

平成 29 年度  
安芸高田市地域経済動向調査  
業種別景況調査  
報告書

平成 30 年 2 月

安芸高田市商工会

## 目次

第1章 安芸高田市の概要 .....	1
安芸高田市の概要 .....	1
第2章 業種別動向 .....	1
建設業 .....	2
建設業〈総合工事業〉 .....	2
建設業〈職別工事業（設備工事業を除く）〉 .....	3
建設業〈設備工事業〉 .....	4
製造業 .....	5
小売業 .....	6
飲食業 .....	7
理美容業 .....	8
公衆浴場 .....	9
洗濯業 .....	10
旅行業 .....	11
療術業 .....	12

# 第 1 章 安芸高田市の概要

安芸高田市内に所在する企業数 918 社（総務省「経済センサス・基礎調査」2014 年）のうち、法人 273 社・個人事業主 60 社の決算データを基に、対前年比売上の業種別推移を比較分析し春日市の経済動向を調査した。なお、調査対象が全法人に占める割合は 36.2%である。

## 安芸高田市の概要

### 位置

安芸高田市は、広島県の中心部に位置し、北は島根県、南は広島市に接しており、面積は 537.75 平方キロメートル。

### 人口・面積（※平成 27 年国勢調査より）

- 面積 537.75 km<sup>2</sup>
- 人口 29,488 人
- 男性 14,043 人
- 女性 15,445 人
- 世帯数 11,657 戸
- 人口密度 54.8 人/km<sup>2</sup>

### 人口指数（※平成 27 年国勢調査より）

- 65 歳以上（老年人口） 14,400 人（38%）
- 15 歳～64 歳（生産年齢人口） 14,850 人（50%）
- 0～14 歳（年少人口） 3,226 人（10%）

### 昼夜人口（※総務省平成 28 年「住民基本台帳人口移動報告」より）

- 昼間人口 29,855 人
- 夜間人口 29,488 人
- 昼夜間人口比率 101.24%

### 総生産（※平成 27 年広島県市町民経済計算より）

- 総生産 98,702 百万円
- 第 1 次産業 4,310 百万円
- 第 2 次産業 34,894 百万円
- 第 3 次産業 59,028 百万円

### 事業所（※平成 26 年総務省統計局「経済センサス」より）

- 事業所数 1,357 事業所
- 従業員数 13,105 人

## 第2章 業種別動向

### 建設業

#### 建設業〈総合工事業〉

##### 1. 業界の傾向・特徴・課題

建設業は総合工事業者、職別工事業者、設備工事業者で構成され、総合工事業者は施工管理機能を発揮する。元請としての総合工事業者は、商社型ゼネコンと施工型ゼネコンに分けることができる。前者の商社型ゼネコンで求められる技術者の特性は、地域開発や新しいまちづくりなどの工事創造型技術が強く求められている。後者の施工型ゼネコンは、下請けなどの手配や現場の指揮監督に優れた技術者が求められている。このように総合工事業であってもその特性にあった技術者が要請される。なお、総合工事業には一般土木建築工事、土木工事、舗装工事、建築工事、木造建築工事、建築リフォーム工事が含まれる。

土木中心の建設投資は、平成4年度の84兆円をピークに減少傾向にあり、建築中心の民間投資は過当競争にある。脱談合、海外展開リスクの中で、体力競争ではない市場細分化と独自化の優劣で、格差が拡大している。

国土交通省が公表している建設投資の見通しによると、平成26年度の建設投資は48兆4,700億円で、国内総生産（GDP）486兆9,388億円に対する比率は10%（見込み）となっている。現在の設備投資の構造と資産価値維持向上により、今後の拡大が期待されている。しかし、小規模事業者を中心に人手不足が顕著で事業継承も課題となっている。

##### 2. 企業数

東京商工リサーチの企業データベースによると、建設業（職別工事、設備工事を含む）は安芸高田市で122社、広島県で10648社、全国で412585社。

平成28年4月から平成29年3月に決算を迎えた売上1億円以上の建設業（職別工事、設備工事を含む）の内、増収となったのは安芸高田市で15社、広島県で1498社。

##### 3. 将来性へ向けて

マイナス金利政策の導入により、建設業界にも需要が回ってくるのが予想され、企業収益の増加が見込まれる。また原油価格も、効果を受けやすい品目の投入率が比較的大きい建設業にとっては業績への影響は大きく、円安は収益改善の押し上げ要因になると考えられる。施工のみならず、施工後のフォローの充実や媒体を利用した認知度向上施策の実践など、積極的な経営が業績拡大の鍵と言える。

一方、業界全体では深刻な人手不足の問題や、建設投資の減少などにより建設業界の競争は激化しており、経営環境は厳しい状況にあり、人手不足、外注費負担の増加、後継者難など人的要因による課題があるが、その対応策も間々ならない状態にある。

景気の変動に左右されずに安定的な成長を図るには、仕事量の確保、人材の確保、必要利益の確保、必要資金の確保が必要であると考えられる。

# 建設業〈職別工事業（設備工事業を除く）〉

## 1. 業界の傾向・特徴・課題

下請としての職別工事業は、工事の工事管理型の企業と職別工事の現場作業型企業に分類することができる。前者の工事管理型企業は、職別工事についての元請に相当し、その専門工事の現場作業には手を出さず、職別作業企業の手配やその職別工事の管理のみを担当する技術者が要求される。後者の現場作業型企業は、職別工事の現場作業に特化した仕事及要求され、その職別工事の深い知識と現場作業の技能まで要求される。ここで要求される技術者は技術者というより技能者というべき技術者が要求される。なお、職別工事には大工工事、とび・土工・コンクリート工事、鉄骨・鉄筋工事、石工・タイル・ブロック工事、板金・金物工事、塗装工事、床・内装工事、その他職別工事（ガラス工事、屋根工事、防水工事など）が含まれる。

職別工事業界については、特に最近、元請の安値受注に伴うコストダウンの圧力が顕著になっており、コストダウンの圧力は発注者のコスト意識の高まりや建設市場の競争激化が主な原因であると考えられる。元請、下請を問わず厳しい受注環境にある。市内では下請企業が多く、受注元の動向に左右されやすい。受注量の増加に対して人手不足による外注費負担の増加が顕著な企業もみられた。また、一般個人向けの工事を主体に展開している企業では営業力強化の面でも人材不足が課題となっている。

現状では、全体の工事量の減少、工事単価の切り下げ、熟練技能労働者の高齢化、労働環境の整備、機械化、生産性の向上など、多くの課題がある。

## 2. 企業数

東京商工リサーチの企業データベースによると、建設業（職別工事、設備工事を含む）は安芸高田市で122社、広島県で10648社、全国で412585社。

平成28年4月から平成29年3月に決算を迎えた売上1億円以上の建設業（職別工事、設備工事を含む）の内、増収となったのは安芸高田市で15社、広島県で1498社。

## 3. 将来性へ向けて

業績好調な企業では、特徴ある工事の導入や社員教育の充実、新規事業への取組などを行うことで、売上の拡大を図っており、今後の競争を勝ち抜くためのキーワードであると言える。

職別公示業界全体では工事自体の削減など、依然として厳しい状況が続くとともに、限られた需要をめぐる競争が激化し、企業経営の効率化が求められている。また、中山間地区の生産年齢人口の減少、年少人口の減少は将来に亘り渡り人手不足の問題はさらに深刻化すると見込まれる。人手不足になると労務単価が引き上げられ、利益が圧迫されることになる。

今後は生き残りをかけて、業務提携、自社業態の変革、系列再編などに取り組むなど、新しい勝ちパターンづくりが求められている。従来型経営の延長戦にある職人型経営から脱皮できるか否かで、二極化が進むと思われる。

## 建設業 <設備工事業>

### 1. 業界の傾向・特徴・課題

設備工事業の役割は、専門的立場で設備機能に対処し、多様なニーズに応じて施工と品質をまっとうすることにあるといえる。契約形態は請負方式が多く、引き渡し後のアフターサービス、すなわち設備の品質保証および事故トラブル発生時の緊急対応なども重要な仕事になっている。設備工事には電気工事、電気通信・信号装置工事、管工事、機械器具設置工事、その他の設備工事（熱絶縁工事、さく井工事など）が含まれる。

設備工事業の完成工事高は減少傾向が続き、また公共工事は財政改革のもと公共工事の減少が予想されることに加え、公共工事コストの縮減が進む方向にあることから、市場の厳しさは変わらず、工事業者にはさらなる効率化が求められている。電力会社の買取価格の低下により太陽光設備、特にメガソーラーの市場が急速に縮小し、電気工事関連では主力受注先の変更や官公庁入札への参入など急激な環境の変化に対応する企業もみられた。また、代表者の高齢化による後継者の選定などの課題もみられる。

IT化による屋内工事やエコキュート、IH クッキングヒーターなどのオール電化工事に対する民間工事需要の増加はあるものの、全般的な市場の回復見通しは不透明な状況となっている。

### 2. 企業数

東京商工リサーチの企業データベースによると、建設業（職別工事、設備工事を含む）は安芸高田市で122社、広島県で10648社、全国で412585社。

平成28年4月から平成29年3月に決算を迎えた売上1億円以上の建設業（職別工事、設備工事を含む）の内、増収となったのは安芸高田市で15社、広島県で1498社。

### 3. 将来性へ向けて

新時代を切り開くには、環境重視、現場重視の経営と技術開発や元請比率の向上、他社との差別化やサービスの充実、人材の確保と育成にかかっている。即時対応が可能なメンテナンス業務やアフターフォロー、研修会の開催などに注力する一方、営業力強化とコストダウンの徹底により受注高の確保と利益率の維持を両立させ、コア事業を強化することは欠かせない。

優れた技術と品質の確保および顧客満足度を目的として、市場環境変化に対応する経営改革に取り組むことが必要になっている。

# 製造業

## 1. 業界の傾向・特徴・課題

製造業の国内総生産に占める割合は、18.5%（平成 26 年度）で、サービス業に次ぐ日本経済を支える大きな産業だが、置かれている立場は厳しい状況となっている。低コストで生産ができる新興国の台頭、デジタル化などにより複雑な製造工程を必要としないものづくりが増加したことなどが要因となり、国際競争力は低下している。特に、大量生産型でライフサイクルが早い家電など消費者製品の分野で大きな打撃を受けている。機械的な構造を持った製品（事務機械、自動車、工作機械など）は、製造工程が複雑なため、日本の競争力を維持できているが、今後も複雑なものを現場の力でつくり上げるという強みをどう生かすかが課題となっている。

人員の確保が困難な業種のひとつで、人件費の上昇による利益率の低下を懸念する声が聞かれた。一部メーカーでは中国への輸出もあり、今後の中国経済の減速を懸念している。

製造業においてもサービス部門は拡大傾向にあり、消費者のニーズに合わせ、サービスをカスタマイズ（個別化）することで新たな付加価値を生み出し、製造業を含むすべての産業でサービスの重要性が高まっている。

## 2. 企業数

東京商工リサーチの企業データベースによると、製造業は安芸高田市で 53 社、広島県で 4359 社、全国で 172415 社。

平成 28 年 4 月から平成 29 年 3 月に決算を迎えた売上 1 億円以上の製造業の内、増収となったのは安芸高田市で 14 社、広島県で 1262 社。

## 3. 将来へ向けて

製造コストを下げるために人件費の低い海外への移転が進められてきたが、近年は国内への回帰が検討されはじめている。今後は一層少子高齢化が進み労働人口が減少するため、これからは単なるコスト競争ではなく、付加価値を創造することが必要とされており、労働集約型のビジネスからの転換が求められている。製造業は今後も生産以外に生み出される付加価値の割合が増加すると予想され、企業にとって、従業員に対する教育と能力開発が課題となってくる。素材に対するこだわりを持った商品の開発や、多種多様な商品の確保など、いかに付加価値を付けた経営活動を行うかが課題となっている。

現在の厳しい経営環境下にあっても、比較的高い収益を確保している企業もあり、自社の強みが何であるかを知り、他社との差別化を徹底して行うことにより、価格競争を回避し、付加価値を追求していくことが求められている。

## 小売業

### 1. 業界の傾向・特徴・課題

卸売・小売業は国内総生産の 14.1%（平成 26 年）を占め、サービス業、製造業に次ぐ産業であるが、経済産業省の商業統計によると、事業所数、従業者数は減少傾向が続いている。販売額についても、小売業は平成 9 年をピークとして減少に転じ、平成 19 年の調査では卸売、小売とも増加したものの、最近の動きを経済産業省の商業動態統計からみると、平成 21 年の販売額は再び減少となっている。食料品小売は大手チェーンのスーパーやドラッグストア、ディスカウントストアの出店で厳しい価格競争にさらされている。中山間部では需要の高いプロパンガス販売業者では今後の電力・ガスの小売自由化の影響を懸念されている。

生産効率の向上、提案営業の強化、異業種企業との提携による付加価値商品の開発など、収益性を向上させるための取り組みを意欲的に行うことや、消費者のニーズをとらえ、いかに固定客を確保するかが課題となっている。

### 2. 企業数

東京商工リサーチの企業データベースによると、小売業は安芸高田市で 64 社、広島県で 4309 社、全国で 153408 社。

平成 28 年 4 月から平成 29 年 3 月に決算を迎えた売上 1 億円以上の小売の内、増収となったのは安芸高田市で 11 社、広島県で 830 社。

### 3. 将来へ向けて

135 兆円もの小売市場において、大手企業ではシェア争いに躍起であり、業種によっては大方の潮目も見えてきている。中堅企業は流通再編に在り、有力どころでは M&A の渦中、新たな成長戦略に取り組んでいる。裾野を形成する中小専門店は、業種を問わず転廃業を基調に縮小が続いている。

こうしたなか、オムニチャンネルなど ITC を駆使したビジネスモデルは依然健在で、成長戦術の基本スキルとなっている。市内企業にもインターネット通販に注力するところもあるなど、インターネット通販も更なる成長戦略として輝きを増しており、顧客の共感やロイヤルティを獲得することが求められている。



# 飲食業

## 1. 業界の傾向・特徴・課題

過去の事例から消費税増税の影響は大きく、予定通り平成 31 年 10 月に消費税増税が導入された際の影響は大きい。飲食業界においても円高是正・消費増税に伴う原材料費の上昇、光熱費の上昇などの影響が避けられない。

新たな経営環境を受け入れ、利益の確保に向けての迅速かつ慎重な取り組みが必要で、商品価格の見直しを含めた売上アップと、コスト調整の方法、対象となるターゲットを明確にした商品の提供など、極端な革新ではなく、原点に戻って慎重に検討していくことが求められている。

## 2. 指標分析

取扱品目の異なる複数の飲食店(税相会員上位 5 社)を、「FL コスト」「FL 比率」を利用して分析を進めていくこととする。

FL コスト = 材料費 + 人件費      FL 比率 = 材料費 + 人件費 / 売上高 × 100

※ F は FOOD「材料費」、L は LABOR(人)「人件費」の意

材料費と人件費は飲食業の核となる部分であり、このコストを的確にコントロールすることで利益の幅を確保することにつながる。

飲食業の FL 比率は 50～55%が目標値とされており、この値を目安にコスト管理を行うことが望ましいとされている。50%以下は理想的なコスト管理がなされており、利益が十分確保されている優良店と言えるだろう。反対に 60%を越えると FL コストが利益を圧迫している傾向を示しており、65%以上になると抜本的対策が必要な赤字に陥っていると想定できる。一般的には 60%以下であれば利益の確保とコストバランスの取れた適性水準とみていいたろう。

## 3. 企業数

東京商工リサーチの企業データベースによると、飲食業は安芸高田市で 2 社、広島県で 684 社、全国で 21425 社。

平成 28 年 4 月から平成 29 年 3 月に決算を迎えた売上 1 億円以上の飲食業の内、増収となったのは安芸高田市で 0 社、広島県で 442 社。

## 4. 将来へ向けて

全国的には、開業 2 年以内の廃業率が 50%近くと飲食業で生き残るのは難しいと言われている。独自性を出した専門店で、かつ、入りやすい明るい店舗づくり、固定費を低く抑えられることやオフィス街でなく住宅が多い中山間地区では長期に亘る固定客を確保しやすいところも要因であるように思われる。

それぞれ特徴がある店づくりをすることで、競合他社との差別化を図り顧客をつなぎとめ、売上維持、増加に成功している。また、コスト削減・管理における対応も迅速である。これは、日々コストの管理を行い、事業計画とのずれを早めに把握し、対策をとっている。企業をとりまく環境の変化に柔軟に、迅速に対応できるよう、企業としての独自性を出しつつ、適切な財務管理が求められる。

# 理美容業

## 1. 業界の傾向・特徴・課題

以前には美容室は女性客、理容店は男性客が圧倒的に多かったが、近年では「おしゃれ」の観点から店を選び美容室を利用する男性も多くなったため、理容店は美容室も競争相手となる厳しい状況に置かれている。若年層から中高年に至るまで理容離れが進んでいる上に、経営者側の高齢化による理容店の減少もあり理容市場は縮小傾向にあるといえる。

一方で、美容室においては従来の女性客のみならず男性客という新たなターゲットの獲得が期待できるようになったものの、消費税増税の影響から日用品に回る支出が増加する傾向が見られたことや節約志向の継続から美容室にかかる金額は減少・来店周期も長期化するなど、楽観視できない状況が続いている。

開業にあたっては資格と建物・備品などにかかる設備資金が必要になるものの比較的新規開業しやすい業種といえ、そのため必然的に過当競争を招きやすい。提供するサービスに差がつけにくく、数ある理容店・美容室から自分の店を選んでもらうためにはターゲットの分析を行い顧客ニーズに合わせたサービスの工夫が必要であるといえる。その一つとして、ただ「髪を切る」だけではなく、エステや頭皮マッサージ、ネイルを組み合わせる+αのサービスを提供する店舗も増えている。また、美容室・理容店というなじみの店がある人が多いので、いかにして新しい顧客を獲得するかが課題で、何年も通っている「行きつけの店」から乗り換えてもらうのは難しいことではあるが、その中でも選ばれる店となる努力が必要となる。

## 2. 指標分析

理美容業に代表されるサービス業経営の成否は、仕入コストよりも人的コストによるところが大きい。事業従事者の提供するサービスが売上高に直結するため、『売上高対人件費比率』を分析する。

『売上高対人件費比率』とは人件費／売上高×100%で求めることができ、売上高に占める人件費の割合を示す指標である。この比率が高いほど、人件費が収益を圧迫していると言える。

## 3. 企業数

東京商工リサーチの企業データベースによると、理美容業は安芸高田市で 0 社、広島県で 231 社、全国で 5924 社。

平成 28 年 4 月から平成 29 年 3 月に決算を迎えた売上 1 億円以上の理美容業で、増収となったのは安芸高田市 0 社、広島県で 1 社。

## 4. 将来へ向けて

利益を上げている取組について見てみると、割引を行う事業所がある一方で割引しない代わりにその他のサービスを行って固定客を離さないような工夫を行っている事業所があるなど、それぞれの考えに基づいた経営を行っている。また、理容業では、親から子への事業承継が顧客に対してもきちんと行われていたり、新しいメニューを考えたりといった様々な工夫を行っている。

理容業界においては市場縮小、美容業界においては新規開業も多いため飽和状態となっており、ターゲットを男性客だけ・女性客だけと限定して考えるのではなく、理容店・美容室ともにどちらも顧客となりえることを念頭に置き、多様なニーズに対応したサービスの提供が必要となってきている。

# 公衆浴場

## 1. 業界の傾向・特徴・課題

公衆浴場は、江戸時代から「銭湯」として親しまれ、今日に至っているが、第二次大戦後、戦火による荒廃のなかで、市民の要望が高く公衆浴場は、最盛期には全国に2万3000店を数えた。しかし、高度成長時代から安定成長時代へと時代が変化するにつれ、都市機能が充実し、住宅環境の整備が進み、自家風呂保有率が上がるにつれ、一般公衆浴場は減少の一途をたどり全国で約6,000店までに減少している（平成19年当時）。経営者の高齢化、家族経営による長年の業歴を持ち、ゆえに設備投資が進まず建物設備の老朽化も進み、いわゆる「銭湯」は壊滅的な状況にある。

## 2. 企業数

東京商工リサーチの企業データベースによると、公衆浴場は安芸高田市で0社、広島県で15社、全国で712社。

平成28年4月から平成29年3月に決算を迎えた売上1億円以上の理美容業で、増収となったのは安芸高田市0社、広島県で1社。

## 3. 将来へ向けて

一般に「銭湯」と言われる公衆浴場はすっかりと影をひそめ、サービスの充実した「スーパー銭湯」の台頭で、駐車場を含め土地の余裕のある中山間部での開業は優位とも言える。広さ、湯量、雰囲気、変わり風呂などへの欲求も高く、n「健康」「リラクゼーション」など顧客ニーズの多様化に対応した店舗づくりが経営上不可欠となっている。具体的には立地条件やニーズにマッチした個性ある施設づくりや露天風呂、サウナ、薬草風呂などの目玉商品をつくる、住宅地、商業地、郊外など立地条件に応じた休日、平日ごとに営業時間を工夫する。高齢者や障害のある方への福祉入力支援のためのバリアフリー化や介助サービス、地域のイベント等で施設の開放などで魅力のある浴場施設となることが考えられる。

# 洗濯業

## 1. 業界の傾向・特徴・課題

日本標準産業分類で普通洗濯業は、「衣服その他の繊維製品及び皮革製品を原型のまま洗濯する事業所並びに洗濯物の受取り及び引渡しを行う事業所」とされ、一方、「繊維製品を選択し、これを使用させるために貸与し、その使用後回収して洗濯し、更にこれを貸与することを繰り返し行う事業所」はリネンサプライ業とされている。そのため、クリーニング業法の定義は普通洗濯業にリネンサプライ業を含むものと考えられる。なお、コインランドリー店等については、クリーニング業法上のクリーニング業に該当しない。

事業特性としては以下の通り

1. 装置産業である 多工程かつ大量作業が特徴であることから、機械設備の導入による省力化・合理化が欠かせない。環境規制強化や新素材への対応、省力化対策等で年々高度化・自動化することが求められる。
2. 季節変動がある需要が特に4～6月および10月の衣替えの時期に集中する傾向があるなど、季節的な要因に大きく左右される。
3. リネンサプライの需要先は大・中都市に偏在集配ルートが伸びるとコスト上昇に直結するため、リネンサプライ業を行う事業者は大・中都市の周辺に集中している。
4. 衛生面での配慮が必須人体の分泌物、ほこり等により汚れた衣料等を処理する営業であり、その取扱いおよび処理を衛生的かつ適正に行うのが責務である。食品工場、外食産業の従業員用のユニフォームのレンタル受注の背景には、集団食中毒事件や、海外企業の不衛生の問題等による衛生管理ニーズの高まりがある。

## 2. 企業数

東京商工リサーチの企業データベースによると、洗濯業は安芸高田市で3社、広島県で81社、全国で2971社。

平成28年4月から平成29年3月に決算を迎えた売上1億円以上の洗濯業で増収となったのは安芸高田市、広島県で共に0社。

## 3. 将来へ向けて

大手のクリーニング事業者は大型ショッピングモール、スーパー、コンビニ、駅ビル等と提携して新規出店を進めており、町中に立地するクリーニング店の経営環境は激化している。地方の中小クリーニング店は後継者難・経営難から大手の傘下に入り、大手は既存店舗の看板を付け替えることで商圈を拡大させている。

その一方で、都市部ではインターネットを活用した宅配クリーニング事業者やファッションレンタル専用倉庫事業者などが大手クリーニング事業者やベンチャーキャピタル、アパレル事業者などの出資を得て業容を拡大させている。今後は、「クリーニング業」の枠組みにとらわれず、「衣類の総合サービス業」へいかに転換していくかが生き残りの鍵になると予想される。

# 旅行業

## 1. 業界の傾向・特徴・課題

平成 27-28 年の旅行業界の業界規模（主要対象企業 10 社の売上高の合計）は 1 兆 4,176 億円となっている。旅行業界の過去の推移を見ますと平成 19 年まで若干の増加傾向にあったが、平成 19 年から 21 年にかけて減少し、平成 21 年から 23 年ごろまで横ばいが続き、平成 24 年から再び増加に転じている。

平成 20 年の旅行業界の不振については上期は燃油サーチャージの高騰が原因で海外旅行者数が減少、下期は世界同時不況の影響により国内・国外ともに旅行者数が減少した事による。

さらに平成 23 年 3 月には東日本大震災が発生し、訪日観光客が減少するうえ、震災の影響により国内旅行を控える消費者が増えた。

一方、平成 24 年以降は、一転し訪日外国人旅行客(インバウンド)の急増に伴い旅行業界は活況化、平成 28 年の訪日外国人数は 2,400 万人を突破、さらに円安も追い風となり、近年にない伸びを見せている。

## 2. 企業数

東京商工リサーチの企業データベースによると、旅行業は安芸高田市で 2 社、広島県で 36 社、全国で 2124 社。

平成 28 年 4 月から平成 29 年 3 月に決算を迎えた売上 1 億円以上の理美容業で、増収となったのは安芸高田市、広島県ともに 0 社。

## 3. 将来へ向けて

近年では、東南アジア諸国の経済成長が著しく、所得水準が向上。今まで日本に來れなかった中間層や富裕層が増えたことも増加の要因となっている。一方で、円安による影響で日本から海外への旅行者は減少傾向にあり、平成 25 年 4 月には一時的に訪日外国人旅行客数が日本人海外旅行者数を上回るなど、今までには見られない現象が起きた。急速なインバウンドの増加により、旅行業界のビジネスモデルも大きく変化している。

# 療術業

## 1. 業界の傾向・特徴・課題

鍼灸院（国家資格を取得した鍼灸師により開業された施術所）は、事業規模が零細なものが多く、景気動向に影響されやすい側面を持つ。リラクゼーションをテーマとして、カイロプラクティックや整体、クイックマッサージをはじめとした様々なマッサージ施術所が発生しており、有資格者による開院ばかりではなく、無資格者による施術所の急増が脅威となっている。経営戦略としては「ヘルスキーパー」「病院・医院での勤務」等の副業や、「健康保険を活用した在宅ケア」の展開、介護支援事業所やデイサービス事業と複合した経営を目指すなど、高齢化の進む地域社会のニーズをとらえる努力が必要となっている。また、女性をターゲットとした「美容鍼灸」への取組も有効的である。

施術所（鍼灸院を除く）は、医師・歯科医師以外で医療行為が法律に定められている「あん摩マッサージ指圧師、はり師、きゅう師または柔道整復師が傷病の診断を行うための施設である。利用者は中高年層に加え、ストレス解消を目的とする若年層の増加もあり市場は拡大している。「癒し市場」の拡大によりニーズも高まっているが、施術者・施術所、も増加し競争は激化している。民間資格であるカイロプラクティックや整体などでは、無免許・無資格の業者も多い。

## 2. 企業数

東京商工リサーチの企業データベースによると、療術業は安芸高田市で 1 社、広島県で 80 社、全国で 2295 社。

平成 28 年 4 月から平成 29 年 3 月に決算を迎えた売上 1 億円以上の療術業で、増収となったのは安芸高田市、広島県ともに 0 社。

## 3. 将来性

整体やあんま、マッサージ店など、いわゆる「療術業」と定義される店舗は、全国に 8 万 4026 件。5 年で約 8 千件増やし、成長業界のひとつに数えられている。療術業は、廃業も多い一方で、大都市を中心に設立件数が増えている。また、従来は個人事業主や小規模企業による地域密着型の営業が大半を占めていたが、最近では、多店舗展開も増え、なかには、全国展開する直営チェーンやフランチャイズ展開するマッサージチェーンも少なくない。業界を代表する整骨院は、06 年度には 3 万件を超え、それに伴い柔道整復師資格者も 06 年度末で約 3 万 9 千名と、過去 10 年間で約 40%も伸びている。競争が激しく、中心は個人事業主だが、多店舗展開など規模拡大を目指す事業主も増えている。