

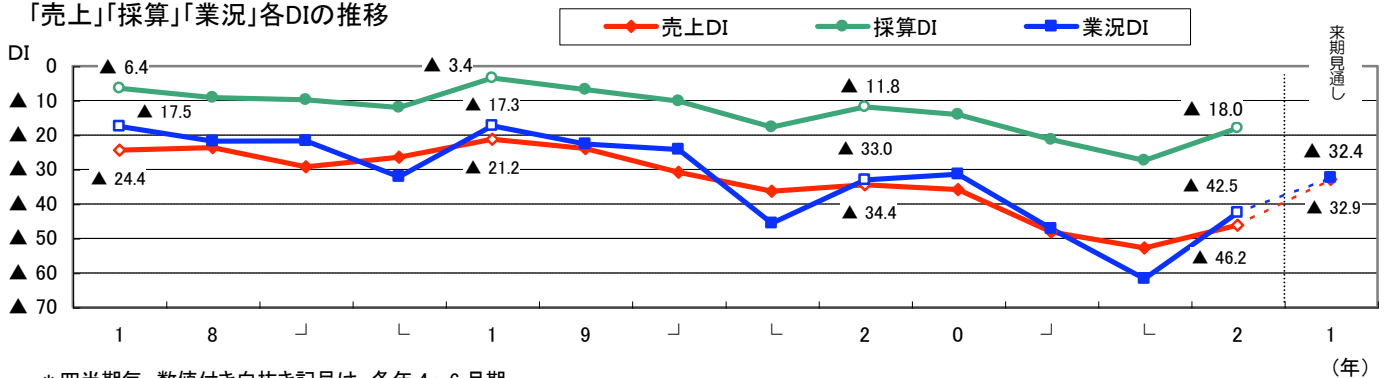
生活衛生関係営業の景気動向等調査結果（平成21年4～6月期）
－飲食業、美容業、理容業、クリーニング業、ホテル・旅館業などの動向－

1 景気動向 ～厳しさ続く生活衛生関係営業の景況～

今期（平成21年4～6月期）の「売上」「採算」「業況」の各DIは、▲46.2（前期比6.6上昇）、▲18.0（同9.4上昇）、▲42.5（同19.2上昇）となり、3項目全てで前期に比べて上昇したものの、前年同期を大幅に下回っています。

景気後退による消費マインドの低迷が経営に深刻な影響を及ぼしており、生活衛生関係営業の景況は、厳しさが続いています。

「売上」「採算」「業況」各DIの推移



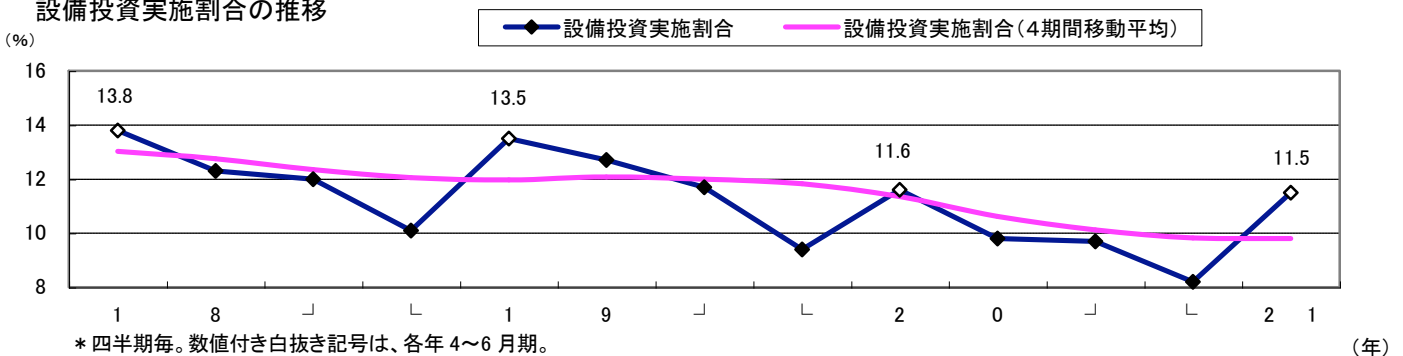
* 四半期毎。数値付き白抜き記号は、各年4～6月期。

2 設備投資動向 ～冷え込み続く生活衛生関係営業の設備投資～

今期（平成21年4～6月期）に設備投資を行った企業の割合は11.5%と、前期（8.2%）に比べ3.3と大幅に上昇しましたが、前年同期に比べると0.1下回りました。4期間移動平均でみると、平成19年10～12月期以降、下降に転じてきていましたが、平成20年7～9月期から低下傾向が強まり、今期はほぼ横ばいとなりました。

生活衛生関係営業の設備投資は冷え込みが続いています。

設備投資実施割合の推移



* 四半期毎。数値付き白抜き記号は、各年4～6月期。

調査時点 平成21年6月上旬
調査対象 生活衛生関係営業 3,220 企業
（飲食業、美容業、理容業、クリーニング業、
ホテル・旅館業など）
調査方法 個別訪問面接調査

〈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 調査課
担当 宮原
TEL 03-3270-1653

生活衛生関係営業の景気動向等調査結果概要

— 平成21年4～6月期 —

I 景気の動向

厳しさ続く生活衛生関係営業の景況

今期（平成21年4～6月期）の「売上」「採算」「業況」の各DIは、▲46.2（前期比6.6上昇）、▲18.0（同9.4上昇）、▲42.5（同19.2上昇）となり、3項目全てで前期に比べて上昇したものの、前年同期を大幅に下回っています。

景気後退による消費マインドの低迷が経営に深刻な影響を及ぼしており、生活衛生関係営業の景況は、厳しさが続いています。

(注) DI = 良い（増加・黒字・好転）企業割合—悪い（減少・赤字・悪化）企業割合

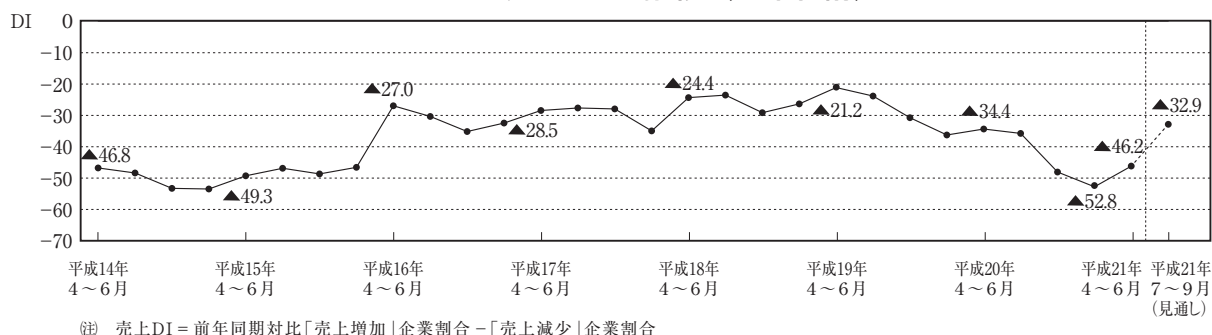
| | | | | |
|-----------------|-----------------|---------|---------|-------|
| 調査時点 | 平成21年6月上旬 | | | |
| 調査方法 | 個別訪問面接 | | | |
| 調査対象 (調査対象数) | 生活衛生関係営業3,220企業 | | | |
| | 飲食業 | 1,591企業 | 映画館 | 59企業 |
| | 食肉・食鳥肉販売業 | 157企業 | ホテル・旅館業 | 208企業 |
| | 冰雪販売業 | 59企業 | 公衆浴場業 | 121企業 |
| | 理容業 | 354企業 | クリーニング業 | 250企業 |
| | 美容業 | 421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、(株)日本政策金融公庫国民生活事業本部が(財)全国生活衛生営業指導センターに委託して、定期的に（年4回）実施しているものです。

・売上

- 売上DIは、前期から6.6上昇して▲46.2となりましたが、前年同期に対しては11.8と大幅に下回りました。8期連続で前年同期の水準を下回っており、厳しい状況が続いています。
- 来期の見通しは、▲32.9となり、13.3上昇を見込んでいます。

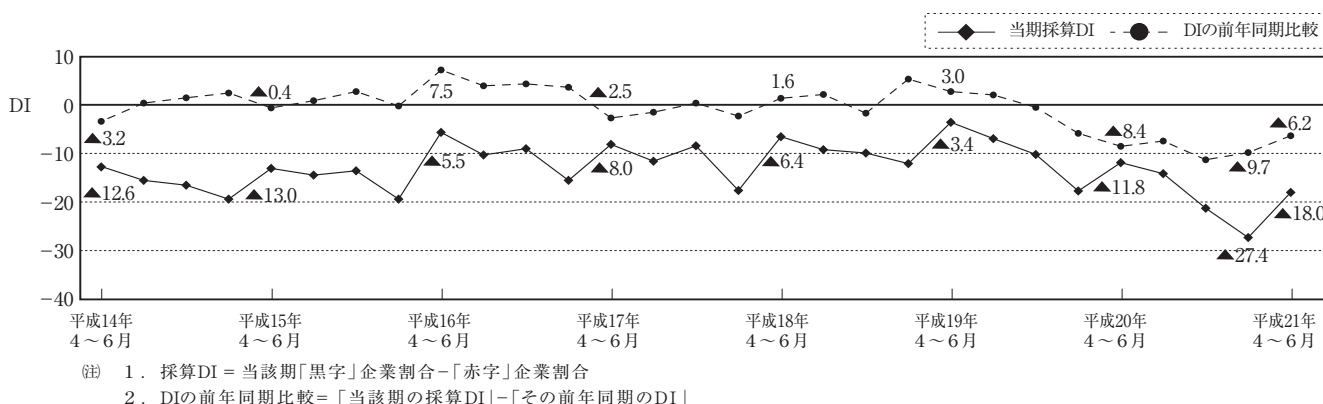
図1-1 売上DIの推移（全業種計）



・採算

- 採算DIは、前期から9.4上昇して▲18.0となりましたが、前年同期に対しては6.2下回りました。7期連続で前年同期の水準を下回っており、客数及び客単価の低迷を背景に、採算面で苦境が続いています。

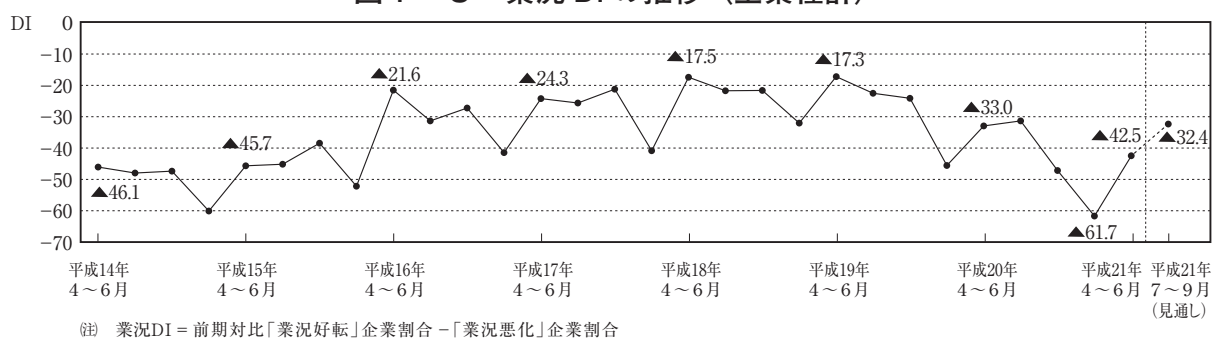
図1-2 採算DI及びDIの前年同期比較の推移（全業種計）



・業況

- 業況DIは、前期から19.2上昇して▲42.5となりましたが、前年同期に対しては9.5と大幅に下回り、8期連続で前年同期の水準を下回っています。
- 来期の見通しは、▲32.4となり、10.1上昇を見込んでいます。

図1-3 業況DIの推移（全業種計）



1. 売上（業種別）

● 売上DIは前期に比べ全業種で上昇しましたが、4期間移動平均でみると、「映画館」「公衆浴場業」を除く7業種で低下しています。

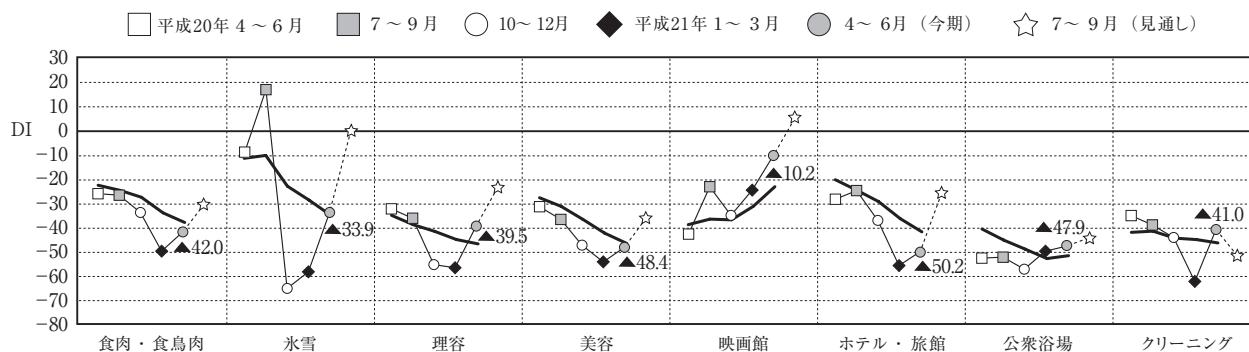
来期の見通しは、季節変動の大きい「クリーニング業」で低下を見込んでいますが、他の8業種では上昇を見込んでいます。

● 飲食業の業種別においては、「そば・うどん店」「喫茶店」「社交業」の3業種で上昇した一方、「中華料理店」「すし店」「料理店」「その他飲食店」の4業種で低下しました。

4期間移動平均でみると、飲食業の全業種で低下しています。

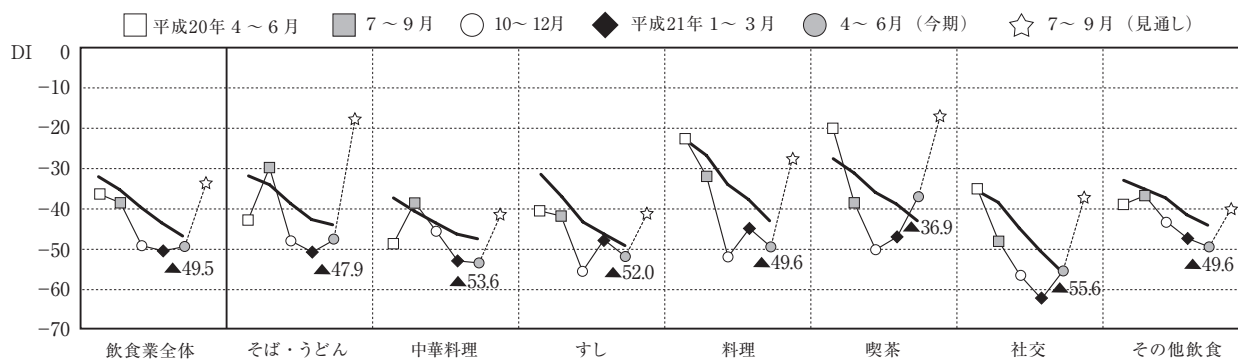
来期の見通しは、全業種で上昇を見込んでいます。

図2-1 業種別売上DIの推移（飲食業を除く）



注) 1. 数値は今期の値である。
2. 太線は4期間移動平均の推移である。

図2-2 飲食業売上DIの推移



注) 1. 数値は今期の値である。
2. 太線は4期間移動平均の推移である。

2. 採算（業種別）

- 採算DIは、前期に比べ「映画館」「公衆浴場業」で低下した一方、他の7業種で上昇しました。
4期間移動平均で見ると、「食肉・食鳥肉販売業」「映画館」を除く7業種で低下しています。
- 飲食業の業種別では、「すし店」で低下した一方、他の6業種で上昇しました。
4期間移動平均で見ると、「そば・うどん店」を除く6業種で低下しています。

図3-1 業種別採算DIの推移（飲食業を除く）

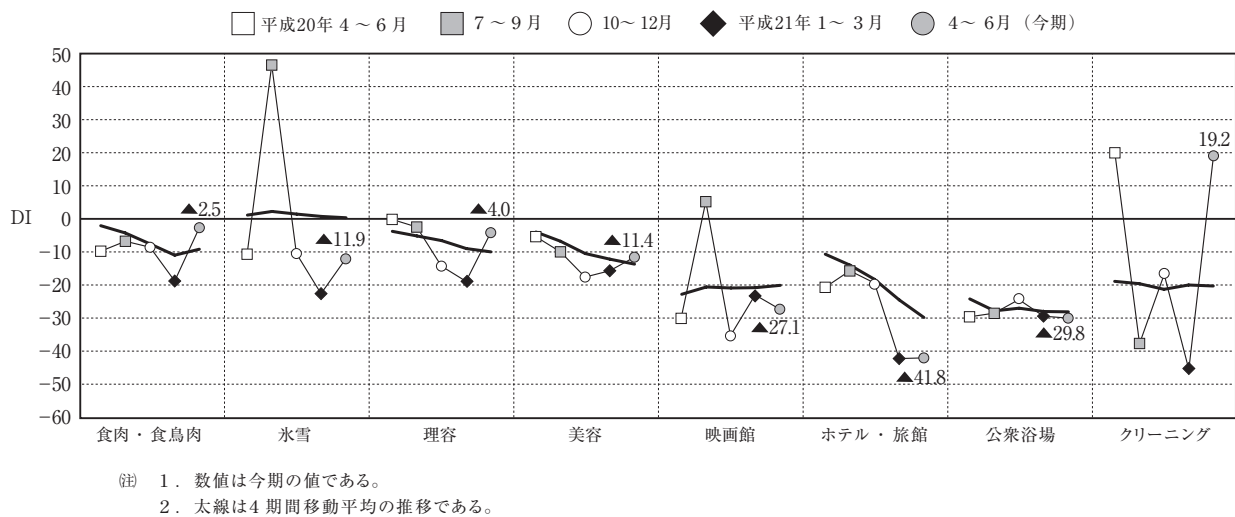
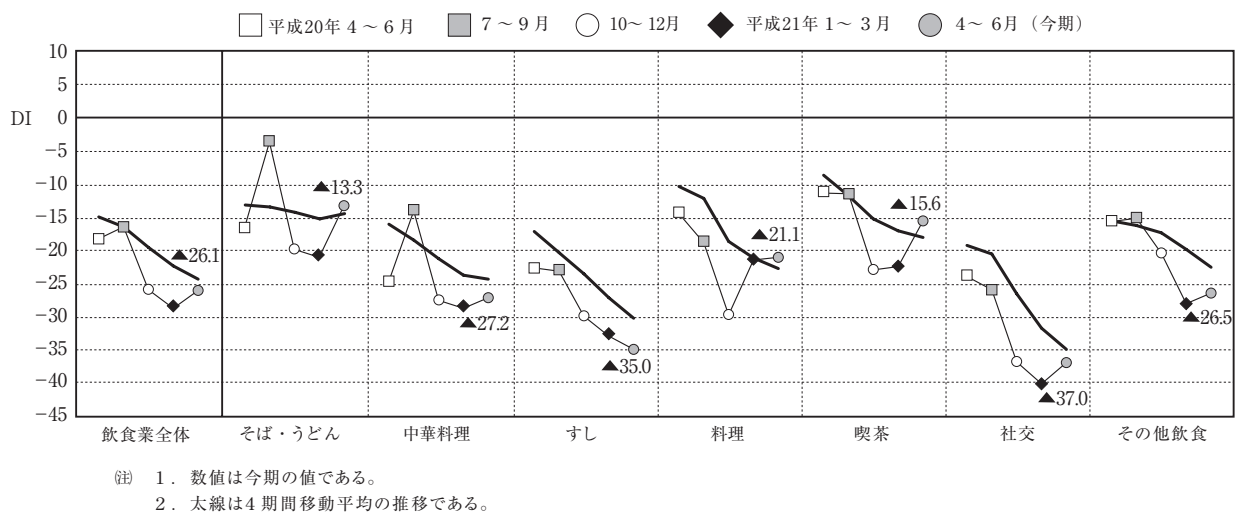


図3-2 飲食業採算DIの推移



3. 業況（業種別）

- 業況DIは、前期に比べ「映画館」「公衆浴場業」で低下した一方、他の7業種は上昇しました。

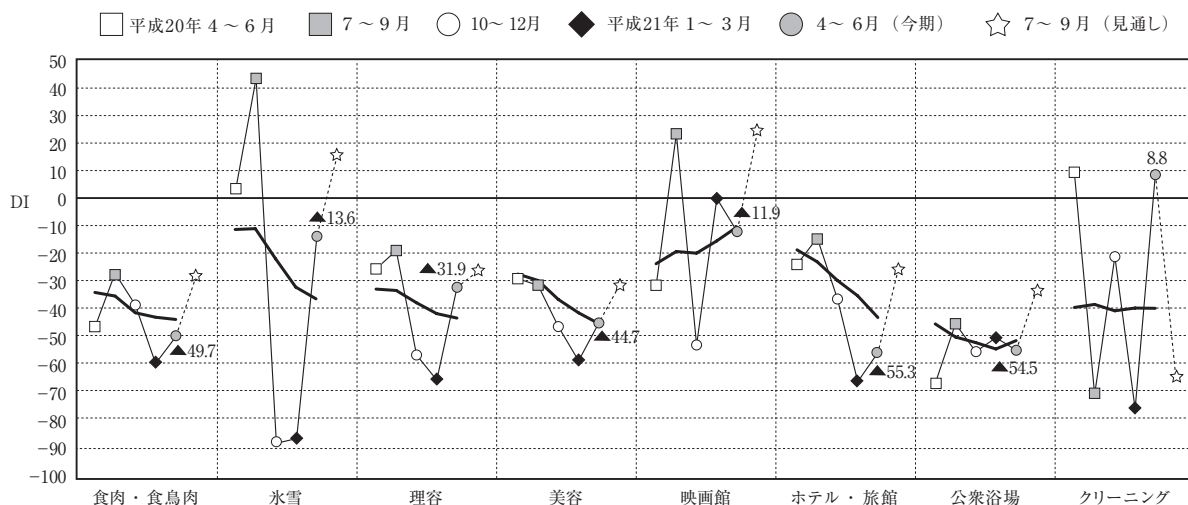
4期間移動平均でみると、「映画館」「公衆浴場業」を除き、他の7業種で低下しています。来期の見通しは、季節変動の大きい「クリーニング業」で低下を見込んでいますが、他の8業種では上昇を見込んでいます。

- 飲食業の業種別では、「すし店」を除き6業種で上昇しました。

4期間移動平均でみると、「そば・うどん店」を除く6業種で低下しています。

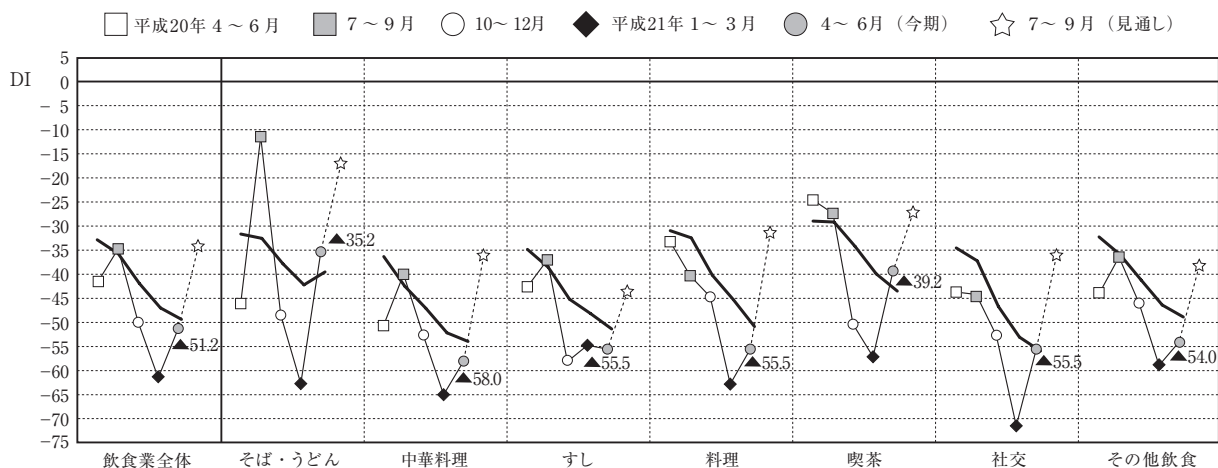
来期の見通しは全業種で上昇を見込んでいます。

図4-1 業種別業況DIの推移（飲食業を除く）



注 1. 数値は今期の値である。
2. 太線は4期間移動平均の推移である。

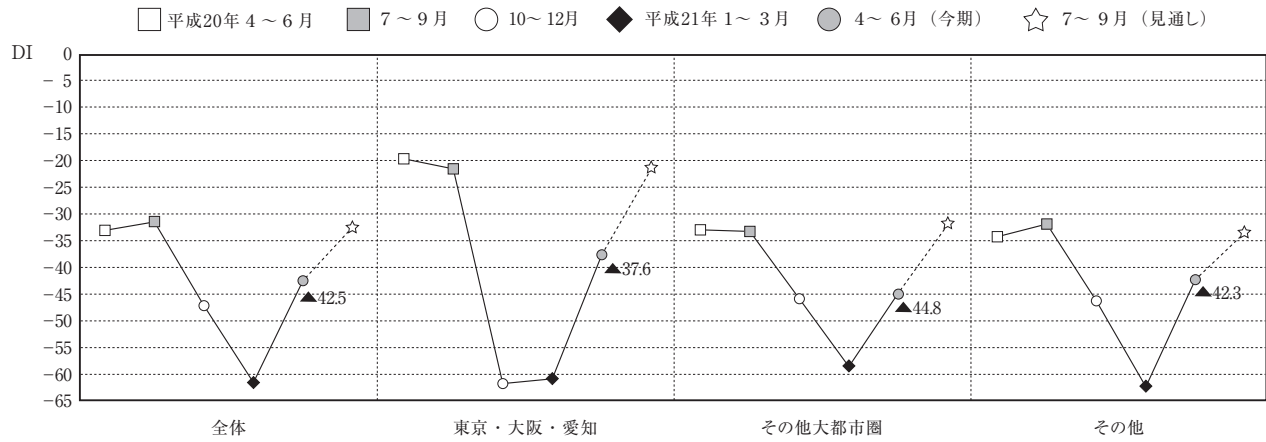
図4-2 飲食業業況DIの推移



注 1. 数値は今期の値である。
2. 太線は4期間移動平均の推移である。

- 地域別（都市区分別）の業況DIは、いずれの地域でも上昇しています。
- 来期の見通しは、いずれの地域でも上昇を見込んでいます。

図4-3 地域別（都市区分別）業況DIの推移



- 注) 1. 数値は今期の値である。
 2. その他大都市圏とは、北海道、宮城、埼玉、千葉、神奈川、京都、兵庫、広島、福岡の9道府県

4. 利用客数

- 利用客数DIは、前期から8.5上昇して▲52.2となりましたが、前年同期に対しては12.2下回り、9期連続で前年同期の水準を下回っています。

業種別では、「食肉・食鳥肉販売業」「公衆浴場業」で低下した一方、他の7業種で上昇しています。

4期間移動平均でみると、「映画館」のみ上昇し、他の8業種は低下しています。

- 飲食業の業種別では、「その他飲食店」を除く6業種で上昇しています。

4期間移動平均でみると、「そば・うどん店」を除く6業種で低下しています。

図5-1 利用客数DIの推移（全業種計）

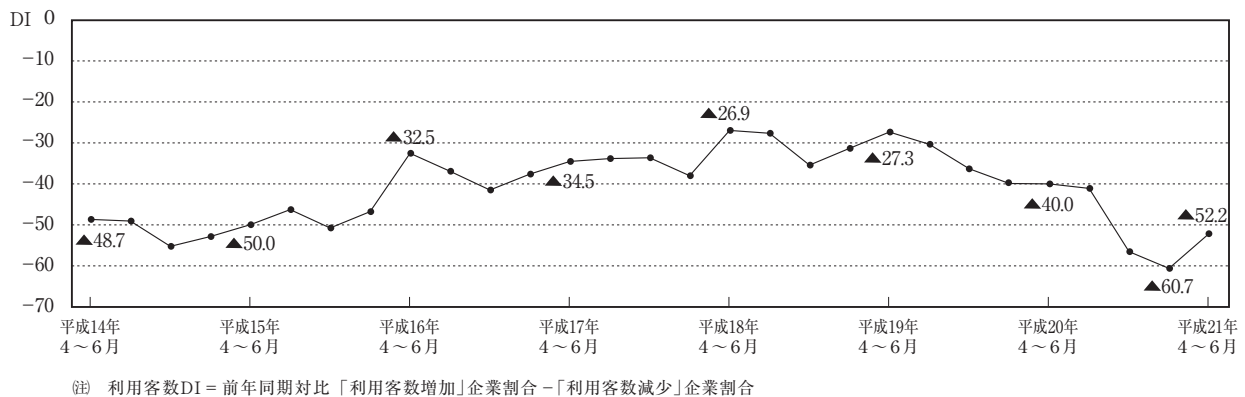


図5-2 業種別利用客数DIの推移（飲食業を除く）

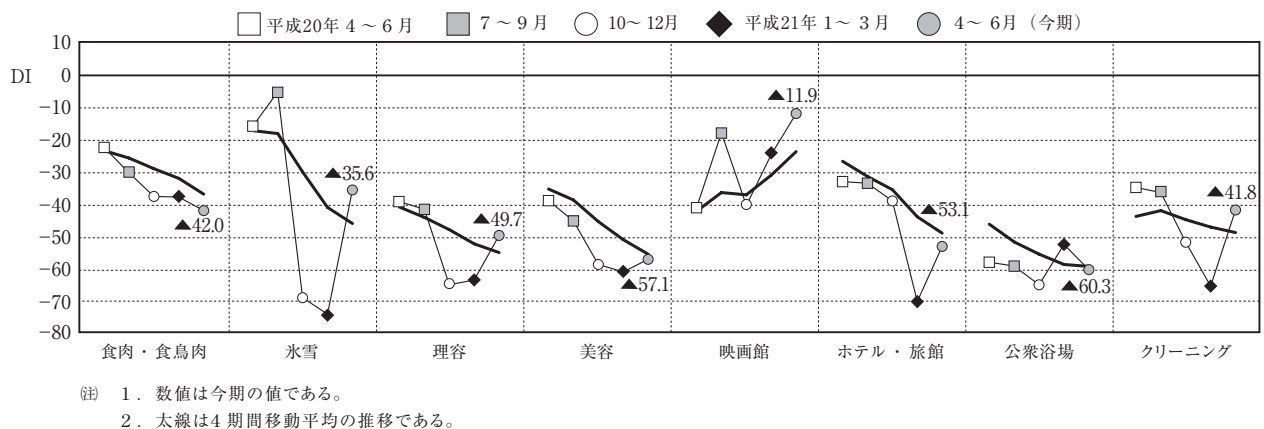
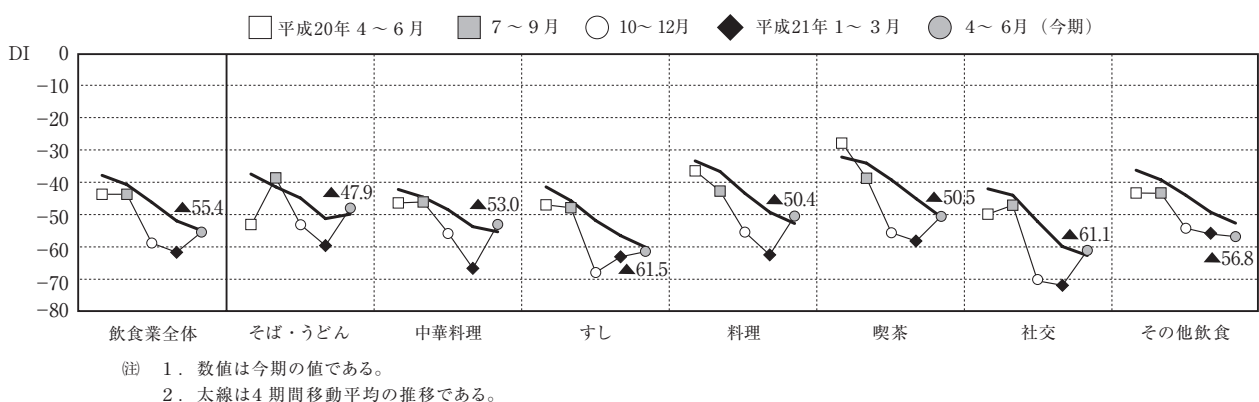


図5-3 飲食業利用客数DIの推移



5. 客単価

- 客単価DIは、前期から2.8上昇し▲37.0となりましたが、前年同期に対しては13.3と大幅に下回り、7期連続で前年同期の水準を下回っています。

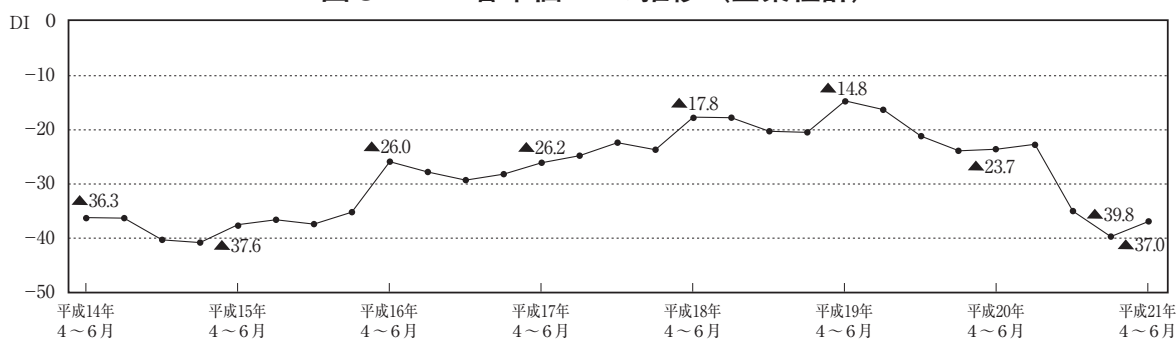
業種別では、「冰雪販売業」「理容業」「美容業」「映画館」「クリーニング業」「飲食業」の6業種で上昇した一方、「食肉・食鳥肉販売業」「ホテル・旅館業」「公衆浴場業」の3業種で低下しています。

4期間移動平均でみると、全ての業種で低下しています。

- 飲食業の業種別では、「中華料理店」「喫茶店」「その他飲食店」で低下し、「料理店」は横ばい、「そば・うどん店」「すし店」「社交業」で上昇しています。

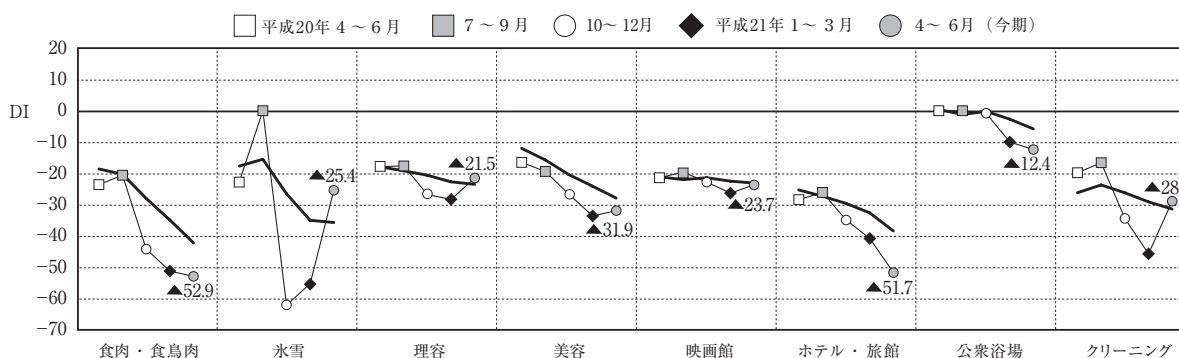
4期間移動平均でみると、飲食業の全業種で低下しています。

図6-1 客単価DIの推移（全業種計）



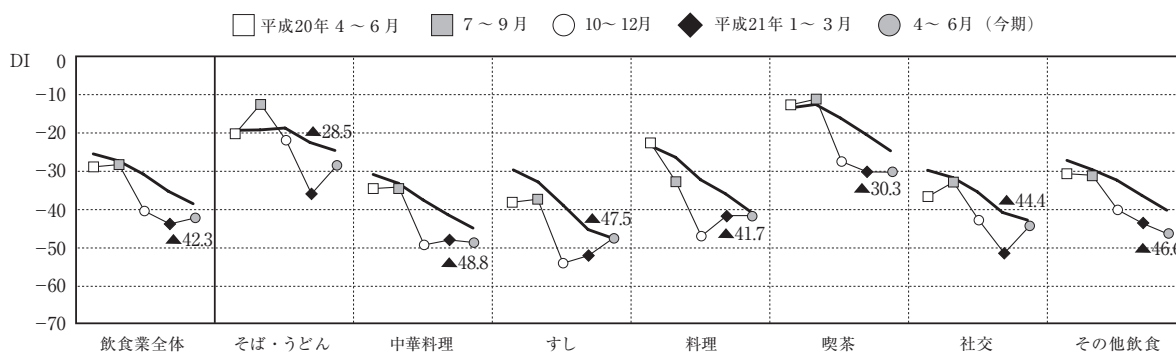
注 客単価DI = 前年同期対比「客単価上昇」企業割合 - 「客単価低下」企業割合

図6-2 業種別客単価DIの推移（飲食業を除く）



注 1. 数値は今期の値である。
2. 太線は4期間移動平均の推移である。

図6-3 飲食業客単価DIの推移



注 1. 数値は今期の値である。
2. 太線は4期間移動平均の推移である。

II 設備投資の動向

冷え込み続く生活衛生関係営業の設備投資

今期（平成21年4～6月期）に設備投資を行った企業の割合は11.5%と、前期（8.2%）に比べ3.3と大幅に上昇しましたが、前年同期に比べると0.1下回りました。4期間移動平均でみると、平成19年10～12月期以降、下降に転じてきていましたが、平成20年7～9月期から低下傾向が強まり、今期はほぼ横ばいとなりました。

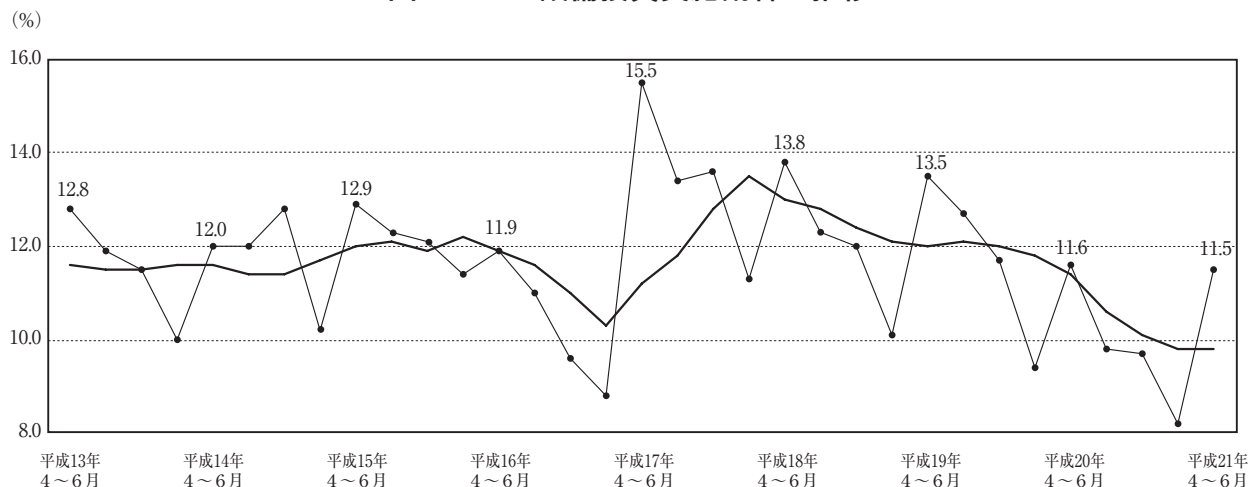
生活衛生関係営業の設備投資は冷え込みが続いています。

1. 設備投資の実施状況

(1) 設備投資の状況

今期に設備投資を行った企業の割合は、11.5%と前期に比べ3.3上昇しています。前年同期に比べると0.1下回っています。

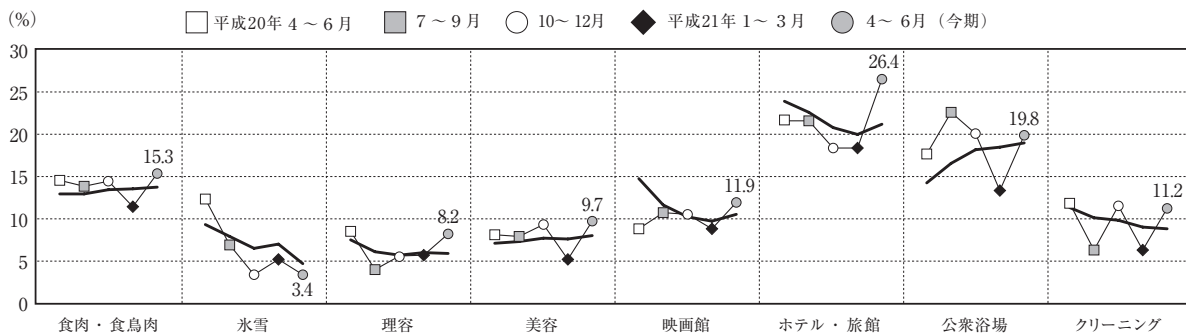
図7-1 設備投資実施割合の推移



② 太線は4期間移動平均の推移である。

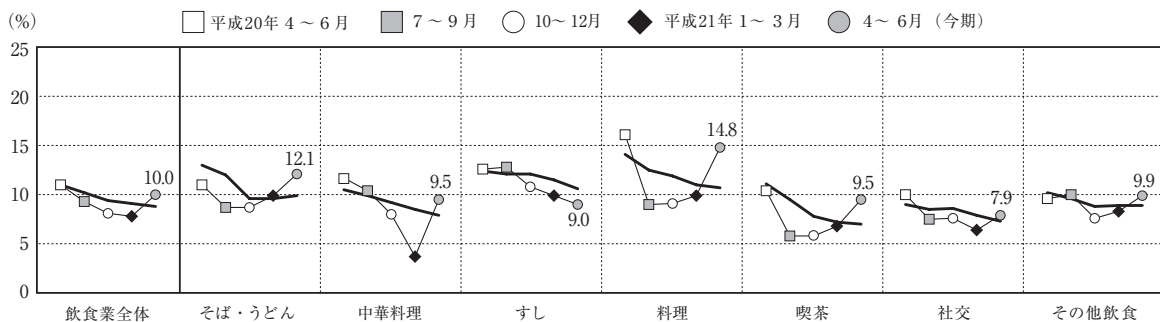
- 設備投資を実施した企業割合を高い順にみると、「ホテル・旅館業」26.4%、「公衆浴場業」19.8%、「食肉・食鳥肉販売業」15.3% となっています。前年同期の水準を上回ったのは、「食肉・食鳥肉販売業」「美容業」「映画館」「ホテル・旅館業」「公衆浴場業」の5業種でした。
- 飲食業の業種別に実施割合が高い順にみると、「料理店」14.8%、「そば・うどん店」12.1% となっています。

図7-2 業種別設備投資実施企業割合の推移（飲食業を除く）



注) 1. 数値は今期の値である。
2. 太線は4期間移動平均の推移である。

図7-3 飲食業設備投資実施企業割合の推移



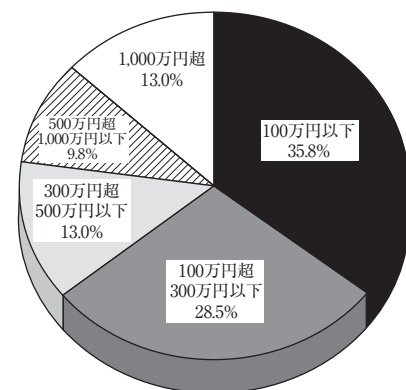
注) 1. 数値は今期の値である。
2. 太線は4期間移動平均の推移である。

(2) 設備投資金額

設備投資を行った企業の投資金額をみると、「100万円以下」35.8%（前年同期34.7%）、「100万円超～300万円以下」28.5%（同28.0%）、「300万円超～500万円以下」13.0%（同14.0%）となっており、500万円以下の小口投資が77.3%（同76.7%）を占めました。

一方、「500万円超～1,000万円以下」9.8%（同10.5%）、「1,000万円超」13.0%（同12.8%）となっています。

図7-4 設備投資金額

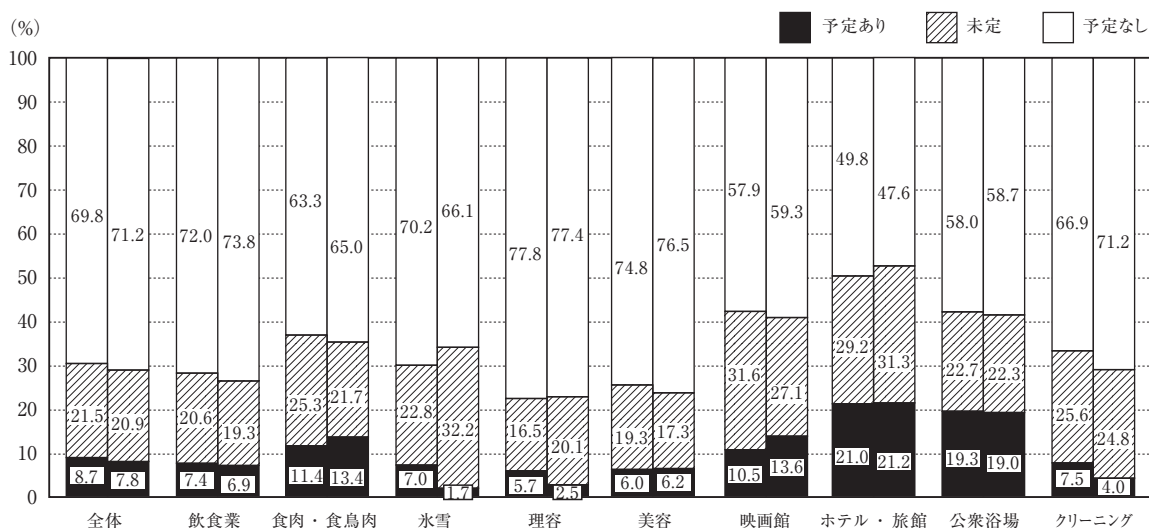


2. 来期以降1年間の設備投資計画

(1) 計画の有無

- 来期以降1年間の設備投資計画について、「予定あり」7.8%（前年同期8.7%）、「未定」20.9%（同21.5%）、「予定なし」71.2%（同69.8%）となっています。前年同期と比べても、「予定あり」が減り、「予定なし」が増加しています。
- 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」21.2%（前年同期21.0%）、「公衆浴場業」19.0%（同19.3%）、「映画館」13.6%（同10.5%）となっています。

図8-1 来期以降1年間の設備投資計画の実施予定割合（業種別）

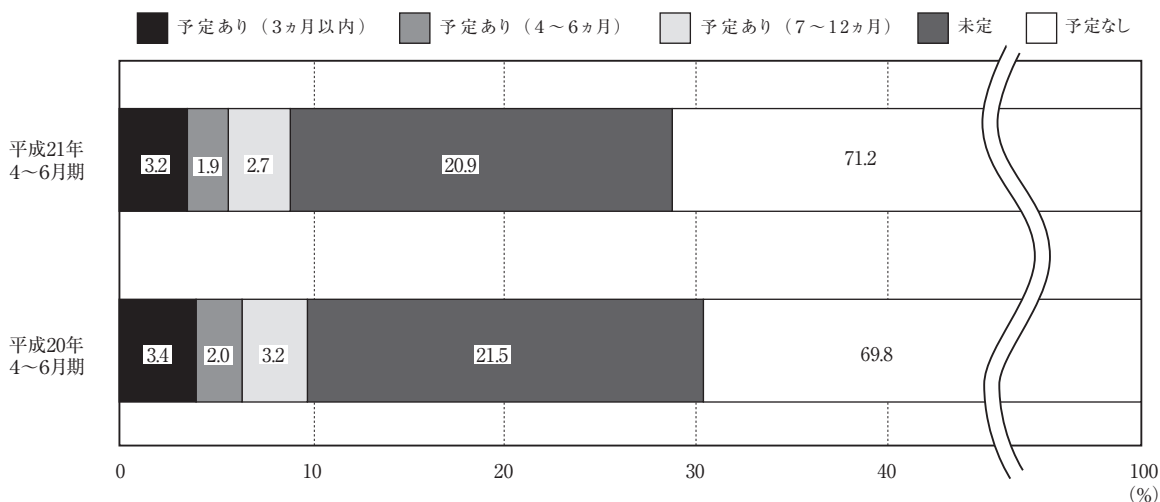


左側が平成20年4~6月、右側が平成21年4~6月(今期)

(2) 設備投資の実施予定時期

設備投資の実施予定時期をみると、「3ヵ月以内」3.2%（前年同期3.4%）、「4~6ヵ月以内」1.9%（同2.0%）、「7~12ヵ月以内」2.7%（同3.2%）となっています。

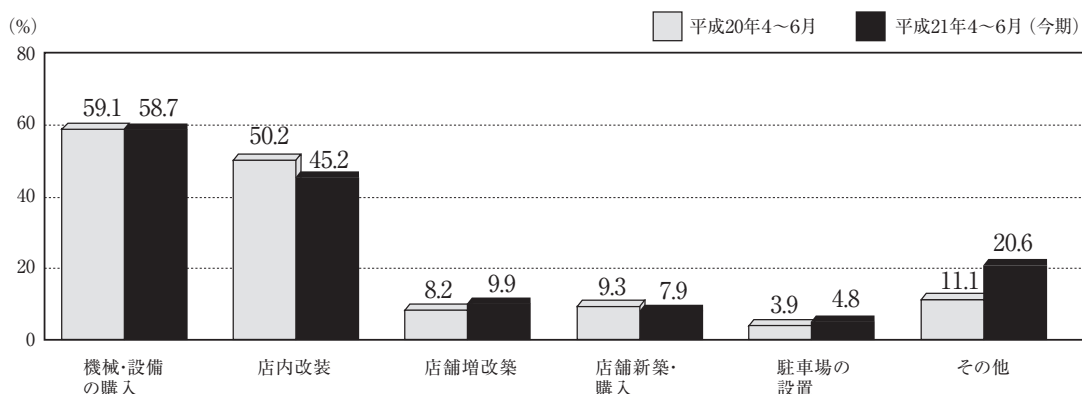
図8-2 設備投資計画の実施予定時期



(3) 設備投資計画の内容

設備投資計画の内容は、「機械・設備の購入」58.7%（前年同期59.1%）、「店内改装」45.2%（同50.2%）、「店舗増改築」9.9%（同8.2%）、「店舗新築・購入」7.9%（同9.3%）の順となっています。

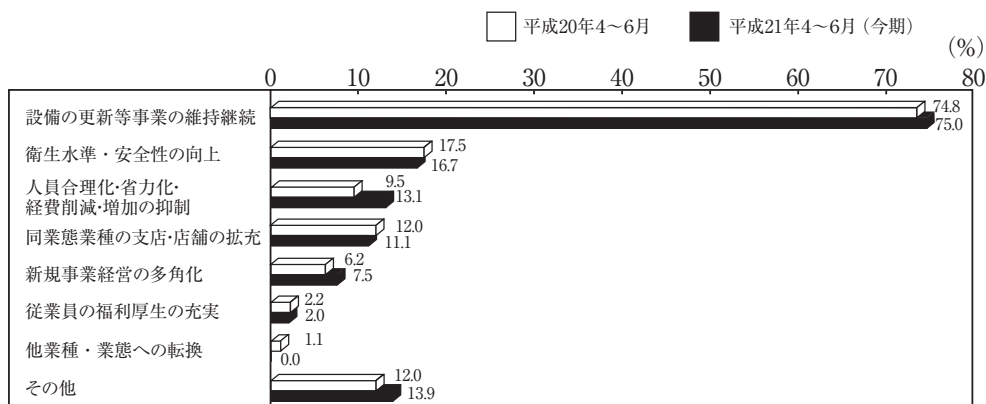
図8-3 設備投資計画の内容（複数回答）



(4) 設備投資計画の動機

設備投資計画の動機は、「設備の更新等事業の維持継続」75.0%（前年同期74.8%）、「衛生水準・安全性の向上」16.7%（同17.5%）、「人員合理化・省力化・経費削減・増加の抑制」13.1%（同9.5%）、「同業態業種の支店・店舗の拡充」11.1%（同12.0%）の順となっています。

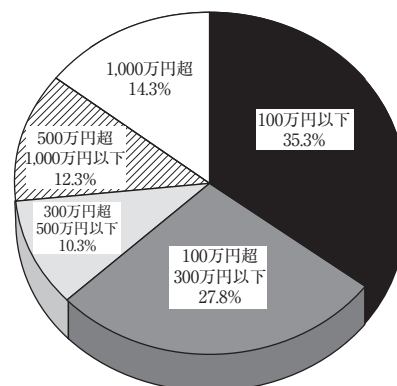
図8-4 設備投資計画の動機（複数回答）



(5) 設備投資予定金額

設備投資予定金額では、「100万円以下」35.3%（前年同期28.8%）、「100万円超～300万円以下」27.8%（同32.8%）、「300万円超～500万円以下」10.3%（同13.5%）となっています。500万円以下の小口投資は、全体の73.4%（同75.1%）を占めています。

図8-5 設備投資予定金額



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」67.5%（前期71.1%）、「客単価の低下」35.9%（同35.8%）、「仕入価格・人件費等の上昇を価格に転嫁困難」22.1%（同27.8%）、「店舗施設の狭隘・老朽化」19.0%（同15.8%）となっています。

景気後退に伴う消費マインドの低迷により「顧客数の減少」「客単価の低下」が高い水準を維持した一方で、「仕入価格・人件費等の上昇を価格に転嫁困難」は引き続き減少しました。

- 飲食業の7業種を含む15業種の全てが前期に引き続き「顧客数の減少」を第1位としてあげており、高い順に「公衆浴場業」80.2%（同70.8%）、「社交業」79.5%（同81.1%）、「理容業」73.7%（同78.8%）、「ホテル・旅館業」72.6%（同77.2%）、「すし店」71.5%（同72.9%）、「その他飲食店」68.5%（同66.7%）、「美容業」67.9%（同70.2%）、「そば・うどん店」67.3%（同71.4%）、「料理店」65.6%（同67.8%）、「中華料理店」63.3%（同65.6%）、「クリーニング業」60.4%（同72.8%）、「映画館」59.3%（同73.7%）、「喫茶店」59.3%（同68.1%）、「氷雪販売業」54.2%（同79.3%）、「食肉・食鳥肉販売業」45.2%（同49.1%）となっています。

「仕入価格・人件費等の上昇を価格に転嫁困難」を第1位とする業種は、平成20年7～9月期は8業種と半数以上を占めていましたが、前期、今期ともにありませんでした。

表 経営上の問題点（業種別、平成21年4月～6月）

(%)

| 全体の順位 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
|-------------|-------------|-------------|----------------------|-------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| 項目 | 顧客数の減少 | 客単価の低下 | 仕入価格・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 | 後継者難 | 従業員の確保難 | 事業資金借入難 | その他 | 特に問題なし |
| 業種合計 | 67.5 | 35.9 | 22.1 | 19.0 | 9.4 | 8.3 | 3.5 | 4.1 | 7.9 |
| 飲食業合計 | 68.6 | 36.4 | 23.4 | 19.1 | 8.7 | 8.5 | 4.2 | 3.4 | 7.4 |
| そば・うどん店 | 67.3 | 29.1 | 26.7 | 21.8 | 7.9 | 6.7 | 3.0 | 1.8 | 9.7 |
| 中華料理店 | 63.3 | 46.2 | 25.4 | 21.3 | 11.8 | 4.1 | 5.3 | 1.8 | 7.1 |
| すし店 | 71.5 | 45.0 | 21.0 | 15.5 | 10.0 | 7.0 | 4.0 | 4.0 | 6.5 |
| 料理店 | 65.6 | 35.9 | 23.4 | 25.8 | 5.5 | 8.6 | 3.9 | 3.9 | 4.7 |
| 喫茶店 | 59.3 | 24.6 | 35.7 | 25.6 | 12.1 | 6.0 | 6.0 | 4.5 | 4.5 |
| 社交業 | 79.5 | 37.8 | 9.8 | 16.5 | 5.9 | 18.9 | 5.5 | 4.3 | 5.1 |
| その他飲食店 | 68.5 | 36.1 | 24.6 | 15.8 | 8.4 | 6.7 | 2.9 | 3.2 | 10.1 |
| 食肉・食鳥肉販売業 | 45.2 | 45.2 | 26.8 | 18.5 | 11.5 | 7.0 | 3.8 | 4.5 | 13.4 |
| 氷雪販売業 | 54.2 | 27.1 | 32.2 | 5.1 | 15.3 | 20.3 | 3.4 | 5.1 | 10.2 |
| 理容業 | 73.7 | 33.9 | 17.2 | 15.0 | 10.2 | 10.7 | 1.4 | 4.5 | 7.3 |
| 美容業 | 67.9 | 31.6 | 17.3 | 11.9 | 11.9 | 11.6 | 2.9 | 5.0 | 9.7 |
| 映画館 | 59.3 | 16.9 | 23.7 | 39.0 | 3.4 | 6.8 | 1.7 | 15.3 | 6.8 |
| ホテル・旅館業 | 72.6 | 48.1 | 14.9 | 34.1 | 5.3 | 4.8 | 6.3 | 2.9 | 1.0 |
| 公衆浴場業 | 80.2 | 11.6 | 15.7 | 41.3 | 17.4 | 0.8 | 4.1 | 1.7 | 7.4 |
| クリーニング業 | 60.4 | 45.6 | 32.4 | 11.2 | 6.4 | 2.8 | 0.4 | 6.0 | 11.2 |

(注)複数回答のため合計は100を超える。

Ⅳ 特徴的な業況判断理由（業種・地域別）

<今期>

今期の業況に対する判断理由について、特徴的なものを取りまとめると次のとおりです。

| | 業種 | 地域 | 判断理由 |
|----|--------------|------|--|
| 好転 | 食肉販売業 | 茨城県 | GW中にTV（美川・桜塚のグルメ旅）で当店が紹介され、全国ネットのため他県からの客が目立つなど来客が増えた。電話での問い合わせも多く、クール便などで肉の宅配も増え全体的に売上アップとなった。 |
| | 理容業 | 徳島県 | 男性中心の理容業（刈って、剃って、白髪染め）だけではお客様の増加が期待できないので、女性客に対しシェービングエステ、毛髪のボリュームアップやダウン、うるおい・さらさらのトリートメントカクテルメニューを増やしたことにより、口コミによる女性来店客が増えて約20%の増加に結びついた。また、予約制の採用によりお待たせしないように工夫していることも良い結果に繋がっている。 |
| | 映画館 | 滋賀県 | 今期は、「ルーキーズ」をはじめ多くのヒット作品に恵まれ、順調に推移した。県内でも新型インフルエンザ患者が発生したが、心配していた影響もそれほどなかった様に感じる。 |
| | ホテル・旅館業 | 高知県 | 新型インフルエンザの影響を心配していたがそれほどでもなかった。むしろ高速道路の1,000円効果が大きかった。客足を伸ばすことが出来た。観光業界は大歓迎である。利用客は増大したが客単価は低下傾向にありその対応が課題である。 |
| | クリーニング業 | 北海道 | 今期は季節要因から前期（1～3月）よりも売上は40%も増加している。前年に比べても売上は変わらないが、燃料や資材の高騰も収まり僅かながら利益も出るようになった。最近の傾向としては、古いスーツなどをリフォームして再利用するケースや給料などお金が入るのを待って、着る直前ギリギリに洗濯物を出してくることが多くなっている。 |
| | すし店 | 新潟県 | 経済状況は最悪だが、ETC高速道路料金の値下げにより、「安・近・短」で、ドライブがてら利用してくださる近県からの来客数が週末に少し増えつつある。客単価は低いものの、魚類等の仕入価格が低くなっているため経営的に少し良くなっている。 |
| | バー及びこれに類するもの | 山形県 | 前期は2、3月（特に3月）の落ち込みがひどく、かなり厳しい状態であったので、それよりはいくらか良いと思われる。 |
| 不変 | 食肉販売業 | 新潟県 | 4月、メキシコで発生したインフルエンザが当初、豚から人へ感染したとのマスメディア等の報道で愕然とした。しかし、数日後に病名が豚インフルエンザから新型インフルエンザに改められたのでほっとした。風評被害が気になるが、現在までのところ、豚肉の売上は、変わっていない。 |
| | 理容業 | 大分県 | 父より引継いで数年が過ぎ、徐々に自分の世代のお客様が固定化してきた。よって、父の顧客と自分の顧客がスムーズに新旧の交代を続けており、来店客が減少する中で、売上が維持出来ている。 |
| | 理容業 | 鹿児島県 | 低料金の店でカットした人や自分でカットした人が、手直しに来店することがある。このようなお客様も大切にして常連客に取り込むべく努力をしているが、なかなか難しく売上増に結びつかない。 |
| | 美容業 | 徳島県 | 不景気のあおりを余り受けまいようスタッフの育成、来店客の感じが良いように店内レイアウトの見直しを実施した。また、ヘア化粧品の品揃えの充実によってリピーターの増加に結びつけている。客単価アップが期待できないので来店サイクルの加速を図るべく力を入れ最低現状維持は確保したい。 |
| | 中華料理店 | 京都府 | 期間限定で60品のメニューを1,980円で2時間食べ放題を実施したところ、平日も満席になった。新型インフルエンザの報道が過熱していたときは客数が半分以下に落ち込んだが、6月に入って客数が戻った。 |
| | すし店 | 岩手県 | 歓迎会、送別会、ゴールデンウィーク、運動会、各種イベント等があり、売上は前期比とほぼ同額を維持できた。また、高速道路の割引制度等の効果も見られ、他の地域からの入り込みもあった。 |

| | | | |
|----|---------|-----|--|
| 不変 | その他飲食店 | 埼玉県 | 4月以降、少しずつではあるが客足・売上が戻ってきた感がある。昨年4月以降は、食材の値上げラッシュで悩まされたが、ガソリンの値下げ、経済対策の影響で、家族連れの子供等が少しずつ戻りつつある。今後の動向が気になるところである。 |
| 悪化 | 食鳥肉販売業 | 大阪府 | 景気悪化、消費不況の中で食品においても節約志向が強まっており、価格の安い商品へのニーズは強まっている。一部産業において景気底打ちの話もあるが、当面回復までには時間を要しそうである。 |
| | 美容業 | 宮城県 | 世の中の景気の悪い状況は我が美容業界も同じで、年々の決算状況を見ても0.5%位落ちている。客の来店間隔が伸びており、2ヵ月に一度のパーマサイクルが、半月から1ヵ月位遅れている。この様なことで伸びは期待できない。 |
| | 美容業 | 島根県 | 不況で給料カットの企業が出たり、40代でもリストラにあう状況で年金生活者が一番安定している。常連客の来店サイクルも長くなっており赤字である。固定客を逃がさないようていねいなサービスで安心、安全を訴えていくしかない。 |
| | ホテル・旅館業 | 山形県 | 景気が悪化している中、山形市全体での客数が減少しているにも拘わらず、中央資本のホテルが乱立し、客単価の値下げ競争（特にネット利用）により、地元資本のホテル経営は悪化の一途を辿っている。 |
| | クリーニング業 | 徳島県 | 繊維、家電、洗剤等の各メーカーが家庭で洗濯処理ができる製品の開発を進めており次々と新商品が販売されている。このため自宅でクリーニングする消費者が増加傾向にある。衣替えの季節であってもまとまった注文が出なくなり厳しい状況が続いている。 |
| | そば・うどん店 | 東京都 | 当店は、駅前商店街のはずれにあるが、年々商店街のいくつかの店が閉店したままの状態が目立ち始めており、人通りも少なくなった影響で、利用客も減少し売上も悪化している。 |
| | その他飲食店 | 山口県 | 定額給付金の効果はほんの一時的なもので、好転の兆しは見られない。かえって、高速道路料金の土・日・祭日の1,000円均一の影響が大きく、観光地でなく、準商店街で営業する当店は、土・日・祭日の来店数が激減した。 |

<来期見通し>

来期の業況見通しに対する判断理由について、特徴的なものを取りまとめると次のとおりです。

| | 業種 | 地域 | 判断理由 |
|----|---------|-----|--|
| 好転 | 理容業 | 茨城県 | 利用客向けに、来客コーナーに時事・経済・スポーツ等の情報を、手作りにて感想をコメントして掲示し話題作りに努め、髪の写真にも積極的に応じる等人間関係の構築も図っており、利用客が増え来期も期待できる。 |
| | 映画館 | 栃木県 | シネコンに押され続け観客減少に歯止めが掛らなかったが、グランプリを獲得した「おくりびと」の同時期上映から話題となり、入館客増加となった。来期、人気作の「ハリウッド」の夏休み期間の上映予定もあり期待できる。 |
| | 映画館 | 宮崎県 | 来期は、新型インフルエンザの問題もなく、夏休みに入るため、今期より業況は好転する見込みである。 |
| | ホテル・旅館業 | 岩手県 | 昨年は、宮城、岩手内陸地震に見舞われ大きな影響を受け県内の各地で大幅な売上の減少となり、経営の根幹を大きく揺すぶられた1年であった。今年度になってからは徐々に客足の回復も見られており、これからは各種のイベント、祭り、全国的会議開催の会場等により一層の回復基調になる見込である。高速道路の割引効果も大きく売上アップに寄与している。 |

| | | | |
|----|---------------|------|---|
| 好転 | そば・うどん店 | 北海道 | 開業後まだ2年だが、道内産ソバ粉のみを使用した手打ち10割そばの店としてサラリーマンやファミリー客などが定着してきている。来期は夏場を迎えるので、冷たい蕎麦を中心に売上増加を見込んでいる。7月には新メニューとしてソバ粉を使った「ガレット」(クレープ状のもの)を加える予定であり、特に土曜・日曜のファミリー客を相手に10～20%の売上アップを見込んでいる。 |
| | その他飲食店 | 新潟県 | ランチメニューを主婦層に好まれる内容(ヘルシーを打ち出したもの等)にすることによって、お客様の関心が深まり、来期の見通しはアップすると思う。 |
| 不変 | 食鳥肉販売業 | 徳島県 | 新鮮で質の良い商品を提供するのは当然であるが、近年増加傾向にある高齢者や働く主婦のために、用途に合わせた形へのカットや、「あとは揚げるだけ」で済むような総菜の提供で「一手間省けるサービス」で顧客満足度を上げ、消費の落ち込みに歯止めを掛け売上が上向くように努めたい。 |
| | 美容業 | 青森県 | 他所でやらない技術、できない技術を積極的に取り入れ景気の悪さを打開したいと思う。景況はさほど変わっていないが、心なしか上昇カーブに入っている気がするので新規客の再来に力を入れたい。 |
| | ホテル・旅館業 | 青森県 | 一年で一番の稼ぎ時になる。今からスポーツ大会等の予約もあり、例年夏祭り、夏休みの観光客で売上は増加する。特に今年はE T C割引利用による顧客増に期待が持てる。 |
| | ホテル・旅館業 | 愛知県 | 例年1～3月期に比べ、売上は上昇するが、今期は景気の影響で、同水準に低迷している。ただ、6月の後半から、近隣の総合病院の1泊人間ドック(年間約3,000人規模)の年間契約が決まり、来期から売上アップが見込まれる。 |
| | 公衆浴場業 | 鳥取県 | 暑い時期になるので、衛生管理を徹底すると共に、接客サービスに努め、固定客との更なる信頼関係の構築を図る。更に、旅行客、帰省客、夏休みの父兄子供を対象としたイベントの実施による来客増で、例年の落ち込みをカバーする。 |
| | すし店 | 兵庫県 | 売上の伸展は感じられないが、少しずつであるが客足が戻ってきており、街も若干変化が感じられる。ただ、ボーナスの削減や新型インフルエンザの影響もあり、まだまだ好転するとは思えない。マスコミ等の表現に大きく左右されると思う。 |
| | その他飲食店 | 神奈川県 | 横浜市飲食店：顧客数の増加が課題であるが、横浜開港150周年のイベントとして地域の各店で使用できる「野毛通手形」3,600円を発行し各店の案内を図った。本店としては鯨料理のメニューも新設し売上増加を期待している。 |
| 悪化 | 冰雪販売業 | 愛知県 | 最近では景気の影響もあって、顧客である飲食店の廃業が続いており、氷の出荷が減少している。夏季需要期になれば増加が見込まれるものの、売上総額としては、店舗自体が減少しているため、以前に比べれば大変に悪く見えている。 |
| | 理容業 | 奈良県 | 若年層の顧客が、低料金理容に流れ激減し、高齢者の来店サイクルも鈍っている。同世代である、比較的安定している40歳代のお客をターゲットに、顧客の友人や家族が気軽に参加してもらえるイベントを開いて来店につなげる計画をしている。 |
| | 美容業 | 徳島県 | 不況の長期化から主婦層のパートとかアルバイトが少なくなって、収入の目減りから美容室に足を運んでもらえる回数の減少が当分続きそうである。また、非組合員店の採算を無視した営業、粗雑な技術提供での低料金店が増えつつあるような感があり、同業者として寂しい気がする。 |
| | 映画館 | 石川県 | シネコンも文化的作品を上映するようになり、競争は厳しくなっている。作品の奪い合い状況となってきた。 |
| | ホテル・旅館業 | 宮崎県 | 極端にお客さんが減少した。宿泊の予約が極めて少なく増加のきざしが見えない。先行き不安である。 |
| | クリーニング業 | 茨城県 | ライフスタイルの変化により、衣類のカジュアル化が進み市場規模が減少している。また、「家で洗えますよ」の言葉に代表される洗剤メーカー、家電メーカーのクリーニング不要論など、将来が不安である。 |
| | 料理店及びこれに類するもの | 三重県 | この不景気が底を打ったとは思えない。個人の財布はさらに閉まり、消費者が不景気を実感するのはこれからである。 |