

2014年2月6日 第22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26年2月6日(木)15:00～17:00

○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）
市川 まりこ（（財）日本消費者協会消費生活コンサルタント）
井上 久美枝（日本労働組合総連合会社会政策局次長）
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）
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）
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）
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）
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)理容業、美容業、クリーニング業、興行場営業、飲食店営業（すし店）の振興指針の改正について
- (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22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、蔵本委員、西尾委員、野々山委員、山本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、相澤委員からおくれる旨の御連絡をいただいております。後藤委員は出席の御連絡をいただいておりますが、少々おくれにいらっしゃるところでございます。

また、委員の異動がございましたので御紹介させていただきます。林委員が退任され、後任は日本労働組合総連合会社会政策局の井上久美枝次長様をお願いすることになりました。

○井上委員 連合の井上でございます。よろしくお願いいたします。

○山内課長補佐 委員総数23名中17名の委員の先生に御出席いただき、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申し上げます。

それでは、開催に当たり、高島審議官より御挨拶を申し上げます。

○高島審議官 審議官の高島でございます。

本日は、先生の皆様方、お忙しいところ、そして、大変寒い中、厚生労働省にお集まりいただきまして大変ありがとうございます。また、日ごろから、生活衛生関連のいろいろな営業につきまして、皆様から御高配いただいておりますことを、この場をかりまして御礼申し上げたいと思います。

きょうの会議は、5業種、理容、美容、クリーニング、興行場、すし店ということで、今年度はこの5業種について御議論いただいております。きょうはこの3回目ということで、振興指針の見直しということで御議論いただくことにしております。

今、経済状況が、アベノミクスで日本全体としてはかなり回復してきているところでございますが、まだまだ末端の中小の業種におきましては、これからさらなる努力が必要という状況もあるかと思っております。また、全体としてまだまだ不透明なところがございますので、こういった現在状況の中で、こういった5業種がしっかりと事業を継続できるような環境を整えたいと思っております。皆様の活発な御議論をきょうはいただきまして指針の見直しにつなげていきたいと思います。

きょうは、短い時間でございますが、よろしくお願いいたします。

冒頭に当たりましての御挨拶とさせていただきます。

○山内課長補佐 それでは、議事に入ります前に、本日は、興行場営業について御審議をいただくこととしております関係で、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、御紹介させていただきます。

○大蔵意見聴取人 大蔵でございます。

○山内課長補佐 次に、お手元の資料の御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から資料10が、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）のポイント及び新旧対照表になってございます。また、参考資料の1及び2が諮問書、付議書でございます。御確認をお願いいたします。

よろしいでしょうか。

それでは、本日の審議事項は、(1)理容業、美容業、クリーニング業、興行場営業、飲食店営業（すし店）の振興指針の改正について、(2)その他、とさせていただきます。

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。よろしくお願いいたします。

○原田分科会長 本日もお忙しいところをお集まりいただきまして大変ありがとうございます。前回に引き続きまして、恐縮でございますけれども、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。

それでは、ちょっと座ってやらせていただきたいと思います。

それでは、審議に入りたいと思っておりますので、どうぞ本日もよろしくお願い申し上げます。

本分科会につきましては、先ほど説明がございましたが、お手元の参考資料1の諮問書と参考資料2の付議書に示しておりますように、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業種の振興指針について御審議を賜り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。

5業種の振興指針の検討がございますけれども、本日は、大きく2つのグループに分けて御審議を賜りたく考えております。その前半のグループといたしましては、理容業、美容業、クリーニング業の振興指針についてまず御審議をいただきたいと考えております。

それでは、初めに、事務局から、先ほど申しました3つの業種に関しての振興指針（案）について説明をお願いしたいと思います。よろしくお願いいたします。

○依田生活衛生課長 生活衛生課長でございます。本日もどうぞよろしくお願い申し上げます。

私から、前半の理容業、美容業、クリーニング業ということでございまして、資料1から6までの関係について御説明申し上げたいと思っております。順次御説明申し上げますが、まず、振興指針新旧対照表、これは資料2でございまして、開いていただきまして、そのポイントをまとめておりますのが資料1でございまして、それぞれ対になっておりますけれども、お手元にポイントもおいてごらんいただければと思います。

まず、理容業の振興指針の新旧対照表に沿いまして御説明申し上げたいと思っておりますけれども、この振興指針につきましては、これは3年前から大きくスタイルを変えておりまして、従来よりも実践的で戦略的な指針にするということで、箇条書きなどを多用するとかということで若干スタイルが変わっておりますので見づらいところもございますけれども、ごらんいただければと思っております。

全体の構成でございますけれども、まず、第一といたしまして、理容業を取り巻く状況でございます。前回も統計的なところを御説明申し上げましたけれども、1ページ目でございますが、理容所の施設数につきましては、厚生労働省の「衛生行政報告例」によりますと13万210施設というのが直近のデータでございますけれども、10年前に比べますと1万164施設減少になっているということでございます。従業員規模につきましては、下に書いてございますように、5人未満の事業書が77.6%ということで、中小零細のところが大半を占めているところでございます。おめくりいただきまして、2ページ目でございますけれども、最初のところの上のほうでございますが、経営上の課題といたしましては、やはり「客数の減少」ということを挙げているところが一番でございます。

それで、二の消費動向でございますが、家計調査によりますと、理髪料の支出額につきましては、前年と比べますと微増でございますけれども、10年前の水準と比べますと75.4ということで低下をしているということでございます。それから、理容店1回当たりの費用につきましても、若干幅はございますけれども、1,000円から1,990円が40.2%という統計が出ていますわけでございます。

それから、第二といたしまして、これは前期の振興計画の実施状況、これは、この新しいスタイルになりまして、各組合に自己評価をしていただいております。この振興指針に沿った振興計画の状況についての自己点検の状況が書いてございます。

次に、4ページでございますけれども、ここからが本論でございまして、理容業の振興の目標に関する事項といたしまして最初に書いております。

理容業につきましては、国民の衛生的で快適な生活を確保するサービスとして、国民生活の充実に大いに貢献してきたわけでございますけれども、こうした役割を担って、さらに経営環境、また国民のニーズ、衛生課題に適切に対応しつつ、各営業者の経営戦略に基づいて、その特性を生かして、事業の安定、活力ある発展を図るということでございます。

ポイントのほうにもキーワードを書かせていただいておりますけれども、1つは、理容業のイメージの刷新ということでございまして、特に子供の世代、また若者に対する潜在的な需要の拡大、またキャンペーンなんかに取り組んでいくということを1つ上げております。

また、高齢化社会ということでございまして、地域高齢化対応、またセーフティーネット、生活者の安心を支えるという役割も期待されているわけでございます。

それから、当然この衛生についても十分な留意を図っていくということで、衛生管理の徹底、また、それについての消費者への情報提供といったことが求められているわけでございます。

それから、衛生問題への対応ということと経営環境への対応ということを分けておりますけれども、衛生的な問題への対応につきましては、営業者の責務をきっちり果たしていく、また、管理理容師の資格認定講習についても、新規受講対象者を中心に資格取得を促していくということを指摘させていただいております。

それから、下のところの経営課題への対応ということで申し上げますと、いわゆる専門性、また技術力、地域密着、対面接客等の特性を生かして、競争軸となる強みを見出して、独自性を発揮して経営展開を行っていくということでございます。

おめくりいただきまして、書いてございますけれども、ポイントのほうにもまとめて書いておりますが、個性ある店づくり、また付加価値を高めていく、さらに、中ほどに書いておりますけれども、高齢社会への対応ということで、訪問理容サービス、また送迎サービスの充実といったことも期待される役割でございます。

こうした目標を掲げながら、さらに、一番下のところの、7ページの下のところからでございますけれども、振興の目標を達成するための事項ということで、これも衛生水準の確保、また経営課題への対処ということで分けて書いているわけでございます。

経営課題への対応でございますけれども、9ページにございますように、まず、経営方針を明確化していくということで、みずからの店舗の状況の分析、また近隣のお店との比較であったり情報収集、そういう上でターゲットとする顧客層を特定して、またサービスの明確化、お店のコンセプトを明確化していくというようなことを図りながら、さらにサービスの充実を図っていくということでございます。

従前からいろいろなサービスメニューについては書いておりますけれども、わかりやすく箇条書き形式に直しております。新しいところで申し上げますと、10ページにございますように、美顔を含めた身体全体のエステティックでありますとか、それから、子供に配慮したサービス、また、訪問理容等の対応をしていくということで掲げさせていただいているところでございます。

その他、従前から書いてありますようないろいろな、顧客の確保であったり標準の適正化等の取り組みも引き続き進めていくということでございます。

以下は従前と余り変わっていないところでございますが、変わったところを申し上げますと、13ページになりますけれども、これは、組合、また連合会のほうに期待される役割といたしまして、先ほど出てきましたイメージの刷新、また、潜在需要の掘り起こしということで、若い世代、また職業選択の時期にある若者に対しまして、理容業の魅力につきまして広報・啓発活動を進めていく安全ということで、課題になっております後継者創出の基礎をつくっていくことが期待されるということを書かせていただいております。

それから、最後のパーツといたしまして、14ページでございますが、第五のところでございますけれども、営業の振興に際し配慮すべき事項といたしまして、これももう従前のスタイルからでございますけれども、少子・高齢化対応、また環境保全、省エネルギーの強化、また地域との共生ということで、特に商店街の活性化といった事項を上げさせていただいております。それで、最後に東日本大震災への対応ということで取りまとめさせていただいているところでございます。

以上が、簡単ではございますけれども、理容業の振興指針の改正部分でございます。

続きまして、美容業の振興指針のほうをごらんいただければと思います。資料3と資料4でございます。

新旧対照表でございますが、おめくりいただきまして、1ページ目の下ほどからでございますけれども、美容所につきましては、平成24年度末で23万1,134施設ということで、10年前と比べて2万2,823施設の増ということでございます。今後数年間で予想される動きといたしましては、美容師の免許取得者の平成16年、17年度ごろの状況から類推いたしまして、新規開設希望者が増大するのではないかとということが予想されるということでございます。

それから、おめくりいただきまして、美容業につきましても、従業員5人未満の事業所が69.2%ということで、小規模のところが大半を占めているということでございます。経営上の課題といたしましては、同様に、「客数の減少」というのが一番大きな比重を占めております。

消費動向でございますけれども、美容業につきましても、10年前の水準と比べますと、特にパーマメント代の支出額について減少が見られるということでございます。

それから、前期の振興計画の実施状況がございまして、おめくりいただきまして、4ページからでございますけれども、美容業の振興の目標に関する事項ということでございます。美容業についても、国民生活の充実に大きな貢献をしているわけございまして、こういう役割を引き続き担っていくということでございまして、経営環境、また国民のニーズ、衛生課題に対応しながらということで、特に国民の美についての需要が高まっておりますのでそういう需要に応えながら、質の高いサービスを提供していくことが期待されるわけでございます。

また、高齢化対応、地域のセーフティーネットとしての役割が重要になってくるわけでございます。

さらに、衛生対策、また、いろいろな意味でのパーマメントウェーブ用剤等々の安全対策といったことも重要でございますし、また、安全性という意味で言えば、近年、まつげエクステンションなどが普及してきておりますけれども、こういう技術への対応につきまして、養成段階、また、免許取得後の技

術的な対応が必要になっているということでございます。

それから、5ページのところでございますが、さらに衛生問題への対応といたしまして業者の責務を書いております。それから、下にございますように、美容師についても、管理美容師資格認定講習の受講を促していく必要があるということでございます。

それから、経営課題への対応の目標につきましては、5ページの下ほどから書いておりますけれども、専門性、技術力、地域密着、対面接客等の特性を生かして、強みを見出して、また、独自性を発揮していくということでございます。特に、ポイントといたしましては、今回、トータルビューティーということで、総合的な美の提供ということで、サービスのいろいろなメニューがございますけれども、総合化を推進していくということでありまして、また、付加価値を高めていくということでございます。

それから、中ほど書いてございますように、買い物弱者対策であったり、訪問美容サービス、また送迎サービスの充実ということが、これから高齢化する社会の中で求められていくということでございます。

それから、大変恐縮でございますが、美容業の振興指針のポイントのほうでございますが、「訪問理容」となっていますが、「訪問美容」でございますが、ここは誤植でございますので、訂正をお願いしたいと思います。

それから、おめくりいただきまして、8ページでございます。目標達成に必要な事項ということでございまして、こちらも、衛生水準確保の取り組みを引き続きしっかり進めていくということ、あわせて経営課題への対処ということで取りまとめているところでございます。この点については理容業と同様でございますけれども、しっかり経営環境や市場の動向把握・分析をして、いかに強みを見出していかるところでございますし、また、サービスとお店のコンセプトをどうしていくところを明確にしていくところでございます。

そうした上で、10ページからでございますが、サービスの充実であったり、お店づくりをどうしていくかというところでございまして、先ほどございましたように、総合的な美のためのいろいろなコーディネートであったり、また、まつげエクステンションなどの新しいメニューなども取り組んでいく必要があるのではないかということでございます。また、訪問美容であったり、地域のサロンということも役割として求められるということに加えていただいているところでございます。

それから、連合会等々の役割といたしまして、新しい事項といたしまして、12ページでございますけれども、美容業につきましては、先ほど申しましたように、新規開設者の増が予想されるということもございますので、特に業界のほうで今、力を入れておりますけれども、関係機関との連携のもとに、創業へのいろいろな助言・指導などが期待されるというところでございます。

それから、以下、構成は同様でございますが、14ページから、営業の振興に際し配慮すべき事項ということで、少子・高齢化対応、また環境の保全、省エネルギー対策、地域との共生、東日本大震災への対応といった事項をまとめさせていただいているところでございます。

続きまして、クリーニング業の振興指針でございます。資料5と資料6をごらんいただきたいと存じます。

クリーニング業を取り巻く状況でございますけれども、おめくりいただきまして、2ページ目でございますけれども、クリーニング業の施設につきましては、平成24年度末で11万8,188施設ということで、10年前と比較いたしますと3万8,924施設の減になっているところでございます。5人未満事業所につきましては70.6%ということで、やはり中小零細が大部分を占めているということでございます。経営上の課題につきましては、「客数の減少」というのが、やはり一番大きく挙げているところでございます。

それから、消費動向でございますけれども、消費動向につきましても、10年前の支出額と比較いたしますと68.8になっているというところでございます。

それから、前期の振興計画の実施状況がございまして、4ページからが振興の目標に関する事項でございます。クリーニング業につきましても、国民生活の向上に大いに寄与している、こうした役割を引き続き担っていくということで、さらなる貢献をしていく、また、経営環境や国民ニーズ、衛生課題への対応ということが求められるわけでございます。それから、前回も御指摘ございましたように、いろいろな意味での消費者からの事故や苦情も多いといったところの現状もございまして、事故防止の取り組みの推進、また、利用者の信頼を得る営業を目指すということを指摘させていただいております。

他方、クリーニング業の特質といたしましては、ドライクリーニング等につきまして、いろいろな化学物質を使用する機会も多い業態でございまして、環境への配慮が特に求められるということでございますし、また、その関係でございますけれども、住宅地を中心といたしまして建築基準法への対応が求められるところでございます。

それから、クリーニング業も、地域住民の生活に不可欠なサービスでございまして、生活者の安心を支えるという意味でのセーフティーネットの役割、また、繊維製品の表示の見直しということで、JIS表示の見直し動向もございますので、そうしたものの対応ということも上げさせていただいております。

それから、衛生問題の対応でございますが、公衆衛生上の被害防止のための取り組みの責務を上げさせていただいておりますし、下ほどに書いてございますように、さらにクリーニング師につきましては、クリーニング研修の受講率を促進していくといったところを取り上げさせていただいております。

それから、経営課題への対応ということでございますけれども、こちらにつきましても、消費者のニーズ等々を踏まえまして、その専門性、地域密着、対面販売等の特性を生かして独自性を発揮していくということでございます。特に、前回も議論がございましたけれども、一方で付加価値をしっかりと高めていくということ、そういう仕上げのサービスの質とか、それに伴う価格について、やはりきっちりと認知度を高めていくということで、そうしたサービスの違いを打ち出していくことも重要であるということ。それから、衣類の素材が多様化しておりますので、衣類等の保全に係る総合的なサービス業として、地域の衣類に関する情報ステーションというような役割も期待されるわけでございますので、そうした点を書かせていただいております。

また、消費者保護という観点では、前回も御議論ございましたように、賠償保険への加入促進ということも重要でございます。

それから、8ページでございますが、目標達成のための必要な事項ということでございまして、衛生水準の確保のための取り組み、また、経営課題への対処ということでございまして、構成としては同様でございますけれども、経営環境を把握して、どう顧客層に焦点を当ててサービスを明確化、重点化していくか、また、お店のコンセプトをどうしていくかを考えた上でサービスの見直しを図っていくということでございます。

新しいサービスのメニューといたしまして書かせていただいておりますが、例えば仕上りの違いということをまず体験していただくためのお試しサービスであったり、抗菌・UV加工等の付加価値が高いサービスの実施、また、衣類以外のクリーニングサービスも推進していくといった御指摘もあったと思います。それから、クリーニング業につきましても、高齢化対応ということで、集配サービスなども取り組んでいく。また、情報ステーションということでありますので、いろいろな洗濯・保管に関する知識の提供もやっていってはどうかということも上げております。

それから、独自の事項といたしましては、10ページでございますけれども、こうしたいろいろな講習などをしっかり受けた方につきまして、修了証の店頭表示の推進であったり、また、11ページでございますけれども、これは業界挙げてこれから考えていくということも聞いておりますけれども、クリーニング事故賠償基準、これは、素材の多様化等も踏まえまして見直しを適宜行っていくということでございます。

こうした対策を進めていくということでございますが、最後に、第五のところ、13ページからでございますけれども、営業に際し配慮すべき事項といたしまして、環境保全、省エネルギー、また、リサイクルというのはちょっとクリーニング業特有だと思いますけれども、そういった事項を書かせていただいております。少子・高齢化、地域との共生、それから東日本大震災への対応ということで項目を立てておりまして、以上、まず3業種でございますけれども、従前あった振興指針のベースがありますけれども、この間のいろいろな課題、要請等を踏まえて、また、この5年間を見通して新しい事項を盛り込ませていただいたということで、御審議賜りたいと思います。

以上でございます。

○原田分科会長 ありがとうございました。

ただいま事務局から3業種に関しての説明がございましたが、それに関連しまして、理容業の大森委員、それから美容業の吉井委員、クリーニング業の小池委員の順番に、ただいまの事務局からの説明に関連して御発言いただきたいと思っております。

では、まず、理容業の大森委員から、よろしくお願いいたします。

○大森委員 審議に際しましては、各委員の皆様方に適正な御指摘を賜りましてまことにありがとうございます。きょう、まとめを見せていただきまして、会の内容、指摘等々が、それからまた、業界を取り巻く環境についても十分記載されておりますし、特に、依田課長からも御説明がありましたけれども、箇条書きということで非常にわかりよくまとめていただきました。改めて、このまとめに関しましては感謝を申し上げますが、この場で改めて委員の皆様方にも御礼を申し上げまして、私は大変感謝いたしておるということを申し上げます。まことに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した。

それでは、続きまして、美容業の吉井委員から、よろしくお願いいたします。

○吉井委員 吉井でございます。

先ほど説明がありましたとおり、この問題につきましては5年1回ずつ見直しが行われていますけれども、今回の場合につきましては、十分現状を把握していただきまして、私たちが望んでいることも十分にこれに反映されているのだらうと考えています。委員の皆さん方に、こういったことにつきまして御審議をいただきまして、改めてお礼申し上げます。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した。

○原田分科会長 どうもありがとうございます。

それでは、続きまして、クリーニング業の小池委員から、よろしくお願いいたします。

○小池委員 小池でございます。

日ごろより大変お世話になりましたありがとうございます。前回の委員会におきまして、私ども心から御要望申し上げましたこと、それから、委員の皆様方から御指摘いただきましたことが全て網羅されている指針だと考えておりますし、また、私どもが気がつかない部分等も多く御指摘いただきまして、改めてこの業を背負っていく責任を感じているところでございます。改めまして、委員の皆様方、それから、このような形で出させていただいたことに対しまして、本当にお礼を申し上げさせていただきます。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。

それでは、今、事務局から振興指針(案)の説明がございましたけれども、皆様のほうから御質問、御意見、あるいはコメント、激励のコメントでも結構でございますが、何か御意見をいただければありがたいと思いますが、いかがでいらっしゃいますでしょうか。お願いいたします。

○遠藤委員 私は衛生管理といいますが、公衆衛生の観点からコメントを述べさせていただきます。

冒頭の課長の、これは理容業、美容業共通したものでありまして、今回の指針の見直しでも、やはりこの衛生管理の重要性でありますとか、公衆衛生的な、感染症が主となるとありますが、その重要性を改めてここに盛り込んでいただいているのは大変よいことではないかと思っております。

衛生管理の徹底もさることながら、これに文章として加える必要があるかどうかわかりませんが、皆さん方御存じのように、この理容業、美容業は国家試験でありまして、その国家試験の内容の中に感染症対策とか公衆衛生に関する問題がかなり出ております。ということは、公衆衛生とか衛生管理に関して、医者とか看護師さんのような保健医療従事者に次ぐきちんとした教育を受けて、それなりの資質をもった方々だと理解しております。

そこで、こういった方々が、単にサービスとして感染症を広げないとか守るというだけではなくて、もう一歩踏み出して、せっかく持っているその能力を、このまとめの中には「利用者への情報提供」と書いてあります。依田課長の御説明でちょっとお話がありましたけれども、私の解釈では、こういう感染症の、あるいは公衆衛生の知識をぜひ利用者の方に提供するというようなこともなさったらいかがかと思えます。もちろん詳しい話はまた専門家に任せるとしても、例えば、インフルエンザ予防の手を洗うとか、うがいとか、そういう話も、当然、理容業、美容業の方はプロで、研修も実際に実行されている方ですから、そういう方々からお客さんにお話をする、あるいは予防接種の話にしても、例えば理容業の方ですと、最近、若い男性が風疹のワクチンを受けていないと問題になっておりますけれども、こういった特に若い男性のお客さんが来たときには、医療従事者ではないのでどこまで言うかは別として、それでも「今、風疹がはやっているよね。お兄さん、風疹ワクチン受けた?」とか、そういうことを一言言うだけでも、医療従事者の上から目線と言うよりも、身近で、しかも、長い間その理容業、美容業の場所にいらっしゃるの、非常に説得力があるのではないかと思います。

それは、美容業も同じでありまして、いろいろなワクチンとか、お子さんを持ったお母さん方もたくさん来ているので、そういったところで身近な目でお話をする、あるいは理容業、美容業というのは、保健所と密接な日ごろのおつき合いがあるので、ぜひ保健所と何かタイアップして、例えばポスターを張っていただいたらいかかと思えます。いろいろなことが、情報発信の場としても何か積極的に打っていただく、これは指針に書くというよりも、組合のほうで取り組んでいただくのもいいかと思えますが、ぜひ御活躍を期待したいと思っております。

以上です。

○原田分科会長 ありがとうございます。

特に現場で、親しい関係の中でお話をさせていただくのはいいかもしれませんが、逆に言って、そこで変な情報が流れるのも非常に危険だと思いますので、そこら辺のところはちょっと事務局と相談させていただいて、どのように指針のほうに書き込むかというのはちょっと検討しないといけないかなという気がしますので、その辺はお許しいただけますでしょうか。

ほかに何かございますでしょうか。どうぞ。

○山根委員 クリーニング業の指針のところなのですが、新旧対照表の4ページの中にもございます表示の見直し、今回、洗濯絵表示の大きな変更というのがあると思います。それで、消費者としても注目しておりまして、一気にがらりと変わらないにしても、相当な変更でありまして、長く消費者が自宅で洗濯するとき等に参考になっている絵表示が随分大きく変わるということで、なかなか大変なことだと思っているところです。消費者になかなかわかりづらくて、その絵表示になれるまで相当苦労する、大変だろうなと思っています。それで、混乱もしなければいいなと思っているわけですが、まずは、衣料メーカー、繊維メーカーと、あとまた、このクリーニング業の方々にしっかり理解、対応いただいて、また、経済産業省の方に伺っても、どう消費者に周知をしたらいいか大変悩んでいるということもおっしゃっていますので、ぜひ関係事業者団体の方も連携をして、消費者への周知にも貢献していただければと思います。

そういう意味では、この必要な事項という中に、「衣類の特徴に合った洗濯・保管に関する知識の提供」という文言も新たに入ったようですので、そこで読み取れるというか、そういったことも行っていただくと理解もできるのですが、できましたら踏み込んで、消費者への情報提供ということも進めていただければと思います。

以上です。

○原田分科会長 ありがとうございます。

表示に関してもうちょっと具体的にという御指摘かなという気がしますけれども、まあ、それなりに文章的に入っていることは入っていますけれども、もうちょっとという感じですかね。

では、その辺はちょっと事務局と相談させていただいて、いろいろな御意見をそちらからも伺いた上で少し検討させていただきたいと思えます。それでよろしくございましょうか。

どうぞ、お願いいたします。

○中村委員 2つお話をさせていただきたいと思えます。1つは、前回、前々回配付された資料を見ますと、私ども、日本公庫について知っているかというアンケートがありましたが、残念ながら「知らない」という回答が3割ぐらいずつ、それぞれの業種でありました。私ども5年前に政府系の金融機関が合併して日本政策金融公庫となりました。それまでは国民生活金融公庫、国金ということで、今でもそちらのほうがよく知られていたりするという事情もあるのですが、それだけでも、やはり認知度をもっと上げていくことが、融資制度を使っていただく前提かなと思いますので、そういう点について努力をしていきたいと思っていますというのが1点目でございます。

それから、もう一点目は、情報化が進んでいく中で、私どもでは、ちょうど今、システムを統合化して一体化をする作業を進めているのですが、いろいろな融資の手続の簡素化という話も出ています。そういう私どもでの効率化もあるのですが、手続を進めていく場合、例えば推薦書をどうするとか、そういう場面でも情報化をよりうまく進めていくことも必要かと思えます。私ども、教育ローンを実施していますが、そのうちの2割は、もうインターネットでの申し込みをやっていたのと、それから指針の中にきちんと書き込むというのはまたちょっと違った性質を持っているかと思っております。それが遠隔地で利用する方々にとっても便利なことにつながるのであれば、より進めていく必要があるのかなと思っております。

○原田分科会長 ありがとうございます。

日本政策金融公庫で統合化したというのは物すごく大きな変化だったと思うのです。縦割りの組織を横につないだわけですから、物すごく大きな変化だったと思うのですが、もうちょっと認知されてもいいのではないかと御指摘だろうと思えますし、それから、情報化もシステム化をして統合化するということは、その使い勝手がよりよいような形の対応が求められていくのではないかと御指摘だと思います。その辺を指針の中にどう書くかなと、これはなかなか難しい問題が。

○中村委員 指針の問題というよりは、私のほうとしてそういうことに注意しながら仕事を進めていきたいですし、また一方、行政なり組合が関与した手続の中の情報化というものも考えていただくと、より使いやすくなる面があるのではないかと思います。

○原田分科会長 指針の中にどう組み込むというのは、ちょっとこれ、事務局のほうと密に対応しないとなかなか難しい問題があると思えますので。それぞれの組合が独自にやっていたのと、それから指針の中にきちんと書き込むというのはまたちょっと違った性質を持っていますので、そこら辺のところは事務局と相談させていただいた上で対応するというところでよろしくございましょうか。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。お願いいたします。

○市川委員 美容業の振興指針について消費者の視点から述べさせていただきます。

先ほどの説明をお聞きまして、事業者数が増えるなど、非常に伸び代のまだまだ期待できる分野だと思っております。それだけに、特に女性が利用する美容業、このご男性ももちろん利用されますけれども、いわゆる健康被害のところですね、そのあたりについての書き込みがちょっと力不足かなという思いを持っておりまして、特にエステ、ネイル関係という分野です。特に新たなジェルネイルのような被害が出てきていたりしております。そういう状況の中、3ページの振興計画の実施状況についての自己評価のところでは、私が個人的に見るとちょっと甘い評価のところもあるのではないかと思います。振興指針に書かなくてもいいとは思いますが、例えば、健康被害の推移であるとか、増えているのか減っているのかというあたりで、データを入れなくても、文書で入れていくと、客観的な情報としてこの評価というものが読めるようになるのかなと思っています。

それと、これは厚生労働省にお聞きしたいのですけれども、いわゆる美容、理容もそうですが、体に使う用剤、薬剤であったりとか、いろいろな液体であったりというものに関して、例えば被害を受けたとか、何らかの異常を感じたというようなデータというのは一元化して管理がされているのしょう

か。これは質問です。

○原田分科会長 では、お願いします。

○依田生活衛生課長 健康被害についてのお尋ねでございますけれども、私ども、昨今どうしても一番よく指摘を受けるお話といたしましては、まつげエクステーションのお話が結構ございまして、こういったいろいろな健康被害につきましては、1つは国民生活センターで知られているような被害とか、そういうものは件数が出ているというところと、それから、まつげエクステーションにつきましては、厚生労働省で各自治体に調査をお願いして、何か別の場でまつげエクステーションについては、衛生問題検討会などでも結構議論してきたわけでございますけれども、そういう場でも御提供して出ているということでございます。

それから、その他のエステみたいな、例えばよく、やや医療との線引きが、脱毛だったり、レーザーでの脱毛とか、一種医療行為に当たるのではないかといたったところもございまして、そういうところの美容というよりは、どっちかというところのエステとか、そういう何か医療との境界があるようなところの被害についても、これもいろいろな国民生活センターであったり、私どものほうで以前調査をしたことはあるのですけれども、実態としては、美容所というよりは、エステとか、そういうところでやっていらっしゃるという状況でございまして、必ずしも美容業というか、美容店でやっていらっしゃるという意味では、そんなに多くないのではないかと考えております。

○市川委員 要は、被害の届けが、例えばお客様からお店に上がったときに、そのお店からの情報というものをどこかで集めているのでしょうか。例えば国民生活センターに届ければ、それはPIOネットに載ってデータとして出るのでしょけれども。例えば、このパーマ液でかゆくなったとか、そういう製品の副作用情報みたいなもの、お薬ではないのですけれども、そういうものを、例えばアメリカだと、FDAが、そういう情報を集めたりしているという話も聞きますので、日本はどうなっているのでしょうか。そのあたりはこれからどのように考えていかれるのでしょうか。

○依田生活衛生課長 ちょっと私の認識が御質問の趣旨を理解できていなかったのですけれども、多分お話をお聞きますと、薬の副作用情報などは、医薬品機構などであるというのは私も承知しているのですけれども、おっしゃったように、例えばそういう部外品だったり、恐らく化粧品みたいなものだと思いますので、ちょっとそこら辺の製品についての監督だったり副作用だったり、これももう本当に縦割りということで恐縮なのですが、どっちかという医薬行政の範疇でございまして、どうなっているかというのはいまちょっとわかりません。関係部局に聞きまして、また市川委員のほうに御連絡したいと思います。きょうは、今はちょっとわかりませんので、御容赦いただければと思います。

○原田分科会長 今の問題点の御指摘は非常に重要なポイントを持っているだろうと思うのです。というのは、健康被害と衛生上の問題はちょっと分けて考えなければいけないと。それで、特に美容業がどちらかというと増加傾向にあるということは大変望ましい、ほかの生衛業から比べたらうらやましいと言ったほうがいいかもしれませんが、でも、逆に言えば、過当競争になる可能性があるわけですね。特に地方などの場合には、それだけの需要のバリエーションもかわらず、やりたいという人がふえるということになれば、必ず過当競争が起きてくるだろう。そうすると競争その他で恐らくエステの方向へ動くだろう。そうなってくると、例えば、今お話があったつけまつげとか脱毛とか、医療行為に限りなく近いボーダーなところでトラブルが生じる可能性がある。それから、特にエステ関係は、アロマが何かのオイルが何かのマッサージをやるようになったら、これは、アレルギー問題が出てくる可能性があるということがありますので、指針の中にいろいろな形で経営の多角化を図るというのは、経営努力の方向性ですから、これは望ましいといった形で指針の中には書かなければいけないのですけれども、それを書き過ぎると、今言ったような問題を助長させてしまうという可能性がありますので、そこ辺はもう一度よくチェックしていただいて、いわゆる衛生上の問題だけでなく、健康被害に結びつくようなものにつながるような文面はとらなければいけないだろうと思いますので、そこをちょっと事務局のほうは真剣に注意して見ていただくということで、よろしくお願ひしたいと思ひます。

そういう形でよろしゅうございますでしょうか。

データ的なものは、また改めてそちらのほうでやっていただいて、指針に書く上においては、ちょっとその辺のところに気をつけなければいけないだろうと思ひますので、事務局に少し検討していただきたいと思ひます。

ほかに何かございましてでしょうか。よろしくお願ひします。

○三村委員 特に文章を直してほしいとかというわけではなくて、あくまで意見でございまして。先ほど美容と理容に関しましては、やはり衛生の問題、例えば感染症への対応ということで、私も全く同じ意見でございまして。そのときに、管理美容師資格認定講習会とか、管理理容師資格認定講習会を基本的にはきちんと強化せよということになっておりますので、私はこれでいいのではないかとと思ひます。

もう一つ、実は同じようなところの指摘で、クリーニング師研修というところで、やはり新しくつけ加わっているのですけれども、何となく位置づけが、管理美容師・管理美容師講習というのは非常にはっきり目的もあるし、恐らくどんな資格だろうとかというのも見えてくるのですけれども、このクリーニング師研修については、営業者ニーズを踏まえながらということで、何となく取らなければいけませんよとはなっているのですが、位置づけが少し曖昧なような印象をちょっと受けましたので、このクリーニング師研修を将来的に受講促進せよとか書いていらっしゃるのですけれども、何かそこがどうなのかな、どういうクリーニング師という資格制度なのかというところがわかりにくくなっているような感じをちょっと受けましたので、それだけでございまして。

○原田分科会長 クリーニング師のほうのものでですね。事務局、何かあります。

○依田生活衛生課長 クリーニング師研修につきましても、これは、実は法律上にしっかり根拠があるものでございまして、3年に1度受けるということになっているわけでございますが、実は、これもまた別の場でも審議をしたこともあるのですけれども、なかなか受講率が上がっていないという話はございまして。そういう中で、やはり今、行政と業界と挙げて高めていくという目標に取り組んでおりますが、他方、なかなか受けようと思っても、日にちがあれだったり、それから遠隔地で行けないといったこともございまして、そういう意味での受講しやすい環境であったりということも整えながらやっていくということで、委員御指摘のように、やはり受けてしっかり実のあるものに内容も充実させていくといったこともやらなければいけませんし、受ける意義みたいなものをしっかり強調しながらやっていくということで受けとめさせていただきたいと思ひます。

それから、先ほどエステの話がございまして、文面はちょっとまた検討させていただきたいと思ひますが、実は、理容業、美容業それぞれ関係しているエステ財団とか研究財団というものがございまして、やはりエステの安全性とかというのをしっかり高めていくということで、実は業界のほうもすっかり今、取り組んでいただいているということでございまして。そういうこともございまして、そういう趣旨もしっかり御意見も反映させていただきたいと思ひしております。

○原田分科会長 ありがとうございます。やはり組合が中心になって動いていただくことが一番大事だと思いますので、その指導をきっちり厚生労働省のほうでやっていただきたい。それ以外の方法論は余りないのではないかとと思ひます。

ほかに何かございましてでしょうか。よろしくお願ひします。

○山田委員 今回のこの指針を拝見いたしまして、私から気になる高齢者や障害者への配慮とか、あるいは新たなサービスの開発とかということで大分書き込んでいただいているという印象であります。一方で、コミュニティーの再生を含めて、個々の店舗なり業界団体が積極的ににかかわるということも書かれているわけでもありますけれども、技術的な面あるいはハード的な面に加えて、こうしたコミュニティーの再生とか、あるいは障害者、高齢者への配慮というソフト面の充実強化を個々の店舗でどういうふうに具体化していくのかということが、実は大事なことでないかと。そのことが、まさにコミュニティーの再生へとつながっていくのではないかとと思ひますので、その辺の御指導、これは業界団体のほうでやられるのだらうと思ひますけれども、その辺の徹底といひましようか、御指導を含めて今後対応していただければと思ひます。

以上です。

○原田分科会長 ありがとうございます。

指針に書き込むこととそれをきちんと運用することとはまたちょっと違った側面があるだろうと思ひますので、特にソフト面のことに關してきっちりと対応していくような指導をしてほしいという御指摘だろうと思ひます。その辺は、事務局のほうとして、よろしくお願ひしたいと思ひます。

ほかに何かございましてでしょうか。お願ひいたします。

○三苦委員 ちょっと時間がなくて全て目を通せなくて偏ってしまうかもしれませんが、本当にこの振興を目的とする指針案を見て、すごく心強く思っている一人です。なぜかといいますと、本当に今、国民のニーズといいますと、今のこの少子・高齢化の中で外出できない人がたくさんいらっしゃる中で、ここの中にしっかりと地域密着型の福祉を推進していただいていることを項目に上げていただいたのは何よりだと思ひます。

できれば、先ほどから先生方がおっしゃっていらっしゃるように、まずは衛生面での安全ということは第一条件なのですが、とにかく美容界、理容界で光を当てていただいたということに、まずもって感謝したいと思ひます。

1つお尋ねしたいのですが、「振興計画の実施状況についての各組合による自己評価」ということで地域イベントへの参加とありますが、例えば、このことがもっと、この達成率56%、33%ではなくて、どういふことをなされて、どういふ成果があったということをもっと情報公開していただければ、この点などが一番、もっと身近に感じて、理容・美容業界のためになるのかなと思ひますが、このことの把握は何か少しはしていらっしゃるでしょうか。こういうことをやっているよということをお教えしていただければ、参考にしたいと思ひます。

○原田分科会長 事務局はいかがですか。

○依田生活衛生課長 まさに今、委員御指摘のように、生衛組合というのは、本当は地域に密着して、自治会であったり福祉団体などとも連携して、いろいろな地域の福祉的な事業なりイベントに積極的に参加しているのが実情でございまして、これは、実はこの各連合会だけではなくて、各県の組

台までアンケートをとって集計しておりまして、それぞれ一つ一つというのは承知しておりませんけれども、例えば、埋美容業で言えば、先ほど申した高齢者の施設に訪問したりとかというものもございますし、それから、理容業で始まっていますけれども、自殺対策ということで、ゲートキーパー対策ということで、やはり一番身近に接するというので、まさに自殺防止のゲートキーパーの役割を果たすということもあります。それから、生衛の関係で言いますと、盲導犬などが入れるとお店にシールなどを張っているところも結構たくさん生懸命やっていたりとか、一つ一つさまざまございますけれども、まさにこういう個々の事業者、小さい事業者でございますけれども、地域に密着して、いろいろなイベントにも参加して、共生してやってきているということが、恐らくこれまで委員御指摘のように光が当てられる場面というのは割となかったのですけれども、まさにそこが生衛のよさであり、この振興指針でも地域との共生ということで光を当て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 よろしゅうございますか。

○三苦委員 本場にありがたいことですね。

○原田分科会長 よろしいですか。では、お願いします。

○大森委員 今、依田課長から説明もありましたので、業者としてより具体的に説明するのがいいのかなと思っておりますので、私のほうでちょっと時間をとらせていただきまして。

実は、この項目の中にも、先ほども漏れなく記載してもらっているということで感謝申し上げましたが、例えば、我々理容業はボランティア活動というのはもう、私ども理容の業に飛び込んだときから、実は奉仕という、理容奉仕ということで、施設、その当時は老人ホームとかという言葉でしたが、随分展開をしましてまいりました。その中で、特に高齢社会の中で、高齢化が進む中でどのように取り組むかということで、それをできる限り、ボランティアという名前を使いながらも、永續できるというようなことで取り組もうということで、この項目の中では、例えばページで言いますと10ページの中にも「訪問理容のための車両、携帯器具」というようなことで、理容の中では10ページの(3)の中に入っております。

また、先ほど課長からちょっと触れいただきましたが、ゲートキーパー、いわゆる自殺防止、これは内閣府と提携して、実はこれだけではない、毎年、私どもは衛生講習会というものを組合で、例えば行政だけに頼っていてもできません。なかなか職員にも限りがありますから、理容業などは積極的に年に1回、衛生巡視運動というものを展開しております。それが割合講習会によく出てきてくれるので、受講者を調べますと、アンケートをとりますと大体半分以上の件数で出てきますので、これをして社会・地域密着型として貢献事業をやっているということで、今ほど説明がありました自殺防止、これは実は3万人以上を超えておるということで、内閣府から、何とか理容業というのは1時間、まあ、1時間かからないときもありますが、固定客が非常に多いですから、その中で少々尋ねることが違ったり気づいたことがあったら、私どもはお医者さんではありませんから、気づいたら次の人につなぐ、そういう役割をしようということで、ゲートキーパーというのに取り組んだことがあります。

特に、平成25年度については、防災協定、東日本大震災にも、私どもは新たな取り組みを行いました。これは、1分もかかりませんから説明いたしますと、被災を受けた理容師が被災された方々にボランティアを行う。あすの復興をするためには、お涙頂戴だけではいけない、元気を出せということで、そのために全国の理容師は、できるだけ募金活動も全てそこに投じて、1人したら幾らのお金を払うということで、働いたら収益があるという方向に変えまして、特に東日本大震災では、そういうテーマを上げて取り組みまして、その理容のボランティアを、今度は「ボランティアの日」と定めて、全国ネットで9月の第2月曜日は理容ボランティアを行おうということですけれども、それとともに、実はその衛生講習会、もとに戻りますが、特に半数以上の店舗の方が受講されますから、防災生衛として、私は実は愛媛県でモデル事業でやってみたのですけれども、防災協定を県庁と結ぼうと。そのときは生衛業全体が一緒に取り組もうということで、それぞれの業種ができることを箇条書きにいたしまして、県との防災協定を結ぶ、それによって、こんどは講習会を開こうということで、行政とともにどういふことを協力したらいいだろうかと。単独ではできませんから、そういうものの講習会を平成25年度は行ってみました。

そして、長いスパンの中では、特に地球温暖化が叫ばれております。もう随分、七、八年になろうかと思いますが、特にクールビズヘアスタイルとかというように、これは収益にもつながってまいりますので、ぜひそのクールビズヘアスタイルをまずつくって、それを普及させていこうというように取り組みも行っております。

特に、近年、平成25年度に生衛全体で取り組んだことを申し上げます。これも愛媛県でモデル事業的にやろうではないかということで、県の補助も受けたしながらいったことですが、高齢者を対象として、実はスタンプラリーを生衛店、私ども愛媛県では13業種ですけれども、13業種の生衛店に行っスタンプを押してもらおうと。スタンプラリーをしていただいたカードを届けていただいた中から、これこれ、こういうサービスをいたしますというスタンプラリー。

そしてもう一点は、実は高齢者に優しいお店総選挙を行おうということで、これは実は私は期待しておったのですけれども、実は評価を私はしておりません。つまりハード面、段差が少ないお店とか、塩分控え目の例えば食べ物屋さんとか、そういう総選挙を行いまして投票をしてみました。評価していないというのは、やはりこういった零細小規模な業種については、そういったハード面、いわゆるハートビル法に沿ったような建物は、あくまでもスーパーとか大きなところが多いので、これは非常に少ないということで、今回この中にも何ページでしかに加えていただいておりますから、私もこれも見て評価させていただいたのですけれども、やはりこういったことについてのもっともっと、本当はまさに一番密着した、国民に密着したこういった業種が、そういったハード面も全て、人に優しい店舗づくりができればと思っておりますので、今度加わっておりますので、箇条書きにしておりますので、よく読んで、私は、だからそういう意味で、ただおざなりに感謝を申し上げたのではなくて、これを使って、これから向こう5年間、できるだけ微を飛ばしながら業界もこういうことに取り組んでいきたいと思っておりますので、少しでも評価が上がれば、また報告できるときにはさせていただきますと思います。

そういう意味で、一端だけですけれども、述べさせていただきました。

以上でございます。

○原田分科会長 ありがとうございます。

○三苦委員 ありがとうございます。いいでしょうか。私たち全国地域婦人会といたしましても、地域に優しいもの、福祉、それから先ほどの防災、エネルギー、いろいろなところで頑張っているものですが、ともに活動できることを大変期待したいと思います。どうぞ地域で御一緒に何かできればと思っておりますので、こちらのほうこそよろしく願いいたします。

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。

指針の中身もどんどん具体的になってきていますので、かつての抽象的なものから比べれば、はるかに盛り込まれているからこそ、こういう活動が行われているのだと思いますので、その点は御理解いただけるとありがたいと思います。

よろしゅうございますでしょうか。ちょっと時間も押していますので、残りの2つをやってしまいたいと思うのですが、それでよろしゅうございますでしょうか。

どうもありがとうございます。いろいろと御意見をいただきましたので、事務局のほうできちんと受けとめていただきたいと思います。

それでは、興行場営業と食品店営業(すし店)の振興指針について、まず、事務局から御説明をいただいて、先ほどと同じような順序で行きたいと思っておりますので、よろしく願いいたします。

○依田生活衛生課長 それでは、お手元の資料7、8をごらんいただければと思います。

新旧対照表でございますけれども、おめくりいただきまして、1ページから、興行場営業を取り巻く状況ということで、2ページでございますけれども、映画館につきましては、こちらは、スクリーン数は平成15年から平成25年にかけて2,681から3,318スクリーンということで増加しているということでございます。御案内のとおり、84%がシネマコンプレックスということでその割合が高くなっているわけでございます。他方、施設数につきましては、10年前と比べまして1,539施設ということで減少しております、いわばスクリーン数はふえているわけでございますけれども、一方で単独館の減少が見られるということでございます。経営上の課題につきましては、「客数の減少」というものをやはり一番多く挙げているところでございます。

それから、消費動向でございますが、映画館の入場者数でございますけれども、1億5,588万8,000人ということでございまして、10年前と比較いたしますと若干減少ということでございます。

映画につきましては、その次の統計にございますように、頻繁に見られる方と、それから、全く映画鑑賞を行わない方の割合も一方で高いということで、二極化が進んでいるということでございます。

それから、4ページ目でございますが、振興の目標に関する事項でございます。興行場営業につきましても、これは国民生活の豊かさを担う重要な役割を担っているわけでございますけれども、前回も御指摘がございましたように、かつてと比べますと、いろいろな意味での御自宅での娯楽、まさに御自宅での娯楽との競争に打ち勝っていくことが、やはり映画を発展させる上で重要な課題だということでございます。少子・高齢化が進んでいくわけでございますけれども、年齢、また障害の有無にかかわらず、全ての国民が楽しめる娯楽の拠点といったことを積極的に担っていく役割が期待されているわけでございます。

また、単独館、これは中心市街地に立地しているわけございまして、まちのにぎわいとの関係も非常にあるということで、そういう観点からもその活性化が求められるということでございます。

それから、衛生問題への対応ということでございますが、これは、興行場営業の特性といたしまして、不特定多数の方が密閉された空間にいるわけですので、そういう意味での空調とか、そういうところの清潔で安全な環境の維持ということが営業者の責務として求められるわけでございます。

それから、経営課題でございますけれども、下のほうでございますが、先ほども申しましたように、やはり家庭のいろいろな娯楽との競争ということもございまして、映画館としての大画面、高音質、臨場感、そういう映画の魅力を消費者にいかにつけていくということが重要になってくるわけでございます。そういう魅力を訴えながら、魅力ある施設づくりを進めていくということでございます。

おめくりいただきまして、そのための対応策といたしましては、いろいろな映画の魅力を知っていただくということでの普及のためのいろいろな割引制度であったり、新たな顧客層の開拓、また、最近非常にもてはやされておりますODSという形で、映画以外のコンテンツを上映していくことも期待されるわけでございます。

また、こうした映画館の機能を最大限発揮していくという意味で、デジタル化というのは避けて通れない課題でございますし、また、一方でこの不特定多数の方が利用される施設でございますので、耐震化への対応も、耐震促進法でもできましたので求められるということでございます。

それから、目標達成に必要な事項でございますけれども、8ページでございますが、衛生面での対策の引き続きの実施を進めていくと。また、経営課題につきましては、それぞれ市場環境、立地条件等でございますけれども、そういうものも踏まえてどういう館づくりを進めていくかというところで、またそれに沿った多様な顧客層をどう開拓していくかということが求められるわけでございます。

サービスといたしまして、自館の魅力を上げていただく、また、新しい顧客を獲得していくということで、いろいろなイベントだったり交流会の開催とか、映画ファンをどういかにふやしていくかというところの対応であったり、先ほど申しましたODSだとか、それから、いろいろなイベント事業への対応といったことも考えられるということでございます。

それから、10ページでございますが、施設・設備面でございますけれども、デジタル化への対応、耐震化対応、また、最近これは業界でも、前回もございましたけれども、高齢者、障害者に配慮した施設づくりであったり、また、聴覚障害者等も映画が楽しめるようなバリアフリー映画というものをしっかりとやっていくということも上げさせていただいているところでございます。

それから、興行場営業の場合の、特に連合会、組合の役割といたしまして、配給会社との連絡調整といったことも上げさせていただいているところでございます。

それから、12ページからでございますが、営業の振興に際し配慮すべき事項ということで、環境対策、また省エネルギー、少子・高齢化対策、地域コミュニティ、地域との再生の関係、東日本大震災への対応ということでございます。こういう面で、例えば東日本大震災の際には、避難所とかそういうところに行つて映画を上映していただくとか、そういった社会的な活動も積極的にやっていただいているところでございます。

以上が興行場営業でございます。

最後でございますが、飲食店営業（すし店）の関係でございますが、資料9、資料10でございます。

すし店でございますが、取り巻く状況につきましては、2ページでございますけれども、すし店の事業所数につきましては、これも統計が違っているの、経済センサスでございまして、2万5,536カ所ということで出ておまして、平成21年と比較して、この3年のデータでございますけれども、事業所数で言えば3,329の減という状況でございます。従事員規模につきましては、5人未満の事業所が57.1%ということでございます。また、高齢化についても進んでいるという状況でございます。経営上の課題につきましては、「客数の減少」ということを上げております。また、消費の動向につきましては、支出額が10年前と比べますと81.2ということで減少しているというところでございます。

目標に関する事項ということで4ページ目からでございます。すし店営業がこれまで担ってきた重要な役割を引き続き担って、いろいろな経営課題、また国民ニーズ、衛生課題に対処していくことが求められるわけでございます。特に、これはやはり地域の買い物弱者に対するセーフティーネットとしての役割が期待されるわけであります。生活者の安心を支える役割、また、前回もございましたけれども、国際的なすし人気というのは非常に高まっております。そういう中で、先般、「和食：日本人の伝統的な食文化」というものがユネスコの無形文化遺産の登録が決まったわけございまして、こういう中で、一層国際化に対応して、海外展開もあるでしょうし、また、外国人観光客の増加につなげていくことも課題でございます。

それから、昨今の動きといたしまして、すし店というわけではないのですが、ホテルであったり、レストラン等の食品表示の不正事案というもの大きな社会問題になったわけでございます。すし店営業も飲食店営業でございますので、食品表示法等の法令を遵守して表示の適正化を推進いたしまして、消費者の納得、安心感を提供していくことが求められるわけでございます。それから、すし職人の高齢化だったり跡継ぎの問題もあって、職人の育成ということも重要な課題であるということでございます。

それから、衛生問題でございますが、前回もここでございましたように、生鮮魚介類を特に取り扱うということで、やはり公衆衛生上の被害の防止のための責務というのは、営業者として非常に重いものだとあるわけございまして、その点を書かせていただいております。

それから、下のほうから、経営方針、経営課題への対応ということでございます。おめくりいただきまして、すし店につきましても、やはり高い職人としてのいろいろな専門性、たくみの技術、また地域密着、対面販売等の特性を生かして独自性を発揮していくということでございます。また、一方で、非常に入りにくかったり価格がわかりにくいといったこともございますので、会計の明朗化であったり、入りやすい雰囲気づくりといったことも求められるわけでございます。

それからまた、いろいろな若い世代からお年寄りまでのいろいろなニーズに合うようなメニューを提供していく、また、やはり熟練の技術によりますすしにつきましては、そのよさというものをしっかりと訴えて差別化を図っていく。また、国際化対応の中で、すし文化の普及、外国語表示をやっていく中で、外国人も入りやすい店づくりを進めていくというようなことも期待されるわけでございます。

それから、8ページからでございます。目標達成の事項でございますが、衛生上の課題にきちんと応えていくこと、生鮮魚介類でございますので、冷蔵保存であったりということも含めた対策の徹底、また、経営課題ということで申しますと、やはり専門性を生かしたどういう店づくりをしていくか、周辺のお店との比較であったり、また、お店のコンセプトを明確化していく、また、後継者を育成していくといったことでございます。

サービス面でございますが、10ページでございますけれども、そういう面での専門性を生かした高い商品力、またそういう価値をどういかに訴えていくか、また、すしに関する情報提供であるということ、それから、いろいろな表示の問題につきましても、やはり健康志向であったり、食の安全性の高まりを踏まえた取り組みの推進ということが求められるわけでございます。それから、価格表示をわかりやすく、また、入りやすい店づくり、地産地消のメニューの提供、1人でも気軽に入れる場の提供といったことも上げさせていただいております。

それから、業界独自の取り組みといたしまして、前回もございましたように、13ページでございます。すしの国際化という中で、海外の事業者を対象とした知識の認証制度といったことも取り組んでいるわけでございますけれども、こういうすし文化を、きちんとしたすし文化をいかに広めていくかということも大きな業界としての課題だとということで取り上げさせていただいております。

それから、15ページからでございますが、営業の振興に際し配慮すべき事項といたしまして、環境の保全、それから食品循環資源の再生利用の推進、少子・高齢化対応、それから、独自の話といたしまして食育への対応、また禁煙等に対する対策ということも上げております。それから、地域との共生、東日本大震災への対応ということで、食育、禁煙等については飲食店独自の事項として加えさせていただいているところでございます。

飲食店営業については、以上でございます。よろしく願います。

○原田分科会長 ありがとうございます。

それでは、先ほどと同様に、今、事務局から説明がございましたけれども、それに関連して、興行場営業の意見聴取人として本日御参加いただいております大蔵さん並びに飲食店すし営業の山縣委員のお2人から御説明等をいただきたいと思っております。まず、大蔵さんから、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。いつもお役所のほうには大変お世話になって、私を初め、皆さんからいろいろな意見を聞いております。

平成19年から前の指針を我々は一生懸命うまいようにやっておりましたけれども、もうここら辺のところのさまざまでございまして、シネマコンプレックスとか、このきょうのあれにも出ておりましたが、非常に多く出てまいりました。そうすると、今まであった劇場が、大体駅のそば、商店街に劇場がぽつんぽつんとあって、それで1つの商店街が構成され、また小さいお店もたくさんあった。ところが、ちょっと離れたところに郊外型の大きなショッピングモールなりアウトレットと申しましうかそういうものができると、それに付随して、そこにシネコンがくっついてくる。これは、たしかこの年度のころは、大店法という法律がちよっと変わったのですね。あれが国のほうから出ていたのが、地方に移管されたということで、急にシネマコンプレックスがたくさんできるようになった。それで、小さい劇場が食われていく。

それから、この中に出て、いろいろ関連があるのですが、映画館というのは、会社からフィルムを借りてくるわけですね。例えば今の当たっている映画が、いいからといって勝手にやるわけにはいかない、その映画会社から借りてこなければならぬ。そうすると、その場でなくて、長い契約のもとにいろいろそれを結んでくる場合があるわけです。そうすると、系統だった形で結んでしまうと、やはりもらえるからといって、例えばあるAという映画会社と契約を結んで、ずっとその写真を配給してもらう。配給してもらうというの、劇場に貸していただいて、それを我々が上映して稼いでいく。その値段が、これは世界で一番日本が高いのですね。映画館の大体の単価が、アメリカはスクリーン数にすると4万5,000ぐらいのスクリーン数がありますけれども、大変な映画大國でございますけれども、この平均入場人員、全米とっておりますからこれはちよっとあれがあるのだけれども、8ドル何がしてご

さいます。800円から950円ぐらいまでの間に映画をこらんになる料金が入っているわけです。日本だと、ちよっといっても1,800円という料金が今出ております。今度また消費税の問題でこれも変わってくるかもしれませんが。

これはちよっと余談ですがそれでも、大手の会社で発表したところによると、ある会社は、それは我々が負担するぞと。だから値段を上げない。上げて、お客さんに一時的にでも去られるようなことになったら大変だから、少しでもサービスとして、何とかそれを自分たちの努力で払っていかうではないかという形で、一番の基本条件は変えないということをもう発表している会社がございます。何社もございます。大手がそれをやると、中小の映画館は、例えばまちで1軒経営されている方、2軒やっている方というのは、やはりどうしてもそれに追従しなければならんから追従していく。

それからまた、さっきも言いましたが、配給というものがちよっと縛られた形でやっているの、シネマコンプレックスに10本映画が出てしまうと、もう残りが無いのです。自分たちがやろうと思う映画が。そうすると、そのシネマコンプレックス、大手の会社がやっている、自分のところの映画が入っていたら、絶対ほかに出さないですよ。そういうことがあるわけです。そうすると、下の劇場がますます苦しくなっていくって、それで、結局そこで、もうやてられないよということになってしまいう例がございます。

そうすると、その地方の小さい都市で、もう今、市制を敷いているところはほとんどでしょうが、シネマコンプレックスが近所にできてきます。そうすると、その市の繁華街が、映画館1軒つぶただけでなくなってしまうような実例がございます。もうシャッター街になってしまったりすると。

だから、我々は、何としてもその小さい劇場をやっている方に頑張って何とかしていこうということで、配給のほうにも話をかけますが、配給のほうは、例えばシネマコンプレックスを10軒持って、1人で何百スクリーンもやっているところと我々のところと一緒にとは。ところが、その人たちは何かというと、組合には全部入っているんです。生活衛生同業組合の組合員として劇場はみんな入っています。組織率は95%ぐらいあります。そうするとちよっと変に聞こえるのですが、これはほかの問題もあるので我々の組合に入っているのです。そういうことで、対会社との話し合いをいい形に持っていけと話しても、どういづかに話して、何をどうしてという非常にジレンマがあつてうまくいかない。だから、小さい劇場は苦しい。

だからといって何もするわけではない、小さい劇場でも、繁華街にある劇場なんかは、例えば、これは別な問題でしょうけれども、大規模な災害が起きたときに、劇場は何とかしてあけておくのではない。人をゆつくり何とかさせることはできないけれども、少なくとも帰宅困難者の何%かは、駅の近所にある映画館は、あけておけば、そこへいっちゃうだろう。何もおてもなすることはできないけれども、しかし、ある区によっては、そういうことをやってくれるのだったら、区にあるいろいろな、例えばブランケットをあげるとか、それから、お水を何とかすぐ届けるとか、そういうことまできちんと話をしてくれて、話がまとまっているところもあります。小さい劇場でも、そうやることによって、我々の劇場の有効な使い方ができると思っております。

それは別として、小劇場がとにかく苦しんでいるのを何とかうまい形で、ですから、デジタル化が95%進んでいるけれども、まだ5%が残っている。やはりお金がかかる、1,000万円から1,500万円ぐらいかかる。先ほど公庫からもいろいろお話がありましたけれども、またそこで1つ厄介な問題が起きるのです。はつきり申し上げると、指導センターを通してそこで許可をもらって融資を受けるというときに、その指導センターの中に相談員、特別相談員ですか、同業の方がいらしゃいます。そうすると、借りたいという人がそこで決算報告を全部出して、場合によっては貯金通帳まで持ってこいというようなことを言われると、自分の懐の中を全部のぞかれる嫌だから、俺はそこから借りないよ、「借りねえや、これじゃ」というようなことが出てきてしまう。現にそういう報告がありました。何とか善処してくれという願いは、これからどんどんやっていくつもりですけども、機会があるので申し上げますが、そういうこともございます。

ですから、シネマコンプレックスはこれからどんどん大きくなります。だから、ごらんになる方はもっともっと楽になる。防災においても、きちんとした設備がされています。また、バリアフリーについては、もうほとんどが階段はございません。スロープです。それから、もし身体に何かある方、障害者の方ですと、車椅子のままそのまま入る。それから、料金も、その方と同行された方は特別の安い料金でごらんになれます。そういうことはやっております。それから、高齢者対策としては高齢者割引がございます。それから、御夫婦でいらっしゃる方には御夫婦割引というものがありまして、どちらかが50歳以上ならば50%引くというものもございます。そういうことをやっておりますが、この世の中の流れですか、本当にちよっと苦しいところがあるのは、その配給料金が高いので劇場は苦勞している。

フィルムはバリアフリーということもあります。先ほどおっしゃった、視聴覚に、本当にびっくりするような機械ができていて、眼鏡をかけていると全部耳に入ってくるとか、それから、劇場で見られない方でも、その臨場感が出てくるということを考えておりますので、業界としては一生懸命やっているし、組合員の方も、また、地方の小さい組合の方も一生懸命やっております。

ですけれども、今度また新しいこの振興指針が出ますので、これをまた我々ももととして、教科書として、できる範囲で早くみんなに連絡し、そしてまた、これに基づいていろいろなことをやっていきたい。私も随分組合が長いので、もうマンネリ化してしまっていて忘れているようなところもありますし、行き届かないところも多々あると思います。だけれども、こうして立派な指針を出していただくと、我々はこれを参考にして一生懸命やりたいと思いますので、ひとつ映画館をよろしく、皆さん、映画を見に来てください。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。ぜひとも近くの映画館に見に行くと。

○大蔵意見聴取人 ありがとうございます。お客さんを1人獲得しました。

○原田分科会長 それでは、続きまして、飲食店営業のおすし屋さんの関係で、山縣さん、よろしく願いいたします。

○山縣委員 全国すし商組合の山縣でございます。

まず、この指針につきましては、前回の審議会を通じて、我々の業界を取り巻く構造的な問題とかを箇条書きにして、非常にわかりやすく整理されているのと、関係者の御努力に感謝申し上げたいと思います。

おすしというのは、おかげさまで、食べ物屋では一番食中毒の少ない分野になります。これは、日本古来の調味料に負うところが大きいのであります。これはまず、酢です。酢、ワサビ、しょうゆ、これは、天然の食材でありながら、実は防腐剤の役目もしているわけでありまして。したがって、本来は新鮮魚介類というのは、放っておけばすぐ腐敗するわけで、食中毒の原因になり得るのですけれども、この酢、しょうゆ、お酒もかもしれませんが、ワサビ、これは大変重要な役割をしているのです。西洋型の、例えばコショウとか唐がらしとか西洋がらしは、幾ら振って、幾ら入れても殺菌力はないのです。ただ、香辛料ということ。

西洋の考え方というのは、何かあったときに、例えば防腐剤を入れたとか化学物質を入れて腐敗を防ごうという考え方なのですけども、日本の古来の、これはずっと連続と続く先輩の、昔の方の知恵と努力だと思っておりますが、みそもそうです。すし屋はみそを出すぐらいであります。みその中に肉を漬けたり魚を漬けておくと、これも腐敗を防ぐことになるのです。

従来型といいますが、厄介なのは従来型の、例えば腸炎ビブリオ食中毒とか、古くなっている食材というのは、すし商に限らずほとんどありません。厄介なのは、アレルギーとノロウイルスです。最近、ノロウイルスという形で、ある衛生の関係機関に表敬訪問したときに、ノロウイルスは防ぎようがないと言われるぐらい厄介なバイ菌なんですよ。したがって、我々経営者としては、アレルギーにしてもノロウイルスにしても、最大限ないように努力することはもちろんなのであります。起きたときに、いかにそれに対して、被害を受けた方に補償なり対応なりしていかなければいけないというところで、組合に入っているお店については襟を正しております。

そしてまた、組合は恐らく、東京にしてもそうですが、どの地域でも年に1回、床屋さんと美容院さんと同じに衛生講習会というものを開催いたしまして、保健所の方、専門の方、あるいは知識を持った方を講師と呼んで、毎年、襟を引き締めて、大体6月に行います。したがって、そういうことも消費者の皆さんに対しては、見えないサービスにつながるのではないかと考えております。

そしてまた、依田課長も説明していただきましたが、今、世界にすしというものが非常に広まってありますが、残念ながら世界のすしで安心して入れるお店はほとんどないですね。これは、外国の経営者が、もうかるからいいということで生を売り出してきたところにあるのです。日本の場合は、水文化で、先ほど言いましたように、食材に対して、魚介類というのはもう連続と続いてきている食文化でありますから、それに対する知識というのは、漁師から、お客さんから、みんなわかっているわけですね。生魚が来たら、すぐ冷蔵庫に入れなければいけない。

それで、脂文化と僕らは呼んでいるのですけれども、脂文化というのは火を通す文化なんです。だから、少々食材が古くても平気なわけです。外国のマーケットに行くときぐわります。肉があって、隣に鶏肉があって、魚が山積みになって、こっちのほうに貝が何かがある。気が向いたときに水をばらばらっとかける程度。その氷も危ないというような状況なんですよ。それは火を通せばいいのです。脂に火を通してフライパンで炒める。

それをこのごろ生で売り出してしまったので、我々は、日本の文化が世界に広まって誇りとするところなのですが、誤った調理方法が蔓延しているのは事実ですね。でありますから、恐らく外国に旅行された方は、安心して入れるようなおすし屋さんって、残念ながら料金が安いのです。これは、俗に言う暴利をむさぼっているというのではなくて、ほとんどの場合が築地から買っています。築地は、建物は古いですけども、衛生のポイントというのはしっかり押さえているのです。だから、日本の食品は安心して使えるということで、特に東南アジアのおすし屋さんとかアメリカのおすし屋さんというのは、高級店で安心して入れる店は、知識のある人がいるということと、築地から買っています。

ただ、ヨーロッパのほうは、ECで守られていますので、日本から食材が直接行くということはありません。したがって、食中毒に対して、わざわざ生鮮魚介類を凍らせてしまうのです。これも誤っております。それから、アメリカも、ロサンゼルスとか一地方の人は、手袋をしないと云うのです。でも、手袋をして、手を洗わなければ意味ないですね。恐らく経験のある方はわかりますけれども、手袋をするおにぎりでも幾つでもできるのです。洗わないで包丁いじる、食材をいじる、何の意味もないのです。私たちの千葉県の間が調べたら、手袋をしているその手袋自体がよくない。皆さん、お

客さんとしてすし屋を見ていればわかります。しよつちゆつちを洗っていますね。あれは酢につけているのです。私は職人ですけれども、恐らく乾いた手ですしを握ったら、べたべたと御飯がくっついてしまいますね。見ればわかる。もう嫌というほど洗っています。酢をつけているのです。

こういふようなことを世界に向かって、その熟れている知識を、嫌がらせるつもりはさらさらないですね。もう3年ぐらい前に、これは厚生労働省、農林水産省に許可をいただいて、世界のすし知識認証制度を立ち上げて、先ほど説明していましたが、広まる以上は、正しい知識を広めてもらいたということをやっております。

きょうは日本の会議ですから外国に触れることはないのですけれども、いずれにしても非常によくまとまっているなということで、持ち帰って、我々も襟を正して組合の仲間にもやろうと思っておりますので、また、ぜひおすし屋さんに来ていただきたいということをお願いしまして、私の挨拶といたします。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。

それでは、皆様のほうから御質問、御意見等を伺いたいと思いますが、いかがでいらっしゃいますでしょうか。どなたからでも結構なのですが、お願いいたします。

○山田委員 興行場営業の振興指針のほうなのですが、最後の14ページのところで、先ほど意見聴取人からもお話があったのですが、「(2)地域との連携による災害時の帰宅困難者への支援」という中身について、先ほどの報告の中でも、行政と協定を結んで、水や非常食や毛布を提供するような協定をつくったところも出てきているというお話もあったのですけれども、この(2)の表現だと「地域との連携による」となっているのですが、帰宅困難者を受け入れたときには、ある程度の物資の提供や確保というものが必要だと思いますので、「地域並びに地方自治体等との連携」ということを明確に入れておいていただいたほうが、今後の協定との関係でもよろしいのではないかと思います。

以上です。

○原田分科会長 ありがとうございます。

帰宅困難者というのは何も地域の人は限りませんから、それに、いろいろな物資の供給なども、やはり「地方自治体」という言葉を入れたほうが、確かにいいかもしれませんね。そこはなるべく御要望に沿いたいと思います。

ほかにいかがでいらっしゃいますか。どなたかございますでしょうか。どうぞ。

○大蔵意見聴取人 今の点でちょっと。地域とおっしゃられた点についてはよくわかるのですが、例えば東京の場合で申し上げますと、銀座地区という非常に大きな繁華街がございます。この場合ですと、消防庁と警察庁、要するに東京ですから警視庁ですね、警視庁と一緒にさういふときの対応をしてもらえないかという話があって、一時話を進めていたのですけれども、これは何か、結局、劇場には椅子はたくさんあっても対応できる人がいないということが出てきているんですね。入れてもいいけれども。それから、もし停電なんかすると、水道が使えなくなると、トイレが使えなくなってしまう、水の供給もできない。そういうものを何かバックアップしてくれば幾らでもできるのだけれどもということでもちょっと引っかかったこともあります。ですから、そうすると非常にいろいろなところと交渉しなければならないですね。区関係、警察、消防、全てそういうところとやり合いながら、事実、今そういうことをやっているところはたくさんあります。品川区などは、もう区のほうからやってくれるという話をしてくれているところもあります。

そんなことでございますので、一応念のために報告しておきます。

○原田分科会長 そうすると、やはり「関連機関」という言葉も入れたほうがいいのかもかもしれませんね。

○大蔵意見聴取人 はいそうしないと。

○原田分科会長 「地域、地方自治体並びに関連機関」と入れたほうがいいのかもかもしれません。

いつ震災が来るとはわからないわけですから、そのときに対応できないではしょうがないだろうと思いますけれども、いろいろな場合を想定して、いろいろな協定を結んでいくということが物すごく大事だと思いますので、何とぞよろしくお願い申し上げたいと思います。

特に、申しわけないけれども、老朽化してしまっているところは、また逆に、かえって危ないという可能性もありますので、そこら辺のところにどう対応するかというのは、やはり組合単位で考えておかれることが必要ではないかと思います。よろしくお願いします。

○大蔵意見聴取人 わかりました。

○原田分科会長 ほかにいかがでいらっしゃいますか。お願いします。

○山根委員 今の災害関連なのですけれども、この災害対応については、この今のところ、地域との共生というところに記載がある、7番目に「災害対応能力の維持向上」というものがあります。これは地域との連携というところです。それとあと、ほかで見ますと、国及び都道府県の役割という形で、12ページに「災害・新型インフルエンザ発生時等における適時、適切な対策の実施」と記載があるので、通常の自然災害、火事、あるいはいろいろな事件・事故等に対応するための避難誘導訓練であるとか、そういったような対応も適宜実施するというようなことは、特に文言としては書く必要がないのかというのが質問です。

それと、すし店のほうでも一言なのですが、残念ながら、旅館やレストラン等において不適切な表示事案がありました。ここにいろいろ記載がありますけれども、また、今、魚の名前をどういうふうに表記させるかということでガイドラインづくり等々も進んでいるようですけれども、ぜひ消費者へ正しい名前、正しい情報を与えるという視点で取り組んでいただきたいと思います。アレルギーですとか、ノロですとかいろいろあって御苦労が多いと思いますけれども、頑張っていたきたいと思います。

○山縣委員 ありがとうございます。確かに産地の問題につきましても、切り身、刺身にするとわからないところがあるので、ちょっと痛いところを指摘されたなと思いますが、例えば関サバとか、氷見のブリとかいろいろあるんですね。それをやはりお客さんに聞かれたときには、正直に正しく言うのが大事だと思っております。

ただ、例えばブラックタイガーとかバナメイエビとかというものについては、すし屋の場合には、これはブラックタイガーですよとか言っていますけれどもね。見ればわかります。前の場でやっています。ただ、刺身にしたときに、やはり今、委員の御指摘のように、これは襟を正していけないと、白衣のベテナ師と言われてしまいますので、これは大事なことだと思います。

対面商売ですから、1回信用を落とすと、お客さんが来てくれないですね。やはり「あそこの店へ行けば安心だよ」ということは、結局は自分たちの経営につながっていくわけでありまして、やはり我々、連合会に戻しまして、そういうふうに先生から指摘があったということで、特に今、産地偽装問題が社会でクローズアップされていますから、我々も気をつけていかなければいけないなと。

ついでに1つ言いますと、大間、大間と言いますよね。大間のマグロ、去年は1億5,000万円で売れましたけれども、あれはとれた港を言うのですね。マグロの背中に大間とか書いているのではないんですよ。これ、困った社会風潮なのですよ。そうすると、あの辺でとれたいいマグロを大間に回してしまふんです。2割ぐらい高く売れるんですよ。それで折半するということ。こじは、あるおすし屋さんのチェーン店の旦那が、これは組合に入っていないけれども、売名行為で去年1億5,000万円までやりました。世界から見ると、日本がそういう値段でマグロを買い取ってしまうからマグロがいなくなるという論調になって、シーシェパードとか、それからグリーンピースという反捕鯨団体がありましたね。これが今、クジラである一定の成果を上げて、今、マグロに来ているんですね。必ず言われますね。実際はそんなことないんです。

4年ぐらい前ですか、2,000万円というのは、確かに御祝儀相場で2,000万円のものがありません。一番いいものを引いて、ほいと上がります。通常そんな値段で取引されているということは逆立ちしてもないんですね。もう1億5,000万円というのは異様と異常を飛び越えてしまつて話にならないんですよ。まあ、1億5,000万円なんて逆立ちしても払えませんが、すし屋はもうかってるからいいねというのはとんでもない間違いでありますから、その辺もあわせて皆さんに正しい知識を広めてもらいたいなと、業界としてはそう思います。

○原田分科会長 ありがとうございます。

先ほど御指摘があったのは、災害対応も、これは指針というのは、各主体別に書いてありますので、その主体別に見たときの災害対応のものを、同じような文言で果たしているのかどうか。それぞれの主体から見たときにその表現でいいのかどうか、ここはやはりもう一度事務局のほうで検討していただくということで、よろしくお願ひしたいと思ひます。

どうぞ。

○大蔵意見聴取人 ただいまの災害時の問題ですけれども、そういう訓練ということとは別になりまして消防法でやらなければなりませんので、それを各劇場の個々の組合が対応してその訓練はしております。

○原田分科会長 ありがとうございます。

それで、回転すしのチェーン店は、恐らく本物はないだろうという視点で見ているだろうと思うのですが、おすし屋さんは、何しろ信頼が大事だと思いますので、産地表示は、やはり。

○山縣委員 そうですね。回転すしの経営者も、例えば岡山県の理事長は回転すしを経営されているんですよ。だから、全て回転すしが悪いということはないと思います。ただ、料金が安くても利益が出ているという事実があります。そこには何かあるのではないのか。

ただ、すし屋の場合だと、正直に言うと、同じものを食べても日によって料金が違うんですね。まじめにやればやるほどそうなんです。だけれども、やはりお客さんの信用を失いますから、気をつけてやりますけれども、安いものには、利益を出しているという裏があるということも願ひしたいと思ひますね。

○原田分科会長 ありがとうございます。以上で本日の会議は終了いたします。ご清聴ありがとうございました。

○原田分科会長 特におすし屋さんの場合はあれですね、信頼が大事だと思います。

○山縣委員 そうです。毎日やっていますが、来られないと一番困りますからね。「あの店、何やってんだ。もう行きたくない」というのが一番困るので。

○原田分科会長 ありがとうございます。食材の正当性をやったら、DNA鑑定しなければいけなくなりますから。そこまで行ったら、もう切りがないと思います。

○山縣委員 それと、まだ時間があるようですからついでに雑談を言いますと、昭和30年、40年の高度成長のときに、お客さんを怒鳴りつけたのは我が業界だけなんです。お客さんがこれを食べるというのに、「うちは冗談じゃねえ」とか。それでも、お客さんも、あのころは職種が少ないですから、それでもはやったんです。確実にすしのファンを減らしたんです。誰だって、お金を払って食べに行って、何か言って、怒鳴りつけられて、「ふざけるな、隣に行け」なんて言ったら来ませんよね。すると大げさな話になりますよ。

これが、今、尾を引いているんです。これが回転ずしがはやる理由ですね。回転ずしは、すぐ出てきて、しゃべらなくていい。怖い板前さんと話しなくても。これでは、業界は終わりです。今、大いに反省していますから、そういうことは余りないはずですよ。

○原田分科会長 ありがとうございます。

○山縣委員 指摘してくださいよ。すし屋の仲間に言いますから。

○原田分科会長 皆さんに愛されるおすし屋さんを目指されているのは非常によくわかります。

では、どうぞ、お願いします。

○市川委員 すし券事業についてお伺いたします。どれぐらい発行されていて、どれぐらい使用されているのか、ちょっと疑問に思っています。なぜかという、我が家の引き出しの中に眠っているのです。使おうと思ってインターネットでおすし屋さんを調べると、ホームページを持っているところと持っていないところとあって、県によっても違ってたりとかします。ホームページがあっても、すし券についての記載があったり、なかったりとかいろいろで、せっかくこういう事業としてされているのであれば、しっかりとその結果が出るような事業展開をしてほしいし、消費者としては、せっかく使えるものになるべく使いたいと思っています。すし券事業のところは一步踏み込んで、もっと普及に努めるとか、書き込まれてもいいのではないのでしょうか。

○山縣委員 その点について、御迷惑をかけて申しわけありません。これは全国なのですね。これがすし券なんです。組合に入っていない店は使えないのです。それと、今、御指摘のとおり、すし券事業の強い組合、地域と、それから、使えない地域があるのです。これが、我々業界にとっても非常に頭が痛いのです。全店舗で使ってもらいたいのです。ただし、組合に入っていないお店は使えないのです。そういうところに行くと、もう露骨に「こんなもの使えない」とか言うので、毎回同じようなトラブルが出てくるのですね。せっかくこういうものがあるのですけれども、本当にこれはもう、我が業界としても、いつも困っているんですよ。消費者に迷惑をかけますからね。だから、組合に入っているところは快く受け取ってくださいと再三、嫌になるほど指摘しているのですけれども、残念ながらばらつきがあるのは事実なので、本当に申しわけないと思います。

ただ、銀座あたりでも、チェーン店舗を展開しているところは使えるのですね。ただ、組合に入っていないお店は使えないので、そういうところに行くと、本当に不快な思いをさせてしまって、よくないなと思っているのですけれども、残念ながらそれが実態です。

○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。どうぞお願いします。

○中村委員 先ほど大蔵会長からのお話の中で、私ども衛経(エイケイ)と言っているのですけれども、生活衛生改善融資についてお話がありましたので、ちょっと御理解がいただけなかったかと思うところがございますので、簡単に御説明いたします。いろいろな融資制度がありますが、衛経は、ことし、できてちょうど40年になりますが、これは、組合の指導を条件にして、同業者であればきっちりした指導ができるであろうということで、それを前提にかなり低利の融資をする仕組みです。それとは別に、公庫が自分で審査をして貸す仕組みが、特に組合の場合ですと振興貸付けというような仕組みが別途ございます。先程申し上げました衛経を使う場合には、組合の指導のために、いろいろな経営資料を提出していただいて、組合のほうで見ていただくという仕組みになっていますので、それが経営実態を全部明らかにすることになるので利用しにくいという声があるという御意見だろうと思います。

ただ、最近では、組合の他に都道府県的生活衛生指導センターの方でそうした指導を受ける形も認められておりますので、そういう形でも御利用していただいたらいいのではないかと考えております。

特に、最近の動きとして、融資の世界では、第三者の保証人を廃止するという動きがありますが、この衛経につきましては、保証人が不要の仕組みになっていますので、利用していただくというのではないかと考えております。

以上です。

○原田分科会長 ありがとうございます。特に組合のほうから、ぜひとも広く宣伝とは言えないかもしれませんが、情報提供していただくことが大事ではないかと思うので、よろしくお願ひしたいと思います。

ほかに何かございますでしょうか。そろそろ時間なのですから、ほかに何か。よろしゅうございますでしょうか。

いろいろとさまざまな視点から御意見をいただきまして本当にありがとうございます。本日審議していただきました理容業、美容業、クリーニング業、興行場営業並びに飲食店営業のすし店の振興指針に関しましては、本日いただいた御意見並びに御指摘のあった部分を踏まえて必要な修正を行いたいと考えております。そして、大変恐縮でございますが、修正に関しましては、立場上、会長をさせていただいております私に御一任いただくという形で、私と事務局とでよく調整をした上できちんとしたものにしていきたいと思いますので、そういう形で取り進めることで御了承いただけますでしょうか。

(「異議なし」と声あり)

○原田分科会長 ありがとうございます。

それでは、事務局と私との間できちとした対応をとりたいと思っておりますので、よろしくお願ひします。

では、最後に事務局から何か連絡事項等がございますたら、よろしくお願ひいたします。

○依田生活衛生課長 本日も活発な御議論をいただきましてありがとうございます。本当に貴重な御意見を賜りまして、特にまた、本日は衛生関係について、やはり私どもの生活衛生の原点であります衛生関係について御指摘があったこと、また、地域との共生、いろいろなボランティアであったり、地域とのつながりについて光を当てていただいたのは本当にありがたいこと。先ほど幾つか例も十分示せませんでしたけれども、いろいろな募金活動、これはクリーニング業などもしっかりやられている例もありますけれども、本当に地域のいろいろな諸活動、災害の対策も含めましてしっかりやっているのがこの業界でございますので、きょういただいた御指摘をまたさらに座長とも御相談させていただきまして、反映させていただき、また、各業界と行政と力を合わせてこの指針をいかに現場に実際に移していくということが、またさらなる課題だということでしっかりやっていきたいと思いますので、引き続き御指導賜ればと思っている次第でございます。

座長と御相談させていただきまして、厚生科学審議会の会長のほうにはしかるべく答申案を作成して、御報告申し上げたいと思います。

なお、ちょっと時間の都合上、十分御意見が発言できなかったという方につきましては、また事務局のほうにお寄せいただければということでございます。議事録につきましては、また別途、御意見をいただいた後、ホームページということで公開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 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22回になりますけれども、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。

本日はどうもありがとうございます。

(了)



〒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.