衛生問題は、一定水準の管理がなされている営業者の場合、頻繁に発生するものではないだけに、発生防止のためにどれだけの必要な費用や手間をかければ十分かについて判断しにくい特質がある。しかし、食中毒等が一旦発生した場合の信用失墜は多大であるため、日頃からの地道な取組みが重要である。また、個々の営業者の問題がそれにとどまらず、業界全体に対する不信感にもつながることがあることから、都道府県の組合及び連合会には、組合員、非組合員双方の各営業者がレベルアップを図られるよう、意識の啓発や適切な指導が求められる。

2　経営方針の決定と消費者・地域社会への貢献

スーパーマーケットなどの大規模総合店舗の進出で、在来型の商店街の多くが淘汰される中、零細な営業者がいかに消費者の求めに即応しながら営業を展開するかは、営業者の創意工夫にかかっている。

少子高齢社会の進展や過疎化の進行に伴い、買い物の場所や移動手段など日常生活に不可欠な生活インフラが弱体化し、高齢者等で構成される家族が身近な買い物に不安を感じる、いわゆる「買い物弱者」の問題が顕在化してきている。

このため、身近な営業者としての役割が発揮されるよう、小規模専門店として、対面販売の強みを生かした消費者のニーズにきめ細やかに対応した品揃え、弁当・惣菜の宅配や移動販売の実施、御用聞きといった「買い物弱者」の生活利便性を向上する取り組みが求められる。

こうした新たな買い物機能の提供は、単に売上げを伸ばすだけでなく、地域で抱える問題の課題解決や地域経済の活性化につながるものであり、地域社会への貢献を通じた中長期的な経営基盤の確立は、大規模店との差別化にもつながる。

3　税制及び融資の支援措置

食肉販売業は、生活衛生関係営業16業種のひとつとして、税制優遇措置及び日本政策金融公庫を通じた低利融資を受ける仕組みがある。

税制については、振興計画を策定している組合が共同利用施設を取得した場合の租税特別措置が設けられており、組合において共同配送用の車輌を購入したり、組合の会館を建て替えたりする際に活用されている。

融資については、対象設備（別表１）及び運転資金について、振興計画を策定している組合の組合員たる営業者が借りた場合に、日本政策金融公庫の基準金利よりも低率の融資を受けることができる（別表２）。とりわけ、平成23年度予算案には、各都道府県の組合が作成した振興計画に基づき、一定の会計書類を備えている営業者が所定の事業計画を作成して設備資金及び運転資金を借りた場合、より低い低利融資の仕組みが設けられたところであり、特に設備投資を検討する営業者には、積極的な活用が期待される。

三　関係機関に期待される役割

1　組合・連合会に期待される役割

組合及び連合会は、営業者の直面する衛生問題及び経営課題に対して適切な支援をすることが求められる。具体的には、営業者の必要性に即した事業について、独自の財源や国及び都道府県から受ける生活衛生関係の補助金を活用して実施することが期待される。

個々の事業の実施に際しては、計画期間における成果目標を明確にしたうえで、計画、実施し、その成果を適切に評価しつつ事業を展開することが求められる。

また、個々の事業の効果を最大限発揮するため、都道府県指導センター、保健所等行政機関、日本政策金融公庫支店等との連携、調整を行うことが期待される。

2　都道府県指導センター、日本政策金融公庫に期待される役割

上掲の税制、融資、補助金の有効活用については、多くの営業者が経営基盤が脆弱な中小零細事業者であることから、都道府県指導センター、日本政策金融公庫において、営業者へのきめ細かな相談・指導を行うことが期待される。

とりわけ、融資については、審査・決定を行う日本政策金融公庫において営業者が利用しやすい融資の実施及び生活衛生関係営業に係る経済金融事情等の把握、分析及び関係団体への情報提供に努めるとともに、日本政策金融公庫と都道府県指導センターが協力して、手続きや計画作成に不慣れな営業者への支援の観点から、きめ細かな融資相談・指導や融資手続きの簡素化を行うことが期待される。上掲の新設の低利融資制度については、各営業者の事業計画作成が前提とされるため、本指針の内容を踏まえ、各営業者の戦略性を引き出す形での指導をすることが求められる。

3　国及び全国生活衛生営業指導センターの役割

国及び全国生活衛生営業指導センター（以下「全国指導センター」という。）においては、都道府県指導センター、日本政策金融公庫などの各関係者が営業者に対する支援を円滑に行えるよう、これらの関係者に対して助言し、制度の改善を図る必要がある。とりわけ、補助金、税制、融資については、営業者の衛生水準の確保、経営の安定に最大限の効果が発揮できるよう、所要の財源を確保するとともに、制度の不断の改善・改革を行う必要がある。また、国及び全国指導センターには、都道府県や連合会と適切に連携を図り、信頼性の高い情報発信や的確な政策ニーズの把握が求められる。

第四　食肉販売業の振興の目標を達成するために必要な事項

食肉販売業の目標を達成するために必要な事項としては、下記の多岐にわたる事項が挙げられるが、各営業者においては、衛生水準確保等のために必須の内容と、戦略的経営を推進するために選択する内容との区別を行い、計画的な事業実施を行うことが求められる。

また、組合及び連合会においては、組合員である営業者の活動支援、消費者の食肉販売業への信頼向上に資する事業を計画的に推進することが求められる。

一　営業者の取り組み

1　衛生水準の向上に関する事項

⑴　日常の衛生管理に関する事項

ア　衛生規制の遵守
イ　食品衛生に関する専門的な知識の取得
ウ　食品衛生管理者の活用
エ　加工機器、容器等の衛生管理の改善
オ　店舗及び従業者の着衣の清潔確保、手洗い励行
カ　店舗の清掃
キ　従業者の健康管理
ク　商品の衛生的取扱
ケ　衛生管理状況の自己点検と結果の店内表示

⑵　衛生面における施設及び設備の改善に関する事項

ア　商品の受け渡し場での常時衛生管理と定期的な設備の見直し
イ　冷蔵設備、加工機器、容器等による食肉の鮮度の管理

2　経営課題への対処に関する事項

⑴　経営方針の明確化及び独自性の発揮に関する事項

ア　自店の立地条件、客層、商品の特色、技術力等の経営上の特質の把握
イ　ターゲットとする顧客層の特定
ウ　重点商品の明確化
エ　自家製ソーセージ等付加価値の高い商品の提供
オ　弁当・惣菜等の関連商品を含む新たなサービスの開発、提供
カ　周辺競合店の情報収集
キ　他店とのサービス比較
ク　競争力の高い良質なサービスや付加価値の高い食材の提供
ケ　専門店としての独自性の発揮