

# 中央区内景气动向调查

平成 23 年 8 月調査結果

平成 23 年 9 月 15 日

中央区

## 総 括

### 平成 23 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 36.7 と、前回調査から 2.7 ポイント低下している。景気の先行き判断 D I は合計で 41.0 と前回調査から 0.5 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23年			前回調査 からの変化
	4月	6月	8月	
合計				
現状判断 D I	15.6	39.4	36.7	( -2.7 )
先行き判断 D I	30.6	41.5	41.0	( -0.5 )

## 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	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 8 月調査の調査票発送は 8 月 9 日（火）、回答期限は 8 月 17 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 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

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36.7と、前回調査から2.7ポイント低下している。分野別にみると、家計動向関連DIは1.0ポイント、企業動向関連DIは4.9ポイントとそれぞれ低下している。構成比では、「やや良くなっている」と回答する人の割合が10.6ポイント減少し、「良くなっている」「やや悪くなっている」と回答する人の割合がそれぞれ4.3ポイント増加している。

図表1-1 各分野における景気の現状判断DIの推移表

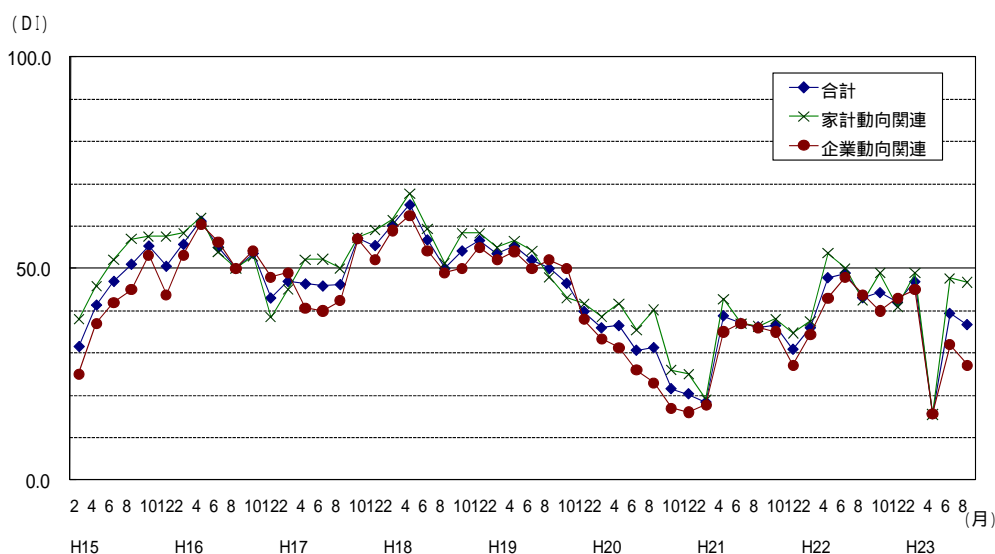
(DI)	平成23年			
	4月	6月	8月	(変化幅)
合計	15.6	39.4	36.7	(-2.7)
家計動向関連	15.5	47.7	46.7	(-1.0)
小売関連	19.4	50.0	47.7	(-2.3)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	14.3	35.7	53.6	(17.9)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	15.6	32.0	27.1	(-4.9)
製造業	7.1	46.4	37.5	(-8.9)
非製造業	19.1	26.4	23.6	(-2.8)

(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23年	4	0.0%	2.2%	13.3%	28.9%	55.6%
	6	0.0%	23.4%	31.9%	23.4%	21.3%
	8	4.3%	12.8%	31.9%	27.7%	23.4%
(変化幅)		(4.3)	(-10.6)	(0.0)	(4.3)	(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

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41.0と前回調査から0.5ポイント低下している。分野別にみると、家計動向関連DIは6.4ポイント低下し、企業動向関連DIは4.6ポイント上昇している。構成比では、「変わらない」、「悪くなる」と回答する人の割合が増加し、「やや良くなる」、「やや悪くなる」と回答する人の割合が減少している。

図表2-1 各分野における景気の先行き判断DIの推移表

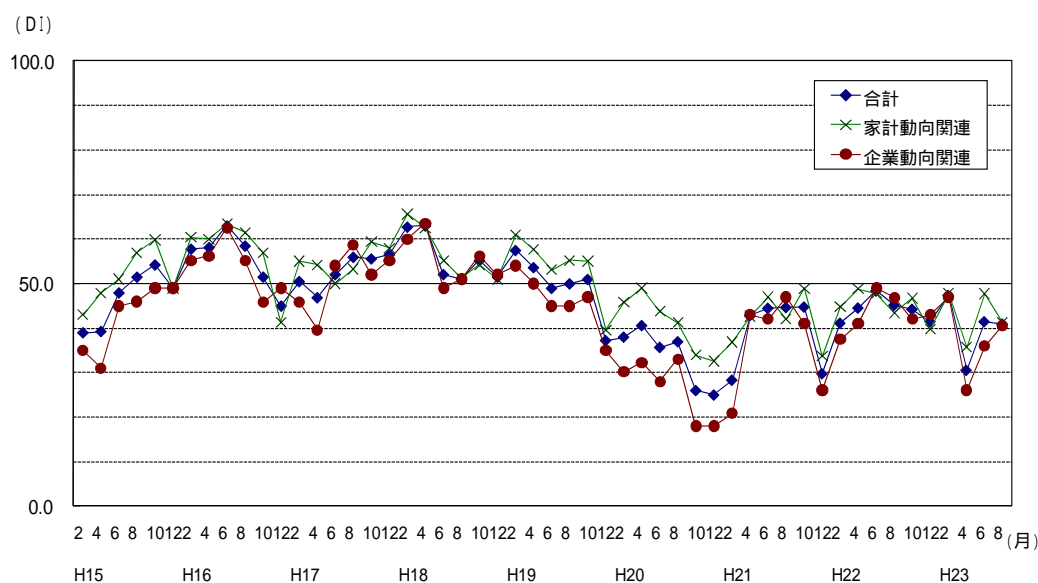
(DI)	平成23年			
	4月	6月	8月	(変化幅)
合計	30.6	41.5	41.0	(-0.5)
家計動向関連	35.7	47.7	41.3	(-6.4)
小売関連	30.6	40.0	36.4	(-3.6)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	32.1	50.0	42.9	(-7.1)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	26.0	36.0	40.6	(4.6)
製造業	25.0	35.7	50.0	(14.3)
非製造業	26.5	36.1	37.5	(1.4)

(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23年	4	0.0%	13.3%	28.9%	24.4%	33.3%
	6	0.0%	19.1%	38.3%	31.9%	10.6%
	8	0.0%	17.0%	42.6%	27.7%	12.8%
(変化幅)		(0.0)	(-2.1)	(4.3)	(-4.2)	(2.2)

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

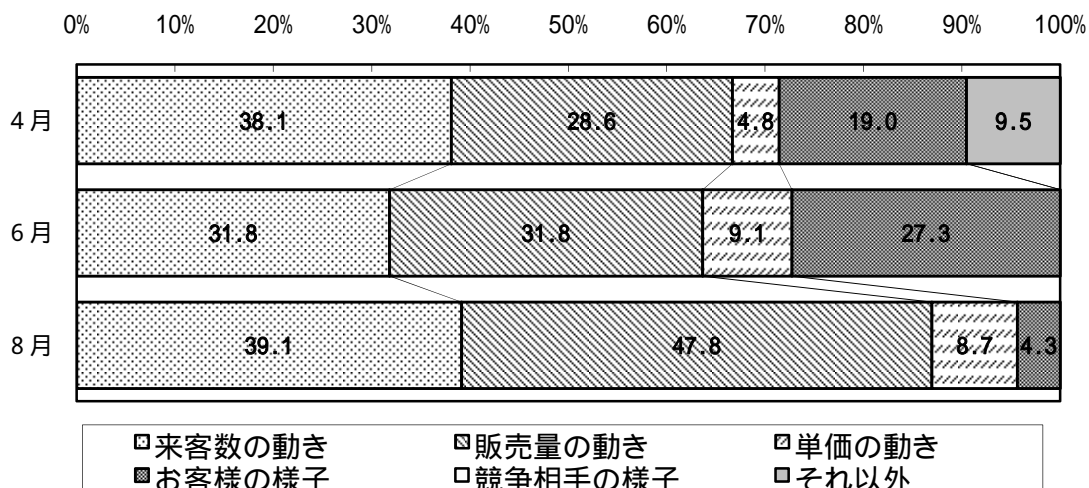
(D I)	平成23年		
	4月	6月	8月
合計	15.6	29.8	31.9
家計動向関連	11.9	33.0	33.7
小売関連	19.4	35.0	34.1
飲食関連	-	-	-
サービス関連	7.1	21.4	39.3
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	18.8	27.0	30.2
製造業	17.9	35.7	37.5
非製造業	19.1	23.6	27.8

（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。

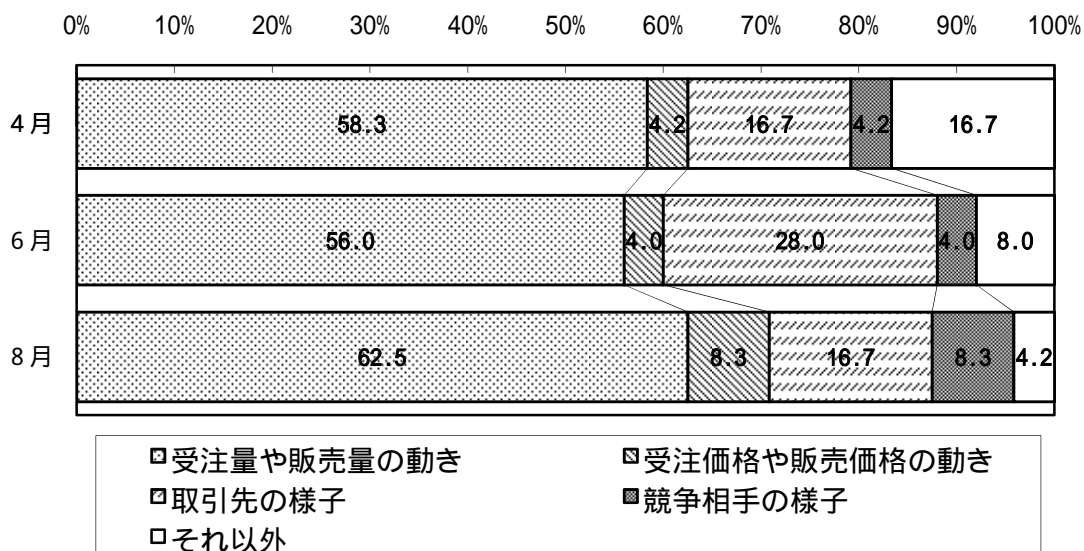
（注）景気の現状をとらえるには、景気の方角性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

## 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	コンビニ(副店 長)	来客数の動き	・前月、今月共に来客数及び売上が増加している。
		通信会社(営業 担当)	お客様の様子	・客の話から、購買力が東日本大震災直後に比べて上昇している。
	やや良く なっている	百貨店(総務担 当)	販売量の動き	・東日本大震災から5か月が経過し、徐々に自粛ムードが薄れつつあるなか、更に猛暑による節電対応での消費拡大等が後押しする形になっている。
		百貨店(広報担 当)	販売量の動き	・経済の先行き不安や天候の急激な変化で消費は不安定な状況にあるが、東日本大震災後、回復基調にはある。
	変わらない	百貨店(売場主 任)	来客数の動き	・他のエリアに比べ、当エリアの来客数は圧倒的に前年を大きく割っており、8掛けくらいである。
		衣料品専門店 (店長)	販売量の動き	・夏物のセールが早まり長期化しているところに残暑が厳しいとの天気予報で、消費者は秋物の先買いをまだ控えている。店内の半分以上が春夏物の商品展開だが、慎重に1つ1つを選ぶ50代の客が多く、販売量と単価が下がっている。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・前年と比べ観光客が一向に来てくれない。毎年8月は忙しいので、これから夏休みの間に来てくれればいいと期待はしている。
		都市型ホテル (広報担当)	来客数の動き	・外国人利用客が戻りつつあるが、前年比ではまだ少ない。特に観光目的の外国人は少なく、原発の問題が影響していると思われる。
		通信会社(営業 担当)	販売量の動き	・いまだに東日本大震災後の影響が大きく、客の買い控えが続いており、新規販売数も伸び悩んでいる。
		競馬場(職員)	販売量の動き	・来客数、販売額共に、東日本大震災以降は前年割れの結果が続いている。
	やや悪く なっている	一般小売店 [靴](店長)	販売量の動き	・単価に大きな変化は見られないが、客1人当たりの購入点数が減っている。
		スーパー(店 長)	販売量の動き	・生鮮食料品が全く売れない。野菜は産地により、精肉は牛肉が売上の40%落ちである。
		衣料品専門店 (店長)	単価の動き	・客の多くが一層値段にシビアになってきている。
		都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・いまだに世の中全般に明るい話題が少ない。また、政治も軸足が定まらず、いろいろな法律も駆け引きの道具に使われている。適切な政策がいつも後手後手になっている。
		その他レジャー 施設(経営者)	来客数の動き	・暑さとゲリラ豪雨、夕方から雨の場合、客足は確実に減少する。この暑さで、5時半過ぎに外を見ていると足早に駅に向かう人ばかりである。
	悪く なっている	コンビニ(経営 者)	来客数の動き	・客数が減少し、売上が上がらない。買い控えとデフレ傾向のため、悪くなっている。
高級レストラン (経営者)		来客数の動き	・現在の景気に特に影響しているのは、企業の節電による休業日の増加で、法人を主な営業対象にしている飲食店の来客数は減少している。東日本大震災による影響はほぼ解消されたと思うが、夏場の閑散期は例年になく厳しい。	
企業 動向 関連	良く なっている	-	-	-
	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	・東日本大震災の関係で仕入れの遅れていた物が流れ始めている。
	変わらない	出版業(営業担 当)	受注量や販売量 の動き	・売行き好調の本もあるが、下降気味の本もあり、このところの販売量は変わらない。
		印刷業・製本業 (営業担当)	受注量や販売量 の動き	・例年とあまり変化のない仕事量である。下げ止まり感はあると思うが、視点を変えれば最低状況が続いていると言えなくもない状態である。
印刷業・製本業 (営業担当)		それ以外	・政治が不安定ななか、超円高が更に不安に拍車を掛けてしまっているような感じである。	
	建設業(営業担 当)	受注量や販売量 の動き	・公共事業の発注量に対し、競争相手が多過ぎる。	

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）	受注量や販売量の動き	・原発の収束の見通しが見えてこないこと、また東日本大震災の復興が遅々として進まないことから、経済活動の回復が見えてこない。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・人の流れや物の流れは戻りつつある。観光地は約8割戻っていると思うが、関東近郊からで、その他の県からはやや足が重いようである。
	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	・価格ありきの商談になっている。見積ばかりが増えている。
		輸送業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・受注量は前年比約10%減で、受注価格においてもサービス価格を求められる。
		金融業〔証券〕（営業担当）	取引先の様子	・企業の6月第1四半期の状況を見ると、東日本大震災の影響等から4～6月期をやや保守的に見積もった企業が多かったこともあり、おおむね予想並みの数字には収まっている感があるが、水準という点では製造業、サービス業共に極めて低位に硬直しているように感じられる。
		その他サービス業〔管工事業〕（経営者）	競争相手の様子	・価格競争が激しい。
	悪くなっている	出版業（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災による消費者の心理委縮があらゆるシーンに見られる。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・国内、国外向けの注文が共に激減している。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・東日本大震災、原発の大きな影響が更にビジネス上に負の展開となり、削減及び減額要請がある。

#### 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(営業推進担当)	・中国人を中心とした外国人観光客の売上の回復が見込めるため、やや良くなる。
		高級レストラン(スタッフ)	・客の年齢層が高いため、夏の暑さが厳しい今はあまり外に出ない。2~3か月後、気候が良くなったら来客数も増える。
	変わらない	一般小売店[靴](店長)	・これ以上悪くならないで欲しい一方、明るい材料も少ないので、大きな変化はない。
		百貨店(売場主任)	・現状と比べればやや改善すると思うものの、飛躍的に伸長する要素がない。
		百貨店(総務担当)	・原発問題の長期化、円高等による消費マインドや高額品売上が低下するなかで、今後の先行きについては依然不透明な状況となる。
		衣料品専門店(店長)	・ニュースを見ていると景気が良くなるような明るい話題はなく、変化を感じない。
		高級レストラン(経営者)	・政治、経済共に社会の状況が不安定ななかであって、飲食においても閉塞感が免れない。通常、9月は決算期も多く活発化するが、この先も予約状況から期待はできない。
		一般レストラン(経営者)	・客の動向を見ると、物を買うという気が見受けられない。
		都市型ホテル(広報担当)	・ビジネス利用が見込まれるシーズンなので売上を期待するが、実際にどれだけ利用されるかどうかは不安である。期待値を込めて、現状維持である。
		通信会社(営業担当)	・今の政治、経済の状況では、東日本大震災からの復興を遂げてからでないと先が望めないと思うため、変わらない。
		通信会社(営業担当)	・アメリカの経済状況次第で、上向き、下向き、どちらも有り得る。
		競馬場(職員)	・東日本大震災から数か月経過しているが、売上については変化が見られないため、先行きも変わらない。
	その他レジャー施設(経営者)	・秋の声がかかると例年なら客足は戻ってくるのだが、今年はどうも客の態度からそのような気配は感じられない。	
	設計事務所(所長)	・受注量があまり変わらず、先行きに期待できない。	
やや悪くなる	一般小売店[和菓子](経営者)	・円高のまま、政局の問題もあり、全体的に不透明のままのような気がする。	
	百貨店(広報担当)	・東日本大震災後の回復が想定より早かったため、今後はある程度落ち着く。また、経済の先行き不安も加味され、今後の景気の流れは鈍くなる。	
	スーパー(店長)	・今の社会の状況だと、景気は悪くなる。	
	コンビニ(副店長)	・たばこの値上げで駆け込みがあった前年と比べると、やや悪くなる。	
	衣料品専門店(店長)	・区内の店ではないが、この夏をもって廃業する同業店が2、3軒ある。	
	一般レストラン(経営者)	・8月は毎年忙しいので、どうしても9、10月は悪く見える。	
	都市型ホテル(経営者)	・すべての方向性は政策によって決まるが、それがタイムリーに決まらず、方向性も定まらない。また、国際的に見て問題が多過ぎる。	
悪くなる	旅行代理店(支店長)	・株価暴落による影響で、やや悪くなる。	
	コンビニ(経営者)	・原発事故の影響で食物が危ないと報道され、売る側もとても辛い。何も食べないわけにもいかない。	
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	出版業(営業担当)	・雑誌広告が若干ではあるが、東日本大震災前の状態に戻りつつある。
		印刷業・製本業(営業担当)	・今が底の状況かと思えるのと、東日本大震災後の特需が多少なりとも影響してくるのではないかという期待である。
		印刷業・製本業(営業担当)	・政治のトップが変わり、日米欧でドル安、ユーロ安を止められれば少しは良くなるのではないか。
		輸送業(従業員)	・新しく受注の見込みがあるため、やや良くなる。
		卸売業[繊維・衣服等](営業担当)	・秋になり電力供給に不安が少なくなれば、一時的にかもしれないが回復する。
卸売業[機械器具](営業担当)	・年末に向け、徐々に受注が増える。		

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	新聞業（営業担当）	・企業の業績は上向いているが、電力不足への懸念や個人消費マインドの停滞、円高、株安等の複合的な要因が重なり、積極的な宣伝展開を行っていないこととのトレンドにはなかなか至らない。
		通信業（営業担当）	・政府の増税に向けた動きやアメリカ経済の不安による円高の動き等から、景気の先行きに明かりが見えてこない。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・景気指標からは、先行指数、一致指数共に東日本大震災以降、反発の動きとなっているが、実際の受注状況等からはそうした動きはほとんど感じられない。さらに一時は期待されていた震災からの復興需要、特需がなぜか見事に見られず、内需という点では特に明るい見通しが立ちにくくなっている。
		卸売業〔飲食料品（鮮魚）〕（経営者）	・今が既に悪いので、これ以上ひどくはなれない。
		卸売業〔機械器具〕（従業員）	・厳しい営業環境のなか、発注数が増えてきたが、競合会社の攻勢が厳しく、受注確保に不透明感が強い。
		経営コンサルタント	・景気が良くなる材料、悪くなる材料が綱引きをし、しばらくは変化はない。
		その他サービス業〔造園業〕（営業担当）	・東日本大震災関連も含め、建設業自体が低調なので変わらない。
	やや悪くなる	その他サービス業〔管工事業〕（経営者）	・この先良くなるとは思えない。
		印刷業・製本業（経営者）	・原材料費の値上げを受けて、利益が減少する。相見積が増えて、価格も低下していく傾向にある。
		建設業（営業担当）	・発注のピークを終えるので、受注が更に厳しくなる。
		通信業（営業担当）	・東日本大震災、原発対策及び政局の先行き不透明、円高、株安のため、やや悪くなる。
	悪くなる	金融業〔証券〕（営業担当）	・製造業等の生産は、東日本大震災直後から本格的に回復してきているので、猛暑や復興需要で一時的には回復する。
		出版業（経営者）	・円高、世界的な経済活動の下降等、明るい材料がない。
建設業（経営者）		・円高、株安、アメリカの格付問題等により世界的な不景気になる。特に日本は原発処理が遅々として進まず、先行きは暗い。	
卸売業〔機械器具〕（経営者）		・良い材料が見当たらない。	
その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）		・円高の影響で、悪くなる。	
その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・東日本大震災、原発事故に対し、政府はいつまでもたもたしているのか。これでは人災である。		

(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		1	
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		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		