

2020年5月1日
株式会社日本政策金融公庫

厳しい状況にある生活衛生関係営業の景況

～ 生活衛生関係営業の景気動向等調査結果（2020年1～3月期）～

（前回）足元で弱さがみられる

業況判断DI、売上DI、採算DIすべて、2期連続で前年同期を下回る。

<業況判断DI>（2ページ）

- 業況判断DIは、前期から6.1ポイント低下して▲34.9となった。前年同期に対しては3.2ポイント下回り、2期連続で前年同期の水準を下回った。

<売上DI>（3ページ）

- 売上DIは、前期から0.1ポイント低下して▲28.8となった。前年同期に対しては4.2ポイント下回り、2期連続で前年同期の水準を下回った。

<採算DI>（4ページ）

- 採算DIは、前期から1.1ポイント低下して▲10.5となった。前年同期に対しては1.5ポイント下回り、2期連続で前年同期の水準を下回った。

上記調査結果のほか、地域の特徴的な動きと経営取り組み事例を掲載（11ページ）。

<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：谷藤、一ノ瀬 TEL 03-3270-1653

【調査の実施要領】

| | | | | |
|---------|--------------------|----------|---------|--------|
| 調査時点 | 2020年2月中旬 | | | |
| 調査方法 | 郵送調査 | | | |
| 調査対象 | 生活衛生関係営業 3,290企業 | | | |
| 有効回答企業数 | 3,137企業（回答率 95.3%） | | | |
| （業種内訳） | 飲食業 | 1,436 企業 | 映画館 | 54 企業 |
| | 食肉・食鳥肉販売業 | 153 企業 | ホテル・旅館業 | 180 企業 |
| | 氷雪販売業 | 57 企業 | 公衆浴場業 | 110 企業 |
| | 理容業 | 421 企業 | クリーニング業 | 264 企業 |
| | 美容業 | 462 企業 | | |

【本調査における留意事項】

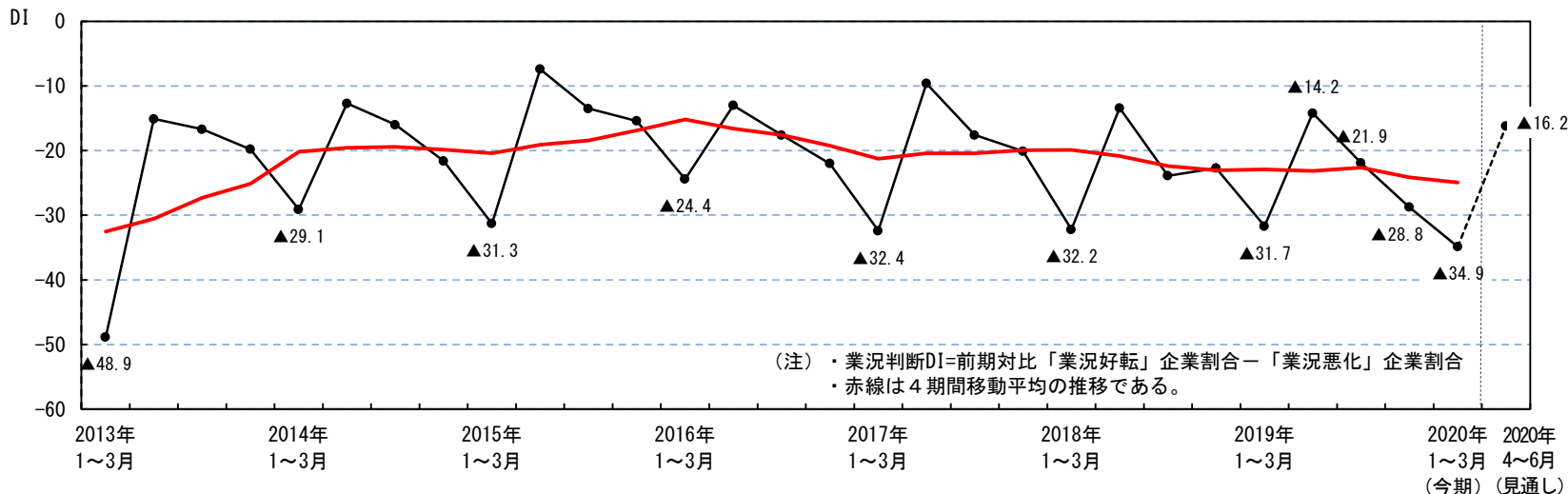
- 2016年4～6月期調査時点で沖縄県を調査対象に加えている。
- 比率の算出にあたっては、無回答を除いたものを母数としている。

I 景気の動向

1. 業況判断

- 業況判断DIは、前期から6.1ポイント低下して▲34.9となった。前年同期に対しては3.2ポイント下回り、2期連続で前年同期の水準を下回った。

図表1 業況判断DIの推移（全業種計）



図表2 業種別業況判断DIの推移（飲食業を除く）

| 凡例 | 2019年 1~3月 | 2019年 4~6月 | 2019年 7~9月 | 2019年 10~12月 | 2020年 1~3月 (今期) | 2020年 4~6月 (見通し) |
|--------|------------|------------|------------|--------------|-----------------|------------------|
| 食肉・食鳥肉 | ▲ 40.5 | ▲ 20.3 | ▲ 28.0 | ▲ 26.3 | ▲ 37.9 | ▲ 22.9 |
| 氷 雪 | ▲ 43.1 | 0.0 | ▲ 16.4 | ▲ 49.1 | ▲ 50.9 | ▲ 1.8 |
| 理 容 | ▲ 36.7 | ▲ 15.6 | ▲ 18.9 | ▲ 31.4 | ▲ 33.0 | ▲ 17.1 |
| 美 容 | ▲ 31.4 | ▲ 19.4 | ▲ 19.0 | ▲ 29.6 | ▲ 28.6 | ▲ 15.6 |
| 映 画 館 | 9.8 | ▲ 14.3 | ▲ 27.3 | ▲ 12.5 | ▲ 16.7 | ▲ 5.6 |
| ホテル・旅館 | ▲ 28.5 | ▲ 3.8 | ▲ 10.7 | ▲ 28.6 | ▲ 52.2 | ▲ 17.8 |
| 公衆浴場 | ▲ 23.8 | ▲ 28.4 | ▲ 43.5 | ▲ 20.0 | ▲ 19.1 | ▲ 24.5 |
| クリーニング | ▲ 49.0 | ▲ 6.3 | ▲ 45.8 | ▲ 20.3 | ▲ 56.4 | ▲ 11.0 |

図表3 飲食業業況判断DIの推移

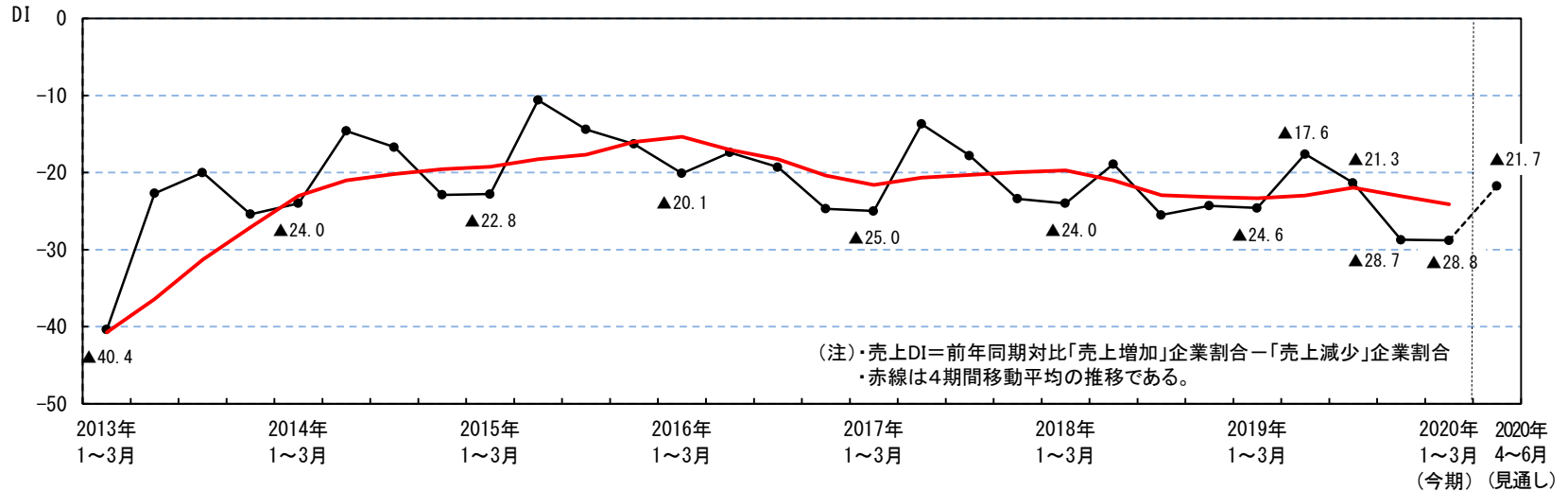
| 凡例 | 2019年 1~3月 | 2019年 4~6月 | 2019年 7~9月 | 2019年 10~12月 | 2020年 1~3月 (今期) | 2020年 4~6月 (見通し) |
|---------|------------|------------|------------|--------------|-----------------|------------------|
| 飲食業(全体) | ▲ 28.6 | ▲ 17.0 | ▲ 21.8 | ▲ 30.1 | ▲ 32.2 | ▲ 16.6 |
| そば・うどん | ▲ 25.1 | ▲ 3.4 | ▲ 10.1 | ▲ 29.2 | ▲ 35.0 | ▲ 13.3 |
| 中華料理 | ▲ 27.2 | ▲ 18.3 | ▲ 15.2 | ▲ 26.7 | ▲ 22.5 | ▲ 11.9 |
| す し | ▲ 21.4 | ▲ 29.7 | ▲ 33.3 | ▲ 38.9 | ▲ 37.4 | ▲ 32.4 |
| 料 理 | ▲ 34.1 | ▲ 21.7 | ▲ 34.2 | ▲ 29.8 | ▲ 34.7 | ▲ 28.8 |
| 喫 茶 | ▲ 37.4 | ▲ 8.6 | ▲ 26.7 | ▲ 29.7 | ▲ 29.6 | ▲ 17.3 |
| 社 交 | ▲ 31.5 | ▲ 31.8 | ▲ 26.3 | ▲ 34.0 | ▲ 33.7 | ▲ 21.2 |
| その他飲食 | ▲ 27.2 | ▲ 11.7 | ▲ 16.9 | ▲ 26.5 | ▲ 32.2 | ▲ 7.7 |

(注)表中、全業種計の割合を上回るものを網掛している。以下同じ。

2. 売上

- 売上DIは、前期から0.1ポイント低下して▲28.8となった。前年同期に対しては4.2ポイント下回り、2期連続で前年同期の水準を下回った。

図表4 売上DIの推移（全業種計）



図表5 業種別売上DIの推移（飲食業を除く）

| 凡例 | 2019年 1~3月 | 2019年 4~6月 | 2019年 7~9月 | 2019年 10~12月 | 2020年 1~3月 (今期) | 2020年 4~6月 (見通し) |
|--------|---------------|---------------|---------------|-----------------|-----------------------|------------------------|
| 食肉・食鳥肉 | ▲37.9 | ▲25.5 | ▲21.7 | ▲38.2 | ▲39.2 | ▲21.6 |
| 氷雪 | ▲25.9 | ▲11.1 | ▲9.1 | ▲20.0 | ▲33.3 | ▲19.3 |
| 理容 | ▲28.2 | ▲24.2 | ▲23.6 | ▲32.4 | ▲32.5 | ▲22.1 |
| 美容 | ▲28.5 | ▲23.7 | ▲20.2 | ▲32.3 | ▲24.7 | ▲17.7 |
| 映画館 | 4.9 | 21.4 | 34.5 | 8.9 | ▲3.7 | ▲22.2 |
| ホテル・旅館 | ▲16.4 | 6.6 | ▲10.2 | ▲29.6 | ▲31.5 | ▲20.2 |
| 公衆浴場 | ▲28.6 | ▲22.0 | ▲31.5 | ▲22.7 | ▲14.5 | ▲13.6 |
| クリーニング | ▲32.5 | ▲15.7 | ▲37.1 | ▲31.0 | ▲39.0 | ▲31.1 |

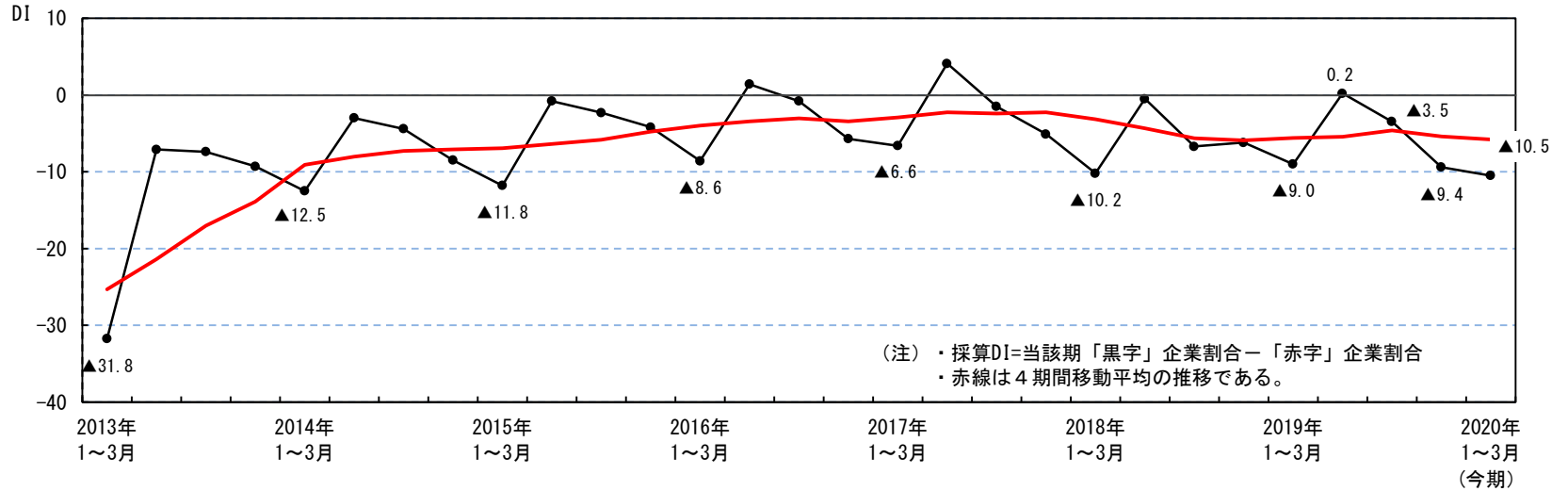
図表6 飲食業売上DIの推移

| 凡例 | 2019年 1~3月 | 2019年 4~6月 | 2019年 7~9月 | 2019年 10~12月 | 2020年 1~3月 (今期) | 2020年 4~6月 (見通し) |
|---------|---------------|---------------|---------------|-----------------|-----------------------|------------------------|
| 飲食業(全体) | ▲21.3 | ▲17.6 | ▲21.3 | ▲27.2 | ▲27.5 | ▲22.1 |
| そば・うどん | ▲9.9 | 1.7 | ▲12.4 | ▲25.7 | ▲26.4 | ▲17.4 |
| 中華料理 | ▲17.4 | ▲16.2 | ▲13.6 | ▲17.1 | ▲21.4 | ▲18.2 |
| すし | ▲19.3 | ▲29.1 | ▲30.6 | ▲38.9 | ▲41.8 | ▲37.9 |
| 料理 | ▲33.3 | ▲20.3 | ▲28.6 | ▲37.5 | ▲29.9 | ▲29.1 |
| 喫茶 | ▲26.0 | ▲14.3 | ▲23.8 | ▲26.1 | ▲26.3 | ▲17.5 |
| 社交 | ▲28.3 | ▲32.3 | ▲33.2 | ▲33.0 | ▲34.0 | ▲31.9 |
| その他飲食 | ▲19.9 | ▲14.9 | ▲15.7 | ▲21.8 | ▲21.2 | ▲14.3 |

3. 採算

- 採算DIは、前期から1.1ポイント低下して▲10.5となった。前年同期に対しては1.5ポイント下回り、2期連続で前年同期の水準を下回った。

図表7 採算DIの推移（全業種計）



図表8 業種別採算DIの推移（飲食業を除く）

| 凡例 | 2019年 1~3月 | 2019年 4~6月 | 2019年 7~9月 | 2019年 10~12月 | 2020年 1~3月 (今期) |
|--------|------------|------------|------------|--------------|-----------------|
| 食肉・食鳥肉 | 7.2 | 5.2 | 7.6 | 2.6 | 5.9 |
| 氷雪 | ▲17.2 | ▲11.1 | 10.9 | ▲16.4 | ▲21.1 |
| 理容 | ▲9.0 | 0.5 | 2.6 | ▲7.1 | ▲6.9 |
| 美容 | ▲9.5 | ▲6.3 | ▲3.0 | ▲10.1 | ▲8.7 |
| 映画館 | 3.3 | 19.6 | 25.5 | 10.7 | ▲3.7 |
| ホテル・旅館 | ▲2.9 | 15.8 | 7.3 | 3.3 | ▲21.1 |
| 公衆浴場 | ▲13.3 | 1.8 | ▲4.6 | ▲9.1 | ▲3.6 |
| クリーニング | ▲25.7 | 16.9 | ▲16.7 | ▲14.6 | ▲34.8 |

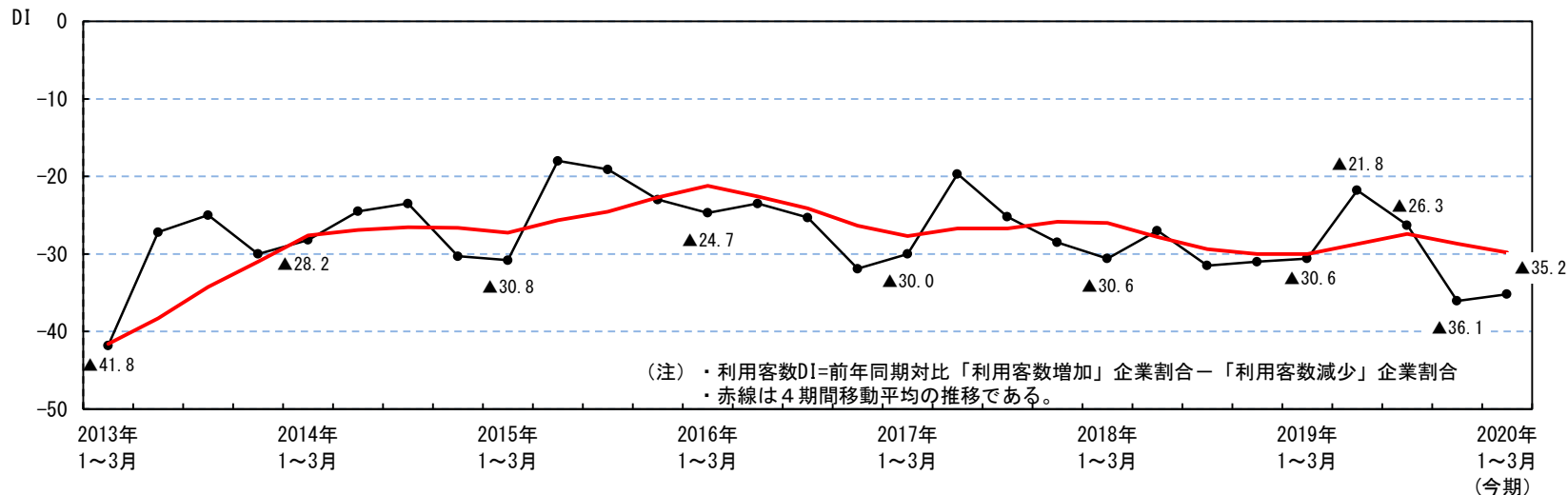
図表9 飲食業採算DIの推移

| 凡例 | 2019年 1~3月 | 2019年 4~6月 | 2019年 7~9月 | 2019年 10~12月 | 2020年 1~3月 (今期) |
|---------|------------|------------|------------|--------------|-----------------|
| 飲食業(全体) | ▲8.2 | ▲3.7 | ▲7.1 | ▲12.3 | ▲8.4 |
| そば・うどん | ▲5.3 | 5.6 | 1.1 | ▲4.5 | ▲3.3 |
| 中華料理 | 0.6 | 1.8 | 0.0 | ▲11.5 | ▲5.0 |
| すし | ▲6.4 | ▲9.9 | ▲8.6 | ▲16.7 | ▲12.6 |
| 料理 | ▲9.8 | ▲5.4 | ▲15.8 | ▲16.5 | ▲8.5 |
| 喫茶 | ▲21.6 | ▲6.7 | ▲18.6 | ▲19.6 | ▲17.3 |
| 社交 | ▲1.6 | ▲7.6 | ▲8.2 | ▲10.3 | ▲2.1 |
| その他飲食 | ▲10.7 | ▲3.7 | ▲5.2 | ▲11.2 | ▲9.5 |

4. 利用客数

- 利用客数DIは、前期から0.9ポイント上昇して▲35.2となった。前年同期に対しては4.6ポイント下回り、2期連続で前年同期の水準を下回った。

図表10 利用客数DIの推移（全業種計）



図表11 業種別利用客数DIの推移（飲食業を除く）

| 凡例 | 2019年 1～3月 | 2019年 4～6月 | 2019年 7～9月 | 2019年 10～12月 | 2020年 1～3月 (今期) |
|--------|------------|------------|------------|--------------|-----------------|
| 食肉・食鳥肉 | ▲35.3 | ▲24.2 | ▲28.0 | ▲30.9 | ▲34.6 |
| 氷雪 | ▲22.4 | ▲3.7 | ▲3.6 | ▲36.4 | ▲38.6 |
| 理容 | ▲37.4 | ▲30.1 | ▲25.5 | ▲38.6 | ▲38.5 |
| 美容 | ▲40.0 | ▲31.2 | ▲32.8 | ▲41.6 | ▲36.0 |
| 映画館 | 4.9 | 1.8 | 27.3 | 8.9 | ▲11.1 |
| ホテル・旅館 | ▲16.4 | ▲3.8 | ▲18.1 | ▲34.1 | ▲42.7 |
| 公衆浴場 | ▲35.2 | ▲27.5 | ▲32.4 | ▲28.2 | ▲22.7 |
| クリーニング | ▲42.6 | ▲22.8 | ▲40.2 | ▲41.4 | ▲47.3 |

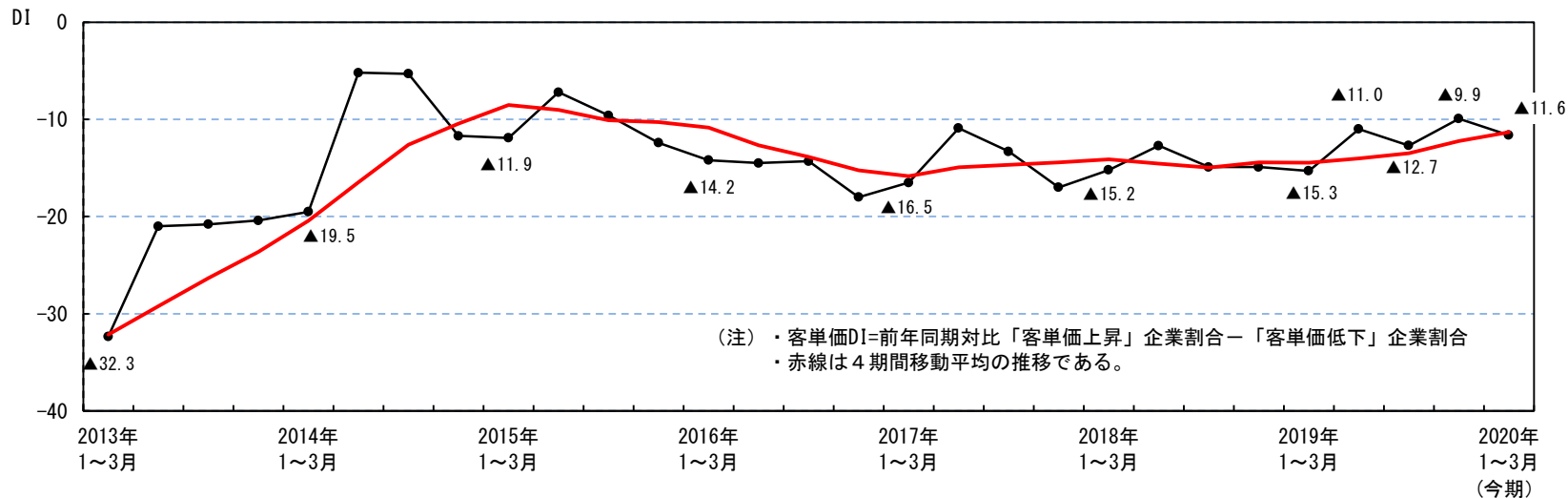
図表12 飲食業利用客数DIの推移

| 凡例 | 2019年 1～3月 | 2019年 4～6月 | 2019年 7～9月 | 2019年 10～12月 | 2020年 1～3月 (今期) |
|---------|------------|------------|------------|--------------|-----------------|
| 飲食業(全体) | ▲26.2 | ▲19.3 | ▲25.1 | ▲35.7 | ▲32.5 |
| そば・うどん | ▲20.5 | ▲5.1 | ▲14.1 | ▲37.7 | ▲30.9 |
| 中華料理 | ▲24.2 | ▲14.4 | ▲14.8 | ▲26.8 | ▲25.2 |
| すし | ▲26.7 | ▲28.6 | ▲38.2 | ▲42.8 | ▲45.6 |
| 料理 | ▲35.8 | ▲28.1 | ▲36.1 | ▲45.8 | ▲35.9 |
| 喫茶 | ▲32.0 | ▲18.6 | ▲27.5 | ▲41.4 | ▲33.8 |
| 社交 | ▲29.3 | ▲33.8 | ▲36.3 | ▲41.2 | ▲35.1 |
| その他飲食 | ▲22.4 | ▲14.1 | ▲18.9 | ▲27.9 | ▲27.9 |

5. 客単価

- 客単価DIは、前期から1.7ポイント低下して▲11.6となった。前年同期に対しては3.7ポイント上回り、4期連続で前年同期の水準を上回った。

図表13 客単価DIの推移（全業種計）



図表14 業種別客単価DIの推移（飲食業を除く）

| 凡例 | 2019年 1~3月 | 2019年 4~6月 | 2019年 7~9月 | 2019年 10~12月 | 2020年 1~3月 (今期) |
|--------|------------|------------|------------|--------------|-----------------|
| 食肉・食鳥肉 | ▲ 30.7 | ▲ 25.5 | ▲ 25.5 | ▲ 33.6 | ▲ 33.3 |
| 氷 雪 | ▲ 22.4 | ▲ 11.1 | ▲ 10.9 | ▲ 16.4 | ▲ 15.8 |
| 理 容 | ▲ 13.1 | ▲ 8.3 | ▲ 10.4 | ▲ 5.7 | ▲ 4.5 |
| 美 容 | ▲ 12.6 | ▲ 10.2 | ▲ 11.2 | ▲ 6.3 | ▲ 9.6 |
| 映 画 館 | 3.3 | ▲ 3.6 | 16.4 | 23.2 | 13.0 |
| ホテル・旅館 | ▲ 3.5 | 2.7 | ▲ 5.1 | ▲ 10.6 | ▲ 12.9 |
| 公衆浴場 | ▲ 19.0 | ▲ 14.7 | ▲ 13.0 | ▲ 0.9 | ▲ 6.4 |
| クリーニング | ▲ 36.1 | ▲ 21.7 | ▲ 33.0 | ▲ 26.8 | ▲ 37.1 |

図表15 飲食業客単価DIの推移

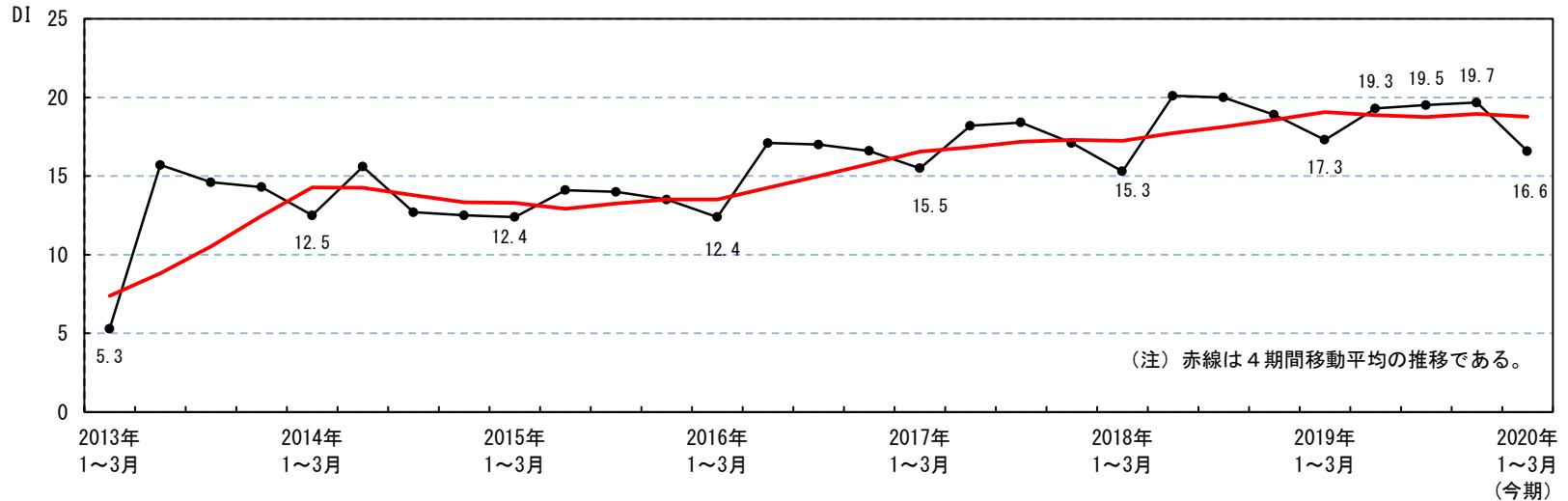
| 凡例 | 2019年 1~3月 | 2019年 4~6月 | 2019年 7~9月 | 2019年 10~12月 | 2020年 1~3月 (今期) |
|---------|------------|------------|------------|--------------|-----------------|
| 飲食業(全体) | ▲ 13.1 | ▲ 10.4 | ▲ 10.8 | ▲ 8.4 | ▲ 8.3 |
| そば・うどん | ▲ 11.7 | ▲ 2.8 | ▲ 4.5 | 0.6 | ▲ 0.6 |
| 中華料理 | ▲ 18.6 | ▲ 13.8 | ▲ 10.5 | ▲ 9.8 | ▲ 2.5 |
| す し | ▲ 19.8 | ▲ 19.2 | ▲ 17.7 | ▲ 20.0 | ▲ 18.1 |
| 料 理 | ▲ 8.9 | ▲ 15.6 | ▲ 15.1 | ▲ 13.3 | ▲ 7.7 |
| 喫 茶 | ▲ 9.5 | 1.2 | ▲ 5.6 | 2.5 | 0.0 |
| 社 交 | ▲ 17.4 | ▲ 16.9 | ▲ 13.5 | ▲ 13.9 | ▲ 14.7 |
| その他飲食 | ▲ 9.1 | ▲ 8.2 | ▲ 10.0 | ▲ 6.8 | ▲ 9.9 |

II 設備投資の動向

1. 設備投資の実施状況

- 今期（2020年1～3月期）に設備投資を行った企業の割合は16.6%と前期から3.1ポイント低下した。前年同期に対しては0.7ポイント下回った。

図表16 設備投資実施割合の推移（全業種計）



図表17 業種別設備投資実施割合の推移（飲食業を除く） (%)

| 凡例 | 2019年 1～3月 | 2019年 4～6月 | 2019年 7～9月 | 2019年 10～12月 | 2020年 1～3月 (今期) |
|--------|---------------|---------------|---------------|-----------------|-----------------------|
| 食肉・食鳥肉 | 25.5 | 26.1 | 31.2 | 36.2 | 28.1 |
| 氷雪 | 10.3 | 13.0 | 20.0 | 20.0 | 15.8 |
| 理容 | 9.2 | 10.2 | 9.2 | 11.2 | 10.0 |
| 美容 | 13.0 | 15.8 | 13.4 | 13.9 | 11.5 |
| 映画館 | 23.0 | 30.4 | 32.7 | 37.5 | 33.3 |
| ホテル・旅館 | 46.5 | 48.1 | 49.2 | 47.3 | 49.4 |
| 公衆浴場 | 27.6 | 30.3 | 33.3 | 34.5 | 25.5 |
| クリーニング | 17.3 | 17.7 | 17.8 | 18.4 | 15.9 |

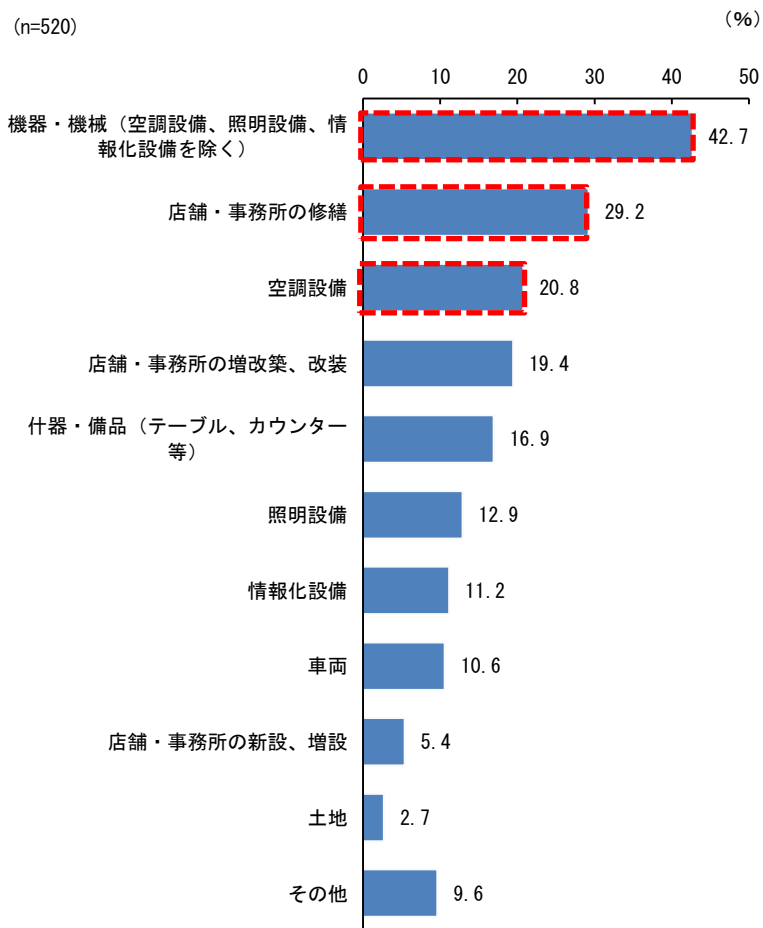
図表18 飲食業設備投資実施割合の推移 (%)

| 凡例 | 2019年 1～3月 | 2019年 4～6月 | 2019年 7～9月 | 2019年 10～12月 | 2020年 1～3月 (今期) |
|---------|---------------|---------------|---------------|-----------------|-----------------------|
| 飲食業(全体) | 15.8 | 18.0 | 18.4 | 17.2 | 13.6 |
| そば・うどん | 15.2 | 20.1 | 19.6 | 16.3 | 11.1 |
| 中華料理 | 11.7 | 15.4 | 18.3 | 14.5 | 11.9 |
| すし | 16.0 | 14.8 | 15.6 | 19.4 | 15.4 |
| 料理 | 20.3 | 26.4 | 31.7 | 33.1 | 19.5 |
| 喫茶 | 13.5 | 14.7 | 13.0 | 15.8 | 15.4 |
| 社交 | 10.3 | 10.6 | 7.2 | 8.8 | 9.3 |
| その他飲食 | 19.7 | 21.5 | 22.3 | 17.4 | 14.3 |

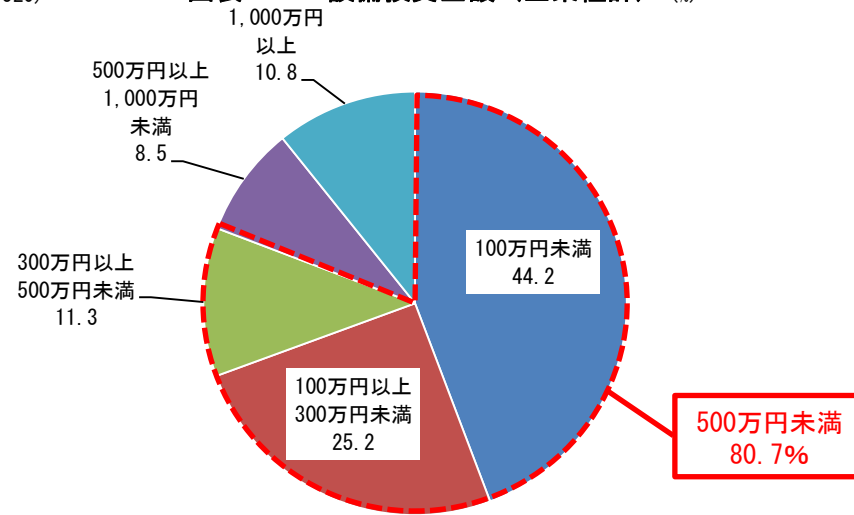
2. 設備投資の内容、設備投資金額、来期の設備投資計画

- 設備投資の内容を高い順にみると、「機器・機械（空調設備、照明設備、情報化設備を除く）」42.7%、「店舗・事務所の修繕」29.2%、「空調設備」20.8%となっている。
- 設備投資金額は、500万円未満が全体の約8割を占めている。
- 来期（2020年4～6月期）の設備投資計画については、「実施予定あり」が12.6%となっている。

図表 1 9 設備投資の内容（全業種計、複数回答）



(n=520) 図表 2 0 設備投資金額（全業種計） (%)



図表 2 1 業種別 来期の設備投資実施予定割合（飲食業を除く）

(%)

| 凡例 | 2020年4～6月期の予定 |
|--------|---------------|
| 全業種計 | 12.6 |
| 食肉・食鳥肉 | 21.6 |
| 氷雪 | 10.5 |
| 理容 | 9.3 |
| 美容 | 11.5 |
| 映画館 | 14.8 |
| ホテル・旅館 | 33.3 |
| 公衆浴場 | 24.5 |
| クリーニング | 9.5 |

図表 2 2 飲食業 来期の設備投資実施予定割合

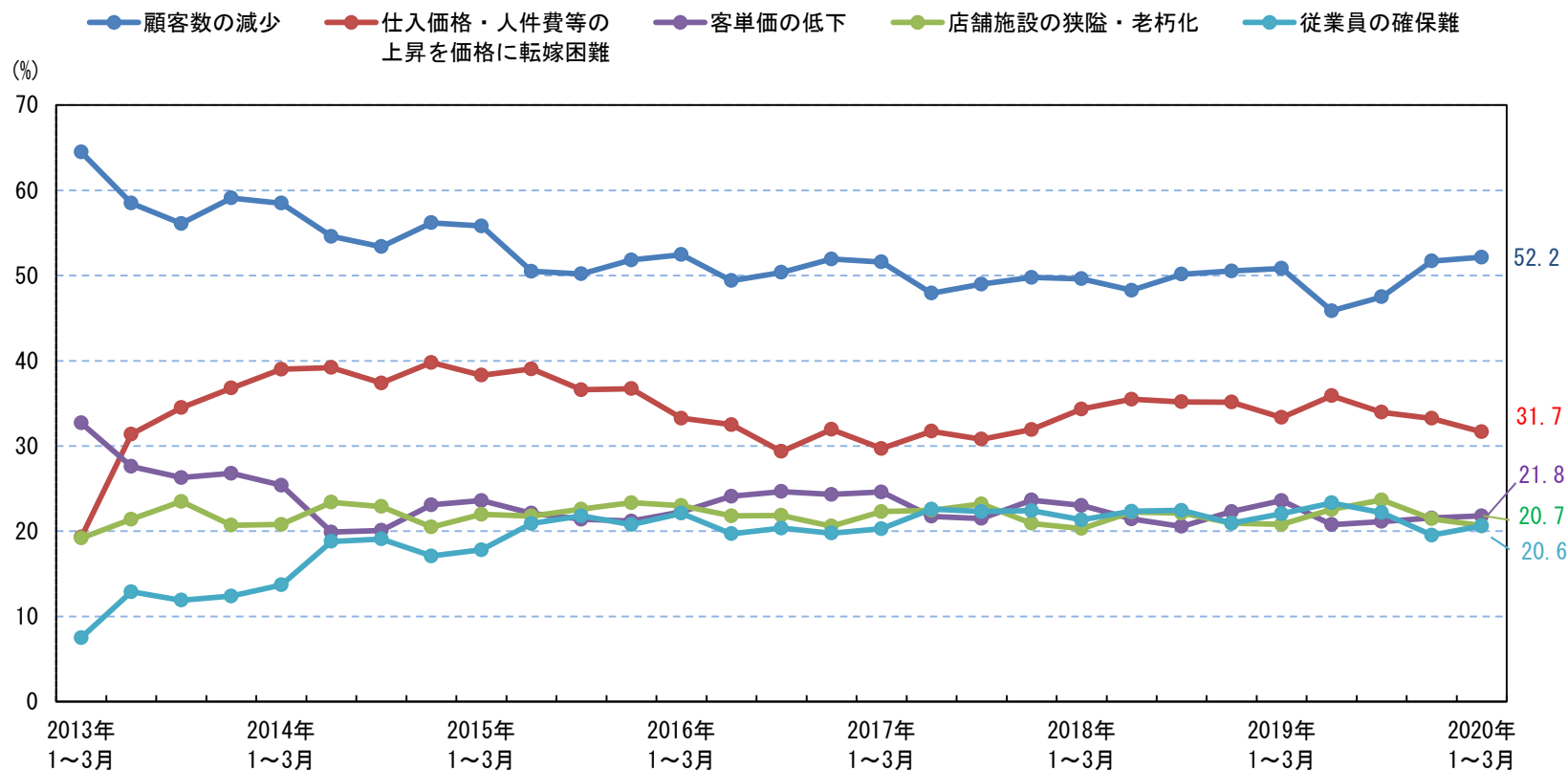
(%)

| 凡例 | 2020年4～6月期の予定 |
|---------|---------------|
| 飲食業(全体) | 10.0 |
| そば・うどん | 10.0 |
| 中華料理 | 12.5 |
| すし | 7.7 |
| 料理 | 14.4 |
| 喫茶 | 9.3 |
| 社交 | 7.3 |
| その他飲食 | 10.4 |

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」52.2%、「仕入価格・人件費等の上昇を価格に転嫁困難」31.7%、「客単価の低下」21.8%、「店舗施設の狭隘・老朽化」20.7%、「従業員の確保難」20.6%となっている。

図表 2 3 主な経営上の問題点の推移（全業種計、複数回答）



図表 2 4 経営上の問題点（業種別、2020年1～3月）

(%)

| 項 目 | 顧客数の減少 | 仕入価格・人件費等の上昇を価格に転嫁困難 | 客単価の低下 | 店舗施設の狭隘・老朽化 | 従業員の確保難 | 後継者難 | 事業資金借入難 | その他 | 特に問題なし |
|-----------|--------|----------------------|--------|-------------|---------|------|---------|-----|--------|
| 業 種 合 計 | 52.2 | 31.7 | 21.8 | 20.7 | 20.6 | 8.2 | 2.4 | 4.3 | 9.1 |
| 飲食業合計 | 45.1 | 42.1 | 19.4 | 18.4 | 24.3 | 7.9 | 2.6 | 3.4 | 8.8 |
| そば・うどん店 | 45.0 | 43.3 | 12.8 | 19.4 | 28.9 | 8.3 | 2.2 | 2.8 | 6.1 |
| 中華料理店 | 35.0 | 45.6 | 17.5 | 23.8 | 23.8 | 10.6 | 2.5 | 4.4 | 8.8 |
| すし店 | 48.4 | 51.1 | 15.4 | 14.3 | 18.1 | 11.0 | 1.1 | 1.1 | 9.9 |
| 料理店 | 48.3 | 51.7 | 18.6 | 16.9 | 31.4 | 2.5 | 2.5 | 2.5 | 5.1 |
| 喫茶店 | 48.8 | 44.4 | 21.6 | 22.2 | 19.1 | 11.7 | 1.9 | 3.1 | 6.8 |
| 社交業 | 55.4 | 26.9 | 28.5 | 8.8 | 25.9 | 4.7 | 3.6 | 3.1 | 12.4 |
| その他飲食店 | 40.8 | 39.9 | 20.0 | 20.9 | 24.5 | 7.0 | 3.2 | 4.8 | 9.8 |
| 食肉・食鳥肉販売業 | 43.8 | 40.5 | 31.4 | 20.3 | 22.9 | 6.5 | 0.7 | 1.3 | 9.2 |
| 冰雪販売業 | 43.9 | 35.1 | 15.8 | 10.5 | 17.5 | 22.8 | 5.3 | 3.5 | 10.5 |
| 理容業 | 62.5 | 15.2 | 23.3 | 17.8 | 12.8 | 10.5 | 1.0 | 6.2 | 13.5 |
| 美容業 | 64.7 | 16.5 | 26.8 | 11.5 | 18.6 | 7.1 | 3.0 | 6.7 | 9.1 |
| 映画館 | 46.3 | 13.0 | 7.4 | 48.1 | 29.6 | 11.1 | 1.9 | 9.3 | 3.7 |
| ホテル・旅館業 | 46.1 | 23.9 | 17.2 | 43.9 | 38.9 | 5.6 | 4.4 | 2.8 | 3.3 |
| 公衆浴場業 | 53.6 | 23.6 | 6.4 | 55.5 | 2.7 | 10.9 | 3.6 | 5.5 | 9.1 |
| クリーニング業 | 63.3 | 34.1 | 31.8 | 20.1 | 9.1 | 5.3 | 1.5 | 3.4 | 8.3 |

(注) ・複数回答のため合計は100を超える。
 ・表中、全業種計の割合を上回るものを網掛けしている。

IV 地域の特徴的な動きと 経営取り組み事例

1. 地域の特徴的な動き（業況に対する判断理由より抜粋）

今期：2020年1～3月期
来期：2020年4～6月期

（1）北海道

| 都道府県 | 業種 | 業況 | 判断理由 |
|------|---------|------------|--|
| 北海道 | そば・うどん店 | 悪化 (今期) | 道内で新型コロナウイルス感染が拡大するなかで、不要不急の外出を自粛する動きが広がっており、ランチ帯以外の客数はかなり落ちている。夜の部の営業時間の見直しを検討している。 |
| 北海道 | 社交業 | 不変 (来期) | 例年、スキーリゾートやアクティビティを楽しめる観光地として欧州や豪州、アジアからの訪日外国人で賑わうが、今期は新型コロナウイルスの感染拡大で宿泊キャンセルが増えた影響から、日本人観光客を含め来店客はほとんどない。来期も、地元のお客さまに来ていただくだけで精一杯である。 |

（2）東北（青森県、岩手県、秋田県、宮城県、山形県、福島県）

| 都道府県 | 業種 | 業況 | 判断理由 |
|------|---------|------------|--|
| 青森県 | ホテル・旅館業 | 悪化 (今期) | 暖冬で降雪量が少なく、各種スキー大会が中止や縮小開催となったため、団体予約の宿泊日数が短くなるなどの影響がでている。 |
| 岩手県 | その他飲食店 | 不変 (来期) | キャッシュレス決済の普及で新規客を中心に利用者が増えてきているが、新型コロナウイルスの影響が長引くようであれば、花見やGW期の観光・旅行での来客も望めなくなることから、好転は厳しい。 |
| 秋田県 | そば・うどん店 | 好転 (来期) | 新型コロナウイルス感染が全国的に広がっているが、今のところ集客への影響は少ない。今後、感染拡大の収束見通し等があれば、入学式や歓迎会、花見等の各種イベントでの需要増加が期待できる。 |
| 宮城県 | クリーニング業 | 不変 (今期) | 固定客を対象としている業務用の集配は一定数量確保できているが、家庭用は暖冬が続いており、ダウンやオーバーコート等の冬物の動きが悪い。 |
| 山形県 | ホテル・旅館業 | 不変 (来期) | インバウンドはほとんどないが、新型コロナウイルスの影響で日本人の宿泊や宴会等の予約キャンセルが続いている。これから桜花見客やGW期の観光・旅行シーズンの稼ぎ時ではあるが、感染拡大の収束見通しが公表されない限り、来期も厳しい状態が続く見込み。 |
| 福島県 | ホテル・旅館業 | 悪化 (今期) | 前期の台風19号の影響による宿泊の客足が回復しないまま、新型コロナウイルスの影響で予約キャンセルもでている。宿泊だけでなく、年度末の各種宴会も自粛する動きがみられる。 |

(3) 関東・甲信越（茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、新潟県、長野県、東京都、千葉県、神奈川県、山梨県）

| 都道府県 | 業種 | 業況 | 判断理由 |
|------|---------|------------|--|
| 茨城県 | 映画館 | 不変 (来期) | 春の新作上映に期待しているが、新型コロナウイルスの影響で感染リスクが高い劇場への自粛が続いており、感染拡大が収まっていけない限り、来期も現状の厳しさが続く見通しである。 |
| 栃木県 | そば・うどん店 | 悪化 (今期) | 県内で新型コロナウイルス感染症の患者が出たとの報道等により、外出を自粛する動きがみられ、ランチ帯以外の集客はかなり減っている。 |
| 群馬県 | ホテル・旅館業 | 悪化 (来期) | 新型コロナウイルスの感染拡大で団体宿泊客の減少に加え、春季開催予定のスポーツ・文化イベントの中止などの影響が今も響いている。 |
| 埼玉県 | ホテル・旅館業 | 不変 (今期) | 新型コロナウイルス感染症の拡大で訪日外国人が大幅に減っており、予約キャンセルの動きが多少出ているが、ビジネス宿泊と新年会の宴会需要でカバーしている。 |
| 新潟県 | すし店 | 悪化 (今期) | 地域イベントで2月に「にいがた食の陣」が開催されたものの参加者は少なく、3月の「にいがた酒の陣」は開催中止されるなど、新型コロナウイルス感染拡大の影響が広がっている。 |
| 長野県 | ホテル・旅館業 | 好転 (今期) | スキー場の積雪不足や新型コロナウイルス感染症問題等で宿泊需要にマイナス要因はあるが、邦人宿泊がほとんどで中国等からの宿泊を受入れていないことから、2～3月の予約もキャンセルがなく影響はでていない。 |
| 東京都 | 氷雪販売業 | 不変 (今期) | 新型コロナウイルス感染症の先行きに不安がある状況で、外国人客相手の六本木や銀座の社交飲食向けに影響が出始めている。 |
| 千葉県 | すし店 | 悪化 (今期) | 新型コロナウイルスの影響で外食を控える傾向が高まり、ランチ需要はあるものの、夜の客数が減り、来店しても飲食時間が早まり客単価も低下している。 |
| 神奈川県 | クリーニング業 | 悪化 (今期) | ホテル関係のリネンを取り扱っているが、インバウンド宿泊の減少で客室稼働率が低下していることから洗濯量は少ない。 |
| 山梨県 | 食肉販売業 | 悪化 (来期) | 消費税増税の影響に加え、豚コレラや新型コロナウイルスの影響による消費の落ち込みも重なっている。 |

(4) 北陸（富山県、石川県、福井県）

| 都道府県 | 業種 | 業況 | 判断理由 |
|------|---------|------------|--|
| 富山県 | 食肉販売業 | 不変 (来期) | 新型コロナウイルスの影響で販売先の飲食店やホテル旅館関係からの注文が減っている。今後、感染拡大が長期化するようであれば、飲食や宿泊の需要が減り、注文も激減していく。 |
| 石川県 | すし店 | 悪化 (来期) | 金沢市を訪れる訪日観光客の増加を踏まえ、高級食材を使ったセットメニューを増やすなどインバウンド対応に取り組んでいるが、新型コロナウイルスの感染拡大で中国や台湾等の団体ツアー客の来店予約が入らなくなった。日本人客も感染リスクの回避から減っている。 |
| 福井県 | クリーニング業 | 悪化 (来期) | 暖冬で積雪もほとんどなくダウンや厚手コート等を着用する機会が少なかったことから、冬物衣料の洗濯点数・品目・単価ともに例年ほどは期待できない。 |

(5) 東海（岐阜県、静岡県、愛知県、三重県）

| 都道府県 | 業種 | 業況 | 判断理由 |
|------|---------|------------|---|
| 岐阜県 | 映画館 | 不変 (来期) | 新型コロナウイルスの影響で感染リスクを避ける行動から来場客は減少している。春の新作の上映延期もあり、当館では夜の部の鑑賞客の減少に更なる追い打ちになる見通し。 |
| 静岡県 | 社交業 | 悪化 (来期) | ホテル旅館等に宿泊のお客が多い土地柄でほとんどが観光産業関連で成り立っているが、新型コロナウイルス感染症の影響で宿泊観光客が激減している影響を直接受けている。 |
| 愛知県 | 理容業 | 悪化 (来期) | 自動車関係の下請企業が多く、中国はじめ世界経済の減速で仕事量が減ってきたと嘆いているお客さまが多く、新規客も増えず、今後とも厳しい見通し。 |
| 三重県 | ホテル・旅館業 | 悪化 (今期) | 1月は新年会予約が多く好転したが、2月以降は新型コロナウイルス感染症の拡大で日本人を含め宿泊キャンセルが増え、3月の送別会や卒業等パーティー、4月の歓迎会等の予約もキャンセルが出始めている。 |

(6) 近畿（滋賀県、京都府、兵庫県、大阪府、奈良県、和歌山県）

| 都道府県 | 業種 | 業況 | 判断理由 |
|------|---------|------------|--|
| 滋賀県 | すし店 | 不変 (今期) | 新年会の利用は例年並みであったが、新型コロナウイルス感染症関連の連日のニュース報道等を受けて、人との集団接触を控える動きが高まるなか客足は鈍くなっている。 |
| 京都府 | そば・うどん店 | 不変 (来期) | 新型コロナウイルスの感染拡大の影響で、訪日観光客だけでなく日本人観光客や地域の住民も感染リスクを回避するため外出機会を減らしており、来店客数の確保が厳しくなっている。 |
| 兵庫県 | 食肉販売業 | 不変 (来期) | 新型コロナウイルスの影響で給食用や飲食店向けの卸部が激減。対策の手立てもなく現状維持が精一杯。 |
| 大阪府 | ホテル・旅館業 | 悪化 (今期) | 昨年後半から続いている韓国人客の落ち込みに追い打ちをかける新型コロナウイルスの影響で、1月下旬だけでも100名以上の予約キャンセルが入り、2月以降も客室稼働確保の見通しが立っていない。 |
| 奈良県 | ホテル・旅館業 | 悪化 (今期) | 元々のシーズンオフに加え、新型コロナウイルスによる国内外の予約キャンセルが相次いでいる。衛生管理を徹底し、こんな時期に来てくれたお客様に心からの感謝を込めて接客している。 |
| 和歌山県 | その他飲食店 | 悪化 (今期) | 新型コロナウイルスで、1～2月で300～400人のキャンセルあり。関連して、日本人にも影響が出ている。 |

(7) 中国（鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県）

| 都道府県 | 業種 | 業況 | 判断理由 |
|------|---------|------------|---|
| 鳥取県 | 美容業 | 好転 (来期) | 暖かくなり外出機会が増え、消費者のおしゃれをしたい気持ちが高まることで、春らしいパーマやカラーなどへの関心も増してくる。流行トレンドの対話を通しメニューの提案をしながら利用者の拡大を図っていく。 |
| 島根県 | ホテル・旅館業 | 好転 (今期) | 例年、降雪でキャンセルが多かったが、今期は暖冬で天候に恵まれたことから、客室稼働率の向上に繋がった。今のところ、新型コロナウイルス感染症の拡大による訪日外国人客のキャンセルは軽微である。 |
| 岡山県 | 食鳥肉販売業 | 不変 (来期) | 春の入学や就職等の慶事向けにテイクアウト用の自家製総菜類の販売に力を入れているが、新型コロナウイルスの感染拡大による影響は根深く、消費増加は望めない。 |
| 広島県 | 公衆浴場業 | 不変 (来期) | サウナブームや家族連れの銭湯志向の高まりなど明るい材料はあるが、新型コロナウイルス関連の報道が連日続いており、感染リスクを避ける動きは当業界にもみられる。一日も早く感染拡大が収束するのを願っている。 |
| 山口県 | 食肉販売業 | 悪化 (来期) | 主力の加工商品が主に観光地などで販売されているため、新型コロナウイルスの影響で観光客がさらに減少するようであれば、相当厳しくなる見込み。 |

(8) 四国 (徳島県、香川県、愛媛県、高知県)

| 都道府県 | 業種 | 業況 | 判断理由 |
|------|---------|------------|--|
| 徳島県 | 料理店 | 好転 (今期) | 消費税増税による消費の低迷は一時的で、キャッシュレス導入による消費者還元事業に参入したことで、クレジットカード払いなどを希望する新規客が増え、客単価もアップしている。 |
| 香川県 | 食肉販売業 | 不変 (今期) | 新型コロナウイルス感染症に係る連日の報道等を受け、各種イベントの開催自粛が広がっているようで、飲食店向けの業務用販売にも影響が出始めている。 |
| 愛媛県 | ホテル・旅館業 | 悪化 (今期) | 組合・商店街等でイベント開催し集客に努めているが、新型コロナウイルスにより、中国人観光客だけでなく国内旅行者のキャンセルも相次ぎ、道後全体で3,000人のキャンセルが出た。 |
| 高知県 | ホテル・旅館業 | 不変 (来期) | 昨年の12月から1月にかけて、喫煙フロアを全面禁煙フロアとして改装工事を行い宿泊客の受動喫煙防止に取り組んだ。新型コロナウイルスの影響は続いている。 |

(9) 九州 (福岡県、佐賀県、長崎県、大分県、熊本県、宮崎県、鹿児島県)・沖縄県

| 都道府県 | 業種 | 業況 | 判断理由 |
|------|---------|------------|--|
| 福岡県 | ホテル・旅館業 | 悪化 (来期) | 政治的影響で韓国からのツアー客が増えないなか、新型コロナウイルスの影響で中国や台湾等からの観光客も減少。日本人も旅行や出張を自粛する動きが広がっており、宿泊客の確保に苦戦を強いられている。 |
| 佐賀県 | 映画館 | 不変 (今期) | 消費税増税や新型コロナウイルスの影響等もあり、グループの鑑賞客は減少気味ではあるが、邦画・洋画ともに人気作が多く、何とか現状維持できている。 |
| 長崎県 | クリーニング業 | 不変 (今期) | 暖冬の影響で、冬物アウターのクリーニングが減ったが、前年より、冬物の中間洗いを勧めている分、セーター類の売上が伸びた。 |
| 大分県 | 社交業 | 悪化 (来期) | 新型コロナウイルスの感染拡大で、歓送迎会等のイベントが中止になり、飲食機会がかなり減っている。出張の自粛もあり、ビジネスマン等の接待や商談での需要も激減している。 |
| 熊本県 | 社交業 | 悪化 (今期) | 二次会開催が減る傾向のなかで、新型コロナウイルスの影響から歓送迎会の開催を自粛する動きがあり、例年ほどの予約はない。 |
| 宮崎県 | ホテル・旅館業 | 悪化 (今期) | 新型コロナウイルスの感染拡大で、韓国プロ野球やKリーグの春季キャンプが中止になり、宿泊予約がすべてキャンセルになった。この時期にキャンプ観戦のファンも全国から訪れることから影響は相当に大きい。 |
| 鹿児島県 | 公衆浴場業 | 好転 (今期) | PayPay (キャッシュレス) 利用のお客様が固定化してきた。その結果か若い層のお客様がだいぶ増えてきている。 |
| 沖縄県 | クリーニング業 | 不変 (来期) | 新型コロナウイルスの感染拡大で観光宿泊客が減少している影響から、業務用のリネン関連の受注が減っている。個人向けも地域的に衣替え需要は少なく、現状維持が精一杯である。 |

2. 経営取り組み事例（業種別）

| 業種 | 都道府県 | 内容 |
|---------|------|--|
| そば・うどん店 | 山形県 | 他県の同業者や異業種とのインターネット上のコミュニケーションを通して経営課題を共有。人材の採用・育成への取り組みや売れ筋の商品メニューなど良好事例があれば積極的に取り入れている。 |
| | 東京都 | 消費税軽減税率対象の出前の注文が増えたことから、配達体制を強化するため、ウーバーイーツの活用を始めた。 |
| | 静岡県 | 国の小規模事業者持続化補助金を活用した販路開拓やスタッフの処遇改善への取り組みを実施。事業計画の策定過程で専門家アドバイスを受けながら、自社の強みと弱みが見える化できた。 |
| | 島根県 | 自家製麺づくりの自動化やキャッシュレス決済対応のPOSレジへの更新など、人手が削減できる作業工程の効率化を進めている。 |
| | 広島県 | 従業員の働き方改革と経費削減で営業時間の短縮に取り組んだ。一時的に売上は低下したが、残業減少による人件費削減やアイドルタイム帯の改善にも効果があがった。 |
| 中華料理店 | 岩手県 | 国のキャッシュレス・ポイント還元事業への参加店としてスマホアプリのQRコード型決済（PayPay）を早い段階で導入した。コスト負担がなく導入できたことに加え、レジ回りの効率化や単価アップのメニュー提案にも取り組んだ。 |
| | 新潟県 | ランチセットメニューで半チャーハンの要望が多いことから新メニューとして追加。注文取りのオペレーションは増えたが、客単価UPにつながっている。 |
| | 富山県 | 消費税軽減税率対応でテイクアウト部門を強化。配達要員を確保し、注文も2品以上にしており、客単価がアップしている。 |
| | 広島県 | LINEを活用した登録会員への割引キャンペーンの定期的な配信を始めた。キャッシュレス化を推進しており、5%消費者ポイント還元と支払の利便性向上で決済手段の種類を増やした。 |
| | 宮崎県 | 5%ポイント還元と支払手段の利便性向上のため、クレジットカード決済のほかスマホアプリのQRコード型の決済を複数導入した。決済手数料の負担はあるが、お客さまのニーズを優先させた。 |
| すし店 | 青森県 | インバウンド向けにメニューの写真付き外国語表記とともに、簡単なコミュニケーションができるよう外国語会話の社内研修を定期的に行っている。 |
| | 新潟県 | 毎月のコース内容やメニュー作りなど3ヶ月前から企画準備し、2ヶ月前にはチラシ作成し広告している。他店に先駆けた早め早めの取り組みがスタッフの士気向上にも役立っている。 |
| | 静岡県 | ファミリー向けに子供が喜ぶ「お子様すしランチ」のメニューを増やし、SNS上でインスタ映えするよう発信し集客に効果を上げている。 |

| 業種 | 都道府県 | 内容 |
|-----|------|--|
| すし店 | 愛知県 | 国が推進する <u>キャッシュレス決済を導入</u> したが、ポイント還元の利用者は若者よりも 中高年層が増えた 印象がある。特に女性の割合が増えた。 |
| | 沖縄県 | 食べログ等を見て来店する観光客が多く、インターネット上の広告や予約の体制を強化している。インバウンド対応では、Wi-Fi等の配信整備や外国語対応のメニュー作成などに取り組んだ。 |
| 料理店 | 東京都 | <u>ICTを活用した顧客管理システムを導入</u> 。顧客別の来店頻度や注文内容、客単価などのデータをもとに次回来店に繋がるDMに活用し効果を上げている。 |
| | 新潟県 | 人材を積極的に採用。特に <u>調理師の若手(20代~30代)を3名採用</u> したことにより、料理内容が充実。しかも食材のロスを減らすことが出来、労働環境も改善した。 |
| | 滋賀県 | 店内でのランチだけでなく、テイクアウトのコーナーを設置。ランチメニューをアレンジしたお弁当の店頭販売を始めた。店の雰囲気が変わったとランチ客からも好評を得ている。 |
| | 岡山県 | <u>飲食店の同業7店舗の共催で独自のフリーペーパー誌を作成・発行</u> 。効果はこれからであるが、県よろず支援拠点の専門家指導・助言を受けながら、改善していく。 |
| | 香川県 | 新規客の確保のため新しいインターネット予約の登録契約を結んだが、新規の団体グループから新年会や送別会の予約があった。予約サイトの対話ツールを使い次回来店のご案内を行っている。 |
| 喫茶店 | 北海道 | <u>QRコード決済のキャッシュレス機器を導入</u> したが、ポイント還元目的の新規客が増えただけでなく、レジ回りの効率化や顧客管理・売上分析の見える化などが図れた。 |
| | 茨城県 | 国のポイント還元事業への参加登録しキャッシュレス機器を導入。新規客の集客効果に加え、レジ回りの効率化ができた。 |
| | 岐阜県 | <u>喫茶組合主催の地域社会貢献事業に参加</u> し、介護施設の高齢者を受入れ、午後のアイドルタイムの売上を確保できた。 |
| | 山口県 | 女性客でパフェ類の人气が続いており、SNS上でお客さまに写真アップしてもらっていることから、彩りや盛り付けなどインスタ映えを意識したパフェを提案している。 |
| | 佐賀県 | <u>地元の中学・高校の職場体験・インターンシップ</u> の学校行事や、行政のサークル活動に進んで協賛・協力して、地元密着型で経営に取り組んでいる。 |

| 業種 | 都道府県 | 内容 |
|--------|------|---|
| 社交業 | 東京都 | <u>インバウンド対応で英語表記のメニューを作成。</u> カクテルを主力にインスタ映えする写真をSNS上で発信し、フォロワーの外国人客を取り込んでいる。 |
| | 兵庫県 | ボトル棚の空間ディスプレイとして「ワンショットメジャー」を設置。店舗の雰囲気が変わり、豪華さも強調できることから、カウンター席の稼働率が上がり客数も増えている。 |
| | 愛媛県 | 広告媒体を変更したら団体客が増加した。また、近隣企業へのポスティング実施により顧客数が増えた。アルバイトスタッフの接客レベルが上がりリピート客も増えている。 |
| | 佐賀県 | 営業時間の短縮や学生アルバイトのシフト勤務化など経費支出の見直しを行うとともに、 <u>婚活イベントやカクテルキャンペーン等を企画</u> し集客を図っている。 |
| | 鹿児島県 | ランチ営業を再開し、軌道に乗ったことで早い時間の来店にもつながった。ランチの客が夜も来てくれたり、口コミしてくれたりして集客につながった。 |
| その他飲食店 | 岩手県 | 人手不足対策と他店との差別化のため、 <u>完全予約制の導入やメニュー体系もコース料理のみに見直した。</u> 席数も減らしたことで、客数は減少したが、ゆとりのある空間と質の高い料理に対する顧客満足度は向上しており、客単価アップにも繋がっている。 |
| | 愛知県 | 10月から <u>週休2日制</u> にして、4ヶ月近く経つが売上はそんなに落ち込んではいない。従業員確保と自分の体力維持のために始めたが、これでやっていけそうである。従業員も一人入社してくれた。 |
| | 京都府 | 日本人顧客が7割、インバウンド顧客が3割を目安に予約を絞り込んでおり、今回の新型コロナウイルスの感染拡大で大打撃を受けないようリスクを分散している。 |
| | 島根県 | 店舗改装に併せ、 <u>厨房からホールのおペレーションを見直した。</u> 専門家の指導・助言のもとでアルバイトのシフト制による人件費の削減や、仕入先・品目・数量の見直しで食材ロスの圧縮を図った。 |
| | 高知県 | スタッフの教育を始め、ソフト面における社内取組と今回は福利厚生等の雇用形態を考えている。深夜型から昼間の早い時間帯にシフトし、労働時間の短縮とモチベーションの向上を図りながら、お客様へのサービスの向上を目指している。 |

| 業種 | 都道府県 | 内容 |
|--------|------|--|
| 食肉販売業 | 福島県 | HACCP適合した店舗・工場を新設 。拡張した作業場で業務用の加工品開発を行っており、店頭直販の体制も構築中。 |
| | 群馬県 | 冷凍の自家製加工品として開発したレトルト商品が売れ筋 。「赤城牛」のスネ肉を使ったカレーやハヤシルー、ビーフシチューの3種類で、子育て中の共働きの女性に好評だ。今のところストック出来る冷凍庫は50個が限度だが、今後の動きで冷凍庫を増やしたい。 |
| | 愛媛県 | 自動化設備を導入し作業効率を高めることで、従業員の残業時間の短縮に取り組んだ。人件費負担が大きいので、削減効果は大きい。 |
| 食鳥肉販売業 | 愛知県 | スライサーやミキサーなど自動化設備に取り換え、一人で複数の加工処理を行うことができ作業効率が向上した。 |
| | 大阪府 | 人材の確保および従業員のモチベーションを上げるためにも年間休日数を増やすのは働き方改革の必須になっており、休日の取り方の工夫を試験的に行っている。 |
| | 岡山県 | 新型コロナウイルスの感染拡大を受け、スタッフのマスク着用の義務化とアルコール消毒によるこまめな清掃や手洗いの徹底など、 衛生管理を最優先 に取り組んでいる。 |
| | 福岡県 | 毎日の夕方6時30分から加工総菜を4～5割引きする タイムセールを行い全部売り切る工夫 をしている。お客様もその時間帯に来店することが多く、廃棄ロスもなくなり収益向上にもなる。 |
| 氷雪販売業 | 新潟県 | 販売先の定休日が多い毎週木曜（日・祭も） 定休を導入し、配達効率性を高めた 。また、イベントでの注文で店頭販売の場合に配達コスト分を値引きする仕組みも取り入れた。 |
| | 愛知県 | 飲食店など業務向けがメインではあるが、個人消費者向けに自社の存在と氷小売りを知ってもらうためホームページを開設した。 |

| 業種 | 都道府県 | 内容 |
|-----|------|---|
| 理容業 | 山形県 | 5%ポイント還元目的のお客様に対応するため、10月から キャッシュレス還元事業に参加 。レジ回りの効率化や売上集計等の事務削減ができ、閉店後の帰宅時間が早まっている。 |
| | 群馬県 | 組合主催の技術講習会や勉強会に参加 し、メンズパーマや薬液配合等のスキル向上に努めている。髪を傷ませない施術が口コミで広がり、お客様からの新規先の紹介が増えた。 |
| | 島根県 | 送迎サービスや訪問理容を強化し、 キャッシュレスに馴染まないお客さまを対象に特典付きのポイントカードも新しく導入 した。 |
| | 香川県 | キャッシュレス決済を導入し、利用者への5%ポイント還元と支払手段の利便性向上を図った。クレジットカード払いが増え経費負担は増えたが、新規客が増え、レジ回りの作業効率が良くなった。 |
| | 大分県 | ホームページ開設から2年近くになるが、月・週の定期的なメンテナンスに加え、カットやカラーの施術前後の写真や動画は毎日更新しており、鮮度の高さもあり、フォロワーのインターネット予約が増えている。 |
| 美容業 | 青森県 | 好みのカットやカラー、トリートメント等の お客様情報を一元管理する「顧客カルテ」システムを導入 。誕生日等の記念日に使える割引チケットや流行のヘアスタイルの情報を盛り込んだDMに活用するなど次回予約に繋げている。 |
| | 富山県 | スタッフによる 施術動画をSNSで発信 しフォロワー数を増やす取り組みを全スタッフで実施。動画を見てインターネット予約が入るスタイリストが新規客を確保している。 |
| | 山梨県 | 帰宅が遅いOL向けに夜8時まで受付を延長 したところ、大変好評で固定客化にも繋がっている。 |
| | 長野県 | スタッフの 働き方改革推進で営業日数・営業時間を若干短縮 した。スタッフ自身も予約方法や施術作業の効率化に積極的に取り組んでいる。 |
| | 鹿児島県 | 働き方改革へ対応すべく休業日を増やし 、労働時間の短縮など就業規則を見直した。労務環境を改善したことでスタッフとのコミュニケーションが深まり、集客や客単価アップに向けた取り組みに工夫がみられるようになった。 |

| 業種 | 都道府県 | 内容 |
|---------|------|--|
| 映画館 | 群馬県 | <u>覆面調査のミステリーショッパーを実施</u> 。調査結果をスタッフ全員で共有し、改善点を協議するなかで接客力の向上に努めた。 |
| | 千葉県 | 多様な上映コンテンツの取り込みを行い、鑑賞料金を上げたことで客単価アップができた。 |
| | 岐阜県 | <u>地元新聞社とのタイアップ企画「岐阜新聞映画部」のイベント上映</u> は、今年も継続できることとなった。月に1～2回のペースで、これまでどおり岐阜に関わる映画人をゲストに迎えての上映イベントを実施している。 |
| | 静岡県 | クレジットカード決済の <u>キャッシュレスを導入し、国のポイント還元事業に参加</u> したことで、利用者の利便性向上と飲食類の購入単価のアップに繋がっている。 |
| | 香川県 | 映画上映後に生バンドの演奏イベントを開催したり、映画鑑賞客の帰り際にプレゼントの景品を手渡し、次回作の案内も行うことを計画している。 |
| ホテル・旅館業 | 青森県 | 日帰り・宿泊客の送迎サービスや宿泊客へのお礼状の送付、お得な宿泊商品のDMなど実施している。特に、 <u>外国人観光客向けの送迎サービス（ホテル～ゲレンデ）が好評</u> である。 |
| | 群馬県 | 会社のホームページをインバウンドに対応できるようリニューアルした。日本文化が伝わる風呂の外壁に改修したり、地元ガイドを利用して体験型の散策ツアーを企画するなど、地域の細かい情報の収集・発信を続けている。 |
| | 三重県 | 1泊2日の観光目的のお客さまと、企業の研修目的の会社員をターゲットに低料金のメニューを提供している。もともと貸別荘として開業したので、1棟貸しの宿泊のほか、ペット同伴宿泊も始めた。 |
| | 奈良県 | 新型コロナウイルス感染症の拡大でインバウンド予約のキャンセルが入り苦戦しているが、リピーター利用が多い日本のお客様に事情説明の案内と特別割引宿泊プランのDM発送し、多少ではあるが客室稼働の埋め合わせができた。 |
| | 福岡県 | インバウンド対応で <u>地元高校の留学生とのコラボでエスニック料理の新メニューを開発</u> した。新型コロナウイルスの影響でインバウンド客への提供はできていないが、日本人客にサービス提供し好評である。 |

| 業種 | 都道府県 | 内容 |
|---------|------|---|
| 公衆浴場業 | 神奈川県 | サウナ利用の若者や子育て世代のファミリーのニーズを踏まえ、 <u>スマホアプリのQRコード型のキャッシュレスを導入</u> し5%ポイント還元事業にもいち早く参加した。 |
| | 静岡県 | 電気料金の契約先を見直し、 <u>電灯の全面LED化</u> に取り組んだことで電気料の大幅な節約が出来ている。 |
| | 大阪府 | <u>大阪浴場組合の事業委員会「for-U（湯）」</u> により若い人が取組んだスタンプラリーが定着しており、家族連れやサウナ利用の若者層が増えつつある。 |
| | 広島県 | 月別や週別、時間別の入浴利用動向を踏まえ、月単位で閑散日を休業にするなど、 <u>組合から配布された生産性のマニュアル(業種別)</u> を活用している。 |
| | 徳島県 | 毛穴の汚れなどを綺麗にする「ナノフェミラス」のシャワーヘッドに取り換えた。頭皮や髪質のケアする女性客に大変好評で、お客さん目線で改善していくことの大切さを感じている。 |
| クリーニング業 | 山形県 | キャッシュレス対応の機種を増やし利便性を高めた。技術面では、仕上がりの点検を徹底し、小さなシミや綻びなども見落とさず、シミ抜きもリーズナブル価格を設定。毛玉取りはサービスで対応し、仕上がりの奇麗さが支持されている。 |
| | 埼玉県 | 組合主導でキャッシュレス化に取り組んだ結果、導入コストやランニングコストの削減ができ、新規集客とレジ回り等の効率化にも貢献できている。 |
| | 千葉県 | スニーカー等の靴やカバンなどの洗濯技術を習得するとともに、 <u>サーファー向けにウェットスーツの洗いや修理、保管</u> にも新しく取り組んだ。 |
| | 滋賀県 | 人手確保のため、在日外国人の求人を現在登録しているほか、廃業する同業者の従業員も積極的に受け入れている。廃業の情報が入れれば、その店舗に出向き、再就職先として紹介してもらうことが雇用を守るうえでも重要と考えている。 |
| | 岡山県 | クリーニング業は季節に左右される傾向があり、年間で安定した受注が確保できる業務用の作業服や白衣、制服などの <u>産業クリーニングに転換</u> した。 |