

# 中央区内景气动向调查

平成 27 年 2 月调查结果

平成 27 年 3 月 20 日

中央区

## 総 括

### 平成 27 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 46.1 と、前回調査から 2.0 ポイント上昇している。景気の先行き判断 D I は合計で 52.8 と前回調査から 8.1 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 )	平成26年		平成27年		前回調査 からの変化
	10月	12月	2月		
合計					
現状判断 D I	45.7	44.1	46.1		( 2.0 )
先行き判断 D I	47.9	44.7	52.8		( 8.1 )

## 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、平成27年2月調査の調査票発送は2月9日（月）、回答期限は2月17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46.1と、前回調査から2.0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41.7と、前回調査から10.6ポイント低下し、企業動向関連DIは50.0と、前回調査から13.0ポイント上昇している。構成比では、「変わらない」と回答した人の割合が17.4ポイント増加し、「やや悪くなっている」と回答した人の割合が16.3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

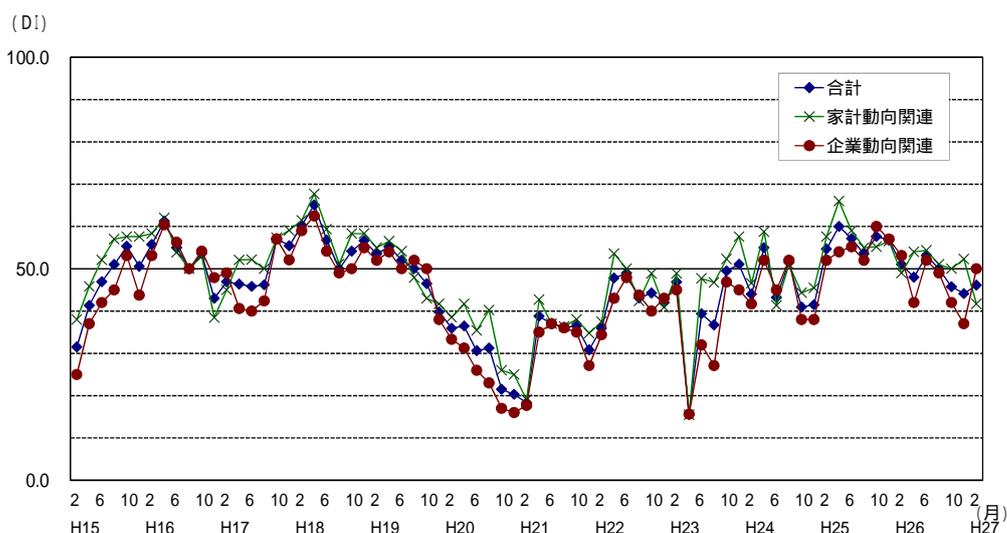
(DI)	平成26年		平成27年	
	10月	12月	2月	(変化幅)
合計	45.7	44.1	46.1	(2.0)
家計動向関連	50.0	52.3	41.7	(-10.6)
小売関連	45.0	43.2	38.6	(-4.6)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	57.1	64.3	40.0	(-24.3)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	42.0	37.0	50.0	(13.0)
製造業	39.3	32.1	42.9	(10.8)
非製造業	43.1	38.9	52.9	(14.0)

(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	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
平成26年	10	0.0%	17.0%	57.4%	17.0%	8.5%
	12	0.0%	21.3%	40.4%	31.9%	6.4%
平成27年	2	0.0%	17.8%	57.8%	15.6%	8.9%
(変化幅)		(0.0)	(-3.5)	(17.4)	(-16.3)	(2.5)

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D Iは合計で52.8と前回調査から8.1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57.1と、前回調査から7.1ポイント上昇し、企業動向関連D Iは49.0と、前回調査から9.0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7.7ポイント減少し、「やや良くなる」と回答した人の割合が7.6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D Iの推移表

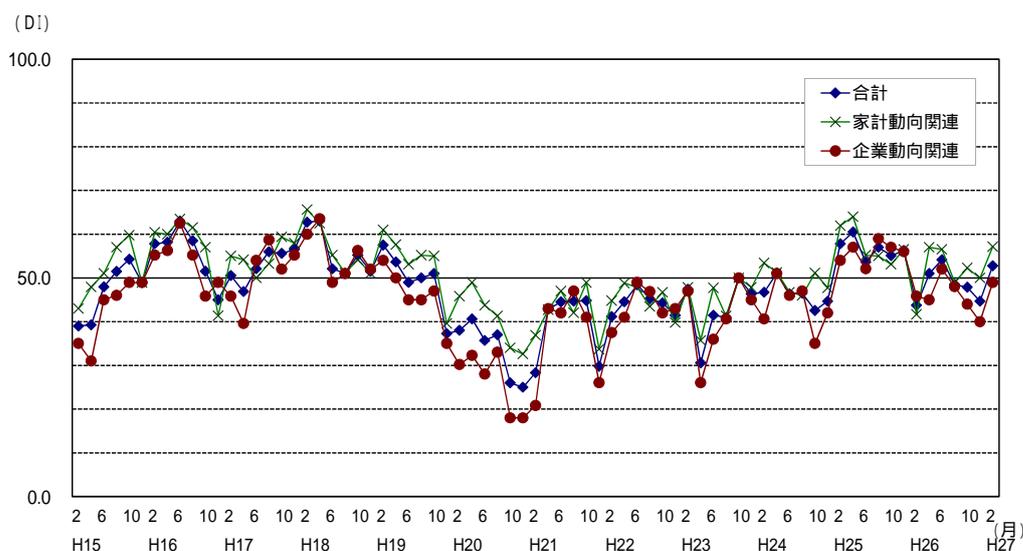
(D I)	平成26年		平成27年	
	10月	12月	2月	(変化幅)
合計	47.9	44.7	52.8	(8.1)
家計動向関連	52.3	50.0	57.1	(7.1)
小売関連	40.0	40.9	52.3	(11.4)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	64.3	64.3	70.0	(5.7)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	44.0	40.0	49.0	(9.0)
製造業	42.9	39.3	46.4	(7.1)
非製造業	44.4	40.3	50.0	(9.7)

(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
平成26年	10	2.1%	23.4%	48.9%	14.9%	10.6%
	12	0.0%	21.3%	44.7%	25.5%	8.5%
平成27年	2	4.4%	28.9%	44.4%	17.8%	4.4%
(変化幅)		(4.4)	(7.6)	(-0.3)	(-7.7)	(-4.1)

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

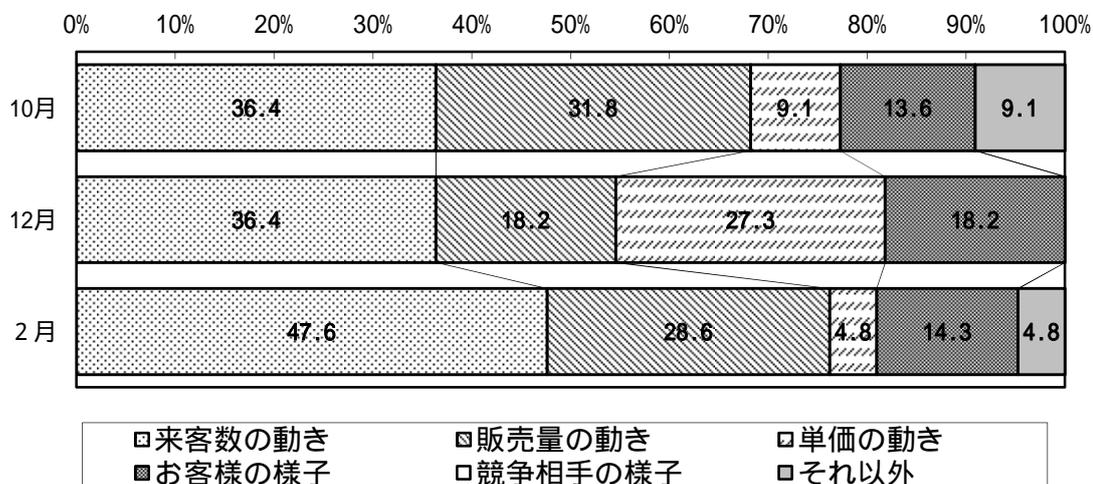
(D I)	平成26年	平成27年	
	10月	12月	2月
合計	43.6	42.0	40.0
家計動向関連	47.7	46.6	40.5
小売関連	40.0	34.1	40.9
飲食関連	-	-	-
サービス関連	60.7	67.9	40.0
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	40.0	38.0	39.6
製造業	32.1	32.1	28.6
非製造業	43.1	40.3	44.1

(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。

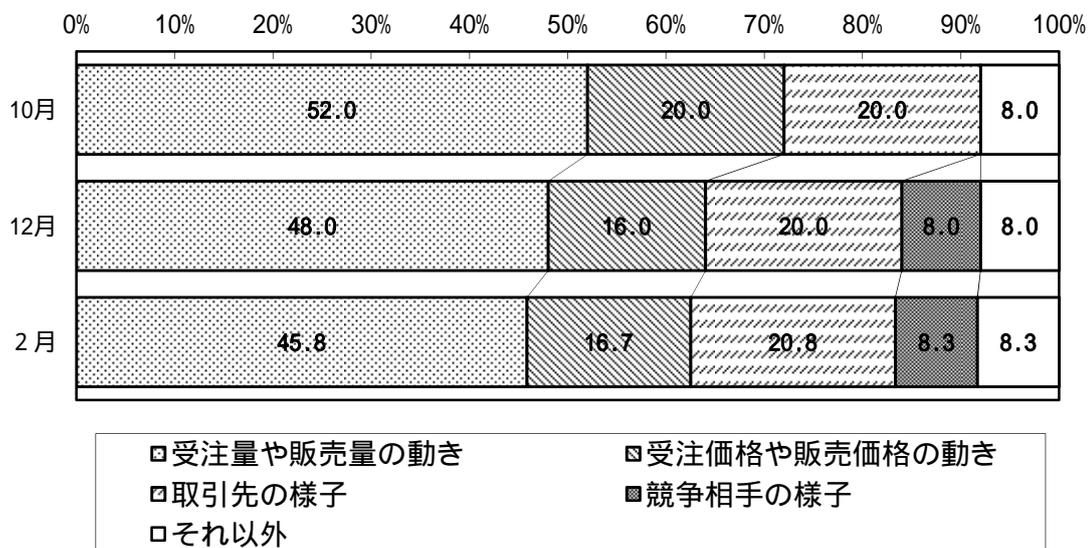
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方加性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

## 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	-	-	-
	やや良く なっている	百貨店(総務担当)	それ以外	・訪日外国人客の買上が引き続き好調ではあるものの、日本人客の買上は横ばいである。
		百貨店(総務担当)	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要等により売上を伸ばした前年と比較しても順調に推移している。
		高級レストラン(経営者)	来客数の動き	・年末の好景気は飲食界にとっては織り込み済みであるが、年初以来予約が活発化している。今後は年度替わりを迎え、更に活況につながる。
	変わらない	一般小売店[文具](販売担当)	お客様の様子	・月前半は前年をクリアした推移をしていたが、後半20日以降は伸びていない。
		百貨店(業務推進担当)	お客様の様子	・セールや特別な割引がある場合の購入が主である。景気が良い時は割引がなくても購買意欲が増していたような気がする。
		スーパー(店長代行)	来客数の動き	・来客数はやや減少しているが、客単価や買上点数に変化はみられない。
		衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・売上の伸びはそれほどでもないが、訪日外国人の来客数、売上は大幅に伸びている。
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・来客数はそれほど変わらないが、客の財布のひもが固い。例えば、子どもにソフトドリンクを注文しないことや、品数が少なくなっており、景気が良いかの分からない。
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・年明けから主要商品の販売数にあまり伸びがみられない。
	やや悪く なっている	スーパー(店長)	販売量の動き	・来客数は変わってはいないものの、3か月前に比べて客単価だけではなく、特に、買上点数が落ちている。
		その他レジャー施設(経営者)	来客数の動き	・かつては年が明けると期待されたものだが、ここ数年、年が明けると悪くなる。今年も前年より良くない。
	悪く なっている	一般小売店[靴](店長)	来客数の動き	・来客数だけではなく単価も下がり、量も売れていない。
一般小売店[食品](店長)		来客数の動き	・当地区は比較的コンビニが少なかったが、平成25年ごろからミニスーパーの進出やコンビニの出店など、大企業が運営する店舗の進出で商店街の各店舗が影響をこうむっている。	
都市型ホテル(広報担当)		来客数の動き	・例年、2月は1月に比べて来客数が減少する。また、外国人客も2月末から3月にかけて帰国するケースが出てくる。旧正月の影響はあまりないが、前年と比べるとアジア系外国人客の比率は上向きである。	
企業 動向 関連	良く なっている	-	-	-
	やや良く なっている	建設業(営業担当)	競争相手の様子	・競争相手の技術系の人員が不足しており、当社も仕事量の増加で人員不足である。
		卸売業[繊維・衣服等](営業担当)	受注量や販売量の動き	・消費税増税からの悪い流れは変わっていない。得意先によって良い所、悪い所がはっきり分かれている。
		卸売業[機械器具](営業担当)	受注量や販売量の動き	・年度末に近付き、契約物件が増えてきている。2月、3月とやや良い状態である。
	変わらない	出版業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・食品などの生活必需品の値上げが相次ぎ、大半の消費者に余裕がなく、書籍にまではお金を使わない。
		印刷業・製本業(経営者)	受注量や販売量の動き	・安い受注価格が続いている。相見積が多く、予想以上の安値で受注している会社が見受けられる。
		印刷業・製本業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・通常の売上は落ちていて前年より悪いが、臨時的に少し大きい仕事が入り動きがあったため、差し引きゼロである。
		通信業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・全体に停滞感が感じられる。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・来客数は変わらないが、単価が上がらない。

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
		その他サービス業[ビルメンテナンス](営業担当)	取引先の様子	・取引先の様子を聞くと、「和らいでいる」、「弱めの動き」、「先行きは悪化の見通し」等、それぞれの事情があるが、総括するとおおむね横ばいである。
	やや悪くなっている	出版業(経営者) 輸送業(従業員)	それ以外 受注量や販売量の動き	・電車の中での人々の様子に明るさがみられない。 ・前年同月に比べ、受注量及び売上高が減少している。
	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	百貨店（総務担当）	・中国の春節や花見等の各種オケーションがあり、引き続き外国人観光客で売上は伸びる。
		都市型ホテル（広報担当）	・外国人のビジネス利用が上昇する。年度替わりで来期がスタートする企業もあるので期待している。
	やや良くなる	百貨店（総務担当）	・訪日外国人客も増加し、免税販売額は引き続き好調に売上を伸ばしている。
		百貨店（広報担当）	・株高、原油安に加え、2015春闘によるベースアップ実施などが好材料として考えられる。
		スーパー（店長代行）	・今月は消費支出が低い、今後は暖かさとともに消費も上向いてくる。
		高級レストラン（経営者）	・中期的な予約の受注があり、夏前まではこの状況が見込める。
		高級レストラン（スタッフ）	・気温が上がってくると客の動きも活発になる。
		通信会社（営業担当）	・客の移動時期に当たる2～4月を迎えるので、販売数の伸びに期待が持てる。
		競馬場（職員）	・売上が継続的に上昇している。
	変わらない	一般小売店〔文具〕（販売担当）	・前年が消費税増税前の駆け込み需要があったため、景気は変わらないが前年比でみると売上は悪化する。
		一般小売店〔食品〕（店長）	・店舗前の地区は再開発のためにほとんどの家を取り壊され、人口が皆無になっていることと、大企業のコンビニ出店等により売上の減少は免れない。
		百貨店（業務推進担当）	・悪い時代が長いので、2～3か月では変わらない。
		スーパー（店長）	・買上点数が上がらない傾向に加え、昨年4月の消費税増税前の駆け込み需要の影響で、前年ベースに追いつくことは厳しい。
		一般レストラン（経営者）	・来客数はそれほど変わらないが客の財布のひもが固くなっており、景気が良いのか悪いのか分からない状況なので、変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・来客数、単価などを考えると、これからも良くなるとは思えない。
		旅行代理店（支店長） その他レジャー施設（経営者）	・特に良化も悪化もせず、現状維持である。 ・年々悪くなっている。今年も年が明けても良ならず、また一段と落ちている。このまま1年が過ぎていくのではないだろうか。
	やや悪くなる	設計事務所（所長）	・マンション関連の低迷が続き、先行きが不透明で今後が心配である。
悪くなる	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・日本全体がテロリストの標的になったという認識を持たざるを得なくなったため、イベントの中止などが起こっており、外出しての購入意欲が増すとは考えにくい。	
	一般小売店〔靴〕（店長）	・円安で材料が値上がりし、商品単価が上がっている。消費税増税で価格に厳しくなっている消費者の購買意欲は低下する。	
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）	・年度末なので3月までは良くなると期待している。今年は消費税増税前の駆け込み需要はないので、前年のような伸びはない。
		印刷業・製本業（営業担当）	・例年、年度末は受注量が増加するためである。
		建設業（営業担当）	・仕事量が増加している。今後も状況により先行きは良好と思われる。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・アメリカの雇用統計の改善を受け、119円台の水準で再び円安基調になると、証券会社にとってはビジネスチャンス到来となる。ヨーロッパの金融緩和が続くとみられるため、より一層証券界には追い風となる。
		卸売業〔飲食料品（鮮魚）〕（経営者） 経営コンサルタント	・春になって人が外に出てくるので、やや良くなる。 ・3月決算などで大手企業を中心に大幅な利益が確定し、経済が少しずつめぐり始めるのではないかと予想される。株価の上昇にも期待している。
	変わらない	新聞業（営業担当）	・個人消費の伸びが期待できそうなので、それに伴い企業の業績も上向きになる。広告需要にも好影響となることを期待したい。

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	
		出版業（営業担当）	・ベースアップ等も一部の大手企業の話で、中小企業にとっては何のプラスもなく、苦しい状況は変わらない。	
		建設業（営業担当）	・発注量が増えていない。	
		輸送業（従業員）	・先行きの取引材料の明るい話が出てこない。受注量が増える見込みがない。	
		通信業（営業担当）	・サラリーマンの実質所得が増加しないと、真の景気回復にはつながらない。	
		金融業〔証券〕（営業担当）	・3月決算の会社については、おおむね来期の予算方針が固まる段階にあるが、総じて保守的な見通しとなっており、また、為替変動によるリスクを高め読み込んでいる感がある。このためもあり、中国やアセアンから資材調達をしている企業は、調達コストがかなり高めの想定となっているようである。	
		卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	・一部を除き、賃金上昇は期待できそうもない。	
	やや悪くなる		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・4月からの新年度もプラスになる要素、要因が見当たらない。消費税増税による影響は大きい。公共投資も期待できない様相である。
			出版業（経営者）	・消費者の節約志向は強まる一方であり、将来の生活設計の不安の表れといえる。
			建設業（経営者）	・技術労働者の不足、それに伴う人件費の向上により採算は悪くなる。
			卸売業〔機械器具〕（営業担当）	・新年度になると受注量が低下してしまう。例年のことだが、4～5月は販売の動きが悪くなる。
悪くなる		その他サービス業〔造園業〕（営業担当）	・年度末工事にめどがつき、一時的に落ち込む。	
		-	-	

(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	小売関連	25	
	商店街・一般小売店	13	
	商店街代表者	4	
	一般小売店経営者・店員	0	
	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	1	
	設計事務所所長・職員	1	
	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	農林水産業従業者	25
		鉱業経営者・従業員	0
		製造業経営者・従業員	0
食料品製造業		7	
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		7	
新聞業		2	
出版業		2	
印刷業・製本業		3	
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		18	
建設業		3	
輸送業		1	
通信業		2	
金融業		2	
不動産業		0	
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]		1	
司法書士・経営コンサルタント・会計事務所職員等		0	
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	