

## 生活衛生関係営業の景気動向等調査結果

－2013年4～6月期－

### I 景気の動向

#### 持ち直しの動きがみられる生活衛生関係営業の景況

今期(2013年4～6月期)の売上、採算、業況判断の各DIは、▲22.7(前期比 17.7 ポイント上昇)、▲7.1(同 24.7 ポイント上昇)、▲15.1(同 33.8 ポイント上昇)となりました。前年同期に対しては、売上DIは17.3ポイント、採算DIは15.6ポイント、業況判断DIは7.8ポイント上昇しました。売上DIは4期ぶり、採算DIは5期ぶり、業況判断DIは2期ぶりに前年同期を上回りました。

**生活衛生関係営業の景況は、持ち直しの動きがみられます。**

さらに、来期の売上、業況DI見通しも▲10.4、▲11.6と、それぞれ12.3ポイント、3.5ポイントの上昇を見込んでいます。

(注) DI= 良い(増加・黒字・好転)企業割合 - 悪い(減少・赤字・悪化)企業割合

|         |                      |          |         |        |
|---------|----------------------|----------|---------|--------|
| 調査時点    | 2013年6月下旬            |          |         |        |
| 調査方法    | 個別訪問面接               |          |         |        |
| 調査対象    | 生活衛生関係営業 3,220 企業    |          |         |        |
| 有効回答企業数 | 3,063 企業 (回答率 95.1%) |          |         |        |
| (業種内訳)  | 飲食業                  | 1,458 企業 | 映画館     | 55 企業  |
|         | 食肉・食鳥肉販売業            | 143 企業   | ホテル・旅館業 | 177 企業 |
|         | 氷雪販売業                | 58 企業    | 公衆浴場業   | 111 企業 |
|         | 理容業                  | 369 企業   | クリーニング業 | 256 企業 |
|         | 美容業                  | 436 企業   |         |        |

この調査は、全国の生活衛生関係営業の主な業種について、その景気や設備投資の動向などを把握するため、定期的に(年4回)実施しているものです。

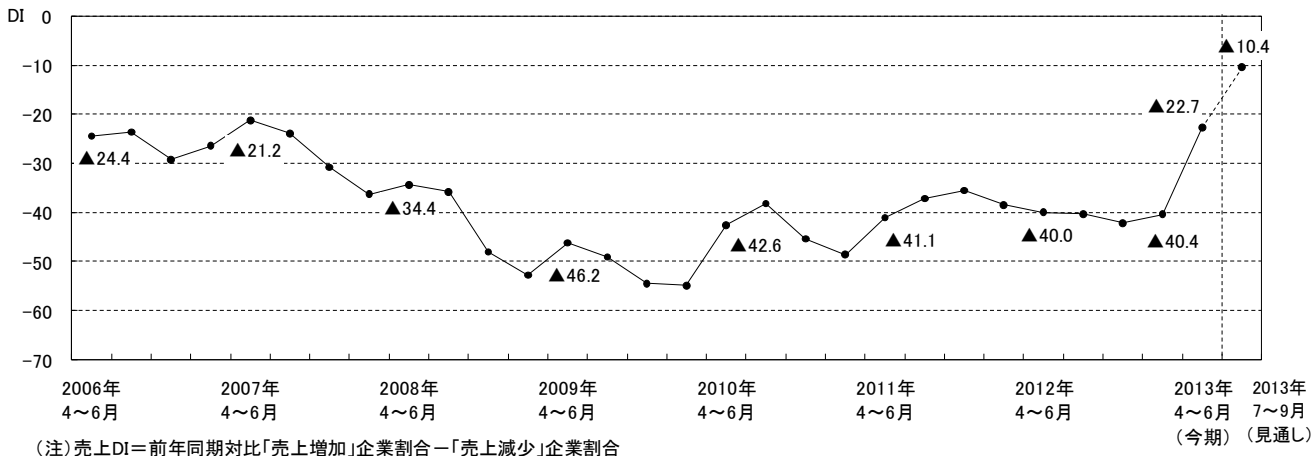
#### 【本調査における留意事項】

- ・ 2012年4～6月期調査時点で調査対象企業の見直しが行われている。
- ・ 比率の算出にあたっては、無回答を除いたものを母数としている。

# 1. 売上

- 売上DIは、前期から17.7ポイント上昇して▲22.7となり、前年同期に対しては17.3ポイント上回り、4期振りに前年同期の水準を上回りました。  
来期の見通しは、▲10.4となり、12.3ポイントの上昇を見込んでいます。

図 I-1-① 売上 DI の推移(全業種計)



- 業種別にみると、前期、前年同期に比べ、「飲食業」「食肉・食鳥肉販売業」「氷雪販売業」「理容業」「美容業」「ホテル・旅館業」「公衆浴場業」「クリーニング業」の8業種で上昇しました。  
来期の見通しは、「飲食業」「食肉・食鳥肉販売業」「氷雪販売業」「理容業」「美容業」「映画館」「ホテル・旅館業」「公衆浴場業」の8業種で上昇を見込んでいます。
- 飲食業の業種別では、前期、前年同期に比べ、全業種で上昇しました。  
来期の見通しは、全業種で上昇を見込んでいます。

図 I-1-② 業種別売上 DI の推移(飲食業を除く)

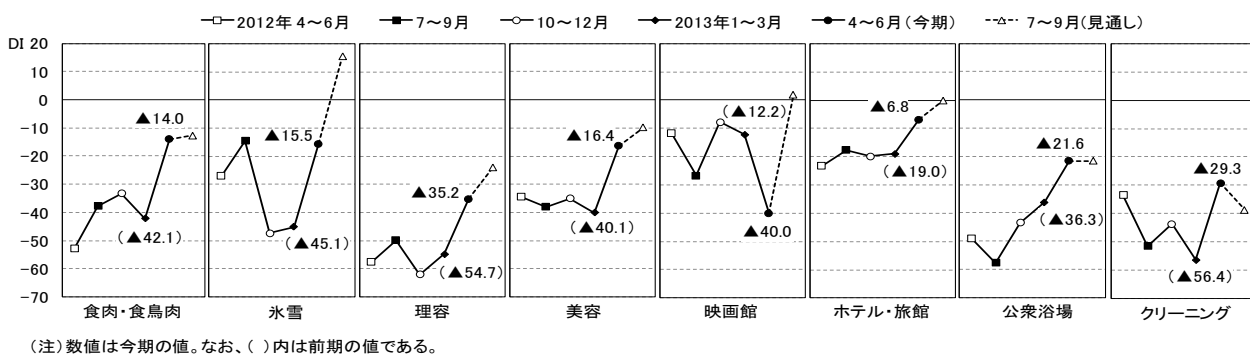
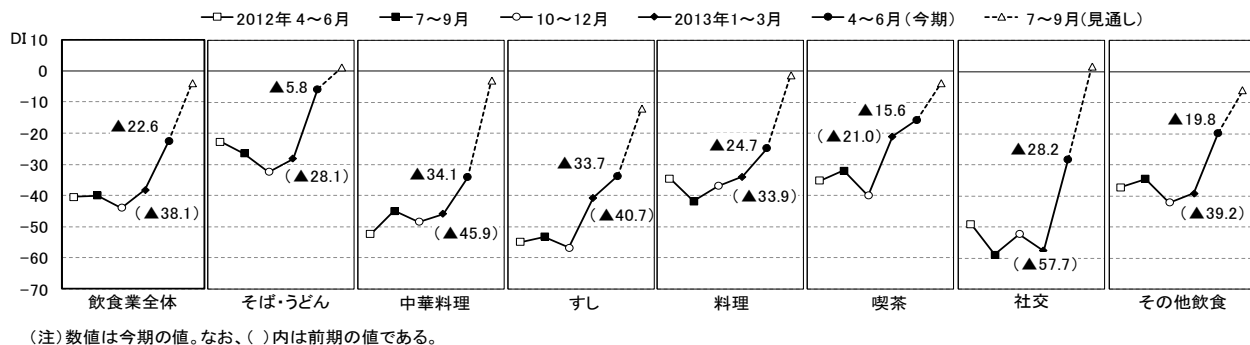


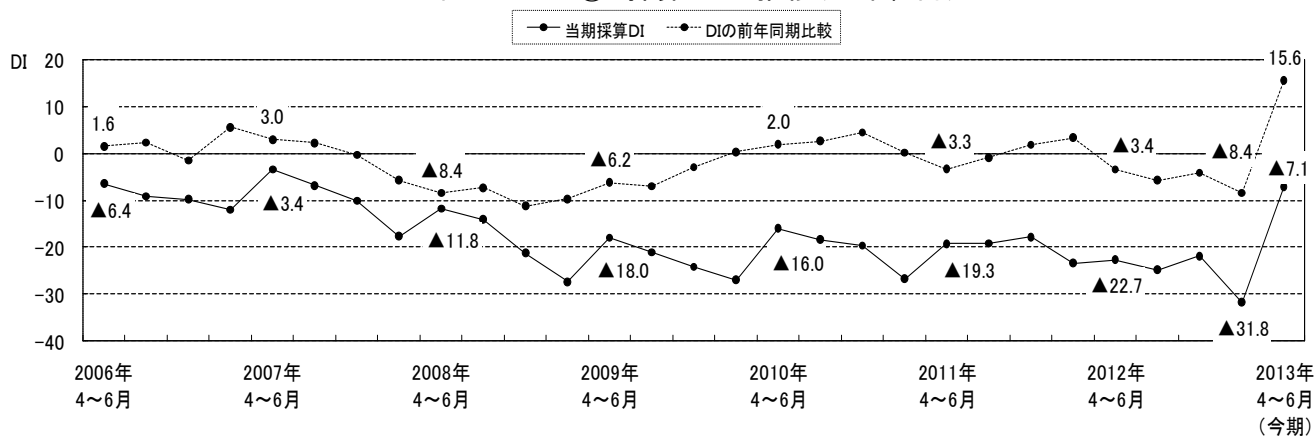
図 I-1-③ 飲食業売上 DI の推移



## 2. 採算

- 採算DIは、前期から24.7ポイント上昇して▲7.1となり、前年同期に対しては15.6ポイント上昇しました。5期ぶりに前年同期の水準を上回りました。

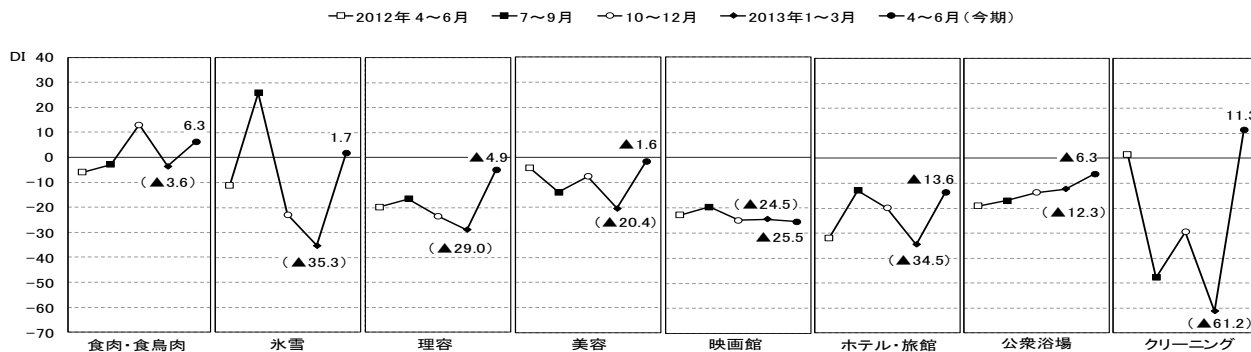
図 I-2-① 採算 DI の推移(全業種計)



(注) 1. 採算 DI = 当該期「黒字」企業割合 - 「赤字」企業割合  
2. DI の前年同期比較 = 「当該期の採算 DI」 - 「その前年同期の DI」

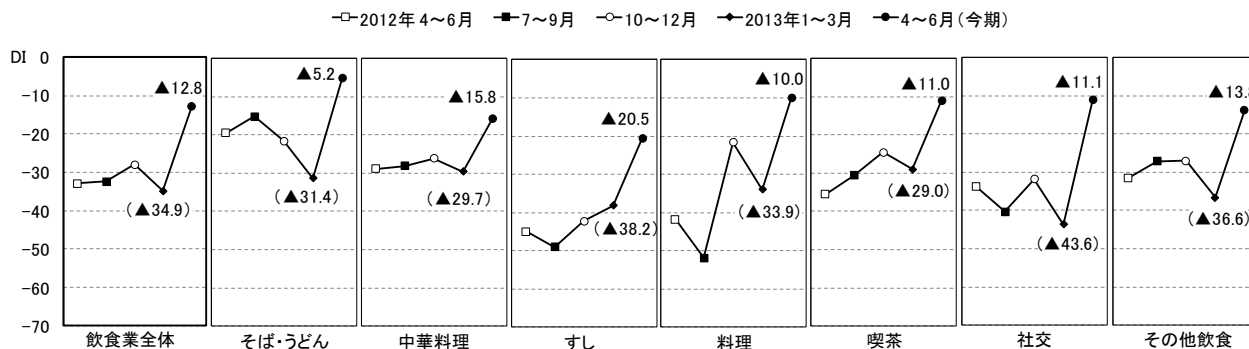
- 業種別にみると、前期、前年同期に比べ、「飲食業」「食肉・食鳥肉販売業」「冰雪販売業」「美容業」「美容業」「ホテル・旅館業」「公衆浴場業」「クリーニング業」の8業種で上昇しました。
- 飲食業の業種別では、前期、前年同期に比べ、全業種で上昇しました。

図 I-2-② 業種別採算 DI の推移(飲食業を除く)



(注) 数値は今期の値。なお、( )内は前期の値である。

図 I-2-③ 飲食業採算 DI の推移

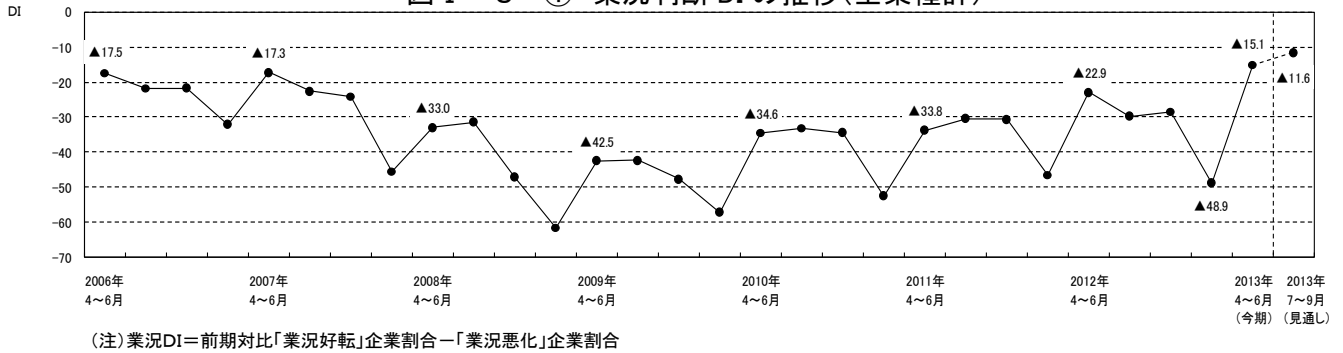


(注) 数値は今期の値。なお、( )内は前期の値である。

### 3. 業況判断

- 業況判断DIは、前期から33.8ポイント上昇して▲15.1となり、前年同期に対しては7.8ポイント上回りました。2期ぶりに前年同期の水準を上回りました。  
来期の見通しは、▲11.6となり、3.5ポイントの上昇を見込んでいます。

図 I-3-① 業況判断 DI の推移(全業種計)



- 業種別にみると、前期に比べ、「飲食業」「食肉・食鳥肉販売業」「冰雪販売業」「理容業」「美容業」「ホテル・旅館業」「クリーニング業」の7業種で上昇しました。前年同期に対しては、「飲食業」「食肉・食鳥肉販売業」「冰雪販売業」「理容業」「美容業」「ホテル・旅館業」「公衆浴場業」の7業種で上回りました。  
来期の見通しは、「飲食業」「食肉・食鳥肉販売業」「理容業」「美容業」「映画館」「ホテル・旅館業」「公衆浴場業」の7業種で上昇を見込んでいます。
- 飲食業の業種別では、前期、前年同期に比べ、全業種で上昇しました。  
来期の見通しは、「そば・うどん店」「中華料理店」「すし店」「料理店」「社交業」「その他飲食店」の6業種で上昇を見込んでいます。

図 I-3-② 業種別業況判断 DI の推移(飲食業を除く)

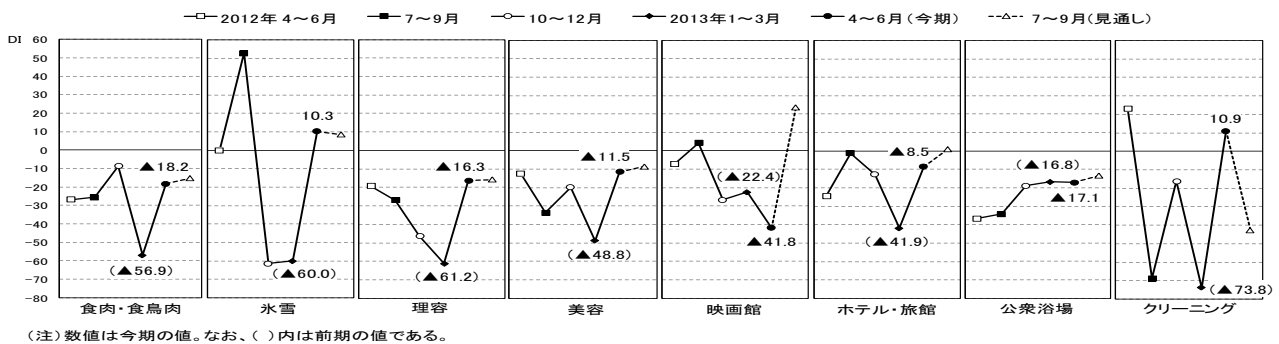
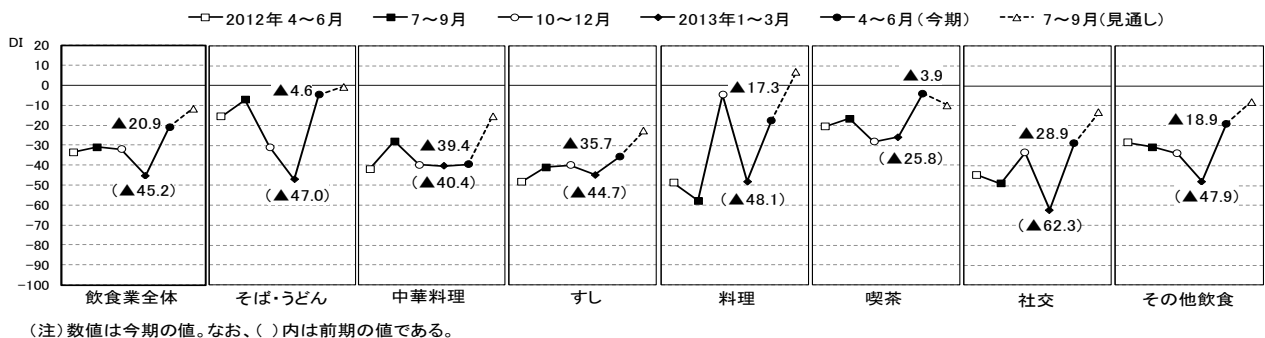


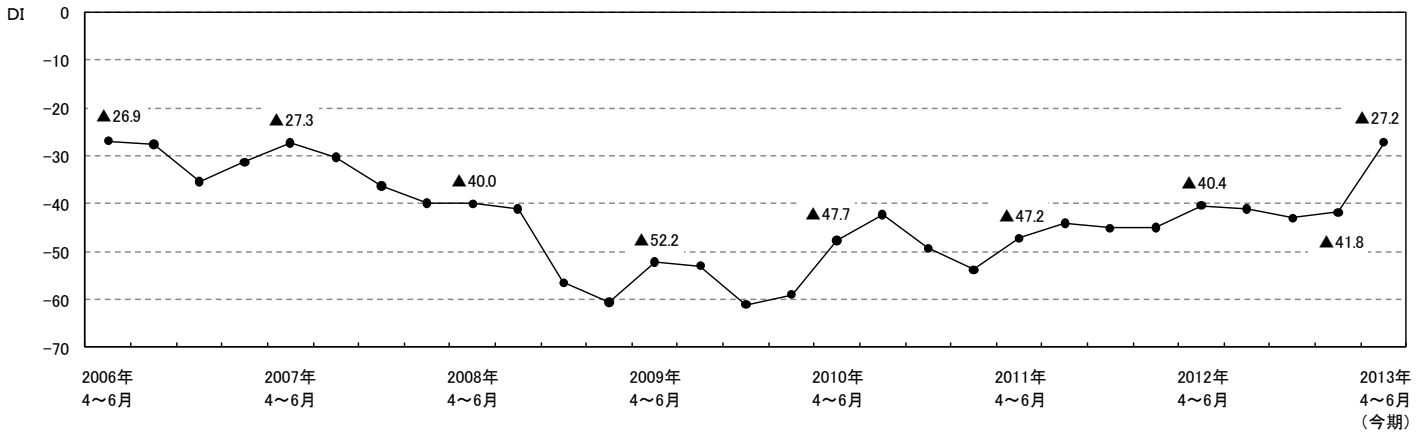
図 I-3-③ 飲食業業況判断 DI の推移



#### 4. 利用客数

- 利用客数DIは、前期から14.6ポイント上昇して▲27.2となり、前年同期に対しては13.2ポイント上回りました。7期連続で前年同期の水準を上回りました。

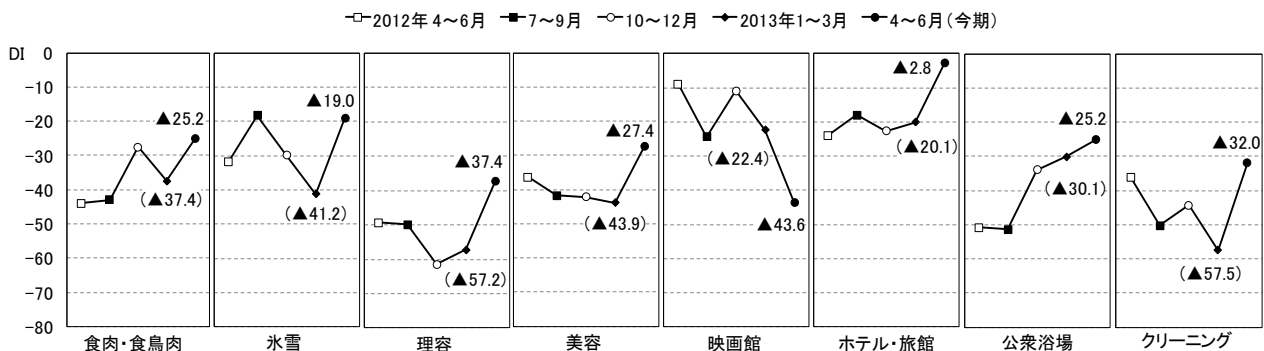
図 I - 4 - ① 利用客数 DI の推移(全業種計)



(注) 利用客数DI=前年同期対比「利用客数増加」企業割合-「利用客数減少」企業割合

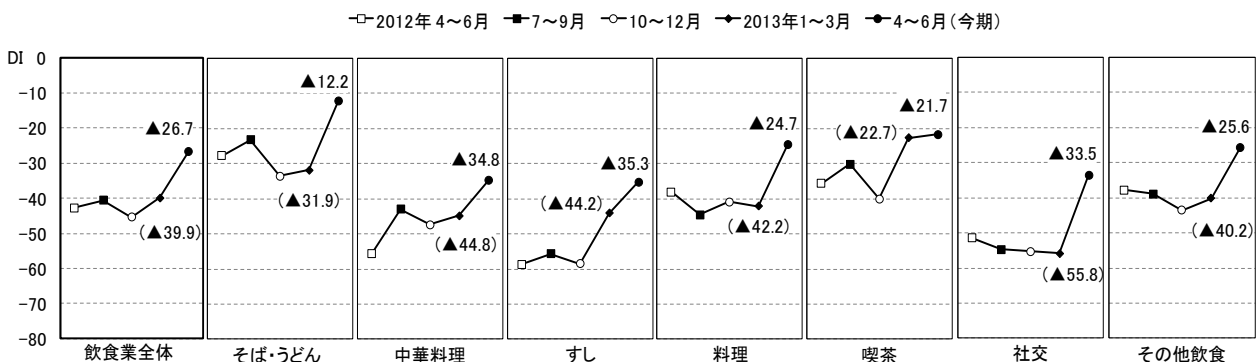
- 業種別にみると、前期、前年同期に比べ、「飲食業」「食肉・食鳥肉販売業」「冰雪販売業」「理容業」「美容業」「ホテル・旅館業」「公衆浴場業」「クリーニング業」の8業種で上昇しました。
- 飲食業の業種別では、前期、前年同期に比べ、全業種で上昇しました。

図 I - 4 - ② 業種別利用客数 DI の推移(飲食業を除く)



(注) 数値は今期の値。なお、( )内は前期の値である。

図 I - 4 - ③ 飲食業利用客数 DI の推移

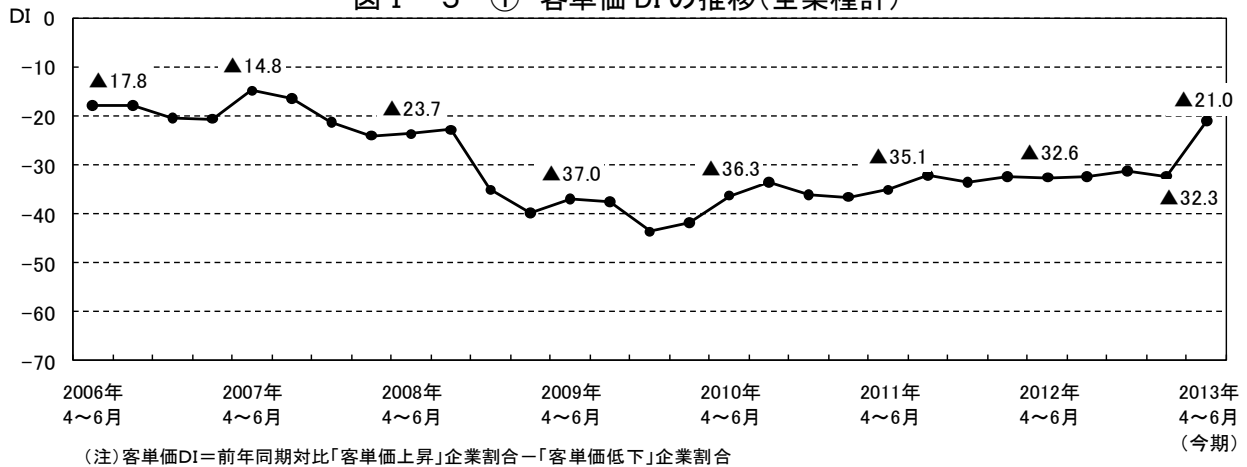


(注) 数値は今期の値。なお、( )内は前期の値である。

## 5. 客単価

- 客単価DIは、前期から11.3ポイント上昇して▲21.0となり、前年同期に対しては11.6ポイント上回りました。2期ぶりに前年同期の水準を上回りました。

図 I-5-① 客単価 DI の推移(全業種計)



- 業種別では、前期に比べ、「飲食業」「食肉・食鳥肉販売業」「冰雪販売業」「理容業」「美容業」「ホテル・旅館業」「公衆浴場業」「クリーニング業」の8業種で上昇しました。前年同期に対しては、「飲食業」「食肉・食鳥肉販売業」「冰雪販売業」「理容業」「美容業」「公衆浴場業」「クリーニング業」の7業種で上回りました。
- 飲食業の業種別では、前期に比べ、「そば・うどん店」「中華料理店」「すし店」「料理店」「社交業」「その他飲食店」の6業種で上昇しました。前年同期に対しては、全業種で上回りました。

図 I-5-② 業種別客単価 DI の推移(飲食業を除く)

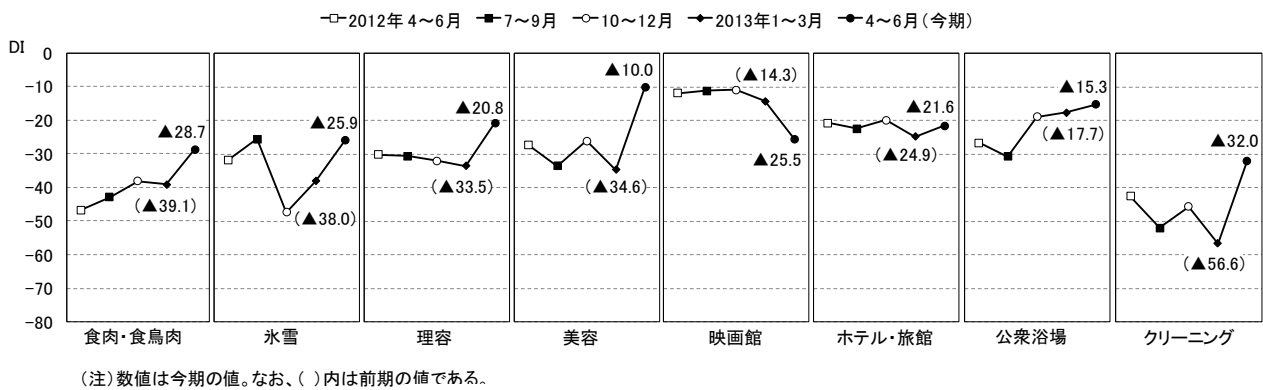
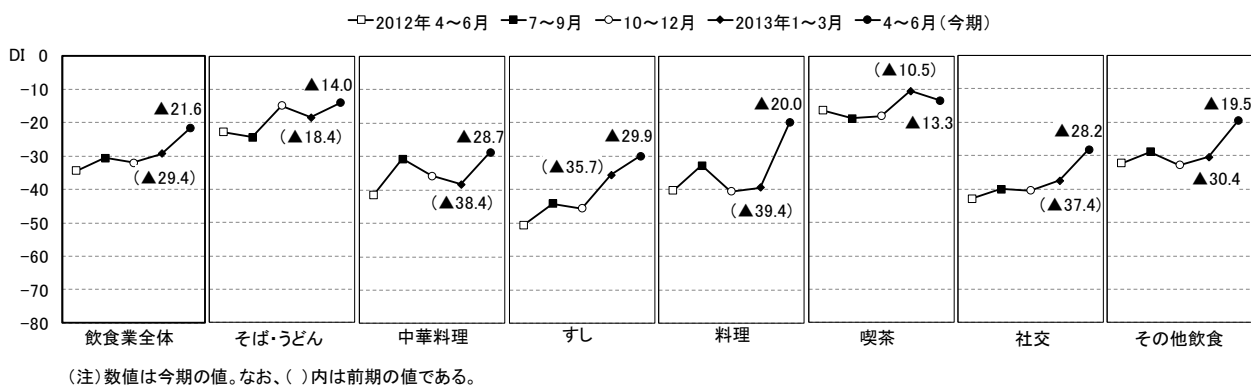


図 I-5-③ 飲食業客単価 DI の推移



## Ⅱ 設備投資の動向

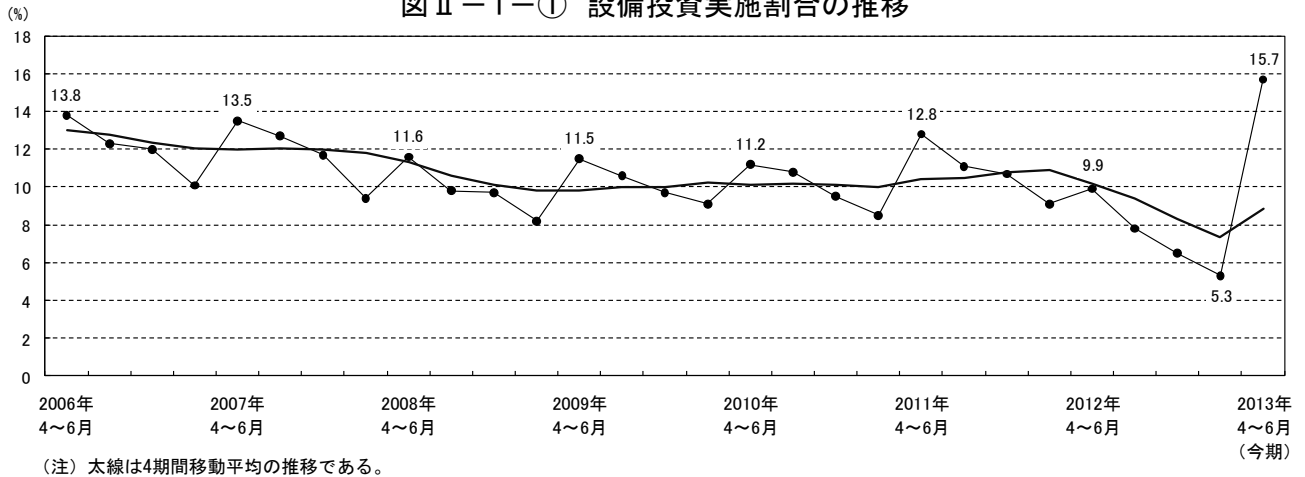
### 1. 設備投資の実施状況

#### (1) 設備投資の状況

今期(2013年4～6月期)に設備投資を行った企業の割合は15.7%と前期(5.3%)に比べ10.4ポイント上昇し、前年同期(9.9%)に対しても5.8ポイント上昇しました。

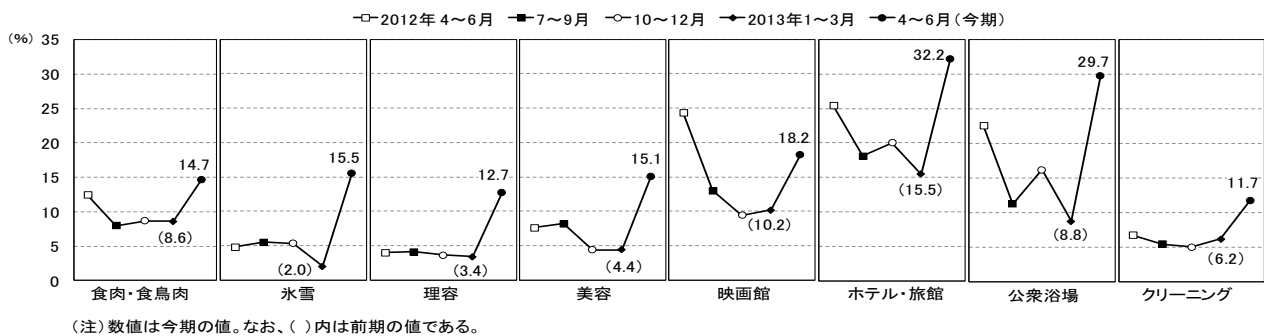
**低水準が続いていた生活衛生関係営業の設備投資に回復の動きがみられます。**

図Ⅱ-1-① 設備投資実施割合の推移

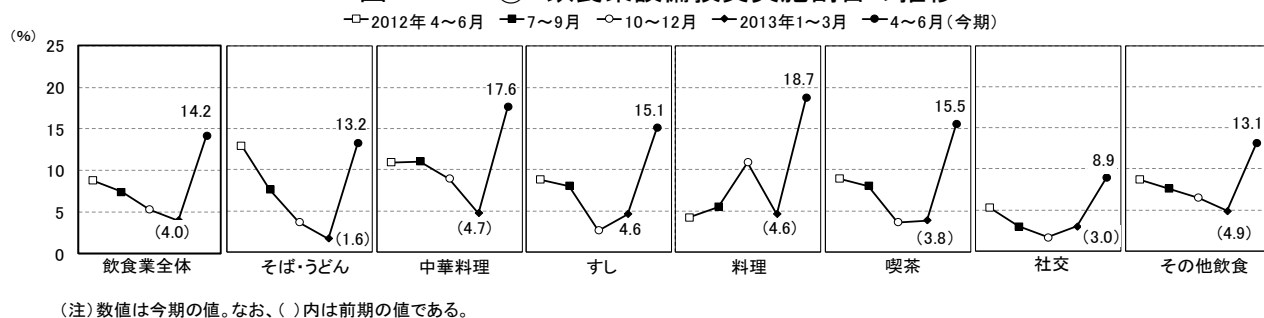


- 設備投資を実施した割合を業種別に高い順に見ると、「ホテル・旅館業」32.2%、「公衆浴場業」29.7%、「映画館」18.2%となっています。映画館を除く8業種で前年同期の水準を上回りました。
- 飲食業の業種別に設備投資を実施した割合を高い順にみると、「料理店」18.7%、「中華料理店」17.6%、「喫茶店」15.5%となっています。全業種で前年同期を上回りました。

図Ⅱ-1-② 業種別設備投資実施割合の推移(飲食業を除く)



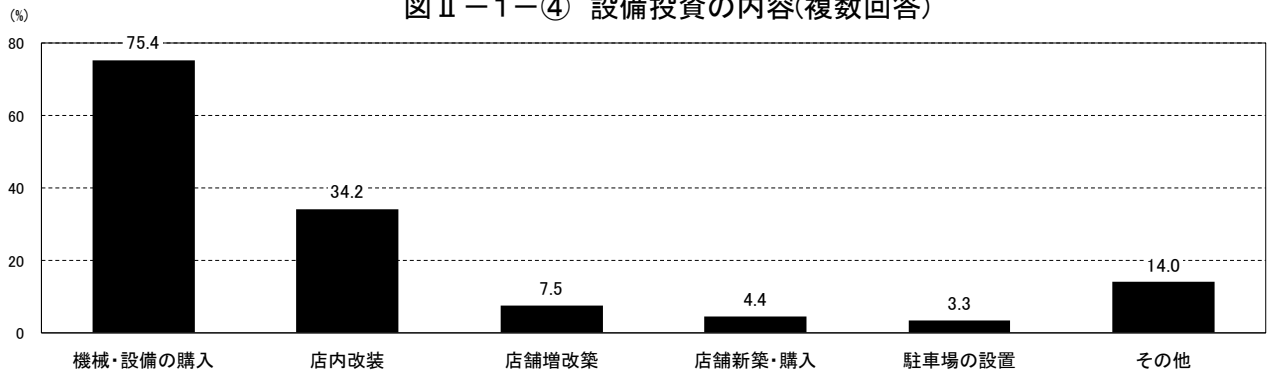
図Ⅱ-1-③ 飲食業設備投資実施割合の推移



## (2) 設備投資の内容

- 設備投資の内容は、「機械・設備の購入」75.4%、「店内改装」34.2%、「店舗増改築」7.5%の順となっています。

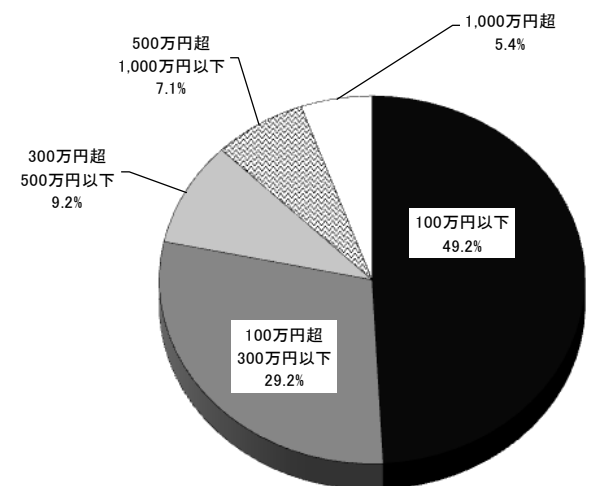
図Ⅱ-1-④ 設備投資の内容(複数回答)



## (3) 設備投資金額

- 設備投資を行った企業の投資金額をみると、「100万円以下」49.2%、「100万円超～300万円以下」29.2%、「300万円超～500万円以下」9.2%となっており、500万円以下の小口投資が87.5%を占めました。  
一方、「500万円超～1,000万円以下」7.1%、「1,000万円超」5.4%となっています。

図Ⅱ-1-⑤ 設備投資金額



事業を営む皆さまの経営に役立つ情報が満載！

**事業者サポートマガジン好評配信中！！**

「事業者サポートマガジン」は、日本政策金融公庫 国民生活事業がお届けする「事業者向けメールマガジン配信サービス」です。事業を営む皆さまに、月1回、経営に役立つ情報や公庫からのお知らせをお届けします。

**ご登録は、無料！日本公庫ホームページ(<http://www.jfc.go.jp/>)にアクセス！！**

(日本公庫トップページの「シミュレーション・各種お申込み」⇒「メール配信サービス」⇒「事業者サポートマガジン」からご登録いただけます。)

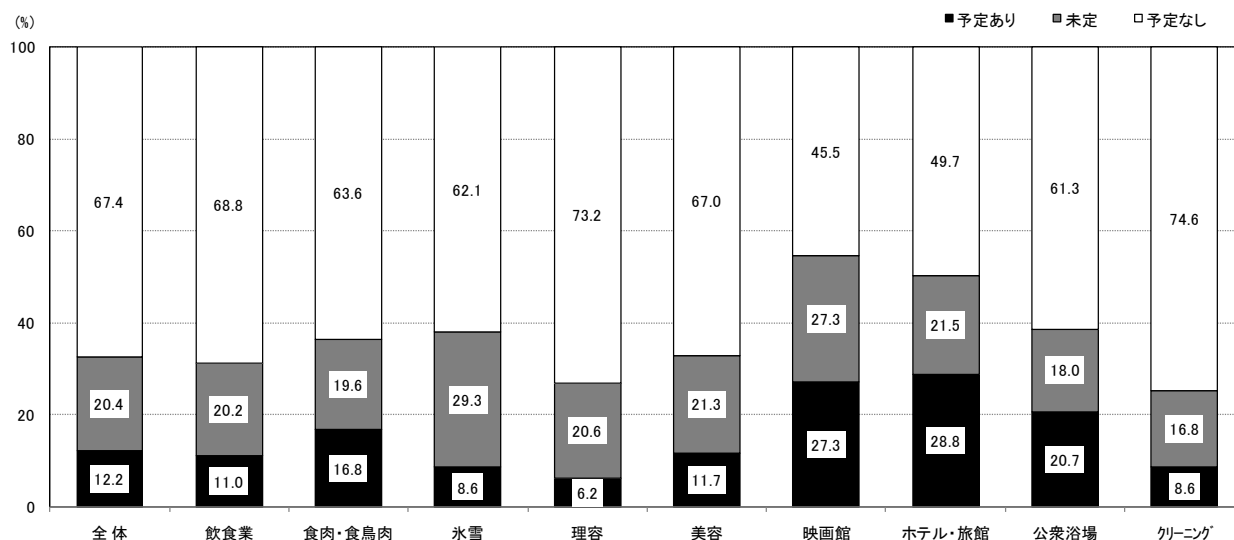


## 2. 来期以降1年間の設備投資計画

### (1) 計画の有無

- 来期以降1年間の設備投資計画については、「予定あり」12.2%、「未定」20.4%、「予定なし」67.4%となっています。「予定あり」の企業割合は前期(6.8%)から 5.4 ポイント上昇、前年同期(9.0%)に対しては 3.2 ポイント上昇しました。
- 設備投資を「予定あり」とする企業を業種別に高い順にみると、「ホテル・旅館業」28.8%、「映画館」27.3%、「公衆浴場業」20.7%となっています。

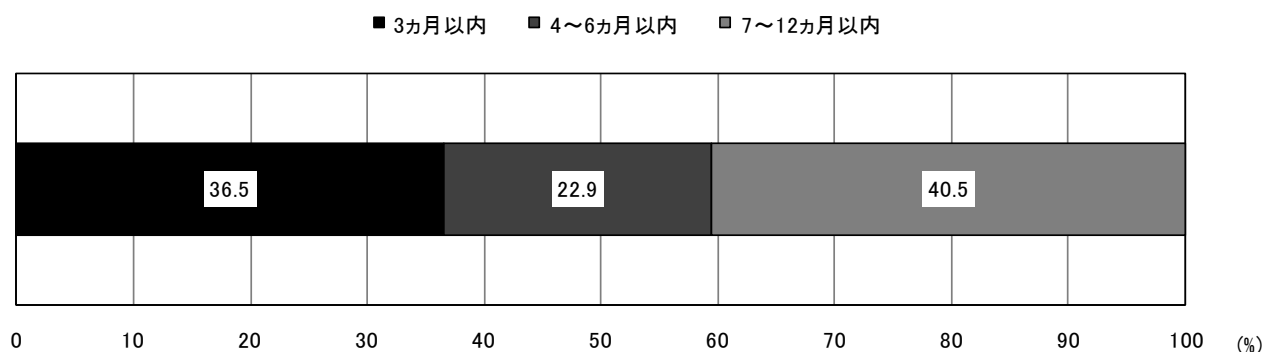
図Ⅱ-2-① 来期以降1年間の設備投資計画の実施予定割合(業種別)



### (2) 設備投資の実施予定時期

- 設備投資計画で「予定あり」と回答した企業について、実施予定時期をみると、「3ヵ月以内」36.5%、「4～6ヵ月以内」22.9%、「7～12ヵ月以内」40.5%となっています。

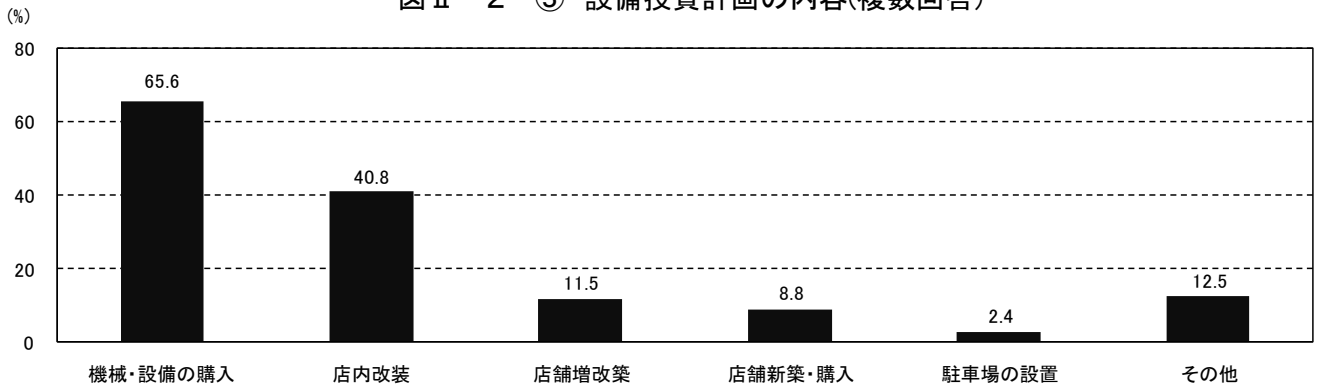
図Ⅱ-2-② 設備投資計画の実施予定時期



### (3) 設備投資計画の内容

● 設備投資計画の内容は、「機械・設備の購入」65.6%、「店内改装」40.8%、「店舗増改築」11.5%の順となっています。

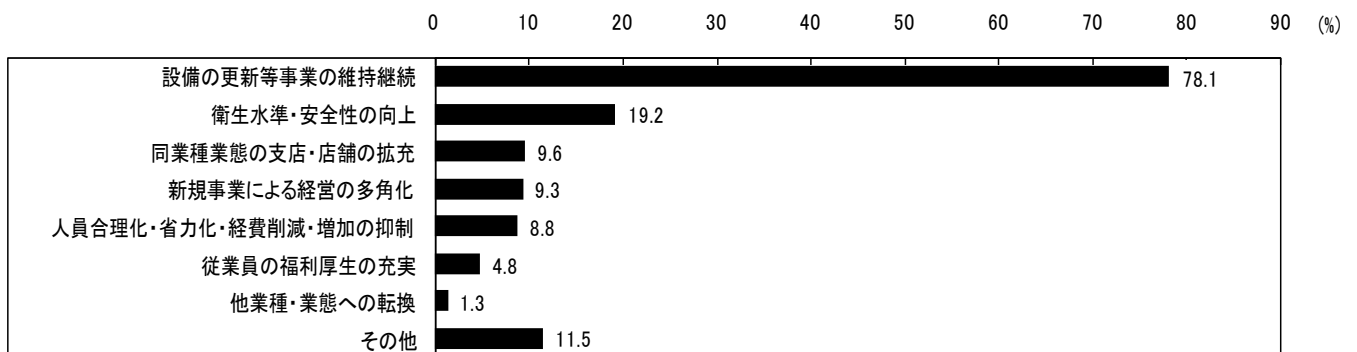
図Ⅱ-2-③ 設備投資計画の内容(複数回答)



### (4) 設備投資計画の動機

● 設備投資計画の動機は、「設備の更新等事業の維持継続」78.1%、「衛生水準・安全性の向上」19.2%、「同業種業態の支店・店舗の拡充」9.6%の順となっています。

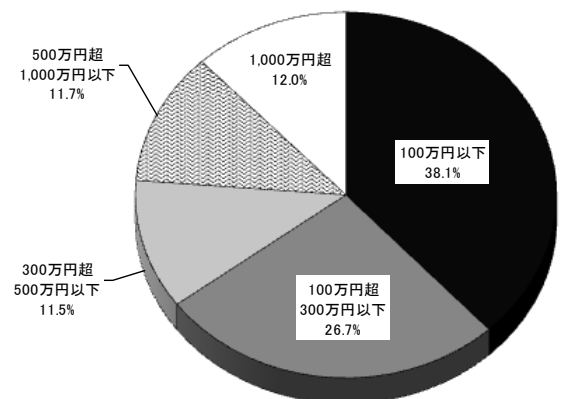
図Ⅱ-2-④ 設備投資計画の動機(複数回答)



### (5) 設備投資予定金額

● 設備投資予定額は、「100万円以下」38.1%、「100万円超～300万円以下」26.7%、「300万円超～500万円以下」11.5%となっています。500万円以下の小口投資は、全体の76.3%を占めています。

図Ⅱ-2-⑤ 設備投資予定金額



### Ⅲ 経営上の問題点

- 経営上の問題点で多いものを順にみると、「顧客数の減少」58.5%、「仕入価格・人件費等の上昇を価格に転嫁困難」31.4%、「客単価の低下」27.6%、「店舗施設の狭隘・老朽化」21.4%、「従業員の確保難」12.9%となっています。
- 「そば・うどん店」「食肉・食鳥肉販売業」は「仕入価格・人件費等の上昇を価格に転嫁困難」、その他の業種では「顧客数の減少」を第1位としてあげています。

表 経営上の問題点(業種別、2013年4～6月)

(%)

| 項目        | 顧客数の減少 | 転等仕<br>嫁の困<br>難上<br>格を<br>・人<br>格に<br>費 | 客<br>単<br>価<br>の<br>低<br>下 | 老<br>店<br>朽<br>化<br>施<br>設<br>の<br>狭<br>隘<br>・ | 従<br>業<br>員<br>の<br>確<br>保<br>難 | 後<br>継<br>者<br>難 | 事<br>業<br>資<br>金<br>借<br>入<br>難 | そ<br>の<br>他 | 特<br>に<br>問<br>題<br>な<br>し |
|-----------|--------|---|----------------------------|--|---------------------------------|------------------|---------------------------------|-------------|----------------------------|
| 業種合計      | 58.5   | 31.4                                    | 27.6                       | 21.4   | 12.9                            | 10.9             | 4.2                             | 4.0         | 8.6                        |
| 飲食業合計     | 54.9   | 38.1                                    | 26.3                       | 19.8   | 15.0                            | 9.5              | 5.6                             | 3.0         | 7.8                        |
| そば・うどん店   | 45.4   | 54.6                                    | 19.5                       | 18.4   | 16.1                            | 6.9              | 5.7                             | 4.0         | 8.6                        |
| 中華料理店     | 53.9   | 44.8                                    | 23.0                       | 20.6   | 14.5                            | 13.9             | 3.0                             | 4.8         | 4.8                        |
| すし店       | 62.2   | 28.1                                    | 31.9                       | 22.2   | 11.4                            | 10.8             | 7.0                             | 2.2         | 5.9                        |
| 料理店       | 53.3   | 36.7                                    | 31.3                       | 16.7   | 14.0                            | 8.0              | 10.0                            | 4.7         | 7.3                        |
| 喫茶店       | 48.6   | 42.5                                    | 19.3                       | 30.9   | 8.8                             | 12.7             | 3.3                             | 2.2         | 9.9                        |
| 社交業       | 61.6   | 17.4                                    | 33.2                       | 12.6   | 25.8                            | 11.6             | 4.7                             | 1.1         | 8.9                        |
| その他飲食店    | 56.4   | 40.9                                    | 26.2                       | 18.6   | 14.3                            | 6.3              | 5.6                             | 2.9         | 8.2                        |
| 食肉・食鳥肉販売業 | 43.4   | 46.2                                    | 29.4                       | 21.0   | 5.6                             | 13.3             | 2.8                             | 2.1         | 12.6                       |
| 氷雪販売業     | 50.0   | 22.4                                    | 32.8                       | 29.3   | 5.2                             | 17.2             | 0.0                             | 5.2         | 19.0                       |
| 理容業       | 73.7   | 12.5                                    | 31.2                       | 19.0   | 10.3                            | 13.0             | 3.3                             | 7.0         | 8.1                        |
| 美容業       | 60.3   | 18.8                                    | 27.8                       | 17.4   | 19.7                            | 12.8             | 2.5                             | 4.6         | 11.0                       |
| 映画館       | 78.2   | 20.0                                    | 23.6                       | 41.8   | 10.9                            | 1.8              | 9.1                             | 7.3         | 0.0                        |
| ホテル・旅館業   | 54.2   | 30.5                                    | 29.4                       | 39.0   | 11.3                            | 8.5              | 5.6                             | 5.1         | 4.0                        |
| 公衆浴場業     | 68.5   | 27.9                                    | 13.5                       | 38.7   | 1.8                             | 8.1              | 2.7                             | 4.5         | 9.0                        |
| クリーニング業   | 59.0   | 40.2                                    | 33.2                       | 15.2   | 5.5                             | 14.8             | 1.2                             | 3.5         | 9.4                        |

(注)複数回答のため合計は100を超える。

## IV 特徴的な業況判断理由(業種・地域別)

今期及び来期見通しの業況に対する判断理由(地域経済、業界の特徴及び経営面での取り組みを含みます。)について、特徴的なものを取りまとめると次のとおりです。

### ◆飲食業

今期：2013年4～6月期 来期：2013年7～9月期

| 業種      | 業況    |    | 地域   | 判断理由  |
|---------|-------|----|------|---|
| そば・うどん店 | 今期    | 好転 | 島根県  | 尾道松江線(高速道路)の開通や出雲大社の遷宮に伴う効果により、売上が大幅に増えた。特に女性客の来店が増えた。  |
|         |       | 不変 | 京都府  | 国内・海外の観光客の増加、インターネット上でのPR効果等で現状維持が図れている。  |
|         |       | 悪化 | 徳島県  | 常連客の来店は減少傾向。小麦粉、油等の材料費の値上げもあり、業況は厳しくなっている。  |
|         | 来期見通し | 好転 | 栃木県  | 改築を機に、若者向けのオシャレなお店に変え、単品メニューのほか、セットメニューを追加した。その結果、単品中心から複数の組み合わせの注文に変わり学生や中高年齢層の女性客が増えた。今後は、サラリーマンの消費や単価のアップも見込める。  |
|         |       | 不変 | 広島県  | 地域の中心的企业の撤退が重なる中、大型店の進出がみられるなど、環境はまだまだ厳しい。サービス向上やメニューの多角化により対応したい。  |
|         |       | 悪化 | 神奈川県 | 高齢化が進み、来店客数の減少に歯止めがかからない。生活衛生同業組合で取組んでいる「薬膳そば」を前面に打ち出し、そばが健康食であることをアピールする。地元神奈川の食材を使用した商品を提供し、困難な状況から打開する努力を続けたい。   |
| 中華料理店   | 今期    | 好転 | 三重県  | 回転率や作業効率を上げるため、メニューを絞り、値段を少し上げた。サラダ、デザートでお子様メニューを充実させたところ、家族連れや女性客の来店が増えた。  |
|         |       | 不変 | 島根県  | 規制により、生レバー、ユッケ、生センマイ等の有力なサイドメニューの提供が出来ないため、売上が減少している。   |
|         |       | 悪化 | 福島県  | 郊外は避難者のお客が増えているようだが、中心部は外食チェーンの出店で競争が激化している。円安により一部材料が高騰し、利益率が低下した。   |
|         | 来期見通し | 好転 | 和歌山県 | 近くの大型の幹線道路の道幅が拡張され、その支線にある店舗の前面道路の交通量が増えていることから、最近では新規のお客の来店が目立つようになった。   |
|         |       | 不変 | 長崎県  | 円安による海外旅行客の増加に期待している。タイを主とする東南アジアや中国の旅行会社とタイアップし、ツアー客の呼び込みに注力する。一組30名で単価2,000円のコース料理を企画し、年間100組の来客を図りたい。            |
|         |       | 悪化 | 青森県  | 当店は中心市街地に立地しているが、人の流れが郊外へと変化している。現在、再開発の進行中であるが、人が戻ってこないと思う。  |
| すし店     | 今期    | 好転 | 茨城県  | 昨年12月に店舗を改装し、カウンター後ろの小上がりをなくし、個室を増やした。落ち着いて過ごせると好評を得ており、ランチ、夜の利用客ともに増加した。   |
|         |       | 不変 | 宮城県  | フェイスブックを活用し情報を発信し、郵便局にチラシを置くようにしているが業況は不変である。   |
|         |       | 悪化 | 鹿児島県 | 回転寿司店の台頭、スーパー、コンビニエンスストアでの販売等で売上が減少している。寿司が身近になり、特別な食べ物ではなくなった。当店は住宅地にあり、何か特別な手を打たなければならないが、個人店で資金やノウハウがないため対応が難しい。 |

|        |           |    |      |   |
|--------|-----------|----|------|---|
|        | 来期<br>見通し | 好転 | 北海道  | 夏は外出が増え、あっさりとした鮭が喜ばれるため売上も増加する。   |
|        |           | 不変 | 愛知県  | インターネットを活用して各地の魚介類を仕入れ、珍しい魚を提供することで、来店客の増加に結びつきたい。  |
|        |           | 悪化 | 和歌山県 | 景気は一向に良くならず、客足はさっぱりである。今年に入ってから一段と悪くなっている。一年を通じて夏場が一番悪く期待は持てない。秋口には少し良くなると思う。                                   |
| 料理店    | 今期        | 好転 | 徳島県  | アベノミクス効果で単価の高いメニューが出るようになった。タウン情報誌でイメージアップを図る広告を出したり、暑い日でも食べやすいメニューを提供したり、爽やかで深くコクのあるコーヒー豆に変えたことが、客単価アップに結びついた。 |
|        |           | 不変 | 鹿児島県 | 最近、ホテルから紹介されたというお客様がコンスタントにおり、売上の安定に寄与している。   |
|        |           | 悪化 | 熊本県  | 主要であるうなぎの仕入価格が高騰している。   |
|        | 来期<br>見通し | 好転 | 宮崎県  | 最近和風のブライダルに人気が出ている。当店で実施すれば、会場の使用料がかからず、店舗を貸し切ることができるというメリットがある。今後は、結納と合わせてブライダル事業に注力する。                        |
|        |           | 不変 | 長野県  | マスコミでは景気回復と言われるが、地方ではまだまだ消費者の財布の紐は堅い。特にサービス業は厳しい状況が続いており、来期も消費者の意識は変わらないと思う。                                    |
|        |           | 悪化 | 滋賀県  | 光熱費の上昇が響いている。先が全く見えない。  |
| 喫茶店    | 今期        | 好転 | 愛媛県  | 完全無農薬の野菜を使うなど本物志向を目指した。200円程値上げしたところ、ヘルシーや本物志向の客層にスライドしたため好転した。   |
|        |           | 不変 | 山口県  | 顧客は高齢者（年金生活者）が中心であり、若者向けのメニュー等の改善を実施したが、結果に結びつかなかった。常連のお客様には、落ち着いて利用できるお店として楽しんでもらっている。                         |
|        |           | 悪化 | 東京都  | 商店街に足を運んでくださるのは高齢者ばかりである。商店街の集客力の低下が業況の悪化につながっている。  |
|        | 来期<br>見通し | 好転 | 佐賀県  | 約300万円でソフトクリームマシンを5機購入したところ、今期は過去最高の収益が上がった。夏休み期間も当機械が活躍すると期待している。スタッフとトレーニングに励んでいる。                            |
|        |           | 不変 | 奈良県  | 駅から少し離れた路地の奥にあるため、通りがかりで寄られるお客様は少ないが、馴染みのお客様、そのお友達、さらにそのお友達へと口コミが広がっている。一生のうちに出会える方は限られており、毎日の接客を大切にしていきたい。     |
|        |           | 悪化 | 岡山県  | 暑い時期はケーキなどデザート類の注文が減るため、かき氷などのメニューを充実させるが、売上は落ち込むと予想している。   |
| 社交業    | 今期        | 好転 | 福岡県  | 後継者が店に入ったところ、新規の若者のお客様が増えた。また、工夫を凝らしたイベントを積極的に行ったことで売上が増加した。一方、従来の客層をつなぎ止めるための対策など、課題も出ている。                     |
|        |           | 不変 | 三重県  | インターネット広告の効果からカップルと女性客が増えているが好転とまではいえない。  |
|        |           | 悪化 | 秋田県  | 特に輸入洋酒の仕入価格が上昇しており、利幅が減少している。   |
|        | 来期<br>見通し | 好転 | 静岡県  | 熱海のお祭りや富士山の文化遺産登録による観光客の増加、加えて生活衛生同業組合のビール祭りの企画等により来客増加が予想される。接客や商品の品揃えの見直しなどを点検、整備したい。                         |
|        |           | 不変 | 宮崎県  | 去年は開業1年目であり、傾向もよく分からない中で営業してきた。今年は前期のデータを参考に、広告やイベント等のPRを積極的に行う予定である。   |
|        |           | 悪化 | 広島県  | 特にイベントもなく、休暇が多いため来客数の減少が見込まれる。  |
| その他飲食店 | 今期        | 好転 | 和歌山県 | 有名シェフを招いての新メニューの発表会など、各種イベントを開  |

|  |       |    |     |   |
|--|-------|----|-----|---|
|  |       | 不変 | 滋賀県 | 催したところ、旅行会社を通じた日帰りの団体客が増加した。                                |
|  |       | 悪化 | 宮城県 | ポップの作成により視覚面でアピールしたところ、サイドメニューの注文が増え、利用者数の落ち込みをカバーした。       |
|  |       | 悪化 | 宮城県 | 震災により人口が減少している。仮設住宅に入居している方が新居に移転するなど、馴染みのお客様が減っている。        |
|  | 来期見通し | 好転 | 秋田県 | 夏季は生ビールを飲むお客様が増える。今年は暑くなりそうなので期待している。無料の生ビール券を発行している。       |
|  |       | 悪化 | 大阪府 | 依然として放射能の風評被害が残っており、当分厳しい状況が続く。                             |
|  |       | 悪化 | 大阪府 | 材料費の高騰から値上げしたところ、客数が減少している。来年の消費税アップを考えると、ますます厳しくなるのではないかと。 |

#### ◆食肉・食鳥肉販売業

| 業種     | 業況    | 地域 | 判断理由 |  |
|--------|-------|----|------|--|
| 食肉販売業  | 今期    | 好転 | 埼玉県  | 輸入牛肉の60%が豪州産であり、関税引き下げの影響から、販売価格を下げる事が出来たため売上が伸びた。                                   |
|        |       | 不変 | 秋田県  | 老人ホーム、医療法人、病院等に納めており、比較的安定している。毎年、納入単価は変わらない。良くも悪くもない状況である。                          |
|        |       | 悪化 | 岐阜県  | 銘柄の飛騨牛や豚肉の相場が高くなり、仕入れに苦慮している。円安により輸入牛肉、豚肉が20~30%高くなっているが価格に転化できない。                   |
|        | 来期見通し | 好転 | 熊本県  | 馬刺しの売上が徐々に回復し、利益率がアップする見込みである。   |
|        |       | 不変 | 愛媛県  | 飼料の高騰で仕入価格が上昇したが、販売価格は据え置いている。他の物価が上がれば、肉の卸売価格も上げられるのではないかと期待している。                   |
|        |       | 悪化 | 宮城県  | 新鮮で安全な商品を提供するように努力しているが、顧客の高齢化、低価格志向等により今後も悪化するものと思われる。                              |
| 食鳥肉販売業 | 今期    | 好転 | 東京都  | 新内閣が発足してから、消費マインドも改善傾向が顕著であり、売上也着実に上向いてきた。特にホテル、レストラン向けの高級食材が動き始めた。                  |
|        |       | 不変 | 島根県  | 昨年は取引先の廃業に伴い1割程度売上が減少したが、新規顧客を開拓し回復した。ただし、今後は厳しいと予想され、3~4年後には廃業を検討している。              |
|        |       | 悪化 | 大阪府  | 客単価が下がるとともに高齢者の人口比率が上昇しており、売上増加は見込めない。   |
|        | 来期見通し | 好転 | 滋賀県  | 景気が好くなっているためか、個人ギフトの出足が良好である。ギフトのピークは7~8月であるが、今年は6月から動き始めた。                          |
|        |       | 不変 | 島根県  | 売上の維持は厳しい。顧客開拓により売上増加を目指している。  |
|        |       | 悪化 | 静岡県  | 鶏肉に目を向けてもらうよう業界全体で取り組まなければいけない。健康に良い県内産の鶏肉をアピールするために、今年も健康料理教室を開催し、一般消費者に広く参加を呼び掛ける。 |

#### ◆氷雪販売業

| 業種    | 業況 | 地域 | 判断理由 |  |
|-------|----|----|------|--|
| 氷雪販売業 | 今期 | 好転 | 東京都  | きちんとアフターフォローを行ったことが得意先からの紹介につながり顧客数が増えた。                                     |
|       |    | 不変 | 広島県  | 売上に大きな変動はない。政府の景気浮揚策の効果に期待したい。   |
|       |    | 悪化 | 大阪府  | 飲食関係の店舗が忙しくならないと中々良くならない。大阪は中小企業の経営者、勤務者が多いので、お金に余裕がないと思う。夏に実施されるイベントも減っている。 |
|       | 来期 | 好転 | 熊本県  | 猛暑が予想されるため利用客が増えると思う。  |

|  |     |    |     |   |
|--|-----|----|-----|---|
|  | 見通し | 不変 | 岡山県 | 地方都市の経済状況を考えると、期待はできないと思う。  |
|  |     | 悪化 | 奈良県 | 世間ではアベノミクス効果と騒がれているが、小さな会社には一向に光が見えてこない。電気料金が上がるため、機械を午前中のみの稼働とする予定である。 |

#### ◆理容業

| 業種  | 業況    |    | 地域  | 判断理由  |
|-----|-------|----|-----|---|
| 理容業 | 今期    | 好転 | 群馬県 | ドリンクサービスやメニューの開発など、子供向けのサービスを拡充したところ、効果が徐々にあらわれている。                                     |
|     |       | 不変 | 広島県 | 昨年度に実施した店舗の改装とチェック、マッサージによる育毛サービスの効果が徐々にあらわれると期待している。                                   |
|     |       | 悪化 | 山口県 | 市内にある1,000円カットの店が7店舗に増え、影響が出ている。  |
|     | 来期見通し | 好転 | 山形県 | 暑さにより来店周期が短くなるとともに、「冷やしシャンプー」による売上増加が見込まれる。技術力の向上により、激安店へ流れていたお客様が戻る現象もみられ、売上増加に期待している。 |
|     |       | 不変 | 香川県 | 女性客のシェービングが好調に推移している。男性客の落ち込みをカバーしたい。   |
|     |       | 悪化 | 三重県 | 売上が年々減少している。低料金店と差別化を図るため、高価なシャンプー、育毛剤等を使用している。   |

#### ◆美容業

| 業種  | 業況    |    | 地域  | 判断理由  |
|-----|-------|----|-----|---|
| 美容業 | 今期    | 好転 | 岡山県 | インターネットに掲載しているプランをグレードアップし、ブログを小まめに更新したことで新規のお客様が増えた。認知度の高い地域情報誌に広告を掲載した結果、店のイメージアップにつながった。 |
|     |       | 不変 | 福島県 | 低価格の美容店に対抗するため、客単価の上昇につながるメニュー設定とし、毛染め等を利用する女性客の増加を図っている。また、お店のママやホステス向けのチラシを配布している。        |
|     |       | 悪化 | 福岡県 | 美容師の不足によりお客様への対応ができずお断りしている状況であり、新たにスタッフを募集している。開業して3年が経過するが、従業員への教育期間が不足していた。              |
|     | 来期見通し | 好転 | 徳島県 | より良い人材を確保するために雇用条件を見直したところ、レベルの高い従業員が採用できた。   |
|     |       | 不変 | 香川県 | 完全予約制で固定客が多くあまり大きな変化はない。  |
|     |       | 悪化 | 群馬県 | 客数の増加は望めないことから、経営はますます困難になると思う、さらに消費税の増税では経営は苦しくなるばかりである。                                   |

#### ◆映画館・劇場

| 業種  | 業況    |    | 地域  | 判断理由  |
|-----|-------|----|-----|---|
| 映画館 | 今期    | 好転 | 大阪府 | 各種イベント等で利用できるよう劇場を貸している。劇場を利用する団体が増えたため、収入が増加した。                                      |
|     |       | 不変 | 京都府 | 好況感は見られるものの、末端の企業まで良い影響を及ぼすほどではない。  |
|     |       | 悪化 | 静岡県 | 前期は集客力のある作品があったが、今期はヒット作品に恵まれなかった。特別サービスデーや親子で足を運んでいただけるイベントを企画するなど、集客につながる取り組みを行いたい。 |
|     | 来期見通し | 好転 | 愛知県 | デジタル映写機の導入によるプログラムの多様化でお客様の開拓に期待できる。  |
|     |       | 不変 | 石川県 | 料金値上げに伴う、会員サービスの効果があらわれた。   |
|     |       | 悪化 | 香川県 | 大ヒットとなる作品が少なくなり全体的に低迷している。  |

◆ホテル・旅館業

| 業種      | 業況    | 地域 | 判断理由   |
|---------|-------|----|--|
| ホテル・旅館業 | 今期    | 好転 | 奈良県<br>円安で海外からの観光客が増えたことも好転の要因である。今年に入ってから問い合わせが増えており、少しずつ明るい兆しがみられる。大人が落ち着ける隠れ家的な旅館として、着かず離れずの心地良い接客を心掛けたい。 |
|         |       | 不変 | 島根県<br>昨年の後半から徐々に客数が回復しているが、価格を低く抑えているため依然として厳しい。  |
|         |       | 悪化 | 和歌山県<br>室内の照明器具を全てLEDに変えたことにより、電気代が2～3割減少するところが、電気料金の値上げで効果が乏しくなっている。  |
|         | 来期見通し | 好転 | 滋賀県<br>1泊2食という従来のメニューだけでなく、0泊2食、入浴、法事等の日帰りメニューの提供を企画している。  |
|         |       | 不変 | 京都府<br>修学旅行の受注が前年に比べて少ないように感じる。  |
|         |       | 悪化 | 三重県<br>銀行の新築工事など大きな工事はあるようだが、地元業者への発注が多く、宿泊客が見込めない。  |

◆公衆浴場業

| 業種    | 業況    | 地域 | 判断理由   |
|-------|-------|----|--|
| 公衆浴場業 | 今期    | 好転 | 愛媛県<br>暑くなると家庭にお風呂が無い方は毎日通ってくださる。また、夏は燃料代が少し安く済む。                              |
|       |       | 不変 | 大阪府<br>ハイキング帰りの若者やスポーツの後に利用する方が増え、高齢のお客様の落ち込み分を少しカバーできた。                       |
|       |       | 悪化 | 福井県<br>原子力発電所の稼働停止により多くの従事者がいなくなったことと、円安に伴う燃料価格の高騰から業況が悪化した。                   |
|       | 来期見通し | 好転 | 兵庫県<br>夏期は毎年客数が増加する。新たにコインランドリーの洗濯機10台を入れ替えたので売上アップが見込める。                      |
|       |       | 不変 | 北海道<br>子供体験入浴、銭湯の楽しさの発見、公共マナーの習得等のイベントの企画や、市内の公衆浴場のスタンプラリーなど、経営努力により現状を維持している。 |
|       |       | 悪化 | 千葉県<br>近隣のスーパー銭湯で恒例のイベントを開催しており、客を取られてしまう。また、夏休みは子供客が少なくなる。                    |

◆クリーニング業

| 業種      | 業況    | 地域 | 判断理由  |
|---------|-------|----|---|
| クリーニング業 | 今期    | 好転 | 福岡県<br>衣替えの時期であり業況は好転した。日頃から、インターネットを活用して「宅配サービスで人気のクリーニング屋」「染み抜き自慢のクリーニング屋」等を狙い文句に、地道に営業活動を行った結果、新規顧客の獲得に大きく結びついた。 |
|         |       | 不変 | 大分県<br>営業時間を1時間延長して何とか売上を維持することができた。  |
|         |       | 悪化 | 愛媛県<br>灯油等の原材料費が上昇しているが、価格への転嫁が難しく業況は悪化している。また、気候が不安定なことも悪化の要因である。  |
|         | 来期見通し | 好転 | 栃木県<br>地域内で季節に応じたサービスパンフレットの折り込み広告を行ったほか、ポイントカードを作り配布したことが、新規客の増加や持ち込み点数の増加に結びついた。                                  |
|         |       | 不変 | 京都府<br>夏休みのシーズンになり、リゾートマンションのシーツ類等の洗濯が増える見込みである。  |
|         |       | 悪化 | 石川県<br>繁忙期から閑散期に移るため、例年、量、単価ともに減少する。また、家庭で洗濯できるものが増えてきており、経営は厳しい。   |