

中央区内景气动向调查

平成 16 年 8 月調査結果

平成 16 年 9 月 8 日

中央区

総 括

平成 16 年 8 月の動き

中央区内における 8 月の現状判断 D I は合計で 50.0 と、前回調査より 5.0 ポイント低下したものの、平成 15 年 8 月調査以降引き続き横ばいを示す 50.0 以上の水準を維持する結果となっている。景気の先行き判断 D I は前回調査より 4.5 ポイント低下し、58.5 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16年			前回調査 からの変化
	4月	6月	8月	
合計				
現状判断 D I	61.2	55.0	50.0	(-5.0)
先行き判断 D I	58.2	63.0	58.5	(-4.5)

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 8 月調査の調査票発送は 8 月 9 日（月）、回答期限は 8 月 18 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 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	やや良くなる	変わらない	やや悪くなる	悪くなる
	(良い)	(やや良い)	(どちらとも いえない)	(やや悪い)	(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50.0と、前回調査より5.0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50.0（前回調査比3.8ポイント低下）、企業動向関連のDIは50.0（同6.3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、横ばいを示す50.0以上の水準を維持している。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に減少がみられる。

図表1-1 各分野における景気の現状判断DIの推移表

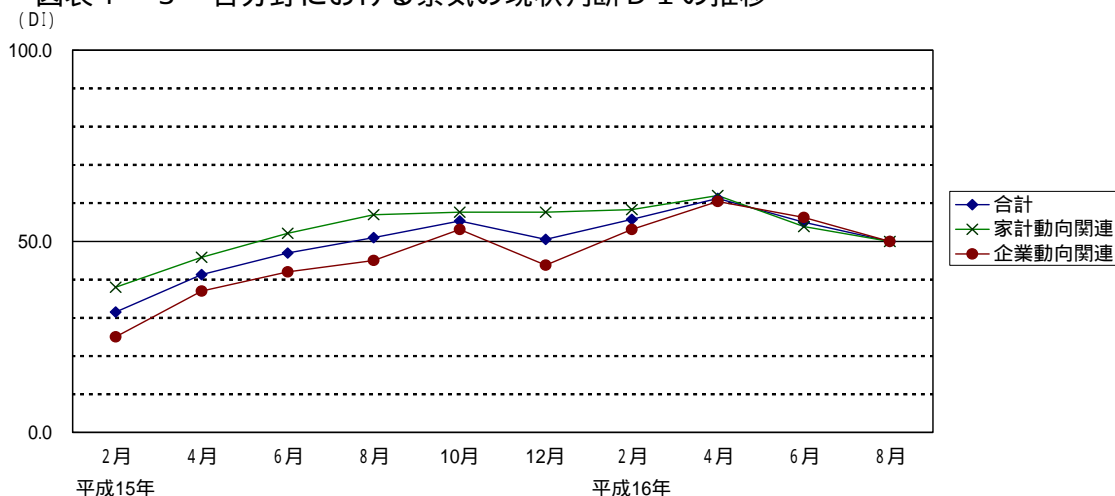
(DI)	平成16年			
	4月	6月	8月	(変化幅)
合計	61.2	55.0	50.0	(-5.0)
家計動向関連	62.0	53.8	50.0	(-3.8)
小売関連	58.3	50.0	48.1	(-1.9)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	67.9	53.6	53.6	(0.0)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	60.4	56.3	50.0	(-6.3)
製造業	71.4	67.9	53.6	(-14.3)
非製造業	55.9	51.5	48.5	(-3.0)

(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16年	4	0.0%	53.1%	40.8%	4.1%	2.0%
	6	2.0%	36.0%	44.0%	16.0%	2.0%
	8	2.0%	24.0%	50.0%	20.0%	4.0%
(変化幅)		(0.0)	(-12.0)	(6.0)	(4.0)	(2.0)

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は全体で58.5となっている。分野別にみると、家計動向関連D I（61.5）は前回調査より2.0ポイント低下したものの、引き続き60.0を上回る一方で、企業動向関連D Iは前回調査より7.3ポイント低下し、55.2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D Iの推移表

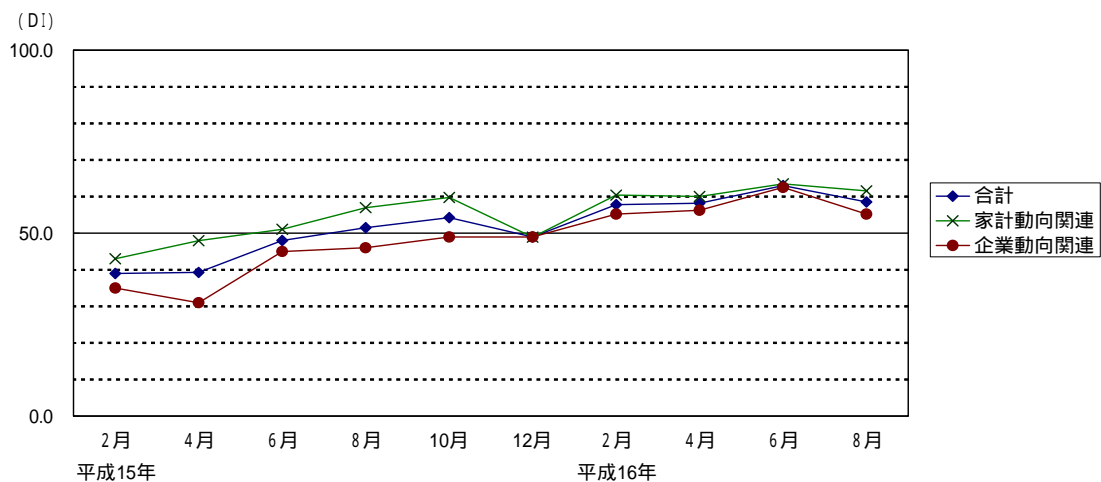
(D I)	平成16年			
	4月	6月	8月	(変化幅)
合計	58.2	63.0	58.5	(-4.5)
家計動向関連	60.0	63.5	61.5	(-2.0)
小売関連	60.4	63.5	61.5	(-2.0)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	60.7	60.7	60.7	(0.0)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	56.3	62.5	55.2	(-7.3)
製造業	60.7	71.4	60.7	(-10.7)
非製造業	54.4	58.8	52.9	(-5.9)

(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
			なる		なる	
平成16年	4	0.0%	38.8%	55.1%	6.1%	0.0%
	6	6.0%	44.0%	46.0%	4.0%	0.0%
	8	6.0%	32.0%	52.0%	10.0%	0.0%
(変化幅)		(0.0)	(-12.0)	(6.0)	(6.0)	(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

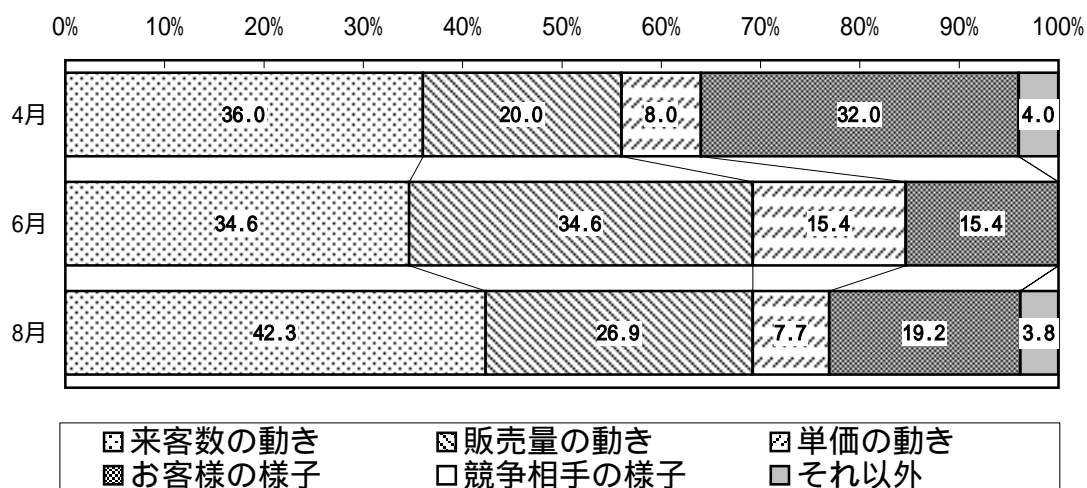
(D I)	平成16年		
	4月	6月	8月
合計	53.6	49.0	48.0
家計動向関連	55.0	49.0	49.0
小売関連	58.3	44.2	50.0
飲食関連	-	-	-
サービス関連	42.9	53.6	46.4
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	52.1	49.0	46.9
製造業	67.9	60.7	53.6
非製造業	45.6	44.1	44.1

(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。

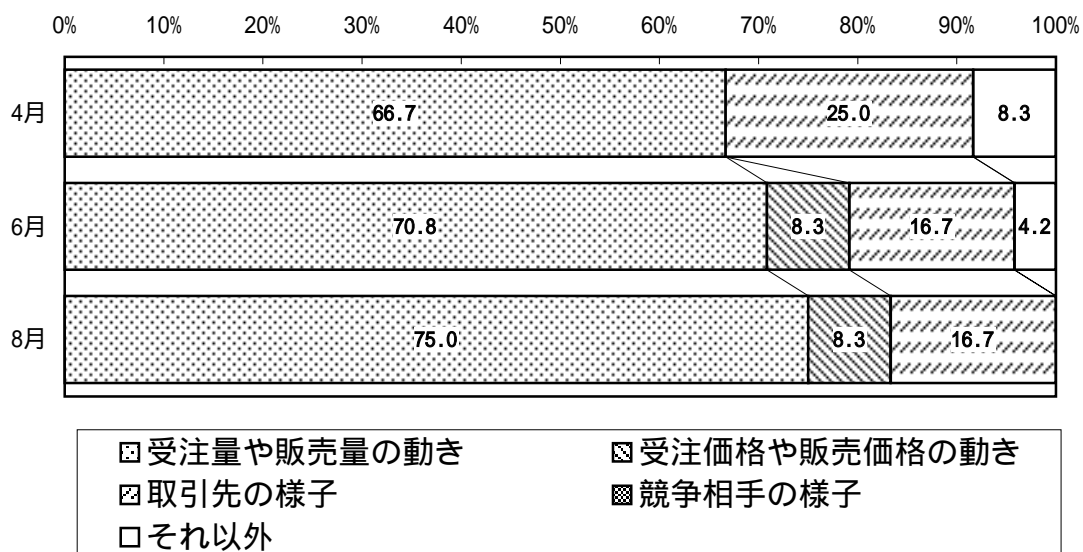
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方角性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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	-	-	-
	やや良くなっている	百貨店(広報担当)	販売量の動き	・今月から大規模な売り尽くしを実施しており、来客数、売上とも大幅に増加し、上期分の不足を一気に解消できそうな勢いである。客は何かがあれば購入するものだと痛感している。
		コンビニ(店長)	来客数の動き	・来客数が前年に比べて1割弱伸びている。
		高級レストラン(経営者)	来客数の動き	・季節ごとの特別メニュー等を予約する客層が増加している。また、高額メニューを注文する客も3か月前より増加している。内容的にみるとサービス商品を予約した上で、高額の飲物(例えばプレミアのつく焼酎など)をオーダーするという傾向が強まってきている。
		旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・温泉の不祥事がここ最近増えてきているので、直前で販売が減少するかもしれないが、今のところはやや良くなっている。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・事業拡大等の話を良く耳にする。
		設計事務所(経営者)	販売量の動き	・民間受注量が増加している。
	変わらない	一般小売店[靴](営業担当)	来客数の動き	・真夏日が連続し、例年以上に来客数が減少し、売上にも影響が出ている。
		スーパー(店長)	単価の動き	・来客数は若干増加しているが、総額表示の導入後、一点当たりの単価、客単価が下がっている。
		スーパー(店長)	お客様の様子	・来客数は増加しているが、客単価が減少しており、総じて変わらない。
		コンビニ(経営者)	単価の動き	・客単価が上がらない。
		衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・来客数の減少を単価の上昇でぎりぎりカバーしている。
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・地方からの来客や、花火大会やその他のイベントの開催で、例年通りの集客となっている。
		都市型ホテル(広報担当)	来客数の動き	・ビジネスでの利用客の減少(特に外国人ビジネスマンが休みのため)に加え、法人の利用も減少している。
		都市型ホテル(経営者)	お客様の様子	・客が価格に対し敏感で、1円でも安い商品に魅力を感じ、安くて当たり前という様子である。一方で、金額が高くても自分の欲しい商品にはお金を惜しまないという人も一部ではあるがいる。
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・ここ2~3か月間の販売数の伸びは小さく、変化がない。
		設計事務所(所長)	販売量の動き	・物件引合いの件数がほとんど変わらない。
	やや悪くなっている	一般小売店[和菓子](経営者)	販売量の動き	・ただでさえ夏は品物が動かないのに、今年は猛暑に追い討ちをかけられている。
		百貨店(販売促進担当)	来客数の動き	・7月よりは8月初旬が苦戦している。
衣料品専門店(店長)		販売量の動き	・セールを実施しても売上が低迷し、長続きしない。	
一般レストラン(経営者)		来客数の動き	・来客数が減少している。	
その他レジャー施設(経営者)		来客数の動き	・それほど大差はないが、暑さのためか来客数が減少している。	

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
	悪くなっている	-	-	-
企業動向関連	良くなっている	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	・契約数量が増加している。
	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	・4月以降連続して売上が前年比プラスになっている。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量がやや良くなっている。介護タクシーへの注文も多くなってきている。
		輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・建築資材メーカーの配送受注が好調である。旧盆前の出荷がピークと見込んでいる。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・数千万円単位の電話交換設備の更改について、しばらく前と比べ、客の投資に対する抵抗感が薄れてきているように感じる。3月期決算の結果を受けて、好業績の企業が通信、IT投資に前向きになりつつあるのかもしれない。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・業種によっては景気が良くなっていると聞いている。
	変わらない	出版業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・8月期に続き、9月期の受注も大幅な前年割れとなる。
		出版業（経営者）	取引先の様子	・大企業は儲かっているが、中小企業はその恩恵を受けていない。
		印刷業・製本業（経営者）	受注量や販売量の動き	・小康状態に入った感じで可もなく不可もない状況である。
		建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・受注価格の厳しさは変わらず、今後更に厳しくなる見込みである。
		卸売業〔機械器具〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・お盆、夏休み等で営業日が少ない。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・通常の年に比べ、夏休みが長い会社が多くなり、実働日数が少ないことから、業界全体の取引量が少なくなっている。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・新聞やテレビのニュースでは、景気回復と大きく報道しているが、小売店などは変わらないと聞くので、大企業をはじめ、どこまでが回復しているのか分からない。
やや悪くなっている	印刷業・製本業（経営者）	受注量や販売量の動き	・得意先の多くで7月20日以降仕事が減少している。毎日暇な日が続く、盆休み後はどうなるか、予定すら入っていない。	
	金融業〔証券〕（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・第一四半期の決算状況やエクイティファイナンス等、企業業績は堅調であるが、株式市場の取引高は春先と比較して低調であり、日経平均株価が1万1千円を割るなど、景気動向は多少下降気味である。	
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・前年は江戸開府記念事業の受注分があったが、今年はゼロのため、厳しい状況である。	
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	・暑い夏も衣料品購入への動機にはなっていないようである。	
	卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・大型催事のあった5月に比べると、8月の受注、販売量は悪くなっている。	

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	-	-	
	やや良くなる	一般小売店〔靴〕(営業担当)	・徐々に来客数の上昇が見込まれるため、厳しい現状よりはやや良くなる。	
		百貨店(販売促進担当)	・オリンピックの開催に伴い、消費は上向きとなる。また、秋物の新作が8月下旬から出るため、暑さの影響はあるものの、良くなると見込んでいる。	
		百貨店(売場主任)	・今秋、当地区への新規出店、改装等の計画があり、客数増が見込まれる。また、アパレルは残暑の反動から実売期の盛り上がりが見込める。	
		百貨店(広報担当)	・秋にリニューアルオープンを控えており、このままの勢いを維持できると見込んでいる。	
		百貨店(総務担当)	・秋に競合店がリニューアルオープンすると、ある程度相乗効果が出てやや良くなる。	
		スーパー(店長)	・夏場はどうしても買上点数が減少するが、秋口になると増加してくる。	
		コンビニ(店長)	・この数か月の来客数、売上の数字をみる限り、現状を維持しつつ景気はやや良くなっていく。	
		高級レストラン(店長)	・今月があまり良くないので、この先はこれ以上悪くはない。	
		一般レストラン(経営者)	・商店街のイベントによる集客効果でやや良くなる。	
		通信会社(営業担当)	・9月になると、新しいキャンペーンが開始されるので、やや良くなる。	
		通信会社(営業担当)	・アテネオリンピックの影響などにより、やや良くなる。	
		競馬場(職員)	・全体的に景気は上向きである。	
		設計事務所(経営者)	・民間設備投資が増加する見込みである。	
		変わらない	一般小売店〔和菓子〕(経営者)	・来客数が増加するとしても、客単価が低いままなので激増は見込めない。
			百貨店(売場主任)	・残暑が厳しくなれば秋物の動きは予想以上に悪くなるので、天候次第である。
			スーパー(店長)	・特別に変化する要因が見当たらない。
			コンビニ(経営者)	・先行きは現状通りで変わらない。
			衣料品専門店(店長)	・現在の状況を良く分析し、今までとは違う打ち出しをしないと変わらない。
			高級レストラン(経営者)	・現在の状況がいつまで続くか不安がある。このまま良い方向へ進むことを願いつつも、昨年、一昨年の平均が保てるかには不安が残る。
		一般レストラン(経営者)	・9月は夏休み疲れで来客数の動きが少し悪くなる。10月は観光商業祭りがあることと、修学旅行等があるため、来客数は良くなる。	
		都市型ホテル(広報担当)	・毎年7～8月期は夏休みなどでビジネス利用が通常月と比べて減少する。秋以降、少しでも景気が回復するよう期待している。	
		都市型ホテル(経営者)	・業界の価格競争に加え供給過剰な状況の中で、来客数の大幅な増加は見込めない。	
		旅行代理店(営業担当)	・温泉不祥事が増えてきていることによって、秋の旅行シーズンに影響が出てくるのが予想されるため、あまり伸びは期待できない。	
		その他レジャー施設(経営者)	・会社に利益が出始めても、社員のふところが温かくなるのはまだ先である。そうならないと我々サービス業までは回ってこないが、良くなる前にまた景気が悪くなるのではないかと不安がある。	

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）	・引合い件数、単価とも良くなるとは考えられない。
	やや悪くなる	衣料品専門店（店長）	・競争相手が増加する懸念があるため、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）	・猛暑により消費が拡大し、良くなる。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	・例年10～11月は8月に比べ和装衣料の動きが顕著となる。
	やや良くなる	出版業（営業担当）	・10、11月期は少し持ち直す気配がある。
		輸送業（従業員）	・企業の景気に左右されるタクシー、ハイヤー業界であるが、一般客の利用も増加してきているので、やや良くなる。
		卸売業〔機械器具〕（従業員）	・取引先が官庁のため、売り込んでいる商品の入札がある月に仕事が増加する。
	変わらない	新聞業（経営者）	・取引停止がある。販売が思うように伸びない。
		新聞業（営業担当）	・今まで以上に大きく伸びることは期待できないが、前年並みには推移する見込みである。
		出版業（経営者）	・大企業と中小企業の格差が更に広がる。
		印刷業・製本業（経営者）	・得意先を含め、先行きに明るい材料がないので、小康状態が続く。
		印刷業・製本業（経営者）	・定期的な仕事がないので、毎月どのくらいの仕事量が入ってくるのか全く見当がつかない。得意先も皆同じ状態で、仕事の確保が難しく、値段も下がる一方で大変であると聞いている。
		建設業（営業担当）	・公共事業の削減及び受注減に伴う価格競争により、悪いまま変わらない。
		輸送業（営業担当）	・季節的要因で配送受注に大きな変動があるため、トータルではほとんど変わらない。
		通信業（営業担当）	・客の通信、IT関連の投資に対する姿勢は前向きになりつつある一方で、業界内の価格競争は依然厳しく、他社が業界の常識を外れた価格を提示しており、予断を許さない状況である。
		通信業（営業担当）	・自分の身の回りでは景気が良くなる実感がわからない。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・特に悪いとは感じないが、原油価格上昇の影響がどの程度あるか懸念している。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（経営者）	・消費者はこれまでになかった全く新しい消費方法を考え出している。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・イラク戦争、テロ等、不安定要素が多く、ガソリンの値上がり事が事業に響いてくる。
		卸売業〔機械器具〕（従業員）	・公共事業予算は変わらないが、場合によっては縮減される。
	経営コンサルタント	・小売店の様子や話から判断すると、先行きは変わらない。	
	やや悪くなる	建設業（経営者）	・官庁関係の発注量の減少、民間発注に対する安値受注により、ポディーブローが効いてくる可能性がある。
金融業〔証券〕（経営企画担当）		・原油高による石油関連製品の値上がりから、運輸、電力、ガスなど、物価上昇が懸念され、個人消費が低調となるので、景気動向はやや悪くなる。	
卸売業〔飲食料品（鮮魚）〕（経営者）		・先行きに良い材料がない。	
広告代理店（営業担当）		・前年の江戸開府記念事業の受注分、前年比で考えると厳しい。	
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		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