

2018年11月7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（2018年7～9月期）～

景況感に足踏みがみられる背景としては、相次ぐ自然災害や猛暑の影響が考えられる。

<業況判断DI> (2ページ)

- 業況判断DIは、前期から10.5ポイント低下して▲23.9となった。前年同期に対しては6.3ポイント下回り、2期連続で前年同期の水準を下回った。
- 来期は、▲13.0と10.9ポイント上昇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6.6ポイント低下して▲25.5となった。前年同期に対しては7.7ポイント下回り、2期連続で前年同期の水準を下回った。
- 来期は、▲15.1と10.4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6.2ポイント低下して▲6.7となった。前年同期に対しては5.2ポイント下回り、3期連続で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：小沢、一ノ瀬 TEL 03-3270-1653

【調査の実施要領】

調査時点	2018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 3,290企業			
有効回答企業数	3,092企業（回答率 94.0%）			
（業種内訳）	飲食業	1,408 企業	映画館	66 企業
	食肉・食鳥肉販売業	157 企業	ホテル・旅館業	175 企業
	氷雪販売業	52 企業	公衆浴場業	109 企業
	理容業	404 企業	クリーニング業	260 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。

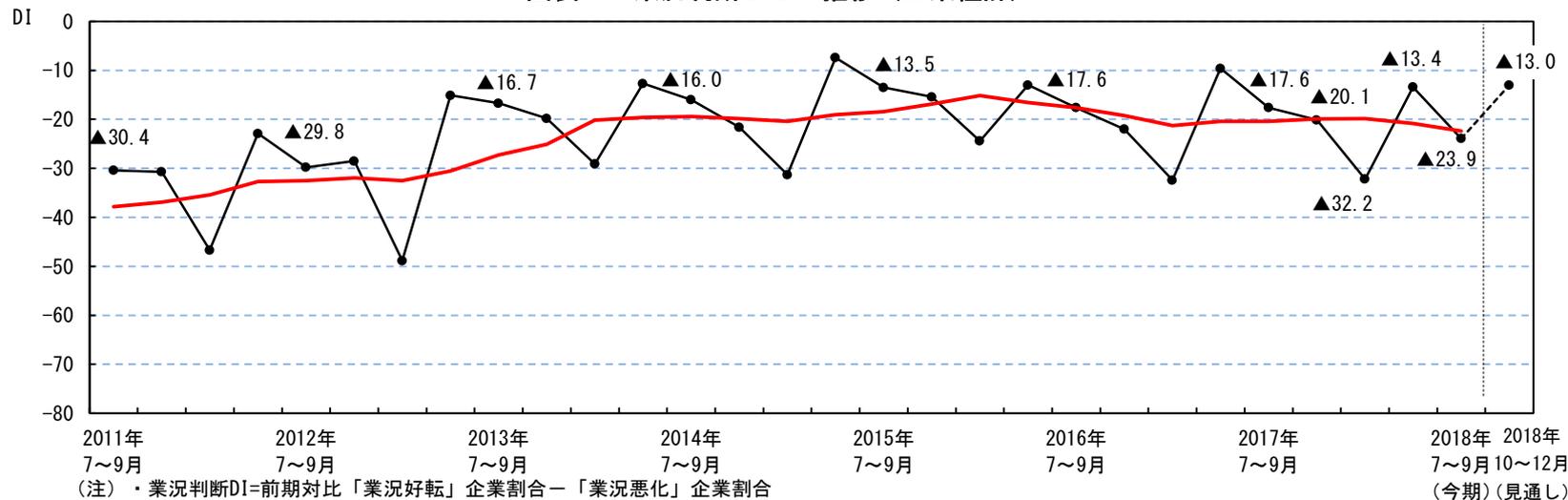
I 景気の動向

1. 業況判断

● 業況判断DIは、前期から10.5ポイント低下して▲23.9となった。前年同期に対しては6.3ポイント下回り、2期連続で前年同期の水準を下回った。

来期は、▲13.0と10.9ポイント上昇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）



図表2 業種別業況判断DIの推移（飲食業を除く）

凡例	2017年 7～9月	10～12月	2018年 1～3月	4～6月	7～9月 (今期)	10～12月 (見通し)
食肉・食鳥肉	▲ 9.0	▲ 0.7	▲ 23.4	▲ 17.9	▲ 29.3	▲ 9.6
氷 雪	42.3	▲ 56.4	▲ 49.1	3.5	36.5	▲ 36.5
理 容	▲ 18.7	▲ 32.0	▲ 38.1	▲ 6.9	▲ 20.3	▲ 18.1
美 容	▲ 21.1	▲ 22.3	▲ 31.7	▲ 16.1	▲ 21.7	▲ 16.5
映 画 館	0.0	▲ 54.9	▲ 33.3	▲ 25.0	▲ 4.5	▲ 31.8
ホテル・旅館	3.8	▲ 1.7	▲ 27.5	▲ 9.6	▲ 7.4	▲ 7.4
公衆浴場	▲ 26.2	▲ 21.8	▲ 9.3	▲ 26.9	▲ 32.1	▲ 19.3
クリーニング	▲ 42.4	▲ 5.4	▲ 49.4	12.7	▲ 46.2	▲ 11.9

図表3 飲食業業況判断DIの推移

凡例	2017年 7～9月	10～12月	2018年 1～3月	4～6月	7～9月 (今期)	10～12月 (見通し)
飲食業(全体)	▲ 17.4	▲ 20.2	▲ 30.0	▲ 18.5	▲ 25.6	▲ 9.4
そば・うどん	▲ 8.7	▲ 27.3	▲ 38.0	▲ 21.3	▲ 12.1	▲ 21.4
中華料理	▲ 13.9	▲ 18.8	▲ 25.2	▲ 13.5	▲ 20.8	▲ 12.0
す し	▲ 29.4	▲ 29.1	▲ 32.0	▲ 19.2	▲ 35.7	▲ 12.1
料 理	▲ 19.5	▲ 1.7	▲ 23.7	▲ 21.2	▲ 36.9	▲ 9.0
喫 茶	▲ 23.4	▲ 32.4	▲ 34.5	▲ 23.0	▲ 29.3	▲ 11.6
社 交	▲ 19.6	▲ 11.8	▲ 30.6	▲ 30.6	▲ 31.9	▲ 8.6
その他飲食	▲ 12.8	▲ 18.0	▲ 27.2	▲ 10.9	▲ 21.1	▲ 1.3

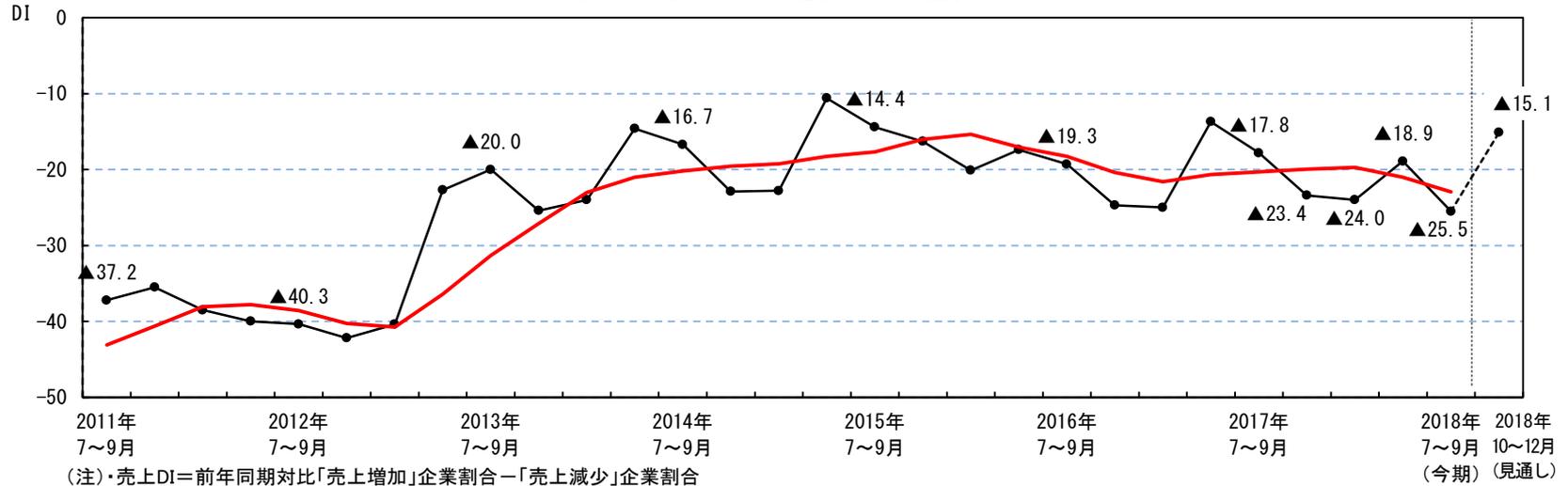
(注)表中、全業種計の割合を上回るものを網掛している。以下同じ。

2. 売上

● 売上DIは、前期から6.6ポイント低下して▲25.5となった。前年同期に対しては7.7ポイント下回り、2期連続で前年同期の水準を下回った。

来期は、▲15.1と10.4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）



図表5 業種別売上DIの推移（飲食業を除く）

凡例	2017年 7~9月	10~12月	2018年 1~3月	4~6月	7~9月 (今期)	10~12月 (見通し)
食肉・食鳥肉	▲7.5	▲6.6	▲4.8	▲14.6	▲29.9	▲15.3
氷雪	3.8	▲14.5	▲29.1	▲7.0	30.8	▲7.7
理容	▲22.9	▲34.5	▲34.3	▲18.7	▲25.1	▲19.1
美容	▲24.3	▲27.9	▲25.2	▲21.0	▲24.2	▲16.8
映画館	▲2.0	▲27.5	▲37.3	▲33.9	▲12.1	▲18.2
ホテル・旅館	▲12.0	▲2.3	▲21.6	▲12.0	▲13.8	▲4.6
公衆浴場	▲26.2	▲30.0	▲6.5	▲32.4	▲29.4	▲19.3
クリーニング	▲21.4	▲16.1	▲25.9	▲6.4	▲33.1	▲23.1

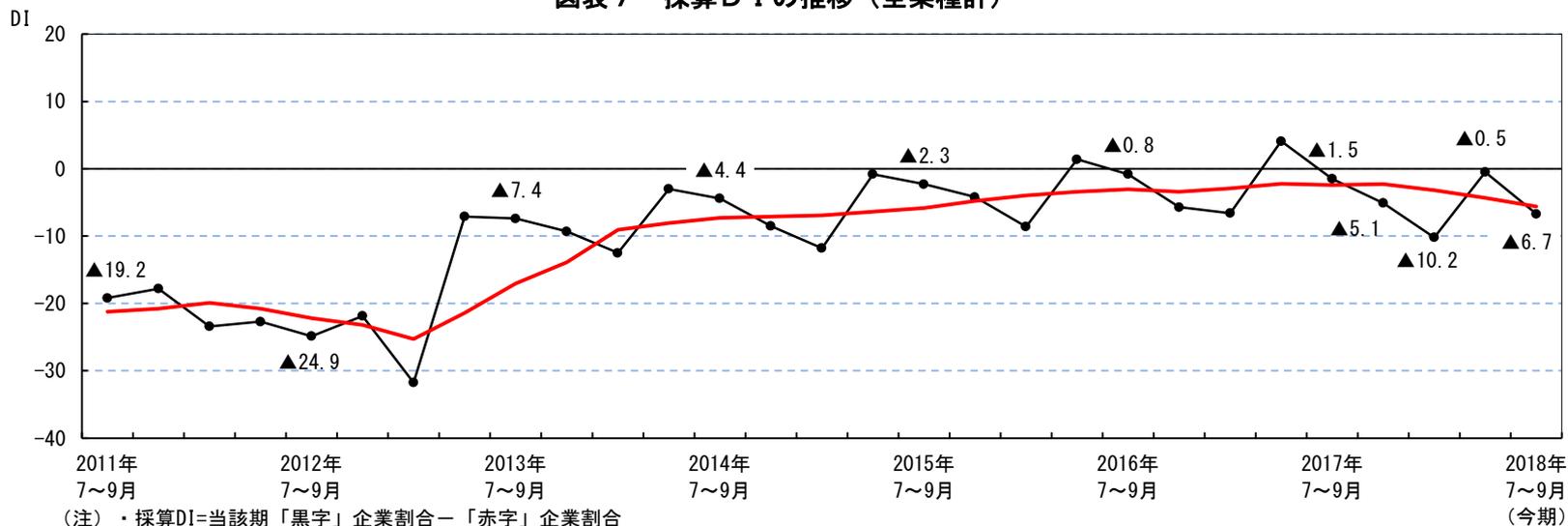
図表6 飲食業売上DIの推移

凡例	2017年 7~9月	10~12月	2018年 1~3月	4~6月	7~9月 (今期)	10~12月 (見通し)
飲食業(全体)	▲16.1	▲24.2	▲23.3	▲20.9	▲28.0	▲12.9
そば・うどん	▲11.9	▲25.7	▲27.5	▲31.4	▲25.0	▲16.3
中華料理	▲9.0	▲16.6	▲22.4	▲14.3	▲22.7	▲8.8
すし	▲34.5	▲30.8	▲23.8	▲19.8	▲30.8	▲19.2
料理	▲9.7	▲9.2	▲14.5	▲25.4	▲35.5	▲14.9
喫茶	▲18.4	▲31.6	▲26.9	▲24.5	▲29.8	▲13.7
社交	▲21.7	▲27.4	▲27.6	▲33.0	▲31.5	▲15.2
その他飲食	▲10.5	▲23.4	▲20.8	▲11.2	▲25.8	▲8.2

3. 採算

- 採算DIは、前期から6.2ポイント低下して▲6.7となった。前年同期に対しては5.2ポイント下回り、3期連続で前年同期の水準を下回った。

図表7 採算DIの推移（全業種計）



図表8 業種別採算DIの推移（飲食業を除く）

凡例	2017年 7~9月	10~12月	2018年 1~3月	4~6月	7~9月 (今期)
食肉・食鳥肉	9.0	17.2	18.6	15.2	6.4
氷雪	42.3	▲18.2	▲20.0	▲3.5	28.8
理容	0.0	▲7.8	▲15.3	1.7	▲1.7
美容	▲0.5	▲8.0	▲3.7	0.9	▲3.7
映画館	13.7	▲19.6	▲27.5	7.1	▲6.1
ホテル・旅館	12.7	22.1	▲2.3	8.5	9.7
公衆浴場	▲4.9	1.8	3.7	▲2.8	▲7.3
クリーニング	▲9.5	0.8	▲24.7	12.7	▲17.3

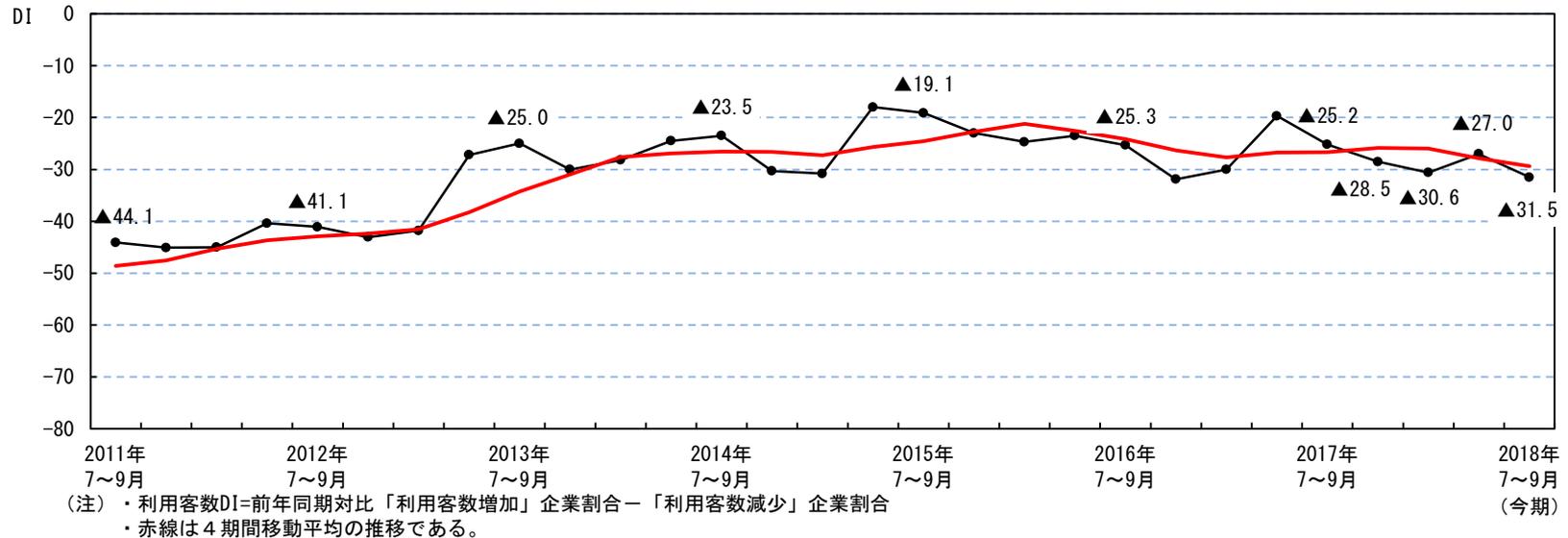
図表9 飲食業採算DIの推移

凡例	2017年 7~9月	10~12月	2018年 1~3月	4~6月	7~9月 (今期)
飲食業(全体)	▲5.6	▲9.7	▲12.1	▲6.3	▲11.9
そば・うどん	9.9	▲5.8	▲14.6	▲7.3	▲3.5
中華料理	3.8	▲1.2	▲6.1	1.8	▲2.2
すし	▲15.8	▲18.7	▲11.6	▲7.1	▲13.2
料理	▲18.6	▲11.6	▲15.3	▲6.8	▲23.8
喫茶	▲8.4	▲16.8	▲20.7	▲10.9	▲19.5
社交	▲8.7	▲6.4	▲3.1	▲14.8	▲14.6
その他飲食	▲4.9	▲8.6	▲13.4	▲3.1	▲11.5

4. 利用客数

- 利用客数DIは、前期から4.5ポイント低下して▲31.5となった。前年同期に対しては6.3ポイント下回り、3期連続で前年同期の水準を下回った。

図表10 利用客数DIの推移（全業種計）



図表11 業種別利用客数DIの推移（飲食業を除く）

凡例	2017年 7~9月	10~12月	2018年 1~3月	4~6月	7~9月 (今期)
食肉・食鳥肉	▲26.3	▲7.9	▲13.1	▲20.5	▲33.8
氷雪	5.8	▲14.5	▲25.5	▲21.1	5.8
理容	▲27.4	▲35.9	▲40.6	▲24.9	▲32.5
美容	▲34.4	▲37.5	▲36.5	▲33.6	▲34.9
映画館	▲13.7	▲41.2	▲41.2	▲50.0	▲22.7
ホテル・旅館	▲22.2	▲1.7	▲32.7	▲20.6	▲25.3
公衆浴場	▲31.1	▲30.9	▲2.8	▲36.1	▲41.3
クリーニング	▲33.2	▲28.4	▲39.0	▲22.8	▲38.8

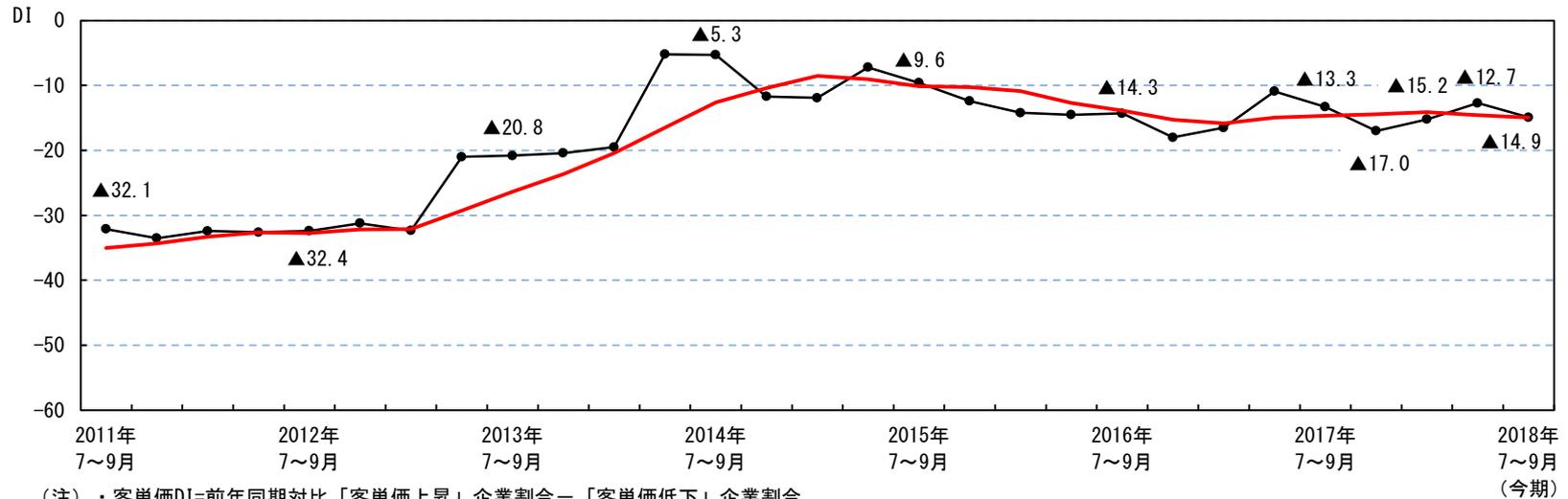
図表12 飲食業利用客数DIの推移

凡例	2017年 7~9月	10~12月	2018年 1~3月	4~6月	7~9月 (今期)
飲食業(全体)	▲21.6	▲28.8	▲27.7	▲26.3	▲30.2
そば・うどん	▲15.6	▲27.5	▲31.6	▲40.0	▲26.2
中華料理	▲12.2	▲19.6	▲20.5	▲18.5	▲28.7
すし	▲32.2	▲37.4	▲32.0	▲24.2	▲34.1
料理	▲17.7	▲24.2	▲26.7	▲26.2	▲38.8
喫茶	▲27.6	▲34.5	▲30.4	▲30.7	▲30.4
社交	▲28.3	▲28.5	▲32.3	▲29.1	▲32.6
その他飲食	▲18.6	▲28.4	▲23.6	▲21.7	▲26.8

5. 客単価

- 客単価DIは、前期から2.2ポイント低下して▲14.9となった。前年同期に対しては1.6ポイント下回り、2期連続で前年同期の水準を下回った。

図表13 客単価DIの推移（全業種計）



図表14 業種別客単価DIの推移（飲食業を除く）

凡例	2017年 7~9月	10~12月	2018年 1~3月	4~6月	7~9月 (今期)
食肉・食鳥肉	▲ 3.8	▲ 12.6	▲ 15.9	▲ 23.2	▲ 31.8
氷 雪	▲ 9.6	▲ 18.2	▲ 20.0	▲ 14.0	▲ 1.9
理 容	▲ 10.3	▲ 14.1	▲ 14.1	▲ 10.3	▲ 10.4
美 容	▲ 11.2	▲ 18.3	▲ 14.9	▲ 14.0	▲ 12.2
映 画 館	▲ 9.8	▲ 7.8	▲ 3.9	▲ 7.1	▲ 1.5
ホテル・旅館	0.0	▲ 5.2	▲ 11.1	▲ 6.9	▲ 6.3
公衆浴場	▲ 17.5	▲ 15.5	▲ 12.0	▲ 12.0	▲ 16.5
クリーニング	▲ 35.8	▲ 26.4	▲ 33.2	▲ 14.2	▲ 31.9

図表15 飲食業客単価DIの推移

凡例	2017年 7~9月	10~12月	2018年 1~3月	4~6月	7~9月 (今期)
飲食業(全体)	▲ 13.3	▲ 18.1	▲ 13.1	▲ 12.5	▲ 14.3
そば・うどん	▲ 8.8	▲ 13.5	▲ 14.6	▲ 11.4	▲ 11.0
中華料理	▲ 7.7	▲ 16.6	▲ 13.7	▲ 15.5	▲ 16.0
すし	▲ 21.5	▲ 27.5	▲ 19.9	▲ 17.0	▲ 22.5
料 理	▲ 14.2	▲ 20.8	▲ 10.7	▲ 20.0	▲ 12.4
喫 茶	▲ 10.5	▲ 15.8	▲ 11.7	▲ 6.7	▲ 14.9
社 交	▲ 16.3	▲ 17.7	▲ 16.1	▲ 13.7	▲ 15.8
その他飲食	▲ 13.1	▲ 16.8	▲ 9.1	▲ 9.0	▲ 10.6

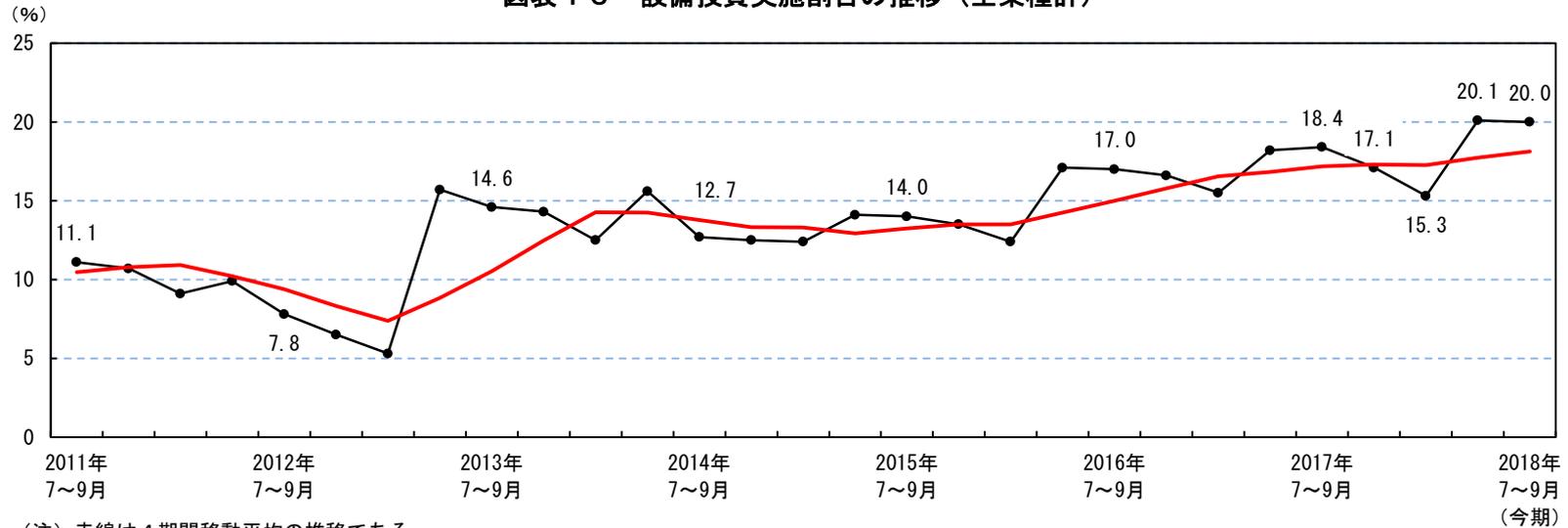
II 設備投資の動向

1. 設備投資の実施状況

今期(2018年7～9月期)に設備投資を行った企業の割合は20.0%と前期(20.1%)に比べ0.1ポイント低下した。前年同期(18.4%)に対しては1.6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 1 6 設備投資実施割合の推移 (全業種計)



図表 1 7 業種別設備投資実施割合の推移 (飲食業を除く)

凡例	2017年 7～9月	10～12月	2018年 1～3月	4～6月	7～9月 (今期)
食肉・食鳥肉	22.6	25.2	19.3	25.8	26.8
氷 雪	19.2	14.5	14.5	10.5	11.5
理 容	9.9	10.0	8.7	13.6	9.7
美 容	10.5	13.4	9.2	13.4	12.8
映 画 館	31.4	19.6	31.4	21.4	33.3
ホテル・旅館	53.8	41.9	39.8	48.0	45.1
公衆浴場	25.5	30.9	22.2	33.3	40.4
クリーニング	17.4	15.3	18.5	19.1	20.0

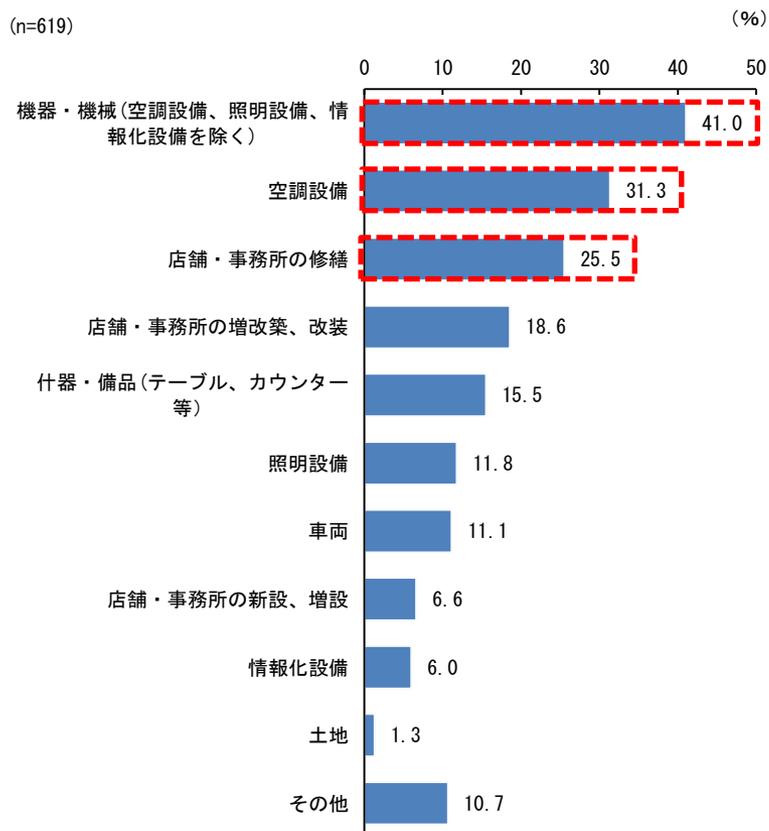
図表 1 8 飲食業設備投資実施割合の推移

凡例	2017年 7～9月	10～12月	2018年 1～3月	4～6月	7～9月 (今期)
飲食業(全体)	17.8	15.7	14.2	19.5	19.6
そば・うどん	19.4	15.7	18.1	21.3	20.2
中華料理	12.0	10.9	11.7	15.9	16.4
す し	18.1	22.5	14.4	20.9	17.6
料 理	31.3	30.6	19.8	29.5	25.4
喫 茶	16.4	11.6	9.8	12.7	15.9
社 交	9.2	4.8	10.4	15.8	11.9
その他飲食	20.2	17.0	15.4	20.8	25.1

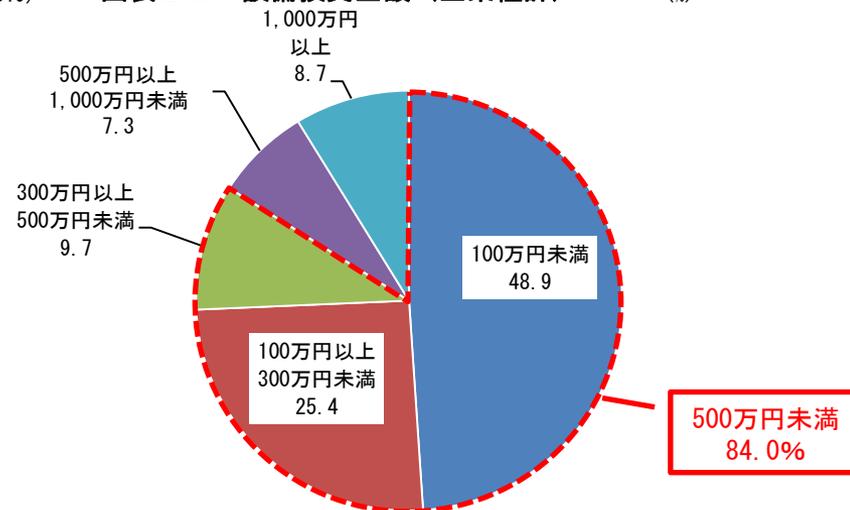
2. 設備投資の内容、設備投資金額、来期の設備投資計画

- 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）」41.0%、「空調設備」31.3%、「店舗・事務所の修繕」25.5%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10～12月期）の設備投資計画については、「実施予定あり」が12.3%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=619) 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 10～12月期の予定 (%)
全業種計	12.3
食肉・食鳥肉	22.3
氷雪	9.6
理容	7.9
美容	8.0
映画館	22.7
ホテル・旅館	30.3
公衆浴場	21.1
クリーニング	11.2

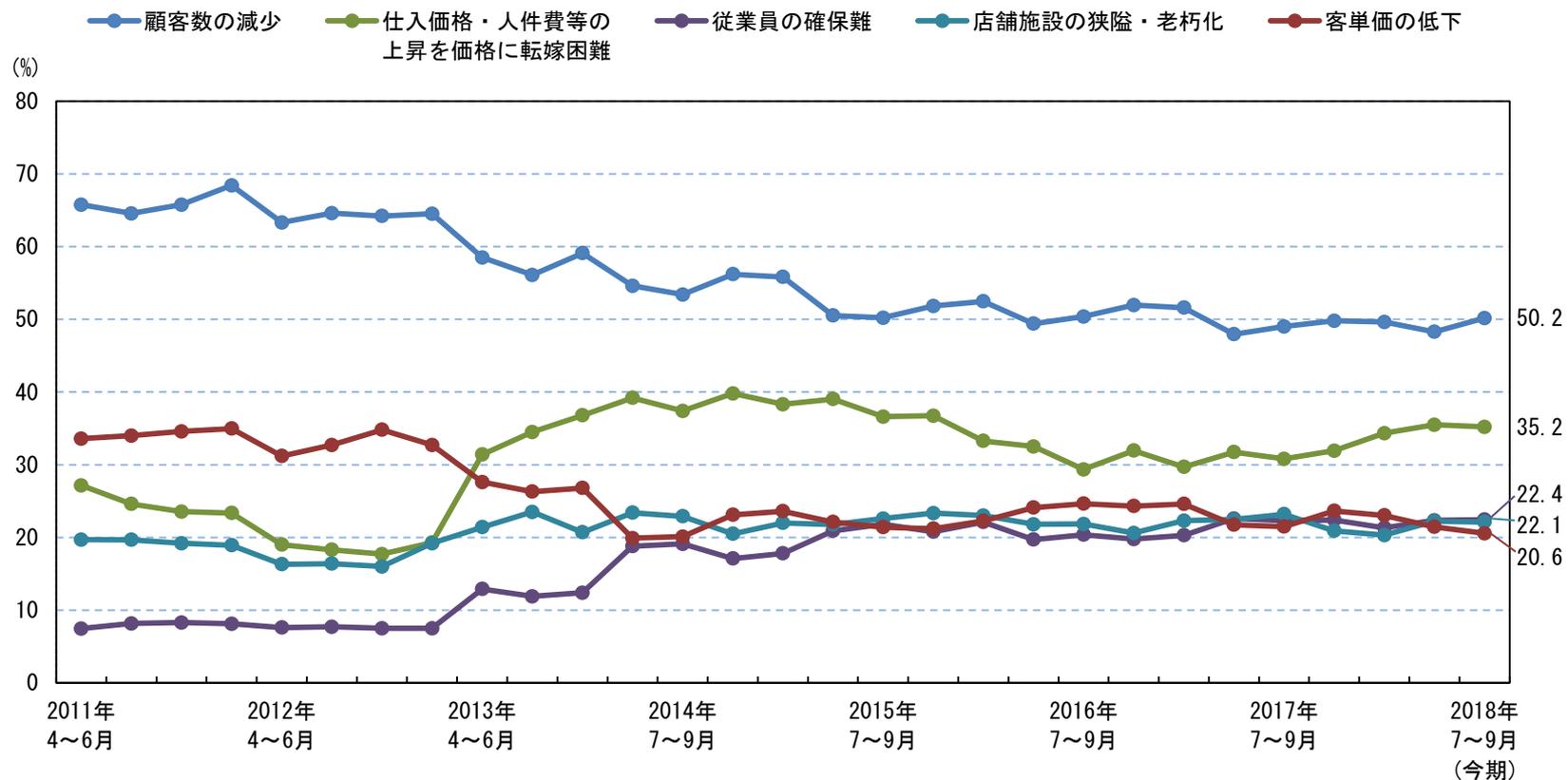
図表22 飲食業 来期の設備投資実施予定割合 (%)

凡例	割合 (%)
飲食業(全体)	10.8
そば・うどん	11.0
中華料理	9.3
すし	9.9
料理	19.7
喫茶	4.9
社交	5.9
その他飲食	13.8

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」35.2%、「従業員の確保難」22.4%、「店舗施設の狭隘・老朽化」22.1%、「客単価の低下」20.6%となっている。

図表 2 3 主な経営上の問題点の推移（全業種計、複数回答）



図表 2 4 経営上の問題点（業種別、2018年7～9月）

(%)

項 目	顧客数の減少	仕入価格・人件費等に転嫁困難	従業員の確保難	店舗施設の狭隘・老朽化	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	35.2	22.4	22.1	20.6	8.9	2.6	4.5	9.0
飲食業合計	45.1	47.9	26.4	18.4	18.3	8.3	2.7	3.3	7.3
そば・うどん店	42.2	54.9	34.7	19.1	13.3	5.8	2.9	2.3	4.6
中華料理店	35.0	56.8	24.0	18.6	18.0	10.9	1.6	2.7	8.7
すし店	50.5	49.5	24.2	17.6	18.1	8.8	1.1	4.4	7.1
料理店	50.0	45.9	24.6	19.7	25.4	6.6	2.5	1.6	5.7
喫茶店	45.7	50.6	19.5	28.7	12.2	8.5	3.0	3.0	6.7
社交業	59.5	26.5	30.8	8.1	21.6	8.1	2.2	4.9	11.4
その他飲食店	40.1	49.6	26.3	18.5	19.5	8.5	4.0	3.5	6.8
食肉・食鳥肉販売業	38.2	53.5	23.6	21.7	21.7	9.6	1.3	2.5	6.4
冰雪販売業	40.4	23.1	19.2	32.7	19.2	23.1	3.8	1.9	13.5
理容業	60.4	15.1	14.4	19.3	25.2	10.1	1.0	7.9	14.4
美容業	58.8	11.7	20.6	17.8	25.2	8.7	3.3	6.3	13.0
映画館	43.9	22.7	27.3	42.4	12.1	4.5	4.5	10.6	4.5
ホテル・旅館業	41.1	34.9	38.3	44.6	13.7	8.6	4.6	1.1	2.9
公衆浴場業	58.7	22.9	3.7	52.3	8.3	12.8	2.8	3.7	11.9
クリーニング業	59.6	38.8	12.7	19.6	28.8	6.9	1.5	4.6	6.9

(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：2018年7～9月期
来期：2018年10～12月期

（1）北海道

都道府県	業種	業況	判断理由
北海道	美容業	悪化 (今期)	スタッフが退社し、人員の補充ができず、お客様をお断りすることが多かったため、売上が減少した。
北海道	クリーニング業	悪化 (来期)	人件費（パート従業員の給与）の増加に比べて、売上の伸びが見込めないため業績は悪化すると予想した。

（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 (今期)	スポーツ大会やツアーの開催、インバウンドなどにより好調である。
岩手県	中華料理店	不変 (来期)	仕入価格は上昇しているものの値上げはもう少し我慢し、今まで通りの客数を維持したい。
秋田県	その他飲食店	好転 (来期)	きりたんぼの地方発送が好調で、来期も引き続き伸びると期待できる。

（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	不変 (今期)	震災以降のお盆は、家族連れのお客様が増えるようになったが、今年は暑すぎて客足が落ちたことと、仙台七夕も3日間雨であったことが影響した。
山形県	喫茶店	好転 (今期)	猛暑のため、昼食に冷たい麺を食べに来店する客数が増加した。また、お盆に家族連れが多かったこともあり、売上が増加した。
福島県	美容業	好転 (今期)	猛暑の影響で髪を短くカットする顧客が多かったことと、新しいメニューを導入し、積極的に顧客へアプローチしたことが、好転の要因。

(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 (来期)	丸井（デパート）が9月に閉店するので、その後の水戸駅北口の人出が心配である。その一方で、マンションが増えたので、その住人に来てもらいたい。
栃木県	そば・うどん店	不変 (今期)	来店者数はほぼ変わらないが、仕入価格（野菜や魚貝類など）の高騰があり、収益率はダウンしている。経営努力により何とか前年並の売上を確保している。
埼玉県	その他飲食店	好転 (今期)	当地に於いて、テレビドラマ・映画等のロケーションが多く行われ、県内外からのお客様が多く来店した。特に、土曜日、日曜日の来客数が多かった。
群馬県	喫茶店	悪化 (今期)	駅前に大型店がオープンし、その周辺に新しい多くの飲食店が進出。その結果、人の流れが変わり、悪化に繋がったと思う。

(5) 信越（新潟県、長野県）

都道府県	業種	業況	判断理由
新潟県	すし店	悪化 (来期)	北陸に多くの旅行客が流れているように感じる。また、旅行会社からの昼食予約数も前年に比べて減少している。
長野県	中華料理店	好転 (今期)	新幹線佐久平駅周辺から旧市街地への客足が伸びてきた。SNSでの情報発信も功を奏してきたようで、宴会、接待、法事などの予約が増えてきた。

(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)	6月下旬に梅雨が明けて以降、猛暑が続き、飲食店向けのイベント等も好調であった。
千葉県	公衆浴場業	好転 (今期)	地域のイベントやお祭りなどがあって、人が大勢集まった。その効果もあって、入浴をする方も増え、売上が増加した。
神奈川県	食鳥肉販売業	不変 (今期)	7月、8月は、夏のイベントや祭りなどが猛暑等の影響で中止になったこともあり、あまり振るわなかった。
山梨県	食肉販売業	不変 (今期)	猛暑が続いたため牛肉を中心とした焼肉需要が落ち込んだが、一方で家庭での油物調理が減ったためか、惣菜類の需要が増え、売上をカバーした。

(7) 北陸（富山県、石川県、福井県）

都道府県	業種	業況	判断理由
富山県	すし店	不変 (今期)	8月の売上は、「おわら風の盆」のイベント効果で昨年より増加したが、全体的にみると昨年と変わらない。
石川県	ホテル・旅館業	不変 (今期)	7月の前半に、西日本の大雨があったことでキャンセルもあったが、8月は外国人観光客が好調であった。
福井県	ホテル・旅館業	不変 (今期)	国体の開催準備や新幹線工事の進捗に伴い、売上増加の要因があるものの、競合する他社の参入もあって不透明である。

(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	料理店	悪化 (今期)	今夏の異常気象（高気温）による客足の低下と、野菜等の仕入価格の上昇で業況は悪化した。
静岡県	クリーニング業	悪化 (今期)	梅雨明けが早く、夏服の着用が早かったことや、この夏の暑さにより、家庭で洗濯ができる服の着用が多くなったこともあり、持ち込み件数が減少した。
愛知県	すし店	悪化 (今期)	異常気象ともいえる気温の上昇で、主力のお客様である高齢者の方の消費が著しく減少している。
三重県	ホテル・旅館業	好転 (今期)	三重県でのインターハイ開催と大型ショッピングセンターの建築による作業員の宿泊などがあり、好転した。

(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	ホテル・旅館業	悪化 (今期)	相次ぐ台風によるキャンセルがあり、宴会や宿泊に影響した。また、猛暑も客足に影響し、レストランの売上も減少した。
京都府	理容業	悪化 (今期)	猛暑と大雨の影響のためか、お客様が店へ来店するのを敬遠されているように感じた。
兵庫県	その他飲食店	好転 (今期)	今年は、甲子園での高校野球夏の大会が100回記念大会だったこともあり、来客数増加で好転した。

(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
大阪府	その他飲食店	悪化 (今期)	大阪北部地震や記録的な大雨、酷暑などの天変地異や天候の影響を受けたため、客数、売上、客単価が低下し、大きく業況が悪化した。
奈良県	ホテル・旅館業	好転 (来期)	10月20日から興福寺中金堂落慶の一般公開が始まるので、今から予約が埋まっている。今後、災害の影響がどこまであるか注視している。
和歌山県	冰雪販売業	好転 (今期)	暑さが厳しい日が続き、小型製氷機では対応できないため、得意先以外の店や喫茶店からの注文が増加している。

(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
鳥取県	公衆浴場業	好転 (今期)	どうしても周囲のイベントなどに業績が左右されるが、今年は大山開山記念イベントにより好転。
島根県	ホテル・旅館業	不変 (来期)	豪雨災害による風評被害はあるが、観光庁の観光支援事業費補助金により観光産業全体の落ち込みは緩和され、横ばいだと判断する。
岡山県	その他飲食店	悪化 (今期)	7月の豪雨災害によるイベントの中止と観光客の減少に加え、企業も自粛ムードでお客様が減少している。
広島県	喫茶店	悪化 (今期)	当地域では集中豪雨による土砂崩れがあり、車での来店に不便が続いている。さらに、暑さも厳しく高齢者には外出に危険な気温が続いたこともあり、来店するお客様が少ない日が続いた。
山口県	喫茶店	悪化 (今期)	西日本豪雨、台風、猛暑などの影響で、来店客数が減少している。

(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	社交業	不変 (今期)	今年は暑さが厳しかったことや、台風等により天候が悪かったことに加え、阿波踊りの報道の影響もあったのか、開催期間の観光客は前年に比べ減少した。
香川県	ホテル・旅館業	好転 (今期)	香川県はインバウンドが好調に推移しており、宿泊客を取り込めている。
愛媛県	すし店	悪化 (来期)	ホテル内での営業であり、今回の豪雨災害の影響（風評被害・自粛ムード）をまともに受けた。この影響は当面続くと思われるほか、材料の値上がりもあって頭が痛い。
高知県	ホテル・旅館業	悪化 (今期)	去年は、旅行会社の大型キャンペーンや幕末維新博で観光客の伸びがあったが、今年は幕末維新博第二幕が始まったものの観光客は低調に推移している。6月の長雨や7月の西日本豪雨により宿泊客のキャンセル(7月～9月中旬まで1,060人)が相次いだことで売上が減少し、業況は悪化している。

(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	食肉販売業	悪化 (今期)	今年は例年になく猛暑の影響で客足が鈍り、売上が大きく減少する結果となった。また、最近、近隣のディスカウントストア等にて生鮮食品を取り扱うようになったことで消費者が流れており、利用客数の減少が顕著になった。
佐賀県	その他飲食店	悪化 (今期)	猛暑、台風、大雨などの異常気象の影響を受け、団体予約のキャンセルが多くあり、売上・客数とも減少した。
長崎県	料理店	好転 (来期)	10月の「長崎くんち」に向けて観光客や地元のお客様の予約が入り始めている。夏場に猛暑で予約を延期されたお客様からの再予約も入ってきており、好転予定である。
大分県	美容業	好転 (今期)	DMやSNSなどにより顧客の来店頻度が高くなった。また、訪問美容により新規客が増加した。

(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 (今期)	前年同期と比べると、多少売上減少が見られる。特に、宿泊は復興工事の関係者が少ない。一方で、インバウンド客が増えてきており少し持ち直しの状況である。
宮崎県	美容業	悪化 (今期)	天気の悪い日が多く、客足が遠く一方で、天気の良い日に顧客が集中してお断りすることもあった。
鹿児島県	社交業	好転 (今期)	NHK大河ドラマ「西郷どん」の効果で、国内外の観光客が増加していることと、利用客が増えている。
沖縄県	社交業	好転 (今期)	西海岸地域の開発により多数の建設業者が近隣地域で従事するようになり、客数が増えている。

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	山形県	Googleマイビジネスをさらに活用 する。また、店舗からの投稿をマメに行い、お客様へのアピールを行う。
	群馬県	経費、人件費を抑えるためハンディーレジを使っている。また、仕入価格を抑えるため、まとめて仕入を行っている。
	東京都	クレジット決済 を可能にしたことで、お客様の幅が広がった。
	福井県	全面的な店舗改装を行ったことで、イメージアップを図ることができ、結果として客単価の上昇につなげることができた。また、 定休日および営業時間を見直した ことにより、従業員の負担を軽くすることができた。さらに、メニューの品数を減らし、仕込みの時間が短縮された。
	愛知県	組合と連携して行うスタンプラリー は、一定の成果があった。また、新しく取り入れた夏メニューは、人気があった。
中華料理店	群馬県	宴会のお客様の送迎は、団体で来店してもらえるので、売上が上がる。
	埼玉県	高齢者向けの商品や季節限定商品をメニュー化し、 付加価値のある商品 を開発したい。
	東京都	売上が落ちてきた場合には、店舗の改装を行っている。調味料入れ、箸立て、イス、テーブル、クロスなど、一部の変更でも売上増に効果があるので、2年に1回位は必要である。
	富山県	テイクアウトメニューの販売強化 を図っている。現在、テイクアウト用のメニューは店頭で配布しているが、ネット上でもアピールしていきたい。
	長野県	SNSによる積極的な情報発信と、酒類（ノンアルコール含む）の品揃い充実により、集客を図っている。
すし店	神奈川県	インバウンド向けの寿司握り体験 や、簡易宿泊施設と連携して宿泊客を紹介してもらっている。また、地域のコミュニティに積極的に参加し、地元顧客の獲得に務めている。
	富山県	帳簿は専門家に任せず、自分で会計ソフトを購入し日々の伝票を処理している。経費の節約と、自分で行うことにより経営の内容をよく知ることができる。
	岐阜県	インバウンドに対応 するため、翻訳機を購入したり、英語の勉強に取り組んでいる。
	愛知県	人手不足の解消に向けて POSレジの導入 を行い、併せてオーダーシステムも導入して業務の効率化を図り、売上の向上を図っている。

業種	都道府県	内容
料理店	秋田県	売上を店舗のみに頼るのではなく、商品開発をして 物販事業を実施 している。
	岐阜県	将来的な普及に対応するため、 QRコード決済(Origami Pay)を導入した 。現状での利用はまだないが、クレジットカードよりも手数料が低い点にも注目している。
	島根県	当店の強みである「うなぎ」を更に強化するため、以前は養殖物を主体としていたところを、今年はほとんど天然物で対応している。
	愛媛県	インターネットでの集客やSNSを通じたイベントの告知などに取り組んでおり、メールでの予約も少しずつ増えてきている。また、外国人客に対応するため、スタッフに英語を学んでもらっている。
	長崎県	一週間を通して 新聞グルメコーナーに広告を掲載 した結果、多くの客に来てもらった。
喫茶店	神奈川県	週休2日で、営業時間も2～3時間短くしている。また、 女性客割引や雨天の日割引 なども行っている。
	富山県	オーガニック食材料理のお店 ということを雑誌でPRし、需要の拡大を図っている。
	岐阜県	外国人の受け入れを強化 するため、POP立て看板を発注し、英語コメントやサービスセットなどを掲示して、お店に入りやすくしたい。
	鳥取県	月～土曜日の日替わりランチを、事前予約で日曜日にも対応できるようにしている。
	徳島県	客単価を上げるためのメニューや提供時間を短くできるメニュー作りに取り組んだ。また、コーヒー豆を新鮮なうちに買ってもらえるような販売の仕組みや、店頭販売のレイアウトなどを工夫したことで、業況の改善が図れた。

業種	都道府県	内容
社交業	福島県	店舗を明るく清潔感のある内装に改装工事を実施した。それに併せた積極的な広告やSNS発信により、気軽に利用できる雰囲気作りをしたことで、女性客の来店やリピーターが増加した。
	東京都	御徒町、上野方面はかなり外国人客が増えているので、 英語版のメニュー を作り、何とか外国人客を取り込もうと思っている。
	富山県	手作りの料理を提供し、お客様に喜んでもらえるように努力している。また、手作りすることで、つまみのコスト低下につながるため利益が出ている。
	岐阜県	20～40代の社員全員が、この仕事の本質である「お客様に楽しんで頂く！」という同じ目標に向かい、チームワークを持って働ける職場環境を作っている。
	鹿児島県	従業員と個別にミーティングを重ね、信頼関係を築き、数字を意識して仕事をするように指導した。
その他飲食店	東京都	当店はカレー専門店であり、今月のカレーと題して、季節の野菜を使って提供している。また、その野菜は知人の農家より出荷できないもの（規格外）を安く仕入れている。
	愛知県	外資系企業の進出（オフィスへの入居）が増加し、外国人のビジネスマンの利用が増えていることに応えるべく、英語メニューの導入と外国人向け料理の提供、ボリューム感と食材にこだわった特殊メニューの導入等に取り組んでいる。
	兵庫県	スタッフに力を付け、接客の向上による顧客満足度のUPと、テーブル時間制の導入により回転率の向上を図った。
	島根県	飲食組合で行っている新電力事業や光回線配信・クレジット決済 を取り入れている。
	香川県	メニューは英語、中国語に対応 しており、インバウンドを確実に取り込めている。また、昨年初めより 全面禁煙 に踏み切り好評を得ている。売上は減ると思いきや増加しており、お客様から支持されているとの実感がある。
	沖縄県	正社員の給与増額、アルバイトの福利厚生の実施及び時給増額により、従業員を維持している。

業種	都道府県	内容
食肉販売業	兵庫県	兵庫県版 HACCPを取得 し、他社との完全差別化を実現。これにより衛生面で取り組みをアピールしている。
	徳島県	仕入価格の高騰で苦勞しているが、自信を持って販売できるような商品を選んで仕入している。部位の説明やレシピの提供、うちくなどを交えて相談に乗れるような対面販売を心掛けることで、業況を維持するように努力している。
	愛媛県	ISO9001や食の安全安心五つ星などの衛生面に注力してきたことや、肉の品質に重点を置いてきたことが口コミ等で広がり、得意先が増えた。
	長崎県	機械設備・什器備品の更新や新規導入 などを、必要に応じて少しずつ実施してきたことで生産効率が好転した。また、省エネの効果もあり、収益に良い効果をもたらした。
	大分県	和牛専門店だが、ホルス（国産牛）の少し安い赤身の肉を販売し、若者が買いやすくなった。
食鳥肉販売業	愛知県	従業員の休みを増やし、給与も上げた 。また、少しだが店舗の改装も行った。
	鹿児島県	販売商品在庫や工場における材料在庫について、日々棚卸し（在庫管理）を行い、需要の流れをしっかりと読みながら利益の確保に努めたい。
冰雪販売業	東京都	単価の見直しに合わせて配送手数料（今まで無料）を別途見積りに計上した結果、客足が減少することなく、うまくいっている。今後も手数料等で細かく請求できるものは付加価値をつけて、価格上昇へつなげていく予定。
	神奈川県	人件費を上げないと従業員の確保が難しいため、加工物の仕入割合を増やし、人手不足に対応している。

業種	都道府県	内容
理容業	青森県	少子化による人口の減少や若者の都会への流出などで新規顧客を望めないことから、介護施設に入所している高齢者の方への 出張理容 に取り組んでいる。
	福井県	カット以外の エステメニューを充実 させたことや、SNSを使った宣伝を積極的に行った効果が、ようやく出てきた。
	京都府	チラシの配布は費用と労力の割に効果が少ないため、現在は ホームページを活用 し、新規・既存のお客様に情報を提供している。
	鳥取県	積極的に 組合が開催する講習会等に参加 し、新しい技術の取得、新しいメニュー作りに取り組んでいる。
	愛媛県	高齢者用のリラクゼーションメニュー を充実させ、訪問福祉理容などの出張サービスを加えた。
美容業	山形県	新規メニューの導入・開発とメールマガジンによる囲い込み、会員価格メニューを作り拡販する。
	石川県	人材の確保に向けて、子育て中の主婦が働きやすい時間帯でスタッフを募集している。
	石川県	従業員が働きやすい職場環境 を目指し、面談や能力向上セミナー、勉強会などモチベーションの上がる事項を増やし、雰囲気の良い職場づくりに取り組んでいる。
	静岡県	高齢者や車を運転されない来店にお困りの方を対象に、水、木曜日の限定で 無料送迎 を実施。
	徳島県	店舗内でまつげエクステの施術をしており、そのお客様がヘアーの施術にも来てくれるようになり相乗効果が出ている。また、まつげエクステは、SNSの導入により新規顧客が増加している。

業種	都道府県	内容
映画館	茨城県	ホームページの活用やSNSでの情報発信 を通じて、若者を取り込む。
	東京都	会員以外の顧客（特に若年層）確保に向けて、 SNSを活用 している。
	神奈川県	新システムを導入し、チケットの発券を効率化した。また、ポイントカードも一新したことで、新たな情報を入手できるようになった。現在、データを活用した戦略を考えている。
	長野県	固定客の高齢化が進んでいるため、体の不自由な方が来店されても気持ちの良い接客ができるよう、 ハートフル講習を受講 して、接客面の向上に取り組んでいる。
	和歌山県	会員募集をして、6回の入館で1回無料としたところリピーター数が伸びてきている。また、 LINEでの情報発信 を開始し、フォロワー数29千人超えと、県内では上位のフォロワーを獲得している。
ホテル・旅館業	茨城県	電子マネー決済を取り入れるなど、顧客の利便性向上を図り、 インバウンドの取り込み を積極的に進める。
	福井県	インターネット予約サイトへの客室提供数の拡大を図った。また、売れ残り対策として、直前割価格で販売している。
	長野県	人材不足により、販売客室数の制限を行ったが、なるべく単価の高い部屋を残すようにしたことで、現スタッフでも効率よく運営できている。
	島根県	後継者である息子が新たに家業に従事しており、 事業承継計画を策定中 である。また、新たな分野での業務を開拓中である。
	福岡県	ネットを活用した集客 を行い、日帰り客より収益率の高い宿泊客に力を入れている。また、従来から課題であった人手不足の解消に向けて、夕食のメニューにBBQを取り入れ、人手が少なくても運営できるようにした。

業種	都道府県	内容
公衆浴場業	宮城県	ホームページを作りインターネットでPR を始めたことで、グーグルマップに表示されるようになり、それを見て来店するお客様が増えている。また、お客様がツイッターでコメントや口コミをしたものを参考にしながら、お客様とのコミュニケーションを図っている。
	千葉県	浴場施設内を全面禁煙 にした。当初は色々あったが、今では好評である。特に、女性からは空気がきれいになったと言って喜ばれている。
	石川県	公衆浴場組合で取り組んでいる変わり湯(レモン湯、ミント湯、しょうが湯)を実施 して、集客を図っている。また、室内・浴場を明るくするために、観葉植物を設置して、お客様に楽しく、和んで頂けるようにしている。
	福井県	総工事費3,500万円の改装工事を行った。 新規導入した高濃度炭酸泉 は、北陸の銭湯(スーパー銭湯を除く)で初。そして、導入した炭酸泉の認知度アップのために、チラシ、DMを活用している。
	広島県	SNSの活用と電子マネーの導入 で、若者層の利用が増えるように努力するとともに、イベントの開催を多く企画する。
クリーニング業	栃木県	集配業務が全体の7割を占めており、高齢化が進む中でますますその需要は増えるので、集配業務をより充実していく。特に、夜間の集配も求められる状況なので、それにも対応していくべく検討している。
	群馬県	セール、DM、イベントなどの内容の根本的な見直しを行った。さらに、 ネット会員制度を導入 し、これらによる効果が出ている。
	石川県	大手クリーニング店では受け付けない、高額なブランド品のクリーニング、シミ抜き、鞆クリーニング、靴クリーニングなど、 他店と差別化した技術 で単価の上昇を目指している。
	高知県	他店との差別化を図るため、大型店舗にはできない丁寧な仕事を行っており、特に、シミ抜き等に力をいれている。技術面で信頼される店を目指すことが、大切なことだと痛感している。
	宮崎県	夏物衣料には、汗が多くついているため、ドライクリーニングとウェットクリーニングのW洗いを勧めて、単価アップができた。