

2010年11月4日
株式会社日本政策金融公庫
国民生活事業

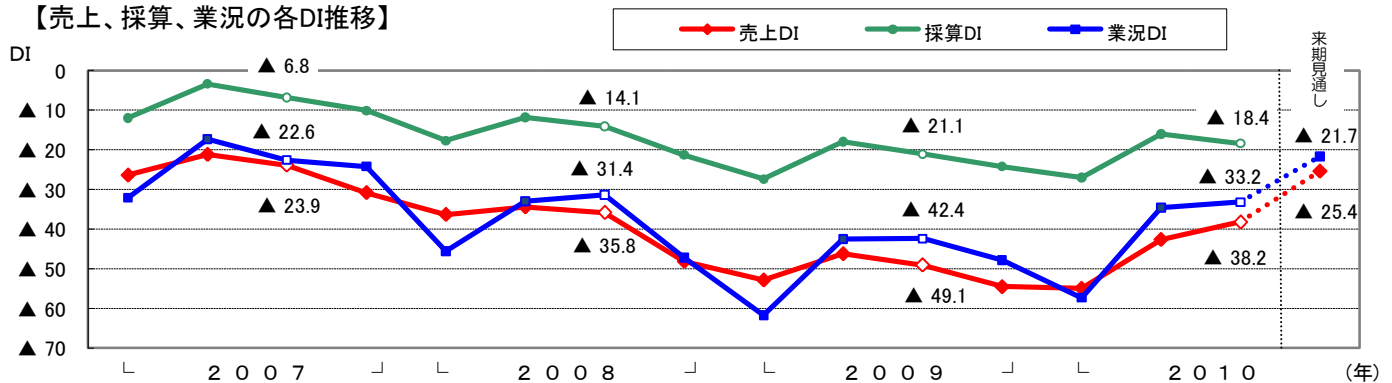
生活衛生関係営業の景気動向等調査結果（2010年7～9月期）
－飲食業、美容業、理容業、クリーニング業、ホテル・旅館業などの動向－

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7～9月期）の売上、採算、業況の各DIは、▲38.2（前期比4.4ポイント上昇）、▲18.4（同2.4ポイント低下）、▲33.2（同1.4ポイント上昇）となり、採算を除く2項目で上昇しました。前年同期に対しては、売上DIは10.9ポイント、採算DIは2.7ポイント、業況DIは9.2ポイントそれぞれ上昇しました。売上DIは2期連続、採算DI、業況DIは3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7～9月期。

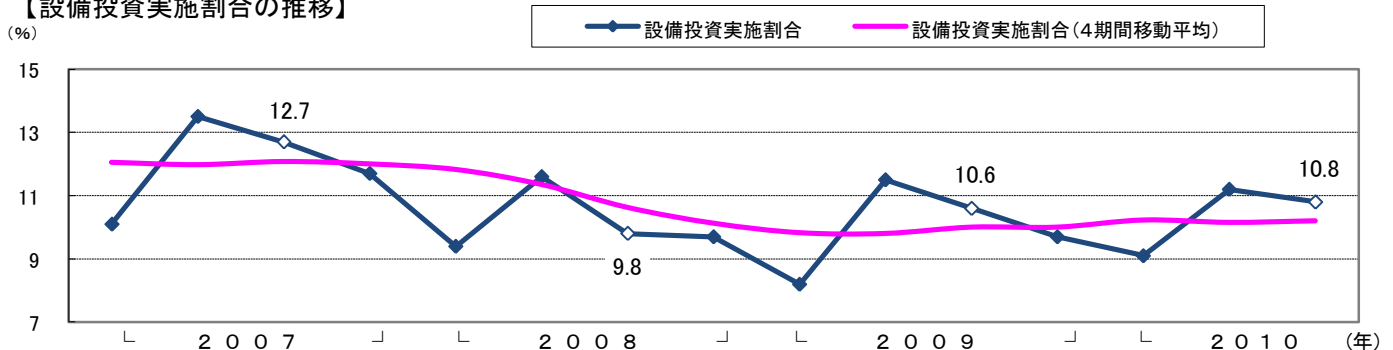
2 設備投資動向 ～依然として低い水準が続く生活衛生関係営業の設備投資～

今期（2010年7～9月期）に設備投資を行った企業の割合は、10.8%と前期（11.2%）に比べ0.4ポイント低下しましたが、前年同期比では0.2ポイント上昇しました。

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。

【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7～9月期。

調査時点 2010年9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7～9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7～9月期）の売上、採算、業況の各DIは、▲38.2（前期比4.4ポイント上昇）、▲18.4（同2.4ポイント低下）、▲33.2（同1.4ポイント上昇）となり、採算を除く2項目で上昇しました。前年同期に対しては、売上DIは10.9ポイント、採算DIは2.7ポイント、業況DIは9.2ポイントそれぞれ上昇しました。売上DIは2期連続、採算DI、業況DIは3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

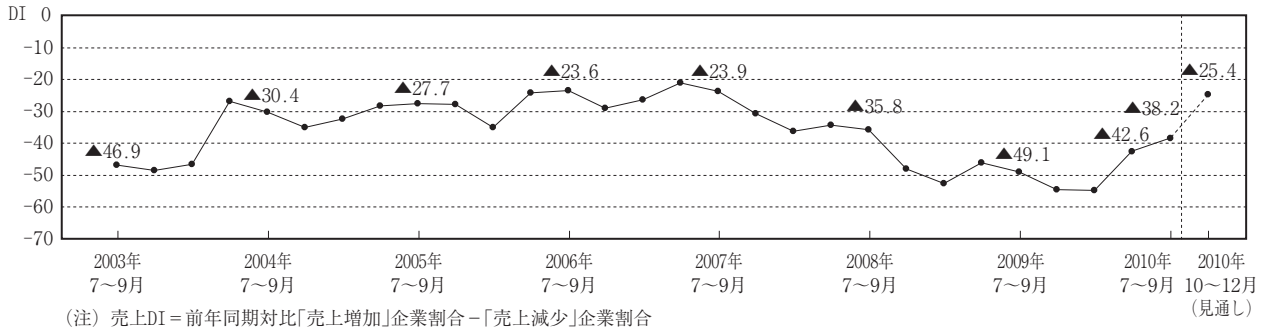
調査時点	2010年9月上旬			
調査方法	個別訪問面接			
調査対象 (調査対象数)	生活衛生関係営業3,220企業			
	飲食業	1,597企業	映画館	59企業
	食肉・食鳥肉販売業	153企業	ホテル・旅館業	206企業
	氷雪販売業	59企業	公衆浴場業	122企業
	理容業	352企業	クリーニング業	250企業
	美容業	422企業		

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4.4ポイント上昇して▲38.2となり、前年同期に対しては10.9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りました。
- 来期の見通しは、▲25.4となり、12.8ポイントの上昇を見込んでいます。

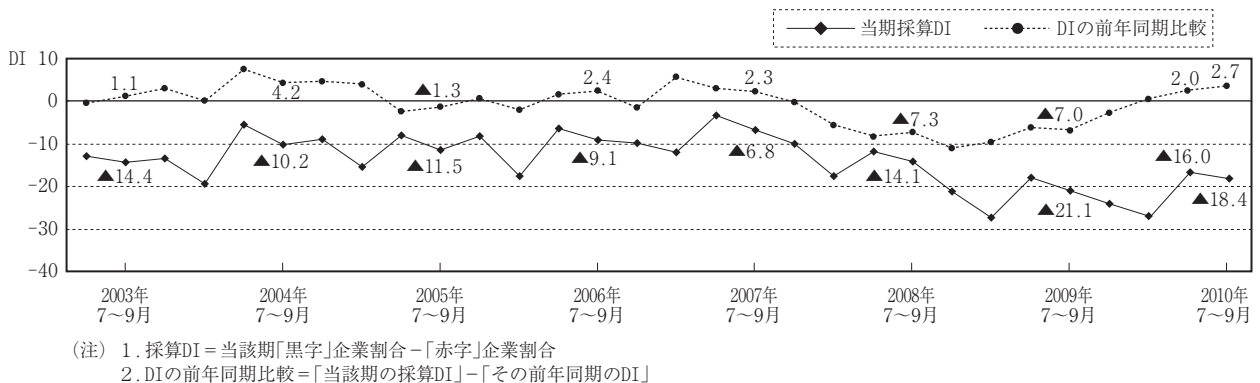
図1-1 売上DIの推移（全業種計）



・採算

- 採算DIは、前期から2.4ポイント低下して▲18.4となり、前年同期に対しては2.7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。

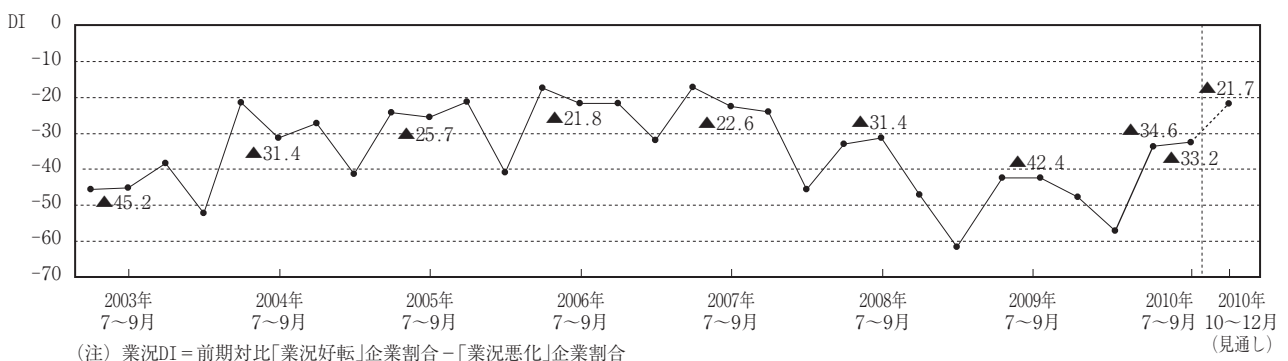
図1-2 採算DI及びDIの前年同期比較の推移（全業種計）



・業況

- 業況DIは、前期から1.4ポイント上昇して▲33.2となり、前年同期に対しては9.2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、▲21.7となり、11.5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「食肉・食鳥肉販売業」「公衆浴場業」「クリーニング業」を除く6業種で上昇しました。特に「冰雪販売業」では猛暑による需要増加により前期から110.1ポイント上昇して52.5となり、比較可能な1997年4～6月期以降で最高の水準となりました。また、「映画館」は前期から24.4ポイント上昇して12.1となり、16期ぶりにDIがプラスに転じています。

4期間移動平均でみると、「クリーニング業」を除く8業種で上昇しています。

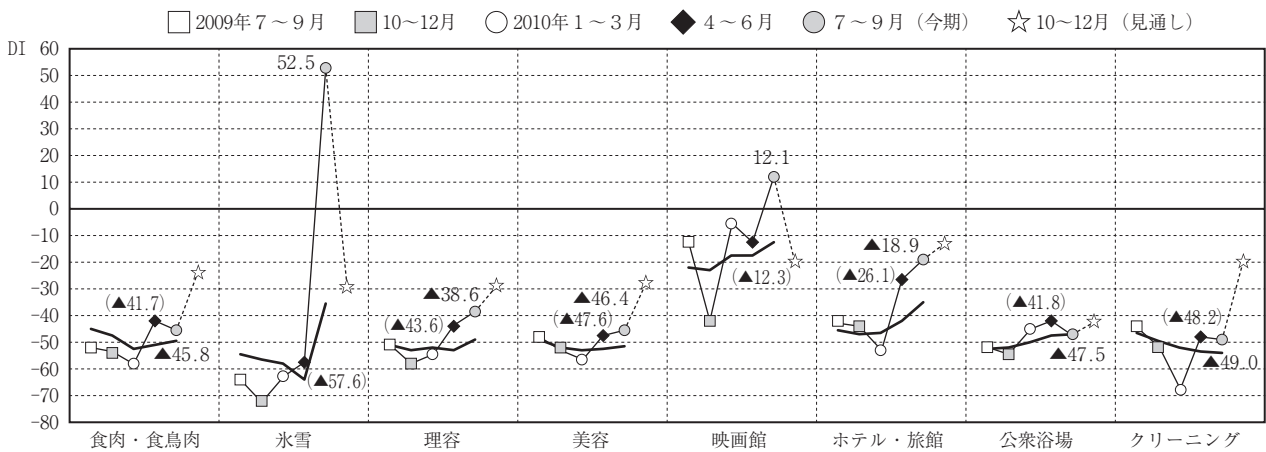
来期の見通しは、「冰雪販売業」「映画館」を除く7業種で上昇を見込んでいます。

- 飲食業の業種別では、前期に比べ「すし店」「社交業」を除く5業種で上昇しました。

4期間移動平均でみると、「社交業」の低下を除く6業種で上昇しています。

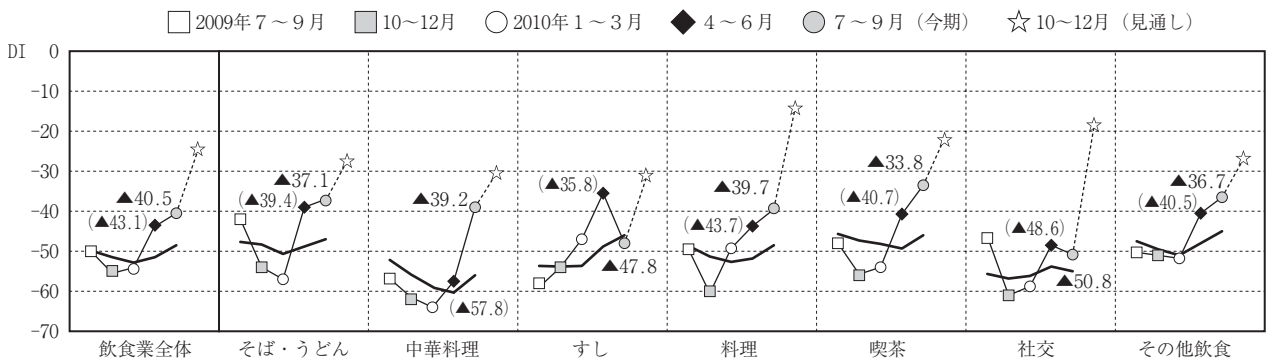
来期の見通しは、全業種で上昇を見込んでいます。

図2-1 業種別売上DIの推移（飲食業を除く）



(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）

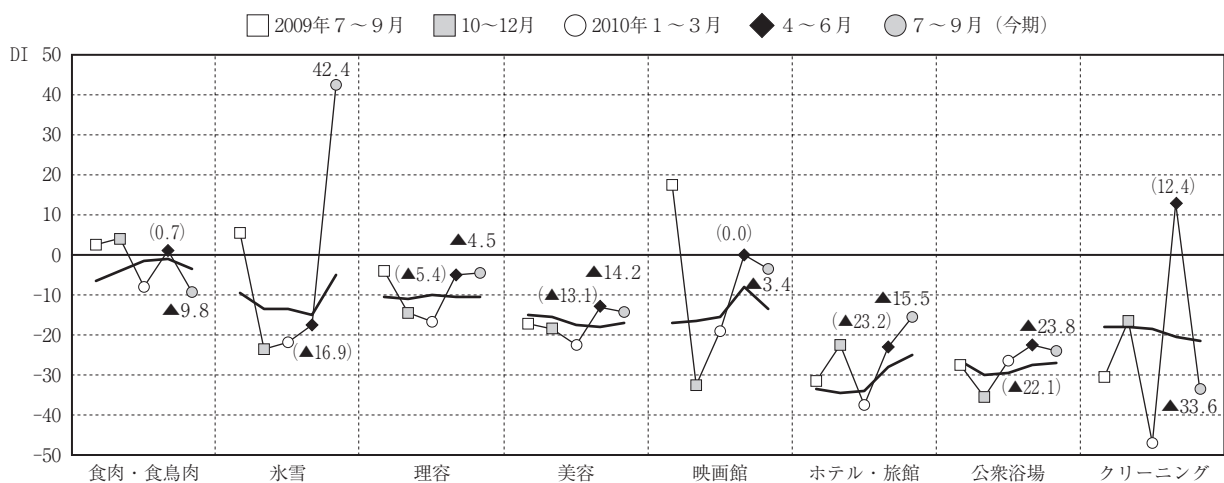
- 採算DIは、前期に比べ「氷雪販売業」「理容業」「ホテル・旅館業」「飲食業」を除く5業種で低下しました。「氷雪販売業」は前期から59.3ポイント上昇して42.4となり、前年同期に対しては37.3ポイント上回りました。

4期間移動平均でみると、「食肉・食鳥肉販売業」「映画館」「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、「すし店」「料理店」で低下、「その他飲食店」で横ばいとなった一方、他の4業種は上昇しました。

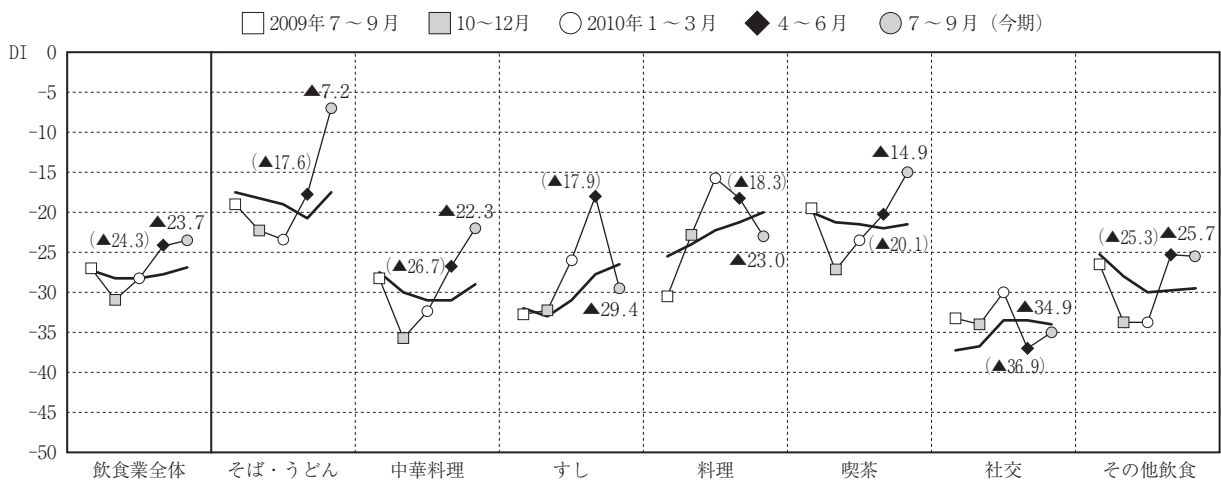
4期間移動平均でみると、「社交業」「その他飲食店」の横ばいを除く5業種で上昇しています。

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「美容業」「クリーニング業」を除く7業種で上昇しました。特に「冰雪販売業」では前期から89.8ポイント上昇の67.8となり、1997年4～6月期以降で最高の水準となりました。

4期間移動平均でみると、「公衆浴場業」で低下、「食肉・食鳥肉販売業」「映画館」で横ばいの一方、他の6業種は上昇しました。

来期の見通しは、「食肉・食鳥肉販売業」「美容業」「クリーニング業」「飲食業」を除く5業種で低下を見込んでいます。今期、猛暑の影響もあり大幅に上昇した「冰雪販売業」は110.2ポイントの低下、季節変動の大きい「クリーニング業」は70.8ポイントの上昇を見込んでいます。

- 飲食業の業種別では、前期に比べ「料理店」を除く6業種で上昇しました。

4期間移動平均でみると、全業種で上昇しています。

来期の見通しは、「そば・うどん店」を除く6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）

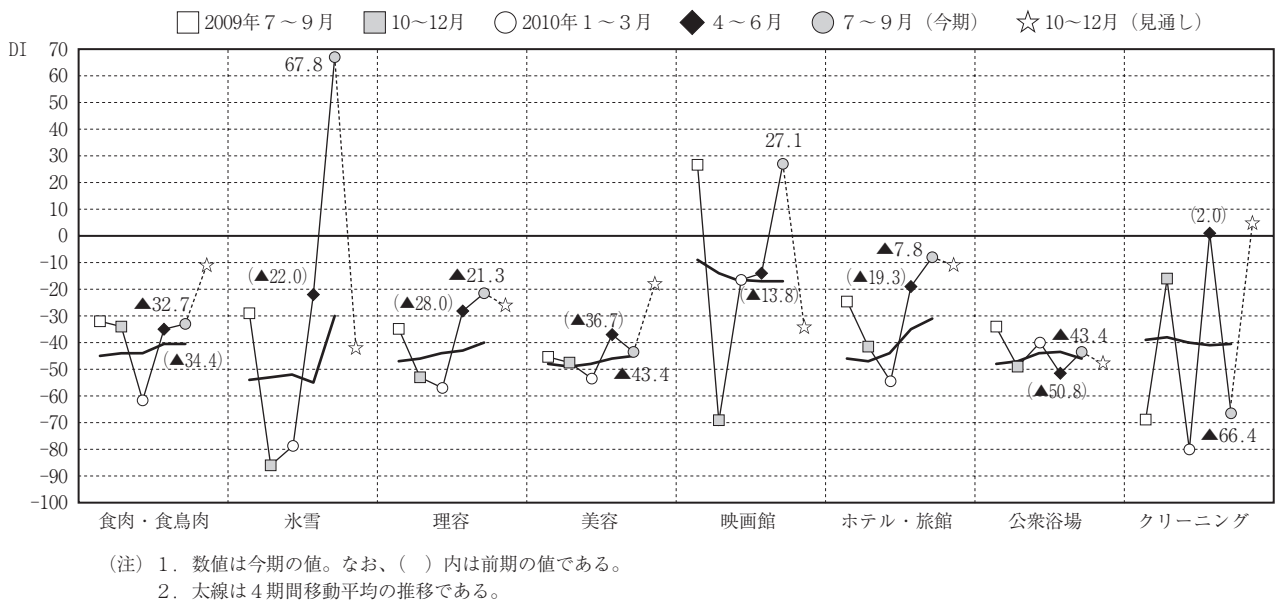
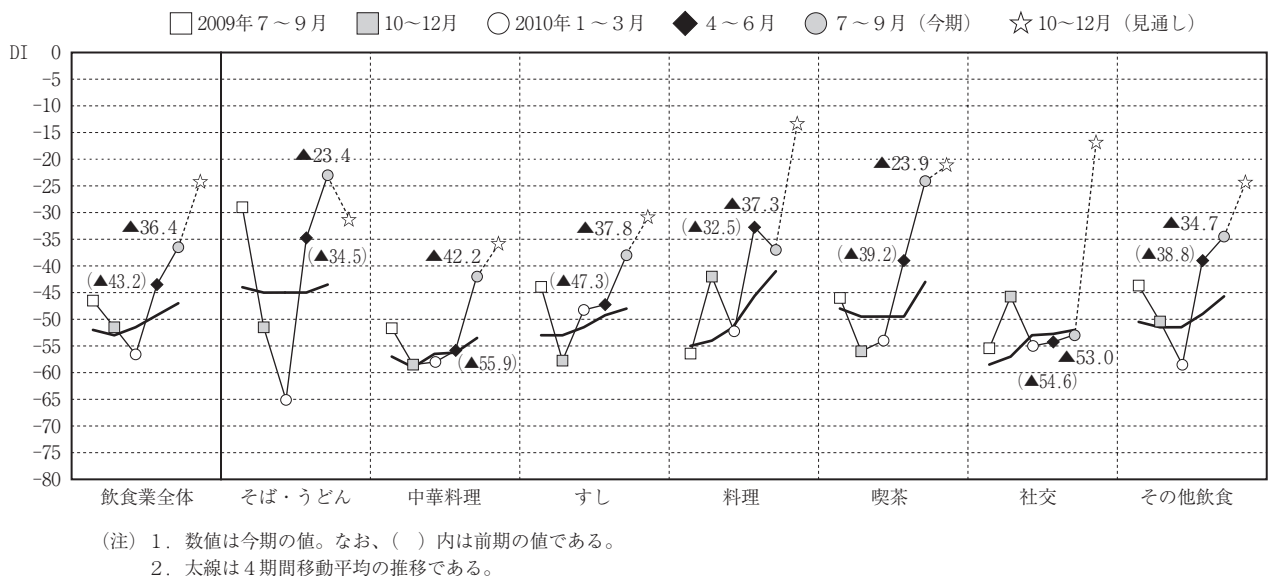
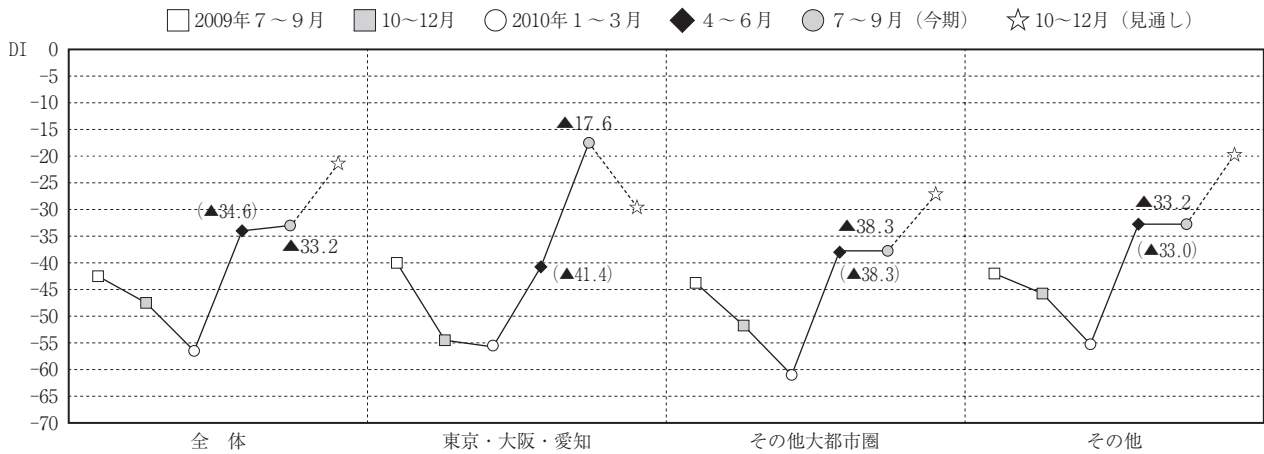


図4-2 飲食業業況DIの推移



- 地域別（都市区分別）の業況DIは、前期大幅に上昇した「その他大都市圏」「その他」が横ばいとなった一方、「東京・大阪・愛知」は大幅に上昇しています。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、今期大幅に上昇した「東京・大阪・愛知」で低下、「その他大都市圏」「その他」で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5.4ポイント上昇して▲42.3となり、前年同期に対しては10.7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、前期に比べ「美容業」「公衆浴場業」を除く7業種で上昇しました。特に「冰雪販売業」では前期から79.6ポイント上昇の28.8となり、1997年4～6月期以降で最高水準となりました。「冰雪販売業」のDIがプラスとなったのは24期ぶりです。

4期間移動平均でみると、「クリーニング業」の横ばいを除き、他の8業種は上昇しました。

- 飲食業の業種別では、前期に比べ「すし店」「料理店」の低下、「社交業」の横ばいを除く4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」「社交業」で横ばいとなった一方、他の4業種では上昇しています。

図5-1 利用客数DIの推移（全業種計）

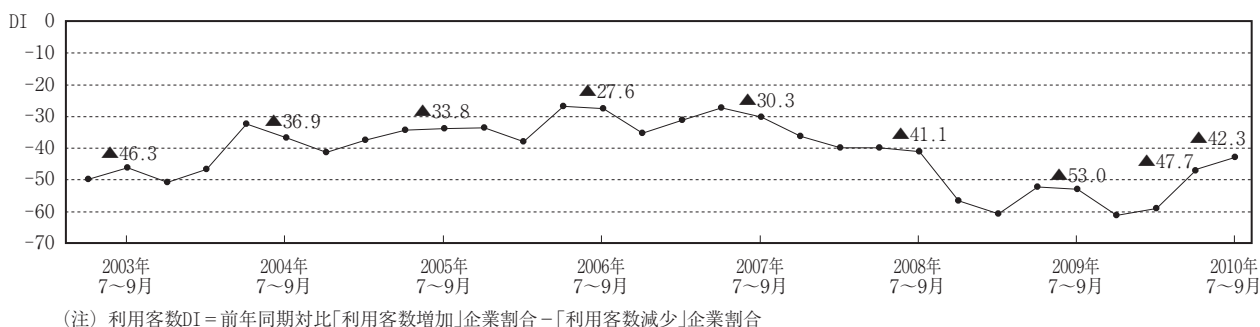


図5-2 業種別利用客数DIの推移（飲食業を除く）

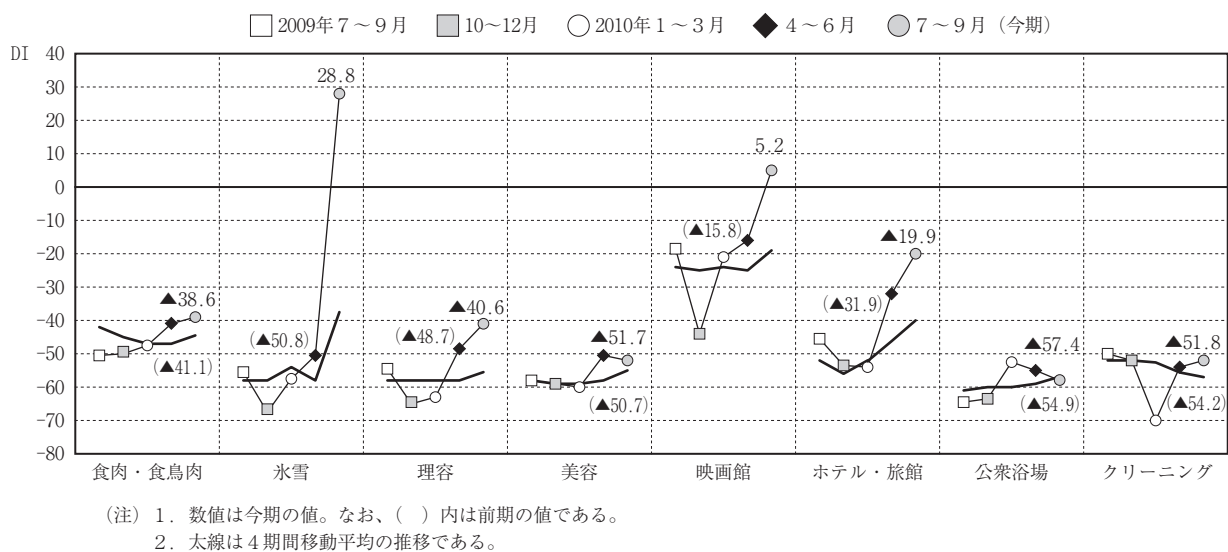
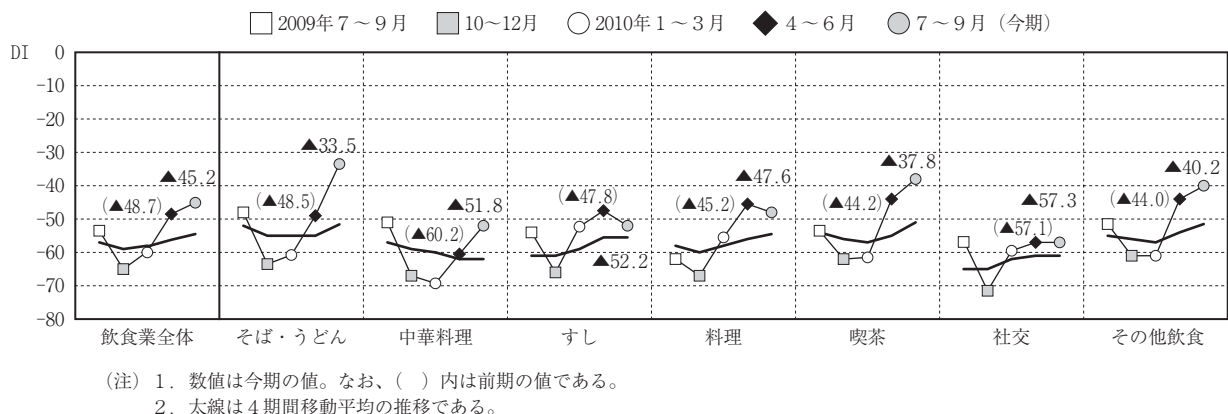


図5-3 飲食業利用客数DIの推移



5. 客単価

- 客単価DIは、前期から27ポイント上昇して▲33.6となり、前年同期に対しては4.0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。

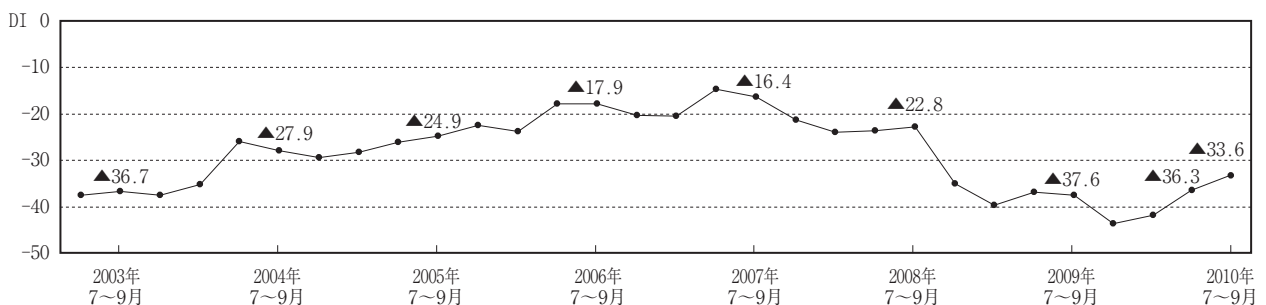
業種別では、「美容業」「ホテル・旅館業」が低下した一方、他の7業種で上昇しました。特に「映画館」では1997年4～6月期以降で最高水準となり、2期連続で過去最高の水準を更新しました。

4期間移動平均でみると、「公衆浴場業」で低下、「美容業」「クリーニング業」は横ばいとなりました。他の6業種は上昇しています。

- 飲食業の業種別では、「すし店」「料理店」「社交業」で低下した一方、他の4業種では上昇しました。

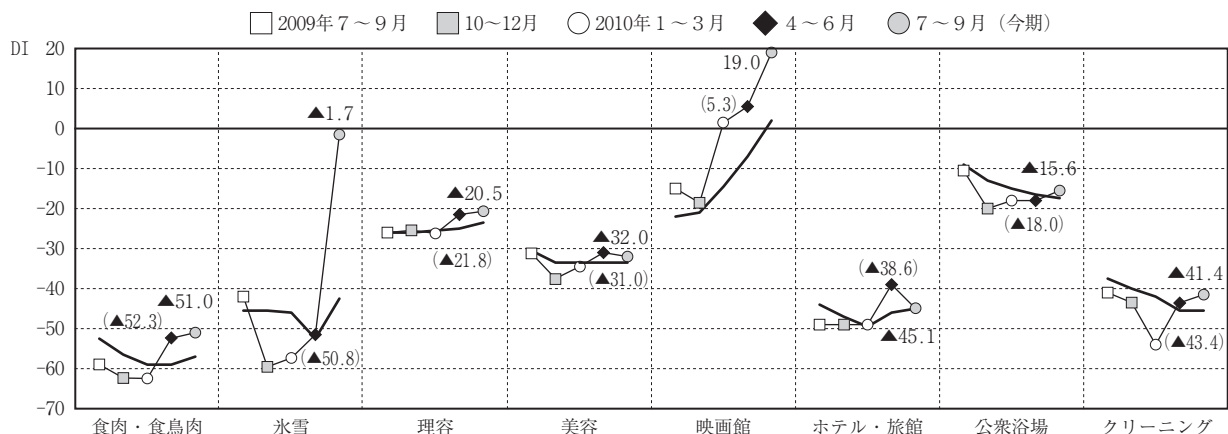
4期間移動平均でみると、「そば・うどん店」「料理店」「社交業」で低下、「中華料理店」で横ばいとなった一方、他の3業種では上昇しました。

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

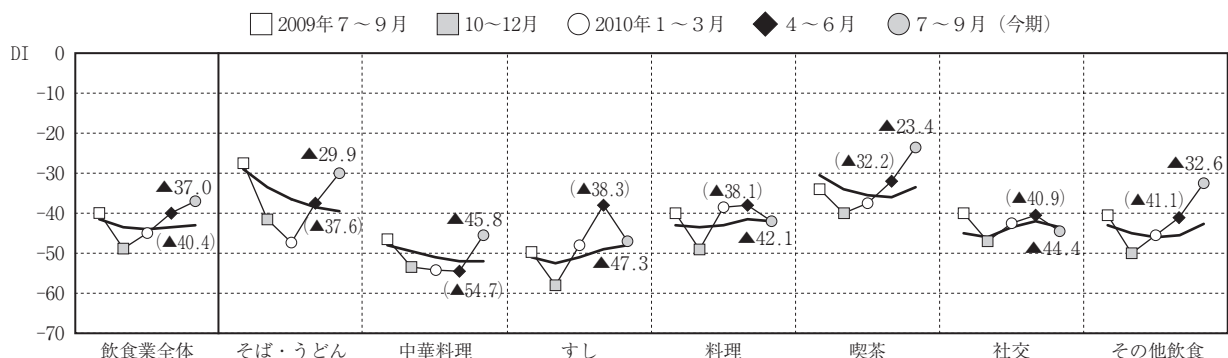
図6-2 業種別客単価DIの推移（飲食業を除く）



(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7～9月期）に設備投資を行った企業の割合は、10.8%と前期（11.2%）に比べ0.4ポイント低下しましたが、前年同期比では0.2ポイント上昇しました。

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。

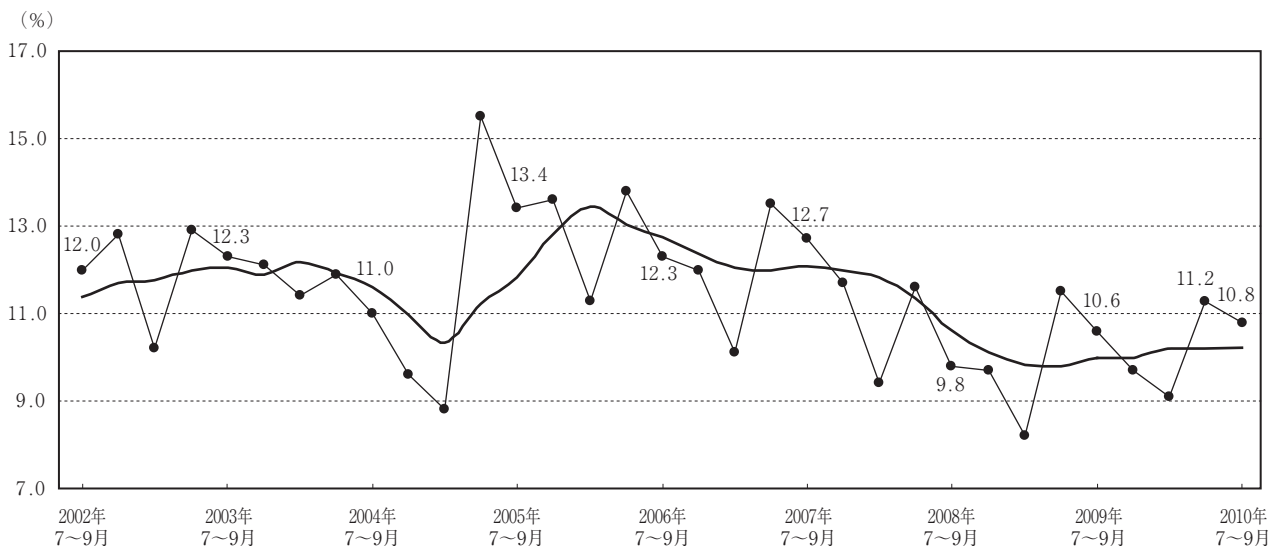
1. 設備投資の実施状況

(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、10.8%と前期に比べ0.4ポイント低下していますが、前年同期比では0.2ポイント上昇しました。

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、「映画館」30.5%、「ホテル・旅館業」26.7%、「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、「理容業」「美容業」「飲食業」を除く6業種でした。特に「映画館」は1997年4～6月期以降で最高水準となり、2期連続で過去最高の水準を更新しました。
- 飲食業の業種別に実施割合が高い順にみると、「その他飲食店」10.7%、「そば・うどん店」10.2%、「中華料理店」9.6%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」「その他飲食店」の2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）

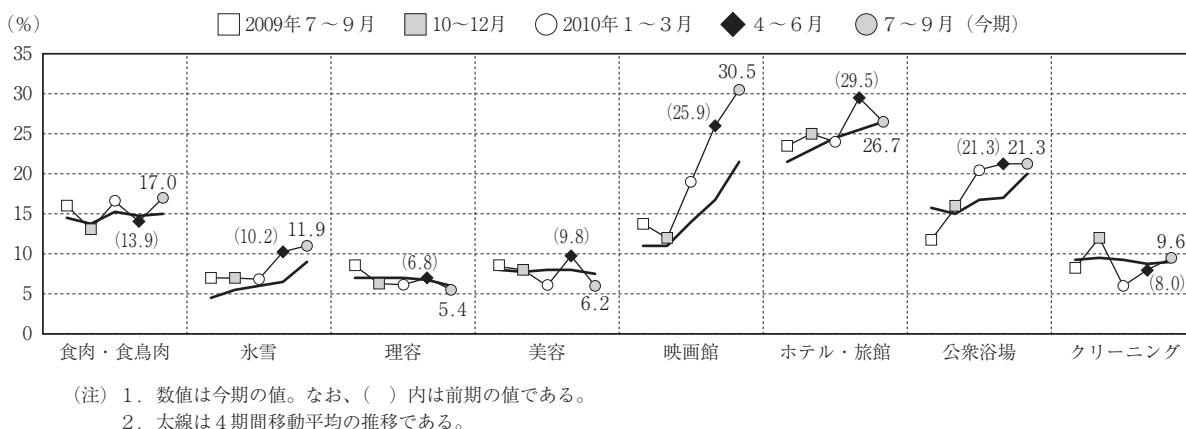
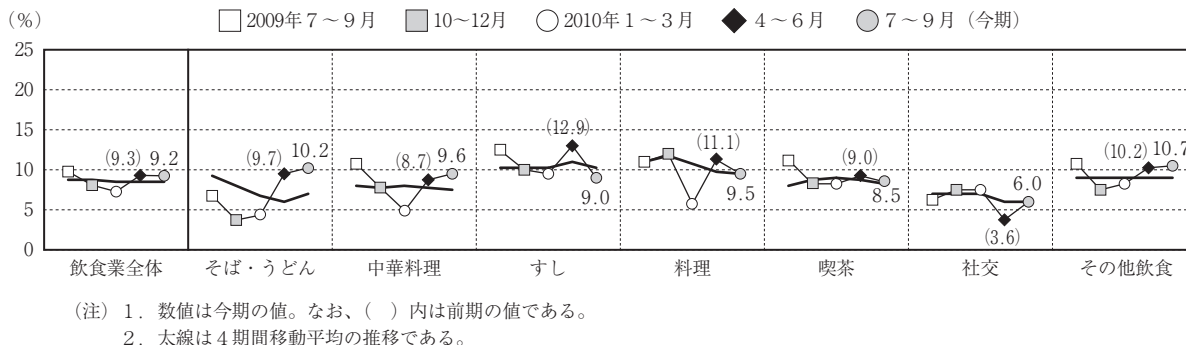


図7-3 飲食業設備投資実施割合の推移



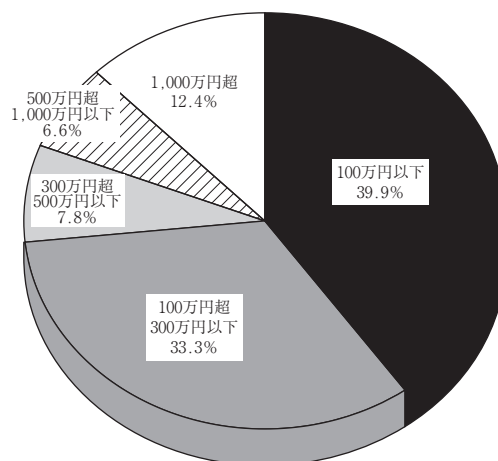
(2) 設備投資金額

設備投資を行った企業の投資金額をみると、「100万円以下」39.9%（前年同期40.1%）、「100万円超～300万円以下」33.3%（同31.0%）、「300万円超～500万円以下」7.8%（同8.2%）となっており、500万円以下の小口投資が81.0%（同79.3%）を占めました。

一方、「500万円超～1,000万円以下」6.6%（同9.4%）、「1,000万円超」12.4%（同11.3%）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

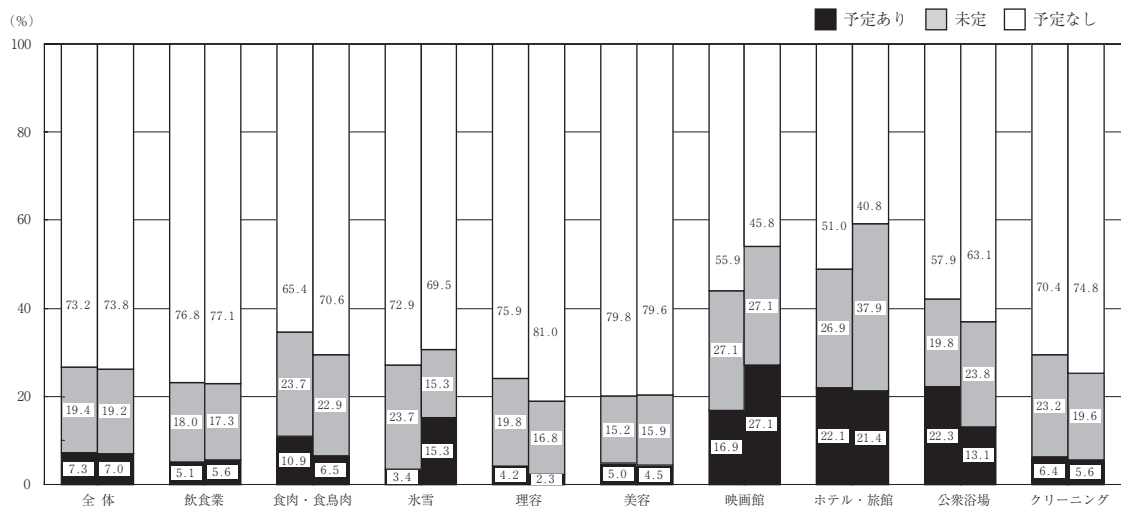


2. 来期以降1年間の設備投資計画

(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」7.0%（前年同期7.3%）、「未定」19.2%（同19.4%）、「予定なし」73.8%（同73.2%）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、「映画館」27.1%（前年同期16.9%）、「ホテル・旅館業」21.4%（同22.1%）、「氷雪販売業」15.3%（同3.4%）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）

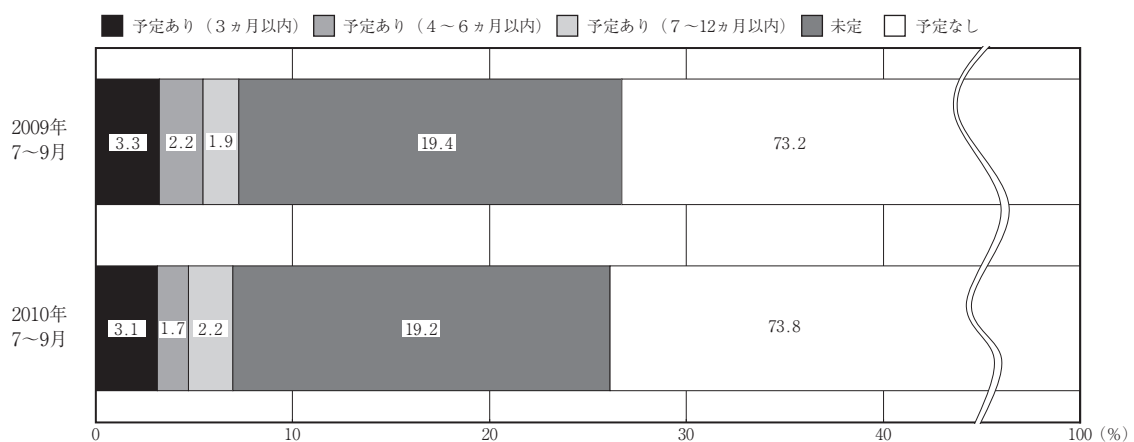


左側が2009年7～9月、右側が2010年7～9月（今期）

(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」3.1%（前年同期3.3%）、「4～6ヵ月以内」1.7%（同2.2%）、「7～12ヵ月以内」2.2%（同1.9%）となっています。

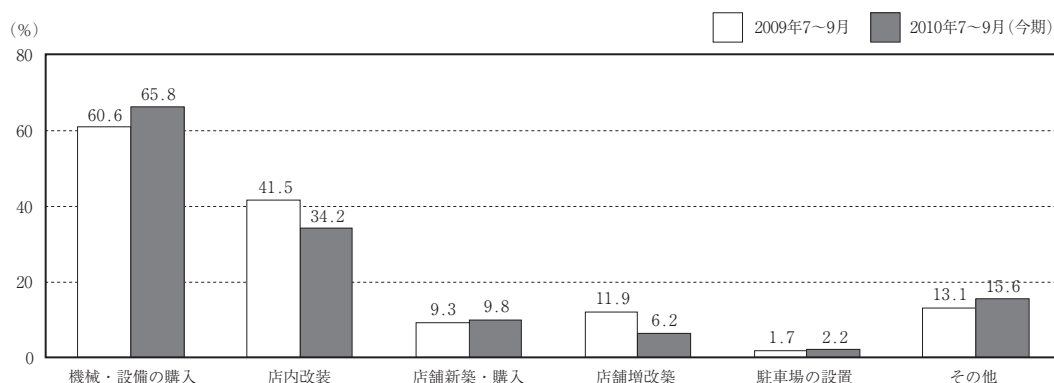
図8-2 設備投資計画の実施予定時期



(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」65.8%（前年同期60.6%）、「店内改装」34.2%（同41.5%）、「店舗新築・購入」9.8%（同9.3%）、「店舗増改築」6.2%（同11.9%）の順となっています。

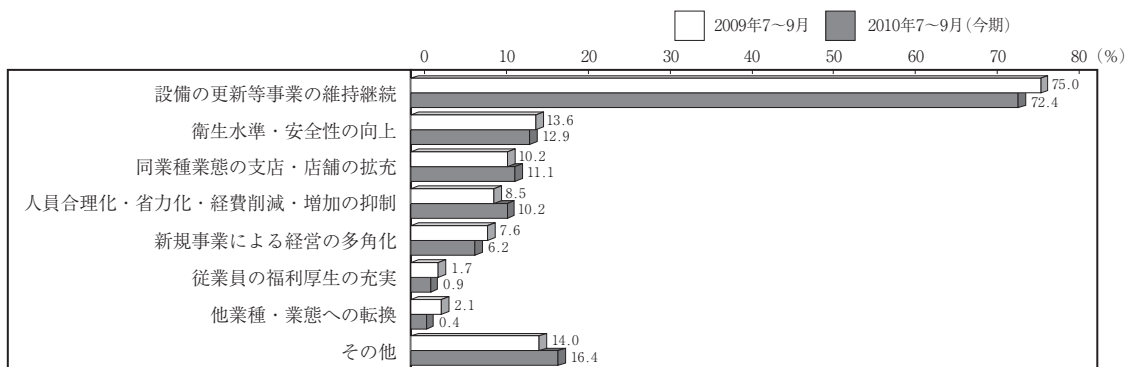
図8-3 設備投資計画の内容（複数回答）



(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」72.4%（前年同期75.0%）、「衛生水準・安全性の向上」12.9%（同13.6%）、「同業種業態の支店・店舗の拡充」11.1%（同10.2%）、「人員合理化・省力化・経費削減・増加の抑制」10.2%（同8.5%）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）

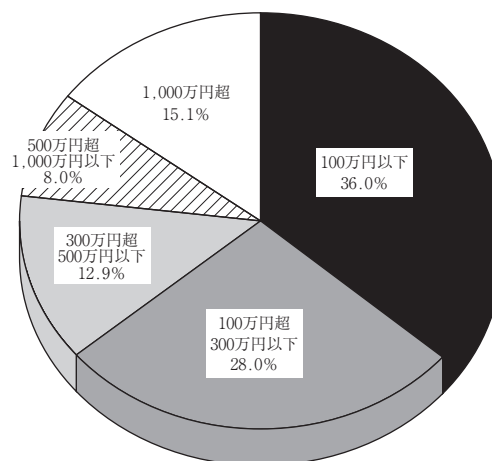


(5) 設備投資予定金額

設備投資予定金額では、「100万円以下」36.0%（前年同期32.2%）、「100万円超～300万円以下」28.0%（同30.5%）、「300万円超～500万円以下」12.9%（同12.3%）となっています。500万円以下の小口投資は、全体の76.9%（同75.0%）を占めています。

「100万円以下」は前年同期より3.8ポイント上昇し、必要最少限の設備投資を予定していることがうかがえます。

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」66.6%（前期68.3%）、「客単価の低下」38.1%（同38.2%）、「仕入価格・人件費等の上昇を価格に転嫁困難」20.0%（同19.1%）、「店舗施設の狭隘・老朽化」20.0%（同18.8%）となっています。
 - 飲食業の7業種を含む15業種の全てが「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」79.5%（前期81.1%）、「社交業」76.7%（同75.1%）、「理容業」72.7%（同75.1%）、「クリーニング業」71.6%（同73.3%）、「すし店」71.6%（同70.6%）、「美容業」69.4%（同67.9%）、「中華料理店」66.3%（同70.8%）、「その他飲食店」64.1%（同66.7%）、「そば・うどん店」62.9%（同64.2%）、「料理店」61.1%（同63.5%）、「ホテル・旅館業」58.7%（同62.3%）、「映画館」57.6%（同63.8%）、「喫茶店」55.7%（同68.3%）、「食肉・食鳥肉販売業」54.9%（同45.0%）、「氷雪販売業」52.5%（同61.0%）となっています。
- 「客単価の低下」をみると、高い順に「食肉・食鳥肉販売業」54.2%（同49.7%）、「ホテル・旅館業」53.4%（同45.9%）、「クリーニング業」51.2%（同55.8%）となっています。

表 経営上の問題点（業種別、2010年7～9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	66.6	38.1	20.0	20.0	9.0	7.6	3.3	4.7	7.7
飲食業合計	65.8	37.6	23.3	17.8	8.5	8.5	3.9	3.9	8.3
そば・うどん店	62.9	29.3	28.1	17.4	6.6	7.2	4.2	5.4	10.2
中華料理店	66.3	41.0	27.7	14.5	12.0	6.0	3.0	1.8	7.2
すし店	71.6	45.8	16.9	19.4	9.5	4.0	3.0	2.5	8.5
料理店	61.1	34.1	34.9	22.2	6.3	6.3	7.9	3.2	6.3
喫茶店	55.7	29.4	30.3	26.9	13.4	3.0	4.5	7.5	7.0
社交業	76.7	43.0	11.2	11.2	4.4	18.9	5.6	3.6	6.8
その他飲食店	64.1	37.6	23.0	16.8	8.2	9.2	2.3	3.5	9.9
食肉・食鳥肉販売業	54.9	54.2	21.6	19.0	7.2	4.6	1.3	5.9	9.2
氷雪販売業	52.5	30.5	13.6	20.3	20.3	3.4	3.4	3.4	15.3
理容業	72.7	36.4	13.4	17.0	9.4	8.5	2.0	6.0	7.7
美容業	69.4	33.6	16.8	13.7	10.7	10.4	3.8	6.9	9.0
映画館	57.6	0.0	23.7	52.5	1.7	15.3	3.4	16.9	3.4
ホテル・旅館業	58.7	53.4	18.4	34.0	6.3	3.4	3.9	2.9	2.4
公衆浴場業	79.5	13.1	8.2	47.5	18.9	2.5	2.5	3.3	4.1
クリーニング業	71.6	51.2	20.0	16.4	6.8	2.4	2.0	3.2	6.0

(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	大阪府	連日続いた猛暑によって、ドリンク類の売上が大幅に増えて業況が好転した。
	喫茶店	鹿児島県	今夏は例年になく猛暑だったため、一休みのために来店されるお客様が多く、特にアイスコーヒーや氷の白熊などの冷たい商品が例年以上に売れたため、業況は好転した。
	社交業	福井県	7月から8月にかけて好天に恵まれ、猛暑の日も多く、ビールをはじめとした飲料が好調。家飲みが増えているなか、この暑さで業況は好転。
	その他飲食店	福岡県	集客を図るため、イベント会社と提携して低料金で飲食できる割引付きの「グルメカード」を販売するキャンペーンを実施した結果、売上と固定客の増加に繋がった。
	食鳥肉販売業	兵庫県	お盆商戦はDM等で積極的にPR活動を展開した。また地域のイベントに多数参加したことにより、地域との連携が深まり新規顧客の開拓に結び付き売上増加となった。
	氷雪販売業	神奈川県	業界の繁忙期であることに加えて、この夏は例年になく好天に恵まれたため前期に比べ業況は好転した。
	公衆浴場業	千葉県	夏休みで家族連れが多かった。また、海水浴やプール帰りの飛び込み客も多く来店し、業況は好転した。
不変	すし店	福岡県	景気は依然として回復せず、顧客の節約志向も続いており、出前等の売上は減少している。対策としてポイントカードの発行やコース料理の充実、サービスの向上等で集客を図り、何とか売上を維持している。
	喫茶店	広島県	夏場であり氷やアイスコーヒー等の売上増加を期待していたが、あまりの暑さで客足が伸びなかった。
	食肉販売業	群馬県	異常なまでの暑さのなか、生鮮品の保管に苦慮し光熱費の負担が大きく、客数・客単価とも減少傾向にあったが、お盆期間のバーベキュー用の食肉消費もあり、前期と同水準の売上を維持できた。
	理容業	宮城県	例年より長く、暑い夏だったが、当店では冷やしシャンプーなどもメニューに取り入れ、暑さ対策をした。暑さのためか、お客様の来店サイクルが少し短くなった一方、高齢のお客様は歩くのも大変な様子で来店する方は少なかった。
	美容業	岩手県	今年は記録的な猛暑が続き、カットのみのお客様が多く、客単価はいまひとつであったが、利用客数は増加。売上は確保できた。
	公衆浴場業	山梨県	今期は猛暑の影響を受け、現状維持が精一杯であった。
	クリーニング業	東京都	業界的には閑散期であるが、当店は外交7割で、そのうち5割が企業であり、あまり変動はない。

悪化	そば・うどん店	愛知県	オフィスビルの空室が目立ち、昼間人口が減少している。業況は悪化している。
	料理店	徳島県	消費者の節約志向はますます高まっているように思われる。最近では家族連れが目に見えて減少している。会社関係の特注弁当の注文も積極的に受けるよう努めているが、単価が下落しており収益にはあまり寄与せず厳しい状況が続いている。
	食肉販売業	山形県	猛暑の影響で牛肉や豚肉の消費（主に家庭用）が大幅に落ち込んでいる。消費者が外食や弁当にシフトしたと考えられる。
	理容業	大分県	今までは固定客に支えられてきたが、景気低迷により、固定客も一人二人と低料金の店へ流れるようになり、危機感を感じている。
	美容業	宮城県	景気低迷の影響と予想以上の暑さで、長年通ってくださる高齢のお客様の来店間隔がかなり伸びた感じ。新メニューやキャンペーンで対策を講じているものの戻りは少ない。
	ホテル・旅館業	愛知県	一人でも多くの宿泊客をとり入れるべく各種プランを安く提供しているが、宿泊客の減少に歯止めがかからない。稼働率を上げるために価格を下げてでも、一人でも多く宿泊客をとり入れたい。しかし、そうすると売上が減少するという悪循環を繰り返しているのが現状である。業況は非常に悪い。
	クリーニング業	北海道	今期は季節要因もあり夏物衣料主体で単価が低く、また暑さも加わり家庭で処理するケースが増えたため持ち込み点数が減少。売上は前期比で大幅減少となった。

【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	すし店	新潟県	一年前に始めた宅配部門が軌道に乗ってきており、更に充実させたい。また、インターネットへの掲載により売上アップを期待している。
	料理店	宮崎県	口蹄疫も終息したので、来期は業況も回復すると思う。売上は前期比で105%を見込んでいるが、クリアできる数字だと思っている。
	喫茶店	岡山県	ホームページをリニューアルし、地域でのイベントにも参加して宣伝に努めている。来期はその効果を期待している。
	その他飲食店	奈良県	女性グループのランチタイム、ティータイム客が中心なので、夏休みシーズンの来店は減少する。2学期が始まるとお客が戻り、行楽シーズンになればミニコミ誌を見た新規客の来店なども期待できる。
	食肉販売業	茨城県	年末に向けて客単価が上がり、お歳暮等のギフトやクリスマスで売上の増加が予想される。特に寒い日には、鍋物商材が良く売れる。
	美容業	徳島県	行楽やブライダル等、おしゃれに気を遣う季節に向かうので、暑い時期に外出を控えた反動でお客様のパーマ、カラートリートメントに期待ができる。
	ホテル・旅館業	鹿児島県	宮崎県で発生した口蹄疫のため、南九州巡りの観光客が激減し苦しかったが、終息宣言により6月、7月から延期された修学旅行の復活もあり、秋の観光シーズンは回復が見込めると期待している。

不変	そば・うどん店	埼玉県	季節感を取り入れたメニュー作りに力を入れているが、この異常気象の影響により、安定した原材料の入手が困難で、商品価格に反映することも出来ず、非常に厳しい状況にある。何とか現状を維持することが精一杯である。
	すし店	大分県	依然として厳しい状況にあるが、観光客や忘年会等の予約が入ってきており、悪化はしないと予想している。
	料理店	岐阜県	円高や株安の影響で、消費が輸入品などの安いものに流れてしまうと、国産や地産地消にこだわって営業している店にとっては厳しい状況であり、現状維持が精一杯。
	喫茶店	広島県	メニューの見直しにより、若い年代のお客様も増えてきたので、引き続きチャレンジしていく。営業時間を長くしたので、来期は新しいお客様が来ていただけることを期待している。
	その他飲食店	山口県	様々な企画を実施しているが、なかなか売上には繋がらない。チェーン店の低価格には負けるので、サービスなどで努力し、売上の現状維持を図る。
	理容業	山形県	来店サイクルが伸びているが、販売促進の強化などに努めており、今のところは変化がないと思う。
	クリーニング業	広島県	クリーニング業にとって、来期は秋の衣替えの季節。例年なら売上等は好転するのだが、デフレや消費者のクリーニング離れに加速がかかりあまり良い状態になるとは思えない。
悪化	すし店	埼玉県	今夏の異常気象の影響で、暑さにより生ものが敬遠される傾向にあり、売上にも影響が出ている。また、ネタとなる魚介類もこの暑さで不漁続き。ネタの量・種類・価格の高騰に加え、満足できる材料が揃わないこともあり、先行きが不安である。
	料理店	北海道	仕入価格は前期に比べ低下しているが、消費者の節約志向が定着しており、価格の引き下げを行っても来店客数の増加にはつながっていない。来期に好転する見通しはない。
	食肉販売業	徳島県	夏期のギフト用品やバーベキュー用品の需要が無くなるので大幅に落ち込みそう。消費者の節約志向が続いており、高級肉の注文は目に見えて減少している。景気回復により財布の紐がゆるむことを期待したい。
	氷雪販売業	東京都	季節的要因による特需が一段落し、飲食業界の低迷も続いているので、厳しくなる見通し。
	映画館	群馬県	前期は夏休みもあり、興行収入は順調に推移した。秋口から年末にかけては例年閑散期になるため、興行収入は期待薄である。
	ホテル・旅館業	島根県	忘年会等に若干の期待がもてるが、連続テレビ小説「ゲゲゲの女房」の放送も終了し、業況悪化が見込まれる。
	公衆浴場業	三重県	燃料の価格が上昇しているため、このままだと燃料費がかさむ心配がある。