

生活衛生関係営業の景気動向等調査結果

－2015年4～6月期－

I 景気の動向

持ち直しの動きが続いている生活衛生関係営業の景況

今期（2015年4～6月期）の売上、採算、業況判断の各DIは、それぞれ▲10.6（前期比12.2ポイント上昇）、▲0.8（同11.0ポイント上昇）、▲7.4（同23.9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4.0ポイント、採算DIは2.2ポイント、業況判断DIは5.3ポイント上昇しました（売上、業況判断DIは過去最高値※）。

生活衛生関係営業の景況は、持ち直しの動きが続いています。

また、来期の売上DIの見直しは▲7.9（2.7ポイント上昇）、業況判断DIの見直しは▲9.2（1.8ポイント低下）となっています。

※比較可能な1997年4～6月期以降。以下同じ。

（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	2015年6月上旬			
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	3,061企業（回答率95.1%）			
（業種内訳）	飲食業	1,452企業	映画館	52企業
	食肉・食鳥肉販売業	147企業	ホテル・旅館業	169企業
	氷雪販売業	59企業	公衆浴場業	115企業
	理容業	375企業	クリーニング業	258企業
	美容業	434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。

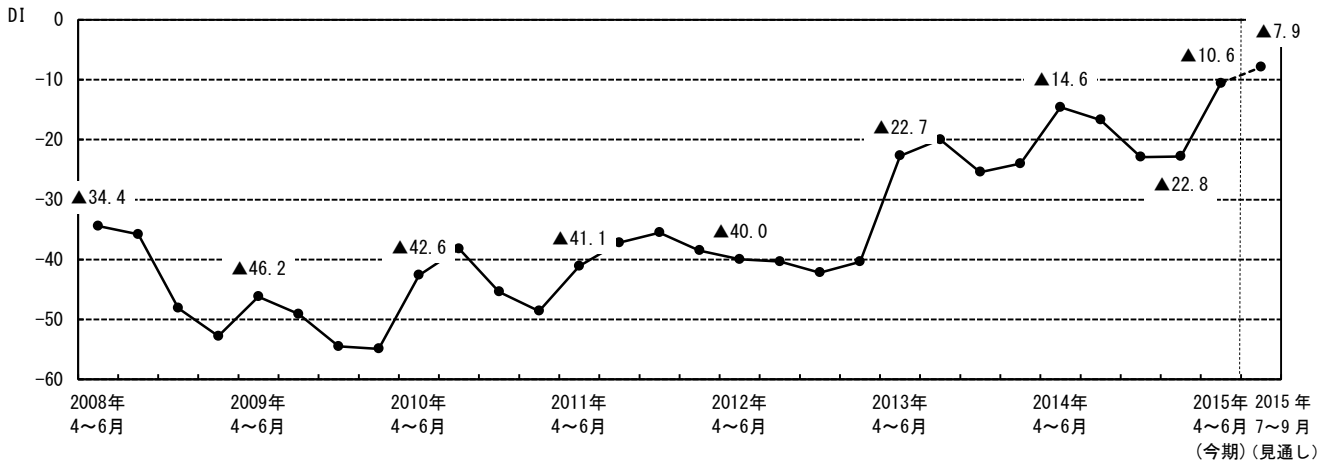
【本調査における留意事項】

- ・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

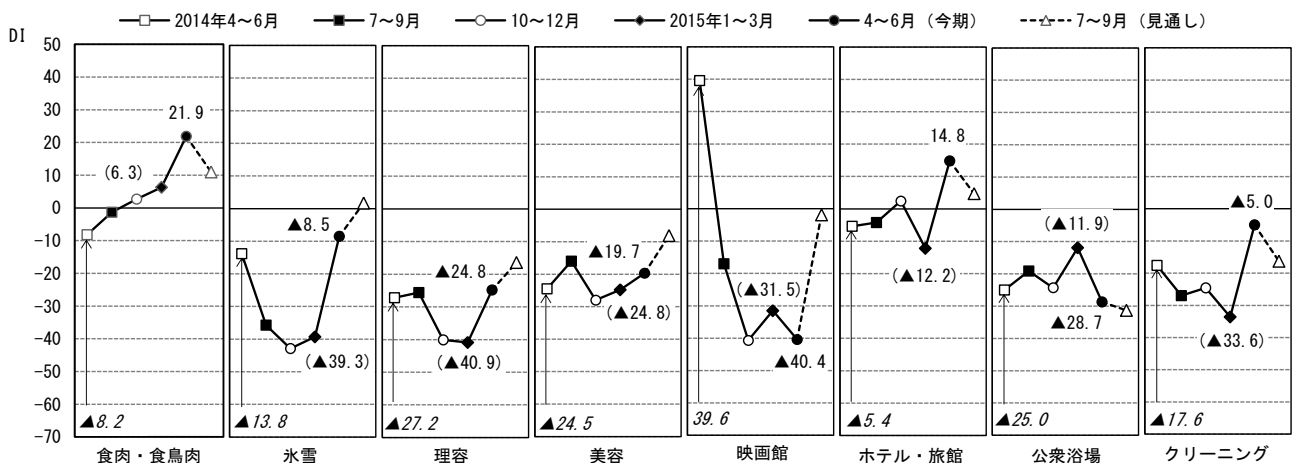
● 売上DIは、前期から12.2ポイント上昇して過去最高の▲10.6となりました。前年同期に対しては4.0ポイント上回り、9期連続で前年同期の水準を上回りました。
来期の見通しは▲7.9と2.7ポイントの上昇を見込んでいます。

図 I - 1 - ① 売上DIの推移（全業種計）



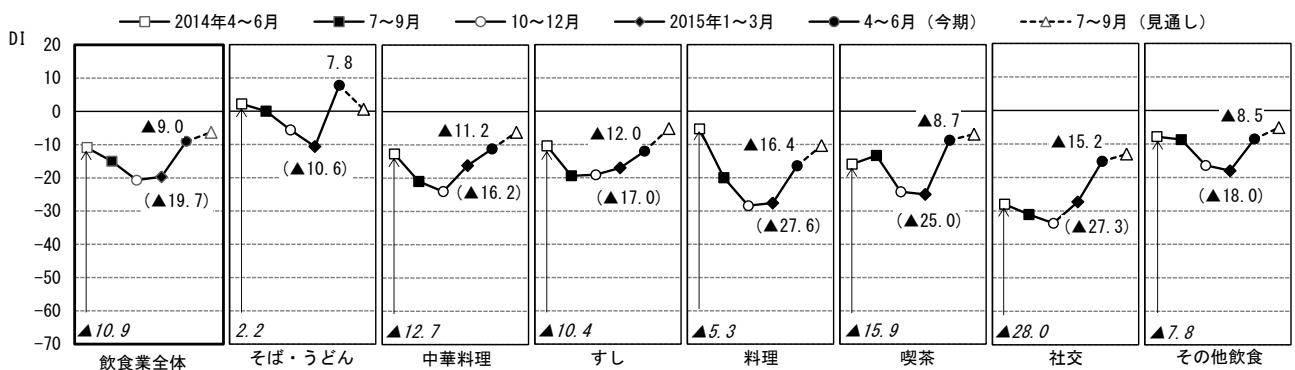
(注) 売上DI = 前年同期対比「売上増加」企業割合 - 「売上減少」企業割合

図 I - 1 - ② 業種別売上DIの推移（飲食業を除く）



(注) 数値は今期の値。なお、()内は前期、斜体は前年同期の値である。

図 I - 1 - ③ 飲食業売上DIの推移

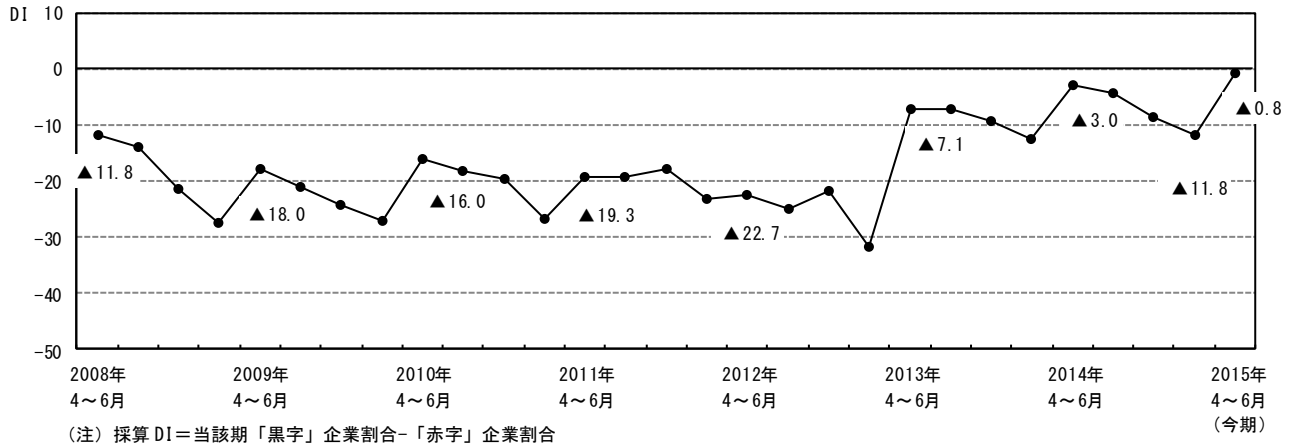


(注) 数値は今期の値。なお、()内は前期、斜体は前年同期の値である。

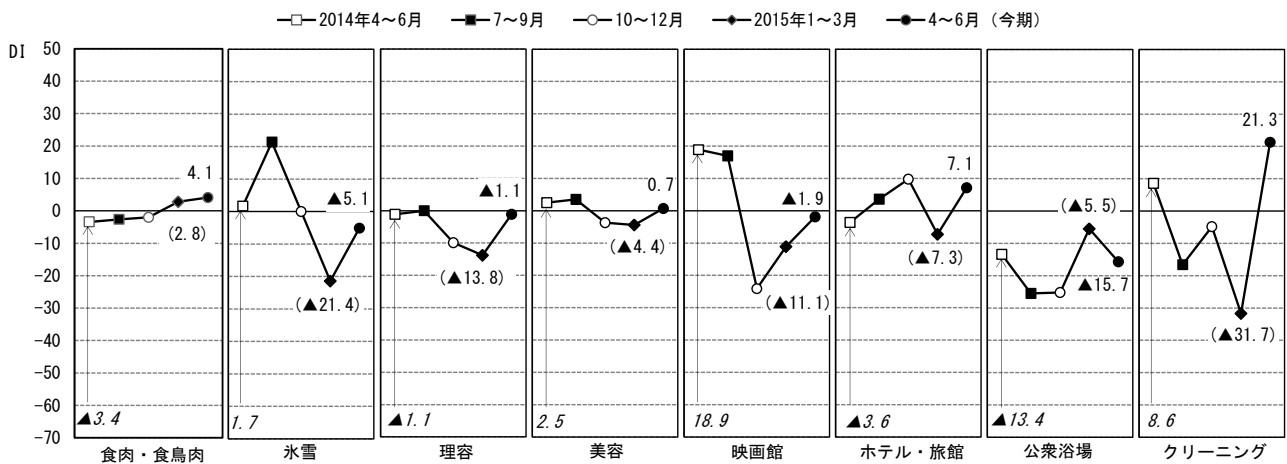
2. 採算

● 採算DIは、前期から11.0ポイント上昇して▲0.8となりました。前年同期に対しては2.2ポイント上回り、9期連続で前年同期の水準を上回りました。

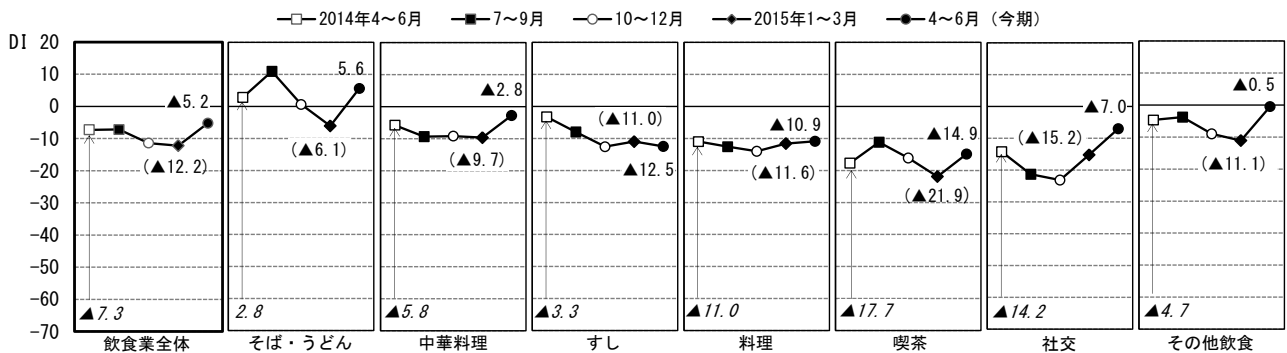
図I-2-① 採算DIの推移（全業種計）



図I-2-② 業種別採算DIの推移（飲食業を除く）



図I-2-③ 飲食業採算DIの推移



3. 業況判断

● 業況判断DIは、前期から23.9ポイント上昇して過去最高の▲7.4となりました。前年同期に対しては5.3ポイント上回り、3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▲9.2と1.8ポイントの低下を見込んでいます。

図 I - 3 - ① 業況判断DIの推移（全業種計）

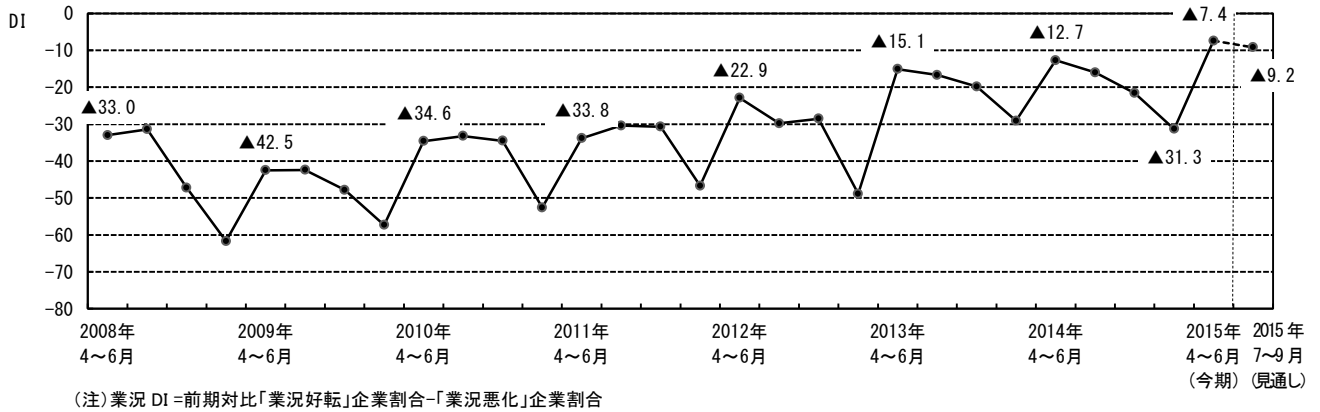


図 I - 3 - ② 業種別業況判断DIの推移（飲食業を除く）

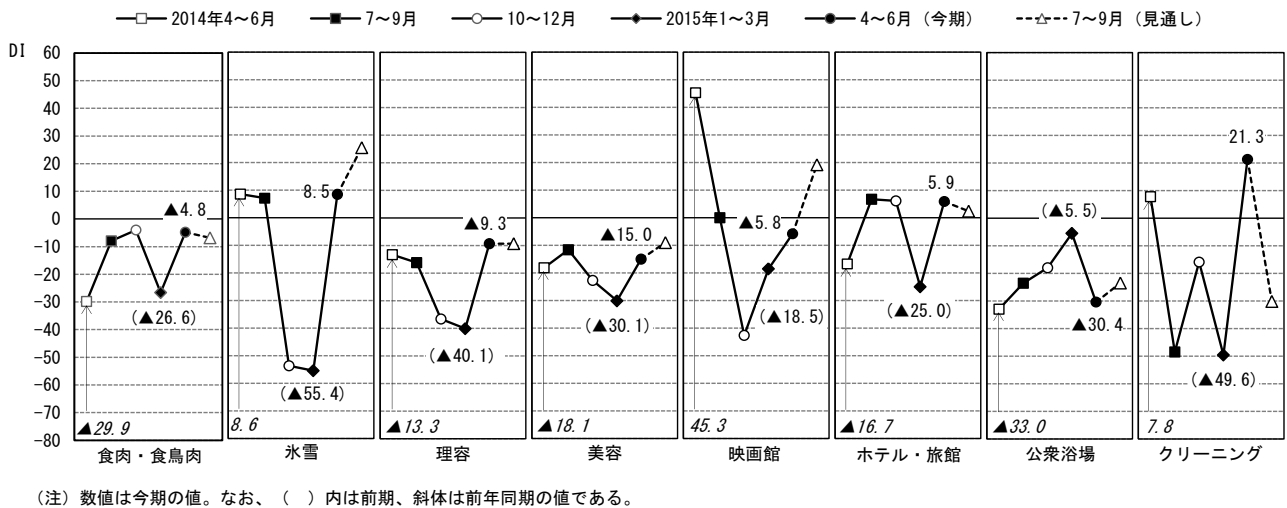
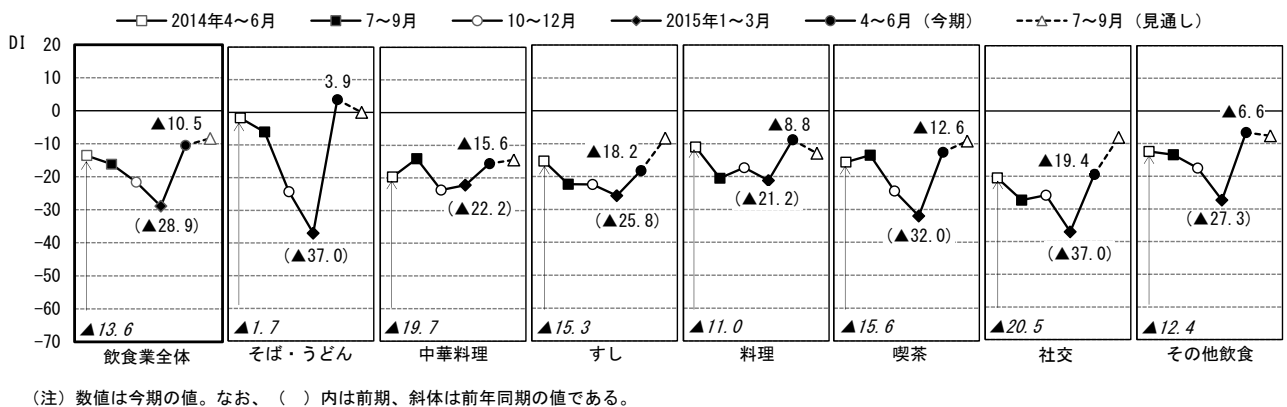


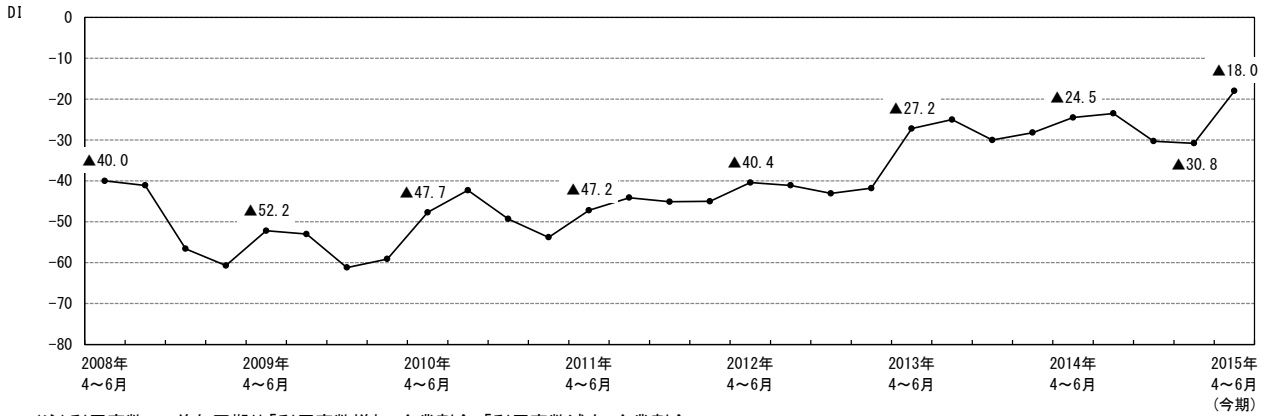
図 I - 3 - ③ 飲食業業況判断DIの推移



4. 利用客数

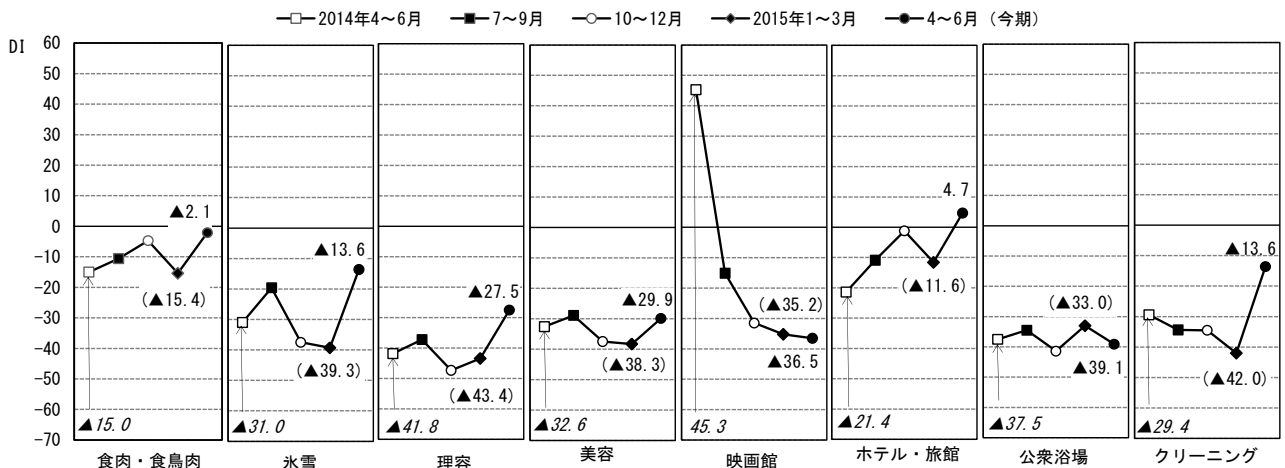
● 利用客数DIは、前期から12.8ポイント上昇して過去最高の▲18.0となりました。前年同期に対しては6.5ポイント上回り、2期ぶりに前年同期の水準を上回りました。

図I-4-① 利用客数DIの推移（全業種計）



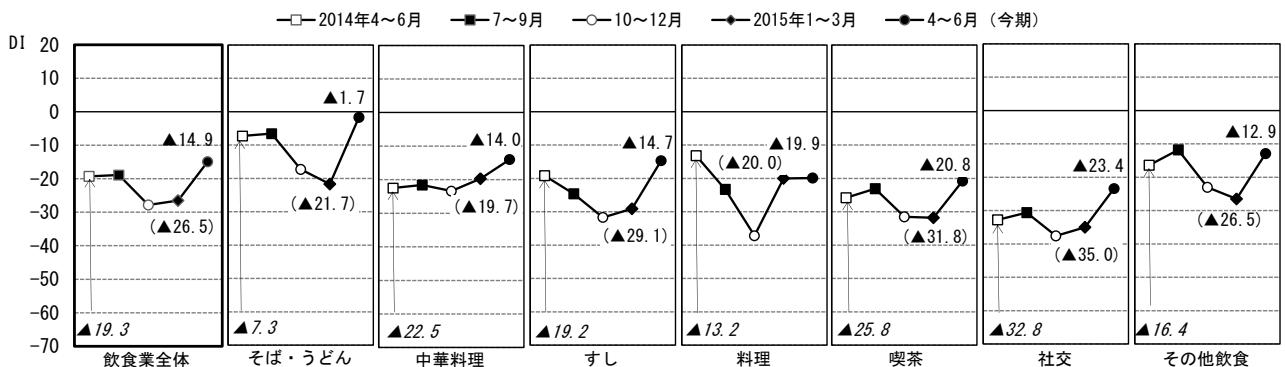
(注) 利用客数DI=前年同期比「利用客数増加」企業割合-「利用客数減少」企業割合

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、斜体は前年同期の値である。

図I-4-③ 飲食業利用客数DIの推移

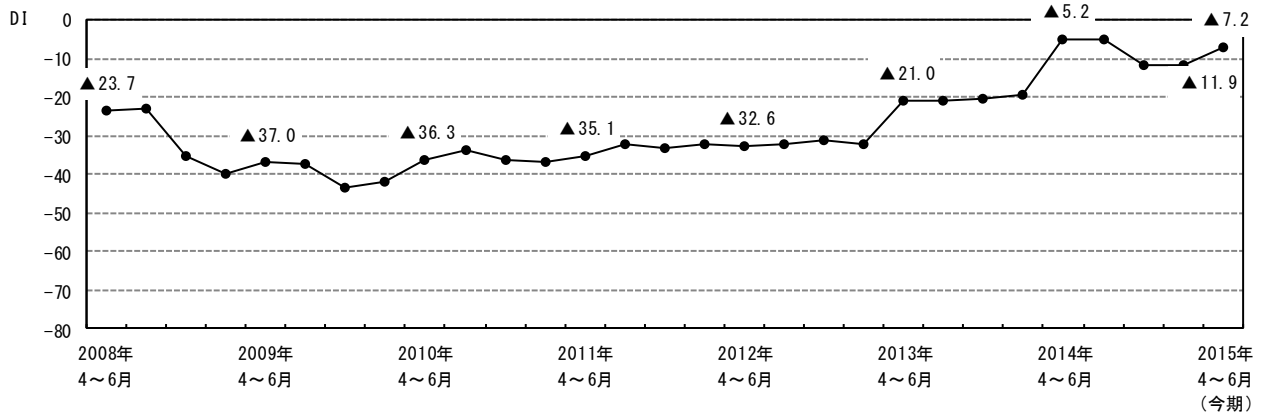


(注) 数値は今期の値。なお、()内は前期、斜体は前年同期の値である。

5. 客単価

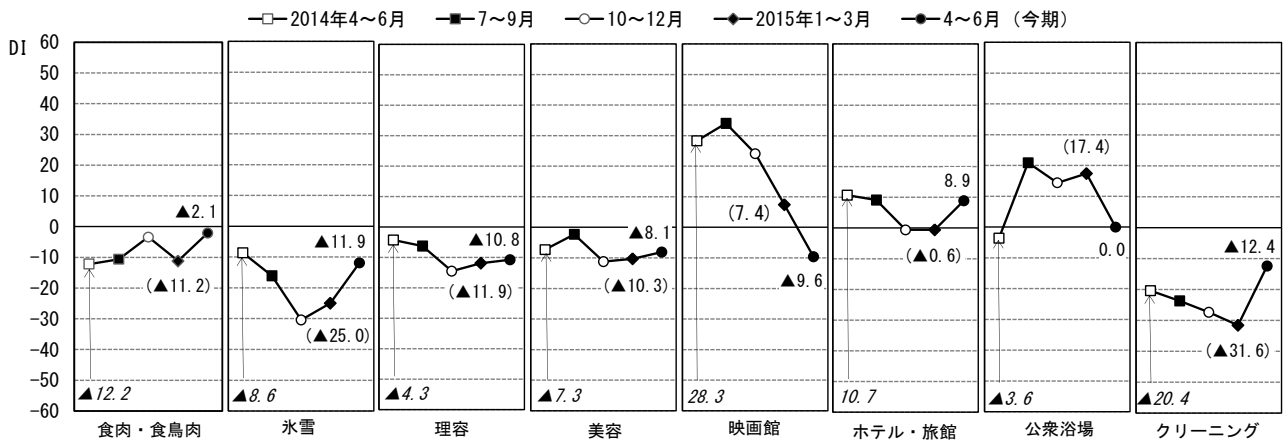
● 客単価DIは、前期から4.7ポイント上昇して▲7.2となりました。前年同期に対しては2.0ポイント下回り、9期ぶりに前年同期の水準を下回りました。

図 I - 5 - ① 客単価DIの推移（全業種計）



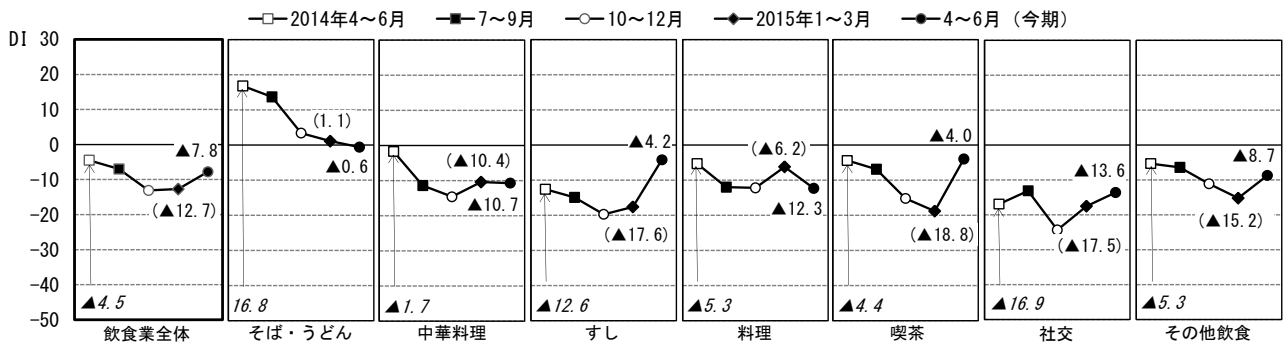
(注) 客単価DI=前年同期比「客単価上昇」企業割合-「客単価低下」企業割合

図 I - 5 - ② 業種別客単価DIの推移（飲食業を除く）



(注) 数値は今期の値。なお、()内は前期、斜体は前年同期の値である。

図 I - 5 - ③ 飲食業客単価DIの推移



(注) 数値は今期の値。なお、()内は前期、斜体は前年同期の値である。

II 設備投資の動向

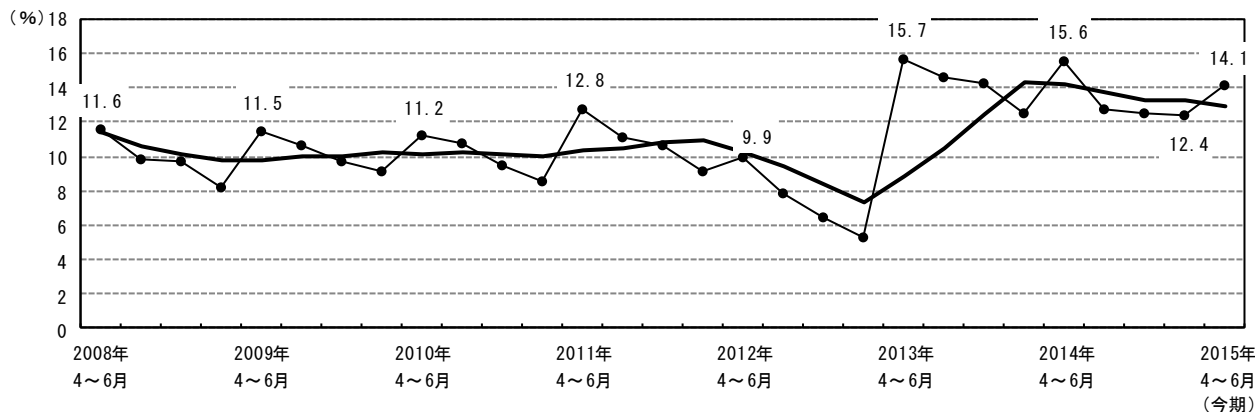
1. 設備投資の実施状況

(1) 設備投資の状況

今期（2015年4～6月期）に設備投資を行った企業の割合は14.1%と前期（12.4%）に比べ1.7ポイント上昇しました。前年同期（15.6%）に対しては1.5ポイント低下しました。

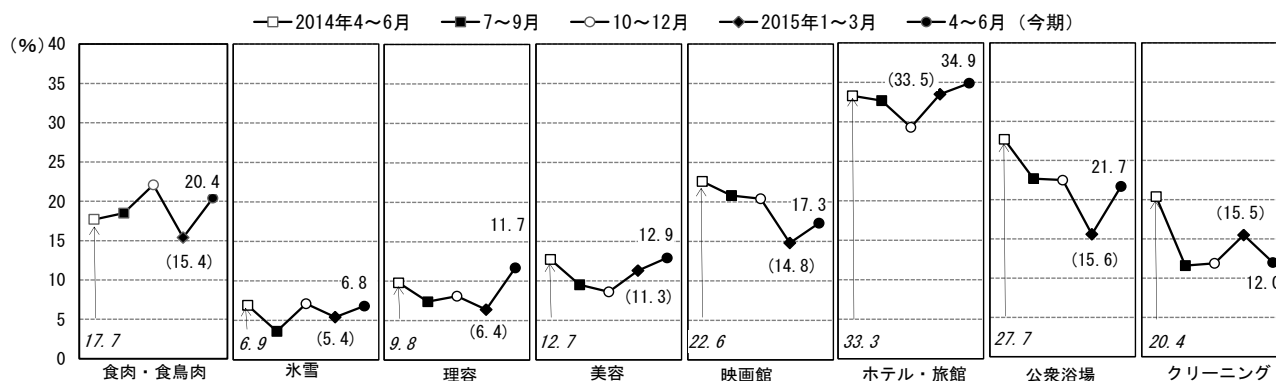
生活衛生関係営業の設備投資は、持ち直しの動きが続いています。

図Ⅱ-1-① 設備投資実施割合の推移（全業種）



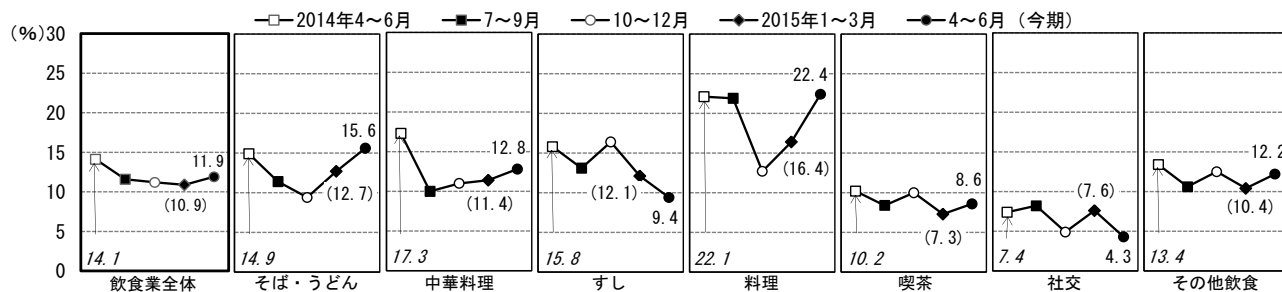
(注) 太線は4期間移動平均の推移である。

図Ⅱ-1-② 業種別設備投資実施割合の推移（飲食業を除く）



(注) 数値は今期の値。なお、()内は前期、斜体は前年同期の値である。

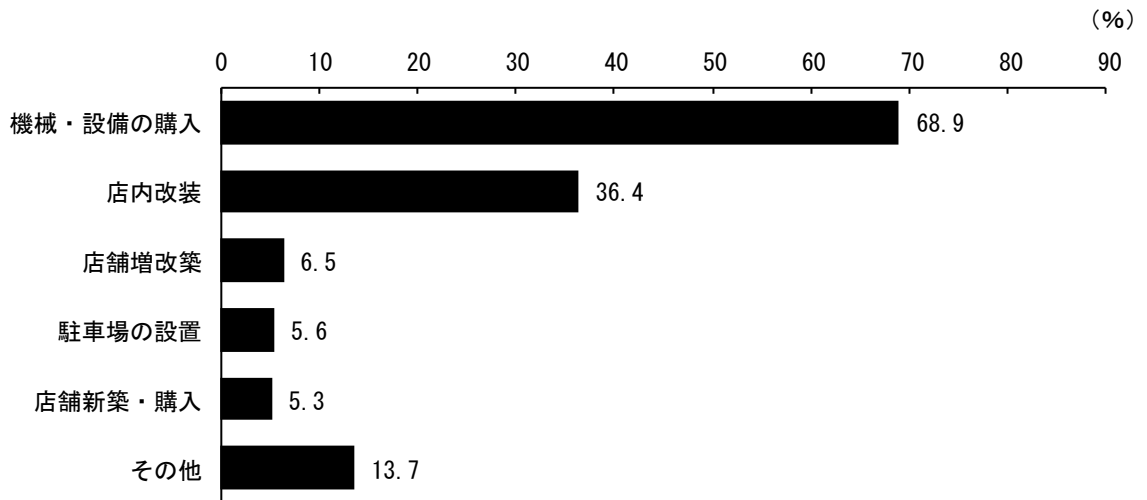
図Ⅱ-1-③ 飲食業設備投資実施割合の推移



(注) 数値は今期の値。なお、()内は前期、斜体は前年同期の値である。

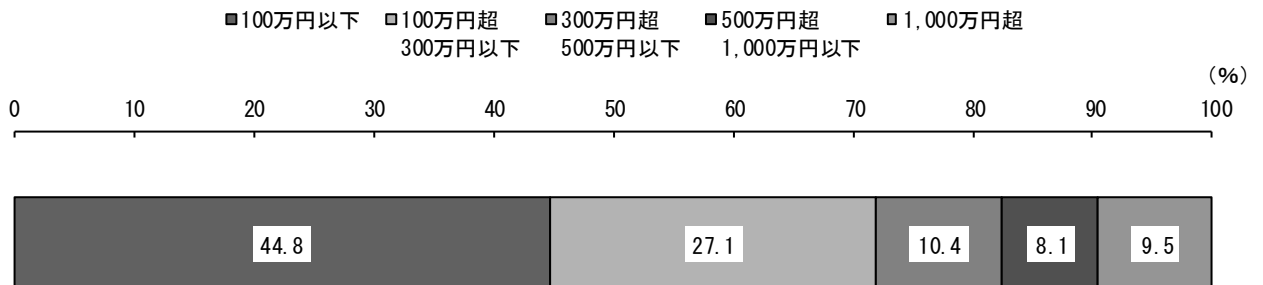
(2) 設備投資の内容

図Ⅱ－１－④ 設備投資の内容（全業種、複数回答）



(3) 設備投資金額

図Ⅱ－１－⑤ 設備投資金額（全業種）

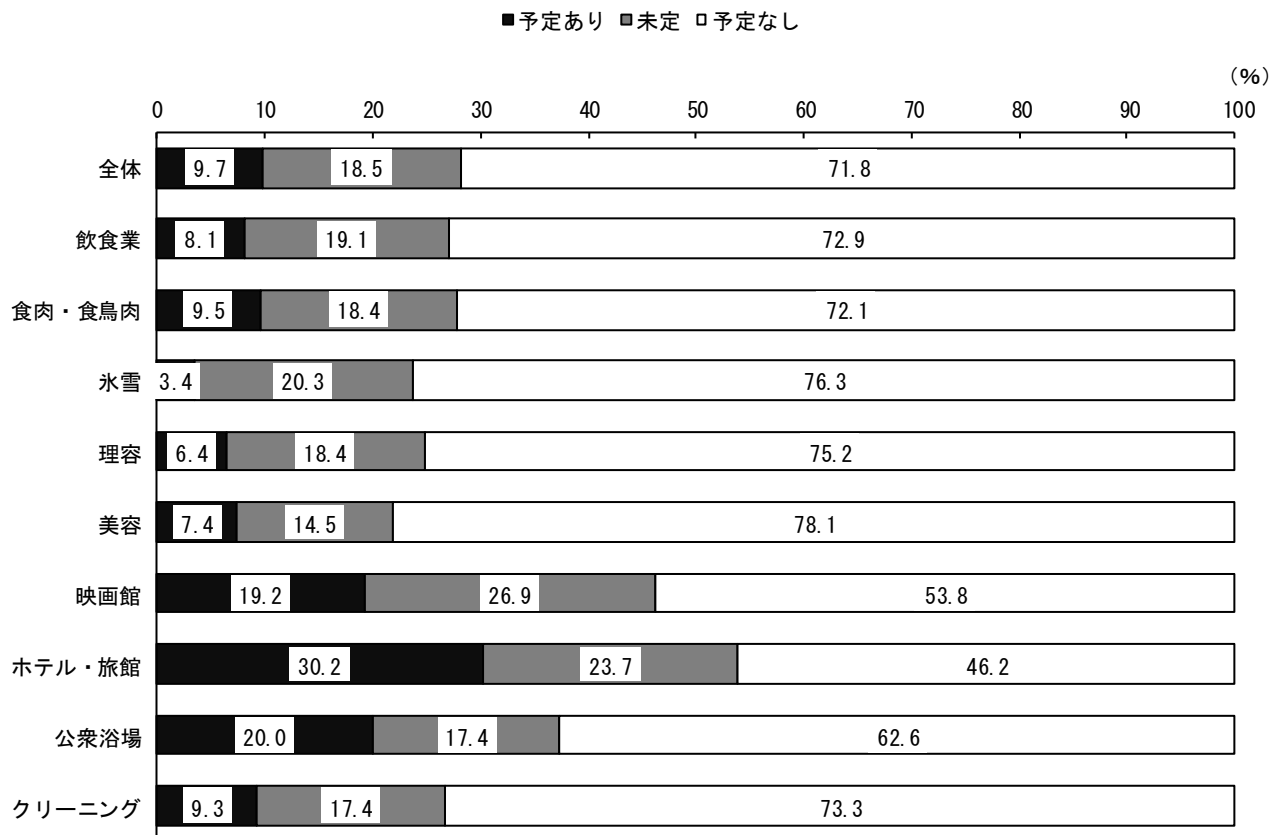


2. 来期以降1年間の設備投資計画

(1) 計画の有無

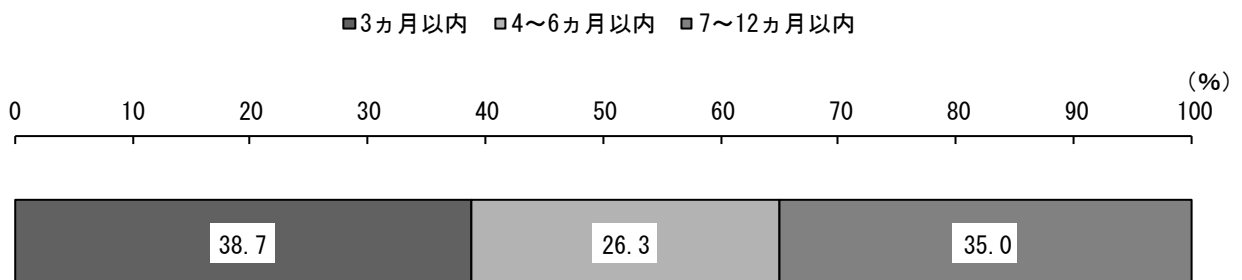
- 来期以降1年間の設備投資計画については、「予定あり」9.7%、「未定」18.5%、「予定なし」71.8%となっています。「予定あり」の企業割合は前期（8.6%）に比べ1.1ポイント上昇し、前年同期（10.0%）に対しては0.3ポイント低下しました。
- 設備投資を「予定あり」とする企業を業種別に高い順にみると、「ホテル・旅館業」30.2%、「公衆浴場業」20.0%、「映画館」19.2%となっています。

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）



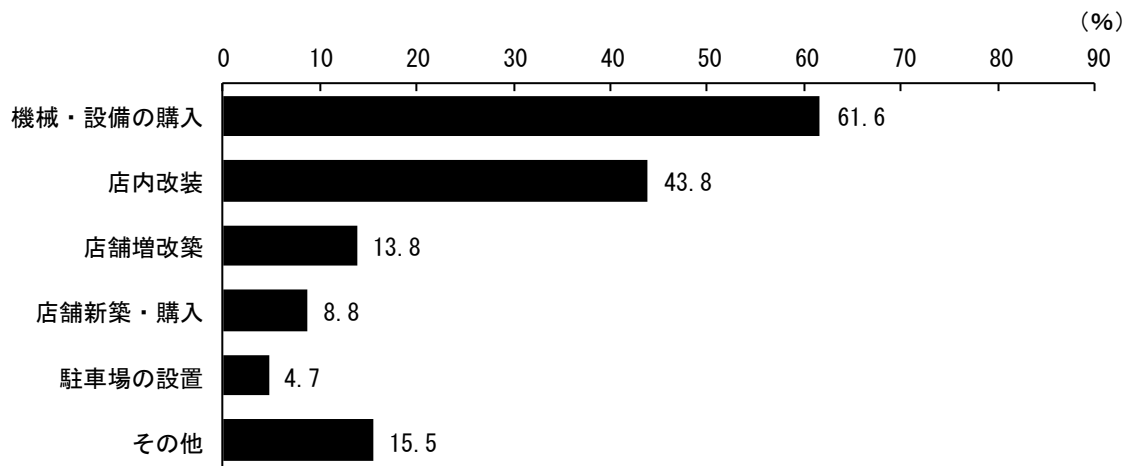
(2) 設備投資の実施予定時期

図Ⅱ-2-② 設備投資計画の実施予定時期（全業種）



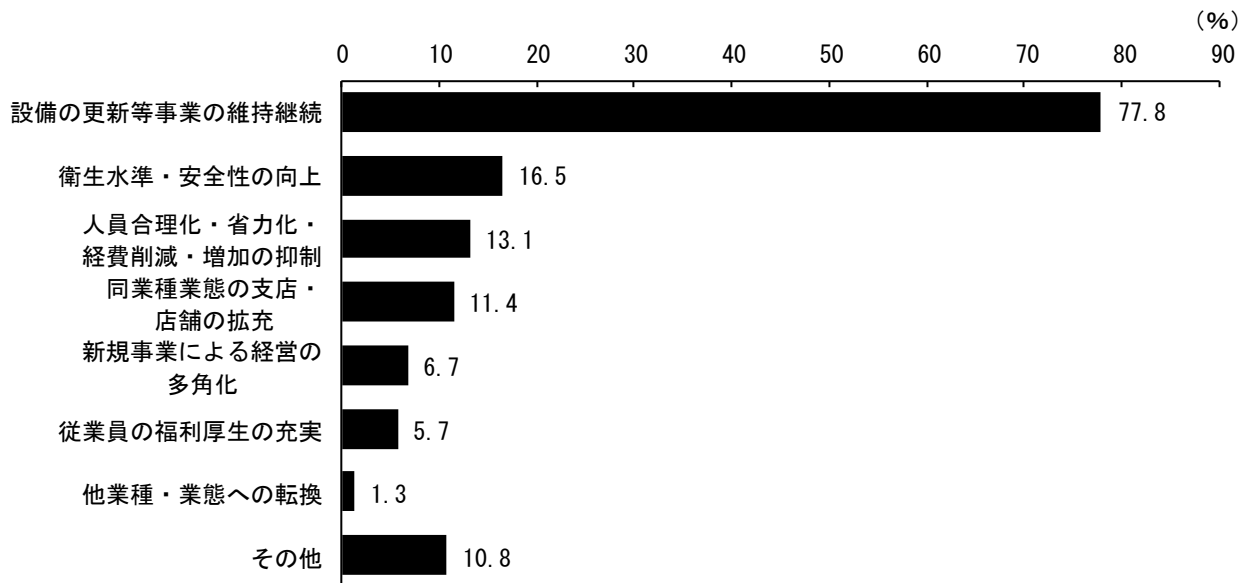
(3) 設備投資計画の内容

図Ⅱ-2-③ 設備投資計画の内容（全業種、複数回答）



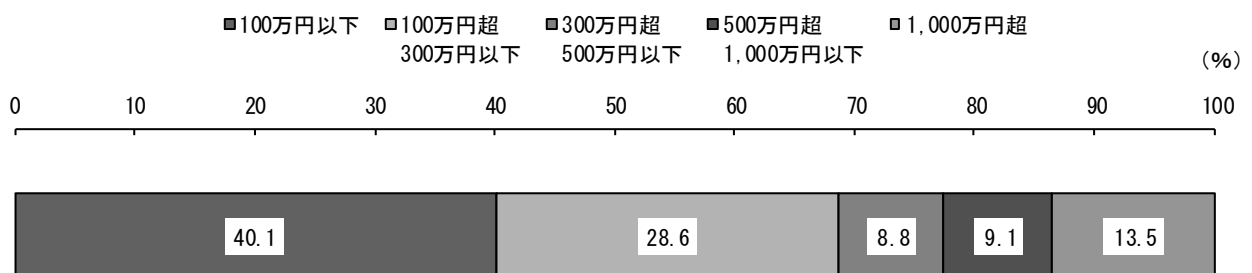
(4) 設備投資計画の動機

図Ⅱ-2-④ 設備投資計画の動機（全業種、複数回答）



(5) 設備投資予定金額

図Ⅱ-2-⑤ 設備投資予定金額（全業種）



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」50.5%、「仕入価格・人件費等の上昇を価格に転嫁困難」39.0%、「客単価の低下」22.1%、「店舗施設の狭隘・老朽化」21.8%、「従業員の確保難」20.9%となっています。
- 「ホテル・旅館業」は「店舗施設の狭隘・老朽化」、「そば・うどん店」「中華料理店」「料理店」「喫茶店」「その他飲食店」「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、2015年4～6月）

(%)

項目	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	客単価の低下	店舗施設の狭隘・老朽化	従業員の確保難	後継者難	事業資金借入難	その他	特に問題なし
業種合計	50.5	39.0	22.1	21.8	20.9	10.1	3.8	3.5	7.6
飲食業合計	43.5	51.0	21.0	18.5	23.3	9.4	4.8	2.7	6.5
そば・うどん店	35.6	59.4	16.1	21.1	28.3	9.4	3.9	1.7	3.3
中華料理店	37.4	59.2	22.9	22.9	20.7	7.3	6.1	2.2	5.0
すし店	43.8	39.1	18.2	19.3	24.0	14.6	6.8	3.1	9.4
料理店	44.2	50.3	25.9	18.4	20.4	8.8	6.1	5.4	6.1
喫茶店	51.1	55.7	13.2	21.8	18.4	11.5	2.9	2.9	5.2
社交業	56.5	33.9	31.7	10.8	23.1	4.3	4.8	2.2	12.9
その他飲食店	40.1	55.3	20.3	17.0	25.4	9.4	4.1	2.3	5.1
食肉・食鳥肉販売業	29.3	57.8	19.7	23.8	24.5	12.9	2.7	1.4	8.8
氷雪販売業	62.7	16.9	23.7	23.7	10.2	27.1	3.4	1.7	11.9
理容業	69.1	16.8	27.2	21.6	15.5	9.9	1.9	5.6	8.5
美容業	59.7	21.9	22.6	17.1	22.4	8.3	3.2	5.1	11.8
映画館	63.5	23.1	11.5	38.5	21.2	3.8	7.7	7.7	3.8
ホテル・旅館業	37.3	36.1	16.6	43.2	33.1	9.5	5.3	2.4	3.0
公衆浴場業	76.5	34.8	5.2	38.3	3.5	17.4	1.7	4.3	4.3
クリーニング業	51.2	34.5	34.5	22.5	12.8	10.1	1.9	3.1	8.5

(注)複数回答のため合計は100を超える。

(参考) 地域の特徴的な動きと経営取り組み事例

業況に対する判断理由（今期および来期見通し）から、「地域の特徴的な動き」と「経営取り組み事例（業種別）」をご紹介します。

今期：2015年4～6月期 来期：2015年7～9月期

1. 地域の特徴的な動き

(1) 北海道

	都道府県	業種	業況	判断理由
今期	北海道	ホテル・旅館業	好転	道内観光客の増加から、満室で予約を断った大手ホテルから宿泊客を紹介してもらえるようになったため業況は好転している。

(2) 北東北（青森県、岩手県、秋田県）

	都道府県	業種	業況	判断理由
今期	岩手県	その他飲食店	不変	被災地域なので現状維持に努めることが最重要ポイントである。かさ上げ地への出店計画があるため、しばらくは設備投資等も行なわず営業を継続していく。
	秋田県	料理店	好転	地方都市へ景気の波は及んでないので、経営努力により増収を確保できた。
来期	青森県	ホテル・旅館業	悪化	北陸新幹線の開通で、観光客が北陸へと向かっており、当地宿泊客の減少が懸念される。

(3) 南東北（宮城県、山形県、福島県）

	都道府県	業種	業況	判断理由
今期	宮城県	そば・うどん店	不変	当期は気温が高い日が多かったため、冷たいものが売れたが、単価は低かった。食材の価格上昇を商品へ転嫁できないのが悩み。
来期	山形県	そば・うどん店	好転	「冷たいそば」「冷やしラーメン」等山形県の麺類店は夏に強い。7月上旬からメディアに「冷たいラーメン特別企画」が取り上げられるので売上が上昇する見込み。
	福島県	その他飲食店	好転	災害復興住宅の建設完成に伴い仮設住宅入居者が引越しを始めており、現在の営業店舗の隣に1,000人規模の災害復興住宅が建設中で期待している。

(4) 北関東（茨城県、栃木県、埼玉県、群馬県）

	都道府県	業種	業況	判断理由
今期	埼玉県	その他飲食店	悪化	客数・客単価ともに減少した。これまでは、その減少幅は僅かであったが、ここきて、目に見えて減少した。連休に使うお金の確保と思うが、消費態度がより引き締まった感がある。
	群馬県	その他飲食店	不変	消費税増税が、いまだに尾を引いている。製造業が好況であると聞くが恩恵がない。周辺に住宅地が増えて来ているが、その効果もまだのようだ。
来期	茨城県	社交業	悪化	円安の影響で材料費が高くなっている。特にワインや輸入肉などは1～2年前に比べて1～3割位値上がりしている。当店は固定客が多く値上げもしづらいため利益率低下が見こまれる。

	栃木県	公衆浴場業	悪化	経費の大きい部分を占める燃料費（ガス、電気）が円安により高止まりしている。また近隣に新設されるスポーツジムには入浴施設が併設されており、銭湯利用者減少の一因となっている。
--	-----	-------	----	---

(5) 信越（新潟県、長野県）

	都道府県	業種	業況	判断理由
今期	長野県	そば・うどん店	好転	今期は善光寺ご開帳の特殊要因のため、大幅な売上増であった。
来期	新潟県	そば・うどん店	好転	NGT48 の話題で町が盛り上がってきている。オープンは10月だが記者会見や発表会には県外からのお客様が増えており効果を期待している。

(6) 南関東（東京都、千葉県、神奈川県、山梨県）

	都道府県	業種	業況	判断理由
今期	千葉県	すし店	悪化	5月からプレミアム商品券が使用開始になったが、当店では常連さんが使用するだけで新規客は見当たらないので、売上増加効果がない。
	神奈川県	ホテル・旅館業	悪化	箱根大涌谷の火山活動の影響から、予約のキャンセルなど宿泊・利用客が減少したため、今期の業況は悪化した。
	山梨県	食肉販売業	不変	伝染病や円安の影響で国内産の農畜産物・輸入品ともに価格が上昇し収益を圧迫している。他社との競合もあり、得意先への値上げ交渉が思うように進んでいないのが現状である。
来期	東京都	冰雪販売業	好転	天候に左右されやすいので予断は許さないが、カキ氷ブームが引き続き期待できることと、屋外イベントが堅調に推移すると見込まれるため。

(7) 北陸（富山県、石川県、福井県）

	都道府県	業種	業況	判断理由
今期	石川県	その他飲食店	好転	金沢駅の改装により、お客様が利用できるスペースが一時的に縮小されたが、北陸新幹線の開業により集客が多く売上増につながった。
	福井県	その他飲食店	好転	好転材料はITの活用が本格的になってきたことと、昨年の小浜若狭の高速道開通に伴い中国・四国地方からの観光バス客が増加していることがあげられる。

(8) 東海（岐阜県、静岡県、愛知県、三重県）

	都道府県	業種	業況	判断理由
来期	岐阜県	料理店	不変	自治体が実施するプレミアム商品券の利用店に参加する予定なので期待しているが、その利用が生活必需品にまわる可能性があり、外食費につながるか不確実である。
	静岡県	その他飲食店	悪化	安易に価格変更が出来ないので、仕入の上昇を随時転嫁できない。とにかく円安方向で、輸入物価の上昇が激しい。油、パン粉、小麦粉等あらゆるものの値上がり当分の間続くと思われる。
	愛知県	すし店	不変	自動車関連の会社が多い地域にあるので、消費態度がやや緩んできた気がするが、数字に現れるまでには時間がかかる。

	三重県	ホテル・旅館業	不変	伊勢神宮の遷宮に続き、来年志摩でのサミットが決まったことは、明るい材料だが、同じ三重県でも伊賀方面でお客様が増えるかは疑問。
--	-----	---------	----	--

(9) 北近畿（滋賀県、京都府、兵庫県）

	都道府県	業種	業況	判断理由
今期	滋賀県	ホテル・旅館業	好転	4月・5月は個人旅行の外国人宿泊客が増加したので業況は好転した。
	京都府	美容業	不変	消費税増税で顧客ニーズに変化があり、低料金店への志向が目立つように思われる。大型店もチラシでディスカウントを打ち出してきているので、新規の来店客をとるのはなかなか難しい状況。
	兵庫県	そば・うどん店	悪化	主な客層であるタクシー運転手の売上減少の影響で来店数の減少につながっている。また、消費税アップで仕入れ代金が上昇したが価格に転嫁できず業況は悪化した。

(10) 南近畿（大阪府、奈良県、和歌山県）

	都道府県	業種	業況	判断理由
今期	大阪府	ホテル・旅館業	不変	昨年来続いているインバウンド旅行客の流れが好調で、客室稼働率も高い。しかし、これ以上の稼働率のアップは不可能なところまで来ており、結果として業況は「不変」と判断せざるを得ない。
	奈良県	その他飲食店	不変	外国人観光客による売上は増えたが、一部マナーの悪い団体がおり、常連客が入りづらくなっている。
来期	和歌山県	喫茶店	好転	県陸上競技場前で営業しており、9月末から和歌山国体が開催されるため、その期間は大幅な売上増が見込まれる。

(11) 中国（鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県）

	都道府県	業種	業況	判断理由
今期	鳥取県	クリーニング業	好転	大学生の就活と衣替えの時期が重なり、冬物衣類や背広等の持ち込みが多くあった。
	島根県	そば・うどん店	好転	尾道松江線全開通による瀬戸内周辺からの観光客が増加した。また、松江城の国宝化により高齢者のグループ旅行者が多くなった。
	山口県	ホテル・旅館業	好転	季節的な要因が大きいですが、NHK大河ドラマ「花燃ゆ」の影響とみられる来客が増えてきたようだ。
来期	岡山県	ホテル・旅館業	好転	現時点での予約状況は、客数ベースで前年同時期の45.6%と半分に達しない状況であるが、前年度と比較して追い風となる外部環境（ふるさと旅行券、プレミアム商品券、岡山空港利用拡大のための助成金、9月のシルバーウィークの日並びが良い事等）が整っているため好転が期待できる。
	広島県	すし店	悪化	原材料の高騰により価格を変更したため売上は見掛けでは上がった。しかし、仕入れ価格が予想外に高く喜べる状況にない。また新規顧客の確保や顧客の来店回数も上がらない中、新たな消費税の増税も消費者の購買意欲を削る。

(12) 四国（徳島県、香川県、愛媛県、高知県）

	都道府県	業種	業況	判断理由
今期	徳島県	理容業	不変	四国霊場開創 1200 年で昨年頃から来県する外国人が増えており、店にも外国人が来るようになった。10ヶ月前からはじめた英会話が幸いしてコミュニケーションがとれるようになり、外国人のお客様が SNS にアップしてくれた。それを見た方が週 1～2 人くらいの割合で来店してくれるようになったので、好転まではいかないが業況はまずまずであった。
	高知県	ホテル・旅館業	悪化	ハウス系ブライダル業者を含む過当競争となっており、従来の婚礼数を確保できなかった事が主要因と考えている。
来期	香川県	そば・うどん店	好転	台湾からのインバウンド効果で毎日 100 名～200 名の来店があり、好転継続が期待できる。
	愛媛県	すし店	好転	外国人観光客の来店が増加している。ツアーに組み込まれている場合が多く、まずまずの人気を得ている。旅行会社からの商談も増えており、松山・道後温泉に話題性が出ればもっとよくなると思う。

(13) 九州北（福岡県、佐賀県、長崎県、大分県）

	都道府県	業種	業況	判断理由
今期	佐賀県	理容業	不変	近隣の複数の同業店が高齢で休業・廃業し、本来は増加してもよい新規の顧客が遠方の低価格店に流れているようで、転居などによる自然減を埋める程度の売上であった。
	長崎県	ホテル・旅館業	好転	夜景観光の伸びに加え、世界遺産登録予定の影響で観光面の伸びが良好であった。ビジネス客の面では三菱造船の客船建造により長期宿泊客があり堅調であった。
	大分県	社交業	好転	大分駅ビル進出効果で関係者の来店がみられるようになった。
来期	福岡県	その他飲食店	不変	地方創生資金で北九州市が 40 億円の「プレミアム商品券」を発行する計画があり、受入先に地元飲食業界が参入を申込んでおり、その効果に今後期待している。

(14) 南九州（熊本県、宮崎県、鹿児島県）

	都道府県	業種	業況	判断理由
今期	熊本県	中華料理店	悪化	人口減少による影響を大きく受けている。少しずつだが、世界遺産登録候補地、崎津天主堂の見学者が増え、観光客が流れて来て昼食などの利用もあるので期待している。
	鹿児島県	その他飲食店	悪化	歓送迎会やゴールデンウィークの来店客数は増加したが、週末のお客様がそれほどでもなく、トータルとしてトントンだった。また、店舗が JR 鹿児島中央駅近辺なので外国人観光客のお客様が増加している。
来期	宮崎県	ホテル・旅館業	好転	東九州自動車道の大分間が開通したので、大分方面からのお客様の増加が期待できる。国の地方創生事業「ふるさと旅行券」事業が行われる事になり、県内客はもとより県外客、スポーツ関係客への誘致にも大きく寄与することと思われる。

2. 経営取り組み事例（業種別）

業種	都道府県	内容
そば・うどん店	埼玉県	業況が変わるほどではないが、麺類組合の地区別対抗戦国メニューバトルのグランプリメニューを当店の新規メニューに加えたところ、お客様から大変喜ばれた。
中華料理店	岩手県	郊外店舗なので、ラーメン餃子専門店を強く打ち出していた。また、夜が伸びないので焼肉を始めたところ、好評で前年比16%アップした。周りはラーメンチェーン店があるが、10~20人くらい集まって宴会出来る場所がないので、プレハブの改築等で宴会のできるスペースを設け、アルコール類が出るとぐんと売上もアップするだろう。
すし店	岐阜県	組合事業に参加し、新聞報道などに取り上げられたことによって、ご来店のお客様に「記事を見た」とよく声をかけられる。報道の影響もあり、好転したと思われる。
料理店	福岡県	インターネットで精進料理やベジタリアン料理などの外国語表示メニューを掲載しており、また、円安も手伝ってか、ホテル・旅行会社から外国人観光客の予約が増加している。特に1万円以上の高級コースが売れ筋である。
喫茶店	宮城県	英語版メニューを店頭看板・店内に置き、ホームページでも周知する。ベビーカーや車椅子にも対応させていき幅広い層に紅茶を楽しんでいただく。
社交業	岩手県	メニュー表を新しく作り替え、見やすくするとともにお酒やコーヒーに対し初心者にも”通”の方にも対応できる内容とした。新メニューが定着する頃だと思うので好転すると思われる。
その他飲食店	愛媛県	3月から「ランチパスポート」に参加中。顧客数・売上は伸びた一方で利益率は悪化し、忙しい思いをして以前と同じ利益だった。そこで、プレミアム商品（通常より高い）を考案し売り出し、13時以降のお客には1品追加サービスを行った。そのおかげで、売上、利益とも増加した。
食肉販売業	北海道	品質・価格による差別化に加えて、プライベートブランドの開発に力を入れ、より差別化を図っていく。
食鳥肉販売業	岡山県	新規に鶏肉料理店を開店し経営の多角化を図った。売上は増加しており、順調な滑り出しとなった。
冰雪販売業	神奈川県	夏季の繁忙期を迎えるにあたって、店舗を新築して販売力を強化できたことから、今期以上の売上増加を見込んでおり、明るい見通しとなった。
理容業	茨城県	介護施設にアプローチを続けたところ、オーナーとの契約にこぎ着けることができ、出張理容の客が増加した。
美容業	岡山県	美容技術者が育成できている。現在は、好調のまつ毛エクステ中心だが、ネイルやメイクにも技術を広げていく。客層も広がってくると期待している。
映画館	大阪府	当期は、上映作品の監督や出演者による舞台挨拶等の機会を増やし、話題性を高めることに注力した。この結果、来場客数が僅かながら増加（前期比10%未満）し、業績の維持につながった。
ホテル・旅館業	北海道	札幌への転勤者をターゲットに、前任者の退去の都合による短期宿泊客の獲得を目指して不動産屋へ営業を行なったところ、紹介があり売上が増加した。
公衆浴場業	鳥取県	例年、客数が少なくなるこの時期を利用してまとまった休業日を取り、全館メンテナンスを実施している。売上としては減少するが、メンテナンス後の声として「きれいになって気持ち良い」と好評である。この時期以外は無休なので、従業員にも好評である。
クリーニング業	神奈川県	横浜市経済局の後援で作成した「ハマの職人」というPRのDVDの中で、当店がモデル店のひとつとして放映された。このため知名度のアップに効果があり売上増加に結びついており、来期も順調な推移を見込んでいる。また、景気上昇の波が、営業にも少しずつ波及していると思っている。