

○ 一般飲食業（すし店営業）の振興指針の新旧対照表

改正案	現 行
<p><u>目次</u></p> <p><u>第一 営業の振興の目標に関する事項</u></p> <p><u>一 すし店営業を取り巻く環境</u></p> <p><u>二 今後五年間（平成二十五年度末まで）における営業振興の目標</u></p> <p><u>第二 すし店営業の振興の目標を達成するために必要な事項</u></p> <p><u>一 営業者が取り組むべき事項</u></p> <p><u>1 衛生水準の向上に関する事項</u></p> <p><u>2 経営課題への対処に関する事項</u></p> <p><u>二 営業者に対する支援に関する事項</u></p> <p><u>1 組合及び連合会による営業者への支援</u></p> <p><u>2 行政施策及び政策金融による営業者の支援並びに消費者の信頼の向上</u></p> <p><u>第三 営業の振興に際し配慮すべき事項</u></p> <p><u>一 環境の保全及び食品循環資源の再生利用の推進</u></p> <p><u>二 省エネルギーの強化</u></p> <p><u>三 少子・高齢化社会等への対応</u></p> <p><u>四 食育への対応</u></p> <p><u>五 禁煙等に対する対策</u></p> <p><u>六 地域との共生</u></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、食品衛生法（昭和二十二年法律第二百三十三号）等の衛生規制を遵守しつつ、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、より高い消費者ニーズへの対応など経営上の課題への取組が求められる一方、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ったり、成果を得るまでに時間を要したりする面もある。このため、生活衛生同業組合（生活衛</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、食品衛生法（昭和二十二年法律第二百三十三号）等の衛生規制を遵守しつつ、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、より高い消費者の利便への対応など経営上の課題への取組が求められる一方、個人経営が多いため、個々の営業者による取組だけでは、必ずしも十分な対策を講じることができなかったり、十分な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</p>

生同業小組合を含む。以下「組合」という。）及び全国すし商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。）による融資等により、各営業者の自主的な取組を支援し、もって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、すし店営業が抱えている諸問題を克服し、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。

また、本指針は、すし店営業の活力ある発展を遂げるための方策について取りまとめたものであり、本指針の積極的な活用により、食生活の質の向上を実感できる国民生活の実現、活力ある地域社会づくりへの貢献など、すし店営業の役割を増大させ、新たな発展の可能性をもたらすことが期待される。

第一 営業の振興の目標に関する事項

一 すし店営業を取り巻く環境

すし店営業は、伝統的飲食業種として国民の日常生活に密接に関連し、食生活の充実と日本の食文化に大きく貢献してきた。

しかし、近年、経済状況についての先行不安感、法人等の交際費による需要の減少、国際的なすしなどの魚介類の人気の高まりによる原材料の価格上昇、消費者の食生活の多様化及びし好の変化、「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

業組合（以下「組合」という。）及び全国すし商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、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、もって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、すし店営業が抱えている諸問題を克服し、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 すし店営業を取り巻く環境

すし店営業は、伝統的飲食業種として国民の日常生活に密接に関連し、食生活の充実と日本の食文化に大きく貢献してきた。

しかし、近年、長引く景気の低迷による先行不安感、法人等の交際費による需要の減少、輸入水産物の増加、消費者の食生活の多様化及びし好の変化、「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、平成十三年度約四万カ所から平成十八年度三万二千カ所に減少しており、従業員数に関しても平成十三年度約二十三万四千名から平成十八年度約二十一万六千名に減少している。

また、消費者の食生活の多様化や嗜好の変化により、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は懸念材料である。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おり、すし店営業においても、消費者に対して納得と安心感を提供することが重要な経営課題となっている。

また、社会全体の高齢化の中で、営業者自身の高齢化による後継者問題に加え、増加する高齢者層の顧客への対応も求められている。一方、すしは、健康的な食品として世界各地で関心が高まり、国内でも健康に関心の高い層から歓迎されている状況にあり、国民の人気は依然根強いものがある。

二 今後五年間（平成二十五年度末まで）における営業の振興の目標

すし店営業は、食品を調理し、客に飲食させる営業であって、その取り扱う食品が主として生鮮魚介類であり、その調理方法が直接人の手指によるものであることから、食中毒等食品衛生上の問題が起こりやすい環境にある。したがって、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。

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、すし店営業を取り巻く経営環境は大きく変化している。さらに、近年の偽装表示等食品をめぐる問題により、食品の安全性や産地、栄養素等を含めた情報開示に関する消費者の関心が高まっており、すし店営業においても、消費者に対して納得と安心感を提供することが重要な経営課題となっている。

また、社会全体の高齢化の中で、営業者自身の高齢化による後継者問題がみられるとともに、高齢者層の顧客の増加への対応も求められている。一方、すしは、欧米では健康的な食品として関心が寄せられ、国内でも健康に関心の高い層から歓迎されている状況にある。

二 今後五年間（平成二十年度末まで）における営業の振興の目標

第一に、すし店営業は、食品を調理し、客に飲食させる営業であって、その取り扱う食品が主として生鮮魚介類であり、その調理方法が直接人の手指によるものであることから、食中毒等食品衛生上の問題が起こりやすい環境にある。したがって、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。
第二に、すし店営業の営業者には、消費者か

また、すし店営業の営業者には、消費者から安全で信頼され得る商品を提供することを求められている。このため、産地等消費者が求める情報の提供に努め、消費者に納得と安心感を提供することが重要である。

一方、すし店営業といえば、高級で、単価が高いといった印象があり、また、初めての客が店に入りにくく、単価の表示も明確でないという店が多かったため、消費者の需要が回転すし等のチェーン店や他の外食産業に向かう状況にあり、従来型の専門店の業績悪化につながっている。高級店、地域に密着した店等の目指すべき経営戦略にもよるが、このような専門店離れの傾向に対処するためには、会計の明朗化、店の雰囲気、経営者及びすし職人等従事者の接客態度の改善を図ることにより、店に入り易くする工夫に努めるものとする。

さらに、多様化する消費者の要望を的確にとらえ、新たな顧客を確保するためには、宣伝活動や新メニューの開発が必要である。すなわち、食を通じた健康作りに関心が高まっていることを踏まえ、新鮮で栄養素に富んだすしの良さを情報提供するとともに、「量をたくさん食べたい」、「美味しいものを少しずつ食べたい」等の若者から高齢者までの様々な要望に合うメニューを開発することにより、消費者のすしに対する様々な要望に対して積極的に応えていくことが必要である。

各営業者は、これらを十分に認識し、衛生水準の向上、新メニューの開発、消費者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、消費者の理解と信頼の向上を図ることを目標とすべきである。

第二 すし店営業の振興の目標を達成する

ら安全で信頼され得る商品を提供することも求められている。このため、産地等消費者が求める情報の提供に努め、消費者に納得と安心感を提供することが重要である。

第三に、すし店営業といえば、高級で、単価が高いといった印象があり、また、初めての客が店に入りにくく、単価の表示も明確でないという店が多かったため、消費者の需要が回転すし等のチェーン店や他の外食産業に向かう状況にあり、従来型の専門店の業績悪化につながっている。高級店、地域に密着した店等の目指すべき経営戦略にもよるが、このような専門店離れの傾向に対処するためには、会計の明朗化、店の雰囲気、経営者及びすし職人等従業者の接客態度の改善等を図ることが必要である。

第四に、多様化する消費者の要望を的確にとらえ、新たな顧客を確保するためには、宣伝活動や新メニューの開発が必要である。すなわち、食を通じた健康作りに関心が高まっていることを踏まえ、新鮮で栄養素に富んだすしの良さを情報提供するとともに、「量をたくさん食べたい」、「美味しいものを少しずつ食べたい」等の若者から高齢者までの様々な要望に合うメニューを開発することにより、消費者のすしに対する様々な要望に対して積極的に応えていくことが必要である。

各営業者は、これらを十分に認識し、衛生水準の向上、新メニューの開発、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、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 すし店営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

ために必要な事項

一 営業者が取り組むべき事項

1 衛生水準の向上に関する事項

(一) 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は当然であり、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るとともに、食品衛生責任者の活用や調理器具、容器、食器等の衛生管理の改善に取り組むことが必要である。

さらに、営業者は、消費者が信頼し、安心できる商品を提供するために、店舗の衛生管理及び従業員の健康管理を行うとともに、商品の衛生的取扱いに留意し、食中毒等食品衛生上の問題の発生の防止に努めることが重要である。特に、生鮮魚介類を保管する冷蔵設備の温度管理については、毎日定期的実施することが必要である。

また、営業者は、衛生管理上の自主点検を行い、その結果を店内に表示するなど、衛生管理のために自店が講じている措置について、消費者に対し積極的に周知することが必要である。特に、従業員の清潔な着衣の使用、手洗いの励行、店舗の清掃等により、消費者に不快感を与えない配慮が必要である。

(二) 衛生面における施設及び設備の改善に関する事項

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及び設備の衛生面の改善に取り組むことが必要である。特に、生鮮魚介類の保管管理を徹底することが重要であるため、その管理に必要な冷蔵設備、ショーケース、容器等の改善に取り組むことが必要である。

2 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、営業者の自

1 衛生水準の向上に関する事項

(一) 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は当然のこと、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るとともに、食品衛生責任者の活用や調理器具、容器、食器等の衛生管理の改善に取り組むことが必要である。

さらに、営業者は、消費者が納得し、安心できるメニューを提供するために、店舗や従業員の清潔を保ち、従業員の健康管理を行うとともに、食材の産地、天然物と養殖物の区別、鮮度等消費者の関心の高い情報の提供に努めることも必要である。

(二) 衛生面における施設・設備の改善に関する事項

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・設備の衛生面の改善に取り組むことが必要である。特に、生鮮魚介類の保管管理を徹底することが重要であるため、その管理に必要な冷蔵設備、ショーケース、容器等の改善に取り組むことが必要である。

2 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、営業者の自立的な取組が前提であるが、多様な消費者の要望に対応する良質なすしを提供し、もって

立的な取組が前提であるが、多様な消費者の要望に対応する良質なすしを提供し、もって国民生活の向上に貢献する観点から、営業者においては、次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。

(一) 経営方針の明確化及び独自性の発揮に関する事項

営業者は、自店の経営能力や市場の状況を適切に把握し、それに適合した経営を実現するとともに、経営管理の合理化及び効率化を図ることが必要である。

また、営業者は、自店の立地条件、顧客層、経営規模、メニュー等を考慮し、例えば、食材や技術にこだわりを持った高級店、地域に根ざし、若者、女性客、家族客等を対象とする店、多様なメニューを提供する店等経営方針を明確化することが重要である。

その際、顧客層の変化、消費者の要望の変化、新しい顧客に対する店の印象等顧客に関する情報やすし以外の外食店も含めた周囲の競合店の状況に関する情報等を収集し、他店のサービスと比較して、食材の品質に比して割安感のある価格設定、技術力、接客態度等について、自らの店が消費者に提供すべき付加価値を見直すなど、経営意識の改革に努めるとともに、経営方針について将来まで見据えた上で改めて検討することが必要である。

特に、家族経営等の小規模店は、営業者や従業員が変わることはほとんどないため、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、営業者は、都道府県指導センター等の経営指導機関による経営診断を積極的に活用することが望まれる。

(二) サービスの見直し及び向上に関する事

国民生活の向上に貢献する観点から、営業者においては、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。

(一) 経営方針の明確化・独自性の発揮

営業者は、自店の立地条件、客層、経営規模、メニュー等を考慮し、例えば、食材や技術にこだわりを持った高級店、地域に根ざし、若者、女性客、家族客等を対象とする店、多様なメニューを提供する店等経営方針を明確にする必要がある。

その際、客層の変化、消費者の要望の変化、新しい顧客に対する店の印象等顧客に関する情報やすし以外の外食店も含めた周囲の競合店の状況に関する情報等を収集し、他店のサービスと比較して、食材の品質に比して割安感のある価格設定、技術力、接客態度等について、自らの店が利用者に提供すべき付加価値を見直すなど、経営意識の改革に努めるとともに、経営方針について将来まで見据えた上で改めて検討する必要がある。

(二) サービスの見直し及びメニューの開発

自店の立地条件・経営方針に照らし、家族

項

営業者は、自店の立地条件及び経営方針に照らし、家族客をターゲットとした休日営業や昼食時の営業に配慮した営業時間の設定等の検討を行うとともに、清潔で入りやすい店内の雰囲気作り、接客態度、消費者の関心の高い情報の提供等顧客の立場に立ったサービスの見直しに努めるとともに、食材を盛りつける器についても、店の特色を表す工夫が必要である。

メニューの開発に当たっては、産地、調理方法等の特色により、店として中核的な商品となるものを開発するとともに、消費者の健康に関する意識に留意し、栄養素、総カロリー一量、塩分量等に配慮した商品を提供することが重要である。さらに、このような中核的な商品の情報を消費者に積極的に提供することが望ましい。

また、昼食時のメニューの開発やすし種への生鮮魚介類以外の食材の追加、若者、女性、子供、高齢者等各々の要望に対応した健康的なメニューなど、自店の経営方針と消費者の要望に的確に対応したメニューの開発に努めるとともに、四季折々の季節の行事に合わせたすしの開発やPRが望まれる。

(三) 施設及び設備の改善に関する事項

営業者は、自店が飲食物を提供する営業施設であることを十分に認識し、安全で衛生的な施設となるよう、定期的な内外装の改装に努めるとともに、顧客層、経営方針、店の規模等に応じ、各店舗の特性を踏まえて伝統を重んじた清潔な雰囲気醸成、高齢者等に配慮したバリアフリー対策の実施や省エネルギー対応の冷凍・冷房設備等の導入など、合理的で効率的な経営のために必要な施設及び設備の改善に努める必要がある。

また、施設を改善するに当たっては、顧客層、経営方針、店の規模等に配慮した上で、店内

客をターゲットとした休日営業や昼食時の営業に配慮した営業時間の設定等の検討を行うとともに、清潔で入りやすい店内の雰囲気作り、接客態度、消費者の関心の高い情報の提供等顧客の立場に立ったサービスの見直しに努める必要がある。

メニューの開発に当たっては、産地、調理方法等の特色により、店として中核的な商品となるものを開発するとともに、消費者の健康に関する意識に留意し、栄養素、総カロリー一量、塩分量等に配慮した商品を提供することが重要である。さらに、このような中核的な商品の情報を消費者に積極的に提供することが望ましい。

また、昼食時のメニューの開発やすし種への生鮮魚介類以外の食材の追加、若者、女性、子ども、高齢者等各々の要望に対応した健康的なメニューなど、自店の経営方針と消費者の要望に的確に対応したメニューの開発に努める。

(三) 経営方針に沿った店作りのための施設・設備の改善

清潔で好ましい店となるよう定期的な内外装の改装に努めるとともに、客層、経営方針、店の従業員規模等に応じ、伝統を重んじた雰囲気醸成、店内の様子が外から見やすくかつ入りやすい店作り、高齢者等に配慮したバリアフリー対策の実施等、施設・設備の改善に努める。

また、経営方針、客層、店の構造や規模にもよるが、店内の分煙や禁煙時間の設定を含む禁煙等最近増加している顧客からの受動喫煙の防止の要望への対応についても検討す

の分煙や喫煙時間の設定を含む禁煙等受動喫煙を防止するために必要な措置を講ずるよう努めなければならない。

(四) 情報通信技術等を利用した新規顧客の獲得や顧客の確保に関する事項

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又は記念日に合わせて季節のメニューやサービス等について顧客へのダイレクトメールの発送や、すし券事業の活用等により、顧客への積極的な働き掛けをするとともに、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効果的に活用し、ホームページの開設、割引サービスの実施、インターネット注文の活用、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。

さらに、消費者の利便を考慮して、クレジットカード、電子決済等の普及に努めることも必要である。

営業者は、必ずしも個人情報の保護に関する法律（平成十五年法律第五十七号）に規定される個人情報取扱事業者には該当するとは限らないが、同法の趣旨を踏まえ、顧客データ等の管理に当たっては、適正に対応することが必要である。

(五) 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、消費者に納得と安心感を与えるため、自店の特質に応じ、分かりやすいメニュー等の表示に努めることが必要である。特に消費者の食の安全への関心の高まりに対応するため、食材の産地表示、天然と養殖の別表示、食物アレルギー患者を中心として消費者の健康被害防止を目的とした表示に心がけることが必要である。消費者の健康指向

ることが望ましい。

(四) 情報通信技術等を活用した新規顧客の獲得や顧客の確保

パーソナルコンピュータを使った顧客の情報管理により、季節メニュー、誕生日・記念日に合わせたサービス等について顧客へのダイレクトメールを発送し、また、ホームページを使った店の広告に割引サービスを付けて新たな顧客を獲得するなど、情報通信技術を活用するとともに、すし券事業の活用等による顧客の確保を行う必要がある。

(五) 表示の適正化及び積極的な情報提供

営業者は、消費者に納得と安心感を与えるため、自店の特質に応じ、価格の適正化を図るよう努めることが必要である。特に、その日の仕入れ価格は営業を開始する時点ですでに分かっているので、「時価」という表現を改め、その日の値段を表示することが求められる。また、「立ち」（カウンター等におけるお好み販売）において、すしの提供個数と単価表示の内容が相違するかのとき印象を与えないよう分かりやすい単価表示に

に対しては、生活習慣病予防を中心とした健康づくりという観点から、厚生労働省及び農林水産省が平成十七年六月に作成した食事バランスガイドの活用、総カロリー表示塩分量表示等様々な情報の提供にも努めるとともに、料金についても総額表示にすることが必要である。特に、「立ち」(カウンター等におけるお好み販売)において、すしの提供個数と単価表示の内容が相違するかのとき印象を与えないよう分かりやすい単価表示に努めることが望まれる。

消費者からの苦情には、誠実に対応し、問題の早急かつ円満な解決に努めることが重要である。あらかじめ、問題発生時の対応マニュアルを作成し、従業員の危機管理教育を徹底するなど、日頃から様々な事故が生じた場合に備えて、消費者の安全の確保を図るとともに、万が一、食中毒事故が生じた場合には、賠償責任保険等の活用により、消費者との信頼回復に努めるものとする。

(六) 人材育成及び自己啓発の推進に関する事項

すし専門店は、職人の資質がサービスの質を左右することから、優秀な人材の獲得及び育成を図ることが極めて重要な課題である。しかし、高い調理技術を持った職人の高齢化が進む一方、高い調理技術を持った若者の採用も難しいため、営業者は、職人の育成に努める必要がある。したがって、職人の技術を向上させるとともに、接客態度、顧客への知識提供等の面での技能向上にも努めるとともに、適正な労働条件の確保に努めるものとする。

また、営業者は、後継者及び独立を希望する従業者が、経営、顧客管理、従業者管理等の技能を取得できるよう、自己啓発を促すと

努める。なお、メニューに品質区分を用いている場合は、品質の内容に沿った商品名に工夫を凝らし、その違いを消費者が容易に理解できるように配慮するなど、消費者の選択の利便を図るよう努めるものとする。

消費者からの苦情には、誠実に対応し、問題の早急かつ円満な解決に努めるとともに、サービスの改善に反映させる。また、食中毒事故等が生じた場合には、賠償責任保険等の活用により、顧客との信頼回復に努める。最近の消費者の食品の安全への関心の高まり、健康指向に対応するため、産地、栄養素、総カロリー量、塩分量等の食材の品質や、栄養素に富んだ食品であるすしの良さを積極的に情報提供することが望ましい。さらに、地域によっては当該情報の外国語表示も望ましい。

(六) 人材育成・自己啓発の推進

すし専門店は、職人の資質がサービスの質を左右することから、優秀な人材の獲得及び育成を図ることが極めて重要な課題である。しかし、高い調理技術を持った職人の高齢化が進む一方、高い調理技術を持った若者の採用も難しいため、営業者は、職人の育成に努める必要がある。したがって、職人の技術を向上させるとともに、接客態度、顧客への知識提供等の面での技能向上にも努めるとともに、適正な労働条件の確保に努める。

また、営業者は、後継者及び独立を希望する従業者が、経営、顧客管理、従業者管理等の技能を取得できるよう、自己啓発を促すとともに、後継者及び従業者の人材育成に努める必要がある。

ともに、後継者及び従業員の人材育成に努めるものとする。

二 営業者に対する支援に関する事項

1 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、都道府県指導センター等の関係機関との連携を密にし、次に掲げるような事項についての取組を行うよう努めるものとする。

(一) 衛生に関する知識及び意識の向上に関する事項

営業者に対して衛生管理を徹底するための研修会及び講習会の開催、衛生管理に関するパンフレットの作成等による普及啓発、商品の衛生的取扱い、施設及び設備、食材の調理及びすし店営業の衛生基準の設定など、食品衛生上の安全を確保し、かつ良質な食材の調理及び調製を行うために必要な支援に努めるものとする。

(二) 施設及び設備の改善に関する事項

衛生水準の向上、経営管理の合理化及び効率化、消費者の利益の増進等に対応するための施設及び設備の改善に関する指導助言並びに情報提供に努めるものとする。

また、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。

(七) 経営診断の活用

特に、小規模経営の店では、営業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

1 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事項についての取組を行うよう努めるものとする。

(一) 衛生に関する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、衛生管理に関するパンフレットの作成等による営業者に対する普及啓発、ポスター等による消費者に対する広報の推進

(二) 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

(三) 消費者の利益の増進及び商品の提供方法に関する事項

<p>(三) 消費者の利益の増進に関する事項</p> <p>営業者が自店の特質に応じ作成する接客手引の基本となるマニュアルの作成、消費者を対象としたすしに関する啓発講座の実施や啓発パンフレットの作成、苦情相談窓口の開設や苦情処理の対応に関するマニュアルの作成、危機管理に関するマニュアルの作成及び賠償責任保険への加入促進が図られるよう努めるものとする。</p> <p>(四) 経営管理の合理化及び効率化に関する事項</p> <p>先駆的な経営事例等経営管理の合理化及び効率化に必要な情報、地域的な経営環境条件に関する情報並びにすし店営業の将来の展望に関する情報の収集及び整理並びに営業者に対するこれらの情報提供に努めるものとする。</p> <p>(五) 営業者及び従業員の技術の改善向上に関する事項</p> <p>基礎的な調理技術や接遇に関する研修会及び講習会、新しいメニュー開発やすし職人を対象とした技術講習会、技能コンテスト、経営近代化展の開催等による技能水準の向上並びに消費者の要望に対応したメニューやサービスの情報提供に努めるものとする。</p> <p>(六) 事業の共同化及び協業化に関する事項</p> <p>すし券事業など事業の共同化及び協業化の企画立案並びに実施に係る指導に努めるものとする。</p> <p>(七) 取引関係の改善に関する事項</p> <p>共同購入等取引面の共同化の推進、食品等関連業界の協力を得ながら、取引条件の合理的改善及び組合員等の経済的地位の向上に努めるものとする。</p> <p>また、関連業界との連携を深め、情報の収集及び交換会の機会の確保に努めるものとする。</p>	<p>営業者が自店の特質に応じ作成する接客手引の基本となるマニュアルの作成、消費者を対象としたすしに関する啓発講座の実施や啓発パンフレットの作成、苦情相談窓口の開設</p> <p>(四) 経営管理の近代化及び合理化に関する事項</p> <p>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すし店営業の将来の展望に関するデータの収集及び整理並びに営業者に対するこれらの情報の提供</p> <p>(五) 営業者及び従業員の技能及び接遇の改善向上に関する事項</p> <p>基礎的な調理技術や接遇に関する研修会及び講習会、新しいメニュー開発やすし職人を対象とした技術講習会、技能コンテスト、経営近代化展の開催等による技能水準の向上や新しい消費者の要望に対応したメニューやサービスの普及啓発</p> <p>(六) 事業の共同化及び協業化に関する事項</p> <p>すし券事業など事業の共同化及び協業化の企画立案及び実施に係る指導</p> <p>(七) 取引関係の改善に関する事項</p> <p>新鮮で信頼されるすしを消費者に提供するために必要な関係業界との連携の強化及び共同購入等取引面の共同化の推進</p> <p>(八) 従業員の福祉の充実に関する事項</p> <p>従業員の労働条件整備や健康管理充実の</p>
--	--

<p>る。</p> <p>(八) 従業員の福祉の充実に関する事項 <u>従業員の労働条件の整備、作業環境の改善及び健康管理の充実のための支援、医療保険（国民健康保険又は健康保険）、年金保険（国民年金又は厚生年金保険）及び労働保険（雇用保険及び労働者災害補償保険）の加入等に係る啓発、組合員等の大多数の利用に資する福利厚生</u>の充実及び共済制度（退職金、生命保険等）の整備・強化に努めるものとする。</p> <p>(九) 事業の承継及び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、成功事例等の経営知識の情報提供及び後継者支援事業の促進に努めるものとする。</p> <p>(十) <u>食品関連情報の提供や行政施策の推進に関する事項</u> <u>国内外における食に関する最新の情報や行政施策の動向の把握、行政機関との連携等を通じた組合員等への適切な情報提供及び行政施策に基づく指導・支援に努めるものとする。</u></p> <p>2 行政施策及び政策金融による営業者の支援並びに消費者の信頼の向上 (一) 都道府県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<u>経営指導員、経営特別相談員等による具体的指導・助言等の支援を行うとともに、消費者からの苦情及び要望を組合を通じて個々の営業者に伝え、その営業に反映させるなど、消費者の信頼の向上に積極的に取り組むものとする。</u>また、保健所をはじめとする都道府県生活衛生営業関係部局と連携を図り、新規開業者及び未加入事業者に対する組合加入促進策を講じるものとする。</p>	<p>ための支援、組合員の大多数の利用に資する福利厚生の充実及び共済制度（生命保険等）の整備・強化</p> <p>(九) 事業の承継及び後継者支援に関する事項 <u>事業の円滑な承継に関するケーススタディ等経営知識の情報提供の促進、経営者及び後継者の意識改革並びに経営知識の向上を図るための講習会の開催</u></p> <p>2 行政施策及び政策金融による営業者の支援、<u>消費者の信頼性の向上</u> (一) 都道府県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・助言等の支援を行うとともに、消費者からの苦情や要望を組合を通じて個々の営業者に伝え、その営業に反映させるなど、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、保健所をはじめとする都道府県生活衛生営業関係部局と連携を図り、新規開業者等に対する組合加入促進策を講じるものとする。</p> <p>(二) <u>全国生活衛生営業指導センター</u>においては、<u>これらの都道府県指導センター</u>の取組を推進するため、消費者の意見も反映した営業者の経営改善の取組に役立つ<u>データの</u></p>
---	--

(二) 財団法人全国生活衛生営業指導センター（昭和五十五年三月二十四日に財団法人全国環境衛生営業指導センターという名称で設立された法人をいう。）においては、(一)の都道府県指導センターの取組を推進するため、消費者の意見も反映した営業者の経営改善の取組に役立つ情報の収集及び整理並びに営業者に対するこれらの情報提供、危機管理に関するマニュアルの作成、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。

(三) 国、都道府県等においては、すし店営業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を通じ、営業者に対し、食品衛生に関する指導監督、安全衛生に関する情報提供その他必要な支援に努めるものとする。

また、災害、事故等に際し、営業者が風評被害を受けることのないよう、適時、適切な対策を講じるものとする。

(四) 日本政策金融公庫においては、施設及び設備の改善等について、営業者が利用しやすい生活衛生資金貸付による融資の実施、災害時における相談窓口の設置等必要な支援を行うとともに、生活衛生関係営業に係る経済金融事情等の把握、分析及び関係団体への情報提供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 環境の保全及び食品循環資源の再生利用の推進

すし店営業は、仕入れた生鮮魚介類を店内で解体した上で調理するため、食品廃棄物が発生しやすいが、家族経営等の店が大部分であり、営業者が取り組む環境の保全やリサイクル対策が必ずしも十分ではなく、組合等が積極的に支援する必要がある。また、これらの対策は、住民の生活環境に身近な問題であ

収集・整備や営業者への当該情報の提供、苦情マニュアルの作成等に積極的に取り組むものとする。

(三) 国、都道府県等においては、すし店営業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督指導、情報の提供その他支援措置に努めるものとする。

(四) 国民生活金融公庫においては、施設・設備の改善等について、営業者等が利用しやすい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

すし店営業は、仕入れた生鮮魚介類を店内で解体した上で調理するため、食品廃棄物が発生しやすいが、家族経営等の店が大部分であり、営業者が取り組む環境の保全やリサイクル対策が必ずしも十分ではないため、組合等が積極的に支援する必要がある。また、これらの対策は、住民の生活環境に身近な問題であり、個々の営業者や組合だけではなく、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。

り、個々の営業者や組合だけではなく、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、すし店営業における食品循環資源を再生利用するための仕組みを構築するとともに、業種を超えた組合間で相互に協力し、組合員以外の営業者にも参加を促す等の普及促進を行い、すし店営業における環境の保全や食品循環資源の再生利用に関する取組を推進するよう努めるものとする。

これらの取組を通じて、すし店営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二十四年度までに四十パーセントに向上させるよう努め、食品循環資源の再生利用並びに食品残さの発生の抑制及び減量を推進するものとする。

二 省エネルギーの強化

営業者は、地球温暖化防止に資するため、エネルギー（電気、ガス等）の使用に際しては、温室効果ガス排出抑制に努めるものとする。また、店舗の改修、機器の購入及び更新に際しても、省エネルギー性能の高い機器の導入について配慮しなければならない。

三 少子・高齢化社会等への対応

すし店営業は、商店街にある店舗が大部分であり、地域に密着した業態であるといえる。営業者は、高齢者や障害者が住み慣れた地域社会で安心して充実した日常生活を営むことができるよう、バリアフリー対策に積極的に取り組むとともに、出前サービス、高齢者や障害者に配慮した食材を使用したメニューや少量メニューの開発など、高齢者社

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、すし店営業における食品資源等を再生利用するための体系を構築するとともに、業種を超えた組合間で相互に協力したり、組合員以外の営業者にも参加を促す等の普及啓発を行い、すし店営業における環境の保全やリサイクル対策に関する取組を推進する。

これらの取組を通じて、すし店営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並びに食品廃棄物の発生の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、これらの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 高齢社会への対応

すし店営業は、商店街にある店舗が大部分であり、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、足腰の弱い高齢者や障害者でも気軽に立ち寄れるよう、バリアフリー化、出前サービス等に積極的に取り組むとともに、高齢者が食べやすい食材を使ったメニューの開発など、高齢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

会における幅広い取り組みが期待される。
また、営業者は、すし店営業の施設が身体障害者補助犬法（平成十四年法律第四十九号）において身体障害者が同伴する身体障害者補助犬の入店を拒否できないことを十分に認識し、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るものとする。また、高齢者、障害者、妊産婦等に対して優しい環境の実現、受動喫煙の防止、優先的な席の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、健康づくりのための食育を積極的に取り組むことが期待される。具体的には食文化の継承のための食事マナー、調理方法の普及等を通じて、地域における食生活の改善、食品の安全性に関する知識の普及等の支援に努めるものとする。

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、店内の分煙や喫煙時間の設定を含む禁煙等、受動喫煙を防止するために必要な措置を講ずるよう努めるものとする。また、酒類を提供する営業者は、飲酒運転の防止に貢献するために必要な措置を講ずるよう努めるものとする。

六 地域の共生

営業者は、地域社会における行事等に積極的に参加し、地域住民に対してすし店営業の店舗の存在、提供する商品やサービスの内容をアピールする機会を設けるものとする。例えば、地域における街づくりへの積極的な参加や、地域における防犯活動の推進に対する協力、地震等の大規模災害が発生した場合の地域住民への支援の展開など、様々な地域社会活動の一翼を担い、地域と共生していくことが期待される。

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

すし店営業は、主に地域の商店街において、地域を支える文化生活拠点となっており、地元の一員として、また、地域住民の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、まち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。

<p><u>このため、組合及び連合会においても、地域の自治体等と連携しながら、社会活動を企画し、指導又は援助を行うことができる指導者の育成に積極的に取り組むとともに、営業者を支援することが期待される。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り組みを支援することが期待される。</u></p>	
--	--