

# 中央区内景气动向调查

平成 25 年 12 月調査結果

平成 26 年 1 月 21 日

中央区

## 総 括

### 平成 25 年 12 月の動き

中央区内における 12 月の現状判断 D I は合計で 56.8 と、前回調査から 0.9 ポイント低下している。景気の先行き判断 D I は合計で 56.3 と前回調査から 1.2 ポイント上昇している。

図表 景気の現状判断 D I、先行き判断 D I (合計)

| ( D I )   | 平成25年 |      |      | 前回調査     |
|-----------|-------|------|------|----------|
| 合計        | 8月    | 10月  | 12月  | からの変化    |
| 現状判断 D I  | 53.5  | 57.7 | 56.8 | ( -0.9 ) |
| 先行き判断 D I | 57.0  | 55.1 | 56.3 | ( 1.2 )  |

## 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 25 年 12 月調査の調査票発送は 12 月 6 日（金）、回答期限は 12 月 16 日（月）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 48 名、有効回答率は 96.0%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<br>(良い) | やや良くなる<br>(やや良い) | 変わらない<br>(どちらとも<br>いえない) | やや悪くなる<br>(やや悪い) | 悪くなる<br>(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56.8と、前回調査から0.9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56.5と、前回調査から1.3ポイント上昇し、企業動向関連DIは57.0と、前回調査から3.0ポイント低下している。構成比では、「やや悪くなっている」と回答した人の割合が8.6ポイント増加し、「変わらない」、「やや良くなっている」と回答した人の割合がそれぞれ5.5ポイント、3.2ポイント減少した。

図表1-1 各分野における景気の現状判断DIの推移表

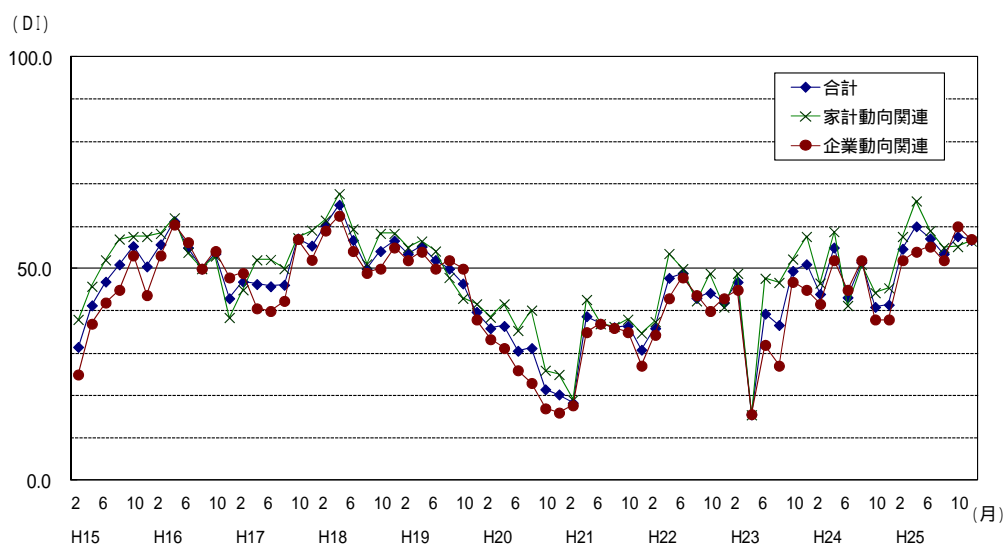
| (DI)   | 平成25年 |      |      |        |
|--------|-------|------|------|--------|
|        | 8月    | 10月  | 12月  | (変化幅)  |
| 合計     | 53.5  | 57.7 | 56.8 | (-0.9) |
| 家計動向関連 | 55.0  | 55.2 | 56.5 | (1.3)  |
| 小売関連   | 61.5  | 51.9 | 45.5 | (-6.4) |
| 飲食関連   | -     | -    | -    | (-)    |
| サービス関連 | 57.1  | 62.5 | 67.9 | (5.4)  |
| 住宅関連   | -     | -    | -    | (-)    |
| 企業動向関連 | 52.0  | 60.0 | 57.0 | (-3.0) |
| 製造業    | 57.1  | 57.1 | 53.6 | (-3.5) |
| 非製造業   | 50.0  | 61.1 | 58.3 | (-2.8) |

(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25年 | 8  | 2.0%  | 38.0%  | 38.0%  | 16.0% | 6.0%   |
|       | 10 | 2.0%  | 44.9%  | 38.8%  | 10.2% | 4.1%   |
|       | 12 | 4.2%  | 41.7%  | 33.3%  | 18.8% | 2.1%   |
| (変化幅) |    | (2.2) | (-3.2) | (-5.5) | (8.6) | (-2.0) |

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D Iは合計で56.3と、前回調査から1.2ポイント上昇している。分野別にみると、家計動向関連D Iは56.5と、前回調査から3.4ポイント上昇し、企業動向関連D Iは56.0と、前回調査から1.0ポイント低下している。構成比では、「変わらない」と回答した人の割合が13.7ポイント減少し、「やや悪くなる」、「良くなる」と回答した人の割合がそれぞれ6.6ポイント、4.2ポイント増加した。

図表2 - 1 各分野における景気の先行き判断D Iの推移表

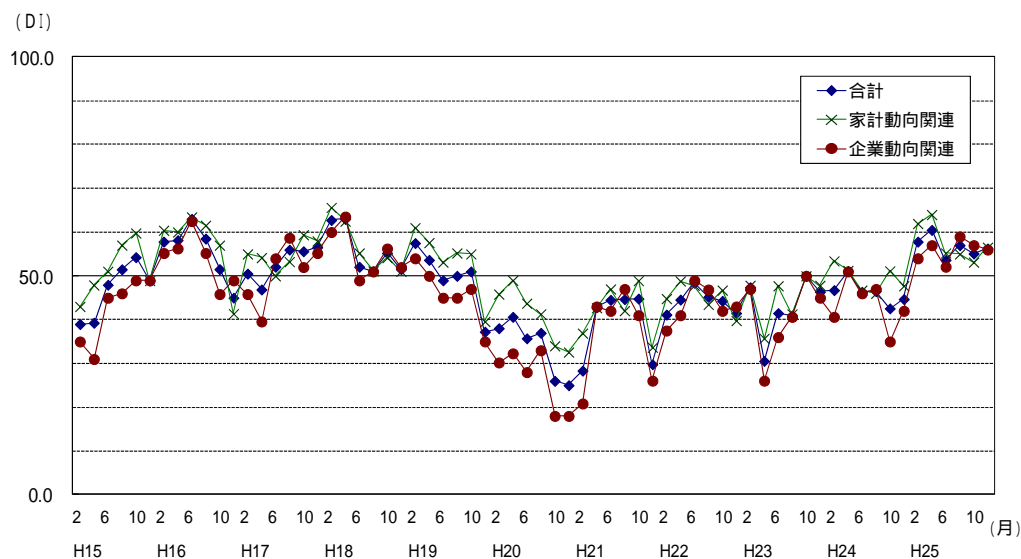
| (D I)  | 平成25年 |      |      |        |
|--------|-------|------|------|--------|
|        | 8月    | 10月  | 12月  | (変化幅)  |
| 合計     | 57.0  | 55.1 | 56.3 | (1.2)  |
| 家計動向関連 | 55.0  | 53.1 | 56.5 | (3.4)  |
| 小売関連   | 53.8  | 48.1 | 50.0 | (1.9)  |
| 飲食関連   | -     | -    | -    | (-)    |
| サービス関連 | 57.1  | 58.3 | 64.3 | (6.0)  |
| 住宅関連   | -     | -    | -    | (-)    |
| 企業動向関連 | 59.0  | 57.0 | 56.0 | (-1.0) |
| 製造業    | 57.1  | 60.7 | 57.1 | (-3.6) |
| 非製造業   | 59.7  | 55.6 | 55.6 | (0.0)  |

(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25年 | 8  | 2.0%  | 42.0%  | 38.0%   | 18.0%  | 0.0%  |
|       | 10 | 0.0%  | 40.8%  | 42.9%   | 12.2%  | 4.1%  |
|       | 12 | 4.2%  | 43.8%  | 29.2%   | 18.8%  | 4.2%  |
| (変化幅) |    | (4.2) | (3.0)  | (-13.7) | (6.6)  | (0.1) |

図表2 - 3 各分野における景気の先行き判断D Iの推移



### 3 現在の景気水準に対する判断（参考）

現在の景気的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

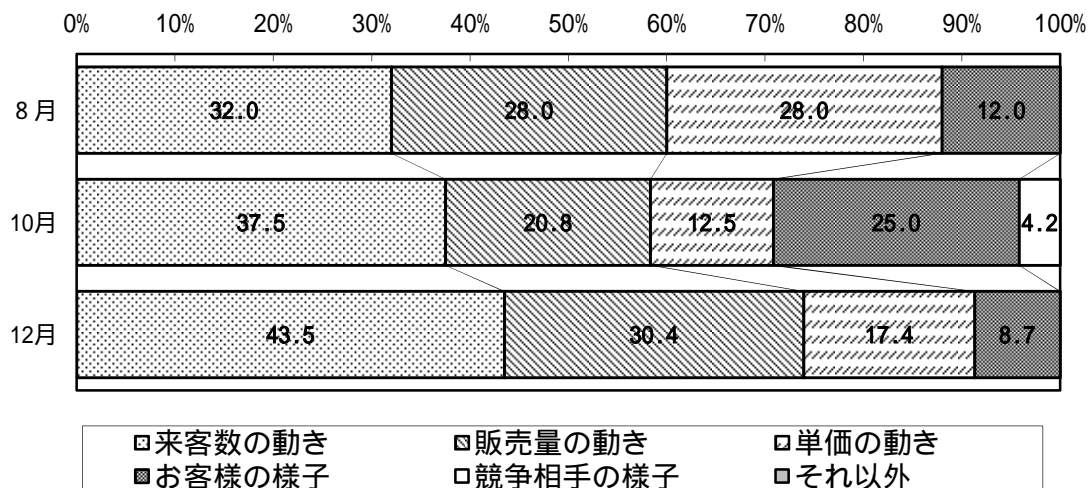
| (D I)  | 平成25年 |      |      |
|--------|-------|------|------|
|        | 8月    | 10月  | 12月  |
| 合計     | 48.0  | 53.1 | 52.6 |
| 家計動向関連 | 49.0  | 51.0 | 53.3 |
| 小売関連   | 53.8  | 46.2 | 43.2 |
| 飲食関連   | -     | -    | -    |
| サービス関連 | 53.6  | 62.5 | 60.7 |
| 住宅関連   | -     | -    | -    |
| 企業動向関連 | 47.0  | 55.0 | 52.0 |
| 製造業    | 46.4  | 50.0 | 46.4 |
| 非製造業   | 47.2  | 56.9 | 54.2 |

(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。

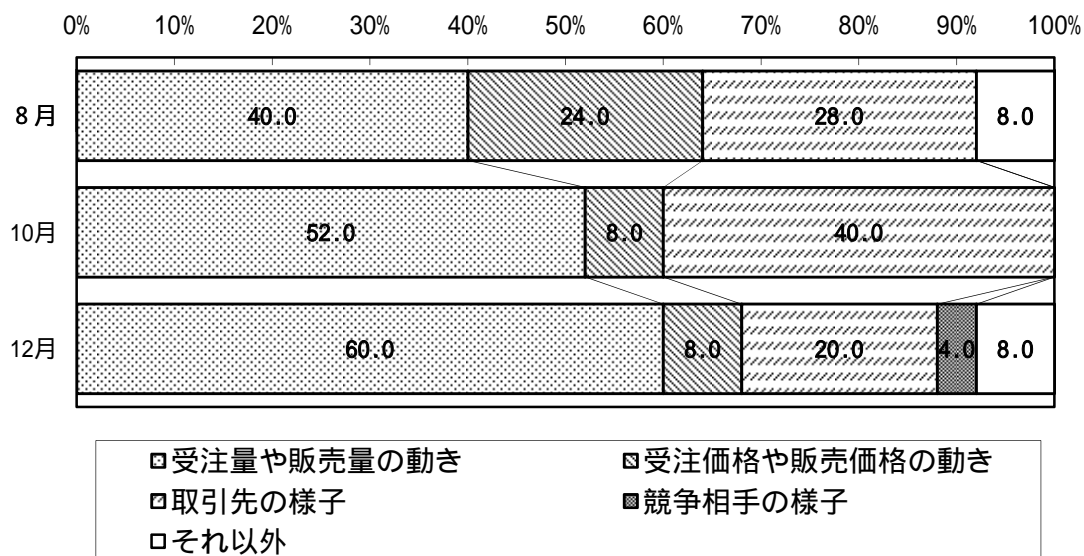
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方加性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

## 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<br>動向<br>関連 | 良く<br>なっている   | 都市型ホテル<br>(経営者)         | 来客数の動き         | ・ようやくデフレを脱却し、低価格競争も終わり、適<br>正な価格を提供することができるようになってきた。  |
|                |               | 都市型ホテル<br>(広報担当)        | 単価の動き          | ・ここ数か月、経済状況が上向きと報道されてい<br>たが、実際に上向きかどうか不安な状況と感じていた。<br>今月に入り、ようやく上向きの状況を確認した企業が<br>動き出している。           |
|                | やや良く<br>なっている | 一般小売店〔文<br>具〕(販売担<br>当) | 来客数の動き         | ・購入目的の来店客が増え、まとめ買いも増加してい<br>る。  |
|                |               | 百貨店(売場主<br>任)           | 単価の動き          | ・消費税増税前の高額品の動きが加速している。  |
|                |               | スーパー(店長<br>代行)          | 来客数の動き         | ・今月の来客数は前年同月比104%で、売上高も前年を<br>上回っているため、景気はやや上向きである。   |
|                |               | 高級レストラン<br>(経営者)        | 来客数の動き         | ・年末の忘年会シーズンを迎え、11月から例年より多<br>く予約問い合わせが来ている。世間全体の好景気感を<br>反映しての動きと察している。個店的にはマスコミの<br>取り上げによる影響も多分にある。 |
|                |               | 競馬場(職員)                 | 販売量の動き         | ・売上の回復が見られる。  |
|                | 変わらない         | 百貨店(総務担<br>当)           | 販売量の動き         | ・気温低下に伴い、衣料等の売上が改善し、順調な売<br>上推移を示している。また、高額品も引き続き順調で<br>ある。   |
|                |               | 衣料品専門店<br>(店長)          | 来客数の動き         | ・12月に入りクリスマス商戦がスタートしたが、夕方<br>の人は少なく、クリスマスのにぎわいにも欠けている。<br>夕方以降は外人客の割合が大幅に増えている。                       |
|                |               | 衣料品専門店<br>(店長)          | 来客数の動き         | ・周辺の来客数がさほど増えていない。前年の土日は<br>来客数、売上共に好調だったが、今年は伸びがなく、<br>平日の日中、客足が少ない日もある。                             |
|                |               | 一般レストラン<br>(経営者)        | お客様の様子         | ・来店客、特にファミリー客が減っているような気が<br>する。お金の使いづもりも良くない。   |
|                |               | 通信会社(営業<br>担当)          | 販売量の動き         | ・景気が回復傾向にあり、年末になって販売数が伸び<br>るかと思っていたが、それほど顕著な動きはない。   |
|                |               | その他レジャー<br>施設(経営者)      | 来客数の動き         | ・毎年のことながら、年末から正月にかけては客足が<br>上々のはずである。ところが、今年は12月半ばになっ<br>ても客に変化はみられない。                                |
|                | やや悪く<br>なっている | 一般小売店〔和<br>菓子〕(経営<br>者) | 単価の動き          | ・御進物用が少なく、個人用ばかりで客単価が低い。  |
|                |               | スーパー(店<br>長)            | 販売量の動き         | ・来客数より販売量、買上点数が減少している。  |
| 旅行代理店(支<br>店長) |               | 来客数の動き                  | ・来客数がかなり減っている。 |   |
| 悪く<br>なっている    |               |                         |                |   |
| 企業<br>動向<br>関連 | 良く<br>なっている   | -                       | -              | -   |
|                | やや良く<br>なっている | 新聞業(営業担<br>当)           | 受注量や販売量<br>の動き | ・消費税増税前の駆け込み需要がやや前倒しになっ<br>ている業界、業種が散見される。一時的なものなので、<br>半期スパン等で見れば決して上向きではないように思<br>う。                |
|                |               | 出版業(経営<br>者)            | それ以外           | ・歳末商戦に熱気が感じられる。   |
|                |               | 印刷業・製本業<br>(営業担当)       | 受注量や販売量<br>の動き | ・複数の見積合わせや競争入札などの落札金額で極端<br>な値引きが少なくなり、適正な価格になりつつある。  |
|                |               | 建設業(営業担<br>当)           | 競争相手の様子        | ・客は税に関して敏感で、消費税増税前に仕事を発注<br>している。   |
|                |               | 輸送業(従業<br>員)            | 受注量や販売量<br>の動き | ・前年に比べ、曜日によって受注量が微増している日<br>がある。  |
|                |               | 通信業(営業担<br>当)           | 受注量や販売量<br>の動き | ・案件が動き出し、受注量が増加してきている。  |

| 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   |
|-------------------|-----------|--------------------------|---|--|
|                   |           | 金融業〔証券〕<br>(営業担当)        | 取引先の様子  | ・メーカー系企業の四半期開示における仕掛品の推移をみると、大幅ではないものの堅調な受注残の積み上がりで推移している。特に、自動車関連の車載機器や太陽光発電関係の機器、素材等については、相応に好調と感じられる。 |
|                   |           | 卸売業〔機械器具〕(営業担当)          | 受注量や販売量の動き  | ・年末、年度末に向け受注量が増える。   |
|                   |           | その他サービス業〔造園業〕(営業担当)      | 受注量や販売量の動き  | ・仕事量は増えているが、そこに投下されるマンパワー不足が顕著である。   |
|                   | 変わらない     | 新聞業(経営者)                 | それ以外  | ・町の様子をみると、例年の年の暮れ並みの客足だと推察される。   |
|                   |           | 印刷業・製本業(営業担当)            | 受注量や販売量の動き  | ・年末なので受注量が増えるはずだが伸びていない。   |
|                   |           | 通信業(営業担当)                | 受注量や販売量の動き  | ・消費税増税に向けて販売見込はやや増加傾向にあるが、景気が上向きとは考えにくい。   |
|                   |           | 経営コンサルタント                | 取引先の様子  | ・商店街の客や売上は特段増加していないようである。インターネットでの買物が増加しているようで、店頭販売は減少している。  |
|                   |           | 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  | ・景気が好転基調の会社はまだまだごく一部の企業であり、得意先の経営環境は厳しい。   |
|                   | やや悪くなっている | 出版業(営業担当)                | 受注量や販売量の動き  | ・本の販売量は全く上向く気配がなく、中小企業にとってはボーナスも含め非常に厳しい年末となっている。  |
|                   |           | 印刷業・製本業(経営者)             | 受注量や販売量の動き  | ・製造業全般としては上向いているようだが、印刷業は依然としてコストダウンや経費削減の対象であり、売上、利益とも減少している。   |
| 卸売業〔繊維・衣服等〕(営業担当) |           | 受注量や販売量の動き               | ・秋に入って明らかに悪くなった。  |  |
| 卸売業〔機械器具〕(経営者)    |           | 取引先の様子                   | ・ごく一部では高額品が売れるようになったので、景気が良くなるのではないかという会社もあるが、ほとんどの取引先では動きが悪く、良い材料がないとのことである。 |  |
| 悪くなっている           | -         | -                        | -   |  |

#### 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<br>動向<br>関連 | 良くなる        | 都市型ホテル(経営者)  | ・政府の積極的な経済政策及びオリンピック開催決定が将来活性化につながっていく。   |
|                | やや良くなる      | 一般小売店[文具](販売担当)                                      | ・消費税増税までは駆け込み需要が見込める。また、賞与の支給額増加による年末商戦にも期待がもてる。  |
|                |             | 百貨店(売場主任)  | ・3月末までの消費税増税前の駆け込みは、年末から加速する様子である。  |
|                |             | スーパー(店長)   | ・年明けは消費税増税に対する動きが始まるのではないかと。  |
|                |             | スーパー(店長代行)   | ・最近の傾向として常に売上高も前年を上回るようになっており、新商品や話題の商品に対する反応も良く、メディアの影響もあるので、先行きはやや上向く。                              |
|                |             | 高級レストラン(スタッフ)  | ・予約客、宴会が増えており、料理単価も上がっている。  |
|                |             | 通信会社(営業担当)   | ・例年、年明けから移動等が多くなり、販売数が伸びる傾向にある。   |
|                |             | 通信会社(営業担当)   | ・消費税増税前の駆け込み需要が増えると想定されるためである。  |
|                | 競馬場(職員)     | ・売上、客の動向から、回復傾向にあると思われる。                             |   |
|                | 設計事務所(所長)   | ・復興事業、オリンピック等の影響により、建築需要が増えたと感じている。                  |   |
|                | 変わらない       | 一般小売店[靴](店長)   | ・景気対策が効果的ではない。中小企業対策が不十分である。  |
|                |             | 百貨店(総務担当)  | ・年末から年始にかけても引き続き順調に推移すると思われるが、来春の消費税増税については大きな影響があるものと考えている。  |
|                |             | 百貨店(広報担当)  | ・今の景況感が消費税増税まで続く。   |
|                |             | 衣料品専門店(店長)   | ・消費税増税前の駆け込みは衣料品店にはあまり影響はないように思うので様子見である。   |
|                |             | 高級レストラン(経営者)   | ・年末年始の宴会シーズンが過ぎるころには好景気も一服し、従来の姿になるかと思う。当業種では消費税増税の直前までは上昇傾向が望めるとみている。                                |
|                |             | 一般レストラン(経営者)   | ・ファミリー客は減っているものの、サラリーマン、OLがやや多く来店しているため、変わらない。  |
|                |             | 一般レストラン(経営者)   | ・年末に入り来客数は多くなるが、購買意欲は全くみられない。今月以降は年末の買物が増えるため、懐は固くなり、あまり景気が良い方向になるとは思わない。                             |
|                |             | 都市型ホテル(広報担当)   | ・クリスマスシーズンの予約状況を確認するとまだまだ上向きではないと感じるが、お正月は単価が上がっているため、動向が読めない。使うところは使い、締めるところは締める状況であるため、一気に上回ることはない。 |
|                |             | その他レジャー施設(経営者)                                       | ・当業界は今見直されてきている等、耳にすることもあがるが、新規開店の店も見当たらず、街の景気が多少良くなってきても、まだしばらくの間は低迷が続く。                             |
| やや悪くなる         |             | 一般小売店[和菓子](経営者)                                      | ・消費税増税で他の必需品にお金がかかると思うので、業界的には悪化するのではないかと。  |
|                | 旅行代理店(支店長)  | ・寒さが厳しいと来店数が伸びない。                                    |   |
| 悪くなる           | 百貨店(業務推進担当) | ・9月から現在までの下期は特にそれほど寒くなく、また、トレンドもばつとしない。上物の単価も下がっている。 |   |
| 企業<br>動向<br>関連 | 良くなる        | 印刷業・製本業(営業担当)  | ・来年3月までは、消費税増税前の駆け込み需要等で良好になるが、その後が心配である。   |
|                | やや良くなる      | 新聞業(営業担当)  | ・消費税増税前の駆け込み需要に期待できる業種がけん引して、年度末に向けて消費が一時的な盛り上がりを見せる可能性はある。   |
|                |             | 出版業(経営者)   | ・消費マインドのおう盛さ、ただし、一部限定の右肩上がりである。   |
|                |             | 印刷業・製本業(営業担当)  | ・年度末にかけて複数の物件が動いているので良くなる。  |
|                |             | 建設業(営業担当)  | ・消費税増税の関係で仕事量が増えている。  |
|                |             | 輸送業(従業員)   | ・受注量が微増している。  |
|                |             | 通信業(営業担当)  | ・消費税増税効果があると思うが、一時的なものである。  |
|                |             | 通信業(営業担当)  | ・来年度に向けての動きに明るさが見えてきている。  |
|                |             | 金融業[証券](営業担当)  | ・NISAの開始に向けて、個人投資家の購入意欲はおう盛とみられる。   |

| 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  |
|----|----------|--------------------------|---|
|    |          | 卸売業〔飲食料品（鮮魚）〕（経営者）       | ・これ以上悪い状態が続かないと直感的に思う。  |
|    |          | 卸売業〔機械器具〕（営業担当）          | ・年度末納期の受注を受け始めている。前年と比較すると良いとは言えないが、年間で一番受注の多い時期である。  |
|    |          | その他サービス業〔造園業〕（営業担当）      | ・年度末に向けた工事が増えると予想している。  |
|    | 変わらない    | 建設業（営業担当）                | ・来年の発注量はまだ分からない。  |
|    | 変わらない    | 金融業〔証券〕（営業担当）            | ・飲食等のサービス関連や消費財関連の小売業績をみると、全般的な仕入価格の上昇が売価に転嫁できず、利益が圧迫される状況がみられている。こうした中、来年の消費税増税による負の影響は少なからず避けがたいものと考えられる。 |
|    | 変わらない    | 卸売業〔機械器具〕（従業員）           | ・今年度の発注がほぼ終わり、受注の上積みは期待できない。むしろ仕掛りにおける人件費や材料の値上がりにより、利益損失の懸念があるので利益管理が重要である。                                |
|    | 変わらない    | 経営コンサルタント                | ・消費税増税を控えほんの少し上昇すると考えられるが、ボーナスも増加した分は将来不安で貯蓄に回すと考えられる。  |
|    | 変わらない    | その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当） | ・ビルメンテナンス業は川下の業態であり、プラスの影響や効果は遅い時間軸にある。   |
|    | やや悪くなる   | 新聞業（経営者）                 | ・消費税関係の反動が起こるのではないかと。   |
|    | やや悪くなる   | 出版業（営業担当）                | ・消費税増税前の駆け込み需要がどの程度見込めるのか不透明であり、増税後は大幅に売上が減少すると予想されるため、明るい材料がない。  |
|    | やや悪くなる   | 印刷業・製本業（経営者）             | ・今後も用紙値上げなどマイナス材料が多いため、利益が圧迫される。  |
|    | やや悪くなる   | 建設業（経営者）                 | ・労務費単価の上昇、技能労働者の不足により工期遅延が多くなる。また、行政機関、設計事務所等の発注機関の施工単価が実勢単価とかけはなれ、不調が続くと思われる。                              |
|    | やや悪くなる   | 卸売業〔機械器具〕（経営者）           | ・新年度の予算が出てきたら動きが出るのではないかと。  |
|    | 悪くなる     | 卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）        | ・消費税増税で、中小企業の賃上げはまだ先になるのではないかと。そうであれば景気は悪くなる。   |

(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<br>(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             | 3            |    |
|                         | 一般小売店経営者・店員        | 0            |    |
|                         | 百貨店                | 4            |    |
|                         | 百貨店売場主任・担当者        | 4            |    |
|                         | 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            |    |
| 飲食品                     |                    | 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                  |              |    |