

## 2013年11月7日 第21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11月7日(木)17:00～19:00

○場所 厚生労働省 専用第14会議室(22階)

○出席者

相澤 好治（北里大学医学部名誉教授）  
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 巻則（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）  
武井 寿（早稲田大学商学学術院教授）  
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 チツル（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）  
原田 一郎（東海大学教養学部教授）  
三苫 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）  
山田 秀昭（全国社会福祉協議会常務理事）  
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）  
大蔵 満彦（全国興行生活衛生同業組合連合会会長）

○議題

- (1) クリーニング業、興行場営業の経営実態について
- (2) その他

○議事

○山内課長補佐 定刻になりましたので、ただいまから第21回「厚生科学審議会生活衛生適正化分科会」を開催させていただきます。

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

委員の出欠についてでございますが、市川委員、遠藤委員、佐竹委員、野々山委員、林委員、山縣委員、山根委員から欠席される旨の御連絡をいただいております。また、武井委員からは遅れる旨の御連絡をいただいております。

委員総数23名中13名の委員の先生方に御出席いただき、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ますことを御報告いたします。

それでは、開催に当たり、佐藤健康局長より御挨拶を申し上げます。よろしくお願いいたします。

○佐藤健康局長 厚生労働省健康局長の佐藤敏信と申します。

7月2日付で前任の矢島を引き継いでこの職にございますが、先生方に御挨拶をする機会が延び延びになっておりまして、大変失礼いたしました。どうかよろしくお願いいたします。

本日は第21回の「生活衛生適正化分科会」を開催いたしましたところ、お忙しいところお集まりいただきまして、本当にありがとうございます。また、生活衛生関係の営業行政につきまして平素よりお力添えを賜っているということで、この場をかりて厚く御礼を申し上げる次第でございます。

私が申し上げるまでもございませんけれども、この分科会におきましては、先日、理容業、美容業、飲食店営業(すし店)の指針につきまして御審議をいただいたと聞いております。たまたま公務が入りまして出席できませんで、そのときにも挨拶ができなかったのですが、大変申しわけございませんでした。

きょうは、そういう中でクリーニング業と興行場の営業ということで振興指針について御議論いただくことになっておりますと承知しております。振興指針は今後の各業種の振興目標、あるいはそれを達成するための手段等について御議論いただく大変重要なものと承知しております。限られた時間ではございますが、お集まりいただきました委員の皆様にも多方面にわたる知識と御経験とを生かしていただきまして、活発な御議論をいただきますようお願いいたします。簡単ではございますが、挨拶にかえさせていただきます。どうかよろしくお願いいたします。

○山内課長補佐 それでは、議事に入ります前に、本日、興行場営業について御審議いただきます関係で、全国興行生活衛生同業組合連合会の大蔵会長に意見聴取人として御出席いただいておりますので、御紹介をさせていただきます。

○大蔵意見聴取人 大蔵でございます。よろしくお願いいたします。

○山内課長補佐 それでは、お手元の資料の確認をさせていただきます。議事次第、委員名簿、座席表、配付資料一覧のほか、

資料1 平成22年度生活衛生関係営業経営実態調査報告(クリーニング業)(抄)

資料2 平成23年度生活衛生関係営業経営実態調査報告(興行場営業)(抄)

資料3 小池委員提出資料

参考資料1 クリーニング業の実態と経営改善の方策

参考資料2 クリーニング業の振興指針(現行)

参考資料3 クリーニング業参考資料

参考資料4 興行場営業の実態と経営改善の方策

参考資料5 興行場営業の振興指針(現行)

参考資料6 興行場営業参考資料

## 参考資料7 補足資料

資料及び参考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、原田分科会長にお願いしたいと思います。よろしくお願いたします。

○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、大変恐縮でございます。ありがとうございます。前回に引き続きまして議事進行のお手伝いをさせていただきますので、よろしくお願い申し上げます。

先ほども御説明にございましたように、本年度は理容業、美容業、クリーニング業、興行場営業、そして、飲食店営業（すし店）の5業種の振興指針に関しまして審議いただくことが本分科会に課せられてございますが、そのうち前回、理容業、美容業、飲食店営業（すし店）に関しましては審議をさせていただいておりますので、本日はクリーニング業と興行場営業に関しまして御審議を賜りたいと思います。

それでは、まず、クリーニング業に関しまして審議に入りたいと思いますが、関連して初めに事務局からクリーニング業の経営実態等に関する説明をさせていただきたいと思っておりますので、どうぞよろしくお願い申し上げます。

○山内課長補佐 それでは、御説明いたします。まず、クリーニング関係の資料につきましては、資料1、参考資料1～3になりますので、お手元に御用意をいただければと思います。

まず、資料1「平成22年度生活衛生関係営業経営実態調査報告（クリーニング業）（抄）」に基づきまして、実態についての御説明を申し上げたいと思います。

3ページ、経営主体につきましては（1）ですが、「個人経営」が72.3%と大きな割合を占めているという状況でございます。

また「（2）専業・兼業の別」につきましては「専業」が92.9%、ほとんどが専業でやられているという状況でございます。

4ページ、「（4）立地条件」ですが、立地条件別に構成割合を見ますと、「住宅地区」が53.6%、次いで「商業地区」が31.3%という割合で比較的多いというところが出てございます。

「（5）経営者の年齢」につきましては、総数全体で見ますと「60歳以上」が7割以上を占めているという状況でございます。

8ページ「（8）今後の経営方針」ですが、今後の経営方針につきまして調査をいたしますと、「接客サービスの充実」が28.6%と最も多いという状況でございます。また、次に多いのが「価格の見直し」「広告・宣伝の強化」「専門店化・高級店化」といったものが大きい割合で示されてございます。

9ページ「3 従業者に関する事項」ですが、「（1）従業者数」につきましては、1施設当たりの平均の従業者数は6.4人という数字が出てございます。雇用形態別の従業者数の構成割合を見ますと、「臨時雇用者」が48.2%と半数近い割合の数字が出ているという状況でございます。

11ページ「4 土地・建物及び設備等に関する事項」でございます。

「（1）土地・建物の所有状況」ですが、「土地・建物とも自己所有」が割合としては一番高く、63.1%という数字が出てございます。

「（2）保有している設備の状況」ですが、こちらでは「包装機」は82.3%、「換気設備」は78.0%と大変高い割合で所有しているということが数字としてあらわれてございます。

13ページ「6 設備投資等に関する事項」でございます。「（1）過去3年間の設備投資実績」ですが、設備投資をしている主な理由といたしましては「設備の老朽化」、これが80.7%と大半を占めているという状況でございます。

14ページ「（4）向こう3年間の設備投資理由」ですが、こちらでも主な理由といたしましては、「設備の老朽」という理由が60.8%とやはり高い割合を示しているという状況でございます。

15ページ「（2）リサイクルの取り組み状況」ですが、こちらにつきましては取り組みをしているという回答を得たものが64.6%と3分の2ぐらいが何らかの取り組みを行っている。その具体的な内容を見ますと、「針金ハンガーの回収」が75.2%、「ハンガーのデポジットシステム」を導入しているものが38.9%と高い割合のものが出てございます。

「8 サービス関係の項目」ですが、トラブルの有無につきましては、79.7%は「トラブルなし」と回答をしてございます。

16ページ「（3）サービス内容」、顧客に対する各種サービスをどのようなものを行っているかということについて調べますと、「仕上加工（はっ水加工等）」が選択できるサービスが38.3%、次いで「割引券の配布やサービスデー等の価格サービス」が36.9%、「クリーニング後に保管するサービス」が33.1%と3～4割を占める回答が得られてございます。

17ページ「地域との共生状況」ですが、何らかの地域との共生ということで行われているものにつきましては、「商工会議所・商工会又は商店街組合に参加している」という回答があったものが30.9%、「祭りやイベント等商店街の共同事業に参加している」という回答が27.4%と3割前後の御回答がとれてございます。

18ページ、取次所に限った形での調査ですが、経営主体といたしましては「株式会社」が経営主体となっているものが43.2%、次いで「有限会社」が30.3%、「個人経営」が24.8%という割合になってございます。

「2 専業・兼業の別」で見ますと、「専業」が高い割合で88.1%という数字が出てございますが、一般クリーニング所と比較すると、やや「兼業」の割合が多くなっているという状況でございます。

また、前回、委員の先生から御質問がありました健康診断につきましては、こちらはデータが入ってございませんので、参考資料7をごらんください。こちらのほうに前回データとして入ってございませんでした「すし店の健康診断の実施状況」、今、御説明を申し上げております「クリーニング店の健康診断の実施状況」についてまとめた資料を御提示させていただいておりますので、ごらんいただければと思います。

委員の先生から前回調査から数字が減少しているのではないかと、その理由について御質問があったところですが、これにつきましては、まず有効のサンプル数が前回調査と今回の調査を比較いたしますと、例えばクリーニングですと、前回調査の全体のサンプル数といたしましては309という数字を得てございます。ただ、今回の調査では有効の回答いただいたサンプル数としては36と大変サンプル数が少なくなっており、その関係でぶれが生じていることが考えられます。

また、調査のやり方といたしまして、前回実態調査の実施のときには生活衛生同業組合の組合員を対象としていたということでございますが、今回の調査は全国の営業所からの抽出という形で調査対象も変更があったということで、そういったことが原因として数字が小さくなるという形になったのではないかと考えられます。

いずれにしても、健康診断の実施が減少しているということにつきましては、業界等にも実態をお聞きして、今後、対応していきたいと考えてございます。

続きまして、参考資料1「クリーニング業の実態と経営改善の方策」についてごらんいただければと思います。

57ページ、こちらの資料は実態調査のデータに基づきまして中小企業診断士の方に御提言いただいたものをまとめたものでございます。今、御紹介いたしました57ページから経営改善の具体的な方策ということでまとめられた部分でございます。こちらでは「経営方針の明確化」について方策が述べられていたり、あるいは59ページで「サービスの見直しと向上」ということについて触れられてございます。また、61ページでは「パソコン・インターネットを利用した顧客の開拓」といったことについても触れられてございます。また、こちらのほうも御参考にさせていただければと思っております。

続きまして、参考資料3をごらんいただきたいと思います。「クリーニング業参考資料」と表紙のついたものでございますが、実態調査以外に各種の統計からデータを引っ張ってきたものでございます。

1～2ページ、こちらにクリーニング所数の推移と1世帯当たりの年間の支出額の推移についてのデータを載せてございます。

4～5ページにつきましては、全国クリーニング生活衛生同業組合連合会の中央青年部が調査を行ったものについて、女性と対象としたクリーニングサービスに関する利用者の調査を抜粋して載せてございます。

5ページでは20代、30代と若い方を対象として、クリーニングサービスについての利用者の調査ということでデータを載せてございますので、こちらのほうも御参考にいただければと思います。

事務局からの説明は以上でございます。

○原田分科会長 ありがとうございます。

ただいま事務局から説明をしていただきましたが、それに関連しまして小池委員から資料3としてクリーニング業についての参考資料を御提出いただいておりますので、それに基づいてクリーニング業の現状とか課題、取り組みの状況等に関しまして、御説明をいただければありがたいと思います。よろしくお願いたします。

○小池委員 全国クリーニング生活衛生同業組合連合会の小池でございます。本日は大変お世話になります。よろしくお願い申し上げます。

ただいま御説明にありまして、資料3を参考に御説明させていただきたいと考えております。

実は私ども建築基準法の問題等がございまして、安全・安心ということをきちんとやっているのかどうかというガイドブックを作成させていただき、このガイドブックにのっとり全国を回り、説明させていただいているところでございます。本年の重点の項目といたしまして、この安全・安心対策を持って全国を回らせていただいておりますけれども、その前にクリーニングの現状を多少、説明させていただきたいと考えております。

今の御説明にありましたとおり、クリーニングの事業者数は大変減少しております。また、利用していただいている数も先ほどの棒グラフにありまして、減ってきております。それに伴いまして組合員の数も減少してきている形でございます。

後継者の確保という問題も、また、全業種にわたる競争力という点、また、組合員に比べて、個人経営の事業者は、組合員に比べて、労働環境が

後継者がいないという問題、それから、今まではのれん制度と言いまして、どこかのクリーニング屋さんにお勤めになっていただいた方々が新規にお店を開くという、のれん分けの形でもってクリーニング店を開所していたのですけれども、それもほとんどなくなっているという現状でございます。総数として、クリーニング店がかなりの数で少なくなってきました。

また、大手といえますが、大規模なクリーニング店も全国的にふえておりまして、そういうところが機械化し、大量処理によりコストを抑えた形でクリーニング業、取次所等のクリーニング業をやっているところがだんだんふえております。いわゆる大量に安くクリーニングするところがだんだんふえておりまして、そういったところに需要が奪われているという現象もございます。ただ、我々はサービス業でございますので、どういったお客様にサービスを提供するか、どういったお客様に満足を与えるかというサービス業ではあるのですが、顔の見えない最低限のサービスで済ませる、コストが安ければいいという、そういったクリーニング店にだんだんと需要を取られていくという実態がございます。

そういったところが安くクリーニングをしていますので、一般の手間をかけてやっているクリーニング店もだんだんと料金を値上げできないという状況になっておりまして、クリーニング店の収入がだんだん減っているという状況でございます。

それに加えまして、昨今では生活形態の変化等、お出しいただいている以外にも変化があらわれている状況でございます。特に顕著にあらわれているのが女性物の衣類が減っているというのが大きな現状でございます。これは御承知のとおり、ファストファッションというのですか、そういった衣類がどんどんふえておりますので、家庭の洗濯機で洗える衣類がふえています。それから、クールビズ等による衣類の簡略化等によって家庭で洗える衣類がどんどんふえているので、そういった形でクリーニングに出す衣類が減っているという現状がございます。

それから、さらに出すものが変わっている部分では、昔はいただけなかったのですけれども、衣類ではなくて布団ですとかカーテン、そういったものを逆にお出しいただけるような生活の変化も表れているのかなと考えております。

そういった生活の変化、先ほどクリーニング店で60代以上の方々が70%以上を占めているというお話もありましたけれども、組合に対する意識の変化も昨今はあるかなと思います。皆様方が御承知のとおり、昨今、町内会ですとかその町に対する住民の捉え方が変わってきている、そんな捉え方の違いがだんだんと組合に対する変化に近いものがそういった変化にもなってきているのではないかと。組合なり、この業界なりに参加して盛り上げるという意識がだんだんと薄れてきているという感じが大変しているところがございます。

また、現在、外国からの衣類ですとか日本製の衣類、例えば中国でつくっている衣類もそうなのですが、どんどん外国に輸出しているという現状から、皆様、御承知のとおり、衣類には必ず洗い方のタグがついておりますが、このタグが日本と欧米諸国では若干違っているということで、そのラベルを統一するという動きがございます。そのラベルをISOの基準にJISの規格から変えるという動きがございます。

今までJISは家庭用品質表示で、我々洗濯業とは関係なかった表示でしたけれども、それが洗濯業にもかかわりある表示に変わるということで、平成16年ぐらいからそういった形で進んでいます。その辺でクリーニング業界にとってプラスになるのか、また、アパレル業界にとってプラスになるのか、その辺の仕分けがなかなかきっちりできないところがあって、進めているという部分がございます。その辺のJIS、ISOの規格をやっている最中でございます。

そのような形でクリーニング業界を取り巻く環境が大変厳しいものがございます。先ほど言いましたとおり、こしは安全・安心対策ガイド、要するに、お客様、近隣住民、地球環境、従業員にとって安全で安心してお出しいただけるクリーニング業ということを全国を回って説明させていただきまともに同時に、この業界を現状からさらにもっと我々自身で何とかお客様方に御満足いただける業界に持っていくということ、全国を回らせていただきたながら説明させていただいて、この業界を何とか盛り上げていこうと考えている次第でございます。

生活に我々の業界は欠かせないクリーニング業でございます。特に日本人は欧米の皆様方から比べても大変きれいな人種だろうと考えさせていただいているところでございます。さらに加えて我々は衛生をお客様に届けていきたいと考えてございます。そして、衣類というのはファッションでございますので、そのファッションにいかにか大事にして皆様方にお預かりした衣類をお届けするかということを考えて業をなしているのですけれども、もっと皆様方に満足のいただけるサービスを、そして、皆様方から信頼できる業界に持っていくという形でやっているところでございます。

また、私どもの全国クリーニング生活衛生同業組合連合会、そして、それぞれ47都道府県の組合がなくなれば、この業界自体が成り立たなくなるといって日夜、頑張っているところでございます。

こんな形で現在進めさせていただいているところでございますし、資料のほうにございましたとおり、クリーニングギフト券をつくらせていただきました。この間、エコポイントの交換がございましたけれども、そのときには7,000万円のギフト券の需要がございましたし、そんな形でギフト券もつくらせてやらせていただいているところでございます。

そして、今月の15～17日の間でございますけれども、毎年、大阪と東京で交代に行っているのですが、機械の展示会、洗剤ですとかそういったクリーニング関連資材の展示会を行っているところでございます。

3ページ、文化放送さんと一緒に1都6県でクリーンライフ協会を主体として、みのりの箱募金ということもやっているところでして、先月にはそういった関係のところに浄財を渡したところでございます。

こんな形でクリーニング業界は頑張ってやらせていただきますので、どうかよろしくお願いいたします。

ありがとうございます。

○原田分科会長 ありがとうございます。

どなたからでも結構でございますので、何か御質問、御意見あるいは激励でもよろしいと思うのですけれども、一言いただけますでしょうか。よろしく願います。

○三村委員 御説明ありがとうございます。

実は、私は近くの商店街で長年やっていらっしゃるところをずっと使い続けておりまして、結果として周辺にいろいろとチェーン店がいっぱい出てくるのですけれども、それは泡のように消えていく。そのお店だけはしっかりやっていらっしゃいます。やはりああいうお店がなくなると、本当に消費者として困る。なぜいいのかというと、何よりも丁寧だし、技術をお持ちなのです。それがとてもよくわかります。

ただ、ちょっと惜しいのは、技術がとても大事ということですが、クリーニングの方の技術というのは一体、どういふものなのかということをもう少ししっかりと打ち出されたいのではないかと。もちろん、どちらかというと、絹ものとかカシミアとかいいものは必ず持つて行くのですけれども、とてもいいお店だと思いつつも、その技術というものを常に組合の中で評価しながら、それを磨くという枠組みをお出しになったらいいのではないかと感じる感じが一つあります。それでぜひ頑張っていたきたいということが一つです。

もう一つ、これは質問なのですが、設備が老朽化されている、心配なのは住宅地の中ですから、恐らくいろいろな排水の問題、環境の問題、騒音の問題とかいろいろな問題を抱え込まれる可能性があると思うのですけれども、それに対してどういった形で組合のほうで考えていらっしゃるのか。できるだけそこで、その場で頑張っていたきたいと思っているのですけれども、そういう問題が表面化しているのか、していないのか。

それから、先ほどのクリーニング業の現状のところであるのですけれども、各種環境規制の強化とか建築基準法第48条の適合化が脅威とされているのですが、具体的にはどういう脅威で、それに対してどういう対応策を今、お持ちなのかということについて、これは質問です。

○原田分科会長 よろしく願います。

○小池委員 ありがとうございます。

特に私ども技術屋はどうしてもPRが下手でございまして、今の時代は技術があるとお出しいただけるのではなくて、PRを大事にしていかなければだめだという形で進めている最中でございます。本当にありがとうございます。

それから、ただいま御質問のございました水の部分、排気の部分ですとかそういった部分ですけれども、それを先ほど言いましたように、組合に入っているクリーニング屋さんには御説明させていただいております。一応、規制がございまして、例えば排水ですとかそういったものに関しては、各それぞれの県なり市なりの方々がいらっしゃいまして、排水に関しては定期的に検査されています。例えば下水なら下水に流す基準以下の濃度の水を排出させていたでいてるところでございまして、そういった部分では基準を守っているというのが現状でございます。

先ほど御指摘のありました建築基準法ですけれども、御承知のようにドライクリーニングは石油系の溶剤を使っているところが多々ございまして、その石油系の溶剤は当然、揮発性、可燃性がございまして、例えば静電気が一番火災になる危険性が多いのですけれども、そのためにソープを添加させていただき、石油から静電気等が発生しない処理して、火災等を防ぐという形で進めさせていただいております。

また、機械そのものにも、もしも異常な温度になるとか、そういった場合には窒素なり何なりを入れて酸素を遮断するとか、そういった設備がございまして、そういった形で火災等を防ぐようにさせていただいております。

ですので、そういった規制も保健所等が視察に回ったりしてチェックしていただいておりますので、火災等を出さないように、そして、我々もチェックする機械を用意させていただき、その機械で溶剤中のソープの濃度が適正かどうか毎日試験をして、必ず記録に残すような形で指導させていただいております。そのような形で安全に業を行うように指導させていただいているところでございます。

そんな形で安全対策はやらせていただいているということになります。

○原田分科会長 よろしくございますでしょうか。

かなり重要な問題なのですけれども、きちんと対応していただくことが大事なので、規制が業界の首を切るようなことに逆に作用してしまつてはいけ  
ないことだろうと思うので、なかなか難しい問題ですが、ものためにも安全性、その他に万全を期していただいて、対応していただくことがすごく大事な  
ことだろう。ぜひともよろしくお願いしたいと思います。

先ほど私のほうで安全・安心対策ガイドをいただいたのでも、なかなかわかりやすく、しかも、きちんとクリーニング業界が先ほどあった環境  
関係のところに關しまして、どういう活動をするということがきちんとあつておられますので、これをもっと幅広く広報活動でお使いになられて、情報発  
信されることがすごく大事なのではないかと思います。せっかくおつくりになられたのですから、これをもっと本格的に御利用になられたらいいのではな  
いかなと思いますので、逆によりしくお願いしたいと思います。

○小池委員 ありがとうございます。

○原田分科会長 ほかに何かございますでしょうか。

山田委員、どうぞ。

○山田委員 今、御発表いただいた資料の中にもあるのですけれども、地域の弱者支援等ということもありまして、とりわけ今、地域の中では大規模  
団地の高齢化の問題とか、あるいは市街地に商店がなくなってきて郊外型に移行していくとかいうことで、ここにもあるように買い物難民ということ  
が地域社会の中で大きな課題になっています。

そういう中でクリーニングの集配あるいは宅配が実施されていると思うのですけれども、そういう取り組みを進めることによって高齢者支援、あるいは  
子育て家庭の支援ということにもつながっていくと思いますので、ぜひ大型の店舗ということよりは地域に密着した顔の見える店舗がそういう形で  
取り組みを進めていくことが、これからの地域社会の再構築という意味でも非常に大事なことでないかと思っています。そういった取り組みを進めていた  
だくことが大事ではないかと思っていますので、よろしくお願い申し上げます。

○原田分科会長 小池委員、どうぞ。

○小池委員 ありがとうございます。

9月29日がクリーニングの日でございます、PR活動といたしまして、各それぞれのお年寄りの家庭にサービスで例えば毛布ですとか、そういったも  
のの無料のボランティアサービスを行っているところがありまして、大変好評を博しているところでございます。ただいまの御意見の参考にさせていた  
だきまして、さらにそういった形で進めていきたいと考えています。

ありがとうございます。

○原田分科会長 ほかにいかががでいらっしゃいますか。

中村委員、どうぞ。

○中村委員 現状の話を少しさせていただいて、少し提案みたいな話もさせていただきたいと思ひます。

私が調べた限りでは、クリーニングの市場規模はピークの時期が90年代の初めぐらいで、8,200億円ぐらい。現状は、4,000億円です。これは一つに  
は、先ほどデータで出ていました参考資料、1世帯当たりの支出がピーク時の半分ぐらいだと思うのです。平成4年がたしかピークで今は7,370円ぐら  
い。ただ、平成23年より24年が上がついて、これがどのような展開になっていくか注目しています。

そしてクリーニングの事業所の数が減少しています。衛生統計でとられているものと、事業所統計でとられているものでかなり乖離があつて、参考資  
料1のほうに7万ちよつとという数字が出ています。それから、先ほどの参考資料だと、12万ちよつとという数字が出ています。いずれにしても減つてき  
ています。そこでどういふことを考えていったらいいか。

先ほど山田委員から話があつたように、1つは、価格競争だけではなくていろいろなサービスを提供していくことが必要です。宅配の話がありました  
が、保管もあるでしょう、いろいろなサービスをやるという動きが出てきています。そういうものをニーズに合わせて広げていくことが要るのかなと思ひ  
ます。そのときに先ほど小池委員からも話がありましたように、いろいろなものがクリーニングの対象になりつつあるという点も見えていったらいいので  
はないかと思ひます。

そこで一つ、10月に札幌でクリーニング大会があつたときに話題になっていた賠償基準を見直してはどうでしょうか。昭和54年に制定されて、かなり  
時間もたつていふことがあつて、最近のクリーニングの対象になっているものが定められていないケースも結構あるような話も出ていました。そういうク  
リーニングの対象を広げていくという意味でも一度、見直していくとか、そんなことも取り組んでみたらいいのではないかと思ひます。

以上です。

○原田分科会長 ありがとうございます。

ほかに何かございますでしょうか。

三苦委員、どうぞ。

○三苦委員 本当に忙しい私たちにとっては、クリーニング店はクリーニング店様々なのですが、これだけ客数の減少は材質的に家庭で洗える服が  
ふえたのが第一の原因なのではないか。それとも経済的なものが今、押し寄せているのかなという気もしますが、統計的にはそういうところまでは、お  
調べではないですか。

○小池委員 感じとしてですけれども、家庭で洗えるもの、そして、家庭で今まで洗えなかったものが洗える洗濯機、洗剤、そういったものが表れてい  
るという形です。洗濯機並びに家庭用洗剤が一番のライバルではないかと思ひます。

○三苦委員 もう一つ、今、取次店が各地区にいっぱいできてきていますね。その点で高齢者だとかひとり暮らしの老人は近くにそういう取次店ができ  
てよかったという反面、たくさんものがそこに入るわけではないから、段差がかなりあるところが県内のいろいろなところで見受けられます。だから、  
もう既に高齢社会ですので、そういう意味を込めて、ちよつとだけでも全国的に少し段差解消だとか、ちよつとしたスロープをつけるような御指導とい  
うか、みんなで取り組むということは不可能でしょうか。

○小池委員 それは取り組まれているところも聞いておりますので、不可能ではないと思ひます。

○三苦委員 14ページでまだまだ高齢者等に配慮した設備の有無の割合がちよつと少ないのかなという気がしますので、ぜひよかつたら、そのように  
弱者のためにしていただければと思ひました。

最後に1つ、ハンガーの回収は我々、環境を守る者にとっては回収していただくほうがとても助かりますし、まだまだそれが表示されていなかったら、  
燃えるごみに出している方もたくさんいるわけですね。だから、そういうリサイクルのほうでぜひ取り組んでいただければ、コストダウンにもつながるの  
ではないかと思ひますので、御努力をお願いしたいと思います。

○原田分科会長 あとお一人ぐらい、もしもいらっしゃればと思うのですが、いかががでいらっしゃいますか。

西尾委員、どうぞ。

○西尾委員 勉強不足なので、稚拙な質問かもしれませんが、クリーニング技術というのが非常に重要だと思ひます。しかし、高齢化が進んでいて廃  
業をなさる方々がおられるという中で、クリーニング技術はどういう形で傳承されているのでしょうか。

特に今後、例えばクリーニングの範囲がいわゆる衣類だけでなく、市場機会を増やす意味でも、その他の商品サービスに拡大されるようになると、新  
しい技術や関連する環境規制などを学んでいかないといけないということが起こってくると思うのです。

そのようなことも含めて業界全体としてどのように技術の更新や新しいものを学ぶ機会を設けているのでしょうか。業界全体の技術力の底上げ、あ  
るいは統一化ということについてどのように取り組まれているのか教えていただけますでしょうか。

○小池委員 私どもは組合で組合のニュースを出させていただいて、新しい情報を流させていただいております。それから、技術専門の組合誌もござ  
いまして、そちらのほうでもこんな繊維のものが出ましたとか、こんな衣類のものがこんな仕上げのものが出ますとか、そういった情報は流させていた  
だいております。

それと同時にアパレルさんのお付き合いもさせていただいて、そのアパレルさんからこんな素材が新しく出ますとか、そういった情報もいただいて、  
そんなことを組合の方に流させていただいたりしております。

それから、講習会、講演会等をそれぞれの地域で行わせていただいて、技術のことを教えさせていただいております。今、流行っているのはDVDな  
どをつくらせていただいて、そのDVDを各それぞれの割と小さい人数の集まったところで見させていただいて、技術なり何なりを伝えていくとか、そういった  
形でやらせていただいております。

今までは割と新しい技術よりも決まった衣類、決まった洗浄の方法、決まった仕上げの方法でどちらかというと、口頭で伝えることが多かったのです  
けれども、最近はいろいろな形で衣類等も複雑、多種多様にわたっておりますので、そういった形に対応させていただいているところでございます。

○原田分科会長 ありがとうございます。

口から入る以外の衛生の問題というのは、やはりクリーニングには物すごく大きな要素が入っているだろうと思ひますので、ぜひともよろしくお願いし  
たいと思ひます。サービスを拡大するということは、その裏づけとして技術がなければいけませんし、人材がいなければいけない、それから、制度がで  
き上がっていないければ単なる口先のサービスの拡大になりますので、ぜひともその辺のところを充実させていただいて、期待しておりますので、よろしく  
お願いしたいと思います。

それでは、時間もございますので、クリーニング業界に関しましては一段落させていただきます、次の興行場営業に関しまして審議に入っていきたいと思います。

これに関連しまして、初めに事務局から興行場営業の経営実態に関して御説明をいただきたいと思いますので、よろしくお願い申し上げます。

○山内課長補佐 それでは、御説明いたします。興行場営業の関係の資料につきましては、資料2、参考資料4～6が該当になりますので、お手元に御用意いただければと思います。

まず、資料2でございますが、経営実態調査報告に基づきまして御説明を申し上げます。

3ページ、1の「(1)経営主体」ですが、「株式会社」が87.4%と非常に高い割合を示しているということでございます。

「(2)専業・兼業」ですが、「専業」が65%、「兼業」が33.7%という割合になってございます。また、兼業の場合の内訳といたしましては、「不動産賃貸業」が54.2%と過半数となっております。

「(3)店舗の形態」ですが、「単独店(支店を持たない本店)」につきましては39.0%、「本店」が2.8%、「支店」が57.7%という割合になってございます。

4ページ「(5)営業形態」ですが、「シネコン」が54.1%と最も高い割合を示してございます。また、経営主体別に見ますと、個人経営では「単独館」が87.5%、株式会社では「シネコン」が61.4%という割合になってございます。

「(6)立地条件」ですが、全体の施設数の構成割合を見ますと、「商業地区」が45.1%、次いで「複合施設内」が44.3%という割合が出てございます。また、経営主体別に見ますと、個人経営では「商業地区」が約8割を占めているという状況でございます。

9ページ「(6)今後の経営方針」ですが、今後の経営方針といたしましては「新しい映像技術の導入」が最も高い割合で52.8%、それに次いで「接客サービスの充実」「施設・設備等の改装」「広告・宣伝等の強化」が比較的高い割合を示してございます。

10ページ「3. 従業者に関する事項」ですが、「(1)従業者数」については男性で見ますと、1施設当たりの平均の従業者数としては17.1人、女性の1施設当たりの平均の従業者数としては21.4人という数字が出てございます。また、雇用形態別の従業者数の構成割合を見ますと、「臨時雇用者(パート)」が男女とも大半を占めている。特に女性は9割以上という割合を占めているという数字が出てございます。

11ページ「(6)健康診断の状況」ですが、「年1回」実施をしているというものが61.4%と最も高い割合を示してございます。

14ページ「6. 設備投資等に関する事項」でございまして。

「(1)設備投資の主な理由」ですが、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」が51.7%と最も多く、次いで「経営改善策」が27.6%という割合を占めてございます。

15ページ「(4)設備投資予定の主な内容」ですが、向こう3年間の設備投資予定の主な内容といたしましては、「設備の新・増設、更新」が63.9%と最も高い割合を示してございます。

「(5)設備投資予定の主な理由」といたしましては、「設備の老朽化」が37.5%、次いで「経営改善策」が22.2%という数字が出てございます。

16ページ「7. 少子・高齢化、健康関係の項目」でございまして。

「(1)高齢者や車椅子の方に配慮した設備状況」ですが、「設備あり」という回答は82.9%という数字が出てございます。

また、その設備の内容といたしましては(2)にございますように「車椅子用のトイレの設置」や「出入口や廊下にスロープの設置又は段差の解消」といったものが76.5%と最も高い数字が出ているという状況でございます。

17ページ「8. サービス関係の項目」でございまして。

「(1)サービスの実施」といたしまして、顧客に対するサービスにつきまして調査をいたしましたところ、「何らかのサービスを行っている」という回答が98.4%とほとんどの施設で実施されている。

その内容といたしましては(2)にございますように、「割引券や特定日等の価格サービスをしている」という回答が90.1%と最も多く、次いで「ポイントカード等のサービスをしている」あるいは「上映時間の工夫をしている」といったものが高い割合を示してございます。

18ページ「(5)地域との共生実施」ですが、「地域との共生を実施している」と回答しておりますものが62.2%という数字が出てございます。具体的な内容といたしましては「祭りやイベント等商店街の共同事業に参加している」というものが66.7%と最も高く、次いで「商工会議所・商工会又は商店街組合に参加している」というものが62.1%という数字が出てございます。

続きまして、参考資料4をごらんいただきたいと思います。こちらは、先ほどのクリーニングと同じで、中小企業診断士によります経営改善の方策についてまとめた資料でございまして。

42ページ、こちらに経営改善の方法がまとめられてございます。項目といたしましては、「新規顧客の開拓」「リピーターの獲得」「設備資金の調達」、そして43ページで「従業員教育」。

「施設の状況に応じた経営改善方法」といたしましては、「関連商品の販売」「付加サービスの提供」「稼働率の見直し」「ムダの削減」「得意分野の強化」、そういったことに触れてまとめてございます。これも参考にさせていただければと思います。

続きまして、参考資料6をごらんいただきたいと思います。「興行場営業参考資料」と表題のついたものでございます。

1～2ページ、映画館数の推移のグラフ、スクリーン数の推移のグラフを並べてございます。スクリーン数については、過去12年の間でシネコンのスクリーンがふえてきているという状況が見てとれます。

3～4ページ、レジャー白書による余暇活動の参加人口について載せてございます。2012年に映画に行かれた方の人口といたしましては、4,090万人という数字が出てございます。また、下には頻度別行動者率のグラフが出てございますので、こちらも御参考としていただければと思ってございます。

事務局からの説明は以上でございます。

○原田分科会長 ありがとうございます。

ただいま事務局の説明がございましたけれども、これに関連して、大蔵意見聴取人から興行場営業の現状と課題に関しまして、あるいはその取り組みのあり方に関しまして御説明をいただきたいと思いますので、よろしくお願い申し上げます。

○大蔵意見聴取人 大蔵でございます。

今、初めて聞いたこともあったのですが、映画館というのは、映画、劇場という特殊な形態をしたビジネスで、これは簡単に言うと、映画、劇場を持っているだけでは商売にならない。そして、そこにフィルムを借りてきて劇場にかけて、そのフィルムを皆さんに娯楽として提供し、ごらんになって楽しんでリラックスしていただくというのが映画館で昔からずっと続いている商売でございまして。

最近ではちょっと形が変わってきてまして、映画館が単館でやっている、単館というのは皆さんも地方などに行かれるとわかりますけれども、駅の周りに繁華街があって商店街がある、そこには映画館が1軒ないし2軒、多いところでは3軒あって、地方へ行ったときの町の元気があるかないか、それがわかるぐらいの映画館というのは経済のバロメーター的な役回りをしています。たくさん映画館があるところは人が活発に動いて、大勢の人が映画をごらんに行く暇もあるということは、非常に町が活性化していきうまいっている状態です。そういう状態で長い間、映画界というのは進んでまいりました。

そして、最近になってちょっと変わってきたことがございます。というのは、ここにも出ておりますけれども、シネマコンプレックスと申し上げますが、1カ所の劇場をつくりまして、その中を大きく区分けして中にスクリーン数が5つ以上あるものを私たちはシネコンと略して言っております。この資料と違いますが、私どもの資料でいくと、昨年末、スクリーン数が3,290あるという数字が出ておりますけれども、この中で何と85%ぐらいがシネコンのスクリーン数なのです。

それで申し上げるときにサイトという言葉を使います。これは1カ所に1サイトがあって、スクリーンが幾つ入っているという形で営業形態を申し上げます。劇場数で言いますと、昭和35年ですか、7,500近くの劇場、スクリーンがございました。そして、平成24年度末では3,290スクリーンです。というのは、サイト数はずっと少なくなっているけれども、スクリーン数はかなり出ている。シネマコンプレックスでも最近では経済の状況を読むのも早くて、これはだめだと思うと、ぼんと閉めてしまうということがあり、一遍に10スクリーンぐらい減ってしまう。

組合という形から申し上げますと、興行組合の組織率は大体95%あります。95%の劇場が我々の団体に所属しております。

ところが、これは皆様に本当に御相談申し上げたいぐらいなのですが、例えばある県に映画館が何軒あったとして、最近の状況で単館という、単館というのは単独で1つのスクリーンで1軒やっている駅のそばにある素晴らしい劇場であっても減っていったというのが現状で、それが1～2軒になったとします。しかし、郊外型の大きなショッピングモールができて、それにくっついて場所は1つですが、そこに10スクリーンの映画ができたとなります。これが1つだけではなく、もう一つできることもあります。そうすると、映画館は4軒しかありません、サイト数は4です。しかし、スクリーンは22という計算の合わない数字が出てくる。生活衛生同業組合に入るのには1スクリーン1単位という計算をもとにしているわけです。

そうすると、20人の組合員が一举にふえたかというのと、それはそうはいきません。シネコンには支配人と称して、そのシネマコンプレックスをコントロールしている人が多分1～2人です。営業時間が長いですから、交代でやる場合もありますし、サブがついている場合もあります。

しかし、単館の映画館で言うところ、それは1人の支配人、オーナーかもしれません。そういう方がやっている映画館は単館というところで、この組合員は2名でそれぞれ自分で資産をお持ちになって劇場をやってフィルムを借りる。このフィルムを借りるというの、皆さんは御存じないかもしれませんが、なかなか大変なことです。



例えは大きな製作配給会社、製作というのは映画をつくっている会社ですが、そこがシネコンを持っている。その近所に小屋があって、ちょっと言葉が古いのですが、小屋とは劇場のことです。そうすると、映画をつくって配給している会社は自分のシネコンには自分のつくったいいフィルムを出して映画をかけます。しかし、ここに1軒ある映画館がそれがほしいと言っても、うちでやっているから隣には売れないという状況がたくさん起きてくるわけなのです。これはちょっと例えて言うだけです。

そうしますと、この単館はかける映画がだんだんなくなってきてしまうのです。シネコンが例えばそこに10スクリーンあるといたら、10本の新しい映画をかけていくわけですが、そうすると、日本の映画の製作本数からいって、1カ所で10本やって隣の11本目にいいものが残っているかといったら、ほとんど残っていないような状態です。そうすると、経営も苦しくなっていく、やっていかれない。いい土地をお持ちの方はビルにするなり何なりどんどん簡単にやめるけれども、そうでない方がやっているのは非常に苦労しながらもやっている。

そこでまた話が戻りますけれども、組合員としてそれをみんなと相談してどういうことをやろうと思ったときに、お二人さんはすごく切実なことを言います。ところが、その大きなシネコンから代表して来ている組合員の方に例えば何か相談を持ちかけても、それが通ると思いますか。それがまたその会社の上に行くと思いますか。それは絶対にいかないでしょう。そこにいる人は事なかれ主義で、自分の与えられた仕事をやっていればいいと思っていますから、組合の危機なのです。非常に困る。

ところが、大手の会社に何とかならぬですかという話をする、それは上から言えば簡単ですと、その会社の重役の人にこういうメールを流したら全部一遍に通ります。でも、組合のほうでいろいろと考えたことを今度、持っていくと、それが上に上がって意見を集約するということができなくなってしまうのです。遅くなったりするわけ。そこが一つ困っている実例なのですけれども、なぜ組織率が95%近くあって、みんなそれでもきちんと組合に入っている、組合費を払ってやっているかという、これはまた別の問題もあるのです。

それと映画の料金が安いのではないかと話をよく伺いますけれども、映画はフィルムを借りるわけですが、それで今、デジタル化という話が出て、ほとんど90%近くはデジタル化されています。そうすると、フィルムではないですから、今までのフィルムの機械は全然意味がなくなってしまっていて、両方やるということではなくてくるのです。フィルムですと、一巻1,000フィート回るものを7,000フィート、8,000フィートというものを1つの映画で使う。またそれをかけて、それから、それを移動させる。

これはアメリカで問題になったのですけれども、フィルムには音声を録音しておりますが、ここに水銀が使われているのです。この水銀というのは永久に変わらないのです。水銀は水銀で残ってしまう。これは残していけない、こんなものをどんどんつくっていったら大変なことになるぞと、そういうことでアメリカでは水銀を使わないということで、フィルムをまずどうしようかということになりました。フィルムは摩耗します。映画館では長く使いません。傷んでくるので、それをジャンクといって捨てなければならぬ。製作会社がまた戻しに来て捨てる、この手間、それからこの間の運送、そういう公害物質を含んでいるということでもデジタルになった。ここでまた問題が起きたわけです。

随分、中村委員のところにお願いを申し上げている人もいると思うのですけれども、プロジェクター、映画の映写機がデジタルの映写機だと、1台1,000万円くらいするわけです。今では安価なモノも大分たくさんできてきて、9割近くはいますから、皆さんそろえているけれども、これもいろいろ苦労してやっているわけです。単館にしてみると、そのデジタルの映写機を1台入れて、更に、3Dというのもありますね。サーバーも要る。そうすると、初めのころは1台2,000万円くらいだったわけですよ。これはもう大変な負担になって、これがだめで映画館をクローズしたところもたくさんあります。しかし、今は下がってきて1,500万円くらいでできるということになっておりますけれども、それは大変な負担なので、だから、単館がなくなってくる。一方、シネコンはスクリーン数を増していく。

しかし、シネコンでいいことをしていると思われるのは、バリアフリーです。シネコンの入場口は全てスロープになっております。新しい劇場は階段など1カ所もありません。トイレも大きい劇場に行ったら便利で、身障者の方でも使える大きなお部屋に便器があるという形のトイレも用意しています。これは全部ではないのですけれども、多いです。それから、足が不自由な方が車椅子でいらっしゃったときには車椅子はそのまま入ってきて、そのままの状態映画をごらんになれる。これは当然、スロープだったらできます。それと同時に割引もあります。一緒に車椅子を押していらした方でも1,000円で見られる。だから、我々のできるサービスというのは、そこら辺は簡単にできる。

それから、今、問題になっているのは、耳の悪い方が映画にいらしたときに、映画を見ても口ばかり追いかけているのでは面白くないからというので、これは外国映画と一緒にです。スーパーインポーズが入っているフィルムを各社つくっております。これの上映もなされております。今、数字がありますが、ちょっと細かいので。そのたびに新聞広告にはこの映画は字幕が入っておりますということを言っております。聴覚障害者や聴力の弱い高齢者の方々に対しては、ヘッドフォンから補聴器を介して音声をお届けする赤外線補聴装置は多くのスクリーンに設置されております。

また今度はもう一つ大きな問題ですけれども、目の不自由な方でも劇場に来て、劇場というのはこういう雰囲気なのかと雰囲気を味わいたい。もちろん、駐車場は建築基準法でちゃんと目の悪い方が通れるようなものがスティックで触るとわかるようにしております。劇場側は御案内するだけの人の余裕はないかもしれませんが、音声ガイド付きの作品も出てきました。

我々の取り組みでいるそういう問題について、皆様のほうにお配りしてあると思いますが、この間、行われました「東京国際映画祭」で「映画の未来」、最新システムによるバリアフリー上映のシンポジウムを行いました。こういうことをやって、劇場視察に外国から来た、これは世界中から来ておりましたから、こういう人たちに日本はこういうことをやっているのだよということを宣伝しております。

劇場というのは制約もあります。消防法による問題、建築基準法による問題、また、耐震問題も出ております。そういうこともあります。その中でも健全な娯楽として、普通、簡単に楽しめるとしたら映画が一番だと思います。ですから、皆さんに映画館に来ていただける機会を多くしていただく、リピーターになっていただこうと思っているのが私どもの組合が今やっていることでございます。

よろしゅうございましょうか、どうも長くなりました。

○原田分科会長 ありがとうございます。

今、いろいろと差し迫る現状をお話いただいたという感じがしないでもないのですけれども、何か皆さんのほうから御質問並びに御意見等がございましたら、お願いしたいと思います。いかがでしょうか。

山本委員、どうぞ。

○山本委員 余暇活動の統計を拝見しますと、9位のところに「ビデオ鑑賞（レンタルを含む）」という参加人数と映画の鑑賞の参加人数と伯仲しております。やはりクリーニング業も同じですけれども、実は競争者は家庭のユーザー、一般家庭のユーザーなのではないかという気がいたします。映画館同士とかクリーニング屋さん同士というプロ同士の競争ではなくて、実は個人ユーザーとの競争ということになるかと思っております。いずれにつきましてもプロではなくては提供できないサービスであるというところを、いかにアピールするかというのが今後の課題なのかなという感想です。

○原田分科会長 ありがとうございます。

ほかに何かございますでしょうか。

中村委員、どうぞ。

○中村委員 先ほどの大蔵さんの話にもあったのですが、デジタル化がほとんど完了する状況になってきています。それに伴って従来の映画だけではなくてスポーツイベントとか音楽イベント、落語とか歌舞伎とかODSと言われているものが結構、出てきています。そういうことについて、それをさらに広げていくという動きなのか、シネコンが中心になるのかもしれませんけれども、それぞれで考えていかれて、特に組合としてどうこうするような話ではないというか、流れに任せるという状況なのか、そのあたりはどうでしょうか。

○大蔵意見聴取人 私が余りそこを御説明しなかったのですけれども、確かにODS、これはスクリーン数の多い劇場は非常に有効に使っております。日本シリーズもできるし、歌舞伎も見られるし、それはやっているところとの交渉次第によっては何でもできるわけです。もうデジタルで配信を受けたら、それでいいわけですから。これはもう非常に簡単なので、逆にシネマコンプレックスがやっているスクリーン数の多いところは、かなり取り込んでいます。正確なデータは出ておりませんが、かなりプラスになっていると聞いております。

御存じのようにデジタルですと、簡単に変えられるのです。簡単に変えられるというのは、映写機の中に入れるのに非常に簡単なので、極端に言ったら、朝、昼、晩で違う映画をやることができるぐらいデジタルの便利さというはあるわけなのです。ですから、そういうものも併せて考えていろいろな形でやっています。私どもはただ、全体の入場人数が1億1,000万とか2,000万とかではなくて、それを多くふやすということは全て劇場で提供できるもの、興行組合、興行を打てるものを利用してやっていきたいと思っております。ですから、これからもっと多くなっていくと思います。

○原田分科会長 ほかに何かございますでしょうか。よろしゅうございましょうか。

衛生の問題を考えた場合、特に感染症の問題やその他を考えたときに既存のどちらかというと、単館でやられているところのほうにそういう危機に直面する可能性が高いわけですから、厚労省としても対象として考えていかなくてはいけないのは、今、過渡期かもしれませんが、やはり弱者のほうをきちんと支えるということが絶対に必要で、そこに組合さんがきちんと絡んでいただくということが物すごく大事。ただ、長い目で見たときにはシネコンの方向にどんどん移行していくとなると、衛生の問題もシネコンの問題で考えなければいけなくなってくるという時代は必ず来るだろうと思います。

その前の段階に時間がかかると思いますから、そこで単館のお店がきちんとした形でお客さんを受け入れていくということ、特に御老人等は遠くまで行けませんから、ショッピングセンターに幾らあってもそこに行きたくても行けないという方がたくさんいらっしゃいます。そういう方がレジャーで映画でも

見に行こうと思ったときは、単館のところに行かれるだろうと思うので、そいつ人たちに對してのバリアフリー、あるいはバリアフリーがコスト的に無埋だったら、介助の形でサービスをしてあげるとか、そのために人を何とか確保するとか、制度を確保するという工夫をしていくことを組合がリーダーシップをとって行われていくことが今後とも物すごく大事になってくるだろうと思うので、ぜひともそこはよろしくお願いをしたいと思います。

○大蔵意見聴取人 わかりました。そういうことを十分に。

ただ、一つ加えておくと、東京では映画、劇場ができる範囲でも大きな災害が起きたとき、例えば地震等で帰宅困難者ができた場合は劇場を御利用くださいと、人がいる範囲の劇場だったらそこに来ていただく、休んでいただく。区によっては話し合いができていところもあります。私の知っているところでは、区のほうからそういうときにはトイレとブランケットの簡単なものを貸与するから取りに来てくれと、倉庫はここにあるというのは話し合いをして、では、やりましょうということができています。実際にこの前のときも駅の近所にある劇場はそうやって提供したところも結構あるそうでございます。

そういう点と併せて、そういう考え方が抜けていたところがあると思いますので、それを勉強してやっていきたいと思います。

○原田分科会長 特にその辺は非常に重要な対応になるだろうと思いますので、いつ地震が来るかわかりませんので、なるべく早く対応されることが大事だと思います。

それでは、クリーニング業と興行場営業に関しまして、現状に関して御説明をいただき、皆様からもさまざまな御意見をいただいて、大変ありがとうございます。こうした議論等を踏まえて、事務局で検討の上、振興指針の原案をつくっていきたくて思っておりますが、ある程度、私と事務局のほうに委任させていただいて、皆様のところに改めてまた御連絡をさせていただきたいと思っております。

最後に、事務局のほうから何か連絡事項等がございましたら、よろしくお願いしたいと思います。

○依田課長 生活衛生課長でございますけれども、本日は活発な御審議、本当にありがとうございました。

前回に引き続き、衛生営業の5業種につきまして御審議を賜ったところでございます。先ほど座長からございましたように、事務局と座長と御相談させていただき、振興指針のたたき台を作成して、またお集まりいただいて御成案を得たいと思っておりますので、どうぞよろしくお願いいたします。

本日も活発な御議論をいただきまして、貴重な御意見を賜りました。地域密着であるという点、また、高齢者へのサービスの対応、環境問題、後継者への技術の伝承であるとか、家庭内のサービスとの競争というか、そういうところでどういう優位性を見つけていくかということも大変貴重な視点をいただいたと思っております。こういうことについても踏まえて対応していきたいと思っております。

限られた時間ではございましたので、追加的なコメント等がございましたら、また事務局に別途、ファックス、メール等でお寄せいただければと思いますので、どうぞよろしくお願いいたします。議事録につきましても別途、確認をさせていただきたいと思っておりますので、よろしくお願いいたします。

恐らく次回につきましては年明けになるかと思っておりますけれども、日程調整させていただきまして、開催させていただきたいと思っております。

本日はどうもありがとうございました。

○原田分科会長 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21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っております。

どうも本日はお忙しいところ、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.