

中央区内景气动向调查

令和3年8月调查结果

令和3年9月24日

中央区

総 括

令和3年8月の動き

中央区内における8月の現状判断D Iは合計で38.8と、前回調査から3.9ポイント低下している。景気の先行き判断D Iは合計で47.4と、前回調査から13.0ポイント低下している。

図表 景気の現状判断D I、先行き判断D I（合計）

| (D I) | 令和3年 | | | 前回調査 からの変化 |
|----------|------|------|------|---------------|
| | 4月 | 6月 | 8月 | |
| 合計 | | | | |
| 現状判断D I | 42.5 | 42.7 | 38.8 | (-3.9) |
| 先行き判断D I | 43.0 | 60.4 | 47.4 | (-13.0) |

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、令和3年8月調査の調査票発送は8月6日（金）、回答期限は8月18日（水）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 (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

3か月前と比較しての中央区内における現状判断D Iは合計で38.8と、前回調査から3.9ポイント低下している。分野別にみると、家計動向関連D Iは39.0と、前回調査から6.8ポイント低下し、企業動向関連D Iは38.5と、前回調査から1.1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15.8ポイント増加し、「やや良くなっている」と回答した人の割合が8.6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D Iの推移表

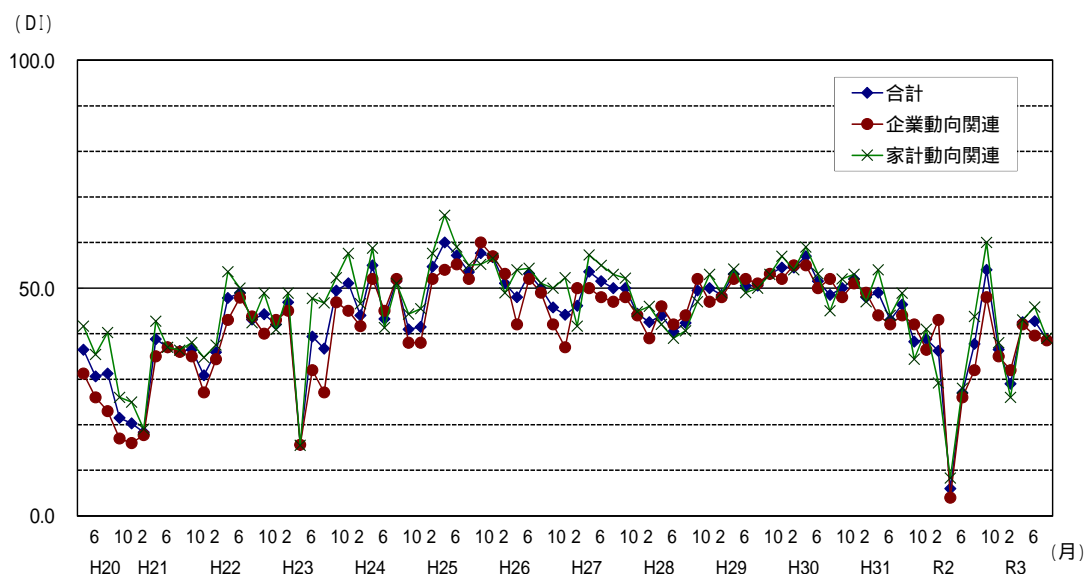
| (D I) | 令和3年 | | | |
|--------|------|------|------|---------|
| | 4月 | 6月 | 8月 | (変化幅) |
| 合計 | 42.5 | 42.7 | 38.8 | (-3.9) |
| 家計動向関連 | 43.0 | 45.8 | 39.0 | (-6.8) |
| 小売関連 | 44.6 | 41.1 | 33.9 | (-7.2) |
| 飲食関連 | - | - | - | (-) |
| サービス関連 | 35.7 | 60.7 | 42.9 | (-17.8) |
| 住宅関連 | - | - | - | (-) |
| 企業動向関連 | 42.0 | 39.6 | 38.5 | (-1.1) |
| 製造業 | 25.0 | 40.0 | 35.0 | (-5.0) |
| 非製造業 | 46.3 | 39.5 | 39.5 | (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 |
| 令和3年 | 4 | 0.0% | 18.0% | 44.0% | 28.0% | 10.0% |
| | 6 | 0.0% | 18.8% | 43.8% | 27.1% | 10.4% |
| | 8 | 0.0% | 10.2% | 40.8% | 42.9% | 6.1% |
| (変化幅) | | (0.0) | (-8.6) | (-3.0) | (15.8) | (-4.3) |

図表1 - 3 各分野における景気の現状判断D I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47.4と、前回調査から13.0ポイント低下している。分野別にみると、家計動向関連D Iは53.0と、前回調査から14.7ポイント低下し、企業動向関連D Iは41.7と、前回調査から11.4ポイント低下している。構成比では、「やや良くなる」と回答した人の割合が23.3ポイント減少し、「変わらない」と回答した人の割合が15.6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

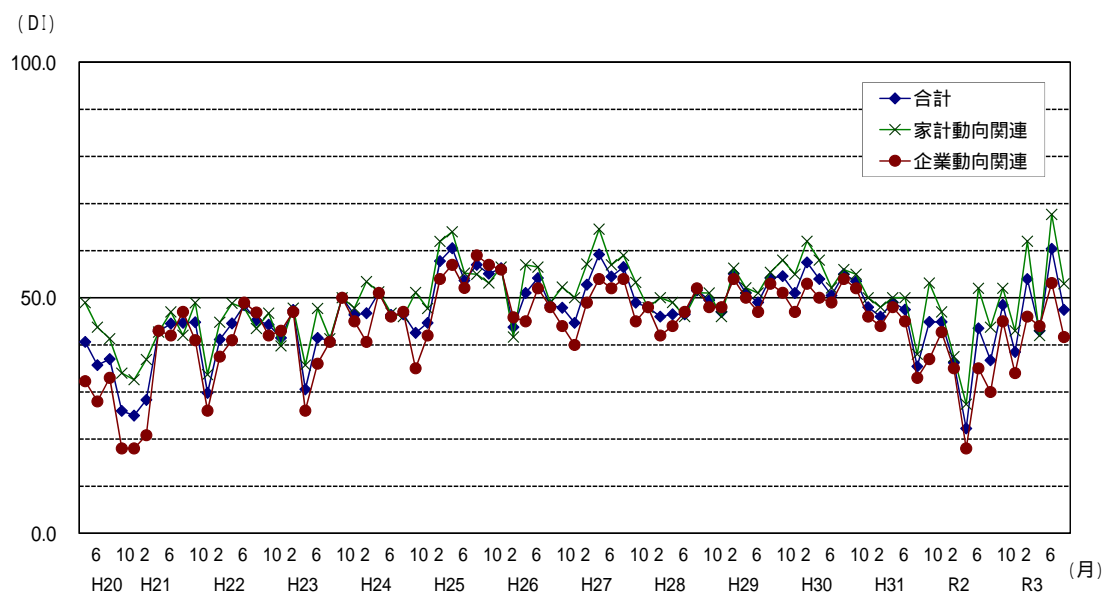
| (D I) | 令和3年 | | | |
|--------|------|------|------|---------|
| | 4月 | 6月 | 8月 | (変化幅) |
| 合計 | 43.0 | 60.4 | 47.4 | (-13.0) |
| 家計動向関連 | 42.0 | 67.7 | 53.0 | (-14.7) |
| 小売関連 | 46.4 | 66.1 | 50.0 | (-16.1) |
| 飲食関連 | - | - | - | (-) |
| サービス関連 | 42.9 | 67.9 | 53.6 | (-14.3) |
| 住宅関連 | - | - | - | (-) |
| 企業動向関連 | 44.0 | 53.1 | 41.7 | (-11.4) |
| 製造業 | 35.0 | 55.0 | 40.0 | (-15.0) |
| 非製造業 | 46.3 | 52.6 | 42.1 | (-10.5) |

(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。

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 |
|-------|---|--------|---------|--------|--------|-------|
| | | | | | | |
| 令和3年 | 4 | 0.0% | 22.0% | 40.0% | 26.0% | 12.0% |
| | 6 | 8.3% | 41.7% | 35.4% | 12.5% | 2.1% |
| | 8 | 2.0% | 18.4% | 51.0% | 24.5% | 4.1% |
| (変化幅) | | (-6.3) | (-23.3) | (15.6) | (12.0) | (2.0) |

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

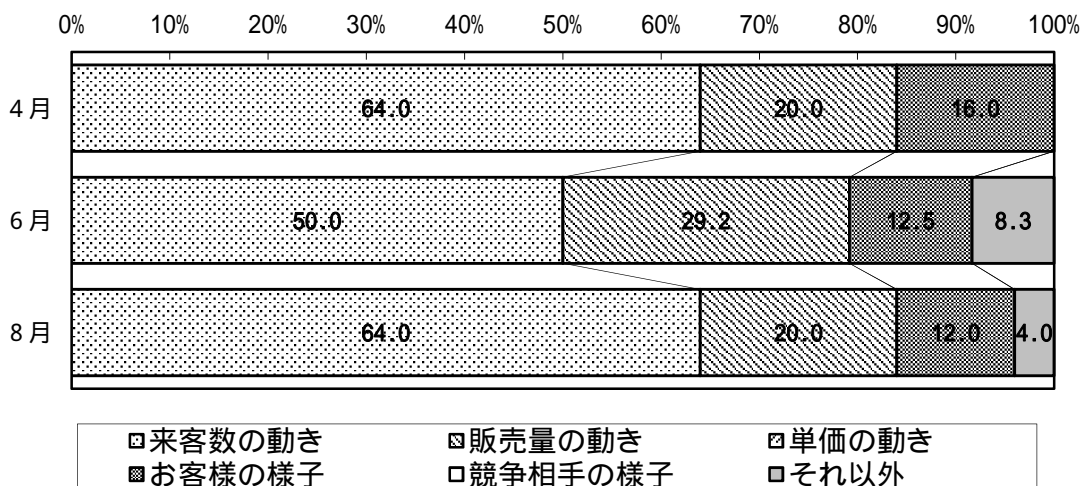
| (D I) | 令和3年 | | |
|--------|------|------|------|
| | 4月 | 6月 | 8月 |
| 合計 | 32.0 | 33.3 | 29.1 |
| 家計動向関連 | 30.0 | 30.2 | 23.0 |
| 小売関連 | 32.1 | 28.6 | 19.6 |
| 飲食関連 | - | - | - |
| サービス関連 | 25.0 | 39.3 | 32.1 |
| 住宅関連 | - | - | - |
| 企業動向関連 | 34.0 | 36.5 | 35.4 |
| 製造業 | 20.0 | 35.0 | 30.0 |
| 非製造業 | 37.5 | 36.8 | 36.8 |

(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。

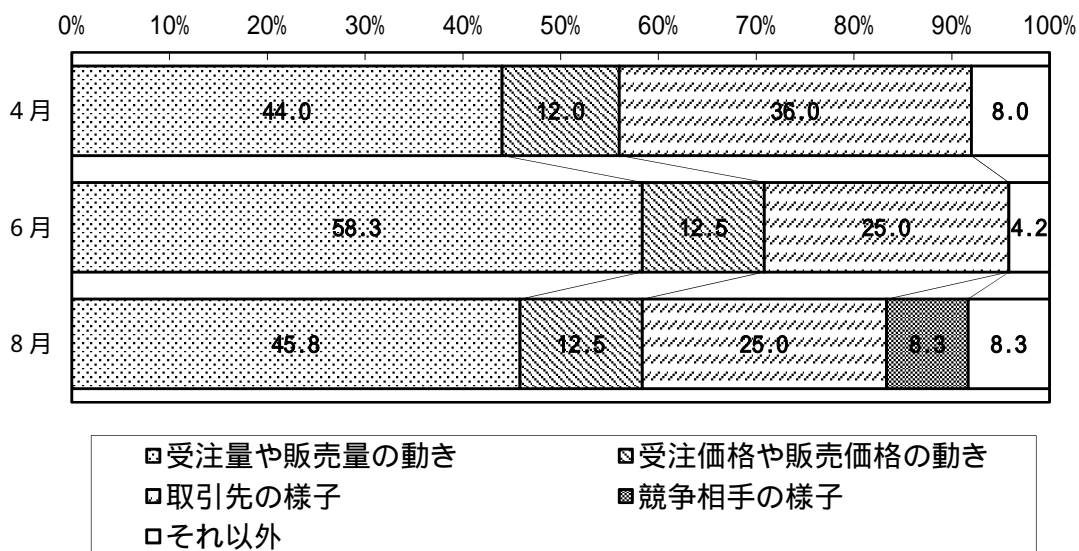
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方加性に加えて、景気の水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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(広報担当) | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス感染者数の急増により、足元の景況感に厳しさはあるものの、休業要請の影響が出ていた3か月前に比べれば、底は脱している。 |
| | | スーパー(店長) | 来客数の動き | ・前年に比べると来客数が増えており、通常時にやや近づきつつある。反対に、まとめ買い等は少し減少傾向にある。行く所がスーパーしかないため。 |
| | | 一般レストラン(経営者) | 来客数の動き | ・市場跡地の新型コロナウイルスのワクチン接種会場や東京オリンピック各会場の送迎拠点等で、人のにぎわいが多くなっている。 |
| | 変わらない | 高級レストラン(経営者) | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス感染者数の激増が、飲食業界の営業に対して更に厳しいものとなっている。緊急事態宣言期間が長くなれば、比例して売上の減少につながる。 |
| | | 高級レストラン(副店長) | 来客数の動き | ・アルコールの提供禁止と20時までの時短営業などで、来店する客が限られる。 |
| | | 通信会社(営業担当) | 販売量の動き | ・例年、夏期は販売数に伸びがみられない。 |
| | | その他レジャー施設(経営者) | 来客数の動き | ・飲食店と同じかそれより下に見られているゲーム店なので、前年3月からほとんど客が来ない。 |
| | やや悪くなっている | 一般小売店[事務用品](営業担当) | 来客数の動き | ・例年と比べると30~40%減である。東京オリンピック開催の効果も全くないまま、夏休みに突入した最悪の状況である。 |
| | | 一般小売店[文具](販売担当) | 来客数の動き | ・7~8月に掛けて、新型コロナウイルス感染者数が急激に拡大している。 |
| | | 一般小売店[食品](店長) | 来客数の動き | ・時差出勤やテレワークが影響しているのか、朝の来客数が2~3割減少している。 |
| | | 一般小売店[靴](店長) | 来客数の動き | ・東京都の新型コロナウイルス感染者数の増加により、ワクチン接種の進んでいる年代も買物にきていない。 |
| | | 百貨店(総務担当) | お客様の様子 | ・百貨店で新型コロナウイルス感染のクラスターが発生している等の報道がある。また、感染者数の拡大も加わり、来客数がやや減少傾向にある。 |
| | | 百貨店(総務経理担当) | 来客数の動き | ・6~7月は順調に来客数が伸びたが、今後が心配である。 |
| | | 百貨店(総務担当) | 販売量の動き | ・新型コロナウイルス第4波といわれる感染拡大の只中にあり、百貨店にも再び入場制限が要請されるなど、依然として景気回復には程遠い状況が続いている。 |
| | | スーパー(店長) | お客様の様子 | ・前年の新型コロナウイルス禍での混雑と比較すると、落ち着いて買物をしているので、当然ながら売上は下がる傾向にある。 |
| | | 一般レストラン(経営者) | お客様の様子 | ・東京オリンピック、パラリンピックに期待していたが、緊急事態宣言が再発出され、時短営業、アルコール提供禁止になってからは、客がほとんど来ない。特に、観光客が来てくれない。 |
| | | 都市型ホテル(経営者) | 来客数の動き | ・8月10日頃までは東京オリンピック需要があったが、それ以降はほとんどない。 |
| | 旅行代理店(店長) | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス感染者数の拡大により、来客数が激減している。当業界は感染者数や報道による反応がすぐに出る。 | |
| | 悪くなっている | 衣料品専門店(店長) | 販売量の動き | ・緊急事態宣言が長く続いているが、来客数にはそれほど変化はない。ただし、旅行や帰省を自粛している人が多いため、セールであっても、必要最小限の買物をする客がほとんどである。 |
| 企業 動向 関連 | 良くなっている | - | - | - |
| | やや良くなっている | 不動産業(企画担当) | 受注価格や販売価格の動き | ・マンションなど住宅のマーケットは好調である。オフィスビルも堅調で、投資マーケットも活況を呈している。 |

| 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 |
|----|-----------|--------------------------|--------------|--|
| | | その他サービス業〔造園・園芸〕（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・見込んでいなかった東京オリンピック関連の受注が急きょ決まったが、それ以外の動きは変わらず余りない。 |
| | 変わらない | 出版業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・東京オリンピックは終わったが、特に景気回復効果はなかったので、悪い状態のままである。 |
| | | 印刷業・製本業（営業担当） | それ以外 | ・先の見えない新型コロナウイルス禍による不安や、緊急事態宣言下の外出自粛、テレワークに伴う飲食店の休業や時短営業によりお金が回っていないこともあり、景気の上向き傾向が見えない。 |
| | | 建設業（経営者） | 競争相手の様子 | ・公共工事の入札では明らかにダンピングが始まっている。 |
| | | 卸売業〔機械器具〕（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・休日が多いので、現在のところ余り動きがないが、今後を期待している。 |
| | | 卸売業〔機械器具〕（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・東京オリンピック関連の受注が少しあり、3か月前頃からやや良い状態が続いている。 |
| | | その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・3か月前とほぼ同じ状況で、予算として見込んでいた数値は、10%程度クリアできている。 |
| | やや悪くなっている | 出版業（経営者） | それ以外 | ・新型コロナウイルス禍の長期化に伴う心理的な落ち込みが消費者全体を支配している。 |
| | | 建設業（営業担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・受注時の請負金額の差が激しい。 |
| | | 輸送業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・前年同月に比べ、売上及び受注量が減少している。 |
| | | 金融業〔証券〕（営業担当） | 取引先の様子 | ・運用に関して、積極的にリスクを取ることが難しくなっており、受注が少し減っているように感じる。 |
| | | 経営コンサルタント | 取引先の様子 | ・相変わらず助成金や協力金が企業に届くのが遅い。新型コロナウイルス禍の緊急特別融資の返済が始まり、より深刻になっている。 |
| | 悪くなっている | 卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当） | 取引先の様子 | ・新型コロナウイルス感染拡大に伴い、乗客数が少なくなっている。社内でも陽性者が出ており、休業日を設けるなどして対応したため、売上が減少している。 |

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 | 一般レストラン(経営者) | ・新型コロナウイルス発生から約2年が経過し、そろそろ具体的な対策が出てくるのではないかと。治療薬等、今後対策が出なければ、日本経済は相当なダメージを受ける。 |
| | やや良くなる | 一般小売店[文具](販売担当) | ・若い世代への新型コロナウイルスのワクチン接種が進むと、感染者数の拡大が収まるので、来客数が増加する。 |
| | | 百貨店(広報担当) | ・新型コロナウイルス変異株への感染者数急増や、ワクチン接種の進捗状況等、不確定要素が多いが、緩やかながら景気は持ち直してくると予想している。 |
| | 旅行代理店(店長) | ・新型コロナウイルスワクチンの普及により、旅行需要が回復することを期待している。一方で、感染拡大が収まらなければ、景気は低迷したままである。 | |
| 変わらない | | 一般小売店[事務用品](営業担当) | ・現状が底辺という希望と、1年を通して悪い時期である。ただし、今後も特別な政策がない限り、良くなる見通しは全くない。 |
| | | 一般小売店[食品](店長) | ・新型コロナウイルスの新規感染者数が最多を更新しているなか、2~3か月先の景気の見通しなど立たない。これ以上悪くならないように、少しでも客に足を運んでもらえるよう努力するのみである。 |
| | | 一般小売店[靴](店長) | ・新型コロナウイルスの感染拡大が止まらない。ワクチン接種も進んでいない。 |
| | | 百貨店(総務担当) | ・新型コロナウイルス関連で大幅な改善がない限り、状況は変わらない。 |
| | | 百貨店(総務担当) | ・新型コロナウイルスのワクチン接種が進むなど期待される点もあるが、景気回復を実感できるのは来年以降になるとみている。 |
| | | スーパー(店長) | ・新型コロナウイルスの感染状況次第だが、ほとんどの人がこの状況に慣れてしまっている。 |
| | | スーパー(店長) | ・新型コロナウイルスの影響による景気の良しあしは、業種により線引きが明確になっている。その差は広がるものの、全体としては変化はないと考えられるため、食費に使う金額も変わらないのではないかと。感染状況に左右されるが、食料品の買物がライフスタイルになっている。 |
| | | コンビニ(店長) | ・新型コロナウイルスの感染拡大が止まらないなか、ロックダウン等の強い措置がなければ人々の行動は変わらないため、現状のままで変わらない。 |
| | | 衣料品専門店(店長) | ・現状、クリアランスセールで前年より割引しているため良くなっている。ただし、セールが終わり、プロパー価格に戻ると、無駄な買物をしない姿勢は変わらないのではないかと。 |
| | | 高級レストラン(経営者) | ・新型コロナウイルスのワクチン接種率が高まることにより、重症者数も減少すると思われる。それにより、各企業や民間の人々の会合制限も緩やかになると推察するが、まだまだ予断を許さない。 |
| | | 高級レストラン(副店長) | ・緊急事態宣言が解除されても、通常どおりの営業に戻るにはまだまだ時間が掛かる。 |
| | | 一般レストラン(経営者) | ・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着くまでは悪いままである。 |
| | | 通信会社(営業担当) | ・新型コロナウイルスが収束しない限り、変化はみられない。 |
| | | 通信会社(営業担当) | ・3か月先も客のIT投資に関する姿勢に変化はみられないため、現状維持が精一杯である。 |
| | | 競馬場(職員) | ・新型コロナウイルスの感染状況が改善されるとは考えられない。 |
| その他レジャー施設(経営者) | ・10月以降も、街や路地の飲食店に明かりが灯るようになるまでは、客の様子は変わらない。 | | |
| やや悪くなる | | 百貨店(総務経理担当) | ・新型コロナウイルス変異株の流行、米国経済のピークアウト予測など、今後の経済活動の変調が予測される。 |
| | | 都市型ホテル(経営者) | ・新型コロナウイルスの収束の兆しが見えず、他府県への移動が制限されると我々宿泊業は全く打つ手がない。 |
| 悪くなる | | 一般小売店[和菓子](経営者) | ・新型コロナウイルスに対し、政府の対策はまだまだ手を尽くしたとはいえ、外出をすることができなくなっている。一部の人々が出てはいるが、余裕が感じられない。 |

| 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 |
|-----------------------|-------------------|---|---|
| 企業 動向 関連 | 良くなる やや良くなる | — | — |
| | | 印刷業・製本業（営業担当） | ・新型コロナウイルスのワクチン接種が若年層にまで行き渡ることによって徐々に社会に動きが出てくる。少しでも良くなってほしいと願っている。 |
| | | 金融業〔証券〕（営業担当） | ・市場で行き場を失った資金が、金融市場に少しずつ流入するのではないかと。 |
| | | 不動産業（企画担当） | ・新型コロナウイルスのワクチン接種が進み、消費マインドが回復することに期待したい。 |
| | 変わらない | 卸売業〔機械器具〕（経営者） | ・徐々に動きが出てくる兆しがみられる。 |
| | | 新聞業（営業担当） | ・期待していた東京オリンピックでの景気回復効果は極めて限定的である。新型コロナウイルス感染再拡大の影響が出始めていることが大いに懸念される。 |
| | | 建設業（営業担当） | ・新型コロナウイルスが収束しないと変わらない。 |
| | | 輸送業（従業員） | ・受注量が増える見込みがない。 |
| | | 通信業（営業担当） | ・新型コロナウイルスの感染再拡大により、また先が見通せなくなっている。飲食業も出店時期見直しの話が出ている。複数の医療機器メーカーは好調である。 |
| | | 卸売業〔食料品（鮮魚）〕（経営者） | ・今が底だと思うので、これ以上悪くなりようがない。 |
| | | 卸売業〔機械器具〕（営業担当） | ・年末に向け、受注予定をいくらか確保しており、今月と同じ位の売上になりそうである。 |
| | | 卸売業〔機械器具〕（支社長） | ・公共事業の発注状況は堅調であり、受注量もおおむね計画どおりと予測しているが、コスト高により収益面が厳しい。 |
| | | その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当） | ・現状、先が見えないので、良い月もあれば悪い月になることも大いにあり得る。臨時案件の件数も落ち着いてきている。 |
| | | その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（管理担当） | ・現状、受注量に動きはないが、特段、減少する要素もない。 |
| | やや悪くなる | 出版業（経営者） | ・飲食業、観光業の落ち込みは、雇用にも悪影響を及ぼしつつある。 |
| | | 出版業（営業担当） | ・東京オリンピック開催と同時に新型コロナウイルス感染者数が大幅に増加しており、今回の波が収まるにはかなりの時間を要するため、景気は悪くなる。 |
| | | 建設業（営業担当） | ・受注が伸びていない。 |
| | | 建設業（経営者） | ・取引先や競合相手の現状から、新型コロナウイルスの影響に伴う予算削減による下向き傾向が散見される。 |
| | | 建設業（経営者） | ・新型コロナウイルスの影響で見通しが立たない。 |
| | | 金融業〔証券〕（営業担当） | ・東京オリンピック開催により報道等の視線がオリンピック寄りになった感がある。緊急事態宣言下で、業種的な偏りはあるものの、かなり深刻な状況が進んでいるように感じられる。今まで特需となっていたところがほぼ一巡したことも含め、とにかく上向き要素が見当たらない。 |
| 経営コンサルタント | | ・人流が止まらない。繁華街を中心に飲食業の通常営業が加速し始める。協力金や助成金が入らず、電話もつながらない。 | |
| その他サービス業〔造園・園芸〕（営業担当） | | ・東京オリンピックが終わり、景気は一旦落ち着くものとみている。 | |
| 悪くなる | 卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当） | ・新型コロナウイルス感染拡大のため、秋のイベントの縮小が決定している。 | |

(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 | | 25 |
| | 小売関連 | 14 |
| | 商店街・一般小売店 | 5 |
| | 商店街代表者 | 0 |
| | 一般小売店経営者・店員 | 5 |
| | 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 | 1 |
| | コンビニエリア担当・店長 | 1 |
| | 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 | 0 |
| | 設計事務所所長・職員 | 0 |
| | 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 | | 25 |
| | 農林水産業従業者 | 0 |
| | 鉱業経営者・従業員 | 0 |
| | 製造業経営者・従業員 | 5 |
| | 食品製造業 | 0 |
| | 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 | 5 |
| | 新聞業 | 1 |
| | 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 | 20 |
| | 建設業 | 4 |
| | 輸送業 | 1 |
| | 通信業 | 2 |
| | 金融業 | 2 |
| | 不動産業 | 1 |
| | 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 |