さらに、そば及びうどんの主原料である玄そば及び小麦はいずれもその多くの割合を輸入に依存している状態であり、世界の穀物相場の影響を受けやすい品目であることから、安定的な原料の確保が重要な課題となっている。

二　今後五年間（平成二十六年度末まで）における営業の振興の目標

めん類飲食店営業は、食品を調理し、消費者に飲食させる営業であるため、細菌等の汚染を受けやすく、食中毒等食品衛生上の問題が起こり得る環境にある。したがって、これらの衛生上の危険を防止し、消費者に対して安全で良質な商品を提供することは、営業者の責務である。

また、営業者には、消費者から信頼され得る商品を提供することも求められている。このため、主原料である玄そば等の産地や商品の品質等消費者が求める情報の提供に努めること等により、消費者に安全・安心をアピールすることが重要である。

さらに、そば・うどんの年間外食費が微減しているものの、近年、健康的な食品としての関心が高まってきており、また、特色のある専門店が開設されてきていることから、今後は、女性客及び若年層の需要の掘り起こしを図ることが有効である。

一方、従来、めん類飲食店営業においては出前営業が大きな比重を占めていたが、社会状況の変化及び他業態の進出により出前営業の比重は落ち込んでいる傾向にある。このように、多様化する消費者の要望を的確にとらえ、新たな顧客を確保するためには、宣伝活動や新メニューの開発が必要である。すなわち、生活習慣病の予防等食を通じた健康づくりに関心が高まっていることを踏まえ、栄養素に富んだめん類の良さを情報提供するとともに、消費者のし好の変化を汲み取り、子どもから高齢者までの様々な要望に合うメニューを開発することにより、消費者のめん類に対する要望に対して積極的に応えていくことが必要である。

特に、そばについては、そば粉の割合の高いそばに対する需要が高まっていることから、営業者は、より品質の良い原料を使用すること、従来の製めん方法を見直すことなどにより、高品質のそばを提供することが必要である。

各営業者は、これらを十分に認識し、衛生水準の向上、消費者に対する情報提供、新メニューの開発等に積極的に取り組むことにより、専門店としての独自性を発揮し、消費者の理解及び信頼の向上を図ることを目標とする。

第二　めん類飲食店営業の振興の目標を達成するために必要な事項

一　営業者が取り組むべき事項

㈠　衛生水準の向上に関する事項

ア　日常の衛生管理に関する事項

営業者は、食品衛生法等の関係法令を遵守することは当然であり、加えて、衛生水準の一層の向上を図るため、食品衛生に関する専門的な知識を深めるとともに、食品衛生責任者の活用や調理器具、容器、食器等の衛生管理の改善に取り組むことが必要である。

さらに、営業者は、消費者が安心し、信頼できるメニューを提供するために、店舗の衛生管理及び従業員の健康管理に留意するとともに、安全な食材を使用し、食中毒等食品衛生上の問題が発生しないように努めることが重要である。

また、営業者は、衛生管理状況の自主点検を行い、その結果を店内に表示するなど、衛生管理のために自店が講じている措置について消費者に対し積極的に周知することが必要である。また、従業員の清潔な着衣の使用及び手洗いの励行、店舗の清掃等により、消費者に不快感を与えることのないよう配慮が必要である。

イ　衛生面における施設及び設備の改善に関する事項

営業者は、日常の衛生的管理の取組に加えて、定期的かつ適切に自店の施設及び設備の衛生面の改善に取り組むとともに、衛生的に調理し、消費者に飲食させるために必要な設備の整備を図ることが必要である。

㈡　経営課題への対処に関する事項

経営課題への対処については、営業者の自立的な取組が前提であるが、多様な消費者の要望に対応する良質なめん類を提供し、国民生活の向上に貢献する観点から、営業者においては、以下に掲げる事項を念頭に置き、経営の改善に積極的に取り組むことが期待される。

ア　経営方針の明確化及び独自性の発揮に関する事項

営業者は、自店の立地条件、顧客層、経営規模、メニュー等の自店の経営上の特質を十分把握した上で、例えば、食材、技術等にこだわりを持った伝統的な専門店、地域に根ざした出前専門店、家族客等を対象とする多様なメニューを提供する店を目指すなど、自店がどのような顧客層を対象にどのようなサービスを重点的に提供するのかという経営方針を明確化することが重要である。

その際、顧客層の変化、消費者の要望の変化、新しい顧客に対する店の印象等顧客に関する情報やめん類飲食店営業以外の外食店も含めた周囲の競合店の状況に関する情報等を収集し、他店のサービスと比較して、食材の品質に比して割安感のある価格設定、技術力、接客態度等について、自店が消費者に提供すべき付加価値を見直すなど、経営意識の改革に努めるとともに、経営方針について将来を見据えた上で改めて検討する必要がある。

特に、小規模の店では営業者及び従業員が変わることがほとんどないため、経営手法が固定的になりやすく、新たな経営課題が発生した場合に、経営の改善に取り組むことが難しい面がある。このため、営業者は、都道府県指導センター等の経営指導機関による経営診断を積極的に活用することが望まれる。

イ　サービスの見直し及び向上に関する事項

営業者は、自店の立地条件及び経営方針に照らし、営業日、営業時間の設定、禁煙席の設置等の検討を行うとともに、清潔で入りやすい店内の雰囲気づくり、接客態度、消費者の関心の高い情報の提供等顧客の立場に立ったサービスの見直しに努める必要がある。

また、使用しているめん、つゆ等の素材、製法及びその取扱いに十分な配慮を行い、消費者に高品質のめん類を提供することが必要である。特に、そばの質の向上を図る一環として、そば粉の混合割合を高めることが望ましい。

メニューの開発に当たっては、従来の伝統的なそば、うどん等の味に加えて、産地、調理方法等の特色により、店として中核的な商品となるものを開発するとともに、消費者の健康に関する意識に留意し、栄養素、総カロリー量、塩分量等に配慮した商品を提供することが重要である。さらに、このような商品の情報を消費者に積極的に提供することが望ましい。

さらに、昼食時のメニュー、季節感を味わえるオリジナルメニュー、野菜等を使用した健康的なメニュー、女性、子ども、高齢者等の要望に対応したメニュー、そば懐石など、自店の経営方針と消費者の要望に的確に対応したメニューの開発に努めることも必要である。また、伝統的な専門店であっても、専門店の特色を活かしつつ、メニューに変化を持たせるよう工夫することも必要である。例えば、地域の生産者団体等と共同して、その地域で生産された玄そば、小麦等の原料を使用したメニュー、地域外の消費者を獲得することを視野に入れた地域の歴史・文化等と関連させたメニュー等、地域の特徴を活かした郷土食としての地場産業商品の開発等が期待される。

なお、そば及びうどんは我が国の伝統的食品であり、政府として観光立国を推進し、訪日外国人旅行者の増加のための取組を進めていることから、外国人旅行者等の顧客の利便性を図るため、メニュー等の外国語表示についても充実させることが望まれる。