

2023年2月3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10～12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14.4ポイント縮小し、▲9.0となった。
- 来期は、マイナス幅が10.3ポイント拡大し、▲19.3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8.9ポイント縮小し、▲1.4となった。
- 来期は、マイナス幅が0.7ポイント拡大し、▲2.1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7.3ポイント縮小し、▲23.2となった。

<経営上の問題点>（9、10ページ）

- 経営上の問題点は、「仕入価格・人件費等の上昇を価格に転嫁困難」が54.7%と最も多く、次いで、「顧客数の減少」（52.2%）、「客単価の低下」（17.2%）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）。

<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：小沢、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12月中旬		
調査方法	訪問面接調査		
調査対象	生活衛生関係営業	3,290	企業
有効回答企業数	3,142企業（回答率 95.5%）		
（業種内訳）	飲食業	1,430	企業
	映画館		61 企業
	食肉・食鳥肉販売業	155	企業
	ホテル・旅館業		180 企業
	冰雪販売業	55	企業
	公衆浴場業		112 企業
理容業	424	企業	
クリーニング業		263 企業	
美容業	462	企業	

【本調査における留意事項】

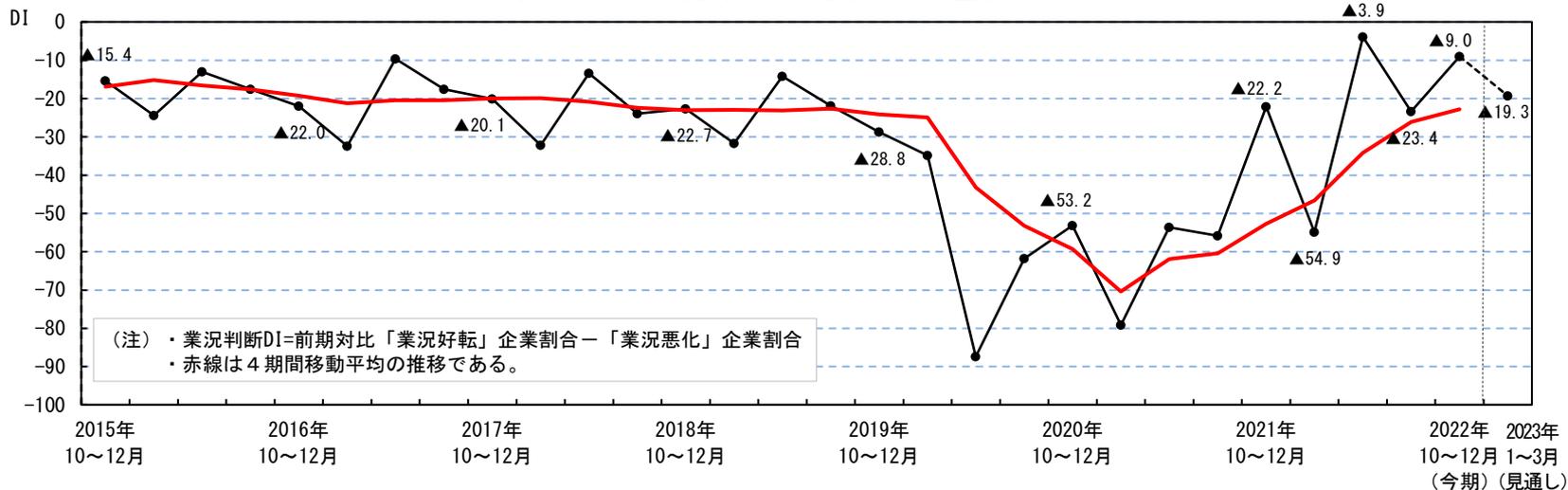
- 2016年4～6月期調査から沖縄県の企業を調査対象に加えている。
- 比率の算出にあたっては、無回答を除いたものを母数としている。

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14.4ポイント縮小し、▲9.0となった。
- 来期は、マイナス幅が10.3ポイント拡大し、▲19.3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 10~12月	2022年 1~3月	2022年 4~6月	2022年 7~9月	2022年 10~12月 (今期)	2023年 1~3月 (見通し)
食肉・食鳥肉	▲12.0	▲35.8	▲6.3	▲24.3	▲6.5	▲23.9
氷雪	▲24.1	▲52.7	30.9	31.5	▲23.6	▲21.8
理容	▲33.6	▲52.2	▲17.3	▲24.8	▲30.2	▲26.2
美容	▲27.8	▲48.7	▲15.3	▲22.9	▲23.4	▲16.9
映画館	▲42.9	▲20.0	30.6	38.3	9.8	13.1
ホテル・旅館	▲5.4	▲53.3	24.6	23.3	50.6	▲8.9
公衆浴場	▲13.4	▲25.7	▲27.1	▲30.9	▲15.2	▲19.6
クリーニング	▲35.7	▲71.8	14.6	▲46.6	▲12.9	▲40.7

図表3 飲食業 業況判断DIの推移

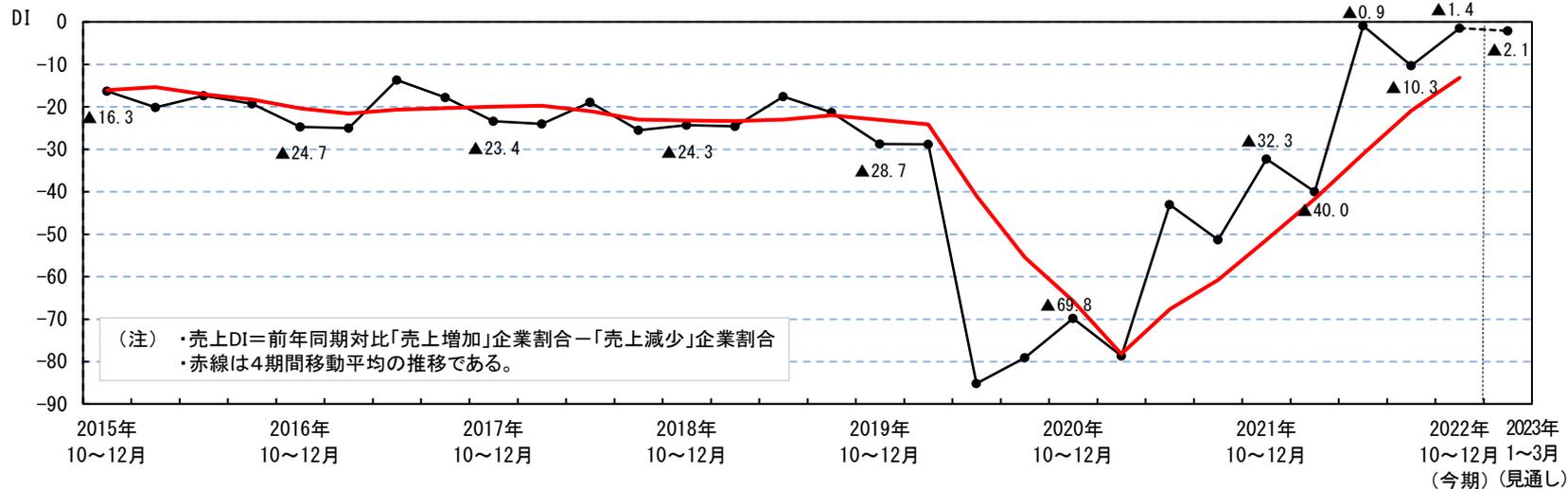
凡例	2021年 10~12月	2022年 1~3月	2022年 4~6月	2022年 7~9月	2022年 10~12月 (今期)	2023年 1~3月 (見通し)
飲食業(全体)	▲17.3	▲60.8	▲3.9	▲28.7	▲4.9	▲16.1
そば・うどん	0.0	▲52.6	2.1	▲4.9	▲10.1	▲28.0
中華料理	▲12.1	▲62.7	1.8	▲20.6	1.9	▲16.3
すし	▲14.5	▲56.0	▲10.8	▲29.7	▲6.4	▲16.2
料理	▲18.1	▲59.2	▲4.7	▲39.4	8.3	▲7.5
喫茶	▲25.0	▲58.8	4.3	▲29.0	▲10.3	▲15.4
社交	▲40.0	▲74.7	▲22.1	▲56.0	▲27.9	▲25.9
その他飲食	▲14.3	▲60.7	▲0.2	▲25.3	4.0	▲9.0

※ 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8.9ポイント縮小し、▲1.4となった。
- 来期は、マイナス幅が0.7ポイント拡大し、▲2.1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 10~12月	2022年 1~3月	2022年 4~6月	2022年 7~9月	2022年 10~12月 (今期)	2023年 1~3月 (見通し)
食肉・食鳥肉	▲23.4	▲20.1	3.2	▲15.8	0.0	1.3
氷雪	▲43.1	▲40.0	30.9	40.7	27.3	5.5
理容	▲32.7	▲36.9	▲20.6	▲22.4	▲26.0	▲23.9
美容	▲28.6	▲40.3	▲17.3	▲23.1	▲22.3	▲13.0
映画館	▲36.5	▲15.0	37.1	50.0	27.9	16.4
ホテル・旅館	▲28.6	▲25.4	43.2	48.3	62.6	36.3
公衆浴場	▲20.5	▲15.0	▲9.3	▲25.5	▲6.3	▲5.4
クリーニング	▲50.6	▲52.5	0.8	▲21.4	▲8.7	▲12.5

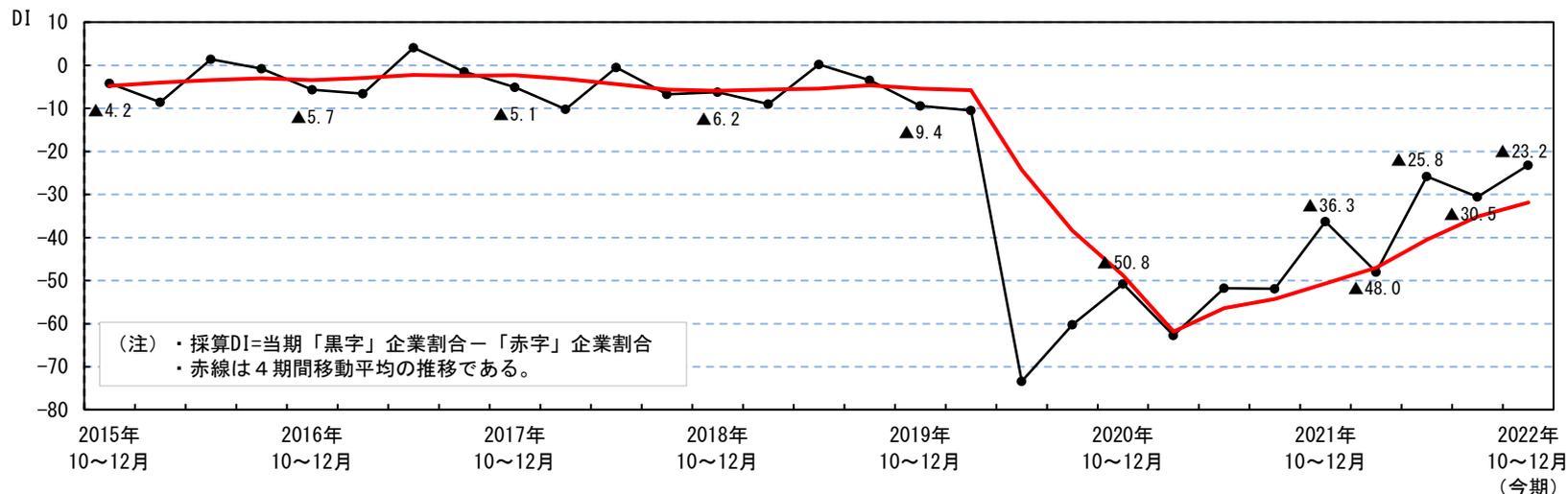
図表6 飲食業 売上DIの推移

凡例	2021年 10~12月	2022年 1~3月	2022年 4~6月	2022年 7~9月	2022年 10~12月 (今期)	2023年 1~3月 (見通し)
飲食業(全体)	▲31.7	▲45.8	1.6	▲10.6	3.8	3.9
そば・うどん	▲21.5	▲36.4	5.3	11.5	8.5	▲2.1
中華料理	▲27.4	▲56.2	7.3	▲18.7	6.3	▲0.6
すし	▲28.3	▲36.6	2.2	▲8.6	▲1.7	▲1.2
料理	▲30.7	▲49.2	▲1.6	▲13.4	18.0	14.3
喫茶	▲29.4	▲42.1	7.3	▲13.7	7.1	5.2
社交	▲52.1	▲59.7	▲18.7	▲32.2	▲15.8	▲7.7
その他飲食	▲31.0	▲43.8	5.5	▲6.1	6.4	11.9

3. 採算

○ 採算DIは、前期からマイナス幅が7.3ポイント縮小し、▲23.2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 10～12月	2022年 1～3月	2022年 4～6月	2022年 7～9月	2022年 10～12月 (今期)
食肉・食鳥肉	▲ 13.3	▲ 23.3	▲ 4.4	▲ 19.1	▲ 11.6
水 雪	▲ 58.6	▲ 70.9	▲ 45.5	▲ 29.6	▲ 40.0
理 容	▲ 15.1	▲ 23.4	▲ 12.1	▲ 6.2	▲ 13.4
美 容	▲ 20.7	▲ 28.2	▲ 16.2	▲ 18.3	▲ 16.2
映 画 館	▲ 73.0	▲ 63.3	▲ 41.9	▲ 20.0	▲ 26.2
ホテル・旅館	▲ 53.0	▲ 69.8	▲ 37.7	▲ 32.8	▲ 2.8
公衆浴場	▲ 8.0	▲ 16.8	▲ 3.4	▲ 21.8	▲ 17.0
クリーニング	▲ 47.9	▲ 61.0	▲ 6.9	▲ 32.1	▲ 25.1

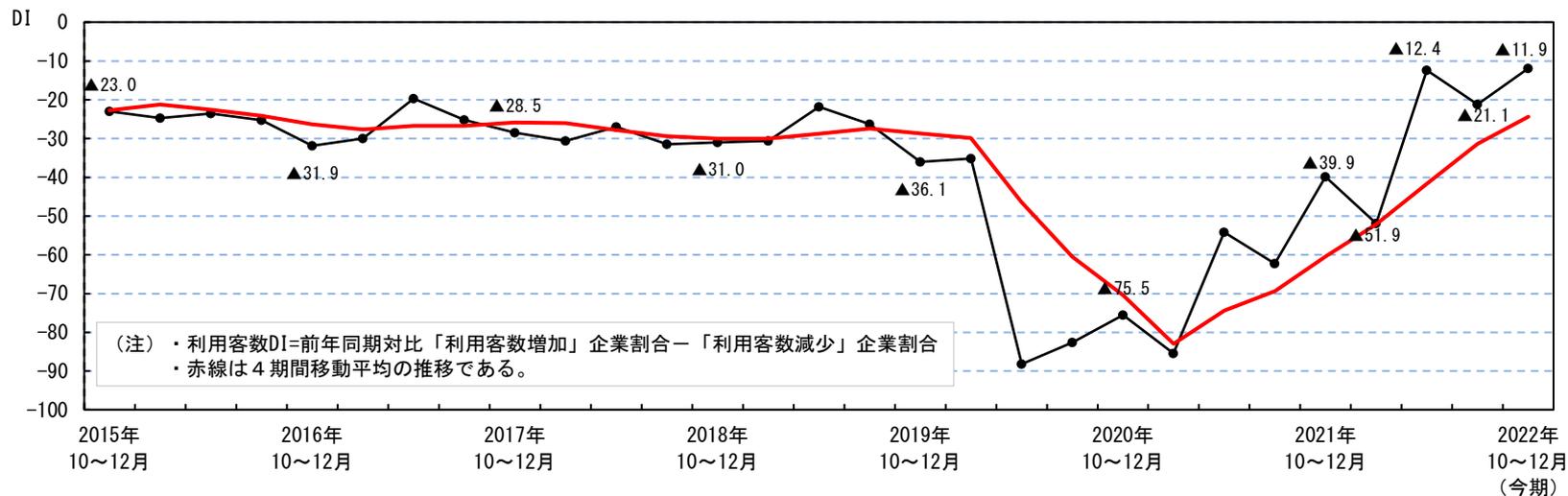
図表9 飲食業 採算DIの推移

凡例	2021年 10～12月	2022年 1～3月	2022年 4～6月	2022年 7～9月	2022年 10～12月 (今期)
飲食業(全体)	▲ 45.7	▲ 60.6	▲ 37.3	▲ 43.4	▲ 31.6
そば・うどん	▲ 24.9	▲ 48.6	▲ 15.0	▲ 16.9	▲ 2.6
中華料理	▲ 35.7	▲ 54.2	▲ 24.2	▲ 33.5	▲ 23.8
す し	▲ 42.2	▲ 52.6	▲ 32.4	▲ 38.3	▲ 28.3
料 理	▲ 55.1	▲ 71.5	▲ 52.7	▲ 52.8	▲ 42.9
喫 茶	▲ 41.5	▲ 53.8	▲ 30.5	▲ 42.0	▲ 32.7
社 交	▲ 70.5	▲ 78.0	▲ 59.3	▲ 69.0	▲ 57.9
その他飲食	▲ 46.8	▲ 62.6	▲ 41.9	▲ 46.0	▲ 32.7

4. 利用客数

○ 利用客数DIは、前期からマイナス幅が9.2ポイント縮小し、▲11.9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 10~12月	2022年 1~3月	2022年 4~6月	2022年 7~9月	2022年 10~12月 (今期)
食肉・食鳥肉	▲24.1	▲34.0	▲12.7	▲13.2	▲9.0
氷雪	▲58.6	▲63.6	▲3.6	11.1	▲1.8
理容	▲43.1	▲52.0	▲26.3	▲31.7	▲35.7
美容	▲44.3	▲54.3	▲30.1	▲32.1	▲36.0
映画館	▲42.9	▲13.3	29.0	40.0	21.3
ホテル・旅館	▲29.2	▲37.0	30.1	43.3	54.7
公衆浴場	▲23.2	▲26.5	▲12.7	▲32.7	▲17.9
クリーニング	▲59.7	▲63.3	▲15.4	▲34.7	▲25.5

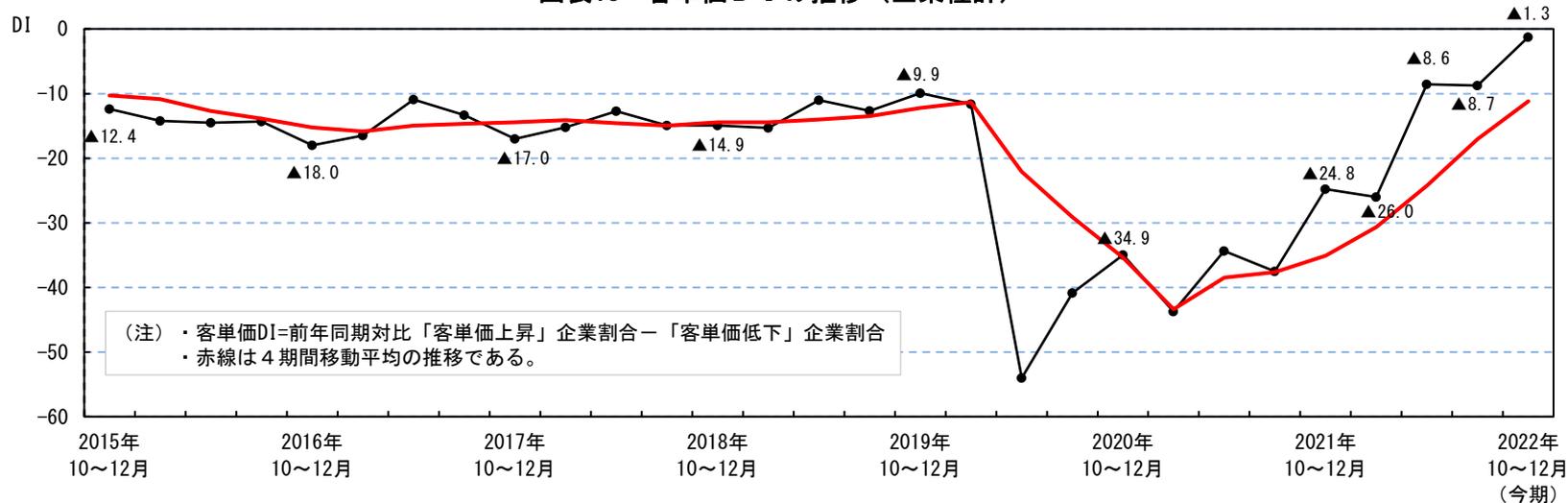
図表12 飲食業 利用客数DIの推移

凡例	2021年 10~12月	2022年 1~3月	2022年 4~6月	2022年 7~9月	2022年 10~12月 (今期)
飲食業(全体)	▲37.3	▲56.2	▲9.6	▲23.8	▲4.6
そば・うどん	▲27.7	▲45.1	▲3.2	2.7	▲2.6
中華料理	▲36.3	▲66.0	▲13.3	▲19.4	▲6.9
すし	▲36.4	▲55.4	▲9.7	▲29.1	▲10.4
料理	▲33.6	▲60.0	▲8.5	▲23.6	17.3
喫茶	▲39.9	▲59.1	▲4.3	▲24.2	▲11.6
社交	▲60.0	▲64.0	▲31.3	▲47.7	▲27.0
その他飲食	▲32.2	▲51.7	▲3.4	▲23.4	4.0

5. 客単価

○ 客単価DIは、前期からマイナス幅が7.4ポイント縮小し、▲1.3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 10~12月	2022年 1~3月	2022年 4~6月	2022年 7~9月	2022年 10~12月 (今期)
食肉・食鳥肉	▲26.6	▲25.8	▲12.7	▲21.7	▲7.1
氷雪	▲50.0	▲47.3	▲10.9	▲3.7	▲12.7
理容	▲20.5	▲22.7	▲15.4	▲18.6	▲14.9
美容	▲18.6	▲19.7	▲13.4	▲10.3	▲9.5
映画館	▲14.3	▲3.3	▲9.7	10.0	3.3
ホテル・旅館	▲24.3	▲9.9	9.3	30.9	45.3
公衆浴場	▲7.1	▲12.4	▲3.4	▲4.5	4.5
クリーニング	▲55.5	▲55.6	▲9.2	▲22.5	▲25.1

図表15 飲食業 客単価DIの推移

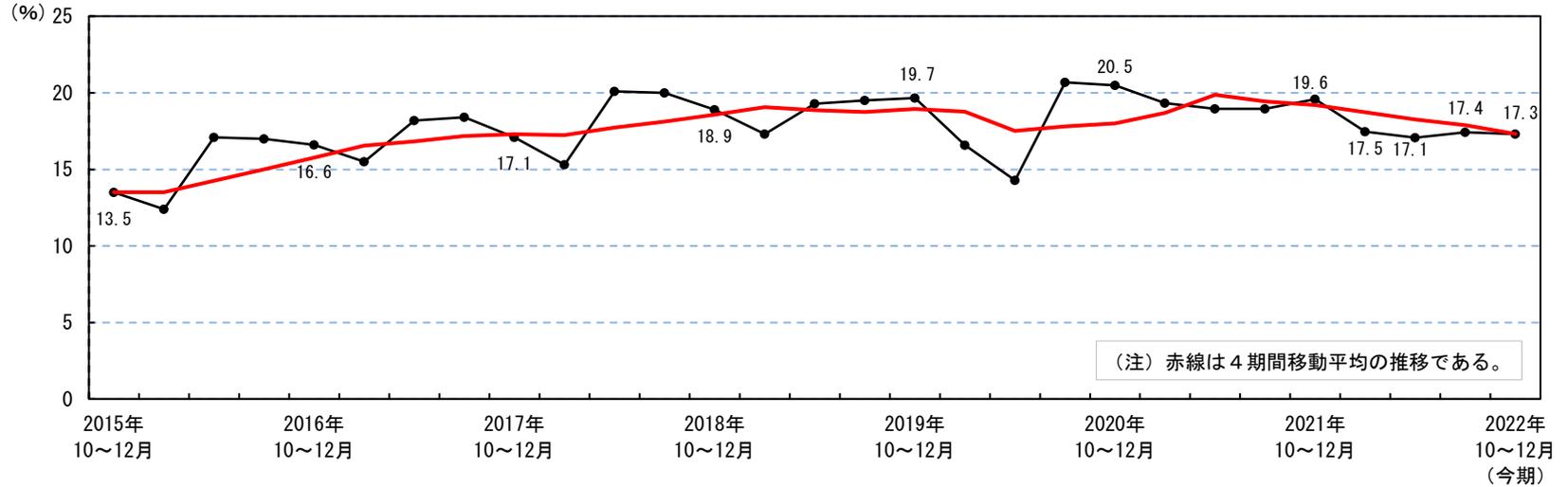
凡例	2021年 10~12月	2022年 1~3月	2022年 4~6月	2022年 7~9月	2022年 10~12月 (今期)
飲食業(全体)	▲23.1	▲27.0	▲7.0	▲7.7	4.4
そば・うどん	▲18.6	▲21.4	▲3.7	14.2	10.1
中華料理	▲28.0	▲35.3	▲12.1	▲10.3	▲3.8
すし	▲24.3	▲28.6	▲12.4	▲17.7	2.9
料理	▲10.9	▲27.7	3.1	▲7.1	13.5
喫茶	▲18.4	▲15.7	2.4	▲3.7	5.8
社交	▲36.8	▲32.3	▲14.6	▲19.6	▲6.1
その他飲食	▲22.3	▲27.3	▲7.3	▲8.2	7.1

II 設備投資の動向

1. 設備投資の実施状況

○ 今期（2022年10～12月）に設備投資を行った企業の割合は、前期から0.1ポイント低下し、17.3%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	2021年 10～12月	2022年 1～3月	2022年 4～6月	2022年 7～9月	2022年 10～12月 (今期)
食肉・食鳥肉	29.1	27.7	27.8	28.3	26.5
氷雪	8.6	9.1	16.4	11.1	21.8
理容	11.3	10.6	9.7	8.3	8.5
美容	12.2	11.3	8.2	10.7	10.6
映画館	25.4	25.0	19.4	23.3	26.2
ホテル・旅館	49.7	44.0	42.1	42.2	42.2
公衆浴場	31.3	31.9	33.9	34.5	41.1
クリーニング	13.7	13.9	15.0	15.3	17.1

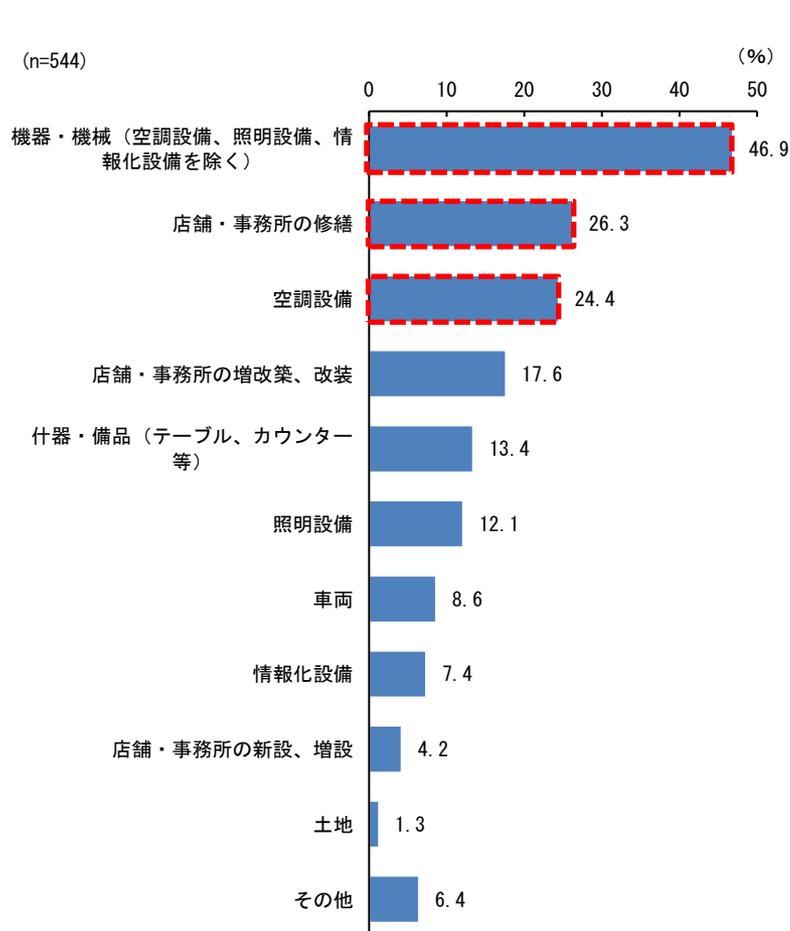
図表18 飲食業 設備投資実施割合の推移

凡例	2021年 10～12月	2022年 1～3月	2022年 4～6月	2022年 7～9月	2022年 10～12月 (今期)
飲食業(全体)	19.9	16.5	16.6	17.0	15.6
そば・うどん	19.8	16.2	18.7	21.3	16.4
中華料理	19.1	11.1	13.9	18.7	15.6
すし	19.7	21.7	16.2	16.6	15.6
料理	27.5	24.6	26.4	29.1	25.6
喫茶	17.1	14.4	16.5	13.6	11.5
社交	13.7	7.5	7.5	11.5	8.1
その他飲食	21.8	18.6	18.3	15.1	17.1

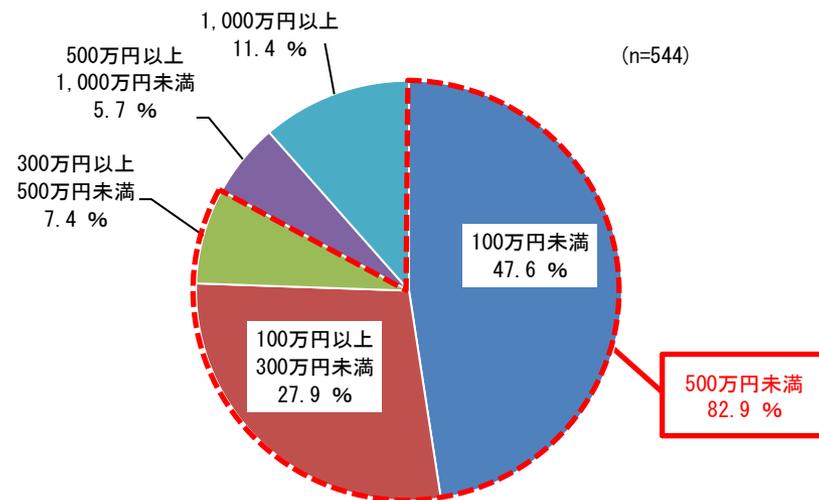
2. 設備投資の内容、設備投資金額、来期の設備投資計画

- 今期（2022年10～12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46.9%と最も多く、次いで、「店舗・事務所の修繕」（26.3%）、「空調設備」（24.4%）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（2023年1～3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	2023年 1～3月期の予定 (%)
全業種計	12.0
食肉・食鳥肉	23.2
氷雪	7.3
理容	4.7
美容	6.9
映画館	23.0
ホテル・旅館	33.3
公衆浴場	23.2
クリーニング	14.1

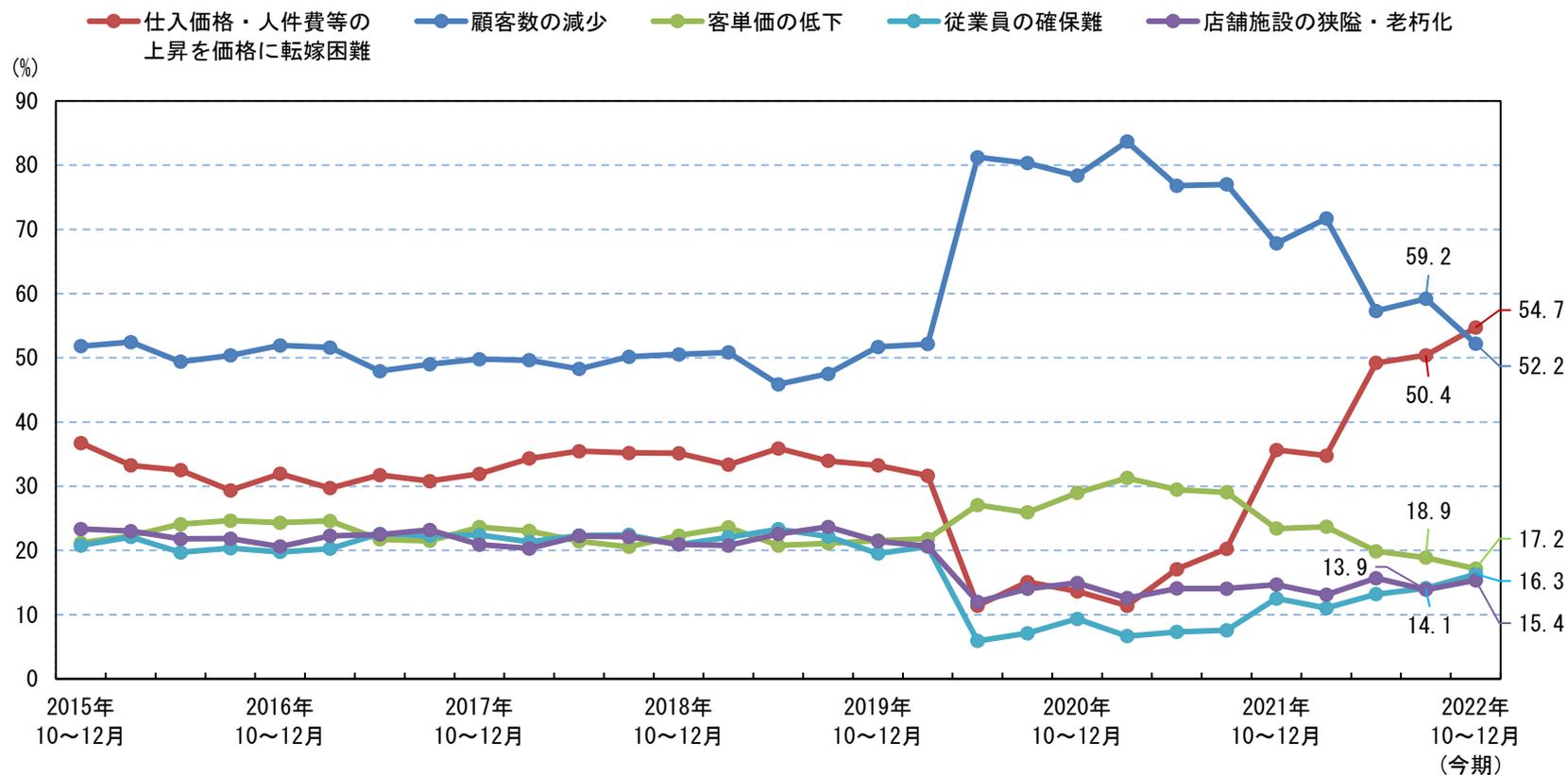
図表22 飲食業 来期の設備投資実施予定割合

凡例	2023年 1～3月期の予定 (%)
飲食業(全体)	10.3
そば・うどん	13.8
中華料理	9.4
すし	9.2
料理	12.8
喫茶	7.7
社交	4.1
その他飲食	12.6

Ⅲ 経営上の問題点

○ 経営上の問題点は、「仕入価格・人件費等の上昇を価格に転嫁困難」が54.7%と最も多く、次いで、「顧客数の減少」(52.2%)、「客単価の低下」(17.2%)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10～12月）

(%)

項目	仕入価格・人件費等の上昇を価格に転嫁困難	顧客数の減少	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	54.7	52.2	17.2	16.3	15.4	5.2	3.0	4.0	5.4
飲食業(全体)	69.0	51.9	11.7	17.1	10.5	5.0	4.2	2.8	3.4
そば・うどん	70.4	37.6	11.1	18.5	13.8	7.4	1.6	3.7	6.3
中華料理	76.3	47.5	7.5	15.0	13.8	8.1	2.5	0.6	4.4
すし	72.3	49.7	13.3	13.3	6.4	4.0	2.3	2.3	6.4
料理	61.7	50.4	11.3	24.8	10.5	6.0	5.3	1.5	2.3
喫茶	73.1	48.7	10.3	9.6	17.3	2.6	3.2	1.3	4.5
社交	58.4	81.7	13.7	17.8	2.0	1.5	5.1	4.1	0.0
その他飲食	70.1	48.6	12.6	19.0	10.9	5.5	6.4	3.8	1.9
食肉・食鳥肉	72.3	26.5	15.5	15.5	21.3	5.2	0.6	3.9	7.7
氷雪	45.5	52.7	23.6	7.3	9.1	12.7	1.8	9.1	5.5
理容	29.5	60.4	22.6	9.0	15.1	5.9	1.7	5.9	13.9
美容	27.1	62.8	26.4	16.9	12.8	5.4	3.0	6.1	6.7
映画館	47.5	63.9	6.6	23.0	27.9	4.9	0.0	3.3	3.3
ホテル・旅館	56.7	23.9	10.0	46.7	33.3	5.6	3.9	3.9	1.1
公衆浴場	51.8	46.4	6.3	3.6	45.5	9.8	0.9	6.3	3.6
クリーニング	59.3	56.3	33.5	8.4	16.7	1.1	1.5	2.7	3.0

(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10～12月 来期：2023年1～3月

(1) そば・うどん

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	香川県	全国旅行支援等の効果で県外観光客の客足が戻ってきている。また、自治体発行のクーポンを利用して店内のお土産を買う方も増えている。
	悪化	埼玉県	小麦粉等の仕入価格は上昇しているが、顧客離れの不安から販売価格を据え置かざるを得ない状況にある。
来期	不変	大分県	物価が高騰しているなか、小規模な個人店は価格に敏感な地元の固定客が中心であり、価格転嫁できないのが現状である。
	悪化	熊本県	メニューの値上げをしたが、原材料費や光熱費などの高騰が続いており、今後も収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	広島県	全国旅行支援や地域クーポンを利用する県外観光客が増えており、客足はほぼコロナ前の水準に戻りつつある。
	悪化	兵庫県	コロナで客足が減少したことに加え、最近の材料費高騰等による収益悪化も続いている。
来期	不変	茨城県	1月からメニュー価格の見直しを予定しているが、顧客が離れないか心配している。食材の値上がりが続いており、収益は依然厳しい見通しである。
	悪化	新潟県	メニューの価格を値上げしたが、材料費の値上がりが続いており苦戦している。また、物価の高騰により、お客さまの来店回数が減少している。

(3) すし

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	山梨県	コロナの感染者数は増加傾向にあるが、行動制限が解除されていることから、客足が戻って来ている。
	悪化	北海道	物価高騰の影響で出前の需要が減少するなど、利用客の消費マインドが落ち込んできている。
来期	好転	大分県	韓国からのインバウンドが増えてきており、今後は中国人客も加わる見込みで、客単価の増加に期待している。
	不変	石川県	コロナの感染者数がピーク時に比べて落ち着いていることや、全国旅行支援の効果などもあり、今の状況が継続すると思われる。

(4) 料理

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	大阪府	コロナの規制緩和に伴い、売上はコロナ前と同水準まで戻っている。また、インバウンドが増加してきている。
	不変	長崎県	観光客の人流は増えてきているが、コロナの感染拡大が続いており、アルコールを伴う夜の会食需要は低迷したままである。
来期	好転	奈良県	県内外からの観光客が増え、客数は順調に伸びている。今後、中国からの訪日客が戻ってくれば、以前のような賑わいに戻ると思う。
	悪化	三重県	新年会や帰省に伴う宴会等で外食機会は増えるシーズンであるが、物価高で消費者の財布の紐は固くなってきており、厳しさが続く見込み。

(5) 喫茶

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	福岡県	インバウンドや他県からの来店客数が増えている。再びコロナの感染が増えないように願っている。
	悪化	山口県	物価高の影響で消費者の節約志向が高まり、週末を除いた平日の夜は閑散としている。
来期	不変	宮城県	珈琲豆等の原材料費値上がりによる収益悪化が大きな足かせになり、楽観はできない。
	悪化	神奈川県	コーヒー等の仕入価格が高騰しているが、大手チェーンとの競合が激しく価格に転嫁しづらい。

(6) 社交

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	沖縄県	全国旅行支援を使った観光客や各種イベントの関係者に、二次会・三次会で利用していただき、少しづつ良くなってきている。
	悪化	富山県	コロナの感染拡大が続いており、企業等の接待需要は枯渇したままで、個人客の客足も遠のいてきている。
来期	好転	東京都	ワクチン接種の浸透に加え、都による行動制限もないことから、二次会やカラオケの利用で気軽に来店されるようになってきている。
	悪化	高知県	洋酒等の仕入値上昇やスタッフの確保難など、経営環境は厳しさが増している。年末は忘年会やクリスマス会等での二次会利用があるが、来期はその反動を心配している。

(7) その他飲食

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	鹿児島県	コロナの感染が落ち着いており、県のクーポン事業で食事をされる方が増えた。また、全国旅行支援を使った県外からの旅行者が増加して、売上は大幅に増加した。
	不変	岩手県	コロナの影響は続いているものの、全国旅行支援のクーポンを使うお客さまが増えている。一方で、原材料費や光熱費などは高騰しており、採算面で苦労している。
来期	好転	長野県	行動制限の無い年末年始を迎え、観光客や帰省客の外出機会の低下は見られず、会社や家族などの小グループの予約は確保できる見込み。
	不変	宮崎県	物価高騰の影響もあり、業況が好転する材料が乏しい。メニューの見直しに併せて価格転嫁を考えているが、固定客からは自身の家計も苦しいと理解が得られにくい。

(8) 食肉

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	不変	福島県	客足は伸びてきているが、原材料費が値上がりしており、収益が増加するまではいかない。
	悪化	京都府	飲食店向けの売上は回復してきたが、枝肉の仕入価格や諸経費などが高騰しており、利益が確保できない。
来期	好転	島根県	卸売先の焼肉店は、コロナ前の水準まで回復しており受注が見込める。小売部門も内食需要やテイクアウト需要などが支えになっている。
	悪化	埼玉県	物価高騰の影響もあり販売価格を引き上げたが、仕入価格の上昇がそれを上回り、収支は厳しい。

(9) 食鳥肉

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	東京都	コロナの行動制限も無く、取引先である飲食店等が通常営業できるようになり、注文は増加している。
	悪化	新潟県	仕入価格の高騰や光熱費の値上がりに加え、運賃や包装資材費の上昇もあり、売上を伸ばしても利益が出ない状況が続いている。
来期	好転	福岡県	全国旅行支援等の効果により県外の観光客が増えたことで、飲食店に客足が戻り、注文増へとつながっている。
	悪化	岡山県	鳥インフルエンザやコロナの影響によって外出自粛のマインドが高まれば、販売先の飲食店からの注文が減ると予想される。

(10) 氷雪

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	新潟県	行動制限等が無いことで、飲食店への客足が増え、継続した注文が入り始めている。
	悪化	奈良県	コロナの感染拡大が続いており、飲食店向けの売上は回復しないままとなっている。
来期	不変	大阪府	光熱費等の上昇分を価格転嫁したいが、販売先である飲食店も苦戦しており、厳しい状況にある。
	不変	福岡県	取引先の飲食店は通常営業に戻っているが、注文が短サイクルで小ロット化しており、先行きが見通せない。

(11) 理容

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	不変	和歌山県	コロナの感染者数が高止まりしており、新規客を含めて客足は伸びず、厳しい状況が続いている。
	悪化	愛知県	コロナ等の影響でお客様の来店回数が減少しており、光熱費等の値上がりも痛手である。
来期	好転	福井県	行動制限が無く人の流れは回復しており、年末年始で外出機会が増えることで常連客の客足にも期待できる。
	悪化	兵庫県	コロナの長期化に伴う客足の伸び悩みに加え、物価高により採算の悪化も進んでいる。

(12) 美容

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	愛媛県	行動制限が無く人流が増えるなか、旅行やイベントへの参加目的の客数が増えている。また、松山市のプレミアム付商品券の利用も定着している。
	悪化	岐阜県	コロナが続き、外出の頻度が上がらないことや、物価高も相まって美容室に来店されるサイクルが長くなっている。
来期	好転	京都府	年末年始の行動制限が無いことから、初詣や成人式、冠婚葬祭などでの美容・着付け需要が増えることが期待できる。
	悪化	沖縄県	物価高騰の影響を受け、パーマやカラーの注文が少なくなり、客単価の低下が著しい。

(13) 映画館

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	香川県	洋画・邦画ともにヒット作に恵まれ、観客動員数は増加しており、週末の客席回転率はコロナ前の水準まで回復している。
	悪化	山梨県	コロナの影響により再び客足が遠のいている。また、光熱費の上昇で採算が非常に厳しい。
来期	好転	千葉県	春休みのアニメ映画等の新作が予定されており、今期に続き、観客動員数は十分確保できると見込んでいる。
	悪化	富山県	新作上映への期待はあるが、感染拡大と物価高騰で消費が冷え込んでいると感じる。

(14) ホテル・旅館

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	宮城県	全国旅行支援が開始され、宿泊客数は増加傾向にある。クーポンの館内利用も増えており、収支プラスに寄与している。
	好転	神奈川県	コロナの行動制限緩和や全国旅行支援などにより、利用客が増加した。また、入国制限の見直しによるインバウンドの回復が見られる。
来期	好転	山口県	全国旅行支援の恩恵を受けており、1月以降は支援額が縮小されるものの、県外観光客の需要は底堅いと考えている。さらに、中国人客をはじめとしたインバウンドへの期待も大きい。
	悪化	徳島県	物価の高騰が続いており、お客さまの財布の紐が固くなることが予想され、今後の収益に影響がでると思われる。

(15) 公衆浴場

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	不変	香川県	別料金でのサウナ客は安定しているが、コロナの感染拡大により、高齢の常連客は入浴を控える傾向がある。また、燃料費や光熱費の負担増も大きい。
	悪化	長崎県	感染拡大による客足の減少に加え、燃料費高騰で利益の確保に苦労している。
来期	不変	岡山県	自治体の補助金等で重油高騰の影響は多少抑えられる見込みだが、コロナの長期化で入浴客が減少しており、回復にはほど遠い。
	悪化	山梨県	コロナの感染拡大と電気代や燃料費などの高騰が続いており、厳しさが増すと思われる。

(16) クリーニング

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	大阪府	リモートワークから出社スタイルに変わった方が増え、スーツやワイシャツの受注が増えている。
	不変	千葉県	全国旅行支援でホテル関係のリネンが回復しているものの、溶剤等の仕入値や光熱費などの高騰が続いていることから、採算面は悪化傾向にある。
来期	不変	福島県	行動制限が無く、このまま外出機会が減らなければ、客足は戻ると思う。一方で、物価高騰により、利益がさらに圧迫される見込み。
	悪化	和歌山県	閑散期に入ることに加え、物価高騰が続いているため、洗濯回数・洗濯点数ともに減少する見込み。4月以降の衣替え需要までは厳しい。