

中央区内景気動向調査

令和4年4月調査結果

令和4年5月31日

中央区

総 括

令和4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52.8と、前回調査から15.8ポイント上昇している。景気の先行き判断D Iは合計で54.0と、前回調査から2.5ポイント低下している。

図表 景気の現状判断D I、先行き判断D I（合計）

(D I)	令和3年	令和4年		前回調査
合計	12月	2月	4月	からの変化
現状判断D I	62.2	37.0	52.8	(15.8)
先行き判断D I	61.2	56.5	54.0	(-2.5)

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、令和4年4月調査の調査票発送は4月7日（木）、回答期限は4月18日（月）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44名、有効回答率は88.0%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

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54.0と、前回調査から2.5ポイント低下している。分野別にみると、家計動向関連DIは63.2と、前回調査から2.5ポイント上昇し、企業動向関連DIは47.0と、前回調査から6.0ポイント低下している。構成比では、「やや良くなる」と回答した人の割合が22.8ポイント減少し、「やや悪くなる」と回答した人の割合が10.1ポイント増加した。

図表2-1 各分野における景気の先行き判断DIの推移表

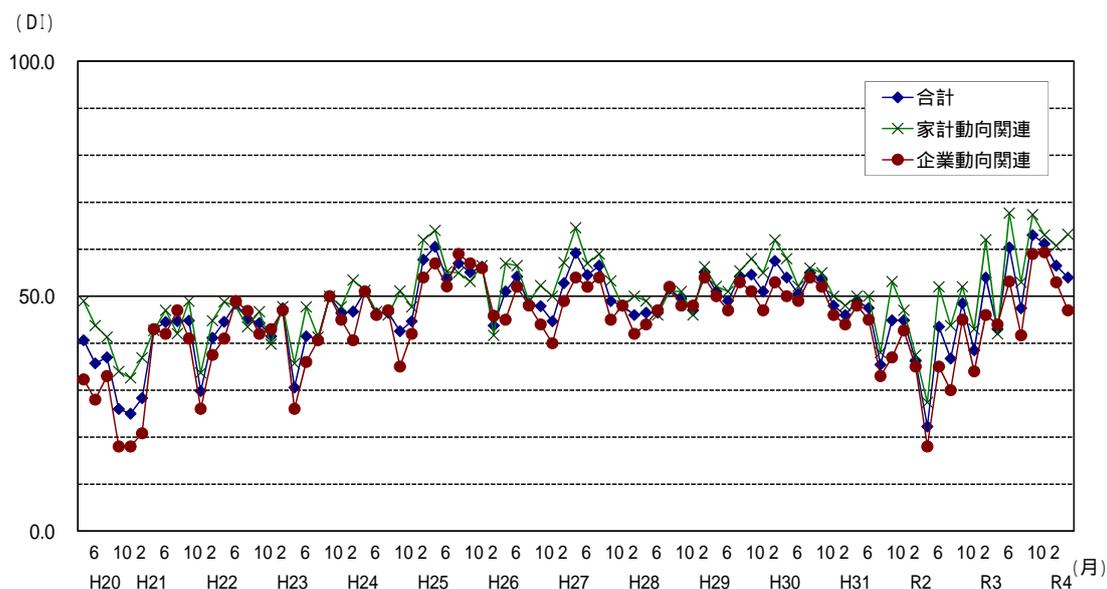
(DI)	令和3年		令和4年		(変化幅)
		12月	2月	4月	
合計		61.2	56.5	54.0	(-2.5)
家計動向関連		63.0	60.7	63.2	(2.5)
小売関連		64.3	57.7	56.8	(-0.9)
飲食関連		-	-	-	(-)
サービス関連		65.0	56.3	75.0	(18.7)
住宅関連		-	-	-	(-)
企業動向関連		59.4	53.0	47.0	(-6.0)
製造業		62.5	45.0	25.0	(-20.0)
非製造業		58.8	55.0	52.5	(-2.5)

(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
令和3年	12	4.3%	40.4%	51.1%	4.3%	0.0%
令和4年	2	2.2%	47.8%	26.1%	21.7%	2.2%
	4	11.4%	25.0%	31.8%	31.8%	0.0%
(変化幅)		(9.2)	(-22.8)	(5.7)	(10.1)	(-2.2)

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

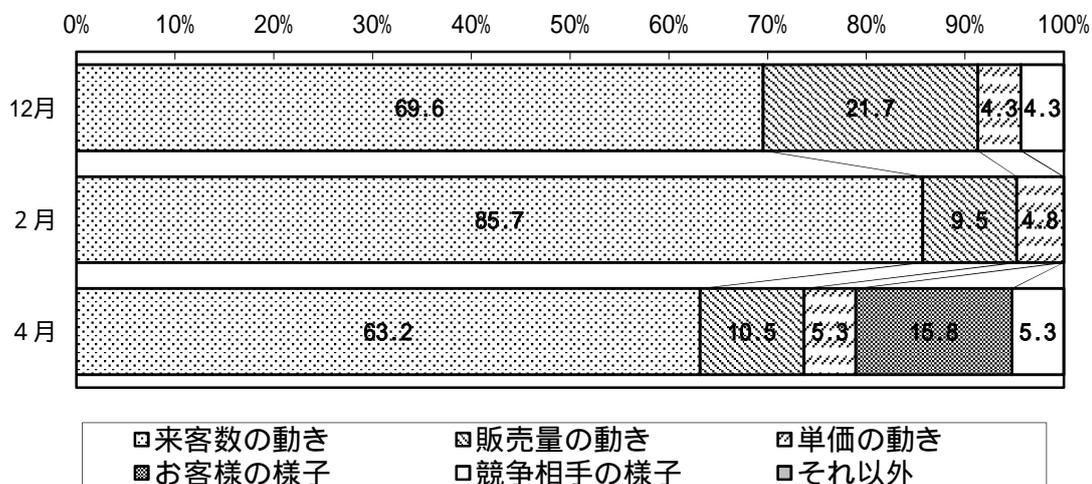
(D I)	令和3年	令和4年	
	12月	2月	4月
合計	54.3	34.8	48.9
家計動向関連	56.5	28.6	59.2
小売関連	50.0	34.6	65.9
飲食関連	-	-	-
サービス関連	60.0	18.8	50.0
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	52.1	40.0	41.0
製造業	43.8	35.0	35.0
非製造業	53.8	41.3	42.5

(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。

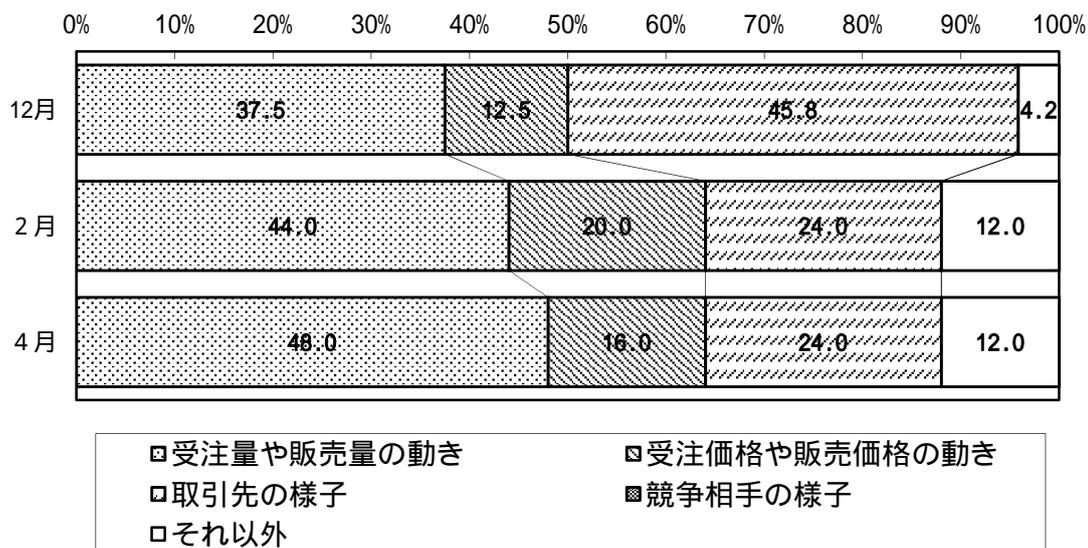
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方加性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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	一般小売店〔食品〕(店長)	来客数の動き	・テレビの取材を受け、放映後、来客数、販売量共に増加している。
	やや良くなっている	一般小売店〔文具〕(販売担当)	来客数の動き	・3月以降、土日の来客数が増加している。
		百貨店(総務担当)	お客様の様子	・まん延防止等重点措置の解除とともに、来客数が復調している。旺盛な消費マインドが一気に息を吹き返しているような雰囲気である。
		百貨店(総務経理担当)	来客数の動き	・近隣百貨店ではラグジュアリーブランドが好調である。まん延防止等重点措置解除の影響で、人の回遊がみられる。
		高級レストラン(副店長)	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除されたので、宴会の数が増えてきている。
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・平日はともかく、週末が8割くらいまで良くなってきている。
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除され、陽気も良くなり、気持ちの上でも良い方向になっているのではないが。ただし、物価上昇は気になる。
		都市型ホテル(経営者)	来客数の動き	・少しずつ良くはなっているが、伸びがいまだに弱い。特に、外国からの来客が全くない。
		旅行代理店(店長)	お客様の様子	・季節柄、出かける人が増えている。
	変わらない	スーパー(店長)	販売量の動き	・来客数は伸びているものの、買い控えなのか、買上点数が伸びない。
衣料品専門店(店長)		来客数の動き	・まん延防止等重点措置の解除後、春休みの期間は来客数も順調に戻ってきているが、それでも前年比で101%と微増に終わり、まだまだ厳しい状況が続いている。	
高級レストラン(経営者)		来客数の動き	・東京の新型コロナウイルス感染者数が高止まりしているため、法人利用の来客数が大変少ない。接待での利用客の復活を願うばかりである。	
都市型ホテル(営業担当)		お客様の様子	・まん延防止等重点措置が解除され、日中の人出が少し増加している。	
やや悪くなっている		一般小売店〔事務用品〕(営業担当)	販売量の動き	・年度末需要で良くなっているが、例年と比べると3割程度減少している。
		百貨店(総務担当)	単価の動き	・来客数は新型コロナウイルス発生前と比べて7~8割程度とほぼ横ばいである。原油高などの影響による商品単価の値上げや、新型コロナウイルスの影響による業務委託など、様々な場面に影響が出始めている。
		スーパー(店長)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染第6波の影響で外出控えがあった1月と比べると、来客数が増え、売上も増加している。
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	印刷業・製本業(営業担当)	受注価格や販売価格の動き	・一般的に、価格の上昇は世界情勢に鑑みて仕方のないこととして受け入れられている。販売価格の上昇が受け入れられやすい反面、仕入価格の上昇も受け入れざるを得ない状況のため、利幅が増えず、資金繰りを今以上に重視する傾向にある。
		輸送業(従業員)	受注量や販売量の動き	・受注量は日によってばらつきがあるものの、増えてきているように感じる。
		通信業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・ここ数か月、インバウンドによる受注案件が出始めている。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕(営業担当)	受注価格や販売価格の動き	・予算に対する受注価格の動きとして、3か月前と比較すると、15%ほど上昇している。
	変わらない	建設業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・人手不足や物価上昇により、先行きが不透明である。
通信業(営業担当)		それ以外	・当地域界隈は夜でも全く人がなく、街全体がひっそりと静まり返っている。	

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
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・新年度に入っても格別の変化は今のところない。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・飲食店は営業時間が戻ったが、客足が鈍く、滞在時間も短い。2次会の需要も減っている。
		その他サービス業〔造園・園芸〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・特段の変化はみられない。
	やや悪くなっている	出版業（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルスに対する疲れや慣れで、消費者の購買意欲は依然として低迷している。
		出版業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・値上げの春を迎えたが、販売価格を簡単に上げることはできない。販売量も3か月前に比べてやや減少している。
		金融業〔証券〕（営業担当）	それ以外	・株式市場では、連休前に一旦調整される傾向にあるため、売買量が少なくなる。
		卸売業〔機械器具〕（営業担当）	取引先の様子	・4月としては悪くない売上ではあるが、年度始めて受注残が少ない。
	悪くなっている	-	-	-

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	百貨店（総務担当）	・高額商材の堅調な売上動向に加え、リモート勤務等の収束により、来客数の復調が予想される。
		一般レストラン（経営者）	・今まで抑えられていた分、人の動きが活発になることを願っている。新型コロナウイルス感染者数が増加しないように、そろそろ治療薬が出てきて良いのではないかと。
		旅行代理店（店長）	・ゴールデンウィーク明けから国の施策が始まることを期待している。
	やや良くなる	一般小売店〔文具〕（販売担当）	・新型コロナウイルスのワクチン接種が進み、来客数が増加する。感染者数は増加しているものの、土日や祭日は来客数の増加傾向がみられる。
		百貨店（総務経理担当）	・金融資産について、インフレによる恩恵がある。
		スーパー（店長）	・新型コロナウイルス感染が再拡大してきているので、再度需要が高くなるが、前ほどではないと見込んでいる。
		コンビニ（店長）	・新型コロナウイルス感染者数は大きく減らないものの、共存という新しい日常で、景気は緩やかに上がっていく。
		衣料品専門店（店長）	・外出予定が増えていることで、目的買いでの購買意欲が少しずつ上がっている。
		一般レストラン（経営者）	・ゴールデンウィークが控えているので良くなる。緊急事態宣言などが出ないことを祈っている。
	変わらない	都市型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルスが少しずつ収まってくれば、将来的に明るさが見えてくる。全ては新型コロナウイルス次第である。
		都市型ホテル（営業担当）	・このまま無事にゴールデンウィークの新型コロナウイルス感染者数が増えなければ、夏に向けてやや良くなる。
		高級レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染第7波への対策が充実してくる。客層も多岐にわたって増加するよう努力している。
	やや悪くなる	高級レストラン（副店長）	・新型コロナウイルス発生前のような大人数の宴会が増えるわけではないので、現状維持ができれば良い方である。
		競馬場（職員）	・来客数は3か月後も変わらないと思うので、現状維持が精一杯である。
		一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	・4月に入っても人の動きは鈍く、新年度の需要は感じない。新型コロナウイルスの影響で、このままこのようなスタイルに変わってってしまうのか、不安である。
		一般小売店〔食品〕（店長）	・テレビ取材の影響により一時的に忙しくなっているが、少ししたら落ち着くのではないかと。
	悪くなる	百貨店（総務担当）	・インフレが進むものの給料が下がる、残業代が減るなどにより、消費意欲の減退が続くのではないかと。
		スーパー（店長）	・新型コロナウイルスに大きく左右されてきたが、今後は感染が拡大しても日常の生活を送る方が増え、定着していく。
		-	-
企業 動向 関連	良くなる	不動産業（企画担当）	・新薬の開発などにより、新型コロナウイルスへの不安が緩和され、経済活動が活性化することに期待したい。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	・まん延防止等重点措置が解除されてから、来客数がやや戻り始めている。
	やや良くなる	建設業（営業担当）	・民間からの仕事量の増加が見込まれる。公共工事が増加する。
		輸送業（従業員）	・受注についての問合せ件数が少し多くなってきている。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・業種としての動きが通常に戻りつつあるため、少なからず上昇傾向に向かっている。
	変わらない	建設業（営業担当）	・新年度の発注がまだ少ない。
		通信業（営業担当）	・良くなる兆しが見えない。
		通信業（営業担当）	・変わらないというよりは、良くなる要素と悪くなる要素が共にあるという状況である。まん延防止等重点措置の解除により経済が回り始める反面、ウクライナ情勢や半導体不足等、回復に歯止めが掛かる要因もある。

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
		金融業〔証券〕（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響に関していえば、感染者数が相応な水準であり続けている割には、極端に悲観するコメントは減っているように感じる。一方で、ロシアのウクライナ侵攻の影響から、光熱費を始め一般消費財の価格に影響が出始めている。これについては、新型コロナウイルスの影響からの回復に対して、かなり足を引っ張る要素とならざるを得ない。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・企業決算の結果次第にはなるが、ウクライナ情勢等の観点からも様子見の展開になる。
		卸売業〔飲食料品（鮮魚）〕（経営者）	・新型コロナウイルスが収束していかない。
		卸売業〔機械器具〕（営業担当）	・大きな物件は少ないが、例年の受注は取れそうな見通しである。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（管理担当）	・特段、受注量に関わる先方の動きや情報がない。
		その他サービス業〔造園・園芸〕（営業担当）	・今のところ景気が良くなると見込めるような要素はない。
やや悪くなる		新聞業（営業担当）	・新型コロナウイルス禍に加え、ウクライナ情勢の悪化、それに伴う円安など、不安要素が増大している。
		出版業（経営者）	・新型コロナウイルスは短期で収束せず、長期化するとみている。
		出版業（営業担当）	・国際情勢も新型コロナウイルスも先が見通せないし、いろいろな物の値上げが続き、生活必需品以外の消費意欲が落ちる。
		印刷業・製本業（営業担当）	・今までは、新型コロナウイルスの収束を念頭に今後の販売戦略を考えていたが、ここにきてロシアのウクライナ侵攻が長引くことで、新たに販売戦略を立て直す必要があるため、勝ち組と負け組の差が更に広がる。
		建設業（経営者）	・ロシアのウクライナ侵攻の影響により材料等が入りにくくなっていることから、今後景気に悪影響が出てくる。
		建設業（経営者）	・ロシアのウクライナ侵攻、人手不足、インフレ等々の問題があり、建設業は全体的に先行きがかなり不透明である。また、受注時の単価が半年後には上昇し、元請業者にはかなりの痛手である。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・新型コロナウイルス、物価高、円安等の影響があり、それらの条件が整わないと仕事が動かないのではないが。
		卸売業〔機械器具〕（支社長）	・公共における長期事業を受注しているが、電気やガス等のユーティリティも含んでいる。昨今の値上げに対応できるか、リスクが高まっている。今後の案件にも影響が大きい。
悪くなる		経営コンサルタント	・ロシアの問題を抱えている以上、天然資源を中心として物資が入りにくいため、物価が上昇する。
		-	-

(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	14
	商店街・一般小売店	5
	商店街代表者	0
	一般小売店経営者・店員	5
	百貨店	4
	百貨店売場主任・担当者	4
	スーパー	2
	スーパー店長・店員	2
	コンビニエンスストア	1
	コンビニエリア担当・店長	1
	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	0
	設計事務所所長・職員	0
	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	5
	食品製造業	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	5
	新聞業	1
	出版業	2
	印刷業・製本業	2
	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	20
	建設業	4
	輸送業	1
	通信業	2
	金融業	2
	不動産業	1
	卸売業	6
	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