

中央区内景气动向调查

平成 18 年 12 月调查结果

平成 19 年 1 月 19 日

中央区

総 括

平成 18 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 56.6 と、前回調査から 2.4 ポイント上昇し、3 か月前と比べて横ばいを示す 50.0 を引き続き上回る結果となった。景気の先行き判断 D I においても前回調査からは 3.7 ポイント低下したものの、50.0 以上の水準を上回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18年 | | | 前回調査 からの変化 |
|-----------|-------|------|------|---------------|
| | 8月 | 10月 | 12月 | |
| 合計 | | | | |
| 現状判断 D I | 50.0 | 54.2 | 56.6 | (2.4) |
| 先行き判断 D I | 51.1 | 55.2 | 51.5 | (-3.7) |

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 18 年 12 月調査の調査票発送は 12 月 7 日（木）、回答期限は 12 月 15 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 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 (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

中央区内における12月の現状判断DIは合計で56.6と、前回調査から2.4ポイント上昇し、3か月前と比べて横ばいを示す50.0を引き続き上回る結果となった。分野別にみると、家計動向関連は前回調査から横ばいとなっているものの、企業動向関連DIは5.0ポイント上昇し、55.0となっている。3か月前と比べ「やや悪くなっている」と回答する人の割合が減少している。

図表1-1 各分野における景気の現状判断DIの推移表

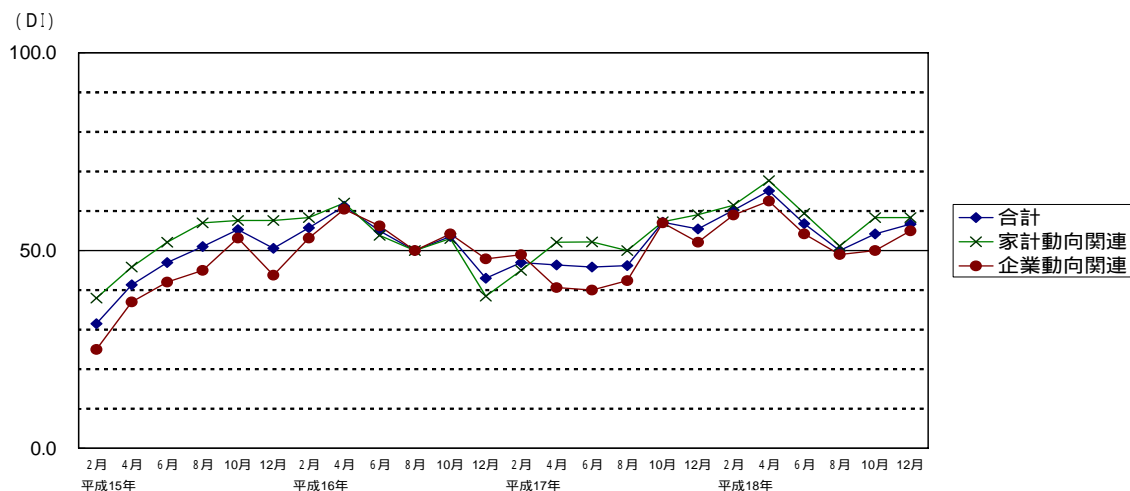
| (DI) | 平成18年 | | | |
|--------|-------|------|------|---------|
| | 8月 | 10月 | 12月 | (変化幅) |
| 合計 | 50.0 | 54.2 | 56.6 | (2.4) |
| 家計動向関連 | 51.1 | 58.3 | 58.3 | (0.0) |
| 小売関連 | 52.5 | 64.6 | 54.2 | (-10.4) |
| 飲食関連 | - | - | - | (-) |
| サービス関連 | 46.4 | 50.0 | 60.7 | (10.7) |
| 住宅関連 | - | - | - | (-) |
| 企業動向関連 | 49.0 | 50.0 | 55.0 | (5.0) |
| 製造業 | 54.2 | 33.3 | 41.7 | (8.4) |
| 非製造業 | 47.4 | 55.6 | 59.2 | (3.6) |

(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18年 | 8 | 4.3% | 14.9% | 59.6% | 19.1% | 2.1% |
| | 10 | 4.2% | 33.3% | 41.7% | 16.7% | 4.2% |
| | 12 | 0.0% | 38.8% | 53.1% | 4.1% | 4.1% |
| (変化幅) | | (-4.2) | (5.5) | (11.4) | (-12.6) | (-0.1) |

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

中央区内における景気の先行き判断D Iは前回調査からは3.7ポイント低下したものの、50.0以上の水準を上回る結果となっている。分野別にみると、家計動向関連D Iが前回調査から3.2ポイント低下し、企業動向関連のD Iも4.3ポイント低下している。3か月後は「良くなる」あるいは「やや良くなる」と回答する人の割合が減少している。

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

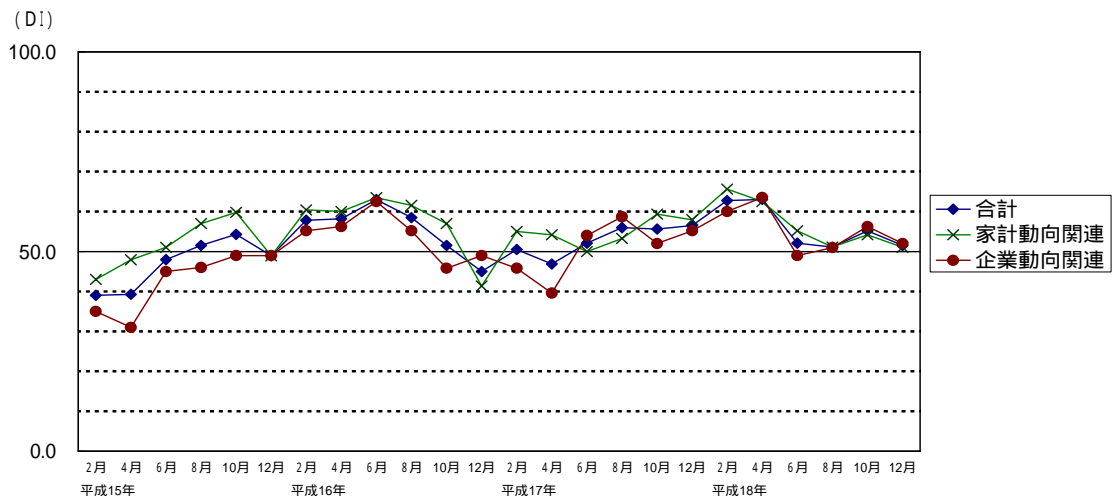
| (D I) | 平成18年 | | | |
|--------|-------|------|------|--------|
| | 8月 | 10月 | 12月 | (変化幅) |
| 合計 | 51.1 | 55.2 | 51.5 | (-3.7) |
| 家計動向関連 | 51.1 | 54.2 | 51.0 | (-3.2) |
| 小売関連 | 47.5 | 54.2 | 47.9 | (-6.3) |
| 飲食関連 | - | - | - | (-) |
| サービス関連 | 50.0 | 46.4 | 57.1 | (10.7) |
| 住宅関連 | - | - | - | (-) |
| 企業動向関連 | 51.0 | 56.3 | 52.0 | (-4.3) |
| 製造業 | 45.8 | 50.0 | 41.7 | (-8.3) |
| 非製造業 | 52.6 | 58.3 | 55.3 | (-3.0) |

(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18年 | 8 | 2.1% | 25.5% | 48.9% | 21.3% | 2.1% |
| | 10 | 8.3% | 25.0% | 47.9% | 16.7% | 2.1% |
| | 12 | 2.0% | 20.4% | 59.2% | 18.4% | 0.0% |
| (変化幅) | | (-6.3) | (-4.6) | (11.3) | (1.6) | (-2.1) |

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

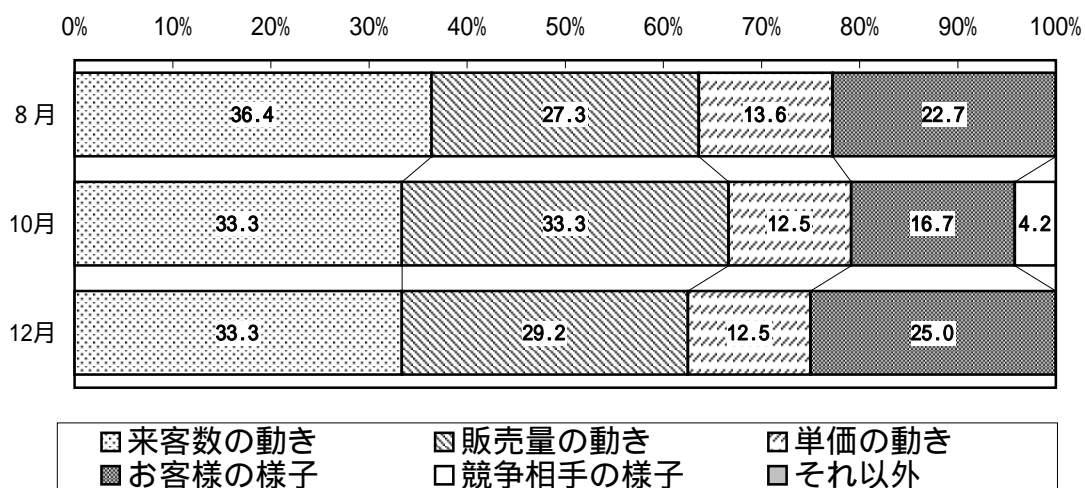
| (D I) | 平成18年 | | |
|--------|-------|------|------|
| | 8月 | 10月 | 12月 |
| 合計 | 49.5 | 49.5 | 49.5 |
| 家計動向関連 | 50.0 | 55.2 | 52.1 |
| 小売関連 | 50.0 | 54.2 | 45.8 |
| 飲食関連 | - | - | - |
| サービス関連 | 46.4 | 57.1 | 57.1 |
| 住宅関連 | - | - | - |
| 企業動向関連 | 49.0 | 43.8 | 47.0 |
| 製造業 | 54.2 | 33.3 | 37.5 |
| 非製造業 | 47.4 | 47.2 | 50.0 |

(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。

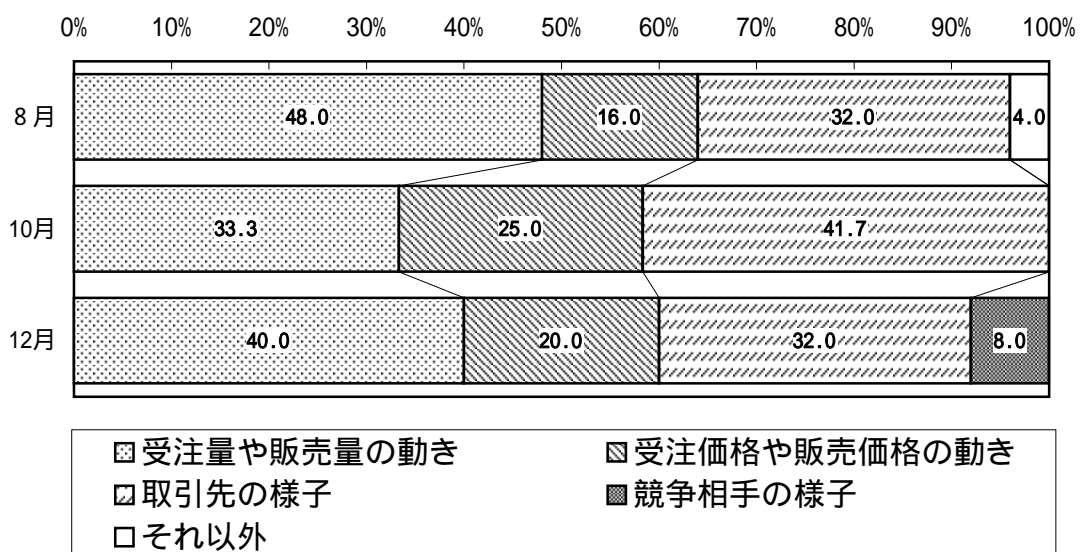
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方方向性に加えて、景気の水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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 | 百貨店（販売促進担当） | お客様の様子 | ・11月は苦戦したが、12月になり、お歳暮商戦、クリスマス商戦と大忙しくなってきた。今年は倒産ということを目にしないし、客の様子もどこか明るい。 |
| | | スーパー（店長） | 単価の動き | ・客単価が若干（20円前後）上がっている。1人当たりの買上点数も0.5品増えている。安い商品についてはまとめて買う人が目に付くようになり、売上も若干上昇している。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | 来客数の動き | ・来客数は増えているが、決断までの時間が掛かり、単品購入もしくは2点購入が多く、3点以上には伸びづらい。 |
| | | 高級レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・12月の宴会シーズンはここ数年、同月比で例年並み、もしくは減少傾向にあるものの、来客数、販売量、単価、いずれも上向き、年間で最も多忙な月となる。 |
| | | 高級レストラン（スタッフ） | 単価の動き | ・単価が大幅に上がっている。客層も変わりつつある。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | お客様の様子 | ・12月は忘年会、ボーナスの時期で、それなりに客単価が上がり、売上も良くなる。 |
| | | 都市型ホテル（広報担当） | 来客数の動き | ・今月はクリスマス、忘年会での利用が多く、宴会及びレストランバーの利用客増が見込める。 |
| | | 都市型ホテル（経営者） | 来客数の動き | ・12月の季節的要因があるが、全体的に人の動きが活発である。 |
| | | 旅行代理店（営業担当） | 来客数の動き | ・年末年始の宿泊旅行が徐々に3,000万人を越えたというニュースが流れている。 |
| | 変わらない | 一般小売店〔和菓子〕（経営者） | 販売量の動き | ・9、10月の売上が前年同月に比べ同じ割合で下がっている。 |
| | | 百貨店（売場主任） | 来客数の動き | ・来客数の前年割れ傾向が続いており、改善の兆しが見受けられない。 |
| | | 百貨店（広報担当） | 販売量の動き | ・11月まで暖冬だったことが影響しているのか、衣料品の売上が良くない。ただし、同じ衣料品でも好調なショップと良くないショップ、二極化の傾向がある。 |
| | | 百貨店（売場主任） | 販売量の動き | ・気温、天候要因による衣料品販売動向の不安定さが目立つ。 |
| | | コンビニ（経営者） | お客様の様子 | ・景気が回復したといわれているが、個々人は変わらないので、無駄遣いはしないようである。従って、客単価は上がっておらず、むしろ低く抑えられている。 |
| | | コンビニ（店長） | お客様の様子 | ・来客数、単価や商品の購入傾向にあまり変化が感じられない。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | 販売量の動き | ・暖冬でジャンパーコート類の動きが鈍く、苦戦している。 |
| | | 通信会社（営業担当） | 販売量の動き | ・秋のキャンペーン以降、販売量の伸びが顕著ではない。 |
| | | 通信会社（営業担当） | 販売量の動き | ・マンションにインターネット回線の訪問販売を行っているが、客の反応が鈍く、売行きが伸び悩んでいる。 |
| | | その他レジャー施設（経営者） | 来客数の動き | ・常連客が徐々に減り、ようやく低値で落ち着いてきている。 |
| | 設計事務所（所長） | 販売量の動き | ・問い合わせがやや減っているものの、景気としてはほぼ同じ推移である。 | |
| | やや悪くなっている | 一般小売店〔靴〕（営業担当） | 来客数の動き | ・来客数が少なく、夕方5時以降の来店状況は特に悪い。来店した客も慎重に商品を選んでおり、衝動買いをする客は非常に少ない。 |
| | 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 | 輸送業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・年末ということもあり、例年と同様に荷主先からの荷動きが活発になり、受注量が増加する。 |

| 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） | 取引先の様子 | ・今年に入ってから丸の内界隈の高層ビルへ移転する客が増えており、移転にあわせてシステムや什器類を新しくするケースが目立つ。 |
| | | 金融業〔証券〕（営業担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・購買傾向が高品質、高価格志向になっている。 |
| | | 金融業〔証券〕（営業担当） | 取引先の様子 | ・今年中盤までにみられた原油価格や地政学上のリスクに関して、心理的に織り込まれてきた感がある。金利情勢や資金供給等をみる限り、目立った方向性はないが、企業活動におけるリスクについてのマインドが沈静化してきている。 |
| | | 経営コンサルタント | 取引先の様子 | ・年末の関係で物流が良く、物は動いているようだが、単価までは良い方向へ動いているとは考えられない。 |
| | 変わらない | 出版業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・出荷量が多いが、返品量も多いという傾向が続いている。 |
| | | 出版業（経営者） | 取引先の様子 | ・これだけの較差社会のなか、景気というマクロな表現が果たして動向を知るファクターとして適切なのか。 |
| | | 輸送業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・従来から、タクシー、ハイヤー業界の景気は大企業、中小企業の景気回復から1年以上遅れてくるといわれている。 |
| | | 通信業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・業種により異なるが、受注、販売量の動きが鈍い。 |
| | | 卸売業〔機械器具〕（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・原材料の価格安定が、今後良い影響をもたらすのではないかと見込んでいる。 |
| | | 広告代理店（営業担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・受注量は若干上向き傾向だが、クライアントからのコストカット要請が非常に強く、利益確保が難しくなっている。 |
| | やや悪くなっている | | | |
| | 悪くなっている | 新聞業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・新聞広告に限っていえば、前年を大きく下回る水準で極めて不調である。この傾向はまだ止まらない。 |

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（スタッフ） 都市型ホテル（経営者） その他レジャー施設（経営者） | ・来年には株価も安定し、企業の景気も回復する。 ・徐々に単価が上がり、売上も上向いている。 ・何となく経済的にも落ち着き、企業の求人募集も活発化しているの、人の往来が多くなって来る。 ・年末、年始の月は毎年1年のうちで1番良い月である。 |
| | 変わらない | 百貨店（広報担当） | ・これから歳末商戦、初売りが控えており、来客、売上共に伸びる時期であるが、一段落した後は今までと変わらない状態が続く。 |
| | | 百貨店（総務担当） | ・最近の売上動向をみても、個人消費の動向はほぼ横ばい状態が続いている。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・バーゲン時期に入っても、客の最低限必要な物を買そろえるという姿勢は変わらない。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・季節衣料の動きが予測できない。 |
| | | スーパー（店長） | ・景気は若干上向いているようだが、2～3か月で変わるかといわれると、大きな差にはならない。6か月～1年くらいでみれば多少上向くだろうが、特に大きな変化でもなく緩やかにこの状況が続く。 |
| | | コンビニ（店長） | ・完全なる停滞期の感があり、来客数は減少しているものの、客単価が多少上向いているので、総体的にみると、前年と差がない。このまま2～3か月後もこの状態が続く。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・一部の大企業等が潤ってきていて、小さいところの多くは依然として厳しいので変わらない。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・この半年、さほど変化がない。良くなっていると報道されても、本当に身の回りで動きが出始めていないと自分も動こうとはしないので、まだ2、3か月は様子見である。 |
| | | 高級レストラン（経営者） | ・12月は特別な月なので、当然景気は上向くが、例年比で考えれば大幅に変わるとは思えない。賞与等も減少して計上している。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・時期的に良い景気になるはずだが、来客数、単価の伸びがみられない。 |
| | | 都市型ホテル（広報担当） | ・年明けの新年会利用等は見込まれるが、その後は横ばいである。 |
| | | 旅行代理店（営業担当） | ・好材料は見当たらないが、今のところ不安材料も見当たらない。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・現状では年末年始を迎えても極端な販売数の伸びが期待できない。 |
| | 通信会社（営業担当） | ・現在の販売状況からみて、客の移動が多くなる来年3月ごろまでは横ばい状態が続く。 | |
| | 競馬場（職員） | ・購買単価の動きからみて、変わらない。 | |
| | 設計事務所（所長） | ・単価は今後もほとんど変わらない。 | |
| | やや悪くなる | 一般小売店〔靴〕（営業担当） | ・以前にも増して客は必要な商品しか購入しない傾向になってきている。今後もメリハリのある買物パターンは継続しそうだ。 |
| | | 一般小売店〔和菓子〕（経営者） | ・法人利用が増加したとしても、個人消費が伸びる要因は見当たらない。 |
| 一般レストラン（経営者） | | ・1～2月は寒くなるので客があまり出てこないのと、新年会が年々少なくなっている。 | |
| 悪くなる | - | - | |
| 企業 動向 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | 印刷業・製本業（総務担当） | ・季節需要で消費が拡大する。 |
| | | 輸送業（従業員） | ・世間の景気動向からみて、やや良くなって来る。タクシー、ハイヤー、福祉、介護の受注は増えると見込んでいる。 |
| | | 通信業（営業担当） | ・政府の動向に期待している。 |
| | | 金融業〔証券〕（営業担当） | ・新興市場投信の高運用実績、高分配型投信等による潤い、心理要因、証券税制延長の可能性による。 |

| 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 |
|----|----------|--------------------------|---|
| | | 金融業〔証券〕（営業担当） | ・マンション価格等の上昇により、一部には売り惜しみも出ている。こういった現象は多方面に見受けられ、当面はこうした先高感から供給の伸びが鈍化し、見た目の価格上昇が発生する。実体はともかく、景況感の上昇にはつながるのではないかと。 |
| | | その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当） | ・新規見積が多く、新年度に向けて受注が見込めそうである。 |
| | 変わらない | 出版業（経営者） | ・大企業と零細企業との較差がますます広がりつつある。零細企業における将来の景気は決してバラ色にはならない。 |
| | | 建設業（営業担当） | ・談合、ダмпिंग問題等について、国の方向性がみえない状況下であり、この先1～2年間は現状のまま推移していくことになる。 |
| | | 通信業（営業担当） | ・証券会社の客から「昨年来の急激な新規顧客の伸びがここに来てひとりの勢いがなくなった」という話を聞くことが多くなったからである。 |
| | | 卸売業〔繊維・衣服等〕（経営者） | ・寒くなり少し衣料品が動き始めているが、景気を左右するほどではない。 |
| | | 卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当） | ・良い材料は見当たらず、悪い状態が続く。 |
| | | 卸売業〔飲食料品（鮮魚）〕（経営者） | ・小売が上向く一方、卸売部門が低下し、平均するとさほど変わらない。 |
| | | 卸売業〔建築材料、鉱物・金属材料等〕（従業員） | ・契約残高に大きな変化がみられない。 |
| | | 卸売業〔機械器具〕（従業員） | ・公共事業の入札価格の減少傾向が止まらない。利益も圧迫を受けている。 |
| | | 卸売業〔機械器具〕（経営者） | ・年末年始の休暇日数が長いので、実働日数が少なくなり、仕事量が減少する。 |
| | やや悪くなる | 新聞業（営業担当） | ・不動産、求人の広告がネットやチラシに移行するなど、構造変化が起きており、新聞広告は極めて不調である。テレビなど他の媒体より出稿量が多いとされる新聞等出版物の広告宣伝費は削減、縮小傾向にある。 |
| | | 出版業（営業担当） | ・売上を左右する定期誌の発行部数、実売率の上昇は望めない |
| | | 印刷業・製本業（経営者） | ・少子化、高齢化など、時代の流れと共に使用する物と使用しない物がはっきりしてきている。 |
| | | 建設業（経営者） | ・企業格差がますます大きくなり、勝ち組、負け組が出てくる。それに基づいて景気は悪い方向に向かう。 |
| | | 輸送業（営業担当） | ・一旦下がり加減であった原油価格にまた上昇気配がみられるので、燃料費負担の軽減は期待薄であり、明るい兆しはみられない。 |
| | | 経営コンサルタント | ・個人に対する税金の値上げが生活にどこまで響いてくるかわからず、個人消費は減少する。 |
| | 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 | 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 | | 6 | |
| 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 | | 6 | |
| 新聞業 | | 2 | |
| 出版業 | | 2 | |
| 印刷業・製本業 | | 2 | |
| 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 | | 19 | |
| 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 | | 4 | |
| 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 | | 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 | | |