

食鳥肉販売業の 振興指針

昭和63年3月30日
厚生省告示第115号
一部改正
平成元年3月22日
厚生省告示第49号
平成5年3月25日
厚生省告示第82号
平成10年2月16日
厚生省告示第21号
平成15年2月14日
厚生労働省告示第15号

厚生労働省健康局生活衛生課

目 次

前文	1
第1 営業の振興の目標に関する事項	2
1 食鳥肉販売業を取り巻く環境	2
2 今後5年間（平成19年度末まで）における営業の振興の目標	2
第2 食鳥肉販売業の振興の目標を達成するために必要な事項	3
1 営業者が取り組むべき事項	3
(1) 衛生水準の向上に関する事項	3
(2) 経営課題への対処に関する事項	3
2 営業者に対する支援に関する事項	4
(1) 組合及び連合会による営業者の支援	4
(2) 行政施策及び政策金融による営業者の支援、消費者の信頼性の向上	5
第3 営業の振興に際し配慮すべき事項	6
1 環境の保全、リサイクル対策の推進	6
2 少子高齢化社会への対応	6
3 地域との共生	6

食鳥肉販売業の振興指針

食鳥肉販売業は、食品衛生法等の衛生規制を遵守することが基本であり、新たな衛生等の課題への対応など常に衛生水準の向上を図らなければならない。一方、より高い消費者の利便への対応などの経営上の課題への取組が求められるが、家族経営の小売店が多く、個々の営業者による取組だけでは、十分な対策が講じられなかったり、成果を得るまでに時間を要する面がある。このため、生活衛生同業組合（生活衛生同業小組合を含む。以下「組合」という。）及び全国生活衛生同業組合連合会（以下「連合会」という。）が実施する共同事業や研修事業、都道府県生活衛生指導センター等が実施する経営相談、国民生活金融公庫による融資等により、各営業者の自主的な取組を支援し、公衆衛生の向上の計画的な推進を図ることが必要である。

本指針は、現在、食鳥肉販売業が抱えている諸課題を克服し、専門店としての独自性を発揮できるよう、営業の振興を計画的に図り、もって公衆衛生の向上と消費者の利益の擁護に資することを目的として、定めるものである。営業者及び組合においては、本指針を踏まえ、行政等と連携を図りつつ、経営の改善等に積極的に取り組み、国民生活の向上に貢献することが期待される。

第一 営業の振興の目標に関する事項

一、食鳥肉販売業を取り巻く環境

食鳥肉販売業は、主に地域の商店街における食鳥肉の小売専門店として、家庭の食卓に欠かせない食材を新鮮かつ身近に提供することにより、国民生活の向上に貢献してきた。

しかし、近年、長引く景気の低迷に加え、スーパーマーケットの展開や低価格販売店の増加、国民の生活様式の変化による外食需要の増加等に伴い、食鳥肉販売業を取り巻く経営環境は、大変厳しい状況にある。また、食品の安全性や信頼性に対する国民の関心が大変高まっており、食鳥肉販売業においても、消費者に対して納得と安心感を提供することが大きな経営課題となっている。

二、今後五年間（平成十九年度末まで）における営業の振興の目標

食鳥肉販売業の多くは、店頭において生肉や焼鳥等の加工食品を販売しているため、微生物の汚染を受けやすく、食中毒等食品衛生上の問題が起こりやすい環境にある。これらの衛生上の危険を防止し、消費者に対して安全で良質な商品を提供することは営業者の責務である。

一方、食鳥肉は、国民の食卓に欠かせない食材であるが、処理後、熟成が終わるまでの時間が短いことが特徴であり、「朝びき」（食鳥を早朝にと殺してその日のうちに販売すること）という言葉に象徴されるように、他の生鮮食材と比較し、鮮度の管理を最大の特徴とする食材といえる。この点に着目すれば、他店よりも新鮮で良質な商品を提供するなど、専門店としての独自性を発揮することにより、小売で対面販売している食鳥肉販売業が、今後とも国民生活の向上に貢献する余地は大きい。

また、最近では、産地、種類、加工方法等商品の品質表示に対する消費者の関心も高まっており、従来よりも増して正確かつ詳細な情報提供を行うことが求められている。

各営業者は、これらを十分に認識し、衛生水準の向上、鮮度の管理の徹底、顧客に対する情報提供等に積極的に取り組むことにより、専門店としての独自性を発揮し、食鳥肉に対する消費者の理解と信頼の向上を図ることを目標とする。

第二 食鳥肉販売業の振興の目標を達成するために必要な事項

一、営業者が取り組むべき事項

（一）衛生水準の向上に関する事項

（イ）日常の衛生管理に関する事項

営業者は、食品衛生法等の関係法令を遵守することが基本であるが、これに加えて、衛生水準の一層の向上を図るため、食品衛生に関する専門的な知識を深め、食品衛生責任者の活用、加工機器、容器等の衛生管理の改善に取り組むことが必要である。また、自ら衛生管理に関する模範を示すとともに、従業員の健康管理に十分留意し、従業員に対する衛生教育の徹底及び指導監督に当たることが必要である。

そして、これらの取組を消費者に分かりやすく伝えることが、消費者の信頼を得るために最も大切なことである。

（ロ）施設・設備の改善に関する事項

各営業者は、日常の衛生的管理の取組に加えて、定期的かつ適切に自店の施設

・設備の改善に取り組むことが必要である。

特に、対面販売している食鳥肉小売店の多くは、焼鳥を加工食材の主力商品としており、商品の受渡し場の近くで調理して顧客に提供する営業形態を特徴としている。このため、商品の受渡し場は、食中毒の発生を防止する等の観点から、常に衛生上の注意が必要であり、これに関係する設備については、できれば三年から四年に一度は見直しを行うなど、定期的かつ積極的に改善に取り組むことが重要である。

また、食鳥肉は、鮮度の管理を徹底することが大変重要であるので、冷蔵設備、加工機器、容器等の鮮度の管理に必要な設備の改善に取り組むことが必要である。

(二) 経営課題への対処に関する事項

経営課題への対処については、事業者の自立的な取組が前提であるが、消費者に良質な食材を提供し、国民生活の向上に貢献する観点から、事業者においては、以下に掲げる事項を念頭に置き、経営の改善に積極的に取り組むことが期待される。

(イ) 経営方針の明確化

小売店は多様な嗜好を持つ個人を顧客としていることを念頭に置き、立地条件、客層、商品の特色、技術力等自店の経営上の特質を十分把握した上で、自店がどのような客層を対象にどのような商品を重点的に提供するのかという経営方針を明確化することが重要である。

(ロ) 鳥肉専門店としての独自性の発揮

食鳥肉は、鮮度の管理を最大の特徴とする食材である。食鳥肉の小売店が経営の安定を図るためには、一般店よりも新鮮で良質な食材を提供するとともに、これを顧客に理解してもらうことにより、専門店としての独自性を発揮することが不可欠である。

(ハ) 消費者に対する情報提供の推進

食品の安全性や信頼性に対する消費者の関心の高まりを踏まえ、事業者は、商品の品目、産地、飼育者、飼育方法、処理日時、加工方法等に関する情報提供を積極的に行うとともに、商品の表示・展示方法や包装方法の工夫に取り組むことにより、消費者の選択の利便を図り、消費者に納得と安心感を提供することに努める。また、消費者からの商品に関する疑問や苦情に的確に対応することにより、消費者の信頼を確立することに努める。

(ニ) 家族経営や対面販売の利点の発揮

家族経営の店は、店主を中心に勤勉な家族従業員に支えられており、経営に関する問題意識を従業員の間で共有しやすく、地域に密着した長期的視点に立った経営がしやすい。また、対面販売は、経営者自らが顧客の要望を把握することが可能であり、顧客の要望に対して、柔軟かつ速やかに対応することもできる。家族経営や対面販売を特徴とする店は、このような大型店とは異なる利点を有しているため、これを十分に発揮することが重要である。

(ホ) 後継者の確保、経営の近代化

近年、家族経営の店を中心に、後継者の確保が深刻な問題となっているが、子どもの職業選択や相続など家族における私的な問題も関係しており、個々の事業者が自立的に問題の解決に取り組むことが重要である。後継者の確保については、後継者に経営の知識を伝えることを通じて、業に対する興味や販売促進の意欲を

かき立てるとともに、若い人材を活用することで新たな経営手法を開拓するといった積極的な考え方に立つことが必要である。このような事業承継に際して、自店の経営の合理化、施設・設備のリニューアル、経営形態の見直し等の経営近代化方策と一体的に捉えることが重要である。

(へ) 経営診断の活用

家族経営の店では特に経営者や従業員が変わることがほとんどないため、経営手法が固定的になりやすく、新たな経営課題が発生した場合に、経営の改善に取り組むことが難しい面がある。このため、営業者においては、都道府県生活衛生営業指導センター等の経営指導機関の経営診断を積極的に活用することが望まれる。

二、営業者に対する支援に関する事項

(一) 組合及び連合会による営業者の支援

組合及び連合会においては、営業者における自立的な経営改善の取組を支援するため、都道府県生活衛生営業指導センター等の関係機関との連携を密にし、以下に掲げるような取組に努めるものとする。

(イ) 衛生水準の向上のための技術、知識及び意識の向上に関する事項

衛生管理を徹底するための研修会及び講習会の開催、パンフレットの作成等による衛生管理に関する営業者に対する普及啓発、商品の品質を保持するために必要な新技術の研究、ポスター等による消費者に対する広報の推進

(ロ) 施設・設備の改善に関する事項

衛生水準の向上、経営管理の近代化、消費者の利益の増進等に対応するための施設・設備の改善の推進

(ハ) 消費者の利益の増進、商品の提供方法に関する事項

商品の適正表示や苦情処理の方法など商品の提供に関するマニュアルの作成及び普及啓発、消費者の利便や信頼性の向上のために必要な生産者や生産地等に関する情報の収集及び提供、消費者調査等に基づく消費者のし好の的確な把握

(二) 経営管理の近代化、合理化に関する事項

先駆的な経営事例等経営管理の近代化に必要な情報、地域的な経営環境条件に関する情報及び食鳥肉販売業の将来の展望に関するデータの収集及び整理、営業者に対するこれらの情報の提供

(ホ) 営業者及び従業者の技能の改善向上に関する事項

基礎的な諸技術に関する研修会及び講習会、技能コンテストの開催等教育研修制度の充実強化

(ヘ) 事業の共同化、協業化、連鎖化に関する事項

事業の共同化、協業化、連鎖化の企画立案及び実施に係る指導

(ト) 仕入れ方法の工夫、取引関係の改善に関する事項

新鮮な食材を消費者に提供するために必要な処理加工業者等との連携の強化、共同購入等取引面の共同化の推進、処理加工業者等との取引条件の合理的改善

(チ) 従業者の福祉の充実に関する事項

従業者の労働条件整備や健康管理充実のための支援、組合員等の大多数の利用に資する福利厚生の実施、共済制度（退職金、生命保険等）の整備・強化

(リ) 事業の承継、後継者支援に関する事項

事業の円滑な承継に関するケーススタディや成功事例等の経営知識の情報提供

の促進

(二) 行政施策及び政策金融による営業者の支援、消費者の信頼性の向上

都道府県生活衛生指導センターにおいては、組合との連携を密にし、営業者に対する経営改善のための具体的指導・助言等の支援、並びに的確な苦情処理等を通じた消費者の信頼性の向上に積極的に取り組むものとする。また、全国生活衛生営業指導センターにおいては、これらの都道府県指導センターの取組を推進するため、営業者の経営改善の取組に役立つデータの収集・整備や営業者への情報提供、苦情処理マニュアルの作成等に積極的に取り組むものとする。

国、都道府県等においては、食鳥肉に対する消費者の信頼性の向上及び営業の健全な振興を図る観点から、食品衛生法等関係法令の施行業務等を通じ、営業者に対し、食品衛生に関する監視指導、情報の提供その他支援措置に努めるものとする。

国民生活金融公庫においては、食鳥肉販売業の営業者が行う施設・設備の改善等の取組について、生活衛生貸付による融資の実施等必要な支援に努めるものとする。

第三 営業の振興に際し配慮すべき事項

一、環境の保全、リサイクル対策の推進

食鳥肉販売業は、仕入れた食鳥肉を店内で解体・調理するため、食品廃棄物が発生しやすいが、家族経営の小売店が大部分であるため、営業者が取り組む環境の保全やリサイクル対策については、組合等が積極的に支援する必要がある。また、これら対策は、住民の生活環境に身近な問題であり、個々の営業者だけでなく、組合、地域の自治体や自治会が関与しながら、消費者も含めて地域全体で取り組むことにより、効果的で効率的な取組が可能となる。

このため、組合及び連合会においては、地域の自治体等と連携しながら、食鳥肉販売業における食品資源、容器、包装等を再生利用するための体系を構築するとともに、業種を越えた組合間で相互に協力したり、組合加入者以外の営業者にも参加を促すなどの普及啓発を行い、食鳥肉販売業における環境の保全の取組を推進する。

これらの取組を通じて、食鳥肉販売業の営業者においては、食品循環資源の再生利用等の実施率を平成十八年度までに二十パーセントに向上させるよう、食品循環資源の再生利用、食品廃棄物の発生抑制及び減量に努めるものとする。また、国民生活金融公庫においては、これら営業者の取組に対して、生活衛生貸付による融資の実施等必要な支援に努めるものとする。

二、少子高齢化社会への対応

食鳥肉販売業は、商店街の小売店が大部分であり、地域に密着した業態であるといえる。営業 者においては、長年の顧客を大切にし、足腰の弱い高齢者でも気軽に立ち寄れるようバリアフリー対策に積極的に取り組むとともに、高齢者が調理しやすい等の工夫をした食材の提供や調理方法のPR、他の生活衛生関係営業者と連携した加工食材の配食サービスなど、少子高齢化社会における幅広い取組が期待される。

また、組合及び連合会においては、例えば、高齢者等の利便性を考慮した店舗の設計やサービスの提供等について研究を行うことにより、営業者の取組を支援することが重要である。国民生活金融公庫においては、これら営業者の取組に対して、生活衛生貸付による融資の実施等必要な支援に努めるものとする。

三、地域との共生

食鳥肉販売業は、主に地域の商店街において、食卓に欠かせない食材を新鮮かつ身

近に販売しており、地元の商店街の一員として、また、地域住民の憩いやつながりの場として期待される役割が大きい。このため、営業者においては、地域における街づくりに積極的に参加し、地域と共生していくことが期待される。

また、組合及び連合会においても、業種を越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。