

2026年1月30日  
株式会社日本政策金融公庫

# 持ち直しの動きに足踏み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（2025年10～12月期）

（前回）持ち直しの動きに足踏み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4.8ポイント低下し、▲16.1となった。
- 来期は3.8ポイント低下し、▲19.9となる見通し。

## <売上DI>（3ページ）

- 売上DIは、前期から7.5ポイント低下し、▲12.1となった。
- 来期は3.1ポイント上昇し、▲9.0となる見通し。

## <採算DI>（4ページ）

- 採算DIは、前期から2.4ポイント低下し、▲4.9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54.6%と最も多く、次いで、「顧客数の減少」（42.5%）、「店舗施設の狭隘・老朽化」（20.7%）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、一之瀬）  
〒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	2025年12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	3,102企業（回答率 94.2%）		
（業種内訳）	飲食業	1,420 企業	映画館 53 企業
	食肉・食鳥肉販売業	158 企業	ホテル・旅館業 184 企業
	氷雪販売業	52 企業	公衆浴場業 109 企業
	理容業	422 企業	クリーニング業 259 企業
	美容業	445 企業	

## 【本調査における留意事項】

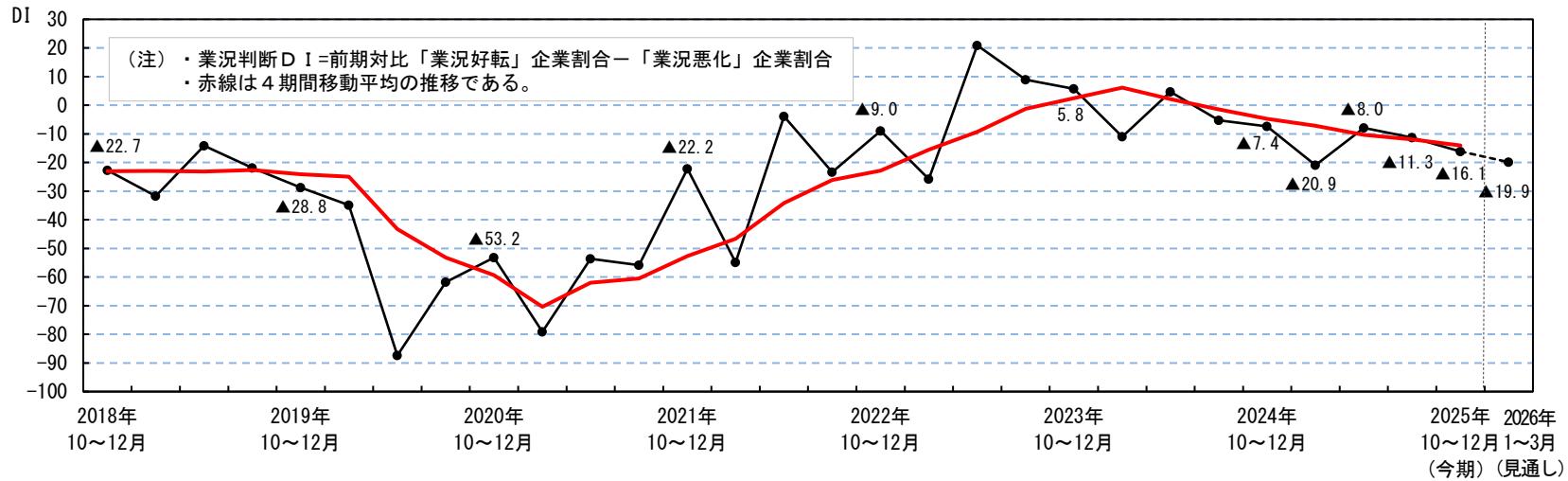
- 比率の算出にあたっては、無回答を除いたものを母数としている。

# I 景気の動向

## 1. 業況判断

- 業況判断DIは、前期から4.8ポイント低下し、▲16.1となった。
- 来期は3.8ポイント低下し、▲19.9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	2024年10~12月	2025年1~3月	2025年4~6月	2025年7~9月	2025年10~12月(今期)	2026年1~3月(見通し)
食肉・食鳥肉	▲ 0.6	▲ 20.1	▲ 21.0	▲ 30.3	▲ 19.0	▲ 23.4
氷 雪	▲ 20.0	▲ 24.6	9.4	23.6	▲ 13.5	▲ 30.8
理 容	▲ 19.6	▲ 25.1	▲ 8.9	▲ 7.6	▲ 26.5	▲ 22.0
美 容	▲ 17.9	▲ 26.5	▲ 16.4	▲ 19.0	▲ 22.7	▲ 22.7
映 画 館	▲ 58.9	▲ 1.8	14.5	38.2	▲ 13.2	0.0
ホ テ ル・旅 館	24.9	▲ 19.3	10.6	7.4	16.3	▲ 19.6
公 衆 浴 場	▲ 11.9	▲ 2.8	▲ 6.3	▲ 9.9	▲ 1.8	▲ 0.9
クリーニング	▲ 6.4	▲ 47.2	9.8	▲ 37.0	▲ 9.3	▲ 41.7

※ 表中の網掛けは、全業種計の割合を上回るものと表す(以下同じ)。

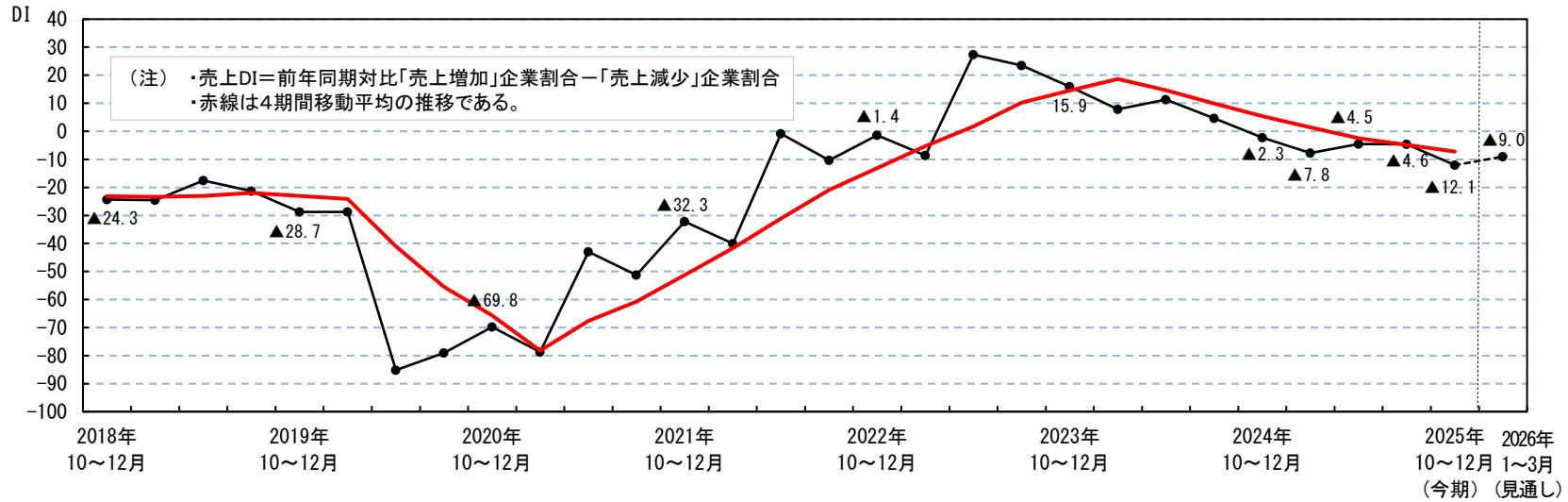
図表3 飲食業 業況判断DIの推移

凡例	2024年10~12月	2025年1~3月	2025年4~6月	2025年7~9月	2025年10~12月(今期)	2026年1~3月(見通し)
飲食業(全体)	▲ 2.6	▲ 15.4	▲ 10.8	▲ 8.9	▲ 17.4	▲ 15.8
そば・うどん	▲ 8.4	▲ 16.4	▲ 2.2	1.7	▲ 22.9	▲ 16.6
中華料理	3.9	▲ 3.4	▲ 9.2	▲ 12.5	▲ 20.3	▲ 18.9
す し	▲ 12.4	▲ 14.2	▲ 19.6	▲ 18.0	▲ 18.0	▲ 20.8
料 理	9.1	▲ 19.5	▲ 14.7	▲ 14.8	▲ 2.9	▲ 16.2
喫 茶	0.0	▲ 22.1	▲ 8.1	▲ 6.1	▲ 20.7	▲ 11.4
社 交	▲ 13.6	▲ 26.1	▲ 19.3	▲ 15.6	▲ 26.7	▲ 19.9
その他飲食	2.0	▲ 11.1	▲ 7.5	▲ 4.6	▲ 13.5	▲ 12.2

## 2. 売上

- 売上DIは、前期から7.5ポイント低下し、▲12.1となった。
- 来期は3.1ポイント上昇し、▲9.0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	2024年10~12月	2025年1~3月	2025年4~6月	2025年7~9月	2025年10~12月(今期)	2026年1~3月(見通し)
食肉・食鳥肉	3.2	▲4.5	▲14.0	▲21.9	▲10.8	▲5.1
氷雪	7.3	1.8	▲9.4	▲41.8	1.9	▲5.8
理容	▲15.1	▲18.1	▲9.8	▲6.4	▲24.2	▲14.5
美容	▲16.9	▲24.8	▲16.6	▲19.9	▲21.3	▲16.4
映画館	▲46.4	▲7.3	3.6	50.9	22.6	3.8
ホテル・旅館	37.9	12.2	27.9	16.0	25.5	13.0
公衆浴場	▲1.8	6.5	9.9	0.9	2.8	6.4
クリーニング	▲18.1	▲25.3	▲12.0	▲18.5	▲21.2	▲22.4

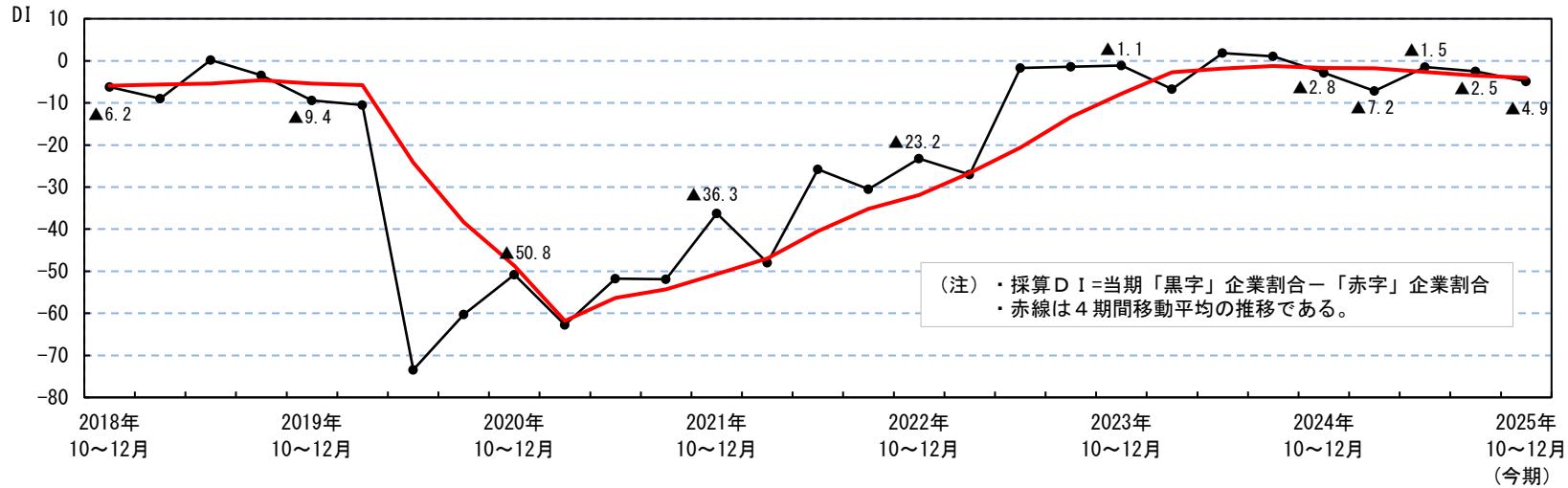
図表6 飲食業 売上DIの推移

凡例	2024年10~12月	2025年1~3月	2025年4~6月	2025年7~9月	2025年10~12月(今期)	2026年1~3月(見通し)
飲食業(全体)	4.8	▲0.5	▲1.9	▲1.9	▲11.9	▲7.7
そば・うどん	3.9	2.2	7.8	11.6	▲1.7	▲5.8
中華料理	11.7	4.8	3.9	▲3.5	▲16.9	▲8.8
すし	▲7.9	1.1	▲15.1	▲16.3	▲16.9	▲12.9
料理	8.4	2.4	▲14.8	▲16.5	▲1.5	▲5.1
喫茶	2.0	▲3.9	8.8	6.2	▲11.5	▲4.3
社交	▲12.7	▲16.6	▲14.7	▲11.2	▲27.4	▲21.6
その他飲食	15.2	3.5	2.8	4.4	▲8.9	▲2.0

### 3. 採 算

- 採算DIは、前期から2.4ポイント低下し、▲4.9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	2024年10~12月	2025年1~3月	2025年4~6月	2025年7~9月	2025年10~12月(今期)
食肉・食鳥肉	18.2	16.2	10.8	▲ 3.2	5.1
氷 雪	▲ 1.8	▲ 14.0	▲ 13.2	38.2	▲ 3.8
理 容	3.3	0.0	5.0	7.3	0.9
美 容	▲ 9.0	▲ 10.4	▲ 6.1	▲ 6.1	▲ 8.3
映 画 館	▲ 42.9	▲ 10.9	1.8	34.5	5.7
ホ テ ル・旅 館	18.1	▲ 3.9	11.2	13.3	20.1
公 衆 浴 場	1.8	9.2	18.0	1.8	9.2
クリーニング	▲ 4.9	▲ 29.1	9.0	▲ 11.3	▲ 4.6

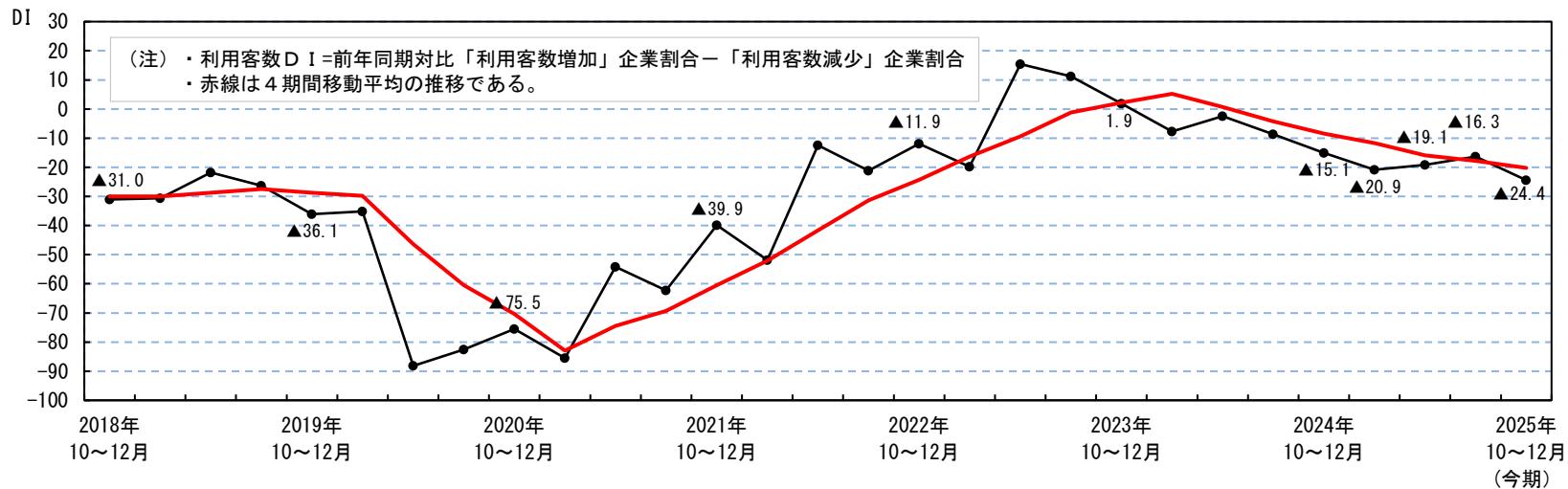
図表9 飲食業 採算DIの推移

凡例	2024年10~12月	2025年1~3月	2025年4~6月	2025年7~9月	2025年10~12月(今期)
飲食業(全体)	▲ 6.0	▲ 7.9	▲ 7.9	▲ 7.9	▲ 11.4
そば・うどん	▲ 0.6	▲ 0.5	6.1	4.6	3.4
中華料理	3.2	3.4	▲ 3.9	▲ 1.4	▲ 13.5
す し	▲ 10.2	▲ 12.5	▲ 11.7	▲ 11.8	▲ 12.9
料 理	▲ 7.6	▲ 10.9	▲ 19.4	▲ 19.5	▲ 11.8
喫 茶	▲ 12.2	▲ 14.3	▲ 15.5	▲ 17.0	▲ 20.7
社 交	▲ 24.2	▲ 18.6	▲ 22.9	▲ 20.6	▲ 31.9
その他飲食	0.9	▲ 5.0	▲ 1.3	▲ 1.7	▲ 4.2

#### 4. 利用客数

- 利用客数DIは、前期から8.1ポイント低下し、▲24.4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	2024年10~12月	2025年1~3月	2025年4~6月	2025年7~9月	2025年10~12月(今期)
食肉・食鳥肉	▲ 9.7	▲ 14.9	▲ 15.3	▲ 24.5	▲ 17.1
氷 雪	0.0	▲ 12.3	▲ 20.8	7.3	▲ 3.8
理 容	▲ 28.3	▲ 30.4	▲ 24.9	▲ 16.6	▲ 34.0
美 容	▲ 33.2	▲ 34.3	▲ 29.8	▲ 29.3	▲ 35.7
映 画 館	▲ 50.0	▲ 5.5	1.8	40.0	20.8
ホ テ ル・旅 館	18.6	▲ 7.2	2.2	▲ 1.1	9.8
公 衆 浴 場	▲ 8.3	▲ 6.5	▲ 11.7	▲ 19.1	▲ 11.9
クリーニング	▲ 31.3	▲ 40.4	▲ 19.5	▲ 35.1	▲ 34.4

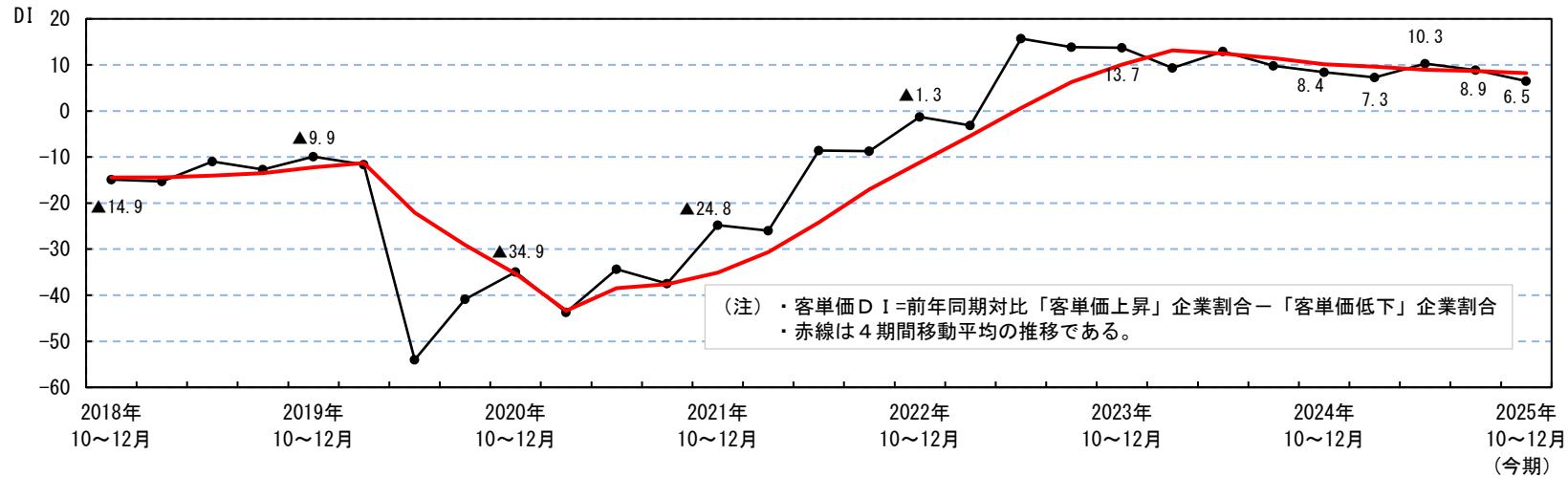
図表12 飲食業 利用客数DIの推移

凡例	2024年10~12月	2025年1~3月	2025年4~6月	2025年7~9月	2025年10~12月(今期)
飲食業(全体)	▲ 6.9	▲ 14.6	▲ 18.4	▲ 12.5	▲ 24.8
そば・うどん	▲ 12.9	▲ 16.4	▲ 14.0	▲ 5.2	▲ 20.8
中華料理	0.6	▲ 2.7	▲ 19.7	▲ 4.9	▲ 25.0
す し	▲ 16.9	▲ 22.2	▲ 23.5	▲ 20.2	▲ 30.3
料 理	▲ 6.1	▲ 10.2	▲ 28.9	▲ 25.2	▲ 22.1
喫 茶	▲ 15.0	▲ 24.0	▲ 13.6	▲ 17.1	▲ 25.9
社 交	▲ 20.3	▲ 23.6	▲ 23.2	▲ 18.8	▲ 33.2
その他飲食	5.2	▲ 8.8	▲ 14.3	▲ 7.2	▲ 21.1

## 5. 客単価

- 客単価DIは、前期から2.4ポイント低下し、6.5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	2024年10~12月	2025年1~3月	2025年4~6月	2025年7~9月	2025年10~12月(今期)
食肉・食鳥肉	▲ 5.2	▲ 11.7	▲ 7.6	▲ 12.9	0.0
氷 雪	3.6	3.5	0.0	20.0	1.9
理 容	▲ 1.0	▲ 1.2	▲ 3.1	0.7	▲ 5.9
美 容	▲ 3.5	▲ 8.3	0.2	1.5	▲ 4.3
映 画 館	1.8	20.0	18.2	21.8	15.1
ホ テ ル・旅 館	57.6	50.8	45.8	45.7	47.3
公 衆 浴 場	7.3	6.5	20.7	12.7	15.6
ク リ ー ニ ン グ	▲ 16.2	▲ 8.7	0.0	▲ 10.6	▲ 11.6

図表15 飲食業 客単価DIの推移

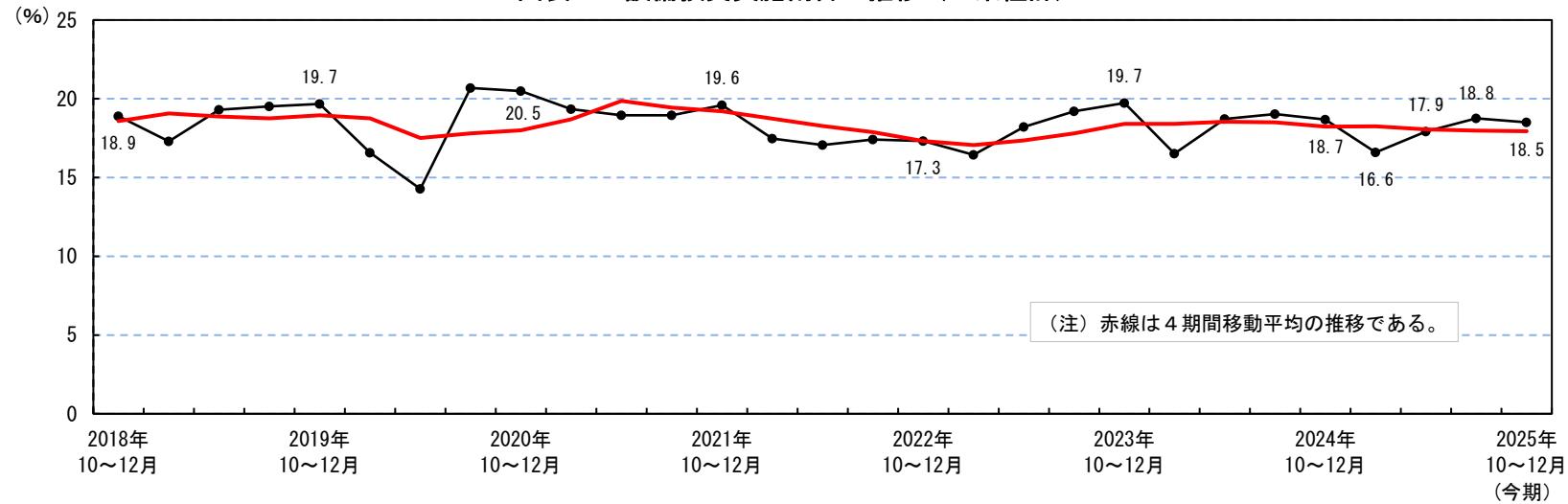
凡例	2024年10~12月	2025年1~3月	2025年4~6月	2025年7~9月	2025年10~12月(今期)
飲食業(全体)	15.5	13.9	16.0	13.5	11.5
そば・うどん	20.8	15.8	26.3	26.2	24.3
中華料理	19.5	17.8	15.8	11.1	0.0
す し	13.0	14.8	17.3	12.9	8.4
料 理	23.7	17.3	19.5	16.5	21.3
喫 茶	12.9	7.8	13.6	7.5	13.7
社 交	▲ 1.0	1.5	▲ 1.1	0.5	▲ 6.8
その他飲食	18.6	18.2	18.4	16.3	15.7

## II 設備投資の動向

### 1. 設備投資の実施状況

- 今期（2025年10～12月）に設備投資を行った企業の割合は、前期から0.3ポイント低下し、18.5%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	2024年10～12月	2025年1～3月	2025年4～6月	2025年7～9月	2025年10～12月(今期)
食肉・食鳥肉	35.7	29.2	34.4	34.2	32.3
氷 雪	12.7	21.1	18.9	12.7	11.5
理 容	10.8	8.0	7.7	10.0	9.7
美 容	9.4	10.2	11.6	9.4	11.5
映 画 館	26.8	32.7	38.2	32.7	37.1
ホ テ ル・旅 館	49.2	40.9	45.8	46.3	51.1
公 衆 浴 場	36.7	35.8	45.9	37.8	33.9
クリーニング	21.5	18.1	15.0	20.0	17.4

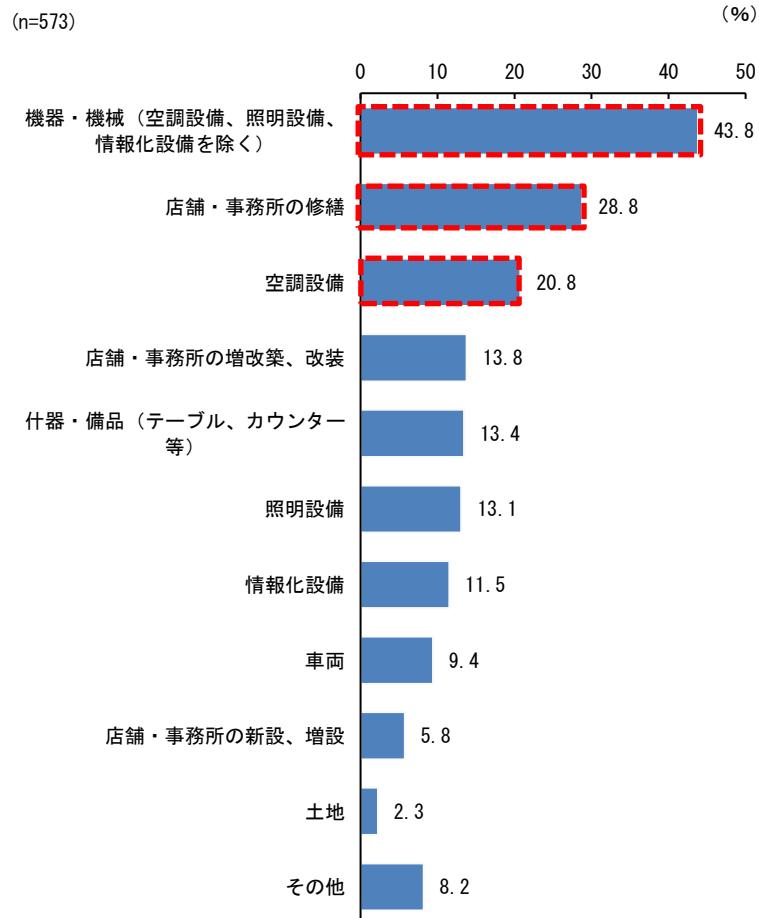
図表18 飲食業 設備投資実施割合の推移 (%)

凡例	2024年10～12月	2025年1～3月	2025年4～6月	2025年7～9月	2025年10～12月(今期)
飲食業(全体)	16.4	14.2	15.2	17.0	16.1
そば・うどん	18.5	16.9	15.0	20.1	20.0
中華料理	15.5	15.6	19.1	19.4	13.5
す し	18.6	15.3	16.8	20.2	13.5
料 理	24.2	25.8	23.3	28.9	22.1
喫 茶	9.5	7.8	10.8	8.2	9.3
社 交	9.1	7.0	7.3	6.5	11.0
その他飲食	18.0	14.2	15.9	17.9	19.0

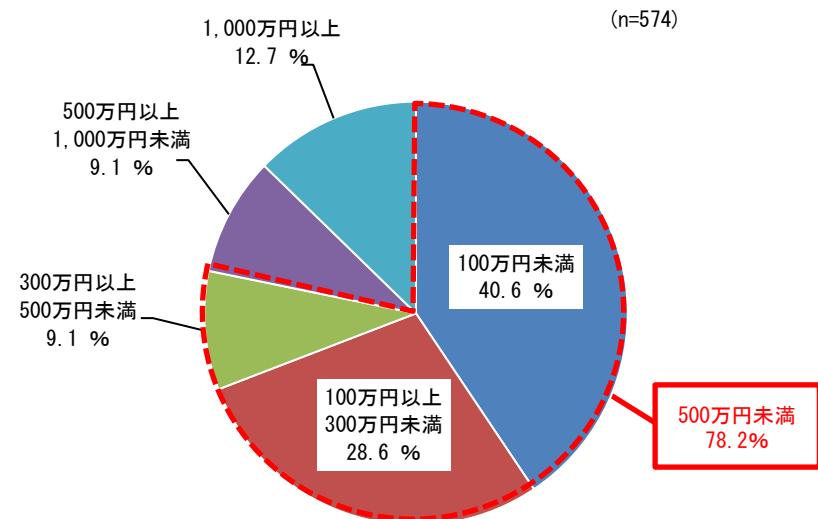
## 2. 設備投資の内容、設備投資金額、来期の設備投資計画

- 今期（2025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43.8%と最も多く、次いで、「店舗・事務所の修繕」（28.8%）、「空調設備」（20.8%）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約8割を占めた。
- 来期（2026年1～3月）の設備投資計画については、「実施予定あり」が12.1%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)**



**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	2026年 1～3月期の予定
全業種計	12.1
食肉・食鳥肉	20.3
氷雪	9.6
理容	5.7
美容	7.2
映画館	37.7
ホテル・旅館	35.3
公衆浴場	22.9
クリーニング	11.2

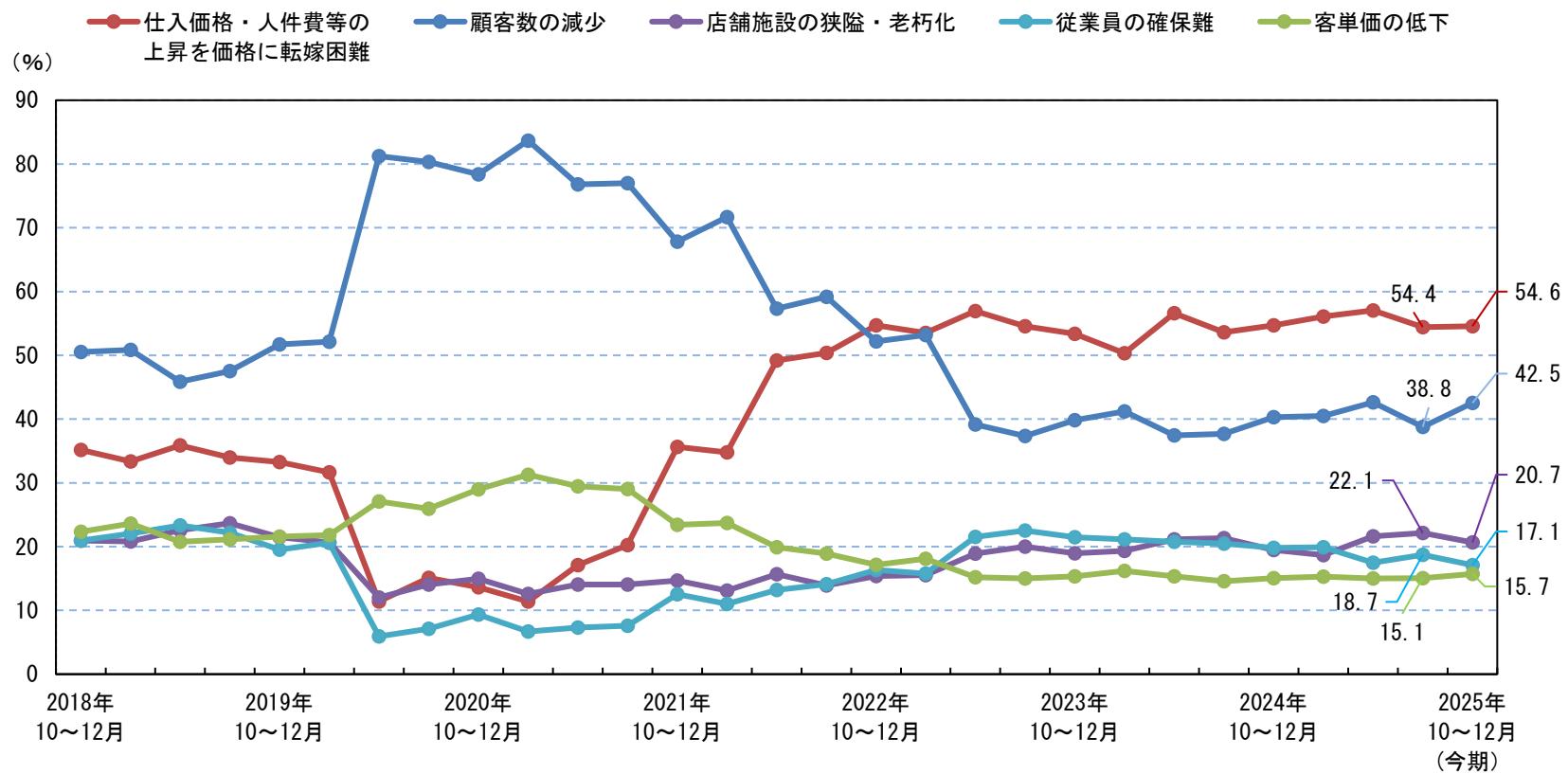
**図表22 飲食業 来期の設備投資実施予定割合  
(%)**

凡例	2026年 1～3月期の予定
飲食業(全体)	10.0
そば・うどん	14.3
中華料理	6.8
すし	9.6
料理	14.7
喫茶	5.7
社交	7.9
その他飲食	10.4

### 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54.6%と最も多く、次いで、「顧客数の減少」(42.5%)、「店舗施設の狭隘・老朽化」(20.7%)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（2025年10～12月）

(%)

項目	上昇入値格格・人転件嫁費困等難の	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	54.6	42.5	20.7	17.1	15.7	6.5	3.8	4.3	6.9
飲食業(全体)	69.8	39.4	15.6	19.4	11.8	7.2	5.4	3.5	4.2
そば・うどん	76.0	27.4	23.4	23.4	7.4	8.6	3.4	3.4	3.4
中華料理	64.9	29.1	24.3	16.9	17.6	11.5	4.7	2.7	5.4
すし	70.2	37.6	14.6	16.9	11.2	11.2	3.9	3.4	6.7
料理	72.8	37.5	16.2	25.7	7.4	6.6	9.6	2.9	2.9
喫茶	81.4	35.0	12.9	15.0	11.4	7.1	5.7	2.1	1.4
社交	54.5	66.0	5.8	19.9	16.8	2.1	5.2	3.7	5.2
その他飲食	70.8	38.9	15.0	19.0	11.1	6.0	5.5	4.2	3.8
食肉・食鳥肉	65.8	31.6	19.6	20.9	18.4	8.2	3.2	2.5	5.7
氷雪	40.4	40.4	17.3	19.2	17.3	9.6	1.9	9.6	9.6
理容	30.8	51.2	18.2	10.2	22.5	6.2	1.7	5.7	14.7
美容	36.0	53.5	14.4	11.5	22.9	6.1	2.9	4.7	11.2
映画館	49.1	37.7	52.8	18.9	1.9	3.8	5.7	3.8	0.0
ホテル・旅館	52.7	19.0	47.3	44.0	5.4	6.0	4.9	4.3	1.6
公衆浴場	37.6	39.4	57.8	2.8	8.3	7.3	0.9	6.4	10.1
クリーニング	47.5	52.5	23.2	8.9	25.5	3.5	1.5	5.0	6.2

(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：2025年10～12月 来期：2026年1～3月

### (1) そば・うどん

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	不变	茨城県	価格を引き上げたものの、原材料費や人件費の上昇で効果が相殺されている。
	悪化	兵庫県	物価高騰の影響で消費者が外食を控えており、売上減少につながっている。
来期	不变	宮城県	売上は増加傾向にあるものの、物価高騰や異常気象の影響により、仕入価格が不安定になっているため、楽観的な見方はできない。
	悪化	埼玉県	物価高騰により消費が冷え込んでいる上に、仕入価格の上昇を価格に転嫁することも難しい。

### (2) 中華料理

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	東京都	オリジナルメニューがマスコミに取り上げられ、町中華ファンの来客数が増加した。
	悪化	和歌山県	物価高騰に伴う節約志向の強まりを感じる。高級食材を使用したメニューが注文されにくい傾向があり、客単価は低下した。
来期	不变	新潟県	常連客がほとんどであり、業況は変わらないだろう。
	悪化	静岡県	インバウンドが流入する気配はなく、物価高騰は今後も続く見通し。客足は遠のく一方だろう。

## (3) すし

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	佐賀県	温泉旅館の多い地域に立地。地元客に加えて、インバウンドや観光客も増加しており、宿泊客の夕食需要によって売上が伸びた。
	悪化	岩手県	最低賃金の引き上げによる経費の増加に加え、物価高騰による財布の紐の引き締め、熊の出没による外出控えなど、悪い影響が重なった。
来期	好転	広島県	物価高騰の影響は不安だが、年末年始は繁忙期のため、来期の売上は増加する見込み。
	悪化	山梨県	来期も仕入価格の上昇が予想される。また、物価高騰による消費意欲の減退で、来客数も減少するだろう。

## (4) 料理

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	不变	大分県	客足は好調だが、人手不足のため人数制限をして営業している。
	悪化	宮城県	物価高による消費控えの影響と、常連客の高齢化による外食頻度の減少で、業況は悪化している。
来期	不变	新潟県	来期は新年会・歓送迎会シーズンであり、好転を期待したいところだが、コロナ禍以降、開催を見送ったり、参加人数が減ったりする傾向があり、多くは期待できない。横ばいを見込む。
	悪化	栃木県	米価が去年の倍に高騰し、水道高熱費も上昇している。人流も動きが悪い。

## (5) 喫茶

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	不变	福井県	来客数、売上高は増加しているものの、コーヒー豆などの仕入価格が上昇していることから、利益のアップにはつながらない。
	悪化	島根県	仕入価格が上がっているが、値上げに踏み切れず業況は悪化した。
来期	好転	三重県	外食を楽しむ消費者が戻ってきてているように感じる。
	悪化	茨城県	原材料費の上昇が続き、価格転嫁が追い付かない。

## (6) 社交

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	不变	沖縄県	昨年とあまり変化なし。夜、22時以降は週末でも人がいない。
	悪化	鳥取県	物価上昇が続き、仕入価格が経費を圧迫していることに加え、お客様の来店回数も減っている。
来期	好転	静岡県	年末年始で人の動きが活発になることを期待している。
	悪化	富山県	コロナ以降客足が戻らない。お客様の帰りが早く、接待もなく、二次会もさらに少ない。この状態が今後も続きそう。

## (7) その他飲食

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	奈良県	修学旅行の期間に入り、来客数が増加した。外国人観光客も多く、一番の繁忙期だった。
	悪化	秋田県	相次ぐ物価高により消費者の外食控えが顕著である。また、近隣で熊が出没し、来客数が減少した。
来期	好転	山形県	物価は上昇しているが、サラリーマンの賃金も増加傾向にあるため、来期は好転する見通し
	不变	熊本県	来期は新年会シーズンに入るため、来客数の増加を期待しているが、原材料費や人件費の上昇もあり業況は厳しくなるだろう。

## (8) 食肉

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	大阪府	物価高騰の影響を受けているが、価格転嫁ができている。
	悪化	鹿児島県	値上げしたことで売上は昨年度より伸びたが、円安による輸入コストの増加が利益を圧迫した。
来期	好転	栃木県	インフルエンザの流行が下火になれば、来客数が増える見通し。
	悪化	茨城県	牛・豚の相場は高止まりしている一方で価格転嫁ができておらず、加えて人件費の上昇もあり、来期も厳しい見通し。

今期：2025年10～12月　来期：2026年1～3月

## (9) 食鳥肉

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	兵庫県	催事に出店したことで売上が増加した。
	悪化	愛知県	仕入価格の高騰は販売価格に転嫁できたものの、最低賃金の上昇分を反映できず業況は悪化した。
来期	不变	岡山県	クリスマス・お正月とイベントが続くため、売上増加が期待される。一方で、仕入価格も高騰しているため、利益は変わらないだろう。
	悪化	東京都	需要の回復が望み薄のため、来期は悪化する見通し。

## (10) 氷雪

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	不变	広島県	コロナ禍が落ち着き、自治体の催しも復活したため、業況は現状を維持している。
	悪化	和歌山県	取引先の閉店が続いた。また、店舗あたりの注文数も減少傾向にある。
来期	不变	神奈川県	新規客が見込めないが、業況は変わらない見通し。
	悪化	東京都	取引先の閉店が増えており、客単価も減少傾向にある。

今期：2025年10～12月　来期：2026年1～3月

## (11) 理容

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	不变	青森県	暑い日が続き、お客様の来店サイクルが早まり売上は増加したが、仕入価格や光熱費の高騰で現状維持が精いっぱい。
	悪化	栃木県	物価高騰による節約の影響をもろに受けている。
来期	好転	山口県	来期は卒業・入学・異動が集中する時期であることから、来客数の増加が見込める。
	悪化	千葉県	物価高の影響が大きい。来店サイクルが伸びる傾向にあり、新規客の獲得も難しく、来期も厳しい状況である。

## (12) 美容

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	長野県	今期は催事やイベントの動きが盛んで外出の機会が増えたため、来客数が増加した。
	悪化	滋賀県	依然として消費に回す金額が少ないため、来店数が減少している。客単価も減少傾向にある。
来期	不变	北海道	来期は季節的に需要が増加する時期だが、物価上昇によるお客様の節約志向の高まりも懸念されるため、現状維持だろう。
	悪化	徳島県	物価高騰により日常生活の出費が増加し、美容のためにお金を使うことを控える傾向がある。

## (13) 映画館

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	東京都	今期はヒット作が多く、来客数が増加した。興行収入に加え、コミッション収入も伸びた。
	悪化	石川県	ミニシアターで上映する映画は、客数増加を見込める作品が少ない。
来期	不变	静岡県	話題の作品はあるが、上映にかかるコストも増加しており、現状維持の見通し。
	悪化	長野県	正月から春先においてはヒットが見込まれる作品が無く、売上が落ちるだろう。

## (14) ホテル・旅館

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	佐賀県	インバウンドがコロナ禍前まで回復しつつあり、行楽シーズンでイベントも開催され、来客数が増加した。ビジネス客も増加傾向にあり、売上が伸びた。
	不变	秋田県	宿泊料を値上げしたため売上は多少増加したものの、インターネット予約にかかる手数料負担が利益を圧迫している。
来期	不变	北海道	来期は季節柄、ビジネス客は減少するが観光客の増加が見込める。総合的に不变と判断する。
	悪化	島根県	冬場は旅行を控える傾向にあり、今期より悪化する見通し。

## (15) 公衆浴場

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	鹿児島県	インバウンドと若年層の顧客が増え、売上アップに繋がった。
	悪化	福井県	水道料金や燃料費が高騰していることに加え、最低賃金の上昇があり、業況はやや悪化した。
来期	不变	秋田県	寒い時期になると銭湯を利用する人が増えるが、燃料費や電気代が増加するため、業況はあまり変わらないだろう。
	悪化	兵庫県	物価高騰が続いており、中には利用回数を減らすお客さまもみられることから、売上・採算ともに厳しいだろう。

## (16) クリーニング

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	三重県	お祭り等の衣装のクリーニング需要に加え、急に寒くなったため、冬物衣類の受注が増加した。
	悪化	福岡県	気温が高い日が続いたため、衣替えによるクリーニング需要が減少した。また、物価高騰による消費者の節約志向も感じられる。
来期	不变	山梨県	物価高騰が続いており、現状が良くなるとは考えにくい。現状維持が精いっぱい。
	悪化	佐賀県	ドライクリーニングの溶剤や重油の価格が高騰している影響が大きい。価格転嫁することも難しい。