



## 2013年10月24日 第20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25年10月24日(木)17:00~19:00

○場所 全国生衛会館 大研修室(4階)

○出席者

相澤 好治（北里大学医学部名誉教授）  
 市川 まりこ（（財）日本消費者協会消費生活コンサルタント）  
 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）  
 蔵本 順子（広島県興行生衛組合理事長）  
 小池 広昭（全国クリーニング生活衛生同業組合連合会会長）  
 後藤 卷則（早稲田大学大学院法務研究科教授）  
 櫻田 あすか（サービス・ツーリズム産業労働組合連合会中央執行委員）  
 佐竹 力総（全国料理業生活衛生同業組合連合会会長）  
 武井 寿（早稲田大学商学院学部教授）  
 中島 ヒロ子（熊本県社交飲食業生衛組合理事長）  
 中村 吉夫（株式会社日本政策金融公庫常務取締役）  
 西尾 チヅル（筑波大学大学院ビジネス科学研究科経営システム科学専攻教授）  
 野々山 理恵子（生活協同組合東京マイコープ理事長）  
 原田 一郎（東海大学教養学部教授）  
 三苦 紀美子（全国地域婦人団体連絡協議会理事）  
 三村 優美子（青山学院大学経営学部教授）  
 山縣 正（全国すし商生活衛生同業組合連合会会長）  
 山田 秀昭（全国社会福祉協議会常務理事）  
 山根 香織（主婦連合会会長）  
 山本 裕子（大東文化大学法学部教授）  
 吉井 真人（全日本美容業生活衛生同業組合連合会理事長）

○議題

(1)理容業、美容業、飲食店営業(すし店)の経営実態について  
 (2)その他

○議事

○山内課長補佐 ただいまから、第20回の「生活衛生適正化分科会」を開催させていただきます。  
 委員の先生方におかれましては、御多用中のところ、本分科会に御出席いただきまして、まことにありがとうございます。  
 なお、林委員から欠席される旨の御連絡をいただいております。  
 それでは、委員総数23名中19名の委員の先生に御出席をいただき、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、本日の会議は成立いたしておりますことを御報告いたします。  
 それでは、依田生活衛生課長より御挨拶を申し上げます。よろしくお願ひいたします。  
 ○依田課長 生活衛生課長の依田でございます。  
 本日は、委員の先生方におかれましては、大変御多忙の中、また、こういう遅い時間でございますけれども、御参集いただきまして、まことにありがとうございます。  
 本分科会、久しぶりの開催になりましたけれども、生活衛生関係営業の振興指針、また、生活衛生関係営業に関する重要事項について調査・審議をしていただく分科会でございます。本年度の任務といたしましては、理容業、美容業、クリーニング業、興行場営業、飲食店営業のすし店の振興指針について審議をお願いしたいと考えているところでございます。  
 御案内のとおり、振興指針につきましては、生活衛生関係営業の各業種の振興目標や、これを達成するための手段、また配慮すべき事項などを定める各業界の振興の基本となる大変重要なものでございます。本日お集まりいただきました委員の先生方におかれましては、振興指針の策定に向けて幅広い観点から忌憚のない御意見を賜りますようお願い申し上げて、簡単でございますけれども、分科会の開催に当たっての御挨拶とさせていただきます。どうぞよろしくお願ひいたします。  
 ○山内課長補佐 それでは、議事に入ります前に、本日御出席の本会議の委員及び参考人につきまして御紹介申し上げたいと思います。お手元に委員名簿と座席表がございますので、これに基づき御紹介させていただきますが、座席表と若干変更してございますので、こちらの事務局寄りの左手のほうから御紹介させていただきたいと思います。  
 新任でいらっしゃいます、櫻田あすか委員でございます。肩書のほうがサービス・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。  
 北里大学医学部名誉教授でいらっしゃいます相澤好治委員でございます。  
 財団法人日本消費者協会消費生活コンサルタントでいらっしゃいます市川まりこ委員でございます。  
 東京女子医科大学国際環境熱帯医学講座主任教授でいらっしゃいます遠藤弘良委員でございます。  
 全国理容生活衛生同業組合連合会理事長でいらっしゃいます大森利夫委員でございます。

新仕でいらっしゃいます、広島県興行衛生組合埋葬事長でいらっしゃいます戻本順子委員でございます。

全国クリーニング生活衛生同業組合連合会会長でいらっしゃいます小池広昭委員でございます。

新仕でいらっしゃいます、早稲田大学大学院法務研究科教授でいらっしゃいます後藤巻則委員でございます。

新仕でいらっしゃいます、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佐竹力総委員でございます。

早稲田大学商学院教授でいらっしゃいます武井寿委員でございます。

新仕でいらっしゃいます、熊本県社交飲食業生衛組合理事長でいらっしゃいます中島ヒロ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。

東海大学教養学部教授でいらっしゃいます原田一郎委員でございます。

筑波大学大学院ビジネス科学研究科経営システム科学専攻教授でいらっしゃいます西尾チヅル委員でございます。

新仕でいらっしゃいます、生活協同組合パルシステム東京理事長でいらっしゃいます野々山理恵子委員でございます。

新仕でいらっしゃいます、全国地域婦人団体連絡協議会理事でいらっしゃいます三苦紀美子委員でございます。

青山学院大学経営学部教授でいらっしゃいます三村優美子委員でございます。

新仕でいらっしゃいます、全国社会福祉協議会常務理事でいらっしゃいます山田秀昭委員でございます。

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

大東文化大学法学部教授でいらっしゃいます山本裕子委員でございます。

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。

新仕でいらっしゃいます、全日本美容業生活衛生同業組合連合会理事長でいらっしゃいます吉井眞人委員でございます。

参考人といたしまして、公益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石井政美参考人に御出席いただいております。

審議会に御参画いただきます方々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分科会長にお願いしたいと思います。よろしくお願ひいたします。

○原田分科会長 本日も、お忙しいところお集まりいただきまして本当にどうもありがとうございます。前回に引き続きまして、大変恐縮でございますが、議事進行のお手伝いをさせていただきたいと思っております。

本分科会におきましては、お手元の資料1の諮問書とそれから資料2の付議書に記述してございますように、本年度は理容業、美容業、クリーニング業、興行場営業、飲食店営業、すし店の5種の振興指針について審議をいただくことになっております。そのうち、本日は理容業と美容業、それから飲食店営業、すし店に関する審議をしていただきたいと思います。

まず、審議に入ります前に事務局から、御新任の委員の方もいらっしゃいますので、資料3に基づきまして、振興指針の位置づけ等に関する御説明をお願いしたいと思います。よろしくお願ひします。

○山内課長補佐 それでは御説明させていただきます。お手元の資料3でございます。こちらは振興指針、それから振興計画について、生衛法の関係する条文を抜き出した資料でございます。まず、第56条の2におきまして振興指針について規定してございまして、下線の部分にございますように、「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」となっております。

また、第3項にございますように、「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ぬ」とおりまして、内容といたしまして、第2項に並ぶ事項について定めることとなってございます。具体的に現行の振興指針をごらんいただきながら、どのようなものかについて御説明したいと思います。

お手元の参考資料5をごらんください。5.6、7と現行の指針、美容業、理容業、それからすし店につきましての振興指針ございますが、この理容店の振興指針を使いまして御説明させていただきたいと思います。

まず、振興指針につきましては、大きな事項といたしまして、第一に「営業の振興の目標に関する事項」として、理容業を取り巻く環境についてまとめ、そして、今後5年間における営業の振興の目標を定める形になっております。

そして第二に、振興の目標を達成するための事項といたしまして、「営業者が取り組むべき事項」、そして、3ページをごらんいただきまして、「営業者に対する支援に関する事項」といたしまして、国、都道府県、都道府県指導センター、全国指導センター、日本政策金融公庫がそれぞれの役割をどのように果たしていくかということが規定されてございます。

そして最後に第三といたしまして、「営業の振興に際し配慮すべき事項」ということで、このときには、少子・高齢化社会等への対応、それから環境保全及び消費エネルギーの強化、それと地域との共生という点について記載してございます。こういった形の振興指針というものを策定するということです。

○依田課長 お手元に3つ例がございましたけれども、5年ごとにこれは改定するということです。ベースがございますので、5年間の状況を踏まえまして、また今後5年間を見据えてこれを改定するということになりますので、どうぞよろしくお願ひいたします。

○山内課長補佐 それでは、お手元の資料3にお戻りいただきまして、56条の3につきまして、振興計画につきまして規定がございます。こちらは、先ほど御紹介いたしました振興指針に基づきまして、組合又は小組合が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に関する計画を作成し、厚生労働大臣の認定を受けるということになってございます。

ページをお開きいただきまして、この認定を受けました振興計画に基づきまして振興事業を実施いたしますと、56条の4に、政府は振興事業の実施に必要な資金の確保又はその融通のあっせんに努めるという規定がございまして、日本政策金融公庫の融資といったものがメニューとして用意しております。

また、56条の5におきまして、認定計画に係る共同施設について、税制上の特別償却を受けることができるという規定もございます。

56条でございますが、当審議会におきまして、厚生労働大臣が振興指針の設定を行う場合に、厚生科学審議会の諮問を受けなければいけないという規定がございまして、本日、この分科会におきまして審議をお願いするということでございます。

簡単ですが、以上でございます。

○原田分科会長 ありがとうございます。今、振興指針の全体の構成並びにその流れのことに関して説明がございましたけれども、これを踏まえて、本日いろいろと論議をしていただいた結果が振興指針に反映されていくという形になりますので、どうぞよろしくお願ひ申し上げたいと思います。

それでは、まず理容業をやらせていただいて、その次に美容業、それから飲食店のすしという順番でやらせていただきたいと思います。まず、理容業につきまして審議に入っていきたいと思います。これに関連して、まず初めに事務局から、理容業の経営実態等に関する説明をお願いいたします。

○山内課長補佐 それでは、御説明させていただきます。まず、お手元に資料4、参考資料8、参考資料11、これが理容業の関係の資料でございますので、御用意いただければと思います。

○依田課長 3業種がちょっと入り交じっておりますので、資料がたくさんあってわかりにくうございますが、資料4と参考資料8、参考資料11が理容関係の審議の資料でございます。あと、関連して、後ほど御説明いただきますけれども、大森委員のほうから資料7が提出されておりますので、あわせてこの4つの資料でございますけれども、ちょっとお手元に御用意いただければと思います。

○山内課長補佐 それではまず、お手元の参考資料11をごらんいただきたいと思います。「理容業参考資料」と表紙のついたものでございます。まず、こちらの資料を使いまして、各種統計に基づいて理容業の現況について御報告したいと思います。

表紙をおめくりいただきまして、1ページ目の上にございます「理容所数及び従業理容師数の推移」でございますが、こちらをごらんいただいてわかりますように、理容所数、それから理容師数どちらも、近年、右肩下がりの傾向にございます。ただ、22年度から少し戻っているという状況でございます。

1ページ目、下のほうでございますが、「理容師新規免許登録件数の推移」でございます。こちらも平成22年度まで右肩下がりの状況でございますが、ここ2年ばかり横ばいになっている状況でございます。

次のページに移りまして、「理容店利用者の1回あたりの費用」についての資料でございますが、こちらをごらんいただきますと、1,000円台の価格帯が一番多く、4割程度。その次、2番目といたしまして3,000円の価格帯で2割程度ということで、1,000円台の価格帯が2番目の約2倍程度の状態にあるということでございます。

次に、下のグラフでございますが、1回当たりの費用について利用者がどのように考えているかというものです。こちらをごらんいただきますと、「より満足度が高まるとしても費用をふやすつもりはない」という方が7割程度ございまして、「費用をふやすしてもよい」という方の2倍以上になってございます。

費用を増額する条件といたしましては、「気にいった、埋想のヘアスタイルになる」という場合に、6割以上の万が増額してもいいと回答してございます。

ページをおめくりいただきまして、集客面で実施するかなり効果のある取り組みといたしましては、CG画像等を使った仕上がりイメージの提供、それから、幼児・児童スペースの設置といったものが大きな割合を占めているというところでございます。また、集客面で効果が見られたメニューといたしましては、女性の顔そり、カラーリング、エステといったものが高い割合を占めているという状況でございます。

次に、資料4でございますが、こちらは平成22年度に生活衛生課におきまして実施いたしました経営実態調査の報告をまとめたものでございます。

ページをおめくりいただきまして3ページ目をごらんください。(1)経営主体といたしましては、個人経営が9割以上と圧倒的に高い状況にあるということが数値として示されてございます。

ページをおめくりいただきまして4ページ目でございますが、(4)フランチャイズ・チェーンへの加入状況につきましては、加入している方は0.8%程度ということで、フランチャイズはそれほど多くないということが数値として出てきてございます。

(6)の立地条件についてございますが、個人経営の場合は住宅地区において6割程度、それから、法人企業につきましては、商業地区において株式会社が66.7%、有限会社が53.3%、それぞれ過半数になっているという状況でございます。

次のページをごらんいただきまして、(8)の経営者の年齢についてでございますが、60歳以上の経営者が6割を占めているという状況にございます。

また、(9)後継者の有無についてでございますが、後継者がないという回答のあった施設が7割程度あるという状況でございます。

ページをおめくりいただきまして7ページでございますが、(1)の1日の平均客数についてでございますが、平日ですと、1施設当たり平均7.1人、休日になりますと、平均客数が9.9人と、休日のほうが多くなっているという状況でございます。

ページをおめくりいただきまして、(5)前年度と比べた今年度の売り上げの状況についてでございますが、8割弱の施設について減少しているという数値が出てございます。

9ページでございますが、(6)本業の当期純利益の動向の主な要因でございますが、先ほどの売り上げが減少した理由としては、客数の減少というものが大きな割合を占めているという状況でございます。

(8)今後の経営方針といたしましては、4割の施設におきまして「接客サービスの充実」という回答がされてございます。

ページをおめくりいただきまして、従業員に関する事項についてでございますが、(1)の従業者数につきましては、1施設当たりの平均従業者数を見るとな2.8人となってございます。また、雇用形態別の構成割合を見ますと、個人経営の場合には、家族従業員の割合が3割程度という数字が出てございます。

ページを12ページまでおめくりいただきまして、土地、店舗の所有の状況についてでございますが、土地、建物とも自己所有であるという施設は半数以上という数値が出てございます。また、建物の築年数といたしましては、10年から49年の間のものが2桁台の割合の数値を示しておりまして、老朽化が進んでいるという状況が見れます。

また、次の13ページ、日本政策金融公庫の利用状況についてでございますが、(1)でございます。「利用したことがある」という回答を4割の方がしているという状況でございます。また、(2)生活衛生資金貸付の制度につきましては、「利用したことがある」という回答は3割の方からいただいてございます。

ページをおめくりいただきまして、14ページでございます。高齢者や車いすの方に配慮した設備の状況についてでございますが、設備があるという回答は3割以上の施設からございまして、主なものとしては、店内の段差を解消する、あるいは出入り口や廊下にスロープを設置するといったことが行われております。

ページをおめくりいただきまして15ページでございますが、設備投資に関する事項についてでございます。過去3年の設備投資の主な理由につきましては、設備の老朽化という理由が7割を占めているという状況でございます。また、(2)主な資金調達の方法といたしましては、自己資金によるものが4割弱程度、借入金や自己資金と借入金というものはやはり4割程度という割合になっているという状況でございます。

設備投資の際の資金の借入先といたしましては(3)にございまして、日本政策金融公庫が23.5%利用されているという状況でございます。

ページをおめくりいただきまして、向こう3年間の設備投資予定につきましては、設備の改装が44.3%、統一して、設備の新・増設、更新、それから新・改築と統一でございます。設備投資を予定する主な理由といたしましては、設備の老朽化が5割程度、そして経営改善策という回答もございました。

(6)でございますが、資金調達の予定先といたしましては、日本政策金融公庫が27.9%という回答がございました。

ページをおめくりいただきまして、17ページでございます。サービス関係についてでございますが、提供しているサービスについては、予約優先制度がある、あるいは飲み物のサービスを行っている、ポイントカードがある、訪問理容サービスを行っているといった回答が大きな割合を占めてございます。

地域との共生の状況についてでございますが、商店街の共同事業に参加しているというものが26.9%、商工会議所や商工会、または商店街組合に参加しているというものが2割程度ございます。

最後のページ、(4)標準営業約款についてでございますが、既に登録しているという施設は全体の半数、50.1%という数字が出てございます。

理容業の現況につきましては以上でございます。

○依田課長 済みません。あとちょっと資料がございますけれども、ちょっと時間の関係上説明を割愛させていただきますけれども、実は今御説明申し上げました経営実態調査の業種に着目して、5年ごとにこの振興指針の改定のためにやらせていただいている調査でございまして、各事業者の皆様、細かい事業内容についても御協力いただいておりまして、この場をおかりして御礼申し上げますけれども、こういう形で、限られたサンプルでございますけれども、実態の状況を把握できるものでございまして、これを御参考いただければということでございます。

それから、参考資料8でございますが、御説明ませんでしたけれども、今の統計をさらに載せております。最後の紹介だけさせていただきますと、41ページからでございますけれども、この実態調査を踏まえまして、私どものほうから依頼した中小企業診断士の方、理容業について、新谷さんという方ですが、この経営実態調査を踏まえまして、業種の抱える問題点、また、この中小診断士の立場からどのように考えていいたらいいかというような視点といたしまして、顧客とのアプローチだと、顧客づくりだと、マーケティングミックスだと、そのような御提言もいただいているところでございました。

○原田分科会長 ありがとうございました。

ただいま、事務局から説明がございましたが、それに関連いたしまして、大森委員から資料7として理容業について関連資料を御提出いただいているりますので、理容業の現状や課題、取り組みの状況等に關しまして御説明いただければありがたいと思います。よろしくお願いします。

○大森委員 現状については今あったとおりだと思っておりますが、あえてきょう、現状、そして課題、それから今後について、私なりに、皆さん方、大変忙しい時間帯にお集まりいただくので、もう一度自分でまとめて整理を頭の中でしてみました。メモもしてみました。その中で、理容業の現状でなければ、まず2点だけ挙げようと思っております。

一番大きな問題、今、それぞれの状況の報告の中に出了ましたが、まず1点、売り上げの低迷であります。どの業種もそうであろうと思っておりますが、顧みますと、私どもが調査したときに1兆2,000億の年間売り上げを理容業がしているということがございましたけれども、最近、そういう調査をしてみますと、6,000億ぐらい、売り上げというものが特に減っているということがまずははっきりしております。

この原因でありますけれども、それぞれ考え方、また皆さん方から御助言やら、その努力についてもまたいただきたいのでありますけれども、低料金というのが出ました。先ほどの理容料金で1,000円台というのが最もということでございましたが、特にこの低料金化が進んだということが、まず1点、挙げられると思っております。2点目には、お客様の来店頻度というのが、自由といいますか、ちょんまげで結んでいるような人も世の中にはいますし、どうしても来店頻度、髪が伸びたから来るという考え方のものとしますとそういう部分が減ってくるのだろうと思いますけれども、この部分。それから、何といつても、美容志向が非常に最近の若者、男性にも多いと私は捉えております。美容店志向というのも考えられるのかなということで、そのような分析を自分なりにいたしておりますが、この売り上げ低迷が大きな問題。

それから2つ目、後継者不足であります。いろんな形で人口が減ってまいりますから、出てくるのでしょうかけれども、先ほどの調査では、この3年ぐらいは何とか横ばいから戻りぎみだということですけれども、これもそれぞれの、例えば女性とか補助とかいうのをいただきながら、後継者問題いろいろ取り組んだ流れの中でこう出たのかなあと私は思っておりますけれども、この3年ほどは、ややふえていますけれども、横ばいで捉えていいと思っておりますが、後継者不足、これが大きな問題であります、この中の要因でありますけれども、理容のよさが十分、例えば高卒、それぞれ新卒者に伝わってないというのがますますあるだろうと思っております。

理容業というのは、私は自分で選んだ業で、いい職業と思っていますが、その要因を自分ながらに考えてみると、現金商売であるとか、それから定年退職がなく、努力すれば、その年齢に応じたお客様が来店していただいて、営業についても長く働けるのではないかと。それから、最近は目指す理容師像がそれぞれ違いますけれども、例えば世界のチャンピオンを目指すとか、いろんな形が出てまいりますけれども、営業のメニューも広がってまいりますので、そういう選択というものもこれから出てきますから、いい職業だと思っておりますが、そのようなことの告知が十分できなかつたなあということも考えておりますし、このことには力を入れていこうと思っております。

それと、あえて申し上げますと、埋葬といつ葉に対する社会の風潮で、決して悪いとは言わないと思うのですけれども、例えば修業の時代が長いとか、職人的要素とかいうものは、今の業種の風潮の中で若者が飛び込んでくる業としていさか遠のいているように思っておりますので、社会の風潮というものも挙げられるのかなということを考えました。

そのことは、例えば理容師免許というのがありますて、免許をとったらという言葉がこれまで使われてきましたが、そんな、免許をとったらということが若者を理容業に引っ張り入れる大きな要因にはならない。むしろその難しさのほうが、いわゆる徒弟制度的なものがあるのかもわかりませんけれども、もっとバラ色のものを求めて入ってくる若者が多いわけで、こういうところが社会の風潮の中にあるのかなあとも思っておりますが、この大きな2点、売り上げの低迷、それから後継者不足、これらが言えようかと思います。

そして課題でありますけれども、特にこれまで、髪を刈って、ひげを剃ってセットをするという形でしたけれども、今後は、先ほどもちょっと触れましたけれども、新しいメニュー化に触れていかなければいけないと思っております。特にその中で具体的に3点ほど申し上げますが、1点は、理容師自体の高齢化が進んでいる。先ほどの数字でも出てまいりましたが、60代という言葉が先ほど説明ましたが、まさに65歳くらいの理容師が平均年齢、つまり私であります。そのぐらいになってまいりまして、そのことはどういうことを意味するかといいますと、新しいメニュー化を進め、どんどん21世紀型の理容店を目指そうと思っても、1つには、年齢的に65平均になりますと、70の方もおるわけすけれども、いやいや、今来てくれるお客様を丁寧にして、もういいよ。若者がやってくれということがいわゆる中枢をなしている、一番人數の多い層にそういう、もういいということで、自分のほうから決め込んでいるという方が私は見受けられると思っておりますから、そういう方々への提案をどうしていくかということがまた課題かなあと思っております。

— それから、低料金店が悪いという考え方をまだ持っているのです。消費者、理容店を利用してもらうお客様の目線で物事を見なければいけないのですけれども、どうしてあの高度成長時代が忘れられず、1,000円台の料金はまるで悪のように、商売がたきのように思って、それが抜け切れないところに大きな問題があろうと思っておりますが、ここらをどうしていくかということも大きな課題かと思っております。

それから、あえて3つ目申し上げますと、男性のカットのみを美容店でするということは理容師法違反なのですけれども、このことに頼り過ぎている。それは法律的には絶対いけない、カットだけであれば、男のカットは理容店以外ではいけないのでそれども、しかし、私は、法律義理にそんなこと言っておるよりも、お客様の目線でしっかりと努力していくべきであると思いますが、どうしてもそこへ力を入れて、そのことばかりを、まだ法律できてるわけですけれども、過去の亡靈ではありませんけれども、ここへ余り頼り過ぎると自分の努力というものができないと思っておりますので、こういうところがどうも課題かなあと思っております。

それから、後継者問題ですけれども、理容師を勧めるために、理容の業っていいんですよと、理容業界に飛び込んでくださいよということで、私どもの連合会は、課外授業、体験学習というプログラムを組んでおります。ところが、なかなかプログラムどおり歩んでくれない。というのは、例えば理容学校の校長が理容師になりませんかということで高校あたりを訪ねても、まずパンフレットを配ってきたら、訪問していくって、これが仕事になっておるようになに勘違いするわけです。そうでない、もっと中身を理解してもらいためには、体験学習、課外授業の中へ入れてもらって、学校にお願いして、そしてそういう機会を捉えて業のよさを訴えていかなければいけない。プログラム立っておるのですけれども、連合会と学校とは違いますから、学校は生徒集めには力入れますが、連合会は予算を、自分たちが自己負担で理容師の後継者をつくるということにはギャップがありまして、その点は、国のはうからも助成もしてもらったり、こういった振興指針の中でいろいろな補助金もいただきながら、援助もしていただきながら、非常にそういう意味では助かっておるのですけれども、まだ47都道府県で実施してくれるというのは、補助金を連合会はつけておるのですけれども、実施しているのは大体半分ぐらいで、これをどのように、連合会も補助金を打つのだからやれということで、もっと理容業を理解してもらえるような方向で進めていくかと思っております。これについては、私どもにもアプローチ不足もありましょうし、それからもうちょっと時間がかかるかなあとと思っておりますが、後継者問題は力入れていこうと思います。

それから、最後の今後であります。今後につきましては、振興補助金のこういった振興指針をどうしても活用しながら延長していただいて、延長していただく中で、先ほど言ったようなものをフォローしなければいけませんが、まず1つは新しいメニュー化づくりであります。きょうは資料の中につけておりますが、エステティックという思い切った、しかも全身エステ。床屋さんが全身エステするのかということだろうと思っておりますが、まず、私ども理容の団体で女性の占める割合というのは、東北地方は非常に多いですけれども、全国的には1割、十数%でしようから、その方々の女性理容師に援護を打たなければいけないということで、思い切って全身エステやってみないかと。理容店の横でやってみろということで昨年から計画いたしまして、先般も41名の方々に全国から集まっていただけで、そして、その条件があります。3年以内にエステ店を出すという約束ができる人とか、非常に厳しいですけれども、出さない、ただ講習だけして効果が出ない、エステ店が拡大しないということについては、費用を使うわけにいきませんから、そういう効果もにらんで、今、41名。そしてこれを500人にふやせないかということで、その売り上げ価格も指數を示して、今スタートしたところでありまして、きょうは資料の中に、大まかにですけれども、目標ですから全てが理想どおりにはいかないかもわかりませんけれども、最大の努力をしていきたいということであります。

その2点目には、営業支援という名前をつけておるのですけれども、エステとともに、理容師ならではの高度な理容技術を失ってしまっては西洋のようになってしまって、今、日本の理容はナンバーワンですけれども、どの大会に行っても大概銀メダルまでには総合でも入るのですけれども、その部分だけはしっかり守っていこうということで、特に働き盛りの方々には、特にアイロンテクニックとかカットのテクニックって高いですから、この部分には力を入れていこうと思っております。

その3点目、営業支援については、いわゆる高齢化社会を迎えたところで、どのように我々が参画、メニュー化していくか。これまでにはほとんどボランティアでやってまいりました。現在も、9月の第二月曜は理容ボランティアの人を定めて無料でそういう活動を続けておりますが、このことについてはこれからは当然とするものはメニュー化していかなければいけない。そのためには施設の訪問理容、そして在宅の訪問理容、これを分けてしっかりとこれから取り組んでいく。高齢者の方々が安心で安全でできる理容の構築に向けてこれから全力を挙げたい。この2~3年の間に何とかこれを仕上げてみようと思っておりますが、65歳以上の方が非常に多いですから、ぜひこのことについても取り組んでいきたいと思っております。

それと、理容師に対する理解度の問題ですけれども、やはりPRというものをもっと力入れて、特にこの5～6年、番組を組んでPR活動を思っておりましたが、やはりこれは継続して、理容のよさを広報活動を広げていき、そして世界でナンバーワンである理容の技術等も広げながら、明るいニュースを振りまいていく必要が続いていると思っております。

最後に、地域共生という言葉が先ほど説明の中にありました。まさに理容師さんというのは、高齢化になりましたが、人間的には、性格的には地域に根差したまじめな方が非常に多い。自分の土地を持たれて、家も建てられて頑張ってこられた方が非常に多いですから、この方々が活用できないというのではなく、私たちの連合会の役割が足らんのだろうと思っております。

そういう意味で、こういったボランティア的な、例えば近年は、内閣府あたりから言われました、命を守るゲートキーパーの活動とか、そしてまたことは特に防災に関してそれぞれ地域で防災協定を結ぶときもありますし、それから防災に関する講習会も、衛生の講習会、技術の講習会とあわせて、こどもも展開しているところであります。

そんなことで、社会貢献事業にも力を入れますが、基本的には、社会貢献事業に力を入れるためには、まず理容店が飯食えるようにしっかりしていかなければいけませんので、まず第一にはこの営業支援、売り上げの低迷を何とかしなければいけないというのが私の最大の任務かと思って今頑張っているところであります。またそれぞれ御助言をいただいたら生かしていただきますので、どうぞ会長さん、よろしくお願ひいたします。

以上です

○原田分科会長 ありがとうございます。今、具体的なお話をいただきましたが、どなたからでも、御質問、御意見並びに激励の御意見でもいいと思いますので、何でも結構ですが、よろしくお願いしたいと思いますが、いかがですか。

〇市川委員 大変わかりやすい解説をしていただきて、ありがとうございます。本当に基本的な質問をさせていただいて恐縮ですけれども、先ほど法律の話が出ました。いわゆる理容師法、美容師法という法律がありますけれども、その法律の中で、例えば理容師法であれば、女性は、法律の中では男性の髪をカットしてはいけないとなっているようなことをおっしゃったかなと思うのですが、それは事実ですかという質問が1点と、もし法律でそういう縛りがあるとしたら、今の時代にもし合わないのであれば、そのような法律は、何とかかかわる方々が働きやすいように、もっとうまくかかわりやすいうように変えていくということも1つ考えられないでしょうかという、これは要望です。

以上です。

○原田分科会長 男性の髪を女性が切ってはいけないということではないと思いますので、ちょっと御説明をよろしくお願ひしたい。

○原山田科長 男の方の妻を女性が「めうちはいい」と、ソースでは「めうちはない」と思いますが、ちょっと御説明をよろしくお願いしたい。

○大森委員 そうではなく、美容店で男性のカットだけをするということについては、現在の法律ではそれはかなっていないということで、しかし、時代の流れとともに、そういうお客様はたくさんいますから、私はそれをいふにつまでも、法律にすがって亡靈的なことを言うよりも、むしろそれを乗り越えた方向でやっていかなければいけないと発言したのです。乗り越えていかんと、そんなことを言いよる時代ではないよということを私は申し上げた。

○原田分科会長 単純に力

○原田分科会長 だから、パーマかけたり、男性でも最近色染めますから、カラーリングなんかしたりするのは美容院でも構わない。ただ、美容院へ行

○市川委員 私は年頃の子供がいるのですが、いわゆる休屋さんみたいなところには行かないです。そつすると、今の例えは若い世代といつのは、埋容師だ、美容師だという感覚で自分のカットを選ぶとかいうのではなくて、気に入ったお店、スタイルとか、そういった感覚でもし選ぶとしたら、今の理容法、美容法で規制している理由が一体どこにあるのかなと。誰がその規制をすることによって利益を得るのか。例えばメリットがあるのか。あるいは、もしそれがないのであれば、これから先々、その利用法、美容法、このままの形で存続させていくのか。例えば亡靈のようにと言うのであれば、何とかもっととかかわる人たちがブレークスルーできるような形に新たに組み直していくというのもひょっとしてできるのではないか。私は消費者側なので、利便性が高まればそれはいいことかなと思って申し上げているところです。

○原田分科会長 資格の問題があるのでですね。

○大森委員 ええ。資格と付随するとかバーマに付随するとか、昔のあれがありまして、ただ、先ほど申し上げたように、もうそういう時代ではないので、消費者志向にあわせてやったらしいという考え方で、今言われたとおり、そう思って先行して、そんなことは取り上げる時代でもないということで進めておるわけで、全く同じことを言いよるわけです。

○原田分科会長 そんなに遠くない将来、多分に垣根がとれる可能性はあるかもしれませんけれども、今、現段階では、資格の与え方もいろいろと違いますので、男性と女性で理容と美容というのは一応それなりの垣根を設けていることは事実なので、それはそれなりの根拠があったのだということもありますので、確かに時代が変わってきてますから、うちの学生なんかも、男でもほとんど美容院に行っていて、頭の毛を金髪に染めてきたり、びっくりすることあるのですけれども、でも、そういう時代には少しずつなっているでしょうけれども、現体制をそのまますぐ変えるということはちょっとできないだろうと思いますので、だんだん歩み寄るような方向で検討していくというのが今求められているものではないかと思うのです。

○依田課長 いずれにいたしましても、理容師法、美容師法それぞれ美容、理容の定義があって、それから、いろんな議論の中でそれぞれの役割というのは明確に決まっていて、それ自身についての、この審議の場はそういう場ではございませんし、これから美容、それからすし業ということで、ちょっと時間も押しておりますので、次ということで議論を進めていただければと思います。いずれにしましても、それはこの場ではないということで御理解いただければと思いますので、お願ひいたします。

○原田分科会長 振興指針は5年単位で見直していきますので、ちょっと5年では解決できる問題ではないだろうと思いますので、今後の宿題ということでいただきたいと思います。

ほかに何かございますか。

○相澤委員 推進のことではないのですけれども、資料4の11ページに「健康診断の状況」というのがありますと、1年に1回健康診断が義務づけられていると思うのですが、それが28ポイント下がったということでちょっと心配しているのですけれども、この背景は何か、おわかりになれば教えていただければと思います。

○原田分科会長 それは業界さんのほうでないとわからないだろうと思いますが、いかがですか。健康診断が思うように伸びてないという御指摘があつたと思いますが。

○大森委員 これは過去のあれかね。結核とかトラホームのことかな。これはどこから出しているのかな。

○依田課長 これは恐らく、相当ぶれが激しいものですから、サンプルも、毎回御協力いただいているのですけれども、違ったりするとかいうこともあると思いますので、ここは事務局のほうでちょっと一度精査して、今わかりませんので、ちょっとお答え申し上げたいと思いますので、よろしくお願ひします。

○大森委員 過去には、結核、トラホーム、皮膚疾患ということで、結核法などがあるときに年に1回健康診断などが、これは法律で決まっていましたけれども、そういうのが今解けましたから、自主的に自分たちでそういった健康診断に向かうという部分があるのですけれども、課長さんが言われたように、その部分のぶれが恐らくあるということだと思います。ただ、これは自主的にやっている部分だろうと思っておりますので。

○原田分科会長 ただ、重要なポイントですから、従業員の方が健康上問題、特に感染症持っていたりしたら大変なことになりますので、一度ちょっとチェックしていただくことでよろしくお願ひします。ほかに何かございますか。

○山根委員 繁華街のまちのチェーン店だけでなく、それぞれ各地域でぜひ頑張って営業していただきたいなと思います。

資料4の14ページなのですけれども、ここを見ますと、高齢者や車いすの方に配慮した設備があるというところがちょっと少ないと感じますので、これからそれぞれの地域でますますどこも高齢化が進んでということですので、このあたりは改善されたらいいのかなと思うと、下の分煙対策につきましても、今の時代から見るともうちょっと進めるべきだと思いますので、そのあたりは何とか改善していくべきなのかなと思いました。

○原田分科会長 ありがとうございました。特に高齢化が進んでいますのでね。

○山本委員 エステのほうに参入なさっているという御説明がありましたら、多分エステティックとなると、特定商取引法の適用対象となる業種かなと思われますので、新しく理容師さんたちがそのような業種に入っていくよと、業務を拡大していくよというときに、法令面などでの講習なども充実させていただくと、多分、利用者からのクレームとかそういうことも少なくなる、安心して利用できるのではないかという点が1つ。

もう1点は、やはり高齢化ということで、病院とか療養型の施設だと、長期に入所して、思うように髪の毛のカットに行けないという方、よくお話を伺いますので、ぜひ有料であっても訪問のサービスを受けやすいような形というのも充実させていただければとお願いしたいと思います。

以上です。

○原田分科会長 ありがとうございました。大変貴重な御指摘をいただきまして。ちょっと時間が押していますので、もうお一人ぐらい、いらっしゃったらお願ひしたい。

○山田委員 大森委員の御報告の中で、とりわけ理容ボランティアのお話がございました。大変長い期間にわたって施設等での理容ボランティア活動をやっておられることは私もよく承知しておりますが、大変ありがたいと思っています。こうした活動を続けていくことが理容業界にとっての社会貢献という意味でも重要な役割だと思いますので、引き続きお願いできたらということ。

それから、今ございましたように、とりわけ在宅で生活しておられて、なかなか家から出ることができない、障害があって出られないとかいう方も多いので、訪問型の理・美容サービス、そういうものを、今もやっているだろうと思いますが、今後、高齢化社会、あるいは障害者が地域の中で暮らしていくという意味で大事な視点ではないかなあと思いました。

以上です。

○原田分科会長 どうもありがとうございます。いろいろ御指摘並びに御意見いただきましたので、その辺を少し考慮させていただきたいと思います。どうぞよろしく御検討いただきたいと思います。

では続きまして、美容業に関連しまして審議に入っていきたいと思います。それでは、前回と同じように、まず事務局から経営実態等に関する御説明をいただき、あと実務的な御説明をいただきたいと思います。

○山内課長補佐 それでは、御説明いたします。美容業の関係の資料は、理容業と同じで3種類ございますが、その中で資料5、経営実態調査につきまして簡単に御説明申し上げたいと思います。

表紙を2枚おめくりいただきまして、3ページ、(1)の経営主体でございますが、7~8割程度が個人経営という、圧倒的に高い割合になってございます。

それから、ページをおめくりいただきまして(6)立地条件でございますが、住宅地区が6割程度を占めているという状況でございます。

次のページ、5ページ、(8)経営者の年齢についてでございますが、60歳以上の数字を足し合わせますと、35.8%。ただ、40~59歳の中堅層につきましても45%ということで、中堅層も比較的多いという状況でございます。

(9)後継者の有無についてでございますが、7割を超える施設につきまして後継者がいないという状況でございます。

ページをおめくりいただきまして7ページでございますが、1日の平均の客数につきましては、平日が平均7.6人、休日になりますと9.7人と、やはり休日のほうが利用客が多いという状況でございます。

ページをおめくりいただきまして9ページでございますが、今後の経営方針ということにつきましては、接客サービスの充実に力を入れていきたいという回答が44.6%。それに続きまして広告・宣伝等の強化という回答もございました。

ページをおめくりいただきまして10ページでございます。従業員に関する事項についてでございますが、(1)1施設当たりの平均の従業者数は3.6人という数字が出ております。

それから、ページをおめくりいただきまして12ページでございますが、土地・建物及び設備についてでございます。(1)土地・店舗の所有の状況につきましては、土地・建物とも借用というのが半数を超えてるという状況でございます。また、(2)建物の築年数につきましては、30年以上のものが28.5%という数字になりますと、3割近くあるという状況でございます。

次のページでございますが、日本政策金融公庫の利用の状況でございますが、「利用したことがある」という回答が4割近くございます。また、(2)生活衛生資金貸付の制度の利用状況につきましては、27.1%が「利用したことがある」という回答でございます。

ページをおめくりいただきまして、(1)高齢者や車いすの方に配慮した設備につきましては、「設備がある」という回答が36.3%という数字が出てございます。内容といたしましては、店内の段差の解消、それから出入り口の廊下にスロープの設置または段差の解消、そして、車いすで利用しやすい駐

車スペースの確保といったところが高い割合を示してございます。

また、分煙対策の状況、(2)でございますが、店内は禁煙となっているという回答が4割程度ございます。

次のページでございますが、過去3年間の設備投資の主な理由といたしましては、設備の老朽化という回答が半数を超えてるという状況でございます。(3)設備投資の際の借入先といたしましては、日本政策金融公庫を利用する割合が21.9%という数値が出てございます。

ページをおめりいただきまして、(4)向こう3年間の設備投資の予定につきましては、設備の改装が4割程度、それに続きまして、設備の新・改築、新・増設、更新と続いてございます。

設備投資を予定する主な理由といたしましては、(5)でございますが、設備の老朽化が48.5%、それに続いて経営改善策というのも理由として挙がってございます。

資金調達予定先といたしましては、自己資金が39.6%と最も多く出てございますが、日本政策金融公庫という御回答も2割程度ございます。

次のページでございますが、サービス関係でございます。(1)提供しているサービスの内容についてでございますが、予約優先制度、あるいは飲み物サービス、ポイントカード、価格サービスといったものが高い割合で回答が得られてございます。

(2)地域との共生の状況についてでございますが、商工会議所や商工会、または商店街組合に参加しているというものが21.1%、商店街の共同事業に参加しているというもののが19.5%という回答がございました。

最後のページ、(4)標準営業約款についてでございますが、既に登録している施設につきましては25%という回答が得られてございます。

簡単ではございますが、以上でございます。

○原田分科会長 ありがとうございます。

○依田課長 済みません。理容業と同じように、参考資料9と参考資料12でございますけれども、それぞれございまして、参考資料9のほうは43ページから、これも経営診断士の方の分析なり御提言というのがございますし、参考資料12のほうは日本政策金融公庫さんの調査等が引用されておりますので、申しわけございませんけれども、時間の関係上説明を割愛させていただきますけれども、御参考いただければと思います。

○原田分科会長 ありがとうございます。今、補足の御説明もございましたが、後でごらんいただければありがたいと思います。

それでは、これに関連いたしまして、吉井委員から資料8として美容業に関して資料を御提出いただいておりますので、美容業の現状と取り組み、その他に関連しまして御説明いただければありがたいと思います。よろしくお願ひします。

○吉井委員 それでは説明させていただきます。私のほうが出している資料に沿って御説明申し上げるほうがわかりやすいかと思いますので、そのようにさせていただきたいと思います。

一応現状とか経緯につきましては今回は省略させていただき、これから5年間先にどういった取り組みをしようかということについてお話ししたいと思っています。先ほど説明がなかったのですけれども、参考資料12の2ページ目を見ていただければわかりやすいと思いますけれども、まず、下のほうを見ていただきたいと思います。「美容師新規免許登録件数の推移」というのがございまして、ここで平成13年から24年まで出ていますけれども、特に16年、17年、これは多くの方が、美容学校を出まして国家試験を受ける。年齢が20歳の方を中心としてほとんどでございます。その方々が15年ぐらい、35歳、そのようになってきますと、皆さん、独立したいという志向が出てくる。ですから、ここで、15、16年続いて、これから10年ぐらいたら30歳。ですから、今、30歳ぐらいの方がこれから5年ぐらいにかけてずつと出店していく背景があるということをまず踏まえた中で、次に、私から出した資料、美容連合会BMS制度、ビューティ・マネジメント・サポートシステムと申しまして、これは、これからそういう人たちがいかにうまく経営していく、美容業界の中で、自分たちが美容学校に行き、これから職業として長くしていく、そういうことをサポートしていくというシステムを連合会、それから業界の一企業でございますけれども、タカラベルモントさん、それから日本政策金融公庫さん、それから全国生活営業指導センターさん、この人たちのお力をかりまして、そういう人たちの創業や経営、なおかつ後継者の育成を連動してサポートしていきたいと考えて制度を立ち上げまして、今現在進行しているといったことであります。

それでは、そういう店をつくってもどういった営業展開を今後していくらいいのだろうかと。次の全美連の「お客様は求めています最新の技術と安心・信頼」、こういったチラシがあろうかと思います。これは、ヘアだけではなく、エステ、ネイル、マイクのサービスを美容室において運動して行って、お客様のニーズに応えていこう、こういった取り組みを現在既に進めています。それはただ単に美容師になって実際に美容免許をとつてからやるということだけではなく、学校時代からこういったものに取り組んでいただくことが大切なだろうということで、次をめくっていただきますと、これは学校向けのエステ、ネイル、マイクの認定制度です。なぜ認定制度をしているのか。これは当然、一定の水準の衛生、それから技術、マナー、そういうものを担保するためにこういった制度をつくってやっていると理解していただきたいと思います。

それから、次のチラシを見ていただきたいと思いますが、ハートフル美容師養成研修会。これは訪問美容、それからお店に来られる高齢の方、障害者の方にいかに安心して安全な施術を提供できるか、サービスを行えるかということで、私ども、ハートフル美容師という制度をつくりまして、研修会等を行い、こういったお客様に対して、安心して御来店いただけるということ、それともう一つは、先ほど在宅のほうがございましたけれども、在宅についても、今現在行っているところもありますけれども、全国的に在宅にも取り組んでいく。

なお、施設については、施設の中に、今現在、美容室だとから理容室、そういうものがございませんところが非常に多い。ですから、施設におきましても、安心・安全のためにも、衛生的なためにも、施設の中でそういう部屋といいますか、美容室というものをつくっていただければありがたいのかなと。そういうものを取り組んでいきたいなと考えているところであります。

それから、ちょっと資料はございませんけれども、地方の活性化、地域貢献、地域の情報発信ということで、地域においてコミュニティサロンをつくって、推進していきたいと。美容室には多くのお客様、特に女性のお客様が長く滞在されます。2時間3時間、そういう時間滞在されますから、そういう時間の中において生衛業者との連絡業務、それから異業種との業者の方の連携や、コミュニティサロン、要するに特殊なニーズ、趣味が一緒であったり、そういう人たちがそこに集まって、そういう会話の場所、意思疎通ができる場所、そういう美容室づくりに取り組んでいきたいと考え、この5年間において今言ったようなことを進めてまいりたいと思っています。

以上です。

○原田分科会長 ありがとうございます。

それでは、先ほどと同じで、どなたからでも結構でございますので、御意見、御質問並びに何か御指摘等ございましたらよろしくお願ひしたいと思います。

○中村委員 日本政策金融公庫の中村でございます。

美容の話を中心に、理容の話も含めてちょっと、先ほど発言しませんでしたのでいたします。先ほど吉井委員のほうから、美容室の開業が非常にふえているという話がございましたので、それに関連してちょっとお話しします。日本公庫、特に国民生活事業は、小規模な事業者に融資をするということで、開業の融資に非常に力を入れています。今、日本全体で年間10万件ぐらい開業がありますけれども、そのうちの2万件ぐらいに融資しております。

そういう中で、先ほど吉井委員からの話がありましたように、美容業についての融資が非常にふえておりまして、飲食業のように全部の業態を一緒にすれば飲食業のほうが多いのですけれども、分類すれば美容業のほうが多くて、24年度で1,608件融資しております。25年度も9月までに884件ということで、6%ぐらい増しの状況になっております。今回、全美連のほうでBMS制度をつくりましたので、私どもも、先ほどお話をありましたように、協力して相談体制を充実していくということで、私ども、美容業に限らず、生衛業が創業の2万件のうち3割ぐらいを占めております。

次に、高齢化の問題が先ほどから幾つか指摘ございましたが、訪問理容・美容について23年だったと思いますが、私どもで調査したことがございます。理容のほうが、48%ぐらいの実施率。一方、美容のほうは18%ぐらいですので、これから訪問についてもう少しやっていたけたらということと、あわせて、訪問というのも一つのやり方ですが、一方で、送迎をして施設でサービスするということもまたニーズとしてあるように思います。両方のニーズに応えていなければと思います。これは理容のほうも同じだと思います。

それから3つ目は、理容・美容両方ににつきまして、先ほどエステの話が出てまいりましたけれども、エステとかネイルとかヘッドスパの話とかサービスのニーズにはいろんな多様なものがあると思いますが、従来の理容師さん、美容師さんの狭い範囲だけではなくて、そういう領域が広がっている部分について積極的に取り組んでいくことが要りますし、先ほども出ておりましたけれども、ユニセックス化がかなり進んでいく中で、この部分をどのように考えていくかということが非常に重要な課題になっていっているように思います。

以上でございます。

○原田分科会長 ありがとうございます。何かほかにございますか。

○野々山委員 一利用者として消費者としての立場から、こうなったらしいなというのを少しお話したいと思いますが、先ほど吉井委員から最後のところでございました、コミュニティサロンをこれから地域でつくりたいというお話をあります、それにすごい共感を持っております。美容院に私たちが行くときに、最近、話すのが苦手な方もいらっしゃいますけれども、大体美容院でいろいろ、美容師さんとかほかの利用者さんとコミュニケーションをとって、楽しくその地域のサロンになっているというのが私たちが望む美容院の姿ではないかなとすごく思っていまして、これから、やはり少子高齢化で、御高齢の方とかが集まってサロン化していくといいなとすごく思っています。

「マクノリアの花たち」といつ、シュリア・ロハーツが出てる、地域にあるそついつた美容院が舞台になっている映画があつて、ああいつたところがすごくいいなといつも思っていましたので、ぜひそちらのほうに力を入れていただきたいという要望と、高齢化ですと、先ほどのお話にもありましたように、個人宅への訪問もぜひ進めていただきたいのですが、そのときもやはり、御高齢の方お一人で住まわれている方などとコミュニケーションをいろいろとつていただいて、お話をしても悩みを聞くとか、そういったところも付加価値でできればいいなとすごく思っていますので、これもそうなつたらいいなという私の希望です。

あともう一つ、高齢化とはまた違うのですけれども、シャンプーにすごく求めているものがありまして、御存じだと思いますけれども、台湾のシャンプーなどはすごくヘッドスパ的なシャンプーなのですけれども、低料金で、みんな、家ではシャンプーしないで、美容院に行ってシャンプーするという話も聞いておりますので、そういったのもあったらいいなといつも思っていますので、御検討をお願いしたいと思います。

以上です。

○原田分科会長 ありがとうございます。特にサロン化の方向性というのを御指摘いただいたと思いますけれども、待ち時間をうまく使うことだろうと思いますし、それから、子供さん連れて来れて、美容院の場合、おばあちゃんかもしれません、と接する時間帯をあえて設けるみたいな方向性も少しいいのではないかと思います。若いお母さんがなかなか時間がなくて、子供連れだと来れないというのも結構あるようですから、そこをうまく応えていただけたと需もふえると思いますので。

何かほかにございますか。

○三苦委員 私たち、本当に美しくなるためにということで、健常者はいいのですが、先ほどから言っておりますように、福祉の面から考えると、結構施設等で髪の長いおばあちゃんたちがいらっしゃって、昨日もちょっと訪問したのですが、何とかならないですかと言ったら、家族の方が知り合いの人を連れてきてだつたらいいですよというような感じだったのですね。それよりも、美容業の方と施設の方と話し合いながらもできるようなそういうのを全国的に広めていただかなければいけないのでしょうか。

○吉井委員 私ども連合会、もしくは各47都道府県の組合におきましては、今おつしやったようなことに前向きには取り組んでいっています。施設側のほうが、逆に言うと、そういった場所の提供だとそのような取り組みに必ずしも全てが積極的ということではないわけです。おつしやられたように、この場合ですと、美容師さんが単純に行ってしまった、事故が起きた、そのときどうするのだという問題があります。そのようなときに、私ども、組合を通じて派遣しますと、そういった場合における場所の問題だと、衛生の問題だと、それから継続して行うことができる、そのようなことも対応できるだらうと考えています。

ですから、まず1つは、そういった施設において衛生的な場所の提供というのがあるだらうと。それから、サービスですから、お金は少しいただくとしても、継続してやってあげないといけない。それから、それに伴う事故等にも対応していかないとだめだと。そういう点では、美容室からそちらに出向いていくということは、拠点がございますから、安心して対応していただけると思います。何かあればそこに行く。そこがもしくは組合員さん入ってなくても、少なくともそこには店があるわけですから、対応していただけるだらうと考えています。

以上です。

○原田分科会長 よろしいでしょうか。

ありがとうございます。

○西尾委員 ちょっと質問させていただきたいのですけれども、参考資料12の2ページ目のところで、先ほど、平成16年、17年のピークがということで、その方々が独立されるための支援をいろいろとやっているということで、それはすごくいいことですので、ぜひともどんどん進めていただきたいなと思うのですけれども、一方で、このグラフを見ると、最近すごく新規免許登録件数が減っておりますね。これはいいのだろうかと。

要は、今までが多くて、この人口減の中でいろんなことを考えると、このくらいの規模のほうが、市場、その他ビジネスの展開上適切とお考えになつていらっしゃるのか、いやいや、そうではなくて、後継者不足というのも、理容業同様、美容業においても深刻な問題として挙げられてきましたけれども、そういうことを考えると、今後、やはりもう少し、どんどん下がっていかないような状況で、若い人たちの技術を上げるということを考えいらっしゃるのか、その辺をちょっと教えていただきたいのですが。

○吉井委員 16、17年については非常に登録件数が多かった。実際、最近になってきたら減っているではないかと。残念ながら、そういった若い方が美容学校に行かれまして、将来自分たちがどのようになるのだろうと。要するに、ライフサイクルや自分の将来がよく見えない。そういったことを考えますと、美容室の場合は非常に投下資本が少なくて店舗が出来るという利点がございます。それと、マネジメントがたけていなくても、要は美容の技術を非常に高度なものを持っているという人もたくさんいるわけです。そういう、どちらかというとマネジメントよりも技術力によってお客様に来ていただく、そういった店舗は、やはり多くの従業員を使ってそいつた形態でやるというのは難しいと思います。

ですから、こういった多いときの人たちのために、多くの人たちが、自分がこの職業で将来にわたってやっていけるという確信が持てるためには、先ほどの創業支援であったり経営支援であったり、また後継者の問題がありますけれども、後継者というの、ただ単に私ども考えているのは、そこのお店の経営者の息子さんや娘さんという意味ではなく、お店をどうやって後継していく、つないでいくか、こういうことだらうと思っているわけです。

ですから、新しい美容室さんが、今現在やられている人のかわりにそのお店をやっていく。幸いなことに、テナントの方が結構多いですし、それから、自店でやられている方につきましては、家賃収入を得ていただくとか、そのような配慮を今後我々が指導していくべきだらうと考えていますし、今言ったように、減ってきていている方々を、少子高齢化で少子の分については当然右肩上がりになりますけれども、もう少し上げていくためには、若者たちに将来に対する夢をいかにして与えていくかという一つの考え方で今進めていると考えていただいたら結構です。

○原田分科会長 一時的にブームになったときもありますので、それでカリスマ美容師になりたいみたいなも結構あって、でも、それが独立できるようには、BMSできちと独立できなければ若い世代層は入ってこないと思いますので、結構重要なのはBMSでないかなあと私は思っていますので、ここは何としても強化していただかと。だから、少子化のカーブよりもっと著しく新規免許の登録件数が落ち込んでいたら、これは問題だらうと思いますので、そこの対比をしなければいけないのではないかと思います。

ほかに何かございますか。

○武井委員 参考資料12になります。これの5というところですが、これを理容業と比べますと、その他が傑出して大きな数字になっている。具体的には集客面での実施効果が高い取り組みで美容業の場合にはその他がかなり大きい数値になっているということですね。これにつきましては、将来のことを考えると、どのような対策をとれば良いかというところが、美容業の場合には、その他として隠れてしまっているのではないか、というような感じもいたしますので、このあたり、もう少し具体的にお示しいただくと大変にありがたいと思います。

○吉井委員 この資料につきましては、実は私もよう初めて見る資料なもので、少し考えられることは、女性の方というのが非常に多様化したニーズといいますか、いろんなところに興味があるのだろうと。例えばネイルもしたい、エステもしたい、まつ毛エクステもしたいかわからないし、ボディもやりたい、そういうものもあるがりまして、ヘアスタイルだけではなくなかなか決めかねるという部分があるのだろうと考えています。

ですから、先ほどの、トータルビューティというのを私ども提案いたしましたけれども、そういったトータルビューティ、要はヘアサロンとエステやネイルやメイクや、極端な言い方をしたら、スタジオさんまでも一緒になって今後営業していく。それが要するに連携したトータルビューティなのか、それとも集合して一つのところでやるトータルビューティなのか、そういういろいろな選択があらうかと思います。

そのためには、マネジメントとコーディネーター、といったものをコーディネートするということが今後は必要になってくるだらうと。そういった中でお客様に対していろんな御提案をさせていただければ、ここ部分ももう少し変わってくるのではないかと考えています。

○原田分科会長 よろしいでしょうか。

○中村委員 この資料は実は私どもが調査をしたもので、データの出し方が誤解を与えるような形になっています。例えば得意客へのサービス等の優遇というのがあるのですが、これについては、確かに23.4というが出ているのですが、これはかなり効果があるという答えをされた方で、ある程度効果があるという方を含めると83.7%となっています。しかも、答えた方の数が290であるのに対し、その他のほうは、答えた方が26で、少し誤解を与える資料になっていますので、そこは別途お配りしたほうがいいかもしれません。

○原田分科会長 今、補足説明ございましたように、ちょっと数字の出し方で、でも、その他の中身に結構答えがある可能性もありますので、そこもちょっと分析していただけたと。ですから、要するに効果が高いという取り組みとして押えていたものに当てはまらなかつたやつがその他に入ってくる可能性がありますから、そこに実質的に消費者の声があるという可能性はありますので、御検討いただけたとありがたいかなと思いますが。

ほかに何かございますか。

○山根委員 ちょっと細かい話になるのですけれども、店頭に料金表示がきちんとされているところがふえていると思いまして、それは利用する側としてはとても安心ですし、ありがたいと思っています。ただ、まだ一部かもしれませんけれども、例えばシャンプ一代は別だったとか、指名料が後からかかっていたとか、そういうこともあるように聞いています。これからまた、エステやメイクやネイルやいろいろとサービスもふえていくとなると料金表も大変なことになるかもしれませんけれども、ぜひわかりやすい料金設定と料金表の表示のようなことも考えていただきたいと思いました。

○吉井委員 わかりました。それについては積極的に努めます。



業界につきましては、私たち、反省しなければいけないのは、高度成長ですね。急速に日本の経済が伸びたときに、御承知かと思いますが、まず、お客様のことを怒鳴りつけたり、お客様、例えばこれが食べたいと言っているのに、いや、うちはこれから食べてくれとか、うちはこうなんだと。よくよく考えてみればとんでもない失礼なのですね。そのときは、飲食店の数も、おそば屋さんとか、ラーメン屋さんとか、ウナギ屋さんとかし屋さんとか、そんなになかったのですね。経済がどんどん伸びますから、本当はどんどんすしのファンを減らしていたのですね。それをすし店のその当時のおやじさん連中は気がつかなかったのですね。いつも満員で、怒鳴りつけたってと思っていたのですが、気がついてみると大変なマイナスで、その一つが、まず回転すしという新しい商売の形態を生んだ大きな理由あります。

ほかに回転して回っているのは余りないですね。例えばラーメンがぐるぐる回っているか。余りないですよ。なぜか。すしというのは、人気と同時に、正直言って、幾らとられるかわからないと。これ、よくないのですね。ただ、正直な話をしますと、はじめにやると、毎日料金は違います。ただ、お客様にしてみると、この間ビール一本とこれとこれと同じものを食べたのに料金が違うではないかと。これは一番商売としては信用を落とします。このあたりが非常に難しいところあります。

後継者につきましては、私たちの業界というのは、先ほどの数字も出しておりますが、高齢化、高齢化と言われますが、人間が長寿になれば、恐らくは自分が引退するか、極端な場合、経営者がお亡くなりになれば後継者につながるということになりますけれども、元気なうちはやっているというのが現状でありますので、恐らくこれはどういう職種も当たり前として高齢化しているのではないのかなと考えます。

それから、1つは数字でけれども、私たちは開業するときに必ず所轄の保健所に参ります。これをしないと営業許可とれません。やめるときに行くのは税務署なのですね。ところが、国のトップに挙がっていくのは、開業したときの数字が挙がっていきます。やめるときの数字は、私たち、把握できないのです。税務署へ行って、今どのぐらいすし店、飲食店あるのかといつても、守秘義務で見せてくれません。保健所は見せてくれます。笑ってしまいます。保健所で見ると、5年ごとに見直していると言いますけれども、お亡くなりになった店、やめた店、ごろごろ載っているのですね。これが挙がってくるので、どうも私たちがつかんでいる実態とお国が発表する数字と若干のずれが出てくるのはこの辺に原因があるのではないかと考えております。

それから、私たちの業界については出前が非常に減少しました。昔は出前というのが、すし店さん、当たり前のようになっておりましたけれども、やはりいろいろな飲食店がふえたからということもあります。出前の減少というのはかなり経営に対しては大きな意味でマイナスなのですね。ということは、出前で10人前、20人前と持つていけば、お届けしたところでお召し上がりになって、あるいはお茶とかお酒飲むとかなりますけれども、お店に10人、20人一遍に入ってこられるとなかなか対応できないところがあるのですね。しかしながら、出前が減ったというのは、実は経営について非常に売り上げの減少というのにつながっています。それでもう一つは、個人のお店って、先ほど言いましたように、2人か3人でもできるのですね。私たちのすし屋というのは、したがって、個人のお店が多いのは当たり前なのですね。

ところが、最近はコンビニエンス。初めのころは、コンビニエンスのお弁当とか食事というのは、添加物、防腐剤が非常に多くて、非常に健康面に問題があったのですけれども、最近はコンビニエンスも随分勉強して努力して、1時間ごとにお弁当をお店に持ってきてたり、それから、店によっては自分のお店でおにぎりつくつたりしているところがありますね。したがって、コンビニエンスの台頭というのも、我々の業界から見ると随分経営圧迫されているなあと思います。しかし、自由競争ですから、負けてはいけないのですね。

ただ、1つ残念などいいますか、問題があるのは、車による移動販売なのですね。これは衛生面もかなり問題ありますよ。車による移動販売ですし販売することはできません。生ですから、ただ、イメージしていただくとわかりますが、ハンバーグとかカレーとかサンドイッチとか、加熱したものは平気ですけれども、果たして衛生的にどうなのかなあと。公園の売れそうな場所で、安くできますね。固定資産税を払っていませんし、従業員は使ってない。営業許可は大体車の前に大きく書いてあります。よく見ると、東京ではないのですね。埼玉県とか千葉県とか、恐らくそういう自分の厨房みたいなところで、そういう方も生活かかっていますから営業妨害するつもりもないですけれども、我々から見ると甚だアンフェアだなあと。それに、衛生的にも問題ありますね。このあたりは大いに厚労省さんのほうでもデータ集めていただいて、もう少し営業の許可を厳しくしてほしいし、しなければいけないのではないかかなあと思います。

それから、私たちはお客様商売ですから、特に交際費の課税ですね。これは全国政治連盟の大森さんが、大森さんは実は理容業でありまして交際費に直接関係ないのですけれども、随分骨折っていたら、一歩前進しました。600万円が800万円、それから、大企業のほうも準じるということでなりましたけれども、税制面というもの、交際費の税金が足りないからということで、とことんばかり考えていたのでは本当の意味での経済の活性につながりませんね。

今度、消費税が3%上がって合計8になりますけれども、これも大変なのですよ。半年ごとに払うと、現金で入ってきたり、カードも現金と同じですが、大体使ってしまうのです。税務署に言うと、確かに理屈で言えば、預かり金だから手つけてはいけないというのですけれども、あしたの締めで従業員の給料、さて半年たってがさと。大変なのですね。昔は特別飲食税というのがありますて、東京都とかやっていました。あのとき、8%払っていたことあるのですね。それを1ヵ月なのです。面倒でしたけれども、1ヵ月は何とかなるのです。半年まとめて来ると経営者は大変ですね。ただし、小さいお店はお目ぼしがあってそういう心配ないですけれども、大きなお店は大変な問題だと思います。このあたりも、税制面ということで、もっともっと民間が活力出るようお願いしたいなと思います。

すし屋の場合、ハレの日といいますか、いいものを出そうと思うと、どうしても食材高いのですね。御存じのように、アワビだって1つ4,000~5,000円しますからね。ぱりぱりした人はみんな食ってしまいますよ。ウニもそうですね。こんな小さな箱があって、いいウニというのは8,000円、9,000円するのですね。お好きな方、みんな食べられますよ。今、8,000円だったら宴会ぶてますからね。いろいろいいもの使おうすると高いということも御理解いただきたいなと思います。ただ、経営の努力をしていかなければいけないので。

それと、これはトータルで考えますけれども、先般、食べログというのが問題になりましたね。これは実は私たちの業界から牽制球投げたのが始まりですけれども、行きもしないお店を批評するのですね。とんでもないことなのです。手口というのは、電話かかってくるのです。うちはみやこ寿司というのですけれども、みやこさんを地域の一番店にする方法がありますからいかがですか。当然、これはかかるのですね。別にそこまでやらなくてもいいですよと。世田谷のお店は、たまたま若い伴さんいないときにかかってきて、多少つっけんどんに断ったのですね。はっきり言って、見せしめなのです。まあひどいのです。トイレは汚いとか、読んでみたらびっくりするようなこと書かれている。それから、笑ってしまうのは、全国調査しました、休みの日に来たことになっているのですね。置いたことのない種、批評されているのですよ。これは違うから、訂正してください、削除してくださいと言つても、お客様、ユーザーの声だからできませんということで、大分これはテレビ、NHKも取り上げてくれまして少し低姿勢になりましたけれども、こういうの、困りますね。行ったお店で、みやこ寿司、おまえのところのすし、まずいぞと言つたら、どうも済みません。たれが薄いじゃないか。申しわけありません。食べた人の批評なら結構ですよ。行きもしない人が、パソコンかなんかで、見えないところで、回ってきたデータ、1回500円だそうですけれども、家庭でやって、行きもしない、ありもしない種、批評されて、とんでもないことなので、このあたりはもう少し法令化していただきたいし、皆さんも、余り信用してはいけないのだなあと思っていただきたいと思います。

それから、こしの正月、御承知のとおり、一本のマグロが1億5,000万という値がつきましたね。この業者は、やめた方の競り人の資格を買いつて自分でやっています。ですから、上がっても結構なのです。マスコミ、みんな取り上げましたね。聞くところのうわさによると、マスコミの人に、いらっしゃいませということで、車代等、渡したかどうかはわかりませんが、いずれにしても、全部取り上げてくれました。これは世界中から物すごい抗議が入っているのですね。日本がそんなマグロを1億5,000万で買うからマグロがいなくなってしまうという論調になりまして、物すごい抗議入っているのですね。実際、マスコミはそういうのを取り上げてくれないので、昨年は5,000万でした。そのとき、ポルシェ一台の値段でマグロを買うからマグロがいなくなるということで、耳に新しいかもしれません、鯨の問題のときに、グリーンピースとかシーシェパードとかありましたね。鯨が一定の成果を上げたもので、今、マグロに来ているのですね。やはり日本というのは海洋立国でありますから、随分、養殖のマグロとか、気をつけて守っているのですね。本当の意味でみんなマグロとつてしまえば、すし屋は、マグロ抜きというのはちょっと考えられませんのでやっているのであります、が、外国から1億5,000万でといったら、どう考えたって、これはもう異様ですよ。それで、その業者のお店の方がいつも一番のマグロを引いて、自分の傘下の店に回しているのだったら立派ですけれども、明らかにコマーシャルなのですよ。そのあたりはもう少しマスコミも正しい報道をしていただきたいなといつも思います。

それから、先般、私たち、鹿児島で大会がありましたけれども、10年に1回の爆発だということで、たまたま城山観光ホテルに8月に下見に行つたとき、百二十何人キャンセルされたそうですね。向こうはこんなのが当たり前ですよと。それから、最近は台風が来ると大変だと、古くはノロウイルスがあつたとか、O157があつたとか、ああいうときに、もう少しマスコミの、興味本位でなくて冷静な対応をしていただきたいなと、そのようにいつも思います。結局、そうするとキャンセルという形で、ではやめようとか。

本当に古いですけれども、O157というのは魚のバイ菌ではないのですね。大誤報なのですよ。マグロの競り場を映して、生危ない、生危ないとやられて、あのとき、一番中央区なり東京都のお金借りに行つたの、笑えない事実ですが、すし屋が一番経営圧迫されましたね。だから、もう少しマスコミのほうでも冷静な対応をしていただきたいなと思います。

それから、若手の育成につきましては、こしの3月の6、7になりますけれども、幕張のメッセでワールドスシカップというのを行いました。これは世界11カ国から20名、外国の方を呼んで、腕を競つていただきました。すごいおもしろいました。でも、その店ではやっている、その地域ではやっているおもしを否定してはいけないのですね。私たちが大事なのは衛生面であります。それと、すし知識海外認証制度というのを立ち上げまして、これは今、

外国回つて、要請があると、正しい知識をお願いしておるところであります。これも衛生面に問題があるのです。世界中、物すごい勢いでおすしはふえております。ところが、そのうちの9割、ここは中国の方いないから言いやすいですけれども、ほとんど中国、韓国の方で、きのうまで中国料理、あるいは韓国料理売っていたのに、看板だけ、すし屋にしてね。売れるのですよ。これは衛生に非常に問題あります。シンガポールで1回目のすし知識海外認証制度をやりまして、向こうの方に、私を含めて講師の方が行って正しい知識を教えて、今それをやっております。恐らくそういうことが正しいし文化が世界に広まるということ、やはり若い人の励みになっていいのではないのかなと。そういうこともやっております。

それと地産地消。北海道だと、例えば北海道でとれる昆布とか、あるいは静岡さんなんて、すし屋のためにあるような県であります、お茶がいい、魚がいい、全部あるのですね。やはりそういうのはあちこちで芽生えております。ただ、残念ながら、データにありますように、個人店の減少というのはついとところでありますけれども、やはり競争でありますし、お客様がいるから商売成り立つので、また反省しなければいけない、あるいは皆さんのお考えで、すし屋しっかりしろと、こういうふうにしなければいけないということがあれば承て全国の仲間に知らしめていきたいと思います。

それからあと、すし屋ってこういうすし券の出しているのですね。これは商品券なのです。本当言うと、千円券、五千円券出したいのですけれども、コピー出るのですよ。これは結構手間かかっているのです。後ろに店の番号、それから、コピーすると色が変わる。これは簡単なのをつくると、中国のほうで平気でつくられますからね。恐らくすごいダメージ。デパートのほうがいろいろやめたのも、結局コピーをとられる。印刷ですから、同じものが出来たら見破られないのですね。こういうことやって、これは非常にインパクトあります。やはりすし屋のお金でありますから。そういうことをやって一生懸命やっているところであります。

少し長くなりましたが、御意見があれば、座長さんのほうからお願いいたします。

○原田分科会長 ありがとうございます。今、御説明いただきましたが、どなたかでも結構ですが、何か御質問、御意見云々ありましたら。

○山縣委員 お叱りも承って、全国の仲間に気合い入れますので、忌憚のない御意見をお願いいたします。

○野々山委員 資料6の4ページの(4)の店舗の形態のところで質問があるのですが、単独店が97.5%と最も多いというのはちょっと私も驚いたのですが、事業高における割合は、全部の事業高で比べたら、個人店と株式会社とどのような割合になるでしょうか。

○山縣委員 ここに出てるとおりであります、先ほど言いましたように、2人か3人でもできる業種なのですね。これが一長一短なのですよ。そのお店が株式会社にしているか、有限会社にしているのか、全く個人かというと、私のところで持っているデータだと、きょう持っていませんし、古いし、わかりません。ここに出てるのを見ればそなあと思いますね。ただ、チェーン店がふえていることは事実ですね。先ほどの、マグロを買ったのもチェーン店ですね。

ついでにお話ししますと、フランスのシラで食のオリンピックってあります、これは純然たるオリンピックなのですよ。それをコマーシャルに使ってはいけないと言って、先ほどの、あえて名前は、営業妨害になるから言いませんけれども、その方は300万円のお金を出してマグロの解体ショーをやって、それをコマーシャルに使ってはいけないというのを平気で使って、出入り禁止なのですよ。私たちのほうは代表が1名、1人分の渡航費は出してくれるのですよ。ついでに、1人ではということで、半分ずつ出して行きましたけれども、それで向こうでおすしのコンテストやっているのですね。その指導に。そういうことはやりました。だから、いろんなことがありますので、一概に個人がいいのか会社がいいのかというのはわかりませんけれども、個人店が多い比率は、さっき言ったように、2人か3人でできるので、一長一短だと思いますね。

○中村委員 参考までに、経済誌に書いてあった数字の話を御紹介しますと、参考資料13にすしの市場規模が出ています。これはお店でやっておられる市場で、これ以外にテイクアウトが結構大きくなっています、それを含めると2兆円弱だと言われています。それで、ほぼ3分の1ずつ、立ちすしのお店、回転すしのお店、それからテイクアウトが占めていると言われています。

○山縣委員 まさに中村さんの御指摘のとおりであります、すしの総量というのは横ばいなのですよ。ただ、言いましたように、居酒屋さんでもおすしを売ったり、テイクアウトのデパートの地下でも売ったり。居酒屋さんでやるのは専門の職人がやってないのがほとんどですね。酢飯を、シャリ玉と言いまして、握りありますよね。それを納める業者がいるのですよ。それから種も、握るばっかりになっているのですね。そうすると、器用な方だったら、家庭の奥さんだったら、ワサビ塗ってぴととやればおすしになってしまふのですね。ホンテン返しがいろいろあるのですが、そういう技術は必要ないのですよ。すし全体の売り上げは物すごいのですよ。人気があるからかもしれませんけれども、その専門店でというと、残念ながら、専門店のほうが苦戦しているのが現状ですね。

○原田分科会長 生ものを扱いますから、一番衛生上の問題が重要な業態だと。

○山縣委員 ついでにお話ししますと、手袋で外国はやると言っていますね。手袋だとシャリはつかないのであります。洗わないで済んでしまうのですよ。我々の仲間内の検査より余程バイ菌くついているのです。すし屋へ行ってみればわかりますけれども、何回も手洗っています。握るたびに手洗わなければ、こういう状態で酢飯さわったら、ごはんくついてしまうがありませんから。見ていればわかりますよ。何回も、嫌というほど手洗わなければいけないのです。

かつ、酢についているのです。冷蔵庫や氷がないとき、私たちのおじいちゃんはまな板を酢でふけと言ったのですよ。日本の調味料ってすごいですよ。酢、ワサビ、しょうゆ、これは天然の食材でありますから防腐剤の役目をしている。西洋の辛子、唐辛子、胡椒、幾らかけたって、殺菌になりませんよ。目が飛び出るのかいいところでありますね。日本のは本当によく考えてあります。

ちょっとお話ししますと、まな板のことをつけ台と言うのです。つけ場。しょうゆづけ、酢づけにしていたからですね。本来、一番痛みやすい食材でありますから、食中毒、一番少ない業種なのですよ。これは先人の教えですね。ワサビ、すごいですね。あのワサビ、納豆でやってみてください。ワサビ、余りにも正直で、何でも殺菌してしまいますので、納豆でやると糸引かなくなりますね。

○原田分科会長 ありがとうございます。何かほかにございますか。

○山本委員 衛生からは若干離れるかもしれません、水産関係の方とお話しする機会がありましたところ、若年層中心に魚の消費量がすごく減っているということを水産庁などでも非常に問題視しておられるというお話を聞きました。水産庁などで、ファストフッシュと言って、骨がないお魚だと小さいお子さんなんかも手を出してくれるので、そういうものの消費を拡大していったらどうかという取り組みをなさっているようですけれども、おっしゃんかはまさにファストフッシュの代表ではないかと思われます。食文化の振興という点からも含めて、できれば省庁横断的な取り組みというのがなされれば大変いいことではないかと。衛生の本筋からは離れてしまいますが、感想でございます。

○原田分科会長 ありがとうございます。

○山縣委員 本当にそのとおりです。ありがとうございます。ちなみに、世界でおすしが、日本食と言ったほうがいいかもしれません、広まったのは健康にいいからなのですね。日本人を研究すればするほど、魚食なのですよ。世界中で今、物すごい勢いで広まっています。肉も大事ですよ。肉の方もいらっしゃるかもしれません。でも、肉ばかり食べていると問題があるのかなあと。これはデータから。

日本人が一ころ過労だと言われながら、今日本、世界一ですね。長寿国。これはやはり魚食なのですね。でありますから、すし屋もそういう人気におぼれることなく、もっと皆さんに喜んでいただけるように、今はやっているお店ってかなり料理ものを取り入れていますね。手をかけなければだめですね。一ころ、切れば売れるもので、面倒くさいもので、これはよくないです。結局、それがやはりよくなかった。もう一回原点に戻って手をかけよう。づけのマグロなんて人気ありますからね。しょうゆづけにして、おいしいですよね。そういう努力をもう一回。そうそう先いく必要ないのではないかなど。そんなふうに思っております。

○原田分科会長 ありがとうございます。そろそろ時間ですが、お一人か二人ぐらいで。

○後藤委員 従業員の健康診断の項目が理容、美容業界のところにはあったのですが、こちらには載っていないということで、それはどういう状況なのかということを1つお聞きしたいということと、それから、先ほど手を何回も洗っているとか、酢につけてるとかいうお話がありましたが、そういうことについて、全く知識がありませんので、指針とか決まりとか何かあるのかということについてお聞きしたいのですが。

○山縣委員 例えば従業員に、お手すり握るとき以外は手洗いは当たり前ですよね。ただ、消毒を使うのも若干問題あるのですよ。素手で握る仕事ですから、強い消毒やった場合、におい移りますね。昔よくの方がすし板前にはいないうことは、化粧するのですよ。そのときのにおいがついてしまうのですね。これはちょっと問題あります。だから、とにかく酢で洗うということですね。手酢といいまして、握るときに私たちは酢ついているのですよ。それは、まさにおじいちゃん、水でまな板、最初ふいてはいけないと。お手すり酢飯が乗るからと言って。でも、理になつてました。木のまな板は必ず、終わるとお湯かけて消毒していました。ただ、今、保健所のほうの指導では、なるべく木のまな板を使うなどということで、ゴムのまな板とかプラスチックというふうになっていますけれども、でも、一番最初、酢でふくのですよ。で、握るとき、酢つけるのですよ。また、酢は表面の温度下げますからね。手、熱あると、風邪引いているときにおにぎりつくると、ごはんいっぱいいくつはずです。熱ありますから。酢は温度下げる。

そういうのは別に指針にしなくても、そういうお手すり握れませんし、それが徒弟制度のいいところで、やはりたたき込まれる。何度も繰り返して。第一、とにかく手洗わなければ、やってみればすぐわかりますけれども、すし握れないです。それから、魚の知識も、何度も、このような衛生ということは大事だということで、繰り返し繰り返しやりますね。だから、そういうものは例えば文章化したり、今、マニュアルという言葉がはやっていますけれども、マニュアル、どうせいこうせいというの、私たちにはしなくても当たり前というか、常識でやらなければいけない。また、食中毒出せばその店の大変なマイナスになりますから、気をつけてやらなければいけないと思っております。

○後藤委員 健康診断の状況というのはどんな。

○山縣委員 そのお佔に仕せてあります。

○依田課長 先ほどのデータの件ですけれども、これは毎年やっている調査の年が違いまして、恐らく項目あると思うのですが、きょうの資料がサマリ一でございますので、詳細なほうに入っているかと。またお届けさせていただきたいと思いますので、よろしくお願ひいたします。

○原田分科会長 あとお一人でよろしくお願ひします。

○西尾委員 世界遺産に登録されるきっかけになられたということで、確かにおすしというのは、旬、あるいは地産地消というようなことを工夫されていて、自然の恵みを感じて、そういう意味で、食育という意味においても非常に重要なものだと思いますので、ぜひともそういういい日本の伝統を、あるいは日本人が持っている大切なそういう食に対する思いであるとか、工夫であるとか、づけもそうですね。衛生面、いろんなことを考えて、大切に食べるということを伝えるような文化を担っていただきたいと思うのですね。

一方で、いろんな業種の方々が参入されているという意味で、業界、組合としてもいろいろ把握するのが大変かと思いますが、消費者側からすれば、おすしはおすし屋さんで、どなたがというのはよくわからないわけですね。そういう意味で、例えば回転すし、これもまた新しい食文化で、そういう我々も気軽におすしが食べられるようになりましたし、そういう意味で一定の役割を果たしているとは思うのですが、ちょっと気になるのは食品廃棄物。

要は、今までのおすしというのは工夫をして、なるべくきちんと全部いただこうと、自然の恵みの中でいただこうということをしてきましたけれども、一方で、回転すしのような形でいろいろ出てきてしまうと、恐らくファストフードでしょうから、随分たくさんの食品廃棄物が出るかと思うのですね。データとしても、ごみの減量化、リサイクルの実施状況と書いてありますが、ごみの分別は書いてあっても、減量化についてのデータは全然とられていない、これからいろいろな食の問題その他の中で、あるいはごみの問題、それから教育の問題を考えたときに、一方でそういう、せっかくそういうおすしでという素材であるからこそ、ごみの減量というようなところに対してもぜひとも、形態が変わったとはいえ、いろいろと配慮していただきたいなど。それから、大変でしょうけれども、いろんな方がおられるので、ぜひとも組合の方々がきちんと指導されるなり握って、世界のそういうおすし文化をリードするような取り組みをしていただけたらなと思います。

以上です。

○山縣委員 ありがとうございます。そういう意味で、組合というのはまさに一つの組織でありステータスだなあと思うのですね。組合に入るということは、例えば、あいつ、やくざ者でどうしようもねえとかいったら、まず入れませんね。組合に入っているということは、1つクリアーしていることがあります。

それとあと、我々はいろんな価格があつていいと思っているのです。御徒町の話をしますと、魚介類、どんどんまけますね。損していると思いますか。築地の場外でまるといつたら、いいとこ5%ですよ。プロが集まるから。余り言うと隣へ行ってくれと言われますよ。やはり高品質でありいいものというのはそれなりの値段があるということも消費者の皆さんには御理解していただきたいと思いますね。あんなに安くやっていて、必ず利益出していますからね。それだけはお願いしたいと思います。

○原田分科会長 ありがとうございます。まだまだ御意見もあるかもしれません、少し時間もオーバーしていますので、大変恐縮ですが、おすしの食文化をきちんと残していただくというと、安物に全部が食われてしまうというのは絶対まずいことだと思いますので、中道としてきちんと残れるような体制をやはり考えていかなければいけないだろうと思います。

○山縣委員 私たちも反省しなければいけないところ、随分あるのです。

○原田分科会長 ありがとうございます。いろいろと御議論いただきまして大変ありがとうございました。理容業、美容業、飲食業のおすしにつきまして、本日いただきましたさまざまな論議を踏まえて、事務局と私のほうで検討した上で、振興指針の原案にそれを盛り込んでいきたいと思っていますが、どうか事務局のほうで振興指針の原案の作成をお願いしていきたいと思っています。

最後に、事務局から何か連絡事項等ございましたらよろしくお願ひします。

○依田課長 長時間にわたり、時間も超過いたしまして、本当にありがとうございました。本日、活発な御議論いただきまして、厳しい状況でございますけれども、各業種、衛生水準をやはり一番根幹としながら、また各業種の持ち味、魅力をさらに伸ばしていく、発展させていくということで、各理事長さんからのプレゼンテーション、またそれに引き続いて貴重な御意見をいただきまして、ありがとうございました。私どもとしてもこれを踏まえて、元気の出していくような指針の原案をつくってまいりたいと思います。

限られた時間でございましたので、追加のコメント等ございましたら、事務局のほうにメールなりファックスでお寄せいただきたいと思います。

また、本日の議事録につきましては、原案ができた段階で各委員に御確認いただいた後、厚生労働省のホームページで公開させていただきたいということでございますので、あわせてよろしくお願ひいたします。

次回でございますけれども、11月7日になりますが、クリーニング業、興行場営業について御審議いただく予定でございます。またどうぞよろしくお願ひいたします。本日はどうもありがとうございました。

○原田分科会長 それでは、以上をもちまして、第20回の「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ます。本日は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.