

# 中央区内景気動向調査

平成 17 年 8 月調査結果

平成 17 年 9 月 9 日

中央区

## 総 括

### 平成 17 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 46.2 と、前回調査から 0.4 ポイント上昇したものの、3 か月前と比べて横ばいを示す 50.0 を引き続き下回る結果となった。景気の先行き判断 D I は、前回調査より 3.9 ポイント上昇して 56.0 となり、横ばいを示す 50.0 の水準を上回る結果となっている。

図表 景気の現状判断 D I、先行き判断 D I (合計)

( D I )	平成17年			前回調査
合計	4月	6月	8月	からの変化
現状判断 D I	46.4	45.8	46.2	( 0.4 )
先行き判断 D I	46.9	52.1	56.0	( 3.9 )

## 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 17 年 8 月調査の調査票発送は 8 月 8 日（月）、回答期限は 8 月 17 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 46 名、有効回答率は 92.0%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46.2と、前回調査から0.4ポイント上昇したものの、3か月前と比べて横ばいを示す50.0を引き続き下回る結果となっている。分野別にみると、家計動向関連DI(50.0)は前回調査を2.2ポイント下回ったものの、企業動向関連DI(42.4)は前回調査から2.4ポイント回復している。3か月前と比べ「やや良くなっている」あるいは逆に「やや悪くなっている」と回答する人の割合がそれぞれ再び増加している。

図表1-1 各分野における景気の現状判断DIの推移表

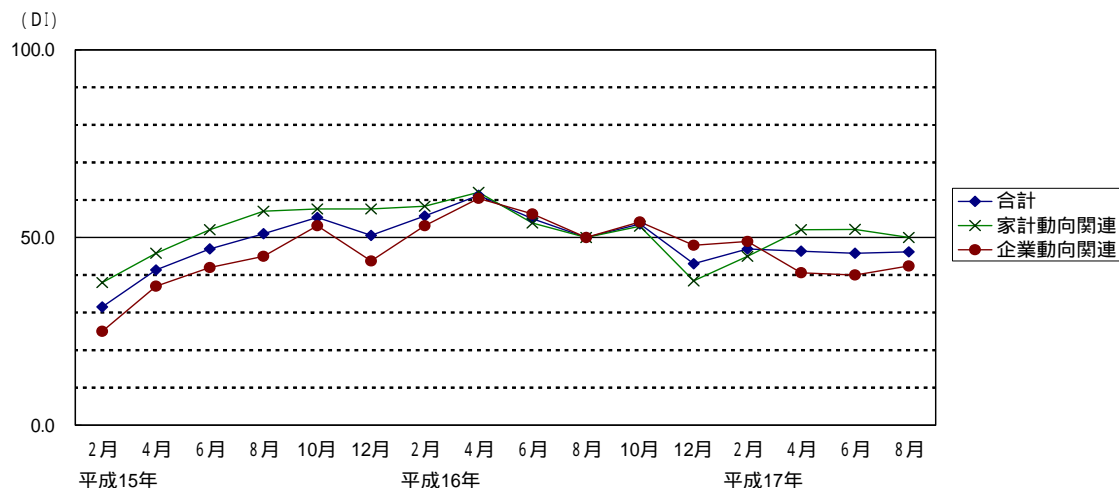
(DI)	平成17年			
	4月	6月	8月	(変化幅)
合計	46.4	45.8	46.2	(0.4)
家計動向関連	52.1	52.2	50.0	(-2.2)
小売関連	43.8	50.0	47.9	(-2.1)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	57.1	53.6	54.2	(0.6)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	40.6	40.0	42.4	(2.4)
製造業	39.3	25.0	37.5	(12.5)
非製造業	41.2	45.8	44.1	(-1.7)

(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17年	4	0.0%	27.1%	39.6%	25.0%	8.3%
	6	0.0%	14.6%	60.4%	18.8%	6.3%
	8	0.0%	23.9%	43.5%	26.1%	6.5%
(変化幅)		(0.0)	(9.3)	(-16.9)	(7.3)	(0.2)

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56.0と、前回調査より3.9ポイント上昇し、横ばいを示す50.0の水準を上回る結果となっている。分野別にみると、家計動向関連は前回調査から3.3ポイント、企業動向関連は4.7ポイント上昇し、前回調査に引き続き、それぞれ50.0を上回っている。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、全体のおよそ85%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

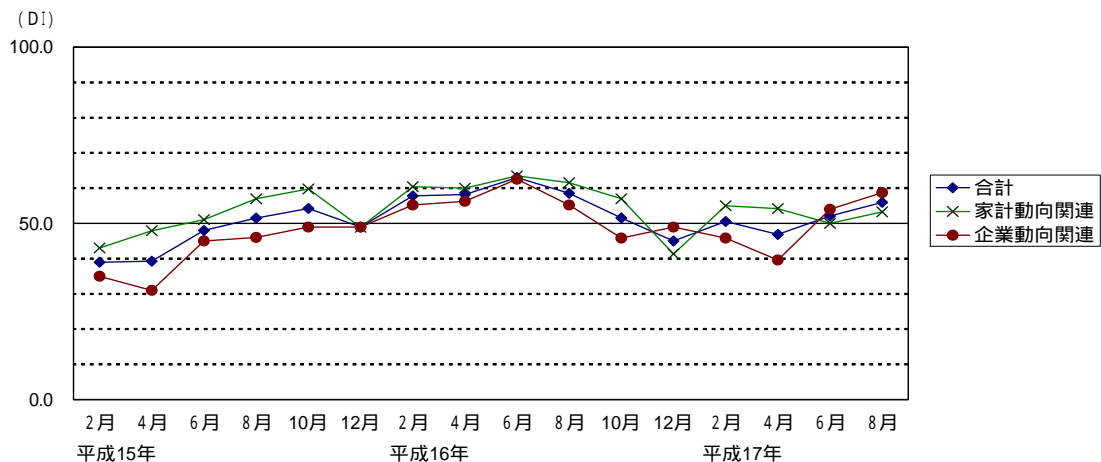
(D I)	平成17年			
	4月	6月	8月	(変化幅)
合計	46.9	52.1	56.0	(3.9)
家計動向関連	54.2	50.0	53.3	(3.3)
小売関連	47.9	47.7	45.8	(-1.9)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	60.7	46.4	62.5	(16.1)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	39.6	54.0	58.7	(4.7)
製造業	42.9	53.6	62.5	(8.9)
非製造業	38.2	54.2	57.4	(3.2)

(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。

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17年	4	2.1%	20.8%	43.8%	29.2%	4.2%
	6	0.0%	22.9%	62.5%	14.6%	0.0%
	8	2.2%	32.6%	52.2%	13.0%	0.0%
(変化幅)		(2.2)	(9.7)	(-10.3)	(-1.6)	(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

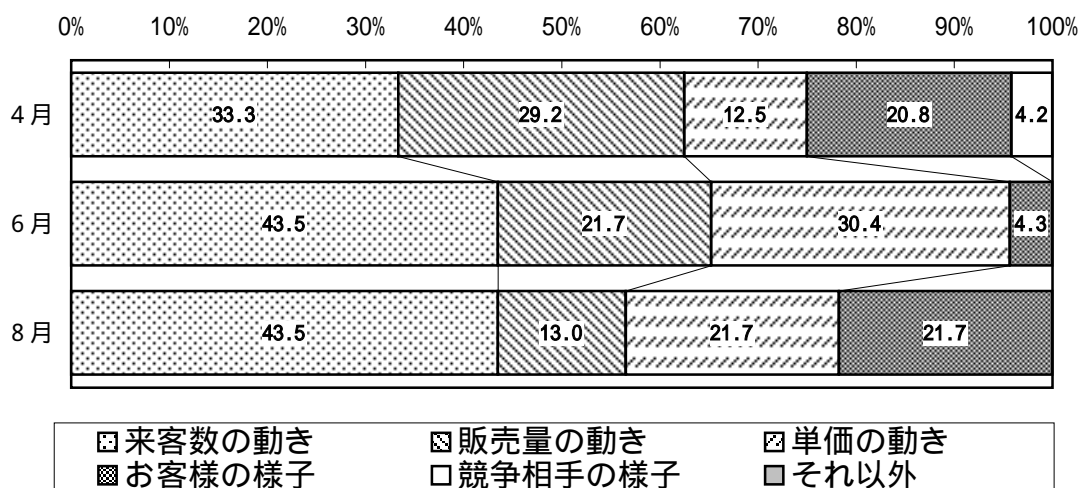
(D I)	平成17年		
	4月	6月	8月
合計	43.8	39.6	41.3
家計動向関連	50.0	44.6	48.9
小売関連	41.7	43.2	50.0
飲食関連	-	-	-
サービス関連	57.1	46.4	50.0
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	37.5	35.0	33.7
製造業	46.4	28.6	33.3
非製造業	33.8	37.5	33.8

(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。

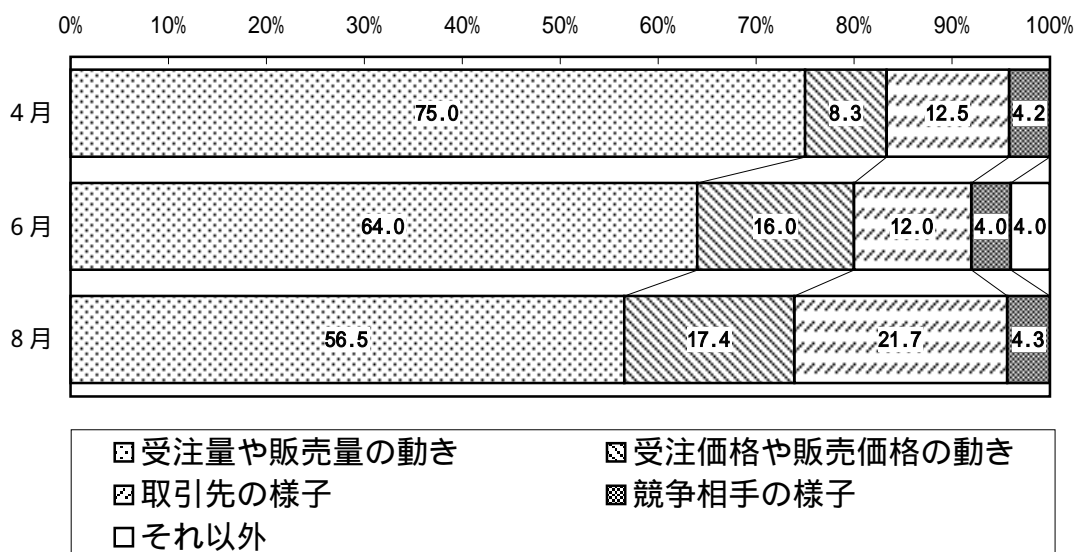
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方角性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

## 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(販売促進担当)	来客数の動き	・一時的に他地域が話題になったが、今は当地域に遊びに来る客が確実に増えている。
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・夏のイベント(草市、花火、祭り)が多く、テレビ、雑誌、その他の取材も多く来ている。夏休みで他方面から客が来ている。
		旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・徐々に景気が回復し、旅行需要が増えてきている。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・広告関連の業界では事業拡大、会社設立等が特に目立ってきており、電話回線、ビジネスフォン更改等の販売が好調である。全体的に景気が上向きである。
	変わらない	一般小売店[靴](営業担当)	来客数の動き	・必需品への購買意欲は高いが、全体的に客単価が下がっており、大幅な売上増には結び付いていない。
		一般小売店[和菓子](経営者)	お客様の様子	・客の買い渋りがある。
		百貨店(売場主任)	単価の動き	・前年比で来客数はマイナスだが、買上客数はプラスである。
		コンビニ(店長)	来客数の動き	・前年同時期と比べ来客数、客単価ともそんなに違いがない。3か月前との比較でも例年と同じである。
		衣料品専門店(店長)	お客様の様子	・天候が良かった分、客の購買意欲が多少良くなってきている。
		都市型ホテル(経営者)	来客数の動き	・都心を中心に同業者が多数進出しており、現在は供給過剰で値崩れが起きている。世の中の景気が上向いていないなか、供給だけ多くなれば来客数も減少する。
		その他レジャー施設(経営者)	来客数の動き	・7、8月の暑さのせい、来客数が上向いてこない。
	やや悪くなっている	スーパー(店長)	販売量の動き	・来客数、客単価はそれほど変動はないが、買上点数が減少している。
		スーパー(店長)	単価の動き	・価格を下げてでも客は欲しくない物、必要でない物は買わない。
		衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・新規の若い客がなかなか増加しない。
		高級レストラン(経営者)	来客数の動き	・例年8月はお盆と夏期休暇で会社関連の来客数が減少する。営業日数も通常の月に比べ、2~3日は少なくなる。
		都市型ホテル(広報担当)	来客数の動き	・当ホテルはビジネス客、特に外国人が多いので、8月に入り来館数、宴会数が少なくなっている。この時期は売上が下がってしまう。
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)	受注量や販売量の動き	・上期の受注量があまりに悪かったので、それと比べると下期は回復している。
		輸送業(従業員)	受注量や販売量の動き	・タクシー、ハイヤー、介護輸送等の売上は前年比で横ばいであるが、法人の売上は上昇傾向がみられる。
		輸送業(営業担当)	取引先の様子	・荷主先の新製品発売に伴う需要が活発である。
		通信業(営業担当)	取引先の様子	・取引先の商品先物取引業では、このところ新規会員の伸び率が上昇傾向にあり、システム投資に積極的になっている。
	変わらない	通信業(営業担当)	受注価格や販売価格の動き	・相変わらず受注が伸びない。
		金融業[証券](営業担当)	受注価格や販売価格の動き	・踊り場脱却という政府コメントにあるように、景況感自体をみる限りでは強めの見方が多いようである。一方、原油先物の高騰や長期金利の上昇転換等からコスト圧迫を懸念する見方もある。また、企業行動においてもこれまでの辛酸から、内部留保を依然として重視する部分もあり、明確な好転は起きていない。

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
		卸売業〔飲食料 品（鮮魚）〕 （経営者）	受注量や販売量 の動き	・景気は底を打って久しい。
		卸売業〔機械器 具〕（経営者）	受注量や販売量 の動き	・例年夏の休暇日数が多く、営業日が減ることにより活 発な取引がなくなる。
		経営コンサルタ ント	取引先の様子	・どの取引先も仕入状況、販売量とも変化がない。
	やや悪く なっている	新聞業（営業担 当）	受注量や販売量 の動き	・前年の五輪特需が見込めない上に、各企業とも新聞へ の広告出稿を削減している傾向がみられる。
		出版業（経営 者）	受注価格や販売 価格の動き	・販売価格の下落が価格決定力のない企業を苦しめてい る。
		広告代理店（営 業担当）	受注量や販売量 の動き	・受注の微減が続いている。
		その他サービス 業〔情報サー ビス〕（経営企画 担当）	単価の動き	・以前と比較して商談発生からクロージングまでの時間 が長くなっている。既に決定した受注額の再値引交渉等 も増えてきている。
	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	・メインの取引先からの注文もほとんど動きがない。
		卸売業〔繊維・ 衣服等〕（営業 担当）	受注量や販売量 の動き	・今秋物の大型受注会がある5月と比べると、8月の動 きはかなり少ない。
		卸売業〔機械器 具〕（従業員）	受注量や販売量 の動き	・競合他社とのコスト競争が激化しており、受注機会を 失ってしまった。

#### 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	コンビニ(店長)	・さほど大きく上昇はしないと思うが、マンションなどの建設が終了し、入居者の商品購入が期待される。店舗前の交通量も少しずつ増えている。
		高級レストラン(経営者)	・秋口からは食材も多種多様に出始め、味覚に対する要求も増すので、飲食関係は全体的に良くなる。また、9月は法人筋の決算期にも当たり、それに伴う活発な動きが見込まれる。
		一般レストラン(経営者)	・テレビ、雑誌等の取材がいくつも来ているので、多くの来客が見込まれる。
		都市型ホテル(広報担当)	・ビジネス客の宿泊、レストラン利用と秋口の宴会増に期待している。
		旅行代理店(営業担当) 通信会社(営業担当)	・悪くなる要因は今のところない。 ・主力商品の販売が好調である。通信コスト削減となり客にもメリットがある商品なので、今後も販売が期待できる。
	変わらない	一般小売店[靴](営業担当)	・客の流れをみると、この先も現状維持が精一杯である。
		百貨店(販売促進担当)	・小泉内閣解散による消費への影響はあると思うが、景気は変わらない。
		百貨店(売場主任)	・政局が安定するかどうか、たとえ安定したとしても景気に影響を及ぼすような施策はないだろう。
		百貨店(広報担当)	・消費者が物を購入するツールは年々拡大しており、百貨店業界には厳しい状況になっているが、百貨店で購入する価値(意味)のある商品は購入されている。この傾向は今後も変わらない。
		スーパー(店長)	・安い物なのか品質の良い物なのかなど、客の動向が非常につかみ難い。
		スーパー(店長)	・小売業の中で前年度の売上をクリアしている企業が少ない。
		衣料品専門店(店長)	・イベントフェアを常に企画しないと良くなるない。
		高級レストラン(店)	・現状維持が精一杯である。今後の回復に期待している。
		一般レストラン(経営者)	・来客数と販売量、その他総合的にみても変わらない。
都市型ホテル(経営者)		・政府の増税路線や過度の規制緩和により、中小零細企業は厳しい経営を迫られる。	
競馬場(職員)		・政局も不安定でしばらく現状維持が続く。	
その他レジャー施設(経営者)		・業界は下降気味であり、現状維持が精一杯である。	
設計事務所(所長)		・単価がやや良くなったものの、今後更に良くなるとは思えない。	
やや悪くなる	一般小売店[和菓子](経営者)	・原油の高騰、選挙の先行き不透明なことなどの諸事情をふまえるとやや悪くなる。	
	百貨店(総務担当)	・衆院解散選挙等の政局の混乱が消費にも影響する。	
	衣料品専門店(店長)	・プラスの要素がないため、現状維持も難しい。	
悪くなる	-	-	
企業 動向 関連	良くなる	卸売業[繊維・衣服等](営業担当)	・夏場の8月は年間で最も動きが少ない。10、11月は秋冬物の動きが多くなり、良くなる。
	やや良くなる	新聞業(営業担当)	・新聞広告については、総選挙が出稿に結び付くほか、上期に比べると下期は少しずつ回復に向かう。
		印刷業・製本業(経営者)	・7月後半から8月下旬まで夏期休暇で受注もなく、毎日午前中位で仕事なくなり、遊んでいる状態である。9月からは仕事量も増える。
		輸送業(従業員)	・個人受注は天候等に左右されるが、法人等がやや伸びてきているので将来は明るい。
		輸送業(営業担当)	・荷主先、メーカーで9月以降増産計画がある。建築資材関連であり、やや景気上昇気配がうかがえる。
		通信業(営業担当)	・証券業の客が3月期決算において過去最高益を記録しており、個人投資の動向が活発化していると考えられる。
		卸売業[建築材料、鉱物・金属材料等](従業員)	・見積等の引き合いが活発である。
		卸売業[機械器具](従業員)	・防災用品を販売しているが、最近地震が多く、民間や事業所等の関心が高まっているため、販売量の増加が見込まれる。

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
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営企画担当）	・銀行の事務センター統合化の動きに伴い、関連業務受注の動きがある。
	変わらない	新聞業（経営者）	・売掛金の回収が思うようにいかない。
		出版業（営業担当）	・上期に比べると下期は上向いている気もするが、前年比で見るとさほど増えていない。
		出版業（経営者）	・企業の浮上力は景気の風に乗ることではなく、自らの飛翔する力である。
		建設業（営業担当）	・公共事業費の縮減という国家方針の転換がない限り、今後も変わらない。公共事業費の再検討を図り、ライフラインの整備、交通アクセスの整備を充実させる必要がある。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・日経平均の12,000円台乗せもあり、株式市場もやや明確さを取り戻しつつある一方、不動産周辺にはやや飽和感も出ている。また、今までけん引役であった米国市場動向が鈍化を呈している状況からして、金融主導による景況の改善は今一つ力不足である。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・新聞その他の情報では景気がやや上昇の気配といわれているが、近辺はまだそんな感じの話は表れていない。
		卸売業〔機械器具〕（従業員）	・状況は好転せず、厳しく推移していく。
		経営コンサルタント	・政府、日銀ともに景気踊り場を脱却と表明しているが、中小企業を感じるまでには半年～1年くらいはかかりそうである。
	やや悪くなる	建設業（経営者）	・原油高による影響がボディブローのようにきいてくる。
		通信業（営業担当）	・国会解散、株価、原油高でやや悪くなる。
		広告代理店（営業担当）	・今のところ明るい材料が見当たらない。
	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	25	
	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	1	
	設計事務所所長・職員	1	
	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	25
		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		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		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		3	
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		1	
その他非製造業	0		
その他企業の動向を把握できる者	0		