

中央区内景气动向调查

平成 16 年 10 月調査結果

平成 16 年 11 月 10 日

中央区

総 括

平成 16 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 53.6 と、前回調査より 3.6 ポイント上昇し、横ばいを示す 50.0 以上の水準を引き続き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 7.0 ポイント低下し、51.5 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
	6月	8月	10月	
合計				
現状判断 D I	55.0	50.0	53.6	(3.6)
先行き判断 D I	63.0	58.5	51.5	(-7.0)

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 10 月調査の調査票発送は 10 月 7 日（木）、回答期限は 10 月 18 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	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53.6と、前回調査より3.6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53.0（前回調査比3.0ポイント上昇）企業動向関連のDIは54.2（同4.2ポイント上昇）といずれも前回調査を上回り、前回の横ばいから改善されている。3か月前と比べ「変わらない」、「やや悪くなっている」と回答する人の割合が減少し、「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

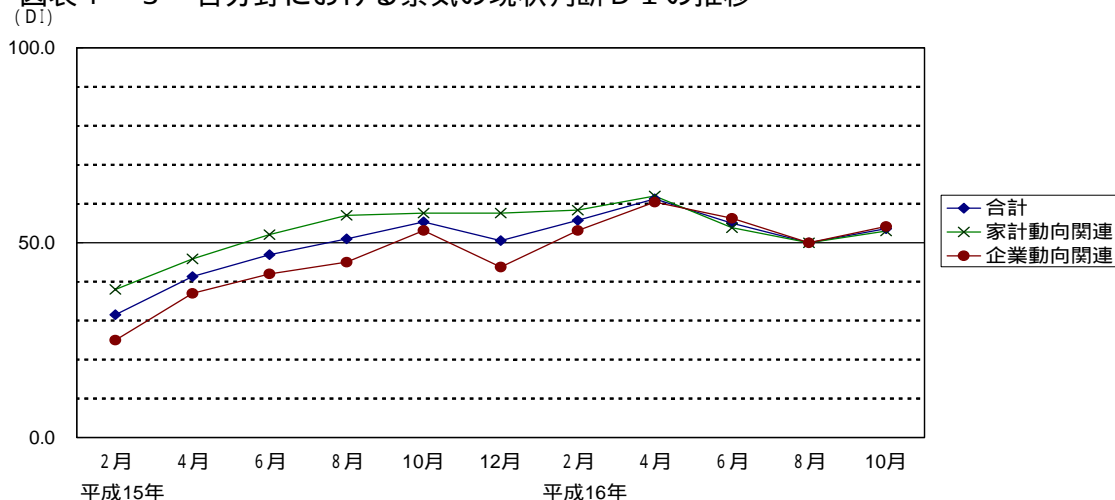
(DI)	平成16年			
	6月	8月	10月	(変化幅)
合計	55.0	50.0	53.6	(3.6)
家計動向関連	53.8	50.0	53.0	(3.0)
小売関連	50.0	48.1	54.2	(6.1)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	53.6	53.6	53.6	(0.0)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	56.3	50.0	54.2	(4.2)
製造業	67.9	53.6	60.7	(7.1)
非製造業	51.5	48.5	51.5	(3.0)

(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	6	2.0%	36.0%	44.0%	16.0%	2.0%
	8	2.0%	24.0%	50.0%	20.0%	4.0%
	10	2.0%	34.7%	42.9%	16.3%	4.1%
(変化幅)		(0.0)	(10.7)	(-7.1)	(-3.7)	(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D Iは全体で51.5と、前回調査より7.0ポイント下回ったものの、引き続き横ばいを示す50.0以上の水準を維持している。分野別に見ると、家計動向関連D I（57.0）、企業動向関連D I（45.8）とも前回調査より低下し、企業動向関連D Iは平成16年に入り初めて横ばいを示す50.0を下回る結果となった。3か月後は「良くなる」、「やや良くなる」と回答する人の割合は減少している。

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

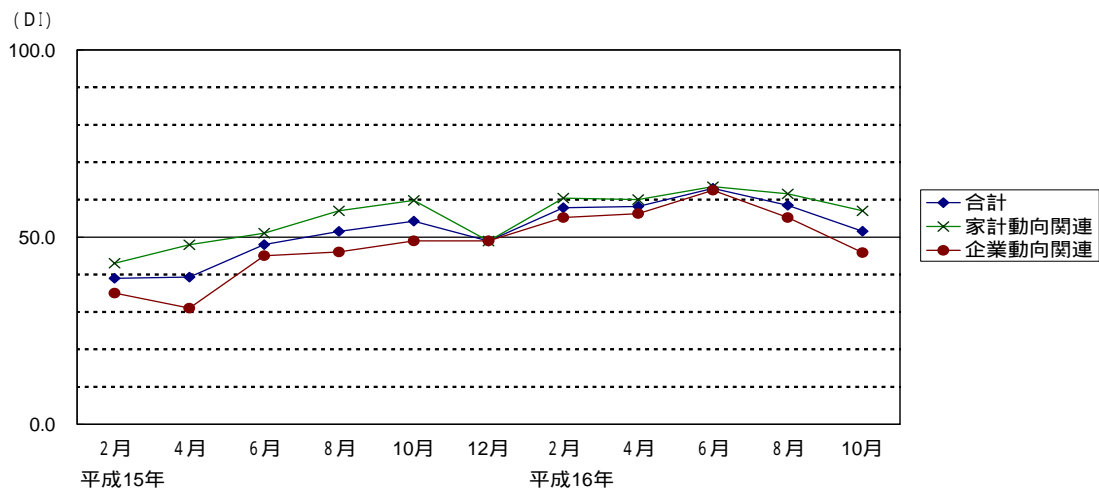
(D I)	平成16年			
	6月	8月	10月	(変化幅)
合計	63.0	58.5	51.5	(-7.0)
家計動向関連	63.5	61.5	57.0	(-4.5)
小売関連	63.5	61.5	56.3	(-5.2)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	60.7	60.7	53.6	(-7.1)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	62.5	55.2	45.8	(-9.4)
製造業	71.4	60.7	53.6	(-7.1)
非製造業	58.8	52.9	42.6	(-10.3)

(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	6	6.0%	44.0%	46.0%	4.0%	0.0%
	8	6.0%	32.0%	52.0%	10.0%	0.0%
	10	2.0%	22.4%	55.1%	20.4%	0.0%
(変化幅)		(-4.0)	(-9.6)	(3.1)	(10.4)	(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

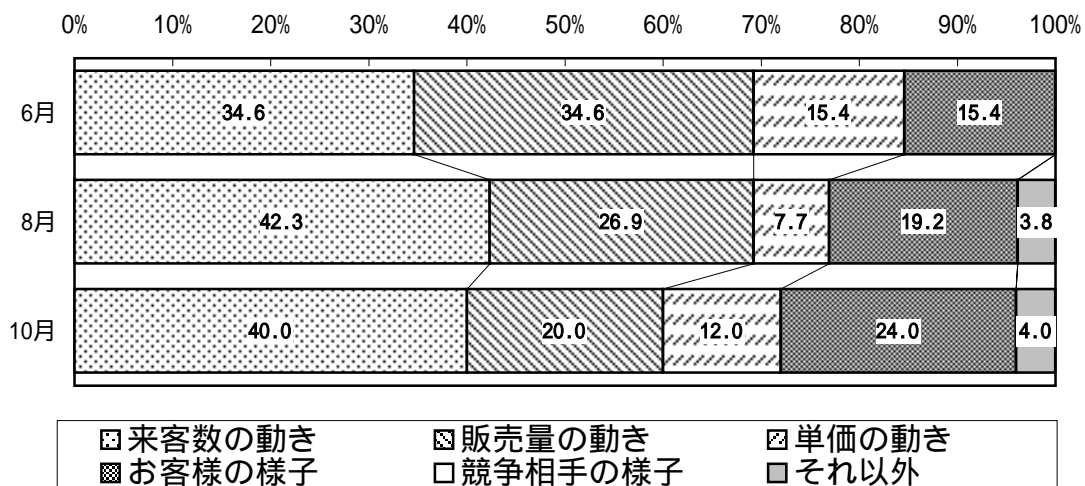
(D I)	平成16年		
	6月	8月	10月
合計	49.0	48.0	43.9
家計動向関連	49.0	49.0	42.0
小売関連	44.2	50.0	39.6
飲食関連	-	-	-
サービス関連	53.6	46.4	46.4
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	49.0	46.9	45.8
製造業	60.7	53.6	64.3
非製造業	44.1	44.1	38.2

(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。

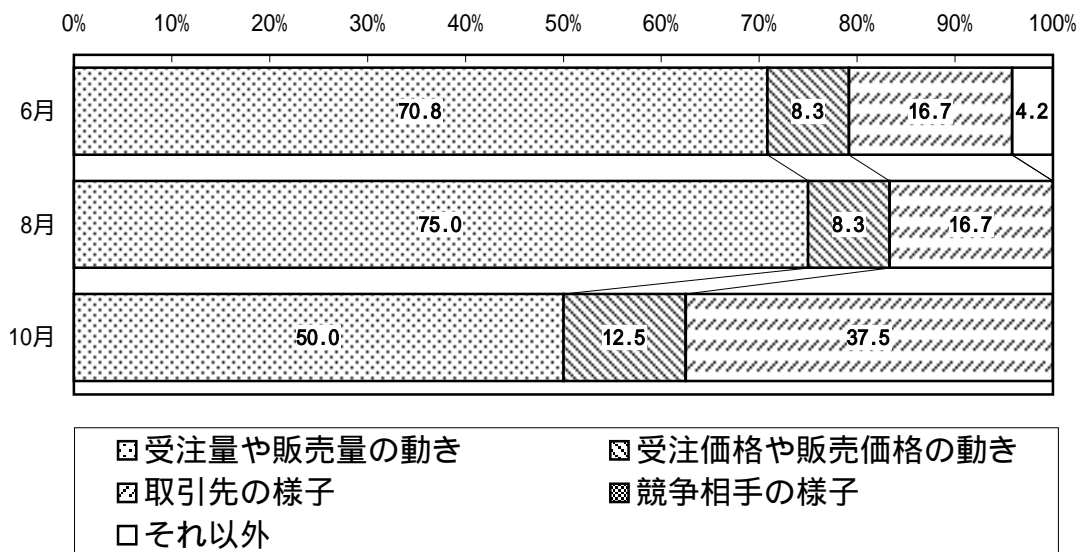
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方角性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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] (営業担当)	来客数の動き	・秋商品への関心が高まりつつあり、徐々に来客数、買上率が上昇している。
		一般小売店 [和菓子] (経営者)	お客様の様子	・品物を購入する時に、買うかやめるかの迷いが無い人が多くなってきている。
		百貨店 (販売促進担当)	お客様の様子	・当店のあるエリアに多くの客が来ている。
		スーパー (店長)	来客数の動き	・来客数の増加に加え、客単価が上昇している。
		コンビニ (経営者)	単価の動き	・単価が少し伸びてきている。
		都市型ホテル (広報担当)	来客数の動き	・前月に比べ、宿泊を中心に商用客の利用が増え、レストランの売上も増加している。
		旅行代理店 (営業担当)	販売量の動き	・テロ等が発生する度に動きが若干悪くなるが、全体的にみてやや良くなっている。
		競馬場 (職員)	それ以外	・新商品発売により一時的に販売が良くなっている。
	変わらない	百貨店 (売場主任)	お客様の様子	・天候の状況も大きく関係していると思われるが、来客数を含め、客の動向がかなり悪く、良い方向に向かう様子もない。
		スーパー (店長)	単価の動き	・商圈の人口は若干増加しているが、客単価が依然として落ち込んでいる。
		高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・大人数の予約が減少し、少人数化してはいるものの、コースは満席となっている。ただし、フリー客が少ないのでホール全体が満席となることは少なく、平均すると60%程度である。
		都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・平日でもなかなか満室にするのが難しくなっており、土日の入込みは特に悪い。
		通信会社 (営業担当)	販売量の動き	・10月から秋冬のフェアが始まっているが、今のところ急に販売数が伸びたりしてはいない。
		設計事務所 (所長)	単価の動き	・物件数はやや増加しているが、単価が低いので変わらない。
	やや悪くなっている	衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・台風が多いなど、天候にも恵まれず、大幅に来客数が減少している。
		衣料品専門店 (店長)	お客様の様子	・天候に左右され、客に購買意欲はまったくみられない。
		一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・客の来店回数が減り、客単価も下がっている。
		通信会社 (営業担当)	販売量の動き	・多くの客は使える通信機器はそのまま長く使うという考えで、買い控えをしており、新機種への更改、新規販売は減少傾向にある。また、インターネット用の回線も飽和状態になりつつあり、他社との販売競争が重なり、新規申込が減少している。
		その他レジャー施設 (経営者)	来客数の動き	・天候不順で雨の日の来客数は極端に悪い。
悪くなっている	百貨店 (売場主任)	お客様の様子	・客は購買に慎重で、最低限必要な物とセール品で何とかまかなっているようである。	
企業 動向 関連	良くなっている	卸売業 [繊維・衣服等] (営業担当)	受注量や販売量の動き	・10月初旬の大型催事もあり、秋冬物の動きが好調である。

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
	やや良くなっている	新聞業（営業担当）	取引先の様子	・新聞広告の景気は上向きとはいいがたいが、取引先である放送局、広告会社、広告主の動向をみると、決して悪くはない。
		印刷業・製本業（経営者）	受注量や販売量の動き	・毎月何らかの仕事が入り、手を休めることがない状況である。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・ハイヤー、タクシーの法人受注が良くなりつつある。個人受注も増えてきており、明るい。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・いくつか新しい取引先が増え、メインの取引先からの受注量がやや増加傾向にあるので、やや良くなっている。
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・上半期（4～9月）の受注額が、前年同期比で2割増程度と好調である。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・ひとところより品物の動きが良くなってきている。他店からもわずかだ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）	取引先の様子	・たまたま11月期は受注も増え、景気回復のように思えたが、12月期までは続かないようである。
		出版業（経営者）	取引先の様子	・大企業はいざ知らず、零細は依然として悪戦苦闘の状況である。
		印刷業・製本業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・横ばい状態が続いている。
		建設業（営業担当）	取引先の様子	・公共事業の縮減が現在も続いており、民間の設備投資等だけでは十分ではないので、全体的には悪い方向へ進んでいる。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・営業で得意先に聞いても相変わらずという声が多い。
		金融業〔証券〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・原油価格の高騰、米国大統領選挙の見通し、国内企業の動揺などにより、証券の委託売買注文では、全般的に投資マインドが低下している。
		卸売業〔機械器具〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・水害、地震の頻発により、防災関係の注文が若干入ったが、それほどではない。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・取引先の販売量、受注量とも、この2～3か月は安定している。どの取引先でも先行きがどちらに傾くかを心配している。
	やや悪くなっている	金融業〔証券〕（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・企業のファイナンスは好調だが、台風などの影響もあり、個人消費の動向はこれといった動きがなく、一服感がみられる。
	悪くなっている	卸売業〔機械器具〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量の見通しが下方に動いている。

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	コンビニ(経営者)	・良くなって欲しいという希望的観測である。
	やや良くなる	百貨店(販売促進担当)	・猛暑の夏も終わり、日増しに涼しくなってきた、秋冬物が徐々に売れてきている。
		百貨店(総務担当)	・近隣競合店がリニューアルオープンし、当店でも強化週を設定して集客を図るので、ある程度の相乗効果が見込まれる。
		スーパー(店長)	・今までは少し良くなっても先行きが不安であったが、これまでと違い、今は力強ささえ感じる。
		コンビニ(店長)	・来客数、買上点数をみる限りでは、急激に回復とまではいかないが、ゆるやかに回復していく。
		高級レストラン(店長)	・年の暮れを迎えて、お金や物の流動が活発になる。
		一般レストラン(経営者)	・これから寒くなり、客が温かい食べ物を食べたくなるので、多くの来店が見込まれる。
		都市型ホテル(広報担当)	・幕張等での大きなイベント開催などにより、ビジネスマンの動きが活発になる。また、クリスマスや年末の人の動きにも期待できる。
		通信会社(営業担当)	・年末に向かい、10月から行っている秋冬のフェアの効果が徐々に表れてくると見込んでいる。
	設計事務所(経営者)	・民間の受注が増えてきているので、やや良くなる。	
変わらない	一般小売店[靴](営業担当)	・3か月先までは来客数、販売単価とも現状維持が精一杯である。	
	百貨店(売場主任)	・天候不順、不安定な社会環境、明るい展望がみられない政界など、上昇する要因が少なすぎる。	
	衣料品専門店(店長)	・現状を把握し、新しいことを仕掛けないと先はみえてこない。	
	高級レストラン(経営者)	・客数は横ばい、単価は低下という傾向なので、年末の宴会シーズンを除けば現状維持でいきたいが、厳しい状況である。	
	一般レストラン(経営者)	・景気は年末まで変わらない。	
	都市型ホテル(経営者)	・年金や社会保障等の確たる方針が示されておらず、一部の大企業では景気が上向いているといわれているが、消費にまで回ってきていない。	
	旅行代理店(営業担当)	・日本の経済があまり良くなっていない。	
	競馬場(職員)	・消費を控える動きは続く。	
	その他レジャー施設(経営者)	・ここ数年来の当業界は全体的に悪い。いつか良くなると信じて何とか頑張っているような状況である。	
	設計事務所(所長)	・建築業は低迷したままで、将来的に良い材料は見当たらない。	
やや悪くなっている	一般小売店[和菓子](経営者)	・原油価格が上がり、経済の先行きは不透明である。	
	スーパー(店長)	・年末商戦は現状トレンドと同様に、前年比で2~3%ダウンの推移となる。	
	衣料品専門店(店長)	・百貨店の売場に競合商品が大幅に増えたため、やや悪くなる。	
	通信会社(営業担当)	・固定電話回線の競争が始まると、顧客維持、新規開拓などで料金値下げとなり、収入が減少する。競争の激化により、客にとっては通信コストが削減されるので、景気回復に多少の刺激となる。	
悪くなる	-	-	

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	出版業（営業担当）	・単価等は相変わらず低迷しているが、その分、量が増えているような感じなので、全体では上向きとなる。
		輸送業（営業担当）	・例年、11月後半から年末にかけて受注量が増加するので、やや良くなる。
	変わらない	新聞業（経営者）	・取引先から新規の紹介等がないので変わらない。
		新聞業（営業担当）	・やや鈍化すると思うが、現在のレベルを維持する傾向は変わらない。
		出版業（経営者）	・個人商店では売上が右肩上がりになることは到底望めない。
		印刷業・製本業（総務担当）	・原油価格の高騰による影響を受ける。
		印刷業・製本業（経営者）	・変化がなく、様子見の状態となる。
		印刷業・製本業（経営者）	・毎年12月は仕事が少なくなり、20日にはほとんど仕事がない状態となる。
		建設業（営業担当）	・日本経済が上昇しない限り、非常に難しい。
		輸送業（従業員）	・当業界では今後2～3か月先は変わらない。これまでの状況が続く。
		通信業（営業担当）	・IP電話に対する客の関心は急速に高まりつつあり、関連商品、サービスの受注量も増加している。しかし、ドライカッターによる収入の変動は避けられず、今後の見通しは不透明である。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・景気回復について徐々に懐疑的なマインドが高まっている。マクロ統計的に川下の状況は改善されておらず、当面は変わらない。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・少しずつ良くなってきているが、年末を控えそれほど期待はできない。原油高、米国大統領選、イラク戦争等、景気の上昇には不透明部分が多すぎる。
卸売業〔機械器具〕（従業員）		・主要取引先が官公庁のため、年度末にかけて受注量が増加する見込みである。しかし、アルミ、原油等、原材料が高騰しているため、仕入が安定せず、利益率は期待できない。	
広告代理店（営業担当）	・年末に向けて提案を行っているが、不透明な部分が多く、今のところ具体的な受注につながっていないので変わらない。		
経営コンサルタント	・年内は特に大きな変化はみられない。取引先も自社も12月の取引まで入っているが、何も変化はない。		
やや悪くなる	建設業（経営者）	・設備投資の減少、受注価格の低下により、やや悪くなる。	
	通信業（営業担当）	・原油価格の高騰による影響でやや悪くなる。	
	金融業〔証券〕（経営企画担当）	・原油価格の高騰を背景に、企業収益や輸出の減退により、先行きの景気見通しは明るいとはいえない。	
	卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	・大きな動きのあった10月の状況に比べると、2～3か月先は受注量、販売量とも下回る。	
	卸売業〔機械器具〕（従業員）	・受注見込みにかけりが出ている。	
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		