

2018年4月27日
株式会社日本政策金融公庫

緩やかな持ち直しの動きがみられ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（2018年1～3月期）～

業況判断DIは2期、売上DIは4期連続で前年同期を上回った。

<業況判断DI> (2ページ)

- 業況判断DIは、前期から12.1ポイント低下して▲32.2となった。前年同期に対しては0.2ポイント上回り、2期連続で前年同期の水準を上回った。
- 来期は、▲8.1と24.1ポイント上昇する見通しとなっている。

<売上DI> (3ページ)

- 売上DIは、前期から0.6ポイント低下して▲24.0となった。前年同期に対しては1.0ポイント上回り、4期連続で前年同期の水準を上回った。
- 来期は、▲12.7と11.3ポイント上昇する見通しとなっている。

<採算DI> (4ページ)

- 採算DIは、前期から5.1ポイント低下して▲10.2となった。前年同期に対しては3.6ポイント下回り、2期ぶりに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：小沢、一ノ瀬 TEL 03-3270-1653

【調査の実施要領】

調査時点	2018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	3,061企業（回答率 93.0%）			
（業種内訳）	飲食業	1,402 企業	映画館	51 企業
	食肉・食鳥肉販売業	145 企業	ホテル・旅館業	171 企業
	氷雪販売業	55 企業	公衆浴場業	108 企業
	理容業	412 企業	クリーニング業	259 企業
	美容業	458 企業		

【本調査における留意事項】

- 2012年4～6月期調査時点で調査対象企業の見直しが行われている。
- 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。

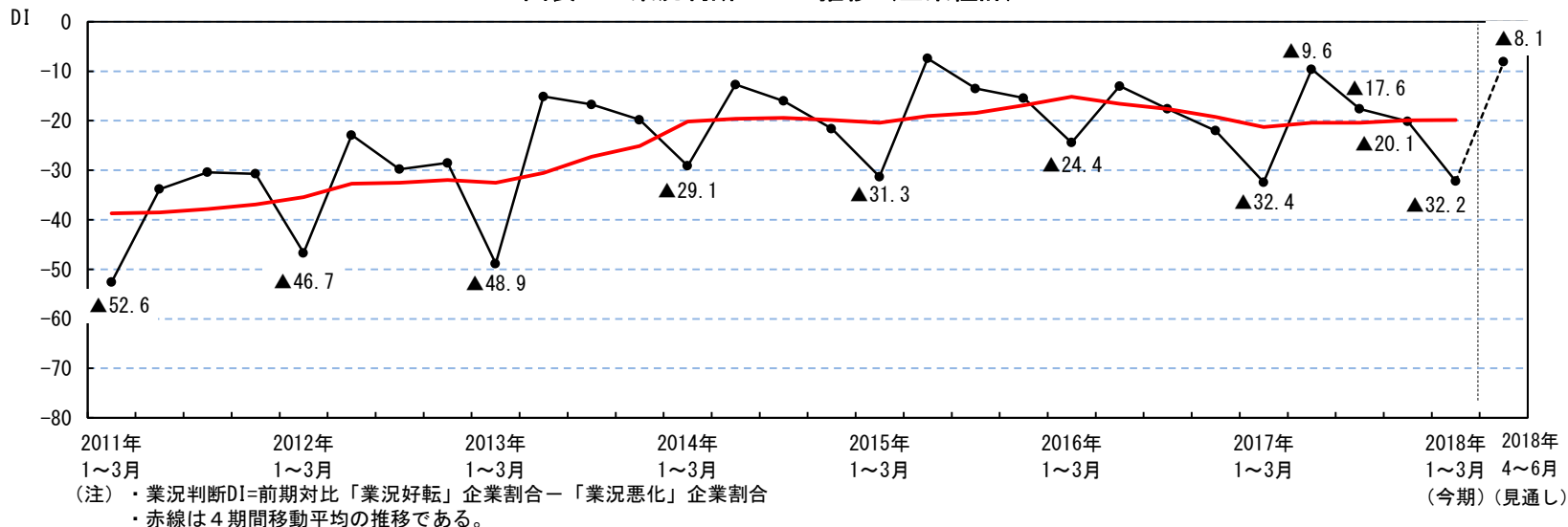
I 景気の動向

1. 業況判断

● 業況判断DIは、前期から12.1ポイント低下して▲32.2となった。前年同期に対しては0.2ポイント上回り、2期連続で前年同期の水準を上回った。

来期は、▲8.1と24.1ポイント上昇する見通しとなっている。

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	2017年 1~3月	4~6月	7~9月	10~12月	2018年 1~3月 (今期)	4~6月 (見通し)
食肉・食鳥肉	▲24.7	▲12.7	▲9.0	▲0.7	▲23.4	1.4
氷雪	▲41.5	23.6	42.3	▲56.4	▲49.1	12.7
理容	▲38.6	▲13.2	▲18.7	▲32.0	▲38.1	▲14.8
美容	▲33.3	▲19.5	▲21.1	▲22.3	▲31.7	▲14.4
映画館	1.8	23.7	0.0	▲54.9	▲33.3	13.7
ホテル・旅館	▲29.4	▲1.7	3.8	▲1.7	▲27.5	▲5.8
公衆浴場	▲10.2	▲25.7	▲26.2	▲21.8	▲9.3	▲23.1
クリーニング	▲50.9	23.4	▲42.4	▲5.4	▲49.4	7.3

図表3 飲食業業況判断DIの推移

凡例	2017年 1~3月	4~6月	7~9月	10~12月	2018年 1~3月 (今期)	4~6月 (見通し)
飲食業(全体)	▲30.8	▲13.6	▲17.4	▲20.2	▲30.0	▲8.6
そば・うどん	▲36.2	0.0	▲8.7	▲27.3	▲38.0	▲0.6
中華料理	▲27.6	▲3.7	▲13.9	▲18.8	▲25.2	▲3.7
すし	▲40.8	▲29.3	▲29.4	▲29.1	▲32.0	▲12.7
料理	▲24.4	▲9.1	▲19.5	▲1.7	▲23.7	▲16.0
喫茶	▲29.1	▲21.2	▲23.4	▲32.4	▲34.5	▲12.6
社交	▲30.9	▲24.9	▲19.6	▲11.8	▲30.6	▲7.8
その他飲食	▲27.6	▲9.3	▲12.8	▲18.0	▲27.2	▲8.5

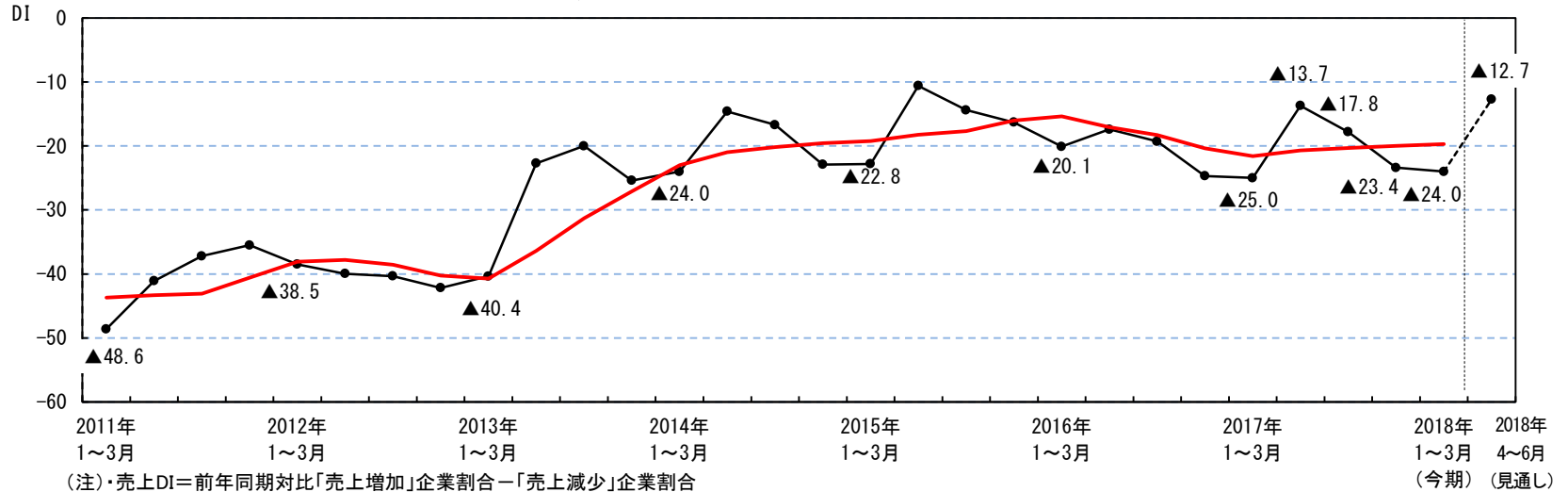
(注)表中、全業種計の割合を上回るものを網掛している。以下同じ。

2. 売上

● 売上DIは、前期から0.6ポイント低下して▲24.0となった。前年同期に対しては1.0ポイント上回り、4期連続で前年同期の水準を上回った。

来期は、▲12.7と11.3ポイント上昇する見通しとなっている。

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	2017年 1~3月	4~6月	7~9月	10~12月	2018年 1~3月 (今期)	4~6月 (見通し)
食肉・食鳥肉	▲4.7	▲4.4	▲7.5	▲6.6	▲4.8	▲2.8
氷雪	▲17.0	▲9.1	3.8	▲14.5	▲29.1	7.3
理容	▲36.6	▲22.8	▲22.9	▲34.5	▲34.3	▲20.0
美容	▲31.0	▲23.5	▲24.3	▲27.9	▲25.2	▲17.5
映画館	9.1	30.5	▲2.0	▲27.5	▲37.3	3.9
ホテル・旅館	▲14.1	▲1.7	▲12.0	▲2.3	▲21.6	▲4.1
公衆浴場	▲26.9	▲31.9	▲26.2	▲30.0	▲6.5	▲16.7
クリーニング	▲30.6	▲8.9	▲21.4	▲16.1	▲25.9	▲14.3

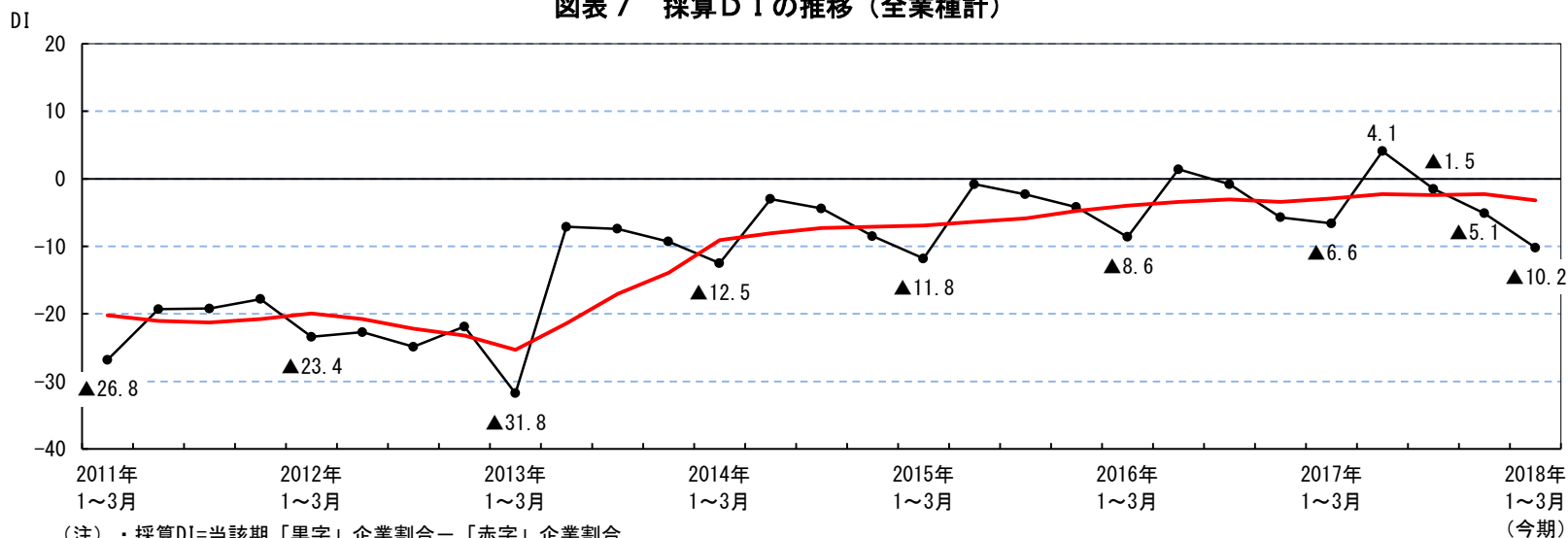
図表6 飲食業売上DIの推移

凡例	2017年 1~3月	4~6月	7~9月	10~12月	2018年 1~3月 (今期)	4~6月 (見通し)
飲食業(全体)	▲23.7	▲11.9	▲16.1	▲24.2	▲23.3	▲11.8
そば・うどん	▲23.7	▲11.8	▲11.9	▲25.7	▲27.5	▲13.5
中華料理	▲21.3	3.7	▲9.0	▲16.6	▲22.4	▲7.5
すし	▲37.2	▲22.0	▲34.5	▲30.8	▲23.8	▲13.3
料理	▲14.4	▲3.0	▲9.7	▲9.2	▲14.5	▲14.5
喫茶	▲22.7	▲18.6	▲18.4	▲31.6	▲26.9	▲17.0
社交	▲31.7	▲19.9	▲21.7	▲27.4	▲27.6	▲15.1
その他飲食	▲17.9	▲9.9	▲10.5	▲23.4	▲20.8	▲7.3

3. 採算

- 採算DIは、前期から5.1ポイント低下して▲10.2となった。前年同期に対しては3.6ポイント下回り、2期ぶりに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	2017年 1~3月	4~6月	7~9月	10~12月	2018年 1~3月 (今期)
食肉・食鳥肉	18.7	15.8	9.0	17.2	18.6
氷雪	▲15.1	14.5	42.3	▲18.2	▲20.0
理容	▲11.7	▲0.5	0.0	▲7.8	▲15.3
美容	▲7.9	4.2	▲0.5	▲8.0	▲3.7
映画館	12.7	23.7	13.7	▲19.6	▲27.5
ホテル・旅館	19.2	16.6	12.7	22.1	▲2.3
公衆浴場	2.8	▲0.9	▲4.9	1.8	3.7
クリーニング	▲27.5	18.6	▲9.5	0.8	▲24.7

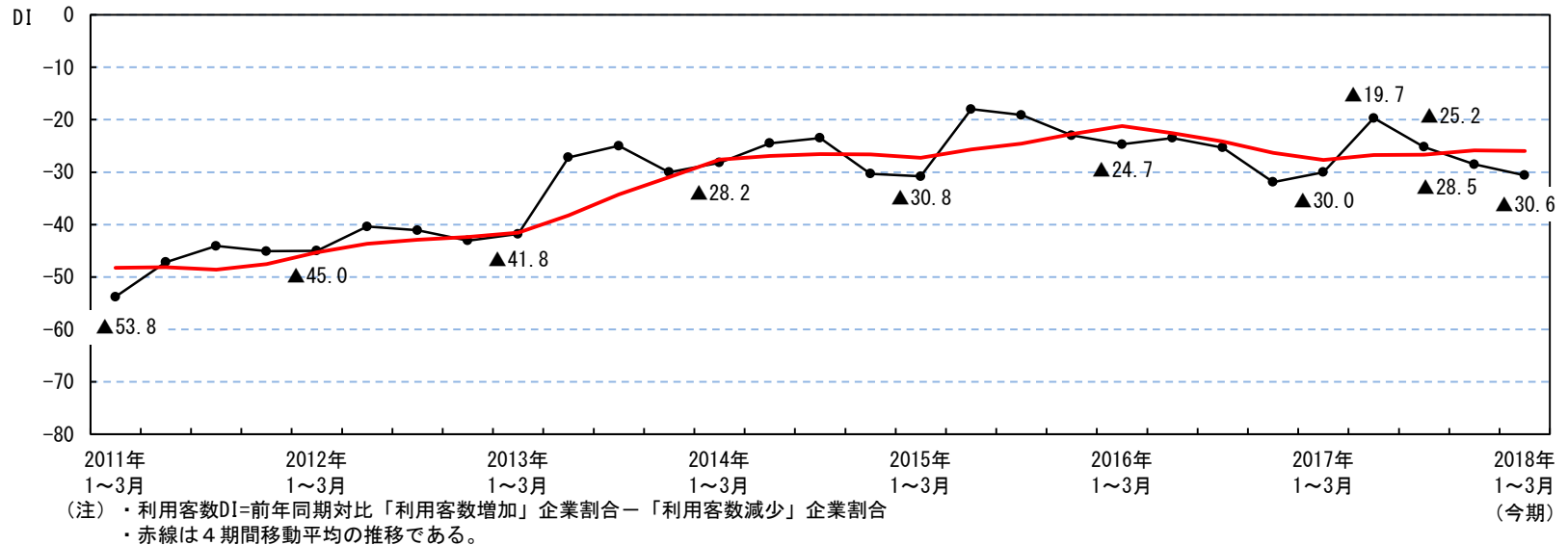
図表9 飲食業採算DIの推移

凡例	2017年 1~3月	4~6月	7~9月	10~12月	2018年 1~3月 (今期)
飲食業(全体)	▲7.9	▲0.9	▲5.6	▲9.7	▲12.1
そば・うどん	▲4.0	7.3	9.9	▲5.8	▲14.6
中華料理	▲1.8	7.3	3.8	▲1.2	▲6.1
すし	▲8.9	▲8.9	▲15.8	▲18.7	▲11.6
料理	▲3.1	▲4.5	▲18.6	▲11.6	▲15.3
喫茶	▲19.4	▲10.0	▲8.4	▲16.8	▲20.7
社交	▲11.5	1.0	▲8.7	▲6.4	▲3.1
その他飲食	▲7.0	0.0	▲4.9	▲8.6	▲13.4

4. 利用客数

- 利用客数DIは、前期から2.1ポイント低下して▲30.6となった。前年同期に対しては0.6ポイント下回り、4期ぶりに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	2017年 1~3月	4~6月	7~9月	10~12月	2018年 1~3月 (今期)
食肉・食鳥肉	▲14.1	▲16.5	▲26.3	▲7.9	▲13.1
氷雪	▲26.4	▲14.5	5.8	▲14.5	▲25.5
理容	▲41.0	▲28.8	▲27.4	▲35.9	▲40.6
美容	▲37.1	▲30.6	▲34.4	▲37.5	▲36.5
映画館	0.0	32.2	▲13.7	▲41.2	▲41.2
ホテル・旅館	▲16.4	2.2	▲22.2	▲1.7	▲32.7
公衆浴場	▲25.0	▲33.6	▲31.1	▲30.9	▲2.8
クリーニング	▲39.9	▲16.4	▲33.2	▲28.4	▲39.0

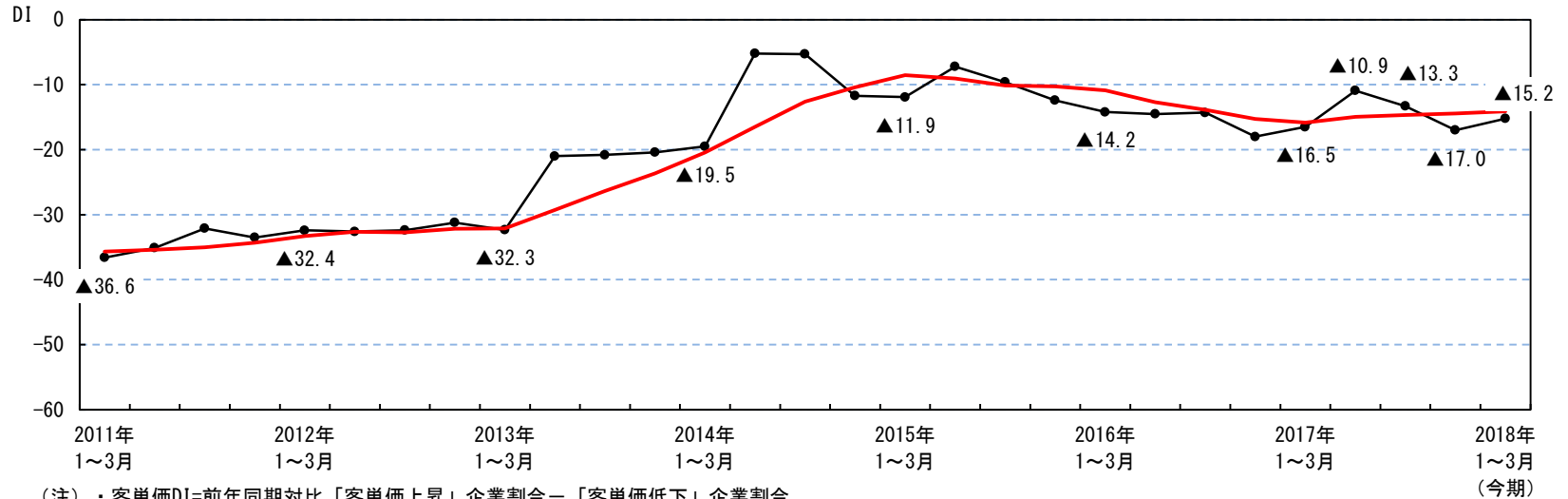
図表12 飲食業利用客数DIの推移

凡例	2017年 1~3月	4~6月	7~9月	10~12月	2018年 1~3月 (今期)
飲食業(全体)	▲27.9	▲18.5	▲21.6	▲28.8	▲27.7
そば・うどん	▲22.6	▲15.7	▲15.6	▲27.5	▲31.6
中華料理	▲27.2	▲4.3	▲12.2	▲19.6	▲20.5
すし	▲38.7	▲36.6	▲32.2	▲37.4	▲32.0
料理	▲16.0	▲8.3	▲17.7	▲24.2	▲26.7
喫茶	▲26.4	▲19.2	▲27.6	▲34.5	▲30.4
社交	▲35.4	▲29.3	▲28.3	▲28.5	▲32.3
その他飲食	▲26.2	▲15.0	▲18.6	▲28.4	▲23.6

5. 客単価

- 客単価DIは、前期から1.8ポイント上昇して▲15.2となった。前年同期に対しては1.3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	2017年 1~3月	4~6月	7~9月	10~12月	2018年 1~3月 (今期)
食肉・食鳥肉	▲14.1	▲13.9	▲3.8	▲12.6	▲15.9
氷雪	▲24.5	▲12.7	▲9.6	▲18.2	▲20.0
理容	▲15.0	▲13.5	▲10.3	▲14.1	▲14.1
美容	▲14.3	▲10.0	▲11.2	▲18.3	▲14.9
映画館	0.0	6.8	▲9.8	▲7.8	▲3.9
ホテル・旅館	▲4.5	▲4.4	0.0	▲5.2	▲11.1
公衆浴場	▲11.1	▲15.9	▲17.5	▲15.5	▲12.0
クリーニング	▲35.8	▲14.9	▲35.8	▲26.4	▲33.2

図表15 飲食業客単価DIの推移

凡例	2017年 1~3月	4~6月	7~9月	10~12月	2018年 1~3月 (今期)
飲食業(全体)	▲16.5	▲10.5	▲13.3	▲18.1	▲13.1
そば・うどん	▲8.5	▲2.2	▲8.8	▲13.5	▲14.6
中華料理	▲15.4	▲9.3	▲7.7	▲16.6	▲13.7
すし	▲26.2	▲23.0	▲21.5	▲27.5	▲19.9
料理	▲20.0	▲15.9	▲14.2	▲20.8	▲10.7
喫茶	▲14.7	▲4.2	▲10.5	▲15.8	▲11.7
社交	▲23.8	▲13.6	▲16.3	▲17.7	▲16.1
その他飲食	▲12.1	▲8.0	▲13.1	▲16.8	▲9.1

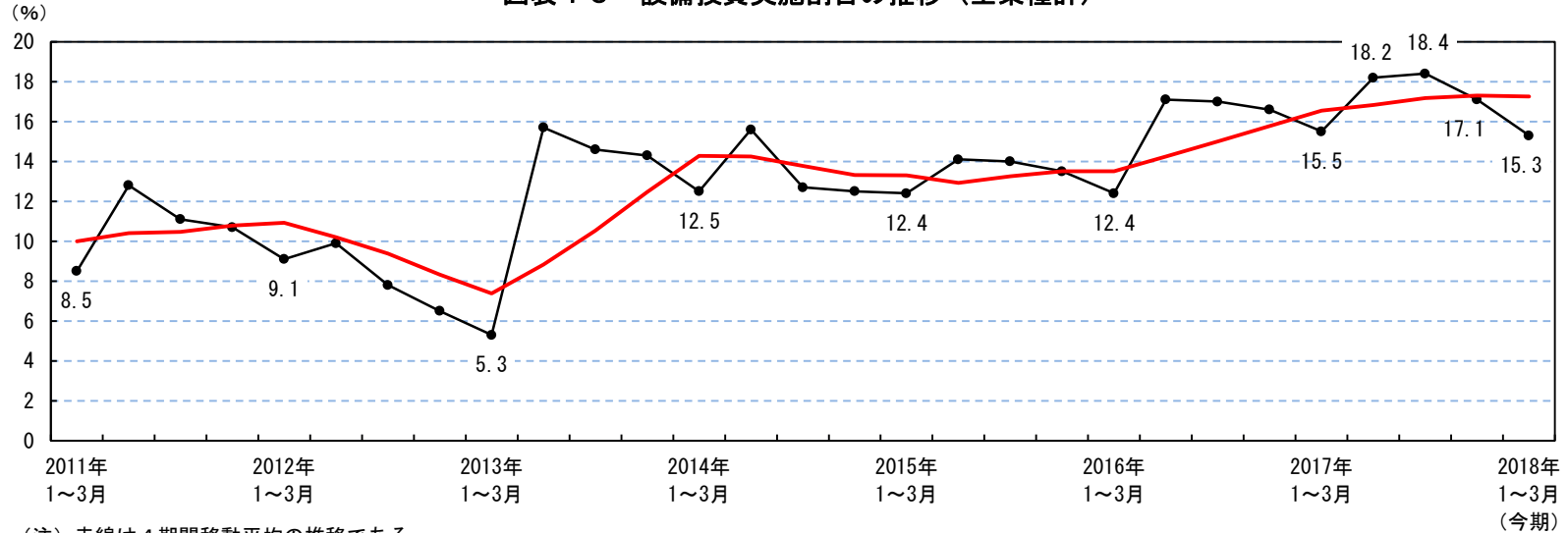
II 設備投資の動向

1. 設備投資の実施状況

今期(2018年1～3月期)に設備投資を行った企業の割合は15.3%と前期(17.1%)に比べ1.8ポイント低下した。前年同期(15.5%)に対しては0.2ポイント下回った。

生活衛生関係営業の設備投資は、持ち直しの動きが続いている。

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	2017年 1～3月	4～6月	7～9月	10～12月	2018年 1～3月 (今期)
食肉・食鳥肉	24.0	27.8	22.6	25.2	19.3
氷 雪	20.8	21.8	19.2	14.5	14.5
理 容	11.7	11.0	9.9	10.0	8.7
美 容	9.4	11.0	10.5	13.4	9.2
映 画 館	29.1	32.2	31.4	19.6	31.4
ホテル・旅館	41.8	43.1	53.8	41.9	39.8
公衆浴場	23.1	35.4	25.5	30.9	22.2
クリーニング	15.2	18.6	17.4	15.3	18.5

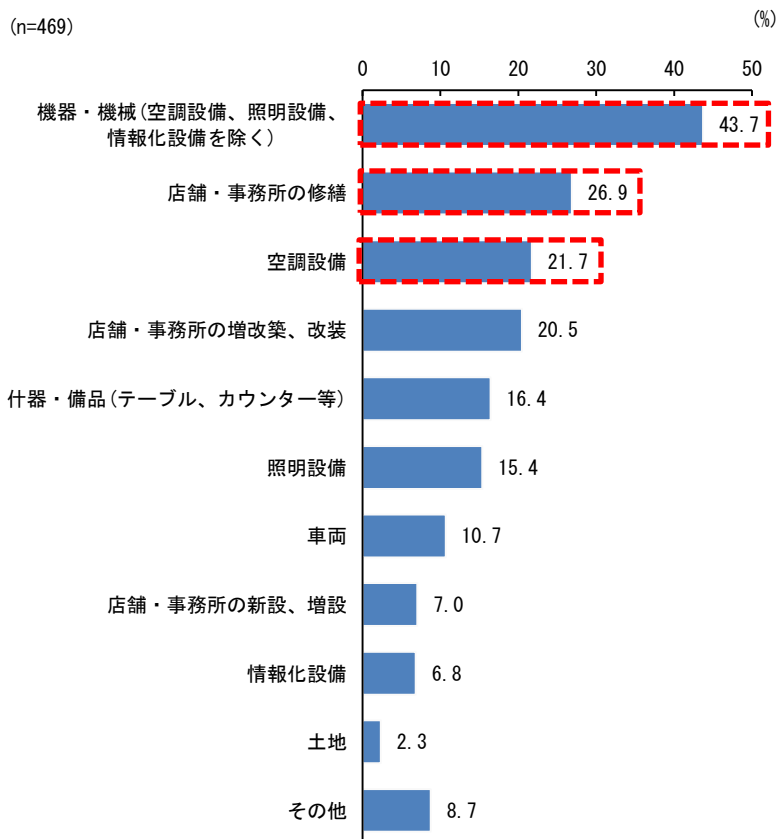
図表 18 飲食業設備投資実施割合の推移

凡例	2017年 1～3月	4～6月	7～9月	10～12月	2018年 1～3月 (今期)
飲食業(全体)	13.0	16.4	17.8	15.7	14.2
そば・うどん	11.9	23.0	19.4	15.7	18.1
中華料理	11.2	12.2	12.0	10.9	11.7
す し	15.7	14.7	18.1	22.5	14.4
料 理	20.5	25.0	31.3	30.6	19.8
喫 茶	10.9	12.9	16.4	11.6	9.8
社 交	8.4	9.8	9.2	4.8	10.4
その他飲食	13.7	17.6	20.2	17.0	15.4

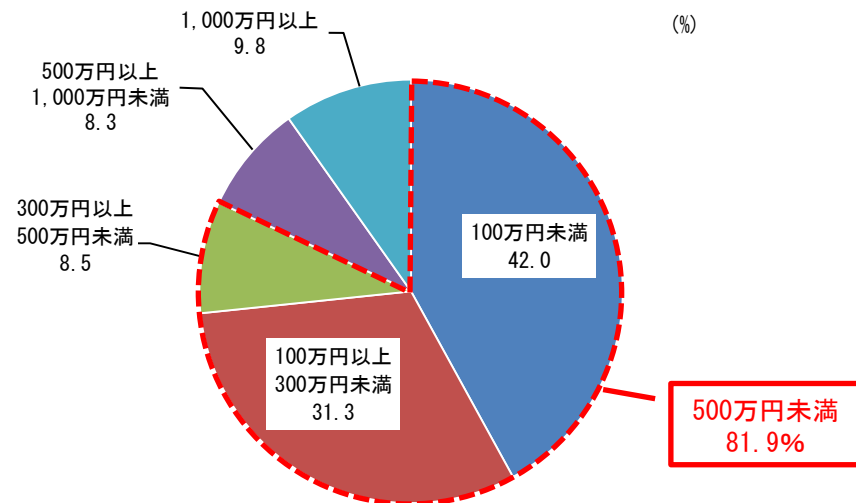
2. 設備投資の内容、設備投資金額、来期の設備投資計画

- 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）」43.7%、「店舗・事務所の修繕」26.9%、「空調設備」21.7%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（2018年4～6月期）の設備投資計画については、「実施予定あり」が11.6%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=469) 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	2018年 4～6月期の予定
全業種計	11.6
食肉・食鳥肉	13.8
氷 雪	9.1
理 容	7.3
美 容	8.7
映 画 館	21.6
ホテル・旅館	32.2
公衆浴場	24.1
クリーニング	8.5

図表 2 2 飲食業 来期の設備投資実施予定割合

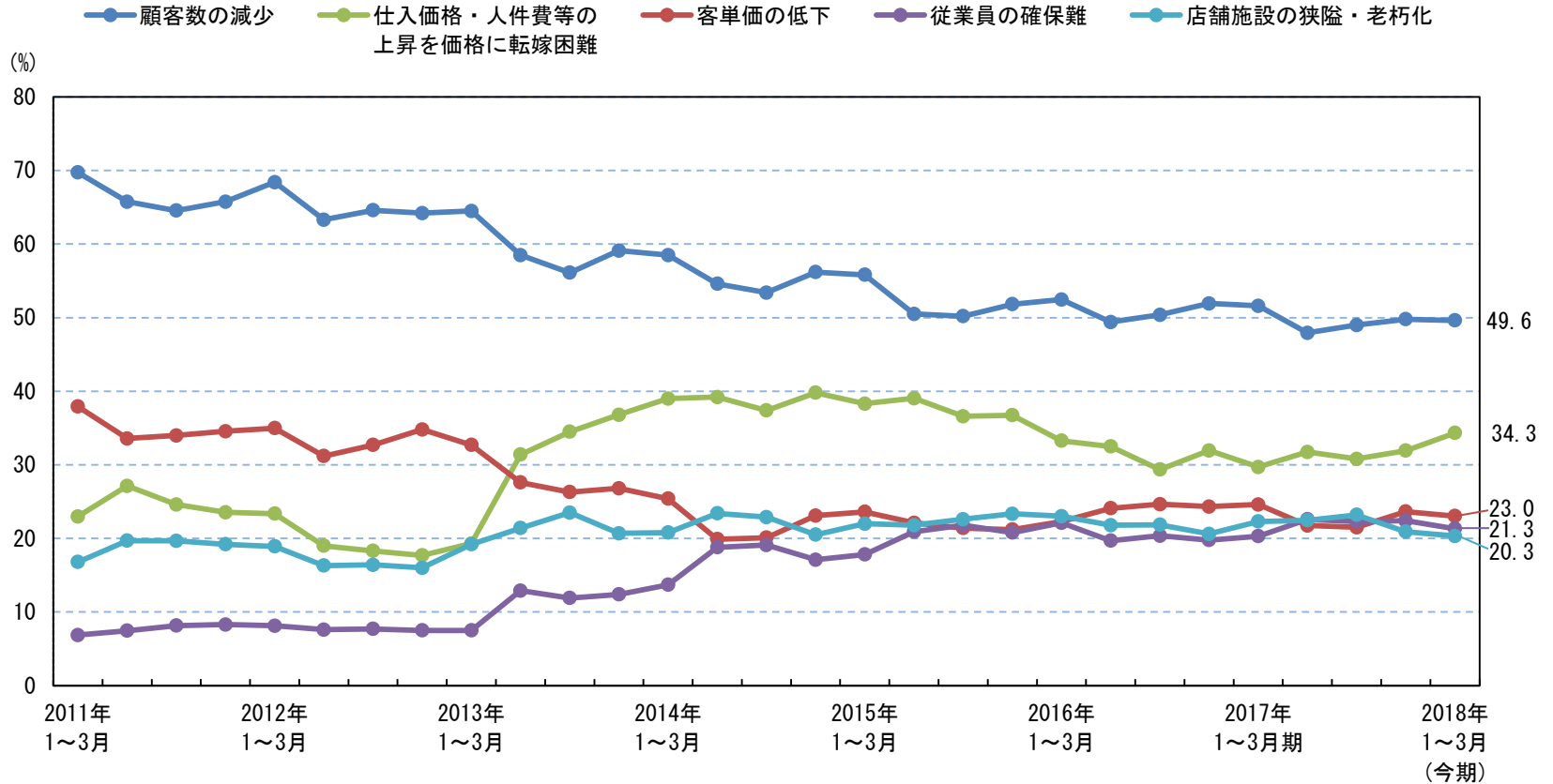
(%)

凡例	2018年 4～6月期の予定
飲食業（全体）	10.3
そば・うどん	14.6
中華料理	6.1
す し	9.9
料 理	13.7
喫 茶	6.3
社 交	10.4
その他飲食	11.1

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」49.6%、「仕入価格・人件費等の上昇を価格に転嫁困難」34.3%、「客単価の低下」23.0%、「従業員の確保難」21.3%、「店舗施設の狭隘・老朽化」20.3%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、2018年1～3月）

(%)

項 目	顧客数の減少	仕入価格・人件費等に転嫁困難	客単価の低下	従業員の確保難	店舗施設の狭隘・老朽	後継者難	事業資金借入難	その他	特に問題なし
業 種 合 計	49.6	34.3	23.0	21.3	20.3	8.0	2.4	3.9	10.5
飲食業合計	43.4	50.0	20.5	24.3	16.6	7.6	2.8	2.3	8.6
そば・うどん店	42.7	57.3	14.0	26.9	19.9	7.6	2.3	1.8	5.3
中華料理店	33.7	54.6	17.2	20.2	19.6	12.3	3.1	1.2	12.9
すし店	44.2	50.3	19.3	24.3	17.1	5.0	2.2	2.2	12.7
料理店	42.7	53.4	25.2	30.5	13.0	7.6	2.3	1.5	3.8
喫茶店	44.8	56.3	19.5	14.4	21.8	8.6	2.3	2.3	5.7
社交業	54.9	31.1	24.9	26.4	10.4	5.7	3.1	5.2	12.4
その他飲食店	41.1	50.1	21.9	26.0	15.7	7.2	3.3	1.8	7.5
食肉・食鳥肉販売業	26.2	49.7	23.4	28.3	21.4	11.0	2.8	1.4	10.3
氷雪販売業	60.0	23.6	21.8	14.5	23.6	20.0	3.6	1.8	12.7
理容業	66.0	11.9	27.7	9.2	16.3	6.3	1.5	9.7	16.5
美容業	59.4	14.0	26.2	20.7	14.4	8.5	1.5	4.1	15.5
映画館	58.8	23.5	5.9	37.3	37.3	3.9	5.9	3.9	2.0
ホテル・旅館業	40.4	26.9	14.6	39.8	46.8	4.7	1.8	3.5	2.9
公衆浴場業	47.2	15.7	10.2	6.5	58.3	18.5	4.6	5.6	7.4
クリーニング業	56.4	29.7	38.2	14.3	19.3	6.6	1.2	4.2	9.3

(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：2018年1～3月期
来期：2018年4～6月期

（1）北海道

都道府県	業種	業況	判断理由
北海道	すし店	悪化 (今期)	昨年末から全ての材料費が急激に高騰している。また、今冬は寒波が厳しく正月明けから客足がピタッと止まっている。
北海道	美容業	悪化 (今期)	従業員が退職後スタッフを募集しているものの確保できないため、効率的な作業ができず、お客様の対応に影響が出て苦慮している。

（2）北東北（青森県、岩手県、秋田県）

都道府県	業種	業況	判断理由
青森県	すし店	不変 (来期)	地方自治体で取り組んでいるインバウンド対応の効果に期待はあるが、地元客は低価格帯の店舗に流れているように感じる。
岩手県	美容業	不変 (今期)	今年は雪が多く客足が多少鈍ったものの、成人式や卒業式などのイベントが多い時期なので現状維持はできると思う。
秋田県	料理店	悪化 (来期)	原材料の値上がりや給与が上がらないことなどから、個人消費が振るわない。インバウンドの好影響は当地では感じられない。

（3）南東北（宮城県、山形県、福島県）

都道府県	業種	業況	判断理由
宮城県	社交業	好転 (今期)	当店では、ウイスキーを専門に扱っており、ニッカ宮城蒸留所の見学者が外国人を含め順調なため、その流れで客数が伸びている。また、最近、東京からの泊りがけの出張が復活してきたように感じる。
山形県	理容業	悪化 (今期)	お客様の高齢化が顕著になってきており、冬の外出を控える方が多く、業況は悪化した。
福島県	中華料理店	悪化 (今期)	この冬の低温と積雪による、野菜の仕入価格の高騰と、連日、テレビ等で不要な外出は控えるようにアナウンスしていたこともあり、前年より客足が鈍く業況が悪化している。

(4) 北関東（茨城県、栃木県、埼玉県、群馬県）

都道府県	業種	業況	判断理由
茨城県	ホテル・旅館業	不変 (今期)	地元観光地へのインバウンドの増加に伴い宿泊者数が増加したものの、突発的な修理箇所等の発生で修繕費が高んでおり、利益の増加までは至っていない。
栃木県	料理店	悪化 (今期)	消費者の節約志向が依然として根強く、利用者単価も低下している。仕入価格は高止まりしており、雪の影響により更に上昇している。利益率は低下の一途である。
埼玉県	喫茶店	不変 (今期)	今年は秋から低温が続き、野菜などの原材料が高騰し、利益があまりでない。
群馬県	喫茶店	悪化 (今期)	昨年、駅前に大型商業店がオープンしたため、人の流れが変わり、当地区に人の流れが少なくなった。

(5) 信越（新潟県、長野県）

都道府県	業種	業況	判断理由
新潟県	クリーニング業	悪化 (今期)	地域の高齢化が進んでおり、若年層の取込みが難しくなっている。地域経済も悪く消費者の節約志向が進んでおり、全般的に良くない。
長野県	その他飲食店	不変 (今期)	一昨年の真田丸ブームが去り、昨年はまだ余波が多少あったものの、今年は元の景気に戻ったようである。

(6) 南関東（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
東京都	冰雪販売業	不変 (来期)	オリンピック開催まで需要の増加を期待しているものの、最近、気候が不安定なことから夏場の売上も不安定であり、今後の予想ができない。
千葉県	美容業	不変 (今期)	低料金で散髪を行う店舗の新規出店もここ1年は見られず、一巡した感がある。しかしながら、若者の都市部への流出、高齢者が亡くなったり介護施設へ入所するなど地域の過疎化と相まって、客が減少している。
神奈川県	ホテル・旅館業	不変 (来期)	外国人観光客は好調に推移しているが、すでに高い水準の状態となっていることから、来期についてはこのまま推移するとみている。
山梨県	ホテル・旅館業	好転 (今期)	外国人観光客が継続的に増加していることが、最大の好転要因となっている。

(7) 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	中華料理店	悪化 (今期)	天候不良による野菜等の仕入原価高騰により、利益率が厳しい。
石川県	クリーニング業	悪化 (今期)	元来、この時期は閑散期であるが、今年は例年になく大雪で客足がパッタリと途切れている。それに追い打ちをかけるように灯油が値上がりしており、手の打ちようがない。
福井県	理容業	不変 (今期)	近くに低価格店が多くできて、高齢の方や子供が多く流れてしまい、非常に厳しい。また、経営者も年をとり、若い客が来なくなっているが、固定客によりなんとか現状維持できている。

(8) 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	すし店	不変 (今期)	地場産業の衰退、商店街の空洞化等により、来店者の減少があるものの、慶事や弔事などの注文依頼があり、収益としては前年同期並みの業況となった。
静岡県	ホテル・旅館業	不変 (来期)	2017年4月以降、毎月最高稼働率を達成している。インバウンド客は、小人数の利用が多く、最近では韓国のお客様利用が増加している。稼働率が限界に近い数値になっているため、来期も同水準の宿泊客需要が予測される。
愛知県	その他飲食店	好転 (来期)	2019ラグビーワールドカップ豊田市開催やオリンピック開催に向けて、ある程度のインバウンド旅行客の増加が予想される。受入準備も必須となっている。
三重県	ホテル・旅館業	好転 (来期)	今年は7～8月にかけて三重県でインターハイが開催されるため、その予選など高校生の団体の予約等が既に数件入っていて、今後も続くと考えられる。

(9) 北近畿（滋賀県、京都府、兵庫県）

都道府県	業種	業況	判断理由
滋賀県	ホテル・旅館業	悪化 (来期)	大阪や京都のホテル建設ラッシュによる、個人客やインバウンドの減少、単価の下落などが見込まれ、大津地域では業況が悪化すると思われる。また、天候不順の影響による野菜価格や原材料費の高止まり、原油価格高騰による燃料調達費の上昇、電力料金等全般的な原価の押し上げなどによる収支への影響と個人消費の落ち込みが懸念される。
京都府	公衆浴場業	不変 (来期)	高齢者は少しずつ減少し続けている一方で、インバウンド等観光客は多少増えている。
兵庫県	その他飲食店	好転 (来期)	高校野球100回記念大会で、今年は客数が増すのではないかとと思われる。

(10) 南近畿（大阪府、奈良県、和歌山県）

都道府県	業種	業況	判断理由
大阪府	映画館	悪化 (今期)	昨年は、「君の名は」から好調が続き好成績を取めたが、今年は冬のヒット作が「スターウォーズ」くらいで全体的に低調だった。
奈良県	その他飲食店	好転 (今期)	結崎ねぶか、宇陀金ごぼうなど奈良の野菜を使った料理が雑誌に掲載され、遠方からのお客様も増えた。
和歌山県	喫茶店	悪化 (今期)	商店街への客数は減少が続いており、加えて、材料費が高いため採算悪化につながっている。

(11) 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	悪化 (今期)	昨年は降雪があったものの、冷え込みが少なくそれなりの来客数があったが、今年は冷え込みが厳しく足元が不安定との声が多く聞かれ、来客数が伸びなかった。
島根県	そば・うどん店	悪化 (今期)	年末から異常気象による降雪や寒波など天気の悪い日が続いているため、客足が伸びない。
岡山県	食鳥肉販売業	好転 (来期)	寒さの厳しい冬が過ぎて、野菜など食材の価格も安定し、消費が上向いてくると思う。
広島県	料理店	不変 (来期)	観光客の増加が見込まれるが、人手不足により集客の拡大に対応できない。
山口県	そば・うどん店	好転 (来期)	人の移動が多い時期なので、来店客が増加する。また、当店がサポート店となっている大学に学部が新設されるので、需要増を期待している。

(12) 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	ホテル・旅館業	不変 (来期)	商用者の宿泊が減少傾向にあるのは今後も変わらないと思われる。春以降は観光客やお遍路さんの宿泊者が増加するとの期待を込め不変と判断する。
香川県	その他飲食店	悪化 (今期)	今年の冬は寒いというのが挨拶になるくらい例年以上の冷え込みがあり、客足がとまっている。追い討ちをかけるように香川県では鳥インフルエンザが発生し、企業活動の停滞や外出制約により、かなり厳しい。
愛媛県	ホテル・旅館業	好転 (今期)	インバウンド客（特にアジア）の増加によりほぼ満室の状態が続いている。単価は比較的低いが採算は問題ない。今後とも継続的に集客が見込める状況。
高知県	その他飲食店	好転 (来期)	日々の統計によってお客様の動向が分かってきたことや、大型客船の来航などで外国人客の入り込み顧客数も増えてきたことから、高知ならではの美味しい魚や肉を勧めていくことで、業況は好転すると判断した。

(13) 九州北（福岡県、佐賀県、長崎県、大分県）

都道府県	業種	業況	判断理由
福岡県	クリーニング業	好転 (来期)	材料費と人件費の高騰を価格に転嫁できず、厳しい状況にあるが、春の衣替えシーズンに入り、売上が増加することやホームページで「しみ抜きのできる店」を前端的に宣伝した結果、新規顧客の開拓が進み来店客が増加しており、来期は十分期待が持てる。
佐賀県	料理店	悪化 (今期)	仕入価格の上昇と異常寒波により野菜の価格が高騰しており、先行きが見えない。
長崎県	その他飲食店	悪化 (来期)	寒波による野菜の高騰で採算が悪化、さらに県庁移転で人の流れが減少し、採算は悪化するものと思われる。
大分県	食肉販売業	悪化 (今期)	野菜高騰の影響で鍋物を敬遠する方が多く、鍋用肉の売れ行きが悪い。

(14) 南九州（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
熊本県	冰雪販売業	悪化 (今期)	地震の影響でやむを得ず閉店した取引先が増え、昨年より顧客数が減少している。
宮崎県	ホテル・旅館業	好転 (今期)	大手ショッピングセンターの増床工事関係者の長期宿泊があった。また、プロ野球等のキャンプ見学者の宿泊が増えた。
鹿児島県	その他飲食店	悪化 (今期)	J R鹿児島中央駅一番街の再開発工事が始まったため、店舗周辺の雰囲気が閉鎖的になり、人通りも少なくなった。さらに、今冬は急激な気温の変化やインフルエンザなどで買い物客が少ない気がする。
沖縄県	その他飲食店	不変 (今期)	国内観光客が減少する中、インバウンド客が増加しているため現状を維持できている。

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	岐阜県	顧客確保のため、出前に積極的に対応している。人手不足もあり、出前をした器の回収に行く手間を省くために、使い捨て容器を考案している。
	愛知県	最近、高齢者が多くなっていることもあり、2階を畳のままテーブル・イス席に変えた。これを活かして、会議、自治会、老人会の会合などの予約を確保していく。また、弁当などの出前も考えている。
	愛知県	組合でカレー煮込みスタンプラリーを実施 。同時期にTVで紹介されたこともあり、カレー煮込みが多く出た。
	長崎県	仕入価格上昇を転嫁できないため、仕入先変更等により原価率を下げる対策をとっている。
	鹿児島県	従業員確保難のため、 メニュー内容のシンプル化 を行った。
中華料理店	岩手県	地元食材を多用し、少々高めの金額設定にしたが、お客様に満足していただいている。
	東京都	商品の品質向上や仕入先変更により原価の見直しを行っている。また、 電気とガスの契約を同一会社 として、水道光熱費を削減するなど、利益率の向上を図っている。
	東京都	バレンタインデー・ひなまつり・子供の日・父の日・勤労感謝の日などには、チョコレートをプレゼントしたり、生ビールの無料サービスを行うなど、様々な イベントを実施 している。
	滋賀県	座席の配置変更やメニューを絞り 、少人数でも営業できるように効率化を図っている。
	宮崎県	仕入は1円でも安いところを探している。箸袋をやめるなど、仕入・経費の圧縮に努めている。
すし店	岩手県	新規客の取り込みに向けてチラシのポスティングを行い、既存客へはダイレクトメールを送り、リピート率の向上に取り組んだ。
	東京都	仕入価格の上昇につき、各ランチタイムメニューを100円ずつ値上げした。また、夜の各メニューについて、消費税分（8%分）を値上げした結果、約1割ほど売上がUPした。
	愛知県	人手不足のなか当店の営業スタイルやクオリティを保つため、来店客数を制限し、料理や飲み物などの提供時間や内容を安定させており、お客さまからの信頼を確保している。
	愛知県	急激な客単価上昇や顧客数増加は見込めないため、水道光熱費等の必要経費削減を考え、省エネ製品の導入、LED化、節水アタッチメント導入などを行い、効果が出ている。また、少子高齢化のなか、顧客数を維持するため、座敷テーブルをイス席に変更したり、バリアフリーの改装などを行い、 他店との差別化 を図っている。

業種	都道府県	内容
すし店	鹿児島県	今年、大河ドラマ「西郷どん」の放送と明治維新150周年記念という年なので、それらを絡めて、「西郷赤ペロしょっぱづけ寿司セット」、「西郷赤ペロしょっぱづけ海鮮どん」を販売する。また、すし組合では、 すし組合監修(おいどんが愛した醤油)を合わせて店内で販売 する。
料理店	富山県	予約客獲得のため宣伝・広告を増やしている。土日祝日は客数が減少するため、土日祝日限定のプランを新設し宣伝する。
	和歌山県	店舗を増改築し、客席数を増加するとともに、高齢のお客様に対応して エレベーターを新設 した。
	島根県	毎月1回～2回の会議を行い、月次決算等の改善点を話し合っ てスタッフ全員の意思統一 を図り、次の目標設定等に役立っている。
	愛媛県	季節ごとの料理や食材をDMでPRしている。また、 SNSを活用 し、イベント開催を積極的に周知し集客に努めている。さらに、インバウンドに対応するため、英語でのホームページ作成を目指しており、経営者自ら英会話教室に通っている。
	福岡県	食ベログ への掲載により、県外からの利用顧客が増加している。1月の単月実績で49件の予約が、食ベログ経由であり、月売上50万円超のプラス効果があった。今後、スッポン料理を新メニューに追加予定であり、食ベログでの宣伝効果が十分期待できる。
喫茶店	北海道	若いお客様へのアピールを強化するために、ホームページをインスタ映えする写真を充実させリニューアルしたところ、求人してもなかなか応募が無かった若者からの問い合わせが増え、応募があった。
	岩手県	首都圏で注目されているワインをいち早く入荷。食材や日本酒に関しては、より地元のものを使用するようにした。
	岩手県	経営指針を作成。単年度及び中長期計画を作成し、行動課題から戦略に至るまでを従業員全員で細かく共有した。
	東京都	新商品開発のため、セミナーを受講。また、商店街メンバーによる 商業イベントの開催 等を行っている。
	宮崎県	女性向けメニュー （デザート類・健康メニュー）を作っ て 、女性客の取り込みに力を入れたところ、女性客の来店が増えてきている。

業種	都道府県	内容
社交業	東京都	サービス料を2%上昇させ、 SNSを使った広告を拡充 した。
	三重県	今期にカラオケの新機種を導入して、カラオケ大会等への イベントを企画 し、来店されたお客様がより楽しく過ごしていただけるように営業していく。仕入については、以前にもまして無駄がないように工夫したいと思う。
	滋賀県	従業員の確保に向けて、 成功報酬制度 や出勤時間の早出遅出などを取り入れている。
	兵庫県	カウンターに目につくおつまみ等を置くことで、お客様からこれが欲しいと言われることが多くなり、販売の手間と時間を省略できて一石二鳥になった。また、開店前の掃除を心掛け清潔に保つよう努力している。
	宮崎県	社交組合が実施するイベント等に参加して、イベント時の来客は増加するが、その客をリピーターにできていないことが課題である。カード利用客が増加しているため、今後は、 おサイフケータイ等での支払い も可能にしていきたい。
その他飲食店	長野県	来客の変化に対応できるようにメニューを工夫している。また、混雑時の注文取りを軽減できるように、 POSシステムを導入 した。さらに、直接注文ができるアプリの導入も検討中。
	愛知県	インバウンド旅行者や外資企業へ対応するため、 英語メニュー表示、語学研修等 を行い、安心して来店して頂けるよう準備を進めている。また、お客様のニーズ・要望に耳を傾け、マーケットを掘り起こしている。
	京都府	個室を 座卓からテーブル席に変更 したことにより、年配層のお客様も利用可能になった。また、懐石料理の単価を2割程下げたことにより、新しい客層にも利用しやすくなった。利益は下がったが、客数を上げることには成功した。
	愛媛県	近所にイタリアンの店が増えたが、狭い地域で客の取り合いをしてもつまらないので、味や考えの合う店主と共にワインパーティを共同で開いた。その結果、集客はうまくいき、自店へのリピート客も増えたので、良い結果になったと思う。
	福岡県	夜の日本人パートが募集をかけても集まらないため、ベトナム人パートを頼りにしている状況である。現在、 外国人パート雇用 が当たり前の時代であるが、英語も通じず言葉に壁を感じながらも、心が通じる教育に努めている。

業種	都道府県	内容
食肉販売業	栃木県	仕入値は高値安定で収益率が低いので、 加工品販売 で収益を上げる方策をとっている。
	千葉県	夜間は飲食店を併設して 多角的に事業展開 している。また、昼間は焼き鳥の店頭販売を始めたところ、非常に好評を得ている。今後は、惣菜の新規メニューの開発にも力を入れていきたい。
	山梨県	地元自治体が行った首都圏でのふるさと納税広告により、返礼品として県産ブランド牛の販売が増加した。また、HPなどでの ネット販売 にも力を入れ、来店客減少のカバーを図っている。
	滋賀県	小規模店舗での従業員確保は、今後ますます困難となる見通し。店舗休業日を拡大してでも就業者の休日増等の雇用待遇を向上させないと従業員が定着しない。
	徳島県	専門店なので、できるだけ良い商品を仕入し、お客様のニーズにあった販売を行っている。メニューや材料の選び方についてアドバイスをし、その日の 献立の参考となるレシピなどを配布 することで、リピーターとして来店してくれるようになった。卸先や個人のお客様にも相談してもらえるような店作りを心掛けている。
食鳥肉販売業	福岡県	家族と従業員の作業内容の役割分担を明確にした。創業時から何代にも渡って来店いただいているお客様が多いので、接客は極力家族で行い、心使いを大切に、個人事業店舗ならではの特色を生かした経営を目指している。
	大分県	丁寧な商品説明や料理方法を教えることで売上増加につながった。
冰雪販売業	東京都	福利厚生面に力を入れて、社員が固定し、安定した経営ができるようにした。
	東京都	インターネットのグルメ関係イベントの紹介サイトから、予定されているイベントをピックアップし、連絡先・問い合わせ先に営業をかける。
	大阪府	配達車両の入替えなどを行い、 従業員のモチベーション を上げて新規顧客層の開拓に挑戦する。

業種	都道府県	内容
理容業	宮城県	理容師にしかできない レディースシェイブ に力を入れている。顔剃りの後、フェイスマッサージを行い、吸引器を用いて毛穴の汚れを除去することによって健康肌を保ち、メイクした時しっかりと仕上がることをPRしている。その結果、女性のお客様が少しずつ増えている。
	秋田県	ホームページを作ったところ、新規のお客が来店してくれた。ホームページには、トレンドのヘアスタイルの写真を掲載するよう心がけた。また、 LINE@を活用 し、キャンペーン時にお客にお知らせしたところ、季節限定メニューが好評となった。
	山形県	組合の講習会や勉強会 が毎月のようにあるので色々学べており、そうした技術等をお客様にも提供できて大変役立っている。
	群馬県	顧客数を増やすために、レギュラーメニューにワンコイン程度のプラスメニューを考え提案している。技術面では、リラクゼーション（シャンプー、シェービング、マッサージ）に力を入れている。また、ポイントカードの景品などは、お得感のあるものをどんどん取り入れていこうと思う。
	鳥取県	講習会等に積極的に出席し、新メニューの提案に心がけている。地域的に利用は少ないが インバウンドにも対応 できるようにしている。
美容業	千葉県	美容室をビルの1階・2階で展開していたが、スタッフ不足、顧客の減少、高齢化による自身の健康問題等も相まって、 2階をコミュニティスペースに改装 した。その結果、お客様との昔話や地域の話題を楽しく会話する場所として重宝されている。これからの時代、経営面だけでなく、社会に貢献できるような店舗にしていきたい。
	岐阜県	頭皮にやさしいヘアカラー等、特徴的なメニューを展開している。地域では、「 髪にやさしい美容室 」として認知されるようになった。また、日頃からスタッフのスキルアップにも努めている。
	徳島県	従業員満足度を上げるため、賃金アップや休暇を多く取れるように 職場環境を改善 したところ、従業員個人レベルの売上が上がってきた。
	徳島県	Instagramやfacebookを活用 し、お客様の着付けの様子やカットスタイルの掲載などを継続して行っていることが、新規顧客の増加に繋がっているように感じる。また、新しい薬品を使ったカラー施術を行うなどお客様に飽きられないように工夫している。
	宮崎県	ホットペッパーへの掲載当初は、経費が高く、収益への貢献はなかったが、徐々に効果が表れ顧客増加に繋がっている。また、若い人の来店が増え、活気が出てきた。

業種	都道府県	内容
映画館	東京都	従業員の勤務体制を細かく見直している。多少なりとも効果は感じられる。
	山梨県	映画は競合する作品を分け合える規模のマーケットではないので、番組編成は競合が生じないように心がけて作成している。
	岐阜県	映画館の活性化を図るため、定時制高校(岐阜市内2校)の課外活動の一環として「映画鑑賞会」を毎年2回、企業の販売活動の顧客サービスとして「映画上映会」を不定期にそれぞれ実施している。これらの活動は、収益増加のみならず、普段、映画を観ない方への啓蒙となり、再来場に繋がる可能性もあるため継続していきたい。
	大阪府	集客が伸びない時期は、営業時間を短縮(オープンを30分遅らせる。クローズを1時間早める。)し、少しでも人件費や水道光熱費が削減できるように努めた。
	香川県	空調機が劣化したので思い切って設備を更新し、運転の安定化、雑音の低減、省エネ化を図った。
ホテル・旅館業	福島県	お客様感謝券 を宿泊の方に配り、姉妹館のホテルやショップで利用して頂いている。3,000円以上お買い上げで500円引きになる特典や、姉妹館のレストランのドリンク半額券が好評であり、チェックアウト後に利用される方も多数いた。
	東京都	売上減少のため、客単価をあえて下げ、稼働率の上昇で補っている。また、ネットエージェントへの部屋出しを増やして、インバウンドの比率を高めている。
	山梨県	時短や休日増加など、 現場従業員の雇用改善 に相当なエネルギーを投じてきた結果、従業員の定着率が高まり、外部環境の追い風(インバウンド客の増加)にしっかり対応したり、社内体制を整えることができており、業績の向上に繋がっている。
	大分県	耐震改修工事を実施 したことで、安心安全な宿泊施設であることをアピールしながら他施設との差別化を図る。
	宮崎県	観光協会等と連携 して、スポーツキャンプの誘致活動を行った。市には、ウエイトトレーニング施設を整備するなど協力してもらった。このような成果が、ノンプロや大学チームの合宿所として実を結んでいる。

業種	都道府県	内容
公衆浴場業	愛知県	2月3日のじゃばら湯や、5月5日(子供の日)には菖蒲湯の無料入浴を実施。10月10日は、銭湯祭りの日と定め、2週間のスタンプラリーを実施し、期間中に5回以上利用したお客さまに記念品を渡したり、12月22日の冬至の日には柚子湯を実施し、入浴者全員に粗品を渡した。そのほか、名古屋市が発行している「ぴよかカード」持参のお子さんへの割引など、工夫を凝らして取り組んでいる。
	愛知県	子供連れのお客を増やす ため、月1回のアヒル風呂、子供が喜ぶ粗品や本などを増やしている。
	京都府	京都に来られる観光客やインバウンドを呼び込むために、 パンフレット製作やSNS発信 などに取り組んでいる。
	大阪府	2月6日から9月3日まで、 大阪浴場組合のイベントスタンプラリー「おおさか湯らり」が開催 され、府下30軒の浴場が参加する。
	鳥取県	降雪時、駐車場の積雪を浴槽の排湯を利用して融雪できるよう配管を組んだ。車での来客が多いので、例年何台分かの駐車スペースが雪寄せのため利用できなかったが、今年は改善された。
クリーニング業	岩手県	地域の高齢者生活支援サービスの一環で、地区まちづくりマップに当店を掲載した。
	埼玉県	新たなシミ抜きメニューの提供 で、従来のクリーニングのお客様に加えて、新規のお客様の確保ができた。
	鳥取県	昨年度末よりクリーニング処理記号が変更になり、プロでないとできないウエットクリーニングなどの技術を活かすとともに、シミ抜き・撥水加工・修理・補修など、お客様に満足の頂ける付加価値を付けたサービスを加え、売上を伸ばしたい。また、今春より燃料や資材の値上げに伴いクリーニング料金の一部値上げを実施しようと思っている。
	広島県	営業時間の短縮 により、スタッフの労働時間を短くして離職者をなくした。また、スタッフの賃金も引き上げた。
	長崎県	今まで取引がなかったエステ業界のタオル類等の仕事を受けることにより、新たな売上が確保できたため、利益率をもう少し精査して、取引を増やすか検討中。また、地域密着の営業サービスを目指すうえで、増加傾向にある近隣マンションへの営業を強化する。