第一　食肉販売業を取り巻く状況

一　営業者の動向

食肉販売業の許可を受けた施設数は、全国で141,871施設（平成26年度末現在）であり、10年前（平成16年度末）と比較して10,446施設の減となっている。平成22年度から平成26年度までの新規営業施設数は64,528施設、廃業施設数は62,752施設と新設が廃業を上回っている（厚生労働省「衛生行政報告例」による。）。

平成26年10月現在の営業者の規模は、従業者数５人未満の零細事業者が57.5％であり、また、経営者の年齢は、60から69歳が36.2％、70歳以上が28.3％と、60歳以上が全体の64.5％となっている。後継者の有無は、40.3％が「あり」、55.4％が「なし」と回答している。また、経営上の課題（複数回答）として、72.4％が「原材料費の上昇」、59.6％が「客数（注文数）の減少」、47.9％が「水道・光熱費の上昇」、40.2％が「施設・設備の老朽化」と回答している（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

消費者の意識調査において、平成26年度の食肉の種類別購入頻度は、牛肉では38.2％が「週に１日程度」、23.7％が「月に２～３日程度」と合わせて約６割を占めている。豚肉は32.2％が「週に２～３日程度」、44.3％が「週に１日程度」、鶏肉は28.4％が「週に２～３日程度」、44.0％が「週に１日程度」と、いずれも合わせて７割以上を占めている。過年度調査（平成24年度・平成25年度調査）との比較においては、牛肉はいずれの購入頻度も増加傾向にあり、特に「週に１日程度」とする割合は平成24年度に比べて約９％上昇している。また、食肉購入時に重視する項目については、いずれも「価格が手頃であること」が最も多くなっており、消費者の節約志向が続いている（公益財団法人日本食肉消費総合センター「食肉に関する意識調査」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（複数回答）としては、「接客サービスの充実」が36.4％と最も多く、次いで「価格の見直し」が35.3％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。）。食肉・食鳥肉販売業を営む者が、売上拡大に向け強く意識している課題としては、「商品・サービス力のアップ」が68.0％と最も多く、次いで「経営の参考となる情報の収集」が28.6％、「知名度の向上」が24.5％となっている。また、売上拡大に向け障害となっている外部環境としては、「顧客の高齢化」が32.7％と最も多く、次いで「消費者の低価格志向」が33.3％、「同業者との競合が激しい」が27.2％となっている（株式会社日本政策金融公庫（以下「日本公庫」という。）「生活衛生関係営業の景気動向等調査（2015年４～６月期）特別調査」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食肉販売業の組合（平成26年12月末現在、45都道府県で設立されている組合）においては、前期の食肉販売業の振興指針（平成23年厚生労働省告示第53号）を踏まえ、生衛法第56条の３第１項に基づき、振興計画を策定し、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か年のうち４か年終了時である平成26年度末に実施した自己評価は次表のとおりである。

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

	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	74％	21％	・衛生管理講習会の開催 ・衛生マニュアル等の作成及び配布 ・巡回指導、消費者意識調査
2	施設及び設備の改善に関する事業	14％	36％	・施設等の整備及び改装 ・資金の借入れ等に関する講習会の開催
3	消費者の利益の増進及び商品の提供方法に関する事業	71％	21％	・食肉公正競争規約の普及浸透 ・苦情相談窓口の設置 ・食肉料理教室等の開催
4	経営管理の合理化及び効率化に関する事業	33％	40％	・経営講習会又は各種研修会の開催 ・経営に関する相談及び指導の実施
5	営業者及び従業者の技能向上に関する事業	28％	51％	・技術講習会の開催 ・地域支援事業の実施
6	事業の共同化及び協業化に関する事業	36％	26％	・関係業界等との情報交換会の開催 ・冷凍車の共同購入、共通利用券の販売
7	仕入れ方法の工夫及び取引関係の改善に関する事業	44％	20％	・食肉等の共同購入供給の推進 ・情報交換会の開催
8	従業者の福利の充実に関する事業	52％	30％	・共済制度の加入促進 ・定期健康診断の受診促進
9	事業承継及び後継者支援に関する事業	22％	37％	・後継者育成支援のための研修会等の開催 ・青年部の活動支援
10	環境の保全及びリサイクル対策の推進に関する事業	30％	37％	・講習会等の開催 ・パンフレット等の配布
11	食育への対応に関する事業	49％	23％	・消費者に対する啓発セミナーの開催 ・パンフレット等の配布
12	少子高齢化社会への対応に関する事業	43％	30％	・講習会等の開催 ・地域イベントへの参加 ・ポスター等の作成及び配布
13	地域との共生に関する事業	64％	18％	・地域イベントへの参画 ・福祉施設等への慰問

㈱　データは、平成23年度から平成26年度までの評価結果を集計したもの。

国庫補助金としての予算措置（以下「予算措置」という。）については、平成23年度より、外部評価の導入を通じた効果測定の検証やＰＤＣＡサイクル（事業を継続的に改善するため、Plan（計画）―Do（実施）―Check（評価）―Act（改善）の段階を繰り返すことをいう。）の確立を目的として、「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、補助対象となる事業の審査から評価までを一貫して行う等、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、事業目標及び成果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。