

中央区内景气动向调查

平成21年2月调查结果

平成21年3月16日

中央区

総 括

平成 21 年 2 月の動き

中央区内における 2 月の現状判断 D I は合計で 18.3 と、前回調査から 2.0 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。景気の先行き判断 D I は合計で 28.3 と前回調査から 3.3 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20年		平成21年		前回調査 からの変化
合計	10月	12月	2月		
現状判断 D I	21.5	20.3	18.3	(-2.0)	
先行き判断 D I	26.0	25.0	28.3	(3.3)	

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 2 月調査の調査票発送は 2 月 6 日（金）、回答期限は 2 月 16 日（月）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 45 名、有効回答率は 90.0%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18.3と、前回調査から2.0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6.0ポイント低下、企業動向関連DIは1.7ポイント上昇している。構成比では、「悪くなっている」と回答する人の割合が前回調査から4.8%上昇し、44.4%と最も高くなっており、次いで「やや悪くなっている」と回答する人の割合が40.0%となっている。

図表1-1 各分野における景気の現状判断DIの推移表

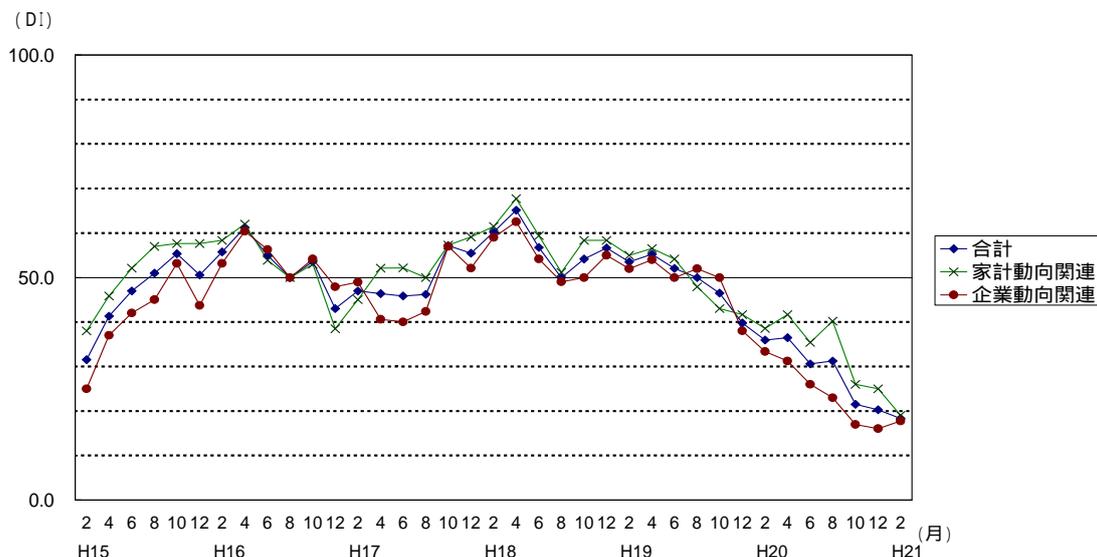
(DI)	平成20年		平成21年		(変化幅)
		10月	12月	2月	
合計		21.5	20.3	18.3	(-2.0)
家計動向関連		26.0	25.0	19.0	(-6.0)
小売関連		25.0	28.6	22.5	(-6.1)
飲食関連		-	-	-	(-)
サービス関連		28.6	28.6	16.7	(-11.9)
住宅関連		-	-	-	(-)
企業動向関連		17.0	16.0	17.7	(1.7)
製造業		14.3	14.3	16.7	(2.4)
非製造業		18.1	16.7	18.1	(1.4)

(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	10	0.0%	0.0%	22.0%	42.0%	36.0%
	12	0.0%	4.2%	12.5%	43.8%	39.6%
平成21年	2	0.0%	2.2%	13.3%	40.0%	44.4%
(変化幅)		(0.0)	(-2.0)	(0.8)	(-3.8)	(4.8)

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28.3と前回調査から3.3ポイント上昇している。分野別にみると、家計動向関連D Iは4.3ポイント、企業動向関連D Iは2.8ポイント上昇している。構成比では、「変わらない」と回答する人の割合が前回調査から12.8%上昇し、37.8%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D Iの推移表

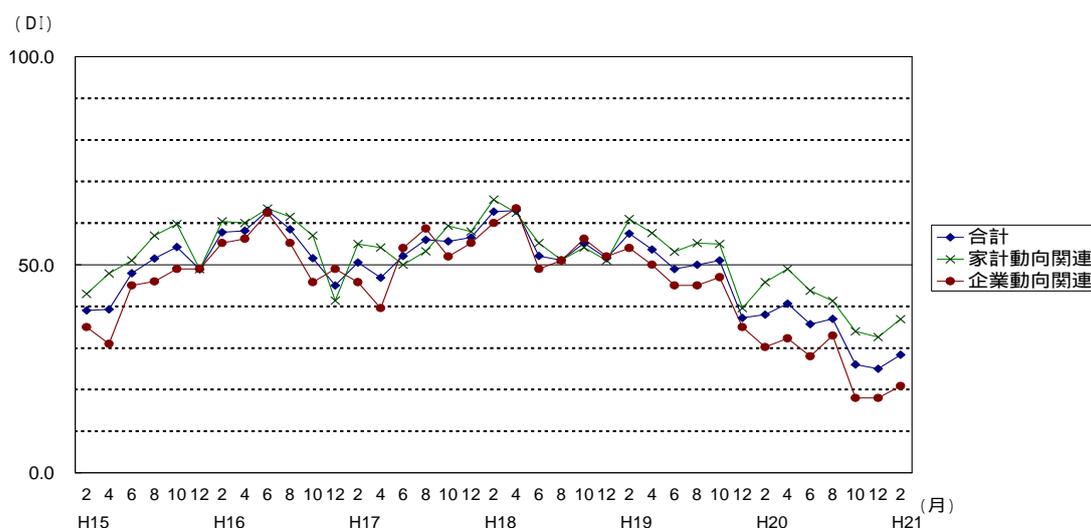
(D I)	平成20年		平成21年		(変化幅)
	10月	12月	2月		
合計	26.0	25.0	28.3		(3.3)
家計動向関連	34.0	32.6	36.9		(4.3)
小売関連	28.8	25.0	35.0		(10.0)
飲食関連	-	-	-		(-)
サービス関連	35.7	39.3	29.2		(-10.1)
住宅関連	-	-	-		(-)
企業動向関連	18.0	18.0	20.8		(2.8)
製造業	14.3	7.1	29.2		(22.1)
非製造業	19.4	22.2	18.1		(-4.1)

(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。

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
			なる		なる	
平成20年	10	0.0%	10.0%	22.0%	30.0%	38.0%
	12	2.1%	4.2%	25.0%	29.2%	39.6%
平成21年	2	0.0%	4.4%	37.8%	24.4%	33.3%
	(変化幅)	(-2.1)	(0.2)	(12.8)	(-4.8)	(-6.3)

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

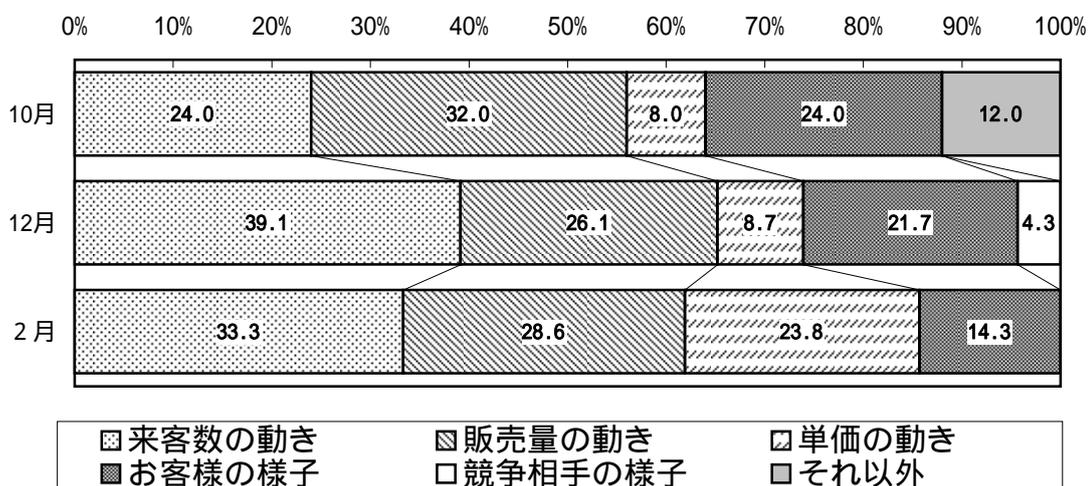
(D I)	平成20年		平成21年	
	10月	12月	12月	2月
合計	23.0	15.1		12.8
家計動向関連	30.0	18.5		13.1
小売関連	34.6	15.9		12.5
飲食関連	-	-		-
サービス関連	28.6	25.0		16.7
住宅関連	-	-		-
企業動向関連	16.0	12.0		12.5
製造業	10.7	7.1		8.3
非製造業	18.1	13.9		13.9

（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。

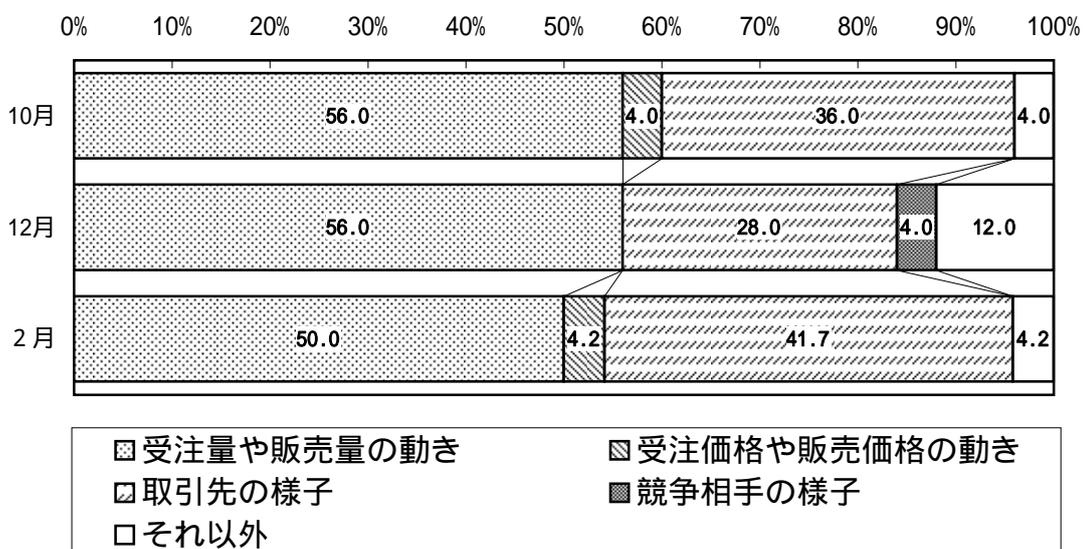
（注）景気の現状をとらえるには、景気の方加性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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(売場主任)	販売量の動き	・販売点数の減少に加え、買い控え等、顧客のムードも良くない。
		コンビニ(経営者)	単価の動き	・昨年の11月後半より一気に景気が悪くなったため、努力して何とか持ちこたえているが、単価が伸びない。
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・移転や入社、入学シーズンの前なので、目立った動きが見られない。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・景気が悪い影響で、客の購買意欲は相変わらず下降している。事業縮小のため、家賃の安い場所にするなどの動きが多々見受けられるが、移転して新規に電話機を購入する客もいるので、景気が悪いとはいえ、今は横ばい状態だと感じている。
	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	・客単価も低い、来客数も前年に比べ減ってきている。
		百貨店(総務担当)	販売量の動き	・食料品は活気を保ちつつも、他の商材については全般的に厳しい売上状況が続いている。
		スーパー(店長)	単価の動き	・暖冬の影響で衣料品、なべ材料が売れていないので単価が上がっていない。
		衣料品専門店 (店長)	単価の動き	・新しい季節商品は、まだセールではない分、手に取る客が少ない。何か欲しいという気持ちを冬物最終セールで満たしている客が圧倒的で、今後も着られる春物に関しては先送りの様子である。「式」の目的で商品を探していてもすぐに決断せず、他店と比較すると言って店を出てしまう状況である。
一般レストラン (経営者)		お客様の様子	・客のオーダーが普段より少なくなっている。特に、飲物の頼み方が少なく、ファミリー客などはソフトドリンクを飲まないで水にすることが多くなっている。	
悪く なっている	百貨店(営業推進担当)	単価の動き	・客はセール品でも衝動買いせず、今まで以上に慎重に商品を選ぶ傾向である。ヒット率はある程度維持していても、単価は上がらない。	
	百貨店(販売促進担当)	単価の動き	・クリアランスなどの秋冬物のセール時期であるが、まとめ買いが減り、単品買いが増えており、以前のようにたくさんのキャリーバッグを抱える人は確実に減っている。対照的に低価格路線のブランドのキャリーバッグは頻繁に見かけるようになっている。お金を掛ける場所とそうでない場所のすみ分けがより鮮明になってきている。	
	衣料品専門店 (店長)	販売量の動き	・来客数、単価共に減少傾向にあるが、販売点数の落ち込みが一番大きい。	
	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・前年に比べて宴会がかなり少ない。	
	高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・予約件数が減少しており、フリー客も全く見込めない状況である。予約客のみなので、客席の回転がない。競争相手の様子も同様である。	
	都市型ホテル (広報担当)	来客数の動き	・前年と比べ、宿泊における外国人比率及び客室単価、客室稼働率が低下している。料飲施設の来客数、客単価も上昇していない。	
	都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・前年比約20%の減少となっており、営業努力をしても追い付かない。	
	旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・販売高が前年同期比で落ち込んでいる。良くなる兆しも全く見えない。	
	その他レジャー施設(経営者)	来客数の動き	・当店の場合、高齢客が多いので、いつ自分もと、会社内における立場や経済の動きに非常に気を使っている。	
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	卸売業〔機械器具〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・2、3月は1年のうちで1番受注量が多い月なので、良くなっている。
	変わらない	印刷業・製本業（経営者）	受注量や販売量の動き	・同業他社の中には、受注が減少しているところが多くある。
	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	・昨年末もかなり厳しい状況ではあったが、今年も全く回復の兆しを感じられない。売上が上がらない分、経費の引き締め強化や業者への発注を抑えている。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べると、タクシー、ハイヤーの受注量は落ち込んできている。法人の契約もキャンセルが目立ってきている。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・荷主メーカーの生産調整等により、出荷量が減少している。
		金融業〔証券〕（営業担当）	取引先の様子	・企業の生産調整及び雇用調整の流れは、ほぼすべての業種に少なからず広がっている。昨今では、システム開発、人材派遣から、一般的にはディフェンシブと呼ばれる医薬や社会資本系にも見られるようになってきている。
		金融業〔証券〕（営業担当）	それ以外	・有効求人倍率が低下している。
	悪くなっている	新聞業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・底打ち、出口の見えない深刻な状況で、浮上のきっかけすら見当たらず、泥沼に入った感すらある。取引先からも明るい話題が聞こえてこない。
		出版業（経営者）	取引先の様子	・毎日の新聞の1面を見れば分かることだが、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	・取引先の動きが悪いので、連鎖して受注量や販売量の動きも鈍くなっている。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量や販売量の動き、受注価格や販売価格の動き、取引先の様子、競争相手の様子、すべてが悪い。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	取引先の様子	・各社とも売上が激減したと言い、先行きのことを心配している。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・物販を中心に、取引先は物が動かないと嘆いている。
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	・大型新規案件の受注がない。	

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	通信会社（営業担当）	・景気低迷のさなかだが、今は横ばい状態と見受けられるので、これからは少しずつ上向きになる。
	変わらない	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・リストラによって2、3か月後はある程度いろいろなことが整理されてくるのではないかと思うので、景気の下降も落ち着いてくる。
		百貨店（売場主任）	・客の購買の様子から見ても、2～3か月のスパンで回復するにはうかがえない。
		百貨店（総務担当）	・景気の後退は長期化、深刻化が懸念される。依然として消費マインドの回復に兆しを感じられない。
		百貨店（営業推進担当）	・節約志向が強まるなか、現状より改善する見込みは少ない。
		スーパー（店長）	・無駄な買物はしない、少しでも安いものを、との消費防衛意識は今後も続く。昨年的小麦の値上げによるパン食から米へという主食の変化も、少しでも家計を楽に、との傾向に見られる。
		高級レストラン（経営者）	・全国的な不況感が続き、法人、個人共に節約経済が続く。
		高級レストラン（スタッフ）	・世間での景気が悪くなる一方である。まだまだ影響がある。
		一般レストラン（経営者）	・大手企業の業績、消費者の購買意欲の悪さは今後も続く。
		一般レストラン（経営者）	・今の状態だと絶対に良くなるとは思わない。金融危機やその他の悪い報道が多すぎるので、一般の人はお金を使わなくなっていく。
		都市型ホテル（広報担当）	・これ以上悪くならないよう、現状を維持したい。
	通信会社（営業担当）	・現状が景気の底打ちだとしても、全体的な上昇をもたらすカンフル剤が見当たらない。	
	設計事務所（所長）	・経済成長率を見ると好転することはない。景気回復はまだまだ先のことである。	
	やや悪くなる	一般小売店〔靴〕（営業担当）	・客の購買意欲が低くなってきている。来客数も少なく、特に土、日は街を歩いている人も少なくなっている状況で、生活防衛意識が高まってきている。
百貨店（販売促進担当）		・雇用情勢に改善は見られず、景気対策も滞った状況が続いている。日本の誇るメーカーが総崩れになり、社会的不安は大きくなる。個人消費が伸びるような環境ではない。	
コンビニ（経営者）		・大企業のリストラ、派遣切りが更に進み、今以上に悪くなる。	
衣料品専門店（店長）		・すでにプロパー商品の買い控えが始まっている。2、3か月先ともなると、アパレルは春夏のピークであるが、ゴールデンウィークの出費などを考えると、衣類は後回しにされてしまうのでは、と考えている。	
悪くなる	都市型ホテル（経営者）	・景気対策も十分な手が打てず、リストラもまだまだ行われる。	
	旅行代理店（営業担当）	・これだけ全般的に景気が悪いと一層の買い控えが進むと思われる。	
	その他レジャー施設（経営者）	・今が最低であり、これより先良くなることは考えられない。最低のままいつまで持ちこたえられるかとの闘いである。	
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）	・年度末の需要が見込まれるので、今月よりは良くなるが、逆に年度末を過ぎた後が怖い。
	変わらない	印刷業・製本業（経営者）	・取引先も最低限の発注はしなければならないが、単価を下げるため、従来とは仕様を変えて発注してくる。
		輸送業（営業担当）	・メーカーの生産手控えの影響で、当分の間、荷動きは低調である。
	金融業〔証券〕（営業担当）	・現状より更に下押しの要因があるとすれば、金融資本の信用崩壊ということになるが、92年当時の金融不安に照らして、そうした動きは想定しにくい。しかしながら、政策的にせよ、自律的にせよ、景気回復のきっかけとなる事象は考えにくいことから、当面は現状で推移する。	

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〔機械器具〕 (従業員)	・公共事業は景気対策としての拡大を期待したいが、民間の設備投資の回復は当分難しい。
		その他サービス業〔情報サービス〕(経営企画担当)	・大手企業の決算が悪いため、投資関連の先送りに拍車が掛かる。
	やや悪くなる	新聞業(経営者)	・広告料収入が減少する。
		出版業(営業担当)	・コストダウンで発行部数を減らすため、より効率が悪くなり、採算ベースに乗る新刊が減ってくる。広告収入は今まで以上に厳しくなる。
		輸送業(従業員)	・良くなる材料がない。状況は更に厳しくなっていく。
		通信業(営業担当)	・取引先の状況による。
		金融業〔証券〕(営業担当)	・企業の第3四半期決算も予想通り悪い数字が並び、12月の機械受注も3か月連続のマイナスなど、先行指数を見る限り、数か月先に景気が上向く兆候が全くない。
		卸売業〔飲食料品(鮮魚)〕(経営者)	・世界的な大不況はしばらく続きそうである。
		卸売業〔機械器具〕(営業担当)	・新年度初めの4月からは受注量が減る。その後は徐々に良くなると思うが、一時的に動きの止まる時期である。
	悪くなる	新聞業(営業担当)	・受注がゼロの事業所もあり、期末の特別発注にも期待できない状況である。
		出版業(経営者)	・良い材料はなく、耐えるのみである。
		建設業(営業担当)	・不動産バブルが弾けて官から民へ移行した会社が痛手を受け、また官へ走っている状況の中で、公共事業の縮小、官製談合による影響での独占禁止法の拡大解釈による締付け等により、適正利益の確保がますますできなくなってきており、そろそろ限界に来ている。
		建設業(経営者)	・銀行の不動産、建設業に対する姿勢はより一層厳しさを増し、資金繰りがつかず、倒産するところが続出する。
		通信業(営業担当)	・世界的な経済状況の悪化の影響等で、先行きも悪くなる。
		卸売業〔繊維・衣服等〕(営業担当)	・各社決算を迎え、心理的にも悪くなる。雇用の問題も悪化する。
		卸売業〔建築材料、鉱物・金属材料等〕(従業員)	・景気悪化に伴うマンション等の販売不振により、不良在庫が拡大している。
		卸売業〔機械器具〕(経営者)	・客先で倒産、廃業等の会社が見られるようになってきている。
		経営コンサルタント	・今年の前半はまだまだ悪化する。サブプライムの残りが、アメリカを中心に海外から押し寄せてくる。

(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	