

2010年8月6日  
株式会社日本政策金融公庫  
国民生活事業

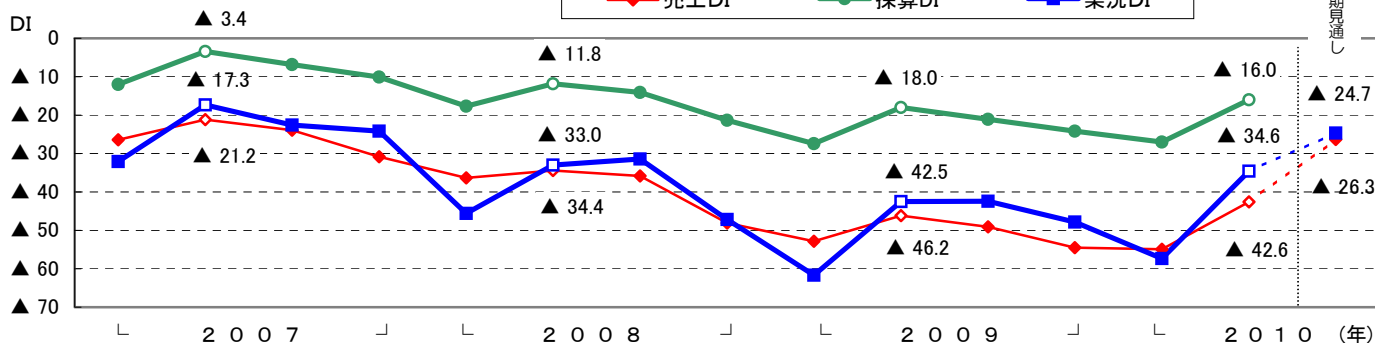
生活衛生関係営業の景気動向等調査結果（2010年4～6月期）  
－飲食業、美容業、理容業、クリーニング業、ホテル・旅館業などの動向－

1 景気動向 ～依然として厳しいものの、緩やかながら持ち直しの動きがみられる生活衛生関係営業の景況～

今期（2010年4～6月期）の売上、採算、業況の各DIは、▲42.6（前期比12.3上昇）、▲16.0（同11.0上昇）、▲34.6（同22.7上昇）となり、3項目全てで上昇しています。前年同期期に対しては、売上DIは3.6、採算DIは2.0、業況DIは7.9それぞれ上昇しました。

生活衛生関係営業の景況は、依然として厳しいものの、緩やかながら持ち直しの動きがみられます。

【売上、採算、業況の各DI推移】



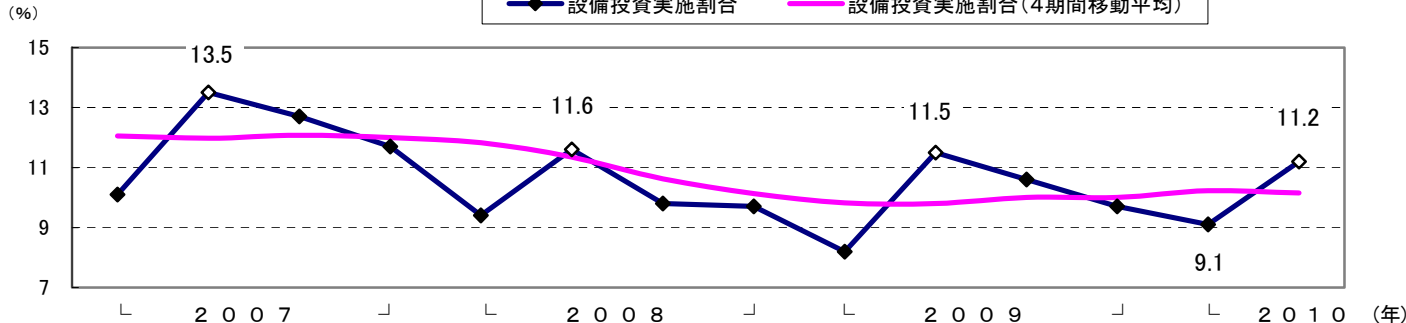
\* 四半期毎。数値付き白抜き記号は、各年4～6月期。

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4～6月期）に設備投資を行った企業の割合は、11.2%と前期（9.1%）に比べ2.1%上昇しましたが、前年同期比では0.3%低下しました。

4期間移動平均でみると、2007年10～12月期以降、下降が続いていましたが、2009年4～6月期以降は緩やかな上昇に転じています。生活衛生関係営業の設備投資は、下げ止まり感はあるものの依然として低い水準が続いています。

【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 2010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

〈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：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4～6月期 —

### I 景気の動向

依然として厳しいものの、緩やかながら持ち直しの動きがみられる生活衛生関係営業の景況

今期（2010年4～6月期）の売上、採算、業況の各DIは、▲42.6（前期比12.3ポイント上昇）、▲16.0（同11.0ポイント上昇）、▲34.6（同22.7ポイント上昇）となり、3項目全てで上昇しました。前年同期に対しては、売上DIは3.6ポイント、採算DIは2.0ポイント、業況DIは7.9ポイントそれぞれ上昇しました。

生活衛生関係営業の景況は、依然として厳しいものの、緩やかながら持ち直しの動きがみられます。

(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

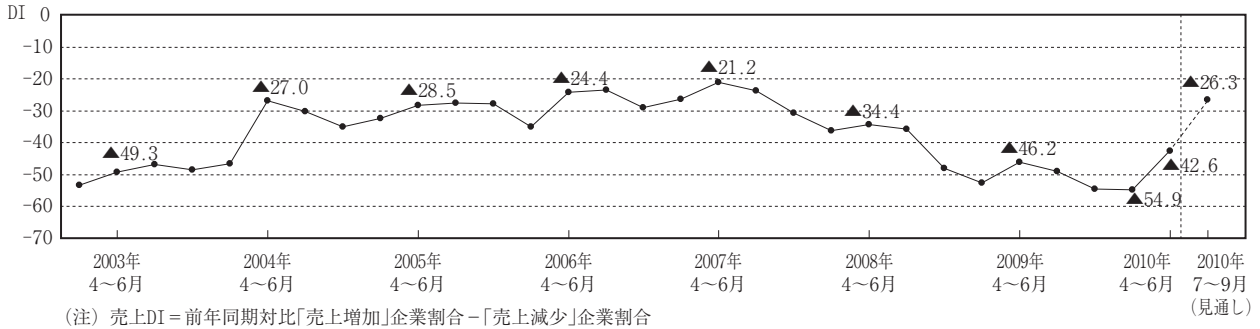
調査時点	2010年6月上旬			
調査方法	個別訪問面接			
調査対象 (調査対象数)	生活衛生関係営業3,220企業			
	飲食業	1,599企業	映画館	58企業
	食肉・食鳥肉販売業	151企業	ホテル・旅館業	207企業
	氷雪販売業	59企業	公衆浴場業	122企業
	理容業	353企業	クリーニング業	251企業
	美容業	420企業		

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12.3ポイント上昇して▲42.6となり、前年同期に対しては3.6ポイント上回りました。12期ぶりに前年同期の水準を上回りました。
- 来期の見通しは、▲26.3となり、16.3ポイントの大幅な上昇を見込んでいます。

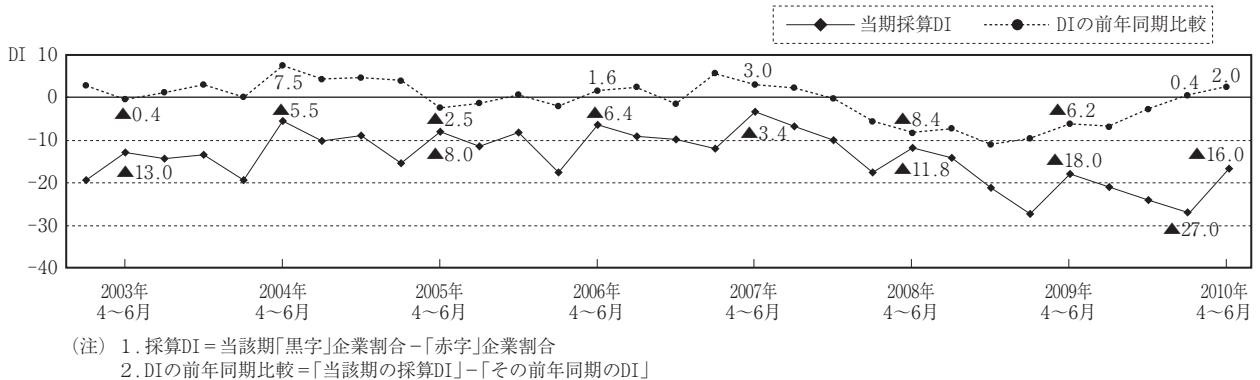
図1-1 売上DIの推移（全業種計）



## ・採算

- 採算DIは、前期から11.0ポイント上昇して▲16.0となり、前年同期に対しては2.0ポイント上回りました。2期連続で前年同期の水準を上回りました。

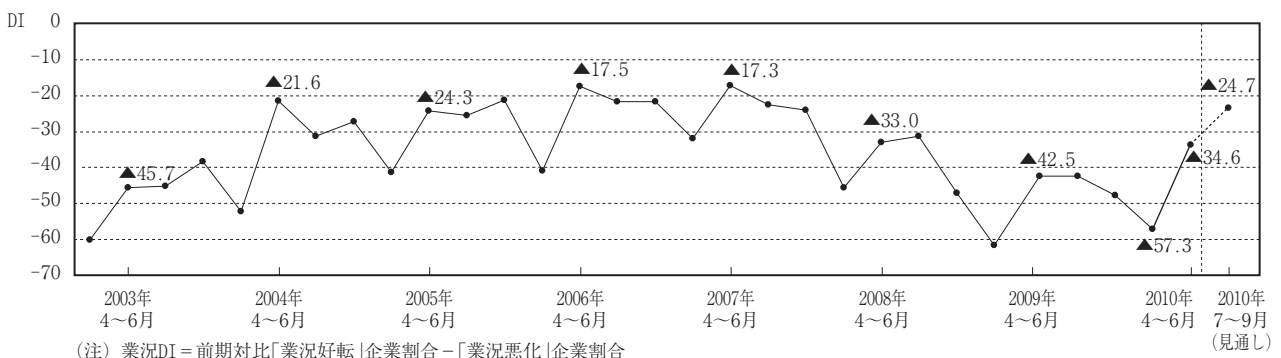
図1-2 採算DI及びDIの前年同期比較の推移（全業種計）



## ・業況

- 業況DIは、前期から22.7ポイント上昇して▲34.6となり、前年同期に対しては7.9ポイント上回りました。2期連続で前年同期の水準を上回っています。
- 来期の見通しは、▲24.7となり、9.9ポイントの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「映画館」を除く8業種で上昇しました。

4期間移動平均でみると、「ホテル・旅館業」「公衆浴場業」「飲食業」で上昇、「食肉・食鳥肉販売業」「美容業」で横ばいの一方、他の4業種では低下しました。

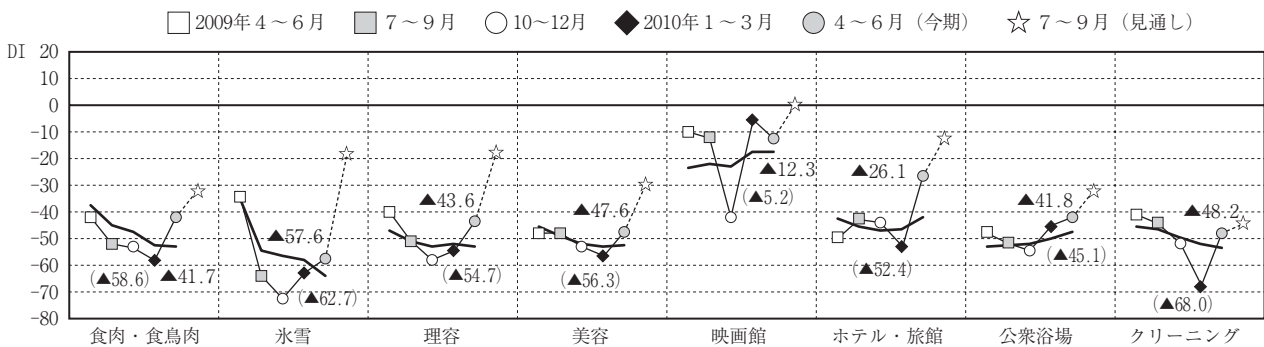
来期の見通しは、全業種で上昇を見込んでいます。

- 飲食業の業種別では、前期に比べ全業種で上昇しました。

4期間移動平均でみると、「中華料理店」「喫茶店」の低下を除き、他の5業種で上昇しています。

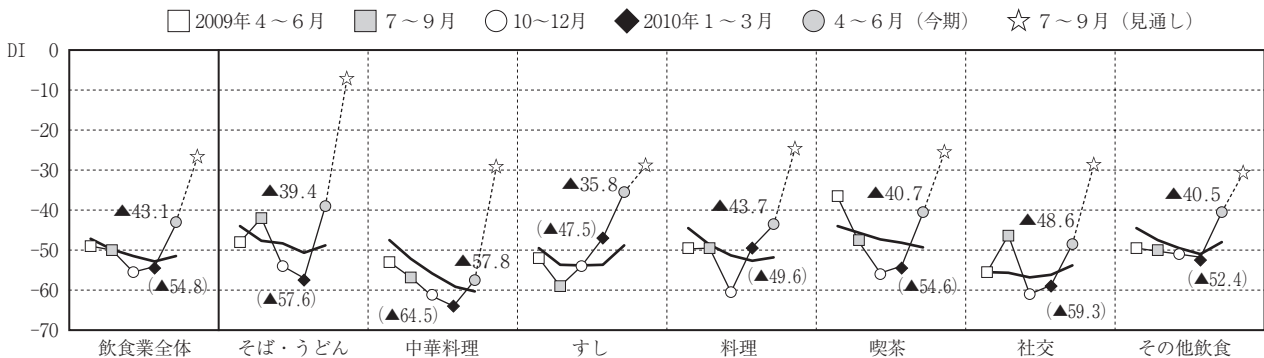
来期の見通しは、全業種で上昇を見込んでいます。

図2-1 業種別売上DIの推移（飲食業を除く）



(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2-2 飲食業売上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。

## 2. 採算（業種別）

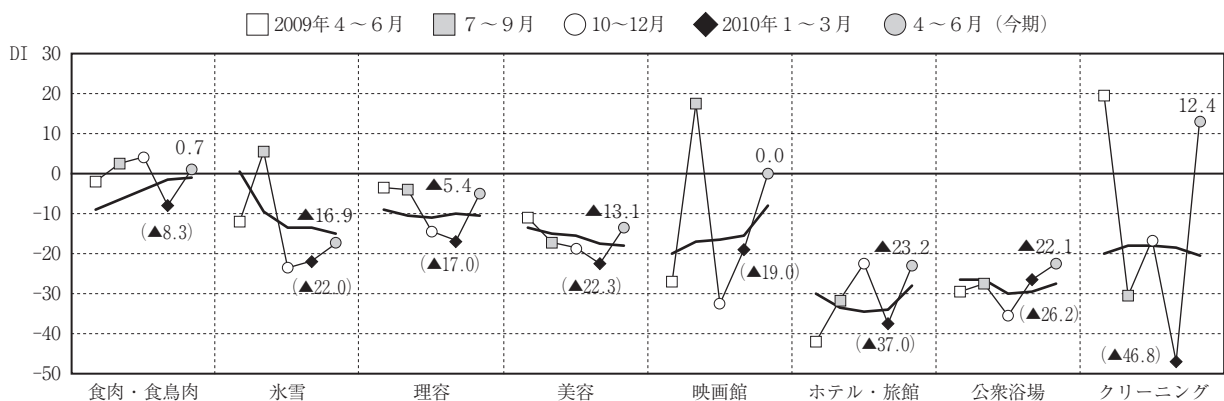
- 採算DIは、前期に比べ全業種で上昇しました。「食肉・食鳥肉販売業」「クリーニング業」のDIはプラスに転じています。

4期間移動平均でみると、「冰雪販売業」「美容業」「クリーニング業」で低下し、「理容業」では横ばいとなりました。他の5業種は上昇しました。

- 飲食業の業種別では、「料理店」「社交業」で低下した一方、他の5業種は上昇しました。

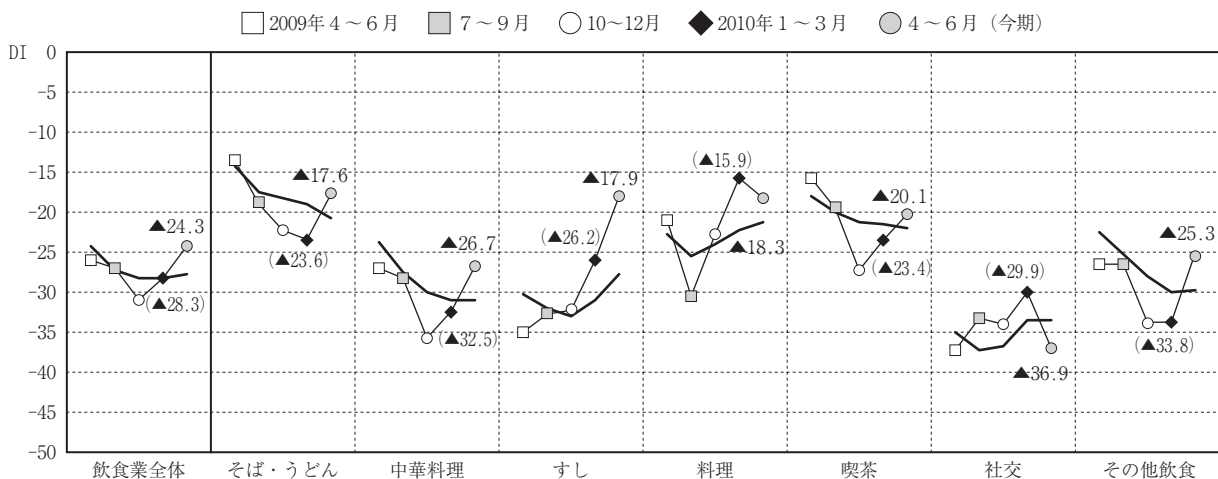
4期間移動平均でみると、「そば・うどん店」「喫茶店」で低下、「すし店」「料理店」では上昇しました。他の3業種は横ばいとなっています。

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「公衆浴場業」を除く8業種で上昇しました。  
4期間移動平均でみると、「冰雪販売業」「映画館」「クリーニング業」で低下した一方、他の6業種は上昇しました。  
来期の見通しは、季節変動の大きい「クリーニング業」を除く8業種で上昇を見込んでいます。
- 飲食業の業種別では、前期に比べ全業種で上昇しました。  
4期間移動平均でみると、「中華料理店」「すし店」「料理店」「その他飲食店」で上昇しました。  
他の3業種は横ばいとなっています。  
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）

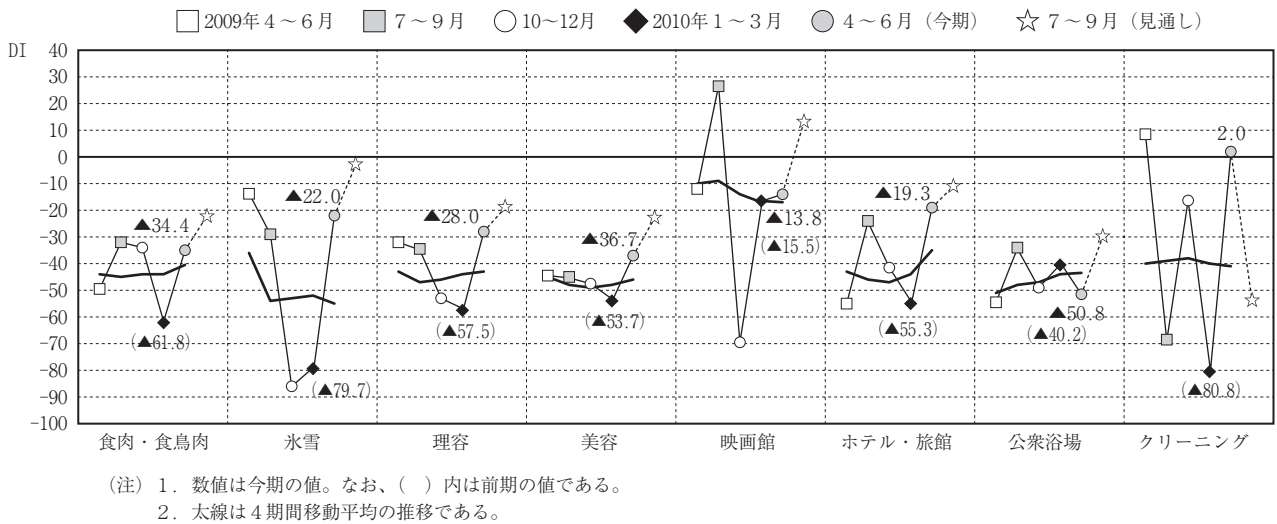
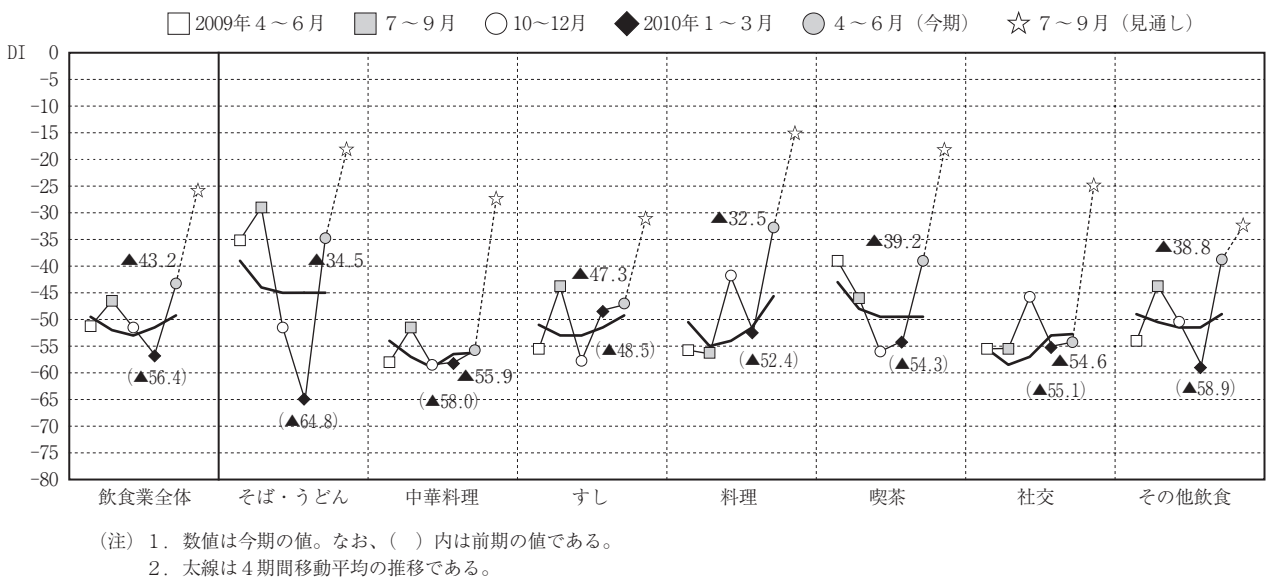
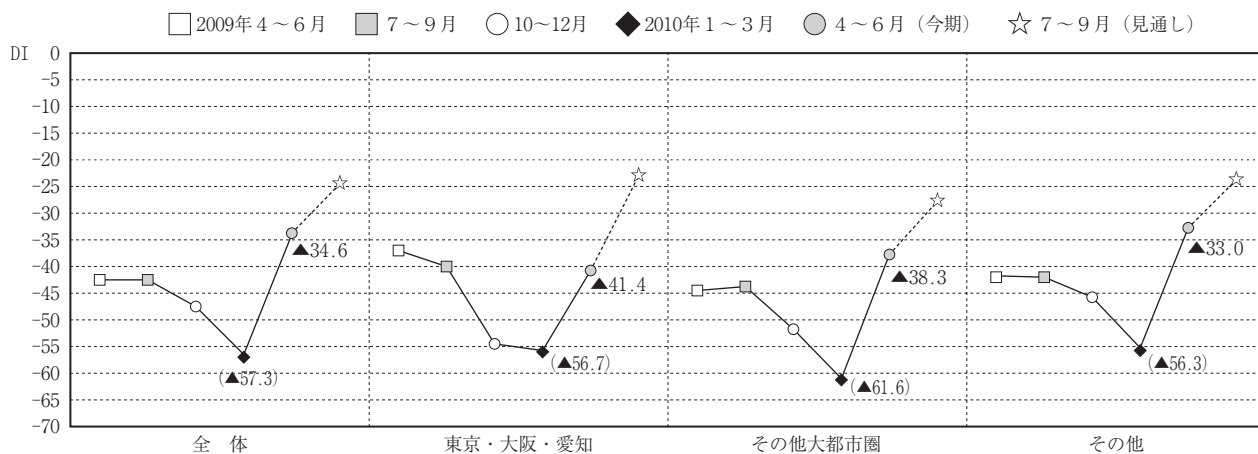


図4-2 飲食業業況DIの推移



- 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。特に「其他大都市圏」「其他」地域の上昇が顕著になっています。
- 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。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11.4ポイント上昇して▲47.7となり、前年同期に対しては4.5ポイント上回りました。2期連続で前年同期の水準を上回りました。

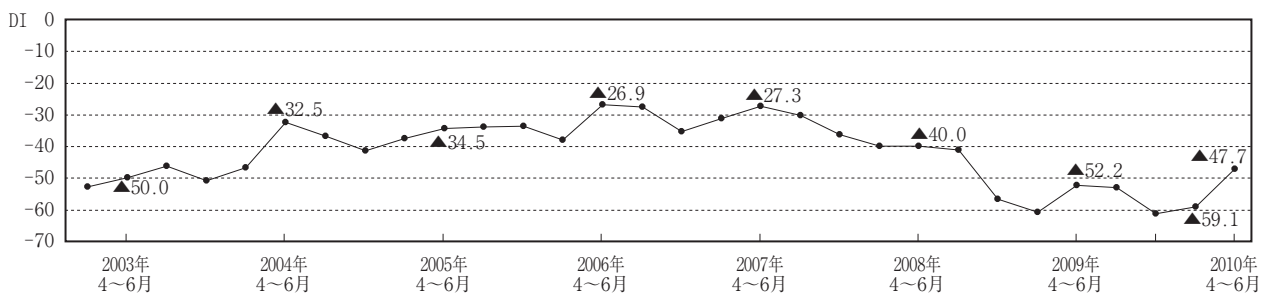
業種別では、前期に比べ「公衆浴場業」を除く8業種で上昇しました。

4期間移動平均でみると、「冰雪販売業」「映画館」「クリーニング業」で低下した一方、「美容業」「ホテル・旅館業」「公衆浴場業」「飲食業」では上昇しました。他の2業種は横ばいとなっています。

- 飲食業の業種別では、前期に比べ全業種で上昇しました。

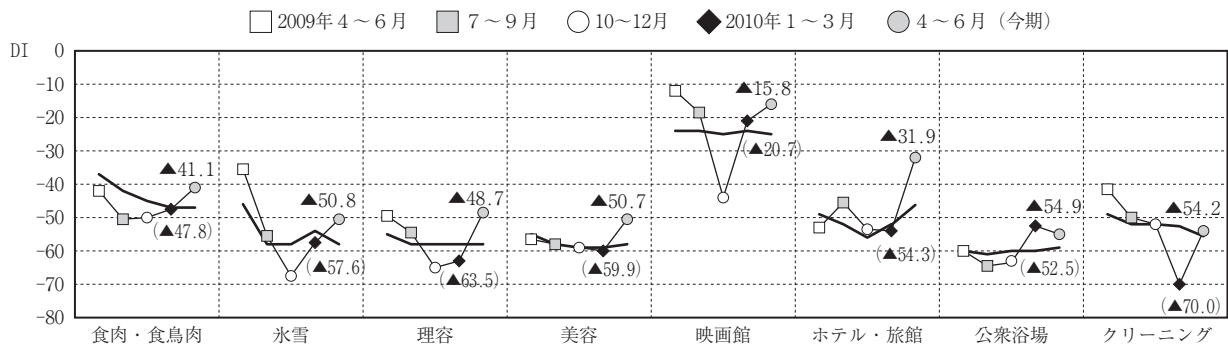
4期間移動平均でみると、「中華料理店」の低下、「そば・うどん店」の横ばいを除き5業種で上昇しています。

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

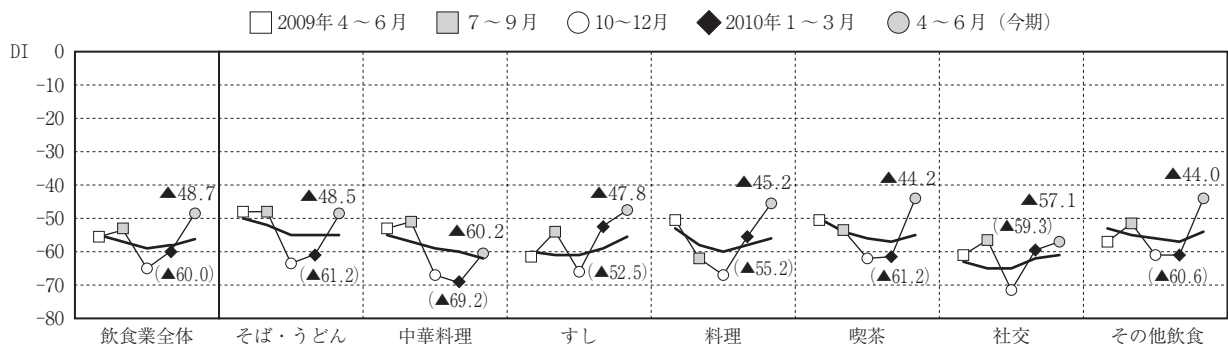
図5-2 業種別利用客数DIの推移（飲食業を除く）



(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5.6ポイント上昇して▲36.3となり、前年同期に対しては0.7ポイント上回りました。11期ぶりに前年同期の水準を上回りました。

業種別では、「公衆浴場業」の横ばいを除く、他の8業種で上昇しました。特に「映画館」では2期連続してプラスとなり、比較可能な1997年4～6月期以降で最高水準となっています。

4期間移動平均でみると、「映画館」「ホテル・旅館業」「飲食業」で上昇、「冰雪販売業」「公衆浴場業」「クリーニング業」は低下しました。他の3業種は横ばいとなっています。

- 飲食業の業種別では、「中華料理店」で低下し、1997年4～6月期以降で最低水準となりました。一方、他の6業種では上昇しました。

4期間移動平均でみると、「すし店」「料理店」「社交業」「その他飲食店」で上昇した一方、他の3業種では低下しました。

図6-1 客単価DIの推移（全業種計）

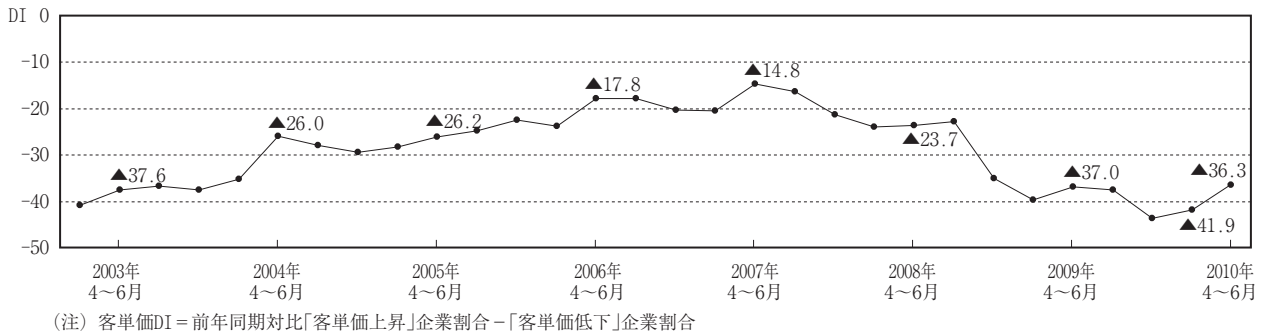
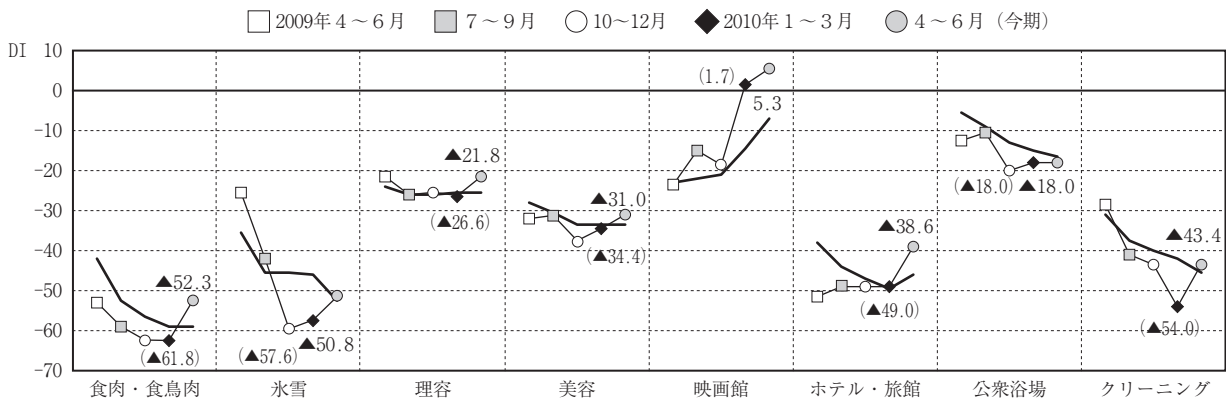
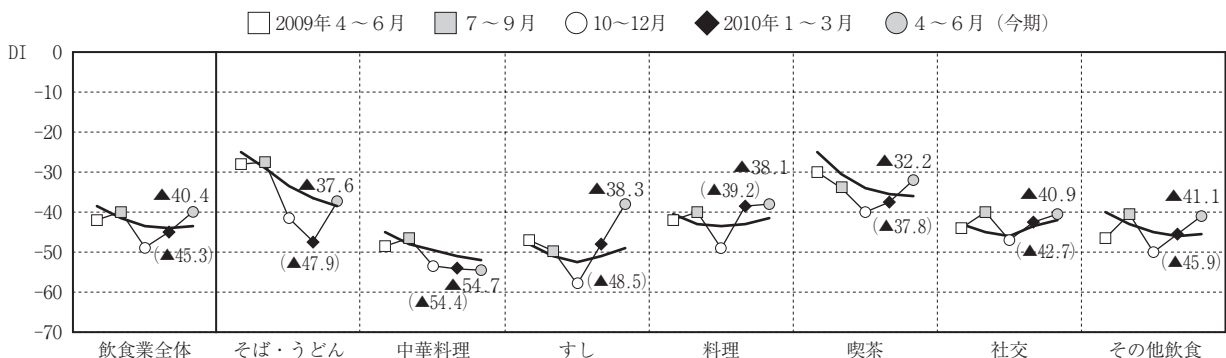


図6-2 業種別客単価DIの推移（飲食業を除く）



- (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4～6月期）に設備投資を行った企業の割合は、11.2%と前期（9.1%）に比べ2.1%上昇しましたが、前年同期比では0.3%低下しました。

4期間移動平均でみると、2007年10～12月期以降、下降が続いていましたが、2009年4～6月期以降は緩やかな上昇が続いています。

生活衛生関係営業の設備投資は、下げ止まり感はあるものの、依然として低い水準となっています。

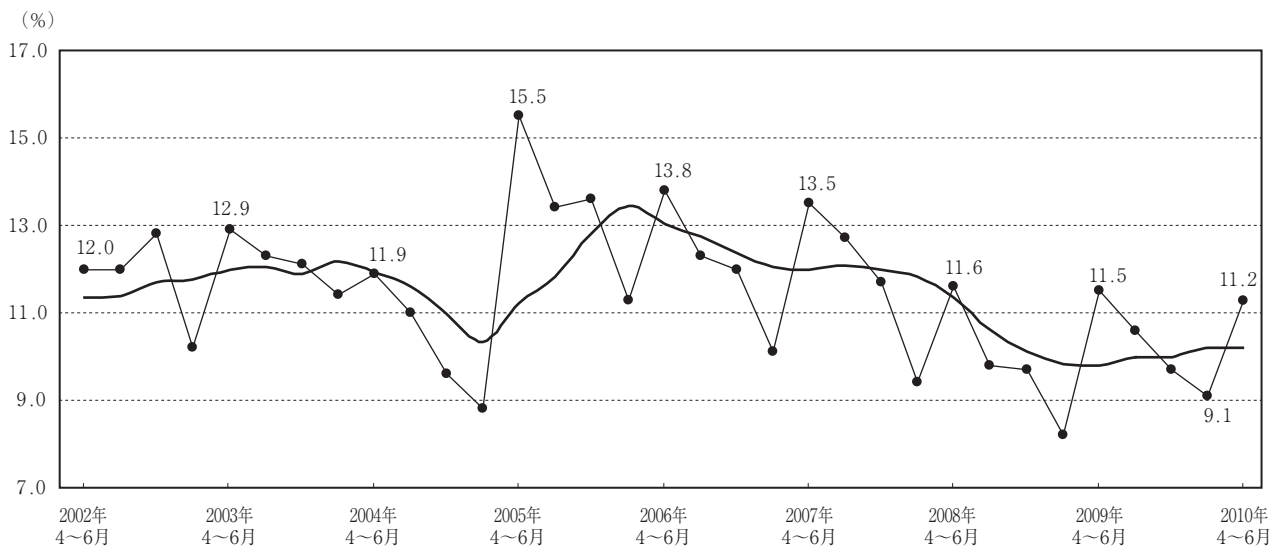
### 1. 設備投資の実施状況

#### (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、11.2%と前期に比べ2.1%上昇していますが、前年同期比では0.3%低下しました。

下げ止まり感はあるものの、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、「ホテル・旅館業」29.5%、「映画館」25.9%、「公衆浴場業」21.3%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」「理容業」「クリーニング業」「飲食業」を除く5業種でした。特に「映画館」「ホテル・旅館業」は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、「すし店」12.9%、「料理店」11.1%、「その他飲食店」10.2%となっています。前年同期の水準を上回ったのは、「すし店」「その他飲食店」の2業種でした。一方で、他の5業種は低下し、特に「社交業」は1997年4～6月期以降で最低水準となりました。

図7-2 業種別設備投資実施割合の推移（飲食業を除く）

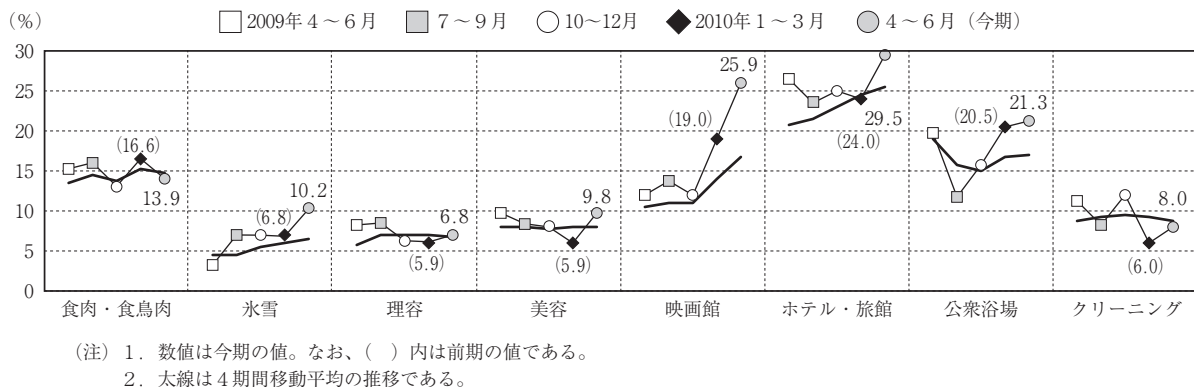
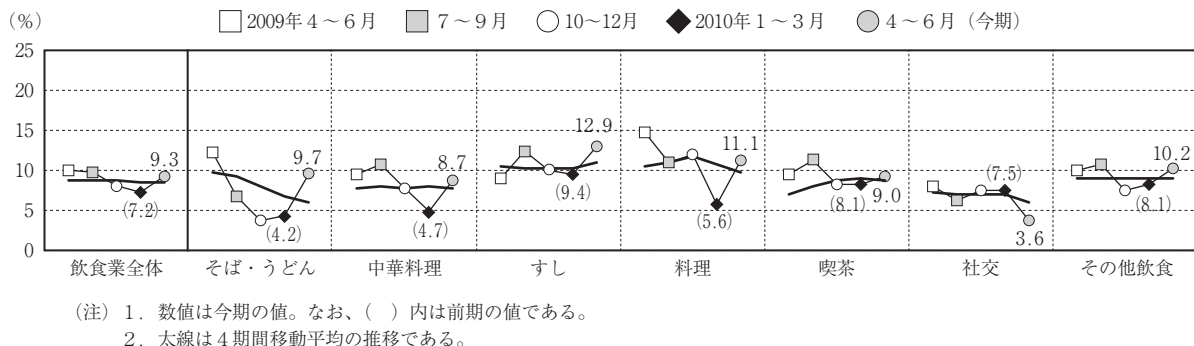


図7-3 飲食業設備投資実施割合の推移

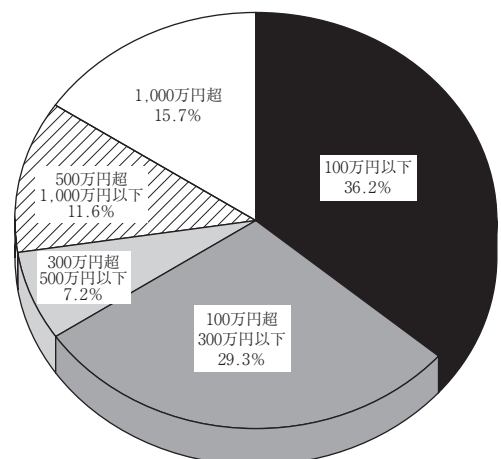


## (2) 設備投資金額

設備投資を行った企業の投資金額をみると、「100万円以下」36.2%（前年同期35.8%）、「100万円超～300万円以下」29.3%（同28.5%）、「300万円超～500万円以下」7.2%（同13.0%）となっており、500万円以下の小口投資が72.7%（同77.3%）を占めました。

一方、「500万円超～1,000万円以下」11.6%（同9.8%）、「1,000万円超」15.7%（同13.0%）となっています。

図7-4 設備投資金額

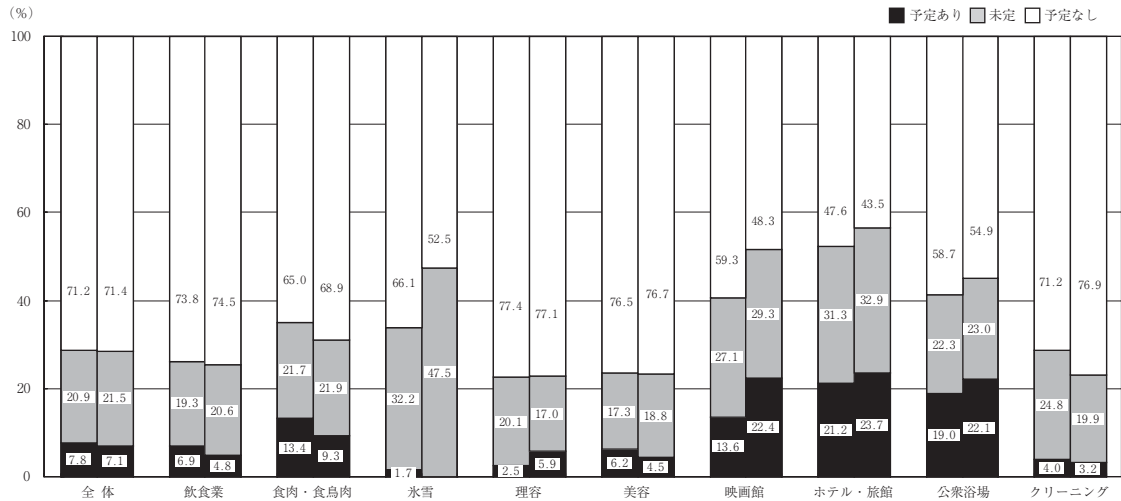


## 2. 来期以降1年間の設備投資計画

### (1) 計画の有無

- 来期以降1年間の設備投資計画については、「予定あり」7.1%（前年同期7.8%）、「未定」21.5%（同20.9%）、「予定なし」71.4%（同71.2%）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、「ホテル・旅館業」23.7%（前年同期21.2%）、「映画館」22.4%（同13.6%）、「公衆浴場業」22.1%（同19.0%）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）

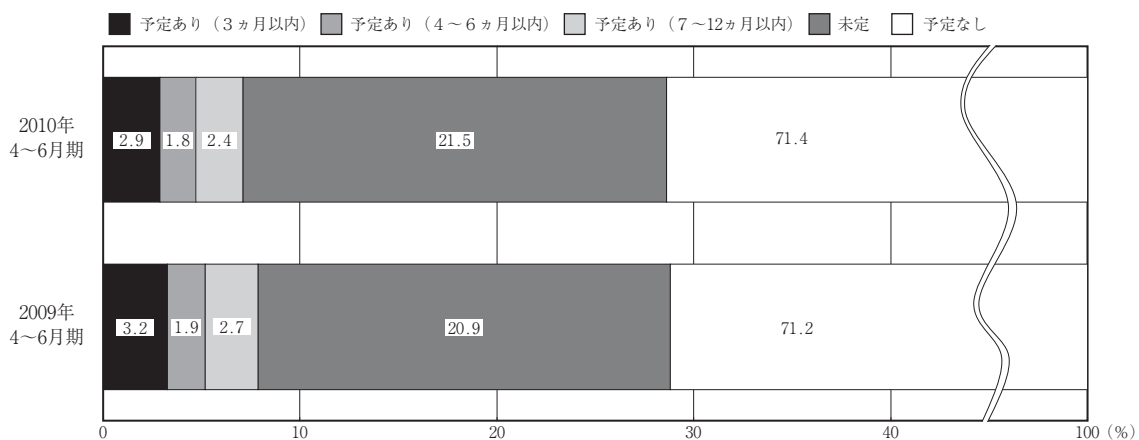


左側が2009年4～6月期、右側が2010年4～6月期（今期）

### (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」2.9%（前年同期3.2%）、「4～6ヵ月以内」1.8%（同1.9%）、「7～12ヵ月以内」2.4%（同2.7%）となっています。

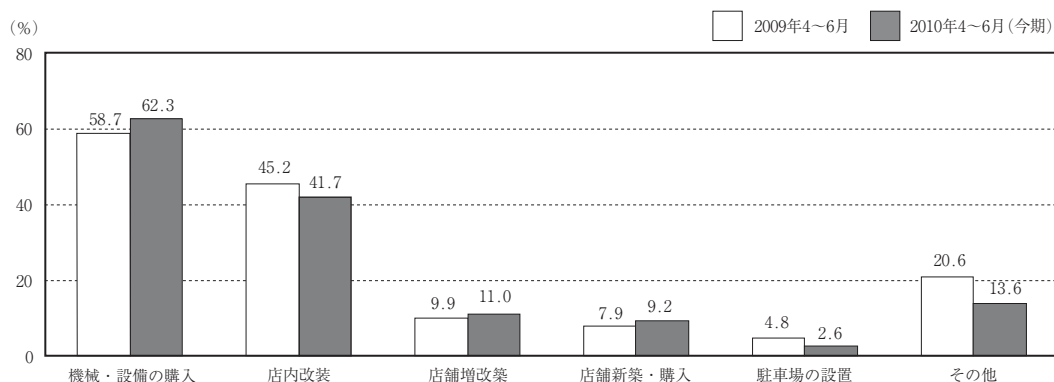
図8-2 設備投資計画の実施予定時期



### (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」62.3%（前年同期58.7%）、「店内改装」41.7%（同45.2%）、「店舗増改築」11.0%（同9.9%）、「店舗新築・購入」9.2%（同7.9%）の順となっています。

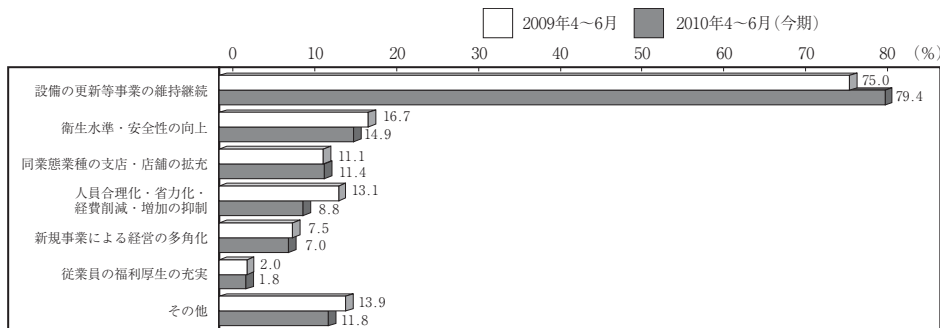
図8-3 設備投資計画の内容（複数回答）



### (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」79.4%（前年同期75.0%）、「衛生水準・安全性の向上」14.9%（同16.7%）、「同業態業種の支店・店舗の拡充」11.4%（同11.1%）、「人員合理化・省力化・経費削減・増加の抑制」8.8%（同13.1%）の順となっています。

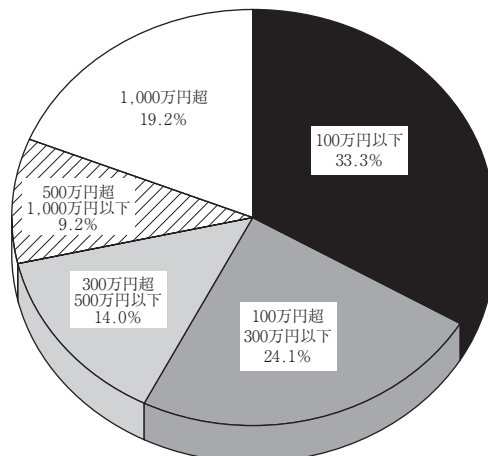
図8-4 設備投資計画の動機（複数回答）



### (5) 設備投資予定金額

設備投資予定金額では、「100万円以下」33.3%（前年同期35.3%）、「100万円超～300万円以下」24.1%（同27.8%）、「300万円超～500万円以下」14.0%（同10.3%）となっています。500万円以下の小口投資は、全体の71.4%（同73.4%）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」68.3%（前期73.9%）、「客単価の低下」38.2%（同41.3%）、「仕入価格・人件費等の上昇を価格に転嫁困難」19.1%（同17.2%）、「店舗施設の狭隘・老朽化」18.8%（同18.0%）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14業種で前期に引き続き「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」81.1%（前期80.3%）、「理容業」75.1%（同83.3%）、「社交業」75.1%（同79.9%）、「クリーニング業」73.3%（同81.6%）、「中華料理店」70.8%（同74.6%）、「すし店」70.6%（同73.8%）、「喫茶店」68.3%（同71.1%）、「美容業」67.9%（同70.1%）、「その他飲食店」66.7%（同71.6%）、「そば・うどん店」64.2%（同76.4%）、「映画館」63.8%（同65.5%）、「料理店」63.5%（同68.3%）、「ホテル・旅館業」62.3%（同72.1%）、「氷雪販売業」61.0%（同69.5%）、「食肉・食鳥肉販売業」45.0%（同56.1%）となっています。  
「客単価の低下」をみると、高い順に「クリーニング業」55.8%（同59.2%）、「氷雪販売業」52.5%（同57.6%）、「食肉・食鳥肉販売業」49.7%（同60.5%）となっています。

表 経営上の問題点（業種別、2010年4～6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	68.3	38.2	19.1	18.8	8.9	7.0	3.5	5.2	7.4
飲食業合計	68.6	39.8	19.9	17.9	7.3	7.4	3.9	4.3	7.1
そば・うどん店	64.2	33.3	24.2	20.0	6.1	5.5	1.8	4.8	10.9
中華料理店	70.8	48.4	18.6	19.9	9.3	4.3	5.0	1.9	4.3
すし店	70.6	48.3	16.9	16.9	9.5	3.5	1.5	4.0	7.0
料理店	63.5	40.5	29.4	19.0	4.8	5.6	5.6	0.8	5.6
喫茶店	68.3	33.7	25.6	22.6	8.5	6.0	4.0	6.0	4.0
社交業	75.1	41.0	12.4	13.7	6.4	18.1	4.8	6.0	4.4
その他飲食店	66.7	37.6	19.3	16.9	6.8	6.4	4.4	4.2	9.8
食肉・食鳥肉販売業	45.0	49.7	24.5	14.6	11.9	5.3	2.0	7.3	11.3
氷雪販売業	61.0	52.5	11.9	8.5	13.6	5.1	0.0	0.0	13.6
理容業	75.1	29.2	14.4	18.4	11.3	8.5	2.5	7.6	7.9
美容業	67.9	31.2	16.4	11.7	13.8	10.2	4.3	6.0	10.2
映画館	63.8	12.1	20.7	41.4	1.7	3.4	3.4	15.5	5.2
ホテル・旅館業	62.3	45.9	17.9	33.3	5.8	6.3	4.8	5.8	2.4
公衆浴場業	81.1	9.8	13.1	51.6	12.3	0.8	2.5	5.7	4.9
クリーニング業	73.3	55.8	26.7	8.8	6.8	2.8	1.6	4.0	5.2

(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	そば・うどん店	千葉県	店舗改装後、インターネットを活用して、ヘルシーメニューや法事用メニュー等をPR。従来のお客さまに加え、新規客も増加した。
	喫茶店	愛知県	店舗改装を機会にクーポン券、割引券のほかポイントカードを導入したことで顧客数は前期比3%、客単価は前期比8%増加した。
	社交業	愛知県	店舗移転を機会に店内の照明を明るくし、メニューの更新及び単価設定の見直しなど店舗イメージを一新したことで新規顧客が増加し、売上増加につながった。
	その他飲食店	新潟県	近郊に大型スーパーが出店したことにより、老舗商店の閉店や大型百貨店の閉店予告などで客足が鈍っていたが、従来のメニューを一新し、コーヒーとケーキのアイテム数の見直しや、見やすい食事メニューへの改善により、新規の来店客が増えた。
	食肉販売業	福岡県	主力を牛肉から景況を反映してニーズの強い安価な豚肉や鶏肉に移行した結果、売上額は減少したものの利益率は向上し、黒字額が増大した。
	映画館	兵庫県	昨年8月にデジタル映写機を導入したことにより、新たな顧客層を取り込めた。映画業界は公開される作品内容により動向が大きく左右されるが、今期は3Dデジタル作品を含め、作品内容に恵まれた。
	クリーニング業	大阪府	不況下にあつて、新しく始めた宅配サービス利用客がジワジワ増加中で、売上は増加している。
不変	そば・うどん店	北海道	札幌丸山周辺で営業するそば店のため、比較的高級志向のお客さまが多く、前期並に推移している。そば専門店であるため、米飯物や酒類を提供する店に比べて集客や収益効果は薄いのが、工夫を凝らした多様な更科そばを売り物にして独自性を出していく方針である。
	喫茶店	兵庫県	大手チェーン店に対抗したい気持ちはあるが、広範な顧客層のニーズに合わせるのは困難で、現在の常連客（高齢層）の確保に努力している。
	その他飲食店	岡山県	パソコンで会計処理を行うようになり、毎月の売上データを分析できるようになった。これにより的確な対策を講じることができ、売上に下げ止まり感がある。
	理容業	福井県	高齢者や定年を迎えたお客さまが多くなり、来店回数が月1回から2～3ヵ月に1回に伸びているが、来店されるお客さまを大事にしていくことをモットーとしているので、今のところは安定している。
	美容業	埼玉県	景気の低迷により来客スパンが長くなっており、3ヵ月に一度位のお客さまが多くなってきている。また、若年層のパーマ離れの影響もあり、経営は非常に苦しい状況にある。対応策として、若年層に人気のあるヘアカラーの料金を安くするなどして集客に努めている。
	公衆浴場業	福島県	不景気で既存客の減少が続いている。一方で、レジャーの小型化によってファミリー層が若干増えており、トータルで見ると横ばいである。
	クリーニング業	奈良県	衣替えのシーズンで好転を期待したが、天候不順で冬物の衣類や毛布がなかなか出なかったためセールを実施した。そのため客単価が減少し、結局前期と変わらなかった。

悪化	そば・うどん店	愛知県	入居するテナントビルの空室が目立ち、集客力が落ちている。加えて、近隣に安価な弁当店が多数出店し、売上は30%以上減少した。営業は厳しくなる一方である。
	喫茶店	北海道	消費者の価格に対する選別志向がシビアになっており、セットメニューなど価格の高いものを避けて、より安い単品メニューを注文する傾向が強まっている。
	食肉販売業	宮城県	特売品や低価格商品を求めるお客さまが増えた。また、外食産業への卸売りの落ち込みも目立つ。高級品が不振である。
	氷雪販売業	愛知県	景気の悪化もあって主要販売商品である凍氷の販売先である飲食業界の店舗閉鎖が相次ぎ、売上は大幅に減少した。
	美容業	宮崎県	自宅で染める染料等の浸透や、カットのみで来店するお客さまが増えており、カラーリング比率の低下が顕著である。
	映画館	山口県	前期は洋画・邦画ともにヒット作がある程度あったが、今期は大きなヒット作に恵まれなかった。映画館の景況はヒット作の有無に大きく左右される。
	ホテル・旅館業	宮崎県	口蹄疫の影響で例年と比べ予約が大きく落ち込んでいる。5月で半分、6月は全てキャンセルとなり、7月は予約が入っていない。これまで40年旅館を経営してきたがこのような事態は初めてである。どうしてよいか分からない。

#### 【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	東京都	来期は夏場を迎え、冷たいそばの販売数が増える。例年夏季限定メニューとして変わりそばを打ち、売上が向上するので好転すると思う。
	すし店	岡山県	岡山の新名物として岡山県縮商生活衛生同業組合で創作した「烏城黄金ずし」がマスコミに大きく取り上げられたため反響があり、お客さまが増えることを期待している。
	喫茶店	岡山県	仕込みに手間がかかるが手作りの食事メニューに限定したサービスが口コミで女性層に広まっており、女性客の増加に期待している。
	その他飲食店	大阪府	新しいメニューの開発や価格の見直しに加え、競合店のイベント等の情報をいち早く収集し、当店でも同時期にイベントを開催することによる相乗効果で売上の増加を図りたい。
	美容業	岩手県	暖かくなってくるとカット客が増加する。カット客に対して低料金で提供できるメニューの売り込みを行っていく。今後は店販キャンペーンでクールシャンプーをメインにしたい。
	映画館	愛知県	スタジオジブリの新作や「トイストーリー3」など夏休み向けの作品が登場。期待が持てる新作が多くあるので今期より良くなる予想している。
	公衆浴場業	鹿児島県	従来は温泉を購入し、運び湯で営業していたが、今般長年の夢であった自前の温泉を掘り当てることができた。良質かつ湯量豊富な温泉のため、お客さまにも大いにアピールできるし、何よりも労力の減少と経費の削減が図られるのが大きい。
不変	喫茶店	高知県	好立地ではないが、新聞広告及びフリーペーパー等での販促に力を入れており、現状維持を図っていきたい。
	社交業	岩手県	地域のイベントに合わせ、取引先メーカーの協力も得て、ビアパーティやカクテルパーティ、ワインパーティ等のイベント開催を企画し集客を図っていく。また、インターネットやメール等を活用して、お客さまにイベントのお知らせを実施していく。



不変	食肉販売業	愛知県	口蹄疫の影響もあって購入を敬遠する顧客も見られるが、人体に影響がないことや流通もしていないことを説明することで大きな売上減少には至らない。手造りハム・ソーセージなど加工品の売上が順当であり、ほぼ前期並みで推移する。
	理容業	鳥取県	来期の見通しは、今期と比較し大きく増加する事なく、また大きく減少する事もなく固定客に支えられ不変に推移する見通しである。
	美容業	青森県	キャンペーン提示をしても以前のようにお客様は飛びつかない傾向にある。また、これから気温が上がり夏場に向けてカット客が増えると思うが、来店サイクルが長くなっているため過大な期待はできない。
	ホテル・旅館業	愛媛県	依然として厳しい状況にはあるが、来期も大口団体客の予約が入っており悪化はしないと予想している。
	公衆浴場業	北海道	従来から実施している土日の朝風呂営業を続けるとともに、夏休みのラジオ体操を活用したPR（一部町内会負担の割引券を配布）などにより入浴客数の維持を図っていきたい。
悪化	中華料理店	愛知県	顧客の減少に歯止めをかけるべくサービス券（餃子券）を出すなどで顧客確保に努めているが厳しい状況が続いている。加えてサービス券の発行の負担も大きく、採算面も厳しくなっている。
	社交業	東京都	毎年お盆明けに来客数が減少しているため、イベントなどを開催して集客を図りたいと思っている。しかし、景気低迷でイベントなどを実施したとしても、今期よりは悪化すると判断している。
	その他飲食店	石川県	周辺人口の減少や大学移転による学生の減少、大型道路の新設に伴う通勤経路の変更等により客足は徐々に減少しており、売上にも影響が出ている。
	食肉販売業	北海道	量販店などの販売競争が激しい中で、小規模の業者は生き残るのが精一杯の状態。今年さらには口蹄疫発生の問題が消費者の購買心理にも影響しているのか来客数が減っており、経営はより厳しくなっている。
	美容業	愛知県	従来のカラーリングが自宅でのホームカラーに移行しており、客単価が減少している。携帯電話への情報提供などで顧客の繋ぎ止めに努めているが、消費が低迷している中では厳しいものがある。
	映画館	青森県	長引く不況により客足は遠のく一方である。また、デジタル化や3D等の高額な設備投資も迫られている。益々劇場間の2極化が進む。
	ホテル・旅館業	鹿児島県	口蹄疫の発生により、受注していた修学旅行客から予約のキャンセルや延期の申し出が相次いでいる。口蹄疫の終息宣言が出されるまでは、業況の好転は期待できないと思われる。