

中 央 区 内 景 気 動 向 調 査

令和 7 年 12 月 調査結果

令和 8 年 1 月 29 日

中 央 区

総 括

令和 7 年 12 月の動き

中央区内における 12 月の現状判断 D I は合計で 52.3 と、前回調査から 1.7 ポイント上昇している。景気の先行き判断 D I は合計で 45.9 と、前回調査から 0.1 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 7 年			前回調査 からの変化
合計	8 月	10 月	12 月	
現状判断 D I	51.2	50.6	52.3	(1.7)
先行き判断 D I	48.8	46.0	45.9	(-0.1)

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 12 月調査の調査票発送は 12 月 5 日（金）、回答期限は 12 月 18 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 43 名、有効回答率は 86.0% 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る、これらを各回答区分の構成比（%）に乘じて、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 (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. 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D Iは合計で52.3と、前回調査から1.7ポイント上昇している。分野別にみると、家計動向関連D Iは61.8と、前回調査から8.0ポイント上昇し、企業動向関連D Iは44.8と、前回調査から3.1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8.9ポイント、「変わらない」と回答した人の割合が8.0ポイントそれぞれ減少した。

図表1-1 各分野における景気の現状判断D Iの推移表

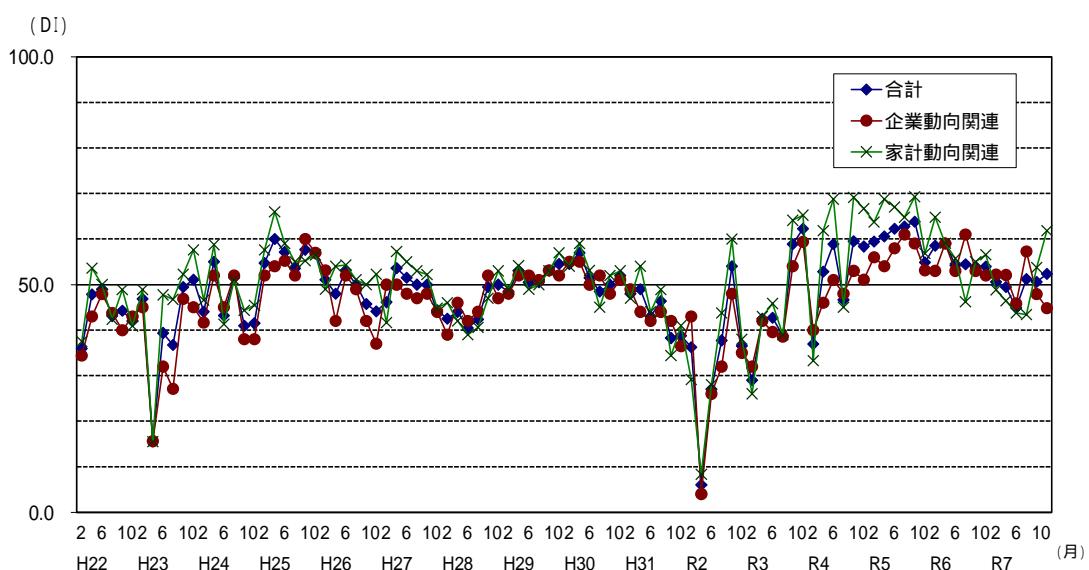
(D I)	令和7年			(変化幅)
	8月	10月	12月	
合計	51.2	50.6	52.3	(1.7)
家計動向関連	43.4	53.8	61.8	(8.0)
小売関連	37.5	56.8	55.0	(-1.8)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	55.0	55.0	60.0	(5.0)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	57.3	47.9	44.8	(-3.1)
製造業	40.0	45.0	30.0	(-15.0)
非製造業	61.8	48.7	48.7	(0.0)

(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。

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7年	8	7.0%	16.3%	51.2%	25.6%	0.0%
	10	0.0%	25.0%	54.5%	18.2%	2.3%
	12	2.3%	32.6%	46.5%	9.3%	9.3%
(変化幅)		(2.3)	(7.6)	(-8.0)	(-8.9)	(7.0)

図表1-3 各分野における景気の現状判断D I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45.9と、前回調査から0.1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46.1と、前回調査から6.4ポイント低下し、企業動向関連DIは45.8と、前回調査から5.2ポイント上昇している。構成比では、「やや悪くなる」と回答した人の割合が6.2ポイント減少し、「変わらない」と回答した人の割合が5.6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DIの推移表

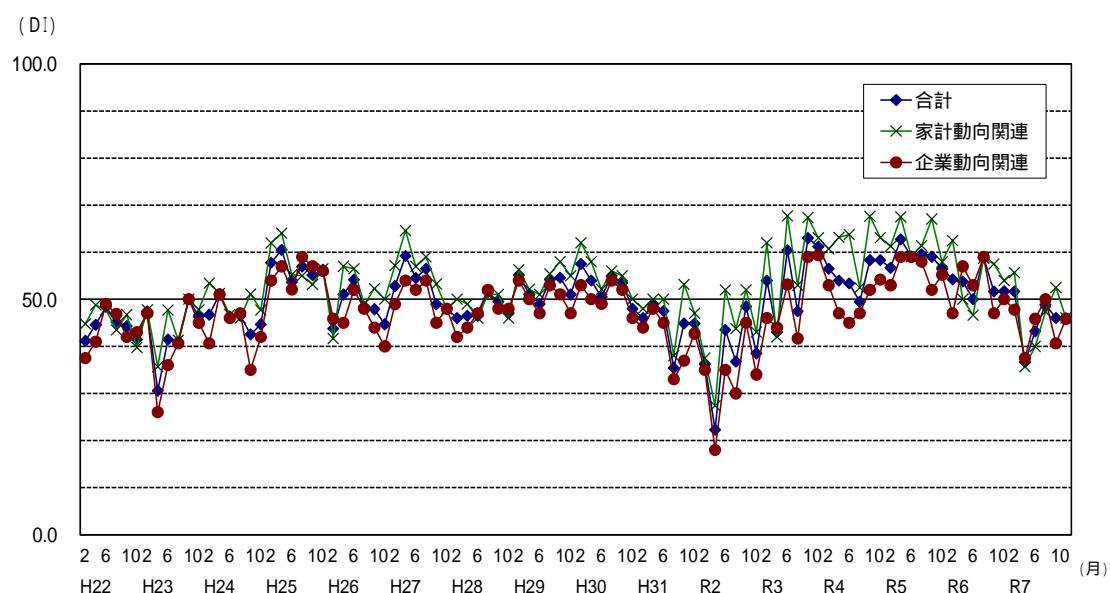
(DI)	令和7年				(変化幅)
		8月	10月	12月	
合計		48.8	46.0	45.9	(-0.1)
家計動向関連		47.4	52.5	46.1	(-6.4)
小売関連		45.0	52.3	50.0	(-2.3)
飲食関連		-	-	-	(-)
サービス関連		55.0	50.0	45.0	(-5.0)
住宅関連		-	-	-	(-)
企業動向関連		50.0	40.6	45.8	(5.2)
製造業		40.0	35.0	30.0	(-5.0)
非製造業		52.6	42.1	50.0	(7.9)

(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7年	8	2.3%	25.6%	41.9%	25.6%	4.7%
	10	0.0%	22.7%	40.9%	34.1%	2.3%
	12	0.0%	20.9%	46.5%	27.9%	4.7%
(変化幅)		(0.0)	(-1.8)	(5.6)	(-6.2)	(2.4)

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D Iの推移

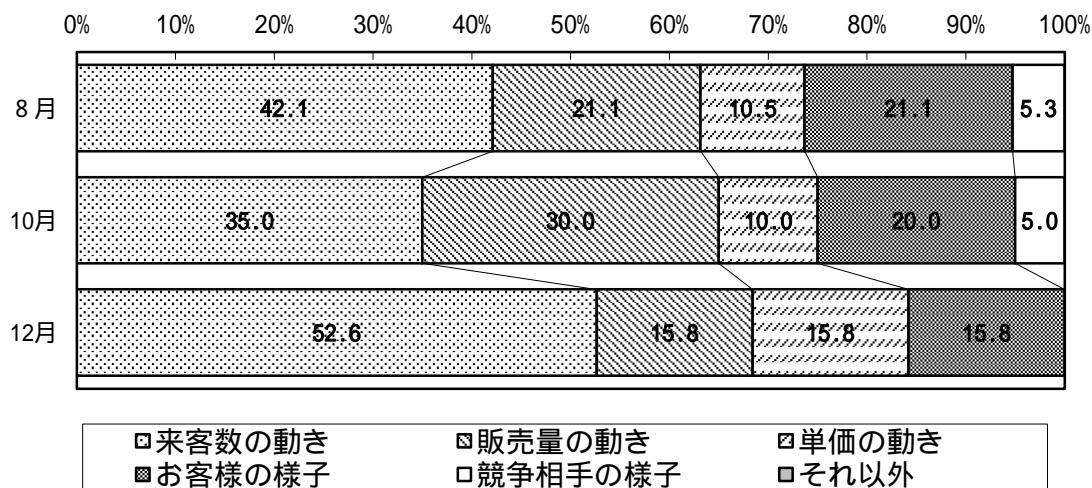
(D I)	令和7年		
	8月	10月	12月
合計	44.8	52.8	55.8
家計動向関連	43.4	57.5	63.2
小売関連	37.5	56.8	55.0
飲食関連	-	-	-
サービス関連	55.0	65.0	70.0
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	45.8	49.0	50.0
製造業	30.0	40.0	35.0
非製造業	50.0	51.3	53.9

(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。

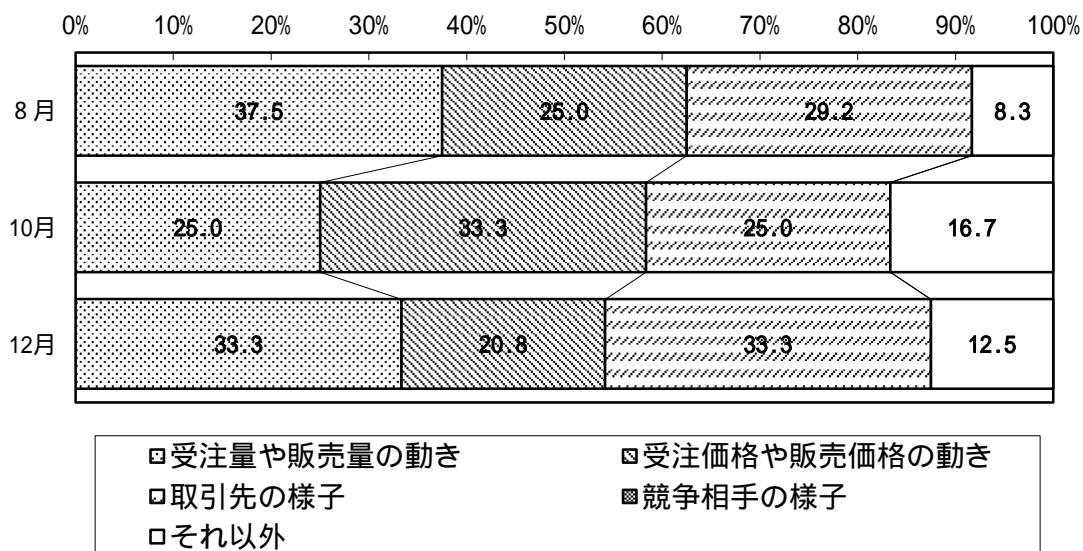
（注）景気の現状をとらえるには、景気の方向性に加えて、景気の水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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	高級レストラン(副店長)	来客数の動き	・12月に入り、大幅に来客数が伸びており、客単価も上がっている。
	やや良くなっている	百貨店(総務担当)	来客数の動き	・お歳暮ギフトの需要は来客数、単価共に前年を下回っているものの、全体としては前年を上回る傾向が続き、堅調に推移している。
		乗用車販売店(店長)	来客数の動き	・来客数に販売量は比例していないが、年度末に向けた動きとなっている。
		高級レストラン(経営者)	来客数の動き	・例年、年末年始は宴会シーズンになるので売上が増加する。労働力が減少し、人手不足の店が多くみられる。
		一般レストラン(経営者)	お客様の様子	・2~3か月前はまだ暑かったため、客が余り来てくれなかった。少し涼しくなってきたので客も来店している。
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・相変わらず当地にインバウンドが多数来場しているが、ある国の方々が減少し、大変落ち着いた気がする。このくらいで良いのではないか。
	変わらない	競馬場(職員)	来客数の動き	・当業界を取り上げたドラマの影響か、前月辺りから来客数が前年を上回ることが増えている。特に、若者の来場が増加傾向にある。
		理容室(経営者)	単価の動き	・グレードアップしたメニューに変更する客が多い。また、旅行に行くとか、レストラン等を利用したとの会話を多く聞く。
		一般小売店[事務用品](営業担当)	単価の動き	・1月からまた値上げがある。本来なら値上げによって売上額が増加しても良いはずだが、売価は上げられず、厳しい。
		一般小売店[文具](販売担当)	来客数の動き	・景気は以前と変わらず良い。
企業動向関連	やや悪くなっている	百貨店(総務担当)	販売量の動き	・中国政府による日本への渡航自粛勧告の影響は、現時点では軽微である。また、百貨店で買物をする国内客も堅調である。
		百貨店(広報担当)	お客様の様子	・国内顧客の高付加価値消費へのニーズは底堅い。ただし、3か月前と大きく水準は変わっていない。一方、海外顧客の動向は外部環境により不確定だが、全体売上に占めるシェアは15%に満たないため、大きな影響はないとしている。
		スーパー(店長)	来客数の動き	・客は特売品や必要な物だけを購入している。ただし、一定数の客は景気が上向きのようである。
		衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・全体の来客数は前年比101%であるのに対し、インバウンドの来客数は118%とやや良くなっている。ただし、中国人観光客が減っているため、単価が低下し、売上は前年並みにとどまっている。
		都市型ホテル(経営者)	単価の動き	・外国人客がいまだに多く、それに伴い単価の上昇がみられる。
		旅行代理店(店長)	販売量の動き	・来客数、販売量共にここ数か月大きな変化はない。
		-	-	-
		-	-	-
	良くなっている	-	-	-
	やや悪くなっている	印刷業・製本業(営業担当)	受注価格や販売価格の動き	・価格転嫁の受入れが進み、受注価格と粗利が持ち直している。
		建設業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・受注価格が、上昇している物価に少しづつ追い付いてきている。
		不動産業(企画担当)	受注価格や販売価格の動き	・企業の好業績に支えられ、八重洲、日本橋エリアの新築オフィスビルの引き合いは非常に強い状態が続いている。
		卸売業[繊維・衣服等](経理担当)	受注量や販売量の動き	・需要のある物は多く動くが、需要の少ない物はなかなか動かず、差が激しくなってきてている。その差を需要の高い物でカバーして何とかなっている印象である。

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
変わらない		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	・年度末に向け、予算執行案件が発注されている。
		通信業(営業担当)	取引先の様子	・客の情報セキュリティへの関心が高まっているが、導入までには時間が掛かり、即決できないため、目立った変化までには至っていない。
		卸売業〔機械器具〕(経営者)	取引先の様子	・年末に向かって特別変化をもたらす情報がない。
		卸売業〔機械器具〕(営業担当)	受注量や販売量の動き	・例年どおりの受注はあるが、大きな変化はない。
		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	・受注価格は3か月前と同等の水準を保っており、予算に対しても同様の比率である。
		その他サービス業〔造園・園芸〕(営業担当)	取引先の様子	・クリスマス、正月などイベントへの出費が前年より若干減っているものの、日常的な出費、作業依頼は少し増えている。
やや悪くなっている		出版業(経営者)	それ以外	・物価高への悲鳴が消費者マインドをじりじりと低下させ、買い控えが起きている。
		出版業(営業担当)	それ以外	・政権が変わったが、即効性のある経済政策はなく、消費者や中小企業の従業員にとっては良くなる要因がない。
悪くなっている		経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・物価高が続くなか、賃金の伸び悩みにより売上が減少傾向にある。

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	乗用車販売店（店長）	・毎年、年度末に向けて来客数及び販売量が増加傾向にあるため、同様の動きになるとみている。
		理容室（経営者）	・客から株価の上昇や車の買換えなどの話をよく聞く。
	変わらない	一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	・市場が良くなれば競争が激しくなり、売上が増えても利益は減るというプラスマイナスゼロのような状況が続く。
		百貨店（総務担当）	・中国政府による日本への渡航自粛勧告により、中国人団体客は減少傾向で推移していくとみられるが、台湾、韓国、欧米、中東など他の地域からの観光客の買上が下支えすると推測される。
		百貨店（広報担当）	・インバウンド、特に中国人客の動向は、先行きが見通しににくい。一方で、資産高効果もあり、国内客、特に富裕層の消費意欲が衰えるような材料が見当たらないため、堅調な水準が続く。
		百貨店（総務担当）	・依然として物価上昇を背景とした買い控えの傾向は続くとみられるが、節約志向のなかにも必要な支出は維持される。
		スーパー（店長）	・景気対策についての報道はあるものの、一時的な施策であり、長い目で見ると不安になる。
		コンビニ（店長）	・じりじりと家計を圧迫する物価高に対し、無駄な物や余計な物を買わないという生活防衛のスタンスが定着している。
		衣料品専門店（店長）	・余程気に入らないと買わないなど、無駄な買物をしない客が多いため、良くなる気配はない。インバウンドも減少している。
企業動向関連	やや悪くなる	高級レストラン（経営者）	・東京駅前の再開発計画が多くあり、飲食店は活況である。今後も開発が進むにつれ、店舗数が不足するとみられる。
		一般レストラン（経営者）	・12月は繁忙期だが、年明けも少しずつ景気が回復していくとみられるが、ガソリン暫定税率廃止や所得税減税で手取りが増えれば良い方向に向かうのではないか。
		都市型ホテル（経営者）	・現状の景気が良いため、これより良くなることはない。
		旅行代理店（店長）	・現状の景気や販売量から、先行きに大きな変化はみられない。
	悪くなる	一般小売店〔文具〕（販売担当）	・中国人インバウンドの減少が見込まれる。
		高級レストラン（副店長）	・2月になると宴会が伸び悩むため、今月と比べると厳しくなる。
		一般レストラン（経営者）	・例年寒くなる1~3月は客が余り来てくれない。
		都市型ホテル（営業担当）	・年末年始、正月明けは客足が落ちると予測している。
		競馬場（職員）	・当業界を取り上げたドラマが12月に終了するため、一時的なブームが去り、来場者数が落ち着く。
	良くなる	-	-
	やや良くなる	印刷業・製本業（営業担当）	・直近の単価改定が定期案件やリピート案件にも適用され、採算が改善してきている。
		建設業（営業担当）	・仕事量が増え、見積り等の依頼も増加している。
		建設業（経営者）	・世の中全体が物価上昇を認識しているので、発注者側も徐々に理解してくれるようになっている。
	変わらない	不動産業（企画担当）	・新築オフィスビルについては、2025~2026年度竣工物件のみならず、2027年度以降の竣工物件も入居企業が続々と決定している。オフィス仲介大手企業の調査でも、2029年のオフィス大量供給までは空室率の低下と賃料上昇の継続が予測されている。
		卸売業〔飲食料品（鮮魚）〕（経営者）	・インバウンド、特に欧米人が安定して来てくれている。
		卸売業〔機械器具〕（営業担当）	・2~3か月後の受注残がそれなりにある。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（管理担当）	・年度末に向けた予算執行案件が増える。
		建設業（経営者）	・周りの状況から変化はないとみている。

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
やや悪くなる	やや悪くなる	輸送業（従業員）	・賃上げなどは一部の大企業のことであり、我々中小企業で働く者は物価が上がるばかりで、毎月苦しい。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・日中関係悪化については景況にも相応に影響を及ぼすものと考える。一方、中国国内景気そのものが縮小傾向にある状況や、日本の長期金利の上昇から、中国からの投資、購買の減少と、中国への依存見直しが一進一退の綱引きとなるとみられるため、判断は中立としている。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（経理担当）	・今以上に飛び抜けて良くなるイメージがない。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・このところ低位安定しており、大きく動く気配はみられない。
		経営コンサルタント	・仕入材料等の値上がりにより商材も値上げとなり、客足が少しづつ減少傾向にある。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・現状が悪いわけではないため、同様に良い状態を保てると見込んでいる。
		その他サービス業〔造園・園芸〕（営業担当）	・新政権となり、様子見をしている印象である。良くなるにしろ悪くなるにしろ、見えてくるのは来年になるのではないか。
	悪くなる	新聞業（営業担当）	・広告出稿の受注は回復の兆しが見えない。客の広告予算削減が継続しているため、出稿する社数を絞る傾向がしばらく続くとみている。
		出版業（経営者）	・物価高への悲鳴が消費マインドをじりじりと低下させ、買い控えにつながる。
		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		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
住居専門店経営者・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