

中央区内景气动向调查

平成 22 年 10 月調査結果

平成 22 年 11 月 12 日

中央区

総 括

平成 22 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 44.3 と、前回調査から 1.2 ポイント上昇している。景気の先行き判断 D I は合計で 44.3 と前回調査から 0.9 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
合計	6月	8月	10月	からの変化
現状判断 D I	48.9	43.1	44.3	(1.2)
先行き判断 D I	48.4	45.2	44.3	(-0.9)

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 10 月調査の調査票発送は 10 月 7 日（木）、回答期限は 10 月 18 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 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44.3と、前回調査から1.2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6.5ポイント上昇し、企業動向関連DIは3.8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18.1ポイント減少し、「やや良くなっている」、「やや悪くなっている」と回答する人の割合がそれぞれ8.2ポイント、8.0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

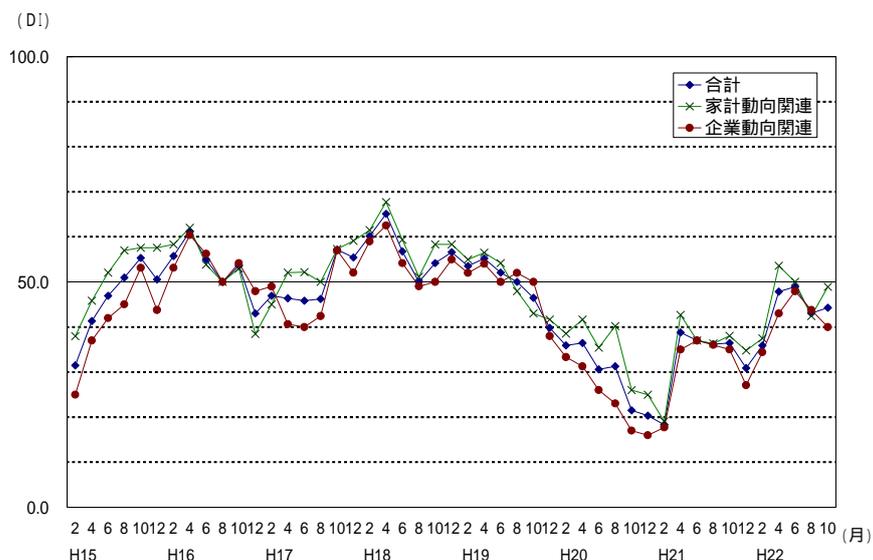
(DI)	平成22年			
	6月	8月	10月	(変化幅)
合計	48.9	43.1	44.3	(1.2)
家計動向関連	50.0	42.4	48.9	(6.5)
小売関連	50.0	43.2	47.7	(4.5)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	50.0	42.9	50.0	(7.1)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	47.9	43.8	40.0	(-3.8)
製造業	42.9	39.3	32.1	(-7.2)
非製造業	50.0	45.6	43.1	(-2.5)

(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	6	2.1%	19.1%	57.4%	14.9%	6.4%
	8	0.0%	6.4%	68.1%	17.0%	8.5%
	10	2.1%	14.6%	50.0%	25.0%	8.3%
(変化幅)		(2.1)	(8.2)	(-18.1)	(8.0)	(-0.2)

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44.3と前回調査から0.9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ポイント上昇し、企業動向関連DIは4.9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11.8ポイント減少し、「やや悪くなる」と回答する人の割合が10.1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

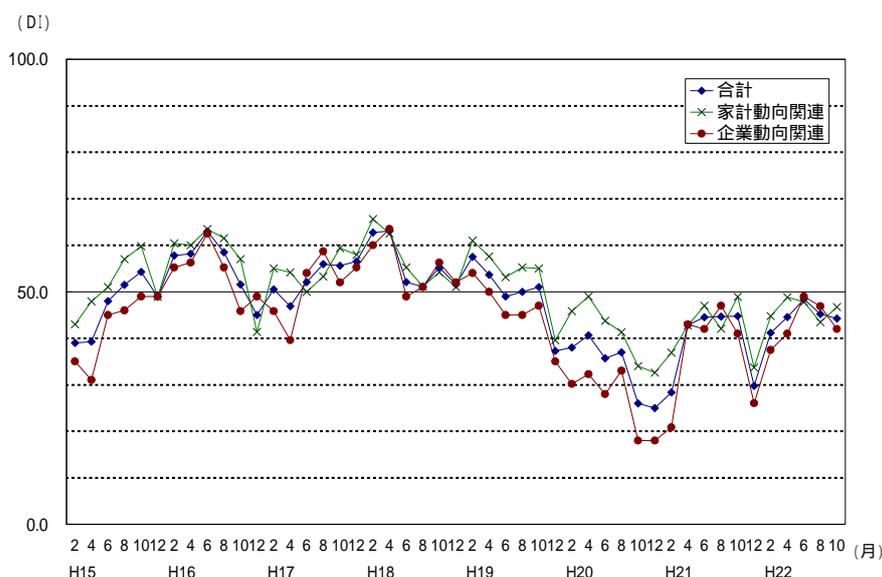
(DI)	平成22年			
	6月	8月	10月	(変化幅)
合計	48.4	45.2	44.3	(-0.9)
家計動向関連	47.8	43.5	46.7	(3.2)
小売関連	47.7	43.2	43.2	(0.0)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	53.6	35.7	50.0	(14.3)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	49.0	46.9	42.0	(-4.9)
製造業	39.3	42.9	35.7	(-7.2)
非製造業	52.9	48.5	44.4	(-4.1)

(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	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22年	6	0.0%	23.4%	53.2%	17.0%	6.4%
	8	2.1%	8.5%	66.0%	14.9%	8.5%
	10	0.0%	14.6%	54.2%	25.0%	6.3%
(変化幅)		(-2.1)	(6.1)	(-11.8)	(10.1)	(-2.2)

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

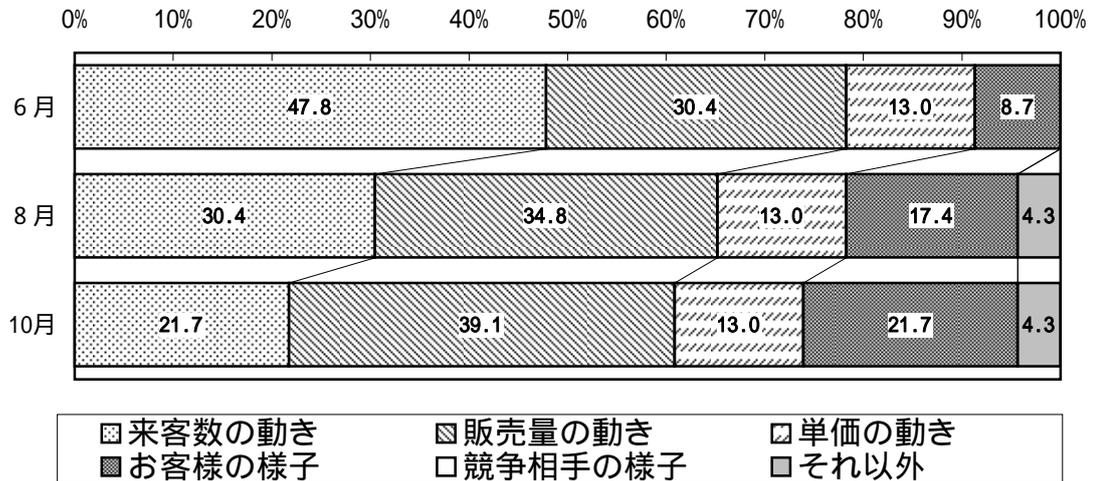
(D I)	平成22年		
	6月	8月	10月
合計	37.2	34.6	34.9
家計動向関連	42.4	34.8	44.6
小売関連	47.7	45.5	47.7
飲食関連	-	-	-
サービス関連	39.3	32.1	46.4
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	32.3	34.4	26.0
製造業	32.1	32.1	28.6
非製造業	32.4	35.3	25.0

（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。

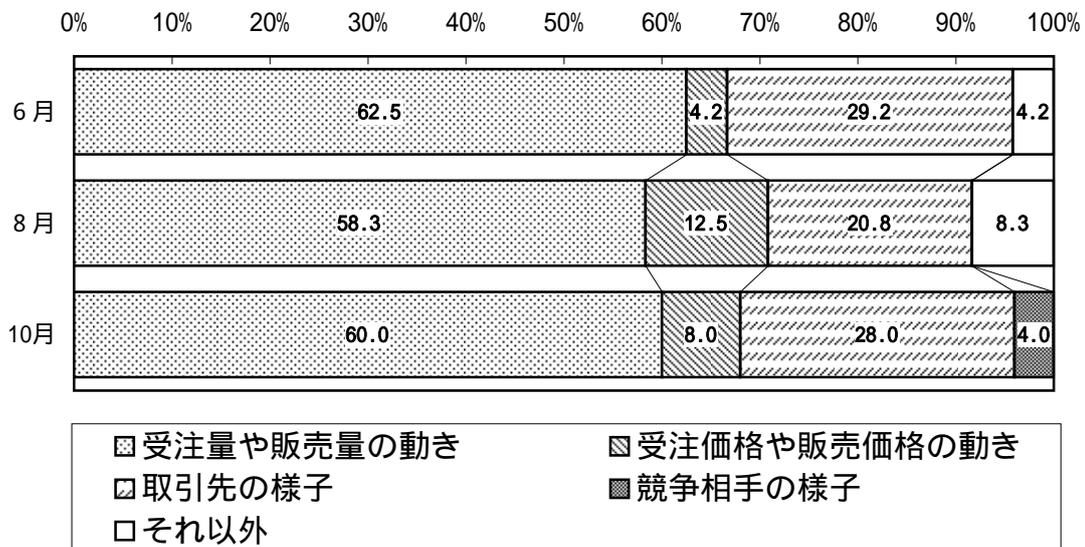
（注）景気の現状をとらえるには、景気の方方向性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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	百貨店(売場主 任)	お客様の様子	・百貨店の改装オープンやファストファッションブランドの新規出店等で、前年になく来街者が増え、買い回りをしている。
		旅行代理店(営 業担当)	来客数の動き	・10~11月にかけては団体旅行シーズンになるため、来客数が増えている。
		通信会社(営業 担当)	販売量の動き	・販売数、売上が少しずつ上向きになってきているように感じる。
	変わらない	百貨店(総務担 当)	販売量の動き	・天候不順、残暑の影響などもあり、多くの季節アイテムの出足が遅く、売上が伸び悩んでいる。
		衣料品専門店 (店長)	お客様の様子	・3か月前と違う場所で仮店舗営業中のため、比較するのは難しい。しかし、工事前の前店舗から近いことや、DMの効果で大きな割り込みはなく、マイナス10%程度で収まっている。オリジナル性の強い商品なので、わざわざインターネットで調べて来店する客もおり、そのような客の購入額は高い。
		高級レストラン (経営者)	単価の動き	・8月の不況感から抜け出せず、9月景気も好転しなかった。年末に向けてPR活動を展開し、客数増を目標としているが、単価を上げることが難しい。
		高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・単価は上がったたり下がったりと、特に景気について判断できるような傾向の特徴はない。来客数は以前と比べて、フリー客が減少しているが、宴会予約は増えている。その分、単価は下がっているのでプラスマイナスゼロである。
		一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・3回来るところを2回にする、ビール2杯のところを1杯にする、子どもにジュースを飲ませないなど、客の財布のひもが固くなっている。
		都市型ホテル (広報担当)	単価の動き	・宿泊稼働率については前年を上回っているが、平均客室単価は前年を下回っている。なかなか単価が上がらない状況が続いている。
		都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・消費マインドが相変わらず活発化しておらず、将来に対する漠然とした不安感がぬぐい切れていない。
		通信会社(営業 担当)	販売量の動き	・販売の主力商品の1つであるNGN(次世代ネットワーク)の売上が伸びていない。
	やや悪く なっている	衣料品専門店 (店長)	それ以外	・百貨店のリニューアルオープン景気で売上が伸びた店舗もあるが、それ以外の店舗は残暑で秋物の動きが鈍い。
		競馬場(職員)	販売量の動き	・夏ごろから、発売金額の落ち込みが顕著である。
その他レジャー 施設(経営者)		来客数の動き	・来客数はここ2、3か月変わらない。悪くなってそのまま続いている。	
悪く なっている				
企業 動向 関連	良く 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	・夏季は元々低調なため、昨年に比べれば良くなっている。
	やや良く なっている	通信業(営業担 当)	受注量や販売量 の動き	・検討のため先送りとなっていた案件で、受注につながるものが増えてきている。ただし、結果としてコスト削減につながるものが多い。
	変わらない	出版業(営業担 当)	受注量や販売量 の動き	・雑誌、書籍共に注文は増えてきているが、返品も相変わらず増えているので、変わらない。
		金融業[証券] (営業担当)	取引先の様子	・消費財関連の販売は依然として厳しい状況が続いているほか、昨今では一部生鮮食品の価格上昇もあって、小売関連は総じて停滞が続いているように見受けられる。自動車関連は9月に補助金の駆け込みがあったことから、数値的には幾分けたを覆っている部分もあるかと思うが、全体的な印象としては大きな変化は感じられない。
		金融業[証券] (営業担当)	受注量や販売量 の動き	・株式市場には活力が見られず、債券市場は急激な金利低下が短期間にあったため、売買が減少している。
	卸売業[機械器 具](経営者)	受注量や販売量 の動き	・製造業が良くなる要因がないので、今後も消耗品の量が増すとは思えない。	

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
		経営コンサルタント	取引先の様子	・円高が進み、輸入商品は安く購入できるようだが、若い人を中心にブランド品離れがあるようで、消費が思ったより上がっていないようである。
		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	・大きな得意先が昨年企業統合をし、さらに来年には事業再編を実施するとの発表があり、現行の受契業務に対する影響が懸念される。
		その他サービス業〔造園業〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が減少している。前年度に比べ、年度末に向かう時期にしては、当社への見積依頼も減少している。
	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	・夏休み以降、販売量が減少しており、底が見えない状態である。
		印刷業・製本業（経営者）	受注量や販売量の動き	・廃業や合併をする会社が多くなっている。合併はまだ良いが、廃業のあおりを食って受注減になっている。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・タクシー受注は前年比で減少している。普段はバス、電車の公共機関を利用し、天候不順の時はタクシーを利用していた客が、節約するようになってきている。
	悪くなっている	出版業（経営者）	取引先の様子	・先行きに明るさが望めないことから、すべての人々の表情が暗い。
その他サービス業〔管工事業〕（経営者）		競争相手の様子	・都では失格となる調査基準価格以下の低い金額でも、区では落札となるため、大変厳しい。	

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）	・年末に向かって景気も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）	・円高で、景気が良くなるようには思えない。気候も不安定で四季の移り変わりがはっきりしないため、客の気持ちも動かない。
		百貨店（営業推進担当）	・当地域への一時的な来街者増が原因で売上が改善してきているのか、長期的に見て改善されてきているのか、現段階では判断できない。
		百貨店（売場主任）	・年末に向けての各種オケージョンに対する反応はあるものの、大きく景気回復するまでには至らない。
		百貨店（総務担当）	・売上が若干回復したかと思うとすぐに伸び悩むなど、起伏があり不安定である。
		百貨店（営業推進担当）	・数か月先の景気も不透明な状況であり、個人消費も大幅な回復は見込みにくい。
		コンビニ（経営者）	・たばこ増税による値上げで、客は他の物も買い控えているため、消費が冷えている。
		衣料品専門店（店長）	・特に女性向けのトレンドがなく、この先半年くらいはまだ油断できない。
		高級レストラン（経営者）	・社会全体の不況から飲食業だけが回復するとは思えない。円高や株価による産業への影響は、料飲業界へも波及し続けている。
		高級レストラン（スタッフ）	・ここ数か月良くなったとも悪くなったとも思えないので、変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・他の業種から見ると、当業種はまだ恵まれているようで、今後も変わらずこのままである。
		一般レストラン（経営者）	・来客数及び販売量を考えると、将来的にも景気は良くなるとは思えない。
		都市型ホテル（広報担当）	・円高が続くと外国人の利用に影響が出てくる。今後、年末に向かって宴会、レストラン等での利用を見込みたい。
		都市型ホテル（経営者）	・政府が景気刺激策を多く打ち出したが、その効果が表れるにはタイムラグがある。また、報道等で円高に歯止めが掛からない等伝えられているため、景気に悪影響が出ている。
		旅行代理店（営業担当）	・急に変化があるとは思えない。
	通信会社（営業担当）	・社会情勢が現状維持で精一杯であるため、変わらない。	
	その他レジャー施設（経営者）	・いつもなら秋ごろからいくらか良くなってくるのだが、今年はそのような兆しが全然見えず、手ごたえも感じられない。	
	設計事務所（所長）	・政府の主導に期待をしたいが、良くなる材料が見当たらない。	
	やや悪くなる	百貨店（広報担当）	・株安、円高の進行による先行き不安がある。
スーパー（店長）		・売上が少しずつ下がっている。	
競馬場（職員）		・毎回成績が悪くなっていっているため、やや悪くなる。	
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）	・これ以上下がって欲しくない。また、年末に向けて年賀状、カレンダーの動きがあることを期待したい。
		通信業（営業担当）	・一時の停滞から少しずつ動きが出てきており、拡大が見込まれる。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・急激な為替の動きに落ち着きが出る可能性がある。
		卸売業〔飲食料品（鮮魚）〕（経営者）	・底を打っている気がするので、先行きはやや良くなる。
		卸売業〔機械器具〕（従業員）	・受注量がやっと上向きになっている。若干、景気が良くなる兆しが見えた感がある。
		卸売業〔機械器具〕（営業担当）	・年末に向けて、受注量が少しずつ増えてくる予定である。
	変わらない	出版業（営業担当）	・年末に向けて商品は増えてくるが、景気回復につながるかは不透明である。
		建設業（経営者）	・円高、株安により悪いまま推移する。政府の経済対策が何もなされない現状では先行きが非常に不安になるものの、このまま推移していく。

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
		輸送業（従業員）	・今後2～3か月は現在の状況が続く。良い材料は見当たらない。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・昨今の対ドルレートが80円台に絡んできたこともあり、為替に関連する売上を持つ企業は、もう一段の利益見直しを強いられる場面もあるかと考えられる。一方、対中国に掛かる「地勢学的」リスクについても、今後、より顕在化する。
		経営コンサルタント	・商業まつりなどのイベントの客足が例年より鈍いようである。年末に向けて各店舗などでもイベントが始まるが、円高の動向や外国人の購買動向でかなり変化しそうである。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・雇用情勢、各種の政策効果、得意先の状況等を考えても、周辺環境の厳しさは解消されておらず、先行きが不安である。
	やや悪くなる	印刷業・製本業（経営者）	・同業他社が低価格を打ち出してシェアの上昇を図ろうとしており、値段が維持できなくなる。
		印刷業・製本業（営業担当）	・ドル安がどこまで進むか、それに対して国内経済をどう拡げていくかによるため、全く予測が付かない。
		通信業（営業担当）	・円高、政府の経済政策が不透明のため、やや悪くなる。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・少しずつ売上が減少している。
		その他サービス業〔造園業〕（営業担当）	・建設業界のコスト管理がより厳しくなっているため、受注競争力がより激しくなる。
		その他サービス業〔管工事業〕（経営者）	・入札の最低価格をせめて都と同じにして欲しい。
	悪くなる	出版業（経営者）	・明るい材料、前途を見出せない。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	・円高で国内景気の低迷が進むため、内需も低調になる。

(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	
飲食品		1	
建築材料、鉱物・金属材料等		0	
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		4	
その他非製造業		0	
その他企業の動向を把握できる者		0	