

中央区内景気動向調査

平成 20 年 8 月調査結果

平成 20 年 9 月 5 日

中央区

総 括

平成 20 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 31.3 と、前回調査から 0.7 ポイント上昇したものの、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 37.0 と前回調査から 1.3 ポイント上昇している。

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 |
|-----------|-------|------|------|---------------|
| | 4月 | 6月 | 8月 | |
| 合計 | | | | |
| 現状判断 D I | 36.5 | 30.6 | 31.3 | (0.7) |
| 先行き判断 D I | 40.6 | 35.7 | 37.0 | (1.3) |

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 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 48 名、有効回答率は 96.0%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区内における現状判断DIは合計で31.3と、前回調査から0.7ポイント上昇したものの、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4.8ポイント上昇、企業動向関連DIは3.0ポイント低下している。構成比では、「やや悪くなっている」と回答する人の割合が減少し、「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

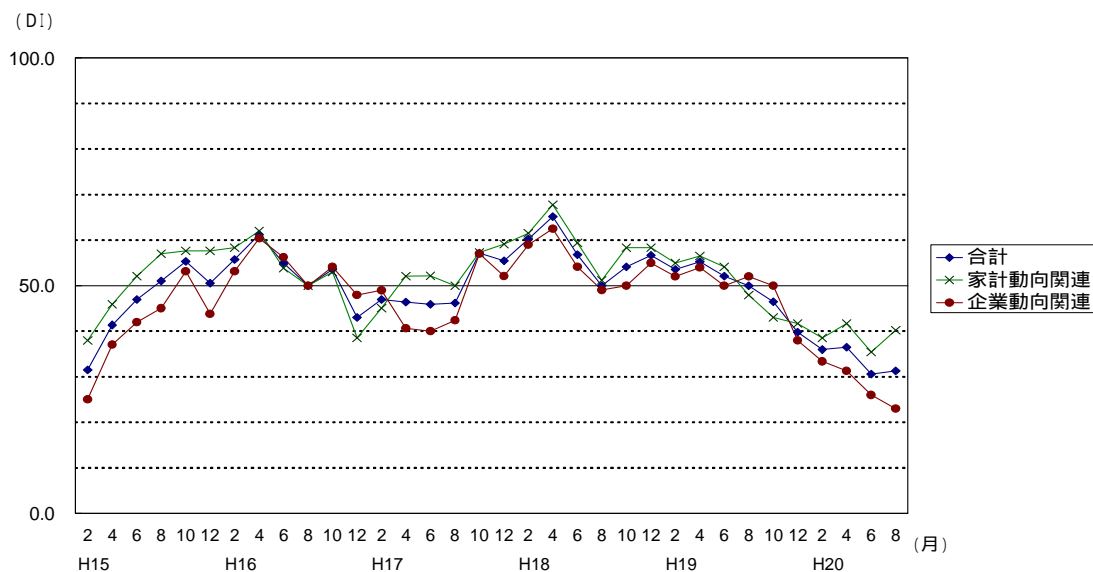
| (DI) | 平成20年 | | | |
|--------|-------|------|------|---------|
| | 4月 | 6月 | 8月 | (変化幅) |
| 合計 | 36.5 | 30.6 | 31.3 | (0.7) |
| 家計動向関連 | 41.7 | 35.4 | 40.2 | (4.8) |
| 小売関連 | 33.3 | 31.3 | 34.1 | (2.8) |
| 飲食関連 | - | - | - | (-) |
| サービス関連 | 46.4 | 39.3 | 46.4 | (7.1) |
| 住宅関連 | - | - | - | (-) |
| 企業動向関連 | 31.3 | 26.0 | 23.0 | (-3.0) |
| 製造業 | 33.3 | 32.1 | 17.9 | (-14.2) |
| 非製造業 | 30.6 | 23.6 | 25.0 | (1.4) |

(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 | 4 | 0.0% | 4.2% | 45.8% | 41.7% | 8.3% |
| | 6 | 0.0% | 4.1% | 26.5% | 57.1% | 12.2% |
| | 8 | 6.3% | 0.0% | 27.1% | 45.8% | 20.8% |
| (変化幅) | | (6.3) | (-4.1) | (0.6) | (-11.3) | (8.6) |

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DIは合計で37.0と前回調査から1.3ポイント上昇している。分野別にみると、家計動向関連DIは2.5ポイント低下、企業動向関連DIは5.0ポイント上昇している。構成比では、「やや悪くなっている」と回答する人の割合が減少し、「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2-1 各分野における景気の先行き判断DIの推移表

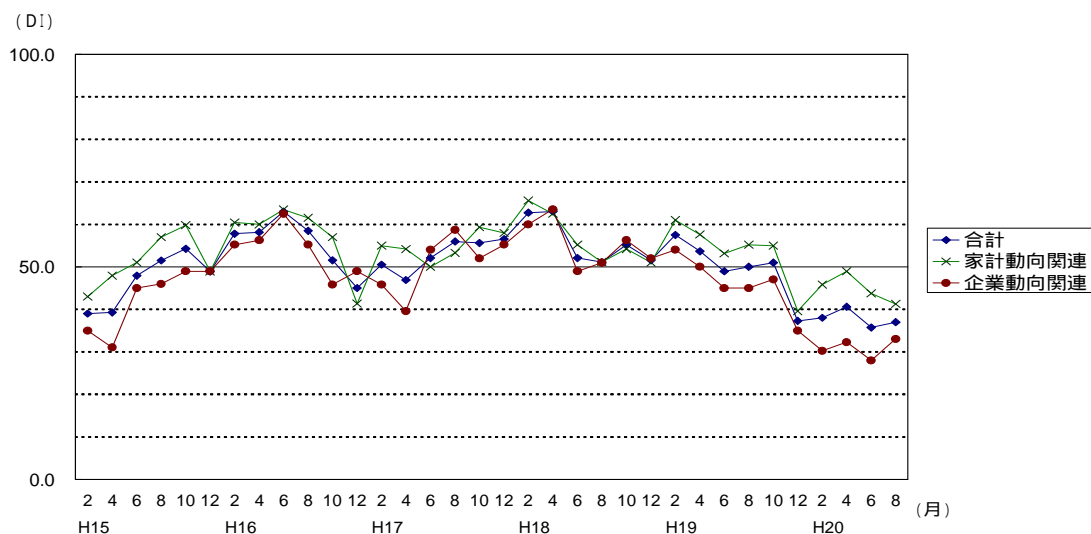
| (DI) | 平成20年 | | | |
|--------|-------|------|------|---------|
| | 4月 | 6月 | 8月 | (変化幅) |
| 合計 | 40.6 | 35.7 | 37.0 | (1.3) |
| 家計動向関連 | 49.0 | 43.8 | 41.3 | (-2.5) |
| 小売関連 | 43.8 | 39.6 | 38.6 | (-1.0) |
| 飲食関連 | - | - | - | (-) |
| サービス関連 | 46.4 | 46.4 | 42.9 | (-3.5) |
| 住宅関連 | - | - | - | (-) |
| 企業動向関連 | 32.3 | 28.0 | 33.0 | (5.0) |
| 製造業 | 29.2 | 39.3 | 25.0 | (-14.3) |
| 非製造業 | 33.3 | 23.6 | 36.1 | (12.5) |

(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 |
|-------|---|-------|--------|-------|---------|-------|
| | | | | | | |
| 平成20年 | 4 | 2.1% | 12.5% | 41.7% | 33.3% | 10.4% |
| | 6 | 2.0% | 8.2% | 30.6% | 49.0% | 10.2% |
| | 8 | 2.1% | 12.5% | 33.3% | 35.4% | 16.7% |
| (変化幅) | | (0.1) | (4.3) | (2.7) | (-13.6) | (6.5) |

図表2-3 各分野における景気の先行き判断DI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

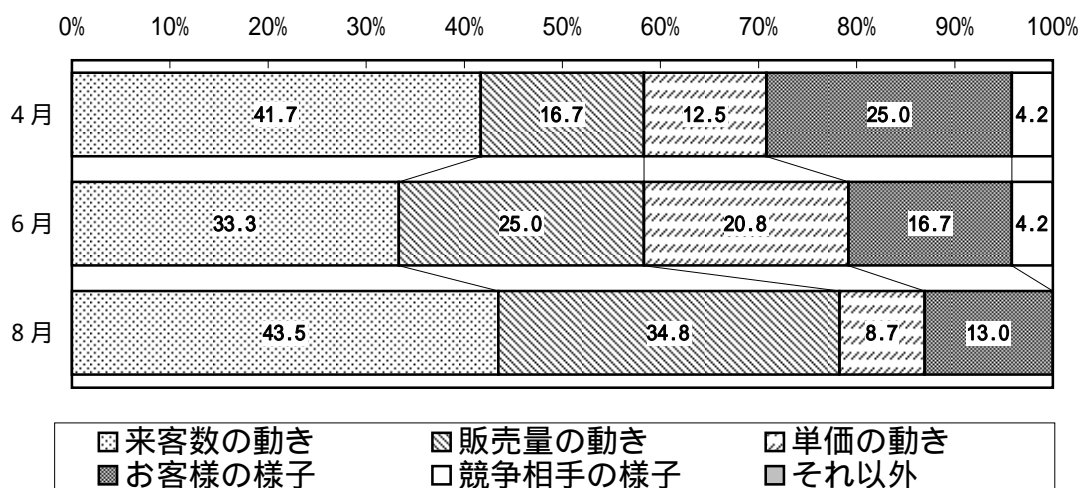
| (D I) | 平成20年 | | |
|--------|-------|------|------|
| | 4月 | 6月 | 8月 |
| 合計 | 32.8 | 29.1 | 27.1 |
| 家計動向関連 | 38.5 | 32.3 | 34.8 |
| 小売関連 | 31.3 | 25.0 | 29.5 |
| 飲食関連 | - | - | - |
| サービス関連 | 42.9 | 32.1 | 39.3 |
| 住宅関連 | - | - | - |
| 企業動向関連 | 27.1 | 26.0 | 20.0 |
| 製造業 | 29.2 | 32.1 | 17.9 |
| 非製造業 | 26.4 | 23.6 | 20.8 |

（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。

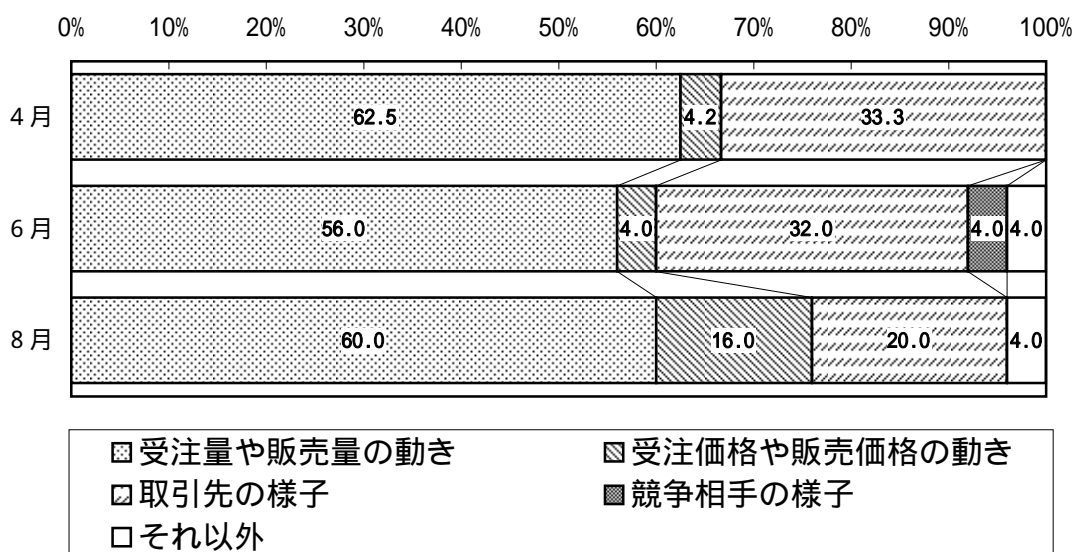
（注）景気の現状をとらえるには、景気の方方向性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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 | 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、他方面から客が来て、例年の1.5倍程度の来客数になっている。 |
| | やや良く なっている | - | - | - |
| | 変わらない | 百貨店(売場主任) | 単価の動き | ・必要最低限の商品のみを単品で購入するという流れになっている。 |
| | | コンビニ(経営者) | 来客数の動き | ・客単価は低いが、タスポの影響で来客数が前月比で100名増えたため、売上は少し上向いている。 |
| | | コンビニ(店長) | 販売量の動き | ・タスポの影響で来客数が増加したものの、想定していたほどの買い合わせの売上は前年より悪い。余計な物は買っていない傾向である。 |
| | | 高級レストラン(スタッフ) | 来客数の動き | ・お盆で国内旅行に行っている家族が多いのか、前年よりファミリー客が少ない。客単価は上昇している。 |
| | | 通信会社(営業担当) | 販売量の動き | ・主力商品の販売数に顕著な動きが見られない。景気の低迷が長く影響している。 |
| | やや悪く なっている | 一般小売店[靴](営業担当) | お客様の様子 | ・セール品の購入でも慎重になっている。衝動買いはかなり少なくなっており、ファッションで買物をするというよりは実用的な物が中心になっている。 |
| | | 百貨店(営業推進担当) | 来客数の動き | ・平日の来客数低下が特に目立っており、買上率も前年を割っている。 |
| | | 百貨店(総務担当) | 販売量の動き | ・今の客はとても慎重で、必要な物だけをよく見極めた上で買物をし、価格にもシビアである。 |
| | | 百貨店(販売促進担当) | お客様の様子 | ・一般的に見て、客の買い控えが増えている。ガソリンの値上げが影響して商品そのものの単価が一部値上がりしている。衣料等は決して値上がりしているわけではないが、消費者に悪影響を及ぼしている。 |
| | | 衣料品専門店(店長) | 単価の動き | ・商品単価が下がっていても、客はまとめ買いをせずに必要な分だけをクレジットで買う。現金を多く持ち歩かない人が大多数のようである。サイズが合えば数点買っていた中高年層も買い方が控えめになっている。 |
| | | 高級レストラン(経営者) | 来客数の動き | ・例年8月は来客数減少の月なので、法人関係の客層の多い店は年間の売上でそれを見込んでいる。前年、前々年と比べると例年並みである。 |
| | | 都市型ホテル(経営者) | 来客数の動き | ・夏休みに入ったことや、ビジネス客の多い当ホテルにとって国内旅行が増えたという要因もあるが、それにしても悪い状況が続いている。 |
| | | 通信会社(営業担当) | 販売量の動き | ・7月末までのキャンペーン取組の結果はかなり落ち込んでおり、現在も販売数が伸びていない。 |
| その他レジャー施設(経営者) | | 来客数の動き | ・前年同期比で今年は集客数が悪い。 | |
| 悪く なっている | 衣料品専門店(店長) | 来客数の動き | ・来客数、販売量、単価の動きのすべてが悪化している。 | |
| 企業 動向 関連 | 良く なっている | 卸売業[機械器具](営業担当) | 受注量や販売量の動き | ・8月は2、3月に次いで受注が多い。 |
| | 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 | ・経済環境の悪化が更に進み、発売前に期待していた新刊が思うような売上に結び付かない。 |
| | | 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 | ・既存取引の受注量が減ったが、一方で官公庁の入札案件が出ている。 |
| | やや悪く なっている | 印刷業・製本業(営業担当) | 受注量や販売量の動き | ・価格高騰が一因で受注、販売共に減少している。 |
| 輸送業(従業員) | | 受注量や販売量の動き | ・燃料費の高騰で業界は厳しい環境におかれている。企業、法人の注文量も控え目の傾向になってきており、個人利用の伸びも見られない。 | |
| 輸送業(営業担当) | | 受注量や販売量の動き | ・8月は極端に受注量が減少する。その分、わずかながら燃料代が抑えられる。 | |

| 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 |
|----|---------|-------------------|--------|---|
| | | 金融業〔証券〕 (営業担当) | 取引先の様子 | ・不動産業(マンションディベロッパー)等で経営状態が悪化する企業が目立っている。また、外食や衣料といった消費関連企業の中にも急速に業績が落ち込んでいる企業が見受けられる。 |
| | | 金融業〔証券〕 (営業担当) | それ以外 | ・テレビや新聞報道によるところが大きい。 |
| | 悪くなっている | 出版業(経営者) | 取引先の様子 | ・仕入価格の高騰、販売不振、金融引き締めなど、良い話がない。 |
| | | 経営コンサルタント | 取引先の様子 | ・物価高、原油高による消費者が買い控えをしている。先行き不安もあり、財布のひもが固いようである。 |

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） | ・ 9月末に新規ブランドを含め、グランドオープンを計画している。現在改装前のバーゲンをしており、その影響で好調に推移している。しかし、周りの同業他社の景気は良くないようである。 |
| | | 高級レストラン（経営者） | ・ 原油の問題、選挙の問題等を考慮し、飲食系の業種は厳しい。現在が底と考えるならば回復に向かうと思うので、やや良くなる。 |
| | | 都市型ホテル（広報担当） | ・ ビジネス客の増加に期待する。 |
| | 変わらない | スーパー（店長） | ・ 特に不安定な要素もないが、政局や外交問題が心理的に影響して消費には向かない。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・ 客の無駄遣いがないため、変わらない。 |
| | | コンビニ（店長） | ・ 社会的にも大きな動きはないため、まだまだ景気が悪いという印象が強い。 |
| | | 高級レストラン（スタッフ） | ・ ファミリーの来客数が多くなることはないので、客単価を下げないように現状維持を保つように努力する。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・ 連続テレビ小説の影響で他方面から客が来てくれる。9月まで放映されるので、まだ2か月ぐらいは変わらない。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・ 物価の値上がりで消費が低迷し、景気を悪くしている。 |
| | | 旅行代理店（営業担当） 通信会社（営業担当） | ・ 良くなる材料が見当たらない。 ・ ガソリンの高騰を始め、社会全体の消費を取り巻く環境が改善されないと消費者の買い控えが続き、景気の低迷が続く。 |
| | やや悪くなる | 一般小売店〔靴〕（営業担当） | ・ 買物そのものに慎重になっており、今までのようにまとめ買いも少なくなっている。夕方から夜の来客数が少なく、早く家に帰るとい生活パターンに変化しているのではないかと感じられる。 |
| | | 百貨店（営業推進担当） | ・ 身の回り品の値上げが続いており、買い控えが更に強まる傾向を感じる。 |
| | | 百貨店（総務担当） | ・ 生活のベースである原油や日用品に至る相次ぐ価格の高騰が、消費を減退させている。 |
| | | 百貨店（広報担当） | ・ 高額品の動きが鈍化している。ただし、プレステージラインの商品、ハイエンド顧客（勝ち組）の消費は影響が少ない。すなわち、背伸び消費に陰りが出ている。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・ 先行きが不安なままの消費者が、目的以外にお金を使うという雰囲気ではない。ファッションも秋の新商品に飛び付く人はごく一部で、先取り先買いの傾向が年々薄れている。 |
| | | 都市型ホテル（経営者） | ・ 国内の景気が減速していることをやっと政府が認めたが、昨年半ばごろから後退している。今後も上昇が認められないし、上昇する要素も少ない。 |
| | | 通信会社（営業担当） その他レジャー施設（経営者） | ・ 原油高騰の影響により、今後も景気は下降気味になる。 ・ 来客数が少なくなっている上に、お金の使い方、寿司がラーメンに、ビールが焼酎になど、食事や飲み物にも変化が出てきている。出費を少しでも抑えようとする客の心構えが見受けられる。 |
| | 企業 動向 関連 | 悪くなる | 設計事務所（所長） |
| 良くなる | | 卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当） | ・ 秋物の現品が動き出す時期なので、8月よりは良くなる。 |
| やや良くなる | | 輸送業（営業担当） | ・ 燃料高騰もまだ懸念されるが、受注価格の若干の値上げが期待できそうな分、やや上向きになりそうである。 |
| | | 卸売業〔飲食料品（鮮魚）〕（経営者） 卸売業〔機械器具〕（従業員） | ・ 涼しくなると食料品は売れる。 ・ 若干受注が戻ってくると予想される。ただし、利益面の回復はまだ先であり、厳しい。 |
| 変わらない | | 印刷業・製本業（営業担当） | ・ 本来ならやや良くなる時期であるが、先に明るい兆しがあり感じ取れない。 |
| | 輸送業（従業員） | ・ 現在の傾向は今後2、3か月は変わらない。受注量も企業、個人とも減少してきている。 | |

| 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 |
|--------------------------|-------------------------|--|---|
| | | 金融業〔証券〕（営業担当） | ・原油価格等については依然として上昇余地が見られるものの、実需ベースで見た場合に、更に大幅上昇する根拠が見当たらない。したがって、現状のコスト高との持久戦が継続する。 |
| | | 金融業〔証券〕（営業担当） | ・担当取引先には公的な団体が多いため、世の中の景気に左右されにくい。 |
| | | 卸売業〔機械器具〕（経営者） | ・景気に対して全く良い材料が見つからない。 |
| | | その他サービス業〔情報サービス〕（経営企画担当） | ・原油高騰の影響がまだ原材料仕入高に出ている。 |
| | やや悪くなる | 新聞業（経営者） | ・取引先各社とも、広告宣伝費をかなり削っている。 |
| | | 新聞業（営業担当） | ・関連業界の10月の受注量が低調という話を聞いている。 |
| | | 出版業（営業担当） | ・景気が良くなる兆候がないため、書籍、雑誌に消費者が向かない。 |
| | | 印刷業・製本業（総務担当） | ・世界的な景気減速に伴い、日本経済の生産や輸出は減少する。 |
| | | 印刷業・製本業（経営者） | ・自宅付近のマンションは購買率が低く、値下げのチラシばかりである。盛り場で酒を飲んでいるのは20代ではなく、50代、60代が目立つ。 |
| | | 通信業（営業担当） | ・原油、原材料の値上げによる商品の値上げと、内閣支持率の低下及び政局の先行き不透明感による。 |
| | | 卸売業〔繊維・衣服等〕（経営者） | ・消費者は物価高騰、将来不安等で生活防衛に懸命である。これまでの消費、売上傾向は全く当てにできない。 |
| | 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環境が非常に悪い。 | |
| | 悪くなる | 出版業（経営者） | ・明るい材料はない。自助自救の道を探るべきである。 |
| 建設業（営業担当） | | ・土木工事は公共工事の縮小で悪くなるのは必至である。建築工事は資材（鋼板等）等の値上がりの上に、ディベロップの倒産による連鎖倒産が起きており、中堅業者等がかなり危ない状況下にきている。 | |
| 建設業（経営者） | | ・不動産会社が倒産し、それに伴いゼネコンも倒産している。また、金融機関は建設業に対して融資をしない方向へ持っていっているため、これから不動産、建設関係は冬の時代に突入する。 | |
| 通信業（営業担当） | | ・担当しているユーザーからの受注もしくは新規購入の動きが少ない。 | |
| 卸売業〔機械器具〕（営業担当） | | ・8月の多い受注量に比べ、10、11月は受注の動きが良くない月である。 | |
| 経営コンサルタント | | ・物価、原油が安定するにはまだ時間が掛かりそうである。サプライム問題もまだくすぶっている。 | |
| その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当） | | ・石油価格高騰等、物価高のためである。 | |

(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 | 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 | |