

## 生活衛生関係営業の景気動向等調査（2014年4～6月期）特別調査結果

1 消費税引き上げ時(2014年4月)の対応 2 事業承継 3 金融機関との取引状況

### 概要

#### 【消費税引き上げ時(2014年4月)の対応】

- 消費税引き上げ(5%→8%)時の価格転嫁は、「全ての商品・サービスに上乗せした」(36.0%)、「一部の商品・サービスに上乗せした」(34.1%)、「全く上乗せしなかった」(29.9%)となっている。
- 消費税引き上げ前後での商品・サービスのメニュー・提供内容の変更の有無(価格のみの変更は除く)では、「変更した」割合が2割となっている。また、「変更した」と回答した企業のうち、約4割が収益面で「効果があった」と回答している。

#### 【事業承継】

- 事業承継についての考えでは、「承継させる予定である・承継させたい」33.9%、「承継させる予定はない」27.6%、「承継させるか否か迷っている」7.9%などとなっている。「承継させる予定はない」または「承継させるか否か迷っている」と回答した方に対して、その理由を尋ねたところ(複数回答)、「後継者または候補(予定)者がいない」47.7%、「事業の先行きに不安がある」47.6%、「そもそも自分の代で事業はやめるつもりであった」33.7%の順に多い。
- 現経営者に何代目にあたるかを尋ねたところ、「創業者」58.1%、「二代目」25.2%、「三代目」11.2%、「四代目」3.5%、「五代目以上」2.0%となっている。事業を継承した時の状況では(二代目以降と回答した方に聴取)、「円滑に引き継げた」の割合が85.2%となっている。

#### 【金融機関との取引状況】

- 1年前と比べた借入金残高の増減動向は、「増加した」14.8%、「ほとんど変わらない」21.5%、「減少した」63.7%となっている。

〈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  
TEL 03-3270-1653 担当 野俣、谷藤

## 【調査の実施要領】

調査時点	2013年6月下旬
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	3,074企業(回答率95.5%)

### 〈業種内訳〉

飲食業	1,471	企業
食肉・食鳥肉販売業	147	企業
氷雪販売業	58	企業
理容業	369	企業
美容業	441	企業
映画館	53	企業
ホテル・旅館業	168	企業
公衆浴場業	112	企業
クリーニング業	255	企業

### 【本調査における留意事項】

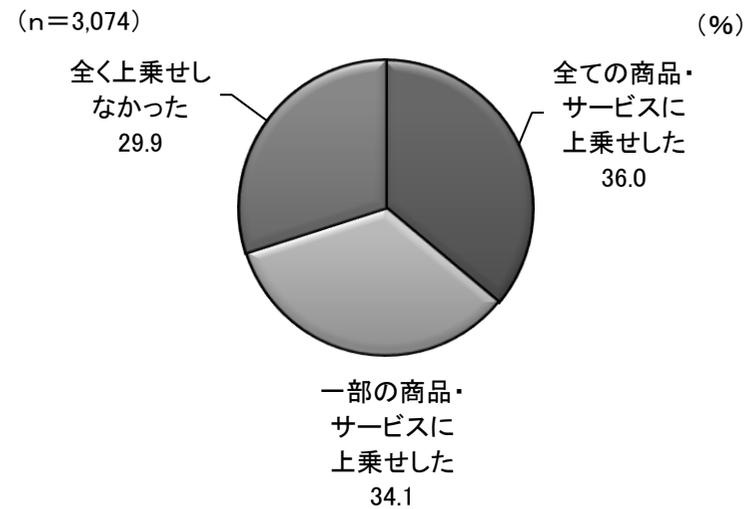
- ・2012年4～6月期調査時点で調査対象企業の見直しが行われている。
- ・比率の算出にあたっては、無回答を除いたものを母数としている。

# 1 消費税引き上げ(2014年4月)時の対応

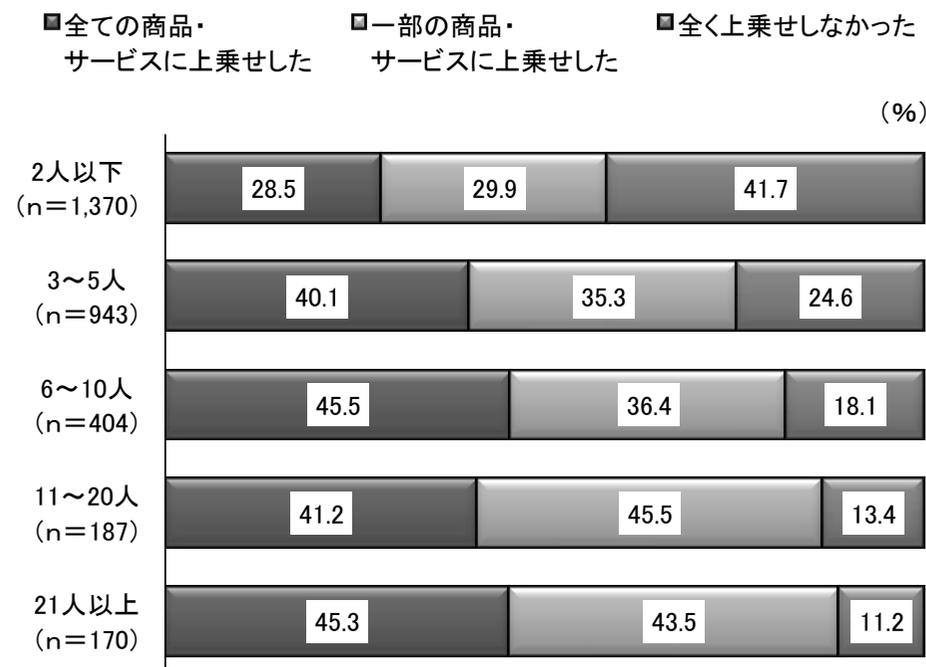
## (1)消費税引き上げ時の価格転嫁

- 消費税引き上げ(5%→8%)時の価格転嫁は、「全ての商品・サービスに上乘せした」(36.0%)、「一部の商品・サービスに上乘せした」(34.1%)、「全く上乘せしなかった」(29.9%)となっている(参考1)。
- 「全く上乘せしなかった」の回答割合は、従業員規模別では、規模が小さいほど高く、従業員2人以下では4割を超えている(参考2)。
- 業種別にみると、「全ての商品・サービスに上乘せした」の割合は、美容業(56.2%)、冰雪販売業(55.2%)、クリーニング業(50.6%)の順に高い(参考3)。
- 最近1年間の収支状況別にみると、「全ての商品・サービスに上乘せした」の割合は、収支状況が良好であるほど高くなっている(参考4)

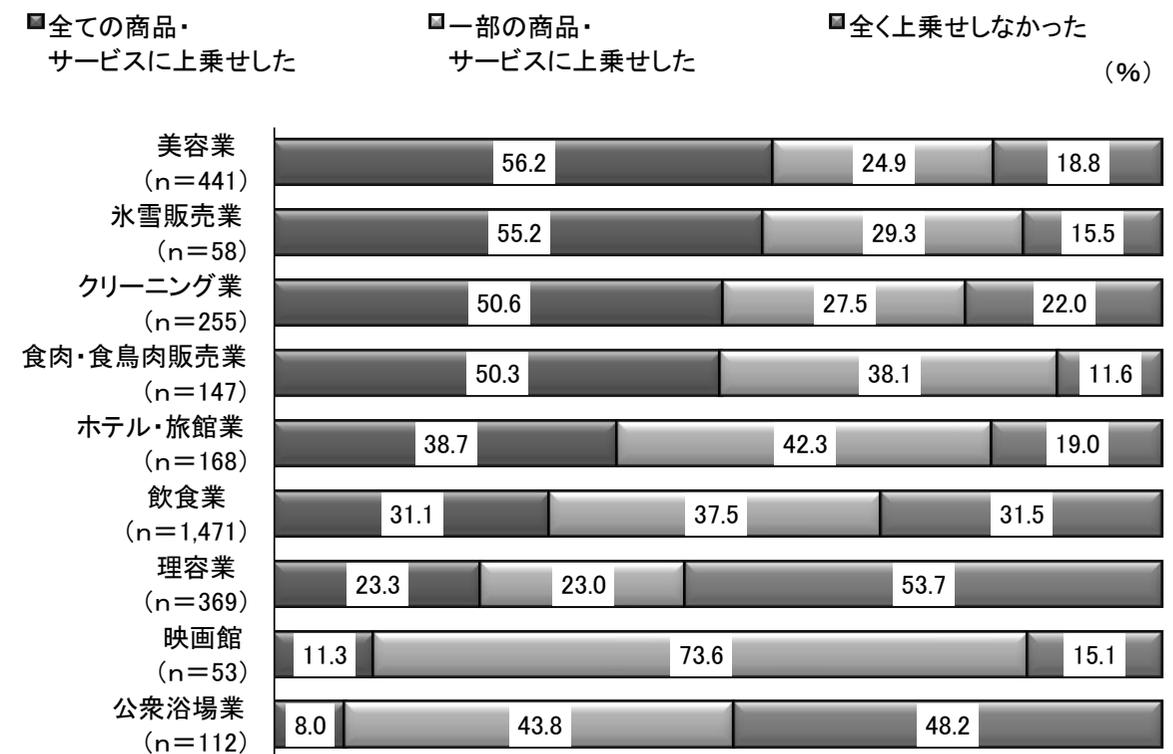
参考1 消費税引き上げ時の価格転嫁



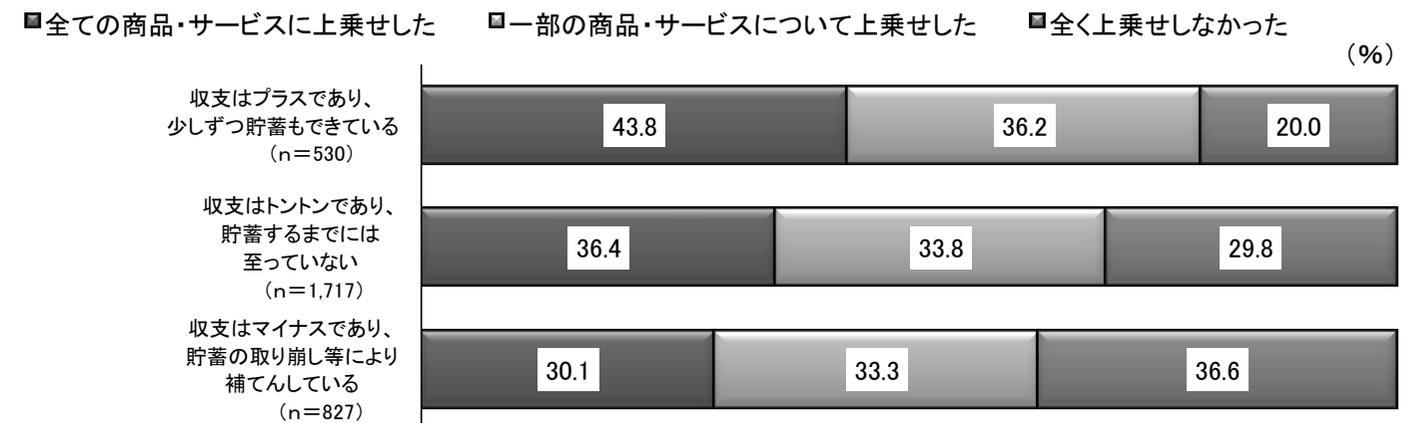
参考2 消費税引き上げ時の価格転嫁(従業員規模別)



参考3 消費税引き上げ時の価格転嫁(業種別)



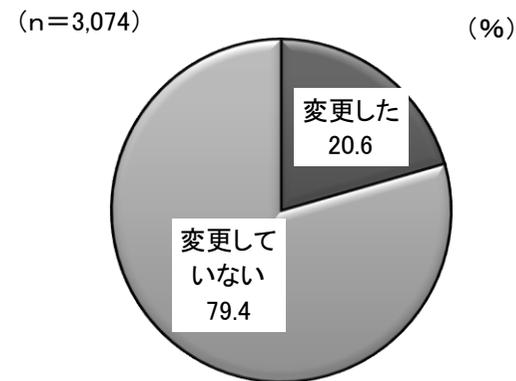
参考4 消費税引き上げ時の価格転嫁(最近1年間の収支状況別)



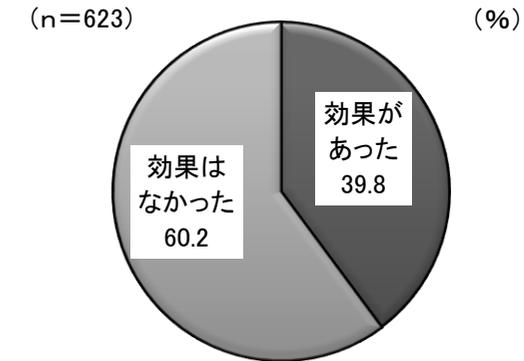
(2) 商品・サービスのメニュー・提供内容の変更の有無とその効果

- 消費税引き上げ前後での商品・サービスのメニュー・提供内容の変更の有無では、「変更した」割合が20.6%となっている(参考5)。業種別にみると、「変更した」割合は、「映画館」(26.4%)、「飲食業」(26.2%)、「ホテル・旅館業」(18.5%)の順に高い(参考6)。
- 商品・サービスのメニュー・提供内容を変更したことによる収益面の効果では「効果があった」が39.8%となっている(参考7)。業種別にみると、「効果があった」割合は「食肉・食鳥肉販売業」(50.0%)、「ホテル・旅館業」(45.2%)、「理容業」(43.9%)の順に高い(参考8)。

参考5 商品・サービスのメニュー・提供内容の変更の有無

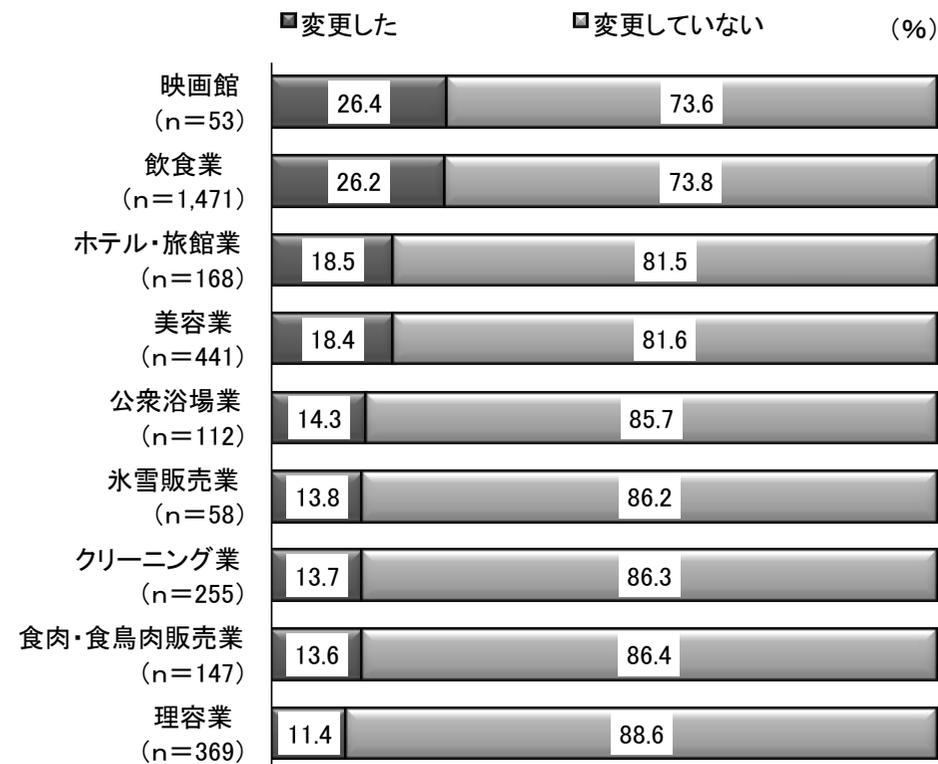


参考7 商品・サービスのメニュー・提供内容を変更したことによる収益面での効果

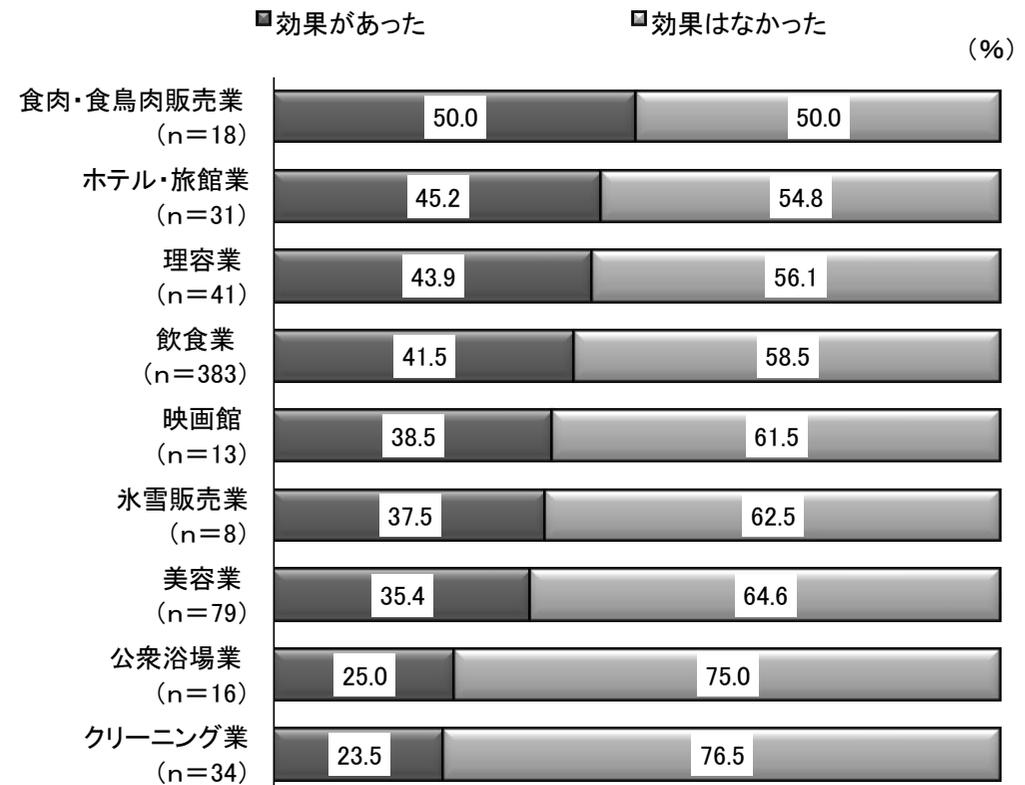


(注) 商品・サービスを変更した方に効果を聴取。以下、参考8も同じ。

参考6 商品・サービスのメニュー・提供内容の変更の有無(業種別)



参考8 商品・サービスのメニュー・提供内容を変更したことによる収益面での効果(業種別)



(3)商品・サービスのメニュー・提供内容の変更の具体的な内容(「効果があった」と回答した方の記述回答より)

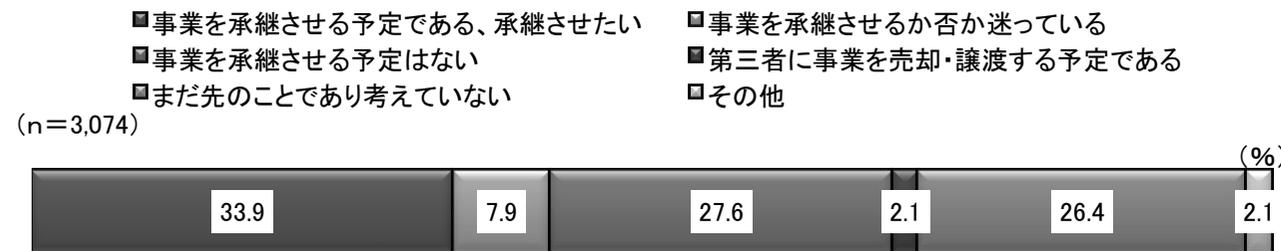
- ・年代別のメニュー(若者向け:ボリュームのあるメニュー、年輩の方:量を少なくし多くの食材が食べられるメニュー)を考えた(そば・うどん店、山形県)
- ・メニューを簡素化し、売上の多い商品等に限定した。材料費が減少し、商品の利幅が増した(そば・うどん店、富山県)
- ・セットの組み合わせパターンを自由に選択できるようにした。客離れを防ぐため、昼のランチメニューは価格を抑えた構成にした(中華料理店、島根県)
- ・10年ぶりの値上げにあたり、便乗値上げといった印象を与えないように、新しいメニューを数点作り、パンフレットも配布した(すし店、福岡県)
- ・手頃な価格のサイドメニューを導入した。注文しやすい商品を増やし、お客様に安心感を持ってもらえるようにした(すし店、青森県)
- ・セット類を単品とセットに分けた。単品では今までより価格が低くなり、注文しやすいため(料理店、奈良県)
- ・お客様へのサービス強化の一環として、特定品だけ、水曜日・木曜日は半額にした(料理店、香川県)
- ・見た目のボリュームをアップした。イエローカレーをグリーンカレーにするなど、従来のメニューに似ているようで違うもの、目新しいものに変更した(喫茶店、群馬県)
- ・他店との差別化とお得感を出すため、毎月、その時期にあったメニューを提供するようになった(社交業、大分県)
- ・女性が多く、メニューに写真を付けて分かりやすくした(社交業、埼玉県)
- ・値上げ感をうすめるため、提供する商品の質を上げた(社交業、徳島県)
- ・持ち帰りのメニューを作った(その他飲食店、鹿児島県)
- ・全ての商品で転嫁せずに、ハム・ウィンナー等は商品ごとに売値を変えずに量を減らした(食肉販売業、宮崎県)
- ・顧客の高齢化等へ対応し、単価のアップ感を無くすため、小パック化した(食鳥肉販売業、静岡県)
- ・商品を増やし、チラシの内容を変更した(冰雪販売業、東京都)
- ・メニューを細分化し、内容をお得感があるように充実した(理容業、鳥取県)
- ・育毛、頭皮の健康等のための新しいメニューを売りにし、インターネットでPRした(理容業、福岡県)
- ・他店との差別化を図るため、ヘッドスパの使用材料をレベルアップした(美容業、東京都)
- ・比較的高価なメニューを用意して、通常メニューにお得感を出した(美容業、愛媛県)
- ・スタンプカードを導入した(映画館、青森県)
- ・部屋のアメニティを減らし、経費削減を図った(ホテル・旅館業、富山県)
- ・常連客の多いシングルタイプの料金は変更せずに、ツイン、和室の料金をアップした(ホテル・旅館業、徳島県)
- ・サウナ料金プラスバスタオル付きで500円(ワンコイン)とした(公衆浴場業、大阪府)
- ・しみ抜き料金を設定した。特殊品のクリーニングをPRした(クリーニング業、東京都)

## 2 事業承継

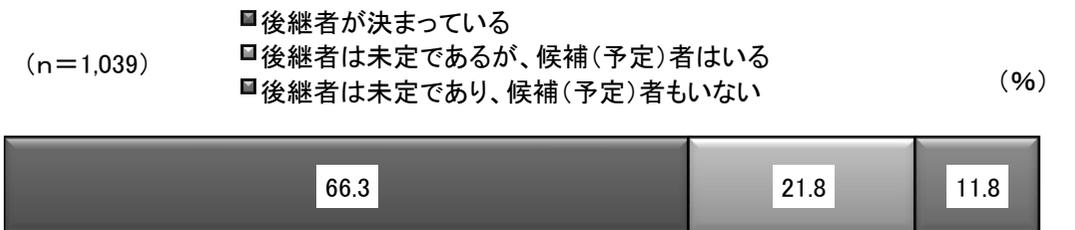
### (1)事業承継についての考え (2)後継者の有無 (3)後継者または候補(予定)者と経営者本人との関係等

- 現在の事業承継についての考えは、「事業を承継させる予定である・承継させたい」33.9%、「事業を承継させるか否か迷っている」7.9%「事業を承継させる予定はない」27.6%、「まだ先のことであり考えていない」26.4%などとなっている(参考9)。「事業を承継させる予定である・承継させたい」の割合は映画館(52.8%)、「ホテル・旅館業」(50.6%)、「食肉・食鳥肉販売業」(43.5%)の順に高い(参考10)。
- 「事業を承継させる予定である・承継させたい」と回答した方に対して、後継者の有無を尋ねたところ、「後継者が決まっている」66.3%、「後継者は未定であるが、候補(予定)者はいる」(21.8%)、「後継者は未定であり、候補(予定)者もない」11.8%となっている(参考11)。
- 後継者または候補(予定)者の経営者本人との関係は「子供」86.4%、「従業員」5.6%の順に多い(参考12)。また、後継者または候補(予定)者の現在の勤務先は、「自社(経営幹部として従事)」36.9%、「自社(従業員として従事)」37.0%、「同業種その他企業」7.4%、「異業種その他企業」6.9%の順に多い(参考13)。

参考9 事業承継についての考え

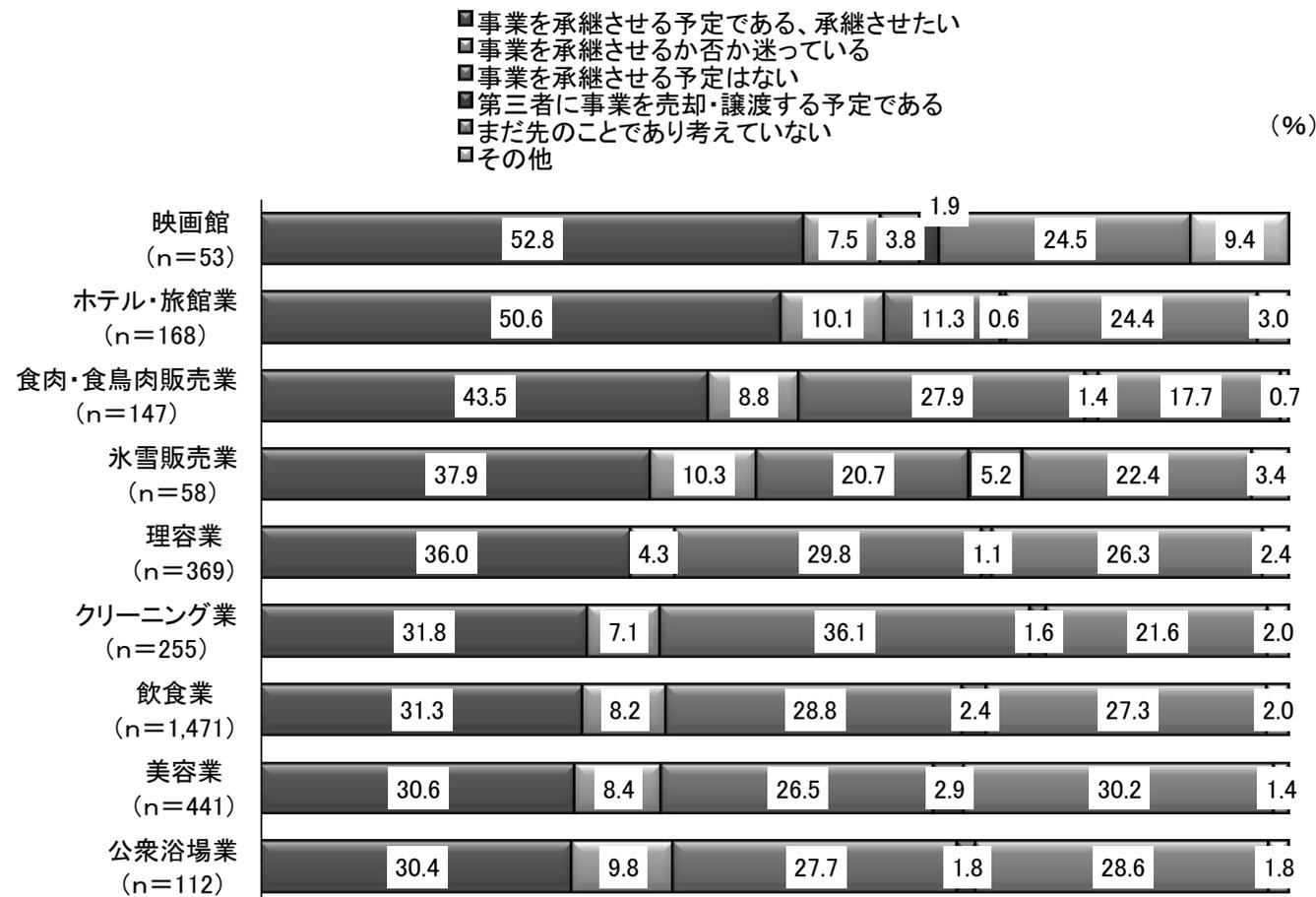


参考11 後継者の有無

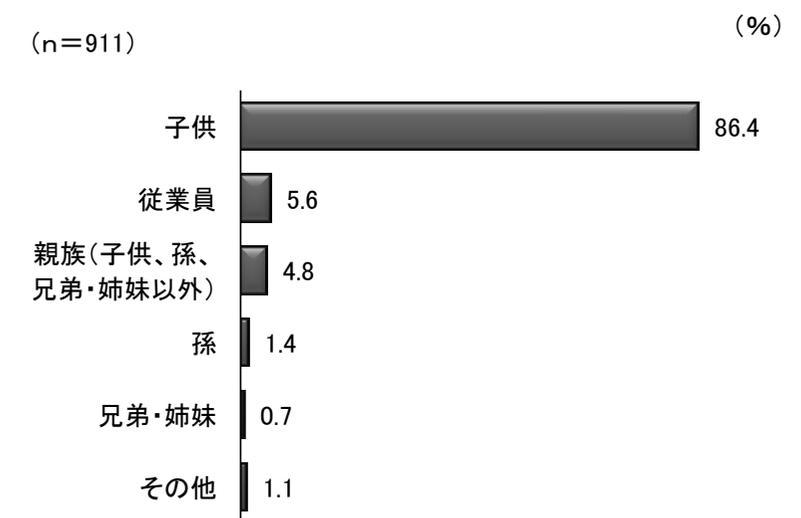


(注) 「事業を承継させる予定である、承継させたい」と回答した方に聴取。以下、参考12、13も同じ。

参考10 事業承継についての考え(業種別)



参考12 後継者または候補(予定)者の経営者本人との関係



参考13 後継者または候補(予定)者の現在の勤務先

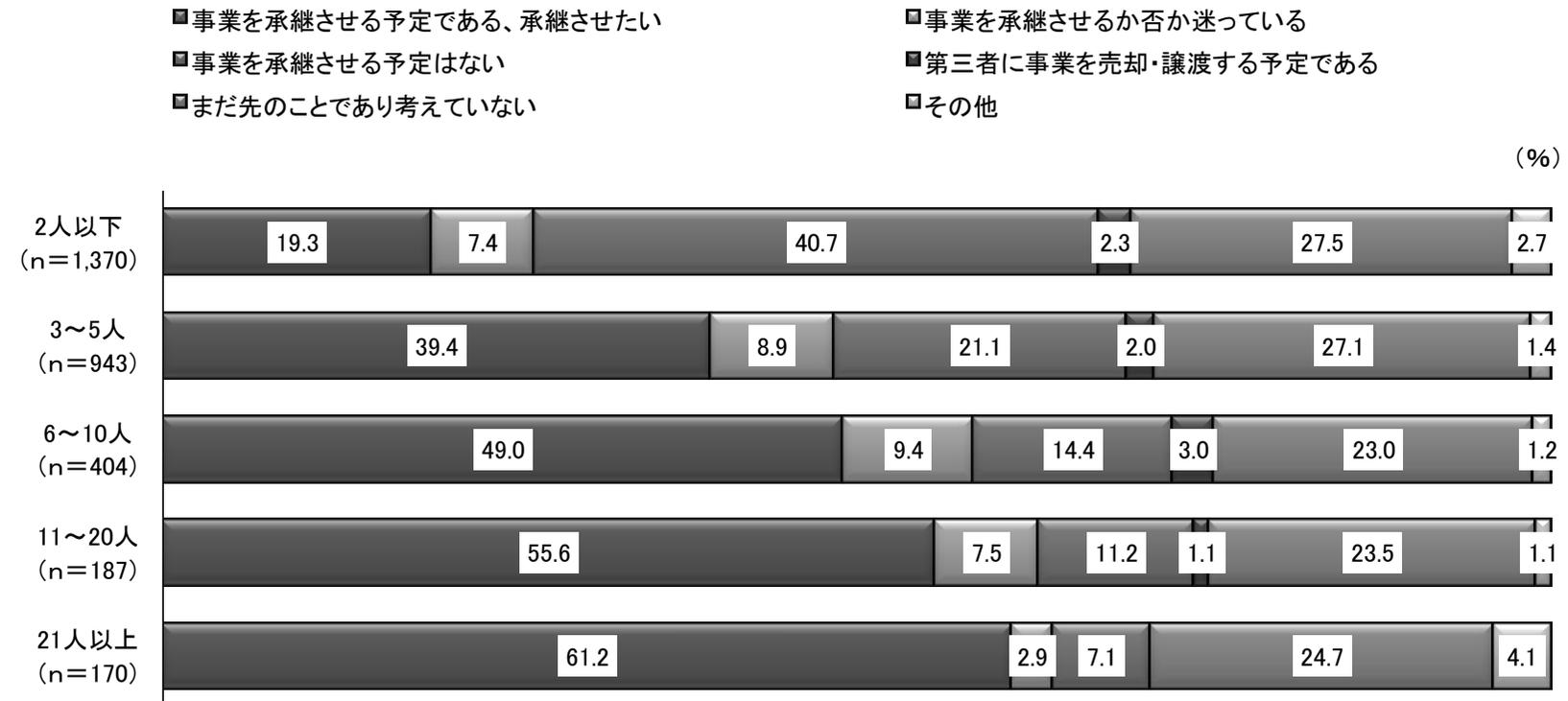


(4) 事業承継についての考え（従業員規模別）

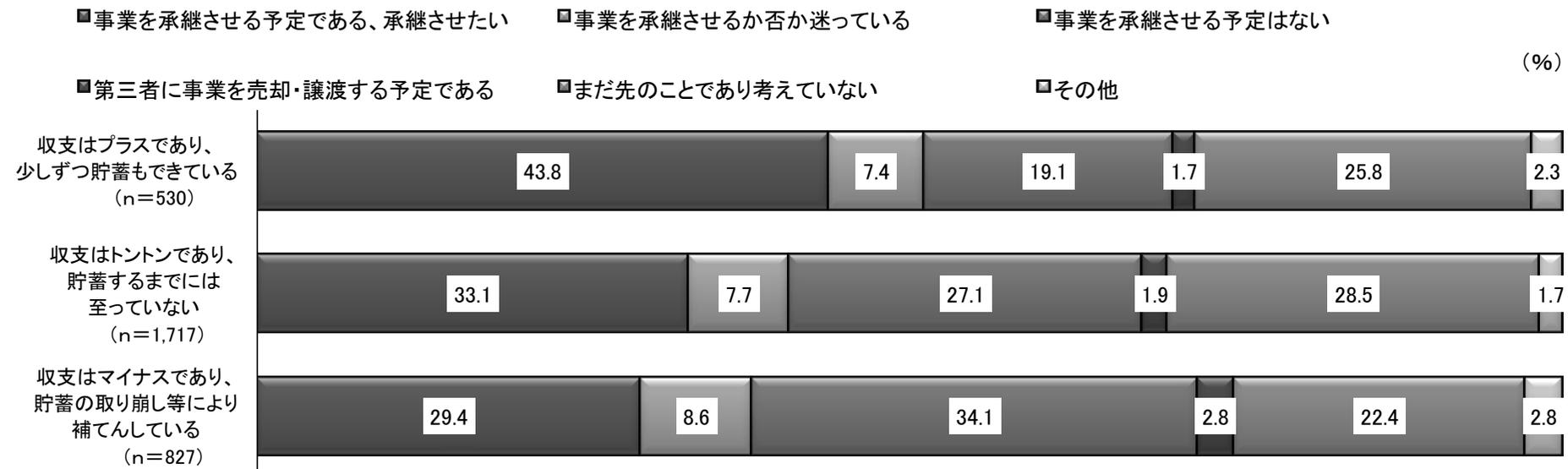
(5) 事業承継についての考え（最近1年間の収支状況別）

- 事業承継についての考えについて、従業員規模別にみると、「事業を承継させる予定である、承継させたい」の割合は規模が大きいほど高い(参考14)。
- また、最近1年間の収支状況別にみると、「事業を承継させる予定である・承継させたい」の割合は収支状況が良好であるほど高い(参考15)。

参考14 事業承継についての考え（従業員規模別）



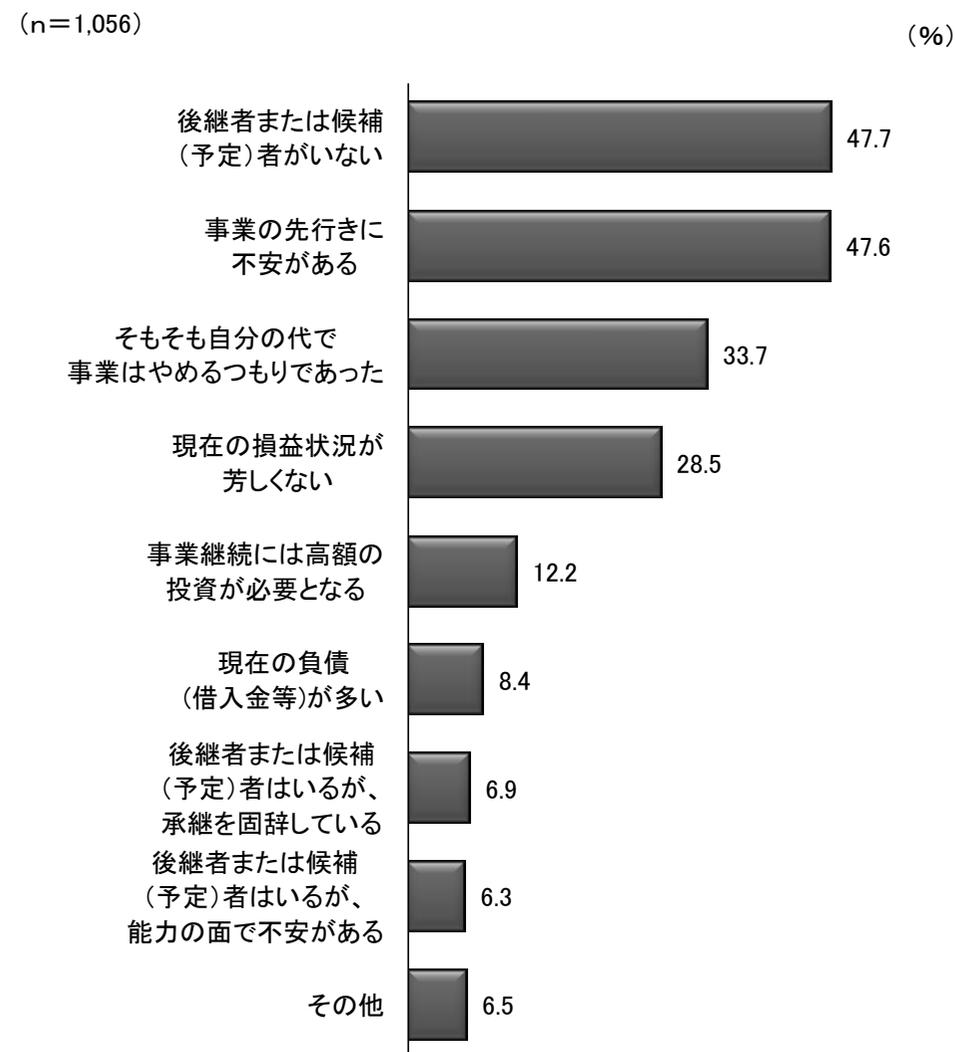
参考15 事業承継についての考え（最近1年間の収支状況別）



(6) 「事業を承継させるか否か迷っている」「事業を承継させる予定はない」と回答した理由

○ 「事業を承継させるか否か迷っている」または「事業を承継させる予定はない」と回答した方に対して、その理由を尋ねたところ(複数回答)、「後継者または候補(予定)者がいない」47.7%、「事業の先行きに不安がある」47.6%、「そもそも自分の代で事業はやめるつもりであった」33.7%、「現在の損益状況が芳しくない」28.5%、「事業の継続には高額な投資が必要となる」12.2%の順に多い(参考16、17)。

参考16 「事業を承継させるか否か迷っている」「事業を承継させる予定はない」と回答した理由(複数回答)



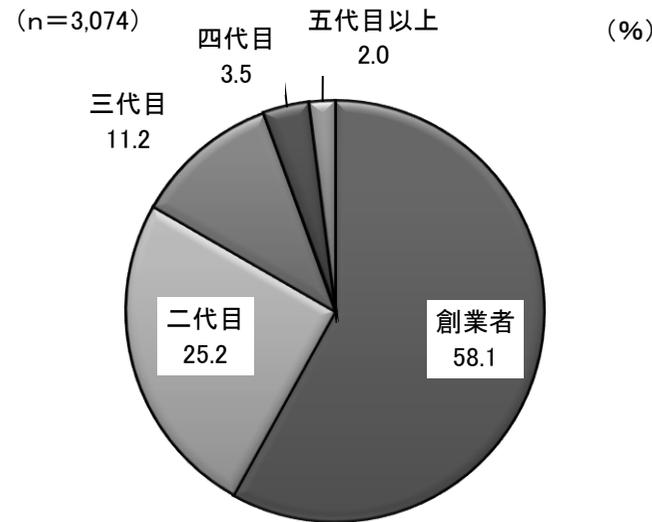
参考17 「事業を承継させるか否か迷っている」「事業を承継させる予定はない」と回答した理由(業種別)(複数回答)

	(後継者または候補(予定)者がいない)	事業の先行きに不安がある	そもそも自分の代で事業はやめるつもりであった	現在の損益状況が芳しくない	事業継続には高額な投資が必要となる	(借入金等)が多い	後継者または候補(予定)者はいるが承継を固辞している	後継者または候補(予定)者はいるが能力の面で不安がある	その他
全体 (n=1,056)	47.7	47.6	33.7	28.5	12.2	8.4	6.9	6.3	6.5
飲食業 (n=526)	47.1	51.5	36.9	31.6	9.9	11.2	7.4	6.1	4.4
食肉・食鳥肉販売業 (n=54)	57.4	50.0	35.2	37.0	9.3	5.6	3.7	9.3	7.4
冰雪販売業 (n=18)	38.9	55.6	33.3	50.0	0.0	11.1	5.6	5.6	11.1
理容業 (n=124)	50.0	34.7	33.9	18.5	11.3	4.0	8.1	3.2	6.5
美容業 (n=145)	62.1	26.9	33.8	14.5	2.8	4.8	4.1	9.0	10.3
映画館 (n=6)	16.7	100.0	0.0	100.0	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0
ホテル・旅館業 (n=34)	29.4	61.8	14.7	38.2	35.3	11.8	2.9	5.9	11.8
公衆浴場業 (n=40)	22.5	80.0	22.5	52.5	47.5	5.0	12.5	10.0	5.0
クリーニング業 (n=109)	42.2	49.5	29.4	20.2	17.4	6.4	8.3	5.5	10.1

(7)現経営者は何代目か (8)特に参考になっている先代から引き継いだ経営ノウハウ

○ 現在の経営者は何代目にあたるかを尋ねたところ、「創業者」58.1%、「二代目」25.2%、「三代目」11.2%、「四代目」3.5%、「五代目以上」2.0%となっている(参考18)。

参考18 現経営者は何代目か



【特に参考になっている先代から引き継いだ経営ノウハウ(記述回答より)】

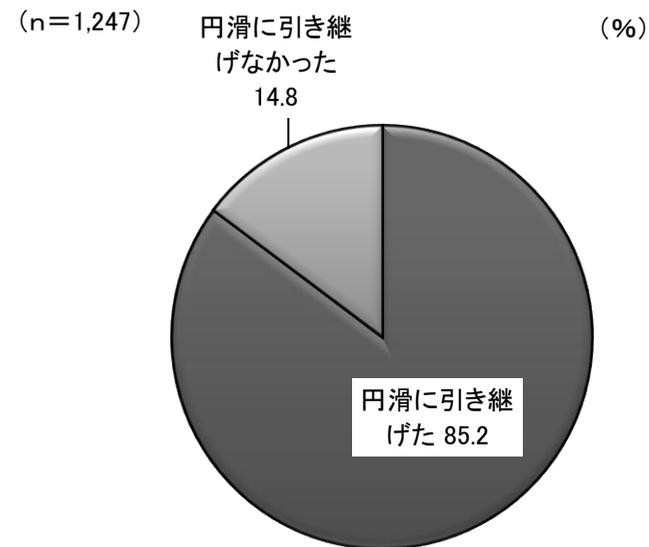
(注)2代目以降の方に聴取。

- ・独自の味付け等の伝承(そば・うどん店、富山県)
- ・「塩をなめてでも、支払いは遅らせるな」が口癖だった(そば・うどん店、山形県)
- ・地域社会との交流が重要(そば・うどん店、神奈川県)
- ・設備に必要以上にお金をかけない(中華料理店、茨城県)
- ・常に時代の流れを読んで、新しいことにチャレンジする(中華料理店、福井県)
- ・手間を惜しむな(すし店、千葉県)
- ・仕入先は大切にすること(すし店、兵庫県)
- ・お客様にはどんな時にも平等に接待する。喜んでいただけるよう気配りする(料理店、福井県)
- ・物と従業員の心を大切にすること(喫茶店、香川県)
- ・お客様の立場になって考える。よく目を凝らしてお客様を観察する(社交業、滋賀県)
- ・景気が悪い時でも誠実に嘘の無い経営を行う(社交業、福岡県)
- ・できるだけ同じ味付けにする。常連さんを大事にする(その他飲食店、埼玉県)
- ・顧客ノートを引き継いだ(その他飲食店、山口県)
- ・人材育成が重要(その他飲食店、香川県)
- ・接客サービスだけでは長続きしない。品質本位で営業する(食肉販売業、福岡県)
- ・売上が1店舗に偏らないことや企業統合の危険性などを学んだ(食鳥肉販売業、岡山県)
- ・他業種の方との連携を大切にすること。お客様とのつきあいも丁寧にする(冰雪販売業、福井県)
- ・新聞のお悔やみ記事を毎日見て、お客様の家族への香典は必ず持っていく(理容業、石川県)
- ・毎日、売上を記帳して経営状態を常に把握する(理容業、愛媛県)
- ・アットホームな対応とスピーディーな仕事(美容業、鹿児島県)
- ・人脈の大切さ(美容業、福島県)
- ・無理な拡張はせず、本業重視の経営をする(映画館、栃木県)
- ・リピーターの重要性(ホテル・旅館業、北海道)
- ・現金決済、小切手決済、インターネット決済をバランスよく行う(ホテル・旅館業、山形県)
- ・金融機関への対応の仕方(ホテル・旅館業、福井県)
- ・黒字の時には設備投資に力を入れ、借入する方針を学んだ(ホテル・旅館業、福井県)
- ・多角経営の重要性(公衆浴場業、宮城県)
- ・燃料に廃材を活用する等のコスト削減ノウハウ(公衆浴場業、福島県)
- ・資金計画をきちんとすること。丁寧で早い仕上がりをモットーにする(クリーニング業、長崎県)
- ・顧客リストと当該顧客の注文特性の引き継ぎが参考になった(クリーニング業、栃木県)

(9)先代から事業を継承した時の状況 (10)事業を円滑に引き継げた、または引き継げなかった理由

○ 先代から事業を継承した時の状況は、「円滑に引き継げた」85.2%、「円滑に引き継げなかった」14.8%となっている(参考19)

参考19 先代から事業を継承した時の状況



(注)2代目以降の方に聴取。記述回答も同じ。

【事業を円滑に引き継げた理由】

- ・先代の時から人事、経理を全て担当していた(そば・うどん店、千葉県)
- ・①借入がない②経営状態が良い③先代も従業員として働いてくれた(そば・うどん店、静岡県)
- ・先代が生前に名義変更を少しずつ済ませていたのでバタバタせずに済んだ(中華料理店、新潟県)
- ・先代が我を通さずに自分に色々任せしてくれた(中華料理店、福井県)
- ・常連のお客様に後継者について話してもらった(すし店、石川県)
- ・遺言状。公証人役場で弁護士の証明があった(料理店、福井県)
- ・借入は多額であったが、先代(父)も元気に活躍していた時に引き継いだ(料理店、三重県)
- ・引き継ぎを契機に、商売の内容を変更したことが良かった(料理店、山口県)
- ・良い人材に恵まれた(喫茶店、香川県)
- ・客層のスライドがスムーズにできた(社交業、山口県)
- ・先代と一緒に営業に回っていたので、人間関係を深めることが出来ていた(社交業、福岡県)
- ・承継のかなり前から税理士指導のもとで準備を進めていた(その他飲食店、奈良県)
- ・業界や生活衛生同業組合のバックアップが大きかった(食鳥肉販売業、大阪府)
- ・先代とのコミュニケーションが十分にできていた(食鳥肉販売業、福岡県)
- ・経営が好調だった(冰雪販売業、和歌山県)
- ・お客様との信頼関係が出来ていた。金銭的な問題がなかった(理容業、千葉県)
- ・先に支店を任されたが、先代は一切関知せずに経営をさせてくれた(美容業、北海道)
- ・セミナーや研修に参加、また、金融機関に紹介し意識を高めるなど準備期間があった(美容業、東京都)
- ・先代が急死したが、他の社員がフォローしてくれた(映画館、東京都)
- ・全社的な統一マニュアルがあり、基本となる業務で異なることがなかった(映画館、大阪府)
- ・公的機関のアドバイスを受けた(ホテル・旅館業、福島県)
- ・当初から役員扱いで継承が義務付けられていた(公衆浴場業、宮城県)
- ・本音で議論し、納得するまで何度も話した(クリーニング業、東京都)
- ・共同経営の期間が長かったので、知識、技術等を円滑に承継できた(クリーニング業、愛媛県)

【円滑に引き継げなかった理由】

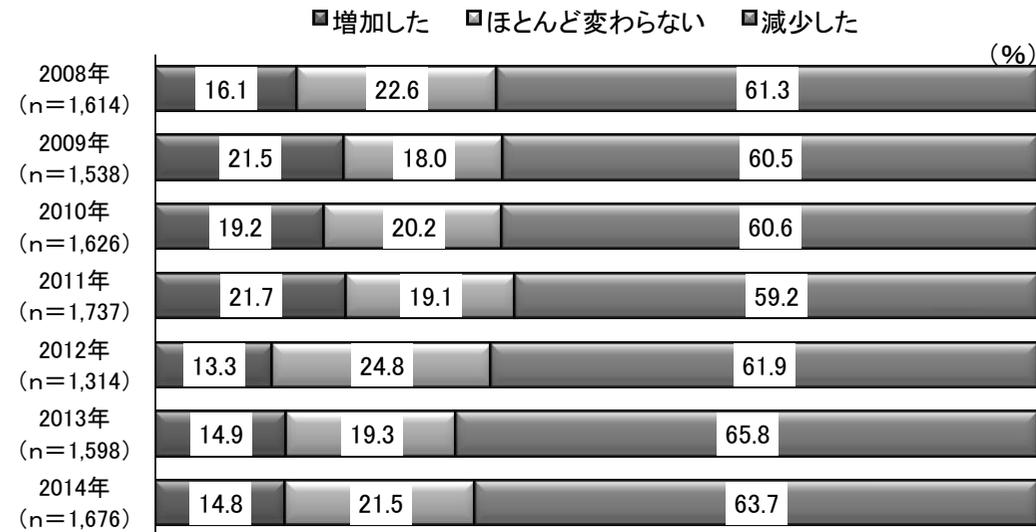
- ・資金繰りが厳しい時に引き継いだため、無駄を省くために大変な苦勞をした(そば・うどん店、静岡県)
- ・先代の急死で準備不足だった(中華料理店、岩手県 他多数)
- ・親子関係ではなかったため、金銭的な問題が生じた(すし店、兵庫県)
- ・先代が口をはさむため、思い通りにやれなかった(料理店、滋賀県)
- ・先代が病気がちで引き継ぐ時期が不透明だった(社交業、福岡県)
- ・全ての決定権(裁量)の引き継ぎがなされていなかった(食肉販売業、福岡県)
- ・引き継ぎを契機に従業員が入れ替わった(食鳥肉販売業、愛知県)
- ・親の兄弟姉妹の遺産相続問題があった(理容業、新潟県)
- ・負債も同時に引き継いだので経営が苦しい(美容業、奈良県)
- ・先代が病気になり、意思疎通ができなかった(映画館、兵庫県)
- ・営業方針の違いからくる親子関係の悪化(クリーニング業、愛知県)

### 3 金融機関との取引状況

#### (1) 借入金残高の増減動向と現在の借入金残高についての意識

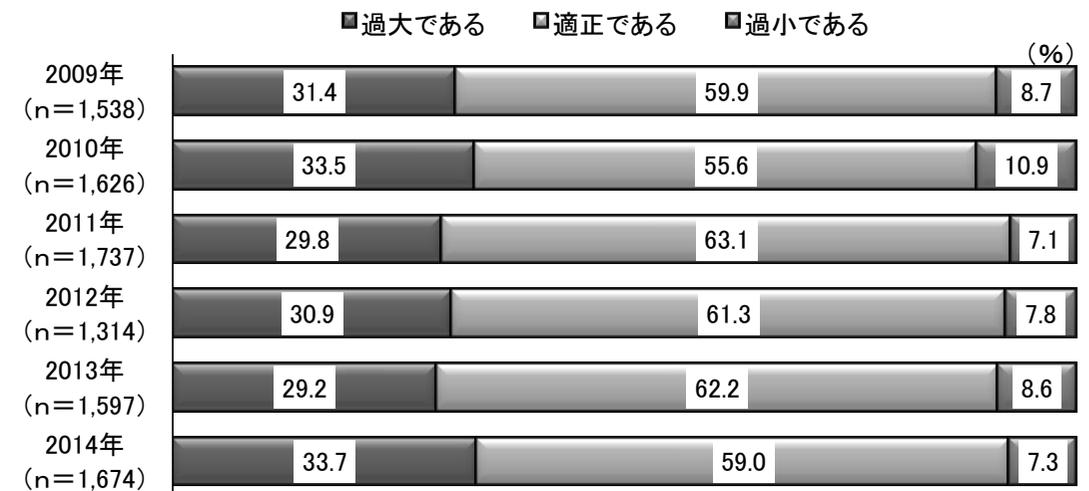
- 1年前と比べた借入金残高の増減動向をみると、「増加した」14.8%、「ほとんど変わらない」21.5%、「減少した」63.7%となっている(参考20)。業種別にみると、「増加した」割合は、「食肉・食鳥肉販売業」26.3%、「冰雪販売業」25.0%、「クリーニング業」21.7%の順に高い(参考21)。
- 現在の借入金残高についての意識は、「過大である」33.7%、「適正である」59.0%、「過小である」7.3%となっている(参考22)。業種別にみると、「過大である」の割合は、「冰雪販売業」54.2%、「映画館」41.4%、「公衆浴場業」41.1%の順に高い(参考23)。

参考20 1年前と比べた借入金残高の増減動向

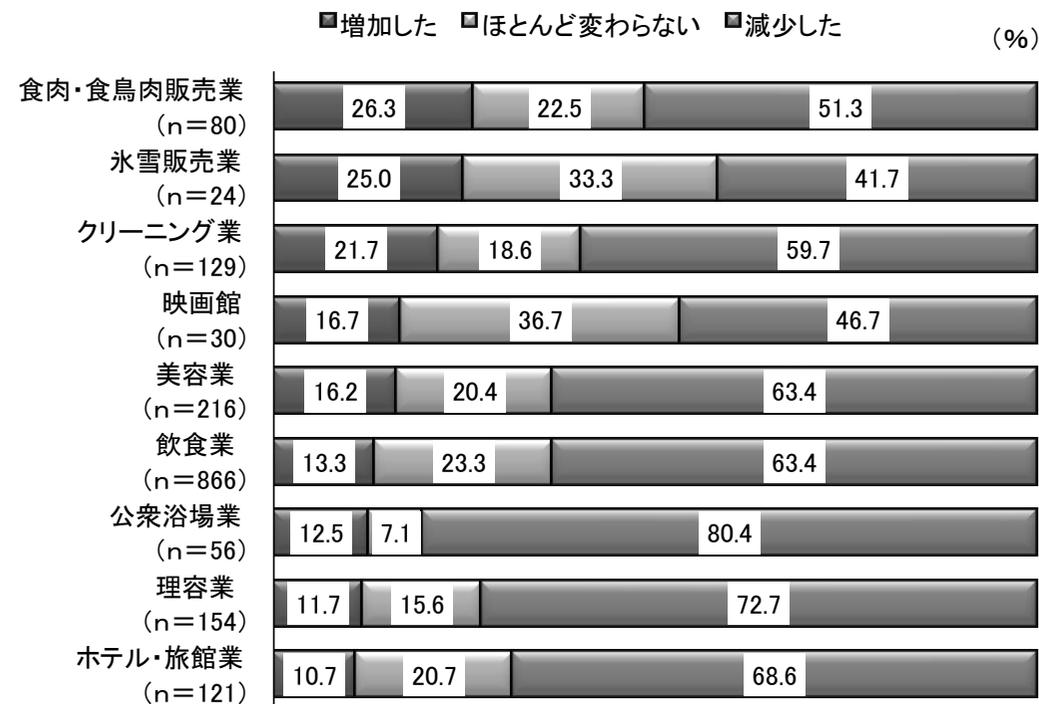


(注) 調査日現在、事業資金の借入金残高がある方に聴取。以下、参考21~23も同じ。

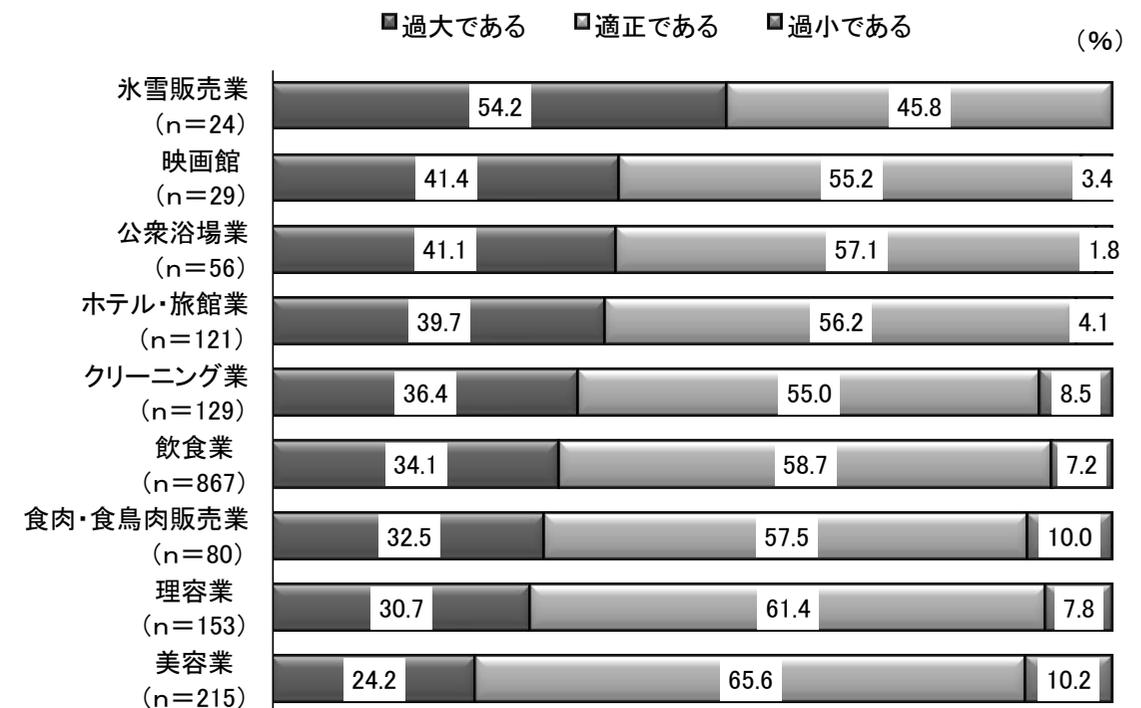
参考22 現在の借入金残高についての意識



参考21 1年前と比べた借入金残高の増減動向(業種別)



参考23 現在の借入金残高についての意識(業種別)

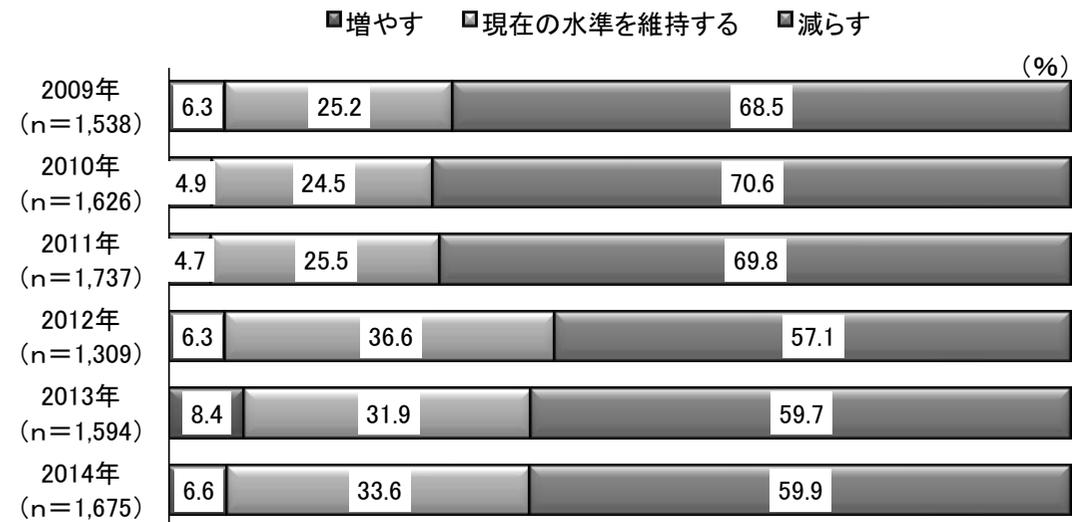


(注) 冰雪販売業の「過小である」は回答0のため、グラフに表示されていない。

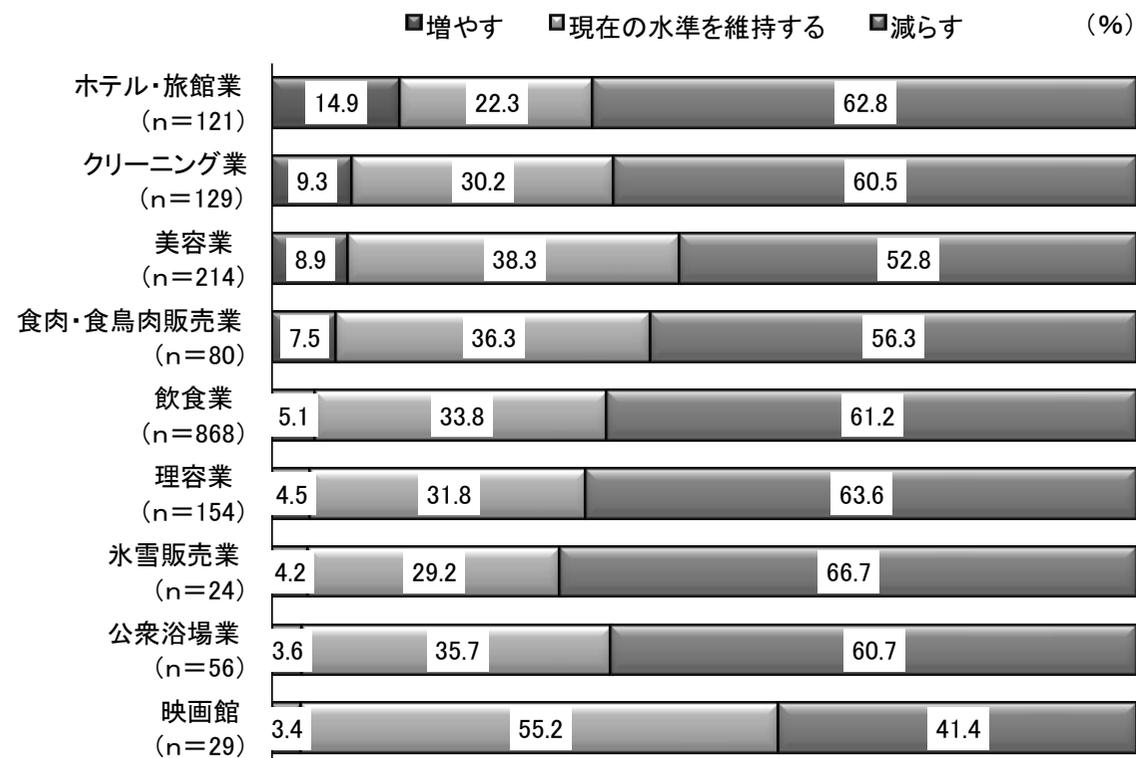
(2) 今後1年間の借入方針と金融機関を選択する際の重視点

- 今後1年間の借入方針をみると、借入金残高を「増やす」6.6%、「現在の水準を維持する」33.6%、「減らす」59.9%となっている(参考24)。業種別にみると、「増やす」の割合は、「ホテル・旅館業」14.9%、「クリーニング業」9.3%、「美容業」8.9%の順に高い(参考25)。
- 金融機関を選択する際の重視点(複数回答)は、「借入金利が低い」(71.6%)、「担保や保証条件が柔軟」(54.3%)、「日頃からつきあいがある」(49.4%)の順に高い(参考26)。

参考24 今後1年間の借入方針



参考25 今後1年間の借入方針(業種別)



参考26 金融機関を選択する際の重視点(複数回答)

