

# 中央区内景気動向調査

平成17年12月調査結果

平成18年1月27日

中央区

— 総 括 —

平成 17 年 12 月の動き

中央区内における 12 月の現状判断 D I は合計で 55.4 と、前回調査から 1.7 ポイント低下したものの、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 0.9 ポイント上昇し、同様に横ばいを示す 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 からの変化
	8月	10月	12月	
合計				
現状判断D I	46.2	57.1	55.4	(-1.7)
先行き判断D I	56.0	55.6	56.5	(0.9)

## 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 12 月調査の調査票発送は 12 月 8 日（木）、回答期限は 12 月 16 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 46 名、有効回答率は 92.0%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

中央区内における景気の現状判断D Iは全体で55.4と、前回調査から1.7ポイント低下したものの、3か月前と比べて横ばいを示す50.0を引き続き上回る結果となった。分野別にみると、家計動向関連D Iが前回調査から1.8ポイント上昇した他、前回1年ぶりに50.0を上回った企業動向関連D Iが52.1と引き続き50.0を上回った。3か月前と比べ「良くなっている」と回答する人の割合は4.5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D Iの推移表

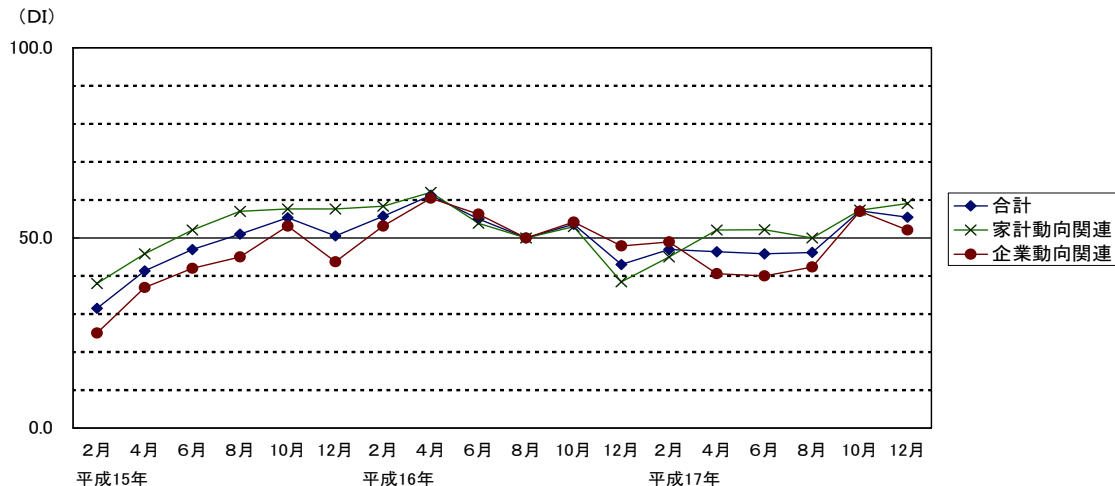
(D I)	平成17年				(変化幅)
	8月	10月	12月		
合計	46.2	57.1	55.4		(-1.7)
家計動向関連	50.0	57.3	59.1		(1.8)
小売関連	47.9	56.3	55.0		(-1.3)
飲食関連	—	—	—		(—)
サービス関連	54.2	60.7	60.7		(0.0)
住宅関連	—	—	—		(—)
企業動向関連	42.4	57.0	52.1		(-4.9)
製造業	37.5	53.6	53.6		(0.0)
非製造業	44.1	58.3	51.5		(-6.8)

(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	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	8	0.0%	23.9%	43.5%	26.1%	6.5%
	10	2.0%	36.7%	51.0%	8.2%	2.0%
	12	6.5%	30.4%	43.5%	17.4%	2.2%
(変化幅)		(4.5)	(-6.3)	(-7.5)	(9.2)	(0.2)

図表1-3 各分野における景気の現状判断D I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56.5と、前回調査より0.9ポイント上昇し、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、家計動向関連D Iは前回調査を1.4ポイント下回ったものの、50.0の水準は上回っており、企業動向関連D I（55.2）は前回調査より3.2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、前回調査とほぼ同じ、全体のおよそ8割となっている。

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

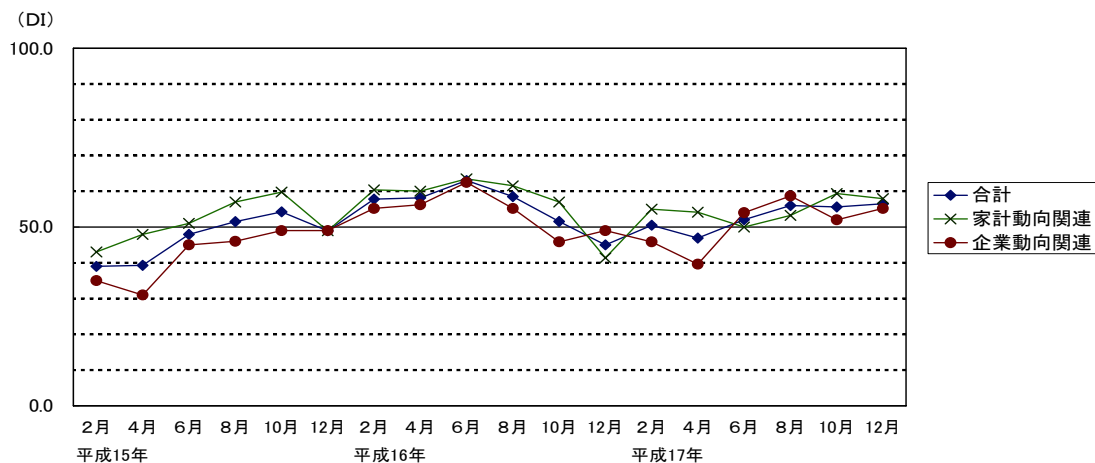
(D I)	平成17年			
	8月	10月	12月	(変化幅)
合計	56.0	55.6	56.5	(0.9)
家計動向関連	53.3	59.4	58.0	(-1.4)
小売関連	45.8	54.2	60.0	(5.8)
飲食関連	—	—	—	(—)
サービス関連	62.5	60.7	64.3	(3.6)
住宅関連	—	—	—	(—)
企業動向関連	58.7	52.0	55.2	(3.2)
製造業	62.5	53.6	50.0	(-3.6)
非製造業	57.4	51.4	57.4	(6.0)

(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	8	2.2%	32.6%	52.2%	13.0%	0.0%
	10	4.1%	32.7%	46.9%	14.3%	2.0%
	12	2.2%	39.1%	41.3%	17.4%	0.0%
(変化幅)		(-1.9)	(6.4)	(-5.6)	(3.1)	(-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

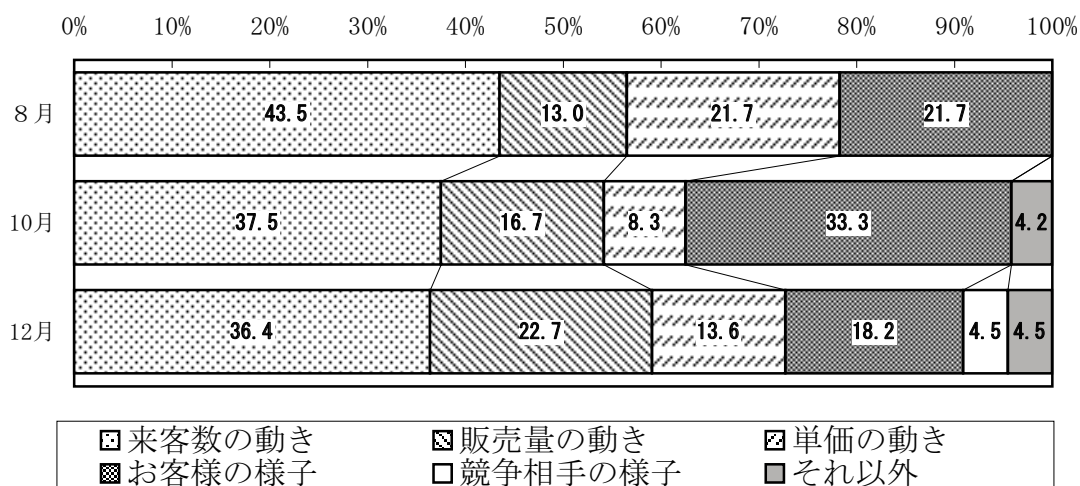
(D I)	平成17年		
	8月	10月	12月
合計	41.3	49.0	48.4
家計動向関連	48.9	51.0	53.4
小売関連	50.0	47.9	55.0
飲食関連	—	—	—
サービス関連	50.0	57.1	53.6
住宅関連	—	—	—
企業動向関連	33.7	47.0	43.8
製造業	33.3	53.6	50.0
非製造業	33.8	44.4	41.2

（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。

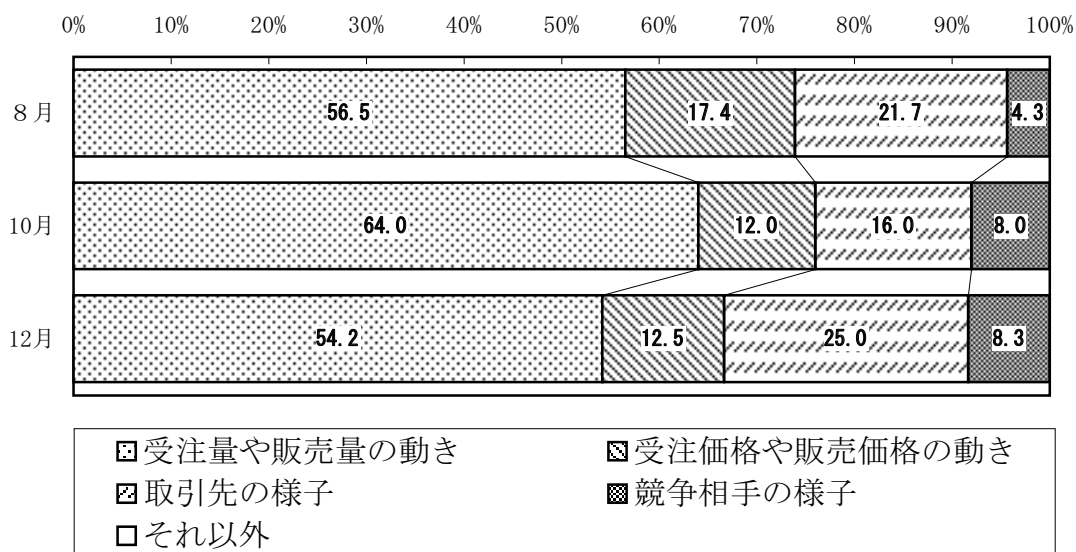
（注）景気の現状をとらえるには、景気の方角性に加えて、景気の水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

## 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	高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・12月は宴会のシーズンで、飲食業にとっては来客数、売上共に良くなる。ただし、業界全体の傾向としては、良くなっている度合はまだ低い。	
		百貨店(販売促進担当)	販売量の動き	・多少なりともウォームピズ効果が出てきている。12月に入り寒くなったことで、コート、特に非ウール系からウール系が売れるようになっている。	
	やや良く なっている	百貨店(売場主任)	単価の動き	・前年に比べ客単価、買上率共に改善しており、客の購買意欲を感じる。	
		都市型ホテル(広報担当)	来客数の動き	・年間で最も多忙な時期となり、忘年会、クリスマスパーティなどの利用、来客数が増えている。	
		都市型ホテル(経営者)	お客様の様子	・ようやく気分的にも明るいものが見えるが、やはり景気は気分の問題でもあるので注意深く見守り、設備投資等も慎重に行いたい。	
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・ボーナスシーズンを迎え、販売量が少しずつ増えている。	
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・客は今なら無料で導入できるサービス、コスト削減に関心があり、積極的に検討、導入している。全般的に景気は上向きである。	
		変わらない	コンビニ(店長)	単価の動き	・単価の高い商品と低い商品、どちらも売れている。
	衣料品専門店(店長)		来客数の動き	・このところ来客数が増加しているが、単価は下がっている。	
	衣料品専門店(店長)		お客様の様子	・天候が悪く、今必要な物が売れている。	
	高級レストラン(スタッフ)		来客数の動き	・客単価が上がっているが、来客数は前年、前々年に比べ向上していない。	
	一般レストラン(経営者)		来客数の動き	・忘年会、冬休みなどがあるので、これから少しは良くなる。	
	旅行代理店(営業担当)		それ以外	・旅行業界は世界情勢の不安に左右されやすいので、バリの爆発以降伸び悩んでいる。	
	やや悪く 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、ミセス層の来店が少なく、買い控え感が強い。また、季節商品であるブーツの動きが鈍く、単価もやや下がりが気味である。
		スーパー(店長)	競争相手の様子	・競争相手のチラシの回数が増え、価格も下がっている。	
		コンビニ(経営者)	来客数の動き	・競合店が多くできて客の取り合いになっている。	
		その他レジャー施設(経営者)	来客数の動き	・業界全体が下降気味である。今まで当地区は別とされてきたが、閉鎖する店も数店あり、先行き不安である。	
	悪く なっている	－	－	－	
	企業 動向 関連	良く なっている	出版業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・12月の受注は前年比で大幅に増加している。
			輸送業(従業員)	受注量や販売量の動き	・法人得意先からの受注量がやや上昇気味である。天候等に左右される業種なので個人客の受注予測は難しいが、全体としてはやや上向きである。
やや良く なっている		通信業(営業担当)	取引先の様子	・証券会社のIT投資意欲が引き続き好調である。役員クラスから「景気が良い今のうちにシステムを導入しておきたい」との発言も出ている。	
		通信業(営業担当)	取引先の様子	・業種により異なるが、概ね上方修正されてきているようである。	
		広告代理店(営業担当)	受注量や販売量の動き	・やや悪くなるという見通しだったが、3か月前に比べ受注量が増加している。	
変わらない		輸送業(営業担当)	受注価格や販売価格の動き	・原油価格高騰による燃料費の負担増が更に影響している。	
		卸売業[繊維・衣服等](経営者)	競争相手の様子	・業界の再編成が始まりつつある。この不景気、消費の低迷に戦う体制ができている会社とそうでない会社とのサバイバル合戦が始まっている。	
		卸売業[機械器具](経営者) 経営コンサルタント	受注量や販売量の動き 取引先の様子	・情報の範囲では、ほとんど活発な動きがない。 ・取引先の売上も横ばいのようなようである。中小企業の景気が良くなるのはもう少し後である。	

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
	やや悪くなっている	新聞業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・全般的に景気は良くなっていると思うが、新聞広告は景気の恩恵をさほど受けていない。むしろメディアの多様化の中でネット広告や販促費に回っているようであり、あまり良くない。
		印刷業・製本業（経営者）	取引先の様子	・取引先の仕事量が減少している。また、廃業したり、2年後会社を閉鎖する得意先があり、痛手である。
	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	－	－	
	やや良くなる	百貨店（販売促進担当） 百貨店（総務担当） 衣料品専門店（店長） 高級レストラン（スタッフ） 都市型ホテル（経営者） 旅行代理店（営業担当） 通信会社（営業担当） 通信会社（営業担当）	・株価上昇に伴い、消費者の購買意欲が盛んになる。売上もしばらくは上昇が続く。 ・店の売上は堅調に推移している。 ・まだ実感はないが、半分期待も込めてやや良くなる。 ・予約数や客の様子から判断すると、今後少しは景気が良くなる。 ・政府の施策がようやく効果が出てきたようである。しかし、今後のかじ取り次第では失速のおそれがある。 ・現在が停滞しているので、後は上がってくると期待している。今のところ不安要素はないので、やや良くなる。 ・株価が上がり、景気も上向きになる。 ・後は新商品の販売数が伸びていく。	
	変わらない	一般小売店〔靴〕（営業担当）	・春本番前の3か月先ごろまでは現状維持が精一杯である。	
		百貨店（売場主任）	・ボーナス月を過ぎると、一段落する心配もまだある。	
		スーパー（店長）	・ボーナス支給が過去最高となり、年末年始の旅行も増加しているので悪くならないと思うが、自店の消費には結び付かない。	
		コンビニ（店長）	・悪い方向にはないが、少しずつ景気が上昇してきたなかで、ここ数か月目立った動きがなく、停滞期である。	
		コンビニ（経営者）	・原油価格高騰の影響に加え客単価が相変わらず伸びないので変わらない。	
		衣料品専門店（店長）	・天候に左右されることがある。	
		一般レストラン（経営者）	・客の様子と販売単価の低さに季節要因が考えられる。	
		都市型ホテル（広報担当）	・特に大きく変化するような要因は見当たらないが、年末年始は来客数の多い時期なので、それ以降悪くならないようにしたい。	
		その他レジャー施設（経営者）	・業界全体としては下降気味であるが、毎年12～2月は一番売上の良い月なので、どこまで下降をカバーできるかである。街の空気はなんとなく明るさを感じるようになっている。	
	設計事務所（所長）	・単価の改善が見込めない。		
	やや悪くなる	高級レストラン（経営者）	・客の雰囲気からすると若干良くなっていくと思うが、12月という特別な月と比べると他のどの月も勝てない。数字的には変わらないかやや悪くなる。	
		一般レストラン（経営者）	・1、2月は寒くなるので客が出てこなくなる。毎年1、2月は良くない。	
	悪くなる	－	－	
	企業 動向 関連	良くなる	○	○
		やや良くなる	印刷業・製本業（総務担当） 輸送業（従業員） 通信業（営業担当） 通信業（営業担当） 卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当） 卸売業〔建築材料、鉱物・金属材料等〕（従業員） 広告代理店（営業担当） 経営コンサルタント	・個人も参加しての株価の高騰による。 ・今の日本の景気状況から、法人得意先の受注量は増加すると見込んでいる。 ・取引先の金融機関では、日本版SOX法の施行をにらんだ内部統制関連のソリューションニーズが顕在化してきている。 ・少しずつではあるが、受注が上向いている。 ・夏物や秋物の受注がスタートするので、やや良くなる。 ・見積書等の引き合いが多くなってきている。 ・不安定な要素もあるが、受注が拡大傾向にあるので、やや良くなると見込んでいる。 ・大企業のボーナスが全体的に上がったようなので、消費が多量なりとも増える。中小企業もそろそろ上向きに変わっていく。
		変わらない	新聞業（営業担当）	・現在の状況は当分変わらない。
			出版業（営業担当）	・05年は総じて前年並みとなったが、06年の1月期は厳しく、2月以降の受注量について現段階では読みきれない。

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
やや悪くなる		金融業〔証券〕（営業担当）	・企業業績の改善状況は確かに数値や株価の示すとおりであるが、例えばバブル期と対比した場合に、特に民間消費におけるキャッシュフロー動向が質的にも量的にも数年前からあまり変化が感じられない。実際やや上がりかけてはいるものの、長期金利がこれほど長い間、ゾーン展開しているあたりが、実質的なキャッシュの弱さを表している。
		卸売業〔機械器具〕（従業員）	・公共事業費はますます削減方向にあり、競争激化は変わらない。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・特別に変化がありそうな様子はない。
		印刷業・製本業（経営者）	・暇な日が多くなり機械が遊んでいる、印刷、製本業は一般的に悪いといっている同業者が多い。一体仕事はどこへ行ってしまうのかというところである。
		建設業（営業担当）	・耐震強度偽装問題での民間マンションの買い控え等や、供給過多により民間の工事量が落ちてくる。公共事業の縮減も続行中で上昇の気配はない。
		建設業（経営者）	・一般企業は良くなると思うが、耐震強度偽装問題の関係で、建設業界はどんどん悪くなる。
悪くなる		輸送業（営業担当）	・今後もしばらく原油価格の高止まりが予測されている。負担増とそれに伴う得意先への値上げ要請が困難な中、厳しい景気は続く。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（経営者）	・季節的な要因と、社会的、経済的な不安感は今より増すと思われることから、やや悪くなる。

(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		7	
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		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		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	