

# 生活衛生関係営業の設備投資動向調査

(生活衛生関係営業の景気動向等調査 平成22年1～3月期 特別調査)

## 概要

### 設備投資動向

#### 【設備投資実施割合】

平成21年の設備投資実施割合は24.2%と前年調査から3.3ポイント上昇した。

#### 【設備投資金額】

年間の設備投資金額が「100万円以下」が45.0%と前年調査から4.6ポイント上昇した。

#### 【設備投資目的】

「取替・更新」が64.7%と最も高く、以下「売上増加」25.6%、「合理化・省力化」16.9%、「環境保全」11.3%となった。

#### 【設備投資を実施しなかった理由】

設備投資を実施しなかった理由は、「現在の設備で十分対応できる」が51.6%と最も高く、以下「景気や業界動向等の見通しに不安・不透明感がある」20.6%、「収益が悪化している」8.4%となった。

### 運転資金

#### 【運転資金借入理由】

「赤字補填のため」23.9%、「借入の口数をまとめるため」16.6%、「売上の増加に対応するため」13.6%、「～を除く資金繰りに対応するため」38.1%となった。

#### 【運転資金需要時期】

「1～3月」が40.2%と最も高く、以下「10～12月」32.4%、「4～6月」13.8%、「7～9月」13.6%となった。

### デフレの実感

「デフレである」と実感している割合は83.4%となり、内訳は「かなりデフレである」38.8%、「ややデフレである」44.6%となった。

### 価格動向

1年前と比べた販売価格は「引下げた」割合が21.2%、「据え置いた」76.0%、「引上げた」2.7%となった。

#### <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  
TEL 03-3270-1653  
担当 宮原

## 【調査の実施要領】

調査時点 平成22年2月上旬  
調査方法 個別訪問面接  
調査対象 生活衛生関係営業3,220企業

### 業種構成

飲食業	1,592企業
食肉・食鳥肉販売業	157企業
冰雪販売業	59企業
理容業	353企業
美容業	421企業
映画館	58企業
ホテル・旅館業	208企業
公衆浴場業	122企業
クリーニング業	250企業

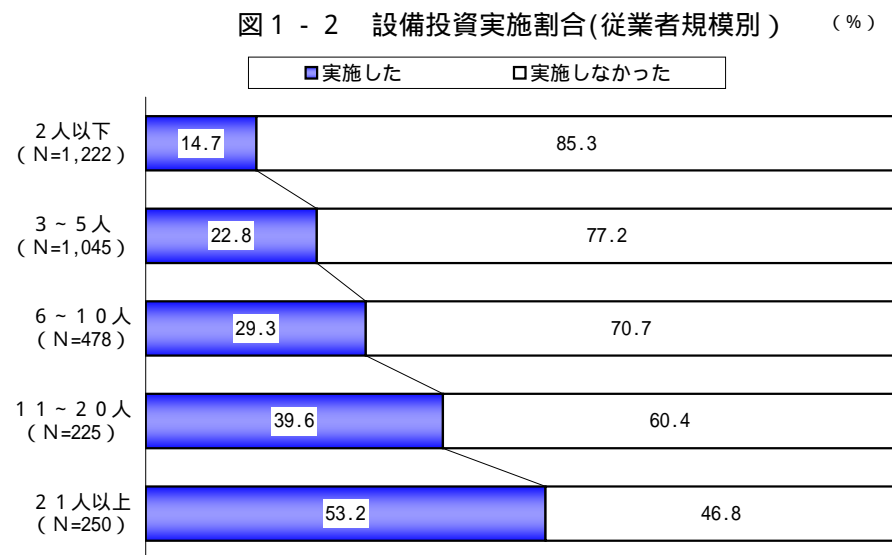
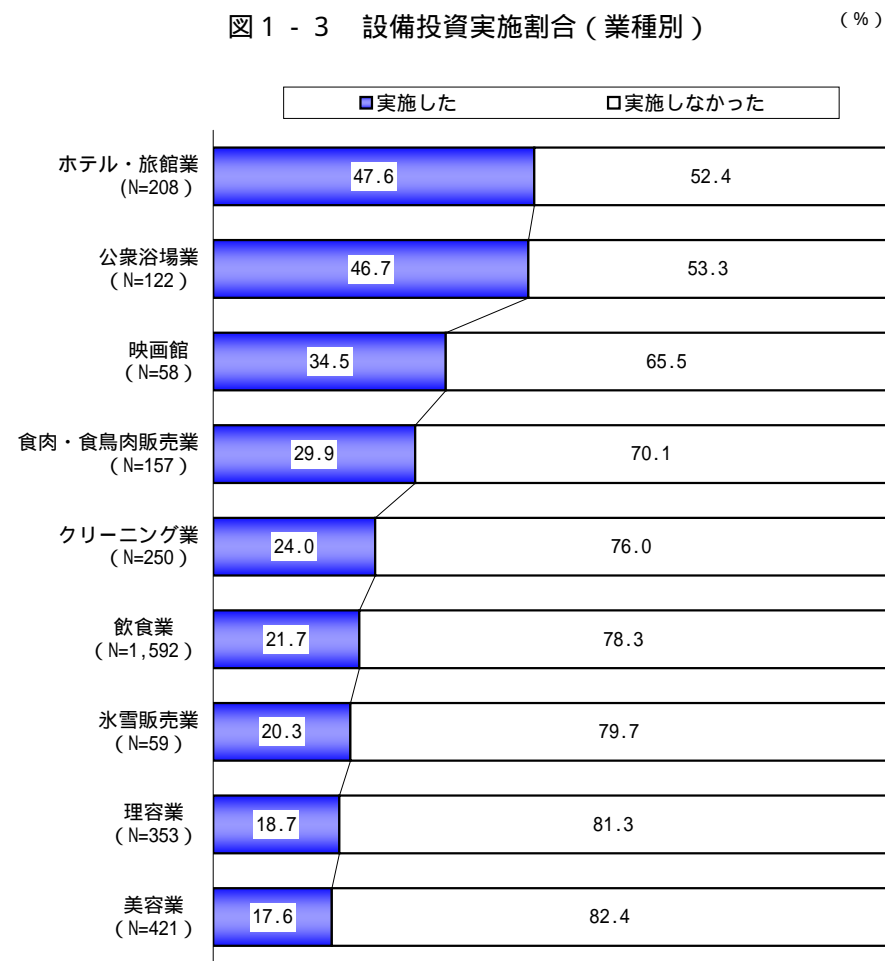
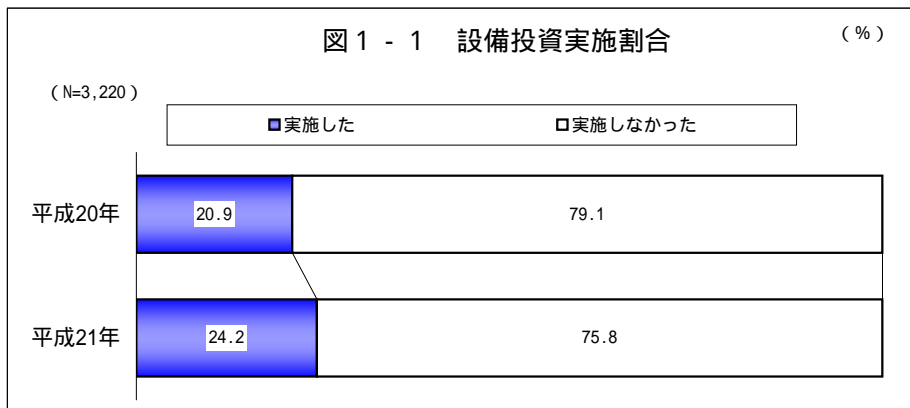
# 1 設備投資動向

## (1) 設備投資実施割合

平成21年に設備投資を実施した企業割合は24.2%となり、前年調査に比べ3.3ポイント上昇した(図1 - 1)。

従業者規模別にみると、規模が大きくなるほど設備投資を実施した割合が高くなっており、「21人以上の企業」では実施した割合が53.2%となっている(図1 - 2)。

業種別にみると、設備投資を実施した企業割合は「ホテル・旅館業」が47.6%と最も高く、以下「公衆浴場業」46.7%、「映画館」34.5%となっている(図1 - 3)。



## (2) 設備投資金額と資金調達先

設備投資金額は、「50万円以下」の企業割合が26.9%と最も高く、以下「100万円超300万円以下」26.8%、「50万円超100万円以下」18.1%となっている。前年調査と比べ「50万円以下」で5.2ポイント、「100万円以下」では4.6ポイント上昇しており、設備投資実施割合は増加した一方で、設備投資金額は小口投資が増加した(図1-4)。

業種別にみると、「50万円以下」の投資は「美容業」「理容業」では4割を超えている。一方、「1,000万円超」の投資は「映画館」65.0%、「ホテル・旅館業」22.2%となっている(表-1)。

設備投資金額のうち最も金額の多い資金調達先を尋ねたところ、「自己資金」が52.6%と最も高く、以下「日本政策金融公庫」21.8%、「地方銀行」8.5%、「信用金庫」5.4%となっている(図1-5)。

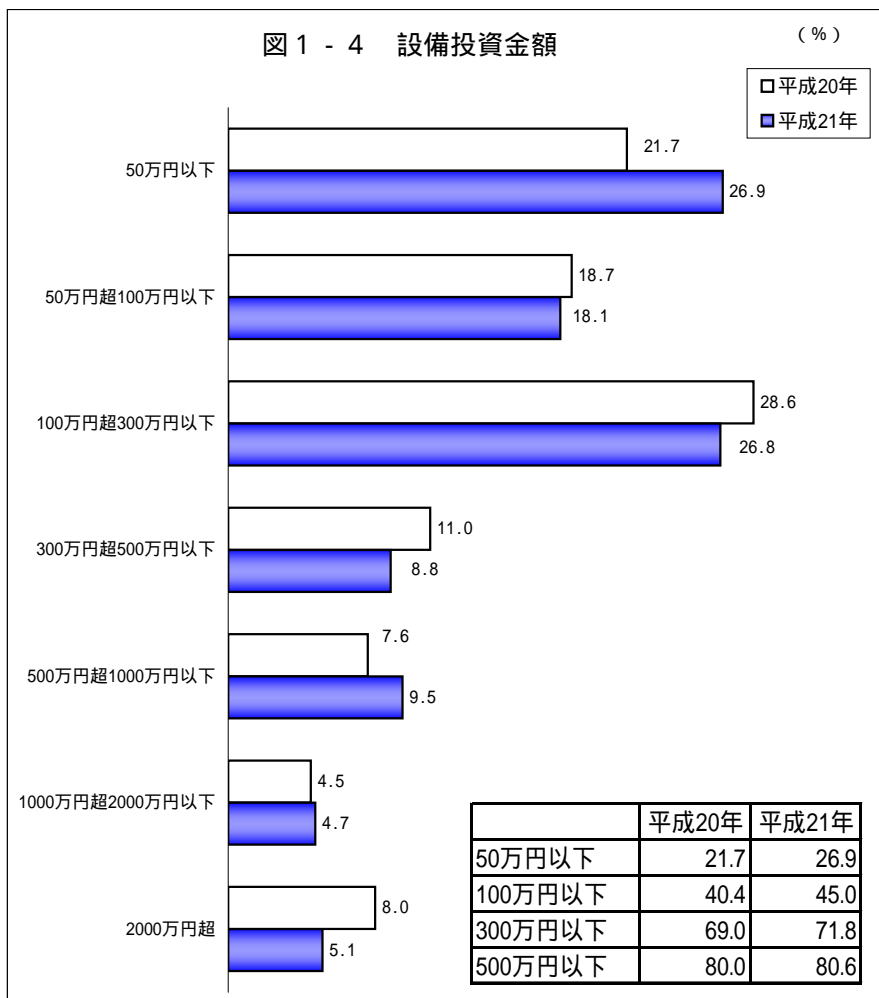
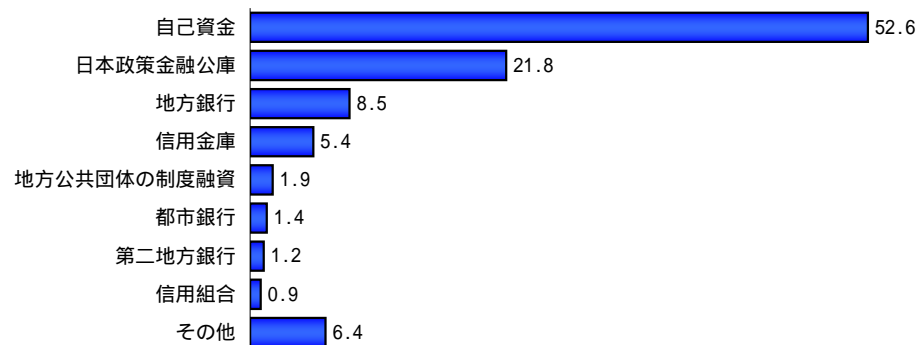


表-1 設備投資金額(業種別) (%)

	50万円以下	50万円超 100万円以下	100万円超 300万円以下	300万円超 500万円以下	500万円超 1000万円以下	1000万円超 2000万円以下	2000万円超
美容業 (N=74)	44.6	23.0	14.9	6.8	10.8	0.0	0.0
理容業 (N=66)	43.9	15.2	22.7	7.6	6.1	3.0	1.5
飲食業 (N=345)	29.0	17.7	28.1	9.3	8.7	2.9	4.3
公衆浴場業 (N=57)	26.3	33.3	22.8	10.5	5.3	0.0	1.8
冰雪販売業 (N=12)	25.0	8.3	58.3	8.3	0.0	0.0	0.0
食肉・食鳥肉販売業 (N=47)	14.9	14.9	36.2	8.5	6.4	8.5	10.6
クリーニング業 (N=60)	13.3	18.3	33.3	11.7	16.7	3.3	3.3
ホテル・旅館業 (N=99)	13.1	14.1	28.3	8.1	14.1	12.1	10.1
映画館 (N=20)	10.0	5.0	5.0	5.0	10.0	35.0	30.0

(注) 網掛け部分は各業種で最も割合が高い項目である。

図1-5 設備投資金額のうち最も金額の多い資金調達先 (%) (N=780)



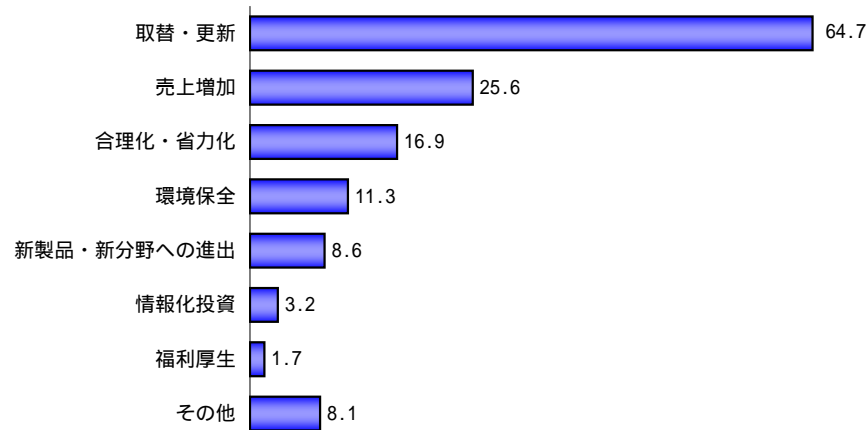
### (3)設備投資目的と設備投資内容

設備投資目的(2つまでの複数回答)は「取替・更新」が64.7%と最も高く、以下「売上増加」25.6%、「合理化・省力化」16.9%、「環境保全」11.3%となっている(図1-6)。

設備投資内容(2つまでの複数回答)は、「営業用機械・設備」が60.0%と最も高く、以下「店舗増改築・改装」37.1%、「車両」9.4%となっている(図1-7)。

業種別にみると、「ホテル・旅館業」を除くすべての業種で「営業用機械・設備」への投資が最も多くなっている(表-2)。

(N=780) 図1-6 設備投資目的(複数回答) (%)



(N=780) 図1-7 設備投資内容(複数回答) (%)

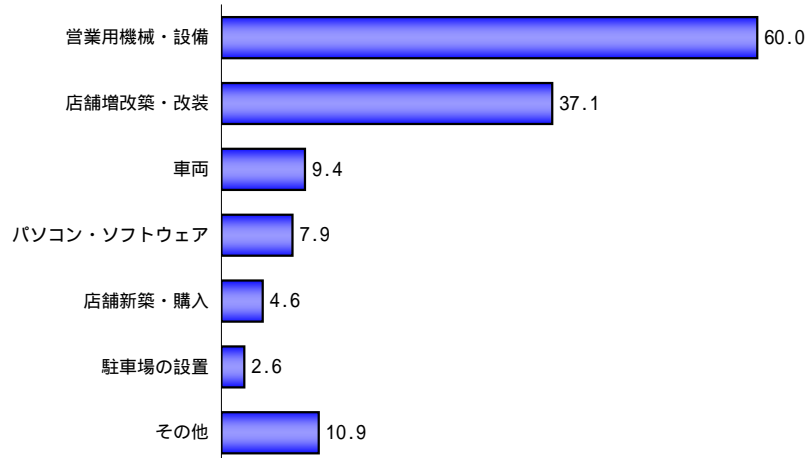


表-2 設備投資内容(業種別) (%)

	営業用機械・設備	店舗増改築・改装	車両	パソコン・ウェア	店舗新築・購入	駐車場の設置	その他
全体 (N=780)	60.0	37.1	9.4	7.9	4.6	2.6	10.9
映画館 (N=20)	80.0	25.0	0.0	5.0	10.0	0.0	10.0
食肉・食鳥肉販売業 (N=47)	78.7	21.3	19.1	8.5	10.6	2.1	2.1
公衆浴場業 (N=57)	73.7	26.3	0.0	3.5	0.0	0.0	21.1
美容業 (N=74)	67.6	43.2	4.1	16.2	1.4	4.1	5.4
氷雪販売業 (N=12)	66.7	8.3	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0
理容業 (N=66)	63.6	31.8	7.6	7.6	3.0	4.5	13.6
クリーニング業 (N=60)	60.0	15.0	25.0	6.7	5.0	1.7	6.7
飲食業 (N=345)	53.6	41.4	10.1	6.7	5.8	3.2	12.2
ホテル・旅館業 (N=99)	52.5	53.5	2.0	11.1	3.0	1.0	11.1

(注) 1. 網掛け部分は各業種で最も割合が高い項目である。  
2. 2つまでの複数回答のため合計は100%を超える。

#### (4)設備投資を実施しなかった理由

設備投資を実施しなかった理由は、「現在の設備で十分対応できる」の企業割合が51.6%と最も高く、以下「景気や業界動向等の見通しに不安・不透明感がある」20.6%、「収益が悪化している」8.4%となっている(図1 - 8)。

業種別にみると、「現在の設備で十分対応できる」は「冰雪販売業」が70.2%と最も高く、以下「クリーニング業」63.7%、「理容業」60.3%となっている。「景気や業界動向等の見通しに不安・不透明感がある」は、「映画館」が42.1%と最も高く、以下「ホテル・旅館業」26.6%、「食肉・食鳥肉販売業」25.5%となっている(表 - 3)。

図1 - 8 設備投資を実施しなかった理由

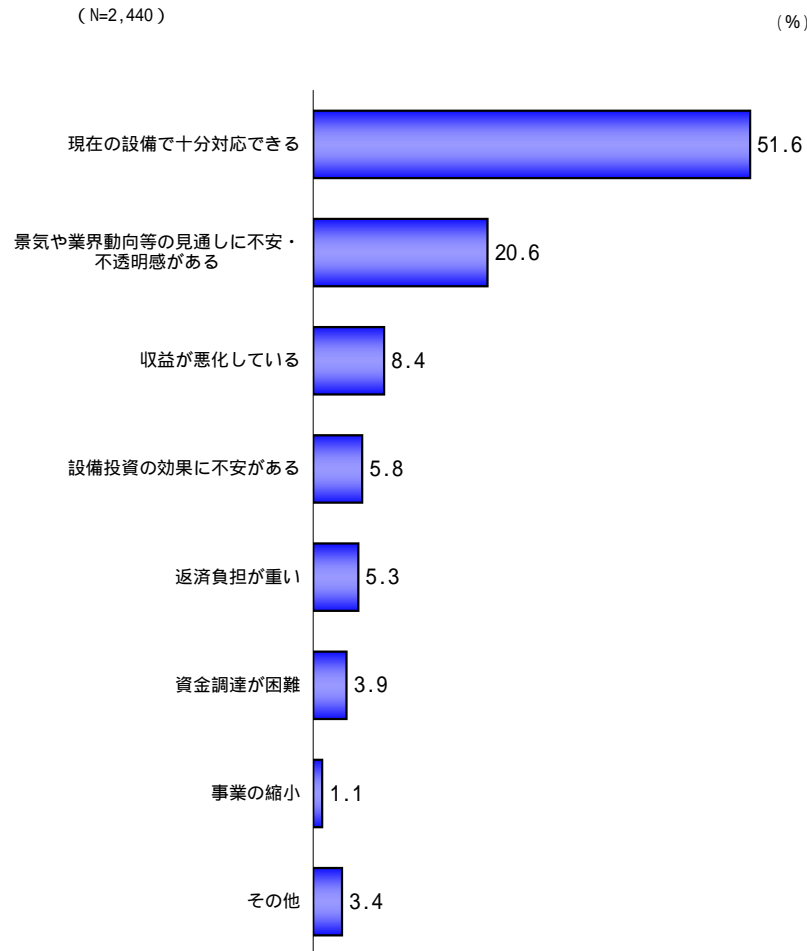


表 - 3 設備投資を実施しなかった理由(業種別)

(%)

	現在の設備で十分対応できる	景気や業界動向等の見通しに不安・不透明感がある	収益が悪化している	設備投資の効果に不安がある	返済負担が重い	資金調達が困難	事業の縮小	その他
全体 (N=2,440)	51.6	20.6	8.4	5.8	5.3	3.9	1.1	3.4
冰雪販売業 (N=47)	70.2	12.8	6.4	2.1	2.1	2.1	0.0	4.3
クリーニング業 (N=190)	63.7	14.7	8.4	3.7	3.2	1.6	1.6	3.2
理容業 (N=287)	60.3	14.3	10.8	3.1	5.6	2.4	0.7	2.8
美容業 (N=347)	59.9	12.4	7.8	7.8	4.6	3.5	0.3	3.7
食肉・食鳥肉販売業 (N=110)	56.4	25.5	4.5	4.5	1.8	2.7	1.8	2.7
公衆浴場業 (N=65)	53.8	7.7	12.3	7.7	9.2	1.5	0.0	7.7
飲食業 (N=1,247)	47.6	24.5	7.0	6.3	5.5	4.7	1.4	3.0
ホテル・旅館業 (N=109)	23.9	26.6	21.1	6.4	11.9	3.7	0.9	5.5
映画館 (N=38)	18.4	42.1	10.5	5.3	2.6	15.8	0.0	5.3

(注) 網掛け部分は各業種で最も割合が高い項目である。

## 2 運転資金動向

### (1) 運転資金借入動向 (2) 運転資金借入理由

平成21年1月以降に金融機関から運転資金借入を実施した企業は16.6%となった(図2-1)。借入動向を業種別にみると、借入を実施した割合は、「ホテル・旅館業」が34.1%と最も高く、以下「食肉・食鳥肉販売業」24.2%、「飲食業」19.5%となっている(図2-2)。

運転資金を借入した理由は、「赤字補填のため」23.9%、「借入の口数をまとめるため」16.6%、「売上の増加に対応するため」13.6%、「～を除く資金繰りに対応するため」38.1%となっている(表-4)。

従業者規模別にみると、「赤字補填のため」の割合は規模が小さいほど高くなっている。

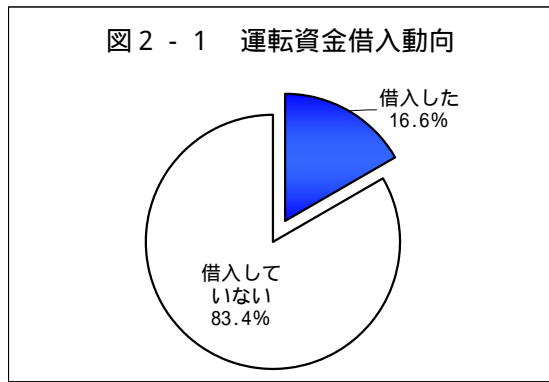


図2-2 運転資金借入動向(業種別) (%) (N=3,220)

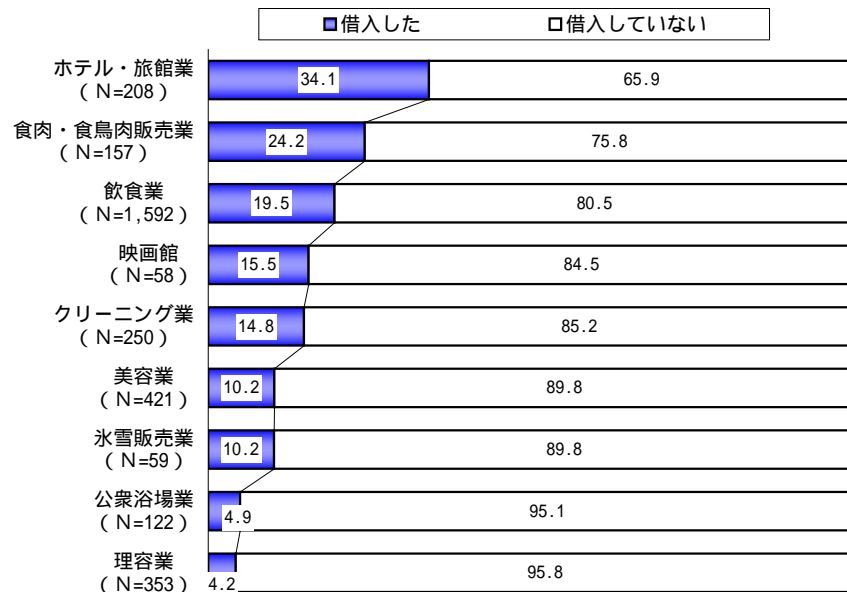


表-4 運転資金借入理由(従業者規模別・業種別) (%)

		赤字補填のため	借入の口数をまとめるため	売上の増加に対応するため	～を除く資金繰りに対応するため	その他
全体 (N=536)		23.9	16.6	13.6	38.1	7.8
従業者規模	2人以下 (N=86)	29.1	17.4	15.1	27.9	10.5
	3～5人 (N=167)	25.7	16.2	14.4	35.9	7.8
	6～10人 (N=109)	25.7	16.5	13.8	34.9	9.2
	11～20人 (N=79)	21.5	15.2	16.5	40.5	6.3
	21人以上 (N=95)	15.8	17.9	8.4	52.6	5.3
業種	飲食業 (N=311)	26.0	17.4	12.5	35.7	8.4
	食肉・食鳥肉販売業 (N=38)	15.8	18.4	13.2	47.4	5.3
	氷雪販売業 (N=6)	16.7	0.0	0.0	83.3	0.0
	理容業 (N=15)	20.0	26.7	26.7	26.7	0.0
	美容業 (N=43)	23.3	9.3	23.3	32.6	11.6
	映画館 (N=9)	0.0	22.2	11.1	55.6	11.1
	ホテル・旅館業 (N=71)	25.4	8.5	12.7	43.7	9.9
	公衆浴場業 (N=6)	50.0	16.7	0.0	33.3	0.0
クリーニング業 (N=37)	16.2	29.7	13.5	37.8	2.7	

(注) 網掛け部分は各従業者規模、各業種で最も割合が高い項目である。

### (3) 運転資金需要時期

運転資金の必要がもっとも高い時期を尋ねたところ、採算が落ち込む「1～3月」が40.2%と最も高く、以下「10～12月」32.4%、「4～6月」13.8%となっている(図2-3)。

従業者規模別にみると、おおむね同様の傾向があるが、「5人以下」の企業では「1～3月」の割合が4割を超えている(図2-4)。

業種別にみると、「映画館」「食肉・食鳥肉販売業」では「10～12月」が最も高く、それ以外の業種では「1～3月」が最も高くなっている。「1～3月」の割合は「クリーニング業」が67.6%と最も高く、以下「冰雪販売業」52.5%、「理容業」47.6%、「ホテル・旅館業」42.8%となっている(図2-5)。

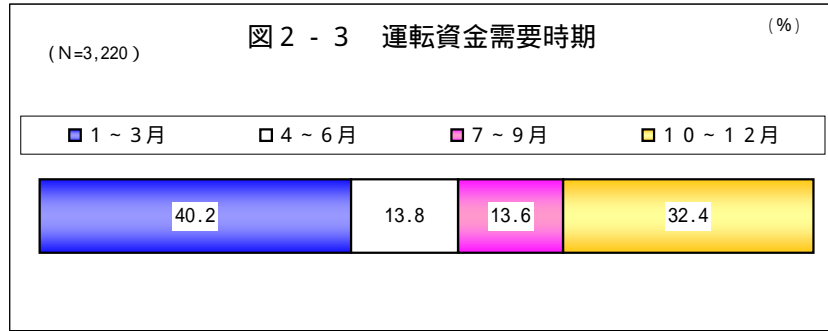
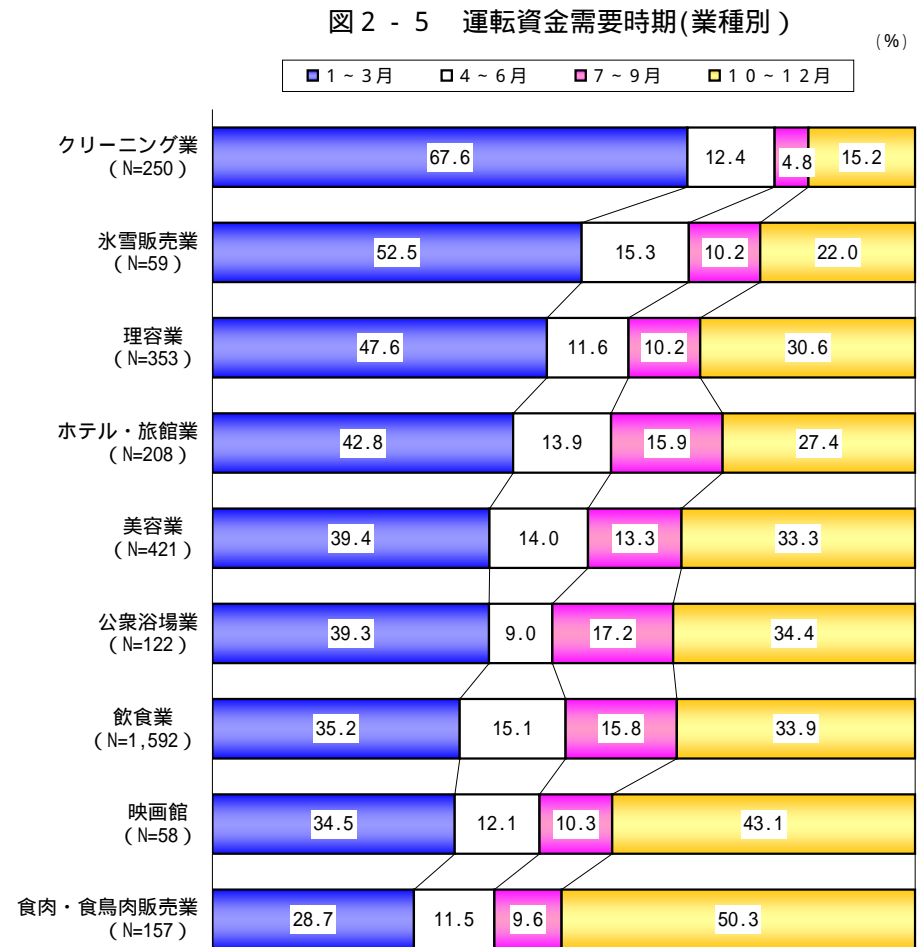
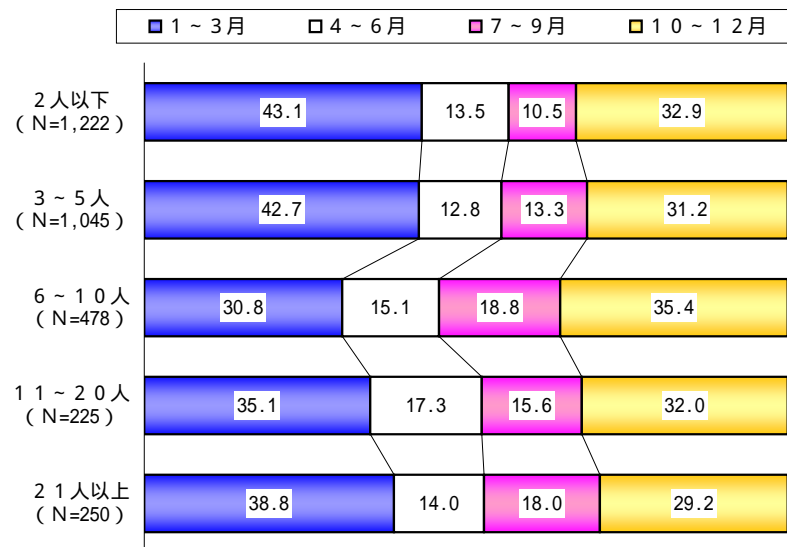


図2-4 運転資金需要時期(従業者規模別) (%)





### 3. デフレの実感

現在の経営環境におけるデフレの実感について尋ねたところ、「かなりデフレである」企業割合が38.8%、「ややデフレである」企業割合が44.6%となり、83.4%の企業がデフレを実感している(図3-1)。

地域別では大きな変化はみられないものの、関東では、デフレを実感している割合が90.0%となっている(図3-2)。

業種別にみると、「かなりデフレである」割合は、「ホテル・旅館業」が56.7%と最も高く、以下「クリーニング業」45.2%、「理容業」44.2%となっている(図3-3)。

従業員規模別にみると、規模が大きくなるほど「かなりデフレである」の割合が高くなっている(図3-4)。

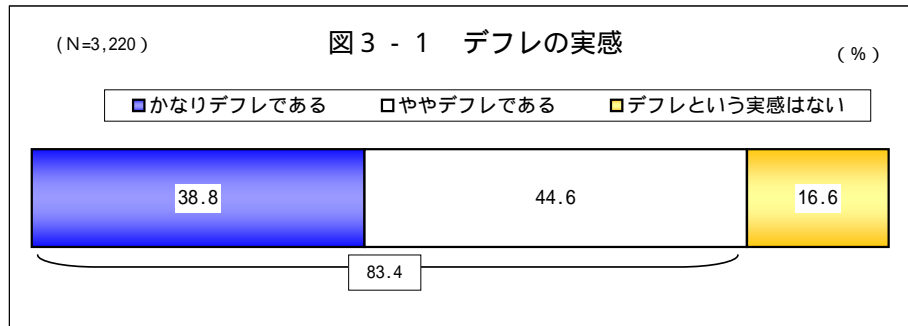


図3-2 デフレの実感(地域別) (%)

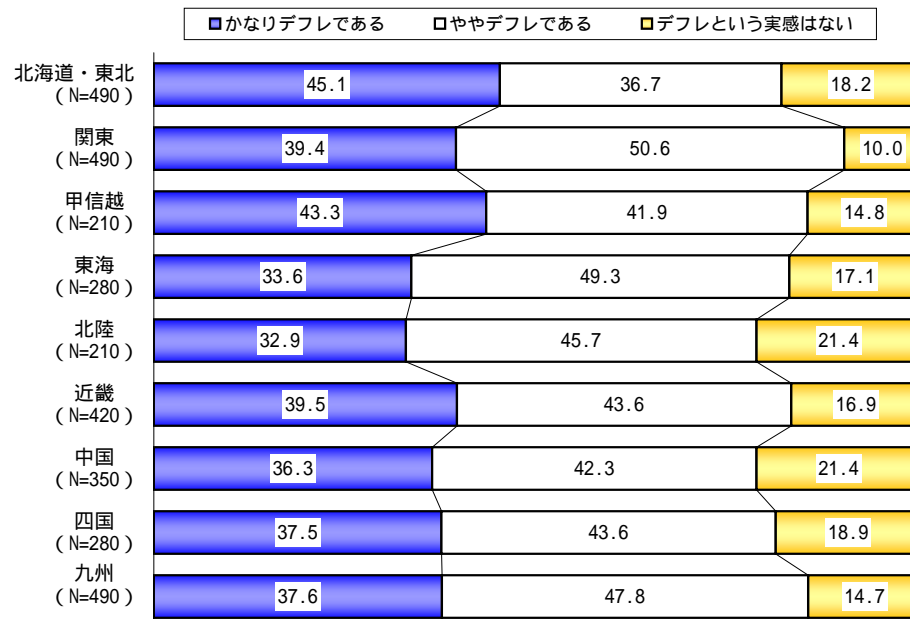


図3-3 デフレの実感(業種別) (%)

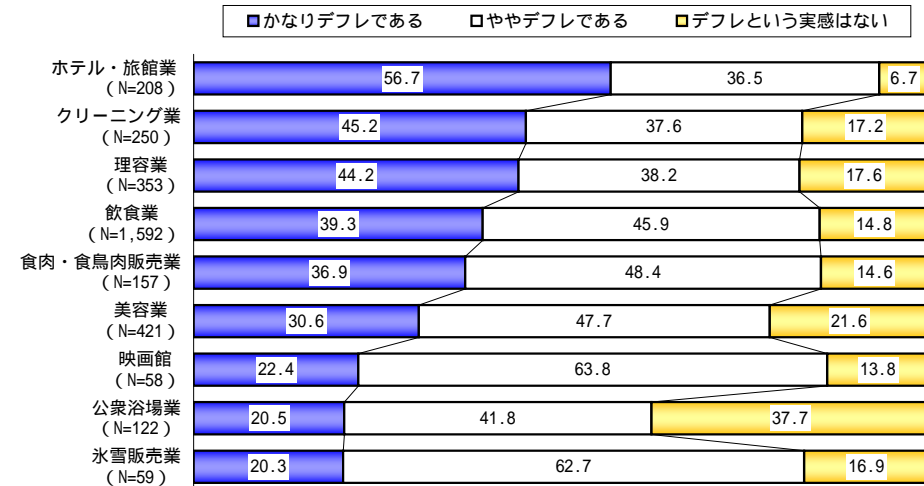
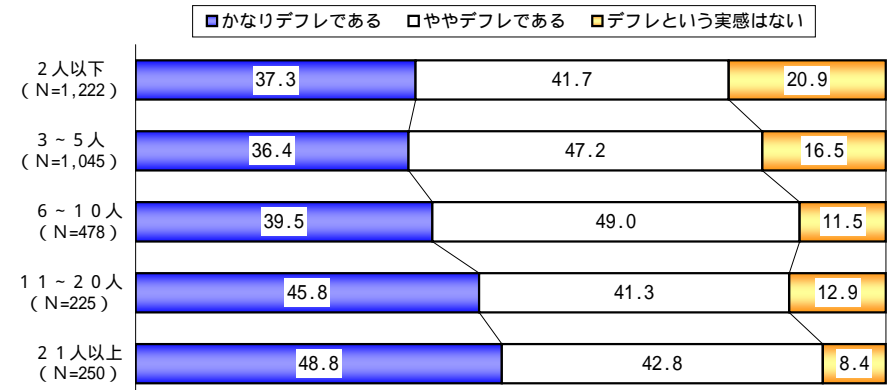


図3-4 デフレの実感(従業員規模別) (%)



## 4. 価格動向

1年前と比べた販売価格の動向について尋ねたところ、「据え置いた」が76.0%と最も高く、「引下げた」21.2%、「引上げた」2.7%となっている(図4-1)。8割の企業でデフレを感じている(図3-1参照)一方で、価格を引下げた企業は2割にとどまっている。調査時点が異なるため単純な比較はできないが、平成21年7~9月期調査と比べると、1年前と比べて販売価格を引下げた割合は11.7ポイント上昇しており、デフレの影響が価格面に影響を及ぼしていることがうかがえる。従業員規模別にみると、規模が大きくなるほど「引下げた」割合が高くなっており、「21人以上」の企業では、「引下げた」割合が38.8%となっている(図4-2)。一方、「2人以下」の企業では「引下げた」割合は17.1%にとどまっている。業種別にみると、すべての業種で「引下げた」割合が「引上げた」割合を大きく上回っている(図4-3)。「引下げた」割合は、「ホテル・旅館業」が43.8%と最も高く、以下「食肉・食鳥肉販売業」35.7%、「飲食業」22.2%となっている。

