

中央区内景气动向调查

平成 22 年 8 月調査結果

平成 22 年 9 月 15 日

中央区

総 括

平成 22 年 8 月の動き

中央区内における 8 月の現状判断 D I は合計で 43.1 と、前回調査から 5.8 ポイント低下している。景気の先行き判断 D I は合計で 45.2 と前回調査から 3.2 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22年			前回調査 からの変化
	4月	6月	8月	
合計				
現状判断 D I	47.8	48.9	43.1	(-5.8)
先行き判断 D I	44.6	48.4	45.2	(-3.2)

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 22 年 8 月調査の調査票発送は 8 月 6 日（金）、回答期限は 8 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43.1と、前回調査から5.8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7.6ポイント低下し、企業動向関連DIも4.1ポイント低下している。構成比では、「やや良くなっている」と回答する人の割合が12.7ポイント減少し、「変わらない」と回答する人の割合が10.7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

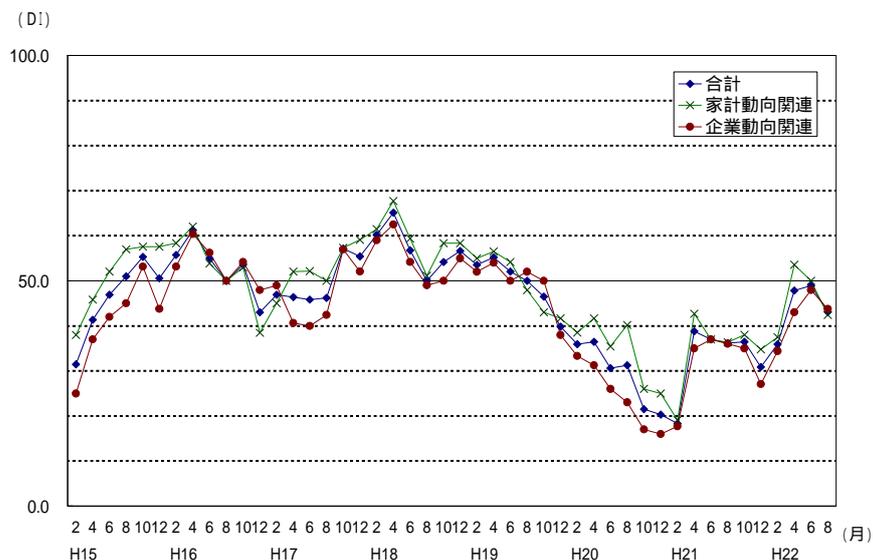
(DI)	平成22年			
	4月	6月	8月	(変化幅)
合計	47.8	48.9	43.1	(-5.8)
家計動向関連	53.6	50.0	42.4	(-7.6)
小売関連	50.0	50.0	43.2	(-6.8)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	54.2	50.0	42.9	(-7.1)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	43.0	47.9	43.8	(-4.1)
製造業	42.9	42.9	39.3	(-3.6)
非製造業	43.1	50.0	45.6	(-4.4)

(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22年	4	0.0%	23.9%	54.3%	10.9%	10.9%
	6	2.1%	19.1%	57.4%	14.9%	6.4%
	8	0.0%	6.4%	68.1%	17.0%	8.5%
(変化幅)		(-2.1)	(-12.7)	(10.7)	(2.1)	(2.1)

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45.2と前回調査から3.2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4.3ポイント低下し、企業動向関連DIも2.1ポイント低下している。構成比では、「やや良くなる」と回答する人の割合が14.9ポイント減少し、「変わらない」と回答する人の割合が12.8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

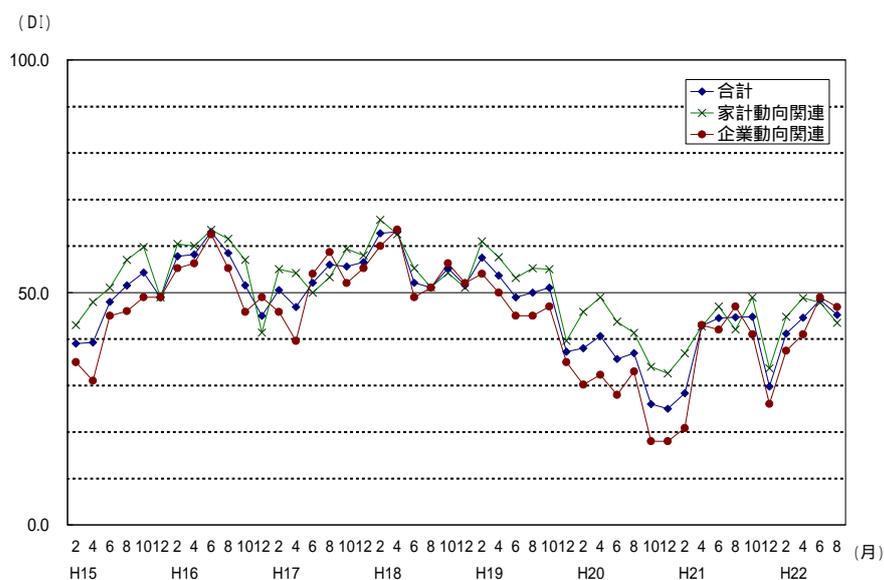
(DI)	平成22年			
	4月	6月	8月	(変化幅)
合計	44.6	48.4	45.2	(-3.2)
家計動向関連	48.8	47.8	43.5	(-4.3)
小売関連	45.0	47.7	43.2	(-4.5)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	45.8	53.6	35.7	(-17.9)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	41.0	49.0	46.9	(-2.1)
製造業	32.1	39.3	42.9	(3.6)
非製造業	44.4	52.9	48.5	(-4.4)

(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22年	4	0.0%	13.0%	65.2%	8.7%	13.0%
	6	0.0%	23.4%	53.2%	17.0%	6.4%
	8	2.1%	8.5%	66.0%	14.9%	8.5%
(変化幅)		(2.1)	(-14.9)	(12.8)	(-2.1)	(2.1)

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

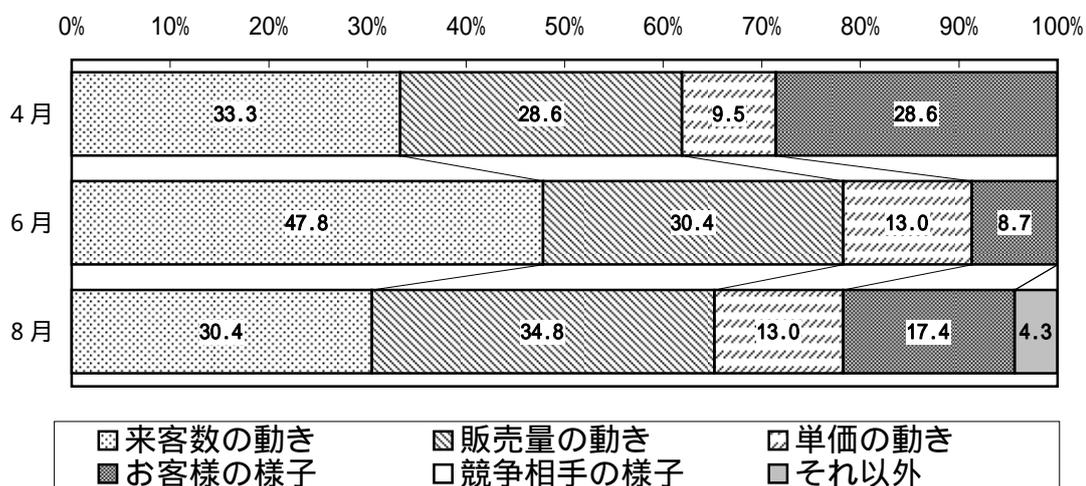
(D I)	平成22年		
	4月	6月	8月
合計	35.3	37.2	34.6
家計動向関連	40.5	42.4	34.8
小売関連	40.0	47.7	45.5
飲食関連	-	-	-
サービス関連	45.8	39.3	32.1
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	31.0	32.3	34.4
製造業	32.1	32.1	32.1
非製造業	30.6	32.4	35.3

(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。

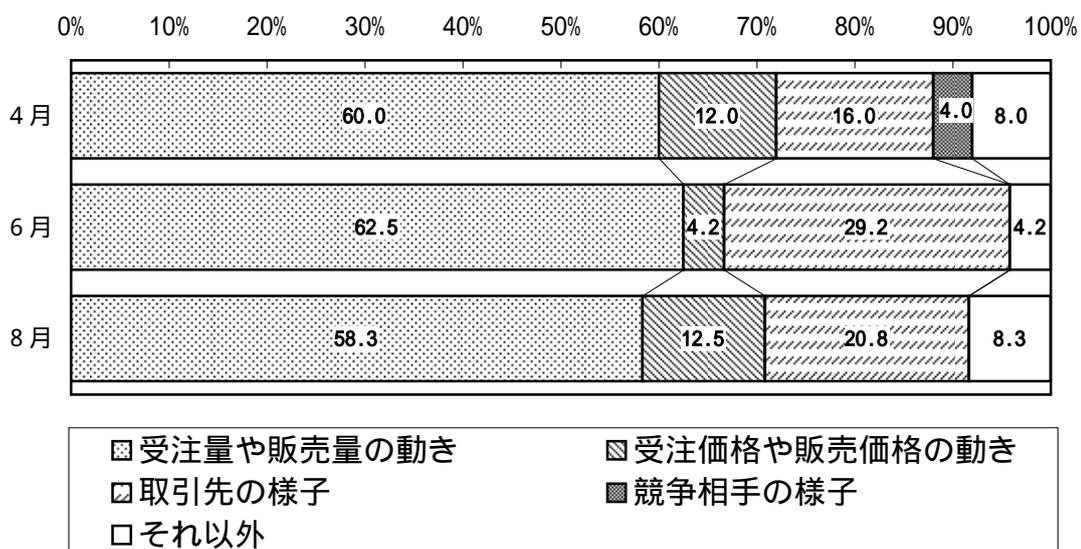
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方角性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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	通信会社(営業 担当)	販売量の動き	・春先から少しずつではあるが、販売数の伸びが見られるようになってきている。
	変わらない	一般小売店 [靴](営業担 当)	販売量の動き	・7、8月とセールを実施したこともあり、若干販売量が上回っている。また、セール品ではあるものの、例年に比べまとめ買いが増えている。
		百貨店(営業推 進担当)	単価の動き	・来客数はやや改善傾向にあるが、必要最小限の買物で、客単価は引き続き厳しい状況にある。
		百貨店(売場主 任)	お客様の様子	・猛暑の影響も大きいですが、夏のクリアランスセールが一段落した後の客の購買意識が引き続き弱い。
		百貨店(総務担 当)	販売量の動き	・好天に恵まれ主力のファッション商材の動きが良く、婦人洋品、子供服などの売上也改善してきている。
		百貨店(広報担 当)	来客数の動き	・来客数の推移は堅調だが、月によって単価の動きや高額品の販売動向のぶれが大きい。
		スーパー(店 長)	それ以外	・当店の状況は良いが、会社の数値はまだ厳しい。
		衣料品専門店 (店長)	単価の動き	・客は、一層シビアな目で商品価格を見て買物をしている。
		衣料品専門店 (店長)	お客様の様子	・改装セール中ということもあって来客は絶えないが、必要な物以外は買わない状態は続いている。何か買いたいという消費意欲はあるが大量の購入は控えている、という客が50代以上に多い。
		高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・夏期休暇が長期化している。また、超過勤務や休日出勤等の勤務制約を行う企業が増加しており、接待系飲食店に大きく影響している。
		一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・例年この時期は観光客がそれなりに来るが、客の食べる量や注文数が少なくなっているため売上が上がらない。
		都市型ホテル (広報担当)	単価の動き	・夏休みに入って客層がビジネス利用からレジャー目的のファミリーへと変わっているため、客室単価が若干下がっている。
		通信会社(営業 担当)	販売量の動き	・通信費の削減等、販売に結び付かない相談が多い。そのため本来の営業活動が減少し、売上も下がり気味である。
		やや悪く なっている	その他レジャー 施設(経営者)	来客数の動き
悪く なっている	コンビニ(経営 者)	販売量の動き	・来客数はやや減少しており、来店する客も必要な物以外は買い控えているようで、単価の安い物しか売れず、客単価も低い。暑くても飲料、酒がさっぱり売れない。お茶、コーヒー、紅茶等は家庭で作って手弁当と一緒に持参しているようである。	
	都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・最近、企業は経費削減ということで日帰りという条件を付け、宿泊しない。また、デフレ懸念が収まっておらず、宿泊料の低下も続いている。	
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	・この時期にしては、例年に比べ受注量が多い。
	変わらない	出版業(営業担 当)	受注量や販売量 の動き	・全体の景気が良くなると出版物に対する購買意欲はなかなか上昇しない。
		印刷業・製本業 (営業担当)	受注価格や販売 価格の動き	・例年この時期は受注量が比較的多くはないので、あまり危惧はしていないのだが、同業の一部には異常な投げ売りをし、無理して受注している所も見受けられる。
	輸送業(従業 員)	受注量や販売量 の動き	・タクシーの減車を各企業とも推し進めている。安全輸送が会社の最優先であるが、平均54歳という乗務員高齢化の問題もあり、若返り対策と上質な乗務員の確保に力を入れている。	

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
		金融業〔証券〕 (営業担当)	取引先の様子	・報道等では景気回復基調を示唆するものが散見されているものの、実際に地場企業に接すると、全くそうした兆候すら見られない先がほとんどである。猛暑によるクーラー等の家電や補助金の期限到来に掛かるエコカーの駆け込み需要など、一部に特殊な動きはあるが、システム開発、人材派遣等の受注は低迷が続き、一時は人気があった低価格のアパレル、外食等についても、収益の悪化が顕著となっている。
		卸売業〔建築材料、鉱物・金属材料等〕(従業員)	取引先の様子	・見積依頼数が少ない。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・売上高が上がらず、低い数字で安定している。先行きが不安なため、設備投資も控えている。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕(営業担当)	受注価格や販売価格の動き	・そこそこの受注はあるが、単価が下がっているため利益率が悪く、収支的には売上増、利益面では横ばい状況が続いている。
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	・全体的には横ばいだが、先が見えない状態が続いている。8月に入ってから既に夏休みのように、受注量が下降している。
		印刷業・製本業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・工場の稼働率が下がっている。また、外注費も減っており、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	・客先の従業員や売上高の減少が大きく影響している。
		その他サービス業〔情報処理サービス〕(管理担当)	受注量や販売量の動き	・季節的なものもあり、販売量がやや下がっている。
悪くなっている				

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	衣料品専門店(店長)	・近隣百貨店がリニューアルのため、集客が期待できる。	
		高級レストラン(スタッフ)	・10、11月の宴会予約が前年より増えている。	
	変わらない	一般小売店[靴](営業担当)	・セール期間でお買い得感もあり、多少ではあるが、財布のひもが緩くなっている。しかし、今後はプロパー(正規)販売であり、今までのような買い回りがあるかは不透明である。	
		百貨店(営業推進担当)	・客単価を改善できる即効性がある策が見当たらない。また、商品的にも低単価の品ぞろえのウエイトが高まりつつあるので、先行きは現状と変わらない。	
		百貨店(売場主任)	・9月の大型連休、国慶節における中国人需要などのオケージョンニーズはあるものの、継続的な景気伸長にはつながる様子がない。	
		百貨店(総務担当)	・景気の不透明感がぬぐえず、消費マインドの回復はまだ先である。	
		百貨店(営業推進担当)	・雇用、所得はいまだに不透明な状況にあり、客の慎重な購買態度はしばらく続く。	
		百貨店(広報担当)	・月によって単価の動きや高額品の販売動向に大きなぶれが生じているため、今後2、3か月で景況感が改善する予測は難しい。また、株安といった外部環境の悪化が続いたり、エコカー補助金の終了に伴って、顧客の消費心理に悪影響が及ぶ可能性がある。	
		衣料品専門店(店長)	・年末に向けて、生活や雇用への不安が、また買い控えとして消費行動に表れそうである。	
		高級レストラン(経営者)	・政治や経済の問題等、混とんとした社会にあって景気の先行きなど全く推測できない。安定した社会環境の下に経営を成長させたい。	
		一般レストラン(経営者)	・この景気では無理である。	
		一般レストラン(経営者)	・来客数、販売量などを考えると、2、3か月先の景気は良くなるとは全然思えない。	
		都市型ホテル(広報担当)	・ビジネスでの利用が増える時期を迎え、売上増への期待感がある。	
		旅行代理店(営業担当)	・現状は3か月前と比べても変わっていないため、先行きも変わらない。	
		通信会社(営業担当)	・全体的には景気の底上げが上手くいっていないため、すぐには回復が見込めない。	
		通信会社(営業担当)	・円高で客の業種によっては会社の業績が左右されるため、景気は現状維持である。	
		設計事務所(所長)	・良くなる材料も良くなる気配も全くない。	
		やや悪くなる	一般小売店[和菓子](経営者)	・法人需要がかなり落ちており、今後の景気は悪化する。
			スーパー(店長)	・10月に競合店が出店するため、やや悪くなる。
			競馬場(職員)	・前年度の発売実績と比較した際、大きく下回る日々が続いているため、やや悪くなる
			その他レジャー施設(経営者)	・テレビ、新聞、雑誌等マスコミが景気は良くなると毎日のように報じてくれれば別だが、今のままでは良くなるわけではない。
		悪くなる	コンビニ(経営者)	・ビジネス街で客が9月中旬まで交代で夏休みを取るため、響く。
		都市型ホテル(経営者)	・政局も安定せず、世界的に見て円高となり、一部企業のみが利益を上げている。	
企業 動向 関連	良くなる	卸売業[繊維・衣服等](営業担当)	・当社は今期60周年にあたり、10月に大きなイベントを予定しているため、例年に比べれば良くなる。	
	やや良くなる	卸売業[機械器具](営業担当)	・年末に向け、徐々に受注量は増える。	
	変わらない	新聞業(営業担当)	・全体に下げ止まっている感はあるが、まだ回復基調にあるとは言えない。	
		出版業(営業担当)	・良くなるきっかけが見当たらない。	

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
		印刷業・製本業（営業担当）	・ 全体的には下げ止まり、二番底を迎えたような印象がある。ただし、今後の見通しでは明るい材料が見当たらないので、上昇も望めない。
		印刷業・製本業（経営者）	・ これ以上下がらないで欲しい。
		印刷業・製本業（営業担当）	・ 今後2、3か月は、年度でいう半期を迎えて、ある程度の受注は見込める。しかし、同業の激しい値引きにより、例年の受注を受けられるか不安もある。
		輸送業（従業員）	・ 2、3か月先も現在の状況が続く。各社とも合理化を押し進めているが、効果はすぐには期待できない。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・ 回復のきっかけとなるイベントが無い。昨今の米国景気に掛かるネガティブイベントやこれに付随する円高の進行は、中期的に日本経済の回復阻害要因となる。さらに、中国における人件費上昇や不動産バブルの崩壊懸念といったものからも、ポジティブな展開の予想は困難である。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・ これまで景気を押し上げてきた海外経済の改善とエコ関連施策の力は、行き詰まっていく。ただし、子ども手当等の施策はそれなりのプラス効果を維持すると考えられ、差し引きゼロで変わらない。
		卸売業〔飲食料品（鮮魚）〕（経営者）	・ 業種によって違うが、当地の観光的海産物小売業は今がピークであるため、変わらない。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・ 現在が悪い状態であり、これを変える良い材料が見当たらない。
		卸売業〔機械器具〕（従業員）	・ 公共事業の発注は9月ごろから本格化するが、予算の厳しさは昨年と変わらず、競合との価格競争はますます激しくなる。
		経営コンサルタント	・ 中国を中心に外国人が訪れる企業は上向く傾向にあるが、一部にとどまり、おおむね変わらない。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・ 公共投資が低調で、失業率は高水準、経済対策等がせい弱である。
やや悪くなる		建設業（経営者）	・ 公共事業の発注が少なくなり、過当競争が激しくなる。民間は不透明である。
		その他サービス業〔情報処理サービス〕（管理担当）	・ 販売量は季節的なものもあり、やや下がっていく。
悪くなる		出版業（経営者）	・ 電車の中で座っている人々の表情が暗く、会話も全く無い。

(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	
飲食物品		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		