第一　興行場営業を取り巻く状況

一　興行場営業の事業者の動向

興行場営業は、国民生活における身近な娯楽を提供するものとして、その地位を保ってきたところである。その施設数及び入場者数は、昭和30年代半ばのピーク時から平成７、８年頃にかけて、娯楽の多様化、テレビ、家庭用ビデオ、パーソナルコンピュータ、家庭用ゲーム機、衛星放送等の普及により、長期間減少傾向にあったが、近年、邦画を中心とした話題作の増加、郊外地域を中心とした複数のスクリーンを有する映画館（以下「シネマコンプレックス」という。）の増加等により、スクリーン数は、平成15年末の2,681スクリーンから平成25年末には3,318スクリーンと増加傾向にある。スクリーン数の増加は、シネマコンプレックスの増加によるところが大きく、５スクリーン以上を有するシネマコンプレックスのスクリーン数は10年前と比較して1,298スクリーンの増となっており、全スクリーン数の84％を占めるまでに至っている（一般社団法人日本映画制作者連盟統計による。）。他方、興行場（映画館）の許可を受けた施設数は、1,539施設（平成24年度末）であり、10年前と比較して381施設の減となっている（厚生労働省『衛生行政報告例』による）。このような短期間でのシネマコンプレックスの増加に伴い、競争も激化し、既存の単独スクリーンの映画館（以下「単独館」という。）の閉館を招くなどの影響も生じている。

経営上の課題としては（複数回答）、「客数の減少」が86.2％と最も多くあげており、次いで、「施設・設備の老朽化」が34.1％、「光熱費の上昇」が27.2％、「客単価の減少」が17.5％、「映画料・原材料費の上昇」が10.6％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

１世帯あたり（２人以上の世帯）の映画・演劇等入場料の支出（平成24年）は6,137円で、10年前と比較して403円の増となっている（総務省『家計調査年報』による）。

映画館入場者数（平成25年）は155,888千人で、10年前と比較して6,459千人の減となっている（一般社団法人日本映画制作者連盟統計による）。

また、総務省『平成23年社会生活基本調査』によれば、映画鑑賞をしている者は年に５～９日以上が男性で10.7％、女性で13.9％である一方、年に映画鑑賞を全く行わない者は男性で69.0％、女性で62.1％にも及んでおり、鑑賞頻度の高い層と低い層の二極化の状況もみられる。

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）、「新しい映像技術の導入」が52.8％、「接客サービスの充実」が47.2％、「施設・設備の改装」が35.4％、「広告・宣伝等の強化」が32.1％、「飲食メニューの工夫」が27.6％、「感謝デー等の行事の開催」が15.0％、「営業時間の変更」が11.4％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興行場営業の組合（平成25年12月末現在で45都道府県で設立）においては、前期の興行場営業の振興指針（平成21年厚生労働省告示第40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。

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	11％	35％	・衛生管理等に関する講習会の開催 ・衛生管理マニュアル作成・配布
2	施設及び設備の改善に関する事業	0％	17％	・改装やデジタル化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	20％	59％	・各種マニュアルの作成 ・中高生等の映画教室の開催 ・映画サービスデーの実施
4	経営管理の合理化及び効率化に関する事業	33％	41％	・経営管理講習会、経営相談会の開催 ・映画盗撮防止セミナーの開催
5	営業者及び従業員の技能の改善向上に関する事業	22％	48％	・講習会の開催 ・接客マニュアルの作成・配布
6	配給会社等との良好な関係の構築に関する事業	26％	28％	・関係業界との情報交換会の開催
7	事業の共同化及び協業化に関する事業	15％	24％	・共同購入・共同広報の実施
8	従業者の福祉の充実に関する事業	6％	33％	・永年勤続者・優良従業員の表彰 ・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	22％	50％	・後継者育成支援のための研修会等の開催 ・青年部員の活動支援
10	環境の保全及び省エネルギーの強化に関する事業	13％	28％	・省エネ機器の導入
11	少子・高齢化社会への対応に関する事業	13％	13％	・シニア料金制度の実施　指導
12	地域との共生に関する事業	20％	48％	・地域イベントへの参加 ・出張上映会の実施

第三　興行場営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

興行場営業の営業者は、娯楽・文化の身近な担い手として、国民生活を豊かにする上で欠かせない役割を果たしてきた。映画は、鑑る者に楽しさはもとより、感動や安らぎ、興味、関心を喚起し、学習の機会を提供するなど、人生に潤いをもたらし、豊かにさせるものといえる。こうした重要な役割を興行場営業が引き続き担い、国民生活の豊かさ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、事業の安定と活力ある発展を図ることが求められる。