

# 中央区内景气动向调查

平成 25 年 10 月调查结果

平成 25 年 11 月 20 日

中央区

## 総 括

### 平成 25 年 10 月の動き

中央区内における 10 月の現状判断 D I は合計で 57.7 と、前回調査から 4.2 ポイント上昇している。景気の先行き判断 D I は合計で 55.1 と前回調査から 1.9 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25年			前回調査
合計	6月	8月	10月	からの変化
現状判断 D I	57.1	53.5	57.7	( 4.2 )
先行き判断 D I	53.6	57.0	55.1	( -1.9 )

## 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 25 年 10 月調査の調査票発送は 10 月 9 日（水）、回答期限は 10 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 49 名、有効回答率は 98.0%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57.7と、前回調査から4.2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55.2と、前回調査から0.2ポイント上昇し、企業動向関連DIは60.0と、前回調査から8.0ポイント上昇している。構成比では、「やや良くなっている」と回答した人の割合が6.9ポイント増加し、「やや悪くなっている」と回答した人の割合が5.8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

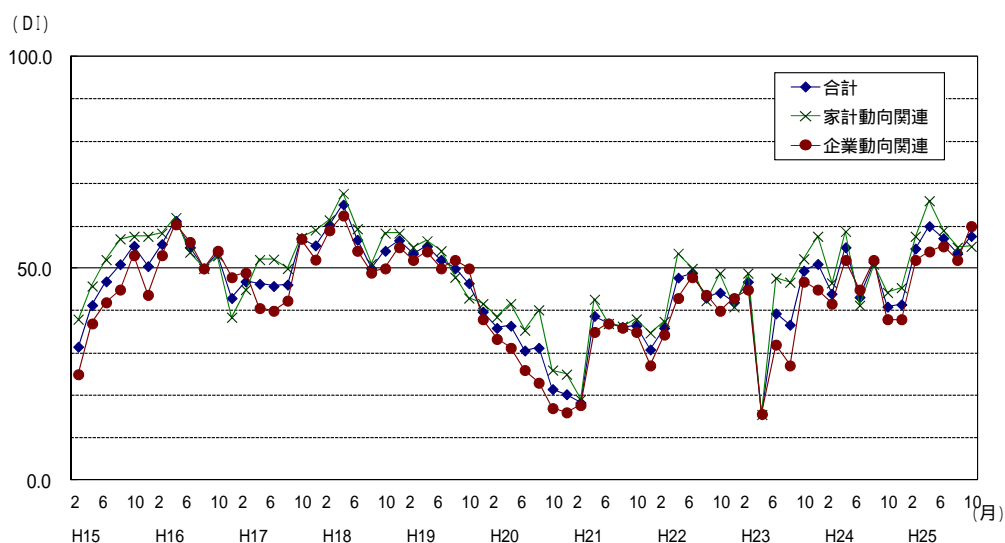
(DI)	平成25年			
	6月	8月	10月	(変化幅)
合計	57.1	53.5	57.7	(4.2)
家計動向関連	59.0	55.0	55.2	(0.2)
小売関連	59.6	61.5	51.9	(-9.6)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	57.1	57.1	62.5	(5.4)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	55.2	52.0	60.0	(8.0)
製造業	57.1	57.1	57.1	(0.0)
非製造業	54.4	50.0	61.1	(11.1)

(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25年	6	2.0%	40.8%	40.8%	16.3%	0.0%
	8	2.0%	38.0%	38.0%	16.0%	6.0%
	10	2.0%	44.9%	38.8%	10.2%	4.1%
(変化幅)		(0.0)	(6.9)	(0.8)	(-5.8)	(-1.9)

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55.1と、前回調査から1.9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53.1と、前回調査から1.9ポイント低下し、企業動向関連DIは57.0と、前回調査から2.0ポイント低下している。構成比では、「やや悪くなる」と回答した人の割合が5.8ポイント減少し、「変わらない」、「悪くなる」と回答した人の割合がそれぞれ4.9ポイント、4.1ポイント増加した。

図表2-1 各分野における景気の先行き判断DIの推移表

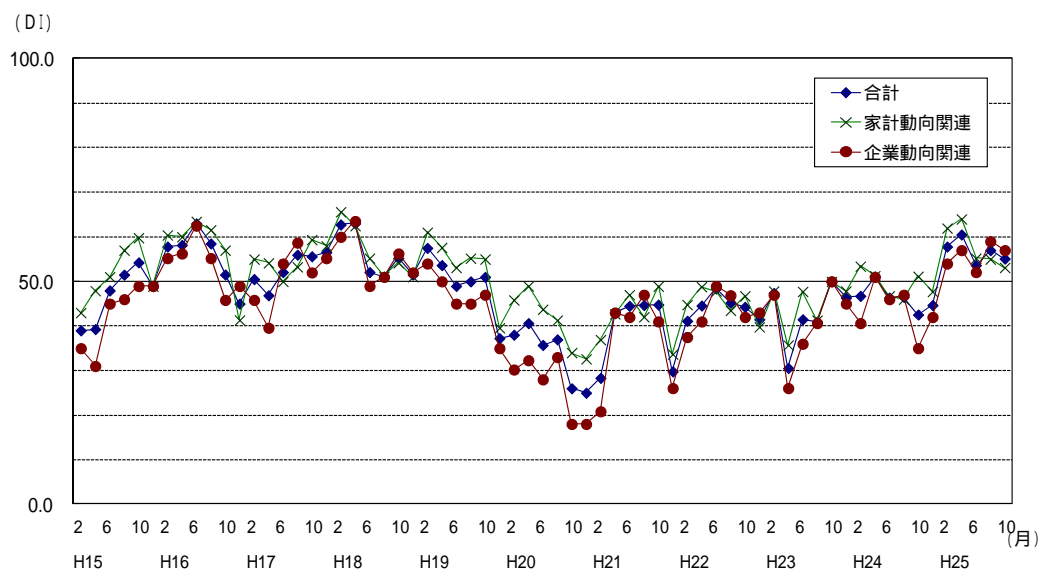
(DI)	平成25年			
	6月	8月	10月	(変化幅)
合計	53.6	57.0	55.1	(-1.9)
家計動向関連	55.2	55.0	53.1	(-1.9)
小売関連	56.3	53.8	48.1	(-5.7)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	57.1	57.1	58.3	(1.2)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	52.1	59.0	57.0	(-2.0)
製造業	50.0	57.1	60.7	(3.6)
非製造業	52.9	59.7	55.6	(-4.1)

(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25年	6	0.0%	29.2%	56.3%
	8	2.0%	42.0%	38.0%	18.0%	0.0%
	10	0.0%	40.8%	42.9%	12.2%	4.1%
(変化幅)		(-2.0)	(-1.2)	(4.9)	(-5.8)	(4.1)

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

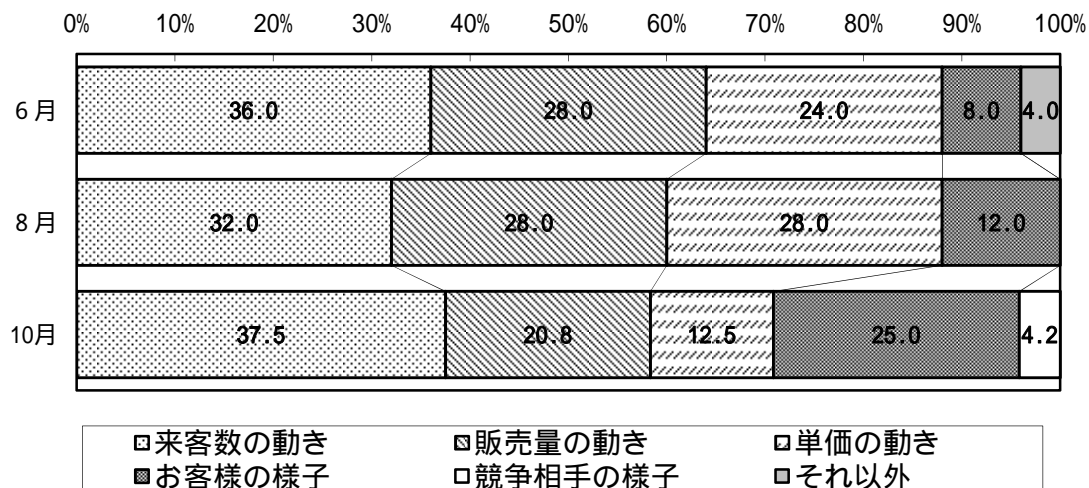
(D I)	平成25年		
	6月	8月	10月
合計	50.0	48.0	53.1
家計動向関連	52.0	49.0	51.0
小売関連	51.9	53.8	46.2
飲食関連	-	-	-
サービス関連	57.1	53.6	62.5
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	47.9	47.0	55.0
製造業	50.0	46.4	50.0
非製造業	47.1	47.2	56.9

(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。

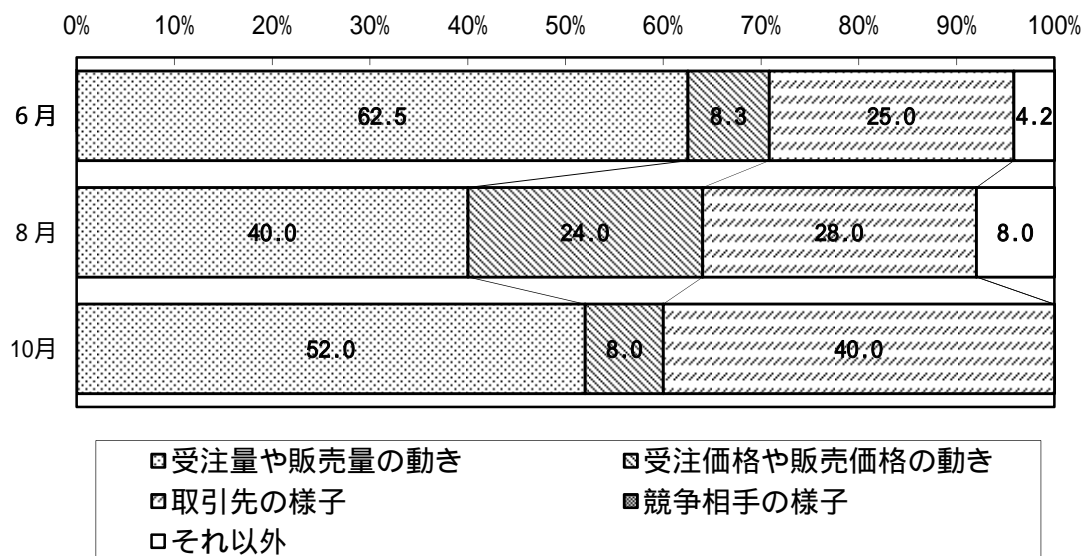
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方加性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

## 4 (1) 景気の状態に対する判断理由着目点

### 家計動向関連



### 企業動向関連



注) 本グラフは景気の状態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	都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・長い間のデフレ基調から脱却し、東京オリンピック開催に向けて明るい機運になっている。
		百貨店(総務担 当)	販売量の動き	・商品別の売上は、婦人服、婦人雑貨、紳士雑貨などのファッションアイテムを中心に順調に推移している。また、高額商材についても引き続き順調である。
			スーパー(店 長)	来客数の動き
		コンビニ(経営 者)	来客数の動き	・アベノミクスの効果も多少あると思う。
		衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・来客数が前年比で110%となっている。外国人観光客の増加もあり、好調である。
		一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・平日はそれほど変わっていないが、東京オリンピックが決まって週末に客が戻ってきている。
	変わらない	一般小売店[文 具](販売担 当)	お客様の様子	・客は来店の目的が決まっており、目的の商品を買った後の併売率が上がってきていない。
		スーパー(店長 代行)	お客様の様子	・消費税増税に対する中～低所得層の消費者の生活防衛意識が高まっている。
		衣料品専門店 (店長)	単価の動き	・9月は残暑が厳しく、秋物の動きが鈍かったが、10月に入り動きが出始めたこともあり、ようやく売れ始めたと感じているところはあるが、単価の高い重衣料の動きは鈍い。
		高級レストラン (経営者)	お客様の様子	・今月の来客数は前月及び前年同月と比べ変化はない。客単価は10%下落している。一時的に景気浮揚の気配を感じたが、実績的には売上の増加になっていない。低価格の商品の注文がより多くみられる。
		通信会社(営業 担当)	販売量の動き	・春先から夏にかけて少し販売数が増えていたが、秋にかけてはそれほど販売数が伸びていない。
		その他レジャー 施設(経営者)	来客数の動き	・10月に入って涼しくなればと期待したが、客足は変わらない。天候が良くないので、客の心理もまだ秋の気持ちになれないのではないかなと思う。
	やや悪く なっている			
	悪く なっている	百貨店(業務推 進担当)	来客数の動き	・暑かったり台風が起こったりと天候や気温に左右されている。来客数は、前年も悪かったが、今年はさらにその8割けとなっている。
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)	取引先の様子
	変わらない	建設業(営業担 当)	受注量や販売量 の動き	・景気は少し良くなっているが、資材、人材の不足が起きている。
		通信業(営業担 当)	受注量や販売量 の動き	・客の引き合いが増えてきている。
		金融業[証券] (営業担当)	取引先の様子	・株式市場に新規に上場する企業の状況を見ると、今までは株価形成や業績動向から上場を見合わせていた中堅システムインテグレーターや不動産、住宅関連等、さらに地方企業等が動きを見せている。単純に市場が活況ということもあろうかとは思いますが、業績見通しも相応に上向いているようである。
	変わらない	新聞業(営業担 当)	受注量や販売量 の動き	・企業の広告宣伝活動に活発さが感じられない。一時の円高、株安不安はそれほど強くないが、消費税増税による個人消費の一時的な冷え込みへの不安も企業側にくすぶっているように思える。
		出版業(営業担 当)	受注量や販売量 の動き	・この3か月でアベノミクス効果が表れている、オリンピック東京開催決定などあったが、本の販売量には何ら変化がなく、上向き感じが無い。
		印刷業・製本業 (営業担当)	取引先の様子	・年度の後半に入り、少しは受注量が増えるかと期待したが、今一つ動きが悪い。ただし、取引先の客は忙しく、動きがあるようでもある。
		輸送業(従業 員)	受注量や販売量 の動き	・前年同月比で受注量の変化が少ないため、変わらない。

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
		卸売業〔機械器具〕（営業担当）	取引先の様子	・昨年、今年とこの時期に大きな動きはない。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・消費税増税による値上げの方向性、給与増額への期待、オリンピックの経済効果などが入り混じり、良くも悪くもなく、トータルで変化はない。
		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	・消費税増税、東京オリンピック決定等、様々な動き、情報の中で現在は様子見の段階であり、対応の準備をしているのではないかと思う。
	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	・4～6月期に比べ、7～9月期は売上が減少した。前年同時期は増加していたが、今年は数量を減らした発注で、減少している。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	取引先の様子	・どの会社も、世間で言っているように、良くなっているとは思っていない。統計の根拠に疑問を持っている様子である。
	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 やや良くなる	一般小売店〔文具〕 (販売担当)	・オリンピック東京開催が決定してまだ少しだが、消費者に元気が出てきた感じがする。一方、米国政府機関の問題で円高傾向にあり、不安定である。
		百貨店(総務担当)	・引き続き順調に推移すると思われるが、来春の消費税増税については大きな影響があるものとする。
		コンビニ(経営者)	・消費税が上がるので、買いために動いている。
		衣料品専門店(店長)	・消費税が増税する4月までは良いが、4月以降の売上が心配である。
		高級レストラン(スタッフ)	・年末の予約が少しずつ入ってきている。
		一般レストラン(経営者)	・オリンピックが決まり、当地域の活気が出てくるように思える。
		都市型ホテル(経営者)	・長い間宿泊料金の低迷があったが、現状に見合った料金が設定できるようになり、客も納得してくれている。
		通信会社(営業担当)	・消費税増税の方向性がみえ、増税前に物流が良くなると想定されるためである。
		競馬場(職員)	・客の購入単価が若干上がっている。
	変わらない	百貨店(売場主任)	・変わらない一方、消費税増税前の高額品への駆け込み需要は大きいと思われる。
		百貨店(広報担当)	・現状の景況感が、このまま維持されると感じている。
		スーパー(店長代行)	・所得自体が増えなければ消費には手が回らないためである。
		スーパー(店長)	・年末に向け、良い材料が見当たらない。冬に向かって気温や天候に左右されそうである。
		衣料品専門店(店長)	・気温の高い日が続いたため、重衣料の動きはまだ少なく、このままでいくと消費者はセールまで買い控えとなり、販売側は前倒しセールとなることも考えられ、景気が良い状況とは成り難いのではないかと思う。
		高級レストラン(経営者)	・年末シーズンは例年20~30%の売上げ増が見込めるが、すでに織り込み済みとして試算しているため、年間の対比では期待薄である。仕入額が上昇し、売上が減少するとみられる消費税増税も悩みである。
		一般レストラン(経営者)	・来店客の購買力が低く、販売に結び付かないのが現状である。サービスをして売上につながらない状態は今後も続く。
		通信会社(営業担当)	・実質的な景気回復には至っていないので、すぐには変わらない。
		その他レジャー施設(経営者)	・秋風の吹くころより、いくらか良くなっていくのが通年のことだが、今年は違う。夏の状態をそのまま引きずっているようである。秋がなく、このまま冬に向かいそうなので、対策の変更が必要かもしれない。
	設計事務所(所長)	・消費税増税前の駆け込み需要で大変忙しく、その反動があるのではないかとと思うが、オリンピックのインフラ整備、被災地の復興等で現在の状態が続く。	
	やや悪くなる	一般小売店〔靴〕(店長)	・4月の消費税増税、ガソリンや食品価格の上昇など、生活に必要な物の高騰で中流家庭の支出は多くなっている。
旅行代理店(支店長)		・景気動向が良くなる大きなイベント等がない。	
悪くなる		一般小売店〔和菓子〕(経営者)	・消費税が上がるので駆け込み需要が多くなるが、し好品には向くことはなく、形の残る物に消費意欲が向かうと思われる。
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	新聞業(営業担当)	・消費税増税前の駆け込み需要の前倒しにより、特に今冬のボーナス商戦は例年よりも盛り上がるかもしれない。ただし、来年1~3月の直前期にそのような需要があるかは不透明である。
		印刷業・製本業(営業担当)	・年末の需要でこれから多少は期待できるのではないだろうか。ただし、気持ちばかりで実際はどうなるか不安が残る。
		印刷業・製本業(営業担当)	・消費税増税の影響で、一時的に仕事量が増えると思われるが、その後の動向が懸念される。

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
		建設業（営業担当）	・消費税の問題で発注を早急にする動きがある。
		通信業（営業担当）	・商品の引き合いが増えてきている。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・IPO市場が好調であることや、NISAに関する個人投資家の関心が高まっていることで、株式市場への今後の期待が持てる。
		卸売業〔飲食料品（鮮魚）〕（経営者）	・当地域は寿司屋が人気になってきており、しばらくは観光客が多いと思う。
		卸売業〔機械器具〕（営業担当）	・年末から年度末に向けて受注の動きが出てくる。
		その他サービス業〔造園業〕（営業担当）	・東京オリンピックに期待している。
	変わらない	出版業（営業担当）	・中小企業は全くアベノミクス効果の恩恵を受けておらず、逆に来年の消費税増税後の買い控え不安が増大してきている。
		印刷業・製本業（経営者）	・これ以上悪化しないことに希望を込めての回答である。
		輸送業（従業員）	・仕事量が増加する予定がない。
		通信業（営業担当）	・景気を大きく回復させるような条件が見えてきていない。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・企業の業績そのものは思ったほど強気にはなっていないように感じられる。また、今までは株価形成や業績動向から上場を見合わせていた新規上場会社についても、滞留していた企業が多い割には社数が伸び悩んでいる部分がある。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	・高額品販売は良いが、全体ではそれほど良くない。春のような力強さを感じない。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・現状に変化をもたらしべき要素がないように思う。
		卸売業〔機械器具〕（従業員）	・今年は公共の発注の出足が早く、当社としては目標のめどが見えてきた。ただし、これから年度末にかけて大きく上積みされることは期待薄と予想している。
		経営コンサルタント	・観光地の客足が鈍く、消費されない。物流も変化がない。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・具体的なプラス材料がない。仮にあっても、一部の大手グループでの利益還元で終わってしまう。
	やや悪くなる	出版業（経営者）	・消費税増税以降、景気は減速するのではないかと。
		建設業（経営者）	・受注量は増大するが、技能労働者の不足及び単価の増大により採算は悪くなる。オリンピック景気により建設業界は明るいと言われるが、大手だけが良いのであって、中小企業は苦しくなるはずである。
		建設業（営業担当）	・労働者、資材、共に不足しており、新規受注ができなくなっている。
	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	3	
	一般小売店経営者・店員	0	
	百貨店	4	
	百貨店売場主任・担当者	4	
	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		