

# 中央区内景気動向調査

令和4年12月調査結果

令和5年1月27日

中央区

## 総 括

### 令和4年12月の動き

中央区内における12月の現状判断D Iは合計で58.3と、前回調査から1.2ポイント低下している。景気の先行き判断D Iは合計で58.3と、前回調査と変わらず横ばいである。

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
	8月	10月	12月	
合計				
現状判断D I	46.7	59.5	58.3	(-1.2)
先行き判断D I	49.4	58.3	58.3	(0.0)

## 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12月調査の調査票発送は12月7日（水）、回答期限は12月16日（金）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内における現状判断DIは合計で58.3と、前回調査から1.2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66.7と、前回調査から2.4ポイント低下し、企業動向関連DIは51.0と、前回調査から2.0ポイント低下している。構成比では、「やや良くなっている」と回答した人の割合が14.1ポイント減少し、「変わらない」と回答した人の割合が11.1ポイント増加した。

図表1-1 各分野における景気の現状判断DIの推移表

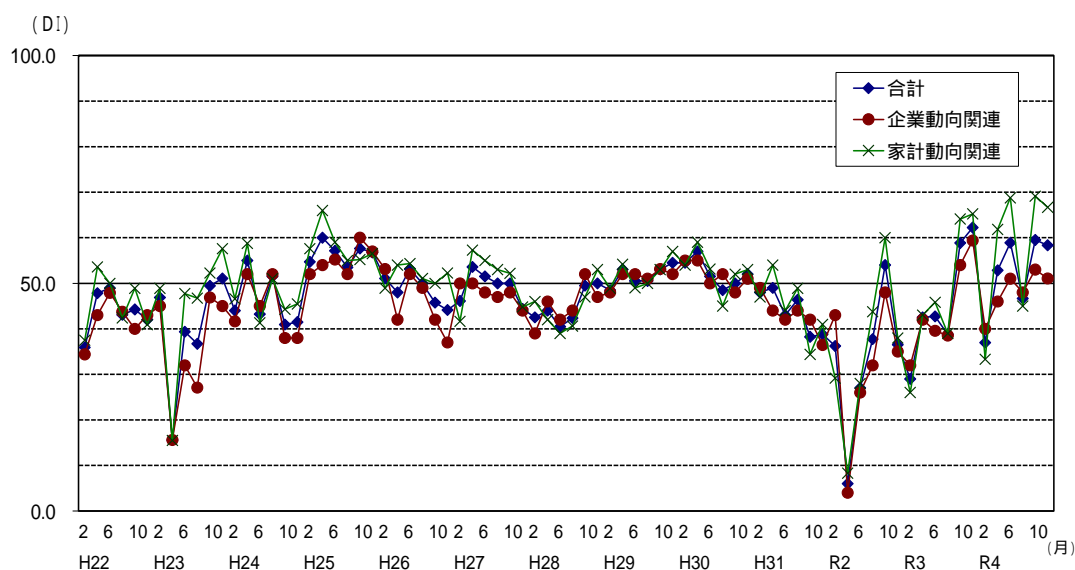
(DI)	令和4年			
	8月	10月	12月	(変化幅)
合計	46.7	59.5	58.3	(-1.2)
家計動向関連	45.0	69.1	66.7	(-2.4)
小売関連	41.7	65.0	62.5	(-2.5)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	56.3	75.0	65.0	(-10.0)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	48.0	53.0	51.0	(-2.0)
製造業	45.0	60.0	55.0	(-5.0)
非製造業	48.8	51.3	50.0	(-1.3)

(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
令和4年	8	4.4%	17.8%	42.2%	31.1%	4.4%
	10	4.8%	45.2%	33.3%	16.7%	0.0%
	12	8.9%	31.1%	44.4%	15.6%	0.0%
(変化幅)		(4.1)	(-14.1)	(11.1)	(-1.1)	(0.0)

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58.3と、前回調査と変わらず横ばいである。分野別にみると、家計動向関連DIは63.1と、前回調査から4.5ポイント低下し、企業動向関連DIは54.2と、前回調査から2.2ポイント上昇している。構成比では、「やや良くなる」と回答した人の割合が20.7ポイント減少し、「良くなる」と回答した人の割合が13.2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

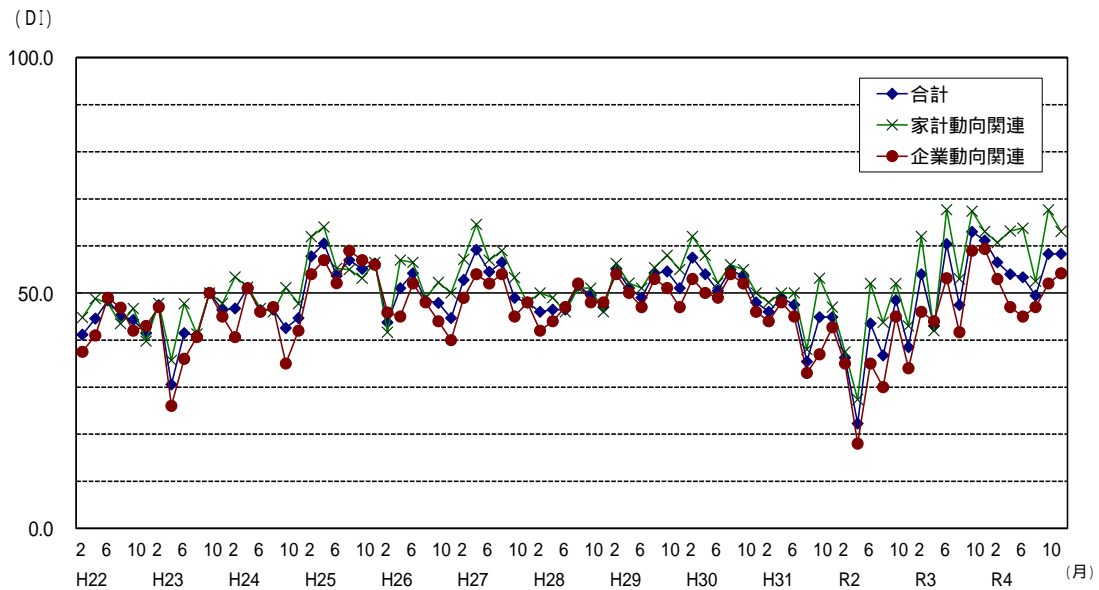
(DI)	令和4年			
	8月	10月	12月	(変化幅)
合計	49.4	58.3	58.3	(0.0)
家計動向関連	52.5	67.6	63.1	(-4.5)
小売関連	43.8	67.5	58.3	(-9.2)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	62.5	66.7	65.0	(-1.7)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	47.0	52.0	54.2	(2.2)
製造業	50.0	50.0	55.0	(5.0)
非製造業	46.3	52.5	53.9	(1.4)

(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	8	2.2%	28.9%	35.6%	31.1%	2.2%
	10	2.4%	42.9%	40.5%	14.3%	0.0%
	12	15.6%	22.2%	42.2%	20.0%	0.0%
(変化幅)		(13.2)	(-20.7)	(1.7)	(5.7)	(0.0)

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

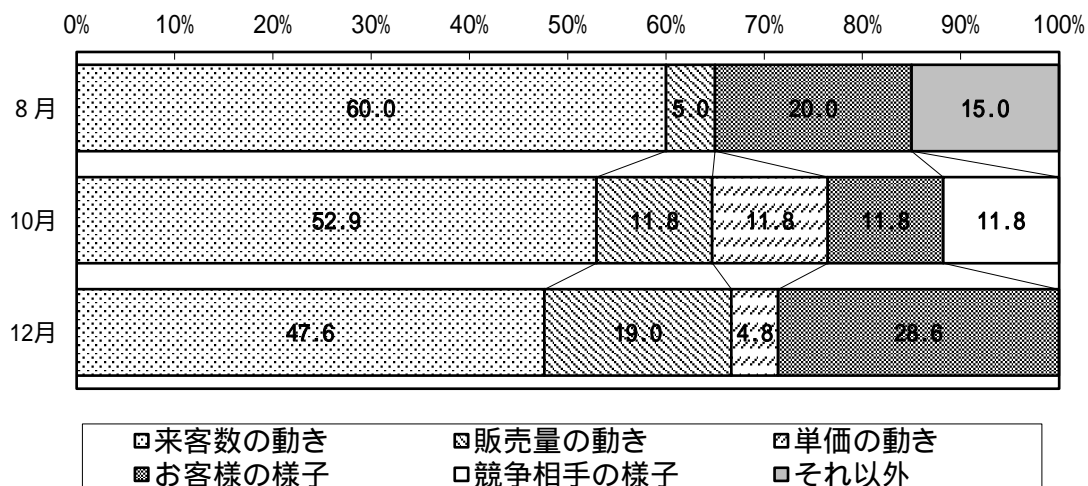
(D I)	令和4年		
	8月	10月	12月
合計	44.4	55.4	55.6
家計動向関連	41.3	66.2	65.5
小売関連	41.7	62.5	58.3
飲食関連	-	-	-
サービス関連	43.8	66.7	70.0
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	47.0	48.0	46.9
製造業	40.0	40.0	45.0
非製造業	48.8	50.0	47.4

(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。

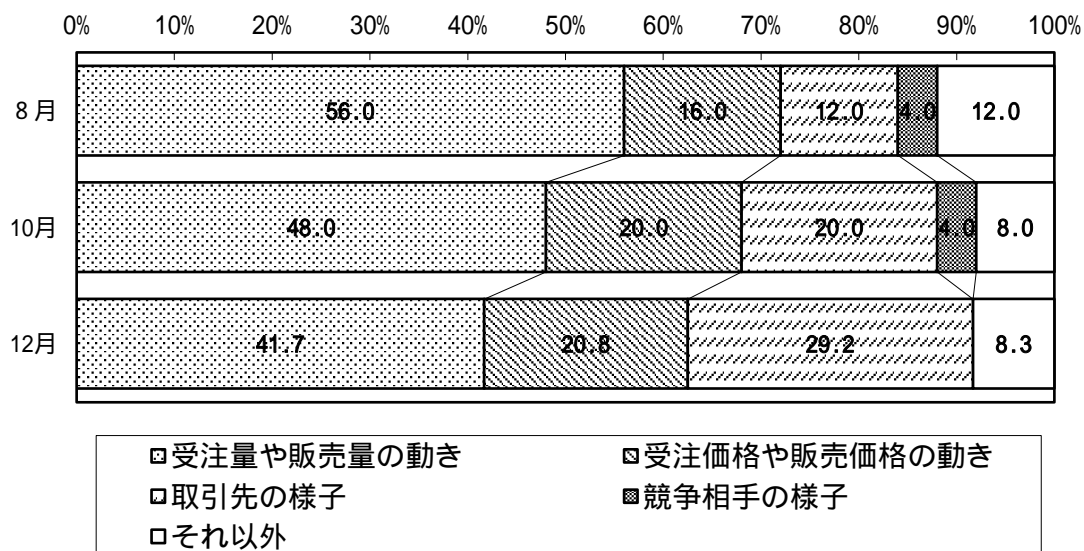
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方加性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

## 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



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	百貨店(総務担当)	お客様の様子	・インバウンドが復調してきており、国内客も堅調に推移している。円安の影響もあり、海外への出国が依然として難しいなか、富裕層を中心に国内客が好調である。
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・インバウンドの来客数が右肩上がりに増えており、新型コロナウイルス感染症の発生前のにぎやかさになってきている。売上も3割近くまで戻りつつある。
		都市型ホテル(経営者)	来客数の動き	・政府による行動制限の緩和や、海外からの入国制限解除により人流が非常に多くなっている。
	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	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しているが、外国人客、国内客共に増えている。特に土日や祭日は来客が多い。
		百貨店(総務経理担当)	来客数の動き	・10~11月の客足は好調であった。
		百貨店(広報担当)	お客様の様子	・富裕層を中心に、高付加価値な物を求めるニーズは堅調である。中間層の消費も高付加価値のあるハレの日需要は落ちていない。加えて、インバウンド客の回復傾向が継続している。
		衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・来客数が前年比110%と増加している。前年はほとんどなかった外国人観光客が伸びており、単価も大幅にアップしている。
		高級レストラン(経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきていることから、来客数が増加してきている。特に、忘年会シーズンで予約の入り方も活況を呈してきている。
		高級レストラン(副店長)	単価の動き	・団体の宴会予約の単価が上がっている。少人数の会食でも、以前より高単価メニューがよく出ている。
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・まだ新型コロナウイルス感染症の発生前には戻らないが、土日は良くなっている。
	変わらない	一般小売店[食品](店長)	来客数の動き	・このところ日によって来客数に波があるが、平均すると3か月前の景気と変わらない。
		百貨店(総務担当)	来客数の動き	・来客数は横ばいでほぼ前年並みだが、気温が高いこともあり、季節商材の動きが鈍い。依然として物価上昇が続いており、消費意欲が高まらない。
		スーパー(店長)	お客様の様子	・売上は前年比で大きな変動がない。
	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	・来客数は若干戻りつつあるものの、全体的に購買量が少なく、単品の購入で終わってしまう。
	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	・東京駅周辺の大型複合ビルの引き合いが好調の様子である。
	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	・少しずつだが受注価格の値上げを認められるようになってきたため、利益が出せるようになりつつある。
		通信業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・客からの発注は増えているものの、同時に解約等も増えており、業界によっては相変わらず厳しい状況もある。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染状況によって人出が左右されている。外出して買物をする客は減少しているが、インターネット通販は調子が良いようである。
	変わらない	新聞業(営業担当)	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症は、感染拡大の気配はあるものの小康状態で、自粛ムードはなく、旅行やクルーズ、イベント等も動き始めている。一方で、エネルギーや素材、資材、食品等の値上げ幅が拡大しており、取引先によって明暗が分かれている。
		出版業(経営者)	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の影響は一段落したものの、円安や原材料費高騰などの影響があり、V字反転とはいかないのが現状である。
		出版業(営業担当)	それ以外	・年末が近づき、日々の購買意欲が高まってきており、休日の人出も増えてきている。
		建設業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・物価が上昇している。建築資材がなかなか入っていない。

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
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量に動きがない。
		通信業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・半導体の枯渇が影響しており、3割程度価格が高くなっている。物がないので動かない。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・年末でも特に変わりがない。
		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か月前と比較すると、月ごとの売上は予算を上回っているものの、数字としては同等に近い。
		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	・受注量や販売量に目立った変化は感じられないが、仕入価格の上昇が著しい。今年10月と年明け1～2月頃の価格改定が多い。
	やや悪くなっている	卸売業〔機械器具〕（営業担当）	取引先の様子	・輸入で仕入れる物に遅れが出てきており、納品時期がずれ込んでいる。円安の影響で利幅が小さくなっている。
	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)	・好調なインバウンドが引き続き全体をけん引する。
		高級レストラン(経営者)	・飲食業界全体的に、令和5年は良好と想定している。何より新型コロナウイルス感染症の影響が小さくなってきたことが幸いしている。
		一般レストラン(経営者)	・現状、中国本土からの訪日客がないので、来年にはかなり期待が持てそうである。
		都市型ホテル(経営者)	・人の流れが活発になったお陰で、客室利用も多くなり、料金的にも新型コロナウイルス感染症の発生前に戻っている。
	やや良くなる	一般小売店[文具](販売担当)	・インバウンド客の増加が見込める。客単価が上昇している。
		百貨店(総務経理担当)	・全国旅行支援、インバウンド需要の効果が続く。
		百貨店(広報担当)	・国内消費の基調が大きく変わる要素がないなかで、中国からの訪日客消費が緩やかながら戻ってくると予想している。
		コンビニ(店長)	・新型コロナウイルス感染症が収束したわけではないが、人々の不安や恐怖感は薄れており、経済活動が活発化している。
		都市型ホテル(営業担当)	・年明けの客の動向は不明だが、1月10日からの全国旅行支援再開と、東京都の旅行支援の効果に期待している。
	変わらない	一般小売店[事務用品](営業担当)	・オフィス人口が戻りつつあることと、インバウンドの効果もあるかもしれないが、昔のような購買力を見込むことはできない。
		一般小売店[食品](店長)	・客は物価高騰で既に儉約しているように見受けられる。3か月先もこの状況が続く。
		百貨店(総務担当)	・新型コロナウイルス感染症の影響がある程度落ち着く一方、物価上昇傾向は当面続く見込みであり、消費意欲が減退し、生活防衛意識が高まりそうである。
		スーパー(店長)	・新型コロナウイルス感染症の影響が小さくなるなかで、生活スタイルは余程のことがない限り変化しないと考えるため、春休み、冬休みもほぼ同じような景気であると推測している。
		高級レストラン(副店長)	・新型コロナウイルスの感染状況が大きく変わらなければ、現状維持が続く。
		一般レストラン(経営者)	・新型コロナウイルスの感染がどのくらい拡大するかによるため、まだ先が読めない。
		旅行代理店(店長)	・新型コロナウイルスの感染状況については、報道が大きく影響している。
		通信会社(営業担当)	・景気が良くなる材料は見当たらないが、年度末に向けて客の動きが活発化すると思われるので、全体として現状の傾向が継続するのではないかと。
	やや悪くなる	競馬場(職員)	・入館者数に余り変化がみられない。
		一般小売店[和菓子](経営者)	・集まりが多くなり、人出が増えると思うが、物価が上がりし好品には手が出なくなるのではないかと。
悪くなる	衣料品専門店(店長)	・他の出費がかさみ、衣料品に使う余裕がない。無駄な買物はしない。	
	良くなる	-	-
		不動産業(企画担当)	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の扱いの見直しに期待したい。
		卸売業[機械器具](営業担当)	・年度末に納品する物が多く、これから受注量も増える見通しである。
	やや良くなる	その他サービス業[ビルメンテナンス](管理担当)	・年度末が近く、予算執行が増える。
		新聞業(営業担当)	・米国の金利上昇に一服感があり、為替も安定してきている。全国旅行支援の延長等も見込まれ、人の動きも出てきている。外国人旅行者も多くなっており、期末に向け、短期的には持ち直していく。
	悪くなる	印刷業・製本業(営業担当)	・売上は横ばい又は減少するかもしれないが、利益は確保できる状況になる。
		建設業(経営者)	・新型コロナウイルスの感染状況は改善されないが、社会全体が現状に慣れてきている様子が見取れ、経済的に動きが活発になってきている。

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）	・年末に向けて商いが少なくなっている。年始からの経済環境によっては、景気は回復する見込みである。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・年度末に決算月を迎える企業も多いため、ある程度収益の伸びが見込まれる。
	変わらない	出版業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響は一段落したものの、円安や原材料費高騰などの影響が続いており、先行きは不透明である。
	変わらない	出版業（営業担当）	・ウィズコロナ、物価上昇、円安の影響が今後どのようになっていくのか不透明である。
	変わらない	建設業（営業担当）	・受注、仕事量は現状維持を保つのが精一杯である。
	変わらない	輸送業（従業員）	・受注量に変化はなく、変わらない。
	変わらない	通信業（営業担当）	・いつになったらトンネルを抜けるのか。全く状況が好転せず、注文があるのに物が無い。また、ある物については価格が高騰している。耐えるしかないのか。新型コロナウイルス感染症もまた感染拡大しており、暗い雰囲気になりつつある。
	変わらない	通信業（営業担当）	・相変わらず半導体不足の影響が解消できていない。
	変わらない	金融業〔証券〕（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症と円安バイアスの問題については一定のピーク感が得られつつあるように感じる。特に、中国のゼロコロナ政策の緩和については日本の景況にもプラスに作用する。一方で、ウクライナ並びに極東地域の地政学的リスクについては予断を許さない部分が大きく、結果として前後の効果が示現するにはもう少し時間を要する。
	変わらない	卸売業〔機械器具〕（経営者）	・低調なままでしばらく続きそうである。
	変わらない	その他サービス業〔造園・園芸〕（営業担当）	・仕入価格が上昇している情勢に合わせて、当社も価格改定を考えていかなくてはならない。
	やや悪くなる	印刷業・製本業（経営者）	・原材料費や電気代の値上げなどに対して、価格転嫁が進まず、企業の業績が悪くなり、それに伴って景気も悪くなる。
	やや悪くなる	建設業（営業担当）	・受注が伸びない。
	やや悪くなる	建設業（経営者）	・物価上昇が落ち着かないことには、景気は良くならない。
	やや悪くなる	卸売業〔繊維・衣服等〕（経営者）	・物価の高騰と新型コロナウイルス感染症の影響で、どうしても衣料品は後回しになってしまうことが大きい。
	やや悪くなる	卸売業〔機械器具〕（支社長）	・工事において、進行中のコスト上昇分を回収できない状況が続いている。収益悪化リスクが改善されない。
	やや悪くなる	経営コンサルタント	・インフルエンザのり患者数も増加しており、より外出が減少する。
	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	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