

2019年2月13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10～12月期）～

業況判断DI、売上DI、採算DIともに前年同期を下回る。

<業況判断DI> (2ページ)

- 業況判断DIは、前期から1.2ポイント上昇して▲22.7となった。前年同期に対しては2.6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、▲23.2と0.5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1.2ポイント上昇して▲24.3となった。前年同期に対しては0.9ポイント下回り、3期連続で前年同期の水準を下回った。
- 来期は、▲17.9と6.4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0.5ポイント上昇して▲6.2となった。前年同期に対しては1.1ポイント下回り、4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12月上旬			
調査方法	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	3,061企業（回答率 93.0%）			
（業種内訳）	飲食業	1,403 企業	映画館	50 企業
	食肉・食鳥肉販売業	152 企業	ホテル・旅館業	169 企業
	氷雪販売業	54 企業	公衆浴場業	107 企業
	理容業	411 企業	クリーニング業	262 企業
	美容業	453 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。

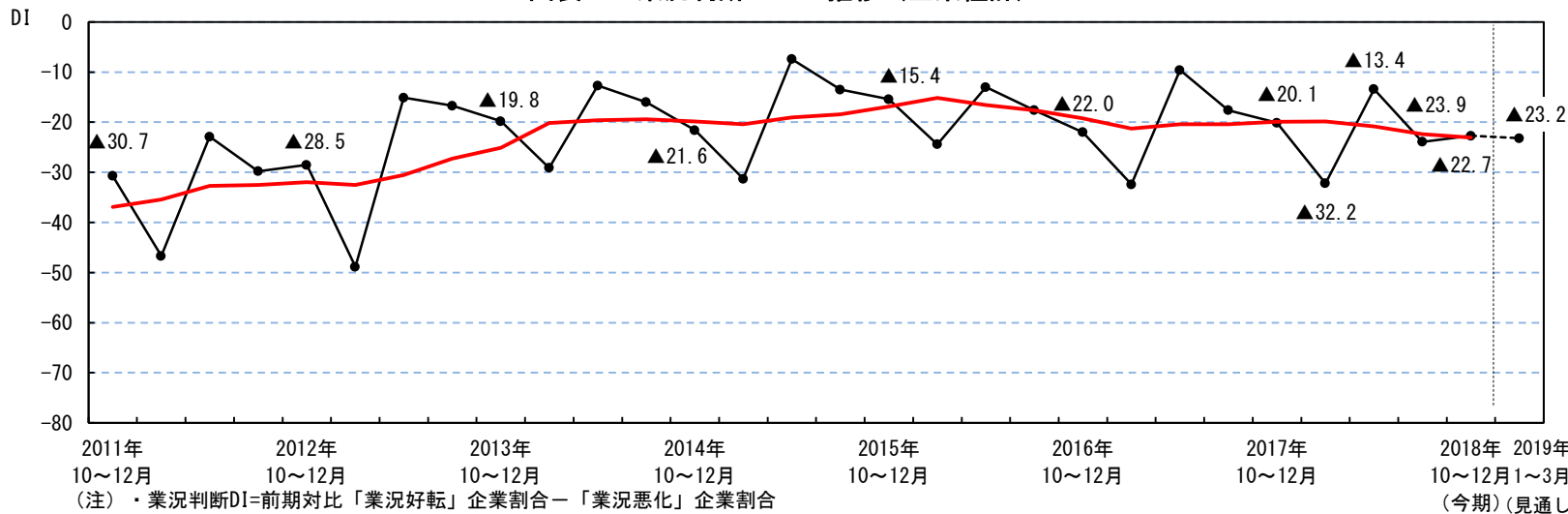
I 景気の動向

1. 業況判断

- 業況判断DIは、前期から1.2ポイント上昇して▲22.7となった。前年同期に対しては2.6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、▲23.2と0.5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）



図表2 業種別業況判断DIの推移（飲食業を除く）

凡例	2017年 10~12月	2018年 1~3月	4~6月	7~9月	10~12月 (今期)	2019年 1~3月 (見通し)
食肉・食鳥肉	▲0.7	▲23.4	▲17.9	▲29.3	▲15.1	▲15.8
氷雪	▲56.4	▲49.1	▲3.5	▲36.5	▲37.0	▲35.2
理容	▲32.0	▲38.1	▲6.9	▲20.3	▲29.7	▲25.1
美容	▲22.3	▲31.7	▲16.1	▲21.7	▲24.1	▲23.8
映画館	▲54.9	▲33.3	▲25.0	▲4.5	▲28.0	▲12.0
ホテル・旅館	▲1.7	▲27.5	▲9.6	▲7.4	▲8.3	▲14.8
公衆浴場	▲21.8	▲9.3	▲26.9	▲32.1	▲17.8	▲15.0
クリーニング	▲5.4	▲49.4	▲12.7	▲46.2	▲21.4	▲45.0

図表3 飲食業業況判断DIの推移

凡例	2017年 10~12月	2018年 1~3月	4~6月	7~9月	10~12月 (今期)	2019年 1~3月 (見通し)
飲食業(全体)	▲20.2	▲30.0	▲18.5	▲25.6	▲22.7	▲21.6
そば・うどん	▲27.3	▲38.0	▲21.3	▲12.1	▲27.7	▲28.9
中華料理	▲18.8	▲25.2	▲13.5	▲20.8	▲23.8	▲10.1
すし	▲29.1	▲32.0	▲19.2	▲35.7	▲27.0	▲20.5
料理	▲1.7	▲23.7	▲21.2	▲36.9	▲14.5	▲25.6
喫茶	▲32.4	▲34.5	▲23.0	▲29.3	▲30.0	▲29.4
社交	▲11.8	▲30.6	▲30.6	▲31.9	▲22.7	▲22.7
その他飲食	▲18.0	▲27.2	▲10.9	▲21.1	▲17.4	▲18.8

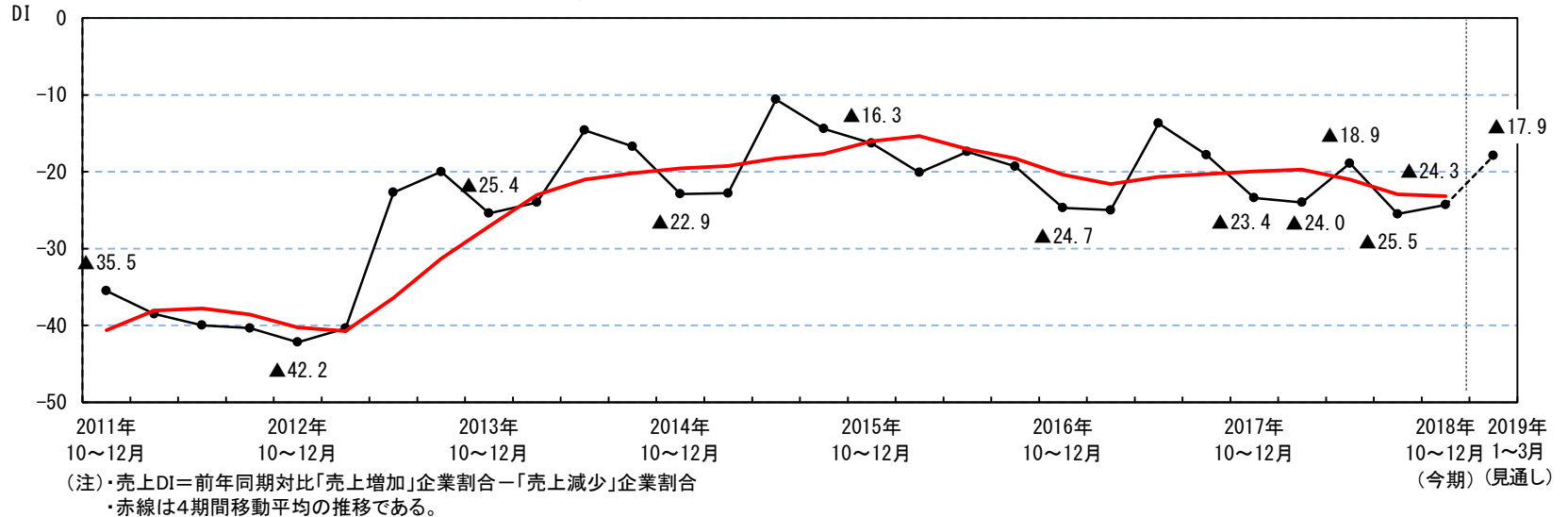
(注)表中、全業種計の割合を上回るものを網掛している。以下同じ。

2. 売上

● 売上DIは、前期から1.2ポイント上昇して▲24.3となった。前年同期に対しては0.9ポイント下回り、3期連続で前年同期の水準を下回った。

来期は、▲17.9と6.4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 10~12月	2018年 1~3月	4~6月	7~9月	10~12月 (今期)	2019年 1~3月 (見通し)
食肉・食鳥肉	▲6.6	▲4.8	▲14.6	▲29.9	▲22.4	▲7.2
氷雪	▲14.5	▲29.1	▲7.0	30.8	▲9.3	▲22.2
理容	▲34.5	▲34.3	▲18.7	▲25.1	▲27.0	▲23.4
美容	▲27.9	▲25.2	▲21.0	▲24.2	▲29.9	▲20.6
映画館	▲27.5	▲37.3	▲33.9	▲12.1	4.0	8.0
ホテル・旅館	▲2.3	▲21.6	▲12.0	▲13.8	▲9.5	▲3.6
公衆浴場	▲30.0	▲6.5	▲32.4	▲29.4	▲23.4	▲23.4
クリーニング	▲16.1	▲25.9	▲6.4	▲33.1	▲32.1	▲24.0

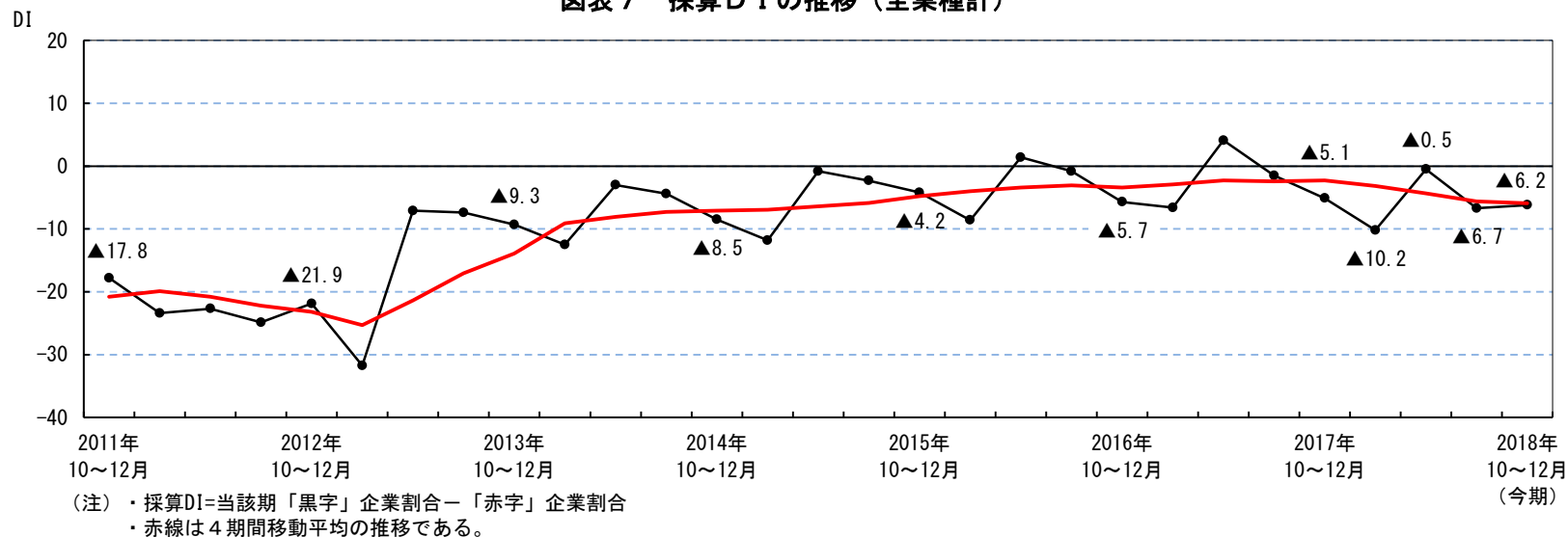
図表6 飲食業売上DIの推移

凡例	2017年 10~12月	2018年 1~3月	4~6月	7~9月	10~12月 (今期)	2019年 1~3月 (見通し)
飲食業(全体)	▲24.2	▲23.3	▲20.9	▲28.0	▲23.9	▲17.6
そば・うどん	▲25.7	▲27.5	▲31.4	▲25.0	▲30.4	▲25.1
中華料理	▲16.6	▲22.4	▲14.3	▲22.7	▲18.0	▲12.6
すし	▲30.8	▲23.8	▲19.8	▲30.8	▲22.7	▲15.1
料理	▲9.2	▲14.5	▲25.4	▲35.5	▲18.1	▲30.2
喫茶	▲31.6	▲26.9	▲24.5	▲29.8	▲25.0	▲19.0
社交	▲27.4	▲27.6	▲33.0	▲31.5	▲30.9	▲22.7
その他飲食	▲23.4	▲20.8	▲11.2	▲25.8	▲22.3	▲11.1

3. 採算

● 採算DIは、前期から0.5ポイント上昇して▲6.2となった。前年同期に対しては1.1ポイント下回り、4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 10~12月	2018年 1~3月	4~6月	7~9月	10~12月 (今期)
食肉・食鳥肉	17.2	18.6	15.2	6.4	▲9.2
氷雪	▲18.2	▲20.0	▲3.5	28.8	▲1.9
理容	▲7.8	▲15.3	1.7	▲1.7	▲3.4
美容	▲8.0	▲3.7	0.9	▲3.7	▲6.2
映画館	▲19.6	▲27.5	▲7.1	▲6.1	▲6.0
ホテル・旅館	22.1	▲2.3	8.5	9.7	17.2
公衆浴場	1.8	3.7	▲2.8	▲7.3	▲5.6
クリーニング	0.8	▲24.7	12.7	▲17.3	▲11.1

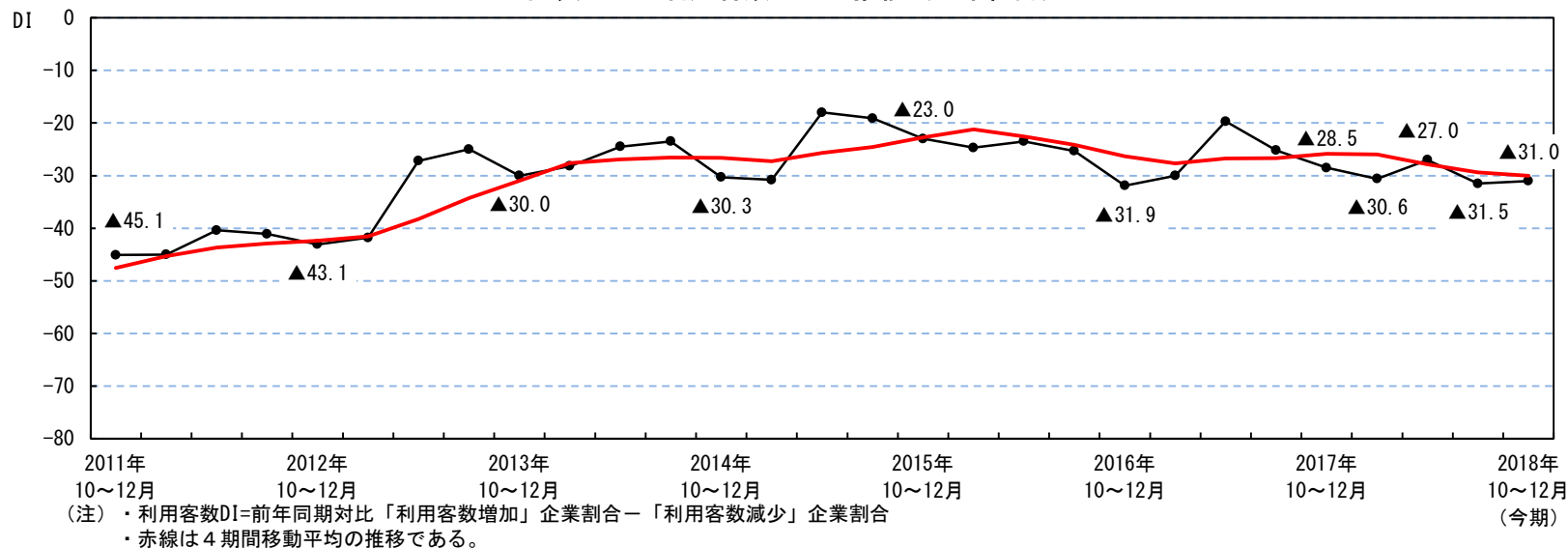
図表9 飲食業採算DIの推移

凡例	2017年 10~12月	2018年 1~3月	4~6月	7~9月	10~12月 (今期)
飲食業(全体)	▲9.7	▲12.1	▲6.3	▲11.9	▲10.8
そば・うどん	▲5.8	▲14.6	▲7.3	▲3.5	▲5.2
中華料理	▲1.2	▲6.1	1.8	▲2.2	▲4.2
すし	▲18.7	▲11.6	▲7.1	▲13.2	▲15.7
料理	▲11.6	▲15.3	▲6.8	▲23.8	▲14.5
喫茶	▲16.8	▲20.7	▲10.9	▲19.5	▲17.6
社交	▲6.4	▲3.1	▲14.8	▲14.6	▲10.5
その他飲食	▲8.6	▲13.4	▲3.1	▲11.5	▲10.0

4. 利用客数

- 利用客数DIは、前期から0.5ポイント上昇して▲31.0となった。前年同期に対しては2.5ポイント下回り、4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 10~12月	2018年 1~3月	4~6月	7~9月	10~12月 (今期)
食肉・食鳥肉	▲7.9	▲13.1	▲20.5	▲33.8	▲23.0
氷雪	▲14.5	▲25.5	▲21.1	5.8	▲22.2
理容	▲35.9	▲40.6	▲24.9	▲32.5	▲38.2
美容	▲37.5	▲36.5	▲33.6	▲34.9	▲39.2
映画館	▲41.2	▲41.2	▲50.0	▲22.7	▲6.0
ホテル・旅館	▲1.7	▲32.7	▲20.6	▲25.3	▲13.1
公衆浴場	▲30.9	▲2.8	▲36.1	▲41.3	▲27.1
クリーニング	▲28.4	▲39.0	▲22.8	▲38.8	▲38.5

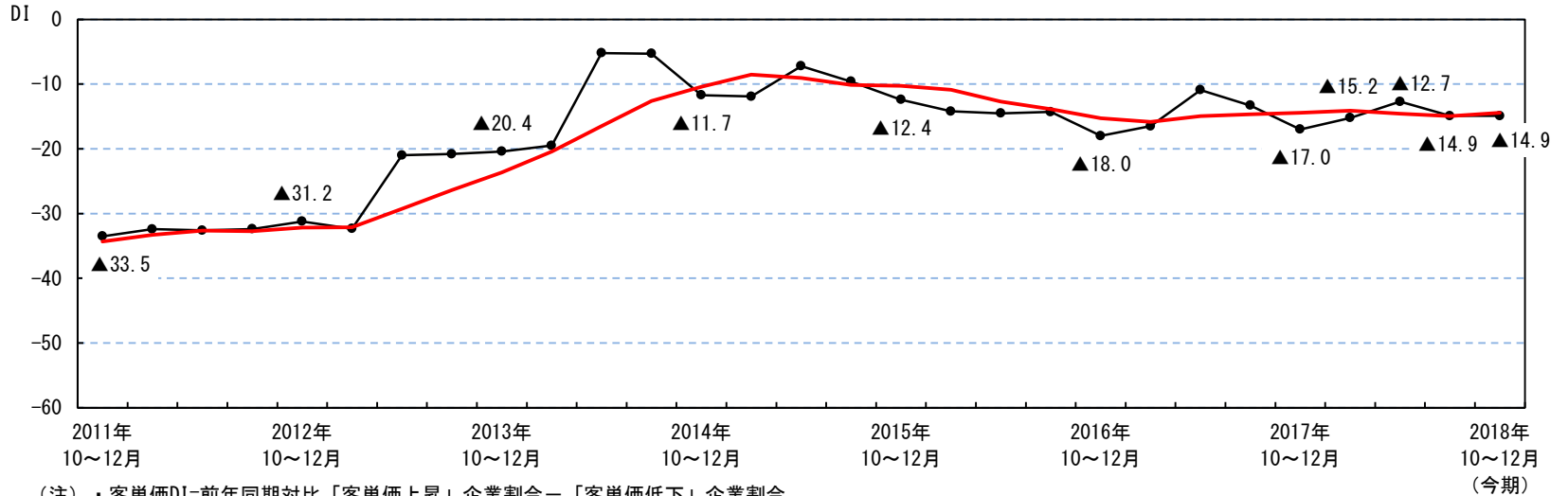
図表12 飲食業利用客数DIの推移

凡例	2017年 10~12月	2018年 1~3月	4~6月	7~9月	10~12月 (今期)
飲食業(全体)	▲28.8	▲27.7	▲26.3	▲30.2	▲29.5
そば・うどん	▲27.5	▲31.6	▲40.0	▲26.2	▲28.7
中華料理	▲19.6	▲20.5	▲18.5	▲28.7	▲24.6
すし	▲37.4	▲32.0	▲24.2	▲34.1	▲33.5
料理	▲24.2	▲26.7	▲26.2	▲38.8	▲32.8
喫茶	▲34.5	▲30.4	▲30.7	▲30.4	▲33.9
社交	▲28.5	▲32.3	▲29.1	▲32.6	▲39.8
その他飲食	▲28.4	▲23.6	▲21.7	▲26.8	▲22.5

5. 客単価

- 客単価DIは、前期と横ばいの▲14.9となった。前年同期に対しては2.1ポイント上回り、3期ぶりに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）



図表14 業種別客単価DIの推移（飲食業を除く）

凡例	2017年 10~12月	2018年 1~3月	4~6月	7~9月	10~12月 (今期)
食肉・食鳥肉	▲12.6	▲15.9	▲23.2	▲31.8	▲21.7
氷雪	▲18.2	▲20.0	▲14.0	▲1.9	▲20.4
理容	▲14.1	▲14.1	▲10.3	▲10.4	▲12.7
美容	▲18.3	▲14.9	▲14.0	▲12.2	▲11.3
映画館	▲7.8	▲3.9	▲7.1	▲1.5	▲8.0
ホテル・旅館	▲5.2	▲11.1	▲6.9	▲6.3	▲1.2
公衆浴場	▲15.5	▲12.0	▲12.0	▲16.5	▲10.3
クリーニング	▲26.4	▲33.2	▲14.2	▲31.9	▲29.8

図表15 飲食業客単価DIの推移

凡例	2017年 10~12月	2018年 1~3月	4~6月	7~9月	10~12月 (今期)
飲食業(全体)	▲18.1	▲13.1	▲12.5	▲14.3	▲15.3
そば・うどん	▲13.5	▲14.6	▲11.4	▲11.0	▲18.1
中華料理	▲16.6	▲13.7	▲15.5	▲16.0	▲13.8
すし	▲27.5	▲19.9	▲17.0	▲22.5	▲22.2
料理	▲20.8	▲10.7	▲20.0	▲12.4	▲16.4
喫茶	▲15.8	▲11.7	▲6.7	▲14.9	▲19.6
社交	▲17.7	▲16.1	▲13.7	▲15.8	▲17.1
その他飲食	▲16.8	▲9.1	▲9.0	▲10.6	▲8.7

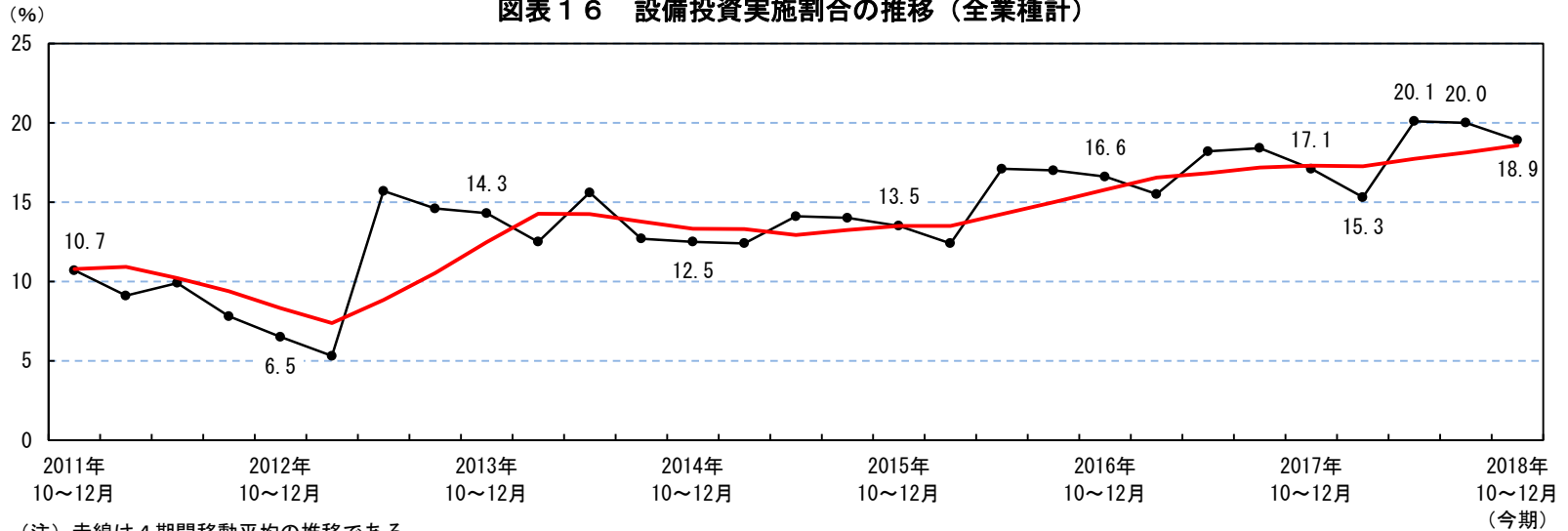
Ⅱ 設備投資の動向

1. 設備投資の実施状況

今期(2018年10~12月期)に設備投資を行った企業の割合は18.9%と前期(20.0%)に比べ1.1ポイント低下した。前年同期(17.1%)に対しては1.8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)



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	2017年 10~12月	2018年 1~3月	4~6月	7~9月	10~12月 (今期)
食肉・食鳥肉	25.2	19.3	25.8	26.8	24.3
氷 雪	14.5	14.5	10.5	11.5	14.8
理 容	10.0	8.7	13.6	9.7	12.4
美 容	13.4	9.2	13.4	12.8	12.6
映 画 館	19.6	31.4	21.4	33.3	26.0
ホテル・旅館	41.9	39.8	48.0	45.1	47.3
公衆浴場	30.9	22.2	33.3	40.4	38.3
クリーニング	15.3	18.5	19.1	20.0	15.3

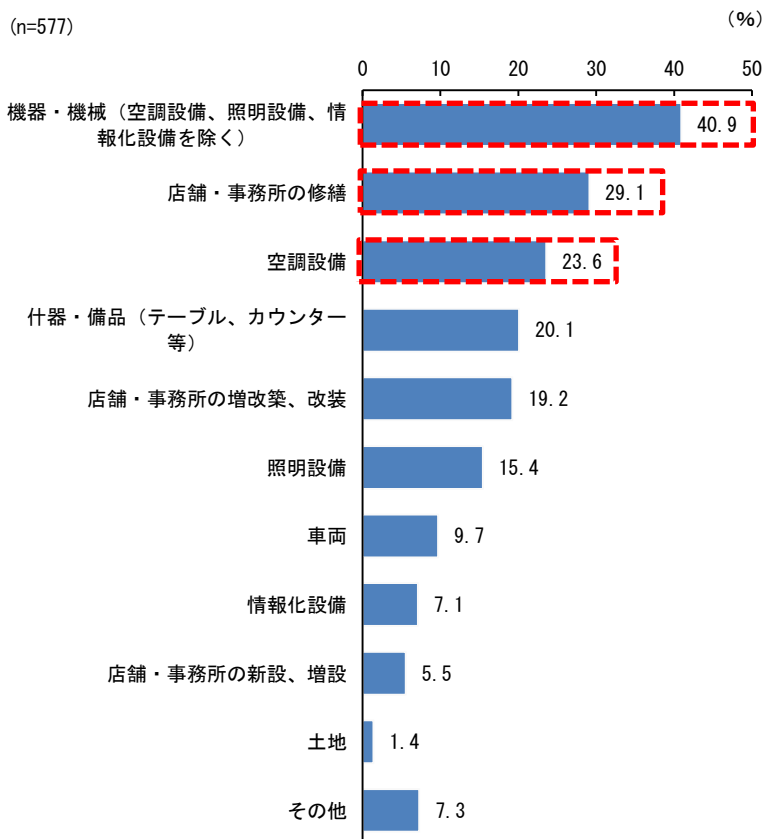
図表18 飲食業設備投資実施割合の推移

凡例	2017年 10~12月	2018年 1~3月	4~6月	7~9月	10~12月 (今期)
飲食業(全体)	15.7	14.2	19.5	19.6	17.8
そば・うどん	15.7	18.1	21.3	20.2	17.9
中華料理	10.9	11.7	15.9	16.4	12.5
す し	22.5	14.4	20.9	17.6	20.0
料 理	30.6	19.8	29.5	25.4	20.5
喫 茶	11.6	9.8	12.7	15.9	18.2
社 交	4.8	10.4	15.8	11.9	9.9
その他飲食	17.0	15.4	20.8	25.1	21.5

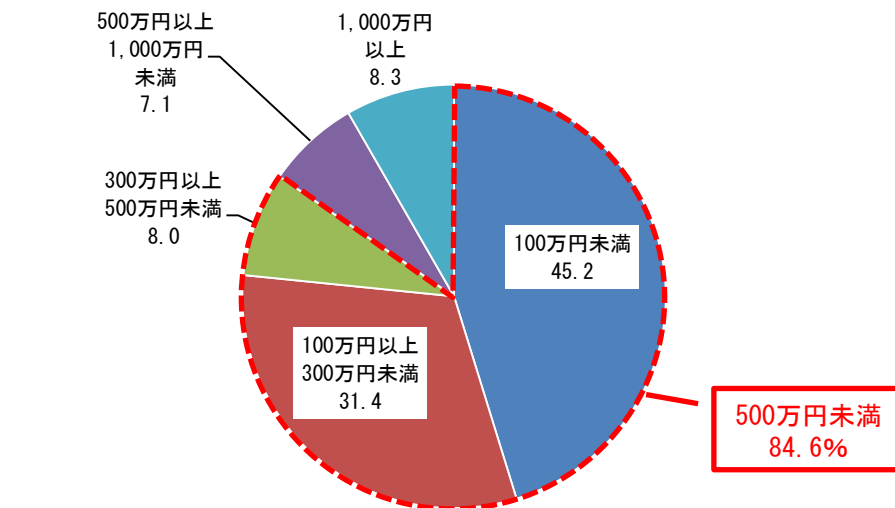
2. 設備投資の内容、設備投資金額、来期の設備投資計画

- 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）」40.9%、「店舗・事務所の修繕」29.1%、「空調設備」23.6%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（2019年1～3月期）の設備投資計画については、「実施予定あり」が11.2%となっている。

図表19 設備投資の内容（全業種計、複数回答）



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	2019年 1～3月期の予定 (%)
全業種計	11.2
食肉・食鳥肉	18.4
氷雪	13.0
理容	6.3
美容	8.6
映画館	24.0
ホテル・旅館	32.0
公衆浴場	20.6
クリーニング	12.2

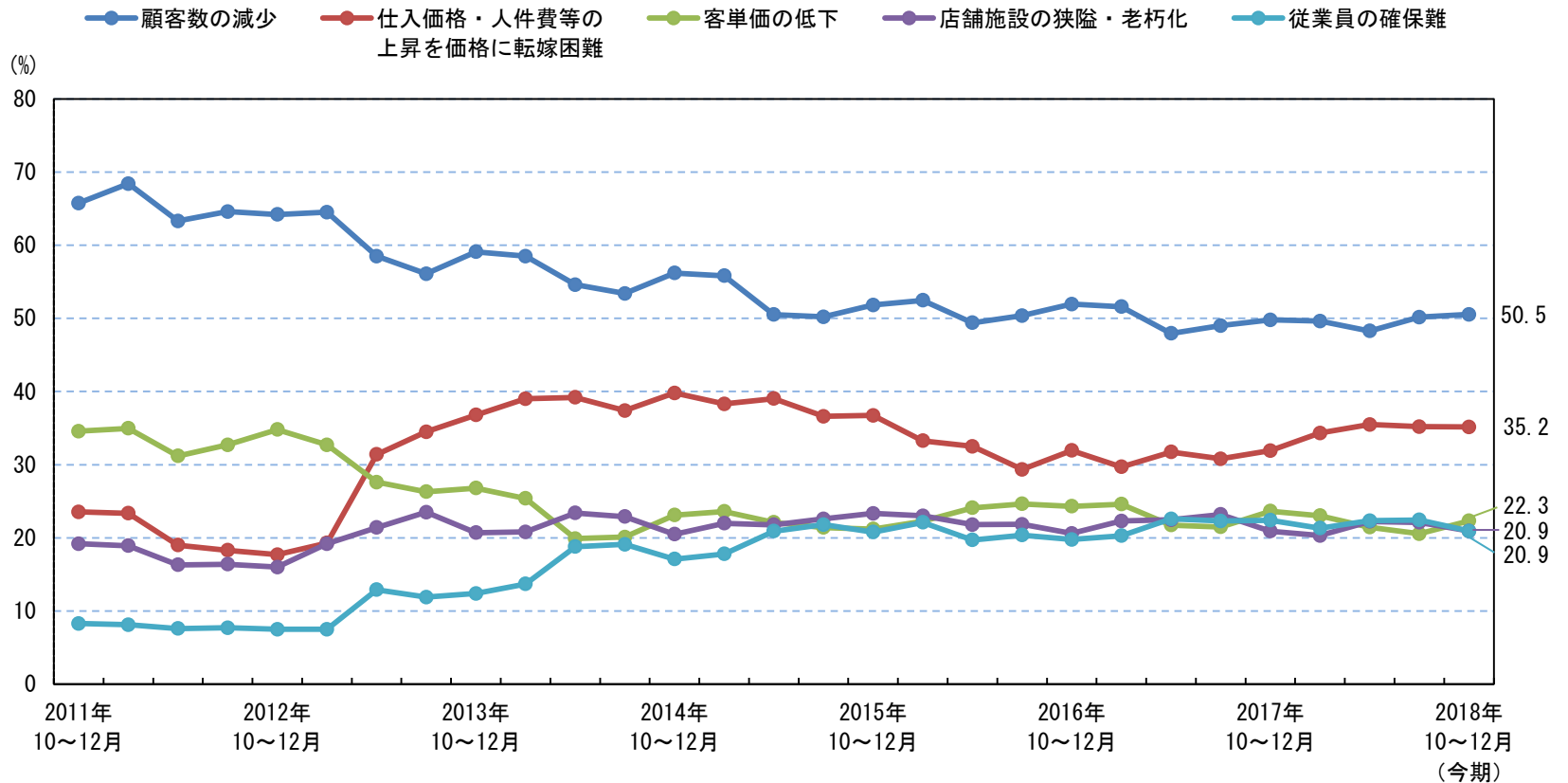
図表22 飲食業 来期の設備投資実施予定割合 (%)

凡例	2019年 1～3月期の予定 (%)
飲食業（全体）	8.7
そば・うどん	12.1
中華料理	6.5
すし	8.6
料理	11.1
喫茶	6.5
社交	5.5
その他飲食	9.8

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」50.5%、「仕入価格・人件費等の上昇を価格に転嫁困難」35.2%、「客単価の低下」22.3%、「店舗施設の狭隘・老朽化」20.9%、「従業員の確保難」20.9%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の	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	35.2	22.3	20.9	20.9	8.1	2.2	4.6	10.1
飲食業合計	45.8	45.8	22.3	17.3	23.0	7.6	2.2	3.2	9.6
そば・うどん店	42.8	49.7	17.9	20.8	27.2	8.1	1.2	2.9	6.9
中華料理店	30.4	51.2	22.0	21.4	23.8	10.7	1.2	3.0	13.1
すし店	51.4	48.1	17.3	14.6	21.1	7.6	1.6	3.8	9.7
料理店	53.0	48.7	24.8	12.8	27.4	2.6	1.7	1.7	6.8
喫茶店	51.8	45.3	21.8	22.4	18.8	6.5	1.8	4.1	7.6
社交業	61.3	25.4	28.7	8.3	27.6	6.6	2.8	3.3	12.7
その他飲食店	39.6	49.4	23.2	18.6	20.0	8.6	3.4	3.2	9.5
食肉・食鳥肉販売業	34.9	48.0	22.4	24.3	28.9	8.6	2.6	2.6	5.3
氷雪販売業	42.6	24.1	20.4	22.2	18.5	22.2	1.9	7.4	14.8
理 容 業	63.7	13.9	27.0	19.7	12.4	8.3	0.7	9.2	14.4
美 容 業	62.9	15.0	26.5	13.2	19.4	9.1	3.1	5.5	13.5
映 画 館	50.0	18.0	8.0	40.0	30.0	6.0	6.0	8.0	10.0
ホテル・旅館業	30.2	32.5	13.0	47.9	42.6	8.3	2.4	4.1	3.6
公衆浴場業	54.2	25.2	4.7	57.0	4.7	11.2	1.9	7.5	7.5
クリーニング業	56.1	50.0	24.0	17.6	13.0	4.2	1.5	2.3	7.3

(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10～12月期
来期：2019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	悪化 (今期)	9月に発生した地震のため、9月は前年の半分、10月は前年の3分の1の売上である。復興割は、宿泊単価が6千円以上のホテルを対象にしており、当ホテルは救済対象から外れたため、プラスにならなかった。
北海道	その他飲食店	不変 (来期)	創成スクエアのビルが完成し、約4,000人の従業員が働くことになった。このビルは当店のすぐ向かいにあり喫茶店しかないため、チャンスであり期待している。

(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
青森県	その他飲食店	好転 (今期)	インバウンドのお客が非常に伸びている。特に、東南アジアの方の客単価が3千円を超えており、びっくりするほどである。SNS情報による効果と考えている。
岩手県	理容業	不変 (来期)	年々人口が減少する一方で高齢者が増え、来店しなくなるお客様が増えてくる。しかし、新規のスーパーもでき、新しく住宅も増えてきているので、業況は概ね変わらないだろう。
秋田県	料理店	不変 (今期)	金額ベースでは不変であるが、客層は若干変わってきている。特に、インバウンドの需要が少しずつ出てきている。

(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	すし店	不変 (今期)	地元客の来店は変わらないが、LCCの早割やJRの定額チケットなどで他県からの来店数が増えており、現状維持となった。
山形県	美容業	悪化 (今期)	猛暑の影響で、来店サイクルに狂いが生じたことと、人手不足で客数をこなせない。
福島県	その他飲食店	悪化 (来期)	当地域は、震災の影響により避難を余儀なくされたが、市では復興を促進するため「事業再開、帰還促進」を目的としたプレミアム商品券発行事業を実施した。当店でもお客様に当該商品券を利用していただくことにより、経営の収支バランスを維持してきた。平成31年1月中旬でプレミアム商品券の利用期間が終了することに伴い、経営が悪化する可能性がある。来客の減少防止、経費削減等、現状維持に繋がるよう経営努力をしていきたい。

(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	ホテル・旅館業	好転 (今期)	寒さの到来と共に客足が戻ってきた。予約数も順調に推移しており、昨年同期を上回る見込み。天候が穏やかなのに加え、夏の暑さのおかげで紅葉がきれいなことが影響していると思われる。
栃木県	理容業	悪化 (来期)	例年悪化の傾向にあり、特に1、2月が良くない。光熱費の上昇等、仕入値の高止まりによる収益率の低下など、好転の要因がない。
埼玉県	美容業	不変 (今期)	駅前に大型マンションなどが増え、人口が増加した。若い技術者がいる着物レンタル店と技術提携して仕事量が増えた。
群馬県	食肉販売業	悪化 (今期)	11月の高気温が売上に影響した。例年のように寒くなり鍋材料が売れる日がとても少なかった。暑さは、食肉販売店には、マイナスにしかならない。

(5) 信越（新潟県、長野県）

都道府県	業種	業況	判断理由
新潟県	食鳥肉販売業	悪化 (来期)	町の中心部のお客様は、BRT（バス高速輸送システム）運行開始以後、激減している、特に、郊外バス利用の買物難民と言われる人達の回復が、全く見られない。
長野県	ホテル・旅館業	不変 (来期)	インバウンドの入り込みがある程度見込まれるので、当期並み程度は確保できると考えている。

(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
東京都	冰雪販売業	不変 (今期)	インバウンドの旅行者が見物しているだけではなく、年々地域の店に入って飲食するようになり、店側も受け入れ態勢が良くなり、少しお金を落とすようになったので、やや好転している。
千葉県	その他飲食店	悪化 (今期)	地域の住環境は、公団住宅が80%以上を占め、高齢化が進むとともに、若年層の飲酒愛好家が減少していることから、業況は年々悪化している。また、常連客の単価が低下していることに加え、仕入価格の上昇もあるなど、複数の悪化要因が考えられる。
神奈川県	公衆浴場業	不変 (今期)	近くにマンションができたこともあり、子供の入浴者数が増加している。その一方で、高齢者の入浴者数は減少している。
山梨県	クリーニング業	不変 (今期)	一般顧客は減少傾向であるが、インバウンド効果による民泊などの増加により、リネン関係が増加している。

(7) 北陸（富山県、石川県、福井県）

都道府県	業種	業況	判断理由
富山県	そば・うどん店	好転 (今期)	11月に組合で企画した食べ歩きスタンプラリーの店として参加したところ、売上増につながった。
石川県	すし店	悪化 (今期)	人手不足が深刻で、休業する日が増加した。労働時間の管理も厳しく、総じて悪い方に進んでいる。
福井県	公衆浴場業	好転 (今期)	50年ぶりに県内で国体が開催され、それに伴う組合の取り組みと自店独自の企画により、集客ができた。年初から計画的に販促活動をしてきたことも徐々に効果が見えてきている。
福井県	理容業	好転 (来期)	新幹線の工事や福井駅前の開発など、公共工事や民間事業が続いており、しばらく景気の良い状況が続いていくと思われる。

(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
岐阜県	ホテル・旅館業	不変 (今期)	台風の影響で長期間鶴飼が中止になり、顧客数が減少した。観光客の減少とホテルの客室数の増加による影響もある。
静岡県	すし店	悪化 (今期)	安倍川花火などのイベントが中止になったこと、台風により天気が悪かったことなどから観光客が減少した。
愛知県	喫茶店	悪化 (今期)	コンビニの出店が多く、フリー客が減少している。常連のお客様も高齢化により来店回数が減少気味である。
三重県	ホテル・旅館業	悪化 (今期)	夏以降の異常気象に加え、全国展開チェーン店の出店もあり、今年の忘年会商戦は大変厳しい状況。また、客室係をはじめ従業員の求人も深刻で、設備の老朽化も気がかりである。

(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	ホテル・旅館業	悪化 (今期)	インバウンド観光客の減少に伴い、稼働率が弱含みで推移した。
京都府	その他飲食店	不変 (来期)	来期は、当期に比べ悪化するが、京の冬の旅企画が周辺寺院に多く、観光客の増加が見込まれるため、悪化から当期比トントン位になると思う。
兵庫県	料理店	悪化 (今期)	毎年、秋の行楽シーズンは弁当類の注文が多い時期なのだが、今年については天候不順があり注文が減少した。

(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	ホテル・旅館業	悪化 (今期)	9月に発生した台風による関西空港の閉鎖が、インバウンドに与えた影響は非常に大きく、中国の秋節期（10月はじめ）も客足は改善しなかった。11月に入って幾分持ち直したが、出だしのつまずきは大きい。
奈良県	その他飲食店	好転 (今期)	正倉院展と紅葉シーズンで観光客が増えた。客単価が低下傾向なので、ニーズを踏まえて低単価の新メニューを作って数が出るようにした。
和歌山県	映画館	悪化 (今期)	台風後の影響として、店内の修繕が続いたため飲食の売上が低下している。

(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	ホテル・旅館業	好転 (今期)	政府の大雨被害に対する旅行者支援対策の効果なのか、旅行者が昨年より増えた。
島根県	食鳥肉販売業	不変 (今期)	飲食店への卸売はやや悪いが、弁当関連の取引先への販売が好調で、全体的には不変である。
岡山県	その他飲食店	好転 (来期)	前期は、7月の豪雨災害により売上が悪化していたが、10月からは回復しており売上は増加しつつある。今後も、少しずつ好転することを期待している。
広島県	クリーニング業	悪化 (今期)	7月初めの豪雨災害の影響が今もあり、地域経済の低迷が続いている。
山口県	喫茶店	悪化 (今期)	節約志向が常態化している。現状では、売上増は非常に困難であるが、タウン情報誌や口コミで、リピーターが増えるように心がけており、ケーキ、自家焙煎コーヒー豆の持ち帰りが増えている。

(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	その他飲食店	悪化 (今期)	駅前地域は競合店が増加しており、お客様を奪い合うような状況になっている。来店数が減少しているのに加え、客単価の低下もあり、業況はかなり悪化している。
香川県	美容業	不変 (今期)	同業店の増加と地域の方の高齢化が進んでいるため、新規のお客様の獲得が難しくなっている。
愛媛県	ホテル・旅館業	悪化 (今期)	豪雨災害以降も週末の台風接近によるキャンセルが多数発生し、昨年のような国体特需もなく低調なまま推移した。やっと11月からは徐々に元に戻りつつあるが、全体としては盛り上がり欠けた。
高知県	中華料理店	不変 (今期)	野菜の高騰が今だに続いているなか、台風や悪天候による休業や、定休日を月に2日増やしたこと等で総売上はやや減少した。

(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	社交業	悪化 (今期)	最近、接待交際費を抑えている企業が多く、団体客が少なくなっている。また、遅い時間の来店（10時過ぎ）が減少したため、売上に影響している。
佐賀県	ホテル・旅館業	好転 (今期)	東南アジアから観光で来日されるお客様が増加しており、客室の稼働率も高い。地場産業も依然好調を維持している。
長崎県	中華料理店	好転 (来期)	店舗が長崎新地中華街に位置し、来期は2月のランタンフェスティバルが半月あり、例年この半月で通常の1か月分の売上が見込める。世界遺産登録やクルーズ船の寄港の効果なども重なり、売上は大幅に増加予定である。
大分県	クリーニング業	悪化 (今期)	地域の高齢化、背広ネクタイ等のビジネス用品のクリーニングが減少を続けている。

(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	その他飲食店	不変 (今期)	被災店舗がリニューアルオープンする等、阿蘇への観光客が徐々に増えている。
宮崎県	その他飲食店	悪化 (今期)	10月は台風の影響等で売上は減少し、11月も影響が続いていた。また、台風被害等で原料の野菜の仕入が高値となり、業況悪化につながった。
鹿児島県	その他飲食店	好転 (今期)	NHK大河ドラマ「西郷どん」の効果で県外客が増加している。大河ドラマ出演者が来店され、それをSNSで見た人たちの来店もあり、売上増加に繋がっている。また、外国人観光客も増加傾向にあり、特に、香港、上海、台湾が増えている。
沖縄県	ホテル・旅館業	好転 (来期)	インバウンド効果で前年比10%以上の売上増加を続けている。来期もこの状況が継続する見通し。

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	最近、食後は必ずスイーツが出るので、 そば粉で作ったスイーツ を5種類くらい用意している。また、昼の11:00～14:00までは、ホットコーヒーを無料でサービスしている。
	福井県	インターネットで仕入先を開拓 することによって、仕入価格の引き下げができ、新しいメニューも導入できた。特に、ワインや日本酒などのドリンク類は、レアなもの入手することができ、お客様にアピールができた。
	愛知県	学生、主婦のバイトを募集していたが確保が難しく、60歳以上の男女の募集に力を入れたところ、女性2人、男性1人を確保でき、お客様にも好評。また、全般的にメニューの見直しを行い、よく売れているものを写真主体で紹介し、一品もの、地酒なども取り揃え居酒屋風としたことで夜の単価が上がった。2階を高級テーブル・イス席にした効果で各種総会、老人会等幅広い利用が増加した。
	京都府	営業時間が長いと、人員を増やし 短時間勤務 で対応している。特に、夕方から閉店までの人員確保が困難なため、一律その時間帯のみ時給のアップを実践した結果、効果が出てきたように感じる。
	島根県	店内をリフォームして小上がり席をベンチシートに変更したことで、人の流れがスムーズになり来店客の増加に繋がっている。
中華料理店	北海道	POSシステムを導入 し、ホールでの注文受け、厨房での調理開始、清算、顧客管理の一元化で、スピードアップ、効率化が可能になった。
	東京都	店舗を改装し、女性のお客様が非常に増えた。入りやすい雰囲気と明るい店内のインテリアが効果があったように思われる。ネット等での情報発信は行っていないが、実際に来店されたお客様の口コミで安定した来客数を保っており、今後も期待したい。
	神奈川県	昨年からの地元の7店と共同で、地産のキャベツ、きくらげ等を利用した 「横須賀タンタン」を開発・販売 している。一つのタンタンに野菜350gを使うことを特徴にしており、共同で販売することで存在感を出している。
	岐阜県	地域活性化に向け 「多治見みそ焼きそば」を12店舗共通メニューとして提供 している。随時、イベント・模擬店へ出店し周知を図っている。
	愛知県	インターネットを利用した集客と、チラシ等の紙媒体を利用した集客を併用している。また、ポイントカードなどを利用して顧客管理をし、バースデーカード等のポイントカード利用で5%還元を行っている。
すし店	北海道	町内会活動、地域内サークル活動に参加して、販路拡大に努める。また、鮭以外のオードブルや幕の内弁当も販売して売上を確保している。
	山梨県	お年寄りが利用しやすいように座敷席からテーブル席に改装したことで、お年寄りのリピーターが増えた。
	愛知県	新商品の開発、 地域の観光協会が企画するイベントへの参加 により、他県からの来客が増え、売上の下支えをしている。

業種	都道府県	内容
すし店	京都府	最近インターネットを活用される方が多く、店舗選びもそれによるところが大きいので、自社の ホームページを刷新 した。
	宮崎県	店舗内を全面禁煙 にしたところ、一部不満の声もあったが、それ以上に喜びの声が多く、女性（特に、年配の方）の来店が増えた。また、夜の営業時間を1時間前倒しにしたところ、お客様の来店時間が早まり、従業員の仕事の終わりも早くなった。
料理店	北海道	メニューのうち、売れ行きの良いもの、粗利の高いものなどをデータ化し、上位のものを更にバージョンアップして提供している。
	東京都	顧客の予約状況を考慮して、仕入食材のロスを出さないよう調整することで、経費削減につながる。また、仕込み時間と営業終了後の清掃時間の時短を効率的に行うことを従業員と検討している。
	岐阜県	お客様の 高齢化に対応 するため、テーブル席を全て椅子席に替えた。
	和歌山県	昼の時間帯に従事する従業員の活用の一環として仕出し弁当を開始した。単価は2,000円以上として、店のブランドを落とさないように配慮している。今後は法人向けに少し単価の低いものも検討中である。
	鹿児島県	年末年始の宴会予約を増やすため、インターネット予約サイトとの契約を増やした。
喫茶店	福島県	店舗の経営に関して、会計士や社労士のアドバイスを受けている。諸帳簿により収支等の確認や来店者数等について、 毎日スタッフとミーティング を行い、来店日、曜日、時間帯、注文メニュー、金額等を分析して、来店者の嗜好、人員数の算出等を行い経営の参考としている。また、最近ではリピーターになっていただけるようボトルキープ制度も導入した。
	岐阜県	レギュラーメニューに 季節ごとの新メニュー を2品～3品加えている。目新しい、限定メニューなのでA面ボードやテーブルPOPでアピールしたところ注文が増加した。
	滋賀県	以前よりイベント開催を多くしたところ、イベントに参加するのを楽しみにしているお客様が増え、売上が少しずつアップしている。
	京都府	インバウンド旅行者向けに 看板の英語表記 を実施。また、SNSを活用し新メニューや空席情報などの投稿を行っている。
	長崎県	できるだけ若い世代の人が写真を撮ってくれるようなインスタ映えするデコレーションを心掛けており、SNSで知ったという方の来客も増えてきている。

業種	都道府県	内容
社交業	東京都	英語のメニュー・看板 を作ったところ、少しずつ外国人客が増えてきている。
	福岡県	常連客に年末・年始の忘年会や新年会の「 二次会用割引チケット 」を配布して、常連客が新規客を連れてくるシステムを実践中。
	宮崎県	社交組合等のイベント には全て参加しており、スタンプラリーなどは新規客の獲得に繋がっている。
	鹿児島県	出前に力を入れるため、メニューを改善し宣伝を強化したところ、出前の売上増加に繋がった。
	沖縄県	経営理念の共有、役割分担を行ったことで、スタッフが得意分野で力を発揮し臨機応変な対応力を身に付けている。また、案内の時点で個々のお客様の状況や要望等を察知し、接客できるように努めている。お帰りの際にも「来て良かった」、「楽しかった」、「また来たい」と思ってもらえるよう、心を込めて接客（サービス）に努めている。
その他飲食店	埼玉県	季節に合わせたメニューに変えたり、イベントに合わせた商品の開発等を心がけている。また、お客さまに目立つように表看板を設置したり、ポイントカードを配布して次も来店してもらえるようなインセンティブの付与を考えている。
	岐阜県	主力の珈琲豆を 喫茶組合を通じて共同購入 することで、仕入コストを抑えている。
	京都府	毎月始めに料理の献立、写真などを地元紙に掲載して集客アップを図っている。
	高知県	「手書きDM」 の営業力は高い。労力的にはかなり負担が大きいですが、それを補って余りある効果がある。当社は、住所、宛名、本文全て手書きだが、印刷したものに一言書き添えるだけでもかなり有効だと思う。今後はパンフレットを作成して主要な交通機関等に置いてもらえるよう交渉していく予定。
	熊本県	従業員の確保難のため、補助金を利用し、 テーブルオーダーシステムを導入 した。そのおかげで従業員の負担が減少するなど、生産性が向上した。
	鹿児島県	お店の前に「お一人様でも大歓迎！！」という看板を掲げたところ、お一人で来店するお客さまが増えた。ちょっとした気遣いが大事だと感じる。

業種	都道府県	内容
食肉販売業	群馬県	店頭のお客さまにアピールするため、 オリジナルスープを販売 した。主婦には、手のかかる「牛すね」や「豚バラ軟骨」を使ったスープが人気で、野菜（ニラ、豆もやし）などを多く使うのがポイント。
	静岡県	クレジットカードを利用可能 として、カード利用のお客さまを増やし客単価を上げていく。また、駐車場1台あたりの幅を広くして止めやすくした。
	兵庫県	新聞折込をすることである程度は店の認知が広がった。また、新聞を購読していない層への周知として Instagram を開始した。
	徳島県	品質のよい商品にこだわり、自家製焼き豚を目玉にして、一人でも多くのお客様に来店してもらえるように経営の改善に取り組んでいる。
	福岡県	生肉の売上は、横ばいか減少なので、手間はかかるが利益率の高い 半加工品 （ハンバーグ、餃子、焼き鳥）を増やして、売上を維持している。
食鳥肉販売業	愛知県	新規の取引先の開拓と商品アイテムの増加に努めている。
	愛知県	人材確保に向けて、従業員の有給休暇を増やし、給料も増やした。
冰雪販売業	東京都	配送コストが年々増加傾向にある中、配送ロットを決め、少量配送をやめた結果、効率が良くなった。
	神奈川県	人手不足のため、B型雇用の方を派遣として雇用しているが、毎日同じ仕事をするすることで、仕事も普通にこなしている。

業種	都道府県	内容
理容業	青森県	高齢者の利用増を図るため、送迎サービス、 運転免許自主返納者10%割引 、月1回の高齢者訪問理容を実施している。また、中高生向けのキャンペーンにも力を入れている。
	青森県	今期から商工会の 地域プレミアム商品券を導入 し、売上増加に繋げている。
	山梨県	市のHPの「お年寄りに優しい店」に掲載 し、送迎サービスや出張訪問等を案内しPRしている。
	徳島県	白髪染めをテーマにした 店主の似顔絵LED看板 を設置したことで、町外からのお客様にも来ていただけるようになった。看板が初めてのお客様との話題にもなるので、非常に効果があった。
	佐賀県	シャンプー後の 顔拭きタオルを今治タオルに替えた 。お客様からは肌触りが良いと好評。
	大分県	小規模事業者持続化補助金の採択を受け、 新メニュー(男性エステ)の導入 を行った。町報広告で宣伝した結果、まずまずの効果があつた。また、照明をLEDに取り替えたことで電気料金が下がった。
美容業	秋田県	国からの 専門家派遣を活用 して、専門家と話し合い、新しいメニューを作った。
	岐阜県	従業員とのコミュニケーション をとる時間を増やした。今、何をやりたい、今後どうなりたい等、従業員の近くにいることを心掛けている。
	兵庫県	他店との差別化を考慮して 高料金のカラーメニュー に取り組んでいる。料金を安くして客寄せするのではなく、お客様の満足度を高めるサービスを考えていきたい。
	佐賀県	以前に比べてドライヤー・ヘアーアイロンの性能が抜群に優れており、お客様に勧めやすく、購入される方が増えた。カット等で売上を伸ばすのが望ましいが、器具等の販売は利益率も高く必要だと実感している。
	大分県	美容組合で訪問美容のチラシ、パンフレットを作成 し、地域包括支援センターや市役所介護支援課窓口において利用を呼びかけている。

業種	都道府県	内容
映画館	神奈川県	ポイントカード会員の特典やコンセションの飲食商品の新規開発販売など、映画作品以外のサービスで売上アップを図っている。
	大阪府	業務の責任分担を明確にし、専門分野のスキルアップを図っている。また、番組編成・職員教育・販売促進等の仕事は姉妹館と共に各責任者が担当し、現場の責任者である支配人は売店、映写等の運営業務に専念できる体制を確立した。
	和歌山県	現在、チケット販売の自動化に向けてシステムを開発中であり、今年度中の稼働を目指している。これにより人件費及び人員の削減と業務の効率化を図る。
ホテル・旅館業	福島県	他の旅館との差別化を図るため、平日は「素泊まり」、「連泊」、「1名様のお泊り」を歓迎し、稼働率を上げ、基本スタッフは1名～2名で対応している。
	静岡県	繁忙期と閑散期でのネット販売における単価のコントロールを細かく実施した。営業面では過去に利用実績のある企業へ訪問し、法人登録をして頂きリピーター客に繋げている。
	愛媛県	正社員を増やし、パート・アルバイトについては 勤務体制を一部フレックス化 している。
	福岡県	老舗の日本旅館であるが、労働力不足で限界に来ており、 外国人労働者の雇用 を検討している。
	佐賀県	伊万里に宿泊された市外のお客様に限り、グルメ、お土産、体験などが最大半額になる4千円分の 周遊観光券を発行 している。結果として、非常に良い効果を地域に及ぼしている。
	宮崎県	和室中心だったが、洋室に順次変更しており、海外からの旅行者の宿泊が増加してきた。

業種	都道府県	内容
公衆浴場業	東京都	スタンプラリー等のイベント を毎年行い認知度アップにつなげている。また、フェイスブック、ツイッター等のSNS活用でインバウンドの入場者が増加した。
	神奈川県	乳幼児は無料に、第四日曜日は小学生同伴の場合、無料にしている。
	石川県	浴場組合(金沢支部)でスタンプラリーを実施 しているため、客が金沢市内全域に広がっている。
	愛知県	看板新設、HPリニューアル、新聞折込チラシの実施などに取り組んだ。また、新サービスとして、レンタルバスタオルや手ぶらセットを開始した。他にも、全国のご当地サイダーやラムネを集めた、 地サイダー・地ラムネフェア を実施した。
	岡山県	指導センターの事業で、敬老の日健康入浴(100円)を実施した。当日は、多くの入浴者が来られ喜んでいただき、リピーターとなって利用して頂いている方もいる。
クリーニング業	茨城県	夏の猛暑で汗のついた品が多いので、汗ぬきやウエットクリーニングのカウンターセールスをして、付加価値の料金をつけ客単価を上げた。
	埼玉県	社員の採用による宅配営業の強化を行っている。また、 社員の資格取得に係る受験費用補助 などを行い、モチベーションの向上を積極的に図っている。
	千葉県	機械設備の老朽化に伴い修理費用が多くなったため、小さな機械に買い替えた。また、人手不足のため低利益の仕事はやめ、週1日の休みを増やして人件費を抑えた。
	兵庫県	お客さまの利便性向上を考え、 クレジット決済 ができるようにした。
	広島県	毎月、チラシ4,000部のポスティングを継続しており、1年前と比較して300件程度会員が増加した。継続とリピート率を上げる努力が必要と考えている。