

中央区内景气动向调查

平成 15 年 6 月調査結果

平成 15 年 7 月 9 日

中央区

総 括

平成 15 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 46.9 となり、4 月調査に引き続き前回調査と比べて上昇したものの、3 か月前と比べて横ばいを示す 50.0 を下回る結果となった。景気の先行き判断 D I も 48.0 と、50 を下回っている。

図表 景気の現状判断 D I、先行き判断 D I (合計)

(D I)	平成15年			前回調査
合計	2月	4月	6月	からの変化
現状判断 D I	31.5	41.3	46.9	(5.6)
先行き判断 D I	39.0	39.3	48.0	(8.7)

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	9 頁
（別紙）調査客体の分野・業種別人数構成	12 頁
中央区内景気動向調査 調査票	13 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各 25 人、計 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 15 年 6 月調査の調査票発送は 6 月 9 日（月）、回答期限は 6 月 18 日（水）である。

5 調査機関

本調査は中央区が主管し、委託先である財団法人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 D I 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、D I 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	やや良くなる	変わらない	やや悪くなる	悪くなる
	(良い)	(やや良い)	(どちらとも いえない)	(やや悪い)	(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

中央区内における景気の現状判断D Iは全体で46.9と、前回調査より5.6ポイント上昇している。分野別にみると、家計動向関連で横ばいを示す50を上回ったものの、企業動向関連は50を下回る結果となっている。前回調査と比較して「やや悪くなっている」、「悪くなっている」と回答する人の割合が減少している。

図表1-1 各分野における景気の現状判断D Iの推移表

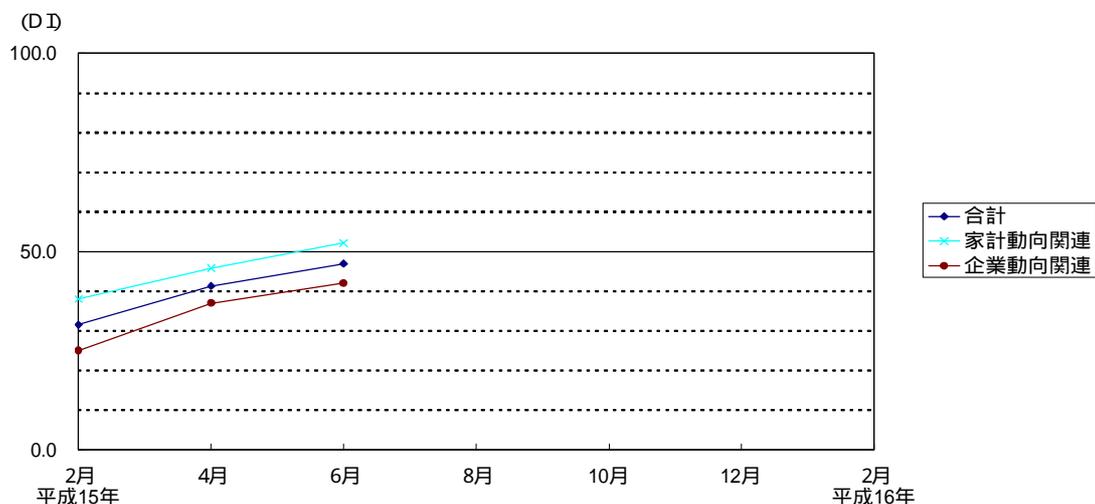
(D I)	平成15年			
	2月	4月	6月	(変化幅)
合計	31.5	41.3	46.9	(5.6)
家計動向関連	38.0	45.8	52.1	(6.3)
小売関連	44.2	50.0	54.2	(4.2)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	25.0	39.3	35.7	(-3.6)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	25.0	37.0	42.0	(5.0)
製造業	28.6	28.6	35.7	(7.1)
非製造業	23.6	40.3	44.4	(4.1)

(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15年	2	0.0%	2.0%	44.0%	32.0%	22.0%
	4	0.0%	18.4%	40.8%	28.6%	12.2%
	6	0.0%	18.4%	59.2%	14.3%	8.2%
(変化幅)		(0.0)	(0.0)	(18.4)	(-14.3)	(-4.0)

図表1-3 各分野における景気の現状判断D Iの推移



2 景気の先行きに対する判断

中央区内における景気の先行き判断DIは全体で48.0となり、横ばいを示す50をわずかに下回る結果となった。分野別にみると、家計動向関連で50を上回ったものの、企業動向関連は50を下回っている。また、3か月後は現在と比べ「やや良くなっている」あるいは「変わらない」と回答する人は全体の4分の3となっている。

図表2-1 各分野における景気の先行き判断DIの推移表

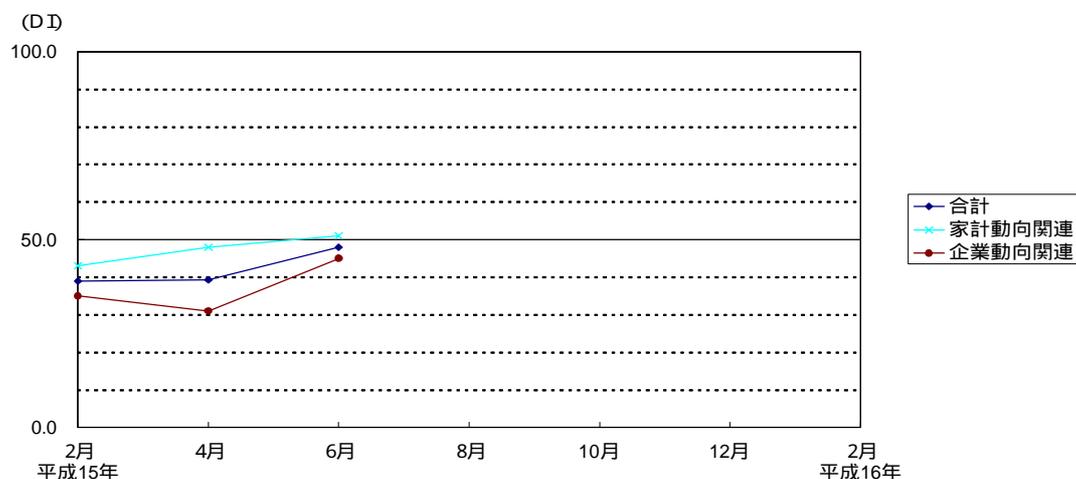
(DI)	平成15年			
	2月	4月	6月	(変化幅)
合計	39.0	39.3	48.0	(8.7)
家計動向関連	43.0	47.9	51.0	(3.1)
小売関連	42.3	50.0	58.3	(8.3)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	42.9	46.4	35.7	(-10.7)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	35.0	31.0	45.0	(14.0)
製造業	39.3	28.6	39.3	(10.7)
非製造業	33.3	31.9	47.2	(15.3)

(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15年	2	0.0%	12.0%	48.0%	24.0%	16.0%
	4	0.0%	12.2%	46.9%	26.5%	14.3%
	6	0.0%	22.4%	53.1%	18.4%	6.1%
(変化幅)		(0.0)	(10.2)	(6.2)	(-8.1)	(-8.2)

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

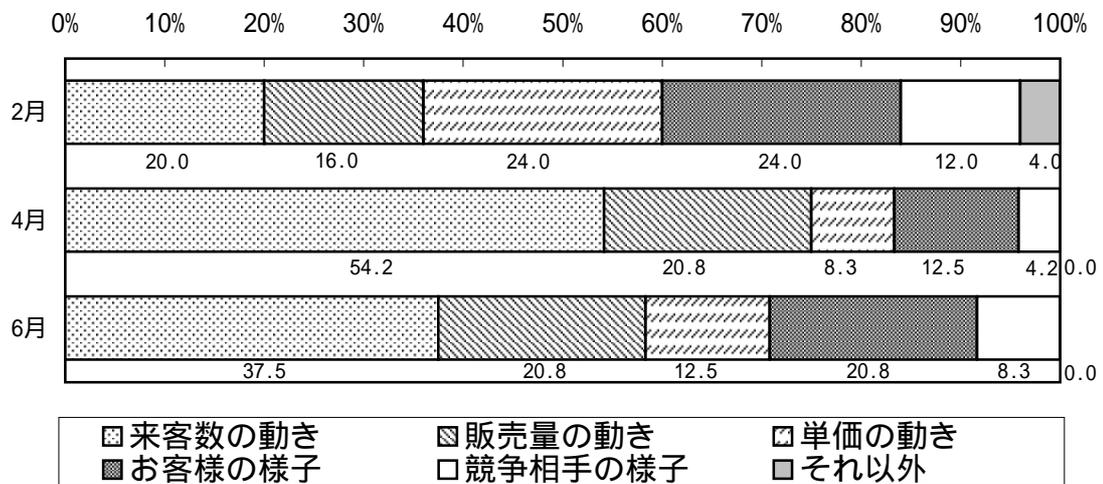
(D I)	平成15年		
	2月	4月	6月
合計	18.5	26.5	35.2
家計動向関連	20.0	34.4	38.5
小売関連	26.9	37.5	41.7
飲食関連	-	-	-
サービス関連	14.3	35.7	21.4
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	17.0	19.0	32.0
製造業	10.7	14.3	28.6
非製造業	19.4	20.8	33.3

(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。

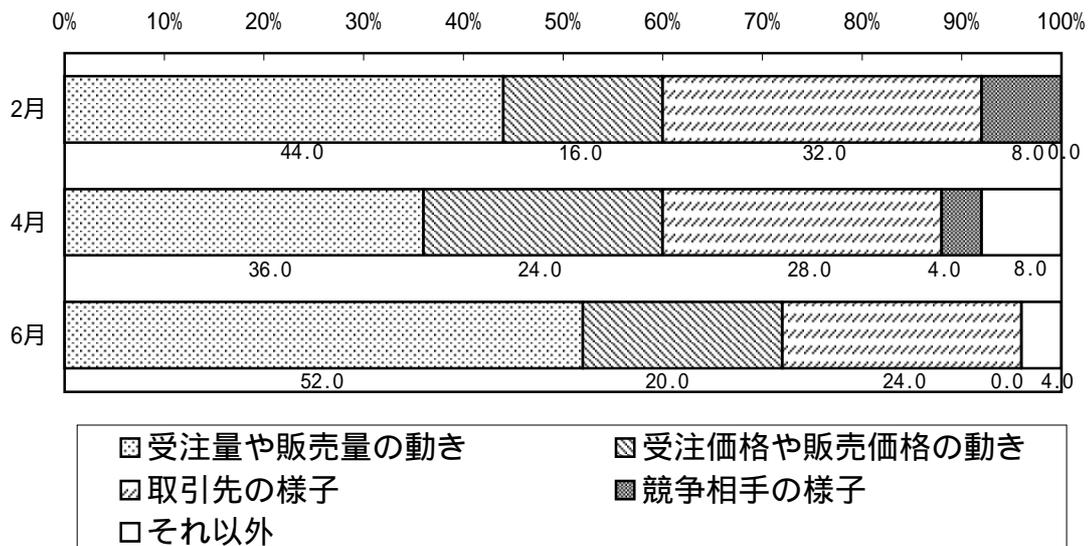
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方加性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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



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] (売場主任)	来客数の動き	・O.L、キャリア層の必需品として、季節商品、特にサンダルへの需要が高まっており、来客数、買上率ともに上昇傾向にある。
		スーパー (店長)	来客数の動き	・日照時間が伸び、夜の気温が上昇したことから、夕方以降の来客数が増加してきている。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・ゴールデンウィークは、全国から客が来店し、修学旅行の中高生の来店も多く、やや良くなっている。
		設計事務所 (所長)	販売量の動き	・5月に入ってから構造設計依頼がやや多くなっているが、物件は依然として小規模である。
		高級レストラン (経営者)	お客様の様子	・前年と比べ、若干ではあるが販売量、単価、売上ともに増加傾向にある。
	変わらない	百貨店 (販売促進担当)	来客数の動き	・六本木ヒルズの来客数が増加する中で、六本木から流れてくる人たちが結構多い。 ・SARS問題で旅行客が減少したが、かえって国内旅行が増加している。
		コンビニ (経営者)	来客数の動き	・客の数には限りがあるのに、コンビニが新たに進出してくるため、売上が多少下がっている。日曜日は、バイトを採用すると採算が取れないので、休業している。 365日無休では体力も続かない。
		コンビニ (店長)	来客数の動き	・曜日によって来客数が多少変動するが、全体的には3か月前と比べ、あまり変わっていない。
		その他レジャー施設 (経営者)	来客数の動き	・今年に入って来客数は最低を記録しており、6月に入ってもその状況が続いている。周辺の企業が安定しないことには、精神的な面も含めて良くならない。
		通信会社 (営業担当)	販売量の動き	・急激な販売量の増加はなく、3か月前と比べても変わりはない。
		通信会社 (営業担当)	販売量の動き	・客は、現状の利用形態のままで、ブロードバンド関連商品を導入しない傾向がある。
		スーパー (店長)	単価の動き	・客単価、買上点数当たりの単価、買上点数ともに低下、減少している。来客数は変わっていない。
		百貨店 (広報担当)	お客様の様子	・売上は変わらないが、戦争が終結すればSARSというように、世の中の暗い話題が客の購買意欲に影響している。
		衣料品専門店 (店長)	お客様の様子	・客がセール時期を待っている状況だが、セールを行っても売上が上がるのか不安である。
旅行代理店 (営業担当)		お客様の様子	・徐々に夏休み需要の動きが出てきている。	
一般小売店 [和菓子] (経営者)	競争相手の様子	・いろいろ新作は出ていてもヒット商品がなく、売上にはつながっていない。		

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
		高級レストラン (経営者)	競争相手の様子	・夕留、丸の内、六本木などで、同業他社の投資が増加したわりに、他地域の来客数の減少度が少ない。
	やや悪くなっている	都市型ホテル (経営者)	単価の動き	・客が値段に対し非常にシビアになっており、値段で判断する割合が高くなっている。人の動きも鈍い。
		競馬場(職員)	単価の動き	・来客数の減少幅よりも、1人当たり購買額の減少幅のほうが大きい。
	悪くなっている	都市型ホテル (広報担当)	来客数の動き	・SARSの影響が続いている。宿泊、レストランともに来客数が減少している。
企業動向関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	金融業[証券] (営業担当)	受注量や販売量の動き	・取引先の稼働状況が相対的に上向いている。ただし、その継続性や取引量の増加については、依然として懐疑的である。
		金融業[証券] (経営企画担当)	受注量や販売量の動き	・取引量が増加している。依然として景気の先行き不安はあるものの、株式市場への資金流入により株式マーケットは好転している。
		通信業(営業担当)	取引先の様子	・取引先のメーカーの業績が3月期決算で大幅に回復しており、最近注文が増加している。情報力強化に向けて積極的に投資する姿勢がうかがえる。
	変わらない	出版業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・6月期はやや良いが、7月期の受注量が前年割れしているため、総じて変わらない。
		印刷業・製本業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・不景気が定着し、一向に良くなる気配がない。
		卸売業[飲食料 品(漬物)] (経営者)	受注量や販売量の動き	・販売額は3月に多少上向いたものの、4月は地方選挙のためか少し落ち込み、5月は若干上向いた。ならずと変わらない。
		建設業(営業担当)	受注価格や販売価格の動き	・官公庁が最低価格以外の価値を認めないということが問題である。現地や発注者を熟知し、その種の技術に長け、経験豊富で、現場に近いなどの条件を総じて、最適な選定をすることが必要である。
		建設業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・安値受注が継続している。
		通信業(営業担当)	受注価格や販売価格の動き	・商品、サービスに付加価値があれば、利益のできる価格で売れている。
経営コンサルタント		受注価格や販売価格の動き	・2か月に一度セミナーを開催しているが、内容を高めても単価を上げることはできない。	
新聞業(経営者)		取引先の様子	・客足が少ない。	
輸送業(従業員)		取引先の様子	・合併する会社の全国の事務所移転を手がけているが、コスト削減意欲が激しく、苦戦している。	
広告代理店(営業担当)		取引先の様子	・複数の取引先の様子から、厳しい状況は変わらない。	
卸売業[飲食料 品(鮮魚)] (経営者)	それ以外	・待っているだけではじり貧になるので、工夫、努力、変革も大切である。業種により状況は異なる。		

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
	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	・比較的好調であった1～3月期と比べ、4～6月期はトーンが違っている。企業の宣伝担当者が非常に慎重になっている。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・低価格路線にも飽きが出ており、取引量が抑えられている。
		卸売業〔建築材料、鉱物・金属材料等〕（総務担当）	受注量や販売量の動き	・従来からのルート販売については落ち込みが少ないが、工事受注案件は材工共に大きく減少している。
		出版業（経営者）	取引先の様子	・倒産、閉店などの暗い話ばかりである。
	悪くなっている	卸売業〔機械器具〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・ほとんどの取引先から、今までにない落ち込みと聞いている。
		輸送業（経営者）	取引先の様子	・得意先の物流合理化が加速して、物流拠点の統廃合による荷動きの減少が一層進んでおり、状況は厳しい。

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〕(売 場主任)	・株価の上昇や、世界情勢の落ち着き等から、期待含みではあるものの、最悪の状況からは脱する傾向にある。
		百貨店(販売促進担 当)	・地域では高級ブランド商品の人気が依然として高く、本物志向の客が増加している。セール品の売上はあまり良くなく、高級品が売れている。
		コンビニ(店長)	・空地であった場所で、マンション工事が始まった。工事関係者の来店により、店周辺の飲食店など、現在よりも活性化する。
		コンビニ(経営者)	・これから暑くなるとビール、ジュース、アイスの売上が上がるので、少しは良くなる。
		設計事務所(経営者)	・5、6月の受注量及び同業他社の受注量が、やや改善されてきている。
		設計事務所(所長)	・新年度に入り、建設業界の環境がやや良くなってきている。
	変わらない	一般小売店〔和菓子〕 (経営者)	・夏の時期に入り、客の購買欲や外出意欲が減退する。
		百貨店(広報担当)	・今までは想像もしなかったSARSの発生や、たばこの増税など、この先の生活に不安を感じさせる要素が多く、財布のひもがゆるくなる傾向にはない。
		百貨店(総務担当)	・SARSの影響により海外旅行者が減少し、国内需要へのシフトが予想されるが、購買動向全体が上向くほどには樂觀できない。
		百貨店(売場主任)	・本来であればボーナス支給に期待したい時期であるが、支給額、使い道が不透明で、買上率が上がる見込みは少ない。
		スーパー(店長)	・客単価引き上げのための対策をいろいろ実施しているが、変わらない。
		スーパー(店長)	・店舗周辺の新築マンションへの入居に伴い、消費者が増加する。景気自体は長期低迷で変わらない。
		衣料品専門店(店長)	・客の買控えが続いており、買物に慎重な姿勢は変わらない。
		高級レストラン(経営 者)	・株価など、やや良くなる部分もあるかもしれないが、地域にとって、新たな商品価値を目指して行動できるリーダーが不在という構造的問題は変わっていない。
		高級レストラン(経営 者)	・周囲は上昇傾向でも、当店の予約状況は横ばい、現状維持である。高額商品の販促に努めたい。
		都市型ホテル(広報担 当)	・良くなるような要因が見当たらない。
		通信会社(営業担当)	・キャンペーンなどのいろいろな施策を実施しているが、販売は思ったほど伸びていない。
		その他レジャー施設 (経営者)	・株価は少し上向いてきたようであるが、企業の社員のふところまでは潤ってきていない。このままではサービス業は良くならない。
	やや悪くなる	一般レストラン(経営 者)	・梅雨で雨が降ると来客数が減少するが、夏休みになると全国からの来客が大勢見込まれる。6～7月は旅行者が少ないのでやや悪くなる。
		都市型ホテル(経営 者)	・景気の気は気分の気といわれているが、年金問題、税金、その他将来に対する漠然とした不安感がぬぐえない。金融面は依然として庶民に厳しく、大企業に甘い。
		旅行代理店(営業担 当)	・東北地方の地震、首都圏停電など、あまり良いニュースが見当たらない。ヨーロッパへの需要が戻りつつあるなど、部分的に良くなる可能性もある。
		通信会社(営業担当)	・他社が安値のサービスで販売量を上げてきているので厳しい。
		競馬場(職員)	・将来の景気に対する不安を抱かせるような政策が行われているので、客の購買意欲は下がる。

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	
	悪くなる	-	-	
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	出版業（営業担当）	・2～8月は例年下降月であるが、9月期になれば受注量が増加する兆しがでてくる。 ・株売買高の増加によりやや良くなる。	
		印刷業・製本業（総務担当）		
		通信業（営業担当）	・株価が低迷を続ける中でも、取引先の証券会社は情報インフラの再構築に向けて積極的に取り組んでいる。	
		金融業〔証券〕（経営企画担当）	・企業のリストラ効果が表れてきており、業績回復への期待から、景気は上向いていく。	
		経営コンサルタント	・中央区のハッピー買物券を使った需要次第では、やや良くなる。	
	変わらない	新聞業（営業担当）	・良い材料がない。北米経済、日本の株価の動向をにらみながら、待ちの状態である。	
		印刷業・製本業（経営者）	・先行きに明るい材料が何もなく、景気は横ばいのまま変わらない。	
		建設業（経営者）	・悪い状況のまま推移しており、このまま続く。	
		建設業（営業担当）	・官公庁の公共事業、民間の設備投資ともに縮小し続けており、光はまだみえてこない。	
		輸送業（従業員）	・明るい材料がない。	
		金融業〔証券〕（営業担当）	・身の回りの消費経済や、その他景況感の変化は、2～3か月という期間でみると極めて小さい。短期的には景況が示現しない。	
		卸売業〔飲食料品（漬物）〕（経営者）	・ギフトシーズンに入るが、現在の消費マインドからして、あまり期待はもてない。	
		卸売業〔飲食料品（鮮魚）〕（経営者）	・努力してもうまくいかない可能性はあるが、何もしなければ負け組になる。努力してプラスマイナスゼロである。	
		卸売業〔建築材料、鉱物・金属材料等〕（総務担当）	・デフレ不況下において、得意先の一部には体力面での弱体化がみられ、与信面での問題も出てきている。	
		卸売業〔建築材料、鉱物・金属材料等〕（従業員）	・契約残高の動向から判断すると変わらない。	
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・現状が悪いので、もうこれ以上は悪くならない。	
		広告代理店（営業担当）	・クライアントの広告予算が、前年比で20%以上縮小している。今後2～3か月先についても、厳しい状況は変わらない。	
		やや悪くなる	新聞業（経営者）	・売上の減少、ムードが悪い。
			通信業（営業担当）	・夏のボーナスで健康保険料、厚生年金の支払いが発生し、手取りが少なくなるので消費が抑制される。
			卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	・好転する要因はみられず、厳しい状況が続く。
卸売業〔繊維・衣服等〕（経営者）	・年金問題一つとっても、消費の動向に変化が起こる要因は見当たらない。			
悪くなる	出版業（経営者）	・全てが地すべりに悪化していく状況である。ただし、大胆な改革を断行できる企業には、活路が開けてくるはずである。		

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
		印刷業・製本業（経営者）	・いくら仕事をしていても単価が安く、売上は上がらない。やむを得ず5月より給料を大幅にカットしているが、とても生活できない。今後が不安である。
		輸送業（経営者）	・物量の伸びも期待できず、回復の要因が見当たらない。

(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		25
小売関連		13
商店街・一般小売店		2
商店街代表者		0
一般小売店経営者・店員		2
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		3
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		1
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		2
設計事務所所長・職員		2
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		25
農林水産業従業者		0
鉱業経営者・従業員		0
製造業経営者・従業員		7
食料品製造業		0
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		2
通信業		2
金融業		2
不動産業		0
卸売業		8
繊維・衣服等		2
食料品		2
建築材料、鉱物・金属材料等		2
機械器具		2
その他卸売業		0
サービス業		2
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		1
コピーサービス業		0
その他サービス業		0
その他非製造業		0
その他企業の動向を把握できる者		0