

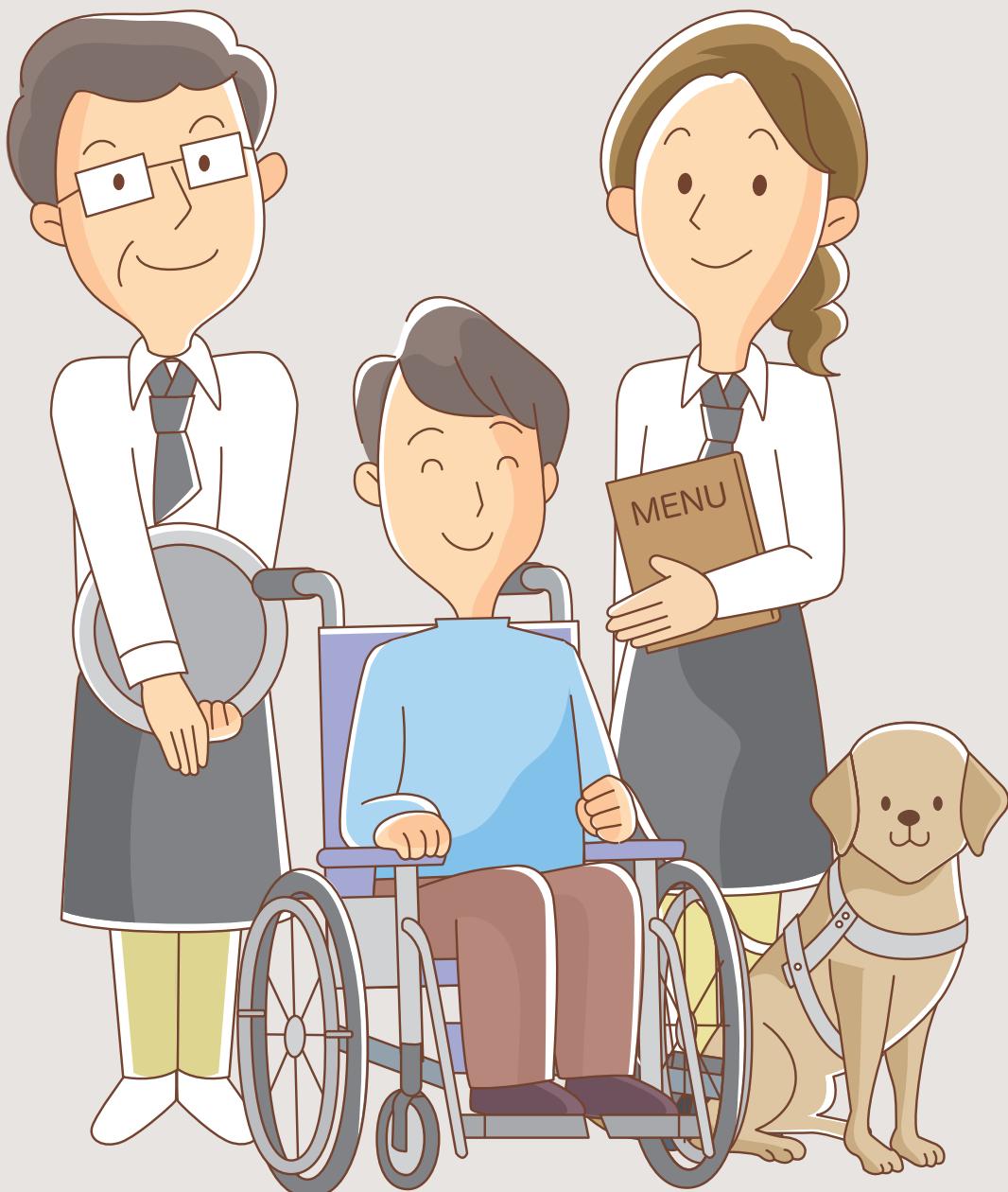
喫茶飲食店の 経営ガイドブックIV



全国喫茶飲食生活衛生同業組合連合会

お店のオーナー、スタッフのための 障害者接遇マニュアル

障害のある人を理解し、より適切なサービスを提供するためのガイドブック



目 次



障害者差別解消法とは

法律の概要	2
● 不当な差別的取扱いとは	2
● 合理的配慮の提供とは	3
● 環境の整備とは	3

様々な場面における具体的対応の例

対応の基本と考え方	4
案内・誘導	5
相談・説明	6
緊急時の対応	7
身体障害者補助犬とは	8

障害の特性について

視覚障害（全盲・弱視）	9
聴覚障害（ろう・難聴）	10
肢体不自由	11
内部障害	12
知的障害	12
発達障害	13

合理的配慮の好事例	14
-----------	----

は じ め に

国連の「障害者の権利に関する条約」の締結に向けた国内法制度の整備の一環として、平成25年6月に「障害を理由とする差別の解消の推進に関する法律」(いわゆる「障害者差別解消法」)が制定され、平成28年4月1日より施行されました。全ての国民が障害の有無によつて分け隔てられることなく、相互に人格と個性を尊重し合いながら共生する社会の実現を目指しています。

令和3年5月に同法の一部が改正され、民間事業者による「合理的配意の提供」が「努力義務」から「義務」に変わりました。

また、令和3年3月に「高齢者、障害者等の円滑な移動等に配意した建築設計標準」が改正され、小規模店舗のバリアフリー設計等に関する考え方・留意点の充実が示されました。

障害のある人もない人も気持ちよく店舗を利用していただけるよう、喫茶飲食業従事者がとるべき適切な対応を解説しております。店舗での具体的対応事例を提示するとともに、様々な障害の特性についてもまとめていますので、真心のこもったサービスの提供にお役立てください。



障害者差別解消法とは

法律の概要

正式名称は「障害を理由とする差別の解消の推進に関する法律」といい、障害のある人への差別をなくすことを目的にしています。障害のある人もない人も互いにその人らしさを認め合いながら、共に生きる社会をつくることをめざしています。

- 障害者差別解消法において、障害者とは「身体障害、知的障害、精神障害（発達障害を含む）、その他の心身の機能に障害がある者であって、障害及び社会的障壁により継続的に日常生活または社会生活に相当な制限を受ける状態にあるもの」としています。
- 行政機関等と事業者は、事務・事業を行うにあたり、障害者から何らかの配慮を求められた場合には、**過度な負担がない範囲で**、社会的障壁を取り除くために**必要かつ合理的な配慮（合理的配慮）**を行うことを求めています。

不当な差別的取扱いとは

- 障害を理由として、正当な理由なくサービスの提供を拒否したり、サービスの場所や時間帯を制限したり、障害のない人にはつけない条件を付けたりするような行為をいいます。

具体例

- ① 障害があることを理由に対応を拒んだり、本人の同意なく対応の順番を後回しにしたりする。
- ② 障害があることを理由に店舗等の利用を拒んだり、制限したりする。

障害者を障害者でない者と事実上平等にするために、障害者に対して特別な対応をすることは、不当な差別的取扱いではありません。

例えば、障害者に対して必要な範囲で、障害者でない者よりも優遇すること（いわゆる積極的改善措置）。障害者差別解消法に規定された合理的配慮の提供により、障害者でない者と異なる取扱いをすること。プライバシーに配慮しつつ、障害者に障害の状況等を確認することは、不当な差別的取扱いには当たりません。



盲導犬や聴導犬が一緒だと入店を拒否する。

合理的配慮の提供とは

- 障害のある人から、何らかの対応を必要としていると意思の表明があった場合、その対応が“過重な負担”とならないときに、必要かつ合理的な対応をすることをいいます。
- “過重な負担”については、個別の事案ごとに行政機関等及び事業者が、事務・事業への影響の程度を考慮し、場面や状況に応じて総合的・客観的に判断し、障害のある人に説明することが必要です。
- 合理的配慮の方法は一つではありません。申し出通りの対応が難しい場合でも、建設的対話を通じて、柔軟に対応することが大切です。

障害者権利条約にも示されている「他の者との平等」の考え方が重要です。障害のある人は、障害の特性に応じて、障害のない人とは違う方法をとることで、障害があっても、障害のない人と平等の結果を得られるようになります。この際、「違う方法」を取れるようにすることが合理的配慮です。

また、合理的配慮の提供にあたっては、事業の目的・内容・機能の本質的な変更には及ばないこと。合理的配慮の内容については、当事者への確認が必要です。



障害のある人が困っていると思われる時は、まず声をかけ、手伝いの必要性を確かめてから対応する。

環境の整備とは

- 合理的配慮が必要な障害者の利用が多く見込まれたり、障害者との関係が長期にわたったりする場合等において、いわゆるバリアフリー化や情報保障のための機器の導入、職員研修などを行うことをいいます。

全ての店舗に共通する新築や改修の主な3つのポイント

- 出入口の幅は80cm以上確保し、戸の前後に高低差をなくし、自動式ガラス引き戸等にします。
- 店内の通路は有効幅90cm以上を確保し、床に段差が生じないようにします。
- 車椅子使用者用トイレを確保します。



様々な場面における具体的対応の例

対応の基本と考え方

「障害者だから」と特別扱いするのではなく、まずは接遇の基本に立ち返り、丁寧な対応を心がけることが大切です。障害者差別解消法が求める対応は、特に新しいものではなく、従来から様々な場面で行われてきた配慮等もたくさん含まれています。

▶ 相手の人格を尊重し、相手の立場に立ち対応します。

- 相手の立場に立ち、「明確に」「丁寧に」分かりやすい対応を心がけます。
- 介助者や手話通訳者等ではなく、障害者に直接対応するように心がけます。
- 思い込みや押し付けにならないよう、どのような配慮が必要か、本人に確認します。

▶ 困っている人には進んで声をかけます。

- 困っているような様子が見受けられたら、「お手伝いしましょうか」等、声をかけるようにします。
- その際、「どのような手助けが必要か」を本人に尋ねます。
- 状況に応じて「はい」「いいえ」で答えられる質問をして、相手の意思を確認します。

*本人が「ヘルプマーク」や「ヘルプカード」を持っているときは、書かれた内容を確認し、必要な支援や緊急連絡先への連絡を行います。(▼下図参照)

▶ コミュニケーションを大切に、柔軟な対応を心がけます。

- こちらから挨拶や自己紹介をし、会話が難しいと思われる場合でも、「ゆっくり」「丁寧に」「繰り返し」相手の意思を確認。信頼感の持てる対応を心がけます。
- 対応方法がよく分からぬときや想定外のことが起きたときは、周囲に協力を求めます。

▶ 言葉遣いやプライバシーにも配慮します。

- 差別的な言葉や子ども扱いしたような言葉、馴れ馴れしい態度をとらないようにします。
- 障害の原因や内容について、必要がない場合は聞かないようにします。
- 仕事上知り得た個人情報については、守秘義務を徹底します。

ヘルプマーク

義足や人工関節を使用している人、内部障害や難病の人、または妊娠初期の人など、外見からはわからなくても援助や配慮を必要としている人たちが、周囲の方の配慮を必要としていることを知らせることで、援助を得やすくなるよう作成したマーク。(東京都福祉保健局)



ヘルプカード

障害者等が、災害時や日常生活の中で困ったときに、周囲に自己の障害への理解や支援を求めるためのカード。(東京都福祉保健局)



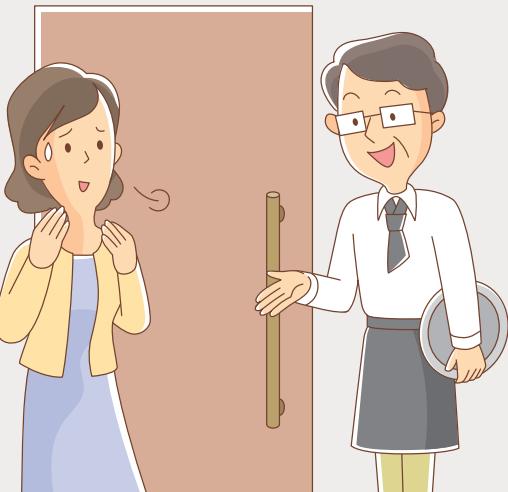
下記に連絡してください。
●私の名前
●連絡先の電話
●連絡先名（会社・機関等の場合）
●呼んでほしい人の名前

手助けしてほしい内容 など

案内・誘導

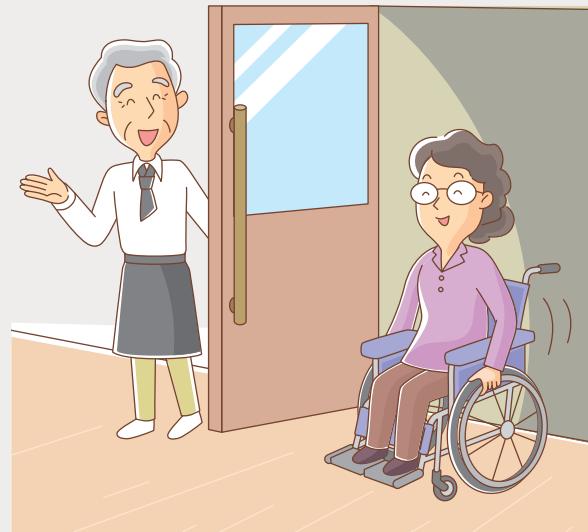
共通事項

- 入口付近で困っている人には、「お手伝いしましょうか」等、声をかけます。
- 障害の特性に応じた方法で「明確に」「ゆっくり」「丁寧に」「繰り返し」説明します。
- ドアの開閉が困難な人には開閉をお手伝いします。
- 受付の手順等については、障害の特性と必要性に応じ、慣行を柔軟に変更します。



建物やフロアの入口

- 車いすを使用している、杖をついているなどにより、手動の扉を開けられず、中に入れません。
→ 扉の開閉を手伝えます。
- 聴覚障害者や知的障害者などが、目的の場所が分からぬ。
→ 声をかけ、「どのように誘導しますか」等と誘導方法を確認し、案内(誘導)します。
- 聴覚障害者が、手話で店員に要望を伝えようとしたが、手話が通じず、分かってもらえません。
→ 筆談(紙に書く等)で、要望を確認して案内(誘導)します。



その他、一般的な合理的配慮の例

物理的環境への配慮の具体例

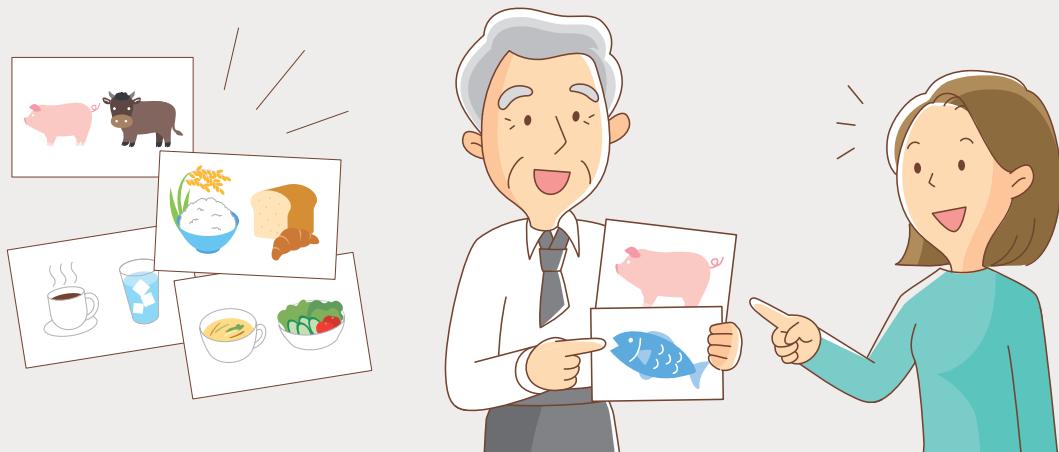
- 車いす使用者が、段差で困っている場合、車いすのキャスター上げ等の補助をする、携帯用スロープを渡す等を行います。
- 目的の場所まで案内する際に、障害者の歩行速度に合わせて歩いたり、左右・前後・距離の位置取りについて、障害者の希望を聞いたりします。



相談・説明

共通事項

- 説明が的確に伝わるように、「明確に」「ゆっくり」「丁寧に」「繰り返し」話します。
- 伝えることや理解することに配慮が必要な人に対しては、必要に応じ、絵、図、写真等を使って説明します。



その他、一般的な合理的配慮の提供例

- 本人の障害の特性を踏まえ、筆談、読み上げ、手書き文字（手のひらに指先等でひらがなやカタカナ、漢字等を書いて言葉を伝えること）、手話、点字、拡大文字などのコミュニケーション手段を用います。
- 意思疎通が不得意な障害者に対し、絵カード等を活用して意思を確認します。
- 駆染みのない外来語や漢数字は用いないようにします。時刻は24時間表記ではなく午前・午後で表記。必要に応じてメモ等を渡します。
- 筆談器や簡易な白板、マジック等を用意しておきます。



緊急時の対応

共通事項

- 火災等の緊急時には、障害の特性に合わせたコミュニケーション方法により、情報を的確に伝達し、迅速に避難誘導します。
 - 日常的な避難訓練において、安全な避難方法を確認するなど、自力で移動が困難な人の補助体制を確保できるようにします。
 - 避難路の段差をなくすとともに、荷物等で通路をふさがないようにします。
 - 急病時に本人がかかりつけの医療機関への連絡を希望する場合は、協力します。
 - 聴覚障害がある場合、何が起きたのか、どのような状況にあるのか分からず、食事や物資の提供等、必要な情報を得ることができないことがあります。
 - 今起きていることなど、必要な情報は、音声だけでなく紙に書いて渡したり、掲示したりする等、複数の手段で伝えます。
 - 体調の変化が大きい人などは、急に体調が悪くなり、動くことができなくなったりすることがあります。
 - 本人に確認の上、必要な支援を提供します。
- *本人が「ヘルプカード」(P4の図を参照)等を持っている場合は、内容を確認し必要な支援を行います。

飲食店など

合理的配慮の例

- エレベーターがない施設の上下階に移動する際、マンパワーで移動をサポートします。
- ホワイトボードを活用する、盲ろう者の手のひらに書く(手書き文字)など、工夫してコミュニケーションを図ります。
- メニューを分かりやすく説明したり、写真を活用したりします。
- 食券販売機の利用が難しい場合、操作を手伝ったり、希望するメニューを伺います。



小売店など

合理的配慮の例

- 困っていると思われるときは、まず声をかけ、手伝いの必要性を確かめてから対応します。
- 障害者用の駐車場について、健常者が利用することのないよう注意を促します。
- 注文や問い合わせに際し、インターネット画面への入力だけでなく、電話等でも対応できるようにします。
- お金渡す際、紙幣と貨幣を分け、種類ごとに直接手に渡します。

様々な場面における具体的対応の例

身体障害者補助犬とは

「身体障害者補助犬」とは、目や耳や手足に障害のある人の生活をお手伝いする、「盲導犬」・「介助犬」・「聴導犬」のことです。身体障害者補助犬法に基づき認定された犬で、特別な訓練を受けています。障害のある人にとって頼れるパートナーです。社会のマナーを守ることができ、清潔です。

補助犬の同伴については、「身体障害者補助犬法」で、人が立ち入ることのできる様々な場所で受け入れるよう義務づけられています。



身体障害者補助犬の種類

盲導犬	目の見えない人、見えにくい人が街なかを安全に歩けるようにサポートします。 障害物を避けたり、立ち止まって曲がり角を教えたりします。 ハーネス(胴輪)をつけていて、“盲導犬”と表示しています。
介助犬	手や足に障害のある方の日常の生活動作をサポートします。物を拾って渡したり、指示したものを持ってきたり、着脱衣の介助などを行います。“介助犬”と表示しています。
聴導犬	音が聞こえない、聞こえにくい人に必要な生活音を知らせます。玄関チャイム音、メールやFAX等着信音、赤ちゃんの泣き声、車のクラクション等を聞き分け教えます。“聴導犬”と表示しています。

身体障害者補助犬の同伴を受け入れる義務がある場所

- 公共施設、公共交通機関(電車、バス、タクシーなど)、不特定かつ多数の人が利用する民間施設(商業施設、飲食店、病院、ホテルなど)などには受入義務があります。

身体障害者補助犬の受入施設の方へ

- 補助犬は、ユーザーの指示に従い待機できるので、特別な設備は必要ありません。
- 補助犬の同伴を受け入れる際に他のお客様から苦情がある場合は、「身体障害者補助犬法」で受入義務があること、補助犬の行動や健康の管理はユーザーが責任をもって行っていることを説明し、理解を求めてください。
- 補助犬が通路をふさいだり、周りのにおいを嗅ぎ回ったり、その他、何か困った行動をしている場合は、そのことを補助犬ユーザーにはっきり伝えてください。
- 補助犬ユーザーが困っている様子を見かけたら、まずは声をかけてください。
- 補助犬の同伴について、足下に待機するスペースのある席に案内します。
- 食べ物を与えないようにしましょう。
- 気を引く行為は避けましょう。
- 温かく見守りましょう。

ほじょ犬マーク

(参考：厚生労働省)

身体障害者補助犬同伴の啓発のためのマークです。希望される方は、お近くの自治体にある補助犬相談窓口にお問い合わせを。

補助犬の同伴を受け入れる義務がある場所

- 国や地方公共団体などが管理する公共施設・公共交通機関(電車、バス、タクシーなど)
- 不特定多数の人が利用する民間施設(商業施設、飲食店、病院、ホテルなど)
- 従業員45.5人以上の民間企業



障害の特性について

障害のある人と接する際には、それぞれの障害に応じた対応が求められています。以下に、代表的な障害特性と対応時の配慮点を簡単にまとめています。いずれにおいても、「人」としてのコミュニケーションを大切にする視点を忘れてはいけません。



視覚障害（全盲・弱視）

視覚障害には、まったく見えない「全盲」、眼鏡などで矯正しても視力が弱い「弱視」、見える範囲（視野）がせまい「視野狭窄」があります。また、生まれつきの障害（先天性）か、病気や事故などの障害（中途障害）かによっても、その障害の内容には個人差があります。



ぼやける、まぶしくて見づらい、視野の中心部しか見えない、視野の周辺部しか見えない（これらは障害の程度によって、個人差があります）。

ハード面における配慮

- 視覚障害者誘導用ブロックの設置や段差解消などが望まれます。

ソフト面における配慮

- 視覚障害者であっても、点字を読める人ばかりではないので、点字案内だけではなく、音声による案内も望されます。
- 情報を伝えるときは、触覚（「展示」「触知案内図」など）や聴覚（「音声」「報知音」など）を用いた方法で行う必要があります。
- すべての視覚障害者が、点字や触知案内図を理解できるわけではないので、触覚と聴覚の両方の方法を用意します。
- 声をかける時には前から近づき、自ら名乗ります。
- 誘導する場合には、一般的には障害者の半歩前に立ち、腕や肩をつかんでもらい、歩く速度を相手に合わせます。腕や白杖をつかんだり、肩や背中を後ろから押してはいけません。
- 説明する時には、「あなたの正面」「○○くらいの大きさ」などと具体的に説明し、「それ」「あれ」「こっち」「このくらいの」などの指示語や、「赤い△△」といった視覚情報は避けます。
- 普段から通路や歩道に歩行の妨げになるものを置かないようにします。
- 視覚障害者は、自分から援助を求めることが困難なので、白杖を持っている人に困っている様子が見られる場合には、「何か困っていることがありますか」と積極的に声をかける必要があります。
- 弱視の人は、距離や明るさなどで見え方が変化することがあります。室内における照明の状況に応じて、窓を背にして座ってもらうなどの配慮が必要となります。

聴覚障害（ろう・難聴）

人の声や物音が聴こえない人、または聴こえにくいという障害を聴覚障害といいます。生まれついての障害（先天性）か、病気や事故などによる障害（中途障害）かにより、障害の内容には個人差があります。外見からは障害のあることが分かりにくく、その人が抱えている困難も他の人からは気づかれにくいという側面があります。

ハード面における配慮

- 情報を伝えるときは、視覚による方法が有効なため、文字表示など目で見て分かる情報を提示したり、ホワイトボードなどに情報を記入し伝えます。
- スマートフォンなどのアプリに音声を文字に変換できるものがあり、これらを使用して筆談を補うことができます。



ソフト面における配慮

- 聴覚障害者が困っている場合には、メモをとるなどして情報提供をすることが望まれます。
- また、発音などが不明瞭で聞き取りにくい人には、もう一度話してもらったり、紙に書いてもらったりして、コミュニケーションをとることが必要です。

コミュニケーション手段

- 筆談（手のひらや紙に文字を書いて伝えあう方法）
※飲食店では、特に有効な手段です。
- 手話（手や指の動き、表情、動作などによって表現する方法）
- 読話（相手の口の動きを読み取り、言葉を推測する方法）
- 空書（空中にゆっくりと文字を書く方法）
- 身振り（体の動きによって示す方法）
- コミュニケーションボード（メニューなどのイラストを描いたボードを用いて、自分の意思を伝える方法）
- タブレット端末



肢体不自由

肢体不自由とは、手や足、体の胴の部分に障害があることを言います。先天性の障害、交通事故やスポーツ事故による首や腰の神経の損傷、脳の血管等に損傷を受けたことに起因するもの、関節等の変形に起因するもの等があります。

体に障害があることで、歩いたり、立ったり、物を持ち運んだりすることに支障があり、そのために多くの人が杖や装具、車いすなどを使用しています。障害の程度によってかなり個人差があり、いくつかの障害が合併していることもあります。

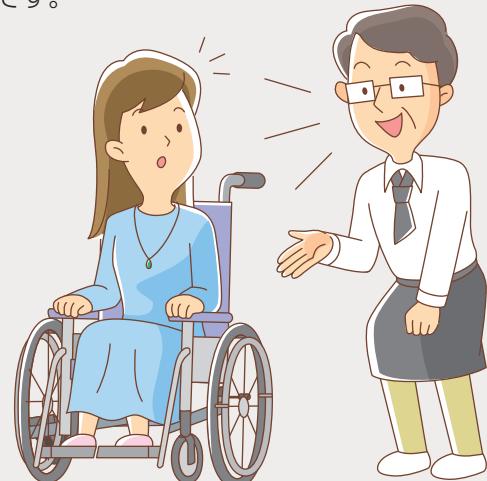
車いすを使用している場合の対応

ハード面における配慮

- ちょっとした段差や隙間でも危険を伴うので、バリアフリー化が望されます。
- 手開きの扉を引き戸や自動ドアに変えていくことが望されます。
- 多機能トイレや車いす使用者用駐車スペースの増設が望されます。
- 車いす使用者などがスムーズに店内を回れるような通路の確保（幅・斜度）などの配慮が必要です。
- 店の入口等に段差があれば、持ち運びスロープを用意して対応することが望されます。
- テーブル案内時に車いすが入れる高さや動作を容易にするスペースを考慮します。
- ドア、エレベーターの中のスイッチなど、機器操作のための配慮が必要です。

ソフト面における配慮

- 通路に物や、歩道に自転車を置いたりしないことが大切です。
- 困っている様子を見かけたら声をかけ、本人の意思を確認してから援助することが大切です。
- 車いす使用者に話しかけるときは、立ったままでは威圧感があるので、少し腰をかがめて、同じ目線で話すようにします。
- 体温調整障害がある場合は、部屋の温度管理に配慮します。
- 介助は、本人の依頼を受けてからにします。過度な干渉は不要なこともあるので介助者がいても、必ず本人の意向を確認することが大切です。



杖などを使用している場合の対応

ハード面における配慮

- 上下階に移動するときのエレベーターの設置や、階段の手すりの設置を行うことが望されます。
- 滑りやすい床などは転びやすいので、雨天時などの対応に留意することが必要です。
- トイレなどの杖置きの設置や、靴の履き替えが必要な場合にいすを用意するなどの配慮を行います。



ソフト面における配慮

- 困っている様子を見かけたら声をかけ、本人の意思を確認してから援助することが必要です。

内部障害

病気などで、身体の内部の働きが弱くなったり、できなくなったりする機能の障害（心臓機能、呼吸器機能、腎臓機能、膀胱・直腸機能、小腸機能、肝機能）、また、ヒト免疫不全ウィルス（HIV）による免疫機能の障害をいいます。

外見からは、障害があることが分かりにくい人もいるため、理解されにくい障害ですが、疲れやすく、長時間立っていることや、負荷を伴う歩行が困難な場合があります。

ハード面における配慮

- オストメイト用設備を備えた多機能トイレ（人工肛門・人工膀胱を造設している方をオストメイトといいます）の設置と案内表示があることが望されます。

ソフト面における配慮

- 日常生活で健常者にとって当たり前のことがなかなかできなかったりすることもあるので配慮が必要です。排泄機能障害がある人に対しては、同性の対応が望ましいでしょう。



TOTOの多機能トイレ

知的障害

知的障害とは、生活や学習面で現れる知的な働きや発達が遅れるため、生活する上でさまざまな不自由さが生じてきます。先天的・後天的さまざまな原因による脳の機能障害で、見た目に分かりづらい障害です。

- 「考えたり、理解したり、読んだり、書いたり、計算したり、話したり」する等の知的な機能に発達の遅れが生じたりします。
- 金銭管理、会話、買い物、家事などの社会生活への適応、状態に応じた援助が必要です。

主な対応

- 言葉による説明などを理解しにくいため、顔を見て、ゆっくり丁寧に、分かりやすい簡単な言葉で話します。
- 本人の返事をじっくり待ちます。
- 文書など、漢字を少なくしてルビを振るなどの配慮で理解しやすくなる場合があります。
- メニューには写真、絵、ピトグラム（絵文字）など分かりやすい情報提供をする工夫が必要です。
- ジェスチャーを交えたり、説明が分からぬときに提示するカードを用意すると役立ちます。
- 心を傷つけないように、優しい声かけと穏やかな対応が必要です。

発達障害

脳の機能障害によって生じるもので、自閉症などの広汎性発達障害や注意欠陥多動性障害などがあり、知的な遅れがある場合もあれば、知的な遅れはない、または平均以上の場合もあります。そのアンバランスさから、理解されにくい障害で、その程度は一人ひとり異なり、それに合わせた支援が必要です。

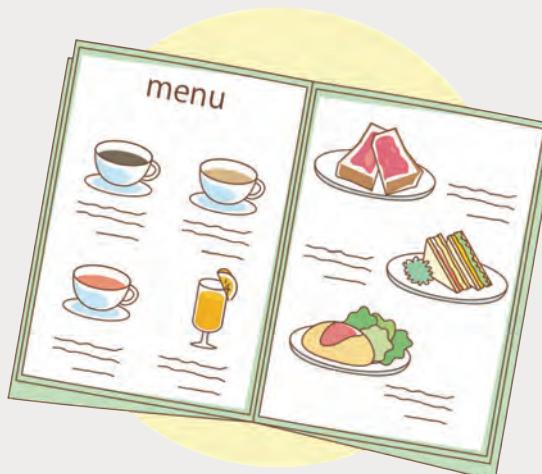
- 自閉症、広汎性発達障害、アスペルガー症候群などがあり、共通の特性として、「社会性・コミュニケーションの障害」や「興味、活動の範囲が狭く、パターン化した行動やこだわりが強いこと」があげられます。大きな音やざわざわした環境が苦手など、音に対する敏感さなど感覚への問題が起こることがあります。
- 注意欠陥多動性障害は、集中できない、うっかりミスといった「不注意」、しゃべりすぎる、待つことが苦手、じっとしていられないといった「多動」、「衝動的に動く」といった特性があります。
- 学習障害は、全般的な知的発達に遅れはないのに、「読む」「書く」「計算する」などの特定の能力に著しい困難がある状態をいいます。

ハード面における配慮

- トイレなどのマークの形や色、表記などはなるべく統一し、誰でもわかりやすいように改善することが望されます。
- 視覚的な情報のほうがわかりやすい人が多いので、知的障害や聴覚障害の人と同様の支援が望れます。

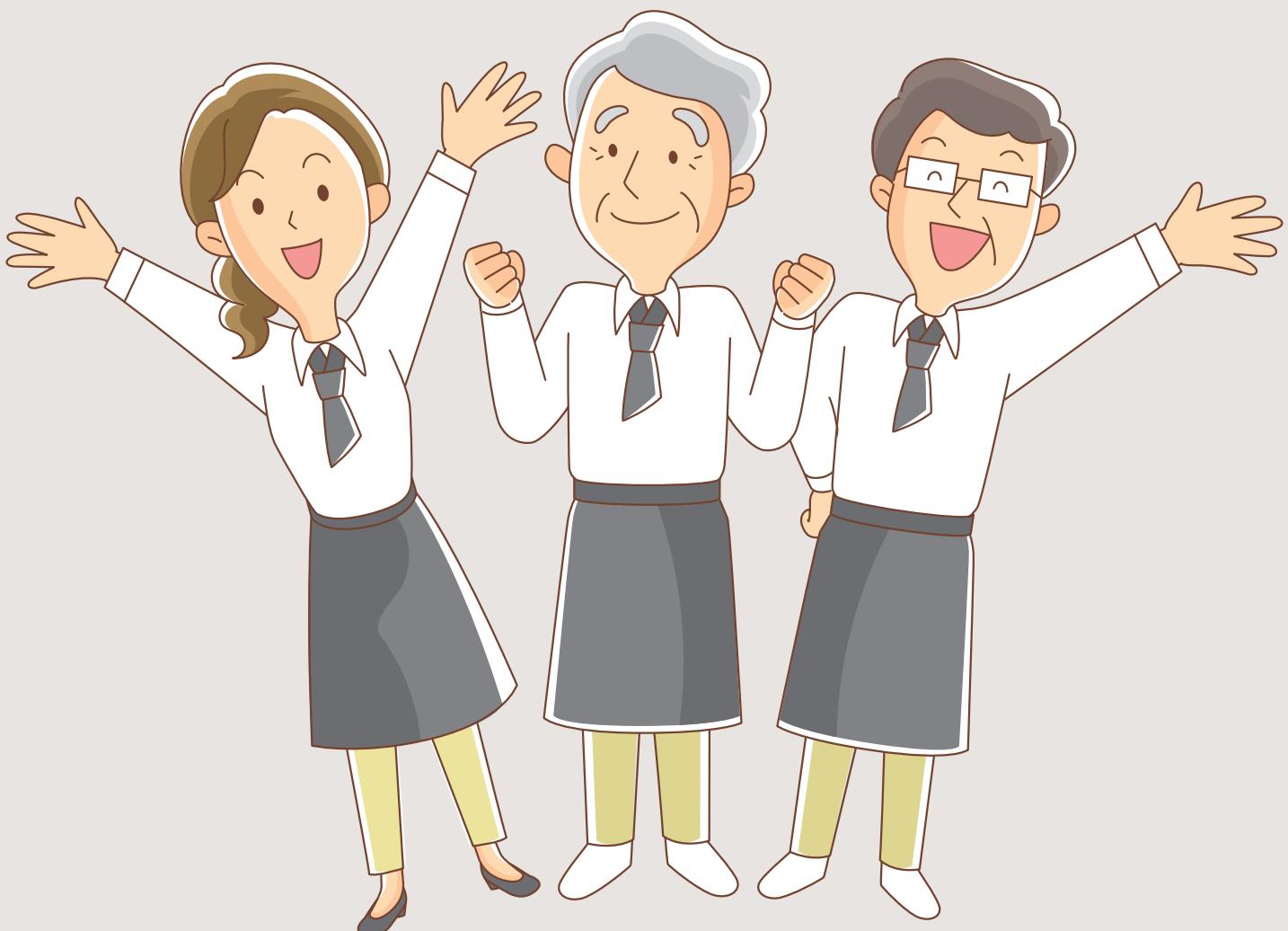
ソフト面における配慮

- コミュニケーションが苦手など発達障害のある人には、言葉以外に絵、文字、実物、身振りなどを交えて、短い言葉で穏やかにわかりやすく伝えることが安心につながります。
- 感覚過敏がある場合には、大声で説明せずホワイトボードなどで内容を伝えるといった配慮が必要です。
- 本人の返事をじっくり待ちます。





ウィズコロナ、ポストコロナ時代の 生産性向上に向けた 取組みのヒント



厚生労働省委託事業

令和3年度生活衛生関係営業の生産性向上を図るための
新ガイドライン・マニュアル策定に係る検証調査等一式

業界動向

→ P.17

消費者動向

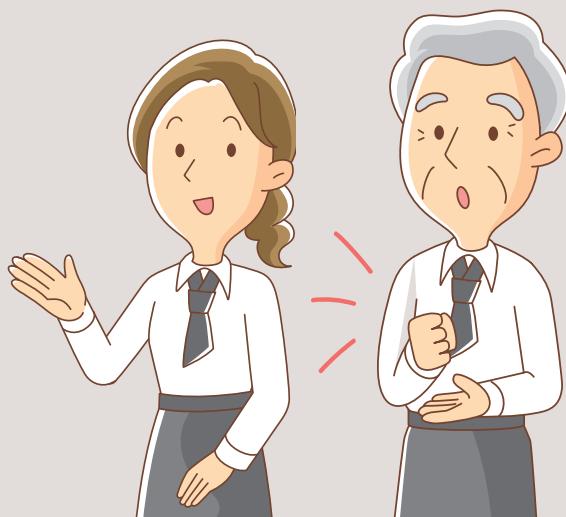
→ P.20

経営のヒント

→ P.26

お役立ち情報

→ P.30



マニュアルの使い方

ウィズコロナ、ポストコロナ時代の
生産性向上に向けた
取組みのヒント



業界動向

消費者動向

業界動向をつかんだら、自店で取組むテーマを探してみましょう。

経営のヒント

お役立ち情報

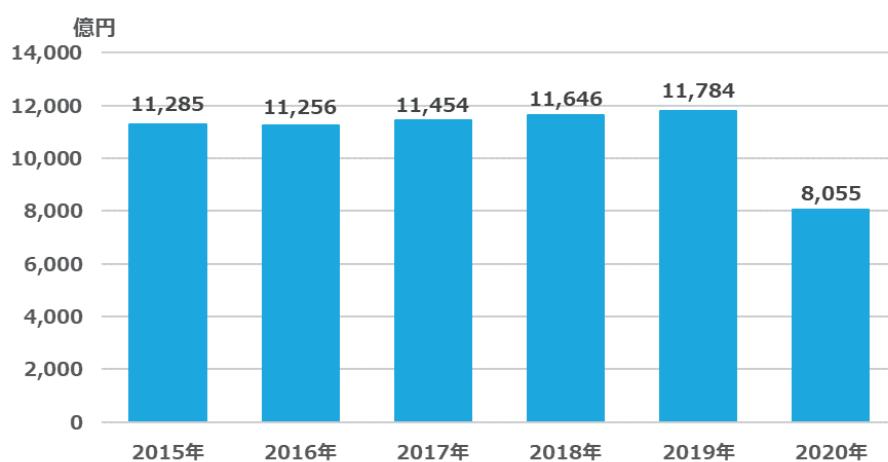
業界動向

喫茶店の市場規模は堅調に推移していたもののコロナ禍で2020年は前年比68%水準に低下

- 喫茶店の市場規模は、2015年以降堅調に推移し、2019年には1兆1,784億円となりました。そのようななか、新型コロナウイルス感染症の急拡大で、2020年度は前年比68%水準にまで低下しています。
- 新型コロナウイルス感染症の収束もまだ見通せないなか、ウィズコロナで感染症対策を万全にして、いまできることから対策を立てることが求められています。



喫茶店の市場規模



出典：(一社)日本フードサービス協会「外食産業市場規模推計」より作成
注

- 1) 2020～2018年は2021年公表、2017年は2020年公表、2016年は2019年公表、2015年は2018年公表の外食産業市場規模推計値である。
- 2) 市場規模推計値には消費税を含む。
- 3) 外食産業の分類は、基本的に「日本標準産業分類（総務省）」（平成14年改訂）に準じている。
- 4) 2020年データ以外は、法人交際費等の確定値を反映させたデータである。

業界動向

2020 年の喫茶代の金額はコロナ禍で前年の 79% 水準に低下するも、2021 年には改善の兆し

- 2人以上世帯における喫茶代は 2015 年以降、増加しており、特に 2019 年には 7,832 円 / 年と 2015 年の 131% 水準にまで急激に上昇しています。喫茶の消費が好調ななか、新型コロナウイルス感染症の拡大により、消費は大きく減退しています。
- なお、2020 年には 6,212 円 / 年と 2015 年の水準を下回ったものの、2021 年には 2015 年を上回る水準にまで改善しています。

2人以上世帯の「喫茶代」、「一般外食」の家計消費指数（2015 年 =100）



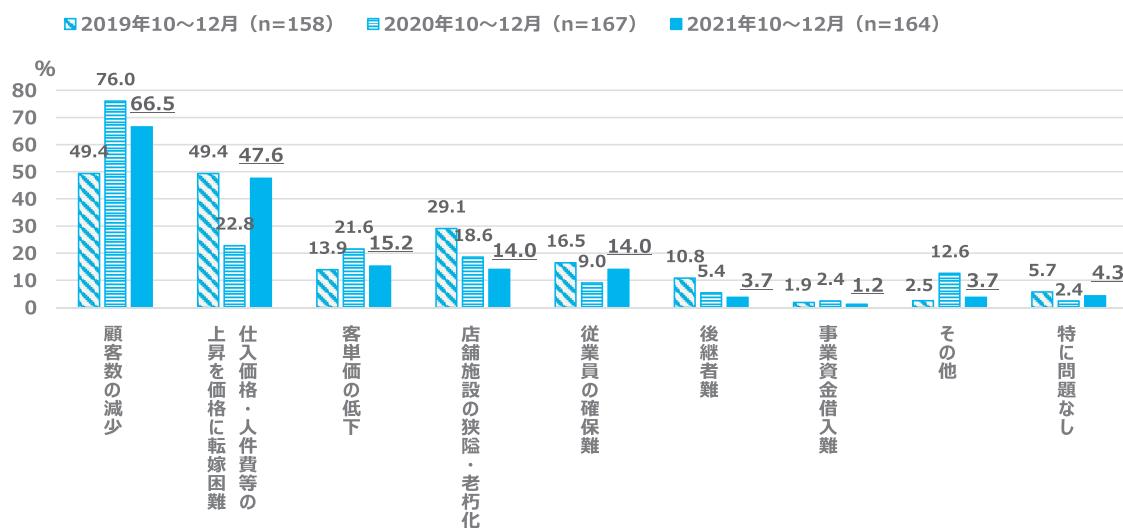
出典：総務省「家計調査年報」(家計収支編) より作成



喫茶店の経営上の問題点は「顧客数の減少」「仕入価格・人件費等の上昇を価格に転嫁困難」

- わが国は、今後も人口が減少し続けていくだけでなく、高齢化率は上昇し続け、労働力人口は減少していきます。どのように他店と差別化を図り、お客様を増やすか、またどのような付加価値をつけて客单価を向上させるかを考えることが必要です。
- 「仕入価格・人件費等の上昇を価格に転嫁困難」については、コストを価格に転嫁できないのであれば、コストを削減するか、収益を上げるかが求められます。まずは対策が立てやすいコストを見直し、そのうえで値上げを検討します。その際は、お客様に十分理解してもらえるよう積極的に情報を発信しましょう。

喫茶店営業 主な経営上の問題点



出典：(株)日本政策金融公庫「生活衛生関係営業の景気動向等調査結果」より作成

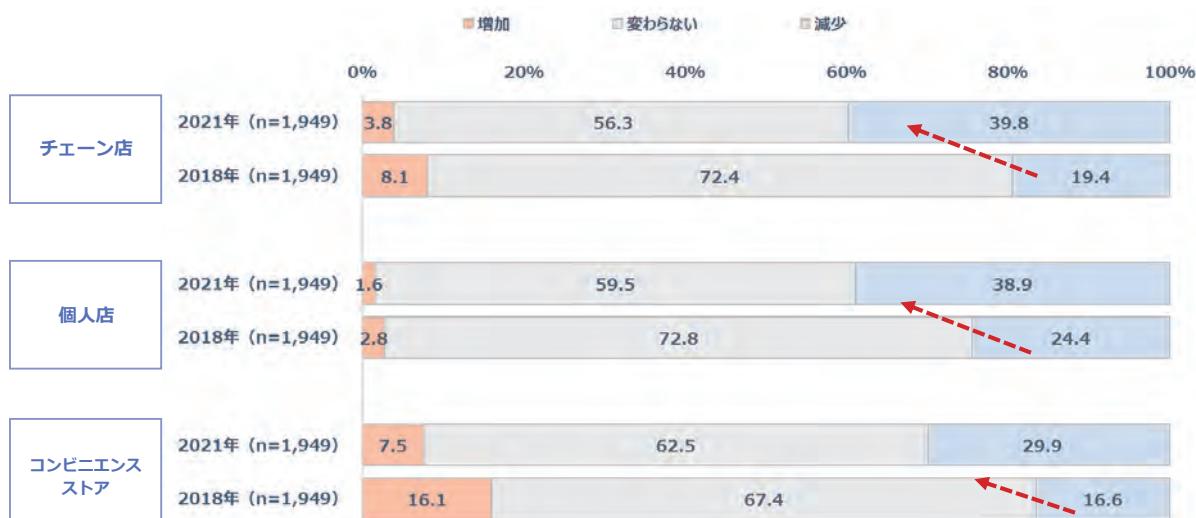
消費者動向

調査方法	インターネット調査
調査地域	全国
抽出方法	楽天インサイトアンケートモニターおよび提携先モニターで、2018年実施調査の回答者
有効回収数	本調査：7,817サンプル（外食：2,764サンプル／卸：2,242サンプル／サービス・施設：2,811サンプル）
集計対象	2018年実施調査で最近3年以内に喫茶店・カフェの利用経験があると回答した20～60代の男女（1,949サンプル）
調査期間	2021年4月28日～2021年5月12日
調査実施機関	実査：楽天インサイト株式会社／分析：株式会社日本能率協会総合研究所

コロナ禍で業態問わずコーヒー・紅茶・ソフトドリンクの利用頻度が低下

- 喫茶店・カフェの3年前と比較した利用の変化をみると、いずれの業態も「変わらない」の割合が最も高くなっています。増減をみると「増加」に対し「減少」の割合が大きく上回っており、利用頻度は低下しています。
- 「チェーン店」「個人店」では、2018年時点でも「減少」が「増加」を上回り、減少傾向がみられましたが、コロナ禍で利用の低下に拍車がかかった形です。

3年前と比較したコーヒー・紅茶・ソフトドリンクの利用の変化（単一回答）





利用頻度の高い「昼から夕方」「夜」の時間帯で利用が低下

- 喫茶店・カフェは、他の時間帯に比べ「昼から夕方」で利用頻度が高くなっています。
- 2018年と2021年を比較すると、「昼から夕方」は「月1回程度」以上の割合が低下しており、「夜」は「利用しない」人が増えています。コロナ禍でお酒を提供する飲食業の利用が低下していますが、お酒を提供しない喫茶店営業にも大きな影響を与えています。
- 喫茶店・カフェ利用者の利用金額をみると、時間が遅くなるほど客単価が高くなっています。軽食の注文が入る「夜」や「昼から夕方」の利用頻度が減少していることが、経営に大きな打撃となっています。

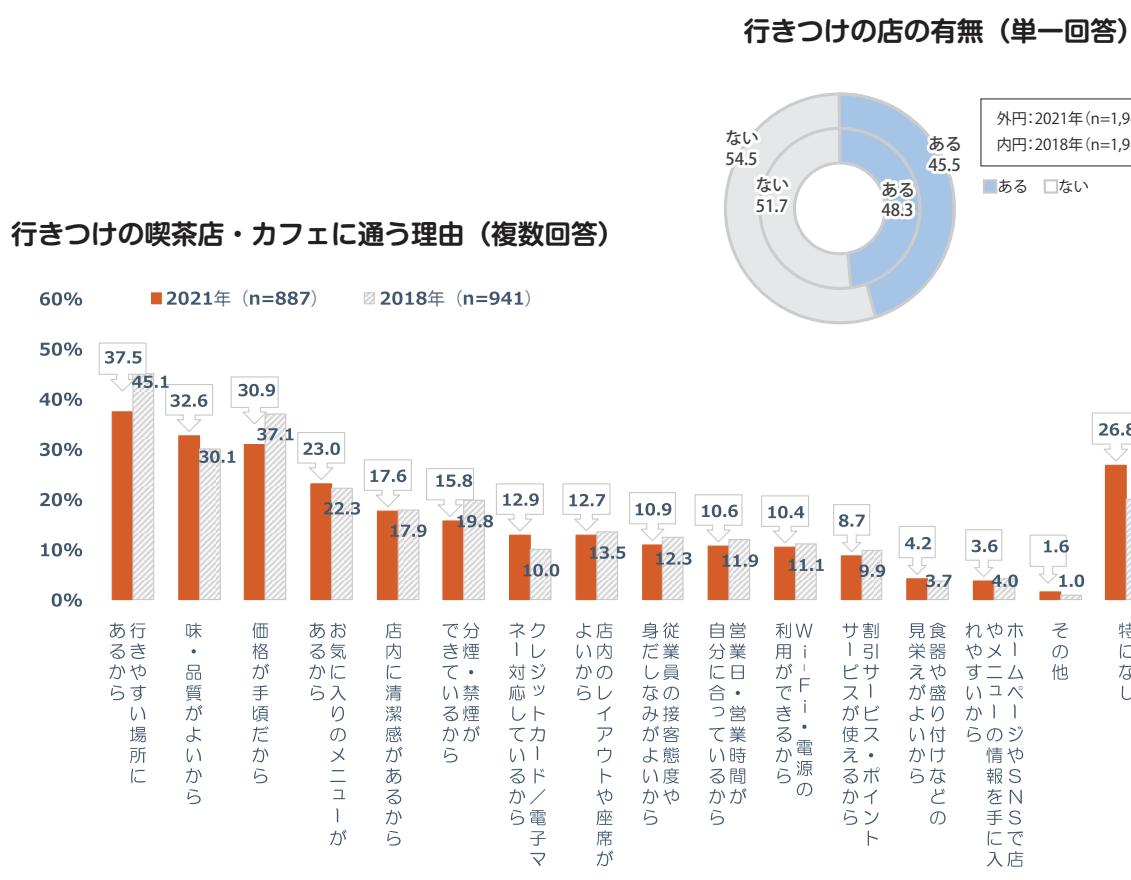
時間帯別喫茶店・カフェの利用頻度（テイクアウトを含む）（単一回答）



消費者動向

行きつけの喫茶店・カフェに通う理由は、「アクセスのよさ」「味・品質」「価格が手頃」

- 約半数の人が行きつけにしている喫茶店・カフェがあります。
- 行きつけのお店に通う理由に、「アクセスのよさ」、「味・品質」、「価格が手頃」をあげています。なお、1割程度が、「クレジットカード／電子マネー対応しているから」、「Wi-Fi・電源の利用ができるから」とお店の設備を理由に選んでいます。選ばれるお店となるためにはお客様の利便性の向上を図ることが必要です。

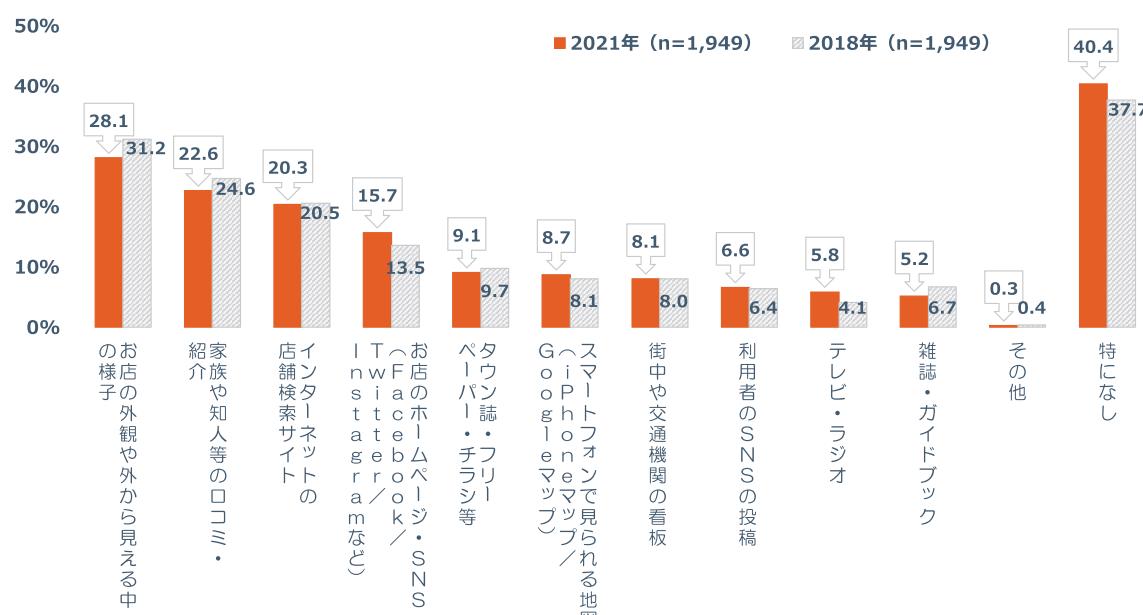




喫茶店・カフェの情報源は 「お店の外観・内観」「口コミ・紹介」 「インターネットの店舗検索サイト」

- 喫茶店・カフェの情報源は「お店の外観や外から見える中の様子」の割合が最も高く、次いで「家族や知人等の口コミ・紹介」、「インターネットの店舗検索サイト」の順です。
- また「お店のホームページ・SNS」、「スマートフォンで見られる地図」など、「インターネットの店舗検索サイト」以外にも、インターネットで情報を収集しています。インターネットを活用した積極的な広報活動が必要です。

喫茶店・カフェの情報源（複数回答）

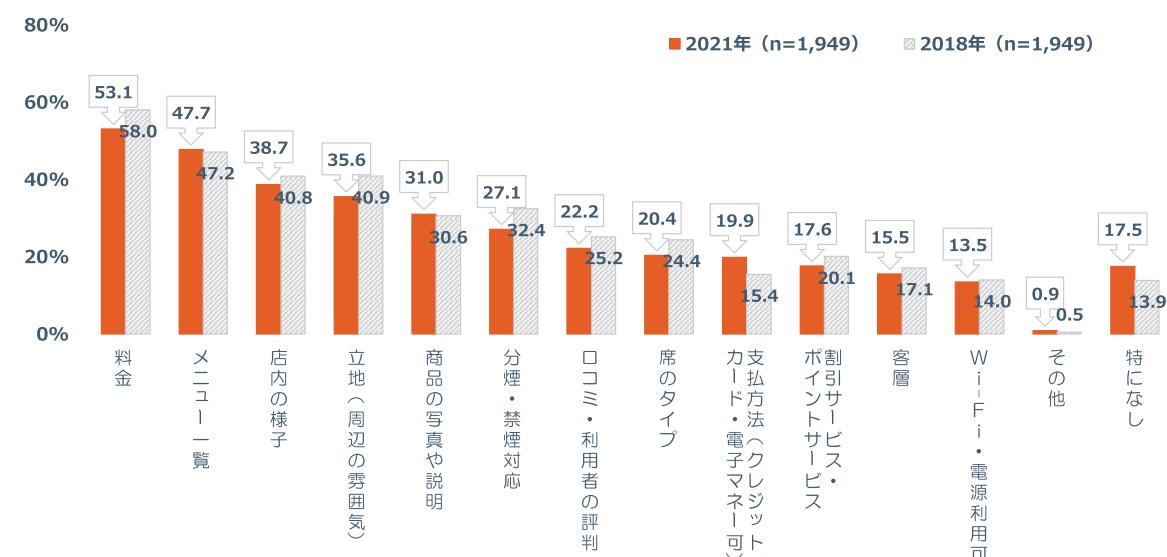


消費者動向

初めて利用する際は、「料金」や「メニュー一覧」等の明示が決め手に

- 初めて利用する喫茶店・カフェに求める情報としては、「料金」「メニュー一覧」の割合が高く、次いで「店内の様子」「立地」「商品の写真や説明」「分煙・禁煙対応」の順です。
- メニューは一覧だけではわかりにくいため、売れ筋商品の写真や説明があると利用しやすいようです。メニューの提示の仕方などの見直しをしてみましょう。

初めて利用する喫茶店・カフェに求める情報（複数回答）



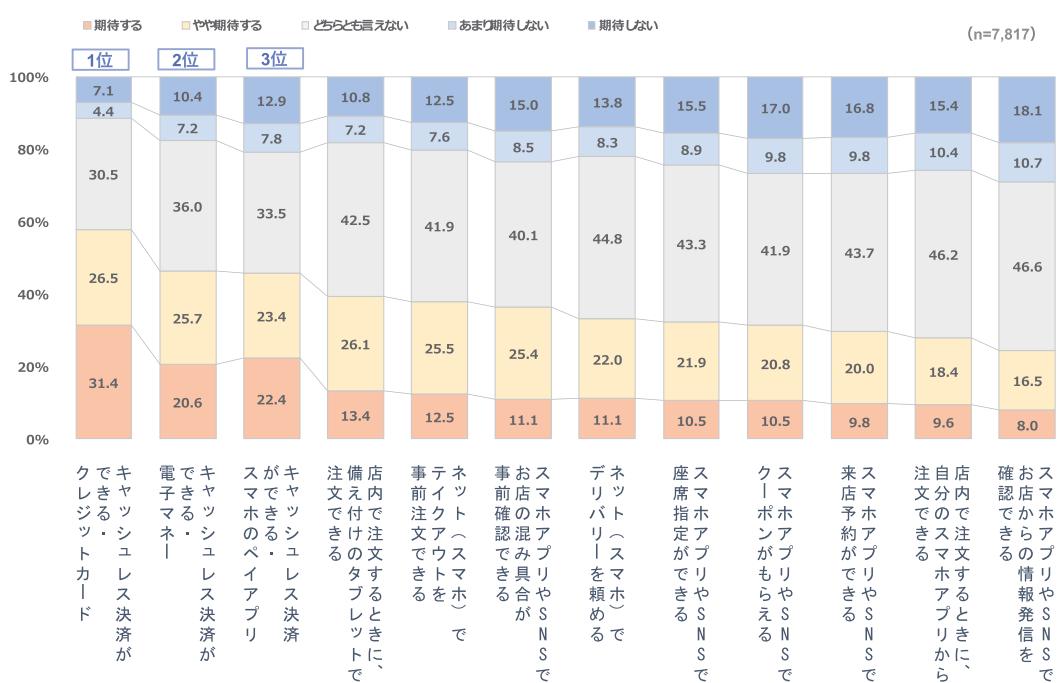


参考

飲食店やその他のお店に期待する対応は「キャッシュレス決済」やスマートフォンアプリを活用した情報の提供

- 飲食店やその他サービス全般のお店に期待する対応を尋ねたところ、キャッシュレス決済関連の項目が上位を占めました。コンビニエンスストアでもキャッシュレス決済が進むなか、飲食店においてもキャッシュレス化が求められています。
- そのほかの内容としては、「お店の混み具合の事前確認」、「座席指定」、「来店予約」など、スマートフォンアプリで手軽に必要な情報を入手し、その情報を参考にアクションをおこせるようになることを期待しています。

飲食店やその他サービス全般のお店に期待する対応（単一回答）



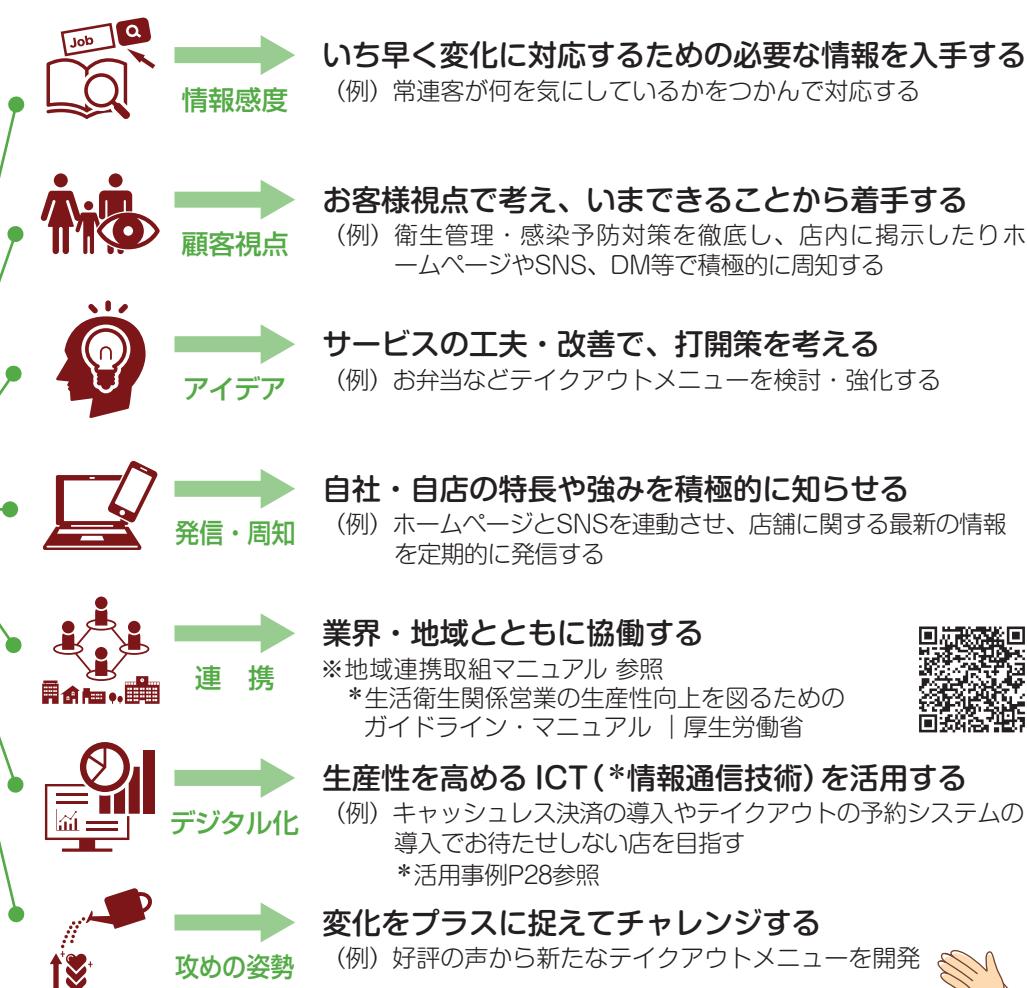
経営のヒント

コロナ禍前の飲食店の市場規模は26兆円でしたが、2020年には18兆円にまで減少しています。2021年以降も、新型コロナウイルス感染症の拡大による緊急事態宣言の発令やまん延防止等重点措置の実施により、飲食業界は未曽有の危機に直面しています。

コロナ禍でテレワークなどの導入が進んだことで、オフィス街の飲食店内における需要も大きく変化しました。また、大人数での飲食を避けたり、滞留時間を短くするなど、コロナ禍によりもたらされた利用客の行動の変化も見過ごせません。コロナ禍が収束したとしても、コロナ禍前に戻るかは不透明です。

アフターコロナを見据えて、今後どのように営業すればいいか、喫茶店営業の生産性向上を図るために7つの共通項をみてみましょう。

喫茶店営業における7つの工夫観点



*は全国喫茶飲食生活衛生同業組合連合会が付記したものです。

喫茶店営業 取組例 1



情報感度

取 組

お客様が安心して来店できるよう HACCPに基づく衛生管理と感染予防対策を強化する

取組の視点

2021年6月から、原則としてすべての食品等事業者はHACCPの考え方沿った衛生管理が義務化されています。HACCP導入には、手引書や導入の実施手順解説、あるいは解説動画が厚生労働省のホームページに掲載されています*。そのポイントを理解して、衛生管理の徹底を進めましょう。

感染予防対策は、新型コロナウイルス感染症が収束したとしても、第2・第3の感染症に備えるために重要なことです。継続的な感染予防対策に取り組み、お客様が安心して利用できる店づくりを目指しましょう。

*「HACCP導入のための参考情報（リーフレット、手引書、動画等）」参照 *厚生労働省HP：HACCPに基づく衛生管理



取組のヒント

① HACCPを理解し衛生管理を強化する

HACCPでは衛生管理計画の作成や、実行したことの記録が必要になってきます。いまできていること、整備が必要になることなどを確認しましょう。

公益社団法人日本食品衛生協会などHACCPに関する研修事業を行っているところもあります。また、HACCP普及指導員制度が始まっています。HACCPの普及推進を支援してくれる専門家もいます。対応に困ったら、組合や指導センターなどに相談しましょう。

② 新型コロナウイルス感染症収束後も、継続して感染予防対策を行う

店内の定期的な消毒はもちろんですが、夏場や冬場は閉ざされた空間となるために、換気について不安に思うお客様もいます。店の換気の機能を強化したり、十分な換気が行われているか機器の性能を定期的に確認しましょう。地域の人たちが安心して来店できるよう、お客様の目の届かないところでも積極的に取り組みましょう。

③ お客様に伝わらなければ、お客様は安心できない

衛生管理にせよ感染予防対策にせよ、どんなにしっかりと行っていても、そのことがお客様に伝わらなければ、お客様は不安を持ち続けるかもしれません。実施している衛生管理や感染予防対策を、ホームページやSNSを通じて、あるいは店内に掲示するなどして、積極的にお客様に伝えましょう。



安心安全が求められる時代に
お客様の関心はどこにあるかを常に意識しよう

*は全国喫茶飲食生活衛生同業組合連合会が付記したものです。

経営のヒント

喫茶店営業 取組例2

取組



ICTを活用し、「新型コロナウイルス感染予防対策」と「生産性の向上」をあわせて実現する

取組の視点

感染予防対策は、今後も継続して取り組むことが求められます。感染予防対策を検討する際には、お客様の利便性向上やお店の生産性向上につながるような効果についてもあわせて検討してみましょう。例えば、現金授受による感染リスクを低減させるためのキャッシュレス決済を導入することで、レジミスを減らしたり、POSレジを導入することで業務の効率化を一層進めることも可能です。

取組のヒント

①費用対効果を確認し、納得したうえでICTを導入する

費用対効果で重要なのは、かけた費用に対して、期待した通りの効果が得られるかです。効果は必ずしもお金だけとは限りません。顧客情報や給与計算などをデジタル化することで「時間」を削減できることも効果の1つです。インターネット上は情報が氾濫し、判断がつかない場合は、すでに導入している同業者に聞いたり、組合や指導センターなどに相談してみましょう。

②コンビニでも導入しているキャッシュレス決済の導入は基本

ICTを使いこなせるようになるまで時間がかかるものです。まずは簡単に導入できるキャッシュレス決済から着手することも考え方の1つです。キャッシュレス決済でかかる手数料については必要経費と考え、その経費に見あう売上げをいかに向上させるか、あるいは不要な経費がないかを見直しましょう。

③パッケージされている機能を活用する

ICTにはさまざまな課題解決に対応できるよう各種機能がパッケージされている場合があります。例えば、予約システムは顧客名簿に、POSレジは商品管理、在庫管理、データ収集やそれらを活用した経営分析なども可能です。どのような機能がついているかを確認し、本当に必要な機能は何かを考えて、製品を選定しましょう。すでに、導入済みの場合、パッケージされている機能を確認し、使えそうなものにチャレンジしましょう。



**デジタルデータはアイデアの宝庫
まずは、使いこなせるICTから導入してみよう**

喫茶店営業 取組例3

取 組



情報感度 攻めの姿勢

テレワークの場＋トレンドを押さえたメニューで 特長ある店づくりを目指す

取組の視点

コロナ禍の影響として、働き方の変化とともに食のトレンドの変化があげられます。働き方ではテレワークが増えたこと、食のトレンドとしては低糖質食品や代替肉が注目されています。特に食については、コロナ禍以前からヴィーガン（*完全菜食主義）やハラル（*宗教上、食を許された食べ物）、*ハラム（宗教上、食を許されない食べ物）などがインバウンド対応として注目されつつありますが、コロナ禍で家庭での食事が多くなり、また運動不足や健康志向が後押しし、注目が集まっています。

コロナ禍の変化をキャッチして、情報感度の高いお客様に選ばれる店を目指しましょう。

取組のヒント

①情報感度を高めてトレンドをキャッチ

環境の変化が喫茶店営業に変化をもたらすこともあります。トレンドには常に注目して自店の経営に結び付けて考えるようにしましょう。コロナ禍の変化としては、テレワークや食のトレンドが考えられます。これらをどう取り入れられるか具体的に考えることが重要です。

②食のトレンドを活用し、新しい顧客を開拓する

食のトレンドを取り入れたメニューを検討しましょう。一般的に、男性よりも女性が、年配よりも若い人がトレンドに敏感に反応します。現在のお客様とターゲットが異なる場合には、積極的にアピールすることも必要です。一番はお店の前を通る人に、足を止めてもらうことです。店頭に新メニューのポスターを掲示するのもよいでしょう。そのうえで、足を止めた一瞬を逃さずに、入店を促す工夫も必要です。外からでも、おすすめのメニューや料金、キャッシュレス決済の有無、混雑状況、テイクアウトの有無などをお知らせして、入店を躊躇するお客様の背中を押しましょう。

③テレワークをする人のセカンドオフィスとして活用してもらう

コロナ禍で、テレワークが急速に普及しました。この傾向は、今後も続くとみられています。大手企業であれば貸しオフィスと提携して、気軽に利用できるよう整備されているかもしれません、多くは在宅勤務が前提となっている場合が多いのが現状です。喫茶店は静かで集中できる環境を提供できますので、身近にあるセカンドオフィスとして利用してもらうことも検討しましょう。そのためには、少なくともWi-Fiの環境整備は必要となります。店頭やホームページ・SNSで、Wi-Fiの環境整備とテレワークに適した静かな環境を積極的にアピールしましょう。



特徴ある店づくりで新規顧客を開拓しよう！

*は全国喫茶飲食生活衛生同業組合連合会が付記したものです。

お役立ち情報

困ったときは・・・

●経営に関しては

都道府県生活衛生営業指導センター

営業活動を行うなかでの悩み等、経営全般に関する相談ができます。

web https://www.seiei.or.jp/db_meibo/3.html



●生活衛生営業者向けの各種情報に関しては

生活衛生営業者向けのスマートフォンアプリ「せいえい NAVI」(無料)

生活衛生関係営業に関する情報提供・検索（融資・補助金やセミナー・講習のご案内）、先進事例の紹介、自社・自店の経営診断などの機能があります。



iPhone/iPad(App Store)



Android(Google Play)

●雇用関係の助成金に関しては

各都道府県労働局またはハローワーク

最低賃金の引上げに向けた取組の支援（業務改善助成金）や非正規雇用労働者の企業内キャリアアップの促進（キャリアアップ助成金）、人材確保等を支援する助成金等さまざまな助成制度があります。



web https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/koyou_roudou/koyou/kyufukin/index.html

●その他の相談

よろず支援拠点

国が全国に設置した中小企業・小規模事業者のための経営相談所です。

一歩踏み込んだ専門的な助言が何度も無料で受けられます。

各都道府県のよろず支援拠点のページにアクセスできます。

web <https://yorozu.smrj.go.jp/>



全国喫茶飲食生活衛生同業組合連合会の紹介

全国喫茶飲食生活衛生同業組合連合会（全喫飲連）は、各都道府県に存在する喫茶飲食生活衛生同業組合を束ねる全国組織です。

<http://www.zenkitsuinren.com>



◎全国大会やイベント・セミナーの開催各組合の代表者が参加する全国大会や、経営セミナーや調理技術の講習会等（各都道府県で開催）を開催しています。

◎音楽著作権使用料の団体割引カラオケ、生演奏等の音楽著作権使用料が20%団体割引になります。

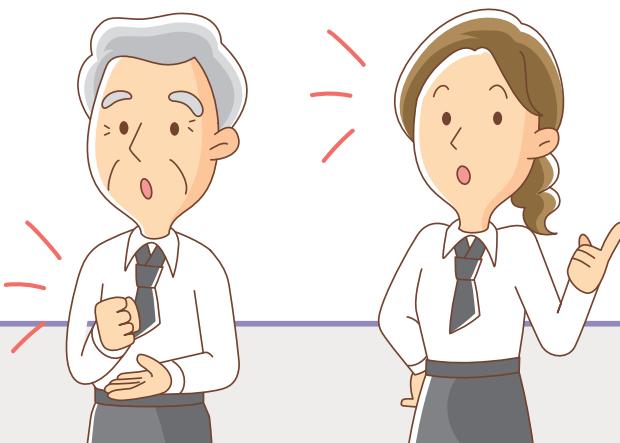
全国喫茶飲食生活衛生同業組合連合会
〒110-0003 台東区根岸1-6-12-801 03-5603-1011

都道府県組合の連絡先は以下の通り

北海道	011 (616) 2611
宮城県	0220 (23) 7805
山形県	023 (624) 2018
福島県	0246 (21) 7131
埼玉県	048 (729) 5024
東京都	03 (5603) 1011
神奈川県	045 (251) 8977
富山県	076 (432) 5216
福井県	0776 (21) 7839
岐阜県	058 (247) 2815
愛知県	052 (241) 3251
三重県	0594 (27) 7227

滋賀県	077 (526) 7694
京都府	075 (256) 1647
大阪府	06 (6763) 3527
兵庫県	078 (333) 1887
岡山県	086 (222) 8014
広島県	082 (293) 9908
愛媛県	089 (932) 1768
高知県	088 (883) 7125
福岡県	092 (711) 1645
大分県	097 (528) 7706
鹿児島県	099 (226) 6016

(2022年3月現在)



memo



喫茶飲食店の経営ガイドブックⅣ

全国喫茶飲食生活衛生同業組合連合会

〒110-0003 東京都台東区根岸 1-6-12-801

- 発行 令和4年10月
- 制作協力 厚生労働省・公益財団法人東京都生活衛生営業指導センター
- デザイン・印刷 社会福祉法人東京コロニー 東京都大田福祉工場



喫茶飲食店の 経営ガイドブックIV

全国喫茶飲食生活衛生同業組合連合会