

# 中央区内景气动向调查

平成 23 年 6 月調査結果

平成 23 年 7 月 15 日

中央区

## 総 括

### 平成 23 年 6 月の動き

中央区内における 6 月の現状判断 D I は合計で 39.4 と、東日本大震災の発生を受けて落ち込んだ前回調査から 23.8 ポイントの上昇となった。景気の先行き判断 D I は合計で 41.5 と前回調査から 10.9 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23年			前回調査 からの変化
	2月	4月	6月	
合計				
現状判断 D I	46.9	15.6	39.4	( 23.8 )
先行き判断 D I	47.4	30.6	41.5	( 10.9 )

## 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 23 年 6 月調査の調査票発送は 6 月 9 日（木）、回答期限は 6 月 17 日（金）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区内における現状判断DIは合計で39.4と、東日本大震災の発生を受けて落ち込んだ前回調査から23.8ポイントの上昇となった。分野別にみると、家計動向関連DIは32.2ポイント、企業動向関連DIは16.4ポイントとそれぞれ上昇している。構成比では、「悪くなっている」と回答する人の割合が34.3ポイント減少し、「やや良くなっている」と回答する人の割合が21.2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

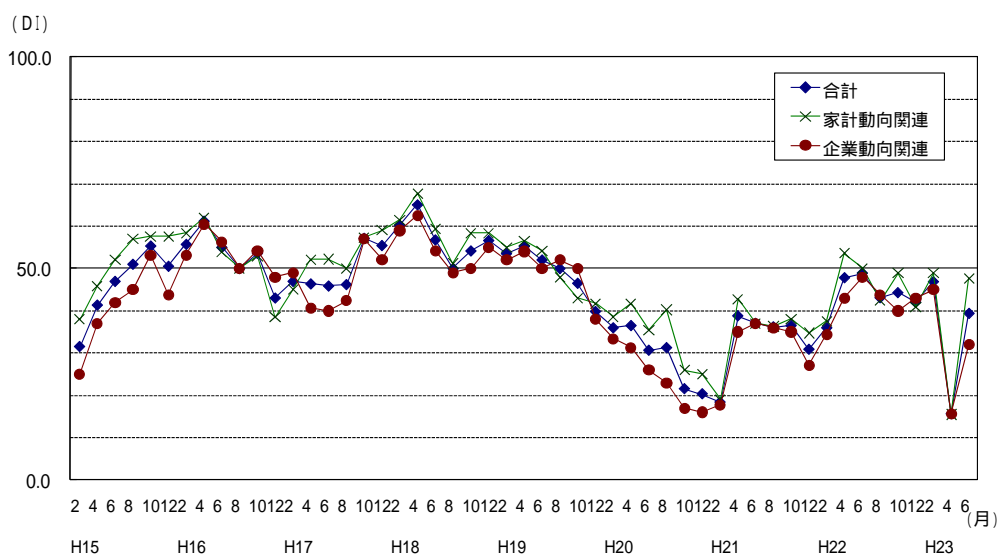
(DI)	平成23年			
	2月	4月	6月	(変化幅)
合計	46.9	15.6	39.4	(23.8)
家計動向関連	48.9	15.5	47.7	(32.2)
小売関連	43.2	19.4	50.0	(30.6)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	57.1	14.3	35.7	(21.4)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	45.0	15.6	32.0	(16.4)
製造業	57.1	7.1	46.4	(39.3)
非製造業	40.3	19.1	26.4	(7.3)

(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	2	0.0%	29.2%	39.6%	20.8%	10.4%
	4	0.0%	2.2%	13.3%	28.9%	55.6%
	6	0.0%	23.4%	31.9%	23.4%	21.3%
(変化幅)		(0.0)	(21.2)	(18.6)	(-5.5)	(-34.3)

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41.5と前回調査から10.9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12.0ポイント、企業動向関連DIは10.0ポイントといずれも上昇している。構成比では、「悪くなる」と回答する人の割合が22.7ポイント減少し、「やや良くなる」、「変わらない」、「やや悪くなる」と回答する人の割合が増加している。

図表2-1 各分野における景気の先行き判断DIの推移表

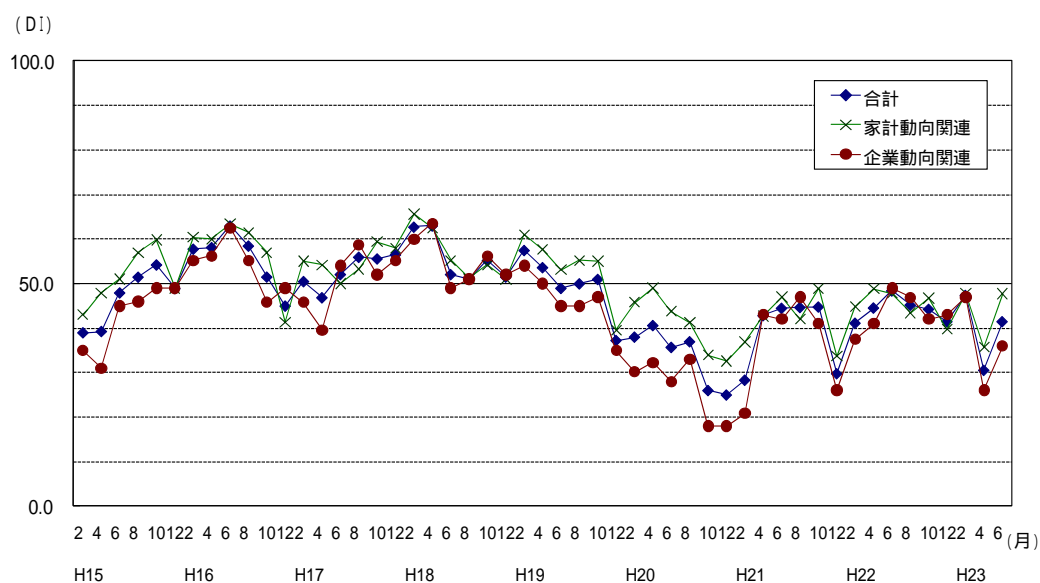
(DI)	平成23年			
	2月	4月	6月	(変化幅)
合計	47.4	30.6	41.5	(10.9)
家計動向関連	47.8	35.7	47.7	(12.0)
小売関連	40.9	30.6	40.0	(9.4)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	50.0	32.1	50.0	(17.9)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	47.0	26.0	36.0	(10.0)
製造業	50.0	25.0	35.7	(10.7)
非製造業	45.8	26.5	36.1	(9.6)

(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。

図表2-2 構成比

年	月	構成比				
		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	2	2.1%	16.7%	56.3%	18.8%	6.3%
	4	0.0%	13.3%	28.9%	24.4%	33.3%
	6	0.0%	19.1%	38.3%	31.9%	10.6%
(変化幅)		(0.0)	(5.8)	(9.4)	(7.5)	(-22.7)

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

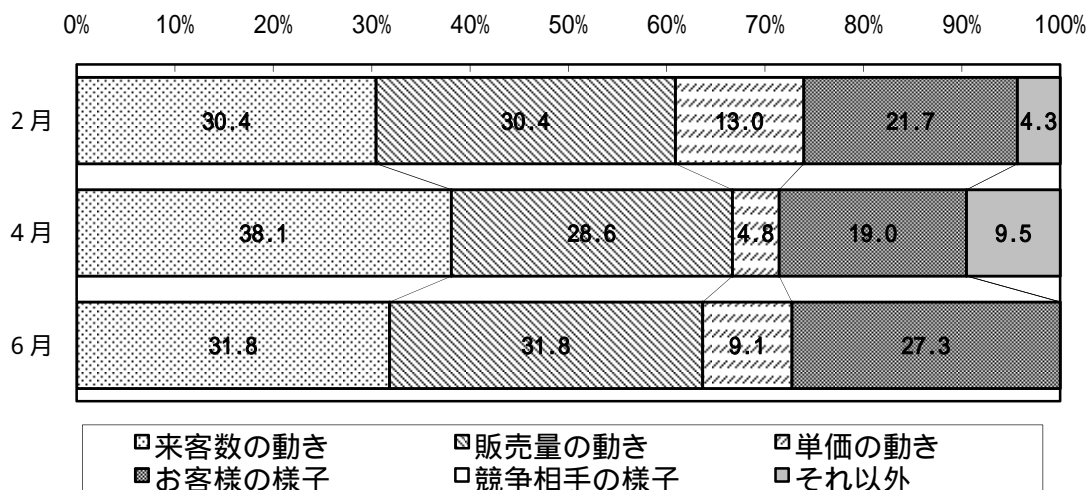
(D I)	平成23年		
	2月	4月	6月
合計	33.9	15.6	29.8
家計動向関連	41.3	11.9	33.0
小売関連	40.9	19.4	35.0
飲食関連	-	-	-
サービス関連	39.3	7.1	21.4
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	27.0	18.8	27.0
製造業	35.7	17.9	35.7
非製造業	23.6	19.1	23.6

(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。

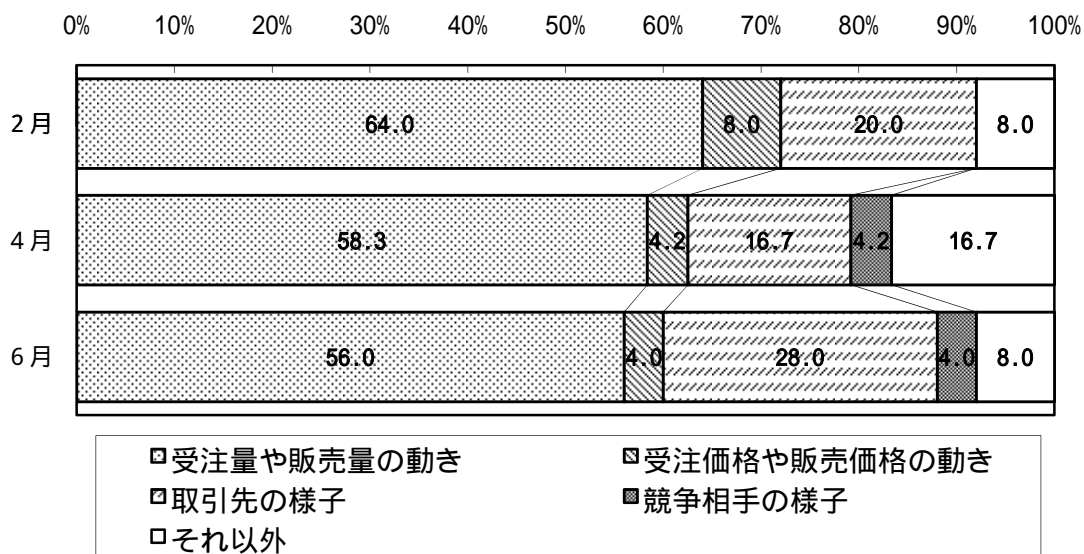
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方角性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

## 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	-	-	-
	やや良く なっている	一般小売店 [靴] (店長)	販売量の動き	・東日本大震災のあった3か月前と比べれば、回復している。セール直前であるが、客は購買意欲を持っている。
		百貨店 (広報担当)	お客様の様子	・東日本大震災後、当社の主要顧客である20~30代OLの需要回復は早かった。その後、一旦は落ち着いたものの、ここにきて季節商材を中心に価格を早期に落としたことも起因して、購買意欲の高まりを感じる。ただし、年齢層の高い客の需要はいまだに低迷している。
		高級レストラン (スタッフ)	お客様の様子	・土日の来客数が増えている。夜も遅くまで食事をし、単価が高くなっている。会社の会食も増えてきている。
		一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・東日本大震災の時から比べれば8~9割の客が戻ってきてくれている。あとは観光客が戻ってきてくれれば元に戻る。
	変わらない	百貨店 (売場主任)	来客数の動き	・銀座~日本橋地区の回復が他エリアと比較してかなり遅れている。わざわざ買いに行くというよりも、家の近隣の商業施設で対応しているようである。
		百貨店 (総務担当)	販売量の動き	・東日本大震災から3か月が経過し、若干ではあるが売上動向に安定感を取り戻しつつある。
		コンビニ (経営者)	単価の動き	・退社後もそのまま家へ直行する人が多く、余計な物は買わないという意識が強いようである。したがって、客数の割に売上が伸びていない。
		衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・海外の客がまだ少ない。
		衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・東日本大震災以降、ゴールデンウィークには少々活気が戻りつつあるようにも感じたが、やはり来客数は増える気配がない。日中出掛けて来ていた40代後半~50代のミセスの姿もかなり減っている。
		高級レストラン (経営者)	お客様の様子	・客単価は10%減少したままである。少人数で個室を希望する問い合わせが大変多く、先着順にて予約を受けているが、1日当たりの標準来客数に満たない日が多い。
		都市型ホテル (広報担当)	来客数の動き	・外国人客の利用が完全に戻っていない。レストランの夜の利用客も若干少ない。客室稼働は戻りつつあるが、客室単価が上がらない状況である。
	その他レジャー施設 (経営者)	来客数の動き	・東日本大震災直後よりはいくらか良くなってきている。また、気分的にも多少楽になったような気がする。	
	やや悪く なっている	スーパー (店長)	単価の動き	・客数の変動はないが、買上点数、1品単価が下がっている。
都市型ホテル (経営者)		来客数の動き	・東日本大震災の後、外国人は全く来ない。また、日本全体が自粛ムードになり、しばらくしたら反対に自然体でということになったが、なかなか回復していない。	
通信会社 (営業担当)		販売量の動き	・東日本大震災後の影響のさなか、春先の異動時期が終わり、例年と比べても販売数の伸びが見られない。	
通信会社 (営業担当)		お客様の様子	・消費を控えている様子が見受けられる。	
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 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・若干ではあるが返品量が減り、出荷量が増えてきている。
		印刷業・製本業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災でストップしていたものが今動いているようだが、まだ自粛ムードが続いている感じがある。
卸売業 [機械器具] (営業担当)	それ以外	・東日本大震災によるメーカーからの商品供給が少しずつ回復しつつある。受注残になっていた物が動き出した関係で、今月は少し良い状態である。		

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
	変わらない	新聞業（経営者）	取引先の様子	・電力節減の影響、労働者の激減による営業時間の短縮等が見られる。
		建設業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・仕事量が少ないので、同業者間の競争が厳しくなっている。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量にばらつきがあるが、全体的にはさほど変化はない。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・悪い状態に変化がない。景気低迷を早く脱却して欲しい。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・徐々に客の動きが戻りつつあるものの、単価が上がらないようである。水など一部の銘柄で不足していたり、まだ東日本大震災の影響があるようである。
やや悪くなっている		印刷業・製本業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・確かに一時期のひどい状態よりも多少は動きがあり、年度末から量的には同じくらいで推移している。しかし、夏に向けてはあまり期待できない。
		印刷業・製本業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ダイレクトメールの葉書の受注が減っている。セールの自粛の影響が経費の節約か、どちらにしろ受注量が減少している。
		金融業〔証券〕（営業担当）	取引先の様子	・前回報告において見極められなかった東日本大震災後の企業の業況を見ると、首都圏において急激に落ち込んだ業種というのは極めて限定されるものの、節電対策等により、一様に稼働を控えている印象がある。また、震災直後に見られた一部の特需傾向も早々にはく落ちており、景況としては緩やかに低降している印象である。
悪くなっている		出版業（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災以来、消費者心理が臆病になっており、消費マインドは冷え込む一方である。
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・前年同期より受注量が低い。
		金融業〔証券〕（営業担当）	それ以外	・政府の支援なしでは経済が立ち直らない状況にもかかわらず、国民の財布のひもを締め付ける消費税の引き上げの議論をしているようでは、景気が上向くとは思えない。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災前は好調だったが、3月後半から現在まで苦しい状態である。
		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	・得意先が生産能力の低下、停止により大きな影響を受け、売上高、利益が下降、特別損失の計上等が大きく、契約額の削減が数件来ている。

#### 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〔靴〕(店長)	・季節の変わり目でもあり、8～9月ごろには購買意欲が増してくるので、客にしっかりと打ち出し提案をする必要がある。現在、レインシューズの販売が好調なのも、この1つである。	
		百貨店(営業推進担当)	・東日本大震災からの復興対策が進み、消費マインドも徐々に改善すると見込まれる。	
		高級レストラン(スタッフ)	・東日本大震災の不安も少しずつなくなっているようである。今まで家にいた分、外食時に落とす金額が高くなっているため、今後、宴会も増えるのではないかと見ている。	
		通信会社(営業担当)	・東日本大震災後は景気が低迷したが、今後の展望が見えてきて少しずつ良くなる。	
		設計事務所(所長)	・耐震診断、耐震補強に関する問い合わせが増えている。	
	変わらない	百貨店(売場主任)	・東日本大震災以降3か月が経過したが、ミセス層を中心に当エリアの購買動向は復調が鈍い。ヤング、キャリアで戦う渋谷、新宿、池袋は回復傾向にある。	
		百貨店(総務担当)	・景気回復に向け、確かな好転の兆しを感じられない。	
		衣料品専門店(店長)	・婦人服は夏のセールに入るが、セールの前倒しによりインパクトが薄れると共に長期化することで客がセール慣れし、全体の活気がなくなる可能性がある。節電による商業施設の館内温度や移動時の公共機関等の空調制限も、出掛けるのをためらってしまう要因となるかもしれない、都心部まで出掛ける回数が減るのではないかと心配である。	
		高級レストラン(経営者)	・今後も少人数での個室希望者が増加する模様である。東日本大震災による影響は回復しつつあるが、まだ以前の状態に戻るのにはかなり難しい。	
		一般レストラン(経営者)	・イベント、祭事、その他いろいろ無くなっているが、今のまま秋まで続くような気がするため、変わらない。	
		一般レストラン(経営者)	・客数は多くなり始めたが、観光客が多く、販売増への要因とはならないため、これからも景気の動向はあまり上向くとは思わない。	
		都市型ホテル(広報担当)	・外国人客、特に観光目的の客は今後急には戻らない。最低、現状維持ができれば、である。	
		通信会社(営業担当)	・東日本大震災がもたらした影響は計り知れないものがあり、復興にはかなりの時を要する。	
		競馬場(職員)	・東日本大震災以降は販売、人員とも振るわないが、現状よりは悪くならない。	
		その他レジャー施設(経営者)	・自粛、自粛という気は薄くなっていくのかもしれないが、思い切って遊ぼうという気にはならない。	
		やや悪くなる	一般小売店〔和菓子〕(経営者)	・原発がどうなるか分からないので、今のままでは不安で心に余裕がなく、余分なお金が出てこない。
			百貨店(広報担当)	・早期の値下げにより購入すべき季節商材がない。また、各種イベントの自粛によるモチベーションの低下、環境、気候の問題も行動や購買動機に影響を及ぼす。ただし、家電やビアガーデンなど一部活気をもたらすものも出るので、差し引きでやや悪くなる。
			スーパー(店長)	・東日本大震災以降、売上、特に生鮮食料品が落ち込んでいるので、先行きもやや悪くなる。
			都市型ホテル(経営者)	・福島第一原子力発電所の問題が解決しないと、次のステップや展望が開けない。
	悪くなる	コンビニ(経営者)	・デフレ傾向に加え、消費をしないため、やや悪くなる。	
企業 動向 関連	良くなる	-	-	
	やや良くなる	建設業(営業担当)	・復興関連事業が本格的に動けば期待できる。	
		卸売業〔飲食料品(鮮魚)〕(経営者)	・東日本大震災から3か月たち、観光客も戻りつつある。中国からの観光客も半年の半分強くらいに戻ってきている。	
		卸売業〔機械器具〕(営業担当)	・メーカーからの供給が更に回復する見通しがあり、受注につながっていく。	
		経営コンサルタント	・まだまだ不安定が続くそうだが、福島第一原子力発電所の問題が収束に向かえば、多少なりとも良くなる。	
	変わらない	新聞業(経営者)	・基本の経済力の底が深いから、変わらない。	
	新聞業(営業担当)	・企業の生産設備への影響、電力不足による生産調整、消費マインドの減退など、懸念材料も多く、まだ不透明なところが大きい。		

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
		出版業（営業担当）	・福島第一原子力発電所の問題、東日本大震災の復興、政局など不透明なことが多く、2～3か月後の展望が見えてこない。
		印刷業・製本業（経営者）	・先物の商談が減っている。現状を維持できればよい。
		輸送業（従業員）	・受注量はこの先さほど変化はない。
		通信業（営業担当）	・被災地の復興が遅々として進んでいないこと、福島第一原子力発電所の収束見込みがはっきりしないことから、先の展望に明かりが見えてこない。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・東日本大震災による東北地方の直接的な被害を除けば、経済活動におけるサプライチェーンについては相応に改善されたと思う。今後は復興活動やそれに伴う需要によって景気のかさ上げが期待されるところではあるが、経済産業省の緊急実態調査等からも、特に加工業種における原材料調達の改善見通しは6月10日以降となる見込みであり、景気への弾力性がやや遅延することを考えれば、年内は厳しい状況が継続する。
	やや悪くなる	印刷業・製本業（営業担当）	・夏の時期は毎年下がるものと思うが、今年は特に節電等、余計なものを省く傾向があるので、動きは悪くなる。
		印刷業・製本業（営業担当）	・夏を迎えて電力の影響で生産活動が落ちるため、企業の活動は必然的に落ちてしまう。休日が多い分、個人の消費に期待せざるを得ない。
		通信業（営業担当）	・政治が混迷しているので、やや悪くなる。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・大企業の発注に頼っている状態である。
		卸売業〔機械器具〕（従業員）	・東日本大震災の影響もあり、公共事業予算の縮小が表面化し始めている。特に西日本に影響が大きい。上下水道は放射線問題の長期化が懸念され、今後の見通しが不透明である。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・スポット業務等、契約外業務がなかなか受注できない。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・原子力災害がある程度結末に向かわないと、諸事影響が大きい。
		その他サービス業〔造園業〕（営業担当）	・福島第一原子力発電所の事故が収束しないため、やや悪くなる。
		その他サービス業〔管工事業〕（経営者）	・仕事量が減少している。
	悪くなる	建設業（経営者）	・補正予算も決まらず、すべてが後ろ向きになっている。復興景気は一部地域の一部業者だけである。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・2～3か月ではまだ復興需要なども数字では上がってくる見込みがない。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	・元々夏期は低調な業界だが、東日本大震災後の苦戦と重なって厳しくなる。

(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		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		