

# 中央区内景气动向调查

平成 18 年 6 月調査結果

平成 18 年 7 月 7 日

中央区

## 総 括

### 平成 18 年 6 月の動き

中央区内における 6 月の現状判断 D I は合計で 56.8 と、前回調査から 8.3 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 は全体で 52.1 と、前回調査より 10.9 ポイント下回ったものの、引き続き横ばいを示す 50.0 以上の水準を維持している。

図表 景気の現状判断 D I、先行き判断 D I（合計）

( D I )	平成18年			前回調査 からの変化
	2月	4月	6月	
合計				
現状判断 D I	60.2	65.1	56.8	( -8.3 )
先行き判断 D I	62.8	63.0	52.1	( -10.9 )

## 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 18 年 6 月調査の調査票発送は 6 月 8 日（木）、回答期限は 6 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 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6月の現状判断DIは合計で56.8と、前回調査から8.3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DI、企業動向関連DIとも前回調査を8.3ポイント下回った。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が大きく減少し、「変わらない」、「やや悪くなっている」と回答する人の割合が増加している。

図表1-1 各分野における景気の現状判断DIの推移表

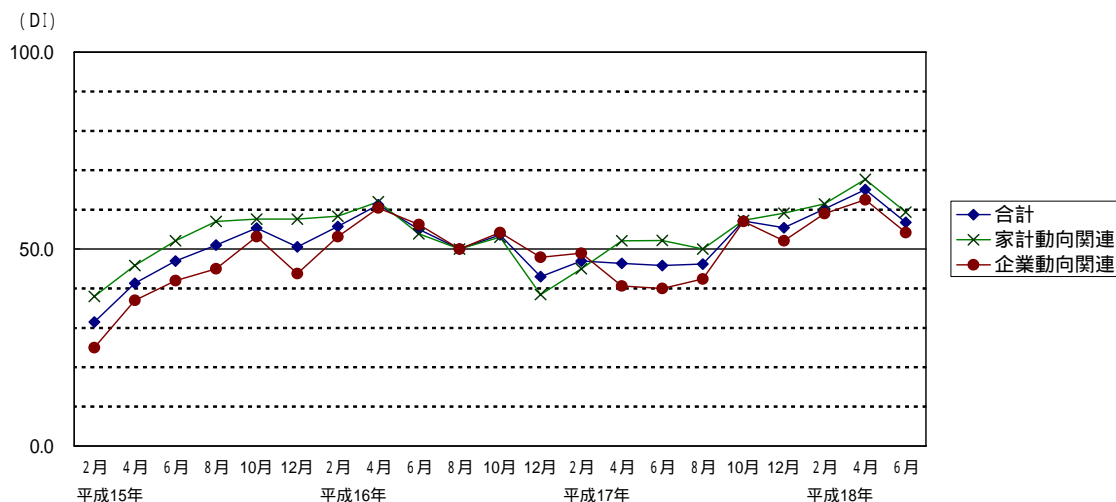
(DI)	平成18年			
	2月	4月	6月	(変化幅)
合計	60.2	65.1	56.8	(-8.3)
家計動向関連	61.5	67.7	59.4	(-8.3)
小売関連	59.6	66.7	58.3	(-8.4)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	62.5	64.3	60.7	(-3.6)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	59.0	62.5	54.2	(-8.3)
製造業	57.1	70.0	45.0	(-25.0)
非製造業	59.7	60.5	56.6	(-3.9)

(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18年	2	4.1%	44.9%	40.8%	8.2%	2.0%
	4	4.2%	56.3%	35.4%	4.2%	0.0%
	6	4.2%	35.4%	43.8%	16.7%	0.0%
(変化幅)		(0.0)	(-20.9)	(8.4)	(12.5)	(0.0)

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は全体で 52.1 と、前回調査を 10.9 ポイント下回ったものの、引き続き横ばいを示す 50.0 以上の水準を維持している。分野別に見ると、家計動向関連D I (55.2)、企業動向関連D I (49.0)とも前回調査より低下し、企業動向関連D Iは平成 17 年 4 月以来初めて 50.0 を下回る結果となった。3 か月後は「良くなる」、「やや良くなる」と回答する人の割合は減少している。

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

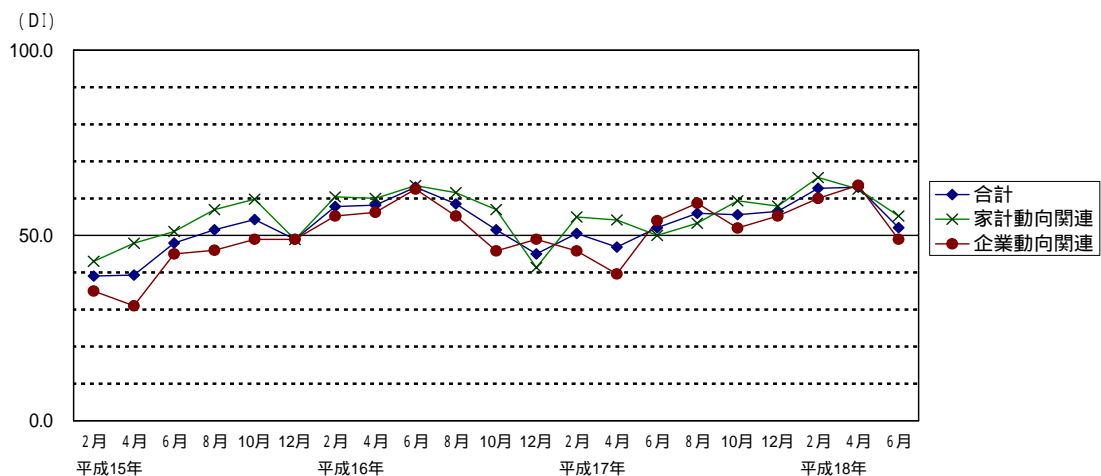
(D I)	平成18年			
	2月	4月	6月	(変化幅)
合計	62.8	63.0	52.1	(-10.9)
家計動向関連	65.6	62.5	55.2	(-7.3)
小売関連	61.5	64.6	54.2	(-10.4)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	70.8	60.7	57.1	(-3.6)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	60.0	63.5	49.0	(-14.5)
製造業	57.1	65.0	55.0	(-10.0)
非製造業	61.1	63.2	47.4	(-15.8)

(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 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18年	2	2.0%	53.1%	40.8%	2.0%	2.0%
	4	6.3%	41.7%	50.0%	2.1%	0.0%
	6	0.0%	29.2%	52.1%	16.7%	2.1%
(変化幅)		(-6.3)	(-12.5)	(2.1)	(14.6)	(2.1)

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

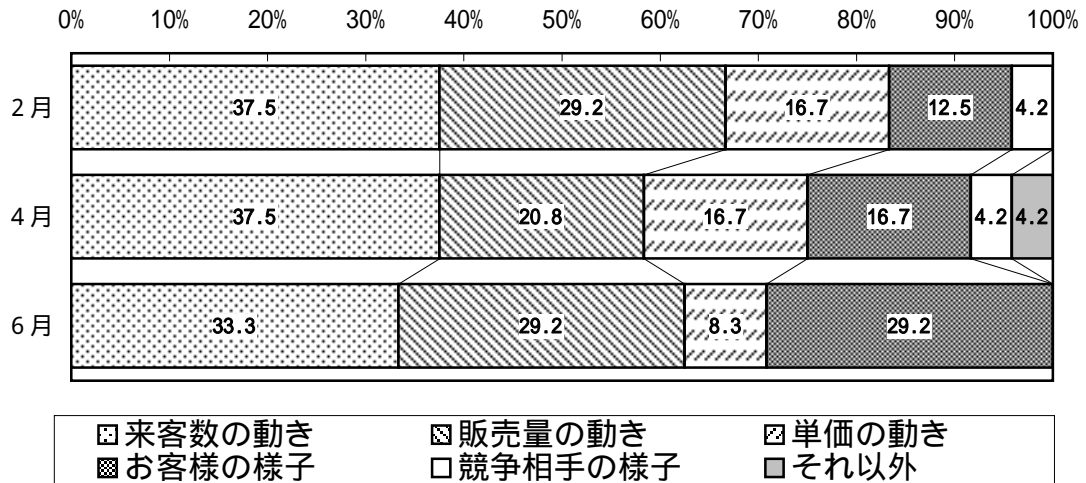
(D I)	平成18年		
	2月	4月	6月
合計	55.6	58.9	55.7
家計動向関連	58.3	63.5	63.5
小売関連	53.8	62.5	64.6
飲食関連	-	-	-
サービス関連	66.7	60.7	64.3
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	53.0	54.2	47.9
製造業	60.7	65.0	45.0
非製造業	50.0	51.3	48.7

(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。

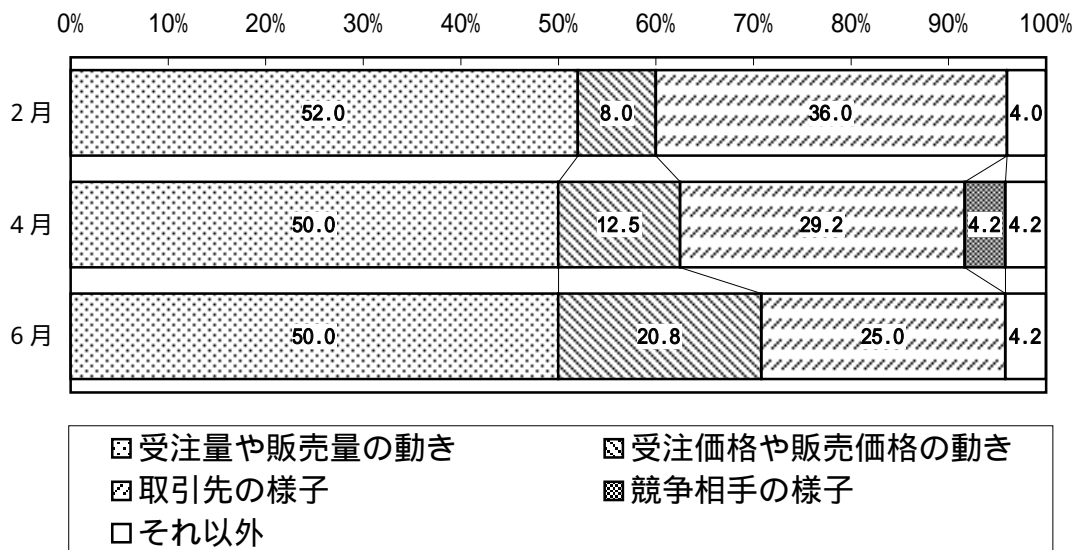
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方方向性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

## 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	衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・来客数、買上数共に増加してきている。	
	やや良く なっている	コンビニ(店 長)	来客数の動き	・同じ客が一日に何度も来店するようになっている。	
		コンビニ(経 営者)	単価の動き	・来客数は変わらないが、客単価が高くなっている。	
		高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・来客数が前年より大幅に増加している。単価向上にも力を入れていきたい。	
		都市型ホテル (広報担当)	来客数の動き	・レストラン、バーを利用する外来の客が増加している。特に、木曜、金曜の利用客が増えているので、週末の売上も良くなってきている。	
		都市型ホテル (経営者)	お客様の様子	・給料や可処分所得はあまり上がらないが、報道等により気分的に良くなっている。	
		通信会社(営業 担当)	販売量の動き	・当社の光回線の普及により、IP電話の需要が伸びてきている。	
		設計事務所(所 長)	販売量の動き	・建物の安全性に対するチェック、問い合わせが多い。	
	変わらない	一般小売店 [靴](営業担 当)	来客数の動き	・来客数の増加がみられないが、買上率が上がっているので、何とか売上を確保している状況である。	
		百貨店(販売促 進担当)	販売量の動き	・6月に入り、環境省がクールビズを媒体でPRしたおかげで、ワイシャツ、肌着、靴下の売上が増加した反面、スーツが厳しい状態である。重衣料があまり売れない。	
		スーパー(店 長)	販売量の動き	・ビール、飲料、菓子の新発売商品の動きが良い。	
		スーパー(店 長)	お客様の様子	・客は無駄な買物はせず、節約傾向に変化はない。自分の趣味や好きなことには多少財布のひもがゆるんではいるようだが、それ自体も多い金額ではなく、少額のようなものである。	
		高級レストラン (経営者)	お客様の様子	・地域柄か、個室座敷の予約が主に入り、ほぼ満室になるが、2回転目はほとんど入らない。また、カウンター、ホール席は空席が目立ち、偏った曜日に客が集中する傾向である。	
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・5月はゴールデンウィークなどがあるので毎年忙しい。6月は少し悪く見えるが、そんなに悪くはない。	
		一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・来客数と客の様子に変化がみられない。	
		その他レジャー 施設(経営者)	来客数の動き	・来客数は前月、前々月と大差ないが、客の様子、金遣い等が気になる。	
		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	・客単価の低下と共に来客数も前年割れとなっている。
			衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・天候にも恵まれず、来客数が減少気味である。中国系の外国人観光客は増えつつある。
	通信会社(営業 担当)		お客様の様子	・株価が低迷し、客の反応も鈍くなっている。	
	悪く なっている	-	-	-	
企業 動向 関連	良く なっている				
	やや良く なっている	出版業(経 営者)	それ以外	・街にどこか活気があり、一部ながら人々の表情も明るい。	
		輸送業(従 業員)	受注量や販売量 の動き	・タクシーの販売量は着実に伸びてきており、前年比で2%程度上昇している。法人、個人の受注をみると、景気は確実に良い方向に向かっている。	
		通信業(営業 担当)	受注量や販売量 の動き	・春先の移動、移転時期の動きが前年より小規模である。	
金融業[証券] (営業担当)	取引先の様子	・新興企業の全般的な業績動向をみると、一時の急激な上昇傾向は少なくなったものの、高位安定を示す企業が増えているように感じられる。			

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	・小案件のスポット業務は現在も増えている。
	変わらない	新聞業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・売上は前年度と変わっていない。
		建設業（営業担当）	取引先の様子	・公共事業の大変さを国交省等は国の規制緩和方針に踊らされ、安ければ良いとのメディアの力に押され価格ダンピングが始まり、後手の品確法等を打ち出したが、規制するには至っていない。
		通信業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・IP電話サービスの引き合いが急増しており、今年度になって今まで様子見だった客が導入に向けた具体的な検討を一齐に始めたかのような勢を感じる。
		金融業〔証券〕（営業担当）	取引先の様子	・大企業、中小企業及び業種間の格差による。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・良い材料がなく、現実に皆受注量が落ち込んでいる。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・原油高や金利上昇に懸念し、取引先、客共に様子見のようである。
	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	・ワールドカップ効果に期待しているが、広告出稿の側面からは今一つ盛り上がり欠ける。それを除いたベース部分でも勢いがなく、前年割れの様相である。
		出版業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・一部の雑誌を除いて、書籍、雑誌の販売量が低迷している。今のところ返品数は以前とあまり変わらないが、注文数が減ってきている。
		輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年度末である3か月前と比較すると荷主からの受注が減少している。例年第一四半期は受注が減少する傾向にある。
	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）	・ワールドカップが始まり、寝不足の人が増える。景気にも多少関係がある。今年はボーナスがベースアップといわれているので、景気は良くなる。
		スーパー（店長）	・今まで手ごたえのなかった新商品の動きが良くなり、売れるものが売れるようになってきている。
		コンビニ（経営者）	・今まで買い渋りが多かったが、客がお金を使うようになってきている。
		衣料品専門店（店長）	・新しいショッブなどが増えてきているので、集客数も増えてくる。
		高級レストラン（スタッフ）	・前年に比べ売上が伸びている。おすすめ品の販促、土産、ドリンク販促に力を入れ、単価を上げていきたい。
		都市型ホテル（広報担当）	・法人利用が増加すると見込んでいる。また、夏休みに向けて家族利用が見込まれる。
		旅行代理店（営業担当）	・これから夏休みもあり、個人需要は伸びる傾向にある。
	変わらない	一般小売店〔靴〕（営業担当）	・必要な時に必要な物しか買物をしない傾向は今後も続くと思われるので、3か月後も変わらない。
		百貨店（総務担当）	・売上は前年比、予算比共に順調に推移している
		スーパー（店長）	・ここ数か月、若干上昇している時期もあったが、大きな変化もなく、この夏はあまり良くないと思っていることから、全体的にみると変化は少ない。冷夏になると季節商品の伸びが悪くなるので、良い印象はない。
		コンビニ（店長）	・天候に左右されるが、現状維持となる。売上の伸び幅が小さくなってきている。
		高級レストラン（経営者）	・好景気を想定しているものの、8月のお盆シーズンは例年閑散としているので、楽観はできない。
		一般レストラン（経営者）	・7～8月は地方から客が来る。例年通りで変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・来客の購買意欲が欠如している。
		都市型ホテル（経営者）	・最近の株安やボーナスの支給額等、あまり良い材料が見当たらない。夏の温度にも左右されかねない。
		通信会社（営業担当）	・客は月額費用削減には興味があるが、創設費用が高額となるとなかなか販売に結び付かず、難しい状況である。
		通信会社（営業担当）	・販売量の急激な伸びは見込めないで、しばらくは横ばい状態が続く。
		その他レジャー施設（経営者）	・社員のところまでお金が回って来ていないので、客のふところはそれほど暖かくない。同業者が少しずつ廃業しており、現状維持が精一杯である。
設計事務所（所長）		・設計件数は多くなっているが、設計料が上がらないので、忙しいだけでほとんど変わらない。	
やや悪くなる	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・増税による消費の低下が気掛かりである。	
	百貨店（売場主任）	・現在から2～3か月先を見渡しても経済面、社会面ともに明るい話題が少なく、これまでの景気上昇ムードがそがれているようである。	
	衣料品専門店（店長）	・原油高、株価の下落が先行きの不透明感に影響しそうである。	
悪くなる	-	-	
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	出版業（経営者）	・飲食店などで注文する価格がやや上がっている。
		印刷業・製本業（経営者）	・忙しい所と暇な所の格差があるようで、どこも一緒に景気が良くなるわけではないが、業種の主流にあったところはそれなりに忙しいようである。
		通信業（営業担当）	・事業規模の拡大に伴うサーバー増設等の理由により、データセンターのニーズが高まっており、一部センターはすでに飽和状態である。景気の上向き傾向を実感している。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・金利、為替についてみた場合、急激なレンジの変化に対してここ1か月程度で修正が加えられた印象だが、それが逆転現象である可能性は低いと考えている。今後についてもキャッシュフロー全般については拡大トレンドにあると判断している。

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
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営企画担当）	・循環トレンドとしてはやや良くなる。
	変わらない	新聞業（営業担当）	・7月以降はこれといった話題もないが、前年レベルでは推移する。
		新聞業（経営者）	・会員数が増える可能性がない。
		建設業（経営者）	・ちまたではバブル以来の好景気といわれているが、すべてが好景気というわけではない。産業別、企業別にその格差がますます広がる。建設業界は悪いまま変わらずに推移する。
		輸送業（営業担当）	・燃料価格はやや落ち着いてきたようだが、6月から実施されている駐車違反取締り民間委託の影響で、配送業務が非常にやりにくく、場所によっては助手付での配送を余儀なくされ、コストアップにつながる恐れが充分に考えられる。取り巻く業界においては景気上昇の見込みは薄い。
		輸送業（従業員）	・2～3か月先は現状維持が続く。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・国内企業物価指数他各指標は全体として底上げ改善の傾向が強まっているものの、電気機器ハイテク品目など一部の下落がみられる。世界同時株安による投資家心理動向懸念材料がある。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（経営者）	・不安定な気候が不景気の最も大きな要因である
		卸売業〔機械器具〕（従業員）	・競争激化の影響を受け、工事価格が下がっており、利益が確保できない。
	卸売業〔機械器具〕（経営者）	・発注の状況はどれもあまり活発でない。仲間の受注の状態も全く思わしくない。	
	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・長期的にみれば良くなる可能性もあるが、短期間では変わらない。	
	やや悪くなる	出版業（営業担当）	・今年後半は特に大きなイベントもなく、例年夏休み期間中は販売量が落ちるので、やや悪くなる。
		建設業（営業担当）	・日本中が国民の安全にとって必要な品質、安全を置き忘れた価格競争の時代に突入し、先行きが見えない状況である。この状況が2～3年続けば、倒産、廃業に追い込まれる企業が激増する。
		通信業（営業担当）	・原油高、株価不安定のため、今秋の総裁選の行方に注目している。
		卸売業〔飲食品料（鮮魚）〕（経営者）	・当社の業種（乾物）は時代遅れである
		経営コンサルタント	・株安などの不安材料があるため、3か月先は一度悪くなる。
	悪くなる	卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	・夏は従来より低調であり、本年も特別な受注等はないので、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	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		6	
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	
飲食物品		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		