

持ち直しの動きに弱さ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（2024年4～6月期）

（前回）持ち直しの動きが緩やかになってい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15.7ポイント上昇し、4.7となった。
- 来期は7.4ポイント低下し、▲2.7となる見通し。

<売上DI>（3ページ）

- 売上DIは、前期から3.4ポイント上昇し、11.3となった。
- 来期は1.9ポイント低下し、9.4となる見通し。

<採算DI>（4ページ）

- 採算DIは、前期から8.5ポイント上昇し、1.8となった。

<経営上の問題点>（9、10ページ）

- 経営上の問題点は、「仕入価格・人件費等の上昇を価格に転嫁困難」が56.6%と最も多く、次いで、「顧客数の減少」（37.5%）、「店舗施設の狭隘・老朽化」（21.2%）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：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	2024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	3,158企業（回答率 96.0%）		
（業種内訳）	飲食業	1,461 企業	映画館 58 企業
	食肉・食鳥肉販売業	155 企業	ホテル・旅館業 181 企業
	氷雪販売業	57 企業	公衆浴場業 104 企業
	理容業	420 企業	クリーニング業 261 企業
	美容業	461 企業	

【本調査における留意事項】

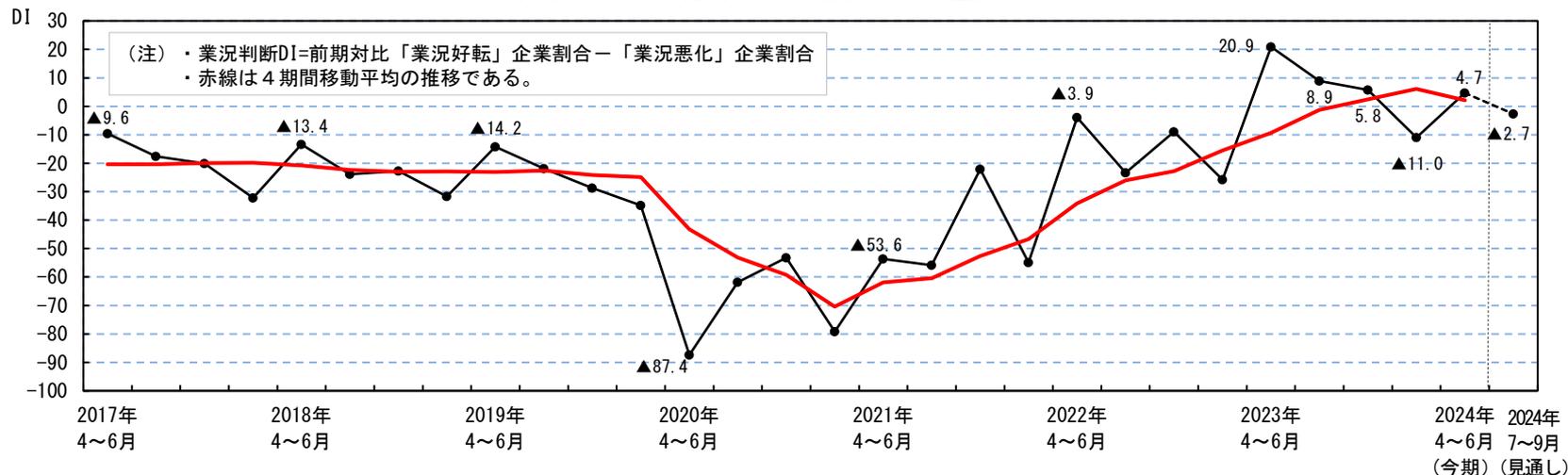
- 比率の算出にあたっては、無回答を除いたものを母数としている。

I 景気の動向

1. 業況判断

- 業況判断DIは、前期から15.7ポイント上昇し、4.7となった。
- 来期は7.4ポイント低下し、▲2.7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	2023年 4～6月	2023年 7～9月	2023年 10～12月	2024年 1～3月	2024年 4～6月 (今期)	2024年 7～9月 (見通し)
食肉・食鳥肉	15.8	▲ 1.3	2.6	▲ 13.4	0.6	4.5
氷 雪	35.7	61.1	▲ 5.5	▲ 24.5	19.3	28.1
理 容	▲ 2.6	▲ 2.6	▲ 18.1	▲ 25.5	▲ 5.2	▲ 6.0
美 容	▲ 0.7	▲ 7.4	▲ 13.5	▲ 20.5	▲ 9.3	▲ 5.4
映 画 館	49.2	▲ 15.8	▲ 29.5	▲ 8.2	▲ 27.6	5.2
ホテル・旅館	58.5	45.9	38.5	▲ 6.7	27.1	17.7
公衆浴場	▲ 2.7	▲ 7.2	13.4	12.8	▲ 10.6	▲ 23.1
クリーニング	26.6	▲ 21.1	9.2	▲ 39.1	22.2	▲ 28.7

図表3 飲食業 業況判断DIの推移

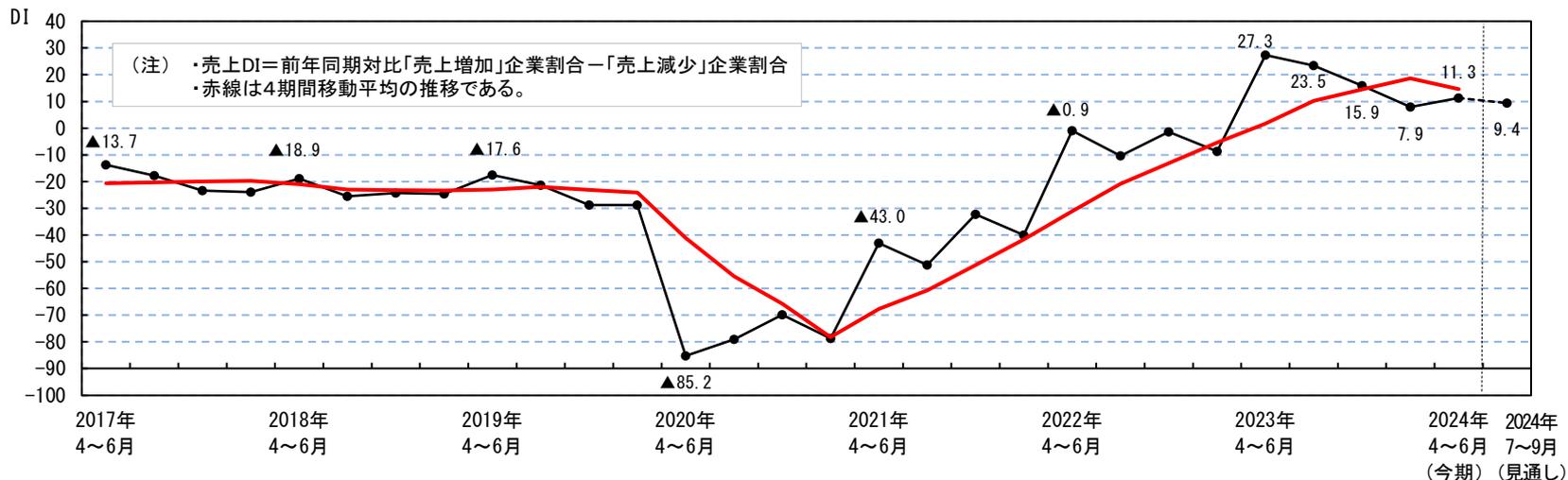
凡例	2023年 4～6月	2023年 7～9月	2023年 10～12月	2024年 1～3月	2024年 4～6月 (今期)	2024年 7～9月 (見通し)
飲食業(全体)	29.2	19.4	15.9	▲ 0.1	8.3	0.5
そば・うどん	29.8	24.6	6.3	▲ 7.1	16.2	0.0
中華料理	23.0	14.5	14.5	6.9	8.0	▲ 4.0
す し	24.6	15.6	13.9	▲ 11.2	2.7	0.0
料 理	49.2	29.3	42.3	13.1	12.2	▲ 2.9
喫 茶	32.9	18.2	11.8	1.3	7.3	4.7
社 交	13.2	8.3	▲ 5.9	▲ 5.6	▲ 4.1	0.0
その他飲食	33.5	23.1	25.5	3.1	11.8	2.2

※ 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3.4ポイント上昇し、11.3となった。
- 来期は1.9ポイント低下し、9.4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	2023年 4~6月	2023年 7~9月	2023年 10~12月	2024年 1~3月	2024年 4~6月 (今期)	2024年 7~9月 (見通し)
食肉・食鳥肉	24.7	13.4	13.6	14.7	18.7	21.3
氷雪	46.4	64.8	45.5	▲ 1.9	14.0	17.5
理容	▲ 1.7	0.7	▲ 7.6	▲ 12.8	▲ 5.3	▲ 1.0
美容	0.0	▲ 3.9	▲ 15.5	▲ 4.1	▲ 8.5	▲ 3.1
映画館	54.1	▲ 7.0	▲ 19.7	▲ 16.4	▲ 17.2	17.2
ホテル・旅館	62.6	59.0	54.3	22.3	37.2	35.0
公衆浴場	12.5	5.4	12.5	26.6	5.8	▲ 2.9
クリーニング	19.3	8.0	17.7	▲ 21.7	11.9	▲ 6.5

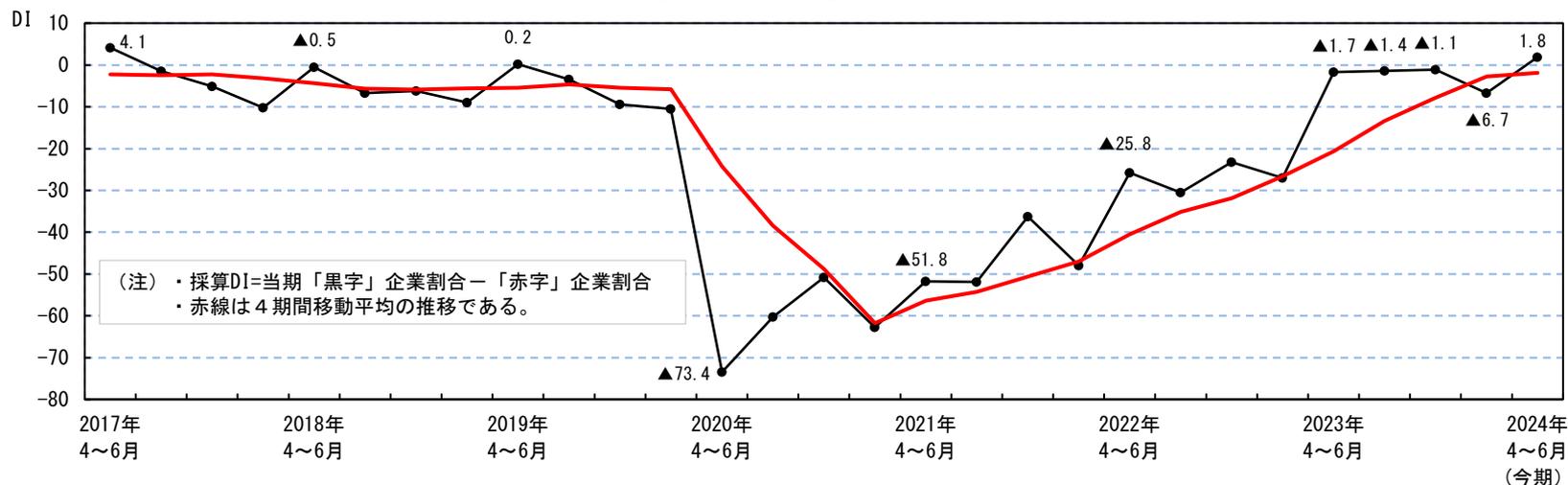
図表6 飲食業 売上DIの推移

凡例	2023年 4~6月	2023年 7~9月	2023年 10~12月	2024年 1~3月	2024年 4~6月 (今期)	2024年 7~9月 (見通し)
飲食業(全体)	40.9	39.0	28.7	20.7	19.5	14.9
そば・うどん	43.3	46.2	33.0	22.7	24.5	23.4
中華料理	36.5	38.8	27.6	26.9	24.8	10.1
すし	40.7	36.1	26.7	5.6	9.3	7.7
料理	63.5	36.6	48.8	30.3	18.1	21.0
喫茶	37.7	32.7	26.8	21.1	15.4	10.1
社交	25.0	32.7	3.0	13.3	6.2	4.6
その他飲食	43.5	43.1	34.9	24.4	27.4	20.0

3. 採算

○採算DIは、前期から8.5ポイント上昇し、1.8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	2023年 4~6月	2023年 7~9月	2023年 10~12月	2024年 1~3月	2024年 4~6月 (今期)
食肉・食鳥肉	7.0	6.7	11.6	18.5	16.8
水 雪	▲ 5.4	27.8	16.4	▲ 32.1	▲ 3.5
理 容	1.4	5.3	▲ 0.7	0.9	4.3
美 容	▲ 0.9	▲ 7.7	▲ 8.9	▲ 9.9	▲ 4.6
映 画 館	4.9	▲ 15.8	▲ 36.1	▲ 31.1	▲ 13.8
ホテル・旅館	12.8	16.4	22.4	▲ 10.6	12.7
公衆浴場	0.9	▲ 3.6	4.5	14.7	2.9
クリーニング	4.2	▲ 8.4	0.8	▲ 27.1	14.9

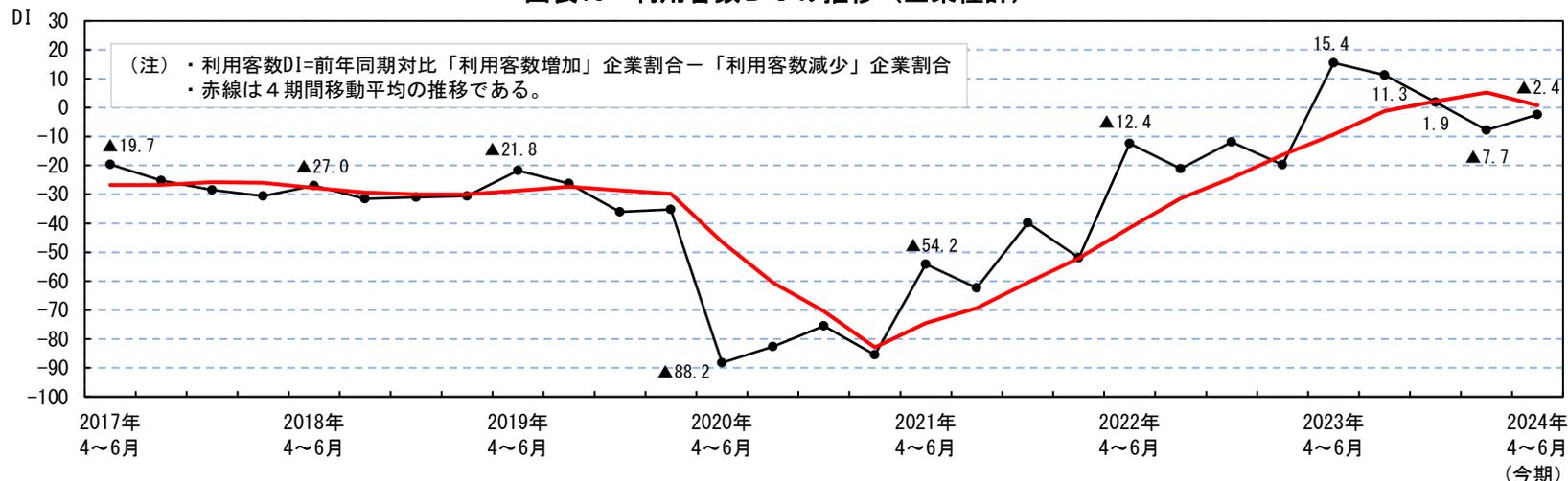
図表9 飲食業 採算DIの推移

凡例	2023年 4~6月	2023年 7~9月	2023年 10~12月	2024年 1~3月	2024年 4~6月 (今期)
飲食業(全体)	▲ 7.1	▲ 3.6	▲ 2.8	▲ 6.2	▲ 1.4
そば・うどん	7.4	10.9	4.7	▲ 2.7	2.2
中華料理	▲ 7.4	2.0	2.6	▲ 6.2	10.7
す し	▲ 1.1	▲ 3.9	▲ 8.3	▲ 10.7	▲ 7.1
料 理	▲ 4.8	▲ 12.2	2.4	▲ 2.5	▲ 5.0
喫 茶	▲ 9.7	▲ 1.3	▲ 13.7	▲ 12.5	▲ 3.3
社 交	▲ 31.2	▲ 23.8	▲ 26.2	▲ 17.3	▲ 14.8
その他飲食	▲ 4.2	▲ 0.4	7.2	0.2	3.1

4. 利用客数

○ 利用客数DIは、前期から5.3ポイント上昇し、▲2.4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	2023年 4～6月	2023年 7～9月	2023年 10～12月	2024年 1～3月	2024年 4～6月 (今期)
食肉・食鳥肉	1.9	▲12.1	▲5.8	▲7.7	▲1.3
水雪	10.7	44.4	12.7	▲20.8	▲1.8
理容	▲14.4	▲12.3	▲25.8	▲22.7	▲15.8
美容	▲13.2	▲16.6	▲30.1	▲25.8	▲24.5
映画館	50.8	▲1.8	▲19.7	▲18.0	▲34.5
ホテル・旅館	56.7	50.3	38.7	5.6	21.1
公衆浴場	7.1	▲1.8	3.6	8.3	▲1.0
クリーニング	▲2.3	▲7.7	▲7.3	▲36.8	▲5.4

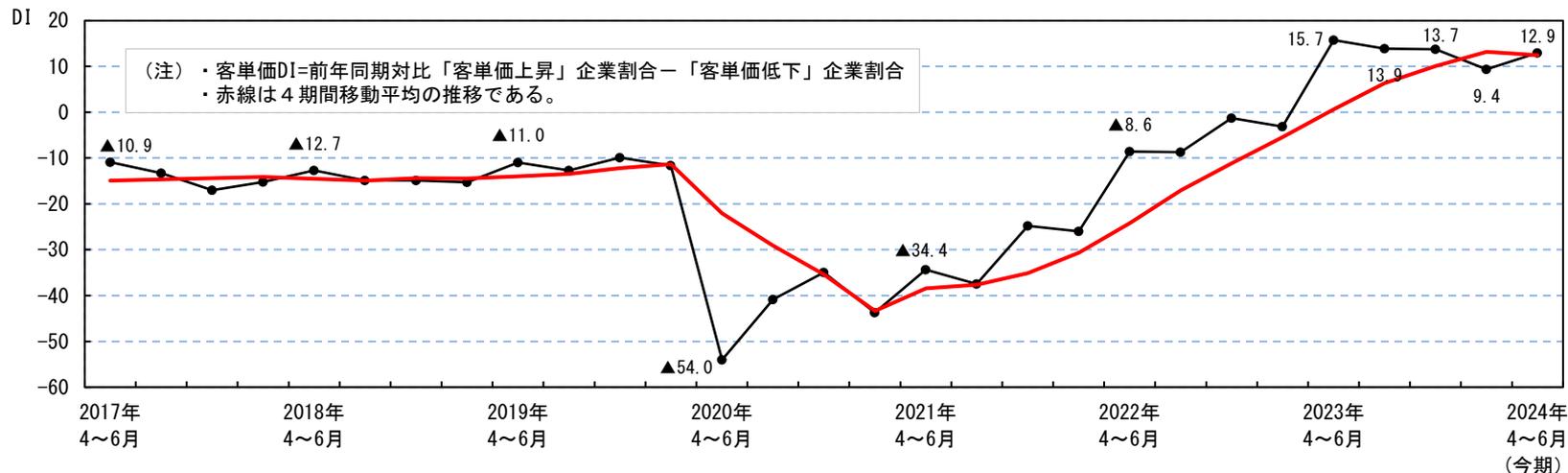
図表12 飲食業 利用客数DIの推移

凡例	2023年 4～6月	2023年 7～9月	2023年 10～12月	2024年 1～3月	2024年 4～6月 (今期)
飲食業(全体)	31.8	28.0	18.5	5.9	7.0
そば・うどん	34.2	37.9	15.7	4.4	16.3
中華料理	28.4	22.4	19.7	12.4	11.4
すし	30.2	23.3	13.3	▲8.4	▲1.1
料理	51.6	30.1	37.4	13.1	7.2
喫茶	30.5	20.3	10.5	▲2.0	2.0
社交	13.7	13.2	▲3.0	▲1.0	▲3.1
その他飲食	35.8	36.7	28.8	13.9	11.0

5. 客単価

○ 客単価DIは、前期から3.5ポイント上昇し、12.9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	2023年 4~6月	2023年 7~9月	2023年 10~12月	2024年 1~3月	2024年 4~6月 (今期)
食肉・食鳥肉	9.5	▲ 1.3	1.3	4.5	1.9
水 雪	0.0	38.9	18.2	▲ 1.9	▲ 1.8
理 容	0.7	1.7	▲ 0.7	▲ 2.6	1.9
美 容	5.4	▲ 1.1	1.3	1.5	▲ 2.0
映 画 館	13.1	19.3	24.6	24.6	22.4
ホテル・旅館	50.8	53.6	53.2	36.9	48.3
公衆浴場	14.3	13.5	19.6	19.3	6.7
クリーニング	8.5	0.0	▲ 0.4	▲ 15.1	10.7

図表15 飲食業 客単価DIの推移

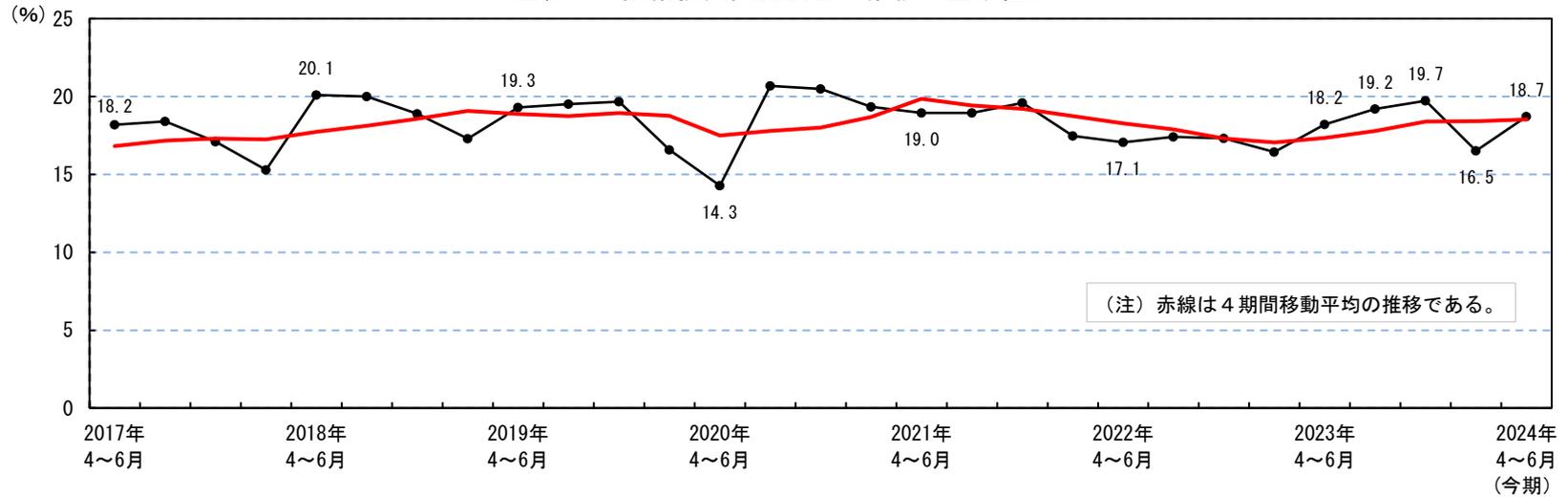
凡例	2023年 4~6月	2023年 7~9月	2023年 10~12月	2024年 1~3月	2024年 4~6月 (今期)
飲食業(全体)	21.6	20.0	19.9	16.0	18.6
そば・うどん	31.6	33.0	29.8	24.9	23.4
中華料理	18.2	23.0	21.1	6.9	24.2
す し	19.2	13.3	16.1	9.6	17.0
料 理	25.4	24.4	37.4	29.5	26.1
喫 茶	26.0	26.1	19.0	16.4	16.1
社 交	5.9	1.5	▲ 6.0	3.1	2.6
その他飲食	24.1	21.6	24.0	19.7	20.8

Ⅱ 設備投資の動向

1. 設備投資の実施状況

○ 今期（2024年4～6月）に設備投資を行った企業の割合は、前期から2.2ポイント上昇し、18.7%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	2023年 4～6月	2023年 7～9月	2023年 10～12月	2024年 1～3月	2024年 4～6月 (今期)
食肉・食鳥肉	29.1	32.7	34.2	29.3	31.6
氷雪	16.1	5.6	10.9	7.5	17.5
理容	9.3	10.3	9.3	8.5	12.4
美容	12.1	10.9	14.8	10.8	11.3
映画館	32.8	36.8	36.1	34.4	32.8
ホテル・旅館	44.1	45.9	48.3	46.7	49.2
公衆浴場	43.8	39.6	40.2	37.6	44.2
クリーニング	18.9	18.4	18.1	14.7	16.1

図表18 飲食業 設備投資実施割合の推移

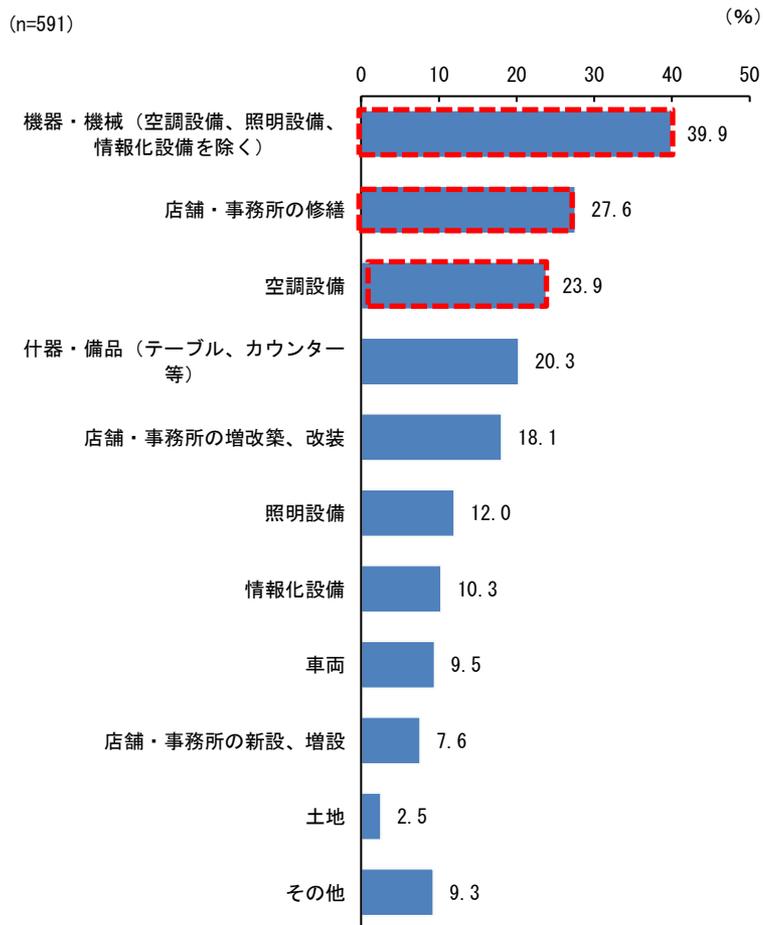
(%)

凡例	2023年 4～6月	2023年 7～9月	2023年 10～12月	2024年 1～3月	2024年 4～6月 (今期)
飲食業(全体)	15.6	18.0	17.7	13.8	15.9
そば・うどん	22.9	23.5	17.7	16.5	17.3
中華料理	14.2	17.8	16.4	10.3	16.7
すし	13.7	17.2	19.4	12.4	19.2
料理	22.2	22.0	26.0	19.7	21.6
喫茶	14.8	13.0	12.4	11.8	12.0
社交	10.7	13.6	11.9	9.7	7.1
その他飲食	14.3	18.7	19.6	15.2	17.0

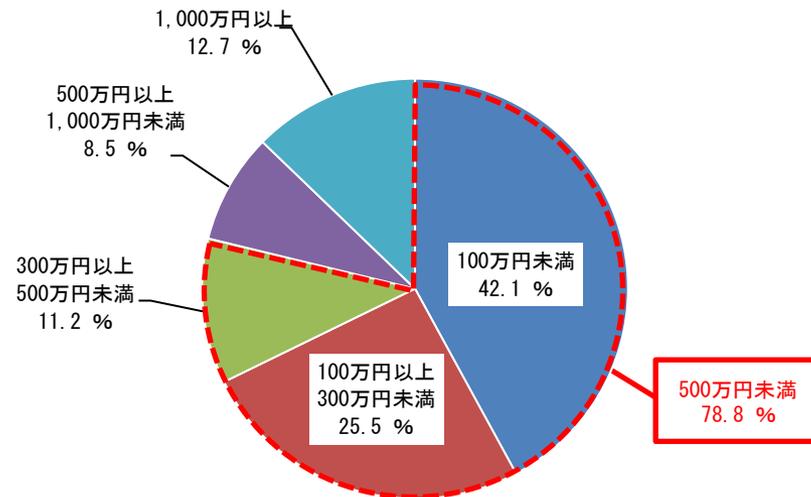
2. 設備投資の内容、設備投資金額、来期の設備投資計画

- 今期（2024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39.9%と最も多く、次いで、「店舗・事務所の修繕」（27.6%）、「空調設備」（23.9%）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7割超を占めた。
- 来期（2024年7～9月）の設備投資計画については、「実施予定あり」が14.1%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=591)



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	2024年 7～9月期の予定
全業種計	14.1
食肉・食鳥肉	21.3
氷雪	12.3
理容	7.1
美容	10.0
映画館	22.4
ホテル・旅館	37.6
公衆浴場	28.8
クリーニング	11.1

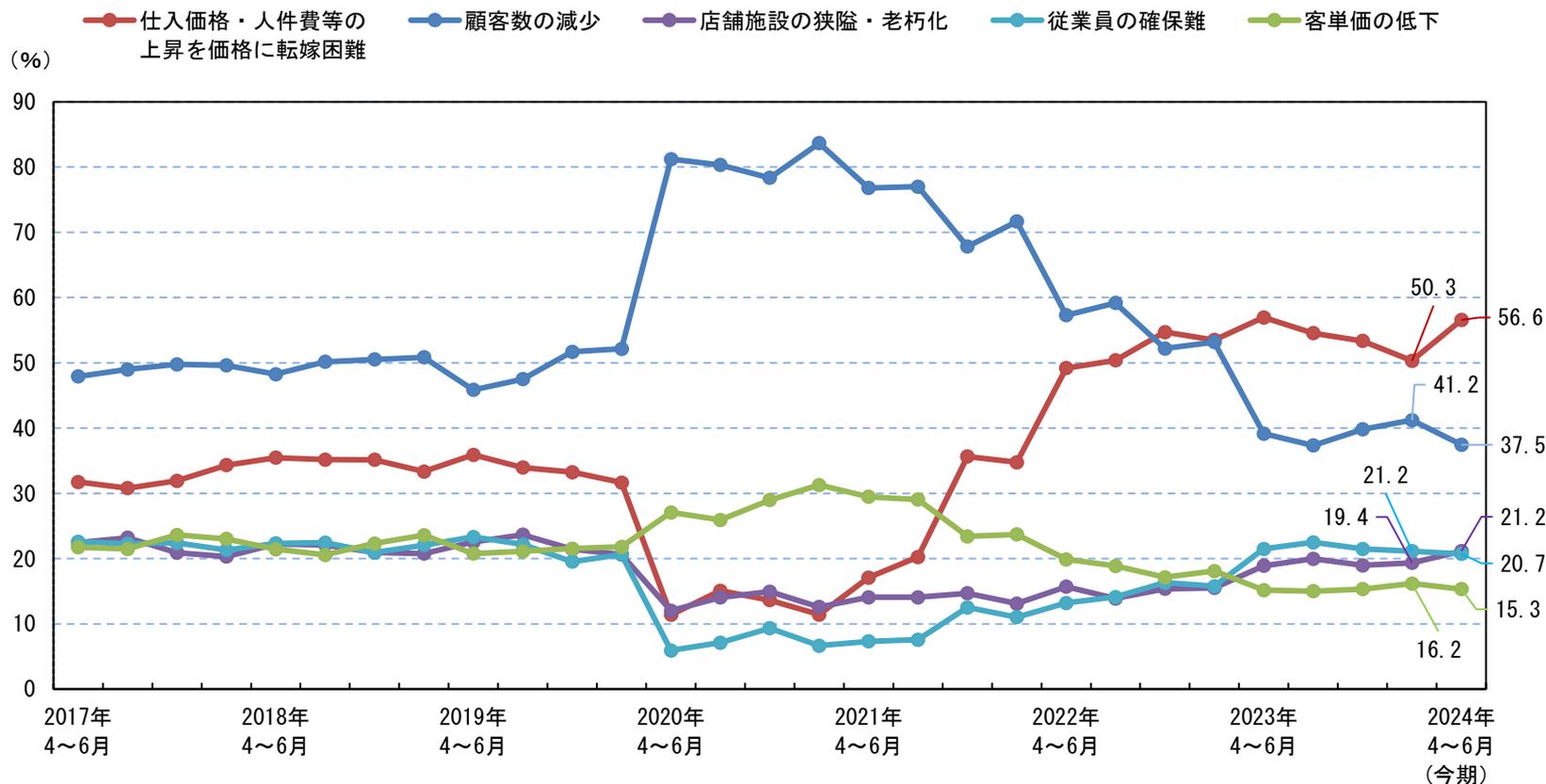
図表22 飲食業 来期の設備投資実施予定割合
(%)

凡例	2024年 7～9月期の予定
飲食業(全体)	12.9
そば・うどん	11.9
中華料理	10.7
すし	15.4
料理	19.4
喫茶	10.7
社交	10.2
その他飲食	13.1

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56.6%と最も多く、次いで、「顧客数の減少」(37.5%)、「店舗施設の狭隘・老朽化」(21.2%)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（2024年4～6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	店舗施設の狭隘・老朽化	従業員の確保難	客単価の低下	後継者難	事業資金借入難	その他	特に問題なし
全業種計	56.6	37.5	21.2	20.7	15.3	6.5	3.4	3.5	7.0
飲食業(全体)	71.0	32.4	16.5	23.5	12.1	6.4	4.1	2.9	4.4
そば・うどん	75.1	26.5	21.6	25.4	11.9	5.9	3.8	2.2	3.2
中華料理	70.0	23.3	24.7	16.0	13.3	7.3	4.0	1.3	7.3
すし	65.4	29.7	13.7	23.1	8.8	11.5	2.2	2.7	7.7
料理	70.5	28.1	25.2	30.9	6.5	3.6	6.5	0.7	4.3
喫茶	79.3	31.3	15.3	18.7	10.7	8.0	1.3	2.0	3.3
社交	58.2	57.1	5.1	21.9	20.9	1.5	4.6	3.6	4.1
その他飲食	74.7	30.1	15.5	25.3	11.5	6.8	5.0	4.4	3.3
食肉・食鳥肉	62.6	19.4	21.3	31.6	18.1	5.8	3.9	3.9	7.1
氷雪	49.1	31.6	19.3	24.6	14.0	12.3	1.8	7.0	7.0
理容	34.3	49.8	18.8	10.7	22.6	7.6	1.2	3.8	14.8
美容	34.1	51.4	16.3	17.1	20.8	5.4	3.5	3.9	11.3
映画館	41.4	48.3	58.6	15.5	1.7	3.4	1.7	3.4	1.7
ホテル・旅館	57.5	20.4	36.5	43.6	4.4	6.6	6.6	3.3	3.3
公衆浴場	43.3	37.5	57.7	7.7	10.6	11.5	1.9	3.8	4.8
クリーニング	57.9	42.5	26.4	11.1	23.0	4.2	1.1	4.6	5.4

(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：2024年4～6月 来期：2024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	熊本県	インバウンドの来店が少し増加した。また、SNSを見て来店する新規のお客さまも増えている。
	不変	群馬県	材料費の高騰により値上げしたが、売上は増えたものの収益は上がっていない。
来期	不変	静岡県	人手不足のため、たとえ今以上にお客さまが来店したとしても、対応することが難しい。
	悪化	京都府	材料費や光熱費の高騰が続いており、好転する要素が見当たらない。

(2) 中華料理

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	栃木県	コロナが落ち着いたことで昼間の客足が戻り、業況が好転した。一方で、夜間の客足はコロナ禍前の水準には戻っておらず、短縮営業を継続している。
	悪化	新潟県	コロナの5類移行で業況の改善に期待していたが、令和6年能登半島地震、物価高騰などの影響でお客様の節約ムードが広がり、客足が鈍かった。
来期	不変	和歌山県	例年、夏は客数が増加するが、冷房に掛かる経費が利益を圧迫する。仕入価格の上昇が続いている影響も大きい。
	悪化	兵庫県	人件費や仕入価格の上昇が続いているため、収益が悪化している。

(3) すし

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	長崎県	インバウンドや県外からの客数が増加した。
	不変	富山県	県外からの客数が増加しているものの、物価高騰により、利益は何とか昨年並みの水準を維持している。
来期	不変	茨城県	材料費の高騰が続いているが、価格転嫁は難しい。客数は増加傾向にあるが、業況は当期と大きく変わらないだろう。
	悪化	宮城県	円安が続けば、輸入食材は高騰するだろう。人手不足、後継者などの課題もある。

(4) 料理

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	静岡県	個人・団体ともにインバウンドが増加している。
	不変	神奈川県	材料費や光熱費の高騰が収益を圧迫している。ランチ営業を開始するなど増収に努めたが、収支トントンが精一杯。
来期	好転	栃木県	インバウンドの利用が増えている。来期もインバウンドの増加による恩恵が期待できる。
	不変	奈良県	物価高騰の影響で、外食機会が減っていると感じる。団体客の利用があるため、何とか現状を維持している。

(5) 喫茶

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	不変	広島県	客足は戻りつつあるが、仕入価格や人件費の上昇が続いている。
	悪化	愛媛県	物価高騰の影響で外食を減らす動きが顕著にみられる。特に4月以降、ランチタイムの客数が減少している。
来期	不変	宮城県	来期は猛暑になると予報が出ているため、外出を自粛する人が増え、売上が伸び悩むだろう。
	悪化	鳥取県	物価高騰により節約志向がみられる。今後も外食を控える傾向が続くだろう。

(6) 社交

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	北海道	二次会需要が増加した。団体客の利用も増え、業況は好転している。
	悪化	大分県	物価高騰や円安の影響で、ゴールデンウィーク期間の客足・客単価が伸び悩んだ。
来期	好転	福井県	人の動きが徐々に活発化している。来期は夏休みやボーナス月が含まれることから、客数の増加が見込める。
	悪化	沖縄県	物価高騰、円安などの情勢が変わらない限り、好転するとは思えない。

(7) その他飲食

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	山梨県	インバウンドが回復したため、売上が増加し、業況が好転した。
	悪化	広島県	材料費や人件費の高騰に対応できていない。景気も回復していないため、お客さまの節約志向が高まっている。
来期	好転	福島県	飲食費の損金算入の基準が1人当たり5,000円から10,000円に引き上げられることで、客数の増加が見込まれる。
	悪化	山口県	人手不足が深刻化し、店舗の休業日を増やさざるを得なくなったため、売上は減少するだろう。

(8) 食肉

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	不変	高知県	売上は多少上向いているが、諸経費の高騰で利益が出にくい状況。
	悪化	鹿児島県	長引く円安の影響で予想以上に仕入価格が高騰しており、収益が徐々に圧迫されている。
来期	好転	北海道	来期は行楽シーズンを迎えるため、バーベキュー需要やお祭り、イベントでの需要拡大に期待している。
	悪化	埼玉県	仕入価格だけではなく、送料なども高騰しており、全体的にコストが高くなっている。

(9) 食鳥肉

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	愛知県	仕入価格の上昇を価格転嫁することができた。
	不変	愛媛県	少しずつ景気は上向きになっているが、円安による仕入価格の上昇が続いており、少々の値上げでは追い付かない。
来期	好転	福岡県	夏場に向けて、イベントやバーベキューなどの需要が見込まれる。
	不変	京都府	売上は好転しているが、物価高騰により利益は変わらない。

(10) 氷雪

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	東京都	昨年と比較してイベントの開催が増えたため、氷の消費が増加している。
	悪化	神奈川県	今春は例年より寒く花見などの宴会が少なかったため、氷の需要が減少し、売上・収益ともに悪化した。
来期	好転	福井県	業種柄、夏は期待している。天候次第ではあるが、当期よりは好転するだろう。
	不変	高知県	コロナ禍前のようにイベントが開催されることを期待している。人の動きも活発になってはいるものの、物価高騰により消費を抑える傾向が続くだろう。

(11) 理容

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	不変	大分県	お客さまの来店回数は増加したが、仕入価格が上昇しており、業況は変わらない。
	悪化	富山県	常連客の来店サイクルが延びており、売上が減少した。
来期	好転	和歌山県	暑くなると来店サイクルが短くなるため、好転を見込む。
	悪化	群馬県	物価高騰の影響で、お客さまの来店回数は減少すると予想している。

(12) 美容

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	不変	宮崎県	売上は増加しているものの、物価高騰により経費も増加しており、利益は変わっていない。
	悪化	広島県	景気の低迷により、お客さまの来店サイクルが延びていることに加え、高齢のため来店が困難なお客さまが増えている。
来期	好転	鳥取県	来期は行事が多いため、行事のタイミングに合わせて客数が増えることを期待している。
	不変	千葉県	客数の増加が見込めない上に、常連客が高齢化しているため、業況の悪化は避けられない。

(13) 映画館

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	愛知県	円安の影響もあり、消費者が映画などの身近なレジャーに目を向け始めたように感じる。
	悪化	岡山県	ゴールデンウィークにヒット作品が無かった。電気代等の経費が上がったが、価格に転嫁できていない。
来期	好転	大阪府	来期は夏休みに入るため、客数の増加に期待している。
	悪化	東京都	来期は集客を期待できる作品が少ないため、興行収入は悪化する見込み。

(14) ホテル・旅館

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	兵庫県	インバウンドが増加したため、観光目的の宿泊が増え、売上が伸びている。
	不変	奈良県	4月までは好調を維持していたが、5月以降の国内旅行客は減少傾向にあり、インバウンドが補っている。
来期	好転	島根県	来期は夏休みに入り、売上が伸びるだろう。今期よりも好転を見込む。
	不変	山梨県	値上げにより売上増加が見込めるものの、材料費や人件費の高騰の影響もあるため、収益は横ばいを見込む。

(15) 公衆浴場

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	不変	兵庫県	客数は減少しているが入浴料金の引き上げがあったため、これまでと同水準の売上で推移している。
	悪化	愛知県	サウナブームが落ち着いた上に、燃料費と光熱費の高騰が収益を圧迫している。
来期	好転	大阪府	夏は比較的燃料費が少なくすむため、燃料費が安定すれば好転が見込める。
	悪化	岐阜県	光熱費が上がり、燃料費も高止まり。物価高騰の影響で、客足も回復しそうにない。

(16) クリーニング

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	岡山県	コロナの影響が薄れ、人の動きも活発になったため、冬物のクリーニング需要が増加し、売上が伸びた。
	不変	大阪府	取引先企業からの売上は回復傾向にあるものの、物価高騰により個人客のクリーニング需要は減っている。燃料費の高騰もあり、業況の厳しさは変わらない。
来期	好転	長野県	夏休みに入り観光客が増えるため、宿泊施設からのクリーニング需要の増加が見込める。
	悪化	福岡県	来期は閑散期であることに加え、家庭で洗える衣類が増えており、売上の増加は見込めない。