

中央区内景气动向调查

平成20年10月调查结果

平成20年11月7日

中央区

総 括

平成 20 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 21.5 と、前回調査から 9.8 ポイント低下し、調査開始以来最も低い水準となった。景気の先行き判断 D I は合計で 26.0 と前回調査から 11.0 ポイント低下し、こちらも調査開始以来の低水準となっている。

図表 景気の現状判断 D I、先行き判断 D I (合計)

(D I)	平成20年			前回調査 からの変化
	6月	8月	10月	
合計				
現状判断 D I	30.6	31.3	21.5	(-9.8)
先行き判断 D I	35.7	37.0	26.0	(-11.0)

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 20 年 10 月調査の調査票発送は 10 月 8 日（水）、回答期限は 10 月 17 日（金）である。

5 調査機関

本調査は中央区が主管し、委託先である財団法人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 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21.5と、前回調査から9.8ポイント低下し、調査開始以来最も低い水準となった。分野別にみると、家計動向関連DIは14.2ポイント、企業動向関連DIは6.0ポイントといずれも低下している。構成比では、「悪くなっている」と回答する人の割合が大幅に増加している。

図表1-1 各分野における景気の現状判断DIの推移表

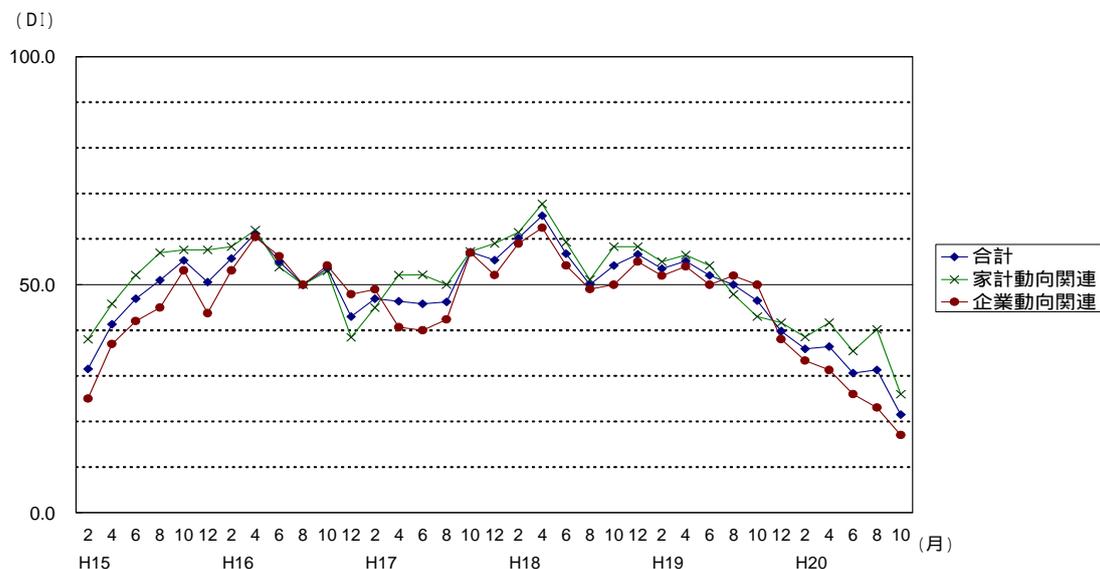
(DI)	平成20年			
	6月	8月	10月	(変化幅)
合計	30.6	31.3	21.5	(-9.8)
家計動向関連	35.4	40.2	26.0	(-14.2)
小売関連	31.3	34.1	25.0	(-9.1)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	39.3	46.4	28.6	(-17.8)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	26.0	23.0	17.0	(-6.0)
製造業	32.1	17.9	14.3	(-3.6)
非製造業	23.6	25.0	18.1	(-6.9)

(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20年	6	0.0%	4.1%	26.5%	57.1%	12.2%
	8	6.3%	0.0%	27.1%	45.8%	20.8%
	10	0.0%	0.0%	22.0%	42.0%	36.0%
(変化幅)		(-6.3)	(0.0)	(-5.1)	(-3.8)	(15.2)

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26.0と前回調査から11.0ポイント低下し、調査開始以来の低水準となっている。分野別にみると、家計動向関連DIは7.3ポイント、企業動向関連DIは15.0ポイント低下している。構成比では、「悪くなる」と回答する人の割合が大幅に増加している。

図表2-1 各分野における景気の先行き判断DIの推移表

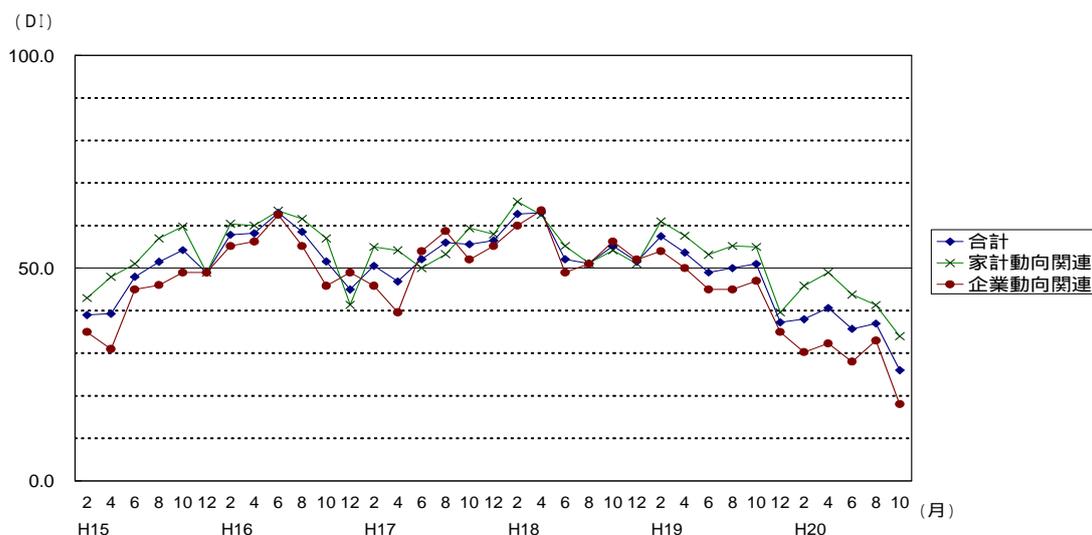
(DI)	平成20年			
	6月	8月	10月	(変化幅)
合計	35.7	37.0	26.0	(-11.0)
家計動向関連	43.8	41.3	34.0	(-7.3)
小売関連	39.6	38.6	28.8	(-9.8)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	46.4	42.9	35.7	(-7.2)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	28.0	33.0	18.0	(-15.0)
製造業	39.3	25.0	14.3	(-10.7)
非製造業	23.6	36.1	19.4	(-16.7)

(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20年	6	2.0%	8.2%	30.6%	49.0%	10.2%
	8	2.1%	12.5%	33.3%	35.4%	16.7%
	10	0.0%	10.0%	22.0%	30.0%	38.0%
(変化幅)		(-2.1)	(-2.5)	(-11.3)	(-5.4)	(21.3)

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

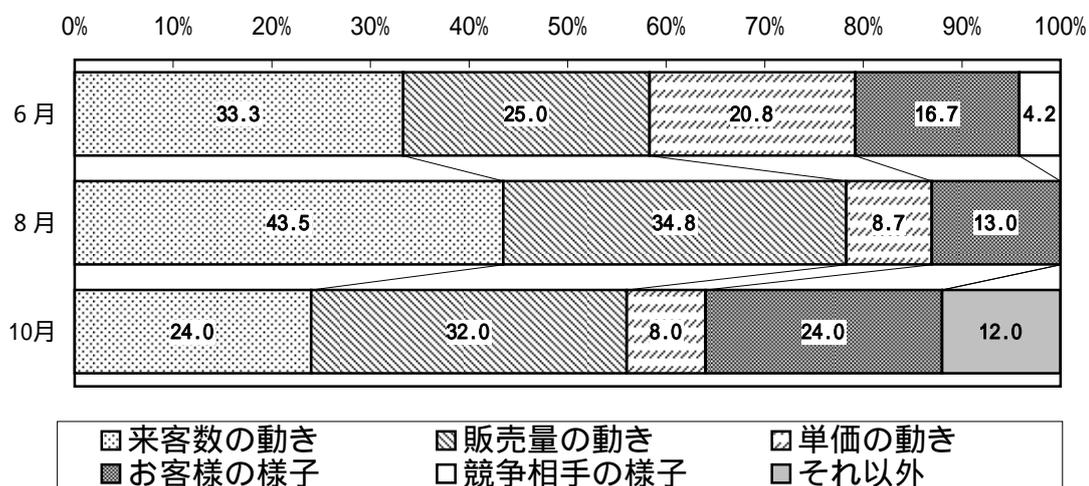
(D I)	平成20年		
	6月	8月	10月
合計	29.1	27.1	23.0
家計動向関連	32.3	34.8	30.0
小売関連	25.0	29.5	34.6
飲食関連	-	-	-
サービス関連	32.1	39.3	28.6
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	26.0	20.0	16.0
製造業	32.1	17.9	10.7
非製造業	23.6	20.8	18.1

(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。

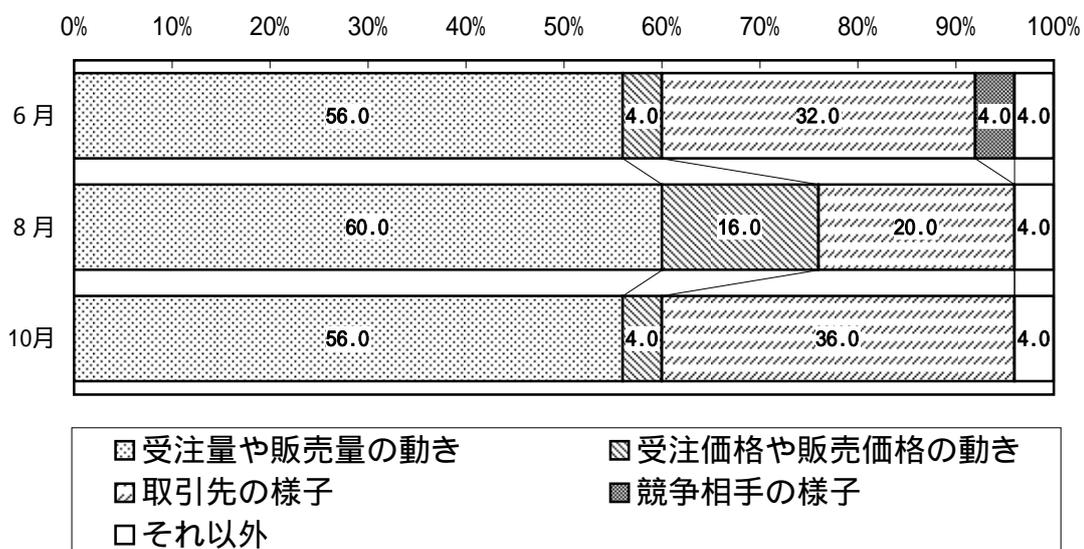
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方角性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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	-	-	-
	変わらない	百貨店（営業推進担当）	お客様の様子	・客は必要最低限の物は購入するが、それ以外は慎重である。既に景気は悪いと感じており、この傾向は続いている。
		百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・改装と近隣にオープンした話題店の効果で、10～30代の客を中心に来客数が大幅に増えている。ただし、ニーズの違いもあり、売上は来客数と同じような割合では伸びていない。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・今のところ景気は変わらないと回答したが、株価の暴落等により、今後の景気は確実に悪くなる。
		衣料品専門店（店長）	それ以外	・季節の変わり目と今年のファッションの傾向が当店の雰囲気と合っているため、新規客が増えている。しかし、既存客には景気に左右される主婦層もいるので、11、12月の冬物で商品単価が上がる時期は、セール待ち、買い控えになることが懸念される。
		高級レストラン（経営者）	販売量の動き	・営業日数に勘案して来客数は増加しているが、注文数が減少気味で、客単価が下がってきている。今後は季節的に高額商品が主流になってくるが、社会の情勢等を考えると、客が受け入れてくれるか不安である。
	やや悪く なっている	一般小売店 [靴]（営業担当）	販売量の動き	・来客数も若干少なくなってきたが、まとめ買いの客が少なくなっている。
		百貨店（総務担当）	販売量の動き	・季節の変化に伴う婦人ファッションを中心とした関連商材の動向に活発さを感じられない。また、高額品の動きも鈍い。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・主食以外の果物、デザートの上昇が低下傾向にある。他の商品物価の上昇が一因と考えられる。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・来客数は以前とほとんど変わらないが、客が買い控えをしており、低価格の物で抑えているようで、客単価が低い。
		コンビニ（店長）	それ以外	・テレビや新聞等が大々的に不景気だと報道しているためか、前月に比べ来客数が少なく、単価も低い。前年同時期と比べても、目的以外の物はあまり買っていない様子である。
		高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・前年の10月と比べ、宴会の予約数がかかり落ち込んでいる。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・朝の連続テレビ小説が終わり、株も下がって、景気の良い話題がない。
		都市型ホテル（広報担当）	来客数の動き	・経済状況の悪化から、客の利用減が見受けられる。また、外国人客の比率が下がっている。
		都市型ホテル（経営者）	単価の動き	・原油価格等に反発してか、値段の安い物が今のニーズに合っていて正しいというような風潮が広がっている。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・ここ数か月の物価の高騰を受け、客の買い控えの影響が世の中に色濃く反映されている。
		その他レジャー施設（経営者）	来客数の動き	・10月に入って来客数が激減している。週のうち1、2日、来客がない日もある。
		悪く なっている	一般小売店 [和菓子]（経営者）	来客数の動き
百貨店（売場主任）	販売量の動き		・圧倒的な買い控えの様子がうかがえる。	
百貨店（広報担当）	お客様の様子		・家族成熟期の40代後半から50代の生活防衛意識が高まっている。特に婦人服、ミセスの不振が顕著である。	
衣料品専門店（店長）	来客数の動き		・ここ数か月連続で来客数が減っている。また、販売量も同様に減少している。	
企業 動向	良く なっている	-	-	-

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
関連	やや良くなっている	-	-	-
	変わらない	金融業〔証券〕 （営業担当）	取引先の様子	・取引先が良くも悪くも景気に左右されない業種のため、変わらない。
	やや悪くなっている	新聞業（経営者）	取引先の様子	・広告にお金を掛けない企業が増えている。
		出版業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・前年比で大幅に販売量が落ち込んでおり、定期雑誌の2、3点を除いては書籍、ムック共に期待した数字が上がっていない。
		出版業（経営者）	取引先の様子	・世界的な悪化のドミノ現象であるが、備えあれば憂いなしの精神の会社は耐えられる。
		印刷業・製本業（経営者）	受注量や販売量の動き	・売上の減少、同業者の廃業、設備の縮小による。
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・リース更改商品の再リース等、商品の買い控えが増えている。
		金融業〔証券〕 （営業担当）	取引先の様子	・不動産業種を中心とする経営上の懸念は、予想を上回る勢いで顕在化してきている。同時に、不動産向けを中心とした金融機関の資金供給の減少は多方面に影響を及ぼし始めており、企業活動におけるキャッシュフローは着実に縮小している。
		卸売業〔機械器具〕 （営業担当）	受注量や販売量の動き	・先月決算で売上をすべて計上した。そのため当月は当月受注分しか売上がないため、他の月に比べて売上が少ない。
	悪くなっている	新聞業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・量だけでなく、価格にも悪影響は出ている。
		印刷業・製本業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・当社の扱うような消費財が動いていないのは、完全に購買行動が負に向かっているあかしである。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・ハイヤー、タクシーの受注量は、前年比で3%減少している。燃料費の高騰で業界は苦しい。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・取引先からコスト削減の提案依頼が多く、かつ、スピード感を求められる。
		卸売業〔繊維・衣服等〕 （営業担当）	受注量や販売量の動き	・本来であれば、秋物商材が動く時期だが、非常に悪い。
		卸売業〔機械器具〕 （経営者）	取引先の様子	・取引先各社の受注残が大幅に減少しているため、購買費を抑えている。
経営コンサルタント		取引先の様子	・購買意欲が元々ある客は、金額を下げて購入傾向にある。中小企業の客は、売上が落ち込み、消費するどころか運転資金の確保で悩んでいる。	
その他サービス業〔情報サービス〕 （経営企画担当）		それ以外	・株価暴落、大手米国生保の公的資金投入による、客の買い控え、案件の延期などの影響が懸念される。当社の売上は客の経費部分なので縮小されそうである。	

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 [和菓子] (経営者)	・ 個々人がお金を使わなくなっているだけのよう気がする ので、何かのきっかけで好転して欲しいという希望も含めて の回答である。
		衣料品専門店 (店長)	・ 年末商戦、及び顧客のみの年末プレセールを予定している ので現在よりも多忙になる。売上も上がり、商品、客の動き とも活発になる。
		高級レストラン (ス タッフ)	・ 11月の予約数は前年より150%アップである。
	変わらない	百貨店 (売場主任)	・ 急激な景気回復は想定できない。年始からセールまでは必 ず買い控えが発生するはずである。
		百貨店 (営業推進担 当)	・ 今でも十分景気が悪いので、これ以上悪くなるとは思えな い。
		スーパー (店長)	・ 変化に対応していけば悪くなることはない。
		高級レストラン (経営 者)	・ 12月だけは通常よりも多忙になることが確実だが、果たし て前年比でみたらどうだろうか。変わらないことが努力目標 である。
		一般レストラン (経営 者)	・ 株価の下落を始め、円高等、経済的問題が家庭に影響し、 客の購買意欲が低下してしまっている。
		都市型ホテル (広報担 当)	・ 良くても現状維持である。年末に向かい、クリスマス商戦 での巻き返しに期待している。
		通信会社 (営業担当)	・ 現在の株価下落の影響も受け、物価も上昇を続けるのであ れば、政権交代等の大きな変化がなければ、変わらない。
	やや悪くなる	一般小売店 [靴] (営 業担当)	・ 普通の生活で必要な商品は購入傾向にあるが、前年の物で 我慢している客も多く、シーズン商品を買うことをためらっ ている傾向がある。買物にはシビアである。
		百貨店 (販売促進担 当)	・ 世界規模で金融市場の先行きが不透明で、予断を許さない 状況は続く。資産価値が減少し、賃金も上がらない状態で、 客の消費が活性化するとは考えにくい。
		百貨店 (総務担当)	・ 相次ぐ日用品、食料品の値上げ、株式下落、円高等、消費 環境の著しい変化、不透明感から目が離せない。
		一般レストラン (経営 者)	・ 今までが良すぎたので、これから先が不安である。
		その他レジャー施設 (経営者)	・ テレビや新聞で毎日毎日、景気悪化の報道をされれば、客 も自己防衛に向かわざるを得ない。
		設計事務所 (所長)	・ 引き合い物件の量、規模共に減少している。
	悪くなる	-	-
	企業 動向 関連	良くなる	-
やや良くなる		輸送業 (営業担当)	・ 燃料価格はやや下がるものの、コスト的にはさほど変化は ない。ただし、年末に向けて物量は増加してくるので、やや 良くなる。
		卸売業 [機械器具] (営業担当)	・ 年末に向け、受注量は徐々に増えてくる。
変わらない		卸売業 [飲料品 (鮮 魚)] (経営者)	・ 努力はしているが業種が衰退産業であるし、世界的にも景 気が失速しつつある。
		卸売業 [機械器具] (従業員)	・ 公共事業の低価格契約に対して、行政サイドの取り組みが 歯止めになっていない。受注量と利益の確保が厳しい状況は しばらく続く。
やや悪くなる		新聞業 (経営者)	・ 金融危機への対応が今一つである。
		新聞業 (営業担当)	・ 底打ちには遠い現況、加えて選挙の動きも固まらず、しば らくは不安定な流れが続く。
		印刷業・製本業 (営業 担当)	・ 年末へ向けての予測が全くできない。景気の動きに左右さ れる業種では、今後の期待が持てない。
		印刷業・製本業 (経営 者)	・ 12月後半から2月にかけては閑散期である。更に、原材料 の値上げも懸念している。
		輸送業 (従業員)	・ 社会全般、個人消費も落ち込む。明るい材料がない。
		金融業 [証券] (営業 担当)	・ 欧米大手金融機関に対する公的救済が動き出したことによ り、株式市場はひとまず反発を見せているが、市場における 金融派生商品のき損の状況はいまだに明らかにされていない 部分が圧倒的多数を占めており、信用収縮の状況は今しばら く継続するものと考えられる。
金融業 [証券] (営業 担当)		・ 実体経済の悪化よりも、心理的要因が大きい。マスコミが あり過ぎである。	

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〔建築材料、鉱物・金属材料等〕（従業員）	・金融機関の貸し渋りや、株安等で設備投資等を控える方向になる。
	悪くなる	出版業（営業担当）	・現在も出版不況でかなり落ち込んでいるが、年末に向けて売上を期待できる新刊の予定もなく、また、既存本の市場在庫の大量返品も予想されるため、全く上向きの状況ではない。
		印刷業・製本業（総務担当）	・世界同時不況感による株の暴落で、やや悪くなる。
		建設業（営業担当）	・景気の低迷により、民間の設備投資も減少し、資材価格の高騰等により公共工事はますます利益が出ない状態に陥っているのが現状である。銀行の貸し渋り等は特に建設業、不動産業がターゲットになっている。
		建設業（経営者）	・サブプライムローンに端を発した世界不況は止まる所を知らない。日本経済の将来はどうなるのか、不安で一杯である。
		通信業（営業担当）	・株の下落、政策の遅れ、総選挙における政治空白による。
		通信業（営業担当）	・まだ同一業種でも体力があるところについてはもっている感じがするが、月日が経つごとに体力を消耗してくるよう感じている。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	・我々の商品は高額品が多く、景気状況に左右されやすいからである。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（経営者）	・収入は減少、物価は値上がり、将来不安の三重苦で、景気は悪くなる。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・製造業の落ち込みがひどいので、ますます工具購入費は減少する。
		経営コンサルタント	・金融不安が残っている限り、お金が循環しない。払しょくするのに時間が必要である。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営企画担当）	・株価の暴落、大手米国生保の公的資金投入の影響で、客が買い控えをしたり、案件を延期するなどし、売上が減少する。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・現在の株価の動向等から考えると、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	25	
	商店街・一般小売店	13	
	商店街代表者	2	
	一般小売店経営者・店員	0	
	百貨店	2	
	百貨店売場主任・担当者	5	
	スーパー	5	
	スーパー店長・店員	2	
	コンビニエンスストア	2	
	コンビニエリア担当・店長	2	
	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	農林水産業従業者	25
		鉱業経営者・従業員	0
		製造業経営者・従業員	0
食料品製造業		7	
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		7	
新聞業		2	
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		18	
建設業		2	
輸送業		2	
通信業		2	
金融業		2	
不動産業		0	
卸売業		7	
繊維・衣服等		2	
食料品		1	
建築材料、鉱物・金属材料等		1	
機械器具		3	
その他卸売業		0	
サービス業		3	
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		2	
その他非製造業		0	
その他企業の動向を把握できる者		0	