

中央区内景气动向调查

令和5年10月调查结果

令和5年11月30日

中央区

総 括

令和5年10月の動き

中央区内における10月の現状判断DIは合計で63.8と、前回調査から1.0ポイント上昇している。景気の先行き判断DIは合計で59.0と、前回調査から0.6ポイント低下している。

図表 景気の現状判断DI、先行き判断DI（合計）

(DI)	令和5年			前回調査 からの変化
	6月	8月	10月	
合計				
現状判断DI	62.2	62.8	63.8	(1.0)
先行き判断DI	59.0	59.6	59.0	(-0.6)

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10月調査の調査票発送は10月6日（金）、回答期限は10月18日（水）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47名、有効回答率は94.0%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

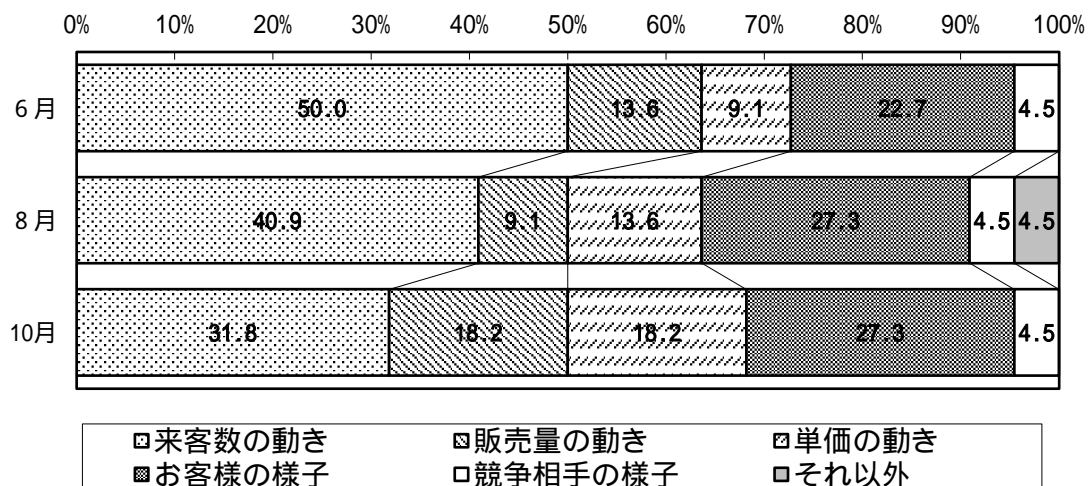
(D I)	令和5年		
	6月	8月	10月
合計	57.4	55.9	60.1
家計動向関連	62.5	60.2	71.6
小売関連	58.3	64.6	68.8
飲食関連	-	-	-
サービス関連	66.7	66.7	75.0
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	53.0	52.0	50.0
製造業	55.0	50.0	50.0
非製造業	52.5	52.5	50.0

(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。

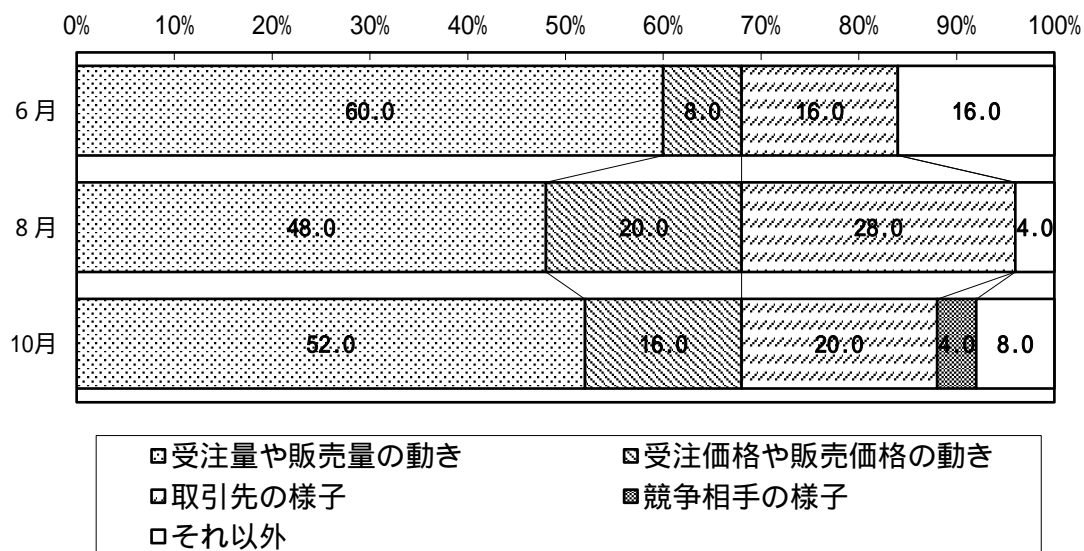
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方加性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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	・9～10月も中国人客などインバウンドの増加が売上に寄与している。	
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・例年、夏は来客数が3～4割落ち込むが、今年は猛暑のなかでも例年のような減少が少ない。涼しくなってきた、大分盛り返してきている。	
		都市型ホテル(経営者)	単価の動き	・来客数の増加と客単価の上昇が相乗効果をもたらしている。	
		都市型ホテル(営業担当)	来客数の動き	・インバウンドが増加している。	
	やや良くなっている	百貨店(広報担当)	お客様の様子	・高付加価値消費の力強さに今のところ衰えが見えないことに加え、インバウンドが段階的に伸びている。	
		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の5類移行、インバウンドの回復、台風が少なかったことなどを背景に、販売量、来客数共に好調に推移している。	
		スーパー(店長)	単価の動き	・値上げにより単価が上がっている。	
		衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・来客数は前年比120%で推移しているが、ほぼインバウンドの増加分である。特に、中国人客が多く、久しぶりに国慶節の時期に盛り上がりがあった。	
		高級レストラン(経営者)	お客様の様子	・予約内容が高額商材に向いてきている。また、飲料も高値商材の注文が多くなっている。ただし、相変わらず、2～3名の少人数での個室希望が多く、対応が難しい場合が多々ある。	
		高級レストラン(副店長)	単価の動き	・コースの単価が上がっている。法人予約の予算も増えているように感じる。	
		理容室(経営者)	お客様の様子	・インバウンドの来店が増えている。SNSで日本のヘアカット技術が良いということで来店してくるようである。	
	変わらない	一般小売店〔事務用品〕(営業担当)	お客様の様子	・客によって、忙しい業種とそうでもない業種がある。人材不足で忙しさは変わらないのに、利益の出ない仕事が増えつつあるようである。	
		百貨店(総務担当)	来客数の動き	・記録的な円安によるインバウンドの活況と、富裕層を軸とした国内客の堅調な動向が継続している。	
		乗用車販売店(店長)	販売量の動き	・半導体不足問題は解決しておらず、自動車の生産から納車に至るまでのプロセスが変わっていない。	
		一般レストラン(経営者)	お客様の様子	・全盛期に比べるとまだ悪いが、観光客、修学旅行、団体客等が戻りつつある。	
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・年度内の店舗拡大に向けて動いている会社もあれば、次年度以降に計画を持ち越す会社もある。	
	やや悪くなっている	-	-	-	-
	悪くなっている	-	-	-	-
	企業 動向 関連	良くなっている	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か月前と比較すると、予算に対する売上率が約40%上昇している。
やや良くなっている		出版業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・売上が今年初めて単月目標を上回ったが、通年では大幅に下回っており、まだ回復にはほど遠い。	
		建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・公共、民間共に発注案件が増えている。	
		通信業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・クライアントからの発注が増えてきている。	
		通信業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・当社で前月、来月と値上げとなるサービスがある。ここだけみると人件費の高騰など景気上昇にブレーキをかける動きだが、値上げ前の駆け込みという売り込みをかけると、乗ってくる客がいる。過去1～2年の値上げでは、駆け込み需要はなかった。	
		不動産業(企画担当)	競争相手の様子	・オフィスや商業施設の引き合いは堅調で、マンションも順調に販売が進んでいる。	

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〔繊維・衣服等〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・10月初旬の展示会で、しばらく来店のなかった得意先が戻ってきている。
	変わらない	新聞業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・春先の見通しよりも良くなってきているが、前年比では依然として回復には至っていない。
		出版業（経営者）	それ以外	・物価の上昇により消費者心理が冷え込むマイナスと、円安によるリバウンドのプラスとの均衡状態がしばらく続くのではないか。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量に変化がない。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・このところ受注量が低水準で定着している。
		卸売業〔機械器具〕（営業担当）	取引先の様子	・今月は受注残が少なく、受注即売上の物件も少ない。
		経営コンサルタント	それ以外	・来客数が減少しており、単価も少し落ちたような気がする。物価が上昇していても賃金が上がらないことが原因と考えられる。その分、外国人が増加している。
	やや悪くなっている			
	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	スーパー（店長）	・収入が増えているので、経済が回っていくと予想している。
		一般レストラン（経営者）	・インバウンドの来場客数がまだまだ増える。
		都市型ホテル（営業担当）	・今後のクリスマス、年末年始に人流が増える。
	やや良くなる	一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	・年末に向けてイベント的なものが増え、多少は良くなる。
		一般小売店〔食品〕（店長）	・このところ来客数、販売量共に以前よりも増加傾向にある。売上も10～15%アップしているの、今後も期待できるのではないかと。
		百貨店（広報担当）	・向こう数か月のレベルで、高付加価値消費やインバウンドがダウントレンドになる要素が見当たらない。新型コロナウイルス感染症拡大防止に伴う制限がないなかで、対面や外出機会が増加し、関連消費への押し上げ効果も期待できる。
		コンビニ（店長）	・相次ぐ値上げの影響で買上点数が減少しないよう、高付加価値商材と購入しやすい低価格品の品ぞろえのバランスが重要と考えている。年末に向けてこの精度を上げ、売上を作っていきたい。
		衣料品専門店（店長）	・旅行などの外出機会が増えるため、外出用の買上げや、外出での来店客の増加を見込める。
		乗用車販売店（店長）	・自動車の生産が遅延せず、納期の見える商談ができるようになれば、販売台数が増え、景気が良くなる。
		高級レストラン（経営者）	・天候に左右される。直近では、急激な寒さのためか、11～12月の商材の受注が多くなっている。各対応の料理を早めに仕込むと同時に、宴会の集客に力を入れている。新型コロナウイルス感染症が落ち着き、宴席も増えると見込んでいる。
		高級レストラン（副店長）	・12月の予約は、曜日によっては既に満室状態である。今後も増えてくると予想される。
		理容室（経営者）	・旅行や飲食の回数が増えている。イベント等も増えているので、人々が使うお金の絶対量が増えている。理容業においても客1人当たりの来店回数が増えている。
	変わらない	一般小売店〔文具〕（販売担当）	・インバウンドの増加は良い意味で高止まりで落ち着くと推測している。
		百貨店（総務担当）	・値上げ等のネガティブな要素がある一方、秋冬やクリスマス商戦、年末年始等の各種オケージョンにより、消費動向は変わらない。
		百貨店（総務担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行の影響が一巡するまでは回復基調と思われるが、エネルギー価格の上昇や物流経費、物価の上昇など、消費に及ぼすマイナス要因と相殺され、横ばいではないかと。
		一般レストラン（経営者）	・観光客、修学旅行、団体客がもう少し伸びてくれれば良くなる。
		都市型ホテル（経営者）	・不安材料として、光熱費の上昇や、仕入先からの単価上乘せを求められる点がある。
		通信会社（営業担当）	・取引先によって新店舗等の開設予定時期が異なる。
		競馬場（職員）	・物価の上昇も少しずつ落ち着いてきた感じがする。
	やや悪くなる	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・客単価が低く、贈答用が少ない。
悪くなる	-	-	
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	印刷業・製本業（営業担当）	・やや良くなってほしいという願望が8割である。
		建設業（経営者）	・各社とも設備投資が増えている。同様に公共工事も発注案件が増加している。
		不動産業（企画担当）	・インバウンドの回復により、目に見えて街にぎわいが戻ってきている。企業においては、リアルオフィスの重要性が再認識され、増床や集約する事例が増えている。
		卸売業〔飲食料品（鮮魚）〕（経営者） 卸売業〔機械器具〕（営業担当）	・既にインバウンドは上限に達しており、今後も悪化する要素が見当たらない。コロナ禍の3年間が悪過ぎた。 ・年末に向けて受注量が増えてくる見込みである。

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
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕(営業担当)	・法的に必要とする修繕内容について、新型コロナウイルス感染症等の状況により先延ばしの猶予を得ていたが、いよいよ期日等がシビアになってくるため、駆け込みが増えるとみている。
	変わらない	新聞業(営業担当)	・取引先の業種によっては回復の兆しも見えるが、限定的な動きであるため、当面はダウントレンドが続く見通しである。
		出版業(経営者)	・物価の上昇により消費者心理が冷え込むマイナスと、円安によるリバウンドのプラスとの均衡状態がしばらく続くのではないかと。
		出版業(営業担当)	・円安が続いているなか、物価は上がる一方で、特に有効な景気対策もないため、良くなる傾向にはない。
		建設業(営業担当)	・仕事量は増加するが、技術者不足で現状維持が厳しく、景気は変わらない。
		建設業(経営者)	・受注量は増加傾向にあるものの、物価高が足を引っ張っている。
		輸送業(従業員)	・取引先からの受注量に変化がない。
		通信業(営業担当)	・現状のままで変わらない。
		金融業〔証券〕(営業担当)	・長期金利の上昇が顕在化しつつあり、従前の異次元緩和のモードからは明らかに立ち位置が変化してきているように見受けられる。こうしたなか、住宅ローン金利にもはっきりと変化が出ているが、そろそろ変動金利で借りている若い世代が、将来計画への不安を感じるレベルに達するのではないかと。そうした場合、現状の物価上昇ともあいまって、購買意欲の低下圧力となる。
		卸売業〔繊維・衣服等〕(経営者)	・消費が伸びる要因が見当たらない。
		卸売業〔機械器具〕(経営者)	・特筆するような状況の変化はみられない。
		卸売業〔機械器具〕(支社長)	・物価上昇は高止まりしたと聞かすが、建設工事は今もなお公共事業で採算が合わず、入札不調がみられる。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕(管理担当)	・今のところ悪くなる要因がないので、2～3か月先は良くなる。
	その他サービス業〔造園・園芸〕(営業担当)	・年末年始に向けた季節需要の受注が例年どおり見込まれているが、今年のプラスマイナスの動向については、現時点で見えてはいない。	
	やや悪くなる	印刷業・製本業(経営者)	・原材料費、人件費などコストアップ要素が多いが、これ以上の価格転嫁は期待できない。
		通信業(営業担当)	・当社の販売面でいうと、サービスの値上げがあるため、やや悪化する見込みである。
	悪くなる	建設業(営業担当)	・工事の発注が遅れている。

(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	15
	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	1
	乗用車・自動車備品販売店経営者・店員	1
	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	6
	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	1
	通信会社社員	1
	レジャー施設関連	1
	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	0
	その他サービス	1
	美容室経営者・従業員	1
	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