

中央区内景气动向调查

平成 18 年 2 月调查结果

平成 18 年 3 月 15 日

中央区

総 括

平成 18 年 2 月の動き

中央区内における 2 月の現状判断 D I は合計で 60.2 と、前回調査から 4.8 ポイント上昇し、平成 16 年 4 月調査以来の 60.0 を上回る結果となった。景気の先行き判断 D I も、前回調査より 6.3 ポイント上昇し、平成 16 年 6 月調査以来の 60.0 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		平成18年		前回調査 からの変化
	10月	12月	2月		
合計					
現状判断 D I	57.1	55.4	60.2	(4.8)	
先行き判断 D I	55.6	56.5	62.8	(6.3)	

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 18 年 2 月調査の調査票発送は 2 月 8 日（水）、回答期限は 2 月 17 日（金）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 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 (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2月の現状判断DIは合計で60.2と、前回調査から4.8ポイント上昇し、平成16年4月調査以来の60.0を上回る結果となった。分野別にみると、家計動向関連DIが前回調査から2.4ポイント上昇して61.5となり、企業動向関連DIも前回調査を6.9ポイント上回った。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14.5ポイント増加している。

図表1-1 各分野における景気の現状判断DIの推移表

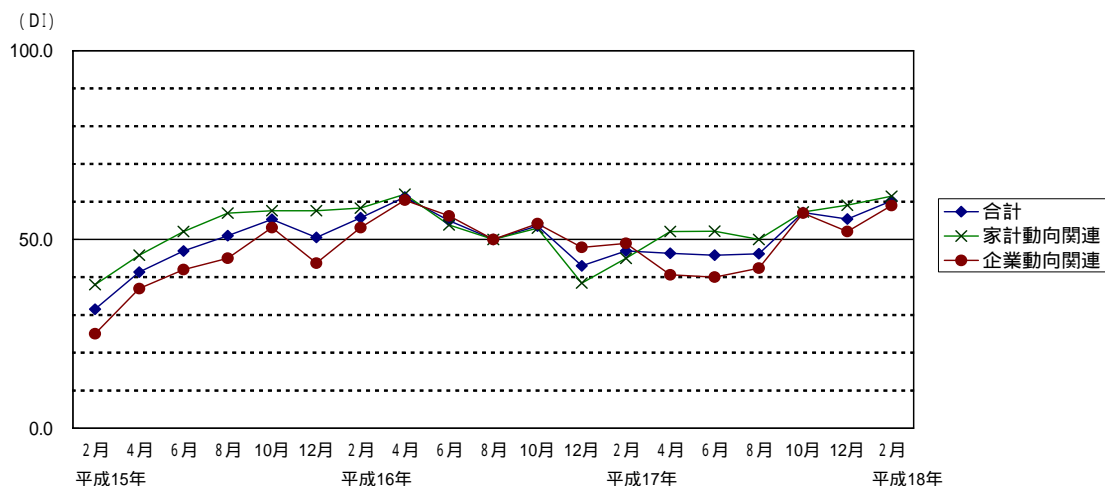
(DI)	平成17年		平成18年		(変化幅)
		10月	12月	2月	
合計		57.1	55.4	60.2	(4.8)
家計動向関連		57.3	59.1	61.5	(2.4)
小売関連		56.3	55.0	59.6	(4.6)
飲食関連		-	-	-	(-)
サービス関連		60.7	60.7	62.5	(1.8)
住宅関連		-	-	-	(-)
企業動向関連		57.0	52.1	59.0	(6.9)
製造業		53.6	53.6	57.1	(3.5)
非製造業		58.3	51.5	59.7	(8.2)

(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1-2 構成比

年	月	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17年	10	2.0%	36.7%	51.0%	8.2%	2.0%
	12	6.5%	30.4%	43.5%	17.4%	2.2%
平成18年	2	4.1%	44.9%	40.8%	8.2%	2.0%
	(変化幅)	(-2.4)	(14.5)	(-2.7)	(-9.2)	(-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62.8と、前回調査より6.3ポイント上昇し、平成16年6月調査以来の60.0を上回る結果となっている。分野別にみると、家計動向関連のD Iは前回調査から7.6ポイント上昇して65.6となり、企業動向関連のD Iも4.8ポイント上昇し、60.0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、前回調査より増加し、全体の93.9%となっている。

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

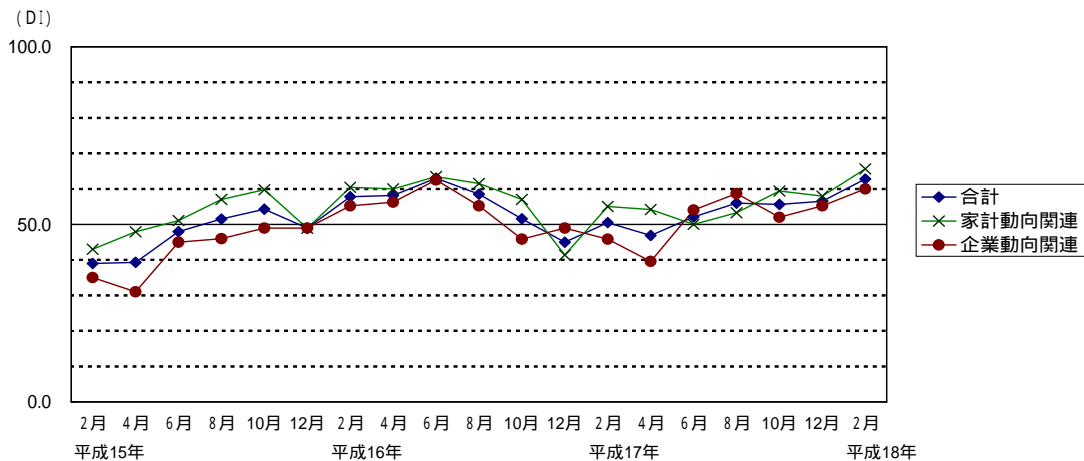
(D I)	平成17年		平成18年		(変化幅)
	10月	12月	2月		
合計	55.6	56.5	62.8		(6.3)
家計動向関連	59.4	58.0	65.6		(7.6)
小売関連	54.2	60.0	61.5		(1.5)
飲食関連	-	-	-		(-)
サービス関連	60.7	64.3	70.8		(6.5)
住宅関連	-	-	-		(-)
企業動向関連	52.0	55.2	60.0		(4.8)
製造業	53.6	50.0	57.1		(7.1)
非製造業	51.4	57.4	61.1		(3.7)

(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	10	4.1%	32.7%	46.9%	14.3%	2.0%
	12	2.2%	39.1%	41.3%	17.4%	0.0%
平成18年	2	2.0%	53.1%	40.8%	2.0%	2.0%
	(変化幅)	(-0.2)	(14.0)	(-0.5)	(-15.4)	(2.0)

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）

現在の景気の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

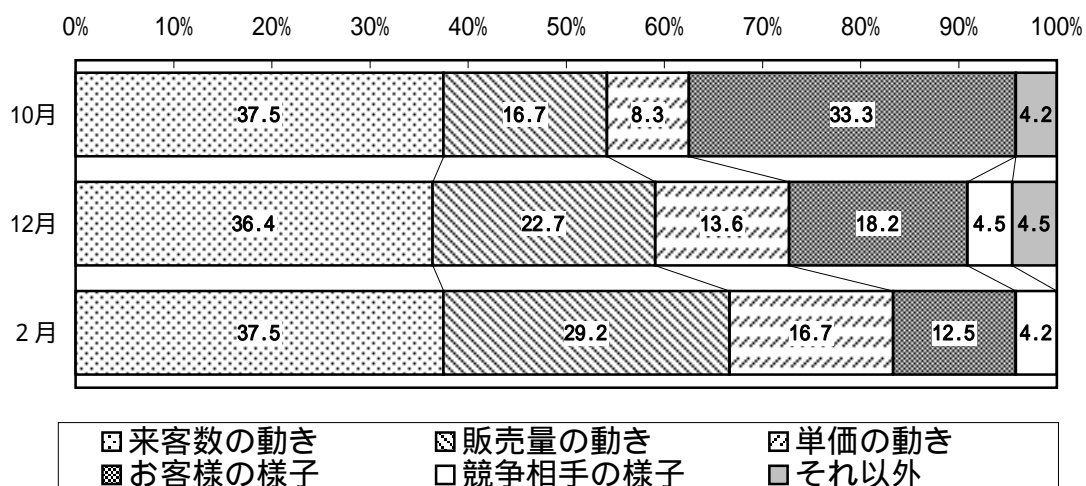
(D I)	平成17年		平成18年	
	10月	12月	12月	2月
合計	49.0	48.4		55.6
家計動向関連	51.0	53.4		58.3
小売関連	47.9	55.0		53.8
飲食関連	-	-		-
サービス関連	57.1	53.6		66.7
住宅関連	-	-		-
企業動向関連	47.0	43.8		53.0
製造業	53.6	50.0		60.7
非製造業	44.4	41.2		50.0

(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。

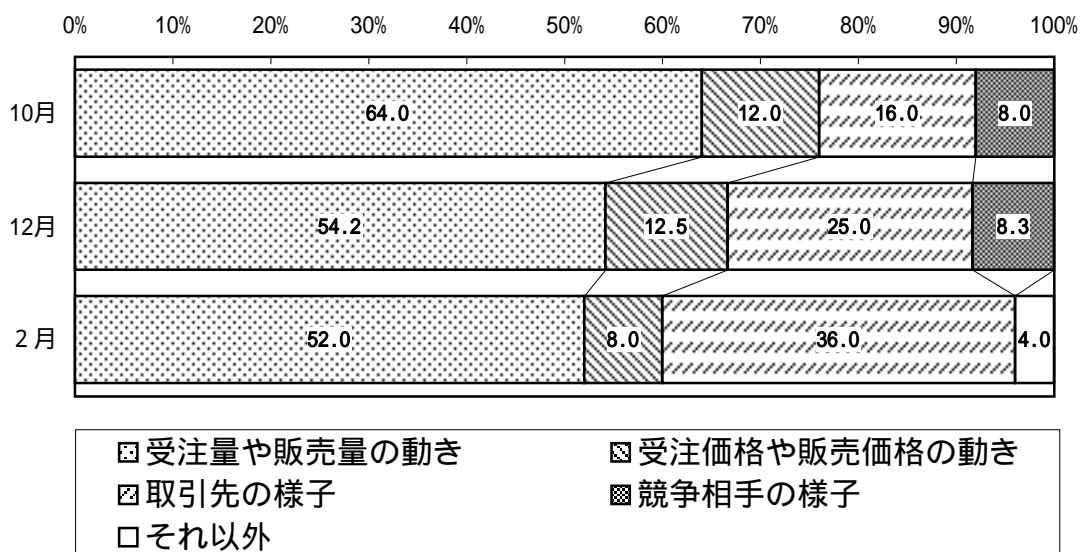
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方角性に加えて、景気の水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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	・中国の正月である春節で、当地区に海外、特に中国からの来客が目立っている。
		百貨店（広報担当）	販売量の動き	・特別な催事でなくても商品が安定して売れるようになってきている。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・女性に関していえば、ボーナス一括払いの買い方が目立ったり、春物の衣料品に関心が強まったりと、上向き感が感じられる。
		スーパー（店長）	単価の動き	・客1人当たりの買上点数が平均0.8品ほど増加しており、客単価が多少上向きになっている。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・低単価のコースから売れ筋が伸びている。好景気の時と比べ客単価は低水準だが、高額商品の追加等があり、景気が上向き兆しがみられる。来客数の増加は単価が上がった時に増収につながる。
		高級レストラン（スタッフ）	単価の動き	・客単価が上昇しつつあり、売上が全社的に上がっている。
		都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・今後の動きには十分注意していかなくてはならないが、社会全般に将来への期待感が出てきている。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・電話とインターネットは今や当り前、コストダウンになることが人気である。インターネット回線とのセット商品が好調な売行きを示している。
	変わらない	一般小売店〔靴〕（営業担当）	来客数の動き	・買上率は高いが、入店客数の増加がみられず、売上は横ばい状態が続いている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・単価を下げてても量が増えず、売上は下がっている。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・ここ3か月間、来客数、販売量、単価共に目立った動きはない。
		衣料品専門店（店長）	単価の動き	・客は単価に敏感で、商品の価値を高めないと客単価は上がらない。
		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。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・年末のキャンペーン時と比較して、販売数に顕著な伸びはみられない。
やや悪く なっている	コンビニ（経営者）	競争相手の様子	・競合店がいくつもできている。中堅のスーパーもあり、小売店は大打撃である。	
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）	受注量や販売量の動き	・消費者の購買意欲が高まっており、トリノ五輪など広告のタイミングが散見できるようになっていることから、やや良くなっている。
		建設業（経営者）	それ以外	・建設業を除いた産業は良くなっている。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・タクシー、ハイヤーの受注と売上をみると、ハイヤーの受注は前年比でやや伸びており、タクシーは売上が天候に左右されるものの、受注量は増加している。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・建築資材メーカーでは、受注先から年度末を見据えた出荷が増加していることから、配送量が増加している。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・業種により異なるが、おおむね上方修正されてきているようである。
	変わらない	新聞業（経営者）	取引先の様子	・どこも資金繰りが大変なようで、売掛金の回収が思うように進まない。
出版業（営業担当）		取引先の様子	・メインのクライアントからの受注量が減少している。他の取引先は前年より増えているので、トータルでは良くなっているが、今後の見通しが明るいとはいえない。	

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
		建設業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・公共工事における談合等の問題が受注価格にも影響してきている。マスコミ等の報道で誤解し、工事価格の中に営業、事務、積算等の費用が入っていることが理解できない世の中になってきている。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・証券会社の客からの引き合いは依然として好調であるが、全般的には足踏み傾向である。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・新聞等の報道では景気が上向きとっているが、小、零細企業ではそのような傾向はみられない。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・マスコミは賑わっているが、本当に景気が上向いているのか、地域では実感が無い。取引先では、客単価、来客数共に変わらないとのことである。
	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	・ほとんどの得意先から受注がない状況である。
	金融業〔証券〕（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・期初からの上昇相場の調整局面と株式市場でのシステムトラブル、誤発注、ライブドア等、問題続出が相まって、株式市場は一時期の勢いがなくなっている。	
	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	百貨店(売場主任)	・株式市場等で悪くなる可能性のある要因が多発したにもかかわらず、購買意欲は失速しないと感じられるので、先行きは良くなる。
	やや良くなる	百貨店(販売促進担当)	・紀子様ご懐妊という吉報があり、株価も安定してきており、景気は確実に回復してきている。
		百貨店(総務担当)	・リニューアル後、約2年弱が経過しているが、売上はほぼ毎月、前年実績、予算共にクリアしている。
		百貨店(広報担当)	・ライブドアショックはあったが、株価が上昇するなど明るいニュースがあり、景気も底を打ったと感じている。
		スーパー(店長)	・食品取扱店にとっては大きな変化はないと思うが、世の中の景気が良くなったという安心感から、客がもう一点多く買物をしてくれると期待している。
		高級レストラン(スタッフ)	・客層はあまり変わらないが、料理に対し量よりも質にこだわる客が多くなってきており、自然と高価な物へ、単価上昇、売上増加の方向に向かっている。
		高級レストラン(経営者)	・株価上昇等が法人各方面の好景気につながり、接待等の要望も増えていく。また、飲食の伴う交際の数も増加すると見込んでいる。
		一般レストラン(経営者)	・暖かくなると客が多く出てくる。イベントも行うし、修学旅行の予約も多くなっていく。
		都市型ホテル(経営者)	・わずかであるが来客数が増加してきており、外国からの客も増えている。
		都市型ホテル(広報担当)	・3~4月の歓送迎時期を迎え、宴会、レストランの利用が見込まれると同時に、宿泊稼働率の上昇が期待される。
		旅行代理店(営業担当)	・世界情勢で不安要素がないので、良くなる。
	通信会社(営業担当)	・現在売行きが好調である商品について、4月下旬から一層便利な新しいサービスを始める予定である。中小企業への導入も更に見込まれ、景気は上向きとなる。	
	通信会社(営業担当)	・引越、移転のシーズンを迎え、新しいキャンペーン施策で販売増が見込まれる。	
	設計事務所(所長)	・古い建物の耐震診断、マンションの構造計算チェックの業務が多くなっている。単価が改善されれば、今後の景気は良くなる。	
変わらない	一般小売店[靴](営業担当)	・来客数は増加傾向にあるが、大きな伸びは期待できない。	
	一般小売店[和菓子](経営者)	・良い要因も悪い要因もあるので、変わらない。	
	百貨店(売場主任)	・現状良くなりつつあるが、今以上に改善する要因が見当たらないので、変わらない。	
	スーパー(店長)	・多少の高低はあると思うが、全体的にはあまり変わらない。個人ではお金がないわけではなく、個人投資、自分の趣味等にはかなりの金額を使っているようなので、もう少し長いスパンで見れば多少上向きになる。	
	コンビニ(店長)	・曜日や時期によって多少の売上の上下はあるが、1か月ベースで見ると落ち着いた感がある。急激な変化は考えにくい。	
	コンビニ(経営者)	・良くなっているのは一部の大手企業だけである。	
	衣料品専門店(店長)	・寒い冬で防寒物などが売れ、少し数字が伸びたが、景気が良くなっている感じは全くない。	
	衣料品専門店(店長)	・常に新しいことを仕掛け、客の目を引くことをしていく。	
	一般レストラン(経営者)	・来客動向、来店日数を考えると、現状維持には一層の努力が必要である。	
	やや悪くなる	-	-
悪くなる	-	-	
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	新聞業(営業担当)	・新聞広告という観点からは大きく減らすことはないと思うが、景気との連動も薄れており、伸びもさほど期待できない。
		出版業(経営者)	・得意先の話ぶりなどから判断すると、やや良くなる。
印刷業・製本業(総務担当)	・雇用状況の改善と株式市場の活況からである。		

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
		印刷業・製本業（経営者）	・全ての業種において業態変革を目指し、自ら変わろうと努力している。活力は見受けられるが、今は経過の途中であり、これからである。
		輸送業（従業員）	・今年は前年よりも法人の受注量が増加する見込みである。
		輸送業（営業担当）	・例年2～4月は配送量が増加傾向にあるのでやや期待できる。
		通信業（営業担当）	・来年度予算の確保に向けた見積り依頼が例年になく増えており、企業の投資意欲が活発になりつつあることがうかがえる。
		通信業（営業担当）	・少しずつではあるが、受注数が上向いている。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・原油価格にある程度一服感が出てきたこと、金利動向の低下局面もほぼ終了したと感じられることから、キャッシュフローに動きやすさがみえ始めてきている。
		金融業〔証券〕（経営企画担当）	・株式市場でトラブルがあった一方で、企業業績はバブル期並みの好決算が各業種で見込まれており、個人消費を始めとした景気先行き見通しは明るいものがある。
	変わらない	広告代理店（営業担当）	・受注量が前年を大きく上回っている。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営企画担当）	・予約件数が増加傾向にある。
		新聞業（経営者）	・広告収入の伸びが今一つ良くない。
		出版業（営業担当）	・今より2～3か月後は良くなるはずだが、毎年夏期に向けては増加傾向なので、特に今年は良いというほどではない。
		建設業（営業担当）	・年度末の発注で多少は良くなる傾向があるが、利益の面では厳しい状況が続く見通しである。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	・明るい材料が特にない。
		卸売業〔食料品（鮮魚）〕（経営者）	・特に回復への大きな材料がないので変わらない。
	やや悪くなる	卸売業〔機械器具〕（従業員）	・年度末でこの先官需の発注予定は少なく、受注量は動かない。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・原油価格が高い。北朝鮮問題等、世界の不安定要素が落ち着けば、景気も上昇する。
		経営コンサルタント	・売上に変化がなく、しばらくこの状態のまま変わらない。クライアントも同様である。
	悪くなる	建設業（経営者）	・一般産業は良くなるだろうが、建設業は悪くなる。耐震疑惑、官製談合といった問題で風が吹き荒れる。
		印刷業・製本業（経営者）	・単価の安い方、安い方へと仕事が流れているようで、大きな印刷業者である得意先でも仕事が取れないと言っている。無理な短期短納、単価でも引き受けるところがあるので困る。

(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	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	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		