

中央区内景气动向调查

平成 25 年 4 月調査結果

平成 25 年 5 月 15 日

中央区

総 括

平成 25 年 4 月の動き

中央区内における 4 月の現状判断 D I は合計で 60.0 と、前回調査から 5.3 ポイント上昇している。景気の先行き判断 D I は合計で 60.5 と前回調査から 2.7 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	平成25年		前回調査
合計	12月	2月	4月	からの変化
現状判断 D I	41.5	54.7	60.0	(5.3)
先行き判断 D I	44.7	57.8	60.5	(2.7)

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 25 年 4 月調査の調査票発送は 4 月 9 日（火）、回答期限は 4 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 50 名、有効回答率は 100.0%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60.0と、前回調査から5.3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66.0と、前回調査から8.4ポイント上昇し、企業動向関連DIは54.0と、前回調査から2.0ポイント上昇している。構成比では、「良くなっている」と回答した人の割合が5.9ポイント増加し、「変わらない」と回答した人の割合が3.9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

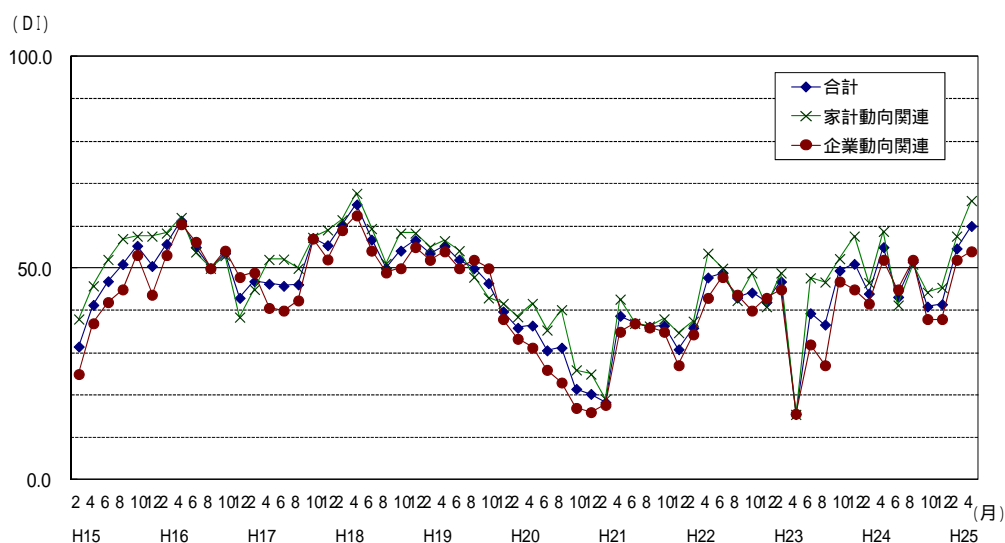
(DI)	平成24年		平成25年		(変化幅)
		12月	2月	4月	
合計		41.5	54.7	60.0	(5.3)
家計動向関連		45.5	57.6	66.0	(8.4)
小売関連		47.7	52.3	65.4	(13.1)
飲食関連		-	-	-	(-)
サービス関連		46.4	71.4	67.9	(-3.5)
住宅関連		-	-	-	(-)
企業動向関連		38.0	52.0	54.0	(2.0)
製造業		28.6	53.6	57.1	(3.5)
非製造業		41.7	51.4	52.8	(1.4)

(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24年	12	0.0%	14.9%	44.7%	31.9%	8.5%
平成25年	2	2.1%	33.3%	47.9%	14.6%	2.1%
	4	8.0%	36.0%	44.0%	12.0%	0.0%
(変化幅)		(5.9)	(2.7)	(-3.9)	(-2.6)	(-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60.5と、前回調査から2.7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64.0と、前回調査から2.0ポイント上昇し、企業動向関連DIは57.0と、前回調査から3.0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2.4ポイント増加し、「やや悪くなる」と回答した人の割合が4.5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

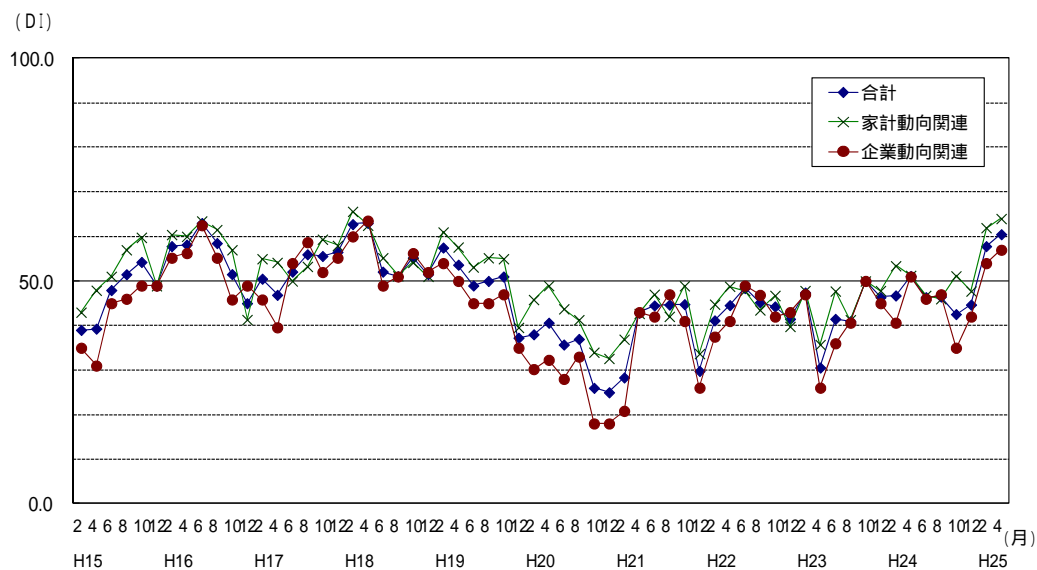
(DI)	平成24年		平成25年		(変化幅)
		12月	2月	4月	
合計		44.7	57.8	60.5	(2.7)
家計動向関連		47.7	62.0	64.0	(2.0)
小売関連		50.0	56.8	61.5	(4.7)
飲食関連		-	-	-	(-)
サービス関連		46.4	64.3	64.3	(0.0)
住宅関連		-	-	-	(-)
企業動向関連		42.0	54.0	57.0	(3.0)
製造業		28.6	60.7	57.1	(-3.6)
非製造業		47.2	51.4	56.9	(5.5)

(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24年	12	4.3%	10.6%	51.1%	27.7%	6.4%
平成25年	2	2.1%	39.6%	45.8%	12.5%	0.0%
	4	4.0%	42.0%	46.0%	8.0%	0.0%
(変化幅)		(1.9)	(2.4)	(0.2%)	(-4.5)	(0.0)

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

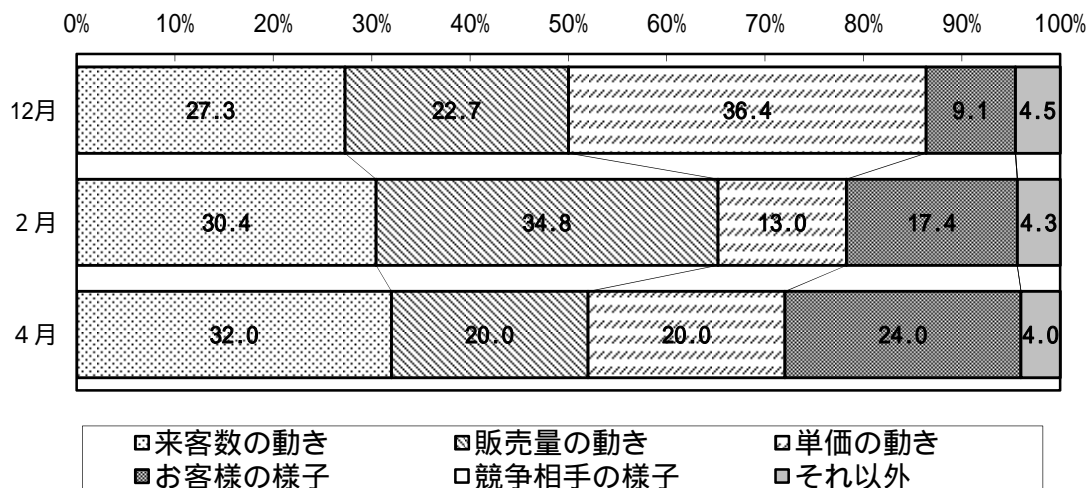
(D I)	平成24年	平成25年		
		12月	2月	4月
合計	35.6	44.3		53.5
家計動向関連	37.5	46.7		60.0
小売関連	34.1	40.9		59.6
飲食関連	-	-		-
サービス関連	39.3	57.1		67.9
住宅関連	-	-		-
企業動向関連	34.0	42.0		47.0
製造業	28.6	46.4		50.0
非製造業	36.1	40.3		45.8

(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。

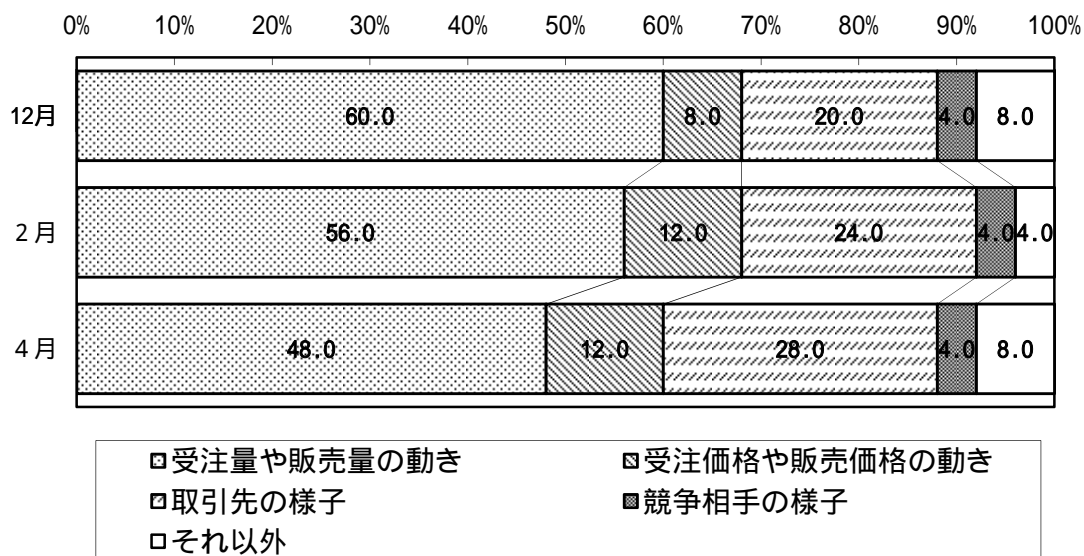
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方加性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・売上点数が前年比110～120%と前年超えが顕著である。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・近隣でイベントなどがあり、昼夜共に客が多くなっている。
	やや良く なっている	百貨店（広報担当）	単価の動き	・時計、宝飾品等の高額品の動きが活発である。
		百貨店（総務担当）	お客様の様子	・宝飾品、時計など高額品に動きがみられる。株高や景気回復への期待感から、消費意欲が高まっているようである。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・暖かい日が多いため、春夏物が好調である。また、外国人観光客の来店、売上が前年より大幅に伸びている。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・客の様子からも、政策等による景気対策が浸透するまで時間がかかることがうかがえる。しかし、例年3月の年度末は異動等により多忙であり、大口の予約も目立つ。
		都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・円安のため国内旅行が活発化しており、また、今の時期は春休みのせいか、旅行者の伸びが感じられる。
		都市型ホテル（広報担当）	単価の動き	・宿泊稼働率も高く、客室平均単価についても前年同月を上回っている。外国人ビジネス客もかなり戻ってきている。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・売上高が前年度の1、2月に比べて上がっている。
	変わらない	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・春先の移動時期だったこともあり、主要商品の販売数が伸びている。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・来客数の変化はあまりないが、客単価は下降気味である。
		スーパー（店長代行）	お客様の様子	・価格にはとても敏感である。安くても必要のない物には手を出さない。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・前年と比べても、この3か月の来客数は伸びておらず、大きな変化はない。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・歓迎迎会は少ないが、春休みで観光客やその他の客が来たため、それほど売上は変わらない。
	やや悪く なっている	その他レジャー施設（経営者）	来客数の動き	・テレビ、新聞等マスコミは景気上昇と書き立てるが、客の心理はそれほど浮かれていない。お金の使い方もシビアであり、以前とあまり変わらない。
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	出版業（経営者）	それ以外	・株価の上昇に实体经济が追い付けるかどうか分らないが、街中から明るい声が聞こえてくる。これはかつてないことである。
		印刷業・製本業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・年度末だったことが大きな要因ではあるが、前年度よりは気持ちの上でも上がってきている機運を感じる。
		建設業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新年度の発注が本格的に始まれば良くなっていく。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量が前年に対し少し伸びてきている。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・年度が替わったばかりのため、具体的な受注等の数値には結び付いていないが、取引先等の雰囲気から好転の兆しを感じる。
		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	・見積の問い合わせが少しずつ増えている。
	変わらない	新聞業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・輸出産業を中心に、業績回復基調に力強さがみられるが、宣伝活動へのリターンは今一つで、広告出稿量の拡大には程遠い。

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
		出版業（営業担当）	それ以外	・円安、株価上昇による景気好転がニュースで取り沙汰されているが、春闘における中小企業の結果をみると実態は前年と変わらず、購買意欲は増進しない。また、これから円安による物価上昇で、ますます財布のひもを引き締める必要を感じる。ニュースで取り上げられる大企業は、賃金の大幅アップ、ボーナス増だが、中小企業には遠い話である。
		印刷業・製本業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年度末の需要により、3月の最終週から4月の最初の週末までの短期間で通常の倍近い量の動きはあったが、月でならずと上向きとはいえない。
		印刷業・製本業（経営者）	受注量や販売量の動き	・相変わらず価格競争が激しい。
		金融業〔証券〕（営業担当）	取引先の様子	・アベノミクスに関連して、金融市場の流動性は高まっており、また円高の是正により一部業態においては収益が改善する兆しがみられる。しかし、思ったほど企業の設備投資が伸びておらず、やはり本格的な回復には今しばらく時間を要すると感じられる。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	取引先の様子	・円安の影響が形に表れるまでには時間がかかると言っている。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・株価が上昇し、気持ちの上では確かに良くなったと思う人がいるようだが、中小零細企業では依然として厳しい状況は変わらない。
		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	・受注はできているが、価格面で厳しい。売上はカウントできるが、粗利がほとんど計上できていない。
	やや悪くなっている	建設業（営業担当）	競争相手の様子	・受注競争が厳しさを増している。親会社より受注増加を求められている。
		卸売業〔機械器具〕（営業担当）	取引先の様子	・例年、年度初めの受注の動きは大きくない。年度末に比べると、受注量は大分少ない。
	悪くなっている	-	-	-

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	百貨店(営業推進担当)	・アベノミクス効果などから消費マインドが改善しており、高額品の動きも良くなってきている。この状況がしばらく続くと思う。また、外国人観光客も徐々に戻ってきている。
	やや良くなる	一般小売店[靴](店長)	・円安の影響で外国人の来店が増える。また、株価の上昇で景気が上向き、小金持ちが増え、購買意欲が高まるが中小企業までは広がらない。
		百貨店(売場主任)	・海外からの客も回復しており、全体として明るい雰囲気が続いていく様子がある。
		百貨店(総務担当)	・景気上昇の雰囲気はあるものの、懸念要素もあることから、見極めに慎重を要すると思う。
		コンビニ(経営者)	・財政出動したためである。
		衣料品専門店(店長)	・アベノミクス効果に期待している。
		高級レストラン(経営者)	・2~3か月以上かかると思うが、街の様子から好景気が期待できる。円安と株高は飲食業でも高額化に反映してくる。また、近隣の同業他社のリニューアル工事も複数ある。
		高級レストラン(スタッフ)	・気候が暖かくなり外出する人が増えたため、予約が増えてきている。
		一般レストラン(経営者)	・4~6月は修学旅行の予約が多いため、通常の月よりは売上が増える。さらにゴールデンウィークがあるため忙しい。
		都市型ホテル(経営者)	・政局が安定し、気分的に好況感があるが、今後を注視していきたい。国内需要の伸びに期待している。
		旅行代理店(支店長)	・旅行、特に国内旅行が伸びているというメディアでの報道により、客が増えそうである。
	通信会社(営業担当)	・景気が上向き傾向であるという意識が人々のなかに根付いてきている。	
	競馬場(職員)	・現時点では売上等の数字に改善はみられないが、円安、株価上昇が進み、身の回りの景気も良くなると期待している。	
	設計事務所(所長)	・復興事業がやや動き出したようで、良くなると期待している。	
変わらない	百貨店(広報担当)	・今の景況は期待感の先行型であり、より一層の景気向上は難易度が高いと考える。	
	スーパー(店長)	・良くなる材料が少ないように感じる。	
	スーパー(店長代行)	・全体の給料が上がらなければ何も変わらない。一部の大企業ではなく、中小企業のボトムアップが大切である。	
	一般レストラン(経営者)	・販売単価が低く、時間帯によっては客がいなくなることが多くなり、今月より良くなるとは思えない。	
	都市型ホテル(広報担当)	・良くなることを望むが、鳥インフルエンザやPM2.5の影響が出ないことが前提である。ゴールデンウィーク期間の国内旅行客に期待している。	
	通信会社(営業担当)	・アベノミクス効果や日銀の長期計画が打ち出されたが、景気の回復は一時的なもので、長続きしないと思う。	
	その他レジャー施設(経営者)	・街を歩いてみてもあまり変わらない。周りの飲食店もぱっとしない。当店は若い人が少なく、OBが中心であるため、景気にもそれほど左右されない。	
やや悪くなる	一般小売店[和菓子](経営者)	・政府が景気を誘導しているように思えてならず、先が見えない。一部の消費者は高額商品に手を出しているかもしれないが、当店の客はそんなことはなく、むしろ客単価は落ちている。一般消費者まで恩恵が来るには時間がかかるのではないかと。	
	百貨店(業務推進担当)	・昨年はヒット商品がなかったが、今年は柄パンツやブラウスやジャケットといった売れ筋商品があり、売上がやや上がっているが、一時的なものだと考える。	
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)	・秋物の受注会が行われるため、年間を通じて最も良い時期に入るためである。
	やや良くなる	出版業(経営者)	・景気上昇ムードに实体经济が追い付けば景気も良くなるが、株価が急落すればすべて倒れることになりかねない。
		印刷業・製本業(営業担当)	・今はアベノミクスに乗っていて欲しい。
		建設業(営業担当)	・新年度の発注量が増える見込みである。
		金融業[証券](営業担当)	・為替が円安に大きく振れたことや、株価の上昇により投資の保有資産の評価が大幅に改善している。これを受けて資産家のマインドは消費へと向いてくると思う。

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
		卸売業〔機械器具〕 (営業担当)	・年度初めの計画が作成され、徐々に動きが出てくる。
		経営コンサルタント	・近年、都内に商業施設が多数できており、また、これから予定されている所も多く、人の流れがどう変化するか読みにくい。ただし、お金を使うべきところには高額商品を中心に動きがあるようである。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕(営業担当)	・景気対策により、やや良くなる。
	変わらない	新聞業(営業担当)	・アベノミクス効果により、企業マインドも上向き傾向なのは確かだが、それが業績に直接的に反映されるかは不透明である。企業の広報宣伝予算の引き締めはしばらく継続するのではないかと。
		出版業(営業担当)	・2～3か月先まで好景気が続いても、出版物の売行き上昇までは時間がかかる。
		印刷業・製本業(営業担当)	・年度初めの需要はあるが、その先の見通しはあまり良いとはいえない。
		印刷業・製本業(経営者)	・依然として各社コスト削減を意識している。景気の向上に期待したい。
		建設業(経営者)	・工事量は増えているが、労務費単価が高くなり、採算ベースでは悪くなるのではないかと。
		建設業(営業担当)	・受注が増加するには半年以上の期間が必要と思われる。
		輸送業(従業員)	・やや安定しており、変動が少ないためである。
		通信業(営業担当)	・新政権になり株価等が上向きであるが、当社のユーザー層のなかの中堅中小企業まではまだ波及はしていない。
		通信業(営業担当)	・アベノミクスの効果が具体的にどう表れるのかみえないため、現状は期待感のみで動いている。
		金融業〔証券〕(営業担当)	・アベノミクスに関連して金融市場の流動性が高まっており、見かけ上、景気回復が見込まれる指標は出てくると考えられるが、給与所得への反映も含め、企業における収益の還元は極めて鈍く、消費経済への波及は極めて一部の特殊財に限られるようにみられる。
		卸売業〔飲食料品(鮮魚)〕(経営者)	・現状は悪く、良くなるとしても別の業界だと思う。
		卸売業〔機械器具〕(経営者)	・急激な変化が期待できない。
		その他サービス業〔造園業〕(営業担当)	・2～3か月先より、消費税増税に向けた1年後くらいが目安になってくるのではないかと。
	やや悪くなる	卸売業〔機械器具〕(従業員)	・今期は受注量の獲得が非常に厳しい見通しで、景気の良さは感じられない。公共投資は大きく投入されるとあるが、当社のプラント業分野には期待薄とみている。
	悪くなる	-	-

(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	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	
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		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		