第二　前期の振興計画の実施状況

都府県別に設立された食鳥肉販売業の組合（平成24年12月末現在で17都府県で設立）においては、前期の食鳥肉販売業の振興指針（平成20年厚生労働省告示第22号）を踏まえ、振興計画を策定、実施しているところであるが、当該振興計画について、全５ヵ年のうち４ヵ年終了時である平成23年度末に実施した自己評価は次表のとおりである。

各組合の積極的な取組の結果、達成率の高い項目も見られるが、少子・高齢化社会への対応に関する事業など一部の項目については達成の割合が小さくなっている。

なお、国による予算措置（補助金）については、政策目的の達成状況の検証及び事業の適切かつ効果的な実施の観点から、「生活衛生関係営業の振興に関する検討会」の下に設けられた「生活衛生関係営業対策事業費補助金審査・評価会」において、審査から評価まで一貫して行う等、必要な見直し措置を講じている。

このため、組合及び生活衛生同業組合連合会（以下「連合会」という。）等においても、振興計画に基づき事業を実施する際は、成果目標及び事業目標を可能な限り明確化した上で、達成状況についても評価を行う必要がある。

当該振興計画等の実現に向けて、組合及び連合会においては、振興指針、振興計画の内容について広く広報を図り、組合未加入営業者への加入勧誘及び組合未結成地域の営業者への組合結成の支援を図ることが期待されている。

組合への加入、非加入は、営業者の任意であるが、生衛法の趣旨、組合の活動内容等を詳しく知らされていない新規開設者等の営業者がいることも考えられるため、都道府県（保健所）への営業の許可申請、届出等の際に、営業者に対して、生衛法の趣旨、関係する組合の内容、所在地、連絡先等について情報提供等の取組の実施が求められる。

表　振興計画の実施状況についての各組合による自己評価

（単位：％）

| | 事　業　名 | 達　成 | 概ね達成 | 主　な　事　業 |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 衛生に関する知識及び意識の向上に関する事業 | 12% | 53% | ・食品衛生等に関する講習会の開催<br>・自主点検の実施<br>・パンフレット・情報誌による情報提供 |
| 2 | 施設及び設備の改善に関する事業 | ６％ | 29% | ・消費者動向の不透明感が下押し要因となっているが、店舗特性を踏まえた改装や省エネ対応の設備の導入投資が見られる |
| 3 | 消費者の利益の増進に関する事業 | 53% | 29% | ・小冊子配布<br>・店頭キャンペーンの実施<br>・賠償責任保険への加入促進<br>・講習会の開催 |
| 4 | 経営管理の合理化及び効率化に関する事業 | 17% | 53% | ・経営講習会、各種研修会の開催<br>・販売状況の調査<br>・経営巡回指導 |
| 5 | 営業者及び従業員の技能の向上に関する事業 | 35% | 35% | ・調理技術講習会の開催<br>・食鳥処理衛生管理者資格取得の促進 |
| 6 | 事業の共同化及び協業化に関する事業 | 41% | 23% | ・共同購入の実施 |
| 7 | 取引関係の改善に関する事業 | 35% | 23% | ・商社等との情報交換会の開催 |
| 8 | 従業者の福祉の充実に関する事業 | ６％ | 41% | ・共済制度の加入促進<br>・優良従業員の表彰<br>・定期健康診断の実施<br>・最低賃金制度の周知 |
| 9 | 事業の承継及び後継者支援に関する事業 | 12% | 47% | ・後継者育成支援のための研修会等の開催<br>・先進企業の視察 |
| 10 | 食品関連情報の提供や行政施策の推進に関する事業 | 41% | 41% | ・機関誌等による情報提供<br>・講習会の開催 |
| 11 | 環境の保全及び食品循環資源の再生利用の推進に関する事業 | 23% | 23% | ・パンフレット・エコバック等の作成・配布<br>・食品循環資源の再生利用に関する情報提供 |
| 12 | 少子・高齢化社会への対応に関する事業 | 18% | 23% | ・高齢者向けメニューの作成<br>・パンフレット・ステッカー等の作成・配布 |
| 13 | 食育への対応に関する事業 | 29% | 41% | ・食育に関する講習会の開催<br>・パンフレット・レジ袋等の作成・配布 |
| 14 | 地域との共生に関する事業 | 29% | 23% | ・地域イベントへの参加<br>・冊子・チラシ等の作成・配布 |

第三　食鳥肉販売業の振興の目標に関する事項

一　営業者の直面する課題と地域社会から期待される役割

食鳥肉販売業の営業者は、食鳥肉の専門店として、国民生活に欠かせない位置を占めており、家庭の食卓に欠かせない食材を新鮮かつ身近に提供する役割を果たしてきた。こうした重要な機能を引き続き担い、国民生活の向上に貢献できるよう、衛生課題に適切に対応しつつ、各々の営業者の経営戦略に基づき、専門店としての特性を活かし、事業の安定と発展を図ることが求められる。また、買い物弱者になり易いことが危惧される高齢者や障害者、子育て・ひとり暮らし、共働き世帯等のニーズに的確に即応することで、食鳥肉販売業の営業者の地域住民が日常生活を送るために必要なセーフティーネットとしての役割や商店街における重要な構成員としての位置づけが強化され、生活者の安心を支える役割を担うことが期待される。

二　今後５年間（平成25年度から平成29年度末まで）における営業の振興の目標

１　衛生問題への対応

衛生課題は、食中毒等の食品衛生上の問題防止のような営業者の地道な取組が中心となる課題と、鳥インフルエンザ、原産地や消費期限の偽装表示への対応のように、営業者にとどまらず、保健所等衛生関係機関や都道府県生活衛生営業指導センター（以下「都道府県指導センター」という。）等との連携を密にして対応すべき課題とに大別される。