

〇氷雪販売業の現況について

連合会名：全国氷雪販売業生活衛生同業組合連合会

1. 業界(組合員)の経営環境について

業界(組合員)の経営資源の強み

- ・組合員は、地域に密着した小回りの利く営業が主体であるため、顧客とのコミュニケーションを図りやすく、そのニーズの把握もしやすい環境にある。
- ・業界内で冷凍車が普及してきており、氷の販売のみならず冷凍食品などの冷凍物流を必要とした分野への参入が期待できる。
- ・組合員が扱う氷「氷屋純氷」(※注1)は自家製造の氷に比べて、衛生的にも安全・安心な高品質の氷であり、消費者の食品衛生に対する意識の高まりに応えることができる。
- ・製氷メーカーでは対応できない細かな顧客のニーズに合わせた加工を行い供給することができる。
- ・業界内で安定的に事業継続をしていくためには、一定規模の営業施設と人員の確保が不可欠であり、今後協業化の促進が期待される。

※注1 当連合会では、氷の専門業者である氷屋が扱う高品質な氷を「氷屋純氷」とネーミングし、その象徴となるロゴを制作した。ロゴは連合会として2019年3月に団体商標登録され、組合員のみが使用することができるよう権利保全している。

業界(組合員)の経営資源の弱み

- ・売り上げの季節変動が大きく、特に夏場の売り上げが1年間の業績に大きく影響する。このことから安定した収入の確保が難しく、雇用形態も繁忙期の非正規雇用が中心であるため、現在の全国的な人手不足の状況の中で、人員の確保が困難になっている。
- ・経営者の高齢化による廃業が多く、かつ後継となる人材が不足しているため、氷雪販売業者との取引を希望しても対応できない地域が生じ始めている。
- ・新たな商品開発を行う企画力や新規顧客を獲得する営業力のある人材が不足している。

業界(組合員)を取り巻く環境→(競合(大手等)、顧客、マクロ環境など)の良い状況

- ・食の安全・安心に対する意識が高まり、専門業者である氷屋が扱う氷の安全性に対する認識が高まっている。
- ・業界内にはライバル企業が少ないため、組合員同士での過度な価格競争が生じていない。
- ・飲食店で他店との差別化を図るためや、顧客満足度を上げるために氷にもこだわり、製氷機が設置されていても氷屋の氷を導入するケースが増えている。特にバーやクラブなどアルコールを主体とした店舗では氷屋の氷と製氷機の氷を使い分けるケースが増えている。
- ・数年来のかき氷ブームにより、夏場のかき氷用氷の需要が増加している。また、テレビ等で材料である「純氷」が紹介されるケースが見受けられるようになった。

業界(組合員)を取り巻く環境→(競合(大手等)、顧客、マクロ環境など)の悪い状況

- ・100円コンビニや一部スーパーの安売りにより、顧客離れや値下げ圧力がある。また、廉価品の中には、純氷のネーミングを使用しているものがあり、純氷のブランド価値が毀損されている。
- ・冷凍食品業者や酒店なども飲食店向けに氷の配達を始めており、競合他社が増えつつある。
- ・大規模なイベントなどでは大量の取引を中心に製氷メーカーによる直販事例が増え、業界の脅威となっている。
- ・製氷メーカーの廃業が多く、安定した商品の仕入れに不安を持っている組合員が増えている。
- ・新型コロナウイルス感染症拡大により、東京オリンピックの延期が決定したほか、今夏の大小様々なイベントが中止となったため、イベント用氷の需要が大幅な減少傾向にある。また、業界の主要顧客である接待系クラブ、スナック等への売上回復が見込めず厳しい経営状況にある。

2. 振興指針に定められた事業の取組状況等

組合で策定する振興計画の作成に当たっての指導、振興計画の取組状況等の把握
<ul style="list-style-type: none">・組合が振興計画を作成する際に、連合会から振興計画の基本的なひな型を提供し指導を行う。・組合が認定を受けた振興計画を連合会に提出してもらい、その取組状況について定期的に確認するとともに、好事例を他の組合に紹介している。
組合への支援事業の取組状況
<ul style="list-style-type: none">・「冰雪販売業のHACCPの考え方を取り入れた衛生管理のための手引書」を作成し、各都府県組合を通して、傘下組合員に配付することで、食品衛生法の一部を改正する法律に対する周知と指導対応についての支援を行った。・各都府県組合が、全氷連認定氷屋マイスターシルバークラス試験を実施する際の支援を行った。・全氷連統一ブランドのイメージを表現したポスターを制作し、各都府県組合を通して組合員得意先飲食店に配付する事業を支援した。
特に成果の上がった事業(取組)
<ul style="list-style-type: none">・「冰雪販売業のHACCPの考え方を取り入れた衛生管理のための手引書」を作成することで、各都府県組合が傘下組合員に食品衛生法の一部を改正する法律に対する周知と指導対応する際の支援を行うことができた。・各都府県組合に対し、氷屋純氷ポスターを配付したことにより組合員の得意先飲食店の価値向上や、一般消費者への認知度向上を図ることができた。
取組が難しい事業
<ul style="list-style-type: none">・労働基準法の改正により、2019年4月から年5日の年次有給休暇の確実な取得が義務付けられ、次年度改定される冰雪販売業の振興指針に追加記載される予定となっている。必要最低数の従業員で日々の加工や配達業務をこなす組合員事業所において、完全実施させるには、かなりの業務改善が必要となる。
改善方策
<ul style="list-style-type: none">・年5日の年次有給休暇の確実な取得をさせるためには、組合員事業所において生産性の向上と業務効率化を柱とする業務体制の見直しが必要となる。その一助として厚生労働省から発行されている生活衛生関係営業生産性・収益力向上の取組事例集や、生産性向上の事例集を配付し、指導を行うほか、全国47都道府県に設置されている働き方改革推進支援センター利用の呼びかけを行う。