

厚生科学審議会生活衛生適正化分科会 第18回議事録

厚生労働省健康局生活衛生課

第18回 厚生科学審議会生活衛生適正化分科会
議事次第

日 時：平成24年7月5日（木）17:00～19:10

場 所：全国生衛会館 大研修室（4階）

1. 開 会

2. 議 題

（1）諮問及び審議

- ・食鳥肉販売業の経営実態について
- ・生活衛生関係営業の節電行動の徹底を図るための基本的な考え方について

（2）その他

3. 閉 会

○山内課長補佐 それでは、定刻になりましたので、ただいまから第18回「厚生科学審議会生活衛生適正化分科会」を開催させていただきます。

委員の先生方におかれましては、御多用中のところ、本分科会に御出席いただきまして、誠にありがとうございます。

本日は、柿沼委員、高寺委員、田山委員、西尾委員、長谷川委員、濱田委員、氷川委員、藤野委員、山本委員から欠席される旨の御連絡をいただいております。

また、相澤委員からは30分ほど遅れる旨の御連絡をいただいております。

委員総数23名中、現在12名の委員の先生に御出席をいただいておりますので、厚生科学審議会令第7条第1項の規定により、本日の会議は成立いたしますことを御報告申し上げます。

それでは、外山健康局長よりごあいさつを申し上げます。よろしくお願いいたします。

○外山健康局長 健康局長の外山と申します。

本日は、先生方、大変お忙しい中、御参集いただきまして、誠にありがとうございます。

本分科会は、生活衛生関係営業の振興指針や生活衛生関係営業に関する重要事項の調査審議についての御審議をいただくために設置しております。

本年度は、諮問書にございますように、食鳥肉販売業の振興指針を審議事項としております。また、生活衛生関係営業の節電行動の徹底を図る観点からの御審議をお願いしております。

振興指針につきましては、平成25年度から5年間の食鳥肉販売業の振興を図るための指針となるもので、各生活衛生同業組合におかれましては、指針を基に組合員の営業の振興を計画的に推進するため、振興計画を策定することとなるわけでございます。今回の振興指針の改定に当たりましては、各営業の経営実態を踏まえるとともに、戦略性を高めまして、簡潔でメッセージ性の高い内容とするため、関係業種の経営実態等について御審議をいただく会を、本日設けさせていただきます。

また、この夏の電力の需給対策につきましては、政府方針として、関係者に協力いただく必要がありまして、生活衛生関係営業についても、節電行動の徹底とともに、節電行動に伴う新たな需要の取組みを図るための基本的な考え方について、おとりまとめのほどをお願いしたいと思っております。

最後になりましたが、本日お集まりいただいた委員の皆様方におかれましては、幅広い観点からの御議論を賜りますようお願い申し上げます。簡単でございますけれども、私のごあいさつとさせていただきます。

○山内課長補佐 それでは、議事に入ります前に、私から、本日、御出席の本審議会の委員につきまして、御紹介申し上げたいと思います。お手元に委員名簿と座席表がございますので、これに基づき御紹介させていただきたいと思います。

財団法人日本消費者協会消費生活コンサルタントでいらっしゃいます、市川まりこ委員でございます。

東京女子医科大学国際環境熱帯医学講座主任教授でいらっしゃいます、遠藤弘良委員でございます。

全国理容生活衛生同業組合連合会理事長でいらっしゃいます、大森利夫委員でございます。

全国飲食業生活衛生同業組合連合会女性部会会長でいらっしゃいます、木村美智江委員でございます。

社団法人全国生活衛生同業組合中央会専務理事でいらっしゃいます、小宮山健彦委員でございます。

早稲田大学商学学術院教授でいらっしゃいます、武井寿委員でございます。

株式会社日本政策金融公庫常務取締役でいらっしゃいます、中村吉夫委員でございます。

東海大学教養学部教授でいらっしゃいます、原田一郎分科会長でございます。

日本労働組合総連合会社会政策局部長でいらっしゃいます、林俊孝委員でございます。

全国すし商生活衛生同業組合連合会会長でいらっしゃいます、山縣正委員でございます。

主婦連合会会長でいらっしゃいます、山根香織委員でございます。

生活協同組合パルシステム東京理事長でいらっしゃいます、吉森弘子委員でございます。

次に意見聴取人を御紹介させていただきます。

全国食鳥肉販売業生活衛生同業組合連合会会長でいらっしゃいます、井元弘意見聴取人でございます。

財団法人全国生活衛生営業指導センター指導調査部長でいらっしゃいます、柴崎義雄意見聴取人でございます。

審議会に御参画いただく方々は、以上でございます。

それでは、お手元の資料の御確認をさせていただきます。

議事次第、委員名簿、座席表、配付資料一覧のほか、資料1が「諮問書（写）」。

資料2が「付議書（写）」。

資料3が「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（抄）」。

資料4が「平成21年度生活衛生関係営業経営実態調査報告（食鳥肉販売業）」。

資料5が「食鳥肉販売業の実態と経営改善の方策」。

資料6が「食鳥肉販売業を取り巻く状況について」。

資料7が「平成23年度振興指針改定方針」。

資料8が「生活衛生関係営業の節電行動の徹底を図るための基本的な考え方について（案）」。

資料9が「生活衛生同業組合の活性化を通じた衛生水準の向上と営業の振興」。

参考資料といたしまして、参考資料1が「第17回厚生科学審議会生活衛生適正化分科会議事録」。

参考資料2が「厚生労働省設置法（平成11年法律第97号）（抄）」。

参考資料3が「厚生科学審議会令（平成12年政令第238号）」。

参考資料4が「厚生科学審議会生活衛生適正化分科会所掌事務」。

参考資料5が「厚生科学審議会規定」。

参考資料6が「食鳥肉販売業の振興指針（現行）」。

参考資料7が「飲食店営業（一般飲食業、中華料理業、料理業及び社交業）及び喫茶店営業の振興指針」。

参考資料8が「新聞記事（節電関連）」。

参考資料9が「今夏の節電目標の改定方針について」。

参考資料10が「今夏の電力需給対策について」。

そのほかに、市川委員からの御希望で、2つの資料をお手元に配付させていただいてございます。新聞記事といたしまして、題として「生レバー未練タラレバ」。それから「放射線殺菌について」と表題のついた資料でございます。

資料及び参考資料は、以上でございます。欠落等がございましたら、事務局までお申し出いただきたいと思います。よろしいでしょうか。

それでは、ただいま遅れておいでになりました、お二人の委員の先生を御紹介させていただきます。

北里大学副学長でいらっしゃいます、相澤好治委員でございます。

青山学院大学経営学部教授でいらっしゃいます、三村優美子委員でございます。

それでは、以降の議事進行につきましては、原田分科会長にお願いしたいと思います。よろしくお願いいたします。

○原田分科会長 本日もお忙しいところ、お集まりいただきまして、本当にありがとうございます。特に蒸し暑い中、お集まりいただきまして、恐縮に思っております。

それでは、前回に引き続きまして、議事進行のお手伝いをさせていただきたいと思います。

恐縮でございますが、座ってやらせていただきたいと思います。

本日の議事は、お手元でございますように、まず「食鳥肉販売業の経営実態について」御審議をいただきたいと思います。その後「生活衛生関係営業の節電行動の徹底を図るための基本的な考え方について」今年の夏の電力需給対策等を踏まえて、答申案を事務局に準備してもらいましたので、それに基づきまして、委員の皆様方に御意見をいただき、御論議をいただいて、それを取りまとめていきたいと思っております。

それでは、まず事務局に御説明をお願いしたいと思います。よろしくお願いいたします。

○山内課長補佐 それでは、御説明いたします。お手元の資料1をごらんいただきたいと思います。表題に「諮問書（写）」と書かれたものでございます。

表紙をおめくりいただきまして、こちらに2通の諮問書がございます。厚生労働大臣から厚生科学審議会会長に対しまして、食鳥肉販売業の振興指針の改正についての諮問、今夏の電力需給対策に基づき、生活衛生関係営業の節電行動の徹底についての諮問、この2つについて諮問がなされてございます。

次にお手元の資料2をごらんいただきたいと思います。表題に「付議書（写）」と書かれたものでございます。

表紙をおめくりいただきまして、こちらにも付議書が2通ございます。こちらは厚生科学審議会会長より、本生活衛生適正化分科会長に諮問の付議がなされているものでございます。本日はこの付議に基づきまして、御審議をお願いするものでございます。

以上でございます。

○原田分科会長　ありがとうございます。

それでは、議題（1）に入っていきたいと思いますが「食鳥肉販売業の経営実態について」事務局から資料等に基づきまして、御説明をよろしくお願いいたします。

○山内課長補佐　それでは、御説明いたします。

先ほど御説明を申し上げましたように、本分科会に対しまして、親審議会から食鳥肉販売業の振興指針の改正につきまして、付議がございましたので、次回、第19回分科会におきまして、振興指針の改定案の御議論をいただくこととなりますけれども、本日は振興指針の改定に当たりまして、まず改定方針を御確認いただき、その後、振興指針の改定に先立ち、生活衛生課で実施いたしました、食鳥肉販売業の経営実態調査等の資料につきまして、御紹介を申し上げたいと考えてございます。

まず振興指針の改定方針についてでございますが、お手元の資料7をごらんください。表題に「平成23年度振興指針改定方針」と書かれているものでございます。こちらは、本年2月に飲食店営業及び喫茶店営業の振興指針を改定する際にも、御確認をさせていただきました改定方針でございますけれども、改めまして、ここで簡単に御説明をさせていただきますと思います。

お手元の参考資料6は、前回の食鳥肉販売業の振興指針でございますけれども、こちらにございますように、営業の振興の目的やその目的を達成するための営業者が取り組むべきこと、あるいは営業者に対する支援などといった内容が、文章としてつらつらと書き連ねられたものになってございます。しかし、ここに書かれております内容をすべて振興計画に盛り込まなければ、計画として成り立たないということであるかということ、そうでもございませんので、物によっては営業者の皆さんの状況に応じ選択的に、また衛生問題のように、全営業者に必須で取り組んでいただく必要があるものがございますので、そのような形に対応するというので、振興指針を改めることといたしまして、平成22年度から振興指針の改定方針をきちっと定め、その方針に従って改定を行うことになっているところでございます。

それでは、資料7の中身をごらんいただきたいと思います。

表紙をおめくりいただきまして、3ページ目をごらんいただきますと「平成23年度振興指針改定方針」が並んでございます。

左側の囲みにございますのが、平成22年度から改めました、当初から継続をした改定方針が3点ございます。中身といたしましては、連続性の強化、戦略性の強化、役割の明確

化の3点です。

それから、平成23年度に重点事項として追加したものが、右側の囲みにございます。生活衛生同業組合の活性化（「絆」による支え合い）、地域コミュニティの再生・強化（商店街の活性化）、東日本大震災への対応と節電行動の徹底。

この3点を合わせ6点の柱が改定方針と定められてございます。

4ページ目の右の点線で囲まれた部分にございますように、昨年度はこの改定方針を明確にした上で、飲食店営業等の振興指針の改定が行われ、平成24年度以降、つまり今年度以降も同様に改定方針を明確にして改定をするということが、本年2月に確認されてございます。

改定方針につきましては、簡単でございますが、以上でございます。

次に先ほど少し申し上げましたが、振興指針の改定に先立ちまして、生活衛生課で食鳥肉販売業につきまして、経営実態調査を平成21年度11月1日時点で行ってございます。それをまとめたものが、お手元の資料4の報告書でございます。多少分厚い資料でございます。

また、この調査報告書を基に中小企業診断士に依頼をいたしまして、分析をしてもらい、経営の改善に向けてさまざまな提案をしていただいております。それが資料5にございます「食鳥肉販売業の実態と経営改善の方策」でございます。

これから食鳥肉販売業を取り巻く状況につきまして、御紹介したいと思っておりますけれども、時間も限られておりますので、先ほどの調査報告書とは別様で、実態調査のデータやその他総務省あるいは日本食鳥協会などの統計データなども引用して、資料6にまとめてございますので、そちらを使って御説明をさせていただきたいと思っております。お手元の資料6をごらんください。表題に「食鳥肉販売業を取り巻く状況について」と書かれた資料でございます。

2ページ目にございますグラフでございますが、鶏肉を含む肉類の年間1人当たりの消費状況について、総務省の家計調査報告に基づき作成をしたグラフでございます。

緑色の線が牛肉でございますけれども、牛肉を見ますと、平成12年、13年でBSE問題が発生したということで、急激な消費の減少が起こってございますが、それを除きますと、おおむねなだらかに減少している中、青色の豚肉、あるいは赤色の鶏肉につきましては、徐々にではございますが、消費が増えてきている状況がわかります。

3ページでございますけれども、平成23年度の鶏肉、牛肉、豚肉の流通量の割合を示したグラフでございます。2ページのグラフでは、単価の安い鶏肉が、消費額としては一番下に位置した形になってございますけれども、流通量で見れば、鶏肉が全体の4割以上を占め、最も多く流通していることを示してございます。

4ページから6ページまでは、日本食鳥協会がインターネットを使用して行いましたアンケート調査の結果をグラフにして載せてございます。

4ページの左のグラフをごらんいただきますと、鶏肉の購入頻度でございます。アンケ

ート回答者の9割近くが、1週間に1回以上の鶏肉の購入を行っているという回答をしています。

また、右側のグラフをごらんいただきますと、これは鶏肉を購入する店でございます。購入先としては、9割以上の方がスーパーで購入をすると回答してございます。

表題が間違っておりまして「鶏肉（正肉）を購入する店」となっておりますが「よく購入する鶏肉（正肉）の部位」でございます。失礼いたしました。混乱をして申し訳ございません。4ページ目のところは、この表題が正しいです。

5ページの「鶏肉（正肉）を購入する店」というところにつきましては「よく購入する鶏肉（正肉）の部位」という表題でございます。また、御説明をする際には、再度、申し上げさせていただきます。

先ほどの「鶏肉（正肉）を購入する店」のところに戻らせていただきますけれども、スーパーが9割以上でございますが、それに比べて、ぐっと減りはしますけれども、15%の方が食肉販売店で購入しているという回答をさせていただきます。

5ページ目、左のグラフ「鶏肉（正肉）の購入理由」をごらんいただきますと、価格が安い、あるいは料理がしやすいなどといった手軽さが、特に若者を中心として挙げられているということでございます。

また、年配層には、健康志向や安全といった理由も多く見受けられるということでございます。

5ページ目の右側は、先ほど申しましたように「よく購入する鶏肉（正肉）の部位」でございますが、大変多く出ておりますのは、もも肉、むね肉といったところでございます。

6ページ、左のグラフは「鶏肉をたべたくなるきっかけ（接触メディア）」と表題がついたものでございますけれども、食べたくなるきっかけといたしましては、上位2つがテレビ番組、テレビCMといったテレビの影響力が非常に高い数字となっております。また、インターネットや販売店のチラシなどといった媒体もそれなりの数字が出ており、費用対効果の点では無視できない影響力を持っていると考えられます。

ちなみに、テレビの数字が高いことにつきましては、チェーン店のCMなどの影響も考えられますし、本調査がインターネットで行われたことを考えますと、インターネットの数字が高目に出ていることも考えられるところでございます。そういった意味では、販売店のチラシの効果について、思った以上に高い数字が出ていると思ってよろしいのではないかと考えてございます。

7ページ目以降につきましては、生活衛生課で行いました経営実態調査報告からデータを引用したものでございます。

7ページ目の左上の円グラフでございますが、経営主体につきましては、個人経営が半数以上を占めている状況でございます。

また、左下のグラフにございますように、鳥肉販売業を専業とする営業者が8割近くを占めている状況でございます。

右上の創業年のグラフを見ますと、30年以上も営業を続ける店が7割以上を占めている。

この結果を受けまして、中小企業診断士の分析によりますと、30年以上の営業店が全体の7割強を占めており、経営によるノウハウと専門性向上への有意性、顧客密着度の有意性など、顧客満足への道筋ができているという分析をしています。

右下の経営者の年齢階級のグラフを見ますと、経営者の6割以上を60歳以上の高齢者が占めており、50歳以上では8割以上と、非常に高齢者割合が高くなっている状況でございます。

8ページ、左上の後継者の有無についてのグラフによりますと、半数を超える割合で後継者がいないという状況になってございます。

今、御紹介いたしました後継者の状況のデータ、7ページで御紹介いたしました経営者の高齢化のデータを踏まえまして、中小企業診断士からは、事業承継対策への不安が浮き彫りとなっており、業界として、今後の協力体制づくりが期待されるとの分析をいただいております。

先ほど4ページの右のグラフで見ていただきましたように、消費という観点では、スーパーで鶏肉を購入する割合が非常に高いというデータがございましたが、経営の観点で鶏肉を取り扱う店舗の状況を調べますと、8ページ目の左下のグラフにございますように、独立店舗が約4分の3を占めており、百貨店、スーパーなどへの出店は1割未満という状況でございます。

また、卸売・小売の別を見ますと、右上のグラフにありますように、小売のみが半数近くあり、卸売との併用で見ますと、8割近くが小売を行っている状況にございます。

この状況を踏まえまして、中小企業診断士からは、小売店等と業務用卸を通じて、地域消費者との密着度を高めていく必要があります、適正表示、良質な商品、清潔な売り場環境、安全・安心などのサービス提供によって、地域からの信頼を高めている店舗も多く、今後もこれらのサービス提供の仕方の工夫により、安定した経営基盤を築くことが期待されるとの分析をいただいております。

8ページ、右下のグラフをごらんいただきますと、従業員の規模でございますが、5人未満の中小零細な営業者が半数を占めていることが示されてございます。

9ページをごらんいただきますと、左のグラフに生鮮肉の仕入れ先についてでございます。圧倒的に卸売業者からの仕入れが多いことがわかります。

また、右側のグラフ、保有する設備については、調理関係の設備の保有が上位2位を占めてございまして、次いで、駐車場となっております。また、高齢の経営者が多いことから、電子決済系の設備はほとんど普及していない状況も見てとれます。

10ページでございますが、左側のグラフに経営上の問題点がございまして。客数の減少が最も多く、次いで、施設の老朽化、材料費の上昇、立地条件の悪化などが続いております。

また、右側のグラフ、今後の経営方針についてでございますが、接客の充実、価格の見

直し、施設の改装などといった前向きなものも多く見受けられますけれども、4番目にございます廃業、数は大変少ないですが、右側から4番目に転業といったものも見受けられます。また、特になし回答された営業者の方が24.7%と、全体で2番目に多いことも目を引くところでございます。

11ページでございますが、2つとも、配達サービスを行っている販売店についてのデータでございます。配達サービスを実施している食鳥肉販売店につきましては、グラフとしてこちらには載せておりませんが、配達サービスを実施している店舗は、全体の6割以上でございます。配達先につきましては、11ページの右側でございますように、1番目に飲食店、3番目に施設等の食堂と、食事を提供する店舗への配達が大きな割合を占めているところがございます。また、小売店、個人に対して販売をするものもございます。

今、申し上げました配達サービスの実施状況や、10ページの経営上の問題点で、客数の減少が最も多いという回答がございましたことを踏まえまして、中小企業診断士からは、客数の増加対策などサービスの向上策を図る必要があるという分析をいただいております。

最後に12ページ目でございますが、食鳥肉販売業の営業者の販売員数や、各種利益率などの平均数値を載せてございます。参考としてごらんいただければと思っております。

○堀江生活衛生課長 ちょっと追加させていただきます。

○原田分科会長 よろしくお願ひいたします。

○堀江生活衛生課長 本日はありがとうございます。生活衛生課長でございます。

今、説明がありましたように、食鳥肉販売業というのは、最終消費者でないお店に物を売っているという意味では、食生活衛生の中では、特性があるところがございます。また、個人経営が半分強ということでございますから、一般の世の中、今、雇用が大事と言っておりますけれども、むしろ自営の部分が大変多いというところが1つございます。これは生活衛生全体に共通した特性でございますけれども、一般の事業所とは少し異なる特性になっているんだと思います。

先ほど課長補佐から、資料7、23年度振興指針の改定方針について説明させていただきましたけれども、24年度の話をするときに、23年度の話をして、どういう脈絡になっているのかというところがちょっとわかりづらかったので、補足させていただきます。

22年度まで、この審議会は年に1回の形で進めておりました。2月とかその辺に開催いたしまして、諮問して、その日に答申をいただくところまでもっていくというやり方をしておりました。それについては、やはり諮問をして、1回は意見をいろいろ出していただいて、それらを踏まえて改定をした方がいいだろうということで、昨年度から2回にしてございます。

そういう意味で、22年度は1回しかできなかったわけでございますけれども、改定方針として、連続性、戦略性、役割の明確化、とりわけこれまでの5年間はどうかだったんだろうという部分を振り返って、新しい5年間でどういうふうにしていくんだという部分が、

連続性という意味では少しなかったのと、またデータも余り記載されていなかったという辺りで、連続性ですとか、戦略性ですとか、使えるツールとして役割を明確化しようということで、方針を出したわけでございます。

23年度の方針というところで、先ほど生活衛生同業組合の活性化、地域コミュニティの再生・強化などを御説明申し上げましたけれども、去年のこの時点では、その話はなくて、言わば去年の夏の会で話した内容をいろいろ踏まえながら、冬、今年2月の時点での審議会で、夏の議論を踏まえて、こういうことを今回は強調したいと思いますということで、改定方針としてお諮りして、ある意味3項目、22年度強調していたものに、もう3項目ぐらい重点的なポイントを置いて議論しましたということで、それらを含めて、今日、資料7に23年度の改定方針ということでお出ししたものでございます。

ですから、今日、全国食鳥肉販売業生活衛生同業組合の井元会長様にもお見えいただいていますけれども、いろいろと御議論いただいて、今日出てきたようなことを踏まえて、24年度は追加的にこんなことにしてはいかがでしょうかということを分科会長と御相談して、恐らく来年1月とか2月に開催させていただく審議会の場で、そういった方針を追加して、あるいは今までの方針を変えながら御審議を賜って、いい振興指針にできたらいいと考えているところでございます。

ありがとうございました。

○原田分科会長　ありがとうございます。

○山内課長補佐　続きまして、これら食鳥肉販売業を取り巻く状況を踏まえまして、中小企業診断士に御依頼申し上げて、経営改善に向けて、さまざまな提案をしていただいておりますので、御紹介させていただきたいと思います。

資料5「食鳥肉販売業の実態と経営改善の方策」と表題のついたものでございます。

こちらをずっと先に進んでいただきまして、49ページに「(2) 食鳥肉販売業経営改善のポイント」として、先ほど御紹介しましたようなデータを基に分析を行い、49ページの1ページでまとめてございます。先ほどデータを御紹介した際に、中小企業診断士からはこういう提案をされてございますという形で、おおむね御紹介をさせていただきましたので、49ページにつきましての説明は省略させていただきたいと思います。

50ページでございますが、資料6の10ページで御紹介いたしましたように、経営上の問題点などのデータから、経営の問題点及び課題を整理いたしまして、中小企業診断士の先生に6点並べていただいております。「ア 客数の増加対策」「イ 注文の増加対策」「ウ 施設・設備の更新対策」「エ 立地条件の悪化」「オ 地域との共生」「カ 後継者難」などの問題点、課題に対応する経営を改善する方策といたしまして、51ページの中段以降、中小企業診断士による提案を書き連ねてございますので、こちらを御説明させていただきたいと思います。

「③ 経営改善の方法」と表題のついた部分でございます。

「ア 客数の増加対策」につきましては、3点の提案がございます。

1つが、客数が減少した理由をしっかりと把握し、認識すること。

2つ目が、営業上の強みを認識し、強みを全面に打ち出し、販売促進策を組み立てること。

3番目といたしまして、価格志向、高品質志向、安全健康志向といった顧客ニーズに対する真摯な取組みを行うこと。

この3点につきまして、御提案をいただいております。

書かれていることを概略として説明させていただいておりますので、文章そのままにはなってございません。

52ページ目には「イ 注文の増加対策」として、客数の増加対策と併せて、客単価の上昇策を講じる必要が提案されております。

そのための取組みといたしましては、2点ございまして、1つは業態の取組み。業態とは、売り方を考えることだそうでございますけれども、具体的には、販売促進活動に役立つ調理方法や食中毒情報などの情報を、自分の店に合わせて編集し、POPやポスター、チラシなどに活用するというのが1つでは。

2つ目は、IT受注と配達サービスということで、資料6の9ページで御紹介をいたしましたけれども、保有している設備の状況にもございましたように、パソコンなどのインターネット端末の保有につきましては、2割弱と低い状況がございますが、今後の消費者の購買行動としては、インターネット活用が増えていくことが考えられますので、IT活用を避けては通れないということでございますし、消費者の利便性を図る観点から、配達サービスの実施も、特に小売において、更に高めていくことが求められるという提案がされてございます。

53ページをごらんいただきますと「ウ 少子高齢化への対応」につきましては、高齢者世帯や若者層、そういった世代を中心といたしまして、非調理世帯の拡大と、惣菜への需要の増大が今後可能性として見込まれる。これに対して、高齢者へのサービスとして、御用聞きと配達サービス、高齢者メニューの開発提供などといったことの提案がされてございます。

「エ 施設・設備の更新対策」につきましては、客数を増やし、客単価を高めるために、日本政策金融公庫の融資制度を活用するなど視野に入れて、改善に適切に取り組む必要があるという提案をしております。

「オ 立地条件の悪化対策」につきましては、顧客の変化に合わせて営業方法を変え、対面販売でのコミュニケーションや、お客様カードなどにより顧客の声に耳を傾け、顧客に合わせた工夫を行うことへの期待が提案されてございます。

「カ 地域との共生対策」につきましては、身近な問題として、JAS法による食品表示問題と景品表示法による二重価格表示問題に対応する形で提案が行われてございます。食品表示問題につきましては、地域の商工会議所や商工会のセミナーなどに参加し、理解を深め、適正表示に取組み、顧客信頼度を高めて利益向上を図るということや、所属する生活

衛生同業組合の販売促進支援活動を通じて、自店舗の経営品格を高めることが提案されてございます。

54ページでございますが、二重価格表示問題につきましては、中段の「ii 二重価格表示による販促活動」と表題のついたところでございますけれども、平成12年に公取委からタイムサービスを行う場合の二重価格表示につきましては、通常、不当表示に該当するおそれはないと考えられるとの見解が示されてございますので、タイムサービスや日替わりサービスなどの販売促進策は、POPなどを積極的に活用して、顧客増加と売上向上、在庫効率化などを図りつつ、利益拡大に取り組むことが提案されてございます。

最後に55ページでございますが「キ 後継者問題」につきましては、一経営者の問題として片づけず、業界として対策を講じていく時期に来ており、ハッピーリタイアメントと同業協力者の業容拡大をセットとした対策に取り組んでいくことを期待するという提案がございまして。

以上、中小企業診断士の提案を参考としつつ、食鳥肉販売業の振興指針の策定に向け、御議論、御検討を願えればと思っております。

事務局からは以上でございます。

○原田分科会長 ありがとうございます。

今、事務局から説明をしていただきましたけれども、食鳥肉販売業の経営実態に関しまして、今、説明してもらったことを土台にして、審議に入っていきたいと思いますが、関連する事柄で、補足説明あるいは御質問、御意見、コメントも含めて結構だと思いますが、何かございましたら、御発言をいただきたいと思いますが、いかがでいらっしゃいますか。

少し関連性があればいいと思いますが、市川委員から、皆様のお手元に書類を配付していただいて、補足説明をしたいという御意見があったようなんですが、それでよろしいでしょうか。お願いいたします。

○市川委員 ありがとうございます。

皆様のお手元への資料の提供につきましては、事務局に御相談申し上げました。許可をいただきまして、配付させていただきました。

7月からレバーの生食が禁止になっております。レバーを普段生で食べない方にはどうでもいいお話ではあるんですが、ただ、大好きな方にとっては、食べたいのにと問題がございまして。好みの問題ではあるんですが、そういう今の日本の状況の中で、本当に生レバーは食べられないのかといったときに、決してそうではなくて、消費者の皆さんの理解あるいは事業の方々の理解が進めば、ひょっとしたら、また食べられるようになるかもしれないという意味で、私は食品照射という新しい殺菌処理の技術について、是非皆さんにも知っておいていただけたらいいのではないかと考えて、情報提供という意味で御用意をしました。知らない、まさにこれからひょっとして議論になるかもしれない、そういうことにも参加できないのではないかとということで、是非基本的な知識として知っていただけたらと思いました。

私は、この場には日本消費者協会という肩書で来ておりますが、個人的には食のコミュニケーション円卓会議という消費者団体の代表をしております、6年ほど食品照射の学習、研究、あるいは食品照射とは一体どんなものか体験実験をやっております。得られた結果というものは、日本食品化学学会であるとか、そういうところに発表したりもしております。もし御関心のある方は、お声をかけていただけたらと思います。冷凍生レバーについても、官能テストなどを行っているところです。

また、放射線殺菌とはどんなことなのかという方のために、日本原子力研究開発機構の小林先生の専門的なものがございます。ぱっと見ておわかりになりにくいかもしれませんが、お手元に参考資料として一緒に御用意させていただきました。これにつきましても、もっと詳しく知りたいとか、勉強したいとか、そういうことであれば、お声をかけていただけたらと思います。

貴重なお時間をいただきまして、ありがとうございます。

○原田分科会長　ありがとうございます。

生で食べる風習あるいは文化を持っているのは、日本人らしさだと思います。私も鶏刺しが大好きですし、そのほかにも馬肉や魚、魚は当然その他だと思いますが、あるいは牛などもレアで食べるという風習を持っていますし、厚生労働省が衛生面できちっとしたリーダーシップをとる、また情報をきちっと共有するということは、物すごく大切なことだろうと思います。

今、御指摘いただきましたことは、放射線を当てるという形になるわけです。そういうものに関しましても、新しい方向性として、きちっと知識を持っておいてほしいという意図から、今、御説明いただきましたので、これは後でよくごらんいただくと大変ありがたいと思います。

それでは、事務局から説明していただいて、これが追って指針の方にまとまっていく形になると思うんですが、これに関連しまして、御質問、御意見等がございましたら、よろしく願いいたします。どなたからでも結構でございます。いかがでいらっしゃいますか。

○吉森委員　質問ですけれども、いいでしょうか。

○原田分科会長　どうぞ。

○吉森委員　食鳥肉の現状につきましては、後ほど井元さんなどから、現場の話をもっとしっかりお聞きしたいと思っております。

今、私が気になっているのは、食品表示の一元化の検討会が消費者庁の下で進んでおりまして、そろそろまとまってきていると聞いております。そちらの方との関係で、何か影響があるのか、ないのか、関連の方もいらっしゃるようなので、お聞きできればと思います。

それと、先ほどの食品照射ということなんですけれども、私どもの生協では、食品照射ということに対して、不安がある、抵抗があるということで、進めないでほしいという運動をしております。食品にということで、今、申し上げたように、抵抗と不安が一番大き

くて、国もそのことは受け止めてくださっていると、今は思っています。そして、この政策というのは、国の原子力政策にも関連する事項であると私どもでは考えておりまして、現在の社会の様子も含めて、考えていく必要があるのではないかと考えております。

○原田分科会長 事務局、何かありますか。

○堀江生活衛生課長 今回の吉森委員のお話の中の食品行政の一元化と、今、ここで行っています振興指針との関係でまいりますと、今、ここでは食品衛生法の規制の直接の担当の話をしているのではなくて、食鳥肉業を含めます生活衛生関係営業の振興指針の部分が生衛法の体系の中で定まっておりますので、それに関係します営業者に対しまして、税制融資予算での支援といったことでございます。これは零細な営業者さんが中心となっていて、本来の自由競争だけに任せていたのでは、衛生確保が難しくなってもいけないという趣旨が、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の中に入っておりますので、そちらの関係の部分を担当しているというのが、今回の審議の範囲だと考えてございます。

ただ、今、おっしゃっていただいた食品行政の一元化ですとか、食品の安全の観点につきましては、あれですね。

○吉森委員 食品表示の一元化です。

○堀江生活衛生課長 済みません。食品表示の一元化の部分につきましては、テーマとしてはございますけれども、ここでの範囲とはちょっと違うと思います。

○原田分科会長 よろしゅうございますか。

業界によって、微妙な対応の違いは当然あるだろうと思いますが、表示の一元化というのは、絶対的に必要なことだろうと、私は思っております。

放射線を当てるといふものも、まだ立証されていけませんので、環境ホルモンの問題でちょっと心配な面がなきにしもあらずですが、物事は必ず二面性がありますから、いいところも、悪いところもきちっと情報を持つということは物すごく大事ですし、この分科会がそういう情報を共有することは、非常に大切な側面を持っていると思いますので、両方の御意見を出していただいたことは、大変結構でありがたいと思っております。

何かほかにございますでしょうか。どうぞ。

○市川委員 山根さんと一緒に、食品表示の一元化の委員もしております。食品表示の一元化においては、いわゆる食鳥肉を販売されるような対面販売においては、多分いろんな義務表示というところからは、外れる部分が多くなると思います。そういうときに、それでも消費者の人たちは知りたいことがあるんです。ただ、個人経営の店舗の方々に、余り無理難題を押しつけることはできないという状況にありますので、そういうときに、事業組合のようなところで、ある程度の表示ができるような自主的なガイドラインであるとか、消費者の人たちの表示のニーズを探って、それに対応していかれるとか、そういうところにも資金が使われるといいのではないかと思います。

○原田分科会長 ありがとうございます。

どうぞ。

○山根委員 1点は照射食品のことで、これは、今、食品安全委員会で評価が進んでいて、もうまとまっていると聞いています。7月にでも公表されるのではないのでしょうか。その結果を見ながら、またいろいろ検討が進むと思うんですけれども、ちなみに、私どもの周りでも、安全性に懸念があるということで、問題視している声は多く挙がっています。そういうことです。

食品表示一元化のところですが、こういった対面販売のところについては、対面販売であることの強みといいますか、コミュニケーションであったり、いろいろな情報提供を直にということで、それを生かして、こういう業態はやっていくということで、一応進んでいると思っています。

それから、質問を1つよろしいでしょうか。資料6の10ページの右側です。「今後の経営方針（複数回答）」というアンケートの結果で「特になし」がとても多く、24.7%となっているんですが、ここは事務局ではどういうふうに評価をしているのか、そこを教えてくださいなと思います。

○原田分科会長 今、資料6の10ページの右側の「今後の経営方針（複数回答）」に関して出てきたんですが、特に「特になし」というのが抜きに出ているということで、これをどう解釈したらいいかという御質問だろうと思います。

○山根委員 例えば今後いろいろとアイデアや指針が出れば、それを参考にいろいろと改善を図っていくという意味合いなんではないでしょうか。今、特に新しい方針を掲げてはないけれども、今後、何かやっていこうということでしょうか。

○原田分科会長 どうぞ。

○堀江生活衛生課長 これは22年度からの方針の中で申し上げている、戦略性の強化というところで、中身に入れているわけですが、ここにあるような接客の充実、価格の見直し、これはすべて大事なことだとは思いますが、お店によって、例えば大型店であれば、この多くの部分に対応するとか、家族経営のところであれば、宣伝等の許可は余り言ってみても仕方がなくて、口コミの中でうまく進んでいくところもございまして、これはいいことだということを全部書き並べていたようなものについて、もう少し選択的に、それぞれのお店が自分で考えていただけたらいいですという形に、指針の方が直ってきております。そういう意味では、お店の方にお聞きして「特になし」というのは、日々の営業で忙しく物を売っていますので、思いつくところがないという方もいらっしゃるかと思います。

私どもとしては、補助金でモデル事業を推し進めたりしておりまして、営業者さんにこんなことも考えてみたらどうでしょうという情報提供を組合の方でしていただくとか、そういうところも少し強化をしていただいて、日々お店でお忙しくしているところにも、そんなことだったらやってみようかということにつなげていただけたらいいと思っています。

また、正しい情報提供、先ほどの表示の関係もそうですけれども、お客様にいかに安心

していただけるような情報にするか。それは義務の部分と義務でない部分もあるのかもしれませんが、安心・安全志向の高まりということで強化をしております。

○原田分科会長 左側の問題点の把握のところで关しましての「特になし」というのは、数字が4.7%と小さいんです。にもかかわらず、右側の「特になし」というのは、ずば抜けて大きい。ですから、これをどう読むかという問題だろうと思うんですが、経営方針に关しましても、少なくとも問題意識を持って、何か方針を考えている人に関しては、数値が出てきているんだろうと思います。にもかかわらず、具体的に何をやっているのかと言われたときに、困ってしまうという人たちが「特になし」と答えた可能性もあるわけです。だから、全く考えていないわけではなくて、具体的に何をやっているのかを答えなければならないと思ったときに、どう答えたらいいかわからないということで「特になし」というのがきているのかもしれない。

ここら辺のところは、22年度、23年度以降、大幅に指針の在り方そのものが変わってきています。まさに変えたということになっていきますので、具体的な戦略的指針みたいなものを今までは出さなかったんですけども、そういうものを出すようにしておりますので、そこら辺のところの指針云々を新しい気持ちで読んでくれさえすれば「特になし」というものに関する答えが出てくるのではないかと。

今まで指針というのは、どちらかというと、待つ方の対応をとっているのであって、積極的に示唆し、方向性を示すという方向は必ずしもとっていなかったもので、現実問題として、申し訳ありませんが、食鳥肉の販売業は零細が多いわけでありますから、どう対応したらいいかの案を持っていないという人が、現実問題としては多いのではないかと思います。ですから、逆にここの数字が高いというのは、現状を表しているわけで、指針が今後は効いてくる可能性がありますし、指針がそういう形で戦略的な方向性のある程度示したという意義は、ここら辺にあるのではないかと、個人的には考えています。

いかがでいらっしゃるでしょうか。それでよろしいでしょうか。

○山根委員 ありがとうございます。

○原田分科会長 ここはなるべく小さい数字の方へもっていくように指導していく姿勢が必要ではないか。ただ、全く無関心ではないと思います。どういう経営方針に基づいてやろうとしているのかと聞かれたときに、答えるのに困ってしまうというお店が実質上は多いのではないかと思います。

どうぞ。

○中村委員 資料6の12ページに事業所の平均値が出ていて、従業員数が男女別に書いてあるんですが、これを足し合わせたものが施設の従業員で、8人ぐらいが平均だと理解してよろしいんですね。

次に資料5の1ページの商業統計で、従業者数を見ると3.2人になっているんです。何が言いたいかというと、厚生労働省でやられた調査の対象は275となっているんですが、こちらは統計で見ると2,200ぐらいあって、そういうことでいうと、このアンケートに答えてお

られるところというのは、規模の大きなところが多い、そういう目で数字を見た方がいいと思ったんですが、それで間違いないでしょうか。

○中村委員 例えば11ページの販売先、配達先という中で、飲食店とか小売店が多い。言わば卸を経営する一方で、小売もやっておられるというお店が、この調査では強く出ているという結果になっているとも見えます。

○堀江生活衛生課長 個人営業のところは、従業者数は大体3人ぐらい、株式会社のところが19人ぐらいという感じになっています。私どもで取ったものは、全体が275の営業者なんですけれども、個人が150で、株式会社が71でございます。

一方で、先ほど見ていただいた資料6の8ページの右下「従業者の規模」というところで見ると、今の8人という話とはちょっと話が違っていて、3人までの営業所が約半分ということですから、そういうお店の単位で見ると、平均はそのぐらいになってしまう。ただ、株式会社でいくと18人ぐらいになるし、個人営業だと3人程度までという感じになっています。そんなところですので、要は個人のものと法人ですと、例えばお店などを対象にしたものが多いんだとは思いますが、一遍に見ようとする、ちょっと難しいところがあるということだと思います。

ただ、実情につきまして、今の理解で違うかどうかというのは、今日、井元会長さんもお見えになっていますので、補足といいますか、お話いただいてもよろしいかと思います。

○原田分科会長 ありがとうございます。

全体平均でとらえた場合は、確かに大きなところが響いたり、小さなところが響いたりということがあり得るので、サンプル数のもち方が多分に影響してくるんだろうと思いますけれども、ただ、これをベースにして指針を書くとなると、どちらの方にウェートを置くかということ、ある程度、現実を探しておかなければいけないんだろうという御指摘だろうと思います。

ですから、単純に7人ぐらいの平均値で見るのではなくて、240ぐらいのところで見ても3人以下というのが圧倒的に多いわけです。それに、指針は大きい方を中心にしていったらいいのか、あるいは小さいところ、零弱であるところを中心にして指針を出した方がいいのかというところで、私は後者だろうと思うんですけれども、そこら辺のところを考慮した上で、注意して対応しなければいけないという御指摘だと思いますので、そこら辺は常に考慮していきたいと思っております。

○中村委員 もう一点、井元さんにお聞きしたいんですけれども、食生活が変わってきて、生鮮肉を売るというのと、お惣菜でというのが肉屋さんでもあるんですが、食鳥肉の場合、お店の規模によって違うと思うんですけれども、生鮮肉を売る割合とお惣菜として売る割合というのは、どんなイメージで考えたらよろしいのでしょうか。

○井元意見聴取人 いろいろと資料が配られていますから、いずれ私からもお話をしなければいかぬと思っておりました。今のことを承って、先生からも皆さんの意見はない、お前言えと言われたら、私の番だろうと思っておりましたので、私が言いかけたら、これ

をみんなかいつまんで、ぱっと言わなければいけませんので、中村さん、ちょっと待ってください。

○中村委員 わかりました。

○原田分科会長 井元意見聴取人には、後ほど御説明その他、御意見も含めて、やっていただきたいと思います。

ほかに何かございますか。よろしくお願いします。

○吉森委員 去年からすごくスマートなやり方ができていて、きれいにまとめられていると思っております。

少しだけ追加で意見を申し上げさせていただきますと、小さいところですから、価格で勝負するのではなくて、独自性とかこだわりでやっていくべきだと思っています。小売部門でのIT活用などがきちんと記載されているんですけども、そのときに専門家からのサポートが必要なのではないかと思います。勝手にITでやれと言われても、非常に難しいと思います。

私どものところでも、ほとんどのことをオンラインでやっていて、30万人ぐらいが登録していてやっているところなんですけれども、専門家との連携なくしてはやってこれなかったと思っています。是非そういうサポートをするモデル事業みたいなこともあるといいのではないかと思います。

あと、独自性とかこだわりというところで、最近では食品メーカーさんの提案、タニタ食堂とか、いろんなところが高齢者にも向いたメニュー提案などをされているので、そういうところとの連携もいいのではないかと考えます。

例えば私の身近でやっている、宅配弁当とか移動販売の話はよく聞くんですけども、高齢者でも空揚げなどはすごいニーズがあると聞いています。そのときに、油で揚げない調理法があって、カロリーの低い空揚げというのは、非常に柔らかくて人気があると聞いております。そういうことももっとサポートできればと思います。

○原田分科会長 ありがとうございます。

特にIT関係は、お金をかければ幾らでもかかってしまうという面もありますし、それなりの知識がなければ対応できないというのも実情です。それにインターネットの世界というのは、補うことはできるかもしれませんが、それにかわる能力は持っていないと思っておりますので、どういうふうなITを導入したらいいかというのは、それぞれの業界に応じて微妙な差が出てこななければいけないと思いますし、ITにすれば物事が解決できると思うのは、過大評価だと思っていますので、その辺の対応は細かくいかなければいけないだろうというのは、御指摘のとおりだろうと思います。

それから、宅配のサービスその他も含めて、いろんな形でサービス水準を上げて、価格競争を脱していくような方向性も考えていかなければいけないだろうというのも、御指摘のとおりだろうと思います。

そろそろ割り当ての時間がきていますので、もしよければ、井元意見聴取人からよろし

くお願いしたいと思います。

○井元意見聴取人　まず冒頭に、私どもの指針をつくっていただくのに、お疲れのところ、これだけの皆さんにお集まりいただいて、資料を見ただけでも、ぞっとするようなものをいろいろと御研究いただいた結果が出ておりまして、常日ごろ考えていらっしゃることとか、いろいろと御心配いただいておりますことに、本当に感謝申し上げたいと思います。

重複するようですが、いずれ私からお礼を申し上げなければいかぬことと、それから、皆さんの方で思っていられっしゃることについてお答えしなければいかぬことがあるだろうと思いましたので、あれしたんですが、今、僭越ですけれども、名刺をお渡しいたしました。なぜ渡したかと言いますと、この範囲の全国組織と地方組織がございまして、この範囲のことについての制度をつくったときから今日まで、長いものにつきましては、昭和32年ごろに誕生したものがございまして、そのときはまだ組織の役員をしておりました。

一番左端に大阪府食鳥肉販売業生活衛生同業組合理事長とございまして、これは昭和57～60年ごろになったのでございまして、私が鳥屋として初めて仕事を始めたのがあれでございまして。

私仕事で恐縮ですが、父も全国を9年間ほどお預かりしたり、あるいは大阪の組合の方も並行してやっておりました関係で、父がやっておりますときに、父がなんだかんだと教えてくれたり、あるいは父のかわりに会議に出ていろいろとお話を聞いたりという機会がございましたので、年齢としては30代から、組合組織の在り方とか、いろんなことについてやってまいりました。

そこで、整理しますと、大きく分けて、1つは、一番右端からいきますと、センターと中央会というのは表裏一体で、本席の場でございまして。

次に先ほど資料を提供しております食鳥協会で、このたび公益法人になるということ等から、45～46名の理事がおったんですが、理事数が多過ぎることになりました。これは農林水産省の認可団体なものですから、今、16人か17人に理事を整理いたしました。そんな関係で6月に新しく誕生して、公益法人が文書的にもなかなか難しくて、食鳥関係では無理だろうということもありましたので、一般社団法人ということになった様子でございまして。その総会が6月にあったということで、はやはやでございまして。

それから、次に長々と書いておりますが、全国食鳥肉販売業生活衛生同業組合連合会の会長でございまして。

あと、大阪食品衛生協会、あるいは生活衛生の指導センターの理事と、この辺は大阪の方でございまして。

それから、全国の公正取引協議会というものが3番目にあると思います。

たらたらと書いておりますけれども、大筋でいけば、1つは食品衛生法という法律に準じておりますのが、こちらでございまして。

次に公取委員会の依頼で、昭和50年に誕生に公正取引協議会というものを発足いたしました。

もう一つは、ただいまも申し上げた食鳥協会の件がございます。これは農林水産省の方でJAS法でございます。JAS法でただいまいろいろと問題の解消に努力しているところでございます。

公正取引委員会は、景品表示法というもので、私どもが絡んでおることです。こちらは申すまでもございませぬので、割愛させていただきますが、農林水産省はJAS法、こちらの方は食品衛生法、この3つが大きな柱になっていると思います。いずれも誕生させた時分から絡んでおりますので、今日までの20～30年間、組織を運営していく上においての御注文もございませぬれば、笑い話もございませぬれば、いろいろと苦労して、今日にきております。

先ほどのお話にもございましたけれども、最近、実行しかけているものがあるんですが、鶏というものが何年にでき上がって、それがどういう国から渡ってきて、どうなっているという鶏の歴史、ルーツです。それから始まって今日の鶏について、どんな人が関わり合いをして、あれしたということをつくりました。

つくりましたが、本にして出しても、自分たちの仲間が読むということについては、本当に読まない。ですから、この書類を持って帰って、実は明日5時から大阪の組合を集めております。それから、4～5日経ったら、全国を5ブロックに分けておりますブロック長を呼びまして、この話をしようということで、どんな内容かは存じませぬけれども、しておかなければいかぬと思って、この会議を先頭にして、今月中に説明をしておこうと思っておるわけでございます。

どうしても書いたものではいかぬので、今、アナウンサーに頼んで、カセットテープに鶏のルーツをふき込んでいただいております。それをつくりまして、組合員全員に渡せば、恐らく自動車の中で聞きながら運転することもあるだろうと思ひまして、今、つくっておる最中でございます。それが言わば普及としては一番あれなんですけれども、それも聞いてくれないなら、伝達のしようがないというのが悩みでございます。

そこで、忘れないうちに、順番はあれさせていただきます、中村さんからあれしますと、株式会社鳥芳ということで、あえてそういうことをお断りしてしませんと、先ほど来ここに出てきておりますのは、5～6割あるいは7割は業務卸で卸業をし、対面販売は3～4割の売上というのが圧倒的に多い。そのことはここにも出ているんです。

ですから、そのとおりなんです、なかなかわかってくれませぬで、ここ数年間、私どもの売上を分析したものがございませぬ。数字を追いかけるのが私も好きな方ですから、見ておりますと、昭和30～40年ごろは、生肉が7割で、加工品が3割だった。加工品というのは、ももの照り焼きだとか、空揚げだとか、焼き鳥だとか、そういうものをいわゆる加工品という形で処理をしておりました。

もう一つは、これからというよりも、10年ぐらい前から、私どもで営業方針として加えた半製品というものがございませぬ。これは何かといいますと、パウダーを付けたり、あるいは下味を付けたもので、生肉なんです、お売りする。料理というのは、冷たいか、熱

いか、つくり立てのものを食べないとおいしくないんです。どんなものをつくってもそうなんです。

話が横へそれますけれども、ステーキなども、ステーキハウスに行って、目の前で焼いて食べる。あれで半分以上は味を保持しているわけです。売っておるわけです。

おうちにあっても、奥様がパートさんで職場へ行っておられますね。帰ってきた。御主人の方が早く帰ってこられる機会もある。でも、奥様がつくり上げるまでは、8時であろうと、9時であろうと待っていることがあるらしいです。したがって、それをお手伝いするためと思って、私どもで考えたのが半製品というものです。パウダーとかで焼き物も下味は付けてある。しかし、家で加熱だけはしていただく。それができ立てでございます。そういう時代が来るだろうと思っておりました。10年ほど前から手がけましたけれども、ただいまではこれが主役になってきました。

我々は小売店ですから、そういうものを隠してどうのこうのということではできません。組合員にうちの店に来て見てみろ、こういうものを参考にしたらどうか、今、売れ筋商品だということを、仲間内でやっているのが実情です。

今、中村さんのお尋ねに半製品というものをもう一つ加えていただいて、その比率は加工品が減って、半製品が増えているということではなくて、加工品は加工品で売れている。ということは、結局、生肉にしわ寄せがいつているということで、3対3対3ぐらいの割合で、ただいまやっておる。そのようにして、生活をしていく上においての理屈に合うことを商品化していくというか、そういうことが、これからますます問われるのではなからうか。

固有名詞を出して悪いかもわかりませんが、ニチレイさんとか、メーカーさんがつくっておられる缶詰、あるいは真空包装だとか、さまざまございますけれども、これは半製品のようにして、家に帰って揚げてどうのこうのというところを過ぎておるか、一番の問題は、小売店で今日つくったものを今日買うというのが一番よくて、真空包装だとか何とかにしますと、味が落ちるんです。ですから、商品としては美しくてきれいなんですが、実際はそうではなくて、食べてみたら、鳥屋で半製品でつくり立てにしたものが売れていく。こういうことであります。

○原田分科会長　ありがとうございます。

○井元意見聴取人　今日、配られた表については、大筋としては、今から10年前、5年前、5年前という形で、これは切り替えをしていますね。今から10年前でしたら、役所の考え方がここに随分入っていました。しかし、これを見て驚いたのは、とんでもない、よくこれだけの資料を集めてまとめたというぐらいのことです。

○原田分科会長　ありがとうございます。

下手をしますと、統計データというのは、意図的に使われる可能性がありますから、それから比べたら、まさに現実をそのまま出しているデータだと思いますので、御指摘の通り、役所の色がかかっていないデータが表面に出ているということは、大変すばらしい

ことだと思えますし、商品の構成自体が時代とともに変わってきて、主力になるものが違ってきているというのは、それぞれの業界によって、さまざまな形での変遷があると思いますので、そういうところというのは、厚労省その他ではなかなか把握し切れない面がありますから、そこら辺はよく情報交換していただいて、今後の指針にうまく反映できるように、いろいろと御意見を出していただくことはありがたいと思います。

申し訳ありませんけれども、時間がありません。

○井元意見聴取人 もう一つだけ、大事なことです。

○原田分科会長 よろしくをお願いします。

○井元意見聴取人 後継者問題です。後継者問題は、後継者がおるんです。自分のところにせがれがおるんです。ところが、せがれがよそへ働きに行く。継いでいる人間と分けて意見を聞いてみると、やはり親の背中をしっかりと見ているんです。ここの売上が幾らある。親父とお袋はこれだけ生活しておる。自分たちが女房をもらったら、幾らか収入がなかったら食べていけない。ここまで勘定した上で継がぬということが結論としてあります。

仕事は、息子もしっかりできるんです。30歳にもなってきたらできるんです。ところが、親父が仕事は任すけれども、売上の管理とか、あるいは経費の支払いとか、そういう金銭のところだけはまだ親父が握っておるわけです。これを放してやらなければ、後継者は継ぎません。

これだけ申し上げておきます。

○原田分科会長 わかりました。要するに引き継ぎがきちっとできるような環境ということですね。

○井元意見聴取人 都合のいいこと、仕事だけさせるということです。

○原田分科会長 産業自体を魅力的なものにすると同時に、収益の確保もある程度、自助努力の中でやっていただくということが、できなければいけないと思えますし、それから、経営権の移譲に関して、ある程度方向づけをしてあげるということも、必要なことかもしれないという御指摘だろうと思えますので、そこら辺はまた事務局とよく相談させていただいて、なるべくなら、指針に反映できるように検討させていただきたいと思えます。

大変申し訳ありませんが、もう一つやらなければいけない議題がございますので、御指摘のことは重々大切に対応していきたいと思っておりますので、恐縮でございます。

それでは、次の議題に入らせていただきたいと思います。議題（１）の２つ目になるんだろうと思いますが「生活衛生関係営業の節電行動の徹底を図るための基本的な考え方について」事務局から御説明をいただいて、議論していただいて、そして、案として出されておりますが、それを確定してきたいと思っておりますので、そのおつもりで論議していただければ大変ありがたいと思えます。

それでは、事務局から徹底を図るための基本的な考え方について、御説明をいただきたいと思います。

○山内課長補佐 御説明いたします。

お手元の資料8「生活衛生関係営業の節電行動の徹底を図るための基本的な考え方について（案）」と表題のついたものをごらんいただきたいと思います。

表紙をおめくりいただきまして、まず最初でございますのが、当分科会から親審議会に対して報告を行うことの案として文を付けてございます。

3ページに、本文として基本的な考え方がございます。3ページにわたってございます。

内容といたしましては「1. 基本認識」のところで、去年は震災で直接被害を受けた東北、あるいは関東につきまして、節電が課せられてきたわけですが、今年は北海道、関西、四国、九州、そういった地域で電力需給が逼迫することが見込まれるということで、基本的考え方を、この分科会におきまして、とりまとめをしていただきたいと思いますということでございます。

内容といたしましては、昨年まとめていただきました基本的な考え方を、基本的には踏襲をした形の案となっております。

内容といたしましては、2段構えで「2. 節電行動による使用電力の抑制」ということで、営業者、4ページにあります組合連合会、政府等にそれぞれどのような役割が期待されるかということが書かれてございます。

5ページ「3. 新たな需要の取り込み」ということで、節電から、例えば朝活あるいはアフター4といった新たな需要が見込まれる。あるいは節電用の商品ですとか、サービス、そういったものを開発していくことで、新たな需要の取り込みを行っていくことも考えられるということでございます。

「4. 今後の取組みについて」ですが、省エネルギーの取組みについては、継続的に着実に推進していくことと、また、必要に応じて、内容については再検討を行っていくということを書いた形で、基本的には去年の基本的な考え方と変わらない内容になってございます。

以上でございます。

○原田分科会長　ありがとうございます。

何か補足ありますか。よろしいですか。

今、説明していただきましたように、既に一度去年の時点で諮らせていただいて、一応皆さんの御了承を得たものを、正式にもう一回きちっとした形で書き直したということで、修正したポイントは「1. 基本認識」のところですよ。今年の夏に関しては、北海道、特に関西、四国、九州云々、東北というよりは、どちらかというと、そちらの方が電力需給が逼迫するであろうということが顕著でありますので、そこを書き直したという形で、それ以外のところに関しましては、既に見ていただいた内容をきちっと書き直したという形になります。

いかがでしょうか。何か御意見あるいは御質問等がございましたら、お願いします。

○山縣委員　すし商の山縣でございます。

5ページの3の（1）、つまりアフター4とかよく言われます。これは冷静に考えます

と、飲食関係というのは、昔から暗くならないと、何となくつながらないんです。お酒を飲んだりするのは、暗くなってからとよく言われます。仮にこれを1時間早めたら、恐らくはやるのはスポーツジムとか、歓楽の方に行ってしまいます。我々の方の飲食関係は、多分何もプラスにならないと思います。

○原田分科会長　ありがとうございます。

特定の業界のみに関して反映させるということは、こういう指針ではなかなか難しい面がありますので、全体的な影響の中で、申し訳ありませんが、アフター4を推奨したときに、うちにお客さんが来ないとなったら、それは指針が問題ではなくて、来るように検討しなければならないということになるのではないかという気もしないでもないと思います。

特に朝の時間帯です。朝に会議を開くとか、朝食会を持ちながら情報共有をするような形の動きというのは相当数ありますし、朝のスポーツジムみたいなものが逆に結構はやっていたり、ライフスタイルそのものが、時短、サマータイムその他のような形で移行することによって、変化する。変化するということは、逆にいえば、そこにビジネスチャンスがあるということもなきにしもあらずだと思います。正直いって、ごもっともだと思います。暗くならないければ、飲みに行かないというのが実情です。食事も含めて、まだ早いのではないかという感じがなきにしもあらずだと思いますけれども、ここでアフター4を取るというのは、ちょっとできないと思います。大変恐縮でございます。御指摘はごもっともだという形で、受け止めてはいきたいと思いますが、割愛することまでは勘弁していただけるとありがたいと思います。

ほかに何かございますでしょうか。どうぞ。

○中村委員　対象地域は別にしても、考え方は去年と同じような方策でということなんですけれども、去年、取り組んだ結果について、どこかで調べたとか、どういう効果があったとか、そういうものはないんでしょうか。

○堀江生活衛生課長　申し訳ございません。ここに関しては、特に調査できていませんので、来年に向けまして、とりまとめができるようにします。

○原田分科会長　組合を通じて、ヒアリングをしていただだけでも結構だと思います。そういう姿勢も必要だと思いますので、その辺は企画していただきたいと思います。

それから、節電の協力度が去年と今年で同じだと見ることで自体が、甘いという面もなきにしもあらずですから、逆にいって、こういう節電の指針をきちっと出すことが、今年の方が物すごく大事なのではないかと思います。そういうふうに、個人的には考えています。

どうぞ。

○大森委員　私は理容ということで、今日も出席をいたしておりますけれども、特に5年ぐらい前から、随分形が変わってきたということを感じております。効果についてはよくわからないんですけれども、5年ぐらい前には、環境省から最初はCO2削減、こういったことが大前提で、これは京都議定書辺りからそういうことで、どのぐらいCO2を削減できるかということが問われ始めました。

私どもでも何ができるかということで、例えばCO2削減では、サンパチェンスを植えたらいいとか、理容店の前に植えましょうとか、美容店の前に植えましょうというところから入りました。

関東大震災のときに、震災刈り、簡単に洗ったら、セットがすぐにすっとできるという、右半分に髪型がないヘアスタイルがあったんですが、去年は特に大震災がありましたから、復興カットと名前をつけてやってみようということになりました。

ドライヤーというのは、過去の350Wぐらいから、今は1kWぐらいのヘアドライヤーを理容店も美容店も使いますから、今年はスーパークール・ビズということで、特に女性の方は一番わかりやすいんですけども、ロングのヘアスタイルを乾かすといったら、20分もかかるんです。非常にかかるということは、割合男性にはわかりにくいんですが、今年短く切ったという女性を見ますと、随分簡単に5分で乾いてしまいますというぐらい、1kWのドライヤーを削減できることについて、今年はスーパークール・ビズヘアスタイルを発表しようということで、今までと形が随分変わってきました。

CO2削減、昨年辺りは震災刈りに対応できる活動的なものにしていこう。今年はできるだけドライヤーを使わずに、タオルドライ、男性の場合は特に、女性の場合でも、先ほど言った時間短縮が非常に大きいですから、私どもは理容師であっても、女性のお客さんも多いですから、特に男性の場合はタオルドライで乾かして、今はムースとか整髪料で簡単に今のヘアスタイルになります。これからセットするのかというような髪型が若者の中ではやっていますから、十分にこれが生きるんです。こういうことで発表しようということで、かなり取り組みました。

自分の事務所に戻りますと、わかりますが、NHKを中心にかなりのマスコミの方に取り上げていただきました。私は東京で発表したんですけども、私の地元の愛媛でも全国ネットで流れたとか、昨日か一昨日も新潟、その前が岐阜でしたか、そのときにも自分のところにNHKが取材に来ましたというぐらい、積極的な取組みを理美容でもしている。

他でもLEDとかいろんな形でしておると思いますから、効果的なもの、どれぐらいの電力を削減できたか、10%できたとか、5%というのは、私どもははかることができませんが、必ずそういうことは効果が出ると思います。

当然こういったビルでも、2つあるエレベーターは1つを止めるとか、これは当たり前で、厚労省から大分指導を受けておりますから、私ども連合会もエレベーターは半分止めております。役員会があるときはやむを得ないですけども、それ以外のときには止めますということで、はり紙をして、協力をしておりまして、電源も下げております。効果の数字はわかりませんが、私どもの業界でもこのことについては、随分効果を得ていると思いますので、今後も注目して、私どもも頑張っていきたいと思います。

余分なことですけども、申し上げました。

○原田分科会長 ありがとうございます。

これは一種の指針で出しますから、それに対する実質的效果は、現場の方がわかってお

られるだろうと思いますので、組合を通じて、こういう成果がありますということをしていろいろ挙げていただいて、そこは厚労省の生活衛生課との間で情報共有していただくことが大事だと思いますので、よろしくお願いしますと思います。

時間も迫っておりますが、何かほかにございますでしょうか。

ほかにならうでしたら、これは一応案として提案させていただいておりますけれども「1. 基本認識」のところを書き直して、そして「2. 節電行動による使用電力の抑制」に関してのいろいろな指摘は、前年度を踏襲する。ただし、データのものはきちっと集める。それから、実質的な成果は、組合の方から、ヒアリングその他を通じて、具体的な成果を把握する。両方の姿勢をなるべくならやっていたくということで、案を取らせていただいて、お認めいただけますでしょうか。

（「異議なし」と声あり）

○原田分科会長 ありがとうございます。

○山縣委員 業界としてなるべく短くしゃべりますけれども、すし商は、割と明かりが大事だったんです。スポットライトなどを使うときれいに見えるんです。ところが、最近LEDとか、非常にいいものができてきました。

これはマスコミのおかげですけれども、前はすし屋は明るくないと、お客さんに暗い店だと言われたんだけど、例えば蛍光灯を1つ抜いていても言われなくなったので、これはありがたい。電気を変えています。それは指導して、大森さんが言われたとおりです。随分電気を使わないところが増えていきます。そういう努力というか、結局、電気代がかかりませんから、そういうことはやっています。

○原田分科会長 ありがとうございます。

LEDに変えれば、長い目で見れば、得かもしれません。

○山縣委員 余りもち過ぎて、いつ入れたのかわからなくなります。10年経ったら、俺はいなくなってしまうのではないかもしれません。意外とまだ高いんです。早くにやったら、もうちょっと待っていればよかったということになります。

○原田分科会長 ありがとうございます。

それでは、節電に関しましては、お認めいただいたということで、対応させていただきたいと思います。

今の2つの議題に関しまして、御議論いただきまして、お認めいただきましたという形になっておりますが、最後に事務局から説明事項があると伺っていますけれども、その辺をお願いしたいと思います。よろしくお願いします。

○堀江生活衛生課長 節電行動の徹底を図るための基本的な考え方につきましては、分科会の了承が得られましたので、厚生科学審議会の会長に報告するという形で進めさせていただきます。

私から資料9ということで、今の時点で、生活衛生関係営業に関しまして、私どもの方で考えていることを、簡単に御説明させていただこうと存じます。

「生活衛生同業組合の活性化を通じた衛生水準の向上と営業の振興」という内容でございます。

1 ページ目でございますけれども、生活衛生関係営業の多くは、中小企業という分類に入るんだと思いますが、中小企業庁が支援している中の中心課題は、どちらかというところ、中企業の方に入っていて、生活衛生関係の方は、零細企業が多いというのが特性かと存じますし、また、中小企業庁の方は、どちらかというところ、創業支援だとか、若手にどういうふうに起業していただくかといった辺りに重点がありますが、生活衛生の方は、地域で引っ越しもできないようなお店が多くて、そういう方々にどういうふうに活性化していただくかというのがポイントだと考えてございます。

2 ページに、事業所の数と従事者の数などを書かせていただいております。

3 ページは、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、法体系ということで、上の方は生衛法ではないんですが、本日も御議論がございました食品衛生法等の規制、下の方に生活衛生関係営業法、生衛法第何条の何という書き方をさせていただいておりますけれども、いろいろな形での支援、助成があるという内容です。

4 ページは、前回も御説明したと存じますけれども、いろいろな苦労がありながら、対面サービスの強みをどういうふうに生かしていけるかということです。

5 ページにございますような形で、本年度も各営業のモデル事業を行うことにつきまして、財政支援を組合にしていこうという内容になってございます。

6 ページにあるように、それぞれの強みを生かし、弱みを補うような形になってございます。

7 ページは、大規模チェーン店が進出されて大変ですという話もあるわけですが、コンビニですとかスーパー、あるいは外食産業、それぞれに強み、弱みもあれば、生活衛生関係営業にも強みがあって、長年築いた信用、今日の鶏肉の話なども、30年以上やっているようなところが多いということがありましたが、強みもあるので、頑張っていきたいということでございます。

8 ページは、1 例でございますけれども、江東区森下商店街の108店舗のうち、右の方に赤い字で表示してあるものが生活衛生関係営業です。商店街の中でも中心的な役割を持っているのではないかとございまして、生衛業を通じて、地域の活性化を図ったらいのではないかとというぐらいのつもりでございます。

9 ページを見ていただきますと、生衛組合、もう一つ、衛生行政の規制とございます。それぞれに課題があり、今、考えている対応があるわけございまして、左側の生衛組合の課題は、高齢化ですとか、組合に入らないお店も多くなっているということが、売る側でございます。

買っていただく側からすると、店舗の減少と地域における買い物機能が弱体化して、買い物弱者という問題が出てきていまして、私どもの方で、昨年、組合加入を促す通知を出しておりますし、今年度につきましては、一番下のところでございますけれども、例えば

本日もお見えになっていますけれども、理容組合だけが頑張っている、町はうまく盛り上がらない、鶏肉のお店だけが盛り上がっているといけないということで、生衛組合の相互の連携強化といったことで、地域活性化ができればいいのではないかという話を考えてございます。

右の保健所でございますけれども、後ほどぱっと見ていただきますが、監視・指導の頻度というのは、随分格差がございます、自治体なりにもう少し全国的な状況を見ていただいたらどうかということを含めまして、御通知したいと考えているのと、あと、基本的な衛生情報でしたら、組合員のところであれば、組合の通知で流していただいても構いませんということも通知しようと考えているところでございます。

10ページでございますけれども、買い物弱者問題の広がりがあります。かつ商店街が減り、あるいは業者さんも少し減っている中で、右上を見ていただきますと、長期的には人口減少社会だという悲観的なイメージもあるんですけれども、これから先8年間ぐらいで、65歳以上の高齢者だけで530万人も増えてくるということで、町に高齢者がうようよしてくるということをビジネスチャンスととらえて、いわゆる買い物弱者問題の解決などにもつなげていくいいチャンスではないかと、今、お話をしてございます。

そうした中で、12ページでございます。これは1例でございますけれども、先ほど申し上げました理容店だけが頑張るのではなくて、理容店、飲食店、旅館などが連携しながら、地域のつながりを強化していくと、買い物機能もできてくる。そういうものは、例えばダイエットコースですとか、ゆったりコースですとか、健康づくりなどにも結び付いてくる部分があるのではないかとことです。

13ページをごらんいただきますと、厚生労働省は、伝統的に運動、栄養、休養と言っているわけですが、生活衛生の強みを生かして、その人なりのアンチエイジング、お化粧とかひげそりなどでさっぱりしていただいて、かつ地域でたまり場をつくっていただいて、要は町を楽しくしていこうというコンセプトで、今、お話をさせていただいたらいかがかという話がございます。

本日は振興指針についてのテーマだったわけですが、16ページ、17ページを見ていただきますと、振興指針に沿って、今度、振興計画を各県の組合につくっていただくということが、法律に書いてあるんですけれども、それすらできていない組合が多くなっています、組合としてのやるべきことはやっていただくように、今、指導をしているところでございます。

18ページは税制でございますけれども、例えば町の景気をよくするという観点から、交際費について、課税の見直しをしていただいたらどうかみたいなことが、生活衛生の振興に関する検討会では結論として出てございます。

最後に例えばでございますけれども、26ページをごらんいただきますと、各自治体が公衆浴場1か所当たり、年間に何回調査、監視・指導に行っているかというものです。自治体別に整理したものでございますけれども、年に1回以上行っているような自治体もそこ

そこありますし、全国平均は0.66ですから、1.5年に1回ぐらいという感じになってございますが、右の方を見ていきますと、5年に一遍、10年に一遍ぐらいしか、お風呂などでも、監視・指導の頻度がないところもございました。こういう辺りは、このグラフ自体を自治体にお見せして、検討の材料にさせていただくように、今、考えてございます。

以上でございます。

○原田分科会長　ありがとうございました。

今、御説明いただいたものは、指針の方向に反映されてくるときの基本的な理念ととらえてもいいのではないかと思います。御説明を聞いていただいて、22年度以降、かなり大きく変わったという認識は持っていただきたいと思います。

どうぞ。

○山縣委員　よくまとめていただいて、感謝と敬意を表するものでありますが、例えば2ページになりますけれども、すし店は全国で2万8,865件と出ています。これは恐らく開業をするときに保健所に上がっていった数字を、厚労省さんがまとめたのではないかと思います。ところが、やめるときに保健所に行くお店はほとんどないんです。開業するとき、正規の営業をするためには、保健所に許可を取らなければ開業できないんです。やめるときに必ず行くのは税務署なんです。恐らく税務署は、私たち役員が行っても開示してくれないんです。恐らく実態は税務署がつかんでいると思います。これがきちっと調べた数字であれば、本当に敬意を表するところなんですけれども、どうもいつも実態より多い。それはなぜかという、私はそこに原因があるのではないかと思います。

○原田分科会長　どうぞ。

○堀江生活衛生課長　これは厚生労働省の調査ではなくて、総務省の経済センサスの数字です。

○山縣委員　それであれば構いません。

○堀江生活衛生課長　例えばですけれども、どちらかというと、生活衛生が多くなっていますのは、今、おっしゃっていただいたように、廃業したのに届け出ていない部分が1つあるのと、もう一つは、例えばスーパーの中にお肉のコーナーがあったり、お魚のコーナーがあったりする場合は、経済センサスの中でいうと、スーパーというとらえ方になってしまって、お肉屋さんという形にならないところもございまして、経済センサスと報告例にかなり大きな差が出る傾向がございます。特にお肉屋さんの部分などは、多うございます。

○山縣委員　総務省がきちっとした正確なデータに基づいているなら、何も言うことはないんですけれども、その出どころはどこなのかは、ちょっと疑問を感じるころであります。

○原田分科会長　ありがとうございます。

このデータの方が、現実には近いというのは、今、御指摘のとおりだと思います。だから、ここに載っているのではないかと思います。

ほかに何かございますでしょうか。どうぞ。

○吉森委員 この冊子の報告を聞いて、すごく夢が持てました。生活衛生業を通じての地域づくりというのは、ここに関わっていてよかったと心から思いました。これからは地域の時代だと思っているので、主体的に人々が地域をつくっていくという時代に関われてよかったと本当に思いました。希望が持てました。

○原田分科会長 どうもありがとうございます。

御意見等も含めて、あるいはコメントでも結構ですが、どなたかございますでしょうか。

○外山健康局長 追加しますと、資料9の12ページ、13ページで、健康づくりのような話もしてありますけれども、生活衛生の分野だけではなくて、例えば町の健診の受診率が悪いんですが、健診をした後、お年寄りにダイエットコースを回ってもらうであるとか、あるいは健診の呼びかけを町内会を通じてやってもらうであるとか、従来はなかったような生活衛生と健康づくりの分野を結び付けたような話も、ほかに呼びかけてやっていこうと思っております。

○原田分科会長 ありがとうございます。

何かほかにございますでしょうか。どうぞ。

○三村委員 今のコンセプトのところは、私も大変面白いと思いました。

東京都の公衆浴場の話に何年か関係していたんですが、その中で、まちづくりという話があって、それに対して健康づくりという話がかなり大きなテーマで、例えば大田区でやっているとか、いろいろやっていたらしくるんですけども、このような話がなかったんです。浴場は浴場だけで一生懸命やっていたらしくって、そこに高齢者の方に来ていただいてという話になりますので、町全体とか商店街全体で、もしこういった広がりが出てくると、相当に効果が変わってくるかもしれないと思いますので、是非それは積極的に推進していただいていいのではないかと思います。

以上です。

○原田分科会長 どうぞ。

○堀江生活衛生課長 ありがとうございます。

先ほどの12ページの「Menu-SEIEI」というのは、今、理容とか飲食とか喫茶店と書いてありますけれども、例えばクリーニングが入っていないのではないかといたら、入れてくださいということで、これはフォーマットにすぎません。生活衛生の方を中心にやっていただいて、これに関係のない電気屋さんが入っていたら、入っていた方がいいのではないかと、こんなふうにおおらかに考えておりますので、こういうものがきっかけになればいいと考えております。

○原田分科会長 ありがとうございます。

地域の人たちのライフスタイルそのものをきちっと受け止めることになったときには、縦割りでは対応できませんから、横につないでいくことが物すごく大事だと思います。組合をうまく抱き込んでいただいて、アイデアが地に着いたものでないと、組合からの協力

が得られない可能性もなきにしもあらずですから、大いに情報交換していただいて「Menu－SEIEI」の中身をつくる時の具体案みたいなものに、組合からの意見を徹底的に入れていくという姿勢をより強く持っていただけると、もっとこれが生きてくるだろうと思いますので、その辺はよろしくお願ひしたいと思います。そんなことを言っても、組合はできないということにならないようにしてほしいと思います。

ほかに何かございますでしょうか。どうぞ。

○吉森委員　ありがとうございます。

公衆浴場の件で思い出したことがあったので、事例をお一つ紹介させていただきます。私ども生協ですけれども、職員の中に公衆浴場を舞台に町を元気にするNPOに関わっている職員おりまして、お風呂屋さんを休みの日に開放してもらって、生協の組合員が石けんの講師で石けんの学習会をして、それから、生産者を呼んで、その後、産直市をやったということで、すごく楽しい企画が実際に大田区でありましたので、御紹介したいと思いました。

○原田分科会長　ありがとうございます。

こういうメニューがきっかけになって、さまざまな具体的な活動が行われていくというのは大事だと思いますし、そのために今までのとらえ方とは違ったコンセプトで見直してみるとというのは、御指摘があったと思うんですけれども、その辺が物すごく大事なことになると思います。ですから、これがうまく軌道に乗ってくれることを是非とも願ひたいと思っております。組合との歩調を合わせて、うまく対応していただきたいと思います。

何かほかにもございますか。

それでは、これで任された議題はほぼ終わるんですけれども、事務局から今後の対応その他に関連しまして、何かございますでしょうか。あったら、よろしくお願ひします。

○堀江生活衛生課長　ありがとうございます。

本日、最初の方で申し上げましたように、今日の御議論、いろんなものを踏まえまして、また年が明けたころに向けまして、準備したいと考えております。

また、食鳥肉の店舗などの調査も私どもでしまして、その結果について報告して、いい指針ができますように、もっていきたいと考えてございます。

次回につきまして、しばらく先になりますけれども、また日程調整させていただきますので、よろしくお願ひいたします。

○原田分科会長　ありがとうございます。

その後、御意見等がございましたら、事務局に御連絡いただいて、私と事務局の間でよく相談して、きちっとした対応をとりたいと思っておりますので、よろしくお願ひします。

それでは、以上をもちまして、第18回になると思いますが「厚生科学審議会生活衛生適正化分科会」を終了させていただきたいと思います。今日は本当にありがとうございました。