

# 中央区内景气动向调查

平成 16 年 4 月调查结果

平成 16 年 5 月 10 日

中央区

## 総 括

### 平成 16 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 61.2 と、前回調査より 5.5 ポイント上昇し、調査開始以来始めて 60.0 を上回る結果となった。景気の先行き判断 D I においても、前回調査を若干上回る 58.2 となっている。

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	平成16年		前回調査
合計	12月	2月	4月	からの変化
現状判断 D I	50.5	55.7	61.2	( 5.5 )
先行き判断 D I	48.9	57.8	58.2	( 0.4 )

## 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 16 年 4 月調査の調査票発送は 4 月 8 日（木）、回答期限は 4 月 19 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61.2と、前回調査より5.5ポイント上昇している。分野別にみると、家計動向関連のDIは62.0（前回調査比3.7ポイント上昇）企業動向関連のDIは60.4（同7.3ポイント上昇）と、いずれも60.0を上回る水準となっている。3か月前と比べ「やや良くなっている」と回答する人の割合は全体の53.1%を占めている。

図表1-1 各分野における景気の現状判断DIの推移表

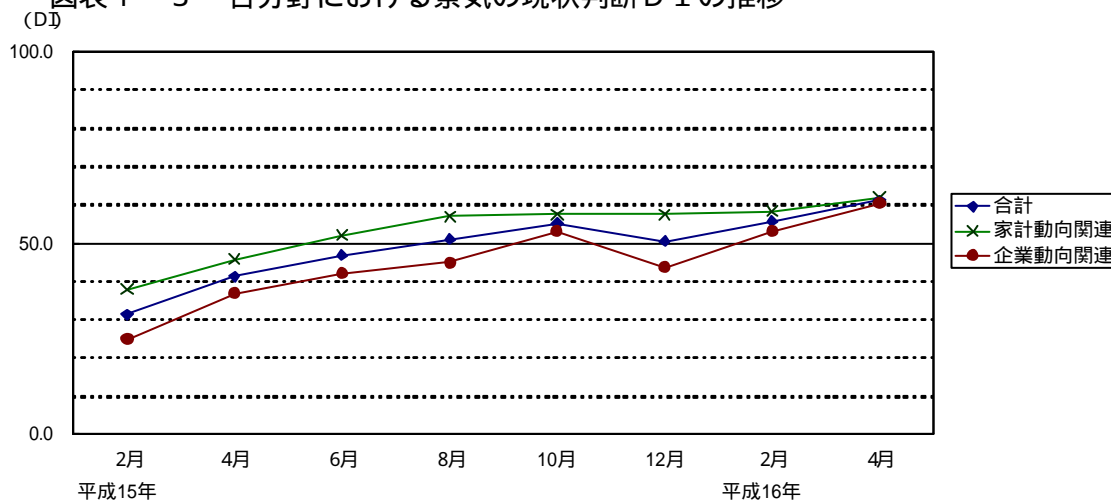
(DI)	平成15年		平成16年		(変化幅)
		12月	2月	4月	
合計		50.5	55.7	61.2	(5.5)
家計動向関連		57.6	58.3	62.0	(3.7)
小売関連		54.2	59.6	58.3	(-1.3)
飲食関連		-	-	-	(-)
サービス関連		54.2	58.3	67.9	(9.6)
住宅関連		-	-	-	(-)
企業動向関連		43.8	53.1	60.4	(7.3)
製造業		46.4	57.1	71.4	(14.3)
非製造業		42.6	51.5	55.9	(4.4)

(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	構成比				
		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
平成15年	12	4.3%	23.4%	46.8%	21.3%	4.3%
平成16年	2	0.0%	37.5%	50.0%	10.4%	2.1%
	4	0.0%	53.1%	40.8%	4.1%	2.0%
(変化幅)		(0.0)	(15.6)	(-9.2)	(-6.3)	(-0.1)

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

中央区内における景気の先行き判断DIは全体で58.2となっている。分野別にみると、家計動向関連DIは60.0(前回調査比0.4ポイント低下)、企業動向関連DIは56.3(同1.1ポイント上昇)と、いずれも前回調査とほぼ横ばいの結果となった。3か月後は「やや良くなる」あるいは「変わらない」と回答する人の割合は、引き続き9割を占めている。

図表2 - 1 各分野における景気の先行き判断DIの推移表

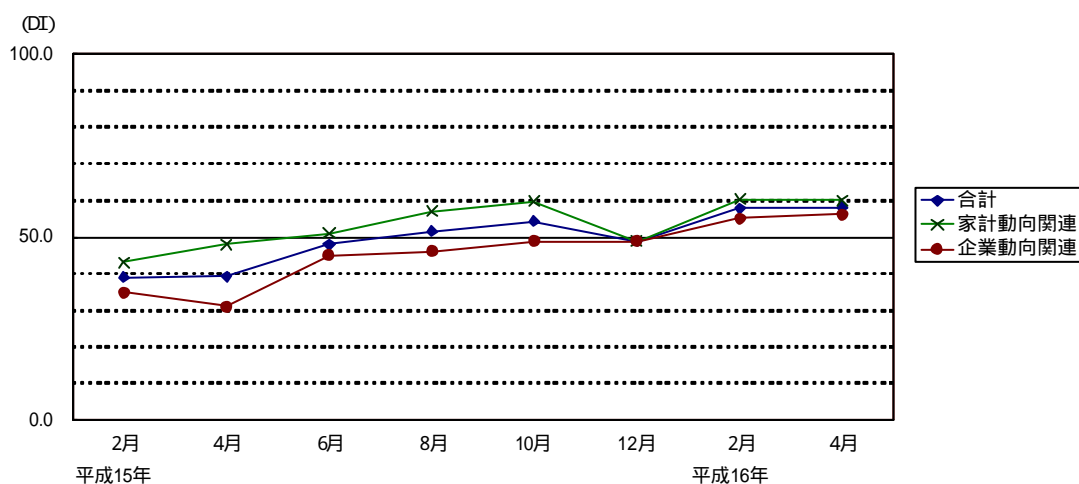
(DI)	平成15年	平成16年		(変化幅)
	12月	2月	4月	
合計	48.9	57.8	58.2	(0.4)
家計動向関連	48.9	60.4	60.0	(-0.4)
小売関連	52.1	59.6	60.4	(0.8)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	54.2	62.5	60.7	(-1.8)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	49.0	55.2	56.3	(1.1)
製造業	57.1	53.6	60.7	(7.1)
非製造業	45.6	55.9	54.4	(-1.5)

(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15年	12	0.0%	25.5%	48.9%	21.3%	4.3%
平成16年	2	0.0%	41.7%	47.9%	10.4%	0.0%
	4	0.0%	38.8%	55.1%	6.1%	0.0%
(変化幅)		(0.0)	(-2.9)	(7.2)	(-4.3)	(0.0)

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

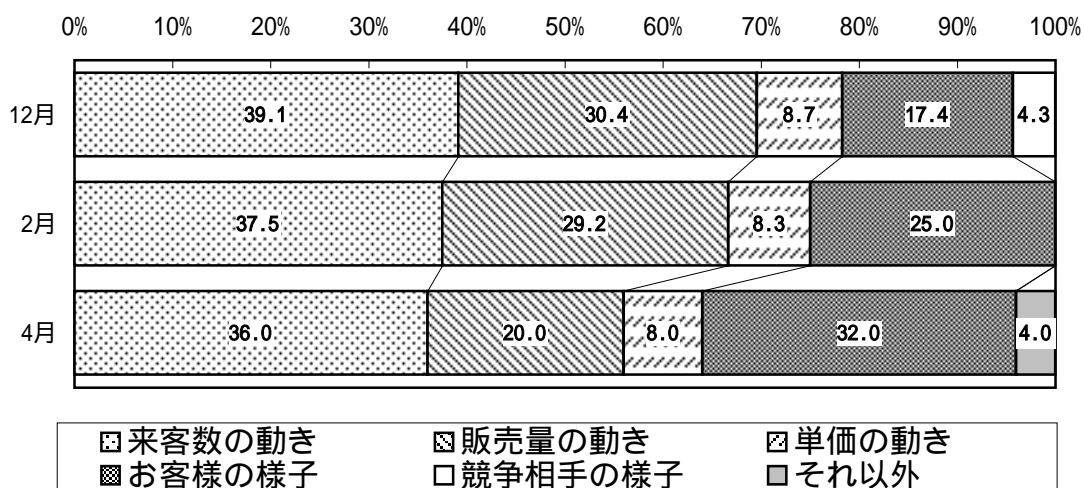
(D I)	平成15年	平成16年	
		12月	2月
合計	47.9	52.1	53.6
家計動向関連	56.5	56.3	55.0
小売関連	54.2	53.8	58.3
飲食関連	-	-	-
サービス関連	58.3	62.5	42.9
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	39.6	47.9	52.1
製造業	46.4	53.6	67.9
非製造業	36.8	45.6	45.6

(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。

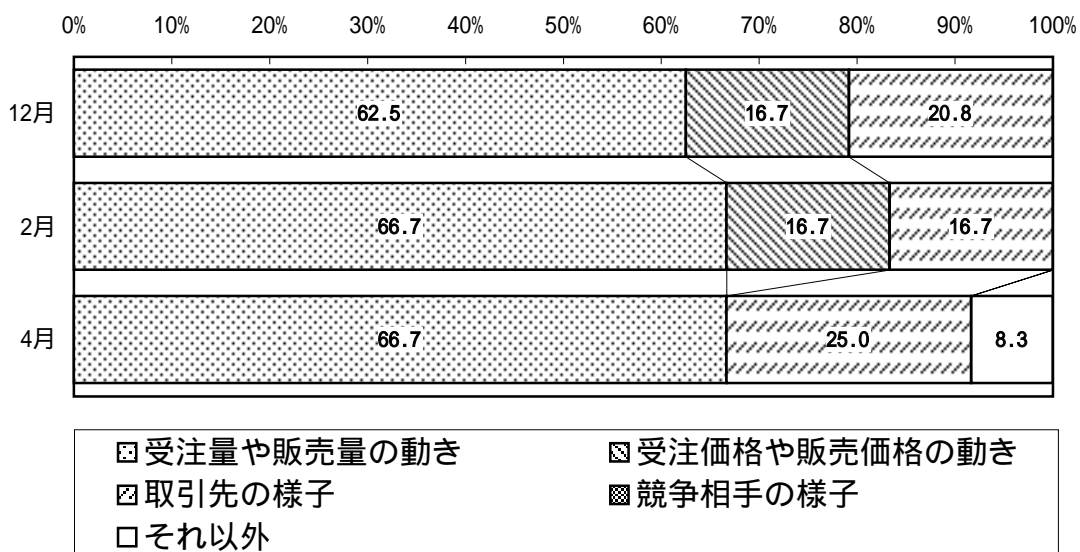
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方角性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

## 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	一般小売店 [靴] (売場主任)	来客数の動き	・春商戦が期待通りに盛り上がっている。OL、キャリア層の購買意欲の高まりが、入店客数の増加につながっている。	
		百貨店 (販売促進担当)	来客数の動き	・アジアを中心とした外国からの観光客が多く、集客も日増しに多くなってきている。	
		スーパー (店長)	販売量の動き	・店舗商圏内の新築高層マンションに入居が始まり、来客数、客単価とも上昇している。	
		コンビニ (店長)	来客数の動き	・3か月前と比べ、新顔の客も増加している。客1人当たりの来店回数も増加している。	
		高級レストラン (経営者)	単価の動き	・従来は限定特別品と銘打った買い得商品への注文が圧倒的であったが、最近は高額メニューを選択する客が増えている。接待件数も増加している。	
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・例年に比べ、暖かい日が多い。	
		都市型ホテル (広報担当)	来客数の動き	・レストランを利用する客数が多少上向いている。	
		都市型ホテル (経営者)	お客様の様子	・売上は相対的に伸びている訳ではないが、周囲の雰囲気や全体的な感じは良い。	
		旅行代理店 (営業担当)	販売量の動き	・客の動き、販売量とも、徐々に動き出してきている。	
		通信会社 (営業担当)	販売量の動き	・異動時期の3～4月を迎え、販売量が全体的に上昇している。	
		通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・株価上昇の影響なのか、関連する会社からの電話設備、回線の注文が多くなっている。	
		変わらない	一般小売店 [和菓子] (経営者)	お客様の様子	・取扱い商品がし好品であるが、客に余裕があまりみられないので、変わっていない。
			百貨店 (売場主任)	お客様の様子	・来客数は微増傾向であるが、購買には結び付いていない。
			百貨店 (広報担当)	お客様の様子	・商圏内に新しい商業施設がオープンし、客数が増え、にぎやかになったものの、客の多くは依然として必要な商品のみを買い求めている。
			百貨店 (売場主任)	お客様の様子	・気温や流行などの動機が瞬間的な要因となるものの、持続力がなく一過性の連続である。
			スーパー (店長)	それ以外	・総額表示になり、客から値上げしたのではないかと言われている。
			衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・来客数が減少している分、単価を上げるよう努力している。
			競馬場 (職員)	単価の動き	・客1人当たりの購入金額は底打ちとなっている。
			その他レジャー施設 (経営者)	来客数の動き	・3～4月の来客数は特に悪い。
		設計事務所 (所長)	販売量の動き	・引き合いは現状維持であるが、4月に入りやや減少している。	
	やや悪くなっている	衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・天候に左右され、来客数が減少しており、売上が上がらない。	
	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	新聞業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・競合他社も含め、3月の広告量が前年比でやや増加しており、4月も同様の傾向にある。	
		新聞業 (経営者)	それ以外	・街中がカラフルになってきている。	

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
		出版業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が以前の水準に戻りつつある。
		出版業（経営者）	それ以外	・周辺のメイン通りへの人出が多くなっている。またタクシー運転手が、週に1度くらいは長距離の客が入るようになってきたと話しているので、景気はやや良くなっている。
		印刷業・製本業（経営者）	取引先の様子	・取引先の較差がはっきりしてきている。悪い企業は変化がないか、若干悪くなっているが、良い企業は良い方向に向かっている。
		金融業〔証券〕（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・株式市場は年度末には更に好転し、東証の出来高売買代金は高水準を維持している。また、企業の公募売り出しといった資金調達ニーズの高まりを背景とし、景気動向は上向きである。
		金融業〔証券〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・法人部門は依然としてこう着状態にあるものの、個人投資家を中心に市場に向かう意識は良好になってきている。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・品不足のため、注文残も多くなってしまうが、受注量が増加している。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・受注量が増加している。単価はまだ据え置きであるが、売上は増加しつつある。
	変わらない	印刷業・製本業（経営者）	受注量や販売量の動き	・得意先の9割は仕事がなくて困っている。当然こちらに仕事が回ってくるはずもない。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・売上の実績から判断すると変わらない。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・主要荷主先の国内販売が減少している。
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・横ばいの状態が続いており、明るい見通しがたたない。
	やや悪くなっている	卸売業〔繊維・衣服等〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・気候の変化に消費者が戸惑っているからか、やや悪くなっている。
	悪くなっている	卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・1月に比べ、4月は季節のマイナス要因のためか、かなり厳しい。

#### 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	-	-
		百貨店(販売促進担当)	・今年オリンピックイヤーであり、人々の興味はアテネにむけられるが、当地区は頻りにパブリシティされることもあり、これからゴールデンウィークにかけては地方からの観光客が来て、一段とにぎわいを増してくる。
		百貨店(売場主任)	・水着の販売動向が好調なように、ごくわずかであるが、以前に比べて消費に対する余裕が感じられるようになってきている。
		百貨店(広報担当)	・新聞報道等で景気が上向きつつあるとされるなど、世の中のムードが明るくなる兆しが感じられる。
		百貨店(総務担当)	・新しい商業施設がオープンしたことで、来客数、売上とも徐々に上向いてきている。
		スーパー(店長)	・商圏内の新築マンションへの入居により、営業数値は好調を維持できる。
		コンビニ(店長)	・気温も上昇し、客の購買意欲が上がる。
		高級レストラン(経営者)	・大手企業に対し、最近新興の情報IT産業系企業の伸びが著しい。株価の上昇に伴って、双方が業界の運気を高めつつ、景気を押し上げていく。
		一般レストラン(経営者)	・ゴールデンウィークにかけては特に地方からの客が増加する。修学旅行客の予約も出てくるのでやや良くなる。
		都市型ホテル(広報担当)	・ゴールデンウィークを控え、宿泊予約等も前年より増加している。
	都市型ホテル(経営者)	・政府の経済指標等にみられる明るさなどから、何となく良い雰囲気はあるが、今後の政府の政策、社会情勢等の要因によっては、すぐ崩れるもろさを感じられる。	
	通信会社(営業担当)	・今後ますますインフラの整備が進むことが予想され、6月のボーナス期に向けて少しは販売量が上昇することが考えられる。	
	変わらない	一般小売店[靴](売場主任)	・夏商戦の仕掛け次第では、更に上昇する気配はあるが、現状の伸び幅が精一杯である。
		百貨店(売場主任)	・中元やクリアランスセールなど、好調につながる要因はあるものの、その後の落ち込みも激しいと見込んでいる。
スーパー(店長)		・総額表示が定着するまで少し時間がかかる。	
衣料品専門店(店長)		・いろいろな販促を仕掛けているが、結果が出ない。今後も変わらない。	
高級レストラン(店長)		・何度も同じ状況を繰り返しているため、変わらない。	
一般レストラン(経営者)		・当月は多少陽気が良いだけで、今後の動向に関しては変わらない。	
旅行代理店(営業担当)		・日本経済に、良くなるきっかけがあまりみられない。	
通信会社(営業担当)		・通信費用削減を客は検討しており、相談も多くなっている。	
競馬場(職員)		・仮に少しでも景気が上向いたとしても、長年の影響から消費にはつながらない。	
その他レジャー施設(経営者)		・実感として感じられるのは、まだ先の話である。	
設計事務所(経営者)	・現状は大企業が景気をけん引しており、中小企業の景気はいまだに本格的な上昇になっていない。		
設計事務所(所長)	・建築関係の今後の先行きは、ほとんど良くなることはない。		
やや悪くなる	一般小売店[和菓子](経営者)	・原料が高値で推移しているが、客にその認識が薄く、売上はあまり伸びない。	
悪くなる	-	-	
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	出版業(経営者)	・街全体の雰囲気は少し明るくなってきている。
		印刷業・製本業(総務担当)	・株価が上昇し、個人投資家の資産が増加しているので、やや良くなる。
		印刷業・製本業(経営者)	・取引先により業況の良し悪しがはっきりしている。
建設業(経営者)	・建設業界はまだ変わらないかやや悪くなるが、製造業、サービス業、流通業は上向く。		

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
		通信業（営業担当）	・回線速度が上がるのと同時に通信コストの削減にもつながる、ブロードバンド回線に対する顧客の導入意向は、まだ堅調であるので、やや良くなる。
		金融業〔証券〕（経営企画担当）	・イラク問題や為替の円高進行等、懸念材料はあるものの、個人消費や企業業績の上方修正などで改善期待が高まっており、景気回復に向けた兆しが多くみられる。
		卸売業〔建築材料、鉱物・金属材料等〕（従業員）	・物件の引き合いが多いので、やや良くなる。
		経営コンサルタント	・少しずつではあるが、回復の兆しが見え、景気が悪いという話を聞くことも少なくなっている。付近の有名な通りへの人も増え始めている。
	変わらない	新聞業（経営者）	・世の中が不安定である。
		新聞業（営業担当）	・イラク情勢など不透明な要素がどう広告に影響してくるのかがみえない。少なくとも右肩上がりにはいくとは考えにくいので、やや好調のまま横ばい状態となる。
		出版業（営業担当）	・4月は少し受注量が持ち直したが、企業の好景気の具体的な原因が見つからないので、変わらない。
		印刷業・製本業（経営者）	・今年は今のところ3月だけは仕事量が多かったが、他の月は遊んでいる日が多いように見受けられる。
		建設業（営業担当）	・公共工事の確実な減少と、民間工事の価格競争が続いているので、変わらない。
		輸送業（従業員）	・業界で新規参入が増えて、競争が激しくなっているため、景気は横ばいである。上昇する気配はない。
		輸送業（営業担当）	・主要荷主先の生産出荷量が増加する要因が見当たらない。
		通信業（営業担当）	・依然として受注等、上向き様子が感じられない。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・企業の業績改善はリストラの進行によるところが大きく、最終的な消費動向の改善には、今しばらくの期間を要する。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（経営者）	・消費者のニーズは景気という現象には現れにくい。消費者の生きがいをつかむことが必要である。
やや悪くなる	卸売業〔飲食料品（鮮魚）〕（経営者）	・良くなる要素が感じられない。	
	卸売業〔機械器具〕（従業員）	・3か月前までが特に悪かったが、現在は少々良くなってきており、今後はこのまま変わらない。	
悪くなる	卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	・夏場は商品の動きが少ない時期である。	
	卸売業〔機械器具〕（従業員）	・取引先の予算が年々減少しており、受注量の減少が見込まれる。	
		-	-

(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		26
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		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		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		24
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		17
建設業		2
輸送業		2
通信業		2
金融業		2
不動産業		0
卸売業		7
繊維・衣服等		2
食料品		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		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