

中央区内景气动向调查

平成 26 年 10 月调查结果

平成 26 年 11 月 19 日

中央区

総 括

平成 26 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 45.7 と、前回調査から 4.3 ポイント低下している。景気の先行き判断 D I は合計で 47.9 と前回調査から 0.6 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26年			前回調査 からの変化
	6月	8月	10月	
合計				
現状判断 D I	53.1	50.0	45.7	(-4.3)
先行き判断 D I	54.2	48.5	47.9	(-0.6)

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 10 月調査の調査票発送は 10 月 8 日（水）、回答期限は 10 月 17 日（金）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45.7と、前回調査から4.3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50.0と、前回調査から1.0ポイント低下し、企業動向関連DIは42.0と、前回調査から7.0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20.7ポイント増加し、「やや良くなっている」と回答した人の割合が13.6ポイント減少した。

図表1-1 各分野における景気の現状判断DIの推移表

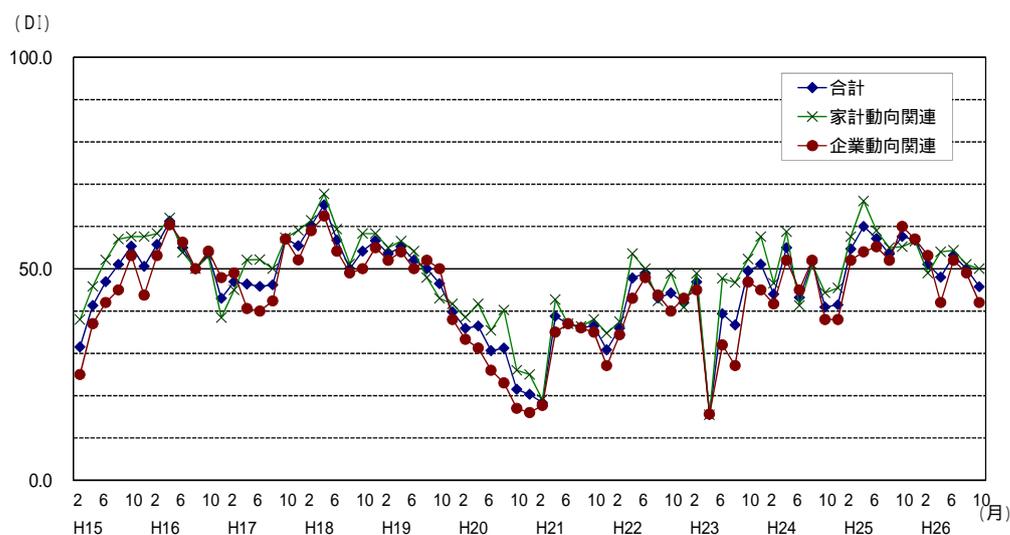
(DI)	平成26年			
	6月	8月	10月	(変化幅)
合計	53.1	50.0	45.7	(-4.3)
家計動向関連	54.3	51.0	50.0	(-1.0)
小売関連	56.8	48.1	45.0	(-3.1)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	50.0	54.2	57.1	(2.9)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	52.0	49.0	42.0	(-7.0)
製造業	53.6	53.6	39.3	(-14.3)
非製造業	51.4	47.2	43.1	(-4.1)

(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26年	6	2.1%	29.2%	52.1%	12.5%	4.2%
	8	2.0%	30.6%	36.7%	26.5%	4.1%
	10	0.0%	17.0%	57.4%	17.0%	8.5%
(変化幅)		(-2.0)	(-13.6)	(20.7)	(-9.5)	(4.4)

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47.9と前回調査から0.6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52.3と、前回調査から3.3ポイント上昇し、企業動向関連DIは44.0と、前回調査から4.0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2.4ポイント増加し、「変わらない」と回答した人の割合が2.1ポイント減少した。

図表2-1 各分野における景気の先行き判断DIの推移表

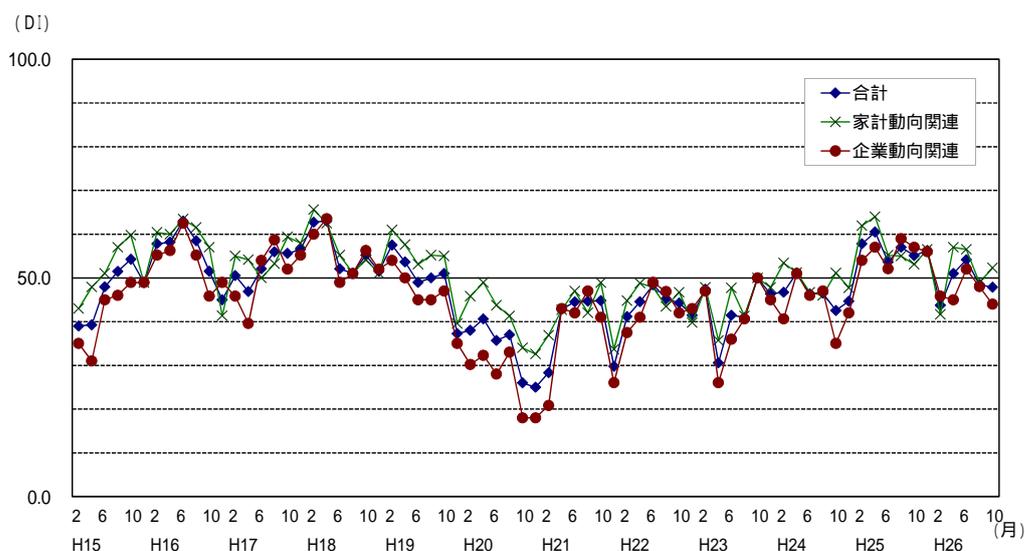
(DI)	平成26年			
	6月	8月	10月	(変化幅)
合計	54.2	48.5	47.9	(-0.6)
家計動向関連	56.5	49.0	52.3	(3.3)
小売関連	56.8	46.2	40.0	(-6.2)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	57.1	50.0	64.3	(14.3)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	52.0	48.0	44.0	(-4.0)
製造業	57.1	46.4	42.9	(-3.5)
非製造業	50.0	48.6	44.4	(-4.2)

(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26年	6	2.1%	35.4%	43.8%	14.6%	4.2%
	8	2.0%	22.4%	51.0%	16.3%	8.2%
	10	2.1%	23.4%	48.9%	14.9%	10.6%
(変化幅)		(0.1)	(1.0)	(-2.1)	(-1.4)	(2.4)

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

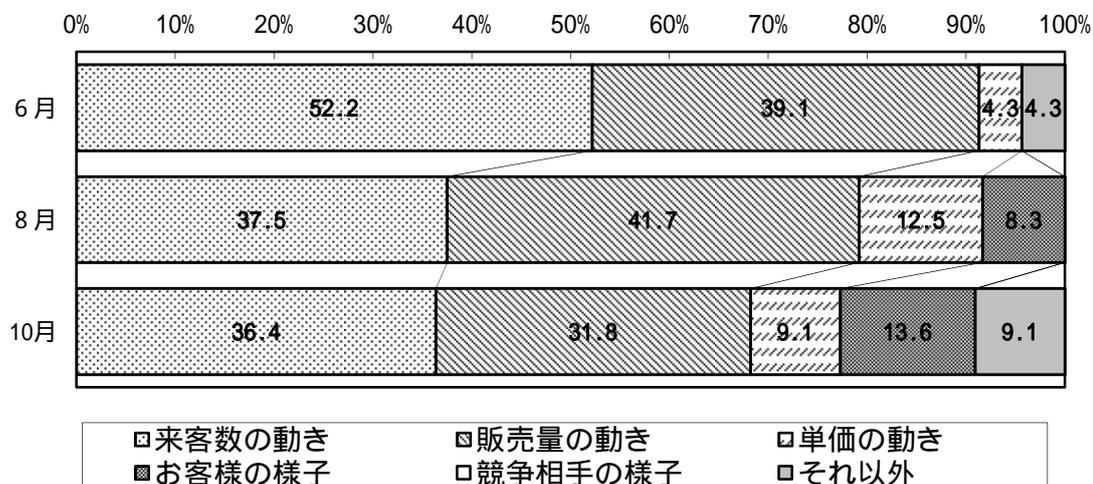
(D I)	平成26年		
	6月	8月	10月
合計	46.4	47.4	43.6
家計動向関連	43.5	45.8	47.7
小売関連	43.2	42.3	40.0
飲食関連	-	-	-
サービス関連	50.0	54.2	60.7
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	49.0	49.0	40.0
製造業	60.7	50.0	32.1
非製造業	44.4	48.6	43.1

(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。

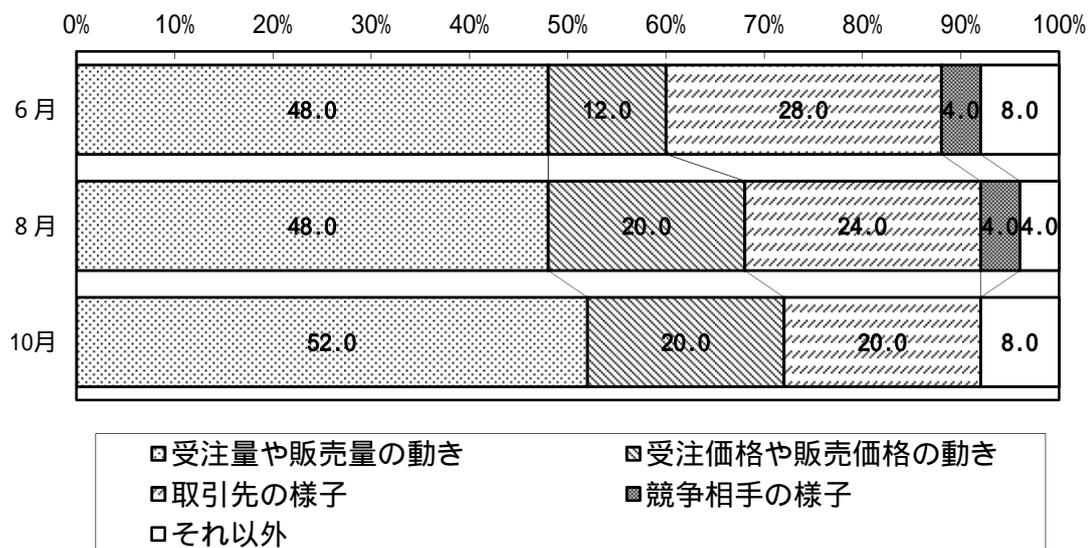
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方加性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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	-	-	-
	やや良く なっている	百貨店（総務担 当）	販売量の動き	・10月1日より訪日外国人などへの免税対象品目の拡大や中国の国慶節など相まって、順調に推移している。
		スーパー（店長 代行）	単価の動き	・来客数に変化はないが、客単価が上昇傾向にあり、販売量が増加している。
		高級レストラン （スタッフ）	販売量の動き	・8月、9月共に前年の売上を上回り、売上目標を達成している。来客数はあまり変わっていないが、客単価が上がっている。
		都市型ホテル （経営者）	来客数の動き	・観光に対する施策が当業界にとって追い風となっている。特に、外国人客の需要が顕著になっている。
		都市型ホテル （広報担当）	販売量の動き	・宿泊や宴席等は徐々に上がっているものの、レストランの売上がやや低下しているため、平均するとやや良くなっている。
	変わらない	一般小売店〔文 具〕（販売担 当）	来客数の動き	・外国人客は増加しているが、日本人客は変化がない。
		百貨店（業務推 進担当）	来客数の動き	・他の百貨店では中国人客の来店が増え、売上が伸びているが、当店ではそのような流れはほとんどない。
		百貨店（総務担 当）	お客様の様子	・訪日外国人の追い風はあるものの、日本人客の買上、来店はやや鈍い。
		衣料品専門店 （店長）	来客数の動き	・実売期に入ったものの購買意欲の低い客が多く、来客数も前年比でマイナスとなっている。
		高級レストラン （経営者）	お客様の様子	・来客数に波があり、安定的な売上に結び付かない。年末を控えて来客数の増加を見込んでいるが、現状は販売量と共に伸び悩んでいる。
		通信会社（営業 担当）	販売量の動き	・例年、9月の秋口から販売数が伸び始めるが、今のところ顕著な動きがみられない。
		その他レジャー 施設（経営者）	来客数の動き	・消費税増税後、来客数の減少が現在まで続き、悪くなったままで変わっていない。
	やや悪く なっている	衣料品専門店 （店長）	来客数の動き	・外国人観光客の来客数は大幅に伸びているが、その割に売上の伸びがない。
一般レストラン （経営者）		それ以外	・今月は週末に台風が来たため悪い。観光地化しているため、週末が悪いと悪くなってしまう。	
通信会社（営業 担当）		それ以外	・株価の動きからの判断である。	
悪く なっている	一般小売店〔食 品〕（店長）	来客数の動き	・近隣にコンビニが開店したため、客が多少流れている。	
企業 動向 関連	良く なっている	-	-	-
	やや良く なっている	輸送業（従業 員）	受注量や販売量 の動き	・前年同期に比べて売上は15%増である。
	変わらない	出版業（営業担 当）	受注量や販売量 の動き	・雑誌、書籍共に販売量が上向く兆しはなく、引き続き低迷が続いている。
		印刷業・製本業 （営業担当）	取引先の様子	・夏から動きが悪いと同業者間で話している。
		建設業（営業担 当）	受注価格や販売 価格の動き	・入札等の一部受注に関しては競争相手と金額に差が出てきている。
		通信業（営業担 当）	受注量や販売量 の動き	・経済情勢が不透明な部分もあり、大きな変動はない。
		金融業〔証券〕 （営業担当）	取引先の様子	・小売、サービス業等については消費税増税後の反動減がようやく落ち着き始めたかにみられるが、9月中旬の企業業績をみると、4～7月はかなり苦戦した印象で、下期の見通しを切り上げる動きもほとんどみられないことから、足元の受注販売もさほど力強いものではないと推測される。
		卸売業〔機械器 具〕（経営者）	受注量や販売量 の動き	・円安により原材料価格が高騰しているため、各メーカーが五月雨式に値上げを始めてきたが、売価にすべて乗せにくい状態である。
		卸売業〔機械器 具〕（営業担 当）	受注価格や販売 価格の動き	・ここ3～4か月の受注の動きは良くはないものの、安定はしている。

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
		経営コンサルタント	取引先の様子	・大企業では給与が上昇しているようだが、中小零細企業までは及ばない。1人当たりの消費単価が下がっているようだが、一方で、高額車両は順調な売行きとのことである。
		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	・見積件数は増加したが、実際の受注には至らないケースが多い。
	やや悪くなっている	新聞業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・旅行や自動車販売、また、情報通信機器、家電など、個人消費がやや停滞しているように見える。本、映画などエンターテインメント分野でも大きなヒットがない。
		出版業(経営者)	それ以外	・街を歩く人や電車に乗っている人々の表情が、今一つ明るくない。
		印刷業・製本業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・8月以降、受注量は減少傾向である。受注機会、受注量共に減少している。
	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	高級レストラン(スタッフ)	・今後、忘年会のシーズンを迎えるため予約は増えている。来客数の増加が期待できる。	
		やや良くなる	百貨店(総務担当)	・消費税増税後の影響も落ち着きつつある。今後も回復基調にある。
			百貨店(広報担当)	・店頭での売上額は回復傾向が鮮明で、前年実績を上回るようになってきている。
		衣料品専門店(店長)	・セールが始まり、高単価のコート類も稼働し、客単価が上がると予測している。	
		都市型ホテル(経営者)	・今後、政府の外国人客誘致方針が徹底すれば、更に良くなる。	
		通信会社(営業担当)	・ここ最近の株価の値下げ傾向は一時的なもので、再び上昇すると思われる。	
		通信会社(営業担当)	・年末に向けて、消費税増税の影響を受けつつも販売数の増加を期待している。	
		競馬場(職員)	・ここ1年くらいは継続的に売上が上昇している。	
	変わらない	百貨店(総務担当)	・お歳暮、クリスマス、年末年始等のイベントはあるものの、消費マインドは必ずしも華やかなものではない。訪日外国人客は引き続き堅調である。	
		スーパー(店長代行)	・年末を迎えても無駄な買物をしないことには変わりはないが、良い商品、価値のある商品が動く可能性はある。	
		高級レストラン(経営者)	・年末の売上と来客数の増加はすでに見込み済みのため、例年並みである。消費税増税は客単価の上昇につながり、客足は減少する。	
		一般レストラン(経営者)	・土日、祭日の天気が良ければそれなりに客は来るため、天気が良ければ変わらない。	
		一般レストラン(経営者)	・客の動きは良いものの購買意欲が全くみられず、観光目的が多いため、景気の動きにはあまり関係ない。	
		都市型ホテル(広報担当)	・良くなるものもあれば、悪くなるものもあるため、あまり変わらない。	
		旅行代理店(支店長)	・特に良くなる要素がない。	
		その他レジャー施設(経営者)	・春より悪くなったまま良くなり現在に至っている。これ以上悪くならないことを願っている。	
	設計事務所(所長)	・更なる消費税増税の決定による影響を期待していたが、新規物件が少ないため、今後もほとんど変わらない。		
	やや悪くなる	一般小売店[文具](販売担当)	・円安と株価の連動がない。消費税10%への増税が決定すれば悪くなる。	
		一般小売店[食品](店長)	・消費税増税が少しずつ客の販売心理に影響してきている。今後もその傾向が続く。	
衣料品専門店(店長)		・当地区は外国人観光客の伸びで好調ではあるものの、その他の店舗は前年に比べ、売上、来客数共に減少している。		
悪くなる	一般小売店[靴](店長)	・来客数の減少、単価の低下傾向が続き、大手企業以外の給与増がないためである。		
	百貨店(業務推進担当)	・様々な物が値上がりしているため、今後はますます厳しい状況となる。		
企業 動向 関連	良くなる	-	-	
		やや良くなる	金融業[証券](営業担当)	・消費税増税を見込んで住宅や設備投資など、前倒しに投資をすることが予想される。
			卸売業[機械器具](営業担当)	・年末に向け、受注が増える動きがある。
			経営コンサルタント	・大企業の業績が良くなっているため株価が上昇し、少し上向きになる。
			その他サービス業[造園業](営業担当)	・年末、年度末に向けてやや良くなるのではないかと。
	変わらない	新聞業(営業担当)	・特に大きな不安材料もないが、企業の宣伝、広報意欲がなかなか上向かず、積極的に展開しようという雰囲気にはほど遠い。	
		印刷業・製本業(営業担当)	・年末にかけて、これ以上動きが悪くならないような対策を講じたい。	
		印刷業・製本業(営業担当)	・年末を迎えて本来なら良くなる期待があるのだが、今の状況では上向く兆しが無い。	
		印刷業・製本業(経営者)	・良くなる材料がない。	
		建設業(営業担当)	・人員不足や物価の上昇、競争相手が多くなってきている。	

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
		輸送業（従業員）	・受注量の動きに変化が少ないため、変わらない。
		通信業（営業担当）	・当面、大きな動きはない。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・上期の業績から下期見通しを切り上げる動きはほとんどみられない。極端に悲観的な見通しを立てる向きもないようではあるが、上昇転換のきっかけがつかめないのではないか。
		卸売業〔飲食料品（鮮魚）〕（経営者）	・自分の周りまで景気が回ってくるにはまだ時間がかかりそうである。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・現在の状態から考えると、急激に良くも悪くもなる要因がない。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・人手不足による受注難が継続し、受注がままならない。仮に受注できても、収益を圧迫する状況である。
	やや悪くなる	出版業（経営者）	・消費税、物価、相続税などの負担増が人々の心理を委縮させつつある。
		出版業（営業担当）	・景気が良くなるような要因は見当たらず、急激な円安等、政府の政策の影響で値上がりするものが増加するため、ますます家計の引き締めが厳しくなり、雑誌、書籍の購入意欲はなくなる。
		建設業（営業担当） 建設業（経営者）	・発注が一段落し、今後の見通しが不明のためである。 ・原材料の高騰、人材の不足に伴う労務費の高騰により、利益は悪くなる。
	悪くなる	卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	・消費税増税の影響で小売店の売上が大きく落ち込んでおり、仕入をしてもらえない状況である。
卸売業〔機械器具〕（従業員）		・公共事業の発注量が減少傾向にあり、下半期の受注量は厳しい状況が続く。	

(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	4	
	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	1	
	コンビニエリア担当・店長	1	
	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]		1	
司法書士・経営コンサルタント・会計事務所職員等		0	
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	