

第3章 生衛業の法的規制

法律で厳しく縛られる営業活動

生衛業は、厚生労働省が所管する法律「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6月制定、略称「生衛法」）で規定され、すべての業種が法律で営業面について厳しく規制されている。業種でさえも政令で定められ、下記の18業種が指定されている。これらの業種は総称して生活衛生関係営業（略称、生衛業）と呼ばれている。

- 1 主としてすしを扱う飲食店営業
- 2 主としてめん類（中華そばを除く）を扱う飲食店営業
- 3 主として中華料理（中華そばを含む）を扱う飲食店営業
- 4 風俗営業たる飲食店営業であつて、カフェー、バー、キャバレーその他これらに類するもの（社交業）
- 5 風俗営業たる飲食店営業であつて、料理店、待合その他これらに類するもの
- 6 前各号以外の飲食店営業（一般食堂、レストラン、日本料理店など）
- 7 喫茶店営業
- 8 主として食鳥肉を扱う食肉販売業
- 9 前号以外の食肉販売業
- 10 冰雪販売業（氷屋）
- 11 理容業
- 12 美容業
- 13 興行場営業（映画館）
- 14 ホテル営業及び旅館営業
- 15 簡易宿所営業
- 16 下宿営業
- 17 浴場業（銭湯）
- 18 クリーニング業（取次所を含む）

ただし、当分析で取り上げる業種数は先の政令に定める業種数に必ずしも合致しない。業種分類も、以下に示すように総務省「平成21年経済センサス基礎調査」の事業所統計調査に従う。また、一部業種の呼称についても異なる場合もある点、お断りしておきたい。

1 飲食業関係

食堂・レストラン（一般食堂やファミリーレストランを含む）

日本料理店

中華料理店

その他の専門料理店（日本料理店、中華料理店以外で西洋料理店等を含む）

そば・うどん店

すし店

酒場、ビヤホール（当分析では居酒屋と称す）

バー、キャバレー、ナイトクラブ（当分析では社交業と称す。スナック・バーも含む）

喫茶店

2 食品販売業関係

食肉小売業（玉子・食鳥肉販売業を含む）、氷雪販売業

3 サービス業関係

旅館・ホテル

簡易宿所

洗濯業（普通洗濯業—取次所を含む—、リネンサプライ）

理容業

美容業

一般公衆浴場業（通称は銭湯）

映画館

ただし、食品販売業関係に含まれている氷雪販売業は、総務省「平成21年経済センサス—基礎調査」の業種分類では、事業所数が極端に少なくなったために、単独業種として数値が掲載されていない。

これらの業種の特徴は、飲食業は調理を伴い、食品販売業は対面販売であり、サービス業関係は対個人へのサービス供与であるなど、いずれの業種とも労働集約的であることである。

業種ごとに法律が、営業内容にもしほり

わが国には産業分類上の細分類で1,269に及ぶ多くの業種があるが、生衛業の18業種は法律によって業種が指定されており、しかも業種ごとに法律が定められていることに加え、営業内容が詳細にわたり規定されている点に特徴が見出せる。このような事例は、他の業界においてはほとんど見当たらない。それだけに、独特の体質の業界が形成されて

いるといえる。

先に述べた18業種のうち、飲食店営業、喫茶店営業、食肉販売業、氷雪販売業の4業種は、昭和22年12月に制定された食品衛生法により都道府県知事の営業許可が必要である。また、サービス関係営業の6業種は、それぞれの業種ごとに施行されている法律（例えば興行場法、旅館業法、美容師法など営業六法と呼ばれている）により、都道府県知事の営業許可が必要な業種は映画館、一般公衆浴場（銭湯）、旅館・ホテルであり、届け出が義務付けられているのは理容所、美容所、クリーニング所である。また全ての業種について環境衛生監視員等による監視による指導・管理などが義務付けられている。

国民大衆の生活向上と情報収集コスト削減に寄与

なぜ、これらの業種が法律で規制されているかということ、各業種とも国民大衆の日常の食生活面、保健衛生面、健康面などの生活向上に役立つことを目的に営業しているためである。このように、生衛業は、国民の生活面での保健・衛生・健康に大きく関わっているので、営業施設の衛生水準の維持・向上を図ることが、強く求められている。

これらの特性を経済学的な側面で見ると、情報の非対称性によって生じる消費者のコストを削減する効果に結びつけられる。生衛業は国民の生命や健康に大きく関わる業種であり、提供する飲食物や恒常的に供給するサービスの質を一定以上の水準に維持する義務がある。しかし、売り手側ではそれらの内容について熟知しているが、買い手側である消費者は十分に理解していないという情報の非対称性が存在する。

ただ、消費者の観点からすると、生衛業が営業面で許可の取得や届け出をしていることは、衛生面で一定水準以上の衛生水準にあるとの認識をもつ。そこで、消費者が商品を購入する際やサービスを受ける際に、衛生面に関する情報を改めて収集する時間や費用をかけないで済む。もし、これらの制度がなければ、消費者は生命と健康に関わる重要な問題について、情報収集のため多くの費用と時間を必要とする。しかし、現実には、これらの制度が、消費者が必要とする情報収集費用を肩代わりしている。つまり、情報の非対称性を原因として買い手側に発生するはずの情報収集コストを、引き下げる役割を果たしているといえる。