○食肉販売業の振興指針

（平成十八年二月七日）
（厚生労働省告示第十八号）

生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律（昭和三十二年法律第百六十四号）第五十六条の二第一項の規定に基づき、食肉販売業の振興指針（昭和六十年厚生省告示第二百一号）の全部を次のように改正し、平成十八年四月一日から適用する。

食肉販売業の振興指針

食肉販売業の営業者は、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、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。また、より高い消費者の利便への対応等の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ず、十分な成果を得るまでに相当な時間を要する面がある。このため、生活衛生同業組合（以下「組合」という。）及び全国食肉販売業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、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、食肉販売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、食肉販売業が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、真の豊かさを実感できる国民生活の実現、地域社会づくりへの貢献など、食肉販売業の役割を増大させ、新たな発展の可能性をもたらすものである。

第一　営業の振興の目標に関する事項

一　食肉販売業を取り巻く環境

食肉販売業は、主に地域の商店街における食肉の小売専門店として、家庭の食卓に欠かせない食材を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、これまでの景気の低迷による先行不安感、スーパーマーケットの展開又は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、食肉販売業を取り巻く経営環境は、極めて厳しいものとなっている。さらに、近年、牛海綿状脳症（ＢＳＥ）の国内での発生等により食肉の安全性や信頼性に対する国民の関心が高まってきていることから、トレーサビリティー等の情報提供に積極的に取り組む必要が生じるなど、食肉販売業においても、消費者に対して納得し、安心して購入してもらえる環境を築く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、営業者の高齢化による後継者問題が見られるとともに、高齢者層の顧客の増加への対応も求められている。

二　今後五年間（平成二十二年度末まで）における営業の振興の目標

食肉販売業の多くは、店頭において生肉又は加工食品を販売しているため、病原微生物等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。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。

一方、食肉は、国民の食卓に欠かせない食材であり、営業者は、食肉専門店として、銘柄や産地等にこだわった食肉及び食肉関連商品を提供し、その独自性を発揮することにより、今後とも、国民生活の向上に貢献する余地は大きい。

また、牛海綿状脳症（ＢＳＥ）が国内で発生したことを受けて、牛の個体識別のための情報の管理及び伝達に関する特別措置法（平成十五年法律第七十二号）が制定され、牛肉のトレーサビリティー制度が整備されたところであり、食肉の産地、種類、加工方法等商品の品質に対する消費者の依然として高い関心を受けて、正確かつ詳細な情報の提供を行うことが求められている。

営業者は、これらを十分に認識し、衛生水準の向上、鮮度管理の徹底、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、食肉に対する消費者の理解及び信頼の向上を図ることを目標とする。

第二　食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

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、食品衛生法等の衛生規制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、食品衛生管理者の活用や加工機器、容器等の衛生管理の改善に取り組むことが必要である。

さらに、営業者は、消費者が納得し、安心して購入できる商品を提供するために、店舗及び従業者の着衣等を清潔に保ち、従業者の健康管理を行うとともに、商品の衛生的取扱いにも留意し、食中毒等食品衛生上の問題の発生を防止することが必要である。

また、営業者は、衛生管理状況の自主点検を行い、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を顧客に対し積極的に周知することが必要である。特に、従業者の清潔な着衣の使用、手洗いの励行、店舗の清掃等により、顧客に不快感を感じさせ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重要である。

特に、対面販売している食肉販売店の多くは、生肉、内臓等の副生物及び食肉加工食品（ハム、ソーセージ等）を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などの観点から、常に衛生上の注意を払うことが必要であり、これらに関する設備については、可能な限り、三年ないし四年に一度は見直しを行うなど、定期的かつ積極的な改善に取り組むことが必要である。

また、食肉は、鮮度の管理を徹底することが重要であるので、冷蔵設備、加工機器、容器等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。

2　経営課題への対処に関する事項

個別の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食材を提供し、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）経営方針の明確化及び独自性の発揮に関する事項

営業者は、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、自店の立地条件、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。

また、営業者が経営の安定を図るためには、周囲の競合店の状況に関する情報の収集、他店のサービスとの比較等を行い、良質なサービスや付加価値の高い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重要である。

（二）消費者に対する情報提供の推進に関する事項

食品の安全性及び信頼性に対する消費者の関心の高まりを踏まえ、営業者は、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、展示及び包装方法を工夫することにより、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ものとする。

また、消費者からの商品に関する疑問及び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ものとする。

（三）施設及び設備の改善に関する事項

営業者は、自店が食品を提供する営業施設であることを十分認識し、定期的な内外装の改装に努めるとともに、客層、経営方針、店の規模等に応じ、各店舗の特性を踏まえて清潔な雰囲気の醸成、高齢者等に配慮したバリアフリー対策の実施など施設及び設備の改善に努める必要がある。

また、営業者は、顧客の増加、作業能率の向上、消費者の安全衛生及び従業者の労働安全衛生の確保のため、施設、冷凍設備等の適正かつ適切な整備を図るとともに、消費者の要望の充足、省エネルギーの推進等、合理的かつ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ことが重要である。

（四）家族経営及び対面販売の利点の発揮に関する事項

家族経営の店は、店主を中心とした家族従業者に支えられており、経営に関する問題意識を従業者間で共有しやすく、地域に密着した長期的な視点に立った経営が可能である。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ができる。家族経営及び対面販売を特徴とする店は、このように大型店とは異なる利点を有しているので、これを十分に発揮することが望まれる。

（五）後継者の確保及び経営の健全化に関する事項

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、子供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、個々の営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、業に対する興味及び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、施設及び設備の更新、経営形態の見直し等の経営健全化方策と一体的にとらえることが重要である。

（六）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、パーソナルコンピュータを使用した顧客管理情報のデータベース化により、季節に応じた商品、誕生日又は記念日に合わせたサービス等について顧客にダイレクトメールを郵送し、また、ホームページを使用し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、情報通信技術の活用を進めることも必要である。

（七）経営診断の活用に関する事項

特に、小規模経営の店では経営者や従業者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。

（八）個人情報の管理に関する事項

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を取り扱う事業者となるとは限らないが、同法の趣旨を踏まえ、顧客情報の管理に当たっては、適正に対応することが必要である。

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、商品の品質を保持するために必要な新技術の研究及びポスター等による消費者に対する広報の推進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の推進に努めるものとする。

（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

商品の適正表示及び苦情対応に関するマニュアルの作成及び普及啓発、消費者の利便及び信頼の向上のために必要なトレーサビリティーの推進、生産者、生産

地等に関する情報の収集及び提供並びに消費者調査に基づく消費者の嗜好の的確な把握に努めるものとする。

（四）経営管理の合理化及び効率化に関する事項

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及び食肉販売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の提供に努めるものとする。

（五）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に努めるものとする。

（六）事業の共同化及び協業化に関する事項

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。

（七）仕入れ方法の工夫及び取引関係の改善に関する事項

良質な食材を消費者に提供するために必要な生産者、処理加工業者等との連携の強化及び交流の促進、共同購入事業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に努めるものとする。

（八）従業者の福祉の充実に関する事項

従業者の労働条件の整備や健康管理の充実のための支援、組合員等の大多数の利用に資する福利厚生の充実並びに共済制度（退職金、生命保険等）の整備及び強化に努めるものとする。

（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成功事例等を含めた経営知識の情報提供の促進に努めるものとする。

2　行政施策及び政策金融による営業者の支援及び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て、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。

また、保健所を始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。

（二）財団法人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、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、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、食肉販売業に対する消費者の信頼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、食品衛生に関する監督指導、情報提供等必要な支援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　環境の保全及びリサイクル対策の推進

営業者は、仕入れた食肉を店内で解体、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が必ずしも十分でなく、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り、個々の営業者や組合だけではなく、地域の自治体及び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、食肉販売業における食品循環資源等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などの普及啓発を行い、食肉販売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、食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努め、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を推進するものとする。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、生活衛生資金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　少子高齢社会への対応

食肉販売業は、商店街にある店舗が多いため、地域に密着した業態であるといえる。営業者は、長年の顧客を大切にし、足腰の弱い高齢者や障害者が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ように工夫をした食材の提供、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の提供等少子高齢社会における幅広い取組が期待される。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資金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　食育への対応

食肉販売業は、国民の食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の推進に積極的に取り組むことが期待される。具体的には、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。

四　地域との共生

食肉販売業は、主に地域の商店街において、食卓に欠かせない良質な食材を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は、地域の自治体等と連携しながら、社会活動を企画し、指導又は援助できる指導者の育成に積極的に取り組むなど営業者を支援することや、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。