

# 中央区内景气动向调查

平成 16 年 6 月調査結果

平成 16 年 7 月 8 日

中央区

## 総 括

### 平成 16 年 6 月の動き

中央区内における 6 月の現状判断 D I は合計で 55.0 と、前回調査より 6.2 ポイント低下したものの、引き続き横ばいを示す 50.0 を上回っている。景気の先行き判断 D I は 63.0 と、調査開始以来初めて 60.0 を上回る結果となった。

図表 景気の現状判断 D I、先行き判断 D I (合計)

( D I )	平成16年			前回調査 からの変化
	2月	4月	6月	
合計				
現状判断 D I	55.7	61.2	55.0	( -6.2 )
先行き判断 D I	57.8	58.2	63.0	( 4.8 )

## 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 6 月調査の調査票発送は 6 月 8 日（火）、回答期限は 6 月 17 日（木）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 50 名、有効回答率は 100.0%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55.0と、前回調査より6.2ポイント低下している。分野別にみると、家計動向関連のDIは53.8（前回調査比8.2ポイント低下）企業動向関連のDIは56.3（同4.1ポイント低下）とそれぞれ前回調査からは低下したものの、引き続き横ばいを示す50.0を上回る水準となっている。3か月前と比べ「良くなっている」、「やや良くなっている」あるいは「変わらない」と回答する人の割合は、引き続き全体の8割を超えている。

図表1 - 1 各分野における景気の現状判断DIの推移表

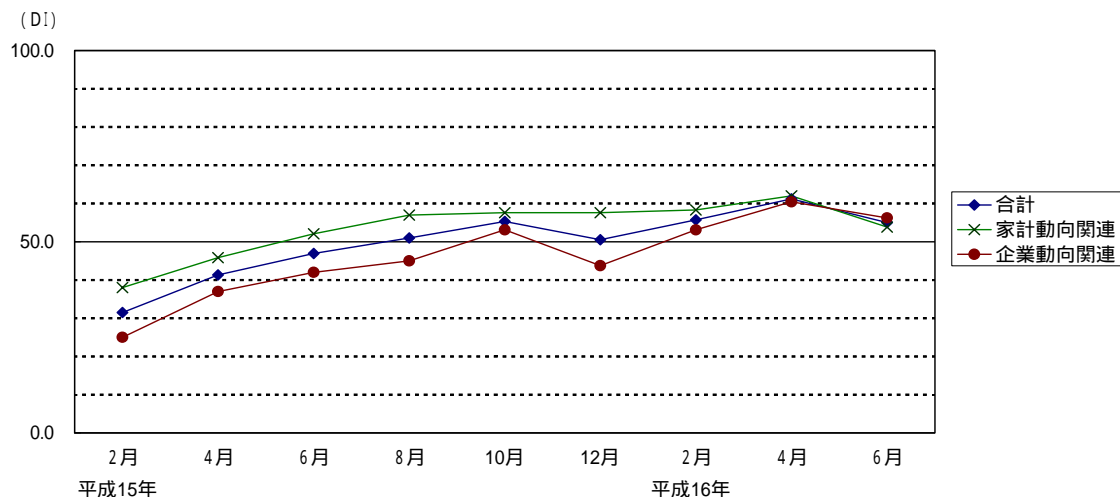
(DI)	平成16年			
	2月	4月	6月	(変化幅)
合計	55.7	61.2	55.0	(-6.2)
家計動向関連	58.3	62.0	53.8	(-8.2)
小売関連	59.6	58.3	50.0	(-8.3)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	58.3	67.9	53.6	(-14.3)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	53.1	60.4	56.3	(-4.1)
製造業	57.1	71.4	67.9	(-3.5)
非製造業	51.5	55.9	51.5	(-4.4)

(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16年	2	0.0%	37.5%	50.0%	10.4%	2.1%
	4	0.0%	53.1%	40.8%	4.1%	2.0%
	6	2.0%	36.0%	44.0%	16.0%	2.0%
(変化幅)		(2.0)	(-17.1)	(3.2)	(11.9)	(0.0)

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は前回調査より全体で4.8ポイント上昇し、63.0と調査開始以来初めて60.0を上回った。分野別にみると、家計動向関連D Iは63.5（前回調査比3.5ポイント上昇）企業動向関連D Iは62.5（同6.2ポイント上昇）といずれも60.0を上回る結果となっている。3か月後は「良くなる」、「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96.0%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D Iの推移表

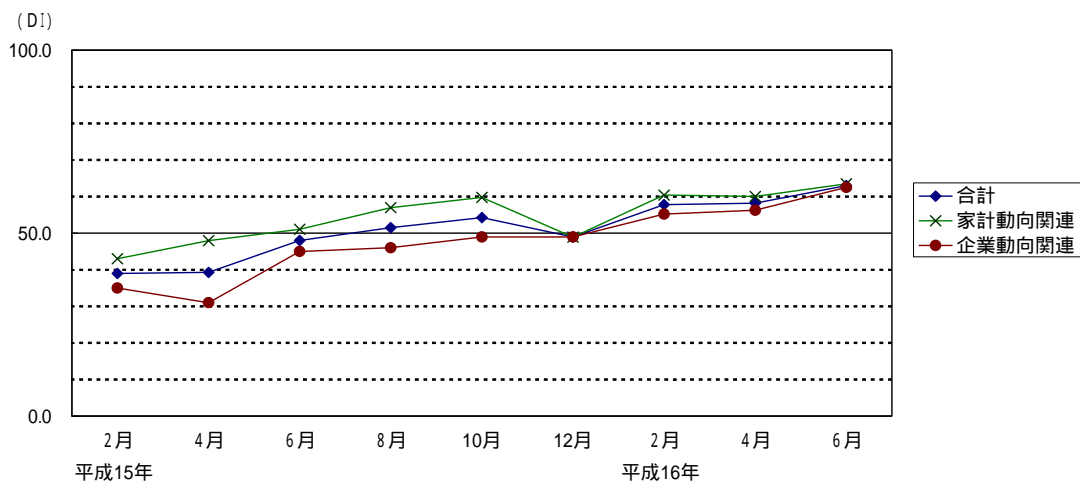
(D I)	平成16年			
	2月	4月	6月	(変化幅)
合計	57.8	58.2	63.0	(4.8)
家計動向関連	60.4	60.0	63.5	(3.5)
小売関連	59.6	60.4	63.5	(3.1)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	62.5	60.7	60.7	(0.0)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	55.2	56.3	62.5	(6.2)
製造業	53.6	60.7	71.4	(10.7)
非製造業	55.9	54.4	58.8	(4.4)

(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16年	2	0.0%	41.7%	47.9%	10.4%	0.0%
	4	0.0%	38.8%	55.1%	6.1%	0.0%
	6	6.0%	44.0%	46.0%	4.0%	0.0%
(変化幅)		(6.0)	(5.2)	(-9.1)	(-2.1)	(0.0)

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

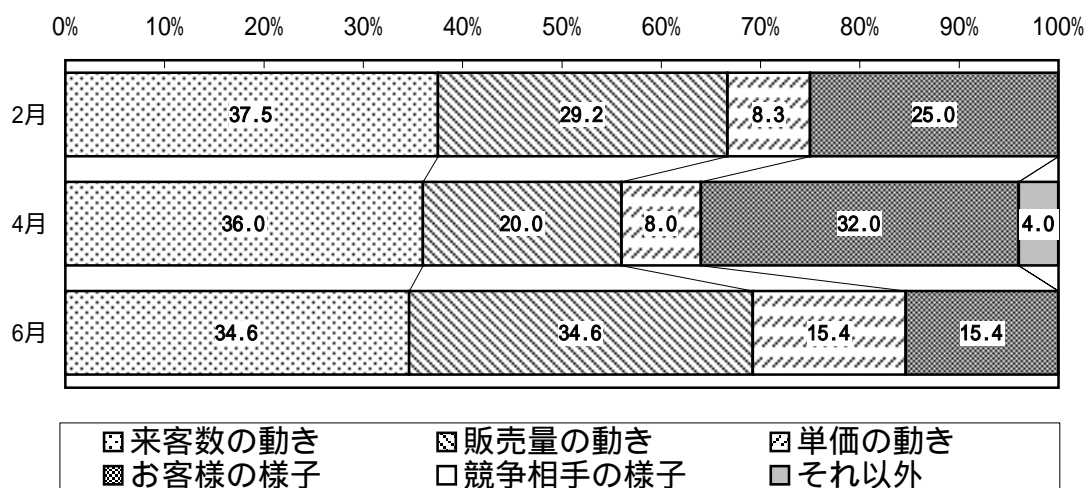
(D I)	平成16年		
	2月	4月	6月
合計	52.1	53.6	49.0
家計動向関連	56.3	55.0	49.0
小売関連	53.8	58.3	44.2
飲食関連	-	-	-
サービス関連	62.5	42.9	53.6
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	47.9	52.1	49.0
製造業	53.6	67.9	60.7
非製造業	45.6	45.6	44.1

(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。

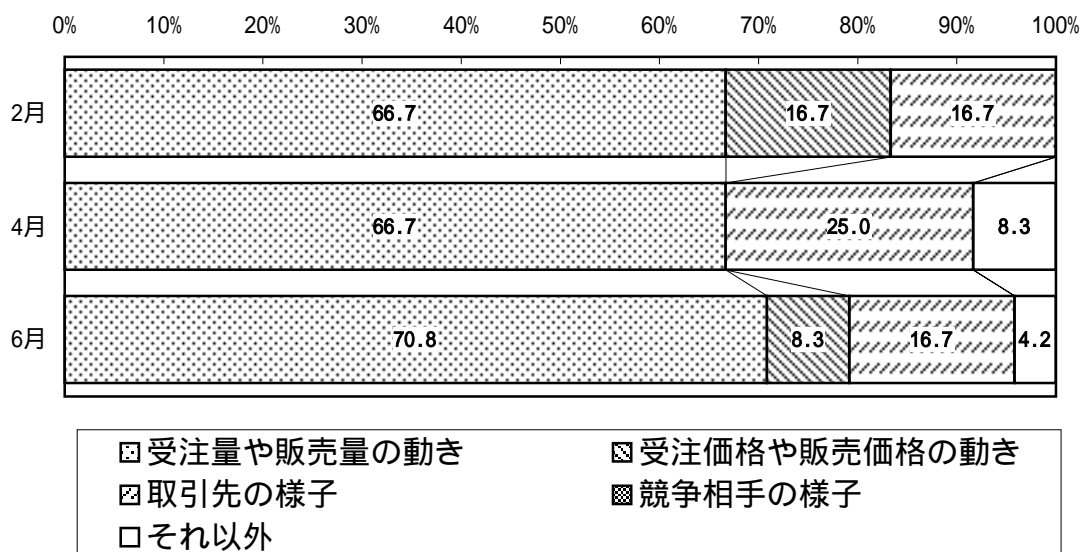
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方角性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

## 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	コンビニ(店長)	販売量の動き	・来客数、販売量、客単価、全てにおいて上昇している。景気は上向いている。	
	やや良くなっている	百貨店(販売促進担当)	お客様の様子	・客単価はまだ低いが、来客数は少しずつ増加しているので、景気は徐々に良くなってきている。	
		高級レストラン(経営者)	お客様の様子	・法人単位での利用度は変わらないが、個人的な用途での利用に高額商品の注文が入るようになってきている。また、単価は低いものの、来客数が増加している。	
		旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・今年はゴールデンウィークが固まっっていて旅行には最適であった上に、前年の反動もあり、来客数、販売量とも前年を上回っている。	
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・客の移転する先は坪数も広く、この機会に電話機も買い替えたりと、事業拡張をしているようである。	
	変わらない	-	一般小売店[和菓子](経営者)	単価の動き	・客単価は低いままで変わらない。客は箱物をなかなか購入せず、購入する際も小さな箱の贈答品を選び、価格を抑えている。
			スーパー(店長)	来客数の動き	・来客数、客単価、買上点数とも、以前と変わらない。
			スーパー(店長)	販売量の動き	・来客数は若干伸びているが、一人当たりの購入金額は減少傾向にある。
			コンビニ(経営者)	単価の動き	・単価は依然として伸びていない。
			衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・来客数は日を追うごとに減少している。客は物を購入していない。
			都市型ホテル(経営者)	販売量の動き	・景気が上向きの企業がある一方で、依然として厳しい状況の企業もあり、まだら模様で混在している。この状況は変わっていない。
			通信会社(営業担当)	販売量の動き	・春のキャンペーン後の販売数が伸び悩んでいる。
			競馬場(職員)	単価の動き	・客単価は下げ止まってきている。
			その他レジャー施設(経営者)	来客数の動き	・この数か月は来客数に変わりはないが、同業者は地域によって差があると話している。それなりの業況である地域、悪いものの何とかなっている地域、先がみえない地域と大まかに3つ位に分類される。
やや悪くなっている	-	一般小売店[靴](営業担当)	来客数の動き	・セール前の買い控え感もあり、来客数が少ない。	
		百貨店(広報担当)	販売量の動き	・客は中元やサマーセールを控えて購入にストップをかけているのか、売上が良くない。	
		百貨店(売場主任)	単価の動き	・客の購買意欲が鈍化しており、価格に対する目がよりシビアになっている。	
		衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・ゴールデンウィーク後、来客数が減少している。	
		都市型ホテル(広報担当)	来客数の動き	・ディナータイムの来客数が減少している。	
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)	取引先の様子	・新聞広告は全面的な景気回復とまではいかず、業種、企業ごとにばらつきがある。世間では景気回復としており、全体の広告量も増加しているようである。	
		出版業(経営者)	取引先の様子	・一部の取引先に何となく明るい気配が感じられる。	

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	・業績の悪いところは相変わらずであるが、得意先の動きが少し良くなってきており、受注量等が増加している。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・低価格ではあるものの、見積の引き合いが多くなってきている。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・タクシー、ハイヤーの受注は増加傾向にあり、3か月前に比べ、景気はやや上向きである。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・IP電話やブロードバンド通信について、ほぼ全ての客が高い関心を示しており、引き合いも多い。
		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4月に1万2,000円台へ回復後、5月に1万1,000円を割り込むなど、多少上下したが、各企業の業績の回復により、堅調に推移している。
		経営コンサルタント	それ以外	・近隣のタワーマンションが売れている。1平方メートル当たり100万円程度であるが、需要が多い。中古物件が出てもすぐ売れてしまうようである。中古物件なのに値段が下がらないばかりか、値上がりしているものもある。
変わらない		出版業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・依然として厳しい状況が続いている。3か月前も前年割れの状況にあったが、現在も前年比でマイナスのまま変わっていない。
		通信業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・販売数では若干の伸びがあるものの、粗利に反映されないため、全体的に変わりはない。
		金融業〔証券〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・前半ばから今年の3月ごろまでの上昇傾向にやや一服感がみられる。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量の動きだけではなく、総合的に判断して変わらない。
		卸売業〔機械器具〕（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・会社全体の受注金額が横ばいで推移している。
やや悪くなっている		輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・5月の連休以降、荷主先からの受注量が減少している。業種問わず荷動きが悪い。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費低迷は相変わらずである。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・飲料系の会社と教育系の会社を担当しているが、夏のキャンペーンの受注が前年比で約60%と落ち込み、非常に厳しい状況である。
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	・夏シーズンに向かい、受注量や販売量が減少するので悪い。

#### 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	百貨店（販売促進担当）	・オリンピックイヤーで8月中旬にかけてワールドカップと同じように日本中に明るい話題が増えると、人々の気持ちにゆとりができるので、良くなる。 ・最近、中国、韓国からの外国人観光客が多くなってきている。
		コンビニ（店長）	・やや期待感もあるが、月を追うごとに店舗の数字が伸びている。この調子で2～3か月先も上昇すると見込んでいる。
	やや良くなる	一般小売店〔靴〕（営業担当）	・サマーセールに入るが、サンダルを中心とした季節商品への購買意欲が上向き、やや良くなる。
		百貨店（広報担当）	・景気が上向きだというマスコミ報道で明るいムードになっている。当店は、これから中元、サマーセール、売りつくしセールなど、売上が上向き要素があるので、やや良くなる。
		百貨店（総務担当）	・新しい商業施設のオープン後、当店のリニューアルと合わせ、来客数、周辺の活気も徐々に良くなっている。売上も上向き傾向が継続している。
		スーパー（店長）	・店舗周辺に複数の店が開店する予定なので、来客数の増加が見込まれる。
		高級レストラン（経営者）	・低価格の商品が主流ではあるものの、高額商品へ移行しつつある動きや、新興産業の法人利用が目立つことなどから、先行きはやや良くなる。
		高級レストラン（店長）	・最近の売れ筋商品と株の動きから判断すると、やや良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・7、8月は夏休みに入り、地方からの客が多く来るようになる。7月は縁日、8月は花火大会、その他にもいろいろなイベントがあるのでやや良くなる。
		都市型ホテル（広報担当）	・夏休みに向かって来客数の増加が期待できる。
		通信会社（営業担当）	・6月のボーナス時期を中心に行う夏のキャンペーンが始まるため、販売数の増加が見込まれる。
		通信会社（営業担当）	・ボーナスの時期で、臨時収入に購買意欲も高まり、景気が上昇する。
		設計事務所（経営者）	・前年同期に比べ、公共事業の発注が増加している。GDPの伸び率が良い。
			変わらない
百貨店（売場主任）	・夏物セール等での盛り上がりはあるものの、一過性にすぎないようなムードがあるので、変わらない。		
スーパー（店長）	・夏の商売は気温次第で良くも悪くもなる。もし冷夏になった場合、盛夏商材の動きが悪く、全体の足を引っ張ってしまう。		
コンビニ（経営者）	・消費者がお金を出し渋っているので変わらない。		
衣料品専門店（店長）	・商品の価格を下げても量が売れないので、他の販売戦略で現状維持をする。		
一般レストラン（経営者）	・この2～3か月、客の来店回数が減少している。この状況は今後も変わらない。		
都市型ホテル（経営者）	・社会的、経済的にみても将来に対する漠然とした不安が抜けきっておらず、富裕層と厳しい層の二分化もあり、全体としての底上げにつながっていない。		
旅行代理店（営業担当）	・現在は多少改善傾向にあるものの、社会情勢から判断すると、更に良くなるとは言い切れない。		
競馬場（職員）	・長引く不況のため、消費動向は変わらない。		
その他レジャー施設（経営者）	・店の周囲は中小企業のみなので景気回復の実感がない。社員の本音が良くならなければ我々も良くなれないので、良くなるのはまだ先の話である。		

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
		設計事務所（所長）	・2～3か月後の受注等が悪くなる可能性はあっても上向く要素はほとんどないので、変わらない。
	やや悪くなっている	衣料品専門店（店長）	・景気が回復している実感がない上に、大規模な商業施設が増え続けているので、やや悪くなる。
	悪くなる	-	-
企業動向関連	良くなる	印刷業・製本業（総務担当）	・消費が拡大すると見込んでいる。
	やや良くなる	出版業（経営者）	・周辺の大通りへの人出が1年前よりかなり増えているので、先行きはやや良くなる。
		出版業（営業担当）	・これから下期の受注に入るので、少しは見直しをしてもらえそうである。
		印刷業・製本業（経営者）	・徐々にではあるが動きが出てきているので、上向き傾向になる。
		印刷業・製本業（経営者）	・株価も上昇しており、先を期待するしかない。仕事に波があり、良い時と悪い時の差は激しい。
		輸送業（従業員）	・大手企業の景気上昇傾向に引っ張られて受注が増加する。ハイヤー、タクシーの受注は増加する見込みである。
		輸送業（営業担当）	・現状荷動きが悪いのは例年のことなので懸念するほどでないが、前年同月に比べてマイナスで推移しているため、今が底で今後は回復すると期待している。
		通信業（営業担当）	・通信コストの削減を目的としたIP電話導入についての関心が総じて高く、導入にかかる設備投資の効果が期待できる。
		金融業〔証券〕（経営企画担当）	・企業業績の改善や、オリンピックを控えてのDVDレコーダーや薄型テレビ等個人消費の回復傾向により、2～3か月先の景気は総じて好転の方向に向かう。原油価格の上昇に伴う関連商品の値上げ等が懸念材料である。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	・8月は夏シーズンなので動きが悪いが、9月に入ると秋冬物の動きが良くなる。
		卸売業〔建築材料、鉱物・金属材料等〕（従業員）	・引き合いはあるので、やや良くなる。
	経営コンサルタント	・商店街の人通りも若干多くなってきている。もんじゃ屋へも予約がかなり増えてきていると聞いているので、やや良くなる。	
	変わらない	新聞業（経営者）	・取引先数は変わらない。
		新聞業（営業担当）	・前年の落ち込みが大きいので、前年比でプラスとなっているが、それもそろそろ一巡するので、今後は大幅なプラスは見込めない。やや良くなってきたという現状から変わらない。
		建設業（営業担当）	・公共事業費の削減及び受注価格のダンピングによる影響が続いている。
		建設業（経営者）	・石油の高値によっては悪くなる可能性もある。
通信業（営業担当）		・社会全体では上向き傾向のようであるが、原油の高騰による影響を考えると、総じて変わらない。	
金融業〔証券〕（営業担当）		・年半ばから後半に向け、海外の景気動向や国内の企業収益動向に関しては不透明な部分が多い。	
卸売業〔繊維・衣服等〕（経営者）		・低迷した状態が続く。	
卸売業〔機械器具〕（経営者）		・特に変動理由がない。ただし、ガソリンの値上がりによる変化はある。	
卸売業〔機械器具〕（従業員）		・受注産業なので2～3か月では動きがない。	
卸売業〔機械器具〕（従業員）		・全体的には良くなりつつあるが、客の予算が削減傾向にあるため、伸びにくい状況である。	
やや悪くなる	広告代理店（営業担当）	・ボーナス時期の受注が前年同期比で7割程度までしか伸びない気配なので、7～8月は非常に厳しい。	
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	26	
	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	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	農林水産業従業者	24
		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		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	
飲食品		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		