

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

生活衛生関係営業の景気動向等調査結果（2023年10～12月期）

（前回）持ち直しの動き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3.1ポイント低下し、5.8となった。
- 来期は12.6ポイント低下し、▲6.8となる見通し。

<売上DI>（3ページ）

- 売上DIは、前期から7.6ポイント低下し、15.9となった。
- 来期は4.3ポイント低下し、11.6となる見通し。

<採算DI>（4ページ）

- 採算DIは、前期からマイナス幅が0.3ポイント縮小し、▲1.1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53.4%と最も多く、次いで、「顧客数の減少」（39.8%）、「従業員の確保難」（21.5%）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：守屋、和知）
〒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	2023年12月中旬		
調査方法	訪問面接調査		
調査対象	生活衛生関係営業 3,290 企業		
有効回答企業数	3,142企業（回答率 95.5%）		
（業種内訳）	飲食業	1,446 企業	映画館 61 企業
	食肉・食鳥肉販売業	155 企業	ホテル・旅館業 174 企業
	氷雪販売業	55 企業	公衆浴場業 112 企業
	理容業	420 企業	クリーニング業 260 企業
	美容業	459 企業	

【本調査における留意事項】

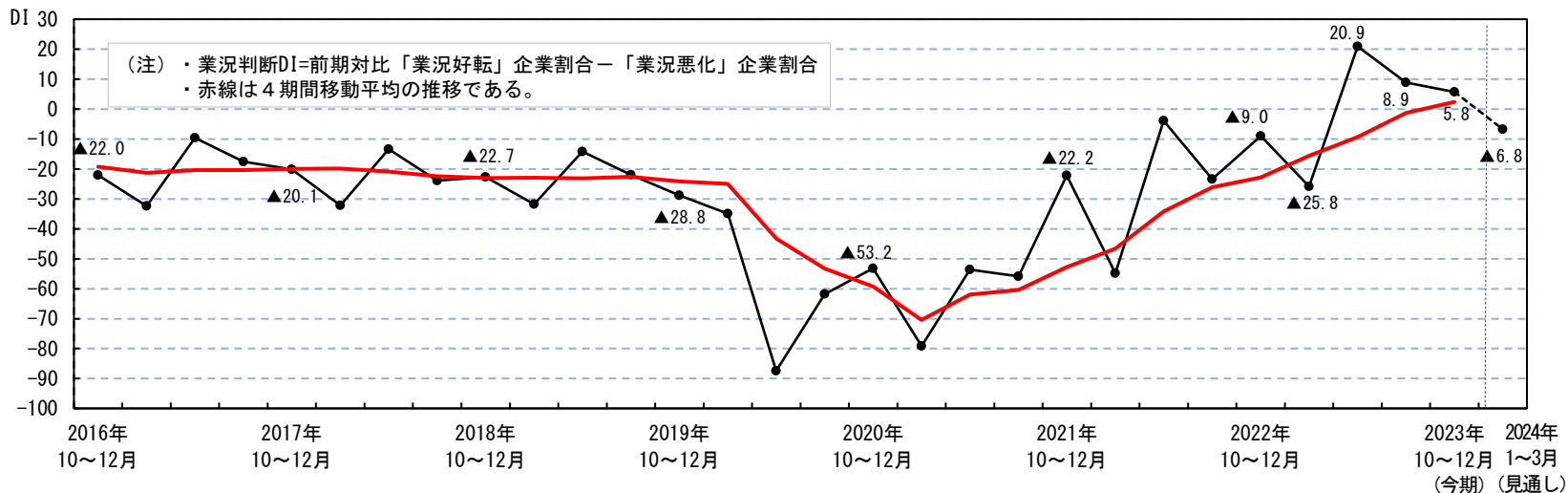
- 比率の算出にあたっては、無回答を除いたものを母数としている。

I 景気の動向

1. 業況判断

- 業況判断DIは、前期から3.1ポイント低下し、5.8となった。
- 来期は12.6ポイント低下し、▲6.8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	2022年 10~12月	2023年 1~3月	2023年 4~6月	2023年 7~9月	2023年 10~12月 (今期)	2024年 1~3月 (見通し)
食肉・食鳥肉	▲6.5	▲22.4	15.8	▲1.3	2.6	▲2.6
氷雪	▲23.6	▲21.8	35.7	61.1	▲5.5	▲27.3
理容	▲30.2	▲36.8	▲2.6	▲2.6	▲18.1	▲17.4
美容	▲23.4	▲33.8	▲0.7	▲7.4	▲13.5	▲11.5
映画館	9.8	11.3	49.2	▲15.8	▲29.5	▲1.6
ホテル・旅館	50.6	▲3.4	58.5	45.9	38.5	▲9.8
公衆浴場	▲15.2	▲9.1	▲2.7	▲7.2	13.4	▲0.9
クリーニング	▲12.9	▲52.5	26.6	▲21.1	9.2	▲35.8

図表3 飲食業 業況判断DIの推移

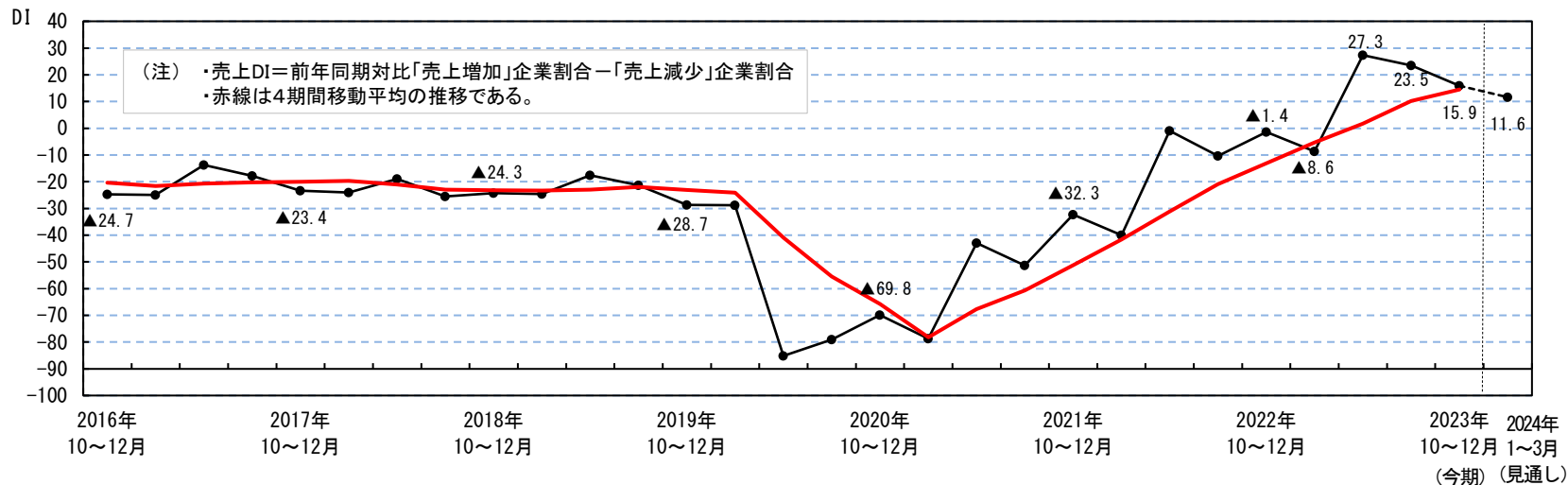
凡例	2022年 10~12月	2023年 1~3月	2023年 4~6月	2023年 7~9月	2023年 10~12月 (今期)	2024年 1~3月 (見通し)
飲食業(全体)	▲4.9	▲21.3	29.2	19.4	15.9	3.0
そば・うどん	▲10.1	▲23.5	29.8	24.6	6.3	▲5.2
中華料理	1.9	▲13.8	23.0	14.5	14.5	▲0.7
すし	▲6.4	▲30.9	24.6	15.6	13.9	▲2.2
料理	8.3	▲13.7	49.2	29.3	42.3	6.5
喫茶	▲10.3	▲7.0	32.9	18.2	11.8	9.2
社交	▲27.9	▲42.4	13.2	8.3	▲5.9	▲1.0
その他飲食	4.0	▲16.8	33.5	23.1	25.5	8.8

※ 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7.6ポイント低下し、15.9となった。
- 来期は4.3ポイント低下し、11.6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	2022年 10~12月	2023年 1~3月	2023年 4~6月	2023年 7~9月	2023年 10~12月 (今期)	2024年 1~3月 (見通し)
食肉・食鳥肉	0.0	▲5.4	24.7	13.4	13.6	15.6
氷雪	27.3	16.4	46.4	64.8	45.5	12.7
理容	▲26.0	▲29.9	▲1.7	0.7	▲7.6	▲6.9
美容	▲22.3	▲23.9	0.0	▲3.9	▲15.5	▲5.5
映画館	27.9	21.0	54.1	▲7.0	▲19.7	0.0
ホテル・旅館	62.6	42.0	62.6	59.0	54.3	28.3
公衆浴場	▲6.3	▲6.4	12.5	5.4	12.5	8.0
クリーニング	▲8.7	▲34.7	19.3	8.0	17.7	▲0.8

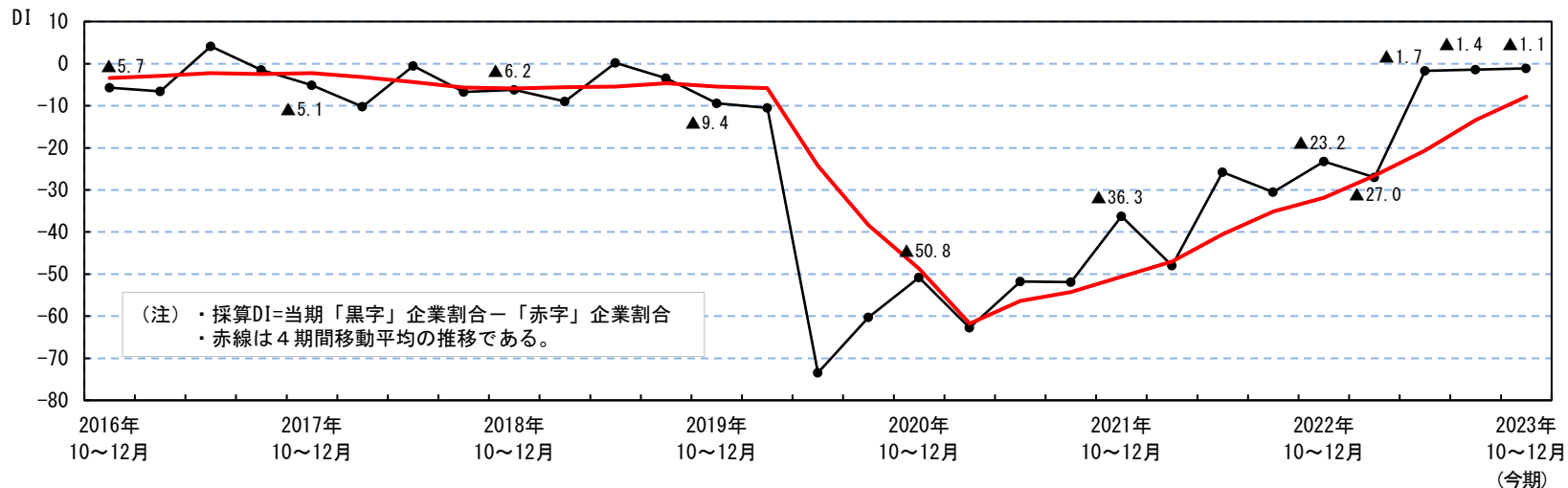
図表6 飲食業 売上DIの推移

凡例	2022年 10~12月	2023年 1~3月	2023年 4~6月	2023年 7~9月	2023年 10~12月 (今期)	2024年 1~3月 (見通し)
飲食業(全体)	3.8	▲1.7	40.9	39.0	28.7	23.0
そば・うどん	8.5	▲7.1	43.3	46.2	33.0	19.4
中華料理	6.3	▲10.7	36.5	38.8	27.6	22.4
すし	▲1.7	▲5.5	40.7	36.1	26.7	21.7
料理	18.0	3.2	63.5	36.6	48.8	22.8
喫茶	7.1	5.1	37.7	32.7	26.8	30.7
社交	▲15.8	▲12.1	25.0	32.7	3.0	11.4
その他飲食	6.4	6.6	43.5	43.1	34.9	27.9

3. 採算

○ 採算DIは、前期からマイナス幅が0.3ポイント縮小し、▲1.1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	2022年 10~12月	2023年 1~3月	2023年 4~6月	2023年 7~9月	2023年 10~12月 (今期)
食肉・食鳥肉	▲ 11.6	▲ 10.9	7.0	6.7	11.6
水 雪	▲ 40.0	▲ 43.6	▲ 5.4	27.8	16.4
理 容	▲ 13.4	▲ 14.3	1.4	5.3	▲ 0.7
美 容	▲ 16.2	▲ 18.1	▲ 0.9	▲ 7.7	▲ 8.9
映 画 館	▲ 26.2	▲ 19.4	4.9	▲ 15.8	▲ 36.1
ホテル・旅館	▲ 2.8	▲ 18.6	12.8	16.4	22.4
公衆浴場	▲ 17.0	▲ 9.1	0.9	▲ 3.6	4.5
クリーニング	▲ 25.1	▲ 45.9	4.2	▲ 8.4	0.8

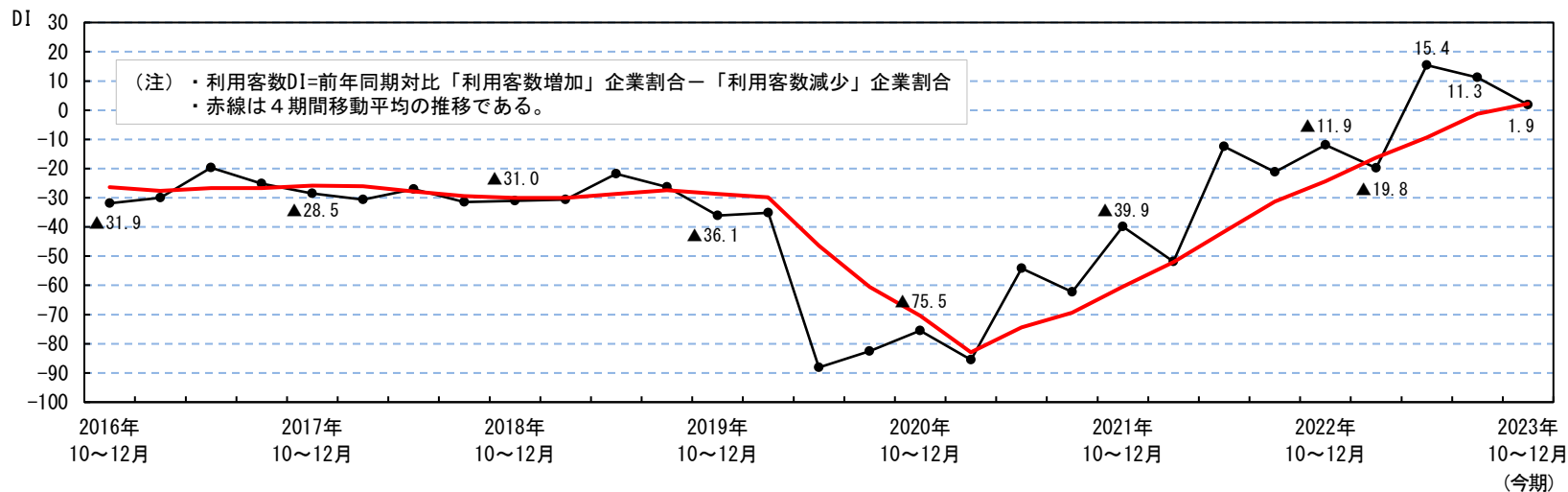
図表9 飲食業 採算DIの推移

凡例	2022年 10~12月	2023年 1~3月	2023年 4~6月	2023年 7~9月	2023年 10~12月 (今期)
飲食業(全体)	▲ 31.6	▲ 34.1	▲ 7.1	▲ 3.6	▲ 2.8
そば・うどん	▲ 2.6	▲ 25.1	7.4	10.9	4.7
中華料理	▲ 23.8	▲ 23.9	▲ 7.4	2.0	2.6
す し	▲ 28.3	▲ 29.3	▲ 1.1	▲ 3.9	▲ 8.3
料 理	▲ 42.9	▲ 42.7	▲ 4.8	▲ 12.2	2.4
喫 茶	▲ 32.7	▲ 31.8	▲ 9.7	▲ 1.3	▲ 13.7
社 交	▲ 57.9	▲ 53.5	▲ 31.2	▲ 23.8	▲ 26.2
その他飲食	▲ 32.7	▲ 32.9	▲ 4.2	▲ 0.4	7.2

4. 利用客数

○ 利用客数DIは、前期から9.4ポイント低下し、1.9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	2022年 10～12月	2023年 1～3月	2023年 4～6月	2023年 7～9月	2023年 10～12月 (今期)
食肉・食鳥肉	▲ 9.0	▲ 8.2	1.9	▲ 12.1	▲ 5.8
水 雪	▲ 1.8	▲ 5.5	10.7	44.4	12.7
理 容	▲ 35.7	▲ 39.7	▲ 14.4	▲ 12.3	▲ 25.8
美 容	▲ 36.0	▲ 37.8	▲ 13.2	▲ 16.6	▲ 30.1
映 画 館	21.3	12.9	50.8	▲ 1.8	▲ 19.7
ホテル・旅館	54.7	32.4	56.7	50.3	38.7
公衆浴場	▲ 17.9	▲ 4.5	7.1	▲ 1.8	3.6
クリーニング	▲ 25.5	▲ 47.1	▲ 2.3	▲ 7.7	▲ 7.3

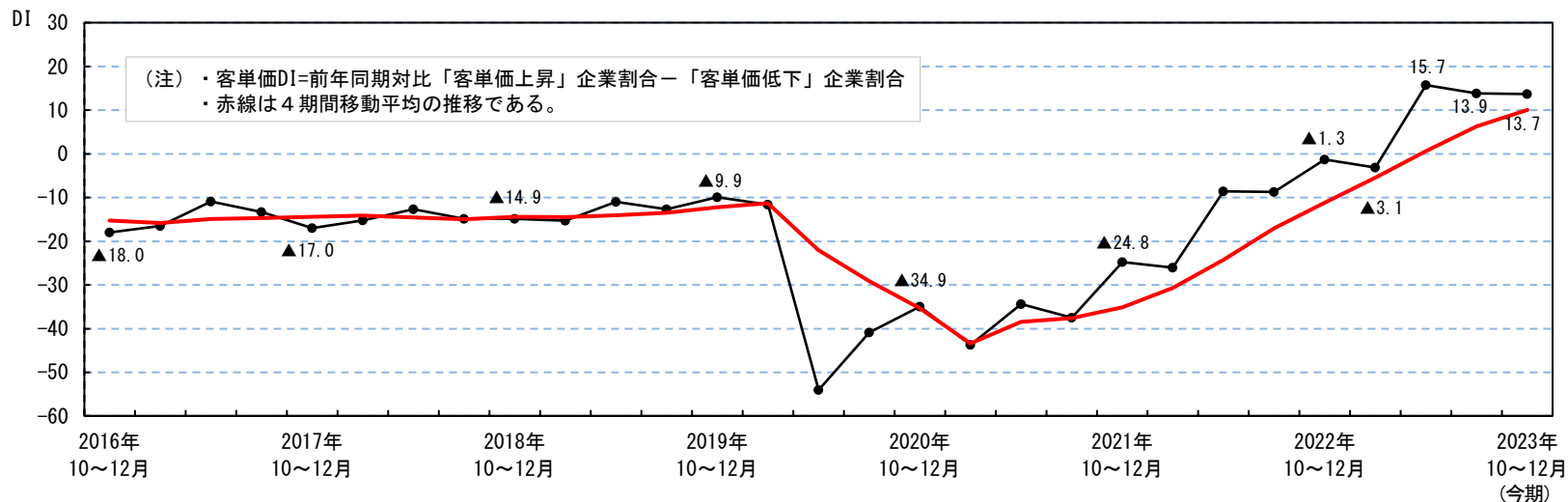
図表12 飲食業 利用客数DIの推移

凡例	2022年 10～12月	2023年 1～3月	2023年 4～6月	2023年 7～9月	2023年 10～12月 (今期)
飲食業(全体)	▲ 4.6	▲ 13.8	31.8	28.0	18.5
そば・うどん	▲ 2.6	▲ 20.8	34.2	37.9	15.7
中華料理	▲ 6.9	▲ 17.6	28.4	22.4	19.7
す し	▲ 10.4	▲ 13.3	30.2	23.3	13.3
料 理	17.3	▲ 7.3	51.6	30.1	37.4
喫 茶	▲ 11.6	▲ 11.5	30.5	20.3	10.5
社 交	▲ 27.0	▲ 28.8	13.7	13.2	▲ 3.0
その他飲食	4.0	▲ 5.4	35.8	36.7	28.8

5. 客単価

○ 客単価DIは、前期から0.2ポイント低下し、13.7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	2022年 10~12月	2023年 1~3月	2023年 4~6月	2023年 7~9月	2023年 10~12月 (今期)
食肉・食鳥肉	▲ 7.1	▲ 8.8	9.5	▲ 1.3	1.3
水 雪	▲ 12.7	▲ 10.9	0.0	38.9	18.2
理 容	▲ 14.9	▲ 16.4	0.7	1.7	▲ 0.7
美 容	▲ 9.5	▲ 11.0	5.4	▲ 1.1	1.3
映 画 館	3.3	6.5	13.1	19.3	24.6
ホテル・旅館	45.3	33.0	50.8	53.6	53.2
公衆浴場	4.5	▲ 1.8	14.3	13.5	19.6
クリーニング	▲ 25.1	▲ 31.7	8.5	0.0	▲ 0.4

図表15 飲食業 客単価DIの推移

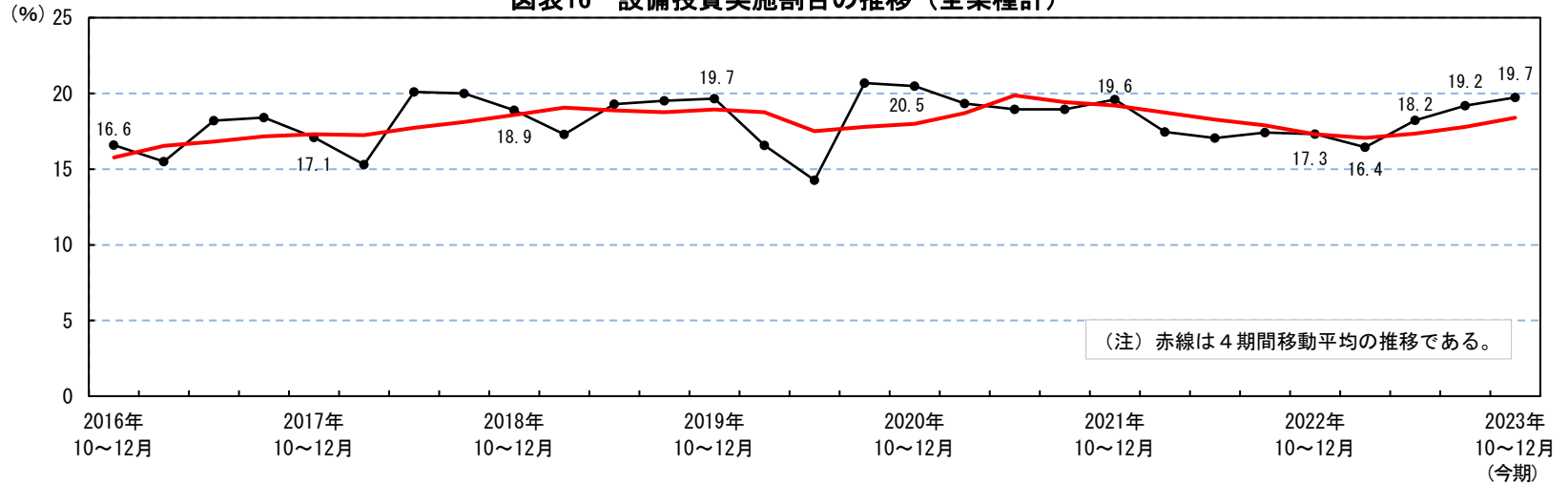
凡例	2022年 10~12月	2023年 1~3月	2023年 4~6月	2023年 7~9月	2023年 10~12月 (今期)
飲食業(全体)	4.4	4.5	21.6	20.0	19.9
そば・うどん	10.1	5.5	31.6	33.0	29.8
中華料理	▲ 3.8	▲ 8.2	18.2	23.0	21.1
す し	2.9	▲ 0.6	19.2	13.3	16.1
料 理	13.5	8.9	25.4	24.4	37.4
喫 茶	5.8	12.2	26.0	26.1	19.0
社 交	▲ 6.1	▲ 4.0	5.9	1.5	▲ 6.0
その他飲食	7.1	10.8	24.1	21.6	24.0

II 設備投資の動向

1. 設備投資の実施状況

○ 今期（2023年10～12月）に設備投資を行った企業の割合は、前期から0.5ポイント上昇し、19.7%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	2022年 10～12月	2023年 1～3月	2023年 4～6月	2023年 7～9月	2023年 10～12月 (今期)
食肉・食鳥肉	26.5	23.8	29.1	32.7	34.2
水 雪	21.8	20.0	16.1	5.6	10.9
理 容	8.5	6.9	9.3	10.3	9.3
美 容	10.6	10.3	12.1	10.9	14.8
映 画 館	26.2	33.9	32.8	36.8	36.1
ホテル・旅館	42.2	46.3	44.1	45.9	48.3
公衆浴場	41.1	35.5	43.8	39.6	40.2
クリーニング	17.1	21.2	18.9	18.4	18.1

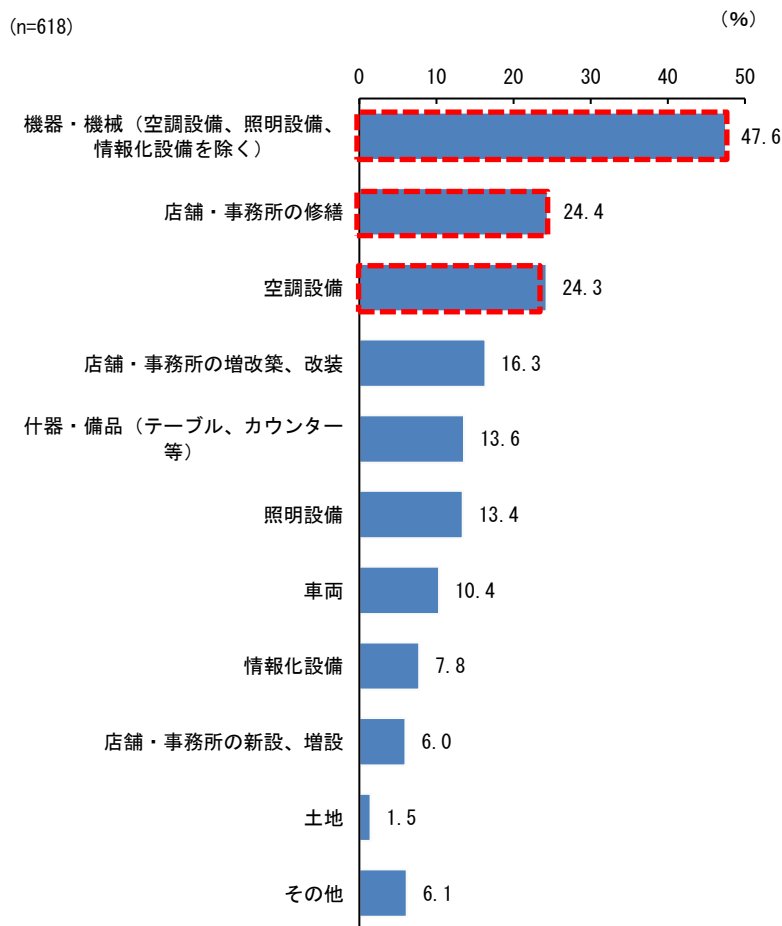
図表18 飲食業 設備投資実施割合の推移

凡例	2022年 10～12月	2023年 1～3月	2023年 4～6月	2023年 7～9月	2023年 10～12月 (今期)
飲食業(全体)	15.6	13.6	15.6	18.0	17.7
そば・うどん	16.4	15.8	22.9	23.5	17.7
中華料理	15.6	11.3	14.2	17.8	16.4
す し	15.6	12.7	13.7	17.2	19.4
料 理	25.6	21.8	22.2	22.0	26.0
喫 茶	11.5	9.6	14.8	13.0	12.4
社 交	8.1	6.6	10.7	13.6	11.9
その他飲食	17.1	16.1	14.3	18.7	19.6

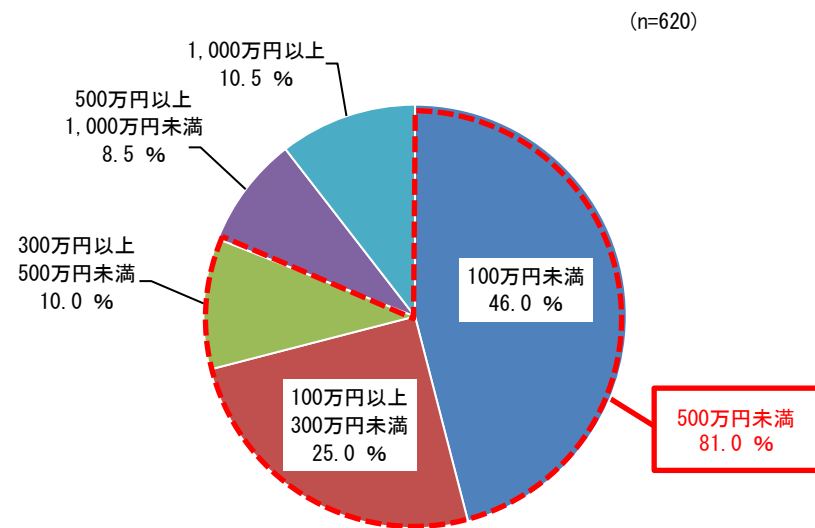
2. 設備投資の内容、設備投資金額、来期の設備投資計画

- 今期（2023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47.6%と最も多く、次いで、「店舗・事務所の修繕」（24.4%）、「空調設備」（24.3%）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8割超を占めた。
- 来期（2024年1～3月）の設備投資計画については、「実施予定あり」が13.0%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	2024年 1～3月期の予定 (%)
全業種計	13.0
食肉・食鳥肉	21.9
氷雪	9.1
理容	6.7
美容	9.6
映画館	29.5
ホテル・旅館	37.9
公衆浴場	30.4
クリーニング	13.5

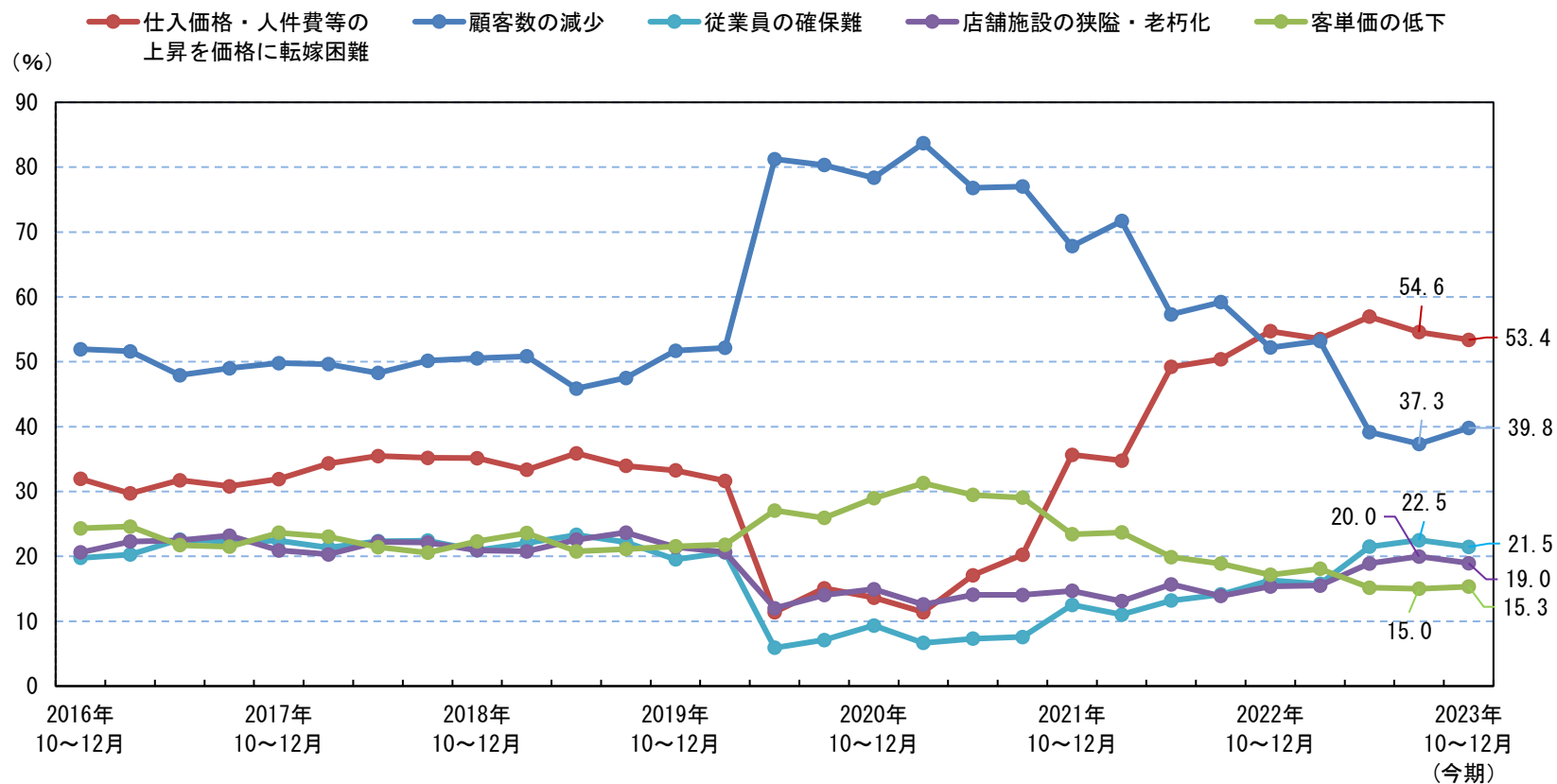
図表22 飲食業 来期の設備投資実施予定割合 (%)

凡例	2024年 1～3月期の予定 (%)
飲食業(全体)	10.0
そば・うどん	10.4
中華料理	9.9
すし	7.2
料理	16.3
喫茶	10.5
社交	8.9
その他飲食	9.7

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53.4%と最も多く、次いで、「顧客数の減少」(39.8%)、「従業員の確保難」(21.5%)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（2023年10～12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	従業員の確保難	店舗施設の狭隘・老朽化	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	53.4	39.8	21.5	19.0	15.3	6.5	3.2	3.3	7.9
飲食業(全体)	68.4	33.1	24.4	15.4	11.7	7.2	3.7	2.7	4.9
そば・うどん	68.8	29.7	29.2	23.4	7.3	9.9	3.6	2.6	4.7
中華料理	71.7	23.0	21.7	19.1	11.8	8.6	3.3	3.3	5.3
すし	67.2	30.0	20.0	13.9	11.1	9.4	2.8	1.7	8.3
料理	69.1	26.0	34.1	23.6	7.3	5.7	3.3	0.8	2.4
喫茶	75.8	34.0	14.4	20.3	10.5	6.5	4.6	2.6	2.0
社交	54.0	61.4	22.8	4.5	16.8	2.5	5.0	2.0	5.9
その他飲食	71.4	27.9	26.6	12.4	13.1	7.4	3.4	3.8	4.7
食肉・食鳥肉	62.6	22.6	26.5	22.6	18.7	5.2	3.9	2.6	7.7
氷雪	43.6	36.4	20.0	16.4	16.4	18.2	0.0	5.5	7.3
理容	29.5	53.3	10.7	16.9	21.0	5.0	1.2	6.0	17.4
美容	28.8	58.0	16.6	14.4	21.6	5.2	5.0	3.9	10.7
映画館	37.7	55.7	18.0	45.9	4.9	4.9	3.3	4.9	4.9
ホテル・旅館	56.9	13.8	55.7	35.6	4.0	6.3	4.6	0.6	2.9
公衆浴場	40.2	41.1	8.0	49.1	5.4	11.6	0.9	4.5	9.8
クリーニング	55.4	47.7	12.3	18.1	27.7	3.8	1.2	2.3	7.7

(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：2023年10～12月 来期：2024年1～3月

(1) そば・うどん

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	静岡県	コロナが5類に移行後、人の流れが増えている。近隣のサラリーマンもグループで来店するようになり、客数は増加している。
	不変	長崎県	ランチ需要は回復傾向にあるが、酒類を伴う夜の需要は厳しいままである。物価高騰で家計費の負担が増えていることも要因になっている。
来期	不変	神奈川県	物価高騰による生活費の増加で、今後も外食控えが続くとみている。コロナの影響は小さくなっているが、引き続き厳しい見通し。
	悪化	秋田県	仕入価格が全て値上がりしており、客足が戻ったとしても経営の厳しさは続くだろう。

(2) 中華料理

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	広島県	コロナの影響が落ち着き、宴会等多人数の来客も増え、売上はかなり回復している。
	不変	東京都	前年より人の動きは活発になっているが、原材料費が高騰しており、売上に対して利益の幅が少なくなった。
来期	好転	佐賀県	コロナが5類へ移行し、人の動きが活発になるとともに、新幹線開通に伴う観光客も増加している。同窓会、新年会等の開催による来店客数の増加も期待できる。
	不変	北海道	年明けの人出に期待しているが、仕入価格や光熱費の高騰により利益率が悪化するため、現状維持の見通し。

(3) すし

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	山梨県	コロナが5類に移行したことで、宴会等の大口常連客が戻ってきた。
	不変	京都府	人出が回復し、店内の食事客は増えたが、テイクアウトや出前の注文が減っている。
来期	好転	鹿児島県	予約の状況から1月以降も良い流れが続くそう。ただ、インフルエンザの流行が気になるというお客さまの声もあった。
	不変	三重県	コロナによる自粛ムードの緩和で客足が戻り、多人数の予約が増える見通しだが、原材料費の高騰や人件費上昇のため、業況は不変と考える。

(4) 料理

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	和歌山県	接待や少人数の宴会が増えた。また、コロナ禍の需要で拡大した弁当事業が安定している。
	不変	宮城県	店舗周辺には観光地がなく、常連客に頼るしかないが、物価高騰と人件費上昇の影響で利益は少ない。
来期	好転	茨城県	コロナが落ち着いたことで、インバウンド客が増加している。来期も増加する見通し。
	不変	富山県	未だに繁華街の人出は少なく、物価高騰による消費者の節約志向が高まっている。

(5) 喫茶

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	兵庫県	外食する人が増加し、来店客数も回復してきた。特に、サラリーマンのモーニング需要が増加した。
	悪化	宮崎県	物価高騰により消費者の節約意識が高くなっており、当店のような嗜好性の高い商品・サービスには厳しい状況となっている。
来期	好転	佐賀県	レジャー・イベントなどがコロナ禍以前に戻りつつあり、インバウンドの効果も期待できる。
	不変	埼玉県	売上は徐々に回復しているが、仕入価格の高騰が利益を圧迫しており、楽観はできない。

(6) 社交

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	不変	富山県	県外から出張・観光の宿泊客が増えてきたが、地域の常連客は少ないままである。
	悪化	長野県	コロナの影響が続き客足が少ないなかで、インフルエンザの流行の影響により、外出自粛ムードが出てきている。
来期	好転	熊本県	来期も新年会や卒業式、転勤などのイベントが多く、引き続き回復傾向の見通し。
	悪化	愛媛県	夜遅くはタクシーや代行車の手配が厳しく、1月以降は宴会の数も減ることから、業況はますます厳しくなる見通し。

(7) その他飲食

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	京都府	客足はコロナ禍以前より増えた。全室個室であることも幸いして、会社関係の接待も頻繁にあるなど、売上が増加している。
	不変	愛媛県	コロナが収まり客足は戻りつつあるが、仕入価格や人件費、光熱費の負担が増加しているため、業況が回復したとは言えない。
来期	好転	徳島県	昨年に比べ、年末の宴会予約が大幅に増加しており、年明け後も継続することを期待している。
	不変	長野県	業況が回復している実感はあるが、原材料価格等が高騰しているため、これ以上良くなるとは思えない。

(8) 食肉

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	岐阜県	お歳暮や年末需要で業況は回復傾向にある。原材料費の高騰は、販売価格に転嫁できている。
	悪化	福岡県	人件費、光熱費などすべての経費が高騰している。一方で、販売価格を引き上げることは難しく、価格転嫁ができていない。順次、価格交渉を行っているが、日に日に経費が上昇し、仕入価格の上昇に販売価格が追いつかない状況が続いている。
来期	不変	滋賀県	様々な物価が高騰している。家計収入の上昇が期待できない以上、当期と横ばいの業況だろう。
	悪化	兵庫県	物価高騰で仕入価格が安定せず、利益確保はますます厳しくなるだろう。

(9) 食鳥肉

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	不変	大阪府	仕入商品の値上がりで、増収ではあるものの減益が続いている。
	悪化	埼玉県	鳥インフルエンザの発生により、仕入れが一時ストップしたため、加工生産、販売に影響が出て売上が減少した。
来期	好転	岡山県	クリスマス期から需要増加の流れが続いている。飲食店向けのほか、個人向けの年始用オードブルなどの需要が期待できる。
	悪化	東京都	年末商戦を終え、販売数量が落ち込む時期になった。また、物価高騰が続くことで、飲食店からの注文数が減ることを懸念している。

(10) 氷雪

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	神奈川県	コロナが5類に移行してから、地域のイベントが増えた。秋以降は天候に恵まれたほか、気温も高めに推移していることから、人出が増加し売上は好調である。
	不変	千葉県	自店で製氷機を導入する飲食店が増え、需要は伸びていない。
来期	不変	福岡県	団体客の予約が入らないという社交飲食店が多く、年が明けても回復する見込みはない。
	悪化	東京都	1～3月は営業日数が少なく、業界的にも年間で最も売上が落ちる時期である。

(11) 理容

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	不変	群馬県	地域の行事やイベントの開催で客足は戻りつつあるが、カット希望者が多く、客単価は伸びていない。
	悪化	石川県	お客さまの来店サイクルが長くなった。物価高騰による節約志向を感じる。
来期	不変	島根県	固定客中心のため比較的安定しているが、物価高が家計を直撃しており、カット中心で客単価が伸びず、利益確保で苦戦が続く見通し。
	悪化	岩手県	物価高騰による利用回数の減少、地域の人口減少による影響が続いており、ますます厳しくなる見通し。

(12) 美容

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	不変	奈良県	カット中心で、カラーやパーマとのセットメニューが伸びず客単価が上がらなかった。仕入価格の上昇を価格に転嫁して、何とかやりくりしている。
	悪化	兵庫県	スタッフを確保できないため、予約があっても断っている。繁忙期だが、良い状況にならない。
来期	不変	佐賀県	物価高騰で節約志向が強くなっており、来店客数の増加に期待は出来ない。
	悪化	山梨県	コロナで生活様式が変わり、新年になっても良くなる傾向は感じられない。高齢の顧客が多いため、寒い時期になると客数が減少する。

(13) 映画館

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	不変	北海道	今年は大ヒット作品はないものの、小ヒットがいくつかあり、昨年と同水準の売上である。
	悪化	神奈川県	ヒット作品が少なく、来場者数が伸びない。一方で、経費高騰により収支が悪化したため、やむを得ず料金値上げをしたが、業況改善には結びつかなかった。
来期	不変	静岡県	今期と比べて人気作の上映を予定しており、客数増加を見込んでいるが、光熱費や人件費の負担が増えており、現状維持が精一杯だろう。
	悪化	青森県	客数の確保ができて、真冬は光熱費の負担が大きく、採算面は厳しい。

(14) ホテル・旅館

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	静岡県	平日はビジネス客、週末はレジャー客で、稼働率は高水準を維持できている。インバウンド客も増加し、客単価が上昇している。
	不変	長野県	観光客の動きは良かったが、全国旅行支援により売上が増加した昨年と比べると、ほとんど変わらなかった。
来期	不変	高知県	NHK連続テレビ小説などの効果があり、売上はますますといったところ。インバウンド客が増えていることから、来期も大きく変動はしないだろう。
	悪化	北海道	全国旅行支援が終了し、需要が減少するため、業況は悪化する見通し。

(15) 公衆浴場

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	愛知県	若年層の客数が増加。また、入浴料金値上げと燃料代の高騰がやや落ち着いたことで、収益力が改善傾向にある。
	不変	大阪府	入浴料金値上げの効果はあるが、燃料費の高騰により、業況は厳しさが続いている。
来期	好転	兵庫県	年末年始は繁忙期で、サウナブームの影響もあり、客入りが多いことが見込まれる。
	不変	和歌山県	コロナの影響はほとんどないが、物価高騰により、来店サイクルは伸びたままだろう。

(16) クリーニング

時期	業況	都道府県	判断理由
今期	好転	静岡県	各種イベントがコロナ禍以前と同様に実施されるようになり、クリーニングに出される衣類も増えてきている。
	不変	山形県	昨年に比べて冠婚葬祭が増え、クリーニング需要も増えてきたが、人手不足のためなかなか売上を伸ばせない。
来期	不変	大分県	需要は増えてつつあるが、原材料費の高騰で現状維持が精一杯。
	悪化	岡山県	クリーニング資材やガソリン代の高騰、最低賃金の引上げによる人件費の上昇が、利益を圧迫している。