

平成 27 年 8 月 31 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 4～6 月期） ～持ち直しの動きが続いている生活衛生関係営業の景況～

※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 4～6 月期）の概要 ～売上・業況判断 D I で過去最高を記録するなど持ち直しの動きが続く～

<売上 D I>（本体資料 2 ページ）

○売上 D I は、前期から 12.2 ポイント上昇して過去最高※の▲10.6 となった。前年同期に対しては 4.0 ポイント上回り、9 期連続で前年同期の水準を上回った。

○来期の見通しは▲7.9 となり、2.7 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 11.0 ポイント上昇して▲0.8 となった。前年同期に対しては 2.2 ポイント上回り、9 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 23.9 ポイント上昇して過去最高の▲7.4 となった。前年同期に対しては 5.3 ポイント上回り、3 期ぶりに前年同期の水準を上回った。

○来期の見通しは▲9.2 となり、1.8 ポイントの低下を見込んでいる。

※比較可能な 1997 年 4～6 月期以降。以下同じ。

2 生活衛生関係営業の景気動向等調査（2015 年 4～6 月期）特別調査結果の概要 ～経営課題（売上拡大、人材育成）への取組み等～

<経営課題（売上拡大、人材育成）への取組み>（本体資料 4～11 ページ）

○売上拡大に向けた取組みは、「商品・サービスの改善・新規開発」65%、「価格の見直し」36%、「人材の採用・育成」27%となった。

○売上拡大に向け障害となる外部環境は、「顧客の高齢化」が 44%と約半数を占めた。続いて、「消費者の低価格志向」37%、「同業者との競合が厳しい」23%となった。

○人材の採用・育成に向けた取組みは、「賃金アップ」20%、「長時間勤務を減らす」18%、「若手の採用・育成」16%となった。

○人材の採用・育成を行う上で障害となる外部環境は、「業界の不景気」27%、「応募者の数が少ない」22%、「労務環境が厳しいというイメージ」20%となった。

<金融機関との取引状況等>（本体資料 12 ページ）

○1 年前と比べた借入金残高の増減動向において、借入金が「増加した」企業の割合は 17.9%（前年調査 14.8%）となった。

（次頁へ）

<調査概要>

全国の生活衛生関係営業※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6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			
有効回答企業数	3,061 企業（回答率 95.1%）			
（業種内訳）	飲食業	1,452 企業	映画館	52 企業
	食肉・食鳥肉販売業	147 企業	ホテル・旅館業	169 企業
	冰雪販売業	59 企業	公衆浴場業	115 企業
	理容業	375 企業	クリーニング業	258 企業
	美容業	434 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