

# 飲食店営業（すし店）の 振興指針（案） 新旧対照表

「飲食店営業（すし店）の振興指針」（平成21年2月23日厚生労働省告示第41号）新旧対照表（案）

<p>(新)</p> <p>飲食店営業（すし店）の振興指針</p>	<p>(旧)</p> <p>飲食店営業（すし店）の振興指針</p>
<p>すし店営業(主としてすしを扱う飲食店営業をいう。)の営業者が、食品衛生法(昭和22年法律第233号)等の衛生規制に的確に対応しつつ、現下の諸課題にも適切に対応し、経営の安定及び改善を図ることは、国民生活の向上に資するものである。</p> <p>(昭和32年法律第164号。以下「生衛法」という。)第56条の2第1項に基き、今般、飲食店営業(すし店)の振興指針を定め、営業者、全部以下、「組合」という。)等の事業の実施状況等踏まえ、営業者、全部の具行的活用を資するよう、実践的かつ戦略的な指針として、全部改正を行なった。業者、組合等において本指針が十分に活用されることを期す。今後、新たな衛生上の課題や経済社会情勢の変化、営業者及び消費者等との関係が、新たなニーズを反映して、適時かつ適切に指針を改定するものとす。</p>	<p>すし店営業(主としてすしを扱う飲食店営業をいう。以下同じ。)の営業者は、新たな衛生上の課題に対応するなど、常に衛生水準の向上を図らなければならない。</p> <p>また、より高い消費生活水準への対応など経営上の課題への取組が求められ、個人経営が多いため、個々の営業者による取組だけでは、十分な対策を講じられなかつたり、成果を得るまでに時間と費用を要する面もある。このため、生活衛生同業組合(生活衛生同業小組合連合会(以下「連合会」という。))及び全国共同事業や研修事業、都道府県生活衛生営業指導センター(以下「都道府県指導センター」という。))等が実施する経営相談による支援に加え、株式会社日本政策金融公庫(以下「日本政策金融公庫」という。))による融資等による推進を図る。公庫の自主的な取組を支援し、事業者等による計画的な本指針の独自性向上を図るとともに、現在、消費業者及び組合等において、業が抱えている諸問題を克服し、専門店の営業の振興に資することを目的として、もって定められた。消費業者及び組合等においては、本指針を踏まえ、生活の向上に貢献すること、及び期待される。また、本指針は、たゞの店営業であり、生活の発展を遂げるための方策として、取組むこと、及び期待される。また、本指針は、たゞの店営業であり、生活の発展を遂げるための方策として、取組むこと、及び期待される。</p>
<p>第一 飲食店営業を取り巻く状況</p> <p>飲食店営業は、伝統的飲食文化として国民の日常生活に密接に結びついてきた。しかし、近年、食生活の多様化及び嗜好の変化、法人等との競争の激化など、すし店営業を取り巻く環境は大きく変化する。</p>	<p>すし店営業は、新たな衛生上の課題に対応するなど、常に衛生水準の向上を図らなければならない。</p> <p>また、より高い消費生活水準への対応など経営上の課題への取組が求められ、個人経営が多いため、個々の営業者による取組だけでは、十分な対策を講じられなかつたり、成果を得るまでに時間と費用を要する面もある。このため、生活衛生同業組合(生活衛生同業小組合連合会(以下「連合会」という。))及び全国共同事業や研修事業、都道府県生活衛生営業指導センター(以下「都道府県指導センター」という。))等が実施する経営相談による支援に加え、株式会社日本政策金融公庫(以下「日本政策金融公庫」という。))による融資等による推進を図る。公庫の自主的な取組を支援し、事業者等による計画的な本指針の独自性向上を図るとともに、現在、消費業者及び組合等において、業が抱えている諸問題を克服し、専門店の営業の振興に資することを目的として、もって定められた。消費業者及び組合等においては、本指針を踏まえ、生活の向上に貢献すること、及び期待される。また、本指針は、たゞの店営業であり、生活の発展を遂げるための方策として、取組むこと、及び期待される。また、本指針は、たゞの店営業であり、生活の発展を遂げるための方策として、取組むこと、及び期待される。</p>

すし店営業の平成24年の事業所数は25,536、従業者数は241,342人、企業数は20,683、売上(収入)金額は976,515百万円で(総務省・経済産業省『平成24年経済センサス-活動調査』による)、平成21年と比較して、事業所数は3,329の減、従業者数は7,646の減となっている(総務省『平成21年経済センサス-基礎調査』による)。また、従業者数5人未満の事業者は57.1%で、経営者の年齢については、60歳から69歳の者が割合が36.9%、70歳以上の者が割合が18.9%となっている(厚生労働省『生活衛生関係営業経営実態調査』による)。

経営上の課題としては(複数回答)、「客数の減少」を最も多くあげており、次に多い問題点としては、「客単価の減少」、「材料費の上昇」、「施設・設備の老朽化」、「光熱費の上昇」等となっている(厚生労働省『生活衛生関係営業経営実態調査』による)。

## 二 消費動向

平成24年の1世帯(2人以上の世帯)のすし(外食)の支出額は13,094円で、前年比132円の増で、平成14年の支出額を100とした場合、平成24年の支出額は81.2となっている(総務省『家計調査報告』による)。

また、平成24年のすし店の市場規模は12,753億円で、前年比94億円減で、平成14年の市場規模を100とした場合、平成24年の市場規模は93.7となっている(公益財団法人食の安全・安心財団附属機関外食産業総合調査研究センター『平成24年外食産業市場規模推計』による)。

## 三 事業者の考える今後の経営方針

事業者の考える今後の経営方針としては(複数回答)、「食事メニューの工夫」44.2%、「接客サービスの充実」38.3%、「広告・宣伝等の強化」19.9%、「価格の見直し」17.3%となっている(厚生労働省『生活衛生関係営業経営実態調査』による)。

## 第二 前期の振興計画の実施状況

都道府県別に設立されたすし店営業の組合(平成25年12月末現在で43都道府県で設立)においては、前期の飲食店営業(すし店)の振興指針(平成21年厚生労働省告示第41号)を踏まえ、振興計画を策定、実施しているところであるが、当該振興計画について、5カ年のうち4カ年終了時である平成24年度末に実施した自己評価は次表のとおりである。

なお、国による予算措置(補助金)については、政策目的の達成状況の検証及び事業の適切な実施の観点から、「生活衛生関係営業の振興に関する検討会」の下に設けられた「生活衛生関係営業対策事業補助金審査・評価会」において、審査から評価まで一貫して行う等、必要な見直し措置を講じている。

このため、組合及び生活衛生同業組合連合会(以下「連合会」という。)等においても、振興計画に基づき事業を実施する際は、成果目標及び事業目標を可能な限り明確化した上で、達成状況に

ついても評価を行う必要がある。  
 当該振興計画等の実現に向けて、組合及び連合会においては、振興指針、振興計画の内容について広く広報を図り、組合未加入営業者への加入勧誘及び組合未結成地域の営業者への組合結成の支援を図ることが期待されている。  
 組合への加入、非加入は営業者の任意であるが、生衛法の趣旨、組合の活動内容等を詳しく知らない新規開設者等の営業者がいること、考えられるため、都道府県、保健所設置市への営業の許可申請、届出等の際に、営業者に対して、生衛法の趣旨、関係する組合の内容、所在地、連絡先等について情報提供等の取組の実施が求められる。

表 振興計画の実施状況についての各組合による自己評価  
 (単位：%)

	事業名	達成	概ね達成	主な事業
1	衛生に関する知識及び意識の向上に関する事業	39%	39%	<ul style="list-style-type: none"> <li>食品衛生等に関する講習会の開催</li> <li>自主点検の実施</li> <li>パンフレット・情報誌による情報提供</li> </ul>
2	施設及び設備の改善に関する事業	12%	17%	<ul style="list-style-type: none"> <li>店舗特性を踏まえた改装や設備の導入投資が見られる</li> </ul>
3	消費者の利益の増進に関する事業	42%	39%	<ul style="list-style-type: none"> <li>小冊子配布</li> <li>店頭キャンペーンの実施</li> <li>賠償責任保険への加入</li> <li>促進会の開催</li> </ul>
4	経営管理の合理化及び効率化に関する事業	20%	41%	<ul style="list-style-type: none"> <li>経営講習会、各種研修会の開催</li> <li>経営に関する相談・指導</li> </ul>
5	営業者及び従業員の仕事の改善向上に関する事業	27%	34%	<ul style="list-style-type: none"> <li>技術講習会の開催</li> <li>技術コンテストの開催</li> <li>調理師試験受験促進</li> </ul>
6	事業の共同化及び協業化に関する事業	24%	54%	<ul style="list-style-type: none"> <li>共同購入の実施</li> <li>すし券の発行</li> </ul>
7	取引関係の改善に関する事業	44%	37%	<ul style="list-style-type: none"> <li>関係業界等との情報交換会の開催</li> </ul>
8	従業員の福祉の充実に関する事業	17%	49%	<ul style="list-style-type: none"> <li>共済制度の加入促進</li> <li>優良従業員の表彰</li> </ul>
	事業の承継及び後継	22%	39%	<ul style="list-style-type: none"> <li>定期健康診断の実施</li> </ul>

9	者支援に関する事業			<ul style="list-style-type: none"> <li>・後継者育成支援のため</li> <li>・の研修会等の開催</li> <li>・青年部の活動支援</li> <li>・機関誌等による情報提供</li> <li>・講習会の開催</li> <li>・マイ箸キヤンペーンの実施</li> <li>・循環資源の再生利用に関する情報提供</li> <li>・省エネ機器の導入</li> </ul>
10	食品関連情報の提供や行政施策の推進に関する事業	39%	39%	
11	環境の保全及び食品循環資源の再生利用の推進に関する事業	12%	29%	
12	省エネルギーの強化に関する事業	17%	32%	
13	少子・高齢化社会への対応に関する事業	10%	37%	・子ども・高齢者向けメニューの作成
14	食育への対応に関する事業	32%	29%	・食育に関する講習会の開催
15	禁煙等に関する事業	19%	32%	・研究会・講習会の開催
16	地域との共生に関する事業	37%	39%	・店舗改装の実施 ・地域イベントへの参加 ・ポスター等の作成・配布

### 第三 一 一 営業者の直面する課題と地域社会から期待される役割

すし店営業者は、伝統的食文化の担い手として、国民生活に欠かせない位置を占めており、食生活の充実や交友・団らん、お祝い等の場の提供など大きな役割を果たしてきた。こうした重要な役割をすし店営業者が引き続き担い、国民生活の向上に貢献できるよう、経営課題や国民のニーズ、衛生課題に適切に対応しつつ、各々の営業者の経営戦略に基づき、その特性を活かし、事業の安定と活力ある発展を遂げることが求められる。

また、若い物弱者になり易いことが危惧される高齢者や障害者、子育て・ひとり暮らし、共働き世帯等のニーズに的確に即応すること、すし店営業者の地域住民が日常生活を送るために必要なセルフサービスとしての役割や商店街における重要な構成員としての位置づけが強化され、生活者の安心を支える役割を担うことが期待される。

さらには、国際的にすしの人気が高まる中、「和食：日本人の伝統的な食文化」が国連教育科学文化機関（ユネスコ）の無形文化遺産に登録されたこと、国際化に際し、今後はさらに海外での事業展開や外国人観光客の増加につなげていくことが期待される。

一方、ホテル、旅館、レストランにおける食品表示の不正事

### 第一 一 一 営業者の振興の目標に関する事項

すし店営業者は、伝統的食文化の担い手として、国民の日常生活に密接に関わり、近年、経済状況の先行不安感、法人等の原材料の価格上昇、需要の減少、国際的な嗜好の変化、「回転すし」に代表されるようなチェーン店を中心とした新規開業の増加、持ち帰り専門店や宅配専門店との競争の激化など、すし店営業者を取り巻く経営環境は大きく変化している。こうした中、事業者数は、平成13年度の約4万力所から平成18年度には3万2千力所に減少しており、従業者数についても平成13年度の約23万4千名から平成18年度には約21万6千名に減少している。家計に占める外食のすしに対する支出が減少傾向にあること、懸念材料である。さらに、近年の偽装表示等食品をめぐる問題により、食品の安全や安心及び原産地等の情報に関して消費者の関心が高まっている。すし店営業者においても、食品衛生法等による表示義務を遵守し、消費者に対して納得と安心感を提供すること、



初め、顧客が多いため、消費者のニーズや嗜好を的確に把握し、競争優位性を確立する。また、消費者のニーズや嗜好を的確に把握し、競争優位性を確立する。また、消費者のニーズや嗜好を的確に把握し、競争優位性を確立する。

顧客のニーズや嗜好を的確に把握し、競争優位性を確立する。また、消費者のニーズや嗜好を的確に把握し、競争優位性を確立する。また、消費者のニーズや嗜好を的確に把握し、競争優位性を確立する。

顧客のニーズや嗜好を的確に把握し、競争優位性を確立する。また、消費者のニーズや嗜好を的確に把握し、競争優位性を確立する。また、消費者のニーズや嗜好を的確に把握し、競争優位性を確立する。

顧客のニーズや嗜好を的確に把握し、競争優位性を確立する。また、消費者のニーズや嗜好を的確に把握し、競争優位性を確立する。また、消費者のニーズや嗜好を的確に把握し、競争優位性を確立する。

顧客のニーズや嗜好を的確に把握し、競争優位性を確立する。また、消費者のニーズや嗜好を的確に把握し、競争優位性を確立する。また、消費者のニーズや嗜好を的確に把握し、競争優位性を確立する。

顧客のニーズや嗜好を的確に把握し、競争優位性を確立する。また、消費者のニーズや嗜好を的確に把握し、競争優位性を確立する。また、消費者のニーズや嗜好を的確に把握し、競争優位性を確立する。

こうした新しい物販機能やユニバーサル商品やサービスが、開発・提供の課題を乗り越え、この問題の解決を通じた経済活性化にも貢献するものであり、よき取組の模範となることを期待する。

### 3 税制及び融資の支援措置

金融機関の組合又は組合員には、税制優遇措置及び日本政策金融公庫を通じた低利融資を受け、仕組みがある。また、特別償却制度が設けられ、組合の購入時や組立ての際に活用する。対象は、組合員(営業者)が借入した資金及び運転資金について、振興計画を策定している組合(日本政策金融公庫)が準拠する低利率の融資を受け、一定の期間(振興事業年度)に活用する。また、組合員(営業者)が借入した資金及び運転資金について、振興計画を策定している組合(日本政策金融公庫)が準拠する低利率の融資を受け、一定の期間(振興事業年度)に活用する。また、組合員(営業者)が借入した資金及び運転資金について、振興計画を策定している組合(日本政策金融公庫)が準拠する低利率の融資を受け、一定の期間(振興事業年度)に活用する。

### 三 1 関係機関に期待される役割

組合及び連合会には、独自の財源や国からの受ける生活衛生関係営業及び事業補助金を活用して、営業を実施することが期待される。実施に際しては、有効性及び効率性(費用対効果)の観点から、計画期間に得られる成果目標を明確にして適切に効果測定される。事業効果を最大限発揮し事業成果を広く国民や社会に還元、日本政策金融公庫支店等との連携及び調整を行うことが期待される。

### 2 都道府県指導センター及び日本政策金融公庫に期待される役割

多くの営業者が経営基盤が脆弱な中小零細事業者であること、鑑み、都道府県指導センター及び日本政策金融公庫において、営業者へのきめ細かな相談・指導その他必要な支援を行うなど、予算措置(補助金)、金融措置(融資)、税制措置等の有効的な活用を図ることが期待される。









⑪ シニア層が気軽に集える「場」の提供

⑫ 出前サービス強化

(3) 施設及び設備の改善に関する事項

営業者は、鮮度管理の求められる食品を提供する営業施設のありさまを十分認識するとともに、近年の省エネ・節電の要請にも応じ、施設及び設備の改善のため、具体的には、下の事項に取り組むことが期待される。

安全で衛生的な施設となるよう定期的な内外装の改装  
各店舗の特性を踏まえて伝統的な清潔な雰囲気  
醸成

高齢者、障害者等に配慮したバリアフリー対策の実施

省エネ・省スペースの推進

経営の合理化のための改善

受動喫煙の防止

(4) 情報通信技術を利用した新規顧客の獲得及び顧客の確保

に関する事項

営業者は、情報セキュリティの管理に留意しつつ、インターネット等の情報通信技術を効果的に活用する等、以下の事項に選択的に取り組むことが期待される。

ホームページの開設等による積極的な情報発信

顧客情報のデータベース化等による適切な管理

季節の行事に応じたダイレクトメールの郵送や広報チラシの配布

飲食情報サイト・スマートフォンアプリ等を介した割引サービスの実施

インターネット等を活用による注文、予約の受付

イクレジャネットカード決済の導入・普及

店舗等における公衆無線LAN環境の整備

コンピュータ・情報システムを利用した業務の合理化及び効率化

(5) 表示の適正化と苦情の適切な処理に関する事項

営業者は、消費者の食の安全及び健康志向への高まりに対応し、景品表示法等の関係法令を遵守し、表示の適正化を図るとともに、適切な情報提供を行い、消費者に納得感を与えることと、円満に消費者からの苦情に誠実に対応し、問題の早急な取組に努めることが期待される。

食材の原産地表示、天然と養殖の別表示等への積極的な取組

食物アレルギー患者を中心とした健康被害防止を目的とした表示

施設及び設備の改善に関する事項

営業者は、自店の飲食衛生的観点から、定期的な清掃や外装の改修など、顧客の快適な来店環境の確保に努めることと、各店舗の特性を踏まえてバリアフリー対策の実施や省エネ・省スペースの推進など、合理的で効果的な経営のありさまを確保するに当たっては、顧客層、経営方針、また、店舗等に配慮した上で、店内の分煙や喫煙時間の設定による禁煙等受動喫煙を防止する必要がある。

新規顧客の獲得及び顧客の確保

営業者は、顧客との信頼関係に基づき顧客情報を適正に管理し、その情報を基に誕生日や記念日などに合わせてメールの発送や、サービス等について顧客への積極的な働きかけをすることにも、パーソナルコンピュータを利用して業務の合理化及び効率化を図ることが重要である。

また、インターネット等の情報通信技術を活用し、ホームページの開設、割引サービスの実施、インターネットの活用、異業種との提携等を行うなど、新たな顧客の確保に努めることが必要である。

消費者の個人情報を適切に管理し、適正な取扱いを行うことと、苦情の適切な対応を旨とするなど、同法に規定される趣旨を踏まえ、顧客データの適正化と苦情の適切な対応を目的とした表示に関する事項

営業者は、消費者の個人情報を適切に管理し、適正な取扱いを行うことと、苦情の適切な対応を旨とするなど、同法に規定される趣旨を踏まえ、顧客データの適正化と苦情の適切な対応を目的とした表示に関する事項

また、消費者の個人情報を適切に管理し、適正な取扱いを行うことと、苦情の適切な対応を旨とするなど、同法に規定される趣旨を踏まえ、顧客データの適正化と苦情の適切な対応を目的とした表示に関する事項

また、消費者の個人情報を適切に管理し、適正な取扱いを行うことと、苦情の適切な対応を旨とするなど、同法に規定される趣旨を踏まえ、顧客データの適正化と苦情の適切な対応を目的とした表示に関する事項

また、消費者の個人情報を適切に管理し、適正な取扱いを行うことと、苦情の適切な対応を旨とするなど、同法に規定される趣旨を踏まえ、顧客データの適正化と苦情の適切な対応を目的とした表示に関する事項

また、消費者の個人情報を適切に管理し、適正な取扱いを行うことと、苦情の適切な対応を旨とするなど、同法に規定される趣旨を踏まえ、顧客データの適正化と苦情の適切な対応を目的とした表示に関する事項

また、消費者の個人情報を適切に管理し、適正な取扱いを行うことと、苦情の適切な対応を旨とするなど、同法に規定される趣旨を踏まえ、顧客データの適正化と苦情の適切な対応を目的とした表示に関する事項

また、消費者の個人情報を適切に管理し、適正な取扱いを行うことと、苦情の適切な対応を旨とするなど、同法に規定される趣旨を踏まえ、顧客データの適正化と苦情の適切な対応を目的とした表示に関する事項











- (2) 積極的なバリアフリー対策の実施
- (3) 高齢者に配慮したたメニユーや少量メニユーの提供
- (4) 身体障害者補助犬を同伴する身体障害者等への適切な対応
- (5) 従業員に対する教育及び研修の充実・強化
- (6) 地域社会とのつながりを強化する観点も含めた地域の高齢者・障害者等の積極的雇用の推進
- (7) 高齢者、障害者、妊産婦等への優しい環境の実現
- 2 **組合及び連合会に期待される役割**  
高齢者、障害者等の利便性を考慮した店舗設計やサービス提供に係る研究の実施
- 3 **日本政策金融公庫に期待される役割**  
融資の実施等による営業者の支援

三 **食育への対応**

- 1 **営業者に期待される役割**  
営業者は、健康づくりに取り組むため、以下に掲げる事項を中心に積極的に取り組みに努めること。  
(1) 食文化の継承のための食事マナー、調理方法の普及  
(2) 食生活の改善の支援  
(3) 食品の安全性に関する知識の普及の支援  
(4) 食物アレルギー物質の有無の表示  
(5) ヘルシーメニューの開発・提供  
(6) 総カロリー表示、塩分量表示等の推進
- 2 **日本政策金融公庫に期待される役割**  
融資の実施等による営業者の支援

四 **禁煙等に関する対策**

- 1 **営業者に期待される役割**  
営業者は、顧客層、経営方針、店の規模等に配慮した上で、以下に掲げる事項を中心に積極的に取り組むこと。  
(1) 受動喫煙の防止  
(2) 酒類提供店における飲酒運転根絶に向けた必要な措置
- 2 **日本政策金融公庫に期待される役割**  
融資の実施等による営業者の支援

五 **地域との共生（地域コミュニティの再生及び強化（商店街の活性化））**

- 1 **営業者に期待される役割**  
営業者は、地域住民の存在、提供する商品やサービスの内容及び営業の社会的役割・意義をアピールする上で、地域で増加する生活弱者（高齢者、障害者、子育て世代）の新たなニーズに対応し、地域のセーラーネッサーにおける重要な役割を担い、地域活性化の促進を図る。また、必要に応じて、地域の商店街において、地域住民の生活の向上を図るための取り組みを行うこと。

また、営業者は、すし店営業の施設が身体障害者補助犬法（平成14年法律第49号）により身体障害者が同伴する身体障害者補助犬の入室を拒否できないことを十分認識し、対応することが必要である。  
このほか、営業者は、消費者が高齢化することを考慮した従業員への教育及び研修に努め、また、高齢者、障害者、妊産婦等に優しい環境の実現、受動喫煙の防止、優先的な確保等について取り組むことが必要である。

四 **食育への対応**

すし店営業は、国民の生活に大きく関わりを持つことから、健康体的には食文化の継承の食生活の改善、食品の安全性に関する普及の支援に努めるものとす。

五 **禁煙等に関する対策**

営業者は、顧客層、経営方針、店の規模等に配慮した上で、店内の分煙や喫煙を講ずるよう努めるものとす。また、酒類提供するよう努めるものとす。

六 **地域との共生**

営業者は、地域社会における積極的な参加し、地域住民の存在、提供する商品やサービスの内容及び営業の社会的役割・意義をアピールする上で、地域で増加する生活弱者（高齢者、障害者、子育て世代）の新たなニーズに対応し、地域の活性化の促進を図る。また、必要に応じて、地域の商店街において、地域住民の生活の向上を図るための取り組みを行うこと。

とが期待される。また、業種を超えて相互に協力を推進し、地域における特色のある取組を支援することが期待される。

- (1) 地域の街づくりへの積極的な参加  
 ア 祭りや商店街による手作りイベント等共同事業の立案及び参加  
 イ 商店街の活性化を通じた地域生活者の「ふれあい」、「憩い」、「賑わい」の創出  
 (2) 「賑わい」、「つながり」を通じた豊かな人間関係（ソーシャル・キャピタル）の形成  
 (3) 商店街の空き店舗の有効的活用（子育て支援施設、高齢者交流サロン、地域ブランド品販売等へ利用）  
 (4) 商店街運営店主との共同経営店舗の出店、買い物代行サービス、インターネット販売  
 (5) B級ご当地グルメ等地域資源を活用した地域おこし  
 (6) 地元農家や各種団体と連携した朝市の開催  
 (7) 福祉施設における食事の提供  
 (8) 共同ポイントサービス事業、スタンプ事業の実施  
 (9) 地域の防犯、消防、防災、交通安全、環境保護活動の推進に対する協力  
 (10) 地産地消の推進  
 (11) 災害対応能力の維持向上
- 2 組合及び連合会に期待される役割**  
 (1) 地域の自治体等と連携し、社会活動の企画、指導・援助ができる指導者を育成  
 (2) 業種を超えた相互協力の推進  
 (3) 地域における特色ある取り組みの支援  
 (4) 自治会、町内会、地区協議会、NPO、大学等との連携活動の推進
- 六 東日本大震災への対応**  
 東日本大震災は未曾有の国難であり、被災地域における営業再開及び被災営業者の生活の再建と活力ある地域の再生のため、総力を挙げて、東日本大震災からの復旧、将来を見据えた復興への取り組みを進めていくこと。
- 1 営業者に期待される役割**  
 (1) 被災営業者のみならず営業者全体による相互扶助と連携の下での役割発揮  
 (2) 被災営業者の営業再開を通じた被災者へのサービスの充実や地域コミュニティの復元  
 (3) 節電・省エネへの適切な対応
- 2 組合及び連合会に期待される役割**  
 (1) 同業者による支え合い（太い「絆」で再強化）  
 (2) 節電啓発や節電行動に対する支援  
 (3) 節電に資する共同利用施設（共同蓄電設備等）の設置
- 3 国及び都道府県**  
 東日本大震災を乗り越えて復興を実現し、被災地域のコミュニ

ニテの維持回復を図るため、被災営業者及び被災組合の意向を踏まえつつ、以下に掲げる事項を中心に積極的な取り組みに努めること。

(1) 被災営業者の営業再開のための施策  
 (2) 東日本大震災を教訓とした緊急に実施する必要性が高く、即効性の高い防災、減災等の施策

**4 日本政策金融公庫に期待される役割**  
 被災営業者に対するきめ細やかな相談・支援を通じた低利融資等の実施