

# 中央区内景气动向调查

平成 15 年 8 月調査結果

平成 15 年 9 月 5 日

中央区

## 総 括

### 平成 15 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 51.0 となり、4 月調査に引き続き前回調査と比べて上昇し、3 か月前と比べて横ばいを示す 50.0 を上回る結果となった。景気の先行き判断 D I ( 51.5 ) においても 50.0 を上回っている。

図表 景気の現状判断 D I、先行き判断 D I ( 合計 )

( D I )	平成15年			前回調査
合計	4月	6月	8月	からの変化
現状判断 D I	41.3	46.9	51.0	( 4.1 )
先行き判断 D I	39.3	48.0	51.5	( 3.5 )

## 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	9 頁
（別紙）調査客体の分野・業種別人数構成	12 頁
中央区内景気動向調査 調査票	13 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各 25 人、計 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 15 年 8 月調査の調査票発送は 8 月 8 日（金）、回答期限は 8 月 18 日（月）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 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	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D Iは全体で51.0と、前回調査より4.1ポイント上昇している。分野別にみると、企業動向関連は依然、横ばいを示す50を下回っているが、家計動向関連のD Iは前回調査に引き続き上昇し、50を7.0ポイント上回る結果となっている。前回調査と比較して「やや良くなっている」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D Iの推移表

(D I)	平成15年			
	4月	6月	8月	(変化幅)
合計	41.3	46.9	51.0	(4.1)
家計動向関連	45.8	52.1	57.0	(4.9)
小売関連	50.0	54.2	59.6	(5.4)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	39.3	35.7	46.4	(10.7)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	37.0	42.0	45.0	(3.0)
製造業	28.6	35.7	39.3	(3.6)
非製造業	40.3	44.4	47.2	(2.8)

(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。

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15年	4	0.0%	18.4%	40.8%	28.6%	12.2%
	6	0.0%	18.4%	59.2%	14.3%	8.2%
	8	2.0%	30.0%	46.0%	14.0%	8.0%
(変化幅)		(2.0)	(11.6)	(-13.2)	(-0.3)	(-0.2)

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

中央区内における景気の先行き判断D Iは全体で51.5となり、横ばいを示す50をわずかに上回っている。分野別にみると、現状判断D I同様、企業動向関連は依然、50を下回っているものの、家計動向関連は50を7.0ポイント上回る結果となっている。3か月後は現在と比べ、「やや良くなる」あるいは「変わらない」と回答する人は、全体の8割を占めている。

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15年			
	4月	6月	8月	(変化幅)
合計	39.3	48.0	51.5	(3.5)
家計動向関連	47.9	51.0	57.0	(6.0)
小売関連	50.0	58.3	61.5	(3.2)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	46.4	35.7	57.1	(21.4)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	31.0	45.0	46.0	(1.0)
製造業	28.6	39.3	53.6	(14.3)
非製造業	31.9	47.2	43.1	(-4.1)

(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15年	4	0.0%	12.2%	46.9%	26.5%	14.3%
	6	0.0%	22.4%	53.1%	18.4%	6.1%
	8	0.0%	26.0%	56.0%	16.0%	2.0%
(変化幅)		(0.0)	(3.6)	(2.9)	(-2.4)	(-4.1)

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

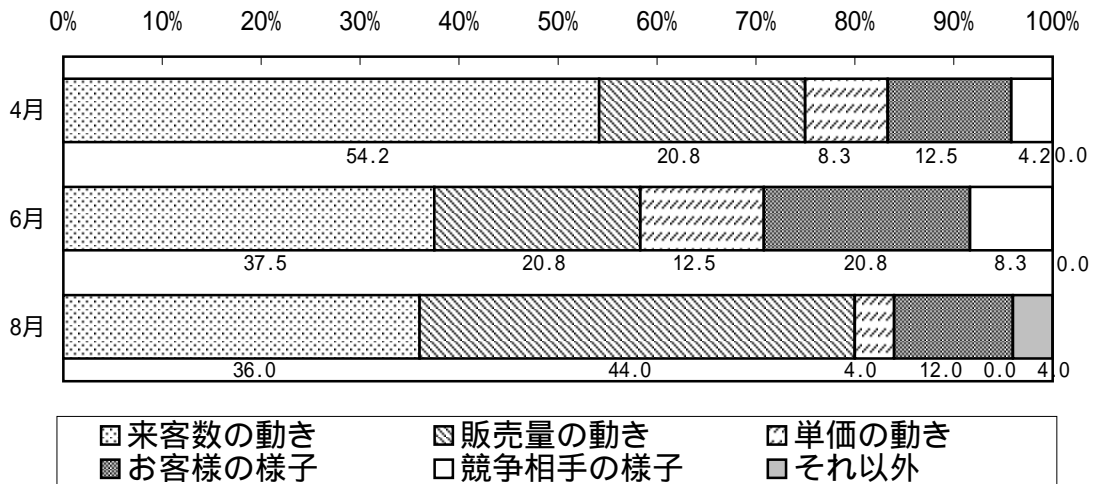
(D I)	平成15年		
	4月	6月	8月
合計	26.5	35.2	35.0
家計動向関連	34.4	38.5	41.0
小売関連	37.5	41.7	46.2
飲食関連	-	-	-
サービス関連	35.7	21.4	28.6
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	19.0	32.0	29.0
製造業	14.3	28.6	28.6
非製造業	20.8	33.3	29.2

（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。

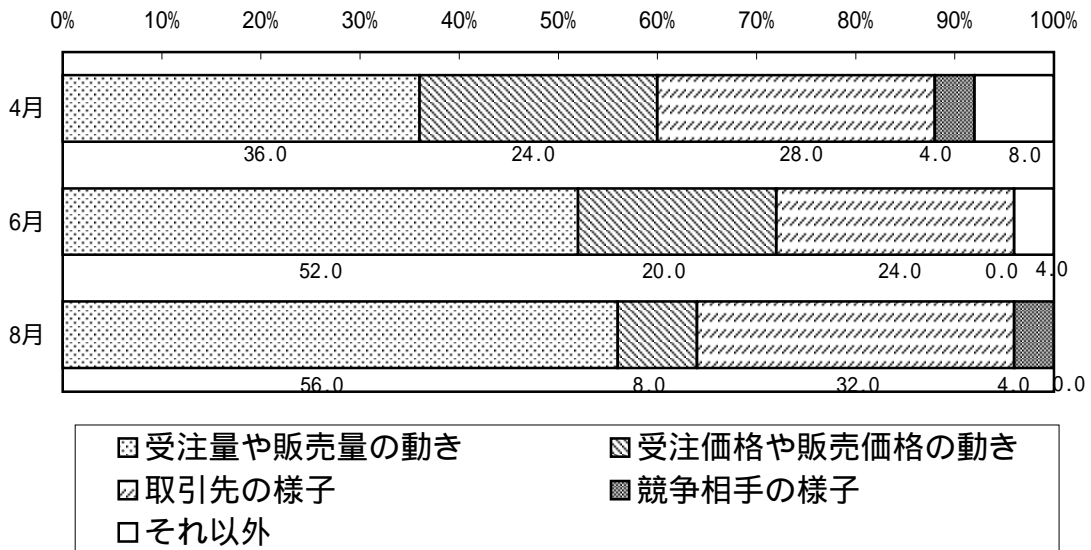
（注）景気の現状をとらえるには、景気の方加性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

## 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





## 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	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・観光地になっているのが、夏休みに入ってから他方面から客が来ている。花火大会などのイベントもあり、良くなっている。
	やや良くなっている	スーパー(店長)	来客数の動き	・店舗周辺が観光地のような場所なので、夏休みに入り、来客数が増加している。客単価は低いが、売上は増加している。
		コンビニ(店長)	来客数の動き	・客の1日当たりの来店回数が増加していることから、来客数が前年より増加している。
		スーパー(店長)	販売量の動き	・8月は前半があまり良くなく、後半は来客数、買上点数ともに増加している。
		高級レストラン (経営者)	販売量の動き	・来客数は3か月前より多少増加しているが、前年と比べるとマイナスという厳しい状況は変わっていない。丸ビル、汐留、六本木等の商業開発との激しい地域間競争に、中央区は負けている。8月に入り、各開発事業の初期動員が終わったために、状況はやや緩和されてきたが、個人消費のシェア争いに関しては、明らかにこの地区のシェアが落ちている。デフレ下のシェア低下は致命的であり、何らかの緊急的な対応が必要である。当社の売上は70%以上が中央区以外の店舗からなので、全体的な落ち込みは何とか食い止めている。開発は数年前から計画されていた事なので、中央区としても何らかのかたちで実効のあがる地域商業の振興策が欲しい。
		設計事務所(所長)	販売量の動き	・建築の構造設計物件数は、6月よりはやや増加し、規模も大きくなっているが、共同住宅が相変わらず多い。
		百貨店(販売促進担当)	お客様の様子	・単価は低く、買い控えが多いが、来街者が以前より増加してきている。外国人の旅行客の数も増加している。
	変わらない	一般小売店 [靴](売場主任)	来客数の動き	・必需品の変動は少ないが、ファッション性の高いアイテムへの手応えはまだ感じられず、来客数の大幅な増加もない。
		百貨店(広報担当)	来客数の動き	・来客数はこの半年間、対前年比約5%減で推移している。客単価についても同様であり、中元ギフトは3~5%の減少となっている。
		都市型ホテル	来客数の動き	・来客数の極端な減少はないが、単価が少し下がっている。客は価格、その他のサービスに敏感になっている。
		都市型ホテル (広報担当)	来客数の動き	・8月に入り、海外からのビジネスマンの宿泊予約が減少している。それに代わる国内旅行も増加していない。
		その他レジャー施設(経営者)	来客数の動き	・最悪の状況が続いている。
		一般小売店[和菓子](経営者)	販売量の動き	・3か月前は例年に比べ販売量が悪かったが、8月も売行きが良くなく、客単価も低いままである。
通信会社(営業担当)		販売量の動き	・インターネット回線の料金がまだ高いという声が多く、受注量はあまり変わっていない。	
通信会社(営業担当)	販売量の動き	・春先からの販売フェアを延長して実施している。ある程度の実績は確保したが、目立つような伸びはない。		

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
		百貨店（売場主任）	それ以外	・本来は、盛夏物衣類が動く時期であるが、7月末の天候不順からそのまま秋物に移行してしまっている。これは先物先行買いというわけではない。消費動向が鈍いことに変わりはない。
	やや悪くなっている	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・気温が上がれば多少売上が良くなるが、天候不順により季節商品の売行きが悪い。
		競馬場（職員）	販売量の動き	・来場者数は夏に入って更に減少し、1人当たりの購入単価も低下している。
	悪くなっている	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数、売上ともに減少している。低価格の飲食店出店が相次ぎ、高級店は客単価を下げざるを得ない状況である。
企業動向関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	新聞業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・対前年比での売上が、4～5月は90%前後であったが、7～8月は95%を越える見込みである。
		金融業〔証券〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・株式の現物売買取引について、一取引当たりの受注量が増加傾向にある。
		金融業〔証券〕（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・日経平均株価が7,000円台の底値から、1万円台に回復し、売買出来高も高い水準で推移していることから、今後の景気動向に明るさが感じられる。
		卸売業〔建築材料、鉱物・金属材料等〕（総務担当）	受注量や販売量の動き	・粗利益の確保は大変厳しいが、量的にはやや回復の兆しがみられる。
	変わらない	経営コンサルタント	取引先の様子	・飲酒の取締り強化により年初から激減していた客足が、ようやく戻り始めてきている。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・例年お盆の時期は、何もしなくても、引越を考える個人宅や長期連休を利用した事務所移転等の引き合いが入ってくるが、今年は数が少ない。店によっては全くないところもある。近くの大手運送会社でも、多くの車が余っている。
		印刷業・製本業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・販売価格は下落している。受注価格、販売価格などが上がる様子はなく、横ばいである。
		出版業（経営者）	取引先の様子	・リストラ、株高などで大企業は持ち直し傾向にあるが、零細企業には好材料がない。
		輸送業（経営者）	取引先の様子	・仕事量が減少している。
		広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・取引先はどれも苦しいが、中でも老舗の大企業が民事再生法適用となったことで、景気の厳しさを痛感している。
		通信業（営業担当）	競争相手の様子	・客の情報通信に対する投資状況を1年前と比べると、この半年は積極的になっている。競合他社の中に、業界の水準を大きく下回る価格を提示するものもあり、ダンピングまがいの行為も見受けられる。
	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	・主取引先からの仕事量がわずかしかない。
		新聞業（経営者）	取引先の様子	・天候不順で客数が減少し、売上が不足している。

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
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・経営者が「従来のコスト削減では赤字を止められない」と、電話回線を減らす動きがある。支店や事務所を閉鎖、縮小する取引先もある。
	悪くなっている	出版業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・毎年2、8月は、雑誌の売行きも広告受注量も減少するが、9月にも影響が出ている。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・全ての業種で、7月中の商売の不振はかつて経験がないほどであるということに一致している。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・複数の小売店主から、例年8月は売上が落ち込む時期だが、今年の買い控えは強烈だと聞いている。

#### 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 動向 関連	良くなる やや良くなる	-	-
		百貨店(売場主任)	・婦人服業界は、秋の訪れは早く、また冬らしい冬になるという予想に、前年以上に大きな期待を持っている。
		百貨店(売場主任)	・価格志向もまだあるが、デザイン、機能に目を向け始めている客が出てきている。半歩先、1歩先の情報に対し、敏感に反応を示し始めているので、やや良くなる。
		百貨店(販売促進担当)	・中央区の中心で、海外の客がまず一番に考える世界の中心である地域なので、観光は今後一層増えていく。
		スーパー(店長)	・8月後半は、来客数、客の買上動向に力強さがみられるので、やや良くなる。
		スーパー(店長)	・店舗のすぐ近くに高層マンションが建設されており、新入居者の何割かは固定客になる。
		コンビニ(店長)	・工事関係者とマンション入居者が、少しずつ増加している。昼食時の来客数が増加している。
		都市型ホテル(広報担当)	・夏休み休暇が終わり、9月以降ビジネスマンの動きが活発になる。特に、海外からのビジネスマンの宿泊利用に期待している。
		旅行代理店(営業担当)	・SARS終息に伴い、アジア方面の需要が戻ってくる。
	設計事務所(経営者)	・7~8月の受注量が改善されてきており、今後もやや良くなる。	
	変わらない	一般小売店[和菓子](経営者)	・運送業や宅配業の客と話をしても、あまり良い材料は聞かない。現在の政治、経済に悲観的な感情を持っている客が多い。業界の中でも悪質な嫌がらせをするクレマーなどが出てきている。そのような人が出てくるようでは、なかなか景気は良くならない。
		一般小売店[靴](売場主任)	・季節商品であるブーツの動きが早まればやや良くなるが、全体的には現状維持が精一杯である。
		百貨店(総務担当)	・8月は気温があまり上昇せず、顧客の中心であるシニア層の来店が前年より多かったため、売上が堅調であったが、景気的不安定な状態はまだ続く。
		百貨店(広報担当)	・経済的なインフラが全く改善されず、個人消費も一向に上向かない。
		コンビニ(経営者)	・弁当屋とコンビニが多く、客数は限られている。
		衣料品専門店(店長)	・良くなる要素がない。
		衣料品専門店(店長)	・身の回りで景気が良くなる兆しがない。現状維持を考えるしかない。
		高級レストラン(経営者)	・客の移転が相次いでおり、新規客獲得には定着する期間が必要である。安易な価格競争に走りがちであり、別の打開策を探るべきである。
		都市型ホテル(経営者)	・SARSの問題等で、外国人の来客数が減少し、宿泊業界は全て苦戦している。また、ホテル建設ラッシュ等により、需要より供給が上回る傾向にある。
通信会社(営業担当)		・インターネット回線を受注するため、色々と施策等をうって提案しているが、必要としない客もいる。	
通信会社(営業担当)	・新商品は目新しいだけで持続性がなく、目を引くようなヒット商品がないので、変わらない。		
競馬場(職員)	・現状からの打開策が見当たらない。		
その他レジャー施設(経営者)	・土日の午前中はいつも、近隣に引越業者が数社は来ている。昼間の人口がそれだけ減り、街の活気がなくなっていく。我々の商売も、来客数が減少しており、悪い状態が続く。		
設計事務所(所長)	・建築投資が大幅に増える要因はなく、むしろ減少傾向にある。変化はほとんどない。		

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
	やや悪くなる	高級レストラン（経営者）	・消費の先行きはまだ厳しい。株価の回復は大企業中心の収益改善による。その原資は労働コストや待遇の低下であり、下請け企業へのつけ回しとなって根本的な生産性向上になっていない。レストランが最有効戦略となっている企業が多数を占め、その上、各種の社会制度や保険制度の破綻など、将来の不安が増幅するような状況の中で、労働人口の中で大多数を占める中堅、中小企業勤務者の消費マインドはかえって悪化している。単なる値引き競争で同業他社とシェアを争い、結局外食の需要を減らすようなことになってはならない。客が、少ないコストで大きな喜びを得られるような、パワーアップした商品への内部改革を急いでいる。他地域の支店では早くもこの効果が現れているところもあるが、地域間競争の激化により、区内にある本店に効果がでるのはまだ先である。
		一般レストラン（経営者）	・9月になると夏休みが終わり、学校、仕事が始まるので、地方からの客が来なくなる。 ・客はお金を7～8月に使い果たすので、やや悪くなる。
	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）	・8～9月と受注が低迷し、反動で10月の受注は前年を上回る。現在がどん底で、今後は上向く。
		印刷業・製本業（総務担当）	・株式売買高が増加している。
		通信業（営業担当）	・IP電話に代表される革新的なサービスの登場で、業界の収益構造は大きな変革を迫られている。今まで様子見をしていた客が、導入に向けて検討し始めるというケースが増加している。今後の受注増に期待が持てる。
	変わらない	新聞業（営業担当）	・上期の対前年比での推移は徐々に上がってきている。下期の10月以降は不透明な部分があり、前年の値も上下にぶれているので、やや良くなるとは判断できない。
		新聞業（経営者）	・全体的にみて、今後変化する要因がない。
		出版業（経営者）	・明るい材料が見当たらない。
		印刷業・製本業（経営者）	・得意先、同業、下請の環境に変化がないので、横ばい状態となる。
		建設業（経営者）	・デフレは今後もこのまま推移していく。 ・総裁選、衆議院選挙により、少し変わるかもしれないが、良くはならない。
		建設業（営業担当）	・民間の景気が上向いてきているのは、レストラン等により財務内容が黒字になっているからで、設備投資までいくのはまだ先である。
		輸送業（従業員）	・通常、民間企業は毎年の目標額を前年対比で算出している。前年と同じ仕事をしていても、価格競争の進行で目標達成は難しい。数字確保のために、場合によっては利益ゼロや多少の赤字でも仕事を受注することがある。同業他社も認識は同じである。この状況は2～3か月後も変わらない。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・現時点での問題点について明確な改善予測がない。相対的なマインドの回復はあるものの、根本的な問題点の改善が行われていない。
		卸売業〔建築材料、鉱物・金属材料等〕（従業員）	・大型物件の完了と、大型の公共投資物件が少ないことから、変わらない。
卸売業〔建築材料、鉱物・金属材料等〕（総務担当）	・受注先の選別強化を今以上に図るが、現状水準のボリュームは確保できるので、変わらない。		
卸売業〔機械器具〕（従業員）	・国の事業予算が年々減少しており、受注金額も低調のまま推移している。		

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
		広告代理店（営業担当）	・広告の受注量が徐々に減少している。極端に悪くはならなくても、この傾向は変わらない。
		経営コンサルタント	・客足は戻ってきたものの、単価が上がらない。
	やや悪くなる	印刷業・製本業（経営者）	・得意先からも受注がないと困っているところが多い。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	・受注量及び販売量、受注価格等が厳しい状況下で、やや悪くなっていく。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（経営者）	・消費意欲を刺激する材料は当分の間出てこない。
		卸売業〔飲食料品（漬物）〕（経営者）	・漬物の中で取り扱い比率の高い和歌山県産の梅の不作（対前年比で約30～35%減少）により、値上げが避けられず、需要が減少する。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・買い控えを解消する良い条件は何もない。
	悪くなる	輸送業（経営者）	・物量が減少し、値引き要請が厳しくなり、収益性が悪化している。今後が不安である。

(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		13
商店街・一般小売店		2
商店街代表者		0
一般小売店経営者・店員		2
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		3
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		1
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		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		7
食料品製造業		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		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		8
繊維・衣服等		2
食料品		2
建築材料、鉱物・金属材料等		2
機械器具		2
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