

中央区内景气动向调查

平成 17 年 6 月調査結果

平成 17 年 7 月 8 日

中央区

総 括

平成 17 年 6 月の動き

中央区内における 6 月の現状判断 D I は合計で 45.8 と、前回調査から 0.6 ポイント低下し、3 か月前と比べて横ばいを示す 50.0 を引き続き下回る結果となった。景気の先行き判断 D I は、前回調査より 5.2 ポイント上昇して 52.1 となり、横ばいを示す 50.0 の水準を回復する結果となっている。

図表 景気の現状判断 D I、先行き判断 D I (合計)

| (D I) | 平成17年 | | | 前回調査 |
|-----------|-------|------|------|----------|
| 合計 | 2月 | 4月 | 6月 | からの変化 |
| 現状判断 D I | 46.9 | 46.4 | 45.8 | (-0.6) |
| 先行き判断 D I | 50.5 | 46.9 | 52.1 | (5.2) |

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 17 年 6 月調査の調査票発送は 6 月 8 日（水）、回答期限は 6 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 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 | 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45.8と、前回調査より0.6ポイント低下し、3か月前と比べて横ばいを示す50.0を引き続き下回る結果となっている。分野別にみると、家計動向関連では横ばいを示す50.0を引き続き上回ったものの、企業動向関連は前回調査より0.6ポイント低下し、40.0となっている。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は12.5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

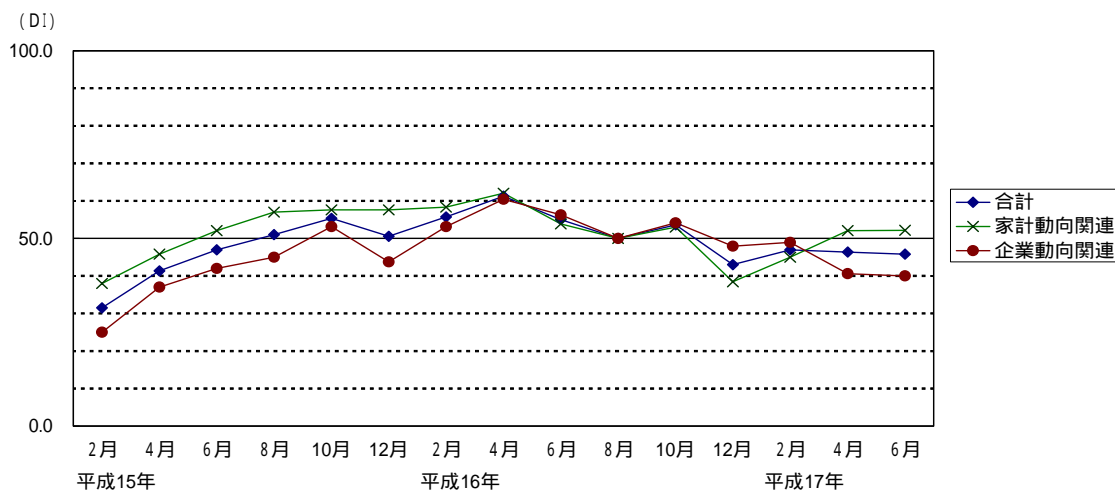
| (DI) | 平成17年 | | | |
|--------|-------|------|------|---------|
| | 2月 | 4月 | 6月 | (変化幅) |
| 合計 | 46.9 | 46.4 | 45.8 | (-0.6) |
| 家計動向関連 | 45.0 | 52.1 | 52.2 | (0.1) |
| 小売関連 | 47.9 | 43.8 | 50.0 | (6.2) |
| 飲食関連 | - | - | - | (-) |
| サービス関連 | 42.9 | 57.1 | 53.6 | (-3.5) |
| 住宅関連 | - | - | - | (-) |
| 企業動向関連 | 49.0 | 40.6 | 40.0 | (-0.6) |
| 製造業 | 46.4 | 39.3 | 25.0 | (-14.3) |
| 非製造業 | 50.0 | 41.2 | 45.8 | (4.6) |

(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17年 | 2 | 0.0% | 26.5% | 38.8% | 30.6% | 4.1% |
| | 4 | 0.0% | 27.1% | 39.6% | 25.0% | 8.3% |
| | 6 | 0.0% | 14.6% | 60.4% | 18.8% | 6.3% |
| (変化幅) | | (0.0) | (-12.5) | (20.8) | (-6.2) | (-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

中央区内における景気の先行き判断D Iは全体で52.1と、前回調査より5.2ポイント上昇し、横ばいを示す50.0の水準を回復している。分野別にみると、家計動向関連D I(50.0)は前回調査を4.2ポイント下回ったものの、企業動向関連D Iは前回調査から14.4ポイント上昇と大幅に回復し、54.0となっている。3か月後は「やや悪くなる」と回答する人の割合は14.6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

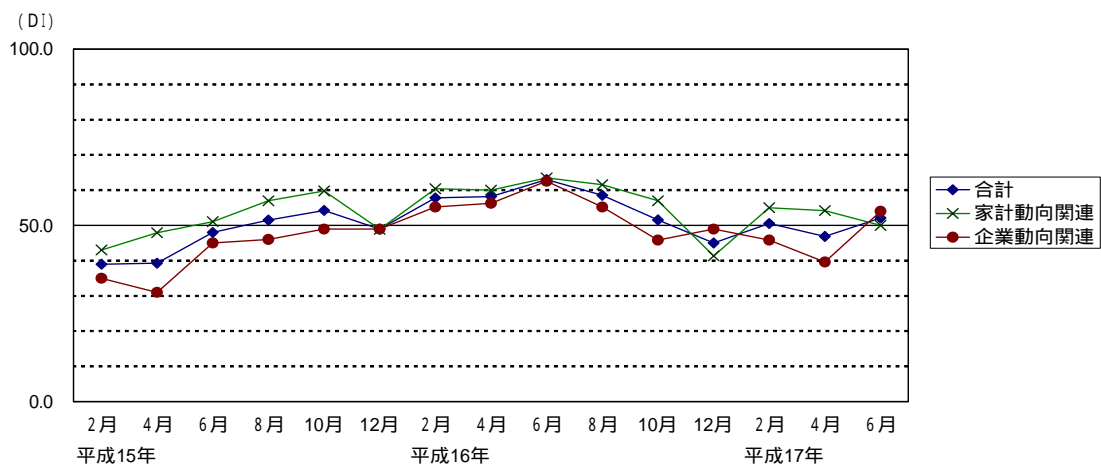
| (D I) | 平成17年 | | | |
|--------|-------|------|------|---------|
| | 2月 | 4月 | 6月 | (変化幅) |
| 合計 | 50.5 | 46.9 | 52.1 | (5.2) |
| 家計動向関連 | 55.0 | 54.2 | 50.0 | (-4.2) |
| 小売関連 | 52.1 | 47.9 | 47.7 | (-0.2) |
| 飲食関連 | - | - | - | (-) |
| サービス関連 | 57.1 | 60.7 | 46.4 | (-14.3) |
| 住宅関連 | - | - | - | (-) |
| 企業動向関連 | 45.8 | 39.6 | 54.0 | (14.4) |
| 製造業 | 46.4 | 42.9 | 53.6 | (10.7) |
| 非製造業 | 45.6 | 38.2 | 54.2 | (16.0) |

(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17年 | 2 | 2.0% | 22.4% | 55.1% | 16.3% | 4.1% |
| | 4 | 2.1% | 20.8% | 43.8% | 29.2% | 4.2% |
| | 6 | 0.0% | 22.9% | 62.5% | 14.6% | 0.0% |
| (変化幅) | | (-2.1) | (2.1) | (18.7) | (-14.6) | (-4.2) |

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

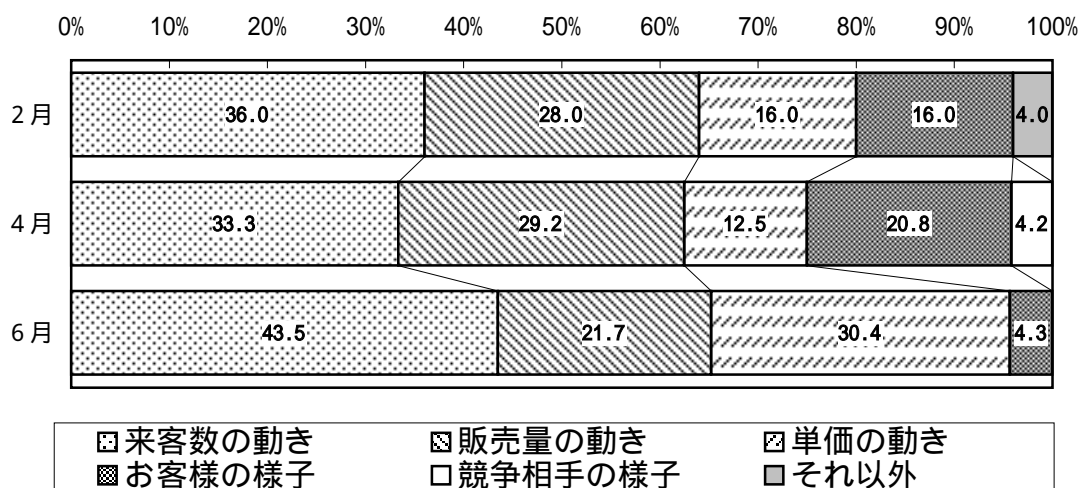
| (D I) | 平成17年 | | |
|--------|-------|------|------|
| | 2月 | 4月 | 6月 |
| 合計 | 45.4 | 43.8 | 39.6 |
| 家計動向関連 | 49.0 | 50.0 | 44.6 |
| 小売関連 | 52.1 | 41.7 | 43.2 |
| 飲食関連 | - | - | - |
| サービス関連 | 42.9 | 57.1 | 46.4 |
| 住宅関連 | - | - | - |
| 企業動向関連 | 41.7 | 37.5 | 35.0 |
| 製造業 | 39.3 | 46.4 | 28.6 |
| 非製造業 | 42.6 | 33.8 | 37.5 |

(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。

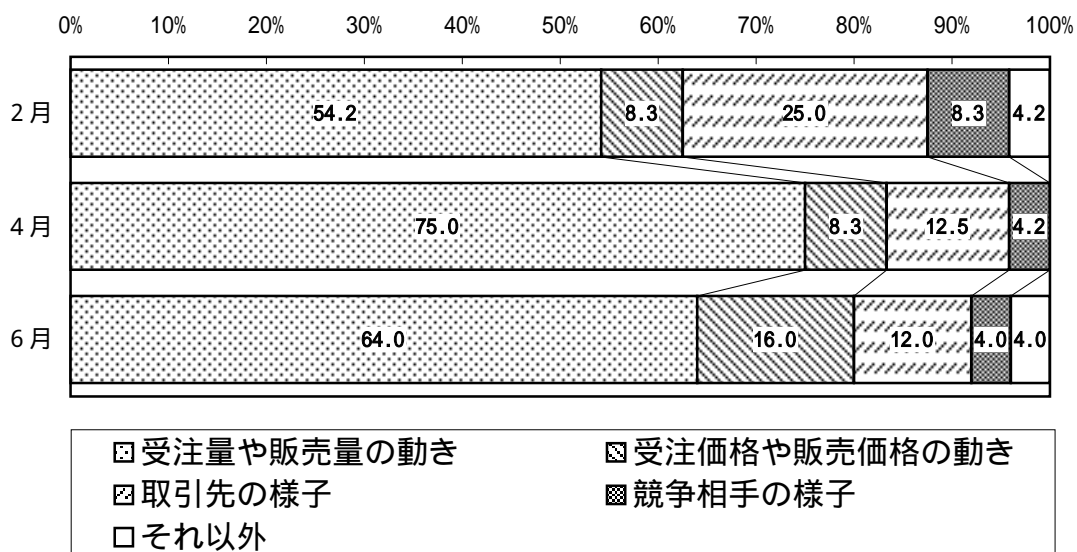
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方方向性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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 動向 関連 | 良くなっている | - | - | - |
| | やや良くなっている | 一般レストラン (経営者) | 来客数の動き | ・3か月前と比べ、天候も暖かくなり、来客数が増加している。特に、ゴールデンウィークには地方からの客が大勢来店してくれた。修学旅行生の来店も例年より多い。 |
| | 変わらない | 一般小売店 [靴] (営業担当) | 来客数の動き | ・大きな変化はないが、確実に買上率が高まっている。 |
| | | | 百貨店 (売場主任) | 来客数の動き |
| | | スーパー (店長) | 来客数の動き | ・消費者が競合店と当店を使い分けており、来客数に変化がない。 |
| | | スーパー (店長) | 単価の動き | ・来客数は増加しているが、客単価が低下しているので変わらない。 |
| | | コンビニ (店長) | 来客数の動き | ・ゆるやかに上昇していたのが、ここにきて少し落ち着いてきた感がある。 |
| | | 衣料品専門店 (店長) | 単価の動き | ・来客数は増加しているが、客単価が下がっているのので、売上増にはなっていない。 |
| | | 一般レストラン (経営者) | 来客数の動き | ・客の様子、話の内容など、あまり良い話が聞かれない。 |
| | | 都市型ホテル (広報担当) | 来客数の動き | ・宿泊部門の稼働率は前年同月比では良くなっているが、前月比ではそれほど伸びていない。 |
| | | 都市型ホテル (経営者) | 販売量の動き | ・同業者の新規出店で競争が激化しており、供給過多気味である。 |
| | | 通信会社 (営業担当) | 販売量の動き | ・春先と現在とで販売数の差があまりない。 |
| | 通信会社 (営業担当) | お客様の様子 | ・客は通信コスト削減に関心があり、現状を維持したまま導入コストを最小限にしたいという希望が多く、なかなか販売に結び付かず、売上も上がらない状況である。 | |
| | 競馬場 (職員) | 単価の動き | ・客単価は前年と比べ横ばいである。 | |
| | その他レジャー施設 (経営者) | 来客数の動き | ・一度失った客はなかなか元に戻らない。 | |
| | 設計事務所 (所長) | 単価の動き | ・相変わらず単価が低い。 | |
| | やや悪くなっている | 衣料品専門店 (店長) | 単価の動き | ・安くても良い商品が多くなり、値段の高い物が売れなくなってきた。 |
| 高級レストラン (経営者) | | 来客数の動き | ・年度替わりで会合の多い時期であった3か月前と比べると、来客数は減少している。また、今月は特に、個人消費で安価な物を求める傾向が多くみられる。 | |
| 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 | 通信業 (営業担当) | 受注量や販売量の動き | ・全国にチェーン展開している取引先が各店舗を結ぶ情報ネットワークの構築に取り組むケースが増えており、大量の回線新設の商談が進行中である。 |
| | | 金融業 [証券] (経営企画担当) | 受注価格や販売価格の動き | ・為替、石油価格、中国問題と景気減速懸念の要因はあるものの、百貨店売上高や国内自動車販売等、個人消費の回復に向けた動きもあり、景気はやや上向きである。 |
| | 変わらない | 出版業 (経営者) | それ以外 | ・大企業の好調と街角景気が昔のようにリンクしない。 |
| | | 印刷業・製本業 (経営者) | 取引先の様子 | ・特に新規開拓業務もなく、例年通りの売上である。用紙屋は6月は最も悪く、動かない7、8月の夏休みシーズンを控え大変であると話している。 |
| | | 建設業 (営業担当) | 取引先の様子 | ・公共工事を縮減すれば国民は納得するというような安易な考えではなく、社会資本の充実が国民のためになるという事実も踏まえて是非を考える政策が必要である。 |
| 輸送業 (従業員) | | 受注量や販売量の動き | ・前年度に比べ、タクシー、ハイヤーの受注量が1.2~1.5%落ちており、この傾向は続く。 | |
| 輸送業 (営業担当) | 受注量や販売量の動き | ・全般的に横ばい状態である。 | | |

| 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 |
|----|-----------|-------------------------|--------------|--|
| | | 通信業（営業担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・依然として動きがなく、低迷状態である。 |
| | | 金融業〔証券〕（営業担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・3か月前は先行き良好と予想していたが、実際は上向きになっておらず、悲観論こそないものの、マインドは停滞している。 |
| | | 卸売業〔建築材料、鉱物・金属材料等〕（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・受注状況があまり変わっていない。 |
| | | 卸売業〔機械器具〕（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・原材料の値上げでメーカーよりさみだれ式に「値上げのお願い」が届く状態である。 |
| | | 経営コンサルタント | 取引先の様子 | ・取引先の物流に変化はなく、近隣の人通りも変わっていない。 |
| | やや悪くなっている | 新聞業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・テレビなど他のメディアの業績をみる限りでは、景気は悪いとはいいがたいが、新聞の広告についてはやや悪くなっている。 |
| | | 卸売業〔機械器具〕（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・主要な取引先が官庁であるため、注文が多かった年度末と比べると今月の受注量は減少している。 |
| | 悪くなっている | 出版業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・各企業が上期予算を削減した影響がもろに出てきている。 |
| | | 印刷業・製本業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・取引のあるのは3件ほどで、ほとんどの得意先は月1度かゼロである。連休前から注文が入らず、遊んでいる日、時間が多かった。 |
| | | 卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・夏場に向かい、受注、販売量とも3か月前より減少している。 |

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 動向 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | 百貨店（販売促進担当） 高級レストラン（経営者） 一般レストラン（経営者） | ・石油の値段が下がるという報道や愛知万博の成功、ワールドカップで日本がドイツへの切符を獲得するなど、悪いながらも景気の良い話があちこちから出ているので先行きに期待している。 ・3か月後は決算期を迎える時期でもあり、景気の波も上方にある。営業努力が報われ、全般的に景気が回復すると見込んでいる。 ・今年は祭り、花火、その他イベントが多くあるので少しは良くなる。 |
| | 変わらない | 一般小売店〔靴〕（営業担当） | ・来客数の大きな伸びが期待できないだけに、3か月後も現状維持が精一杯である。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・売れる物の同質化が進み、平均化された消費動向になる。 |
| | | 百貨店（総務担当） | ・店単独では上期、前年をクリアしているが、全体では前年を切っている。小売業の厳しい状況は変わらない。 |
| | | スーパー（店長） | ・客の販売動向を把握しがたい。 |
| | | スーパー（店長） | ・近い将来、タワーマンションの入居により、来客数は増加すると見込んでいるが、3か月くらいの短期間では変わらない。 |
| | | コンビニ（店長） | ・来客数、客単価ともに大きな変化は考えづらく、現在の良い状態のまま変わらない。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・イベントを仕掛けているが、売上増にはなりにくく、現状維持が精一杯である。 |
| | | 高級レストラン（店長） | ・2～3か月後も気温の上昇などに伴い、現状維持程度と見込んでいる。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・過去3か月間の景気と来客数、販売量を考えると、これ以後も良くなるとは考えにくい。 |
| | | 都市型ホテル（経営者） | ・将来に対する漠然とした不安が払拭できない。政府の施策も景気浮揚に積極的に取り組んでいるようにはみえない。 |
| | | 旅行代理店（営業担当） | ・この夏はテロがなければ順調に推移すると思うが、大幅な伸びは見込めない。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・ボーナス時期の販売数の増加を期待しているが、極端には伸びない。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・客のニーズに合わせ、導入コストをかけずにパフォーマンスが向上する提案を行い、新商品を導入してもらう販売を維持していく。景気回復を待つしかない。 |
| | | 競馬場（職員） | ・経済全体では若干良くなるかもしれないが、それがすぐにレジャー産業にプラスになるとは思えない。 |
| | その他レジャー施設（経営者） | ・3か月後も現状維持が精一杯である。 | |
| | 設計事務所（所長） | ・新築の設計は減少するが、リニューアルする建物、耐震診断が増加すると見込んでいる。 | |
| | やや悪くなっている | 一般小売店〔和菓子〕（経営者） 都市型ホテル（広報担当） | ・消費者の生活における政治経済の不安定要因が多過ぎる。 ・外国人客の割合が高く、夏休みに入るとどうしても稼働率が下がってしまう。下げ幅を抑えるべく日本人客の集客に努めている。 |
| | 悪くなる | - | - |
| 企業 動向 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | 新聞業（営業担当） 出版業（営業担当） 建設業（経営者） 通信業（営業担当） 金融業〔証券〕（経営企画担当） 卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当） | ・夏以降には少しずつ広告も回復すると見込んでいる。 ・これからは9、10月期の受注に入る。下期予算は上方修正する見込みである。 ・単価は依然厳しいものの、設備投資が多くなってきており、見積依頼が増えつつあるので、やや良くなる。 ・従来のコスト削減につながる提案よりも客の収益増につながる提案を求められるケースが増えており、そのための投資意欲は今後もしばらく伸び続けると見込んでいる。 ・民間設備投資が前年度比で増加しており、特に、4～6月期では工作機械や建設機械の受注が増加し、建設工事受注が順調に拡大している。また、パート中心から正社員中心に雇用環境改善の兆しがみられる。企業の業績改善を背景に、夏のボーナスが前年比プラスになるなど、景気は上向き傾向にある。 ・この2～3か月は例年売上が伸びない傾向にある。3か月後は秋、冬衣料が動きだすのでやや良くなる。 |

| 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〔機械器具〕 （従業員） | <ul style="list-style-type: none"> ・官庁は人事異動のため、4～6月はあまり注文がないが、2～3か月後には増え始める。 ・売上はやや良くなる見込みである。 |
| | | その他サービス業〔情報サービス〕（経営企画担当） | |
| | 変わらない | 出版業（経営者） | ・勝ち組と負け組の差がはっきりしており、平均すると変わらないということに落ち着く。 |
| | | 印刷業・製本業（経営者） | ・特に新しい業務もなく、現在の売上も例年通りなので、今後も変わらない。 |
| | | 印刷業・製本業（総務担当） | ・中国元の孤立により世界経済がゆがんでいる。 |
| | | 印刷業・製本業（経営者） | ・得意先からの仕事が全く入ってこない。得意先も大変な状況である。 |
| | | 建設業（営業担当） | ・公共工事の縮減、住宅産業の過当競争等により、先行きがみえない。 |
| | | 輸送業（従業員） | ・受注量からみて今後の売上も下がっていくと予想している。 |
| | | 輸送業（営業担当） | ・同業他社が廃業、倒産等で淘汰されつつあるが、その物量は大手業者に流れており、中小には影響が少ない。 |
| | | 通信業（営業担当） | ・原油価格、中国情勢のことがあるので変わらない。 |
| | | 金融業〔証券〕（営業担当） | ・目立った悲観論は出ていないが、改善に向けリーダーとなる業種やイベントなどが見出せない状況である。 |
| | | 卸売業〔機械器具〕 （経営者） | ・良い材料が見当たらない。 |
| | 卸売業〔機械器具〕 （従業員） | ・自治体の事業予算は低い状況で推移しており、当社を含めた機械メーカーの景気は良くならない。 | |
| | やや悪くなる | 新聞業（経営者） | ・取引先からの未収が増えており、資金繰りが大変悪くなっている。 |
| | | 広告代理店（営業担当） | ・担当するクライアントは夏場は動きが少なく、今月と比較すると2～3か月先の予想は暗い。 |
| | | 経営コンサルタント | ・年金、控除、税金の問題がこれからより具体的に動きがでくるので、皆構えている。 |
| | 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 (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 | |
| 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 | | 3 | |
| 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 | | 1 | |
| その他非製造業 | 0 | | |
| その他企業の動向を把握できる者 | 0 | | |