

第13回厚生科学審議会生活衛生適正化分科会会議次第

日時：平成20年12月10日（水）
15：30～17：30

場所：中央合同庁舎第5号館6階
共用第8会議室

1 開 会

2 議 事

（1）諮問及び審議

クリーニング業、すし店営業の振興指針の改正について

（2）その他

3 閉 会

第13回厚生科学審議会生活衛生適正化分科会 配付資料一覧

		頁
資料 1	諮問書 (写)	1
資料 2	付議書 (写)	2
資料 3	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)	3
資料 4	振興指針及び振興計画のあらまし	5
資料 5	理容業の振興指針 (最終案修正)	7
資料 6	美容業の振興指針 (最終案修正)	18
資料 7	興行場営業の振興指針 (最終案修正)	29
資料 8	クリーニング業の振興指針	
— 1	概要	38
— 2	指針 (案)	41
— 3	新旧対照表	51
資料 9	飲食店営業 (すし店)	
— 1	概要	65
— 2	指針 (案)	68
— 3	新旧対照表	79
資料 10	統計資料 (クリーニング業、飲食店営業 (すし店))	95



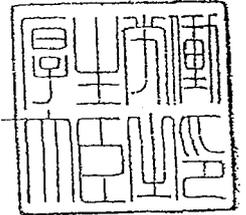
資料 1



厚生労働省発健第1023001号
平成20年10月23日

厚生科学審議会会長 久 道 茂 殿

厚生労働大臣 舛 添 要



諮 問 書

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32年法律第164号）第56条の2第1項の規定に基づく理容業、美容業、クリーニング業、興行場営業、飲食店営業（すし店）の振興指針を別紙のとおり改正することについて、同法第58条第2項の規定に基づき、貴会に意見を求めます。

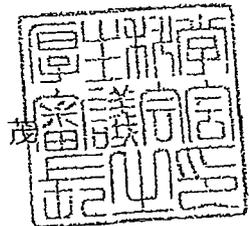
資料2

厚科審第18号
平成20年10月23日



生活衛生適正化分科会分科会長
井原 哲夫 殿

厚生科学審議会会長
久道



理容業、美容業、クリーニング業、興行場営業及び飲食店営業（すし店）の
振興指針の改正について（付議）

標記について、平成20年10月23日付厚生労働省発健第1023001号をもって厚生
労働大臣より諮問があったので、厚生科学審議会運営規程第3条の規定に基づき、
貴分科会において審議方願いたい。

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32年法律第164号)(抄)

(振興指針)

第56条の2 厚生労働大臣は、業種を指定して、当該業種に係る営業の振興に必要な事項に関する指針(以下「振興指針」という。)を定めることができる。

- 2 振興指針には、次に掲げる事項について定めるものとする。
 - 一 目標年度における衛生施設の水準、役務の内容又は商品の品質、経営内容その他の振興の目標及び役務又は商品の供給の見通しに関する事項
 - 二 施設の整備、技術の開発、経営管理の近代化、事業の共同化、役務又は商品の提供方法の改善、従事者の技能の改善向上、取引関係の改善その他の振興の目標の達成に必要な事項
 - 三 従業員の福祉の向上、環境の保全その他の振興に際し配慮すべき事項
- 3 振興指針は、公衆衛生の向上及び増進を図り、あわせて利用者又は消費者の利益に資するものでなければならない。

(振興計画の認定)

第56条の3 組合又は小組合は、組合員たる営業者の営業の振興を図るために必要な事業(以下「振興事業」という。)に関する計画(以下「振興計画」という。)(小組合にあつては、当該小組合の行う共同施設に係るものに限る。)を作成し、当該振興計画が振興指針に適合し、かつ、政令で定める基準に該当するものとして適当である旨の厚生労働大臣の認定を受けることができる。

- 2 振興計画には、次に掲げる事項を記載しなければならない。
 - 一 振興事業の目標
 - 二 振興事業の内容及び実施時期
 - 三 振興事業を実施するのに必要な資金の額及びその調達方法
- 3 前2項に規定するもののほか、振興計画の認定及びその取消しに関し必要な事項は、政令で定める。
- 4 第1項の認定を受けた組合又は小組合は、毎事業年度経過後3箇月以内に、当該計画の実施状況について厚生労働大臣に報告しなければならない。
- 5 第1項の規定による認定の申請及び前項の規定による報告は、都道府県知事を経由してするものとする。

(資金の確保)

第56条の4 政府は、前条第1項の規定による認定を受けた振興計画(以下「認定計画」という。)に基づく振興事業の実施に必要な資金の確保又はその融通のあつせんに努めるものとする。

(減価償却の特例)

第56条の5 第56条の3第1項の規定による認定を受けた組合又は小組合は、租税特別措置法(昭和32年法律第26号)で定めるところにより、当該認定計画に係る共同施設について特別償却をすることができる。

(審議会等)

第58条 (略)

2 厚生労働大臣は、第9条第1項、第55条若しくは第57条の12第1項の認可に関する処分、第9条第4項の基準の設定、第11条第1項(第56条及び前条において準用する場合を含む。)若しくは第57条第1項の規定による命令、第11条第1項若しくは第2項(これらを第56条及び前条において準用する場合を含む。)の規定による認可の取消し、第56条の2第1項の規定による振興指針の設定又は第56条の6第1項の規定による料金若しくは販売価格に係る勧告をしようとするときは、厚生科学審議会に諮問しなければならない。

3 (略)

4 (略)

振興指針及び振興計画のあらまし

I 振興指針

1 振興指針の設定目的

生衛業の振興を計画的に推進して、公衆衛生の向上及び利用者の利益の増進に資することを目的として設定する。

2 振興指針の性格

(1) 業界全体の振興を図るための指針。

(2) 生活衛生同業組合(以下「組合」という。)又は生活衛生同業組合小組合(以下「小組合」という。)が策定する振興計画の認定基準。

3 設定権者

厚生労働大臣が設定する。(法第56条の2第1項)

4 設定業種の指定

厚生労働大臣が生衛業のうち、業種を指定して設定する。(法第56条の2第1項) 指定し設定した業種16種類

クリーニング業、飲食店営業(すし店)、理容業、美容業、飲食店営業(めん類)、旅館業(ホテル営業・旅館営業及び簡易宿所営業)、食肉販売業、飲食店営業(一般飲食店、中華料理業、料理業及び社交業)及び喫茶店営業、食鳥肉販売業、興行場営業、浴場業、氷雪販売業

5 振興指針の告示

振興指針を設定した場合には、厚生労働大臣は告示を行う。

II 振興計画

1 振興計画の策定目的

組合等がその組合員たる営業者の営業の振興を計画的に推進するため策定するものであり、振興指針の内容を具体化するもの。

2 策定者

組合及び小組合

3 振興計画の記載事項

- (1) 振興事業の目標
- (2) 振興事業の内容及び実施時期
- (3) 振興事業を実施するのに必要な資金の額及びその調達方法等

4 振興計画の認定

組合又は小組合は、振興計画に基づいて営業の振興を図るときは、厚生労働大臣の認定を受けなければならない。

(各業種の認定状況)－平成19年12月31日現在－

クリーニング業	47件	飲食店営業(すし店)	41件
理容業	47件	美容業	47件
飲食店営業(めん類)	24件	旅館業	47件
簡易宿所	1件	食肉販売業	44件
飲食店営業(一般飲食業)	36件	飲食店営業(中華料理業)	20件
飲食店営業(料理業)	29件	飲食店営業(社交業)	37件
喫茶店営業	29件	食鳥肉販売業	18件
興行場営業	25件	浴場業	22件
氷雪販売業	4件	合計	518件

Ⅲ 振興事業に対する国の特別配慮

融資上の恩恵(法第56条の4)

振興事業に基づいて整備する施設設備については、日本政策金融公庫(生活衛生資金貸付)の融資が、有利な条件で適用される。また、振興事業を実施するのに必要な運転資金についても貸付の対象とされる。

理容業振興指針（事務局最終案修正）

目次

- 第一 営業の振興の目標に関する事項
 - 一 理容業を取り巻く環境
 - 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
- 第二 理容業の振興の目標を達成するために必要な事項
 - 一 営業者の取り組むべき事項
 - 1 衛生水準の向上に関する事項
 - 2 経営課題への対処に関する事項
 - 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への支援
 - 2 行政施策及び政策金融による営業者の支援並びに利用者への信頼の向上
- 第三 営業の振興に際し配慮すべき事項
 - 一 少子・高齢化社会等への対応
 - 二 環境保全及び省エネルギーの強化
 - 三 地域との共生

理容業の営業者は、理容師法（昭和二十二年法律第二百三十四号）等を遵守しつつ、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。

また、より高い利用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。）及び全国理容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、理容業が抱えている諸問題を克服し、利用者の要望の変化に的確に対応できる経営形態に移行できるよう、営業の振興を計画的に図り、もって公衆衛生の向上と利用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、理容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、日常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、理容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 理容業を取り巻く環境

理容業は、頭髪の刈り込み、顔そり等により容姿を整えることから、国民の衛生的で快適な生活を確保するサービスとして国民生活の充実に大きく寄与してきたところである。

しかし、理容所の施設数は、昭和六十一年度の約十四万五千件から漸減傾向にあり、平成十二年度以降十四万件台で推移してきたが、平成十九年度には、十三万七千件に減少しており、従事理容師数は平成十四年度の約二十五万二千人以降減少し平成十九年度で約二十四万六千人となっている。この背景には、髪型に対する需要の多様化、若い男性の一部に美容所志向等が考えられるが、特に、近年の個人所得の伸び悩みの中での理容サービスの利用頻度の低下、低価格や施術時間の短さを売りものにするチェーン店の出現による競争の激化等により経営環境は厳しいものとなっている。このような利用者ニーズの変化、経営環境に対して業界全体で的確に対応していくことが必要である。

衛生面については、理容所の衛生管理に対する利用者の関心は高く、新たな感染症の発生状況を踏まえ、理容業においても、公衆衛生の見地から感染症対策の充実に図り、利用者に対して衛生管理についての納得と安心感を提供することが求められている。

また、社会全体の少子高齢化の中で、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、従業者等への育児支援等も課題となっている。

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

理容業は、頭髪の刈り込み、顔そり等利用者の皮ふに直接触れる営業であり、衛生上の問題に対して、特に注意を払わなければ

ならない業種である。使用する器具の消毒をはじめ、衛生上の危害を防止し、利用者に対して安全で良質なサービスを提供することは営業者の責務である。

一方、生活水準の向上に伴い、国民が生活の質的充実を志向する中で、理容業に対する要望が多様化及び高度化し、利用者は、技術の質、料金、施設・設備、接客態度等を合理的に選好することにより、理容所の選択を行っている。このため、従来の一一般の整髪、顔そり、洗髪等のメニューを主体としつつ、毛髪、美顔術も含め、できる限り利用者から快適と評価されるようなサービスとして提供するなど、利用者の立場に立ったサービスの改善向上に努めるとともに、新たなメニューやサービスの導入による付加価値の向上を図ることにより、顧客に「満足」を与え、「快適」に過ごし「優美」な気持ちで帰れるような高品質なサービスの提供に努め、利用者の要望に対応できる個性ある店作りを行うことが必要である。

また、~~原材料価格の高騰~~原材料価格の高騰や世界的な金融危機に伴う経済状況の変化が予想されるなか、顧客の安定した確保が図られるよう、衛生水準を確保しつつ利用者の要望に対応したサービスの取組が重要となっている。このため、立地条件や店舗に応じた経営方針を確立し、それに基づく営業時間の見直し、顧客管理の改善や営業の効率化等経営内容の改善への積極的な取組が必要である。

各営業者は、これらを十分に認識し、利用者の安全衛生の確保、技術及び接客サービスの向上、利用者に対する情報提供等に積極的に取り組むことにより、理容業に対する利用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 理容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

理容業は、人の身体の一部である毛髪及び皮ふに鋭利な刃物を当て、又は化学薬品等を使用して容姿を整える営業であり、人の身体の安全及び衛生に直接関わる営業である。この

ため、営業者及び従業員は、理容師法等の関係法令を遵守することは当然のことであり、衛生上の問題発生の防止及び衛生水準の一層の向上を図るため、衛生に関する専門的な知識を深め、常時、施設及び設備、器具等の衛生管理に努めるとともに、各種器具、化学薬品、整髪剤等の適正な取扱い、毛髪など廃棄物の適切な処理にも十分留意し、衛生管理の改善に取り組むことが必要であり、感染症及び皮膚障害等の発生防止に努めるものとする。

利用者の関心は、特に、肝炎、エイズ、新型インフルエンザ等の感染症の発生状況や発生の可能性を踏まえた感染症対

また、最近、小学校低学年以上の児童・中学生の充実にある。特に、最近のインフルエンザ等が流行していること、マスク、手洗いの等の流行の非止がある

ことも留意することが必要である。したがって、営業者は、皮ふに接するタオル及び布片並びにかみそり等刃物の消毒の徹底に努めるとともに、作業中は汚れが目立ちやすい清潔な外衣の着用、顧客一人ごとの作業前後のうがい、手指の洗浄や消毒、つめの手入れ、顔そり等の場合のマスクの着用等の衛生管理を徹底し、さらに、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、これらの取組を利用者に分かりやすく伝えることが、利用者に納得と安心感を提供するために最も重要である。

(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、店舗を衛生的に保つとともに、設備及び消毒器材について定期的かつ積極的にその改善に取り組むことが重要である。

また、利用者にとって安全及び衛生は最大の関心事項であるため、衛生管理を徹底した店舗であるとの印象を利用者に与えることが重要である。したがって、消毒器材等を利用者に見えやすい場所に設置するなどの改善に取り組むことも必要である。

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、多様な利用者の要望に対応する良質なサービスを提供し、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、技術力等を考慮し、例えば、地域に根ざした中高年齢者や家族客等を顧客とする家族的な店、または、若者等を対象に多様なメニューを提供する店など、自店の経営方針を明確化することが重要である。

その際、既に地域に定着している店であっても、顧客層の変化、顧客の要望の変化等の需要動向、周囲の競合店の状況等の情報を収集し、他店のサービスと比べて、自らの店が顧客の立場に立ってどのような付加価値を提供できるのか、経営意識の改革に努めるとともに、将来を見据えた経営方針を確立し、経営を行うことが必要である。

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項

営業者は、それぞれの店の立地条件及び経営方針に照らし、営業日や時間を見直すとともに、精神的な癒し(リラクゼーション)のための店内の雰囲気作り、接客技術の向上、毛髪や顔そり後の肌の手入れ等の知識の提供など、顧客の立場に立ったサービスの見直しに努めることが必要である。

提供するメニューについても、目標とする顧客層に応じて、主として若者を対象とした新しいヘアスタイル、毛染め(カラーリング)、男性向けネイルケア等のファッション性を重視するメニュー、女性向けシェービング、美顔を含めた身体

全体のエステティック等肌の管理を重視するメニュー、シャンプーと頭皮ケア等の育毛・スキャルプトリートメント、アロマセラピー等のリラクゼーションメニュー、中高年齢者向けのヘアカウンセリング等のメニュー、高齢者を対象とした福祉理容の出張サービス等のメニューなど、顧客の要望と自店の経営方針に合ったメニューの見直しや開発を行うことが望ましい。

また、クールビズヘア、冷シャンプー等の社会性を配慮した新たな取り組みについて利用者にアピールすることも考えられる。

(三) 施設及び設備の改善に関する事項

営業者は、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、顧客層、店の従業者規模等に応じたサービスの内容やメニューに合ったより快適な椅子及び洗髪設備、毛髪診断設備、エステティックをはじめとするリラクゼーションメニューのための設備、高齢者向けバリアフリー等の施設及び設備の改善に努めるものとする。

(四) 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、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各種サービスの実施について顧客へダイレクトメールを送信するなど、顧客への積極的な働きかけをするとともに、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、インターネット等による予約、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。

また、利用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、店外など利用者の見やすい場所にメニューとサービスごとの料金を明示すべきであり、顧客にとって初めてとなるメニューの施術に際しては、十分な事前の説明を行うべきである。

また、営業者は、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。以下「全国指導センター」という。）が定めるサービスの内容並びに施設及び設備の表示の適正化に関する事項等を内容とする理容業の標準営業約款に従って営業を行う旨の登録をし、標識及び当該登録に係る約款の要旨を掲示するよう努めるものとする。

さらに、営業者は、事故が生じた場合には、適切かつ誠実な苦情処理と賠償責任保険等を活用した損害の補填を行い、顧客との信頼関係の維持向上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

理容業は、対人サービスであり、従業者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。特に、若手従業者の育成及び指導を図るとともに、若者に魅力ある職場作りに努めることが必要である。

したがって、営業者は、従事者が新しいヘアスタイル等の新メニューに対応できるよう、技術面を向上させるとともに、接客技術、顧客への知識提供等の面での技能向上にも努める必要がある。また、安全衛生履行の観点も含め、従業者に対する適正な労働条件の確保に努めるものとする。

さらに、営業者は、後継者及び独立を希望する従業員が、経営、顧客管理、従業員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、後継者及び従業員の人材育成に努め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、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、衛生管理の手引の作成等による普及啓発、毛髪及び肌の健康管理等に関する新技術の開発、衛生管理体制の整備充実、化粧品の組み合わせによる事故防止並びに各種感染症対策等の情報提供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、利用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に努めるものとする。

(三) 利用者の利益の増進に関する事項

サービスの適正表示、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、利用者意識調査、利用者を対象とした理容啓発講座の実施及び利用者の理容施術に対する正しい知識の啓発のためのパンフレットの作成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並びに理容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。

(五) 営業者及び従業員の技能の改善向上に関する事項

新しいヘアスタイル、福祉理容、ヘアカウンセラー、美顔エステティック等新しいサービスに関する講習会や技能コンテストの開催、連合会独自の技能資格制度の整備等による、新しい顧客需要に対応した理容技術の向上及び普及啓発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) 取引関係の改善に関する事項

共同購入等取引面の共同化の推進、理容用品業界の協力を得ながらの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。

また、関連業界と連携を深め、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。

(八) 従業者の福祉の充実にに関する事項

従業者の労働条件整備、作業環境の改善及び健康管理充実のための支援、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 of 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。

(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。

2 行政施策及び政策金融による営業者の支援並びに利用者の信頼の向上

(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、利用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、利用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。

(二) 全国指導センターにおいては、(一)の都道府県指導センターの取組を推進するため、利用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・整備や営業者への当該情報の提供、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。

また、標準営業約款制度に関し、都道府県指導センターと連携を図り、各営業者の標準営業約款の登録の促進策を講じるものとする。

(三) 国、都道府県等においては、営業の健全な振興を図る観点から、理容師法等関係法令の施行業務等を通じ、営業者に対し、理容業に関する指導監督、安全衛生、利用者からの苦情対応をはじめとする情報の提供その他の必要な支援に努めるものとする。

(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 少子・高齢化社会等への対応

理容所は、商店街や住宅街にある店舗が多いため、地域に密着した業態であると言える。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、出張サービス、高齢者や障害者に配慮した理容施術の開発など、高齢化社会における幅広い取り組みが期待される。

また、男女共同参画社会の推進及び少子化社会における育児支援の観点から、従業員の育児支援や、子供連れの客が利用しやすいよう店内設備等を改善することも必要である。

さらに、営業者は、理容所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、利用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。

二 環境保全及び省エネルギーの強化

営業者は、化学物質や産業廃棄物の処理等の環境問題に配慮し、営業活動で生じた薬品、化粧品等の各種容器や廃液、毛髪等の廃棄物等の適切な処置にも十分留意し、環境の保全に積極的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、温室効果ガス排出抑制に努めるものとする。

三 地域との共生

営業者は、地域社会における行事等に積極的に参加し、地域住民に対して理容所の店舗の存在、提供する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、児童の緊急避難場所としての「理容こども110番の店」への参加などの地域の防犯活動への協力、地域における街づくりへの積極的参加、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。

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。

美容業振興指針（事務局最終案修正）

目次

- 第一 営業の振興の目標に関する事項
 - 一 美容業を取り巻く環境
 - 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
- 第二 美容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
 - 2 経営課題への対処に関する事項
 - 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への支援
 - 2 行政施策及び政策金融による営業者の支援並びに利用者の信頼の向上
- 第三 営業の振興に際し配慮すべき事項
 - 一 少子・高齢化社会等の対応
 - 二 環境保全及び省エネルギーの強化
 - 三 地域との共生

美容業の営業者は、美容師法（昭和三十二年法律第百六十三号）等を遵守しつつ、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。

また、より高い利用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がある。このため、生活衛生同業組合（生活衛生同業小組合含む。以下「組合」という。）及び全日本美容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、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、美容業が抱えている諸問題を克服し、利用者の要望の変化に的確に対応できる経営形態に移行できるよう、営業の振興を計画的に図り、もって公衆衛生の向上と利用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、美容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、日常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、美容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 美容業を取り巻く環境

美容業は、衛生的で、かつ、容姿を美しくしたいという国民の文化的欲求に応えるサービスを提供することで、国民生活の充実に大いに寄与してきたところであるが、国民の「美と健康（ビューティーアンドヘルシー）」に対する需要はますます高まってきており、その需要に応じて質の高いサービスを提供できるよう、業界全体が変わっていくことが必要である。

美容業は、平成十九年度に施設数約二十一万九千件、従事美容師数約四十三万三千人でともに増加傾向にある。この背景には、女性の美容に対する根強い需要、若者の男女を問わないファッション指向等に対応して、エステティック等サービスも含めた業務の拡充に熱心な営業者の存在がある。

一方、このような状況は営業者間の競争を激化させており、特に、近年のチェーン店の増加や利用頻度の低下もあいまって、客数の減少を経営上の悩みの第一位に挙げている営業者も多く、業界の中でも、住宅地に立地し、中高年の経営者による小規模個人経営の店が厳しい状況にある一方で、商業地や交通至便の場所に立地する比較的新しい店や法人経営の中規模・大規模店が発展するなど、二層分化の傾向も見られる。

サービスの内容についても、パーマメントへの消費支出は低下傾向にあるが、カット中心の施術、毛染め（ヘアカラー、ヘアマニキュア）、髪や頭皮の手入れ（トリートメント）、顔の美容（フェイシャル）や化粧品（メイク）、エステティック、ネイルケア、衣装着付けその他の美容への支出は増加するなど、サービス内容の変化と拡充が見られる。

衛生面については、パーマメントウェーブ用剤、染毛剤、化粧品等の安全性やアレルギー等への影響に対する利用者の関心も高

く、さらに、新たな感染症の発生状況を踏まえ、美容業においても、公衆衛生の見地からの感染症対策等の充実を図り、利用者に対して衛生管理についての納得と安心感を提供することが求められている。

社会全体の少子高齢化の中で、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、従業者等への育児の支援等も課題となっている。

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

美容業は、人の身体の一部である毛髪及び皮ふに化粧品などを使用して容姿を美しくする営業であり、衛生上の問題に対して、特に注意が必要な業態である。衛生上の危険を防止し、利用者に対して安全で良質なサービスを提供することは営業者の責務である。一方、生活水準の向上に伴い、国民が生活の質的充実を指向し、美容業に対する要望の多様化、高度化、ファッション化及び個性化の傾向が強まっているとともに、精神的な癒し（リラクゼーション）及び健康が重視される中で、利用者は、技術の質、料金、施設・設備、接客態度等を合理的に選好することにより、美容所の選択を行っている。このため、ヘアスタイル等の流行に合った施術内容の見直しと、その技術の研さん向上を図るとともに、従来の顧客を対象にした地域に根ざしたリラクゼーションを重視した店作り、エステティック、ネイル等ファッションの最先端のサービスの拡充に取り組む店作り、中高年をターゲットにした店作り、高齢化に対応した福祉美容等のサービスの開発など、個々の店の経営方針に沿って、美と健康を求める利用者の需要に対応して、激化する競争の中で安定した経営を確保するための付加価値を提供することを経営の目標とする必要がある。

また、~~今後、~~原材料価格の高騰や世界的な金融危機に伴う経済状況の変化が予想される中、顧客の安定した確保が図られるよう、衛生水準を確保しつつ利用者の要望に対応したサービスの取組が必要である。

各営業者は、これらを十分に認識し、利用者の安全衛生の確保、技術及び接客サービスの向上、利用者に対する情報提供等に積極的に取り組むことにより、美容業に対する利用者の理解と信頼の

向上を図ることを目標とすべきである。

第二 美容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

美容業は、人の体の一部である毛髪及び皮膚を対象として、パーマメントウェーブ用剤、化粧品等を使用して容姿を美しくする営業であり、人の身体の安全・衛生に直接かかわる営業である。このため、営業者及び従業員は、美容師法等の関係法令を遵守することは当然のことであり、衛生上の問題発生の防止及び衛生水準の一層の向上を図るため、衛生に関する専門的な知識を深め、常時、施設・設備、器具等の衛生管理に努めるとともに、各種器具、薬品、化粧品等の適正な取扱い、毛髪などの廃棄物の適切な処理にも十分留意し、衛生管理の改善に取り組むことが必要であり、感染症及び皮膚障害等の発生防止に努めるものとする。

利用者の関心は、特に、器具の消毒、パーマメントウェーブ用剤、染毛剤、化粧品等の肌への健康被害及び肝炎、エイズ、新型インフルエンザの発生状況及び発生の可能性を踏まえた予防策等の衛生上の問題にある。また、新型コロナウイルス感染症の発生により、利用者の関心は更に高まっている。

したがって、営業者は、皮膚に触れる物の消毒の徹底、化粧品等と顧客の体質等の関係についての従業員の教育、汚れが目立ちやすい清潔な外衣の着用、顧客一人ごとの作業前後のうがい、手指の洗浄や消毒、つめの手入れ、風邪等の流行時のマスクの着用等自ら衛生管理を徹底し、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及び指導監督に当たることが必要である。

特に、新しい施術の実施に際しては、従業員に、その施術のやり方及びリスクを認識させ、利用者に対してもより詳細な説明を行い、健康被害等の発生防止及び発生した場合の対応に配慮しなければならない。そして、これらの取組を利用者に分かりやすく伝えることが、利用者にな得と安心感を提供するために最も重要である。

(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、店舗を衛生的に保つとともに、設備及び消毒器材について定期的かつ積極的にその改善に取り組むことが重要である。

また、利用者にとって安全及び衛生は最大の関心事項であるため、衛生管理を徹底した店舗であるとの印象を利用者に与えることが必要である。

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、多様な利用者の要望に対応する良質なサービスを提供し、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、メニュー及び技術力を考慮し、例えば、地域に根ざした中高年齢者や家族客等を顧客とする家族的な店、または、若者等を対象に多様な最先端のメニューを提供する店など、自店の経営方針を明確化することが重要である。

その際、既に地域に定着している店であっても、顧客層の変化、顧客の要望の変化等の需要動向、周囲の競合店の状況等の情報を収集し、他店のサービスと比べて、自らの店が顧客の立場に立ってどのような付加価値を提供できるのか、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検討を行う必要がある。

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項

営業者は、それぞれの店の立地条件及び経営方針に照らし、営業日及び営業時間を見直すとともに、店内の雰囲気作り、接客技術の向上、毛髪や化粧等の知識及び顧客層に合った化粧品等の提供など、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。

提供するメニューについても、ヘアスタイル等の流行に合ったメニュー内容の見直しを基本とし、さらに、主な顧客層に応じ、若者等ファッションに関心の高い顧客向けの新しいヘアスタイル、傷んだ髪等のトリートメント、ヘアカラー、ヘアマニキュア、ネイルケアやネイルアート、新しい手法を採りこんだメイクコースやフェイシャルエステ、エステティックサービス、結髪・着付けの伝統的技術、ウエディングドレス着付け、若い男性を対象としたメニュー、中高年齢者を対象としたリラクゼーションに配慮したメニュー、高齢者を対象とした訪問美容サービスなど、顧客の要望と自店の経営方針に合ったメニューの見直しや開発を行うことが望ましい。

(三) 施設及び設備の改善に関する事項

営業者は、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、顧客層、店の従業者規模等に応じたサービスの内容やメニューに合った、椅子等調度品、洗髪設備、高齢者向けバリアフリー等の施設及び設備の改善に努めるものとする。

(四) 情報通信技術を活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、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各種サービスの実施について顧客へダイレクトメールを発送するなど、顧客への積極的な働きかけをするとともに、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、インターネット等による予約、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、利用者の利便を考慮し、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、適正に対応する必要がある。

(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、店外など利用者の見やすい場所にメニューとメニュー上の料金を明示すべきであるとともに、顧客にとって初めてのメニューの施術に際しては、十分な事前の説明を行うべきである。

また、営業者は、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。以下「全国指導センター」という。）が定めるサービスの内容並びに施設及び設備の表示の適正化に関する事項等を内容とする美容業の標準営業約款に従って営業を行う旨の登録をし、標識及び当該登録に係る約款の要旨を掲示するよう努めるものとする。

さらに、営業者は、事故が生じた場合には、適切かつ誠実な苦情処理と賠償責任保険等を活用した損害の補填を行い、顧客との信頼関係の維持向上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

美容業は、対人サービスであり、従業者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。特に、若手従業者の育成及び指導を図るとともに、若者に魅力ある職場作りに努めるものとする。

したがって、営業者は、従業者が新しいヘアスタイルやネイルケア、エステティック等の新しいメニューやサービス内容の拡充に対応できるよう、技術面を向上させるとともに、接客技術、顧客への知識提供等の面での技能向上にも努める必要がある。また、安全衛生履行の観点も含め、従業員に対する適正な労働条件の確保に努めるものとする。

さらに、営業者は、後継者及び独立を希望する従業員が、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、後継者及び従業員の人材育成に努め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、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、衛生管理の手引の作成等による普及啓発、毛髪及び肌の健康管理等に関する新技術の開発、衛生管理体制の整備充実、化粧品の併用による事故防止及び各種感染症対策等の情報提供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、利用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バリアフリーの店舗構造や高齢者向けサロン経営のあり方等の研究を行うことにより、営業者の取組みを支援することが重要である。

(三) 利用者の利益の増進に関する事項

サービスの適正表示、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、利用者意識調査、利用者を対象とした美容啓発講座の実施及び利用者の美容施術に対する正しい知識の啓発のためのパンフレットの作成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並びに美容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。

(五) 営業者及び従業員の技能の改善向上に関する事項

新しいヘアスタイル、ネイルケア、エステティック、福祉美容等多様化する需要に対応した講習会、技能コンテストの開催、連合会がすすめるハートフル美容師等の独自の技能資格制度及びエステ、ネイル、メイクの評価認定制度の推進等による、新しい顧客需要に対応した美容技術の向上及び普及啓発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) 取引関係の改善に関する事項

共同購入等取引面の共同化の推進、美容用品業界の協力を得ながらの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。

また、関連業界と連携を深め、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。

(八) 従業員の福祉の充実に関する事項

従業員の労働条件整備、作業環境の改善及び健康管理充実のための支援、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の実施及び共済制度（退職金、生命保険等）の整備・強化に努めるものとする。

(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。

2 行政施策及び政策金融による営業者の支援並びに利用者の信頼の向上

(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、利用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、利用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。

(二) 全国指導センターにおいては、(一)の都道府県指導センターの取組を推進するため、利用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・整備や営業者への当該情報の提供、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。

また、標準営業約款制度に関し、都道府県指導センターと連携を図り、各営業者の標準営業約款の登録の促進策を講じるものとする。

(三) 国、都道府県等においては、営業の健全な振興を図る観点から、美容師法等関係法令の施行業務等を通じ、営業者に対し、美容業に関する指導監督、安全衛生、利用者からの苦情の対応をはじめとする情報提供その他の必要な支援に努めるものとする。

(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 少子・高齢化社会等への対応

美容所は、商店街や住宅街にある店舗が多いため、地域に密着した業態であると言える。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、出張サービス、高齢者や障害者に配慮した美容施術の開発など、高齢化社会における幅広い取り組みが期待される。

また、男女共同参画社会の推進及び少子化社会における育児支援の

観点から、従業員の育児等への利用の支援や、子供連れの客が利用しやすいよう店内設備等を改善することも必要である。

さらに、営業者は、美容所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、利用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。

二 環境保全及び省エネルギーの強化

営業者は、化学物質や産業廃棄物の処理等の環境問題に配慮し、事業活動で生じた薬品、化粧品等の各種容器や廃液、毛髪やレスンウイッグ等の廃棄物の適切な処置にも十分留意し、環境の保全に積極的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は、省エネルギー性能の高い機器の導入について配慮し、温室効果ガス排出抑制に努めるものとする。

三 地域との共生

営業者は、地域社会における行事等に積極的に参加し、地域住民に対して美容業の店舗の存在、提供する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。

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。

興行場営業振興指針（事務局最終案修正）

目次

- 第一 営業の振興の目標に関する事項
 - 一 興行場営業を取り巻く環境
 - 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
- 第二 興行場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
 - 1 衛生水準の向上に関する事項
 - 2 経営課題への対処に関する事項
 - 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への支援
 - 2 行政施策及び政策金融による営業者の支援並びに利用者の信頼の向上
- 第三 営業の振興に際し配慮すべき事項
 - 一 環境保全及び省エネルギーの強化
 - 二 少子・高齢化社会等への対応
 - 三 地域との共生

興行場営業の営業者は、興行場法（昭和二十三年法律第百三十七号）等を遵守しつつ、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。

また、より良い娯楽を生み出す努力をすることにより、国民の文化的生活の充実に一層貢献していくことが求められる一方、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。）及び全国興行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、興行場営業が抱えている諸問題を克服し、利用者の要望の変化に的確に対応できる経営形態に移行できるよう、営業の振興を計画的に図り、もって公衆衛生の向上と利用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、興行場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、日常生活の質の向上が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、興行場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。

なお、現時点においては、興行場の多くを映画館が占めているため、今回の指針では特に映画館を例に記述することとする。

第一 営業の振興の目標に関する事項

一 興行場営業を取り巻く環境

興行場営業は、国民生活における身近な娯楽を提供するものとして、その地位を保ってきたところである。その施設数及び入場者数は、昭和三十年代半ばのピーク時から平成七、八年頃にかけて、娯楽の多様化、テレビ、家庭用ビデオ、パーソナルコンピュータ、家庭用ゲーム機、衛星放送等の普及により、長期間減少傾向にあったが、近年、邦画を中心とした話題作の増加、郊外地域を中心とした複数のスクリーンを有する映画館（以下「シネマコンプレックス」という。）の増加等により、スクリーン数は、平成十三年末二千五百八十五スクリーンから平成十九年末三千二百二十一スクリーンと漸増傾向にある。

しかし、その実情をみると、シネマコンプレックスは短期間のうちに全スクリーン数の七十五パーセントを超える勢いで増加しているが、それによって競争の激化を招き、周辺地域の既存の単独スクリーンの映画館（以下「単独館」という。）の閉館が相次ぐなど大きな影響が生じている。

また、興行収入は、平成十三年度から二千億円前後を推移しているが、スクリーン数の増加に伴い、一スクリーン当たりの年間興業収入は、平成十三年度以降年々減少している。

一方、平成十八年に邦画の興行収入が洋画の興行収入を二十一年ぶりに超えて邦画の頑張りが特筆されるが、この中にはテレビ番組と連携し

た話題作も少なくない。また、テレビ番組との連携が注目される。なお、映画の入場者数は、映画作品の優劣に左右され、ヒット作品の有無により経営環境に影響するものであるため、邦画、洋画を問わずヒット作品の出現が期待される。

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

興行場営業は、一時に不特定多数の利用者を密閉性の高い施設に長時間収容して行うという営業形態上の特殊性を有している。利用者の安全

衛生を確保するために、適切な空調設備の整備保全、清掃の励行や洗面所等汚染されやすい区画の消毒等清潔で安全な環境の維持に努めることは、営業者の責務である。

また、興行場営業は、娯楽、文化の担い手として重要な役割を果たしているが、娯楽の多様化、家庭用DVD、パーソナルコンピュータ、家庭用ゲーム機、衛星放送、都市型ケーブルテレビ等が普及する中で、他の娯楽産業との競争における生き残りを図るため、シネマコンプレックス、単独館ともに、利用者が望む映画を快適な環境で鑑賞できるように魅力的な施設作りを進めるとともに、飲食等附属的なサービスの提供等経営改善に努めるとともに、家庭では体験できない映画館ならではの大画面の迫力等の魅力を知ってもらう必要がある。

特に、シネマコンプレックスとの競争にさらされている単独館については、利用者の要望を調査し、固定客を確保するなど、独自性を発揮し、魅力を増すことが必要である。

さらに、二十一年のテレビにおけるデジタル放送化及び映画制作、配給等の全工程におけるデジタル方式の確立により、今後の配給映画のデジタル化が予想され、映画館においてもデジタル対応が迫られる状況である。

また、原油はじめ原材料価格の高騰や世界的な金融危機に伴う経済状況の変化が予想されるなか、顧客の安定した確保が図られるよう、利用者の要望に対応したサービスの取組が必要である。

各営業者は、これらの事項を十分に認識し、衛生水準の向上、経営改善等に積極的に取り組むことにより、自己経営能力に適合した経営規模又は営業形態を実現することを目標とすべきである。

第二 興行場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

1 衛生水準の向上に関する事項

営業者は、シックハウス等室内の化学物質による健康への影響についての関心の高まりや新たな感染症の発生状況等に配慮しつつ、公衆衛生の見地からの対策を講じることを要請されている。このため、自館の営業形態、施設・設備等に応じた、快適な温度及び空気環境の確保、トイレ等の清掃の徹底、衛生教育の充実による従業員の資質の向上等衛生水準の維持向上のためのサービスの充実・強化を図り、利用者が清潔かつ衛生的な環境で快適に映画を楽しめるよう衛生管理に努めるものとする。特に留意すべき事項としては、新型インフルエンザ

の発生が危惧されていることから、不特定多数の方々を利用する施設であることを踏まえ、営業者自ら従業員に対し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監督指導に当たることが必要である。

さらに、営業者は、消防法（昭和二十三年法律第百八十六号）等の関係法令を踏まえた、非常口表示等を講じるとともに、従業員の安全教育の徹底を図るとともに、地域との連携を密にした防災・避難対策や上映前の入場者に対する適切な情報提供を行うことが必要である。

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、営業を通じて娯楽を提供し、国民生活の向上に貢献する観点から、営業者においては、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、自館の立地条件、顧客層、利用者数、交通事情、他館との競合状況等を分析して、経営方針を明確化し、その方針に沿った利用者の増加のための努力を行うことが重要である。

車社会の現状において、駐車設備を完備するシネマコンプレックスとの間で広域的な競争を強いられている単独館は、極めて厳しい経営環境にあるため、家族客、中高年齢者の客、女性客、若者客等多様な客の要望に合った映画の選択、固定客を確保するための会員制の割引や商店街の飲食店と提携した割引制度を講ずるなど、地域の実情に応じた方策を検討することが必要である。

特に、地方都市の単独館では、営業者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) サービスの向上及び顧客の確保に関する事項

営業者は、関連書籍、デジタルビデオディスク及びビデオソフトの販売、喫茶、売店コーナーの充実等、他の付帯事業の経営についても積極的に推進するとともに、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、利用予約、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。また、インターネットや地域のケーブルテレビを活用した広告等により顧客に対してサービス内容を積極的に働きかけるとともに、利用者のアンケート箱の設置、利用者の要望の調査等を行うことにより、利用者の要望にあった付加価値の提供に努めるものである。

一方、「映画の盗撮の防止に関する法律（平成十九年五月三十日法律第五十六号）」（以下「映画盗撮防止法」という。）が施行され、映画館においての録音・録画行為は著作権の侵害となり禁止された事項について、利用者への周知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

利用者にとって、清潔で魅力的な施設となるよう、定期的な内外装の更新、快適な椅子の設置、映像・音響設備の改善等に努めるものとする。

映画産業のデジタル化の確立に伴い、デジタルシネマ上映設備及び最近注目されている3D（立体映画）上映に必要な機材等のビジネス情報を迅速に把握し検討することが必要である。

（四）従業員の資質の向上

従業員の企画、顧客管理、接客等の技術の向上、映写技師の確保等を図るため、組合等の研修会、講習会等も活用しつつ、その資質の向上を図るとともに、適切な労働条件や健康管理を図る必要がある。

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、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関する指導助言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

経営管理の合理化及び効率化、利用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施設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。

(三) 利用者の利益の増進に関する事項

利用者の要望の多様化に 대응するために必要な新技術の研究、催事の開催等利用者に対する映画館営業に関する啓発活動、共通利用ができる映画鑑賞券の発行の検討並びに利用者の動向や意識を把握するための市場調査及び映画制作会社、映画配給会社等関連業界に対する当該情報の提供に努めるとともに、国民に対して映画館における映画の魅力をもっとPRすること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、地域条件等経営環境に関する情報並びに業界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。

また、映画盗撮防止法の施行により映画館においての録音・録画行為は著作権の侵害となり禁止されたことに伴う利用者への周知方法等について営業者に情報提供するとともに、国民に対して映画盗撮防止法の趣旨のPRに努めるものとする。

さらに、デジタルシネマの移行についても、営業者に対して情報提供し、支援に努めるものとする。

(五) 営業者及び従業員の技能の改善向上に関する事項

営業者の特質に応じて作成する接客マニュアルの作成の指導助言に努めるものとする。

(六) 配給会社等との良好な関係の構築に関する事項

単独館が、配給制度、割引制度等について、配給会社との間で良好な関係を築くために行う情報収集及び連絡調整の支援に努めなければならない。

(七) 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。

(八) 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、作業環境の改善及び健康管理充実のための支援、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充実に並びに共済制度（退職金、生命保険等）の整備・強化に努めるものとする。

(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利用者の信頼の向上

(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、利用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、利用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。

(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・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、興行場営業の健全な振興を図る観点から、興行場法等関係法令の施行業務等を通じ、営業者に対し、興行場に関する指導監督、情報提供その他の必要な支援に努めるものとする。

(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、営業者等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 環境保全及び省エネルギーの強化

営業者は、営業活動に伴って生ずる廃棄物を少なくするよう努力するとともに、分別回収に協力し、地域の環境に悪影響を及ぼさないよう必要な措置を講じ、環境の保全に努めるものとする、

また、地球環境保護のため、店舗の改修、機器の購入及び更新に際しては、省エネルギー性能の高い機器の導入について配慮し、温室効果ガス排出抑制に努めるものとする。

二 少子・高齢化社会等への対応

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とすることができるよう、バリアフリー対策に積極的に取り組むとともに、車椅子用の鑑賞スペースの確保など、高齢化社会における幅広い取り組みが期待される。また、乳幼児を抱える父母にも、映画鑑賞の機会を設けるために託児施設との連携を検討するとともに、少子化の中で青少年が安定して映画が楽しめる環境作りや若いファンを育てる工夫を行うことが必要である。

なお、営業者は、映画館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館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、利用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、妊産婦等に優しい環境の実現、受動喫煙の防止等について取り組むことが必要である。

三 地域との共生

営業者は、地域社会における行事等に積極的に参加し、地域住民に対して映画館の存在、提供する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。

また、営業活動を行う際には、青少年層に悪影響を及ぼさないなど風紀面にも十分に注意しなければならない。

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組を支援することが期待される。

クリーニング業の振興指針の概要

第1 営業の振興の目標に関する事項

- I クリーニング業を取り巻く環境
- ・クリーニングの支出の減少（家庭用洗濯機の及び洗剤の進歩、形状安定素材の普及）
 - ・大規模店の取次店の増加
 - ・施設数、従事者数、従事クリーニング師数の減少
 - ・苦情の増加、環境問題の対応の増加
 - ・原材料の価格上昇
- II 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
- ・公衆衛生上の危害発生防止
 - ・経営方針の明確化
 - ・新しい繊維製品の普及への対応
 - ・苦情及び事故を防止するための従業員の知識及び説明の水準アップ
 - ・積極的な環境保全対策
 - ・衛生水準の確保

第2 クリーニング業の振興の目標を達成するために必要な事項

- I 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
- (1) 日常の衛生管理に関する事項
- ・公衆衛生上の見地からの感染症対策
 - ・洗濯前と洗濯後の衣類の適切な区分と衛生管理
 - ・石油系溶剤の残留確認（ドライチェッカー）
 - ・従業員の清潔保持
- (2) 衛生面における施設及び設備の改善に関する事項
- ・衛生的な店舗（取次所、集配車含む）
 - ・一定の衛生水準の構造設備
- 2 経営課題への対処に関する事項
- (1) 経営方針の明確化及び独自性の発揮に関する事項
- ・経営能力や市場の状況把握
 - ・自店の経営上の把握（立地条件、客層、メニュー、技術力）
 - ・情報収集と将来を見据えた経営方針
 - ・経営診断
- (2) サービスの見直し及び向上に関する事項
- ・経営方針に照らした営業形態（営業日、営業時間）

- ・有料保管等のサービスの選択
- ・個性のある店舗づくり
- (3) 施設及び設備の改善に関する事項
 - ・定期的な内外装の改装
 - ・高齢者等に施設及び設備（バリアフリー対応）
 - ・環境保全や省エネルギーの観点からの改善及び整備
- (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
 - ・顧客情報のデータベース化、DM、
 - ・ホームページを活用した顧客の確保
 - ・クリーニングギフト券及び電子決済等の普及
 - ・個人情報管理の事項
- (5) 表示の適正化と苦情の適切な処理に関する事項
 - ・見やすい料金表及び苦情の申し出先の明示
 - ・標準営業約款の登録と掲示
 - ・受取及び引渡時の十分な説明
 - ・衣料に関する知識の取得により事故防止
 - ・賠償責任保険等の活用
- (6) 従業員の資質の向上に関する事項
 - ・事前説明の徹底のための知識の習得
 - ・クリーニング師研修会等による資質向上
 - ・適正な労働条件の確保

II 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

- (1) 衛生に関する知識及び意識の向上に関する事項
 - ・衛生管理の研修会及び講習会の開催
 - ・衛生管理の手引きの作成等
- (2) 施設及び設備の改善に関する事項
- (3) 利用者の利益の増進に関する事項
 - ・苦情処理の対応の作成
 - ・クリーニング事故防止システムの改善及び普及
 - ・クリーニング物の誤配防止に係る品物管理システムの普及
 - ・利用者の意見収集及び消費者教育支援センターとの連携
 - ・知識啓発のためのパンフレット作成
- (4) 経営管理の合理化及び効率化に関する事項
- (5) 営業者及び従業員の技能の改善向上に関する事項
 - ・講習会及び技能コンテストの開催
- (6) 事業の共同化及び協業化に関する事項
 - ・「マシン・リング方式」の指導
 - ・公害防止設備の協業化

- (7) 取引関係の改善に関する事項
- (8) 従業員の福祉の充実に関する事項
 - ・労働条件及び福利厚生の実充、共済制度の整備、強化
 - ・医療保険、年金保険、労働保険の加入の啓発
- (9) 事業の承継及び後継者支援に関する事項
 - ・ケーススタディ等の成功事例等の経営知識の情報提供
 - ・後継者支援事業の促進

2 行政施策及び政策金融による営業者の支援並びに利用者の信頼の向上

- (1) 都道府県指導センター
 - ・営業者に対する経営改善のため、経営指導員等による指導、助言等の支援
 - ・利用者からの苦情や要望の伝達
 - ・保健所等との連携による新規組合加入促進
- (2) 全国指導センター
 - ・経営改善の取組に役立つ情報収集、苦情処理マニュアル作成
 - ・標準営業約款の登録の促進
- (3) 国、都道府県
 - ・クリーニング師研修及び講習会の実施
 - ・クリーニング業に関する指導監督、情報提供等
- (4) 日本政策金融公庫
 - ・生活衛生資金貸付に融資の実施等
 - ・経済金融事情等の把握、分析及び情報提供

第3 営業の振興に際し配慮すべき事項

- I 環境の保全
 - ・公害の発生防止及び産業廃棄物の適正処理
 - ・公害防止関係法令の理解と遵守及び設備改善
 - ・資金、人材等の組織的対応
- II 省エネルギーの強化及びリサイクル対策の推進
 - ・省エネルギー性能の高い機器購入等への配慮
 - ・ハンガー等のリサイクルの推進
- III 少子・高齢化社会等への対応
 - ・洗濯物の集荷・配達サービス
 - ・身体障害者補助犬法
 - ・高齢者、障害者、妊婦等への配慮
- IV 地域との共生
 - ・地域における街づくりへの参加
 - ・大規模災害時の地域の支援
 - ・組合及び連合会との相互協力

クリーニング業振興指針（事務局最終案）

目次

- 第一 営業の振興の目標に関する事項
 - 一 クリーニング業を取り巻く環境
 - 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
- 第二 クリーニング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
 - 2 経営課題への対処に関する事項
 - 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
 - 2 行政施策及び政策金融による営業者の支援並びに利用者の信頼の向上
- 第三 営業の振興に際し配慮すべき事項
 - 一 環境の保全
 - 二 省エネルギーの強化及びリサイクル対策の推進
 - 三 少子・高齢化社会等への対応
 - 四 地域への共生

クリーニング業の営業者は、クリーニング業法（昭和二十五年法律第二百七号）等を遵守しつつ、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。

また、より高い利用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。）及び全国クリーニング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、クリーニング業が抱えている諸問題を克服し、利用者の要望の変化に的確に対応できる経営形態に移行できるよう、営業の振興を計画的に図り、もって公衆衛生の向上と利用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、クリーニング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、日常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、クリーニング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 クリーニング業を取り巻く環境

クリーニング業は、国民の衛生的で快適な衣料・住環境を確保するとともに、家事労働の代替サービスを提供することにより、国民生活の向上に大いに寄与してきたところである。

しかし、近年、経済状況についての先行き不安感、家庭用洗濯機及び洗剤の進歩、コインランドリーの普及、形状安定素材を使用した衣料の普及等による利用者の家計支出に占めるクリーニングに関する支出の減少、大規模企業による取次チェーン店の展開や無店舗型取次サービスといった新しい営業形態を採る企業の参入等による過当競争の激化が見られる中、施設数は平成十四年度の約十五万七千カ所から平成十九年度の約十四万一千カ所に減少しており、このうち平成十九年度においては、一般クリーニング所は約四万カ所、取次所は約十萬一千カ所となっている、従事クリーニング師数は、平成十四年度約六万五千名、平成十九年度約六万名となっている。

一方、新素材の開発、普及等、衣類の多様化に伴うクリーニング事故に対する苦情の増加、ドライクリーニング溶剤等化学物質に対する環境規制の強化、臭気・騒音等クリーニング所の環境面における配慮の必要性の増加、営業者の高齢化と後継者の不足、近年の原材料価格の上昇等もみられ、クリーニング業界をめぐる環境には大変厳しいものがある。

このような環境の中で、クリーニング業の振興を図るためには、従来にも増して利用者の立場に立ったサービスの提供に向けた努力、環境保全対策の推進、共同事業の強化等経営効率化の努力、利用者への説明や苦情処理の適正化等の利用者の信頼を得る営業努力等が重要である。

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

クリーニング業は、人体の分泌物、ほこり、微生物等により汚染

された衣料等を処理する営業であり、病原微生物に汚染されたおそれのある衣料等を洗濯することによる公衆衛生上の危害の発生を防止するため、その取扱い及び処理を衛生的かつ適正に行うことは、営業者の責務である。また、石油系溶剤等の残留による健康被害が生じないように留意することが必要である。

一方、原材料価格の高騰や世界的金融危機等に伴う経済状況の変化が予想される中で、経営の安定化を図るために、経営方針を明確化するとともに、利用者の立場に立った付加価値を創出するためのサービスの見直しや組合等が推進する共同事業の積極的な活用による経営の効率化に努めることが必要である。

また、新たな素材による繊維製品の普及等により、クリーニング事故や苦情が増加している。このような事故等を防ぐために、受付を行う従業者の知識及び説明の水準を上げるとともに、事故が生じた後の苦情処理の適正化に努め、利用者の信頼を得る営業を目指すことが必要である。

さらに、環境保全についての国民の関心は一層高くなっており、ドライクリーニング溶剤等の化学物質を使用する機会が多いクリーニング業にとっては、環境保全対策に積極的に取り組んでいくことが重要である。

各営業者は、衛生水準の向上、付加価値を創出するための経営改善、クリーニング事故の防止及び利用者への情報提供、環境保全の推進等に積極的に取り組むことにより、衣料等の保全に係る総合的なサービス業としての独自性を発揮し、クリーニング業に対する利用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 クリーニング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

近年のセレウス菌、ノロウイルス等の感染症の発生状況を踏まえ、クリーニング業においても、公衆衛生の見地から感染症対策の充実を図ることが要請されている。このため、洗濯前の衣料と洗濯後の衣料の適切な区分け、消毒等の処理、施設及び設備の清潔保持と従業者への衛生教育の徹底や健康管理を行うべきである。また、石油系溶剤の残留による化学やけどの防止のため、ドライチェッカー（石油系溶剤残留測定機）による溶剤の乾燥状態の確

認の励行にも取り組むべきである。

(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、店舗の内外装を美しく、かつ、衛生的にすることが基本であり、取次所や洗濯物の集配車を含めて、洗濯前の衣料と洗濯後の衣料を区分するなど、一定の衛生水準を保つ構造設備にするよう留意するとともに、石油系溶剤の残留による健康被害が生じないような設備の点検及び整備に努めるものとする。

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、利用者に衣料等の保全に係る総合的なサービスを提供し、国民生活の向上に貢献する観点から、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、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サービス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。

既に地域に定着している店であっても、客層の変化、周囲の競合店の状況等の情報を収集し、自らの店が利用者に提供すべきサービスを見直すなど、経営意識の改革に努めるとともに、将来を見据えた経営方針を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項

それぞれの店の立地条件・経営方針に照らし、営業日、営業時間、季節外衣料の有料保管の実施など、サービスの内容を見直す

とともに、店内の雰囲気、接客態度、衣料の特徴に合った洗濯や保管知識の提供、リフォーム、和服の洗濯、しみ抜きや丁寧な仕上げ等の利用者の立場に立った観点からのサービスの見直しにより、競合店との”違い”を明確に打ち出す等により、付加価値を高めるよう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、清潔で好ましい店となるよう、定期的な内装及び外装の改装、施設及び設備のバリアフリー化、サービスの高付加価値化及び生産性の向上、従業員の安全衛生の確保及び労働条件の改善並びに環境保全や省エネルギーの観点からの施設及び設備の必要な改善及び整備に努めるものとする。

(四) 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、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、各種サービスの実施等の催事情報をダイレクトメールで顧客に発送するなど、顧客への積極的な働きかけをするとともに、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、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、利用者の利便を考慮して、クリーニングギフト券、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、店外を始めとして、利用者の見やすい場所にサービスの項目及びその料金並びに苦情の申し出先を明示しなければならない。

また、営業者は、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。以下「全国指導センター」という。）が定めるサービ

スの内容並びに施設及び設備の表示の適正化に関する事項等を内容とするクリーニング業の標準営業約款に従って営業を行う旨の登録をし、標識及び当該登録に係る約款の要旨を掲示するよう努めるものとする。

クリーニング業は、受託した衣料の破損、仕上がりへの不満等事故や苦情の多い業態である。このため、洗濯物の受取及び引渡しの際には、処理方法等について利用者へ十分な説明に努めなければならない。そのため、クリーニング事故防止システム等の活用による新たな衣料に関する知識の取得等により、事故の未然防止に努めるとともに、事故が生じた場合には、適切かつ誠実な苦情処理と賠償責任保険等を活用した損害の補填により、利用者との信頼関係の維持向上に努めるものとする。

(六) 従業員の資質の向上に関する事項

クリーニング業の新たな発展を期するためには、技術力、情報収集力、人的能力等の質的な経営資源を充実し、経営力の強化を図る必要があるが、特に人材の育成は、経営上の重要な点である。

したがって、営業者は、従業者の資質の向上に関する情報を収集し、繊維製品に関する知識を習得するなど、進んで自己研鑽に努め、従業者が衣料の受取時に利用者に対して行う素材、色、デザイン、仕上がりに関する事前説明を徹底するなど、職場内指導を充実するとともに、自治体及び都道府県指導センターや組合等の実施するクリーニング師研修会への積極的参加や講習会等あらゆる機会を活用して従業者の資質の向上を図り、その能力を効果的に発揮できるよう努めるとともに、適正な労働条件の確保に努めるものとする。

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、営業者及びクリーニング師の衛生管理の手引の作成等による普及啓発、基礎的技術の改善、感染症、化学やけど等の新た

な健康被害に関する研究の推進及び新技術の研究開発並びに衛生管理体制の整備充実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、利用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。

(三) 利用者の利益の増進に関する事項

サービスの適正表示や苦情処理の対応に関するマニュアルの作成による普及啓発、クリーニング事故防止システムの改善及び普及、クリーニング物の誤配防止に係る品物管理システムの普及、クリーニング製品の安全・安心に係る危機管理マニュアル及び賠償責任保険への加入促進、利用者の意見等に関する情報の収集及び提供並びに消費者教育支援センター等との連携による利用者のクリーニング業に対する正しい知識の啓発普及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、立地条件等経営環境に関する情報、クリーニング業界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。

(五) 営業者及び従業員の技能の改善向上に関する事項

クリーニング師等の資質の改善向上を図るための研修会、講習会及び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。又、自治体が主催するクリーニング師研修会受講の支援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。

特に、経営環境の悪化や住宅密集地域におけるクリーニング所の立地の困難化及び営業者の高齢化が進む中で、組合や経営方針を同じくする営業者間でのクリーニング工場の共同化、自店では特定の分野の商品の処理に特化し、それ以外の商品は各々の分野に特化した他の営業者へ依頼を行う方式（以上「マシーン・リン

グ方式」という。)についての指導に努めるものとする。

また、公害防止設備及び付帯設備の導入においても、営業者間での協業化の推進及び指導に努めるものとする。

(七) 取引関係の改善に関する事項

共同購入等取引面の共同化の推進、クリーニング機械業界、資材業界等の関連業界の協力を得ながらの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。

また、関連業界との連携を深め、情報の収集及び交換の機会の確保に努めるものとする。

(八) 従業員の福祉の充実にに関する事項

従業員の労働条件整備、作業環境改善及び健康管理充実のための支援、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 of 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。

(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。

2 行政施策及び政策金融による営業者の支援、利用者の信頼の向上

(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、利用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、利用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。

(二) 全国指導センターにおいては、(一)の都道府県指導センターの取組を推進するため、利用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・整備や営業者への当該情報の提供、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。また、標準営業約款制度に関し、都道府県指導センターと連携を図り、各営業業者の標準営業約款の登録の促進策を講じるものとする。

- (三) 国、都道府県等においては、営業の健全な振興を図る観点から、クリーニング業法等関係法令の施行業務等を通じ、営業者に対し、クリーニング師研修及び従事者講習の実施、クリーニング業に関する指導監督、安全衛生に関する情報提供その他の必要な支援に努めるものとする。
- (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、営業者等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

営業者は、営業活動に伴う水質汚濁、大気汚染、悪臭、土壌汚染、騒音等の公害の発生の防止及び産業廃棄物の適正な処理のために、公害防止関係法令等を十分理解し、遵守するとともに、設備の改善などの必要な措置を講じ、環境の保全に積極的に努めるものとする。

しかしながら、これらの問題に対処するためには、新しい設備・技術の導入等が不可欠であり、相当額の資金の確保とともに、新しい設備・技術に対応できる人材が必要となるなど、組合及び連合会を含めた組織的対応が望まれる。

二 省エネルギーの強化及びリサイクル対策の推進

営業者は、店舗の改修、ボイラー等の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、温室効果ガス排出抑制に努めるものとする。

また、ハンガー、ポリ容器資材等のリサイクルの推進のため、リサイクル方法等について組合で統一するなど組織的な対応が望まれる。

三 少子・高齢化社会等への対応

クリーニング店は、商店街や住宅街にある店舗が多いため、地域に密着した業態であると言える。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、洗濯物の集荷・配達サービスなど、高齢化社会における幅広い取り組みが期待される。

また、営業者は、クリーニング店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、利用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等について取り組むことが必要である。

四 地域との共生

営業者は、地域社会における行事等に積極的に参加し、地域住民に対してクリーニング店の存在、提供する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。

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

○ クリーニング業の振興指針の新旧対照表

改正案	現 行
<p>目次</p> <p>第一 営業の振興の目標に関する事項</p> <p>一 クリーニング業を取り巻く環境</p> <p>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</p> <p>第二 クリーニング業の振興の目標を達成するために必要な事項</p> <p>一 営業者が取り組むべき事項</p> <p>1 衛生水準の向上に関する事項</p> <p>2 経営課題への対処に関する事項</p> <p>二 営業者に対する支援に関する事項</p> <p>1 組合及び連合会による営業者の支援</p> <p>2 行政施策及び政策金融による営業者支援並びに利用者の信頼の向上</p> <p>第三 営業の振興に際し配慮すべき事項</p> <p>一 環境の保全</p> <p>二 省エネルギーの強化及びリサイクル対策の推進</p> <p>三 少子・高齢化社会等への対応</p> <p>四 地域への共生</p> <p>クリーニング業の営業者は、クリーニング業法（昭和二十五年法律第二百七号）等を遵守しつつ、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、より高い利用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、<u>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がある。</u>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。）及び全国クリーニング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</p>	<p>クリーニング業の営業者は、クリーニング業法（昭和二十五年法律第二百七号）等を遵守しつつ、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、より高い利用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ている。しかしながら、<u>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つたり、十分な成果を得るまでに時間を要する面がある。</u>このため、生活衛生同業組合（以下「組合」という。）及び全国クリーニング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、</p>

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、クリーニング業が抱えている諸問題を克服し、利用者の要望の変化に的確に対応できる経営形態に移行できるよう、営業の振興を計画的に図り、もって公衆衛生の向上と利用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、クリーニング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、日常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、クリーニング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 クリーニング業を取り巻く環境

クリーニング業は、国民の衛生的で快適な衣料・住環境を確保するとともに、家事労働の代替サービスを提供することにより、国民生活の向上に大いに寄与してきたところである。

しかし、近年、経済状況についての先行き不安感、家庭用洗濯機及び洗剤の進歩、コインランドリーの普及、形状安定素材を使用した衣料の普及等による利用者の家計支出に占

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、クリーニング業が抱えている諸問題を克服し、利用者の要望の変化に的確に対応できる経営形態に移行できるよう、営業の振興を計画的に図り、もって公衆衛生の向上と利用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 クリーニング業を取り巻く環境

クリーニング業は、国民の衛生的で快適な衣料・住環境を確保するとともに、家事労働の代替サービスを提供することにより、国民生活の向上に大いに寄与してきたところである。

しかし、近年、長引く景気の低迷による先行き不安感、家庭用洗濯機及び洗剤の進歩、コインランドリーの普及、形状安定素材を使用した衣料の普及等による利用者の家計支出

めるクリーニングに関する支出の減少、大規模企業による取次チェーン店の展開や無店舗型取次サービスといった新しい営業形態を採る企業の参入等による過当競争の激化が見られる中、施設数は平成十四年度の約十五万七千カ所から平成十九年度の約十四万一千カ所に減少しており、このうち平成十九年度においては、一般クリーニング所は約四万カ所、取次所は約十萬一千カ所となっている、従事クリーニング師数は、平成十四年度約六万五千名、平成十九年度約六万名となっている。

一方、新素材の開発、普及等、衣類の多様化に伴うクリーニング事故に対する苦情の増加、ドライクリーニング溶剤等化学物質に対する環境規制の強化、臭気・騒音等クリーニング所の環境面における配慮の必要性の増加、営業者の高齢化と後継者の不足、近年の原材料価格の上昇等もみられ、クリーニング業界をめぐる環境には大変厳しいものがある。

このような環境の中で、クリーニング業の振興を図るためには、従来にも増して利用者の立場に立ったサービスの提供に向けた努力、環境保全対策の推進、共同事業の強化等経営効率化の努力、利用者への説明や苦情処理の適正化等の利用者の信頼を得る営業努力等が重要である。

二 今後五年間（平成二十五年末まで）における営業の振興の目標

クリーニング業は、人体の分泌物、ほこり、微生物等により汚染された衣料等を処理する営業であり、病原微生物に汚染されたおそれのある衣料等を洗濯することによる公衆衛生上の危害の発生を防止するため、その取

に占めるクリーニングに関する支出の減少、大規模企業による取次チェーン店の展開や無店舗型取次サービスといった新しい営業形態を採る企業の参入等による過当競争の激化、輸入品の増加等衣料の多様化に伴うクリーニング事故に対する苦情の増加、ドライクリーニング溶剤等化学物質に対する環境規制の強化、臭気・騒音等クリーニング所の環境面における配慮の必要性の増加、営業者の高齢化と後継者の不足など、クリーニング業界をめぐる環境には大変厳しいものがある。

このような環境の中で、クリーニング業の振興を図るためには、従来にも増して利用者の立場に立った付加価値の提供に向けた努力、環境保全対策の推進、共同事業の強化等経営効率化の努力、利用者への説明や苦情処理の適正化等の利用者の信頼を得る営業努力等が重要である。

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、クリーニング業は、人体の分泌物、ほこり、微生物等により汚染された衣料等を処理する営業であり、病原微生物に汚染されたおそれのある衣料等を洗濯することによる公衆衛生上の危害の発生を防止するため、

扱い及び処理を衛生的かつ適正に行うことは、営業者の責務である。また、石油系溶剤等の残留による健康被害が生じないように留意することが必要である。

一方、原材料価格の高騰や世界的金融危機等に伴う経済状況の変化が予想される中で、経営の安定化を図るために、経営方針を明確化するとともに、利用者の立場に立った付加価値を創出するためのサービスの見直しや組合等が推進する共同事業の積極的な活用による経営の効率化に努めることが必要である。

また、新たな素材による繊維製品の普及等により、クリーニング事故や苦情が増加している。このような事故等を防ぐために、受付を行う従業員の知識及び説明の水準を上げるとともに、事故が生じた後の苦情処理の適正化に努め、利用者の信頼を得る営業を目指すことが必要である。

さらに、環境保全についての国民の関心は一層高くなっており、ドライクリーニング溶剤等の化学物質を使用する機会が多いクリーニング業にとっては、環境保全対策に積極的に取り組んでいくことが重要である。

各営業者は、衛生水準の向上、付加価値を創出するための経営改善、クリーニング事故の防止及び利用者への情報提供、環境保全の推進等に積極的に取り組むことにより、衣料等の保全に係る総合的なサービス業としての独自性を発揮し、クリーニング業に対する利用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 クリーニング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

その取扱い及び処理を衛生的かつ適正に行うことは、営業者の責務である。また、石油系溶剤等の残留による健康被害が生じないように留意する必要がある。

第二に、競争が激化する中で、経営の安定化を図るために、経営方針を明確化するとともに、利用者の立場に立った付加価値を創出するためのサービスの見直しや組合等が推進する共同事業の積極的な活用による経営の効率化に努める必要がある。

第三に、新たな素材による繊維製品の普及等により、クリーニング事故や苦情が増加している。このような事故等を防ぐために、受付を行う従業員の知識及び説明の水準を上げるとともに、事故が生じた後の苦情処理の適正化に努め、利用者の信頼を得る営業を目指す必要がある。

第四に、環境保全についての国民の関心は高く、ドライクリーニング溶剤等の化学物質を使用する機会が多いクリーニング業にとっては、環境保全対策に積極的に取り組んでいくことが重要である。

各営業者は、衛生水準の向上、付加価値を創出するための経営改善、クリーニング事故の防止及び利用者への情報提供、環境保全の推進等に積極的に取り組むことにより、衣料等の保全に係る総合的なサービス業としての独自性を発揮し、クリーニング業に対する利用者の理解と信頼の向上を図ることを目標とする。

第二 クリーニング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

<p>1 衛生水準の向上に関する事項</p> <p>(一) 日常の衛生管理に関する事項</p> <p><u>近年のセレウス菌、ノロウイルス等の感染症の発生状況を踏まえ、クリーニング業においても、公衆衛生の見地から感染症対策の充実を図ることが要請されている。このため、洗濯前の衣料と洗濯後の衣料の適切な区分け、消毒等の処理、施設及び設備の清潔保持と従業員への衛生教育の徹底や健康管理を行うべきである。また、石油系溶剤の残留による化学やけどの防止のため、ドライチェッカー(石油系溶剤残留測定機)による溶剤の乾燥状態の確認の励行にも取り組むべきである。</u></p> <p>(二) 衛生面における施設及び設備の改善に関する事項</p> <p>営業者は、店舗の内外装を美しく、かつ、衛生的にすることが基本であり、取次所や洗濯物の集配車を含めて、洗濯前の衣料と洗濯後の衣料を区分するなど、一定の衛生水準を保つ構造設備にするよう留意するとともに、石油系溶剤の残留による健康被害が生じないような設備の点検及び整備に努めるものとする。</p> <p>2 経営課題への対処に関する事項</p> <p>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、利用者に衣料等の保全に係る総合的なサービスを提供し、国民生活の向上に貢献する観点から、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。</p> <p>(一) <u>経営方針の明確化及び独自性の発揮に関する事項</u></p> <p>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</p>	<p>1 衛生水準の向上に関する事項</p> <p>(一) 日常の衛生管理に関する事項</p> <p><u>近年の腸管出血性大腸菌(0一五七)や、新たな感染症等の発生状況を踏まえ、クリーニング業においても、公衆衛生の見地から感染症対策の充実を図ることが要請されている。このため、洗濯前の衣料と洗濯後の衣料の適切な区分け、消毒等の処理、施設・設備の清潔保持と従業員への衛生教育の徹底や健康管理を行うべきである。また、石油系溶剤の残留による化学やけどの防止のため、ドライチェッカー(石油系溶剤残留測定機)による溶剤の乾燥状態の確認の励行にも取り組むべきである。</u></p> <p>(二) 衛生面における施設・設備の改善に関する事項</p> <p>営業者は、店舗の内外装を美しく、かつ、衛生的にすることが基本であり、取次所や洗濯物の集配車を含めて、洗濯前の衣料と洗濯後の衣料を区分するなど、一定の衛生水準を保つ構造設備にするよう留意するとともに、石油系溶剤の残留による健康被害が生じないような設備の整備及び改善も進める。</p> <p>2 経営課題への対処に関する事項</p> <p>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、利用者に衣料等の保全に係る総合的なサービスを提供し、国民生活の向上に貢献する観点から、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。</p> <p>(一) <u>経営方針の明確化・独自性の発揮</u></p> <p>営業者は、自店の立地条件、客層、経営規模、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</p>
---	--

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、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サービス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。

既に地域に定着している店であっても、客層の変化、周囲の競合店の状況等の情報を収集し、自らの店が利用者に提供すべきサービスを見直すなど、経営意識の改革に努めるとともに、将来を見据えた経営方針を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項

それぞれの店の立地条件・経営方針に照らし、営業日、営業時間、季節外衣料の有料保管の実施など、サービスの内容を見直すとともに、店内の雰囲気、接客態度、衣料の特徴に合った洗濯や保管知識の提供、リフォーム、和服の洗濯、しみ抜きや丁寧な仕上げ等の利用者の立場に立った観点からのサービスの見直しにより、競合店との”違い”を明確に打ち出す等により、付加価値を高めるよう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

ようなサービス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。

既に地域に定着している店であっても、客層の変化、周囲の競合店の状況等の情報を収集し、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、将来を見据えた経営方針を改めて検討する必要がある。

(二) サービスの見直し、メニューの開発

それぞれの店の立地条件・経営方針に照らし、営業日、営業時間、外交サービスを必要とする顧客への当該サービスの提供、季節外衣料の有料保管の実施など、サービスの内容を見直すとともに、店内の雰囲気、接客態度、衣料の特徴に合った洗濯や保管知識の提供、リフォーム、和服の洗濯、しみ抜きや丁寧な仕上げ等の利用者の立場に立った観点からのサービスの見直しにより、付加価値を高めるよう努める。

(三) 施設・設備の改善

営業者は、清潔で好ましい店となるよう、定期的な内装及び外装の改装、施設及び設備のバリアフリー化、サービスの高付加価値化及び生産性の向上、従業員の安全衛生の確保及び労働条件の改善並びに環境保全や省エネルギーの観点からの施設及び設備の必要な改善及び整備に努めるものとする。

(四) 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、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、割引サービスの実施等の催事情報をダイレクトメールで顧客に発送するなど、顧客への積極的な働きかけをするとともに、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、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、利用者の利便を考慮して、クリーニングギフト券、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、店外を始めとして、利用者の見やすい場所にサービスの項目及びその料金並びに苦情の申し出先を明示しなければならない。

また、営業者は、財団法人全国生活衛生営業

清潔で好ましい店となるよう、定期的な内装及び外装の改装、施設・設備のバリアフリー化、サービスの高付加価値化及び生産性の向上、従業員の安全衛生の確保及び労働条件の改善並びに環境保全や省エネルギーの観点からの施設・設備の必要な改善及び整備に努める。

(四) 共同事業、情報通信技術等を活用した経営の効率化

経営環境の悪化や住宅密集地域におけるクリーニング所の立地の困難化及び営業者の高齢化が進む中で、組合や経営方針を同じくする営業者間でのクリーニング工場の共同化、自店では特定の分野の商品の処理に特化し、それ以外の商品は各々の分野に特化した他の営業者へ依頼を行う方式（以下「マシン・リング方式」という。）等経営効率化の方策を検討する。

顧客の管理、洗濯物の管理、新しい繊維製品とクリーニング上の注意情報の収集管理等のため、情報通信技術の活用を進めることも必要である。

(五) 表示の適正化等利用者への情報提供と苦情の適切な処理

まず、営業者は、店外を始めとして、利用者の見やすい場所にサービスの項目及びその料金の明示を行うべきである。

また、営業者は、全国生活衛生営業指導セン

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。以下「全国指導センター」という。）が定めるサービスの内容並びに施設及び設備の表示の適正化に関する事項等を内容とするクリーニング業の標準営業約款に従って営業を行う旨の登録をし、標識及び当該登録に係る約款の要旨を掲示するよう努めるものとする。

クリーニング業は、受託した衣料の破損、仕上がりへの不満等事故や苦情の多い業態である。このため、洗濯物の受取及び引渡しの際には、処理方法等について利用者へ十分な説明に努めなければならない。そのため、クリーニング事故防止システム等の活用による新たな衣料に関する知識の取得等により、事故の未然防止に努めるとともに、事故が生じた場合には、適切かつ誠実な苦情処理と賠償責任保険等を活用した損害の補填により、利用者との信頼関係の維持向上に努めるものとする。

（六）従業員の資質の向上に関する事項

クリーニング業の新たな発展を期するためには、技術力、情報収集力、人的能力等の質的な経営資源を充実し、経営力の強化を図る必要があるが、特に人材の育成は、経営上の重要な点である。

したがって、営業者は、従業者の資質の向上に関する情報を収集し、繊維製品に関する知識を習得するなど、進んで自己研鑽に努め、従業者が衣料の受取時に利用者に対して行う素材、色、デザイン、仕上がりに関する事前説明を徹底するなど、職場内指導を充実するとともに、自治体及び都道府県指導センターや組合等の実施するクリーニング師研修

ター（以下「全国指導センター」という。）が定めるサービスの内容並びに施設及び設備の表示の適正化に関する事項等を内容とするクリーニング業の標準営業約款に従って営業を行う旨の登録をし、標識及び当該登録に係る約款の要旨を掲示するよう努める。

クリーニング業は、受託した衣料の破損、仕上がりへの不満等事故や苦情の多い業態である。このため、洗濯の結果起こり得る事態やサービスの内容について受付時に利用者へ十分な説明を行うことに努めることや、クリーニング事故防止システム等の活用による新たな衣料に関する知識の取得等により、事故の未然防止に努めるとともに、事故が生じた場合には、適切かつ誠実な苦情処理と賠償責任保険等を活用した損害の補填により、利用者との信頼関係の維持向上に努める。

（六）従業者の資質の向上

クリーニング業の新たな発展を期するためには、技術力、情報収集力、人的能力等の質的な経営資源を充実し、経営力の強化を図る必要があるが、特に人材の育成は、経営上の重要な点である。

したがって、営業者は、従業者の資質の向上に関する情報を収集し、繊維製品に関する知識を習得するなど、進んで自己研鑽に努め、従業者が衣料の受取時に利用者に対して行う素材、色、デザイン、仕上がりに関する事前説明を徹底するなど、職場内指導を充実するとともに、都道府県指導センターや組合等の実施する研修会、講習会等あらゆる機会を

<p>会への積極的参加や講習会等あらゆる機会を活用して従業者の資質の向上を図り、その能力を効果的に発揮できるよう努めるとともに、適正な労働条件の確保に努めるものとする。</p>	<p>活用して従業者の資質の向上を図り、その能力を効果的に発揮できるよう努めることが必要である。さらに、従業者に意欲と働きがいを持たせるよう、適正な労働条件の確保に努めることが必要である。</p>
	<p>(七) 経営診断の活用 とりわけ家族経営の店では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、このような営業者においては、都道府県指導センター等の経営指導機関による経営診断を積極的に活用することが望まれる。</p>
<p>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。</p>	<p>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。</p>
<p>(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、営業者及びクリーニング師の衛生管理の手引の作成等による普及啓発、基礎的技術の改善、感染症、化学やけど等の新たな健康被害に関する研究の推進及び新技術の研究開発並びに衛生管理体制の整備充実に努めるものとする。</p>	<p>(一) 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、営業者及びクリーニング師の衛生管理の手引の作成等による普及啓発、基礎的技術の改善、感染症、化学やけど等の新たな健康被害に関する研究の推進及び新技術の研究開発並びに衛生管理体制の整備充実</p>
<p>(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、利用者の利益の増進等に対応するため</p>	<p>(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、営業者の利益の増進等に対応するための施設・設備</p>

<p><u>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。</u></p> <p>(三) <u>利用者の利益の増進に関する事項</u></p> <p>サービスの適正表示や苦情処理の対応に関するマニュアルの作成による普及啓発、<u>クリーニング事故防止システムの改善及び普及、クリーニング物の誤配防止に係る品物管理システムの普及、クリーニング製品の安全・安心に係る危機管理マニュアル及び賠償責任保険への加入促進、利用者の意見等に関する情報の収集及び提供並びに消費者教育支援センター等との連携による利用者のクリーニング業に対する正しい知識の啓発普及に努めるものとする。</u></p> <p>(四) <u>経営管理の合理化及び効率化に関する事項</u></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、立地条件等経営環境に関する情報、<u>クリーニング業界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。</u></p> <p>(五) <u>営業者及び従業員の技能の改善向上に関する事項</u></p> <p>クリーニング師等の資質の改善向上を図るための研修会、講習会及び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。<u>又、自治体が主催するクリーニング師研修会受講の支援に努めるものとする。</u></p> <p>(六) <u>事業の共同化及び協業化に関する事項</u></p> <p><u>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。</u></p>	<p><u>の改善の推進</u></p> <p>(三) <u>利用者の利益の増進及び役務の提供方法に関する事項</u></p> <p>サービスの適正表示や苦情処理の対応に関するマニュアルの作成による普及啓発、<u>クリーニング事故防止システムの改善及び普及、賠償責任保険への加入促進、利用者の意見等に関する情報の収集及び提供並びに消費者教育支援センター等との連携による利用者のクリーニング業に対する正しい知識の啓発普及</u></p> <p>(四) <u>経営管理の近代化及び合理化並びに事業の共同化及び協業化等に関する事項</u></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、立地条件等経営環境に関する情報及び<u>クリーニング業界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提供</u></p> <p><u>クリーニング工場の共同事業化、協業化及びマシン・リング方式の企画立案及び実施に係る指導</u></p> <p>(五) <u>営業者及び従業員の技能の改善向上に関する事項</u></p> <p>クリーニング師等の資質の改善向上を図るための研修会、講習会及び技能コンテストの開催等教育研修制度の<u>充実強化</u></p>
--	---

特に、経営環境の悪化や住宅密集地域におけるクリーニング所の立地の困難化及び営業者の高齢化が進む中で、組合や経営方針を同じくする営業者間でのクリーニング工場の共同化、自店では特定の分野の商品の処理に特化し、それ以外の商品は各々の分野に特化した他の営業者へ依頼を行う方式（以上「マシーン・リング方式」という。）についての指導に努めるものとする。

また、公害防止設備及び付帯設備の導入においても、営業者間での協業化の推進及び指導に努めるものとする。

(七) 取引関係の改善に関する事項

共同購入等取引面の共同化の推進、クリーニング機械業界、資材業界等の関連業界の協力を得ながらの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。

また、関連業界との連携を深め、情報の収集及び交換の機会の確保に努めるものとする。

(八) 従業員の福祉の充実にに関する事項

従業員の労働条件整備、作業環境改善及び健康管理充実のための支援、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_{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。}

(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。

(六) 取引関係の改善に関する事項

クリーニング機械業界、資材業界等の関連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

(七) 従業員の福祉の充実にに関する事項

従業員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_{の充実及び共済制度（生命保険等）の整備・強化}

(八) 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等の経営知識の情報提供の促進

2 行政施策及び政策金融による営業者の支援、利用者の信頼の向上

(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、利用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、利用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。

(二) 全国指導センターにおいては、(一)の都道府県指導センターの取組を推進するため、利用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・整備や営業者への当該情報の提供、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。また、標準営業約款制度に関し、都道府県指導センターと連携を図り、各営業者の標準営業約款の登録の促進策を講じるものとする。

(三) 国、都道府県等においては、営業の健全な振興を図る観点から、クリーニング業法等関係法令の施行業務等を通じ、営業者に対し、クリーニング師研修及び従事者講習の実施、クリーニング業に関する指導監督、安全衛生に関する情報提供その他の必要な支援に努めるものとする。

(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、営業者等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

2 行政施策及び政策金融による営業者の支援、利用者の信頼性の向上

(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の具体的指導・助言等の支援を行うとともに、利用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、利用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。

(二) 全国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、利用者の意見も反映した営業者の経営改善の取組に役立つデータの収集・整備や営業者への当該情報の提供、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。また、標準営業約款制度に関し、都道府県指導センターと連携を図り、各営業者の標準営業約款の登録の促進を講じるものとする。

(三) 国、都道府県等においては、営業の健全な振興を図る観点から、クリーニング業法等関係法令の施行業務等を通じ、営業者に対し、クリーニング師研修及び従事者講習の実施、クリーニング業に関する監督指導、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

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

営業者は、営業活動に伴う水質汚濁、大気汚染、悪臭、土壌汚染、騒音等の公害の発生の防止及び産業廃棄物の適正な処理のために、公害防止関係法令等を十分理解し、遵守するとともに、設備の改善などの必要な措置を講じ、環境の保全に積極的に努めるものとする。

しかしながら、これらの問題に対処するためには、新しい設備・技術の導入等が不可欠であり、相当額の資金の確保とともに、新しい設備・技術に対応できる人材が必要となるなど、組合及び連合会を含めた組織的対応が望まれる。

二 省エネルギーの強化及びリサイクル対策の推進

営業者は、店舗の改修、ボイラー等の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、温室効果ガス排出抑制に努めるものとする。

また、ハンガー、ポリ容器資材等のリサイクルの推進のため、リサイクル方法等について組合で統一するなど組織的な対応が望まれる。

三 少子・高齢化社会等への対応

クリーニング店は、商店街や住宅街にある店舗が多いため、地域に密着した業態であると言える。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、洗濯物の集

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、営業活動に伴う水質汚濁、大気汚染、悪臭、土壌汚染、騒音等の公害の発生の防止及び産業廃棄物の適正な処理のために、公害防止関係法令等を十分理解し、遵守するとともに、設備の改善などの必要な措置を講じ、環境の保全に積極的に努めるものとする。

しかしながら、これらの問題に対処するためには、新しい設備・技術の導入等が不可欠であり、相当額の資金の確保とともに、新しい設備・技術に対応できる人材が必要となる。

このため、組合及び連合会においては、その研究及び研修に関する機能を活性化させるとともに、営業者が公害防止設備及びその附帯設備にかかる費用を価格に転嫁しにくいことを踏まえ、同業者との協業化を推進することが求められる。また、ハンガーのリサイクルの実施についても、回収方法を組合で統一するなど、組織的な対応措置を講じることが望まれる。

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。

二 高齢社会への対応

営業者は、高齢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、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、高齢者が店に来ることができ

荷・配達サービスなど、高齢化社会における幅広い取り組みが期待される。

また、営業者は、クリーニング店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、利用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等について取り組むことが必要である。

四 地域との共生

営業者は、地域社会における行事等に積極的に参加し、地域住民に対してクリーニング店の存在、提供する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。

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

ない場合は、寝具、カーテン、衣料等の積極的な集荷・配達サービスを行い、同時に、高齢者との触れ合い等にも積極的に取り組むことが必要である。

また、組合及び連合会においては、例えば、高齢者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

クリーニング業の営業者は、地域にとって日常生活に必要不可欠なサービスの身近な供給者であるとともに、町内会や商店街の重要な構成員でもあり、地域社会の活性化に欠くことのできない存在である。また、洗濯物の受取及び引渡しといったように、利用者に接する機会も多く、クリーニング所は、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、地域におけるまちづくりに積極的に参加するとともに、様々な地域社会活動の一翼を担うなど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。

すし店営業の振興指針の概要

第 1 営業の振興の目標に関する事項

- I すし店営業を取り巻く環境
- ・先行き不安感（経済状況、交際費減少、原材料の価格上昇）
 - ・チェーン店の増加、持ち帰り専門店や宅配専門店との競争
 - ・すし店及び従業者数の減少
 - ・食品の安全、安心及び原産地情報への関心
 - ・世界的なすしへの関心の高まり
- II 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
- ・衛生上の危害を防止し、良質な商品の提供
 - ・消費者に対し納得と安心感を提供
 - ・消費者が利用しやすい店作り
 - ・健康志向に配慮したメニュー開発及び情報提供
 - ・衛生水準の向上、新メニューの開発等、消費者の理解と信頼の向上

第 2 すし店営業の振興の目標を達成するために必要な事項

- I 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
- (1) 日常の衛生管理に関する事項
- ・食品衛生法等の遵守、食品衛生責任者の活用
 - ・店舗の衛生管理及び従業員の衛生管理
 - ・冷蔵設備の温度管理
 - ・衛生管理の自主点検の表示
 - ・従業員の清潔保持
- (2) 衛生面における施設及び設備の改善に関する事項
- ・定期的な施設及び設備の衛生面の改善
 - ・冷蔵設備等の改善
- 2 経営課題への対処に関する事項
- (1) 経営方針の明確化及び独自性の発揮に関する事項
- ・自店の経営能力や市場の把握
 - ・自店の経営上の把握（立地条件、客層、メニュー）
 - ・顧客又は周囲の競合店の情報収集
 - ・提供する付加価値の見直し
 - ・小規模店の経営診断の活用
- (2) サービスの見直し及び向上に関する事項
- ・立地条件、経営方針に照らした営業形態（営業日、営業時間）

- ・消費者の健康意識に配慮した商品
- ・昼食メニューの開発、世代別メニューの開発等
- (3) 施設及び設備の改善に関する事項
 - ・定期的な内外装の改装
 - ・高齢者等に施設及び設備（バリアフリー対応）
 - ・受動喫煙防止対策
- (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
 - ・顧客情報のデータベース化、DM、すし券事業の活用
 - ・ホームページを活用した顧客の確保（割引サービス、注文）
 - ・電子決済の普及及び送迎サービス
 - ・個人情報管理の事項
- (5) 表示の適正化と苦情の適切な処理に関する事項
 - ・分かりやすいメニュー表示
 - ・食の安全（産地表示、天然養殖の別）
 - ・食事バランスガイド活用、総カロリー表示等
 - ・特に「立ち」における単価表示
 - ・問題発生時の対応マニュアル作成
 - ・従業員への危機管理教育、賠償責任保険等の活用
- (6) 人材育成及び自己啓発の推進に関する事項
 - ・優秀な人材獲得及び育成
 - ・適正な労働条件の確保
 - ・自己啓発

II 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

- (1) 衛生に関する知識及び意識の向上に関する事項
 - ・衛生管理の研修会及び講習会の開催
 - ・衛生管理のパンフレット作成等
 - ・衛生基準の設定
- (2) 施設及び設備の改善に関する事項
 - ・合理化、効率化等のための施設改善等に対する指導助言
 - ・高齢者の利便性等を考慮した店舗設計等の支援
- (3) 消費者の利益の増進に関する事項
 - ・接客マニュアルの作成
 - ・消費者への啓発講座
 - ・苦情相談窓口開設、苦情処理マニュアル作成、危機管理マニュアル作成
 - ・賠償責任保険への加入促進
- (4) 経営管理の合理化及び効率化に関する事項
- (5) 営業者及び従業員の技能の改善向上に関する事項
 - ・講習会及び技能コンテストの開催
- (6) 事業の共同化及び協業化に関する事項

- ・すし券事業の共同化
- (7) 取引関係の改善に関する事項
- (8) 従業員の福祉の充実に関する事項
 - ・労働条件及び福利厚生の実施、共済制度の整備、強化
 - ・医療保険、年金保険、労働保険の加入の啓発
- (9) 事業の承継及び後継者支援に関する事項
 - ・ケーススタディ及び成功事例等の経営知識の情報提供
 - ・後継者支援事業の促進
- (10) 食品関連情報の提供や行政施策の推進に関する事項

2 行政施策及び政策金融による営業者の支援並びに利用者の信頼の向上

- (1) 都道府県指導センター
 - ・営業者に対する経営改善のため、経営指導員等による指導、助言等の支援
 - ・利用者からの苦情や要望の伝達
 - ・保健所等との連携による新規組合加入促進
- (2) 全国指導センター
 - ・経営改善の取組に役立つ情報収集、苦情処理マニュアル作成
- (3) 国、都道府県
 - ・食品衛生に関する指導監督、情報提供等
- (4) 日本政策金融公庫
 - ・生活衛生資金貸付に融資の実施等
 - ・経済金融事情等の把握、分析及び情報提供

第3 営業の振興に際し配慮すべき事項

- I 環境の保全及び食品循環資源の再生利用の推進
 - ・食品リサイクル（実施率：四十％）
- II 省エネルギーの強化
- III 少子・高齢化社会等への対応
 - ・バリアフリー対策、出前サービス、メニュー開発
 - ・身体障害者補助犬法
 - ・高齢者、障害者、妊婦等への配慮（受動喫煙防止、優先席）
- IV 食育への対応
- V 禁煙等に対する対策
- VI 地域との共生
 - ・地域における街づくりへの参加
 - ・大規模災害時の地域の支援
 - ・組合及び連合会との相互協力

すし店営業振興指針（事務局最終案）

目次

- 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
 - 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
- 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
 - 1 衛生水準の向上に関する事項
 - 2 経営課題への対処に関する事項
 - 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への支援
 - 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
- 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
 - 二 省エネルギーの強化
 - 三 少子・高齢化社会等への対応
 - 四 食育への対応
 - 五 禁煙等に対する対策
 - 六 地域との共生

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。

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、従業者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。

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行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者の健康管理を行うとともに、商品の衛生的取扱に留意し、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り組みに加えて、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、総カロリー量、塩分量等に配慮した商品を供給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の醸成、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に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

すし専門店では、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、自己啓発を促すとともに、後継者及び従業者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。

(三) 消費者の利益の増進に関する事項

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。

(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。

- (五) 営業者及び従業員の技術の改善向上に関する事項
基礎的な調理技術や接客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。
- (六) 事業の共同化及び協業化に関する事項
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。
- (七) 取引関係の改善に関する事項
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。
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。
- (八) 従業員の福祉の充実に関する事項
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者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。
- (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。
- (十) 食品関連情報の提供や行政施策の推進に関する事項
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。
- 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。

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。

(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。

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。

○ 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>目次</p> <p>第一 営業の振興の目標に関する事項</p> <p>一 <u>すし店営業を取り巻く環境</u></p> <p>二 <u>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>第二 <u>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>一 <u>営業者が取り組むべき事項</u></p> <p>1 <u>衛生水準の向上に関する事項</u></p> <p>2 <u>経営課題への対処に関する事項</u></p> <p>二 <u>営業者に対する支援に関する事項</u></p> <p>1 <u>組合及び連合会による営業者への支援</u></p> <p>2 <u>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>第三 <u>営業の振興に際し配慮すべき事項</u></p> <p>一 <u>環境の保全及び食品循環資源の再生利用の推進</u></p> <p>二 <u>省エネルギーの強化</u></p> <p>三 <u>少子・高齢化社会等への対応</u></p> <p>四 <u>食育への対応</u></p> <p>五 <u>禁煙等に対する対策</u></p> <p>六 <u>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</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>

衛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

同業組合(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力所から平成十八年度三万二千力所に減少しており、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。

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づつ食べたい」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

第二に、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づつ食べたい」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

<p>ために必要な事項</p> <p>一 営業者が取り組むべき事項</p> <p>1 衛生水準の向上に関する事項</p> <p>(一) 日常の衛生管理に関する事項</p> <p>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。</p> <p>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、<u>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、毎日定期的に実施することが必要である。</u></p> <p>また、<u>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。</u></p> <p>(二) 衛生面における施設及び設備の改善に関する事項</p> <p>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。</p> <p>2 経営課題への対処に関する事項</p> <p>経営課題への対処については、営業者の自</p>	<p>ために必要な事項</p> <p>一 営業者が取り組むべき事項</p> <p>1 衛生水準の向上に関する事項</p> <p>(一) 日常の衛生管理に関する事項</p> <p>営業者は、食品衛生法等の関係法令を遵守することは<u>当然のこと</u>、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。</p> <p>さらに、営業者は、消費者が納得し、安心できる<u>メニュー</u>を提供するために、<u>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。</u></p> <p>(二) 衛生面における施設・設備の改善に関する事項</p> <p>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。</p> <p>2 経営課題への対処に関する事項</p> <p>経営課題への対処については、営業者の自</p>
--	---

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

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、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

項

営業者は、自店の立地条件及び経営方針に照らし、家族客を目当て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、総カロリー量、塩分量等に配慮した商品を供給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、

発

自店の立地条件・経営方針に照らし、家族客を目当て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、総カロリー量、塩分量等に配慮した商品を供給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

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に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

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

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員が、経営、顧客管理、従業員管理等の技能を取得できるよう、自己啓発を促すと

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。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員が、経営、顧客管理、従業員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。

ともに、後継者及び従業員の人材育成に努める必要がある。

(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

<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>(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> <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) 営業者及び従業者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の実充及び共済制度(退職金、生命保険等)の整備・強化に努めるものとする。</u></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、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。</u></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経営指導員、経営特別相談員等による<u>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>(二) <u>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</u></p>	<p>(八) 従業員の福祉の充実にに関する事項 <u>従業員の労働条件整備や健康管理充実のための支援、組合員の大多数の利用に資する福利厚生の実充及び共済制度(生命保険等)の整備・強化</u></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の取</u></p>
--	---

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

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データの収集・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を通じ、営業者に対し、食品衛生に関する指導監督、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

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、高齢者社会における幅広い取組みが期待される。

また、営業者は、すし店営業の施設が身体

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。

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、妊娠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。

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

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

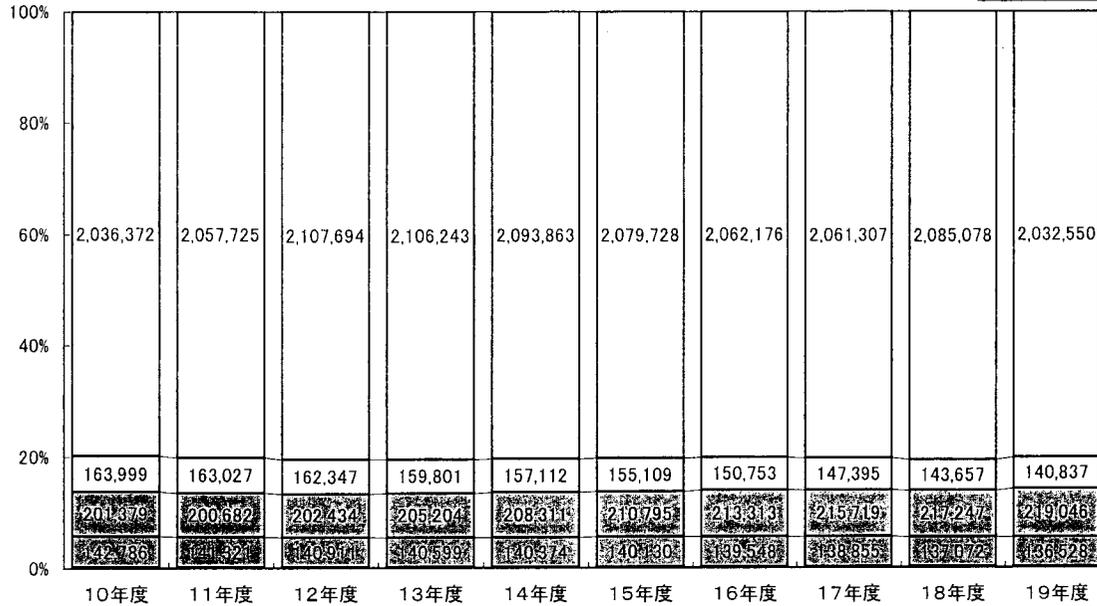
すし店営業は、主に地域の商店街において、地域を支える文化生活拠点となっており、地元の一員として、また、地域住民のつながりの場として期待される役割が大きい。このため、営業者においては、まちづくりに積極的に参加し、地域と共生していくことが期待される。

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。

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。

生活衛生関係営業施設数の推移

- その他の施設
- クリーニング営業
- 美容所
- 理容所
- 興行場

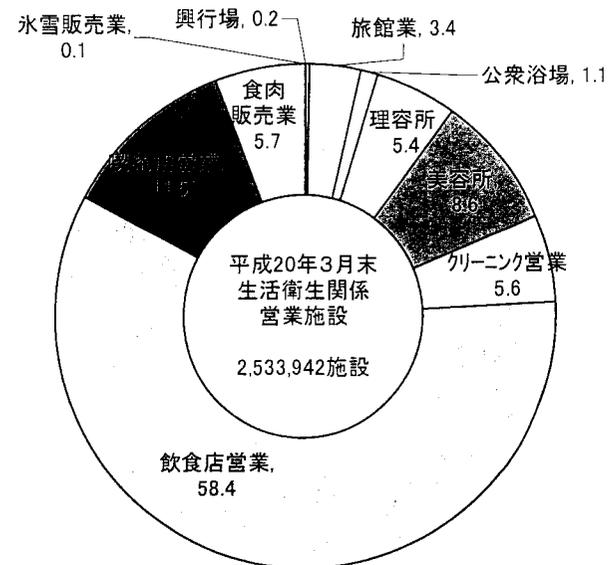


19年度生活衛生関係施設数(平成20年3月末)

	施設数	構成割合(%)
総数	2,533,942	100.0
興行場	4,981	0.2
旅館業	85,503	3.4
公衆浴場	28,754	1.1
理容所	136,528	5.4
美容所	219,046	8.6
クリーニング営業	140,837	5.6
飲食店営業	1,479,218	58.4
喫茶店営業	291,587	11.5
食肉販売業	144,981	5.7
氷雪販売業	2,507	0.1

生活衛生関係施設数、業種別構成割合

(単位:%)



生活衛生関係施設数の推移

(単位:施設)

	10年度	11年度	12年度	13年度	14年度	15年度	16年度	17年度	18年度	19年度
総数	2,549,560	2,567,847	2,618,565	2,617,007	2,604,773	2,590,794	2,570,853	2,568,310	2,559,260	2,533,942
興行場	5,024	5,092	5,179	5,160	5,113	5,032	5,063	5,034	4,991	4,981
理容所	142,786	141,321	140,911	140,599	140,374	140,130	139,548	138,855	137,072	136,528
美容所	201,379	200,682	202,434	205,204	208,311	210,795	213,313	215,719	217,247	219,046
クリーニング営業	163,999	163,027	162,347	159,801	157,112	155,109	150,753	147,395	143,657	140,837
その他の施設	2,036,372	2,057,725	2,107,694	2,106,243	2,093,863	2,079,728	2,062,176	2,061,307	2,085,078	2,032,550

生活衛生関係施設数の構成割合の推移

(単位:%)

	10年度	11年度	12年度	13年度	14年度	15年度	16年度	17年度	18年度	19年度
総数	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
興行場	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
理容所	5.6	5.5	5.4	5.4	5.4	5.4	5.4	5.4	5.3	5.4
美容所	7.9	7.8	7.7	7.8	8.0	8.1	8.3	8.4	8.4	8.6
クリーニング営業	6.4	6.3	6.2	6.1	6.0	6.0	5.9	5.7	5.6	5.6
その他の施設	79.9	80.1	80.5	80.5	80.4	80.3	80.2	80.3	80.6	80.3

資料:厚生労働省統計情報部「衛生行政報告例」

都道府県(指定都市、中核市)別生活衛生関係営業施設数

	クリーニング			
	19年3月末	20年3月末	対前年比	組 合
全 国	143,657	140,837	98	47
北 海 道	5,392	5,279	98	●
青 森	1,422	1,402	99	●
岩 手	2,077	2,073	100	●
宮 城	2,360	2,267	96	●
秋 田	1,180	1,151	98	●
山 形	1,735	1,642	95	○
福 島	2,137	1,965	92	○
茨 城	3,699	3,668	99	●
栃 木	2,170	2,072	95	●
群 馬	2,900	2,850	98	●
埼 玉	9,394	9,401	100	●
千 葉	4,862	4,773	98	●
東 京	12,268	12,158	99	○
神 奈 川	6,717	6,483	97	●
新 潟	2,726	2,699	99	●
富 山	2,090	1,977	95	○
石 川	1,357	1,354	100	●
福 井	1,255	1,262	101	○
山 梨	1,046	1,015	97	○
長 野	2,081	1,939	93	●
岐 阜	3,691	3,703	100	●
静 岡	4,890	4,682	96	●
愛 知	9,155	8,750	96	●
三 重	2,704	2,657	98	●
滋 賀	1,382	1,396	101	○
京 都	2,614	2,545	97	●
大 阪	9,524	9,614	101	●
兵 庫	5,028	4,914	98	●
奈 良	1,797	1,717	96	●
和 歌 山	1,203	1,166	97	●
鳥 取	625	622	100	○
島 根	782	769	98	○
岡 山	2,330	2,331	100	●
広 島	3,220	3,114	97	○
山 口	2,089	2,122	102	●
徳 島	947	894	94	●
香 川	2,060	2,053	100	●
愛 媛	1,643	1,632	99	●
高 知	826	819	99	●
福 岡	6,406	6,268	98	●
佐 賀	910	908	100	●
長 崎	1,776	1,735	98	●
熊 本	2,356	2,361	100	●
大 分	1,822	1,676	92	●
宮 崎	1,247	1,249	100	○
鹿 児 島	2,352	2,268	96	●
沖 縄	1,410	1,442	102	●

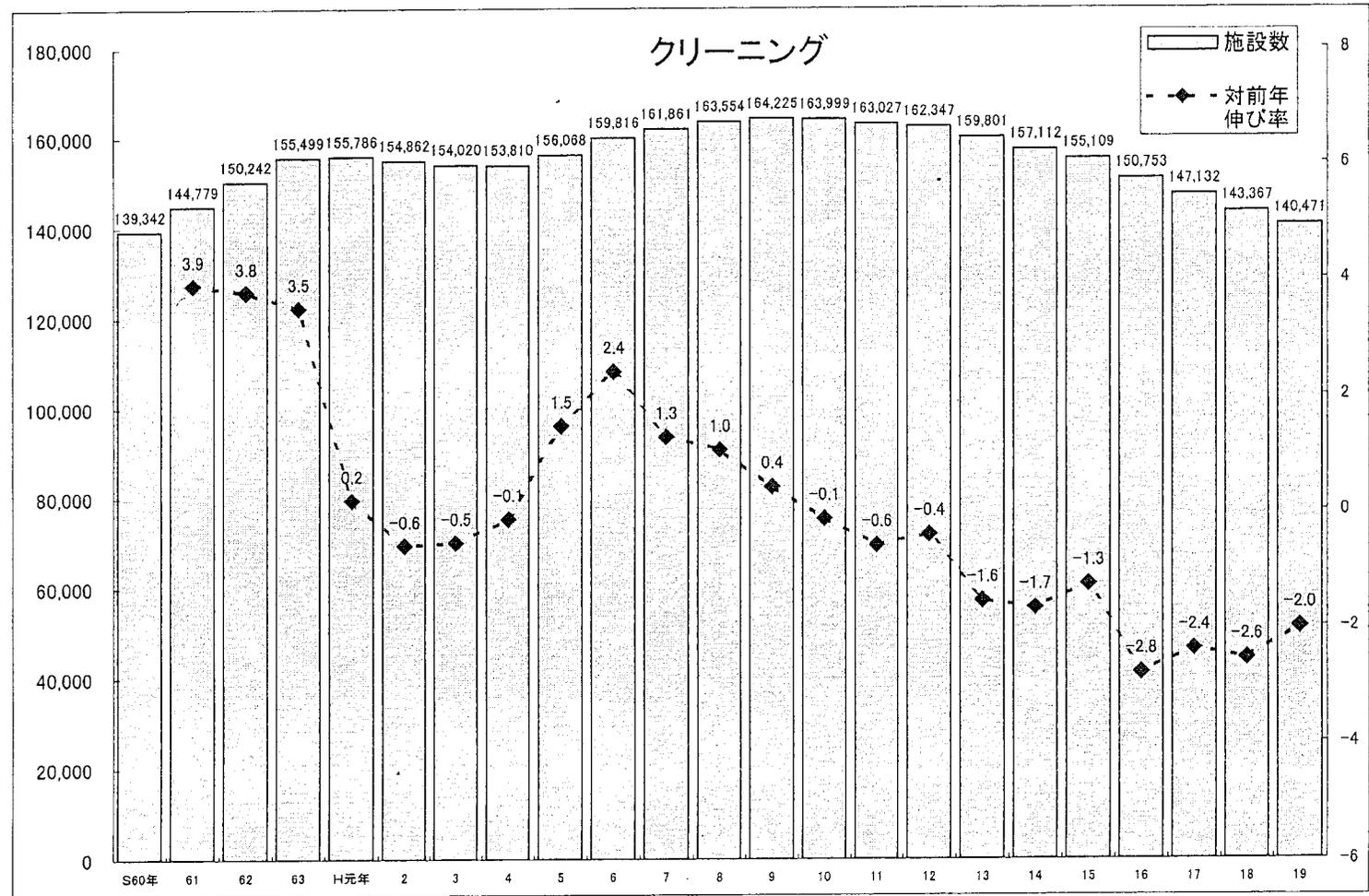
	クリーニング		
	19年3月末	20年3月末	対前年比
札 幌	1,711	1,673	98
仙 台	1,225	1,163	95
さいたま	1,780	1,785	100
千葉	773	741	96
横 浜	2,749	2,650	96
川 崎	1,061	1,056	100
新 潟	963	944	98
静 岡	931	806	87
浜 松	699	690	99
名 古 屋	2,458	2,367	96
京 都	1,352	1,289	95
大 阪	3,074	3,138	102
堺	787	783	99
神 戸	1,608	1,570	98
広 島	1,269	1,282	101
北 九 州	1,025	984	96
福 岡	1,772	1,662	94
旭 川	442	446	101
函 館	316	311	98
青 森	359	359	100
秋 田	340	338	99
郡 山	467	388	83
い わ き	289	274	95
宇 都 宮	504	541	107
川 越	344	341	99
船 橋	492	477	97
横 須 賀	369	368	100
相 模 原	640	629	98
富 山	850	757	89
金 沢	585	581	99
長 野	432	365	84
岐 阜	713	712	100
豊 橋	430	401	93
豊 田	401	341	85
岡 崎	454	374	82
高 槻	295	303	103
東 大 阪	622	614	99
姫 路	475	461	97
奈 良	494	491	99
和 歌 山	454	432	95
岡 山	974	982	101
倉 敷	432	432	100
福 山	459	442	96
下 関	603	641	106
高 松	908	907	100
松 山	452	455	101
高 知	403	409	101
長 崎	523	529	101
熊 本	755	747	99
大 分	701	600	86
宮 崎	362	376	104
鹿 児 島	1,027	1,038	101

資料:厚生労働省大臣官房統計情報部「衛生行政報告例」

組合の●は出資、○は非出資、無印は組合なし(平成19年12月末現在)

クリーニング	施設数	対前年 伸び率
S60年	139,342	
61	144,779	3.9
62	150,242	3.8
63	155,499	3.5
H元年	155,786	0.2
2	154,862	-0.6
3	154,020	-0.5
4	153,810	-0.1
5	156,068	1.5
6	159,816	2.4
7	161,861	1.3
8	163,554	1.0
9	164,225	0.4
10	163,999	-0.1
11	163,027	-0.6
12	162,347	-0.4
13	159,801	-1.6
14	157,112	-1.7
15	155,109	-1.3
16	150,753	-2.8
17	147,132	-2.4
18	143,367	-2.6
19	140,471	-2.0

*H17年からは無店舗取次所を除く



(注) 平成8年までは各年12月末現在、平成9年度以降は翌年3月末現在の数字である。

資料：厚生労働省大臣官房統計情報部「衛生行政報告例」

都道府県別生活衛生関係民営事業所数

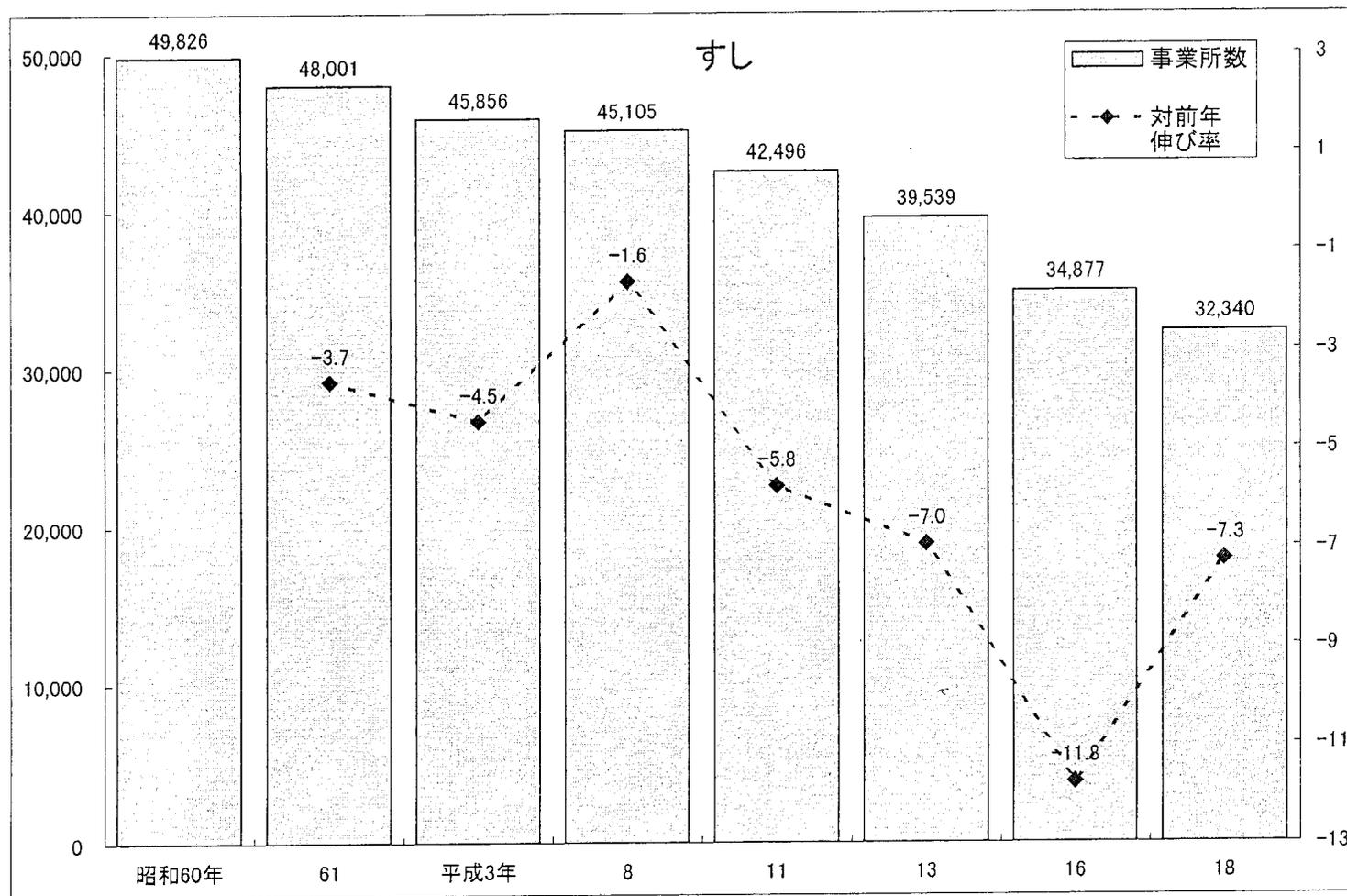
	すし						
	18年	16年	13年	18対16年比	16対13年比	18対13年比	組 合
全 国	32,340	34,877	39,539	93	88	82	43
北 海 道	1,575	1,711	1,958	92	87	80	●
青 森	352	390	443	90	88	79	●
岩 手	307	323	353	95	92	87	●
宮 城	654	663	784	99	85	83	●
秋 田	316	347	389	91	89	81	●
山 形	307	332	371	92	89	83	○
福 島	463	502	572	92	88	81	●
茨 城	835	894	1,011	93	88	83	●
栃 木	579	623	693	93	90	84	●
群 馬	567	600	691	95	87	82	●
埼 玉	1,525	1,628	1,908	94	85	80	●
千 葉	1,448	1,589	1,819	91	87	80	●
東 京	4,978	5,246	5,900	95	89	84	●
神 奈 川	1,788	1,978	2,298	90	86	78	●
新 潟	684	739	814	93	91	84	●
富 山	303	324	356	94	91	85	●
石 川	414	420	451	99	93	92	●
福 井	225	235	250	96	94	90	●
山 梨	370	410	438	90	94	84	●
長 野	511	551	634	93	87	81	●
岐 阜	565	623	678	91	92	83	●
静 岡	1,123	1,237	1,350	91	92	83	○
愛 知	1,897	2,100	2,399	90	88	79	●
三 重	449	478	521	94	92	86	○
滋 賀	208	224	248	93	90	84	●
京 都	556	611	720	91	85	77	●
大 阪	2,556	2,783	3,290	92	85	78	●
兵 庫	1,281	1,331	1,523	96	87	84	●
奈 良	272	268	320	101	84	85	*
和 歌 山	240	269	307	89	88	78	
鳥 取	96	104	114	92	91	84	●
島 根	125	137	150	91	91	83	●
岡 山	321	353	419	91	84	77	●
広 島	484	526	572	92	92	85	○
山 口	229	254	283	90	90	81	●
徳 島	168	188	207	89	91	81	●
香 川	136	146	160	93	91	85	○
愛 媛	346	381	413	91	92	84	●
高 知	89	97	106	92	92	84	
福 岡	1,060	1,163	1,303	91	89	81	●
佐 賀	183	201	214	91	94	86	
長 崎	434	471	526	92	90	83	●
熊 本	316	340	389	93	87	81	●
大 分	215	237	253	91	94	85	●
宮 崎	255	275	289	93	95	88	●
鹿 児 島	369	406	440	91	92	84	○
沖 縄	166	169	212	98	80	78	●

資料：総務省「事業所・企業統計」

組合の●は出資、○は非出資、無印は組合なし(平成19年12月末現在)

* 奈良は飲食に一括

すし	事業所数	対前年 伸び率
昭和60年	49,826	
61	48,001	-3.7
平成3年	45,856	-4.5
8	45,105	-1.6
11	42,496	-5.8
13	39,539	-7.0
16	34,877	-11.8
18	32,340	-7.3



資料：総務省「事業所・企業統計」