

中央区内景气动向调查

平成 26 年 8 月調査結果

平成 26 年 9 月 17 日

中央区

総 括

平成 26 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 50.0 と、前回調査から 3.1 ポイント低下している。景気の先行き判断 D I は合計で 48.5 と前回調査から 5.7 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26年			前回調査
合計	4月	6月	8月	からの変化
現状判断 D I	48.0	53.1	50.0	(-3.1)
先行き判断 D I	51.0	54.2	48.5	(-5.7)

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 26 年 8 月調査の調査票発送は 8 月 7 日（木）、回答期限は 8 月 18 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 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50.0と、前回調査から3.1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51.0と、前回調査から3.3ポイント低下し、企業動向関連DIは49.0と、前回調査から3.0ポイント低下している。構成比では、「変わらない」と回答した人の割合が15.4ポイント減少し、「やや悪くなっている」と回答した人の割合が14.0ポイント増加した。

図表1-1 各分野における景気の現状判断DIの推移表

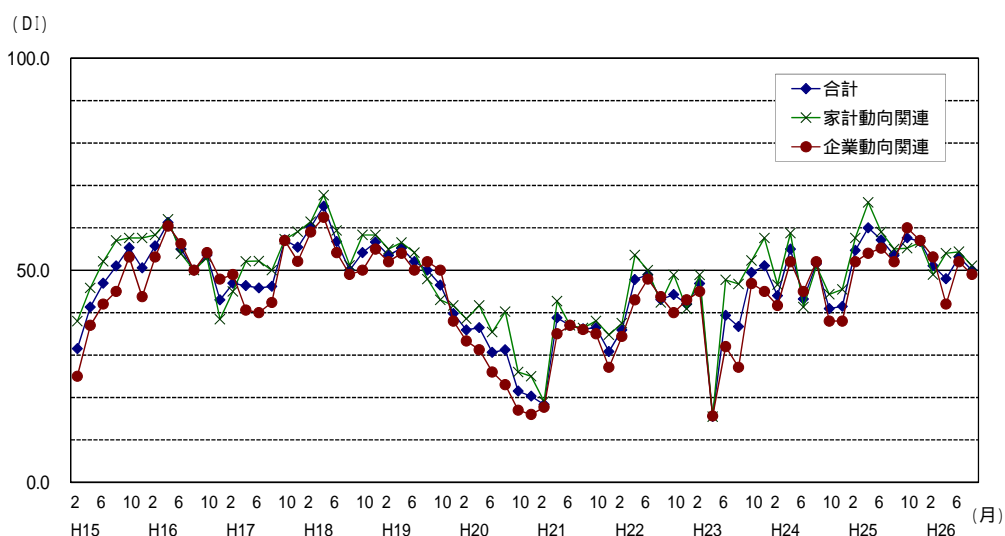
(DI)	平成26年			
	4月	6月	8月	(変化幅)
合計	48.0	53.1	50.0	(-3.1)
家計動向関連	54.0	54.3	51.0	(-3.3)
小売関連	44.2	56.8	48.1	(-8.7)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	60.7	50.0	54.2	(4.2)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	42.0	52.0	49.0	(-3.0)
製造業	42.9	53.6	53.6	(0.0)
非製造業	41.7	51.4	47.2	(-4.2)

(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26年	4	4.0%	28.0%	30.0%	32.0%	6.0%
	6	2.1%	29.2%	52.1%	12.5%	4.2%
	8	2.0%	30.6%	36.7%	26.5%	4.1%
(変化幅)		(-0.1)	(1.4)	(-15.4)	(14.0)	(-0.1)

図表1-3 各分野における景気の現状判断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

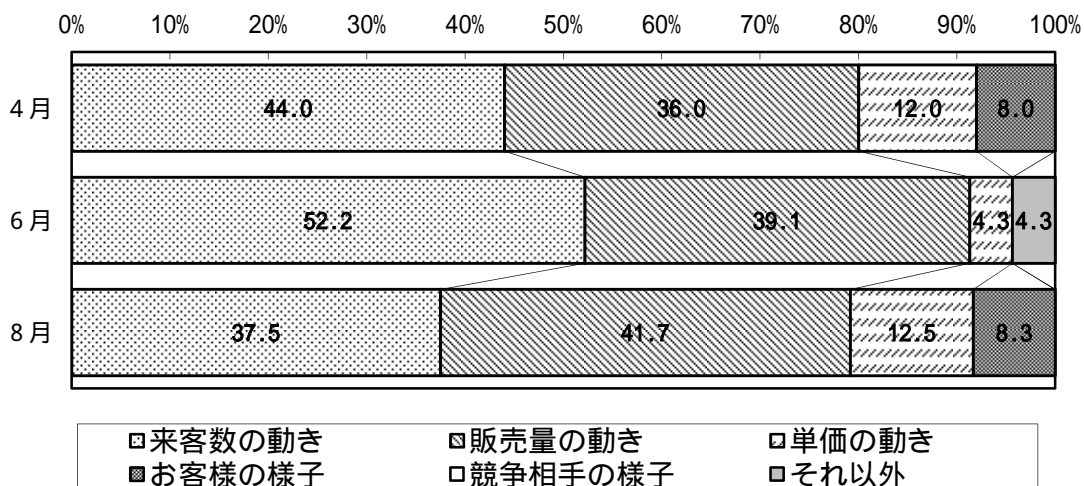
(D I)	平成26年		
	4月	6月	8月
合計	45.0	46.4	47.4
家計動向関連	49.0	43.5	45.8
小売関連	36.5	43.2	42.3
飲食関連	-	-	-
サービス関連	64.3	50.0	54.2
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	41.0	49.0	49.0
製造業	42.9	60.7	50.0
非製造業	40.3	44.4	48.6

(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。

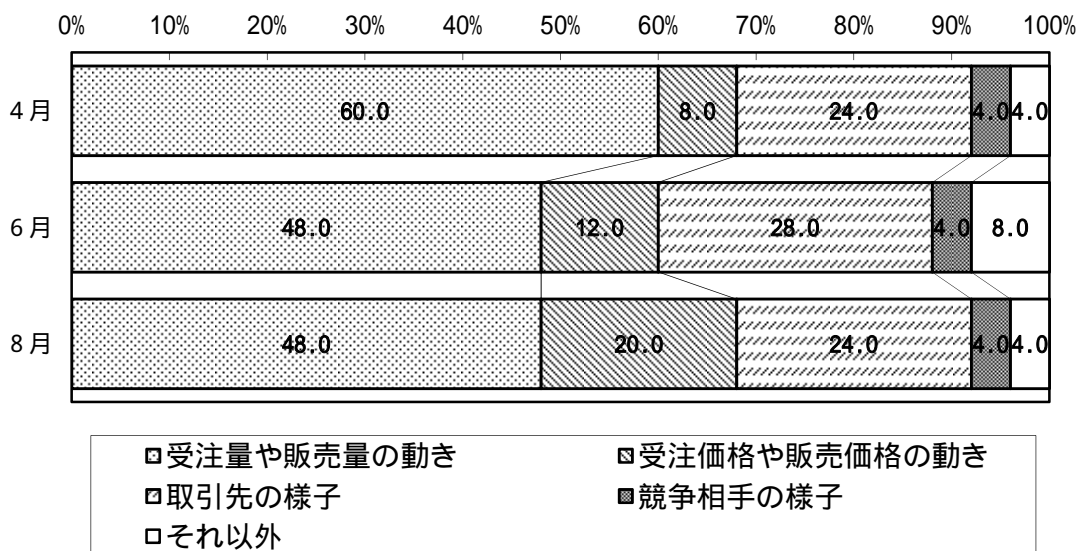
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方加性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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(総務担当)	来客数の動き	・一般の客に加え、訪日外国人の来客数、売上が伸びている。
		一般小売店[文具](販売担当)	お客様の様子	・外国人客の増加が目立ち、購入する量も増加している。日本人客も消費税増税後の厳しい顔から穏やかな顔になり、購買意識が強くなっている。
		百貨店(総務担当)	販売量の動き	・店頭売上は、天候不順に加えクリアランスセール之苦戦などにより伸び悩んでいるものの、月を追うごとにマイナス幅が縮小してきている。
		スーパー(店長代行)	販売量の動き	・消費税増税後の買い控えが解消し、3か月前より販売量は増加傾向にある。
		衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・今月の来客数は前年同月比130%となっており、セールの低い単価を客数でカバーできている状況である。
		高級レストラン(スタッフ)	単価の動き	・7、8月は夏休みで遠出する客も多く、毎年来客数が減り、売上が下がる時期ではある。しかし、来店した客の単価の動きをみると、高いことが多いので、お金の回りは良いのではないかと考えている。
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・7～8月は昼間は暑かったが、例年に比べて熱帯夜の日が少なかったため、意外にも来店客が多く売上も良い。
	変わらない	都市型ホテル(広報担当)	単価の動き	・高額プランの販売が増えてきている。
		高級レストラン(経営者)	お客様の様子	・年度始めから継続して企業の接待予約が入っているが、少人数での個室利用が多い。その分、多くの組数を確保して客を増やすことは難しいため、来客数から判断すると変わらない。
	やや悪く なっている	通信会社(営業担当)	販売量の動き	・春先の移動の時期が過ぎ、販売数も落ち着き、目立った動きがみられない。
		一般小売店[靴](店長)	来客数の動き	・前年同月比で客単価も下がっている。
		スーパー(店長)	来客数の動き	・気温の上昇と天候不順により客数が減少している。
		衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・年々セールの盛り上がりがなくなっている。客は欲しい物がなければセールでも買わない。
		その他レジャー施設(経営者)	来客数の動き	・ボーナスも出ているだろうに客のお金の使い方は厳しい。来店回数も3回のところが2回というように少なくなっている。
悪く なっている	百貨店(業務推進担当)	販売量の動き	・物が売れない。セールでも動きが悪い。	
企業 動向 関連	良く なっている	-	-	-
	やや良く なっている	印刷業・製本業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・まとまった物件が決まり、通常よりも受注量が増えている。また、この時期に少なかったユーザーからの注文も増えている。
		建設業(営業担当)	競争相手の様子	・競争相手に対し入札で勝ち、受注量は増加している。利益も出ている。
	変わらない	新聞業(経営者)	取引先の様子	・前が見えない感じがしている。
		出版業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・7月に発表された2014年上半期書籍、雑誌推定販売金額が前年比マイナス5.9%となっている。最大要因は4月からの消費税増税による読者の購入マインド冷え込みであり、全く良くなる傾向はみられない。
		出版業(経営者)	それ以外	・景気が良いのは大企業のみである。
		印刷業・製本業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・発注数量が減少している。客も厳しいところがあると感じる。
		金融業[証券](営業担当)	取引先の様子	・4～7月については消費税増税前の駆け込み需要のはく落から徐々に巡航速度への回復がみられるが、一巡した状況でみると、主に消費財需要の面においては以前の水準を維持しきれない印象である。
卸売業[機械器具](営業担当)	受注価格や販売価格の動き	・思ったほど受注量が増えてきていない。		

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
		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	・それなりに新規営業等の問い合わせはあるが、価格が厳しいか他業者との価格のたたき合いによる低コストでの受注となる。
	やや悪くなっている	新聞業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・企業の広告出稿意欲は業種によってまだら模様で、全体的に力強さが無い。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量が前年同月比で落ち込んでいる。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・夏季休暇のため、実働日数の減少が発注量の減少に影響している。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・観光地化されている商店街でも客が減少傾向にある。土日の人通りも少ない。
	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(総務担当)	・10月1日から訪日外国人などへの免税対象品目が拡大され、化粧品や食品が対象となることも売上拡大に貢献してくれる。
	やや良くなる	一般小売店[文具](販売担当)	・外国人客の増加、冬の賞与増による個人消費の増加などの明るい材料が多い。ただし、世界情勢は気掛かりである。
		百貨店(総務担当)	・消費税増税に伴う消費の反動減は月を追うごとに減少傾向にある。
		百貨店(広報担当)	・消費税増税による落ち込みからの完全な回復はまだだが、消費動向は底堅く、今後も回復基調に向かっていくものと思われる。
		通信会社(営業担当)	・日経平均株価がここ数か月上昇しており、このまましばらくは上昇していくと想定するためである。
		競馬場(職員)	・ここ数か月、売上が前年と比較して数%上がっているのので、先行きもやや良くなる。
		設計事務所(所長)	・消費税増税に伴う駆け込み需要の反動減からの回復が足踏み状態なので、今後回復してくると見込んでいる。
	変わらない	一般小売店[食品](店長)	・客の買い控えの姿勢はすぐに改善しそうにない。余分な買物をしないとといった雰囲気を感じられる。
		スーパー(店長代行)	・景気が良くなる材料が見当たらないので変わらない。
		コンビニ(店長)	・これからも大きな変化はない。
		衣料品専門店(店長)	・冬のセール前の買い控えが目立つ時期なので、現状維持が精一杯である。
		高級レストラン(経営者)	・夏場は特に異常気象の影響によって客足が乱れるが、秋にかけて食材が多く出回ることにより、総じて飲食店は好転する。
		高級レストラン(スタッフ)	・10月から年末にかけて、飲食店は売上増加が期待できるが、まだ2~3か月くらいの間は暑い時期でもあるので、あまり変わらない。
		一般レストラン(経営者)	・8月は良いと思うが、9月に入るといつも暇になり、10月も意外と忙しくならないので、トータルすると変わらない。9、10月が忙しくなれば良くなる。
		一般レストラン(経営者)	・景気の悪さに加え、観光地化したことで客が買物をしない。これからもこの傾向は続くと思われるので、良くなるとは思わない。
		都市型ホテル(広報担当)	・夏休み時期はビジネス動向が低下するからである。
		通信会社(営業担当)	・実際の景気回復はまだ途上であり、現状維持が精一杯だと思われるからである。
	その他レジャー施設(経営者)	・7月から8月始めまではいくらか良くなるべきだが、今年は逆に少し悪くなっている。これでは先々良くなると思えない。	
	やや悪くなる	一般小売店[靴](店長)	・ロシア、ウクライナ、中国、ベトナムなどの紛争が世界経済に影響してくるからである。
スーパー(店長)		・猛暑が続き、天候不順が続くと悪くなりそうである。農作物などにも影響すれば悪化してしまう。秋への季節の変化に期待している。	
悪くなる	一般小売店[和菓子](経営者)	・来年の更なる消費税増税を控え、無駄な出費を抑えるのではないかと。特に円高、株高に振れているわけでもないのに、景気回復とは言えず、現政権の負の部分が目立つようになってきているように感じられる。	
	百貨店(業務推進担当)	・流行が昨年とさほど変わっておらず、販売意欲に欠ける。流行が明確でないと商品は売れない。	
	旅行代理店(支店長)	・9月以降の旅行受注が全く伸びない。	
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	建設業(営業担当)	・発注量が一定しているからである。
		卸売業[機械器具](営業担当)	・秋口から受注の動きが出てくると見込んでいる。
		その他サービス業[造園業](営業担当)	・年度末物件が動き始めるからである。
変わらない	新聞業(経営者)	・変わらないというよりはやや悪くなるというほうが正解かもしれない。	

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
		新聞業（営業担当）	・日経広告研究所の広告需要予測では、2014年度下期は経済対策が徐々に効果を出し始めると予想されるものの、際立った回復はみられないとしている。当社の見通しとしても実感の伴った予測と考えている。
		印刷業・製本業（営業担当）	・今が良い状態なのでこれを維持していきたい。秋にまた動きがあると思うので、その勢いのまま年末に向えるよう頑張りたい。
		印刷業・製本業（経営者）	・価格競争がまだ続いており、下落する一方である。
		建設業（経営者）	・新築計画の引き合いは多々あるが、資材の高騰、労務賃金の値上がり等で受注できないため、現在のままで推移していく。
		建設業（営業担当）	・現状から判断して、景気は変わらない。
		輸送業（従業員）	・受注量の変化がないので変わらない。
		通信業（営業担当）	・政情が不安定だからである。
		通信業（営業担当）	・状況が変動するような要因が見当たらない。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・3月決算企業の第1四半期決算については概ね予想に近似した実績が多かったものの、ここへきて下期計画の見直しが進められる中で、やや保守的に計画を引き直す企業が増えていくように感じられる。要因としては、メーカーでは国内生産需要の伸び悩み、小売、サービスでは消費税率の再引き上げ、4～7月の想定を超える需要の落ち込みが挙げられている。
		卸売業〔飲食料品（鮮魚）〕（経営者）	・当地域について、流動的な状況にあるのは良くなる要素であるが、飽きられる可能性があるというのは悪くなる要素である。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・得意先の動きは現況のまま変化しないと思われる。
		経営コンサルタント	・中小企業でも給与が若干上昇しつつあるが、家庭内の支出が上昇分を上回るため、財布のひもは固い。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・消費税増税、人件費などのコスト増に伴う収益圧迫、収益低下が大きく、実体としてはほぼ横ばい状態が続く見込みである。
		やや悪くなる	
出版業（営業担当）	・良くなる、または現状を維持できるような理由が見当たらない。		
卸売業〔機械器具〕（従業員）	・今期の受注見通しは当初から厳しかったが、現状、更に厳しさを増しており、下期への期待も薄い。利益面を重視して業績向上に努める。		
悪くなる		卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	・消費税増税後の数字が明らかになってきており、景気に悪い影響を与えるのではないかと心配している。

(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	4	
	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	1	
	コンビニエリア担当・店長	1	
	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]		1	
司法書士・経営コンサルタント・会計事務所職員等		0	
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	