

# 中央区内景气动向调查

平成 28 年 2 月调查结果

平成 28 年 3 月 22 日

中央区

## 総 括

### 平成 28 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 42.5 と、前回調査から 1.9 ポイント低下している。景気の先行き判断 D I は合計で 46.0 と前回調査から 2.0 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 )	平成27年		平成28年		前回調査 からの変化
	10月	12月	2月		
合計					
現状判断 D I	50.0	44.4	42.5		( -1.9 )
先行き判断 D I	49.0	48.0	46.0		( -2.0 )

## 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、平成 28 年 2 月調査の調査票発送は 2 月 9 日（火）、回答期限は 2 月 17 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 50 名、有効回答率は 100.0%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42.5と、前回調査から1.9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46.0と、前回調査から1.2ポイント上昇し、企業動向関連DIは39.0と、前回調査から5.0ポイント低下している。構成比では、「悪くなっている」と回答した人の割合が8.0ポイント増加し、「変わらない」と回答した人の割合は7.1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

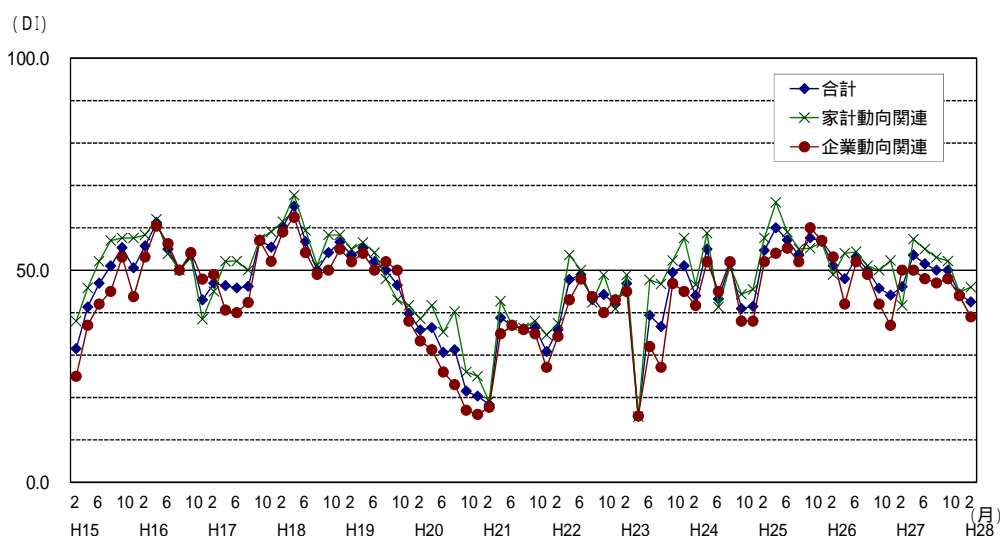
(DI)	平成27年		平成28年		(変化幅)
	10月	12月	2月		
合計	50.0	44.4	42.5		(-1.9)
家計動向関連	52.2	44.8	46.0		(1.2)
小売関連	50.0	37.5	38.5		(1.0)
飲食関連	-	-	-		(-)
サービス関連	54.2	57.1	53.6		(-3.5)
住宅関連	-	-	-		(-)
企業動向関連	48.0	44.0	39.0		(-5.0)
製造業	45.8	33.3	29.2		(-4.1)
非製造業	48.7	47.4	42.1		(-5.3)

(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27年	10	0.0%	18.8%	64.6%	14.6%	2.1%
	12	0.0%	12.2%	53.1%	34.7%	0.0%
平成28年	2	0.0%	16.0%	46.0%	30.0%	8.0%
	(変化幅)	(0.0)	(3.8)	(-7.1)	(-4.7)	(8.0)

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46.0と前回調査から2.0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50.0と、前回調査から2.1ポイント上昇し、企業動向関連DIは42.0と、前回調査から6.0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19.2ポイント減少し、「やや良くなる」と回答した人の割合が11.7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

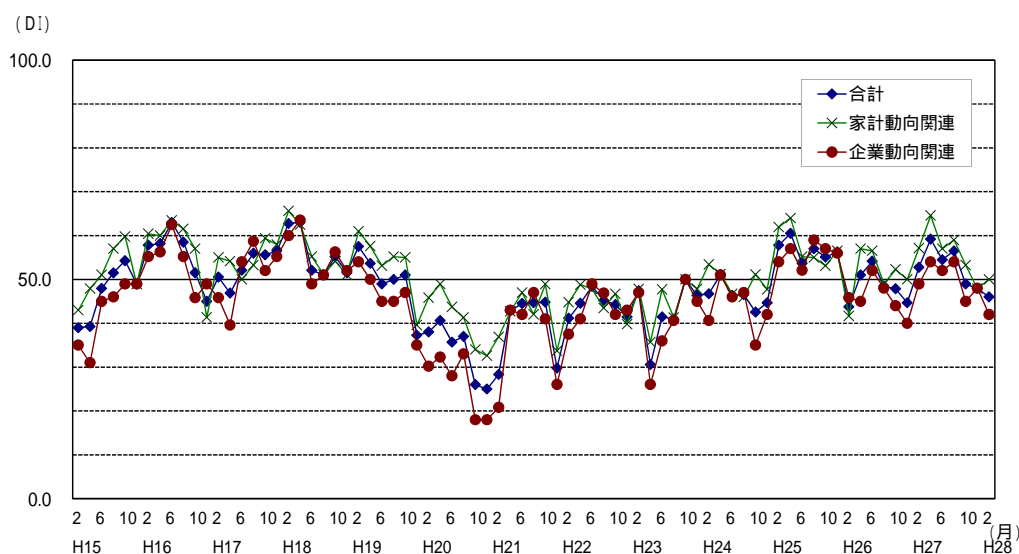
(DI)	平成27年		平成28年	
	10月	12月	2月	(変化幅)
合計	49.0	48.0	46.0	(-2.0)
家計動向関連	53.3	47.9	50.0	(2.1)
小売関連	47.9	43.8	44.2	(0.4)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	58.3	57.1	57.1	(0.0)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	45.0	48.0	42.0	(-6.0)
製造業	45.8	45.8	33.3	(-12.5)
非製造業	44.7	48.7	44.7	(-4.0)

(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27年	10	2.1%	20.8%	54.2%	16.7%	6.3%
	12	2.0%	14.3%	61.2%	18.4%	4.1%
平成28年	2	0.0%	26.0%	42.0%	22.0%	10.0%
(変化幅)		(-2.0)	(11.7)	(-19.2)	(3.6)	(5.9)

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

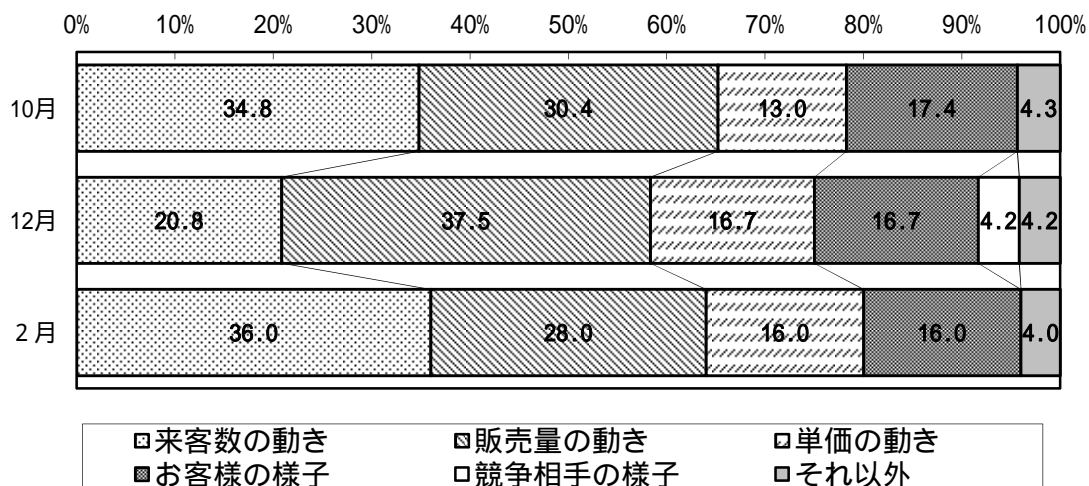
(D I)	平成27年		平成28年	
	10月	12月	12月	2月
合計	47.4	48.5	48.5	43.0
家計動向関連	50.0	50.0	50.0	45.0
小売関連	45.8	41.7	41.7	38.5
飲食関連	-	-	-	-
サービス関連	54.2	64.3	64.3	53.6
住宅関連	-	-	-	-
企業動向関連	45.0	47.0	47.0	41.0
製造業	50.0	41.7	41.7	29.2
非製造業	43.4	48.7	48.7	44.7

(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。

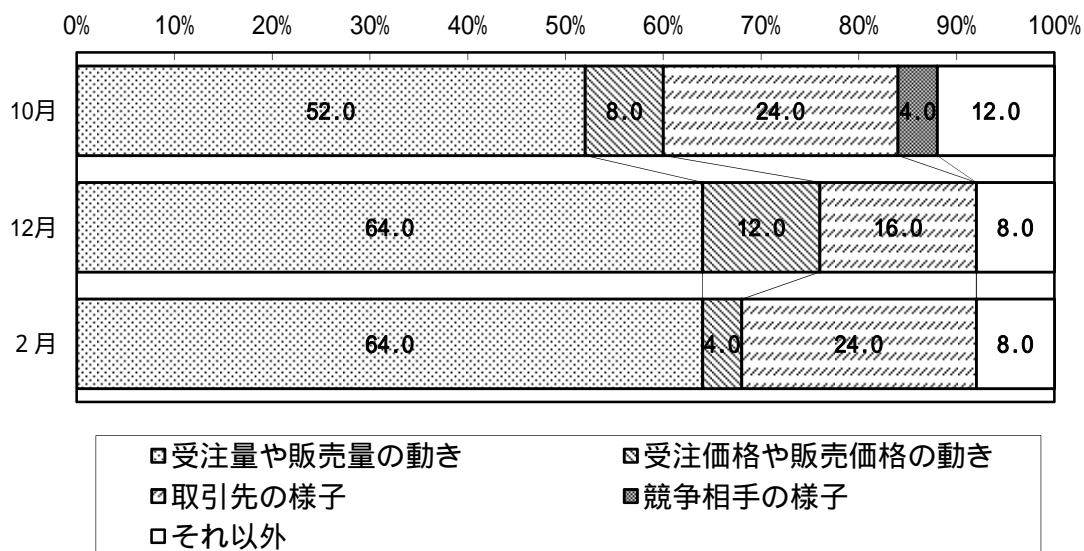
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方加性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

## 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	良くなる	-	-	-	
	やや良くなっている	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・冬物商材を中心に衣料品の動きが鈍かったものの、インバウンド需要の好調を主因に、特選衣料雑貨や化粧品等が好調に推移している。また、食料品も堅調である。	
		高級レストラン（経営者）	お客様の様子	・予約状況が例年に比べ良くなっている。忘年会シーズンからの強気の流れが、全体的に継続している。このまま3月の年度末と異動シーズンにつながっていければ、飲食関連は堅調に推移するとみている。	
		都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・1月はあまり良くなかったが、2月に入り客足が戻り始めている。ただし、国内においては景気不透明感があり、楽観できない。	
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・客が移動の時期を迎え、それに伴い主要商品の販売数が伸びて来ている。	
	変わらない	一般小売店〔食品〕（店長）	お客様の様子	・店舗前の工事が徐々に始まり工事関係の客は増加しているものの、冬の寒い気候の影響を受けて、午後3時前後から夕方にかけての客が目立って減少している。	
		百貨店（総務担当）	お客様の様子	・海外からの客、特に中国人客はマスコミ等で騒がれるほど、減ってはいない。引き続き、堅調な売上で推移している。国内の客の買上動向が不安定である。	
		スーパー（店長代行）	単価の動き	・来客数に変化はないが、単価の落ち込みと買上点数の減少が続いている。	
		スーパー（店長）	販売量の動き	・外国人観光客による需要は増加傾向にあるが、地域の客の買上点数は伸びていない。	
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・来客数にあまり変化がない。増えてはいないが、減ってもいない。	
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・寒く、また、雪が降るから早く帰宅するようにと天気予報で言うと客が来なくなるので困る。	
	やや悪くなっている	一般小売店〔文具〕（販売担当）	来客数の動き	・来店客数がやや減少傾向、買上率の低下、外国人の消費する客が減少している。	
		コンビニ（店長）	単価の動き	・買上点数は変わらないものの、客単価の低下、及び来客数が減少している。	
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・外国人観光客の客単価の高さで、前年を上回る売上となっているが、客数が前年比で90%となっている。	
		その他レジャー施設（経営者）	来客数の動き	・例年、年末から年明けにかけて良い日が続くのだが、今年はそれが見られなかった。それが現在までそのまま続いている。	
	悪くなっている	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・来客数の減少と共に客単価も下降気味である。	
		一般小売店〔靴〕（店長）	それ以外	・客数、販売量とも少なくなっている。	
	企業 動向 関連	良くなる	-	-	-
		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	・見積件数が多く、受注しても人手不足気味になっている。
			卸売業〔機械器具〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・2～3か月前と比較すると、受注量は多くなっている。しかし、例年と比べると良い数字ではない。
変わらない		出版業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・2015年の出版統計が発表になったが、引き続き長期低落傾向は変わらず、特に雑誌の下落が大きく、それに伴って雑誌広告も減っている。また、広告のページ単価も下降気味である。	
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・円安、株価下降等、悪い要因が多く、先行きに不安が広がっている。	
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・真に必要な案件以外で投資はできないとの声が聞かれる。	
		不動産業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・賃料等の動向による。	
	卸売業〔機械器具〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・ほぼ横ばい状態で、特段変化はない。		

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
	やや悪くなっている	印刷業・製本業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年の同時期と比較して、受注量が減っている。また、引き合いも減っている。
		印刷業・製本業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・東京の物件を関西以西の業者がダンピングして、入札物件等を落札しているようである。
		印刷業・製本業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・一般法人の受注量が伸びず、少ない。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・前年同月に比べて、売上量が減少している。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・商店街に人が集まらない。土日は観光客を中心ににぎわっていた場所だったが、人の数が少なく、寒々としている。
	悪くなっている	出版業（経営者）	それ以外	・爆買いとは対照的に、消費者の節約志向、買い控えが目につく。
		その他サービス業〔造園・園芸〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・クリスマス、正月とイベントが多く、クリスマスツリーや門松の注文が多かったが、2月は年間を通して閑散期であり、下向き傾向である。

#### 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	一般小売店 [ 食品 ] ( 店長 ) 百貨店 ( 総務担当 ) 衣料品専門店 ( 店長 ) 高級レストラン ( 経営者 ) 旅行代理店 ( 支店長 ) 通信会社 ( 営業担当 ) 競馬場 ( 職員 )	・ 気候が良く、工事関係の客が増えるのではないかと期待しているが、一般の景気に対する不安感を感じる。その理由としては客単価が多少低下している。 ・ 免税販売額は、おう盛なインバウンド需要もあり、大きく伸長している。 ・ 春物を見ている客が多く、多少回復していきそうである。 ・ 社会情勢は不安定だが、気候が追い風となって、宴会や会合が増加する。特に、法人の接待系が活発に推移するとみている。 ・ 燃油サーチャージの廃止と円高により、海外旅行需要が前年よりも増加することが見込まれる。 ・ 新生活シーズンに入り、販売量が増えるとみられる。 ・ 販売量の動きに上昇傾向が見られる。	
	変わらない	百貨店 ( 広報担当 )	・ おう盛なインバウンド消費と共に、高額品や春物ファッションの動きが都心店舗中心に堅調である。	
		百貨店 ( 業務推進担当 ) スーパー ( 店長代行 )	・ 変わる要因が見つからない。 ・ 客単価と買上点数の減少は何か月か続いており、急に回復するとは思えない。	
		スーパー ( 店長 )	・ インバウンドでの需要、人口流入などの効果は期待できるが、地域顧客の動向は変わっていない。	
		コンビニ ( 店長 )	・ 余分なものは買わないという意識はすでに固定しており、先行きの不透明感もあって、現状の生活をいかに守るかという消費動向のようである。	
		高級レストラン ( 副店長 )	・ 前年末から客の来店数、単価が良くなってきている。5月まではこのまま好調のようである。	
		一般レストラン ( 経営者 )	・ 来客、その他の客の多くが購買目的でないのでは、これからの3か月もそのような客が多く、景気の上昇には貢献はできないと思われる。当店は外国人客が来店するが、客の人数分の発注はあまり見られない。約半分の発注となり、景気の底上げは無理である。	
		一般レストラン ( 経営者 )	・ 経済、それに消費税の内容が安定しない限り、景気は変わらない。	
		都市型ホテル ( 経営者 ) 都市型ホテル ( 広報担当 )	・ 日銀のマイナス金利が連日報道され、円安、株安などで国民の財布のひもが締まってくるので心配である。 ・ 良くなる兆しも、悪くなる兆しも感じられない。	
		通信会社 ( 営業担当 )	・ 現在の販売数の伸びは、一過性のもので、景気そのものの底上げにはなっていない。	
		設計事務所 ( 所長 )	・ 先行きが不明で予想がつかない。	
	やや悪くなる	一般小売店 [ 文具 ] ( 販売担当 ) 百貨店 ( 総務担当 )	・ 日銀の金利政策による不安感、円高、株安、外国人客の減少による。 ・ 株安、円高により、国内客、特に富裕層の買物がやや鈍くなるようである。	
		その他レジャー施設 ( 経営者 )	・ 毎週1~2度来店していた客が、月に1度くらいしか来店していない。ふとこを閉ざしているのか、お小遣いを減らされたのか、客も苦しそうである。	
		悪くなる	一般小売店 [ 和菓子 ] ( 経営者 ) 一般小売店 [ 靴 ] ( 店長 )	・ 経済が先行き不透明で買わない人が増加するのではないだろうか。 ・ 原油価格、円高、株安の影響、中国経済の減速、未来に希望が持てない年金のため、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 ) 建設業 ( 営業担当 ) 卸売業 [ 機械器具 ] ( 営業担当 ) 卸売業 [ 機械器具 ] ( 従業員 ) その他サービス業 [ 造園・園芸 ] ( 営業担当 )	・ 年度末を迎えるため、多少は上向く。 ・ 大小の仕事量が多い。 ・ 年度末に向け受注量は増えてくる。今月もそうだが、2~3か月先の受注予定は例年より良くない状態である。 ・ 新年度への期待を込めて良くなって欲しいとの回答である。厳しいマーケット環境は変わらないが、高収益案件の可能性はある。 ・ 春は祝い花等の注文も多く、加えて、花材自体も安くなるため、利益高が良くなることを予測している。

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）	・マイナス金利政策導入の景気に与える影響が不透明である。株価、円相場など不安材料も多く、企業の業績にも影を落とす懸念もある。企業の広告出稿意欲に、特段大きな変化はない。
		建設業（営業担当）	・補正予算の発注がどの程度になるか分からない。
		輸送業（従業員）	・取引先、受注量の変化が少ない。
		通信業（営業担当）	・取引先、特にサービス業の話として、上向きの見通しが立たないとの声が圧倒的である。
		不動産業（企画担当）	・一般景気が悪くなる傾向があるものの、マンション販売価格、ビル賃料等は供給量の少なさにより、高止まりのまま継続するとみられる。
		卸売業〔飲食料品（鮮魚）〕（経営者）	・業種や業態によるところが大きいと思う。皆が良くなるわけではない。長い不況でこの業種、業態による差が目立たなかったが、景気が回復してくると、それがはっきりしてくる。
		経営コンサルタント	・マイナス金利や中国の景気問題など明るい話題がないため、消費を控えているようである。安価なものでも売れているようには感じない。
	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）	・具体的なプラスに連なる政策、それに伴う動きが見えない。その1つの結果が今回の円高、株安に表れている。この傾向は更なるマイナス傾向になっていく。
		出版業（営業担当）	・年明けからの株価下落が続き、日銀のマイナス金利政策によりさらに悪化している。このままだと中小企業労働者には春は来ない。ますます出版物の販売は厳しい。
		印刷業・製本業（営業担当）	・正直、全く先が見えない。
		印刷業・製本業（経営者）	・株安、円高で業績が下向くと、また一段と価格の低下につながっていく。
		建設業（経営者）	・中国経済の停滞、円高株安、実質賃金の減少、マイナス金利の導入、大企業はこれらによる影響は少ないと思うが、中小企業はダメージを受けるとみられる。
		通信業（営業担当）	・世界的に金融不安や景気後退の兆しが見えてきている。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・マイナス金利の影響で、顧客の投資に対する意欲が薄れてきている。
	悪くなる	金融業〔証券〕（営業担当）	・一義的には急速な円高進行によるデメリットを想定しているが、本来であれば円安誘導となる所今回の場合、米国の利上げ基調の中での日本のマイナス金利という極端な施策がなされた中での事態であるだけに、今後の対応の有効性に懸念している。
		出版業（経営者）	・アベノミクスの経済政策の失敗が明瞭になってきている。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	・先月末からの金利を始めとする混乱は悪い方向に行くとしか思えない。良い雰囲気を作ることが大切である。現状は逆に向かっている。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・例年、年度末に多くの発注があった会社が、量を控えめにしている。先の工場が生産量を少なくしているのが原因のようである。

(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	13
	商店街・一般小売店	4
	商店街代表者	0
	一般小売店経営者・店員	4
	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		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	6
	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	6
	新聞業	1
	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	19
	建設業	3
	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