

2025年9月1日
株式会社日本政策金融公庫

生活衛生関係営業者のインバウンド対応動向

インバウンド対応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2025年4～6月期)

<外国人観光客の動向>

- 1年前と比べた自店の周辺地域で見かける外国人観光客は、「増えた（「かなり増えた」、「やや増えた」の合計）」と回答した企業割合が31.7%となった（2ページ）。
- 外国人観光客の利用の有無は、「利用がある」と回答した企業割合が44.8%となった（4ページ）。

<外国人観光客を受け入れるための取り組み>

- 外国人観光客を受け入れるための取り組みは、「実施している」と回答した企業割合が27.1%となった（6ページ）。
- 外国人観光客の受入れに効果のあった取り組みは、「キャッシュレス決済の導入」と回答した企業割合が45.0%と最も高く、次いで「メニューや施設内の案内等の工夫」（25.5%）、「Wi-Fiなどインターネット接続環境の整備」（23.0%）の順となった（7ページ）。

<今後の外国人観光客の受入れ方針>

- 今後の外国人観光客の受入れ方針について、「積極的に受け入れていきたい」、「自然体で受け入れていく」と回答した企業割合の合計は65.6%となった（9ページ）。
- 外国人観光客を受け入れる際の課題は、「店舗内の案内表示、メニュー表等の多言語対応」と回答した企業割合が32.5%と最も高く、次いで「多言語に対応ができる従業員の確保」（25.1%）、「HPやSNS、店舗外観等における多言語対応」（15.0%）の順となり、外国語対応に関する課題が上位を占めた（10ページ）。
- 外国人観光客の受入れに慎重な理由は、「言語、文化の違いから発生するトラブルを可能な限り回避したい」と回答した企業割合が44.2%と最も高く、次いで「多言語に対応ができる従業員が不足している」（38.4%）、「国内客で売上が十分に確保できている」（21.4%）の順となった（11ページ）。

<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	3,141企業（回答率 95.5%）			
（業種内訳）	飲食業	1,446 企業	映画館	55 企業
	食肉・食鳥肉販売業	157 企業	ホテル・旅館業	179 企業
	氷雪販売業	53 企業	公衆浴場業	111 企業
	理容業	417 企業	クリーニング業	266 企業
	美容業	457 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。
- 構成比の数値は、小数点以下第2位を四捨五入しているため、値の合計は必ずしも100%とならない場合がある。
- 本調査における「地域」に対応する都道府県は次のとおり。

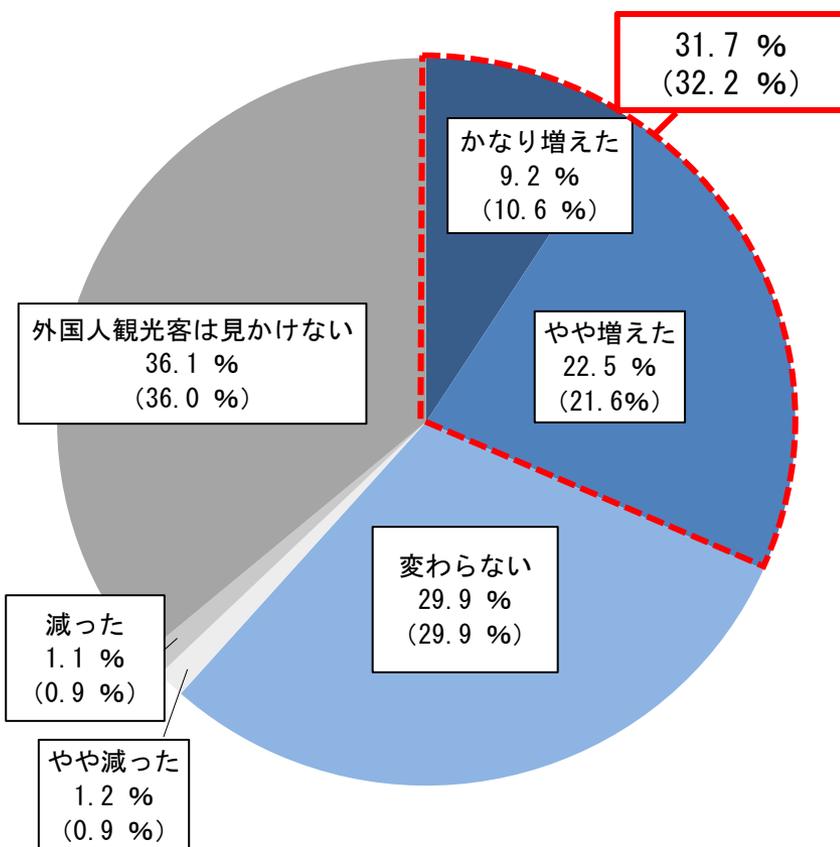
北海道（北海道）、東北（青森県、岩手県、秋田県、宮城県、山形県、福島県）
関東（茨城県、栃木県、埼玉県、群馬県、東京都、千葉県、神奈川県）、甲信越（山梨県、新潟県、長野県）
北陸（富山県、石川県、福井県）、東海（岐阜県、静岡県、愛知県、三重県）
近畿（滋賀県、京都府、兵庫県、大阪府、奈良県、和歌山県）、中国（鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県）
四国（徳島県、香川県、愛媛県、高知県）、九州（福岡県、佐賀県、長崎県、大分県、熊本県、宮崎県、鹿児島県）
沖縄県（沖縄県）

1 自店の周辺地域で見かける外国人観光客の増減

- 1年前と比べた自店の周辺地域で見かける外国人観光客は、「増えた（「かなり増えた」、「やや増えた」の合計）」と回答した企業割合が31.7%となった（図表1）。
- 地域別にみると、「増えた」と回答した割合は、近畿、四国で全国値を5ポイント以上上回った（図表2）。

図表1 1年前と比べた自店の周辺地域で見かける外国人観光客の増減

(n=3,141)



※ 円グラフのカッコ内の数値は、前回調査の回答割合を表す（以下同じ）。

図表2 1年前と比べた自店の周辺地域で見かける外国人観光客の増減【地域別】

(%)

	かなり増えた	やや増えた	「増えた」計	変わらない	「減った」計	やや減った	減った	外国人観光客は見かけない
全国 (n=3,141)	9.2	22.5	31.7	29.9	2.3	1.2	1.1	36.1
北海道 (n=70)	2.9	28.6	31.4	34.3	2.9	1.4	1.4	31.4
東北 (n=412)	5.8	20.9	26.7	30.3	1.5	0.7	0.7	41.5
関東 (n=451)	5.8	17.5	23.3	29.3	1.8	0.9	0.9	45.7
甲信越 (n=202)	5.4	19.8	25.2	31.7	2.0	1.0	1.0	41.1
北陸 (n=205)	7.8	25.4	33.2	34.1	2.4	1.0	1.5	30.2
東海 (n=255)	5.5	18.8	24.3	31.8	3.9	2.4	1.6	40.0
近畿 (n=402)	14.9	25.9	40.8	25.9	3.5	2.0	1.5	29.9
中国 (n=344)	7.3	20.9	28.2	34.0	2.9	1.7	1.2	34.9
四国 (n=271)	15.9	30.3	46.1	26.9	1.8	0.4	1.5	25.1
九州 (n=460)	13.0	23.0	36.1	28.3	1.7	1.3	0.4	33.9
沖縄 (n=69)	10.1	24.6	34.8	29.0	1.4	0.0	1.4	34.8

※ 全国（全体）より5ポイント以上割合が高い項目を網掛（青色）で表示（以下同じ）。

図表3 1年前と比べた自店の周辺地域で見かける外国人観光客の増減【都道府県別】

(%)

	かなり増えた	やや増えた	「増えた」計	変わらない	「減った」計	やや減った	減った	外国人観光客は見かけない
全国 (n=3,141)	9.2	22.5	31.6	29.9	2.3	1.2	1.1	36.1
北海道 (n=70)	2.9	28.6	31.4	34.3	2.9	1.4	1.4	31.4
青森県 (n=69)	14.5	18.8	33.3	36.2	0.0	0.0	0.0	30.4
岩手県 (n=69)	4.3	29.0	33.3	20.3	0.0	0.0	0.0	46.4
宮城県 (n=70)	4.3	21.4	25.7	42.9	5.7	4.3	1.4	25.7
秋田県 (n=65)	3.1	10.8	13.8	27.7	1.5	0.0	1.5	56.9
山形県 (n=69)	5.8	26.1	31.9	30.4	0.0	0.0	0.0	37.7
福島県 (n=70)	2.9	18.6	21.4	24.3	1.4	0.0	1.4	52.9
茨城県 (n=67)	4.5	7.5	11.9	37.3	1.5	0.0	1.5	49.3
栃木県 (n=68)	1.5	10.3	11.8	8.8	0.0	0.0	0.0	79.4
群馬県 (n=69)	1.4	18.8	20.3	37.7	2.9	1.4	1.4	39.1
埼玉県 (n=66)	4.5	10.6	15.2	37.9	1.5	0.0	1.5	45.5
千葉県 (n=57)	3.5	22.8	26.3	31.6	1.8	1.8	0.0	40.4
東京都 (n=59)	18.6	37.3	55.9	22.0	0.0	0.0	0.0	22.0
神奈川県 (n=65)	7.7	18.5	26.2	29.2	4.6	3.1	1.5	40.0
新潟県 (n=67)	1.5	9.0	10.4	34.3	0.0	0.0	0.0	55.2
富山県 (n=70)	11.4	24.3	35.7	47.1	0.0	0.0	0.0	17.1
石川県 (n=67)	11.9	29.9	41.8	29.9	0.0	0.0	0.0	28.4
福井県 (n=68)	0.0	22.1	22.1	25.0	7.4	2.9	4.4	45.6
山梨県 (n=67)	4.5	28.4	32.8	29.9	3.0	1.5	1.5	34.3
長野県 (n=68)	10.3	22.1	32.4	30.9	2.9	1.5	1.5	33.8
岐阜県 (n=56)	3.6	17.9	21.4	35.7	3.6	3.6	0.0	39.3
静岡県 (n=61)	4.9	26.2	31.1	23.0	4.9	4.9	0.0	41.0
愛知県 (n=68)	10.3	19.1	29.4	35.3	2.9	1.5	1.5	32.4

(%)

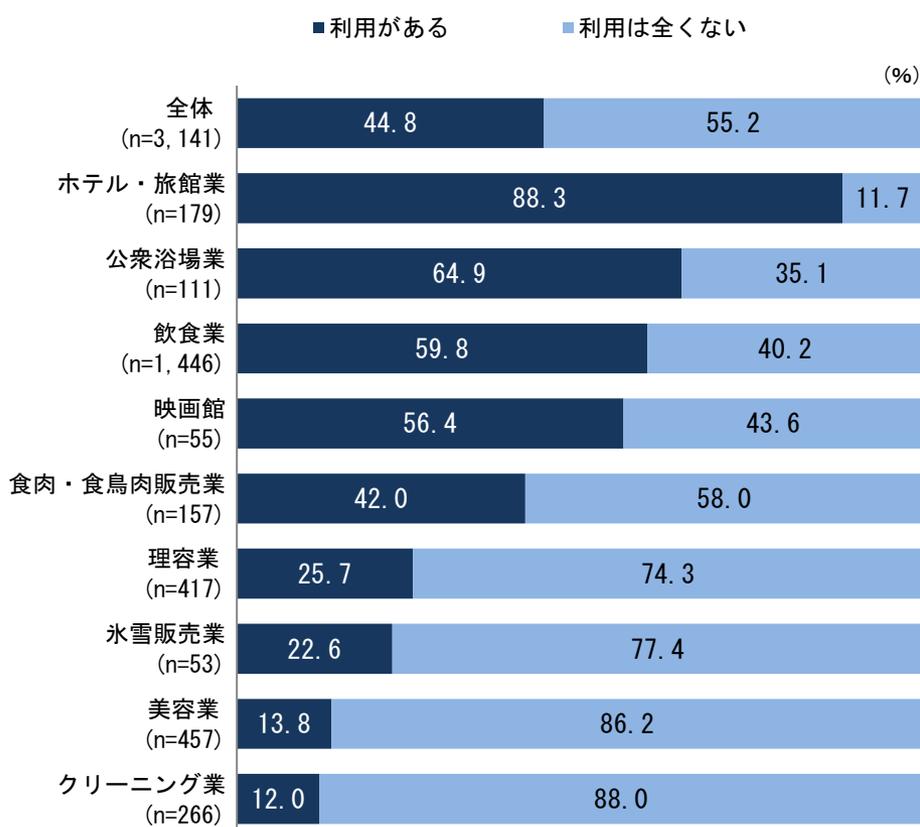
	かなり増えた	やや増えた	「増えた」計	変わらない	「減った」計	やや減った	減った	外国人観光客は見かけない
三重県 (n=70)	2.9	12.9	15.7	32.9	4.3	0.0	4.3	47.1
滋賀県 (n=69)	1.4	14.5	15.9	34.8	4.3	1.4	2.9	44.9
京都府 (n=67)	25.4	26.9	52.2	25.4	6.0	3.0	3.0	16.4
大阪府 (n=66)	25.8	37.9	63.6	21.2	0.0	0.0	0.0	15.2
兵庫県 (n=66)	4.5	21.2	25.8	31.8	3.0	0.0	3.0	39.4
奈良県 (n=64)	28.1	28.1	56.3	18.8	3.1	3.1	0.0	21.9
和歌山県 (n=70)	5.7	27.1	32.9	22.9	4.3	4.3	0.0	40.0
鳥取県 (n=70)	4.3	15.7	20.0	34.3	4.3	2.9	1.4	41.4
島根県 (n=67)	3.0	29.9	32.8	26.9	0.0	0.0	0.0	40.3
岡山県 (n=67)	10.4	20.9	31.3	37.3	3.0	1.5	1.5	28.4
広島県 (n=70)	17.1	21.4	38.6	27.1	1.4	1.4	0.0	32.9
山口県 (n=70)	1.4	17.1	18.6	44.3	5.7	2.9	2.9	31.4
徳島県 (n=65)	4.6	32.3	36.9	27.7	1.5	1.5	0.0	33.8
香川県 (n=69)	26.1	26.1	52.2	26.1	4.3	0.0	4.3	17.4
愛媛県 (n=70)	15.7	31.4	47.1	30.0	0.0	0.0	0.0	22.9
高知県 (n=67)	16.4	31.3	47.8	23.9	1.5	0.0	1.5	26.9
福岡県 (n=65)	21.5	21.5	43.1	26.2	3.1	1.5	1.5	27.7
佐賀県 (n=66)	6.1	24.2	30.3	28.8	3.0	1.5	1.5	37.9
長崎県 (n=63)	19.0	33.3	52.4	14.3	3.2	3.2	0.0	30.2
熊本県 (n=63)	14.3	30.2	44.4	22.2	0.0	0.0	0.0	33.3
大分県 (n=64)	4.7	9.4	14.1	50.0	0.0	0.0	0.0	35.9
宮崎県 (n=69)	1.4	21.7	23.2	29.0	1.4	1.4	0.0	46.4
鹿児島県 (n=70)	24.3	21.4	45.7	27.1	1.4	1.4	0.0	25.7
沖縄県 (n=69)	10.1	24.6	34.8	29.0	1.4	0.0	1.4	34.8

2 外国人観光客の利用の有無

- 外国人観光客の利用の有無は、「利用がある」と回答した企業割合が44.8%となった。また、業種別にみると、ホテル・旅館業が88.3%と最も高く、次いで公衆浴場業（64.9%）、飲食業（59.8%）の順となった（図表4）。

（※）最近1年間の外国人観光客の利用の有無を尋ねたもの。

図表4 外国人観光客の利用の有無【業種別】



図表5 外国人観光客の利用の有無【地域別】

	「利用がある」計 (%)		利用が全くない (%)
	20%以上	0%超20%未満	
全国 (n=3,141)	3.3	41.5	55.2
北海道 (n=70)	2.9	42.9	54.3
東北 (n=412)	2.4	38.3	59.2
関東 (n=451)	2.0	38.8	59.2
甲信越 (n=202)	2.0	39.1	58.9
北陸 (n=205)	4.4	44.9	50.7
東海 (n=255)	3.1	37.3	59.6
近畿 (n=402)	8.2	41.8	50.0
中国 (n=344)	1.5	39.8	58.7
四国 (n=271)	4.1	48.0	48.0
九州 (n=460)	2.6	45.4	52.0
沖縄 (n=69)	0.0	43.5	56.5

図表6 外国人観光客の利用の有無【都道府県別】

	利用がある			利用が全くない
	20%以上	0%未満 超20%	計	
全国 (n=3,141)	3.3	41.5	44.8	55.2
北海道 (n=70)	2.9	42.9	45.7	54.3
青森県 (n=69)	4.3	24.6	29.0	71.0
岩手県 (n=69)	0.0	40.6	40.6	59.4
宮城県 (n=70)	4.3	48.6	52.9	47.1
秋田県 (n=65)	0.0	44.6	44.6	55.4
山形県 (n=69)	1.4	39.1	40.6	59.4
福島県 (n=70)	4.3	32.9	37.1	62.9
茨城県 (n=67)	6.0	37.3	43.3	56.7
栃木県 (n=68)	0.0	33.8	33.8	66.2
群馬県 (n=69)	0.0	43.5	43.5	56.5
埼玉県 (n=66)	0.0	22.7	22.7	77.3
千葉県 (n=57)	1.8	33.3	35.1	64.9
東京都 (n=59)	5.1	59.3	64.4	35.6
神奈川県 (n=65)	1.5	43.1	44.6	55.4
新潟県 (n=67)	0.0	34.3	34.3	65.7
富山県 (n=70)	2.9	52.9	55.7	44.3
石川県 (n=67)	10.4	40.3	50.7	49.3
福井県 (n=68)	0.0	41.2	41.2	58.8
山梨県 (n=67)	3.0	46.3	49.3	50.7
長野県 (n=68)	2.9	36.8	39.7	60.3
岐阜県 (n=56)	3.6	35.7	39.3	60.7
静岡県 (n=61)	1.6	47.5	49.2	50.8
愛知県 (n=68)	4.4	36.8	41.2	58.8

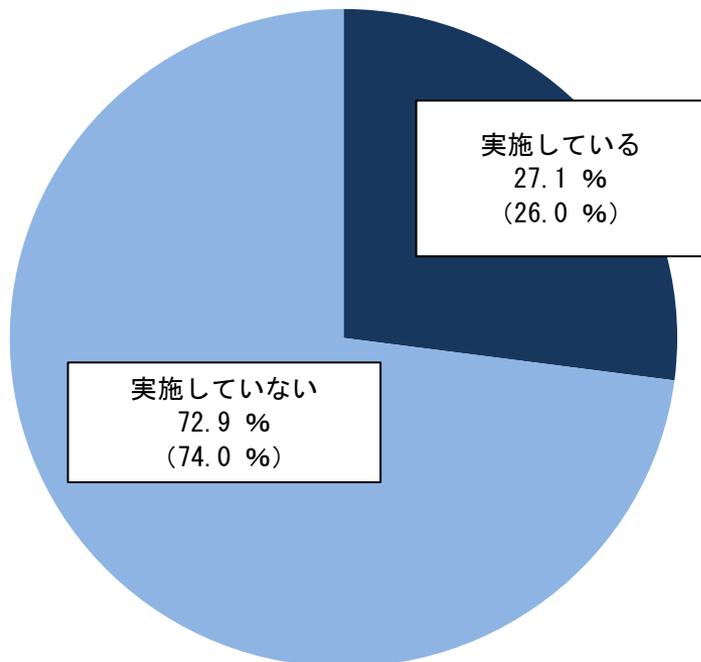
	利用がある			利用が全くない
	20%以上	0%未満 超20%	計	
三重県 (n=70)	2.9	30.0	32.9	67.1
滋賀県 (n=69)	1.4	31.9	33.3	66.7
京都府 (n=67)	28.4	38.8	67.2	32.8
大阪府 (n=66)	7.6	54.5	62.1	37.9
兵庫県 (n=66)	0.0	40.9	40.9	59.1
奈良県 (n=64)	12.5	53.1	65.6	34.4
和歌山県 (n=70)	0.0	32.9	32.9	67.1
鳥取県 (n=70)	0.0	37.1	37.1	62.9
島根県 (n=67)	3.0	31.3	34.3	65.7
岡山県 (n=67)	0.0	44.8	44.8	55.2
広島県 (n=70)	4.3	40.0	44.3	55.7
山口県 (n=70)	0.0	45.7	45.7	54.3
徳島県 (n=65)	1.5	44.6	46.2	53.8
香川県 (n=69)	8.7	40.6	49.3	50.7
愛媛県 (n=70)	2.9	52.9	55.7	44.3
高知県 (n=67)	3.0	53.7	56.7	43.3
福岡県 (n=65)	4.6	55.4	60.0	40.0
佐賀県 (n=66)	3.0	33.3	36.4	63.6
長崎県 (n=63)	1.6	50.8	52.4	47.6
熊本県 (n=63)	4.8	44.4	49.2	50.8
大分県 (n=64)	1.6	40.6	42.2	57.8
宮崎県 (n=69)	2.9	36.2	39.1	60.9
鹿児島県 (n=70)	0.0	57.1	57.1	42.9
沖縄県 (n=69)	0.0	43.5	43.5	56.5

3 外国人観光客を受け入れるための取り組み

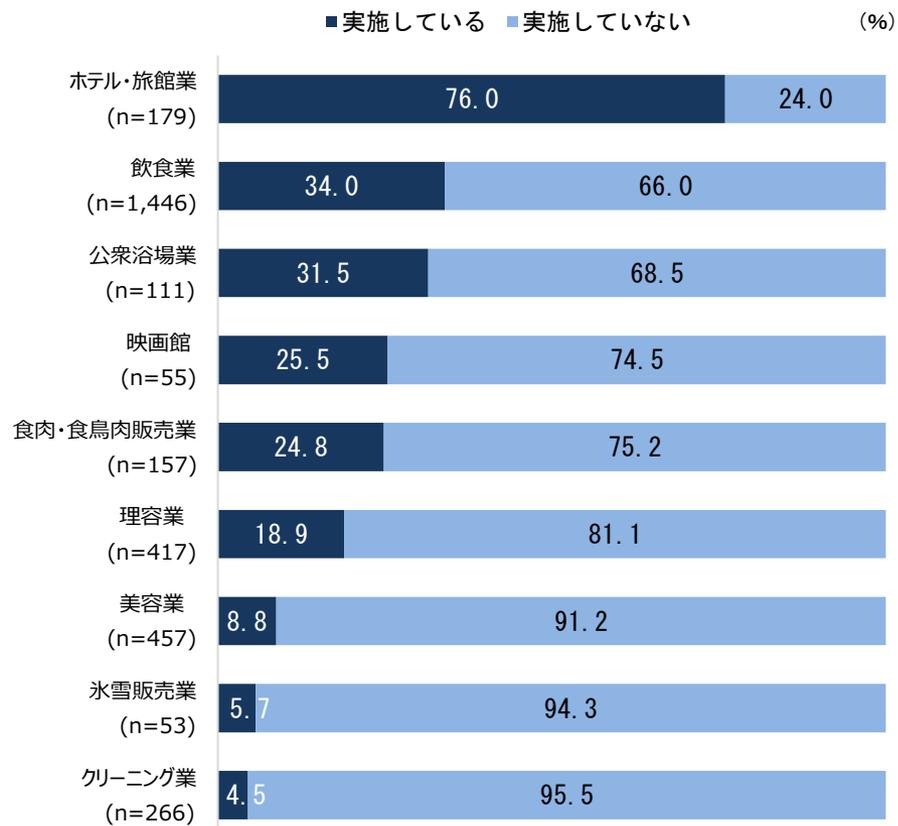
- 外国人観光客を受け入れるための取り組みは、「実施している」と回答した企業割合が27.1%となった（図表7）。
- 業種別にみると、ホテル・旅館業が76.0%と最も高く、次いで飲食業（34.0%）、公衆浴場業（31.5%）の順となった（図表8）。

図表7 外国人観光客を受け入れるための取り組み

(n=3,141)



図表8 外国人観光客を受け入れるための取り組み【業種別】



4 外国人観光客の受入れに効果のあった取り組み

- 外国人観光客の受入れに効果のあった取り組みは、「キャッシュレス決済の導入」と回答した企業割合が45.0%と最も高く、次いで「メニューや施設内の案内等の工夫」（25.5%）、「Wi-Fiなどインターネット接続環境の整備」（23.0%）の順となった（図表9）。

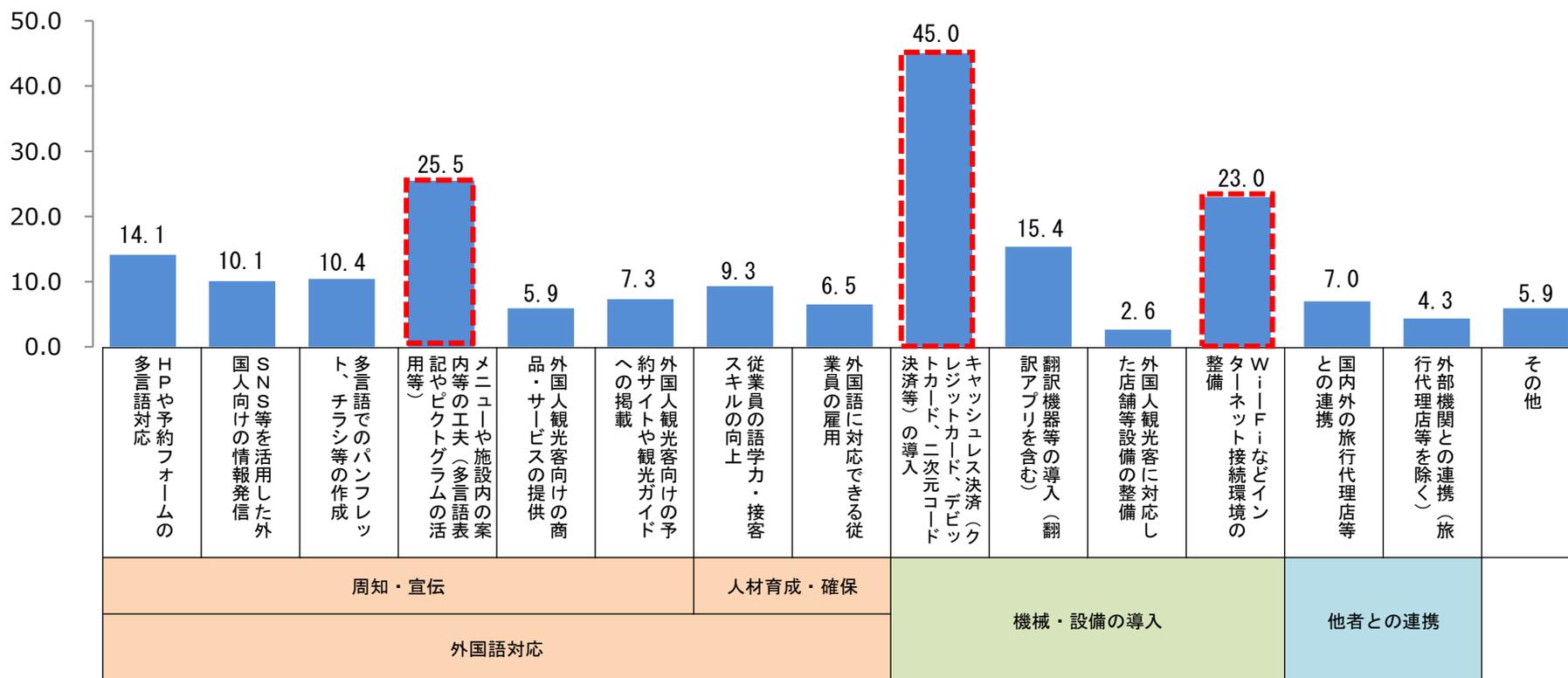
（※）外国人観光客を受け入れるための取り組みを「実施している」と回答した企業に尋ねたもの。

（※）外国人観光客の受入れに効果のあった取り組みについて「効果的な取り組みはなかった」と回答した企業を除く。

図表9 外国人観光客の受入れに効果のあった取り組み【複数回答、3つまで】

(n=644)

(%)



図表10 外国人観光客の受入れに効果のあった取り組み【業種別・複数回答、3つまで】

(%)

	決済等)の導入	キャッシュレス決済(クレジットカード、デビットカード、二次元コード等)の活用等	メニューや施設内の案内等の工夫(多言語表記やピクトグラムの活用等)	Wi-Fiなどインターネット接続環境の整備	翻訳機器等の導入(翻訳アプリを含む)	HPや予約フォームの多言語対応	多言語でのパンフレット、チラシ等の作成	SNS等を活用した外国人向けの情報発信	従業員の語学力・接客スキルの向上	外国人観光客向けの予約サイトや観光ガイドへの掲載	国内外の旅行代理店等との連携	外国語に対応できる従業員の雇用	外国人観光客向けの商品・サービスの提供	外部機関との連携(旅行代理店等を除く)	外国人観光客に対応した店舗等設備の整備	その他
全体 (n=644)	45.0	25.5	23.0	15.4	14.1	10.4	10.1	9.3	7.3	7.0	6.5	5.9	4.3	2.6	5.9	
飲食業 (n=381)	51.4	33.3	16.8	12.3	9.4	10.8	11.8	11.3	3.9	3.7	5.5	7.1	4.7	2.4	5.8	
食肉・食鳥肉販売業 (n=32)	37.5	25.0	9.4	9.4	6.3	25.0	9.4	9.4	3.1	0.0	9.4	15.6	3.1	6.3	9.4	
氷雪販売業 (n=2)	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
理容業 (n=48)	45.8	8.3	25.0	45.8	4.2	10.4	8.3	8.3	0.0	0.0	2.1	0.0	0.0	2.1	8.3	
美容業 (n=19)	31.6	0.0	36.8	10.5	21.1	0.0	10.5	15.8	0.0	0.0	0.0	5.3	0.0	0.0	15.8	
映画館 (n=8)	75.0	12.5	25.0	12.5	25.0	0.0	0.0	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	12.5	0.0	
ホテル・旅館業 (n=124)	29.8	14.5	42.7	14.5	35.5	6.5	6.5	2.4	24.2	25.0	13.7	4.0	6.5	3.2	2.4	
公衆浴場業 (n=22)	22.7	27.3	22.7	27.3	0.0	13.6	4.5	13.6	4.5	0.0	0.0	0.0	4.5	0.0	9.1	
クリーニング業 (n=8)	62.5	0.0	25.0	0.0	12.5	25.0	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	12.5	

※1 サンプル数30未満の業種については参考値(塗りつぶし(灰色))として表示(以下同じ)。

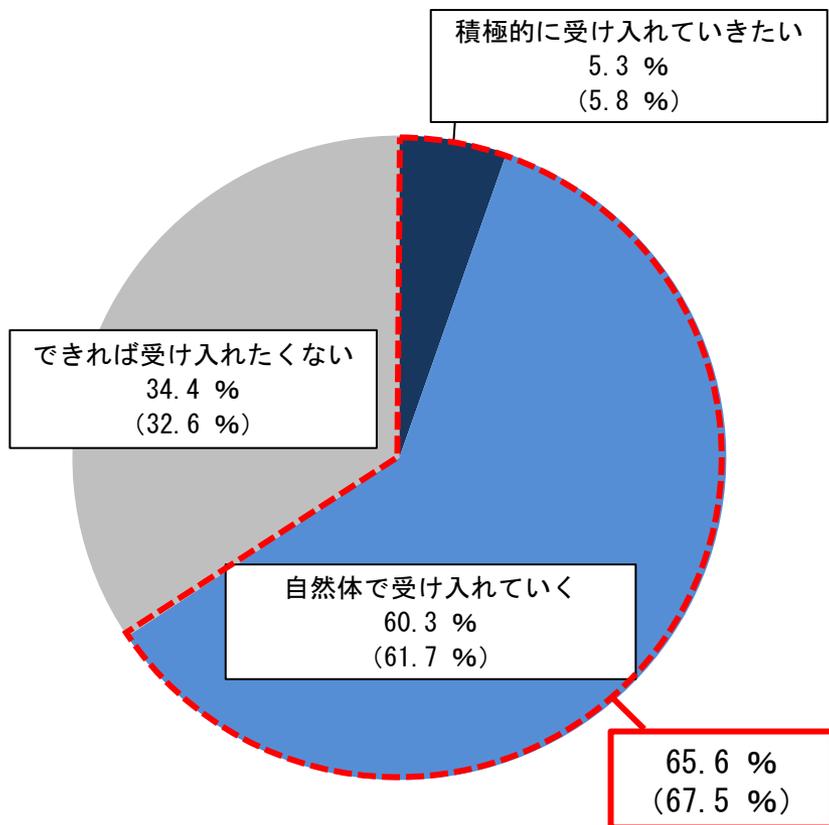
※2 参考値以外の各業種について、上位3位を赤枠囲みとした。

5 今後の外国人観光客の受入れ方針

- 今後の外国人観光客の受入れ方針について、「積極的に受け入れていきたい」、「自然体で受け入れていく」と回答した企業割合の合計は65.6%となった（図表11）。

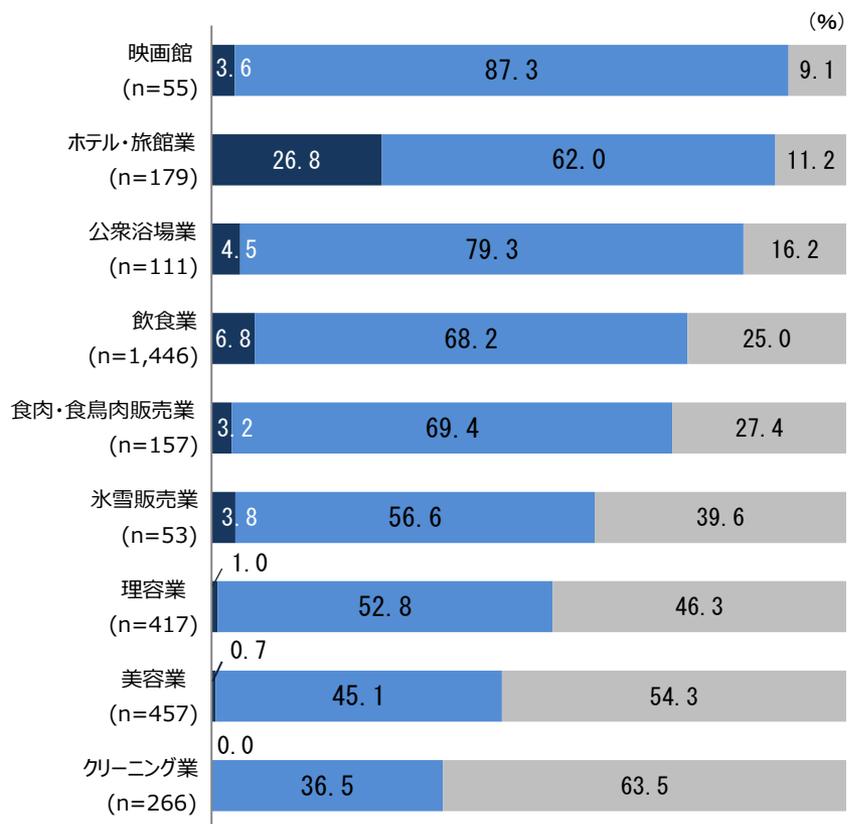
図表11 今後の外国人観光客の受入れ方針

(n=3, 141)



図表12 今後の外国人観光客の受入れ方針【業種別】

■積極的に受け入れていきたい ■受け入れてもよい ■できれば受け入れたくない

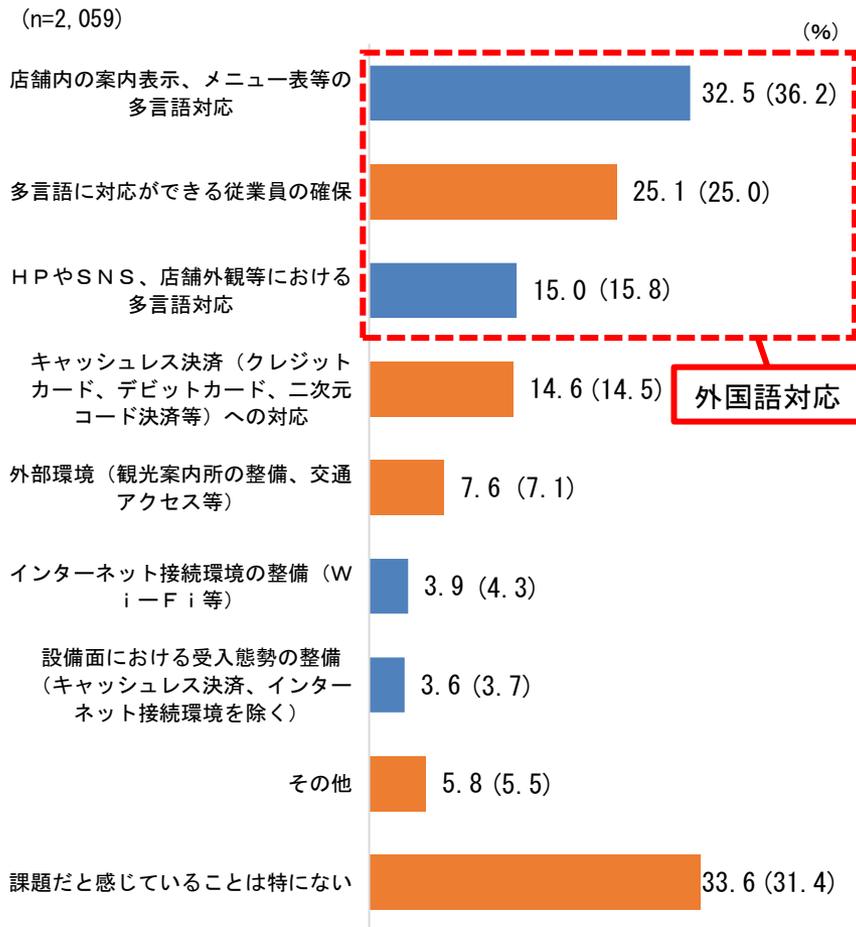


6 外国人観光客を受け入れる際の課題

- 外国人観光客を受け入れる際の課題は、「店舗内の案内表示、メニュー表等の多言語対応」と回答した企業割合が32.5%と最も高く、次いで「多言語に対応ができる従業員の確保」(25.1%)、「HPやSNS、店舗外観等における多言語対応」(15.0%)の順となり、外国語対応に関する課題が上位を占めた(図表13)。

(※) 今後の外国人観光客の受入れ方針を「積極的に受け入れていきたい」、「自然体で受け入れていく」と回答した企業に尋ねたもの。

図表13 外国人観光客を受け入れる際の課題
【複数回答、2つまで】



※ カッコ内は前回調査の回答割合

※ 棒グラフ(オレンジ)は前回調査の回答割合を上回った項目

図表14 外国人観光客を受け入れる際の課題
【業種別・複数回答、2つまで】

(%)

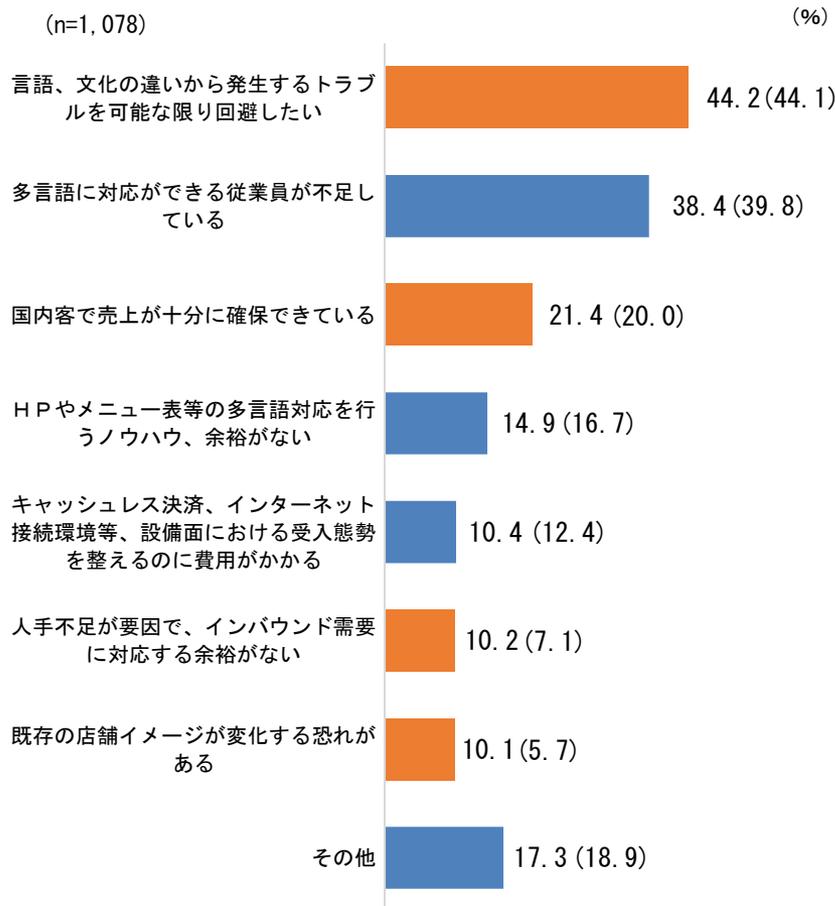
課題	店舗内の案内表示、メニュー表等の多言語対応	多言語に対応ができる従業員の確保	HPやSNS、店舗外観等における多言語対応	キャッシュレス決済(クレジットカード、デビットカード、二次元コード決済等)への対応	外部環境(観光案内所の整備、交通アクセス等)	インターネット接続環境の整備(Wi-Fi等)	設備面における受入態勢の整備(キャッシュレス決済、インターネット接続環境を除く)	その他	課題だと感じていることは特にない
全体(n=2,059)	32.5	25.1	15.0	14.6	7.6	3.9	3.6	5.8	33.6
飲食業(n=1,082)	35.4	25.8	12.8	15.6	8.5	4.6	2.6	4.6	32.9
食肉・食鳥肉販売業(n=113)	34.5	28.3	16.8	23.9	2.7	2.7	6.2	7.1	24.8
氷雪販売業(n=32)	9.4	6.3	15.6	6.3	6.3	3.1	6.3	6.3	62.5
理容業(n=224)	26.8	13.8	10.7	16.1	2.7	4.5	3.6	7.6	44.6
美容業(n=209)	26.8	23.9	18.2	14.4	3.8	2.4	1.9	6.2	40.2
映画館(n=50)	26.0	32.0	24.0	4.0	4.0	2.0	2.0	12.0	34.0
ホテル・旅館業(n=159)	30.2	47.2	23.3	3.8	25.8	4.4	11.3	3.8	12.6
公衆浴場業(n=93)	36.6	11.8	17.2	11.8	3.2	1.1	2.2	7.5	40.9
クリーニング業(n=97)	35.1	21.6	18.6	18.6	0.0	3.1	4.1	10.3	29.9

7 外国人観光客の受入れに慎重な理由

- 外国人観光客の受入れに慎重な理由は、「言語、文化の違いから発生するトラブルを可能な限り回避したい」と回答した企業割合が44.2%と最も高く、次いで「多言語に対応ができる従業員が不足している」（38.4%）、「国内で売上が十分に確保できている」（21.4%）の順となった（図表15）。

（※）「今後の外国人観光客の受入れ方針」について、「できれば受け入れたくない」と回答した企業に尋ねたもの。

図表15 外国人観光客の受け入れに慎重な理由
【複数回答、2つまで】



図表16 外国人観光客の受け入れに慎重な理由
【業種別・複数回答、2つまで】

	言語、文化の違いから発生するトラブルを可能な限り回避したい	多言語に対応ができる従業員が不足している	国内で売上が十分に確保できている	HPやメニュー表等の多言語対応を行うノウハウ、余裕がない	キャッシュレス決済、インターネット接続環境等、設備面における受入態勢を整えるのに費用がかかる	人手不足が要因で、インバウンド需要に対応する余裕がない	既存の店舗イメージが変化する恐れがある	その他
全体 (n=1,078)	44.2	38.4	21.4	14.9	10.4	10.2	10.1	17.3
飲食業 (n=362)	37.0	39.5	21.3	20.7	11.6	14.1	15.7	15.5
食肉・食鳥肉販売業 (n=43)	20.9	44.2	20.9	4.7	7.0	9.3	2.3	37.2
氷雪販売業 (n=21)	19.0	19.0	9.5	14.3	19.0	0.0	0.0	42.9
理容業 (n=192)	49.5	34.9	26.0	13.5	9.9	7.3	8.3	15.1
美容業 (n=248)	56.0	39.9	21.8	14.5	8.5	9.7	9.3	11.3
映画館 (n=5)	40.0	40.0	0.0	0.0	40.0	0.0	0.0	40.0
ホテル・旅館業 (n=20)	60.0	30.0	20.0	0.0	20.0	30.0	20.0	10.0
公衆浴場業 (n=18)	55.6	50.0	16.7	5.6	11.1	0.0	16.7	5.6
クリーニング業 (n=169)	42.0	38.5	18.9	10.7	8.9	6.5	3.0	25.4

※ カッコ内は前回調査の回答割合

※ 棒グラフ（オレンジ）は前回調査の回答割合を上回った項目

(参考) 観光客が増加したことによる影響

■ 観光客が増加したことによる影響について、「ほとんど影響はない」と回答した企業割合が36.7%、「プラスの影響がある」と回答した企業割合が11.1%、「プラスの影響とマイナスの影響の両方がある」と回答した企業割合が6.2%となった。

図表17 観光客が増加したことによる影響

(n=3,141)

■ プラスの影響がある ■ プラスの影響とマイナス影響の両方がある ■ マイナスの影響がある ■ ほとんど影響はない ■ 観光客は増加していない ■ わからない



図表18 観光客が増加したことによる影響【業種別】

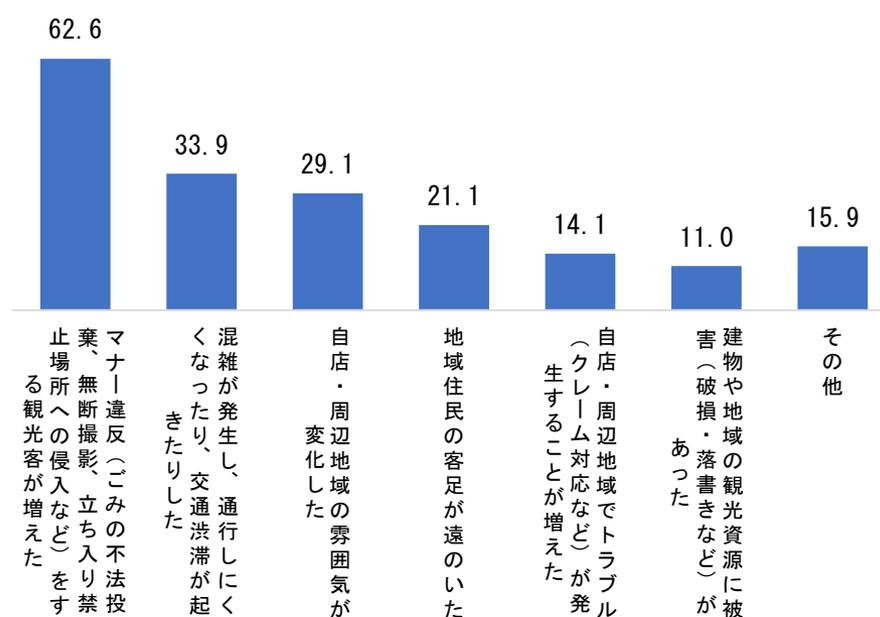
(%)

業種	プラスの影響がある	プラスの影響とマイナス影響の両方がある	マイナスの影響がある	ほとんど影響はない	観光客は増加していない	わからない
全体 (n=3,141)	11.1	6.2	1.0	36.7	27.3	17.6
飲食業 (n=1,446)	14.9	7.5	1.0	35.1	24.1	17.4
食肉・食鳥肉販売業 (n=157)	14.0	3.8	1.3	38.2	22.3	20.4
冰雪販売業 (n=53)	5.7	13.2	0.0	30.2	20.8	30.2
理容業 (n=417)	4.6	4.6	1.0	37.2	36.7	16.1
美容業 (n=457)	4.2	3.3	1.1	36.5	34.8	20.1
映画館 (n=55)	10.9	1.8	1.8	56.4	10.9	18.2
ホテル・旅館業 (n=179)	25.7	13.4	1.7	37.4	11.2	10.6
公衆浴場業 (n=111)	9.9	9.0	0.0	45.0	24.3	11.7
クリーニング業 (n=266)	2.6	2.3	0.8	37.6	36.8	19.9

図表19 観光客が増加したことによるマイナスの影響

(n=227)

(%)



※ 観光客が増加したことによる影響について、「プラスの影響とマイナスの影響の両方がある」「マイナスの影響がある」と回答した企業に尋ねたもの。