

中央区内景气动向调查

平成 17 年 10 月調査結果

平成 17 年 11 月 11 日

中央区

総 括

平成 17 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 57.1 と、前回調査から 10.9 ポイント上昇し、3 か月前と比べて横ばいを示す 50.0 を上回る結果となった。景気の先行き判断 D I は、前回調査より 0.4 ポイント低下したものの、横ばいを示す 50.0 の水準を引き続き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	6月	8月	10月	からの変化
現状判断 D I	45.8	46.2	57.1	(10.9)
先行き判断 D I	52.1	56.0	55.6	(-0.4)

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 10 月調査の調査票発送は 10 月 7 日（金）、回答期限は 10 月 18 日（火）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57.1と、前回調査から10.9ポイント上昇し、3か月前と比べて横ばいを示す50.0を上回る結果となった。分野別にみると、家計動向関連DIは前回調査から7.3ポイント上昇し、57.3となった他、前回まで50.0を下回っていた企業動向関連DIも14.6ポイント上昇し、1年ぶりに50.0を上回った。3か月前と比べ「やや悪くなっている」、「悪くなっている」と回答する人の割合がそれぞれ減少している。

図表1-1 各分野における景気の現状判断DIの推移表

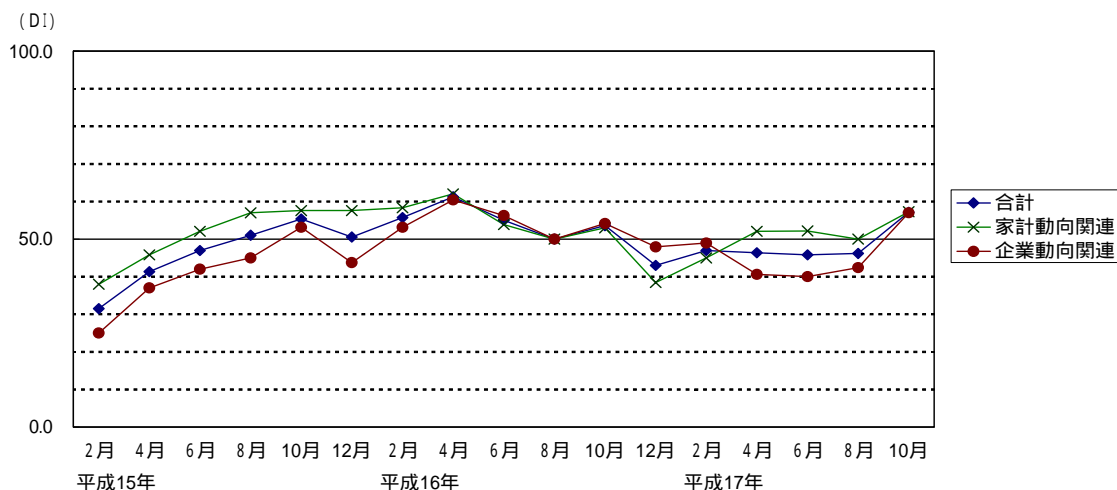
(DI)	平成17年			
	6月	8月	10月	(変化幅)
合計	45.8	46.2	57.1	(10.9)
家計動向関連	52.2	50.0	57.3	(7.3)
小売関連	50.0	47.9	56.3	(8.4)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	53.6	54.2	60.7	(6.5)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	40.0	42.4	57.0	(14.6)
製造業	25.0	37.5	53.6	(16.1)
非製造業	45.8	44.1	58.3	(14.2)

(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	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	6	0.0%	14.6%	60.4%	18.8%	6.3%
	8	0.0%	23.9%	43.5%	26.1%	6.5%
	10	2.0%	36.7%	51.0%	8.2%	2.0%
(変化幅)		(2.0)	(12.8)	(7.5)	(-17.9)	(-4.5)

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55.6と、前回調査より0.4ポイント低下したものの、横ばいを示す50.0の水準を引き続き上回る結果となっている。分野別にみると、企業動向関連D Iは前回調査を6.7ポイント下回ったものの、50.0の水準は上回っており、家計動向関連D I(59.4)は前回調査より6.1ポイント回復している。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8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

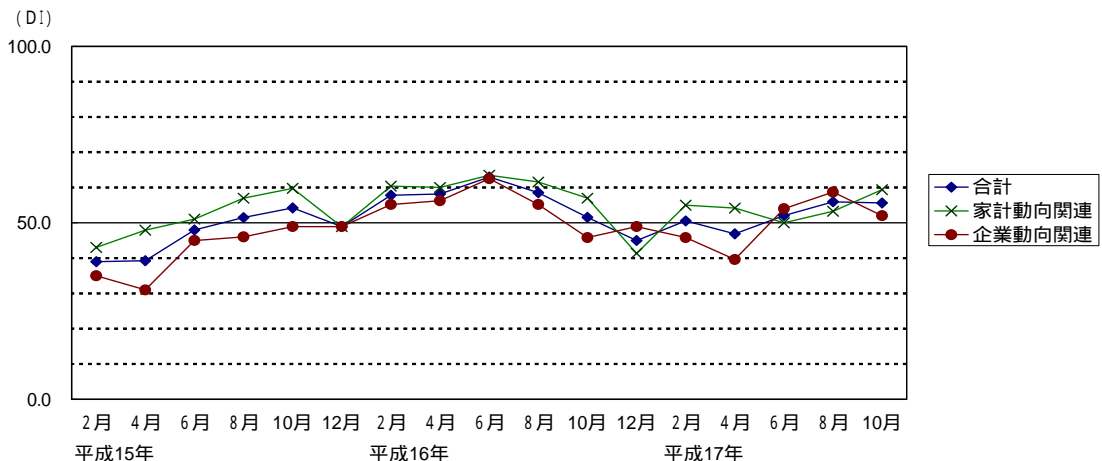
(D I)	平成17年			
	6月	8月	10月	(変化幅)
合計	52.1	56.0	55.6	(-0.4)
家計動向関連	50.0	53.3	59.4	(6.1)
小売関連	47.7	45.8	54.2	(8.4)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	46.4	62.5	60.7	(-1.8)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	54.0	58.7	52.0	(-6.7)
製造業	53.6	62.5	53.6	(-8.9)
非製造業	54.2	57.4	51.4	(-6.0)

(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2 - 2 構成比

年	月	構成比				
		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	6	0.0%	22.9%	62.5%	14.6%	0.0%
	8	2.2%	32.6%	52.2%	13.0%	0.0%
	10	4.1%	32.7%	46.9%	14.3%	2.0%
(変化幅)		(1.9)	(0.1)	(-5.3)	(1.3)	(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

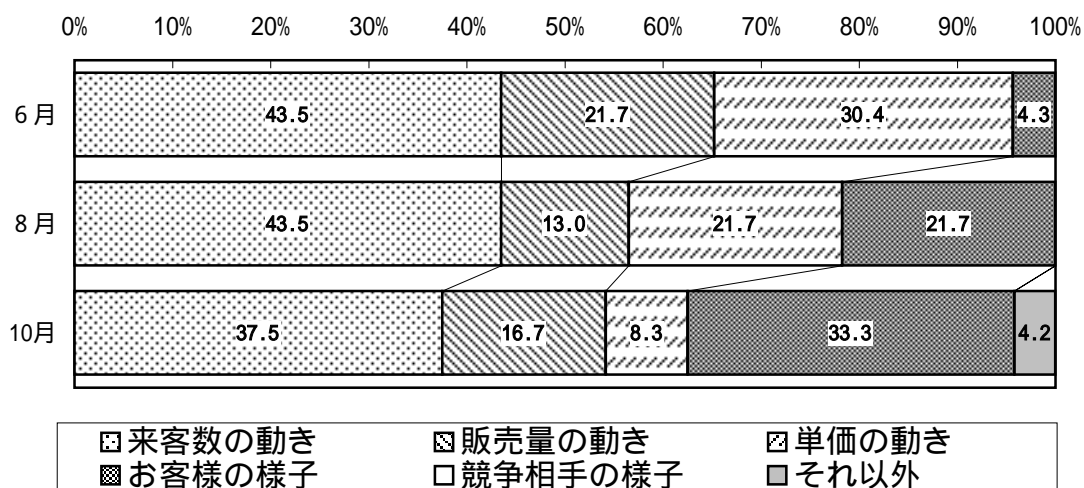
(D I)	平成17年		
	6月	8月	10月
合計	39.6	41.3	49.0
家計動向関連	44.6	48.9	51.0
小売関連	43.2	50.0	47.9
飲食関連	-	-	-
サービス関連	46.4	50.0	57.1
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	35.0	33.7	47.0
製造業	28.6	33.3	53.6
非製造業	37.5	33.8	44.4

(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。

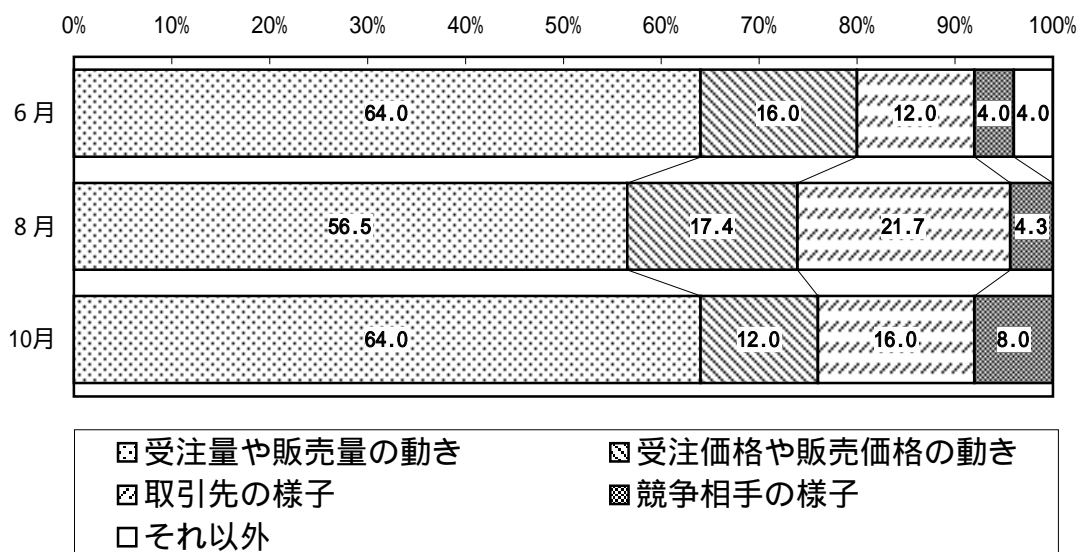
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方加性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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	・キャリア層の来店が増え、全体の底上げにつながっている。また、客の購買意欲の高まりを感じている。
		百貨店(販売促 進担当)	来客数の動き	・天気の良い日が続いたものの、地域の催事もあり、来客数は多い。特に中国からの客が多く、景気はやや良くなってきている。9月の中旬以降は段々寒くなってきて、秋冬物の衣類関係が売れ出してきている。
		高級レストラン (店長)	販売量の動き	・前年比が少しずつ回復している。販売量も上向きであり、客単価も上がりつつある。
		都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・通常来客数の落ち込む週末に、少しであるが客が増加している。
		都市型ホテル (広報担当)	来客数の動き	・宿泊、レストラン利用のビジネス客が増加している。
		通信会社(営業 担当)	お客様の様子	・客の傾向にあまり変化はないが、ランニングコストの削減や高機能な新商品の導入については積極的に検討しているため、一般的に景気が上向きである。
	変わらない	スーパー(店 長)	来客数の動き	・客は買い控えをしているわけではなく、必要な物、サービスがないだけである。昨年と同じことをしているので、来客数が減少している。何もしないで景気だけ良くなることはない。
		スーパー(店 長)	販売量の動き	・来客数はあまり変わらないが、買上点数が減少している。
		コンビニ(経 営者)	単価の動き	・客単価が伸びない。
		コンビニ(店 長)	お客様の様子	・ここ3か月は、来客数や販売量の動きも含め、購買傾向は比較的安定している。
		衣料品専門店 (店長)	お客様の様子	・客は今何を求めているのかを考えていかないと売上は良くならない。
		一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・今のところ何も変わらない。
		旅行代理店(営 業担当)	それ以外	・パリのテロ事件等、国際情勢が不安である。
		通信会社(営業 担当)	販売量の動き	・秋冬フェアが始まったばかりだが、販売数が目にみえて伸びていない。
		競馬場(職員) その他レジャー 施設(経営者)	単価の動き 来客数の動き	・ここ1年くらい客単価は横ばいである。 ・常連の客だけで新規の客はなかなかついてくれない。
	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	・秋になると販売量が増加するが、今年は伸びが少ない。
		高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・8月の売上減少は見込み済みであったが、9月に回復しなかったのは想定外であった。予約の時点で極めて少人数での個室希望が激増しており、来客数が減少している。この傾向は今後も続く。低料金のコースに60%を超える予約が入っている。
	悪く なっている	-	-	-
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月は秋冬物衣料の本番で、動きは大きくなる。
	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	・11、12月分の受注が9、10月期を上回っている。
		輸送業(従業 員)	受注量や販売量 の動き	・タクシー、ハイヤー、介護タクシー、ワゴン車の利用は前年比で伸びてきている。
		通信業(営業担 当)	取引先の様子	・取引先の証券業では、ここ最近の活発な株取引の動きを受けて収益が急拡大しているようである。
		金融業〔証券〕 (経営企画担 当)	受注量や販売量 の動き	・株式市場の出来高がパブル期以上に膨らみ、日経平均株価は上昇基調である。その背景として構造改革の進展期待や景気の踊り場脱却宣言等があり、景気は上昇している。

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
		金融業〔証券〕 (営業担当)	受注価格や販売 価格の動き	・企業業績、株式市場の投資家の売買動向には、数量的 (数値的)な上昇はうかがわれる。しかし、生産や資本 投下のマインドが完全に前向きというにはまだ違和感は 拭いきれず、やや半身的な印象が感じられる。
		その他サービス 業〔情報サービ ス〕(経営企画 担当)	来客数の動き	・立て続けに自社ノウハウを活かせる大型案件を受注し ており、他ルートからも同様な案件の対応要望が多数発 生中である。
	変わらない	新聞業(営業担 当)	受注量や販売量 の動き	・選挙の影響で広告量が増えた時期もあったが、それを 除くとあまり良い状況とはいえない。ただし、下げ止 まった感はある、低レベルながら安定して変わらない。
		出版業(経営 者)	取引先の様子	・潮回りでいとなぎ状態である。良くなる上潮が悪く なる下げ潮か、定かではない。
		建設業(営業担 当)	取引先の様子	・公共工事の縮減、建設業者数が国交省指導で削減(55 万社を25~30万社に)されていく中での対応が重要課題 である。
		通信業(営業担 当)	受注量や販売量 の動き	・相変わらず動きが鈍い。
		卸売業〔機械器 具〕(経営者)	受注量や販売量 の動き	・原油価格の高騰が今後影響してくる。
		経営コンサルタ ント	取引先の様子	・販売高等変化がみられない。
	やや悪く なっている	輸送業(営業担 当)	競争相手の様子	・原油価格の更なる高騰により、同業者で廃業等の話が 散見される。
	悪く なっている	卸売業〔機械器 具〕(従業員)	競争相手の様子	・競争相手の値下げに歯止めが効かない。

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（経営者）	・前年比でみると客単価はまだ厳しいが、冬場の宴会シーズンには来客数の増加が見込まれる。株価上昇の影響が出てくるのは3～6か月先と考えている。
	やや良くなる	百貨店（販売促進担当）	・ウォームピズの影響もあるのか、スーツの中のインナー（特にハイゲージのベスト）が売れ出してきている。各取引先も景気が悪いとはあまり口にはしないし、少しずつだが上向きになってきている。
		百貨店（売場主任）	・大きな改善要素は見当たらないが、全体のボーナス動向の改善などにより、やや良くなる。
		スーパー（店長）	・客はお金の使い道、買いたい物がないから迷っているだけである。新しい店舗のモデル、生活のスタイルがあればそこへ流れる。
		高級レストラン（店長）	・12月は売上が最大となる時期である。忘、新年会をターゲットとし、売りこぼしのないように販促、予約受注をしていく。
		都市型ホテル（広報担当）	・これからクリスマスシーズンを迎え、レストランの利用、宿泊客の増加が見込まれる。特にクリスマスウィーク（12/17～25）の期待は大きい。また、宴会場においての忘年会、クリスマスパーティ等も多くなり、利用客が増加する。
		通信会社（営業担当）	・年末に向かい景気も上向きになる。
		通信会社（営業担当）	・年末を迎え、販売数の伸びが期待できる。
	設計事務所（所長）	・単価は相変わらず低いものの、物件数が増えている。今後、単価が多少上がると見込んでいる。	
	変わらない	一般小売店〔靴〕（営業担当）	・上昇傾向にはあるが、現状からの大幅な伸びは難しい。
		百貨店（広報担当）	・当店で開催する文化展や催事における来客数や売上高をみると、成功と失敗がはっきりしている。客は来店する価値、買うべき商品をしっかり見極めている。引き続き企業側の努力が求められると感じている。
		百貨店（総務担当）	・今のところ売上は順調であるが、原油価格上昇等、景気の懸念材料が多い。
		スーパー（店長）	・特別イベントの計画がなく、今の状態で推移する。
		コンビニ（店長）	・客の様子や会話などからも2～3か月後に変化が生じるとは考えにくい。
		コンビニ（経営者）	・今の経済状態では良くならない。
		衣料品専門店（店長）	・天候に左右され、長期的に戦略をたて仕掛けをしないと良くならない。
		衣料品専門店（店長）	・良くなる要素がまだ見当たらない。
		一般レストラン（経営者）	・10、11月は変わらない。12月は忘年会や冬休みなどがあるので、地方から客が来て少し良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・来客数は現状横ばいであるが、先行きは不透明である。
都市型ホテル（経営者）		・将来に対する期待感が出てきたが、ここ数か月のスパンで急激に上向くとは思えない。やはりある程度の期間が必要である。	
旅行代理店（営業担当）		・テロが沈静化しないと変わらない。	
競馬場（職員）	・先行き不透明なため、急に良くなるとは思えない。		
その他レジャー施設（経営者）	・現状維持が精一杯である。		
やや悪くなる	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・政治の不透明感で、消費意欲が伸びない。	
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）	・前年下期から落ち始めた新聞の広告量だが、そろそろ一巡するため、少しは良くなる。雇用状況、大手企業のボーナス等も上向きつつあり、各種経済指標も下方に向いていないので、やや良くなる。
		出版業（営業担当）	・1、2月期も少し受注量が期待できそうである。
		輸送業（従業員）	・法人のタクシー、ハイヤーの受注量は確実に伸びてきている。介護保険を利用した介護タクシーも順調である。
通信業（営業担当）	・取引先の一部上場企業が相次いで新社屋への移転を予定している。企業経営者も景気の上向き傾向を実感しているようである。		

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
	変わらない	金融業〔証券〕（経営企画担当）	・企業収益は設備、雇用、債務の3つの過剰が改善され、内需の自律的な成長を促し、好決算が期待される。年度末に向けて中期的な上昇トレンドが継続する。
		出版業（経営者）	・個々の企業努力で業績の良し悪しが決まるのが市場法則である。とりわけ零細企業にはそうである。
		建設業（営業担当）	・民間住宅関連が飽和状態であり、設備投資も横ばいで、先行きに上昇感はない。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・懸念材料としては原油価格、金利が考えられ、上半期にみられたこれらのリスクファクターへの対応が企業の下期予算に組み込まれる可能性が大きく、その意味において、大幅な投資拡大行動は想定しにくい。
		卸売業〔建築材料、鉱物・金属材料等〕（従業員）	・最近の受注動向に変動がない。
		卸売業〔機械器具〕（従業員）	・コストパフォーマンスに限界がきており、厳しい状況は今後も続く。
		広告代理店（営業担当） 経営コンサルタント	・明るい材料が具体的になく、厳しい状態のまま変わらない。 ・しばらくは現状と変わらない。中小企業まで景気が良くなるのは年明けになりそうである。
	やや悪くなる	印刷業・製本業（経営者）	・得意先の動きがない。注文が取れず、短期、安値で赤字ばかりが続いて困っているとのことである。
		印刷業・製本業（総務担当）	・原油価格の高止まり状況から、やや悪くなる。
		輸送業（営業担当）	・原油価格の高騰がしばらく続き、業界の景気は更に冷え込む。
		通信業（営業担当） 卸売業〔機械器具〕（経営者）	・原油高の影響を受ける。 ・原油の高騰により、やや悪くなる。
	悪くなる	卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	・秋冬物の動きが最も大きい10月と比べると、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		