ニュースリリース

日本政策金融公庫

２０１８年２月１３日
株式会社日本政策金融公庫

# 緩やかな持ち直しの動き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（2017年10～12月期）～

**業況判断ＤＩ、採算ＤＩは２期ぶり、売上ＤＩは３期連続で前年同期を上回った。**

＜業況判断ＤＩ＞（2ページ）

○ 業況判断ＤＩは、前期から2.5ポイント低下して▲20.1となった。前年同期に対しては1.9ポイント上回り、２期ぶりに前年同期の水準を上回った。

○ 来期は、▲22.0と1.9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5.6ポイント低下して▲23.4となった。前年同期に対しては1.3ポイント上回り、３期連続で前年同期の水準を上回った。

○ 来期は、▲16.8と6.6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3.6ポイント低下して▲5.1となった。前年同期に対しては0.6ポイント上回り、２期ぶりに前年同期の水準を上回った。

※ 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 | 2017年12月上旬 | | | | |
| 調　査　方　法 | 郵送調査 | | | | |
| 調　査　対　象 | 生活衛生関係営業　3,290企業 | | | | |
| 有効回答企業数 | 3,079企業（回答率 93.6%） | | | | |
| （業種内訳） | 飲食業 | 1,406 | 企業 | 映画館 | 51 企業 |
| | 食肉・食鳥肉販売業 | 151 | 企業 | ホテル・旅館業 | 172 企業 |
| | 氷雪販売業 | 55 | 企業 | 公衆浴場業 | 110 企業 |
| | 理容業 | 412 | 企業 | クリーニング業 | 261 企業 |
| | 美容業 | 461 | 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。

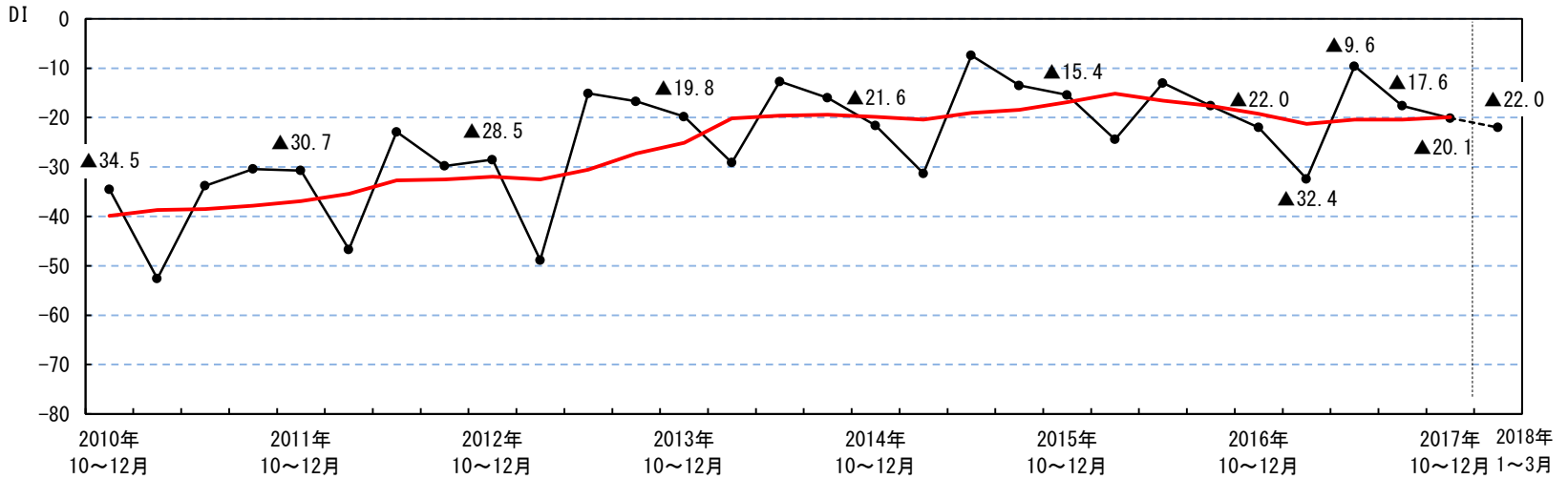
# Ⅰ　景気の動向

## １．　業況判断

● 業況判断ＤＩは、前期から2.5ポイント低下して▲20.1となった。前年同期に対しては1.9ポイント上回り、２期ぶりに前年同期の水準を上回った。

来期は、▲22.0と1.9ポイント低下する見通しとなっている。

**図表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
・赤線は４期間移動平均の推移である。

**図表２　業種別業況判断ＤＩの推移（飲食業を除く）**

| 凡例 | 2016年 10～12月 | 2017年 1～3月 | 4～6月 | 7～9月 | 10～12月（今期） | 2018年 1～3月（見通し） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 食肉・食鳥肉 | ▲ 4.7 | ▲ 24.7 | ▲ 12.7 | ▲ 9.0 | ▲ 0.7 | ▲ 19.9 |
| 氷　　雪 | ▲ 50.9 | ▲ 41.5 | 23.6 | 42.3 | ▲ 56.4 | ▲ 32.7 |
| 理　　容 | ▲ 38.1 | ▲ 38.6 | ▲ 13.2 | ▲ 18.7 | ▲ 32.0 | ▲ 26.9 |
| 美　　容 | ▲ 28.5 | ▲ 33.3 | ▲ 19.5 | ▲ 21.1 | ▲ 22.3 | ▲ 20.2 |
| 映　画　館 | 0.0 | 1.8 | 23.7 | 0.0 | ▲ 54.9 | 11.8 |
| ホテル・旅館 | ▲ 0.6 | ▲ 29.4 | ▲ 1.7 | 3.8 | ▲ 1.7 | ▲ 20.3 |
| 公衆浴場 | ▲ 11.0 | ▲ 10.2 | ▲ 25.7 | ▲ 26.2 | ▲ 21.8 | ▲ 16.4 |
| クリーニング | ▲ 9.5 | ▲ 50.9 | 23.4 | ▲ 42.4 | ▲ 5.4 | ▲ 44.4 |

**図表３　飲食業業況判断ＤＩの推移**

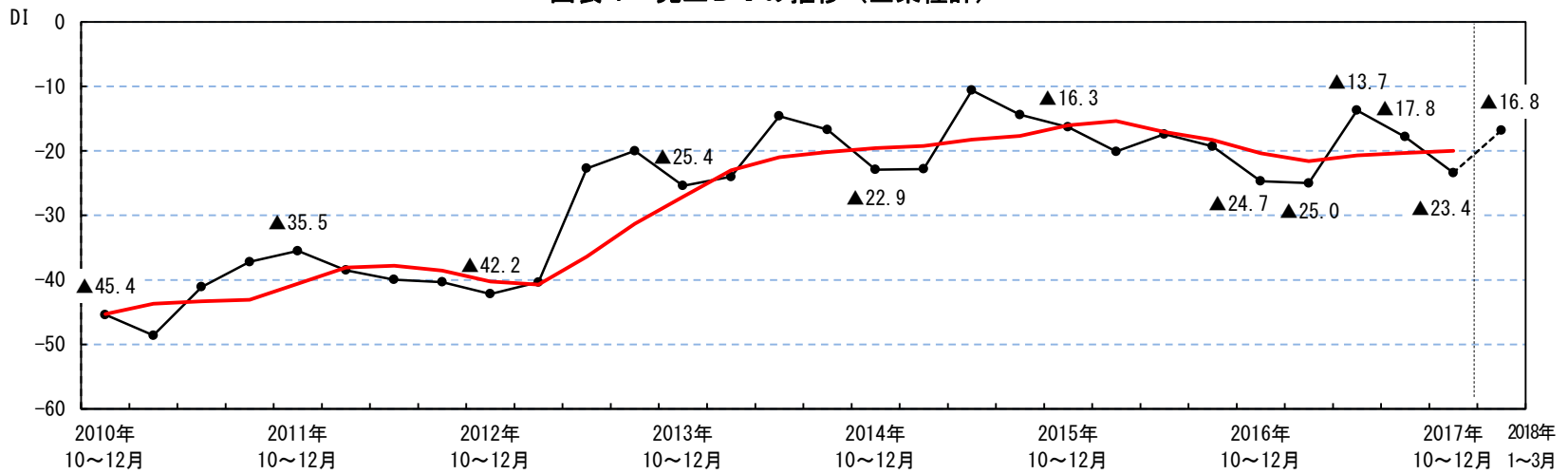
| 凡例 | 2016年 10～12月 | 2017年 1～3月 | 4～6月 | 7～9月 | 10～12月（今期） | 2018年 1～3月（見通し） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 飲食業（全体） | ▲ 22.9 | ▲ 30.8 | ▲ 13.6 | ▲ 17.4 | ▲ 20.2 | ▲ 18.7 |
| そば・うどん | ▲ 18.8 | ▲ 36.2 | 0.0 | ▲ 8.7 | ▲ 27.3 | ▲ 22.7 |
| 中華料理 | ▲ 19.5 | ▲ 27.6 | ▲ 3.7 | ▲ 13.9 | ▲ 18.8 | ▲ 7.9 |
| す　　し | ▲ 31.6 | ▲ 40.8 | ▲ 29.3 | ▲ 29.4 | ▲ 29.1 | ▲ 29.1 |
| 料　　理 | ▲ 12.9 | ▲ 24.4 | ▲ 9.1 | ▲ 19.5 | ▲ 1.7 | ▲ 25.6 |
| 喫　　茶 | ▲ 28.7 | ▲ 29.1 | ▲ 21.2 | ▲ 23.4 | ▲ 32.4 | ▲ 20.2 |
| 社　　交 | ▲ 24.1 | ▲ 30.9 | ▲ 24.9 | ▲ 19.6 | ▲ 11.8 | ▲ 24.1 |
| その他飲食 | ▲ 22.0 | ▲ 27.6 | ▲ 9.3 | ▲ 12.8 | ▲ 18.0 | ▲ 11.6 |

（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5.6ポイント低下して▲23.4となった。前年同期に対しては1.3ポイント上回り、３期連続で前年同期の水準を上回った。
来期は、▲16.8と6.6ポイント上昇する見通しとなっている。

**図表４　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
・赤線は4期間移動平均の推移である。

**図表５　業種別売上ＤＩの推移（飲食業を除く）**

| 凡例 | 2016年 10～12月 | 2017年 1～3月 | 4～6月 | 7～9月 | 10～12月 （今期） | 2018年 1～3月 （見通し） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 食肉・食鳥肉 | ▲ 6.0 | ▲ 4.7 | ▲ 4.4 | ▲ 7.5 | ▲ 6.6 | ▲ 3.3 |
| 氷　　雪 | ▲ 20.0 | ▲ 17.0 | ▲ 9.1 | 3.8 | ▲ 14.5 | ▲ 9.1 |
| 理　　容 | ▲ 38.0 | ▲ 36.6 | ▲ 22.8 | ▲ 22.9 | ▲ 34.5 | ▲ 25.0 |
| 美　　容 | ▲ 29.4 | ▲ 31.0 | ▲ 23.5 | ▲ 24.3 | ▲ 27.9 | ▲ 22.2 |
| 映　画　館 | 29.8 | 9.1 | 30.5 | ▲ 2.0 | ▲ 27.5 | ▲ 7.8 |
| ホテル・旅館 | ▲ 11.4 | ▲ 14.1 | ▲ 1.7 | ▲ 12.0 | ▲ 2.3 | ▲ 10.5 |
| 公衆浴場 | ▲ 25.7 | ▲ 26.9 | ▲ 31.9 | ▲ 26.2 | ▲ 30.0 | ▲ 25.5 |
| クリーニング | ▲ 25.2 | ▲ 30.6 | ▲ 8.9 | ▲ 21.4 | ▲ 16.1 | ▲ 15.7 |

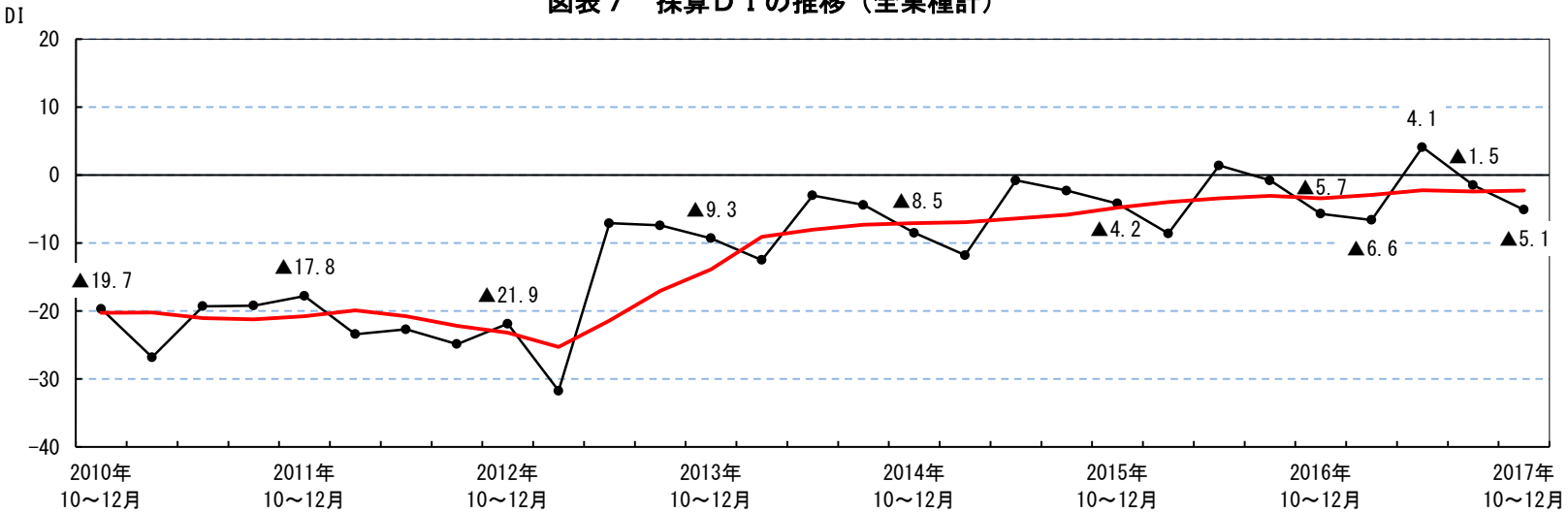
**図表６　飲食業売上ＤＩの推移**

| 凡例 | 2016年 10～12月 | 2017年 1～3月 | 4～6月 | 7～9月 | 10～12月 （今期） | 2018年 1～3月 （見通し） |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 飲食業（全体） | ▲ 25.5 | ▲ 23.7 | ▲ 11.9 | ▲ 16.1 | ▲ 24.2 | ▲ 15.0 |
| そば・うどん | ▲ 18.8 | ▲ 23.7 | ▲ 11.8 | ▲ 11.9 | ▲ 25.7 | ▲ 16.4 |
| 中華料理 | ▲ 16.8 | ▲ 21.3 | 3.7 | ▲ 9.0 | ▲ 16.6 | ▲ 10.4 |
| す　　し | ▲ 34.2 | ▲ 37.2 | ▲ 22.0 | ▲ 34.5 | ▲ 30.8 | ▲ 24.2 |
| 料　　理 | ▲ 20.5 | ▲ 14.4 | ▲ 3.0 | ▲ 9.7 | ▲ 9.2 | ▲ 13.3 |
| 喫　　茶 | ▲ 30.4 | ▲ 22.7 | ▲ 18.6 | ▲ 18.4 | ▲ 31.6 | ▲ 17.0 |
| 社　　交 | ▲ 33.8 | ▲ 31.7 | ▲ 19.9 | ▲ 21.7 | ▲ 27.4 | ▲ 20.4 |
| その他飲食 | ▲ 23.1 | ▲ 17.9 | ▲ 9.9 | ▲ 10.5 | ▲ 23.4 | ▲ 9.3 |

## ３．　採　算

● 採算ＤＩは、前期から3.6ポイント低下して▲5.1となった。前年同期に対しては0.6ポイント上回り、２期ぶりに前年同期の水準を上回った。

**図表７　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
・赤線は４期間移動平均の推移である。

**図表８　業種別採算ＤＩの推移（飲食業を除く）**

| 凡例 | 2016年 10～12月 | 2017年 1～3月 | 4～6月 | 7～9月 | 10～12月 （今期） |
|---|---|---|---|---|---|
| 食肉・食鳥肉 | 8.7 | 18.7 | 15.8 | 9.0 | 17.2 |
| 氷　　雪 | ▲ 16.4 | ▲ 15.1 | 14.5 | 42.3 | ▲ 18.2 |
| 理　　容 | ▲ 8.6 | ▲ 11.7 | ▲ 0.5 | 0.0 | ▲ 7.8 |
| 美　　容 | ▲ 6.4 | ▲ 7.9 | 4.2 | ▲ 0.5 | ▲ 8.0 |
| 映　画　館 | ▲ 7.0 | 12.7 | 23.7 | 13.7 | ▲ 19.6 |
| ホテル・旅館 | 26.1 | 19.2 | 16.6 | 12.7 | 22.1 |
| 公衆浴場 | ▲ 1.8 | 2.8 | ▲ 0.9 | ▲ 4.9 | 1.8 |
| クリーニング | 0.0 | ▲ 27.5 | 18.6 | ▲ 9.5 | 0.8 |

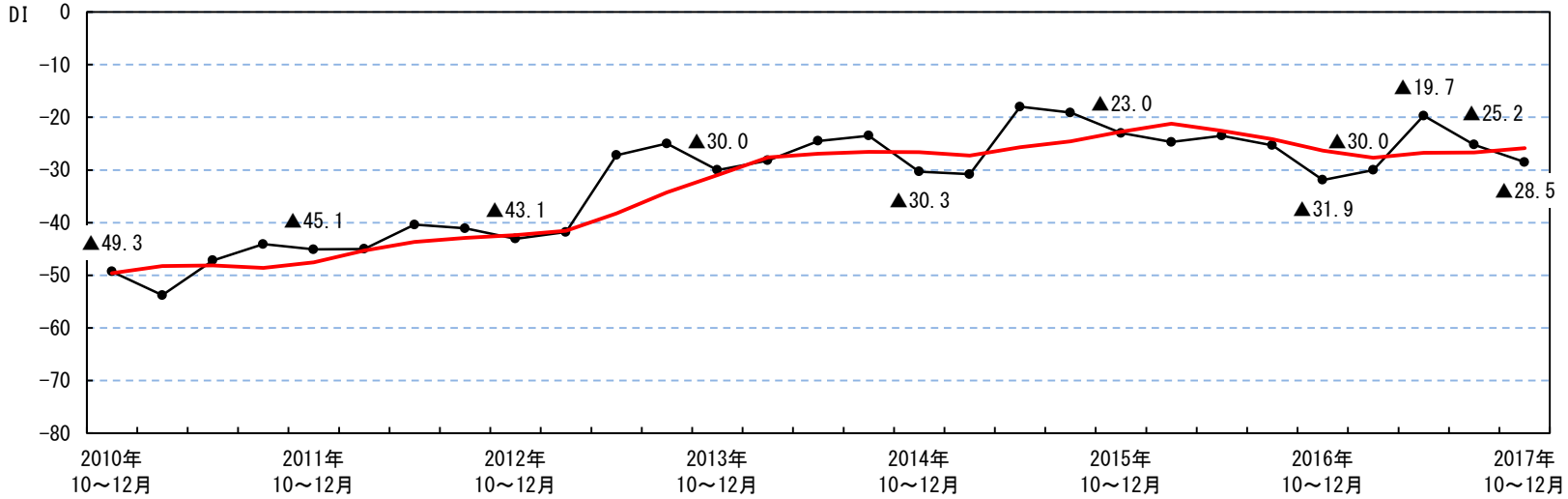
**図表９　飲食業採算ＤＩの推移**

| 凡例 | 2016年 10～12月 | 2017年 1～3月 | 4～6月 | 7～9月 | 10～12月 （今期） |
|---|---|---|---|---|---|
| 飲食業（全体） | ▲ 11.1 | ▲ 7.9 | ▲ 0.9 | ▲ 5.6 | ▲ 9.7 |
| そば・うどん | ▲ 5.9 | ▲ 4.0 | 7.3 | 9.9 | ▲ 5.8 |
| 中華料理 | ▲ 1.1 | ▲ 1.8 | 7.3 | 3.8 | ▲ 1.2 |
| す　　し | ▲ 20.5 | ▲ 8.9 | ▲ 8.9 | ▲ 15.8 | ▲ 18.7 |
| 料　　理 | ▲ 12.1 | ▲ 3.1 | ▲ 4.5 | ▲ 18.6 | ▲ 11.6 |
| 喫　　茶 | ▲ 19.9 | ▲ 19.4 | ▲ 10.0 | ▲ 8.4 | ▲ 16.8 |
| 社　　交 | ▲ 11.1 | ▲ 11.5 | 1.0 | ▲ 8.7 | ▲ 6.4 |
| その他飲食 | ▲ 9.1 | ▲ 7.0 | 0.0 | ▲ 4.9 | ▲ 8.6 |

## ４．　利用客数

● 利用客数ＤＩは、前期から3.3ポイント低下して▲28.5となった。前年同期に対しては3.4ポイント上回り、３期連続で前年同期の水準を上回った。

**図表１０　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
・赤線は４期間移動平均の推移である。

**図表１１　業種別利用客数ＤＩの推移（飲食業を除く）**

| 凡例 | 2016年 10～12月 | 2017年 1～3月 | 4～6月 | 7～9月 | 10～12月 （今期） |
|---|---|---|---|---|---|
| 食肉・食鳥肉 | ▲ 20.8 | ▲ 14.1 | ▲ 16.5 | ▲ 26.3 | ▲ 7.9 |
| 氷　　雪 | ▲ 30.9 | ▲ 26.4 | ▲ 14.5 | 5.8 | ▲ 14.5 |
| 理　　容 | ▲ 39.5 | ▲ 41.0 | ▲ 28.8 | ▲ 27.4 | ▲ 35.9 |
| 美　　容 | ▲ 41.2 | ▲ 37.1 | ▲ 30.6 | ▲ 34.4 | ▲ 37.5 |
| 映　画　館 | 10.5 | 0.0 | 32.2 | ▲ 13.7 | ▲ 41.2 |
| ホテル・旅館 | ▲ 17.0 | ▲ 16.4 | 2.2 | ▲ 22.2 | ▲ 1.7 |
| 公衆浴場 | ▲ 28.4 | ▲ 25.0 | ▲ 33.6 | ▲ 31.1 | ▲ 30.9 |
| クリーニング | ▲ 32.5 | ▲ 39.9 | ▲ 16.4 | ▲ 33.2 | ▲ 28.4 |

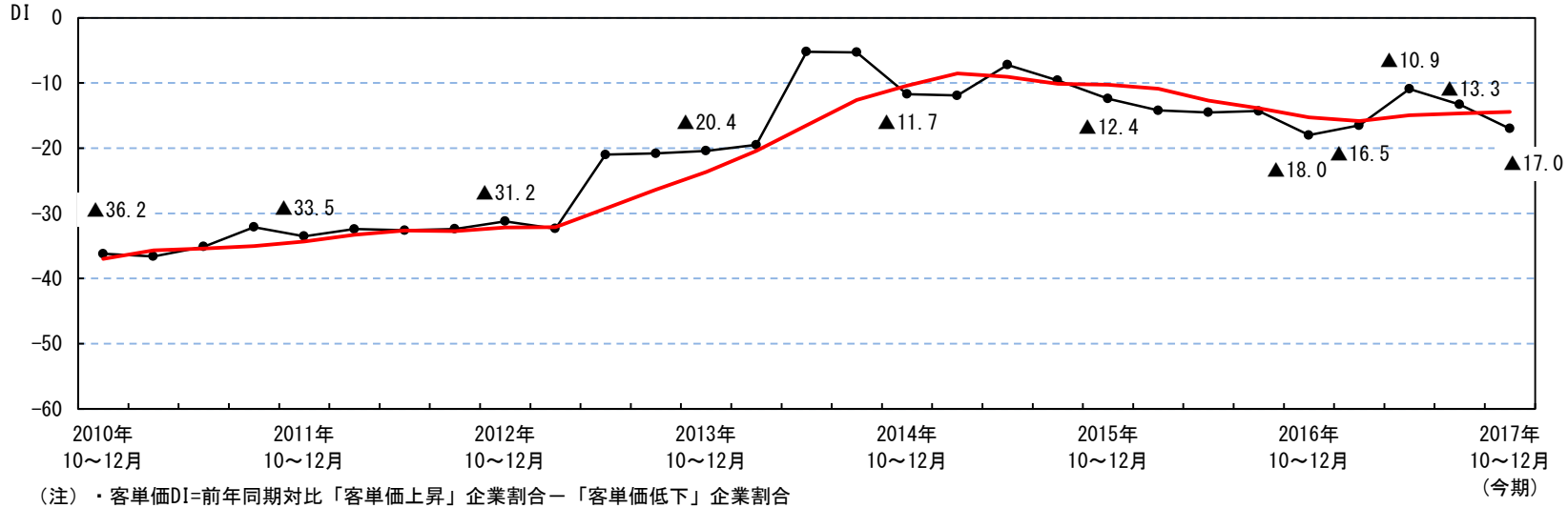
**図表１２　飲食業利用客数ＤＩの推移**

| 凡例 | 2016年 10～12月 | 2017年 1～3月 | 4～6月 | 7～9月 | 10～12月 （今期） |
|---|---|---|---|---|---|
| 飲食業(全体) | ▲ 31.8 | ▲ 27.9 | ▲ 18.5 | ▲ 21.6 | ▲ 28.8 |
| そば・うどん | ▲ 21.2 | ▲ 22.6 | ▲ 15.7 | ▲ 15.6 | ▲ 27.5 |
| 中華料理 | ▲ 22.0 | ▲ 27.2 | ▲ 4.3 | ▲ 12.2 | ▲ 19.6 |
| す　　し | ▲ 45.3 | ▲ 38.7 | ▲ 36.6 | ▲ 32.2 | ▲ 37.4 |
| 料　　理 | ▲ 28.7 | ▲ 16.0 | ▲ 8.3 | ▲ 17.7 | ▲ 24.2 |
| 喫　　茶 | ▲ 34.5 | ▲ 26.4 | ▲ 19.2 | ▲ 27.6 | ▲ 34.5 |
| 社　　交 | ▲ 37.9 | ▲ 35.4 | ▲ 29.3 | ▲ 28.3 | ▲ 28.5 |
| その他飲食 | ▲ 30.8 | ▲ 26.2 | ▲ 15.0 | ▲ 18.6 | ▲ 28.4 |

## ５．　客単価

● 客単価ＤＩは、前期から3.7ポイント低下して▲17.0となった。前年同期に対しては1.0ポイント上回り、３期連続で前年同期の水準を上回った。

**図表１３　客単価ＤＩの推移（全業種計）**




（注）・客単価DI=前年同期対比「客単価上昇」企業割合－「客単価低下」企業割合
・赤線は４期間移動平均の推移である。

**図表１４　業種別客単価ＤＩの推移（飲食業を除く）**

| 凡例 | 2016年 10～12月 | 2017年 1～3月 | 4～6月 | 7～9月 | 10～12月 （今期） |
|---|---|---|---|---|---|
| 食肉・食鳥肉 | ▲ 13.4 | ▲ 14.1 | ▲ 13.9 | ▲ 3.8 | ▲ 12.6 |
| 氷　　雪 | ▲ 23.6 | ▲ 24.5 | ▲ 12.7 | ▲ 9.6 | ▲ 18.2 |
| 理　　容 | ▲ 15.1 | ▲ 15.0 | ▲ 13.5 | ▲ 10.3 | ▲ 14.1 |
| 美　　容 | ▲ 17.4 | ▲ 14.3 | ▲ 10.0 | ▲ 11.2 | ▲ 18.3 |
| 映　画　館 | 1.8 | 0.0 | 6.8 | ▲ 9.8 | ▲ 7.8 |
| ホテル・旅館 | ▲ 5.7 | ▲ 4.5 | ▲ 4.4 | 0.0 | ▲ 5.2 |
| 公衆浴場 | ▲ 15.6 | ▲ 11.1 | ▲ 15.9 | ▲ 17.5 | ▲ 15.5 |
| クリーニング | ▲ 31.8 | ▲ 35.8 | ▲ 14.9 | ▲ 35.8 | ▲ 26.4 |

**図表１５　飲食業客単価ＤＩの推移**

| 凡例 | 2016年 10～12月 | 2017年 1～3月 | 4～6月 | 7～9月 | 10～12月 （今期） |
|---|---|---|---|---|---|
| 飲食業（全体） | ▲ 19.0 | ▲ 16.5 | ▲ 10.5 | ▲ 13.3 | ▲ 18.1 |
| そば・うどん | ▲ 10.0 | ▲ 8.5 | ▲ 2.2 | ▲ 8.8 | ▲ 13.5 |
| 中華料理 | ▲ 24.9 | ▲ 15.4 | ▲ 9.3 | ▲ 7.7 | ▲ 16.6 |
| す　　し | ▲ 28.9 | ▲ 26.2 | ▲ 23.0 | ▲ 21.5 | ▲ 27.5 |
| 料　　理 | ▲ 14.8 | ▲ 20.0 | ▲ 15.9 | ▲ 14.2 | ▲ 20.8 |
| 喫　　茶 | ▲ 19.9 | ▲ 14.7 | ▲ 4.2 | ▲ 10.5 | ▲ 15.8 |
| 社　　交 | ▲ 21.2 | ▲ 23.8 | ▲ 13.6 | ▲ 16.3 | ▲ 17.7 |
| その他飲食 | ▲ 15.4 | ▲ 12.1 | ▲ 8.0 | ▲ 13.1 | ▲ 16.8 |

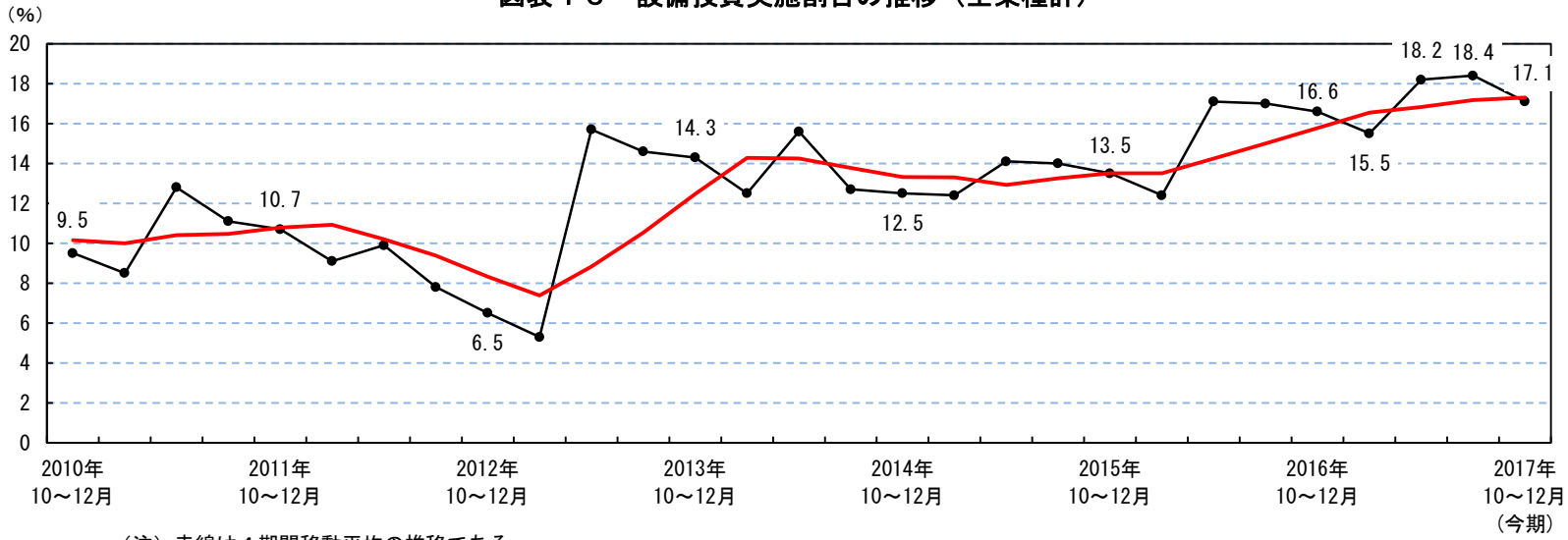
# Ⅱ　設備投資の動向

## １．　設備投資の実施状況

今期(2017年10～12月期)に設備投資を行った企業の割合は17.1%と前期(18.4%)に比べ1.3ポイント低下した。前年同期(16.6%)に対しては0.5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。**

**図表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。

**図表１７　業種別設備投資実施割合の推移（飲食業を除く）**

（%）

| 凡例 | 2016年 10～12月 | 2017年 1～3月 | 4～6月 | 7～9月 | 10～12月 (今期) |
|---|---|---|---|---|---|
| 食肉・食鳥肉 | 27.3 | 24.0 | 27.8 | 22.6 | 25.2 |
| 氷　　雪 | 14.5 | 20.8 | 21.8 | 19.2 | 14.5 |
| 理　　容 | 10.2 | 11.7 | 11.0 | 9.9 | 10.0 |
| 美　　容 | 11.4 | 9.4 | 11.0 | 10.5 | 13.4 |
| 映　画　館 | 28.1 | 29.1 | 32.2 | 31.4 | 19.6 |
| ホテル・旅館 | 46.0 | 41.8 | 43.1 | 53.8 | 41.9 |
| 公衆浴場 | 30.3 | 23.1 | 35.4 | 25.5 | 30.9 |
| クリーニング | 14.5 | 15.2 | 18.6 | 17.4 | 15.3 |

**図表１８　飲食業設備投資実施割合の推移**

（%）

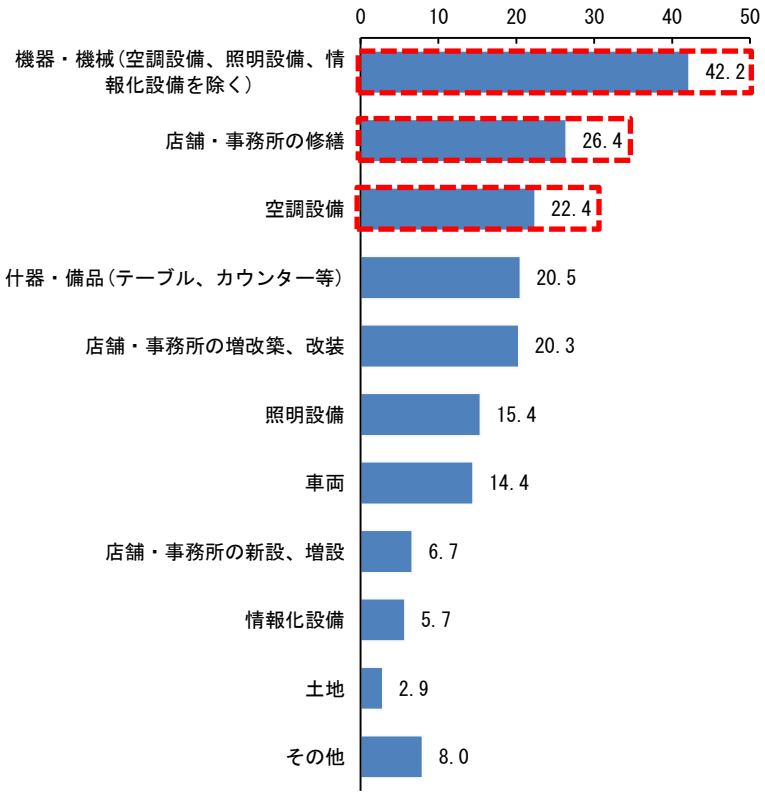
| 凡例 | 2016年 10～12月 | 2017年 1～3月 | 4～6月 | 7～9月 | 10～12月 (今期) |
|---|---|---|---|---|---|
| 飲食業(全体) | 14.3 | 13.0 | 16.4 | 17.8 | 15.7 |
| そば・うどん | 18.8 | 11.9 | 23.0 | 19.4 | 15.7 |
| 中華料理 | 11.5 | 11.2 | 12.2 | 12.0 | 10.9 |
| す　　し | 16.3 | 15.7 | 14.7 | 18.1 | 22.5 |
| 料　　理 | 23.4 | 20.5 | 25.0 | 31.3 | 30.6 |
| 喫　　茶 | 7.6 | 10.9 | 12.9 | 16.4 | 11.6 |
| 社　　交 | 9.0 | 8.4 | 9.8 | 9.2 | 4.8 |
| その他飲食 | 15.4 | 13.7 | 17.6 | 20.2 | 17.0 |

## ２．　設備投資の内容、設備投資金額、来期の設備投資計画

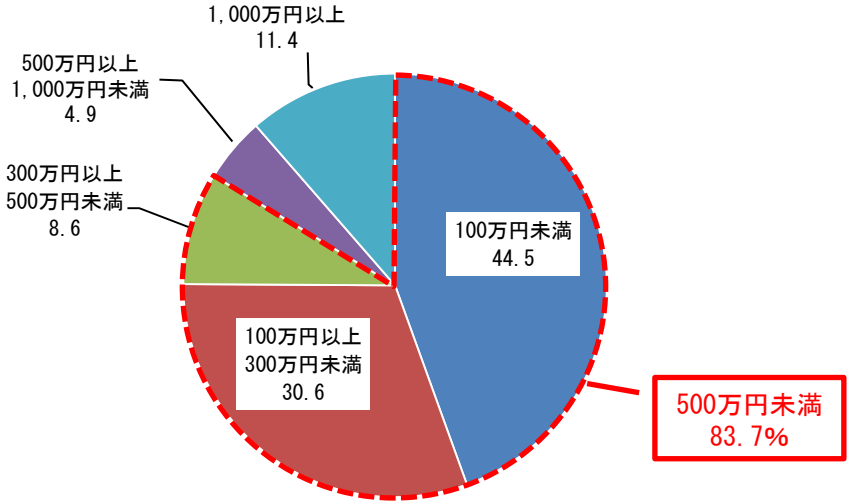
- 設備投資の内容を高い順にみると、「機器・機械（空調設備、照明設備、情報化設備を除く）」42.2%、「店舗・事務所の修繕」26.4%、「空調設備」22.4%となっている。
- 設備投資金額は、500万円未満が全体の約８割を占めている。
- 来期（2018年1～3月期）の設備投資計画については、「実施予定あり」が10.8%となっている。

**図表１９　設備投資の内容（全業種計、複数回答）**

(n=526)　（%）




(n=526)　**図表２０　設備投資金額（全業種計）**　(%)




**図表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 | 2018年 1～3月期の予定 |
|---|---|
| 全業種計 | 10.8 |
| 食肉・食鳥肉 | 15.9 |
| 氷雪 | 9.1 |
| 理容 | 5.6 |
| 美容 | 10.0 |
| 映画館 | 17.6 |
| ホテル・旅館 | 30.2 |
| 公衆浴場 | 18.2 |
| クリーニング | 11.1 |

**図表２２**
**飲食業　来期の設備投資実施予定割合**

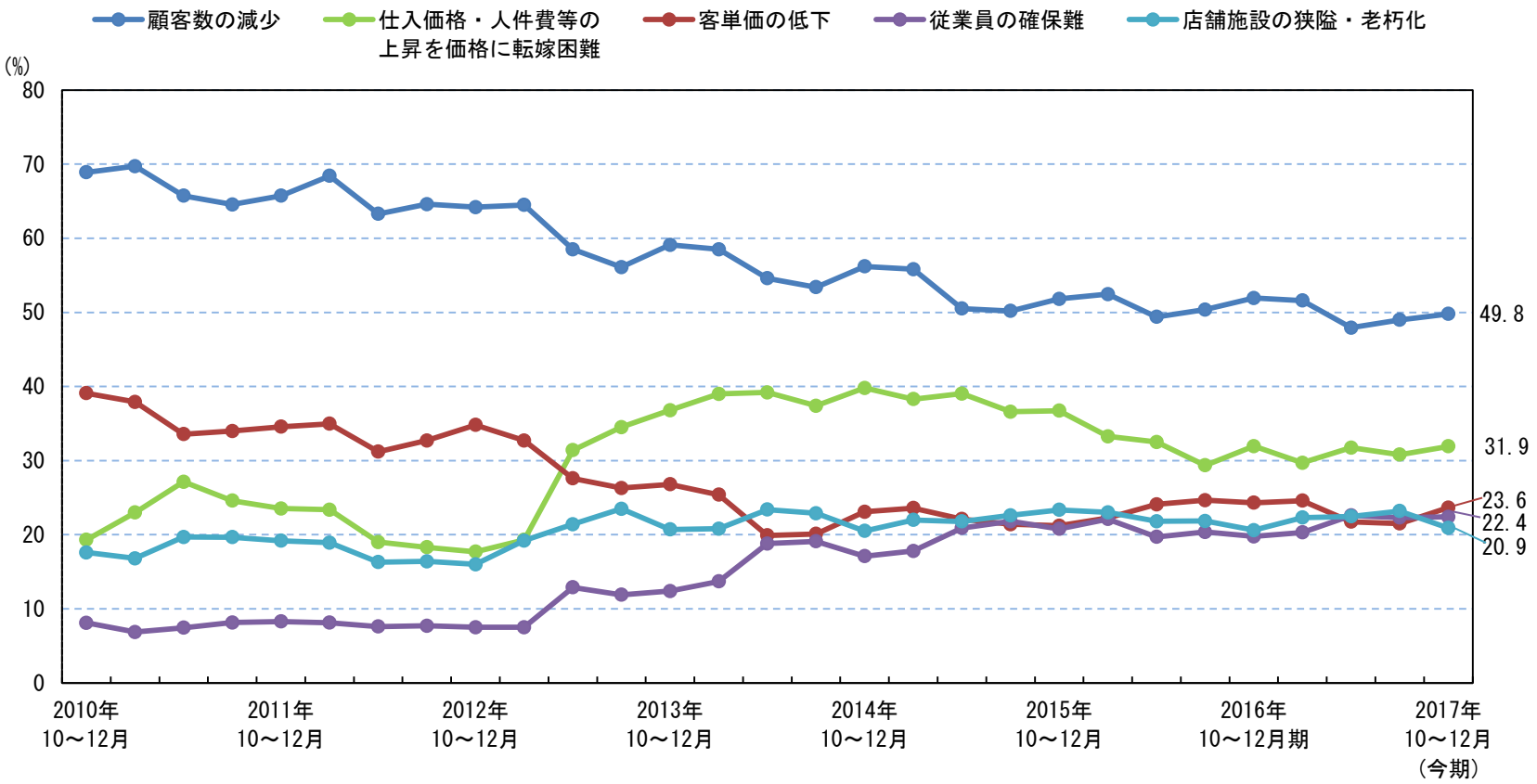
（%）

| 凡例 | 2018年 1～3月期の予定 |
|---|---|
| 飲食業（全体） | 8.7 |
| そば・うどん | 8.1 |
| 中華料理 | 5.5 |
| す　し | 6.0 |
| 料　理 | 14.0 |
| 喫　茶 | 6.9 |
| 社　交 | 9.6 |
| その他飲食 | 10.3 |

## 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」49.8%、「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」23.6%、「従業員の確保難」22.4%、「店舗施設の狭隘・老朽化」20.9%となっている。

**図表２３　主な経営上の問題点の推移（全業種計、複数回答）**



## 図表２４　経営上の問題点（業種別、2017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 | 従業員の確保難 | 店舗施設の狭隘・老朽化 | 後継者難 | 事業資金借入難 | その他 | 特に問題なし |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 業 種 合 計 | 49.8 | 31.9 | 23.6 | 22.4 | 20.9 | 8.2 | 2.2 | 4.5 | 10.2 |
| 飲食業合計 | 45.0 | 44.9 | 21.9 | 25.2 | 17.3 | 6.6 | 2.4 | 3.3 | 9.4 |
| そば・うどん店 | 39.5 | 55.8 | 18.0 | 27.9 | 16.9 | 6.4 | 3.5 | 4.1 | 5.8 |
| 中華料理店 | 35.2 | 45.5 | 20.6 | 21.2 | 21.8 | 8.5 | 2.4 | 2.4 | 13.9 |
| すし店 | 46.7 | 45.1 | 20.9 | 24.2 | 17.6 | 6.0 | 1.6 | 2.2 | 13.2 |
| 料理店 | 46.3 | 45.5 | 23.1 | 25.6 | 15.7 | 5.8 | 2.5 | 2.5 | 9.9 |
| 喫茶店 | 48.0 | 56.1 | 16.2 | 15.0 | 19.7 | 9.8 | 1.7 | 1.7 | 7.5 |
| 社交業 | 56.1 | 23.5 | 28.9 | 25.7 | 13.9 | 4.8 | 3.2 | 4.3 | 12.8 |
| その他飲食店 | 43.8 | 44.8 | 23.4 | 30.3 | 16.5 | 5.9 | 2.2 | 4.2 | 6.4 |
| 食肉・食鳥肉販売業 | 29.1 | 55.6 | 19.9 | 29.8 | 19.9 | 9.3 | 2.0 | 4.0 | 6.6 |
| 氷雪販売業 | 49.1 | 18.2 | 21.8 | 12.7 | 21.8 | 27.3 | 3.6 | 3.6 | 16.4 |
| 理 容 業 | 62.1 | 13.6 | 30.3 | 11.7 | 15.5 | 8.0 | 1.0 | 7.8 | 14.3 |
| 美 容 業 | 62.7 | 10.0 | 26.7 | 19.7 | 15.0 | 9.3 | 3.0 | 6.3 | 13.7 |
| 映 画 館 | 43.1 | 15.7 | 17.6 | 41.2 | 39.2 | 7.8 | 3.9 | 5.9 | 5.9 |
| ホテル・旅館業 | 32.6 | 29.1 | 11.6 | 46.5 | 50.0 | 7.0 | 1.2 | 2.9 | 3.5 |
| 公衆浴場業 | 61.8 | 16.4 | 10.9 | 4.5 | 58.2 | 13.6 | 0.9 | 3.6 | 5.5 |
| クリーニング業 | 52.9 | 30.7 | 34.1 | 14.6 | 21.5 | 9.2 | 1.9 | 4.2 | 9.6 |

（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：2017年10～12月期
来期：2018年１～３月期

### （１）北海道

| 都道府県 | 業種 | 業況 | 判断理由 |
|---|---|---|---|
| 北海道 | 中華料理店 | 不変<br>（来期） | ２月に雪まつりで観光客が増えるので、売上は落ち込まないだろうと考えている。 |
| 北海道 | ホテル・旅館業 | 悪化<br>（今期） | 年末年始の宴会予約が入る時期だが、大人数の宴会予約が減っている。東京オリンピック等もあり冬場は確実に仕事がある東京に出稼ぎに出る工事業者が増え、工事業者の宿泊予約が減っている。 |

### （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 | ホテル・旅館業 | 好転<br>（来期） | 台湾の定期便が運航を開始したことや韓国便の増便などもあり、インバウンドのお客様が好調に推移している。 |
| 秋田県 | その他飲食店 | 好転<br>（今期） | 今年は、秋の長雨にもかかわらず、昨年よりお客さんの入りが良い。行政が行う行事（ねんりんピック等）や能代火力３号機の建設等の相乗効果があると推察される。 |

### （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 |
|---|---|---|---|
| 宮城県 | そば・うどん店 | 悪化<br>（今期） | 仙台駅周辺に人が流れ客数が落ちている。さらに、人件費や材料の値上がり、店舗の修繕などに経費がかかり、利益がなかなか出ない状況になっている。 |
| 山形県 | 喫茶店 | 悪化<br>（来期） | 北国は、雪の影響で売上が大きく左右されるが、同業者の競争もあり、来期は厳しいと予想される。 |
| 福島県 | 食肉販売業 | 不変<br>（来期） | 当地は観光が主体の地域であるが、震災後の風評被害による観光客減少が続いており厳しい。近郊に大型ショッピングセンターの開業が予定されているので、地域の活性化を期待したい。 |

（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 |
|---|---|---|---|
| 茨城県 | 美容業 | 悪化<br>(今期) | 駅近くの商業施設の撤退が決まり、空地や閉店が増えている。店前を通るバスの便数も減少している。固定客が高齢化し、来店できない人が増えている。 |
| 栃木県 | 料理店 | 好転<br>(今期) | 日本文化の体験で和食に興味を持った海外のツアー客が来店しており、収益が増加した。 |
| 埼玉県 | その他飲食店 | 好転<br>(今期) | 日本遺産「足袋蔵のまち行田」の活性化事業に加えて、ＴＶ日曜劇場（陸王）での「ロケ地」として話題となり、街全体が活性化していることでフォローになった。 |
| 群馬県 | ホテル・旅館業 | 悪化<br>(今期) | 天候不順のため（特に週末に雨などが多く）、申込客のキャンセルが非常に多く売上が減少した。登山客は増えているが、食事やお土産、宿泊などにお金を使わない。 |

（５）信越（新潟県、長野県）

| 都道府県 | 業種 | 業況 | 判断理由 |
|---|---|---|---|
| 新潟県 | 氷雪販売業 | 悪化<br>(来期) | 本格的な冬の到来で外出する人が減少するので必然的に売上は悪化する。 |
| 長野県 | ホテル・旅館業 | 不変<br>(今期) | 信州デスティネーションキャンペーンの影響による入込客の増加はあまり感じられなかった。冬から夏は対前年とほぼ同じ。秋は若干の増加はあったが、全体としては不変。 |

（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 | ホテル・旅館業 | 好転<br>(今期) | 前年にも増してインバウンドの集客は好調ではあるが、国内のお客様の動きは鈍い。民泊による客室の増加、新規ホテルの開業が続き、客室単価の下降、稼働率の低下が心配される。 |
| 千葉県 | その他飲食店 | 悪化<br>(今期) | ＪＲ千葉駅ビルの新装オープンや複合施設のオープンなどにより、店舗周辺の人通りや交通量が減少してきたように感じられる。 |
| 神奈川県 | ホテル・旅館業 | 好転<br>(来期) | 地域経済や業種にとってインバウンドが大きな追い風となっており、来期についても東京オリンピックがプラス効果となって、業況は好調に推移すると見込んでいる。 |
| 山梨県 | 食肉販売業 | 不変<br>(来期) | 公務員等のベースアップにより消費は上向くものの、大型ショッピングセンターの開店による近隣中小スーパーとの顧客の奪い合いに埋もれ、苦戦が予想される。 |

（７）北陸（富山県、石川県、福井県）

| 都道府県 | 業種 | 業況 | 判断理由 |
|---|---|---|---|
| 富山県 | 中華料理店 | 不変<br>(来期) | 仕入価格の上昇等で厳しい状況になると考えられるが、当店としてのオリジナリティーを出し、メニューの改善等で回転率を上げるなどの方法で対応し、横ばいを維持する。 |
| 石川県 | すし店 | 不変<br>(今期) | 北陸新幹線の開業後、売上が20%程度アップしたが、年々少しずつ観光客も減少傾向にあるようで、売上も減少傾向にある。 |
| 福井県 | 公衆浴場業 | 好転<br>(今期) | 季節的な影響と、国体福井プレ大会や旅行者等で平常時の入浴者の減少を補えている。 |

（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 |
|---|---|---|---|
| 岐阜県 | その他飲食店 | 好転<br>(今期) | 高山市内を訪れる外国人観光客が増え、当店への来店増に繋がり収益が増加した。 |
| 静岡県 | そば・うどん店 | 不変<br>(今期) | 売上が横ばいの中で、台風、天候不順による野菜等の値上がりを価格に転嫁できないため、採算は悪くなりつつある。 |
| 愛知県 | すし店 | 不変<br>(来期) | 天候が安定し、材料等の価格が落ち着いてくれば、客数及び単価は下がっていないため、多少は好転すると思っている。東海地方の景気は良くなっていると聞くものの、当店のような小規模の店が恩恵を受けるのはまだ先になると考えている。 |
| 三重県 | ホテル・旅館業 | 不変<br>(来期) | 近隣に完成した総合体育館で開催されるスポーツ競技関連の利用者増を期待するが、結果がでるまで不透明である。 |

（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 | 理容業 | 不変<br>(来期) | スタッフの応募が無く、売上が減少する分に対して、客単価を上げるべくメニュー内容を充実させる予定だが、人手がないと中々回転が厳しい。 |
| 京都府 | 公衆浴場業 | 悪化<br>(今期) | 天候不順で客足が途絶え、観光客もやや減った。特に高齢者の顧客が多く、体調不良や入院などで常連客が減少した。 |
| 兵庫県 | すし店 | 悪化<br>(今期) | 近隣にイオンや同業者の店舗が増えたために以前と比べて売上が減少した。特に回転寿司などチェーン店の進出が目立つ。 |

（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 | 食肉販売業 | 不変<br>(今期) | 大型店の出店が進み厳しい競争が続いているが、なんとか前年並みを保っている。 |
| 奈良県 | その他飲食店 | 悪化<br>(今期) | 紅葉や正倉院展で一番収益が見込めるシーズンなのに、今年は台風と長雨が続いたため客足が伸びなかった。 |
| 和歌山県 | その他飲食店 | 悪化<br>(今期) | 台風等の天候不順が休日に重なったことで、来客は半減。人の流れも駅近くの大型店に流れるため、周辺の店まで流れなくなった。 |

（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 | 公衆浴場業 | 好転<br>(今期) | 気温が低くなると客足が増えていく時期でもある。１１月に鳥取砂丘で３日間行われたポケモンのイベントでは、予想以上の来店がありＧＷ並みの混雑となった。 |
| 島根県 | その他飲食店 | 好転<br>(来期) | 客数は減らずに推移している。松江市への観光客の入りこみも安定期に入っているように思う。 |
| 岡山県 | 食鳥肉販売業 | 好転<br>(今期) | 例年になく急に寒くなったので、鍋物用の鶏肉の売上が増えた。 |
| 広島県 | その他飲食店 | 好転<br>(今期) | 外国人の増加で来店客数も増え、活気が出ている。 |
| 山口県 | 中華料理店 | 不変<br>(来期) | 少しずつではあるが、好転していく気配がある。最低賃金は上がっていくが、売上は伸びないため、厳しい状況は続く。 |

（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 | そば・うどん店 | 不変<br>(今期) | 近くに大型ショッピングモールがオープンしたことで家族連れの来店が減少したが、価格の値上げをしたので売上は変わらず業況は不変であった。 |
| 香川県 | 映画館 | 悪化<br>(今期) | 当期は相次ぐ台風の襲来で臨時休業を余儀なくされ、顧客動員に悪影響を受けたことと、映画ソフトもヒット作に恵まれなかった。 |
| 愛媛県 | 料理店 | 不変<br>(今期) | えひめ国体、選挙、台風で人の動きが悪く苦戦をしたが、１１月が比較的良かったのと個店の営業努力により何とか例年と遜色ない程度まで持ち直した。景気回復感はなく、お客様に満足していただける料理を作っていく努力を続けていくしかない。 |
| 高知県 | 中華料理店 | 好転<br>(今期) | 商店街や業者団体、行政による各種イベントなどで中心商店街への人の流れが活発化してきたことで、県内客や県外客が増加しており、業況は好転している。 |

（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 | その他飲食店 | 好転<br>(来期) | 海外のお客様が増えているため、メニューを外国人向けにリニューアルし、観光客の来店に備えている。今後はイベントも準備しており、売上増加に大いに期待を持っている。 |
| 長崎県 | その他飲食店 | 好転<br>(今期) | 「長崎くんち」が週末、祭日にあたり、人手が多く客足も伸び、多忙であった。 |
| 大分県 | ホテル・旅館業 | 好転<br>(今期) | 昨年は震災で大きく売上が減少したが、今年は回復している。 |

（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 | 理容業 | 悪化<br>(今期) | 震災による店舗立替のため、仮店舗にて営業。仮店舗での営業は予想以上に来店数の減少となった。 |
| 宮崎県 | ホテル・旅館業 | 不変<br>(今期) | スポーツ合宿等は前年並みだったが、週末に台風が２回来たことで予約がキャンセルになってしまい、打撃を受けた。 |
| 鹿児島県 | その他飲食店 | 好転<br>(来期) | ＮＨＫ大河ドラマ「西郷どん」が始まるので、その効果を期待している。ドラマ関係者も来店してくれているので、良い宣伝にもなっている。 |
| 沖縄県 | 理容業 | 不変<br>(今期) | 一般の賃貸住宅を民泊として転用する方が増えている影響で、地域住民の人口が減り新規顧客が増えないため、業況の好転が見られない。 |

## 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 | 千葉県 | 同じ日本そばであっても、調理技術を駆使して、**和風、中華風、洋風とアレンジ**して提供することで、お客様から好評を得ている。 |
| | 富山県 | **地域の街づくり企画に参画**し、新規客の増加を図っている。 |
| | 山梨県 | インターネットによる宣伝や、周辺の旅館組合を通して**各宿泊施設のパンフレットに掲載**をお願いをしている。 |
| | 三重県 | 新しい従業員の確保が期待できないので、今いる従業員が居心地よく長く勤めてもらえるように、従業員とのコミュニケーションを大切にしていきたい。従業員や店に来る取引業者を大切にすることが、食事をされるお客様にも伝わり、お客様にとって「雰囲気のいい好きな店」になることを期待している。 |
| | 長崎県 | **セルフサービス**を多くして、人件費と人手不足を解消する。 |
| 中華料理店 | 北海道 | ２月の春節の時に**全国中華料理組合で取組む水餃子**をメニューに加え、売上増加に努めたい。 |
| | 北海道 | 閉店時間は変えずにラストオーダーを１０分早めたことで、閉店準備がスムーズに行えるようになり、アルバイトを早く帰すことができるようになった。 |
| | 茨城県 | お客様が自由に飲むことができる温かいドリンク（インスタントコーヒー、紅茶、緑茶等）を用意して、食前・食後を満足していただけるようにしている。 |
| | 東京都 | **商店会の会合や地域の活動**などを通じて、お客様にアピールし、利用してもらうようにしている。 |
| | 宮崎県 | ランチでミニデザートを追加、ポイントカードの配布増加により、昼の集客がアップした。また、レディースデーを設けて、お得感を出した。 |
| すし店 | 北海道 | 営業時間外の配達注文を積極的に受けるようにしている。冬場に足が遠のく高齢な常連客の**送迎サービス**を始めた。 |
| | 宮城県 | 出前にはプラスサービスとして煮つけを付けるのが定着し、顧客から喜ばれ、新規客の増加にもつながっている。 |
| | 愛知県 | 観光協会が企画した**地元私鉄電車とのコラボ企画に参加**したことによって、遠方からのお客様が多数来店した。企画の内容が面白くてアピールができた。 |

| 業種 | 都道府県 | 内容 |
| --- | --- | --- |
| すし店 | 愛知県 | 照明器具のＬＥＤ化を進め固定費等の削減を図っているが、食材の高騰等で収支トントンとなっている。今期は省エネタイプの空調設備への転換、節水給水設備の設置等を行い、固定費の圧縮を更に進め、**全従業員に普段のエコ意識の徹底を呼びかけ**している。 |
| | 広島県 | ＨＰに加え、**SNSを活用**して若い世代への情報発信を行っている。少しずつ手ごたえを感じている。 |
| 料理店 | 北海道 | 厳選した食材を使用し高品質な料理を提供する店としてマスコミにも取り上げられており、顧客の信頼を得ている。 |
| | 茨城県 | 新商品「焼き鯖寿司」を考案中。新しい水戸の味と題して、**商工会議所、観光協会、県の物産協会に加入**して売上の増加を目指している。 |
| | 和歌山県 | デフレ状態が続くと大企業に比べて資金面や体力面で負けると判断し、ランチ価格の値上げに踏み切った。来客数は減少したものの、客質が良くなり、利益率も上がった。 |
| | 愛媛県 | 昨年に引き続き、酒に関するイベントを開催するなどしてお客を集めた。ＳＮＳを利用して店のアピールをした結果、新規顧客が増加した。インバウンド対策として**社員を英会話教室に通わせている**。 |
| | 愛媛県 | ＤＭの効果が薄れてきたので、**ネット広告**に力を入れネット予約を増やすようにしている。 |
| 喫茶店 | 山形県 | 地元経済が悪化しており、地元密着営業だけでは難しいため、**観光会社との連携を強化**し、観光バス等が入りやすいように工夫している。 |
| | 福井県 | 所在地に関係する歴史的人物などを取り入れた商品を開発し、所在地の特産品などと一緒に販売すると地元の人はもちろん、他県の人にも興味を持っていただいている。 |
| | 京都府 | 来店時に次回無料のサービス券を有効期限を短く設定し配布すると、再来店するお客様が増えた。 |
| | 長崎県 | 店の中に銀杏を敷き詰めていつもとは違った雰囲気を作り、テレビ・新聞等に取り上げてもらった結果、店の認知度が高まった。また、お寺のご住職を招き、お客様とディスカッションをしてもらった。お客様は、コーヒーだけではなく、何かを求めているような気がする。 |
| | 鹿児島県 | 基本的なことだが、自分たちの目指すもの、自分たちの会社が存在する意味、大切にしたいことなどを皆で長い時間かけて話し合い、書き出した。その結果、スタッフと協力して同じものを目指していけるようになりつつあるので、仕事がさらにとても楽しくなった。また、日々の売上ではなくその先にある目標達成のために何をするべきかを考えるようになり、するべきこともしっかり見えてきた。 |

| 業種 | 都道府県 | 内容 |
| --- | --- | --- |
| 社交業 | 山形県 | 客層が若いので、新しいビールやカクテルなど、各メーカーの新商品や情報を発信している。 |
| | 東京都 | 新規客を増加させる目的で**SNS**での広告に注力している。 |
| | 大阪府 | 現在の顧客のみに頼っていては先細りの経営になるため、新規顧客の獲得に努める。方法として、**SNS(フェイスブック、インスタグラム)を活用**しお客様のブログにも掲載していただく、近隣に新規オープンしたホテルへの宣伝、界隈の同業店との連携によるイベントの開催などを考えている。 |
| | 大分県 | 商品の品数を増やすとともに、グレードの高い商品を揃えた。 |
| | 宮崎県 | 定期的に、感謝祭やボトル割引キャンペーンを行っている。 |
| その他飲食店 | 北海道 | 日本公庫の景気動向調査結果に掲載されている経営取り組み事例を参考に**Wi-Fi環境を整備**したところ顧客に喜ばれた。 |
| | 岐阜県 | 外国人客の集客対策として、海外の旅行会社に直接営業活動をしている。また、来店される外国人客への対応として語学に堪能な人材をグローバルに雇用している。 |
| | 愛知県 | 人的生産性向上に向けて少数精鋭で業務が回るように、**個々のスキルアップを図るための教育**に時間を費やしている。また、ランチのお客様に対するディナーの案内、新メニューや季節のイベント（ボジョレー、ビアガーデン等）の告知、近隣企業への営業等を行い、予約して頂けるお客様の確保に努めている。 |
| | 愛媛県 | 人材募集の方法を紙面募集からインターネット募集に変更した。費用は２．５倍要したが人材確保につながり、夏期・冬期とも営業に差支えがなくなった。 |
| | 福岡県 | **酒屋や組合と組んでイベントを開催**しており、自店だけのことを考えずに地域全体の活性化に向けて努力している。イベントの準備段階から親しくなった仲間との繋がりは、今後の商売にプラスとなると確信しており、大切にしたい。 |

| 業種 | 都道府県 | 内容 |
| --- | --- | --- |
| 食肉販売業 | 茨城県 | 仕入価格が上昇しているので特売はできるだけ避けたいところであるが、高級店というイメージでは場所柄通用しないところがあるので、特売日を増やして、お客様に美味しいイメージを持ってもらうようにした。安売りのイメージを強くするのではなく、特売もやるんだという印象を持っていただくために実施し成果をあげている。 |
| | 神奈川県 | 電力やガスの自由化に対応して供給会社を変更し、電気料金やガス料金の見直しを行ったところ、これらの経費を10%以上も削減することができた。 |
| | 静岡県 | **イベント等に積極的に参加**し、知名度、収益を上げるように努めた。また、新商品（黒豚レトルトカレー）の開発・販売を行い、生肉よりも加工品（オリジナル）の販売に力を注いでいる。 |
| | 徳島県 | **商工会主催によるスタンプラリー事業**（１つの店で少額でも買い物をするとシールがもらえ、５店舗のシールを集めると抽選で商品券が当たる企画）に参加。全く顔を見たことがないようなお客様もシールをもらうために来店してくれ、リピート客も増えてきた。店に足を運んで頂けないと売上に繋がらないため、ありがたい企画であった。 |
| | 長崎県 | 少しずつではあるが、利益の上積みが可能な状況になってきているので、店舗の改装修理や設備の更新などを、資金面に考慮しながら優先順位をつけて行うことで、経営環境を整え、集客増や作業効率のアップを図っている。 |
| 食鳥肉販売業 | 新潟県 | 生産者、ブランド牛・豚・鳥を販売し品質を重視している。また、会話を重視して接客を大事にしている。 |
| | 岡山県 | 消費者の手間を省くために、鶏肉を唐揚用、鍋用、煮物用にそれぞれの料理に合った大きさにカットし販売することにより良い結果が出ている。 |
| 氷雪販売業 | 東京都 | 経営者セミナーに年６回参加し、組織内での部門会議を活性化した。また、全社的な成長戦略（人員配置や採用計画など）を、来期事業計画に反映した。 |
| | 神奈川県 | 従業員の確保が難しい環境で人手不足の状態が続いているため、障害者雇用を活用し、正社員の補佐として軽作業を中心に行ってもらっており、人材不足の緩和につながっている。 |
| | 福井県 | 顧客数が減少する分を補うために、スナックの経営者や従業員の誕生日などに花氷を贈ったり、色々なカラー氷を作りサービスしたり、彫刻氷を安く作って販売したりするなどして、売上を上げている。 |

| 業種 | 都道府県 | 内容 |
| --- | --- | --- |
| 理容業 | 福井県 | **自治会の行事に積極的に参加**して地域密着に励んでいる。また、介護施設などへの出張を増やす努力をしている。 |
| | 兵庫県 | 就職活動生をターゲットにした「就活ヘア」を新しくメニュー化して、新規客の確保に繋げていく。 |
| | 徳島県 | 男女が一緒の空間ではお互い気になりやすいので、店舗のリニューアルを行い、**女性専用スペース（個室）**を設けプライバシーが守れるようにした。男性客、女性客とも居心地がよく、リラックスできるスペースを作ったことで女性の来店が増え、新規顧客獲得に繋がった。 |
| | 熊本県 | 理容店が得意とするバーバーカットの流行があることから、アメリカのバリカンカットの技術勉強会等に参加し、お客様の仕上がりに満足感を与えることができた。 |
| | 大分県 | **育毛メニューの導入や育毛診断を実施**することで髪の悩みを聞けるようになり、30代から40代の顧客の取り込みにつながっている。また、子供客の取り込みのため12月はキャンペーンを行い、子供カット（1,900円以上）利用者にはお菓子やラジコン、ゲーム、クオカードなどが当たるくじ引きを行っている。 |
| 美容業 | 福島県 | 生衛同業組合活動の一環であるお客様感謝企画として、11月に梅沢富美男氏の公演を開催した。チケット販売の先行予約は生衛組合の会員店のみで行ったことで、新規顧客の獲得に成功した。また、お得意様とも共通の話題で親密感が増した。個人では限界があるが、**組合などの組織力でお客様のための企画を充実**することが、経営の取り組みとして重要になってきていると実感している。 |
| | 埼玉県 | **若い人材の教育**に時間と資金を投入している。また、時間はかかるが、地道に紹介のお客様を大切にしている。 |
| | 千葉県 | 髪質が良好となるスパを取り入れたところ、お客様から大変好評を得た。また、**SNSを活用**し、ヘアスタイル、店内の癒し空間、スタッフの人柄などを常に紹介している。さらに、フライヤーを見やすくしたり、ポスティングにも心がけている。 |
| | 滋賀県 | 技術的に比較的容易なメニューを増やし、従業員が責任を持ってできる仕事を多くすることで、客単価アップ及び**従業員のモチベーション**を上げるようにしている。 |
| | 島根県 | 現在利用している**POSレジはクラウドを利用して管理**している。これと連動してメール予約やＷＥＢ予約への対応を積極的に行いたい。 |

| 業種 | 都道府県 | 内容 |
| --- | --- | --- |
| 映画館 | 東京都 | 会員以外の顧客集客に向けて、新聞や雑誌、フリーペーパーなどの宣伝を活用した。また、出演俳優や監督による舞台挨拶イベント、ノベルティグッズのプレゼントなどの取り組みも導入している。 |
| | 神奈川県 | 客席が30に満たないフィルム映写機を備えたミニシアターで、上映作品はフィルムにこだわった旧作品やアニメを中心としており、上映とともに映画関係者をゲストとしたトークショーと懇親会を組み合わせている。最近では、特にアニメ作品が好評で、動員増加となっている。 |
| | 岐阜県 | 岐阜高島屋とタイアップして、毎月１５日を「高島屋シネマデー」として岐阜高島屋で１万円以上の買い物をしたお客様に映画館招待券をプレゼントしている。また、高島屋カードの提示で映画館入場料の割引特典も展開している。**百貨店と連携**し商店街全体の集客、購買意欲を促進し地域の活性化に努めている。 |
| | 大分県 | ミニシアターらしくシネコンで上映しない映画を上映している。若い新人監督が来て舞台挨拶してくれるため動員につながっている。また、映画ファンがボランティアでイベントをしてくれるため助かっている。 |
| | 宮崎県 | **ライブビューイング**等を実施。また、ハロウィン・ブラックフライデー等のイベントを行い、売店で企画商品を販売した。 |
| ホテル・旅館業 | 茨城県 | インバウンド需要の取り込みに傾注し、新しい業者との契約を結んだ。インバウンドに積極的に取り組むことで何とか浮上したいと考えている。また、設備の拡充が課題であり、新しい施設を作ることにも積極的にチャレンジして、潜在需要を掘り起こしていきたい。 |
| | 山梨県 | 高齢者などの短時間勤務の希望に応えるため人員を増やしているが、施設修繕費の増加などもあり経費負担が増加している。そのため、日中の宴会部門（法事等）の縮小やメニューの見直しのほか、経理業務のＩＴ化を進め業務の効率化を図っている。また、非常に難しい部分だが宿泊価格の見直しについても周辺の動向を見る中で検討していく。 |
| | 三重県 | 外国人（日本のお客様も含む）誘客の手段の一つとして、**フリーWi-Fi**を施設内全てで使えるようにした。また、共用部分の和式トイレを洋式トイレに改修した。 |
| | 島根県 | 合宿等の受け入れを強化すべく、**教育機関との連携**を強めている。 |
| | 宮崎県 | グループ・団体以外のお客様の夕食は、原則作らないことにした。これによって売上は減少したが、人件費・仕入の削減につながり、利益が上昇した。また、ベッド希望のお客様が増加しているため、畳の部屋にベッドを設置した。 |

| 業種 | 都道府県 | 内容 |
| --- | --- | --- |
| 公衆浴場業 | 秋田県 | 燃料の木くずの不足と買い取り価格の上昇を抑えるため、**店舗に廃材募集のポスター**を貼り、お客様からの廃材提供を求めたところ、大手企業の社長さんや解体業者から木材の提供があり、燃料の一部として使ったため経費が減少した。 |
| | 東京都 | 今期は**北区浴場組合の全店舗にて「湯めぐりウォークラリー」イベント**を実施している最中である。顧客数の減少に歯止めをかけると共に新規開拓に努めている。売上の数字に表れるには至っていないが、浴場業のＰＲにつなげるよう努力をしていきたい。 |
| | 兵庫県 | 神戸市が魅力ある神戸の銭湯をもっと市民に知ってほしいという理由から、広報誌KOBEで企画した**銭湯スタンプラリー「神戸三十九箇所オフンロ巡り」**（29年11月１日～30年３月31日の期間に集めたスタンプの数でプレゼントがもらえる）の反響がすごい。 |
| | 鳥取県 | 少ない予算の中でやってきた時節のイベント（パーフェクトゆず湯、ハロウィンイベントなど）が少しずつ定着しているのを実感。地元メディアに取り上げてもらったことで広告費の削減になった。 |
| | 愛媛県 | 愛媛県によるＣＯ２削減事業**「温泉でほっと！シェア」キャンペーン**によるポイントカードのおかげで、時々しか来られないお客が毎日のように来てもらえた。また、女湯にマッサージ機を設置した。 |
| クリーニング業 | 山形県 | 息子が事業を継ぐことになり、若いお客様が増えた。仕事が増加したため、新型機械の導入により効率化を図り、空いた時間を集配やしみ抜きの時間に充ててサービス向上に努めている。また、修理・補修の内容を充実させ、他では直せないような（フャスナーの取手等）特殊なサービスを増やすことを考えている。 |
| | 福島県 | 大手では行っていない細やかなサービスを実施し、お得意様に満足を頂いている。具体的には、転勤により遠方へ異動してしまった方への宅配便を利用した集配や衣替え時期までの無料での品物の預かりなどを行っている。 |
| | 埼玉県 | **SNS**を積極的に取り入れたり、10月～11月にかけて地域の祭りやイベントに出店し、チラシを配布するなどの情報発信を行った。 |
| | 和歌山県 | 婦人服のブラウス等について素材別に一部値上げを行った。お客様には素材名を示して説明したことで、特に異議なく受け入れてもらえ、僅かだが収入増につながり、客数の減少による売上減を補えた。 |
| | 広島県 | クリーニング店の**タグメーカーと協力**して、店周辺にポスティングを１年続けて実施したことで、毎月15件の新規客獲得につながった。 |