

# 中央区内景气动向调查

平成 16 年 2 月调查结果

平成 16 年 3 月 5 日

中央区

## 総 括

### 平成 16 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 55.7 と、3 か月前と比べて横ばいを示す 50.0 を引き続き上回り、前回調査から上昇する結果となった。景気の先行き判断 D I においても、前回調査を上回り、57.8 となっている。

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	平成16年		前回調査
合計	10月	12月	2月	からの変化
現状判断 D I	55.3	50.5	55.7	( 5.2 )
先行き判断 D I	54.3	48.9	57.8	( 8.9 )

## 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 16 年 2 月調査の調査票発送は 2 月 9 日（月）、回答期限は 2 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 48 名、有効回答率は 96.0%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 (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

中央区内における景気の現状判断DIは全体で全体で55.7と、前回調査より5.2ポイント上昇している。分野別にみると、家計動向関連は前回調査から0.7ポイント上昇し、58.3となっている。また、前回50.0を下回っていた企業動向関連のDIは、9.3ポイント上昇して再び50.0を上回り、10月調査並みの水準まで回復している。3か月前と比べ「やや良くなっている」あるいは「変わらない」と回答する人の割合は、全体の87.5%を占めている。

図表1-1 各分野における景気の現状判断DIの推移表

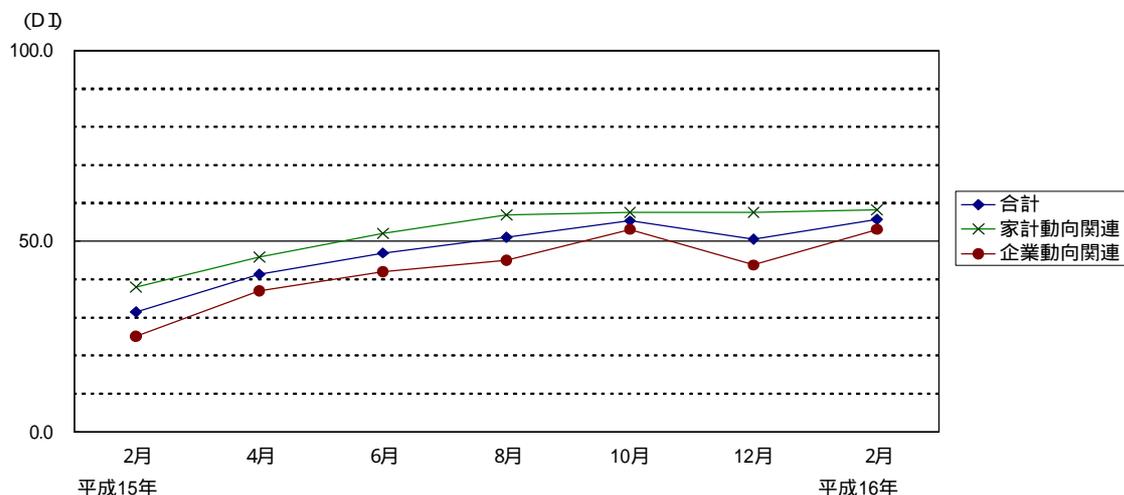
(DI)	平成15年		平成16年		(変化幅)
	10月	12月	2月		
合計	55.3	50.5	55.7		(5.2)
家計動向関連	57.6	57.6	58.3		(0.7)
小売関連	56.3	54.2	59.6		(5.4)
飲食関連	-	-	-		(-)
サービス関連	58.3	54.2	58.3		(4.1)
住宅関連	-	-	-		(-)
企業動向関連	53.1	43.8	53.1		(9.3)
製造業	50.0	46.4	57.1		(10.7)
非製造業	54.4	42.6	51.5		(8.9)

(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	構成比				
		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
平成15年	10	0.0%	40.4%	42.6%	14.9%	2.1%
	12	4.3%	23.4%	46.8%	21.3%	4.3%
平成16年	2	0.0%	37.5%	50.0%	10.4%	2.1%
(変化幅)		(-4.3)	(14.1)	(3.2)	(-10.9)	(-2.2)

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

中央区内における景気の先行き判断D Iは全体で57.8となっている。分野別にみると、家計動向関連D Iは前回調査より11.5ポイント上昇し、調査開始以来初めて60.0を上回る結果となっている。また、企業動向関連D Iにおいても、調査開始以来初めて横ばいを示す50.0を上回っている。3か月後は「やや良くなる」あるいは「変わらない」と回答する人の割合は、ほぼ9割を占めている。

図表2 - 1 各分野における景気の先行き判断D Iの推移表

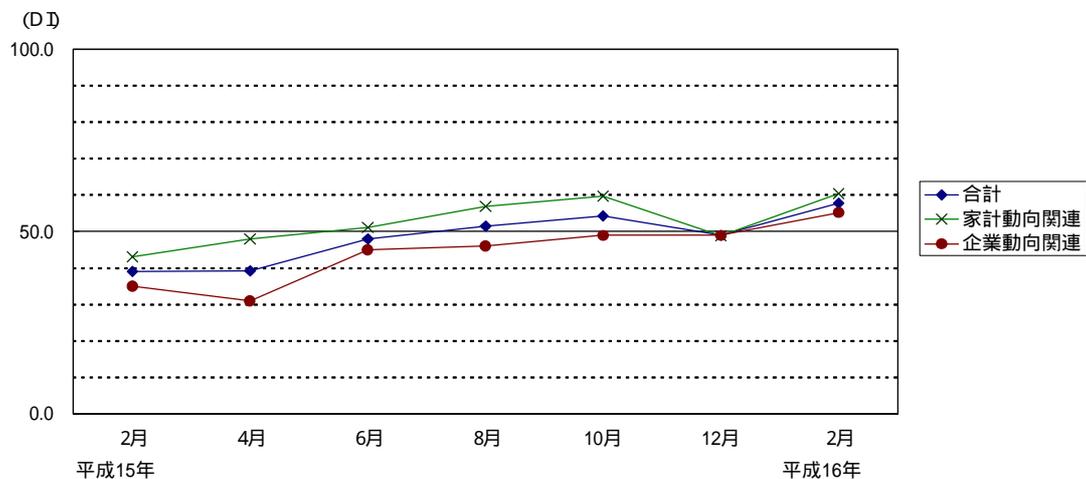
(D I)	平成15年		平成16年		(変化幅)
	10月	12月	2月		
合計	54.3	48.9	57.8		(8.9)
家計動向関連	59.8	48.9	60.4		(11.5)
小売関連	56.3	52.1	59.6		(7.5)
飲食関連	-	-	-		(-)
サービス関連	62.5	54.2	62.5		(8.3)
住宅関連	-	-	-		(-)
企業動向関連	49.0	49.0	55.2		(6.2)
製造業	50.0	57.1	53.6		(-3.5)
非製造業	48.5	45.6	55.9		(10.3)

(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	10	0.0%	36.2%	46.8%	14.9%	2.1%
	12	0.0%	25.5%	48.9%	21.3%	4.3%
平成16年	2	0.0%	41.7%	47.9%	10.4%	0.0%
(変化幅)		(0.0)	(16.2)	(-1.0)	(-10.9)	(-4.3)

図表2 - 3 各分野における景気の先行き判断D I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

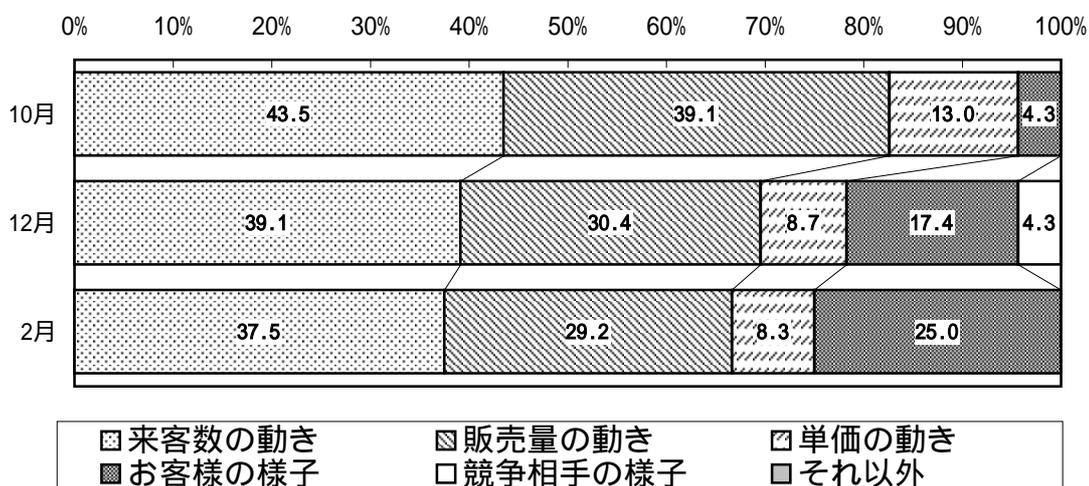
(D I)	平成15年		平成16年	
	10月	12月	12月	2月
合計	47.9	47.9	47.9	52.1
家計動向関連	54.3	56.5	56.5	56.3
小売関連	52.1	54.2	54.2	53.8
飲食関連	-	-	-	-
サービス関連	58.3	58.3	58.3	62.5
住宅関連	-	-	-	-
企業動向関連	41.7	39.6	39.6	47.9
製造業	46.4	46.4	46.4	53.6
非製造業	39.7	36.8	36.8	45.6

（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。

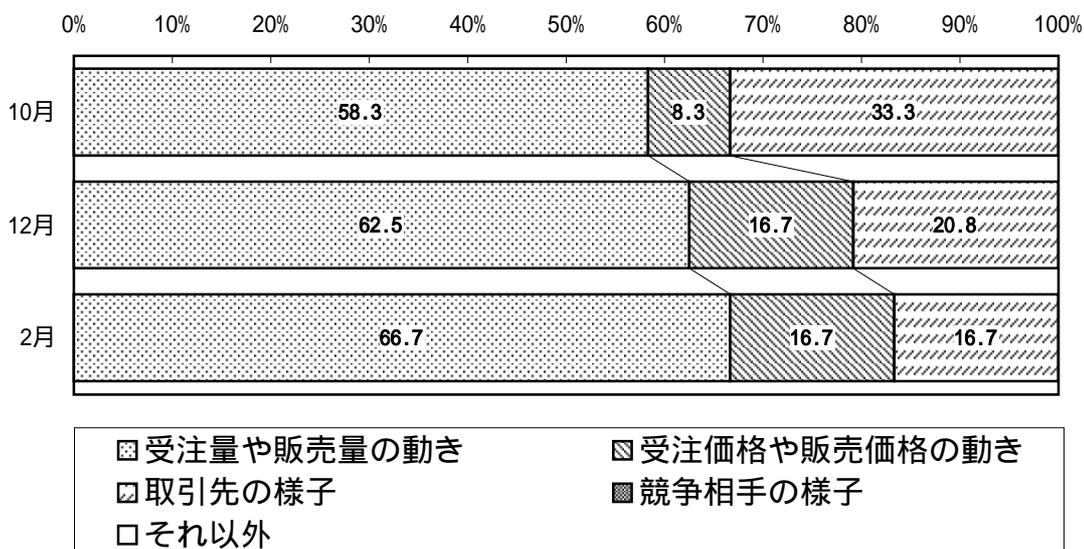
（注）景気の現状をとらえるには、景気の方角性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

## 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] (売場主任)	来客数の動き	・客の新しい春物への期待から、徐々に来客数が増加している。スタンダードな商品への購買意欲も高い。
		百貨店 (販売促進担当)	来客数の動き	・中国の旧正月で来日する客が多い。暖冬で冬物は厳しいが、その割には売上はあまり悪くない。
		コンビニ (店長)	来客数の動き	・来客数が前年比で1割弱伸びている。
		高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・客単価を下げることにより、来客数が増加しており、前年に比べわずかに利益も増加している。
		都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・ちょっとした要因で崩れそうなもろさを感じられるものの、やや上向きである。
		スーパー (店長)	販売量の動き	・店舗の商圏内の新築高層マンションへの入居が始まり、来客数、客単価とも上昇している。
		通信会社 (営業担当)	販売量の動き	・光ファイバーが通信インフラとして定着しつつあり、徐々に販売数を伸ばしている。
		競馬場 (職員)	販売量の動き	・売上は依然として減少傾向にあるものの、3か月前と比べ下げ幅が小さくなっている。
		スーパー (店長)	単価の動き	・客単価が100円弱上昇しているため、やや良くなっている。
		百貨店 (売場主任)	お客様の様子	・身の回りの必需品に加え、装飾的な商品への関心が高まりつつあり、売上が伸びてきている。
	変わらない	衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・来客数が増加しないので、工夫した売場作りを行っている。
		都市型ホテル (広報担当)	来客数の動き	・宿泊客に関しては多少良くなりつつあるが、レストランを利用する客が増えず、特に夜は厳しい。
		その他レジャー施設 (経営者)	来客数の動き	・同業者と月1回会合があるが、来客数の動き、客の様子はどれも変わっていない。
		一般小売店 [和菓子] (経営者)	販売量の動き	・前年同時期に比べ、大口の注文が少ない。
		衣料品専門店 (店長)	販売量の動き	・バーゲンを行っても買上点数は少なく、来客数、客単価が低迷している。
		百貨店 (広報担当)	お客様の様子	・客は依然として必要な物しか購入しない。
		高級レストラン (経営者)	お客様の様子	・価格帯が高いレストランの売上は上昇傾向にあるが、個人予約のコースに関しては依然として低迷している。
	やや悪くなっている	コンビニ (経営者)	来客数の動き	・客がリストロされたと挨拶しに来たことや、1~2月の営業日は少ないので、良くはない。
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 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・売上は前年を下回っているが、業種ごとの動きが広がってきており、全体的には回復基調である。
		印刷業・製本業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・受注量がやや増加してきている。得意先も少し動きが出始めている。
		金融業 [証券] (経営企画担当)	受注量や販売量の動き	・四半期決算が開示され、多くの企業が増収、増益となっている。
		広告代理店 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・価格競争はあるものの、3か月前と比べ受注が好調である。
		出版業 (営業担当)	受注価格や販売価格の動き	・1~2月期は記録的に悪かったが、3月期の受注量は増加している。
		通信業 (営業担当)	取引先の様子	・取引先の製造業は、2003年第3四半期の純利益を4倍に伸ばしており、営業部門における情報IT投資にも積極的である。
	変わらない	建設業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・公共事業が2割削減され、今期は補正も付かない状態である。
		輸送業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・東京都環境条例による車両の減車傾向により、スポットではあるが引き合いの動きがある。

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
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・ほとんど動きがないので変わらない。
		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	・前年に比べ伸びが鈍く、前年並みの量を確保するのが精一杯である。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・外国での現地生産の影響で国内生産量が減少している。価格が安く、競争が厳しいため、利益幅が極端に少なくなってきた。
		建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・受注量及び販売量は増加してきているものの、依然として価格は低水準のままである。
		金融業〔証券〕（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・受注動向はやや良くなっているが、顧客ニーズの昂揚と判断するには時期尚早である。
		経営コンサルタント	受注価格や販売価格の動き	・底値で安定しているが、物価にやや上昇の兆しがみえる。周辺地区のマンションがタワー型を中心に値上がりしている。
		出版業（経営者）	取引先の様子	・新聞紙上では大企業の利益増が目立っているが、町の景気にまでは至っておらず、まだら模様である。
	やや悪くなっている	卸売業〔繊維・衣服等〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・衣料関係は季節要因の影響で、特に1～2月は、はっきりと落ち込んでいる。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べ、時期的なものもあり、受注量が少ない。
	悪くなっている	印刷業・製本業（経営者）	受注量や販売量の動き	・同業他社も含め、今までにないほどの暇な日が続いている。どこかへ仕事が消えてしまっているような状況で、機械を停止したり、職人が早退しているところもある。

#### 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	-	-
	やや良くなる	一般小売店〔靴〕(売場主任)	・売上は現状維持が精一杯である。購買意欲の高まりが来客数の増加につながっている。
		百貨店(販売促進担当)	・外国からの客の来店が多くなり、商品の動きが活発になっている。安い物ではなく、良い物は高くても買うという客が多くなっている。
		スーパー(店長)	・周辺マンションへの入居が始まっており、来客数の増加が見込まれる。
		スーパー(店長)	・商圈内の新入居により、営業数値は好調を維持できる。
		コンビニ(店長)	・店舗前の交通量が増加している。工事関連の労働者が増加し、店舗周辺が活気付いている。
		コンビニ(経営者)	・暖かくなってくるとビールや飲料類が売れてくるので、少しは良くなる。
		高級レストラン(経営者)	・周囲の話から、当業界にもそろそろ明るい兆しが出てくると見込んでいる。
		一般レストラン(経営者)	・暖かくなると人が出てくる。観光客が中学、高校の修学旅行生など、地方からの客が大勢来店するので、やや良くなる。
		都市型ホテル(広報担当)	・例年4月以降はビジネス客が多くなるので、宿泊、集会等の売上に期待している。
		通信会社(営業担当)	・春先の移転、新入学、新入社などの入れ替わりが要因で、営業面はやや好転する。
	競馬場(職員)	・売上の減少幅が徐々に小さくなってきているので、2~3か月後はやや良くなる。	
	設計事務所(経営者)	・企業の設備投資が増えているので、今後は上向く。	
	変わらない	百貨店(売場主任)	・バレンタインデーやホワイトデーなど、その都度客の反応はあるものの、買物動向は継続して好調といえるまでではないので、変わらない。
百貨店(総務担当)		・製造業、輸出関連を中心とした好調も、小売業に対する消費者の購買意欲にまで反映されるにはまだ時間を要する。また、円高やイラクへの自衛隊派遣等、景気へマイナス影響を及ぼす要因も多いので、変わらない。	
百貨店(広報担当)		・イラク問題、鳥インフルエンザの発生など、暗い話題が多く、まだ当分は消費者が財布のひもをゆるめるムードではない。	
百貨店(売場主任)		・以前よりは状況が改善されているが、現状から更に良くなるような要因は見当たらない。	
衣料品専門店(店長)		・まだ良くなる兆しはみえない。	
衣料品専門店(店長)		・今のままでは先がみえてこないため、イベントを数多く開催し、客にアピールする。	
都市型ホテル(経営者)		・消費税の総額表示等により、将来的に増税となるのではないかと心理的要因がある。	
通信会社(営業担当)		・この2か月くらい、販売量の動きは変わっていないので、今後も変わらない。	
その他レジャー施設(経営者)		・店の周囲は中小企業がほとんどで、景気の良い話はない。企業が良くならなければ、この業界は良くならない。	
設計事務所(所長)		・受注量、単価とも良くなる気配がない。	
やや悪くなる	一般小売店〔和菓子〕(経営者)	・イラク問題が不透明な中で、何か起きると真っ先に削られる可能性が高いのはし好品である。	
	高級レストラン(経営者)	・個人消費は改善傾向にあるが、長くは続かず、春から初夏にかけて低迷する見込みである。	
悪くなる	-	-	
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	新聞業(営業担当)	・10~12月と比べ、1~3月の動きはやや鈍い。3月は決算を控えた企業からの広告出稿が期待されるので、全体としては回復基調にある。
		出版業(経営者)	・大企業の収益が好調のようなので、今後はやや良くなる。
		印刷業・製本業(総務担当)	・株式市場への個人投資家の参入が増大している。
		通信業(営業担当)	・客のブロードバンド通信やIP電話についての関心が非常に高く、IT武装やコスト削減につながる投資への抵抗感は少ない。

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
		金融業〔証券〕（経営企画担当）	・景気動向を示す国内GDPや景気動向指数等、各種指標が総じて好転しており、円高や食肉問題はあるものの、年度末にかけては上昇傾向となる。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	・2月からは受注量が増加する時期なので、やや良くなる。
		卸売業〔建築材料、鉱物・金属材料等〕（従業員）	・引き合い等が多くなってきている。
		広告代理店（営業担当）	・3月は多くの会社が決算月であり、2月末～3月末にかけては広告費の駆け込み需要が見込まれる。
	変わらない	新聞業（経営者）	・良くなるような経済的变化がみられない。
		印刷業・製本業（経営者）	・2月はいくらか動きがあるが、継続して今以上に良くなるというほどではない。
		建設業（経営者）	・製造業はやや良くなるが、非製造業は依然として低水準のままである。流通、サービス業は良くなると見込んでいる。
		建設業（営業担当）	・16年度が大きな底と考える業者が多く、まだ前途は暗いままである。
		輸送業（経営者）	・運賃は上がることもなく、もうこれ以上悪くなることもないので変わらない。
		通信業（営業担当）	・2～3か月先の景気が変わるという様子はない。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・企業業績は前年のリストラ効果でかなり改善したが、実需の伴う本業の改善にはまだ時間を要する。期末要因を含め、はっきりとした改善傾向は難しい。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（経営者）	・3～4月にかけては、2月と比べると売上は増加するが、季節要因であり、差し引くと変わらない。
		卸売業〔飲食料品（鮮魚）〕（経営者）	・これまでの流れからして急に良くなることは考えられない。
		卸売業〔建築材料、鉱物・金属材料等〕（総務担当）	・販売先の体力低下もあり、大きな回復は期待できない。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・良くなる材料が見当たらない。
		経営コンサルタント	・現在の状態がしばらく続く。半年ごとに状況が変わっていくような雰囲気である。
	やや悪くなる	出版業（営業担当）	・4月期の受注の出足が悪い。
		印刷業・製本業（経営者）	・毎月取引のあった得意先からの受注、売上が減少している。仕事量の大幅減、月によって取引のない得意先も出てきており、あっても件数はわずかである。個人の資金でのやりくりにも限度があるので、このままでは経営が成り立たない。
		卸売業〔飲食料品（漬物）〕（経営者）	・秋から前年の売上実績を若干下回っている状況なので、回復には時間がかかる。
	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		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