

中央区内景気動向調査

平成 29 年 10 月調査結果

平成 29 年 11 月 24 日

中央区

総 括

平成 29 年 10 月の動き

中央区内における 10 月の現状判断 D I は合計で 53.1 と、前回調査から 2.6 ポイント上昇している。景気の先行き判断 D I は合計で 54.6 と前回調査から 0.4 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29年			前回調査 からの変化
	6月	8月	10月	
合計				
現状判断 D I	50.5	50.5	53.1	(2.6)
先行き判断 D I	49.0	54.2	54.6	(0.4)

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10月調査の調査票発送は10月6日（金）、回答期限は10月18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49名、有効回答率は98.0%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53.1と、前回調査から2.6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53.0と、前回調査から3.0ポイント上昇し、企業動向関連DIは53.1と、前回調査から2.1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7.7ポイント上昇し、「やや悪くなっている」と回答した人の割合が6.6ポイント低下した。

図表1 - 1 各分野における景気の現状判断DIの推移表

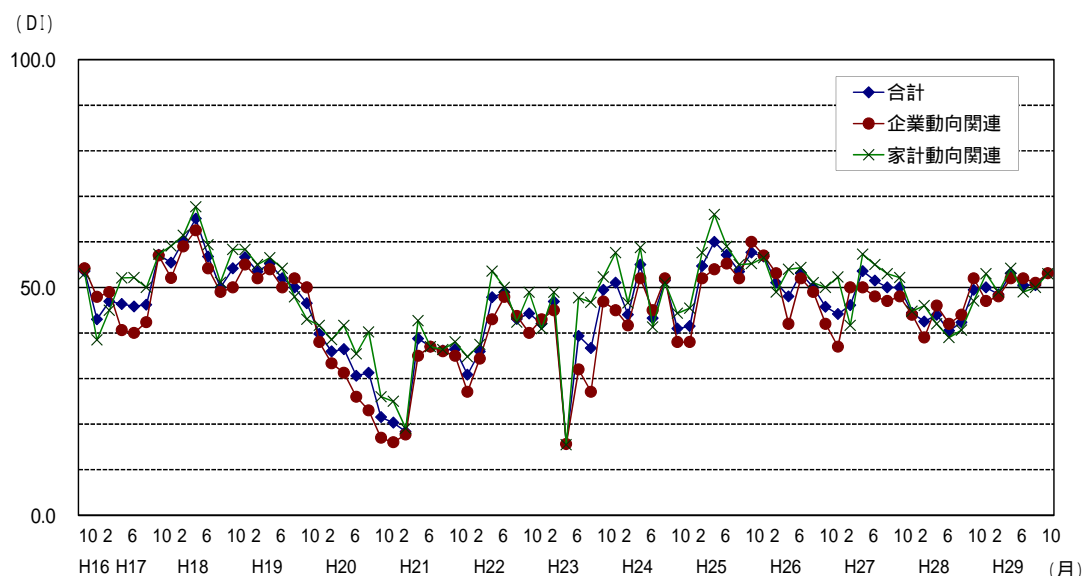
(DI)	平成29年				(変化幅)
	6月	8月	10月		
合計	50.5	50.5	53.1		(2.6)
家計動向関連	49.0	50.0	53.0		(3.0)
小売関連	51.9	52.1	60.7		(8.6)
飲食関連	-	-	-		(-)
サービス関連	50.0	53.6	53.6		(0.0)
住宅関連	-	-	-		(-)
企業動向関連	52.0	51.0	53.1		(2.1)
製造業	37.5	35.0	50.0		(15.0)
非製造業	56.6	55.0	53.9		(-1.1)

(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。

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29年	6	2.0%	22.0%	54.0%	20.0%	2.0%
	8	2.1%	25.0%	47.9%	22.9%	2.1%
	10	0.0%	32.7%	49.0%	16.3%	2.0%
(変化幅)		(-2.1)	(7.7)	(1.1)	(-6.6)	(-0.1)

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54.6と前回調査から0.4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58.0と、前回調査から2.6ポイント上昇し、企業動向関連DIは51.0と、前回調査から2.0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5.2ポイント減少し、「やや良くなる」と回答した人の割合が3.5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

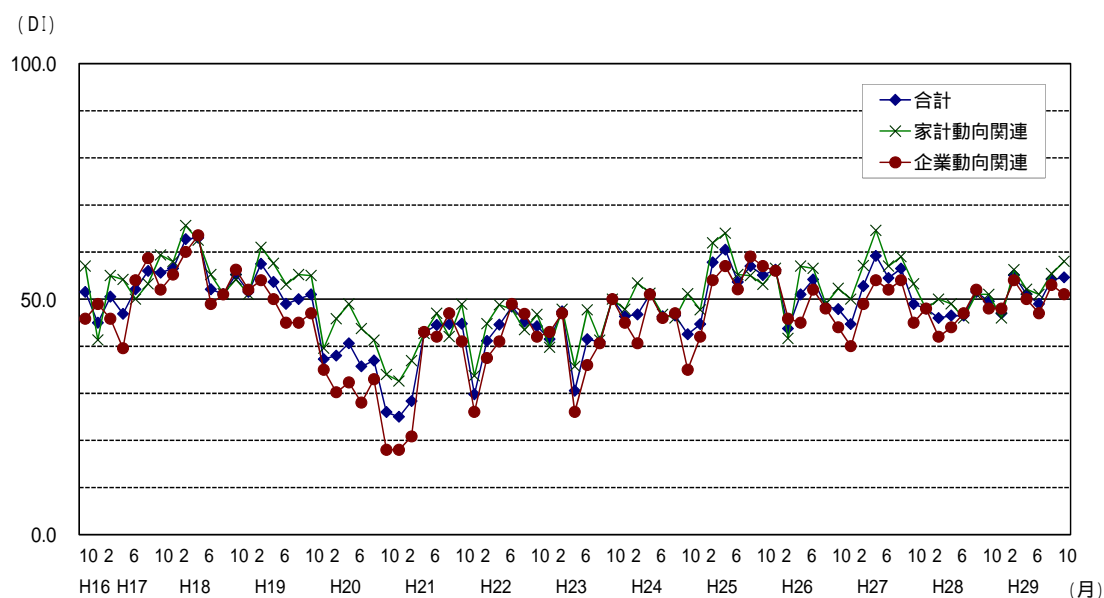
(DI)	平成29年			
	6月	8月	10月	(変化幅)
合計	49.0	54.2	54.6	(0.4)
家計動向関連	51.0	55.4	58.0	(2.6)
小売関連	48.1	56.3	57.1	(0.8)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	64.3	53.6	53.6	(0.0)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	47.0	53.0	51.0	(-2.0)
製造業	33.3	45.0	50.0	(5.0)
非製造業	51.3	55.0	51.3	(-3.7)

(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29年	6	0.0%	24.0%	50.0%	24.0%	2.0%
	8	4.2%	27.1%	52.1%	14.6%	2.1%
	10	4.1%	30.6%	46.9%	16.3%	2.0%
(変化幅)		(-0.1)	(3.5)	(-5.2)	(1.7)	(-0.1)

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

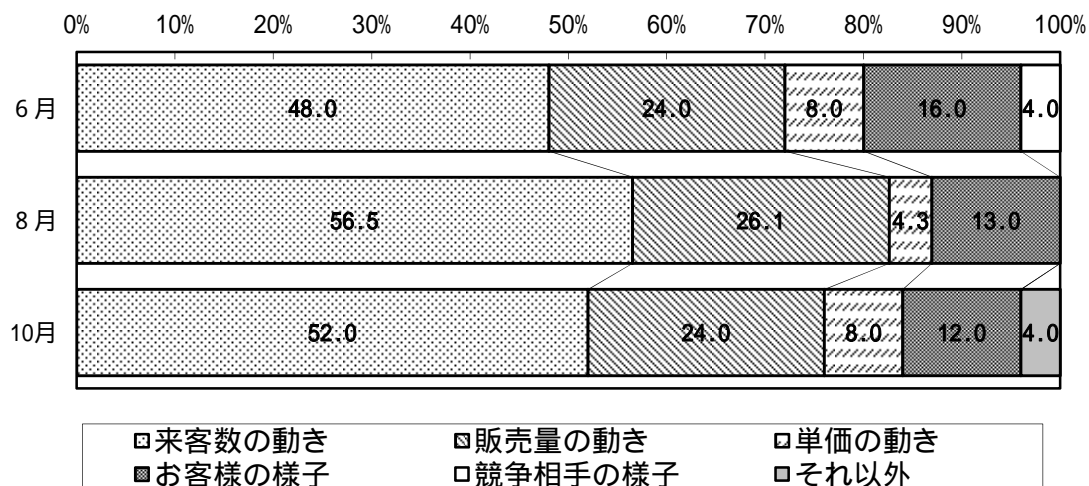
(D I)	平成29年		
	6月	8月	10月
合計	48.0	47.9	52.0
家計動向関連	48.0	46.7	53.0
小売関連	51.9	50.0	57.1
飲食関連	-	-	-
サービス関連	46.4	46.4	60.7
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	48.0	49.0	51.0
製造業	37.5	45.0	50.0
非製造業	51.3	50.0	51.3

(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。

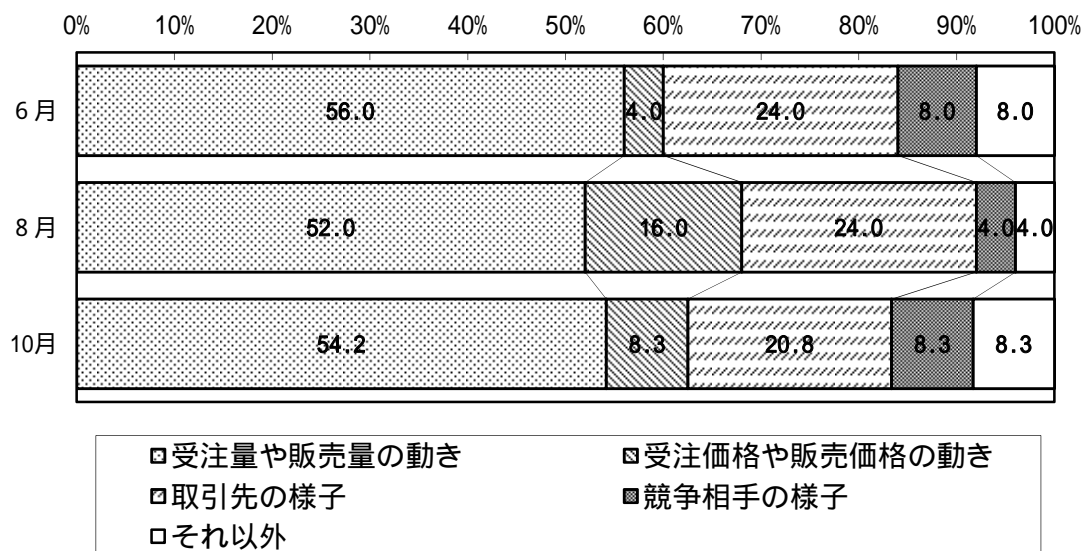
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方加性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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	一般小売店〔文具〕(販売担当)	来客数の動き	・外国人客の増加もあるが、国内個人客の買上率が高くなっている。
		百貨店(総務担当)	販売量の動き	・インバウンドが回復基調となっていることに加え、秋の到来で気温が低下し、秋物商材の動きも活発化している。
		百貨店(総務担当)	販売量の動き	・紳士服、婦人服の売上は、ジャケットやセーターなど秋物衣料に動きが見られ、順調に推移している。高額品、免税売上も伸長している。
		百貨店(広報担当)	単価の動き	・来客数は前半に比べて微増だが、単価は2けた近く伸びている。宝飾時計や海外ブランドの衣料品、バッグなどの雑貨がよく動いている。
		スーパー(店長)	単価の動き	・同じ商材でも、高価格帯の売行きが良くなってきている。
	変わらない	衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・来客数が前年比で11%と伸びているが、ほぼ訪日外国人客の増加分である。
		一般小売店〔事務用品〕(営業担当)	来客数の動き	・アジア系観光客が増えているものの、国内客が減った分を補っている状況で、一般的には動きが悪い。景気が良くなったとはいえない。
		一般小売店〔食品〕(店長)	来客数の動き	・なぜか分からないが、日によって来客数の増減が著しい。
		百貨店(総務経理担当)	それ以外	・悪天候が多く、フリー客をつかめない。秋冬に向け期待するしかない。
		スーパー(店長)	お客様の様子	・来客数は若干減少しているが、客単価は前年並みである。
		都市型ホテル(経営者)	来客数の動き	・今月の来客数は月初より増えているが、料金に関してはかなりシビアになっている。
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・9～10月に入ってから、主要商材の販売数に伸びがみられない。
	やや悪くなっている	その他レジャー施設(経営者)	来客数の動き	・秋になれば少しは客足も良くなると思っていたが、当てが外れた。以前と異なり、季節の分かれ目が分からなくなっている。
		高級レストラン(経営者)	来客数の動き	・8月以降の来客数が前年に比べて激減している。ディナータイムの予約に関しては、2～3名程度の個室希望が多く、予約を先着順に受けると、後からの大人数の予約を逃すこともある。ランチタイムは好調を維持している。
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・10月に入ってから特に平日が悪い。サラリーマン、OLが少なくなっている。
	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	不動産業(企画担当)	受注量や販売量の動き	・八重洲、日本橋エリアの再開発などにより、ビルオーナーからテナントへの立ち退き要請や貸し止めが出始めており、需給バランスがひっ迫している。オフィスビルの空室率は低い状態が続いており、賃料は上昇している。
		卸売業〔機械器具〕(営業担当)	それ以外	・夏頃の受注分の納入時期であるため、やや良くなっている。
		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	・繁忙期のため注文量が多くなっている。
	変わらない	新聞業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・企業業績、個人消費は比較的堅調のようだが、新聞広告の出稿量、広告収入は依然として前年を割っており、厳しい状況が続いている。
		出版業(経営者)	それ以外	・マクロ的な数字は右肩上がりだが、街の様子は変わらない。
		出版業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・雑誌の販売量や広告出稿量は相変わらず微増、微減を繰り返しており、上昇傾向にはない。

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
		建設業（営業担当）	競争相手の様子	・競争相手の仕事量も大して変化はない。大規模の仕事がない。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・依然として特別な変化はない。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・同一地域でも勝ち組と負け組にはっきり分かれてきている。
	やや悪くなっている	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量の動きがあまり良くない。
	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	一般小売店[事務用品] (営業担当)	・年末に向けて、年末商材の売上が多少伸びる。衆議院選挙があるので、それもプラス要因になる。
		一般小売店[靴](店長)	・株価が上がり、客単価、来客数共に上昇している。
		一般小売店[文具] (販売担当)	・外国人客が増加している。国内需要が活発化し、個人消費も良くなっている。
		百貨店(総務担当)	・国内外の客の消費動向は、足元と同様に好調である。
		百貨店(総務担当)	・主力の衣料品の動向に、やや回復の兆しが見える。
		百貨店(広報担当)	・気温の低下に伴い、これまで苦戦が続いていた衣料品の動きが活発化している。長期予報どおり、例年よりも低温で推移すれば、前年に比べ、一段の伸びが見込まれる。
		百貨店(総務経理担当)	・政治の安定、国内不安の払拭が前提だが、女性の購買意欲が復活する。
		高級レストラン(経営者)	・宴会シーズンで大勢の予約が見込める。駅近で集合場所としても有利であることなどから、期待している。
		高級レストラン(副店長)	・11~12月の予約状況は前年と比べて悪くはない。10月が一番厳しい。
		一般レストラン(経営者)	・例年これから暮れにかけては、陽気が良ければ観光客、その他、多方面から客が来てくれるので、今よりは良い。
	競馬場(職員)	・年間を通して売上動向が良いので、年末に向けて、大きなレースでの発売金が見込める。	
	変わらない	スーパー(店長)	・衆議院選挙の結果次第である。
		スーパー(店長)	・国の施策等を考えても、変化の兆候は見えない。
		コンビニ(店長)	・無駄な物は買わない、生活費は切り詰める、というのはもう当然となっており、今後大きく消費が伸びるような要因は見当たらない。
衣料品専門店(店長)		・買上率は良くなってきているが、季節的要因が大きいので、2~3か月ではあまり変化はない。	
一般レストラン(経営者)		・年末までの3か月間での動向は少し上がるが、そこにたどり着くまでの景気は現状と変わりがなく、一歩間違えれば、現在より悪くなる可能性さえある。	
都市型ホテル(経営者)		・衆議院選挙の結果に左右される。国の予算もかなり無理をしており、将来に対する漠然とした不安感がある。	
通信会社(営業担当)		・衆議院選挙の結果にもよるが、どこが勝っても、現在の景気回復には影響を与えない。	
やや悪くなる	一般小売店[食品] (店長)	・近々完成のタワーマンションの1階にスーパーが開店予定である。どれくらい影響が出るのか、先が読めない。米、海苔等の原材料の値上げに伴い、自家製品の値上げをせざるを得ない商品も出てくるので、客の反応が心配である。	
	旅行代理店(支店長)	・テロ等世界情勢不安により、海外旅行の申込を控える、またはすでに申込済の旅行のキャンセル発生が想定される。	
	通信会社(営業担当)	・衆議院選挙の先行きに対する不安が、経済や市場に影響を与える。	
悪くなる	一般小売店[和菓子] (経営者)	・アベノミクスは成功せず、ご都合解散をし、国内経済の復活を最後までやりとげず、終わってしまった。	
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)	・クリスマス、正月等、年末年始に向け、空間をきれいにしたり、飾り付けたりする要望があり、注文が多くなることが予測される。
	やや良くなる	印刷業・製本業(営業担当)	・年度末に向けて、発注量の増加が見込める。
		不動産業(企画担当)	・オフィスビルでは賃料の増額改定の傾向が続いており、テナント側も賃料の上昇を理解している。
		卸売業[機械器具](営業担当)	・今月分より11~12月に納入する受注残が多い。
その他サービス業[ビルメンテナンス](営業担当)	・冬期になり、空調関係など機器の更新等が出てくる。		

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）	・衆議院選挙の結果次第で政治が混乱する懸念もあるが、企業業績や個人消費に大きなマイナスをもたらすことはないのではないか。2018年2月の平昌冬季オリンピックに向けての広報、広告コミュニケーション関連の動きも出てくるが、大きくは期待できない。		
		出版業（営業担当）	・年末年始の時期になるが、ゴールデンウィーク、夏休みと同様に、人が動いても、雑誌、書籍の売上は伸びない。		
		建設業（営業担当）	・今後の発注見通しが分からない。		
		建設業（営業担当）	・仕事量は特に多くないので、変化はない。		
		建設業（経営者）	・現在から景気が上昇する要素が見当たらない。		
		輸送業（従業員）	・現状は受注量の動きがあまり良くなく、先行きも良くなるとは思えない。		
		通信業（営業担当）	・国際情勢の不安定な状況、国内政治の混とんが悪い面に働く。		
		通信業（営業担当）	・ゼネコン、ファシリティ系は需要があって好調だが、外資系アパレルが悪い。		
		金融業〔証券〕（営業担当）	・建設セクターや半導体関連を中心に、企業活動が活発化している状況は認識される一方で、民間消費がどうしても伸びてこない印象がある。また、世界的な地政学的リスクの高まりが顕著であり、少なからず何らかのマイナスイベントの発生は避けられないのではないか。		
		卸売業〔飲食料品（鮮魚）〕（経営者）	・最近は客足にかなりムラがある。東京オリンピック後の先行きが分からず、不安である。		
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・特に変化はない。		
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・仕事のオファー、問い合わせはあるが、現実的には求人難、人手不足であり、募集費関連の高騰により、見積額が高めになるため、成約に至らない。		
		やや悪くなる		出版業（経営者）	・中国などの大胆な、社会主義の肩書はどこへやらという経済政策に比べると、日本はスピード感がない。
				金融業〔証券〕（営業担当）	・衆議院選挙後の政治に不安がある。
卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	・得意先小売店の実力の差が今まで以上にはっきりしてきたようである。今後さらに下落する得意先が増えるかもしれない。				
経営コンサルタント	・末端企業までは景気はまだ良くなる兆しさえみえない。				
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		25
	小売関連	13
	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	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	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	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	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