

# 生活衛生関係営業を取り巻く状況について（業種別）

## 1. 主としてすしを扱う飲食店営業

	プラス面	マイナス面
内部環境	<b>強み</b> <ul style="list-style-type: none"><li>●オーナーとしての強い責任感</li><li>●個性を生かした特長のある経営</li></ul>	<b>弱み</b> <ul style="list-style-type: none"><li>●脆弱な営業力・宣伝力</li><li>●後継者不足</li><li>●人材不足</li></ul>
外部環境	<b>機会</b> <ul style="list-style-type: none"><li>●外国人観光客の増加 ※その後、東日本大震災の影響有り</li><li>●地産地消</li><li>●海外のすし食ブーム</li></ul>	<b>脅威</b> <ul style="list-style-type: none"><li>●大型回転寿司の増加</li><li>●自粛ムード</li><li>●食の安全に対する信頼性</li></ul>

# 生活衛生関係営業を取り巻く状況について（業種別）

## 2. 主としてめん類(中華そばを除く)を扱う飲食店営業

	プラス面	マイナス面
内部環境	<b>強み</b> <ul style="list-style-type: none"><li>●厚い顧客基盤</li><li>●真面目な社員</li><li>●優秀な調理師</li></ul>	<b>弱み</b> <ul style="list-style-type: none"><li>●弱い営業戦略</li><li>●優秀な人材の採用難(そば屋・うどん屋のイメージが強い)</li></ul>
外部環境	<b>機会</b>	<b>脅威</b> <ul style="list-style-type: none"><li>●大手資本による低価格業態の開発</li><li>●大手牛丼チェーンがそばメニューを導入</li></ul>

※全国生活衛生同業組合連合会との意見交換を基に厚生労働省が作成

# 生活衛生関係営業を取り巻く状況について（業種別）

## 3. 主として中華料理(中華そばを含む)を扱う飲食店営業

	プラス面	マイナス面
内部環境	<b>強み</b> <ul style="list-style-type: none"><li>● 高い調理技術、繊細な接客力</li><li>● 真似のできない独特(特殊)な料理</li><li>● 個店独自の顧客</li></ul>	<b>弱み</b> <ul style="list-style-type: none"><li>● 技術を伝承する人材の確保難</li><li>● 経営者の高齢化</li><li>● 経営基盤の弱さ</li><li>● 人件費率の高止まり</li></ul>
外部環境	<b>機会</b>	<b>脅威</b> <ul style="list-style-type: none"><li>● 客単価の下落(屋台による弁当販売、ファーストフード・外食チェーンによる低価格化)</li></ul>

# 生活衛生関係営業を取り巻く状況について（業種別）

## 4. 社交飲食業

	プラス面	マイナス面
内部環境	<b>強み</b> ●人件費コストが少額(従業員平均2~3名)	<b>弱み</b> ●家族経営のため後継者難
外部環境	<b>機会</b> ●携帯サイトを立ち上げるなど集客努力をしている	<b>脅威</b> ●日本経済の低迷 ●行政規制(飲酒運転、受動喫煙、消費税等)

※全国生活衛生同業組合連合会との意見交換を基に厚生労働省が作成

# 生活衛生関係営業を取り巻く状況について（業種別）

## 5. 飲食店営業(料理店)

	プラス面	マイナス面
内部環境	<b>強み</b> <ul style="list-style-type: none"><li>●世界的に認められた調理技術と伝統食材</li><li>●割烹主従(素材の良さを引き出すシンプルな料理方法)</li></ul>	<b>弱み</b> <ul style="list-style-type: none"><li>●後継者難</li></ul>
外部環境	<b>機会</b> <ul style="list-style-type: none"><li>●外国人観光客の増加 ※その後、東日本大震災の影響有り</li><li>●海外の日本食ブーム</li></ul>	<b>脅威</b> <ul style="list-style-type: none"><li>●法人交際費の減少</li><li>●低価格志向</li></ul>

# 生活衛生関係営業を取り巻く状況について（業種別）

## 6. その他飲食店営業

	プラス面	マイナス面
内部環境	<b>強み</b> <ul style="list-style-type: none"><li>●衛生設備の近代化</li><li>●組合員の高い衛生思想の維持向上</li></ul>	<b>弱み</b> <ul style="list-style-type: none"><li>●脆弱な経営基盤</li><li>●後継者不足</li></ul>
外部環境	<b>機会</b> <ul style="list-style-type: none"><li>●地産地消</li><li>●産地農家との提携</li></ul>	<b>脅威</b> <ul style="list-style-type: none"><li>●参入障壁が低い</li><li>●受動喫煙規制</li><li>●市街地空洞化による集客率の低下</li></ul>

※全国生活衛生同業組合連合会との意見交換を基に厚生労働省が作成

# 生活衛生関係営業を取り巻く状況について（業種別）

## 7. 喫茶店営業

	プラス面	マイナス面
内部環境	<p><b>強み</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●常連客の確保(ほっとプレイス)</li> <li>●チェーン店にはない個別対応</li> <li>●地域コミュニティとの太いパイプ</li> </ul>	<p><b>弱み</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●弱い広報</li> <li>●人材育成が弱い(育成システムの不足)</li> </ul>
外部環境	<p><b>機会</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●コーヒー飲用者の増加</li> <li>●コーヒー飲用量の拡大余地の見込み</li> </ul>	<p><b>脅威</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●コスト増(コーヒー相場の高騰)</li> <li>●外資系のチェーン店の進出</li> <li>●受動喫煙規制</li> <li>●自販機・家庭内飲用の普及</li> </ul>

※全国生活衛生同業組合連合会との意見交換を基に厚生労働省が作成

# 生活衛生関係営業を取り巻く状況について（業種別）

## 8. 主として食鳥肉を扱う食肉販売業

	プラス面	マイナス面
内部環境	<b>強み</b> <ul style="list-style-type: none"><li>●長年築いた顧客基盤と信頼</li><li>●専門技術による鶏肉の加工・販売対応</li></ul>	<b>弱み</b> <ul style="list-style-type: none"><li>●零細・地域密着型のため営業網の拡大が困難</li><li>●後継者を含めた人材育成難</li></ul>
外部環境	<b>機会</b> <ul style="list-style-type: none"><li>●鳥肉の健康に良いイメージの拡がり</li><li>●低価格志向</li></ul>	<b>脅威</b> <ul style="list-style-type: none"><li>●大手量販店との競合</li><li>●市場環境の変化(生肉販売業態へのニーズ鈍化)</li></ul>



# 生活衛生関係営業を取り巻く状況について（業種別）

## 9. その他食肉販売業

	プラス面	マイナス面
内部環境	<b>強み</b> ●歴史と伝統を守りつつ世代交代が進んでいる	<b>弱み</b> ●後継者確保難
外部環境	<b>機会</b> ●中食ニーズの取り込み(惣菜・弁当)	<b>脅威</b> ●厳しい経済環境、経営状況(1割の経営者が3年以内に廃業を視野に入れている)

# 生活衛生関係営業を取り巻く状況について（業種別）

## 10. 氷雪販売業

	プラス面	マイナス面
内部環境	<p><b>強み</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●お得意様との信頼関係(営業時間前の配達等)</li> <li>●お得意様のニーズにあった商品提供</li> </ul>	<p><b>弱み</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●家族経営による弱い営業網、戦略の不在、経営者の高齢化</li> <li>●後継者難</li> </ul>
外部環境	<p><b>機会</b></p>	<p><b>脅威</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●業務用スーパー・100円ショップによる安価な砕氷の販売</li> <li>●24時間営業のコンビニ</li> <li>●お得意先の経営者の高齢化</li> </ul>

# 生活衛生関係営業を取り巻く状況について（業種別）

## 11. 理容業

	プラス面	マイナス面
内部環境	<b>強み</b> <ul style="list-style-type: none"><li>●技術を売る職業</li><li>●固定客比率が高い</li></ul>	<b>弱み</b> <ul style="list-style-type: none"><li>●個人経営で大部分が1店舗のみの経営</li><li>●経営者の高齢化</li><li>●後継者不足</li></ul>
外部環境	<b>機会</b> <ul style="list-style-type: none"><li>●新たなニーズの取り込み(女性の顔そり、フェイシャルエステ、ブライダルシェーブ等)</li></ul>	<b>脅威</b> <ul style="list-style-type: none"><li>●低料金店舗、カット専門店との競合</li></ul>

# 生活衛生関係営業を取り巻く状況について（業種別）

## 12. 美容業

	プラス面	マイナス面
内部環境	<p><b>強み</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>●養成制度・資格制度に基づく衛生知識と高い技術力</li><li>●新しい美容技術に対する吸収意欲の高さ</li></ul>	<p><b>弱み</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>●零細経営</li><li>●副業的経営の多さ</li><li>●高齢化</li></ul>
外部環境	<p><b>機会</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>●美容に対する関心の高さ</li><li>●エステ、ネイル、メイク等、美容関連の市場拡大</li></ul>	<p><b>脅威</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>●過剰な施設数、美容師数</li><li>●新業態の参入</li><li>●競争激化による低料金競争</li></ul>

# 生活衛生関係営業を取り巻く状況について（業種別）

## 13. 興行場営業

	プラス面	マイナス面
内部環境	<p><b>強み</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 興行力のある3D作品の導入</li><li>● 非映画コンテンツの導入によるビジネスチャンスの拡大</li></ul>	<p><b>弱み</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 資本力のない個人興行者は、デジタル関連の設備投資が困難</li></ul>
外部環境	<p><b>機会</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 3D作品の大ヒット</li></ul>	<p><b>脅威</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● スクリーンが飽和状態</li><li>● 映像配信等競合相手の出現</li></ul>

# 生活衛生関係営業を取り巻く状況について（業種別）

## 14. ホテル営業及び旅館営業

	プラス面	マイナス面
内部環境	<p><b>強み</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●多数の人材の雇用</li> <li>●地場企業との取引</li> <li>●他地域から顧客を呼び込む有力な産業基盤</li> </ul>	<p><b>弱み</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●脆弱な経営基盤</li> <li>●装置産業</li> <li>●自然災害や感染症等の影響を受けやすい</li> </ul>
外部環境	<p><b>機会</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●観光立国推進</li> </ul>	<p><b>脅威</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●東日本大震災</li> <li>●自粛ムード</li> <li>●他業界の参入による過当競争</li> </ul>

# 生活衛生関係営業を取り巻く状況について（業種別）

## 15. 浴場業

	プラス面	マイナス面
内部環境	<b>強み</b> <ul style="list-style-type: none"><li>●日本の伝統文化</li><li>●地域に密着した施設</li><li>●マスコミによる好意的記事</li></ul>	<b>弱み</b> <ul style="list-style-type: none"><li>●世代交代が図れない</li><li>●長時間労働</li></ul>
外部環境	<b>機会</b>	<b>脅威</b> <ul style="list-style-type: none"><li>●利用者の減</li><li>●新規顧客の獲得が進まない</li><li>●入浴料金外の付帯事業収入が難しい</li></ul>

# 生活衛生関係営業を取り巻く状況について（業種別）

## 16. クリーニング業

	プラス面	マイナス面
内部環境	<p><b>強み</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 高度なサービス(技術面)の提供</li> <li>● 多くの固定客</li> <li>● 家族経営のため労働時間の調整が容易</li> </ul>	<p><b>弱み</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 過当競争</li> <li>● 経営者の高齢化</li> <li>● 脆弱な経営基盤</li> </ul>
外部環境	<p><b>機会</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 共働き世帯の増加等による家事代行サービスニーズの増加</li> <li>● エコ意識の高まりによる衣服に対する「もったいない」感覚の向上</li> </ul>	<p><b>脅威</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● コスト増(原油価格高騰等)</li> <li>● 利用者のクリーニング離れ</li> <li>● 家庭洗濯へのシフト</li> <li>● 環境規制の強化・対応</li> </ul>

※全国生活衛生同業組合連合会との意見交換を基に厚生労働省が作成