

中央区内景气动向调查

平成 21 年 10 月调查结果

平成 21 年 11 月 13 日

中央区

総 括

平成 21 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 36.5 と、前回調査から 0.3 ポイント上昇している。景気の先行き判断 D I は合計で 44.8 と前回調査から 0.1 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21年			前回調査 からの変化
	6月	8月	10月	
合計				
現状判断 D I	37.0	36.2	36.5	(0.3)
先行き判断 D I	44.5	44.7	44.8	(0.1)

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 21 年 10 月調査の調査票発送は 10 月 7 日（水）、回答期限は 10 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 48 名、有効回答率は 96.0%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36.5と、前回調査から0.3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1.6ポイント上昇、企業動向関連DIは1.0ポイント低下している。構成比では、「変わらない」と回答する人の割合が7.4ポイント増加し、54.2%と最も高くなっている。「やや悪くなっている」と回答する人の割合は13.1ポイント減少している。

図表1-1 各分野における景気の現状判断DIの推移表

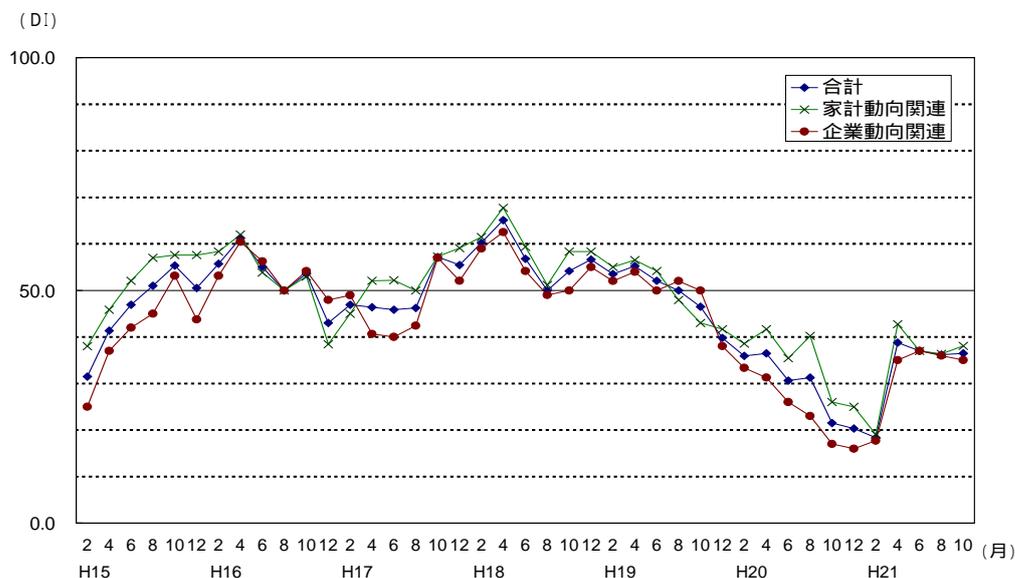
(DI)	平成21年			
	6月	8月	10月	(変化幅)
合計	37.0	36.2	36.5	(0.3)
家計動向関連	37.0	36.4	38.0	(1.6)
小売関連	38.5	37.5	29.5	(-8.0)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	35.7	32.1	53.6	(21.5)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	37.0	36.0	35.0	(-1.0)
製造業	35.7	35.7	32.1	(-3.6)
非製造業	37.5	36.1	36.1	(0.0)

(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21年	6	0.0%	4.0%	54.0%	28.0%	14.0%
	8	0.0%	6.4%	46.8%	31.9%	14.9%
	10	0.0%	6.3%	54.2%	18.8%	20.8%
(変化幅)		(0.0)	(-0.1)	(7.4)	(-13.1)	(5.9)

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44.8と前回調査から0.1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6.9ポイント上昇、企業動向関連DIは6.0ポイント低下している。構成比では、「変わらない」と回答する人の割合が7.5ポイント減少したものの、56.3%と最も高くなっており、「やや良くなる」と回答する人の割合は8.2ポイント増加している。

図表2-1 各分野における景気の先行き判断DIの推移表

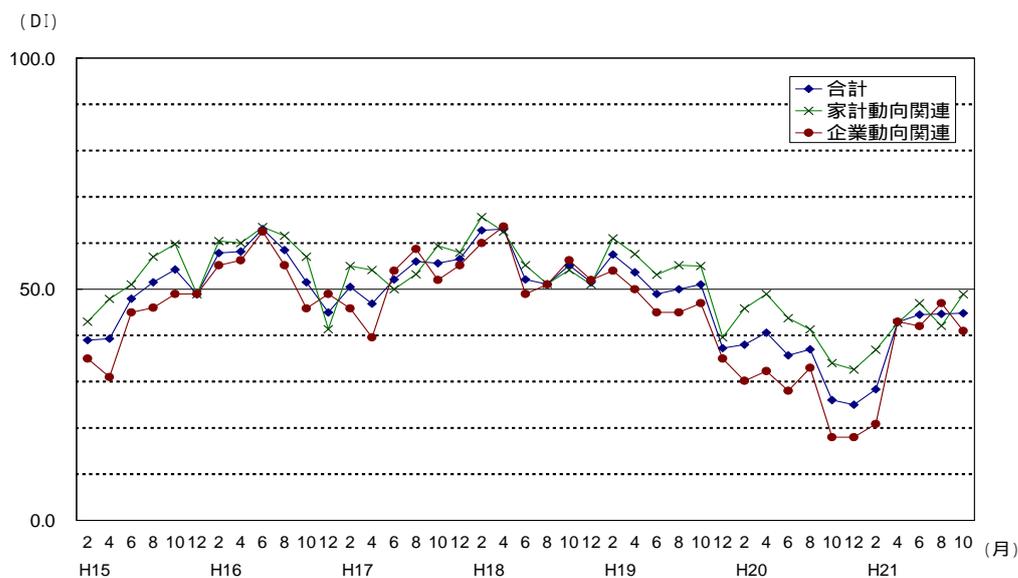
(DI)	平成21年			
	6月	8月	10月	(変化幅)
合計	44.5	44.7	44.8	(0.1)
家計動向関連	47.0	42.0	48.9	(6.9)
小売関連	42.3	42.5	43.2	(0.7)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	50.0	39.3	60.7	(21.4)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	42.0	47.0	41.0	(-6.0)
製造業	42.9	46.4	42.9	(-3.5)
非製造業	41.7	47.2	40.3	(-6.9)

(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21年	6	0.0%	16.0%	58.0%	14.0%	12.0%
	8	2.1%	8.5%	63.8%	17.0%	8.5%
	10	0.0%	16.7%	56.3%	16.7%	10.4%
(変化幅)		(-2.1)	(8.2)	(-7.5)	(-0.3)	(1.9)

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

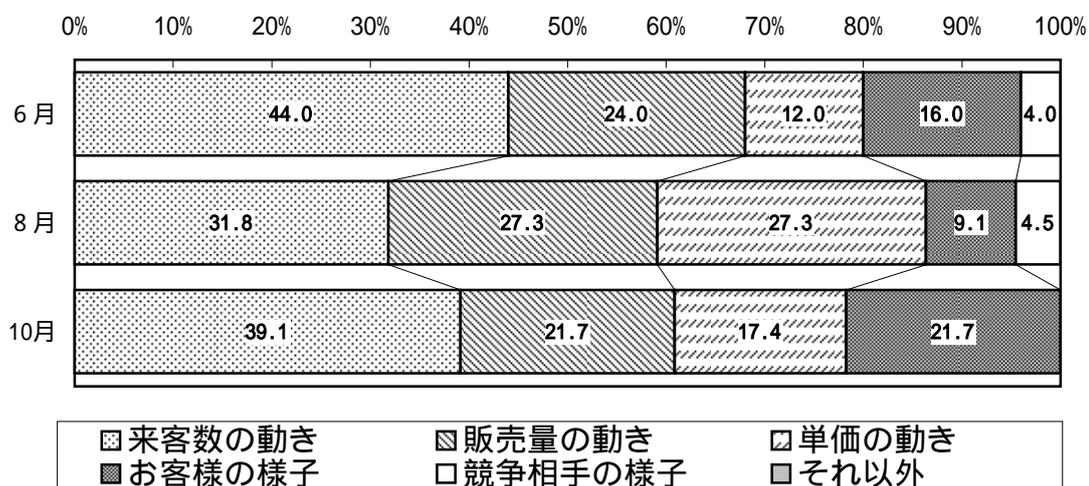
(D I)	平成21年		
	6月	8月	10月
合計	24.0	20.7	23.4
家計動向関連	20.0	20.5	21.7
小売関連	15.4	20.0	18.2
飲食関連	-	-	-
サービス関連	28.6	25.0	28.6
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	28.0	21.0	25.0
製造業	28.6	17.9	25.0
非製造業	27.8	22.2	25.0

(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。

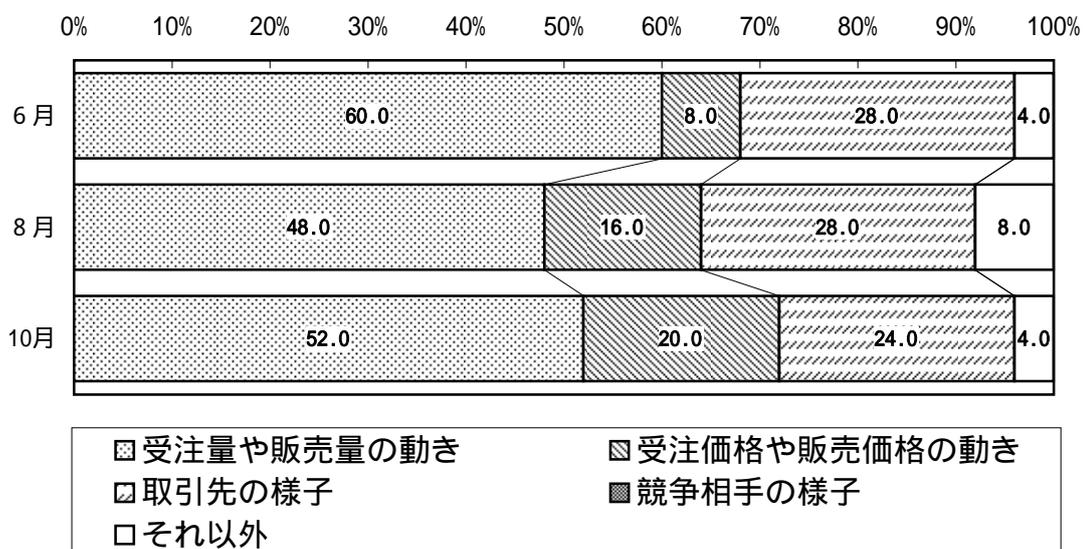
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方角性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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	高級レストラン (スタッフ)	単価の動き	・単品からコース料理の客が増えている。単品の客も 点心などを1品追加する客が多くなっている。
		通信会社(営業 担当)	販売量の動き	・販売量がわずかながら伸びている。
	変わらない	一般小売店 [靴](営業担 当)	来客数の動き	・通常の来客は少ないが、イベントをすると増える傾 向が続いている。
		百貨店(売場主 任)	来客数の動き	・来客数が回復せず、リーマンショック以降の前年と の差異を感じられない。また、購入点数もやや控えめ である。
		百貨店(広報担 当)	単価の動き	・食品、化粧品といった消耗品など、一部の商品には 動きが出てきたが、美術、宝飾のような高額品の動き が弱い。
		百貨店(総務担 当)	お客様の様子	・消費節約傾向が当面続く。
		衣料品専門店 (店長)	単価の動き	・来客数は春からずっと減っており、リピーターの買 上額も10~15%下がっている。ミセスが都心に買物に 出掛ける機会が減っているために、日中の売上が伸び ない。
		都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・人の往来が無いと成り立たない業種であるが、最近 は人の動き、特に出張が少なくなっている。
		都市型ホテル (広報担当)	来客数の動き	・以前に比べ、特に平日夜の接待等ビジネス利用のレ 스토랑客が減少している。また、レストランの個室 回転率、客室の稼働率も低下している。
		旅行代理店(営 業担当)	販売量の動き	・団体旅行型から個人旅行型、手数料の少ないネット 商品への流れは、ますます増えている。
		通信会社(営業 担当)	販売量の動き	・主要商品の販売数に顕著な伸びが見られない。
		その他レジャー 施設(経営者)	来客数の動き	・毎年、暑い夏の期間は良くなく、秋になって少しは 良くなるのだが、今年は休日が多く、当店では全体の 売上が良くない。
	やや悪く なっている	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・客はそれなりに来ているが、飲み物、食べ物の頼み 方が少なくなっている。
		設計事務所(所 長)	販売量の動き	・民間、公共建物の設計委託がかなり落ち込んでい る。
悪く なっている	スーパー(店 長)	来客数の動き	・10月に入り、雨、台風と天候が悪く、客足が極端に 減っている。	
	コンビニ(経営 者)	単価の動き	・来客数は変わらないが、単価を抑えているので客単 価が落ちている。	
	衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・来客数減少の影響が一番大きい気がするが、販売 量、単価も低下傾向である。	
	高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・フリーでの来客数が激減しており、予約数があるま ま来客数につながる状況である。客の様子から、奉仕 料や座敷などの席料が追加となる店は総じて悪化の一 途だと感じている。	
企業 動向 関連	良く なっている	-	-	-
	やや良く なっている	卸売業[機械器 具](営業担 当)	受注量や販売量 の動き	・例年のこの時期より少し受注が多い。先月の受注残 もあり、売上も少し良かったようである。
	変わらない	出版業(経営 者)	取引先の様子	・明るい材料が見当たらない。
		印刷業・製本業 (営業担当)	受注量や販売量 の動き	・定期的な受注をしているものの、発注量が全体的に 減少している。
		輸送業(従業 員)	受注量や販売量 の動き	・タクシー、ハイヤーの受注量は相変わらず落ち込ん でいる。個人の受注は天候に左右されるが、悪天候で も消費者の財布のひもは固い。法人でも定期契約が 減っている。
通信業(営業担 当)		取引先の様子	・回線整理等、余剰設備の整理はある程度進んできて いるが、それがすぐに景気上昇にはつながらない。	

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
		金融業〔証券〕 (営業担当)	取引先の様子	・政権交代に関して期待視されていた部分が徐々にはく落している感がある。株価について見ると、やや戻り歩調にも見受けられるが、システム開発等の受注型産業においては全く受注の好転が見られず、広告業、人材派遣業に至っては極めて苦しい状況が継続している。
		卸売業〔繊維・衣服等〕 (営業担当)	受注価格や販売価格の動き	・来客数はやや増えているものの、売上は低いままである。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・デフレスパイラルになっているようである。特に、飲食店は値引きしても入らず、ビールの売行きが弱っている。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕 (営業担当)	取引先の様子	・新型インフルエンザに対する備蓄面での出費、新政権下での影響がある。
	やや悪くなっている	出版業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・9月に入り、書籍の返品量が大幅に増加している。
		印刷業・製本業(経営者)	受注量や販売量の動き	・受注量が減少している。
		卸売業〔機械器具〕(経営者)	受注量や販売量の動き	・取引先はどの会社も仕事が欲しいと言っている。
	悪くなっている	印刷業・製本業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・昨年と同じ物件は削減や減少の傾向であり、新たな物件が出てくる素地が無い。
		建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・政権交代以降、公共工事が大幅に削除、停止となっており、このまま続けば建設業界は立ち行かなくなる恐れがある。
		その他サービス業〔情報サービス〕(経営企画担当)	受注量や販売量の動き	・新規受注が増えない。

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	百貨店(売場主任)	・年末商戦を迎えるに当たり、セール等、価格に対する意識が向上し、売上も少し上向く。ただし、一過性の上向きである。
	変わらない	都市型ホテル(経営者)	・政権が変わり、気分的にも変わってくるのではないかとという期待が大きい。
		通信会社(営業担当)	・年末に向かって景気も徐々に良くなっていく。
		通信会社(営業担当)	・政権交代による社会全体の景気底上げを期待している。
		一般小売店[和菓子](経営者)	・景気対策の実像がまだはっきり見えないので、先行きは不透明である。
		百貨店(営業推進担当)	・出費に対する厳しい考え方は、現在と同様、改善されない。
		百貨店(総務担当)	・依然として、消費マインドの回復に兆しが感じられない。
		百貨店(販売促進担当)	・所得、雇用環境はしばらく不透明な状況が続き、客の購買意欲に急速な改善は見込めない。
		百貨店(広報担当)	・1万円台の株価低迷及び年末のボーナス支給額の減少など、個人消費を喚起する要因が見当たらない。また、商品単価の低い商品に人気偏るなど、デフレ懸念も出てきたため、この年末商戦が1つのポイントになる。
		衣料品専門店(店長)	・衣類はファストファッション系に流れ、価格にシビアになっているため、バーゲンまでの買い控えが予想される。在庫過剰状態になり、更に消費者が今買わなくても大丈夫という印象を抱き、悪循環となる。
		高級レストラン(経営者)	・社会的な不景気が好転するように願うと同時に、業界としても様々なキャンペーン等を行い、好転するよう努力をしている。
		一般レストラン(経営者)	・景気の悪さは来客と販売者共、悪いと一致するくらい悪く、今後も良い方向へ向かうとは思えない。
		一般レストラン(経営者)	・景気が良くなるとは思えないので、今後2~3か月は悪いままで変わらない。
	都市型ホテル(広報担当)	・これ以上悪化しないようにと、年末に向かい、クリスマス等での利用増加を期待している。	
	その他レジャー施設(経営者)	・昨年9月以降、固定客がぐっと減り、その状況は現在も続いている。3か月後も今と変わらない。	
	設計事務所(所長)	・好転する材料、環境は全く無く、厳しい状況が続く。	
	やや悪くなる	一般小売店[靴](営業担当)	・客の購買心理がはっきりしていない中で、無駄な買物をしない傾向が続いており、今後も続きそうである。新聞、ニュースでも冬のボーナス減少の話題が出始めており、消費者の購買欲が低くなる恐れがある。
	スーパー(店長)	・円高傾向が続くと思われ、特に輸出産業の景気は悪くなる。	
	コンビニ(経営者)	・ますます失業者が増え、消費が冷え込む。	
衣料品専門店(店長)	・単価の高い商品がますます苦戦する傾向になってくる。		
高級レストラン(スタッフ)	・今年は連休が多く、出掛けた先での出費が多くなり、クリスマス等に来店する客が多いか心配している。宴会数は増えているが、単価は昨年より下がっている。		
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)	・良くなっていて欲しいし、なっていないと困る。
	金融業[証券](営業担当)	・ニューヨークのダウ平均も1年ぶりに1万ドルを回復し、マーケットに明るさが戻ってきた感がある。ただ、今月下旬から本格的に発表される、日本企業の上期決算の数字はあまり期待できない。3月末の見通しに注目、期待したい。	
	卸売業[飲食品(鮮魚)](経営者)	・今が底である。	
	卸売業[機械器具](営業担当)	・年末に向け、少し受注の動きがある。	
	変わらない	出版業(営業担当)	・景気が良くなっていると感じられず、きっかけも見付からない状況である。現在の悪い状態から抜け出せない。
	出版業(経営者)	・やはり明るい材料が無い。	

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
		建設業（営業担当）	・新政権による公共事業の削減で、大企業の受注減少が玉突き現象で中小企業にも起こり、建設業すべてが今以上に不況になる。あとは内需拡大ができるかどうかで、今後の建設業は統廃合は大から小まで進み、しばらくは不況が続く。
		輸送業（従業員）	・景気の動向は、2～3か月先でも良くならない。良くなる材料が見当たらない。
		通信業（営業担当）	・コスト削減は一段落したようだが、それがすぐ反転攻勢までは至らない。
		通信業（営業担当）	・政権交代による景気動向の様子見がある。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・エコ減税や補助金等に後押しされた需要の前倒しが消え始めており、企業業績が上向く材料はほとんどない。また、低価格を売り物に業績を伸ばしているアパレル、飲食業についても参入者の増加により競争が激化しており、今後つぶし合いに発展する懸念がある。
		卸売業〔機械器具〕（従業員）	・受注量は若干上向いてきたが、販売価格を下げているので収益性が悪い。今後もこの状況は続く。
		経営コンサルタント	・雇用問題が解決しないと、現在職を持っている人も不安で、なかなか消費につながらない。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・やや良くなるゾーンに突入して欲しい願望はあるが、まだまだ予測は付かない。
やや悪くなる		印刷業・製本業（経営者）	・取引先の売上減少で、依然として経費カットが続いている。期末に向けて、更に状況が悪化する可能性がある。
		卸売業〔建築材料、鋳物・金属材料等〕（従業員）	・公共投資が減り、民間投資による建築物等が減少している。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・取引先は長い間残業無しの状態が続いており、早く大手企業が活発にならないと現状維持も難しいと言っている。
悪くなる		印刷業・製本業（営業担当）	・毎年、年末に向けて仕事の話があるはずだが、すべてにおいて動きが悪く、先行きに明るさが見えない。
		建設業（経営者）	・ダムも道路も箱物も中止となれば、公共工事は何をやるのか。困っている。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	・最近、マスコミで冬のボーナス減少のニュースが出ている。実感としてもそう感じるし、消費者が財布のひもを締めることは確実である。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（経営者）	・消費者の節約志向は変わらない。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営企画担当）	・既存取引で終了する業務がある。

(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	5	
	百貨店売場主任・担当者	5	
	スーパー	2	
	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		1	
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		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		