

中央区内景気動向調査

平成 15 年 4 月調査結果

平成 15 年 5 月 12 日

中央区

総 括

平成 15 年 4 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 41.3 となり、前回調査より上昇したものの、3 か月前と比べて横ばいを示す 50.0 を下回る結果となった。景気の先行き判断 D I も 39.3 と、50 を下回っている。

図表 景気の現状判断 D I、先行き判断 D I（合計）

(D I)	平成15年			前回調査 からの変化
	2月	4月	6月	
合計				
現状判断 D I	31.5	41.3		(9.8)
先行き判断 D I	39.0	39.3		(0.3)

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	9 頁
（別紙）調査客体の分野・業種別人数構成	12 頁
中央区内景気動向調査 調査票	13 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各 25 人、計 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 15 年 4 月調査の調査票発送は 4 月 9 日（水）、回答期限は 4 月 18 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 49 名、有効回答率は 98.0%であった。

7 D I 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、D I 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

中央区内における景気の現状判断DIは全体で41.3と、前回調査より9.8ポイント上昇している。分野別にみると、家計動向関連、企業動向関連ともに、横ばいを示す50を下回っている。前回調査と比較して「やや良くなっている」と回答する人の割合が増加している。

図表1-1 各分野における景気の現状判断DIの推移表

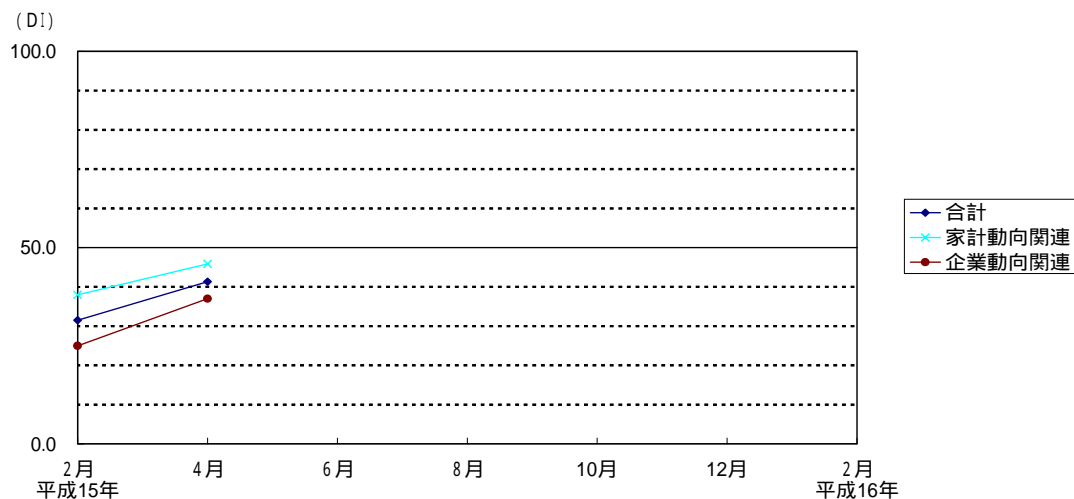
(DI)	平成15年			(変化幅)
	2月	4月	6月	
合計	31.5	41.3		(9.8)
家計動向関連	38.0	45.8		(7.8)
小売関連	44.2	50.0		(5.8)
飲食関連	-	-		(-)
サービス関連	25.0	39.3		(14.3)
住宅関連	-	-		(-)
企業動向関連	25.0	37.0		(12.0)
製造業	28.6	28.6		(0.0)
非製造業	23.6	40.3		(16.7)

(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15年	2	0.0%	2.0%	44.0%	32.0%	22.0%
	4	0.0%	18.4%	40.8%	28.6%	12.2%
	6					
(変化幅)		(0.0)	(16.4)	(-3.2)	(-3.4)	(-9.8)

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

中央区内における景気の先行き判断D Iは全体で39.3となり、前回調査の先行き判断とほぼ変わらない結果となった。分野別にみると、家計動向関連、企業動向関連ともに50を下回っている。

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15年			(変化幅)
	2月	4月	6月	
合計	39.0	39.3		(0.3)
家計動向関連	43.0	47.9		(4.9)
小売関連	42.3	50.0		(7.7)
飲食関連	-	-		(-)
サービス関連	42.9	46.4		(3.5)
住宅関連	-	-		(-)
企業動向関連	35.0	31.0		(-4.0)
製造業	39.3	28.6		(-10.7)
非製造業	33.3	31.9		(-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15年	2	0.0%	12.0%	48.0%	24.0%	16.0%
	4	0.0%	12.2%	46.9%	26.5%	14.3%
	6					
(変化幅)		(0.0)	(0.2)	(-1.1)	(2.5)	(-1.7)

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

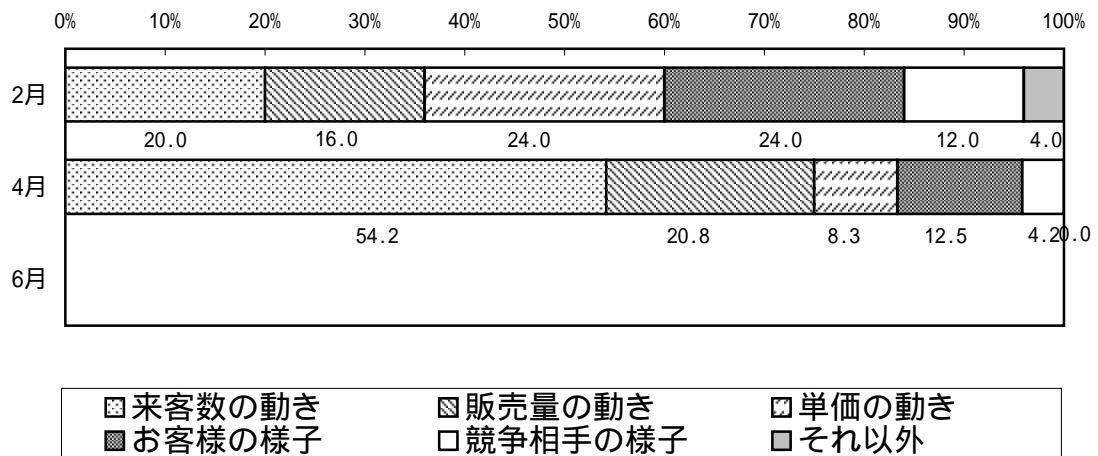
(D I)	平成15年		
	2月	4月	6月
合計	18.5	26.5	
家計動向関連	20.0	34.4	
小売関連	26.9	37.5	
飲食関連	-	-	
サービス関連	14.3	35.7	
住宅関連	-	-	
企業動向関連	17.0	19.0	
製造業	10.7	14.3	
非製造業	19.4	20.8	

(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。

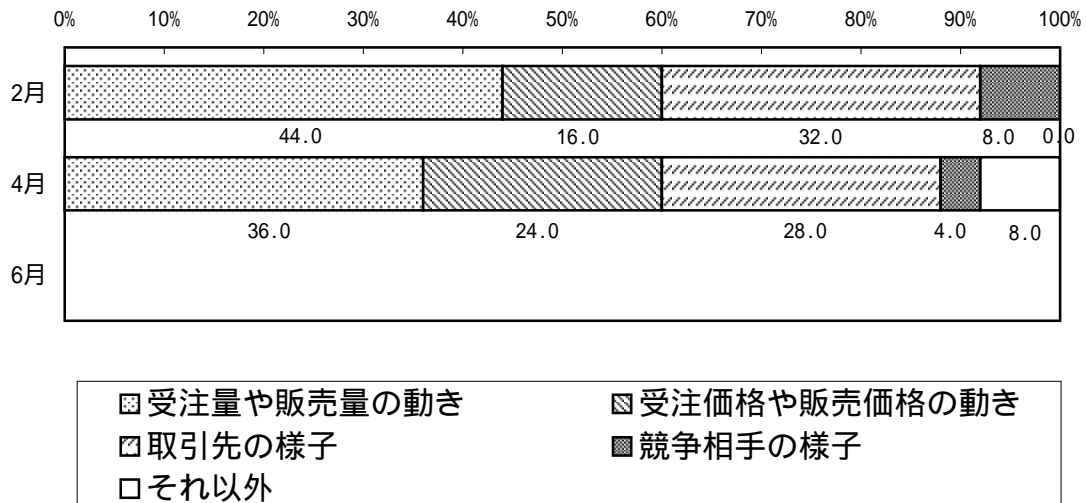
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方加性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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



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（販売促進担当）	来客数の動き	・春物から夏物への需要が増加している。売上は依然として厳しいものの、少しずつ回復してきている。
		百貨店（広報担当）	来客数の動き	・食品フロアのリフレッシュオープンや、交通の便が良くなったことが来客数の増加につながっている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・1日当たりの売上高が良くなってきている。対前年比でも上向いている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・4月に入り、新入社員が増えたようである。賃貸マンションがやや増加し、若い住人が転入してきている。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・客の問い合わせ、インターネットの定額高速サービスへの申込が多くなっている。
	変わらない	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	お客様の様子	・客の話は愚痴が多く、良い状況の話は全く聞かない。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・景気の低迷に慣れ、感覚がまひしている一方で、的確な提案、訴求に対して、早い反応を示す消費者も多い。
		衣料品専門店（店長）	単価の動き	・高額品の購入客が目立って減少している。特に、例年になく3月に入り寒い日が続いたため、冬物は前年より売れているが、春物の動きが悪い。
		高級レストラン（経営者）	単価の動き	・この3か月、売上高は70～80%台のみである。安価な商品の販売量が増加し、高額商品は減少している。
		都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・期末である3月は人の動きが激しく、稼働率は数年来での最高となったが、4月はその反動もあってか、前年と比べ動きが鈍い。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・自社の独自キャンペーンを展開中であるが、販売量の動きは3か月前と比べて、予想ほど顕著ではない。
		その他レジャー施設（経営者）	来客数の動き	・1、2月は非常に悪かったが、3、4月はそれを引きずっている。
		やや悪く なっている	一般小売店〔靴〕（売場主任）	来客数の動き
	コンビニ（店長）		来客数の動き	・3か月前と比べ、会社の移転が多く、その影響で来客数が減少している。客の話では、家賃の安い場所に事務所、会社を引っ越すということである。
	衣料品専門店（店長）		来客数の動き	・客の購買意欲が低く、来客数は減少している。
	高級レストラン（経営者）		競争相手の様子	・業績は3月に上昇した分、4月は低下しているというのが、周囲同業者の声である。
	都市型ホテル（広報担当）		来客数の動き	・イラク戦争、SARSの影響を受けている。特に、宿泊部門への影響が大きい。

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
		競馬場（職員）	来客数の動き	・年明けは、客単価は減少傾向にあったが、来客数は減少していなかった。最近では、来客数まで減少してきている。
		設計事務所（所長）	販売量の動き	・多くの建築関係会社との取引があるが、新設建物が少なく、構造設計も今年に入ってから更に少なくなっている。
	悪くなっている	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・海外需要はイラク戦争、SARS等の影響で伸びていない。その分国内需要が伸びているということもないので、景気は悪くなっている。
企業動向関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	出版業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・通常2、8月は低迷する月であるが、前年並みに回復してきているので、やや良くなっている。
		金融業〔証券〕（営業担当）	それ以外	・イラク戦争が終結した上、新年度に入り、少しマインドが良くなっており、最悪期は脱している。
		卸売業〔建築材料、鉱物・金属材料等〕（総務担当）	受注量や販売量の動き	・季節要因もあり、販売量が増加している。
	変わらない	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・例年、大手の荷主よりオーダーが150位あるが、今年は100弱である。全体的にみてもオーダーが減少しているので、変わらない。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・情報通信系のシステム更改を提案しているが、依然として取引先は様子見の状態、新たな投資に慎重な姿勢は変わっていない。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・4月は新規の注文案件が出てくる時期であるが、商談が前年より少なく、やや悪い状況は変わらない。
		卸売業〔飲食料品（漬物）〕（経営者）	取引先の様子	・若干プラス面もみられるが、一時的なものかどうかは分からない。
		卸売業〔建築材料、鉱物・金属材料等〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・契約数量の残高にあまり変化がない。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・どの取引先も、売上額が減少したままで、利幅は極端に少なく、上昇する気配がないので困っている。
		広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・取引先からの値引き要請が頻繁にあり、厳しい状況には変化がない。
		経営コンサルタント	受注価格や販売価格の動き	・薄利多売が定着しており、コンサルティングなどの付加価値を付けないと利益が上がらない。もう少しデフレスパイラルが続く。
	やや悪くなっている	新聞業（経営者）	それ以外	・地下鉄の乗降客が減少傾向にあり、人影が少ない。
新聞業（営業担当）		受注量や販売量の動き	・1～3月は前年並みに数字が回復してきたが、4月に入って一転し、前年の9割に落ち込んでいる。	

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
		印刷業・製本業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・得意先の業績が悪く、受注量等が減少している。
		金融業〔証券〕 (経営企画担当)	受注量や販売量の動き	・イラク戦争や北朝鮮問題等の海外情勢の不安はあるものの、それ以上に国内の金融不安は先行きが見えてこない。特に株式価格の下落による評価減により、企業体力の低下は著しく、雇用不安や給与カット等、企業収支にも大きく影響している。
		卸売業〔繊維・衣服等〕(経営者)	取引先の様子	・春めいてきたのに、季節的な要因が景気に加味されていない。期待感が空振りに終わり、失望感が大きい。
		卸売業〔繊維・衣服等〕(営業担当)	受注価格や販売価格の動き	・依然として業界の環境は厳しい。
	悪くなっている	出版業(経営者)	取引先の様子	・喫茶店、飲食店などで、3月の決算期を潮時に店を畳むという話がいくつもあり、景気の悪化を更に印象付けている。
		印刷業・製本業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・仕事の単価がとて安くなっているのに、いくらやっても売上が伸びない。仕事欲しさに値を下げるのは良くないし、最低ラインは確保して欲しい。このような状態がいつまで続くのか不安である。
		建設業(営業担当)	受注価格や販売価格の動き	・発注者が最低価格以外の価値を認めないことが問題である。現地や発注者を熟知し、その種の技術に長け、経験が豊富であり、現場に近いことなど、最適の条件は価格だけではない。
		建設業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・建設業界における受注価格の低さ、採算を割る受注など、景気は悪くなっている。
		輸送業(経営者)	競争相手の様子	・物量の低下、運賃の下落、参入規制の緩和による事業者の増加で運賃を下げざるを得ない。

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	百貨店（販売促進担） 百貨店（売場主任） コンビニ（店長） 一般レストラン（経営者） 通信会社（営業担当）	・戦争が終結したので、世間が落ち着きを取り戻し、経済は安定する。 ・今年の夏は、消費動向が海外から国内に方向転換することが予想される。顧客分析、マーケティングなどの精度を上げれば、現状よりも改善が可能である。 ・店舗の周辺に完成間近のマンションがあり、その入居で活気が出ることを期待している。 ・暖かくなると、人出が多くなる。特に、観光、行楽地であることから、地方からの来客が見込まれる。 ・電話の申込等が右上りになってきているので、今後も良くなる。
変わらない		一般小売店〔靴〕（売場主任）	・景気が不安定な状態はこのまま続く。購買意欲が上向くには時間が必要である。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・戦争に区切りがついて上向くかもしれないが、日本にプラスとなる材料はあまりない。
		百貨店（広報担当）	・大型催事も多く、来客数は確実に増加しているが、買物にシビアな姿勢は変わらない。
		百貨店（売場主任）	・春夏の婦人服動向は、この2～3か月他店を含めて不振であり、先がみえている。クレジットカードのボーナス一括払いが始まったが、依然として不調であり、今後も変わらない。
		スーパー（店長）	・特別に良くなる理由も、悪くなる理由もない。
		コンビニ（経営者）	・戦争で世界が暗く、アメリカも日本も株が下がり、近所の食堂、珈琲屋、製本屋、印刷屋などの小企業が閉店している。
		高級レストラン（経営者）	・取引先の会社更生法適用等により、保有株や自社株が影響を受けている。また、自己破産申請をする知人がいる。そろそろ好転してもよい頃ではないかと思うが、変わらない。
		都市型ホテル（経営者）	・景気が回復する要因は見当たらない。
		旅行代理店（営業担当）	・SARSが終息しないと、アジア方面の旅行が動かないので、夏休みの動向がみえてこない。
		通信会社（営業担当）	・良くなることを期待しているが、変わらない。
		競馬場（職員）	・景気が良くなると考えられる打開策が思い当たらない。
		その他レジャー施設（経営者）	・今年に入って最低を記録しており、これ以上悪くならないで欲しい。良くなるとは夢にも思えない。
		設計事務所（経営者）	・公共事業費及び企業の設備投資の増加は、2月と同様に見込めない。今後も変わらない。
		設計事務所（所長）	・建設に対する投資は、今後更に減少すると思われ、公共事業もほとんど期待できない。
やや悪くなる		百貨店（総務担当）	・売上は前年割れが続いており、今後もやや悪くなる。
		衣料品専門店（店長）	・今後良くなる状況が何一つみえてこない。
		衣料品専門店（店長）	・銀座という立地条件の良い場所で商売をしている以上、戦略次第では良くする自信はあるが、景気は一向に良くならないという客がほとんどである。
悪くなる		高級レストラン（経営者）	・企業の行動が消極的になり、法人の消費は期待できない。自社は個人対応店舗の頑張りでもって業績を保っているが、高価格帯の商品でもっている業態は厳しい。
		都市型ホテル（広報担当）	・ホテルの場合は、戦争及びSARSの影響を直接受ける。長期化すればするほど景気は低迷する。

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
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	通信業（営業担当）	・情報通信の分野は新サービスが続々と登場し、ドッグイヤーのペースで進化していると言われるので、数年前に導入したシステムが陳腐化するのも早い。新年度に入り、各企業が同分野への投資予算をそれなりに用意しているため、やや良くなる。
	変わらない	新聞業（経営者）	・銀座への消費者動向は不動である。
		新聞業（営業担当）	・イラク、北米経済の行方が不透明であり、株がどう動くか注目している。
		出版業（営業担当）	・銀座、京橋方面では、小さな店が次々とオープンしている。景気が良くなっているのか、デフレによる賃料引下げで銀座に店が持てるのか、微妙なところである。
		輸送業（従業員）	・何も明るい材料がない。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・最悪期は脱したものの、新たに米国景気やSARSなどの懸念材料が出てきている。なかなか好転せず、変わらない。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（経営者）	・消費マインドは変わらない。
		卸売業〔建築材料、鉱物・金属材料等〕（総務担当）	・販売促進に努めても、得意先の与信上の問題もあり、限界がある。
		卸売業〔機械器具〕（従業員）	・景気が回復する兆しがみえない。
	経営コンサルタント	・戦争やSARSなどの問題を含み、全てが解決するにはもう少し時間がかかる。	
	やや悪くなる	印刷業・製本業（総務担当）	・株値の低迷による先行き不安から、やや悪くなる。
		印刷業・製本業（経営者）	・株値の下落、不良債権処理、イラク戦争の不透明感、SARS流行、ヘアゼロなど、先行きの見通しには明るい材料がほとんどない。
		建設業（営業担当）	・政府建設投資は実績前年比マイナス5.6%、民間設備投資はプラス0.1%（うち、土木はマイナス1.1%）、民間住宅投資は対前年比マイナス3.7%となっており、減少基調は今後も続く。
		建設業（経営者）	・株値の低迷や、デフレが改善されないこと、石油価格の高騰により、やや悪くなる。
		金融業〔証券〕（経営企画担当）	・株値対策や、税制見直しといった政府の対応に期待するものの、現状では難しい。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	・単価ダウン、販売数減少の厳しさが続く。
卸売業〔飲食料品（鮮魚）〕（経営者）		・良くなる材料が何もない。	
卸売業〔飲食料品（漬物）〕（経営者）		・株値の低調や、医療費自己負担の引き上げ、発泡酒やたばこの増税など、消費心理を冷やす要因があり、良くなるとは思えない。	
卸売業〔建築材料、鉱物・金属材料等〕（従業員）		・大型の再開発等が終了したので、やや悪くなる。	
広告代理店（営業担当）		・前年同月比で、取引先の広告申込の規模は縮小しており、今後も厳しい。	
悪くなる	出版業（経営者）	・客単価の下落、来客数の減少、チェーン店の進出などのデフレ要因は、個々の店の経営努力では改善できない。国の経済政策に緊急かつ大胆な対応が求められている。	

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
		印刷業・製本業（経営者）	・仕事量が減少しており、得意先ですら仕事がとれないことが多くなってきている。
		輸送業（経営者）	・得意先から物流合理化による運賃値下げ要請が再度あり、その対応で悪くなる。
		通信業（営業担当）	・ビルの空室が目立っているため、今後賃貸料が下がるのではないかと懸念。それが更なる地価下落へとつながり、悪循環となる。新橋、品川、六本木に新高層ビル群ができた影響かもしれないが、既存ビルに空きがあるオーナーが、入居予定がないと嘆いている。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・新年度予算の影響が全くみられない。得意先ではリストラが続いており、景気は厳しい。

(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	家計動向関連	25	
	小売関連	13	
	商店街・一般小売店	2	
	商店街代表者	0	
	一般小売店経営者・店員	2	
	百貨店	5	
	百貨店売場主任・担当者	5	
	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	3	
	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	1	
	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	2	
	設計事務所所長・職員	2	
	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	企業動向関連	25
		農林水産業従業者	0
		鉱業経営者・従業員	0
		製造業経営者・従業員	7
食料品製造業		0	
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		8	
繊維・衣服等		2	
飲食物品		2	
建築材料・鉱物・金属材料等		2	
機械器具		2	
その他卸売業		0	
サービス業		2	
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		1	
コピーサービス業		0	
その他サービス業		0	
その他非製造業		0	
その他企業の動向を把握できる者	0		