

2020年8月4日
株式会社日本政策金融公庫

新型コロナウイルス感染症の影響により 極めて厳しい状況にあ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（2020年4～6月期）～

（前回）厳しい状況にある

業況判断DI、売上DI、採算DIすべてにおいて、比較可能な平成7年以降、最も低い水準となった。

＜業況判断DI＞（2ページ）

○ 業況判断DIは、前期からマイナス幅が52.5ポイント拡大し、▲87.4となった。

＜売上DI＞（3ページ）

○ 売上DIは、前期からマイナス幅が56.4ポイント拡大し、▲85.2となった。

＜採算DI＞（4ページ）

○ 採算DIは、前期からマイナス幅が62.9ポイント拡大し、▲73.4となった。

上記調査結果のほか、業種ごとの業況判断理由と経営取り組み事例を掲載（11ページ、23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：谷藤、一ノ瀬 TEL 03-3270-1653

【調査の実施要領】

調 査 時 点	2020年6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	3,138企業（回答率 95.4%）					
（業 種 内 訳）	飲食業	1,424	企業	映画館	57	企業
	食肉・食鳥肉販売業	160	企業	ホテル・旅館業	187	企業
	氷雪販売業	55	企業	公衆浴場業	112	企業
	理容業	421	企業	クリーニング業	259	企業
	美容業	463	企業			

【本調査における留意事項】

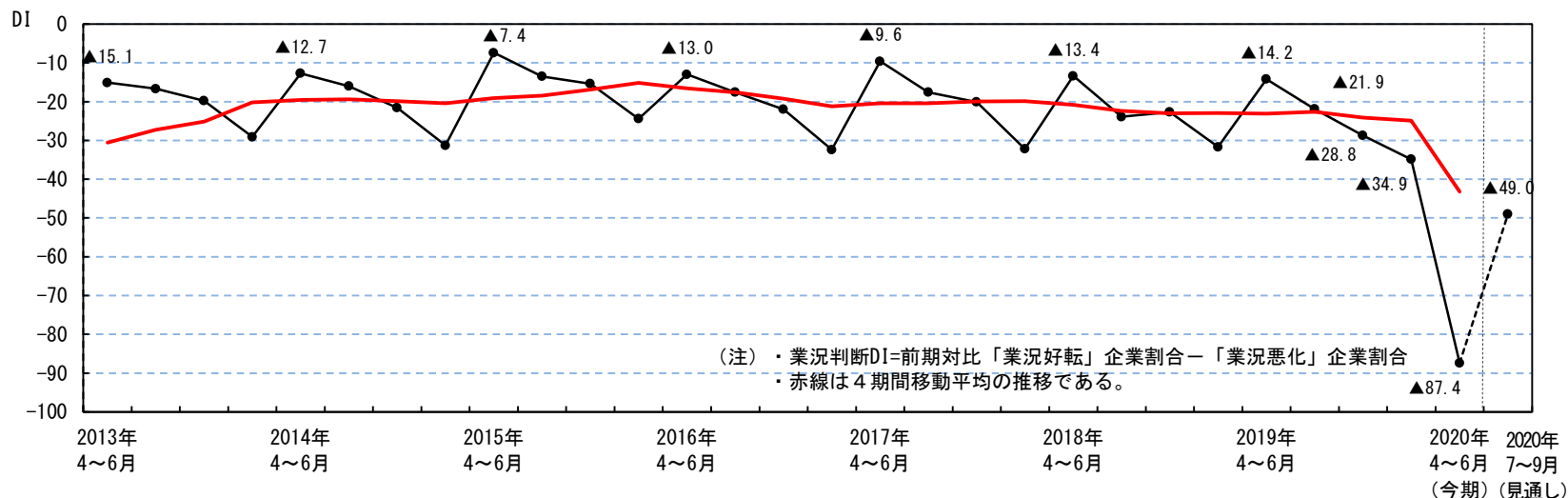
- 2016年4～6月期調査時点で沖縄県を調査対象に加えている。
- 比率の算出にあたっては、無回答を除いたものを母数としている。

I 景気の動向

1. 業況判断

- 業況判断DIは、前期からマイナス幅が52.5ポイント拡大し、▲87.4となった。

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	2019年 4～6月	2019年 7～9月	2019年 10～12月	2020年 1～3月	2020年 4～6月 (今期)	2020年 7～9月 (見通し)
食肉・食鳥肉	▲ 20.3	▲ 28.0	▲ 26.3	▲ 37.9	▲ 66.9	▲ 36.9
氷 雪	0.0	16.4	▲ 49.1	▲ 50.9	▲ 96.4	▲ 50.9
理 容	▲ 15.6	▲ 18.9	▲ 31.4	▲ 33.0	▲ 79.1	▲ 45.4
美 容	▲ 19.4	▲ 19.0	▲ 29.6	▲ 28.6	▲ 88.1	▲ 44.5
映 画 館	14.3	27.3	▲ 12.5	▲ 16.7	▲ 98.2	▲ 40.4
ホテル・旅館	▲ 3.8	▲ 10.7	▲ 28.6	▲ 52.2	▲ 96.3	▲ 46.0
公衆浴場	▲ 28.4	▲ 43.5	▲ 20.0	▲ 19.1	▲ 59.8	▲ 39.3
クリーニング	6.3	▲ 45.8	▲ 20.3	▲ 56.4	▲ 74.1	▲ 68.3

図表3 飲食業業況判断DIの推移

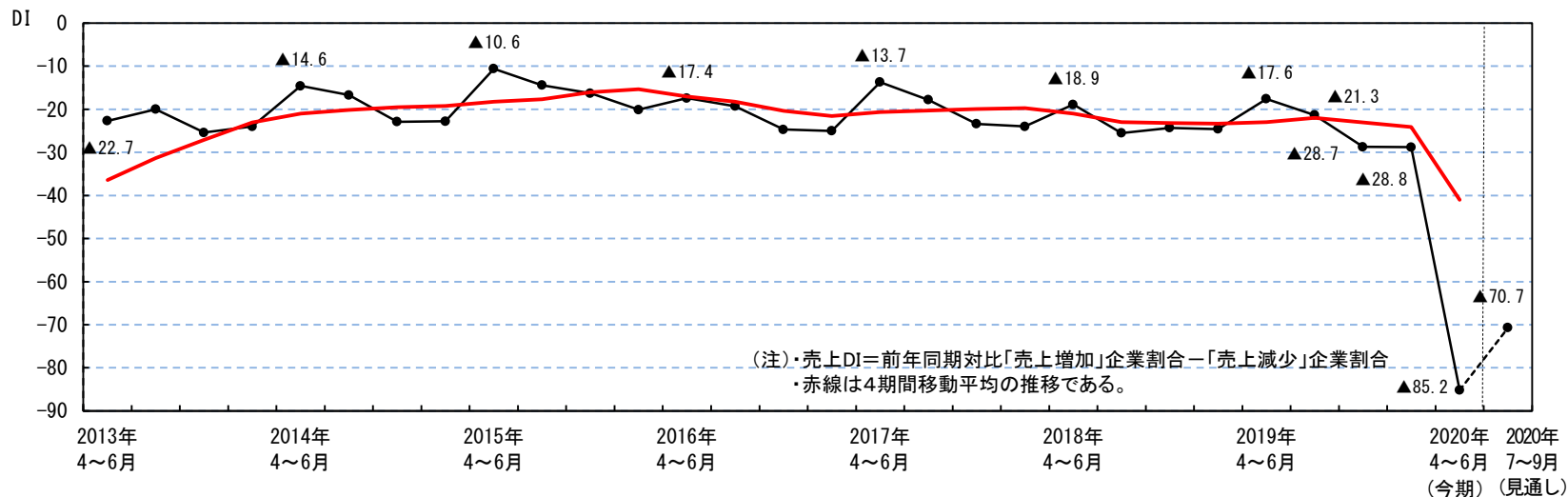
凡例	2019年 4～6月	2019年 7～9月	2019年 10～12月	2020年 1～3月	2020年 4～6月 (今期)	2020年 7～9月 (見通し)
飲食業(全体)	▲ 17.0	▲ 21.8	▲ 30.1	▲ 32.2	▲ 94.5	▲ 50.8
そば・うどん	▲ 3.4	▲ 10.1	▲ 29.2	▲ 35.0	▲ 92.5	▲ 38.2
中華料理	▲ 18.3	▲ 15.2	▲ 26.7	▲ 22.5	▲ 91.9	▲ 46.0
す し	▲ 29.7	▲ 33.3	▲ 38.9	▲ 37.4	▲ 96.3	▲ 63.0
料 理	▲ 21.7	▲ 34.2	▲ 29.8	▲ 34.7	▲ 98.5	▲ 58.5
喫 茶	▲ 8.6	▲ 26.7	▲ 29.7	▲ 29.6	▲ 86.6	▲ 42.1
社 交	▲ 31.8	▲ 26.3	▲ 34.0	▲ 33.7	▲ 97.9	▲ 51.9
その他飲食	▲ 11.7	▲ 16.9	▲ 26.5	▲ 32.2	▲ 95.9	▲ 52.8

(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、前期からマイナス幅が56.4ポイント拡大し、▲85.2となった。

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	2019年 4~6月	2019年 7~9月	2019年 10~12月	2020年 1~3月	2020年 4~6月 (今期)	2020年 7~9月 (見通し)
食肉・食鳥肉	▲ 25.5	▲ 21.7	▲ 38.2	▲ 39.2	▲ 62.3	▲ 46.5
氷 雪	▲ 11.1	▲ 9.1	▲ 20.0	▲ 33.3	▲ 94.5	▲ 78.2
理 容	▲ 24.2	▲ 23.6	▲ 32.4	▲ 32.5	▲ 72.9	▲ 59.6
美 容	▲ 23.7	▲ 20.2	▲ 32.3	▲ 24.7	▲ 81.4	▲ 69.0
映 画 館	21.4	34.5	8.9	▲ 3.7	▲ 100.0	▲ 82.5
ホテル・旅館	6.6	▲ 10.2	▲ 29.6	▲ 31.5	▲ 93.5	▲ 79.5
公衆浴場	▲ 22.0	▲ 31.5	▲ 22.7	▲ 14.5	▲ 55.4	▲ 53.6
クリーニング	▲ 15.7	▲ 37.1	▲ 31.0	▲ 39.0	▲ 80.7	▲ 73.0

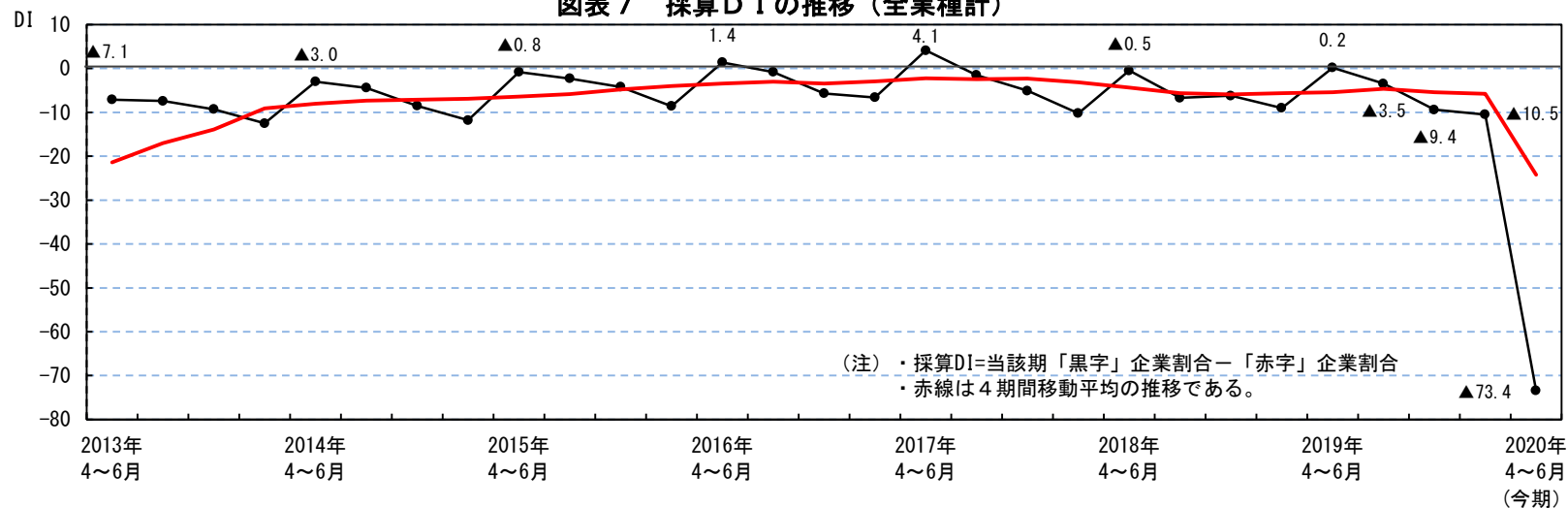
図表6 飲食業売上DIの推移

凡例	2019年 4~6月	2019年 7~9月	2019年 10~12月	2020年 1~3月	2020年 4~6月 (今期)	2020年 7~9月 (見通し)
飲食業(全体)	▲ 17.6	▲ 21.3	▲ 27.2	▲ 27.5	▲ 93.8	▲ 76.2
そば・うどん	1.7	▲ 12.4	▲ 25.7	▲ 26.4	▲ 89.5	▲ 76.2
中華料理	▲ 16.2	▲ 13.6	▲ 17.1	▲ 21.4	▲ 91.9	▲ 72.0
す し	▲ 29.1	▲ 30.6	▲ 38.9	▲ 41.8	▲ 96.8	▲ 80.9
料 理	▲ 20.3	▲ 28.6	▲ 37.5	▲ 29.9	▲ 94.1	▲ 74.1
喫 茶	▲ 14.3	▲ 23.8	▲ 26.1	▲ 26.3	▲ 86.0	▲ 57.9
社 交	▲ 32.3	▲ 33.2	▲ 33.0	▲ 34.0	▲ 97.9	▲ 84.6
その他飲食	▲ 14.9	▲ 15.7	▲ 21.8	▲ 21.2	▲ 96.1	▲ 80.0

3. 採 算

- 採算DIは、前期からマイナス幅が62.9ポイント拡大し、▲73.4となった。

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	2019年 4～6月	2019年 7～9月	2019年 10～12月	2020年 1～3月	2020年 4～6月 (今期)
食肉・食鳥肉	5.2	7.6	2.6	5.9	▲47.5
氷 雪	▲11.1	10.9	▲16.4	▲21.1	▲89.1
理 容	0.5	2.6	▲7.1	▲6.9	▲52.0
美 容	▲6.3	▲3.0	▲10.1	▲8.7	▲68.9
映 画 館	19.6	25.5	10.7	▲3.7	▲98.2
ホテル・旅館	15.8	7.3	3.3	▲21.1	▲96.3
公衆浴場	1.8	▲4.6	▲9.1	▲3.6	▲33.9
クリーニング	16.9	▲16.7	▲14.6	▲34.8	▲49.8

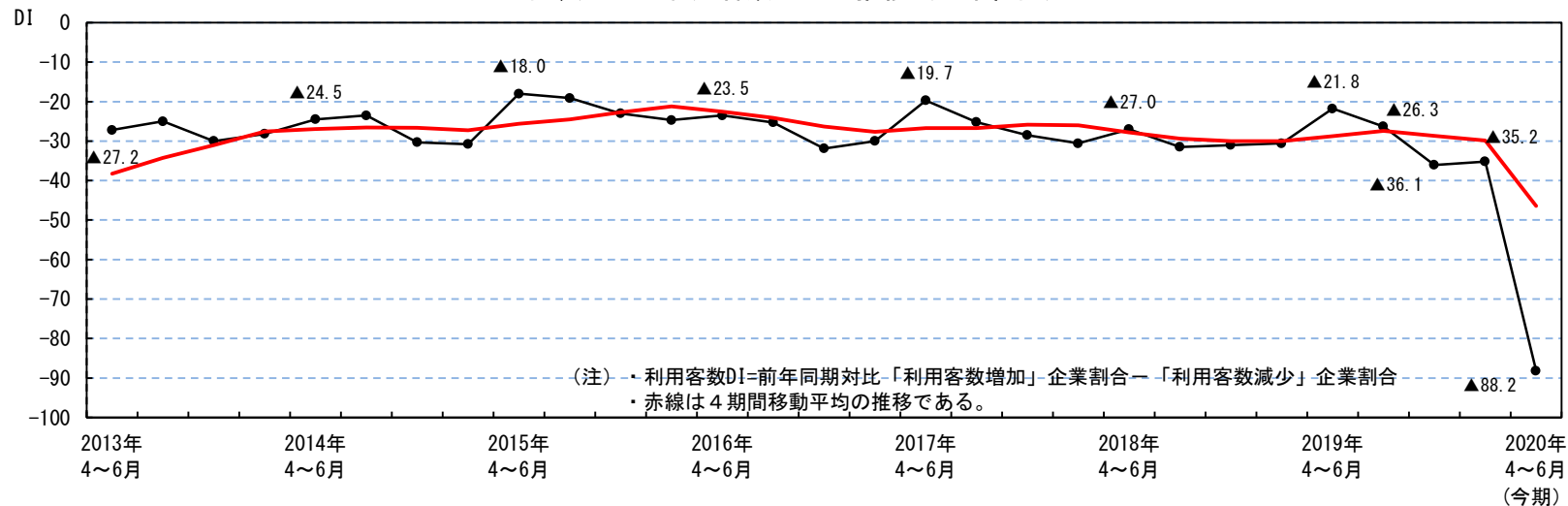
図表9 飲食業採算DIの推移

凡例	2019年 4～6月	2019年 7～9月	2019年 10～12月	2020年 1～3月	2020年 4～6月 (今期)
飲食業(全体)	▲3.7	▲7.1	▲12.3	▲8.4	▲86.9
そば・うどん	5.6	1.1	▲4.5	▲3.3	▲85.5
中華料理	1.8	0.0	▲11.5	▲5.0	▲77.6
す し	▲9.9	▲8.6	▲16.7	▲12.6	▲84.7
料 理	▲5.4	▲15.8	▲16.5	▲8.5	▲91.1
喫 茶	▲6.7	▲18.6	▲19.6	▲17.3	▲83.5
社 交	▲7.6	▲8.2	▲10.3	▲2.1	▲93.1
その他飲食	▲3.7	▲5.2	▲11.2	▲9.5	▲89.3

4. 利用客数

- 利用客数D I は、前期からマイナス幅が53.0ポイント拡大し、▲88.2となった。

図表10 利用客数D I の推移（全業種計）



図表11 業種別利用客数D I の推移（飲食業を除く）

凡例	2019年 4～6月	2019年 7～9月	2019年 10～12月	2020年 1～3月	2020年 4～6月 (今期)
食肉・食鳥肉	▲ 24.2	▲ 28.0	▲ 30.9	▲ 34.6	▲ 39.6
氷 雪	▲ 3.7	▲ 3.6	▲ 36.4	▲ 38.6	▲ 98.2
理 容	▲ 30.1	▲ 25.5	▲ 38.6	▲ 38.5	▲ 81.0
美 容	▲ 31.2	▲ 32.8	▲ 41.6	▲ 36.0	▲ 89.7
映 画 館	1.8	27.3	8.9	▲ 11.1	▲ 100.0
ホテル・旅館	▲ 3.8	▲ 18.1	▲ 34.1	▲ 42.7	▲ 100.0
公衆浴場	▲ 27.5	▲ 32.4	▲ 28.2	▲ 22.7	▲ 58.0
クリーニング	▲ 22.8	▲ 40.2	▲ 41.4	▲ 47.3	▲ 87.6

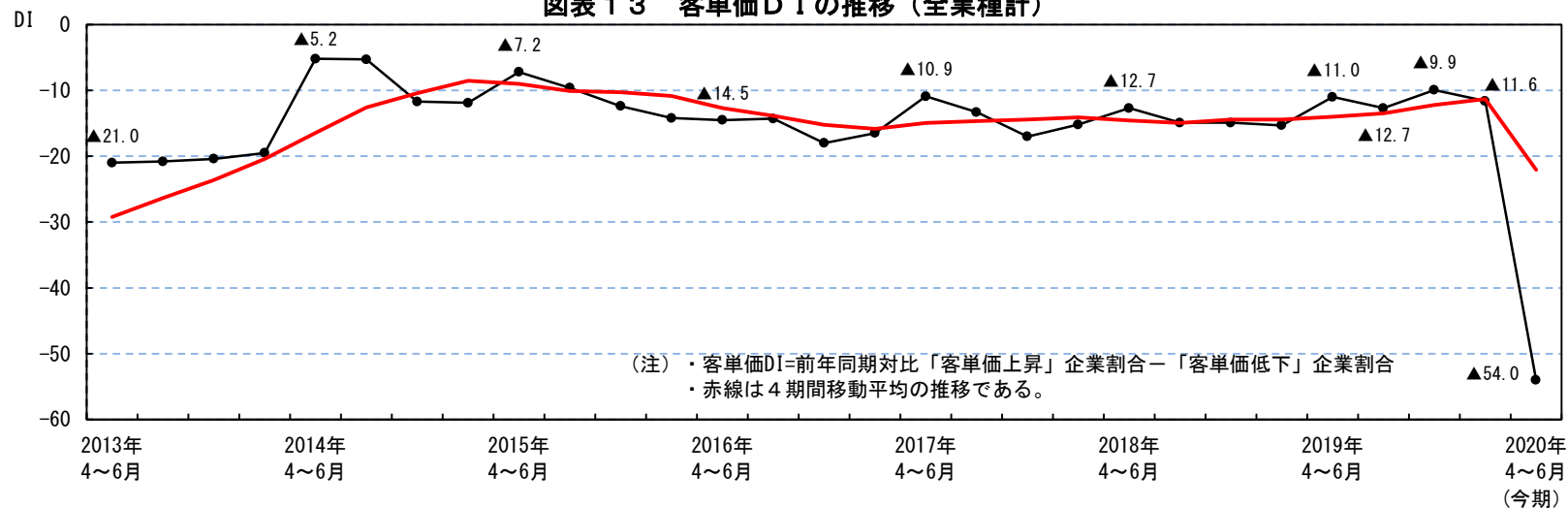
図表12 飲食業利用客数D I の推移

凡例	2019年 4～6月	2019年 7～9月	2019年 10～12月	2020年 1～3月	2020年 4～6月 (今期)
飲食業(全体)	▲ 19.3	▲ 25.1	▲ 35.7	▲ 32.5	▲ 95.3
そば・うどん	▲ 5.1	▲ 14.1	▲ 37.7	▲ 30.9	▲ 95.3
中華料理	▲ 14.4	▲ 14.8	▲ 26.8	▲ 25.2	▲ 93.2
す し	▲ 28.6	▲ 38.2	▲ 42.8	▲ 45.6	▲ 95.7
料 理	▲ 28.1	▲ 36.1	▲ 45.8	▲ 35.9	▲ 97.0
喫 茶	▲ 18.6	▲ 27.5	▲ 41.4	▲ 33.8	▲ 90.9
社 交	▲ 33.8	▲ 36.3	▲ 41.2	▲ 35.1	▲ 98.4
その他飲食	▲ 14.1	▲ 18.9	▲ 27.9	▲ 27.9	▲ 95.8

5. 客単価

- 客単価DIは、前期からマイナス幅が42.4ポイント拡大し、▲54.0となった。

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	2019年 4～6月	2019年 7～9月	2019年 10～12月	2020年 1～3月	2020年 4～6月 (今期)
食肉・食鳥肉	▲ 25.5	▲ 25.5	▲ 33.6	▲ 33.3	▲ 43.4
氷 雪	▲ 11.1	▲ 10.9	▲ 16.4	▲ 15.8	▲ 78.2
理 容	▲ 8.3	▲ 10.4	▲ 5.7	▲ 4.5	▲ 39.0
美 容	▲ 10.2	▲ 11.2	▲ 6.3	▲ 9.6	▲ 50.9
映 画 館	▲ 3.6	16.4	23.2	13.0	▲ 61.4
ホテル・旅館	2.7	▲ 5.1	▲ 10.6	▲ 12.9	▲ 63.8
公衆浴場	▲ 14.7	▲ 13.0	▲ 0.9	▲ 6.4	▲ 29.5
クリーニング	▲ 21.7	▲ 33.0	▲ 26.8	▲ 37.1	▲ 67.6

図表15 飲食業客単価DIの推移

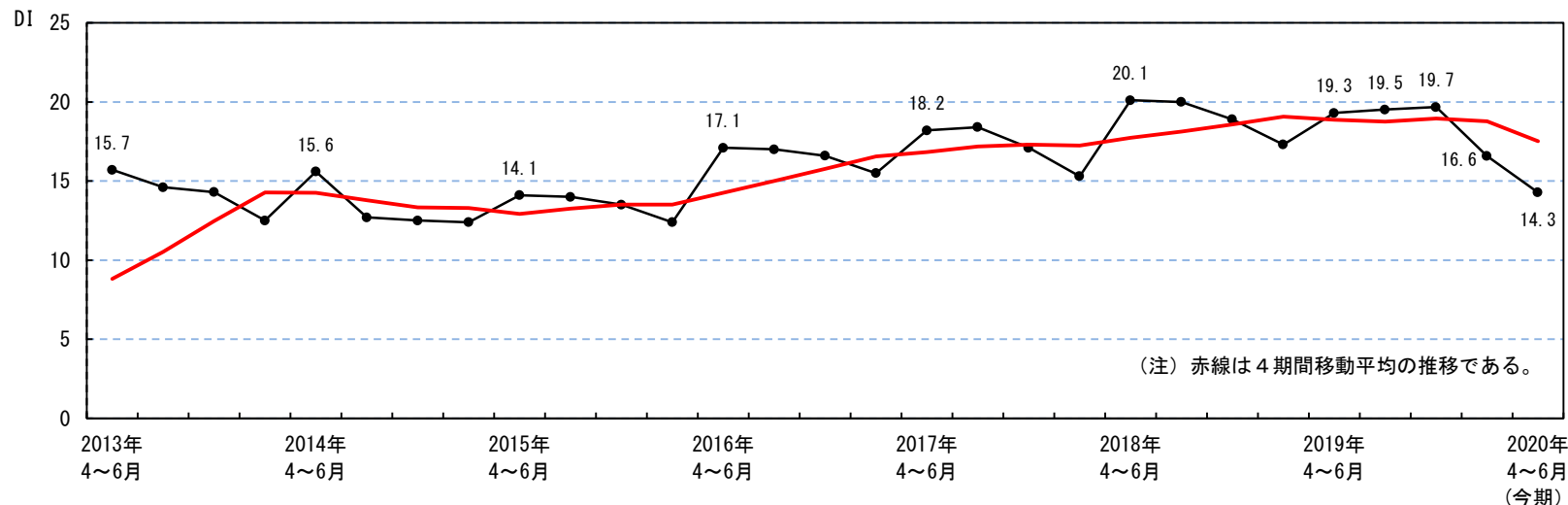
凡例	2019年 4～6月	2019年 7～9月	2019年 10～12月	2020年 1～3月	2020年 4～6月 (今期)
飲食業(全体)	▲ 10.4	▲ 10.8	▲ 8.4	▲ 8.3	▲ 57.6
そば・うどん	▲ 2.8	▲ 4.5	0.6	▲ 0.6	▲ 46.5
中華料理	▲ 13.8	▲ 10.5	▲ 9.8	▲ 2.5	▲ 50.3
す し	▲ 19.2	▲ 17.7	▲ 20.0	▲ 18.1	▲ 69.1
料 理	▲ 15.6	▲ 15.1	▲ 13.3	▲ 7.7	▲ 71.1
喫 茶	1.2	▲ 5.6	2.5	0.0	▲ 45.1
社 交	▲ 16.9	▲ 13.5	▲ 13.9	▲ 14.7	▲ 62.8
その他飲食	▲ 8.2	▲ 10.0	▲ 6.8	▲ 9.9	▲ 58.1

Ⅱ 設備投資の動向

1. 設備投資の実施状況

- 今期（2020年4～6月期）に設備投資を行った企業の割合は、前期から2.3ポイント低下し、14.3%となった。

図表 1 6 設備投資実施割合の推移（全業種計）



図表 1 7 業種別設備投資実施割合の推移（飲食業を除く） (%)

凡例	2019年 4～6月	2019年 7～9月	2019年 10～12月	2020年 1～3月	2020年 4～6月 (今期)
食肉・食鳥肉	26.1	31.2	36.2	28.1	21.3
氷 雪	13.0	20.0	20.0	15.8	7.3
理 容	10.2	9.2	11.2	10.0	6.2
美 容	15.8	13.4	13.9	11.5	10.2
映 画 館	30.4	32.7	37.5	33.3	19.3
ホテル・旅館	48.1	49.2	47.3	49.4	32.6
公衆浴場	30.3	33.3	34.5	25.5	34.8
クリーニング	17.7	17.8	18.4	15.9	13.5

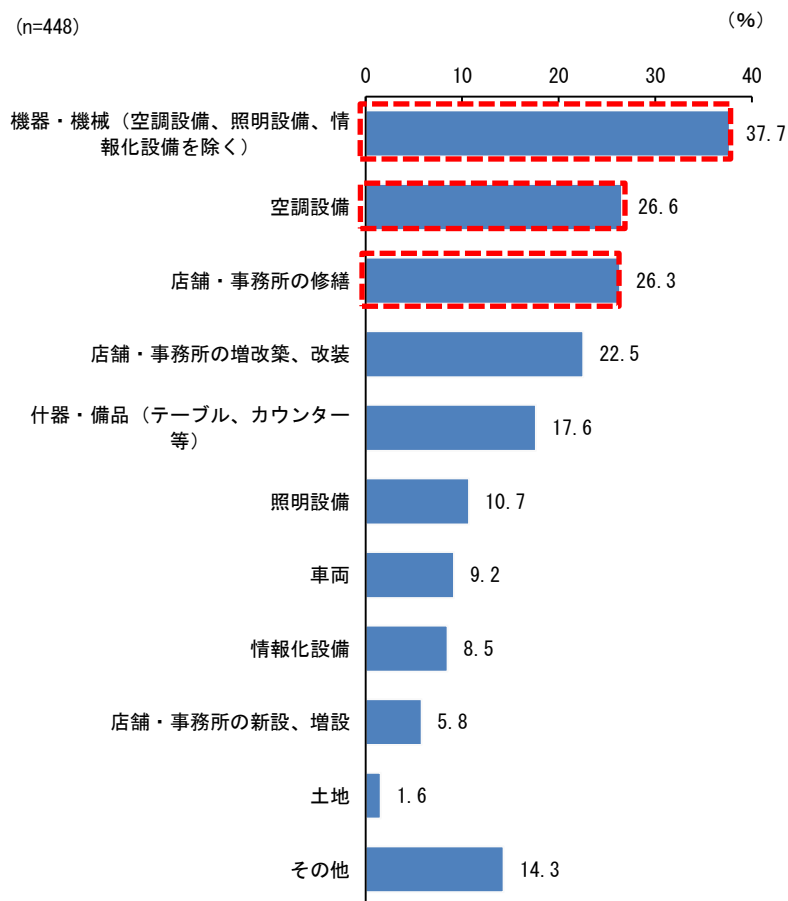
図表 1 8 飲食業設備投資実施割合の推移 (%)

凡例	2019年 4～6月	2019年 7～9月	2019年 10～12月	2020年 1～3月	2020年 4～6月 (今期)
飲食業(全体)	18.0	18.4	17.2	13.6	13.4
そば・うどん	20.1	19.6	16.3	11.1	18.5
中華料理	15.4	18.3	14.5	11.9	14.3
す し	14.8	15.6	19.4	15.4	12.7
料 理	26.4	31.7	33.1	19.5	19.3
喫 茶	14.7	13.0	15.8	15.4	13.4
社 交	10.6	7.2	8.8	9.3	9.0
その他飲食	21.5	22.3	17.4	14.3	11.4

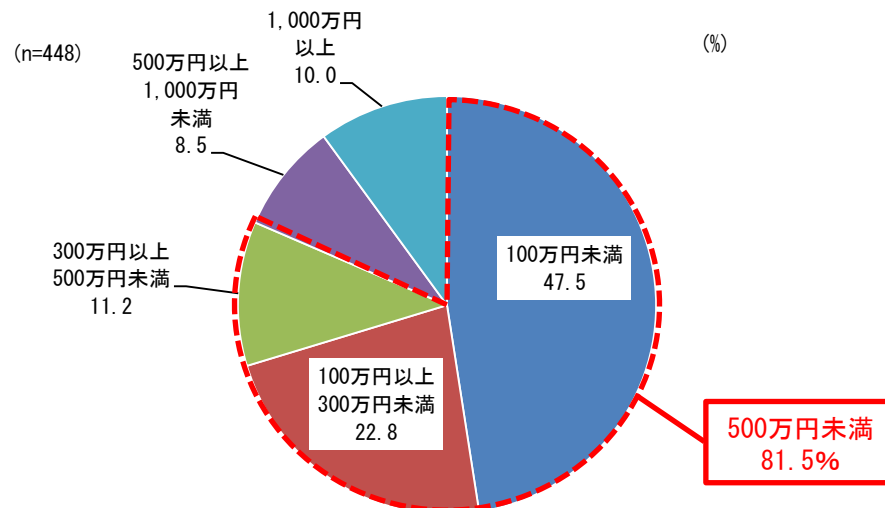
2. 設備投資の内容、設備投資金額、来期の設備投資計画

- 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）」37.7%、「空調設備」26.6%、「店舗・事務所の修繕」26.3%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7～9月期）の設備投資計画については、「実施予定あり」が11.1%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）



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	2020年 7～9月期の予定
全業種計	11.1
食肉・食鳥肉	15.6
氷雪	7.3
理容	8.8
美容	8.2
映画館	14.0
ホテル・旅館	21.9
公衆浴場	23.2
クリーニング	9.3

図表 2 2 飲食業 来期の設備投資実施予定割合

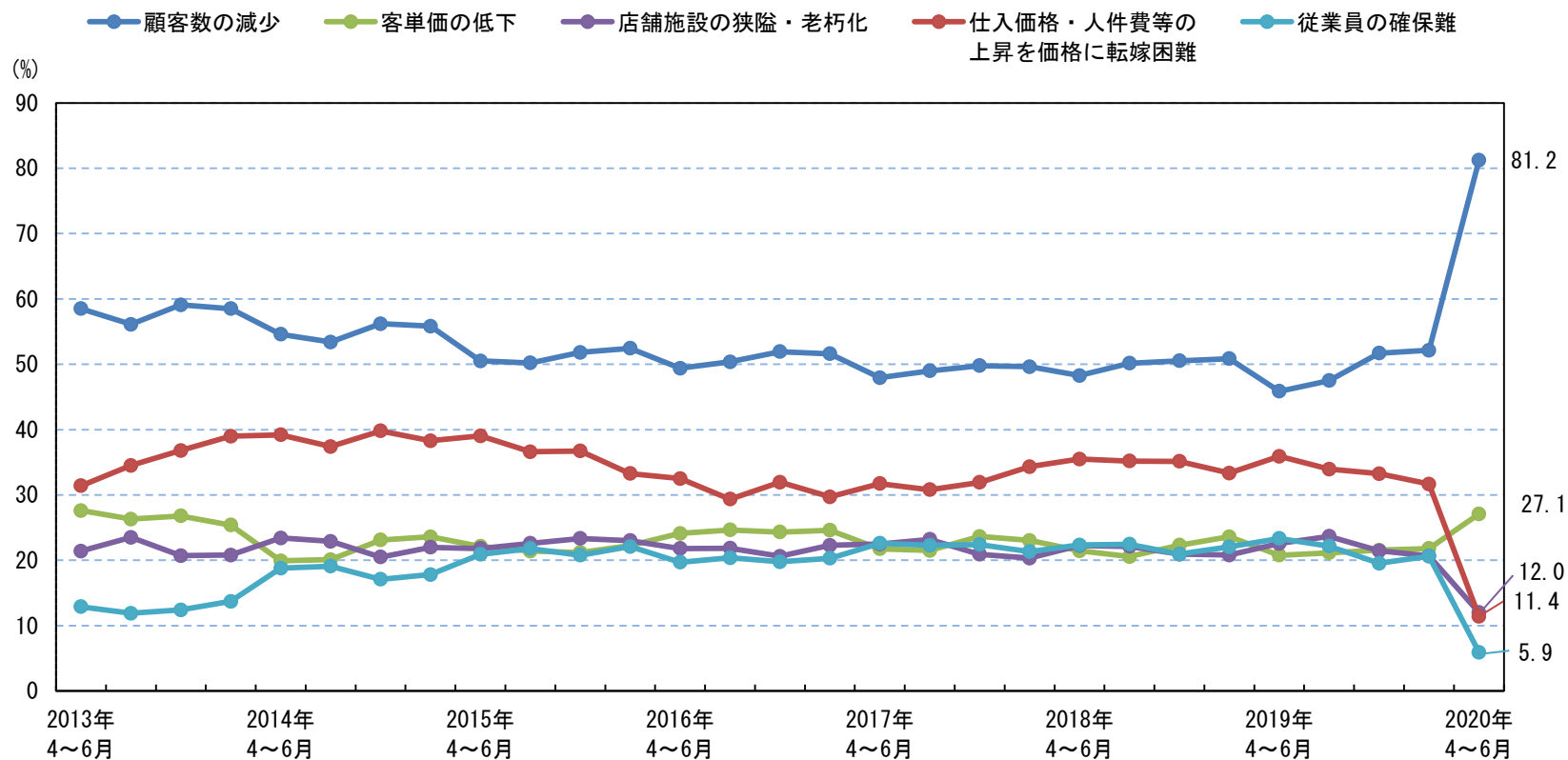
(%)

凡例	2020年 7～9月期の予定
飲食業(全体)	10.2
そば・うどん	12.1
中華料理	6.2
すし	9.5
料理	11.9
喫茶	7.3
社交	7.4
その他飲食	13.1

Ⅲ 経営上の問題点

- 経営上の問題点は、「顧客数の減少」と回答した企業の割合が81.2%と最も多く、次いで「客単価の低下」が27.1%、「店舗施設の狭隘・老朽化」が12.0%となった。

図表 2 3 主な経営上の問題点の推移（全業種計、複数回答（2つ以内））



図表 2 4 経営上の問題点（業種別、2020年4～6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・老朽化	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	81.2	11.4	12.0	27.1	5.9	4.3	5.1	20.7	3.1
飲食業合計	86.0	13.1	7.9	24.6	4.6	3.6	6.3	22.9	1.7
そば・うどん店	87.9	16.2	11.0	20.2	6.9	1.2	7.5	20.2	1.7
中華料理店	80.7	13.7	11.2	31.1	3.1	3.7	6.2	19.3	2.5
すし店	88.9	12.2	9.5	34.4	2.6	7.4	2.6	16.9	1.6
料理店	85.2	11.9	5.9	28.1	3.0	2.2	9.6	25.9	0.7
喫茶店	84.1	18.9	13.4	20.1	3.7	2.4	4.3	22.0	2.4
社交業	88.9	10.1	2.1	22.8	9.0	1.1	5.8	29.1	1.6
その他飲食店	85.5	11.4	5.8	20.8	4.1	4.8	7.3	24.7	1.5
食肉・食鳥肉販売業	49.4	26.3	15.6	30.6	13.8	5.0	3.8	13.1	8.8
氷雪販売業	70.9	16.4	10.9	29.1	3.6	10.9	7.3	20.0	3.6
理容業	77.9	6.7	11.6	29.0	5.7	5.2	2.6	20.7	6.2
美容業	81.2	7.3	8.0	29.8	9.3	4.8	2.6	21.8	3.7
映画館	84.2	3.5	21.1	12.3	5.3	3.5	8.8	24.6	0.0
ホテル・旅館業	90.4	7.5	20.9	23.0	5.9	4.3	9.6	18.7	0.0
公衆浴場業	74.1	8.0	53.6	13.4	3.6	4.5	5.4	9.8	4.5
クリーニング業	78.4	13.1	13.9	42.5	4.2	3.9	3.5	16.6	3.5

(注) ・複数回答（2つ以内）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けしている。

IV 業況判断理由

今期：2020年4～6月期
来期：2020年7～9月期

(1) そば・うどん店

都道府県	業況	判断理由
山形県	不変 (来期)	自粛要請は解除されたものの、客足の戻りは少ない。来期もテイクアウト中心になる見通しで現状維持が精一杯である。
埼玉県	悪化 (今期)	1月まではインバウンドの集客ができていたが、新型コロナウイルスの感染拡大に伴う入国制限でほぼ集客ゼロとなった。県を跨いでの移動が自由になり期待したいが、回復までは厳しいとみている。
神奈川県	悪化 (今期)	営業自粛への協力要請により、4月6日から1カ月間休業した。5月7日から営業時間を短縮し再開したが、ランチ中心で夜営業ではアルコール類の注文がほとんどなく客単価が伸びていない。フル稼働の営業体制に戻したが、客の戻りは少なく厳しい。
富山県	悪化 (来期)	新型コロナウイルス感染症の影響が当分続くと思う。自粛解除はされたものの、消費者の感染への不安は根深く、外食から内食への流れが定着しているようで、店内飲食は減少したままである。
滋賀県	好転 (来期)	営業自粛で4月以降休業していたが、緊急事態宣言の解除で6月より再開した。常連の客足が少しずつ戻ってきており、来期は冷やしうどん・ざる蕎麦の注文が出前を含め増えてくると期待している。
島根県	悪化 (今期)	緊急事態宣言の前後から急激に客足が遠のき、かつてないほどの状況である。政府の給付金等の支援策を活用しているが、この状況が続けば存続が危ぶまれる状態である。
宮崎県	悪化 (今期)	新型コロナウイルス感染症の影響により、4月及び5月は3週間休業したため、売上が激減した。特に、連休中の休業が大きく影響した。

(2) 中華料理店

都道府県	業況	判断理由
岩手県	悪化 (来期)	感染拡大防止のため、昨年参加していた各種イベントが全て中止となり出店できなくなった。例年、夏場の店内飲食は少ないだけに、さらなる悪化が懸念される。
埼玉県	悪化 (今期)	営業自粛で4月7日～5月28日まで休業した。この間は預金取り崩し、持続化給付金申請等で食いつないだ。現在は営業再開し本格稼働しているが客足は戻ってきていない。感染防止策に伴う経費も膨らんでおり厳しい。

都道府県	業況	判断理由
東京都	悪化 (今期)	都の営業自粛要請で4、5月とほとんど休業等で営業できておらず、営業を再開した6月も回復が全く見込めない。ランチ需要に依存しているが、企業のテレワーク継続から来客数は戻っていない。
富山県	悪化 (今期)	営業自粛で休業と営業時間の短縮の対応をしてきた。緊急事態宣言解除後に本格再開したが、客の戻りはなく、感染への不安がなくなる限りの回復するには時間を要する。
兵庫県	悪化 (今期)	緊急事態宣言で4月8日～5月18日の間休業し、この間の売上がゼロ。営業再開後も客足は戻らず、ランチ客中心で客単価が上がる夜の飲食客はほぼゼロである。
山口県	不変 (来期)	常連の公務員のお客様の来店がほとんどなくなり、外食を控える傾向が見られる。また、新型コロナウイルス感染症の第2波も予想され、先行きは不透明である。

(3) すし店

都道府県	業況	判断理由
福島県	不変 (来期)	感染拡大防止のため飲食関係ガイドラインに沿った対応を図っていくが、「3密」対策で客席を減らすと団体の宴会予約を確保することは難しくなる。当期と変わらず、客足は鈍いと思う。
埼玉県	悪化 (今期)	緊急事態宣言後に営業を自粛した結果、売上は前年同期に比べ80%減となった。現在は自粛要請が解除され、元の営業体制に戻したが来客は少ないまま。
神奈川県	悪化 (今期)	県の休業協力要請以降、営業再開後も来店は皆無。4月以降、法人取引のホテルのバンケットへの納入もなくなり、厳しさは増している。
新潟県	悪化 (来期)	葬儀社からの通夜用注文が9割以上減少し、首都圏からの観光客や帰省客も移動に対し慎重になっており、期待できない。
静岡県	悪化 (来期)	インバウンド需要がほとんどなくなり、地元の常連客以外の客足は激減している。夜の営業でも団体予約が入らず、客単価が上がるアルコール消費も増える見込みがない。
和歌山県	悪化 (今期)	元々持ち帰りが8割、店内飲食が2割のため、新型コロナウイルス感染症の影響はそれほど大きくはない。ただし、彼岸や里帰りで地元寿司をお土産にするお客様が多く、感染への不安からか客足は遠のき、4月以降は3割減が続いている。

(4) 料理店

都道府県	業況	判断理由
秋田県	悪化 (来期)	新型コロナウイルス感染症による影響が秋頃まで長引く見込み。年内の観光イベント等はほぼ中止が決まり、ケータリングやデリバリー需要は期待できず、会社関係も接待機会の手控えが続くと思われる。
埼玉県	悪化 (今期)	今期の団体予約は100%キャンセルになり、先の予約も全然入らない。テイクアウトを始めたが長続きできるか不安である。
神奈川県	悪化 (今期)	新型コロナウイルス感染症の影響で宴会需要が全減状態で、6月に入っても予約が2～3件入った程度。隣が総合病院だが、外来患者数が大幅に減っており、病院ルートの来店客も相当数減少が続いている。
奈良県	悪化 (今期)	県内外からの旅行者がなく、法事など行事の会席予約もキャンセルが続き、4月以降の売上が前年対比90%ダウン。飲食店の感染リスクへの風当たりが強く厳しい。
香川県	悪化 (今期)	外出自粛や休業要請等で、予約は全てキャンセルとなり、新たな予約も1日1組程度でほとんど入らない。感染への不安が消えない限り、夜の飲食需要は期待できない。

(5) 喫茶店

都道府県	業況	判断理由
宮城県	悪化 (来期)	密を避けるため、カウンターとテーブルの使用できるイス席数を減らして営業しているが、企業の商談や子供連れのママ友層等のお客さんの戻りがほとんどなく、夜も飲食機会の自粛の影響が続いている。
三重県	悪化 (今期)	新型コロナウイルス感染症の影響で「3密」を避けたいお客様が外食を控える傾向が続いている。感染防止対策でマスク着用、手指アルコール消毒薬の店内設置や定期的な店内清掃・消毒をしても客足回復の兆しはない。
京都府	悪化 (今期)	外出自粛で交通量や通行量、駅乗降数は激減し、店舗前の人通りに活気がなくなった。感染防止対策を講じてても消費者の感染への不安が消えたわけではなく、観光目的で外食機会が増えていくには相当な時間が必要である。
和歌山県	悪化 (今期)	県の営業自粛要請でパチンコ店や場外馬券場などが休業したため、常連客が減少。解除後も感染への不安から店内飲食客は戻っていない。
広島県	悪化 (来期)	プロ野球シーズンになると全国のカープファンが集まり、店内飲食しながら応援するお客様で賑わうが、今年は開幕がずれ込み、無観客試合で盛り上りを欠くことから、積極的に集客できない状況。

(6) 社交業

都道府県	業況	判断理由
宮城県	悪化 (今期)	県の休業要請で4月4日～5月31日まで営業を自粛したことで、売上は8割以上の減収となった。6月から再開したが客の戻りは少なく、国や県の給付金や助成金等で凌いでいるが、効果的な集客策が見いだせない。
東京都	不変 (来期)	夜の接客業での感染不安が払拭されておらず、企業が二次会や接待を自粛しているようで、今なお予約は個人のみで団体予約は入らない状態で、現状維持が精一杯である。
神奈川県	悪化 (今期)	夜の接客業への県の休業協力要請で2カ月休業したが、その後再開してもお客様は戻っていない。感染対策を講じているが、集客の有効策は見いだせない。
石川県	悪化 (今期)	緊急事態宣言で4月初旬から5月末まで休業、県の休業要請解除後に営業再開したが、接客業での感染不安から客足はほとんど戻っていない。
兵庫県	悪化 (今期)	緊急事態宣言のため4月後半から5月いっぱい営業を停止した。4月は7割減、5月はほぼゼロの状態。6月から営業を再開したが厳しい。
高知県	悪化 (来期)	よさこい祭り等の夏のイベントが中止され、夜の飲食の自粛ムードも継続するなかで、お客様を確保できる見通しはない。接客業への風当たりは厳しく、二次会等の予約も入らないままである。
沖縄県	悪化 (今期)	客層に公務員（役所や自衛隊の方々）の方が多く、職場からも自粛の要請が強いようで来店も減り、3月～4月に予定していた宴会（歓送迎会等）も全てキャンセルとなった。

(7) その他飲食店

都道府県	業況	判断理由
茨城県	悪化 (来期)	例年、芸術関係のイベント利用者や鑑賞客の飲食客が多くなる時期になるが、感染防止でイベント開催が延期されたことで、回復の見通しがなくなった。
千葉県	悪化 (今期)	営業自粛要請を受け、営業時間の短縮や休業等実施したことで客足が止まり、当期の売上は70%以上減少した。来期も明るい材料はなく、テイクアウト需要も減り廃棄によるロスも増えてきた。
静岡県	悪化 (今期)	新型コロナウイルス感染症の影響で予約は全てキャンセルになった。街中から人が消えてしまい、営業しても来客数が9割減ってしまった。
愛知県	悪化 (今期)	オフィス街でサラリーマンやOLをターゲットに店づくりをしてきたが、感染防止対策で近くのオフィスが外食禁止の方針となったことから、売上は7割減。今後もしばらくの間は外食客が見込めないと感じている。

都道府県	業況	判断理由
京都府	悪化 (来期)	京都祇園祭りなどすべての行事が中止となり、例年のような観光客には期待ができなくなった。人々から感染不安がなくなる限り、すぐには客足は戻ってこないと思われる。
和歌山県	悪化 (今期)	新型コロナウイルス感染症の影響により、4月に4回、売上ゼロの日があった。40数年で初めてだった。客数は夜の宴会が全くなく厳しい。
福岡県	悪化 (来期)	8月に開催される博多山笠の夏祭りが中止されることで、来期最大の稼ぎ時に集客できない影響はあまりに大きすぎる。先行きの見通しはまったく立たない。
長崎県	悪化 (今期)	テイクアウトやデリバリーを開始し、弁当だけでなく単品の居酒屋メニューも取り入れ、減少幅を多少抑えた。デリバリーで同業者との競合は激しくなっている。

(8) 食肉販売業

都道府県	業況	判断理由
北海道	不変 (今期)	業務用向けの卸部門は休業要請もあり低調だったが、個人向けは外出自粛や学校一斉休校、在宅勤務などで家食機会が増えたことから、店頭売りやテイクアウト等の販売が好調である。
秋田県	悪化 (今期)	新型コロナウイルス感染症の影響により飲食店は休業になり、卸売の方は、売上がほぼなかった。店舗の小売りの方は、自粛生活のおかげか客足と売上は好調であったが、卸売りのマイナス部分をカバーしきれない状況にある。
茨城県	不変 (今期)	新型コロナウイルス感染症の影響で業務用の卸売りが減少したが、家食機会の増加で精肉の店頭小売りや自家製とんかつやコロッケ等のテイクアウト品も堅調である。
千葉県	好転 (今期)	新型コロナウイルス感染症の影響で学校休校や在宅勤務等が増えたことから、テイクアウト需要への対応で忙しい状況。他店の休業や混雑するスーパーの回避などから、短時間で買い物が出来る小売店が支持された。
山梨県	好転 (今期)	新型コロナウイルス感染拡大が長期化するなか、業務用は減少するも、学校一斉休校やテレワーク等で在宅機会が増えたことから、テイクアウト弁当の販売が急増し、自家製のとんかつやコロッケなど加工商品を併せ購入するお客様も多く、客単価アップにもなった。
大分県	悪化 (今期)	学校給食への納品は戻っておらず、業況低迷する外食業への販売不振も続いている。

(9) 食鳥肉販売業

都道府県	業況	判断理由
愛知県	悪化 (今期)	販売先の仕出し屋や料理屋、幼稚園などの注文が激減している。外食産業の回復が見込めない限り、先行きは多難である。
兵庫県	悪化 (今期)	新型コロナウイルス感染症による緊急事態宣言に伴い店舗の休業、短縮営業のため売上は上がらず。卸売りも取引先が休業のため4月から5月は注文が激減し悪化となった。
広島県	好転 (今期)	一般小売店向けは新型コロナウイルス感染症の影響で売上の落込みがあったものの、スーパー等の大口先向けは外出自粛もあり家食需要が増加したことから、全体では回復できた。
福岡県	好転 (今期)	飲食店向けの卸部門の売上は減少しているが、スーパーテナントの小売部門は、外出自粛や学校一斉休校等もあり、家食機会が増え、テイクアウトの唐揚げ弁当や自家製総菜への人気に支えられた。
鹿児島県	悪化 (今期)	新型コロナウイルス感染症の影響により、学校給食の受注が停止。また、これまで定期的にあったものまでが受注減少。売上が大きく落ち込んでいる。

(10) 氷雪販売業

都道府県	業況	判断理由
栃木県	悪化 (今期)	新型コロナウイルスの感染防止に伴い地域のお祭り等のイベントがほとんど中止となったため、回復しなかった。
千葉県	悪化 (来期)	得意先の飲食店等の営業自粛要請が解除されても、すぐに元に戻る状況ではなく、夏祭りや花火大会等のイベント中止で季節需要も期待できない。
神奈川県	悪化 (今期)	新型コロナウイルス感染症の休業協力要請で氷の流通が大幅に減り、売上68%減少。イベントの開催中止も大きく影響している。
大阪府	悪化 (今期)	スナックやバーなど接客業が多数を占めるため、府の休業要請の長期化で売上が激減した。小売の同業者にも販売しているが、同業者への販売も悪化している。

(11) 理容業

都道府県	業況	判断理由
宮城県	悪化 (今期)	新型コロナウイルス感染症の影響でイベント等が中止になり、来店客が少なくなった。特に密になる等で接触感染への不安から客足は遠のいたままで、休業日が増えるなど悪循環となっている。
千葉県	悪化 (今期)	感染への不安から高齢者は外出を控える傾向が続いており、サラリーマンもリモートワークが増えたことから、散髪して容姿を整える回数が減っている。また、感染予防策で営業時間の短縮や完全予約制としたので客数自体減少している。
三重県	不変 (今期)	感染リスクを回避するため外出機会の減少が言われているが、固定客中心であり来店客数の変動は少なく、新型コロナウイルス感染症の影響は少なかった。
京都府	悪化 (今期)	営業時間の短縮や顔そりの中止など、施術の変更したこともあり、客数・客単価ともに減少している。感染への不安から高齢客中心に来店サイクルが長くなっており、益々厳しくなっている。
山口県	悪化 (今期)	新型コロナウイルス感染症の影響で、顧客数・売上高が減少し、さらに感染防止のため訪問理容先の施設において全て施術禁止が続いており、厳しさが増している。
佐賀県	悪化 (今期)	自粛ムードの浸透で旅行や結婚式、各種パーティー等が延期・中止された影響が続いている。
沖縄県	悪化 (今期)	新型コロナウイルス感染症の影響で客足が途絶えた。まさか自分の職種（理容）に、これほどまでに影響が出るとは思ってもいなかった。

(12) 美容業

都道府県	業況	判断理由
北海道	悪化 (来期)	新型コロナウイルス感染症の影響が長引き、夏の行事やお祭りなどはことごとく中止となり、着付け含む美容機会が増えないなど、来期はさらに厳しくなるのではないかと。
茨城県	悪化 (今期)	新型コロナウイルス感染症の拡大により、今期は入学式などイベントがすべて無くなり、着付けのお客様のほとんどがキャンセルとなった。来店周期が長くなったことによる客数減少に歯止めがかからない。

都道府県	業況	判断理由
群馬県	悪化 (今期)	営業自粛で休業、時短営業や営業日の削減を続けたことで、客離れが加速した。本格稼働後も高齢の固定客は感染への不安から足が遠のいている。感染防止策等をPRはしているが、感染不安が根強く、回復には相当な時間が必要である。
滋賀県	悪化 (今期)	入学式、入社式、結婚式等が全て延期や中止になり、予約は全てキャンセルとなった。完全予約制や美容椅子の利用制限等の感染防止対策を講じたことで、客数減少を踏まえた営業が求められるが、有効策を見いだせない状況。
兵庫県	悪化 (今期)	結婚式や各種パーティ等の延期・中止で予約キャンセルが続いており、感染防止で営業時間の短縮や施術メニューの制限など対策したが、来店客・客単価ともに減る状況。
宮崎県	悪化 (今期)	新型コロナウイルス感染症の影響により、卒業式、婚礼等の行事が中止となり、着付け・セットが大きく減少した。中でも、大学等の卒業時の袴のレンタル・着付けの全減の影響が大きかった。また、カットにおいても来店サイクルが延びており、特に高齢者が来店を控えている状況となっている。

(13) 映画館

都道府県	業況	判断理由
埼玉県	悪化 (今期)	新型コロナウイルス感染症拡大による営業自粛で今期は大幅ダウン。自粛解除で6月から営業再開したが、3密対策で客席削減、営業時間の短縮、マスクや消毒液等の経費負担など厳しい状態。
神奈川県	悪化 (来期)	6月から営業再開した。館内入場者の制限や上映時間の間隔延長、手指アルコール液の設置やマスク着用をスタッフに義務化し、お客様にも館内での着用を奨励するなど、感染防止策の徹底しても、感染不安が根強く、来館者の見通しは立たない状況。
長野県	悪化 (今期)	緊急事態宣言による自粛要請が出されてから、ほぼ1カ月休館となった。新作映画の公開がすべて延期となったため旧作営業を再開したが時短営業であり、危機的状況である。
愛知県	悪化 (今期)	県の休業要請で4月～5月は休館した。営業再開後も新作の公開延期や感染対策による観客席の削減等の影響もあり、客足の戻りは少ない。感染への不安が根強く、厳しいが続く見込み。
大阪府	悪化 (今期)	府の休業要請で4月8日より5月22日まで休館した。その間の売上はゼロで、再開後も席数を半分に減らすなど対策したが、感染への不安が根強く開館後も客足は遠のいている。
宮崎県	悪化 (今期)	新型コロナウイルス感染症の影響により、緊急事態宣言に伴う4月からの時短営業、休業等に加え、映画作品が公開延期となり、観客動員が通常時には遠く及ばない状況となった。

(14) ホテル・旅館業

都道府県	業況	判断理由
山形県	悪化 (今期)	開店休業状態が長く続き、6月20日から県を跨いでの移動が全面解除されたことから回復への期待はあるが、修学旅行やインバウンドの宿泊が主体であることから、団体予約はほとんどない状態。
埼玉県	悪化 (来期)	一番の宿泊が期待できる「さいたまスーパーアリーナ」で開催されるコンサート等のイベントが中止・延期となり、予約は入らないままで、さらに厳しくなる見込み。
神奈川県	悪化 (来期)	県を跨いでの移動制限が解除されたが、新型コロナウイルス感染症の収束時期が見通せない限り、インバウンド需要は見込めず、国内の観光客も感染不安から首都圏への移動に慎重になっており、当分は回復は期待できない。
富山県	悪化 (今期)	新型コロナウイルス感染症の影響により1月末日から宿泊部門、レストラン部門、宴会部門の全てで激減。4月23日から休業要請で全館休業中し、6月に再開したが予約はほとんどない状態。
岐阜県	不変 (来期)	県を跨いでの国内の移動が全面解除されたが、インバウンド需要は皆無で、夏の修学旅行の宿泊予約も既にキャンセルになっている。国や県の旅行・観光への消費喚起キャンペーン実施への期待はあるが、感染が収束したわけではなく、見通しは不透明である。
徳島県	悪化 (来期)	新型コロナウイルス感染症の拡大でテレワークが増えるなど、ビジネス客の出張宿泊が減少している。インバウンドが戻る見込みもなく、夏季スポーツ大会などの延期で選手等の宿泊も期待できなくなった。
愛媛県	悪化 (今期)	道後温泉が6月後半に開場予定でそれまでは道後の商店街は半分程度しか店が開いておらず、閑散としている。多くのホテル・旅館で従業員の解雇・レイオフ等の話も聞かれ観光客はほとんど見られない。イベントはことごとく中止となり集客もできず、借金でしのいでいるといった状況が続くと思う。
佐賀県	悪化 (来期)	休業要請後の5月23日から営業を再開したが、県内以外の宿泊予約が入っておらず、先行きは厳しい。県の観光キャンペーン（割引宿泊クーポン等）の実施に期待しているが、効果は未知数である。
熊本県	悪化 (今期)	スポーツ大会や文化祭などの開催中止が決まり、夏季の宿泊予約はほとんどない。県を跨いでの移動制限が全面解除後もビジネスや観光の宿泊は少なく、夜の宴会も自粛のままで厳しさは増している。
鹿児島県	悪化 (今期)	新型コロナウイルス感染症の影響により、宴会、宿泊共にキャンセルになった。歓送迎会、総会等、すべてキャンセルになり、売上が厳しくなった。

(15) 公衆浴場業

都道府県	業況	判断理由
福島県	好転 (今期)	地区内にあるスーパー銭湯が新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、4月から5月にかけて休業したことなどもあり、利用客数が10～30%増加し、売上増に繋がった。
千葉県	悪化 (今期)	感染拡大防止のため地元自治体が行う入浴利用者サービスが中止され、外出自粛する高齢者の入浴客も減ったままで、回復していない。
大阪府	不変 (今期)	休業要請でスーパー銭湯やサウナ施設、スポーツジムが営業自粛したため、公衆浴場への客への流れが見られ、入浴客数は多少増えている。
岡山県	不変 (今期)	感染の不安から常連客は鈍ったものの、スーパー銭湯等の休業や閉館で公衆浴場へ客が流れる動きも見られ、新規客の確保ができた。
長崎県	好転 (今期)	日帰り温泉やスーパー銭湯等の入浴施設が営業自粛するなかで、営業継続ができた公衆浴場の利用者が増えた。

(16) クリーニング業

都道府県	業況	判断理由
秋田県	悪化 (来期)	地域の夏祭りやイベント行事が中止され、見込んでいた法被や浴衣等の季節性の洗濯需要が皆無になっている。在宅勤務も増えワイシャツやブラウス、スーツ等の店頭持込みも減ったままである。
埼玉県	不変 (今期)	感染対策で業務用の需要が増え、ユニフォーム等の衣料やカーテン・クロス等の洗濯サイクルが短くなっている。個人向けも外出自粛の影響はあるが、冬物の衣替え需要は安定している。
千葉県	悪化 (今期)	2月からの新型コロナウイルスの感染拡大や営業自粛により、来店客が減少した。今期は衣替え需要の繁忙期であるが、感染への不安から店頭への持込みが減り、法人取引先も休業やテレワークに推進でユニフォーム類の洗濯需要が減ったままである。
静岡県	悪化 (今期)	取引先の営業休業によりホテルや飲食店関係の仕事がゼロになってしまった。元に戻るにはしばらく時間がかかると思う。
京都府	悪化 (今期)	取引先のホテルの休館やリゾート施設への宿泊客も減り、寝具類やテーブルクロス、ユニフォーム等の業務用がほぼなくなった。

都道府県	業況	判断理由
鳥取県	悪化 (来期)	コロナ禍で夏祭りや花火大会など地域のイベント開催が中止になり、季節性の浴衣や法被、ユニフォームなどの洗濯需要が期待できなくなった。
広島県	悪化 (今期)	新型コロナウイルスの感染防止で外出自粛や在宅勤務が浸透したことで、ワイシャツ・スーツなどの需要がなく、かなり厳しい。
佐賀県	悪化 (来期)	地域の花火大会や盆踊り等の夏祭り開催が中止されることから、浴衣や法被など季節性需要がまったく期待できなくなった。
沖縄県	悪化 (今期)	外出の自粛、イベント等（卒業式、入学式、その他のイベント等）が全て中止となりフォーマル衣装等の受付がなくなり又ホテルと提携のリネンもなくなった。

V 経営取り組み事例

業種	都道府県	内容
そば・うどん店	山形県	新型コロナウイルス感染症対策で天童市が <u>出前・テイクアウト向けのプレミアムクーポン券を発行</u> 。2,000円で3,000円分（500円×6回）のクーポン券を購入するもので、市民からは好評で新規客の集客にも結び付いている。
	埼玉県	外出自粛で客足は減少したが、早い段階でテイクアウトメニューの店頭表示をしたことで、ランチ弁当を買い求める主婦層が新規客として確保でき、リピーターも増えている。
	石川県	<u>感染防止対策の徹底を図るため、現金でのつり銭を減らす策として、キャッシュレス決済の機器を導入</u> した。また、店内での飲食が激減したため、テイクアウト商品を開発し、ランチ商品として割引情報をフリーペーパーに掲載し集客に努めた。
	福井県	店内飲食を休業中。テイクアウト営業も行っていたが、 <u>毎日SNSで発信し続けた</u> ため、思った以上の利用があった。改めてSNSの影響力を知った。
	大阪府	新型コロナウイルス感染症による <u>休業要請の期間に老朽化した店舗を改装</u> した。設備投資の借入金は増加したが、 <u>店舗のイメージアップと料理メニューの刷新を図る</u> ことができ、お客様の支持も得られている。
中華料理店	岩手県	<u>感染拡大防止対策に取り組む外食産業をテーマにした特集が地元テレビで放送された</u> ことから、県内の視聴者による口コミが拡がり、新規の来客数を増やすことができ、テイクアウト商品もメニューを増やすなど充実させた。
	群馬県	出前サービスが主力の店舗運営であるが、外出自粛に伴う昼食・夕食の需要が増加した。 <u>ランチタイムのテイクアウトも始めたが、低価格帯で設定したこともあり、好調に推移している。</u>
	新潟県	まとまった数のテイクアウト含め、持ち帰りの比重が増えた。 <u>店舗前のロードサインやwebを用いテイクアウトをアピール。感染防止でキャッシュレス決済も効果的</u> であった。
	愛媛県	デリバリー用にセットメニューを考案し、SNS活用して情報発信している。ステイホームの浸透で、持ち帰り需要に手ごたえを感じている。
	熊本県	店内飲食を縮小し、出前と持ち帰りの販売形態に変更した。 <u>ランチ弁当を購入したお客様には、オリジナル作成の自宅で作るプロの中華料理レシピを無料で配布</u> した。
すし店	千葉県	テイクアウトメニューを拡充し、 <u>インターネットやSNS等での広告を強化</u> している。広告を見て来店したお客様には割引サービスを実施しており、口コミで徐々に広がっている。
	新潟県	特典付きの持ち帰り商品を企画・販売するとともに、感染防止対策でも3密回避でお客様同士の距離をとる、除菌の徹底等でお客様に安心感を提供している。

業種	都道府県	内容
すし店	静岡県	<u>使用できるカウンター席を減らし、座敷部屋も密を避け、窓・扉の開放による換気の徹底、完全予約制を導入し予約数・予約時間に応じた柔軟な営業日数・営業時間の対応に取り組んだ。</u>
	福岡県	<u>ゴールデンウィーク中に宅配のウーバーイーツに加入契約して、割引キャンペーンを実施した結果、新規のお客からの注文が増加した。</u> また、商店会に割引チラシを入れ、クーポンサービスを自粛期間中実施し、テイクアウトの売上を増やした。
	宮崎県	<u>自治体が支援する消費喚起の「プレミアム付食事券」の取扱店に登録・参加した。</u> 食事券を使った店内飲食の来店・予約は相変わらず少ないが、テイクアウト用のランチメニューの注文は増えている。
料理店	秋田県	宴会需要を含め集客が厳しい状況が続いているなか、打開策として <u>昼食・夕食用弁当に加え、家飲み用のオードブルセットなどの商品開発・販売</u> し、おおむね好評である。
	埼玉県	持ち帰り弁当等のテイクアウトの取り扱いを開始し、ホームページでPRしている。味の良さが口コミで広がり、新規客も増えてきている。
	岐阜県	もともと仕出し弁当は扱っていたが、 <u>外出自粛でテイクアウトのブームもありワンランク上の価格帯メニューに見直した。</u> 「ローストビーフ弁当」がヒットしている。
	大阪府	個室を中心とした飲食店のため、他店よりも影響は少ない印象がある。感染防止の衛生面での対策を講じ、6人席を2～4人席に変更した。料理の提供も鍋や大皿から個別皿に変更するとともに、6月からランチ営業も開始した。
	愛媛県	テイクアウト、デリバリー、農産物販売所向けに料理・弁当の創作・販売に切り替えた。売上回復には追いつかないが、休業中は取引先の協力を得るなどして経費削減に努めた。
喫茶店	群馬県	店内来客の激減が続くなか、 <u>SNSで情報発信しながらテイクアウト需要の掘り起こし</u> に努めている。緊急事態宣言解除後も感染への不安から、外出自粛の傾向が続いており、テイクアウトのリピーターは着実に増えている。
	鳥取県	店舗出入口に手指消毒アルコール液を置き、客席を減らし間隔拡張、定期的な換気、対面カウンターへの飛沫防止カーテンの設置などの感染防止策を行い、お客様からも評価を得ている。
	高知県	店内飲食とテイクアウトを同時進行で営業継続。県の営業自粛要請で臨時休業したが、営業再開はスムーズにでき、テイクアウトの新規客も確保できた。 <u>常連客からはオリジナルメニューの写真や動画の投稿を頂き、テイクアウト用の新メニュー創作のヒントにもなった。</u>

業種	都道府県	内容
喫茶店	佐賀県	ウィズコロナの集客策としてInstagramを通して毎日情報を配信している。日替わりのストレートコーヒーを詳しく解説したメニューや、ドリンク類セットのテイクアウトのメニューなどを見たお客様からの注文を受けている。
	鹿児島県	SNSでお店からのメッセージを発信し始めた。これまで全く活用していなかったものでSNSを見て、スイーツを購入してくださるお客様が増えた。現在は、YouTubeチャンネルの準備をしている。インターネットを活用したマーケティングに力を注いでいきたい。
社交業	福島県	新型コロナウイルス感染症対策として、業界作成のガイドラインを参考にカウンターにはアクリル板を取り付けた。スタッフは、マスクと手袋を着用する。注文はお客様との接触をさけるため、タッチパネルオーダーシステムをフル活用する。料理の提供は大皿から個別盛りにする。これらを広くSNS等で情報発信し集客に努めている。
	岐阜県	感染拡大防止のため予約時にお客様の連絡先を記録に残し、密にならない予約管理を徹底している。スタッフのマスク着用、こまめな手指消毒、テーブル、イス、カラオケマイクなどの使用後の消毒、対面カウンターのアクリル板の設置等による感染防止に最善策を講じた。
	鳥取県	国の持続化補助金を活用して、自家加工品の「つまみ」セットを販売できるオンラインの仮想店舗を出店した。今後、オンライン飲み会も企画予定で販路を開拓していく。
	愛媛県	夜の接客業への営業自粛が解除されるまで、HPやフェイスブック、ブログ等で感染対策情報を随時更新し、閲覧してくれた方にはオンライン飲み会開催を働きかけた。開催回数は少なかったが、認知度は高まり、営業再開後の集客に一役買っている。
	福岡県	北九州市のクラウドファンディングに参加して、「キタキュウシュウYELLプロジェクト夏に行く券」の販売を通して集客してきた。新型コロナウイルス感染症の影響は大きいですが、新しい商売のやり方を経験し、学びも多かった。
その他飲食店	岐阜県	Webを活用した常連客とのオンライン飲み会の実施、店内飲食客に人気のある自社加工の「つまみ品」をセレクトし、単品と組合せ品にしてネット販売も始めた。常連客からの注文のほか、SNSを通して認知度が高まっている。
	京都府	組合有志で地元新聞社に働き掛け、コロナ対策としての京都産食材を使った仕出弁当をPRしてきた。デリバリーやテイクアウト用に価格を抑えた会席弁当にしたことで、1～2人前の注文が増えた。
	兵庫県	テイクアウトやデリバリー商品を開発し、ウーバーイーツ等の外部配達手段を活用することで、消費者の家食需要への利便性をPRしている。

業種	都道府県	内容
その他飲食店	山口県	県の休業要請はなかったが、緊急事態宣言中は店内での飲食を自粛し、パート従業員の勤務日数等の調整をしながら、テイクアウトに専念した。食材にこだわりながら家庭では味わえないメニュー開発に取り組み、ランチだけでなく夕食用にも対応した。緊急事態宣言解除後は夜の営業を再開したが、団体客はないものの、テイクアウトしたお客様が新規に来店するようになった。
	宮崎県	新型コロナウイルス感染症の影響により来店客が減少しているため、テイクアウトに注力した。 <u>テイクアウトメニューのSNS発信に加え、「母の日オードブルセット」等を作ったところ好評</u> であった。今後スマホ向けサイトを立ち上げテイクアウト部門を拡充していく予定である。
食肉販売業	岩手県	今年3月に精肉店として新規開業したが、外出自粛に伴う需要で家庭消費が増え、店頭販売は順調である。現在は、SNS活用による情報発信と拡散に努めており、徐々にではあるが、効果がでている。
	山梨県	販売先の休業等で卸売の販路がほぼなくなったことから、小売部門の店頭販売と宅配を強化した。外出自粛等で <u>家庭で料理する機会が増えていることから、和牛とその他の部位の肉のセット販売（バーベキューメニュー等）を始めた。</u>
	岐阜県	<u>自社ホームページを新しくし、県のアンテナショップに出展。</u> 送料無料にして購入客を増やしている。店舗での営業を自粛した4月中旬～5月末日の期間限定で「おうちでごはんを楽しもう『肉の日特売』」の通販キャンペーンを実施した。
	島根県	販売先の営業自粛で売り先が減ったことから、自社加工品の冷凍品を企画・開発し、インターネット通販サイトで販売開始した。売行きは好調で、 <u>新たにふるさと納税用の返礼品の対象になるよう地元自治体とも交渉</u> している。
食鳥肉販売業	兵庫県	短縮営業に伴いテイクアウトに力を入れお客様を呼び込んだ。その結果、店内飲食をスタートさせてからもお持ち帰りするお客様が多く売上が伸びている。5月上旬ごろまでお客様への生活応援キャンペーンとして特価で人気商品を販売し客数の減少を防いだ。
	広島県	大口の卸先であるスーパーへの販売強化を図るとともに、小売り用に自家製加工品や総菜類等の新商品を拡充し販促に繋げている。
冰雪販売業	東京都	高齢の役員退職にあたり業務の引き継ぎでの事務処理をなるべく効率よく、 <u>ペーパーレス、経費削減になるように経営の見直しに取り組んだ。</u>
	神奈川県	家庭用に氷以外の商品を仕入れ、外出自粛に対応したテイクアウトメニューの取り扱いを開始した。

業種	都道府県	内容
理容業	青森県	店内の3つの密を回避するため、店内の感染防止策を徹底するとともに、入店制限をするための <u>完全予約制の採用と、接触感染防止のためのキャッシュレス決済も導入</u> した。
	秋田県	<u>新しい整髪技術を取り入れ、無料でモデルを探し、そのモデルがリピーターとなって新規顧客の獲得に繋がっている。</u>
	千葉県	<u>Instagramを使ってヘアスタイルの投稿</u> をするようになってから、新規のお客様が多少来ていただけになった。
	岐阜県	店内換気、手洗い、マスク着用、手指消毒を今まで以上に意識して、安心して来店いただけるよう取り組みんだ。今まで現金決済のみだったが、 <u>QRコードのキャッシュレス決済も新しく取り入れた。</u>
	大分県	新型コロナウイルス感染症対策として、来店客全員に氏名、連絡先の記入をお願いしている。接触感染防止のため、施術後の手洗いと理容器具のオゾン殺菌消毒はもちろん、高頻度で接触する理容椅子、ソファ、雑誌、トイレ等の清拭消毒、衛生管理を徹底している。
美容業	北海道	来店予約の減少はじめ、冠婚葬祭や各種イベントが縮小・中止されるなかで、 <u>衣装レンタルや出張写真など装いのお手伝いの写真や動画をSNS発信</u> し続けることで、顧客のつなぎ止めに必死に取り組んでいる。
	秋田県	感染防止対策の取り組みをお客様に周知し、来店時には手指消毒をお願いするとともに、退店後の消毒も確認してもらっている。従業者はマスクを必ず着用し、お客様にもマスクを無料配布し着用してもらっている。
	群馬県	手指の消毒、店内の換気設備設置による「密閉」対策、完全予約制による「密集」対策、スタッフのマスク・フェースシールドの着用による「密接」対策を徹底している。利用できる美容椅子を減らし、お客様同士の間隔を広げている。
	東京都	新しい生活様式に合わせた営業形態への移行、 <u>スタッフのシフトを見直し出勤時間を調整</u> するなどして感染防止を徹底するとともに、アフターコロナを見据えた人材確保にも取り組んだ。
	兵庫県	店内の「密集」を避けるため完全予約制の導入とともに、スタッフの勤務シフトを大幅に見直したことで、客数は減少したものの、施術効率と生産性の向上が図れた。

業種	都道府県	内容
映画館	神奈川県	緊急事態宣言の解除で5月末から営業再開でき、業種別のガイドラインに沿った感染防止対策をスタッフとともに共有し取り組んでいる。再開を待ちわびたお客様に安心して映画鑑賞できるよう最善の努力をしている。
	富山県	新作の公開が延期されているが、夏興行の人気作が予定されており、 <u>業界のガイドラインをもとに利用できる座席数の制限、館内でのマスク着用、チケッが発券機や菓子類自販機の新設、手指アルコール消毒の設置</u> など、お客様に安心して鑑賞していただける態勢を整えた。
	岐阜県	感染防止策とともに経営体制を全面的に見直し、4つのスクリーンのうち離れているフロアのスクリーンを1月に閉鎖。別フロアにあった事務所をチケット売場に統合し、フロアスタッフと映写スタッフの業務を統合し、アルバイトスタッフも削減した。
ホテル・旅館業	青森県	県を跨いでの移動制限等が続くなか、4月～6月末まで休業を余儀なくされた。7月から営業再開に向け、県外のリピーター向けの新プランを策定しDM案内するなど、新しい生活様式に見合った対応を検討している。また、 <u>県主催の県民向けの宿泊モニターツアーキャンペーンにも参加登録</u> した。
	新潟県	新型コロナウイルス感染症の影響で宿泊客は皆無となったが、 <u>個人・法人向けのデリバリーやテイクアウト商品の製造・配達要員として在留外国人を採用</u> 。アフターコロナの態勢づくりに向け人材を確保できた。
	山梨県	感染防止のため <u>テレビ会議システムの導入やテレワークの実施</u> など取り組むとともに、宿泊部門で利用できる部屋数を減らしコスト削減を図り、レストラン部門はテイクアウトや宅配向けの弁当・オードブルの販売を強化している。
	京都府	<u>子ども向け寺子屋として空部屋を地域に無料提供</u> 。レストラン部門でランチ営業やテイクアウト・宅配用のお弁当販売も始めた。感染防止策でスタッフ・来館者のマスク着用、手指消毒アルコール液の館内設置なども取り組んだ。
	高知県	宿泊客が皆無なことから、 <u>客室をテレワークに開放し、食事や宿泊付きの格安プランを設定</u> し、利用客を増やした。政府のGoToキャンペーンで宿泊客が今後増えることを期待している。

業種	都道府県	内容
公衆浴場業	宮城県	感染防止と密の回避のため、 <u>浴槽や洗面等の水回りの全面改装を実施し、改装前と後の写真をHPに掲載したり、SNSを活用</u> した情報発信を行っている。
	石川県	新型コロナウイルス感染症の影響で新規客は減ったが、固定客の来店頻度の安定を図るため、 <u>キャッシュレス決済を導入</u> しお客様の利便性を高めた。感染リスクがある現金の受け渡しが減ったことで、ファミリー層から支持を受けている。
	兵庫県	①アルコール消毒液の設置、②次亜塩素酸水による空間消毒、③非接触の体温計による検温という安全面へのPRを行ったところ、5月13日付の神戸新聞に掲載され、大きな反響を呼んだ。
	熊本県	新型コロナウイルス感染による客離れを防ぐため、安心・安全に来店していただくために手指消毒用アルコールの設置や、店主・従業員の検温に加え、入浴客に発熱等症状がないかの検温の協力依頼する等感染防止対策を徹底している。
クリーニング業	青森県	お客様の支払方法の利便性向上と、現金受渡しの接触感染を防ぐため、2月から <u>スマホQR決済を導入</u> したが、利用者からは好評で、キャッシュレス決済の経験がないお客様にも勧め喜ばれている。
	東京都	外出自粛の要請がでてからは、閉店後にお客様一軒一軒を訪問し、 <u>仕上がった品物を届けるサービスを始めた。</u> 手間暇はかかるが、 <u>お客様に喜ばれ、新たな洗濯需要も確保</u> できている。
	新潟県	新たな顧客獲得のため取次店を増設するとともに、お客様含め店内でのマスク着用、対面カウンターに飛沫対策用アクリル板と手指アルコール消毒の設置、キャッシュレス決済の奨励など、対応できる感染防止策も徹底。
	鳥取県	営業自粛で同業者の休業が続くなかで、介護施設のバスタオルやフェイスタオルの新規受注を確保できた。感染防止策として対面カウンターでの飛沫・接触感染予防のため、 <u>電子マネーとクレジットカードの支払を推奨するためキャッシュレス決済を導入</u> した。
	鳥取県	店頭対面での感染防止策として、 <u>ICTを利用した宅配クリーニングを開始</u> した。受取日時と配達日時が予約制なので、お客様の利便と店舗の作業効率が高まるメリットが得られる。