

生活衛生関係営業の景気動向等調査(2013年10～12月期)特別調査結果

1 外国人客の集客について 2 雇用動向

概 要

1 外国人客の集客について

- 外国人客向け売上の1年前と比べた増減動向を業種別にみると、「増加」の割合は「ホテル・旅館業」(22.4%)、「飲食業」(8.5%)の順に高くなっている。
- 2020年東京オリンピックの開催決定を受けての外国人客の受け入れ姿勢の変化では、「今後、受け入れを強化していきたい」の割合が8.8%となっている。業種別では、「ホテル・旅館業」29.3%、「公衆浴場業」(15.7%)、「飲食業」(10.6%)の順に高い。また、都道府県別では「東京都」(36.5%)、「茨城県」(21.0%)、「宮城県」「石川県」(いずれも16.2%)の順に高い。
- 今後、外国人客の受け入れを強化するために、実施(又は充実)したい取り組み(複数回答)は、「メニューや施設内の案内等の外国語表記の実施」(47.3%)が最も高い。今後、対応(又は充実)したい言語では、「英語」92.7%が最も高く、以下の「中国語」(45.2%)、「韓国語」(43.6%)に比べ割合が高い。

2 雇用動向

- 従業者の増減動向は「増加」4.7%、「変わらない」83.5%、「減少」11.8%となっている。
- 従業者の過不足感は「不足」の割合が27.2%と前年調査に比べ8.9ポイント上昇している。
- 従業者の確保をめぐる環境は「確保しにくくなった」の割合が23.4%と前年調査に比べ9.6ポイント上昇している。確保しにくくなった理由は「新規に募集をしても応募が少ない」の割合が7割を超えている。
- 1年前と比べた賃金水準では「上昇した」割合が前年調査に比べ8.7ポイント上昇し、16.8%となっている。

＜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
TEL 03-3270-1653 担当 野俣、谷藤

【調査の実施要領】

調 査 時 点	2013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3,220企業
有効回答企業数	3,017企業(回答率93.7%)

(業種内訳)

飲食業	1,439企業
食肉・食鳥肉販売業	140企業
氷雪販売業	59企業
理容業	368企業
美容業	430企業
映画館	51企業
ホテル・旅館業	167企業
公衆浴場業	108企業
クリーニング業	255企業

【本調査における留意事項】

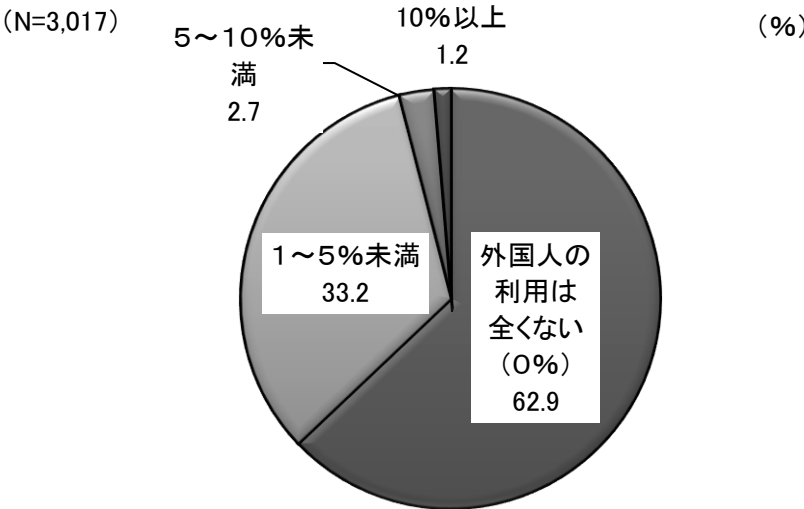
- ・2012年4～6月期調査時点で調査対象企業の見直しが行われている。
- ・比率の算出にあたっては、無回答を除いたものを母数としている。
- ・本調査における各地域の都道府県は次のとおり。
東北：青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県
関東：茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県
中部：新潟県、富山県、石川県、福井県、山梨県、長野県、岐阜県、静岡県、愛知県
近畿：三重県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県
中国：鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県
四国：徳島県、香川県、愛媛県、高知県
九州：福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県

1 外国人客の集客について

(1)顧客層に占める外国人客の割合と外国人客の地域

- 現在の顧客層(一般個人客)のうち、外国人客の占める割合は「外国人の利用は全くない(0%)」62.9%、「1～5%未満」33.2%、「5～10%未満」2.7%、「10%以上」1.2%となっている(参考1、2)。
- 利用している外国人客の地域(複数回答)は「中国」(45.4%)、「韓国」(41.8%)、「北アメリカ」(29.2%)の順に高い。業種別にみると、「ホテル・旅館業」は「韓国」(59.4%)、「台湾」(59.4%)の割合が高い(参考3)。

参考1 顧客層に占める外国人客の割合



参考2 顧客層に占める外国人客の割合(業種別) (%)

	外国人の利用は全くない(0%)	1～5%未満	5～10%未満	10%以上
全体(N=3,017)	62.9	33.2	2.7	1.2
飲食業(N=1,439)	55.0	40.0	3.4	1.5
食肉・食鳥肉販売業(N=140)	65.7	29.3	4.3	0.7
氷雪販売業(N=59)	76.3	15.3	6.8	1.7
理容業(N=368)	82.1	17.9	0.0	0.0
美容業(N=430)	73.0	25.3	0.9	0.7
映画館(N=51)	33.3	66.7	0.0	0.0
ホテル・旅館業(N=167)	35.9	50.9	7.2	6.0
公衆浴場業(N=108)	53.7	43.5	2.8	0.0
クリーニング業(N=255)	85.5	13.7	0.8	0.0

参考3 利用している外国人客の地域(業種別)(複数回答) (%)

	中国	韓国	北アメリカ	アジア、台湾、中国、香港以外、韓国、	ヨーロッパ	台湾	南アメリカ	香港	オセアニア	アフリカ	その他	把握からでない・
全体(N=1,101)	45.4	41.8	29.2	23.4	23.1	22.5	9.9	9.2	4.0	1.7	4.3	21.3
飲食業(N=638)	45.0	40.3	32.3	21.6	26.0	21.5	7.4	9.1	2.8	1.7	4.4	24.5
食肉・食鳥肉販売業(N=48)	54.2	41.7	10.4	27.1	8.3	27.1	8.3	2.1	2.1	2.1	2.1	22.9
氷雪販売業(N=14)	42.9	64.3	21.4	14.3	0.0	0.0	21.4	0.0	0.0	0.0	0.0	7.1
理容業(N=66)	45.5	21.2	30.3	24.2	13.6	10.6	21.2	0.0	3.0	3.0	9.1	12.1
美容業(N=112)	42.0	36.6	16.1	36.6	16.1	17.0	15.2	3.6	2.7	0.0	4.5	9.8
映画館(N=33)	27.3	21.2	27.3	0.0	6.1	6.1	15.2	3.0	3.0	0.0	0.0	54.5
ホテル・旅館業(N=106)	53.8	59.4	41.5	23.6	41.5	59.4	8.5	34.0	17.9	2.8	2.8	10.4
公衆浴場業(N=49)	49.0	61.2	26.5	32.7	16.3	10.2	10.2	2.0	0.0	0.0	8.2	18.4
クリーニング業(N=35)	40.0	54.3	11.4	20.0	8.6	5.7	14.3	0.0	0.0	5.7	0.0	25.7

(注)外国人客の利用があると回答した方に聴取。

(2) 外国人客向け売上の増減動向

- 最近1年間(平成24年12月～平成25年11月)の外国人客向け売上の、1年前(平成23年12月～平成24年11月)と比べた増減動向は「増加」6.5%、「変わらない」90.0%、「減少」3.5%となっている。
業種別にみると、「増加」の割合は「ホテル・旅館業」(22.4%)、「飲食業」(8.5%)で高い(参考4)。
- 「増加」と回答した企業における、売上の増加割合は「5%未満」60.8%、「5～10%未満」15.6%、「10～15%未満」9.7%などとなっている(参考5)。

参考4 外国人客向け売上の増減動向(業種別)
(%)

	増加	変わらない	減少
全体 (N=2,872)	6.5	90.0	3.5
飲食業 (N=1,367)	8.5	88.0	3.5
食肉・食鳥肉販売業 (N=136)	5.1	90.4	4.4
氷雪販売業 (N=56)	0.0	96.4	3.6
理容業 (N=351)	2.3	93.4	4.3
美容業 (N=403)	2.7	94.8	2.5
映画館 (N=51)	2.0	90.2	7.8
ホテル・旅館業 (N=161)	22.4	72.0	5.6
公衆浴場業 (N=106)	3.8	93.4	2.8
クリーニング業 (N=241)	1.2	97.1	1.7

参考5 外国人客向け売上の増加割合(業種別)
(%)

	5% 増加未満	5%～10% 未満増加	10%～15% 未満増加	15%～20% 未満増加	20%以上 増加
全体 (N=186)	60.8	15.6	9.7	7.5	6.5
飲食業 (N=116)	58.6	18.1	10.3	6.9	6.0
食肉・食鳥肉販売業 (N=7)	57.1	14.3	14.3	0.0	14.3
理容業 (N=8)	62.5	0.0	12.5	12.5	12.5
美容業 (N=11)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
映画館 (N=1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
ホテル・旅館業 (N=36)	50.0	19.4	8.3	13.9	8.3
公衆浴場業 (N=4)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
クリーニング業 (N=3)	66.7	0.0	33.3	0.0	0.0

(注)・外国人客の売上が増加したと回答した方について増加割合を表示。
・表中の網掛け部分はサンプル数僅少(10未満)であり、参考値として記載。以下同じ。

(3) 外国人客の集客に向けた取り組みの実施状況と取り組みの具体的内容

- 外国人客の集客に向けた取り組みの実施状況は「実施している」割合が10.8%となっている。
業種別にみると、「ホテル・旅館業」(43.1%)、「公衆浴場業」(21.3%)、「映画館」(15.7%)の順に高い(参考6)。
- 取り組みの具体的内容(複数回答)は「メニューや施設内の案内等の外国語表記の実施」40.9%、「外国人に対応できる(外国語を話せるなど)スタッフの教育・雇用」32.0%、「外国人向け情報サイトへの登録」28.6%の順に高い(参考7)。

参考6 外国人客の集客に向けた取り組みの実施状況
(業種別) (%)

	実施している	実施していない
全体 (N=3,017)	10.8	89.2
飲食業 (N=1,439)	11.5	88.5
食肉・食鳥肉販売業 (N=140)	5.0	95.0
氷雪販売業 (N=59)	5.1	94.9
理容業 (N=368)	4.6	95.4
美容業 (N=430)	4.4	95.6
映画館 (N=51)	15.7	84.3
ホテル・旅館業 (N=167)	43.1	56.9
公衆浴場業 (N=108)	21.3	78.7
クリーニング業 (N=255)	3.9	96.1

参考7 外国人客の集客に向けた取り組みの具体的内容(業種別)(複数回答) (%)

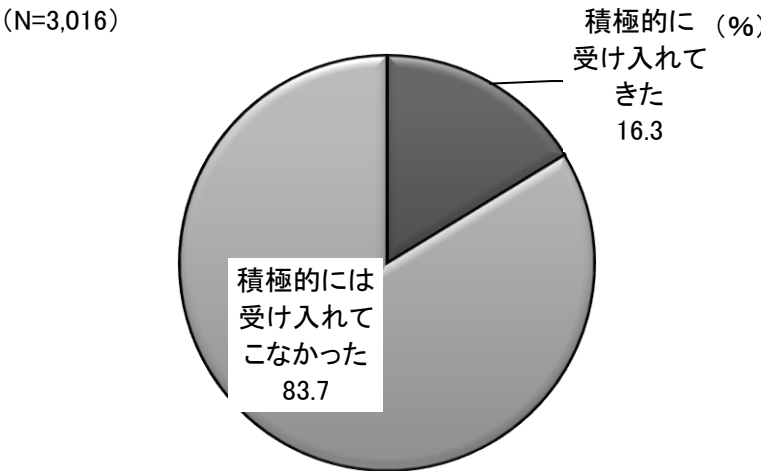
	メニューや施設内の案内等の外国語表記の実施	(外国人に話せるなど)スタッフの教育・雇用	外国人向け情報サイトへの登録	外国語に対応したホームページの作成	外国人向けのパンフレットの作成	国内の旅行代理店との提携	外国人向けの商品・サービスの提供	外国人向けガイドブックへの掲載依頼	旅館・ホテルとの提携	海外の旅行代理店との提携	外国人に対応した設備の設置	その他
全体 (N=325)	40.9	32.0	28.6	21.8	18.2	14.2	12.9	10.2	10.5	9.5	4.0	10.5
飲食業 (N=166)	48.8	27.7	21.1	14.5	13.9	8.4	16.3	10.2	12.7	6.6	3.0	9.0
食肉・食鳥肉販売業 (N=7)	14.3	42.9	0.0	14.3	0.0	28.6	28.6	14.3	14.3	14.3	0.0	14.3
氷雪販売業 (N=3)	0.0	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
理容業 (N=17)	23.5	41.2	29.4	11.8	5.9	0.0	17.6	5.9	0.0	0.0	5.9	29.4
美容業 (N=19)	10.5	47.4	21.1	21.1	5.3	5.3	5.3	5.3	5.3	5.3	0.0	21.1
映画館 (N=8)	62.5	37.5	12.5	50.0	0.0	12.5	12.5	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0
ホテル・旅館業 (N=72)	33.3	40.3	59.7	47.2	27.8	37.5	5.6	15.3	8.3	23.6	9.7	4.2
公衆浴場業 (N=23)	69.6	0.0	0.0	8.7	60.9	4.3	8.7	4.3	13.0	4.3	0.0	13.0
クリーニング業 (N=10)	0.0	50.0	40.0	0.0	0.0	0.0	10.0	0.0	20.0	0.0	0.0	30.0

(注) 外国人客の集客に向けた取り組みを実施している方について、具体的内容を表示。

(4) 現在までの外国人客の受け入れ姿勢

- 現在までの外国人客の受け入れ姿勢は「積極的に受け入れてきた」の割合が16.3%となっている(参考8)。
業種別にみると、「映画館」(27.5%)、「公衆浴場業」(23.1%)、「ホテル・旅館業」(22.8%)の順に高い(参考9)。
また、地域別では「近畿」(20.9%)、「関東」(18.8%)、「四国」(18.7%)、都道府県別では「愛知県」(35.0%)、「栃木県」(32.8%)、「奈良県」(31.3%)の順に高い(参考10、11)。

参考8 現在までの外国人客の受け入れ姿勢



参考10 現在までの外国人客の受け入れ姿勢(地域別)

	積極的に受け入れてきた (%)	積極的に受け入れてこなかった (%)
全体 (N=3,016)	16.3	83.7
北海道 (N=69)	13.0	87.0
東北 (N=407)	14.0	86.0
関東 (N=431)	18.8	81.2
中部 (N=588)	13.8	86.2
近畿 (N=459)	20.9	79.1
中国 (N=344)	13.1	86.9
四国 (N=278)	18.7	81.3
九州 (N=440)	15.9	84.1

参考9 現在までの外国人客の受け入れ姿勢(業種別) (%)

	積極的に受け入れてきた (%)	積極的に受け入れてこなかった (%)
全体 (N=3,016)	16.3	83.7
飲食業 (N=1,438)	17.6	82.4
食肉・食鳥肉販売業 (N=140)	15.0	85.0
氷雪販売業 (N=59)	8.5	91.5
理容業 (N=368)	11.1	88.9
美容業 (N=430)	15.1	84.9
映画館 (N=51)	27.5	72.5
ホテル・旅館業 (N=167)	22.8	77.2
公衆浴場業 (N=108)	23.1	76.9
クリーニング業 (N=255)	11.4	88.6

参考11 現在までの外国人客の受け入れ姿勢
(「積極的に受け入れてきた」の回答割合が高い都道府県(上位5都道府県))

	積極的に受け入れてきた (%)	積極的に受け入れてこなかった (%)
全体 (N=3,016)	16.3	83.7
愛知県 (N=60)	35.0	65.0
栃木県 (N=67)	32.8	67.2
奈良県 (N=67)	31.3	68.7
滋賀県 (N=62)	29.0	71.0
鹿児島県 (N=59)	25.4	74.6

外国人客を受け入れる上で大切なこと（「積極的に受け入れてきた」と回答した方の記述回答より）

【飲食業】

- ・メニューを英語、中国語、台湾語、韓国語、日本語の5ヵ国語で用意し、食物のアレルギーを聴取するほか、日本酒の飲み方や日本料理の食べ方を説明している（すし店、石川県）。
- ・私たちが外国に行った時と置き換えて対応すべきだと思う（すし店、大阪府）。
- ・やはり語学力は必要。従業員への教育や案内用のパンフレットを用意する（料理店、広島県）。
- ・韓国語を少しマスターした（そば・うどん店、佐賀県）。
- ・うどんの体験学校が外国人客に受け入れられている（そば・うどん店、香川県）。
- ・従業員を外国人にして居心地の良い店にしている（社交業、福島県）。
- ・外国人にも分かりやすいようにメニューは写真付きにしている（その他飲食店・鹿児島県）。
- ・身振り手振りを交えて笑顔の接客を心掛けている（その他飲食店・鹿児島県）。
- ・生衛組合で外国人客（英語・中国・韓国）3ヵ国向けのガイドブックと接客マナーブックを作成した（喫茶店、福井県）
- ・観光協会、市役所が韓国人向けに散歩の取組みを強化している。休憩場所になっているため予約を受けている（喫茶店、佐賀県）。

【食肉・食鳥肉販売業】

- ・アジア系の方は豚肉の方が利用しやすいと思う（食肉販売業、埼玉県）。
- ・外国人向けのメニューや案内を充実している（食鳥肉販売業、福岡県）。

【冰雪販売業】

- ・外国人という意識は持たず、普通に接すればよい（鹿児島県）。

【理容業】

- ・スマートフォンの翻訳アプリを活用している（山口県）。
- ・外国人でも分かりやすいようにスタイルブック等を用意している（宮崎県）。

【美容業】

- ・英語を話せる人が担当している（愛知県）。
- ・語学を学ぶ。親切に接する（奈良県）。

【映画館】

- ・アメリカの方が多いので、チケット売り場に英語を話せる人を配置している（宮崎県）。
- ・外国人向けのメニューや店内の案内を充実し、日本人のやさしさを感じてもらう（福岡県）。

【ホテル・旅館業】

- ・外国人向けインターネットサイトと契約し、外国語対応のHPを作成した。また、全館をWi-Fi（無料）とした（奈良県）。
- ・滞在型の利用促進を図るため、価格面で優遇した（島根県）。

【公衆浴場業】

- ・入浴マナーを韓国語版で出している（栃木県）。

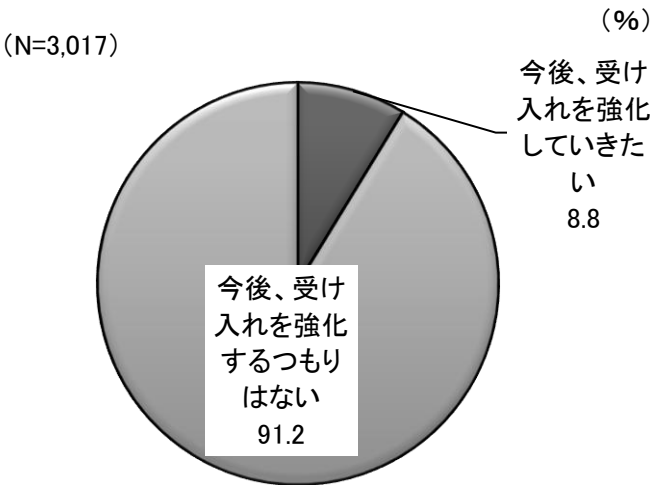
【クリーニング業】

- ・言葉（外国語）がポイントだと思うので、息子や妻に対応を任せている（栃木県）。
- ・ある地域の外国の方は全員が値引きを求めてくるが、その際は値引きがポイントになる（山梨県）。

(5) 2020年東京オリンピック開催決定を受けての外国人客の受け入れ姿勢の変化

- 2020年東京オリンピック開催決定を受けての外国人客の受け入れ姿勢の変化は「今後、受け入れを強化していきたい」が8.8%となっている(参考12)。
業種別にみると、「ホテル・旅館業」(29.3%)、「公衆浴場業」(15.7%)、「飲食業」(10.6%)の順に高い(参考13)。
また、地域別では「関東」(15.5%)、「近畿」(9.4%)、「東北」(7.9%)、都道府県別では「東京都」(36.5%)、「茨城県」(21.0%)、「宮城県」「石川県」(いずれも16.2%)の順に高い(参考14、15)。

参考12 2020年東京オリンピック開催決定を受けての受け入れ姿勢の変化



参考13 2020年東京オリンピック開催決定を受けての受け入れ姿勢の変化(業種別)

(%)

	今後、受け入れを強化していきたい	今後、受け入れを強化するつもりはない
全体 (N=3,017)	8.8	91.2
飲食業 (N=1,439)	10.6	89.4
食肉・食鳥肉販売業 (N=140)	3.6	96.4
氷雪販売業 (N=59)	5.1	94.9
理容業 (N=368)	3.5	96.5
美容業 (N=430)	4.4	95.6
映画館 (N=51)	5.9	94.1
ホテル・旅館業 (N=167)	29.3	70.7
公衆浴場業 (N=108)	15.7	84.3
クリーニング業 (N=255)	0.8	99.2

参考14 2020年東京オリンピック開催決定を受けての受け入れ姿勢の変化(地域別) (%)

	今後、受け入れを強化していきたい	今後、受け入れを強化するつもりはない
全体 (N=3,017)	8.8	91.2
北海道 (N=69)	5.8	94.2
東北 (N=407)	7.9	92.1
関東 (N=432)	15.5	84.5
中部 (N=588)	7.8	92.2
近畿 (N=459)	9.4	90.6
中国 (N=344)	7.0	93.0
四国 (N=278)	5.0	95.0
九州 (N=440)	7.7	92.3

参考15 2020年東京オリンピック開催決定を受けての受け入れ姿勢の変化
(「今後、受け入れを強化していきたい」の回答割合が高い都道府県(上位5都道府県))

(%)

	今後、受け入れを強化していきたい	今後、受け入れを強化するつもりはない
全体 (N=3,017)	8.8	91.2
東京都 (N=63)	36.5	63.5
茨城県 (N=62)	21.0	79.0
宮城県 (N=68)	16.2	83.8
石川県 (N=68)		
千葉県 (N=64)	15.6	84.4
山形県 (N=70)	14.3	85.7

(6) 外国人客の受け入れを強化する上で現在最も不足しているもの

○ 外国人客の受け入れを強化する上で現在最も不足しているもの(単一回答)は「情報」46.2%、「人材」35.9%の順に高い(参考16)。

参考16 外国人客の受け入れを強化する上で現在最も不足しているもの(単一回答)



(注)「今後、受け入れを強化していきたい」と回答した方に聴取。参考17～20も同じ。

外国人客の受け入れを強化する上でサポートしてほしい情報(記述回答より)

【飲食業】

- ・どのように対応してよいのか分からない状況。一からサポートしてほしい(すし店、島根県)。
- ・いつ、どこに、どの国の方が来られるのかという情報(社交業、岩手県)。
- ・宗教上食さないものについての情報(喫茶店、山形県)。
- ・外国人向けのメニューやパンフレットの作成方法(そば・うどん店、東京都)。
- ・外国語が分からず、話せない。メニューをどのように書けばよいか分からない。調べる方法や教えてくれる組織等の情報(その他飲食店、石川県)。

【食肉・食鳥肉販売業】

- ・コミュニケーションの取り方をサポートしてほしい(食肉販売業、山形県)。

【理容業】

- ・外国人向けの宣伝方法(山梨県)。

【美容業】

- ・外国人が来店した時の会話の事例集があればよい(大分県)。

【映画館】

- ・いつ頃来場されるのかといった、イベント等の日程の情報(長野県)。

【ホテル・旅館業】

- ・糸口が見つからないため、成功事例の発表などセミナー等を開催してもらいたい(宮城県)。
- ・風評被害を払拭するため、隣接地域の放射線量をリアルタイムで情報発信してほしい(宮城県)。
- ・不足しているものについての外国人の意見を聞きたい(東京都)。

【公衆浴場業】

- ・翻訳をサポートしてほしい(石川県)

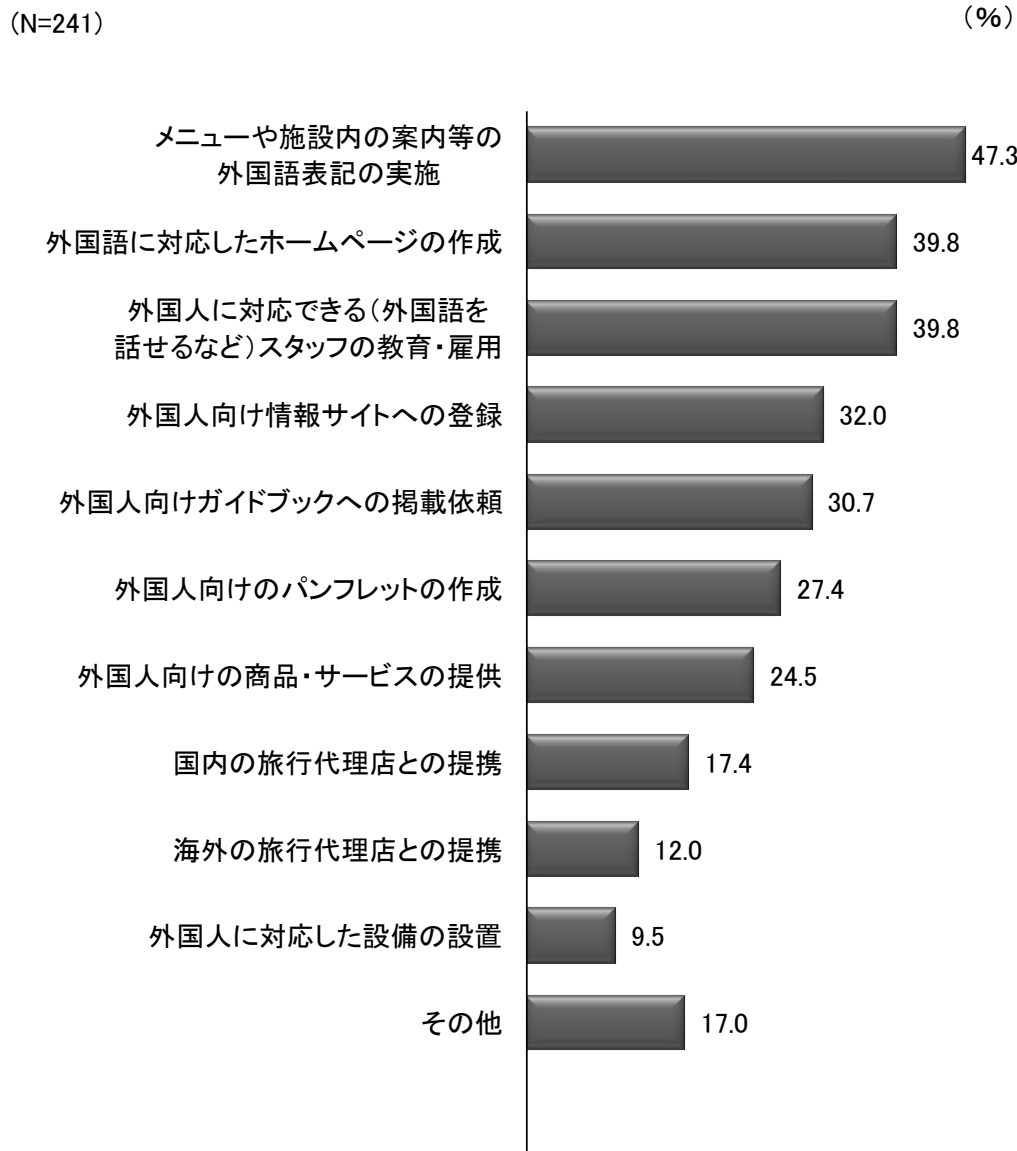
【クリーニング業】

- ・外国人はどのように洗濯してほしいかといった、外国人の好みに関する情報(千葉県)。

(7)外国人の受け入れを強化するために実施(又は充実)したい取り組み

- 今後、外国人の受け入れを強化するために実施(又は充実)したい取り組み(複数回答)は、「メニューや施設内の案内等の外国語表記の実施」47.3%、「外国語に対応したホームページの作成」39.8%、「外国人に対応できる(外国語を話せるなど)スタッフの教育・雇用」39.8%の順に高い(参考17、18)。

参考17 外国人の受け入れを強化するために
実施(又は充実)したい取り組み(複数回答)



参考18 外国人の受け入れを強化するために
実施(又は充実)したい取り組み(業種別)(複数回答) (%)

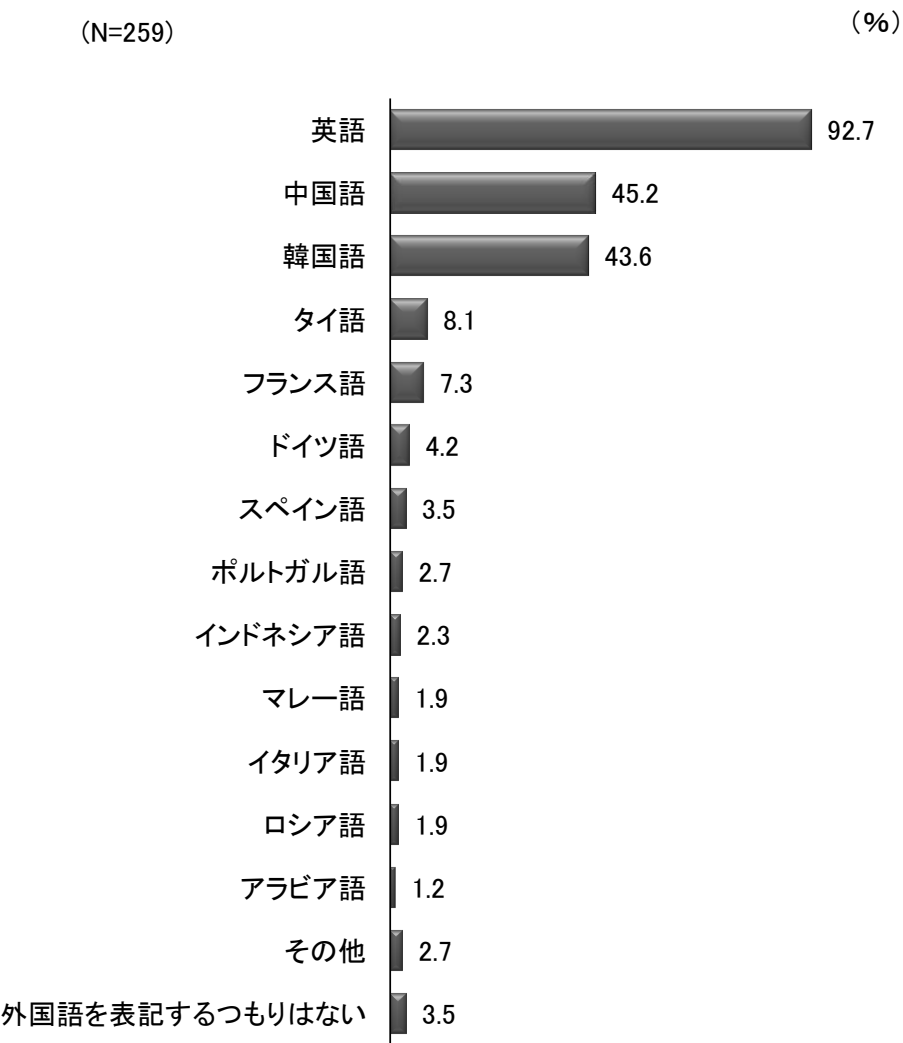
	施設内の案内等の 外国語表記の実施	ホームページの 作成	外国人に対応できる スタッフの教育・雇用 (外国人に話せるなど)	外国人向け 情報サイトへの 登録	外国人向け ガイドブックへの 掲載依頼	外国人向けの パンフレットの 作成	外国人向け 商品・サービスの 提供	国内の旅行代理 店との提携	海外の旅行代理 店との提携	外国人に 設備の設置 に対応した	その他
全体 (N=241)	47.3	39.8	39.8	32.0	30.7	27.4	24.5	17.4	12.0	9.5	17.0
飲食業 (N=140)	50.0	34.3	35.7	27.1	30.0	23.6	22.9	15.7	10.0	7.1	20.0
理容業 (N=12)	16.7	33.3	58.3	25.0	33.3	33.3	41.7	8.3	8.3	8.3	8.3
美容業 (N=17)	47.1	17.6	58.8	23.5	11.8	17.6	11.8	5.9	0.0	5.9	17.6
ホテル・旅館業 (N=45)	53.3	62.2	51.1	57.8	33.3	33.3	26.7	28.9	26.7	20.0	8.9
公衆浴場業 (N=16)	62.5	68.8	18.8	31.3	50.0	62.5	12.5	18.8	6.3	12.5	18.8

(注) サンプル数10以上の業種についてのみ表示。参考20も同じ。

(8) 今後、ホームページ・メニュー・パンフレット等の表示で対応(又は充実)したい言語

○ 今後、ホームページ・メニュー・パンフレット等の表示で対応(又は充実)したい言語(複数回答)は、「英語」(92.7%)が最も高く、以下、「中国語」(45.2%)、「韓国語」(43.6%)となっている(参考19、20)。

参考19 ホームページ等で対応(又は充実)したい言語
(複数回答)



参考20 ホームページ等で対応(又は充実)したい言語(業種別)(複数回答)

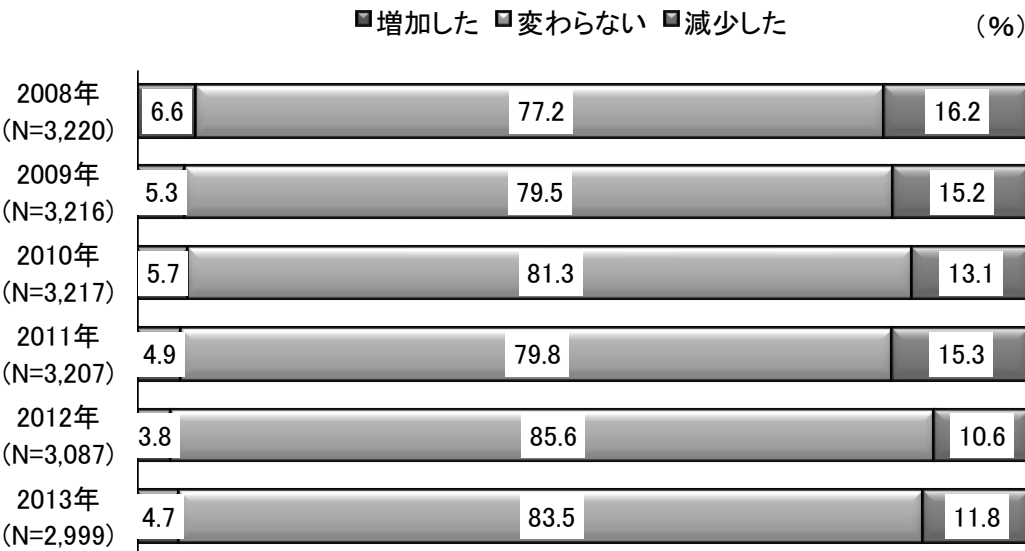
	英語	中国語	韓国語	タイ語	フランス語	ドイツ語	スペイン語	ポルトガル語	インドネシア語	マレー語	イタリア語	ロシア語	アラビア語	その他	つも表外国語を り記す はなる ない
全体 (N=259)	92.7	45.2	43.6	8.1	7.3	4.2	3.5	2.7	2.3	1.9	1.9	1.9	1.2	2.7	3.5
飲食業 (N=150)	95.3	46.7	42.7	5.3	4.7	4.7	3.3	2.7	0.7	0.0	2.0	1.3	1.3	1.3	3.3
理容業 (N=12)	91.7	25.0	25.0	0.0	8.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8.3
美容業 (N=18)	100.0	22.2	27.8	0.0	5.6	5.6	5.6	5.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.6	0.0
ホテル・旅館業 (N=49)	81.6	49.0	51.0	20.4	16.3	6.1	6.1	4.1	10.2	10.2	4.1	0.0	0.0	4.1	6.1
公衆浴場業 (N=17)	94.1	70.6	70.6	5.9	5.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	11.8	5.9	11.8	0.0

2 雇用動向について

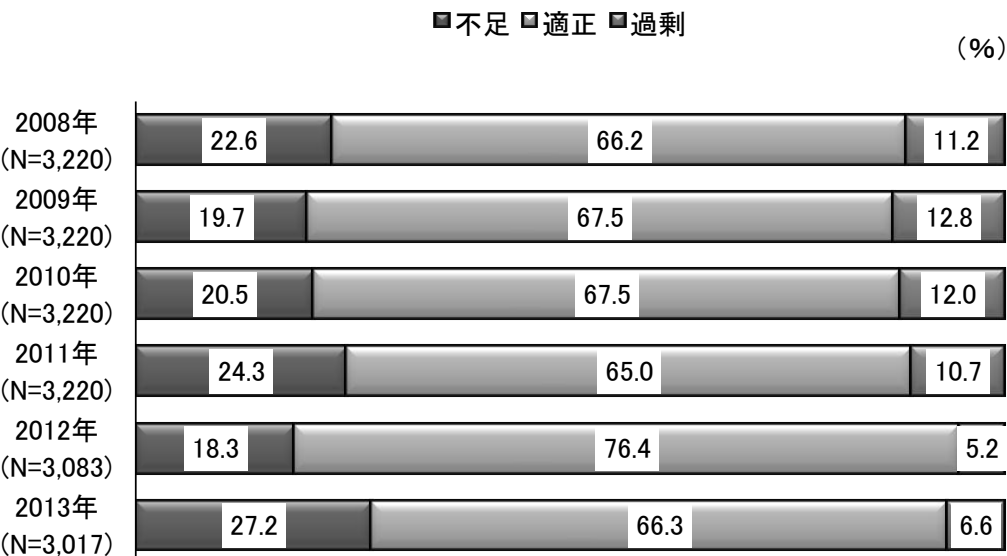
(1) 従業者数の増減動向と従業者の過不足感

- 1年前と比べた従業者数は「増加」4.7%、「変わらない」83.5%、「減少」11.8%となっている(参考21)。
業種別にみると、「増加」の割合は「ホテル・旅館業」(13.9%)、「減少」の割合は「映画館」(27.5%)で最も高い(参考22)。
- 従業者の過不足感は「不足」27.2%、「適正」66.3%、「過剰」6.6%となっている。「不足」の割合は前年調査に比べ8.9ポイント上昇している(参考23)
業種別にみると、「不足」の割合は「映画館」(47.0%)、「ホテル・旅館業」(46.7%)、「美容業」(28.3%)の順に高い(参考24)。

参考21 1年前と比べた従業者の増減動向



参考23 従業者の過不足感



参考22 1年前と比べた従業者の増減動向(業種別)(%)

	増加した	変わらない	減少した
全体 (N=2,999)	4.7	83.5	11.8
飲食業 (N=1,428)	4.7	82.8	12.5
食肉・食鳥肉販売業 (N=140)	8.6	83.6	7.9
氷雪販売業 (N=59)	6.8	81.4	11.9
理容業 (N=368)	0.8	89.7	9.5
美容業 (N=425)	4.7	83.3	12.0
映画館 (N=51)	3.9	68.6	27.5
ホテル・旅館業 (N=166)	13.9	72.9	13.3
公衆浴場業 (N=107)	4.7	90.7	4.7
クリーニング業 (N=255)	1.6	86.3	12.2

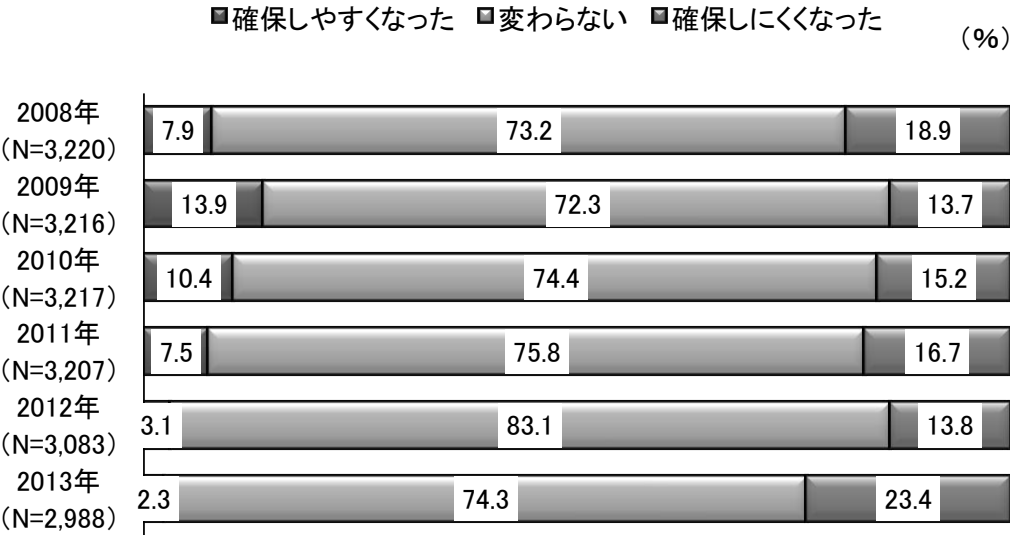
参考24 従業者の過不足感(業種別)(%)

	不足	適正	過剰
全体 (N=3,017)	27.2	66.3	6.6
飲食業 (N=1,439)	28.1	65.1	6.8
食肉・食鳥肉販売業 (N=140)	21.4	68.6	10.0
氷雪販売業 (N=59)	11.9	78.0	10.2
理容業 (N=368)	25.8	66.8	7.3
美容業 (N=430)	28.3	65.6	6.0
映画館 (N=51)	47.0	49.0	3.9
ホテル・旅館業 (N=167)	46.7	48.5	4.8
公衆浴場業 (N=108)	11.1	86.1	2.8
クリーニング業 (N=255)	18.4	75.7	5.9

(2) 従業員の確保をめぐる環境と従業員を確保しにくくなった理由

- 従業員の確保をめぐる環境は「確保しやすくなった」2.3%、「変わらない」74.3%、「確保しにくくなった」23.4%となっている。「確保しにくくなった」の割合は前年調査に比べ9.6ポイント上昇している(参考25)。業種別にみると、「確保しにくくなった」の割合は「ホテル・旅館業」(40.4%)、「映画館」(29.4%)、「美容業」(28.6%)で高い(参考26)。
- 従業員が確保しにくくなった理由(複数回答)は「新規に募集をしても応募が少ない」71.8%、「新規募集の際に応募はあるものの、意欲・能力等の面で求める人材が少ない」44.8%、「新規に雇用した者が定着せずに辞めてしまう」38.2%の順に高い(参考27)

参考25 従業員の確保をめぐる環境



参考26 従業員の確保をめぐる環境(業種別) (%)

	確保しやすくなった	変わらない	確保しにくくなった
全体 (N=2,988)	2.3	74.3	23.4
飲食業 (N=1,424)	2.7	73.5	23.8
食肉・食鳥肉販売業 (N=139)	1.4	79.9	18.7
氷雪販売業 (N=59)	0.0	84.7	15.3
理容業 (N=365)	1.9	76.2	21.9
美容業 (N=423)	1.2	70.2	28.6
映画館 (N=51)	2.0	68.6	29.4
ホテル・旅館業 (N=166)	3.0	56.6	40.4
公衆浴場業 (N=107)	3.7	87.9	8.4
クリーニング業 (N=254)	3.1	83.9	13.0

参考27 従業員が確保しにくくなった理由(業種別)(複数回答)

	新規に募集をしても応募が少ない	意欲・能力等の面で求める人材が少ない	応募はあるものの、新規募集の際に定着せずに辞めてしまう	新規募集の際に求められる待遇面の水準が高い	従業員が高齢化し、健康上の理由から辞めてしまう	優秀な従業員が独立、または他社に引き抜かれてしまう	その他
全体 (N=694)	71.8	44.8	38.2	37.5	19.9	10.5	5.8
飲食業 (N=336)	73.5	50.6	37.2	38.7	21.4	7.7	3.3
食肉・食鳥肉販売業 (N=26)	76.9	38.5	30.8	46.2	30.8	0.0	0.0
氷雪販売業 (N=9)	77.8	44.4	22.2	22.2	11.1	0.0	11.1
理容業 (N=80)	67.5	20.0	35.0	41.3	10.0	15.0	20.0
美容業 (N=119)	70.6	43.7	47.1	36.1	7.6	26.1	2.5
映画館 (N=15)	86.7	66.7	40.0	26.7	0.0	0.0	6.7
ホテル・旅館業 (N=67)	74.6	49.3	34.3	28.4	38.8	4.5	4.5
公衆浴場業 (N=9)	44.4	22.2	33.3	22.2	55.6	0.0	22.2
クリーニング業 (N=33)	57.6	42.4	42.4	45.5	27.3	3.0	9.1

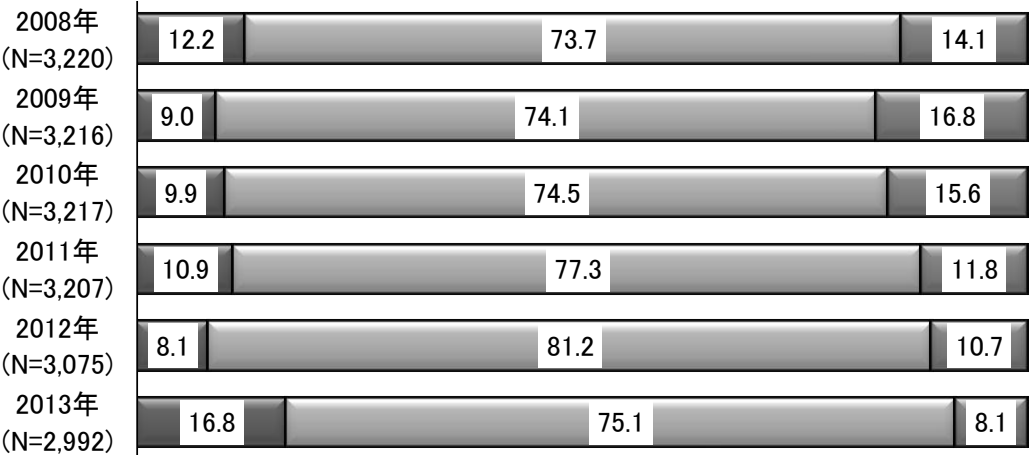
(注)「従業員が確保しにくくなった」と回答した方に聴取。

(3) 1年前と比べた賃金水準

- 1年前と比べた賃金水準は「上昇」16.8%、「変わらない」75.1%、「低下」8.1%となっている。「上昇」の割合は前年調査に比べ8.7ポイント上昇している(参考28)。
業種別にみると、「上昇」の割合は「映画館」(31.4%)、「美容業」(23.8%)、「ホテル・旅館業」(21.6%)で高い(参考29)。
- 今後1年間の賃金水準の見通しは「引き上げる」15.6%、「変えない」80.2%、「引き下げる」4.2%となっている(参考30)。
業種別にみると、「引き上げる」の割合は「映画館」(31.4%)、「美容業」(21.6%)、「ホテル・旅館業」(21.0%)で高い(参考31)。

参考28 1年前と比べた賃金水準

■上昇した ■変わらない ■低下した (%)



参考29 1年前と比べた賃金水準(業種別) (%)

	上昇 (5%以上)	上昇 (4%未満)	上昇 (3%未満)	上昇 (2%未満)	上昇 (1%未満)	上昇 (1%未満)	「上昇」計	変わらない	「低下」計	低下 (1%未満)	低下 (1%未満)	低下 (2%未満)	低下 (3%未満)	低下 (4%未満)	低下 (5%以上)
全体 (N=2,992)	5.6	1.7	1.6	2.8	3.0	2.1	16.8	75.1	8.1	1.8	1.1	0.8	0.2	0.7	3.4
飲食業 (N=1,424)	6.0	2.0	1.3	3.2	2.7	1.7	16.8	75.8	7.4	2.4	1.1	0.3	0.3	0.8	2.6
食肉・食鳥肉販売業 (N=140)	7.1	1.4	2.1	0.7	5.7	2.9	20.0	72.1	7.9	0.7	0.7	0.7	1.4	0.7	3.6
氷雪販売業 (N=58)	5.2	1.7	0.0	1.7	0.0	0.0	8.6	81.0	10.3	0.0	0.0	5.2	0.0	1.7	3.4
理容業 (N=368)	4.3	0.3	1.6	0.5	1.4	0.8	9.0	74.7	16.3	3.5	1.6	2.7	0.3	0.8	7.3
美容業 (N=423)	7.3	3.3	2.6	3.3	4.5	2.8	23.8	72.3	3.8	0.7	0.2	0.2	0.0	0.5	2.1
映画館 (N=51)	2.0	0.0	5.9	3.9	7.8	11.8	31.4	64.7	3.9	0.0	2.0	0.0	0.0	0.0	2.0
ホテル・旅館業 (N=166)	6.6	1.2	1.2	4.8	6.0	1.8	21.6	74.1	4.2	1.2	1.2	0.0	0.0	0.6	1.2
公衆浴場業 (N=107)	2.8	0.0	2.8	1.9	0.0	0.9	8.4	86.0	5.6	0.9	1.9	0.0	0.0	0.0	2.8
クリーニング業 (N=255)	3.1	1.2	0.4	3.1	2.4	3.9	14.1	75.3	10.6	0.4	1.6	2.0	0.0	0.4	6.3

参考30 今後1年間の賃金水準の見通し

(N=3,014) ■引き上げる ■変えない ■引き下げる (%)



参考31 今後1年間の賃金水準の見通し(業種別) (%)

	引き上げる (5%以上)	引き上げる (4%未満)	引き上げる (3%未満)	引き上げる (2%未満)	引き上げる (1%未満)	引き上げる (1%未満)	「引き上げる」計	変えない	「引き下げる」計	引き下げる (1%未満)	引き下げる (1%未満)	引き下げる (2%未満)	引き下げる (2%未満)	引き下げる (3%未満)	引き下げる (4%未満)	引き下げる (5%以上)
全業種 (N=3,014)	3.4	1.3	2.0	2.7	3.5	2.7	15.6	80.2	4.2	1.3	0.5	0.4	0.1	0.3	1.7	
飲食業 (N=1,438)	3.8	1.3	1.7	2.9	2.6	2.7	15.1	81.0	3.9	1.3	0.6	0.2	0.1	0.3	1.3	
食肉・食鳥肉販売業 (N=140)	3.6	2.1	2.1	2.1	6.4	2.9	19.3	75.7	5.0	2.1	0.0	0.7	0.0	0.0	2.1	
氷雪販売業 (N=58)	1.7	3.4	1.7	0.0	3.4	0.0	10.3	84.5	5.2	0.0	0.0	0.0	0.0	1.7	3.4	
理容業 (N=368)	3.0	0.8	1.9	1.1	2.7	1.4	10.9	80.7	8.4	2.2	0.5	1.1	0.3	0.3	4.1	
美容業 (N=429)	5.1	2.1	2.3	2.3	5.6	4.2	21.6	76.5	1.9	0.2	0.7	0.2	0.0	0.0	0.7	
映画館 (N=51)	0.0	0.0	5.9	11.8	7.8	5.9	31.4	68.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
ホテル・旅館業 (N=167)	2.4	0.6	4.2	5.4	4.8	3.6	21.0	77.2	1.8	1.2	0.0	0.0	0.6	0.0	0.0	
公衆浴場業 (N=108)	0.9	0.0	0.0	0.9	0.9	0.0	2.8	92.6	4.6	2.8	0.9	0.0	0.0	0.0	0.9	
クリーニング業 (N=255)	2.0	1.2	1.2	2.7	3.1	2.4	12.5	81.6	5.9	1.6	0.0	0.8	0.0	0.4	3.1	