

生衛ニュース大分

大分県生活衛生
営業指導センター
大分市長浜町
1-12-3
電話097-537-4858

生衛ニュース大分の発刊に際して

平成二五年四月一日、財団法人大分県生活衛生営業指導センターは、公益財団法人大分県生活衛生営業指導センターに移行いたしました。

生活衛生営業指導センターは「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」に設立の根拠を有する法人ですが、その担う事業に「生活衛生関係営業に関する情報又は資料を収集し、及び提供すること。」(同法第五七条の四第一項第五号)が位置づけられております。

このことに関しては、これまでホームページ等を通じて情報等の提供を行ってまいりましたが、生活衛生関係営業は、人の日常生活に密接な関係をもつ営業で広範囲の人が関わっており、情報を行き渡らせるためには多チャンネルの情報伝達手段が必要とす。

公益財団法人への移行を契機に、生活衛生関係営業の経営の安定化・健全化や振興を通して衛生水準の維持向上とともに消費者の利益の擁護に資するという、法人の目的をもう一度見つめ直し、情報伝達紙を発刊することで情報伝達機能の強化を図ることとし、このたび第一号を発刊することといたしました。

紙面はB4表裏の2頁で、掲載記事は生活衛生関係営業の経営等に関連したタイムリーな情報とし、四半期ごとに1回、定期的に発行します。

経営等に関連した情報で生活衛生関係営業に特化しておりますのでいささか細かく固い内容になりますが、できるだけわかりやすく、また、必要なときに適切な内容の情報をお伝えしたいと考えております。

過去掲載記事について

「生衛ニュース大分」では、平成二四年一月に準備第一号を発行して以来、これまでに第5号まで発行してまいりました。

各号の掲載記事は次のとおりです。なお、各号は当公益財団法人大分県生活衛生営業指導センターホームページ

消費者意識と経営実態調査

「美容師法施行令及び美容師法施行令の一部を改正する政令の施行について」、「中小企業等に対する年末金融の円滑化について」、「ノロウイルスQ&A」、「特別企画 経営分析の方法」

【準備第3号・平成二五年一月一日】

「第三者の担保を不要とする融資制度」、「景気動向調査2012年7～9月期」、「ノロウイルス食中毒流行について警報発令中」、「ノロウイルスによる感染性胃腸炎予防のポイント」、「クリーニング所の届出に係る留意事項について」、「まつ毛エクステーションに係る安全性の確保について」、「今冬の節電協力について」、「特別企画 収益性の分析」

【準備第4号・平成二五年二月一日】

「青色申告を始めませんか」、「受動喫煙防止対策の決定について」、「ご存知ですか身体障害者補助犬法」、「特別企画 安定性の分析」

【準備第5号・平成二五年三月一日】

「受動喫煙防止対策について」、「景気動向調査(2012年4～6月期)」、「特別調査結果」について、「

「旅館業法施行条例等の一部改正について」、「景気動向調査2012年10～12月期」、「特別企画 成長性の分析」

中小企業金融円滑化法の期限到来

平成二五年三月五日、(財)全国生活衛生指導センターから、金融庁よりの中小企業金融円滑化法の期限到来の施策に関する情報提供について、生衛事業者等に対し、周知を図るよう依頼がありました。

平成二五年三月三日をもって、中小企業金融の円滑化を目的とした標記法律が期限を迎えます。このことについて、中小零細企業において、これまでのような借入に関する条件変更が難しくなるのではないかといった不安の声が懸念されております。

金融庁からの同法の期限到来後の施策に関する情報提供及び資料提供の主な点は次のとおりです。

○中小企業金融円滑化法の期限到来後も、従前のように貸付条件の変更や円滑な資金供給に努めるよう、金融庁から金融機関に対して指導していく。

○併せて、中小企業・小規模事業者に対する経営支援施策を強化し、経営基盤の強化を促進していく。

○各地方財務局及び財務

事務所相談窓口を設け、中小・零細事業者の相談に対応していく。

この件のお問い合わせは、各財務局・財務事務所の相談窓口や中小企業再生支援協議会に行ってください。

九州財務局
096・353・6352

大分財務事務所
09・532・7107

中小企業再生支援協議会(大分県)
097・540・6415

「メモ」
中小企業金融円滑化法は、中小企業や住宅ローンの借り手が金融機関に返済負担の軽減を申し入れた際に、できる限り貸付条件の変更等を行うよう努めることなどを内容とする法律です。

国内宿泊施設の利用に関する消費者意識について

平成二五年二月二日、日本政策金融公庫から「国内宿泊施設の利用に関する消費者意識と旅館業の経営実態調査結果」が発表されております。

調査時点…平成24年11月
調査対象…最近1年間国内

内の宿泊施設を利用した全国の消費者500人

調査方法…インターネットによるアンケート調査

ここでは、調査結果のうち、消費者意識の結果について紹介します。

○国内旅行の動向
最近1年間(平成23年11月～24年10月)の国内旅行の回数は2回以内が6割、宿泊日数(年間合計)は2日以内が約半数を占めている。

一方国内旅行に伴う支出額(年間合計)は「5万円未満」から「30万円以上」まで幅がある。宿泊日数、支出額が以前より「増えた」割合はそれぞれ21.1%、25.9%となつていますが、20代は他の年代に比べて「増えた」割合が高く、20代女性はいずれも3割を超えている。

特に、20代女性では一人旅の宿泊日数が以前より「増えた」割合が最も高く、3割を超えている。目的は、観光、趣味の満喫のほか、「友人等に会いに行く」、「コンサートを見に行く」などが多い。

また、シニア層(60歳以上)は、旅行回数、宿泊日数、支出額がいずれも他の年代に比べて多い傾向が見られる。

最近1年間の旅行先は、四国を除いて全ての

地域で、居住地と同一の地域の割合が最も高く、特に、北海道、九州では7割を超えている。

また、旅館業の経営者に対するアンケート(宿泊施設からの距離を基準とした客数の動向)でも前年に比べて増えた顧客は「国内の近隣からの日本人客」の割合が最も高くなつていて。

○宿泊施設を利用する際のポイント
宿泊施設を利用する際に重視する点は、「宿泊料金」、「立地」のほか、国内旅行目的では「部屋の内容」、「浴場の内容」、「食事の内容」、ビジネス目的では、「喫煙環境の内容(喫煙・禁煙の別)」、「割引サービスの有無」、「インターネットの利用環境の良さ」が上位に挙つてい

る。

○宿泊施設の料金についての意識
国内旅行で宿泊施設を利用する際に宿泊料金を増額しても良いと考える条件では「離れ等が利用できるなどプライベートが重視されている」が最も多く、以下、「施設が広く洗練されており高級感が味わえる」、「健康面に配慮された食事の提供」の順となつている。

「宿泊料金を増額するつもりはない」は2割にとどまっております。顧客ニーズをうまく汲み取ることに

より、料金増額の余地があることがわかる。

景気動向調査 (2012年7・9月期)
「特別調査結果」
 について

平成二四年一〇月三十一日、日本政策金融公庫国民生活事業本部生活衛生融資部より、景気動向調査の特別調査として行われた「価格動向」及び「メニュー(料理、食事等の内容)」についての消費者の安全・安心に関する志向の変化」についての調査結果が発表されております。

一 価格動向

「仕入価格の動向」

○ 前年同期と比べて原材料等の仕入価格が上昇した企業の割合は、前年調査に比べ5.4ポイント低下し、37.4%となっている。

仕入価格上昇の背景は、「原油・石油の価格上昇」が64.3%と最も高く、次いで、「天候不順による一時的な価格上昇」44.5%、「東日本大震災の影響(風評被害の影響を含む)による価格上昇」25.7%となっている。

仕入価格の上昇をもたらした主な原材料等の内容をみると、高い順に、「燃料」45.9%、「野菜」40.0%、「魚介類」32.9%となっている。

○ 仕入価格の上昇による経営悪化への影響は、「かなり影響がある」(20.2%)、

「ある程度影響がある」(50.7%)を合わせ、影響があると回答した割合が7割を超えている。

仕入価格の上昇を受けての対策の実施状況は、「何らかの対策を実施している」17.4%、「必要性は感じていないが対策は実施していない」71.1%、「必要性を感じておらず、対策は実施していない」11.5%となっている。

「販売価格の動向」

○ 前年同期と比べた販売価格の動向は、「引き上げた」6.9%、「据え置いた」86.0%、「引き下げた」7.1%となっている。

「引き上げた」企業の割合は前年調査に比べ3.2ポイント上昇しているものの、割合は低く、仕入コストが上昇する中で販売価格への転嫁が進んでいない状況がうかがえる。

○ 販売価格の引き上げ、または引き下げによる客数の増減動向は、「引き下げにもかかわらず、客数は減少」が26.3%と最も高く、次いで、「引き上げにもかかわらず、客数を維持」24.7%、「引き下げにより客数を維持」19.3%となっている。

二 メニュー(料理、食事等の内容)についての消費者の安全・安心に関する志向の変化(飲食業を営む方を対象とした調査)

○ 提供しているメニュー(料理、食事等の内容)についての消費者の安全・安心に関する志向の変化を尋ねたところ、「かなり高まっている」(8.1%)、「やや高まっている」(18.4%)を合わせ、約4社に1社の企業が1年前と比べて高まっていると回答している。

安全・安心に関する志向の高まりを受けての取り組みの実施状況

は、「何らかの取り組みを実施している」74.2%、「必要性は感じていないが、実施していない」22.9%、「必要性を感じておらず、実施していない」2.9%となっている。

取り組みの具体的な内容は、「食材の変更(地元や有機栽培の食材の使用など)」が47.7%と最も高く、次いで、「従業員に対する衛生指導の徹底」39.4%、「調理技術、調理方法の改善」34.1%となっている。

**後継者育成
支援事業**



生衛業については、経営者の高齢化が進むが事業を後継する者は少ないという傾向が続いています。その結果、廃業者が増え、過疎地においては、生衛業の利用が難しいところも生じています。

本事業は、生衛業に対する職業観の向上を通じ、若年者の生衛業への就業を促進しながら、業界の活性化を図ることを目的として、平成二〇年度から、大分県と厚生労働省の補助を受けて実施しています。

当生衛センターでは、生活衛生同業組合、教育関係機関等で構成する後継者育成支援協議会を組織し、業界の特性を踏まえた受入体制のあり方の検討する一方で、高校生等を対象に就業体験教室(山前型、受入型)等を開催しています。

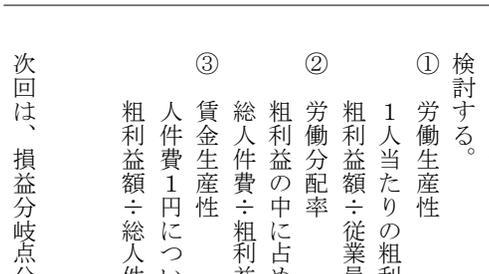
平成二四年度については、実演と実技を主体にした出前型就業体験教室を次のとおり行いました。

○ 溝部学園高等学校 (別府市)
 テーマ：意外と知らない
 クリーニング

参加者：普通科2年生・23名
 内容：座学、ウェディング展示、カット実演、モデルウィッグで美容技術体験



○ 楊志館高等学校 (大分市)
 テーマ：美容師への道
 実施日：平成25年2月19日
 参加者：普通科2年生・23名
 内容：座学、ウェディング展示、カット実演、モデルウィッグで美容技術体験



【特別企画】
 (4) 費用効率の分析

企業経営における費用は、仕入れ材料費、人件費、営業販売費及び一般的な管理費と四つに大別することができます。

仕入れ材料費は必要以上の節約は困難であり、人件費と営業販売費はできれば惜しまずに管理費や金融費は極力制限するのが費用についての普通の考え方である。

ア 固定費と変動費

変動費は売上の増減に比例して増加する経費であり、固定費は営業の変化や売上の増減に関係なく発生する経費である。

この二つの経費について実際の分割の割合基準を定め、科目ごとに分類する。

① 水道光熱費(冷暖房費)

売上の増減に関係する変動費と捉える。管理を厳格にすればムダを省くことができる管理可能な経費である。

② 消耗品費、備品費、衛生費

売上の増減に関係する変動費と捉える。管理を厳格にすればムダを節約できるので管理可能な経費といえる。

③ 宣伝広告費、接待交際費、組合費

広い意味で宣伝的経費であり、その政策的に決めるべきもので、売上の増減に比例した関係のものではなく、固定費と捉える方がよい。

④ 旅費、交通費、通信費、サービス費、研究費、租税公課、雑費

変動費とも固定費ともつかない経費であるが、ムダを省くことができるので、管理可能な経費と捉えるてもよい。

⑤ 地代家賃、固定資産税、地価償却費、支払利息、修繕費、保険料、開業費償却

いずれも完全な固定費と捉える。

イ 人件費の分析

人件費は、生活衛生関係営業の場合経費のうちで最も大きなウェイトをもっている。営業費の中の割合や、従業員1人当たりの利益はいくらか等、分析・検討する。

① 労働生産性

1人当たりの粗利益のことで、付加価値ともいう。

粗利益額÷従業員数

② 労働分配率

粗利益の中に占める人件費の割合のことである。

総人件費÷粗利益額

③ 賃金生産性

人件費1円について、いくら粗利益があるかということである。

粗利益額÷総人件費

今回は、損益分岐点分析を掲載する予定です。