

2026年8月28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2026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24.8%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46.0%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27.9%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45.1%と最も高く、次いで「メニューや施設内の案内等の工夫」（23.7%）、「Wi-Fiなどインターネット接続環境の整備」（23.4%）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65.2%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32.4%と最も高く、次いで「多言語に対応ができる従業員の確保」（23.5%）、「HPやSNS、店舗外観等における多言語対応」（17.5%）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48.9%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」（36.4%）、「国内客で売上が十分に確保できている」（21.2%）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、中谷）
〒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	2026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	3,140企業（回答率 95.4%）			
（業 種 内 訳）				
	飲食業	1,439 企業	映画館	52 企業
	食肉・食鳥肉販売業	152 企業	ホテル・旅館業	183 企業
	氷雪販売業	57 企業	公衆浴場業	110 企業
	理容業	432 企業	クリーニング業	262 企業
	美容業	453 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。

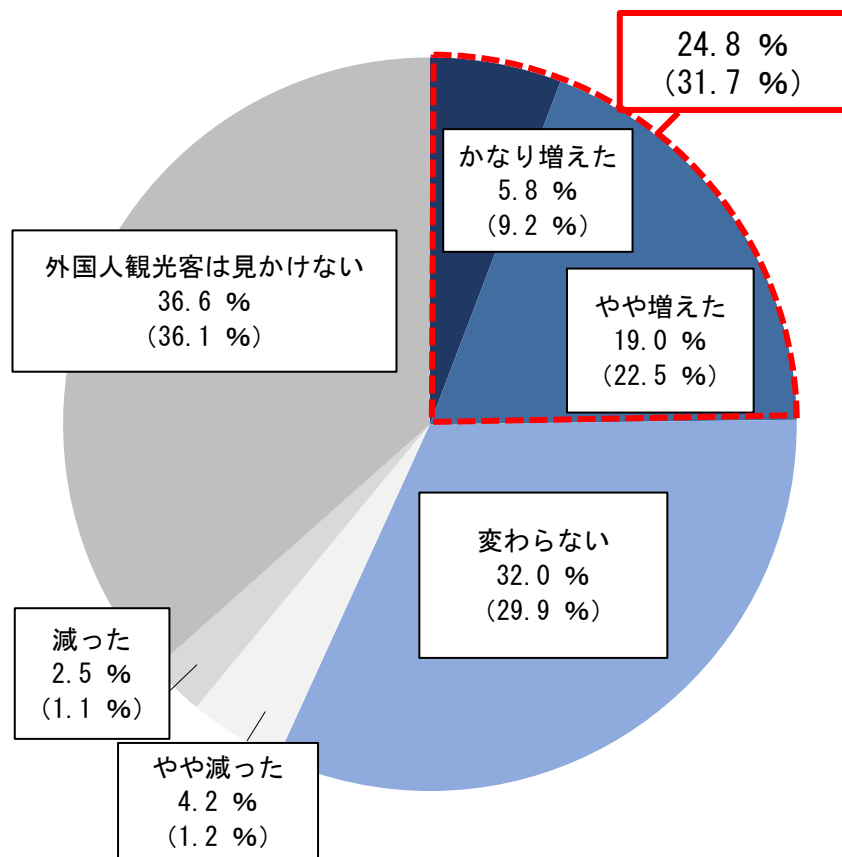
北海道（北海道）、東北（青森県、岩手県、秋田県、宮城県、山形県、福島県）
 関東（茨城県、栃木県、埼玉県、群馬県、東京都、千葉県、神奈川県）、甲信越（山梨県、新潟県、長野県）
 北陸（富山県、石川県、福井県）、東海（岐阜県、静岡県、愛知県、三重県）
 近畿（滋賀県、京都府、兵庫県、大阪府、奈良県、和歌山県）、中国（鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県）
 四国（徳島県、香川県、愛媛県、高知県）、九州（福岡県、佐賀県、長崎県、大分県、熊本県、宮崎県、鹿児島県）
 沖縄県（沖縄県）

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24.8%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、四国、沖縄で全国値を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, 140)



※ 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, 140)	5.8	19.0	24.8	32.0	6.6	4.2	2.5	36.6
北海道 (n=70)	5.7	17.1	22.9	31.4	8.6	4.3	4.3	37.1
東北 (n=410)	4.4	21.0	25.4	28.8	3.7	2.4	1.2	42.2
関東 (n=455)	5.7	15.6	21.3	28.4	5.1	2.2	2.9	45.3
甲信越 (n=199)	4.0	18.6	22.6	30.2	8.5	7.5	1.0	38.7
北陸 (n=206)	5.8	22.3	28.2	40.8	4.4	3.4	1.0	26.7
東海 (n=270)	3.3	12.6	15.9	34.4	6.3	3.7	2.6	43.3
近畿 (n=397)	5.8	19.1	24.9	35.3	8.6	5.8	2.8	31.2
中国 (n=341)	5.0	17.9	22.9	32.0	6.5	2.6	3.8	38.7
四国 (n=275)	12.0	25.5	37.5	28.4	7.3	5.1	2.2	26.9
九州 (n=455)	6.6	19.1	25.7	33.6	8.6	5.5	3.1	32.1
沖縄 (n=62)	3.2	27.4	30.6	30.6	9.7	8.1	1.6	29.0

※ 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=3,140)	5.8	19.0	24.8	32.0	6.6	4.2	2.5	36.6
北海道 (n=70)	5.7	17.1	22.9	31.4	8.6	4.3	4.3	37.1
青森県 (n=70)	12.9	14.3	27.1	27.1	4.3	1.4	2.9	41.4
岩手県 (n=67)	1.5	23.9	25.4	19.4	10.4	7.5	3.0	44.8
宮城県 (n=70)	7.1	31.4	38.6	30.0	0.0	0.0	0.0	31.4
秋田県 (n=64)	1.6	14.1	15.6	29.7	3.1	3.1	0.0	51.6
山形県 (n=69)	2.9	27.5	30.4	39.1	1.4	1.4	0.0	29.0
福島県 (n=70)	0.0	14.3	14.3	27.1	2.9	1.4	1.4	55.7
茨城県 (n=64)	1.6	12.5	14.1	21.9	4.7	1.6	3.1	59.4
栃木県 (n=69)	0.0	5.8	5.8	13.0	2.9	0.0	2.9	78.3
群馬県 (n=68)	0.0	14.7	14.7	41.2	1.5	0.0	1.5	42.6
埼玉県 (n=64)	6.3	12.5	18.8	28.1	6.3	3.1	3.1	46.9
千葉県 (n=57)	5.3	10.5	15.8	43.9	3.5	0.0	3.5	36.8
東京都 (n=68)	20.6	29.4	50.0	26.5	7.4	7.4	0.0	16.2
神奈川県 (n=65)	6.2	23.1	29.2	26.2	9.2	3.1	6.2	35.4
新潟県 (n=65)	1.5	12.3	13.8	29.2	3.1	3.1	0.0	53.8
富山県 (n=70)	7.1	17.1	24.3	44.3	4.3	2.9	1.4	27.1
石川県 (n=68)	10.3	32.4	42.6	35.3	1.5	1.5	0.0	20.6
福井県 (n=68)	0.0	17.6	17.6	42.6	7.4	5.9	1.5	32.4
山梨県 (n=66)	7.6	18.2	25.8	34.8	13.6	12.1	1.5	25.8
長野県 (n=68)	2.9	25.0	27.9	26.5	8.8	7.4	1.5	36.8
岐阜県 (n=70)	1.4	15.7	17.1	31.4	5.7	2.9	2.9	45.7
静岡県 (n=62)	3.2	24.2	27.4	29.0	3.2	1.6	1.6	40.3
愛知県 (n=68)	4.4	8.8	13.2	38.2	8.8	5.9	2.9	39.7

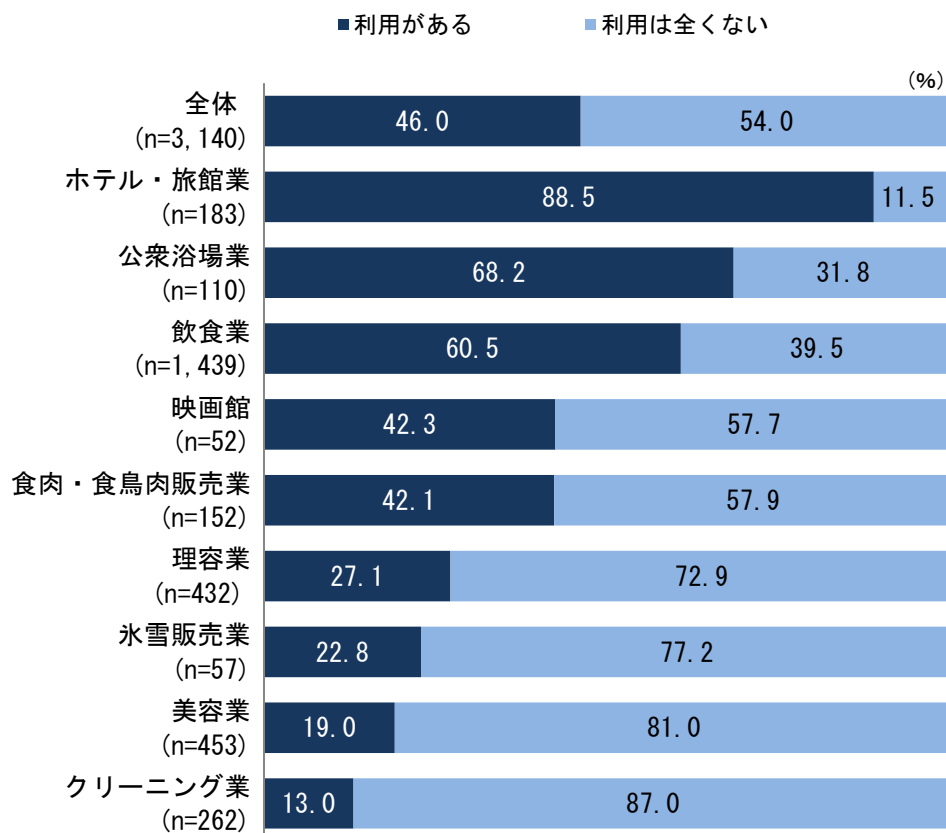
	(%)							
	かなり増えた	やや増えた	「増えた」計	変わらない	「減った」計	やや減った	減った	外国人観光客は見かけない
三重県 (n=70)	4.3	2.9	7.1	38.6	7.1	4.3	2.9	47.1
滋賀県 (n=70)	2.9	18.6	21.4	34.3	5.7	1.4	4.3	38.6
京都府 (n=63)	11.1	30.2	41.3	33.3	3.2	1.6	1.6	22.2
大阪府 (n=67)	6.0	26.9	32.8	34.3	16.4	13.4	3.0	16.4
兵庫県 (n=66)	3.0	6.1	9.1	43.9	4.5	3.0	1.5	42.4
奈良県 (n=61)	13.1	19.7	32.8	29.5	13.1	8.2	4.9	24.6
和歌山県 (n=70)	0.0	14.3	14.3	35.7	8.6	7.1	1.4	41.4
鳥取県 (n=70)	1.4	14.3	15.7	28.6	11.4	7.1	4.3	44.3
島根県 (n=66)	6.1	15.2	21.2	27.3	7.6	1.5	6.1	43.9
岡山県 (n=68)	2.9	22.1	25.0	39.7	4.4	2.9	1.5	30.9
広島県 (n=67)	13.4	22.4	35.8	26.9	4.5	1.5	3.0	32.8
山口県 (n=70)	1.4	15.7	17.1	37.1	4.3	0.0	4.3	41.4
徳島県 (n=68)	4.4	19.1	23.5	35.3	10.3	5.9	4.4	30.9
香川県 (n=70)	10.0	24.3	34.3	25.7	12.9	10.0	2.9	27.1
愛媛県 (n=70)	21.4	30.0	51.4	21.4	2.9	2.9	0.0	24.3
高知県 (n=67)	11.9	28.4	40.3	31.3	3.0	1.5	1.5	25.4
福岡県 (n=68)	10.3	17.6	27.9	36.8	8.8	5.9	2.9	26.5
佐賀県 (n=68)	4.4	14.7	19.1	38.2	8.8	5.9	2.9	33.8
長崎県 (n=59)	6.8	27.1	33.9	20.3	13.6	5.1	8.5	32.2
熊本県 (n=64)	9.4	14.1	23.4	35.9	7.8	7.8	0.0	32.8
大分県 (n=62)	1.6	16.1	17.7	37.1	8.1	3.2	4.8	37.1
宮崎県 (n=67)	3.0	22.4	25.4	40.3	3.0	3.0	0.0	31.3
鹿児島県 (n=67)	10.4	22.4	32.8	25.4	10.4	7.5	3.0	31.3
沖縄県 (n=62)	3.2	27.4	30.6	30.6	9.7	8.1	1.6	29.0

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46.0%となった。また、業種別にみると、ホテル・旅館業が88.5%と最も高く、次いで公衆浴場業（68.2%）、飲食業（60.5%）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】

	(%)			
	20%以上	0%超20%未満	「利用がある」計	利用が全くない
全国 (n=3,140)	3.0	43.0	46.0	54.0
北海道 (n=70)	4.3	47.1	51.4	48.6
東北 (n=410)	1.0	39.5	40.5	59.5
関東 (n=455)	2.0	38.9	40.9	59.1
甲信越 (n=199)	2.5	44.7	47.2	52.8
北陸 (n=206)	3.9	49.0	52.9	47.1
東海 (n=270)	1.5	40.4	41.9	58.1
近畿 (n=397)	6.8	41.8	48.6	51.4
中国 (n=341)	3.5	41.1	44.6	55.4
四国 (n=275)	2.5	49.8	52.4	47.6
九州 (n=455)	2.9	45.1	47.9	52.1
沖縄 (n=62)	1.6	51.6	53.2	46.8

図表6 外国人観光客の利用の有無【都道府県別】

(%)

	20 % 以上	0 % 超 20 % 未 満	「利用がある」計	利用が全くない
全国 (n=3,140)	3.0	43.0	46.0	54.0
北海道 (n=70)	4.3	47.1	51.4	48.6
青森県 (n=70)	0.0	31.4	31.4	68.6
岩手県 (n=67)	0.0	40.3	40.3	59.7
宮城県 (n=70)	0.0	48.6	48.6	51.4
秋田県 (n=64)	1.6	40.6	42.2	57.8
山形県 (n=69)	2.9	40.6	43.5	56.5
福島県 (n=70)	1.4	35.7	37.1	62.9
茨城県 (n=64)	0.0	32.8	32.8	67.2
栃木県 (n=69)	0.0	24.6	24.6	75.4
群馬県 (n=68)	1.5	41.2	42.6	57.4
埼玉県 (n=64)	1.6	28.1	29.7	70.3
千葉県 (n=57)	0.0	36.8	36.8	63.2
東京都 (n=68)	4.4	64.7	69.1	30.9
神奈川県 (n=65)	6.2	43.1	49.2	50.8
新潟県 (n=65)	1.5	44.6	46.2	53.8
富山県 (n=70)	2.9	64.3	67.1	32.9
石川県 (n=68)	5.9	42.6	48.5	51.5
福井県 (n=68)	2.9	39.7	42.6	57.4
山梨県 (n=66)	3.0	43.9	47.0	53.0
長野県 (n=68)	2.9	45.6	48.5	51.5
岐阜県 (n=70)	2.9	34.3	37.1	62.9
静岡県 (n=62)	0.0	50.0	50.0	50.0
愛知県 (n=68)	1.5	48.5	50.0	50.0

(%)

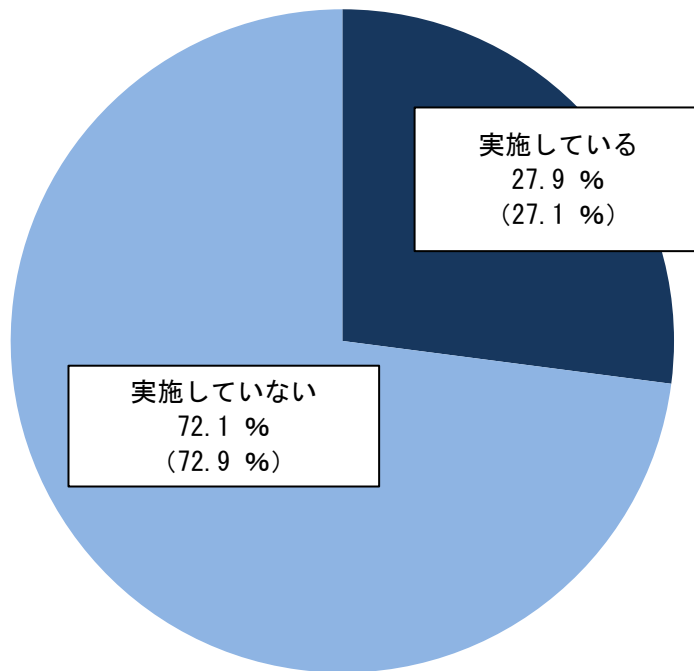
	20 % 以上	0 % 超 20 % 未 満	「利用がある」計	利用が全くない
三重県 (n=70)	1.4	30.0	31.4	68.6
滋賀県 (n=70)	1.4	40.0	41.4	58.6
京都府 (n=63)	14.3	49.2	63.5	36.5
大阪府 (n=67)	9.0	52.2	61.2	38.8
兵庫県 (n=66)	0.0	40.9	40.9	59.1
奈良県 (n=61)	18.0	42.6	60.7	39.3
和歌山県 (n=70)	0.0	27.1	27.1	72.9
鳥取県 (n=70)	0.0	32.9	32.9	67.1
島根県 (n=66)	6.1	39.4	45.5	54.5
岡山県 (n=68)	1.5	41.2	42.6	57.4
広島県 (n=67)	9.0	41.8	50.7	49.3
山口県 (n=70)	1.4	50.0	51.4	48.6
徳島県 (n=68)	0.0	50.0	50.0	50.0
香川県 (n=70)	4.3	45.7	50.0	50.0
愛媛県 (n=70)	2.9	57.1	60.0	40.0
高知県 (n=67)	3.0	46.3	49.3	50.7
福岡県 (n=68)	1.5	54.4	55.9	44.1
佐賀県 (n=68)	2.9	47.1	50.0	50.0
長崎県 (n=59)	5.1	37.3	42.4	57.6
熊本県 (n=64)	1.6	40.6	42.2	57.8
大分県 (n=62)	3.2	38.7	41.9	58.1
宮崎県 (n=67)	1.5	46.3	47.8	52.2
鹿児島県 (n=67)	4.5	49.3	53.7	46.3
沖縄県 (n=62)	1.6	51.6	53.2	46.8

3 外国人観光客を受け入れるための取り組み

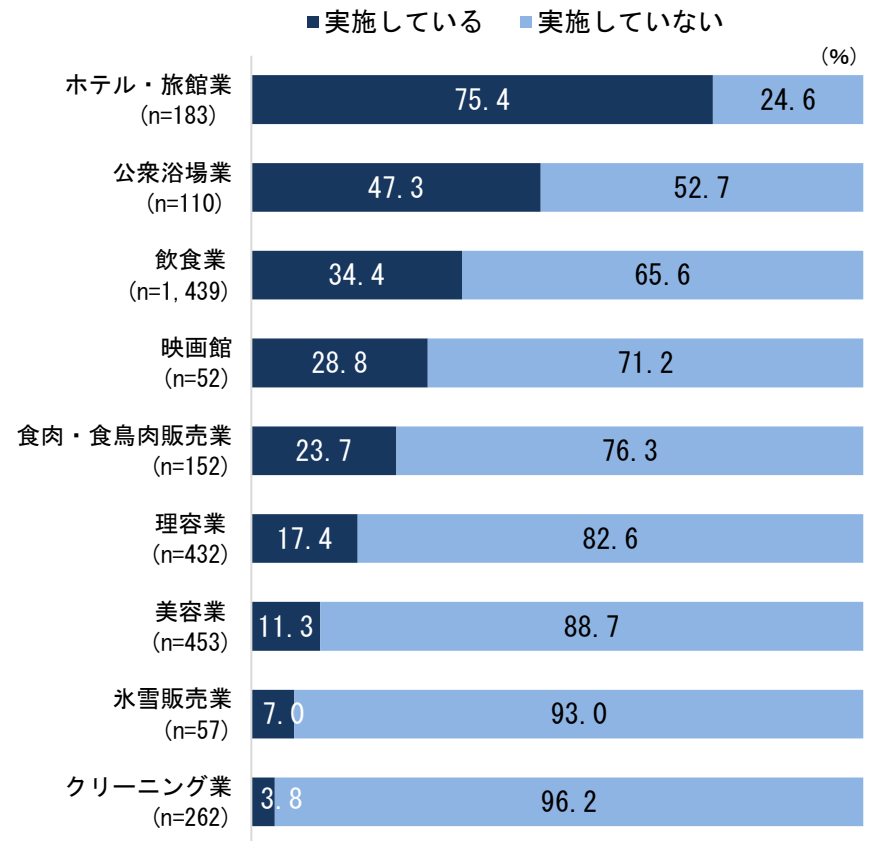
- 外国人観光客を受け入れるための取り組みは、「実施している」と回答した企業割合が27.9%となった（図表7）。
- 業種別にみると、ホテル・旅館業が75.4%と最も高く、次いで公衆浴場業（47.3%）、飲食業（34.4%）の順となった（図表8）。

図表7 外国人観光客を受け入れるための取り組み

(n=3, 140)



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45.1%と最も高く、次いで「メニューや施設内の案内等の工夫」（23.7%）、「W i - F i などインターネット接続環境の整備」（23.4%）の順となった（図表9）。

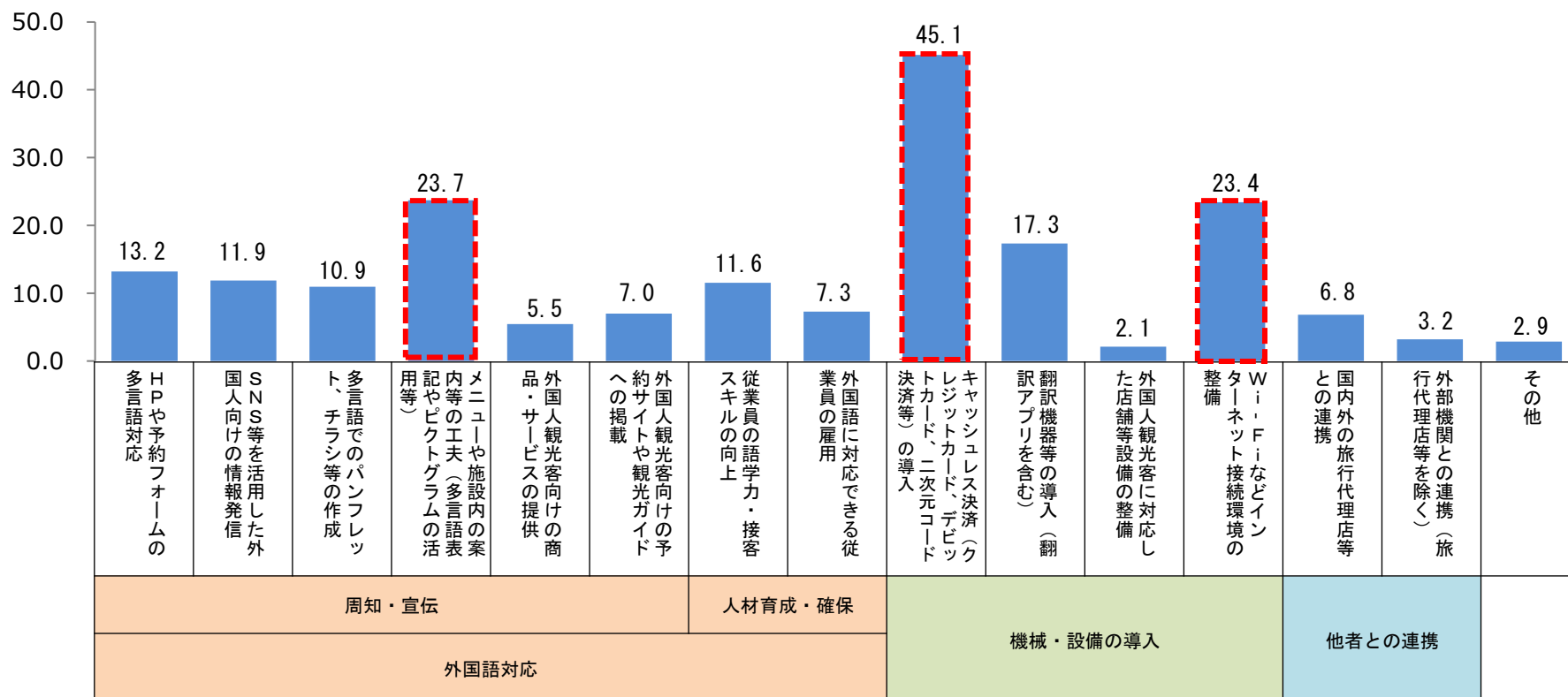
（※）外国人観光客を受け入れるための取り組みを「実施している」と回答した企業に尋ねたもの。

（※）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=658)

(%)



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】

	(%)														
	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）の導入	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	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	多言語でのパンフレット、チラシ等の作成	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=658)	45.1	23.7	23.4	17.3	13.2	11.9	11.6	10.9	7.0	6.8	7.3	5.5	3.2	2.1	2.9
飲食業 (n=384)	52.3	32.3	20.6	13.0	7.3	14.3	14.1	8.1	2.9	3.4	5.5	7.0	3.1	2.3	3.1
食肉・食鳥肉販売業 (n=25)	60.0	16.0	4.0	8.0	8.0	12.0	12.0	20.0	8.0	0.0	12.0	8.0	0.0	0.0	4.0
氷雪販売業 (n=3)	0.0	33.3	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0
理容業 (n=47)	38.3	8.5	23.4	40.4	8.5	12.8	12.8	17.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.1	2.1
美容業 (n=33)	57.6	9.1	36.4	36.4	12.1	6.1	15.2	3.0	3.0	3.0	0.0	3.0	3.0	0.0	3.0
映画館 (n=9)	66.7	33.3	22.2	22.2	22.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	11.1
ホテル・旅館業 (n=116)	24.1	11.2	37.9	18.1	37.1	9.5	4.3	6.0	27.6	26.7	19.0	3.4	5.2	2.6	0.9
公衆浴場業 (n=35)	22.9	11.4	8.6	22.9	5.7	0.0	8.6	54.3	0.0	0.0	2.9	2.9	5.7	2.9	2.9
クリーニング業 (n=6)	33.3	0.0	33.3	0.0	16.7	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0	16.7

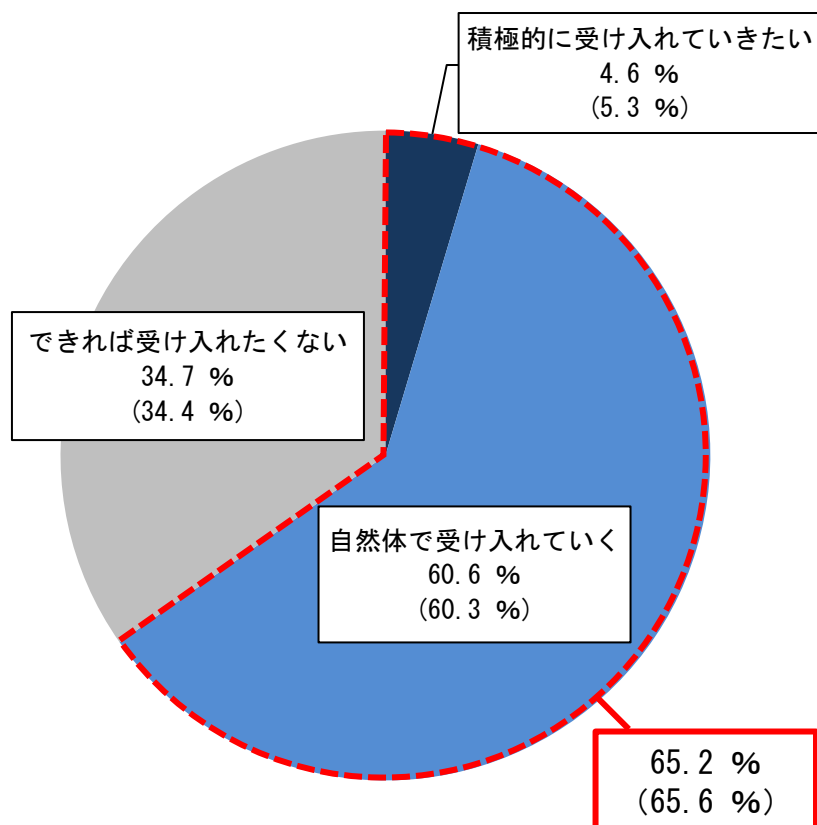
※ サンプル数30未満の業種については参考値（塗りつぶし（灰色））として表示（以下同じ）。

5 今後の外国人観光客の受入れ方針

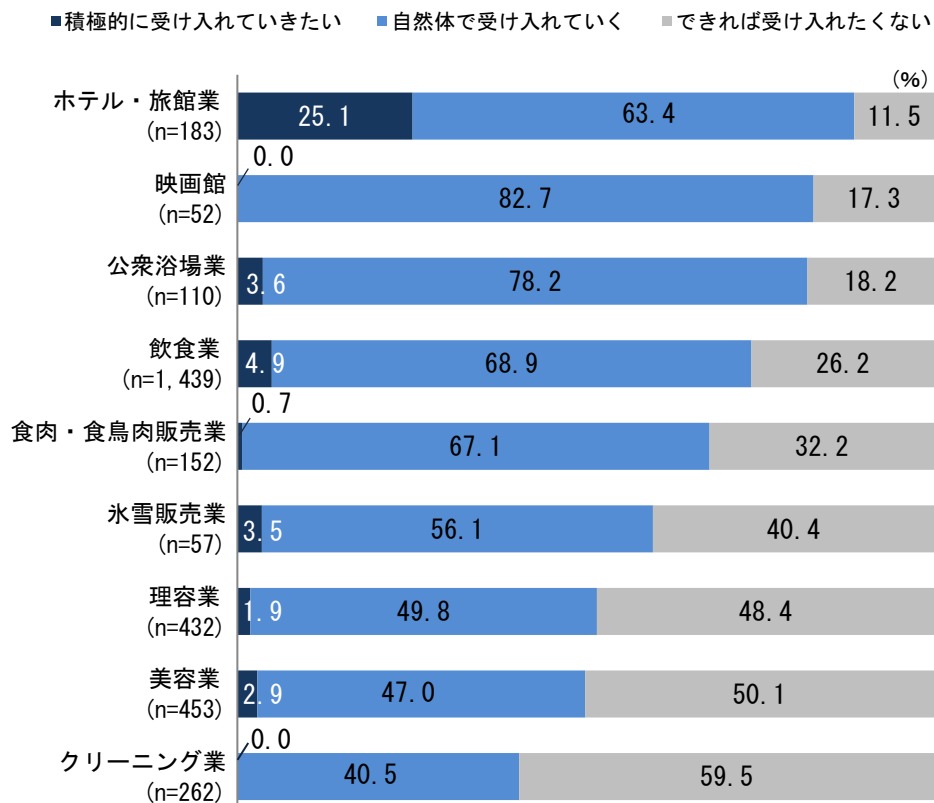
- 今後の外国人観光客の受入れ方針について、「積極的に受け入れていきたい」、「自然体で受け入れていく」と回答した企業割合の合計は65.2%となった（図表11）。

図表11 今後の外国人観光客の受入れ方針

(n=3, 140)



図表12 今後の外国人観光客の受入れ方針【業種別】

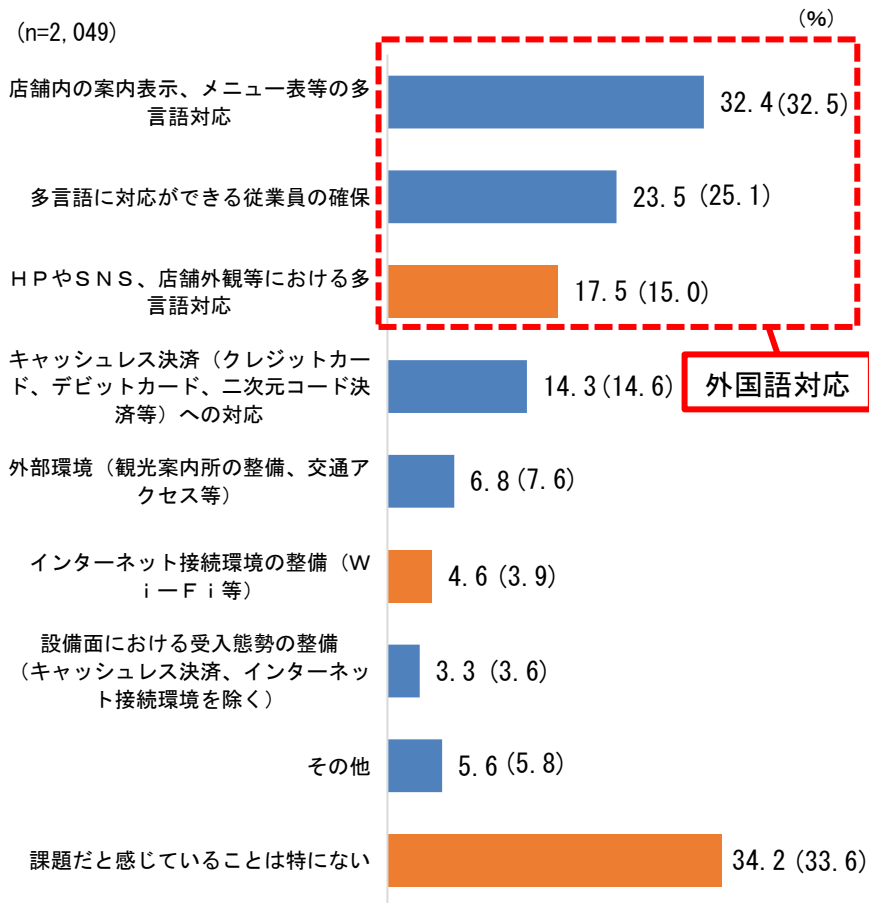


6 外国人観光客を受け入れる際の課題

- 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32.4%と最も高く、次いで「多言語に対応ができる従業員の確保」(23.5%)、「HPやSNS、店舗外観等における多言語対応」(17.5%)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】

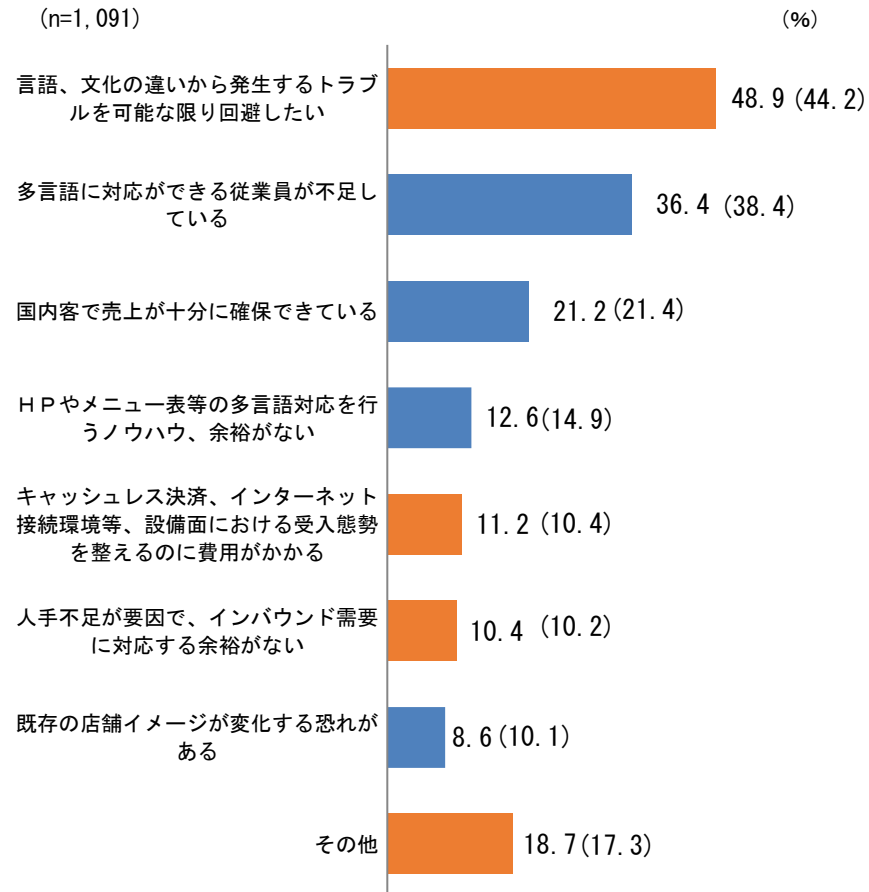
	店舗内の案内表示、メニュー表等の多言語対応	多言語に対応ができる従業員の確保	HPやSNS、店舗外観等における多言語対応	キャッシュレス決済(クレジットカード、デビットカード、二次元コード決済等)への対応	外部環境(観光案内所の整備、交通アクセス等)	インターネット接続環境の整備(Wi-Fi等)	設備面における受入態勢の整備(キャッシュレス決済、インターネット接続環境を除く)	その他	課題だと感じていることは特にない
全体(n=2,049)	32.4	23.5	17.5	14.3	6.8	4.6	3.3	5.6	34.2
飲食業(n=1,062)	33.6	24.7	15.3	15.9	6.9	5.0	2.4	4.7	33.8
食肉・食鳥肉販売業(n=103)	38.8	17.5	16.5	18.4	4.9	2.9	2.9	6.8	35.0
氷雪販売業(n=34)	20.6	17.6	14.7	26.5	0.0	2.9	2.9	8.8	35.3
理容業(n=223)	30.5	17.5	22.0	11.7	2.7	2.7	1.8	5.8	41.3
美容業(n=226)	30.5	17.3	23.5	14.2	2.2	7.5	1.8	8.0	37.6
映画館(n=43)	27.9	37.2	16.3	2.3	4.7	2.3	2.3	9.3	39.5
ホテル・旅館業(n=162)	34.0	38.3	21.6	4.9	25.3	6.2	11.7	6.8	11.1
公衆浴場業(n=90)	35.6	21.1	14.4	12.2	7.8	2.2	8.9	5.6	34.4
クリーニング業(n=106)	22.6	18.9	16.0	17.0	0.9	0.9	2.8	3.8	48.1

7 外国人観光客の受入に慎重な理由

- 外国人観光客の受入に慎重な理由は、「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48.9%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」（36.4%）、「国内客で売上が十分に確保できている」（21.2%）の順となった（図表15）。

（※）今後の外国人観光客の受入れ方針を「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】



※ 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	国内客で売上が十分に確保できている	H.P.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=1,091)	48.9	36.4	21.2	12.6	11.2	10.4	8.6	18.7
飲食業 (n=377)	45.6	40.8	20.4	15.6	12.2	12.5	12.2	15.4
食肉・食鳥肉販売業 (n=49)	28.6	49.0	24.5	8.2	14.3	10.2	0.0	28.6
氷雪販売業 (n=23)	43.5	21.7	13.0	4.3	13.0	4.3	4.3	39.1
理容業 (n=209)	50.2	27.8	27.8	10.0	9.1	14.4	6.2	19.1
美容業 (n=227)	56.8	37.4	22.5	13.2	9.3	5.3	11.0	11.9
映画館 (n=9)	33.3	22.2	11.1	0.0	11.1	0.0	22.2	44.4
ホテル・旅館業 (n=21)	57.1	23.8	14.3	14.3	28.6	19.0	23.8	4.8
公衆浴場業 (n=20)	70.0	40.0	5.0	15.0	5.0	15.0	0.0	20.0
クリーニング業 (n=156)	48.1	35.9	16.0	10.3	11.5	7.1	1.3	30.1