

中央区内景気動向調査

令和5年4月調査結果

令和5年5月30日

中央区

総 括

令和5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60.6と、前回調査から1.2ポイント上昇している。景気の先行き判断D Iは合計で62.8と、前回調査から6.1ポイント上昇している。

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	12月	2月	4月	からの変化
現状判断D I	58.3	59.4	60.6	(1.2)
先行き判断D I	58.3	56.7	62.8	(6.1)

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4月調査の調査票発送は4月7日（金）、回答期限は4月18日（火）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60.6と、前回調査から1.2ポイント上昇している。分野別にみると、家計動向関連DIは68.8と、前回調査から5.0ポイント上昇し、企業動向関連DIは54.0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11.1ポイント減少し、「良くなっている」と回答した人の割合が8.9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

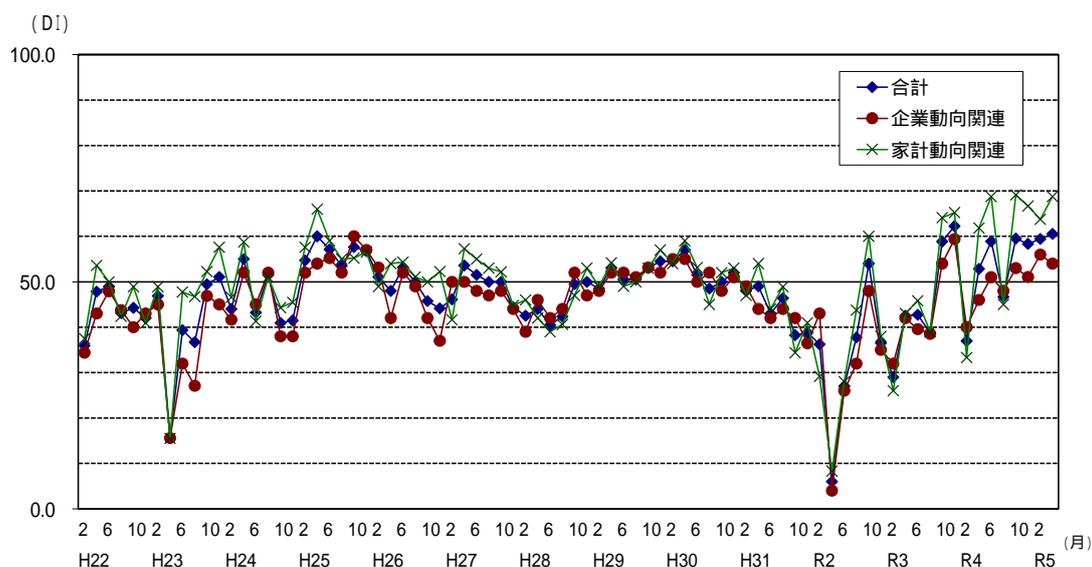
(DI)	令和4年		令和5年		(変化幅)
		12月	2月	4月	
合計		58.3	59.4	60.6	(1.2)
家計動向関連		66.7	63.8	68.8	(5.0)
小売関連		62.5	63.6	70.5	(6.9)
飲食関連		-	-	-	(-)
サービス関連		65.0	55.0	55.0	(0.0)
住宅関連		-	-	-	(-)
企業動向関連		51.0	56.0	54.0	(-2.0)
製造業		55.0	50.0	50.0	(0.0)
非製造業		50.0	57.5	55.0	(-2.5)

(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	12	8.9%	31.1%	44.4%	15.6%	0.0%
令和5年	2	6.7%	42.2%	33.3%	17.8%	0.0%
	4	15.6%	31.1%	37.8%	11.1%	4.4%
(変化幅)		(8.9)	(-11.1)	(4.5)	(-6.7)	(4.4)

図表1-3 各分野における景気の現状判断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

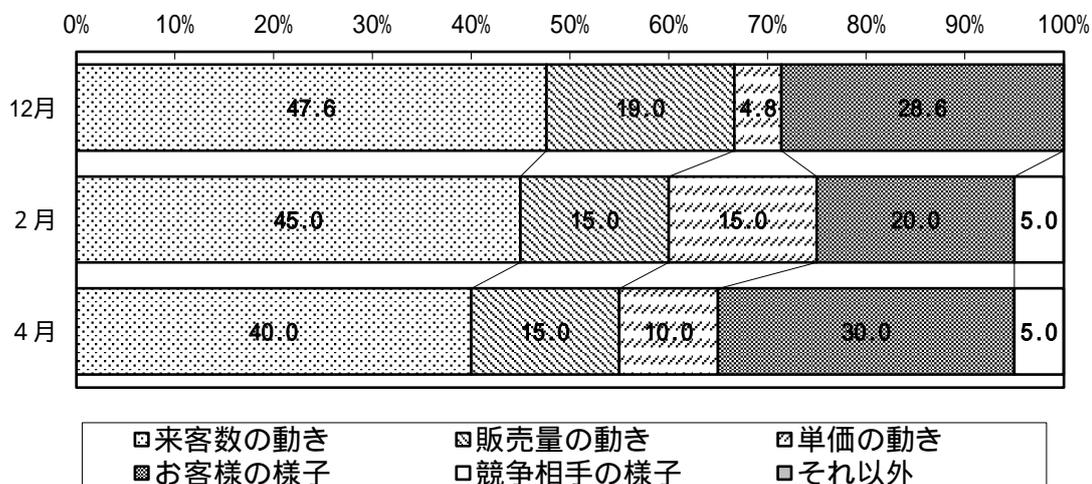
(D I)	令和4年	令和5年		
		12月	2月	4月
合計	55.6	58.9	58.3	
家計動向関連	65.5	62.5	68.8	
小売関連	58.3	61.4	65.9	
飲食関連	-	-	-	
サービス関連	70.0	60.0	65.0	
住宅関連	-	-	-	
企業動向関連	46.9	56.0	50.0	
製造業	45.0	45.0	45.0	
非製造業	47.4	58.8	51.3	

(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。

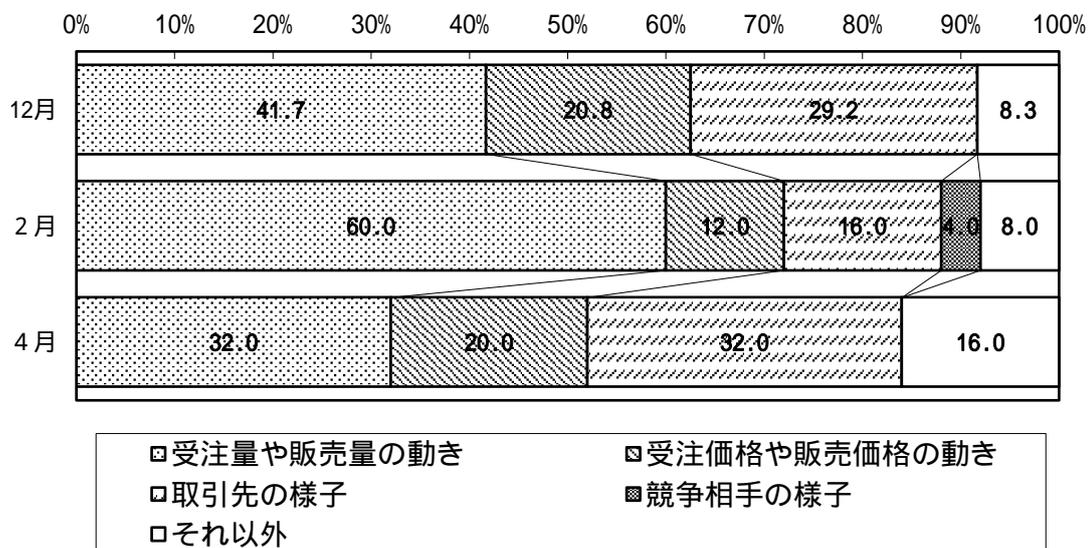
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方加性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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〔文具〕(販売担当)	来客数の動き	・インバウンド客が特に4月以降増加している。	
		百貨店(総務担当)	来客数の動き	・前年10月の入国規制緩和以降、訪日外国人による買上が急速に復調してきていたが、今後の中国に対する水際対策緩和により、インバウンド売上全体が更に上向可能性がある。	
		衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・インバウンドの売上が爆発的に伸びており、新型コロナウイルス感染症の発生前の活気が戻ってきているように感じる。来客数は前年比160%となっており、ほとんどが外国人観光客の増加による伸びである。	
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・インバウンド客の増加が大いに影響している。この先は中国本土からの来場が見込まれ、少し飽和状態になるのではないかと心配である。	
		都市型ホテル(経営者)	来客数の動き	・インバウンドの増加により外国人客の入りも良くなっている。新型コロナウイルス感染症対策の規制緩和で、国内の人の動きも活発化している。	
	やや良くなっている	百貨店(広報担当)	お客様の様子	・高付加価値商材への関心が根強い。さらに、新型コロナウイルス感染症の収束の兆しもあり、対面機会の増加から、関連商材への関心も高い。	
		高級レストラン(経営者)	お客様の様子	・予約の間合せは前回比で3割以上増加している。ただし、極めて少人数での個室利用の要望が多く、売上の伸びに欠ける場合が多い。外国人の利用者が増え、街は活気づいている。新型コロナウイルスの感染状況も一段落し、安心感が増してのことだと感じている。	
		高級レストラン(副店長)	単価の動き	・宴会やフリー来店客の利用単価が上がっている。	
		一般レストラン(経営者)	お客様の様子	・修学旅行、サラリーマン、OL、団体客が戻ってきてくれているものの、平日はまだ悪い。	
		都市型ホテル(営業担当)	来客数の動き	・外国人客の宿泊が増加している。	
	変わらない	一般小売店〔事務用品〕(営業担当)	来客数の動き	・新年度が始まり、少し人の動きが増え、実際の来客数も5~8%くらい上昇しているが、単価が低いことと値上げが影響している。	
		百貨店(総務担当)	販売量の動き	・ようやくコロナ禍の出口が見え始め、来客数、来街者数が増加傾向にある。特に、外国人旅行者の増加が著しい。その一方で、販売量、単価には反映されない状況が続いている。	
		旅行代理店(店長)	販売量の動き	・来客数は増えているものの、販売量は比例していない。	
	やや悪くなっている	スーパー(店長)	お客様の様子	・客との会話の中で、価格についてかなりシビアになっていると感じる。	
	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)	受注量や販売量の動き	・マンション、オフィスビル共に引き合いが多く、販売価格、賃料共に上昇傾向にある。
		やや良くなっている	建設業(営業担当)	受注価格や販売価格の動き	・受注工事価格が上昇している。工事量も増加している。
			建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・仕事量が増加している。
			輸送業(従業員)	受注量や販売量の動き	・受注量がやや増えてきている。
			通信業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・止まっていた投資案件の予算化をする企業が出てきている。
経営コンサルタント		取引先の様子	・商店街がにぎわいを取り戻してきている。外国人観光客が明らかに増加している。		
変わらない		出版業(経営者)	それ以外	・賃上げと物価高がやじろべえのようにバランスする状況で、景気は左右そこそこの踊り場といったところではないか。	

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）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症は収束に向かいつつあり、経済は回ってきているように思えるが、中小企業では大企業のような賃上げは起きていない。その反面、4月に入ってからランチ価格が大幅に値上がりしており、日々の暮らしは楽ではない。
		印刷業・製本業（営業担当）	取引先の様子	・仕入価格の上昇に対し、販売価格の上昇が追いついていない。特に、航空業界を始め、いわゆる大企業は、他社への乗換えをちらつかせ、値上げを認めない。そのため、仕入価格の上昇の分、粗利益率が下がってしまっている。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・動きは見えないが、次年度以降の前向きな検討は増えている。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・このところ余り変化はみられない。やや低水準のままで安定してしまっているようである。
		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か月前と比較して、予算達成率の変動値が5%以下となっている。
		その他サービス業〔造園・園芸〕（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・あらゆる物が値上がり傾向にあるが、客の予算はなかなか増えないことが多い。
やや悪くなっている		新聞業（営業担当）	それ以外	・収入面では、取引先業種によっては前向きな兆しもあるが、原材料コストの上昇により利益が大きく圧迫されており、風当たりは強い。
		卸売業〔機械器具〕（営業担当）	それ以外	・例年、年度末が終わり、4月は落ち込みがあるのだが、期またぎの受注残があり、少し良い状態である。
悪くなっている		金融業〔証券〕（営業担当）	取引先の様子	・先行きが不透明なため、慎重になっている。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（経営者）	取引先の様子	・来街者数が減少している。

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)	・5月8日以降、新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行し、新型コロナウイルス感染症に対する不安が解消され、消費マインドが高まる。インバウンドでは、中国からの訪日客が増加する。
		百貨店(総務担当)	・円安も要因となり、国内外の客による売上が堅調に推移する。
		一般レストラン(経営者)	・毎年のことながら、食品を扱うので、真夏をどう乗り切るのが課題だが、コロナ禍の3年間を思えば今年は大分良いのではないかと。
		都市型ホテル(経営者)	・国内及び外国人客の増加により稼働率が上がり、客室単価も上昇している。
		都市型ホテル(営業担当)	・ゴールデンウィーク、夏休みに向けて人流が増加する。5月8日以降の新型コロナウイルス感染症の5類移行により人の動きが活発になる。
	やや良くなる	一般小売店〔和菓子〕 (経営者)	・大手企業のベースアップに、中小企業が追随し、購買意欲が高まることを願っている。
		百貨店(広報担当)	・インバウンド需要の押し上げ本格化はこれからである。一方で、既に景気は上振れしており、更なる押し上げにはハードルが高い。
		コンビニ(店長)	・久しぶりに新年度らしい活気が来客数に表れている。一方で、続く値上げにより、低単価商材を選択するなど、購買行動の変化も見てとれる。
		衣料品専門店(店長)	・買上客数は大きく増えていないものの、購買意欲のある客の購入点数が増えている。
		高級レストラン(経営者)	・年度替わりの時期は例年の忙しさが戻ったようである。今年度中はこの傾向が続くとみている。また、再開発により大型タワーが増え、昼間人口も増加の一途をたどっている。
	変わらない	一般小売店〔食品〕 (店長)	・物価が上昇しているなかで、光熱費等の高騰もあり、消費者の財布のひもが固くなる。
		百貨店(総務担当)	・景気動向は依然として新型コロナウイルスの感染状況に左右されるところが大きい。マスク着用が個人の判断となり、大分収束ムードが漂ってはいるが、予断を許さない状況は続く。
		スーパー(店長)	・会社からの情報や、新聞、ニュースを見聞きするなかで、上向き兆しが無い。
		高級レストラン(副店長)	・マスク着用ルールが見直され、このまま安定していけば、今後も予約の増加につながる。
		一般レストラン(経営者)	・今月が新型コロナウイルス感染症の発生前に戻っていることで、変わらない。
		旅行代理店(店長)	・燃油サーチャージが高騰している。海外の物価高の影響がある。
	やや悪くなる	一般小売店〔事務用品〕 (営業担当)	・低迷する時期に入るので、下降すると見込んでいる。特に、急に気温が上がったりすると、人の動きが悪くなるので心配である。
		通信会社(営業担当)	・景気は下降気味で、給与の改善もない。
		競馬場(職員)	・コロナ禍が明けたなかで、競争相手が増えてきていることも影響している。
悪くなる	-	-	
企業 動向 関連	良くなる	卸売業〔飲食料品(鮮魚)〕 (経営者)	・インバウンドがすごい勢いで伸びており、完全に回復している。好調である。
		経営コンサルタント	・金融危機の不安は残るものの、今年は何とか持つとみている。イベントなども増え、国内客以外に、外国人観光客も更に増える。
	やや良くなる	出版業(経営者)	・賃上げから来るムード的なものにせよ、消費意欲はプラス材料になるのではないかと。
		建設業(営業担当)	・工事量が増加し、単価も上昇する。
		建設業(経営者)	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、人の動きが活発になり、各社共に設備投資が増えてきている。
		輸送業(従業員)	・注文量が増えてきている。
		通信業(営業担当)	・多くの企業で年度が改まったことで、投資意欲が出てきている。
		不動産業(企画担当)	・同業者間の意見交換でも、各社共にマンション、オフィスの引き合いが増えている。

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
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・人の動きが正常に戻りつつあるため、5月8日以降、夏季までの臨時業務ないし臨時工事等の駆け込み需要を見込める。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（管理担当）	・臨時受注が増える見込みがある。
	変わらない	新聞業（営業担当）	・厳しい環境が続く。
		出版業（営業担当）	・景気は良くなると思うが、円安の大幅な改善は見込めず、生活必需品の値上がりも続き、経済格差がますます広がる。
		印刷業・製本業（営業担当）	・今後の原材料価格やエネルギー価格の上昇など、悪い影響がある一方、新型コロナウイルス感染症の収束後の需要拡大など、良い影響も期待できる。そのため、一進一退となり、良くも悪くもないという見解である。
		建設業（営業担当）	・新年度の発注状況で変わる。
		通信業（営業担当）	・先が見えない。テレワークのためクライアントと直接接する機会がないからではないか。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・確かに最近の繁華街などを見ると、外国人観光客の増加は顕著であり、その意味では消費へのプラス効果が相応に期待されるが、企業活動の面から見ると、景況に寄与するような業績回復はみられていない。また、一部の欧米銀行の金融不安的な要素も合わせると、景気上昇の判断はなかなか難しい。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・特段変化の兆しはみられない。
		卸売業〔機械器具〕（営業担当）	・5～7月に大型の契約はなく、波は大きくない。
		卸売業〔機械器具〕（支社長）	・物価は上がりきったと思われるが、今も材料や製品のコストは下がっておらず、高コスト状態が継続している。
	やや悪くなる	建設業（経営者）	・人手不足により受注制限を始める企業が出てきている。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（経営者）	・光熱費や食費の上昇はまだ止まってはいない。削れる消費支出は減らされる。外出着の需要はあるようだが、優先順位が推移しているだけである。
		その他サービス業〔造園・園芸〕（営業担当）	・前年は値上げを見送っていた仕入先でも、今年は値上げを予定している先がある。しかし、予算は変わらず増えないケースも多い。
	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