また、全国指導センターにおいては、地域で孤立する小規模営業者のほか、大規模チェーン店に対しても、組合加入の働きかけや公衆衛生情報の提供機能の強化を行うため、関係の組合及び連合会との連携を促すための取組が求められる。

第四　食鳥肉販売業の振興の目標を達成するために必要な事項

食鳥肉販売業の目標を達成するために必要な事項としては、次に掲げるように多岐にわたるが、営業者においては、衛生水準の向上等のために必須で取り組むべき事項と、戦略的経営を推進するために選択的に取り組むべき事項の区別を行うことで、課題解決と継続的な成長を可能にし、国民の食生活の向上に貢献することが期待される。

また、組合及び連合会においては、組合員である営業者等に対する指導・支援、消費者の食鳥肉販売業への信頼向上に資する事業の計画的な推進が求められる。

このために必要となる具体的取組としては、次に掲げるとおりである。

一　営業者の取組

1　衛生水準の向上に関する事項

営業者においては、食鳥肉販売業の振興を図るとともに、国民生活の向上に資するため、衛生水準の向上に向け、以下の事項に取り組む必要がある。

⑴　日常の衛生管理に関する事項

ア　食品衛生法等の関係法令の遵守
イ　食品衛生に関する専門的な知識の取得
ウ　食品衛生責任者の活用
エ　使用する器具の衛生管理の改善
オ　店舗及び従業員の清潔確保、手洗いの励行
カ　店舗の清掃
キ　従業員の健康管理
ク　商品の衛生的取扱
ケ　衛生管理状況の自主点検と点検結果の店内表示

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、容器等による食鳥肉の鮮度の管理

2　経営課題への対処に関する事項

個別の経営課題への対処については、営業者の自立的な取り組みが前提であるが、多様な消費者の要望に対応する商品を提供し、国民の食生活の向上に貢献する観点から、営業者においては、次に掲げる事項を念頭に置き、経営改革に積極的に取り組むことが期待される。

⑴　経営方針の明確化及び独自性の発揮に関する事項

現在置かれている経営環境や市場を十分に把握、分析し、専門性や地域密着、対面販売等の特性を踏まえ、強みを見出し、自店の付加価値や独自性を高めていくとともに、経営管理の合理化及び効率化を図ることが必要。

ア　自店の立地条件、顧客層、資本力、経営能力、技術力等の経営上の特質の把握
イ　周辺競合店に関する情報収集と比較
ウ　ターゲットとする顧客層の特定
エ　重点商品の明確化
オ　店のコンセプトの明確化
カ　商品毎の売れる時間帯や曜日毎の販売状況の把握とそれを踏まえた仕入れや販売の管理
キ　部位毎の歩留まり率の把握とそれを踏まえた適切な処理や管理
ク　商品の販売や加工状況等のデータ管理(「見える化」)の推進
ケ　他の生鮮食品等の需給や価格動向の把握とそれに応じた計画的な仕入れと販売
コ　経営手法、熟練技能、専門的知識の習得・伝承や後継者の育成
サ　若手人材の活用による経営手法の開拓
シ　共同仕入れや共同配送等の共同事業の推進
ス　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の積極的活用

⑵　サービスの見直し及び向上に関する事項

消費者のニーズやライフスタイル、世帯構造の変化、国民の食の安全への意識の高まりや健康志向に適確に対応し、消費者が安心して利用できるよう、商品・サービスや店づくりの充実や情報提供の推進に努め、消費者の満足度を向上させることが重要であることから、以下の事項を選択的に取り組むことが期待される。

ア　サービスの充実

①従業員等の教育・研修の徹底
②「手間」と「こだわり」による独自サービスの提供
③マニュアルを超えた「おもてなしの心（気配り・目配り・心配り）」による温もりのあるサービスの提供
④「顔の見える」サービスならではの顧客へのきめ細かなサービス提供や消費者との信頼関係の構築、懇切丁寧な接客
⑤経営者自らによる顧客の要望の把握
⑥優秀な人材の獲得、若手従業員の育成・指導、資質向上
⑦魅力ある職場づくり（人と人の心のチームワーク）

イ　消費者のニーズやライフスタイルの変化等に対応した店づくり

①専門性を活かした付加価値の高い商品や看板商品の提供（高い商品力・提案力）
②健康志向に対応した低カロリー惣菜（ロティサリーチキン等）の提供
③食鳥肉の特性を活かしたおいしい調理方法や季節に応じた料理メニューに関する情報提供
④豊富な品揃えによる、専門店にふさわしい商品力の充実
⑤捌きたての新鮮な鳥肉の提供、顧客に捌くところを見せる演出と信頼感の獲得
⑥中食（弁当・惣菜・惣菜半製品類）を含む新たなサービスの開発、展開
⑦地産地消の食材を使用した商品の開発、提供
⑧お得感を訴求した商品の開発、提供
⑨シニア層が気軽に集える「場」の提供
⑩宅配、御用聞き等の実施（買い物弱者対策の強化）

⑶　消費者に対する情報提供、表示の適正化及び苦情処理等に関する事項

営業者は、消費者の食の安全及び健康志向への高まりに対応し、消費者に納得と安心感を与えるとともに、消費者からの苦情に誠実に対応し、問題の早急かつ円満な解決に努めることが重要であることから、以下の事項に取り組むことが期待される。

ア　産地、飼育者、飼育方法、処理日時、加工方法等の情報提供
イ　食物アレルギー患者を中心とした健康被害防止を目的とした表示
ウ　カロリーや塩分に関する表示
エ　商品の表示、展示、包装方法の工夫
オ　消費者の疑問や苦情への適確な対応（苦情対応マニュアルの作成等）
カ　地域の特性に応じた外国語商品表示の推進
キ　従業員に対する危機管理教育の徹底