

# 中央区内景气动向调查

平成 16 年 12 月調査結果

平成 17 年 1 月 14 日

中央区

## 総 括

### 平成 16 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 43.0 と、前回調査より 10.6 ポイント低下し、1 年半ぶりに横ばいを示す 50.0 を下回る結果となった。景気の先行き判断 D I も、前回調査より 6.5 ポイント低下して 45.0 となり、1 年ぶりに 50.0 を下回っている。

図表 景気の現状判断 D I、先行き判断 D I (合計)

| ( D I )   | 平成16年 |      |      | 前回調査      |
|-----------|-------|------|------|-----------|
| 合計        | 8月    | 10月  | 12月  | からの変化     |
| 現状判断 D I  | 50.0  | 53.6 | 43.0 | ( -10.6 ) |
| 先行き判断 D I | 58.5  | 51.5 | 45.0 | ( -6.5 )  |

## 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 16 年 12 月調査の調査票発送は 12 月 8 日（水）、回答期限は 12 月 17 日（金）である。

### 5 調査機関

本調査は中央区が主管し、委託先である財団法人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 50 名、有効回答率は 100.0%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    | やや良くなる    | 変わらない           | やや悪くなる    | 悪くなる    |
|    | (良い)    | (やや良い)    | (どちらとも<br>いえない) | (やや悪い)    | (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

中央区内における景気の現状判断DIは全体で43.0と、前回調査より10.6ポイント低下し、一年半ぶりに50.0を下回る結果となっている。分野別にみると、家計動向関連DIが38.5、企業動向関連DIは47.9とそれぞれ横ばいを示す50.0を下回っており、特に家計動向関連DIは前回調査から14.5ポイント減と大幅に低下している。3か月前と比べ「やや良くなっている」と回答する人の割合が20.7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

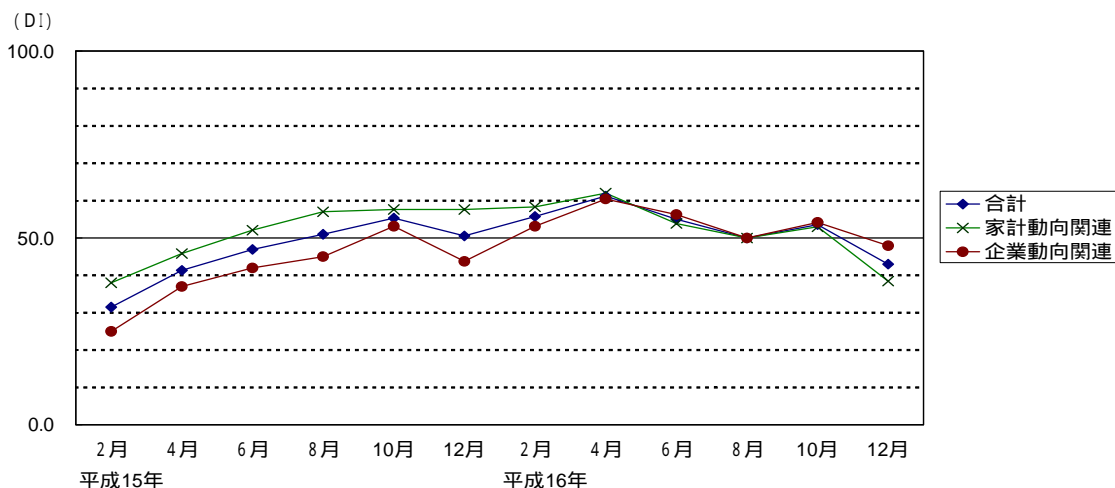
| (DI)   | 平成16年 |      |      |         |
|--------|-------|------|------|---------|
|        | 8月    | 10月  | 12月  | (変化幅)   |
| 合計     | 50.0  | 53.6 | 43.0 | (-10.6) |
| 家計動向関連 | 50.0  | 53.0 | 38.5 | (-14.5) |
| 小売関連   | 48.1  | 54.2 | 34.6 | (-19.6) |
| 飲食関連   | -     | -    | -    | (-)     |
| サービス関連 | 53.6  | 53.6 | 42.9 | (-10.7) |
| 住宅関連   | -     | -    | -    | (-)     |
| 企業動向関連 | 50.0  | 54.2 | 47.9 | (-6.3)  |
| 製造業    | 53.6  | 60.7 | 53.6 | (-7.1)  |
| 非製造業   | 48.5  | 51.5 | 45.6 | (-5.9)  |

(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16年 | 8  | 2.0%  | 24.0%   | 50.0% | 20.0% | 4.0%  |
|       | 10 | 2.0%  | 34.7%   | 42.9% | 16.3% | 4.1%  |
|       | 12 | 2.0%  | 14.0%   | 50.0% | 22.0% | 12.0% |
| (変化幅) |    | (0.0) | (-20.7) | (7.1) | (5.7) | (7.9) |

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

中央区内における景気の先行き判断D Iは全体で45.0と、前回調査より6.5ポイント低下し、平成16年に入り、初めて横ばいを示す50.0を下回った。分野別にみると、企業動向関連D I(49.0)は前回調査を3.2ポイント上回ったものの、家計動向関連D Iは41.3と前回調査から15.7ポイント下回る大幅な低下となっている。3か月後は「やや良くなっている」と回答する人の割合は10.4ポイント減少している。

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

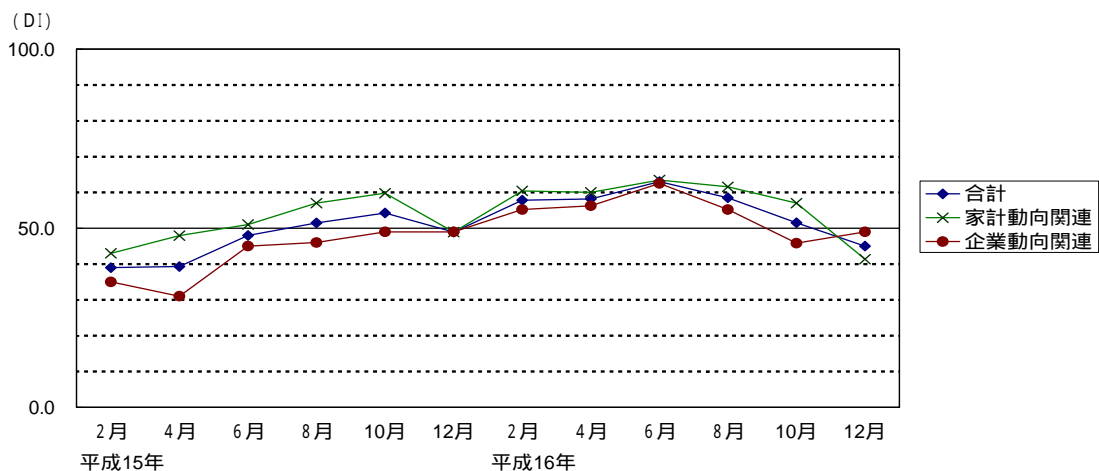
| (D I)  | 平成16年 |      |      |         |
|--------|-------|------|------|---------|
|        | 8月    | 10月  | 12月  | (変化幅)   |
| 合計     | 58.5  | 51.5 | 45.0 | (-6.5)  |
| 家計動向関連 | 61.5  | 57.0 | 41.3 | (-15.7) |
| 小売関連   | 61.5  | 56.3 | 46.2 | (-10.1) |
| 飲食関連   | -     | -    | -    | (-)     |
| サービス関連 | 60.7  | 53.6 | 39.3 | (-14.3) |
| 住宅関連   | -     | -    | -    | (-)     |
| 企業動向関連 | 55.2  | 45.8 | 49.0 | (3.2)   |
| 製造業    | 60.7  | 53.6 | 50.0 | (-3.6)  |
| 非製造業   | 52.9  | 42.6 | 48.5 | (5.9)   |

(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16年 | 8  | 6.0%  | 32.0%   | 52.0% | 10.0%  | 0.0%  |
|       | 10 | 2.0%  | 22.4%   | 55.1% | 20.4%  | 0.0%  |
|       | 12 | 2.0%  | 12.0%   | 56.0% | 24.0%  | 6.0%  |
| (変化幅) |    | (0.0) | (-10.4) | (0.9) | (3.6)  | (6.0) |

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

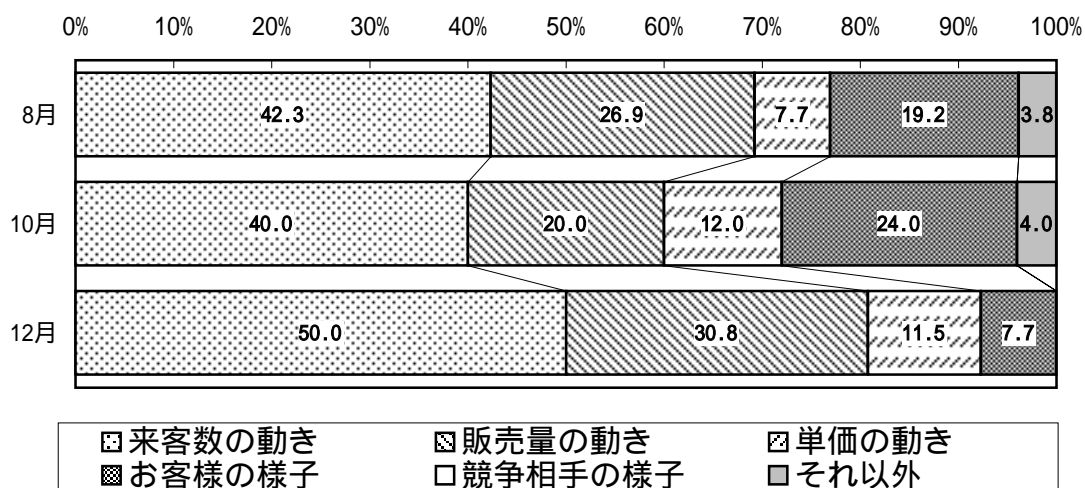
| (D I)  | 平成16年 |      |      |
|--------|-------|------|------|
|        | 8月    | 10月  | 12月  |
| 合計     | 48.0  | 43.9 | 39.5 |
| 家計動向関連 | 49.0  | 42.0 | 39.4 |
| 小売関連   | 50.0  | 39.6 | 34.6 |
| 飲食関連   | -     | -    | -    |
| サービス関連 | 46.4  | 46.4 | 39.3 |
| 住宅関連   | -     | -    | -    |
| 企業動向関連 | 46.9  | 45.8 | 39.6 |
| 製造業    | 53.6  | 64.3 | 53.6 |
| 非製造業   | 44.1  | 38.2 | 33.8 |

(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。

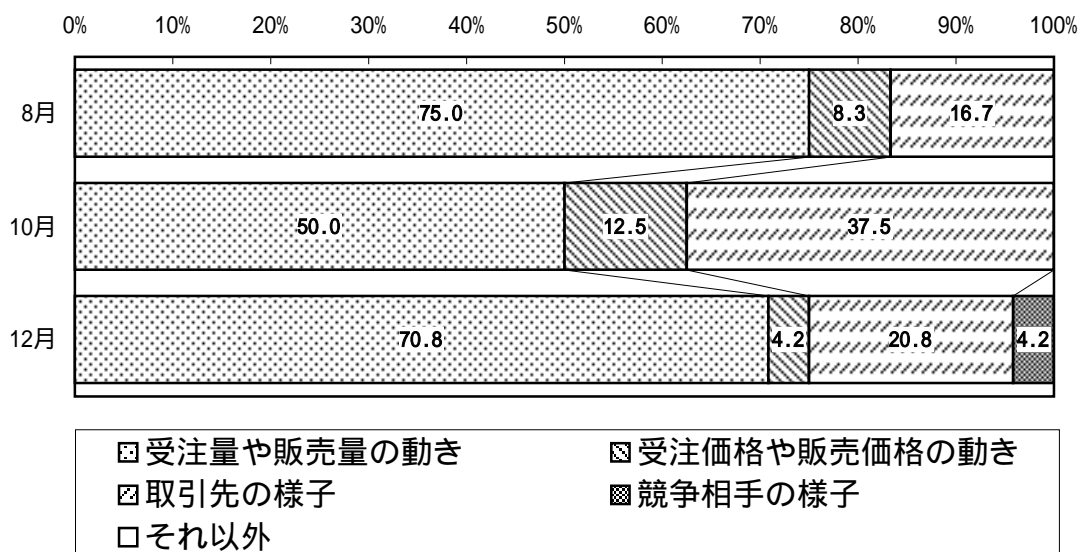
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方加性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

## 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 | 良くなっている   | -               | -                  | -   |
|                | やや良くなっている | 百貨店（販売促進担当）     | お客様の様子             | ・当地域への来客数が増加している。客の会話からも景気は悪くないことがうかがえる。  |
|                |           | スーパー（店長）        | 来客数の動き             | ・近隣マンションへの入居があったため、やや良くなっている。   |
|                |           | コンビニ（店長）        | 来客数の動き             | ・類似した商品がある場合、以前に比べ、値段が高くて品質の良い方を買う人が増えてきている。  |
|                | 変わらない     | 一般小売店〔靴〕（営業担当）  | 来客数の動き             | ・当地域への入出が多くなってきている。来客数の増減が少なく、安定してきている。   |
|                |           | 百貨店（広報担当）       | 販売量の動き             | ・歳暮ギフトセンターは混雑し、前年に比べて売上も伸びている。相変わらず法人の受注は少ないが、個人の受注は増加している。その他のフロアは売上が悪く、客は目的以外の余分な買物はしていないようである。 |
|                |           | スーパー（店長）        | 販売量の動き             | ・客単価は依然として下落傾向にあり、来客数の増加でマイナス分を何とかカバーしている。  |
|                |           | 高級レストラン（経営者）    | 単価の動き              | ・忘年会シーズンなので、通常の倍近い予約、売上となっている。例年12月は予約で満席状態が続くが、今年は予約が入るのが遅い。客単価も例年に比べてマイナス傾向である。                 |
|                |           | 一般レストラン（経営者）    | 来客数の動き             | ・毎年12月になると少しは忙しくなるが、今年はなぜか来客数が伸びない。これから来るのだろうが、遠方からの客もあまり来ていない。                                   |
|                |           | 都市型ホテル（広報担当）    | 来客数の動き             | ・12月は例年多くの利用がある時期だが、特に来客数が増えた感じはない。   |
|                |           | 都市型ホテル（経営者）     | 来客数の動き             | ・増税等の新聞報道があり、消費者の財布のひもが固くなっている。不要不急の物に対しては厳しい状況であり、会社関係でも余分な経費は極力抑えている。                           |
|                |           | 通信会社（営業担当）      | 販売量の動き             | ・年度末を迎え、ボーナス戦線に向かうところだが、今のところ販売数に目立った動きはない。   |
|                | やや悪くなっている | 百貨店（売場主任）       | 来客数の動き             | ・実用的なアイテム、商品の購買が目立ち、12月に入っても来客数の増加はあまりみられない。  |
|                |           | 百貨店（総務担当）       | お客様の様子             | ・暖冬の影響から重衣料の動き、売上が婦人服を中心に悪くなっている。   |
|                |           | 衣料品専門店（店長）      | 来客数の動き             | ・日々来客数が激減している。客は、商品の価値と価格に敏感である。  |
|                |           | 通信会社（営業担当）      | 販売量の動き             | ・10月から冬のキャンペーンとして光高速回線の訪問勧奨を実施しているが、安価なADSL回線で十分であるという客が大半で、なかなか販売に結び付いておらず、販売目標には到達しそうなもない状況である。 |
|                |           | その他レジャー施設（経営者）  | 来客数の動き             | ・常連客を含め、全体的に来店回数が減少している。  |
|                | 悪くなっている   | 一般小売店〔和菓子〕（経営者） | 来客数の動き             | ・客単価が低く、来客数も年末とは思えないほどである。  |
|                |           | 百貨店（売場主任）       | 来客数の動き             | ・暖冬の影響をまともに受け、ジャストシーズンのアイテムが全く動かない状況である。  |
|                |           | コンビニ（経営者）       | 単価の動き              | ・客単価が低く、伸び悩んでいる。  |
| 衣料品専門店（店長）     |           | 来客数の動き          | ・来客数、販売量とも減少傾向である。 |   |

| 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   |
|----------------|-------------------|-----------------|---|--|
| 企業<br>動向<br>関連 | 良くなっている           | 卸売業[機械器具](従業員)  | 受注量や販売量の動き                                    | ・中越地震の影響で防災用品の受注量が増加している。  |
|                | やや良くなっている         | 新聞業(営業担当)       | 受注量や販売量の動き                                    | ・10、11月の広告収入は前年を下回ったが、12月はやや持ち直しの感がある。   |
|                |                   | 通信業(営業担当)       | 受注量や販売量の動き                                    | ・注文受付の代行業務をしている取引先が、業務拡大により設備を増設することになったと聞いている。景気は上向き傾向である。  |
|                |                   | 広告代理店(営業担当)     | 受注量や販売量の動き                                    | ・受注量が3か月前、前年同月と比較してプラスになってきている。  |
|                | 変わらない             | 出版業(営業担当)       | 受注価格や販売価格の動き                                  | ・12、1月の受注額が史上最悪を更新し、本当に危機だと感じている。  |
|                |                   | 出版業(経営者)        | 取引先の様子  | ・業種によるばらつきが目立つ。経営努力によるところが極めて大きい。店による格差も目立つ。   |
|                |                   | 印刷業・製本業(経営者)    | 受注量や販売量の動き                                    | ・単価が安すぎて、いくらやっても売上が伸びず、毎月支払いに困っている状態である。安価な受注を続ける同業者は自分の首を絞めているようなものである。価格は一度下げたら戻らないので、必要以上に単価を下げてまで受注しないでほしい。                    |
|                |                   | 建設業(経営者)        | 競争相手の様子                                       | ・採算割れと思われる見積を出し、受注にいく業者が多々あり、驚きを隠せない。  |
|                |                   | 輸送業(従業員)        | 受注量や販売量の動き                                    | ・タクシー、ハイヤーの受注量から判断すると、景気はやや悪くなっている。介護タクシーの利用は増加している。   |
|                |                   | 輸送業(営業担当)       | 取引先の様子  | ・荷主先により受注量の増減が顕著である。食品関係の物流システムは年々変化しつつあり、直送という集約配送に比重が置かれるようになったことから、個別配送の物量が減少している。一方、建築資材や機械部品関係においては、年末ということもあり、個別配送の物量が増えている。 |
|                |                   | 通信業(営業担当)       | 受注量や販売量の動き                                    | ・受注量、販売量とも伸びはなく、あまり動きがない。  |
|                |                   | 金融業[証券](営業担当)   | 受注量や販売量の動き                                    | ・経済指標で立て続けに悪い数値が出ており、投資家のセンチメントは低下している感があるが、先行きについて極端に悲観的なムードも出ていない。   |
|                |                   | 経営コンサルタント       | 取引先の様子  | ・商店街のもんじゃ焼屋さんに来る客の数、売上高などから判断すると、景気の変化はない。   |
|                | やや悪くなっている         | 印刷業・製本業(経営者)    | 受注量や販売量の動き                                    | ・受注量等が減少している。得意先の動きも良くない。  |
|                |                   | 金融業[証券](経営企画担当) | 受注量や販売量の動き                                    | ・企業の半期決算は概ね堅調であるものの、原油価格の上昇と急激な円高進行による影響により、景気動向は若干マイナスである。  |
| 悪くなっている        | 卸売業[繊維・衣服等](営業担当) | 受注量や販売量の動き      | ・例年12月は受注量、販売量とも少ない。                          |  |
|                | 卸売業[機械器具](経営者)    | 取引先の様子          | ・ほとんどの取引先で受注量が減少しており、このところではかなり大幅な減少量だと聞いている。 |  |

#### 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       | -                       | -   |
|                | やや良くなる     | スーパー（店長）                | ・ 来客数が増加しているので、やや良くなる。  |
|                |            | コンビニ（店長）                | ・ 少しずつではあるが、買上点数、来客数が増えてきている。景気が悪い時は弁当のみなどで、デザート、サラダの販売数は低かったが、デザート類が売れるようになってきている。 |
|                | 変わらない      | 一般小売店〔靴〕（営業担当）          | ・ 当地域への人出が増える要因が少ないので、現状維持が精一杯である。  |
|                |            | 百貨店（販売促進担当）             | ・ 中越地震以降、景気はやや良くなってきているが、今年の異常気象により暖房器具が売れない。ここにきてスーツ、ジャケット類が売れてきたので、総じて変わらない。      |
|                |            | 百貨店（売場主任）               | ・ 消費を促すようなきっかけがなく、社会面、経済面でもプラスよりマイナスの面ばかりが目につく。                                     |
|                |            | 百貨店（広報担当）               | ・ 増税の話などもあり、財布のひもがゆるみ景気が良くなるというムードではない。とはいえ、景気も底をついているので悪くもならない。                    |
|                |            | 百貨店（売場主任）               | ・ 年末年始の一過性の売上が見込めるものの、持続は困難である。   |
|                |            | 百貨店（総務担当）               | ・ 暖冬、原油価格の上昇を考えると変わらない。   |
|                |            | スーパー（店長）                | ・ 2～3か月先では変わらないが、長期でみれば低迷傾向になる。   |
|                |            | 衣料品専門店（店長）              | ・ 今まで以上に悪くならないよう、現状維持が精一杯である。   |
|                |            | 高級レストラン（店長）             | ・ 決定的な出来事が何もなく、単調な雰囲気なので変わらない。  |
|                |            | 一般レストラン（経営者）            | ・ 来客数、販売量など総合的に判断すると変わらない。  |
|                |            | 都市型ホテル（広報担当）            | ・ 特に良くなるというような要素は具体的に見当たらない。  |
|                |            | 都市型ホテル（経営者）             | ・ 将来に対する漠然とした不安感が行き渡っており、希望をもって進んでいく雰囲気ではない。  |
|                |            | 旅行代理店（営業担当）             | ・ 明るい話題、材料が乏しく、暗い材料が増えつつあるので良くはならない。  |
|                |            | 競馬場（職員）                 | ・ 仮に回復傾向となっても、消費を控える動きは続く。  |
|                | 設計事務所（経営者） | ・ 実質的な増税の動きから景気回復は停滞する。 |   |
|                | やや悪くなっている  | 一般レストラン（経営者）            | ・ 寒くなると人出が悪くなる。   |
|                |            | 通信会社（営業担当）              | ・ 業界内で固定電話冬の陣が本格的に始まるので、やや悪くなる。   |
|                |            | 通信会社（営業担当）              | ・ インターネット回線を利用した新商品であるテレビ電話等の販売に対する客の反応は弱く、必要でないものは導入しない傾向である。                      |
|                |            | その他レジャー施設（経営者）          | ・ いくら努力しても良くなるとは考えられない。   |
|                |            | 設計事務所（所長）               | ・ 政府の税金対策の影響で、ますます悪くなる。   |
|                | 悪くなる       | 一般小売店〔和菓子〕（経営者）         | ・ ただでさえ一般消費者は不景気だといっていた上に、政府まで不景気だという発表をしたので、先行きは悪くなる。                              |
|                |            | 衣料品専門店（店長）              | ・ 税の控除がなくなれば、使えるお金も減るので悪くなる。  |
|                |            | 高級レストラン（経営者）            | ・ 12月は宴会シーズンなので他の月との比較は難しい。前年比では売上、来客数とも5%程度減少している。                                 |

| 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   |  |
|------------------|----------|---|--|--|
| 企業動向関連           | 良くなる     | 卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）                       | ・2、3月は12月よりも各アイテムとも動きが良くなると見込んでいる。   |  |
|                  |          | やや良くなる                                  | 出版業（営業担当）  | ・前年より街の年末、クリスマスの装飾が立派になっている。ブランドブティックのラッシュにより好景気となる。                           |
|                  |          |   | 通信業（営業担当）  | ・インターネットによる注文受付や、従来型の電話注文受付、いずれも増加傾向なのか、Webや電話による注文受付システム構築に関する引き合いが多くなってきている。 |
|                  |          |   | 卸売業〔建築材料、鋳物・金属材料等〕（従業員）  | ・再開発の案件が進行することによって、やや良くなる。   |
|                  |          | 広告代理店（営業担当）                             | ・年度末に向けて若干明るい見通しが立ってきている。  |  |
|                  | 変わらない    | 新聞業（経営者）                                | ・デパート等から暖冬のために冬物があまり動いていないという情報が入っている。   |  |
|                  |          | 新聞業（営業担当）                               | ・特に上向く要因もないが、下降局面にあるわけでもない。  |  |
|                  |          | 出版業（経営者）                                | ・景気というよりは個々の企業、店の努力次第である。  |  |
|                  |          | 印刷業・製本業（経営者）                            | ・下げ止まりという感じで動きがない。   |  |
|                  |          | 印刷業・製本業（経営者）                            | ・先の予定が全くつかず、得意先の売上も減少している。   |  |
|                  |          | 建設業（営業担当）                               | ・公共事業の縮減が依然として続いている。適正発注金額が定まらず、ダンピング問題等もあり、混迷を深めている。また、民間等も競争が厳しく、中小、中堅業者の価格競争で適正化が守れず、苦勞している。この状況は変わらない。 |  |
|                  |          | 輸送業（従業員）                                | ・天候に左右されることも多い業種だが、企業からの受注は前年と変わらない。   |  |
|                  |          | 輸送業（営業担当）                               | ・荷主により配送物量の増減が顕著であるが、総体的には変わらない。ただし、排ガス装置の装着や、燃料費高騰の影響で配送車両の絶対数は減少していく。                                    |  |
|                  |          | 通信業（営業担当）                               | ・業界によっては上向いているところもあるが、全体の景気が短期間で良くなるとは思えない。  |  |
|                  |          | 金融業〔証券〕（営業担当）                           | ・企業業績等が急激に好転するような材料はない。  |  |
|                  |          | 卸売業〔機械器具〕（経営者）                          | ・取引先の話では、急に悪くなったのは円高の影響であり、現在よりも悪くなることはないということである。   |  |
|                  |          | 卸売業〔機械器具〕（従業員）                          | ・年度末に向けた客先予算残の執行が予定されておらず、受注増は見込めない。   |  |
|                  | やや悪くなる   | 印刷業・製本業（総務担当）                           | ・原油高、円高による影響を考えると、やや悪くなる。  |  |
|                  |          | 建設業（経営者）                                | ・民間の設備投資は少し上向いていると思われるが、公共投資が依然として減少、予算減額なので、総体的には悪くなる。  |  |
|                  |          | 金融業〔証券〕（経営企画担当）                         | ・原油高騰、円高による影響に加え、所得税、住民税の定率減税が縮減されることなどにより、消費者心理にマイナス影響を与える。   |  |
| 卸売業〔繊維・衣服等〕（経営者） |          | ・良くなる要因が見当たらない。                         |  |  |
| 卸売業〔機械器具〕（従業員）   |          | ・現在は中越地震の影響で受注量が増加しているが、2～3か月先には少し落ち着く。 |  |  |
| 経営コンサルタント        |          | ・定率減税を始め、住宅ローン減税などの改定で消費が微妙に落ち込む。       |  |  |
| 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               | 26           |    |
|                         | 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               | 2            |    |
|                         | 設計事務所所長・職員         | 2            |    |
|                         | 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     | 24 |
|                         |                    | 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             |                    | 17           |    |
| 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            |    |
| 飲食品                     |                    | 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                   |                    | 2            |    |
| 広告代理店・新聞販売店[広告]         |                    | 1            |    |
| 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                |                    | 0            |    |
| その他非製造業                 | 0                  |              |    |
| その他企業の動向を把握できる者         | 0                  |              |    |