

# 中央区内景气动向调查

平成 29 年 4 月調査結果

平成 29 年 5 月 23 日

中央区

— 総 括 —

平成 29 年 4 月の動き

中央区内における 4 月の現状判断 D I は合計で 53.1 と、前回調査から 4.6 ポイント上昇している。景気の先行き判断 D I は合計で 51.0 と前回調査から 4.1 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)	平成28年	平成29年		前回調査
合計	12月	2月	4月	からの変化
現状判断D I	50.0	48.5	53.1	(4.6)
先行き判断D I	47.0	55.1	51.0	(-4.1)

## 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 29 年 4 月調査の調査票発送は 4 月 7 日（金）、回答期限は 4 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 49 名、有効回答率は 98.0%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 (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53.1と、前回調査から4.6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54.2と、前回調査から5.2ポイント上昇し、企業動向関連DIは52.0と、前回調査から4.0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10.2ポイント増加、「やや悪くなっている」と回答した人の割合は8.1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

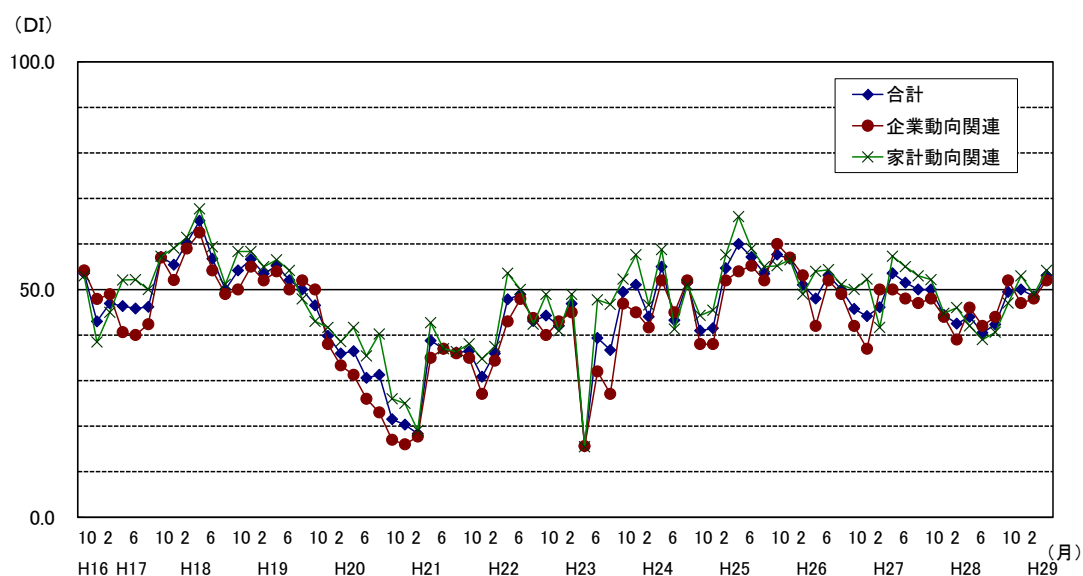
(DI)	平成28年		平成29年		(変化幅)
		12月	2月	4月	
合計		50.0	48.5	53.1	(4.6)
家計動向関連		53.0	49.0	54.2	(5.2)
小売関連		50.0	54.2	52.1	(-2.1)
飲食関連		—	—	—	(—)
サービス関連		50.0	50.0	64.3	(14.3)
住宅関連		—	—	—	(—)
企業動向関連		47.0	48.0	52.0	(4.0)
製造業		45.8	54.2	45.8	(-8.4)
非製造業		47.4	46.1	53.9	(7.8)

(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28年	12	2.0%	16.0%	64.0%	16.0%	2.0%
平成29年	2	0.0%	20.4%	53.1%	26.5%	0.0%
	4	2.0%	30.6%	46.9%	18.4%	2.0%
(変化幅)		(2.0)	(10.2)	(-6.2)	(-8.1)	(2.0)

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D Iは合計で 51.0 と前回調査から 4.1 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 52.1 と、前回調査から 4.2 ポイント低下し、企業動向関連D Iは 50.0 と、前回調査から 4.0 ポイント低下している。構成比では、「やや良くなる」と回答した人の割合が 12.3 ポイント減少し、「変わらない」と回答した人の割合が 8.2 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

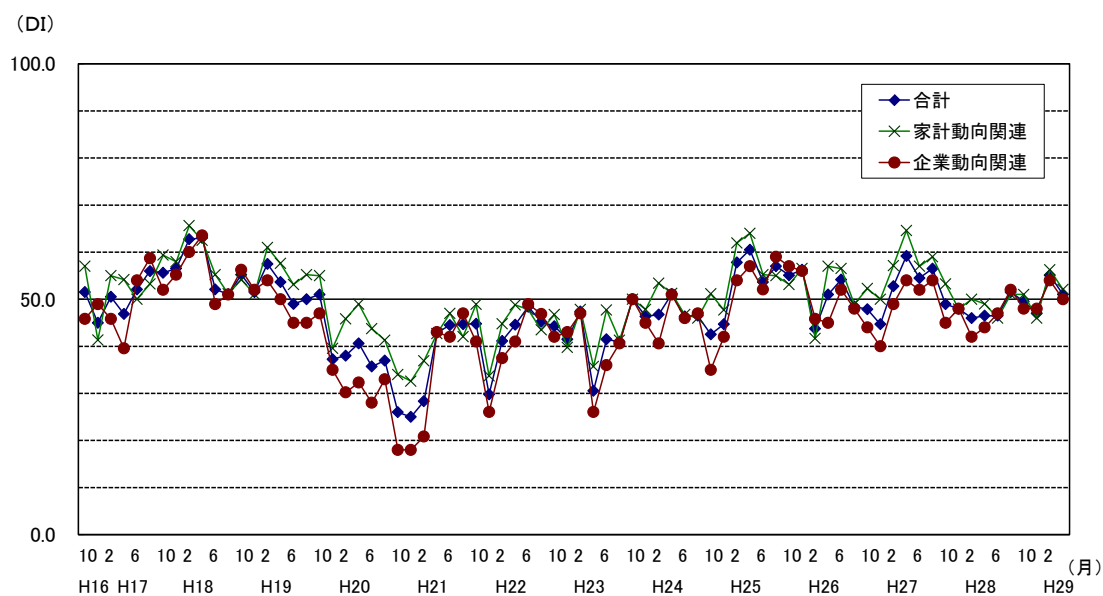
(D I)	平成28年		平成29年		(変化幅)
		12月	2月	4月	
合計		47.0	55.1	51.0	(-4.1)
家計動向関連		46.0	56.3	52.1	(-4.2)
小売関連		44.2	54.2	45.8	(-8.4)
飲食関連		—	—	—	(—)
サービス関連		50.0	57.1	60.7	(3.6)
住宅関連		—	—	—	(—)
企業動向関連		48.0	54.0	50.0	(-4.0)
製造業		54.2	58.3	41.7	(-16.6)
非製造業		46.1	52.6	52.6	(0.0)

(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 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28年	12	2.0%	12.0%	60.0%	24.0%	2.0%
平成29年	2	0.0%	32.7%	55.1%	12.2%	0.0%
	4	0.0%	20.4%	63.3%	16.3%	0.0%
(変化幅)		(0.0)	(-12.3)	(8.2)	(4.1)	(0.0)

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DIの推移

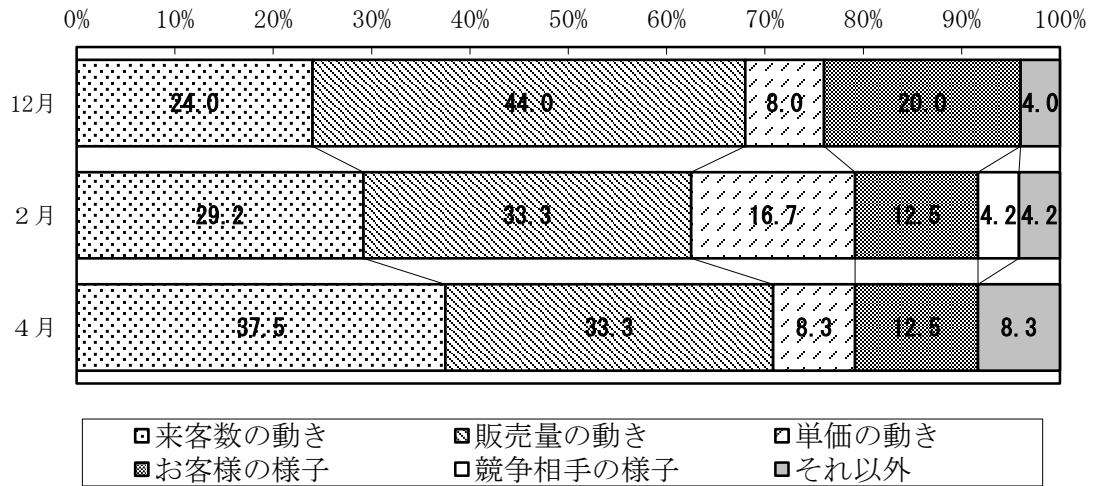
(DI)	平成28年	平成29年	
	12月	2月	4月
合計	46.0	45.4	55.1
家計動向関連	47.0	43.8	57.3
小売関連	40.4	47.9	56.3
飲食関連	—	—	—
サービス関連	50.0	46.4	64.3
住宅関連	—	—	—
企業動向関連	45.0	47.0	53.0
製造業	37.5	50.0	58.3
非製造業	47.4	46.1	51.3

(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。

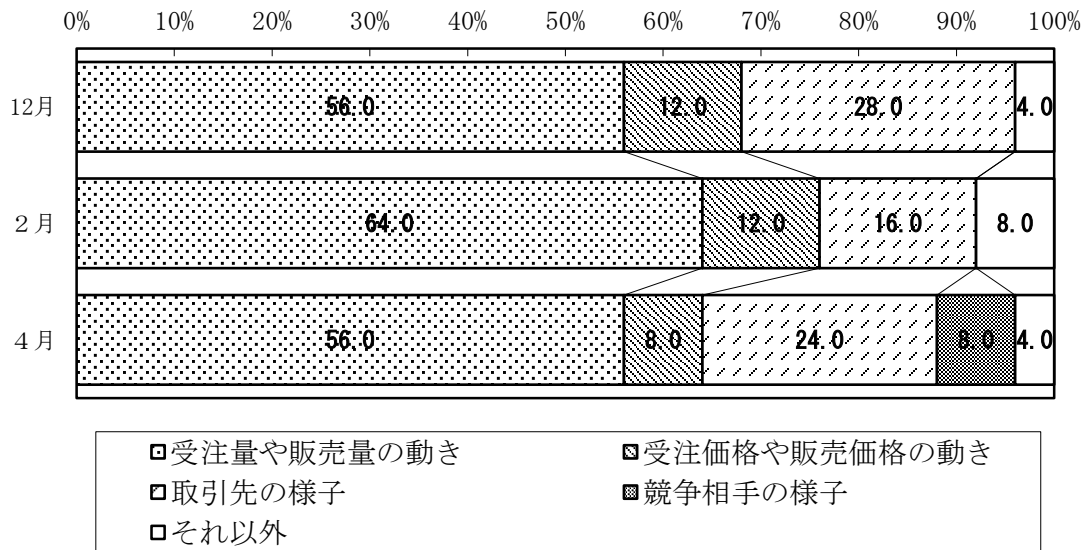
(注) 景気の現状をとらえるには、景気の方加性に加えて、景気の水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

## 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	良くなる	-	-	-
	やや良くなっている	一般小売店〔文具〕(販売担当)	来客数の動き	・訪日外国人の来客数が大幅に伸びている。
		百貨店(総務担当)	販売量の動き	・円安や株高の影響により、免税品や高額品の売上は好調に推移し、特選衣料雑貨や宝飾品、化粧品の好調な婦人雑貨が売上を伸ばしている。
		スーパー(店長)	販売量の動き	・低単価傾向は変わらないが、買上点数は伸びてきている。外国人観光客も、やや増えている。
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・景気が良いのか悪いのか分からないが、3月の春休みは例年になく忙しく、週末が特に良かった。
		都市型ホテル(経営者)	来客数の動き	・現在は旅行シーズンなので良いものの、持続するかは不透明である。
		変わらない	一般小売店〔食品〕(店長)	お客様の様子
	百貨店(総務担当)		お客様の様子	・客は必要最低限の物しか購入しない。
	百貨店(広報担当)		単価の動き	・購入客数は前年を超えているが、購買単価が下がっているため、全体としては売上の伸び悩みが続いている。
	衣料品専門店(店長)		来客数の動き	・来客数は前年比90%程度であり、特に春休み期間中の落ち込みが大きい。
	高級レストラン(経営者)		来客数の動き	・超高層ビルが次々と完成し、オフィスの増加に伴い、昼間人口が激増している。そのためランチ、夜の接待、若年層の飲み会等が以前に比べて多く、繁華街は特に好況を呈している。
	通信会社(営業担当)		販売量の動き	・春先の移動の時期であり、販売数に多少の動きが出ているが、顕著な伸びはみられない。
	その他レジャー施設(経営者)		来客数の動き	・客層に現役世代が少なく、一線を退いた年金生活の高齢者が多いので、天候や暑さ寒さ以外に、大きな変動はない。
	やや悪くなっている		一般小売店〔靴〕(店長)	それ以外
		百貨店(総務経理担当)	それ以外	・人手不足でレストランのシェフが集まらず、メニューのバリエーションが広がらないため、客が入らない。
悪くなっている	-	-	-	
企業 動向 関連	良くなる	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	・年度末の駆け込み注文に加え、年度始めの祝い花の注文が重なり、受注量がかなり増えている。
	やや良くなっている	輸送業(従業員)	受注量や販売量の動き	・前年同月と比べて受注量、売上等が増えている。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・商店街に人通りが増えてきている。歓送迎会などの需要も増えてきているようである。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕(営業担当)	受注量や販売量の動き	・新規案件等の問い合わせは増えてきているが、人手不足が続いており、受注拡大が難しい。人手確保が今後の優先課題である。
		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	・時期的に工事や臨時業務の受注が多い。やらなければならない業務も多いため、おのずと高めの価格設定ができています。
	変わらない	出版業(経営者)	それ以外	・貧富の差の増大がますます進みつつある。格差社会の今後について、どうすべきなのか。
		出版業(営業担当)	取引先の様子	・年度末で廃業やリストラをした取引先もあり、出版業界は相変わらず低調である。
		印刷業・製本業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・売上ベースでは前年より増加しているが、受注量をみると減少している。
		印刷業・製本業(営業担当)	競争相手の様子	・地方の業者が一時的にダンピングを行ない、首都圏の年度末の仕事を受注しているような状況である。

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）	取引先の様子	・分譲マンションの初月契約率の低迷が続いている一方、オフィスビルは空室率が低く、賃料の増額改定が進むなど好環境が続いている。また商業用地、ホテル用地、物流施設用地への投資は堅調である。
	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	・前年と同じ案件でも数量が減ってきている。
		建設業（営業担当）	競争相手の様子	・4月はどこも受注があまり良くない。
	悪くなっている	卸売業〔機械器具〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年度末を境に受注残がなくなるため、3か月前との比較では落ち込む。4月としては、例年並みの販売量、売上になる。

#### 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〔文具〕 (販売担当)	・外国人客の増加、メイン通りの大型商業施設のオープンなどプラス要素が多くある。	
		百貨店 (広報担当)	・衣料品の売上は引き続き前年には及ばないが、外国人客の売上はプラス基調に転じている。また、旗艦店を中心に来客数は前年並みに戻ってきていることから、好転していく見込みである。	
		高級レストラン (経営者)	・約10年先の景気としては、区内人口増に併せて良くなる。その反面、同業者間の競争が激しくなり、小規模店は品質重視で充実させなければ苦しくなってくる。	
		通信会社 (営業担当)	・株高であることと、客の様子から、緩やかな持ち直しがしばらく続く。	
		競馬場 (職員)	・客単価の上昇がみられる。	
	変わらない	百貨店 (総務担当)	・やや回復傾向にあった消費動向も、地政学的リスク等にて左右されそうなムードがある。	
		百貨店 (総務担当)	・個人消費はまだ力強さを欠いており、景気回復基調にあるとはいえない。	
		スーパー (店長)	・マンション入居など商圈に変化が出てきているが、客単価は上がっていない。	
		スーパー (店長)	・近況で大きな動きが予見されないため。	
		コンビニ (店長)	・3月末からの気温上昇、新年度を迎えての人の動きの活発化など、例年のパターンで売上は徐々に伸びてきているが、期待を超えるほどではない。	
		高級レストラン (副店長)	・6月にやや上向きになると思うが、7～8月は厳しい状況ではないか。	
		一般レストラン (経営者)	・このまま2～3か月続いてくれることを期待している。	
		一般レストラン (経営者)	・当地域では、物を買うより見て回る観光目的の客が多いため、現状、先行き共にあまり景気が良くなるとは思えない。	
		都市型ホテル (経営 旅行代理店 (支店長)	・経済状況が流動的なため、将来は予測不可能である。 ・海外旅行はやや良化傾向にあるものの、国内旅行は目玉イベントもなく、やや悪化傾向のため、トータルでは変わらない。	
		通信会社 (営業担当)	・社会全体で景気の底上げができない限り、消費者は動き出さない。	
		その他レジャー施設 (経営者)	・高齢の客が多いので、景気より気候の変動のほうが店の利益に影響が出る。	
		設計事務所 (所長)	・取引先の動きも鈍く、悪い状態が続く。	
		やや悪くなる	一般小売店〔和菓子〕 (経営者)	・世界情勢が不安定なため、旅行などは減少するのではないかと。
			一般小売店〔靴〕 (店長)	・米国の景気次第である。シリア情勢や北朝鮮問題への不安が消費意欲を落とすとみている。
		一般小売店〔食品〕 (店長)	・分からないと答えるのが妥当である。国際情勢と米国新大統領の動向によって景気が大きく左右される状況は否めない。	
		百貨店 (総務経理担当)	・北朝鮮や米国など海外情勢の悪化によるオイル相場、株式相場の波乱が見込まれる。	
	悪くなる	－	－	
企業 動向 関連	良くなる	－	－	
	やや良くなる	輸送業 (従業員)	・予約等が増えてきている。	
		金融業〔証券〕 (営業 担当)	・物流コストの値上げなどをはじめ、全体的な企業業績の好転がみられるところも出始めている。	
		卸売業〔機械器具〕 (従業員)	・来月ごろから公共事業の発注が動き出す模様である。今期は前年度並みを期待している。	
		その他サービス業〔ビル メンテナンス〕 (営 業担当)	・2020年の東京オリンピック、パラリンピックに向けた施設、特にホテルを含む宿泊関連施設の建築、建設計画が多い。	
	変わらない	新聞業 (営業担当)	・個人消費に力強さが見られず、企業の広告出稿意欲も旺盛とはいいがたい。6月は年度四半期の締め、ボーナス商戦期でもあるが、現状では消費の盛り上がりはあまり期待できない。	

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
		出版業（経営者）	・短期的な景気改善が認められるにしても、格差拡大や国の借金膨張といった長期的な課題は全く未解決である。
		出版業（営業担当）	・良くなる材料が見当たらない。特に、出版は広告や部数の減少が続いている。
		印刷業・製本業（営業担当）	・年度末の繁忙期が終わり、これから夏にかけて閑散期となるため、仕事量があまり見込めない時期となる。
		建設業（営業担当）	・新年度の発注量次第で変わってくる。
		建設業（営業担当）	・5月以降は多少受注量も増加する。
		通信業（営業担当）	・国際情勢が不安定であり、はっきりした方向性が見えていない。
		通信業（営業担当）	・景気は悪くないとの話も一部で聞くが、先行き不透明との話が大半である。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・建設業や半導体関連を中心に、相応に受注が伸びている業種が認められるが、大手と中堅以下の温度差は大きく、全体として改善されている感は薄い。一方で、国策である働き方改革等により、人件費を中心として販管費の上昇圧が強く、ただちに景気上昇に結び付け利益増は期待しにくいのではないかと。
		不動産業（企画担当）	・平成29年地価公示で、住宅地が9年振りに上昇し、商業地も2年連続で上昇している。今後は海外からの投資や、企業不動産の流動化に注目したい。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	・良くなる、または悪くなるような状況の変化は感じていない。
		卸売業〔飲食料品（鮮魚）〕（経営者）	・築地は今が最大であり、この状態はしばらく続く。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・現状に変化の兆しは見られない。
		卸売業〔機械器具〕（営業担当）	・4～6月までは大きな売上はなく、営業活動の時期になる。
		経営コンサルタント	・気候が良くなると共に外出が増え、財布のひもが緩むので期待したい。
		その他サービス業〔造園・園芸〕（営業担当）	・注文量は減少の見込みだが、暖かくなることにより、花や植木の資材価格が下がることが見込まれる。
やや悪くなる		印刷業・製本業（営業担当）	・需要期を過ぎてしまうため、これからは厳しくなる。ただし、世界情勢が流動的なので、経済も動いているという感覚はある。
		印刷業・製本業（経営者）	・好材料が見当たらない。ペースアップ等の影響により、企業業績を良化させるために、下請会社等に値下げ圧力がかかる不安がある。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・年度も変わり、受注業務にも落ち着きが出てくる。
悪くなる		—	—

(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	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	