

# 中央区内景气动向调查

平成21年4月调查结果

平成21年5月8日

中央区

## 総 括

### 平成 21 年 4 月の動き

中央区内における 4 月の現状判断 D I は合計で 38.8 と、前回調査から 20.5 ポイント上昇し、平成 20 年 8 月調査以来の上昇となった。景気の先行き判断 D I は合計で 42.9 と前回調査から 14.6 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20年 | 平成21年 |      | 前回調査     |
|-----------|-------|-------|------|----------|
| 合計        | 12月   | 2月    | 4月   | からの変化    |
| 現状判断 D I  | 20.3  | 18.3  | 38.8 | ( 20.5 ) |
| 先行き判断 D I | 25.0  | 28.3  | 42.9 | ( 14.6 ) |

## 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 21 年 4 月調査の調査票発送は 4 月 9 日（木）、回答期限は 4 月 17 日（金）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 49 名、有効回答率は 98.0%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38.8と、前回調査から20.5ポイント上昇し、平成20年8月調査以来の上昇となった。分野別にみると、家計動向関連DIは23.7ポイント、企業動向関連DIは17.3ポイント上昇している。構成比では、「変わらない」と回答する人の割合が27.5%増加し、40.8%と最も高くなっており、前回調査で一番割合の高かった「悪くなっている」と回答する人は28.1%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

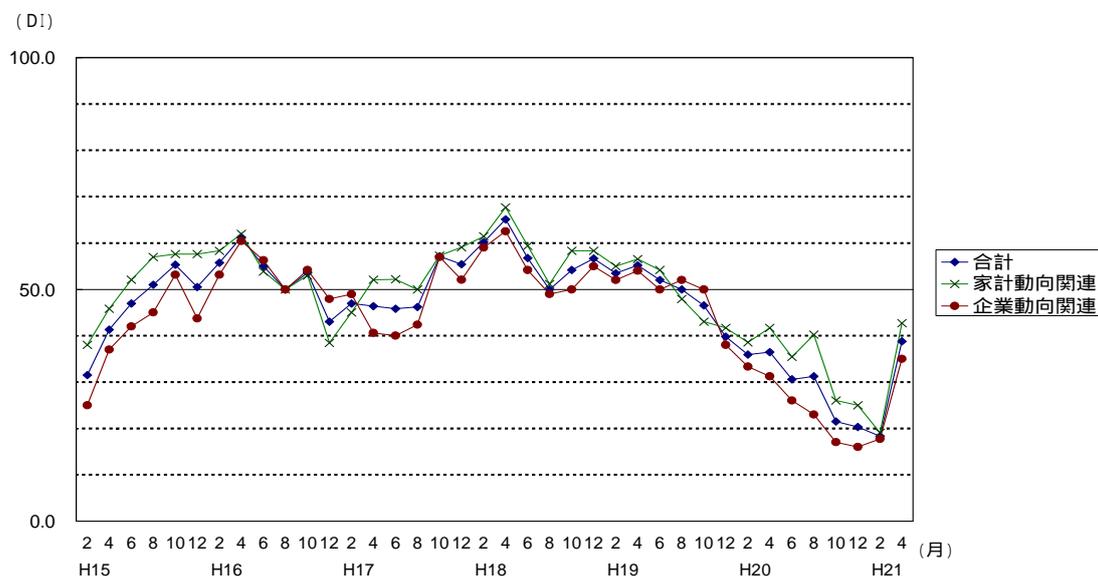
| (DI)   | 平成20年 |      | 平成21年 |      | (変化幅)  |
|--------|-------|------|-------|------|--------|
|        |       | 12月  | 2月    | 4月   |        |
| 合計     |       | 20.3 | 18.3  | 38.8 | (20.5) |
| 家計動向関連 |       | 25.0 | 19.0  | 42.7 | (23.7) |
| 小売関連   |       | 28.6 | 22.5  | 37.5 | (15.0) |
| 飲食関連   |       | -    | -     | -    | (-)    |
| サービス関連 |       | 28.6 | 16.7  | 53.6 | (36.9) |
| 住宅関連   |       | -    | -     | -    | (-)    |
| 企業動向関連 |       | 16.0 | 17.7  | 35.0 | (17.3) |
| 製造業    |       | 14.3 | 16.7  | 39.3 | (22.6) |
| 非製造業   |       | 16.7 | 18.1  | 33.3 | (15.2) |

(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。

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20年 | 12 | 0.0%  | 4.2%   | 12.5%  | 43.8%   | 39.6%   |
| 平成21年 | 2  | 0.0%  | 2.2%   | 13.3%  | 40.0%   | 44.4%   |
|       | 4  | 2.0%  | 12.2%  | 40.8%  | 28.6%   | 16.3%   |
| (変化幅) |    | (2.0) | (10.0) | (27.5) | (-11.4) | (-28.1) |

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42.9と前回調査から14.6ポイント上昇している。分野別にみると、家計動向関連DIは5.8ポイント、企業動向関連DIは22.2ポイント上昇している。構成比では、「悪くなる」と回答する人の割合が前回調査から25.1%と大幅に減少する一方、「やや良くなる」と回答する人の割合が11.9%、「やや悪くなる」と回答する人の割合が8.3%それぞれ上昇している。

図表2-1 各分野における景気の先行き判断DIの推移表

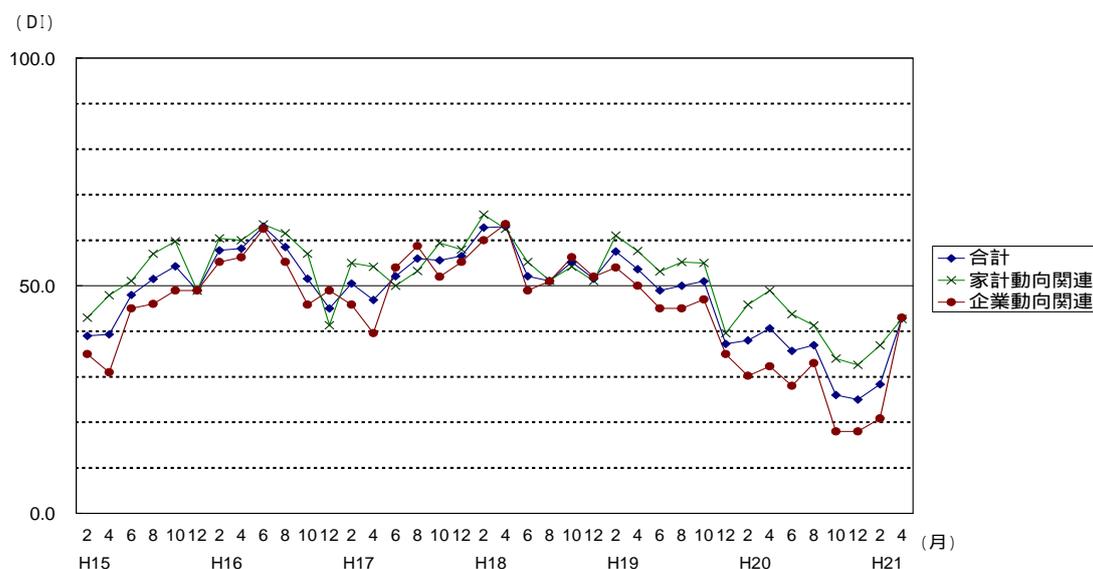
| (DI)   | 平成20年 |      | 平成21年 |      | (変化幅)  |
|--------|-------|------|-------|------|--------|
|        |       | 12月  | 2月    | 4月   |        |
| 合計     |       | 25.0 | 28.3  | 42.9 | (14.6) |
| 家計動向関連 |       | 32.6 | 36.9  | 42.7 | (5.8)  |
| 小売関連   |       | 25.0 | 35.0  | 43.8 | (8.8)  |
| 飲食関連   |       | -    | -     | -    | (-)    |
| サービス関連 |       | 39.3 | 29.2  | 46.4 | (17.2) |
| 住宅関連   |       | -    | -     | -    | (-)    |
| 企業動向関連 |       | 18.0 | 20.8  | 43.0 | (22.2) |
| 製造業    |       | 7.1  | 29.2  | 46.4 | (17.2) |
| 非製造業   |       | 22.2 | 18.1  | 41.7 | (23.6) |

(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20年 | 12 | 2.1%  | 4.2%   | 25.0% | 29.2%  | 39.6%   |
| 平成21年 | 2  | 0.0%  | 4.4%   | 37.8% | 24.4%  | 33.3%   |
|       | 4  | 2.0%  | 16.3%  | 40.8% | 32.7%  | 8.2%    |
| (変化幅) |    | (2.0) | (11.9) | (3.0) | (8.3)  | (-25.1) |

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

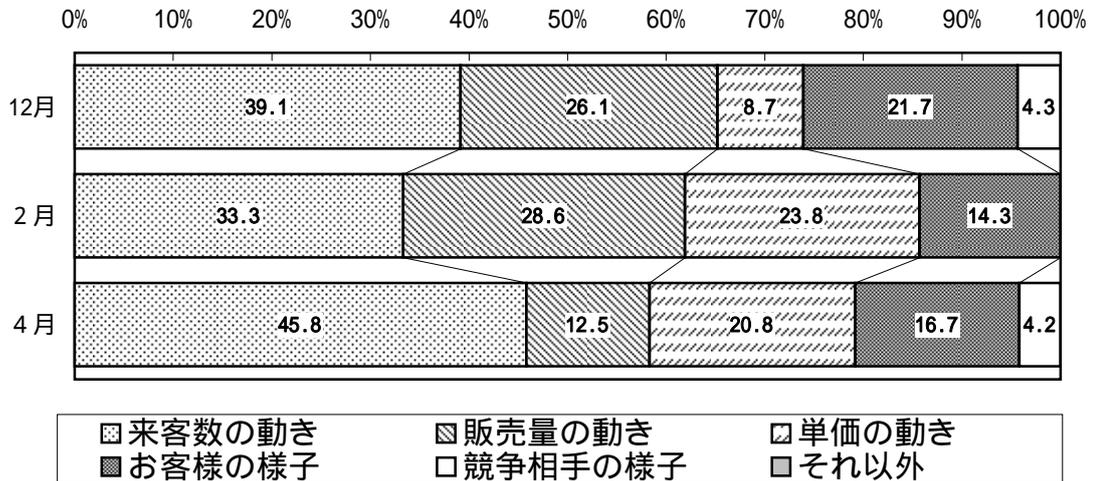
| (D I)  | 平成20年 | 平成21年 |      |
|--------|-------|-------|------|
|        | 12月   | 2月    | 4月   |
| 合計     | 15.1  | 12.8  | 21.9 |
| 家計動向関連 | 18.5  | 13.1  | 26.0 |
| 小売関連   | 15.9  | 12.5  | 22.9 |
| 飲食関連   | -     | -     | -    |
| サービス関連 | 25.0  | 16.7  | 32.1 |
| 住宅関連   | -     | -     | -    |
| 企業動向関連 | 12.0  | 12.5  | 18.0 |
| 製造業    | 7.1   | 8.3   | 28.6 |
| 非製造業   | 13.9  | 13.9  | 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。

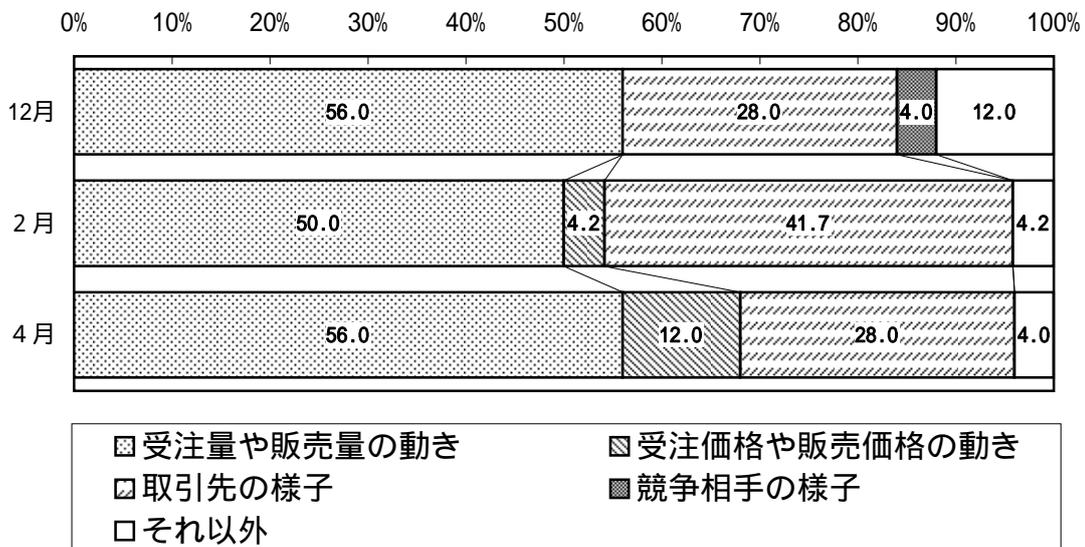
（注）景気の現状をとらえるには、景気の方角性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

## 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   | -                        | -   | -  |
|                | やや良く<br>なっている | コンビニ(経営者)                | 単価の動き   | ・若干価格が下がった物もあるので、客単価が少し上がっている。   |
|                |               | 通信会社(営業担当)               | 販売量の動き  | ・毎年3～5月は移転等が多く繁忙期であるが、景気が悪い今年も例年同様に客からの申込が多く、販売数も増加している。   |
|                | 変わらない         | 百貨店(売場主任)                | お客様の様子  | ・来店客の減少に加え、客単価ダウンも大きな要素である。  |
|                |               | スーパー(店長)                 | 単価の動き   | ・花見時期の酒コーナーでの動きを見ると、前年に比べて日本酒、ビールよりは低単価の第3のビールや缶チューハイ、ワインでは安心感のある無添加ワインの低単価品と、高い物から安い物へシフトしており、余分な物は買わない動きである。 |
|                |               | 高級レストラン(スタッフ)            | 来客数の動き  | ・宴会の数がかなり減っている。ディナータイムのフリーの来客数が少ない。  |
|                |               | 一般レストラン(経営者)             | 来客数の動き  | ・少し悪くなるかと思っていたが、今年の今の時期と変わらない。地方からは客が来ているが、近隣の客が少し減っている。   |
|                |               | 都市型ホテル(広報担当)             | 来客数の動き  | ・宿泊における外国人客の比率が下がっている。レストランの入店客数も減少している。   |
|                |               | 通信会社(営業担当)               | 販売量の動き  | ・4月の新規スタートのシーズンにもかかわらず、販売数に大きな伸びが見られない。  |
|                |               | その他レジャー施設(経営者)           | 来客数の動き  | ・3か月前も悪かったが、今も変わっていない。   |
|                | やや悪く<br>なっている | 一般小売店[靴](営業担当)           | 来客数の動き  | ・今月の来客数は前年比10%ほど減少している。特に、地方からの客が少なくなっており、まとめ買いの客も少ないので、売上は厳しい。  |
|                |               | 百貨店(総務担当)                | 販売量の動き  | ・食料品や喫茶、食堂関連はにぎわいつつも、主力商品の売上は厳しい状況が続いている。  |
|                |               | 百貨店(販売促進担当)              | 単価の動き   | ・食品では進物が減り、バラ買いなどが多く、単価が伸び悩んでいる。ファッション部門も同様に上下セットでの購入などは明らかに少なくなり、単価が頭打ち状態である。                                 |
|                |               | 衣料品専門店(店長)               | 来客数の動き  | ・今年に入り、来客数は減少が続いている。店の前の通路も、この4月に入り日中の通行量が著しく減っている。  |
| 悪く<br>なっている    | 衣料品専門店(店長)    | 来客数の動き                   | ・来客数が大幅に減って、売上の落ち幅も今までにないくらいの落ちになってしまっている。  |  |
|                | 高級レストラン(経営者)  | 来客数の動き                   | ・2～3名の予約で個室を希望する傾向が強い。反面、カウンター席は需要が無く、利用者は激減している。高齢者は特に日本間での利用を嫌い、いす席または掘りこたつ式の希望が多い。 |  |
|                | 都市型ホテル(経営者)   | 来客数の動き                   | ・従来であれば、平日の火～木曜日までは必ず満室になっていたが、今は週の内の1日くらいしか満室にならない。                                  |  |
| 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 | 印刷業・製本業(営業担当)            | 受注量や販売量の動き  | ・特に、3月後半から4月の頭に掛けて年度末の動きが集中しており、一時的には上向きの印象を受けている。   |
|                |               | 印刷業・製本業(営業担当)            | 受注量や販売量の動き  | ・年度末であるため、やや良くなっており、4月の半ば過ぎまでは今の状態が続く。ただし、4月の終わりがら先を考えると、決して今の状態が続くとは思えず、楽観視できない。                              |
|                |               | その他サービス業[情報サービス](経営企画担当) | 受注量や販売量の動き  | ・延期になっていた案件の受注が出来、入札案件が増えてきている。  |
| 変わらない          | 新聞業(営業担当)     | 受注価格や販売価格の動き             | ・決算の業績を反映している。取引先はおしなべて元気が無い。政府による経済対策の効果はすぐには出ないと思うが、定額給付金については、若干ではあるがプラス効果を感じる。    |  |

| 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  |
|----|-----------|--------------------------|--------------|---|
|    |           | 通信業（営業担当）                | 受注量や販売量の動き   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・年度末の駆け込みは若干あったものの、前年同時期と比べると厳しいものがある。</li> <li>・3月決算期ということもあり、メーカーにしろサービスにしろ、企業行動は完全に沈み込んだ様相と言える。一部には、低価格の内需関連に動きが見られるものの、景気全体としてのインパクトには至らない。</li> <li>・悪いまま変わらずといったところである。</li> </ul> |
|    |           | 金融業〔証券〕（営業担当）            | 取引先の様子       |   |
|    |           | 卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）        | 受注量や販売量の動き   |   |
|    | やや悪くなっている | 新聞業（経営者）                 | 取引先の様子       | ・広告料収入が増えない。  |
|    |           | 出版業（営業担当）                | 受注量や販売量の動き   | ・社内的にはリストラによる人件費削減、諸経費削減で出て行くお金を抑えているが、本の売行き不振、広告収入の大幅な減少が続き、更に悪い状態になっている。  |
|    |           | 印刷業・製本業（経営者）             | 受注量や販売量の動き   | ・受注の前年割れはここ半年間変わらない。特に3月は1～2月と比べて、落ち込み方が大きくなっている。   |
|    |           | 輸送業（従業員）                 | 受注量や販売量の動き   | ・ハイヤー、タクシーの受注量は前年比でマイナスになっている。この傾向は3か月前より悪くなっている。   |
|    |           | 輸送業（営業担当）                | 受注量や販売量の動き   | ・荷主先のメーカーの生産調整による物流の鈍化が顕著である。   |
|    |           | 通信業（営業担当）                | 取引先の様子       | ・規模縮小の移転が注文のかなりを占めている状況なので、やや悪くなっている。   |
|    |           | 卸売業〔機械器具〕（営業担当）          | 受注量や販売量の動き   | ・年度初めは商品の動きが少し悪い。   |
|    |           | 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       | ・取引先の値引き、仕様減、解約が増えている。  |
|    | 悪くなっている   | 建設業（経営者）                 | 受注価格や販売価格の動き | ・公共事業の入札における落札金額は、低価格での競争となっている。はたして、このまあいって良い建物ができ、また、会社が存続し得るのか疑問である。   |
|    |           | 卸売業〔機械器具〕（経営者）           | 受注量や販売量の動き   | ・取引先はどれも受注量が減っているので、外注が極端に少なくなっており、この先、従業員解雇も考えなくてはと聞いている。  |
|    |           | 経営コンサルタント                | 取引先の様子       | ・自動車部品を取り扱っている中小企業では、前年比60%くらいで予算組みをしているようである。6月ごろには金融が正常に戻ってくると考えられているが、中小企業を立て直せるのは秋ごろになりそうである。   |

#### 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<br>動向<br>関連 | 良くなる        | -  | -   |
|                | やや良くなる      | 百貨店（営業推進担当）  | ・夏物の売行きに動きが出てきているので、今以上に購買意欲を刺激し、良くなる。  |
|                |             | コンビニ（経営者）  | ・政府でいろいろな経済対策をしていくので、国民生活がうるおう。   |
|                |             | コンビニ（店長）   | ・株価が上がってきているようなので、良くなる。   |
|                |             | 通信会社（営業担当）   | ・客はコスト削減を希望し、現状の見直しを検討する方向で提案する機会も多く、販売数が期待できそうである。景気も少しずつ上向きになる。                           |
|                | 変わらない       | 百貨店（売場主任）  | ・定額給付金を見込んだセール等の販売計画はあるものの、引き続き顧客の心理は変わらない。   |
|                |             | 百貨店（総務担当）  | ・依然として消費マインドの回復に兆しが感じられない。景気全体に閉そく感がある。   |
|                |             | スーパー（店長）   | ・値下げ、価格競争の激化で一品単価が落ちた分、買上点数を増やす努力で売上を伸ばすしかないため、変わらない。商品も余分なものは買わないが、新商品、話題商品についての動きは良い。     |
|                |             | 高級レストラン（スタッフ）  | ・テレビ等で不景気の現状が大きく取り上げられるため、かなり企業の財布のひもがきつくなっている。個人客もお祝いの席などはあまり大きくやらないような傾向である。              |
|                |             | 一般レストラン（経営者）   | ・現在、客単価の低下が見られるが、これからもその傾向は変わらない。   |
|                |             | 都市型ホテル（広報担当）   | ・今の状態では景気回復は見込まれない。せめてこれ以上悪くならないよう、最低、現状維持に努めたい。  |
|                |             | 通信会社（営業担当）   | ・社会全体の景気の底上げが見込めない限り、各分野の販売の伸びは見込めない。   |
|                |             | その他レジャー施設（経営者）   | ・陽気は良くなってきたが、来客数はまだまだ増えてくるとは思えない。   |
|                | やや悪くなる      | 一般小売店〔靴〕（営業担当）   | ・まとめ買いも少なくなり、衝動買いをする傾向が少なくなっている。まだまだ市況が安定せず、ボーナスもまだ下がるという状況なので、買物にはますます慎重になる。               |
|                |             | 百貨店（販売促進担当）  | ・雇用状況は依然として改善せず、多くの企業が定期昇給の凍結を発表しており、失業者数も今後更に増加するとされている。一般国民の生活の厳しさは変わらず、消費節約傾向も継続するはずである。 |
| 百貨店（広報担当）      |             | ・10月以降の景気後退後、個人消費の減速感、今年度に入ってから悪化のスピードが加速している。個人消費の底入れは、早くて秋以降と想定している。               |   |
| スーパー（店長）       |             | ・客は、特売以外の余計な品物は買わなくなってきている。  |   |
| 衣料品専門店（店長）     |             | ・衣料はバーゲン時期になるが、値下げ率を大きくしたり、セールの前倒し等で一瞬は盛り上がりつつも、来客数の減少が追い打ちを掛けて、トータルでは伸びがなく終わりそうである。 |   |
| 衣料品専門店（店長）     |             | ・昨年の夏ごろから売上減の傾向だったが、更に悪くなりそうである。特に、値段の高い洋服の売上が減ってきている。                               |   |
| 高級レストラン（経営者）   |             | ・前回、景況感も底と推察したが、今月は更に悪く、底が見えないような状況にある。法人利用、個人利用共に緊縮となっている。先行きも厳しい。                  |   |
| 一般レストラン（経営者）   |             | ・昨年は朝の連続テレビ小説の影響で良かったので、今年は悪くなる。   |   |
| 設計事務所（所長）      |             | ・新規物件数が少なく、良くなる材料が見当たらない。  |   |
| 悪くなる           | 都市型ホテル（経営者） | ・政府の景気対策もタイムリーではなく、定額給付金等も秋以降に受領がずれ込む可能性がある。また、選挙も近いということで、地に足を付けた政策が出てこない。          |   |
| 企業<br>動向<br>関連 | 良くなる        | 印刷業・製本業（営業担当）  | ・金融危機以降抑えていた需要が、4月になって多少動き出した印象を受けているので、良くなる。   |
|                | やや良くなる      | 出版業（経営者）   | ・底打ちからの反転があり得る。   |
|                |             | 建設業（営業担当）  | ・競争激化により、利益率は低下しているが、公共事業の前倒しで工事量は増える見込みである。  |
|                |             | 卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）  | ・秋物が動き始める時期になるので、期待している。  |
|                |             | 卸売業〔機械器具〕（営業担当）  | ・毎年そうだが、4～6月の受注数は少なく、4月から徐々に良くなる傾向である。  |

| 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   |
|--------|----------|--------------------------|--|
|        | 変わらない    | 新聞業（営業担当）                | ・新年度に入っても出口は見えない。闇は相当深い。   |
|        |          | 輸送業（営業担当）                | ・メーカーによっては、これから夏場に向かって繁忙期になる先もあるが、今後も生産調整を続けるメーカーとのバランスで、物流の動きは変わらない。          |
|        |          | 輸送業（従業員）                 | ・タクシー業界には、良い材料が見当たらない。現在の状況が今後も続く。   |
|        |          | 通信業（営業担当）                | ・良くなっている会社もある。   |
|        |          | 金融業〔証券〕（営業担当）            | ・政府による景気対策の提示により、楽観的なイメージが見られる部分もあるが、連休をはさんで企業の3月期決算が出ると、ネガティブサプライズの懸念は払拭できない。 |
|        |          | 金融業〔証券〕（営業担当）            | ・米国経済で明るい話題も出てくるようになったが、良くも悪くも日本への影響は数か月のタイムラグがあるため、2～3か月で日本の景気が上向くとは考えにくい。    |
|        |          | 卸売業〔飲食料品（鮮魚）〕（経営者）       | ・景気は底は打っていると思うので、しっかりやっていたら、ひどいことにはならない。                                       |
| やや悪くなる |          | 卸売業〔機械器具〕（従業員）           | ・民需向けの引き合いがほとんど止まっている状況である。今年一杯は見通しが厳しい。                                       |
|        |          | 新聞業（経営者）                 | ・収入増の見通しが全く立たない。   |
|        |          | 出版業（営業担当）                | ・経済全体が良くならない限り、高価格の本が売れる状況にはない。販売が見込めるのは500円以下の低価格本しかないので、現在より悪くなる。            |
|        |          | 印刷業・製本業（経営者）             | ・経費等の引き締めは今後も続く。良い材料が無い。   |
|        |          | 印刷業・製本業（営業担当）            | ・ゴールデンウィーク前後で市場は動きが鈍くなる。また、ガソリン等の原材料の再度の値上げが気掛かりである。                           |
| 悪くなる   |          | 経営コンサルタント                | ・景気は少しずつ取り戻してくるようだが、景気を左右する不安材料が払しょくし切れていないため、不安定さが残る。                         |
|        |          | その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当） | ・引き続き、売上が下降する。   |
|        |          | 建設業（経営者）                 | ・民間ベースの発注がなくなり、すべての企業が公共事業にシフトしており、競争が激化している。                                  |
|        |          | 卸売業〔機械器具〕（経営者）           | ・新年度予算を期待したが、各社共予算使用を抑えている模様で、あまり使われていない。                                      |

(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             | 2            |    |
|                         | 一般小売店経営者・店員        | 0            |    |
|                         | 百貨店                | 2            |    |
|                         | 百貨店売場主任・担当者        | 5            |    |
|                         | スーパー               | 5            |    |
|                         | 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                     |                    | 2            |    |
| 輸送業                     |                    | 2            |    |
| 通信業                     |                    | 2            |    |
| 金融業                     |                    | 2            |    |
| 不動産業                    |                    | 0            |    |
| 卸売業                     |                    | 7            |    |
| 繊維・衣服等                  |                    | 2            |    |
| 食料品                     |                    | 1            |    |
| 建築材料、鉱物・金属材料等           |                    | 1            |    |
| 機械器具                    |                    | 3            |    |
| その他卸売業                  |                    | 0            |    |
| サービス業                   |                    | 3            |    |
| 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                |                    | 2            |    |
| その他非製造業                 |                    | 0            |    |
| その他企業の動向を把握できる者         |                    | 0            |    |