

# 中央区内景气动向调查

平成 23 年 2 月调查结果

平成 23 年 3 月 14 日

中央区

## 総 括

### 平成 23 年 2 月の動き

中央区内における 2 月の現状判断 D I は合計で 46.9 と、前回調査から 4.9 ポイント上昇している。景気の先行き判断 D I は合計で 47.4 と前回調査から 5.9 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22年		平成23年		前回調査 からの変化
	10月	12月	2月		
合計					
現状判断 D I	44.3	42.0	46.9		( 4.9 )
先行き判断 D I	44.3	41.5	47.4		( 5.9 )

## 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 23 年 2 月調査の調査票発送は 2 月 8 日（火）、回答期限は 2 月 16 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 48 名、有効回答率は 96.0%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DIは合計で46.9と、前回調査から4.9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8.0ポイント上昇し、企業動向関連DIは2.0ポイント上昇している。構成比では、「やや良くなっている」と回答する人の割合が22.8ポイント増加し、「変わらない」、「やや悪くなっている」と回答する人の割合がそれぞれ15.7ポイント、9.0ポイント減少している。

図表1-1 各分野における景気の現状判断DIの推移表

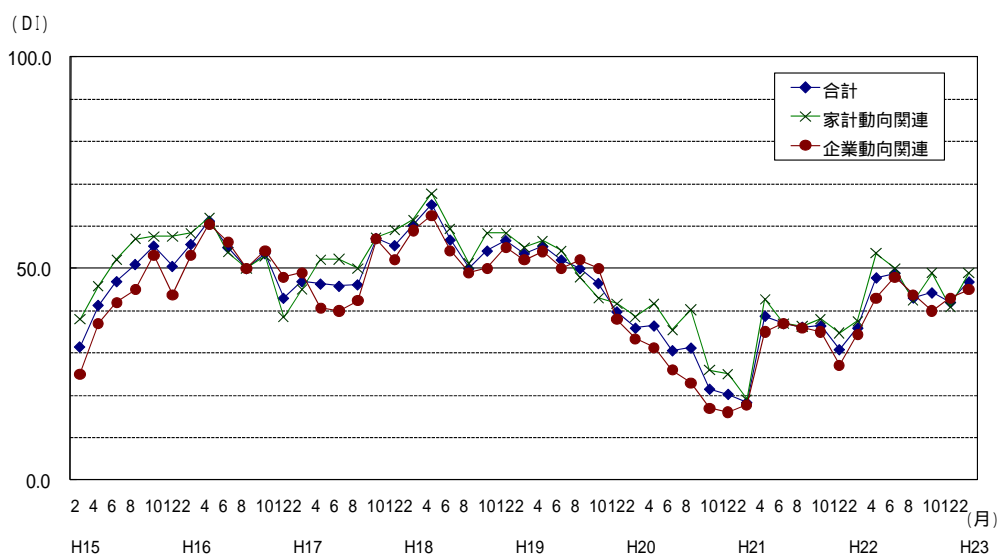
(DI)	平成22年		平成23年	
	10月	12月	2月	(変化幅)
合計	44.3	42.0	46.9	(4.9)
家計動向関連	48.9	40.9	48.9	(8.0)
小売関連	47.7	42.5	43.2	(0.7)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	50.0	39.3	57.1	(17.8)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	40.0	43.0	45.0	(2.0)
製造業	32.1	53.6	57.1	(3.5)
非製造業	43.1	38.9	40.3	(1.4)

(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22年	10	2.1%	14.6%	50.0%	25.0%	8.3%
	12	2.1%	6.4%	55.3%	29.8%	6.4%
平成23年	2	0.0%	29.2%	39.6%	20.8%	10.4%
	(変化幅)	(-2.1)	(22.8)	(-15.7)	(-9.0)	(4.0)

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47.4と前回調査から5.9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8.0ポイント上昇し、企業動向関連DIは4.0ポイント上昇している。構成比では、「やや良くなる」と回答する人の割合が10.3ポイント増加し、「やや悪くなる」、「悪くなる」と回答する人の割合がそれぞれ4.6ポイント、4.3ポイント減少している。

図表2-1 各分野における景気の先行き判断DIの推移表

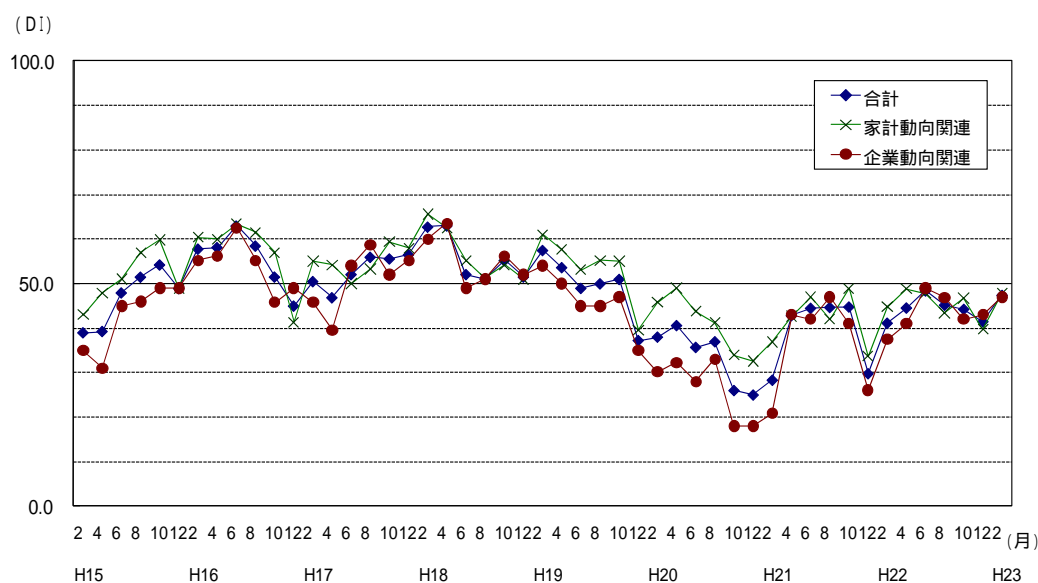
(DI)	平成22年		平成23年	
	10月	12月	2月	(変化幅)
合計	44.3	41.5	47.4	(5.9)
家計動向関連	46.7	39.8	47.8	(8.0)
小売関連	43.2	37.5	40.9	(3.4)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	50.0	42.9	50.0	(7.1)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	42.0	43.0	47.0	(4.0)
製造業	35.7	53.6	50.0	(-3.6)
非製造業	44.4	38.9	45.8	(6.9)

(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22年	10	0.0%	14.6%	54.2%	25.0%	6.3%
	12	2.1%	6.4%	57.4%	23.4%	10.6%
平成23年	2	2.1%	16.7%	56.3%	18.8%	6.3%
(変化幅)		(0.0)	(10.3)	(-1.1)	(-4.6)	(-4.3)

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

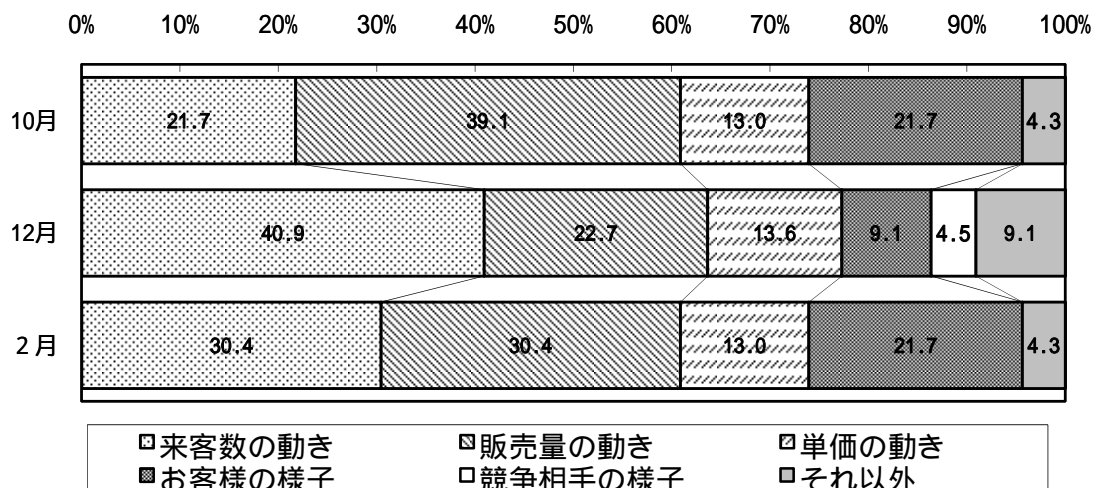
(D I)	平成22年		平成23年	
	10月	12月	12月	2月
合計	34.9	32.4		33.9
家計動向関連	44.6	34.1		41.3
小売関連	47.7	32.5		40.9
飲食関連	-	-		-
サービス関連	46.4	35.7		39.3
住宅関連	-	-		-
企業動向関連	26.0	31.0		27.0
製造業	28.6	39.3		35.7
非製造業	25.0	27.8		23.6

（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。

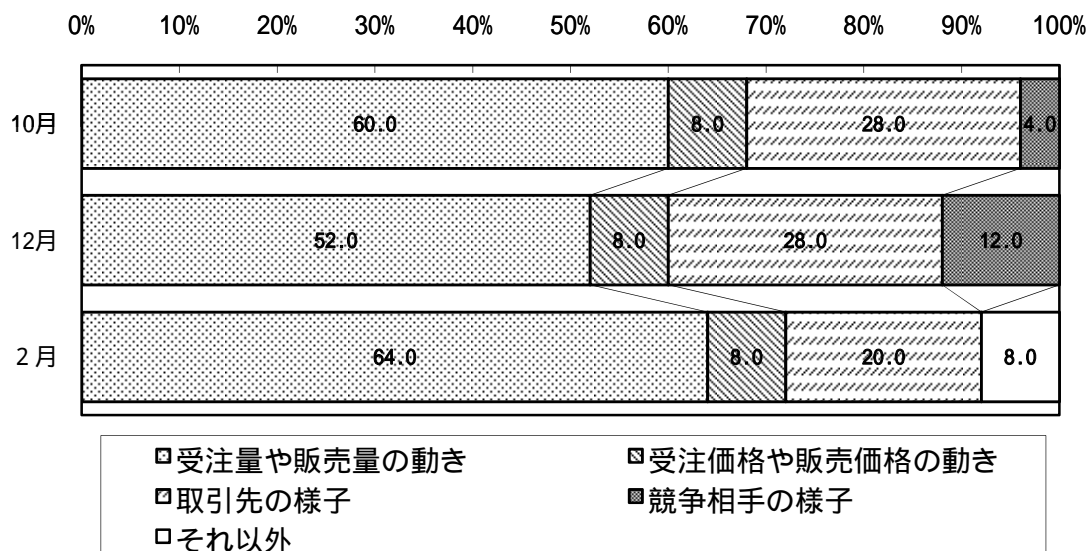
（注）景気の現状をとらえるには、景気の方角性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

## 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	百貨店（営業推進担当）	単価の動き	・来客数は前年実績を割り込んでいるが、買上率に改善傾向が見られ、売上はやや回復傾向にある。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・価格に左右されることなく、欲しい時に購買する客が増えてきている。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・通常、予約で満席になるのは年末だが、年明けからも同様の反応があり、客単価は伸びないものの予約数が増加している。ただし、予約の増加に伴い、キャンセルも増えてきている。
		都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・客数は1月より良くなっているが、これは季節的要因であり、まだ弱含みで推移している。本格的な動きとなるにはかなり時間が掛かる。
		旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・客からの問い合わせ等が多くなっている。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・2～3月の移転、異動の繁忙期でもあり、人の動きが多くなると共に販売量の動きも伴ってくると、営業先で実感している。
	変わらない	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・食料品など一部の商品群は活発なものの、ファッション、高額品など全体では厳しい売上状況が続いている。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・福袋の盛り上がりも例年ほどではなく、その後の来客数も少ない。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・来客数の減少が続いている一方で、客単価は横ばいである。買物をする人、もしくは機会が減っているのではないかと。値引きが多ければ購入点数は増えるものの、使う金額はあまり変わらない様子である。
		都市型ホテル（広報担当）	単価の動き	・宿泊稼働率は前年を上回っているが、平均単価は前年を下回っており、なかなか単価が上がらない状況である。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・売上が落ち込んでおり、今年度の目標までは到達できそうもない状況である。
		その他レジャー施設（経営者）	来客数の動き	・昨年より悪くなったまま、少しも上向いてこない。
	やや悪くなっている	一般小売店〔靴〕（店長）	単価の動き	・今月の来客数は前年とほぼ変わらないが、商品単価、客単価ともに低く、デフレ傾向になっている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・客単価が落ちている。
高級レストラン（スタッフ）		それ以外	・歌舞伎のお陰で時間帯によって混むこともあるが、2月は例年どおり暇である。	
一般レストラン（経営者）		お客様の様子	・平日昼の客が特に減っている。土、日、祭日の観光客も減少している。	
悪くなっている		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・買い控えが進み、ますます消費しなくなっているの客単価が上がらない。
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（経営者）	取引先の様子	・良い所と悪い所と二極化の差が大きくなっている。
		出版業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・前年より本の出荷量、実売率ともに改善してきている。
		印刷業・製本業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年度末で受注量が増えているのか、景気が上向いての増加なのか定かではない部分はあるが、やや良くなっている。
		卸売業〔機械器具〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・1～3月は受注が多い月なので、良くなっている。
		その他サービス業〔造園業〕（営業担当）	取引先の様子	・来期物件の問い合わせや見積が増加してきている。
	変わらない	新聞業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・広告需要は上向いていると思うが、企業のマス媒体への出稿マインドはまだ弱いと見ている。
印刷業・製本業（営業担当）		受注量や販売量の動き	・年度末の動きとしては鈍さを感じる。これからなのか、このままなのか、忙しさを感じられない。	

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
		印刷業・製本業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が減っており、機械の稼働率が悪くなっている。
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・経費削減に結び付く受注は出ているが、それ以外は現状維持の傾向が強い。
		金融業〔証券〕（営業担当）	取引先の様子	・報道等によれば、「アパレルや外食等において、低価格業態に売上の落ち込みが見られる中、通常価格業態への回帰が見られつつある」ということだが、実感としてはそういうわけでもない。むしろ体力勝負を強いられてきた低価格業態が縮小均衡に向かったとも思えるのが実情である。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	それ以外	・同業他社の話では、ほとんどの会社が減収減益で、その割合もひどいようである。これを解消するため、高付加価値で利益率の良い商品の販売を心掛けている。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・同じ中央区内でも混雑する地区とそうでない地区に色分けされてきている。観光地で有名な場所でも、土日のにぎわいが無くなっている。スカイツリーのほうに向いているようである。
やや悪くなっている		出版業（経営者）	取引先の様子	・明るい材料がない。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・前年同月比で売上が減少している。
悪くなっている		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新年度に向けて、委託費の見直しが非常に多い。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	それ以外	・4月度からの契約更新に関し、契約終了または契約は継続するが内容は削減する、単価を見直すなどといったことが多く、新年度以降の採算悪化が経営全体に波及するものと見られる。

#### 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	一般レストラン(経営者) 旅行代理店(営業担当) 設計事務所(所長)	・暖かくなると人も出てくるし、今までが悪すぎたので期待を込めて今よりは良くなる。 ・円高の影響で海外旅行へ行く客が増えそうである。 ・依頼物件に関する問い合わせが少し多くなっている。
	変わらない	一般小売店[靴](店長)	・現在持っている物をそのまま大事に使うという意識が高く、無駄な買物をしない傾向は続いている。今後もこの傾向は続くので、客の持っていない商品を提案する必要がある。
		百貨店(営業推進担当) 百貨店(売場主任)	・今の堅実な消費傾向はまだ続く。 ・飛躍的に前年を上回るような動向とはならず、一進一退で改善に向かう様子である。
		百貨店(総務担当)	・依然として景気の不透明感がぬぐえないことから、消費マインドの回復は先と感じている。
		百貨店(営業推進担当)	・個人消費、外国人観光客の動向など、2~3か月の間では際立った改善が期待できないため、変わらない。
		衣料品専門店(店長)	・明るい話題がない。
		高級レストラン(経営者)	・良くなってきていると思うが、過去にも波があったように、慎重に構えていないと外部の要因ですぐに影響を受けてしまうので、手放しでの楽観はできない。
		高級レストラン(スタッフ)	・客同士の会話から、特に景気が悪くなったような話は最近聞かないため、変わらない。
		一般レストラン(経営者)	・来客数と客単価の低さとが重なり、今後の景気に影響する。
		都市型ホテル(広報担当)	・年度末、新年度を迎え、歓送迎会や転勤に伴う宿泊等の利用を見込むが、大きくは望めない。
		都市型ホテル(経営者)	・経済の良しあしのすべてではないが、現在の政局を見ていると、本格的に経済を良くしようと思っているとは思えない。
		通信会社(営業担当)	・春先で一時的に良くなると思うが、根本的な景気回復はまだ先である。
		通信会社(営業担当)	・現状維持である。
		その他レジャー施設(経営者)	・昨年から悪いまま少しも良くなっていない。政変でもあれば別だが、恐らくこのまま1年先も変わらない。
	やや悪くなる	一般小売店[和菓子](経営者)	・客単価の減少が激しく、前年割れが続いている。
		スーパー(店長)	・競合店ができて7%数字が落ち、会社計でも売上の前年割れが続いている。1品単価の下落、価格競争により利益率が悪化している。
		競馬場(職員)	・販売成績が下落し続けているため、やや悪くなる。
	悪くなる	コンビニ(経営者)	・政府が何の対策もしなければ、ますます悪くなる。
	企業 動向 関連	良くなる	卸売業[繊維・衣服等](営業担当)
やや良くなる		新聞業(営業担当)	・年度末需要で一時的には上向くが、その先はまだ不透明である。
		印刷業・製本業(営業担当)	・極端な価格での投げ売りを規制すれば、もっと良くなる。
		金融業[証券](営業担当)	・全世界的に景気回復がうたわれており、国内金利も少しは上昇し始めたため、やや良くなる。
		卸売業[飲食料品(鮮魚)](経営者)	・地方選挙が終われば政治も安定し、政局から政策重視に転換してくると思うので、やや良くなる。
		卸売業[機械器具](営業担当)	・前年よりはやや少ない見通しであるものの、年度末に向け受注量が増えてくる。
変わらない		新聞業(経営者)	・全体的に良い方向にある。時間が掛かるが、前向きである。
		出版業(営業担当)	・子ども手当、消費税率など家計に直結することで、明るい見通しが無い。
		印刷業・製本業(営業担当)	・年度末の需要があるのであまり変化はないかもしれないが、前年比では下降している。
		建設業(営業担当)	・年度末になるので、改善の見込みがない。
	通信業(営業担当)	・原油や穀物の価格上昇の影響、円高が懸念される。	

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）	・3月期末に向け、各企業とも着地に向けたコスト圧縮に必死である上に、来期計画において強気の施策を計画する企業は極めて少ない。こうした状況を見る限り、企業活動の活性化が予見される事象は見当たらない。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・特に変化の兆しが見られない。
		卸売業〔機械器具〕（従業員）	・受注量は良くて横ばいだが、利益率が改善するにはまだ時間が掛かる。
		経営コンサルタント	・銀行、保証協会等、思うように中小企業への融資がされていないようである。一部の業界では在庫の水増しなどもまだあるようである。
		その他サービス業〔造園業〕（営業担当）	・半年程度先の物件の問い合わせが多いため、今後2～3か月ではほとんど変化はない。
	やや悪くなる	出版業（経営者）	・先行きも明るい材料がない。
		印刷業・製本業（経営者）	・期末に向けて、更に経費引き締め感が強まる。
		建設業（経営者）	・製造業及び他産業は明るい見通しかもしれないが、建設業に限定すれば、悪くなる方向に進んでいる。
		輸送業（従業員）	・売上が減少し、やや悪くなる。
		通信業（営業担当）	・株価、経済政策が不透明、かつ政権が不安定である。
		その他サービス業〔管工事業〕（経営者）	・仕事量の減少で、やや悪くなる。
	悪くなる	卸売業〔繊維・衣服等〕（経営者）	・春が近付いていても気温は下降傾向にあるという季節的な要因と、将来の生活不安は募る一方で、消費は当分の間抑えられる。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・企業、個人ともコストダウン、節約志向がより強まり、更なる低価格競争の激化で、内需、雇用は回復せず、より一層厳しい状況下になる。とにかく周辺には先行き不透明感が漂っている。

(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	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		1	
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		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		4	
その他非製造業		0	
その他企業の動向を把握できる者		0	