

生活衛生関係営業の景気動向等調査（2015年1～3月期）特別調査結果

1 設備投資動向 2 インターネットの活用

概要

1 設備投資動向

- 2014年（1～12月）に設備投資を実施した企業の割合は21.6%と前年調査に比べ1.2ポイント上昇している。
- 従業者規模別にみると、規模が大きいほど設備投資を実施した割合が高くなっている。
- 設備投資の金額（1～12月の総額）は、「500万円以下」の小口投資の割合が82.0%を占めている。

2 インターネットの活用

- インターネットを活用した取り組みの実施状況は、「自社ホームページの開設」（29.6%）、「情報検索サイトへの登録」（27.2%）、「業界団体のホームページに店舗情報を掲載」（23.5%）などとなっている。一方で「特に実施しているものはない」と回答した企業の割合が47.7%となった。
- インターネットを活用した取り組みで効果のあるものは、「自社ホームページの開設」（51.6%）、「情報検索サイトへの登録」（44.4%）、「業界団体のホームページに店舗情報を掲載」（27.3%）などとなっている。

<お問い合わせ先>

日本政策金融公庫 国民生活事業本部
生活衛生融資部 生活衛生情報支援グループ
TEL 03-3270-1653 担当 竹迫、谷藤

【調査の実施要領】

調査時点	2015年3月上旬
調査方法	郵送調査
調査対象	生活衛生関係営業 3,220 企業
有効回答企業数	3,015 企業（回答率 93.6%）

<業種内訳>

飲食業	1,443 企業
食肉・食鳥肉販売業	143 企業
冰雪販売業	56 企業
理容業	362 企業
美容業	432 企業
映画館	54 企業
ホテル・旅館業	164 企業
公衆浴場業	109 企業
クリーニング業	252 企業

【本調査における留意事項】

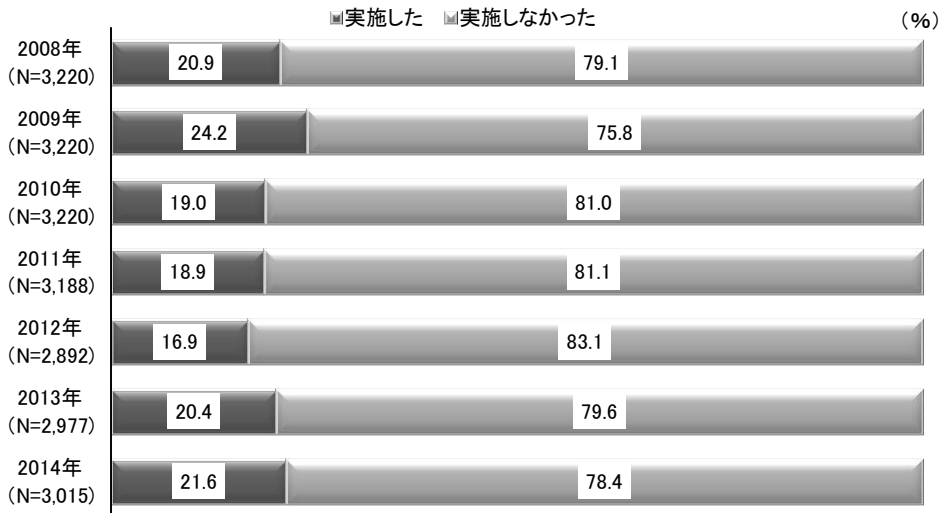
- ・ 2012年4～6月期調査時点で調査対象企業の見直しが行われている。
- ・ 比率の算出にあたっては、無回答を除いたものを母数としている。
- ・ 業種別の表では回答数が①10未満の業種は表示していない、②30未満の業種は網掛けし参考値として表示

1 設備投資動向

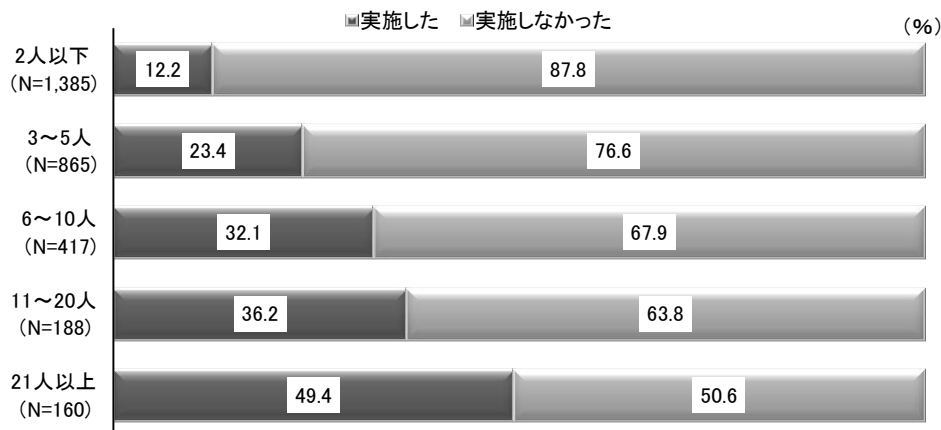
(1) 設備投資の実施状況

- 2014年（1月～12月）に設備投資を実施した企業の割合は21.6%と前年調査に比べ1.2ポイント上昇している（参考1）。
- 従業者規模別にみると、規模が大きいほど設備投資を実施した割合が高くなっている（参考2）。
- 業種別（9業種）にみると、「ホテル・旅館業」（44.5%）、「公衆浴場業」（42.2%）、「映画館」（31.5%）の順に高い（参考3）。

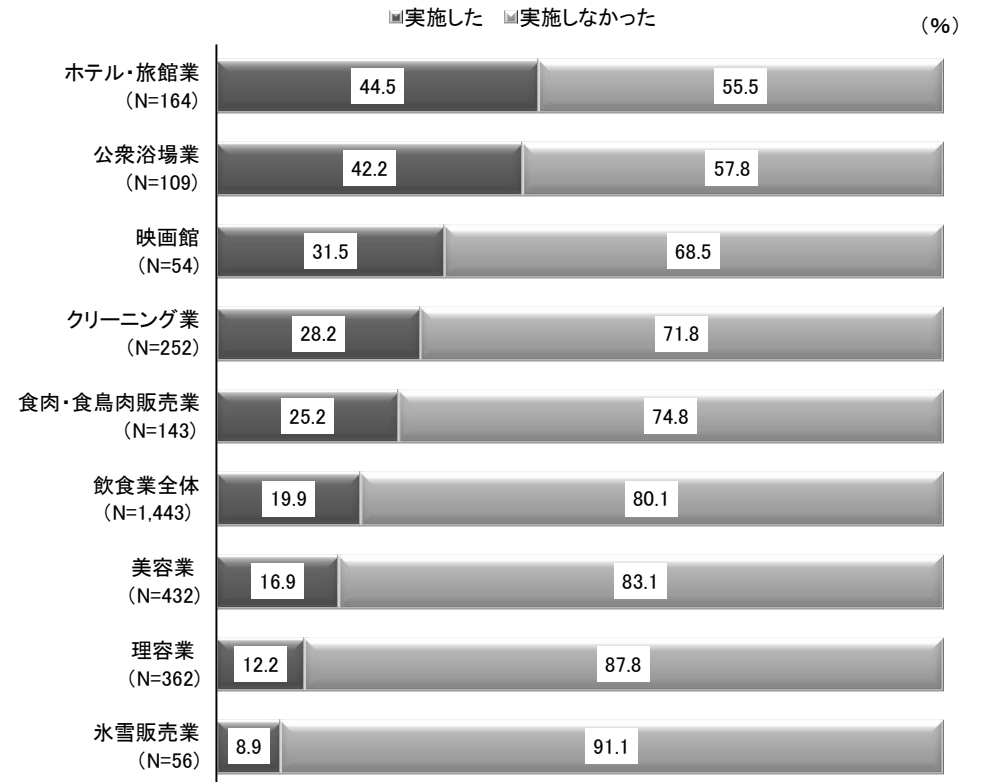
参考1 設備投資の実施状況



参考2 設備投資の実施状況（従業者規模別）



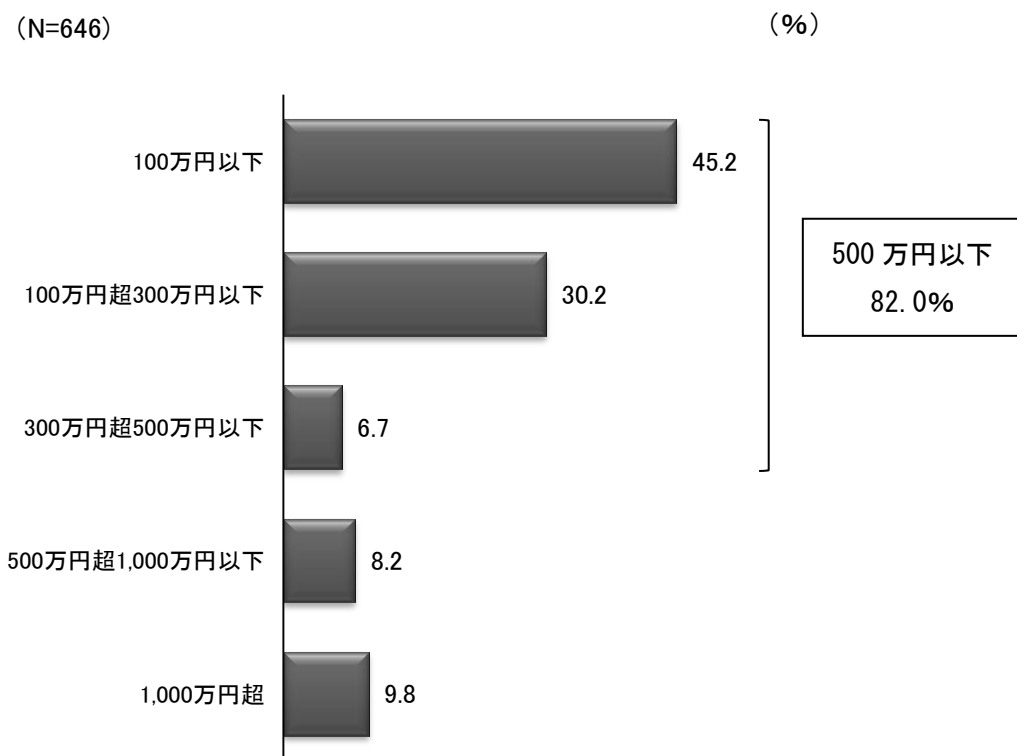
参考3 設備投資の実施状況（業種別）



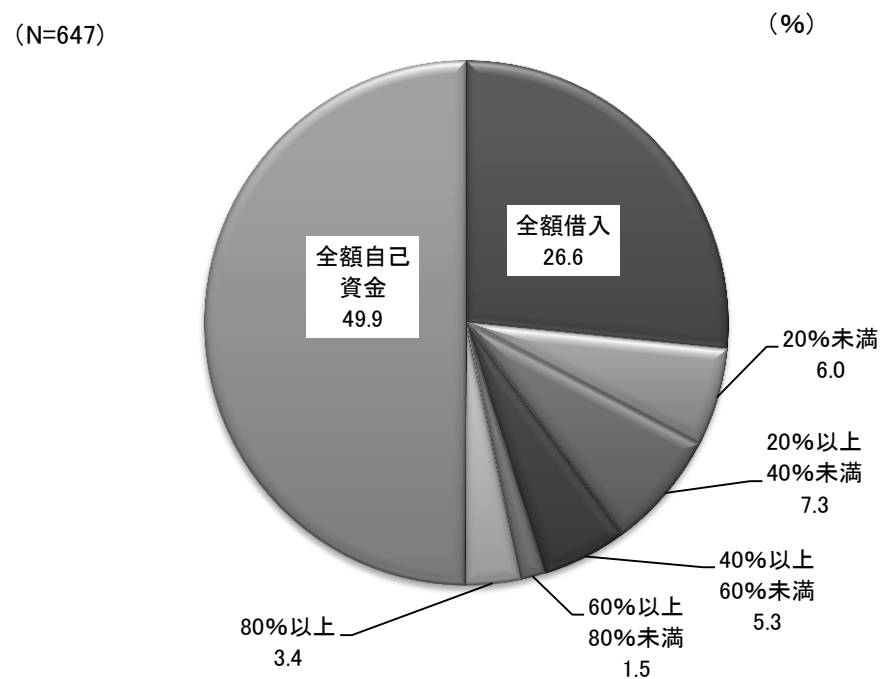
(2) 設備投資の金額および自己資金の割合

- 2014年に実施した設備投資の金額(1月~12月の総額。以下同じ。)は「100万円以下」(45.2%)が最も多く、「500万円以下」の小口投資が82.0%を占めている(参考4)。
- 設備投資の総額に占める自己資金の割合は、「全額自己資金」(49.9%)が最も多く、以下、「全額借入」(26.6%)、「20%以上 40%未満」(7.3%)となっている(参考5)。

参考4 設備投資の金額



参考5 設備投資の総額に占める自己資金の割合



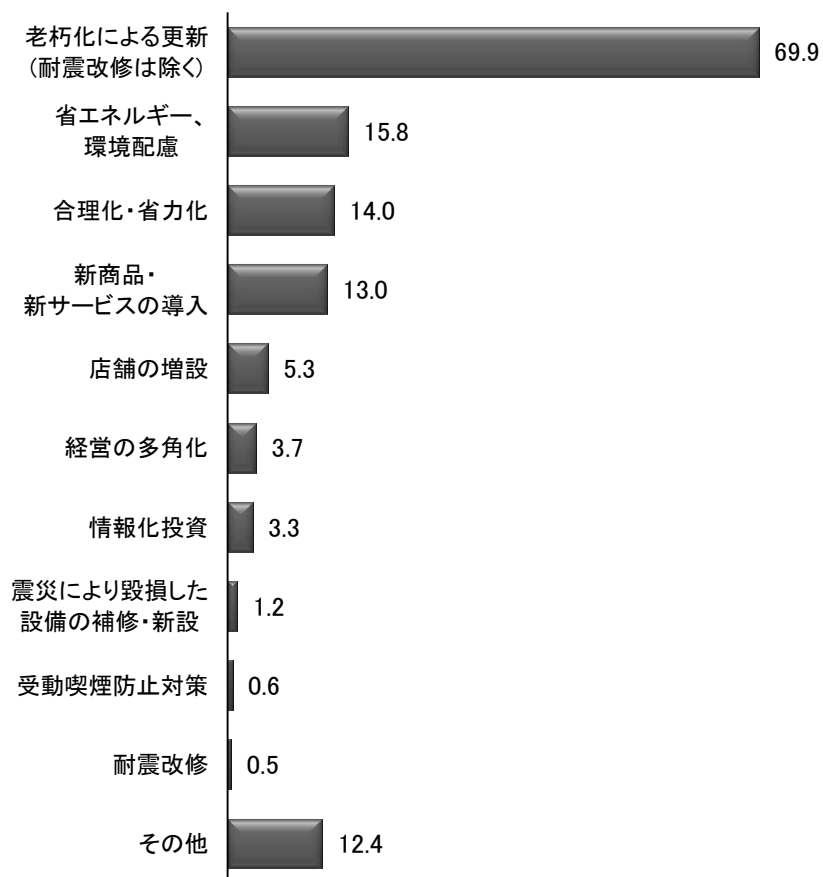
(3) 設備投資の目的および内容

- 設備投資の目的（複数回答）は、「老朽化による更新」（69.9%）が最も多く、以下、「省エネルギー、環境配慮」（15.8%）、「合理化・省力化」（14.0%）となっている（参考6）。
- 設備投資の内容（複数回答）は、「その他の営業用機器・機械」（34.5%）が最も多く、以下、「什器・備品」（23.5%）、「空調設備」（23.2%）となっている（参考7）。

参考6 設備投資の目的（複数回答）

(N=644)

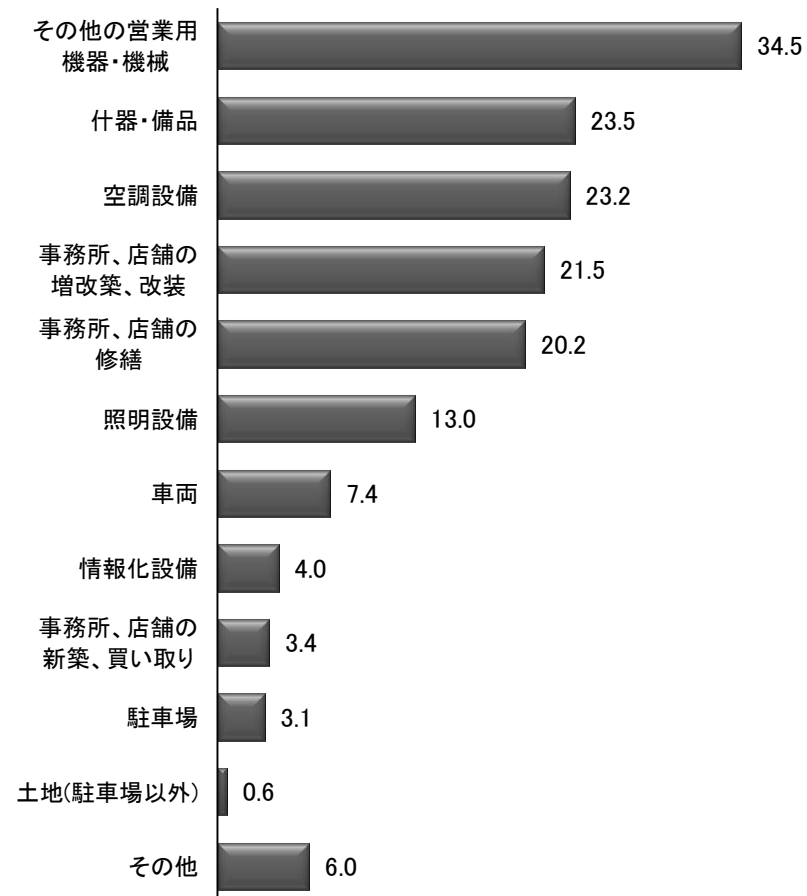
(%)



参考7 設備投資の内容（複数回答）

(N=647)

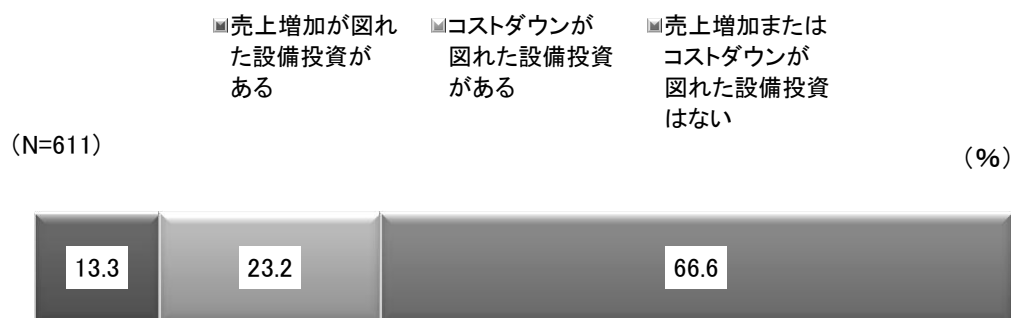
(%)



(4) 設備投資の効果

○ 設備投資の効果（複数回答）について、「売上増加が図れた設備投資がある」と回答した企業の割合は 13.3%、「コストダウンが図れた設備投資がある」と回答した企業の割合は 23.2%となった（参考 8、9）。

参考 8 設備投資の効果（複数回答）



参考 9 設備投資の効果（複数回答）（業種別）

	（%）		
	あ 上 売 設 備 増 投 加 が 図 れ	が 図 コ 本 業 務 上 増 投 加 が 図 れ	は 図 コ 売 上 増 投 加 が 図 れ
全体 (N=611)	13.3	23.2	66.6
飲食業全体 (N=270)	13.0	21.5	69.3
食肉・食鳥肉販売業 (N=31)	9.7	22.6	71.0
理容業 (N=40)	5.0	27.5	67.5
美容業 (N=67)	16.4	22.4	64.2
映画館 (N=17)	23.5	17.6	58.8
ホテル・旅館業 (N=69)	13.0	31.9	62.3
公衆浴場業 (N=44)	9.1	22.7	68.2
クリーニング業 (N=68)	14.7	23.5	63.2

【売上増加が図れた設備投資】

① 店舗の内外装

業種（地域）	具体的内容	投資金額	効果
料理店（岐阜県）	座敷に和テーブル、イスを設置	80万円	店のイメージチェンジが女性客に好評でランチタイムのグループ客が増加した。特に年配客には、楽に食事できると好評
社交業（東京都）	店舗改装	520万円	20年ぶりに大改装をした。若者や新規のお客が増えて、売上が5割増加した
映画館（長崎県）	フロアの改装	120万円	売店メニューを増やしサービスの充実を図った。客単価が上がり売上も増えた
ホテル・旅館業（福島県）	大浴場の改装や喫煙所の設置	5,000万円超	大浴場の改装により商品価値が上がった。全館禁煙とし、各フロア等に喫煙所を設けたことで家族連れに高評価を得られた
公衆浴場業（広島県）	男性客のロッカーを増設	30万円	スーツ姿など仕事帰りに立ち寄る人が増えている

② 設備の導入

中華料理店（岩手県）	冷凍庫、鉄板、卓上コンロ等の導入	30万円	夜の営業の売上を伸ばすため、メニューに焼肉を取り入れた。焼肉に併せて、アルコールやドリンクの注文が多くなり売上が上昇した
その他飲食店（愛知県）	ケーキ用ショーケースを設置	3万円	女性客が増えたことで売上が10%増加した
その他飲食店（福岡県）	真空パック機器の導入	90万円	外売商品のパラエティが増え、売上が増加した
食肉販売業（福岡県）	大型営業車を増車	1,000万円	取引先の要望にすぐに応えることができ売上が10%伸びたほか、配送コストの削減にもつながった
冰雪販売業（東京都）	車両の増車	200万円	配送エリアを拡大することができ、時間指定にも柔軟に対応できるようになった
美容業（香川県）	管理ソフトを導入	150万円	リピート率が向上した
映画館（福井県）	レジの増設	50万円	売り損が抑えられた
クリーニング業（茨城県）	プレス機の導入	150万円	作業効率が高まり、仕上げの点数が増えたことで売上が大幅に増加した
クリーニング業（山口県）	布団クリーニング設備の導入	60万円	新たなサービスの導入により売上が増加した

【コストダウンが図れた設備投資】

① 光熱費の削減

業種（地域）	具体的内容	投資金額	効果
そば・うどん店（群馬県）	空調、照明器具の交換	80万円	光熱費を月に10%削減できた
すし店（愛知県）	空調機の交換、照明のLED化	300万円	電気代を5%削減できた
喫茶店（宮崎県）	焙煎機を大きめの機器に取替	160万円	1回の焙煎量が増え、時間と光熱費の削減ができた
食鳥肉販売業（鹿児島県）	業務用冷凍冷蔵庫の更新	100万円	省エネタイプに更新し、電気代の40%を削減できた
理容業（香川県）	ボイラー交換	80万円	ガス代金の2割を削減できた
美容業（静岡県）	照明をLEDに変更	28万円	電気代2,000円～3,000円（1割程度）削減
美容業（宮崎県）	灯油ボイラーの交換	29万円	ハイブリッド式ボイラーに交換し、灯油使用量が10～20%減少した
ホテル・旅館業（東京都）	客室の空調を変更	約700万円	室外機2台、室内機11台を変更し光熱費が3%低下した
ホテル・旅館業（佐賀県）	ユニットバスの交換、照明のLED化、ネオンの修復	1,000万円	宿泊客が増え、光熱費は月に30万円削減できた
公衆浴場業（愛知県）	太陽光発電の導入	110万円	燃料費が1日につき2,000円～3,000円減少した

② 人件費の削減

中華料理店（宮崎県）	調理機器の更新	500万円超	合理的に調理できるようになり、人件費の5%を削減できた
映画館（大阪府）	入場案内モニターの導入	200万円	案内係の人件費を削減できた
映画館（宮崎県）	自動券売機を4台導入	1,600万円	人件費を削減できた
ホテル・旅館業（福井県）	フロント予約システムの入替え	350万円	人件費の削減につながった

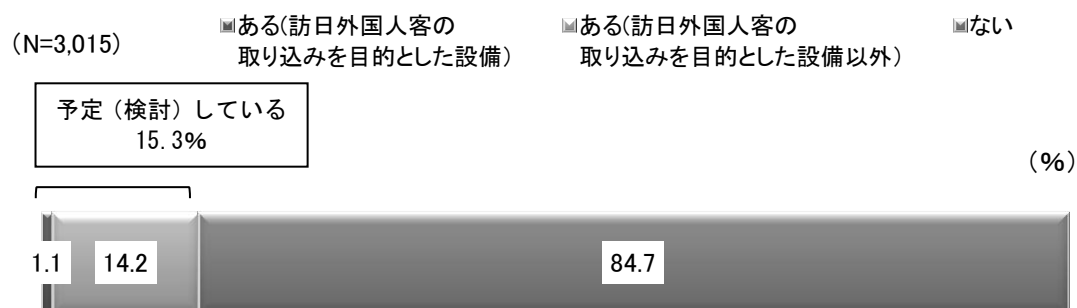
③ その他

クリーニング業（三重県）	回収乾燥機の取替更新	300万円	ドライ溶剤が年間45万円（50%）削減できた。ただし、電気代は少々増えた
--------------	------------	-------	--------------------------------------

(5) 設備投資の実施予定

- 設備投資の実施予定を聞いたところ、「予定（検討）している」と回答した企業の割合は 15.3%となった（参考 10）。
- 業種別（9業種）にみると、「ホテル・旅館業」（33.5%）、「映画館」（27.8%）、「公衆浴場業」（22.9%）の順に高い（参考 11）。

参考 10 設備投資の実施予定



参考 11 設備投資の実施予定（業種別）

	を人ある 目的の（ 備と取訪 しり日 た込外 設み国	を人ある 目的の（ 備以外 と取訪 しり日 た込外 設み国	「ある」 計	ない
全体 (N=3,015)	1.1	14.2	15.3	84.7
飲食業全体 (N=1,443)	1.0	12.9	13.9	86.1
食肉・食鳥肉販売業 (N=143)	2.1	7.7	9.8	90.2
氷雪販売業 (N=56)	0.0	14.3	14.3	85.7
理容業 (N=362)	0.3	12.7	13.0	87.0
美容業 (N=432)	0.9	13.2	14.1	85.9
映画館 (N=54)	3.7	24.1	27.8	72.2
ホテル・旅館業 (N=164)	3.0	30.5	33.5	66.5
公衆浴場業 (N=109)	0.9	22.0	22.9	77.1
クリーニング業 (N=252)	1.2	13.1	14.3	85.7

【今後実施を予定（または検討）している設備投資の内容】

① 訪日外国人客の取り込みを目的とした設備

業種（地域）	具体的内容	投資金額	目的
中華料理店（兵庫県）	英語のメニューを作成	20万円	外国人観光客を取り込むため
すし店（愛知県）	外国語表記のメニュー作成等	未定	専門スタッフの育成等も行い、外国人観光客の獲得を目指す
美容業（鹿児島県）	セット椅子の変更	19万円	外国人観光客の来客が増えたため
ホテル・旅館業（岡山県）	Wi-Fiの設置、 和室へのベッド設置	未定	Wi-Fiの設置（全客室）は訪日外国人の取り込みが目的。ベッド設置タイプの客室は、高齢化と西欧化の進む日本客への対応の強化が目的
公衆浴場業（愛媛県）	トイレの洋式化	100万円	外国人客への対応のため

② 高齢社会への対応を目的とした設備

すし店（宮城県）	畳からフローリングへの変更	1,500万円	バリアフリー化。高齢者の顧客が増えたため
料理店（高知県）	禁煙化、テーブル席への改装	1,000万円	座敷を掘りごたつテーブルにするなど店内レイアウトを変更。また、ヘルシーメニューの導入などで熟年層を取り込みたい
理容業（滋賀県）	バリアフリー化	200万円	入口とトイレをバリアフリー化し、高齢のお客様や車イスに対応する
美容業（大分県）	高齢者送迎用車両の購入	200万円	お客様の高齢化への対応をすることで、売上の増加を期待している
ホテル・旅館業（東京都）	客室5室のバリアフリー化	750万円	高齢者の宿泊への対応を進めるため

③ その他

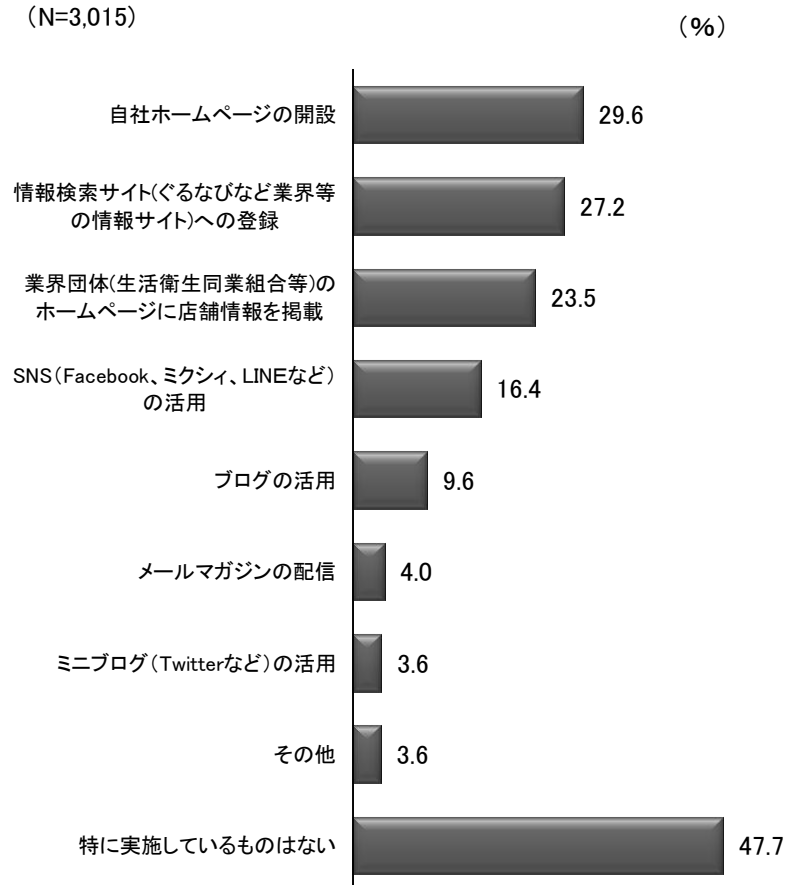
そば・うどん店（奈良県）	瞬間冷却器の設置	150万円	持ち帰りや通販といった事業拡大の可能性が増える為
食鳥肉販売業（愛知県）	新店舗の拡充	5,000万円	取扱量が増えたため売上が増加。現在の施設が狭隘のため、新たな場所の確保が必要となった
氷雪販売業（東京都）	加工機の導入	200万円	商品の加工機を導入し、スタッフの作業負担を軽減したい
映画館（岐阜県）	映写機のデジタル化	500万円	デジタル化に伴う新しい設備の導入
クリーニング業（広島県）	顧客管理システムの導入	120万円	作業の効率化とともに、リピート率の向上と客単価上昇が狙い

2 インターネットの活用について

(1) インターネットを活用した取り組みの実施状況

- インターネットを活用した取り組みの実施状況をみると、「自社ホームページの開設」(29.6%)が最も多く、以下、「情報検索サイトへの登録」(27.2%)、「業界団体のホームページに店舗情報を掲載」(23.5%)となった。一方で、「特に実施しているものはない」と回答した企業の割合が47.7%となった(参考12)。
- 業種別にみると、「飲食業」は「情報検索サイトへの登録」、「公衆浴場業」「クリーニング業」は「業界団体のホームページに店舗情報を掲載」、その他の業種では「自社ホームページの開設」を第1位としてあげている(参考13)。

参考12 インターネットを活用した取り組み(複数回答)



参考13 インターネットの活用の取り組み(複数回答)(業種別)

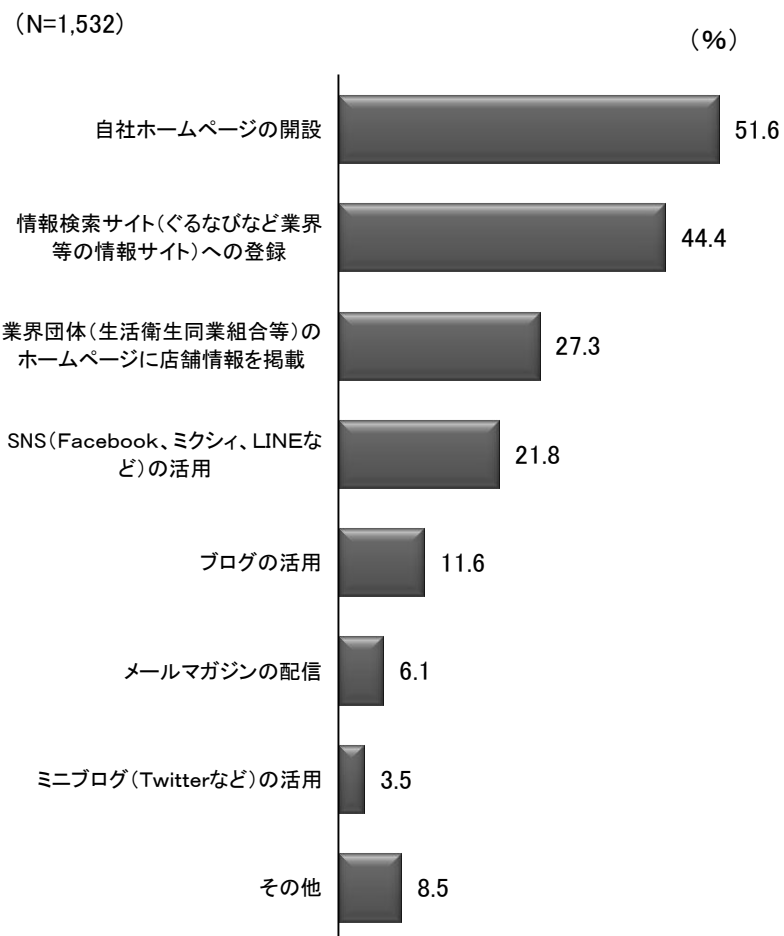
(%)

	自社ホームページの開設	情報検索サイト(ぐるなびなど業界等の情報サイト)への登録	業界団体(生活衛生同業組合等)のホームページに店舗情報を掲載	SNS(Facebook、Mixi、LINEなど)の活用	ブログの活用	メールマガジンの配信	ミニブログ(Twitterなど)の活用	その他	特に実施しているものはない
全体(N=3,015)	29.6	27.2	23.5	16.4	9.6	4.0	3.6	3.6	47.7
飲食業全体(N=1,443)	25.7	33.7	22.9	15.6	6.9	2.8	3.2	3.2	45.4
食肉・食鳥肉販売業(N=143)	32.2	9.8	9.1	6.3	4.2	2.1	1.4	2.8	62.2
氷雪販売業(N=56)	32.1	7.1	21.4	3.6	3.6	1.8	0.0	5.4	55.4
理容業(N=362)	20.7	12.7	19.9	13.8	10.2	2.2	2.2	2.5	62.7
美容業(N=432)	28.5	23.8	16.0	26.2	17.6	5.3	5.3	4.9	48.6
映画館(N=54)	100.0	37.0	35.2	46.3	24.1	44.4	25.9	7.4	1.9
ホテル・旅館業(N=164)	78.0	66.5	57.3	29.3	20.7	11.6	6.7	4.3	7.9
公衆浴場業(N=109)	20.2	15.6	37.6	6.4	3.7	0.0	1.8	5.5	49.5
クリーニング業(N=252)	22.6	9.1	23.4	6.7	6.7	1.6	1.6	3.2	63.5

(2) インターネットを活用した取り組み（効果のあるもの）

- インターネットを活用した取り組みで効果のあるものは、「自社ホームページの開発」（51.6%）が最も多く、以下、「情報検索サイトへの登録」（44.4%）、「業界団体のホームページに店舗情報を掲載」（27.3%）となった（参考14）。
- 業種別にみると、「飲食業」は「情報検索サイトへの登録」、「公衆浴場業」は「業界団体のホームページに店舗情報を掲載」、その他の業種は「自社ホームページの開発」を第1位としてあげている（参考15）。

参考14 インターネットを活用した取り組み（効果のあるもの）
（複数回答）



参考15 インターネットを活用した取り組み（効果のあるもの）
（複数回答）（業種別）

	自社ホームページの開発	情報検索サイト(ぐるなびなど業界等の情報サイト)への登録	業界団体(生活衛生同業組合等)のホームページに店舗情報を掲載	SNS(Facebook、Mixi、LINEなどの活用)	ブログの活用	メールマガジンの配信	ミニブログ(Twitterなど)の活用	その他
全体(N=1,532)	51.6	44.4	27.3	21.8	11.6	6.1	3.5	8.5
飲食業全体(N=762)	41.3	53.4	25.1	22.2	8.4	4.1	2.9	8.3
食肉・食鳥肉販売業(N=56)	76.8	17.9	17.9	16.1	3.6	5.4	1.8	8.9
氷雪販売業(N=24)	70.8	8.3	29.2	4.2	8.3	4.2	0.0	8.3
理容業(N=133)	49.6	27.1	32.3	23.3	15.0	2.3	4.5	8.3
美容業(N=217)	49.8	37.8	16.1	30.4	26.3	9.7	5.1	11.1
映画館(N=53)	96.2	22.6	9.4	28.3	11.3	32.1	15.1	5.7
ホテル・旅館業(N=148)	81.1	69.6	35.1	20.3	12.8	9.5	1.4	5.4
公衆浴場業(N=53)	37.7	22.6	66.0	9.4	3.8	0.0	1.9	11.3
クリーニング業(N=86)	59.3	18.6	46.5	9.3	7.0	3.5	2.3	9.3