

平成 27 年 4 月 30 日
株式会社日本政策金融公庫

生活衛生関係営業の景気動向等調査結果（2015 年 1～3 月期） ～持ち直しの動きが続いているものの、回復に弱さがみられる～

※調査の全文につきましては、[こちら](#)をご覧ください。

1 生活衛生関係営業の景気動向等調査結果（2015 年 1～3 月期）の概要

<売上 D I >（本体資料 2 ページ）

○売上 D I は、前期からほぼ横ばいの▲22.8 となった。前年同期に対しては 1.2 ポイント上回り、8 期連続で前年同期の水準を上回った。

○来期の見通しは▲14.3 となり、8.5 ポイントの上昇を見込んでいる。

<採算 D I >（本体資料 3 ページ）

○採算 D I は、前期から 3.3 ポイント低下して▲11.8 となった。前年同期に対しては 0.7 ポイント上回り、8 期連続で前年同期の水準を上回った。

<業況判断 D I >（本体資料 4 ページ）

○業況判断 D I は、前期から 9.7 ポイント低下して▲31.3 となった。前年同期に対しては 2.2 ポイント下回り、2 期連続で前年同期の水準を下回った。

○来期の見通しは▲12.5 となり、18.8 ポイントの上昇を見込んでいる。

➡ 来期の見込み（売上・業況）では、大きな改善の兆しも見受けられる。

2 設備投資動向等

～生活衛生関係営業の景気動向等調査（2015 年 1～3 月期）特別調査結果の概要～

<設備投資動向>（本体資料 3～10 ページ）

○2014 年（1～12 月）の 1 年間に設備投資を実施した企業の割合は 21.6%となり、前年調査に比べ 1.2 ポイント上昇した。「ホテル・旅館業」（44.5%）が最も多い。

○金額は「500 万円以下」の小口投資の割合が 82.0%を占めている。

○目的は、「老朽化による更新」（69.9%）が最も多いものの、「省エネ・環境配慮」（15.8%）、「合理化・省力化」（14.0%）、「新商品・新サービスの導入」（13.0%）など、経営革新に向けた投資も目立つ。

○「売上増加が図れた」（13.3%）、「コストダウンが図れた」（23.2%）など、経営改善の効果があったと回答した先は約 4 割

<インターネットの活用>（本体資料 11～12 ページ）

インターネットを活用した取り組みは、「自社ホームページの開設」（29.6%）、「情報検索サイトへの登録」（27.2%）、「業界団体のホームページに店舗情報を掲載」（23.5%）などとなっている。

（次頁へ）

(前頁より)

<調査概要>

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、定期的に(年4回)実施しているものです。

調査時点	2015年3月上旬			
調査方法	郵送調査			
調査対象	生活衛生関係営業 3,220 企業			
有効回答企業数	3,015 企業 (回答率 93.6%)			
(業種内訳)	飲食業	1,443 企業	映画館	54 企業
	食肉・食鳥肉販売業	143 企業	ホテル・旅館業	164 企業
	冰雪販売業	56 企業	公衆浴場業	109 企業
	理容業	362 企業	クリーニング業	252 企業
	美容業	432 企業		

※ 生活衛生関係営業とは、厚生労働省が所管する法律「生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律」で規定する飲食業、理・美容業、クリーニング業、ホテル・旅館業など、国民の日常生活に密接に関係した 18 の営業をいう。

<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：竹迫、谷藤 TEL 03-3270-1653