

中央区内景気動向調査

令和4年6月調査結果

令和4年7月25日

中央区

総 括

令和4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58.9と、前回調査から6.1ポイント上昇している。景気の先行き判断D Iは合計で53.3と、前回調査から0.7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4年			前回調査 からの変化
	2月	4月	6月	
合計				
現状判断D I	37.0	52.8	58.9	(6.1)
先行き判断D I	56.5	54.0	53.3	(-0.7)

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	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6月調査の調査票発送は6月7日（火）、回答期限は6月16日（木）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

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53.3と、前回調査から0.7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63.8と、前回調査から0.6ポイント上昇し、企業動向関連DIは45.0と、前回調査から2.0ポイント低下している。構成比では、「やや悪くなる」と回答した人の割合が2.9ポイント減少し、「悪くなる」と回答した人の割合が2.2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

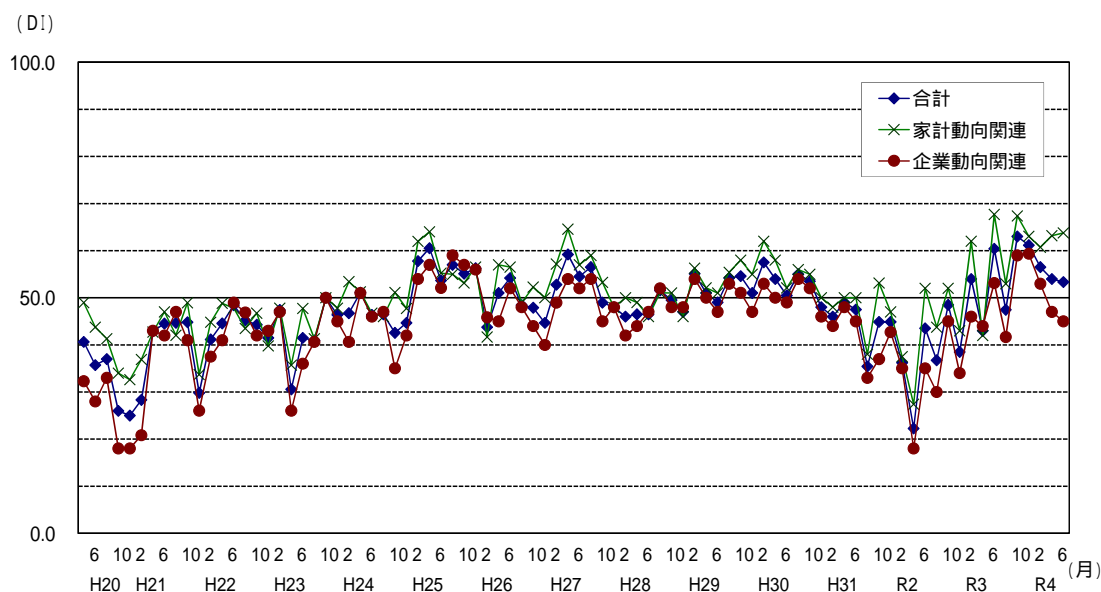
(DI)	令和4年			
	2月	4月	6月	(変化幅)
合計	56.5	54.0	53.3	(-0.7)
家計動向関連	60.7	63.2	63.8	(0.6)
小売関連	57.7	56.8	54.2	(-2.6)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	56.3	75.0	81.3	(6.3)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	53.0	47.0	45.0	(-2.0)
製造業	45.0	25.0	50.0	(25.0)
非製造業	55.0	52.5	43.8	(-8.7)

(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4年	2	2.2%	47.8%	26.1%	21.7%	2.2%
	4	11.4%	25.0%	31.8%	31.8%	0.0%
	6	11.1%	24.4%	33.3%	28.9%	2.2%
(変化幅)		(-0.3)	(-0.6)	(1.5)	(-2.9)	(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）

現在の景気の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

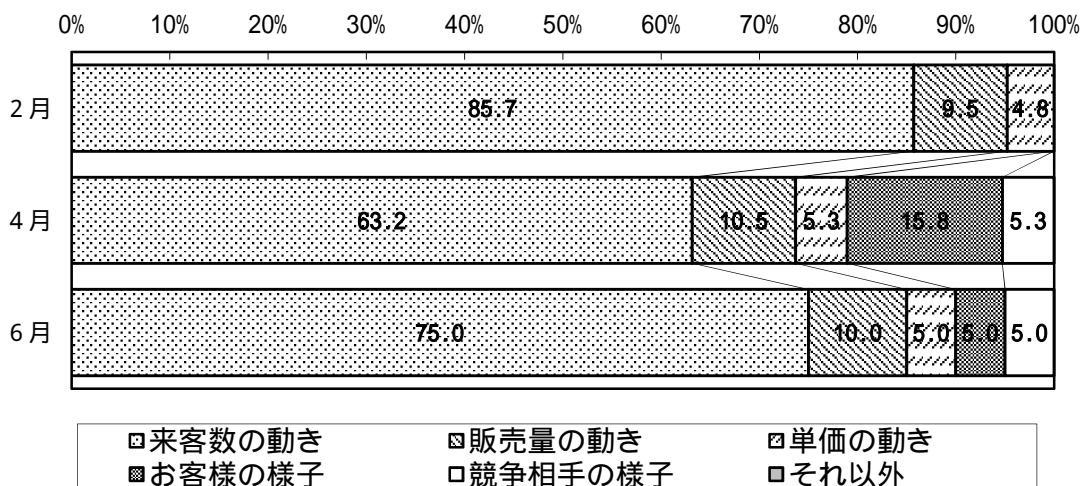
(D I)	令和4年		
	2月	4月	6月
合計	34.8	48.9	58.3
家計動向関連	28.6	59.2	65.0
小売関連	34.6	65.9	64.6
飲食関連	-	-	-
サービス関連	18.8	50.0	62.5
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	40.0	41.0	53.0
製造業	35.0	35.0	45.0
非製造業	41.3	42.5	55.0

(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。

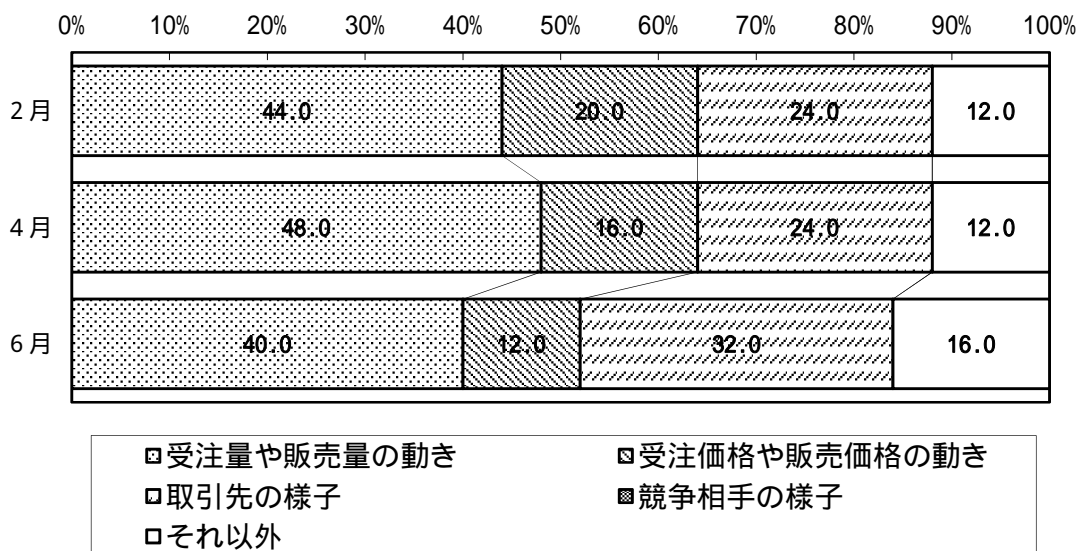
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方加性に加えて、景気の水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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	百貨店(広報担当)	お客様の様子	・外出機会の増加に伴い、関連消費が拡大している。
		衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・来客数が前年比145%、3か月前との比較でも130%と増加している。また、外国人客数も増加してきている。
	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	・ゴールデンウィーク以降、来客数が増えている。特に、土日は大変混雑する。平日はまだまだである。
		百貨店(総務経理担当)	来客数の動き	・街の客層が、近隣の百貨店ラグジュアリーブランドと大手100円ショップ旗艦店と、二極化してきている。
		百貨店(総務担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症対策に伴う利用人数、時間制限が緩和され、来客数、販売額共に前年を上回り、好調である。
		高級レストラン(経営者)	来客数の動き	・予約状況が好転している。少人数での予約注文が減少し、5~10名程での会食が目立つようになってきている。
		高級レストラン(副店長)	来客数の動き	・ランチタイムは毎日ほぼ満席になっている。土日はランチだけでなく、ディナータイムも満席になる。
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・週末は良いときの8~9割まで戻ってきている。修学旅行生も、今まではゼロに近かったのが4000人程度と、1割くらい戻ってきている。
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・少しずつ新型コロナウイルスの影響が薄れつつあり、来客数も増えてきている。海外客も日本を目指して来てくれれば、もっと良くなる。
		都市型ホテル(経営者)	来客数の動き	・来客数は上向きつつあるが、宿泊料は以前の半分くらいで、なかなか元に戻らない。
		都市型ホテル(営業担当)	来客数の動き	・ゴールデンウィークから予約が増えている。
	旅行代理店(店長)	来客数の動き	・入国者数の緩和、企業の出勤状況や出張の増加により、やや良くなっている。	
	変わらない	一般小売店[事務用品](営業担当)	来客数の動き	・来客数を見るとそれほど変わっていない。新年度が始まった割には、余り動いていないようである。
		百貨店(総務担当)	単価の動き	・入国制限の緩和と円安により、ここ数年消失していたインバウンド売上に期待が懸かる一方、食料品等、生活必需品の値上げが重くのし掛かっている。
	やや悪くなっている	スーパー(店長)	販売量の動き	・商品単価が上がり、特売品しか売れない。
スーパー(店長)		来客数の動き	・ウィズコロナの生活様式が浸透し、外出機会が増えたことにより、スーパーへの来店が減っている。	
悪くなっている	-	-	-	
企業 動向 関連	良くなっている	不動産業(企画担当)	取引先の様子	・オフィス拡張や増床の相談が増えている。マンションについても、販売価格が上がっても成約している。
		卸売業[繊維・衣服等](営業担当)	受注量や販売量の動き	・得意先の動きが変わってきており、5~6月と大型催事を行ったが、どちらも予想を上回っている。
	やや良くなっている	出版業(経営者)	それ以外	・新型コロナウイルス禍の打撃から回復基調がみられることは確かだが、力尽きたという店も多い。
		建設業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・民間、官庁からの仕事が増加している。
		輸送業(従業員)	受注量や販売量の動き	・前年に比べて受注量がやや増えている。
	変わらない	経営コンサルタント	取引先の様子	・新型コロナウイルスが一旦落ち着き始めたことから、人出が多くなってきている。しかし、どの店舗でも新型コロナウイルス発生前に比べて客の滞在時間が短くなっている。
その他サービス業[ビルメンテナンス](営業担当)		受注価格や販売価格の動き	・3か月前と比べると、予算に対して受注価格が約20%上昇している。	

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
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・街に新型コロナウイルス発生前のような活気がない。
		卸売業〔飲食料品（鮮魚）〕（経営者）	取引先の様子	・いまだにインバウンドがほぼゼロである。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先の話によると、電気、原材料、原油等の価格上昇が影響して、なかなか受注が増えないそうである。
	やや悪くなっている	出版業（営業担当）	それ以外	・生活必需品が値上がりし、家計を圧迫している。
		印刷業・製本業（営業担当）	それ以外	・仕入先からは値上げ要請がある。得意先は、値上げについて理解してくれるところもあれば、値上げを渋るか、他社から相見積りを取るところがあり、結果として、利益が圧縮される案件もある。そのため、売上を重視すると利益が減少し、利益を重視すると売上が減るといふ苦悩が絶えない。
悪くなっている	卸売業〔機械器具〕（営業担当）	それ以外	・輸入販売している機器の原価が円安により上昇している。輸入運賃も上がって仕入れコストが高くなり、利益率が悪い。	
	新聞業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・物価高の影響がじわりと出てきている。	

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	高級レストラン(経営者)	・現状のまま夏場を迎えられれば、過去の減少分を多少埋められるとみている。
		一般レストラン(経営者)	・海外、特に近隣諸国の方々が来てくれれば、年末までにはかなり良い方向に向かう。
		都市型ホテル(営業担当)	・都民割の予約や夏休みに向けた需要、企業接待、イベントなど、先々の予約が増加している。
		旅行代理店(店長)	・入国者数の制限緩和や、企業の出勤状況の変化、出張の増加により、良くなる。
	やや良くなる	一般小売店[事務用品](営業担当)	・新型コロナウイルスが落ち着いて、少しずつ人が動き出している。イベント等も開催され始めているので、そういった需要が伸びることを期待している。
		一般小売店[文具](販売担当)	・インバウンドの増加が見込まれる。新型コロナウイルス感染者数の減少により、消費マインドが上昇する。
		百貨店(広報担当)	・インバウンド需要の回復、新型コロナウイルスの影響が着実に落ち着いてくることを前提としている。
		コンビニ(店長)	・新型コロナウイルスが収束したわけではないが、各種の制限が緩和されたことからリバウンド行動も見受けられており、今後の気温上昇や物価高などを考えると、やや良くなる。
		衣料品専門店(店長) 都市型ホテル(経営者)	・外出や旅行の予定が少しずつ増えてきている。 ・新型コロナウイルスが収束しつつあり、人流も少しずつ戻り始めている。
	変わらない	一般小売店[食品](店長)	・新型コロナウイルス感染者数も減少傾向が続いており、人の流れが戻ってきたように感じるが、まだまだ油断はできない。物価上昇の影響も懸念される。
		スーパー(店長)	・現状のままで推移するのではないかと、「やや悪くなる」と迷ったが、希望も含めて「変わらない」としている。現状のなかで、客にいかに来店してもらうかを考え、施策を実施していく。夏休みでも買物は必要である。
		高級レストラン(副店長)	・現状の新型コロナウイルス感染者数であれば、悪くなることはない。
		一般レストラン(経営者)	・新型コロナウイルスが落ち着くまではまだ分からない。時短営業していた影響が分からないが、9~11時台の客が戻ってこない。
		競馬場(職員)	・来場者数は以前と変わらない。
	やや悪くなる	百貨店(総務担当)	・値上げによる消費マインドの縮小が予想される。また、円安によるインバウンド客の売上は、依然として全体をけん引する要素とはならない。
		百貨店(総務経理担当)	・インバウンドを意識して、免税売上を考えるショップが増えている。ただし、米国株暴落の影響を今から心配しており、やや悪くなるかもしれない。
		百貨店(総務担当)	・あらゆる品目が値上げされ、当面この流れが続くそうなることから、消費は冷え込んでいくのではないかと。
		スーパー(店長)	・ロシアのウクライナ侵攻による影響の見通しが立たない。
	悪くなる	-	-
企業 動向 関連	良くなる	不動産業(企画担当)	・新型コロナウイルス禍でオフィス移転を控えていた企業が動き出している。
	やや良くなる	新聞業(営業担当)	・今後、都民割やGo To Travelキャンペーン再開により旅行需要が喚起され、関連消費が旺盛になる。
		建設業(営業担当)	・仕事量が増えている。役所からの工事受注も増加している。
		建設業(経営者)	・新型コロナウイルス感染者数が徐々に減少傾向になり、人々の動きが活発になってきていると感じる。観光業や飲食関係に改善の兆しが見え始めている。
		卸売業[機械器具](営業担当)	・2~3か月後の受注残がある。販売量も今よりは増える見込みである。
	変わらない	出版業(経営者)	・まだら模様というか、新型コロナウイルス禍からの回復を受けて、上向きの店もあれば、万策尽きてクローズという店も多い。
		出版業(営業担当)	・秋にかけて値上げが続くことに加え、円安、ウクライナ情勢、新型コロナウイルスの感染状況など不透明なことが多く、良くなる要素が見当たらない。
輸送業(従業員)		・受注量は変動が多く、増える予定がない。	

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
		通信業（営業担当）	・現状が2～3か月で変わるとは考えにくい。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・新型コロナウイルスが沈静化しつつあるといっても、発生当初に比べればいまだに感染者数も相応にある。しかし、死者数や重症者数が抑えられていることは一定の安心感につながる上、ここにきて海外からの入国制限が緩和され、インバウンド需要が回復し、景況感の改善に幾ばくか寄与するものと思われる。一方で、ウクライナ情勢等、諸々の要因による消費財の値上がりを始め、「流動性を伴わない物価上昇」は、そうした景況の回復を相殺すると考えられるため、基本的には変わらない。
		卸売業〔飲食料品（鮮魚）〕（経営者）	・物価の上昇により売上が落ちそうである。新型コロナウイルスとウクライナ情勢が良くなることには、変わらない。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・現状と先行きとで特別に変化が生じるような要因がない。
		経営コンサルタント	・春から秋にかけて物価が上昇しているため、消費が多少弱まるものの、県民割や都民割などで観光需要が増加するため、大きな変化はない。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・今月まではかなり上昇傾向であったが、今後はある一定の伸び率でとどまるのではないかと。
やや悪くなる		印刷業・製本業（営業担当）	・度を越した円安が日本全体を悪い雰囲気へと導いているように感じる。
		建設業（営業担当）	・受注が伸びてこない。資材価格も上昇している。
		建設業（経営者）	・物価上昇、人手不足の影響がかなりある。
		通信業（営業担当）	・購買意欲は上がっているものの、半導体不足等により供給ができない状況がバックギアになってきている。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・米国を中心とした物価上昇の影響により、金融引き締め圧力が強くなってきている。また、日米金利差により円安が想定以上に進んでいることから、リスクが大きくなっている。
		卸売業〔機械器具〕（支社長）	・受注残に恵まれているが、ベンダーからの値上げ要求が増えてきており、収益が悪化傾向にある。燃料費も上がってきており、取引先との交渉が必須となっている。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（管理担当）	・材料費の高騰や、器具、機器の不足に伴い、発注量の減少が懸念される。
		その他サービス業〔造園・園芸〕（営業担当）	・仕入値の高騰が顕著で、価格を改定せざるを得ない状況にきている。しかし、役所の案件は、年度始めの受注単価で1年間の契約が確定しており、今年度の仕入れが厳しくなることが想定される。
悪くなる		卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	・例年、夏季は閑散期なので、通常どおりである。

(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