二　消費動向

平成24年の１世帯（２人以上の世帯）の理髪料の支出額は5,574円で前年比97円の増で、平成14年の支出額を100とした場合、平成24年の支出額は75.4となっている（総務省『家計調査報告』による）。

また、理容店１回あたりの費用（商品の購入費用は除く）は、「1,000～1,999円」が40.2％と最も多く、「3,000～3,999円」が21.9％、「2,000～2,999円」が12.6％となっている。１回あたりの費用については、「より満足度が高まるのであれば費用を増やしてもいい」と考える利用者が30.8％となっており、その条件としては（複数回答）、「気に入った、理想のヘアスタイルになる」が64.1％、「癒やされる・疲れがとれる」が38.4％、「ヘア関連以外の充実したサービスが受けられる」が33.1％、「悩みに的確に対応してくれる」が21.1％となっている（株式会社日本政策金融公庫『理容店に関する消費者意識と経営実態調査』による）。

三　営業者の考える今後の経営方針

営業者の考える今後の経営方針としては（複数回答）、「接客サービスの充実」40.6％、「廃業」17.0％、「施設・設備の改装」15.7％、「価格の見直し」15.2％、「広告・宣伝等の強化」14.4％となっている（厚生労働省『生活衛生関係営業経営実態調査』による）。

第二　前期の振興計画の実施状況

都道府県別に設立された理容業の組合（平成25年12月末現在で47都道府県で設立）においては、前期の理容業の振興指針（平成21年厚生労働省告示第37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カ年のうち４カ年終了時である平成24年度末に実施した自己評価は次表のとおりである。

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、保健所設置市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	57％	41％	・衛生消毒等に関する講習会の開催 ・自主点検の実施 ・自主点検表、ポスター・ステッカーの配布
2	施設及び設備の改善に関する事業	13％	48％	・店舗特性を踏まえた改装や省エネ、リラクゼーションメニュー対応の設備の導入投資が見られる
3	利用者の利益の増進に関する事業	44％	43％	・賠償責任保険への加入促進 ・講習会の開催 ・標準営業約款制度の推進
4	経営管理の合理化及び効率化に関する事業	54％	44％	・経営講習会、各種研修会の開催 ・経営相談室の設置
5	営業者及び従業員の技能の改善向上に関する事業	52％	41％	・技術講習会の開催 ・競技大会の開催
6	事業の共同化及び協業化に関する事業	46％	46％	・共同購入の実施
7	取引関係の改善に関する事業	45％	28％	・関連業界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	57％	41％	・共済制度の加入促進 ・定期健康診断の実施
9	事業の承継及び後継者支援に関する事業	48％	46％	・後継者育成支援のための研修会等の開催 ・青年部・女性部の育成
10	環境の保全及び省エネルギーの強化に関する事業	44％	33％	・クールビズヘアの推進
11	少子・高齢化社会への対応に関する事業	37％	37％	・訪問福祉理容の推進 ・ケア理容師養成研修会の開催
12	地域との共生に関する事業	56％	33％	・地域イベントへの参加 ・ボランティア活動の推進

第三　理容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

理容業は、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寄与してきた。こうした重要な役割を理容業が引き続き担い、国民生活の向上に貢献できるよう、経営環境や国民のニーズ、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、その特性を活かし、事業の安定と活力ある発展を図ることが求められる。

また、新たな髪形の提案や、子ども等の潜在的な需要の拡大のためのキャンペーンを行うなど、21世紀の理容業の姿を展望し、業界をあげて若者に対する理容業のイメージ刷新に取り組んでいくことが事業の活性化の観点からも重要となっている。

さらに、高齢者や障害者等のニーズに的確に即応することで、理容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地域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。

一方で、理容所の衛生管理に対する消費者の関心も高く、新たな感染症の発生状況を踏まえ、理容業においても、公衆衛生の見地から感染症対策等の充実を図り、利用者に対して衛生管理についての納得と安心感を提供していくことが求められる。

また、社会全体の少子高齢化の中で、営業者自身の高齢化による後継者問題に加え、従業者等への育児支援等も課題となっている。

各営業者は、これらを十分に認識し、利用者の安全衛生の確保、技術及びサービスの向上、利用者に対する情報提供等に積極的に取り組むことにより、理容業に対する利用者の理解と信頼の向上を図ることを目標とすべきである。