

中央区内景気動向調査

平成 20 年 6 月調査結果

平成 20 年 7 月 4 日

中央区

総 括

平成 20 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 30.6 と、前回調査から 5.9 ポイント低下し、引き続き低水準で推移している。景気の先行き判断 D I は合計で 35.7 と前回調査から 4.9 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) | 平成20年 | | | 前回調査 からの変化 |
|-----------|-------|------|------|---------------|
| | 2月 | 4月 | 6月 | |
| 合計 | | | | |
| 現状判断 D I | 35.9 | 36.5 | 30.6 | (-5.9) |
| 先行き判断 D I | 38.0 | 40.6 | 35.7 | (-4.9) |

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 20 年 6 月調査の調査票発送は 6 月 9 日（月）、回答期限は 6 月 17 日（火）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 D I 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、D I 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DIは合計で30.6と、前回調査から5.9ポイント低下し、引き続き低水準で推移している。分野別にみると、家計動向関連DIは6.3ポイント、企業動向関連DIは5.3ポイント低下している。構成比では、「やや悪くなっている」、「悪くなっている」と回答する人の割合が増加している。

図表1-1 各分野における景気の現状判断DIの推移表

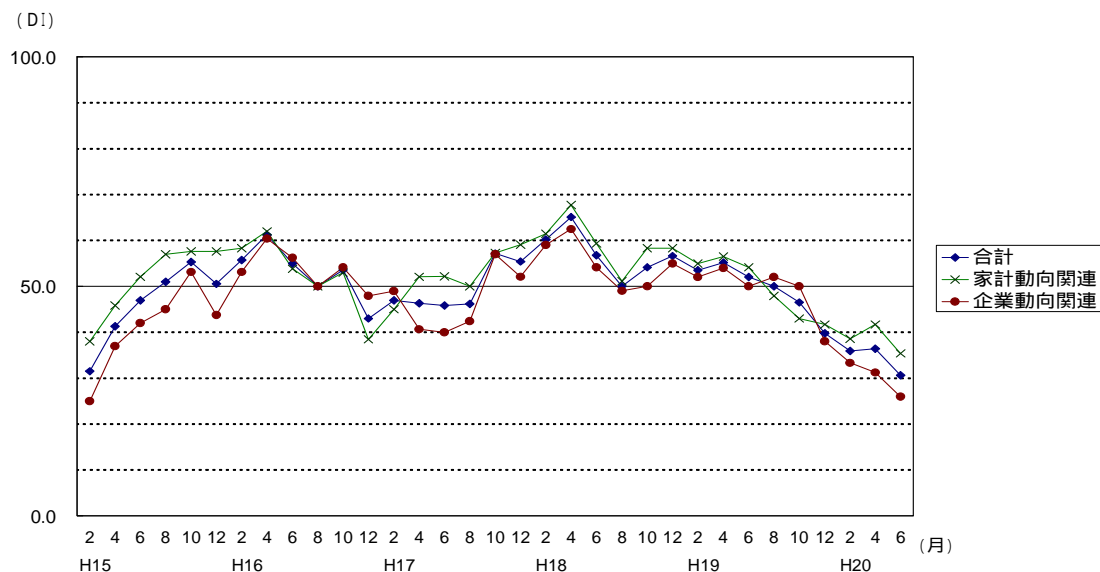
| (DI) | 平成20年 | | | |
|--------|-------|------|------|--------|
| | 2月 | 4月 | 6月 | (変化幅) |
| 合計 | 35.9 | 36.5 | 30.6 | (-5.9) |
| 家計動向関連 | 38.5 | 41.7 | 35.4 | (-6.3) |
| 小売関連 | 33.3 | 33.3 | 31.3 | (-2.0) |
| 飲食関連 | - | - | - | (-) |
| サービス関連 | 42.9 | 46.4 | 39.3 | (-7.1) |
| 住宅関連 | - | - | - | (-) |
| 企業動向関連 | 33.3 | 31.3 | 26.0 | (-5.3) |
| 製造業 | 37.5 | 33.3 | 32.1 | (-1.2) |
| 非製造業 | 31.9 | 30.6 | 23.6 | (-7.0) |

(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 |
| 平成20年 | 2 | 2.1% | 4.2% | 43.8% | 35.4% | 14.6% |
| | 4 | 0.0% | 4.2% | 45.8% | 41.7% | 8.3% |
| | 6 | 0.0% | 4.1% | 26.5% | 57.1% | 12.2% |
| (変化幅) | | (0.0) | (-0.1) | (-19.3) | (15.4) | (3.9) |

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

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 35.7 と前回調査から 4.9 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 5.2 ポイント、企業動向関連D Iは 4.3 ポイント低下している。構成比では、「やや悪くなる」と回答する人の割合が増加している。

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

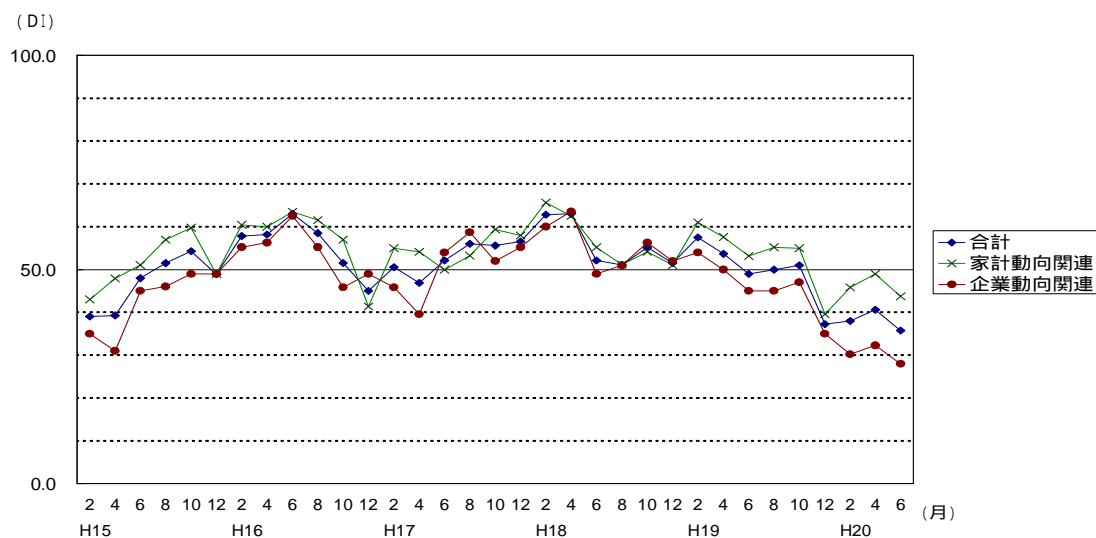
| (D I) | 平成20年 | | | |
|--------|-------|------|------|--------|
| | 2月 | 4月 | 6月 | (変化幅) |
| 合計 | 38.0 | 40.6 | 35.7 | (-4.9) |
| 家計動向関連 | 45.8 | 49.0 | 43.8 | (-5.2) |
| 小売関連 | 39.6 | 43.8 | 39.6 | (-4.2) |
| 飲食関連 | - | - | - | (-) |
| サービス関連 | 50.0 | 46.4 | 46.4 | (0.0) |
| 住宅関連 | - | - | - | (-) |
| 企業動向関連 | 30.2 | 32.3 | 28.0 | (-4.3) |
| 製造業 | 29.2 | 29.2 | 39.3 | (10.1) |
| 非製造業 | 30.6 | 33.3 | 23.6 | (-9.7) |

(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 |
|-------|---|--------|--------|---------|--------|--------|
| | | | なる | | なる | |
| 平成20年 | 2 | 0.0% | 10.4% | 41.7% | 37.5% | 10.4% |
| | 4 | 2.1% | 12.5% | 41.7% | 33.3% | 10.4% |
| | 6 | 2.0% | 8.2% | 30.6% | 49.0% | 10.2% |
| (変化幅) | | (-0.1) | (-4.3) | (-11.1) | (15.7) | (-0.2) |

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

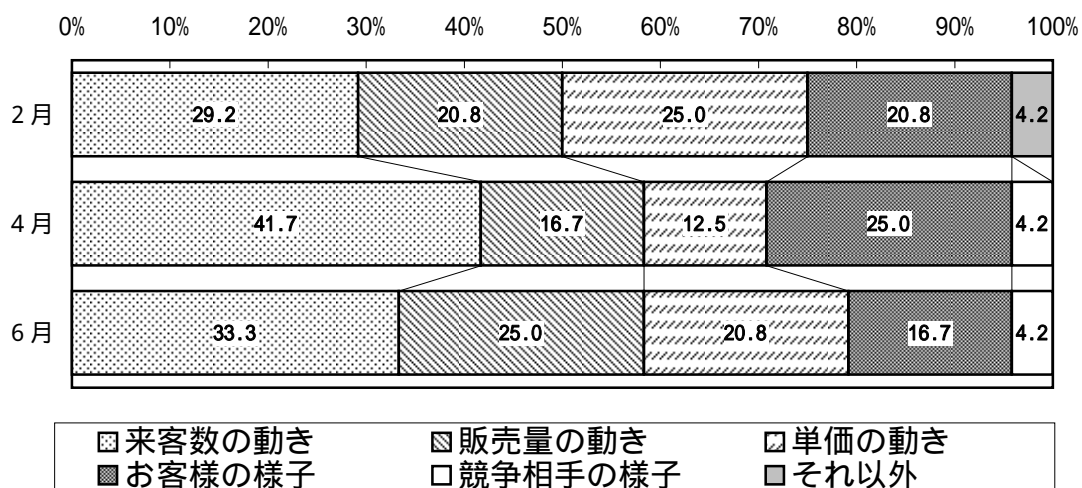
| (D I) | 平成20年 | | |
|--------|-------|------|------|
| | 2月 | 4月 | 6月 |
| 合計 | 35.9 | 32.8 | 29.1 |
| 家計動向関連 | 37.5 | 38.5 | 32.3 |
| 小売関連 | 31.3 | 31.3 | 25.0 |
| 飲食関連 | - | - | - |
| サービス関連 | 46.4 | 42.9 | 32.1 |
| 住宅関連 | - | - | - |
| 企業動向関連 | 34.4 | 27.1 | 26.0 |
| 製造業 | 41.7 | 29.2 | 32.1 |
| 非製造業 | 31.9 | 26.4 | 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。

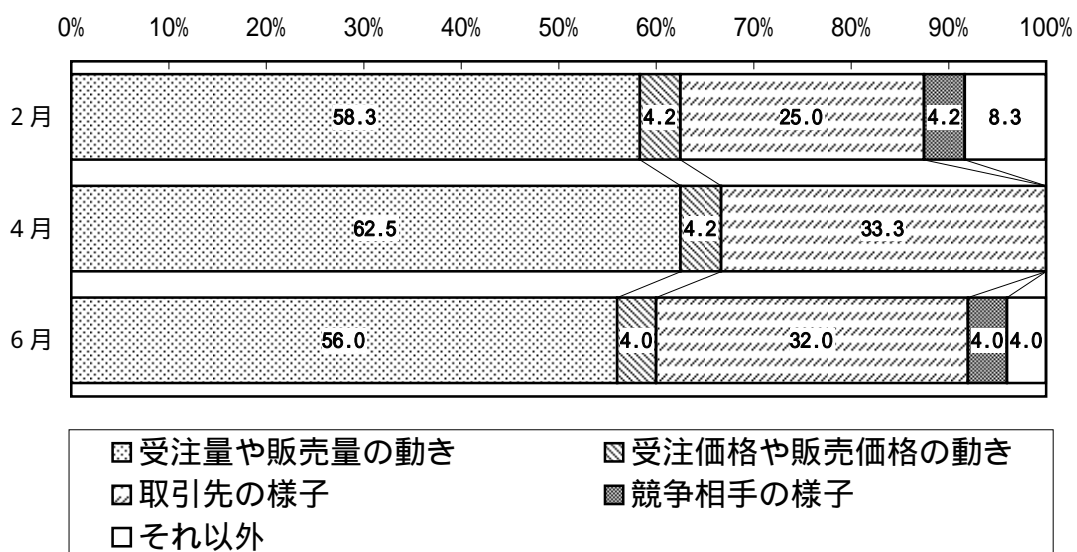
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方角性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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 動向 関連 | 良く なっている | - | - | - | |
| | やや良く なっている | コンビニ(店 長) | 単価の動き | ・高価格帯の商品でも、注目度があればまとめ買い や、リピート率が高くなっている。 | |
| | 変わらない | スーパー(店 長) | 来客数の動き | ・来客数は前年と変わらないが、値上げにより単価が アップしている。 | |
| | | スーパー(店 長) | 販売量の動き | ・物価高により各商品の割安感がなくなり、購入数量 が減っている。 | |
| | | 高級レストラン (経営者) | お客様の様子 | ・来客数、予約状況いずれも不変で状態としては良い 動きをしている。6月よりランチタイムは約10%の値 上げを行ったが客数も維持している。 | |
| | | 一般レストラン (経営者) | 来客数の動き | ・連続テレビ小説の影響で9月までは例年より忙し い。 | |
| | | 通信会社(営業 担当) | 販売量の動き | ・ここ半年くらい販売量の顕著な動きがみられず、景 気の低迷が全体的に影響している。 | |
| | | 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 | ・来客数が減っている。特に、夜の来客数が減ってい る。仕事帰りや休日の食事後に買物する行動パター ンが変化し、帰宅する方が増えている。 |
| | | 一般小売店[和 菓子](経営 者) | 販売量の動き | ・帰宅前の会社員の購入が少なくなっている。 | |
| | | 百貨店(広報担 当) | 販売量の動き | ・来客数の動き、販売量の動き、単価の動きより、来 客数の伸び悩みと客単価の下落の複合型である。 | |
| | | 百貨店(売場主 任) | 単価の動き | ・価格に敏感な動向がうかがえる。 | |
| | | 百貨店(販売促 進担当) | 競争相手の様子 | ・ガソリンの値上げが物価上昇に、というイメージが ある。客も買い控えをしている傾向である。株価も下 がっているため、高額商品が動いていない。 | |
| | | コンビニ(経営 者) | 単価の動き | ・来客数は前月より若干増えているが、客単価は前月 より低くなっている。 | |
| | | 衣料品専門店 (店長) | 販売量の動き | ・買上点数が減ってきている。 | |
| | | 衣料品専門店 (店長) | 単価の動き | ・価格にとっても敏感になっている客が増えている。こ の時期は安価なものを求め、この先の買物はディスカ ウント期を待っている様子である。客単価も減少して いる。 | |
| | | 都市型ホテル (広報担当) | 来客数の動き | ・宿泊客の減少で稼働率が低下している。レストラン の外来客が減っている。 | |
| | | 都市型ホテル (経営者) | 来客数の動き | ・同業者やいろいろなところで景気の話が出てくる が、すべて良くないという話しか聞こえてこない。 | |
| | | 通信会社(営業 担当) | お客様の様子 | ・インターネット回線のグレードアップを提案販売し ているが、コストダウンと高速化のメリットは理解し てもらえるものの客の反応は鈍く、販売に苦戦してい る状況である。 | |
| | | その他レジャー 施設(経営者) | 来客数の動き | ・客の小遣いの範囲の中で、景気が悪くなったり、物 価が上がってくれば、一番先に減らされる商売であ り、影響が大きい。 | |
| | | 悪く なっている | 百貨店(営業推 進担当) | 来客数の動き | ・来客数のピークが以前よりも早まり、同じ営業時間 でも滞留数が悪化傾向である。 |
| 企業 動向 関連 | | 良く なっている | - | - | - |
| | | やや良く なっている | - | - | - |
| | 変わらない | 出版業(営業担 当) | 受注量や販売量 の動き | ・今年に入って、書籍返品増、既存定期誌伸び悩み、 広告収入低下等の傾向は相変わらずの状態が続いてい る。 | |
| | | 卸売業[機械器 具](営業担 当) | 受注量や販売量 の動き | ・5～7月あたりは1年を通して一番売上が下がる月 である。 | |
| | やや悪く なっている | 出版業(経営 者) | それ以外 | ・タクシーの運転手いわく「今年になってから客足が ばったり！」街角景気ウォッチングの最も端的な言葉 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 |
|---------|---------|--------------------------|--------------|--|
| | | 印刷業・製本業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・1年の仕事のサイクルとしても下降する時期であるが、コストアップのためか仕事量が減少している。 |
| | | 輸送業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・タクシー料金は改定されて、客の乗り控え、燃料費の高騰で苦しい状況である。 |
| | | 輸送業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・全般的に受注量は減少している。時期的なものは例年のごとくである。さらに燃料高騰が拍車をかけている。 |
| | | 金融業〔証券〕（営業担当） | 取引先の様子 | ・中小の不動産業を営む取引先の中には、深刻な経営難に陥っている企業が多くみられる。また、小売、飲食業においても前年比の業績が大きく落ち込んでいる企業が多くみられる。 |
| | | 卸売業〔機械器具〕（経営者） | 取引先の様子 | ・ガソリンの値上げを始めとして経費増分を価格に転嫁できないので非常に苦しい状況である。早く物価が落ち着くことを期待している。 |
| | | 経営コンサルタント | 取引先の様子 | ・後期高齢者医療制度の問題や原油価格上昇に伴う物価上昇で一般消費者に不安がみられる。 |
| | | 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 | ・原材料の納期遅延により、客先への納期が遅れている。 |
| 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 | ・鋼材の値上げ、品薄により工期が決められず、受注しにくくなっている。 |
| | | 卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・今年に入ってから急速な景気の落ち込みを強く感じている。政府の政策も含めて景気悪化の条件がありすぎる。 |

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) | ・連続テレビ小説の影響で9月までは例年より忙しい。特に8月はいろいろなイベントがあるので、客が多く来てくれる。 | |
| | やや良くなる | スーパー(店長) | ・景気という面からは不安定な要素ばかりであるが、小売業としては一時的であるが食料品の値上げにより、買上単価がアップして売上が伸びている。 | |
| | 変わらない | 百貨店(販売促進担当) | 百貨店(売場主任) | ・6、7月はクリアランス時期で多少商品は動くけれど、景気は変わらない。 |
| | | | 百貨店(営業推進担当) | ・夏のクリアランスセール等、一過性の売上の伸びはあるものの、持続性はないと感じられる。 |
| | | コンビニ(店長) | ・引き続き身の回りの値上げラッシュが続き、購買意欲を上げる要素が見当たらない。 | |
| | | コンビニ(経営者) | ・物価の上昇が止まらず給料もさほど増える見込みがないため、社会的にも不安定な経済状態が続く。 | |
| | | 高級レストラン(経営者) | ・例年、夏場は減少傾向にあるが、季節的な販促活動を展開して、売上維持を図る予定である。 | |
| | | 高級レストラン(スタッフ) | ・8月は宴会が少ない時期なので、現状維持をさせるのが精一杯である。 | |
| | | 都市型ホテル(広報担当) | ・この先夏期休暇に入り、外国人ビジネス客が減ることが予想されるが、それに変わる国内旅行に期待を込める。 | |
| | | 通信会社(営業担当) | ・社会全体の景気が良くなると自社の販売量も上昇しない。 | |
| | | その他レジャー施設(経営者) | ・既に来客数も、客の様子も、来るところまできている。物価もガソリンも、客の懐具合も、3か月後もおそらく変わらない。 | |
| | やや悪くなる | 一般小売店[靴](営業担当) | ・依然として無駄な買物はしていないが、我慢している傾向はある。食料品、ガソリン等が値上がりする中で、生活防衛の意識が強くなって、趣向品は買い控えの傾向がある。 | |
| | | 一般小売店[和菓子](経営者) | ・不安材料が多すぎて、材料費もますます上昇する。 | |
| | | 百貨店(広報担当) | ・消費を取り巻く環境に改善を促すファクターがない。少し背伸びをして購入する高級商品へのニーズが著しく低下している。 | |
| | | スーパー(店長) | ・原油高、代替エネルギー等による食料品の物価高は、今後もなお不透明なため、購買意欲は上がりそうもない。 | |
| | | 衣料品専門店(店長) | ・ガソリン値上げ、食の不安、自然災害等、不安な要素があとから後から出ている。オリンピックイヤーなのに盛り上がりを感じない。 | |
| | | 衣料品専門店(店長) | ・ガソリン、食料品の値上げにより、衣料品を買い控える人が増える。 | |
| | | 一般レストラン(経営者) | ・来客数が少し減少し始めている。また当地域は観光で来る客が増加しているが、商売での客とはならない。 | |
| | | 都市型ホテル(経営者) | ・話をしたすべての人が政治が悪いという結論に達している。将来に対し明るい展望が見えてこない。 | |
| 通信会社(営業担当) | | ・ガソリンの値上げに伴い景気も悪化しつつある。 | | |
| 設計事務所(所長) | ・資材の高騰により建築着工を見合わせる動きが出てきている。 | | | |
| 悪くなる | - | - | | |
| 企業動向 関連 | 良くなる | - | - | |
| | やや良くなる | 出版業(営業担当) | ・夏から秋に向けて売れそうな企画が控えており、また新しい定期雑誌も創刊されるため、現在よりは良くなる。 | |
| | | 卸売業[機械器具](営業担当) | ・9~12月に向けて徐々に売上、受注量が増えてくる。 | |
| | 変わらない | 印刷業・製本業(経営者) | ・物がすべて値上げする世の中、特に当社の仕入先の値上げが最終ユーザーには添加できず、どこまでもつか小康状態である。 | |
| | | 印刷業・製本業(営業担当) | ・だいぶ下降路線が長いので、突発的なことが起きない限り、あまり変化しない。 | |
| 輸送業(従業員) | | ・現在の景気は当分変わらない。一般消費者(利用者)はますます減少していく。 | | |

| 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 |
|--------|----------|--------------------------|--|
| やや悪くなる | | 金融業〔証券〕（営業担当） | ・サブプライムローン問題余波等、下値不安はなくなりつつあるも、資源、商品高騰、インフレ懸念、米景気減速懸念等不安材料も多い。 |
| | | 新聞業（経営者） | ・広告料収入が少しずつ減少している。 |
| | | 新聞業（営業担当） | ・不透明感は続くが、直近ほどの営業収入の落ち込みはないのでは、との楽観的見通しである。 |
| | | 出版業（経営者） | ・サブプライム、ガソリンなどの原料高、政治不安定等悪い要因が前に出てきた。 |
| | | 印刷業・製本業（総務担当） | ・投機的原油高による経済への影響が懸念される。 |
| | | 輸送業（営業担当） | ・今後受注量が増加しても燃料高騰の影響は大であり、景気見通しは先行き好転は見込めない。 |
| | | 通信業（営業担当） | ・取引先のコスト削減がシビアになってきたと実感している。 |
| | | 通信業（営業担当） | ・ガソリン、食料品等の値上げや政局の動きによる。 |
| | | 金融業〔証券〕（営業担当） | ・原材料高による消費鈍化は今しばらく継続するものと考えられる。一方、サブプライム問題に起因する金融不安については当面のヤマは越えたと考えられることから、景気の回復については米国景気の回復等の外部要因待ち、というところかと考える。 |
| | | 卸売業〔繊維・衣服等〕（経営者） | ・天候不順、将来不安、生活物資の高騰等による消費の低迷、さらに衣料品に対しては優先順位の低落で、一時天候が持ち直しても景気下降は否めない。 |
| | | 卸売業〔飲食品（鮮魚）〕（経営者） | ・旧態依然とした商売で閉塞感があり、打開策が必要である。 |
| | | 卸売業〔建築材料、鉱物・金属材料等〕（従業員） | ・得意先とする建設業の仕用量が減少している。 |
| | | 経営コンサルタント | ・上昇した物価がしばらく戻らないと考えられ、消費を抑える人が多い。 |
| | | その他サービス業〔情報サービス〕（経営企画担当） | ・原油高騰の影響で買い控えが進み、経費縮小の傾向が強まる。 |
| 悪くなる | | 建設業（経営者） | ・ガソリンが高くなることは確実で、それに伴い、すべての産業に影響が及ぼされ景気は一段と悪くなる。 |
| | | 建設業（営業担当） | ・諸物価の値上がりのスピードが現在の単価相場と合っていないため、赤字受注に結びついており、今後もしばらくは続く見通しである。民間、官公庁とも供給が減少しており、今後も見通しは暗い。 |
| | | 卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当） | ・景気の減速が主な理由だが、我々の業界は元々夏に弱いということも大きい。 |
| | | 卸売業〔機械器具〕（経営者） | ・業者間に好転する材料が無いとの見方が出ている。 |
| | | 卸売業〔機械器具〕（従業員） | ・プラント建設に必要な資材の値上がり深刻である。客先単価との溝が埋まらない現状では受注は悪化する。 |

(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 | |
| 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 | |