

中央区内景气动向调查

平成 24 年 10 月调查结果

平成 24 年 11 月 14 日

中央区

総 括

平成 24 年 10 月の動き

中央区内における 10 月の現状判断 D I は合計で 41.0 と、前回調査から 10.5 ポイント低下している。景気の先行き判断 D I は合計で 42.6 と前回調査から 3.9 ポイント低下している。

図表 景気の現状判断 D I、先行き判断 D I (合計)

| (D I) | 平成24年 | | | 前回調査 からの変化 |
|-----------|-------|------|------|---------------|
| | 6月 | 8月 | 10月 | |
| 合計 | | | | |
| 現状判断 D I | 43.2 | 51.5 | 41.0 | (-10.5) |
| 先行き判断 D I | 46.4 | 46.5 | 42.6 | (-3.9) |

目 次

| | |
|----------------------|------|
| 調査の概要 | 1 頁 |
| 調査結果 | |
| 1 景気の現状に対する判断 | 2 頁 |
| 2 景気の先行きに対する判断 | 3 頁 |
| 3 現在の景気水準に対する判断（参考） | 4 頁 |
| 4 判断理由 | |
| (1) 景気の現状に対する判断理由着目点 | 5 頁 |
| (2) 景気の現状に対する判断理由 | 6 頁 |
| (3) 景気の先行きに対する判断理由 | 8 頁 |
| （別紙）調査客体の分野・業種別人数構成 | 10 頁 |
| 中央区内景気動向調査 調査票 | 11 頁 |
| (1) 家計動向関連 | |
| (2) 企業動向関連 | |

調査の概要

1 調査の目的

中央区内において景気に関連の深い動きを観察できる立場にある人々の協力を得て、地域の景気動向を迅速かつ的確に把握し、効果的な施策を実施するための基礎資料とすることを目的とする。

2 調査の客体

中央区内の家計動向関連、企業動向関連で、代表的な経済活動の動向を敏感に反映する現象を観察できる業種において、適当な職種の中から選定した 50 人を調査客体とする。調査客体の分野・業種別人数構成については、別紙を参照のこと。

3 調査事項

- (1) 景気の現状に対する判断（方向性）
- (2) (1) の理由
- (3) (2) の追加説明及び具体的状況の説明
- (4) 景気の先行きに対する判断（方向性）
- (5) (4) の理由
- (参考) 景気の現状に対する判断（水準）

4 調査月及び調査期間等

調査月は年 6 回の隔月に当月時点で実施、調査期間は調査月の中旬約 1 週間で、平成 24 年 10 月調査の調査票発送は 10 月 9 日（火）、回答期限は 10 月 17 日（水）である。

5 調査機関

本調査は中央区が主管し、委託先である株式会社日本経済研究所を取りまとめ調査機関として実施したものである。

6 有効回答率

調査客体 50 名に対し、有効回答客体は 47 名、有効回答率は 94.0%であった。

7 DI の算出方法

景気の現状、または、景気の先行きに対する 5 段階の判断に、それぞれ以下の点数を与え、これらを各回答区分の構成比（%）に乗じて、DI を算出している。

| | | | | | |
|----|--------------|------------------|--------------------------|------------------|--------------|
| 評価 | 良くなっている | やや良くなっている | 変わらない | やや悪くなっている | 悪くなっている |
| | 良くなる (良い) | やや良くなる (やや良い) | 変わらない (どちらとも いえない) | やや悪くなる (やや悪い) | 悪くなる (悪い) |
| 点数 | + 1 | + 0 . 7 5 | + 0 . 5 | + 0 . 2 5 | 0 |

1 景気の現状に対する判断

3か月前と比較しての中央区内における現状判断DIは合計で41.0と、前回調査から10.5ポイント低下している。分野別にみると、家計動向関連DIは6.7ポイント、企業動向関連DIは14.0ポイントそれぞれ低下している。構成比では、「悪くなっている」と回答する人の割合が10.9ポイント増加し、「やや良くなっている」と回答する人の割合が19.4ポイント減少している。

図表1-1 各分野における景気の現状判断DIの推移表

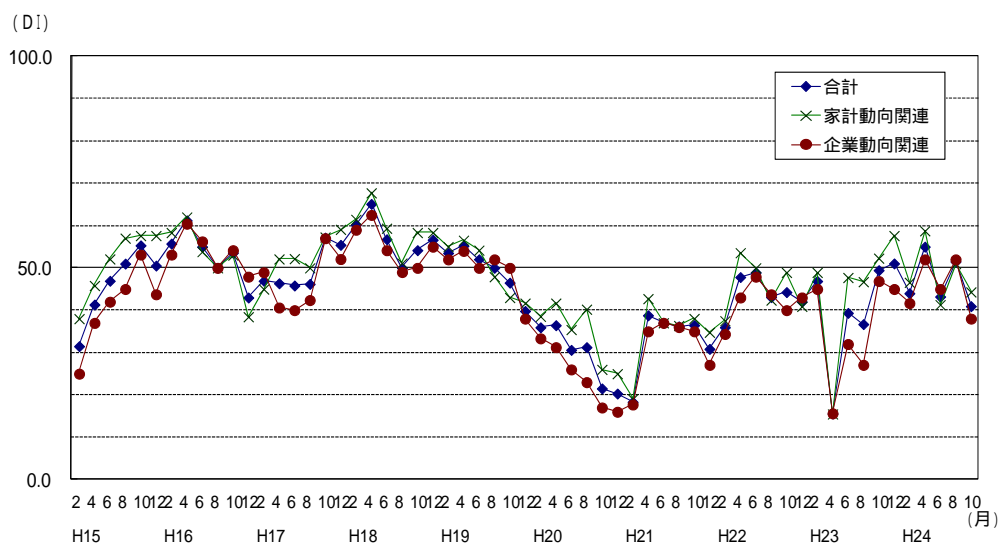
| (DI) | 平成24年 | | | |
|--------|-------|------|------|---------|
| | 6月 | 8月 | 10月 | (変化幅) |
| 合計 | 43.2 | 51.5 | 41.0 | (-10.5) |
| 家計動向関連 | 41.3 | 51.0 | 44.3 | (-6.7) |
| 小売関連 | 38.6 | 48.1 | 32.5 | (-15.6) |
| 飲食関連 | - | - | - | (-) |
| サービス関連 | 42.9 | 57.1 | 53.6 | (-3.5) |
| 住宅関連 | - | - | - | (-) |
| 企業動向関連 | 45.0 | 52.0 | 38.0 | (-14.0) |
| 製造業 | 39.3 | 53.6 | 35.7 | (-17.9) |
| 非製造業 | 47.2 | 51.4 | 38.9 | (-12.5) |

(備考)家計動向関連のうち、飲食関連、住宅関連については、サンプル数の関係で非公表としている。

図表1-2 構成比

| 年 | 月 | 良く | やや良く | 変わらない | やや悪く | 悪く |
|-------|----|-------|---------|-------|-------|--------|
| | | なっている | なっている | | なっている | なっている |
| 平成24年 | 6 | 0.0% | 14.6% | 52.1% | 25.0% | 8.3% |
| | 8 | 0.0% | 30.0% | 50.0% | 16.0% | 4.0% |
| | 10 | 0.0% | 10.6% | 57.4% | 17.0% | 14.9% |
| (変化幅) | | (0.0) | (-19.4) | (7.4) | (1.0) | (10.9) |

図表1-3 各分野における景気の現状判断DIの推移



2 景気の先行きに対する判断

2～3か月先の中央区内における景気の先行き判断DIは合計で42.6と前回調査から3.9ポイント低下している。分野別にみると、家計動向関連DIは5.1ポイント上昇し、企業動向関連DIは12.0ポイント低下している。構成比では、「変わらない」と回答する人の割合が11.1ポイント減少し、「やや悪くなる」と回答する人の割合が15.7ポイント増加している。

図表2-1 各分野における景気の先行き判断DIの推移表

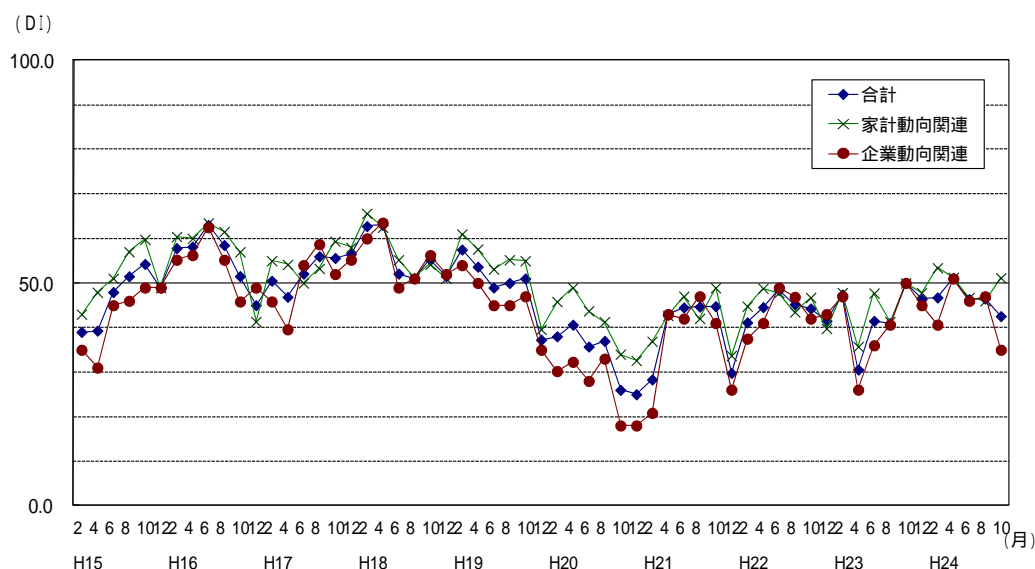
| (DI) | 平成24年 | | | |
|--------|-------|------|------|---------|
| | 6月 | 8月 | 10月 | (変化幅) |
| 合計 | 46.4 | 46.5 | 42.6 | (-3.9) |
| 家計動向関連 | 46.7 | 46.0 | 51.1 | (5.1) |
| 小売関連 | 43.2 | 36.5 | 50.0 | (13.5) |
| 飲食関連 | - | - | - | (-) |
| サービス関連 | 46.4 | 53.6 | 53.6 | (0.0) |
| 住宅関連 | - | - | - | (-) |
| 企業動向関連 | 46.0 | 47.0 | 35.0 | (-12.0) |
| 製造業 | 46.4 | 39.3 | 32.1 | (-7.2) |
| 非製造業 | 45.8 | 50.0 | 36.1 | (-13.9) |

(備考)家計動向関連のうち、飲食関連、住宅関連については、サンプル数の関係で非公表としている。

図表2-2 構成比

| 年 | 月 | 良くなる | やや良くなる | 変わらない | やや悪くなる | 悪くなる |
|-------|----|-------|--------|---------|--------|--------|
| | | | | | | |
| 平成24年 | 6 | 0.0% | 18.8% | 54.2% | 20.8% | 6.3% |
| | 8 | 0.0% | 18.0% | 60.0% | 12.0% | 10.0% |
| | 10 | 0.0% | 14.9% | 48.9% | 27.7% | 8.5% |
| (変化幅) | | (0.0) | (-3.1) | (-11.1) | (15.7) | (-1.5) |

図表2-3 各分野における景気の先行き判断DIの推移



3 現在の景気水準に対する判断（参考）

現在の景気の水準自体に対する判断は、以下のとおりであった（注）。

図表 3 - 1 各分野における景気の現状水準判断D Iの推移

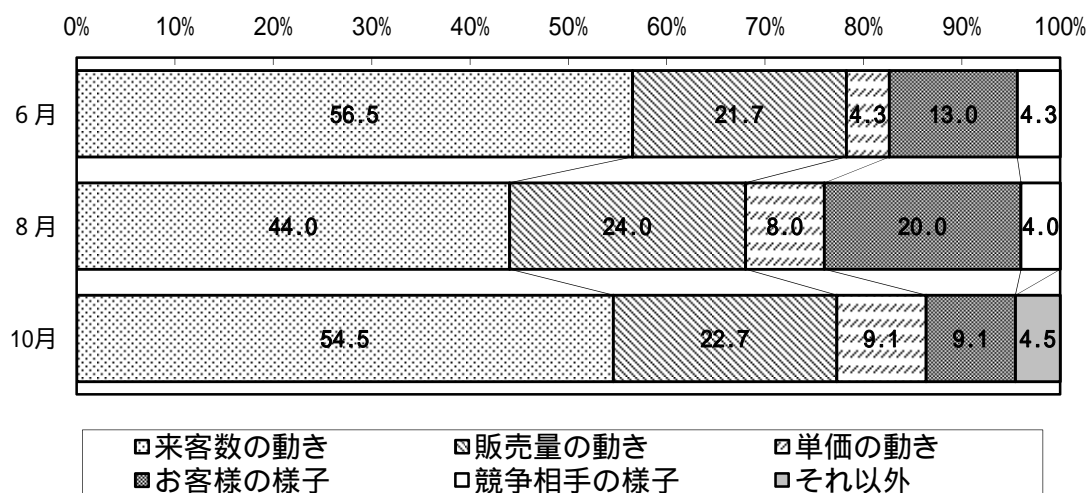
| (D I) | 平成24年 | | |
|--------|-------|------|------|
| | 6月 | 8月 | 10月 |
| 合計 | 36.5 | 37.5 | 30.9 |
| 家計動向関連 | 31.5 | 34.0 | 33.0 |
| 小売関連 | 25.0 | 30.8 | 25.0 |
| 飲食関連 | - | - | - |
| サービス関連 | 35.7 | 39.3 | 42.9 |
| 住宅関連 | - | - | - |
| 企業動向関連 | 41.0 | 41.0 | 29.0 |
| 製造業 | 39.3 | 46.4 | 28.6 |
| 非製造業 | 41.7 | 38.9 | 29.2 |

(備考)家計動向関連のうち、飲食関連、住宅関連については、サンプル数の関係で非公表としている。

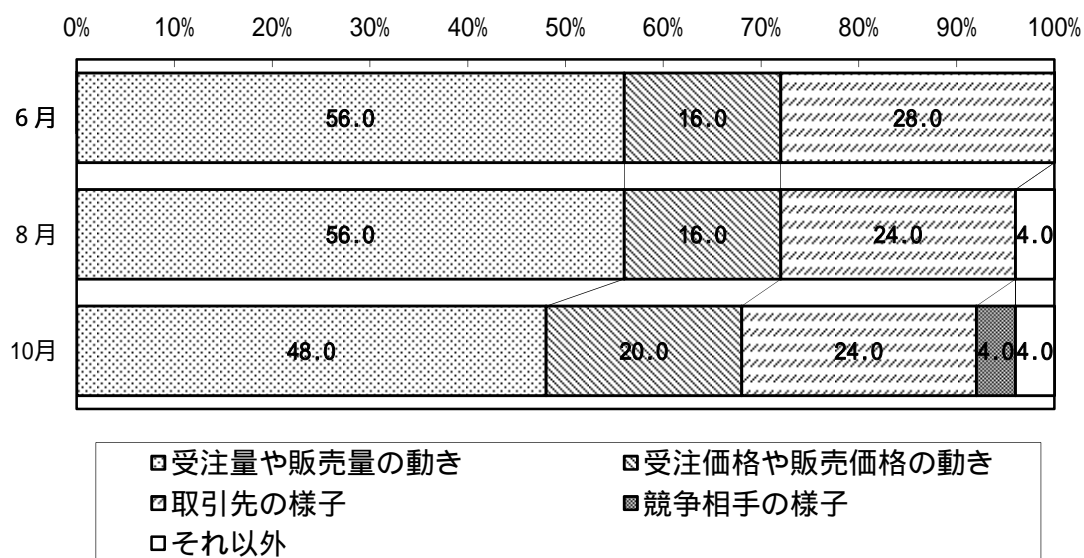
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方角性に加えて、景気の水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

4 (1) 景気の現状に対する判断理由着目点

家計動向関連



企業動向関連



注) 本グラフは景気の現状に対する判断理由着目点の構成比を示している。
割合が0%の場合、数値は表記していない。

4 (2) 景気の現状に対する判断理由

(- : 回答が存在しない、 : 主だった回答等が存在しない)

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|-------------------|---------------|--|------------------|---|
| 家計 動向 関連 | 良く なっている | - | - | - |
| | やや良く なっている | 衣料品専門店 (店長) | 来客数の動き | ・中、重衣料の動きは悪いが、東京駅とエキナカが新しくなり、メディアに取り上げられていることで、集客の多い駅側から人が流れてきている。平日は45～50才のミセスグループ、週末は50代の夫婦の姿が多く見られ、当店に懐かしいと入店があり、買上につながった。 |
| | | 通信会社(営業 担当) | 販売量の動き | ・秋口に入って移転等の動きが多くなり、販売量に多少の伸びが見られる。 |
| | | その他レジャー 施設(経営者) | 来客数の動き | ・当業種は夏場に弱いため、涼しくなり、ようやく多少客足が動いている。 |
| | 変わらない | 百貨店(売場主 任) | 来客数の動き | ・東京駅のリニューアル等で、丸の内、有楽町、銀座の来街者は多いものの、買上につながる顧客層ではなく、一過性の客が多数を占めている。 |
| | | 百貨店(総務担 当) | 販売量の動き | ・残暑の影響もあり、紳士服、婦人服など秋物ファッション商材の売上が伸び悩んでいる。全体の景況も満足いくものではない。 |
| | | スーパー(店 長) | 単価の動き | ・安い時に買い、通常価格や少し安い程度では控えており、価格に対しシビアである。 |
| | | 高級レストラン (経営者) | 単価の動き | ・来客数では80%確保しても、以前に比べ客単価が下がっているため、売上目標の達成が難しい。 |
| | | 一般レストラン (経営者) | お客様の様子 | ・昨年は震災で悪かったが、今年は例年どおりであり、年末まで変わらない。 |
| | | 都市型ホテル (広報担当) | 来客数の動き | ・平日夜の料飲施設で接待利用の客が減少している。 |
| | | 都市型ホテル (経営者) | 来客数の動き | ・世間の話題はなんとなく明るい感じがするが、全て政治がその足を引っ張っている気がする。もう少し国民目線で物事を行ってほしいと思う。 |
| | | やや悪く なっている | 衣料品専門店 (店長) | 来客数の動き |
| | 悪く なっている | - | - | - |
| 企業 動向 関連 | 良く なっている | - | - | - |
| | やや良く なっている | その他サービ ス業[造園業] (営業担当) | 取引先の様子 | ・見積の問い合わせが、若干ではあるが増えている。 |
| | 変わらない | 新聞業(営業担 当) | 受注量や販売量 の動き | ・円高株安、欧州の信用不安など従前の不安要因に加え、中国景気の減退、中韓との領土問題などの影響により、輸出企業を中心に景気後退懸念が高まっている。また、エコカー補助金の終了、消費税増税への先行き不透明感など、個人消費にも影が差している。 |
| | | 出版業(営業担 当) | 受注量や販売量 の動き | ・ゴールデンウィーク明けから続く販売量の低迷状態が続いている。 |
| | | 印刷業・製本業 (営業担当) | 受注価格や販売 価格の動き | ・受注量は前年と変わらないが、他社、特に地方の業者の投げ売りが激しいため販売価格が落ち、当初見込んでいた利益が確保できなくなっている。 |
| | | 建設業(営業担 当) | 競争相手の様子 | ・競争相手が多く、受注が厳しい。受注物件に対しても利益率が減少している。 |
| | | 建設業(経営 者) | 受注価格や販売 価格の動き | ・仮枠大工、鉄筋工の不足のため、単価が上がり利益はなくなる。 |
| | | 建設業(営業担 当) | 受注価格や販売 価格の動き | ・ほぼ予定どおりに受注できている。 |
| | | 輸送業(従業 員) | 受注量や販売量 の動き | ・受注量においては変化が少ない。 |
| | | 通信業(営業担 当) | 受注量や販売量 の動き | ・全般的に停滞傾向である。 |
| 金融業[証券] (営業担当) | 取引先の様子 | ・個人消費、企業の設備投資共に、低位硬直感が持続している。エコカー補助金の終了前に、もう少し駆け込み需要があると思ったが、ほとんど反応がない状況から、需要ののりしろは限りなく少ないようである。 | | |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----|-----------|--------------------------|--------------|--|
| | | 卸売業〔機械器具〕(経営者) | 受注量や販売量の動き | ・動きが止まったままの状態である。 |
| | | 卸売業〔機械器具〕(営業担当) | 取引先の様子 | ・3か月前と比べても、大きな変化はない。 |
| | | 経営コンサルタント | 取引先の様子 | ・大きな国際会議で一部潤ってはいるが、瞬間的であり取引先の様子は変わらない。 |
| | やや悪くなっている | 印刷業・製本業(経営者) | それ以外 | ・廃業、同業者団体からの脱退がある。市場が縮小して先行きの見通しが立たない人が増えてきてる。 |
| | | 印刷業・製本業(営業担当) | 受注量や販売量の動き | ・受注量が約15%減少している。また、取引先の様子として、景気の悪化により支店や子会社等を閉鎖、統合しており、事業所の減少が止まらない。 |
| | | その他サービス業〔ビルメンテナンス〕(営業担当) | 受注価格や販売価格の動き | ・平成25年4月からの新年度の予算見積等が、値引きや仕様減等で現在の契約金額で受注するのが難しくなっている。 |
| | 悪くなっている | 出版業(経営者) | 取引先の様子 | ・欧州の信用不安、中国との関係悪化、政治の無策があり、成長が期待できる芽がない。 |
| | | 金融業〔証券〕(営業担当) | 受注価格や販売価格の動き | ・中国の問題で関連する企業の業績の下方修正が相次いでいる。 |
| | | その他サービス業〔ビルメンテナンス〕(営業担当) | 取引先の様子 | ・国内の閉塞感に加え海外経済の減速もあり、当社の得意先関連にも影響が及び、ここにきて契約の見直し、仕様内容の削減等がある。 |

4 (3) 景気の先行きに対する判断理由

(-：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない)

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------|--------------|---|--|
| 家計 動向 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | 百貨店（業務推進担当） | ・今年の夏は大変暑く、9月に入っても暑かったため、秋物の動きが非常に悪かった。景気が良いとは言えないが、10月中旬から12月にかけて、集中して定価品が動く可能性がある。 |
| | | 百貨店（営業推進担当） | ・現在、東京駅付近に注目が集まっているが、2、3か月後は一段落し、人の流れも元に戻ってくると思う。近隣諸国との関係も徐々に改善し、外国人観光客も10月に比べて増えてくると期待している。 |
| | | スーパー（店長） | ・天候が大きく影響しており、9、10月のような天候が続くと悪化しそうである。 |
| | | 高級レストラン（スタッフ） | ・年末に向けて宴会の予約が増えてきた。ただ、週によって予約が多い時と全くない時がある。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・年末に向けて、消費が増えそうである。 |
| | 変わらない | 百貨店（売場主任） | ・尖閣問題等で国慶節を利用して来日する中国人も減り、前年以上に販売機会が欠落している。今後も、前年同様もしくは前年以上に伸び悩む商況が続く。 |
| | | 百貨店（広報担当） | ・宝飾、宝石などの高額品の売上は弱まっておらず、足元の売上動向は堅調に推移しているからである。 |
| | | 百貨店（総務担当） | ・いまだ経済の先行きに不透明感があり、多くを期待できない。 |
| | | スーパー（店長） | ・所得が上がる見込みはなく、主力産業である電機、中国の問題では自動車の販売不振のため、変わらない。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・年末になると単価の高い物などはセール待ちになりそうである。 |
| | | 高級レストラン（経営者） | ・業界や組合等での意見交換があるが、いずれも見通しは悪いと判断している。本来ならば年末を迎え活気付くところだが、数字的にはそれも織り込み済みである。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・当地域は閑屋が多いが、近年飲食店の増加があり、来客そのものの目的がはっきりしないうえ、購買意欲が全く見られない。総合的に考えると、これからも景気は変わらない。 |
| | | 都市型ホテル（広報担当） | ・年末に向け、クリスマス、忘年会等で飲料施設、宴会利用増を期待したい。逆に年末、外国人の宿泊が少なくなるため、国内需要を喚起したい。 |
| | | 都市型ホテル（経営者） | ・年末に向かって世間の景気は良くなっていくと思うが、結果プラスマイナスゼロで現状維持という感じがする。 |
| | | 旅行代理店（支店長） | ・特に良くなる要素がない。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・全体的には変化が見られない。 |
| | | 競馬場（職員） | ・特に良くなるような材料もないが、今以上悪くなることも考えにくい。 |
| | | その他レジャー施設（経営者） | ・常連客が中心の客筋のため、毎年それほどの変化はなく、今年も例年どおりだと思う。ただし、若い人が少なく高齢者が多いため、定年退職や病などで徐々に減少していくのが気掛かりである。 |
| 設計事務所（所長） | | ・耐震診断、補強依頼と問い合わせが多く、しばらくこの状態が続く。 | |
| やや悪くなる | 一般レストラン（経営者） | ・昨年は東日本大震災で悪かったが、今年は12月までこのまま変わらない。良くなってくればいいが、今の景気では無理である。 | |
| 悪くなる | コンビニ（経営者） | ・先が見えないため、悪くなる。 | |
| 企業 動向 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | 卸売業〔機械器具〕（営業担当） | ・年末に向け受注量が少しずつ増えると予想される。 |
| | | その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当） | ・定期契約は下降しているが、スポット業務の受注は増加傾向にある。 |
| | 変わらない | 印刷業・製本業（経営者） | ・年末に向けて受注を期待したい。 |
| | | 印刷業・製本業（営業担当） | ・国内は、政局絡みで予算の執行がストップしている状態で先行き不透明であり、国外は、中国の身勝手な主張で、こちらも先行きが不透明な状態が続き、どうなるか予想がつかない。 |
| 建設業（営業担当） | | ・競争が厳しいことと、仕事量が減少傾向にある。 | |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|-----------|--------------------------|---|--|
| やや悪くなる | | 金融業〔証券〕（営業担当） | ・復興需要で求人が増えている一方で、大規模なリストラが行われ、景気回復は先延ばしになる。また、日中関係の悪化が景気に大きく影響する。 |
| | | 金融業〔証券〕（営業担当） | ・現時点において、転換点となる兆候は見えない。加えて、中国の成長鈍化に輪をかけて、政治的緊張の激化や、ギリシャ、イタリア、スペインの欧州の信用不安の連鎖等の状況から、下振れこそ限定的とはいえ、情報転換の可能性は低いと考える。 |
| | | 卸売業〔飲食料品（鮮魚）〕（経営者） | ・今がとて悪く、これ以上悪くなりようがないからである。政策も全くなく、全く期待できないためである。 |
| | | 卸売業〔機械器具〕（経営者） | ・特別に変化が起こる条件が見られない。 |
| | | その他サービス業〔造園業〕（営業担当） | ・自分自身忙しさは変わらないが、景気自体に反映しているとは思わない。 |
| | | 新聞業（営業担当） | ・円高株安、欧州の信用不安、中国景気の減退、中韓との領土問題などの影響による輸出企業を中心とした景気後退懸念、またエコカー補助金の終了、消費税増税への先行き不透明感など、これらの懸念材料は今後もすぐに改善する兆しは見えない。 |
| | | 出版業（営業担当） | ・良くなる要因が全く見当たらないうえに、政局、隣国との関係悪化など、マイナス要因が解消される見通しが立っていない。そのため、景気の良化も期待できない。 |
| | | 印刷業・製本業（営業担当） | ・年末にかけて、例年であれば良くなる傾向にあるはずだが、現状の受注量や客の状況を見ると、良くて平行線、このままなら下降としか考えられない。 |
| | | 建設業（営業担当） | ・受注している工事の進捗が停滞気味のため、人員不足になっている。新規の受注を控えなければならない。 |
| | | 建設業（経営者） | ・外交問題の未解決により輸出が低下し、国内生産に影響が出て、設備投資も減少する。 |
| | | 輸送業（従業員） | ・取引先の減少による売上減である。 |
| | | 通信業（営業担当） | ・政治の停滞や、中国、韓国との関係悪化により、経済への悪影響が出てくる。 |
| | | 通信業（営業担当） | ・政治の先行き不透明、株価低迷、対中国貿易悪化のため、やや悪くなる。 |
| | | 卸売業〔機械器具〕（従業員） | ・客先の引き合い、発生の動きは本格化したのが、競争が激しく受注機会が少ない。今後もこの状況が続く。 |
| 経営コンサルタント | | ・物流が動かず景気が少しずつ後退している。繁華街も夜早くに客が引いているようである。 | |
| | その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当） | ・ここまできている以上、急激な更なる落ち込みはないが、逆に状況が好転するプラス材料も具体的な方策もない。 | |
| 悪くなる | 出版業（経営者） | ・欧州の信用不安、中国との関係悪化、政治の無策で、成長を期待できる芽がない。また、日本の家電メーカーの落ち込みが、将来の悪材料になる。 | |
| | 卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当） | ・中国で生産されている商品がどうなるか、見通しが立っていないためである。 | |

(別紙) 調査客体の分野・業種別人数構成

| 分野 | 業種 | 調査客体数 (人) | |
|-------------------------|--------------------|--------------|----|
| 合計 | | 50 | |
| 家計動向関連 | 小売関連 | 25 | |
| | 商店街・一般小売店 | 13 | |
| | 商店街代表者 | 2 | |
| | 一般小売店経営者・店員 | 0 | |
| | 百貨店 | 5 | |
| | 百貨店売場主任・担当者 | 5 | |
| | スーパー | 2 | |
| | スーパー店長・店員 | 2 | |
| | コンビニエンスストア | 2 | |
| | コンビニエリア担当・店長 | 2 | |
| | 衣料品専門店 | 2 | |
| | 衣料品専門店経営者・店員 | 2 | |
| | 家電量販店 | 0 | |
| | 家電量販店経営者・店員 | 0 | |
| | 乗用車・自動車備品販売店 | 0 | |
| | 乗用車・自動車備品販売店経営者・店員 | 0 | |
| | その他小売店 | 0 | |
| | 住関連専門店経営者・店員 | 0 | |
| | その他専門店経営者・店員 | 0 | |
| | その他小売の動向を把握できる者 | 0 | |
| | 飲食関連 | 4 | |
| | 高級レストラン経営者・スタッフ | 2 | |
| | 一般レストラン経営者・スタッフ | 2 | |
| | スナック経営者 | 0 | |
| | その他飲食の動向を把握できる者 | 0 | |
| | サービス関連 | 7 | |
| | 旅行・交通関連 | 3 | |
| | 観光型ホテル・旅館経営者・スタッフ | 0 | |
| | 都市型ホテル・旅館経営者・スタッフ | 2 | |
| | 旅行代理店経営者・従業員 | 1 | |
| | タクシー運転手 | 0 | |
| | 通信会社 | 2 | |
| | 通信会社社員 | 2 | |
| | レジャー施設関連 | 2 | |
| | 観光名所・遊園地・テーマパーク職員 | 0 | |
| | ゴルフ場経営者・従業員 | 0 | |
| | パチンコ店経営者・従業員 | 0 | |
| | 競輪・競馬・競艇場職員 | 1 | |
| | その他レジャー施設職員 | 1 | |
| | その他サービス | 0 | |
| | 美容室経営者・従業員 | 0 | |
| | その他サービスの動向を把握できる者 | 0 | |
| | 住宅関連 | 1 | |
| | 設計事務所所長・職員 | 1 | |
| | 住宅販売会社経営者・従業員 | 0 | |
| | その他住宅投資の動向を把握できる者 | 0 | |
| | その他家計の動向を把握できる者 | 0 | |
| | 企業動向関連 | 農林水産業従業者 | 25 |
| | | 鉱業経営者・従業員 | 0 |
| | | 製造業経営者・従業員 | 0 |
| 食料品製造業 | | 7 | |
| 繊維工業 | | 0 | |
| 家具及び木材木製品製造業 | | 0 | |
| パルプ・紙・紙加工品製造業 | | 0 | |
| 出版・印刷・同関連産業 | | 7 | |
| 新聞業 | | 2 | |
| 出版業 | | 2 | |
| 印刷業・製本業 | | 3 | |
| その他出版・印刷・同関連産業 | | 0 | |
| 化学工業 | | 0 | |
| 石油製品・石炭製品製造業 | | 0 | |
| プラスチック製品製造業 | | 0 | |
| 窯業・土石製品製造業 | | 0 | |
| 鉄鋼業 | | 0 | |
| 非鉄金属製造業 | | 0 | |
| 金属製品製造業 | | 0 | |
| 一般機械器具製造業 | | 0 | |
| 電気機械器具製造業(精密機械を含む) | | 0 | |
| 輸送用機械器具製造業 | | 0 | |
| その他製造業 | | 0 | |
| 非製造業経営者・従業員 | | 18 | |
| 建設業 | | 3 | |
| 輸送業 | | 1 | |
| 通信業 | | 2 | |
| 金融業 | | 2 | |
| 不動産業 | | 0 | |
| 卸売業 | | 6 | |
| 繊維・衣服等 | | 2 | |
| 食料品 | | 1 | |
| 建築材料、鉱物・金属材料等 | | 0 | |
| 機械器具 | | 3 | |
| その他卸売業 | | 0 | |
| サービス業 | | 4 | |
| 広告代理店・新聞販売店[広告] | | 0 | |
| 司法書士・経営コンサルタント・会計事務所職員等 | | 1 | |
| コピーサービス業 | | 0 | |
| その他サービス業 | | 3 | |
| その他非製造業 | | 0 | |
| その他企業の動向を把握できる者 | | 0 | |