

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(早稲田大学商学大学院教授)
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(主婦連合会会長)

○議題

- (1) 諮問及び審議
・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。よろしくお願いいたします。

○外山局長 健康局長の外山と申します。よろしくお願いいたします。

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、今年度は諮問書にござい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、審議事項としていただいております。

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して、各生活衛生同業組合は、このできま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お願い申し上げます。

よろしくお願いいたします。

○富澤補佐 ありがとうございます。

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、長見萬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、來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。

城四国際大十字経宮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。

早稲田大学商学術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・ツ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。

主婦連合会会長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長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、カラーの模のものが、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、よろしく願いをいたします。

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

○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ますので、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。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思います。富澤生活衛生課課長補佐より説明をお願いしたいと思います。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でございますが、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諮問がなされております。

1枚めくっていただきまして、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、私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で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、それぞれもともとと言いますと、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年に改正になりまして、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おりまして、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的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る。

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が、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て、更に0.15%深掘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、そういう意味合いでいきますと、この振興指針があつて、それがあつ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の方は、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て、更にこれは活性化していこうという検討も別途、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業種ありまして、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もございまして、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っていない組合とがあって、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。

美容、美容、クリニグ、旅館などは、47県すべてに組合があつて、かつ47組合が振興計画をつくつていただいている。ほかにここにございますようなことで、一部つくら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、組合自体は36県にしかありませんけれども、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ったものがあるわけですが、原田会長と一緒に議論させていただいたところ、どちらかというと、内容はすべて正しいといえますが、いいことが書いてあるわけですが、ただ、少し内容が細かいのとずっと文書が続いていて、言い方があれですが、いつの時代に読んでも合っている内容というところがあって、少し見直しをした方がいいのではないかとということになっ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、これに従って今日は御準備させていただいていますので、御審議をいただけたらと思うんですが、食肉販売業、氷雪販売業の振興指針の改定に当たっ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関定の方針を明確し、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。

一遍にばっと直すのも1つの案でございますけれども、ただ、それぞれにいろいろと現状の整理とかしながらいきますので、逐次やっていくということ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いております。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、記述してはどうである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、それを集約的・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ございまして、各項目になってみますと、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等を挙げさせていただいております。細かな各項目については、簡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。

営業者は各々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やより明確に書いて、こうすることでこんなことに使っていただけるんではないかというような、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か各営業者さんわかっていただくこと、そういった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、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かということ。

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簡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と。

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っております。案の方は、富澤補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簡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こと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、こういう姿勢でいいことでよろしいでしょうか。

(「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っております。

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っておりますので、説明をしていただきたいと思っております。説明の方もお願いしたいと思っております。

○富澤補佐 それでは、説明をさせていただきたいと思っております。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っております。

先ほど堀江課長から説明がありましてとおり、振興指針の改正方針(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か、共通する部分もございまして、その部分から説明をさせていただきたいと思っております。

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、簡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、営業の振興を図っ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でございます。

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でございます。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でございます。

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へ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ますと、これも過半数が後継者はいないといった回答をいただいております。大変厳しい状況が見えてく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ページも併せてごらんいただきたいと思っております。

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月を指数で見ますと、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っております。

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、客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・効果があったのか、その検証が不十分であるという指摘があったことから、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っ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、そういったものに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、そういった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みも一部の自治体では見られるように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ていくのではないかと考えられます。

「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業者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ございます。

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、関係者が営業業者に対する支援を円滑に行うことができるように助言・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。

これまでは、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えます。

「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えます。食肉販売の専門店でござい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えますけれども、地域によっては、外国人の方々に對してわかりやすい外国語表示が望まれると思えます。

「(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考えております。

「(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考えております。

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考えております。

「二 営業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考えております。

少し下にいきまして「(8)従業員の福利充実」「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。従業員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えます。

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」に「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考えております。

「(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えますけれども、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。

△審議委員 結末まで、資料を「生活衛生営業の振興指針(案)」に、資料1で説明をさせていただきます。

○富澤補佐 続きまして、資料7の「氷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ますと思います。

まず、第一ということで「氷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%。経営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えております。

「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考えております。

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すが、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、以前として氷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、そういった顧客のニーズに答える氷の加工等を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と。

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となっております。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」、ここからが各営業者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、簡条書きで記載を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」「おしぼり、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ならないものであるかとは思いますが、こういった閑散期におけるサービスの提供ということも考えていかなくてはならないのではないかと。

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氷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お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)従業員の福利充実」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たしまして「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が、資料6の食肉販売業の指針で申し上げますと、これは氷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視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けれども、先ほど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、読まれている方にしてみれば、息苦しい指針になっていたのではないかと、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、あるいはそんなことはなしにして、買ってきたものをそのまま売るんだというお店もあるでしょう、そういう経営面は、オウリリスクと言いますが、御自分の経営判断でやっていただいた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、この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すが、ほぼ共通していますが、2ページのところだけ見ていただけたらと思います。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」、これは冰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、氷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、氷雪販売業は組合結成が13都府県、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氷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ともなかないうまいい制度が受けられないというところがあるわけでございます。

国の方で何々をするという部分も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ていつたらどうだろうかと、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がたいと思いますけれども、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けれども、1点質問は、2の消費動向のところでは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ったんですが、その理由とし

[illegible]

て、一番は消費者の節約志向が続いている、経済的な面といった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じゃないでしょうか。

素人的には、それが結構消費動向としてあるんじゃないかと思い、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、その辺のこと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、いろんなものがあったり、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すわけではございませんけれども、BSEのときなどは相当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だいた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。

私のまとめで申し上げますと、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つたんだろうなと思います。

今のお肉はあれだけでも、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が、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った、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か。

○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っただけですけども、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。

一時的なものであつたならば、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が、それに更にいろんな狂牛病の問題だとかBSEだとかあるいはマスコミの影響だとかというものが、それを更に落とし込んで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んだと。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。よろしくございますか。

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。データの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。

よろしくをお願いします。

○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、惣菜というお話が出まして、お肉であると私たちはコロッケという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も聞きますが、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じゃ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まして、ただ、今は肉を販売するだけではなくに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、非販売効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、今日は消費者団体的方がいらっしゃいますけれども、ただ、肉を売るといのは大変なことなんです。

今はお惣菜の方が普及されて、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、ハムをこしらえとか何をこしらえ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たいのかどうかかわかりませんが、内臓のソーセージというものもあるんです。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で、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、その点をよろしくをお願いします。

○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ろうと思います。特に大型店に対しての差別化力を発揮している、具体例という形でとらえることができるんじゃないかと思っています。

ほかには何かございますか。お願いします。

○來生委員 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、お肉屋さんで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うんです。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を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っ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、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と少し距離があるような気もするんですが、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 よろしくをお願いします。

○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当はいいのかもしれませんが、お弁当といつても別にちゃん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も使って、本場ものお肉でちゃん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。

ですから、今回変えていますように、どこの食肉販売店さんもこういう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して、選択的なものにしていくということでございますので、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、その辺のちょこちょこ近所のオフィス街の人に売って、強みを発揮したいと思われるところもあるでしょうし、奥様がお肉を買いついでにお店の御飯を買って帰るみたいな形にしたいところもあるかもしれ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いけないところなんですけれども、先ほど武井委員の方からもありましたように、揚げ物の機械だとかソーセージの機械だとか、能力としてはあるところなので、試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けないんです。なぜかという、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、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って、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、たまたま先生万のお話でさき出しましたけれども、金融関係の方からそういう設備をするために計画書を書いて、坪の内容も書いて、全部甲告しますと、融資も受けられる、そういう点は非常にいいわけであります。それはそれでやっていけば、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。

ただ、お肉を消費者の方々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、豚肉にしましよと、鶏肉にしましよと、そういう形になっているわけ。そればかりではなくて、何年か経っ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っ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、これからの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と、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、お弁当とか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ちゃ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ってくるんじゃないかという、そういう御心配も含まれ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れども「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じゃ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、一般の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、衛生法に触れていけばいいわけで、お肉屋さん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、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、表示違反というものは監視なくてはならない。それがトレサビリティと、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。お肉屋さん場合は、その2つのルートを勉強しないといけないわけです。

○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が、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、トレサビリティ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して、食肉販売業は今のポイントを入れながら、少し見直しをするということで。

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」というのがありまして「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。

毎日お買いものをする立場としては、地域で食肉販売店だけにかかわらず、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れども、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であるとか、そういうやり方というのは、とても消費する側にとっ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、もし経営課題に対処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ございますけれども、今、お話しの共通ポイントカードということは、少しぼけますが、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関係するところなのかなということもございまして。

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、今の話は地域社会への貢献を通じた中期の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ページにかけているところに個店に対応するよりは、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なというポイントもございまして、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、よろしゅ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して、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 どの項目に入れるかがなかなか難しい問題があります。余りダブリ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よろしゅうございますか。

それでは、一応ここで食肉関係は一段落させていただきます。もう一つあります、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発」というのが新たに入っています。私は大事なことだと思うんですが、後継者育成と併せて例えば自営業であったり、家内だけでしているときに、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、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れども、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。ここにあっ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、恐縮でございしますが、食肉販売業に関しての説明は一応一段落させていただきます、少し修正はあるかもしれませんが、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くと、少なくとも食肉に関しては、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、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で認めていただきましたので、それに関連して一言、短めをお願いしたいと思いますが、いかがでいらつしゃいますか。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、後で何うということ。

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。まとめて一言ずつ、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。いかがでしょうか。

よろしくをお願いします。

○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ど、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つの計画をつくらう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、これからの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て、今の中村委員がおっしゃっていただいたことで、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のかもしれませんが、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して、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、そうかな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ないですけども、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ろうというのは少し難しいかなという気がしますが、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かという話からいけば、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えますし、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。ここは多分ご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、同じ対応していきますという制度になっていませんから、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しても、いわゆるアウトという方々がいらっちゃって、その中には頑張ってお見えになる方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だって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いう、今の仕組みを前提とすると、少しどこかで仕分けしないといけないという感じがします。

○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、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、もっとはっ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、さまざまな意味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な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えます。

ついでですが、それとの関係で後継者育成事業というのが、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なのかもしれないんですけども、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、また結構難しい問題だろうと思いますけれども、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うと思います。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った場合に、そういう買い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ようなことがあるならば、それは存続させなければいけないわけですから、もしそう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ろうと思います。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ろうと思いますが、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えます。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、結構重要な問題でありますが、一概に氷雪業をつぶしてもいいのではないかなというのとは、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いというだけでございます。

○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、お客さん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のではなくて自前で調達、つくっていくというような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がワンクッションあいて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の飲食店、特にバーだとかスナックだ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 よろしくをお願いします。

○藤野委員 私の方は氷を使用する側なんですけど、ちょっと感想も含めた意見ですけども、その氷屋さんの氷というのは、氷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けど、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、何とこれを冷房の代わりにしたんです。上におしぼりを乗せておいて、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パ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て、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りました。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処理及び加工、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、この中に入るんですけども、そういった新しい需要もありますから、そんなに捨てたものではないし、絶対に残る業界ですから、どうぞ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、今日の委員会の皆様方からいろいろお話が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らと考えてもいいんじゃないかと思いますが、それでよろしゅうございますね。

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んですが、何件かはそういう形で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、組合を立ち上げていろいろ活動するにはちょっと無理だというお話も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んじゃ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じゃ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人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るという形で、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きたいと思っています。

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ないけれども、なかなか優れた方向性が出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りそ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いて、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。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、全体的の見直しも含めて、少し私と事務局の方にお任せいただいて、大筋は認めていただくという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 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提出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。よろしく願います。

○堀江課長 ありがとうございます。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願います。

○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、さまざまな形で協力していただくことは物すごく大事なことでと思うので、その辺は是非ともよろしく願いをして、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す。

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.