

中央区内景气动向调查

平成 29 年 2 月调查结果

平成 29 年 3 月 22 日

中央区

— 総 括 —

平成 29 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 48.5 と、前回調査から 1.5 ポイント低下している。景気の先行き判断 D I は合計で 55.1 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28年		平成29年		前回調査 からの変化
	10月	12月	2月		
合計					
現状判断D I	49.5	50.0	48.5		(-1.5)
先行き判断D I	49.5	47.0	55.1		(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 29 年 2 月調査の調査票発送は 2 月 8 日（水）、回答期限は 2 月 16 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 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48.5と、前回調査から1.5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49.0と、前回調査から4.0ポイント低下し、企業動向関連DIは48.0と、前回調査から1.0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10.9ポイント減少、「やや悪くなっている」と回答した人の割合は10.5ポイント増加した。

図表1-1 各分野における景気の現状判断DIの推移表

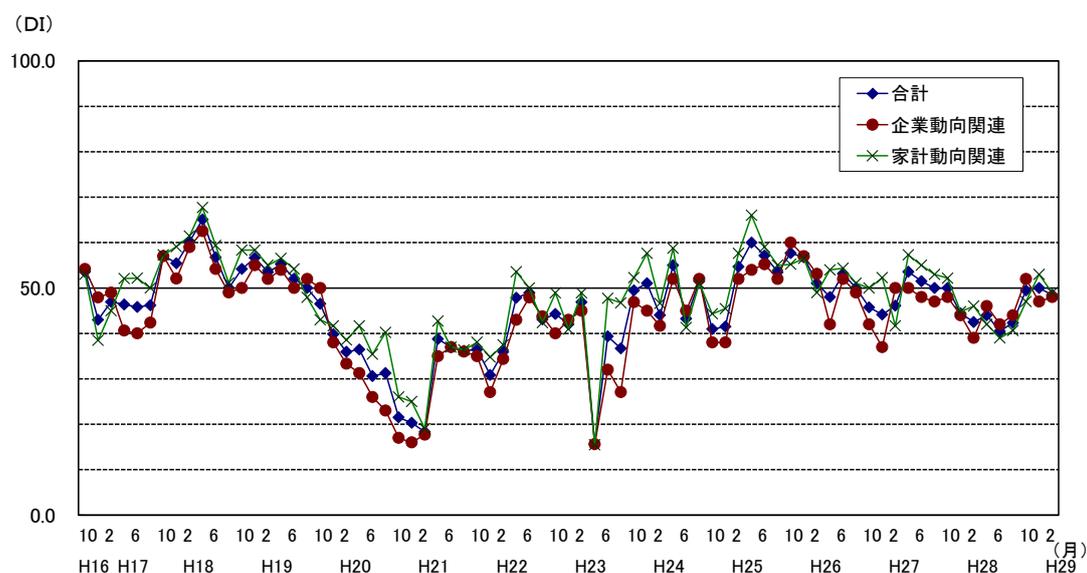
(DI)	平成28年		平成29年		(変化幅)
	10月	12月	2月		
合計	49.5	50.0	48.5		(-1.5)
家計動向関連	47.0	53.0	49.0		(-4.0)
小売関連	46.2	50.0	54.2		(4.2)
飲食関連	—	—	—		(—)
サービス関連	53.6	50.0	50.0		(0.0)
住宅関連	—	—	—		(—)
企業動向関連	52.0	47.0	48.0		(1.0)
製造業	37.5	45.8	54.2		(8.4)
非製造業	56.6	47.4	46.1		(-1.3)

(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28年	10	0.0%	22.0%	56.0%	20.0%	2.0%
	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%
(変化幅)		(-2.0)	(4.4)	(-10.9)	(10.5)	(-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DIは合計で55.1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DIは56.3と、前回調査から10.3ポイント上昇し、企業動向関連DIは54.0と、前回調査から6.0ポイント上昇している。構成比では、「やや良くなる」と回答した人の割合が20.7ポイント増加し、「やや悪くなる」と回答した人の割合が11.8ポイント減少した。

図表2-1 各分野における景気の先行き判断DIの推移表

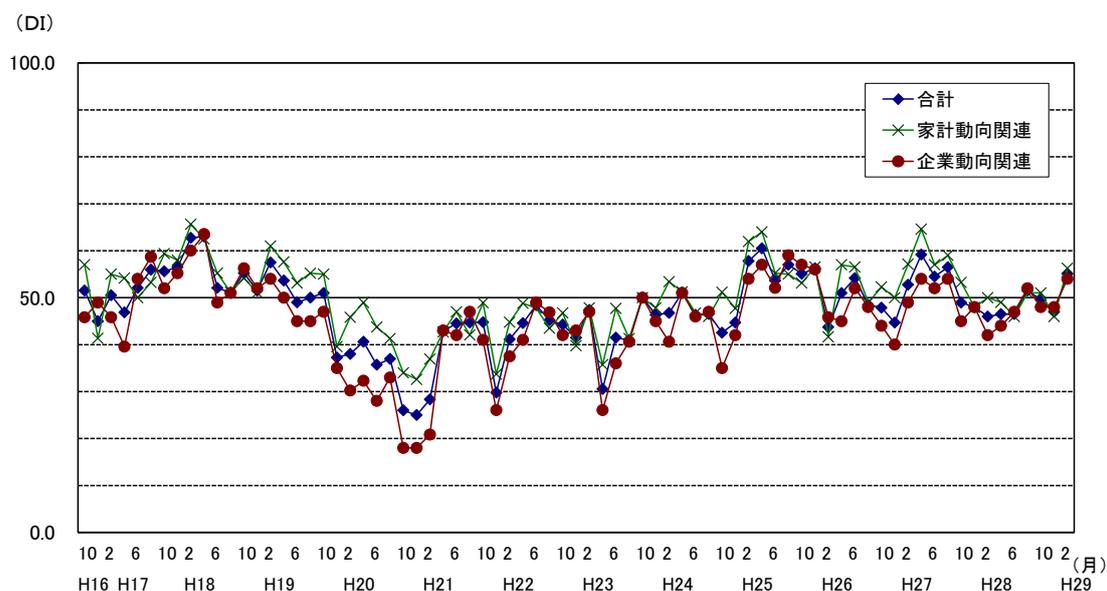
(DI)	平成28年		平成29年		(変化幅)
	10月	12月	2月		
合計	49.5	47.0	55.1		(8.1)
家計動向関連	51.0	46.0	56.3		(10.3)
小売関連	44.2	44.2	54.2		(10.0)
飲食関連	—	—	—		(—)
サービス関連	57.1	50.0	57.1		(7.1)
住宅関連	—	—	—		(—)
企業動向関連	48.0	48.0	54.0		(6.0)
製造業	45.8	54.2	58.3		(4.1)
非製造業	48.7	46.1	52.6		(6.5)

(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	10	0.0%	22.0%	62.0%	8.0%	8.0%
	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%
(変化幅)		(-2.0)	(20.7)	(-4.9)	(-11.8)	(-2.0)

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DIの推移

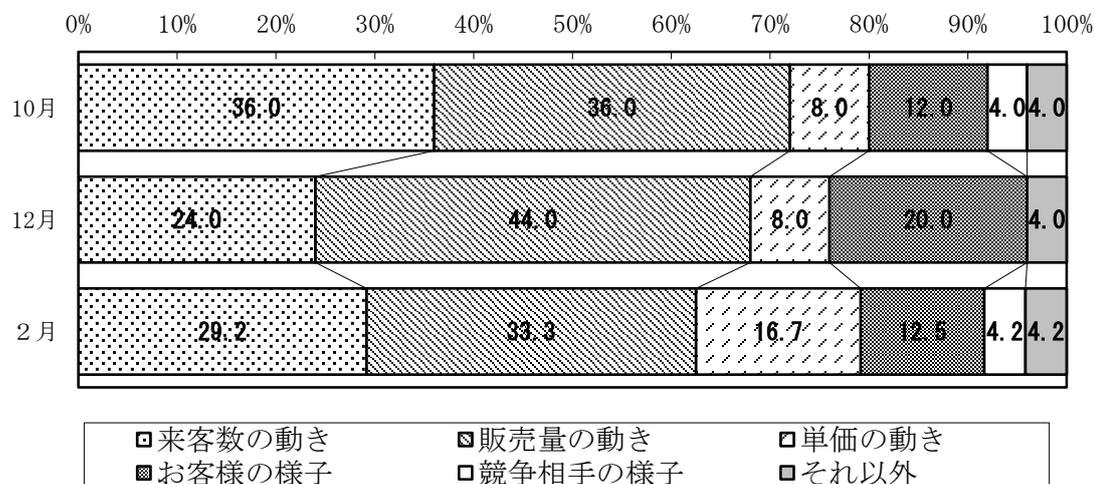
(DI)	平成28年		平成29年	
	10月	12月	12月	2月
合計	41.5	46.0	46.0	45.4
家計動向関連	35.0	47.0	47.0	43.8
小売関連	28.8	40.4	40.4	47.9
飲食関連	—	—	—	—
サービス関連	46.4	50.0	50.0	46.4
住宅関連	—	—	—	—
企業動向関連	48.0	45.0	45.0	47.0
製造業	33.3	37.5	37.5	50.0
非製造業	52.6	47.4	47.4	46.1

(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。

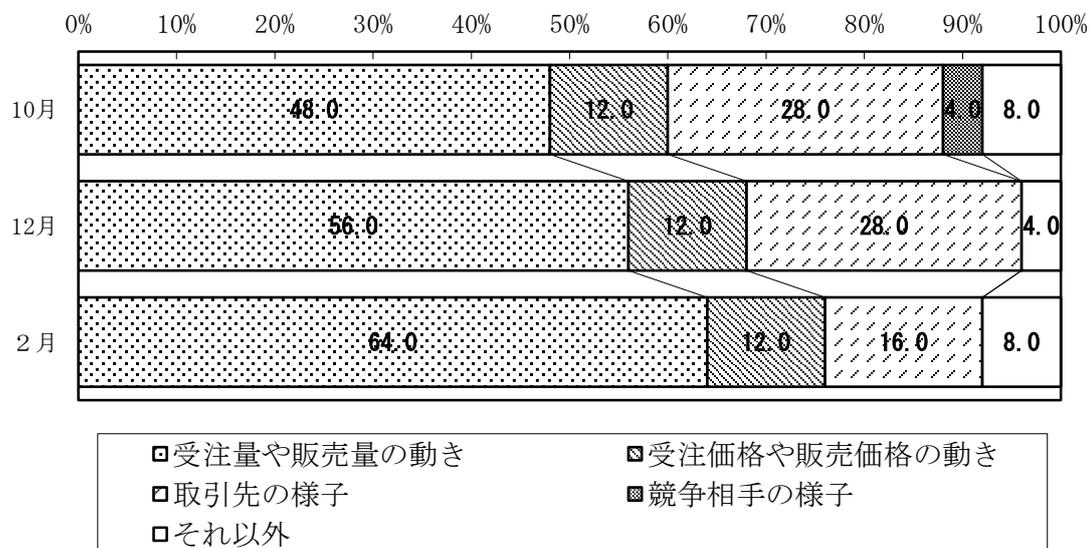
(注) 景気の現状をとらえるには、景気の方加性に加えて、景気の水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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)	お客様の様子	・商品に興味を持ち、質問してくる客が多くなっている。きちんとした接客に満足感を持つ客が増加している。
		百貨店(広報担当)	単価の動き	・国内客のうち、購買力の高い層は100万円以上の購買をする場面が増えている。
		スーパー(店長)	販売量の動き	・1人当たりの買上点数はやや伸びているが、低単価傾向になっている。
		衣料品専門店(店長)	競争相手の様子	・当店も前年比100%を超えている。
		旅行代理店(支店長)	単価の動き	・徐々にではあるが、ヨーロッパ方面への渡航者が増えてきている。
	変わらない	一般小売店〔食品〕(店長)	販売量の動き	・1月いっぱいには年末年始の家計の支出が多いせい、我々小売店の売上に響くものがあるが、2月上旬を過ぎると徐々に明るさが見えるような雰囲気である。
		百貨店(総務担当)	それ以外	・株高を反映し、高額商品の一部に動きが出てきているが、中間層の購買動向は今一つである。
		百貨店(総務担当)	販売量の動き	・商品別にみると、コートなど防寒衣料は堅調に推移しているが、紳士、婦人服は伸び悩んでいる。一方、円安や株高の影響もあり、特選衣料雑貨、宝飾品などの高額品は好調である。
		スーパー(店長)	単価の動き	・新規マンション入居など商圈に変化があり、来客数では読み取りにくい、1人当たりの買上点数や1品単価に変化はない。
		コンビニ(店長)	単価の動き	・新商品の提案積み上げやプラス1品購入の売り場作りに努力している。単品ごとのヒットは出るものの、平均単価にならすと、かさ上げにはつながっていないのが現状である。
		高級レストラン(経営者)	来客数の動き	・外国人客が増加している。日本人同伴の場合は単価的に高額となるが、外国人のみのフリー客の場合は、低価格で済ませているのが目立つ。これからは年度替わりに入るので、歓送迎会の予約が多くなると見込んでいる。
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・冬の間は寒いので、来客数が少なくなる。暖かくなると客も徐々に多くなっていく。
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・客の異動時期に入ってきているが、動きが鈍く、販売量に大きな動きはみられない。
		その他レジャー施設(経営者)	来客数の動き	・毎年暮れから年明けのしばらくは客足が良いのだが、今年は全く平常と変わらない。
	やや悪くなっている	衣料品専門店(店長)	販売量の動き	・春節期間中のインバウンド売上が前年比90%となっており、来客数、客単価共に10～15%減少している。
		高級レストラン(副店長)	来客数の動き	・12月～1月は予約状況が良かったが、2月、3月は苦戦している。
		都市型ホテル(経営者)	来客数の動き	・業界全体としては民泊、外国人客の地方分散化などにより、落ち込みが顕著である。
	悪くなっている	－	－	－
企業 動向 関連	良くなる	－	－	－
	やや良くなっている	印刷業・製本業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・マイナンバー関連の特需が入り、12月から好調である。
		建設業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・受注量は増加しているが、有資格者が足りず、人員不足である。
		卸売業〔機械器具〕(営業担当)	受注量や販売量の動き	・年末から年度末に向けての受注量が増えてきている。
変わらない	新聞業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・新聞広告収入は前年割れが続いているが、一部好調な業種もあり、業界によって広告出稿量や金額がまだ模様となっている。ただし、流通や旅行、不動産といった業種は伸びが弱く、個人消費はやや力強さに欠ける。年度末の、新年度に向けた広告出稿に期待したい。	

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
		出版業（経営者）	それ以外	・成熟社会であり、政治的にはとりあえず安定しているなかで、消費者は各自収支バランスの良い暮らしを構築している。
		出版業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・雑誌広告の出稿量は相変わらず増加傾向にはなく、単価も下落傾向にある。雑誌の販売量も回復にはほど遠い。
		印刷業・製本業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年度末の需要期のため、外注はやや増えているが、個人消費の来客数は減少している。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量の動きをみると、前年同月比であまり変化がない。
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・日米関係の不透明さが影響している。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・ゼネコン系は東京オリンピック特需が少し見えてきている。
		不動産業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・分譲マンションの初月成約率の低下、販売価格の頭打ち感がある一方、オフィス賃料については増額改定が進んでいる。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	取引先の様子	・年末、年初と相変わらず大した動きがみられない。新年度予算に期待している。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・商店街も相変わらず閑散としていて、商業施設も免税店のあるところは売場が閑散としている。
	やや悪くなっている	○	○	○
	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	－	－
	やや良くなる	一般小売店〔和菓子〕 (経営者)	・米国の新政権に振り回されるが、日本の大企業は上手に立ち回り、短期的には何とかしのげるのではないかと期待している。
		一般小売店〔文具〕 (販売担当)	・客の様子をみると、価値感が合えば、自分に対する投資やご褒美として、特に高級筆記具などを購入する。
		衣料品専門店(店長)	・近隣でリニューアル等が増える。
		高級レストラン(副店長)	・4月からの歓送迎会に期待したい。
		一般レストラン(経営者)	・これから暖かくなるので客も増え、観光客、修学旅行生も来てくれるので、良くなる。
		通信会社(営業担当)	・年度末の駆け込み需要が期待される。
	変わらない	一般小売店〔靴〕(店長)	・株価が上昇しているが安定しない。米国、中国との関係も不安定である。
		一般小売店〔食品〕 (店長)	・今はまだそれほど顕著ではないが、米国も新大統領に変わり、いくらか明るさが見えてくるのではないかと。
		百貨店(総務担当)	・景気の良さを肌で感じられるまで、価格への敏感さは引き続きシビアである。
		百貨店(総務担当)	・円安や株高の影響もあり、免税売上や高額品は順調であるが、全体的な景気動向の先行きには不透明さを感じる。
		百貨店(広報担当)	・主要顧客の中間層の消費が盛り上がってきていない。円安基調が続き、物価高が意識されているなかでは、景気の先行きは不透明である。中間層が景気回復を実感するのはまだ先である。
		スーパー(店長)	・低価格品が売れているという傾向は変わらず、直近催事の節分、バレンタイン商戦も同様の動きである。
		スーパー(店長)	・商圈の変化で、当店の来客数は増加が見込まれるが、実質は変化がない。
		コンビニ(店長)	・近隣事業所が増えたことで、来客数はわずかに伸びているが、客単価、買上点数は以前と変わらず、こしばらくは変動する要因が見受けられない。
		高級レストラン(経営者)	・来客者の単位で特に客単価のバラつきが目立つ。また、最近稼働率が下がっていて、20時以降の時間帯の来客数が減っている。
		一般レストラン(経営者)	・来客数は多いが、物を買うに来るのではなく、ただ歩くだけである。これでは景気が良くなるはずがない。物を買う人こそが本来の客である。
		都市型ホテル(経営者)	・日本、また世界の経済状況が混とんとしており、先の見通しが立てにくく、新しい投資、商売の活気がみられない。
		旅行代理店(支店長)	・「やや良くなる」と「変わらない」の間くらいで、微増といった感覚である。
		通信会社(営業担当)	・客の異動時期なので、販売量は徐々に増えるが、景気上向きの裏付けがないので、変化はない。
	競馬場(職員)	・来客数に大きな変化はみられない。	
	その他レジャー施設 (経営者)	・気候が良くなり、少し暖かくなってくれば、高齢の客が家から出やすくなる。来客数が少しでも増えることを期待している。	
	設計事務所(所長)	・全体的に物件数が少なく、大手企業と二極化した状態となっており、今後もこの状況が続く。	
	やや悪くなる	○	○
	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)	・2月～4月は年間を通して最大の需要期なので期待している。また、前受注もあるのでやや良くなる。
		印刷業・製本業(経営者)	・先日ある競争入札に参加したが、最低制限価格が上がっており、安売りしなくても順当な価格に戻りつつある。他の企業も同じようになれば、全体として企業収益が改善されていくのではないかと。
		印刷業・製本業(営業担当)	・当社は年度末で需要が伸びているが、地方では需要が落ちているようで、東京での投げ売りが起こっている。
	建設業(営業担当)	・年度が変わると、役所の工事など仕事量が増加する。	

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
		卸売業〔機械器具〕 (経営者)	・新年度予算に期待する。少しは良くなるのではない。
		卸売業〔機械器具〕 (従業員)	・今期決算は厳しい見通しのままの結果となりそうだが、来期は上向きになると期待している。
		卸売業〔機械器具〕 (営業担当)	・受注タイミングがやや遅れ気味になっているため、1～2か月後の売上に影響する。
		その他サービス業〔造園・園芸〕 (営業担当)	・年間を通して最も売上の低い2月が過ぎると、おのずと上向きになる。さらに、気候が暖かくなれば、草花の仕入価格も下がり、利益が向上する。
	変わらない	新聞業 (営業担当)	・米国の新政権が発足し、事前公約に沿った保護主義志向を基調とした経済政策が徐々に打ち出されているが、それが実質的にどのような影響をもたらすか、為替や株価の動向と合わせ、企業には不透明感が漂っているように見受けられる。この先どんなサプライズがあるか分からず、企業心理としてはなお慎重にならざるを得ないのではない。
		出版業 (経営者)	・日銀がインフレに誘導しようとしても、バブル崩壊後の低落を知っている消費者は踊らされない。
		輸送業 (従業員)	・新年度に向かって注引量や新規取引の話がない。
		通信業 (営業担当)	・世界経済全体に先行き不透明感がある。
		通信業 (営業担当)	・業種により一部好調な企業もあるものの、判断できない企業が多い。
		金融業〔証券〕 (営業担当)	・現在、3月決算企業の多くが来期の予算策定を進めているが、特に米国の新大統領就任による影響の見極めが困難との理由から、極端に保守的な計画とされる取引先が散見される。
		不動産業 (企画担当)	・金利上昇や海外からの投資が不透明な状況だが、2～3か月の短期で大きな変化があるとは思っていない。
		卸売業〔飲食料品(鮮魚)〕 (経営者)	・商店街自体がすでに飽和状態まで混雑してきている。韓国の景気が落ちていき、日本への観光が減少するのではない。
		経営コンサルタント	・雇用を改善し、賃金アップなどの対策をした場合、やや遅れて消費につながっていく。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕 (営業担当)	・具体的な方針、データ、情報がない。
	やや悪くなる	出版業 (営業担当)	・年度末、新年度を迎えるが、クライアントに提案をしても回答が戻ってこない。米国次第の経済状況のため、今後は不透明である。
		建設業 (経営者)	・建設業に関しては、競争が激化し安値受注する会社が出てくるなど低価格入札が多くなる。政府の賃金引上げ政策は中小企業にとってデメリットである。
		建設業 (営業担当)	・新年度までは受注が見込めない。
		金融業〔証券〕 (営業担当)	・金利情勢が安定するまでは、購入を手控える状況が今後も続く。
	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	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	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