

中央区内景气动向调查

平成 24 年 4 月调查结果

平成 24 年 5 月 16 日

中央区

総 括

平成 24 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 55.0 と、前回調査から 11.0 ポイント上昇している。景気の先行き判断 D I は合計で 51.1 と前回調査から 4.4 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	平成24年		前回調査
合計	12月	2月	4月	からの変化
現状判断 D I	51.0	44.0	55.0	(11.0)
先行き判断 D I	46.4	46.7	51.1	(4.4)

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 24 年 4 月調査の調査票発送は 4 月 9 日（月）、回答期限は 4 月 17 日（火）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 45 名、有効回答率は 90.0%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55.0と、前回調査から11.0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12.2ポイント、企業動向関連DIは10.3ポイントとそれぞれ上昇している。構成比では、「やや良くなっている」と回答する人の割合が20.4ポイント増加し、「やや悪くなっている」と回答する人の割合が10.6ポイント減少している。

図表1-1 各分野における景気の現状判断DIの推移表

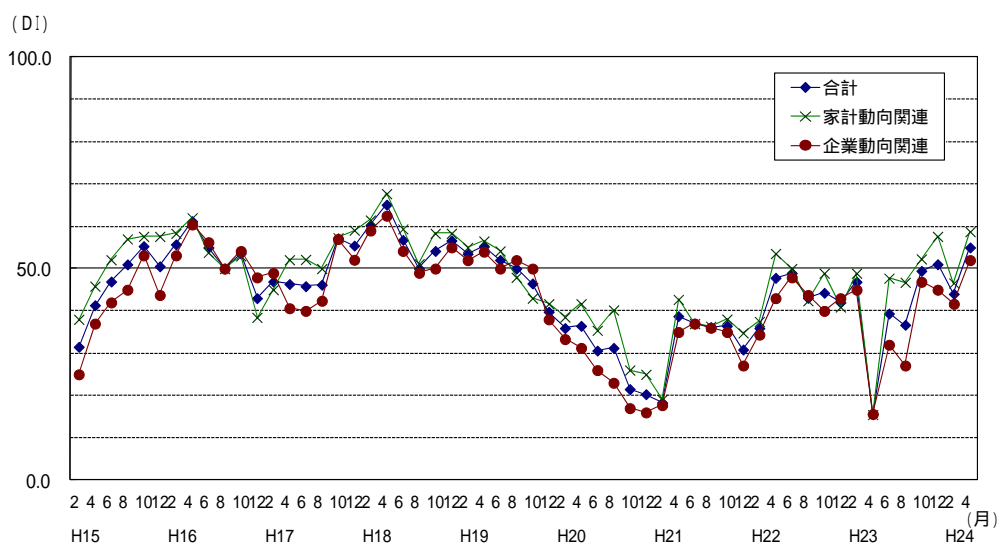
(DI)	平成23年		平成24年		(変化幅)
		12月	2月	4月	
合計		51.0	44.0	55.0	(11.0)
家計動向関連		57.6	46.6	58.8	(12.2)
小売関連		54.5	50.0	60.0	(10.0)
飲食関連		-	-	-	(-)
サービス関連		60.7	46.4	65.0	(18.6)
住宅関連		-	-	-	(-)
企業動向関連		45.0	41.7	52.0	(10.3)
製造業		39.3	46.4	67.9	(21.5)
非製造業		47.2	39.7	45.8	(6.1)

(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23年	12	2.1%	27.1%	50.0%	14.6%	6.3%
平成24年	2	2.2%	17.4%	45.7%	23.9%	10.9%
	4	2.2%	37.8%	42.2%	13.3%	4.4%
(変化幅)		(0.0)	(20.4)	(-3.5)	(-10.6)	(-6.5)

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51.1と前回調査から4.4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2.1ポイント低下し、企業動向関連DIは10.4ポイント上昇している。構成比では、「やや良くなる」と回答する人の割合が7.2ポイント増加し、「やや悪くなる」と回答する人の割合が6.1ポイント減少している。

図表2-1 各分野における景気の先行き判断DIの推移表

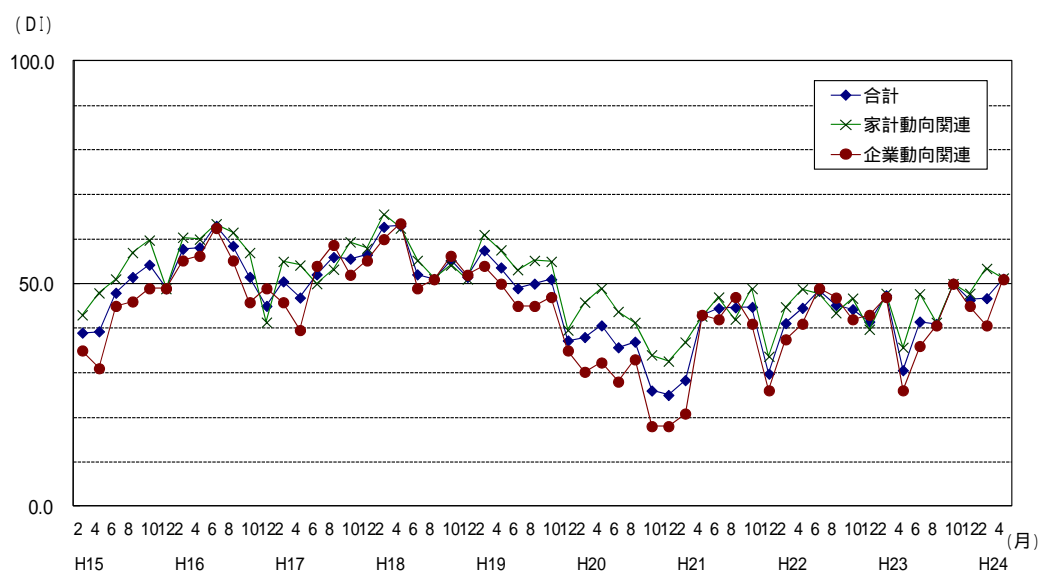
(DI)	平成23年		平成24年		(変化幅)
		12月	2月	4月	
合計		46.4	46.7	51.1	(4.4)
家計動向関連		47.8	53.4	51.3	(-2.1)
小売関連		38.6	52.5	52.5	(0.0)
飲食関連		-	-	-	(-)
サービス関連		57.1	53.6	50.0	(-3.6)
住宅関連		-	-	-	(-)
企業動向関連		45.0	40.6	51.0	(10.4)
製造業		50.0	39.3	53.6	(14.3)
非製造業		43.1	41.2	50.0	(8.8)

(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。

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23年	12	2.1%	14.6%	54.2%	25.0%	4.2%
平成24年	2	0.0%	23.9%	45.7%	23.9%	6.5%
	4	0.0%	31.1%	46.7%	17.8%	4.4%
(変化幅)		(0.0)	(7.2)	(1.0)	(-6.1)	(-2.1)

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

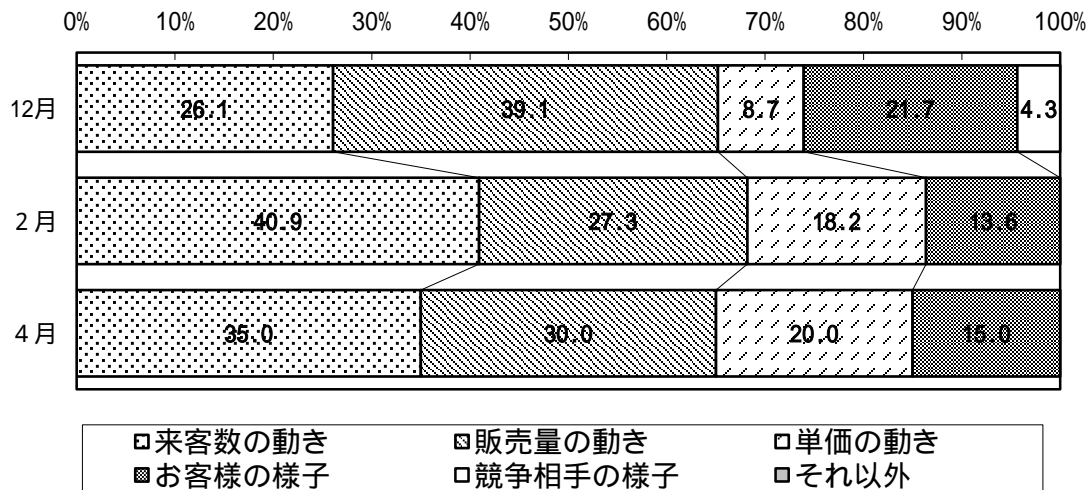
(D I)	平成23年	平成24年		
		12月	2月	4月
合計	45.8	38.6	50.0	
家計動向関連	54.3	40.9	53.8	
小売関連	54.5	45.0	52.5	
飲食関連	-	-	-	
サービス関連	50.0	35.7	65.0	
住宅関連	-	-	-	
企業動向関連	38.0	36.5	47.0	
製造業	35.7	39.3	57.1	
非製造業	38.9	35.3	43.1	

（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。

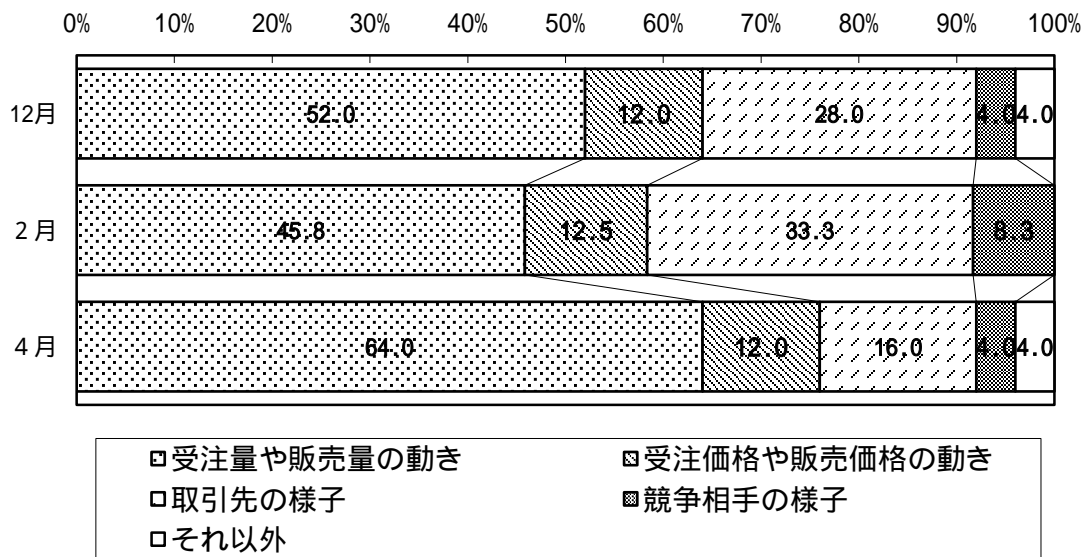
（注）景気の現状をとらえるには、景気の方方向性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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			
	やや良くなっている	百貨店(広報担当)	お客様の様子	・気温の上昇と共に、間違いなく来街者は増えている。当社は来客数、単価、買上率とも前年とほぼ変わらないが、競合他社は2けたの伸びを示している。当社の顧客は昨年、東日本大震災の影響からの立ち直りが他社より早く、4月にはほぼ回復していたため、今年の伸び率は他社より弱い、客の購買意欲は高まっている。
		衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・前年が東日本大震災直後だったため、比較してもあまり意味がないが、外国人も含めて観光客が戻ってきている。
		高級レストラン(スタッフ)	単価の動き	・最近、祝事が多いためかコースの注文が多く、単価が上がっている。
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・例年、春休み、ゴールデンウィークは遠方から客が来てくれるため、良くなっている。特に春休みは例年になく忙しかった。
		都市型ホテル(経営者)	来客数の動き	・客単価は低調気味であり、いまだデフレ傾向が終わらないので苦しさは変わらないが、来客数が増えているため、それを補っている。
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・3、4月と移動の時期で販売量に動きが見られ、少しは上昇している。
	変わらない	一般小売店[靴](店長)	販売量の動き	・今、必要な物を今買うという動きのようで、客はかなり考えてから購入しており、衝動買いが減っている。
		百貨店(総務担当)	販売量の動き	・東日本大震災の影響をその後の売上回復でカバーするには至っていない。
		コンビニ(経営者)	単価の動き	・買い控えか、安い物しか買わない。
		衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・客足が少ない。
		都市型ホテル(広報担当)	単価の動き	・1室当たりの客室単価が思うように上がらない。平日夜のレストラン利用客が少なく、売上増につながっていない。
		その他レジャー施設(経営者)	来客数の動き	・桜の季節となり、少しは客の懐も緩むかと期待したが、全く変わりがない。
	やや悪くなっている	高級レストラン(経営者)	お客様の様子	・来客数に大きな波がある。予約状況が悪い日はそのまま閉店となり、フリーの来客のばらつきが大きい。また、安価な物の注文が増えている。
	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	新聞業(経営者)	取引先の様子	・経済を取り巻く環境は良いとは言えず、また、貧富の差の影響がないとは言えないが、人間の生活力の復元の力が影響している。
		出版業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・本の販売量、広告収入は共に上昇している。
		印刷業・製本業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・今までの受注数量よりも、2、3割多くなっているようである。
		印刷業・製本業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・3か月前に比べれば年度末と年度初めの需要があり、量としては増えている。
		通信業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・前年度末から取引に活気が出てきており、新年度に入ってからその傾向は続いている。
		卸売業[飲食料品(鮮魚)](経営者)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災から1年がたち、世情が安定してきたため、やや良くなっている。
	変わらない	出版業(経営者)	それ以外	・若者は元気がなく、高齢者は元気が良い。この不均衡はどうしたものか。
建設業(営業担当)		受注量や販売量の動き	・年度末まで、受注は良好だった。	

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
		金融業〔証券〕 (営業担当)	取引先の様子	・一般財の消費動向や有効求人倍率の推移等を見ると、現状はやや良くなっていると言える部分もあるようだが、一過性のもと考えられる部分もある。また、業種、業態的にもかなり限定的である。
		卸売業〔繊維・衣服等〕(営業担当)	受注量や販売量の動き	・特に変化はない。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・飲食店は客足にむらがある。良くなってきたと思うと、客足が止まったりする。3月は売上が増えたようだが、トータルでは変化がない。
	やや悪くなっている	建設業(営業担当)	競争相手の様子	・競争相手の増加のため、受注が減少している。
		卸売業〔機械器具〕(営業担当)	受注量や販売量の動き	・前年同期比では良い状態だと思うが、新年度になって受注は落ち着いてきている。
		卸売業〔機械器具〕(経営者)	受注量や販売量の動き	・商品の動きが悪くなっている。
	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)	受注量や販売量の動き	・新年度に入り、仕様の見直し、契約そのものの解約が数件生じている。

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	-	-
		百貨店(総務担当)	・東日本大震災の反動と景気回復局面の好機をとらえた営業施策により、期待感を持っている。
		百貨店(広報担当)	・適正価格の商品も多く、買いやすい環境になっている。当地区の話題性も高まっており、来街者も増えていることから、機会は多いと見込んでいる。
		一般レストラン(経営者)	・昨年は東日本大震災の影響で客が少なかったが、今年は特に修学旅行の予約も多く入ってきているため、やや良くなる。
		都市型ホテル(経営者)	・人や物の動きが少しずつ活発化しているため、やや良くなる。
	変わらない	一般小売店[靴](店長)	・好転する要素がない。3月は別として、前年比で少しでもプラスになるよう取り組んでいるが、良くなるまでは思えない。
		百貨店(営業推進担当)	・東日本大震災から1年が経過した現在、個人の消費マインドの改善が進み、また、外国人観光客の売上も回復してきている。この傾向はしばらく続く。
		スーパー(店長)	・変わる要因が見当たらない。
		コンビニ(経営者)	・先行きが不透明で、予想できない。
		衣料品専門店(店長)	・セールまでの買い控えや、セールが始まって買い方は慎重であり、不要な物は後回しになりそうである。
		高級レストラン(経営者)	・株価の上昇や円安傾向に進むと来客数も増加すると見ているが、現状は客単価を下げて来客数の確保に努めている。
		一般レストラン(経営者)	・客数、販売量が悪いと、3か月後もそう良くなるとは思えない。また、現在は観光客が多く、売上に貢献していない。
		都市型ホテル(広報担当)	・春休み期間中は子どもを含めた家族での利用が目立ったが、今後は法人利用を期待する。また、スカイツリー効果には期待をしたい。
		通信会社(営業担当)	・東日本大震災から1年が過ぎたが、現状維持が難しいところであり、急な景気回復は見込めそうにない。
		その他レジャー施設(経営者)	・固定客のみで、新規の客が増えない。いつもなら季節の変動によって客足は動くのだが、今年は動きが見られない。
		設計事務所(所長)	・新規案件の相談があるが、なかなか実施にならず、先行きが不安である。
	やや悪くなる	一般小売店[和菓子](経営者)	・厚生年金が次々に破たんするようなことになれば、今以上にシニア世代の購買意欲が減少するのではないかと考える。また、大手電力会社が身を切らずに電気料金を上げることになれば、世間がどう動くか見当もつかないため、先を見通すことができない。経費ばかりがかさみ、一般家庭の余裕がどんどん少なくなり、消費に回らなくなるかもしれない。
		高級レストラン(スタッフ)	・5、6月の予約が少ないため、ゴールデンウィークが全く予想できない。
		通信会社(営業担当)	・大手メーカーの業績不振のニュースを受けて、景気が良くなっていないという気持ちを多くの人を抱えているようである。
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)	・春から夏にかけて、明るさに希望が持てる。
		印刷業・製本業(営業担当)	・今の状態から、景気が多少なりとも上向きのように見える。
		建設業(営業担当)	・新年度早々に発注物件が出ているため、期待できる。
		輸送業(従業員)	・受注量が前年に対して良くなってきているため、やや良くなる。
		通信業(営業担当)	・現在の流れを変えるような大きな要因は見当たらないため、当面は上向きで推移していく。
		通信業(営業担当)	・東日本大震災の復興景気に影響され、やや良くなる。
		金融業[証券](営業担当)	・株式市場では、建設株に復調の兆しが見え始めている。公共工事の増加に伴い、建設関連株などが上方修正しているため、やや良くなる。
		卸売業[飲食料品(鮮魚)](経営者)	・暖かい季節になって行楽客が増加するため、やや良くなる。
		卸売業[機械器具](営業担当)	・夏に向け、少しずつ受注量は増えていきそうである。

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
	変わらない	経営コンサルタント	・春になり少し暖かくなってきたこともあり、客足が若干ではあるが増える。
		出版業（営業担当）	・経済、政治状況が共に不透明なため、現段階では変わらない。
		出版業（経営者）	・政治が機能不全に陥っており、東日本大震災による消費者の心理的抑制と相まって、展望は見当たらない。
		建設業（経営者）	・政治的不安定、原油価格の高騰、夏になっての電力不足等、悪くなる可能性があると思うが、一般国民の頑張りだけでこのまま推移していくことを望んでいる。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・米国の企業業績にしても、期待されたような回復傾向には厳しい水準であり、さらに依然として欧州の信用不安は継続している。金融面における調達側のマインドからも、積極的な行動は起こしにくいものとする。
	やや悪くなる	卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	・良くなる可能性が見つからない。
		印刷業・製本業（営業担当）	・量的な増加はあるが、デフレが改善したわけではないため、利益には反映されていない。今後の見通しもあまり期待できないため、やや悪くなる。
		建設業（営業担当）	・受注競争が厳しい。受注の減少でやや悪くなる。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・取引先で、動きの良くなる情報が全くない。
	悪くなる	卸売業〔機械器具〕（従業員）	・3月の決算を何とか予定どおりに迎えられたこの時期は一服感があるが、今期が始まり、再び厳しい状況の見通しである。
		その他サービス業〔造園業〕（営業担当）	・上向き要素が見当たらない。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・得意先の系列、グループ会社での同様な仕様見直し、解約等が起こり得る。

(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		7	
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		