中 央 区 内 景 気 動 向 調 査

令和７年４月調査結果

令和７年５月 22 日

中 央 区

― 総　括 ―

令和７年４月の動き

中央区内における４月の現状判断ＤＩは合計で 49.4 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ＤＩは合計で 36.7 と、前回調査から 15.0 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） 合計	令和６年 12月	令和７年 ２月	４月	前回調査 からの変化
現状判断ＤＩ	54.0	50.6	49.4	(-1.2)
先行き判断ＤＩ	51.7	51.7	36.7	(-15.0)

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４月査の調査票発送は４月７日（月）、回答期限は４月 18 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	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	＋０．７５	＋０．５	＋０．２５	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 49.4 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 46.4 と、前回調査から 2.5 ポイント低下し、企業動向関連ＤＩは 52.1 と、前回調査から 0.1 ポイント低下している。構成比では、「やや悪くなっている」と回答した人の割合が 6.6 ポイント増加し、「良くなっている」と回答した人の割合が 4.5 ポイント減少した。

図表１－１　各分野における景気の現状判断ＤＩの推移表

（ＤＩ）

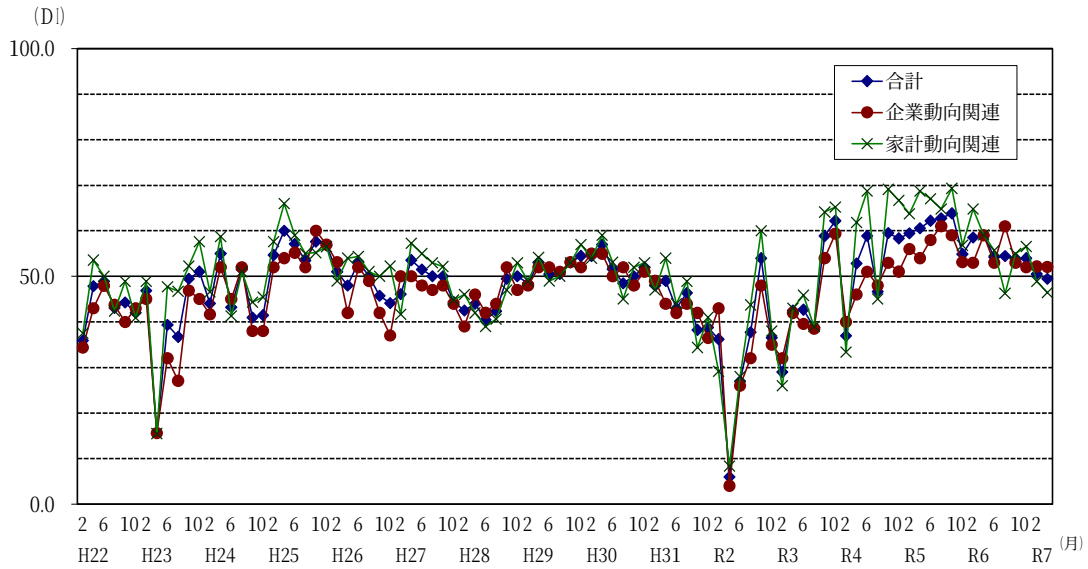
	令和６年	令和７年		
	12月	２月	４月	（変化幅）
合計	54.0	50.6	49.4	(-1.2)
家計動向関連	56.6	48.9	46.4	(-2.5)
小売関連	57.5	50.0	47.7	(-2.3)
飲食関連	－	－	－	(－)
サービス関連	45.0	54.2	41.7	(-12.5)
住宅関連	－	－	－	(－)
企業動向関連	52.0	52.2	52.1	(-0.1)
製造業	45.0	45.0	50.0	(5.0)
非製造業	53.8	54.2	52.6	(-1.6)

(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	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%
	4	2.2%	26.7%	37.8%	33.3%	0.0%
(変化幅)		(-4.5)	(2.3)	(0.0)	(6.6)	(-4.4)

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 36.7 と、前回調査から 15.0 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 35.7 と、前回調査から 20.0 ポイント低下し、企業動向関連ＤＩは 37.5 と、前回調査から 10.3 ポイント低下している。構成比では、「やや悪くなる」と回答した人の割合が 17.8 ポイント増加し、「やや良くなる」と回答した人の割合が 15.5 ポイント減少した。

図表２－１　各分野における景気の先行き判断ＤＩの推移表

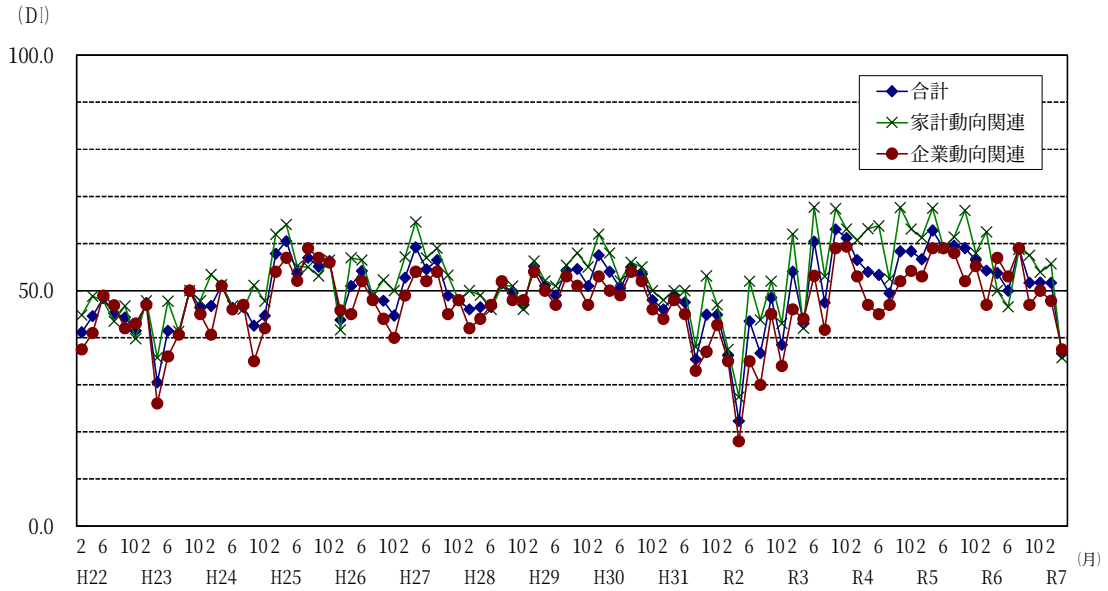
（ＤＩ）	令和６年	令和７年		
	12月	２月	４月	（変化幅）
合計	51.7	51.7	36.7	(-15.0)
家計動向関連	53.9	55.7	35.7	(-20.0)
小売関連	52.5	50.0	31.8	(-18.2)
飲食関連	－	－	－	(－)
サービス関連	60.0	54.2	41.7	(-12.5)
住宅関連	－	－	－	(－)
企業動向関連	50.0	47.8	37.5	(-10.3)
製造業	40.0	40.0	25.0	(-15.0)
非製造業	52.5	50.0	40.8	(-9.2)

(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。

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６年	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%
	4	0.0%	8.9%	40.0%	40.0%	11.1%
(変化幅)		(-6.7)	(-15.5)	(-2.2)	(17.8)	(6.7)

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ＤＩの推移

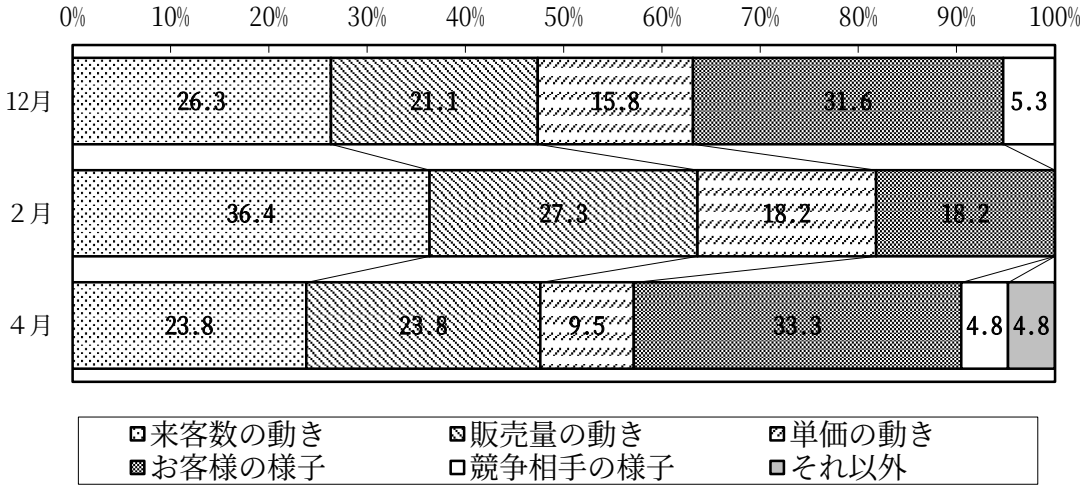
（ＤＩ）	令和６年	令和７年	
	12月	２月	４月
合計	54.5	51.1	52.2
家計動向関連	60.5	54.5	56.0
小売関連	65.0	56.3	54.5
飲食関連	－	－	－
サービス関連	55.0	62.5	62.5
住宅関連	－	－	－
企業動向関連	50.0	47.8	49.0
製造業	40.0	50.0	45.0
非製造業	52.5	47.2	50.0

(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。

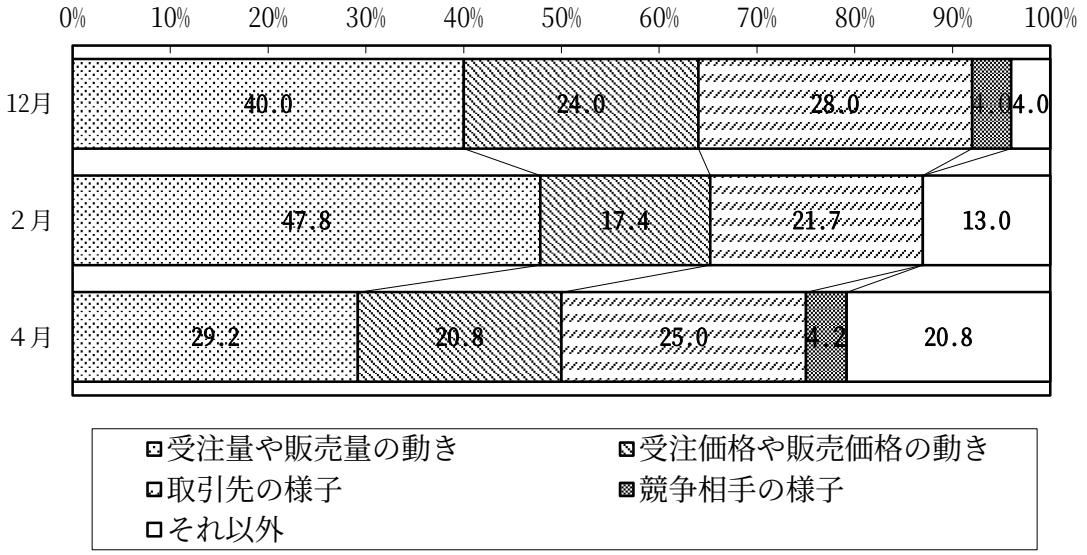
（注）景気の現状をとらえるには、景気の方向性に加えて、景気の水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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	－	－	－
	やや良くなっている	一般小売店［事務用品］（営業担当）	販売量の動き	・前年との比較は難しいが、例年と比較すると上昇している。年度の切り替え時期でもあり、様々な客が動いているようである。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・引き続きインバウンド売上が好調であるものの、日本人の来客数が減少している。全体に占めるインバウンド売上は70%を超えてきている。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・週末は客が戻りつつある一方、平日は良くない。
	変わらない	一般小売店［文具］（販売担当）	来客数の動き	・インバウンドの強さは変わらず、春休みに入り日本人客も多く来店している。
		百貨店（広報担当）	お客様の様子	・前年比ではハードルが高いため弱くみえるが、景気自体が悪くなった実感はない。高付加価値な消費を好む傾向は３か月前と変わらない。ただし、相次ぐ価格高騰についていけない日本人顧客が一部に出ていることも否定できず、トータルでは変わらない。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・販売価格が高くなっているため、割引企画等のある日は、まとめ買いをする客が多くなっている。
		乗用車販売店（店長）	それ以外	・前月までの勢いがなくなっている。毎年のことだが、年度始めは来客数、販売量共に落ち込みが激しい。例年と異なる動きになるかは、米国の関税や国内の減税政策次第である。
		高級レストラン（経営者）	お客様の様子	・歓送迎会や年度末の予約状況を見ていると、例年どおりの様子である。外国人観光客が増加しているが、店舗内のメニューなどを見て来店が成立しないことが多い。
		都市型ホテル（経営者）	単価の動き	・インバウンドが相変わらず多く来店している。
		都市型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・桜のシーズンにより、インバウンドが増加している。
	やや悪くなっている	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・記録的な円安が追い風となった前年と比較すると、インバウンド売上には一服感がある。同時に、米国の関税問題も起因となり、国内外の客の買上動向が変化してきている。
		百貨店（総務担当）	販売量の動き	・燃料や生活必需品を含む物価上昇が依然として続き、家計を圧迫するなかで節約志向が強まっている。単価上昇にもかかわらず、売上高は前年を下回る傾向にある。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数の減少が年初めから進んでいる。一過性だとみていたが、３か月経っても回復の兆しがなく、インバウンドも減少しつつある。何よりも国内経済を良くすることが重要ではないか。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・ユーザーの反応が、提案した価格に対して受け入れられない等のマイナスの回答になってきている。
		競馬場（職員）	来客数の動き	・直近３か月の利用人員数は前年比91.9%となっており、客足は鈍い。特定日が大きく足を引っ張ったわけではなく、全体的な傾向として前年比90%前後を推移している。
		理容室（経営者）	お客様の様子	・来店サイクルが少し延びてきており、単価も抑制傾向である。
	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（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年と比べて１割くらい売上が増加している。
		印刷業・製本業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・価格改定の受入れが進み、受注単価の上昇傾向がみられる。加えて販促需要などが増加傾向のため、商機が広がっている。
		建設業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は多いものの、人手不足である。

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
		不動産業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・大手仲介会社のデータでも、区内オフィスビルの空室率は低下傾向にあり、引き続き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）	受注価格や販売価格の動き	・下請見積等、コスト上昇が著しいためである。
	変わらない	新聞業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新聞広告市場の縮小トレンドを見込んでいる。見込み以上の受注減少があるかといえば、そうとも言い切れない。極端に落ち込んでいる業種もないが、この先良くなる材料も特になく、判断が難しいところである。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・取引先店舗数が減っており、取引自体の減少もみられる。
		卸売業［機械器具］（経営者）	受注量や販売量の動き	・今のところ、特別変化はみられない。
		卸売業［機械器具］（営業担当）	取引先の様子	・例年、年度が明けると受注が減るが、年度またぎの契約を数件受注しており、４～５月の売上がある。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・インバウンドは相変わらず多く増加傾向にあるが、その分日本人が減少しているようである。
		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	・受注等は、予算に対して10%以上成果がみられているが、３か月前との比較では、同様に近い数値のため変わらない。
	やや悪くなっている	出版業（経営者）	それ以外	・いうまでもなく物価高騰が家計を直撃しているだけに、主婦の悲鳴があちこちから耳に届く。
		出版業（営業担当）	それ以外	・新年度に入り、食品を始め多くの品目で値上げとなり、家計は苦しい状況が続いている。特に、出版物は食品に比して購買は抑えられる。
		建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・物価上昇が厳しく、利益を圧迫している。
		輸送業（従業員）	それ以外	・グループ会社の赤字が拡大している。
		卸売業［繊維・衣服等］（経理担当）	それ以外	・株価が落ちている。
	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	－	－
	やや良くなる	－	－
	変わらない	百貨店（広報担当）	・前年比では特に免税売上のハードルが高いため、苦しい３か月になるが、景気自体が大きく下振れする材料は見当たらない。
		コンビニ（店長）	・当店ではインバウンドで売上が伸びている部分があるものの、日常利用の客の価格に対する目は厳しく、クーポンの活用が増えるなど、自衛意識は引き続き高い。
		衣料品専門店（店長）	・春と秋が短くなっているため、買上頻度が低下している。現状維持が精一杯である。
		高級レストラン（経営者）	・天候次第でフリー客の来客数が大きく変わるが、予約客については夏場までは変わらないとみている。
		高級レストラン（副店長）	・前年の冬から単価、予約数共に伸びている。ゴールデンウィークや、６月の株主総会後の会食も予約が入ってきており、期待できる。
		一般レストラン（経営者）	・５月はゴールデンウィークなどで良いとみているが、暑くなるにつれて客が来店しなくなる。また、梅雨の時期は良くない。
		都市型ホテル（経営者）	・外国人客による効果はあるが、世界経済が非常に不安定で先が見通せない。
		都市型ホテル（営業担当）	・今後のゴールデンウィークの動きを鑑みても、変わらないと予測する。
		旅行代理店（店長）	・現状の来店動向や受注状況を考えると、数か月は変わらない。
		競馬場（職員）	・３月末からＧ１シーズンが開幕したが、利用人員、発売金額共に、前年と比べて大きな変化が見られない。
	やや悪くなる	一般小売店［事務用品］（営業担当）	・年間を通じて閑散期に入っていくので良くないのは通常だが、為替や株価などマイナス要素が多い。
		一般小売店［文具］（販売担当）	・米国政権の方向性、関税の引上げによるドル円相場の不透明さにより、株価の下落など悪くなる要素が出てくる。
		百貨店（総務担当）	・値上げによる買上マインドの縮小現象が引き続き継続している。また、インバウンド売上も、見通しの効かない為替の変動により、前年と比較すると大幅に減速となる。
		百貨店（総務担当）	・賃金上昇率の改善が見込まれるものの、米や野菜など生活必需品の価格高騰が与える影響も大きく、消費マインドは更に冷え込むとみている。
		スーパー（店長）	・米国の関税政策への日本の対応が不透明なため、先行きがみえない。また、今年も気温が高くなり、天候不順が予測されるため、野菜などの価格が心配である。
		乗用車販売店（店長）	・米国の関税問題や諸対策に影響される。２～３か月は、動向を見据えた買い控えが続きそうである。
		通信会社（営業担当）	・米国の関税実施が現実になり、景気がマイナスになるような話題が増えている。
		理容室（経営者）	・米国の関税の影響により、長いスタンスで景気が悪くなる方向だとみている。客の節約傾向が強くなってきている。
	悪くなる	一般小売店［和菓子］（経営者）	・米国との関税問題によるところが大きいが、少なくとも日本にも悪影響が及ぶのではないか。
		一般レストラン（経営者）	・飲食店全般が気温の上昇により来客数が減り、売上が落ちる。
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）	・物価高騰による価格転嫁がある程度進み、収益性の改善が期待される。また、新年度や決算期などの季節的な需要の高まりがあるため、印刷物の発注が一時的に増える見込みがある。
		建設業（営業担当）	・仕事量が増加している。
		不動産業（企画担当）	・八重洲、日本橋エリアの大型新築オフィスビルの引き合いは非常に強い。東京駅周辺の既存ビルの空室も非常に少なく、インバウンドの宿泊需要が引き続き旺盛で、銀座エリアを中心に、ホテルの開発計画が多数公表されている。
		卸売業［飲食料品（鮮魚）］（経営者）	・米国の関税政策により世の中がますます動くのではないか。日本は物価が安く、インバウンドはますます多くなると考える。

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	通信業（営業担当）	・国際的な関税の影響がどうなるか不明である。
		金融業［証券］（営業担当）	・購買意欲の高まりを感じる一方で、財力に余裕を感じられない。
		卸売業［機械器具］（経営者）	・取引先の話では、輸出の状況がはっきりしないので先が読めない。
		卸売業［機械器具］（営業担当）	・４～８月頃までは大型の受注はないものの、コンスタントに受注できるような予想である。
		卸売業［機械器具］（営業担当）	・上振れした反動もあり、大きくは動かないのではないか。
		経営コンサルタント	・今後３か月は物価上昇が続けば、外国人と日本人の消費格差が更に広がると考えられる。
		その他サービス業［造園・園芸］（営業担当）	・目立った明るい話題がない。
	やや悪くなる	新聞業（営業担当）	・米国の関税政策に対する日本政府の対応と市場へ与える影響が不透明である。企業活動に与える影響が甚大であれば、広告市場にも影響が出てくる。
		出版業（営業担当）	・国内では、物価、株価、円安、参議院議員選挙などの問題、国際的には米国の関税、ガザ、ウクライナ問題など不安定な要素が多くあり、良くなるとは考えにくい。
		建設業（営業担当）	・新年度の受注見通しが厳しい。
		建設業（経営者）	・株価が下落し、今後も米国大統領の発言等で日本経済は厳しくなる。
		輸送業（従業員）	・賃料の値上げ、ガソリン代の高騰により経費が圧迫され、利益減少が目に見えている。
		金融業［証券］（営業担当）	・米国の関税政策は、日本国内で勝ち組の中心であった自動車産業を初めとして、甚大な影響を与えるとみられる上に、米国の経済自体に大きなマイナス要因となり得る。しばらくは状況を見極めたいところではあるが、恐らくインバウンド需要にも早晩、影響が出始め、国内景気は少なからず下向きの傾向が見えてくるのではないか。
		卸売業［繊維・衣服等］（経営者）	・物価高騰、株価下落等に対して、日本政府の対応が不十分で、消費者の不安心理は一層増す。
		卸売業［繊維・衣服等］（経理担当）	・株価が落ちている。
		その他サービス業［ビルメンテナンス］（営業担当）	・関税問題に関わる業種ではないものの、その問題がある以上、良い方向になるとは想定できない。
		その他サービス業［ビルメンテナンス］（管理担当）	・新年度になり、予算の執行が減るため、受注減が予想される。
	悪くなる	出版業（経営者）	・米国大統領は相互関税ＵＰでハートのエースを切ったつもりだろうが、実はジョーカーを切ったのではないか。
		印刷業・製本業（経営者）	・米国の関税がどのような形で影響してくるか、全く不明である。
		建設業（経営者）	・米国の関税政策により、株価下落及び物価高により、先行きに不透明感がある。中小企業では物価高に対応した賃上げはできない。

（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		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
	飲食料品	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