

# 中央区内景気動向調査

平成 21 年 12 月調査結果

平成 22 年 1 月 18 日

中央区

## 総 括

### 平成 21 年 12 月の動き

中央区内における 12 月の現状判断 D I は合計で 30.9 と、前回調査から 5.6 ポイント低下している。景気の先行き判断 D I は合計で 29.8 と前回調査から 15.0 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 )	平成21年			前回調査
合計	8月	10月	12月	からの変化
現状判断 D I	36.2	36.5	30.9	( -5.6 )
先行き判断 D I	44.7	44.8	29.8	( -15.0 )

## 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 21 年 12 月調査の調査票発送は 12 月 8 日（火）、回答期限は 12 月 16 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 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30.9と、前回調査から5.6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3.2ポイント低下し、企業動向関連DIも7.9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15.9ポイント減少し、「やや悪くなっている」と回答する人の割合が8.9ポイント、「悪くなっている」と回答する人の割合が6.9ポイント増加している。

図表1-1 各分野における景気の現状判断DIの推移表

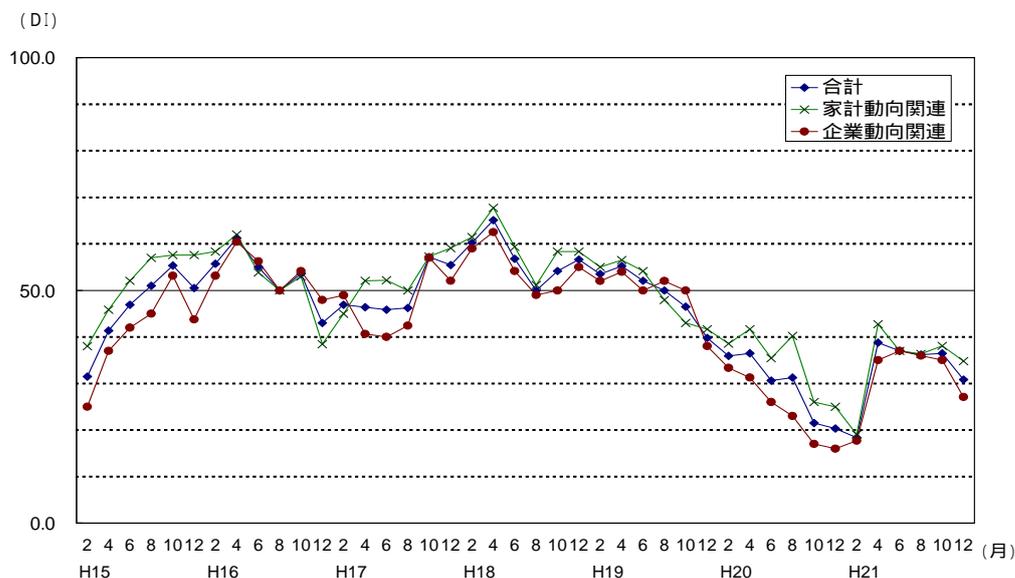
(DI)	平成21年			
	8月	10月	12月	(変化幅)
合計	36.2	36.5	30.9	(-5.6)
家計動向関連	36.4	38.0	34.8	(-3.2)
小売関連	37.5	29.5	27.3	(-2.2)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	32.1	53.6	28.6	(-25.0)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	36.0	35.0	27.1	(-7.9)
製造業	35.7	32.1	35.7	(3.6)
非製造業	36.1	36.1	23.5	(-12.6)

(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	8	0.0%	6.4%	46.8%	31.9%	14.9%
	10	0.0%	6.3%	54.2%	18.8%	20.8%
	12	0.0%	6.4%	38.3%	27.7%	27.7%
(変化幅)		(0.0)	(0.1)	(-15.9)	(8.9)	(6.9)

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D Iは合計で 29.8 と前回調査から 15.0 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 15.2 ポイント低下し、企業動向関連D Iも 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 21.5 ポイント増加し、「変わらない」と回答する人の割合が 15.9 ポイント、「やや良くなる」と回答する人の割合が 14.6 ポイント減少している。

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

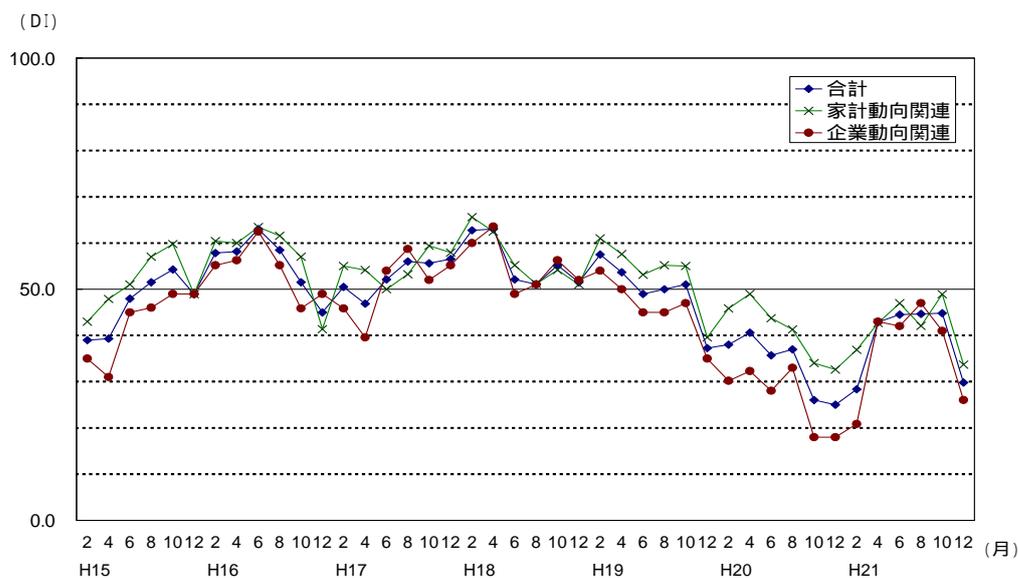
(D I)	平成21年			
	8月	10月	12月	(変化幅)
合計	44.7	44.8	29.8	(-15.0)
家計動向関連	42.0	48.9	33.7	(-15.2)
小売関連	42.5	43.2	31.8	(-11.4)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	39.3	60.7	32.1	(-28.6)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	47.0	41.0	26.0	(-15.0)
製造業	46.4	42.9	28.6	(-14.3)
非製造業	47.2	40.3	25.0	(-15.3)

(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2 - 2 構成比

年	月	構成比				
		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	8	2.1%	8.5%	63.8%	17.0%	8.5%
	10	0.0%	16.7%	56.3%	16.7%	10.4%
	12	2.1%	2.1%	40.4%	23.4%	31.9%
(変化幅)		(2.1)	(-14.6)	(-15.9)	(6.7)	(21.5)

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D Iの推移

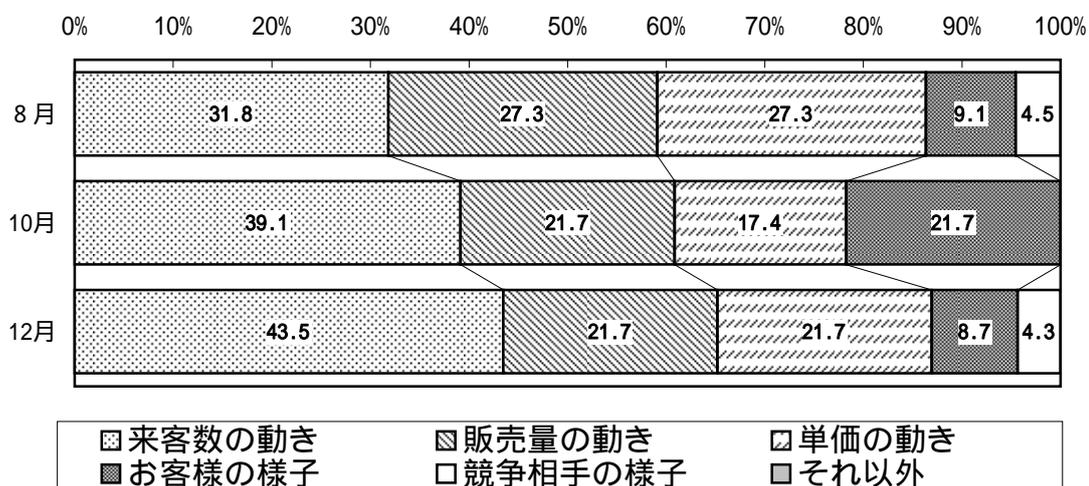
(D I)	平成21年		
	8月	10月	12月
合計	20.7	23.4	22.3
家計動向関連	20.5	21.7	23.9
小売関連	20.0	18.2	22.7
飲食関連	-	-	-
サービス関連	25.0	28.6	25.0
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	21.0	25.0	20.8
製造業	17.9	25.0	21.4
非製造業	22.2	25.0	20.6

(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。

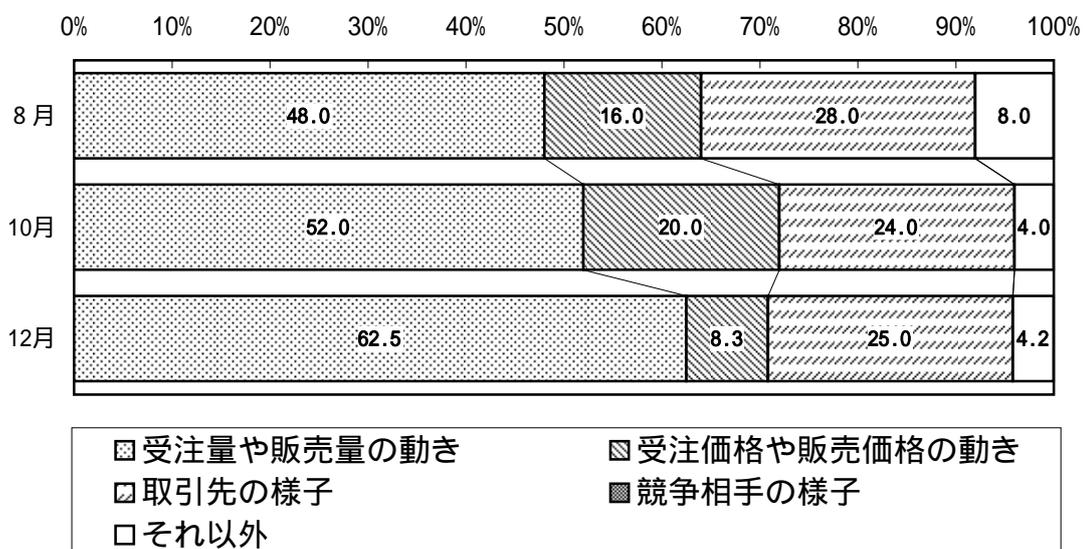
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方角性に加えて、景気の水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

## 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 なっている	-	-	-
	やや良く なっている	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・1日の来客数が増えている。単価は少し低くなっているが、客数の増加により売上はやや上がっている。
		一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・客の財布のひもが固く、今まで5~6品食べていた客が3~4品しか頼まないようになっている。
	変わらない	百貨店(総務担当)	販売量の動き	・暖冬の影響もあり、厚手の衣料品等を中心に不調で、厳しい売上が続いている。
		百貨店(売場主任)	単価の動き	・客の価格に対する意識は依然として強く、買物に来ているムードではないので、前年同様厳しい年末が予想される。
		衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・買上客数の減少が続いており、特にリピーターほど買物をセーブしている。この時期は客がバーゲン待ちになり、買い得品も更に安くなるのを待っている。
		高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・近隣の同業者が廃業している。年末までは営業を続けて売上増を見込んでいたと思われるが、年末の売上状況も想定を下回っていると聞いている。高級店ほど、その傾向が強いようである。
		都市型ホテル (広報担当)	来客数の動き	・円高により海外からのビジネス客が減少している。また、平日の夜のレストラン利用客も減少している。
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・主要商品の販売数の伸びにあまり変化が見られない。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・購買意欲が無くはないが、1年後等、先々に引き伸ばす傾向にある。客の景気は今一つである。
		設計事務所(所長)	販売量の動き	・新規建物の設計が前年の2分の1以下となり、単価もより一層厳しい状況が続いている。
	やや悪く なっている	一般小売店[和菓子](経営者)	販売量の動き	・通常、12月に販売量が増加する商品が伸び悩んでいる。
		一般小売店 [靴](営業担当)	単価の動き	・来客数が少なく、商品単価、客単価共に昨年より低く、売上も厳しい状況である。販売の低迷を受けて、単価ダウンした商品の動きはあり、間違いなくデフレ傾向である。
		百貨店(営業推進担当)	来客数の動き	・3か月前も悪化していたが、その後も来客数、単価共に改善せず、さらに悪化傾向にある。
		スーパー(店長)	単価の動き	・来客数、買上点数は増えているが、客単価が落ちている。
		その他レジャー施設(経営者)	来客数の動き	・秋から暮れにかけて来客数がいくらか多くなるのが常なのに、今年はそれが見えない。
	悪く なっている	百貨店(広報担当)	来客数の動き	・今月の既存店ベースの来客数は、前年同月比で約90%となり、10月以降、前年同月比での2けたマイナスが続いている。また、客単価の下落も見られ、売上も厳しい状態が続いている。
コンビニ(経営者)		単価の動き	・デフレ傾向で、安くしないと売れなくなってきている。	
衣料品専門店 (店長)		来客数の動き	・12月になっても売上は厳しい。来客数、販売量、単価すべてにおいて下り傾向である。	
都市型ホテル (経営者)		来客数の動き	・政府の経済政策が十分に機能しておらず、依然としてデフレスパイラルから脱却できていない。	
旅行代理店(営業担当)		競争相手の様子	・同業他社も店舗閉鎖等、縮小傾向にあり、業界全体的にマーケットが縮小傾向にある。	
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	・年内の駆け込み注文が予想よりも良い状態である。
	変わらない	出版業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・本の売行き、広告収入などの低迷が続いており、良くなる状況にはない。また、今月支給されたボーナスも過去最低で、明るい材料が全く無い。
		印刷業・製本業(経営者)	受注量や販売量の動き	・昨年と同じ内容の受注があるが、部数が減少している。
		印刷業・製本業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・年末なのでそれなりの動きはあり、前月比ではプラスだが、前年比で見るとマイナスである。

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
		金融業〔証券〕 (営業担当)	取引先の様子	・外食等を始め消費関連業種については、総じて8月以降業績の更なる下落傾向が見られている。こうしたなか、一部のハウジングメーカー等の中には増産を確保する企業も見られ始めているが、反面、大手マンション分譲会社の破たん等も引き続き発生しており、二極化の傾向は見られるものの、全体として停滞傾向が持続している。
		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	・案件が先送りされている。
		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	・年末を迎え、特別清掃、ハウスクリーニング等の依頼は例年以上にあるが、施工金額がすんなり決まらず、都度折衝しながら決定となっている。売上は伸ばせるが、利益確保がままならない。
やや悪くなっている		印刷業・製本業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・販売単価が上がっても注文数を減らすケースが増えている。
		輸送業(従業員)	受注量や販売量の動き	・前年比で受注量、販売量共に落ち込んでいる。ハイヤー、タクシー共に振るわない。
		通信業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・販売量は少ないが、移転等の動きも少ない。
悪くなっている		出版業(経営者)	取引先の様子	・昨年に比べて7割減という飲食店もある。土砂降りといった状況である。
		建設業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・公共事業を受注するには受注価格を検討して適正な見積を出すのではなく、受注するための価格でしか出せない。
		卸売業〔繊維・衣服等〕(営業担当)	受注量や販売量の動き	・秋に入って更に景気が悪化したと実感している。
		卸売業〔機械器具〕(経営者)	受注量や販売量の動き	・受注量や販売量、価格、取引先や競争相手の様子、いずれも悪い方向に進んでいる。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・12月賞与は大手企業でも色分けされており、例年に近い金額が無いに等しい金額である。中小企業は、ほとんどが無いに等しく、これから住宅ローンなどの支払いも滞り人が増加しそうである。

#### 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	通信会社（営業担当）	・ 全般的に冬の賞与は昨年よりダウンしているとはいえ、年末、新年に向かい景気も徐々に良くなっていく。
	変わらない	百貨店（売場主任）	・ クリアランスセール、福袋等の年始で一過性の売上伸長はあるものの、全般動向の変化、改善は予想できない。
		百貨店（営業推進担当）	・ 所得、雇用環境に改善の兆しが見られておらず、客は慎重な購買態度を続ける。
		百貨店（総務担当）	・ 相変わらず消費マインドの回復に兆しが見えない。
		コンビニ（経営者）	・ デフレが続くと、客は消費せず、買ったとしても無駄を抑える傾向が続く。売る方もやたらと安くせず、物価を安くしないよう努力することが必要である。
		衣料品専門店（店長）	・ マイナス続きの1年だったので数字的には横ばいになるだろうが、2～3か月先となると秋冬物の最終セールと春夏物の新作が混在する時期で、消費者はまだ価格を優先すると思うので、今とさほど変わらない。
		高級レストラン（経営者）	・ 日本全体の不況であるため、節約できる職種はその影響を受けやすい。また、客の要望として、少人数で個室を希望する傾向にあるが、店側としては定員を大きく割った状況での個室は歓迎できない。
		一般レストラン（経営者）	・ 当地域に来る客は70%が観光を目的としており、物を買うということが非常に少ない。
		都市型ホテル（広報担当）	・ 年末年始での利用増を見込むが、現状維持できればよい方である。
		通信会社（営業担当）	・ 社会全体に対する景気回復のカンフル剤が打たれていないため、変わらない。
		設計事務所（所長）	・ 社会状況、身辺の状態から、悪いままで推移する。
	やや悪くなる	一般小売店〔靴〕（営業担当）	・ 依然として無駄な買物をしない状態が続いている。特に季節商材の動きが鈍く、新しく購入するのではなく、昨年のも物を持ち越して、まかなっているようである。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・ 年々、お歳暮の販売量が減少している。
		百貨店（営業推進担当）	・ デフレ傾向が一層強まり、平均単価が更に下がる。
		スーパー（店長）	・ 社会全体が悪い状況にある。
		高級レストラン（スタッフ）	・ 今年から来年にかけては、超楽ごもりといって家から皆出ないで少しせいたくをするとニュースでやっているの、レストランには来ないのではないかと見ている。
		一般レストラン（経営者）	・ このまま悪い状態が続きそうである。良くなる話が無い。先々不安で仕方がない。
		その他レジャー施設（経営者）	・ 客同士の会話の中でボーナスの話が1つも聞こえない。中小企業の多い街なので、今年は厳しいのかもかもしれない。
	悪くなる	百貨店（広報担当）	・ 12月賞与が平均マイナス15%の減額という報道発表があるように、家計部門の収入減が始まり、更なる生活防衛意識が強くなるのが今後予想される。また、株価も他国に比較しても東京市場での低迷が続き、個人金融資産が低迷したままで、回復の兆しが見られない。
都市型ホテル（経営者）		・ 価格の下落に歯止めが掛からず、合わせて来客数の減少でダブルパンチの状態が続く。	
旅行代理店（営業担当）		・ サービス業は基幹産業でないの、他の産業が回復傾向になっても、当業界は一番後である。	
卸売業〔機械器具〕（営業担当）		・ 年度末の2～3月は一番注文が入る時期なので、良くなる。	
企業 動向 関連	良くなる	卸売業〔機械器具〕（営業担当）	・ 年度末の2～3月は一番注文が入る時期なので、良くなる。
	やや良くなる	-	-
	変わらない	印刷業・製本業（営業担当）	・ 悪くならないで欲しいという希望である。
		印刷業・製本業（経営者）	・ 期末に向けて経費削減が続く。既に来期の予算減が決まっている会社もある。
		輸送業（従業員）	・ 公共事業の見直しで、今後も受注量の減少が続く。
		通信業（営業担当）	・ 1か月後の状況も分からない状態なので、2～3か月後は予測が付かない。
金融業〔証券〕（営業担当）		・ アジア新興国の景気回復は、景気でこ入れ策の効果で明るい見通したが、それが日本の景気にプラスになるとは考えづらい。日本政府の政策も今一つ方向性が見られず、今後数か月で景気回復とはいかない。	

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
		金融業〔証券〕（営業担当）	・日米関係をはじめ政局の混迷が顕著となっており、反転のきっかけとなるものが感じられない状況にある。企業の来年3月決算については幾分まだら模様に好転する企業も見られてくると思うが、そうした動きが明確化するまでは、金融市場の底打ちは難しい。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営企画担当）	・受注の見込みがない。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・政権交代時は多少の希望的観測もあったが、実運用面では大いなる不満がある。総じて変わらない。
	やや悪くなる	出版業（営業担当）	・1～3月の売上予定も低迷しており、また、12月に返品している本の返品増が予想されるため、やや悪くなる。
		通信業（営業担当）	・新政権の景気対策、次年度予算等が不透明である。
	悪くなる	出版業（経営者）	・明るい材料が無い。とりわけ中小企業は悲惨である。
		印刷業・製本業（営業担当）	・年度末を控えているが、周りの情報や市場の動きを見るとあまり期待できない。ただし、新政権の対策次第で大きく変わる可能性もある。
		建設業（経営者）	・現在の政府の方針からして、建設業は工事が無くなり先細りすることが目に見えている。
		建設業（営業担当）	・地方経済は公共事業に依存する体質から脱却しておらず、地方の活性化や内需拡大の政策的な後押しが必要であるが、現政権による前予算の一部執行停止など、公共事業の削減によって、一段と苦しくなっている。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	・日本経済が悪化し続けているうえ、年末年始商戦もボーナスの減額で苦戦が予想される。
		卸売業〔建築材料、鉱物・金属材料等〕（従業員）	・景気の悪化で設備投資が減少している。公共工事も減少している。
		卸売業〔機械器具〕（従業員）	・公共事業の来年度予算の見通しが不透明で予測が立たない。なおかつ、公共事業削減の政府方針は確定している。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・同業者と、経費節減も限界に来ているので次はリストだと話し合っている。
		経営コンサルタント	・商品が全般的に値下がりし、消費されているようだが、今後は余ってきて在庫を抱える会社が増加し、より一層デフレスパイラルに巻き込まれそうである。

(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	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		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	