

中央区内景气动向调查

平成 25 年 2 月调查结果

平成 25 年 3 月 15 日

中央区

総 括

平成 25 年 2 月の動き

中央区内における 2 月の現状判断 D I は合計で 54.7 と、前回調査から 13.2 ポイント上昇している。景気の先行き判断 D I は合計で 57.8 と前回調査から 13.1 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		平成25年		前回調査 からの変化
	10月	12月	2月		
合計					
現状判断 D I	41.0	41.5	54.7		(13.2)
先行き判断 D I	42.6	44.7	57.8		(13.1)

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 25 年 2 月調査の調査票発送は 2 月 7 日（木）、回答期限は 2 月 15 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 48 名、有効回答率は 96.0%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54.7と、前回調査から13.2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57.6と、前回調査から12.1ポイント上昇し、企業動向関連DIは52.0と、前回調査から14.0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18.4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17.3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

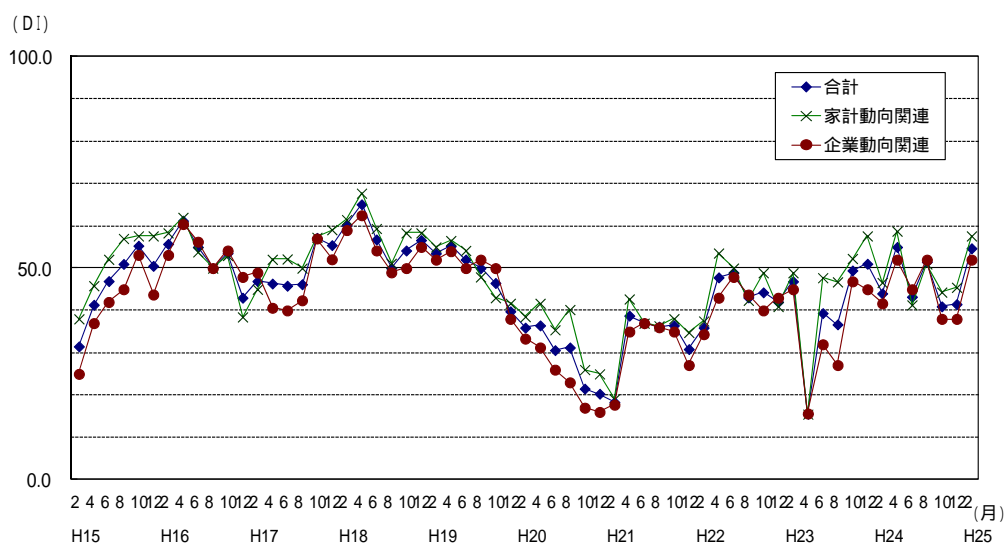
(DI)	平成24年		平成25年		(変化幅)
	10月	12月	2月		
合計	41.0	41.5	54.7		(13.2)
家計動向関連	44.3	45.5	57.6		(12.1)
小売関連	32.5	47.7	52.3		(4.6)
飲食関連	-	-	-		(-)
サービス関連	53.6	46.4	71.4		(25.0)
住宅関連	-	-	-		(-)
企業動向関連	38.0	38.0	52.0		(14.0)
製造業	35.7	28.6	53.6		(25.0)
非製造業	38.9	41.7	51.4		(9.7)

(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	10	0.0%	10.6%	57.4%	17.0%	14.9%
	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%
(変化幅)		(2.1)	(18.4)	(3.2)	(-17.3)	(-6.4)

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

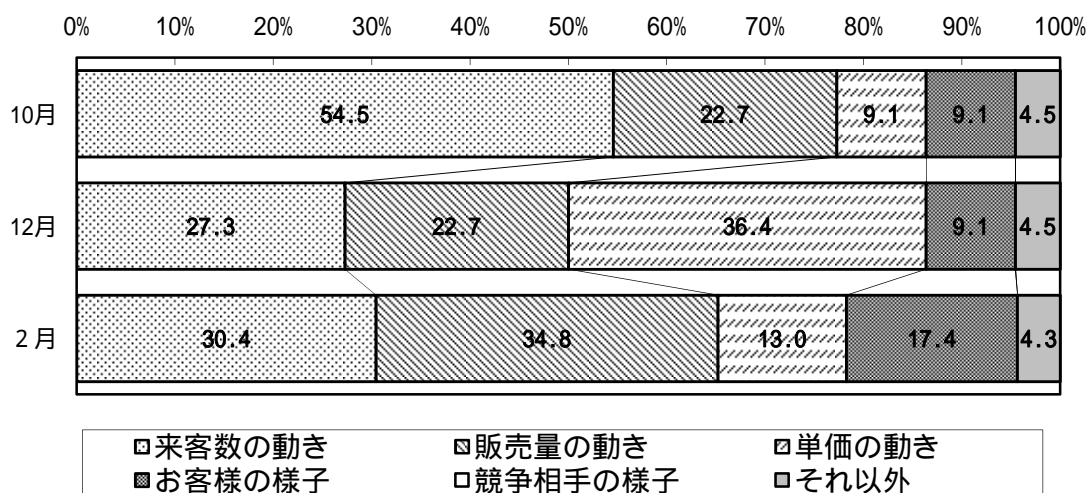
(D I)	平成24年		平成25年	
	10月	12月	12月	2月
合計	30.9	35.6	35.6	44.3
家計動向関連	33.0	37.5	37.5	46.7
小売関連	25.0	34.1	34.1	40.9
飲食関連	-	-	-	-
サービス関連	42.9	39.3	39.3	57.1
住宅関連	-	-	-	-
企業動向関連	29.0	34.0	34.0	42.0
製造業	28.6	28.6	28.6	46.4
非製造業	29.2	36.1	36.1	40.3

(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。

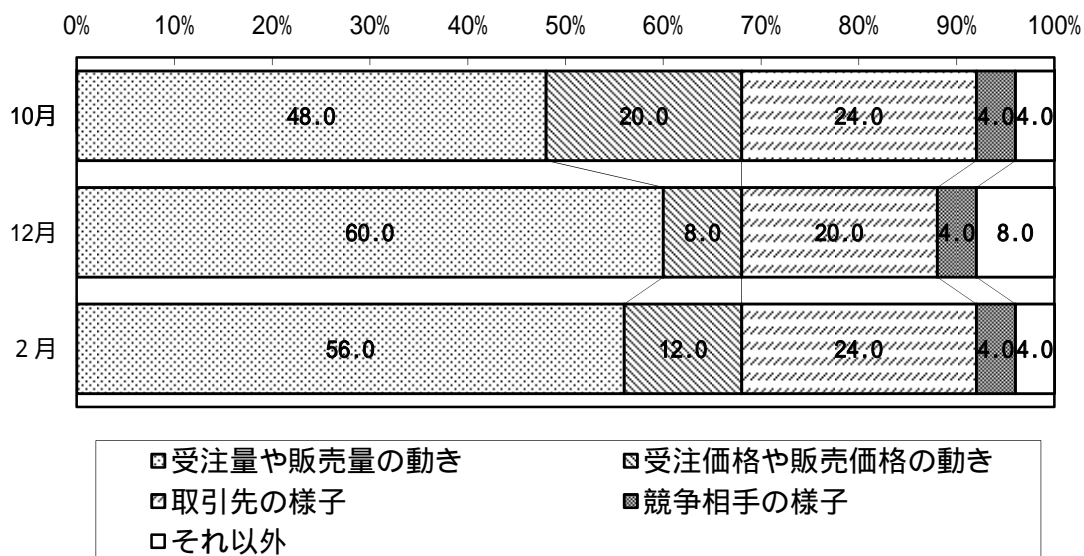
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方加性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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	通信会社(営業 担当)	受注価格や販売 価格の動き	・1月に比べ、販売量が増えている。また、前年比を 単月ベースで上回っている。	
		やや良く なっている	一般小売店 [靴](店長)	それ以外	・円安、株価上昇で大企業の収益が回復傾向にある。
			百貨店(売場主 任)	お客様の様子	・買い控え傾向が強かった先月とは異なり、春物新商 品にも敏感に反応している。
		都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・政局の変化により、今までの閉塞感が少なくなっ てきたようである。ただし、これがいつまで続くの か、まだ信頼感は少ない。	
		旅行代理店(支 店長)	受注価格や販売 価格の動き	・次年度の旅行の予約が好調に入ってきている。	
	通信会社(営業 担当)	販売量の動き	・年明けから、会社の移転や個人の引越しの時期を迎 え、それと同時に物品の動きも活発化してきており、 少しずつ販売量が増え始めている。		
	変わらない	百貨店(総務担 当)	受注価格や販売 価格の動き	・特選衣料雑貨や宝飾品等の高額品の売上は順調に推 移しているものの、全体では厳しい景況である。1月 の降雪の影響も大きい。	
		スーパー(店 長)	来客数の動き	・来客数は上向き傾向だが、客単価は下降傾向であ る。	
		スーパー(店長 代行)	お客様の様子	・デフレから脱却できない。	
		衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・前年並みの売上は維持しているが、年々セールの盛 り上がりがなくなってきた。	
衣料品専門店 (店長)		取引先の様子	・低単価の物への反応はあるが、春物は新作のため価 格が高いというイメージがあり反応がない。		
高級レストラン (経営者)		お客様の様子	・3か月前は季節的要因による繁忙期のため、売上が 増加しており、前年比ではほぼ横ばいである。政権交 代し、円安や株価上昇により景気が回復すると、業界 にも影響があると推測する。具体的な客の様子で は、低価格のメニューが主流であり、なかなか目標に 届かないのが現状である。		
一般レストラン (経営者)		来客数の動き	・正月が過ぎてからは来客数が減っていたが、ここ に来て特に週末には客が戻ってきている。		
都市型ホテル (広報担当)		来客数の動き	・宿泊における客室稼働率は比較的高く推移してい るが、単価については大きな変化はない。平日の飲料施 設、特に夜間の利用は苦戦している。		
その他レジャー 施設(経営者)	来客数の動き	・常連客のみで、新規の客が来ない。もう少し暖かく なれば、また客の動きも多少見れるのではないかと。			
やや悪く なっている					
悪く なっている	-	-	-		
企業 動向 関連	良く なっている	-	-	-	
		出版業(経営 者)	取引先の様子	・アベノミクスの効果か、将来の予測について少し明 るいことを言う人が出てきている。景気は気が大事で ある。	
		印刷業・製本業 (営業担当)	それ以外	・円安や株価上昇により、やや良くなっている。	
		通信業(営業担 当)	来客数の動き	・年度末に向け、受注量が増加傾向にある。	
	卸売業[機械器 具](営業担 当)	来客数の動き	・年度末に向け、予定していた受注はほぼきている。		
	変わらない	出版業(営業担 当)	受注量や販売量 の動き	・円安、株価上昇と企業にとって好材料となってい るようだが、消費者には恩恵がないため、販売量の増加 はみられない。	
		印刷業・製本業 (営業担当)	来客数の動き	・時期的には受注量が増えるはずだが、昨年後半から 横ばいのままであり、このまま上がらないのではない かと危惧している。	
建設業(営業担 当)		来客数の動き	・引き続き、資材、人員の不足が心配される。		

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
		建設業（営業担当）	競争相手の様子	・競争相手が多く、受注に伸びがみられない。作業員不足によりコストも高くなり、利益増は厳しい。
		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横ばいのためである。
		金融業〔証券〕（営業担当）	取引先の様子	・円安を背景に株式市況は堅調な推移となっているものの、内容は創薬バイオ企業や新規上場銘柄等といった、一部の値動きの良いものに指向が集まり、実態としての業績動向を見越した展開とはなっていない。また、各企業共、足元で来期予算の策定が進められているが、積極的な設備投資施策が固まっている企業はほとんど見られない。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・特別、変化の兆しがみられない。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・円安傾向に進み、自動車業界をはじめ大手企業より回復の兆しがある。中小零細企業はまだ時間が掛かる。
	やや悪くなっている	印刷業・製本業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・価格の値下げ圧力が、相変わらず強い。
	悪くなっている	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	・3月の決算に向け、契約内容の見直し、仕様変更及びコストダウンの要請が数社よりある。

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	通信会社（営業担当）	・メディアでも景気回復が報道されており、景気のどん底から抜け出したような昇り調子の感覚が、一般消費者に根付き始めている。
	やや良くなる	百貨店（営業推進担当）	・政府の経済対策により、消費者の購買意欲が、今後徐々にではあるが高まっていくものと期待している。
		百貨店（売場主任）	・円安や株価上昇等の好材料の影響で、客も明るい気分が増している。
		百貨店（業務推進担当）	・春の売出しの強化とリニューアルに期待している。
		百貨店（広報担当）	・政府の景気対策次第である。
		高級レストラン（経営者）	・社会情勢から、希望も含めて景気が良くなると推測する。次年度の動向が鍵となってくるだろう。
		高級レストラン（スタッフ）	・3月に入ると歓送迎会が多くなり、宴会が昨年よりやや増加している。
		一般レストラン（経営者）	・これから暖かくなってくれば、客も徐々に来るようになる。寒いより暖かいほうが人が出てくるため、今より良くなる。
		都市型ホテル（経営者）	・円安、株高が続き、産業に少し活力が出てきたようである。ビジネスも少し動き出している。
	競馬場（職員）	・発売金の改善が若干みられる。	
	設計事務所（所長）	・受注量が増えている、単価もやや改善している。	
	変わらない	一般小売店〔靴〕（店長）	・給与が増える企業は大手企業のみで、中小企業との格差が広がると思う。
		百貨店（総務担当）	・食料品をはじめ、紳士服、婦人服、雑貨関連など、全体的な景気浮揚はまだ先と感じる。
		スーパー（店長）	・天候、気温に左右されるシーズンのため難しい。年度替わりと新生活にやや期待感はある。
		スーパー（店長代行）	・民間の所得が上がらなければ変わらない。
		衣料品専門店（店長）	・ミセスの層が多く利用するため、本当に景気が良いと感じなければ、必要な物をじっくり考えて購入する傾向はまだ続きそうである。
		一般レストラン（経営者）	・来客数は変わらず、販売量、販売単価があまり変わらない。
		都市型ホテル（広報担当）	・円安による海外からの利用増を見込みたい。ビジネスだけでなく観光目的の来日に期待したい。
		旅行代理店（支店長）	・特に良くなるような目立った要素がない。
通信会社（営業担当）		・4月の新年度を迎えるまでは、一時的に良くなるとは思いますが、具体的な景気対策が強く打ち出されないと根本的なところは変わらないし、良くはならないと思う。	
その他レジャー施設（経営者）		・新規の客を増やそうと努力し、費用を掛けてもすべて無駄であり、諦めている。有難いのは常連客のみである。心から感謝している。	
やや悪くなる	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・一部では回復するかもしれないが、個人の消費にはつながらないのではないか。参議院選挙までの見せかけの好景気になりそうな気がする。個人の財布のひもが固くなるのではないかと心配である。	
悪くなる	－	－	
企業 動向 関連	良くなる	－	－
	やや良くなる	新聞業（経営者）	・過去数年間の沈滞ムードから解放された感がある。世の中が動いてきた前向きな感じがする。
		出版業（経営者）	・新政権のロケットスタートが、どこで失速するか分からないが、とにかくカンフル剤になったことは確かである。
		印刷業・製本業（営業担当）	・アベノミクスへの期待感に尽きる。
		印刷業・製本業（営業担当）	・年度末の需要は必ずあるため、今後は良くなるはずである。
		建設業（営業担当）	・補足予算が執行されれば、受注量が増える可能性がある。
		輸送業（従業員）	・新たな注文が入る予定のためである。
		通信業（営業担当）	・新内閣の動向に期待する。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・為替と株価が動いたことにより、投資家の含み損が大幅に改善したことで、市場が活性化したことである。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	・政権交代し、雰囲気が良くなってきている。あとは实体经济が追い付いてくれば、少しは良くなるのではないかと。

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
	変わらない	新聞業（営業担当）	・取引先である広告主の業績は好転の兆しがあるが、広告出稿量などの需要に結び付く実感が弱い。急激な回復は予測し難い。
		出版業（営業担当）	・現政権での経済政策がどこまでうまくいくか不透明であり、値上がり品が多い割に、給料の上昇が望めない。
		建設業（営業担当）	・受注量は変化がないと思うが、作業員の減少が考えられる。
		通信業（営業担当）	・新政権の政策が軌道に乗るか不透明である。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・3月決算企業の第3四半期開示を見ると、一部には通期業績予想の上方修正が見られるものの、一方で下方修正を行う企業も少なくない。新内閣による財政出動政策等がクローズアップされているが、土木建設セクターの株価にさほど反応はなく、また、開示された定性情報からも、今後の復調を見込む記載は極めて限られている。
		卸売業〔飲食料品（鮮魚）〕（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・発注量が増える様子がない。
		経営コンサルタント	・現場で使用しているガソリンなど、一部商品が値上がり傾向である。原価が上がりプラスマイナスゼロが続く。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・景気動向が良くなる要素がない。問題が何ら解決されないままである。一時的な予算の大盤振る舞いは、大きなツケがくること間違いなしである。
			やや悪くなる
卸売業〔機械器具〕（営業担当）	・新年度になると受注は減っていく。予算を考える時期である。		
卸売業〔機械器具〕（従業員）	・公共事業における受注競争が厳しく、計画どおりにいかない。来期に期待したいところだが、まだまだ先行きは不透明で楽観できない。		
その他サービス業〔造園業〕（営業担当）	・年度末に向けた仕事が一段落するためである。		
	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	2	
	百貨店売場主任・担当者	5	
	スーパー	5	
	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	