

## 感染拡大の長期化により 生活衛生関係営業の売上は落ち込みが続く ホテル・旅館業では6割超、飲食業では3割超の企業が“売上50%以上減”と回答

生活衛生関係営業の新型コロナウイルス感染症に関するアンケート調査結果  
(生活衛生関係営業の景気動向等調査・特別調査結果2021年4～6月期)

### <新型コロナウイルス感染症の影響の有無> (2ページ)

- 新型コロナウイルス感染症による事業への影響について、「マイナスの影響があった」と回答した企業の割合は、前回調査から4.3ポイント減少したものの、依然として全体の9割近く(87.6%)に上っている。

### <事業へのマイナスの影響> (3ページ)

- 事業へのマイナスの影響は、「売上の減少」との回答が98.2%と最も多く、次いで「営業時間の短縮・変更」(56.1%)、「休業」(36.2%)となった。

### <売上の減少幅> (4～8ページ)

- 2021年4～6月の売上の減少幅(2019年同期比)について、「50%以上減少」と回答した企業の割合は、前回調査から0.8ポイント減少したものの、依然として高い割合(25.4%)となっている。

### <資金繰り> (9、10ページ)

- 資金繰りについて、「運転資金が不足した」と回答した企業の割合は、前回調査から14.6ポイント減少したものの、依然として全体の7割近く(65.6%)に上っている。

### <コロナ対応の取り組み> (11、12ページ)

- コロナ禍における事業環境の変化に対応するため、実施して効果があった取り組みは、「原価・経費の見直し」との回答が34.6%と最も多く、次いで「新しい販売手法の実施」(29.1%)、「営業時間の見直し」(20.5%)となった。

### <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 担当：一ノ瀬、和知 TEL 03-3270-1653

## 【調査の実施要領】

調査時点	2021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	3,182企業（回答率 96.7%）			
（業種内訳）	飲食業	1,439 企業	映画館	63 企業
	食肉・食鳥肉販売業	163 企業	ホテル・旅館業	188 企業
	氷雪販売業	58 企業	公衆浴場業	110 企業
	理容業	423 企業	クリーニング業	264 企業
	美容業	474 企業		

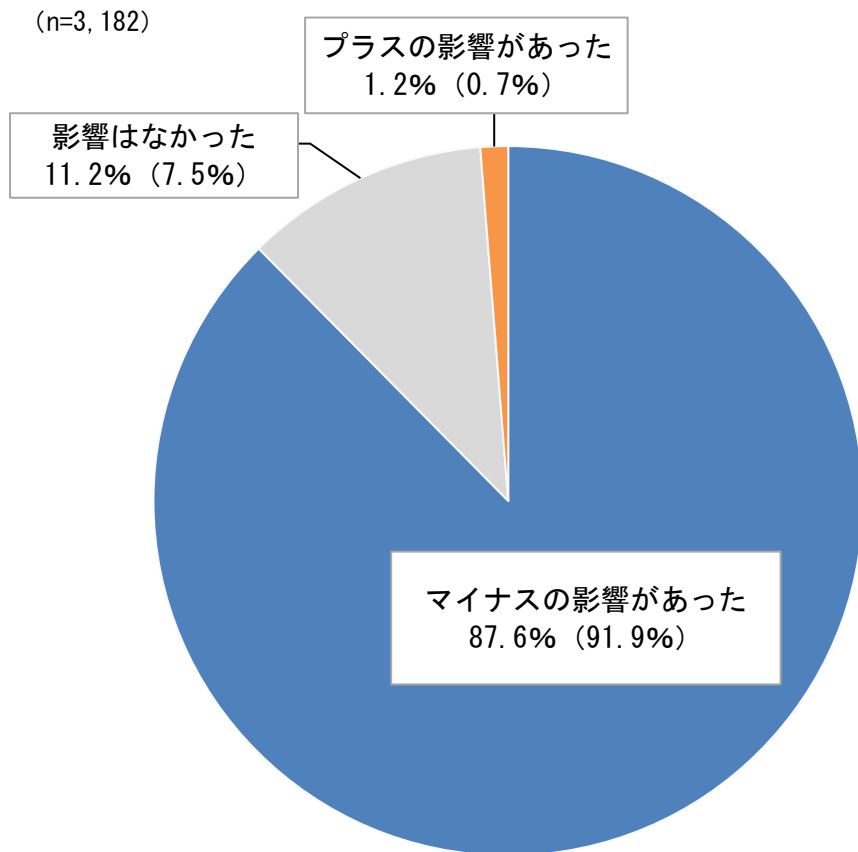
## 【本調査における留意事項】

- 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。

## 1. 新型コロナウイルス感染症の影響の有無

- 新型コロナウイルス感染症による事業への影響について、「マイナスの影響があった」と回答した企業の割合は、前回調査(91.9%)から4.3ポイント減少したものの、依然として全体の9割近く(87.6%)に上っている。

図表1 新型コロナウイルス感染症の影響の有無



※回答割合は小数第2位を四捨五入して表記しているため、合計が100にならない場合がある(以下同じ)。

※円グラフのカッコ内の数値は、前回調査(2021年1~3月期)の回答割合を表す(以下同じ)。

図表2 新型コロナウイルス感染症の影響の有無(業種別)

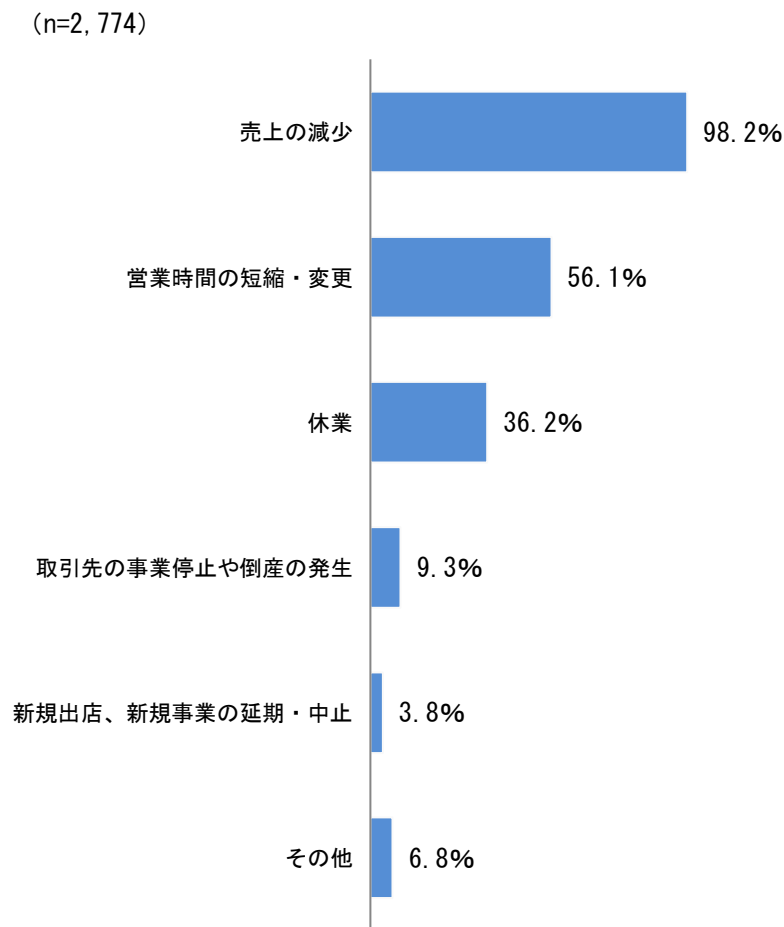
(%)

	マイナスの影響があった	影響はなかった	プラスの影響があった
全業種 (n=3,182)	87.6	11.2	1.2
飲食業 (n=1,439)	94.0	5.2	0.8
食肉・食鳥肉販売業 (n=163)	74.8	19.6	5.5
氷雪販売業 (n=58)	96.6	3.4	0.0
理容業 (n=423)	74.9	23.4	1.7
美容業 (n=474)	78.9	19.0	2.1
映画館 (n=63)	96.8	3.2	0.0
ホテル・旅館業 (n=188)	97.3	2.1	0.5
公衆浴場業 (n=110)	80.9	17.3	1.8
クリーニング業 (n=264)	87.9	12.1	0.0

## 2. 事業へのマイナスの影響

○ 事業へのマイナスの影響は、「売上の減少」との回答が98.2%と最も多く、次いで「営業時間の短縮・変更」（56.1%）、「休業」（36.2%）となった。

図表3 新型コロナウイルス感染症のマイナスの影響  
(複数回答)



図表4 新型コロナウイルス感染症のマイナスの影響  
(業種別・複数回答)

	売上の減少	営業時間の短縮・変更	休業（一時的なものを含む）	取引先（仕入先、外注先等）の事業停止や倒産の発生	新規出店、新規事業の延期・中止	その他
全業種 (n=2,774)	98.2	56.1	36.2	9.3	3.8	6.8
飲食業 (n=1,351)	98.0	75.5	51.1	6.4	4.0	5.8
食肉・食鳥肉販売業 (n=122)	96.7	34.4	18.9	45.9	9.8	4.1
氷雪販売業 (n=56)	100.0	44.6	35.7	42.9	14.3	1.8
理容業 (n=312)	97.4	33.7	14.7	2.2	0.6	9.6
美容業 (n=371)	98.7	43.4	21.3	2.7	2.4	7.8
映画館 (n=60)	100.0	61.7	26.7	5.0	1.7	13.3
ホテル・旅館業 (n=181)	99.4	43.6	54.7	8.3	4.4	6.6
公衆浴場業 (n=89)	98.9	33.7	6.7	2.2	2.2	1.1
クリーニング業 (n=232)	97.8	25.0	10.8	22.8	3.9	10.3

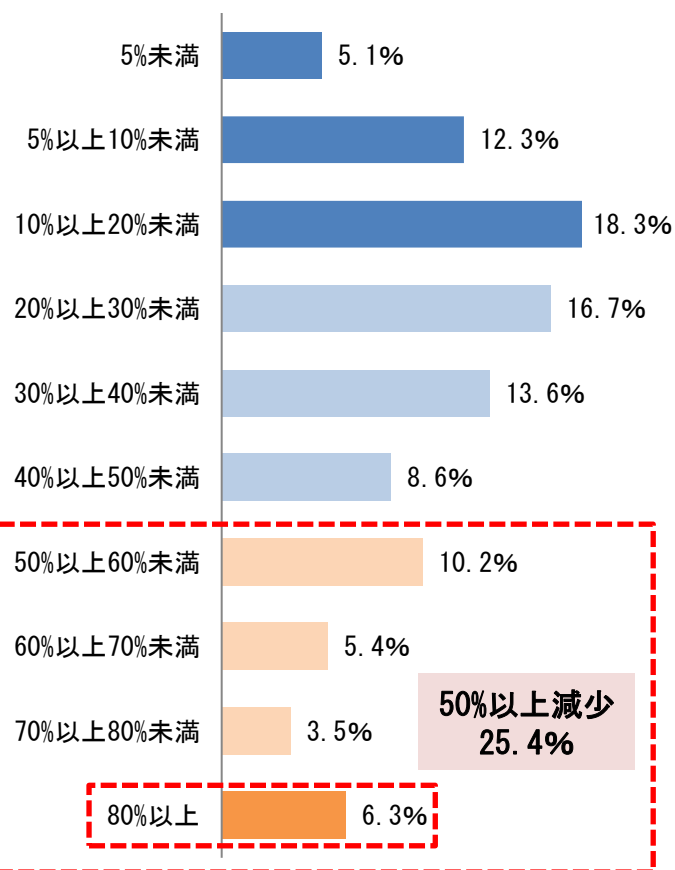
※ 新型コロナウイルス感染症の影響の有無について、「マイナスの影響があった」と回答した企業に尋ねたもの

### 3. 売上の減少幅

○ 2021年4～6月の売上の減少幅（2019年同期比）について、「50%以上減少」と回答した企業の割合は、前回調査（26.2%）から0.8ポイント減少したものの、依然として高い割合（25.4%）となっている。

図表5 売上の減少幅

(n=2,716)



図表6 売上の減少幅（業種別）

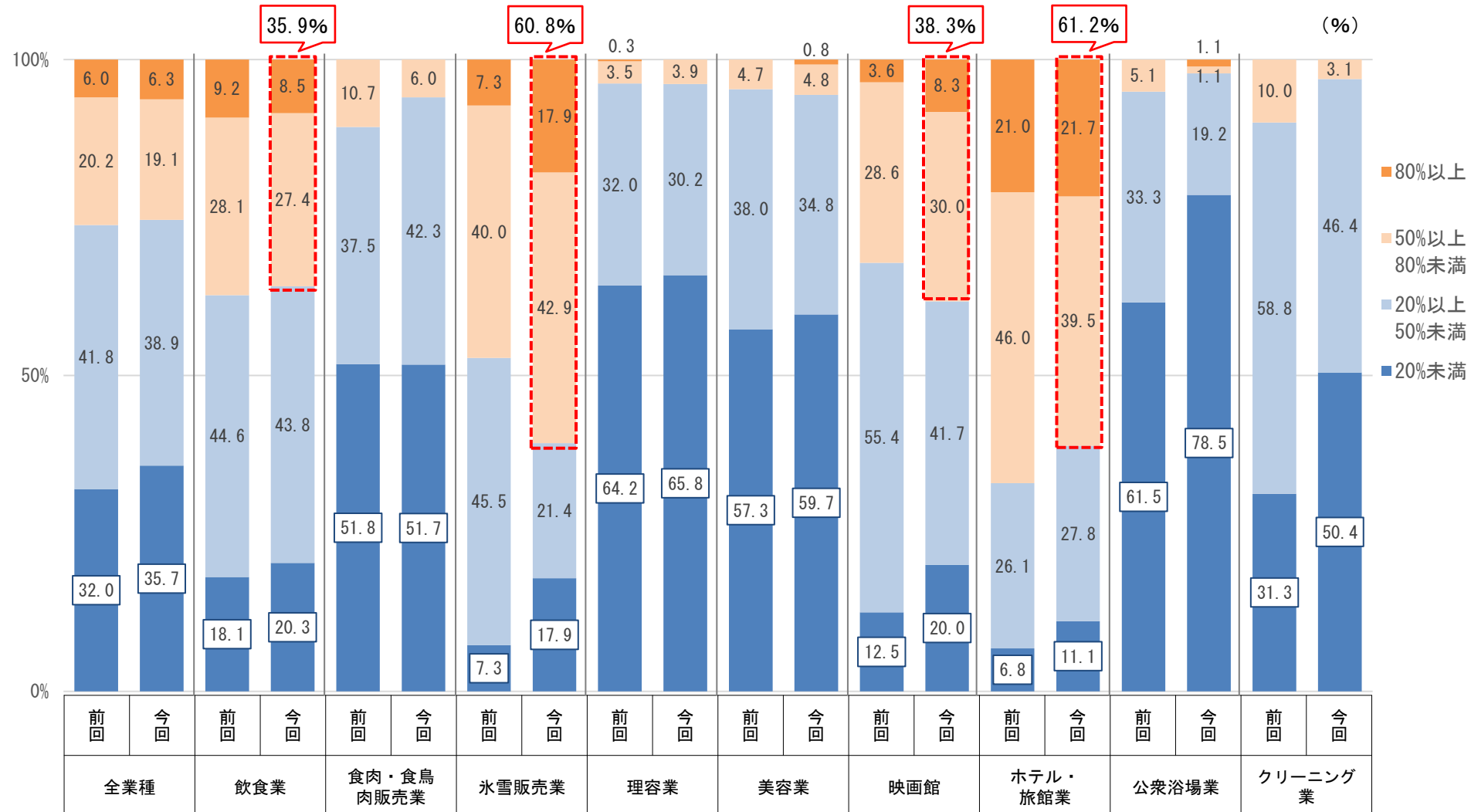
	%										
	5%未満	5%以上10%未満	10%以上20%未満	20%以上30%未満	30%以上40%未満	40%以上50%未満	50%以上60%未満	60%以上70%未満	70%以上80%未満	80%以上	
全業種 (n=2,716)	5.1	12.3	18.3	16.7	13.6	8.6	10.2	5.4	3.5	6.3	
飲食業 (n=1,322)	2.7	6.4	11.2	14.5	17.5	11.8	14.4	8.6	4.4	8.5	
食肉・食鳥肉販売業 (n=118)	6.8	22.9	22.0	27.1	11.0	4.2	4.2	0.9	0.9	0.0	
氷雪販売業 (n=56)	3.6	1.8	12.5	5.4	8.9	7.1	21.4	5.4	16.1	17.9	
理容業 (n=304)	11.5	28.3	26.0	19.7	8.2	2.3	3.6	0.3	0.0	0.0	
美容業 (n=362)	6.4	19.6	33.7	19.3	10.5	5.0	3.9	0.6	0.3	0.8	
映画館 (n=60)	5.0	6.7	8.3	13.3	16.7	11.7	20.0	6.7	3.3	8.3	
ホテル・旅館業 (n=180)	3.9	2.2	5.0	8.3	10.6	8.9	15.0	10.6	13.9	21.7	
公衆浴場業 (n=88)	12.5	33.0	33.0	13.6	4.5	1.1	1.1	0.0	0.0	1.1	
クリーニング業 (n=226)	6.2	12.8	31.4	27.0	10.6	8.8	1.8	1.3	0.0	0.0	

※ 事業へのマイナスの影響について、「売上の減少」と回答した企業に尋ねたもの

### 3. 売上の減少幅（前回調査との比較／業種別）

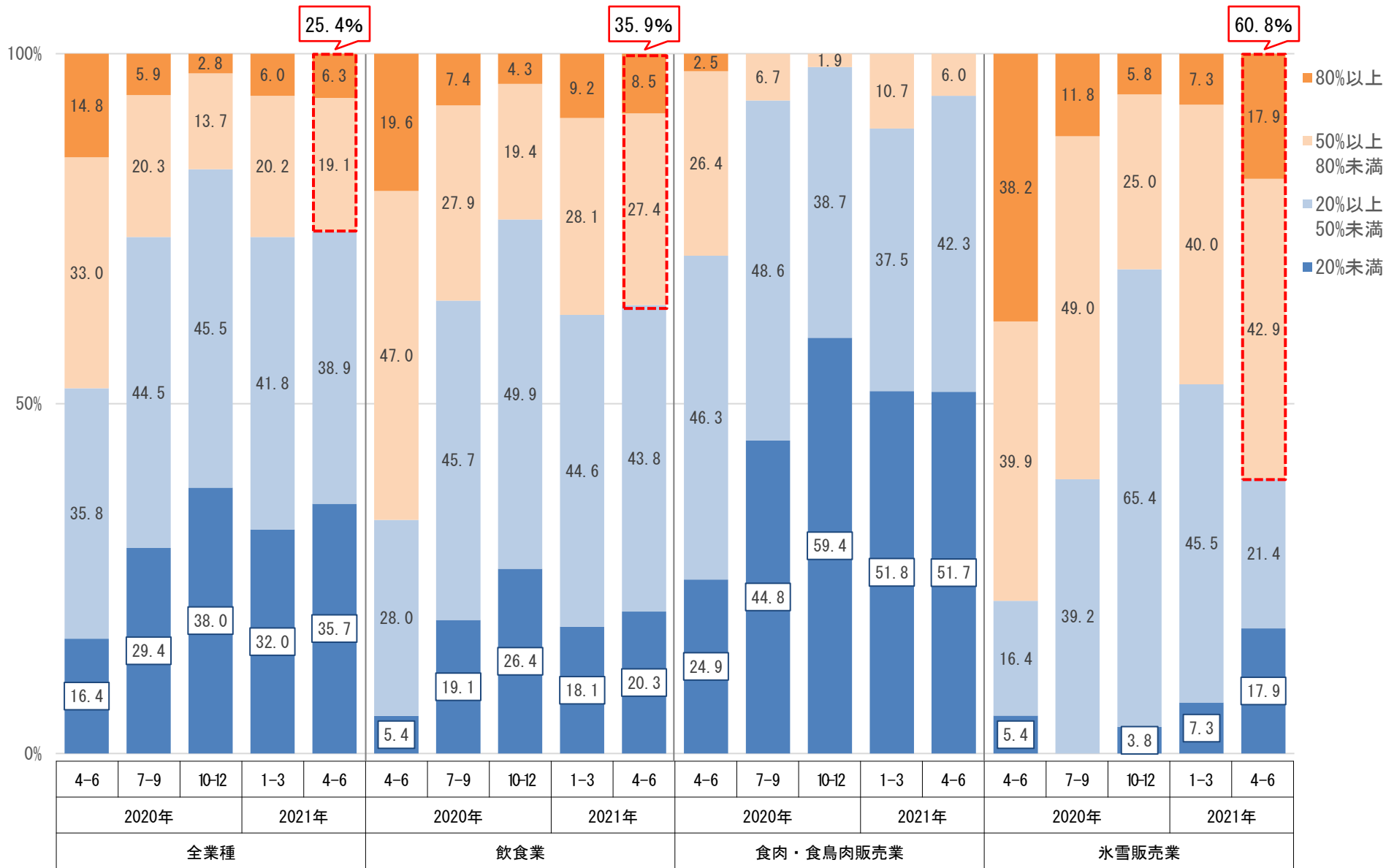
○ 業種別にみると、「50%以上減少」と回答した企業の割合は、冰雪販売業（60.8%）、映画館（38.3%）において前回調査より増加したほか、ホテル・旅館業（61.2%）、飲食業（35.9%）においても依然として高い割合となっている。

図表7 売上の減少幅（業種別／前回調査との比較）



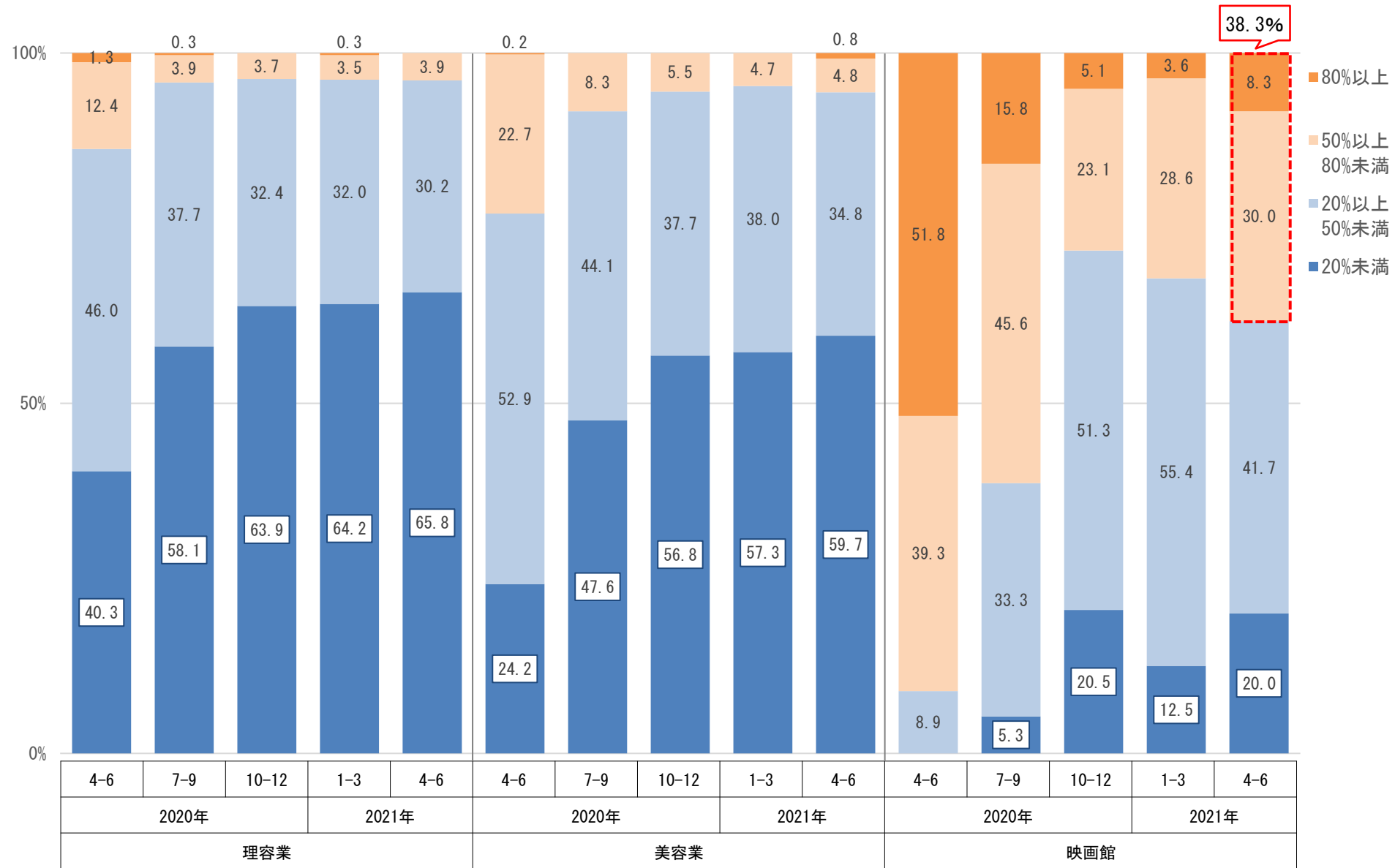
【参考】売上の減少幅（時系列／全業種、飲食業、食肉・食鳥肉販売業、冰雪販売業）

図表8 売上の減少幅（時系列／全業種、飲食業、食肉・食鳥肉販売業、冰雪販売業）



【参考】売上の減少幅（時系列／理容業、美容業、映画館）

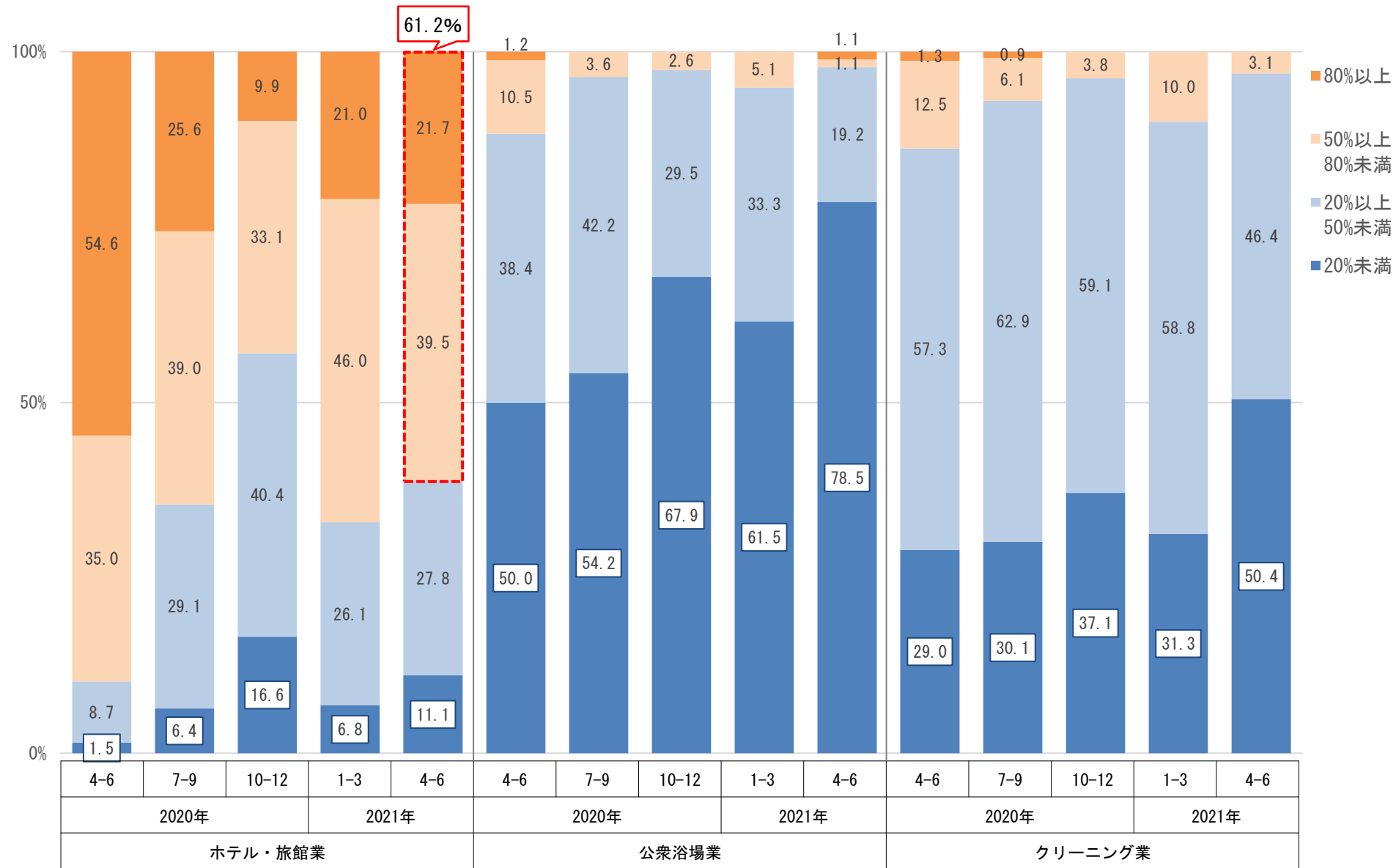
図表9 売上の減少幅（時系列／理容業、美容業、映画館）





【参考】売上の減少幅（時系列／ホテル・旅館業、公衆浴場業、クリーニング業）

図表10 売上の減少幅（時系列／ホテル・旅館業、公衆浴場業、クリーニング業）

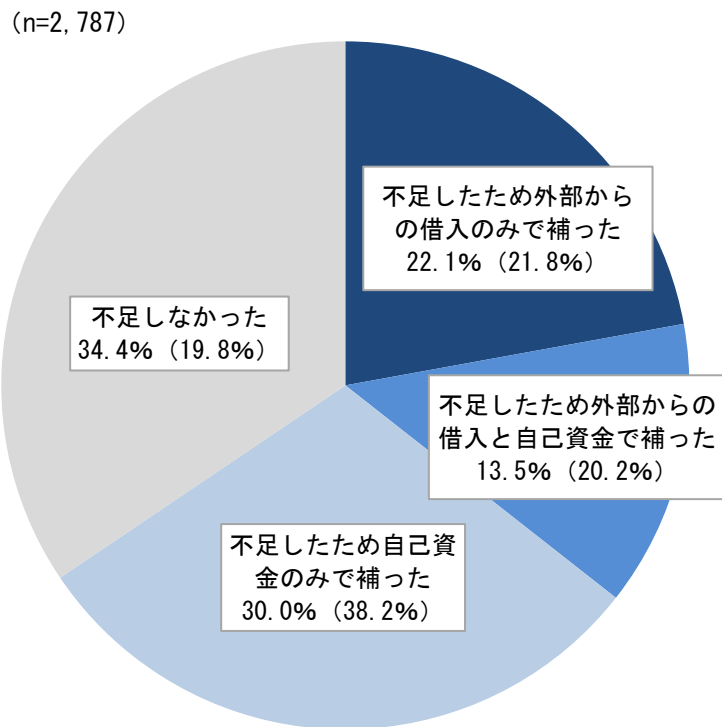


## 4. 資金繰り

○ 資金繰りについて、「運転資金が不足した」と回答した企業（※）の割合は、前回調査（80.2%）から14.6ポイント減少したものの、依然として全体の7割近く（65.6%）に上っている。

※「不足したため外部からの借入のみで補った」、「不足したため外部からの借入と自己資金で補った」、「不足したため自己資金のみで補った」と回答した企業の合計

図表11 資金繰り



※ 新型コロナウイルス感染症の影響の有無について、「マイナスの影響があった」と回答した企業に尋ねたもの

図表12 資金繰り（業種別）

	不足したため外部からの借入のみで補った (%)	不足したため外部からの借入と自己資金（代表者、役員、家族借入を含む）で補った (%)	不足したため自己資金のみで補った (%)	不足しなかった (%)
全業種 (n=2,787)	22.1	13.5	30.0	34.4
飲食業 (n=1,353)	26.8	14.9	31.6	26.8
食肉・食鳥肉販売業 (n=122)	22.1	7.4	20.5	50.0
冰雪販売業 (n=56)	23.2	12.5	39.3	25.0
理容業 (n=317)	10.4	11.0	31.2	47.3
美容業 (n=374)	17.9	14.4	29.1	38.5
映画館 (n=61)	23.0	8.2	13.1	55.7
ホテル・旅館業 (n=183)	29.0	19.7	20.2	31.1
公衆浴場業 (n=89)	6.7	6.7	34.8	51.7
クリーニング業 (n=232)	17.7	9.5	33.2	39.7

## 5. 運転資金の補てん金額（調達金額の総額）及び調達先

○ 「運転資金が不足した」と回答した企業に、補てん金額（調達金額の総額）を聞いたところ、「3百万円以下」と回答した企業の割合が69.7%と、全体の約7割に上った。

図表13 調達金額の総額（自己資金を含む）  
（業種別）

(%)

	1百万円以下	1百万円超3百万円以下	3百万円超5百万円以下	5百万円超1千万円以下	1千万円超2千万円以下	2千万円超3千万円以下	3千万円超5千万円以下	5千万円超
<b>3百万円以下 69.7%</b>								
全業種 (n=1,827)	45.8	23.9	9.8	7.9	5.8	2.5	1.6	2.7
飲食業 (n=991)	41.3	26.5	11.5	8.4	6.2	2.2	1.9	2.0
食肉・食鳥肉販売業 (n=61)	34.4	14.8	11.5	14.8	9.8	6.6	3.3	4.9
冰雪販売業 (n=42)	42.9	21.4	11.9	11.9	4.8	4.8	2.4	0.0
理容業 (n=167)	77.2	16.8	3.6	1.2	1.2	0.0	0.0	0.0
美容業 (n=230)	60.9	21.3	7.4	5.7	3.0	1.3	0.0	0.4
映画館 (n=27)	3.7	18.5	14.8	22.2	14.8	7.4	3.7	14.8
ホテル・旅館業 (n=126)	14.3	21.4	7.9	12.7	15.1	9.5	3.2	15.9
公衆浴場業 (n=43)	48.8	30.2	14.0	0.0	7.0	0.0	0.0	0.0
クリーニング業 (n=140)	56.4	23.6	7.1	7.9	1.4	0.0	2.1	1.4

※サンプル数30未満の業種については、参考値として灰色で表示（以下同じ）

図表14 運転資金の調達先（自己資金は除く）  
（業種別・複数回答）

(%)

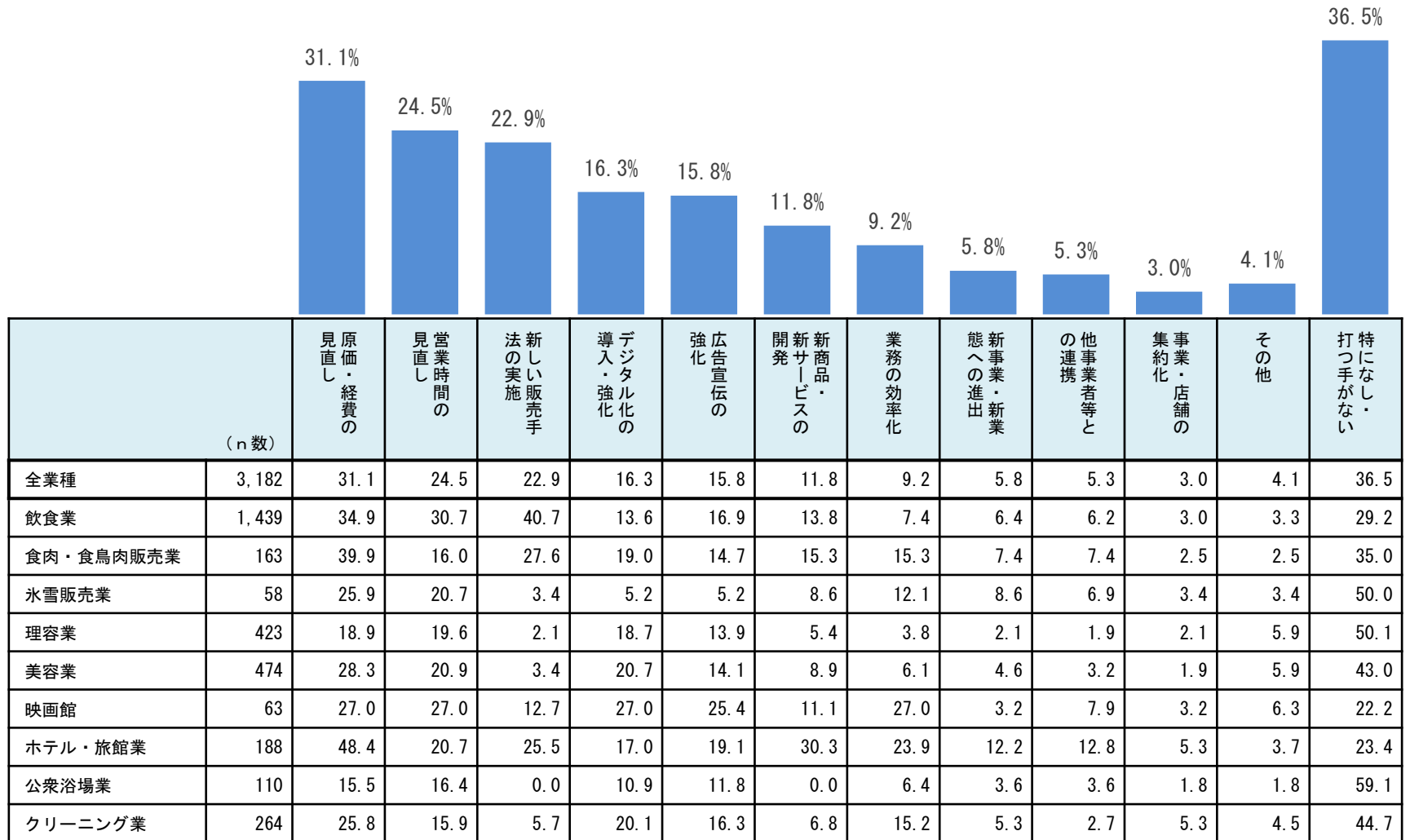
	銀行	信用金庫	信用組合	商工組合中央金庫	日本政策金融公庫	ノンバンク	その他
全業種 (n=978)	37.7	27.2	5.7	3.2	57.2	1.4	10.6
飲食業 (n=560)	36.6	28.0	3.9	2.5	60.4	1.4	9.6
食肉・食鳥肉販売業 (n=36)	52.8	22.2	8.3	0.0	38.9	2.8	11.1
冰雪販売業 (n=20)	30.0	40.0	10.0	5.0	55.0	0.0	20.0
理容業 (n=66)	24.2	27.3	4.5	1.5	45.5	0.0	19.7
美容業 (n=116)	22.4	23.3	12.1	0.9	57.8	1.7	14.7
映画館 (n=19)	57.9	21.1	5.3	5.3	68.4	0.0	10.5
ホテル・旅館業 (n=87)	57.5	24.1	5.7	12.6	63.2	0.0	6.9
公衆浴場業 (n=11)	27.3	9.1	18.2	0.0	27.3	9.1	9.1
クリーニング業 (n=63)	52.4	34.9	6.3	3.2	44.4	3.2	4.8

※「不足したため外部からの借入のみで補った」、「不足したため外部からの借入と自己資金で補った」と回答した企業に尋ねたもの

## 6. コロナ対応の取り組み

○ コロナ禍における事業環境の変化に対応するため、実施している（実施した）取り組みは、「原価・経費の見直し」との回答が31.1%と最も多く、次いで「営業時間の見直し」（24.5%）、「新しい販売手法の実施」（22.9%）となった。

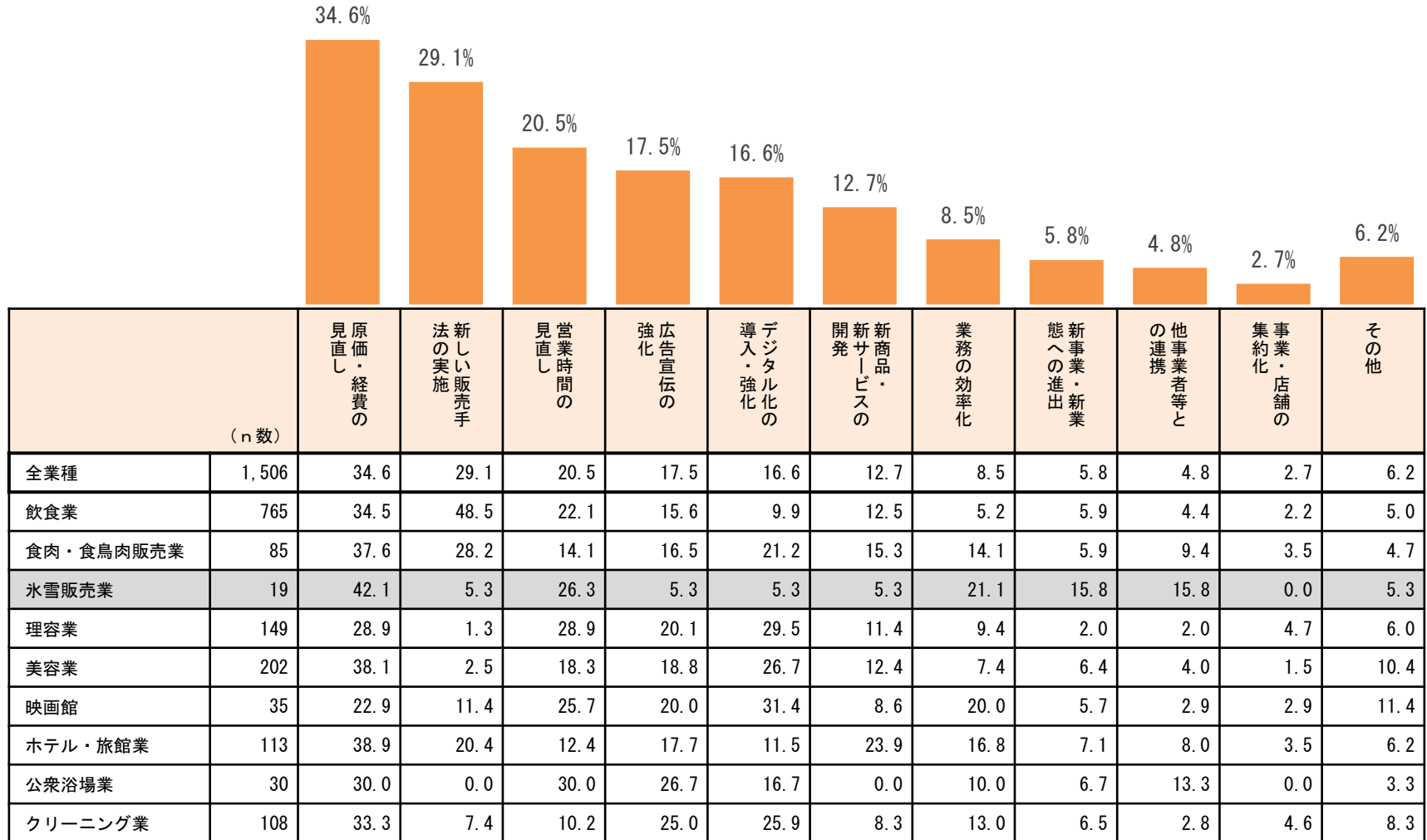
図表15 コロナ禍において実施している取り組み（複数回答）



## 7. コロナ対応の取り組みの中で効果的だったもの

○ コロナ対応の取り組みの中で効果的だったものは、「原価・経費の見直し」との回答が34.6%と最も多く、次いで「新しい販売手法の実施」（29.1%）、「営業時間の見直し」（20.5%）となった。

図表16 コロナ禍において効果的だった取り組み（複数回答・3つまで）



※コロナ対応の取り組みについて、「特になし・打つ手がない」と回答した企業以外に尋ねたもの