

生活衛生関係営業の景気動向等調査結果

－2015年7～9月期－

I 景気の動向

緩やかに持ち直しの動きが続く生活衛生関係営業の景況

今期（2015年7～9月期）の業況判断、売上、採算の各D Iは、それぞれ▲13.5（前期比6.1ポイント低下）、▲14.4（同3.8ポイント低下）、▲2.3（同1.5ポイント低下）となりました。前年同期に対しては、業況判断D Iは2.5ポイント、売上D Iは2.3ポイント、採算D Iは2.1ポイント上昇しました。

生活衛生関係営業の景況は、緩やかに持ち直しの動きが続いています。

また、来期の業況判断D Iの見通しは▲10.4（3.1ポイント上昇）、売上D Iの見通しは▲10.9（3.5ポイント上昇）となっています。

（注）D I＝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9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	3,054企業（回答率94.8%）			
（業種内訳）	飲食業	1,448企業	映画館	56企業
	食肉・食鳥肉販売業	146企業	ホテル・旅館業	170企業
	氷雪販売業	55企業	公衆浴場業	114企業
	理容業	374企業	クリーニング業	255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。

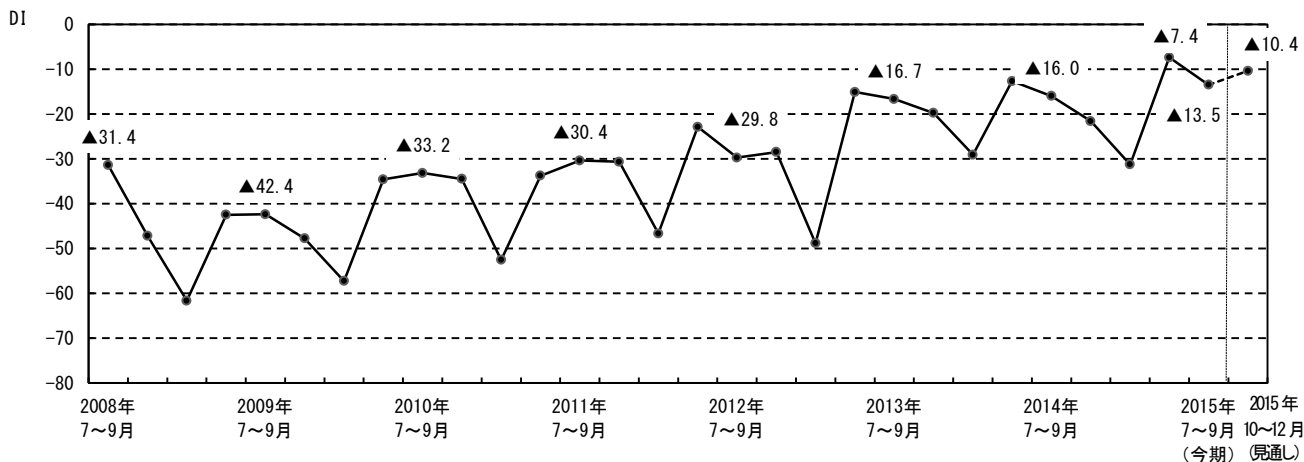
【本調査における留意事項】

- ・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. 業況判断

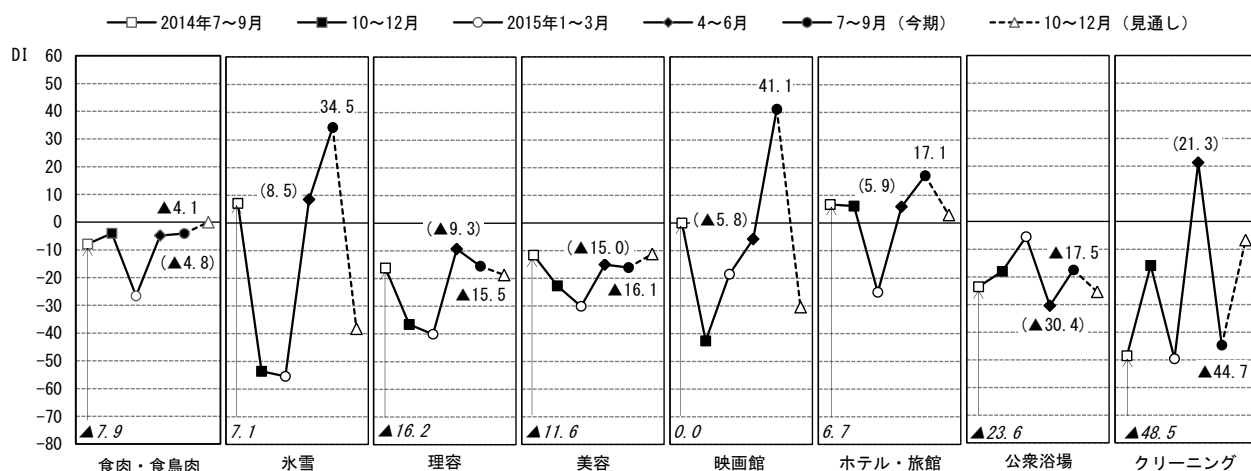
● 業況判断DIは、前期から6.1ポイント低下して▲13.5となりました。前年同期に対しては2.5ポイント上回り、2期連続で前年同期の水準を上回りました。
来期の見通しは▲10.4と3.1ポイントの上昇を見込んでいます。

図 I - 1 - ① 業況判断DIの推移（全業種計）



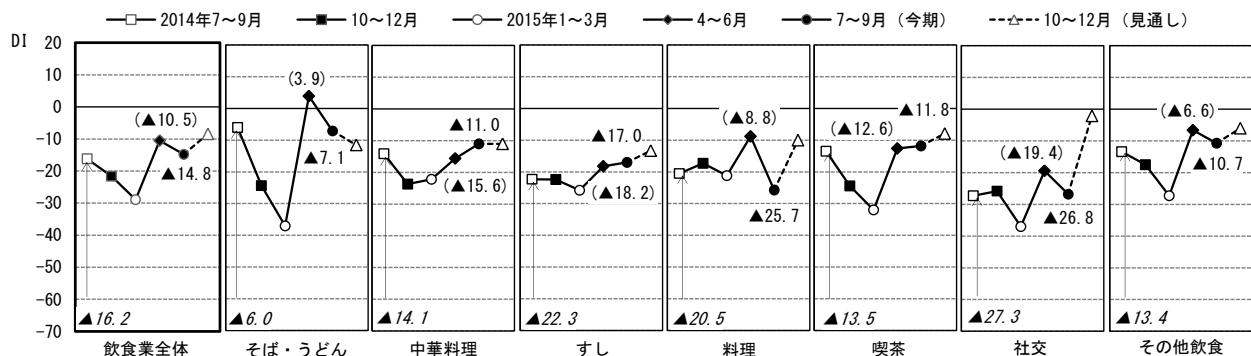
(注) 業況判断DI=前期対比「業況好転」企業割合-「業況悪化」企業割合

図 I - 1 - ② 業種別業況判断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 飲食業業況判断DIの推移

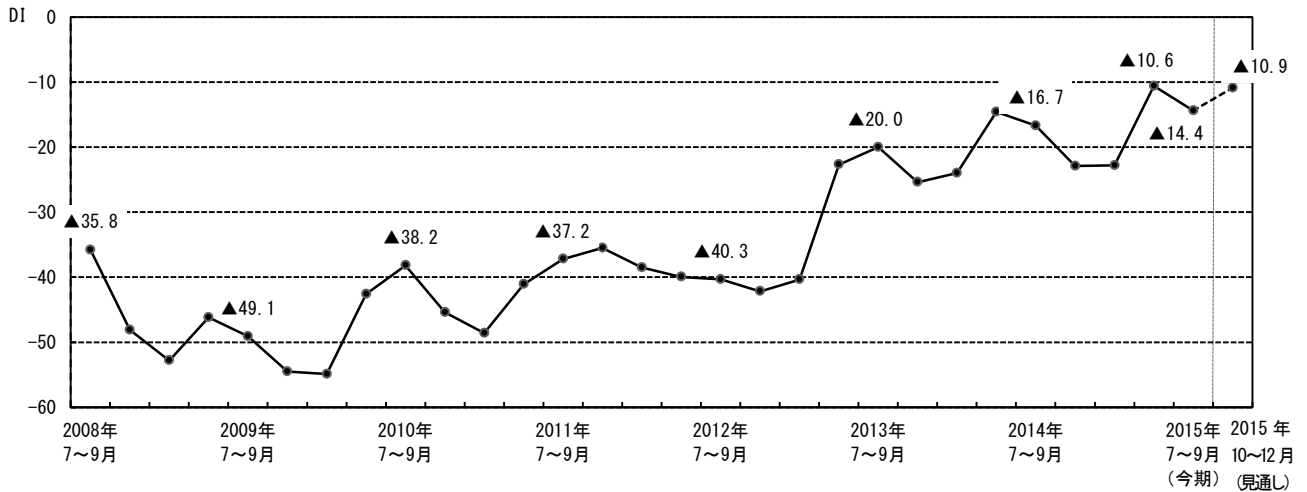


(注) 数値は今期の値。なお、()内は前期、斜体は前年同期の値である。

2. 売上

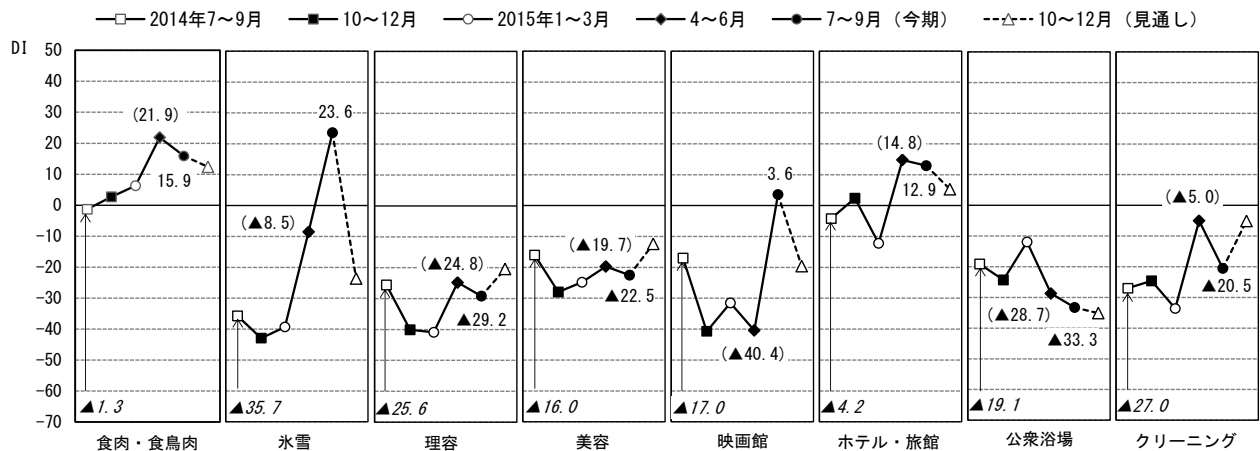
● 売上D Iは、前期から3.8ポイント低下して▲14.4となりました。前年同期に対しては2.3ポイント上回り、10期連続で前年同期の水準を上回りました。
来期の見通しは▲10.9と3.5ポイントの上昇を見込んでいます。

図 I - 2 - ① 売上D Iの推移（全業種計）



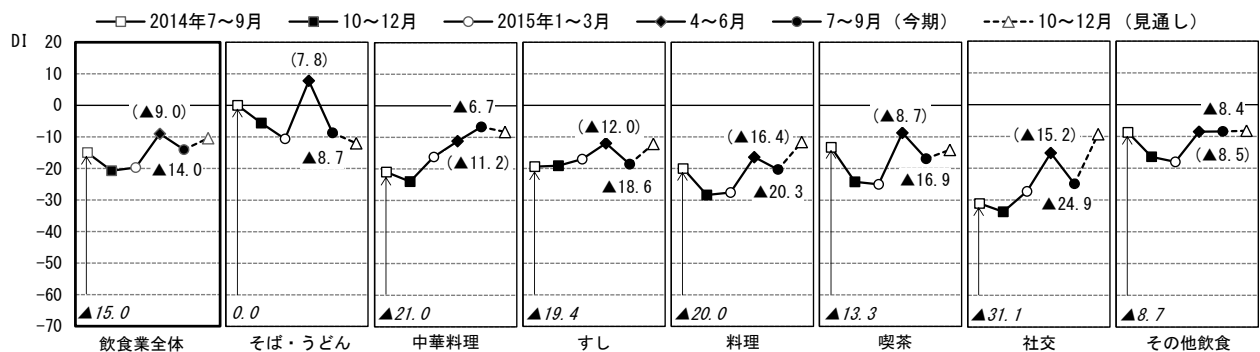
(注) 売上D I = 前年同期対比「売上増加」企業割合 - 「売上減少」企業割合

図 I - 2 - ② 業種別売上D I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 - 2 - ③ 飲食業売上D Iの推移

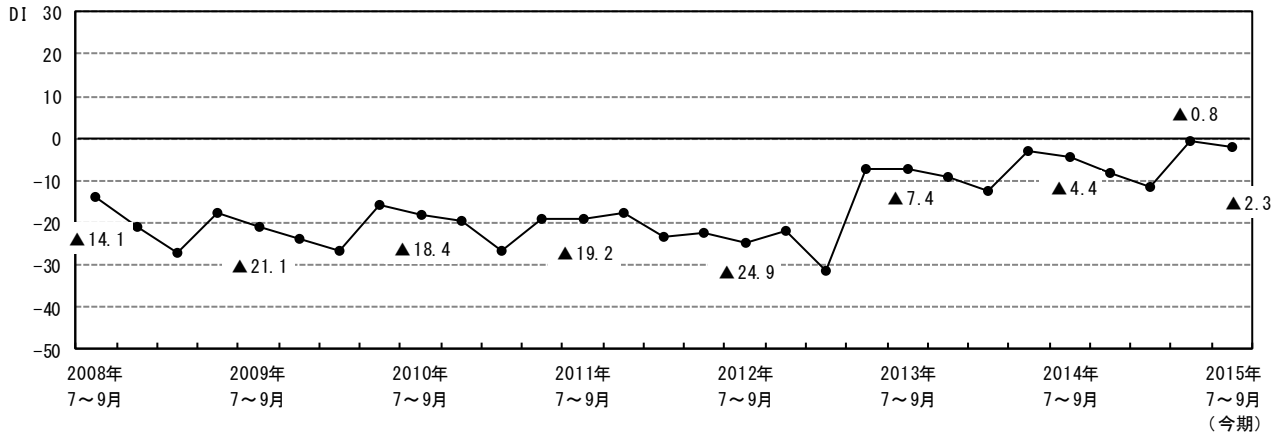


(注) 数値は今期の値。なお、()内は前期、斜体は前年同期の値である。

3. 採算

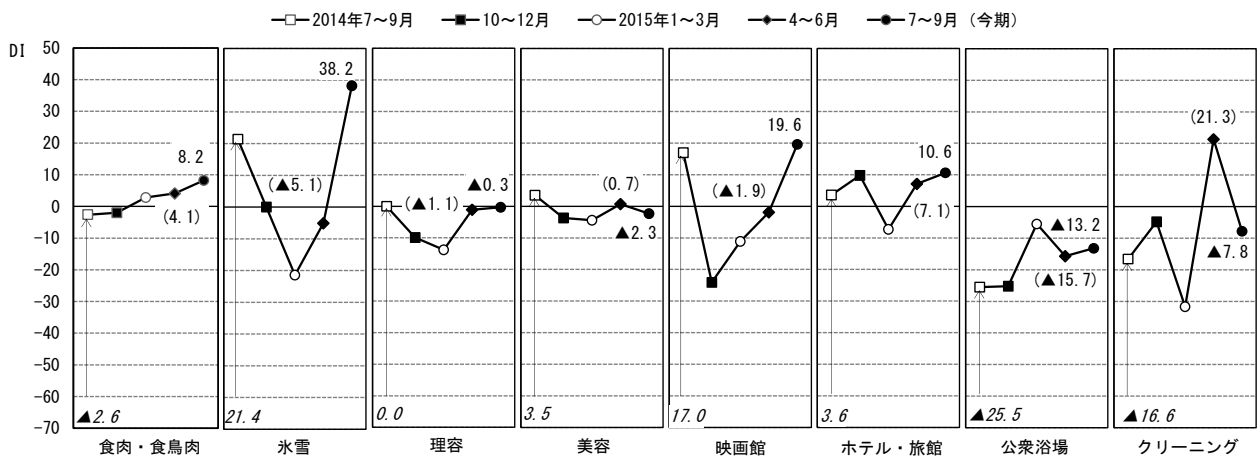
● 採算DIは、前期から1.5ポイント低下して▲2.3となりました。前年同期に対しては2.1ポイント上回り、10期連続で前年同期の水準を上回りました。

図 I - 3 - ① 採算DIの推移（全業種計）



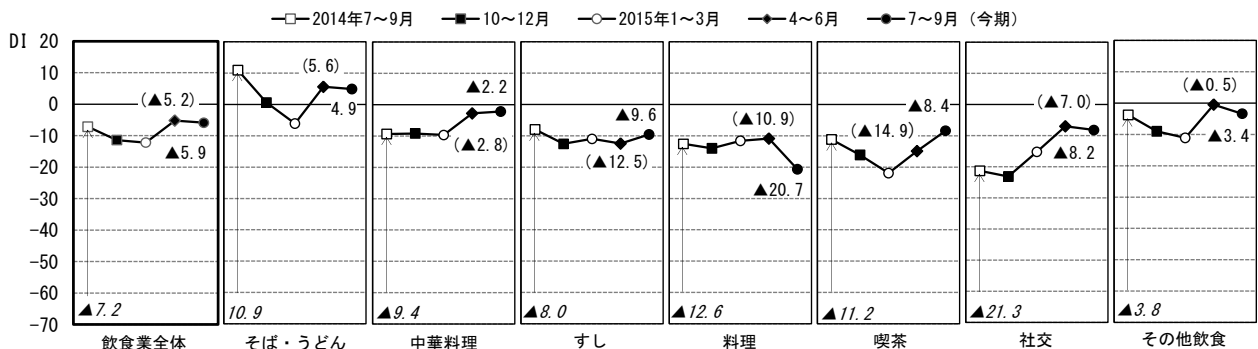
(注) 採算DI = 当該期「黒字」企業割合 - 「赤字」企業割合

図 I - 3 - 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、斜体は前年同期の値である。

図 I - 3 - ③ 飲食業採算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。

4. 利用客数

● 利用客数D Iは、前期から1.1ポイント低下して▲19.1となりました。前年同期に対しては4.4ポイント上回り、2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D Iの推移（全業種計）

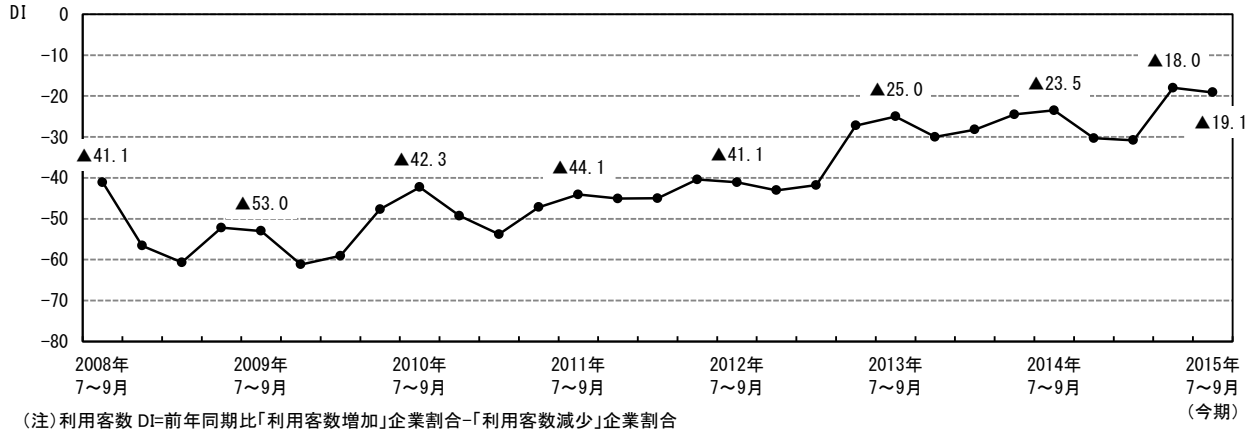


図 I - 4 - ② 業種別利用客数D Iの推移（飲食業を除く）

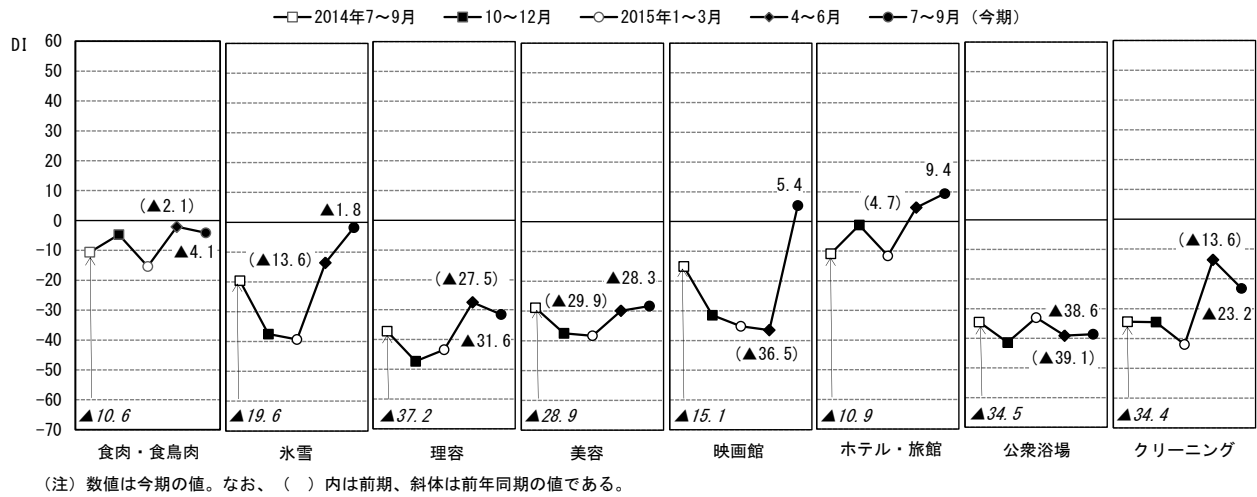
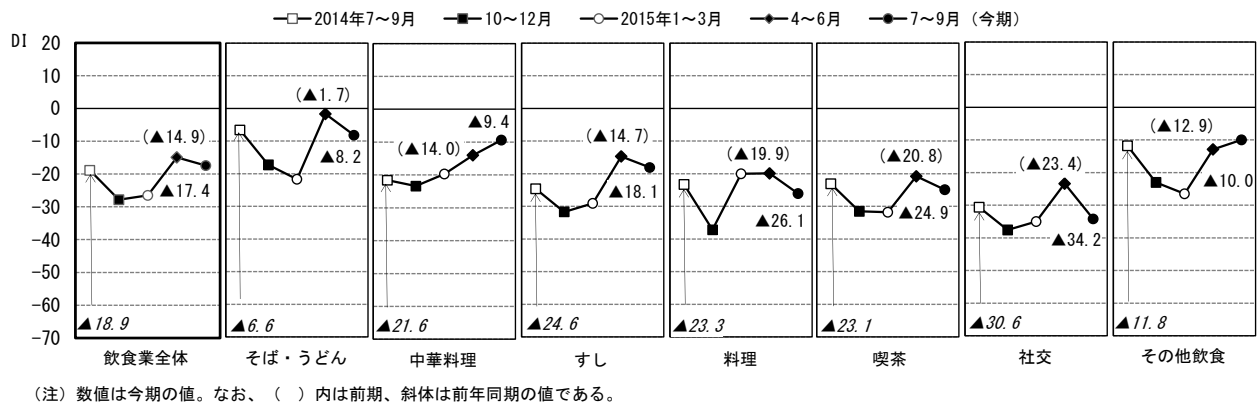


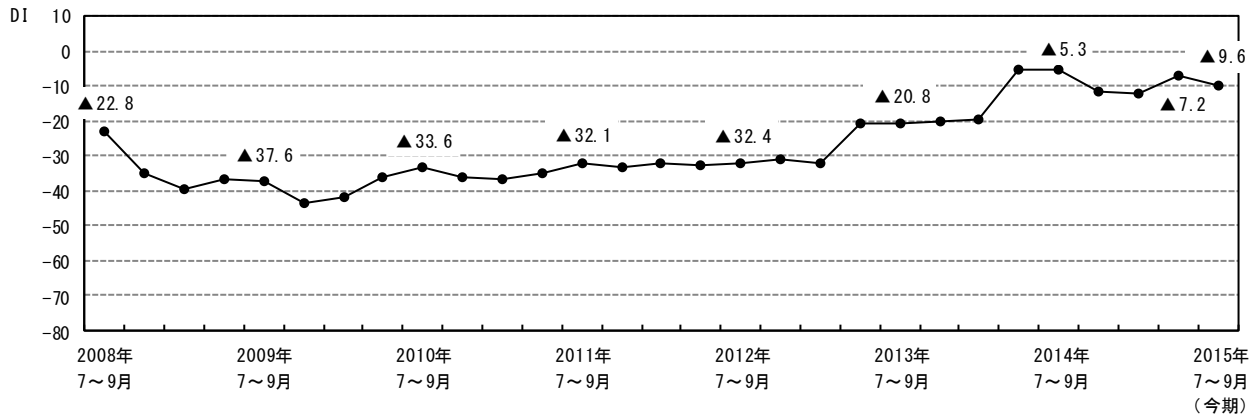
図 I - 4 - ③ 飲食業利用客数D Iの推移



5. 客単価

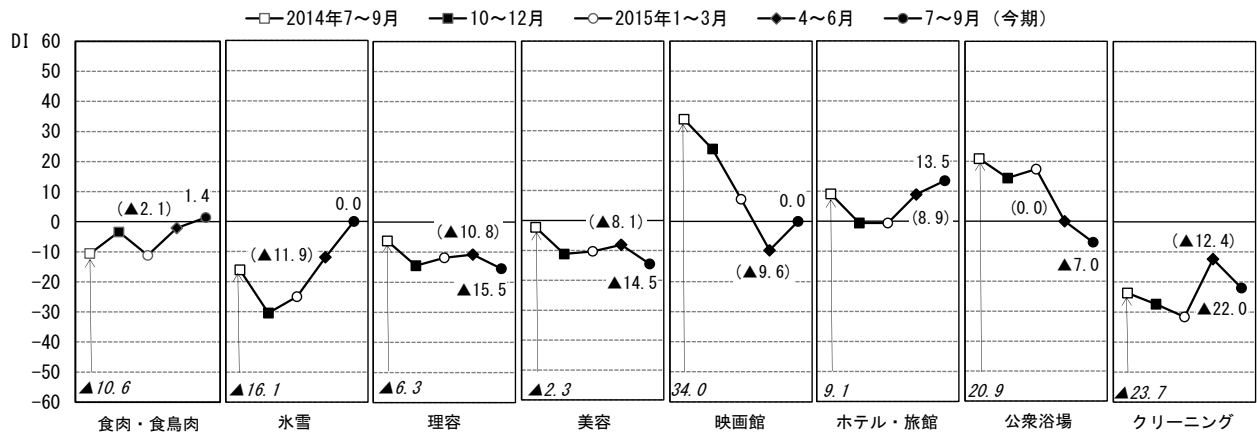
● 客単価DIは、前期から2.4ポイント低下して▲9.6となりました。前年同期に対しては4.3ポイント下回り、2期連続で前年同期の水準を下回りました。

図 I - 5 - ① 客単価DIの推移（全業種計）



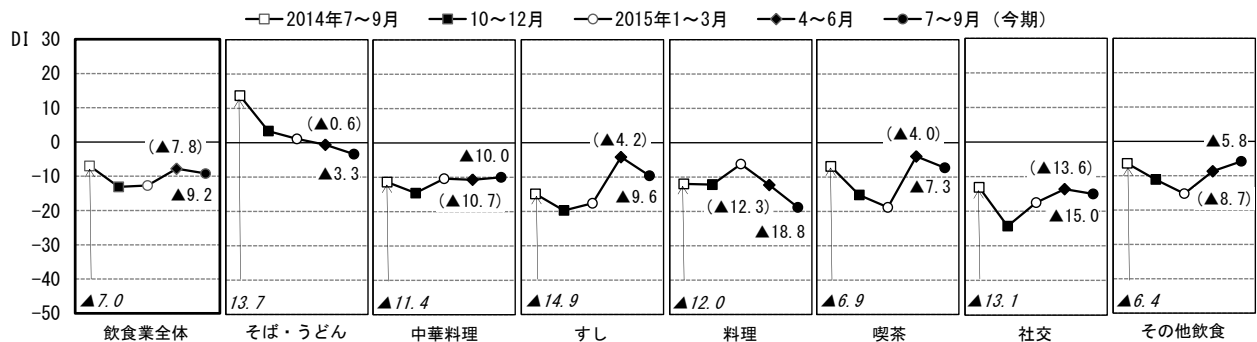
(注) 客単価DI=前年同期比「客単価上昇」企業割合-「客単価低下」企業割合

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

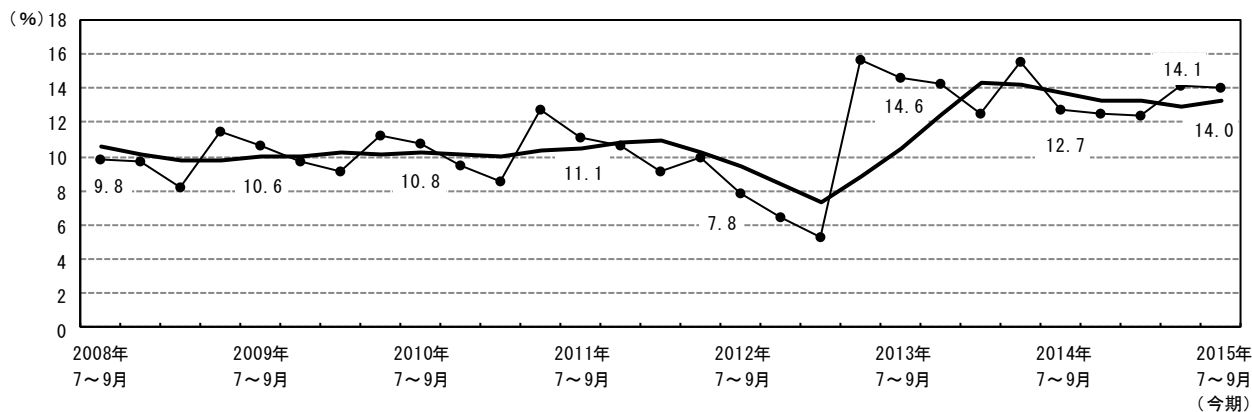
1. 設備投資の実施状況

(1) 設備投資の状況

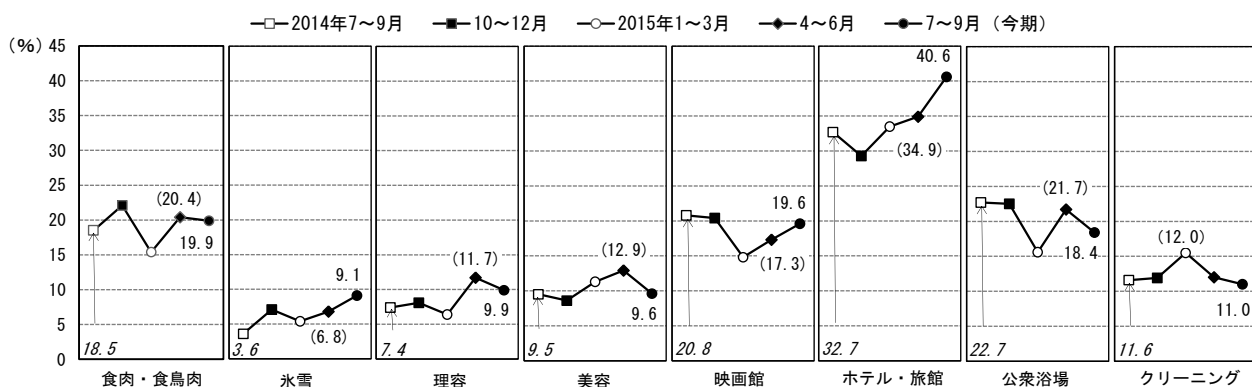
今期（2015年7～9月期）に設備投資を行った企業の割合は14.0%と前期（14.1%）に比べ0.1ポイント低下しました。前年同期（12.7%）に対しては1.3ポイント上昇しました。

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。

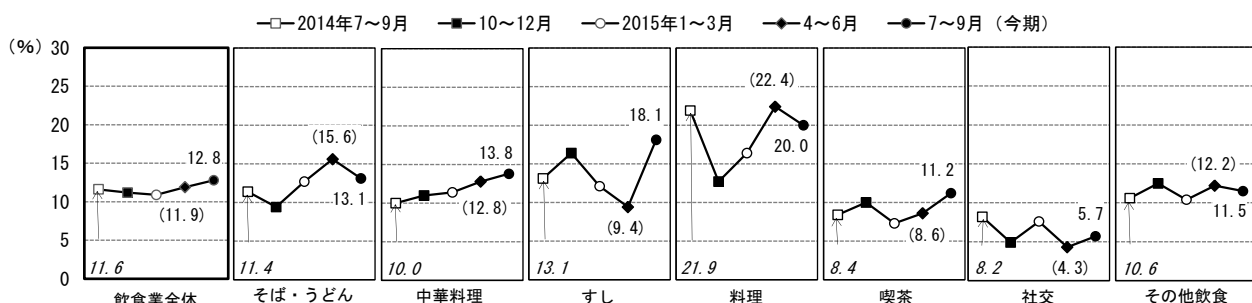
図Ⅱ-1-① 設備投資実施割合の推移（全業種）



図Ⅱ-1-② 業種別設備投資実施割合の推移（飲食業を除く）

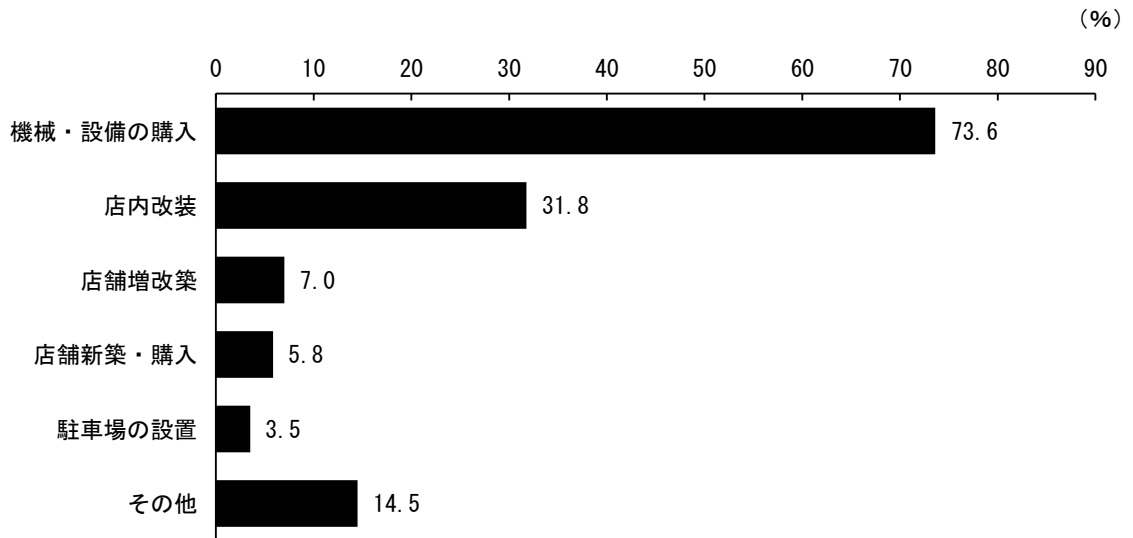


図Ⅱ-1-③ 飲食業設備投資実施割合の推移



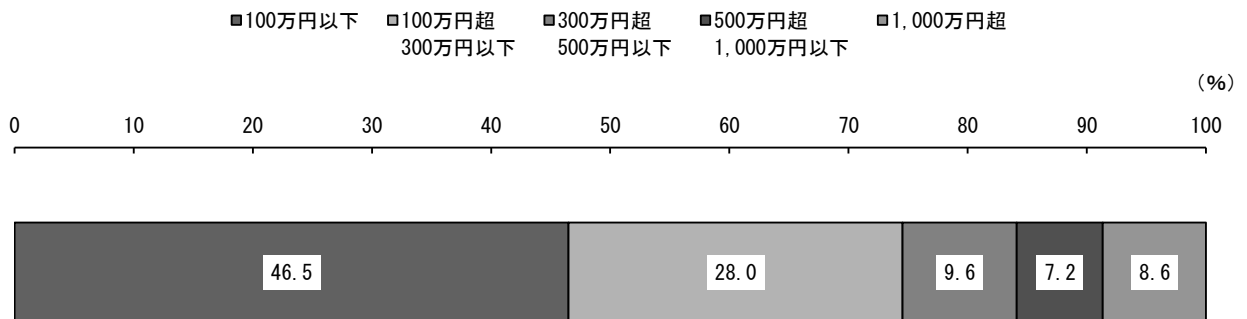
(2) 設備投資の内容

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）

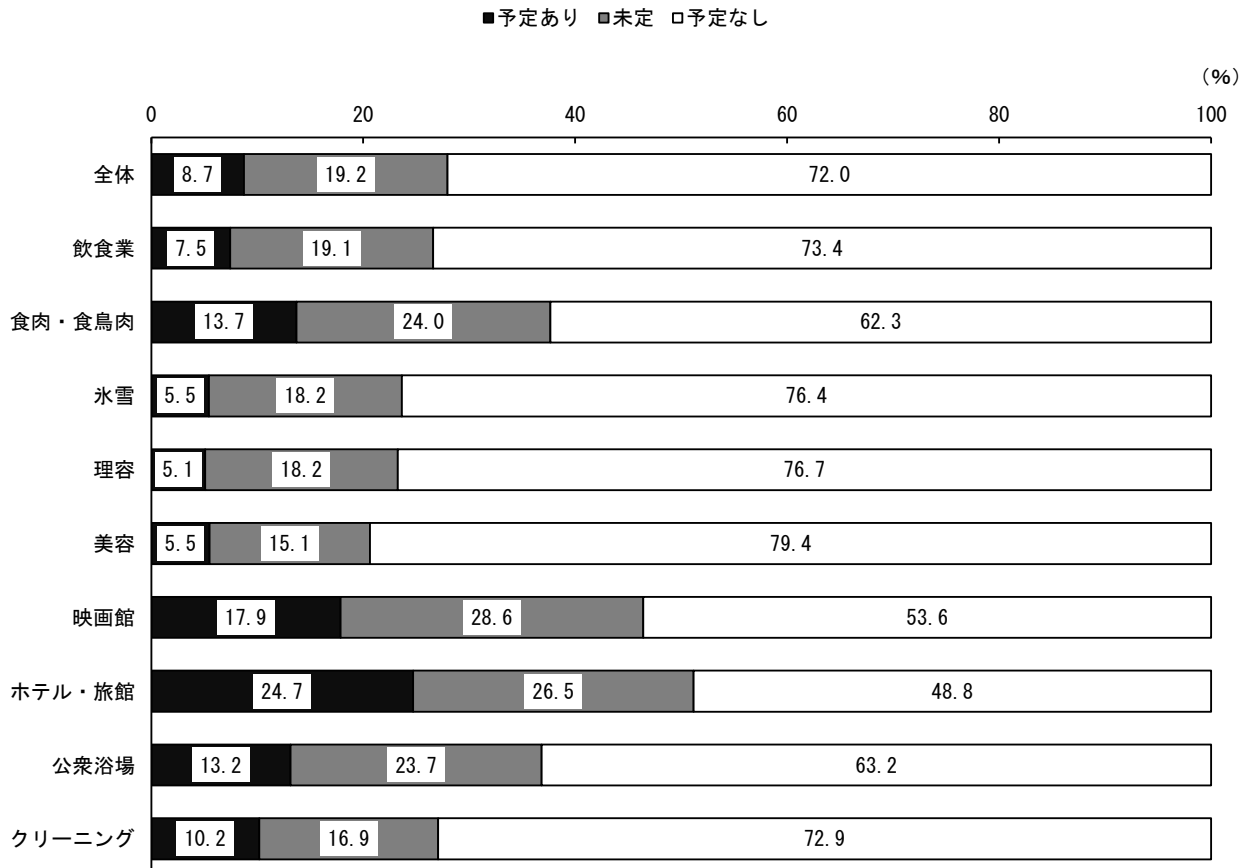


2. 来期以降1年間の設備投資計画

(1) 計画の有無

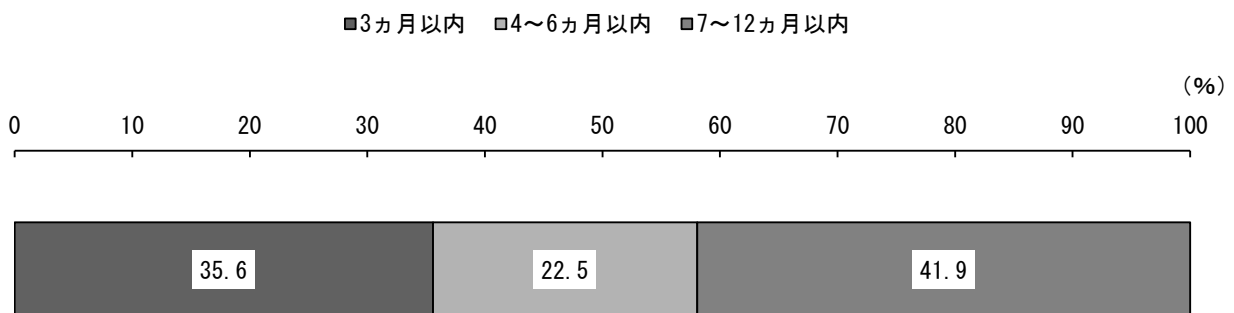
- 来期以降1年間の設備投資計画については、「予定あり」8.7%、「未定」19.2%、「予定なし」72.0%となっています。「予定あり」の企業割合は前期（9.7%）に比べ1.0ポイント低下し、前年同期（8.4%）に対しては0.3ポイント上昇しました。
- 設備投資を「予定あり」とする企業を業種別に高い順にみると、「ホテル・旅館業」24.7%、「公衆浴場業」13.2%、「映画館」17.9%となっています。

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）



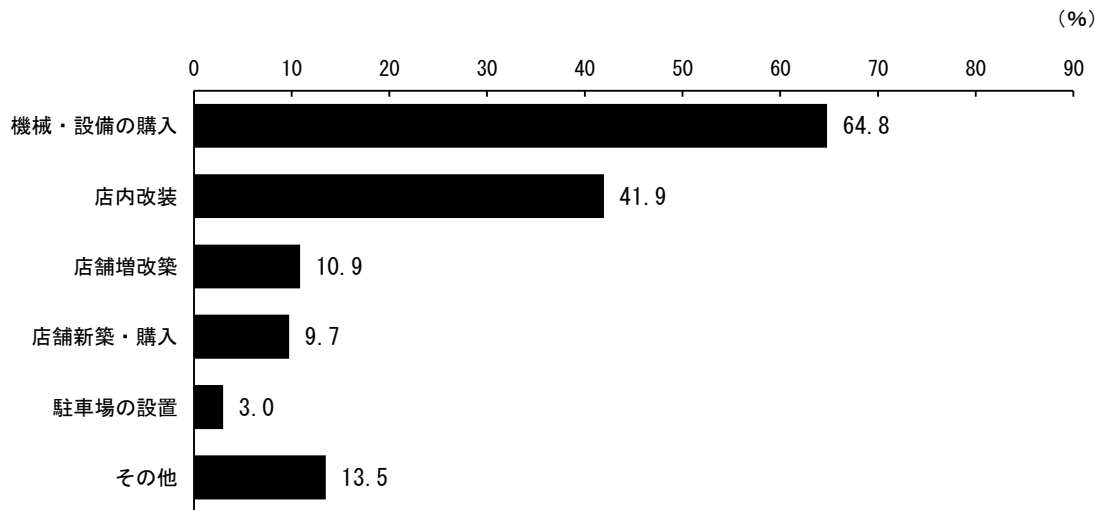
(2) 設備投資の実施予定時期

図Ⅱ-2-② 設備投資計画の実施予定時期（全業種）



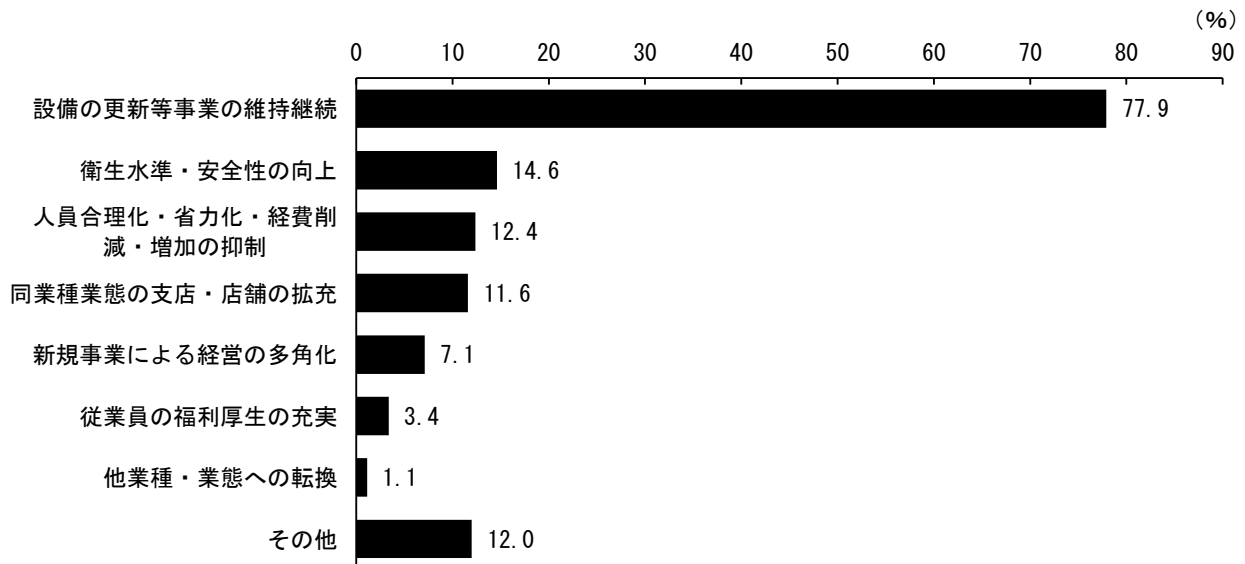
(3) 設備投資計画の内容

図Ⅱ-2-③ 設備投資計画の内容（全業種、複数回答）



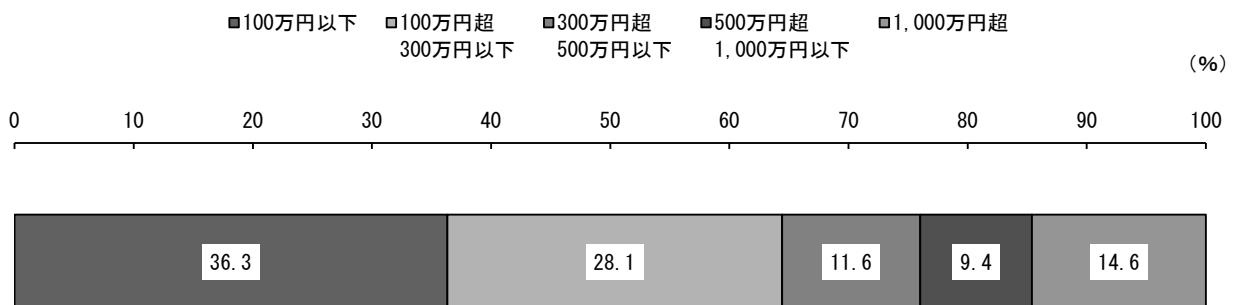
(4) 設備投資計画の動機

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」50.2%、「仕入価格・人件費等の上昇を価格に転嫁困難」36.6%、「店舗施設の狭隘・老朽化」22.6%、「従業員の確保難」21.8%、「客単価の低下」21.4%となっています。

表 経営上の問題点（業種別、2015年7～9月）

(%)

項目	顧客数の減少	仕入れ価格・人件費等の上昇を価格に転嫁困難	店舗施設の狭隘・老朽化	従業員の確保難	客単価の低下	後継者難	事業資金借入難	その他	特に問題なし
業種合計	50.2	36.6	22.6	21.8	21.4	11.1	3.5	4.4	7.7
飲食業合計	44.1	47.2	20.4	25.7	19.1	10.4	4.6	3.2	6.6
そば・うどん店	38.8	59.0	18.0	30.1	15.8	11.5	4.9	1.6	2.7
中華料理店	42.5	51.4	26.0	22.7	19.3	9.9	3.9	2.2	6.1
すし店	50.0	37.8	20.7	23.9	18.1	13.3	5.9	3.2	5.9
料理店	41.4	40.7	22.9	25.7	27.9	7.9	5.7	4.3	7.9
喫茶店	48.3	54.5	23.0	14.6	20.2	10.1	3.4	3.4	5.6
社交業	55.7	34.0	10.8	30.9	20.6	7.7	4.1	3.6	10.3
その他飲食店	37.5	50.0	21.4	28.4	16.7	11.2	4.4	3.9	7.0
食肉・食鳥肉販売業	26.7	55.5	20.5	21.9	20.5	12.3	2.7	4.8	11.6
氷雪販売業	40.0	20.0	29.1	9.1	27.3	27.3	3.6	3.6	10.9
理容業	66.8	17.6	20.3	13.6	24.6	11.5	2.4	7.0	10.7
美容業	61.2	22.0	16.3	22.9	25.0	9.2	2.3	6.2	9.9
映画館	58.9	14.3	41.1	28.6	16.1	5.4	7.1	8.9	3.6
ホテル・旅館業	36.5	36.5	44.1	35.3	13.5	11.2	2.9	2.9	2.4
公衆浴場業	71.9	24.6	45.6	1.8	8.8	15.8	2.6	1.8	6.1
クリーニング業	55.3	31.8	20.0	10.6	35.3	12.2	1.2	5.1	8.6

(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7～9月期 来期：2015年10～12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
来期	北海道	ホテル・旅館業	好転	冬場は閑散期になるが、雪を珍しいと感じる外国人観光客が増えており、閑散期でも客単価を落とさず安定した売上が確保できる。

(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	青森県	すし店	好転	祭り目当ての観光客の来店が順調であったこと。また、プレミアム商品券の効果で地元客の消費が伸びたことで、業況は良かった。
	岩手県	その他飲食店	好転	夏祭りなどのイベントで例年客足は多くなる時期である。また、猛暑日が続いたため、来客は順調だった。
	秋田県	理容業	好転	暑い日が毎日続き、客数が増加した。また、プレミアム商品券の取扱店舗になったので、利用者が増えた。

(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	山形県	理容業	好転	県外から山形名物の冷やしシャンプーを体験するために来店するお客様が増えた。また、暑かったせいか来店サイクルが早まった。
	福島県	ホテル・旅館業	不変	「福が満開、福のしま」宿泊券、プレミアム商品券、地域限定優待券等、行政からの支援があるが、風評被害の影響が払拭されていないからか、首都圏からの利用者が低調で、目に見える改善までには至っていない。
来期	宮城県	中華料理店	不変	秋になり外回りの観光やアウトドアが増えることにより、集客は減少しているのあまり期待できない。

(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
当期	茨城県	ホテル・旅館業	好転	レジャー志向が高まっているためか、夏休みを中心に家族連れが増えているため業績は堅調であった。
	栃木県	食肉販売業	好転	夏場は天候に恵まれ、バーベキュー等での肉の需要が前期に比較して拡大した。業況は順調である。
	埼玉県	その他飲食店	好転	連日の猛暑の影響で、とにかく生ビールの売上が増加した。また、宴会予約も順調だった。
	群馬県	その他飲食店	不変	野菜や卵等の値上がりが気になるが、全体的に不変。ホタテ等の輸入商品が品薄のため、仕入に苦労した。

(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	すし店	好転	御祭礼、びんずる祭り、七夕祭りで人出の多くなるイベントが続き、雨も少なかったので業況は好転した。
来期	新潟県	そば・うどん店	好転	NGT48 劇場のオープンにより、町が活気づくと思う。

(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	東京都	映画館	好転	夏休みシーズンの作品が好調で客単価も高かった。万人向きの作品で客層も幅広く拾えたのでまずまずの結果となった。
	千葉県	そば・うどん店	悪化	この2年間に大型店が3ヶ所できるなど競争環境が激変している。売上は低迷を続けており、将来の不安を感じている。
	神奈川県	ホテル・旅館業	悪化	箱根山大涌谷の噴火警戒レベルが2から3に引き上げられた影響で、8月のお盆までの宿泊客は確保できたが、それ以後は宿泊客が減少しており、全体で売上は前期及び前年を下回った。

(7) 北陸（富山県、石川県、福井県）

	都道府県	業種	業況	判断理由
来期	石川県	冰雪販売業	好転	夏場は新幹線効果と純氷のかき氷が好評で順調に推移しており、この傾向はしばらく続くものと見ている。来期は、季節的に落ち込むが、前年以上の売上は見込める。
	福井県	社交業	悪化	原子力発電所は停止しており、関連企業の従業員が他地域へ出張したり会社自体が移転したりするなど、影響が出てきている。

(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
今期	静岡県	その他飲食店	好転	経済対策効果が少しずつ現れてきたような気がする。自分の店は他店と比べて値が安いので、お客様もよく利用してくれる。
来期	岐阜県	すし店	不変	リニア中央新幹線関連の業者が増えると思われるので、少しは好転する。しかし、地元客が主なので多くは期待できず収支はトントンではないかと思う。
	愛知県	そば・うどん店	不変	トヨタ関連の各社は好調であるが、下請けのお客様の話では結構厳しいとのことから当店も当面厳しいと思う。
	三重県	ホテル・旅館業	不変	来期は伊勢志摩サミット開催や県による外国人訪問客の支援などが、どれだけの利用客数増加につながるか様子見の状況。

(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	京都府	そば・うどん店	不変	観光客が多い時期となり、イベントなどで来客が増加した。夏季は冷たいメニューが多く売れる。
	兵庫県	その他飲食店	好転	甲子園球場の来場者が増加する時期のため売上は増加した。
来期	滋賀県	ホテル・旅館業	悪化	京都観光の需要は継続すると思うが、学生相手の当ホテルのような施設の需要は減少すると思う。関西圏にFIT（個人旅行）用の宿泊施設が増えることにより、学生団体が京都宿泊に戻る可能性もある。

(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	好転	今期は外国人観光客が増加し好転した。来期に向けても外国人観光客を中心に予約は好調であり、業況は継続するものと思っている。
	和歌山県	ホテル・旅館業	好転	7～8月は高校総体が開催され、宿泊客は大幅増加。9月も国体が開催されるため、売上高増加予想で例年になく好調である。
来期	奈良県	ホテル・旅館業	好転	インバウンドの増加と高校総体で、宿泊客をしっかりと確保している。来期は紅葉シーズンに加え正倉院展があるので、いい流れのまま推移すると思われる。

(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	島根県	そば・うどん店	好転	7月に松江城が国宝指定されたのを受けて、観光客が増加した。その影響もあり、売上は増加している。
	広島県	美容業	好転	最近になってアベノミクス効果が出てきている。プレミアム商品券の効果もあり客単価の上昇がみられる。
来期	鳥取県	ホテル・旅館業	好転	11月には日本海のカニ漁が解禁になり一般宿泊客の利用が増えると思われる。
	山口県	すし店	不変	今期は世界スカウトジャンボリーの関係で来客数が増えた。来期はねりんピックがあるので来店客を確保したい。

(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	すし店	悪化	暑さの影響で、魚介類が少なく値段も上昇したので原価率が高くなってしまった。また、高齢のお客様の食が細くなっているため、単価も下がり売上は減少した。
	香川県	そば・うどん店	好転	台湾や韓国からのお客が増加している。天候にも恵まれ業況は好転した。
	高知県	その他飲食店	好転	地域は全体的に夜に人が出ているように見受けられる。自社は市街地（繁華街）から離れているため、花火大会やお祭りなどの日は毎年暇だが、今年は予約も入り少したが売上も上昇してきた。
来期	愛媛県	ホテル・旅館業	不変	道後温泉を訪れる国内外からの観光客が増えており、部屋の稼働率も好転している。これに合わせて各種イベントを実施しリピーターも増加しているが、例年、来期は高い稼働率となる時期のため現状維持くらいだと思う。

(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	福岡県	料理店	好転	久留米市で7月から購入・使用できるプレミアム商品券の利用が増え売上が増加している。これは、インセンティブが前年の10%から今年20%に増えたことがプラスとなっているためと考えられる。
	長崎県	ホテル・旅館業	好転	三菱重工の造船作業員の長期宿泊客があったこと、教会群の世界遺産登録により夏休みの観光客が急増したことで景況が好転した。
来期	大分県	美容業	好転	行事が多くなる季節に入るので、お客様のお出かけも増えて当店への来客も多くなる。

(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	ホテル・旅館業	好転	中国や台湾からの来客が好調なため稼働率は上昇している。
	宮崎県	その他飲食店	悪化	7～8月は昨年とあまり変わらないが、9月から伊勢エビ漁の解禁に合わせて売上が上がっている。また、9月から「お魚パスポート」というイベント効果もあり売上と客数が伸びている。
来期	鹿児島県	その他飲食店	不変	黒豚や黒牛の品不足の為、仕入れ価格が高くなっているため、看板メニューの一部で値上げせざるを得ないが、その他は何とか値上げせずに乗り切りたい。

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	神奈川県	年末にかけて需要期を迎えるが、組合の研修会に参加して新商品の提供、メニューの充実に取り組んでおり、また全員の接客改善にも取り組んでいることから、業況の好転を見込んでいる。
中華料理店	栃木県	固定客が中心の営業であるが、餃子会の本に掲載されたところ客数は増加し、餃子の売上も増加した。
すし店	新潟県	7月上旬まではあまり良くなかったが、プレミアム商品券や地産地消の券などの利用がかなりあり、7月後半から8月にかけて売上が伸びた。
料理店	埼玉県	取り扱うお酒（日本酒・焼酎）の種類を増やして、店内の一部を改造し、日本酒専用の冷蔵庫・焼酎専用棚を設けて、利き酒コーナー等が利用客の増加につながったと思う。
喫茶店	大分県	当店の特別会員 3500 人余に特別招待はがきを発送したところ、ことのほか好評で利幅は少ないものの売上、来店客数とも増加している。
社交業	岐阜県	7月に「七夕浴衣まつり」と銘打ったイベントを開催し、一時的ではあるが売上増となった。来期は売上の少ない月曜日やクリスマスから年末年始にかけてイベントを開催し、さらなる売上増加を図りたい。
その他飲食店	宮城県	人件費以外の経費を節約する。店の知名度を上げる取り組みを行っていくとともに、社員の教育により料理・サービスの質を向上させ売上増加を見込む。
食肉販売業	群馬県	プレミアム商品券の効果は少しあった。涼しくなると来客数、売上共にアップするので、そこに期待しながら、プロモーション（新商品）で効率的に売上を増やしていきたい。
食鳥肉販売業	宮崎県	テーブルミートの減少が続いているので、惣菜加工商品等のメニューを増やしている。
氷雪販売業	東京都	天候によって変化するものの商品の性格上夏場の売上は一年で一番の繁忙期。今年は特に天然氷を扱ったところブームになり、昨年よりも少々売上が良かった。
理容業	島根県	組合で出張理容に力を入れている。カットだけでなく市とも協力して状況報告、個人負担の軽減、認知症対策講習を受講するなどして対応している。
美容業	北海道	スタッフの教育に力を入れていることから利用客の増加と客単価の上昇に繋がっている。
映画館	岐阜県	夏休み興行に突入した今季は、大作の「ジュラシックワールド」「日本のいちばん長い日」といった封切ロードショー作品が、当劇場でも上映でき、動員集客が増えた。ファミリー層が来場していただくことが少ないロケーションながら、シニア層はまだまだ中心商店街に来客が見込めると手応えを感じた。
ホテル・旅館業	宮城県	インバウンド予約サイトへの掲載を増やしたことで外国人の予約が増えた。業況は良好である。
公衆浴場業	千葉県	レジャー的要素を取入れているので、このところ夏休みになると、家族連れが多くなった。また、お盆休みの帰省客もいた。
クリーニング業	茨城県	冬物受け渡しによる増収や組合支部事業の「月イチクリーニング」キャンペーンによる客単価の上昇、組合支部による共同仕入れコスト減に期待している。