

中央区内景气动向调查

平成 18 年 8 月調査結果

平成 18 年 9 月 15 日

中央区

総 括

平成 18 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 50.0 と、前回調査から 6.8 ポイント低下したものの、平成 17 年 10 月調査以降引き続き横ばいを示す 50.0 以上の水準を維持する結果となっている。景気の先行き判断 D I は前回調査より 1.0 ポイント低下し、51.1 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
	4月	6月	8月	
合計				
現状判断 D I	65.1	56.8	50.0	(-6.8)
先行き判断 D I	63.0	52.1	51.1	(-1.0)

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、平成 18 年 8 月調査の調査票発送は 8 月 8 日（火）、回答期限は 8 月 17 日（木）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 47 名、有効回答率は 94.0%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8月の現状判断DIは合計で現状判断DIは合計で50.0と、前回調査から6.8ポイント低下したものの、平成17年10月調査以降引き続き横ばいを示す50.0以上の水準を維持する結果となっている。家計動向関連DI(51.1)、企業動向関連DI(49.0)とも前回調査より低下し、企業動向関連DIは平成17年8月以来初めて50.0を下回る結果となった。3か月前と比べ「やや良くなっている」と回答する人の割合が大きく減少している。

図表1-1 各分野における景気の現状判断DIの推移表

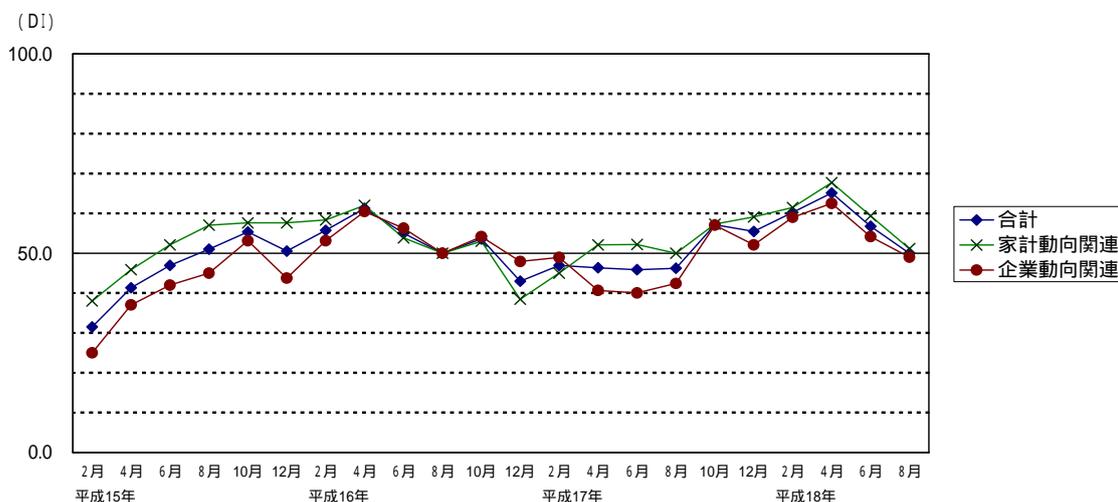
(DI)	平成18年			
	4月	6月	8月	(変化幅)
合計	65.1	56.8	50.0	(-6.8)
家計動向関連	67.7	59.4	51.1	(-8.3)
小売関連	66.7	58.3	52.5	(-5.8)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	64.3	60.7	46.4	(-14.3)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	62.5	54.2	49.0	(-5.2)
製造業	70.0	45.0	54.2	(9.2)
非製造業	60.5	56.6	47.4	(-9.2)

(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。

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	4	4.2%	56.3%	35.4%	4.2%	0.0%
	6	4.2%	35.4%	43.8%	16.7%	0.0%
	8	4.3%	14.9%	59.6%	19.1%	2.1%
(変化幅)		(0.1)	(-20.5)	(15.8)	(2.4)	(2.1)

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は前回調査より 1.0 ポイント低下し、51.1 となっている。企業動向関連D Iは、2.0 ポイント上昇して再び 50.0 を上回っているものの、家計動向関連D Iは前回調査から 4.1 ポイント低下し、51.1 となっている。また、3 か月後は「良くなる」、「やや良くなる」と回答する人の割合は引き続き減少する一方、「やや悪くなる」、「悪くなる」と回答する人の割合は引き続き増加している。

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

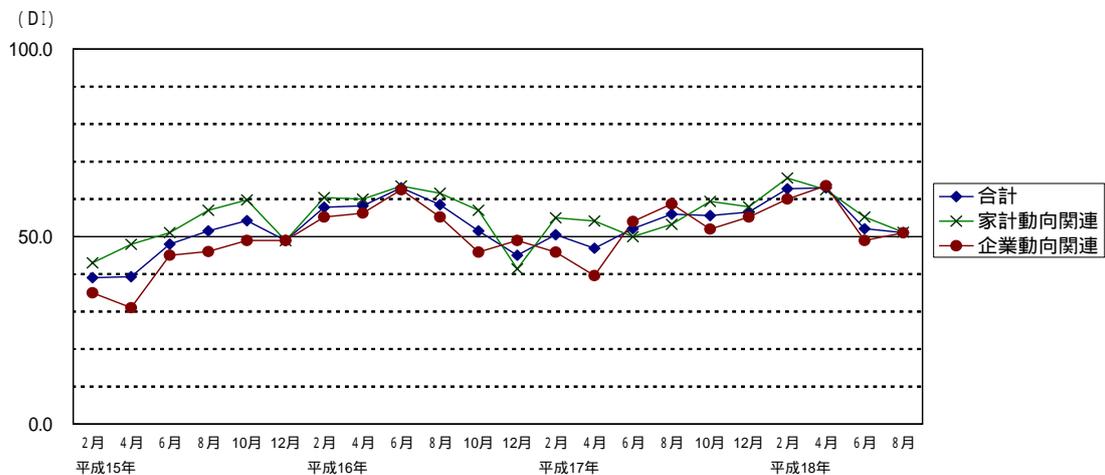
(D I)	平成18年			
	4月	6月	8月	(変化幅)
合計	63.0	52.1	51.1	(-1.0)
家計動向関連	62.5	55.2	51.1	(-4.1)
小売関連	64.6	54.2	47.5	(-6.7)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	60.7	57.1	50.0	(-7.1)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	63.5	49.0	51.0	(2.0)
製造業	65.0	55.0	45.8	(-9.2)
非製造業	63.2	47.4	52.6	(5.2)

(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。

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	4	6.3%	41.7%	50.0%	2.1%	0.0%
	6	0.0%	29.2%	52.1%	16.7%	2.1%
	8	2.1%	25.5%	48.9%	21.3%	2.1%
(変化幅)		(2.1)	(-3.7)	(-3.2)	(4.6)	(0.0)

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

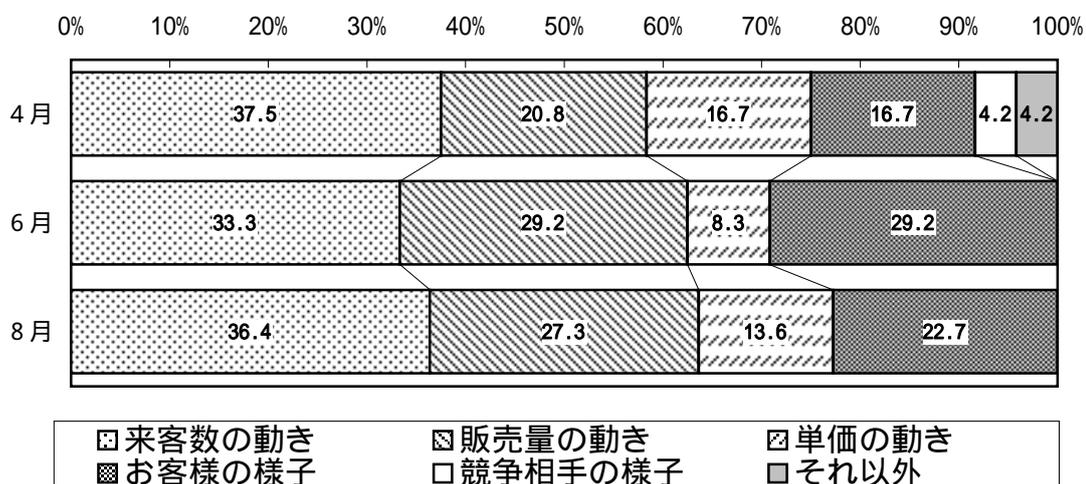
(D I)	平成18年		
	4月	6月	8月
合計	58.9	55.7	49.5
家計動向関連	63.5	63.5	50.0
小売関連	62.5	64.6	50.0
飲食関連	-	-	-
サービス関連	60.7	64.3	46.4
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	54.2	47.9	49.0
製造業	65.0	45.0	54.2
非製造業	51.3	48.7	47.4

(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。

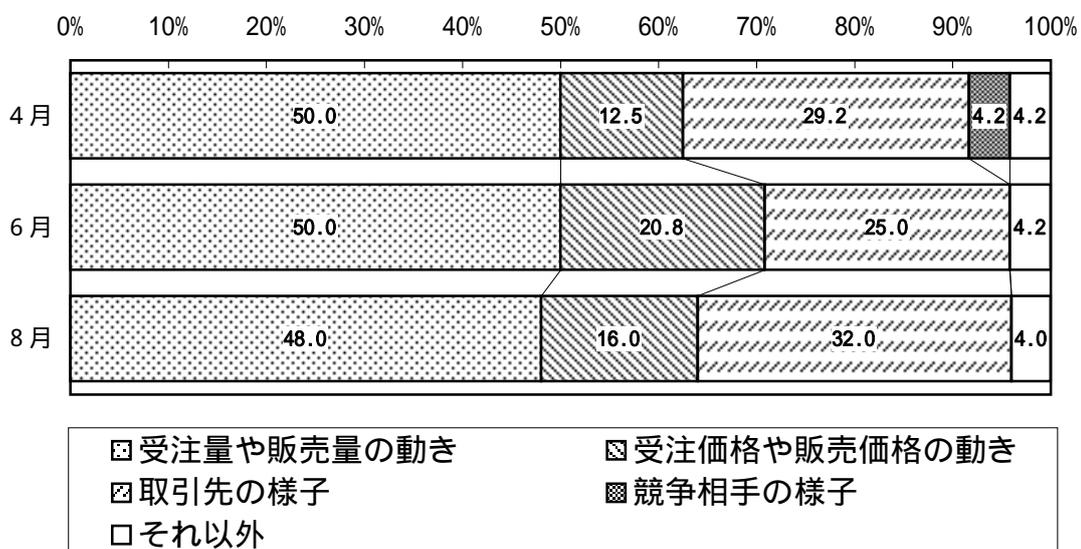
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方角性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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	百貨店(販売促進担当)	販売量の動き	・株価の上昇に伴い、昨年のクールピズ効果まではいかないが、少しずつ商品の動きが良くなってきている。
		コンビニ(経営者)	販売量の動き	・来客数が増加し、売上も少し良くなっている。
		高級レストラン(スタッフ)	販売量の動き	・客単価が上がっている。来客数、販売量も増加し、毎月前年をクリアしている状況である。
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・通常と客層が全く異なり、毎年この時期は全国から客が来る。観光客、家族連れが多い。
		旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・他社もニュースで発表しているが、夏休みを利用して旅行に行く人の数が前年を上回っている。
	変わらない	一般小売店[靴](営業担当)	来客数の動き	・買上率は高いが、入店客数の増加がみられず、売上は横ばい状態が続いている。
		百貨店(売場主任)	お客様の様子	・大きな変化はないが、客の目はセール品よりも秋の新品へ確実に移行している。
		百貨店(広報担当)	お客様の様子	・月初のマークダウンは来客、売上共に好調だったものの、中旬以降は不振が続き、結果としては厳しく終わっている。
		スーパー(店長)	単価の動き	・客単価は連日大きな変化がなく、ここ数か月をみても平均すると大差がない。1人当たりの販売数も数か月大きな変化がない。
		コンビニ(店長)	来客数の動き	・来客数、客単価など、全てにおいてさほど変化がみられない。
		一般レストラン(経営者)	お客様の様子	・客同士の景気の話などを聞いていると、あまり景気の良い方向へ移動しているとは思われない。
		都市型ホテル(経営者)	来客数の動き	・今月は8月というビジネスが停滞してしまう特異な月であり、あわせて経済政治が不透明な時である。
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・IP電話の販売量が順調に伸びてきているが、3か月前と比べて顕著な伸びは示していない。
	やや悪く なっている	一般小売店[和菓子](経営者)	単価の動き	・進物用の箱が小さくなっている。
		高級レストラン(経営者)	来客数の動き	・例年8月は来客数が減少し、売上が下がるが、特に今年の傾向は予約受付の段階で伸びがなく、客の回転もみられない。8月15日前後は極めて悪くなるようである。遅い時間の来店客は激減している。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・客の購買意欲は低迷気味で、創設費用が必要となるとなかなか販売に結び付かない。
		その他レジャー施設(経営者)	来客数の動き	・遊びの形態が変わったのか、同業者の廃業が続いており、当業種はもはや先がないのかもしれない。
	悪く なっている	-	-	-
企業 動向 関連	良く なっている	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	・この先反動が出るかもしれないが、現在は増加している。
	やや良く なっている	-	-	-
	変わらない	新聞業(経営者)	取引先の様子	・大きい広告の注文がなかなか取れない。
		出版業(経営者)	受注量や販売量の動き	・大企業の好況を支えているのは中小企業の犠牲にも近い努力である。この構造は昔も今も変わらない。
		出版業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・出荷量もこの時期としては珍しく増えているが、返品量も同様に増えている。景気は不透明感があるが、とりあえず変わらない。
		輸送業(従業員)	受注量や販売量の動き	・タクシー、ハイヤーでは天候状態が受注、売上の数字を大きく左右する。最近の状況は、売上を伸ばすに至らない。
通信業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・受注量や販売量が横ばい状況である。		

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
		金融業〔証券〕 (営業担当)	取引先の様子	・足下6か月程度の取引先の状況(公開希望会社の業績等)をみると、一様に上昇基調であったものが水平飛行に転換したように感じる。しかしここで、人員増加や拡大投資のために既に固定費用の増額を行っていることから、この水平が上昇転換できない状況が続くと、逆に下方転換の恐れもある。
		金融業〔証券〕 (営業担当)	取引先の様子	・地政学リスク、エネルギー価格動向による。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・ゼロ金利解除になったが、金利が急上昇することがなく、市場の様子をみながら上昇に向かうと考えられる。原油高でもあり、商品取引の動きも変化がないようである。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕 (営業担当)	取引先の様子	・取引先、当社含め、景気が良くなっているとは思えない。
	やや悪くなっている	輸送業(営業担当)	それ以外	・受注量は漸増しているが、それに伴う燃料費負担が更に大きくなっている。業界全体の流れの中で、荷主への値上げ要請も難しく、当分景気の上昇は期待できない。
		通信業(営業担当)	取引先の様子	・主な取引先である証券会社の担当者の話では、今年初めの株価上昇がかなり落ち着いてきており、少し熱が冷めた感があるとのことである。よって、システム増強のための投資はしばらく見送りたいということである。
		卸売業〔繊維・衣服等〕 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・3か月前は年間で最も受注、販売が多い時期であり、例年厳しい夏と比べるとその差は大きくなる。
		卸売業〔機械器具〕 (経営者)	受注価格や販売価格の動き	・原油の値上がりのためか、原材料が高くなり、既製品の価格が変更されるので営業に差し支える。
	悪くなっている	新聞業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・企業の宣伝活動が全体的に停滞気味である。景気は回復基調にあるといわれているが、広告業界、特にマス4媒体(新聞、テレビ、雑誌、ラジオ)については悪化している。

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	-	-
	やや良くなる	百貨店（販売促進担当）	・夏休みで外国からの観光客が多い。梅雨が長かったので、今になって夏物のセール品が少しずつ売れてきている。
		コンビニ（店長）	・ここ1～2か月は天候不良のために思うような数字が出てこなかったが、例年通りの天候であれば、少なからず今よりも上向きになる。
		高級レストラン（スタッフ）	・売上と共に稼働率も考慮し、店舗運営している。利益だけでなく、客が再来店するきっかけの”おもてなし”も考え、メンバー一同運営している。毎月の上昇が結果として出ている。
		高級レストラン（経営者）	・社会全般が景気回復の兆しを現しているのので、当業界にも波及してくる。
		都市型ホテル（広報担当）	・今月はビジネス客が少なく、客室稼働率も低い。9月以降は外国人を含め、ビジネス客も戻ることが予想される。宿泊が伸びることにより、レストラン利用も増加する。
		通信会社（営業担当）	・秋口の新しいキャンペーンにより、多少の販売量の増加が見込めそうである。
	変わらない	一般小売店〔靴〕（営業担当）	・無駄な買物をしない傾向は依然強く、衝動買いせず、しっかり見極めて購入する姿勢は変わっていないので、今後も変化するとは言いえない。
		百貨店（広報担当）	・原油高騰に伴うガソリン料金の値上げがマスコミで大きく取り上げられるなど、百貨店での買物を控えることにつながるような要因がある。
		スーパー（店長）	・売上は前年に比べやや上がっているが、今年に入ってから平行線をたどっている。決して悪いわけではないが、上積みはあまり期待できそうにない。
		コンビニ（経営者）	・タバコ税が上がリ、買い控えから無駄使いをしない客が多いのは事実である。
		衣料品専門店（店長）	・構造的に子供服の売上が伸びることは難しいが、最近では中国からの観光客の来店が増えつつある。
		一般レストラン（経営者）	・毎年5、8月は多くの客が来るが、あとは普通の月に戻るので変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・来客数の動き、客単価が横ばいであることなどを考えると、変わらない。
		都市型ホテル（経営者）	・ゼロ金利が解除され、経済の上で様子見の空気が広がっている。右肩上がりもそう望めないのので、設備投資等は様子見である。
		旅行代理店（営業担当） 設計事務所（所長）	・夏は良くなるが、秋以降の好材料がみえてこない。 ・設計引き合い量、単価共に良くなるとは思えない。
	やや悪くなる	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・現状の推移から考えて、やや悪くなる。また、原油価格上昇に伴う原料価格の上昇が心配である。
		百貨店（総務担当）	・原油価格の高騰等が個人消費に与えるマイナス要素が懸念される。
		百貨店（売場主任）	・原油価格問題いかんによっては、悪化傾向になる恐れがある。消費停滞の要因を抱えた現状である。
通信会社（営業担当）		・ガソリンが高騰したため、多方面に影響が出て、景気も下向きになっていく。	
その他レジャー施設（経営者）		・ボーナスが出た6月後半も7月も良くなかったということは、先にいっても良くなるはずがない。	
企業 動向 関連	悪くなる	-	-
	良くなる	卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	・秋物の販売がピークを迎える時期である。
	やや良くなる	印刷業・製本業（経営者）	・景気の低迷からそろそろ脱出するため、業態変革を個々打ち出し、それなりに努力しているようである。
		印刷業・製本業（総務担当）	・原油高が景気の上昇傾向の足を引っ張る懸念がある。
		通信業（営業担当）	・会社の合併や移転をきっかけとしたシステム投資の引き合いが伸びており、お盆休みを迎えても案件を担当する営業マンの人手が足りなくなるほどの状況が続いている。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・季節要因、需給関係による。
広告代理店（営業担当）	・受注量の見通しに明るい兆しがある。		

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
	変わらない	出版業（経営者）	・中小企業にとって景気の波長を実感できることは極めて少ない。
		建設業（経営者）	・石油事情により悪くなる可能性が大きいものの、2～3か月は変わらない。
		建設業（営業担当）	・9月の自民党総裁選後、政界の流れが変わるかどうかで規制緩和の引き締めが見直されれば、非常識な価格での競争が少しは改良されるのではと考えている。
		輸送業（従業員）	・売上は前年比横ばいであり、この状況は2～3か月先も続く。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・上昇トレンドはひとまず踊り場にきている。長期金利が2.0%で頭打ちし、1.8%後半で調整していることからみても、テクニカル的なリバウンド後、実体としてのキャッシュフローの増加が停滞しているとみられることから、地政学的リスクの後退がみられない間は、現状程度の推移にとどまると見込んでいる。
		卸売業〔飲食料品（鮮魚）〕（経営者）	・景気は底を打っており、今後の努力を考えると変わらない。
		卸売業〔建築材料、鉱物・金属材料等〕（従業員）	・受注動向に変動がないためである。
		卸売業〔機械器具〕（従業員）	・受注量はやや上向きになってきたが、利益不足の状況は今後も続く。
		経営コンサルタント	・取引先の様子をみていると、中小企業までは恩恵を受けていないようである。景気はしばらく一進一退を繰り返すと考えられる。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・取引先の景気が良くなると当社の景気は良くなる。短期間での変動はない。
	やや悪くなる	出版業（営業担当）	・原油高、テロ不安等、明るい要素が見当たらない。格差がますます拡大しているように感じられる。
		輸送業（営業担当）	・燃料価格が下げ方向に向かわないと、業界中の中小業者にとっては苦しい状況が続く。
		通信業（営業担当）	・原油高、ガソリン高騰による景気の先行き不安から、やや悪くなる。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・商品の値上げと品薄により、販売がしにくくなってきている。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営企画担当）	・拡大局面から調整局面になる。
	悪くなる	新聞業（営業担当）	・インターネットや販促などの広告が伸び、マス4媒体（新聞、テレビ、雑誌、ラジオ）はしばらく良くならない。

(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	6
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		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		