

中央区内景气动向调查

平成20年12月调查结果

平成21年1月9日

中央区

総 括

平成 20 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 20.3 と、前回調査から 1.2 ポイント低下し、引き続き調査開始以来の低水準を更新した。景気の先行き判断 D I は合計で 25.0 と前回調査から 1.0 ポイント低下し、こちらも引き続き調査開始以来の低水準を更新した。

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
	8月	10月	12月	
合計				
現状判断 D I	31.3	21.5	20.3	(-1.2)
先行き判断 D I	37.0	26.0	25.0	(-1.0)

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 12 月調査の調査票発送は 12 月 8 日（月）、回答期限は 12 月 16 日（火）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 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20.3と、前回調査から1.2ポイント低下し、引き続き調査開始以来の低水準を更新した。分野別にみると、家計動向関連DIは1.0ポイント、企業動向関連DIは1.0ポイントといずれも低下している。構成比では、「やや悪くなっている」と回答する人の割合が43.8%と最も高くなっているほか、「悪くなっている」と回答する人の割合も前回調査から3.6%上昇し、39.6%となった。

図表1-1 各分野における景気の現状判断DIの推移表

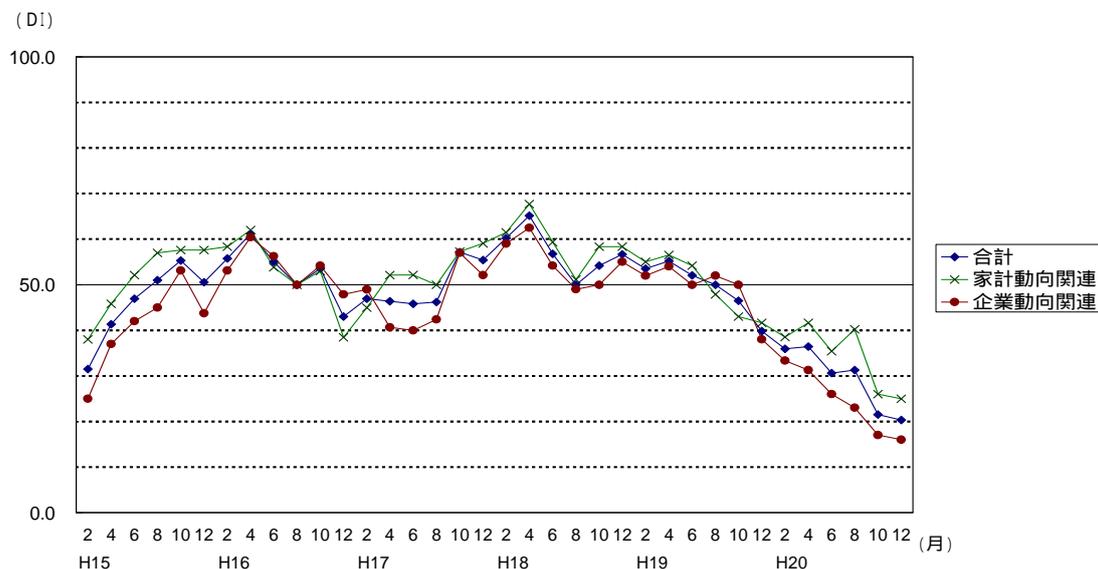
(DI)	平成20年				(変化幅)
	8月	10月	12月		
合計	31.3	21.5	20.3		(-1.2)
家計動向関連	40.2	26.0	25.0		(-1.0)
小売関連	34.1	25.0	28.6		(3.6)
飲食関連	-	-	-		(-)
サービス関連	46.4	28.6	28.6		(0.0)
住宅関連	-	-	-		(-)
企業動向関連	23.0	17.0	16.0		(-1.0)
製造業	17.9	14.3	14.3		(0.0)
非製造業	25.0	18.1	16.7		(-1.4)

(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	8	6.3%	0.0%	27.1%	45.8%	20.8%
	10	0.0%	0.0%	22.0%	42.0%	36.0%
	12	0.0%	4.2%	12.5%	43.8%	39.6%
(変化幅)		(0.0)	(4.2)	(-9.5)	(1.8)	(3.6)

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25.0と前回調査から1.0ポイント低下し、引き続き調査開始以来の低水準を更新した。分野別にみると、家計動向関連DIは1.4ポイント低下し、企業動向関連DIは横ばいとなっている。構成比では、「悪くなる」と回答する人の割合が前回調査から1.6%上昇し、39.6%と最も高くなっている。

図表2-1 各分野における景気の先行き判断DIの推移表

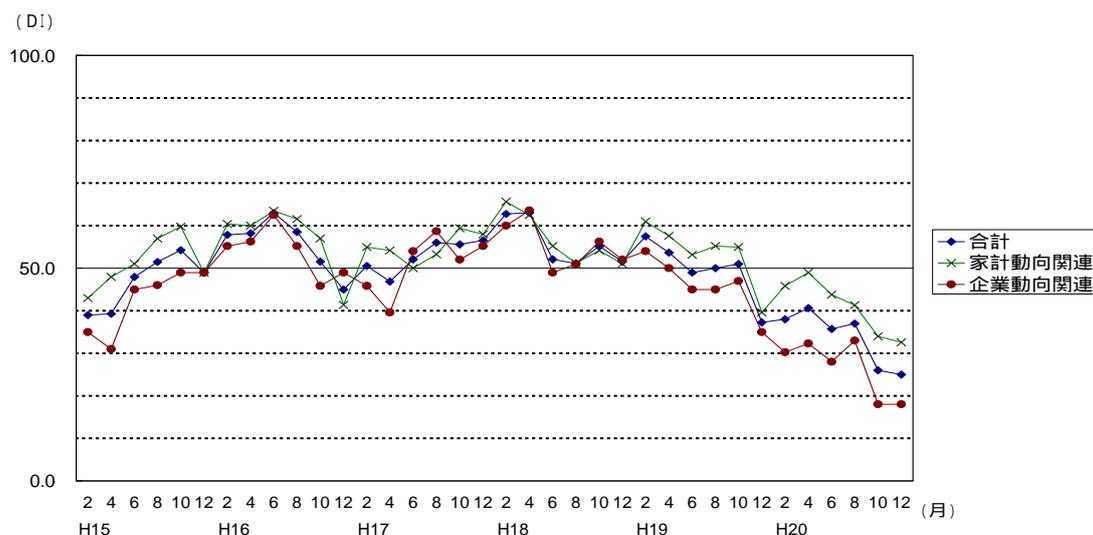
(DI)	平成20年			
	8月	10月	12月	(変化幅)
合計	37.0	26.0	25.0	(-1.0)
家計動向関連	41.3	34.0	32.6	(-1.4)
小売関連	38.6	28.8	25.0	(-3.8)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	42.9	35.7	39.3	(3.6)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	33.0	18.0	18.0	(0.0)
製造業	25.0	14.3	7.1	(-7.2)
非製造業	36.1	19.4	22.2	(2.8)

(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	8	2.1%	12.5%	33.3%	35.4%	16.7%
	10	0.0%	10.0%	22.0%	30.0%	38.0%
	12	2.1%	4.2%	25.0%	29.2%	39.6%
(変化幅)		(2.1)	(-5.8)	(3.0)	(-0.8)	(1.6)

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

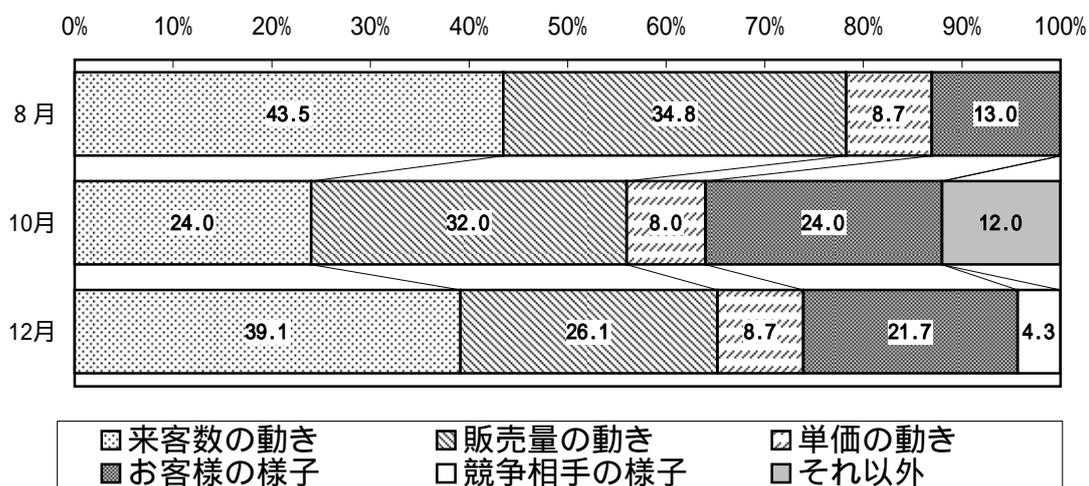
(D I)	平成20年		
	8月	10月	12月
合計	27.1	23.0	15.1
家計動向関連	34.8	30.0	18.5
小売関連	29.5	34.6	15.9
飲食関連	-	-	-
サービス関連	39.3	28.6	25.0
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	20.0	16.0	12.0
製造業	17.9	10.7	7.1
非製造業	20.8	18.1	13.9

（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。

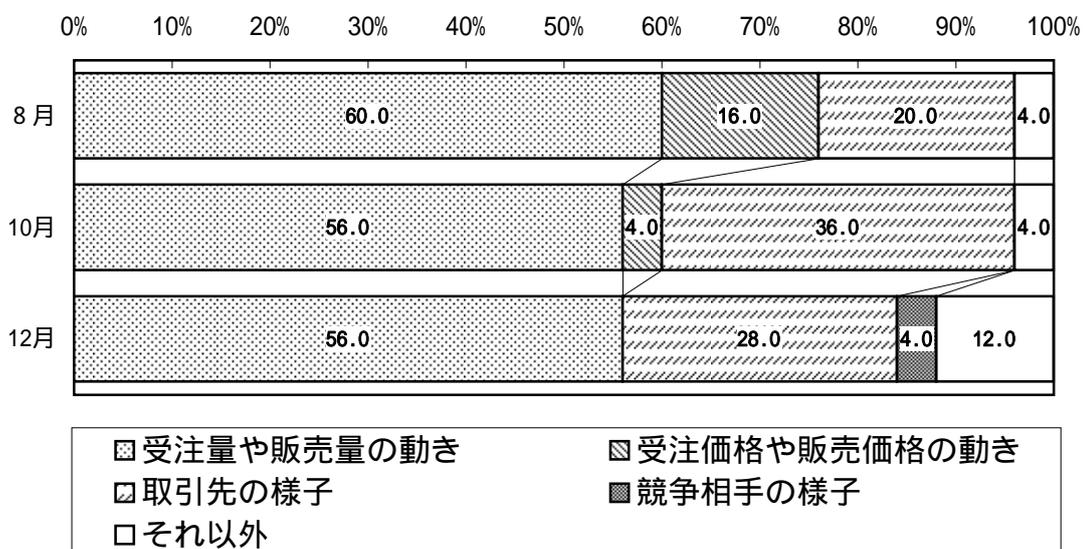
（注）景気の現状をとらえるには、景気の方角性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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	スーパー(店長)	来客数の動き	・景気が悪くなっているため、外食の回数が減り、そう菜を利用した家庭での内食が増えている。
	変わらない	コンビニ(店長)	来客数の動き	・来客数、単価は変わらない。
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・年末商戦の時季ではあるが、主力商品の販売数の伸びが良くない。
	やや悪くなっている	一般小売店[靴](営業担当)	来客数の動き	・来客数が減ってきている。特に夕方7時以降の来客数が減っている。来店した客の買上率は悪くはない。
		百貨店(総務担当)	販売量の動き	・物価の上昇や景気の先行き不安等、消費マインドの減退が進んでいる。衣料品や宝飾品等、主力商品の売上に厳しい状況が続いている。
		百貨店(売場主任)	販売量の動き	・買上単価以上に買上点数が減少している。
		衣料品専門店(店長)	お客様の様子	・9月とは来店する客層が違うが、セール待ちの下見客が目立つ。キャリアミセスの購入までの決断は相変わらず早い、主婦とOLは今までよりも慎重になっている。平日の通行客が減っている。
		高級レストラン(スタッフ)	来客数の動き	・予約状況、フリーの来客数等が伸び悩んでいる。
		高級レストラン(経営者)	お客様の様子	・高額商品による接待や大人数での宴会は本年秋口より減少している。企業の人員調整等が影響し、一般的にも買い控えの傾向が強くなっている。
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・周りの景気が悪すぎるので来客数が2割くらい減っている。また、忘年会の予約も減っている。
		都市型ホテル(広報担当)	来客数の動き	・世界に広がった金融危機の影響により、出張規制等で海外からの客が減少し、外国人の宿泊者数が減少している。
		都市型ホテル(経営者)	来客数の動き	・景気全体に閉そく感があり、将来に対しても不安感があることから、積極的には動けない。
		旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・例年に比べ、年末年始の旅行申込が少ない。また、旅行単価も下がっている。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・客の景気は悪く、倒産した会社もあるようである。事業縮小で移転し、電話回線も減らす客が多いように感じる。電話機等の販売数は減少している。
悪くなっている	百貨店(販売促進担当)	競争相手の様子	・改装効果で来客数は前年を大きく超えているが、売上は前年維持が精一杯の状況である。買上率、客単価共に厳しい。	
	コンビニ(経営者)	単価の動き	・客は以前よりも一層買い控えをしている。来客数は変化なしだが、客単価が1割下がっている。	
	衣料品専門店(店長)	販売量の動き	・客の財布のひもが固くなっている。まとめ買いが極端に減っている。	
	その他レジャー施設(経営者)	来客数の動き	・11月に入ってから来客数が減りだし、12月に入っからは週に2日ほどの来客しかない。	
企業 動向 関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	輸送業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・年末を迎え、多少受注量が増加したこと、及び、燃料価格が下がったことでやや良くなったと思えるが、季節的要因が大きいので安心はできない。
	変わらない	卸売業[機械器具](営業担当)	受注量や販売量の動き	・10~12月の景気は悪くはないが、落ち着いている時期である。
	やや悪くなっている	出版業(営業担当)	それ以外	・ボーナス大幅減額、派遣切り、経費大幅カット、取引先、特に零細企業に対する値引き等、明るい材料が全くない。消費者にも金銭的余裕がないため、本の購入は真っ先に控えてしまう。出版不況はますます悪い状態になっていく。
		印刷業・製本業(経営者)	受注量や販売量の動き	・内製化が更に進み、外注が減っている。

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
		印刷業・製本業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・9月以降受注量が減少傾向のまま緩やかに下降し続けており、物件の少なさと価格競争も今後厳しくなる。さらに取引先の減少や、原価の高騰で全く先が見えない状況が続いている。
		輸送業(従業員)	受注量や販売量の動き	・ハイヤー、タクシーの受注量が前年比で落ちている。特にタクシーの受注量が減少している。
		金融業[証券] (営業担当)	取引先の様子	・足元の企業業績推移を見ると、予算を充足できる企業はごくまれであり、大部分が下方かい離を呈している。中には好調な業態もあるが、これも消費が上向いている訳ではなく、むしろ節約により低価格のブランドにシフトしているということである。
	悪くなっている	新聞業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・ガソリン価格は戻りつつあるが、一般消費は更に悪化しつつある。流れは全く反発せず、回復の兆しも見えない。
		出版業(経営者)	取引先の様子	・メディアまでが不況をうたっているが、冷静に今後の方向を考えることを提唱すべきである。
		建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・個人の注文住宅、特に鉄筋コンクリート造、鉄骨構造で建てる人がいなくなっている。
		通信業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・提案商品の買い控え、取消しが増えている。
		通信業(営業担当)	取引先の様子	・特に金融証券系のコスト削減の施策は、切迫感がある。
		卸売業[繊維・衣服等](営業担当)	受注量や販売量の動き	・11月から販売量が大きく減少している。
		卸売業[機械器具](経営者)	取引先の様子	・取引先各社とも光が見えないと話している。
経営コンサルタント	取引先の様子	・特別融資の申込が殺到している。年越しできない会社が多いのではないかと懸念している。		
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	・定例的な業務は減少しており、新規の仕事はスポット的なものが多くなっている。		

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	高級レストラン(経営者)	・マスコミの報道に一般の人々は影響を受け、その結果、さらに買い控え等が広がり、景気後退のスパイラルが起こる。しかし、現状が最悪とみれば、今後は良くなる。
	変わらない	百貨店(売場主任)	・顧客の購買動向はもちろん、生産側についても供給が縮小しているため、大きな景気の動きが予想できない。
		百貨店(総務担当)	・国内の経済環境を見たとき、消費マインドの回復にはまだ期待できない。
		スーパー(店長)	・内食の傾向は強まると思うが、今後の失業率の悪化が心配である。
		コンビニ(店長)	・景気の先行きは不安な状態が続くが、高額な物でない限り、消費は変わらない。
		高級レストラン(スタッフ)	・世間の不景気で、客のお金の使い方が厳しい状況は変わらない。
		一般レストラン(経営者)	・客の動き、最近の販売額、ライバル、他業種の様子を見てみると、2~3か月後もあまり変化はない。
		都市型ホテル(広報担当)	・すぐに金融危機回復とはならないが、これ以上悪くならない。
		旅行代理店(営業担当)	・燃油サーチャージが下がる傾向にあるのは良い要素だが、すぐには客の動きに反映されない。
		通信会社(営業担当)	・日本経済自体の底上げがないと、現状維持が精一杯である。
	やや悪くなる	一般小売店[靴](営業担当)	・来客数の減少は、無駄な買物をしないための防衛手段の1つとして買物に行かないことに結び付いている。夕方7時以降が厳しいのも、家庭での食事が多くなり外食が減っているのが要因の1つである。
		百貨店(販売促進担当)	・多くの業界の業績の下方修正と大規模な人員削減が報道され、社会的不安も募り、政治も不安定である。家庭の収入が増える可能性は低く、消費は少なくなっていく。
		衣料品専門店(店長)	・明るい話題が全くない。予算以上の商品投入で大量に商品があるため、3か月後もセールの最終処分をしていることが予想される。
		一般レストラン(経営者)	・この状況が続く限り、良くならない。
		都市型ホテル(経営者)	・年が明けると各社が決算期を迎える。業績を少しでも良く見せるために極力無駄を省く傾向があり、気分的にも余裕が見られない。
		通信会社(営業担当)	・株価、外貨低迷のあおりを受け、個人資産が目減りしている状況である。今後の政治、経済がどうなるのか先が見えず、今後も景気は低迷する。
		悪くなる	一般小売店[和菓子](経営者)
	百貨店(営業推進担当)		・低単価傾向は今後更に強まる。また、無駄な出費は抑えることを考えると、バーゲン時期には更に厳しさが増す。
コンビニ(経営者)	・不況になるとますます貯蓄に回し、客は消費しない。		
その他レジャー施設(経営者)	・今でも最低である。これ以上悪くなると、後は廃業あるのみである。		
設計事務所(所長)	・景気の後退は目に見えてははっきりと実感している。		
企業 動向 関連	良くなる	卸売業[機械器具](営業担当)	・1~3月の年度末に向けて、受注量は増えていく。
	やや良くなる	-	-
	変わらない	輸送業(従業員)	・現在の状況は2~3か月後も続く。
		卸売業[飲食料品(鮮魚)](経営者)	・世間は悪くなっているが、場外市場はバブル状態の客足でにぎわっている。ただし、見物客が多く、購入する客は少ない。
	やや悪くなる	卸売業[機械器具](従業員)	・公共事業の発注のピークは過ぎ、年度末に向けて動向は変わらない。まだまだ競争は激しく、利益の苦戦は続く。
		新聞業(営業担当)	・底打ちには程遠い実態である。人員カットが大きく報道されているが、期末に向かって好転する材料も無く、不安である。

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
		出版業（営業担当）	・政治的にも経済的にもこれといった景気に対する特効薬があるとは思えない。まだ不景気の底には届いておらず、悪くなる。出版は、本の実売、広告収入共に不景気のあおりで回復の兆しはない。
		輸送業（営業担当）	・物流コストはやや下がってきているが、全体の物量は減少傾向にある。特にメーカーの生産調整の影響が今後は響く。
		通信業（営業担当）	・証券系の様子が良くないが、今後はそれが他業種にも広まっていく気配がある。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・自動車メーカーを中心とした派遣切りの状況は今後も広がるものと考えられ、完全失業率は更に高まる。金融市場についても、年末を控えたポジション減少や、為替のレバトリエーション（海外から自国への資本回帰）等から、例年であれば小康状態となり得る環境ではあるものの、米国ビッグ3への救済法案の廃案等から急激にドルの不安心理が高まる状況となっている。さらに、米国12月決算の内容が見えてくる1月後半以降には、再びボラティリティ（予想変動率）が高まる。また、国内の政局の不安定さも中期的なリスクである。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・3か月後には企業の第3四半期決算が出そろうと考えられるが、どんなに甘く考えても、良い数字が出てくとは思えない。取引先以外にもヒアリングしても、明るい話はほとんどない。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営企画担当）	・取引先が不要不急な投資を控えている。
	悪くなる	新聞業（経営者）	・日本経済全体が縮小の方向に向かっている。
	悪くなる	出版業（経営者）	・世界経済がドミノ倒しの状況なので、悪くなる。
	悪くなる	印刷業・製本業（営業担当）	・年度末に向けて上昇を期待しているが、現状の受注量を見るとかなり期待薄である。取引先が動きがないとこちらも物件が動かないため、我慢を強いられる状況が続く。
	悪くなる	印刷業・製本業（経営者）	・取引先より、更に値上げをされるとの打診が来ている。
	悪くなる	印刷業・製本業（総務担当）	・景気後退感が強い中での消費低迷により、悪くなる。
	悪くなる	建設業（営業担当）	・今まではマンション等の購買力で民間建築は持っていたが、銀行の不動産業界への貸し渋り等により倒産が相次ぎ、そのあおりを建築業がまともに受けている。公共事業の縮減と共に、ますます建設業は不況のどん底にはまっている。
	悪くなる	建設業（経営者）	・世界情勢、日本の経済を見れば良くなるわけがない。3～5年は我慢するのみである。銀行の考え方が変わらないと倒産はもっと増える。
	悪くなる	通信業（営業担当）	・アメリカ発の不景気、日本政府の対策共に先が見えない。
	悪くなる	卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	・景気悪化や大量の失業者が発生しかねず、日本全体は悪くなる。
	悪くなる	卸売業〔機械器具〕（経営者）	・取引先は皆、こんな急激な変化は初めてで、発注量は相当落ち込み、先の展望は全くないと言っている。
	悪くなる	経営コンサルタント	・出口の見えない不況が続く。一部の業種はまだ景気の良い話を聞くが、それも時間の問題である。

(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	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		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		