

中央区内景気動向調査

平成18年4月調査結果

平成18年5月19日

中央区

— 総 括 —

平成 18 年 4 月の動き

中央区内における 4 月の現状判断 D I は合計で 65.1 と、前回調査から 4.9 ポイント上昇し、調査開始以来始めて 65.0 を上回る結果となった。景気の先行き判断 D I においても、前回調査を若干上回る 63.0 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
合計	12月	2月	4月	からの変化
現状判断D I	55.4	60.2	65.1	(4.9)
先行き判断D I	56.5	62.8	63.0	(0.2)

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 4 月調査の調査票発送は 4 月 7 日（金）、回答期限は 4 月 17 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 48 名、有効回答率は 96.0%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4月の現状判断DIは合計で65.1と、前回調査から4.9ポイント上昇し、調査開始以来始めて65.0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6.2ポイント上昇して67.7となり、企業動向関連DIも前回調査を3.5ポイント上回った。3か月前と比べ「良くなっている」、「やや良くなっている」と回答する人の割合は全体の6割を占めている。

図表1-1 各分野における景気の現状判断DIの推移表

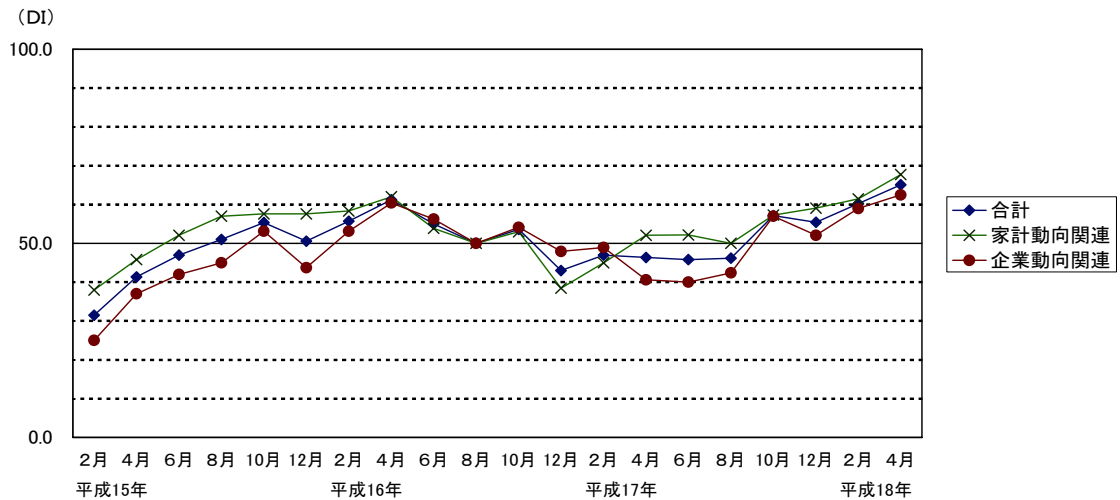
(DI)	平成17年		平成18年		(変化幅)
		12月	2月	4月	
合計		55.4	60.2	65.1	(4.9)
家計動向関連		59.1	61.5	67.7	(6.2)
小売関連		55.0	59.6	66.7	(7.1)
飲食関連		—	—	—	(—)
サービス関連		60.7	62.5	64.3	(1.8)
住宅関連		—	—	—	(—)
企業動向関連		52.1	59.0	62.5	(3.5)
製造業		53.6	57.1	70.0	(12.9)
非製造業		51.5	59.7	60.5	(0.8)

(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。

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	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%
	4	4.2%	56.3%	35.4%	4.2%	0.0%
(変化幅)		(0.1)	(11.4)	(-5.4)	(-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は合計で63.0と、前回調査を若干上回る結果であった。分野別にみると、家計動向関連D Iは前回調査を3.1ポイント下回ったものの、引き続き60.0を上回る高い水準であり、企業動向関連D I（63.5）は前回調査から3.5ポイント上昇している。3か月後は「良くなる」あるいは「やや良くなる」と回答する人の割合は、全体の48%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

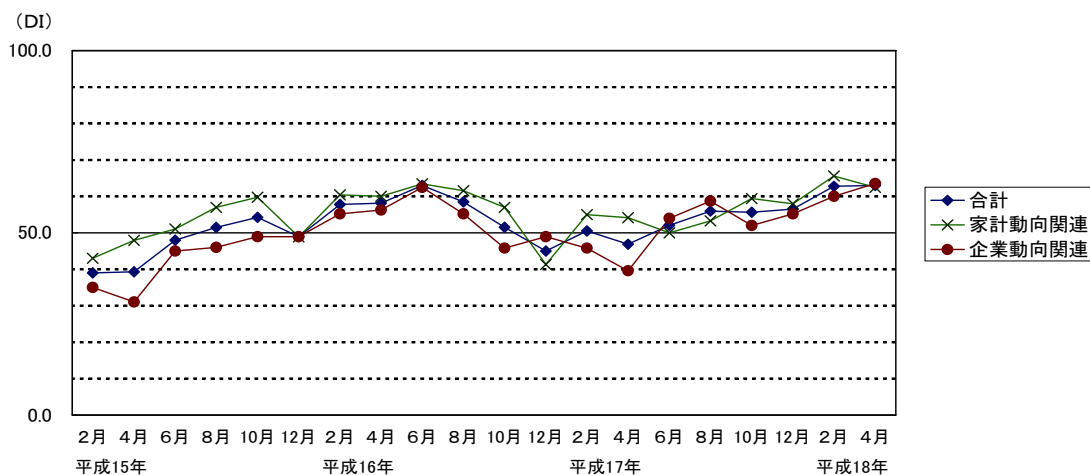
(D I)	平成17年		平成18年		(変化幅)
		12月	2月	4月	
合計		56.5	62.8	63.0	(0.2)
家計動向関連		58.0	65.6	62.5	(-3.1)
小売関連		60.0	61.5	64.6	(3.1)
飲食関連		—	—	—	(—)
サービス関連		64.3	70.8	60.7	(-10.1)
住宅関連		—	—	—	(—)
企業動向関連		55.2	60.0	63.5	(3.5)
製造業		50.0	57.1	65.0	(7.9)
非製造業		57.4	61.1	63.2	(2.1)

(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。

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	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%
	4	6.3%	41.7%	50.0%	2.1%	0.0%
(変化幅)		(4.3)	(-11.4)	(9.2)	(0.1)	(-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

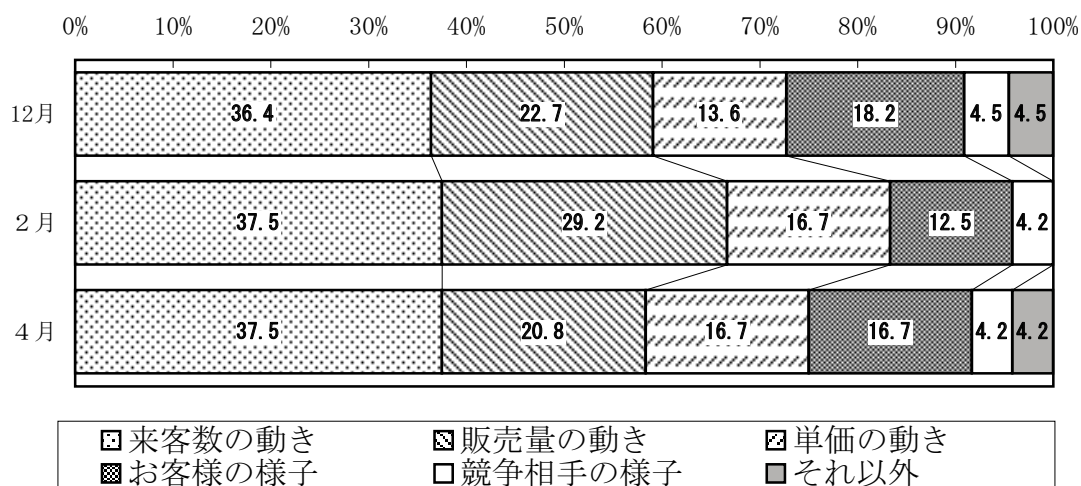
(D I)	平成17年		平成18年	
		12月	2月	4月
合計		48.4	55.6	58.9
家計動向関連		53.4	58.3	63.5
小売関連		55.0	53.8	62.5
飲食関連		—	—	—
サービス関連		53.6	66.7	60.7
住宅関連		—	—	—
企業動向関連		43.8	53.0	54.2
製造業		50.0	60.7	65.0
非製造業		41.2	50.0	51.3

（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。

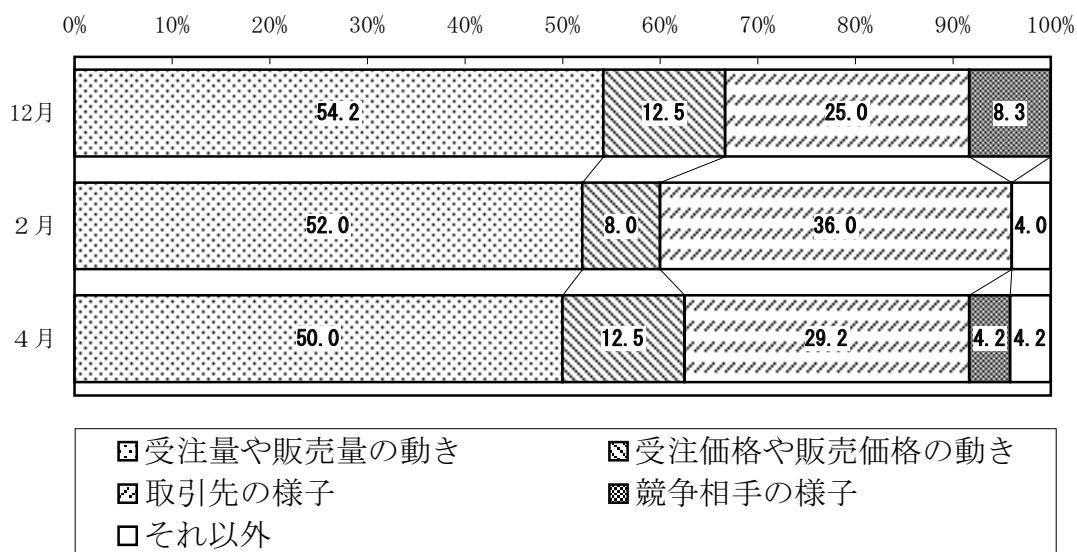
（注）景気の現状をとらえるには、景気の方角性に加えて、景気の水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・春休みだからかもしれないが、来客数が多くなっている。
	やや良く なっている	百貨店(販売促進担当)	来客数の動き	・外国人客が多く来店している。季節は4月なのに肌寒いので春物はあまり売れないが、少しずつだが景気回復に向かいつつある。
		百貨店(広報担当)	競争相手の様子	・当店も含め、都内の百貨店の売上は好調である。
		スーパー(店長)	来客数の動き	・昨年末に比べ、来客数、単価共に上向き始めている。
		コンビニ(経営者)	来客数の動き	・新年度の異動により、客層が新しくなり、来客数が増加している。
		コンビニ(店長)	お客様の様子	・今まで昼食の買物を当店のみに済ませていた客が、弁当やジュース、タバコ、小物など様々な店の袋を持って来店するようになっている。
		衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・競合店に比べて来客数が少ないため、常に接客販売を心掛けている。
		高級レストラン(スタッフ)	販売量の動き	・商品の内容の変更と共に、販売量が増加している。
		高級レストラン(経営者)	お客様の様子	・予約は好調で、高額商品への移行も感じられる。3か月前の忘年会シーズンは客単価が低くても来客数は増加するので、客単価の上昇につながるよう努力が必要である。
		都市型ホテル(経営者)	来客数の動き	・全体的に人の流れがやや活発化しており、以前のように価格にこだわる割合が少なくなっている。
		都市型ホテル(広報担当)	来客数の動き	・4月に入りビジネス客の利用増が見受けられる。客室稼働率も高く、売上も上がっている。
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・インターネット回線と電話のセット販売が好調で、販売目標を達成できている。
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・春先の移動、移転時期に伴い、販売数は緩やかな上昇傾向にある。
		変わらない	一般小売店[靴](営業担当)	来客数の動き
	スーパー(店長)		単価の動き	・客の様子もあまり変化はなく、単価、販売量の増加も特でない。
	衣料品専門店(店長)		単価の動き	・来客数が増加傾向があるが、値段に対する反応がシビアになっている。
	一般レストラン(経営者)		お客様の様子	・購買意欲が低く、ただ見ている客がほとんどである。
	旅行代理店(営業担当)		それ以外	・ワールドカップ開催中は旅行客が減少傾向となる。
	競馬場(職員)		単価の動き	・購入単位は横ばいである。
その他レジャー施設(経営者)	来客数の動き		・常連の決まった客のみで、新規の客が来ない。	
やや悪くなっている	－	－	－	
悪くなっている	－	－	－	
企業動向 関連	良く なっている	金融業[証券](営業担当)	受注価格や販売価格の動き	・リスク許容度の高まりによる。
	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	・前年の数字を上回らない段階ではあるが、売上は少しずつ回復している。
		出版業(経営者)	取引先の様子	・人出があり、街のにぎわい、活気が肌で感じられる。
		出版業(営業担当)	それ以外	・新規購入も含め、会社の備品、設備が改善されてきている。経費も以前より使い易くなっている。
		輸送業(従業員)	受注量や販売量の動き	・タクシー受注は確実に伸びてきている。法人の景気回復につれてハイヤーの受注量も改善されている。
金融業[証券](営業担当)	受注価格や販売価格の動き	・企業の設備投資にかかるマインドは、それほど上がってきているという印象はないが、これは「冬が長かった」反動で、一般的に内部留保の水準が高くなっていることにも一因があると考えられる。		

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
		その他サービス業 [ビルメンテナンス] (営業担当)	受注量や販売量の動き	・小さい案件ではあるが、新規受注及び既存の取引先からのスポット業務受注がみられる。
	変わらない	建設業 (営業担当)	受注価格や販売価格の動き	・土木、橋梁、設備工事のダンピングが大幅に増加しており、異常な状態になってきている。
		通信業 (営業担当)	取引先の様子	・業種によって異なるが、動きが鈍い感がある。
		通信業 (営業担当)	取引先の様子	・業種別の営業体制をしいているが、システム投資の引き合いが増えている業種と、そうでない業種が割合にはっきり分かれており、景気がすべての業種で上向きになっているとは感じられない。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・株価や大企業の業績は順調のようだが、中小、零細企業までは程遠いようである。単価を上げるどころかいまだに買い控えが多い。
	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	・年度末の反動で受注量が減少している。
	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	高級レストラン(スタッフ)	・乗客数、客単価共に上昇しており、今後の景気も良くなる。現状維持に止まらず、先を見据えた営業活動が必要である。
	やや良くなる	百貨店(販売促進担当)	・春闘での満額回答、企業の増収増益等、新聞の見出しをみても明るい材料ばかりであり、良くなる方向に向かっている。
		百貨店(総務担当)	・リニューアル以降約2年の売上は予算、前年ともクリアし、堅調に毎月推移している。
		百貨店(売場主任)	・ボーナスへの期待感から消費行動が改善し、景気の改善につながっていく。
		スーパー(店長)	・来客数、単価とも変わり始め、手ごたえを感じている。
		コンビニ(店長)	・少しずつ買上点数が増えてきている。特に、今までならば手に取った商品を売場に戻す客がほとんどであったが、迷ったら買うというように変わってきている。
		コンビニ(経営者)	・来客数が増加し、単価が上昇しているのので、このまま伸ばしていけば売上が増加する。
		衣料品専門店(店長)	・来客数が増えつつある。前年が悪かったので、良くなって欲しいという期待は大きい。
		都市型ホテル(経営者)	・人、物の流れがやや良くなり、人の顔にも明るさが出てきている。株価やデフレ脱却に期待を寄せている感じが強い。
		都市型ホテル(広報担当)	・全体的に上向いている状況のなか、ホテル利用が増加すると見込んでいる。
	通信会社(営業担当)	・インターネット回線と電話については今年度も好調な売行きで、客からの応対に追われる毎日である。景気も上向きになる。	
	変わらない	一般小売店[靴](営業担当)	・販売数量が伸び悩んでいるなかで、今後、購買意欲が上がるとは思えない。
		一般小売店[和菓子](経営者)	・不安定要素が多く、先行き不透明である。
		百貨店(広報担当)	・1～2年前と比較すると、客の財布のひもはゆるんできているが、必要な商品、買う価値のある商品しか購入しない傾向は今後も続く。
スーパー(店長)		・株価や為替の動きが良くなっても、それが家庭の消費に影響するまでには時間がかかるので、2～3か月では変わらない。	
衣料品専門店(店長)		・それほど大きな動きがないので、2～3か月先も変わらない。	
高級レストラン(経営者)		・現状とほぼ変わらずに良くなっていく。極端な景気上昇は反動も強いので、ゆるやかな右肩上がりになることを期待している。	
一般レストラン(経営者)		・今月、ゴールデンウィークと忙しいので、2～3か月後もこのまま忙しくなって欲しい。	
一般レストラン(経営者)		・現在の状態を考えると、これからもあまり客の購買意欲が向上するとは考えられない。	
旅行代理店(営業担当)		・ワールドカップ開催中は旅行客が減少傾向となる。	
通信会社(営業担当)		・現在の販売数の上昇は一時的なものであり、新しいキャンペーン等がヒットしないと、これ以上の上昇は期待できない。	
やや悪くなる	その他レジャー施設(経営者)	・常連の決まった客が減少しないことを願っている。	
	設計事務所(所長)	・現状維持で推移し、大きく変わらない。	
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)	・5月のイベントでの販売が期待できる。
		卸売業[建築材料、鉱物・金属材料等](従業員)	・契約状況が良くなっている。
	やや良くなる	新聞業(営業担当)	・しばらくは景気の回復局面は続くものと思われる。2～3か月先にはワールドカップもあり、いくらか弾みがつきそうである。
		出版業(経営者)	・どこの飲食店も人が入っており、にぎわっている。

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（総務担当）	・この夏、取引先に新規出店の計画があり、需要が拡大する見込みである。
		輸送業（営業担当）	・5月の連休明けには例年受注が増加する傾向にあるので、期待している。
		通信業（営業担当）	・金融業の客を主に担当しているが、証券会社からのシステム構築の引き合いが引き続き好調な上に、投資信託や先物取引の客からの引き合いも増えてきている。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・「好景気」と考えることに不安も感じるが、日銀の総量規制解除の判断以降の長期金利動向をみると、一方的な債券安ではなく、十分にバランスをわきまえた展開と見受けられることから、継続的なキャッシュフローの安定が予測される。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・昨今の好調な経済統計等による心理的な効果で、相場下落時の対応楽観など投資家の心理に変化がみられる。
		卸売業〔機械器具〕（従業員）	・予断を許さない状況だが、受注に期待している。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・新年度予算の発注が活発になると見込んでいる。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営企画担当）	・ファンダメンタルズが良くなってきている。
	変わらない	新聞業（経営者）	・広告等の収入面での増加が見込めない。
	変わらない	出版業（営業担当）	・2～3か月先はボーナス支給の時期であるが、前年同期より若干増加する程度で目立った動きはなく、景気はほとんど変わらない。
	変わらない	建設業（営業担当）	・下請業者等の利益を考え、低価格受注を考え直さない限りは決して改善はない。
	変わらない	建設業（経営者）	・今後も企業格差が広がり、建設業は曇りの状態のまま推移する。
	変わらない	輸送業（従業員）	・現在はやや上昇傾向にあるが、2～3か月で考えると変わらない。
	変わらない	通信業（営業担当）	・受注は横ばい状況である。
	変わらない	卸売業〔繊維・衣服等〕（経営者）	・消費のなかに占める衣料品の優先順位は従来より下がっており、景気の情勢には当分左右されない。
	変わらない	卸売業〔食料品（鮮魚）〕（経営者）	・底を打ってこれ以上悪くならないところまでできているので、変わらない。
	変わらない	経営コンサルタント	・皆様子をみているようで、世の中の動きは大きく変わらない。
	変わらない	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・既存の大口顧客からの値引き要請は、現在も続いている。
	やや悪くなる	広告代理店（営業担当）	・今月より受注が減少する見通しである。
	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	家計動向関連	25	
	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	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	企業動向関連	25
		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		6	
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		6	
新聞業		2	
出版業		2	
印刷業・製本業		2	
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		19	
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		4	
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	2		
その他非製造業	0		
その他企業の動向を把握できる者	0		