

# 中央区内景気動向調査

令和5年6月調査結果

令和5年7月28日

中央区

## 総 括

### 令和5年6月の動き

中央区内における6月の現状判断D Iは合計で62.2と、前回調査から1.6ポイント上昇している。景気の先行き判断D Iは合計で59.0と、前回調査から3.8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)	令和5年			前回調査 からの変化
	2月	4月	6月	
合計				
現状判断D I	59.4	60.6	62.2	(1.6)
先行き判断D I	56.7	62.8	59.0	(-3.8)

## 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、令和5年6月調査の調査票発送は6月7日（水）、回答期限は6月16日（金）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47名、有効回答率は94.0%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62.2と、前回調査から1.6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67.0と、前回調査から1.8ポイント低下し、企業動向関連DIは58.0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20.0ポイント増加し、「良くなっている」と回答した人の割合が9.2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

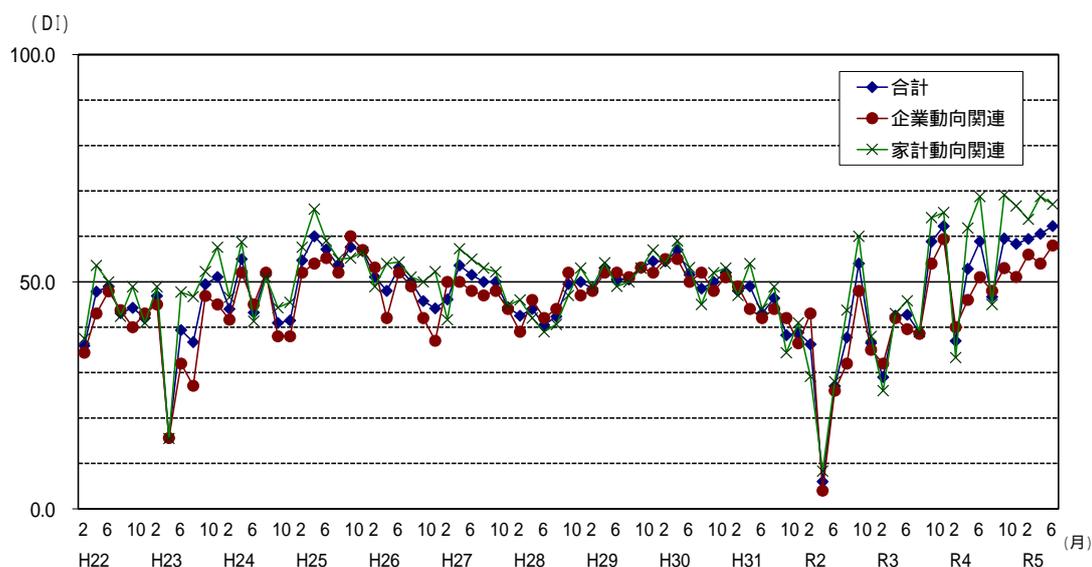
(DI)	令和5年			
	2月	4月	6月	(変化幅)
合計	59.4	60.6	62.2	(1.6)
家計動向関連	63.8	68.8	67.0	(-1.8)
小売関連	63.6	70.5	70.8	(0.3)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	55.0	55.0	58.3	(3.3)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	56.0	54.0	58.0	(4.0)
製造業	50.0	50.0	55.0	(5.0)
非製造業	57.5	55.0	58.8	(3.8)

(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
令和5年	2	6.7%	42.2%	33.3%	17.8%	0.0%
	4	15.6%	31.1%	37.8%	11.1%	4.4%
	6	6.4%	51.1%	34.0%	2.1%	6.4%
(変化幅)		(-9.2)	(20.0)	(-3.8)	(-9.0)	(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59.0と、前回調査から3.8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59.1と、前回調査から8.4ポイント低下し、企業動向関連D Iは59.0と、前回調査と変わらず横ばいである。構成比では、「やや良くなる」と回答した人の割合が11.5ポイント増加し、「良くなる」と回答した人の割合が11.4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D Iの推移表

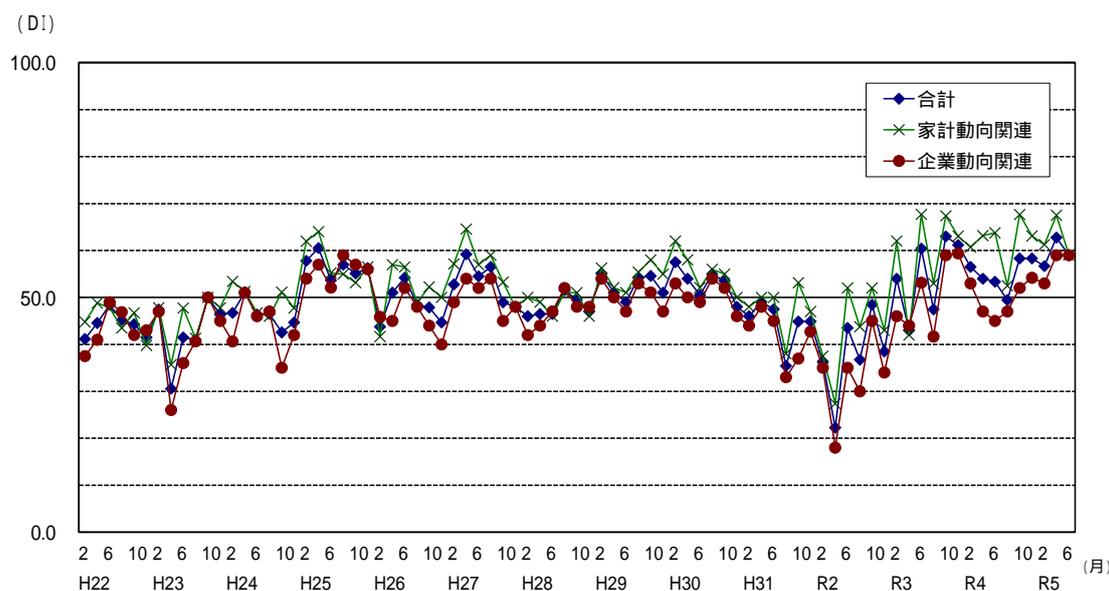
(D I)	令和5年			
	2月	4月	6月	(変化幅)
合計	56.7	62.8	59.0	(-3.8)
家計動向関連	61.3	67.5	59.1	(-8.4)
小売関連	61.4	70.5	54.2	(-16.3)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	55.0	60.0	66.7	(6.7)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	53.0	59.0	59.0	(0.0)
製造業	55.0	55.0	60.0	(5.0)
非製造業	52.5	60.0	58.8	(-1.2)

(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
令和5年	2	4.4%	35.6%	42.2%	17.8%	0.0%
	4	17.8%	28.9%	40.0%	13.3%	0.0%
	6	6.4%	40.4%	38.3%	12.8%	2.1%
(変化幅)		(-11.4)	(11.5)	(-1.7)	(-0.5)	(2.1)

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

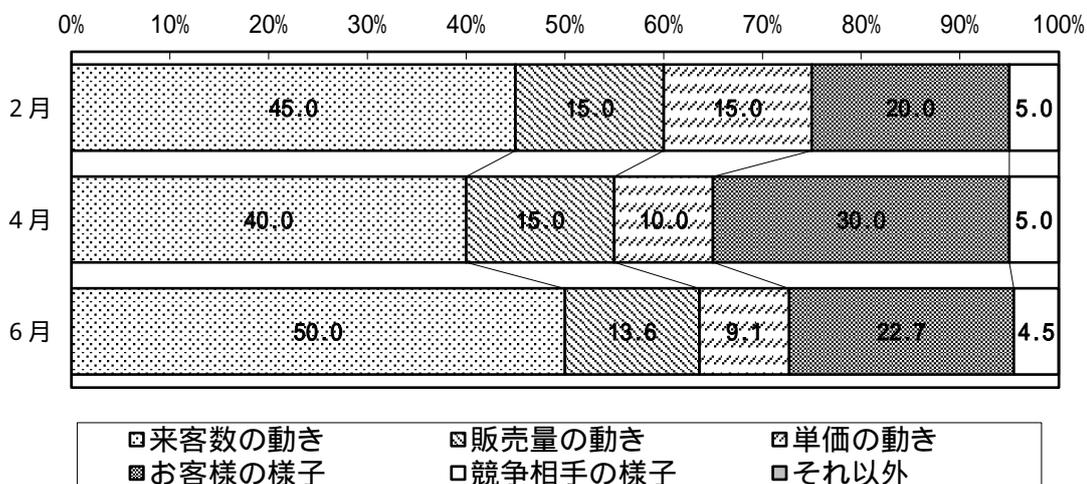
(D I)	令和5年		
	2月	4月	6月
合計	58.9	58.3	57.4
家計動向関連	62.5	68.8	62.5
小売関連	61.4	65.9	58.3
飲食関連	-	-	-
サービス関連	60.0	65.0	66.7
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	56.0	50.0	53.0
製造業	45.0	45.0	55.0
非製造業	58.8	51.3	52.5

(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。

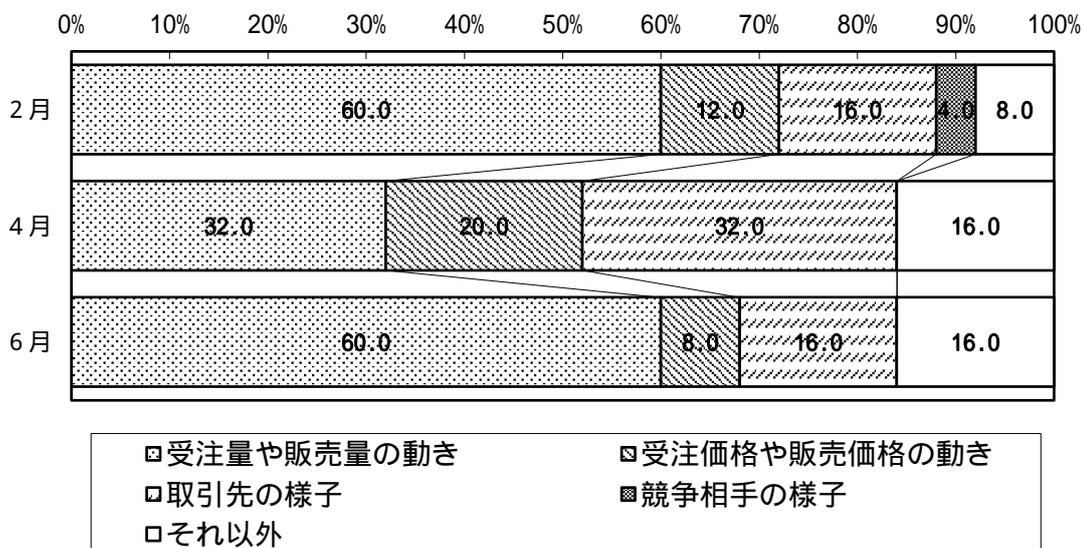
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方加性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

## 4 (1) 景気の状態に対する判断理由着目点

### 家計動向関連



### 企業動向関連



注) 本グラフは景気の状態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	一般小売店〔文具〕(販売担当)	来客数の動き	・外国人客が増加しており、雨の日でも来客が見込める。欧米人の伸びが良く、中国人は3位である。
		百貨店(総務担当)	来客数の動き	・富裕層に加え、国内客は全般的に堅調である。インバウンド売上の加速も顕著である。
		都市型ホテル(経営者)	来客数の動き	・コロナ禍も終わり、外国人客の回復により来客数が顕著に増加している。
	やや良くなっている	百貨店(広報担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症に敏感な日本人の中高年齢層の消費復活と、安定した免税売上に支えられ、高付加価値消費の勢いには今のところ陰りがない。
		百貨店(総務担当)	来客数の動き	・来客数は前年を上回り、売上も新型コロナウイルス感染症発生前の水準まで復調してきたものの、相次ぐ値上げのニュース等により生活防衛意識がますます強くなっており、先行きは不透明である。
		衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・例年、連休明けは来客数が落ち込むが、今年は引き続き外国人観光客の増加により、前年比で160%となっている。
		高級レストラン(経営者)	お客様の様子	・飲食業界の傾向として、人数にかかわらず個室の希望が大変多い。予約順に空き部屋を当てているが、最少予約人数で決まるため、売上の的には予定を下回ることが少なくない。対策を考慮しているが、難しい場合も多々ある。
		高級レストラン(副店長)	単価の動き	・個人客、団体客共に利用単価が上がっている。
		一般レストラン(経営者)	お客様の様子	・観光客、修学旅行生が大分戻ってきており、週末にはファミリー客も来てくれている。
		都市型ホテル(営業担当)	来客数の動き	・5月後半からやや停滞気味である。
		理容室(経営者)	お客様の様子	・インバウンド客が増大している。米国人になぜ来店したか尋ねると、本国では現在チップが最低でも20%であり、同じサービスを受けても日本は20%安いことに加え、為替も20%安いので、米国人にとって日本は相当安く感じるそうである。
	変わらない	一般小売店〔事務用品〕(営業担当)	来客数の動き	・来客数が10%以上落ち込んでいる。インバウンドの割合が増えているが、それ以上に減少している。
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・来店客の7割ほどがインバウンド客である。この先、どれほど続くか、楽しみなようであり、また不安でもある。
	やや悪くなっている	-	-	-
	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	出版業(経営者)	それ以外	・コロナ明けの解放感とあいまって、物価高ながらも消費意欲は旺盛である。
		印刷業・製本業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行し、全体的に動きが出てきている。
		建設業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・公共、民間の仕事量が増加している。
		輸送業(従業員)	受注量や販売量の動き	・前年同月に比べて受注量がやや増えてきている。
		通信業(営業担当)	取引先の様子	・人々の活動が活発化してきており、注文が増えてきている。
		通信業(営業担当)	来客数の動き	・インバウンドで引き合いが出てきている。大型の契約が結べるようになってきている。
		不動産業(企画担当)	受注量や販売量の動き	・オフィスビルの入居引き合い、分譲マンションの販売が堅調である。また、商業施設の売上は、客単価が上昇していることもあり、新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻っている。

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
		卸売業〔繊維・衣服等〕（経営者）	来客数の動き	・季節的な要因もあるが、仕入れを控えていた小売店のバイヤーが来店するようになっている。しかし、商材の販売単価が顕著に下落しており、景気回復の期待は薄い。
		卸売業〔飲食料品（鮮魚）〕（経営者）	取引先の様子	・インバウンド客が大幅に増え、完全に新型コロナウイルス感染症発生前の水準まで回復している。国内は物価が上昇しているものの、海外の客からすると日本はまだ安く感じられるようである。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・区内どこの商店街や繁華街もにぎわいを見せている。人出が回復傾向にある。
	変わらない	新聞業（営業担当）	競争相手の様子	・収入面では、取引先の業種によっては前向きな兆しも感じるが、原材料コストの上昇で利益が大きく圧迫されており、風当たりは厳しい。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・相変わらず低調な状態が継続している。
		卸売業〔機械器具〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・ここ2～3か月は大きな受注はなく、例年どおりである。
		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	・3か月前と比較すると、受注価格の動きには変動がほぼみられないものの、件数はやや増えている。
	やや悪くなっている	出版業（営業担当）	それ以外	・大企業では賃上げ、ボーナスアップなどと報道されているが、中小企業においては賃上げは見送られ、ボーナスも年々減っており、物価上昇とのダブルパンチで厳しい。
	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	一般小売店〔文具〕 (販売担当)	・外国人客が増加している。国内の株価の伸びが良い。
		都市型ホテル(経営者)	・このままの動きで推移すれば、人流が活発となる。
		理容室(経営者)	・国内旅行の客でこれから東京に更に人が増える。また、インバウンド客もますます増加するので、夏場の来客が増える。
	やや良くなる	百貨店(総務担当)	・為替動向はあるものの、引き続きインバウンド売上は堅調とみている。また、値上げ等の環境変化に左右されない富裕層を軸とした国内客が好調をけん引する。
		百貨店(広報担当)	・免税売上は緩やかな回復基調が継続している。国内消費も前年ほどの伸長率は期待できないものの、依然として力強さが継続していくと予想される。成長鈍化のリスクは見えない。
		高級レストラン(経営者)	・年度替わりを終えて夏場に向かい、8月末までは一服状態が続く。
		一般レストラン(経営者)	・夏休みに入り、観光客、ファミリー客が今より多く来てくれると思っているので、やや良くなるのではないかと。外国人も今より少しは増える。
		都市型ホテル(営業担当)	・海外旅行へ行く人が増えると、夏休み期間の稼働率が厳しくなる。
	変わらない	一般小売店〔食品〕 (店長)	・来月から材料、消耗品等で値上げされる物が多いため、商材価格を値上げせざるを得ない状況である。客の反応が心配である。決して景気が良くなるとは思えない。
		スーパー(店長)	・株価などは上向きだが、賃上げ等は余りなく、一般消費者の景気は変わらない。
		コンビニ(店長)	・消費活動は活発になっているものの、度重なる値上げで、プライベートブランドなどの低単価商材へのシフトや買上点数を減らすなど、自衛の動きがみられる。
		衣料品専門店(店長)	・まとめ買いをする客がいる一方で、1点も買わないという姿勢の客も目立つので、買い控えは3か月後も変わらない。
		乗用車販売店(店長)	・カーディーラーで新車販売をしているが、区内での登録は僅かしかない。
		高級レストラン(副店長)	・このまま新型コロナウイルスの新規感染者数が大幅に増加しなければ、現状のままで変わらない。
		一般レストラン(経営者)	・夏に向かってどの程度気温が上がるか心配だが、平年並みであればそれほど落ち込みはないのではないかと。
		旅行代理店(店長)	・良いニュースがない。
		通信会社(営業担当)	・今後は景気が回復すると想定しているが、そうだとすると3か月以内では調整が発生することで、良くなるとは思えない。
	やや悪くなる	一般小売店〔和菓子〕 (経営者)	・円安が続き、物価も高くなり、余りお金を使わなくなるのではないかと。
		一般小売店〔事務用品〕 (営業担当)	・梅雨の影響と時期的な問題もあり、今後3か月は厳しくなる。特に、最近降雨の影響が大きく、来客数が極端に減る。
百貨店(総務担当)		・原材料や水道光熱費の高騰は当面続き、販売量は落ち込んでいく。	
競馬場(職員)		・ここ数年、様々な物の価格が高騰しているため、消費者の購買も減少する。	
悪くなる	-	-	
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	出版業(経営者)	・株高、コロナ明けの解放感などから、財布のひもが緩みがちになる。
		印刷業・製本業(営業担当)	・飲食関係が新型コロナウイルス感染症の発生前へと戻りつつある。また、大都市間移動の交通機関や宿泊施設にも、日本人だけでなく外国人も戻ってきているため、今後のインバウンドにも期待できる。
		建設業(営業担当)	・仕事量の増加が見込まれる。
		建設業(経営者)	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行し、人々の活動が活発になってきて、物の動きも大きくなっている。
		建設業(経営者)	・設備投資が活発化している。

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
		通信業（営業担当）	・最近、取引先からの引き合いが増えてきたと実感している。
		通信業（営業担当）	・年度の事業計画で、設備投資を予算計上している企業がみられる。
		不動産業（企画担当）	・無料巡回バスの乗降客数が新型コロナウイルス感染症発生前の水準まで回復している。
		卸売業〔機械器具〕（営業担当）	・夏から秋にかけての受注残が少しあるため、現在よりは少し良くなりそうである。
		経営コンサルタント	・客が大分戻ってきて、売上が伸びている企業が多くなっている。反面、物価上昇やゼロゼロ融資返済が夏頃から始まるので、どこまで耐えられるかが鍵となる。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・夏季における人的な稼働状況により、付帯業務や修繕工事等の依頼が見込める。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（管理担当）	・大規模工事が控えている。
変わらない		新聞業（営業担当）	・業界として常時ダウントレンドの中をもがいている感覚が続いている。
		出版業（営業担当）	・円安の状況は変わる気配も動きもなく、長引くウクライナ戦争の影響により生活必需品を含む物価は今後も上がる一方で、経済格差が拡大する。
		輸送業（従業員）	・今後の受注量増加が見込めない。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・足元の状況を見ると、確かに観光を含めて街中の人流は増加しており、特に外国人観光客の姿は格段に増えている。しかし、取引先企業は利益面においてはほとんど動きはないようで、やはりコストの上昇やコストを含めた人材確保の難しさがあるようである。実際に、新卒の初任給は上げたものの、既存社員へのボーナスは横ばいか停滞といった企業が多く、景気を押し上げるにはまだ厳しい部分が多く感じられる。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・状況が変わるような話がない。
		卸売業〔機械器具〕（支社長）	・物価は高止まりしたままだが、コストは下がらず、むしろ上がっている。そのため、高い見積を出さざるを得ず、予算不足の案件が出てきている。
		その他サービス業〔造園・園芸〕（営業担当）	・今のところ変化が見込まれるような状況はない。
やや悪くなる		建設業（営業担当）	・受注が伸びていない。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（経営者）	・取引先の話では、どの店も来客数が少ないそうである。販売不振が素材、製品各メーカーの生産に悪影響を及ぼせば、物価上昇に加えて、商材不足という局面もある。
悪くなる		金融業〔証券〕（営業担当）	・取引先の判断がより慎重になっている。

(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	15
	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	1
	乗用車・自動車備品販売店経営者・店員	1
	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	6
	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	1
	通信会社社員	1
	レジャー施設関連	1
	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	0
	その他サービス	1
	美容室経営者・従業員	1
	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	5
	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