

# 中央区内景气动向调查

令和5年2月调查结果

令和5年3月27日

中央区

## 総 括

### 令和5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59.4と、前回調査から1.1ポイント上昇している。景気の先行き判断D Iは合計で56.7と、前回調査から1.6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	令和5年		前回調査
合計	10月	12月	2月	からの変化
現状判断D I	59.5	58.3	59.4	( 1.1 )
先行き判断D I	58.3	58.3	56.7	( -1.6 )

## 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5年2月調査の調査票発送は2月7日（火）、回答期限は2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





### 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

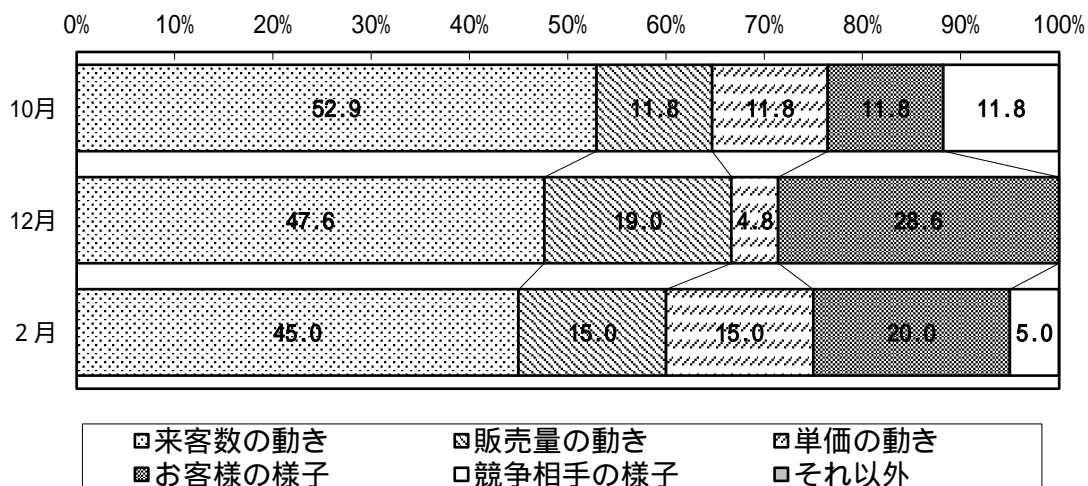
(D I)	令和4年		令和5年	
	10月	12月	12月	2月
合計	55.4	55.6	55.6	58.9
家計動向関連	66.2	65.5	65.5	62.5
小売関連	62.5	58.3	58.3	61.4
飲食関連	-	-	-	-
サービス関連	66.7	70.0	70.0	60.0
住宅関連	-	-	-	-
企業動向関連	48.0	46.9	46.9	56.0
製造業	40.0	45.0	45.0	45.0
非製造業	50.0	47.4	47.4	58.8

(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。

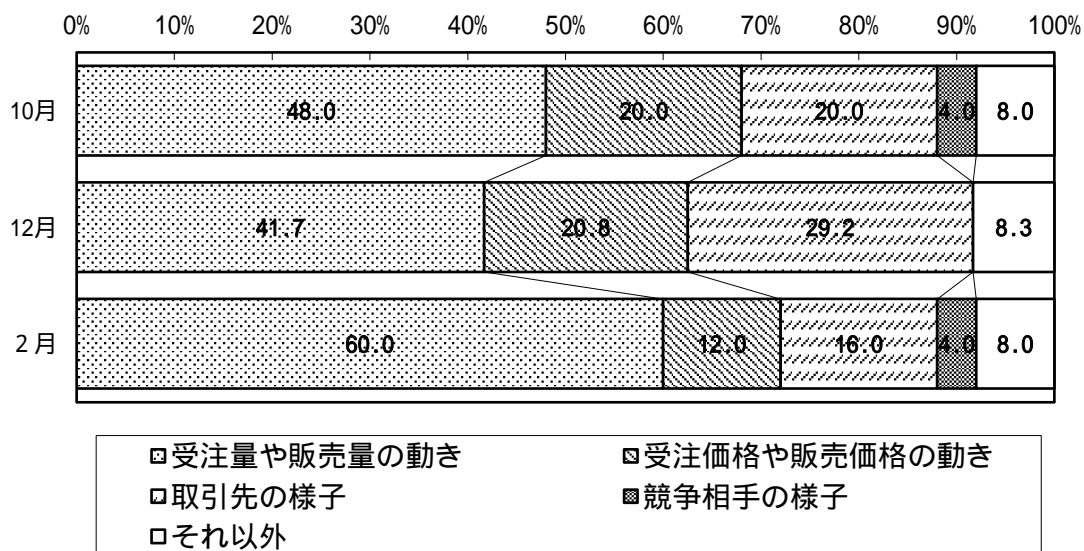
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方加性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

## 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	一般小売店〔文具〕(販売担当)	来客数の動き	・インバウンド客の増加が目立っている。	
		百貨店(総務担当)	来客数の動き	・堅調な国内客に加え、円安の影響もあり、増加している訪日外国人客の買上が想定を上回っている。	
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・前年11月頃から外国人客が増えている。来客数も外国人客が50%ほどを占め、業績アップにつながっている。	
	やや良くなっている	百貨店(総務担当)	お客様の様子	・ようやくコロナ禍の収束が見えてきたことと、それに伴う行動制限の緩和により、心理的に日常が戻りつつある印象である。	
		衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・インバウンド来客数の順調な伸びに伴い、単価、販売量共に大幅に増えており、新型コロナウイルス感染症の発生前の水準にほぼ戻ってきている。	
		高級レストラン(経営者)	単価の動き	・例年、冬場にはふぐなどを始めとした高価格帯メニューの要求が多く、客単価アップにつながる。また、新型コロナウイルス感染症の影響による低迷が一段落したととらえている。	
		高級レストラン(副店長)	単価の動き	・個人客、団体客どちらも全体的に使う金額が増えている。	
		都市型ホテル(経営者)	単価の動き	・インバウンドの大幅解禁による訪日外国人客増加により、将来的にも希望が持てる。	
	変わらない	百貨店(広報担当)	お客様の様子	・購買額の高いロイヤリティ客層を中心に、宝飾、時計、ラグジュアリーブランドを求めるトレンドは、大きな伸長こそないが、引き続き好調に推移している。	
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・土日、祝日の客は90%くらい戻ってきているが、平日が良くない。サラリーマン、OLの団体客が戻ってきていない上、22時以降は客が来ない。	
	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	・来客数の動きが悪く、販売量も少ない。インバウンド客が多少あるものの、一般客が減っているのでマイナスになっている。	
		一般小売店〔食品〕(店長)	来客数の動き	・近隣にコンビニがオープンしたり、建設中のマンションが完成に近づき、工事の人もいなくなったりしているため、影響がある。	
		スーパー(店長)	お客様の様子	・単価は上がっているものの、販売量が落ちている。	
	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)	受注量や販売量の動き	・原材料価格の値上げに伴い、売価の値上げ又は原材料の材質を落とすことによる価格維持により、利益の確保を模索している。	
		通信業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・年度末の駆け込み需要と思われる申込みを幾つかもらっている。前年より企業が予算を持っていることが想定される。	
		不動産業(企画担当)	競争相手の様子	・オフィスニーズもマンション販売も堅調である。	
		卸売業〔機械器具〕(営業担当)	受注量や販売量の動き	・年度末納入の受注残により、今月と来月は売上がある。	
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か月前と比較すると、臨時の売上が20%以上アップしている。		
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の2類相当から5類への引下げが見えてきていることから、海外旅行や訪日客も増え、リアルイベント開催等も増えている。一方で、エネルギーや素材、資材、食品等の値上げで厳しくなっている企業もあり、取引先によって明暗が分かれている。		

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
		出版業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・原材料の高騰が利益をかなり圧迫しているが、他メーカーのように定価を何度も引き上げることはできない。経済全体は回ってきているが、業界的にはいまだに厳しい状況が続いている。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量の動きが変わらない。
		通信業（営業担当）	それ以外	・週末は外食する人が増え、街がにぎわっている。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・依然として低迷状態が継続している。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・来客数がコロナ禍前に戻りつつあるが、物価上昇により客の財布のひもが固くなり、売上はもう一歩というところである。
	やや悪くなっている	出版業（経営者）	それ以外	・節約志向がますます強まるなか、電気料金高騰の影響が大きく、消費マインドが冷え込みつつある。
	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	一般小売店〔文具〕 (販売担当)	・インバウンド客が増加している。今後は、中国人観光客の増加も見込まれる。
		百貨店(総務担当)	・中国からの客が徐々に増えつつあり、この影響は今後大きく業績に反映されてくる。
	やや良くなる	コンビニ(店長)	・新型コロナウイルス感染症関連の行動制限が緩和され、人の動きは活発になっているが、値上がり傾向が続いていることから買上点数が減少しており、不安材料ではある。
		高級レストラン(経営者)	・年度末を控え、各種宴会の要望が増加すると想定している。
		高級レストラン(副店長)	・4～5月は歓送迎会などのイベントもあるので、今より予約件数が増えることが見込まれる。
		一般レストラン(経営者)	・季節も良くなり、場外市場にますます外国人客が増える。
		都市型ホテル(経営者)	・コロナ禍からの脱却により、新型コロナウイルス感染症が2類相当から5類に引き下げられることにより、人の往来が活発になる。
		都市型ホテル(営業担当)	・新年度に向かって、またゴールデンウィーク明けに予定されている新型コロナウイルス感染症の5類への引下げによって、人流に変化があるとみている。
	変わらない	一般小売店〔事務用品〕(営業担当)	・現在が底のような状態で、これ以上は下がらないとみている。ただし、良くなる気配は全くない。
		一般小売店〔食品〕(店長)	・春に向けて期待がある一方で、値上げがまだまだ続くことが見込まれるため、客の買い控えが広がるのではないかと懸念している。
		百貨店(広報担当)	・中国からのインバウンド客が戻らない限りは、大きなフェーズ転換はない。中間層がお金を使うカテゴリーをよりシビアに絞り込んでいる傾向に変化はない。
		百貨店(総務担当)	・物価上昇の気配が依然として続くなか、大企業では初任給や給与の増額を相次いで行っているが、効果が見えるには相当の時間が掛かりそうである。
		スーパー(店長)	・新型コロナウイルス感染症への対応が変化し、マスクも着用しなくなるだろうが、既に行動そのものは通常に近くなってきている。逆にいうと、新型コロナウイルス感染症には左右されなくなってきた。
		衣料品専門店(店長)	・インバウンド増加による来客数増加などはあるが、原価高騰による商品価格の上昇で、1人当たりの購入点数が減っている。
		一般レストラン(経営者)	・土日、祝日に比べて、平日の客入りが良くない。修学旅行生の戻りもまだ20%程度である。
		旅行代理店(店長)	・高級志向と低価格志向の2極化が進んでいるため、トータルでは変わらない。
		競馬場(職員)	・来場者数に変化がない。
	やや悪くなる	一般小売店〔和菓子〕(経営者)	・賃金が上がれば良くなると思うが、再値上げをするには勇気がいる、なかなか従業員の賃上げに踏み切れない。
		通信会社(営業担当)	・職場やユーザーとの会話の中で、生活上の苦労を耳にする。職場では節電について頻繁に話題に上る。
	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)	・金利上昇が見込まれるものの、まだ金利は低く、為替も安定している。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。
		印刷業・製本業(営業担当)	・良くなってほしいという願望を込めての回答である。
		建設業(営業担当)	・仕事量の増加が見込まれる。
		輸送業(従業員)	・この先、受注量の動きが少しずつ元に戻りそうな兆しがある。
		通信業(営業担当)	・全てにおいて動きが出てきている。経済が動き出した感がある。
		通信業(営業担当)	・年度末の駆け込み需要と思われる申込みを幾つかももらっている。前年より企業が予算を持っていることが想定される。
		金融業〔証券〕(営業担当)	・年度末に向けて受注の減少が予想されるが、マーケットの環境は良くなると思っている。

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
		不動産業（企画担当）	・オフィスへの回帰が進んでおり、街なかのワーカーの数が増えてきている。
		卸売業〔飲食料品（鮮魚）〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症も3年が過ぎてようやく落ち着いてきた。同時にインバウンドが回復してきており、活気が出てきている。
	変わらない	出版業（営業担当）	・中小企業では、若年層に賃上げの動きが多少あるものの、それ以上の年齢層は厳しいままである。
		建設業（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が少しずつ減少傾向になり、市場は活性化がみられるようになってきているが、景気の回復には少し時間を要する。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・一部のインバウンド需要を除いては、新型コロナウイルス感染症による直接的な影響は考えにくく、むしろコロナ禍を挟んで生活スタイルが変化したとみるべきである。一方で、エネルギーや消費財価格の上昇、慢性的な半導体の供給不足といった部分がポイントとなっており、これらの状況から、当面は景況のこう着状態が続く。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	・景気がどちらの方向へ向かうか予想できない。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・現在の動きが特別変化するような条件が見当たらない。
		卸売業〔機械器具〕（支社長）	・公共事業においては、受注はほぼ予想どおりの見通しとなったが、コスト上昇により利益率の低下が懸念される。
		経営コンサルタント	・乗客数は増加傾向にあり、回転数は上昇しているものの、客の満足度向上により単価を上げることが課題である。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・良い意味で、業務受注量が一定になりつつある。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（管理担当）	・年度末の工事も完了し、受注量が通常に戻る予定である。
	やや悪くなる	出版業（経営者）	・節約志向がますます強まるなか、電気料金高騰の影響が大きく、消費マインドが冷え込みつつある。
		建設業（営業担当）	・受注が伸びていない。
		建設業（経営者）	・物価上昇が止まらず、客の予算との差が多々あり、なかなか受注が思うように進まない。
		卸売業〔機械器具〕（営業担当）	・例年、年度始めは受注が落ちるが、年度またぎの受注残が少しあるので、やや悪い程度でとどまる。
		その他サービス業〔造園・園芸〕（営業担当）	・景気が良くなるような明るい展望はない。
	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