

中央区内景气动向调查

平成 24 年 12 月調査結果

平成 25 年 1 月 16 日

中央区

総 括

平成 24 年 12 月の動き

中央区内における 12 月の現状判断 D I は合計で 41.5 と、前回調査から 0.5 ポイント上昇している。景気の先行き判断 D I は合計で 44.7 と前回調査から 2.1 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24年			前回調査 からの変化
	8月	10月	12月	
合計				
現状判断 D I	51.5	41.0	41.5	(0.5)
先行き判断 D I	46.5	42.6	44.7	(2.1)

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 24 年 12 月調査の調査票発送は 12 月 7（金）、回答期限は 12 月 17 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41.5と、前回調査から0.5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1.2ポイント上昇し、企業動向関連DIは横ばいである。構成比では、「やや悪くなっている」と回答した人の割合が14.9ポイント増加したものの、「やや良くなっている」と回答した人の割合が4.3ポイント増加したことに加え、「悪くなっている」と回答した人の割合が6.4ポイント減少した。

図表1-1 各分野における景気の現状判断DIの推移表

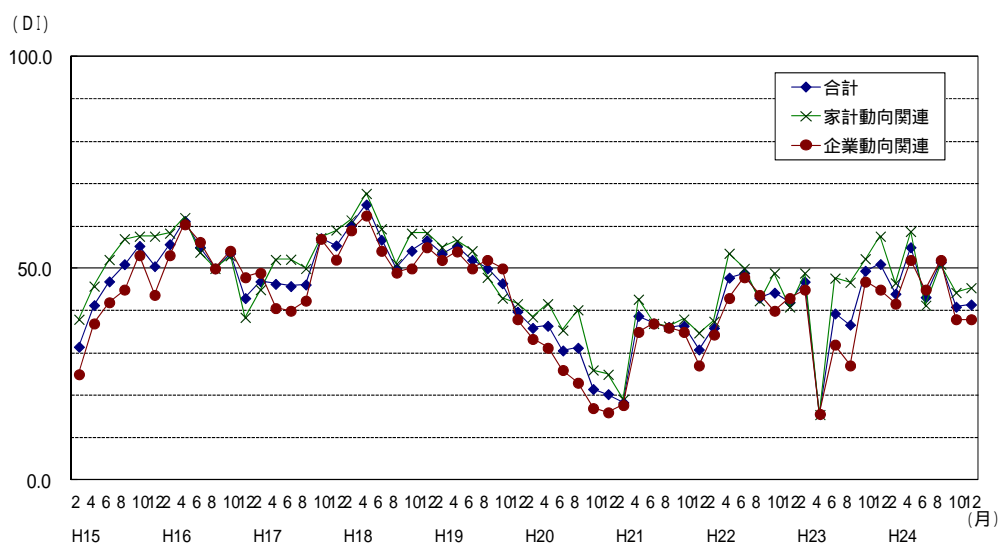
(DI)	平成24年			
	8月	10月	12月	(変化幅)
合計	51.5	41.0	41.5	(0.5)
家計動向関連	51.0	44.3	45.5	(1.2)
小売関連	48.1	32.5	47.7	(15.2)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	57.1	53.6	46.4	(-7.2)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	52.0	38.0	38.0	(0.0)
製造業	53.6	35.7	28.6	(-7.1)
非製造業	51.4	38.9	41.7	(2.8)

(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	構成比				
		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
平成24年	8	0.0%	30.0%	50.0%	16.0%	4.0%
	10	0.0%	10.6%	57.4%	17.0%	14.9%
	12	0.0%	14.9%	44.7%	31.9%	8.5%
(変化幅)		(0.0)	(4.3)	(-12.7)	(14.9)	(-6.4)

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44.7と前回調査から2.1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3.4ポイント低下し、企業動向関連DIは7.0ポイント上昇している。構成比では、「やや良くなる」と回答した人の割合が4.3ポイント低下したものの、「良くなる」と回答した人の割合が4.3ポイント増加したことに加え、「悪くなる」と回答した人の割合が2.1ポイント減少した。

図表2-1 各分野における景気の先行き判断DIの推移表

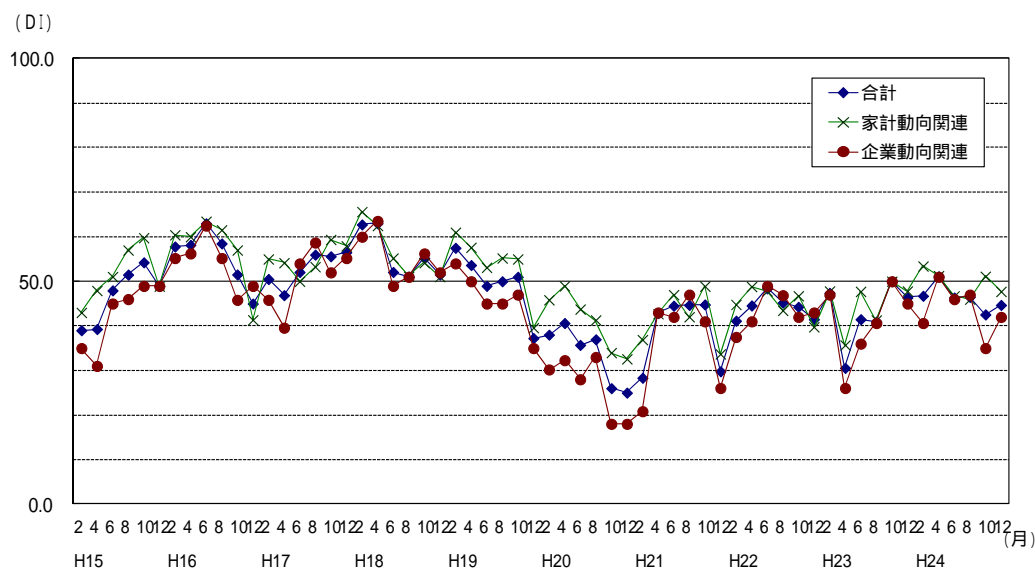
(DI)	平成24年			
	8月	10月	12月	(変化幅)
合計	46.5	42.6	44.7	(2.1)
家計動向関連	46.0	51.1	47.7	(-3.4)
小売関連	36.5	50.0	50.0	(0.0)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	53.6	53.6	46.4	(-7.2)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	47.0	35.0	42.0	(7.0)
製造業	39.3	32.1	28.6	(-3.5)
非製造業	50.0	36.1	47.2	(11.1)

(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24年	8	0.0%	18.0%	60.0%	12.0%	10.0%
	10	0.0%	14.9%	48.9%	27.7%	8.5%
	12	4.3%	10.6%	51.1%	27.7%	6.4%
(変化幅)		(4.3)	(-4.3)	(2.2)	(0.0)	(-2.1)

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

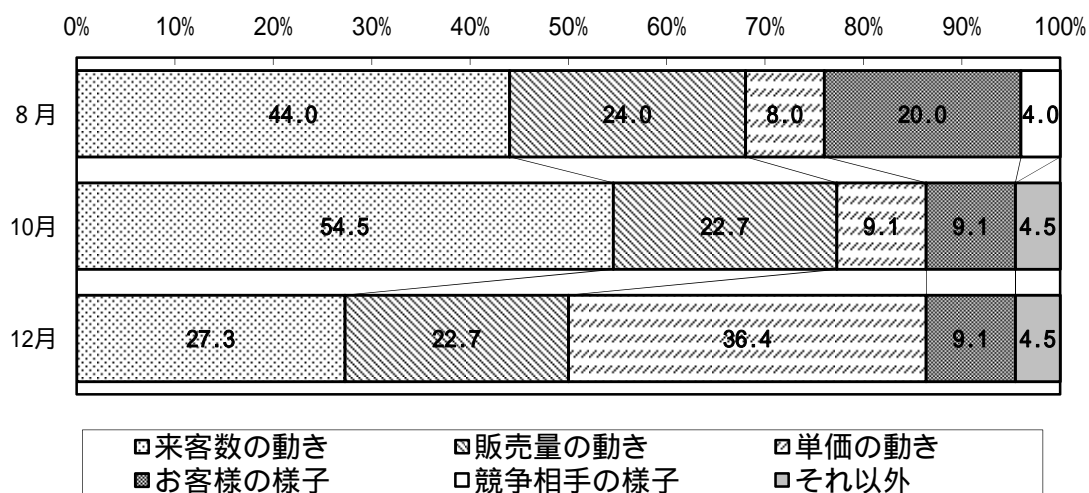
(D I)	平成24年		
	8月	10月	12月
合計	37.5	30.9	35.6
家計動向関連	34.0	33.0	37.5
小売関連	30.8	25.0	34.1
飲食関連	-	-	-
サービス関連	39.3	42.9	39.3
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	41.0	29.0	34.0
製造業	46.4	28.6	28.6
非製造業	38.9	29.2	36.1

（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。

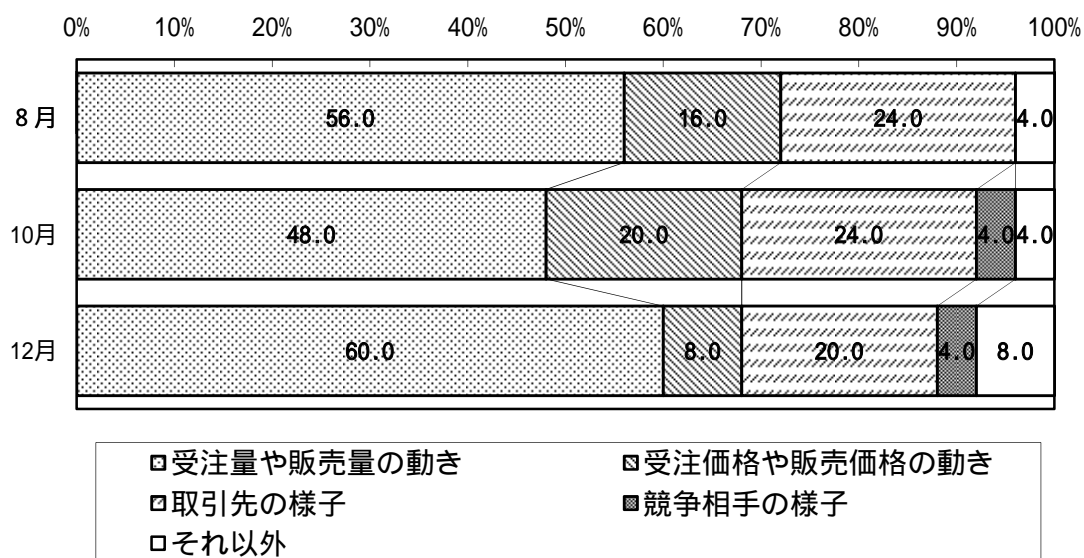
（注）景気の現状をとらえるには、景気の方加性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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



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(業務推進担当)	来客数の動き	・11、12月とイベントや気温等により来客が増え、コート、ストール、ショートブーツの動きが良い。
		コンビニ(経営者)	それ以外	・周りに工事が増えたため、販売量が増加している。
		通信会社(営業担当)	受注価格や販売価格の動き	・11月期に比べ、12月期の売上見込み値が約1.3倍となっている。
	変わらない	百貨店(売場主任)	来客数の動き	・他エリアの売上高、来客数に比べ、当地区の客数が、ここ3か月大きく落ちている。
		百貨店(総務担当)	受注価格や販売価格の動き	・気温低下等によって冬物衣料が好調であり、また、高額商品や主要アイテムが順調に推移するものの、満足のいく売上には至らない。
		スーパー(店長)	単価の動き	・1円でも安くという価格に対しシビアな客が多いため、デフレスパイラルから脱却できずにいる。
		衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・気温が下がり、コート、ジャンパー類の動きが出てきたが、売上は前年並みが精一杯である。
		衣料品専門店(店長)	競争相手の様子	・東京駅リニューアルオープンでにぎわっているが、物販に大きな影響はない。ただし、周辺を見ると入店者が少ないが、当店は長く営業しているため、懐かしさで立ち寄る人がいることから、良いと言えるのかもわからない。
		高級レストラン(経営者)	単価の動き	・宴会シーズンに入り、予約数が増加している。今後、衆議院選挙が始まって、景気の回復にもつながり、予約数、来客数共に増えると推察するが、客単価のアップは望めない。
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・12月は、忘年会が年々少数になってきており、また、観光客も減ってきている。しかし、若いカップルが増えてきているため、それほど変わらない。
		都市型ホテル(経営者)	単価の動き	・近隣に新規参入のホテルがオープンしたため、単価を下げないと対抗できない。
		都市型ホテル(広報担当)	単価の動き	・宿泊料金について、東日本大震災前の単価まで戻っていない。単価を上げるには付加価値を付けての販売が必要である。
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・年末にもかかわらず、主商品の販売数に顕著な上昇が見られない。
	やや悪くなっている	スーパー(店長)	単価の動き	・無駄な買物や、余計な買物をせず、出費も控える傾向である。
旅行代理店(支店長)		受注量や販売量の動き	・9、10、11月と段々落ちている。	
その他レジャー施設(経営者)		来客数の動き	・本来なら、夏から秋、秋から年末年始と、来客数が多くなり、年始以降少しずつ下がっていくのが通例である。しかし、今年はいつもと違い、師走らしい活気が感じられない。	
悪くなっている				
企業 動向 関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	通信業(営業担当)	来客数の動き	・今までペンディングとなっていた商談に少し動きが出てきている。
		卸売業[機械器具](営業担当)	来客数の動き	・年末までの駆け込み受注がある。
		その他サービス業[造園業](営業担当)	受注量や販売量の動き	・年末、年度末に向けた動きが出てきている。
	変わらない	出版業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・販売量の低調は3か月前と変わらず、良化は見られない。
		印刷業・製本業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・資本のあるところが、どうしても優位であり、中小零細企業は非常に厳しい。設備投資をしようにも、資金面において、思い切ったことがなかなかできない。
		建設業(営業担当)	競争相手の様子	・受注競争が厳しくなっており、受注しても利益率が悪い。

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
		金融業〔証券〕 (営業担当)	取引先の様子	・11月前半に開示された3月期決算企業の第2四半期決算短信においては、通期の業績見通しを引下げたケースが多く、今期後半の景気回復を見込んだ期初予想の見通しについて、相応の変更がなされたようである。一方、米国及び中国については、若干ながら持ち直しの兆しも見られており、足元はこう着状態である。
	やや悪くなっている	新聞業(経営者)	取引先の様子	・世の中思うように動いていない。
		新聞業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・企業に景気の減速感が広がり、自動車メーカーや電機メーカー等の輸出企業中心に、宣伝活動も停滞基調となっている。
		印刷業・製本業(営業担当)	販売量の動き	・デフレは改善されず、仕事を取るため価格競争にならざるを得ない状況が続いている。
		印刷業・製本業(経営者)	受注量や販売量の動き	・前年比で売上が落ちている。
		建設業(営業担当)	来客数の動き	・発注量が少ない状況が続いている。
		輸送業(従業員)	受注量や販売量の動き	・受注量が前年と比べ、減少気味である。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・ボーナスが前年割れする企業が多く、消費が低迷しつつある。
	悪くなっている	出版業(経営者)	それ以外	・街場の声では、今年9月の下期から、景気減速という指摘多い。
		卸売業〔機械器具〕(経営者)	取引先の様子	・円安になれば、いくらか変化があるかもしれないと得意先が話している。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕(営業担当)	それ以外	・契約内容の見直し、仕様変更があり、また、随意契約が一般競争となっている。受注できても価格が相場より安値である。

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	一般小売店〔靴〕(店長)	・政局の変化に期待している。
		百貨店(営業推進担当)	・衆議院選挙後の新政権による景気対策への期待感から、消費マインドも徐々に上向きになると思う。また、近隣諸国との関係も改善に向かい、観光客も増加することを期待したい。
		旅行代理店(支店長)	・年明けから次年度商品の発売となり、活気づくはずである。
	変わらない	百貨店(売場主任)	・クリスマスや正月等のオケージョンで、一過性のにぎわいが戻るものの、継続して安定した売上と来店は、変わらず鈍いと思う。
		百貨店(業務推進担当)	・現状の悪い状況に慣れているため、今後も無理無駄はしない。そのため景気も変わらないと考える。
		百貨店(総務担当)	・経済の先行きに不透明感があり、消費動向についても明るい材料が見られない。
		スーパー(店長)	・景気が上向き要素がない。
		スーパー(店長)	・経済が活性化しない限り、消費や景気は上向きことはないと思う。
		衣料品専門店(店長)	・時期的には季節商材の切り替え期となるが、セールが長引くことになり、プロパー商品の動きは鈍りそうである。
		高級レストラン(経営者)	・政治力による景気の回復は見込めるが、即効ではないと思う。数年かけて経済の復活がなされるとなれば、まだ当分は厳しい現状で頑張る覚悟が必要である。
		一般レストラン(経営者)	・来客数の変化と客単価の低さなど、これからも良くなるとは思わない。
		一般レストラン(経営者)	・周りが悪い話ばかりしているため、客も財布のひもが固くなる。政治も良くなり、テレビ、雑誌等のマスコミが、悪くても良い話をしてくれないと困る。周りが良くなると当店も良くなる。
		都市型ホテル(広報担当)	・新年を迎え、少しでも景気上昇を期待する。
		通信会社(営業担当)	・総選挙が行われ、少しでも景気が回復することを願うが、誰がやっても変わらない風潮が多いためである。
	競馬場(職員)	・今の状況が変わる要素が見当たらない。	
	やや悪くなる	一般小売店〔和菓子〕(経営者)	・どの政権でも、望み薄な気がしてならない。政治が安定しないため左右に振られ、経営方針が立てにくい。
		コンビニ(経営者)	・寒くなって人通りが少なくなり、工事もなくなれば、販売量も少なくなる可能性もある。
		高級レストラン(スタッフ)	・予約が入っていないため、やや悪くなる。
都市型ホテル(経営者)		・例年と変わらずに1~3月は稼働が下がると、予想している。	
その他レジャー施設(経営者)		・師走が近づいてくると、客の会話でボーナスに関する話が混じるものだが、今年は一度も耳にしない。出たのか出なかったのか、多かったのか、少なかったのか分からないが、金遣いは一段と厳しくなっているように感じる。	
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)	・得意先で春向けの催事が始まるが、今よりはまだまだましという程度である。
		卸売業〔機械器具〕(営業担当)	・年度末に向け、受注量が増えてくる見込みである。
	やや良くなる	印刷業・製本業(営業担当)	・来年度の予算がある程度決まらなないと、お金が動かない状態で年を越す感じである。とにかく、総選挙が終わって、政治の枠組みが決まらなないと、どういった方向に進むのか、予想がつかない。
		卸売業〔機械器具〕(従業員)	・遅れがちだった公共事業の発注が動き出し、受注量が期待できる。
	変わらない	印刷業・製本業(経営者)	・これ以上悪くなると困る。安値で受注している所へは仕事が入っており、更にその状況が続くと思う。
建設業(営業担当)		・年明けの新規受注が見込めない。	

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
		建設業（経営者）	・本当に何も分からないという現状である。デフレ脱却がいいのか、インフレがいいのか、分かる人がいたら教えてほしい。
		通信業（営業担当）	・日本を含め、周辺の利害関係国のトップが交代するが、その結果がどうなるかにより、今後の方向は大きく左右されると思う。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・米国、中国の景気動向には下げ止まりからやや持ち直しの兆しも見られ、また国内においてもエコカー補助金の終了による自動車販売の反動減も一巡し、停滞感が強い。しかし、衆議院選挙に見られる政局の混迷や、改善の進まない欧州の状況等からすると、企業の事業投資に対するスタンスは、更に慎重さを強めているように感じる。
		卸売業〔飲食料品（鮮魚）〕（経営者）	・良くなる要因がない。
		経営コンサルタント	・先行き不安で、低迷したまま、しばらく推移すると考えられる。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・今回の総選挙の結果にも多少左右されるが、基本軸での業界が活性化でき得る要因がない。
		その他サービス業〔造園業〕（営業担当）	・仕事量は増加するが、受注額等に反映してこない。
	やや悪くなる	新聞業（経営者）	・年金受給者が増加し、一般社会に還元する消費が見込めない。
		新聞業（営業担当）	・新政権による景気対策での浮揚効果も大きくは期待できず、業況感の悪化から、更なる広告出稿マインドの減少が懸念される。
		出版業（営業担当）	・景気の上昇は望めず、特に1～3月までは有力商品の発売もないため、やや悪くなる。
		建設業（営業担当）	・物件数が少なく、受注競争の業者が多いため厳しい。
		輸送業（従業員）	・新規の取引増大の見込みが少ない。
		通信業（営業担当）	・総選挙の結果によって、政局の動きがあるためである。
悪くなる	金融業〔証券〕（営業担当）	・中小企業金融円滑化法の廃止に伴い、中小企業の資金繰りや個人の住宅ローンの返済などに支障が出てくる。	
	卸売業〔機械器具〕（経営者）	・得意先各社共に、良い材料はないと言っている。	
	出版業（経営者）	・明るい材料がない。	
	印刷業・製本業（営業担当）	・現状維持の流れであれば悪くなる。政策があれば少しは改善されると思うが、人、物、金の流れがスムーズにならない限り、良くはならない。	

(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	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		3	
輸送業		1	
通信業		2	
金融業		2	
不動産業		0	
卸売業		6	
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		3	
その他非製造業		0	
その他企業の動向を把握できる者		0	