

# 中央区内景气动向调查

平成 26 年 4 月調査結果

平成 26 年 5 月 19 日

中央区

## 総 括

### 平成 26 年 4 月の動き

中央区内における 4 月の現状判断 D I は合計で 48.0 と、前回調査から 3.0 ポイント低下している。景気の先行き判断 D I は合計で 51.0 と前回調査から 7.2 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25年	平成26年		前回調査
合計	12月	2月	4月	からの変化
現状判断 D I	56.8	51.0	48.0	( -3.0 )
先行き判断 D I	56.3	43.8	51.0	( 7.2 )

## 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 26 年 4 月調査の調査票発送は 4 月 8 日（火）、回答期限は 4 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 50 名、有効回答率は 100.0%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48.0と、前回調査から3.0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54.0と、前回調査から5.0ポイント上昇し、企業動向関連DIは42.0と、前回調査から11.1ポイント低下している。構成比では、「変わらない」と回答した人の割合が20.0ポイント減少し、「やや悪くなっている」と回答した人の割合が17.4ポイント増加した。

図表1-1 各分野における景気の現状判断DIの推移表

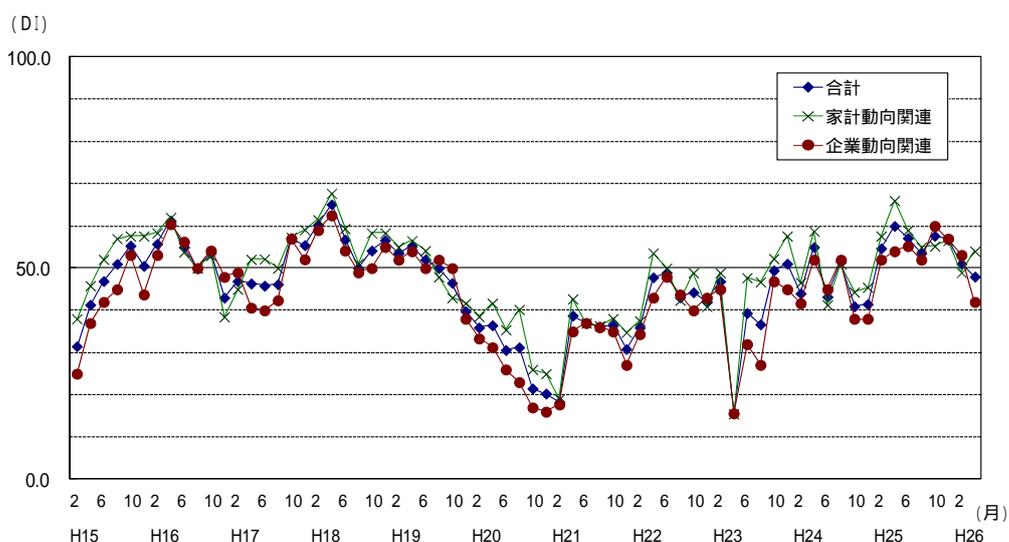
(DI)	平成25年		平成26年		(変化幅)
		12月	2月	4月	
合計		56.8	51.0	48.0	(-3.0)
家計動向関連		56.5	49.0	54.0	(5.0)
小売関連		45.5	41.7	44.2	(2.5)
飲食関連		-	-	-	(-)
サービス関連		67.9	67.9	60.7	(-7.2)
住宅関連		-	-	-	(-)
企業動向関連		57.0	53.1	42.0	(-11.1)
製造業		53.6	54.2	42.9	(-11.3)
非製造業		58.3	52.8	41.7	(-11.1)

(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25年	12	4.2%	41.7%	33.3%	18.8%	2.1%
平成26年	2	2.1%	27.1%	50.0%	14.6%	6.3%
	4	4.0%	28.0%	30.0%	32.0%	6.0%
(変化幅)		(1.9)	(0.9)	(-20.0)	(17.4)	(-0.3)

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51.0と、前回調査から7.2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57.0と、前回調査から15.3ポイント上昇し、企業動向関連D Iは45.0と、前回調査から0.8ポイント低下している。構成比では、「悪くなる」と回答した人の割合が8.3ポイント減少し、「やや良くなる」と回答した人の割合が5.1ポイント増加した。

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

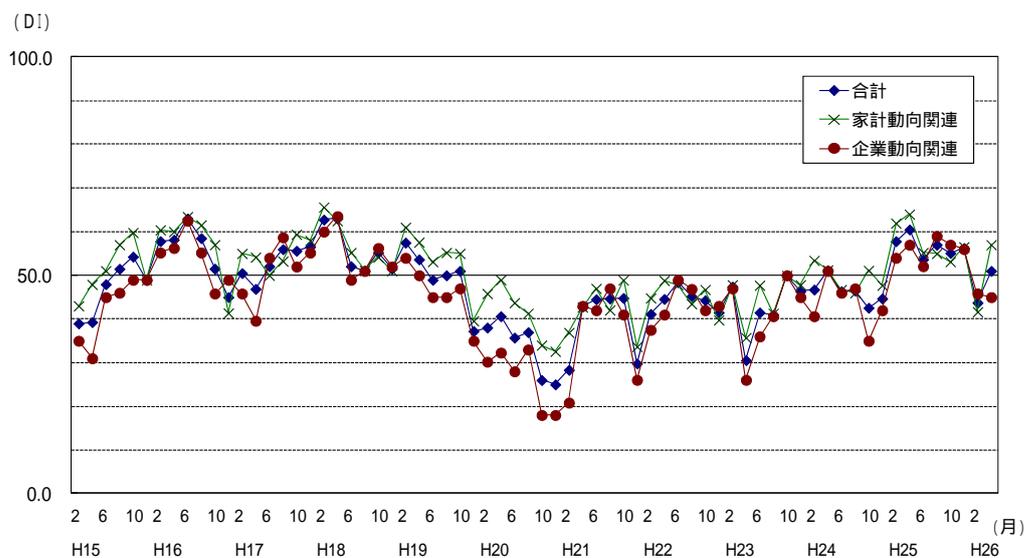
(D I)	平成25年		平成26年		(変化幅)
		12月	2月	4月	
合計		56.3	43.8	51.0	(7.2)
家計動向関連		56.5	41.7	57.0	(15.3)
小売関連		50.0	25.0	55.8	(30.8)
飲食関連		-	-	-	(-)
サービス関連		64.3	57.1	60.7	(3.6)
住宅関連		-	-	-	(-)
企業動向関連		56.0	45.8	45.0	(-0.8)
製造業		57.1	50.0	35.7	(-14.3)
非製造業		55.6	44.4	48.6	(4.2)

(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25年	12	4.2%	43.8%	29.2%	18.8%	4.2%
平成26年	2	0.0%	22.9%	37.5%	31.3%	8.3%
	4	2.0%	28.0%	42.0%	28.0%	0.0%
(変化幅)		(2.0)	(5.1)	(4.5)	(-3.3)	(-8.3)

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

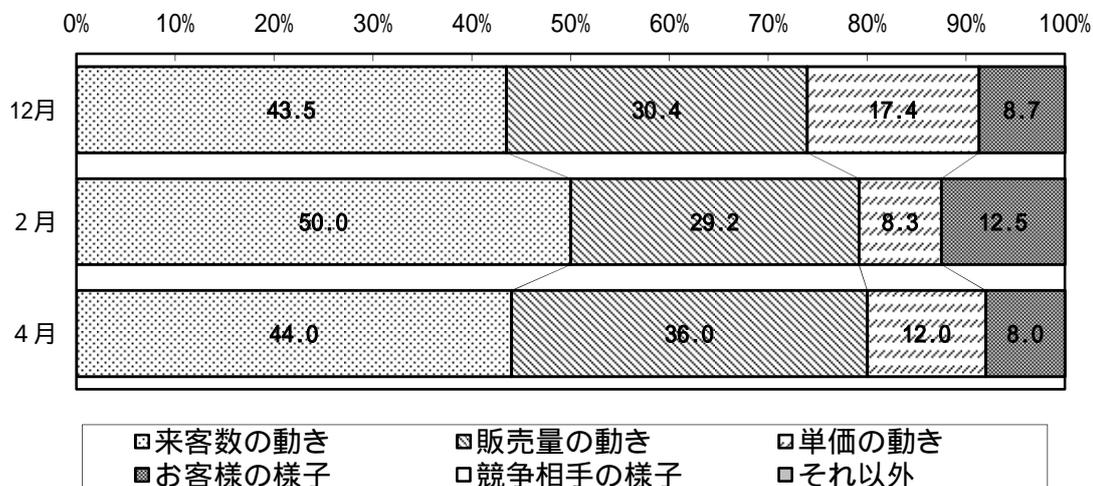
(D I)	平成25年	平成26年		
		12月	2月	4月
合計	52.6	53.6	45.0	
家計動向関連	53.3	52.1	49.0	
小売関連	43.2	47.9	36.5	
飲食関連	-	-	-	
サービス関連	60.7	64.3	64.3	
住宅関連	-	-	-	
企業動向関連	52.0	55.2	41.0	
製造業	46.4	62.5	42.9	
非製造業	54.2	52.8	40.3	

(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。

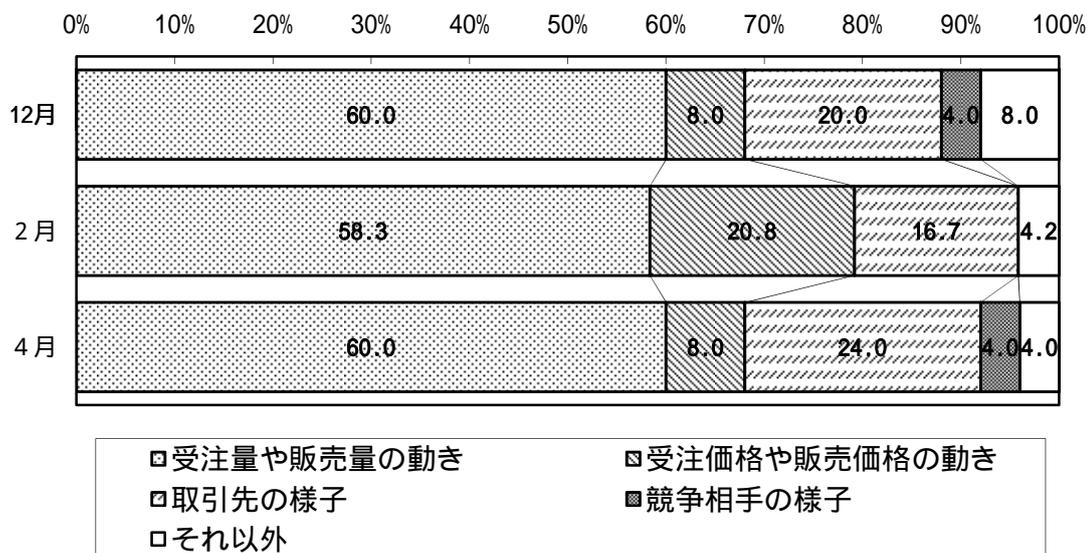
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方加性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

## 4 (1) 景気の状態に対する判断理由着目点

### 家計動向関連



### 企業動向関連



注) 本グラフは景気の状態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	百貨店(総務担当)	来客数の動き	・消費増税以降、一過性の落ち込みはあるものの、客の動きや買物のムードは悪くないので、回復は遠くないと考えている。
		都市型ホテル(広報担当)	来客数の動き	・宿泊の稼働が良く、来館数も増えており、客単価も上がっている。高額の商品が売れている。
	やや良く なっている	百貨店(業務推進担当)	来客数の動き	・3、4月は消費増税の影響を受けていたが、良い方に影響しており、来客数が伸びている。外国人の来店客も多い。
		百貨店(総務担当)	販売量の動き	・3月の売上は、景況感の回復や消費増税前の駆け込み需要もあり、前年比で大幅増である。4月以降は緩やかな推移となっている。
		高級レストラン(経営者)	来客数の動き	・歓送迎関連の予約が圧倒的に多い。例年であると4月は3月に比べて減少するが、今年は3月と同等の来客数がある。現状、消費増税の影響は受けていない。
		一般レストラン(経営者)	お客様の様子	・2月は2週続けての大雪で天候に泣かされ、客が全然来なかったため売上が悪かった。3月は春休みもあったので少しは良くなってきて、売上もそれなりに良かった。
		都市型ホテル(経営者)	単価の動き	・東京の宿泊業界は消費税の転嫁もスムーズにいき、なおかつ客単価が上昇している。
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・消費増税の影響はそこまでない。
	変わらない	衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・消費増税に伴い、来客数の減少を懸念したが、今のところはそれほど影響が感じられない。
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・移動の時期が過ぎたこともあり、少し販売量が落ち着いた様子である。今後の動向を見守りたい。
	やや悪く なっている	一般小売店[文具](販売担当)	来客数の動き	・3月末の消費増税前の駆け込み需要の反動で、来客数が減少している。
		一般小売店[和菓子](経営者)	販売量の動き	・客単価が下がっている。
		スーパー(店長代行)	販売量の動き	・消費税率が8%となり、増税前のまとめ買いによる反動で販売量が減少している。
		衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・今月は消費増税の影響があり、3か月前と比べ来客数の動きがやや悪くなっている傾向にある。前年同月比で10組マイナスの97%という状況である。
		旅行代理店(支店長)	来客数の動き	・4月に入ってから来客数が伸びていない。ゴールデンウィークの旅行申込がなかなか入って来ない。
		その他レジャー施設(経営者)	来客数の動き	・我々の商売はマスクミが消費税、消費税と騒げば騒ぐほど暇になる。また、代金に消費税を上乗せできるような商売でもないため当分は我慢の時である。
悪く なっている		スーパー(店長)	お客様の様子	・3月の消費増税前に比べ、4月は一気に悪化し、売上、来客数共に減少している。
企業 動向 関連	良く なっている	-	-	-
	やや良く なっている	印刷業・製本業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・同業者や下請先等も含めて好調のようである。
		印刷業・製本業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・年度末の需要がまだ続いているので、受注量が多い。
		建設業(営業担当)	取引先の様子	・消費増税前の発注が大きい。
	金融業[証券](営業担当)	取引先の様子	・3月の決算期の業績評価に関しては多くの企業が「いわゆるアベノミクス効果による景況感の回復」を挙げており、売上ベースで見れば一様に上昇転換がみられる。	
変わらない	新聞業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・消費増税の影響は限定的で、全体的な景気の浮揚感はないものの、増税により景気が腰折れした感じもない。	

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
		印刷業・製本業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3月に一時的に消費税増税前の駆け込み需要はあったが、全般的には冷え込んだ状況である。オリンピックなど特需も期待されるが、末端まで波及するにはまだ時間がかかる。
		通信業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・受注はあるが、単価が下がっている。取引先より価格低減を求められることが、今まで以上に増えている。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・相変わらず大した変動はみられない。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・業態などにより格差はあるが、総合的にみると変わらない。
	やや悪くなっている	新聞業（経営者）	競争相手の様子	・4月に入って消費税増税の影響なのか動きがない。5月に入れば少しは良くなるのではないか。
		出版業（経営者）	それ以外	・当然予測されたことだが、消費税増税の反動により消費者が財布のひもを締めている状況は、相当長期化するものと思われる。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量が前年同月と比べやや悪くなっている。
		卸売業〔機械器具〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・消費税増税による駆け込み受注の影響で、受注量が抑えられた状況になっている。
	悪くなっている	出版業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・雑誌、書籍には3月の消費税増税前の駆け込み需要は全くない。4月1日の増税初日は書店では閑古鳥が鳴く状態で、出版不況に追い打ちをかけている。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・4月前半の様子をみると、売上、来客数共に大きく減少している。

#### 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	都市型ホテル(広報担当)	・予約状況が既に予測を上回っている。また、休みや連休の予約が増えている。近場のレジャーブームになっているため、その波に乗っていけば更なる相乗効果が見込める。
	やや良くなる	一般小売店[文具](販売担当)	・消費税増税後の反動も収まり、好転すると見込んでいる。また、欧米からの外国人観光客が多くなっている。
		百貨店(総務担当)	・ゴールデンウィークを機に復調すると思われるが、都心部と郊外及び地方の回復速度は多少異なり、都心部は5~7月、郊外、地方は夏休み以降となりそうである。
		百貨店(広報担当)	・消費税増税の反動減は徐々に和らぎ、夏ごろには回復するものとみている。
		百貨店(業務推進担当)	・消費税増税で不安を持っていた方が少し慣れてきて、今まで抑えていた分、購買意欲がわいて来店してもらえそうである。また、外国人客も増えているので、やや良くなる。
		スーパー(店長)	・消費税増税後の税率に慣れてくれば元に戻るが、財布のひもは固いため、景気は良くならない。
		スーパー(店長代行)	・消費税増税の影響も落ち着き、販売量も戻ってくる。
		一般レストラン(経営者)	・これから修学旅行シーズンになるし、ゴールデンウィークもくるので少しは忙しくなる。
		都市型ホテル(経営者)	・来客数の増加と客単価の上昇がみられ、物流も活発化している。
		旅行代理店(支店長)	・暖かくなってきて夏の旅行の発売も始まるので、希望的観測も含めてやや良くなる。
	競馬場(職員)	・昨年秋ごろより、継続的に売上の改善傾向がみられる。	
	変わらない	百貨店(総務担当)	・消費税増税後の影響について、ある程度織り込み済みであるものの、消費を後押しする回復要因が必要である。
		コンビニ(店長)	・今までも大きな変化を感じなかったため、先行きも変わらない。
		衣料品専門店(店長)	・増税の影響がどこまで出るか分からないが、現状と変わらないと予測している。客の様子をみても慎重に吟味して商品を選ぶ方が多い。
		高級レストラン(スタッフ)	・4月からの消費税増税で来客数が減少するかと思ったが、前年よりは数字が良いので現状とそんなに変わらない。
		高級レストラン(経営者)	・法人関連の接待等が引き続き見込める。また、客の様子から個人消費の客も好調が持続すると判断している。
		一般レストラン(経営者)	・常連客が減少し、新旧の入換え時に入っている。観光客は増加しているものの、売上への貢献が全くない。この現象がある限り、景気が良くなるとは思えない。
		通信会社(営業担当)	・4月からの消費税増税が通信に与える影響がどの程度になるのかを見守っている状況である。
		設計事務所(所長)	・引き合い物件数、単価などは以前と比べると良くなっているが、今後、極端な状況変化はない。
やや悪くなる	一般小売店[靴](店長)	・中国、北朝鮮、韓国との関係悪化、ウクライナ情勢での国際経済に与える影響からである。	
	一般小売店[和菓子](経営者)	・予想はしていたが現段階でかなり悪いので、2~3か月先は落ち着く可能性はあるかもしれないが、各家庭でも段々と家計の切迫度合いがみえてくる時期だと思うので、やや悪くなる。	
	コンビニ(経営者)	・4月より消費税が上がり、その反動で消費が冷え込む。	
	通信会社(営業担当)	・消費税増税の影響が徐々に出てくると思うからである。	
	その他レジャー施設(経営者)	・消費税増税で節約ムードとなれば一番先に影響が出てくるのは父親の小遣いである。今年度8%になり、来年は10%と来れば、新しい税率に慣れるまでは当分駄目である。	
	悪くなる	-	-
	良くなる	-	-
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	輸送業(従業員)	・新規での予約受注が少し入って来ている。
		卸売業[機械器具](経営者)	・新年度になり期待が持てそうである。
		その他サービス業[造園業](営業担当)	・現在は消費税増税の関係で一旦落ち着いたが、打ち合わせ進行中の物件が動き始めるため、先行きはやや良くなる。
	変わらない	出版業(営業担当)	・家計を引き締める状況が続いている間は、出版物の購買が上向くことはあり得ない。
建設業(営業担当)		・新年度の発注が本格的に始まらないと判断できない。	

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
		建設業（経営者）	・ 建築業における労務費単価及び材料費が上昇し続けており、良くなるとは思えない。
		建設業（営業担当）	・ 消費税増税後は一時、安定すると思われるため、変化はない。
		通信業（営業担当）	・ 昨年より上向いてきた景気と消費税増税の下向きの圧力で、当面は横ばいと感じる。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・ 3月は相応の回復を評価する向きが多いものの、先行きの見通しで回復の持続を見込む割合は思いのほか低い。このことからすると4月後半にピークを迎える決算短信における来期業績予想においても相応に保守的な数値となる可能性が高い。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	・ 消費税増税の影響がどれほどあるのか見通しが立たないの で、変わらないとした。
		卸売業〔飲食料品（鮮魚）〕（経営者）	・ 消費税増税のダメージは長引きそうな気がする。良い材料もない。
		卸売業〔機械器具〕（営業担当）	・ 消費税増税の影響はしばらく続くような感じがしている。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・ 消費税増税後の影響が懸念される。
やや悪くなる		新聞業（営業担当）	・ 消費税増税の影響は軽微とはいえ、4、5月は反動減があり、やや落ち込む。6月の夏のボーナス商戦が、どこまで勢いが出るか注視したい。
		出版業（経営者）	・ 消費税増税の影響は大きい。しかも来年は更に2%増税が予定されているので、消費者の買い控えは長期化するはずである。
		印刷業・製本業（営業担当）	・ 消費税増税の影響は必ず出てくるので、これからは下がっていく。
		印刷業・製本業（営業担当）	・ 消費税増税による影響で一時的に受注量が少なくなるかもしれないが、法人間の取引なのであまり影響は出ないとみている。
		通信業（営業担当）	・ 消費税増税による影響でやや悪くなる。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・ 株式市場では今期企業業績の減益見通しを織り込む動きを想定して下がっていることや、日銀の政策決定会合での追加緩和見送り、消費税増税もあり、景気の浮揚に対して否定的な印象が持たれている。
		卸売業〔機械器具〕（従業員）	・ 今期の受注見通しは厳しく、目標予算の到達は困難が予想される。夏ごろまでは楽観できない。
		経営コンサルタント	・ 消費税増税後の買い控えが懸念される。
悪くなる		-	-

(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	3	
	一般小売店経営者・店員	0	
	百貨店	4	
	百貨店売場主任・担当者	4	
	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		3	
輸送業		1	
通信業		2	
金融業		2	
不動産業		0	
卸売業		6	
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		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	