三　地域との共生（地域コミュニティの再生及び強化（商店街の活性化））

1　営業者に期待される役割

営業者は、地域住民に対して美容業の店舗の存在、提供するサービスの内容及び営業の社会的役割・意義をアピールするとともに、地域で増加する生活弱者（高齢者、障害者、子育て・共働き世帯）の新たなニーズに対応し、地域のセーフティーネットとしての役割や地域コミュニティの基盤である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るよう、以下に掲げる事項を中心に積極的に取り組むことで、地域コミュニティの再生・強化や商店街の活性化につなげること。

⑴　地域の街づくりへの積極的な参加

ア　祭りや商店街による手作りイベント等共同事業の立案及び参加

イ　商店街の活性化を通じた地域生活者の「ふれあい」、「憩い」、「賑わい」の創出

⑵　「賑わい」、「つながり」を通じた豊かな人間関係（ソーシャル・キャピタル）の形成

⑶　福祉施設における訪問美容の実施

⑷　共同ポイントサービス事業、スタンプ事業の実施

⑸　地域の防犯、消防、防災、自殺防止、交通安全、環境保護活動の推進に対する協力

⑹　災害対応能力及び危機管理能力の維持向上

2　組合及び連合会に期待される役割

⑴　地域の自治体等と連携し、社会活動の企画、指導・援助ができる指導者を育成

⑵　業種を超えた相互協力の推進

⑶　地域における特色ある取組の支援

⑷　講習会の開催

⑸　商店街役員への美容業の若手経営者の登用

四　東日本大震災への対応

東日本大震災は未曾有の国難であり、被災地域における営業再開及び被災営業者の生活の再建と活力ある地域の再生のため、総力を挙げて、東日本大震災からの復旧、将来を見据えた復興への取組を進めていくこと。

1　営業者に期待される役割

⑴　被災営業者のみならず営業者全体による相互扶助と連携の下での役割発揮

⑵　被災営業者の営業再開を通じた被災者へのサービスの充実や地域コミュニティの復元

⑶　節電・省エネへの適切な対応

2　組合及び連合会に期待される役割

⑴　同業者による支え合い（太い「絆」で再強化）

⑵　節電啓発や節電行動に対する支援

⑶　節電に資する共同利用施設（共同蓄電設備等）の設置

3　国及び都道府県

東日本大震災を乗り越えて復興を実現し、被災地域のコミュニティの維持回復を図るため、被災営業者及び被災組合の意向等を踏まえつつ、以下に掲げる事項を中心に積極的な取り組みに努めること。

⑴　被災営業者の営業再開のための施策

⑵　東日本大震災を教訓とした緊急に実施する必要性が高く、即効性の高い防災、減災等の施策

4　日本政策金融公庫に期待される役割

被災営業者に対するきめ細やかな相談・支援を通じた低利融資等の実施

○厚生労働省告示第七十五号

生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律（昭和三十二年法律第百六十四号）第五十六条の二第一項の規定に基づき、クリーニング業の振興指針（平成二十一年厚生労働省告示第三十九号）の全部を次のように改正し、平成二十六年四月一日から適用する。

平成二十六年三月十三日　　厚生労働大臣　田村　憲久

クリーニング業の振興指針

クリーニング業の営業者が、クリーニング業法（昭和25年法律第207号）等の衛生規制に的確に対応しつつ、現下の諸課題にも適切に対応し、経営の安定及び改善を図ることは、国民生活の向上に資するものである。

このため、生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律（昭和32年法律第164号。以下「生衛法」という。）第56条の２第１項に基づき、クリーニング業の振興指針を定めてきたところであるが、今般、営業者、生活衛生同業組合（生活衛生同業小組合を含む。以下「組合」という。）等の事業の実施状況等を踏まえ、営業者、組合等の具体的活用に資するよう、実践的かつ戦略的な指針として全部改正を行った。

今後、営業者、組合等において本指針が十分に活用されることを期待するとともに、新たな衛生上の課題や経済社会情勢の変化、営業者及び消費者等のニーズを反映して、適時かつ適切に指針を改定するものとする。

第一　クリーニング業を取り巻く状況

一　クリーニング業の事業者の動向

クリーニング業は、国民の衛生的で快適な衣料及び住環境を確保するとともに、家事労働の代替サービスを提供することにより、国民生活の向上に大いに寄与してきたところである。しかし、近年、家庭用洗濯機及び洗剤の進歩、コインランドリーの普及、形態安定素材を使用した衣料の普及、大規模企業による取次チェーン店の展開や無店舗型取次サービスといった新しい営業形態を採る企業との競争の激化など、クリーニング業を取り巻く経営環境は大きく変化している。

クリーニング業の施設数は118,188施設（平成24年度末）であり、10年前と比較して38,924施設の減となっている。従業クリーニング師数は51,190人であり、10年前と比較して14,102人の減となっている（厚生労働省『衛生行政報告例』による）。従業者数５人未満の事業者が70.6％で、経営者の年齢については、60歳から69歳の者の割合が38.0％、70歳以上の者の割合が35.4％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）。

経営上の課題としては（複数回答）、「客数の減少」を最も多くあげており、次に多い問題点としては、「客単価の減少」、「材料費の上昇」、「燃料費の上昇」、「施設・設備の老朽化」等となっている（厚生労働省『生活衛生関係営業経営実態調査』による）。

二　消費動向

平成24年の１世帯（２人以上の世帯）の洗濯代の支出額は7,372円で前年比91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68.8となっている（総務省『家計調査報告』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」28.6％、「廃業」26.3％、「価格の見直し」15.1％、「広告・宣伝等の強化」12.9％、「専門店化・高級店化」12.0％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クリーニング業の組合（平成25年12月末現在で47都道府県で設立）においては、前期のクリーニング業の振興指針（平成21年厚生労働省告示第39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24年度末に実施した自己評価は次表のとおりである。