

2017年2月8日
株式会社日本政策金融公庫

持ち直しの動きに足踏みがみられる生活衛生関係営業の景況

～ 生活衛生関係営業の景気動向等調査結果（2016年10～12月期）～

業況判断DI、売上DIは3期連続、採算DIは15期ぶりに前年同期を下回った。

<業況判断DI> (2ページ)

- 業況判断DIは、前期から4.4ポイント低下して▲22.0となった。前年同期に対しては6.6ポイント下回り、3期連続で前年同期の水準を下回った。
- 来期は、▲25.5と3.5ポイント低下する見通しとなっている。

<売上DI> (3ページ)

- 売上DIは、前期から5.4ポイント低下して▲24.7となった。前年同期に対しては8.4ポイント下回り、3期連続で前年同期の水準を下回った。
- 来期は、▲21.6と3.1ポイント上昇する見通しとなっている。

<採算DI> (4ページ)

- 採算DIは、前期から4.9ポイント低下して▲5.7となった。前年同期に対しては1.5ポイント下回り、15期ぶりに前年同期の水準を下回った。

※ 上記調査結果のほか、地域の特徴的な動きと経営取り組み事例を掲載(11ページ)。

<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 担当：竹迫、小沢 TEL 03-3270-1653

【調査の実施要領】

調査時点	2016年12月上旬			
調査方法	郵送調査、訪問面接調査			
調査対象	生活衛生関係営業 3,290企業			
有効回答企業数	3,096企業（回答率 94.1%）			
（業種内訳）	飲食業	1,424 企業	映画館	57 企業
	食肉・食鳥肉販売業	150 企業	ホテル・旅館業	176 企業
	冰雪販売業	55 企業	公衆浴場業	109 企業
	理容業	394 企業	クリーニング業	275 企業
	美容業	456 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。
- 2016年4～6月期調査時点で沖縄県を調査対象に加えている。
- 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。

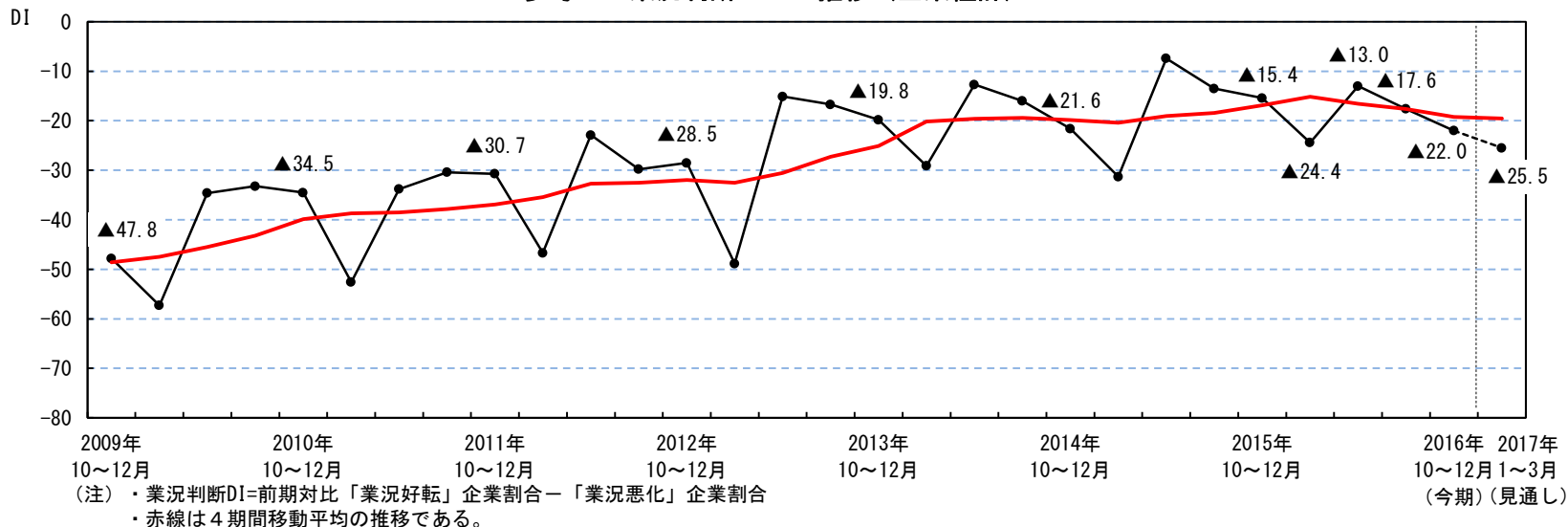
I 景気の動向

1. 業況判断

- 業況判断DIは、前期から4.4ポイント低下して▲22.0となった。前年同期に対しては6.6ポイント下回り、3期連続で前年同期の水準を下回った。

来期は、▲25.5と3.5ポイント低下する見通しとなっている。

参考1 業況判断DIの推移（全業種計）



参考2 業種別業況判断DIの推移（飲食業を除く）

凡例	2015年 10~12月	2016年 1~3月	4~6月	7~9月	10~12月 (今期)	2017年 1~3月 (見通し)
食肉・食鳥肉	2.8	▲17.4	▲15.5	▲16.6	▲4.7	▲18.7
氷雪	▲48.2	▲49.1	23.7	43.1	▲50.9	▲38.2
理容	▲25.9	▲31.6	▲11.5	▲16.6	▲38.1	▲31.7
美容	▲21.0	▲28.0	▲21.2	▲18.7	▲28.5	▲24.3
映画館	▲22.8	16.1	▲7.0	12.1	0.0	▲1.8
ホテル・旅館	21.5	▲5.8	▲2.2	11.6	▲0.6	▲33.5
公衆浴場	▲16.1	▲2.6	▲25.5	▲27.7	▲11.0	▲18.3
クリーニング	▲8.5	▲46.6	18.8	▲46.0	▲9.5	▲45.1

参考3 飲食業業況判断DIの推移

凡例	2015年 10~12月	2016年 1~3月	4~6月	7~9月	10~12月 (今期)	2017年 1~3月 (見通し)
飲食業（全体）	▲16.8	▲22.9	▲18.6	▲18.2	▲22.9	▲21.1
そば・うどん	▲21.3	▲29.1	1.1	▲6.7	▲18.8	▲21.8
中華料理	▲13.3	▲10.2	▲14.3	▲14.7	▲19.5	▲14.9
すし	▲14.3	▲15.7	▲32.3	▲19.2	▲31.6	▲24.7
料理	▲8.8	▲22.1	▲21.6	▲26.8	▲12.9	▲27.4
喫茶	▲20.4	▲26.7	▲19.9	▲20.9	▲28.7	▲26.9
社交	▲17.5	▲24.2	▲23.7	▲30.2	▲24.1	▲25.1
その他飲食	▲18.2	▲26.9	▲19.0	▲15.0	▲22.0	▲15.2

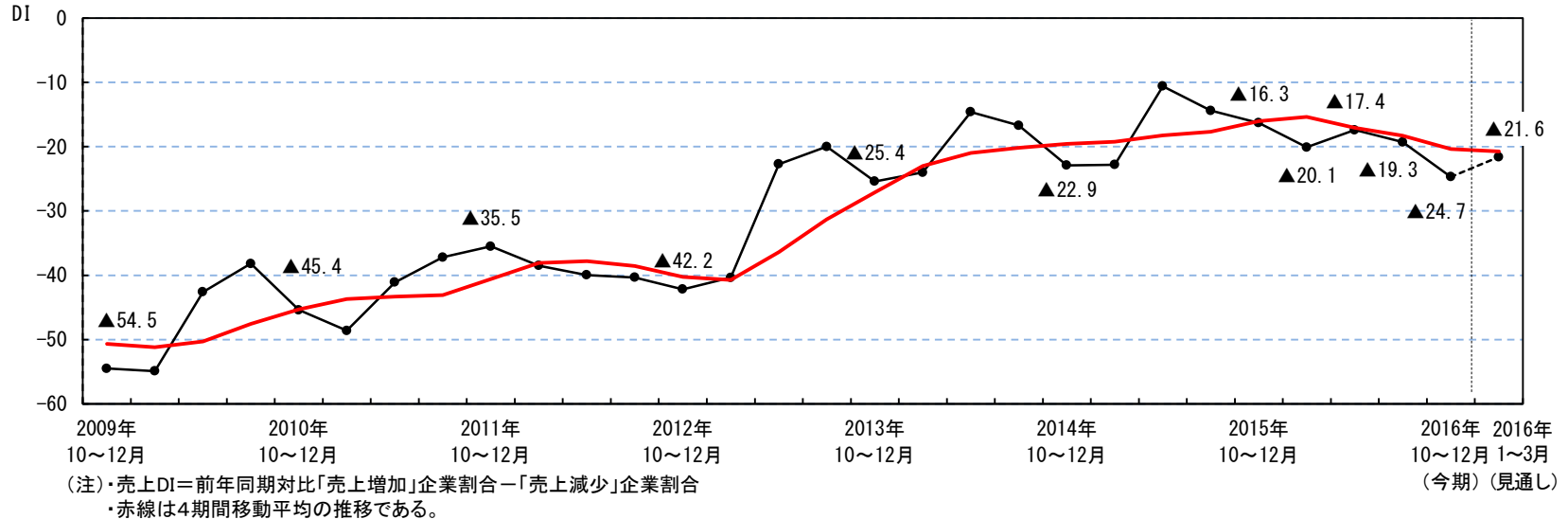
(注)表中、全業種計の割合を上回るものを網掛している。以下同じ。

2. 売上

● 売上DIは、前期から5.4ポイント低下して▲24.7となった。前年同期に対しては8.4ポイント下回り、3期連続で前年同期の水準を下回った。

来期は、▲21.6と3.1ポイント上昇する見通しとなっている。

参考4 売上DIの推移（全業種計）



参考5 業種別売上DIの推移（飲食業を除く）

凡例	2015年 10~12月	2016年 1~3月	4~6月	7~9月	10~12月 (今期)	2017年 1~3月 (見通し)
食肉・食鳥肉	23.9	10.1	▲ 9.9	▲ 3.3	▲ 6.0	▲ 5.4
氷 雪	▲ 12.5	▲ 26.3	1.7	2.0	▲ 20.0	▲ 21.8
理 容	▲ 30.3	▲ 33.7	▲ 24.0	▲ 24.7	▲ 38.0	▲ 31.9
美 容	▲ 26.6	▲ 30.4	▲ 24.7	▲ 21.5	▲ 29.4	▲ 21.4
映 画 館	3.5	14.3	▲ 8.8	▲ 25.9	29.8	5.3
ホテル・旅館	14.5	11.7	0.0	▲ 2.9	▲ 11.4	▲ 23.3
公衆浴場	▲ 26.8	▲ 21.1	▲ 20.0	▲ 36.6	▲ 25.7	▲ 22.9
クリーニング	▲ 24.4	▲ 32.0	▲ 18.1	▲ 28.0	▲ 25.2	▲ 29.9

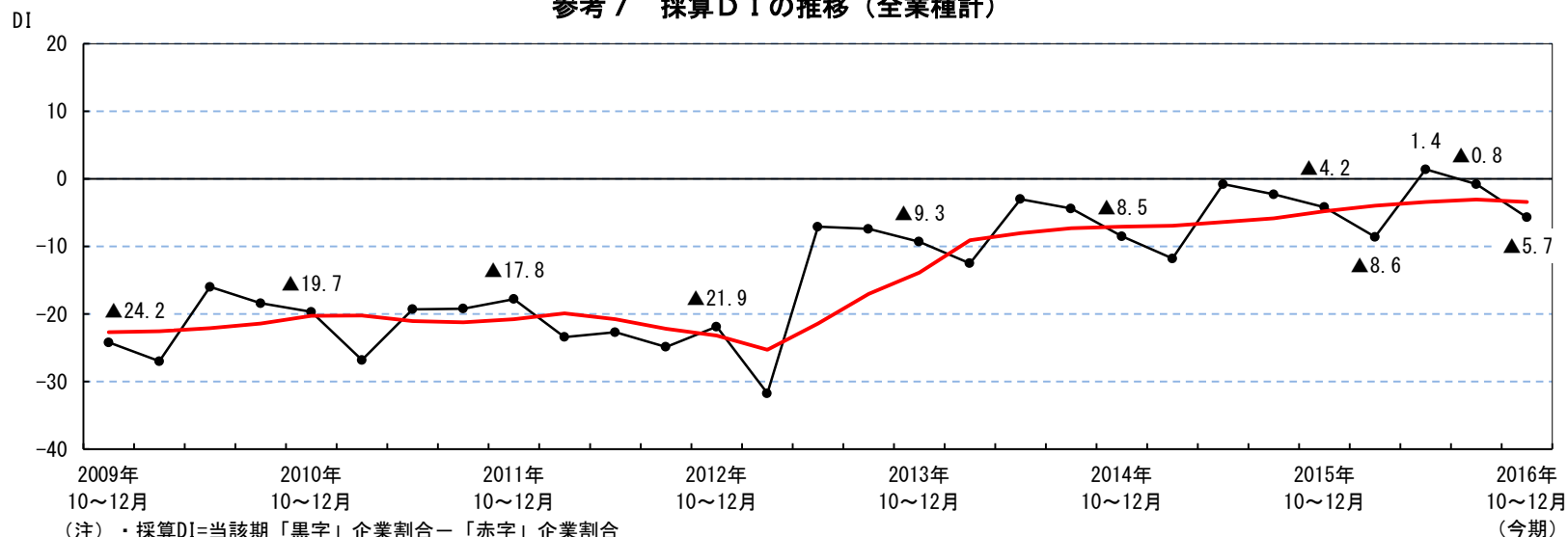
参考6 飲食業売上DIの推移

凡例	2015年 10~12月	2016年 1~3月	4~6月	7~9月	10~12月 (今期)	2017年 1~3月 (見通し)
飲食業（全体）	▲ 16.0	▲ 19.2	▲ 17.1	▲ 18.2	▲ 25.5	▲ 19.7
そば・うどん	▲ 10.2	▲ 14.9	▲ 5.5	▲ 5.6	▲ 18.8	▲ 18.8
中華料理	▲ 4.0	▲ 7.3	▲ 10.3	▲ 16.0	▲ 16.8	▲ 14.5
す し	▲ 20.3	▲ 24.2	▲ 26.5	▲ 20.8	▲ 34.2	▲ 26.8
料 理	▲ 14.1	▲ 25.4	▲ 14.6	▲ 21.3	▲ 20.5	▲ 23.0
喫 茶	▲ 20.6	▲ 23.2	▲ 15.8	▲ 19.8	▲ 30.4	▲ 19.9
社 交	▲ 33.5	▲ 26.9	▲ 27.5	▲ 27.7	▲ 33.8	▲ 25.8
その他飲食	▲ 11.7	▲ 16.4	▲ 17.3	▲ 17.5	▲ 23.1	▲ 14.9

3. 採算

- 採算DIは、前期から4.9ポイント低下して▲5.7となった。前年同期に対しては1.5ポイント下回り、15期ぶりに前年同期の水準を下回った。

参考7 採算DIの推移（全業種計）



参考8 業種別採算DIの推移（飲食業を除く）

凡例	2015年 10~12月	2016年 1~3月	4~6月	7~9月	10~12月 (今期)
食肉・食鳥肉	9.9	▲11.6	9.0	9.9	8.7
氷雪	3.6	▲22.8	8.5	37.3	▲16.4
理容	▲7.0	▲9.3	1.5	0.8	▲8.6
美容	▲5.3	▲5.1	0.9	▲0.7	▲6.4
映画館	▲15.8	5.4	14.0	3.4	▲7.0
ホテル・旅館	24.4	12.2	15.5	28.5	26.1
公衆浴場	▲10.7	▲7.9	▲1.8	▲6.3	▲1.8
クリーニング	1.2	▲24.5	14.8	▲5.4	0.0

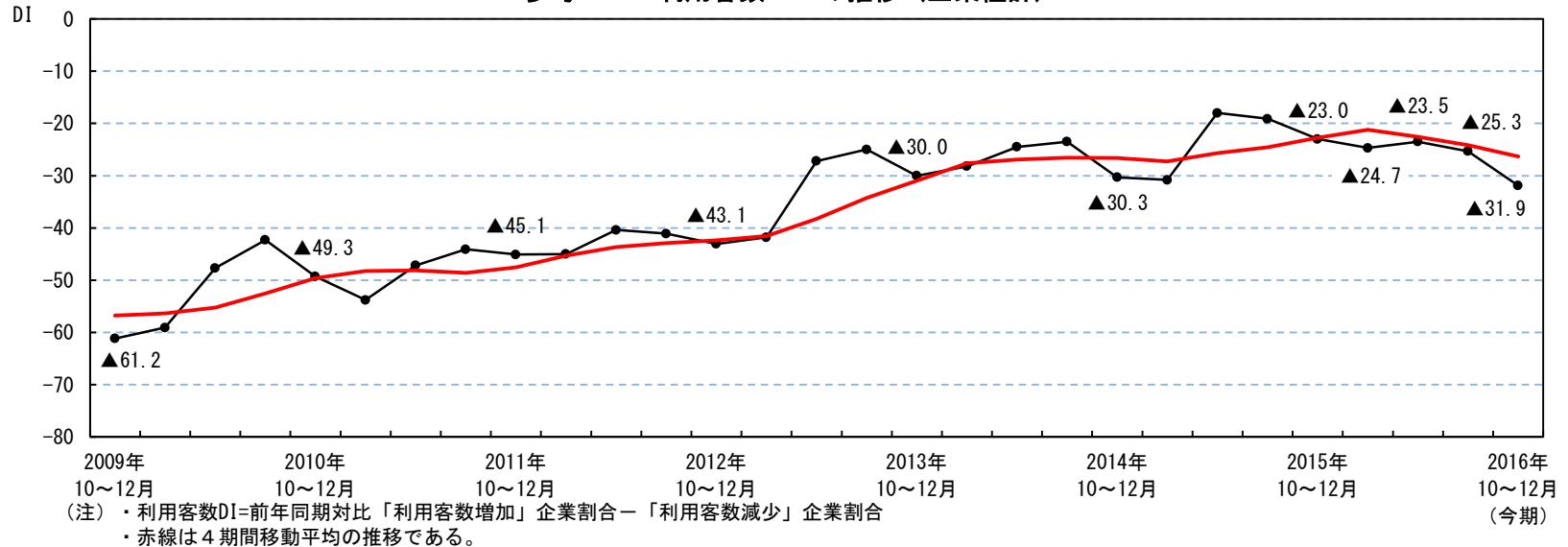
参考9 飲食業採算DIの推移

凡例	2015年 10~12月	2016年 1~3月	4~6月	7~9月	10~12月 (今期)
飲食業（全体）	▲8.3	▲11.2	▲4.1	▲6.1	▲11.1
そば・うどん	▲0.5	▲9.1	2.7	1.1	▲5.9
中華料理	▲3.5	▲1.7	2.9	2.4	▲1.1
すし	▲11.0	▲12.4	▲10.1	▲1.0	▲20.5
料理	▲7.4	▲10.7	▲8.6	▲21.3	▲12.1
喫茶	▲18.8	▲24.4	▲10.5	▲10.4	▲19.9
社交	▲13.4	▲11.6	▲7.2	▲13.5	▲11.1
その他飲食	▲6.0	▲9.6	▲1.7	▲5.2	▲9.1

4. 利用客数

- 利用客数DIは、前期から6.6ポイント低下して▲31.9となった。前年同期に対しては8.9ポイント下回り、3期連続で前年同期の水準を下回った。

参考10 利用客数DIの推移（全業種計）



参考11 業種別利用客数DIの推移（飲食業を除く）

凡例	2015年 10~12月	2016年 1~3月	4~6月	7~9月	10~12月 (今期)
食肉・食鳥肉	▲2.8	▲2.2	▲9.9	▲20.0	▲20.8
氷雪	▲26.8	▲35.1	▲8.5	▲5.9	▲30.9
理容	▲38.6	▲36.7	▲28.6	▲27.8	▲39.5
美容	▲34.4	▲36.9	▲33.6	▲30.3	▲41.2
映画館	19.3	16.1	▲21.1	▲29.3	10.5
ホテル・旅館	6.4	1.2	▲13.3	▲9.9	▲17.0
公衆浴場	▲36.6	▲25.4	▲29.1	▲34.8	▲28.4
クリーニング	▲24.4	▲31.6	▲19.2	▲32.4	▲32.5

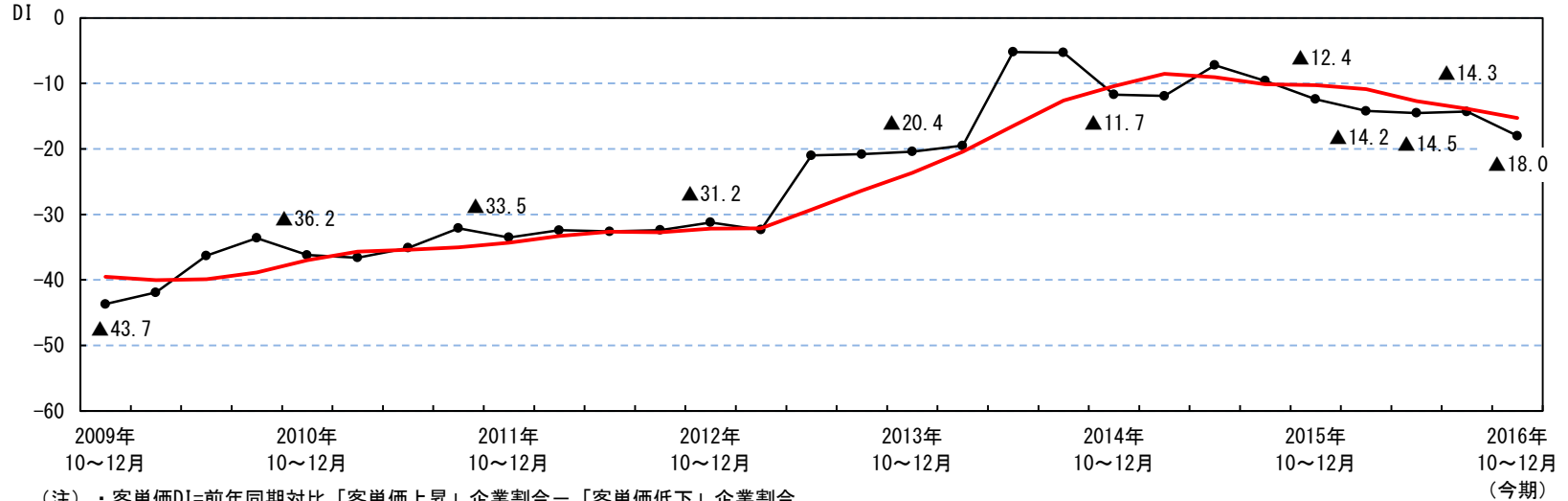
参考12 飲食業利用客数DIの推移

凡例	2015年 10~12月	2016年 1~3月	4~6月	7~9月	10~12月 (今期)
飲食業（全体）	▲21.8	▲23.1	▲22.8	▲23.7	▲31.8
そば・うどん	▲21.0	▲17.1	▲7.7	▲16.8	▲21.2
中華料理	▲8.7	▲11.3	▲10.3	▲13.0	▲22.0
すし	▲22.5	▲27.5	▲34.4	▲27.1	▲45.3
料理	▲19.3	▲24.6	▲19.0	▲26.0	▲28.7
喫茶	▲32.2	▲35.0	▲25.1	▲31.5	▲34.5
社交	▲34.5	▲28.5	▲34.7	▲30.9	▲37.9
その他飲食	▲17.5	▲20.4	▲24.1	▲22.5	▲30.8

5. 客単価

- 客単価DIは、前期から3.7ポイント低下して▲18.0となった。前年同期に対しては5.6ポイント下回り、7期連続で前年同期の水準を下回った。

参考13 客単価DIの推移（全業種計）



参考14 業種別客単価DIの推移（飲食業を除く）

凡例	2015年 10~12月	2016年 1~3月	4~6月	7~9月	10~12月 (今期)
食肉・食鳥肉	▲ 4.9	▲ 2.9	▲ 14.5	▲ 14.0	▲ 13.4
氷 雪	▲ 8.9	▲ 10.5	▲ 6.8	0.0	▲ 23.6
理 容	▲ 14.9	▲ 16.7	▲ 14.3	▲ 9.8	▲ 15.1
美 容	▲ 16.9	▲ 17.3	▲ 13.3	▲ 14.9	▲ 17.4
映 画 館	5.3	▲ 5.4	▲ 12.3	▲ 12.1	1.8
ホテル・旅館	10.5	4.7	0.6	2.9	▲ 5.7
公衆浴場	▲ 16.1	▲ 12.3	▲ 21.8	▲ 16.1	▲ 15.6
クリーニング	▲ 22.1	▲ 34.8	▲ 26.4	▲ 32.7	▲ 31.8

参考15 飲食業客単価DIの推移

凡例	2015年 10~12月	2016年 1~3月	4~6月	7~9月	10~12月 (今期)
飲食業（全体）	▲ 12.8	▲ 13.0	▲ 14.3	▲ 14.3	▲ 19.0
そば・うどん	▲ 6.5	▲ 11.4	▲ 12.6	▲ 7.3	▲ 10.0
中華料理	▲ 12.7	▲ 13.0	▲ 11.5	▲ 18.3	▲ 24.9
す し	▲ 7.1	▲ 11.8	▲ 21.7	▲ 12.5	▲ 28.9
料 理	▲ 15.6	▲ 13.8	▲ 15.3	▲ 14.2	▲ 14.8
喫 茶	▲ 17.2	▲ 8.5	▲ 8.2	▲ 9.9	▲ 19.9
社 交	▲ 22.2	▲ 20.2	▲ 20.7	▲ 23.0	▲ 21.2
その他飲食	▲ 10.7	▲ 12.3	▲ 12.0	▲ 14.4	▲ 15.4

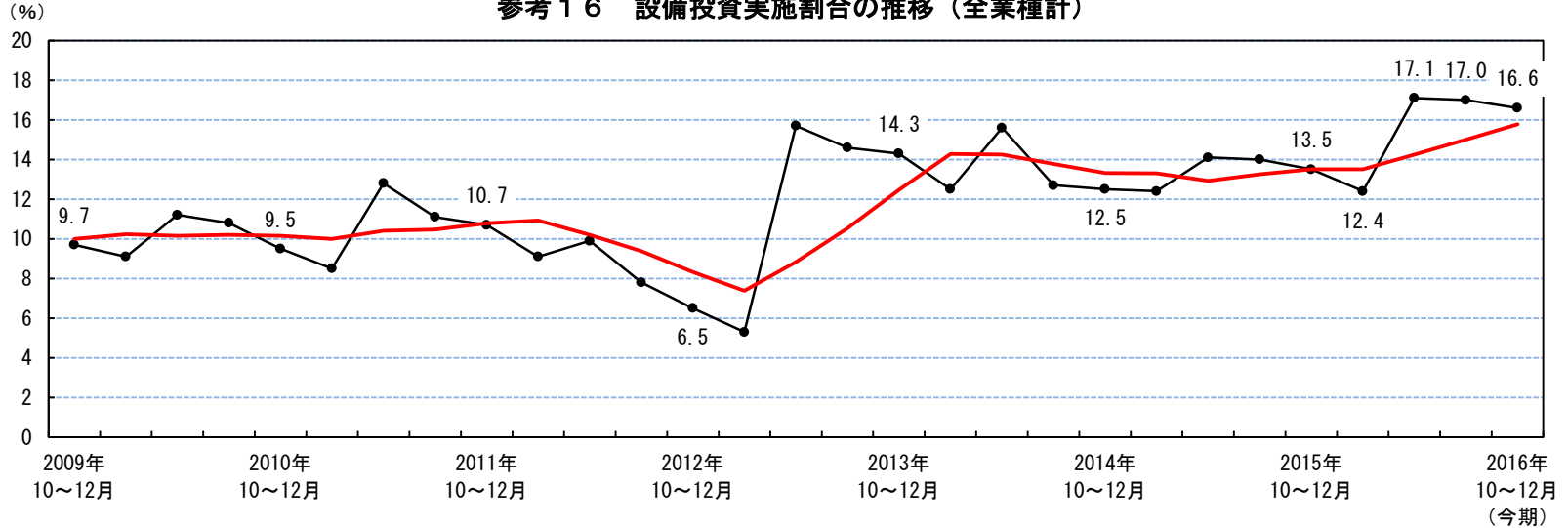
II 設備投資の動向

1. 設備投資の実施状況

今期(2016年10~12月期)に設備投資を行った企業の割合は16.6%と前期(17.0%)に比べ0.4ポイント低下した。前年同期(13.5%)に対しては3.1ポイント上回った。

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る。

参考16 設備投資実施割合の推移(全業種計)



(注) 赤線は4期間移動平均の推移である。

参考17 業種別設備投資実施割合の推移(飲食業を除く) (%)

凡例	2015年 10~12月	2016年 1~3月	4~6月	7~9月	10~12月 (今期)
食肉・食鳥肉	18.3	13.0	20.6	25.8	27.3
氷 雪	7.1	8.8	13.6	7.8	14.5
理 容	8.1	5.7	9.2	6.5	10.2
美 容	12.0	10.0	9.4	11.5	11.4
映 画 館	17.5	16.1	38.6	34.5	28.1
ホテル・旅館	31.4	39.5	48.1	41.9	46.0
公衆浴場	25.0	24.6	34.5	33.0	30.3
クリーニング	11.2	13.4	17.3	16.3	14.5

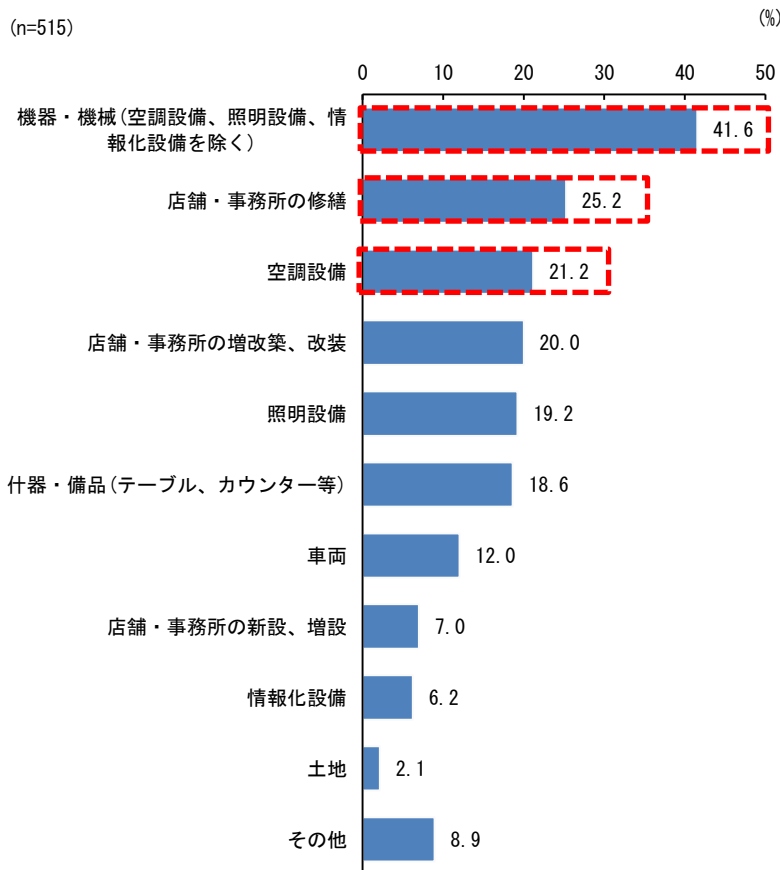
参考18 飲食業設備投資実施割合の推移 (%)

凡例	2015年 10~12月	2016年 1~3月	4~6月	7~9月	10~12月 (今期)
飲食業(全体)	12.3	10.2	15.4	16.4	14.3
そば・うどん	13.3	8.6	17.6	17.9	18.8
中華料理	14.5	10.7	14.9	11.2	11.5
す し	13.2	12.4	16.4	22.8	16.3
料 理	19.9	13.7	20.1	22.0	23.4
喫 茶	8.3	9.4	11.7	11.7	7.6
社 交	6.2	7.1	9.3	10.4	9.0
その他飲食	12.7	10.6	17.0	17.7	15.4

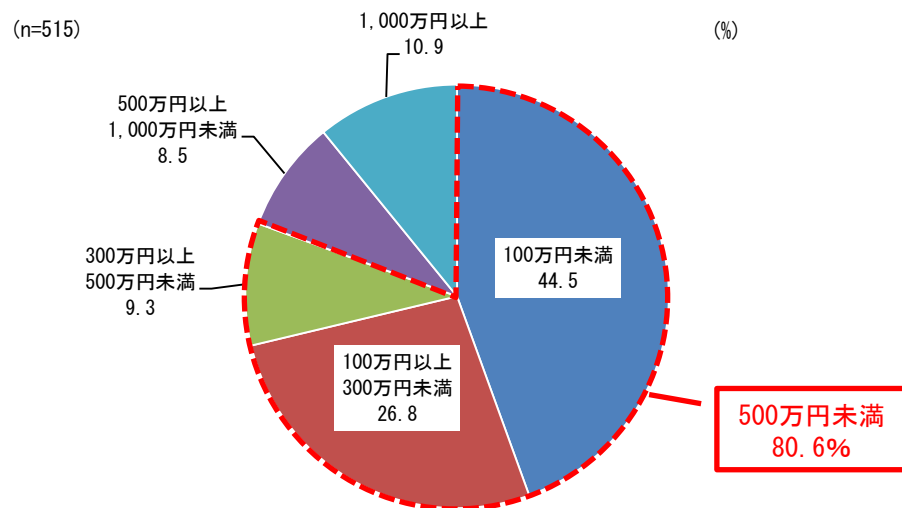
2. 設備投資の内容、設備投資金額、来期の設備投資計画

- 設備投資の内容を高い順にみると、「機器・機械（空調設備、照明設備、情報化設備を除く）」41.6%、「店舗・事務所の修繕」25.2%、「空調設備」21.2%となっている。
- 設備投資金額は、500万円未満が全体の8割を占めている。
- 来期（2017年1～3月期）の設備投資計画については、「実施予定あり」が11.7%となっている。

参考19 設備投資の内容（全業種計、複数回答）



参考20 設備投資金額（全業種計）



参考21 業種別 来期の設備投資実施予定割合（飲食業を除く）

(%)

凡例	2017年 1～3月期の予定
全業種計	11.7
食肉・食鳥肉	18.0
氷雪	12.7
理容	6.6
美容	9.2
映画館	17.5
ホテル・旅館	34.7
公衆浴場	20.2
クリーニング	9.5

参考22 飲食業 来期の設備投資実施予定割合

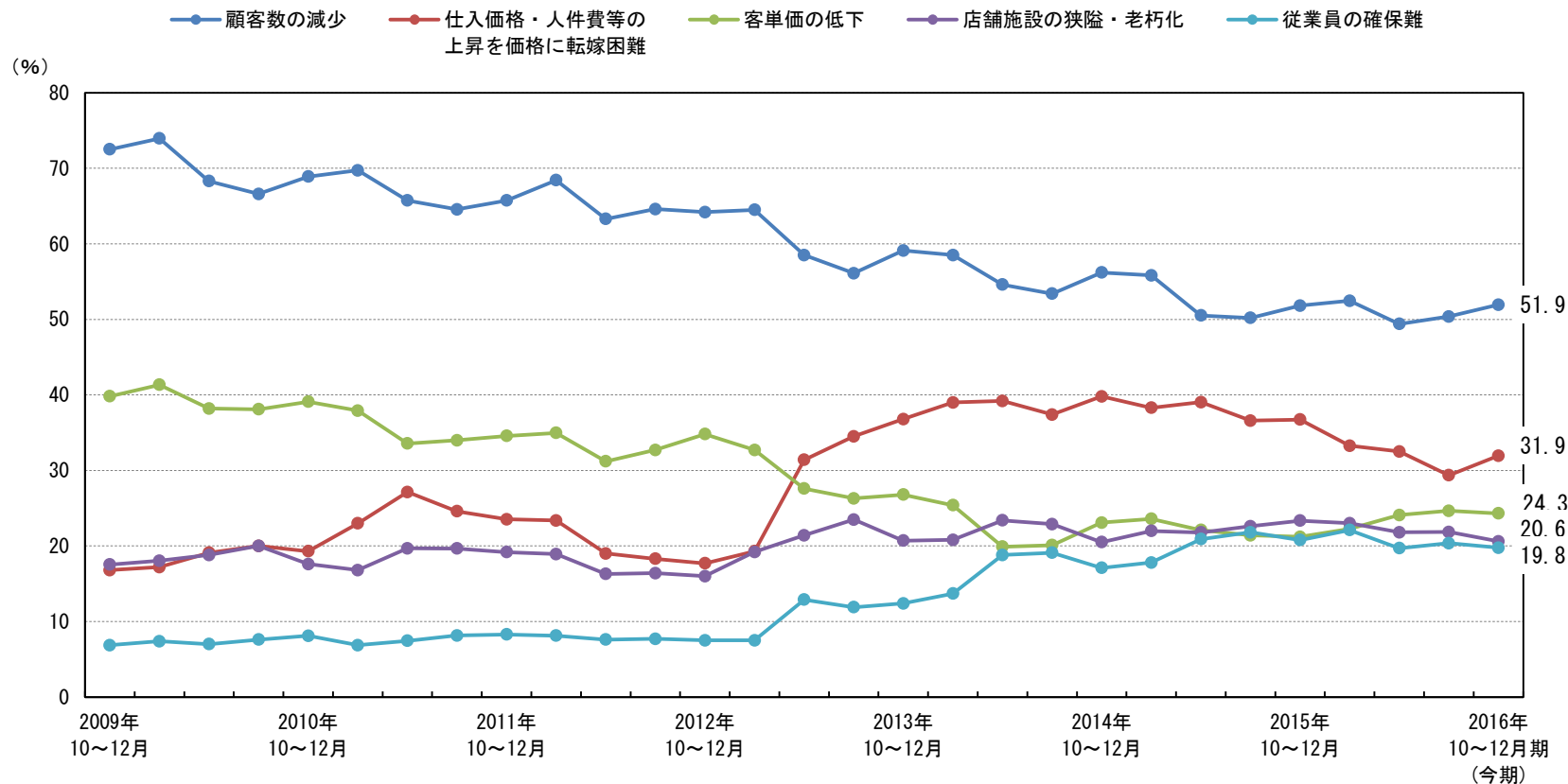
(%)

凡例	2017年 1～3月期の予定
飲食業（全体）	9.9
そば・うどん	10.0
中華料理	10.3
すし	10.0
料理	15.3
喫茶	5.8
社交	6.5
その他飲食	11.4

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」51.9%、「仕入価格・人件費等の上昇を価格に転嫁困難」31.9%、「客単価の低下」24.3%、「店舗施設の狭隘・老朽化」20.6%、「従業員の確保難」19.8%となっている。

参考23 主な経営上の問題点の推移（全業種計、複数回答）



参考 2 4 経営上の問題点（業種別、2016年10～12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	51.9	31.9	24.3	20.6	19.8	8.7	2.6	4.8	9.8
飲食業合計	48.7	44.7	22.1	17.4	21.6	7.4	2.9	3.4	8.6
そば・うどん店	45.9	51.8	14.1	18.8	27.1	6.5	3.5	3.5	6.5
中華料理店	43.7	48.3	21.8	24.7	15.5	8.6	2.9	3.4	9.2
すし店	52.6	47.4	19.5	13.7	21.1	6.8	1.6	3.2	9.5
料理店	41.9	46.0	25.0	16.9	23.4	7.3	4.0	5.6	8.1
喫茶店	49.7	59.1	19.3	20.5	10.5	6.4	3.5	3.5	7.6
社交業	58.3	21.6	26.6	10.1	29.6	7.0	3.5	4.0	11.6
その他飲食店	47.0	43.9	25.0	17.9	22.2	8.3	2.3	2.3	7.8
食肉・食鳥肉販売業	26.0	54.0	26.7	22.7	24.0	8.0	4.0	2.7	5.3
氷雪販売業	54.5	18.2	20.0	18.2	14.5	21.8	5.5	3.6	14.5
理容業	68.3	13.5	27.4	17.0	8.9	8.4	1.5	8.6	13.2
美容業	60.5	16.4	28.3	12.1	18.2	9.4	1.8	8.1	13.6
映画館	45.6	22.8	5.3	43.9	29.8	8.8	7.0	10.5	5.3
ホテル・旅館業	34.7	30.1	12.5	47.7	43.8	6.8	3.4	1.7	4.0
公衆浴場業	58.7	5.5	14.7	52.3	6.4	20.2	2.8	4.6	9.2
クリーニング業	54.5	22.2	39.6	21.1	15.3	8.4	1.1	3.6	10.9

(注)・複数回答のため合計は100を超える。
 ・表中、全業種計の割合を上回るものを網掛している。

IV 地域の特徴的な動きと 経営取り組み事例

1. 地域の特徴的な動き（業況に対する判断理由より抜粋）

今期：2016年10～12月期
来期：2017年1～3月期

(1) 北海道

都道府県	業種	業況	判断理由
北海道	ホテル・旅館業	好転 (今期)	外国人観光客の増加により宿泊単価と稼働率が向上していることから、業況は改善傾向にある。
北海道	そば・うどん店	不変 (来期)	天候不順で材料の高騰が続き、多少の売上増加では利益が確保できない。また、人員の補充もできず困っている。

(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
青森県	すし店	不変 (今期)	依然として地元の来客は伸びていないが、海外の広範囲からの来店客が増加し、結果的に前年を維持した。
岩手県	料理店	悪化 (今期)	地域に同業他社の進出が著しく、競争が激化しており、顧客数の減少が顕著になっている。
秋田県	すし店	悪化 (来期)	各鮭ネタが非常に高騰しており利益が目に見えて減少している。今後さらに仕入価格が上昇すると見込んでいる。

(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
宮城県	美容業	悪化 (来期)	地域経済は良好のように見えるが、人手不足などによりお客様に休日がないと来店されないため、当分厳しい状況が続く。
山形県	喫茶店	悪化 (来期)	天候次第で客数・客単価が大きく変動する。今年は積雪が多いとの予想があり、悪化する可能性が高い。
福島県	ホテル・旅館業	悪化 (来期)	仕入価格が上がっているが、客単価を据え置いているため利益が見込めない状況。

(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
茨城県	中華料理店	悪化 (今期)	長雨による来店客の減少と野菜高騰による原価率の上昇で収益が悪化した。
栃木県	中華料理店	不変 (今期)	前年同期に比べ売上は増加しているが、仕入価格（野菜等の値上がり）の上昇により収益は伸び悩んでいる。
埼玉県	その他飲食店	不変 (来期)	宴会で売上増加が見込めるが、原材料（特に野菜）が高く採算は厳しい。
群馬県	ホテル・旅館業	好転 (来期)	1月より赤城大沼の氷上ワカサギ釣りが始まるため、釣り道具レンタル、食事、宿泊などのお客様が期待できる。

(5) 信越（新潟県、長野県）

都道府県	業種	業況	判断理由
新潟県	理容業	悪化 (来期)	お客様の出足に左右される。寒さが思ったより早く来たために雪の量が多くなると除雪や足元の悪さで来店周期が伸びる。
長野県	ホテル・旅館業	好転 (来期)	信州デスティネーションキャンペーンや大手旅行会社のイベントなども開催されるため、客数の増加が見込める。

(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
東京都	冰雪販売業	好転 (今期)	主な販売先である飲食業界で、氷屋の氷を選択してもらえる機会が増えつつある。また、イベント関連の需要が夏季に引き続き好調である。
千葉県	公衆浴場業	好転 (今期)	千葉県と埼玉県の生衛組合が共同で銭湯スタンプラリーを開催している。スタンプの数に合わせて記念品を贈呈しており、常連客以外の利用客増加につながった。
神奈川県	すし店	悪化 (来期)	天候不順の影響による野菜価格の高騰に加えて、国内産の魚介類も不漁等により値上がりしており、仕入価格は前年に比べ30%ほど上昇している。以前から客離れがみられる中で、価格への転嫁も難しく収益面を圧迫しており、業況は非常に厳しくなるとみている。
山梨県	ホテル・旅館業	好転 (今期)	訪日外国人の増加による恩恵を受けており、前年以上に来客が増加している。

(7) 北陸（富山県、石川県、福井県）

都道府県	業種	業況	判断理由
福井県	その他飲食店	不変 (今期)	舞鶴若狭自動車道の開通により、四国方面、岡山県、兵庫県などのバス旅行客が来店するようになった。その一方で、近郊や県内のお客様は少なくなった。

(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
岐阜県	食肉販売業	不変 (今期)	飛騨牛や黒毛和牛の不足により仕入価格が高騰したが、今以上販売価格の値上げができない状況で、売上が伸びても利益がそれほど出ない。
静岡県	食肉販売業	悪化 (今期)	前年同期よりも仕入価格が上昇しているとともに、従業員を募集しても思うように集まらず良い人材を確保できないため、思うような経営ができない。
愛知県	すし店	好転 (来期)	三河地区の自動車産業が好調であり、今後宴会などが多くなると見込んでいる。
三重県	喫茶店	悪化 (来期)	店舗の老朽化、顧客の高齢化が進む中、大型チェーン店への顧客流出や仕入価格の上昇などもあり厳しい状況。

(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
滋賀県	食肉販売業	不変 (来期)	観光客の増加により、ホテルや飲食店からの需要が拡大しているものの、個人客の購入状況は悪化している。
京都府	その他飲食店	好転 (今期)	地域にある寺院の行事が多く、地方からの参拝者が増えており注文が多くある。
兵庫県	ホテル・旅館業	好転 (今期)	インバウンドや国内観光客の増加と“プチ温泉ブーム”により来客数が増加し、業況は好転している。

(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
大阪府	その他飲食店	不変 (今期)	秋から冬にかけての野菜の高騰により仕入価格には苦しんだが、前年と比べてさほどの変化はなかった。
奈良県	ホテル・旅館業	好転 (今期)	式年造替にあたる春日大社関連の宿泊客で満室が続いている。海外の方よりも日本のリピーター客や新規のお客が増えた。
和歌山県	ホテル・旅館業	悪化 (今期)	前年は国体が開催され宿泊客も多かったが、今年は大幅減となった。

(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
鳥取県	ホテル・旅館業	悪化 (今期)	地震の影響で大きなイベントが中止となり宿泊等のキャンセルが出た。
島根県	ホテル・旅館業	不変 (今期)	10月に発生した鳥取県中部地震により観光客減少の影響はあったが、現在は風評被害も収まり前年とほぼ同じ売上・利益を計上できる見込み。
岡山県	料理店	好転 (今期)	外国からのお客様の増加に伴いツアー会社からの予約が増えた。
広島県	美容業	悪化 (今期)	顧客が平均70歳以上のため来店できない方が増えており、業況は悪化するばかりの状況。
山口県	ホテル・旅館業	不変 (今期)	熊本地震による行き先の変更で増客面もあったが、昨年並みに落ち着きそうである。

(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
徳島県	食肉販売業	悪化 (来期)	牛肉の生産不足等により、仕入価格の高騰はまだ続くと思われる。売れ筋を絞り、無駄のない仕入に努めるが、利益は見込めない。
香川県	ホテル・旅館業	好転 (今期)	瀬戸内国際芸術祭などのイベントが多かったため外国人客の集客につながった。
愛媛県	ホテル・旅館業	好転 (今期)	外国人観光客、霊場巡礼客、一般観光客の増加などで宿泊客が増え、売上は伸長した。道後温泉の人気上昇もあり、組合を中心にイベント等諸活動を活発化させており、今後さらに宿泊客が増えることを期待している。
高知県	理容業	悪化 (今期)	低料金店舗が多くなったことと顧客の高齢化に伴い来店客の減少が大きく業況は厳しいものとなった。

(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
福岡県	ホテル・旅館業	不変 (来期)	外国人旅行客の増加と市内でのイベントやコンサートなどの開催により、客室稼働率が高くなっている。しかし、ホテルが8軒程建築中であり、需要と供給のバランスが取れるのか不安を感じる。
長崎県	そば・うどん店	好転 (来期)	外国人観光客が円安の影響で増加すると予想している。熊本地震の影響も沈静化し国内観光客も戻ってきており、来期は好転する見込み。
大分県	すし店	不変 (来期)	来客が週末集中型になり、お客様の動きが片寄っている。平日の減少をどうするかが課題。

(14) 南九州（熊本県、宮崎県、鹿児島県）・沖縄県

都道府県	業種	業況	判断理由
熊本県	ホテル・旅館業	悪化 (来期)	今期は復興割や工事関係の宿泊などがあったが、来期の予約はまだ入ってきておらず、気が抜けない状況。宴会などの飲食部門も厳しいものとみている。
宮崎県	ホテル・旅館業	好転 (来期)	スポーツ合宿やプロ野球のキャンプ見学などで宿泊客の増加が見込める。
鹿児島県	料理店	悪化 (今期)	本格的な日本料理店として会社の接待が減少していることが一番こたえている。
沖縄県	理容業	好転 (来期)	昨今、外国人観光客が飛躍的に増えており、売上増加に結び付ける計画。

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	北海道	休止していたイベントを再開したことで来店顧客数が回復してきている。また、 Facebook 等への掲載と周知方法を工夫した効果が現れ出している。
	千葉県	ランチタイムに実施しているコーヒーの無料サービス、車椅子で来店するお客様のために広いスペースを確保、インターネット等をご覧になって来店されたお客様への自家製スイーツのサービスなどを行っている。
	愛知県	新メニューの開発 によりオリジナリティを出したり、自家製麺に切替え“手打ち”を強調している。また、自治会や老人会などの弁当の受注に努め、 ダイレクトメール で周知を行っている。
	京都府	店に特徴をもたせるため、仕入する食材は 地産地消 を心がけている。また、季節にあった食材を使用するようにしている。
	香川県	オンリーワンの うどん作り体験 により個人旅行客の取り込みを図っている。
中華料理店	茨城県	半月ごとに メニューを変更 している。メニュー変更後はサービス期間を設けて、いつもの価格より値引きして提供している。また、できるだけ 手作りのもの を提供している。
	埼玉県	店内改装 （座敷→テーブル席）を行った結果、以前よりも高齢者の方と女性客が増加した。
	東京都	材料の由来などを店内に表示し、 安心安全な食材提供 に努めていることをお客様に知っていただけるようにPRしている。
	広島県	ホールスタッフに正社員を配置するなど、 接客サービスの向上 に努めている。
	高知県	野菜価格の高騰に対応するため、 食材ロスの管理を徹底 している。また、大入り制度を取り入れ従業員のやる気を増加させた。
すし店	北海道	完全予約制 にしたことで、仕入ロスが無くなった。
	石川県	新メニューの開発、英語対応の充実 、客単価増加への工夫など、集客に向けた積極的な取り組みを行っている。

業種	都道府県	内容
すし店	愛知県	椅子席を希望するお客様が増え対応に困っていたが、小規模事業者持続化補助金の交付を受けて、 座敷席から椅子席へ変更 することができた。従来よりも4倍の席を確保することができたためお客様から好評で、口コミによって来店客が増えることを見込んでいる。
	愛知県	「秋のきのこ料理」や「松茸フェア」など 各種イベントを毎月開催 しており、店舗にPOP広告を貼ったり、ホームページに掲載するなどして広く顧客にPRしている。
	宮崎県	ランチパスポートに掲載 したことで昼の売上がアップし、夜のお客様増加にも繋がっている。また、顧客のニーズに応えるためテーブルや椅子などを入れ替えた。広告宣伝に力を入れて、落ち着いた雰囲気と高級感をPRしている。
料理店	北海道	素材を活かした メニュー開発 の効果が売り上の安定化が図れた。また、新メニューは店内に手書きで表示してアピールしている。
	埼玉県	街バル を計3日間、約50店舗で開催した。イベントは多くの人で賑わい、お客様の喜んでる顔を見ることができた。今後、お客様がお祭として楽しめるようなイベントになれば 街の活性化 につながると思う。
	石川県	外国人観光客が増加しているため、広告を増やしたり、 HPを外国語対応 とした結果、目に見えて外国人の来客が増加している。
	岐阜県	お客様の意見（声）を聞き、畳席から椅子席に変更、バスでの送迎、女性のお客様には1品サービス、ポッキリ料金（料理、飲み物、税金、サービス料込）の設定など、様々な取組みを行っている。
	静岡県	客数や単価の下落からの脱却はなかなか難しいが、メニューの追加や仕入の工夫などを行い、お客様に対するサービスの徹底を図っている。また、店内を 全面禁煙 にしたところ、女性や子供の客層が増えてきている。
喫茶店	宮城県	新たな取組みとして Facebook を始め、今月のワッフルや今週のプレートなどをアップしており、常連客や新規のお客様が来店していただけるようになってきた。
	山形県	地元紙に店舗の紹介記事を掲載した。店舗のPRを兼ねて ドリンクサービス券 を配布した。
	奈良県	ディスプレイを大幅に改良 した。味はもちろんだが、店の雰囲気でお店を選ぶ方も少なくないと思う。

業種	都道府県	内容
喫茶店	徳島県	ハロウィン期間限定メニューを多くしたところ、TVや雑誌などに取り上げられお客様の増加につながった。新商品は SNSなどを活用 し情報発信している。
	鹿児島県	POSレジの導入 によりデータの活用ができるようになったことで経理の仕事が楽になった。
社交業	群馬県	宴会や貸切イベントなどの顧客を多く取り込み売上を確保している。
	東京都	メニューを専門業者に頼んで新しくした。これを見て来店する新規のお客様も多少いる。今後は外国人客を集客するために、 英語表記のメニュー を作成したいと考えている。
	三重県	30周年記念行事を実施するに当たり、 ホームページ等を活用 しPRに努めた結果、それなりの成果が出た。
	宮崎県	社交組合が作成 してホテル等に配置している ナイトマップに掲載 した効果で、県外のフリー客が増加している。
	鹿児島県	中国からの外国人観光客が多くなっており、 外国人従業員の採用 や ネットの外国語対応 などで、来店客や注文数の増加などが見られる。
その他飲食店	滋賀県	職人不足解消に向けて 調理方法のマニュアル化 を行い、パート・アルバイトでも対応可能なメニューに変更した。また、クオリティーは下げないように工夫している。
	香川県	外国人客（中華系）の増加に対応するために、 中国語と英語に対応したメニュー を作成中。
	高知県	スタッフミーティング を定期的に行い、来客の機会損失を減らすためにPCアプリを利用した予約状況の共有化を行っている。
	宮崎県	「お魚パスポート」 （宮崎のさかなビジネス拡大協議会が発行する魚料理に限ったランチパスポート）に掲載したところ、来店客が大幅に増加した。「お魚パスポート」は書店で販売されており、当店では本来1,700円の定食を1,000円で提供している。
	鹿児島県	POSレジを導入 したことにより、スケジュール管理や顧客情報管理が簡略化され仕事の効率化がアップした。レジ周りもスマートになり見た目もよくなった。

業種	都道府県	内容
食肉販売業	秋田県	賞味期限が比較的長く 付加価値 のある商品を開発するため、新たに設備を導入した。
	群馬県	きめ細かいカスタマーサービス のために顧客と対話をしている。また、メニューや年齢に合わせて肉の部位や切り方を変えている。
	岐阜県	農産物を販売している市場で銘柄豚肉を販売しているが、その商品のPRのための 試食会を開催 し、商品と自店の宣伝を積極的に行う計画をしている。
	静岡県	ディスカウント店との 差別化 を図るために、ハロウィンやクリスマスなどに付随したイベント等を開催し集客に力を入れた。
	愛媛県	顧客ニーズに合った肉と 料理方法を提案 するとともに、本日の激安商品を勧めている。
食鳥肉販売業	大阪府	少子高齢化や核家族化の進展などに対応するため、 付加価値 を付けた半加工品・2次加工品アイテムを増やしている。また、中食需要の増加に対して加工惣菜アイテムの販売に注力している。
	宮崎県	生肉の購入が減少しているため、 惣菜等加工品販売 に注力している。
	鹿児島県	経費削減はできるところを確実に実行して、 従業員全員のコスト意識を向上 させてよりよい改善を行っていく。
冰雪販売業	東京都	社員・アルバイトが共に少ない状況のなかで、休みが取れるように シフト作りを工夫 している。家族の都合などで休みが取りやすくなったり、不測の事態で欠員が出ても他の者がカバーできるよう 仕事内容の共有化 に努めた。
	東京都	同業他社と販売地域が重なるところを互いに融通しコストを削減している。また、 社員の福利厚生を充実 させてモチベーションを上げている。
	福井県	花氷や丸い氷など、 お客様のニーズに合った商品 をさらに開発していく。

業種	都道府県	内容
理容業	山形県	シーズンごとのメニューPOPを店内に掲示している。また、 組合関係のトピックスなども掲示して、業界活動をお客様にPR している。
	山形県	お店の情報を発信するために10年ほど前からHPを開設しているが、近年はスマートフォンが普及しているため、 Facebook・LINE・twitter などによりお店のイベントや休日などの情報を配信したいと考え準備を進めている。
	鳥取県	講習会に積極的に参加し、 メニューの多様化・他店との差別化 を図っている。
	福岡県	家族経営のため 予約優先 としており、それが定着して流れがスムーズになっている。また、店の空き時間には介護施設を訪問して 介護理容 を実施している。さらに、 送迎付きカット も行っており、高齢者の方に大変喜ばれている。
	沖縄県	顧客の髪型や嗜好性等を記入した 理容カルテを作成 し、顧客が希望する髪型が提供できるようにしている。また、顧客の趣味なども記入して、施術中の顧客との話題作りにも努めている。
美容業	北海道	地方で人口が減少しているなか、 SNSとインターネットの活用 や 新メニュー開発 などによる効果があった。また、メニューの単価アップを行ったものの、高品質が評価され移行されるお客様が増えた。
	群馬県	在宅の方向けに 訪問美容 を行っており、より良いサービスを提供するために スタッフが介護免許を取得 した。
	千葉県	安心・安全な材料の使用、頭皮へのダメージを低減するヘアカラーの塗り方、推奨するオーガニック製品など、お客様にとって良いと思われる情報を ブログやフェイスブック にアップしている。それをご覧になった方が、遠方からご来店・再来していただいている。また、当店で働きたいというスタッフの確保にも繋がっている。
	神奈川県	駅前再開発が進むなど活気のある地域に立地していることもあって、この地域性を活かして、若者が集う飲食店と 異業種コラボレーションのイベント 企画を実施しており、口コミ客や紹介客の確保につながっている。
	愛媛県	当店のお客様は比較的高齢の方が多いので、 育毛に関するアドバイス や育毛に良い整髪料を勧めている。

業種	都道府県	内容
映画館	群馬県	アルバイトの時給アップにより、人材確保及び 接客スキル向上 に努めた。
	兵庫県	学生が500円で映画を観れるキャンペーン「え～がな500」 を実施し、効果を上げた。
	香川県	経営者自らが勤務シフトに入り人件費の削減に努めた。また、ジャンル毎の特集番組を組んで顧客に提供している。
	大分県	番組を工夫して、シネコンで上映しないドキュメンタリーなどを上映しており、お客様に好評を得ている。
	鹿児島県	ポイントカード会員(顧客)の定着化 を計るために、入会無料やポイント2倍デーなどのキャンペーンを行っている。
ホテル・旅館業	青森県	ネット予約に重点を置き ホームページをリニューアル した。また、 フリーダイヤルの電話を設置 し、お客様から気軽に連絡いただけるようにした。
	秋田県	インバウンドに対応するために、 看板の英語表記 や 和室だけだった客室をベットルームに改修 した。
	神奈川県	若い家族と女性を対象にしたプランやサービスなどで 差別化 を図っている。若い家族向けには「妊婦さんの出産前のマタニティプラン」、「赤ちゃん子育てプラン」などのプランがあり、女性向けには「山のエステティック」などのネーミングでサービスを提供している。これらのプランやサービスはホームページに掲載してPRし、口コミ評価を高めるように取組んでおり、効果がみられる。
	滋賀県	新聞折り込みやチラシの作成をやめて、 名刺サイズのポップカードを作成 した。持ち帰りやすく保管しやすいため、好評をいただいている。
	高知県	従業員確保 のために契約社員の時給アップを行った。今後は正社員の給料をアップする計画。

業種	都道府県	内容
公衆浴場業	愛知県	ホームページの充実 、大型看板の設置、 ランナーズ銭湯 などに取組んでいる。また、地域誌に広告を掲載するなど、少しでも顧客を獲得できるように取組んでいる。
	大阪府	Facebookを開設 した。ホームページよりも簡単で、当浴場の取組みやイベントなどを告知しやすく、これを見て遠方から来られるお客様もいる。
	鳥取県	多様なイベント、炊き出し、小学生の体験入浴、気まぐれフレグランス風呂など、主に 口コミを目的とした取組み が広まっており、地元の新規客が増えつつある。継続的なイベントを開催・定着させ、業況改善を目指す。
	徳島県	赤ちゃんを連れた若いお母さん達も増えてきたため、 女性脱衣室にベビーベッドを設置 したところ、おむつ替えや着替えがしやすくなったと好評である。
	香川県	開店時間よりも早めに来て待っている常連客が増えたので店を20分程早く開けている。また、薬風呂の入浴剤の種類を増やしたり、浴槽の温度を子供向けに41度に設定するなど、 顧客ニーズに合わせた取組み を行っている。
クリーニング業	北海道	施設内の全ての 照明をLEDに変更 したことで、電気代の大幅な節約ができた。
	秋田県	技術の向上 に取組んでおり、当店の技術力が口コミで広がり来店客が増えている。
	埼玉県	同業者と共同で、地元の商工会祭りなどの イベントに出店 した。そこで、様々な相談を受け、数名だが当店の利用客になった。
	兵庫県	自店の特徴である高級衣料品を安心して処理できるシステムを消費者にアピールすることと、クレームをゼロに近づける努力を従業員と共に続けることで、不況に負けない経営を続けていきたいと考えている。また、ネットを利用したコマースも効果があるが、自店の規模から考えるとお客様の口コミによる少しずつの利用者増加が良い結果に繋がっていると感じる。
	徳島県	顧客の減少や価格競争により単価が下がるなど厳しい状況のなか、個人対象のクリーニングから法人対象（リネン、制服、リース等）に切り替えた結果、単価は低いが大量の洗濯物を受けることで収益力は良くなっている。