

2021年2月17日
株式会社日本政策金融公庫

コロナ禍の影響による生活衛生関係営業の売上減少幅は前期より縮小

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2020年10~12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85.9%、「プラスの影響があった」と回答した企業の割合は2.3%となった。
※「プラスの影響があった」企業の取り組み等については、8ページに掲載。

＜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」と回答した企業の割合が98.6%と最も高く、次いで「営業時間の短縮・変更」が56.0%、「休業（一時的なものを含む）」が40.7%となった。

＜売上の減少幅＞（4ページ）

- 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、令和2年10~12月の売上の減少幅（対前年同期）を聞いたところ、「50%以上減少」と回答した企業の割合が16.5%（前回調査26.2%）となった。また、「80%以上減少」と回答した企業の割合は2.8%（同5.9%）となった。
- 業種別では、ホテル・旅館業は43.0%の企業が「50%以上減少」と回答した。

＜運転資金の補てん＞（6ページ）

- 「マイナスの影響があった」企業に、運転資金の補てんについて聞いたところ、「不足したため外部からの借入のみで補った」が24.9%、「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」が17.7%、「不足したため自己資金のみで補った」が33.1%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：谷藤、一ノ瀬 TEL 03-3270-1653

【調査の実施要領】

調査時点	2020年12月上旬			
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	3,144企業（回答率 95.6%）			
（業種内訳）	飲食業	1,428 企業	映画館	57 企業
	食肉・食鳥肉販売業	157 企業	ホテル・旅館業	181 企業
	氷雪販売業	56 企業	公衆浴場業	113 企業
	理容業	423 企業	クリーニング業	262 企業
	美容業	467 企業		

【本調査における留意事項】

- 2016年4～6月期調査時点で沖縄県を調査対象に加えている。
- 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。

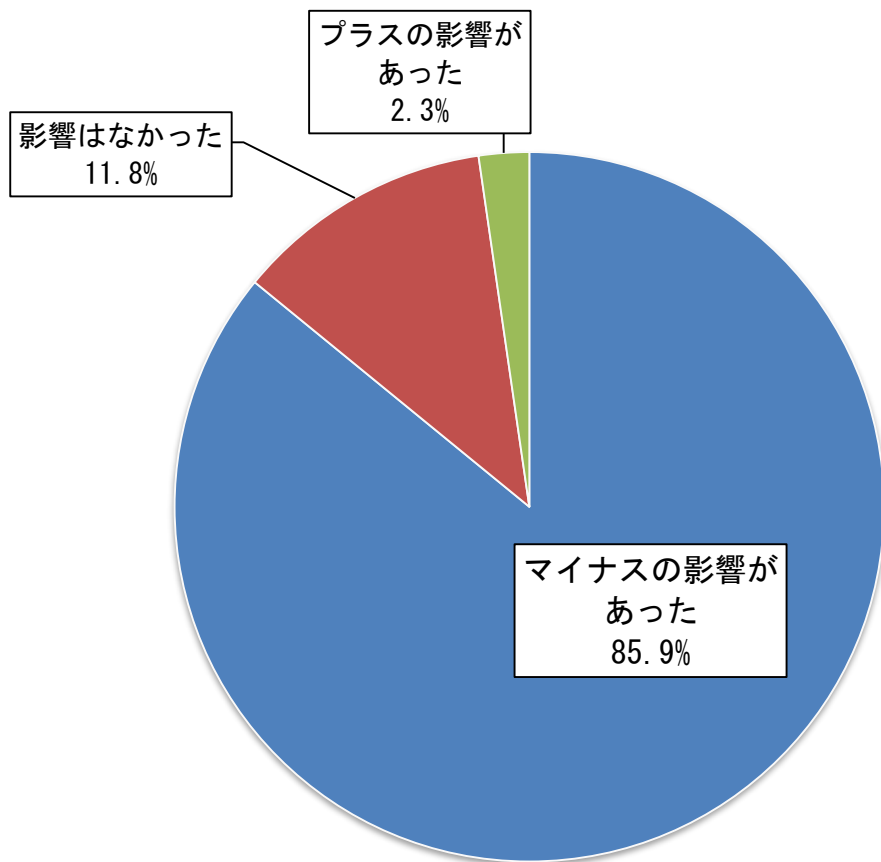
1. 新型コロナウイルス感染症の影響の有無

- 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85.9%、「プラスの影響があった」と回答した企業の割合は2.3%となった。

※「プラスの影響があった」企業の取り組み等については、8ページに掲載。

図表1 新型コロナウイルス感染症の影響の有無（全業種）

(n=3,144)



図表2 新型コロナウイルス感染症の影響の有無（業種別）

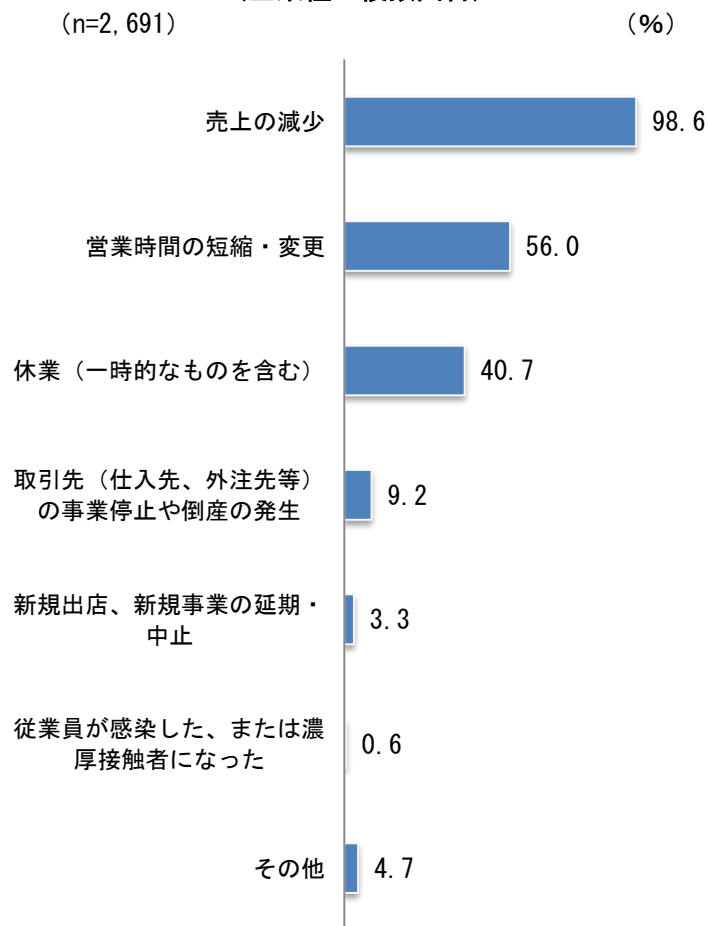
(%)

	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=3,144)	85.9	11.8	2.3
飲食業 (n=1,428)	89.8	8.0	2.2
食肉・食鳥肉販売業 (n=157)	68.2	21.7	10.2
冰雪販売業 (n=56)	94.6	5.4	0.0
理容業 (n=423)	77.5	21.7	0.7
美容業 (n=467)	87.6	12.4	0.0
映画館 (n=57)	75.4	12.3	12.3
ホテル・旅館業 (n=181)	87.3	6.6	6.1
公衆浴場業 (n=113)	72.6	23.9	3.5
クリーニング業 (n=262)	91.2	8.8	0.0

2. 事業へのマイナスの影響

- 新型コロナウイルス感染症の「マイナスの影響があった」企業に、事業への影響について聞いたところ、「売上の減少」と回答した企業の割合が98.6%と最も高く、次いで「営業時間の短縮・変更」が56.0%、「休業（一時的なものを含む）」が40.7%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
(全業種・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)

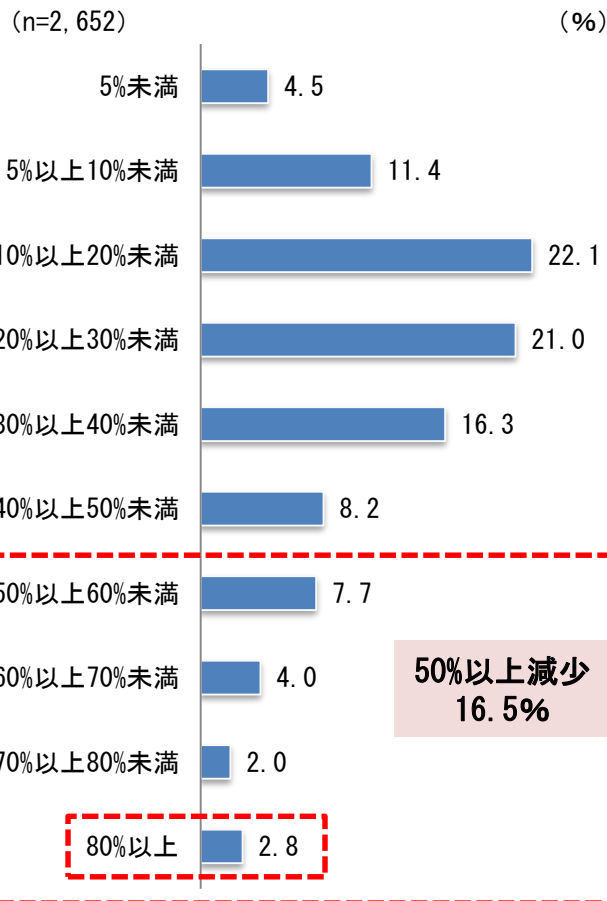
(%)

	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	従業員が感染した、または濃厚接触者になった	その他
全業種 (n=2,691)	98.6	56.0	40.7	9.2	3.3	0.6	4.7
飲食業 (n=1,277)	98.8	69.7	54.9	6.7	3.5	0.9	4.2
食肉・食鳥肉販売業 (n=107)	99.1	33.6	17.8	37.4	6.5	2.8	2.8
氷雪販売業 (n=53)	98.1	34.0	15.1	50.9	13.2	0.0	7.5
理容業 (n=327)	99.1	46.8	22.6	1.8	0.6	0.6	5.5
美容業 (n=407)	99.0	54.1	31.2	4.4	1.2	0.0	5.2
映画館 (n=43)	90.7	62.8	72.1	11.6	4.7	0.0	2.3
ホテル・旅館業 (n=157)	96.2	37.6	61.1	10.2	4.5	0.6	6.4
公衆浴場業 (n=82)	95.1	37.8	14.6	1.2	1.2	0.0	4.9
クリーニング業 (n=238)	99.6	30.7	11.8	20.2	5.0	0.0	5.0

3. 売上の減少幅

- 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、令和2年10~12月の売上の減少幅（対前年同期）を聞いたところ、「50%以上減少」と回答した企業の割合が16.5%（前回調査26.2%）となった。また、「80%以上減少」と回答した企業の割合は2.8%（同5.9%）となった。

図表5 売上の減少幅（全業種）



図表6 売上の減少幅（業種別）

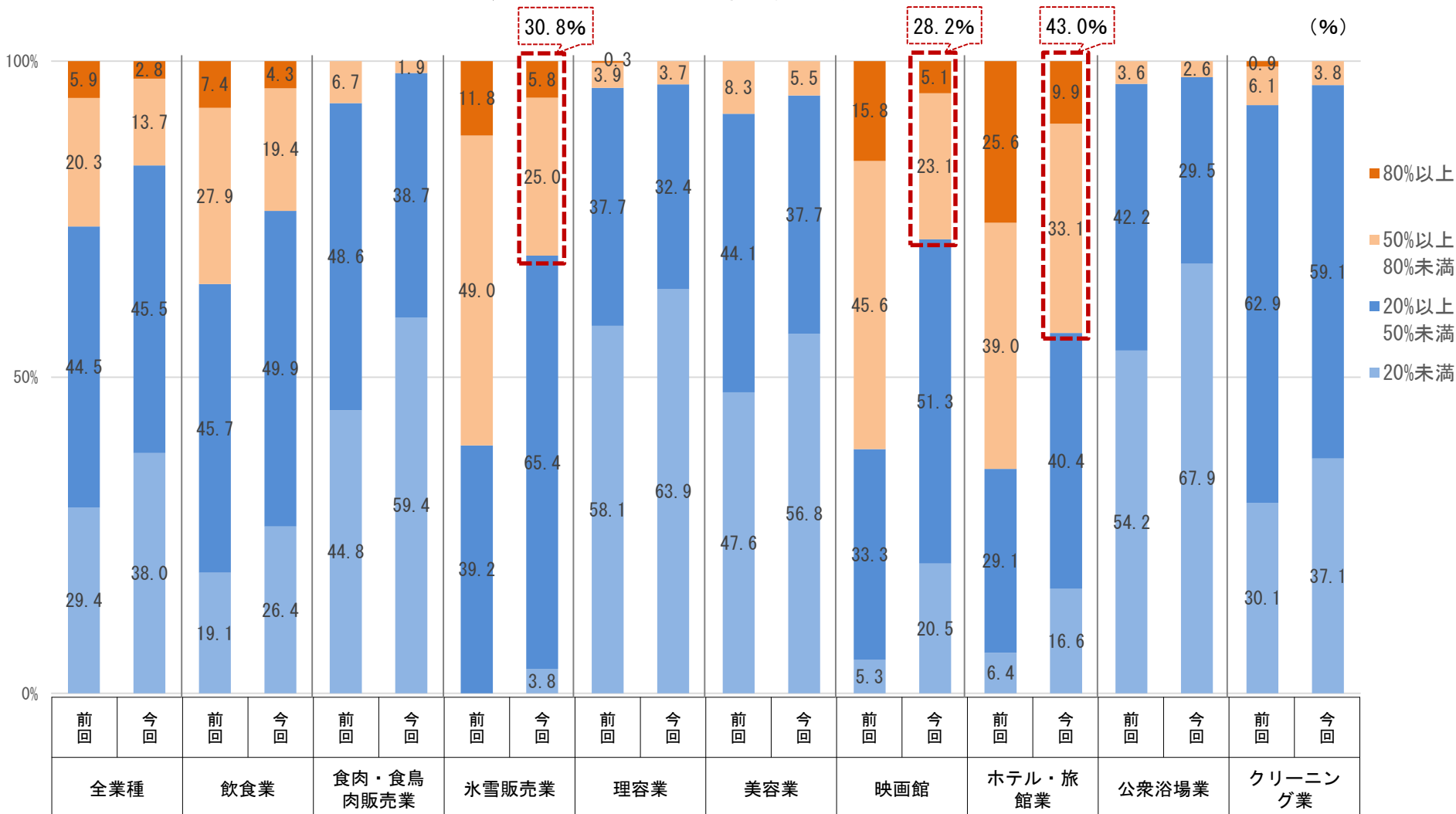
(%)

	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=2,652)	4.5	11.4	22.1	21.0	16.3	8.2	7.7	4.0	2.0	2.8
飲食業 (n=1,262)	2.6	7.1	16.6	18.9	19.8	11.3	10.3	6.3	2.9	4.3
食肉・食鳥肉販売業 (n=106)	9.4	18.9	31.1	23.6	11.3	3.8	0.9	0.9	0.0	0.0
氷雪販売業 (n=52)	0.0	0.0	3.8	15.4	36.5	13.5	11.5	7.7	5.8	5.8
理容業 (n=324)	8.0	21.6	34.3	20.1	9.0	3.4	3.4	0.0	0.3	0.0
美容業 (n=403)	7.9	16.1	32.8	23.6	10.7	3.5	4.2	1.0	0.2	0.0
映画館 (n=39)	2.6	7.7	10.3	23.1	17.9	10.3	15.4	2.6	5.1	5.1
ホテル・旅館業 (n=151)	1.3	7.3	7.9	12.6	18.5	9.3	14.6	11.3	7.3	9.9
公衆浴場業 (n=78)	12.8	24.4	30.8	16.7	10.3	2.6	2.6	0.0	0.0	0.0
クリーニング業 (n=237)	2.5	10.1	24.5	35.9	14.8	8.4	3.4	0.4	0.0	0.0

3. 売上の減少幅

- 業種別にみると、「50%以上減少」と回答した企業の割合が最も高いのはホテル・旅館業で43.0%（前回調査64.6%）、次いで氷雪販売業が30.8%（同60.8%）、映画館が28.2%（同61.4%）となった。

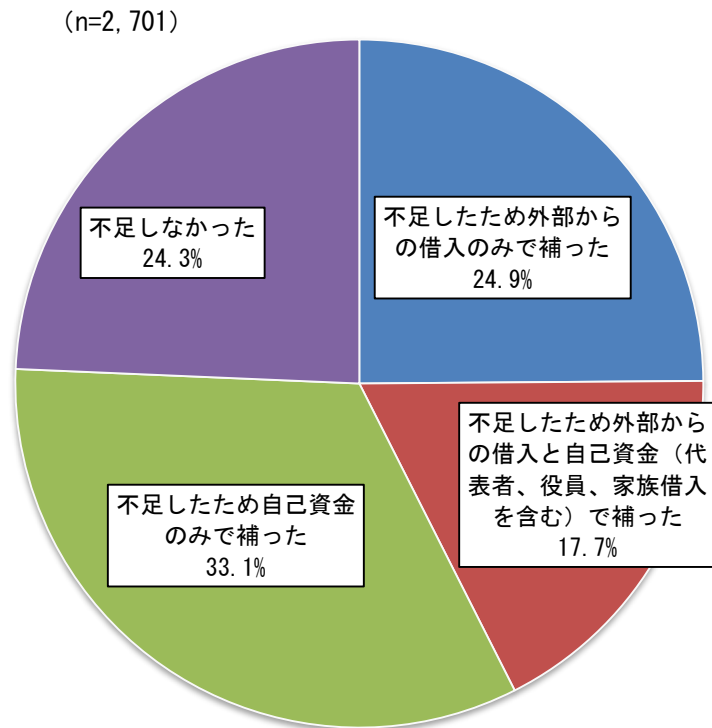
図表7 売上の減少幅（業種別、前回調査との比較）



4. 運転資金の補てん

- 新型コロナウイルス感染症の「マイナスの影響があった」企業に、運転資金の補てんについて聞いたところ、「不足したため外部からの借入のみで補った」が24.9%、「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」が17.7%、「不足したため自己資金のみで補った」が33.1%となった。

図表8 運転資金の補てん（全業種）



図表9 運転資金の補てん（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=2,701)	24.9	17.7	33.1	24.3
飲食業 (n=1,282)	27.7	19.8	32.6	19.9
食肉・食鳥肉販売業 (n=107)	27.1	14.0	27.1	31.8
氷雪販売業 (n=53)	32.1	13.2	26.4	28.3
理容業 (n=328)	13.4	14.0	39.3	33.2
美容業 (n=409)	24.4	14.4	35.9	25.2
映画館 (n=43)	32.6	9.3	18.6	39.5
ホテル・旅館業 (n=158)	31.0	27.2	20.3	21.5
公衆浴場業 (n=82)	11.0	13.4	34.1	41.5
クリーニング業 (n=239)	23.0	15.9	37.7	23.4

5. 不足した運転資金の補てん金額（調達金額の総額）等

- 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、「1千万円以下」と回答した企業の割合が85.1%となった。

※「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

図表10 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
全業種 (n=2,044)	40.6	26.6	10.3	7.6	6.1	3.1	2.3	3.3
飲食業 (n=1,027)	36.3	28.6	11.4	8.5	7.7	3.2	2.2	2.0
食肉・食鳥肉販売業 (n=73)	24.7	23.3	8.2	11.0	8.2	6.8	9.6	8.2
冰雪販売業 (n=38)	26.3	28.9	13.2	10.5	7.9	2.6	5.3	5.3
理容業 (n=219)	69.4	21.5	5.0	4.1	0.0	0.0	0.0	0.0
美容業 (n=306)	51.0	27.5	11.1	4.9	3.3	2.0	0.0	0.3
映画館 (n=26)	11.5	15.4	15.4	7.7	3.8	11.5	7.7	26.9
ホテル・旅館業 (n=124)	10.5	22.6	5.6	10.5	13.7	8.1	7.3	21.8
公衆浴場業 (n=48)	50.0	20.8	8.3	8.3	4.2	2.1	4.2	2.1
クリーニング業 (n=183)	44.3	26.8	12.0	7.7	3.3	2.7	1.6	1.6

※ 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

図表11 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（信販会社、クレジット会社、消費者向け貸金業者等）	その他
全業種 (n=1,132)	31.9	23.6	4.3	1.9	60.5	1.6	11.1
飲食業 (n=600)	31.3	23.0	3.2	1.2	65.2	1.5	11.3
食肉・食鳥肉販売業 (n=43)	44.2	27.9	9.3	0.0	44.2	0.0	9.3
冰雪販売業 (n=23)	26.1	39.1	0.0	0.0	52.2	4.3	4.3
理容業 (n=88)	20.5	15.9	8.0	0.0	50.0	4.5	22.7
美容業 (n=157)	21.0	25.5	7.0	1.3	56.7	0.6	11.5
映画館 (n=18)	55.6	5.6	0.0	11.1	66.7	0.0	11.1
ホテル・旅館業 (n=92)	55.4	18.5	3.3	9.8	68.5	1.1	4.3
公衆浴場業 (n=19)	21.1	31.6	10.5	0.0	47.4	5.3	5.3
クリーニング業 (n=92)	34.8	32.6	3.3	1.1	50.0	1.1	8.7

※ 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

【参考】事業へのプラスの影響

- 新型コロナウイルス感染症による事業への影響の有無について、「プラスの影響があった」と回答した企業に、どのような工夫や取り組みを行い、どのようなプラスの影響があったかを聞いたところ、巣ごもり需要や国や自治体の施策（GoToキャンペーン等）を捉えた取り組みについての回答が目立ちました。その一部をご紹介します。

業種	都道府県	内容
そば・うどん店	神奈川県	コロナ禍で巣ごもり需要が盛り上がるなか、GoToイート食事券を利用した「店内飲食+テイクアウト」のお客が増えており、客単価アップのプラス効果が出ている。
	広島県	コロナ禍で巣ごもり需要のテイクアウト品の注文が増え、「年越しそば」の予約も好調である。これまでは常連客中心であったが、テイクアウトが普及するなかで、新規客のリピーター化にも繋がっている。
中華料理店	新潟県	ミシュランガイド新潟の掲載、タウン誌のスタンプラリー企画、TV取材等が上手くかみ合い盛況となった。また、12月からはクーポン誌の広告掲載や同社のWebサイトへの掲載とスタンプラリーを開始。併せて客単価アップに繋がった「チャーハン+半ラーメン」のメニューを200円引クーポン付きでPRしている。
すし店	石川県	GoToトラベル、GoToイート食事券に対応するため、予約システムの構築等、出来ることは全て整えた。その結果、予約数、来客数、ホームページのアクセス数等がそれぞれ増加し、目覚ましい効果が見られた。
料理店	島根県	地元自治体のプレミアム付き商品券チケットの発行など飲食店向けの支援策で、個人客やファミリー層のテイクアウトやデリバリーの小口注文が増えたほか、ケータリングの出張料理サービスにも力を入れ売上増に繋がった。
	高知県	コロナ禍で大きな危機に直面し、今までの経営実績を振り返ることができた。従来の1泊2食付き宿泊やランチ・宴会などの事業形態を、1泊朝食付き宿泊にスリム化することにより、まだ効果は出ていないが、これからの経営の見通しが立った。
喫茶店	北海道	いわゆる「巣ごもり効果」でコーヒー豆の販売量が増加した。常連客に、感染対策の徹底をアピールし、それが来店客の維持に繋がっていると思う。
	愛知県	GoToイート食事券や地元自治体のプレミアム付き地域商品券の効果で来店客数は大幅に増えた。また、従業員確保のために勤務時間の削減と賃金の引き上げも行っている。
その他飲食店	群馬県	コロナ禍でIT化の推進に取り組んだ。GoToトラベル利用の観光客やGoToイート食事券利用の地域住民に対応するためのインターネット予約（予約日で特典を付けている）が好評である。
	鹿児島県	4月1日から8月1日まで休業し、その間に新型コロナ対策ができる環境づくりに取り組んだ。オゾン発生器、モニター付き検温器、自動アルコール消毒液、空気清浄機の導入など万全の態勢を整えた。会話時にマスク着用を促してきた結果、お客様の意識や行動に変化がみられる。集客では、GoToキャンペーンにいち早く参加し、インターネット予約の改良や滞在時間の提案、コース料理の工夫にも取り組んでいる。

業種	都道府県	内容
食肉販売業	茨城県	新型コロナの影響で巣ごもり需要が続くなか、ブランド和牛入りの自家製コロッケや豚ヒレ・ロースの特製とんかつをテイクアウトの主力としてPRしたところ、大好評となり、販売単価も大幅にアップした。
	長野県	巣ごもり需要を見据え、ホームページを作成したほか、SNSを活用して、自家製加工品のテイクアウト商品やブランド和牛のお歳暮・オードブル等のPRに取り組んだ結果、効果が予想以上であった。
	岐阜県	コロナ禍で飲食店や宿泊施設の客足が激減したことから、店頭やインターネットで食肉類の特別セール（送料無料）を実施したところ大変好調であった。インターネット販売サイト業者4社と契約し、家庭用や贈答用の商品販売を展開している。リピーターも増え、宅配配送が前年の2倍になった。当店の商品を信頼して購入していただけることに自信を持つことができた。
	福岡県	コロナ禍で内食需要が高まり、自宅で家族揃って食事する機会が増えたため、バーベキューセットや焼肉用の商品がよく売れ、客単価も大幅にアップしている。
映画館	富山県	巣ごもりのストレス解消のため、また遠方への外出が自粛されたことから、手軽な娯楽としての映画鑑賞への関心が高まり、空前の大ヒットとなっている「鬼滅の刃」の観客動員が過去最高になっている。
	山梨県	コロナ禍で屋外での出張上映の依頼が増えた。そのリピート客の来場が増えるという波及効果もあった。
ホテル・旅館業	千葉県	感染防止対策の周知や予約管理の徹底、GoToトラベル利用による高価格帯の宿泊プラン設定など、コロナ禍をプラスに受け止め、全社一丸での取組みがお客様の信頼と支持を得ている。
	新潟県	3密回避から離れ方式の客室への宿泊が支持されており、高額価格帯の宿泊プランにも関わらず全国から予約が入っている。特にGoToトラベルを利用する宿泊が増え、新規客の予約問合せも増えている。
	三重県	国や自治体による各種キャンペーンや給付金・助成金等の効果で、宿泊客は昨年より増加した。春先の休業期間を活用して、コロナ感染収束後の経営計画を見直すことができた。
公衆浴場業	愛知県	新型コロナによる緊急事態宣言（4月）を受け、スーパー銭湯及び公共の入浴施設が休業したため、当浴場の来客が増加し、その後もリピーターとして継続来店している。特に高齢者の利用が増加したので、洋式トイレへの改修工事を行った。来年度は全面的なバリアフリー化を予定している。
	愛知県	スーパー銭湯、スポーツ施設、市福祉浴場等の一時的な閉鎖により、温浴施設は公衆浴場のみとなり、その手軽さや利便性、庶民的で温かい雰囲気などを味わっていただくように努めた。その結果、公衆浴場の良さが見直され、少しずつお客様が増えているように感じる。