

2022年11月4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7～9月期）

（前回）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

### <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19.5ポイント拡大し、▲23.4となった。
- 来期は、マイナス幅が11.1ポイント縮小し、▲12.3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9.4ポイント拡大し、▲10.3となった。
- 来期は、マイナス幅が4.9ポイント縮小し、▲5.4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4.7ポイント拡大し、▲30.5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59.2%と最も多く、次いで「仕入価格・人件費等の上昇を価格に転嫁困難」（50.4%）、「客単価の低下」（18.9%）の順となった。

※ 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](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8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	3,129企業（回答率 95.1%）		
（業種内訳）	飲食業	1,432 企業	映画館 60 企業
	食肉・食鳥肉販売業	152 企業	ホテル・旅館業 180 企業
	氷雪販売業	54 企業	公衆浴場業 110 企業
	理容業	420 企業	クリーニング業 262 企業
	美容業	459 企業	

## 【本調査における留意事項】

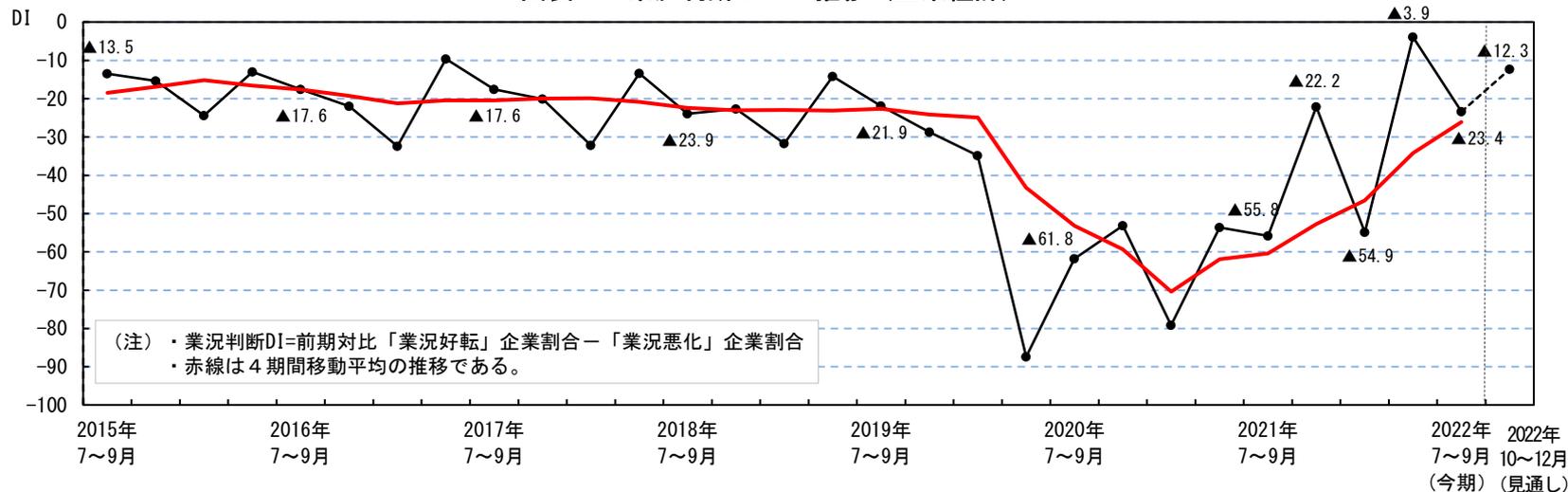
- 2016年4～6月期調査から沖縄県の企業を調査対象に加えている。
- 比率の算出にあたっては、無回答を除いたものを母数としている。

# 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19.5ポイント拡大し、▲23.4となった。
- 来期は、マイナス幅が11.1ポイント縮小し、▲12.3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 7~9月	2021年 10~12月	2022年 1~3月	2022年 4~6月	2022年 7~9月 (今期)	2022年 10~12月 (見通し)
食肉・食鳥肉	▲46.8	▲12.0	▲35.8	▲6.3	▲24.3	▲11.8
氷雪	▲70.7	▲24.1	▲52.7	30.9	31.5	▲14.8
理容	▲36.9	▲33.6	▲52.2	▲17.3	▲24.8	▲16.9
美容	▲42.2	▲27.8	▲48.7	▲15.3	▲22.9	▲11.5
映画館	9.7	▲42.9	▲20.0	30.6	38.3	▲6.7
ホテル・旅館	▲49.5	▲5.4	▲53.3	24.6	23.3	5.6
公衆浴場	▲40.7	▲13.4	▲25.7	▲27.1	▲30.9	▲22.7
クリーニング	▲74.8	▲35.7	▲71.8	14.6	▲46.6	▲10.7

図表3 飲食業 業況判断DIの推移

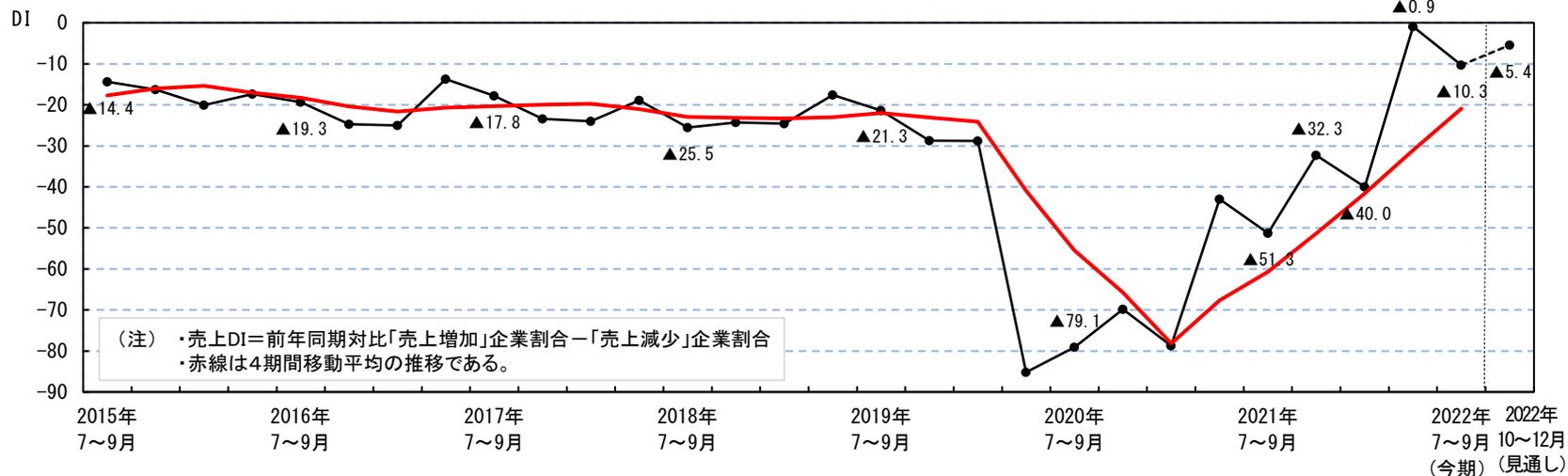
凡例	2021年 7~9月	2021年 10~12月	2022年 1~3月	2022年 4~6月	2022年 7~9月 (今期)	2022年 10~12月 (見通し)
飲食業(全体)	▲67.8	▲17.3	▲60.8	▲3.9	▲28.7	▲13.1
そば・うどん	▲61.1	0.0	▲52.6	2.1	▲4.9	▲13.7
中華料理	▲71.3	▲12.1	▲62.7	1.8	▲20.6	▲18.1
すし	▲70.7	▲14.5	▲56.0	▲10.8	▲29.7	▲20.0
料理	▲67.9	▲18.1	▲59.2	▲4.7	▲39.4	▲4.7
喫茶	▲62.0	▲25.0	▲58.8	4.3	▲29.0	▲8.0
社交	▲79.6	▲40.0	▲74.7	▲22.1	▲56.0	▲14.5
その他飲食	▲64.9	▲14.3	▲60.7	▲0.2	▲25.3	▲12.1

※ 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9.4ポイント拡大し、▲10.3となった。
- 来期は、マイナス幅が4.9ポイント縮小し、▲5.4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 7~9月	2021年 10~12月	2022年 1~3月	2022年 4~6月	2022年 7~9月 (今期)	2022年 10~12月 (見通し)
食肉・食鳥肉	▲50.0	▲23.4	▲20.1	3.2	▲15.8	▲4.6
氷雪	▲67.2	▲43.1	▲40.0	30.9	40.7	7.4
理容	▲37.9	▲32.7	▲36.9	▲20.6	▲22.4	▲16.9
美容	▲41.2	▲28.6	▲40.3	▲17.3	▲23.1	▲12.4
映画館	4.8	▲36.5	▲15.0	37.1	50.0	30.0
ホテル・旅館	▲45.4	▲28.6	▲25.4	43.2	48.3	30.9
公衆浴場	▲29.2	▲20.5	▲15.0	▲9.3	▲25.5	▲11.8
クリーニング	▲50.4	▲50.6	▲52.5	0.8	▲21.4	▲15.3

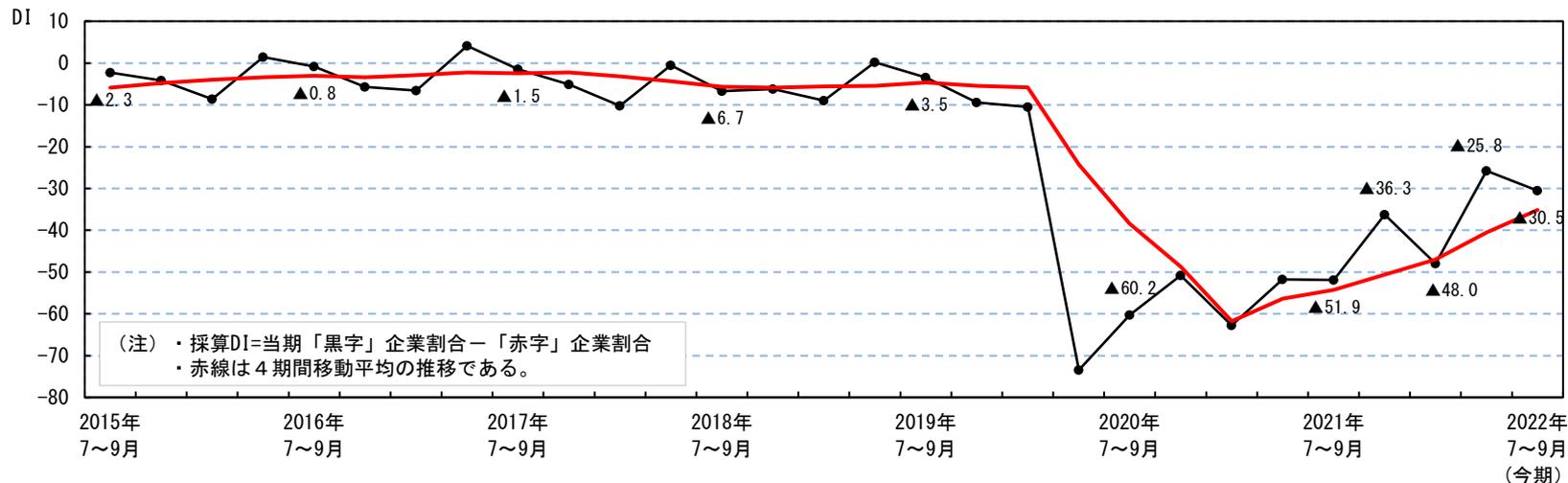
図表6 飲食業 売上DIの推移

凡例	2021年 7~9月	2021年 10~12月	2022年 1~3月	2022年 4~6月	2022年 7~9月 (今期)	2022年 10~12月 (見通し)
飲食業(全体)	▲63.3	▲31.7	▲45.8	1.6	▲10.6	▲4.1
そば・うどん	▲51.4	▲21.5	▲36.4	5.3	▲11.5	▲11.5
中華料理	▲65.0	▲27.4	▲56.2	7.3	▲18.7	▲13.5
すし	▲64.9	▲28.3	▲36.6	2.2	▲8.6	▲12.0
料理	▲60.8	▲30.7	▲49.2	▲1.6	▲13.4	0.0
喫茶	▲50.9	▲29.4	▲42.1	7.3	▲13.7	▲3.7
社交	▲80.1	▲52.1	▲59.7	▲18.7	▲32.2	▲15.1
その他飲食	▲64.9	▲31.0	▲43.8	5.5	▲6.1	▲0.5

### 3. 採算

○ 採算DIは、前期からマイナス幅が4.7ポイント拡大し、▲30.5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 7~9月	2021年 10~12月	2022年 1~3月	2022年 4~6月	2022年 7~9月 (今期)
食肉・食鳥肉	▲ 26.9	▲ 13.3	▲ 23.3	▲ 4.4	▲ 19.1
水 雪	▲ 75.9	▲ 58.6	▲ 70.9	▲ 45.5	▲ 29.6
理 容	▲ 18.5	▲ 15.1	▲ 23.4	▲ 12.1	▲ 6.2
美 容	▲ 27.0	▲ 20.7	▲ 28.2	▲ 16.2	▲ 18.3
映 画 館	▲ 66.1	▲ 73.0	▲ 63.3	▲ 41.9	▲ 20.0
ホテル・旅館	▲ 78.3	▲ 53.0	▲ 69.8	▲ 37.7	▲ 32.8
公衆浴場	▲ 24.8	▲ 8.0	▲ 16.8	▲ 3.4	▲ 21.8
クリーニング	▲ 52.7	▲ 47.9	▲ 61.0	▲ 6.9	▲ 32.1

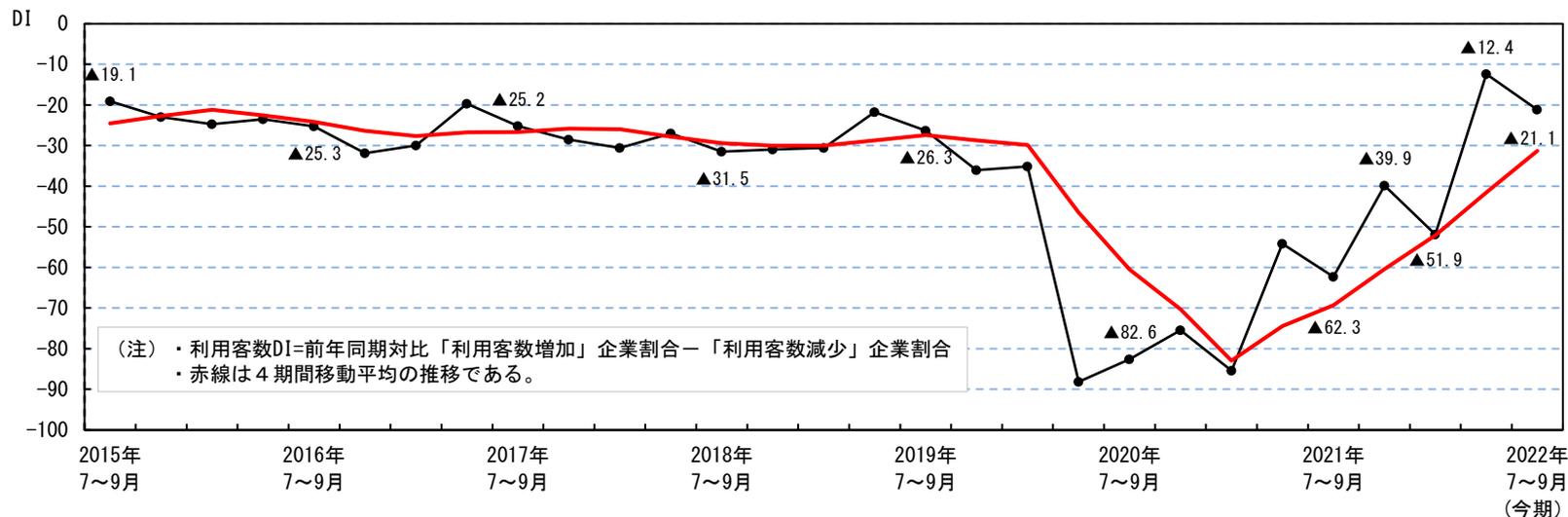
図表9 飲食業 採算DIの推移

凡例	2021年 7~9月	2021年 10~12月	2022年 1~3月	2022年 4~6月	2022年 7~9月 (今期)
飲食業(全体)	▲ 70.0	▲ 45.7	▲ 60.6	▲ 37.3	▲ 43.4
そば・うどん	▲ 52.6	▲ 24.9	▲ 48.6	▲ 15.0	▲ 16.9
中華料理	▲ 60.0	▲ 35.7	▲ 54.2	▲ 24.2	▲ 33.5
す し	▲ 75.9	▲ 42.2	▲ 52.6	▲ 32.4	▲ 38.3
料 理	▲ 75.6	▲ 55.1	▲ 71.5	▲ 52.7	▲ 52.8
喫 茶	▲ 56.6	▲ 41.5	▲ 53.8	▲ 30.5	▲ 42.0
社 交	▲ 89.0	▲ 70.5	▲ 78.0	▲ 59.3	▲ 69.0
その他飲食	▲ 73.5	▲ 46.8	▲ 62.6	▲ 41.9	▲ 46.0

#### 4. 利用客数

○ 利用客数DIは、前期からマイナス幅が8.7ポイント拡大し、▲21.1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 7~9月	2021年 10~12月	2022年 1~3月	2022年 4~6月	2022年 7~9月 (今期)
食肉・食鳥肉	▲ 43.6	▲ 24.1	▲ 34.0	▲ 12.7	▲ 13.2
水 雪	▲ 82.8	▲ 58.6	▲ 63.6	▲ 3.6	11.1
理 容	▲ 45.8	▲ 43.1	▲ 52.0	▲ 26.3	▲ 31.7
美 容	▲ 54.7	▲ 44.3	▲ 54.3	▲ 30.1	▲ 32.1
映 画 館	6.5	▲ 42.9	▲ 13.3	29.0	40.0
ホテル・旅館	▲ 53.6	▲ 29.2	▲ 37.0	30.1	43.3
公衆浴場	▲ 46.0	▲ 23.2	▲ 26.5	▲ 12.7	▲ 32.7
クリーニング	▲ 71.4	▲ 59.7	▲ 63.3	▲ 15.4	▲ 34.7

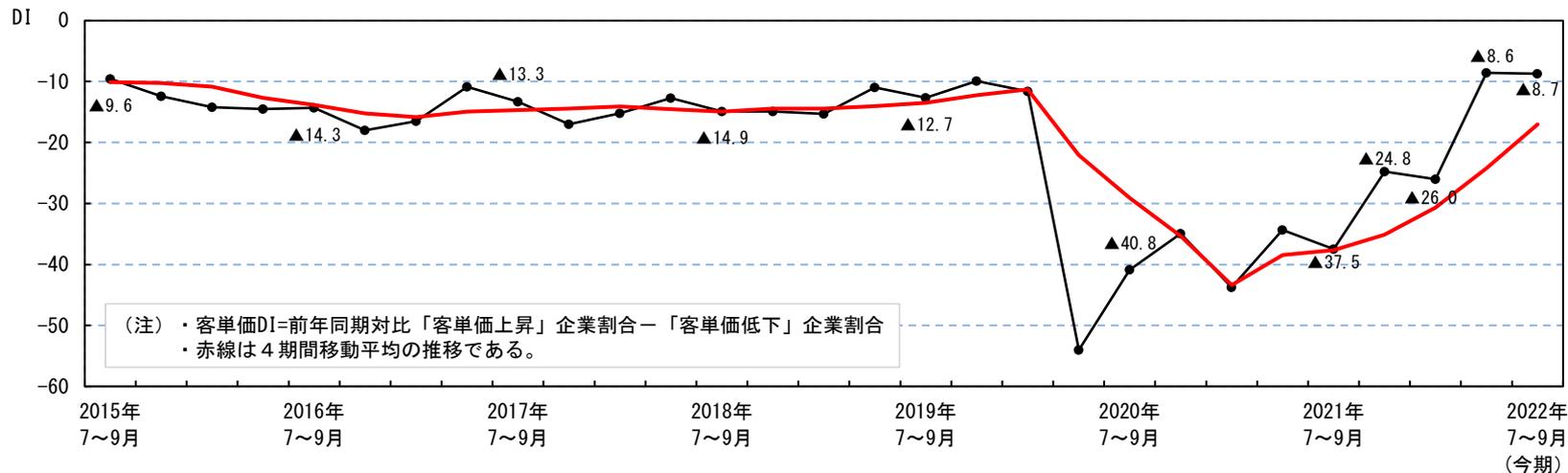
図表12 飲食業 利用客数DIの推移

凡例	2021年 7~9月	2021年 10~12月	2022年 1~3月	2022年 4~6月	2022年 7~9月 (今期)
飲食業(全体)	▲ 74.8	▲ 37.3	▲ 56.2	▲ 9.6	▲ 23.8
そば・うどん	▲ 64.6	▲ 27.7	▲ 45.1	▲ 3.2	2.7
中華料理	▲ 81.3	▲ 36.3	▲ 66.0	▲ 13.3	▲ 19.4
す し	▲ 75.9	▲ 36.4	▲ 55.4	▲ 9.7	▲ 29.1
料 理	▲ 73.1	▲ 33.6	▲ 60.0	▲ 8.5	▲ 23.6
喫 茶	▲ 62.4	▲ 39.9	▲ 59.1	▲ 4.3	▲ 24.2
社 交	▲ 89.0	▲ 60.0	▲ 64.0	▲ 31.3	▲ 47.7
その他飲食	▲ 74.9	▲ 32.2	▲ 51.7	▲ 3.4	▲ 23.4

## 5. 客単価

○ 客単価DIは、前期からマイナス幅が0.1ポイント拡大し、▲8.7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	2021年 7～9月	2021年 10～12月	2022年 1～3月	2022年 4～6月	2022年 7～9月 (今期)
食肉・食鳥肉	▲ 39.7	▲ 26.6	▲ 25.8	▲ 12.7	▲ 21.7
水 雪	▲ 62.1	▲ 50.0	▲ 47.3	▲ 10.9	▲ 3.7
理 容	▲ 21.0	▲ 20.5	▲ 22.7	▲ 15.4	▲ 18.6
美 容	▲ 25.0	▲ 18.6	▲ 19.7	▲ 13.4	▲ 10.3
映 画 館	0.0	▲ 14.3	▲ 3.3	▲ 9.7	10.0
ホテル・旅館	▲ 32.8	▲ 24.3	▲ 9.9	9.3	30.9
公衆浴場	▲ 22.1	▲ 7.1	▲ 12.4	▲ 3.4	▲ 4.5
クリーニング	▲ 62.2	▲ 55.5	▲ 55.6	▲ 9.2	▲ 22.5

図表15 飲食業 客単価DIの推移

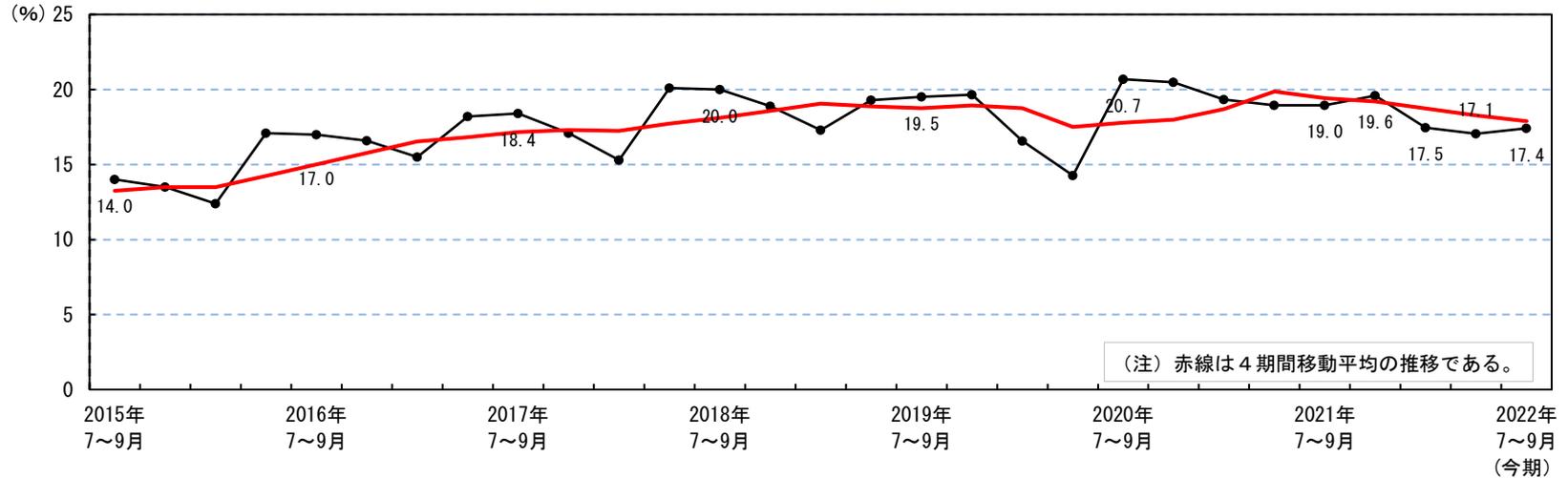
凡例	2021年 7～9月	2021年 10～12月	2022年 1～3月	2022年 4～6月	2022年 7～9月 (今期)
飲食業(全体)	▲ 44.2	▲ 23.1	▲ 27.0	▲ 7.0	▲ 7.7
そば・うどん	▲ 38.3	▲ 18.6	▲ 21.4	▲ 3.7	▲ 14.2
中華料理	▲ 46.9	▲ 28.0	▲ 35.3	▲ 12.1	▲ 10.3
す し	▲ 52.3	▲ 24.3	▲ 28.6	▲ 12.4	▲ 17.7
料 理	▲ 41.5	▲ 10.9	▲ 27.7	3.1	▲ 7.1
喫 茶	▲ 26.7	▲ 18.4	▲ 15.7	2.4	▲ 3.7
社 交	▲ 47.6	▲ 36.8	▲ 32.3	▲ 14.6	▲ 19.6
その他飲食	▲ 48.4	▲ 22.3	▲ 27.3	▲ 7.3	▲ 8.2

## II 設備投資の動向

### 1. 設備投資の実施状況

○ 今期（2022年7～9月）に設備投資を行った企業の割合は、前期から0.3ポイント上昇し、17.4%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 7～9月	2021年 10～12月	2022年 1～3月	2022年 4～6月	2022年 7～9月 (今期)
食肉・食鳥肉	25.6	29.1	27.7	27.8	28.3
水 雪	8.6	8.6	9.1	16.4	11.1
理 容	9.8	11.3	10.6	9.7	8.3
美 容	12.8	12.2	11.3	8.2	10.7
映 画 館	25.8	25.4	25.0	19.4	23.3
ホテル・旅館	44.6	49.7	44.0	42.1	42.2
公衆浴場	31.9	31.3	31.9	33.9	34.5
クリーニング	17.6	13.7	13.9	15.0	15.3

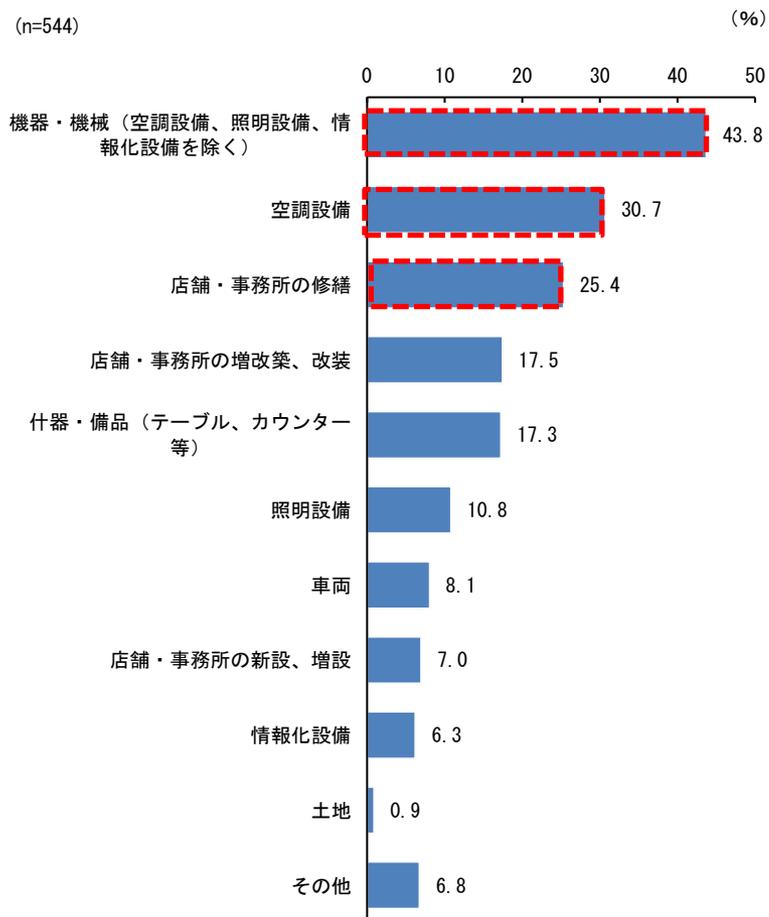
図表18 飲食業 設備投資実施割合の推移

凡例	2021年 7～9月	2021年 10～12月	2022年 1～3月	2022年 4～6月	2022年 7～9月 (今期)
飲食業(全体)	19.0	19.9	16.5	16.6	17.0
そば・うどん	21.7	19.8	16.2	18.7	21.3
中華料理	16.9	19.1	11.1	13.9	18.7
す し	15.5	19.7	21.7	16.2	16.6
料 理	19.8	27.5	24.6	26.4	29.1
喫 茶	13.9	17.1	14.4	16.5	13.6
社 交	17.8	13.7	7.5	7.5	11.5
その他飲食	22.5	21.8	18.6	18.3	15.1

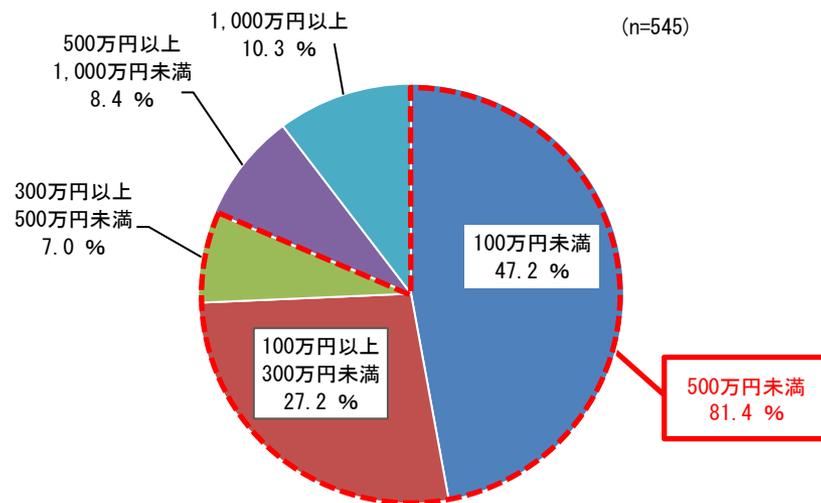
## 2. 設備投資の内容、設備投資金額、来期の設備投資計画

- 今期（2022年7～9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43.8%と最も多く、次いで「空調設備」（30.7%）、「店舗・事務所の修繕」（25.4%）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10～12月）の設備投資計画については、「実施予定あり」が12.0%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）



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 10～12月期の予定 (%)
全業種計	12.0
食肉・食鳥肉	21.1
氷雪	7.4
理容	5.5
美容	6.3
映画館	18.3
ホテル・旅館	42.2
公衆浴場	26.4
クリーニング	10.3

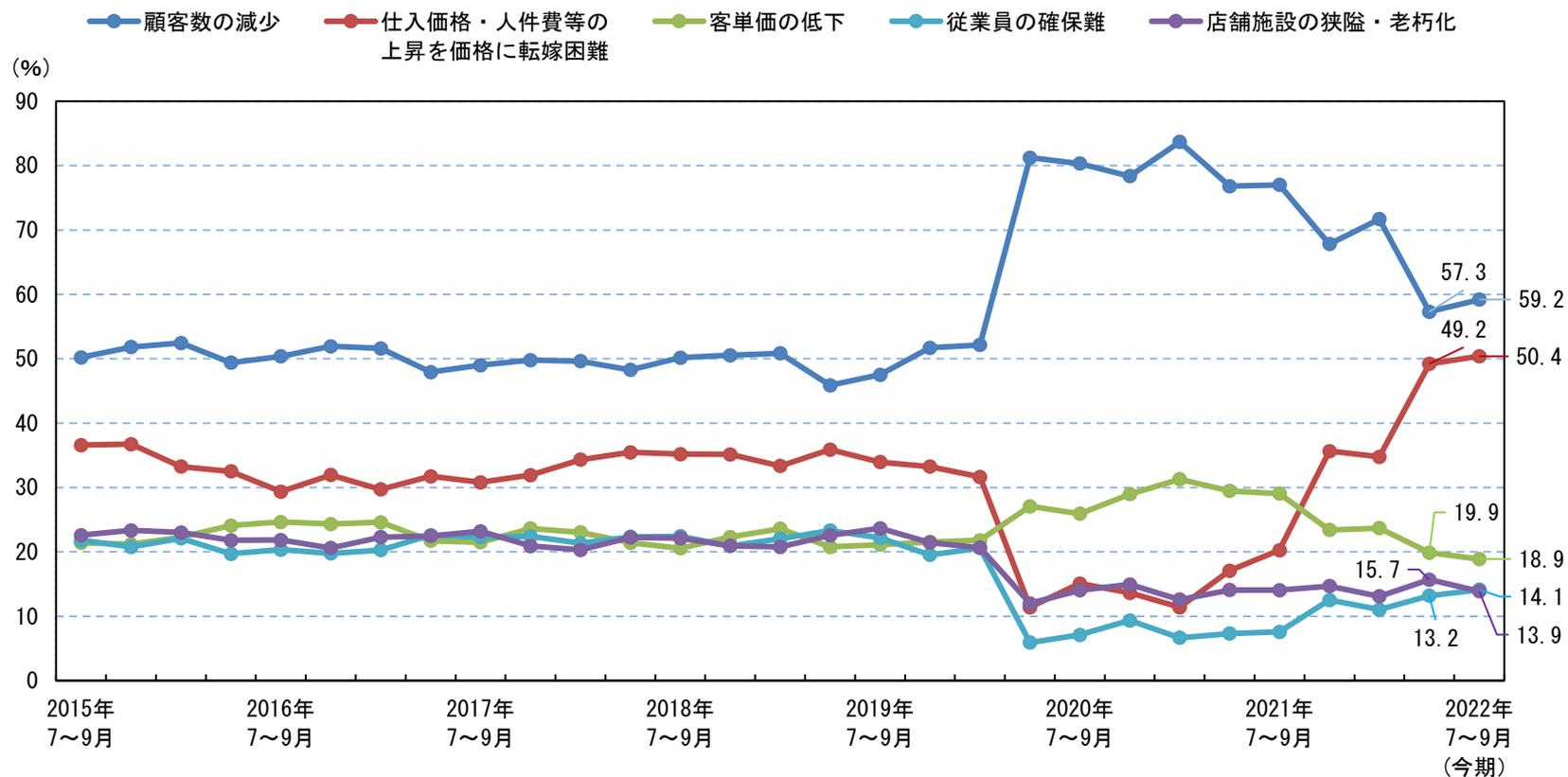
図表22 飲食業 来期の設備投資実施予定割合

凡例	2022年 10～12月期の予定 (%)
飲食業(全体)	10.1
そば・うどん	11.5
中華料理	7.1
すし	7.4
料理	18.1
喫茶	10.5
社交	7.0
その他飲食	10.5

### Ⅲ 経営上の問題点

○ 経営上の問題点は、「顧客数の減少」が59.2%と最も多く、次いで「仕入価格・人件費等の上昇を価格に転嫁困難」(50.4%)、「客単価の低下」(18.9%)の順となった。

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7～9月）

(%)

項目	顧客数の減少	仕入価格・人件費等の上昇を価格・人件費等に転嫁困難	客単価の低下	従業員の確保難	店舗施設の狭隘・老朽化	後継者難	事業資金借入難	その他	特に問題なし
全業種計	59.2	50.4	18.9	14.1	13.9	5.0	3.2	5.0	5.1
飲食業(全体)	63.4	62.0	13.6	14.5	9.3	3.8	4.0	4.5	3.2
そば・うどん	45.9	71.0	7.7	19.1	14.8	6.0	1.6	3.8	4.4
中華料理	52.3	63.2	16.8	12.3	9.0	9.0	1.9	2.6	3.9
すし	63.4	68.6	16.6	7.4	10.3	3.4	1.7	5.7	3.4
料理	70.1	53.5	11.0	18.1	11.8	3.9	4.7	3.9	3.1
喫茶	64.2	59.9	9.9	13.0	11.1	3.7	4.3	3.7	3.1
社交	86.0	45.5	15.0	14.5	2.0	0.5	5.5	9.0	1.5
その他飲食	62.1	66.0	15.3	15.8	8.6	2.6	5.6	3.3	3.3
食肉・食鳥肉	31.6	69.7	24.3	14.5	21.1	4.6	3.3	3.3	2.0
氷雪	46.3	46.3	27.8	9.3	13.0	14.8	1.9	13.0	1.9
理容	60.5	26.4	24.8	8.8	13.8	7.1	1.2	7.6	13.1
美容	62.5	26.8	26.1	16.3	11.5	6.3	2.2	5.7	7.8
映画館	65.0	30.0	10.0	16.7	41.7	5.0	3.3	1.7	1.7
ホテル・旅館	41.1	63.3	11.1	35.6	23.3	3.9	6.7	2.2	0.6
公衆浴場	53.6	41.8	6.4	3.6	45.5	6.4	0.9	3.6	7.3
クリーニング	60.3	55.7	33.2	6.5	13.4	3.8	2.3	4.6	3.4

(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7～9月 来期：2022年10～12月

### (1) そば・うどん

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	高知県	四国中学校総体やインターハイの影響で客足が大幅に増えた。高知のよさこい祭りや徳島の阿波踊り等を見物する観光客も増えており、ランチの時間帯は混雑するようになってきた。
	不変	長崎県	人流は多少増加しているものの、仕入価格の上昇分を価格に転嫁したため、客足が伸びない。
来期	不変	滋賀県	コロナの感染は落ち着くかもしれないが、物価高騰はこれから本番とみており、値上げ後の顧客離れが不安だ。
	悪化	北海道	コロナの感染状況と値上げラッシュで客足が減少し、原材料と燃料の高騰で経費も増大するため、見通しはかなり厳しい。

### (2) 中華料理

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	福岡県	今年は博多祇園山笠等の夏祭りが再開されたことから、多くの観光客が訪れ、昼・夜の来店客増加に結びついた。
	悪化	青森県	原材料や調味料等の価格上昇や、光熱費の高騰等が収益を圧迫するとともに、コロナの感染拡大で客足が遠のいている。
来期	不変	神奈川県	仕入価格の高騰に頭を悩ませており、多少客足が回復しても業況は好転しないだろう。
	悪化	熊本県	宴会が依然として自粛傾向にあり、回復の兆しが見られない。

(3) すし

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	広島県	今年は通常営業ができており、観光客や帰省客の少人数での予約が増えている。
	悪化	東京都	行動制限がないとはいえ、感染の再拡大で21時以降の利用客はほとんどいなかった。
来期	不変	長野県	コロナの第7波が簡単に収束するとは思えないので来店客は少ないと思うが、テイクアウトと出前は好調をキープしており、現状維持はできる見通し。
	悪化	新潟県	光熱費や原材料の高騰により値上げせざるを得ないため、客足に影響が出そう。

(4) 料理

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	不変	熊本県	鰻料理専門店は景気に左右されにくいですが、コロナの感染拡大に加え、原材料価格等の高騰もあり、現状維持が精一杯である。
	悪化	宮城県	慢性的な人手不足のところにコロナの感染者や濃厚接触者が増え、需要に対し十分に応えることができない状況にある。
来期	好転	静岡県	コロナが終息するか不透明だが、人流は活発化しているので、業況が好転することを期待している。
	不変	岐阜県	原材料費の値上げと固定費の増加により、現状維持が精一杯だろう。

(5) 喫茶

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	神奈川県	コロナの感染者数は高止まりだが、行動制限がないことから客足が戻っている。また、連日の猛暑も加わり、かき氷などの注文数が増えている。
	悪化	愛媛県	コロナの感染拡大による客足の減少と、急激な円安による珈琲豆の仕入価格高騰のダブルパンチを受けている。
来期	不変	兵庫県	長引くコロナ禍で不安材料はあるが、規制の緩和もあるので現状維持はできると予想している。
	悪化	愛知県	コロナ禍以降の客足の減少に加え、原材料費の高騰があり、先行きに不安を感じている。

(6) 社交

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	香川県	今年は各種規制の要請がなく通常営業ができており、常連客のほか帰省客の利用が多かった。
	悪化	岩手県	企業の接待需要がほとんどなく、個人客も22時には退店するなど、各種給付金等がない今は、相当苦しくなっている。
来期	好転	三重県	感染者は多いものの、通常営業ができており、年末に向け人出が増えることを期待している。
	悪化	沖縄県	来期は光熱費等の諸経費が値上がりするので、経営が更に悪化しそうである。

(7) その他飲食

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	石川県	夏の観光・行楽シーズンで県内外からの来客数が増えてきている。
	不変	滋賀県	第7波の感染拡大が高止まりする中、外食は控える傾向にある。
来期	不変	岐阜県	インバウンドが少しずつ戻ってくることで、来店客数の増加を見込むが、仕入価格の高騰により収支はトントンになる見通し。
	悪化	島根県	材料費は上昇しているが、価格転嫁できず業況は悪化するだろう。

(8) 食肉

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	不変	広島県	第7波の感染拡大で飲食店向けの卸売部門の売上は激減しているが、小売部門は固定客が確保できており、現状を維持している。
	悪化	北海道	仕入価格や配達の燃料費、包装資材等の価格が上昇しているものの、すぐには価格転嫁できない。
来期	好転	福岡県	第7波の影響により自宅で食事する機会が増え、購入量や購入単価の増加が見込まれる。
	悪化	静岡県	今後も仕入価格の上昇が予想されるが、完全には価格転嫁できない可能性が高く、来期も厳しい状況が続きそう。

(9) 食鳥肉

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	不変	静岡県	近隣の固定客が中心であり、第7波の感染拡大の影響をあまり受けていない。
	悪化	京都府	材料費の高騰に加え、消耗品や人件費、運送費の値上げも続いており、苦しさは増している。
来期	不変	埼玉県	新規客の売上増加が期待できるものの、原材料費の高騰が収益を圧迫しており、業況は横ばいになるだろう。
	悪化	香川県	仕入価格の上昇に見合うだけの販売価格にできる見通しが見つからない。

(10) 氷雪

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	東京都	今年のかき氷店の新規出店が増え、小規模なイベントやお祭り等も徐々に再開され始めたことで、注文が少しずつ増えてきている。
	不変	高知県	今年は3年ぶりにイベント等が開催されるようになり、氷の需要は少し上向いてきたが、第7波の感染拡大で動きは鈍ってきている。
来期	好転	神奈川県	昨年まで中止続きであった秋のイベントが実施の方向にあるため、業況の好転を期待している。
	不変	大阪府	当面は取引先である飲食業界の厳しい状況が続くと思うので、業況は変わらないだろう。

(11) 理容

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	長野県	感染者数は高止まりしているが、行動制限がない今年は、旅行やイベントで外出する機会が増えたため、外出前に見だしなみを整えたいという来客が増えた。
	悪化	山形県	コロナの第7波により、県内での新規陽性者が最大人数を更新する日が続き、年齢層の高いお客さまを中心に、来店を控える動きが目立っている。
来期	好転	沖縄県	ビジネス客が多いので、感染予防対策を継続していれば安心して来店していただけたらと思う。行動制限もなくなったので、来店客の回復に期待したい。
	不変	山梨県	コロナの感染状況は高止まりが続くと予想されるため、来店サイクルの改善は難しく、現状から変わらないだろう。

(12) 美容

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	京都府	行動制限がなく、外出機会が増えたことで、旅行やイベント等の前に身だしなみを整えたいという女性客が増えた。
	不変	栃木県	県内の感染状況は高止まり状態にあるが、予約制の固定客を中心に、ある程度の客数は確保できている。
来期	不変	長崎県	長くなった来店サイクルや、変化した生活習慣はなかなか元には戻らず、しばらくは現状維持とみている。
	悪化	石川県	物価高騰の影響で、お客さまが節約志向になり、客単価が下がる可能性がある。

(13) 映画館

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	静岡県	延期されていた洋画「トップガン・マーヴェリック」や邦画「ワンピース」等が全国的に大ヒットとなり、期待以上の観客数を確保できた。
	悪化	青森県	夏休みの人気作の上映効果はあったが、第7波の影響でファミリー層を中心に来館を延期する動きがみられ、厳しい業況となった。
来期	不変	山梨県	コロナの感染者数が増加と減少を繰り返している間は、本格的な回復は見込めない。
	悪化	埼玉県	新作の発表が一段落したため、来期は顧客数が減少するだろう。

(14) ホテル・旅館

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	岡山県	行動制限が緩和されていることから、人の動きは活発になっており、県民割による宿泊のほか、祭やイベントに参加するための宿泊の予約も増えている。
	不変	茨城県	宿泊客は戻りつつあるが、原材料費の値上がりが影響し、収益は前年同期と変わらない。
来期	好転	島根県	来期は全国旅行支援が始まるので、好転することを期待している。
	悪化	宮崎県	コロナ禍の収束が見通せない中、原材料価格の高騰で経営は更に厳しくなるだろう。

(15) 公衆浴場

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	千葉県	8月後半以降、コロナの感染状況が落ち着いてきて、家族連れやレジャー帰りの若者など、新しいお客さまが増えた。
	悪化	青森県	お客さまが高齢化し、利用頻度が減少しているため、売上に響いている。
来期	不変	香川県	地元の常連客が多いため、業績は安定している。
	悪化	兵庫県	燃料費の高騰が続くと予想され、公衆浴場業にとって先行きは厳しい。

(16) クリーニング

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	福井県	行動制限の緩和で外出する人が増えており、浴衣や法被など、季節ものの洗濯需要が増えた。
	悪化	山口県	エネルギー価格の高騰や円安などの影響を受け、利益が圧迫されており、数か月前に価格転嫁したが、追いつかない状況にある。
来期	好転	愛媛県	秋は衣替えのシーズンになるため、当期よりは良くなると期待している。
	悪化	千葉県	仕入価格の高騰や人件費の大幅な上昇により、利益の確保が難しくなる。