

2022年8月23日
株式会社日本政策金融公庫

厳しい状況にあるものの持ち直しの動きがみられる 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（2022年4～6月期）

（前回）新型コロナウイルスの感染拡大により 持ち直しの動きに足踏みがみられる

<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51.0ポイント縮小し、▲3.9となった。
- 来期は5.3ポイント上昇し、1.4となる見通し。

<売上DI>（3ページ）

- 売上DIは、前期からマイナス幅が39.1ポイント縮小し、▲0.9となった。
- 来期は9.5ポイント上昇し、8.6となる見通し。

<採算DI>（4ページ）

- 採算DIは、前期からマイナス幅が22.2ポイント縮小し、▲25.8となった。

<経営上の問題点>（9、10ページ）

- 経営上の問題点は、「顧客数の減少」が前期から14.4ポイント低下し57.3%となった一方、「仕入価格・人件費等の上昇を価格に転嫁困難」が14.4ポイント上昇し、49.2%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 TEL03-3270-1653（担当：和知、青木）
〒100-0004 東京都千代田区大手町1-9-4 大手町フィナンシャルシティ ノースタワー

【調査の実施要領】

調査時点	2022年5月中旬		
調査方法	訪問調査		
調査対象	生活衛生関係営業 3,290 企業		
有効回答企業数	3,188企業（回答率 96.9%）		
（業種内訳）	飲食業	1,466 企業	映画館 62 企業
	食肉・食鳥肉販売業	158 企業	ホテル・旅館業 183 企業
	氷雪販売業	55 企業	公衆浴場業 118 企業
	理容業	423 企業	クリーニング業 260 企業
	美容業	463 企業	

【本調査における留意事項】

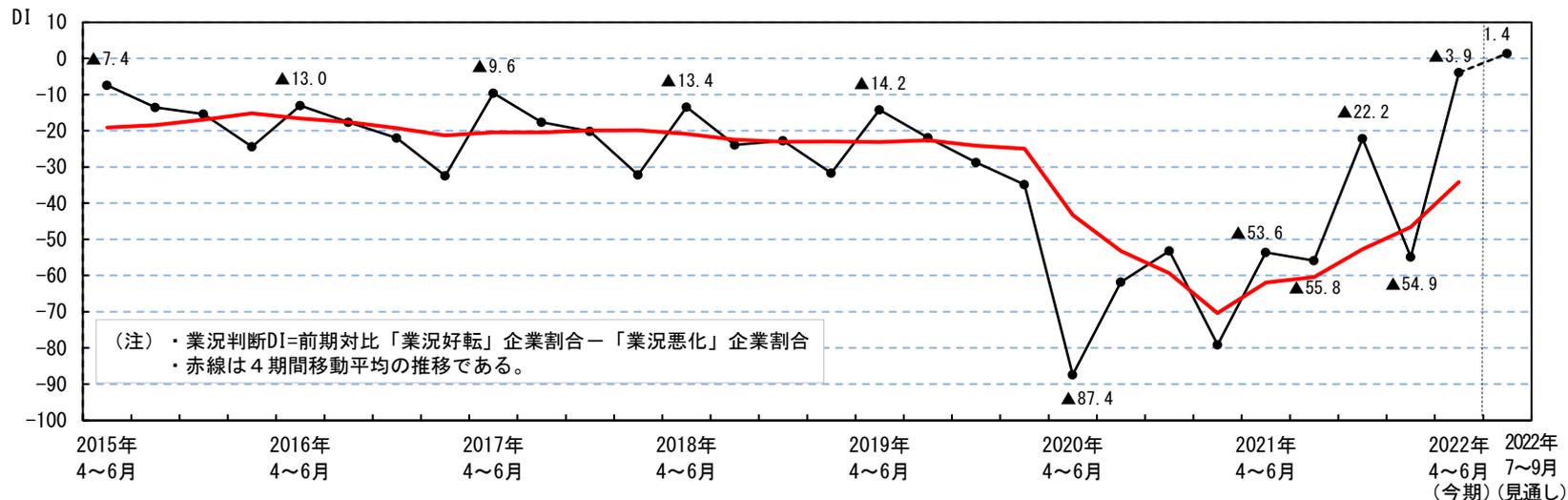
- 2016年4～6月期調査から沖縄県の企業を調査対象に加えている。
- 比率の算出にあたっては、無回答を除いたものを母数としている。

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51.0ポイント縮小し、▲3.9となった。
- 来期は5.3ポイント上昇し、1.4となる見通し。

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	2021年 4~6月	2021年 7~9月	2021年 10~12月	2022年 1~3月	2022年 4~6月 (今期)	2022年 7~9月 (見通し)
食肉・食鳥肉	▲ 46.6	▲ 46.8	▲ 12.0	▲ 35.8	▲ 6.3	▲ 1.9
氷 雪	▲ 74.1	▲ 70.7	▲ 24.1	▲ 52.7	30.9	32.7
理 容	▲ 36.6	▲ 36.9	▲ 33.6	▲ 52.2	▲ 17.3	▲ 5.4
美 容	▲ 41.4	▲ 42.2	▲ 27.8	▲ 48.7	▲ 15.3	▲ 4.5
映 画 館	▲ 52.4	9.7	▲ 42.9	▲ 20.0	30.6	33.9
ホテル・旅館	▲ 65.4	▲ 49.5	▲ 5.4	▲ 53.3	24.6	33.9
公衆浴場	▲ 49.1	▲ 40.7	▲ 13.4	▲ 25.7	▲ 27.1	▲ 11.0
クリーニング	▲ 22.0	▲ 74.8	▲ 35.7	▲ 71.8	14.6	▲ 26.9

図表3 飲食業 業況判断DIの推移

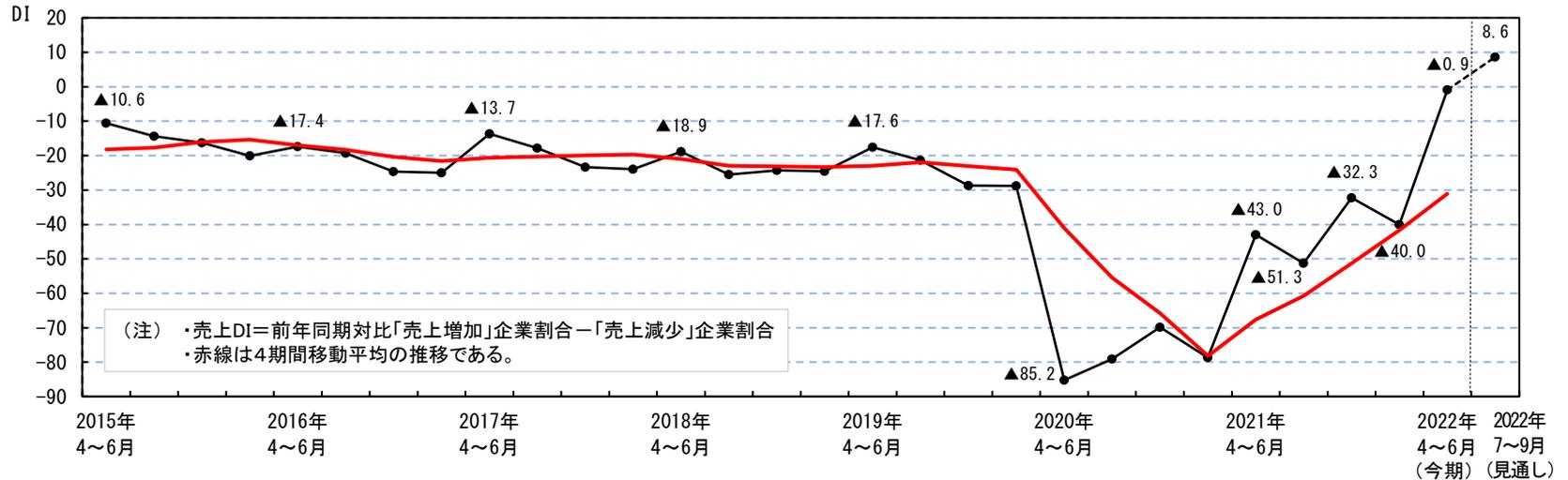
凡例	2021年 4~6月	2021年 7~9月	2021年 10~12月	2022年 1~3月	2022年 4~6月 (今期)	2022年 7~9月 (見通し)
飲食業(全体)	▲ 67.3	▲ 67.8	▲ 17.3	▲ 60.8	▲ 3.9	5.0
そば・うどん	▲ 49.1	▲ 61.1	0.0	▲ 52.6	2.1	▲ 1.6
中華料理	▲ 66.7	▲ 71.3	▲ 12.1	▲ 62.7	1.8	6.7
す し	▲ 69.3	▲ 70.7	▲ 14.5	▲ 56.0	▲ 10.8	▲ 0.5
料 理	▲ 74.5	▲ 67.9	▲ 18.1	▲ 59.2	▲ 4.7	7.8
喫 茶	▲ 49.7	▲ 62.0	▲ 25.0	▲ 58.8	4.3	6.7
社 交	▲ 86.9	▲ 79.6	▲ 40.0	▲ 74.7	▲ 22.1	2.0
その他飲食	▲ 69.6	▲ 64.9	▲ 14.3	▲ 60.7	▲ 0.2	9.6

※ 表中の網掛けは、全業種計の割合を上回るものを表す(以下同じ)。

2. 売上

- 売上DIは、前期からマイナス幅が39.1ポイント縮小し、▲0.9となった。
- 来期は9.5ポイント上昇し、8.6となる見通し。

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	2021年 4~6月	2021年 7~9月	2021年 10~12月	2022年 1~3月	2022年 4~6月 (今期)	2022年 7~9月 (見通し)
食肉・食鳥肉	▲46.0	▲50.0	▲23.4	▲20.1	3.2	8.2
氷雪	▲65.5	▲67.2	▲43.1	▲40.0	30.9	43.6
理容	▲35.5	▲37.9	▲32.7	▲36.9	▲20.6	▲6.6
美容	▲21.9	▲41.2	▲28.6	▲40.3	▲17.3	▲4.5
映画館	▲6.6	4.8	▲36.5	▲15.0	37.1	35.5
ホテル・旅館	▲29.9	▲45.4	▲28.6	▲25.4	43.2	38.3
公衆浴場	▲47.3	▲29.2	▲20.5	▲15.0	▲9.3	▲1.7
クリーニング	▲36.7	▲50.4	▲50.6	▲52.5	0.8	▲8.5

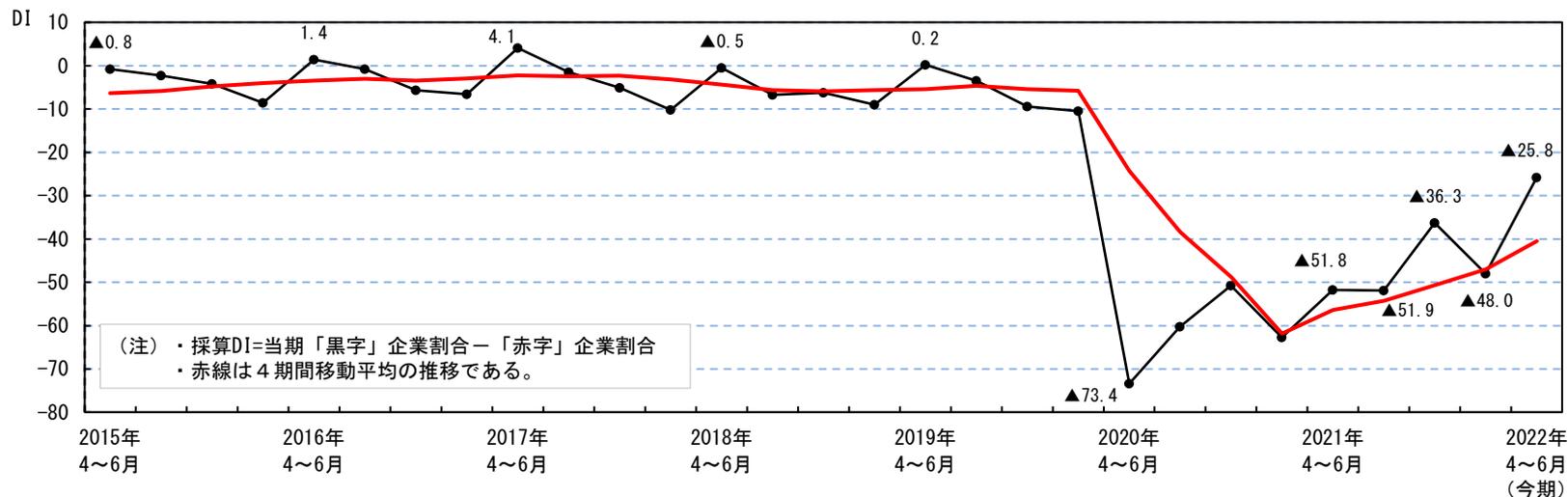
図表6 飲食業 売上DIの推移

凡例	2021年 4~6月	2021年 7~9月	2021年 10~12月	2022年 1~3月	2022年 4~6月 (今期)	2022年 7~9月 (見通し)
飲食業(全体)	▲55.0	▲63.3	▲31.7	▲45.8	1.6	14.8
そば・うどん	▲21.7	▲51.4	▲21.5	▲36.4	5.3	15.0
中華料理	▲53.9	▲65.0	▲27.4	▲56.2	7.3	10.9
すし	▲52.3	▲64.9	▲28.3	▲36.6	2.2	16.2
料理	▲71.6	▲60.8	▲30.7	▲49.2	▲1.6	20.9
喫茶	▲47.5	▲50.9	▲29.4	▲42.1	7.3	22.6
社交	▲70.7	▲80.1	▲52.1	▲59.7	▲18.7	2.0
その他飲食	▲60.5	▲64.9	▲31.0	▲43.8	5.5	16.7

3. 採算

○ 採算DIは、前期からマイナス幅が22.2ポイント縮小し、▲25.8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	2021年 4～6月	2021年 7～9月	2021年 10～12月	2022年 1～3月	2022年 4～6月 (今期)
食肉・食鳥肉	▲22.7	▲26.9	▲13.3	▲23.3	▲4.4
水 雪	▲82.8	▲75.9	▲58.6	▲70.9	▲45.5
理 容	▲20.8	▲18.5	▲15.1	▲23.4	▲12.1
美 容	▲28.3	▲27.0	▲20.7	▲28.2	▲16.2
映 画 館	▲73.0	▲66.1	▲73.0	▲63.3	▲41.9
ホテル・旅館	▲84.6	▲78.3	▲53.0	▲69.8	▲37.7
公衆浴場	▲28.2	▲24.8	▲8.0	▲16.8	▲3.4
クリーニング	▲33.0	▲52.7	▲47.9	▲61.0	▲6.9

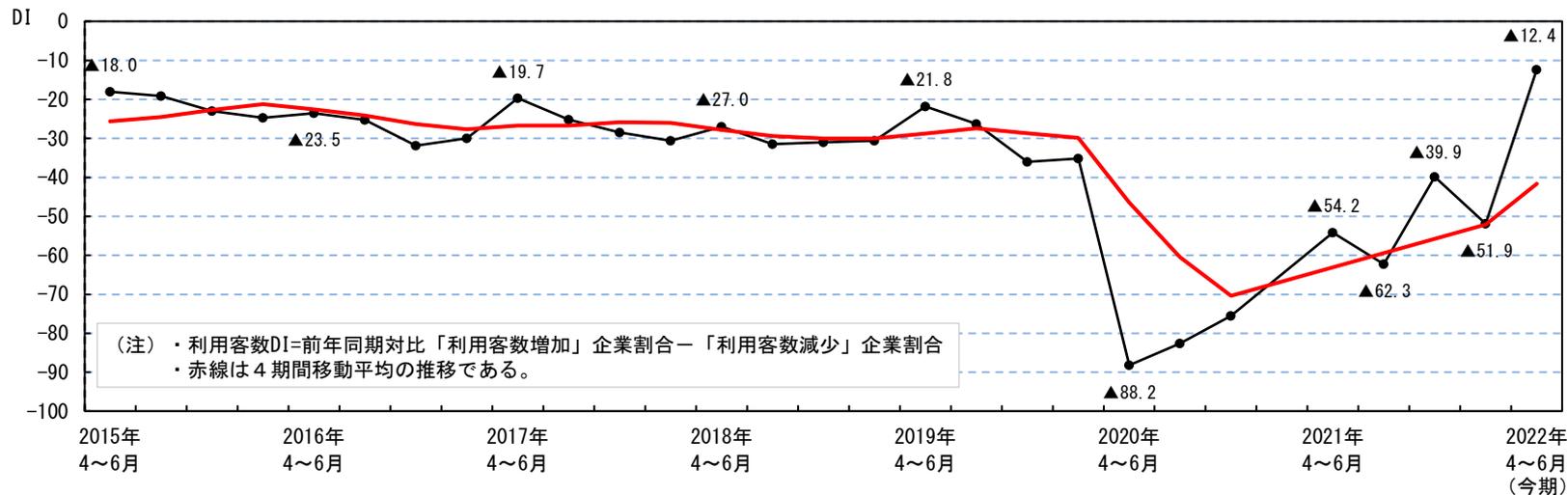
図表9 飲食業 採算DIの推移

凡例	2021年 4～6月	2021年 7～9月	2021年 10～12月	2022年 1～3月	2022年 4～6月 (今期)
飲食業(全体)	▲70.7	▲70.0	▲45.7	▲60.6	▲37.3
そば・うどん	▲52.0	▲52.6	▲24.9	▲48.6	▲15.0
中華料理	▲64.2	▲60.0	▲35.7	▲54.2	▲24.2
す し	▲67.0	▲75.9	▲42.2	▲52.6	▲32.4
料 理	▲84.4	▲75.6	▲55.1	▲71.5	▲52.7
喫 茶	▲52.8	▲56.6	▲41.5	▲53.8	▲30.5
社 交	▲89.5	▲89.0	▲70.5	▲78.0	▲59.3
その他飲食	▲76.2	▲73.5	▲46.8	▲62.6	▲41.9

4. 利用客数

○ 利用客数DIは、前期からマイナス幅が39.5ポイント縮小し、▲12.4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	2021年 4~6月	2021年 7~9月	2021年 10~12月	2022年 1~3月	2022年 4~6月 (今期)
食肉・食鳥肉	▲41.7	▲43.6	▲24.1	▲34.0	▲12.7
水 雪	▲86.2	▲82.8	▲58.6	▲63.6	▲3.6
理 容	▲42.3	▲45.8	▲43.1	▲52.0	▲26.3
美 容	▲40.8	▲54.7	▲44.3	▲54.3	▲30.1
映 画 館	▲3.3	6.5	▲42.9	▲13.3	29.0
ホテル・旅館	▲48.7	▲53.6	▲29.2	▲37.0	30.1
公衆浴場	▲53.6	▲46.0	▲23.2	▲26.5	▲12.7
クリーニング	▲46.2	▲71.4	▲59.7	▲63.3	▲15.4

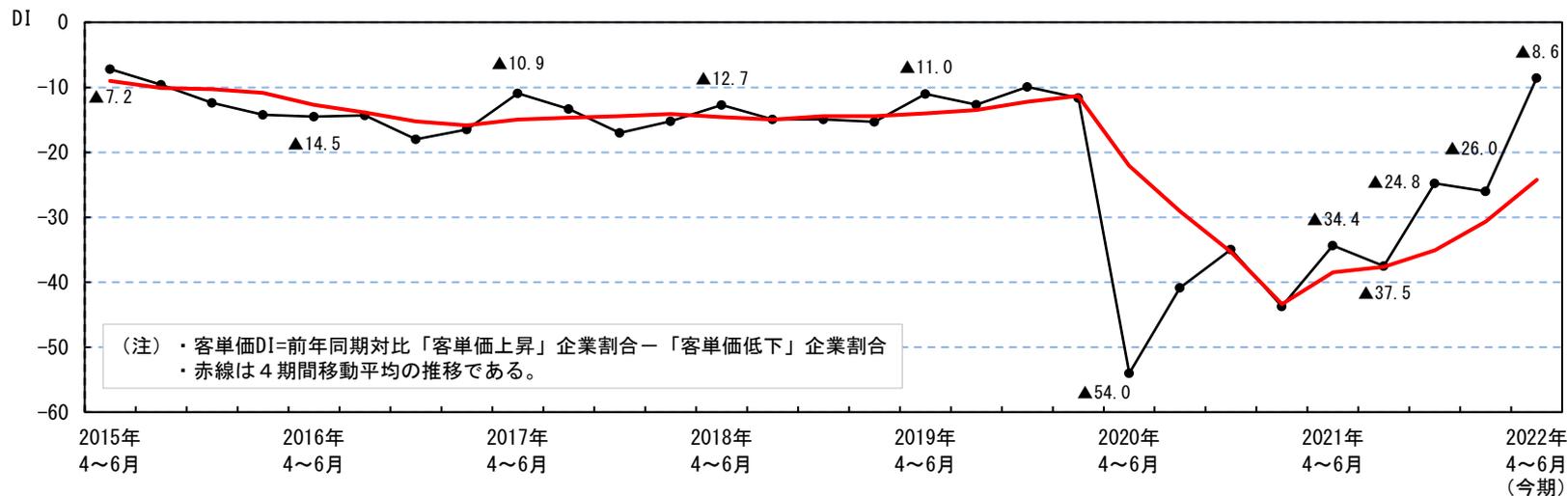
図表12 飲食業 利用客数DIの推移

凡例	2021年 4~6月	2021年 7~9月	2021年 10~12月	2022年 1~3月	2022年 4~6月 (今期)
飲食業(全体)	▲66.6	▲74.8	▲37.3	▲56.2	▲9.6
そば・うどん	▲43.4	▲64.6	▲27.7	▲45.1	▲3.2
中華料理	▲66.1	▲81.3	▲36.3	▲66.0	▲13.3
す し	▲72.2	▲75.9	▲36.4	▲55.4	▲9.7
料 理	▲70.9	▲73.1	▲33.6	▲60.0	▲8.5
喫 茶	▲54.3	▲62.4	▲39.9	▲59.1	▲4.3
社 交	▲81.7	▲89.0	▲60.0	▲64.0	▲31.3
その他飲食	▲70.4	▲74.9	▲32.2	▲51.7	▲3.4

5. 客単価

○ 客単価DIは、前期からマイナス幅が17.4ポイント縮小し、▲8.6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	2021年 4~6月	2021年 7~9月	2021年 10~12月	2022年 1~3月	2022年 4~6月 (今期)
食肉・食鳥肉	▲ 33.7	▲ 39.7	▲ 26.6	▲ 25.8	▲ 12.7
水 雪	▲ 53.4	▲ 62.1	▲ 50.0	▲ 47.3	▲ 10.9
理 容	▲ 20.6	▲ 21.0	▲ 20.5	▲ 22.7	▲ 15.4
美 容	▲ 25.1	▲ 25.0	▲ 18.6	▲ 19.7	▲ 13.4
映 画 館	▲ 9.8	0.0	▲ 14.3	▲ 3.3	▲ 9.7
ホテル・旅館	▲ 40.6	▲ 32.8	▲ 24.3	▲ 9.9	9.3
公衆浴場	▲ 24.5	▲ 22.1	▲ 7.1	▲ 12.4	▲ 3.4
クリーニング	▲ 47.7	▲ 62.2	▲ 55.5	▲ 55.6	▲ 9.2

図表15 飲食業 客単価DIの推移

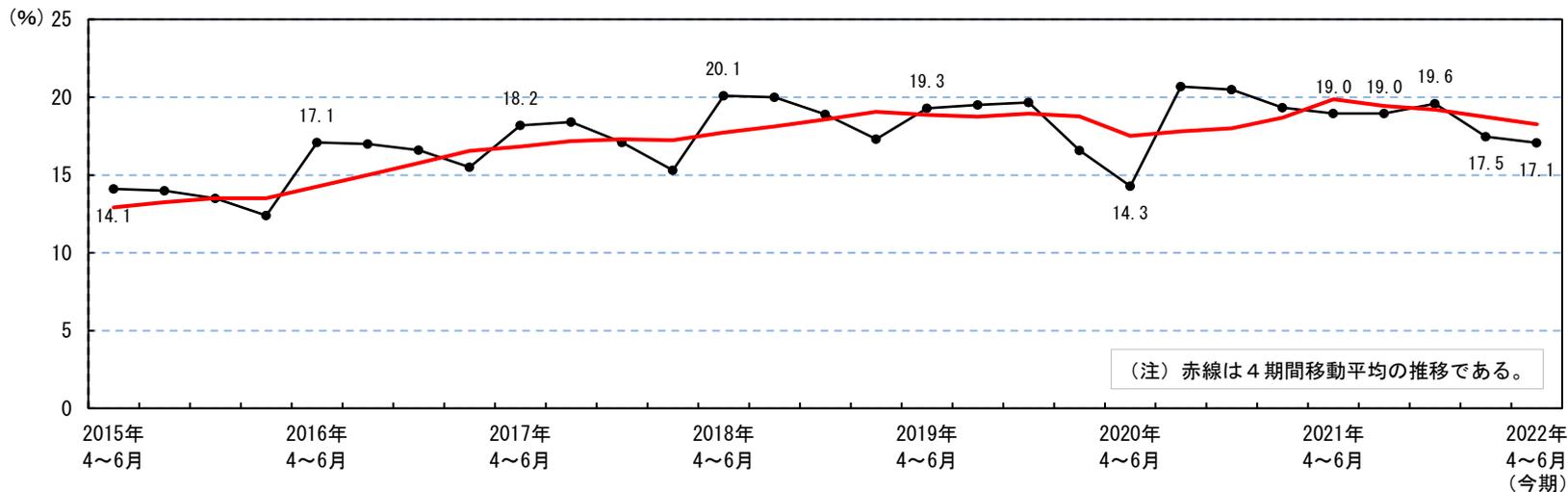
凡例	2021年 4~6月	2021年 7~9月	2021年 10~12月	2022年 1~3月	2022年 4~6月 (今期)
飲食業(全体)	▲ 39.3	▲ 44.2	▲ 23.1	▲ 27.0	▲ 7.0
そば・うどん	▲ 32.6	▲ 38.3	▲ 18.6	▲ 21.4	▲ 3.7
中華料理	▲ 43.0	▲ 46.9	▲ 28.0	▲ 35.3	▲ 12.1
す し	▲ 48.9	▲ 52.3	▲ 24.3	▲ 28.6	▲ 12.4
料 理	▲ 32.6	▲ 41.5	▲ 10.9	▲ 27.7	3.1
喫 茶	▲ 29.0	▲ 26.7	▲ 18.4	▲ 15.7	2.4
社 交	▲ 45.0	▲ 47.6	▲ 36.8	▲ 32.3	▲ 14.6
その他飲食	▲ 40.2	▲ 48.4	▲ 22.3	▲ 27.3	▲ 7.3

II 設備投資の動向

1. 設備投資の実施状況

○ 今期（2022年4～6月）に設備投資を行った企業の割合は、前期から0.4ポイント低下し、17.1%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	2021年 4～6月	2021年 7～9月	2021年 10～12月	2022年 1～3月	2022年 4～6月 (今期)
食肉・食鳥肉	30.1	25.6	29.1	27.7	27.8
水 雪	12.1	8.6	8.6	9.1	16.4
理 容	12.5	9.8	11.3	10.6	9.7
美 容	16.2	12.8	12.2	11.3	8.2
映 画 館	19.0	25.8	25.4	25.0	19.4
ホテル・旅館	35.6	44.6	49.7	44.0	42.1
公衆浴場	39.1	31.9	31.3	31.9	33.9
クリーニング	12.9	17.6	13.7	13.9	15.0

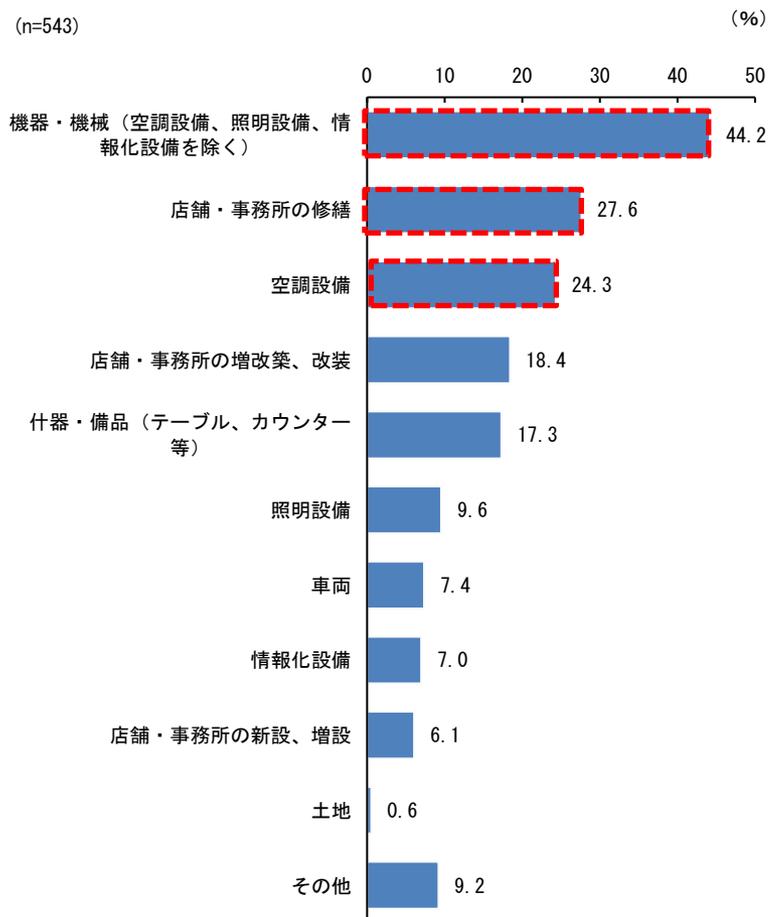
図表18 飲食業 設備投資実施割合の推移

凡例	2021年 4～6月	2021年 7～9月	2021年 10～12月	2022年 1～3月	2022年 4～6月 (今期)
飲食業(全体)	18.1	19.0	19.9	16.5	16.6
そば・うどん	21.1	21.7	19.8	16.2	18.7
中華料理	19.4	16.9	19.1	11.1	13.9
す し	18.2	15.5	19.7	21.7	16.2
料 理	19.9	19.8	27.5	24.6	26.4
喫 茶	12.9	13.9	17.1	14.4	16.5
社 交	12.6	17.8	13.7	7.5	7.5
その他飲食	20.3	22.5	21.8	18.6	18.3

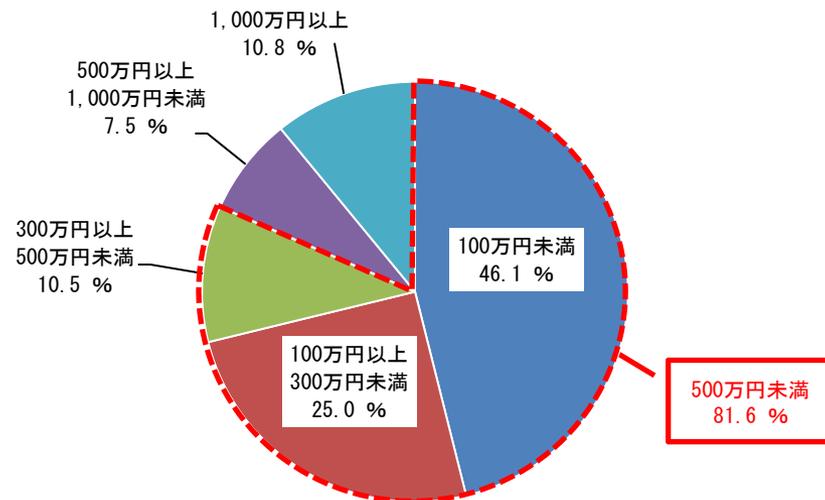
2. 設備投資の内容、設備投資金額、来期の設備投資計画

- 今期（2022年4～6月）の設備投資の内容は、「機器・機械（空調設備、照明設備、情報化設備を除く）」が44.2%と最も多く、次いで「店舗・事務所の修繕」（27.6%）、「空調設備」（24.3%）の順となった。
- 今期の設備投資金額は、500万円未満が全体の8割超を占めた。
- 来期（2022年7～9月）の設備投資計画については、「実施予定あり」が12.7%となった。

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）
(n=544)



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	2022年 7～9月期の予定
全業種計	12.7
食肉・食鳥肉	17.7
氷雪	12.7
理容	9.0
美容	7.3
映画館	19.4
ホテル・旅館	41.0
公衆浴場	24.6
クリーニング	11.9

図表22 飲食業 来期の設備投資実施予定割合

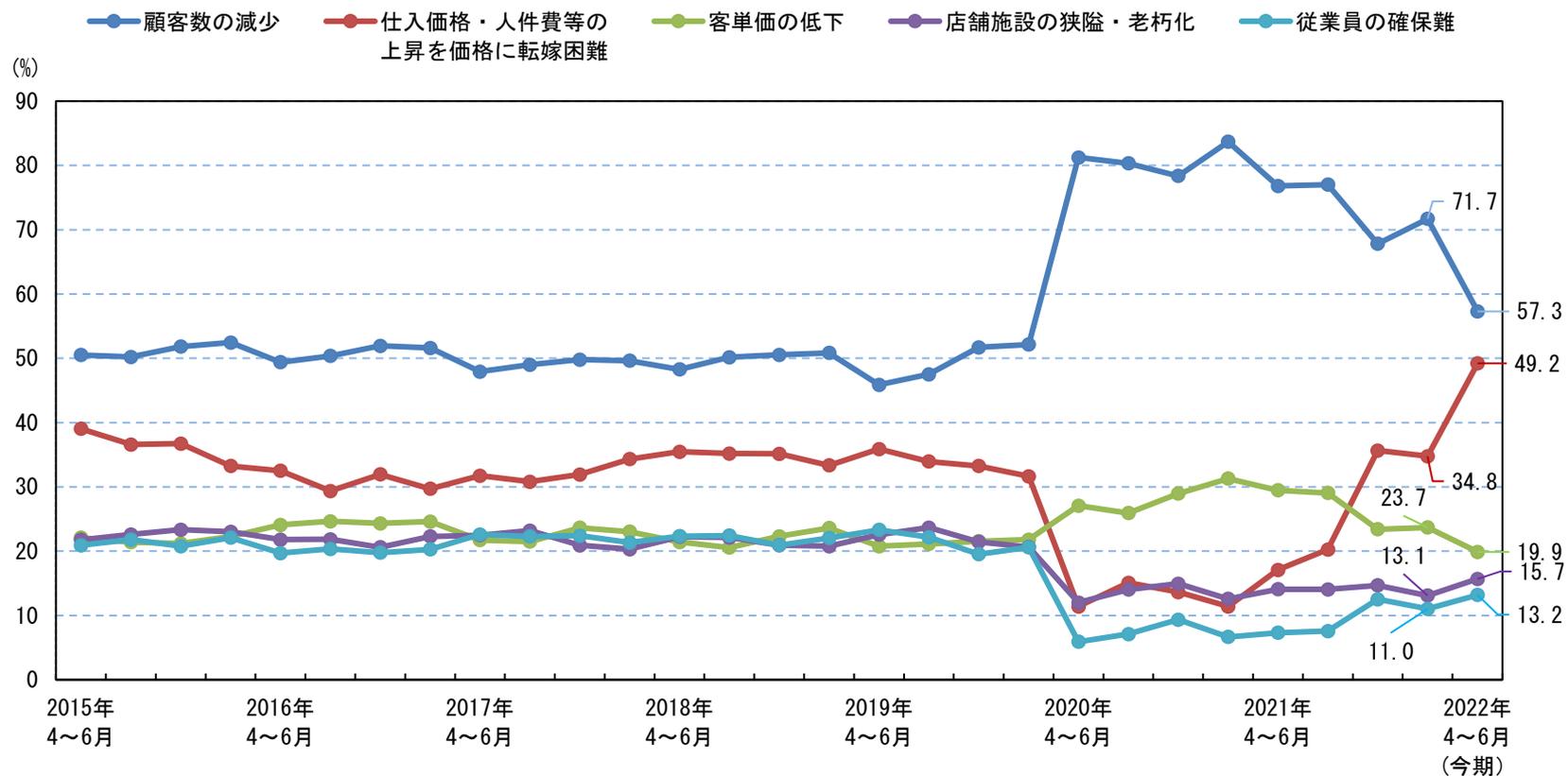
(%)

凡例	2022年 7～9月期の予定
飲食業(全体)	10.3
そば・うどん	10.2
中華料理	8.5
すし	7.0
料理	16.3
喫茶	12.8
社交	7.0
その他飲食	11.2

Ⅲ 経営上の問題点

○ 経営上の問題点は、「顧客数の減少」が前期から14.4ポイント低下し57.3%となった一方、「仕入価格・人件費等の上昇を価格に転嫁困難」が14.4ポイント上昇し、49.2%となった。

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（2022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・転嫁困難	客単価の低下	店舗施設の狭隘・老朽化	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
全業種計	57.3	49.2	19.9	15.7	13.2	5.2	3.0	4.6	5.0
飲食業(全体)	58.2	61.1	16.7	11.2	12.9	4.8	3.3	3.8	3.9
そば・うどん	44.9	66.8	12.3	16.6	14.4	5.9	1.1	1.6	7.0
中華料理	50.3	69.1	19.4	13.3	10.9	6.7	1.2	1.2	6.1
すし	60.5	67.0	15.1	8.6	8.1	5.4	0.5	4.3	5.4
料理	62.8	52.7	14.7	14.0	15.5	4.7	6.2	7.8	1.6
喫茶	47.6	67.7	12.2	18.3	11.0	5.5	3.0	3.7	4.9
社交	85.4	41.2	19.6	3.0	14.1	4.0	3.5	5.5	1.0
その他飲食	56.1	62.2	19.2	9.4	14.4	3.7	5.3	3.7	2.7
食肉・食鳥肉	31.0	64.6	20.9	19.0	19.0	7.6	2.5	3.8	3.8
氷雪	54.5	38.2	30.9	10.9	7.3	16.4	3.6	9.1	3.6
理容	61.9	26.0	23.2	14.4	8.7	4.5	1.4	7.6	12.8
美容	64.6	23.1	28.1	15.3	15.3	5.8	3.0	5.4	6.0
映画館	72.6	30.6	6.5	30.6	17.7	3.2	6.5	6.5	1.6
ホテル・旅館	51.4	49.7	12.6	28.4	31.7	2.7	7.1	2.7	1.1
公衆浴場	39.0	51.7	6.8	51.7	1.7	11.9	0.8	3.4	5.1
クリーニング	57.7	61.9	29.6	14.6	7.3	3.1	1.2	4.2	1.5

(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：2022年4～6月 来期：2022年7～9月

(1) そば・うどん

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	山形県	行動制限が解除され、人流が活発になってきたことから、ランチの利用客が増えてきた。
	不変	宮崎県	売上は前年より好転しているが、原材料費や燃料費などの値上がりにより採算は改善しない。
来期	好転	佐賀県	夏は、ざる蕎麦や冷やしうどんの売れ行きが良くなるので期待している。
	不変	新潟県	「地域のお店応援商品券」などにより、来店客が増えている。ゴールデンウィークは行動制限もなく県外からのお客さまも多かった。一方で、原材料費や光熱費の上昇が利益を圧迫するだろう。

(2) 中華料理

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	愛媛県	まん延防止等重点措置により行動制限があった昨年に比べ、今年は通常営業ができており、客数は徐々に回復している。
	不変	大阪府	通常営業ができるようになったが、夜の飲食客の戻りは少なく、テイクアウトを含むランチ需要で何とか維持できている。
来期	好転	島根県	新型コロナの感染者数の減少で、夏休みやお盆休みの時期に観光客・帰省客が増えるだろう。デリバリーの体制などを見直しながら、外食需要の増加に対応していく。
	悪化	埼玉県	物価上昇で原材料費や光熱費の値上げが続き、収支が厳しい状況になると思う。また、消費者の外食マインドが冷え込むのではと心配している。

(3) すし

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	岩手県	新型コロナの感染者数は高止まりだが、行動制限の緩和に慣れ、人流が活発になってきた。
	悪化	和歌山県	時短営業の解除後も常連客が戻ってこない状況が続いている。企業もリモート勤務が定着し、夜に飲みに出る習慣も無くなっているようだ。
来期	好転	沖縄県	夏は県外からの旅行者が最も多い季節なので期待している。新型コロナの感染状況が落ち着けば、地元客も増加するだろう。
	不変	大阪府	企業の会食需要はまだまだ控えめで、コロナ禍以前の飲食スタイルに戻るには、もう少し時間がかかりそう。

(4) 料理

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	京都府	嵐山、清水寺などの観光地で観光客が大幅に増えたため、ランチや会食需要が増加した。外国人の利用客もみられるようになった。
	悪化	秋田県	新型コロナの感染者数の高止まりが続き、会食や接待需要が回復する見通しが無い。
来期	好転	群馬県	新型コロナの感染者数の減少によって人流が増え、宴会や法事等の需要が増加するだろう。
	不変	栃木県	若い客層はやや持ち直しているが、中高年の客層が戻ってこない。

(5) 喫茶

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	山形県	行動制限がなくなったため、県を跨いで来店するお客さまが増加している。特に、ファミリー層の来店が増えた。
	不変	福岡県	コロナ禍は少しずつ落ち着いているが、人手不足により営業日数を増やせない。
来期	不変	神奈川県	コロナ禍も落ち着き安定している。ここ数年は自宅で珈琲を楽しむ人が増えているので、珈琲の豆売りが増加することを期待している。
	悪化	高知県	食品など生活必需品の値上げが続いているため、消費者の外出意欲が低下するだろう。

(6) 社交

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	鹿児島県	新型コロナとの共存に舵を切ったお客さまも多く、徐々に客足が戻りつつある。
	悪化	香川県	飲みに出る人が少ない。22時過ぎには人通りが無くなり、営業を終了しているお店も多い。
来期	好転	岐阜県	新型コロナの感染予防にかかる各種規制が解除され、人々の不安が和らぎ、夏休みやお盆休みで外出機会が増えるであろうから、個人客への期待は大きい。
	悪化	東京都	テレワーク勤務の浸透や、一次会で帰宅するという生活スタイルの定着で、サラリーマンの客足はほとんど戻らない。急激な円安の進行で、洋酒やワインの仕入値が高騰しており、儲けもでない。

(7) その他飲食

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	佐賀県	外出制限がなくなったことで、ゴールデンウィークの帰省客が増え、予約件数も回復した。3年ぶりの有田陶器市の開催による集客効果もあった。
	悪化	福島県	まん延防止等重点措置は解除されたが、感染者数は相変わらず多く、企業や役所関係の団体客の予約は増えず、ゴールデンウィークの予約も突発的なキャンセルがあった。
来期	好転	岡山県	自粛疲れからか、週末や夏休み・お盆休みに家族で外食を楽しみたいとのニーズが高まっているように感じる。ファミリー向けに価格を抑えた新メニューを提供して集客していきたい。
	不変	熊本県	徐々に客足は伸びてきているが、仕入価格の上昇に歯止めがかからない状況が続くだろう。

(8) 食肉

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	不変	三重県	前年と比較してコロナ禍の影響は少ないが、輸入品が品薄になっており、品切れになることも多く売上アップにつながらない。
	悪化	山梨県	4月から生活必需品の値上げが相次ぎ、消費者の食品に対する支出が減ったと思われる。購入頻度、購入単価ともに低下してきている。
来期	不変	広島県	仕入価格の高騰により販売価格の一部値上げを実施しているが、買い控えなど悪い影響がでるのではないかと心配している。
	悪化	北海道	原材料費の高騰や便乗値上げなどもあり、消費意欲が減退してしまう。この先も仕入価格や経費の上昇で利益確保が難しくなるだろう。

(9) 食鳥肉

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	神奈川県	コロナ禍の影響が薄れるなか、居抜き等で新規に開業する飲食店が増えている。そのため、営業を強化し新規の取引先を獲得した。
	不変	鹿児島県	コロナ禍の影響はまだ残っているが、飲食店向けの卸売需要は少しずつ回復してきている。一方で、仕入価格や経費などの値上がりにより、利益の増加につながらない状況にある。
来期	好転	大阪府	入国制限の緩和でインバウンドが増え、日本食の需要が高まることから、ホテル・旅館や飲食店からの注文が増えることを期待している。
	不変	大分県	観光客の増加で飲食店の業況が回復してくれば売上の増加も期待できるが、新型コロナの感染状況や物価高などの影響もあり、先行きは不透明。

(10) 氷雪

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	奈良県	行動制限がなくなって以降、かき氷事業を新たに併営する業者から注文が増えている。新規業者向けに、氷の扱い方・削り方・シロップのかけ方などについて、講習会を開いた。
	悪化	東京都	まん延防止等重点措置の解除で販売環境は好転してきているが、会食、懇親会、歓送迎会などのイベントが少人数化し、開催回数も減ってきているため受注が伸びない。
来期	好転	富山県	飲食店からの受注が安定しつつある。また、夏祭りや各種イベントでのかき氷需要が最盛期を迎える。
	悪化	広島県	コロナ禍で廃業・休業する得意先の飲食店が増えた。販路を開拓した新規先では、売上不振を理由に販売代金の回収が長期化する傾向にあり、繁忙期ながら厳しさは続く見通し。

(11) 理容

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	栃木県	新型コロナの流行も落ち着きつつある。ワクチン接種も進んでいることから外出の機会も増えており、顧客の来店周期も戻りつつある。
	悪化	山形県	新型コロナの感染者数の高止まりで、地域の各種行事がなくなった影響を受けている。また、少子高齢化による人口減少、高齢のお客さまが施設に入所して来店しなくなるなどの影響も大きい。
来期	好転	熊本県	暑さが続くと短髪カットを希望するお客さまが増えるため、客足が伸びることを期待している。
	不変	千葉県	オンライン授業やリモートワークが定着してきたため、身だしなみに気を使わなくなり、利用周期が延びるだろう。

(12) 美容

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	茨城県	行動規制が解除されたことで、人や経済が動き出し、結婚式や旅行などに伴う予約が増えてきている。
	悪化	長野県	外出頻度は上がらず、物価の高騰で財布の紐が固くなり、生活必需品ではない美容にかかる支出が削減されていると感じる。
来期	好転	愛媛県	コロナ禍が落ち着き、人の流れが戻り経済活動が活発になってきた。夏休みやお盆休みには外出機会がさらに増えることから、客数の増加が期待できる。
	不変	岡山県	仕入価格や人件費が高騰しているため、売上が多少伸びても利益はさほど変わらないだろう。

(13) 映画館

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	埼玉県	新型コロナの感染者数が減少傾向にあり、上映作品が延期されることもなく、順調に上映できた。
	不変	福岡県	経済活動も徐々に再開してはいるが、配信型コンテンツの普及もあって、客足は戻ってきていない。
来期	好転	京都府	人気作の上映が続くなか、夏休み期間の上映作品への期待もあり、コロナ禍以前の水準の入館客を確保できる見通しである。
	不変	神奈川県	主な顧客層が50～70代の方々のため、友人や家族と一緒に出かけを避ける傾向にあり、映画を観ようという意欲が低下していると思われる。

(14) ホテル・旅館

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	徳島県	新型コロナの感染状況が落ち着いてきたため、観光客が増加し、企業の出張も増えてきて、客室稼働率は上がっている。
	不変	秋田県	新型コロナの感染拡大が収まらず、宴会の中止や飲食を伴わない会議が増えており、宿泊も素泊まりの傾向がある。
来期	好転	滋賀県	滋賀県民割などを支えに、夏に向けた宿泊の予約が順調に入り始めている。また、今後はインバウンド需要も期待している。
	悪化	埼玉県	行動制限は解除されたものの、業績の回復は思うように進んでいない。仕入価格や光熱費の高騰などもあり、先行きは不透明である。

(15) 公衆浴場

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	不変	石川県	新型コロナの感染状況が落ち着き、常連客やサウナ愛好家の若者の客足は回復してきているが、原油価格の高騰に伴う燃料費の負担増加が収益を圧迫している。
	悪化	岐阜県	行動制限が解除されても、新型コロナの感染への根強い不安から客数は減ったまま。また、燃料の重油が値上がりし、光熱費が3割近く上昇している。
来期	不変	山口県	原油価格の高騰を受け、県全体で料金改定を行ったが、その反動で利用回数が減少している。何とか現状維持を図っていく。
	悪化	滋賀県	サウナブームが落ち着きを見せている一方で、燃料費や光熱費の値上がりが利益を圧迫している。

(16) クリーニング

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	広島県	コロナ禍で在宅勤務が多かった昨年と比べ、出社する人の数が増えてきたことから、ワイシャツやスーツなどの受注が若干増えた。
	不変	静岡県	各種イベントの中止や外食控えなどの影響で、衣替えのシーズンになっても、お洒落着のクリーニングの点数が戻ってこない。
来期	不変	千葉県	コロナ禍が収束しクリーニングの受注が増えたとしても、原油価格や光熱費の高騰がこのまま続けば、業績の回復は期待できない。
	悪化	鳥取県	来期は閑散期にあたるため、業況は厳しいことが予想される。外出を自粛する傾向も払拭されておらず、テレワークの広がりですーツ類の需要は減少したままである。