



## 2011年2月1日 第15回厚生科学審議会生活衛生適正化分科会議事録

健康局生活衛生課

○日時 平成23年2月1日(火)14:00 ~ 16:00

○場所 厚生労働省 専用第23会議室(19階)

○出席者

井上 耐子 (全国地域婦人団体連絡協議会理事)  
 遠藤 弘良 (東京女子医科大学国際環境熱帯医学講座主任教授)  
 大森 利夫 (全国理容生活衛生同業組合連合会理事長)  
 長見 萬里野 ((財)日本消費者協会参与)  
 加納 多恵子 (全国民生委員児童委員連合会理事)  
 來生 新 (放送大学教授)  
 小宮山 健彦 ((社)全国生活衛生同業組合中央会専務理事)  
 佐藤 和代 (城西国際大学経営情報学部教授)  
 菅沼 達郎 (全国氷雪販売業生活衛生同業組合連合会理事長)  
 武井 寿 (早稲田大学商学院学部教授)  
 土門 則子 (サービス・ツーリズム産業労働組合連合会中央執行委員)  
 中村 吉夫 (株式会社日本政策金融公庫常務取締役)  
 濱田 康喜 (全国社交飲食業生活衛生同業組合連合会会長)  
 原 恒子 (全日本美容業生活衛生同業組合連合会副理事長)  
 原田 一郎 (東海大学教養学部教授)  
 藤野 雅彦 (全国料理業生活衛生同業組合連合会会長)  
 山根 香織 (主婦連合会会长)

○議題

(1) 諸問及び審議

- ・食肉販売業の振興指針の改正について
- ・氷雪販売業の振興指針の改正について

(2) その他

○議事

○富澤補佐 定刻になりましたので、ただいまから第15回「厚生科学審議会生活衛生適正化分科会」を開催させていただきます。各委員の先生方におかれましては、御多用中のところ、本検討会に御出席をいただきまして、誠にありがとうございます。

本日は、相澤委員、杉山委員、田山委員、安田委員、山縣委員、吉森委員から欠席という旨の連絡をいただいております。委員総数23名中17名の委員の先生に御出席をいただきまして、過半数に達しておりますので、厚生科学審議会令第7条第1項の規定により、本日の会議は成立をいたしておりますことを御報告いたします。

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

○外山局長 健康局長の外山と申します。よろしくお願ひします。

本日は先生方には、御多用中のところ御参集賜りまして、誠にありがとうございます。御案内のように本分科会は、生活衛生関係営業の振興を計画的に推進して、公衆衛生の向上、利用者の利益の増進に資する振興指針について御審議をいただくため設置しているところでございますけれども、今年度は諸問書にござりますように食肉販売業と氷雪販売業の2業者の振興指針につきまして、審議事項としているところでございます。

この振興指針につきましては、平成23年度から5年間の食肉販売業、氷雪販売業の振興を図るための指針となるものでありますと、各生活衛生同業組合は、このできます指針を基に組合員の営業の振興を計画的に推進するために、振興計画というものを策定することになっております。

今回の振興指針の改定に当たりましては、これまでと異なりまして、できる限り改定方針を明らかにして、改定前の指針の達成状況であるとか各営業の経営実態を踏まえるとともに、戦略性を高めて、簡潔で簡素なメッセージ性の高い内容とするなど税制、融資の支援措置を各営業者が利用しやすい指針となるようにしたいと考えておりますので、よろしく御審議のほどお願い申し上げます。

それから、厚生労働省がこの振興指針をつくりますと、この振興計画に基づきます事業に対しまして、予算、税制、融資を中心に総合的な政策支援策を講じていくというところでございます。

最後になりましたが、本日お集まりいただいた委員の皆様におかれましては、幅広い観点から御議論いただきまして、有意義な御議論をいただきますようにお願い申し上げたいと思います。

よろしくお願ひ申し上げます。

○富澤補佐 ありがとうございました。

それでは、議事に入ります前に、本日御出席の本審議会の委員、意見聴取人につきまして御紹介を申し上げたいと思います。

お手元の資料を1枚めくっていただきますと、座席表、その後ろに委員名簿がございますので、これに基づきまして御紹介をさせていただきます。

全国地域婦人団体連絡協議会理事でいらっしゃいます、井上耐子委員でございます。

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

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

財団法人日本消費者協会参与でいらっしゃいます、長見万里野委員でございます。

全国民生委員児童委員連合会理事でいらっしゃいます、加納多恵子委員でございます。

放送大学教授でいらっしゃいます、来生新委員でございます。

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

城西国際大学経営情報学部教授でいらっしゃいます、佐藤和代委員でございます。

座長をお願いしております東海大学教養学部教授の原田一郎委員でございます。

全国氷雪販売業生活衛生同業組合連合会理事長でいらっしゃいます、菅沼達郎委員でございます。

早稲田大学商学院院教授でいらっしゃいます、武井寿委員でございます。

サービス・ソーリズム産業労働組合連合会中央執行委員でいらっしゃいます、土門則子委員でございます。

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

全国社交飲食業生活衛生同業組合連合会会長でいらっしゃいます、濱田康喜委員でございます。

全日本美容業生活衛生同業組合連合会副理事長でいらっしゃいます、原恒子委員でございます。

全国料理業生活衛生同業組合連合会会長でいらっしゃいます、藤野雅彦委員でございます。

主婦連合会会长でいらっしゃいます、山根香織委員でございます。

次に、意見聴取人を紹介させていただきます。

全国食肉生活衛生同業組合連合会会长でいらっしゃいます、中臺岩男意見聴取人でございます。

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

本日の審議会に参画をいただく方々は、以上でございます。

最初に、お手持ちの資料の確認をさせていただきます。

まず、議事次第、座席表、委員名簿、その後に配付資料の一覧。

資料1、諮問書(写)。

資料2、付議書(写)。

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の抜粋です。

資料4、カラーの横のものですが、生活衛生関係営業の振興指針の改定方針(案)概要。

資料5、生活衛生関係営業の振興指針の改定方針(案)。

資料6、食肉販売業の振興指針(案)。

資料7、氷雪販売業の振興指針(案)。

資料8、食肉販売業、氷雪販売業に関わります各種統計資料になります。

資料9、振興計画に掲げる事業の実施状況<食肉販売業>でございます。

資料10、振興計画に掲げる事業の実施状況<氷雪販売業>でございます。

資料11、生活衛生関係営業の振興に関する検討会第1次報告書。

続きまして、参考資料になりますが、参考資料1といたしまして、厚生労働省設置法。

参考資料2、厚生科学審議会令。

参考資料3、厚生科学審議会生活衛生適正化分科会所掌事務。

参考資料4、厚生科学審議会運営規定。

参考資料5、現行の氷雪販売業の振興指針。

参考資料6、現行の食肉販売業の振興指針。

最後に参考資料7といたしまして、生活衛生融資の御案内。株式会社日本政策金融公庫のパンフレットになります。

資料は、以上でございます。

それでは、以降の議事進行につきまして、原田座長、よろしくお願いをいたします。

○原田分科会長 恐縮でございますが、座長を務めさせていただきます。10年以上この生活衛生関係の振興指針のお手伝いをさせていただいているので、その関係で大変恐縮でございますが、座長を務めさせていただきたいと思っております。

それでは、審議に入らせていただきたいと思いますが、本日の議事ですけれども、食肉販売業と氷雪販売業の振興指針の改正について御審議をしていただきたいと考えております。富澤生活衛生課課長補佐より説明をお願いいたしたいと思います。どうぞよろしくお願いいたします。

○富澤補佐 それでは、説明をさせていただきます。まず、資料1、資料2の説明をさせていただきます。

配付資料の後ろにございます資料1とございますが、厚生科学審議会の会長に対しまして、厚生労働大臣から食肉販売業、氷雪販売業の振興指針の改正について説明がなされております。

1枚めくついていただきまして、資料2になりますが、付議書。厚生労働大臣から厚生科学審議会会長に諮問をされておりますので、厚生科学審議会の会長から当生活衛生適正化分科会長に対しまして、審議をお願いいたしますという付議でございます。これに基づきまして、本日はこの「生活衛生適正化分科会」におきまして、審議をお願いするということになっておりますので、どうぞよろしくお願いをいたします。

以上でございます。

○原田分科会長 どうもありがとうございました。

それでは、事務局から振興指針(案)について説明していただき、その後に食肉販売業、氷雪販売業の順で質疑を行いたいと思っております。それでは、事務局から御説明をお願いいたします。

○堀江課長 生活衛生課長の堀江でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

お手元の資料4、資料5、参考資料5と6を用いしまして、の方から今回の見直しの考え方を御説明させていただきたいと存じ上げます。

この件につきまして、原田会長にも相談させていただいたわけございますけれども、資料5、資料6、見直す順番と逆になっていますが、氷雪販売業の振興指針、食肉販売業の振興指針、それともどもと言いますと、平成3年あるいは昭和60年に指針として策定され、と申しますのも、生活衛生関係の法律が昭和54年に改正になります、この指針をつくるという仕組みになったわけでございますけれども、その内容を今回見直すものでございます。

先に資料4の方をごらんいただきたいと思いますけれども、簡潔に各委員にある意味確認の意味で、振興指針の意味合いにつきまして御説明させていただきたいと存じますが、振興指針というのは、厚生労働大臣が各生活衛生関係営業の振興に必要な事項について定める指針となってございまして、それに基づきまして、各都道府県の生活衛生同業組合がその組合員たる営業者の営業の振興に必要な事項に関する計画ということで、振興計画を策定して、厚生労働大臣が認定するという形になっているものでございます。

その振興計画を各県の生活衛生同業組合が策定いただきますと、それに基づいて実施します振興事業というものに対しての日本政策金融公庫様からの低利融資の対象になるということでございまして、現状でいきますと、振興事業特定施設整備につきまして基準金利2.25%について更にそれよりも0.9%安い利率で借りることができます。

これは、実は借り入れる期間によって利率が違いますので、少し簡潔に書いてございますので、全部が2.25%というわけではないのですけれども、基準金利2.25%の場合、0.9%マイナスになります。

それから、23年度予算案には、各営業者が事業計画を策定した場合の融資制度としまして、更に0.15%深堀した低利融資という仕組みも今、予算案の中に設けられてございますから、そういう意味合いをいきますと、この振興指針があつて、それがあることによって振興計画を各県の生活衛生同業組合につくっていただいて、その振興計画がある県にある組合員たる営業者さんは、低利融資が受けられますという仕組みになっているわけでございます。

税制の方でも、そうした振興計画に基づきまして共同利用施設を整備される場合に、特別償却制度というものが利用できるようになってございまして、これも今回の税制改正の中で延長となっていました、更にこれは活性化していくという検討も別途、別の会議の方で行っているということでございます。

振興計画でございますけれども、全国に実は16業種あります、それが47都道府県あるわけでございますが、各県すべてに各同業組合があるわけではないということをございまして、全国には575の組合があります。

今日で申し上げますと、食肉販売業であれば44県に組合がありますし、氷雪販売業でいきますと、13都道府県に組合があるといったことがあって、かつその中で振興計画をつくっている組合とつくれていない組合とがつて、認定率約9割ということで、見ていただいているとおりでございます。

理容、美容、クリーニング、旅館などは、47県すべてに組合がありますが、かつ47組合が振興計画をつくっていただいている。ほかにここにございますようにことで、一部つくれていない状況にある県もあるということでございます。

例えば一般飲食業であれば、組合 자체は36県にしかございませんけれども、その36組合全部が振興計画をつくっているというような、食肉販売業も同じようなことになっているわけでございます。これが言わば振興指針の意味合いみたいなところだと思います。

次のところに振興指針の改定方針と書いてあるわけでございますが、先ほど御紹介申し上げましたとおり、参考資料5、参考資料6にそれぞれ氷雪

販売業の振興指針、食肉販売業の振興指針といったしまして、5年前の2月7日に決められて、厚生労働省の大臣告示となつたものがあるわけでございますけれども、原田会長と一緒に議論させていただいたところ、どちらかといふと、内容はすべて正しいといいますか、いいことが書いてあるわけでございますが、ただ、少し内容が細かいのとずっと文書が続いていって、言い方があれでけれども、いつの時代に読んでも合っていそうな内容というところがあつて、少し見直しをした方がいいのではないかということになつたわけでございます。

資料5を見ていただきたいと思います。それで御相談の結果、生活衛生関係営業の振興指針の改定方針(案)として、お示しさせていただき、これに従つて今日は御準備させていただいているので、御審議をいただけたらと思うのですが、食肉販売業、氷雪販売業の振興指針の改定に当たつて現行指針の課題を踏まえて、改定の方針を明確にし、まさにこのペーパーがそのものでございますが、明確にした上で指針の改定を行うとともに平成23年度以降の改定に際しても同様に改定の方針を明確にし、逐次関係の指針の改善を行うこととしてはどうかということでございます。

一遍にはぱっと直すのも1つの案でございますけれども、ただ、それぞれいろいろと現状の整理とかしながらいきますので、逐次やっていくことでどうであろうかというのが御提案でございます。

3つの改定の方向性というのを整理させていただけてございます。現行の指針の達成状況等を踏まえた新しい指針としての位置づけの明確化。

今あります指針というのは、その前の時期の目標の達成に係る記載がないということがございまして、そこにつきまして新たに一定の記述を付け加えることで、前期の目標の達成状況の評価を踏まえた新しい指針としての位置づけが可能ではないかということでございまして、併せて関係営業の経営実態あるいは消費動向などにつきまして、簡潔にすけれども、記述としてはどうであろかということでございます。

2番目といたしまして、先ほど申し上げましたように、現在、ややもすると少し総括的・網羅的な記載になっているので、それを集中的・選択的記載に改めまして、戦略性を高めてはどうだろうかということでございまして、現行の指針が衛生経営の両側面からとりわけ営業者の取り組むべき目標が総括的・網羅的に記載されているということでございまして、各項目になってみると、留意点的なものも入っているので、各営業者の立場からよりメッセージ性の強い現実の課題への対応を簡潔に示すことが有益ではないかということを挙げさせていただいてございまして、細かな各項目については、箇条書き的なものにしてはどうだろうかという御提案でございます。

営業者は各自に才覚と努力と言いますが、ビジネスプランは自分で立てていただくしかないという側面もございますので、振興指針のとりわけ衛生面はすべての営業者さんに遵守していただきたい内容でございますけれども、経営上の助言みたいなことは参考にしていただいて、適宜取捨選択していただかないと、一定の形にビジネスのモデルを御提示するわけにもいきませんので、そういうふうに、めり張りを付ける格好にしてはどうだろうかということでございます。

3番目といたしまして、各目標についての実施主体の明確と関係機関の支援手法の具体的な記述ということで、支援手法、税だとか融資だとか予算ということをより明確に書いて、こうすることでこんなことに使っていただけるんですよというような、何がこの指針なりあるいはそれに基づきます振興計画があることによって、いいことがあるのだろうかと各営業者さんわかっていていただくこと、そういう制度との有機的なつながりを明確にしてはどうだろうかということでございまして、そうすることによりまして、生活衛生同業組合が担う役割というのも、より明確になりますし、営業者の組合加入が進んだり、あるいは組合の勧誘の際にも効果が期待できるのではないか、こういうようなことを整理させていただいております。

資料4に戻りまして、それを簡潔に、もう一度復習的なことで大変失礼申し上げますけれども、前期の目標の達成状況の評価を明記し、関係営業の経営実態、問題点を明記することによって、前の計画期間からの連続性を強化していったらどうだろうということ。

それから、戦略性・メッセージ性の強い方針を記述し、細かな個別のことについては箇条書きで書くことによって、この指針の戦略性が強化できるのではないか。

実施主体、支援手法を具体的に記述し、補助金・融資・税制について、組合の役割、組合員の支援措置を明記することによって、組合の加入も促進できるのではないかということで役割の明確化と、このように方針案をまとめた上で、具体的な指針案について御説明させていただきたいと思います。

案の方は、富澤輔佐の方に説明させます。

○原田分科会長 ありがとうございます。今、説明がございましたように、見直しポイントについて全体の構成はそのまま継続しますが、もう少し具体的な展開をしたいという形で、特に現状に基づいた達成状況を正確に把握して、それに基づいて総括的な記述ではなくして、もっと個別に絞り込んで、しかも、戦略的な色彩の中で箇条書きみたいな形で示す。それと同時に、どんな支援が得られるのか、その支援が得られるためにどんなことをしなければいけないのかというところが明確にわかるような形で見直しをしていきたい、そういう御指摘だったと思いますが、そういう形で振興指針そのものも見ていきたいと思っておりますけれども、こういう姿勢でいくことでよろしゅうございますでしょうか。

(「はい」と声あり)

○原田分科会長 それでは、お認めいただいたということで、今、申し上げましたようなポイントを中心に見直しをしました結果を説明していただきたい。事務局から説明していただきたいと思います。

食肉販売業の振興指針(案)について審議をしていきたいと思いますので、説明をしていただきたいと思います。説明の方もお願ひしたいと思います。

○富澤輔佐 それでは、説明をさせていただきたいと思います。資料6の食肉販売業の振興指針(案)、それから、共通する部分も大分多くございますので、資料7の氷雪販売業の振興指針(案)、資料8の統計資料も少し見ながら説明をさせていただきたいと思います。

先ほど堀江課長から説明がありましたとおり、振興指針の改定方針(案)、資料5でございますが、これに基づきまして食肉販売業の振興指針(案)、氷雪販売業の振興指針(案)を作成しております。

まず、それぞれの振興指針の説明に入ります前に、全体のフレームと言いますが、共通する部分もございますので、その部分から説明をさせていただきたいと思います。

1ページ目の第一というところで、当該業種を取り巻く状況。これは厚生労働省の統計情報部でとりまとめております「衛生行政報告例」、それから、生活衛生課で業種ごとに行っております「経営実態調査」に基づきまして、各業種を取り巻く状況でありますとか消費動向、営業者の方々の考える今後の経営方針につきまして、記述をしております。

第二といたしまして、各県の生活衛生同業組合が策定をいたしました振興計画、現行のもの、平成18年度から22年度の5年間の計画の4年目まで、平成21年度末までの実施状況につきましての各組合の自己評価の状況を記載しております。

3ページ目、第三といたしまして、各業種の振興の目標に関する事項。

5ページ目、第四といたしまして、各業種の振興の目標を達成するために必要な事項を記載しております。この振興の目標を達成するために必要な事項につきましては、従来個々の事項ごとに少々長い文章で記載をしておりましたところ、ポイントとなる事項を列挙するような形、箇条書きといった形に変更しております。

最後の9ページ、10ページに別表といたしまして、日本政策金融公庫におきます各業種の融資対象の施設、設備。各業種の融資の概要を表にして付けております。

資料6、食肉販売業の振興指針(案)につきまして説明をさせていただきます。

まず、前書きですが、食肉販売業につきましては、食品衛生法に基づきまして営業許可が必要。衛生規制の下に営業を行うという必要がありますので、国民に安心・安全な食肉を届けるために、営業の振興を図つて経営の安定化を図る必要がある。そのために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に基づきまして、計画的に振興を図るために振興指針を定めるというものであるということ。

まず「第一 食肉販売業を取り巻く状況」の「一 食肉販売業の事業者の動向」ですが、厚生労働省の「衛生行政報告例」によりますと、食品衛生法に基づきます食肉販売業の営業許可を受けている施設数でございますが、平成21年度末で約14万施設。10年前と比較いたしますと、約3万1,000件減っているという状況がございます。

最近4年間ほどの新規営業許可件数を見ますと、約5万9,000件。今度、廃業を見ますと、6万9,000件。廃業が新規開業を1万件ほど上回っているという状況がございます。結果として、毎年営業許可の施設総数が減少してきているという状況がございます。

また、営業者の規模でございますが、こちらにつきましては、生活衛生課で事業者に委託して実施しております「生活衛生関係営業経営実態調査」によりますデータでございますが、従業者が5人未満の零細事業者が過半数を占めている。また、経営者の年齢を見ますと、60歳以上が過半数を占めている。更に後継者の有無について聞いてみると、これも過半数が後継者はいないといった回答をいたしております。大変厳しい状況が見えているというところだと思います。

また、経営上の課題といたしましては、客数の減少でありますとか施設、設備の老朽化といった回答が多くなってきております。

「二 消費動向」についてでございますが、資料8の3ページも併せてご覧いただきたいと思います。

資料8の3ページでございます。こちらは、財団法人の日本食肉消費センターによる調べでございますが、一世帯当たりの食肉購入額を平成18年12月を100とした場合の3年後の平成21年12月を指數で見てみると、牛肉で73.2%、豚肉で75.9%、それぞれが3割近く減少しているといったような状況になつております。

また、日本政策金融公庫が行っております「生活衛生関係営業の価格・消費動向調査」におきましても、消費者の節約志向からくる高価格部位の売

れ行きが非常に鈍っているといつとこらです。王力の牛肉から安価な豚肉、鶏肉への移行が見られるといったことなど、各当たりの単価の下落が続いているという状況がございます。

指針の方に戻っていただきまして「三 営業者の考える今後の経営方針」では、接客サービスの充実という答えをしている業者が一番多く、次いで価格の見直しを挙げる業者が多いということでございますが、今後の経営方針ということでの回答として、廃業という回答をした事業者が1割を超えてしまっているという状況がございます。

続いて第二に前期、平成18年から22年度の5年間でございますが、前期の振興計画の実施状況でございますけれども、これにつきましては振興計画を実施しております各組合が5年間の計画の4年目、平成21年度末までの進捗状況につきまして自己評価をしたものでございます。全国44の都道府県の食肉組合すべてで振興計画が策定されております。その事項評価につきましては、計画についておむね達成をしているというものになっております。

昨年行われました「行政刷新会議」の事業仕分けにおきまして、生活衛生関係の補助金につきまして補助金を交付したことで、どのような成果・効果があつたのか、その検証が不十分であるという指摘があつたことから、生活衛生関係の補助金につきましては、政策目的の達成状況が検証可能となるような事業評価の導入などの見直しを図ったところでございまして、振興計画を実施する場合にあっても、成果目標でありますとか事業目標といつたものを可能な限り明確にして達成状況の評価を行う必要があるのではないかということでございます。

続いて3ページ目、食肉販売業の振興の目標に関する事項の「一 営業者の直面する課題と地域社会から期待される役割」。個々の営業者の経営戦略に基づいて、個々の事業の安定を図るということは勿論でございますけれども、生活弱者であります高齢者、子育て、共稼ぎ世帯の増加などによる新しいニーズ、そういうものの的確に対応することが地域社会、商店街における構成員として重要なことになってくるのではないかということでございます。

「二 今後5年間(平成23年度から平成27年度末まで)における営業の振興の目標」の「1 衛生問題への対応」でございますが、食中毒の発生など衛生問題は決して起こしてはならないことでありますけれども、発生防止のためにどれだけの費用、手間をかけなければ十分かといったところ、なかなか判断できない面もございますが、一旦食中毒が発生してしまった場合の信用失墜は取り返しのつかないものでございますので、日ごろからの地道な取り組みが非常に重要であるということ。

1枚めくっていただきまして、4ページ目「2 経営方針の決定と消費者・地域社会への貢献」ということで、スーパーマーケットなどの大規模店舗との差別化の必要性について記載しております。高齢者は、居住地の近くに商店がないとか、あっても遠くて車を使わなければ行くことができない場所であるとか、そういう買い物弱者という問題が最近取りざたをされております。

福祉の観点から、社会福祉協議会などでバスを借り上げて、買い物弱者を定期的に買い物に連れ出すといった取組も一部の自治体では見られるようございますけれども、やはり昔ながらの御用聞きでありますとか、お弁当、惣菜といったものの配達、移動販売といったことを行うことによって、このような問題の解決の一助になるのではないかと考えます。

続いて「3 税制及び融資の支援措置」でございますが、食肉販売業は食品衛生法で定めます生活衛生関係営業の1つで、生衛法にも規定されておりますように、税制の優遇措置でありますとか日本政策金融公庫からの低利融資が受けられるといった仕組みがあるわけでございます。

日本政策金融公庫の融資につきましては、9ページの別表1に対象の設備、10ページの別表2に食肉販売業に係る融資の概要といったものを記載しております。

「三 関係機関に期待される役割」の「1 組合・連合会に期待される役割」といたしまして、営業者が直面する課題につきまして適切に支援を行うこと。それを独自の財源でありますとか国などからの補助金を活用して実施することを期待する。なかなか難しいところもあると思いますけれども、個々の事業につきまして成果目標を明確にしながら計画を策定して、実施をして、その成果を適切に評価して、新しい事業につなげていくことが求められしていくのではないかと思われます。

「2 都道府県指導センター、日本政策金融公庫に期待される役割」でございますけれども、融資につきましては、日本政策金融公庫におきまして営業の方々が利用しやすい融資制度、経済、金融状況の把握、分析などをを行うとともにきめ細かい相談、指導、更には手続の簡素化といったところが期待されるところです。

続いて5ページ目「3 国及び全国生活衛生営業指導センターの役割」でございますけれども、国・全国指導センターにおきましては、関係者が営業者に対する支援を円滑に行なうことができるよう助言・制度改善を図ること。また、財政的な支援措置につきましては、衛生水準の確保、経営の安定に最大限の効果が発揮できるように改善・改革を行う。

「第四 食肉販売業の振興の目標を達成するために必要な事項」、ここからが各営業者の皆様に取り組んでいただきたい事項になりますが、個別事項につきまして、これまで振興指針に盛り込まれたものは、そのまま網羅しております。

これまで、個別に少々長い文章で記載をしておりましたが、今回から個々の取り組むべき事項につきまして箇条書きで書かせていただいております。

下線を記しているものが今回、新たに加えたものでございますので、その部分につきまして簡単に説明をさせていただきたいと思います。

「2 経営課題への対処に関する事項」の「(1)経営方針の明確化及び独自性の発揮に関する事項」の4つ目の印「弁当・惣菜等の関連商品を含む新たなサービスの開発、展開」。これにつきましては、高齢者や単身世帯が増加をしてきているというところで、お弁当でありますとか惣菜の需要が今後ますます増加が見込まれると思います。食肉販売の専門店であります食肉販売業においては、自分のお店で持っている素材を利用して、個性のある惣菜を開発するといったことなどで、大型店との差別化を図る必要があるのではないかと考えます。

1ページめくっていただきまして、6ページでございますが「(2)消費者に対する情報提供の推進」、地域の特性に応じた外国語表示の推進ということで、これは全国一律というわけではないと思いますけれども、地域によっては、外国人の方々に対してわかりやすい外国語表示が望まれると思います。

「(3)施設及び設備の改善に関する事項」の最後のしるしでございますが「賠償責任保険への加入促進」ということで、製造物責任法、いわゆるPL法でありますとか、食中毒等が発生した場合の対応に備えて、賠償責任保険への加入を促進する必要があるのではないかと思っております。

「(6)情報通信技術を利用した顧客獲得・確保」。その下の「インターネット等を利用した注文、予約等の実施」「ホームページの開設とプロモーションの実施」でございますが、営業者の高齢化が進む中で、すべての事業者の方にこれを望むということは難しいかもしれませんけれども、新規の顧客を獲得するためには、このような手段も有効なのではないかと思っております。

また「クレジットカード決済、電子決済の導入・普及」でございますが、顧客の利便性を確保するために、このような設備の導入も必要ではないかと思っております。

「二 営業者に対する支援に関する事項」の「1 組合及び連合会による営業者の支援」の「(3)消費者利益の増進・商品の提供方法」、次の7ページになりますが、最後のしるしで「消費者に対する地域の食肉販売業の役割の広報」ということで、自分のお店で商店街でありますとか町内会といった地域社会の中で行なっていることを積極的にアピールして、自分のお店の存在を幅広く地域の方々に知っていただくことが大事になってくるのではないかと思っております。

少し下にいきまして「(8)従業者の福利充実」「医療保険、年金保険及び労働保険の加入等の啓発」ということを追加しております。従業者の方々の福利厚生のためには、必要なことではないかと思います。

その下にまいりまして「2. 行政施策及び政策金融による営業者の支援及び消費者の信頼の向上」「(1)都道府県生活衛生営業指導センター」「後継者育成事業」ということで記載をしております。

後継者の確保に関する事項につきましては、これまでの指針にもございましたけれども、未来の就業者であります中高生を対象として、食肉販売店営業のことを理解してもらう。それを促進するということが後継者の育成確保に多少なりともつながっていくのではないかと思っております。

「(4)日本政策金融公庫」に求められる事項といたしまして、経済金融事情の把握、分析及び情報提供、災害時における相談窓口の設置を記載しております。

「第五 営業の振興に際し配慮すべき事項」で、1ページめくっていただきまして「1環境の保全及びリサイクル対策の推進」「(1)営業者に期待される役割」に「省エネルギー対応の冷凍・冷蔵設備の導入」を追加いたしました。

その下の(3)でございますが「日本政策金融公庫」と記載すべきところを「国民政策金融公庫」とミスプリがございます。申し訳ございません。

「2. 食育への対応」でございますが「(1)営業者に期待される役割」で、主にお惣菜、お弁当に関してということになると思いますけれども、ヘルシーメニューの開発・提供、総カロリー表示、塩分量表示等の推進、加工食品についての食物アレルギー物質等の有無の明示を追加いたしました。

その下「3. 少子高齢化社会への対応」で、今更ということになるかもしれませんけれども、宅配や御用聞きの実施。それから、ほかの指針にも統一的に入れております補助犬を同伴する身体障害者等への適切な対応といった記載を追加しております。

続きまして、氷雪の方もよろしいでしょうか。

○原田分科会長 お願いします。

○富澤補佐 続きまして、資料7の「冰雪販売業の振興指針(案)」につきまして説明をさせていただきます。

全体の構成等につきましては、先ほどの食肉販売業と共通する部分ということで、説明させていただいておりますので、繰り返しの説明は省略させていただきたいと思います。

まず、第一ということで「冰雪販売業を取り巻く状況」の「一 氷雪販売業の営業者の動向」でございますが、平成21年度末の厚生労働省「衛生行政報告例」で営業許可を受けている施設数は2,274。10年前と比べると、約3分の2程度まで減少しているという状況にございます。

生活衛生課で実施しております「経営実態調査」によりますと、従業者5人未満の事業所が71%。営業者の年齢を見ますと、60歳以上が7割を占める。また、後継者の有無について尋ねますと、6割が後継者はいないといった回答をいただいております。ここも、大変厳しい現状が見ております。

「二 消費動向」についてでございますが、家庭用の電気冷蔵庫の普及率につきましては、昭和48年、今から38年前になりますけれども、そこでもう95%。現在では、ほぼ100%になっていると思われます。

それを表すものとして、資料8の6ページに電気冷蔵庫の普及率の表があるんですが、これがそもそも平成17年以降は、電気冷蔵庫は普及率の調査対象から外れてしまっております。普及率がほぼ100%であるということから、こうなっているのではないかと思っております。

また、昨年の夏は記録的な猛暑で売り上げが非常に好調であったというデータもあるようでございますけれども、季節的な要因が顕著に出た一例ということで、主な販売先であります飲食店などの低迷から、以前として冰雪販売業は厳しい経営環境にある。

それから「三 営業者の考える今後の経営方針」でございますが、これも「経営実態調査」によるものでございますけれども、今後の経営方針について尋ねたところ、廃業と回答した事業者が21.0%と最も多いという状況になっております。

「第二 前期の振興計画の実施状況」でございますが、1ページめくっていただきまして、冰雪販売につきましては全国に13の組合があるわけでございますけれども、そのうちの4都府県、東京、神奈川、愛知、大阪で振興計画が策定されております。13の組合があるんですが、そのうちの5つにつきましては、現在、活動休止中となっております。

4組合の自己評価でございますけれども、こちらもおおむね自己評価でございますが、達成をしているという評価が多くなっております。

また、事業仕分けの指摘であります成果目標、事業目標を可能な限り明確化して、達成状況の評価を行う必要がある。

3ページ目「第三 氷雪販売業の振興の目標に関する事項」の「一 氷雪販売業を取り巻く環境」でありますけれども、純氷につきましては、大変良質な氷と評価が高く、ほかのものと差別化ができる商品であるということから、今後さらなる需要の拡大に向けて努力することが期待される。

「二 今後5年間(平成23年度から27年度末まで)における営業の振興の目標」、「1 衛生問題への対応」でございますが、こちらも食肉販売業と同様、食中毒等の衛生問題は起こしてはならないということから、日ごろからの地道な取り組みが重要であるといったことを記載しております。

「2 経営方針の決定と消費者・地域社会への貢献」でございますが、需要ニーズが比較的多い純氷につきましては、一般消費者の購入を少しでも増加させるという必要性、また、主な顧客でありますバーやクラブといったところとの強い信頼関係、そういう顧客のニーズに答える氷の加工等いろいろやっているということをPRするために広告、宣伝といったことを強化する必要もあるのではないか。

1ページめくっていただきまして、4ページ目「3. 税制及び融資の支援措置」につきましては、こちらも食肉販売業の指針と同様の書きぶりになっております。9ページに別表1として、融資の対象設備。10ページに別表2として、融資の概要を記しております。

「三 関係機関に期待される役割」の「1 組合・連合会に期待される役割」「2 都道府県指導センター、日本政策金融公庫に期待される役割」、5ページ目「3 国及び全国生活衛生営業指導センターの役割」、これも食肉販売業の指針と同様の書きぶりになっております。

「第四 氷雪販売業の振興の目標を達成するために必要な事項」、ここからが各営業の方々に取り組んでいただく事項になりますが、先ほども申し上げましたけれども、箇条書きで記載させていただいております。

下線の部分につきまして説明をさせていただきます。「(2)サービスの見直し及び向上に関する事項」でございますが「純氷の形状、大きさ、配達時間など顧客の多様化する要望に応えるための商品の品揃え」「おしぶり、備長炭等の関連商品を含む新たなサービスの開発及び展開」、これを追加しております。

1ページめくっていただきまして「氷の需要が下がる閑散期における関連サービスの提供」ということで、組合・連合会が一体となって考えていかなくてはいけないものであるかとは思いますけれども、こういった閑散期におけるサービスの提供ということを考えていかなくてはいけないのではないか。

それから「賠償責任保険への加入促進」、これは食肉販売業と同様でございます。

(5)のインターネットの関係、クレジットカード決済等の導入、これも食肉販売業と同様でございます。

「二 営業者に対する支援に関する事項」の「1. 組合及び連合会による営業者の支援」の(3)、「消費者に対する地域の冰雪販売業の役割の広報」、これも自分の店で商店街、町内会などの地域社会の中で行っていることを積極的にアピールして、自分のお店の存在を幅広く知ってもらうということが非常に大事なのではないかと思います。

7ページになりますが「(8)従業者の福利充実」に「医療保険、年金保険及び労働保険の加入等の啓発」を追加しております。

また「2. 行政施策及び政策金融による営業者の支援及び消費者の信頼の向上」に、未来の就業者であります中高生を対象とした後継者育成事業を追加しております。

最後の(4)で日本政策金融公庫に求められる事項といしまして「経済金融事情等の把握・分析及び情報提供」「災害時における相談窓口の設置」を記載しております。

以上、長くなりましたが、説明を終わります。

○原田分科会長 お願いします。

○堀江課長 数点追加させていただきたいと思いますけれども、資料6の食肉販売業の指針で申し上げますと、これは冰雪販売業にも追加したところなんですけれども、3ページの一番下の行から書いてございますように、先ほど補佐の方からも説明がございましたが、都道府県の組合、連合会には、組合員、非組合員双方に衛生問題については働きかけをしてほしいということでございまして、要は一事業者の不注意みたいなものが業界全体の信用失墜につながりかねないということでございます。

4ページの2の上の方ですけれども、食肉販売業のポイントは、大規模店との差別化をどう図っていくのかというところを明記してございます。

5ページの第四の表題のすぐ下なんですかねでも少し申し上げましたが、衛生水準確保等のために必須の内容と戦略的経営を推進するために選択する内容との区別を行うと書いてございます。

従来はこれこれすることは必要である、これこれすることは必要であるといって、2人、3人でやっておられるようなお店にインターネットをどうのこうのというところも必要であると書いても、読まれている方に書いてみれば、息苦しい指針になっていたのではないか、こういうところがございまして、まさにインターネットを駆使して販売をするようなお店もあるでしょうし、あるいはそんなことはなしにして、買ってきただけそのまま売るんだというお店もあるでしょうし、そういう経営面は、オウンリスクと言いますか、御自分の経営判断でやっていただいたらいいという意味合いで、選択的に見ていただくことができるのではないかということを書かせていただきました。

資料7の方に冰雪販売業の指針があるわけでございますけれども、ほぼ共通していますが、2ページのところだけ見ていたらと思います。表の2つ上のところに「組合においては、振興計画の内容を広く組合員に周知するともに、組合・連合会においては、振興指針、指針計画についての広報を図り、組合未加入営業者への加入勧誘、組合未結成の34都道府県の営業者への組合結成の勧誘を図ることが期待される」、これは氷雪にも共通して書いてございますけれども、今回、戦略性を高めるという意味では、この点のことを書かせていただいている。

次に「とりわけ」というところは、冰雪販売業のみに記載しているところでございますけれども、とりわけ、冰雪販売業は組合結成が13都道府県、振興計画の作成は、先ほど補佐の方から紹介があった4都道府県にとどまるなど、振興計画が制度上活用される営業者の数が極めて限定されている。

ですから、例えば千葉県で幾ら頑張っている冰雪販売業の営業者さんがいても、組合はなければ、組合は休んでいるのか覚えていませんが、少なくとも振興計画はないわけでございます。ですから、低利融資が制度上受けられないという格好になってしまっているわけでございまして、そういう意味では意欲的な事業者さんもなかなかうまくいい制度が受けられないというところがあるわけございます。

国の方で何々をするという部分もあっていいと思いますけれども、組合あるいは連合会の方でも、やはり御努力いただいたらどうだうかと、こういうことでございまして、とりわけ13の県があって、5つの県が休止状態。あと4つの県は、組合は動いているけれども、振興計画がないということです。その4県ぐらいからでいいんですけれども、これを機会に是非進めていただけるといいのかなと思って、あえて書いている、こういうことでございます。

○原田分科会長 ありがとうございます。今の補足説明も含めて、資料6並びに資料7を中心にして質疑に入りたいと思いますが「食肉販売業の振興指針(案)」の方を先に扱いたいと思います。資料6並びに今あった補足説明も加えた上で審議をしていきたいと思います。どなたからでも結構でございますので、質問あるいは何か御指摘をいただければありますけれども、いかがでいらっしゃいますでしょうか。

よろしくお願いします。

○遠藤委員 前回の指針と見比べますと、大変にわかりやすく本当にきちっとした目標になっていて、よろしいかと思います。それが総論なんですかねでも、1点質問は、2の消費動向のところで消費が落ちているということで、これほど落ちているというのは私は知らなかつたんですが、その理由とし

て、一番は消費者の節約志向が続いている。経済的な面といつことを書かれているんですけども、いわゆる食生活に対する何かお肉より野菜の方がいいんだとか、そういうのは余り実際のところには反映されていないんでしょうか。

素的には、それが結構消費動向としてあるんではないかと思い、全く主観的、客観的な何か数字を持っているわけではないんですけども、その辺ところを教えていただければと思います。

○原田分科会長 いかがですか。特に狂牛病ですか、いろんなものがあつたり、多分にマスコミに騒がれ過ぎてしまった面というのは、多分なきにしもあらず。それが食肉の方の消費を落としたのではないか、その辺のところも考慮に入った数値かという御指摘だったんですけども。

○堀江課長 今、データを持ってお話しするわけではございませんけれども、BSEのときなどは非常に深刻に消費が低迷して、これは食肉販売業のみならず飲食店の方も長らく御苦労いたいたいと思いますけれども、例えばこの間の口蹄疫のこと、それも大きな打撃にはなったんだと思います。

私のまとめ申し上げますと、一時的かつ地域的な問題と終息することはできたということで、関係の営業者さんの御努力もあったんだろうなと思います。

今のお肉はあれだけれども、野菜はどうか、ここについては日本政策金融公庫さんのDI調査に付随します各営業者さんからの声の中から、先ほどの高部位が売れていない、主力の牛肉より豚肉あるいは鶏肉といったように安価なものにシフトしているという回答があつたものから取っていますので、逆に言いますと、構造的に野菜志向が強まって、肉が敬遠されていますということは、そこには載っていないかったという意味で書いていません。

ですから、実際はどうなのかはわかりませんけれども、営業者さんの景気動向という中に、具体的には出ていなかつた、こういうことでございます。

○原田分科会長 よろしくございます。

○大森委員 今、申し上げたのは、方針の方の食育への対応でヘルシーメニューの開発とか提供ということが大変大事なことだと思うので、これを受けるために何かデータがあつた方がいいのかなと思つただけですけれども、なかなかそれは難しいと。どうもありがとうございました。

○原田分科会長 ありがとうございます。長期トレンドで大幅に落ち込んでいて、それがやはり業界に与える影響がひしひしとくるというのが一番怖いと考えます。

一時的なものであったならば、解決する可能性も多分にあり得るだろうと思いますが、全体の流れとして明らかに食肉に関して大幅に30%ぐらい落ち込んできてしまっているというのは、データ的に追えているんだろうと思いますけれども、それに更にいろんな狂牛病の問題だとBSEだとあるいはマスコミの影響だとかいうものが、それを更に落としめていくという可能性がある。そういう状況の中で何とかしないといけないと。しかも、大型店と競争していかなければいけませんから、そこら辺がますます大変になっているんだということは、読み取れるんだろうと思います。よろしくうございます。

どうぞ。

○中村委員 今、堀江課長の方から私どもでやっております調査の関係でコメントがあつたんですが、私どもの方は併せて総務省の家計調査で生鮮肉関係の消費金額がどう推移しているかというのを毎回見ているんですけども、豚肉についても牛肉についてもここ2年くらいは対前年比ずっとマイナスのトレンドが続いております。ほとんど16か月とか、豚肉は少し1か月だけプラスに出たときもあつたんですが、20か月とかそんな状況が続いていますので、営業者からのコメントがそういう実感なのかなと思っています。

○原田分科会長 ありがとうございます。データ的にも明らかに低下傾向があるということだと思いますが、ほかには何かございますか。

よろしくお願いします。

○武井委員 統計的なことで今、お話が少しありましたので、併せて教えていただければと思いますけれども、惣菜というお話を出して、お肉であると私たちはコロッケというようなものを思い浮かべるんですが、今日の資料でも食肉販売業の営業者等の利用できる施設設備ということで、資料6の9ページにソーセージ製造機というのが振興設備で挙がっておりますけれども、一部の統計データですと、ソーセージのようなものはかなり最近売れ行きがいいという話を聞きますが、実態としてこういう惣菜あるいは加工肉と申し上げてよろしいんでしょうか、ソーセージのようなものは売れ行きがどうなのかという点を御教授いただければと思います。

○原田分科会長 どなたかよろしく、業界の方からが一番いいんではないかと思いますが、いかがでしょうか。

○中臺意見聴取人 私、食肉の関係の中臺です。

ただいま、自家製のソーセージというものは非常に普及されておりまして、規模が小さいんですけども、我々の組合で持っている食肉学校というのがあるんです。食肉学校というのはどういう学校かというと、専門学校の一番小さいもの、理容美容の学校から見ると、本当に小規模。だけれども、うちの方も振興事業の1つとして、今、非常にこの食肉学校の方から全国を回っていまして、ただ、今は肉を販売するだけではなくなかなか零細企業は大変なので、自家製のソーセージというのをつくり始めているんです。

その自家製ソーセージというものは非常に人気が高くて、非販売率もよくなっているんです。昔はお肉屋さんはお肉を売れば大体、今日は消費者団体の方がいらっしゃいますけれども、ただ、肉を売るというのは大変なことなんです。

今はお惣菜の方が普及されまして、恥ずかしい話ですが、会社の看板はお肉屋さんだけれども、半分以上は惣菜をやっている、そういう形のもの、これもやはり時代の流れで仕方がないんです。そして、ソーセージを自分のところで製造作業をする、そんなに資本金のかかるものでもないし、ハムをこしらえるとか何をこしらえるとか非常に大変なんです。

だから、そういうものではなくてソーセージを専門にしても何十種類と種類ができるわけですから、それこそ今日こんな話をしていかどうかわかりませんが、内臓のソーセージというのもあるんです。レバーソーセージとかそういうものもありますから、それも非常に今、売れ行きもいいわけなんです。売れ行きがいいということは、人気がある、そういうものを非常にこしらえまして、だんだんそれが普及されまして、消費者の方から歓迎されるような状態なんです。

時間がありませんからそんなにおしゃべりもできませんけれども、我々の業界というものは、先ほど言ったように名前はお肉屋さんだが、半分以上が加工したもの、そういう時代に移って、今、一生懸命頑張っているところでございます。ひとつ、その点をよろしくお願いします。

○原田分科会長 ありがとうございます。今も経営努力の1つという形でお伺いしておくことができるだらうと思います。特に大型店に対しての差別化力を發揮している、具体例という形でもとらえることができるんではないかと思います。

ほかに何かございますか。お願いします。

○来生委員 5ページの「2 経営課題への対処に関する事項」の「弁当・惣菜等の関連商品を含む新たなサービスの開発、展開」という新たに付け加わった項目についてお伺いをしたいんですけども、今のお話でもソーセージなどの関連、お肉屋さんとソーセージというのはかなり関連性が強いと思うんです。

だけれども、ここで書いている弁当とか惣菜、惣菜の範囲にもよると思うんですが、弁当、惣菜というと、かなりお肉と異なる素材も使う業態になると思っています。私は業界の実態を必ずしもよく認識をしているわけではないんですけども、町のお肉屋さんの一般的なイメージだと、店舗面積も相対的には限られていて、新たな弁当とか惣菜というところに転換していくことというのがどれぐらい現実的な課題であり得るのか。

弁当や惣菜というのも専門の業界でかなり競争が厳しいだろうと私は認識をしていて、お肉屋さんが一般的な弁当とか惣菜の新たなサービスの開発、展開を試みたときに、どれぐらい競争力があつて将来展望につながるのか。

ソーセージとかはまさに餅は餅屋で、従来取り扱っていた素材を中心にして、多角化を少し考えていくということとここで掲げていること少し距離があるような気もするんですけども、そこら辺の認識がどうなのかということについて御説明をいただければと思います。

○原田分科会長 よろしくお願いします。

○堀江課長 中臺会長の方から補足いただけたらと思いますけれども、これの前に実は組合の方で現場を見させていただく機会もあって、皆様で行けばもっと本當はいいのかもしれません、お弁当といつても別にかやく御飯の弁当を売っているわけではなくて、例えばとんかつ弁当とか焼き肉弁当とかお肉関係のものを使って、本場のもののお肉でちゃんとやっていますという、お肉屋さんのお肉の強みというのを生かしたようなお弁当を売っているという東京都の中野区のお店を見学させていただいて、近所のお店のところも屋はこれで結構やっているんだということです。

ですから、今回変えていますように、どこかの食肉販売店さんもこういったところを注意してやるべきだという、指針のスタイルを変えてしまつて、選択的なものにしていくことございますので、買ってきた肉そのまま松坂牛だけ売っていることをよしとするお店もあるでしょうし、その辺のちよちよこと近所のオフィス街の人に売つて、強みを発揮したいと思われるところもあるでしょうし、奥様方がお肉を買うついでにお屋の御飯を買って帰るみたいな形にしていただけるところもあるかもしませんしみたいなところを少し。競争力というところは、最終的には御自分で考えていただかなくてはいけないところなんですねけれども、先ほど武井委員の方からありましたように、揚げ物の機械だとソーセージの機械だと、能力としてはあるところなので、してみてはどうかということの1つだと思いますが。

○中臺意見聴取人 今、いろいろ言われている、この設備の問題なんですね。ソーセージだけつくる分には、設備の資金というのはそんなにかかりません。なぜかというと、これがハムをつくりましょう、ベーコンをつくりましょう、何をつくりましょうというと、超一流のハム屋さんなので、個人のお店屋さんで作業場をつくつて、そこにソーセージ用の機械というものがありますから、それを入れてやる分にはそんなに莫大な資金ではないわけなんです。お肉屋さんにはちょうどいい資金なんです。

それも、たまたま先生方のお話でさつき出ましたけれども、金融関係の万からそついつ設備をするために計画書を書いて、坪の内容も書いて、全部申告しますと、融資も受けられる、そういう点は非常にいいわけあります。それはそれでもってやっていけば、何らかの形でいい方向に進めると思うんです。

それから、先ほど課長さんが言いました肉のことについていろいろありましたけれども、たしか先ほども話が出たと思いますが、今日は肉のことなんですけれども、販売のことについてBSEの問題から非常にお肉屋さんは売上も相当落ちたし、専門店だけではなくて、大きな量販店もみんなそうなんですね。

ただ、お肉を消費者の方々が食べないわけではないんです。変わった牛肉がこういうふうだから、豚肉にしましようと、鶏肉にしましようと、そういう形になっているわけ。そればかりではなくて、何年か経つて時代の収入の関係ですか、そういう関係もありまして、価格の低い方に移って、量というものは大体同じく動いているわけなので、そんなに極端にお肉を食べなくなつたということはないわけなんです。

ただ、価格の高いものより大衆向けなものが販売の方向に走っている、そういう状況でございます。だから、これから販売業は大変でしょうけれども、皆さんで、組合で団結して、縦のつながり、横のつながりで情報を交換しながらやって、何らかの消費者へのサービスはできるんじゃないかななど、そう考えているわけでございます。

以上です。

○原田分科会長 ありがとうございます。御質問は要するに、お弁当だと惣菜などを扱うようになった場合は、いろんな素材を扱う可能性が出てまいりますから、そういう形で多角化がどんどん進めば進むほど、衛生の対象の領域が広がってきますし、ほかの業界との競争も出てきてしまうという形になったときに、お肉屋さんを対象にするさまざまな支援、特に資金的な援助云々がお肉屋さんのためにあるものだったはずがタブつくるんではないかという、そういう御心配も含まつた質問だろうと思います。

ですから、先ほど説明にありましたように選択的にすべてやるわけではないんだということだろうと思うんですけども「弁当、惣菜等の関連商品をも含む新たなサービスの開発」で止めた方がいいんではないかと思いますが、いかがでしょうか。

○中臺意見聴取人 済みません、1つだけよろしいですか。今日はお肉の話が非常に出てきましたので、お肉屋さんを営業するにはどうしたらいいのかという、一般的な飲食店あるいはお魚屋さんとか、そういうものでしたら、各地方の保健所の許可が下りて、衛生法に触れていいわけでお肉屋さんの場合はそうではないんです。

保健所の衛生の部分もあるし、その前にもう一つ、農林水産省の公正取引の許可も持たなくてはいけないんです。それはどういうことかというと、例えば豚が1頭きまして、豚が生まれてお肉にするまでは農林水産省なんです。それから、処理場へ行って、お肉になって、製品になってからは、厚生労働省の関係になります。そこで検査してから、今度は厚生省の問題。その検査を受けてから、お店屋さんの方へ行って販売するわけになります。だから、このルートがないとだめなので、海で取った魚をすぐ食べるというわけにはいかないわけで、お肉屋さんはその2つのルートがあるわけです。

消費者団体の方が御存じのとおり、表示違反というのも監視なくてはならない。それがトレーサビリティーと、そういう関係でこのお肉はどこから来たものですかと、その表示を一生懸命勉強しながら考えて、法律に基づいてやらなくてはいけない。お肉屋さんの場合は、その2つのルートを勉強しないと販売ではできないわけです。1つのお店屋さんとは少し違うところがあります。そういうわけでございました。

○原田分科会長 ありがとうございます。自助努力によるさまざまなか付加価値の形成に対して、やはり支援をするということは大切なことですけれども、今、御質問がありましたように、余りにも製品の範囲が広がった場合に問題点も起きる可能性がありますので、そこら辺のところは、事務局と私の間で少し検討させていただいて、なるべく現状に沿うような形で。しかも、表示の問題も取り上げた方がいいかなという気もしますので、トレーサビリティーの関連の問題も項目の中にきちんと位置づけていった方がいいのではないかと思います。

そこら辺は事務局と私との間で少し相談させていただくという姿勢でいきたいと思うんですが、お許しいただけますでしょうか。

(「はい」と声あり)

○原田分科会長 ありがとうございます。それでは、時間の都合もございますので、食肉販売業は今のようなポイントを入れながら、少し見直しをすることです。

どうぞ。

○山根委員 もう一点よろしいでしょうか。

○原田分科会長 どうぞ。

○山根委員 3ページの第三の一の下の方で「地域社会や商店街における重要な構成員として」というのがありますて「安心を支える役割を担うことが期待される」、本当にまさにこのとおりで、こういうふうに役割を發揮してほしいと思っています。

毎日お買いものを立場としては、地域で食肉販売店だけにかわらず、鮮魚店、青果店など一体となって発展してほしい、それで、いい品を販売してほしいと思うんですけども、そうすると、商店街の振興となってしまうのかもしれないんですが、ただ、そういうふうに一体化している店舗がある場合、共通のポイントカードであるとか共通で宅配をするあるとか、そういうやり方というのは、とても消費する側にしてはありがたいサービスであるわけなので、その辺りを連携してやってほしいという場合、そういう取組みなどには支援ができないのかなと思うんですが、そういうところにも本当は推進支援ができれば本当はいいのかなと思いました。

その辺りが、もし経営課題に対応する事項などで少し触れられるのであればと思いますが、難しいのでしょうか。

○原田分科会長 どうぞ。

○堀江課長 商店街全体で見るという見方も、実は昨年来いろいろな補助金の改革とかやってく中で大事だということになってございまして、残念ながら八百屋さん、魚屋さんというのは、生活衛生営業ではない、そういう仕切りになっているものですから、ここの場で見られるのは、そういう意味ではお肉屋さんに限られてくるわけですが、今、お話しの共通ポイントカードということは、少しづけますが、6ページのところにプロモーションの実施というところがありますので、その辺が今の観点に關係するところなのかなということもございます。

ですから、例えば商店街などとの連携を図りながらということがあるのかと思います。要するに、何か工夫ができるかなということなんですが、今の話は地域社会への貢献を通じた中期的な経営基盤の確立と大規模店との差別化にも関係しますので、会長に後で御相談して工夫したいと思います。

○原田分科会長 ありがとうございます。先ほどの問題も6ページから7ページにかけていたるところに個店で対応するよりは、やはり組合・連合会云々も含めて対応しなければいけないということで、少しは書かれているだろうと思います。

そして、ポイントカードという形で具体的に書くのがいいのか、もう少しいろんな網羅的な表現を使った方が場合によってはいいのではないかというポイントもございますので、そこら辺のところは相談した上で、私と事務局の間で十分な対応をしていきたいと思っていますが、よろしくうございますでしょうか。

○山根委員 はい。

○堀江課長 本当に薄い記述でございますけれども、8ページの一番下のところに組合・連合会というところで「業種を超えた相互協力」と書いてあります。いずれにしましても、それでは余り答えにもなりませんので、今の山根委員の話をどういうふうにすれば、おっしゃっていただいた問題意識が反映できるかということを工夫したいと思います。

○原田分科会長 どの項目に入るかがなかなか難しい問題があります。余りダブり過ぎてもおかしいと思いますので、その辺はお任せいただくということでおろしゆうございますか。

それでは、一応ここで食肉関係は一段落させていただいて。もう一つありますか、どうぞ。

○井上委員 7ページの「(8)従業者の福利充実」というところに「医療保険、年金保険及び労働保険等の加入等の啓發」というのが新たに入っています。私は大事なことだと思いますが、後継者育成と併せて例えば自営業であったり、家内だけをしているときに、従業員としてやはり年金や保険にみんな入っていくということは、弾みもいいし、将来高齢になって年金生活をするときに、少しでも従業者としてそういう公的なものに入っているというのは助かる。高齢者の貧困がありますけれども、例えば農業者などで農業をずっとしていく、国民年金だけしか入っていないくて、特に女性の貧困はひどいんですが、こういうときに家族経営協定とかは結んでいるんですけども、家族も従業員という形で入っておくべきだと思うので、これは賛成です。

○原田分科会長 ありがとうございます。ここにあえて書き加えたことの価値というのは、そこに多分にあるのではないかと思いますので、ありがとうございます。

それでは、恐縮でございますが、食肉販売業に関しての説明は一応一段落させていただいて、少し修正はあるかもしれませんけれども、大半の部分ではお認めいただけていると考えさせていただいて、いいのではないかと思います。部分的な微調整は要りますけれども、全体としてはこれでお認めいただいくと、少なくとも食肉に関しては、よろしくうございますでしょうか。

(「はい」と声あり)

○原田分科会長 それでは、食肉販売業の意見聴取人として先ほどから既にお話を伺ってしまっていますけれども、食肉販売業の振興指針は一応これまで認めていただきましたので、それに関連して一言、短めでお願いしたいと思いますのが、いかがでいらっしゃいますか。一応これで動いていきますので、一言いただけるとありがたいです。では、後で伺うということで。

それでは、続きまして氷雪業の方に入っていきたいと思います。まとめて一言すつ、最後のところでお願いをするということで、それでは、食肉業の方は少しお考えいただいくということで、氷雪業の方の振興指針(案)について審議に入っていきたいと思いますが、共通した部分は、既に共通した部分として説明がなされていますので、氷雪業界に限定した形で御意見、御質問等がございましたら、お願いをしたいと思います。いかがでいらっしゃいますか。

よろしくお願ひします。

○中村委員 あまり政策金融の話とは関係ないんですけども、2ページに組合はあるんだけれども、振興計画が作成されていないとか、あるいは組合そのものも結成されていないという記述があるんですが、2つ話がありまして、1つは、振興計画について何県かの組合がまとまって1つの計画をつくることが制度的に認められるかどうかというのが1点。

それから、多分これは法律を改正しないとなかなか難しいんでしょうけれども、組合を県の単位を超えてつくっていくということ、ほかの業種でもだんだん組合員数が少なくなったりときに県を超えてまとまっていくということも、これから1つの可能性としてどうだろうかと思うんですけども、その辺はどうでしょうか。

○原田分科会長 いかがでございますか。

○堀江課長 この生活衛生営業の運営の適正化及び振興に関する法律の仕組みから言えば、各県の組合がつくって、それを厚生労働大臣の承認を受けるという形になっていまして、今の中村委員がおっしゃっていたことで、各県で同じものをコピーして、それぞれに出してこられるよりは、一緒につくった方がまだ筋がいいではないかということも含めてなかもしれませんけれども、やはり各県の中で御努力いただけるのが一番いいことで、氷雪販売業が一番しんどいところでございまして、一番組合員数が少ない営業でございますので、そういう場合になってくると、今、中村委員おっしゃっていただいたのは、うかうかという気もしないことはないんですけども、ただ一方で、ほかの営業について言うと、各県で踏ん張りながら一つひとつ努力をされているところで、各県の会長さん、理事長さんが地域の中で意識を鼓舞しながら頑張っていただいているところがありますので、恐らく47都道府県すべてに組合があり、かつ、47都道府県すべてに計画があるような県の方々から見ると、ちょっと気が抜けてしまう感じがするかなということがあります。

またいろいろ法律改正をするようなことの御相談を、氷雪販売業をきっかけにするというのもちょっと難しいかなという気はしますけれども、ただ実効的にこんなやり方だったらどうだろうかというのは、もし計画のつくり方の範囲であれば、また御相談できるかなとも思います。ただ、一方で広域の組合というのは理論的にはあるのかもしれませんけれども、愛媛県と高知県と香川県で、では小売の組合を一緒につくりましょうというのは少し難しいかなという気がしますけれども、そこはむしろ営業者さんの方でこうしたいんだという話が出てきて、実際どうしたらいいんだろうかという話からいければ、現行の法律の枠組みの中で、まず御指導させていただきたいと思いますし、それくらいのパワーがあれば、もう各県でつくったような感じがするという感じがします。

○中村委員 あくまで、できるだけ多くの方が組合に参加するとか、あるいは振興計画に基づいて融資制度を使っていただくとか、組合のカバーを広げていく上でそういうことが役に立たないかなという意味で申し上げたので、それ以上の意味はありません。

○堀江課長 失礼しました。ここは多分こだわりがあるんだと思います。というのは、そもそも組合員の方に優遇するという仕組みがあるということが大前提になっていますので、そこを崩して、組合だろうが組合ではないだろうが、同じ対応でいきますという制度になってしまふから、それは恐らく理容にしても美容にしてもクリーニングにても、いわゆるアウトという方々がいらっしゃって、その中には頑張ってお見えになるところもたくさんあるんだと思いますが、その人たちから見て自分たちでいいものを使いたいという気持ちはあるんだと思うわけで、ただそこは制度の立て方として組合の方には振興利率がありますとしているという、今の仕組みを前提とすると、少しここで仕分けしないといけないという感じがあります。

○原田分科会長 お願いします。

○來生委員 私も今、御発言のあったことについて、今日拝見していて、21%が営業者自体が廃業を考えているということで、そういうこととの関係で、もつともつきり言えばある種の衰退産業だと思うんです。生活衛生関係営業の法律ができたころの経済的な状況と、さまざまなもので業を取り巻く環境が変わってきていて、ある部分はいまだに工夫をすれば活性化をしていく可能性があるということと、まさに衰退産業になりつつあるものを国としてどうするのかという観点で、都道府県の範囲を超えて新たに何らかの措置を考える部分を、今後振り分ける必要も今後出てくるのではないかという気がいたします。

ですから、まさに業をおやりになっている方の21%が廃業を考えているということとの関係で、いろいろなことを考えていくきっかけではないかと思います。

ついでですが、それとの関係で後継者育成事業というの、こちらにも新たなものとして入っているんですけども、こういうものを一律に後継者育成事業ということを考えるべきなのかどうか。いろいろな意味で横並びで考えなければいけないということのかもしれないんだけれども、それぞれの置かれた状況との関係でどう考えるのかということは、実に難しい課題であると感じたという感想です。

○原田分科会長 ありがとうございます。これは非常に重要で、また結構厳しい問題だろと思いませんけれども、供給の論理からだけではなくて需要の論理からも見てみる必要性があるだろだと思います。というのは、消費者がその業態を望んでいるのかどうか。要するにその業態に依存して生きている方もいらっしゃるわけですから、果たしてそういう形で見たときに、氷雪業がそれに代わる代替の方法論があるのか否か。もしそこが全部つぶれてしまふ場合に、そういう買物弱者と呼ばれるような方たちがサービスを全く受けられなくなってしまうことがあるならば、それは存続させなければいけないわけですから、もしうそでないとするならば今後どうするかという問題は、長期的視点でまた考えざるを得ない問題として重要な御指摘だと思います。ましてそこに補助金その他がかかるという形になりますと、本当にそこにお金を出すことが意味があるのかという問題にまで結び付いてくる可能性はなきにしもあらずだと思いますが、だからといって国が1つの業界をつぶすような政策を取るということは決していいことではなくて、本来は各企業の側がどうするかという問題、そしてそれを消費者側が本当に必要としているか否かという問題で考えなければいけない問題ではないかと思います。少しでも必要としている人がいるならば、それは後継者育成も含めて存続させて、存続させるからには自立できるような形の経営基盤を満たしてあげられるような支援は必要であるだろうと考えますので、結構重要な問題ですけれども、一概に氷雪業をつぶしてもいいのではないかというのは、ちょっと厳し過ぎるかなという面も時間的にも。

○來生委員 済みません。私はつぶせと言っているわけではなくて、衰退産業であるという性質に直面して、長期的にいろいろなことを考えたらいいというだけございます。

○原田分科会長 そのとおりだと思います。

どうぞ。

○堀江課長 失礼いたします。生活衛生関係営業は16事業あるわけでございますけれども、この氷雪販売業の特殊性というのは、お客様が消費者ではなくて飲食店を中心とするところが中心であるところが非常に特性がございまして、その飲食店の方が経費節減で高級な氷を購入するんではなくて自前で調達、つくっていくということになっているということで、いわゆる一般消費者の方にも売ってはお見えになるんでしょうけれども、その部分は極めて限られていて、ちょっとクッショングランクッションアーティストがいるところがございまして、それがいろいろな意味合いで飲食店、特にバーとかスナックとかいうものの営業が縮んでいる部分、大変な御苦労をされているという、背景事情だけ共有させていただきたいと存じます。

○原田分科会長 よろしくお願ひします。

○藤野委員 私の方は氷を使用する側なんですが、ちょっと感想も含めた意見ですけれども、その氷屋さんの氷というのは、水割りをつくっても何でも非常に長持ちするんです。しかも味がおいしい。そういう大変な特徴がありますから、絶対なくなるということはないんです。

今から数十年も前なんですが、一番氷を使ったのはどういう状況かというと、まだ日本にクーラーがないころ、氷柱というのをお座敷に並べて、何これを冷房の代わりにしたんです。上におしぶりを乗せておいて、きゅっと絞って首の後ろ辺りにやると、こんな気持ちいいものはないんです。

それから、では将来どういうものが求められているかということになりますと、実は欧米では氷屋さんはある意味で芸術屋さんなんです。いうなれば氷の彫刻のようなものをバーティーで使用することは大変に頻繁なんです。実はうちにいた職人がニューヨークの料理屋さんに行きました、彼はちょうど氷屋さんの息子で調理の方に進んだんですが、その氷を細工して毎日の宴会に出したら物すごい人気で、それからとうとう日本に帰ってこなくなってしまったんですが、大変成功しているんです。

ですから、ここに衛生的に純氷を處理及加工、必要な施設の整備ということも書いてあるので、大きくまとまれば、この中にに入るんですけども、そういう新しい需要もありますから、そんなに捨てたもんじゃないし、絶対に残る業界ですから、どうぞよろしくお願ひします。

○原田分科会長 ありがとうございます。今の御指摘はそのとおりだと思います。さまざまな経営上の工夫において付加価値を形成することは物すごく大事で、そういうことに積極的な業者の方を支援するということは本来の形だろうと思います。

何かほかにございますでしょうか。どうぞ。

○中臺意見聴取人 ちょうど時間ですが、私どもの食肉の時間が非常に長くて、私どもの組合にとっては本当にありがたいわけですが、今日の委員会で皆様方からいろいろお話を出たことを参考にいたしまして、それをなお一層勉強いたしまして、私どもの組合の活性化になりまして、縦と横のつながりを十分に生かしまして、今日の委員会を大事にして、皆様方に本当に本當にお礼を申し上げる次第でございます。ありがとうございました。

○原田分科会長 ありがとうございます。

それでは、一応、氷雪業界の方の振興指針も、このような形でお認めいただけたと考えてもいいんではないかと思いますが、それでよろしくうございますね。

それでは、氷雪業界からも意見聴取人という形で御参加いただいておりますので、そちらの方から一言いただければありがたいと思います。

○菅沼委員 氷雪の菅沼でございます。この食品衛生法は、昭和22年にできました当時の氷の販売の仕方は、現在とは大きく変わっております。ただいま藤野理事長さんから、本当にいい御意見を出していただきましたが、今、家庭用にはほとんど一件もないと思います。私は東京ですけれども、東京ではほとんどないと思います。全部が、100%と言っていいくらい飲食店、そしてイベント用、そういうところに納めております。

それと、各県に何とか立ち上げたいということで頑張ってきているんですが、現在、京都、そして山梨、これは大分グループで活躍しております。ところが、聞くところによりますと業者の3分の2以上の方が賛成しないと組合が設立できないというお話で、これからどこの県でも人数が減ってきたので、まとまっていく県が出てくるのではないかということで、もう一度各県の有力者の皆さんにお願いして回ってみたいと思います。自信を持って増やしますとはちょっと言えないですが、何件かはそういう形ができる可能性があるということでございます。

休眠しているところも人数が少なくて、組合を立ち上げいろいろ活動するにはちょっと無理だというお話を聞いていますけれども、都内で見ますと若い人たちが会をつくりまして、約30名くらいの二代目、三代目の若者が一生懸命やっております。ですから、ある程度人数は減ってくると思いますが、都内では175件ありますが、そのうちの100名くらいは5、6年のうちになくなるのではないかと心配しておりますが、そうするとある程度しばらくは減らないでいくんではないかという思いを持っております。

今日の委員の皆さんの御意見を参考にしながら、これから頑張っていきたいと思います。今日はいろいろありがとうございました。

○原田分科会長 どうもありがとうございました。それぞれの業界の意見聴取の方々からお言葉をいただきました。一応これで指針そのものはお認めいただけたという形で、ただ微調整は必要だという御指摘がありましたので、その微調整は私と事務局との間で責任を持って対応していかたいと思います。

そして、文書が羅列されているよりは、ずっと整理されていますし、特に戦略的な視野に基づいた箇条書きが展開されているところは大きな変革かもしれませんけれども、なかなか優れた方向性が出ていているのではないかと思いますし、そこに新しく加わった項目は、どちらかというと数値的に評価する可能性のあるような項目が増えていますので、この辺のところが自己評価を各業界の方でやっていただきて、それをベースにして支援その他を考えるときの一つの指針になるんじゃないかな。そういうものが加わっている辺は大事にしていきたいと思っていますので、そんなところも含めまして、全体の見直しも含めて、少し私と事務局の方にお任せいただきて、大筋は認めていただくということでよろしくうございますでしょうか。

(「はい」と声あり)

○原田分科会長 ありがとうございます。

それでは、これで認めていただいたということで、審議会に最終的に見直したものをしていきたいと思います。

今後のスケジュールその他に関して、改めて事務局の方から説明をしていただきたいと思います。よろしくお願ひします。

○堀江課長 ありがとうございました。本日の内容につきまして、また議論になりました幾つかの点につきまして、正確には原田分科会長に調整させていただいた上で、審議会に対して答申をお願いいたしまして、官報掲載を行いたいと考えております。

ありがとうございました。

○原田分科会長 ありがとうございます。

どうぞ。

○濱田委員 最後になりますが、来年、平成23年度、私は社交飲食業と申しますけれども、飲食業に携われる者が、来年、23年度になります。その場合の飲食店営業の振興指針の改訂に当たって、これから先、すべての飲食店がデータを含めて収集をより一層お願いしたいということで、来年のデータ収集をよろしくお願いします。

○原田分科会長 わかりました。今回の指針もそうですけれども、現状のところにきちっとしたデータに基づく現状把握がございますので、それも各業界がきちっとしたデータの収集に当たっていただくということで、さまざま形で協力していただくことは物すごく大事なことだらうと思いますので、その辺は是非ともよろしくお願いをして、事務局の方にもそのつもりで対応していただくということを切にお願いしたいと思います。御指摘いただきまして、どうもありがとうございました。

それでは、以上をもちまして、第15回「厚生科学審議会生活衛生適正化分科会」を終了させていただきたいと思います。本日はお忙しいところ、どうもありがとうございました。

(了)

<本件に関する問い合わせ先>

健康局生活衛生課

新川智之：内線2439

代表電話： 03-5253-1111



〒100-8916 東京都千代田区霞が関1-2-2 電話: 03-5253-1111(代表)

Copyright © Ministry of Health, Labour and Welfare, All Right reserved.