

2011年2月14日
株式会社日本政策金融公庫
国民生活事業

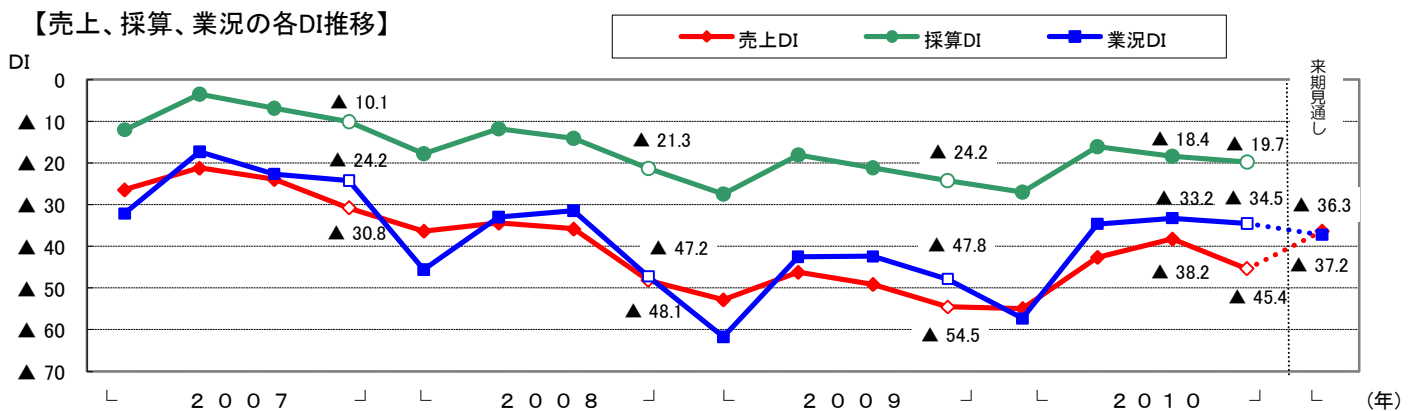
生活衛生関係営業の景気動向等調査結果（2010年10～12月期）
－飲食業、美容業、理容業、クリーニング業、ホテル・旅館業などの動向－

1 景気動向 ～依然として厳しいものの、緩やかな持ち直しの動きが続いている生活衛生関係営業の景況～

今期（2010年10～12月期）の売上、採算、業況の各DIは、▲45.4（前期比7.2ポイント低下）、▲19.7（同1.3ポイント低下）、▲34.5（同1.3ポイント低下）となりました。前年同期に対しては、売上DIは9.1ポイント、採算DIは4.5ポイント、業況DIは13.3ポイントそれぞれ上昇しました。売上DIは3期連続、採算DI、業況DIは4期連続で前年同期を上回りました。

生活衛生関係営業の景況は、依然として厳しいものの、緩やかな持ち直しの動きが続いています。

【売上、採算、業況の各DI推移】



* 四半期毎。数値付き白抜き記号は、各年10～12月期。

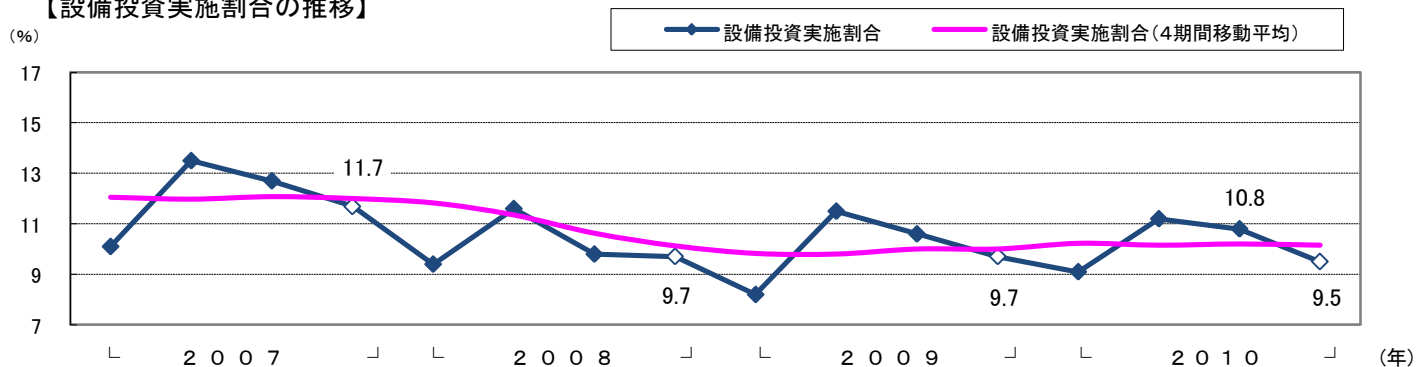
2 設備投資動向 ～依然として低い水準が続く生活衛生関係営業の設備投資～

今期（2010年10～12月期）に設備投資を行った企業の割合は、9.5%と前期（10.8%）に比べ1.3ポイント低下し、前年同期比でも0.2ポイント低下しました。

4期間移動平均でみると、下げ止まり後の足踏み状態が続いています。

生活衛生関係営業の設備投資は、依然として低い水準となっています。

【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10～12月期。

調査時点 2010年12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

〈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：中塚、宮原
TEL 03-3270-1653

生活衛生関係営業の景気動向等調査結果

— 2010年10～12月期 —

I 景気の動向

依然として厳しいものの、緩やかな持ち直しの動きが続いている生活衛生関係営業の景況

今期（2010年10～12月期）の売上、採算、業況の各DIは、▲45.4（前期比7.2ポイント低下）、▲19.7（同1.3ポイント低下）、▲34.5（同1.3ポイント低下）となりました。前年同期に対しては、売上DIは9.1ポイント、採算DIは4.5ポイント、業況DIは13.3ポイントそれぞれ上昇しました。売上DIは3期連続、採算DI、業況DIは4期連続で前年同期を上回りました。

生活衛生関係営業の景況は、依然として厳しいものの、緩やかな持ち直しの動きが続いています。

(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

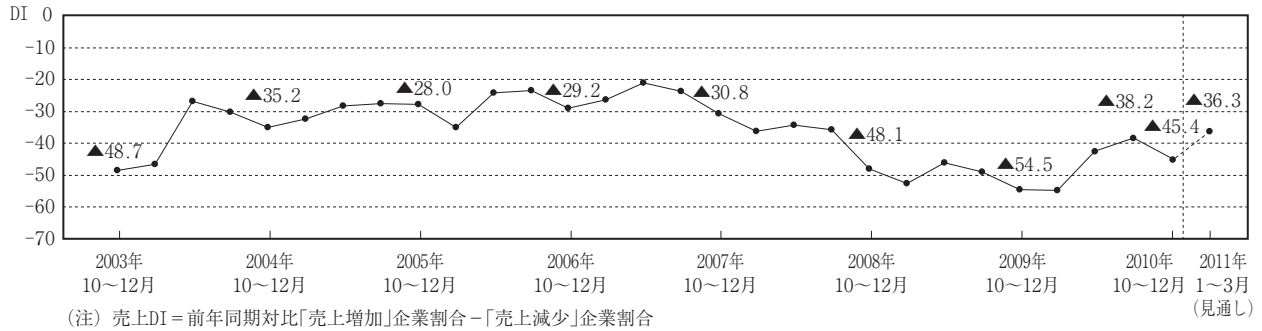
| | | | | |
|-----------------|-----------------|---------|---------|-------|
| 調査時点 | 2010年12月上旬 | | | |
| 調査方法 | 個別訪問面接 | | | |
| 調査対象 (調査対象数) | 生活衛生関係営業3,220企業 | | | |
| | 飲食業 | 1,597企業 | 映画館 | 59企業 |
| | 食肉・食鳥肉販売業 | 153企業 | ホテル・旅館業 | 206企業 |
| | 氷雪販売業 | 60企業 | 公衆浴場業 | 123企業 |
| | 理容業 | 351企業 | クリーニング業 | 250企業 |
| | 美容業 | 421企業 | | |

この調査は、全国的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7.2ポイント低下して▲45.4となったものの、前年同期に対しては9.1ポイント上回りました。3期連続で前年同期の水準を上回りました。
- 来期の見通しは、▲36.3となり、9.1ポイントの上昇を見込んでいます。

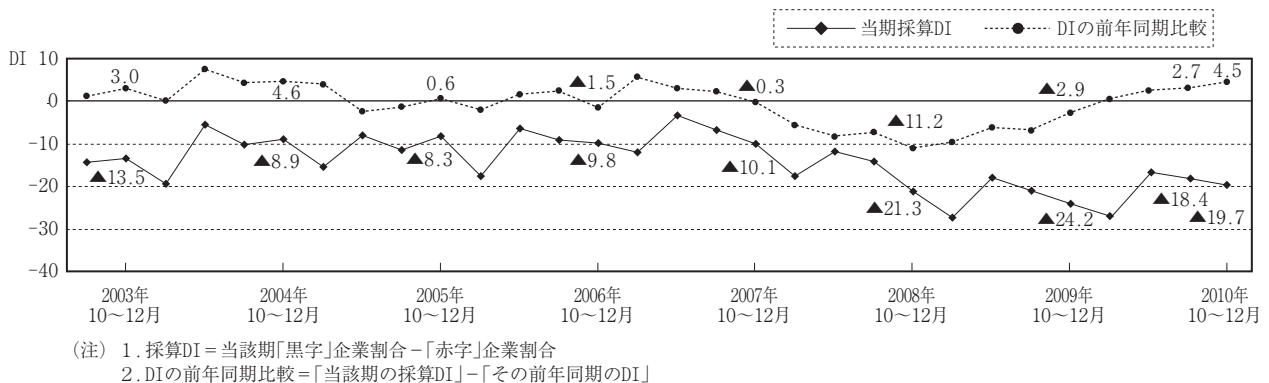
図1-1 売上DIの推移（全業種計）



・採算

- 採算DIは、前期から1.3ポイント低下して▲19.7となったものの、前年同期に対しては4.5ポイント上回りました。4期連続で前年同期の水準を上回りました。

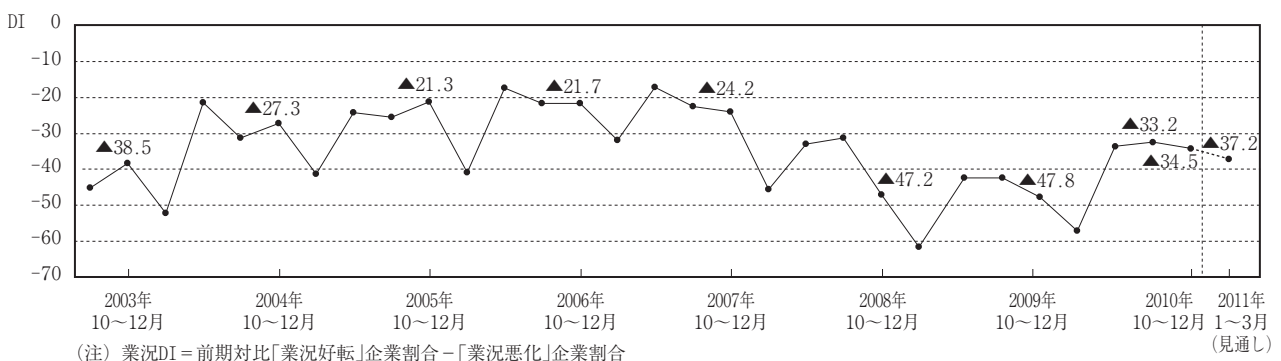
図1-2 採算DI及びDIの前年同期比較の推移（全業種計）



・業況

- 業況DIは、前期から1.3ポイント低下して▲34.5となり、前年同期に対しては13.3ポイント上回りました。4期連続で前年同期の水準を上回りました。
- 来期の見通しは、▲37.2となり、2.7ポイントの低下を見込んでいます。

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「食肉・食鳥肉販売業」「ホテル・旅館業」「クリーニング業」を除く6業種で低下しました。前期に猛暑の影響で大幅に上昇した「冰雪販売業」は、前期から87.5ポイント低下して▲35.0となりましたが、前年同期に対しては37.9ポイント上昇しています。また、前期に16期ぶりにDIがプラスに転じた「映画館」は前期から31.1ポイント低下して▲19.0となりましたが、前年同期に対しては23.4ポイント上昇しています。

4期間移動平均でみると、「公衆浴場業」の横ばいを除く8業種で上昇しています。

来期の見通しは、「冰雪販売業」「ホテル・旅館業」「クリーニング業」を除く6業種で上昇を見込んでいます。

- 飲食業の業種別では、前期に比べ「社交業」を除く6業種で低下しました。

4期間移動平均でみると、「そば・うどん店」の横ばいを除く6業種で上昇しています。

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）

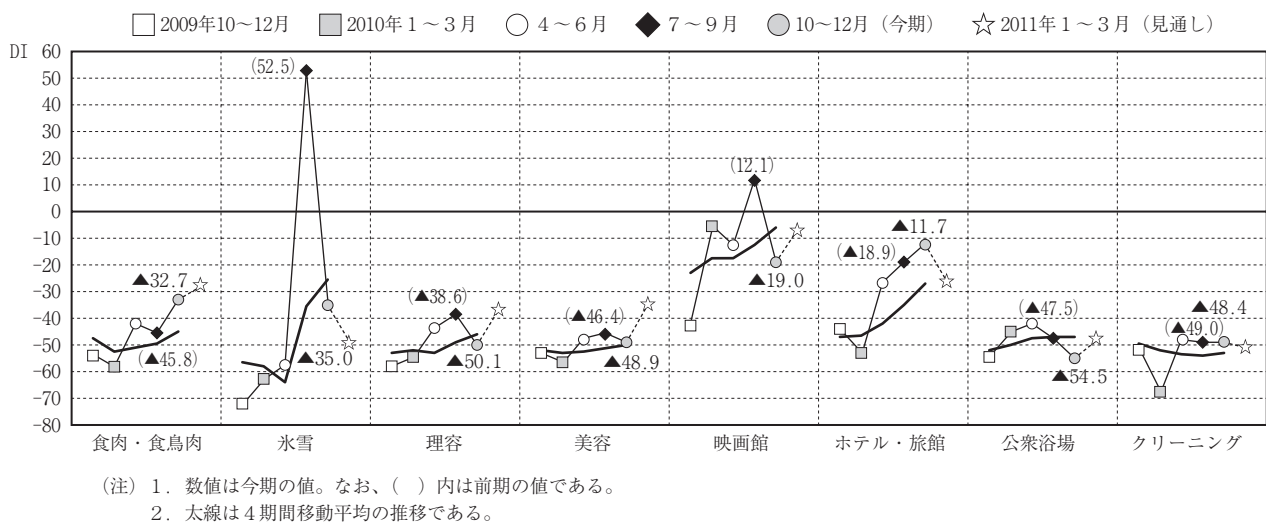
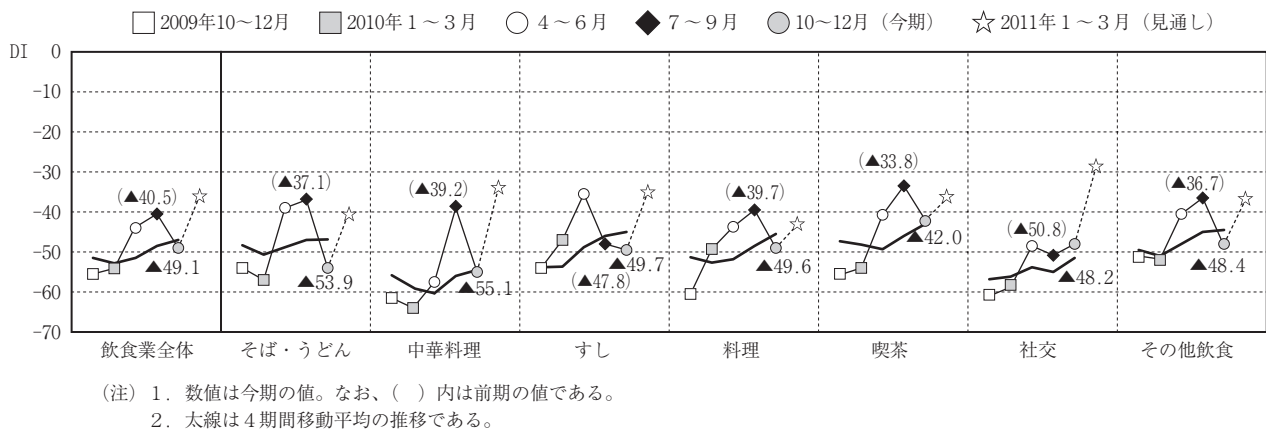


図2-2 飲食業売上DIの推移



2. 採算（業種別）

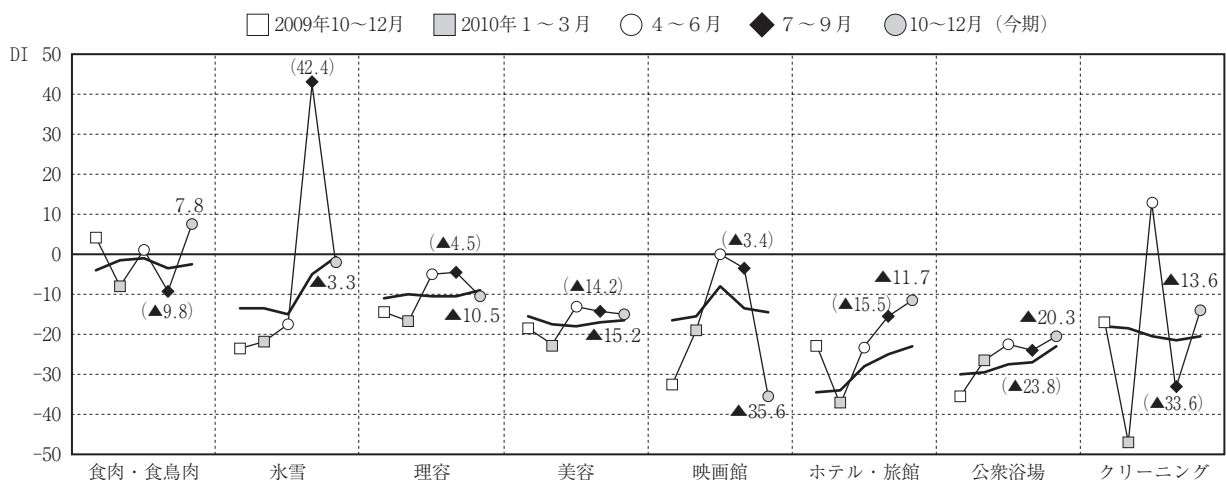
- 採算DIは、前期に比べ「食肉・食鳥肉販売業」「ホテル・旅館業」「公衆浴場業」「クリーニング業」を除く5業種で低下しました。季節変動が大きい「冰雪販売業」は前期から45.7ポイント低下して▲3.3、「映画館」は前期から32.2ポイント低下して▲35.6、「クリーニング業」は前期から20.0ポイント上昇して▲13.6となりました。

4期間移動平均でみると、「映画館」の低下を除く8業種で上昇しました。

- 飲食業の業種別では、「社交業」で上昇、「すし店」で横ばいとなった一方、他の5業種は低下しました。

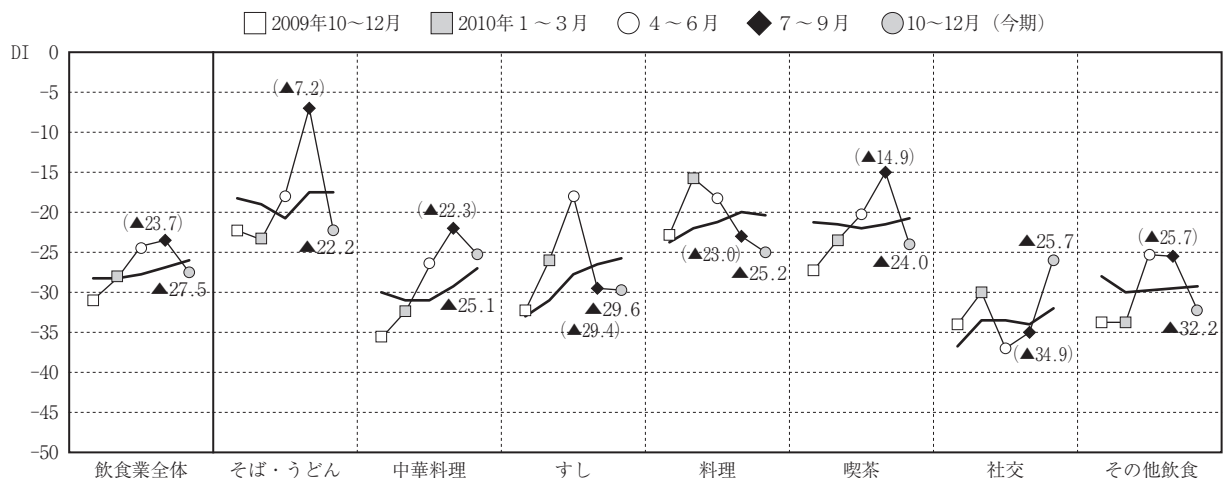
4期間移動平均でみると、「料理店」の低下、「そば・うどん店」「その他飲食店」の横ばいを除く4業種で上昇しています。

図3-1 業種別採算DIの推移（飲食業を除く）



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

図3-2 飲食業採算DIの推移



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

3. 業況（業種別）

- 業況DIは、前期に比べ「食肉・食鳥肉販売業」「美容業」「クリーニング業」を除く6業種で低下しました。特に前期において、比較可能な1997年4～6月期以降で最高水準となった「氷雪販売業」では、前期から142.8ポイント低下の▲75.0となり大幅に低下しました。

4期間移動平均でみると、「公衆浴場業」「クリーニング業」の横ばいを除く、他の7業種で上昇しました。

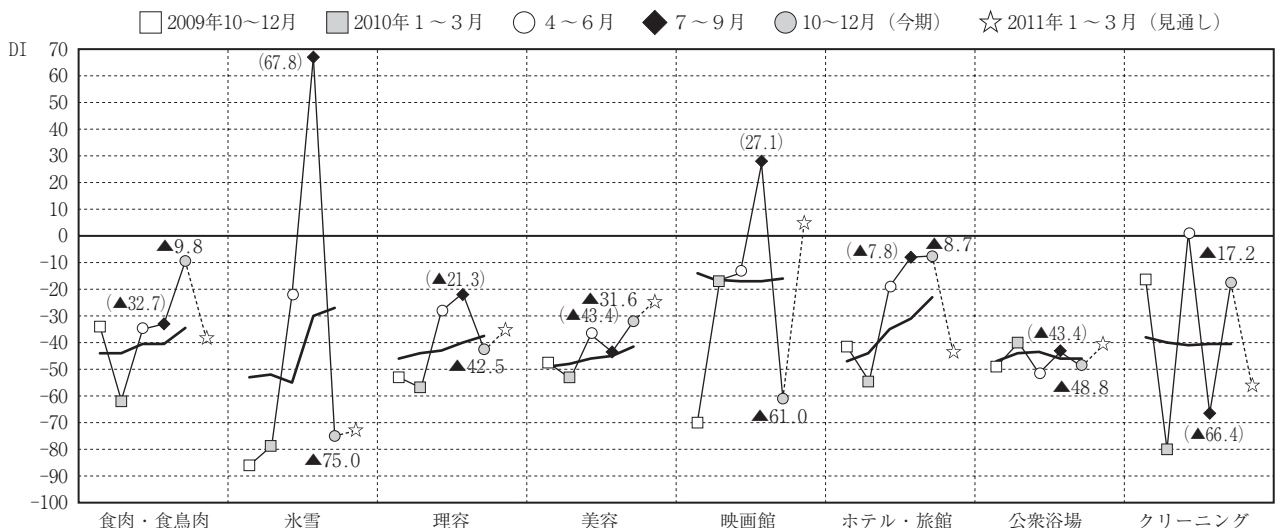
来期の見通しは、「食肉・食鳥肉販売業」「ホテル・旅館業」「クリーニング業」で低下、「飲食業」で横ばいの一方、他の5業種では上昇を見込んでいます。

- 飲食業の業種別では、前期に比べ「中華料理店」「料理店」「社交業」を除く4業種で低下しました。

4期間移動平均でみると、「そば・うどん店」の横ばいを除く6業種で上昇しています。

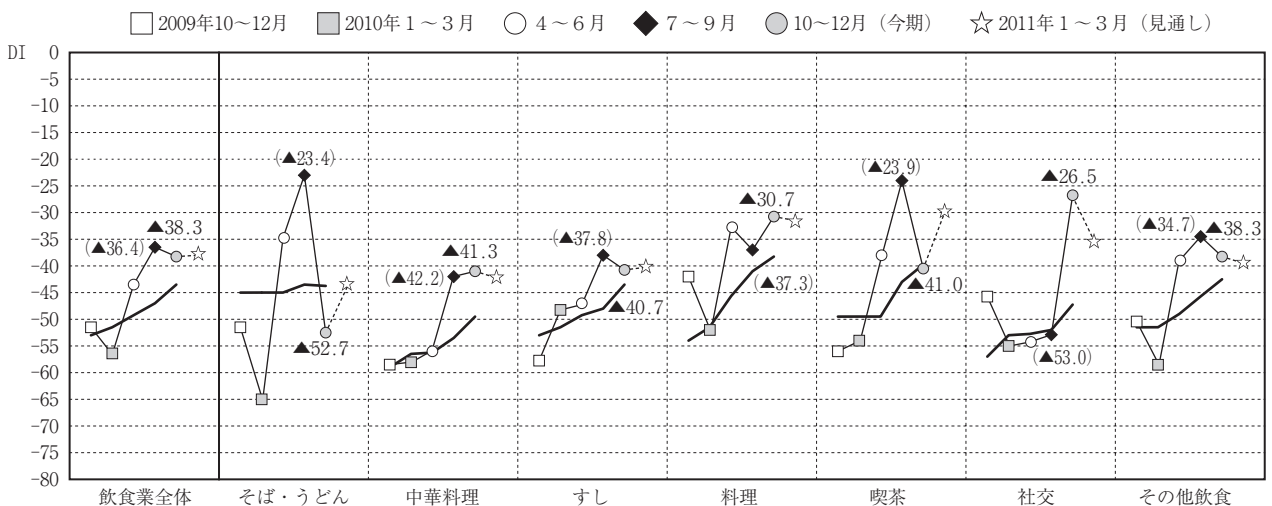
来期の見通しは、「そば・うどん店」「すし店」「喫茶店」を除く4業種で低下を見込んでいます。

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。なお、()内は前期の値である。
2. 太線は4期間移動平均の推移である。

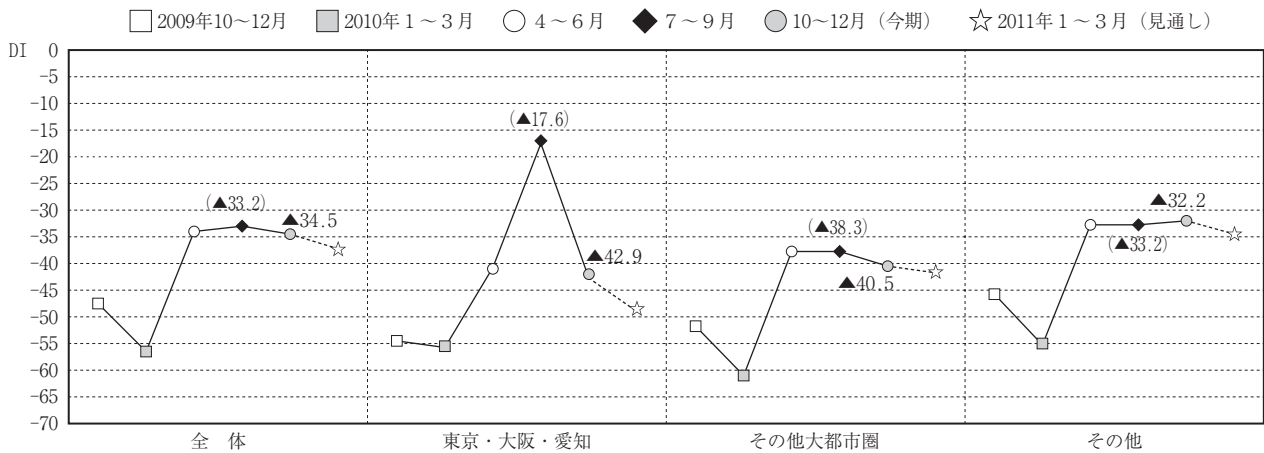
図4-2 飲食業業況DIの推移



(注) 1. 数値は今期の値。なお、()内は前期の値である。
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、「東京・大阪・愛知」「その他大都市圏」で低下し、「その他」は上昇しています。「東京・大阪・愛知」は前期から25.3ポイント低下して▲42.9と大幅に低下しました。前年同期に対してはいずれの地域でも上昇しています。
- 来期の見通しは、いずれの地域でも低下を見込んでいます。

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。なお、()内は前期の値である。

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

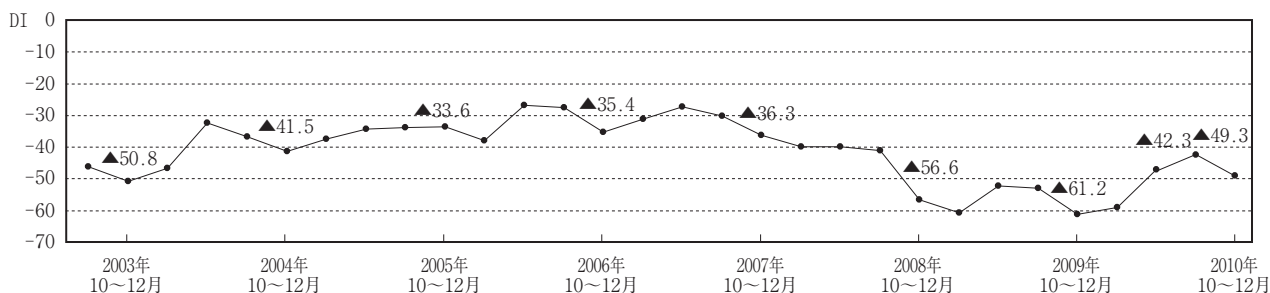
- 利用客数DIは、前期から7.0ポイント低下して▲49.3となり、前年同期に対しては11.9ポイント上回りました。4期連続で前年同期の水準を上回りました。

業種別では、前期に比べ「食肉・食鳥肉販売業」「クリーニング業」で上昇、「公衆浴場業」で横ばいとなった一方、他の6業種は低下しました。

4期間移動平均でみると、全業種で上昇しました。

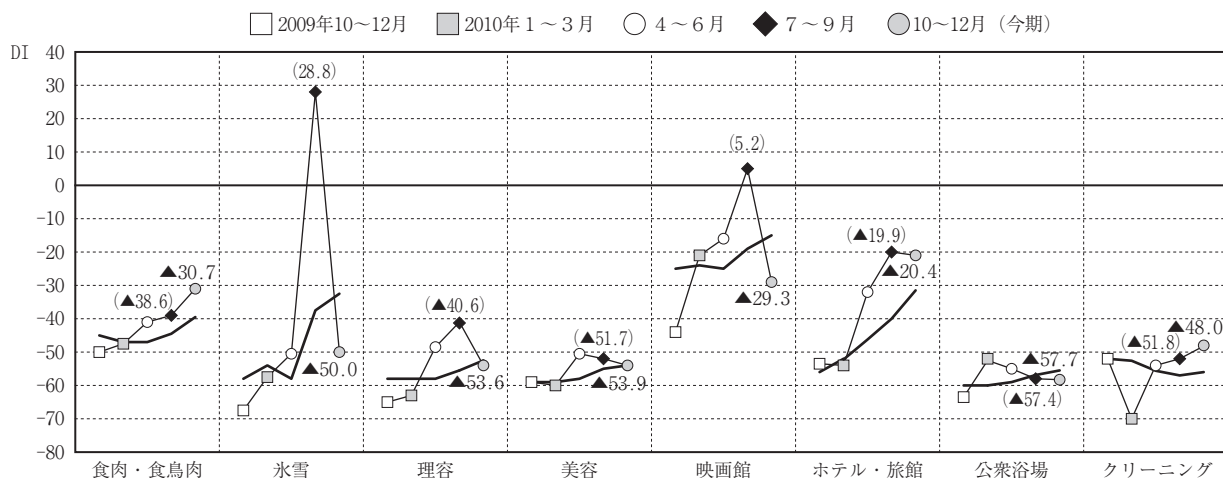
- 飲食業の業種別では、前期に比べ「料理店」「社交業」の上昇を除く5業種で低下しました。4期間移動平均でみると、全業種で上昇しています。

図5-1 利用客数DIの推移（全業種計）



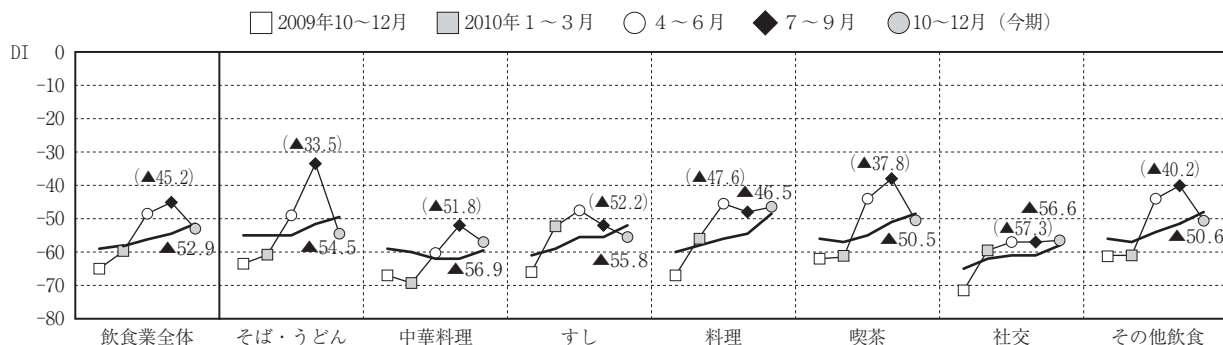
(注) 利用客数DI = 前年同期対比「利用客数増加」企業割合 - 「利用客数減少」企業割合

図5-2 業種別利用客数DIの推移（飲食業を除く）



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

図5-3 飲食業利用客数DIの推移



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

5. 客単価

- 客単価DIは、前期から2.6ポイント低下して▲36.2となり、前年同期に対しては7.5ポイント上回りました。3期連続で前年同期の水準を上回りました。

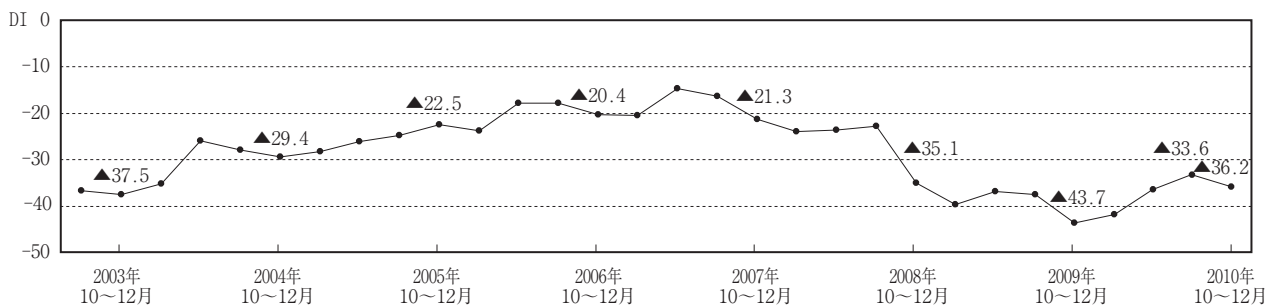
業種別では、「氷雪販売業」「理容業」「映画館」「飲食業」が低下した一方、他の5業種で上昇しました。「映画館」は前期から22.4ポイント低下して▲3.4となり、3期ぶりにDIがマイナスとなったものの、前年同期と比べると15.2ポイント上回っています。

4期間移動平均でみると、全業種で上昇しています。

- 飲食業の業種別では、「寿司店」で上昇、「料理店」「社交業」で横ばいとなった一方、他の4業種では低下しました。

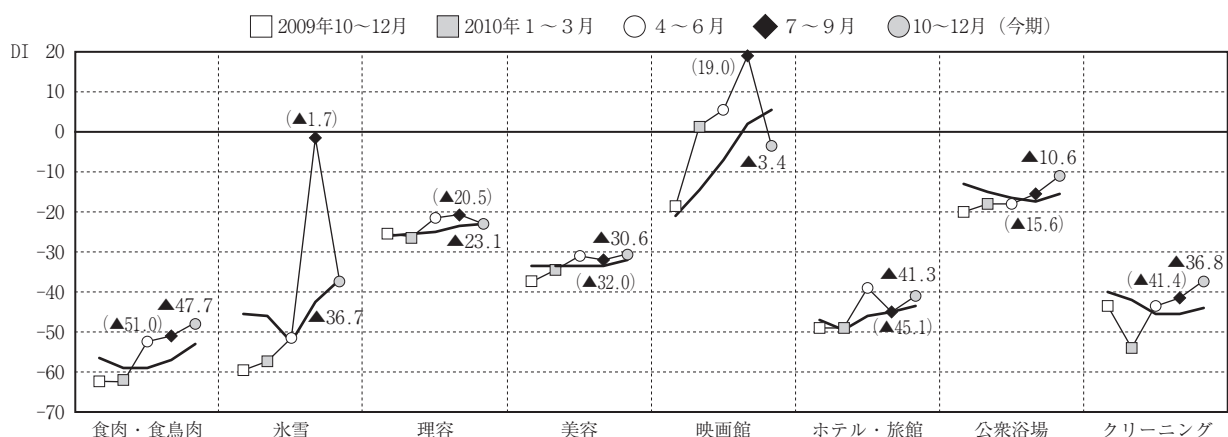
4期間移動平均でみると、全業種で上昇しました。

図6-1 客単価DIの推移（全業種計）



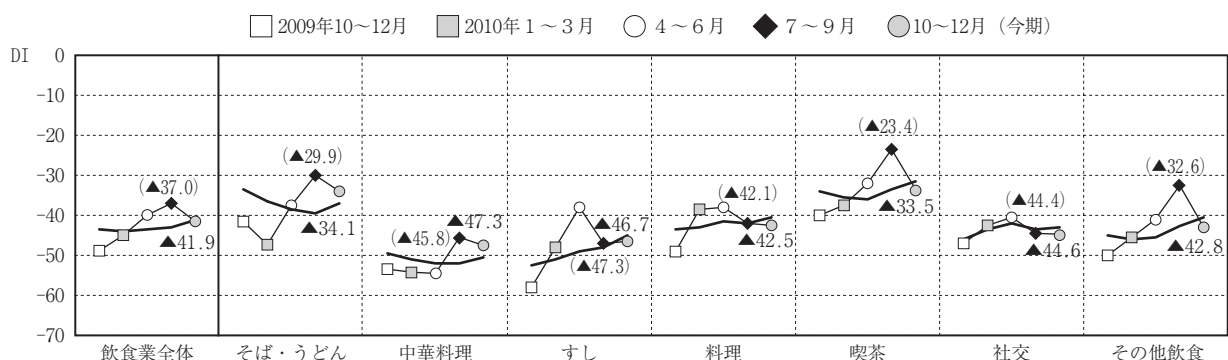
(注) 客単価DI = 前年同期対比「客単価上昇」企業割合 - 「客単価低下」企業割合

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。なお、()内は前期の値である。
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。なお、()内は前期の値である。
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

今期（2010年10～12月期）に設備投資を行った企業の割合は、9.5%と前期（10.8%）に比べ1.3%低下し、前年同期比でも0.2%低下しました。

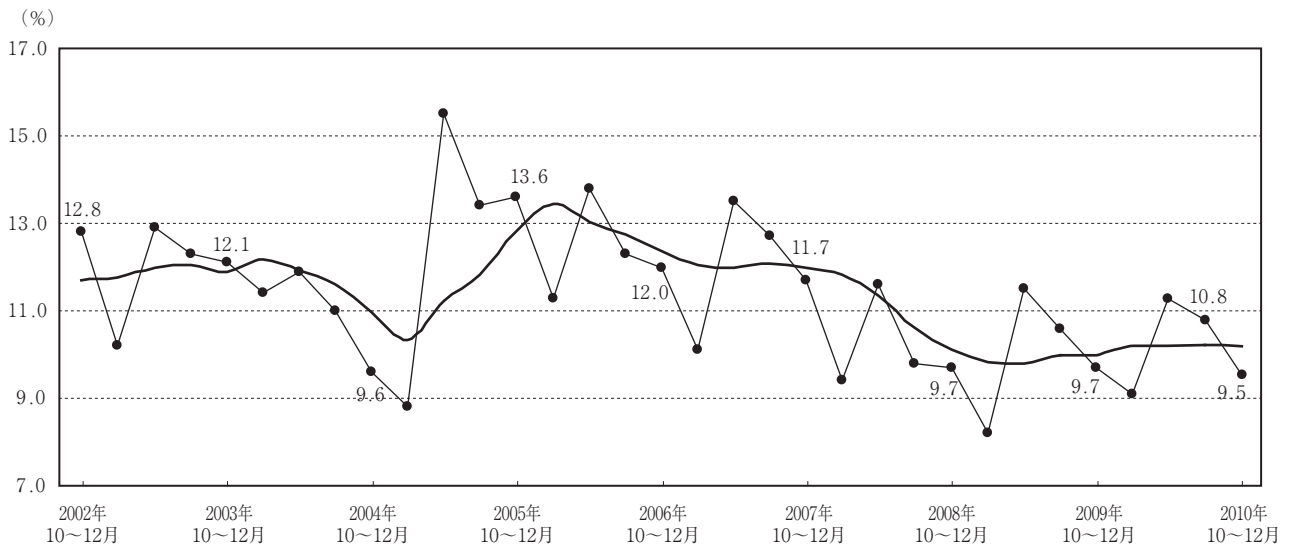
4 期間移動平均でみると、下げ止まり後の足踏み状態が続いています。
生活衛生関係営業の設備投資は、依然として低い水準となっています。

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、9.5%と前期に比べ1.3%低下し、前年同期比でも0.2%低下しており、依然として低い水準となっています。

図7-1 設備投資実施割合の推移



(注) 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割合を高い順にみると、「映画館」23.7%、「ホテル・旅館業」22.3%、「食肉・食鳥肉販売業」18.3%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」「氷雪販売業」「映画館」「公衆浴場業」の4業種でした。特に「食肉・食鳥肉販売業」は2005年4～6月期と並び、1997年4～6月期以降で最高水準となりました。
- 飲食業の業種別に実施割合が高い順にみると、「そば・うどん店」10.2%、「料理店」10.2%、「すし店」10.1%となっています。前年同期の水準を上回ったのは、「そば・うどん店」「すし店」「その他飲食店」の3業種でした。

図7-2 業種別設備投資実施割合の推移（飲食業を除く）

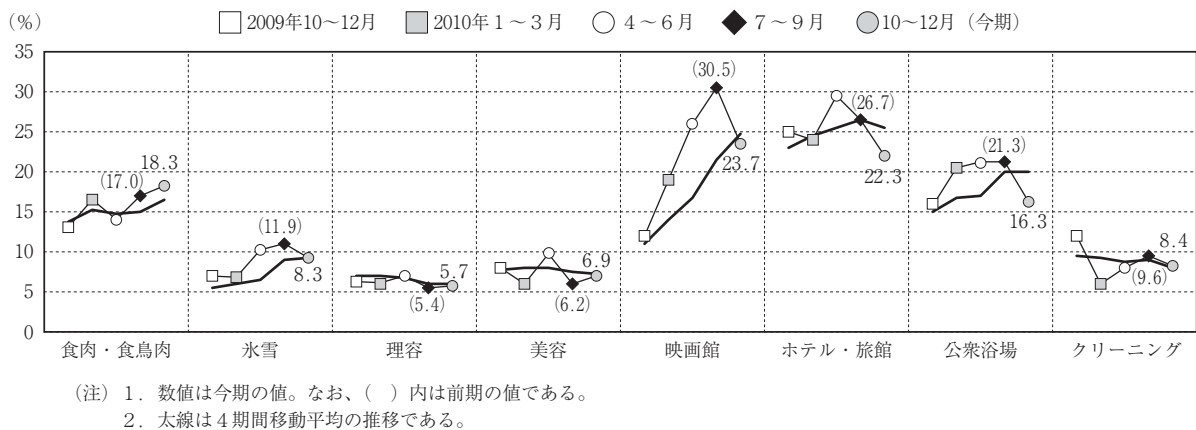
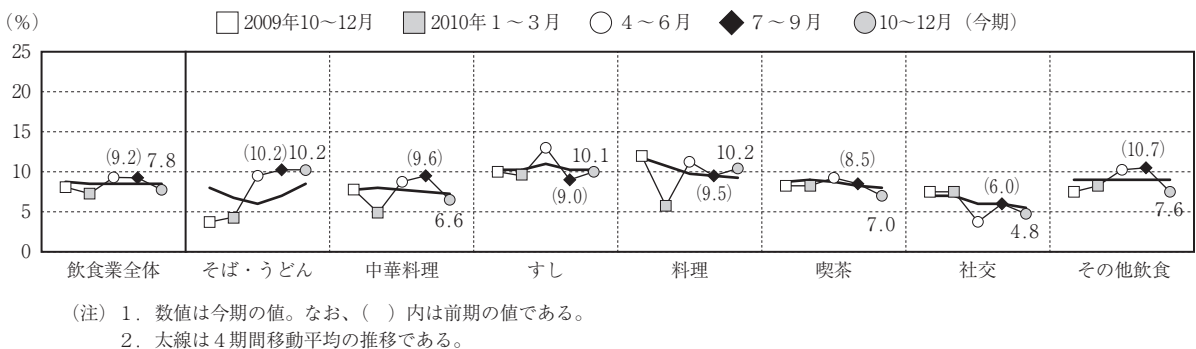


図7-3 飲食業設備投資実施割合の推移



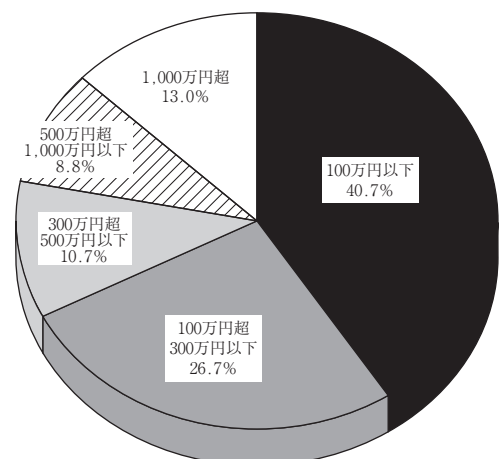
(2) 設備投資金額

設備投資を行った企業の投資金額をみると、「100万円以下」40.7%（前年同期42.2%）、「100万円超～300万円以下」26.7%（同26.5%）、「300万円超～500万円以下」10.7%（同8.3%）となっており、500万円以下の小口投資が78.2%（同77.0%）を占めました。

一方、「500万円超～1,000万円以下」8.8%（同12.5%）、「1,000万円超」13.0%（同10.5%）となっています。

前年同期に比べ、設備投資金額はわずかに小口化しています。

図7-4 設備投資金額

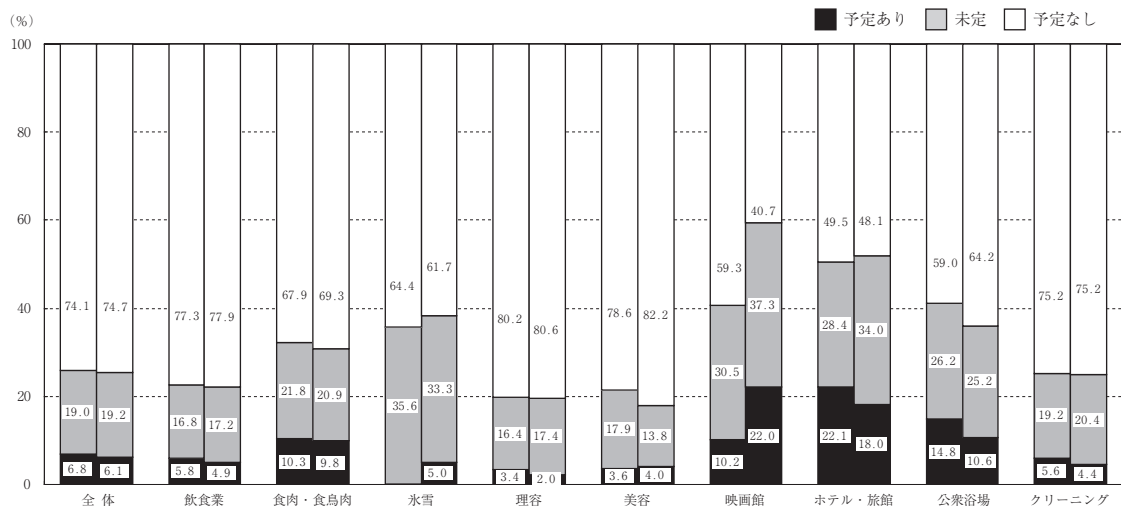


2. 来期以降1年間の設備投資計画

(1) 計画の有無

- 来期以降1年間の設備投資計画については、「予定あり」6.1%（前年同期6.8%）、「未定」19.2%（同19.0%）、「予定なし」74.7%（同74.1%）となっています。
- 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、「映画館」22.0%（前年同期10.2%）、「ホテル・旅館業」18.0%（同22.1%）、「公衆浴場業」10.6%（同14.8%）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）

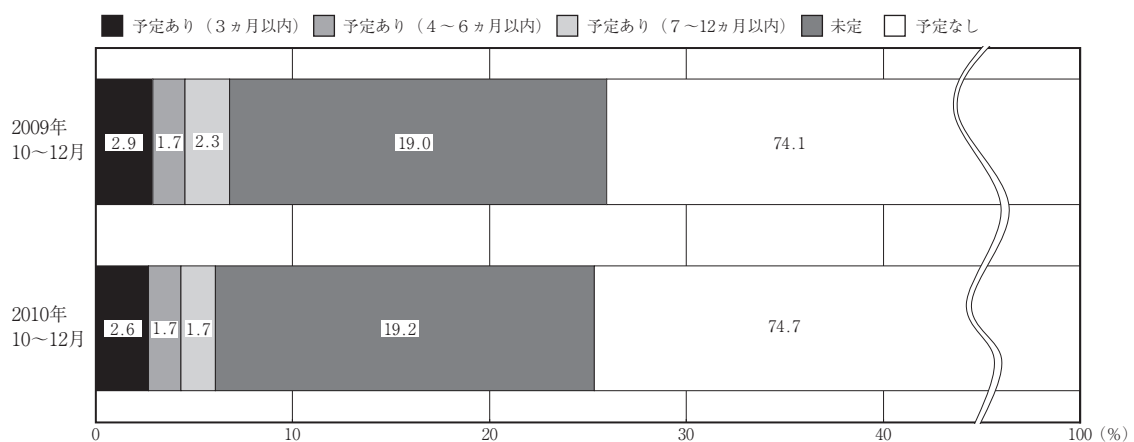


左側が2009年10~12月、右側が2010年10~12月（今期）

(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」2.6%（前年同期2.9%）、「4~6ヵ月以内」1.7%（同1.7%）、「7~12ヵ月以内」1.7%（同2.3%）となっています。

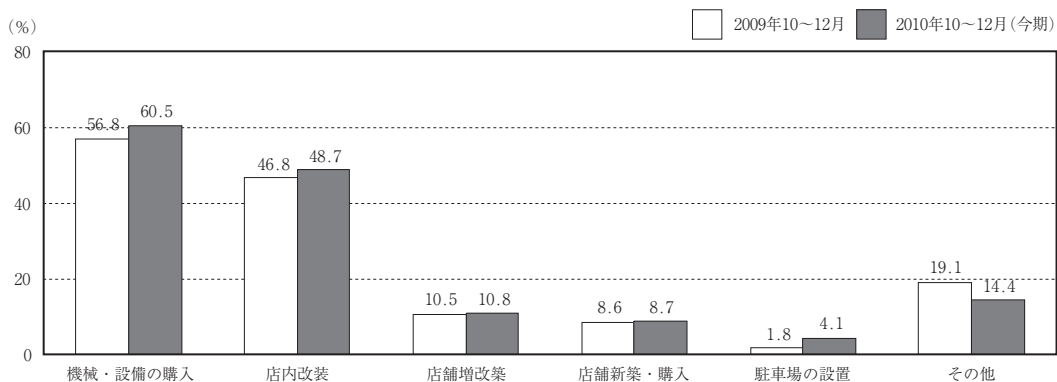
図8-2 設備投資計画の実施予定時期



(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」60.5%（前年同期56.8%）、「店内改装」48.7%（同46.8%）、「店舗増改築」10.8%（同10.5%）、「店舗新築・購入」8.7%（同8.6%）の順となっています。

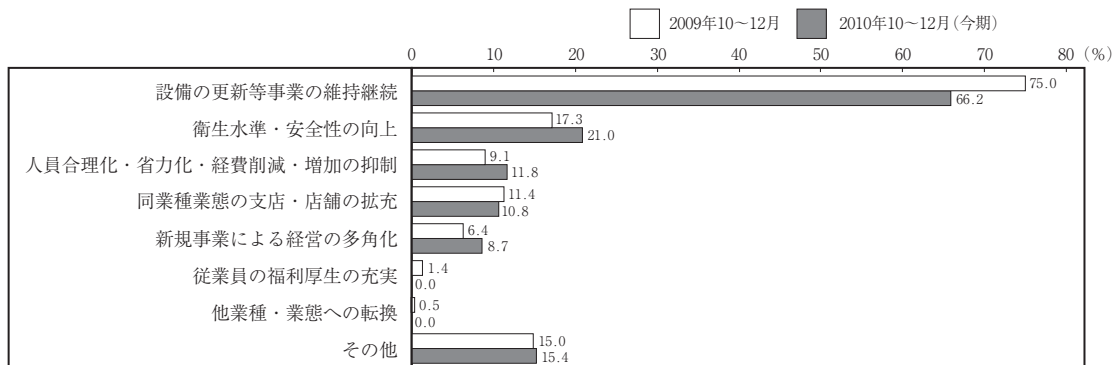
図8-3 設備投資計画の内容（複数回答）



(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」66.2%（前年同期75.0%）、「衛生水準・安全性の向上」21.0%（同17.3%）、「人員合理化・省力化・経費削減・増加の抑制」11.8%（同9.1%）、「同業種業態の支店・店舗の拡充」10.8%（同11.4%）の順となっています。

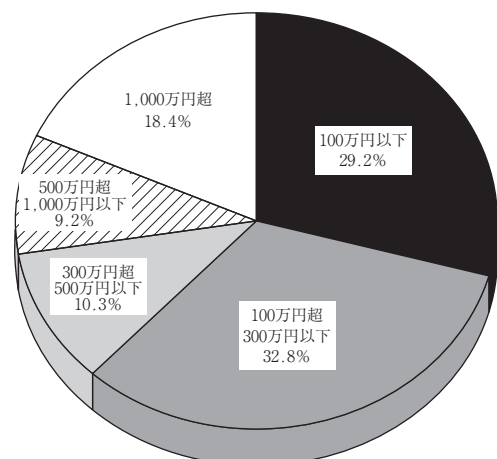
図8-4 設備投資計画の動機（複数回答）



(5) 設備投資予定金額

設備投資予定金額では、「100万円以下」29.2%（前年同期28.6%）、「100万円超～300万円以下」32.8%（同31.8%）、「300万円超～500万円以下」10.3%（同14.5%）となっています。500万円以下の小口投資は、全体の72.3%（同74.9%）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」68.9%（前期66.6%）、「客単価の低下」39.1%（同38.1%）、「仕入価格・人件費等の上昇を価格に転嫁困難」19.3%（同20.0%）、「店舗施設の狭隘・老朽化」17.6%（同20.0%）となっています。
- 飲食業の7業種を含む15業種のうち「食肉・食鳥肉販売業」を除く業種では、「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」83.7%（前期79.5%）、「理容業」77.5%（同72.7%）、「社交業」73.9%（同76.7%）、「そば・うどん店」72.5%（同62.9%）、「中華料理店」72.5%（同66.3%）、「氷雪販売業」70.0%（同52.5%）、「美容業」69.4%（同69.4%）、「すし店」68.3%（同71.6%）、「その他飲食店」68.2%（同64.1%）、「クリーニング業」68.0%（同71.6%）、「喫茶店」66.5%（同55.7%）、「料理店」65.4%（同61.1%）、「映画館」64.4%（同57.6%）、「ホテル・旅館業」58.7%（同58.7%）、「食肉・食鳥肉販売業」45.8%（同54.9%）となっています。
「客単価の低下」をみると、高い順に「ホテル・旅館業」52.9%（同53.4%）、「クリーニング業」51.6%（同51.2%）、「食肉・食鳥肉販売業」46.4%（同54.2%）となっています。

表 経営上の問題点（業種別、2010年10～12月）

| 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 | 68.9 | 39.1 | 19.3 | 17.6 | 8.6 | 8.1 | 3.0 | 5.1 | 7.3 |
| 飲食業合計 | 69.6 | 40.3 | 20.6 | 16.3 | 7.2 | 9.1 | 3.3 | 4.4 | 7.0 |
| そば・うどん店 | 72.5 | 36.5 | 25.7 | 13.2 | 4.8 | 7.8 | 2.4 | 5.4 | 7.8 |
| 中華料理店 | 72.5 | 43.7 | 20.4 | 19.2 | 6.0 | 5.4 | 2.4 | 1.8 | 6.0 |
| すし店 | 68.3 | 43.7 | 16.6 | 13.1 | 9.0 | 7.5 | 3.0 | 5.0 | 9.0 |
| 料理店 | 65.4 | 42.5 | 26.8 | 19.7 | 4.7 | 10.2 | 3.1 | 1.6 | 4.7 |
| 喫茶店 | 66.5 | 30.0 | 31.0 | 21.5 | 13.5 | 8.5 | 4.5 | 7.0 | 3.5 |
| 社交業 | 73.9 | 44.2 | 10.4 | 10.0 | 5.6 | 15.3 | 4.8 | 5.2 | 9.2 |
| その他飲食店 | 68.2 | 40.8 | 19.9 | 17.8 | 6.6 | 8.2 | 2.9 | 3.9 | 7.2 |
| 食肉・食鳥肉販売業 | 45.8 | 46.4 | 31.4 | 20.9 | 8.5 | 7.8 | 1.3 | 4.6 | 8.5 |
| 氷雪販売業 | 70.0 | 35.0 | 21.7 | 5.0 | 13.3 | 6.7 | 1.7 | 3.3 | 16.7 |
| 理容業 | 77.5 | 37.3 | 13.4 | 12.5 | 12.0 | 8.8 | 2.0 | 6.0 | 7.4 |
| 美容業 | 69.4 | 31.4 | 18.8 | 11.6 | 10.5 | 9.3 | 4.0 | 7.4 | 8.6 |
| 映画館 | 64.4 | 8.5 | 28.8 | 39.0 | 0.0 | 8.5 | 1.7 | 10.2 | 8.5 |
| ホテル・旅館業 | 58.7 | 52.9 | 17.0 | 35.9 | 5.8 | 5.8 | 3.9 | 4.4 | 1.5 |
| 公衆浴場業 | 83.7 | 13.0 | 8.1 | 47.2 | 17.1 | 1.6 | 1.6 | 2.4 | 5.7 |
| クリーニング業 | 68.0 | 51.6 | 18.0 | 10.0 | 9.2 | 4.4 | 2.4 | 6.0 | 9.2 |

（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 | 中華料理店 | 埼玉県 | 10月にメニューを一新するとともに、ホームページを立ち上げ、日替わりメニューや特別メニューを載せるなど広く顧客への情報提供を行った結果、今期の好転に結び付いたものとする。 |
| | 料理店 | 千葉県 | 献立や単価設定の見直しを実施したところ、10月中旬ごろから七五三や内祝いでの利用客が増加。業況は好転した。 |
| | 美容業 | 岩手県 | リニューアルオープン一周年記念のキャンペーン等のイベント効果で利用客数が増加した。今後も第二弾のイベントを予定しており、利用客数の増加を期待している。 |
| | 映画館 | 兵庫県 | 今期は上映作品に恵まれ、11月を除いて前年比100%以上を達成した。3Dシステムによる上映も好調の大きな要因となっている。 |
| | ホテル・旅館業 | 山梨県 | 景気動向は弱含みではあるものの、当社は高齢者や障害者などをターゲットとしたユニバーサルデザイン販促に注力しており、数字的にも前年比4%UPという状況である。 |
| | 公衆浴場業 | 奈良県 | 立地環境が観光地や私鉄駅に近いこともあり、正倉院展や奈良観光の帰りに入浴に立ち寄る観光客、特に外国人観光客の利用が増えている。 |
| | クリーニング業 | 山口県 | 猛暑の影響で、衣替えシーズンがずれ込んだこともあるが、最近のお客さまは、着用前にクリーニングする傾向があり、冬物衣類と夏物衣類の両方が多く出た。 |
| 不変 | そば・うどん店 | 群馬県 | 今期は客単価の低下は見られたが、顧客数の増加に伴いほぼ前年並みに維持できた。厳しい中で一年前の値下げが功を奏し、ようやく客足が定着してきた。 |
| | 喫茶店 | 福岡県 | これまで主な顧客層であった会社員（サラリーマン）の利用頻度が現在の景況を反映して低下している。一見客の来店で何とかカバーしている状況。 |
| | 社交業 | 愛知県 | お客さまへのサービスとして、寒い日や雨の日の送迎を始めた。これが効を奏し、何とか前期並みの売上は維持できた。 |
| | 食肉販売業 | 福島県 | 例年10～12月は高単価の牛肉やギフト商品の売上が伸びるが、景気低迷の影響などで来店客数の減少傾向が続いており、経営環境の厳しさが増している。 |
| | 理容業 | 宮城県 | 当店周辺では高齢化が進み、低料金店も多く、年金生活者はカットのみの店に流れがちだが、低料金店では実施していない育毛技術により売上を維持している。 |
| | ホテル・旅館業 | 千葉県 | アクアラインの800円化や館山道の全線開通があったが、内房線の特急の本数が減り、今期の業況は横ばいである。 |

| | | | |
|----|---------|-----|---|
| 不変 | クリーニング業 | 徳島県 | 例年なら季節の変わり目には仕事量が増えるはずだが、異常気象の影響からか秋になっても暑さが続き、夏物クリーニングをまとめて出すということが少なかった。また、夏物衣料は自宅でクリーニング処理できる衣類が主流になっており注文も少なくなっている。同業者の減少もあってどうにか前年並みを確保できている状況である。 |
| 悪化 | そば・うどん店 | 埼玉県 | 消費者の節約志向が続いており、定番メニューの売れ行きが非常に悪い。特に、周囲に低価格の弁当を販売する店が増えてきてから、昼食は安価な弁当で済ませる人が増えているのが現状である。これに対抗すべく、低価格の新メニュー作成に取り組みざるを得ない状況にあり、売上の増加は考えにくい。 |
| | 料理店 | 北海道 | 繁華街に立地する小規模な料理店であるが、法人利用客の減少に伴い単身赴任者などの新規の男性客を獲得しようと、家庭料理を取り入れたり、開店時刻を17時と一時間早めるなどの取り組みを実施したが期待通りの成果は上がらなかった。 |
| | その他飲食店 | 福井県 | 忘年会シーズンであり、席は埋まっているが、お客さまの節約志向が続いており、客単価が低下している。 |
| | 食肉販売業 | 山形県 | 野菜等の高騰により、消費者の食料品全般に対する低価格商品への志向が一層強まっている。秋以降、注文の少量化など客単価の低下が顕著になっている。 |
| | 理容業 | 兵庫県 | 全般的に来店サイクルが伸びており、また顧客に高齢者が多いため、低料金の店へ流れるようになっており、業況は悪化している。 |
| | 映画館 | 愛知県 | 前期が好調だった反面、今期は大ヒット作品が少なく、12月も大きく好転するとは考えにくいため、業況は前期と比べ悪化。 |
| | ホテル・旅館業 | 三重県 | ビジネスマンの出張が減っており、予約が落ち込んだ。特に工事関係者の宿泊がない。また、長期宿泊の問合せがあっても価格が折り合わず、業況は悪化している。 |

【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 | そば・うどん店 | 奈良県 | 一年で最も寒い時期であり、温かい麺類を食される方が増える。また、天麩羅蕎麦や定食等ボリュームの多いメニューを注文される方が増えているので、来期は期待出来る。 |
| | すし店 | 新潟県 | 忘年会など、年末年始に期待している。新たにクーポン券を発行し、お客さまの取り込みに注力しており、今後のリピート化が期待できる。 |
| | 喫茶店 | 山形県 | 空調設備や店舗内装を改装した。女性客が以前より入店しやすくなったと思うので好転を見込む。 |
| | 社交業 | 福井県 | 会社関係での利用機会は減っているが、反対に友人等の個人のつながりや集まりは増えている。これに対応するイベントやメニューの変更対策を実施して好転を見込む。 |
| | 食肉販売業 | 佐賀県 | 鍋物の時期なので、肉・野菜等をセットにして販売し、主婦の手間を省くような工夫をして売上の増加を図りたい。 |

| | | | |
|----|---------|-----|--|
| 好転 | 理容業 | 徳島県 | 従業員に対しカットやシェービングの基本技術を中心にレベルアップ研修に集中的に取り組んだ結果、比較的若い来店客が増加している、今年に入って従業員も2名採用した。店内の雰囲気改善を加えたことも好印象を与えている。今の状況が当分は続くのではないかと期待している。 |
| | 映画館 | 秋田県 | 正月公開の大作「ハリー・ポッター」が上映予定で、ある程度の売上が見込まれる。正月映画で売上を伸ばしたい。 |
| 不変 | 中華料理店 | 東京都 | メニューの見直しや従業員の再教育、接客技術の向上、店舗の改装等考えられることはすべて行うが、業況は不変と見込む。 |
| | 喫茶店 | 兵庫県 | 近隣の大手企業が社内に缶コーヒーの自動販売機を設置したため、その影響もあって売上が減少している。ただ、開業して40年、コーヒーを重視しており、当店の味を求める常連客の利用は安定しているため現状維持を見込んでいる。 |
| | その他飲食店 | 奈良県 | 一般的には年始会や送別会等のグループ客の予約が増える時期であるが、寒い時期なので当店が提供する洋食メニューよりも温かい鍋物や焼肉が好まれる。よって、あまり期待はできず、不変で推移すると思われる。 |
| | 食肉販売業 | 群馬県 | 冬場の鍋料理で食肉消費が増えることに期待を寄せているが、客足が伸びない状況は相変わらずで苦戦が予想される。ポイントカードの導入で打開策を検討しているが、有効な対策が講じられず現状維持が精一杯である。 |
| | 食鳥肉販売業 | 愛知県 | 固定客の増加策として口コミによる美味しい地産品鶏肉・鶏卵の宣伝に努めるとともに、目玉商品の開発に努力しているが、必ずしも効果は出ていない。 |
| | 美容業 | 長野県 | 固定客中心の営業のため、売上にあまり変動はないが、顧客の高齢化が進んでおり、このままではジリ貧となるので新規客を増やす努力が今後必要となる。 |
| | ホテル・旅館業 | 徳島県 | 来期は特に大きなイベントもなくあまり期待はできないが、2月の受験や3月のスポーツ団体利用は例年通り見込めそうである。大きな変化は期待できないものの、近年では受験の際に伴う保護者が増加傾向にあり、受験期の宿泊数は増えそうである。 |
| 悪化 | そば・うどん店 | 東京都 | 来期は寒さが厳しくなる。外出を避ける高齢者の固定客や、年末年始で出費をした固定客などが減少すると思われる。また、営業日数も少ないことから売上も低下し、業況は悪化するものと予想される。 |
| | すし店 | 大分県 | 例年、この時期は街にも活気があふれ、来店客が増える時期であるが、予約状況からみると、その数は少なく好転する要素がない。 |
| | 社交業 | 栃木県 | 景気低迷の長期化などもあって業界全体が低迷。競合する大手居酒屋チェーン店による年末年始の安値キャンペーンの影響は大きく、客離れが見られる。節約ムードの浸透からも更に売上減少が予想される。 |
| | その他飲食店 | 広島県 | 個人消費の落ち込みが著しい中、大型店舗の進出や低価格飲食店の出店等で一段と厳しさが増している。 |
| | 美容業 | 広島県 | 以前から利用していただいていた顧客のカルテが年々減少しているため、来期の見通しも暗い。 |
| | ホテル・旅館業 | 愛知県 | 1月は年間で最も稼動が落ち込む時期である。さらに地域の基幹産業である自動車関連の落ち込みなど景気後退が懸念されるため厳しい状況が予想される。 |
| | クリーニング業 | 愛媛県 | 洗濯回数が少ない冬物衣料のクリーニングのため、客単価・利用客数とも減少する見込み。引き続き広告宣伝に力を入れていきたいと思っている。 |