

2021年4月20日
株式会社日本政策金融公庫

新型コロナウイルスの感染拡大により 厳しさが増す 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（2021年1～3月期）

（前回）新型コロナウイルスの影響により依然として厳しい状況にある

<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26.0ポイント拡大し、▲79.2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8.9ポイント拡大し、▲78.7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11.9ポイント拡大し、▲62.7となった。

<設備投資の実施状況>（7ページ）

- 2021年1～3月期に設備投資を実施した企業の割合は、19.3%となった。

※ 11ページ以降に業種ごとの業況判断理由を掲載しています。そのほか、本調査で収集した「経営取り組み事例」を日本公庫ホームページに掲載しています（https://www.jfc.go.jp/n/findings/seikatu_kekka_m_index.html）。

<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：一ノ瀬、和知 TEL 03-3270-1653

【調査の実施要領】

調査時点	2021年2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	3,119企業（回答率 94.8%）			
（業種内訳）	飲食業	1,422 企業	映画館	59 企業
	食肉・食鳥肉販売業	155 企業	ホテル・旅館業	178 企業
	氷雪販売業	56 企業	公衆浴場業	109 企業
	理容業	422 企業	クリーニング業	258 企業
	美容業	460 企業		

【本調査における留意事項】

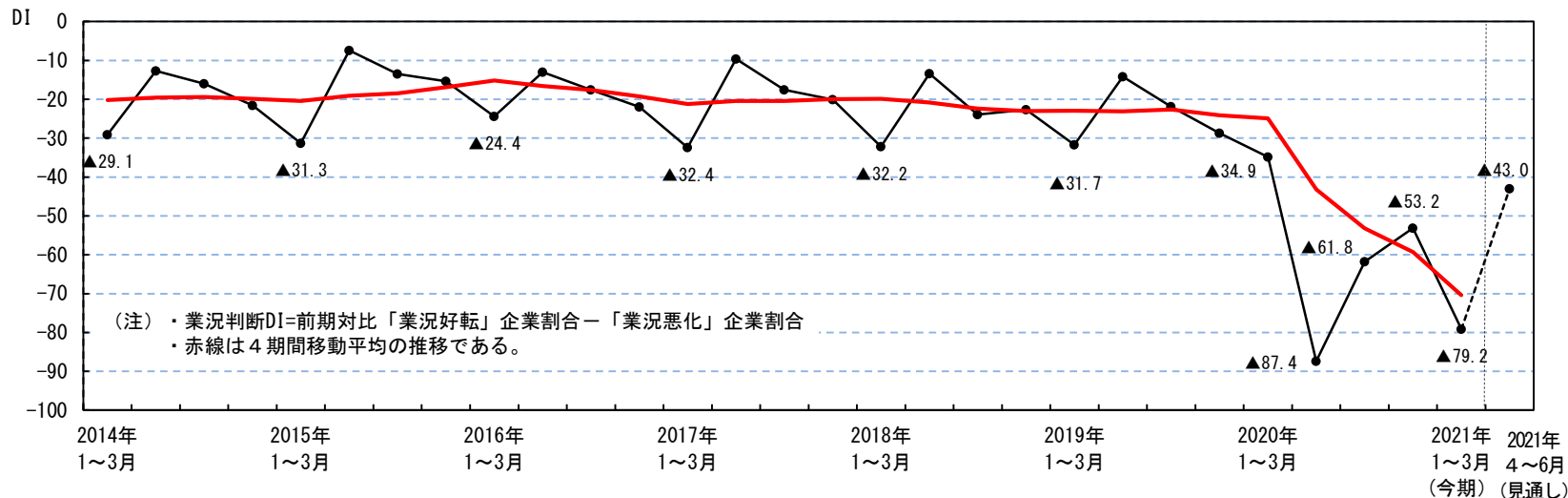
- 2016年4～6月期調査から沖縄県の企業を調査対象に加えている。
- 比率の算出にあたっては、無回答を除いたものを母数としている。

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26.0ポイント拡大し、▲79.2となった。
- 来期は、マイナス幅が縮小し、▲43.0となる見通しである。

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	2020年 1~3月	2020年 4~6月	2020年 7~9月	2020年 10~12月	2021年 1~3月 (今期)	2021年 4~6月 (見通し)
食肉・食鳥肉	▲ 37.9	▲ 66.9	▲ 46.2	▲ 27.4	▲ 52.3	▲ 19.4
氷 雪	▲ 50.9	▲ 96.4	▲ 67.3	▲ 80.4	▲ 96.4	▲ 50.0
理 容	▲ 33.0	▲ 79.1	▲ 55.1	▲ 58.6	▲ 72.0	▲ 40.8
美 容	▲ 28.6	▲ 88.1	▲ 57.8	▲ 60.0	▲ 71.3	▲ 45.7
映 画 館	▲ 16.7	▲ 98.2	▲ 42.6	▲ 8.8	▲ 84.7	▲ 30.5
ホテル・旅館	▲ 52.2	▲ 96.3	▲ 59.8	▲ 23.2	▲ 91.6	▲ 33.7
公衆浴場	▲ 19.1	▲ 59.8	▲ 50.0	▲ 45.1	▲ 44.0	▲ 32.1
クリーニング	▲ 56.4	▲ 74.1	▲ 84.0	▲ 58.4	▲ 87.6	▲ 39.9

図表3 飲食業業況判断DIの推移

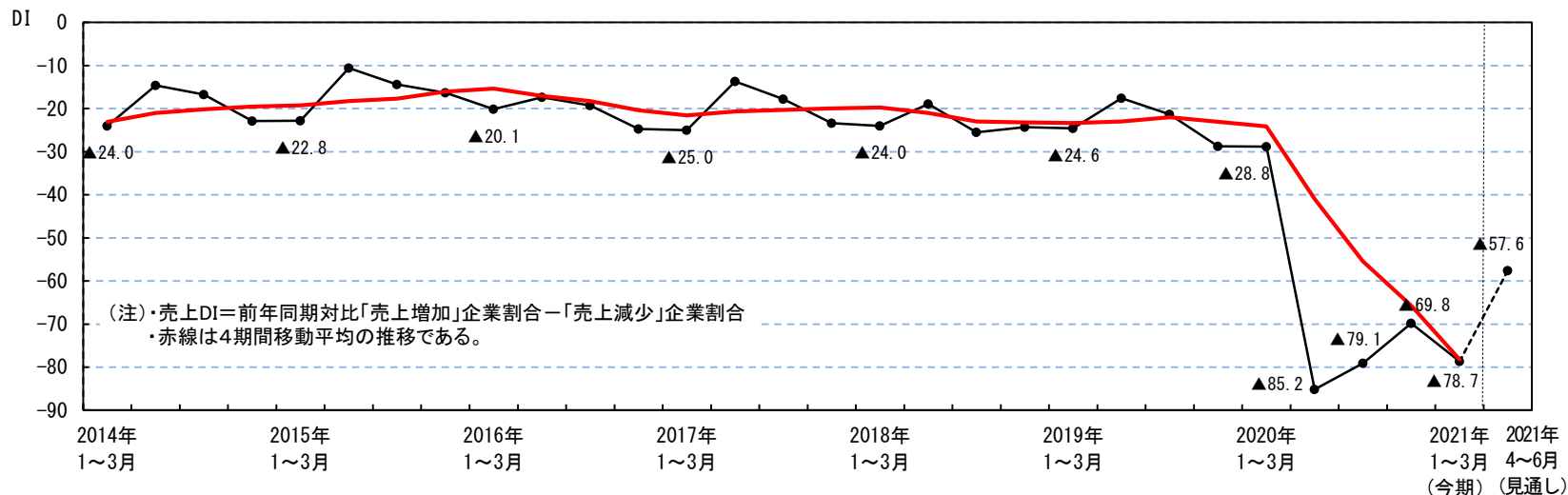
凡例	2020年 1~3月	2020年 4~6月	2020年 7~9月	2020年 10~12月	2021年 1~3月 (今期)	2021年 4~6月 (見通し)
飲食業(全体)	▲ 32.2	▲ 94.5	▲ 64.5	▲ 56.4	▲ 85.4	▲ 48.2
そば・うどん	▲ 35.0	▲ 92.5	▲ 42.5	▲ 36.9	▲ 82.7	▲ 40.2
中華料理	▲ 22.5	▲ 91.9	▲ 58.3	▲ 52.2	▲ 83.6	▲ 51.5
す し	▲ 37.4	▲ 96.3	▲ 67.0	▲ 60.4	▲ 84.9	▲ 49.7
料 理	▲ 34.7	▲ 98.5	▲ 74.8	▲ 53.1	▲ 91.2	▲ 62.4
喫 茶	▲ 29.6	▲ 86.6	▲ 70.7	▲ 52.1	▲ 79.5	▲ 44.7
社 交	▲ 33.7	▲ 97.9	▲ 70.1	▲ 72.8	▲ 91.8	▲ 52.3
その他飲食	▲ 32.2	▲ 95.9	▲ 67.4	▲ 59.8	▲ 85.2	▲ 44.7

(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8.9ポイント拡大し、▲78.7となった。
- 来期は、マイナス幅が縮小し、▲57.6となる見通しである。

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	2020年 1~3月	2020年 4~6月	2020年 7~9月	2020年 10~12月	2021年 1~3月 (今期)	2021年 4~6月 (見通し)
食肉・食鳥肉	▲39.2	▲62.3	▲57.7	▲45.9	▲51.0	▲40.0
氷雪	▲33.3	▲94.5	▲94.5	▲91.1	▲94.6	▲75.0
理容	▲32.5	▲72.9	▲67.8	▲64.5	▲68.5	▲55.7
美容	▲24.7	▲81.4	▲74.7	▲69.0	▲70.3	▲55.9
映画館	▲3.7	▲100.0	▲96.7	▲28.6	▲93.1	▲34.5
ホテル・旅館	▲31.5	▲93.5	▲88.1	▲68.3	▲93.8	▲48.0
公衆浴場	▲14.5	▲55.4	▲57.0	▲61.9	▲50.5	▲45.0
クリーニング	▲39.0	▲80.7	▲82.4	▲77.9	▲80.2	▲65.5

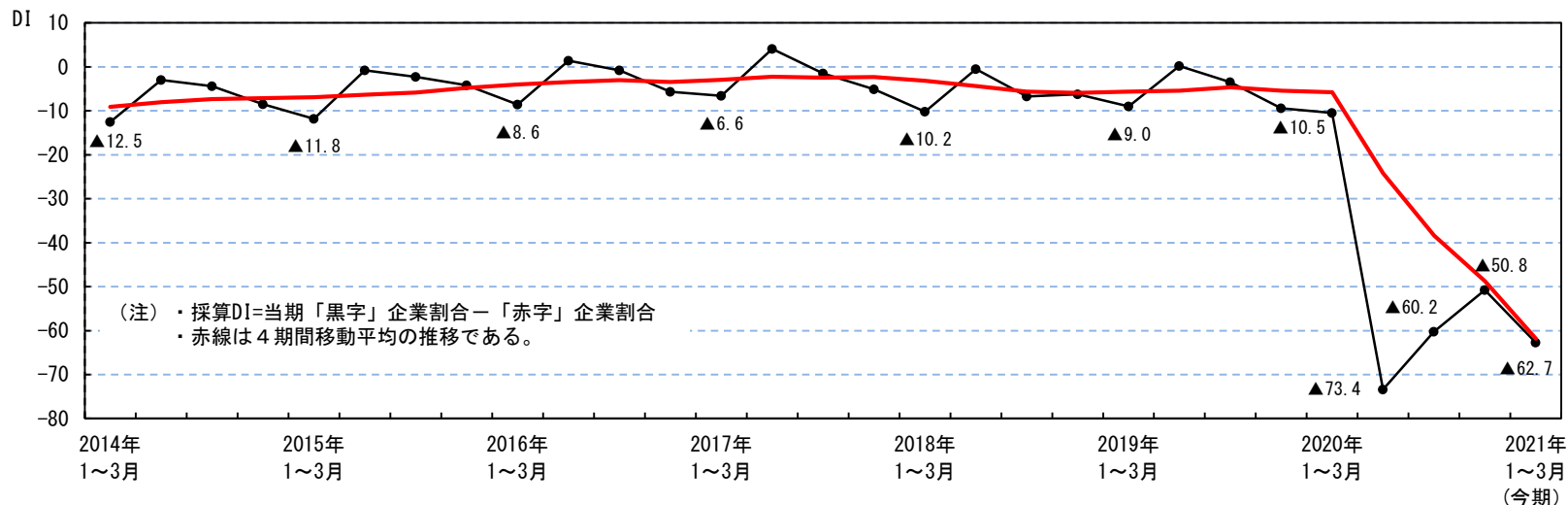
図表6 飲食業売上DIの推移

凡例	2020年 1~3月	2020年 4~6月	2020年 7~9月	2020年 10~12月	2021年 1~3月 (今期)	2021年 4~6月 (見通し)
飲食業(全体)	▲27.5	▲93.8	▲85.0	▲74.5	▲86.3	▲61.7
そば・うどん	▲26.4	▲89.5	▲67.8	▲46.1	▲79.3	▲52.5
中華料理	▲21.4	▲91.9	▲82.8	▲74.5	▲79.4	▲58.2
すし	▲41.8	▲96.8	▲86.2	▲74.6	▲81.5	▲62.4
料理	▲29.9	▲94.1	▲91.9	▲79.7	▲95.2	▲66.4
喫茶	▲26.3	▲86.0	▲77.1	▲66.3	▲82.5	▲58.1
社交	▲34.0	▲97.9	▲97.9	▲92.1	▲98.5	▲78.9
その他飲食	▲21.2	▲96.1	▲87.7	▲80.3	▲87.2	▲58.6

3. 採算

- 採算DIは、前期からマイナス幅が11.9ポイント拡大し、▲62.7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	2020年 1~3月	2020年 4~6月	2020年 7~9月	2020年 10~12月	2021年 1~3月 (今期)
食肉・食鳥肉	5.9	▲47.5	▲28.2	▲16.6	▲26.5
水雪	▲21.1	▲89.1	▲83.6	▲73.2	▲83.9
理容	▲6.9	▲52.0	▲39.5	▲31.4	▲37.9
美容	▲8.7	▲68.9	▲47.8	▲44.3	▲45.7
映画館	▲3.7	▲98.2	▲85.2	▲40.4	▲81.4
ホテル・旅館	▲21.1	▲96.3	▲86.0	▲61.3	▲88.8
公衆浴場	▲3.6	▲33.9	▲37.7	▲29.2	▲29.4
クリーニング	▲34.8	▲49.8	▲66.8	▲59.5	▲74.4

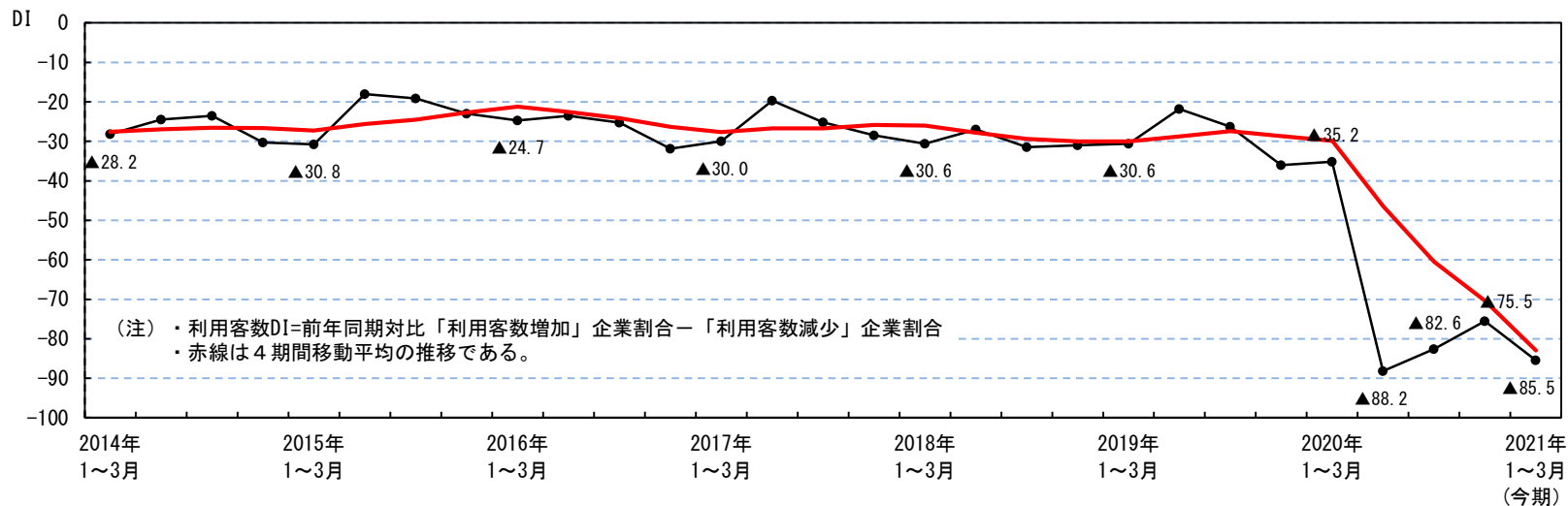
図表9 飲食業採算DIの推移

凡例	2020年 1~3月	2020年 4~6月	2020年 7~9月	2020年 10~12月	2021年 1~3月 (今期)
飲食業(全体)	▲8.4	▲86.9	▲69.4	▲60.7	▲75.2
そば・うどん	▲3.3	▲85.5	▲49.7	▲33.5	▲62.6
中華料理	▲5.0	▲77.6	▲58.3	▲51.6	▲68.5
すし	▲12.6	▲84.7	▲69.8	▲56.0	▲70.4
料理	▲8.5	▲91.1	▲81.3	▲71.9	▲91.2
喫茶	▲17.3	▲83.5	▲60.5	▲52.7	▲68.3
社交	▲2.1	▲93.1	▲87.1	▲85.9	▲87.2
その他飲食	▲9.5	▲89.3	▲73.8	▲66.2	▲77.5

4. 利用客数

- 利用客数DIは、前期からマイナス幅が10.0ポイント拡大し、▲85.5となった。

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	2020年 1~3月	2020年 4~6月	2020年 7~9月	2020年 10~12月	2021年 1~3月 (今期)
食肉・食鳥肉	▲ 34.6	▲ 39.6	▲ 39.1	▲ 28.7	▲ 43.2
水 雪	▲ 38.6	▲ 98.2	▲ 94.5	▲ 89.3	▲ 94.6
理 容	▲ 38.5	▲ 81.0	▲ 73.5	▲ 68.8	▲ 75.8
美 容	▲ 36.0	▲ 89.7	▲ 82.5	▲ 82.8	▲ 81.9
映 画 館	▲ 11.1	▲ 100.0	▲ 96.7	▲ 39.3	▲ 93.1
ホテル・旅館	▲ 42.7	▲ 100.0	▲ 92.7	▲ 70.6	▲ 97.7
公衆浴場	▲ 22.7	▲ 58.0	▲ 64.0	▲ 66.4	▲ 62.4
クリーニング	▲ 47.3	▲ 87.6	▲ 88.5	▲ 85.5	▲ 92.6

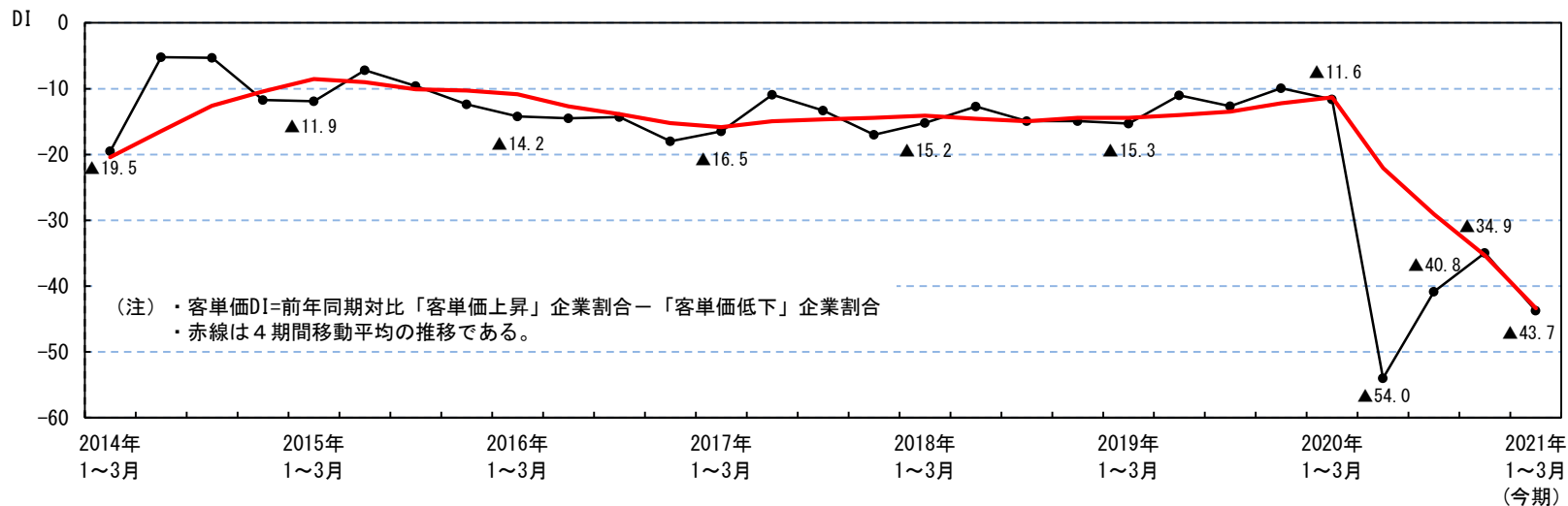
図表12 飲食業利用客数DIの推移

凡例	2020年 1~3月	2020年 4~6月	2020年 7~9月	2020年 10~12月	2021年 1~3月 (今期)
飲食業(全体)	▲ 32.5	▲ 95.3	▲ 88.2	▲ 80.7	▲ 92.4
そば・うどん	▲ 30.9	▲ 95.3	▲ 70.6	▲ 60.7	▲ 87.7
中華料理	▲ 25.2	▲ 93.2	▲ 86.5	▲ 85.7	▲ 92.1
す し	▲ 45.6	▲ 95.7	▲ 90.1	▲ 79.6	▲ 92.1
料 理	▲ 35.9	▲ 97.0	▲ 91.1	▲ 82.0	▲ 95.2
喫 茶	▲ 33.8	▲ 90.9	▲ 84.3	▲ 74.1	▲ 85.6
社 交	▲ 35.1	▲ 98.4	▲ 99.0	▲ 96.3	▲ 99.0
その他飲食	▲ 27.9	▲ 95.8	▲ 91.3	▲ 82.9	▲ 93.2

5. 客単価

- 客単価DIは、前期からマイナス幅が8.8ポイント拡大し、▲43.7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	2020年 1~3月	2020年 4~6月	2020年 7~9月	2020年 10~12月	2021年 1~3月 (今期)
食肉・食鳥肉	▲ 33.3	▲ 43.4	▲ 34.6	▲ 35.0	▲ 37.4
水 雪	▲ 15.8	▲ 78.2	▲ 76.4	▲ 67.9	▲ 69.6
理 容	▲ 4.5	▲ 39.0	▲ 31.8	▲ 28.6	▲ 35.1
美 容	▲ 9.6	▲ 50.9	▲ 34.1	▲ 35.1	▲ 35.6
映 画 館	13.0	▲ 61.4	▲ 51.7	▲ 30.4	▲ 36.2
ホテル・旅館	▲ 12.9	▲ 63.8	▲ 47.5	▲ 15.6	▲ 44.1
公衆浴場	▲ 6.4	▲ 29.5	▲ 23.7	▲ 23.9	▲ 29.4
クリーニング	▲ 37.1	▲ 67.6	▲ 66.8	▲ 66.0	▲ 75.6

図表15 飲食業客単価DIの推移

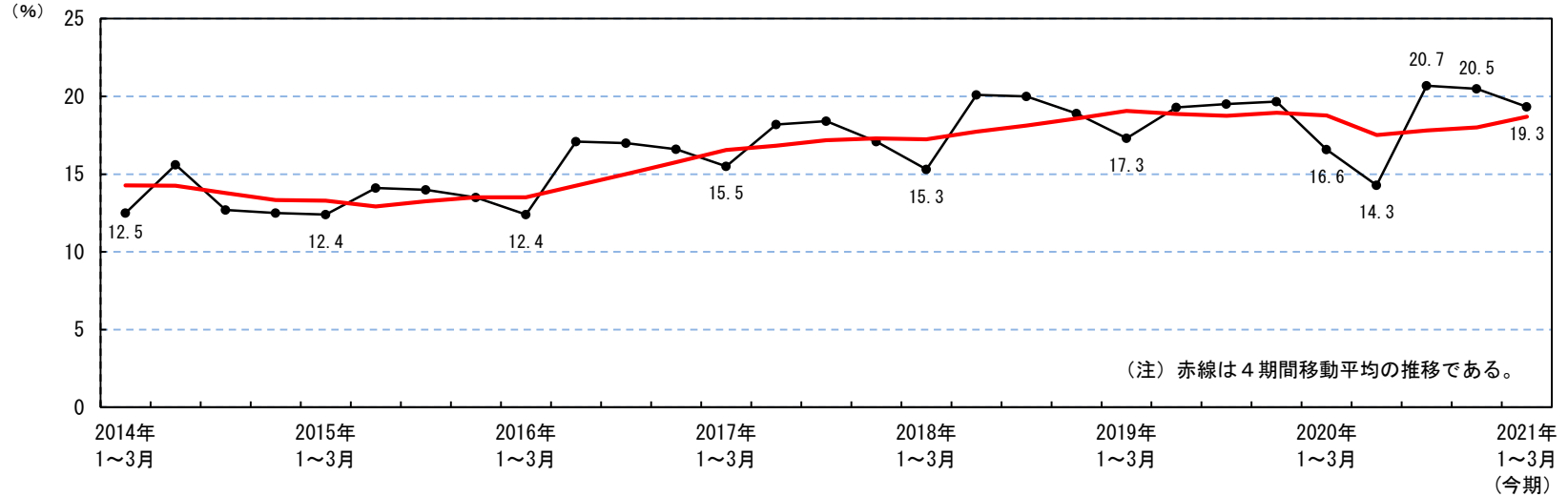
凡例	2020年 1~3月	2020年 4~6月	2020年 7~9月	2020年 10~12月	2021年 1~3月 (今期)
飲食業(全体)	▲ 8.3	▲ 57.6	▲ 40.4	▲ 33.2	▲ 44.2
そば・うどん	▲ 0.6	▲ 46.5	▲ 28.3	▲ 18.0	▲ 36.3
中華料理	▲ 2.5	▲ 50.3	▲ 41.7	▲ 38.5	▲ 48.5
す し	▲ 18.1	▲ 69.1	▲ 40.3	▲ 38.7	▲ 44.9
料 理	▲ 7.7	▲ 71.1	▲ 48.0	▲ 41.4	▲ 45.6
喫 茶	0.0	▲ 45.1	▲ 27.1	▲ 21.7	▲ 33.1
社 交	▲ 14.7	▲ 62.8	▲ 50.3	▲ 39.5	▲ 46.4
その他飲食	▲ 9.9	▲ 58.1	▲ 43.5	▲ 34.6	▲ 48.4

II 設備投資の動向

1. 設備投資の実施状況

- 今期（2021年1～3月期）に設備投資を行った企業の割合は、19.3%となった。

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	2020年 1～3月	2020年 4～6月	2020年 7～9月	2020年 10～12月	2021年 1～3月 (今期)
食肉・食鳥肉	28.1	21.3	24.4	27.4	27.1
水 雪	15.8	7.3	5.5	12.5	12.5
理 容	10.0	6.2	13.5	15.8	10.9
美 容	11.5	10.2	12.6	16.1	16.1
映 画 館	33.3	19.3	26.2	22.8	33.9
ホテル・旅館	49.4	32.6	52.5	42.0	48.3
公衆浴場	25.5	34.8	37.7	36.3	33.9
クリーニング	15.9	13.5	18.3	16.4	14.3

図表18 飲食業設備投資実施割合の推移

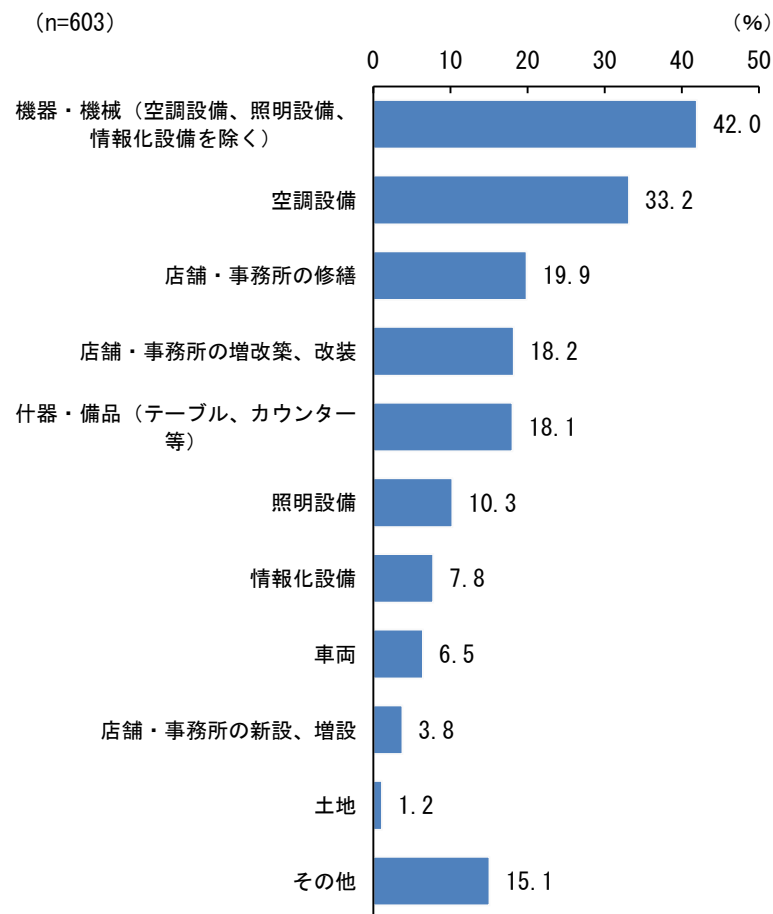
(%)

凡例	2020年 1～3月	2020年 4～6月	2020年 7～9月	2020年 10～12月	2021年 1～3月 (今期)
飲食業(全体)	13.6	13.4	20.5	19.5	17.9
そば・うどん	11.1	18.5	18.2	17.3	16.8
中華料理	11.9	14.3	23.3	20.5	13.9
す し	15.4	12.7	24.2	18.7	21.2
料 理	19.5	19.3	19.5	21.9	22.4
喫 茶	15.4	13.4	19.2	19.2	21.7
社 交	9.3	9.0	15.5	15.2	11.8
その他飲食	14.3	11.4	21.9	21.9	18.4

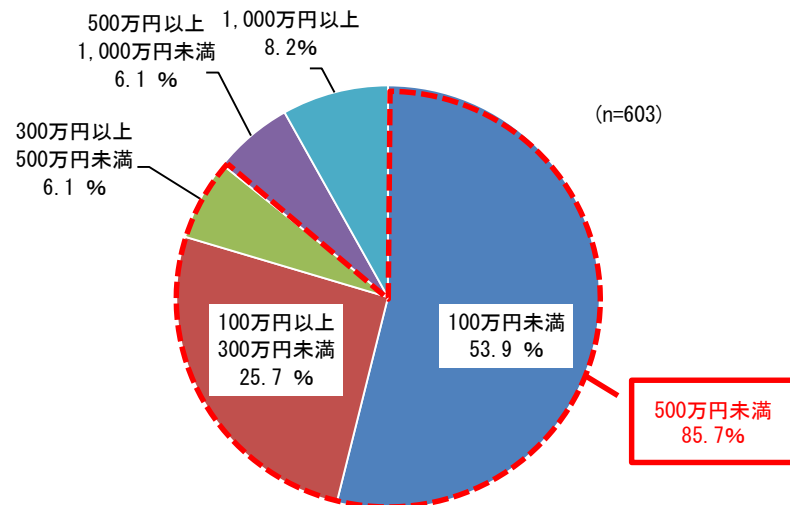
2. 設備投資の内容、設備投資金額、来期の設備投資計画

- 設備投資の内容は、「機器・機械（空調設備、照明設備、情報化設備を除く）」が42.0%と最も多く、次いで「空調設備」（33.2%）、「店舗・事務所の修繕」（19.9%）の順となっている。
- 設備投資金額は、500万円未満が全体の8割超を占める。
- 来期（2021年4～6月期）の設備投資計画については、「実施予定あり」が11.5%となっている。

図表19 設備投資の内容
(全業種計、複数回答(金額の大きい順に3つ以内))



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	2021年 4～6月期の予定 (%)
全業種計	11.5
食肉・食鳥肉	21.3
氷雪	8.9
理容	8.3
美容	8.9
映画館	20.3
ホテル・旅館	24.7
公衆浴場	26.6
クリーニング	8.5

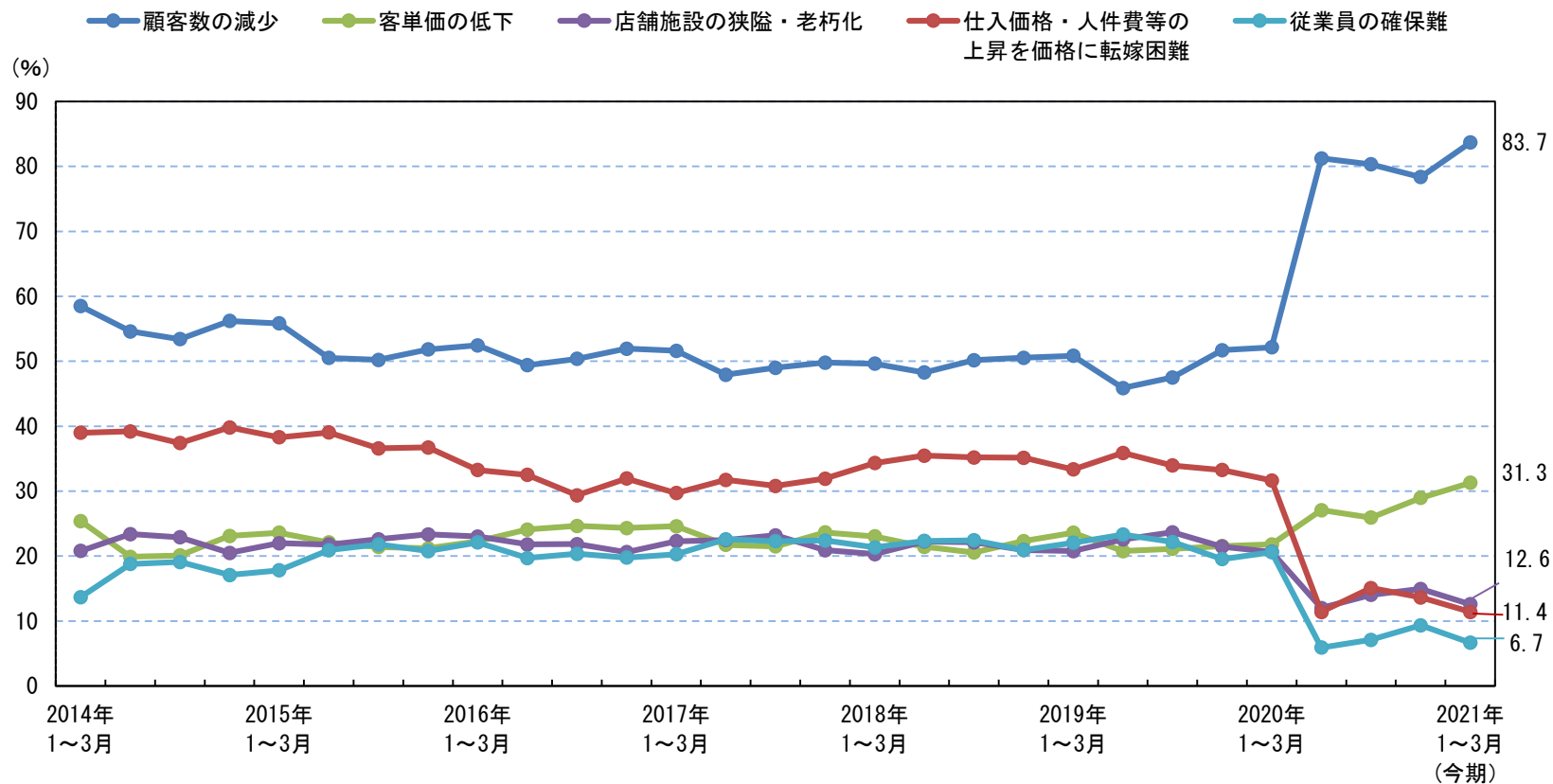
図表22 飲食業 来期の設備投資実施予定割合

凡例	2021年 4～6月期の予定 (%)
飲食業(全体)	9.7
そば・うどん	11.2
中華料理	8.5
すし	6.7
料理	12.8
喫茶	6.2
社交	5.6
その他飲食	13.2

Ⅲ 経営上の問題点

- 経営上の問題点をみると、「顧客数の減少」が83.7%と最も多く、次いで「客単価の低下」(31.3%)、「店舗施設の狭隘・老朽化」(12.6%)の順となっている。

図表23 主な経営上の問題点の推移（全業種計、複数回答（2つ以内））



図表24 業種別 主な経営上の問題点（2021年1～3月）

(%)

項目	顧客数の減少	客単価の低下	店舗施設の狭隘・老朽化	仕入価格・人件費等の上昇を価格・転嫁困難	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	83.7	31.3	12.6	11.4	6.7	4.2	4.0	13.4	3.2
飲食業合計	88.7	28.4	9.3	13.2	6.0	4.1	4.5	14.5	1.9
そば・うどん店	82.7	24.0	12.3	21.8	8.9	3.9	2.8	11.2	1.1
中華料理店	87.3	36.4	12.1	14.5	7.3	4.2	3.0	6.1	3.0
すし店	84.4	32.4	10.1	12.8	4.5	7.8	1.1	18.4	5.6
料理店	96.8	26.4	11.2	10.4	4.0	1.6	7.2	16.8	0.8
喫茶店	85.7	19.3	13.0	18.6	5.0	5.0	2.5	11.8	1.9
社交業	94.9	30.8	1.0	6.7	6.7	0.5	7.2	17.9	0.0
その他飲食店	89.7	28.5	8.4	10.8	5.7	4.8	6.0	16.3	1.4
食肉・食鳥肉販売業	43.9	32.9	21.9	35.5	17.4	7.1	1.3	6.5	3.9
氷雪販売業	89.3	39.3	7.1	5.4	0.0	8.9	7.1	16.1	3.6
理容業	79.9	33.6	10.7	6.4	6.4	4.7	1.2	12.3	7.1
美容業	82.0	33.7	8.9	8.3	10.0	3.9	2.2	14.3	5.0
映画館	79.7	13.6	27.1	5.1	8.5	1.7	3.4	23.7	0.0
ホテル・旅館業	90.4	24.2	25.3	5.6	5.1	2.2	11.8	13.5	0.6
公衆浴場業	74.3	12.8	44.0	10.1	3.7	5.5	5.5	6.4	5.5
クリーニング業	88.0	53.1	10.9	8.5	1.6	3.1	3.9	11.2	1.6

(注) 複数回答（2つ以内）のため合計は100を超える。

IV 業況判断理由

今期：2021年1～3月期 来期：2021年4～6月期

(1) そば・うどん店

都道府県	業況	判断理由
鹿児島県	不変 (今期)	夜営業の売上は減少しているが、昼営業やテイクアウト等で補填できており、業況は横ばいで推移している。
福井県	悪化 (今期)	1月の大雪で5日間の臨時休業が発生。加えて、新年会等の宴会予約がほとんどなくなったことで業況は悪化した。
静岡県	悪化 (今期)	外出自粛の影響で繁華街は閑散としている。とくに、夜営業の時間帯は人通りがほとんどなく、店を開けても来客が見込めない状況が続いた。
京都府	悪化 (今期)	緊急事態宣言の再発出により客足が遠のいている。近所のスーパーや同業者も休業しており、商店街の人通り自体が少ない。常連客の来店頻度も減少した。
愛知県	好転 (来期)	感染拡大が落ち着き、緊急事態宣言が解除されれば、気温上昇とともに客足が伸びると期待している。
鹿児島県	好転 (来期)	ワクチン接種が始まり、感染拡大が落ち着けば、季節的にも人の動きが活発になる時期であるため、外食需要が回復するのではと期待している。
東京都	不変 (来期)	緊急事態宣言が解除されても、外出自粛や外食を控える風潮はしばらく続くことから、飲食店を取り巻く環境がすぐに良くなるとは思えない。業況回復にはまだまだ時間を要すると考えている。
岡山県	悪化 (来期)	テレワークの普及でランチ客が減少傾向。夜営業についても、企業において、飲酒を伴う外食を禁止する動きなどもあり、業況は厳しさを増すばかりである。

(2) 中華料理店

都道府県	業況	判断理由
富山県	不変 (今期)	外出自粛や大雪の影響などもあり、夜営業は厳しい状況が続いたが、ランチやテイクアウト需要は堅調に推移したため、業況が悪化するまでには至らなかった。
東京都	悪化 (今期)	緊急事態宣言の再発出以降、20時閉店、アルコールの提供は19時までとした。そのため、夜営業の売上がほとんど立たず、業況は悪化した。
和歌山県	悪化 (今期)	緊急事態宣言の再発出以降は時短営業を続けている。閉店時間を気にしてか、コース料理（飲み放題付き）の注文がほとんどなくなった。
熊本県	悪化 (今期)	感染拡大に伴い、期待していた観光需要がなくなった。外出を控える方が多く、常連客の来店も減少している。
東京都	好転 (来期)	テイクアウト需要が経営を下支えしている。感染状況が落ち着けば、店内飲食利用も増加し、業況が好転するのではと期待している。
北海道	不変 (来期)	外出自粛が続いており、当面は厳しい状況が続くが、テイクアウト・デリバリーの需要は堅調であり、現状維持は可能だと考えている。
愛媛県	不変 (来期)	来期は、人の動きが活発になる時期であるが、不要不急の外出や大人数での会食を控える呼びかけが続いており、業況が好転するとは思えない。
大阪府	悪化 (来期)	これまで宅配に力を入れることで凌いできたが、多くの飲食店がテイクアウト・デリバリーに取り組みはじめ、ライバルが増えた。今後、価格競争となれば、業況はさらに厳しくなる。

(3) すし店

都道府県	業況	判断理由
福岡県	不変 (今期)	緊急事態宣言の再発出により時短営業を余儀なくされたが、地元自治体が発行している地域振興券（2021年3月期限）の駆け込み需要に支えられ、持ち堪えることができた。
神奈川県	悪化 (今期)	緊急事態宣言の再発出に伴い、売上の柱である宴会需要が激減。業況は極めて厳しい。
静岡県	悪化 (今期)	緊急事態宣言の再発出以降、観光客を含め、人の動きが鈍い。夜営業の時間帯は来客もまばら。出前・テイクアウトの注文も減少した。
鹿児島県	悪化 (今期)	緊急事態宣言の再発出以降、客入りが悪化。地域の感染状況が落ち着いても、自粛モードは続いており客足は戻ってこない。
静岡県	好転 (来期)	感染拡大が落ち着けば、歓迎会等での宴会需要や花見・行楽用のテイクアウト需要も徐々に回復してくるのではと期待している。
千葉県	不変 (来期)	緊急事態宣言が解除されても、時短営業の要請はしばらく続く可能性があり、現状維持で精一杯だと考えている。
長野県	不変 (来期)	出前やテイクアウト需要の取り込みに力を入れ、その成果が出始めたため、今以上に業況が落ち込むことはないと考えている。外出自粛でお金を使う機会が減ったためか、客単価は上昇傾向にあり、収益面で大きな支えとなっている。
神奈川県	悪化 (来期)	大手外食チェーンのテイクアウト・デリバリーが増加するにつれ、当店の出前・テイクアウトが減少。店内飲食の客足も戻らず、厳しさが増している。

(4) 料理店

都道府県	業況	判断理由
岐阜県	不変 (今期)	コロナ禍を機にテイクアウトを中心とした業態に切り替えたところ、近隣の企業からまとまった注文が入るなど、プラスの効果があった。徐々にではあるが、業況が安定してきている。
静岡県	悪化 (今期)	飲食店での会食を控えるよう呼びかけられていることもあり、客足が遠のいている。テナントビルで営業しているため、換気対策に苦慮している。
和歌山県	悪化 (今期)	緊急事態宣言が再発出されたことで、外出自粛ムードがさらに拡がり、夜営業の客足は途絶えたまま。
岡山県	悪化 (今期)	緊急事態宣言の再発出により、県外客からの予約がほとんどキャンセルとなった。県内客も外出を控える方が多く、業況は悪化した。
兵庫県	好転 (来期)	企業の接待・会食は自粛が続くと思われるが、感染拡大が落ち着けば、来期は春の行楽シーズンであり、仕出しやテイクアウト等の需要が増加するものと期待している。
滋賀県	不変 (来期)	第3波の感染拡大が落ち着いても、リバウンドへの警戒から外出自粛は続き、飲食業界が本格的に回復するには、まだまだ時間がかかるものと考える。
福岡県	不変 (来期)	Googleマイビジネスを活用し、料理写真を毎日掲載するなど集客を図っているが、外出自粛や時短営業の影響で、家族連れや常連客の来店頻度が減っており、急速な改善は期待できない。
大阪府	悪化 (来期)	長引くコロナ禍の影響で飲食店利用のスタイルが変わり、今後は4人以下での飲み会が主流になるものと考えている。店舗数・従業員数を減らして営業を続ける方針。

(5) 喫茶店

都道府県	業況	判断理由
三重県	好転 (今期)	夜の外出・外食を控える傾向は続いているが、ランチ営業は回復してきている。女性の少人数グループなどが多く、ストレス発散（気分転換）も兼ねて利用している様子。珈琲豆の挽き売り需要も継続して好調。
福井県	不変 (今期)	観光客の利用は減少したままであるが、常連客が多いこともあり、前年並みの水準を維持できている。
青森県	悪化 (今期)	3密回避でグループ客が減り、1～2名での来店が増えた。滞在時間も短くなり、客数・客単価ともに悪化している。
鹿児島県	悪化 (今期)	地域における新規感染者数が増加。外出自粛が呼びかけられたこともあり、飲食店街の人出は大幅に減少。店の売上も減少した。
秋田県	好転 (来期)	積雪が少なくなるにつれ、人の動きが活発になる。ワクチン接種が始まれば、客足の戻りは十分期待できると考えている。
山形県	好転 (来期)	珈琲豆販売・挽き売り需要が安定しており、経営を下支えしている。ワクチン接種で感染拡大が落ち着けば、店内飲食の需要も回復するのではと期待しており、春限定のランチメニューを開発し、SNSで発信している。
長崎県	不変 (来期)	4月以降のイベントも縮小・中止される可能性が高いことから、業況は引き続き厳しいものとする。少しでも売上を確保するため、自家焙煎珈琲豆のネット販売を始める予定。
群馬県	悪化 (来期)	コロナ禍が収束しないかぎり、店内飲食の需要は回復しない。外出自粛やテレワークの普及などで、喫茶の利用機会はますます減少する傾向にある。

(6) 社交業

都道府県	業況	判断理由
福島県	悪化 (今期)	県内の飲食店、カラオケ店でクラスターが発生したというニュースが報道された影響により来客が減少した。感染予防対策にしっかり取り組んでいても客足は戻らず、厳しい状況が続いている。
静岡県	悪化 (今期)	静岡県では緊急事態宣言は出ていないが、自主的に外出を自粛している方が多く、客足は戻ってこない。
岡山県	悪化 (今期)	緊急事態宣言の再発出以降、常連客の利用もなくなり、休業状態に陥っている。
香川県	悪化 (今期)	まったく先が見通せない状況。飲み会・会食を控える動きがさらに広がり、来客は減少。特に団体予約は激減。予約が入っても4名までの少人数グループが多く、滞在時間も短くなっている。
兵庫県	好転 (来期)	緊急事態宣言下では休業を余儀なくされていたが、解除を受けて営業を再開した。徐々に常連客を中心に客足は戻りつつある。来期は、歓迎会や地域のイベント等で少しでも需要が回復することを期待している。
岡山県	不変 (来期)	接客を伴う飲食店への風当たりは、厳しさを増している。今後もこの状況が続くと思われ、来期も期待できない。
神奈川県	不変 (来期)	先行き不透明であり、業況は改善しないものと考えておくのが賢明。緊急事態宣言が解除されても、接客を伴う飲食店への風当たりは厳しいまま。
石川県	悪化 (来期)	コロナ禍が完全に収束するまで業況の改善は見込めない。とくに、接客を伴う飲食店に対しては、強い警戒感を持つ方が多く、平時の営業体制に戻るには相当な時間を要すると思われる。

(7) その他飲食店

都道府県	業況	判断理由
宮崎県	好転 (今期)	1年前から夜営業を辞めて昼営業のみにした。また、感染予防対策に早めに取り組み、安心・安全な店とお客に認識してもらえた効果もあり、コロナ禍の影響をあまり受けずに営業できている。
埼玉県	不変 (今期)	テイクアウトのメニュー開発に力を入れ、新規顧客を獲得できたことにより、売上をキープできた。リーズナブル、かつ、採算のとれるメニュー開発、価格設定を心掛けている。
京都府	悪化 (今期)	当店はオフィス街に立地。テレワークの普及、会食自粛などで夜営業が成り立たないほど厳しくなり、業況は悪化している。
鹿児島県	悪化 (今期)	地域の新規感染者の増加により、市内繁華街の人通りは少なく、当店の利用客も減少している。テイクアウトに力を入れているが、それも過当競争状態で売上・利益ともに減少している。
福島県	好転 (来期)	第3波が落ち着けば、来期は歓迎会等のイベント需要や、自炊に飽きたファミリー層の外出機会が増えるのではないかと期待している。
長野県	好転 (来期)	ワクチン接種が始まり、感染者数が減少することを期待している。そうなれば、元通りとはいかないまでも街に賑わいが戻り、当店の業況も改善すると考えている。
岩手県	不変 (来期)	県内の新規感染者数は減少傾向にあるが、外出や会食の自粛は、すでに県民に浸透しており、店内飲食の客足が戻るのはいかなる先になると思う。
山口県	悪化 (来期)	リバウンドへの警戒感から外出自粛ムードが続いており、花見やお祭り等のイベントも中止・縮小が決まっている。よって、来期も観光・行楽に伴う需要は期待できず、業況は改善しないものと考えている。

今期：2021年1～3月期 来期：2021年4～6月期

(8) 食肉販売業

都道府県	業況	判断理由
兵庫県	好転 (今期)	飲食店向けの卸売は厳しいが、食品スーパー向けの卸売は好調。店舗販売についても、新たにはじめたテイクアウト商品を含め、好調に推移している。
山梨県	悪化 (今期)	緊急事態宣言の再発出により、宿泊施設や飲食店などからの卸需要が減少し、業況は悪化した。
千葉県	不変 (来期)	緊急事態宣言が解除されても、飲食店への時短要請等は続くようなので、卸売部門の売上はすぐには回復しないと思う。

(9) 食鳥肉販売業

都道府県	業況	判断理由
神奈川県	好転 (今期)	巣ごもり需要で惣菜の売上が伸びている。
香川県	悪化 (今期)	県内で鳥インフルエンザが発生したため、鶏肉の仕入価格が上昇している。コロナ禍の景気減速で精肉・加工品ともに価格転嫁はできない状況であり、業況は悪化した。
岡山県	悪化 (来期)	焼鳥屋への卸売がメインであるが、休業・廃業する店が多く、売上確保に苦勞している。今のところ、明るい材料はなく、厳しい状況が続くと思う。

(10) 氷雪販売業

都道府県	業況	判断理由
奈良県	不変 (今期)	もともと接待を伴う飲食店との取引が少ないこともあり、緊急事態宣言の再発出の影響は限定的であった。
神奈川県	悪化 (今期)	飲食店の時短営業やイベントの中止等で「氷」の需要が大幅に減少した。前回の緊急事態宣言時よりも、休業する飲食店が増えていると感じる。
広島県	悪化 (今期)	第3波の影響でお祭り・イベントが中止となり、一部の受注がキャンセルとなってしまった。飲食店の休業・廃業も増えており、業況は厳しい。
福岡県	悪化 (今期)	緊急事態宣言の再発出に伴い、飲食店への納品がほとんどストップした。とくに、スナックやバーなど接客を伴う飲食店は、時短営業では商売にならないとの理由で休業するところが多い。
新潟県	好転 (来期)	冬場（今期）は閑散期にあたる。例年であれば、暖くなる4月以降（来期）は需要が増える時期。今年は予測が難しい部分もあるが、気温の上昇と感染者の減少に伴い、需要は徐々に回復するものと期待している。
熊本県	好転 (来期)	ワクチン接種が始まることで感染拡大が落ち着き、飲食店の時短要請等が徐々に緩和・解除されていけば、需要回復が期待できる。気温上昇とともにかき氷需要が高まることにも期待している。
東京都	悪化 (来期)	社交業を含め、飲食店にお客様が戻らないと、当業界の回復は難しい。
和歌山県	悪化 (来期)	コロナ禍の長期化で、取引先のバー、スナック、居酒屋の休業・廃業が増加。さらに、花見やお祭り等のイベントについても中止・縮小する動きがあり、厳しさは増すばかり。

(11) 理容業

都道府県	業況	判断理由
長野県	好転 (今期)	感染予防のため、店舗をリニューアルして施術を個室で行えるようにした。ソーシャルディスタンスが十分に取れ、お客様からの評判も上々。売上回復にもつながった。
山口県	不変 (今期)	当店は住宅地に立地していることもあり、コロナ禍の影響は比較的少なく、固定客に支えられ安定した経営ができています。
宮城県	悪化 (今期)	コロナ禍以降、売上減少に歯止めがかからない。今期は大雪による天候不順も加わり、客足がさらに遠のいた。
佐賀県	悪化 (今期)	病院・介護施設等への訪問理容が、コロナ禍でストップ。
岡山県	好転 (来期)	来期は季節的に暖くなるため、外出機会が増え、散髪需要も高まると期待している。
佐賀県	好転 (来期)	季節的に暖くなることや、ワクチン接種が始まることから、高齢者の客足が回復すると見込んでいる。
兵庫県	不変 (来期)	コロナ禍でも変わらず来店していただける常連客に支えられ、厳しいが、現状維持は可能と考えている。
山形県	悪化 (来期)	外出自粛が続くかぎり、常連客の大半を占める高齢者の客足は戻らず、業況は回復しないと思う。

(12) 美容業

都道府県	業況	判断理由
富山県	好転 (今期)	外出自粛が長期化するなかで、気分転換目的の利用が増えており、自宅用に高級シャンプーやトリートメント等の店販品を買い求めるお客も増えた。
長崎県	不変 (今期)	昨年半ばから、店内のカット席を5→3席に減らし、半個室的なレイアウトに変更した。加えて、オーガニックのヘッドスパを取り入れるなどしたことで、客単価が倍近くになり、業績改善につながった。
茨城県	悪化 (今期)	成人式が中止となり着付け等の需要が半減。また、感染を心配してか、公共交通機関を使って来店する高齢者の来店頻度も減っている。
鳥取県	悪化 (今期)	成人式の中止、大雪、コロナなど悪化する材料が多すぎた。とくに、シニア層のお客の来店頻度が減っている。
千葉県	好転 (来期)	感染拡大が落ち着けば、来期は入学式、歓迎会、5月連休等で外出機会が増え、美容需要も高まってくると期待している。来店頻度を高めるための取り組みや新規客の集客に向けたキャンペーンを計画している。
岡山県	好転 (来期)	昨年は中止となったイベント等も、今年は規模を縮小して開催することが決まるなど、少しずつ明るい兆しも出てきた。それに伴い、予約も増え始めてきていると感じる。
鳥取県	不変 (来期)	来期は、季節的に人の動きも活発になることから、業況が好転することを期待したいが、リバウンドへの警戒から外出自粛が続き、業況が大きく改善することはないと思う。
三重県	悪化 (来期)	ワクチン接種が始まることへの期待はあるが、冠婚葬祭等の各種イベントの中止・縮小や、外出自粛が続いており、着付けやヘアメイク等の美容需要は今後も期待できないと考えている。

(13) 映画館

都道府県	業況	判断理由
広島県	好転 (今期)	劇場版「鬼滅の刃」のロングヒットで観客動員が増えた。リピート鑑賞も多く見受けられる。
千葉県	悪化 (今期)	人気作の上映で観客動員は増えているが、鑑賞中の飲食自粛の影響で客単価が落ちている。
神奈川県	悪化 (今期)	緊急事態宣言の再発出に伴う時短営業で20時閉館となり、レイトショーの上映ができなくなった影響が大きい。
島根県	悪化 (今期)	配給予定だった洋画の新作が延期となった影響が大きかった。
香川県	好転 (来期)	ワクチン接種の開始で客足が回復することを期待している。感染予防対策にしっかりと取り組み、安心して鑑賞していただける環境整備に継続的に努めたい。
富山県	不変 (来期)	4月以降に上映される新作の評判次第であるが、感染が落ち着かないかぎりには、観客動員は増加しないと思う。
長崎県	悪化 (来期)	長期化するコロナ渦の影響で、主婦層やシニア層の来館が減り続けている。巣ごもり需要で動画配信サービスやレンタル店へ顧客が流れているものと考えている。
鹿児島県	悪化 (来期)	コロナ禍の影響により洋画の配給延期など、魅力的なコンテンツを十分に用意できない可能性があり、来館者数を維持するのは難しいと思う。

(14) ホテル・旅館業

都道府県	業況	判断理由
秋田県	悪化 (今期)	地域でクラスターが発生したことによりキャンセルが続出。年末年始の大雪なども重なり、まったく予約が入らない日もある。
山形県	悪化 (今期)	GoTo中止や緊急事態宣言の再発出により、首都圏からの予約がほとんど入らず、業況は悪化した。
兵庫県	悪化 (今期)	緊急事態宣言の再発出による外出自粛が拡がり予約が減少。卒業旅行の予約もほとんど入らなかった。
沖縄県	悪化 (今期)	長引くコロナ禍で観光客が激減。県民向けのキャンペーンも行ったが、外出を控えている方が多く、効果が出ていない。
茨城県	好転 (来期)	緊急事態宣言が解除されれば、県外からの観光客や県民の日帰り利用が増えると期待している。
千葉県	不変 (来期)	リバウンドへの警戒から、状況が好転するとは思えない。
大阪府	不変 (来期)	ワクチン接種が開始されるが、宿泊業界にお客が戻るのにはまだまだ時間がかかりそう。感染拡大が早期に落ち着き、GoToトラベルが再開することを願いたい。
広島県	悪化 (来期)	感染拡大が収束しないかぎり、業況は回復しないと思う。外出自粛ムードが続き、4月以降（来期）の宿泊予約も少ないまま。

(15) 公衆浴場業

都道府県	業況	判断理由
神奈川県	好転 (今期)	癒しやストレス解消を求めるショートツーリズム感覚で、銭湯を利用するお客が増えている。
石川県	好転 (今期)	コロナ禍で近隣の入浴施設が休業したため、新規客の流入がみられた。初めて来浴したお客をリピーター化できるよう、サービスの拡充や徹底した感染予防対策に努めている。
大阪府	不変 (今期)	常連客（シニア層）の来店頻度は減少しているが、感染リスクへの不安からか、スーパー銭湯の利用客が当施設に流入するようになった。そのおかげで売上を維持できている。
山梨県	悪化 (今期)	感染拡大の影響で利用客が前期の半分以下になってしまっている。燃料費の高騰も重なり、非常に厳しい。
富山県	好転 (来期)	例年、季節的に暖かくなると客足が伸びる。また、サウナ設備を更新した効果で、新規客が増えることも期待している。
兵庫県	好転 (来期)	新規感染者数が減少すれば、春の暖かさも手伝い、遠のいていた高齢者の客足が回復に向かうのではと期待している。
北海道	不変 (来期)	外出自粛の要請やリバウンドへの警戒は当面続くことから、来期も現状維持が精一杯で、業況が好転するまでには至らないと考えている。
鳥取県	悪化 (来期)	感染に対する不安が消えないかぎり、主要顧客であるシニア層の客足が戻るとは思えない。

(16) クリーニング業

都道府県	業況	判断理由
神奈川県	好転 (今期)	冬物商品の出足が早かったことに加え、法人企業からの受注も回復し、点数・単価ともに増加した。
新潟県	不変 (今期)	個人向けの仕事はテレワーク等で減少しているが、病院や老人施設等からの仕事は回復してきている。
和歌山県	悪化 (今期)	成人式などの行事が中止になった影響が大きく、業況は悪化した。
宮崎県	悪化 (今期)	外出自粛に加え、リモートで仕事をする人が増え、ワイシャツやスーツ類の洗濯需要が減少している。
愛知県	好転 (来期)	この冬は寒く、高単価の冬物（コートやダウン等）が期待できる。需要を取り込むため、衣替えのキャンペーンを行う予定。加えて、組合が行うイベントを活用し、宣伝に力を入れていきたいと考えている。
京都府	好転 (来期)	来期は冬物衣料の衣替えが本格化してくることから、点数・単価ともに増え、業況が上向くことを期待している。
岡山県	好転 (来期)	来期は衣替えの最盛期であり期待できる。それに加え、感染が落ち着き、時短営業や休業していた飲食店が平常営業に向かえば、企業からの受注も少しずつ回復すると見込んでいる。
長野県	悪化 (来期)	ワクチン接種が開始されても、テレワークの普及や外出自粛などは当面続くことから、来期もクリーニング需要は停滞したままだと思ふ。