

中 央 区 内 景 気 動 向 調 査

令和7年2月調査結果

令和7年3月21日

中 央 区

— 総 括 —

令和7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50.6と、前回調査から3.4ポイント低下している。景気の先行き判断D Iは合計で51.7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6年		令和7年		前回調査
合計	10月	12月	2月	からの変化	
現状判断D I	53.9	54.0	50.6	(-3.4)	
先行き判断D I	51.7	51.7	51.7	(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 7 年 2 月調査の調査票発送は 2 月 7 日（金）、回答期限は 2 月 17 日（月）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 D I 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、D I 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	やや良くなる	変わらない	やや悪くなる	悪くなる
	(良い)	(やや良い)	(どちらともいえない)	(やや悪い)	(悪い)
点数	+ 1	+ 0. 7 5	+ 0. 5	+ 0. 2 5	0

3か月前と比較しての中央区内における現状判断D Iは合計で50.6と、前回調査から3.4ポイント低下している。分野別にみると、家計動向関連D Iは48.9と、前回調査から7.7ポイント低下し、企業動向関連D Iは52.2と、前回調査から0.2ポイント上昇している。構成比では、「やや良くなっている」と回答した人の割合が9.7ポイント減少し、「やや悪くなっている」と回答した人の割合が4.0ポイント増加した。

(D I)	令和 6 年	令和 7 年		
	10月	12月	2 月	(変化幅)
合計	53.9	54.0	50.6	(-3.4)
家計動向関連	55.0	56.6	48.9	(-7.7)
小売関連	50.0	57.5	50.0	(-7.5)
飲食関連	—	—	—	(—)
サービス関連	58.3	45.0	54.2	(9.2)
住宅関連	—	—	—	(—)
企業動向関連	53.0	52.0	52.2	(0.2)
製造業	50.0	45.0	45.0	(0.0)
非製造業	53.8	53.8	54.2	(0.4)

年	月	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
令和6年	10	4.4%	28.9%	46.7%	17.8%	2.2%
	12	4.5%	34.1%	36.4%	22.7%	2.3%
令和7年	2	6.7%	24.4%	37.8%	26.7%	4.4%
(変化幅)		(2.2)	(-9.7)	(1.4)	(4.0)	(2.1)

[illegible]

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D Iは合計で51.7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D Iは55.7と、前回調査から1.8ポイント上昇し、企業動向関連D Iは47.8と、前回調査から2.2ポイント低下している。構成比では、「変わらない」と回答した人の割合が21.4ポイント減少し、「やや悪くなる」と回答した人の割合が13.1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 D I の推移表

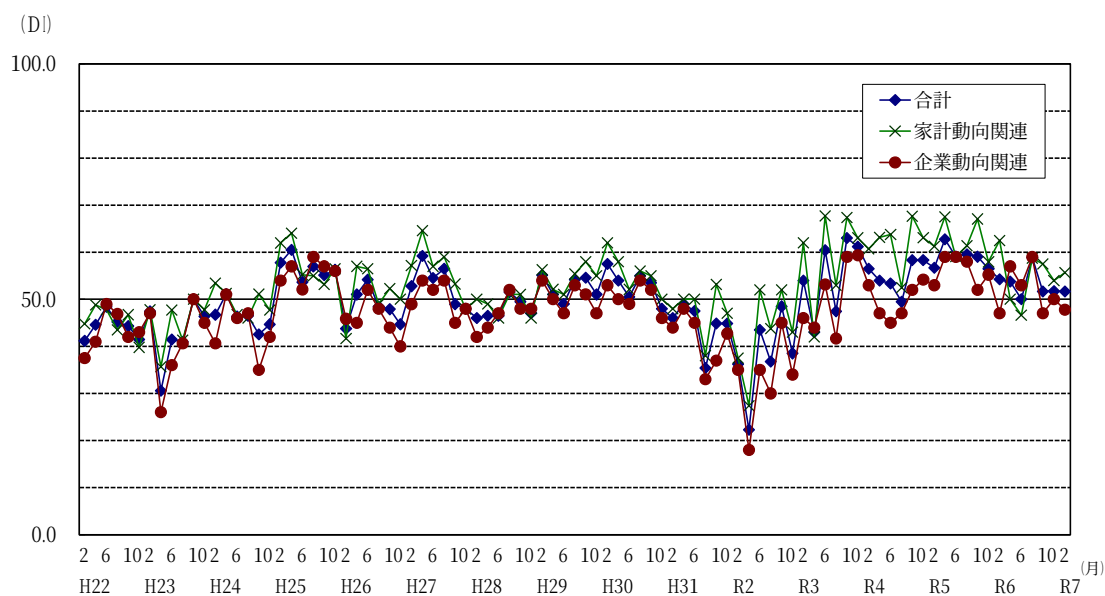
(D I)	令和 6 年	令和 7 年		
	10月	12月	2 月	(変化幅)
合計	51.7	51.7	51.7	(0.0)
家計動向関連	57.5	53.9	55.7	(1.8)
小売関連	50.0	52.5	50.0	(-2.5)
飲食関連	—	—	—	(—)
サービス関連	54.2	60.0	54.2	(-5.8)
住宅関連	—	—	—	(—)
企業動向関連	47.0	50.0	47.8	(-2.2)
製造業	45.0	40.0	40.0	(0.0)
非製造業	47.5	52.5	50.0	(-2.5)

(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。

圖表 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6年	10	4.4%	22.2%	51.1%	20.0%	2.2%
	12	2.3%	20.5%	63.6%	9.1%	4.5%
令和7年	2	6.7%	24.4%	42.2%	22.2%	4.4%
(変化幅)		(4.4)	(3.9)	(-21.4)	(13.1)	(-0.1)

図表2-3 各分野における景気の先行き判断D I 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

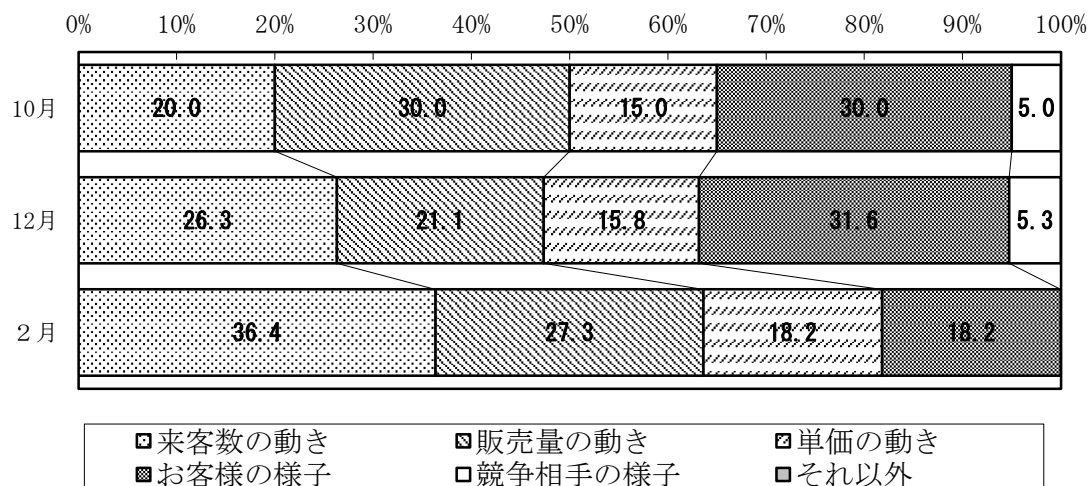
(D I)	令和6年	令和7年	
	10月	12月	2月
合計	54.4	54.5	51.1
家計動向関連	60.0	60.5	54.5
小売関連	65.0	65.0	56.3
飲食関連	—	—	—
サービス関連	62.5	55.0	62.5
住宅関連	—	—	—
企業動向関連	50.0	50.0	47.8
製造業	45.0	40.0	50.0
非製造業	51.3	52.5	47.2

（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。

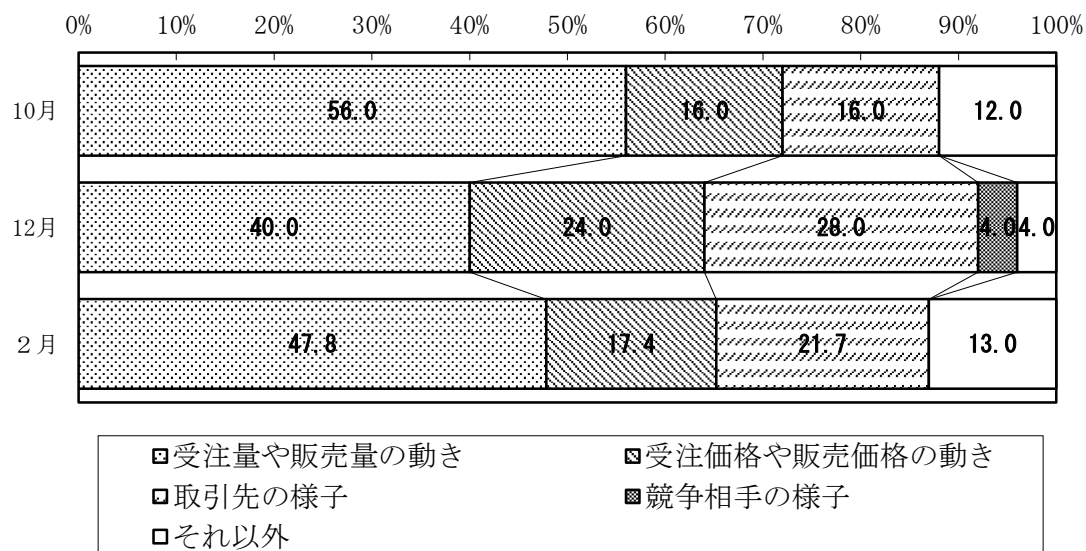
（注）景気の現状をとらえるには、景気の方方向性に加えて、景気の水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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	都市型ホテル (営業担当)	来客数の動き	・春節でインバウンドが好調である。
	やや良くなっている	一般小売店〔食品〕(店長)	販売量の動き	・数件の予約注文があり、売上増加につながっている。
		百貨店(総務担当)	販売量の動き	・高級ブランド品や化粧品などを中心に、インバウンドが売上を大きくけん引している。しかし、物価上昇の影響は避けられず、国内消費者の慎重な購買姿勢が続くなか、先行きに関しては依然として不透明感が残る。
		乗用車販売店(店長)	来客数の動き	・年度末が近づき、この時期特有の決算イベントを実施している。12～1月に落ち込んだ来客数、販売量が増加に転じている。
		都市型ホテル(経営者)	単価の動き	・引き続きインバウンド効果が継続している。
	変わらない	一般小売店〔文具〕(販売担当)	販売量の動き	・12月から変わらず好調をキープしている。
		百貨店(総務担当)	単価の動き	・円安基調が継続していることによりインバウンドが堅調なため、全般的には良い。一方、値上げ等で消費マインドがやや低迷している国内客に不安が残る。
		百貨店(広報担当)	お客様の様子	・高付加価値な消費へのニーズの底堅さは継続している。
		衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・相変わらずインバウンドにより好調を維持しているが、3か月前と比べると来客数は減少傾向である。春節も終わり、一段落といった状況である。
		高級レストラン(経営者)	来客数の動き	・前年に比べて予約が多くなっている。また、季節商材のふぐ等の高額メニューの売上も好調である。
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・観光客が少なくなってきた上に、訪日外国人客もほとんどいない。寒いいためか、客が来てくれない。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・ユーザーの対応に目立った変化はみられない。今年度の契約案件は次年度以降も継続するケースが若干多いように見受けられる。
	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	・毎年2月は余り良くないが、前年比でも10%以上落ち込んでいる。
		高級レストラン(副店長)	来客数の動き	・例年2月は宴会予約が少なくなる傾向がある。3～4月は歓送迎会などの予約が入ってきているので、今月は我慢の月である。
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・年明けから来客数、販売量共に微減となっており、1月が終わった結果、前年同月比で10%強売上が減少している。
		理容室(経営者)	お客様の様子	・物価そのものが高くなってきており、客の節約志向が高まっている。
	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)	受注量や販売量の動き	・3か月前と比較すると、受注件数及び予算に対して30%弱伸びている。
	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	・企業活動が回復傾向にある。一般企業は物価上昇や円安の影響による原材料費等の高騰を価格転嫁できていないものがあるが、商業エリアはインバウンド需要で飲食店や高級ブランド店等の小売店を中心に活性化しており、やや良くなっている。
		建設業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・工事の受注量が増加している。
		不動産業(企画担当)	受注量や販売量の動き	・大手仲介会社のデータでも、区内のオフィスビル空室率は低下傾向にあり、坪単価は上昇傾向が継続している。
		卸売業〔機械器具〕(営業担当)	受注量や販売量の動き	・年度末に向けての契約が順調に取れている。

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
	変わらない	新聞業（営業担当）	取引先の様子	・不動産など前年を上回る業種もあったが、食品、流通・生活産業など下回る業種もあり、トータルでは大きな変動はみられない。
		出版業（経営者）	それ以外	・物価高の影響が生活の隅々まで及び、節約志向が着実に浸透しつつある。
		卸売業「機械器具」（経営者）	受注量や販売量の動き	・特記するほどの変化はない。
	やや悪くなっている	出版業（営業担当）	それ以外	・出版を取り巻く状況はますます厳しくなっており、採算が合わない媒体については休刊も視野に見直されている。
		通信業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・総じて悪くなってきているが、業種や企業によりその差が大きくなっている。
		その他サービス業「ビルメンテナンス」（管理担当）	受注量や販売量の動き	・年末から1月中で大口工事が一旦完了し、年度末は大口工事が少ないため、売上は前月度より減少する。
	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）	・3月以降、花見等のオケージョンを利用した訪日観光客が増加するシーズンに入るため、引き続きインバウンドの伸びが期待できる。
		高級レストラン（副店長）	・前年と比べて3月以降の予約状況が良い。平日だけでなく土日の個人の宴会予約も伸びている。
		都市型ホテル（営業担当）	・前年の傾向から、桜の季節になるとインバウンドが増える。
	やや良くなる	一般レストラン（経営者）	・これから暖かくなってきて、修学旅行生も増えてくるので、今よりは良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・物価高により景気が後退し、飲食店の倒産も増えている。ガソリン価格については政策で何とかならないだろうか。
		都市型ホテル（経営者）	・外国人客が好調に推移するが、国内的には物価高の影響により不透明なところがある。
		旅行代理店（店長）	・海外旅行申込者が増加傾向である。大幅に伸びているわけではないものの、現状よりは少し良くなる。
	変わらない	一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	・3月は年度末なので上がるとみているが、2月の落ち込みを考えると、変わらない。
		一般小売店〔文具〕（販売担当）	・良い状態のまま変わらない。インバウンドの増加と購買意欲に強さを感じる。
		一般小売店〔食品〕（店長）	・毎月材料の値上がりが続く、当店でも価格改定をせざるを得ない。3か月後に客足が伸びるとは思えない。
		百貨店（広報担当）	・国内客、インバウンド共に現状のステータスが大きく変わるような材料は、2～3か月の短い期間では見当たらない。高付加価値な消費へのニーズの底堅さは変わらない。
		百貨店（総務担当）	・物価高や生活コストの上昇が引き続き家計を圧迫しており、消費者心理も慎重さが目立つ。一方で、所得環境の改善や政府の経済対策により個人消費回復の兆しもみられるものの、短期間で景気全体を押し上げるには至らず、現状維持が続くのではないかと。
		コンビニ（店長）	・物価の上昇は依然として家計を圧迫しており、客が買上点数や買物頻度自体を減らすといった動きは変わらない。
		衣料品専門店（店長）	・商品単価の上昇に伴い客単価も上がっているが、買上客数は減っているため、現状維持が精一杯である。
		乗用車販売店（店長）	・決算イベント実施により来客数、販売量が増加しているが、期間限定とみている。新年度は一転して赤字スタートになる年が多い。
		高級レストラン（経営者）	・キャンセル規定などを整備しているが、予約時の電話番号を着信拒否して応じないなど悪質なキャンセル、対応をする予約客が多くおり、当方としてはなすすべもなく困惑している。また、米の値上がりにも困っている。
	やや悪くなる	スーパー（店長）	・物価上昇のため、やや悪くなる。
		通信会社（営業担当）	・米国との関係において、関税等しばらくの間はマイナスに動く。
		競馬場（職員）	・物価上昇が落ち着く兆しが見えない。
		理容室（経営者）	・物価上昇の影響により、客単価が上がらない。
	悪くなる	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・米国の外交によって大きく左右されるが、社用贈答品の売上は新型コロナウイルス感染症発生前に戻っておらず、低調である。
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）	・インバウンドの増加により商業エリアの集客や、飲食サービス関連企業に期待が持てるが、物価高やエネルギーコストの上昇で企業や消費者の負担増加が懸念される。
		建設業（営業担当）	・受注が増加している。人員不足が少し解消している。
		不動産業（企画担当）	・建築費の高騰によりマンション販売価格は上昇しているものの、需要は旺盛である。区内の一部の物件では説明会の予約も取れない状況が継続している。
		卸売業〔飲食品（鮮魚）〕（経営者）	・物価上昇により景気が良くなる。ようやく経済が活性化し始めている。
		卸売業〔機械器具〕（支社長）	・賃金の上昇により、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）	・2025年度から更なる人件費、施工費の増額が見込まれ、売上がやや上向くと予想している。

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
	変わらない	新聞業（営業担当）	・食品、流通・生活産業、不動産などが前年を超える見通しだが、依然として前年割れを見込む業種も多く、全体では大きな変動はみられない。
		建設業（経営者）	・業務量に変化がみられない。また、このところ人材不足が顕著になりつつある。
		輸送業（従業員）	・物価高が落ち着くとは思えない。物価高に対応した賃上げも見込めない。
		通信業（営業担当）	・目に見えて良くも悪くもならない。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・2月に入り、3月決算のクライアントでは来期予算の策定が大詰めを迎えており、どの企業も収益の確保に涙ぐましい努力をしている。人件費については、多くの企業が新卒初任給の引上げを図っているものの、総額としてはほとんど変わっておらず、必然的に中堅以上が割を食うロジックになっていることが推測される。今後「103万円の壁」に関して厚生年金負担額が上昇すれば、一方でそれをどこかで吸収する施策が論じられるはずである。結果として、可処分所得の全体としての増加は難しいことから、景況へのプラス影響は期待しにくい。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（経営者）	・景気を悪くしている原因の解決に今取り組んだとしても時間が掛かるし、その取組も不十分である。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（経理担当）	・特別景気が良いという話は聞かない。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・取引先の話はどれもおおむね変わらないとのことである。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・現状良いペースできているため、大きな変化はないとみている。ただし、人件費の高騰により、欠員、人手不足等が解消せず、より悪くなる可能性も大いに考えられる。
		出版業（経営者）	・物価高に米国新政権の政策による不況が追い打ちを掛ける。
	やや悪くなる	出版業（営業担当）	・ガソリンや電気代を始め物価が上がる一方、中小企業では人件費が抑えられ、生活は厳しくなっている。インバウンドの活況から日本の衰退を実感する。
		印刷業・製本業（経営者）	・受注量の減少、原材料費の高騰により収益悪化が見込まれる。景気後退と予測せざるを得ない。
		建設業（経営者）	・人手不足や物価上昇が響いている。今後更なる物価上昇が続けば非常に厳しくなる。
		卸売業〔機械器具〕（営業担当）	・年度初めは受注量が落ち込む。
		その他サービス業〔造園・園芸〕（営業担当）	・資材費の値上げが今後も続く見通しである。
		建設業（営業担当）	・受注が伸びない。
	悪くなる	建設業（営業担当）	・受注が伸びない。

(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	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	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
	食料品製造業	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
	飲食物品	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