

中央区内景气动向调查

平成 27 年 8 月调查结果

平成 27 年 9 月 17 日

中央区

総 括

平成 27 年 8 月の動き

中央区内における 8 月の現状判断 D I は合計で 50.0 と、前回調査から 1.5 ポイント低下している。景気の先行き判断 D I は合計で 56.5 と前回調査から 2.0 ポイント上昇している。

図表 景気の現状判断 D I、先行き判断 D I (合計)

(D I)	平成27年			前回調査 からの変化
	4月	6月	8月	
合計				
現状判断 D I	53.6	51.5	50.0	(-1.5)
先行き判断 D I	59.2	54.5	56.5	(2.0)

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 27 年 8 月調査の調査票発送は 8 月 7 日（金）、回答期限は 8 月 18 日（火）である。

5 調査機関

本調査は中央区が主管し、委託先である株式会社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 50 名、有効回答率は 100.0%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

3か月前と比較しての中央区内における現状判断DIは合計で50.0と、前回調査から1.5ポイント低下している。分野別にみると、家計動向関連DIは53.0と、前回調査から2.0ポイント低下し、企業動向関連DIは47.0と、前回調査から1.0ポイント低下している。構成比では、「良くなっている」「変わらない」と回答した人の割合が2.0ポイント減少し、「やや良くなっている」「悪くなっている」と回答した人の割合が2.0ポイント増加した。

図表1-1 各分野における景気の現状判断DIの推移表

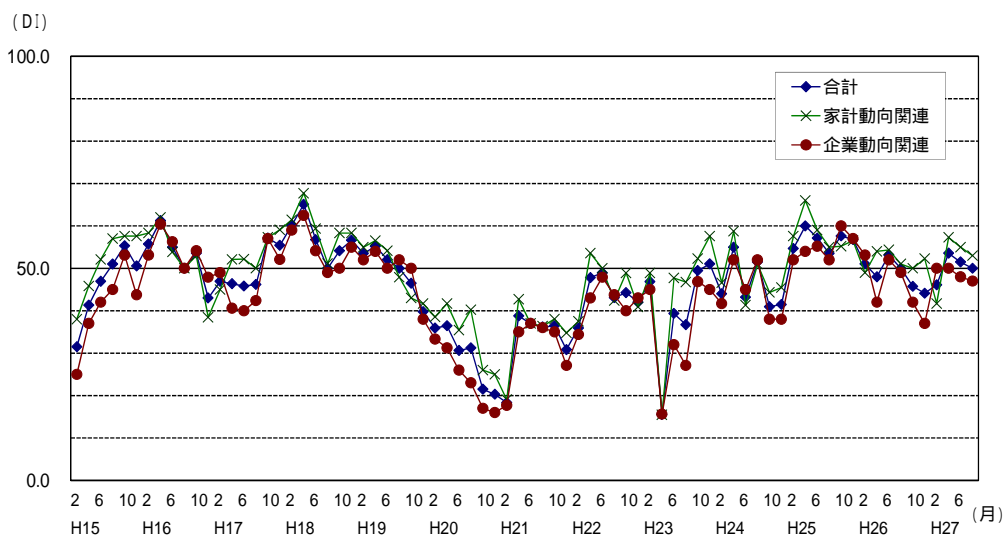
(DI)	平成27年			
	4月	6月	8月	(変化幅)
合計	53.6	51.5	50.0	(-1.5)
家計動向関連	57.3	55.0	53.0	(-2.0)
小売関連	52.1	50.0	50.0	(0.0)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	67.9	60.7	57.1	(-3.6)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	50.0	48.0	47.0	(-1.0)
製造業	50.0	46.4	53.6	(7.2)
非製造業	50.0	48.6	44.4	(-4.2)

(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27年	4	2.0%	26.5%	57.1%	12.2%	2.0%
	6	2.0%	28.0%	48.0%	18.0%	4.0%
	8	0.0%	30.0%	46.0%	18.0%	6.0%
(変化幅)		(-2.0)	(2.0)	(-2.0)	(0.0)	(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

2～3か月先の中央区内における景気の先行き判断DIは合計で56.5と前回調査から2.0ポイント上昇している。分野別にみると、家計動向関連DIは59.0、企業動向関連DIは54.0と、いずれも、前回調査から2.0ポイント上昇している。構成比では、「やや悪くなる」と回答した人の割合が6.0ポイント増加し、「悪くなる」と回答した人の割合が6.0ポイント減少した。

図表2-1 各分野における景気の先行き判断DIの推移表

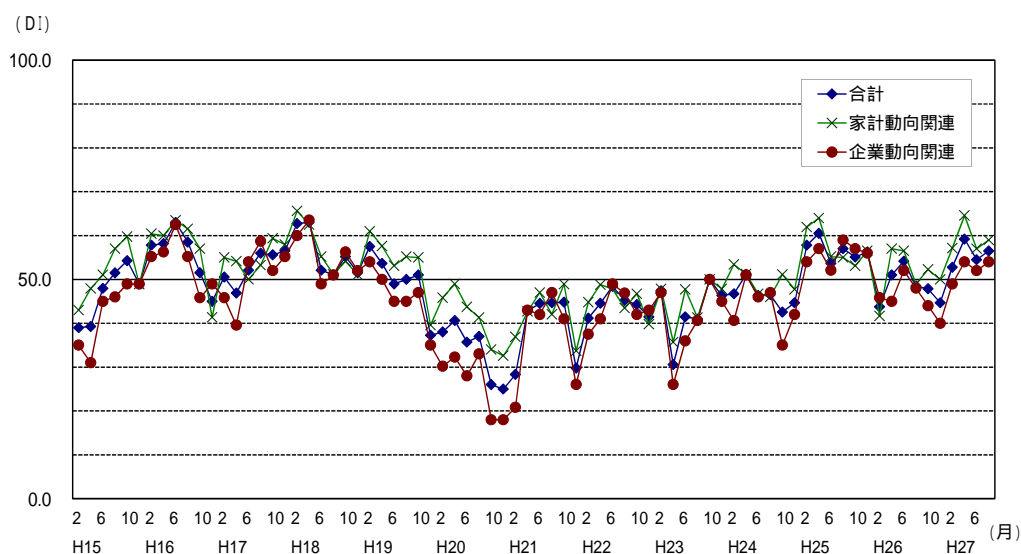
(DI)	平成27年			
	4月	6月	8月	(変化幅)
合計	59.2	54.5	56.5	(2.0)
家計動向関連	64.6	57.0	59.0	(2.0)
小売関連	62.5	51.9	57.7	(5.8)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	67.9	60.7	60.7	(0.0)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	54.0	52.0	54.0	(2.0)
製造業	39.3	57.1	57.1	(0.0)
非製造業	59.7	50.0	52.8	(2.8)

(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27年	4	8.2%	36.7%	40.8%
	6	2.0%	32.0%	54.0%	6.0%	6.0%
	8	2.0%	34.0%	52.0%	12.0%	0.0%
(変化幅)		(0.0)	(2.0)	(-2.0)	(6.0)	(-6.0)

図表2-3 各分野における景気の先行き判断DI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

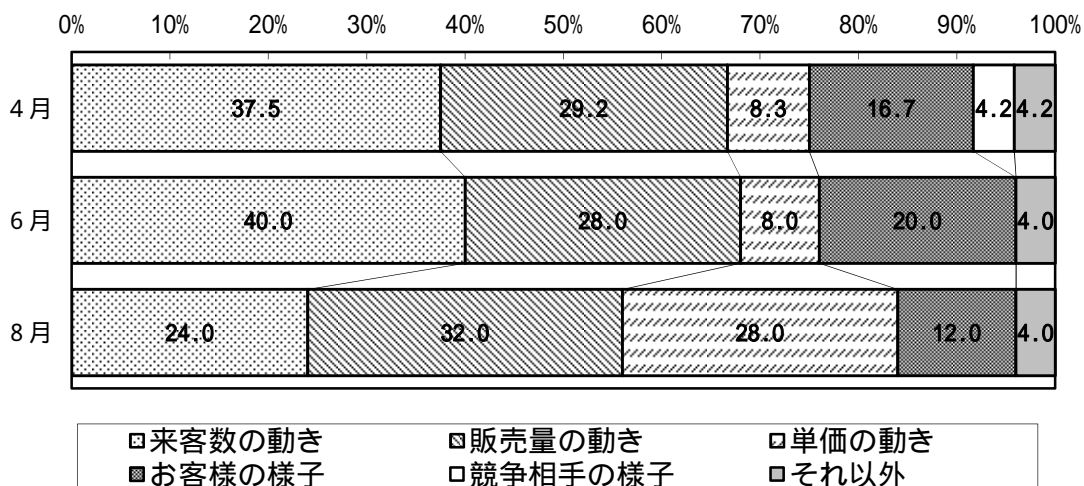
(D I)	平成27年		
	4月	6月	8月
合計	52.0	50.5	48.0
家計動向関連	56.3	54.0	56.0
小売関連	56.3	51.9	55.8
飲食関連	-	-	-
サービス関連	64.3	60.7	60.7
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	48.0	47.0	40.0
製造業	53.6	42.9	46.4
非製造業	45.8	48.6	37.5

(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。

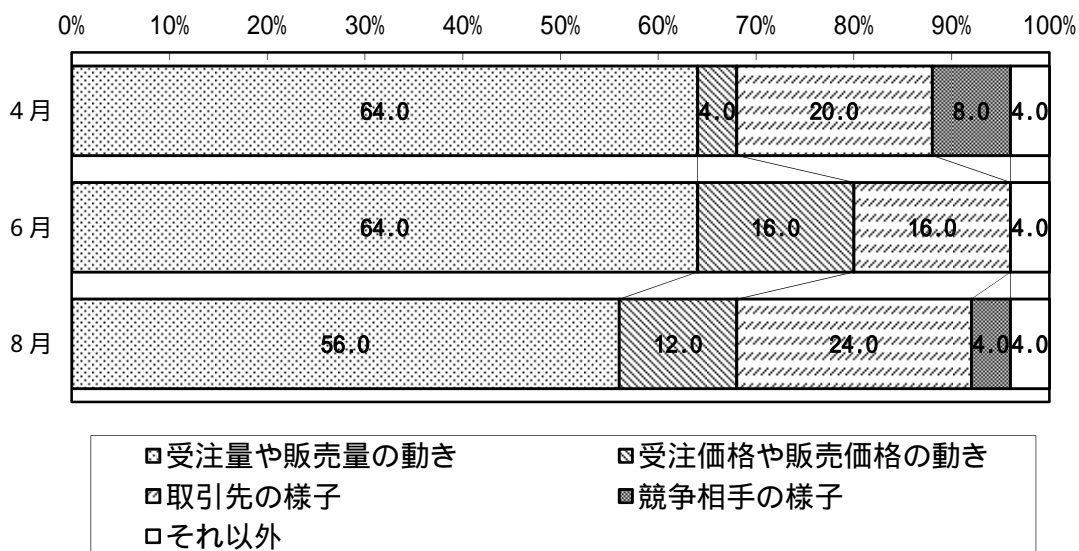
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方加性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

4 (1) 景気の状態に対する判断理由着目点

家計動向関連



企業動向関連



注) 本グラフは景気の状態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	良くなる	-	-	-	
	やや良くなっている	一般小売店〔文具〕(販売担当)	単価の動き	・万年筆などの高額品の売れ方に注目している。個人で購入する客が増加している。	
		百貨店(総務担当)	販売量の動き	・インバウンド需要に加え、高額品の特選衣料雑貨、宝飾品などが順調に推移している。	
		スーパー(店長)	来客数の動き	・近隣の高層マンション建設が完了し、入居がはじまって、客層が変化してきている。	
		高級レストラン(副店長)	単価の動き	・注文するコースの価格が高くなっている。高額な料理がよく出るようになってきている。	
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・8月は毎年他方面からのファミリーの客が多く来店しており、外国人の客も多くなっている。お盆の時は忙しい。	
		都市型ホテル(経営者)	単価の動き	・夏休みに入り、家族連れが多く見られる。更に海外からの客も多く、稼働率が上がっている。	
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・前年の同時期に比べ、販売量が上昇している。	
	変わらない	一般小売店〔食品〕(店長)	販売量の動き	・来客数の動きに大差はないが、季節的要因として夏休みを控え、財布のひもを固くする傾向が感じられる。	
		百貨店(総務担当)	それ以外	・訪日外国人の購買が引き続き好調である。地方では依然厳しいと聞いているが、国内客の売上も前年を上回っている。	
		スーパー(店長代行)	来客数の動き	・来客数と単価に変化はなく、景気が上向いているとは思わない。	
		高級レストラン(経営者)	お客様の様子	・法人客が多く、夏季休暇等による来客数の減少は例年のことである。今年の夏場の気温が例年より高いため、フリー客の来店は想定より下回っている。	
		その他レジャー施設(経営者)	来客数の動き	・例年、7～8月の暑い時期にお盆休みが重なるので、良くない。今のところ、今年も例年どおりである。涼しくなるお彼岸の声を聞くまでは、いつもどおりで変わらない。	
	やや悪くなっている	衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・インバウンドのお陰で、売上、来客数は大幅に増加しているが、国内客の来客数が前年に比べ、9割に落ちてきている。	
		衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・来客数が極端に減っている。客単価は前年と比べ、やや上昇しているが、客数減をカバーできるほどではない。	
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・春先の移動の時期が過ぎたので、客の動きが少なく、販売量が少し落ちている。	
	悪くなっている	一般小売店〔靴〕(店長)	単価の動き	・販売量が少なくなり、客単価が下がっている。	
	企業 動向 関連	良くなる	-	-	-
		やや良くなっている	新聞業(経営者)	受注量や販売量の動き	・夏休みに入って、国内外からの観光客が増えている。
建設業(営業担当)			競争相手の様子	・競争相手にも、管理者不足がみられる。それだけ工事量が増加しつつある。	
その他サービス業〔ビルメンテナンス〕(営業担当)			取引先の様子	・取引先で株価の上がり始めた会社が数社ある。次年度の新卒の採用者数も増加傾向である。	
変わらない		新聞業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・企業の宣伝活動、広告出稿意欲に力強さがみられない。	
		出版業(経営者)	それ以外	・格差社会で、ハイソサエティはいよいよぜいたくになり、貧困層はますます萎縮している。	
		出版業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・出版では、一部タレントの著作本で盛り上がっているが、多くの中小出版社では、出版不況の状況は変わらない。	
		通信業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・全般的に大きな変化はない。	
		通信業(営業担当)	取引先の様子	・営業訪問先では、コスト削減がメインテーマから外れていない企業が多い。上向きのイメージはない。	

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
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	取引先の様子	・夏季休暇のため、ある程度落ち着くまでさしたる動きはなさそうである。
		卸売業〔機械器具〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・数か月間の受注の動きが鈍っている。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・暑すぎるせいなのか、夏休みなのに人通りが例年から比べると少ないような感じがする。売上もそれほど良くもないようである。
	やや悪くなっている	印刷業・製本業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・夏季はやはり販売量が減るので、やや悪くなっている。また、連日の暑さのせいか、人の動きも、仕事の動きも鈍さを感じる。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・前年同月に比べて、受注量、売上共に20%の減少である。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・来店はあるが、売上が小さい。一部、良い得意先もあるが、在庫を少なくしているようである。
	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	一般小売店〔文具〕 (販売担当)	・個人消費に力強さを感じる。また、インバウンド客の売上が増加している。
		百貨店(総務担当)	・免税販売額は引き続き順調である。
		百貨店(広報担当)	・都心店を中心に、インバウンド需要は好調を持続するものと思われる。
		スーパー(店長)	・従来の客は、無駄な買物はしない傾向にあるものの、外国人観光客は増えてきている。また、高層マンション入居などによる人口増が期待できる。
		コンビニ(店長)	・当店の売上が上がってきているので、更に良くなる。
		衣料品専門店(店長)	・晩夏、初秋物の商品の動きはあるので、秋に向け徐々に回復していくとみている。
		高級レストラン(経営者)	・天候が安定し、食欲増進と見込んでいる。毎年、秋から冬へと客数及び単価も上がってくるので、飲食は活発になる。
		高級レストラン(副店長)	・宴会の予約状況が昨年に比べて良い。大人数の宴会が増えている。
		都市型ホテル(経営者)	・2020年に向けてこれから海外からの客も多くなり、また、国内の景気も徐々に上向いてくる。
		通信会社(営業担当)	・株価の動きを見ても、やや良くなるのではないかと。
	その他レジャー施設 (経営者)	・お彼岸が過ぎて涼しくなると自然と客足も良くなってくる。今年も世の中に余程の変化がなければいつもどおりである。	
	設計事務所(所長)	・問い合わせはやや多くなってきており、良い方向になると期待している。	
	変わらない	一般小売店〔靴〕(店長)	・中小企業の給与が上がらない。年金が少なくなり将来に希望が持てない。
一般小売店〔食品〕 (店長)		・当店前の再開発により既存のマンション、住宅等も全て解体され無人状態なので、景況についても変化が乏しい。	
百貨店(総務担当)		・ギリシャ、中国リスク等の懸念事項はあるものの、買上件数、買上商品等を鑑みると、引き続き好調が維持される。	
百貨店(業務推進担)		・景気が回復する理由が見つからない。	
スーパー(店長代行)		・3か月前から客数や売上や単価などに目立った変化がなく、今後も急に上昇するとは思えない。	
一般レストラン(経営者)		・買物客はあまり多くないものの、観光で来る客が多いため、販売には反映していない。これからもその傾向は変わらない。	
都市型ホテル(広報担当)		・特に良くなる兆しも、悪くなる兆しもみえない。	
旅行代理店(支店長)		・2020年のオリンピックに向けての景気回復は見込まれるが、直近の景気については、海外旅行の落ち込みは2~3か月では回復が見込めない。	
通信会社(営業担当)		・社会全体での景気の底上げをしないと、個々の客の販売意欲が上がっていかない。	
競馬場(職員)	・現状はやや良いが、特にここからの変化は望めない。		
やや悪くなる	一般小売店〔和菓子〕 (経営者)	・中国経済が不透明のうえ、日本の借金が過去最大となり、一層危機感が強くなっている。	
	一般レストラン(経営者)	・地方からの客が少なくなるため、8月と比べると悪くなる。	
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)	・秋物が始まる。夏よりは良いという程度である。
	やや良くなる	印刷業・製本業(営業担当)	・マイナンバー関連で、様々なフォーマットが変わるため、書類の変更需要が大きくなる。また、今年は国勢調査もある。
		印刷業・製本業(経営者)	・状況は良くないが、この状況から脱出した一部の富裕層の消費が活発になり、富裕層に対するビジネスが活況となり、全体の景気を持ち上げていくのではないだろうか。また、円安により外国人の消費も影響していくとみている。
		印刷業・製本業(営業担当)	・問い合わせ件数や、見積依頼が増えている。今後は、今よりも多少は良くなる。
		建設業(営業担当)	・工事の増加で管理者の不足が出ている。
		卸売業〔飲食料品(鮮魚)〕(経営者)	・当地域はオリンピックまでは注目度が高く、何かしら話題になり、人が来るため、やや良くなる。

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	新聞業（営業担当）	・景気自体は好転の兆しがあるようだが、企業の宣伝活動は、いまだ抑制的で勢いがいい感じられない。好材料はあまり見受けられない。
		出版業（経営者）	・富裕層はますます高みへ、貧困層は下降していく。
		出版業（営業担当）	・株価は何とか2万円台を維持しているが、新たな経済政策もなく、先行きはかなり不透明で、一般の生活は楽になっていない。
		建設業（営業担当）	・受注量が例年より伸びていない。
		建設業（経営者）	・期待はしているが、どうなるか分からないというのが実感である。
		輸送業（従業員）	・取引先からの注文の数量に変化なく、売上も変動が少ない。
		通信業（営業担当）	・ここ数か月で改善までの雰囲気はなく、サービス業の値下げ競争は継続する。特に変化はないとみている。
		通信業（営業担当）	・状況に変化を与えるような要素がみえておらず、当面現状のまま推移していく。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・8月上旬に行われた中国による人民元の実質的な切下げは、やはり景気の停滞傾向による輸出テコ入れとみるべきと考える。とはいえ、内需の潤沢さからすれば、直ちに大幅な失速ということはないと思われるものの、足元の世界経済においては、チャイナパワーをしのぐエネルギーは見当たらないことからしても、この動向如何によっては、総体的なトレンドが下に向かう可能性も十分あり得る。
		卸売業〔機械器具〕（従業員）	・今期は受注計画が苦しい見通しである。期待していた案件の期がずれたことが主な原因である。
		卸売業〔機械器具〕（営業担当）	・秋ごろに大きな受注の話がない。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・特別変化があるとは思わない。
		経営コンサルタント	・経済が回復傾向にあると言われていたが、肌を感じて実感がわくまでしばらくかかりそうである。
		その他サービス業〔造園・園芸〕（営業担当）	・数か月の単位では景気はほぼ変わらないし、良くなっても現状だと、少しずつ下向きになる一方である。
その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・大企業にみられるような景気回復の実感が乏しく、今後の先行きを注視している状況にあり、品質とコストのバランスを取りつつ、気長に回復を待っている。		
	やや悪くなる	新聞業（経営者）	・商売が観光客頼りである以上、休暇の終わりは売行き落ち込みに直結する。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・リスクオフにより安全資産に資金が流れ、金利低下が再び進み、マーケットでは、金融商品の需給が悪化している。
	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	4	
	商店街代表者	0	
	一般小売店経営者・店員	4	
	百貨店	4	
	百貨店売場主任・担当者	4	
	スーパー	2	
	スーパー店長・店員	2	
	コンビニエンスストア	1	
	コンビニエリア担当・店長	1	
	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		3	
輸送業		1	
通信業		2	
金融業		2	
不動産業		0	
卸売業		6	
繊維・衣服等		2	
飲食品		1	
建築材料・鉱物・金属材料等		0	
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]		0	
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	3		
その他非製造業	0		
その他企業の動向を把握できる者	0		