2024-10-23　第44回厚生科学審議会生活衛生適正化分科会

○羽鳥生活衛生課長補佐　それでは、定刻となりましたので、ただいまより、第44回「厚生科学審議会生活衛生適正化分科会」を開催させていただきます。

委員の皆様方におかれましては、御多忙のところお集まりいただきまして、誠にありがとうございます。

本分科会はオンライン併用ですので、一部の委員はオンラインでの参加となっております。

また、本日の会議は、希望された方を対象に傍聴を行っております。そのため、御発言の際はマイクの電源を入れ、お名前を名乗っていただいた上で、はっきりと御発言いただき、発言されない際はマイクを切るよう御協力をお願いいたします。

傍聴される方におかれましては、開催案内の際に御連絡している「傍聴される皆様へのお願い」事項の遵守をお願いいたします。

本日の出席状況について御報告をさせていただきます。

塚島委員、内藤委員、松山委員から欠席の御連絡をいただいております。

委員総数23名中、現在18名の委員の出席をいただいておりますので、厚生科学審議会令第７条第１項の規定により、本日の会議が成立したことを御報告申し上げます。

本日の会議について、遅れて２名の委員が参加される御予定となっております。

また、委員の改選がございまして、池上実委員、伊東正博委員、井元克典委員、鈴木光一委員、征矢野茂委員、田辺恵子委員、塚島英太委員、中島智彦委員、藤原國明委員、山城一真委員に今年度より本分科会に御参画いただいております。

以上、新たに委員となられた皆様におかれましては、どうぞよろしくお願い申し上げます。

また、今回の審議に当たっては、塚島委員が御欠席のため、代わって旅館業の全国旅館ホテル生活衛生同業組合連合会より参考人として、事務局次長の原田様に御参加いただいております。

続きまして、会議に先立ちまして健康・生活衛生局生活衛生課諏訪課長から御挨拶を申し上げます。

○諏訪生活衛生課長　生活衛生課長の諏訪でございます。

当分科会の委員の皆様方、大変御多忙のところ御参加いただきまして、誠にありがとうございます。

また、改めて委員になられた先生方、どうぞよろしくお願い申し上げます。

当分科会におきましては、厚生労働大臣におきまして、生活衛生関係営業の各業種の振興指針を策定するというのを主にお願いしているところでございます。

公衆衛生の維持向上または利用者の方々の利益の擁護に資するように、生活衛生関係営業の振興を計画的に推進する、そういった観点からの指針づくりでございます。

５年に一度ということで、各業種ごとの指針づくりについて、お願いをしてきているところでございます。

足元でもいろいろ生活衛生関係営業をめぐりましては、物価高騰でございますとか、継続的な賃上げへの対応など、様々な課題があるところでございます。

そうした課題を踏まえながら、今後のそれぞれの営業の指針づくりといったところに、御協力をいただければと考えてございます。忌憚のない御意見を賜りますよう、お願い申し上げたいと思います。

簡単ではございますが、開会に当たりましての私の御挨拶とさせていただきます。よろしくお願いいたします。

○羽鳥生活衛生課長補佐　続きまして、厚生労働省の事務局の出席者を御紹介させていただきます。

今ほど御挨拶させていただいた、諏訪生活衛生課長です。

同じく生活衛生課課長補佐の、私、羽鳥でございます。本日は、どうぞよろしくお願い申し上げます。

それでは、この後の進行につきましては、芳賀会長にお願いしたいと思います。よろしくお願いいたします。

○芳賀分科会長　皆様、こんにちは。

分科会長を務めさせていただきます、芳賀でございます。どうぞ、本日はよろしくお願いします。

それでは、早速、本日の議事に入りたいと思います。

初めに、事務局より資料の確認をお願いします。

○羽鳥生活衛生課長補佐　資料の確認をさせていただきます。

まず、お手元、また、メールのほうでオンラインで参加の委員には、お送りをさせていただいておりますが、議事次第、委員名簿、座席表がございまして、続いて、資料１、資料２、資料３－１、資料３－２、資料の３－３。

続いて、参考資料１－１、１－２、１－３、そして、参考資料２、参考資料３という形で資料のほうをお配りさせていただいております。

過不足等ありましたら事務局にお申し出ください。

○芳賀分科会長　皆さん、資料はおそろいでしょうか。大丈夫ですか。

どうもありがとうございました。

それでは、まず、議題「（１）制生活衛生適正化分科会の進め方について」、事務局より資料１の御説明をお願いします。

○羽鳥生活衛生課長補佐　事務局から御説明をさせていただきます。

まず、お手元の資料１について御覧いただければと思います。

こちらにつきまして、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、生衛法と言われますが、それにおいて、厚生労働大臣は、生活衛生関係営業の業種ごとに、営業

の振興に必要な事項を振興指針として定め、当該振興指針に基づいて具体的な各生活衛生同業組合において組合員である事業者が取り組む具体的な計画として、５年間の事業計画とし振興計画を定めております。

近年の改正結果については、上の四角囲みの図のとおりでございます。

振興指針の改正につきましては、これまで、業種ごとに５年に一度のサイクルで、毎年度、おおむね３業種ずつ業界を取り巻く現況などを踏まえながら、今後、振興等を図っていくために必要な取組等を改めて盛り込むなどの改正を行ってきているところでございます。

他方で、生活衛生関係営業に共通して影響する制度改正等の事項についても、５年ごとの改正時に対応をしてきているため、振興指針に反映されるタイミングが、業種ごとに差が生じているという状況がございます。

今後につきましては、業種ごとに５年に一度の改正の基本指針は維持しつつも、各業種に共通する事項については、業界を取り巻く環境に適時対応していくために、５年ごとの改正を待たずに、随時振興指針に反映させることがより適切と考えております。

そのため、下の枠内の「生活衛生適正化分科会の進め方について」というところにございますけれども、これまで本分科会を年２回程度開催し、改正対象の業種の現況の聞き取り､振興指針の改正案の議論を年２回の開催で行っていただいているところでございます。

今後につきましては、毎年１回目の分科会において、今回１回目になりますけれども、生活衛生関係営業全般を取り巻く状況、課題等の情報を確認しながら、①として全業種の振興指針に共通で盛り込む必要がある改正事項の検討いただき、②として５年ごとに改正する３業種、今回については、興行場業、旅館業と浴場業の固有の状況等について、業界の３業種の方から意見を聴取いたしまして議論を行っていただく。

その上で、２回目の分科会においては、振興指針の具体の改正案を事務局のほうで、第１回目の議論を踏まえて、振興指針に反映させたものを改正案として御提示させていただいた上で御議論をいただくという流れと考えております。

事務局からの説明は、以上になります。

○芳賀分科会長　ありがとうございました。

振興指針の改正の進め方について御説明いただきました。

簡単に言うと、各業種共通部分と、各業種固有の部分で分けて、モジュール化しておいて、共通部分のところは、毎年見直しましょうということかと思います。

その趣旨は、昨今の環境変化が早いということで、感染症があったりだとか、デジタル化だったりだとか、インバウンドが増えたりとか、いろいろありますので、５年待っていると遅いということもあろうかと思います。

この進め方の変更について、何か御意見とか御質問があればいただきたいと思いますけれども、いかがでしょうか。

御意見等ある場合は、御発言の際は挙手をいただきまして、私が指名してから御発言い

ただけますようお願いします。いかがでしょう。

どうですか、よろしゅうございますか。

私も何度か、この改正に関わらせていただいていますけれども、確かに５年待っていると遅いということも往々にしてあると思いますので、このように進めさせていただければと思います。ありがとうございました。

それでは、次に、議事次第の「（２）生活衛生関係営業の現状、課題、支援策等について」及び「（３）興行場営業、旅館業、浴場業等の振興指針改正について」に移りたいと思います。

まず、資料２及び資料３－１に沿って、生活衛生関係営業全体の現況と各業種の振興指示について共通して改正すべき事項、これについて御審議いただきたいと思います。

まず、事務局より御説明をお願いします。

○羽鳥生活衛生課長補佐　資料２について、御説明をさせていただきます。

資料２、厚い資料になりますけれども、こちらについて、お手元に御用意いただければと思います。

こちらは、続けて御説明をさせていただく、資料３－１の「各業種共通の振興指針改正の論点案について」に関連する内容として、生活衛生関係営業の現状、課題、支援策を御説明させていただき、こちらも御参考にしていただきながら、各業種に共通で振興指針改正を行う必要がある事項について御議論いただきたいと考えております。

それでは、まず、資料２について御説明をさせていただきます。

２ページ目になりますけれども、こちらは、生活衛生関係営業の種類と施策体系を図示したものでございます。

生活衛生関係営業、飲食業、理容業、美容業、クリーニング業、興行場営業、旅館業、浴場業など国民に密着したサービスの提供を行っていただいており、衛生的で安心なサービス提供のために、衛生規制を遵守することが求められているところでございます。

一方で、生衛業の営業者は、大部分が中小零細企業でもあることから、国及び地方公共団体が生衛法に基づき、営業者の自主的な活動を促進し、生衛業の経営の健全化、衛生施設の衛生水準の維持向上を図ることとしております。

中段の図のとおりでございますけれども、生衛業は業種としては16業種ございまして、業種ごとに各都道府県に営業者の集まりである生活衛生同業組合が設置され、また、当該組合を業種ごとに統括される全国団体の全国生活衛生同業組合連合会が、全国に１か所ずつ設置されているところでございます。

また、都道府県生活衛生営業指導センター、各都道府県に１か所ずつ設置され、全国団体の全国生活衛生営業指導センターがございまして、国の補助金等を受けながら都道府県生活衛生営業指導センターでは、中小企業診断士、行政書士や税理士などの専門家による相談事業等を実施し、指導や支援を行っていただいております。

行政として保健所は、営業者への各種法令に基づく衛生規制を行っておりますが、当該

営業指導センター及び組合などが、営業者への経営の健全化や衛生水準の維持向上のための指導や支援を行うことで、関係機関が連携しながら、この16業種、生衛業全体としての公衆衛生の確保を図っているところでございます。

次に、3ページになりますが、こちらは、生衛法に基づき、営業者の自主的活動により、経営の健全化や衛生水準の維持向上が期待され、もって、国民、消費者の利益の擁護を実現することが期待されておりますが、その実現に向けて各種施策が取られているところでございます。

その中身としては、下の図のところでございますけれども、生活衛生関係営業対策ということで、生活衛生関係営業の衛生水準の維持向上、経営基盤の安定、消費者の利益の擁護ということで、それぞれのカテゴリーに基づいて、それぞれ取組が行われております。

具体的には、生活衛生関係営業の衛生水準の維持向上については、食品衛生責任者等、飲食業について、責任者を置いて衛生基準の遵守をしていただくと。

また、都道府県のほうで、環境衛生監視員等により各業法に基づく監視指導を行っていただく。こちらは、各業法ということで興行場法、公衆浴場法、旅館業法等ございますので、そういったものに基づきながら監視指導が行われているところでございます。

経営基盤の安定につきましては、日本政策金融公庫による政策金融を行っているところでございますけれども、低利の融資による資金繰り支援であったり、今回改正手続を行っていただきます国による振興指針の策定、また、御説明させていただきました都道府県生活衛生営業指導センター、全国生活衛生営業指導センターの相談であったり、指導というところを行っていただいています。また、営業者から成る組合等の自主的な活動の推進であったり、税制上の措置ということで減免措置というところも行っているところで、経営基盤の安定を図る等を行っております。

また、消費者の利益の擁護というところで、標準営業約款ということで、認可・登録ということを行い、消費者の利益の擁護を図っているところでございます。

続いて、４ページになりますが、こちらは、生衛業の営業者を一番身近に指導、支援する営業者自ら組織する団体として、各都道府県に設置された業種ごとの生活衛生同業組合の役割等を記載させていただいているところでございます。

上の四角囲みですが、生衛業者の多くは中小零細事業者でございまして、個々の事業者が単独で施設整備であったり、技術力の向上等を進めるには、ある程度の限界がございます。

少子高齢化、環境エネルギー問題であったり、感染症対策、物価高騰、賃上げというような足元の状況などの各種課題が生じる中で、共同で諸課題に対応できるように、生活衛生同業組合が中核的な役割を担って、共同事業や協業化であったりとか、営業者の合理化・省力化であったり、技術力の向上、集客等を支援するという形で経営基盤の安定強化を図るための指導や支援を行っているところでございます。

そういった役割の中で、生活衛生同業組合の意義としましては、一番下のところでござ

います、生衛法に基づき、営業者の衛生水準の確保・向上等を使命として、また、組織的に保健所など、行政や生活衛生営業指導センターとの連携を図って、業種内のネットワークの構築、生衛業が地域に密着して行う事業であることからも、地域コミュニティーの再生強化にも資するような、中核的な存在となっているところでございます。

なお、生活衛生同業組合につきましては、昨年12月末現在で、全国で563組合が組織されているところでございます。

次に、５ページになります。

５ページ以降につきましては、生衛業を取り巻く課題や経済情勢等を整理したデータ等が15ページまで続いております。

５ページ目につきましては、こちらは、生衛業の各業種の業種別の採算DIの推移になります。

中央の折れ線グラフ、これは、当期３か月の黒字企業割合から赤字企業割合を差し引いた割合ということで、赤線は年４期間の移動平均の推移となっております。

コロナ発生後の2020年の令和２年の１月以降から急激に各業種の採算DIが下がり、コロナ禍において、大きくマイナスの時期が続き、2023年の令和５年の４月から６月期に当たって、マイナスが１桁台となりながら、新型コロナが感染症法の２類から５類に移行したことも影響しているのかと思いますが、その後、回復傾向にあるところでございますけれども、直近においても、下の表の赤枠部分でございますけれども、採算DIが依然としてマイナスが続いている業種も多くある状況でございます。

続きまして、６ページになります。

こちらは、生衛業において各業種で、主な経営上の問題点として考えられていることをお聞きした調査データになっております。

赤枠が全業種の平均値となりますが、左から、仕入価格、人件費等の上昇を価格に転嫁困難というところが、全業種で見ても56.6％と、生衛業全体で多くの割合となって、主な経営上の問題点となっております。

その下の飲食業については、特に高い割合となっております。黄色の枠については、全業種平均の125％以上の割合で超えている高い割合となっている業種を、黄色で囲って表示させていただいております。

続いて、右欄の「顧客数の減少」というところ、これは全業種平均で37.5％でございますが、業種ごとに見ますと、飲食業では全体的に顧客も戻りつつあるのかというところでございますけれども、その中で、社交業については57.1％と、他の飲食業と異なり、高い割合を示しているところでございます。

これは、社交業の業界のほうにお聞きすると、高齢化が進む地方においては、コロナによって生活様式が変わり、夜の町への足が、高齢者の方々が戻ってきていないという状況があると伺っております。

また、理容業、美容業、映画館など、顧客数の減少も高い割合となっておりまして、こ

れもコロナ禍での生活様式の変化により、利用頻度等が減っているということも影響しているのではないかと考えられるところでございます。

その隣「店舗施設の狭隘・老朽化」についてでございますが、映画館、ホテル、旅館、公衆浴場が特に高い割合となっております。

その隣「従業員の確保難」については、全体業種でいきますと20.7%でございますが、特にホテル、旅館が43.6%と高い割合となっております。

この辺りの現況につきましては、後ほど業界のほうからもお聞きできるかと思いますので、御説明させていただきます。

次に、７ページから11ページになりますが、７ページから11ページは、物価高騰や人件費の上昇ということで、現況の御参考となるようなデータを取りまとめさせていただいているところでございます。

まず、７ページになりますけれども、こちらは、日本銀行が出している国内企業物価指数の推移になります。

2020年、令和２年でございますけれども、そこを基準として、その後の変動の動きということになりますが、水色の折れ線が石油・石炭製品、赤色の折れ線が電力・都市ガス・水道などを継続してエネルギー価格の高騰というところで推移している動きが見られます。

物価高騰等における生衛業における現況について、各生活衛生同業組合連合会に各業界の状況を確認させていただいたところ、上の枠内でございますけれども、飲食業については、仕入れ価格が大幅に増加、営業利益の低下が著しく、特に米価がここ数か月の価格変化が大きな支障となっているというお話がございました。

また、理容業においても、エネルギーや粧材、消耗品などの高騰、燃料の高騰があるということ。

また、浴場業については、燃料を多く使用する浴場業においても、燃料費、光熱費など、経営に必要な経費全般が高騰し、苦慮しているとの現況をお聞きしているところでございます。

この７ページから15ページ、各業界における現況を一部御紹介させていただいているところでございますけれども、そこで御紹介できていないものについては、17ページから19ページに取りまとめをさせていただいておりますので、後ほど御参照いただければと思います。

次に、８ページ目になります。

８ページ目は、従業員の過不足感について、日本政策金融公庫で生衛業を対象とした調査データということになります。

下の図表３につきましては、生衛業全体の状況になりますが、赤枠で囲っている部分で、コロナ発生前の2019年、令和元年になりますけれども、棒グラフの赤色が不足感の割合になりますが、そこが37.2%となっております。

2020年にコロナ禍で営業時間短縮などにより、顧客数が減少するという中で、従業員の

不足感が減ったというところもございますが、そこから徐々に従業員不足の状況は進み、2023年には36.7％という状況になっております。

業界の状況として、上の枠内でございますけれども、中華料理の業種においては、慢性的に人不足、募集しても応募がない、時給の高いところに流れており、人員不足を補うために省力化、食洗機であったり、食券の自動販売機導入による自動化ということで、人手不足を補っている。

旅館業については、赤枠の右隣の図表４というところになりますけれども、これがホテル・旅館のみのデータを抜いている部分でございます。

こちらは、2019年時点で不足感は、既に67.0％ということになっておりますが、2023年には73.0％と、人員不足が業界の中でも大きな課題となっているという状況でございます。

次に９ページになります。

こちらにつきましては、最低賃金の推移という状況になります。現在に至るまで上昇しており、令和５年には全国平均で1,000円を超えているところでございます。

業界の現況として料理業については、毎年最低賃金が上がる現状において、それを上回る賃金設定を行っている。

また、麺類業については、最低賃金よりも高い水準に賃金を設定しないと、パート、アルバイトの確保ができないため、正社員を含め賃上げについて一定程度行われているとの状況をお聞きしているところでございます。

次に、10ページ目になります。

左の図表11が正社員の賃金水準の変化、また、右の図表13が非正社員の賃金水準の動きになります。

生衛業における年ごとの変化になりますが、どちらの表も濃い緑色が、賃金水準が上昇したと回答をいただいている割合で、2023年、令和５年については、正社員について41.8％、非正社員について57.5％と、賃金水準が徐々に上昇したという状況でございます。2020年以降から徐々に増えている状況が見て取れます。

業界の主な現況としまして、興行場営業においては、大手の会員企業は、何とか定期昇給を行っているが、中小の会員企業については、業績に大きく影響されるため、賃上げはなかなか厳しい状況にあると。

氷雪業では、組合員へのアンケートを実施した結果、従業員の給与を上げた23％、現状維持は45％で、物価高騰により、収益が減少する中では、なかなか物価上昇に合わせた賃上げは難しい状況にあるという回答をいただいております。

次に、11ページ目になります。

こちらは、短時間労働者に対する被用者保険の適用拡大についての資料になります。

上の四角囲みのところでございますけれども、こちらは短時間労働について、年金等の保障を手厚くするという観点から、被用者保険（年金・医療）の適用拡大が進められているところでございまして、①として2016年10月から従業員500人超えの企業等で、月額賃金

8.8万円以上で、要件を満たす短時間労働者に義務的適用が拡大されているところ。

また、翌年、2017年の４月からは従業員500人以下の企業について、労使の合意に基づいて、企業単位で任意での短時間労働者への適用拡大がされているところでございます。

令和２年の改正では、従業員50人超えの企業等まで義務的適用の範囲が拡大となっておりまして、その施行は段階的で、令和４年10月から100人超えの企業について、また、令和６年10月からは50人超えの企業等に義務的適用が拡大となっている。現状の制度は、以上の状況となっております。

以上が、駆け足になりましたが、物価高騰、人件費の上昇に関しての現況も含めた資料になります。

次に、12ページになります。

こちらは、販売価格の動向等について、生衛業に関して調査した資料になります。

左下の図表になりますが、濃い青色が販売価格を引き上げた、真ん中の薄い青色が、据え置いたと回答した割合でございまして、2021年、令和３年でございますけれども、引き上げたと回答をいただいたものが12.7％、据え置きが83.6％となっていましたが、2023年、令和５年になりますが、引き上げたと回答いただいたものが55.2％、据え置きということが43.8％と、引き上げた割合は徐々に大きくなっているところでございます。

中央の図表13でございますが、販売価格を引き上げたと回答した事業者に、引上げの理由をお聞きしたところ、仕入れ価格上昇分の転嫁が83.4％、人件費以外の経費の増加が36.9％、人件費の増が31.9％となっておりまして、物価高騰や人件費の増加などに対応するための販売価格の変化が必要という状況になっていると考えられます。

業界の現況としては、麺類業については、地域密着での営業形態が多いため、大手のように年数回、柔軟に販売価格に転嫁するということはできない。

中華料理については、値上げではなく新商品を開発して、適正価格で販売する。

食肉業においては、現在の価格より価格を上げないと商売が成り立たない。

理容業では、業界団体として、もうかる業づくりとして生産性を上げ、新たなメニュー化など、営業支援策に取り組んでおり、各サロンが値上げに踏み切りやすいように成功事例集制作も予定しているという御回答をいただいているところでございます。

次に、13ページになります。

こちらは、顧客数の状況についての資料でございます。

業界の現況といたしましては、社交業において、先ほどお話しさせていただいたように、特に地方ではコロナ発生以後、生活様式が変容していて、顧客であった高齢者が外出しなくなるなど、顧客が減少している。

旅館業については、インバウンドは東京、大阪など大都市部に集中しており、地方への分散はまだまだというところ。

すし商においては、地域によるインバウンドの影響により、客数は増加し、客単価も上昇傾向にあるという状況でございます。

外国人観光客、インバウンドの状況については、上の右表でございますけれども、一番右の2024年、令和６年にございますが、各月において訪日外国人旅行者数は、コロナ発生以前の2019年、令和元年でございます同月と比較して、毎月上回っている状況でございます。今のままでいけば、年間で2019年を超える見込みとなっております。

左下の表になりますが、生衛業において、外国人観光客の利用の有無を調査し、利用があると答えた割合でございますけれども、全体平均としては、濃い青色で41.8％、薄い青色は、利用は全くないと答えた割合で58.2％となっております。

以下、業種ごとに見たときには、利用があると答えた割合で、ホテル・旅館業が88.4％、公衆浴場業が61.5％、飲食業が57％と高い割合となっているところでございます。

その隣の図表で、外国人観光客を受け入れるための取組について実施している割合というところでございますが、実施している割合は濃い青色でございますが、ホテル・旅館業は77.3％、飲食業が33.1％、公衆浴場業が31.7％となっており、旅館業について特に対応に取り組まれている状況というところが、回答されているところでございます。

次に、14ページになります。

こちらは、生衛業における設備投資の状況になります。

業界の主な現況として、理容業においては、投資できる費用は少なく、多くのサロンでは最低限の設備の維持、管理を目的に、設備の改修を実施しているところ。

興行場営業においては、現状のデジタルシネマ機導入後、約10年が経過し、更新の時期を迎えるが、大手は何とか更新投資を行えるが、中小の会員企業（ミニシアター含む）では、設備投資がなかなか難しく廃業を検討している企業が１から２割程度あるとの調査結果がある。

浴場業については、老朽化している店舗も増加しているが、高額な投資が必要な大規模修繕を断念し、廃業を選択される店舗もある。

一方で、積極的に投資を行い、次世代へ事業承継を進めようとする店舗もある状況という御回答がございました。

図表でも、設備投資の目的で、多くは、既存施設の補修、更新への投資というところで、図表３のところになっておりまして、それが67.9％となっているところでございます。

また、図表５になりますけれども、設備投資を年間で実施した総額も100万円以下が44.7％、100万円超え300万円以下の状況が25％という状況となっております。

右の図表７でございますけれども、こちらは設備投資を実施しなかった理由をお聞きした結果、事業の先行き不安が51.1％、返済負担に対する懸念が48.4％、景気の不透明46.8％、自己資金の不足44.4％という結果となっております。

新たな設備投資というのは、なかなか難しい状況にあると考えられるところでございます。

次に、15ページになります。

こちらは、事業承継の関係でございますけれども、左下図表２の赤枠でございますが、

事業承継の意向がありと回答された割合は、生衛業の中で、全体で48.3％、約半数となっております。

また、中央の図表８になりますが、こちらは、左の図表２で事業承継の意向なしと回答された事業者にその理由を聞いているところでございますが、後継者（後継者候補）がいないからというところが、理由として74.0％、業績が悪いからが41.0％となっている状況でございます。

業界の主な現況としては、麺類業については、家族内でも後継者確保は難しく、今後は第三者承継やＭ＆Ａなどへの周知をしていく。

美容業については、後継者不足による廃業が一定数いるため、関係団体、企業等と連携して、創業支援、経営支援、後継者育成を進める美容連合会の独自制度のBMS制度を推進するとともに、日本政策金融公庫の事業承継マッチング支援等を事業者へ呼びかけていくという回答をいただいているところでございます。

以上が生衛業を取り巻く現状等について、調査データや業界から御回答いただいた主な現況となっております。

次に、16ページから19ページにかけてでございますが、これまで御説明で御紹介できなかった各業界の現況について御報告いただいたものを、課題ごとに整理をさせていただいているところでございます。

主なものとして、17ページ目の物価高騰による影響、価格転嫁の状況や課題というところで、喫茶飲食業の回答でございますが、固定客が主体で、モーニング等で毎日来店いただくため値上げが難しい状況。値上げ時のメニューの作り直しや、レジ設定等の対応が追いつかない状況。

また、食鳥肉販売業においては、店頭での小売りは値上げをすることができるが、業務用飲食店への度重なる値上げというのは難しい状況にある。

また、中段の賃上げへの対応状況や課題については、美容業においてコロナ禍により定着した美容のセルフ化、消費者の実質賃金の低迷による節約志向等により需要の回復に時間がかかっているため、賃上げへの対応がなかなか進んでいない。

また、下段の店舗や設備の老朽化、更新、投資の状況については、旅館業において、装置産業としての側面が強く、修繕や改修、設備投資による施設の更新が恒常的に必要である。特に、高齢化社会のニーズもあり、ユニバーサルデザイン、バリアフリー化や、そのための海外旅行者の増加により、小規模施設においてもインバウンド対策が進められているというところになります。

また、18ページ目になりますが、こちらは顧客数、客単価の状況、これらの要因というところでございます。

こちらについては、クリーニング業について、客単価は二極化している、技術に基づいた値段を設定であれば、顧客は求めるサービス対して、惜しみなく支払いをしていただけると、その意味で、顧客の選別を行う店舗は顧客数を減少させて、客単価の上昇を選択す

る。

一方で、相変わらず、同業他社との安売り競争に巻き込まれる量販業者も存在しているところでございます。

また、中段の従業員の過不足感、従業員の確保に関する状況については、美容業においては、賃金、労働時間、社会保険等の労働環境の問題で人材が他産業へ流出していると言われているが、典型的対人サービス業でもある美容業にとっては、優秀な人材の確保と養成は重要な要素であるため、従業者の労働環境（賃金、社会保険、労働保険等）の向上を推進している。

また、下段の後継者の確保に関する状況については、飲食業においては、後継者を確保している割合が低く、一代で廃業を余儀なくし、組合からの脱退も多く見られるが、近年日、本政策金融公庫が策定した事業承継マッチング制度等の認知や活用を意識する組合も見られるようになってきている。

興行場営業においては、各会員企業は独自の中長期計画の中で、人材育成や後継者問題に取り組んでいる。

当連合会としては、青年部を支援し、次世代のメンバー間で交流を図り、意見交換を行っていると。

また、次の19ページになりますが、その他、業界を取り巻く課題として、何点かお聞きしているところでございますが、社会保険というところについては、麺類業については、社会保険適用拡大については、中小規模事業者にとっては、事業主負担の影響が大きく、従業員にとって希望していない方もいらっしゃる中で､強制加入となることに懸念がある。現行の50名以下については、柔軟な対応の継続を考えていただきたいというところ。

また、その他の課題として、中華料理業については、デジタル化についていけないと、店舗のデジタル化が進んでいないので、推進をしていきたい。

旅館業については、新型コロナ後も過重債務問題の対応に引き続き追われており、今後債務返済が滞り、経営に行き詰まる事業者も増えてくるのではないかというところがございました。

そういった各種の御回答をいただきまして、紙面の関係もあり、こちらに掲載できていないものもございますけれども、多くの御回答をいただいているところでございます。

続いて、20ページから44ページまででございます。

こちらは、生活衛生関係営業への国等による支援策についての資料になっております。

各種支援策がございますが、その内容については、資料のとおりでございますので、全ての資料の詳細な御説明は省略をさせていただきますが、簡単に御説明をさせていただければと思います。

21ページ目になりますが、こちらは、当課の令和６年度予算でございます、生活衛生関係営業に係る予算として、42.0億円を措置しているところでございます。その内訳としては、生活衛生同業組合、生活衛生同業組合連合会、全国生活衛生営業指導センター、都道

府県の指導センターに対して営業の振興や発展を図るための組織基盤の強化であったり、衛生水準の確保、向上、相談支援体制の強化等を図るための収益力の向上であったり、人材育成、後継者育成のセミナーの開催、相談支援などを行うものとして予算を計上しているところでございます。

また、中段の日本政策金融公庫による生活衛生関係営業者への低利での融資を行うための金利の引下げ部分についての補給金として、予算を計上しているところでございまして、また、東日本の大震災に係る復興支援に係る事業者への融資というところでも、予算措置をしているところでございます。

また、次の22ページ目になりますけれども、こちらは、昨年度令和５年度の補正予算になりますが、現下の物価高騰等により経営状況が厳しい生衛業への支援として、物価高騰、賃金引上げに対応するために、必要な価格転嫁の広報であったり、既存商品・サービスのブランド化やイベント等を実施する事業について、全国生活衛生同業組合連合会が実施する事業について、予算措置をしているところでございまして、価格転嫁の理解促進等を図りながら、生衛業の経営状況の改善、売上の上昇による賃上げ、雇用維持を図ることとしているところでございます。

また、中段の中央でございますが、専門家による相談支援ということで、中小企業診断士による経営診断や省エネ等に関する指導、行政書士による各種補助金等の活用や、税理士による税制優遇措置等の相談、生衛業の方々が抱える様々な課題等を無料で伴走支援するための費用として、全国生活衛生営業指導センターに対して予算措置を行っているところでございまして、また、生衛業の営業者のデジタル化を推進し、事業の効率化、高付加価値化等を図るために営業支援、生衛業者に対する個別相談や講習やデジタル化のマニュアル等の作成等を行う事業として予算措置を行っているところでございます。

続いて、23ページ目から25ページ目になりますが、こちらは、日本政策金融公庫による政策金融で生衛業者への低利での融資のそれぞれの貸付制度を記載させていただいているところでございますが、資金使途としては設備投資や運転資金であり、通常の平時においては設備投資のための貸付けが多く出ている傾向がございます。

コロナ禍など経営が厳しい状況下では、生衛業の皆様方の運転資金の貸付けが増えているという状況もございます。

貸付金利は、基準となる金利は毎月変動しますが、10月１日時点で、無担保で貸付期間５年間で年2.0％の金利となり、貸付制度の種類や対象等により、金利を引き下げる措置を行って貸付制度を制定しているところでございます。

24ページ、25ページについては、新型コロナの感染症が発生して間もなくコロナ対応として創設された貸付制度でございまして、現状でもコロナの影響により、売上の減少であったり、債務負担が重くなっている事業者に対する融資制度として、現在も低利での融資を実施しているところでございます。

26ページから27ページにつきましては、税制優遇措置になります。

26ページは、令和６年度から改正適用されております交際費課税の特例措置でございます。

これは、企業が企業間取引などの際に、飲食店を利用した際の飲食費について、交際費の範囲から除外され、損金算入が可能となる制度の適用拡大というところでございます。

企業の法人税の対象となる益金､そこから損金として差し引くことが可能となるもので、節税対策となるところでございますが、その損金に算入できる飲食費の金額を１人１回当たり上限額5,000円とされていたものを、物価高騰等も踏まえて１万円まで引き上げるということで、令和６年度で改正をしたものでございます。

これによって企業の飲食店の利用が喚起され、飲食店などでの需要が増加して、顧客や客単価が伸び、売上が増加するなど、経営回復への効果を期待する税制改正となっております。

また、28ページになりますが、こちらは、生活衛生関係営業の事業譲渡による営業者の地域の承継というところでございます。

こちらは、税制ではございませんが、昨年改正、12月に施行されました旅館業法等の改正によって､生活衛生衛業の事業活動の継続に資するため､これまで事業譲渡を行う際に、現事業者が廃業届を保健所に提出し、事業譲渡後に新たな事業者は営業許可等の申請手数料を支払って許可という流れでございましたが、事業譲渡の際には、事業の合併・分割・相続の場合と同様に、現事業者は、廃業届を出さず事業譲渡後に新たな事業者が、事業承継届を保健所に提出することで地位を承継できることとされました。

29ページについては、日本政策金融公庫で行っている事業承継マッチング支援で、令和３年度時点での資料となりますが、日本政策金融公庫が、事業を譲る、渡したいと考える事業者のニーズと、譲り受けに関する事業者のニーズを把握し、ニーズが合致した両者を引き合わせるマッチング支援の事業になっております。

最後になりますが、32ページ以降、参考資料として添付をさせていただいております。こちらは、内閣府や中小企業庁、厚生労働省の労働担当部局が行う中小企業者を対象とした補助金や助成金等による支援になります。

これら補助金等は、生衛業者においても活用いただけるような生産性向上、省力化や業務改善のための設備投資に係る費用への補助や、職場の職処遇改善等を行う際にかかる費用を一部支援するものとなっております。

詳細については、御説明は省略とさせていただきますが、設備投資等を行った際に、一定の税制優遇措置を受けられる税制等も、この参考資料のほうに記載をさせていただいております。

以上が資料２の御説明となります。

続いて、資料３－１の御説明をさせていただきます。

こちらは、各業種に共通で振興指針改正を行う必要がある事項について御議論いただきたいと考えておりまして、１ページ目をお開きいただきまして、こちらは、先ほどの資料

２で御説明させていただきました生活衛生関係営業を取り巻く現状や、課題支援策等について御説明させていただいておりますが、各業界の現行の振興指針において、これらの状況や、また、これまでに行っている制度改正等について、一部の業種では、これまでの５年ごとのサイクルでの改正で反映できていない事項もございますので、事務局より各業種の振興指針共通で改正の検討が必要ではないかと考えられる論点を整理して、御提示させていただいていますので、御説明をさせていただきます。

先ほどの資料２とともに、これらの点も御参考いただきながら、共通で改正が必要と考えられる内容について、委員の皆様方に御検討いただきたいと思っております。

まず、１ページ目の１点目でございますが、新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置づけが、昨年５月８日から２類感染症から５類感染症に移行しました。現行の振興指針では、３密の回避などの感染症対策を求める記載が入っているところでございますが、昨年度改正の理容業、美容業、クリーニング業では、２ページ目になりますけれども、一番上の１つ目のポツの記載のように、記載事項を改めさせていただいているところでございます。

現行、ほかの業種については、その下の２つ目のポツの記載のように、３密の回避、そういったところの記載が残っているところでございます。

１ページ目に戻っていただき、上から２つ目が令和５年の旅館業法等改正に伴う事業譲渡に係る手続の整備についてでございます。

こちらは、資料２の28ページ目で御説明をさせていただいた、昨年旅館業法等の改正が行われており、同年12月に施行されておりますが、事業譲渡の手続が変更されたもので、当該制度改正を各業種の振興指針に反映が必要ではないかと考えております。

参考となりますが、２ページ目の２つ目、②というところでございますけれども、２つ目の四角囲みのところで、昨年振興指針を改正した理容業、美容業、クリーニング業の改正した記載は、以上のとおりとなっております。

また、１ページ目に戻っていただきまして、上から３つ目のところでございます。物価高騰による生活衛生衛業者への影響についてというところでございます。

こちらも資料２で御説明をさせていただいた生衛業の現況にあるように、石油や石炭などのエネルギー価格や、国内企業物価指数が上昇傾向で推移し、多くの生衛業が仕入れ価格、人件費等の上昇を価格に転嫁することが困難であるとの状況が考えられております。

２ページ目の一番下の③の枠になりますが、こちらは昨年度振興指針を改正した理容業、美容業、クリーニング業の改正した具体的な記載の中身となっております。こちらも御参考としていただければと思います。

１ページ目に戻っていただきまして、上から４つ目の令和３年の障害者差別解消法の改正に伴う事業者による障害のある方への合理的配慮の提供の義務化。

こちらについては、令和３年障害者差別解消法が改正され、事業者による障害のある方への合理的配慮の提供が、令和６年、本年の４月から義務化されております。

合理的配慮とは、障害のある方から社会の中にあるバリア、障壁を取り除くために、何らかの対応が求められたときに事業者の負担が重過ぎない範囲で提供が求められるものであり、事業者が障害のある方との建設的対話を通じて、ともに対応を検討することが求められているというものになります。

３ページ目になりますが、一番上の④というところでございますが、こちらは、昨年度振興指針を改正した理容業、美容業、クリーニング業の改正した指針の内容になっております。

たびたび戻っていただきますが、１ページ戻っていただき、最後の５つ目のところでございます。

こちらは、令和４年のプラスチック資源循環法の施行に伴う特定プラスチックの排出抑制についてでございます。こちらは、令和４年にプラスチック資源循環法の施行によって、商品の販売または役務の提供に付随して消費者に無償提供される特定の製品が、特定プラスチック使用製品として12品目が指定され、対象業種の事業者において削減が求められております。

排出抑制については、提供方法の工夫や製品の工夫により、削減に取り組むこととされておりまして、６ページに参考資料をつけておりますが、特定プラスチックとして指定された12品目が図表のとおりでございますが、①のとおり、フォークから⑤番の飲食用ストローまで、こちらは対象業種として、宿泊業や飲食店が含まれており、また、中段の⑥ヘアブラシから歯ブラシの⑩までのところは、アメニティとして旅館業でよく提供がされているものにございます。

また、⑪、⑫については、クリーニング業のハンガーや衣類用カバーが排出抑制の対象として、12品目として指定されているところでございます。

３ページになりますが、昨年度振興指針を改正したクリーニング業の改正した記載になります。

飲食業、旅館業については、今回、反映が必要ではないかと考えられるところでございます。

以上が、各業種で共通して振興指針の改正が必要ではないかと考えられる論点でございます。

つきましては、先ほど御説明させていただいた資料２とともに、こちらの論点も御参考にしていただきながら、共通で改正が必要と考えられる内容について御議論をいただきたいと思います。

なお、振興指針については、業界の振興の観点で指針とされるものになりますので、営業者が行っていただきたい取組であったり、また、その営業者を支援する側である関係機関の生活衛生同業組合連合会であったり、都道府県営業指導センター、日本政策金融公庫に期待する役割などが、振興指針に定められておりますので、そういった観点で御議論いただければと思います。

資料２、資料３－１の説明は以上となります。
○芳賀分科会長　ありがとうございました。
物すごく大部の資料の御説明、ありがとうございました。
情報量が多くて、全部入ったかどうか私は自信がないのですけれども、以上、御説明いただきました生衛業全体の現況及び振興指針について、共通部分に関して御説明いただきました。
これについて、御意見とか御質問をいただければと思うのですけれども、いかがでしょうか。
具体的に、今回は、最終決定して内容を決めるという回ではなくて、むしろ意見出しの回ですので、具体的にここの書きぶりがこうとか、もちろん、この振興指針の具体的な中身、書きぶり等についての御意見もほしいのですけれども、それ以外に生衛業全体、生衛業界全体の振興という観点で、現状の支援策について、何か思うところがあれば、御意見をいただければと思います。
大久保先生、お願いします。
○大久保委員　横浜市衛生研究所の大久保です。
大変膨大な量の説明、御苦労さまでした。
１点だけ確認なのですが、日本政策金融公庫のホームページから、いろいろ統計が出ていますけれども、これは、公庫から融資を受けたところのデータと考えていいのか、それとも､それ以外のところも入っているのかというところだけ少し確認させていただきます。
○羽鳥生活衛生課長補佐　御質問ありがとうございます。事務局より御回答させていただきます。
日本政策金融公庫の調査データにつきましては、公庫で貸付を受けている事業者を基本的に対象とした調査となっていると聞いております。
○大久保委員　ありがとうございます。
そうすると､受けていないところは､また､違った状況だということですね。ですので、経営的に悪いところが少し強調されていると考えていいのか、それとも全体を通しての平均的な値が出ているのか、どのように考えてよろしいでしょうか。
○羽鳥生活衛生課長補佐　おっしゃられるとおり、融資という部分でいけば、経営がなかなか難しいところが融資を受けるというところもありますし、また、設備投資として先進的にやっていこうと取組を行っているところもあるので、そこは一概には申し上げられないところではございますが、各業界からお聞きしている業況の内容と、それほど差異があるようなデータにはなっていないかなと、事務局としては考えているところでございますので、おおむね全体的な状況と捉えられるのではないかと考えております。
○大久保委員　ありがとうございます。
○芳賀分科会長　ありがとうございました。
ほかの委員の先生方から、いかがでしょうか。

では、松野委員、お願いします。

○松野委員　資料の２番の19ページの業界を取り巻く課題というところで、デジタル化とキャッシュレスのことについての課題を書かれているのですけれども、デジタル化についていけない、店舗のデジタル化が進んでいないので推進していきたいという１個目があって、３個目のキャッシュレス社会における飲食店営業では、最初のところは、多分注文の仕方とか、いろいろなところをデジタル化していこうということで書いてあるのだと思うのですけれども、これは、全体としてどういうものを、課題としてあるということは、どうあるべきみたいな形を既に描かれて、そこに向かって、例えばデジタル化をしなくてはいけないとか、そのようになっているのでしょうかというのを伺いたいと思っています。

だから、いろいろな形のデジタル化も、デジタル化すべきというだけでは、やはりそれが本当に、中小企業の皆さんの対策として目指すべきところが、そこなのかとすごく疑問に思っていて、多分すごく投資とか、お金もかかるし、何かあったときのリスクがすごくある部分も結構あるのではないかなと思いますので、できれば、この課題に取り組まれるというか、提案するときは、このようにあってほしいとか、こういうときに多分、小さい中小のところで、特に家族でやっている事業者さんが多いと思うのですけれども、そういう人たちが、受けるというか負わなくてはいけないリスク、個人情報のこととか、デジタルに伴う大きなリスクがあるのですけれども、それも小さいところが受けるのは非常に厳しいのではないかなと思いますので、そこも含めて課題として挙げていっていただきたいなと思っています。

あと、キャッシュレスのところだけに限って言うと、加盟店使用料率が著しく飲食店で高いというのは、業態によって手数料が違うということなのでしょうか。これは質問で、すみません、２点です。

パルシステムの松野でした。失礼しました。

○羽鳥生活衛生課長補佐　事務局から、まず、お話しさせていただきたいと思います。

デジタル化の関係については、松野委員がおっしゃるとおり、事業規模をある程度大きくやられているところ、また、個人でやられているところ、それぞれで、デジタル化の概念というか、そういったところは異なるところかと考えております。

ですので、我々としても一概にどのようにというところは、なかなかお示しするのは難しいところでございますけれども、よく飲食業の例で挙げられますけれども、今、POSレジの導入、レジをデジタル化するというところ、そのレジを打つことによって、顧客情報であったりとか、売上の集計ができる。それにより、レジ締めが楽になり、金額のずれが生じない。

そういったところで、なかなか小規模、大きいところでも、人がいない中でなるべく労働時間を短縮するであったりとか、レジ締めを合理化するということで、この様なデジタル化というところは多く聞かれるところでございます。

そこは大きい企業、ある程度小さいところで違いがあるというよりは、そういったとこ

ろで、人手不足の解消につながる、そういったところの取組というのはあるかと考えているところでございます。

また、２点目のキャッシュレスのお話については、委員おっしゃるとおり、業界によってクレジット会社の手数料というのは異なっているところでございます。

特に業界でどの程度というところはあるのですけれども、飲食店については、小規模な事業者等もあるので、そういうところで手数料として、高めに設定されたりとか、いろいろな要因があって手数料が高くなるというところは聞いているところでございます。業界ごとに異なるというところは、実態としてあると聞いております。

○芳賀分科会長　ありがとうございました。

確かに大規模な設備投資となると、なかなか難しいかもしれないけれども、デジタル化は、できるところはいろいろあると思って、支援策でも22ページのデジタル化推進支援もあるので、こういうのを活用して、できるところからされるといいと思いますね。ありがとうございます。

オンラインの片山委員が挙手していただいていますね、片山委員、お願いします。

○片山委員　連合の片山と申します。御発言の機会をいただきまして、ありがとうございます。

我々労働組合の立場からすると、やはり物価が上昇する中、継続的な賃上げができる環境整備というのが重要だと思っています。そのためには、仕入れ価格ですとか、人件費等の上昇を価格に転嫁することが重要だと考えていますが、半数の事業者が困難ということを答えているという状況です。なかなか難しいということは重々承知していますが、生活衛生関係業の業界団体さんとか、あと、今日、御説明のありました厚生労働省さんの各種支援策ですとかを活用して、価格転嫁が進むような取組をぜひともお願いしたいと思いますので、よろしくお願いします。

あわせて、各種支援策について、中小零細企業の方には、どれを使っていいか分からないということがあると思いますので、きめ細かい周知なり、活用の仕方なりのアナウンスをお願いしたいと思います。

私からは以上です。ありがとうございました。

○芳賀分科会長　ありがとうございました。

今日、資料を御説明していただいたように、様々な支援策があるのですけれども、これがなかなかうまく使われていないということも、以前の委員会等でよく御意見として伺っていますので、例えば、都度出ていると思うのですけれども、こういう支援策を有効に活用した事例の共有みたいな、そういうのが進むといいのではないかなと思います。ぜひ御検討ください。

ほかにはいかがでしょうか。

よろしいですかね。それでは、次の議題に行きたいと思います。

資料３－２、３－３に沿って興行場営業、旅館業、浴場業の３業種の現況と、３業種の

振興指針において個別に改正すべき事項について御審議いただきたいと思います。

まず、資料３－２について、事務局から御説明いただき、その後、資料３－３については興行場営業、旅館業、浴場業の各業界から御報告をいただきます。

それでは、まず、事務局から資料３－２の説明をお願いします。

○羽鳥生活衛生課長補佐　事務局のほうから資料３－２につきまして、御説明をさせていただきます。

１ページ目になります。

こちらは、先ほど御議論いただきました、各業種に共通で改正が必要となる改正とはまた異なりまして、５年ごとの振興指針改正のタイミングで、今回改正となる興行場営業、旅館業、浴場業の固有の現況等を確認しながら振興支援の反映の検討が必要となるところでございまして、改正の論点となり得る事項につきまして、資料３－２に事務局のほうでまとめさせていただいておりますので、御説明をさせていただきます。

１つ目でございますが、①の設備投資になります。

興行、旅館業、浴場業は、大規模な施設を所有し、大規模な設備投資が必要な装置産業の側面もある中で、営業を行うために建物、設備等への投資が必要となってくるところでございます。

業界における主な経営上の問題点として、資料を御説明させていただいている中で、店舗施設の狭隘・老朽化が映画館58.6％、ホテル・旅館36.5％、公衆浴場について57.7％と、割合が高くなっているところでもございます。

生活衛生関係営業16業種の平均21.2％に比べて高い割合でございますので、設備投資については、補助金・税制や融資制度との支援の活用であったりとか、また、高齢化、障害者の方々への対応というところで、バリアフリー化であったり、省エネへの取組など、設備投資の観点というところでは、様々対応が考えられるところでございます。

２ページ目には、御参考となりますが、現行の振興指針における設備関係の主な記載を転記させていただいております。

１ページ目にお戻りいただいて、２つ目に従業員の確保難への対応がございます。各業種において、従業員の確保難が経営上の課題となっておりますが、特に旅館業では従業員の不足感が高まっており、主な経営上の問題点でも、従業員の確保難、ホテル・旅館43.6％と高い割合となっているところでもございます。生活衛生関係営業16業種の平均では20.7％というところでございます。

対応としては、デジタル化や省力化というところもございますが、人材の育成、そういったところも考えられるのかというところでございまして、３ページ目になりますが、上段の枠内が御参考情報となります現行の振興指針における従業員確保に関する主な記載事項というところで、転記をさせていただいているところでございます。

また、１ページ目にお戻りいただきまして、③というところで、こちらは旅館業に関わるものになりますが、令和５年の旅館業法改正に伴う宿泊拒否事由の追加、感染症対策の

充実、差別防止のさらなる徹底との規定の整備というところになります。

こちらは、旅館業を営む事業者については、旅館業法の改正内容を踏まえて、適切な対応が求められているところでございまして、従業員を対象とした研修の実施などが考えられます。

旅館業法の改正の内容につきましては、６ページ目に参考資料として載せさせていただいておりまして、その中、カスタマーハラスメントへの対応について、新たな宿泊拒否事由として宿泊を拒むことができるような事項がございます。

ただし、リーフレットの左の青色枠内の例のとおり、宿泊拒否事由として認められるものについては、不当な割引や過剰なサービスの要求、対面等で長時間にわたり不当な要求を行うこと。要求の実現のための手段、対応が不相当、土下座の要求など、そういった行為を繰り返す場合には、宿泊を拒否することができることになっております。

なお、拒否事由に該当しないものとして、赤枠のとおりでございますが、障害のある方が、社会的障壁バリアの除去を求める場合に、営業者の故意・過失により損害を被り、何かしらの対応を求める場合など、そういったときについては、宿泊拒否の事由には該当しないものということになっておりますので、留意が必要というところでございます。

また、感染症防止対策については、右の図の１から３のとおり、必要な感染防止対策への協力を宿泊者に対して求めることができることとなっております。

さらに、差別防止の徹底等について、特定感染症の蔓延防止対策を適切に講じ、配慮を要する宿泊者に対して、その特性に応じた適切な宿泊サービスを提供するために、従業員に対して必要な研修の機会を与えることなどが定められているところでございます。

現行指針における従業員の教育などの記載は参考となりますが、３ページ目の一番下の枠内に参考として記載をさせていただいております。

１ページ目にお戻りいただきまして、１ページ目の④、一番下のインバウンドへの対応になりますが、資料２で御説明をさせていただきましたとおり、インバウンドがコロナ以前の2019年、令和元年との比較で毎月増加している状況でございまして、その中で生衛業でも特にホテル・旅館業、公衆浴場業が外国人観光客の利用があるという調査の結果となっておりました。

当該業種において、例えば、人材の育成や外国語での案内表示などの取組も必要になってくるのではないかというのが論点となっております。

御参考となりますが、４ページ目は、現行の外国人旅行者等への対応についての振興指針の記載の内容となっております。

以上が５年ごと改正となる、今回、興行場営業、旅館業、浴場業において振興指針の改正が必要と考えられる論点として御説明をさせていただきました。

この点も含めまして、引き続き、３業種の業界からの現況をお聞きいただいて御検討いただきたいと思います。

資料３－２の説明は以上となります。

○芳賀分科会長　ありがとうございました。

それでは、次に、資料３－３について、興行場営業、旅館業、浴場業の各業界からの御報告をいただきたいと思います。

まずは、興行場営業の現況について、中島委員から御報告をお願いいたします。

○中島委員　どうもお世話になります。興行の中島でございます。

こちらに記載して、提出させていただいたとおりにはなるのですけれども、先ほどの事務局からの説明でもございましたとおり、正直申し上げて、上から物価高騰の影響等についてなのですが、やはり非常に厳しい状況にあります。

ただ、実際に映画の入場料金、皆様は、もしかすると御存じかもしれませんけれども、物価上昇に即して、すぐに何かしらの価格、入場料金を改定してくというのは、非現実的ではありますので、なかなかそこはいじれない状況であります。

賃上げについても、中小企業の組合さんに関しては、やはり非常に厳しい中でも、多少なりとも実際は賃上げはやっていっているという状況ではありますので、なかなか厳しい状況にはあります。

設備投資についても、先ほどお話が出ましたけれども、なかなかデジタルシネマ機の更新が近づいておりますので、その更新というのが、結構のお金のかかる状況ではあります。当然、客席についてもへたってきたりもしますので、そちらのほうも客席を取り替えていったりとか、そこら辺のところは出てくるかと思います。

顧客数についてのところになりますけれども、こちらもコロナ明けで徐々に来場者は持ち直しつつあります。ただ、全体的な来場者数については、当組合の場合は、上映される映画の入りに大きく左右されるところがございまして、実際のところ年間で見ますと、大体の入場者数でいくと、１億5000万人前後ですので、それは、結局日本の人口に照らし合わせると、平均すると年間で１人１コンマ何本というぐらいが御覧になっている状況が続いております。

それに伴う興行収入に関しては、年間2000億前後で推移していますので、そこが今年に関して言うと、若干目減りして2000億まで届かないのではないかという状況でございます。

従業員についても、先ほどもお話があったように、ほとんどがアルバイトさんで賄うという状況が続いているのと、本当に小さい劇場に関しては、家族とか親族でやっているようなところも、正直言えばございます。

後継者の確保に関しても、そこも先ほどお話がありましたので、ここは割愛させていただきます。

感染症についても、こちらは正直言うと、劇場の空調設備は非常に充実しておりまして、私など子供の頃は、それこそ夏の暑いときは、クーラーの効いている映画館に行こうみたいなところはあったのですけれども、感染症に関して言うと、映画館とか劇場というのは、ほとんどのお客様がスクリーンのほうを向いて、大声を出したりというのはありませんので、その辺のところは、空調に関しても問題ないのかなという感じではございます。

外国人労働に関しても、各個社で適任だと思えば、当然雇い入れているということで問題はないかと思います。

あと、この課題に関してなのですけれども、邦画と洋画というのがというのがございまして、その割合でいくと洋画が非常にここのところ低迷しているというので、その辺も来場者数に関係しているのかなということで、これは興行組合だけではなくて、映画業界全体としての課題として、いろいろと取り組んでいるところではございます。

下りていただいて取組状況ですか、これについて、やはり今やっていますのが、障害者向けのバリアフリー準備のために、字幕メガネであったりだとか、要は聴覚障害者の方のためですね、それであったりだとか、視覚障害の方のための音声ガイド、それに対応するような形で映画上映が徐々に広がりつつあります。

これについては、都であったりとかの補助金を申請させていただきながら、少しでも広げていければなと考えております。

下がっていただいて事業の取組、こちらについては、現状はやっているのですけれども、空調の、要は、衛生環境を測定するということで、日本全国数か所ピックアップして、今まさに環境測定をやっているという状況ではあります。

それと、映画館というのも、先ほど申し上げたところにもつながるのですけれども、お子さんの段階で、やはり映画館に足を運んでいただけるようにするために、今後の人口減に関して少しでも寄与できるように、映画館を楽しんでもらおうということで、映画館探検ツアーという形で実施したりだとか、あと、感想文のコンクールをやったりだとかということで、小さいうちから映画館に足を運んでいただけるような形で、少しでも機会にできるように取り組んでいるようなことも行っております。

それで成果の上がったこと、これは今回の振興指針には関係ないのですけれども、当組合で参画している「映画館に行こう！」実行委員会というのがございまして、今年の頭にございました能登半島地震の被災地で上映会を行いました。

こちらの団体とすると、衣食住に関わるようなところではありませんので、なかなか何ができるのかなということはあったのですけれども、ある程度そこら辺のところが交通機関も復旧して、次は娯楽、当組合の場合は娯楽になりますので、そういうことが喜ばれるのかなと思いまして、御覧いただいた地元の方々には、非常に喜んでいただいたということがございました。

それから、なかなか取組が難しかった事業に関してなのですけれども、先ほど申し上げたように、アルバイトさんも多いこともありまして、ローテーション勤務、営業時間が長いところもありますので、なかなか実現には至っていないという状況ではございます。

改善方法については、少人数で開催するウェブを活用したりとかということを検討するのと、タイアップ企画などがあれば足並みをそろえることで、それを足がかりに地域と協業を広められる可能性があるのかなという状況でございます。

駆け足ですが、以上です。

○芳賀分科会長　ありがとうございました。

続きまして、旅館業の現況について、原田参考人より御報告をお願いします。

○原田参考人　本日、塚島常務理事欠席のため、代わりまして全旅連事務局より、旅館組合の原田のほうが説明をさせていただきます。資料に沿って、御説明をさせていただきます。

旅館業の主な状況としまして、物価高騰による影響、価格転嫁の状況や課題といったところでございますけれども、ここにあるとおり、物価高騰、食材高騰、こういったところは、あらゆる業種のほうで厳しい状況にあるかと思います。

宿泊業に関しまして、価格転嫁といったところについては、宿泊されるお客様の理解が必要であると、ここの点について、なかなか価格転嫁のほうに踏み出せない事業者の方が多いかなといったところでございます。

多くの方が感じているかと思いますが、物価高騰ですとか、この辺り非常に急激に上がってきているところでありますので、消費者の方の意識がそこについてくるといったところが１つ重要な点かなと考えておりまして、この点について、どう理解をしていただくか、研究と検討を行っているといった状況でございます。

賃上げへの対応状況や課題でございますけれども、旅館業、ホテル業は、従業員が非常に多く必要とする業種でもあろうかと思います。

こういった中で賃上げ対応、これをしていかないと、求人への応募といったところの増加、まず、応募がないですとか、やはり新型コロナ禍の中で急患に追い込まれた部分もありますので、そこで人員を一旦減少させたところの補充といったところも実現するためには、やはり賃上げ対応をしていくというところが重要になってくるのですが、なかなか先ほど申し上げたように、宿泊料金の価格転嫁、ここも踏み出せないところもありますので、利益が逼迫しているという状況でもあろうかと思います。

店舗や設備の老朽化、更新投資の状況というところでありますけれども、修繕、改修、設備投資、こういったところが恒常的に必要である業種でもあります。

また、高齢化社会のニーズもあって、ユニバーサルデザイン、バリアフリー化、また、インバウンドのお客様、インターネットへの接続ですとか、非常にこういったところを当然のように求められるところでありますので、インバウンド対策といったものが、小規模施設においても求められているという状況でございます。

顧客数、客単価の状況、これらの要因といったところであります。

インバウンドは、先ほど御説明もあったように非常に増加の傾向にあるといったところでありますけれども、もともと外国の方から人気のある地域、東京ですとディズニーランド、大阪であればユニバーサルスタジオ、また、京都ですとか、富士山、こういったところに局地的にインバウンドのお客様が集まっているような状況で、オーバーツーリズムという言葉も聞かれたこともあるかと思いますが、ある一定の地域に集中しているような状況でありまして、地方への分散は、まだまだの状況というところであります。

インバウンドのお客様、海外からのお客様に泊まっていただくといったところでありますけれども、やはりインバウンドのお客様は、消費額、消費意欲、こういったところが高いお客様になりますので、この辺りは業績の増加、価格転嫁ですとか、その辺りは先ほどから課題として挙げていますけれども、業績の増加というところにもつながってきますので、地方への分散といったところが、これから取り組んでいく必要があるかと思います。

また、宿泊業でありますけれども、この夏、南海トラフの地震の注意報が出ました。また、台風10号の影響が長引くことですとか、年の初めまで思い起こしますと、能登半島の地震とかがございました。

災害があるとキャンセルが多く出て、非常に減収のほうの影響を受ける業種でもあります。こういったところも今年度につきましては、繁忙期のところで業績を失ったといったところで、厳しい年になっているといったところであります。

従業員の過不足感、従業員の確保に関する状況といったところでありますけれども、若い労働者の不足といったところがありますけれども、宿泊業、旅館業、ホテル業、特に旅館業に目を向けると、地方のほうで営業している施設が非常に多くいるといった状況でありまして、少子化、この辺りの影響を受けているといったところでありますし、また、地方でありますので、過疎化といったところの人口の減少のところで、影響を受けているという側面も考えてございます。

若い人の就職意欲というところも、地方よりも大都市のほうに向くといったところもありますので、一旦、採用して就職した若い方の定着率の低さですとか、そういったところも、なかなか定着しない１つの要因かなと考えてございます。

こういった中で､外国人材の積極的な活用といったところも不可欠であるということで、この点は推進していくように取り組んでいるという状況であります。

後継者の確保に関する状況でありますけれども、特に小規模施設は厳しい経営状況であり、なかなか設備投資等、また、改修等はできないという施設に関しては、後を継ぐ者がいないと、そういう意思もないというところもあって、廃業という選択もありますけれども、外国の方の購入の意欲もある中で、譲渡という選択も起きているところであります。

上記以外で業界を取り巻く課題というところでありますけれども、新型コロナの影響、このときに人流が止まったことにより、資金繰りで融資を受けたといったところ、非常に助かった点もありますけれども、現状、物価高騰ですとか、人件費の高騰といったところで利益が圧迫されるような状況の中で、債務返済も厳しいという状況でございまして、廃業ですとか、事業譲渡ということを選択する施設も見えるような状況になってきているところであります。

ページをめくりまして、次の「２．振興指針に定められた事業の取組状況等」といったところでありますけれども、組合で策定する振興計画の作成に当たっての指導、振興計画の取組状況等の把握というところでありますけれども、47都道府県に旅館組合がございますが、それぞれの組合において、観光需要ですとか、ビジネス需要、いろいろと営業形態

が、地域差というか、地域によって特徴がありますので、こういったところで、各組合のほうから相談を受けながら、また、いろいろヒアリングを受けながら取組をしたほうがよい事業というところを出しながら、取組をお願いしている状況であります。

事業の取組状況は、連合会で取り組んだ事業でございます。厚生労働省様のほうの生活衛生補助金を活用したもので、ここに挙げさせていただいております。令和元年度から令和６年度、現在、取り組んでいるものを書かせていただいております。

御覧いただければ分かるように、バリアフリー化ですとか、感染症対策、IT活用、デジタル化の部分の導入の面､食品ロス対策､フードロスという意味でSDGsへの取組ですとか、あと、今年度については、インバウンドの方の小さな旅館、地方分散というところ、そこの１つの課題として言語への対応がありますので、翻訳ツールアプリの導入と、その効果の検証といったところを取り組んでございます。

また、全旅連としては、連合会として人に優しい地域の宿づくり賞ということで、顕彰制度も御用意して厚生労働省様のほうからも御協力をいただいているところでございます。

特に成果が上がった事業といったところでありますけれども、特に昨年度、浴場衛生管理対策、レジオネラの対策のマニュアルというか、ガイドブックのほうを作成しましたけれども、衛生管理について理論的に内容をまとめるといったところ、そこは非常に要点のところをまとめた形にしまして、実際、大浴場の管理については、浴場ろ過装置、これが毎日のチェックのところで必要になってきますので、そこに一回一回機械のところまで足を運ばずとも遠隔管理システムの紹介ですとか、デジタル化といったところの情報提供をするような形でまとめたといったところでございます。

下段に行きまして、取組が難しかった事業というか、近年SDGsというところで、環境に配慮した事業というところもありますけれども、こういったところ、プラスチック削減ですとか、その辺も取り組んでいる施設は多くございますけれども、ここの部分、取り組んでいるところを施設の魅力として消費者へアピールしていきたいと考えております。

そういった環境に配慮した事業を取り組むということで、そこの宿泊施設、また、旅館業、ホテル業といったところの価値を上げていきたいといったところで、今年度は取り組んでいるといったところであります。

以上になります。

○芳賀分科会長　ありがとうございました。

それでは、続きまして、浴場業の現況について、伊東委員より御報告をお願いいたします。

○伊東委員　浴場組合の伊東と申します。よろしくお願いいたします。

それでは、浴場業の主な状況について、資料に沿って進めさせていただきたいと思います。

物価高騰による影響、価格転嫁の状況や課題についてです。

燃料費、光熱費など経営に必要な経費全般の高騰に苦慮しております。

入浴料金については、各都道府県知事による統制額の指定があるので、店舗で自由に価格設定はできませんが、令和３年以降、多くの都道府県で入浴料金統制額改定が施行され、それでも物価高騰には追いついていないという話を聞いております。

浴場は、サウナ料金に関しては別料金ですので、自由に設定できますので、サウナがある施設は、多少は恩恵を受けるのですけれども、ない施設が大変厳しい状況となっております。

続きまして、賃上げの対応状況や課題についてです。

銭湯の多くは家族経営で長時間労働であるが、自身の収入を減らしても店舗を続けているという声も聞いております。

また、パート、アルバイトの賃金は上昇傾向でもあります。

続きまして、店舗や設備の老朽化、更新投資の状況、老朽化している店舗も増加しているが、高額な投資が必要な大規模修繕を断念し、廃業を選択される店舗も見受けられます。

一部には積極的に投資を行い、次世代へ事業承継しようとする店舗もあります。

これは、売上の見込める地域は、積極的に投資を行いまして、また、資金的に余裕のあるところも、設備投資を行えるのですけれども、なかなかそうでないところも多くて、大変苦労しておるところでございます。

顧客数（増加、減少）、客単価（上昇、低下）の状況、これらの要因についてです。

コロナ禍で高齢者層を中心に顧客数が減少した。コロナ後、サウナブーム等もあり、顧客数が増加傾向のお店もあるが、まだまだ利用者が戻ってこない店舗も多く、地域ごとに差がある。

入浴料金統制額の改定があれば、それに伴い客単価は増加する。店独自の商品、Ｔシャツやタオル等を販売し、客単価アップを試みる店も増えてきております。

続きまして、従業員の過不足感、従業員の確保に関する状況。

銭湯は家族経営が中心であるが、パート従業員さんの確保に苦労されているという話も聞いております。

続きまして、後継者の確保に関する状況です。

店にもよりますが、後継者候補の親族が既に別の仕事に就いている場合などもあり、経営者の高齢化が進んでも、世代交代が難しいケースが見られる。

第三者による事業承継を模索する店も少しずつだが増えてきております。

続きまして、上記以外で業界を取り巻く課題（感染症対策、社会保険、外国人労働者等）についてですが、現在の銭湯利用者は比較的高齢者が多いが、若者や子供たちにも銭湯を楽しんでもらうことが必要です。

これからも増えていくであろうインバウンド客への対応もしていかなければならないと思っております。

これは、東京都での話なのですけれども、インバウンド対応モデル銭湯というのを募りまして、今、54件ほど手を挙げていただきまして、この銭湯では、キャッシュレス化を導

入したりですとか、指差しマニュアル、翻訳アプリの導入、それとクーポン事業もやりまして、外国人客に少し割引で入浴してもらうということもやっております。

続きまして、ページをめくっていただきまして「２．振興指針に定められた事業の取組状況等」です。

「組合で策定する振興計画の作成に当たっての指導、振興計画の取組状況等の把握」。

連合会では、好事例紹介などに努めております。組合員の減少に歯止めがかからず、30名以下の組合が大半を占める中、組合員１桁の組合も増えてきており、事務局も閉鎖し、事業に取り組むこと自体が難しいとの声も聞いております。

事業の取組状況。

こちらは同じですので、割愛させていただきます。

顧客数増を目指し、連合会では銭湯での入浴法、温冷交代入浴法等、心身への健康増進効果などの情報をウェブ、冊子、SNS等で発信しております。

銭湯の魅力を伝えるため、今年度は子供向けに塗り絵コンテストを企画し、入浴マナーを楽しく学べる絵本やキャラクターを用いたPRに努めております。

続きまして、特に効果の上がった事業。

銭湯での入浴法の情報提供は、組合員にも好評であり、組合にとっては独自にホームページでの発信を行っております。

また、スタンプラリー事業を実施し、新規顧客に努める組合も増えてきております。

取組が難しかった事業です。

こちらは、事業の承継や後継者育成に関する事業となっておりまして、これは都心部に関しては、施設が大変広いもので、家賃が相当高いもので、事業を承継したいという若い者も最近で出てきているのですけれども、なかなか家賃が高過ぎて、なかなか双方折り合いがつかずに、承継するのが難しいということになっております。

また、地方では、比較的家賃が安いので、浴場に取り組みたいという若者については承継してやるケースも多くなってきております。

改善方策としましては、生活指導センター等が実施する支援事業に連携を図り、各組合の取組を促進するとなっています。

あと、東京都に関してですけれども、担い手育成事業という事業もありまして、銭湯に興味のある若者を浴場に招いて、仕込みから接客等をいろいろ教えまして、それで、また事業承継するマッチング事業ということもやっておりまして、なかなか難しいのですけれども、これが今後課題となってきているところでございます。

以上です。

○芳賀分科会長　ありがとうございました。

それでは、事務局からの振興指針改正の論点案の説明と、各協会からの現状の御報告を踏まえまして、委員の皆様から御意見や御質問をいただきたいと思います。いかがでしょうか。

今回の３業種は、コスト構造的に、ほかの業種と比べると、固定費が高いビジネスなので、売上が減少しているという現状は、利益にダイレクトに影響するので相当厳しいのだろうと。

その上、光熱費等々コストが上がっているので、かなり厳しい状況なのだなというのは、すごくよく分かりました。

その中で、恐らく共通しているのは、どうしたら価格転嫁して価格を上げられるのか、コストの上昇を価格転嫁できるのかという点で、これは、ここの３業種だけではなくて16業種全部に共通する問題ではないかと思うのですけれども、いかがでしょうか。

松野委員、お願いします。

○松野委員　パルシステム東京の松野と申します。

この３業種は、本当に聞けば聞くほど大変な状況なのだなというところを、頑張って営業していらっしゃる皆さんに、本当に敬意を表したいなと思っています。

この映画館とか、興行場、旅館、お風呂屋さんは、本当に日本全国にあって、私は今、東京にいるのですけれども、都市部であっても地方であっても、やはりすごく必要なところなのではないかなと思います。今、毎日毎日お風呂屋さんに行く人はいないかと思いますけれども、やはり人と人が集まる場所として、映画館なども、やはり衣食住以外で暮らしの彩りというところでは絶対なくては困るところだし、旅館もやはり地域の人たちが集う場でもあるので、やはりそういうところも本当になくなっては困るなと思います。

事務局の方が、最初にいろいろ御説明されていた承継のところですね。そこをできればもう少し厚くサポートしていただけるといいのかなと思っています。

特に聞いていてすごく思ったのが、映画館などは、やはり地域と一緒にジョイントしたイベントをやられているということだったのですけれども、本当に地域の方と一緒にやっていただければ、町全体が、商店街全体が活気づいたりすると思いますし、お風呂屋さんなどは、今、若い世代は、お風呂屋さんに行ったことがない方もいると思いますので、親子で楽しめたりとか、今、親子で子供の企画でやったりとか、お風呂の入り方をやっていますけれども、外国人ではなくても、日本人も分からないのではないかなというところも結構あるなと思いますので、やはり、まず、地元の親子でとか、皆さん、おうちにお風呂が今あるから行かないと思いますけれども、なるべくそうやって、せっかく今回３つのテーマに上がったところが、一緒に地域で手を組んで、何かそういうイベントをするときに、何らかの補助なり、今、いろいろな形で支援をされていると最初に伺ったので、すごいなとは思ったのですけれども、あまり活用されていないということでしたら、もしよければ、そういうことも例としてアナウンスしていただければ、本当によりよく、これから本当に地方がだんだん大変になっていくのだなと思っていますし、ここに来るたびに、やはり小さい家族経営のお店だったり、事業が大変だなというのは身につまされるところがありますので、ぜひそこをつなげるような、ここの団体だけではなくて、ジョイントでやることについての支援をしていただければいいのかなと思いました。

以上です。

○芳賀分科会長　ありがとうございます。

ほかにはいかがでしょうか。

価格転嫁しなくてはいけないとか、そういうのはあるのですけれども、まず、この委員会は結構不思議で、このメンバーの中に、私を含めてマーケティング学者が３人もいますので、そういう観点から何か言わなくてはいけないのかなと思っているのですけれども、多分、価格を少しでも上げると利益のインパクトはすごく大きいと思うのですね。だから少しでも価格上げる努力は、多分しなくてはいけないのだと思うのですけれども、これは、言うのは簡単でやるのが難しい問題で、僕は言うだけなので簡単に言いますけれども、そのためにはやはり基本的には、お店の個性を出すしかないのですね。それを一言でいうとブランド化という話になりまして、あのお店でないと、あそこでないと、というものをつくっていかないといけないのだけれども、ただ、それにはやはりお金がかかるわけです。お金も労力もかかるし、そこで組合の力ですね、やはり一つ一つのお店の力で何とかしろと言われても、それは厳しいので、だからこそ組合があるのだということで、それで共同事業などがうまくできるといいのかなと、本当に税制とか融資とかを、そういうところで活用していただけるといいのではないかと思います。

中小零細事業者が多いというのが特徴だと、毎回のように枕詞のように出るのですけれども、中小零細だから逆にお客さんを絞ってもいけるというところがあって、多分、先ほど松野委員からもあったように、生活必需品としての銭湯ではなくて、やはり地域の交流の場としての銭湯というのは１つの在り方かもしれないですね。基本的には、常連さん、御近所の方たちがお風呂に入り来るのではなくて交流しに来る、僕が通っていた近所のスポーツジムなどは、まさにそういう場所になっていたりするので、そういう場所の提供などという観点でビジネスを見てもらえると。

そして、また、そういう大きい方向性ですね、地域ごとに多分合ったやり方があるのかもしれないので、そういった視点から組合が幾つかの個性の出し方みたいなメニュー提案ができるといいのではないかなと、聞いていて思いました。

大森委員、お願いします。

○大森委員　今、大変生活衛生の業界は、小規模事業所が非常に多い。その中で、今をよく分かっていただく、松野委員からのお話がありました。

家族で業をなしている、そういうところについてのお考えを述べていただきまして、大変ありがたく思っております。

現実にそれぞれの業種の長、理事長などをしていると、どういうことをすれば一番会員が喜んで、このもうかる業づくりに転換ができていくかということが、一番悩むところなのです。

それで、今、公衆浴場業界からもいいお話をいただいたりして、私は理容ですけれども、参考にするべきところを、今年度は、今、動いていますけれども、来年に向けてどうして

いこうかなということを苦慮するわけですけれども、そういった家族でやっている理容店とか美容店も多いわけで、クリーニングも多いわけですから、そこらが今日までは、やはり日本経済を支えてきたと思うのですけれども、どうも最近の傾向を見ていると、確かに給与を上げて、物価高についていけるようにという国の流れは、よく分かりますが、なかなかそこについていけない、しかし、それをそのままにしていたら、大変な問題で存続することができませんから、どのようにして価格転嫁をしていくか。

これは、非常に町の隅々にある、そういった小規模事業所といいますか、そういうところは、お客さんに気の毒なというのが、まず先にあるのです。しかも、それはなぜかというと、高齢化が非常に進んでいる。その高齢化の方に料金をアップしていくという苦しさが正直言ってあるのです。そこらを、目をつぶって上げるということについては非常に難しい。そうなってくると、納得して料金をいただくというのが一番いいのだろうということで、リスキリング、新しいサービスを提供していくほうを勉強するとか、それから、これまであったものをどのようにリバイバル的なものをプラスしていくか、そして、もう一つには、お店で売る、大きな百貨店に行って買うのは行きにくいけれども、個々のそういったところでは、求めることがしやすいとか、近くにある理容店、美容店とか、そういうところ、そんなこともやはり考えながらやっていかなければいけないのかなと思ったりして、今回、今年はそれを望んでおります。

そんな中で、先ほどの言葉の中に、やはりそれぞれの地域性という言葉が、どなたかからありましたが、そのとおりだろうと思うのです。

東京都は、こうだということで、今、伊東委員からもお話がありました。そうなってくると、東京都の見本を四国の地域で入れるというのは難しい。

そこで今年は、ボトムアップ方式を使って、できるだけ自分たちの地域の希望を出してみろと、それを活用して、そういった気の毒なという思いをどのように展開していくかということで、47都道府県で、もしくは、その市とか地域でも出していいから出してみろと、それでやれるのだったら、資金が足りるかどうかは分からないけれども、場合によっては、うちの組織から追加してでもいい、今、我々がやらなければいけない、それが組織力だろうと思って、今、取り組んでおりますが、非常にそういう理解をいただける委員の方が、この業種に対してあるということで、私は大変ありがたいと思っておりますから、それをどのようにして、これまで日本を支えてきた小規模事業、本当に技術で支えてきた、日本は、資源がそんなにある国ではないわけですから、今後も、やはり世界に誇るそういうものを開発して残していかなければいけないのだろうと思うのです。そういうものを、１つ来年につなげたいと、今、思っておるのです。

そういうことで、今年はボトムアップ方式だったけれども、それは楽な方法ではあるのですけれども、しかし、それで逃げるわけにはいかぬので、やはり中央として、どういう提案を、そうしたら切り口を今度は変えていこうかなと、今のお話を聞いて思っております。その切り口を変えていく、こういう店づくり、こういう店づくりと、そういうものを

分けてこれから考えていこうかなと思ったりしまして、ぜひ厚生省さんのほうにも、そういうところに理解をいただいて、何もやっていないわけではない、必死でもがいている、これはやり続けることが大事で、やっても駄目だから、もうやめようではいけなくて、やり続けることの中から新たなものが生み出てくると思って、これから苦言を理容と美容の中も、私は、これから相当言っていこうと思っているのです。

それをやっていかなければ、恐らくこの業界は残らないだろうと、世界の中で生きていくかです。例えば、外資系というのが非常に旅館業のこともありましたが、ホテル、旅館業辺りも、随分あそこは変わったの、あれは外資になってしまっている、その中で日本のよさをどのように残していくかということは、これは必死でやっていかなければ、国も、我々業種の小さいところも全部がこぞって頑張ってやっていかなければ、美容か何かは、外国に行って美容をして帰るようではないですか、韓国辺り、私はこの間、韓国に行ってみましたら、特に松野さんとか、女性の方は分かっていると思いますが、私は、そこらにどんどん入っていかなかったら、我々は今、食えていくというのではなく、ぎりぎりで食えているだけですから、やはり未来に向かって若者に夢を与えるためには、そこらに切り込まなければ、もう駄目なのだろうと思うのです。

ですから枠組みを変えて、そして、新たな枠組みの中で、やはり新たな挑戦をしていく、そして新たなメニューを加えていくと、私は、この間、海外の人を招いて技術大会を開いたのですけれども、そういうことを述べて、新たな挑戦をしていかなければ、望めないのだろうと思うのですよ。

ですから、ぜひ消費者団体の方にも理解をいただいて、先ほど連合の方にも大変だろうと言われておりますから、みんなが理解をしてくれる、政府のほうにも理解をしてもらう、この業種、生活衛生をどのように、私は自分の業だけではなく、全体をどうしていくかということを、本当に真剣に考えて、生きるか残るかで考えて、役職に甘えていたらいけないので、できないのだったら去るべきだろうと、こう思っておりますので、ぜひこれからも、どうぞ今の温かい気持ちで、また政府のほうからも、ぜひそういった支援もいただきたい、ぜひお願いいたします。

決して、私たちも指をくわえて見ませんから、できる限り人々のためや、地域社会のために、社会のために頑張っていきたい。ありがとうございました。

○芳賀分科会長　ありがとうございました。

冒頭の事務局からの説明でもありましたけれども、理容業界、もうかる業づくり、これは面白いなと思って伺っていましたけれども、新たなメニュー化とか、今後成功の事例集制作を予定しているということですが、大変楽しみにしておりますので、もしできたら、ぜひ共有していただければと思います。

○大森委員　いや、会長、それは大変ありがたいことでね、私は事例集をつくるのは簡単なのですけれども、それももちろんそうなのですけれども、私は地域に、本当に隅々にある理容店がもうアップアップになっているのです。だから、若者には引っ張ってもらう、

新しいもうかる業づくりについて例を出してもらって、それを今、お願いして、そういうことをしておって、現実にも講習もしたり、いろいろやっていますが、今度、高齢者をどう助けていくかと、こういう問題もあって、引っ張っていく人と、そこへどう支えていくかというので、できれば引っ張ってくほうを先にやっていかなければ、恐らく衰退のほうが早く来ますから、両方、今、考えて頑張っておりますので、今、もうかる業づくりということで徹底して、また、今度の報告を皆さんに上げる頃には、評価が非常に高いものにありたいと思うのです。

それで、人がたくさん集まってくれたから、いい行いを１年やったのではないのですね、ここの個店が、それぞれ売上が上がってきて、元気が出てきてこそ、本当の価値があろうと思っておりますので、そこに着眼しなかったら、お祭り騒ぎで終わらないと思って、そのぐらい本気で、今、望んでおりますので、ぜひ、今回でも、またもうかる業づくり、次のときにも、毎年他の業種も、３業種だけではなしに、今回からそういう報告を、やはり時代とともに、特に今、コロナ禍からいよいよ新たに、賃上げ、物価高騰、そういうものの時代に変わってきておりますから、そういうものをしっかり逐次１年おきに、こういう会で、全業種16業種にわたって、まとめていこうという、私は、これは当を得た非常にありがたいことと思っておりますので、ぜひこれを続けていただいて、私も必死で、次には、またそれが報告できるように、このもうかる業づくりが、本当にできるか、できないか分かりませんが、私は精一杯頑張っていきますので、また、会長に見ていただくようにして、今後はみんなが努力しましょうと思います。ありがとうございました。

○芳賀分科会長　ありがとうございました。よろしくお願いします。

それでは、そろそろお時間になりましたので、特に御意見がなければ、今日は以上にしたいと思いますけれども、よろしゅうございますか。

それでは、本日、皆様からいただきました御意見を踏まえて、次回振興指針の具体案をお示しさせていただくということになると思います。

ですので、事務局には今回の御意見を踏まえて、指針の改正案の作成をぜひお願いいたします。

次回は、その改正案を確認して取りまとめを行いたいと思います。

そのほか、事務局から何かありますでしょうか。

○羽鳥生活衛生課長補佐　ありがとうございます。

本日、御審議をいただき、誠にありがとうございました。いただいた御意見を踏まえまして、振興指針の改正案について調整をさせていただければと思っております。

なお、本日の議事録につきましては、原稿ができ次第、各委員に送付、確認をいただいた上で、厚生労働省ホームページにおいて公表をさせていただきたいと考えております。併せてよろしくお願いいたします。

次回の開催日程については、追って調整の上、御連絡をさせていただきたいと思います。

以上をもちまして、第44回「厚生科学審議会生活衛生適正化分科会」を終了させていた

だきたいと思います。

本日はお忙しいところ、御参集いただきまして誠にありがとうございました。

○芳賀分科会長　どうもありがとうございました。