

2020年2月12日
株式会社日本政策金融公庫

足元で弱さ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（2019年10～12月期）～

（前回）持ち直しの動きに足踏みがみられる

業況判断DI、売上DI、採算DIともに前年同期を下回る。

<業況判断DI>（2ページ）

- 業況判断DIは、前期から6.9ポイント低下して▲28.8となった。前年同期に対しては6.1ポイント下回り、2期ぶりに前年同期の水準を下回った。
- 来期は、▲26.6と2.2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7.4ポイント低下して▲28.7となった。前年同期に対しては4.4ポイント下回り、3期ぶりに前年同期の水準を下回った。
- 来期は、▲24.1と4.6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5.9ポイント低下して▲9.4となった。前年同期に対しては3.2ポイント下回り、4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 | 2019年12月上旬 | | | |
| 調査方法 | 訪問面接調査 | | | |
| 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 | 1,434 企業 | 映画館 | 56 企業 |
| | 食肉・食鳥肉販売業 | 152 企業 | ホテル・旅館業 | 182 企業 |
| | 氷雪販売業 | 55 企業 | 公衆浴場業 | 110 企業 |
| | 理容業 | 421 企業 | クリーニング業 | 261 企業 |
| | 美容業 | 466 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。

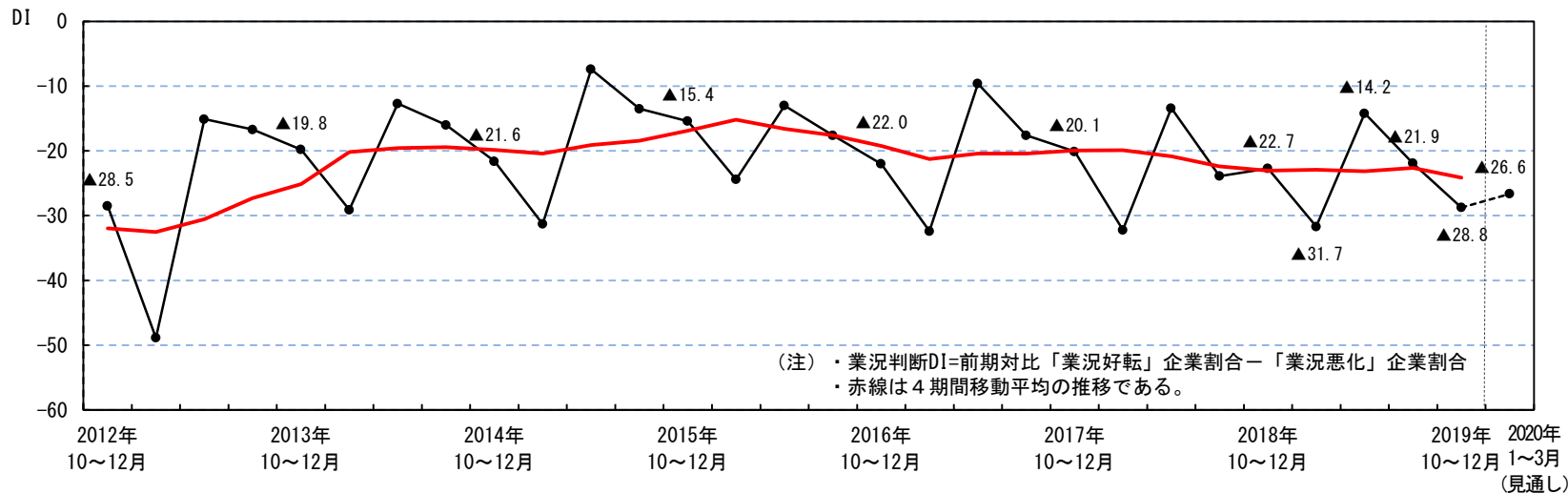
I 景気の動向

1. 業況判断

- 業況判断DIは、前期から6.9ポイント低下して▲28.8となった。前年同期に対しては6.1ポイント下回り、2期ぶりに前年同期の水準を下回った。

来期は、▲26.6と2.2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 | 2018年 10~12月 | 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 (見通し) |
|--------|--------------|------------|------------|------------|--------------|------------------|
| 食肉・食鳥肉 | ▲15.1 | ▲40.5 | ▲20.3 | ▲28.0 | ▲26.3 | ▲14.5 |
| 氷雪 | ▲37.0 | ▲43.1 | 0.0 | ▲16.4 | ▲49.1 | ▲41.8 |
| 理容 | ▲29.7 | ▲36.7 | ▲15.6 | ▲18.9 | ▲31.4 | ▲27.1 |
| 美容 | ▲24.1 | ▲31.4 | ▲19.4 | ▲19.0 | ▲29.6 | ▲24.2 |
| 映画館 | ▲28.0 | 9.8 | ▲14.3 | ▲27.3 | ▲12.5 | ▲12.5 |
| ホテル・旅館 | ▲8.3 | ▲28.5 | ▲3.8 | ▲10.7 | ▲28.6 | ▲34.1 |
| 公衆浴場 | ▲17.8 | ▲23.8 | ▲28.4 | ▲43.5 | ▲20.0 | ▲12.7 |
| クリーニング | ▲21.4 | ▲49.0 | 6.3 | ▲45.8 | ▲20.3 | ▲52.1 |

図表3 飲食業業況判断DIの推移

| 凡例 | 2018年 10~12月 | 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 (見通し) |
|---------|--------------|------------|------------|------------|--------------|------------------|
| 飲食業(全体) | ▲22.7 | ▲28.6 | ▲17.0 | ▲21.8 | ▲30.1 | ▲24.0 |
| そば・うどん | ▲27.7 | ▲25.1 | ▲3.4 | ▲10.1 | ▲29.2 | ▲25.8 |
| 中華料理 | ▲23.8 | ▲27.2 | ▲18.3 | ▲15.2 | ▲26.7 | ▲18.8 |
| すし | ▲27.0 | ▲21.4 | ▲29.7 | ▲33.3 | ▲38.9 | ▲27.2 |
| 料理 | ▲14.5 | ▲34.1 | ▲21.7 | ▲34.2 | ▲29.8 | ▲38.8 |
| 喫茶 | ▲30.0 | ▲37.4 | ▲8.6 | ▲26.7 | ▲29.7 | ▲25.9 |
| 社交 | ▲22.7 | ▲31.5 | ▲31.8 | ▲26.3 | ▲34.0 | ▲25.3 |
| その他飲食 | ▲17.4 | ▲27.2 | ▲11.7 | ▲16.9 | ▲26.5 | ▲18.5 |

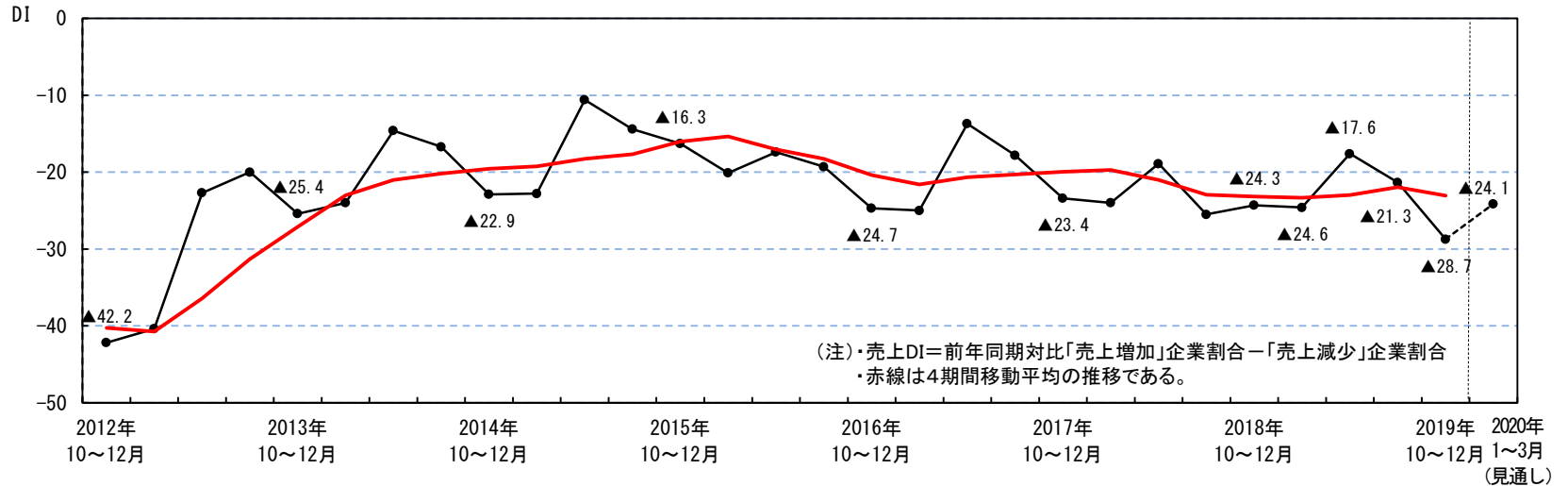
(注)表中、全業種計の割合を上回るものを網掛している。以下同じ。

2. 売上

- 売上DIは、前期から7.4ポイント低下して▲28.7となった。前年同期に対しては4.4ポイント下回り、3期ぶりに前年同期の水準を下回った。

来期は、▲24.1と4.6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 | 2018年 10~12月 | 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 (見通し) |
|--------|-----------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|------------------------|
| 食肉・食鳥肉 | ▲ 22.4 | ▲ 37.9 | ▲ 25.5 | ▲ 21.7 | ▲ 38.2 | ▲ 22.4 |
| 氷雪 | ▲ 9.3 | ▲ 25.9 | ▲ 11.1 | ▲ 9.1 | ▲ 20.0 | ▲ 29.1 |
| 理容 | ▲ 27.0 | ▲ 28.2 | ▲ 24.2 | ▲ 23.6 | ▲ 32.4 | ▲ 27.1 |
| 美容 | ▲ 29.9 | ▲ 28.5 | ▲ 23.7 | ▲ 20.2 | ▲ 32.3 | ▲ 24.5 |
| 映画館 | 4.0 | 4.9 | 21.4 | 34.5 | 8.9 | ▲ 5.4 |
| ホテル・旅館 | ▲ 9.5 | ▲ 16.4 | 6.6 | ▲ 10.2 | ▲ 29.6 | ▲ 23.5 |
| 公衆浴場 | ▲ 23.4 | ▲ 28.6 | ▲ 22.0 | ▲ 31.5 | ▲ 22.7 | ▲ 15.5 |
| クリーニング | ▲ 32.1 | ▲ 32.5 | ▲ 15.7 | ▲ 37.1 | ▲ 31.0 | ▲ 42.1 |

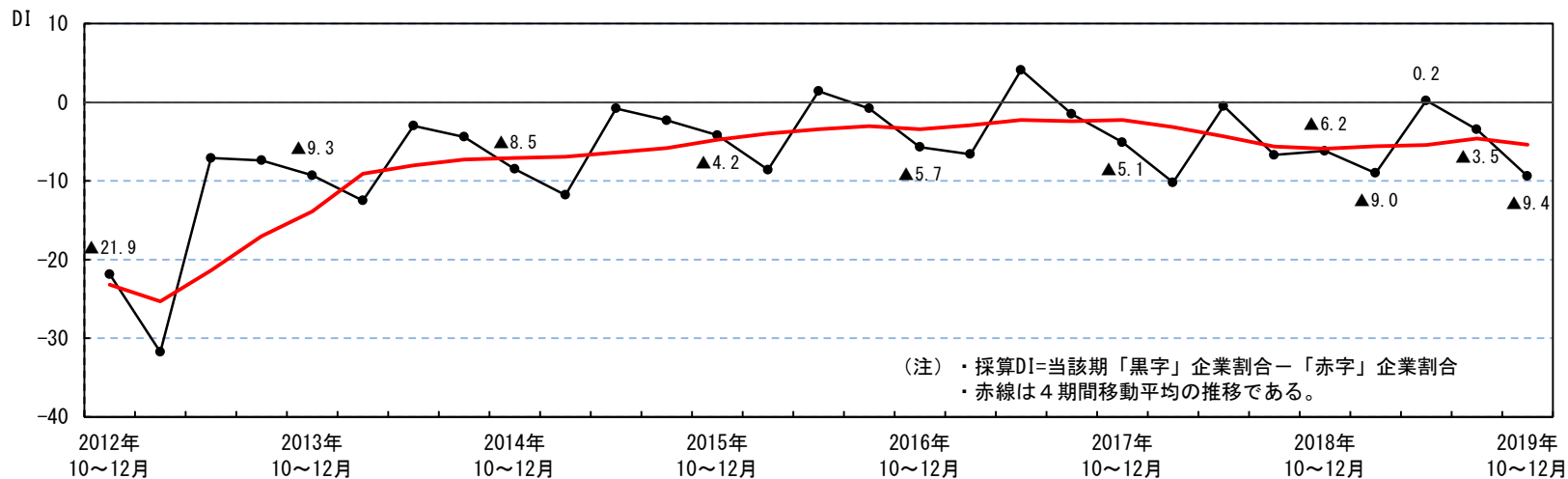
図表6 飲食業売上DIの推移

| 凡例 | 2018年 10~12月 | 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 (見通し) |
|---------|-----------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|------------------------|
| 飲食業(全体) | ▲ 23.9 | ▲ 21.3 | ▲ 17.6 | ▲ 21.3 | ▲ 27.2 | ▲ 21.3 |
| そば・うどん | ▲ 30.4 | ▲ 9.9 | 1.7 | ▲ 12.4 | ▲ 25.7 | ▲ 18.3 |
| 中華料理 | ▲ 18.0 | ▲ 17.4 | ▲ 16.2 | ▲ 13.6 | ▲ 17.1 | ▲ 14.6 |
| すし | ▲ 22.7 | ▲ 19.3 | ▲ 29.1 | ▲ 30.6 | ▲ 38.9 | ▲ 27.2 |
| 料理 | ▲ 18.1 | ▲ 33.3 | ▲ 20.3 | ▲ 28.6 | ▲ 37.5 | ▲ 29.2 |
| 喫茶 | ▲ 25.0 | ▲ 26.0 | ▲ 14.3 | ▲ 23.8 | ▲ 26.1 | ▲ 17.8 |
| 社交 | ▲ 30.9 | ▲ 28.3 | ▲ 32.3 | ▲ 33.2 | ▲ 33.0 | ▲ 29.4 |
| その他飲食 | ▲ 22.3 | ▲ 19.9 | ▲ 14.9 | ▲ 15.7 | ▲ 21.8 | ▲ 18.0 |

3. 採算

- 採算DIは、前期から5.9ポイント低下して▲9.4となった。前年同期に対しては3.2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 | 2018年 10~12月 | 2019年 1~3月 | 2019年 4~6月 | 2019年 7~9月 | 2019年 10~12月 |
|--------|-----------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|
| 食肉・食鳥肉 | ▲ 9.2 | 7.2 | 5.2 | 7.6 | 2.6 |
| 氷 雪 | ▲ 1.9 | ▲ 17.2 | ▲ 11.1 | 10.9 | ▲ 16.4 |
| 理 容 | ▲ 3.4 | ▲ 9.0 | 0.5 | 2.6 | ▲ 7.1 |
| 美 容 | ▲ 6.2 | ▲ 9.5 | ▲ 6.3 | ▲ 3.0 | ▲ 10.1 |
| 映 画 館 | ▲ 6.0 | 3.3 | 19.6 | 25.5 | 10.7 |
| ホテル・旅館 | 17.2 | ▲ 2.9 | 15.8 | 7.3 | 3.3 |
| 公衆浴場 | ▲ 5.6 | ▲ 13.3 | 1.8 | ▲ 4.6 | ▲ 9.1 |
| クリーニング | ▲ 11.1 | ▲ 25.7 | 16.9 | ▲ 16.7 | ▲ 14.6 |

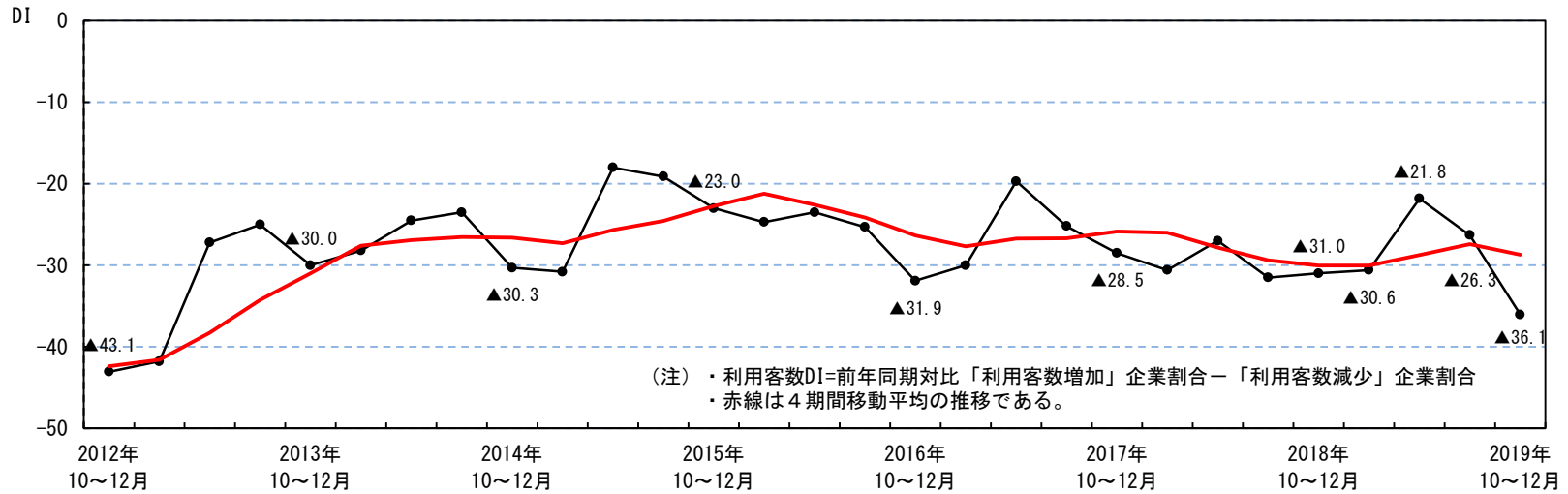
図表9 飲食業採算DIの推移

| 凡例 | 2018年 10~12月 | 2019年 1~3月 | 2019年 4~6月 | 2019年 7~9月 | 2019年 10~12月 |
|---------|-----------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|
| 飲食業(全体) | ▲ 10.8 | ▲ 8.2 | ▲ 3.7 | ▲ 7.1 | ▲ 12.3 |
| そば・うどん | ▲ 5.2 | ▲ 5.3 | 5.6 | 1.1 | ▲ 4.5 |
| 中華料理 | ▲ 4.2 | 0.6 | 1.8 | 0.0 | ▲ 11.5 |
| す し | ▲ 15.7 | ▲ 6.4 | ▲ 9.9 | ▲ 8.6 | ▲ 16.7 |
| 料 理 | ▲ 14.5 | ▲ 9.8 | ▲ 5.4 | ▲ 15.8 | ▲ 16.5 |
| 喫 茶 | ▲ 17.6 | ▲ 21.6 | ▲ 6.7 | ▲ 18.6 | ▲ 19.6 |
| 社 交 | ▲ 10.5 | ▲ 1.6 | ▲ 7.6 | ▲ 8.2 | ▲ 10.3 |
| その他飲食 | ▲ 10.0 | ▲ 10.7 | ▲ 3.7 | ▲ 5.2 | ▲ 11.2 |

4. 利用客数

- 利用客数DIは、前期から9.8ポイント低下して▲36.1となった。前年同期に対しては5.1ポイント下回り、3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 | 2018年 10~12月 | 2019年 1~3月 | 2019年 4~6月 | 2019年 7~9月 | 2019年 10~12月 |
|--------|-----------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|
| 食肉・食鳥肉 | ▲23.0 | ▲35.3 | ▲24.2 | ▲28.0 | ▲30.9 |
| 氷雪 | ▲22.2 | ▲22.4 | ▲3.7 | ▲3.6 | ▲36.4 |
| 理容 | ▲38.2 | ▲37.4 | ▲30.1 | ▲25.5 | ▲38.6 |
| 美容 | ▲39.2 | ▲40.0 | ▲31.2 | ▲32.8 | ▲41.6 |
| 映画館 | ▲6.0 | 4.9 | 1.8 | 27.3 | 8.9 |
| ホテル・旅館 | ▲13.1 | ▲16.4 | ▲3.8 | ▲18.1 | ▲34.1 |
| 公衆浴場 | ▲27.1 | ▲35.2 | ▲27.5 | ▲32.4 | ▲28.2 |
| クリーニング | ▲38.5 | ▲42.6 | ▲22.8 | ▲40.2 | ▲41.4 |

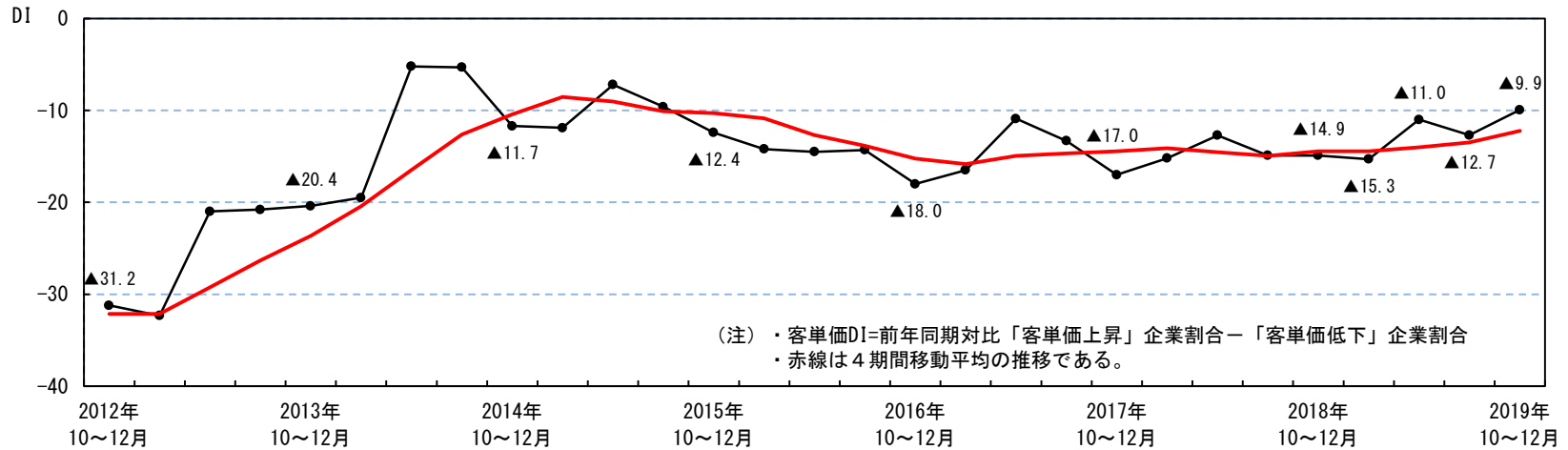
図表12 飲食業利用客数DIの推移

| 凡例 | 2018年 10~12月 | 2019年 1~3月 | 2019年 4~6月 | 2019年 7~9月 | 2019年 10~12月 |
|---------|-----------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|
| 飲食業(全体) | ▲29.5 | ▲26.2 | ▲19.3 | ▲25.1 | ▲35.7 |
| そば・うどん | ▲28.7 | ▲20.5 | ▲5.1 | ▲14.1 | ▲37.7 |
| 中華料理 | ▲24.6 | ▲24.2 | ▲14.4 | ▲14.8 | ▲26.8 |
| すし | ▲33.5 | ▲26.7 | ▲28.6 | ▲38.2 | ▲42.8 |
| 料理 | ▲32.8 | ▲35.8 | ▲28.1 | ▲36.1 | ▲45.8 |
| 喫茶 | ▲33.9 | ▲32.0 | ▲18.6 | ▲27.5 | ▲41.4 |
| 社交 | ▲39.8 | ▲29.3 | ▲33.8 | ▲36.3 | ▲41.2 |
| その他飲食 | ▲22.5 | ▲22.4 | ▲14.1 | ▲18.9 | ▲27.9 |

5. 客単価

- 客単価DIは、前期から2.8ポイント上昇して▲9.9となった。前年同期に対しては5.0ポイント上回り、3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 | 2018年 10～12月 | 2019年 1～3月 | 2019年 4～6月 | 2019年 7～9月 | 2019年 10～12月 |
|--------|-----------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|
| 食肉・食鳥肉 | ▲ 21.7 | ▲ 30.7 | ▲ 25.5 | ▲ 25.5 | ▲ 33.6 |
| 氷 雪 | ▲ 20.4 | ▲ 22.4 | ▲ 11.1 | ▲ 10.9 | ▲ 16.4 |
| 理 容 | ▲ 12.7 | ▲ 13.1 | ▲ 8.3 | ▲ 10.4 | ▲ 5.7 |
| 美 容 | ▲ 11.3 | ▲ 12.6 | ▲ 10.2 | ▲ 11.2 | ▲ 6.3 |
| 映 画 館 | ▲ 8.0 | 3.3 | ▲ 3.6 | 16.4 | 23.2 |
| ホテル・旅館 | ▲ 1.2 | ▲ 3.5 | 2.7 | ▲ 5.1 | ▲ 10.6 |
| 公衆浴場 | ▲ 10.3 | ▲ 19.0 | ▲ 14.7 | ▲ 13.0 | ▲ 0.9 |
| クリーニング | ▲ 29.8 | ▲ 36.1 | ▲ 21.7 | ▲ 33.0 | ▲ 26.8 |

図表15 飲食業客単価DIの推移

| 凡例 | 2018年 10～12月 | 2019年 1～3月 | 2019年 4～6月 | 2019年 7～9月 | 2019年 10～12月 |
|---------|-----------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|
| 飲食業(全体) | ▲ 15.3 | ▲ 13.1 | ▲ 10.4 | ▲ 10.8 | ▲ 8.4 |
| そば・うどん | ▲ 18.1 | ▲ 11.7 | ▲ 2.8 | ▲ 4.5 | 0.6 |
| 中華料理 | ▲ 13.8 | ▲ 18.6 | ▲ 13.8 | ▲ 10.5 | ▲ 9.8 |
| す し | ▲ 22.2 | ▲ 19.8 | ▲ 19.2 | ▲ 17.7 | ▲ 20.0 |
| 料 理 | ▲ 16.4 | ▲ 8.9 | ▲ 15.6 | ▲ 15.1 | ▲ 13.3 |
| 喫 茶 | ▲ 19.6 | ▲ 9.5 | 1.2 | ▲ 5.6 | 2.5 |
| 社 交 | ▲ 17.1 | ▲ 17.4 | ▲ 16.9 | ▲ 13.5 | ▲ 13.9 |
| その他飲食 | ▲ 8.7 | ▲ 9.1 | ▲ 8.2 | ▲ 10.0 | ▲ 6.8 |

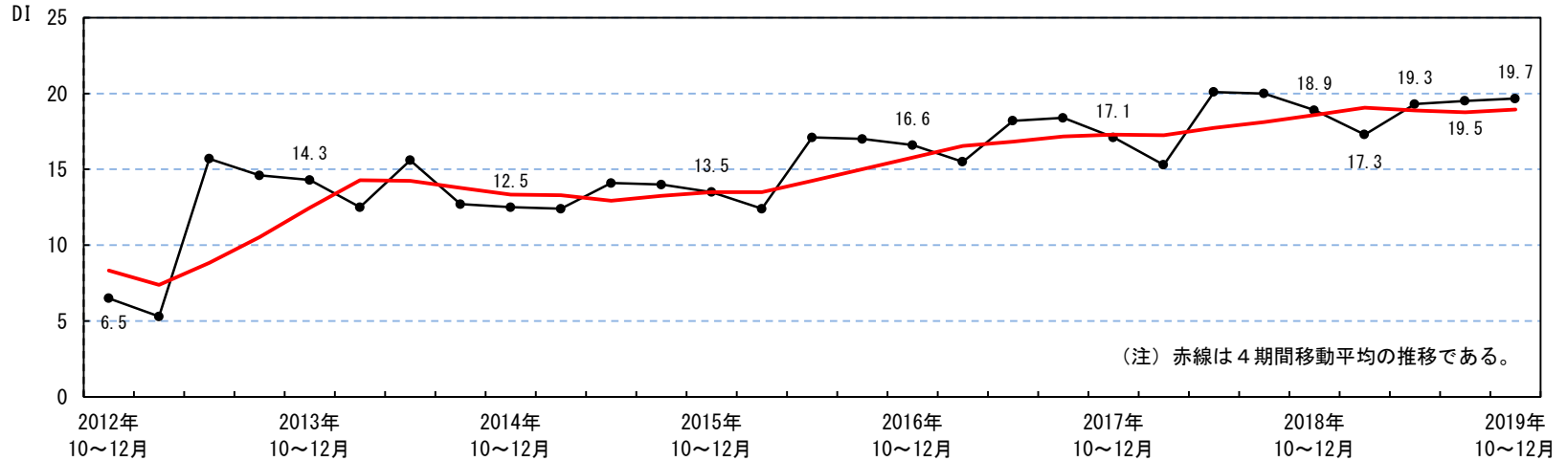
II 設備投資の動向

1. 設備投資の実施状況

今期(2019年10~12月期)に設備投資を行った企業の割合は19.7%と前期から0.2ポイント上昇した。前年同期に対しては0.8ポイント上回った。

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 | 2018年 10~12月 | 2019年 1~3月 | 2019年 4~6月 | 2019年 7~9月 | 2019年 10~12月 |
|--------|-----------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|
| 食肉・食鳥肉 | 24.3 | 25.5 | 26.1 | 31.2 | 36.2 |
| 氷 雪 | 14.8 | 10.3 | 13.0 | 20.0 | 20.0 |
| 理 容 | 12.4 | 9.2 | 10.2 | 9.2 | 11.2 |
| 美 容 | 12.6 | 13.0 | 15.8 | 13.4 | 13.9 |
| 映 画 館 | 26.0 | 23.0 | 30.4 | 32.7 | 37.5 |
| ホテル・旅館 | 47.3 | 46.5 | 48.1 | 49.2 | 47.3 |
| 公衆浴場 | 38.3 | 27.6 | 30.3 | 33.3 | 34.5 |
| クリーニング | 15.3 | 17.3 | 17.7 | 17.8 | 18.4 |

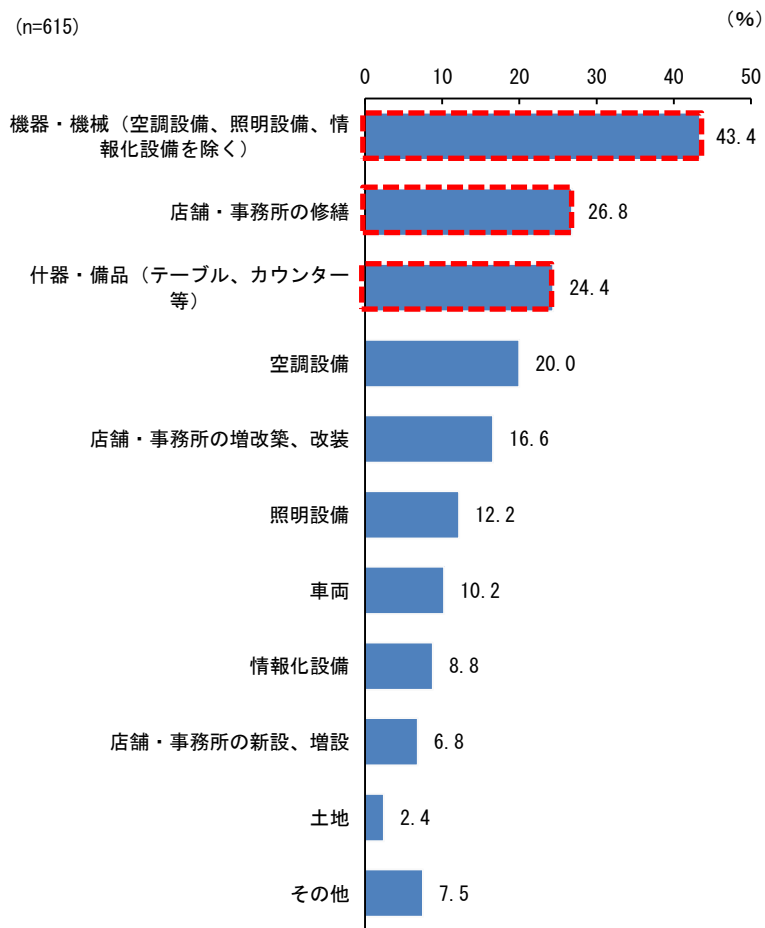
図表 18 飲食業設備投資実施割合の推移 (%)

| 凡例 | 2018年 10~12月 | 2019年 1~3月 | 2019年 4~6月 | 2019年 7~9月 | 2019年 10~12月 |
|---------|-----------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|
| 飲食業(全体) | 17.8 | 15.8 | 18.0 | 18.4 | 17.2 |
| そば・うどん | 17.9 | 15.2 | 20.1 | 19.6 | 16.3 |
| 中華料理 | 12.5 | 11.7 | 15.4 | 18.3 | 14.5 |
| す し | 20.0 | 16.0 | 14.8 | 15.6 | 19.4 |
| 料 理 | 20.5 | 20.3 | 26.4 | 31.7 | 33.1 |
| 喫 茶 | 18.2 | 13.5 | 14.7 | 13.0 | 15.8 |
| 社 交 | 9.9 | 10.3 | 10.6 | 7.2 | 8.8 |
| その他飲食 | 21.5 | 19.7 | 21.5 | 22.3 | 17.4 |

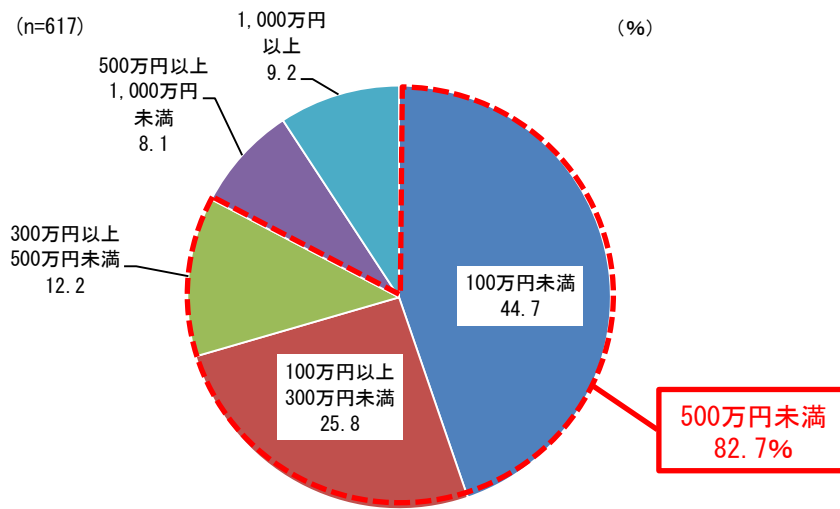
2. 設備投資の内容、設備投資金額、来期の設備投資計画

- 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）」43.4%、「店舗・事務所の修繕」26.8%、「什器・備品（テーブル、カウンター等）」24.4%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1～3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19 設備投資の内容（全業種計、複数回答）



図表20 設備投資金額（全業種計）



図表21 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 1～3月期の予定 |
|--------|----------------|
| 全業種計 | 11.6 |
| 食肉・食鳥肉 | 21.7 |
| 氷雪 | 16.4 |
| 理容 | 4.3 |
| 美容 | 7.5 |
| 映画館 | 25.0 |
| ホテル・旅館 | 39.0 |
| 公衆浴場 | 22.7 |
| クリーニング | 9.6 |

図表22 飲食業 来期の設備投資実施予定割合

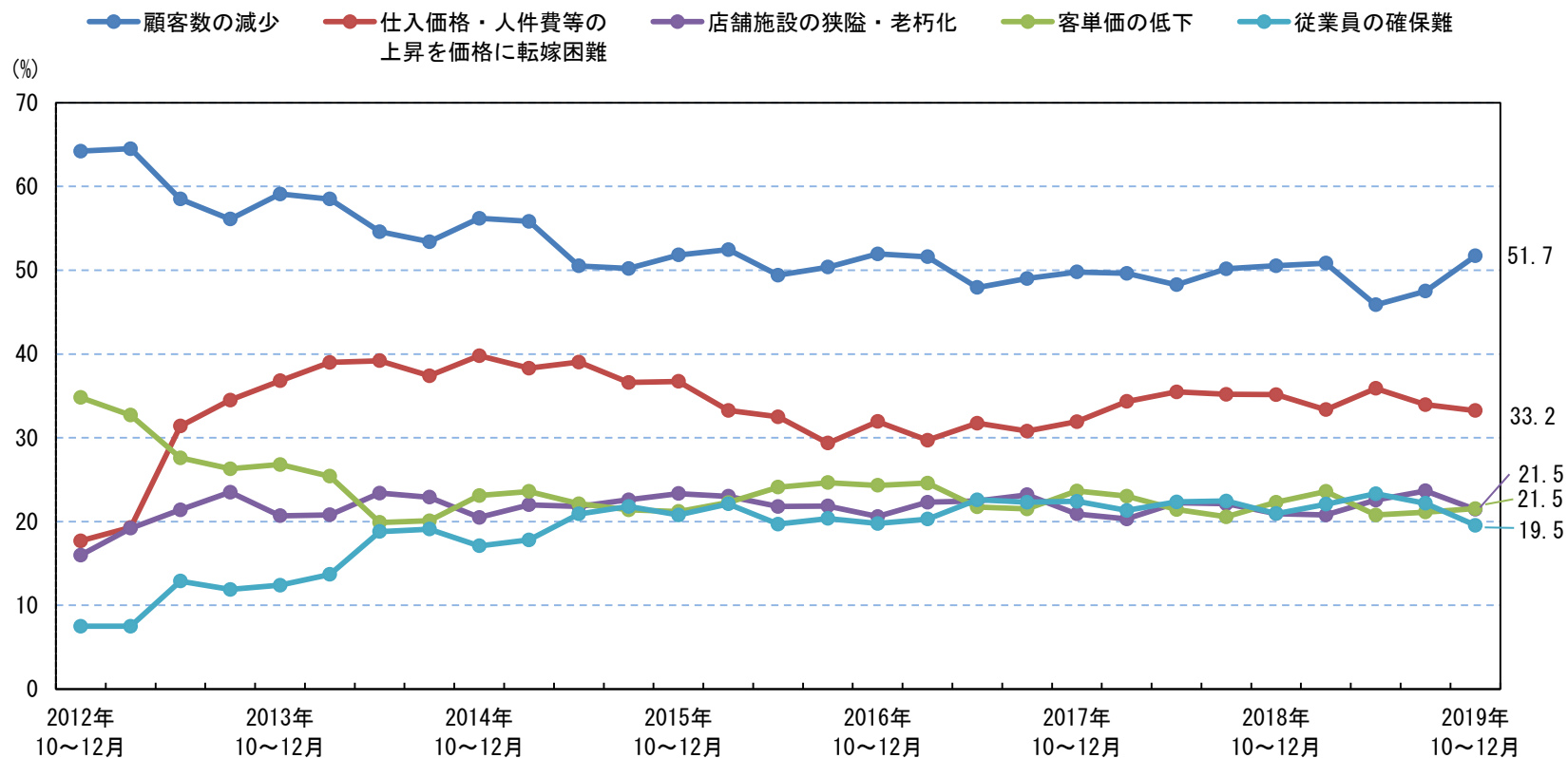
(%)

| 凡例 | 2020年 1～3月期の予定 |
|---------|----------------|
| 飲食業(全体) | 9.3 |
| そば・うどん | 7.3 |
| 中華料理 | 9.1 |
| すし | 7.8 |
| 料理 | 14.0 |
| 喫茶 | 8.2 |
| 社交 | 4.1 |
| その他飲食 | 12.3 |

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」51.7%、「仕入価格・人件費等の上昇を価格に転嫁困難」33.2%、「店舗施設の狭隘・老朽化」21.5%、「客単価の低下」21.5%、「従業員の確保難」19.5%となっている。

図表23 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、2019年10～12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 | 店舗施設の狭隘・老朽 | 客単価の低下 | 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 | 51.7 | 33.2 | 21.5 | 21.5 | 19.5 | 7.9 | 2.6 | 4.6 | 8.4 |
| 飲食業合計 | 47.7 | 42.0 | 18.1 | 20.3 | 22.2 | 7.8 | 3.3 | 3.2 | 8.2 |
| そば・うどん店 | 42.1 | 47.2 | 15.7 | 15.2 | 29.2 | 7.3 | 4.5 | 2.8 | 6.2 |
| 中華料理店 | 43.0 | 40.6 | 20.0 | 21.8 | 15.8 | 12.1 | 4.2 | 3.0 | 11.5 |
| すし店 | 50.0 | 44.4 | 15.6 | 18.9 | 18.9 | 9.4 | 1.7 | 4.4 | 9.4 |
| 料理店 | 53.7 | 43.8 | 22.3 | 21.5 | 22.3 | 5.0 | 3.3 | 0.8 | 4.1 |
| 喫茶店 | 49.4 | 49.4 | 29.1 | 13.9 | 16.5 | 10.8 | 1.9 | 2.5 | 5.7 |
| 社交業 | 59.8 | 31.4 | 8.2 | 22.2 | 29.4 | 5.7 | 2.6 | 3.1 | 9.8 |
| その他飲食店 | 43.2 | 40.9 | 18.7 | 23.5 | 21.9 | 6.4 | 4.1 | 3.9 | 8.4 |
| 食肉・食鳥肉販売業 | 37.5 | 49.3 | 22.4 | 26.3 | 17.1 | 6.6 | 2.6 | 3.3 | 8.6 |
| 冰雪販売業 | 45.5 | 34.5 | 23.6 | 21.8 | 12.7 | 21.8 | 3.6 | 1.8 | 7.3 |
| 理容業 | 60.1 | 16.4 | 16.9 | 25.4 | 13.8 | 8.6 | 1.2 | 6.7 | 12.4 |
| 美容業 | 62.4 | 18.7 | 13.9 | 22.7 | 17.8 | 7.3 | 1.9 | 8.6 | 10.7 |
| 映画館 | 33.9 | 28.6 | 50.0 | 7.1 | 28.6 | 5.4 | 3.6 | 8.9 | 3.6 |
| ホテル・旅館業 | 45.1 | 29.1 | 44.0 | 13.2 | 38.5 | 4.9 | 3.3 | 2.2 | 1.6 |
| 公衆浴場業 | 57.3 | 19.1 | 60.9 | 7.3 | 7.3 | 10.9 | 1.8 | 5.5 | 5.5 |
| クリーニング業 | 56.7 | 38.7 | 21.1 | 32.2 | 10.3 | 7.7 | 1.9 | 3.8 | 6.5 |

(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：2019年10～12月期
来期：2020年1～3月期

（1）北海道

| 都道府県 | 業種 | 業況 | 判断理由 |
|------|---------|------------|--|
| 北海道 | 中華料理店 | 好転 (今期) | 2018年は地震の影響で自粛ムードがあったが、今年は団体客の宴会予約が増え、ランチ需要も安定してきた。 |
| 北海道 | ホテル・旅館業 | 好転 (来期) | 東京オリンピックのマラソン開催会場が札幌市に変更されたことが起爆剤となり、好景気ムードに一転することを期待している。 |

（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 | 好転 (今期) | 東北周遊の紅葉見学の国内ツアー客に加え、中国や台湾からのインバウンド観光客も増加。 |
| 岩手県 | 映画館 | 好転 (今期) | 夏以降、邦画・洋画ともにヒット作が続いているとともに、ラグビーワールドカップのパブリックビューイングの実施効果も期待以上であった。 |
| 秋田県 | すし店 | 好転 (今期) | 消費税増税による客足の減少を心配したが、来店客への影響は少なく、地元野菜を使った手巻き寿司のサイドメニューを増やしたことで女性客も確保できた。 |
| 宮城県 | 理容業 | 悪化 (今期) | 台風19号の影響で、地区住民の大半が避難所生活を余儀なくされており、訪問出張理容サービスの予約を何とか取り付けている状態。 |
| 山形県 | そば・うどん店 | 好転 (来期) | 山形名物の「板そば」や春の「山めん寒ざらしそば」を求める県外のファンが多く、SNS等で情報を得た訪日外国人客の来店も増え始めている。 |
| 福島県 | 食肉販売業 | 悪化 (今期) | 台風19号の影響により、自社工場の被災に加え、食肉卸業者も被災したため、売上が大幅に減少した。 |

(3) 関東・甲信越（茨城県、栃木県、埼玉県、群馬県、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 | クリーニング業 | 悪化 (今期) | 消費税アップによる消費の冷え込みと、台風15号・19号や暖冬などの影響で秋物の衣替え需要が少なく、厳しさが増している。 |
| 栃木県 | 中華料理店 | 好転 (今期) | キャッシュレス決済を導入したことで、5%のポイント還元を求める新規客が増えたほか、ランチタイムのレジ回り作業も効率化できた。 |
| 埼玉県 | そば・うどん店 | 悪化 (来期) | 大きなイベント（ラグビーワールドカップ等）が終わる一方で、台風19号による災害や消費税増税の影響が続き厳しい状況。 |
| 群馬県 | 食肉販売業 | 好転 (今期) | 寒くなり始めると鍋用生肉の売上が伸びる。行政（前橋市）が県畜産の普及策として「豚すき焼き」を推奨。牛肉の代わりに豚肉を使ったすき焼きは、家庭によっては昔からある習慣で、料理コンテストもあるので今後に期待している。 |
| 新潟県 | 冰雪販売業 | 悪化 (今期) | スナックやクラブ、居酒屋などの店舗数が減少するなか、若者のアルコール離れや消費税増税の影響もあり、夏場以外の需要は漸減している。 |
| 長野県 | そば・うどん店 | 悪化 (今期) | 10月からの消費税増税で外食を控える傾向があるほか、台風19号来襲による甚大な被害が発生した影響もあり、客足が大幅に落ち込んだ。 |
| 東京都 | 公衆浴場業 | 好転 (今期) | サウナブームや銭湯での映画上映などを背景に、若い世代の入浴者が増加傾向。組合一体で銭湯の魅力を発信しており、インバウンドのお客様にも喜んでもらっている。 |
| 千葉県 | ホテル・旅館業 | 悪化 (今期) | 9月の台風15号、10月の台風19号の被害（停電等）により、営業できない日があった。その後も風評被害により、キャンセルが相次いだ。 |
| 神奈川県 | 喫茶店 | 悪化 (今期) | 消費税増税分やキャッシュレス導入に伴う手数料負担により、キャッシュフローが悪化。 |
| 山梨県 | ホテル・旅館業 | 悪化 (今期) | 台風の影響で交通網が遮断されたことから、宿泊客のキャンセルが相次いだ。12月も予約数は伸び悩んでおり、法事や忘年会等の宴会需要も例年ほどではない。 |

(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 | 料理店 | 悪化 (今期) | 台風19号の災害で北陸新幹線が不通になり、観光客のキャンセルや宿泊者の減少が大きく影響している。 |
| 石川県 | その他飲食店 | 好転 (来期) | 北陸新幹線の利用促進のためJR東日本・西日本が観光キャンペーンを強化しており、北陸の冬の味覚である寒ブリやズワイガニ等を提供する機会が増え、客単価アップに繋がっている。 |
| 福井県 | ホテル・旅館業 | 好転 (今期) | 越前かきの解禁で、週末だけでなく平日も全国から常連客で賑わうようになった。例年に比べ好漁が続き、キロ相場も安定しており、年末年始の予約だけでなく、シーズン終了までの週末は予約が期待できる。 |

(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 | その他飲食店 | 悪化 (今期) | 看板メニューのステーキ関係の商品が、飛騨牛の仕入値高騰で採算確保が難しくなっている。また、台風19号の影響で道路が寸断し、観光客等からの予約キャンセルが相次いだ。 |
| 静岡県 | 社交業 | 悪化 (今期) | 台風15号、19号等の天候不良により二次会予約のキャンセルが多数発生。また、ラグビーワールドカップのテレビ放送日は客足が減少した。 |
| 愛知県 | すし店 | 好転 (今期) | ラグビーワールドカップの試合開催地に宿泊する外国人観戦客が、ランチタイム等に来店し賑わった。また、近所の飲食店が後継者不在で閉店したことから、受け皿として顧客を引き継いだ。 |
| 三重県 | ホテル・旅館業 | 好転 (今期) | 国体を控え、週末はスポーツの大会が市内で開催されることが多く、それに関連した団体宿泊が少し増えた。 |

(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 | ホテル・旅館業 | 好転 (今期) | 京都観光との連泊で訪日外国人の宿泊客が増加したことから、英語・中国語・韓国語が話せるスタッフを採用。人件費の負担増はあるが、収益全体では改善している。 |
| 京都府 | すし店 | 悪化 (今期) | 軽減税率対応でテイクアウトを強化する同業店が増えたことで、出前の数が以前の3分の1ほどに減ってしまった。 |
| 兵庫県 | 理容業 | 不変 (今期) | カット専門の低料金店の出店が続き、固定客を含めお客様が流出している。差別化策で施術・接客サービスを強化するにも、スタッフの確保が難しい状況が続いている。 |
| 大阪府 | ホテル・旅館業 | 悪化 (今期) | 韓国からの訪日外国人観光客が激減しており、大阪地区の宿泊客数への影響が大きい。加えて、大手チェーンのビジネスホテルの新設による低価格競争が激しくなっており、宿泊料金を下げざるを得ない状況にある。 |
| 奈良県 | その他飲食店 | 不変 (今期) | 令和への改元に伴う記念の正倉院展に多くの鑑賞客が訪れ、ランチタイム等は賑わったが一時的で終わり、昨年並みで落ち着いた。 |
| 和歌山県 | そば・うどん店 | 好転 (来期) | 世界遺産の熊野古道に訪日外国人観光客が増えてきていることや、テレビ放映された「親子で泊まるう宿坊体験」がブームになっていることのお客様も増えており、今後集客が期待できる。 |

(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 | 悪化 (今期) | 消費税引上げで消費者が美容支出に対し敏感になり、パーマなどメニューによってはお客様の来店周期が長くなっているように感じる。 |
| 島根県 | その他飲食店 | 悪化 (今期) | 消費税率が引き上げとなり、忘年会の予約も前年に比べ少ない。昨年は出雲大社の遷宮や松江城の国宝指定の効果で訪日外国人を含め観光客で賑わったが、今年はその反動が大きい。 |
| 岡山県 | 美容業 | 好転 (今期) | カラーやトリートメントの新メニューを利用されるお客様が定着しており、5%ポイント還元を目的にキャッシュレス決済を活用する新規客が増えている。 |
| 広島県 | 食鳥肉販売業 | 悪化 (今期) | 鶏肉は全国的に供給過剰になっており、大手スーパーとの価格競争に太刀打ちできない状況。 |
| 山口県 | その他飲食店 | 不変 (今期) | 消費税増税時に併せて、メニューの内容変更、単価の見直し、コスパの高い商品を加えるなどしているが、消費者の財布の紐は固く現状維持が精一杯である。 |

(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 | 社交業 | 悪化 (今期) | 消費税増税で客足が減り、キャッシュレス決済の導入が遅れたことから、常連客だけでなく新規客も減少した。 |
| 香川県 | ホテル・旅館業 | 悪化 (来期) | 民泊需要や新規ホテルのオープンで客室稼働率が低下しており、宿泊価格を値下げしないと集客できない状況である。 |
| 愛媛県 | その他飲食店 | 好転 (今期) | 昨年末から提供されている地域限定のキャッシュレス決済アプリの「マチカ」を導入。松山市内での利用者は多く、特典も多いことから、売上増加に貢献している。 |
| 高知県 | クリーニング業 | 悪化 (今期) | 消費税増税で節約志向が高まり、ワイシャツなどは家庭で洗濯し、毛布やカーペットもコインランドリーを利用するようになっている。 |

(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 (今期) | 大型宿泊施設の増加や不動産業の簡易宿所の併業、併せて韓国からの旅行客が急激に減少したため、業況は悪化している。 |
| 佐賀県 | ホテル・旅館業 | 悪化 (今期) | 8月末の豪雨で高速道路が通行止めになったことや、9月の台風などで早めのキャンセルが相次いだ。また、日韓関係の悪化で韓国人観光客は2割程度落ち込んでいる。 |
| 長崎県 | 中華料理店 | 悪化 (今期) | 韓国や中国からの訪日観光客が減った影響が大きく、企業向けも三菱重工の造船関連の景気悪化の影響から団体・個人ともに予約数が大幅に減っている。 |
| 大分県 | ホテル・旅館業 | 好転 (今期) | メガソーラー建設関連の工事関係者の長期滞在や、ラグビーワールドカップ関連の選手を含む宿泊客の連泊に支えられた。 |
| 熊本県 | その他飲食店 | 好転 (今期) | 消費税増税で悪化を予想していたが、ラグビーワールドカップの効果が思っていたより大きかった。試合と試合の間の日程には、多くの欧米人に来店していただき、客単価もよく売上増に繋がった。 |
| 宮崎県 | ホテル・旅館業 | 不変 (来期) | プロ野球のソフトバンクやジャイアンツ等のキャンプが2月にスタートすることから、野球関係者を含む宿泊客に期待している。 |
| 鹿児島県 | 公衆浴場業 | 好転 (今期) | 銭湯を利用する外国人観光客が増加しており、日本人の若者層の銭湯利用者も増えている。 |
| 沖縄県 | その他飲食店 | 不変 (来期) | 近隣は商業施設でリゾート型ホテルのオープンなどで活性化してきているが、韓国を中心にアジア圏からの観光客の減少が響いている。 |

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 | 山形県 | 売上が少ないメニューを大幅に減らし、シンプルなメニューに改定。 メニューのスリム化 で注文までの時間が短縮する効果がでている。 |
| | 埼玉県 | キャッシュレスに対応 し、5%ポイント還元加盟店として店頭広告を実施。また、 軽減税率に対応した出前サービスを強化 するため、配達メニューの見直しを行った。 |
| | 千葉県 | スマートフォンのアプリを使った予約受付 の開始と自社ホームページの開設を行った。 |
| | 山梨県 | 広告宣伝費用を軽減するため、インスタなどの SNSによる情報発信 を通じた集客に取り組んでいる。 |
| | 三重県 | 新そばや季節料理を堪能してもらおうファンクラブとして 会員制度を導入 した。特に、65歳以上の方は割引等の特典を多くしていることから会員数が多く、喜んでもらっている。 |
| 中華料理店 | 宮城県 | ランチメニューを改善し、 アイドルタイムの時間帯にワンコインメニューを提供 している。また、客室の禁煙化や宴会場のリニューアル、化粧室の改修等の設備投資を行った。 |
| | 群馬県 | 宴会団体客への送迎サービス を始めた。また、アルバイトを増やし、 軽減税率の対象である出前サービスを拡充 した。 |
| | 埼玉県 | 西洋野菜を主材料にした低カロリーの中華メニューが女性客に支持されており、PRのため 新作メニューを中心にHP上で動画配信 している。 |
| | 愛媛県 | 正社員が退職したため、パート・アルバイトのみで営業できるように作業内容を見直した。また、食べ残しの廃棄食材を減らせるよう、 量の選択ができるメニューに変更 した。 |
| | 高知県 | 短時間パートの賃金を大幅にアップ し、賄いを付けるなど待遇面を改善することでやる気アップを図り、顧客サービスの向上に努めた。 |
| すし店 | 長野県 | 若者層を呼び込めるような、「ヘルシー・ボリューム・リーズナブル」をキーワードにしたメニュー作りに着手している。 |
| | 岡山県 | 本まぐろの解体ショーや自然栽培米を使用 するなど、他店との差別化を図っている。 |
| | 徳島県 | 従業員のローテーションを工夫 することで、従業員の休みを月1回増やすことにした。また、閉店時間を30分早めたところ、従業員の労働時間の短縮と人件費抑制に繋がった。 |

| 業種 | 都道府県 | 内容 |
|-----|------|---|
| すし店 | 宮崎県 | 「生おせち」に加え、冷凍の最新技術を導入して、 自然解凍でおいしく食べられる「冷凍おせち」 をテイクアウト商品として売り出している。 |
| | 沖縄県 | 訪日外国人観光客への対応として、 キャッシュレス決済の導入とWi-Fi環境を整備 した。多くの外国人が来店しており、インスタグラム等のSNSに投稿されるなど好評を得ている。 |
| 料理店 | 茨城県 | クレジットカード決済は以前から導入していたが、国の消費者還元事業への参加に併せ、 スマホのQRコード決済にも対応 できるようにした。 |
| | 神奈川県 | 完全予約制 にしたことで食品ロスが大幅に減少した。一方で、顧客が固定化するため、ブログ等のインターネットを活用し、お店の情報発信を継続している。 |
| | 富山県 | 仕出し弁当などの 出前サービスを強化 。また、四季折々の旬の食材を使ったお得なコースメニューを開発し、飽きがこないよう工夫している。 |
| | 岐阜県 | 高齢化社会を迎え、料理の量を以前より少なめにし、食材のグレードを上げるなど質を重視している。また、客席を座敷から椅子席に改装し、足腰が不自由な 高齢者にも配慮した店づくり に取り組んでいる。 |
| | 福岡県 | グーグルマップを活用 して、店舗内観やメニュー等の写真を多数アップしており、少しずつ効果が出ている。 |
| 喫茶店 | 宮城県 | 国のキャッシュレス・消費者還元事業へ参加するため、 PayPayとクレジットカード決済を導入 した。決済手数料の負担はあるが、新規客の集客とレジ回り作業の負担減に繋がっており、効果が出ている。 |
| | 福井県 | 県や市関係の団体や社協、公民館、学校関係などから「 コーヒー講座 」の依頼を積極的に受けるようにした。受講された方はもちろん、口コミで来店いただく方が増えた。 |
| | 静岡県 | アマチュアバンドの生演奏を鑑賞できるカフェ として認知されてきており、SNSを活用して女性を含む若者層をターゲットに集客している。週末などは連日満席が続いている。 |
| | 岡山県 | メニューや商品のバリエーションを増やすため、仕入先を見直し、専門分野の商品を充実させた。 |
| | 高知県 | 利用客のほとんどが女性客で、食事のボリュームが多いと食べ残す方が多く廃棄ロスが課題となったため、 量が選択できるメニューを導入 した。今後も個々のニーズに応えるメニュー創りを心掛けたい。 |

| 業種 | 都道府県 | 内容 |
|--------|------|--|
| 社交業 | 福島県 | 広告費をかけずに、本日のおススメメニューや店舗紹介などを SNSやブログで毎日発信 している。フォロワーが増えていくなかで、客層の若返りやグループ客が目立つようになった。 |
| | 群馬県 | キャッシュレス決済に対応 したことで、5%のポイント還元店として支持され、ホテルから結婚式等の2次会予約の紹介を受けている。 |
| | 兵庫県 | 立ち呑みスタイルのイベントを開催 したところ、普段と違う雰囲気が楽しめたと好評を得た。 |
| | 福岡県 | お客様を飽きさせないように、 マジックやジャズライブなどのイベントを開催 して、集客に結びつけている。 |
| | 沖縄県 | スタッフと経営理念や経営方針を共有している。日常のコミュニケーションを通じて信頼関係を築き、 裁量権を増やす ことでスタッフの定着率を高め、モチベーションの向上に繋げている。 |
| その他飲食店 | 長野県 | 子育て支援サービスとして、 幼児用メニューの開発 などを行い新規客の獲得に努めている。 |
| | 岐阜県 | 岐阜市が主催する「麒麟がくる」(2020年NHK大河ドラマ)に関連したキャンペーンのプロジェクトメンバーに参画 することで、お店の認知度向上に努めている。 |
| | 愛知県 | 訪日外国人客の受け入れを増やすため、 キャッシュレス機器の導入や英語表示のメニューの充実、カスタマイズメニューの開発、従業員のセールストーク教育 などを実施している。 |
| | 鳥取県 | 入手することが難しい全国各地の日本酒地酒を独自ルートで取り寄せ「 利き酒会 」を開催し、日本酒に合う和食料理を堪能していただいている。また、常連客との 酒蔵見学ツアー も毎年開催しており、年々参加者が増えている。 |
| | 島根県 | 組合主催の忘新年会感謝祭のスタンプラリーや新年福引抽選会 などを実施している。 |

| 業種 | 都道府県 | 内容 |
|--------|------|---|
| 食肉販売業 | 秋田県 | タウン誌から揚げ物の特集記事で取材を受け掲載されたことで、唐揚げやメンチ、トンカツなどの自家製総菜への問い合わせが増え、遠方から買い求める新規客が増加した。 |
| | 群馬県 | スポーツイベント（ザスパ草津）の弁当需要への対応や、バスケットボール（クレインサンダース）の選手関係者向け弁当（豚バラ串焼きや豚汁など）に対応するなど、 肉屋が創作する弁当をPR している。 |
| | 岐阜県 | 自社HPからのネット予約で、お歳暮用の商品注文が増えている。商品の品質・配送管理を徹底し、支払方法もクレジットカード決済に対応した。 キャッシュレス決済機器を導入 したことで、お客様の利便性とレジ回りの効率性も向上した。 |
| | 和歌山県 | キャッシュレス決済に対応 したところ、予想以上に利用者が多く、1日平均15～16万円の売上がある。客単価や売れ筋などの分析はこれからだが、データの活用が十分期待できる。 |
| | 熊本県 | 行政との協力で、「 ふるさと納税 」への 返礼品として登録 した県産和牛肉の各種商品が好調となっている。 |
| 食鳥肉販売業 | 愛知県 | キャッシュレス決済の導入 が予想以上の効果を上げている。若いファミリー層のお客様が利用するケースが多いが、唐揚げや焼き鳥など一品多く購入されるようになり、客単価が上昇した。 |
| | 愛知県 | 消費税増税や残業削減による収入減で家計費の負担を減らしたいニーズに対応するため、量を減らした小分けパックを組み合わせた販売を強化している。 |
| | 岡山県 | 消費税増税を機に、自家製総菜の取扱品を増やし テイクアウト商品 に力を入れている。 |
| | 香川県 | 人手不足対策で、加工処理部門に 外国人研修生 を増やした。 |
| 冰雪販売業 | 栃木県 | 県内で開催される秋のイベント情報をいち早くキャッチし、主催者との交渉が早くできたことで、 出張販売 の機会を増やすことができた。 |
| | 大阪府 | 氷の生産メーカーが年々廃業するなか、他県の生産メーカーから安定的に仕入する体制を整えた。夏場の繁忙期における原料不足を解消でき、販売ロスを避けることができた。 |
| | 高知県 | お客様を待たせないように、 何種類かのカット割りを事前準備 しておくことや、重量がある商品をお客様の車まで持っていくなどのサービスを実施している。 |

| 業種 | 都道府県 | 内容 |
|-----|------|---|
| 理容業 | 山形県 | 国の5%ポイント還元事業への参加で キャッシュレス決済を導入 したところ、クレジットカード利用者が予想以上に多い。店頭表示の効果もあるようで、通りすがりの新規客の来店が増えている。 |
| | 埼玉県 | 身体が不自由なお客様を送迎したり、店舗階段に手摺を付けるなどの 高齢者対応 を実施。店内も季節の花を飾ったり、観葉植物を増やしたりして、癒される空間と時間の提供に努めている。 |
| | 千葉県 | シャンプーと顔剃りの月額制を導入 したところ好評。これは、手首を骨折されたお客様からのアイデアとして導入したもので、常にお客様の立場でニーズを掘り起こすことに努めている。 |
| | 岐阜県 | HPやブログを活用 し、営業時間や予約状況などの情報を発信。店舗のトイレを和式から洋式に改築し、高齢のお客様や身体の不自由な方に配慮した。 |
| | 熊本県 | 国の「 小規模企業持続化補助金 」を活用し、店舗改装を実施した。外観や内装などのハード面を新しくしたほか、カットやカラーなどのソフト面の充実にも取り組んでいる。 |
| 美容業 | 宮城県 | マイクロスコープや洗浄器等を導入し、 ヘアエステのメニューを充実 させたことで客単価が向上した。 |
| | 群馬県 | カットやカラーなどの定番メニューに加え、ハンドマッサージやヘッドマッサージ、トリートメント等の プラスワンメニュー を追加して付加価値を高めた。 |
| | 神奈川県 | 1店舗を ジュニアスタイリスト育成サロン として立ち上げ、1日でも早くスタイリストとしてデビューできるようにした。また、給与体系を見直し、頑張れば給与が上がる体制にした。 |
| | 山梨県 | 次回の来店カードを発行しリピーター化を図るとともに、 カラー専門の会員制度 を作り、流行りの最新情報をSNSで発信している。 |
| | 鳥取県 | 初期費用が不要な スマホアプリのQRコード型キャッシュレス決済を導入 したところ、利用者も増えてきている。 |

| 業種 | 都道府県 | 内容 |
|---------|------|--|
| 映画館 | 神奈川県 | 次世代映写機を2台導入 して、目玉になる作品を中心に上映を行っている。また、リピーター率の高い作品を積極的に上映するなど、作品にこだわった番組作りをしている。 |
| | 長野県 | リピーターを増やすため、 LINE登録者の増強 を図り情報発信を行っている。 |
| | 岐阜県 | 劇場に隣接している 百貨店と提携 して、百貨店発行のクレジットカードの提示があれば、入場料金を割引くサービスを展開し、お客様を取り込んでいる。 |
| | 静岡県 | 上映日以外の日、ラグビーワールドカップの試合等の ライブビューイング上映 を積極的に行った。 |
| | 広島県 | キャッシュレス決済対応レジの導入 で顧客の利便性向上を図ったところ、レジの集計時間短縮にも繋がり、生産性が向上した。 |
| ホテル・旅館業 | 北海道 | 宿泊需要に併せて料金体系を見直す「 レベニュー・マネジメント 」の強化により収益力が向上した。 |
| | 千葉県 | 台風の影響で風評被害が続いているが、 地元の旅館組合と協力して宿泊補助券の発行や都内で開催している観光PRイベントに参加 するなど、復興に向けた取り組みを行っている。 |
| | 滋賀県 | 働き方改革 の一環で宴会予約を入れない日を設けた。また、給仕や配膳の業務負担の削減を図り、休暇取得の推進に取り組んだ。 |
| | 島根県 | 訪日外国人観光客の宿泊を受け入れるため、大手旅行会社と提携するとともに、 留学生のアルバイトを雇用 して対応している。 |
| | 熊本県 | チェックイン時のフロントシステムを見直し、 ペーパーレスによる省力化 を始めた。 |
| | 宮崎県 | 8畳の和室1室をリニューアルして、 特別室（ビジネス・ファミリーに最適な和室）を開設 。ホームページに掲載したところ、予想以上の予約が入り稼働率が高まった。 |

| 業種 | 都道府県 | 内容 |
|---------|------|--|
| 公衆浴場業 | 千葉県 | マッサージ師を招き、ロビーの一角を利用して有料の施術サービスを実施 している。マッサージが目的で来店されるお客様が増えており、毎週土曜の夕方は順番待ちが出るなど好評を得ている。 |
| | 石川県 | 浴場組合作成のポイントカード が普及し、週末には遠方から来るファミリー層の入浴客が増えてきている。 |
| | 京都府 | 入浴設備のない ゲストハウス等と連携 し、訪日外国人宿泊客を受け入れており、英語表示の入浴マナーのチラシを作成・配布して対応している。 |
| | 大阪府 | 2019年11月～2020年5月までの半年間、 「おおさか湯らり 大阪銭湯スタンプラリー」を組合主催で開催 。今回は参加浴場数が60軒と増えて、4チームに分かれて実施。お客様に喜んでいただけるよう、魅力ある銭湯づくりに取り組んでいる。 |
| | 広島県 | 電子マネー等の キャッシュレス対応 を進めたことにより、利用者のリピーター率が高まった。 |
| クリーニング業 | 北海道 | 保育園3か所から おむつカバーの洗濯を受注 。単価が高く他社の参入も少ないので、今後受注先の拡大が期待できる。 |
| | 山形県 | キャッシュレス決済に対応 し、国の5%ポイント還元事業に参加。周辺の同業で取扱店が少ないことから、他店から流れてきた新規客の獲得にも繋がっている。 |
| | 埼玉県 | 介護施設のクリーニング を始めたことで、年間を通じて安定した収入を確保。また、ホームページを開設して3年程が経過するが、コンテンツの見直しなどで飽きさせないようにしている。 |
| | 石川県 | しみ抜きや鞆・靴のクリーニング、高級ブランドの毛皮コートなど 特殊品が扱えるクリーニング店 として、客単価の向上を目指している。 |
| | 福岡県 | 業界では希少な 殺菌消毒効果のある最新鋭マシンを導入 した。従来の機械より、素材本来の柔らかさと、清潔さを消費者が実感できる機能を有している。まだ認知度は低いですが、長い目で他店との差別化をPRしていく。 |