

中央区内景气动向调查

平成 19 年 2 月调查结果

平成 19 年 3 月 9 日

中央区

総 括

平成 19 年 2 月の動き

中央区内における 2 月の現状判断 D I は合計で 53.5 と、前回調査から 3.1 ポイント低下したものの、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 においても前回調査から 6.0 ポイント上昇し、50.0 以上の水準を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18年		平成19年		前回調査 からの変化
合計	10月	12月	2月		
現状判断 D I	54.2	56.6	53.5		(-3.1)
先行き判断 D I	55.2	51.5	57.5		(6.0)

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 19 年 2 月調査の調査票発送は 2 月 7 日（水）、回答期限は 2 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 50 名、有効回答率は 100.0%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 (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区内における現状判断DIは合計で53.5と、前回調査から3.1ポイント低下したものの、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が3.3ポイント低下し55.0、企業動向関連DIが3.0ポイント低下し52.0となっている。「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

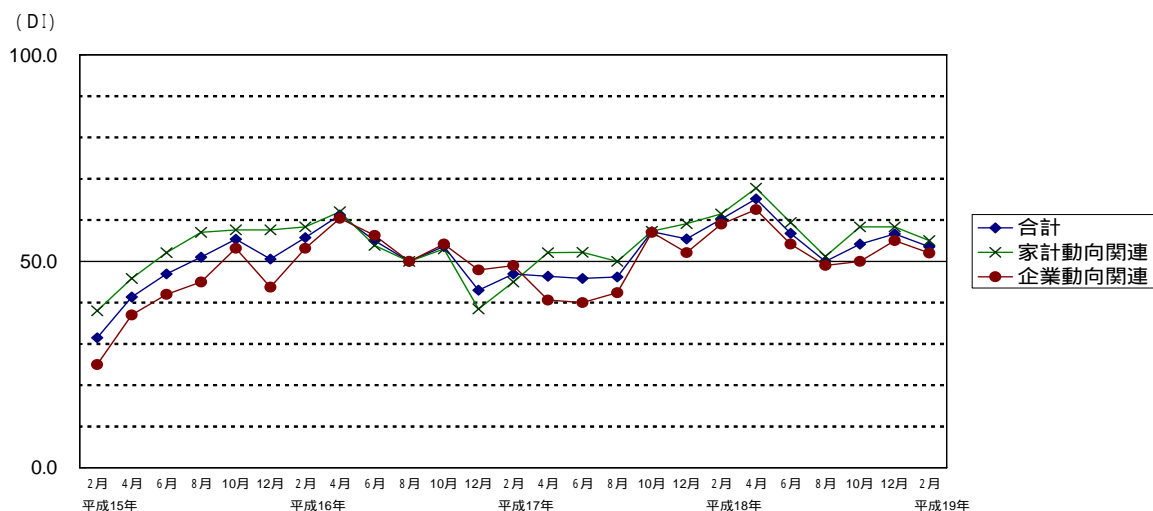
(DI)	平成18年		平成19年		(変化幅)
	10月	12月	2月		
合計	54.2	56.6	53.5		(-3.1)
家計動向関連	58.3	58.3	55.0		(-3.3)
小売関連	64.6	54.2	51.9		(-2.3)
飲食関連	-	-	-		(-)
サービス関連	50.0	60.7	57.1		(-3.6)
住宅関連	-	-	-		(-)
企業動向関連	50.0	55.0	52.0		(-3.0)
製造業	33.3	41.7	37.5		(-4.2)
非製造業	55.6	59.2	56.6		(-2.6)

(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	10	4.2%	33.3%	41.7%	16.7%	4.2%
	12	0.0%	38.8%	53.1%	4.1%	4.1%
平成19年	2	0.0%	28.0%	58.0%	14.0%	0.0%
	(変化幅)	(0.0)	(-10.8)	(4.9)	(9.9)	(-4.1)

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D Iは前回調査から6.0ポイント上昇し、引き続き50.0以上の水準を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は前回調査から10.0ポイント上昇し、企業動向関連のD Iも2.0ポイント上昇している。「やや良くなる」と回答する人の割合が増加している。

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

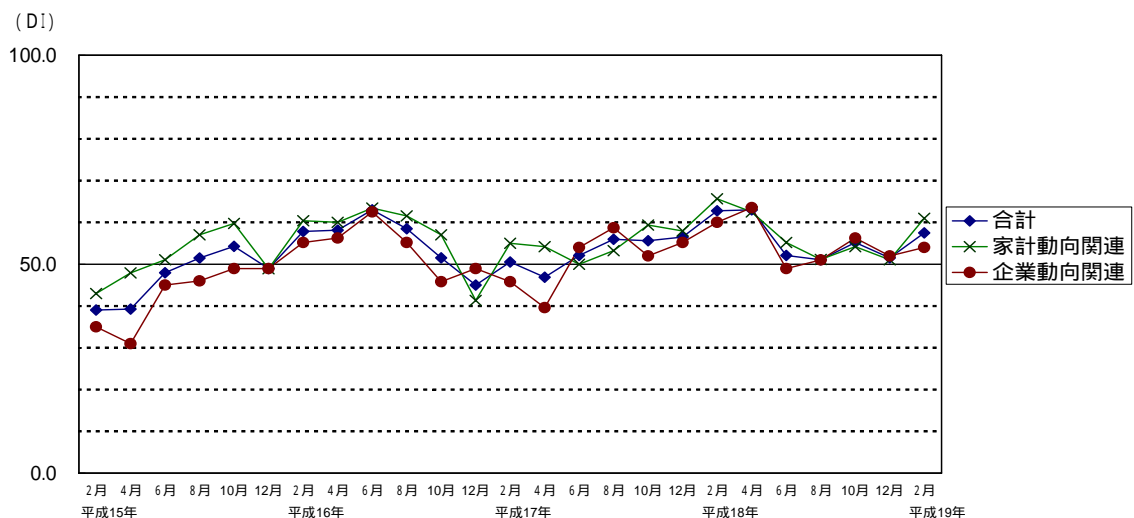
(D I)	平成18年		平成19年	
	10月	12月	2月	(変化幅)
合計	55.2	51.5	57.5	(6.0)
家計動向関連	54.2	51.0	61.0	(10.0)
小売関連	54.2	47.9	59.6	(11.7)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	46.4	57.1	60.7	(3.6)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	56.3	52.0	54.0	(2.0)
製造業	50.0	41.7	54.2	(12.5)
非製造業	58.3	55.3	53.9	(-1.4)

(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。

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	10	8.3%	25.0%	47.9%	16.7%	2.1%
	12	2.0%	20.4%	59.2%	18.4%	0.0%
平成19年	2	2.0%	30.0%	64.0%	4.0%	0.0%
	(変化幅)	(0.0)	(9.6)	(4.8)	(-14.4)	(0.0)

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

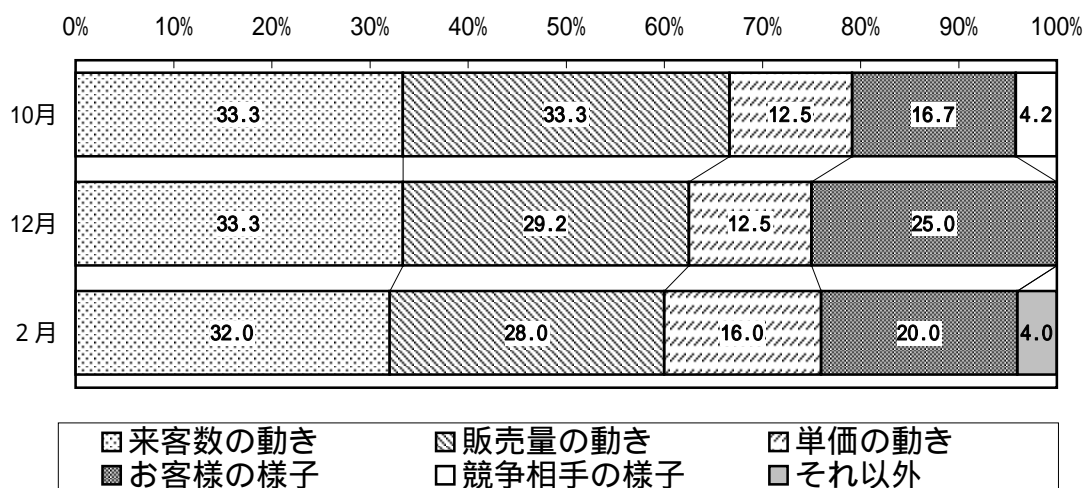
(D I)	平成18年		平成19年	
	10月	12月	12月	2月
合計	49.5	49.5	49.5	50.5
家計動向関連	55.2	52.1	52.1	54.0
小売関連	54.2	45.8	45.8	51.9
飲食関連	-	-	-	-
サービス関連	57.1	57.1	57.1	57.1
住宅関連	-	-	-	-
企業動向関連	43.8	47.0	47.0	47.0
製造業	33.3	37.5	37.5	41.7
非製造業	47.2	50.0	50.0	48.7

(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。

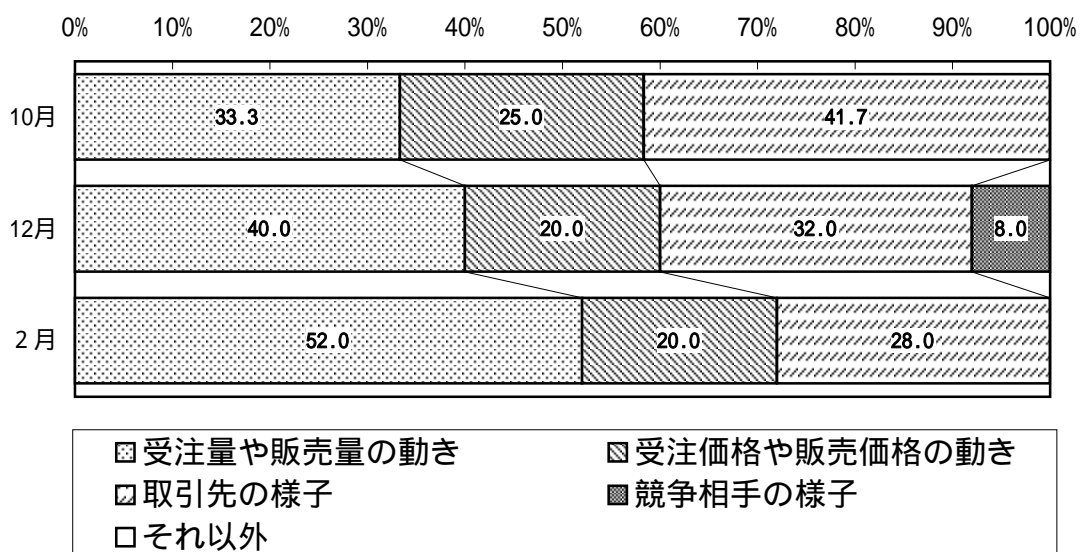
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方角性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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	百貨店(販売促進担当)	それ以外	・株価の影響もあるが、暖冬といわれる割には婦人、紳士服の冬物のバーゲンと春物の新作が少しずつ動いている。高級腕時計を購入する客も結構いる。
		コンビニ(経営者)	単価の動き	・来客数は変わらないが、客単価が若干上向いている。
		高級レストラン(経営者)	来客数の動き	・特別企画商品の受注が多く、売上は変わらないものの客数増となり、好況感がある。高価格のコースは減少傾向にある。
		高級レストラン(スタッフ)	お客様の様子	・単価が前年、前々年共に少しずつではあるが上がっている。客層も変わりつつあり、長時間ゆっくりと食事をする客が多くなってきている。
		都市型ホテル(広報担当)	来客数の動き	・ビジネスでの利用が特に増え、客室稼働率が上がっている。
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・訪問販売での客の反応が以前より良くなっている。受注数も着実に伸びており、景気の上昇を感じる。
	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ず厳しい状況ではあるが、買上率が良いので、売上は横ばい状態が続いている。
		一般小売店[和菓子](経営者)	お客様の様子	・相変わらず衝動買いが少なく、堅い。
		百貨店(売場主任)	来客数の動き	・ここ数か月、来客数の前年割れが続いている。
		百貨店(広報担当)	販売量の動き	・高級チョコレートを取りそろえたバレンタインフェアは非常に好調な結果で終わったが、暖冬のためか、相変わらず衣料品の売上は伸びていない。
		百貨店(売場主任)	お客様の様子	・暖冬が要因で客が購入する商品を迷っている感がある。
		スーパー(店長)	お客様の様子	・2~3か月前とでは大きな変化がない。4月に新卒者が入社するころは大きな期待ができる。
		コンビニ(店長)	単価の動き	・来客数は減少傾向にあるが、客単価がカバーしている状態である。
		衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・来客数が増加する月は売上が増加し、来客数が減少したら売上は下がるためである。
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・1年を通じて大体変わらないと思うが、客は多くなっている。
		都市型ホテル(経営者)	来客数の動き	・景気回復の確かな手ごたえが感じられないため、消費意欲が弱い。
旅行代理店(営業担当)		販売量の動き	・好調に推移しているが、現在これ以上の伸びを期待できる要因は出てきていないため、変わらない。	
通信会社(営業担当)	販売量の動き	・当社の主要商品の加入数があまり顕著な伸びでないからである。		
その他レジャー施設(経営者)	来客数の動き	・12~1月はまあまあの客入りだったが、これは毎年のことである。2月以降はまた元に戻り、常連客のみである。		
やや悪く なっている	スーパー(店長)	販売量の動き	・1~2月は来客数、単価共にあまり良いとはいえない。特に、バレンタインセールの上は前年の85%くらいしかなく、かなり厳しい。「義理チョコを買わない。本命チョコはデパート等で買う」という話も聞く。12月のクリスマスケーキも同じ状況であった。	
	衣料品専門店(店長)	単価の動き	・単価ばかりを気にする客が多く、新商品を案内しても、安くはないからと興味を示さない。慎重に選んでいるため、客数増でも売上は横ばいである。何度も見に来ていて、あるうちは買わず、品切れと分かると急に欲しがる客もいる。	
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	建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・民間の発注が多くなってきている。

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
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・荷主先のメーカー各社が年度末を控えて在庫製品を減少させるために、出荷量は増加傾向にある。
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・大口の受注が目立ち、前年同期比で1.5倍以上の高い販売進捗率を記録している。
		金融業〔証券〕（営業担当）	取引先の様子	・企業の来期採用予定数及び投資予定額をみると、おおむね前年を相応に上回る水準となっている。また、期末決算の見通しについても大半が順調な予算達成状況となっており、昨年9月の中間時点で懸念されていた金利上昇や北問題などの事項については、とりあえず大きな影響は受けなかったものとみられる。
		卸売業〔機械器具〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年度末が近いためである。
	変わらない	出版業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・1月の売上は目標をクリアしたが、出版の場合あくまで出荷から返品分を引いたものが売上となるため、1月に大量投入した既刊本の大量返品懸念から、変わらないと判断している。なかなか新刊本でのヒット作が出ないのも要因である。
		出版業（経営者）	取引先の様子	・大企業の一人勝ちという印象である。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・タクシー、ハイヤーの受注量は天候に左右される場合が多く、3か月の状況は前年比でみて変わらない。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・呉服大手（小売）の販売が落ち込んでいて、卸売りへの影響は避けられない。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・この先、現在の状況が変わるような話題はないと取引先から聞いている。
		広告代理店（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・受注量は上向きであるものの、値引要請が非常に多く、利益の確保につながっていない。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・物流の動きに変化はみられない。区内ではまだまだマンション建築があり、人口の動向によっては上昇もある。
	やや悪くなっている	印刷業・製本業（経営者）	受注量や販売量の動き	・製品に対し必要であるものと必要でないものが問われている。確実にその方向に向かっている。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・暖冬の影響である。
	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	高級レストラン(スタッフ)	・単価を上げ、料理を楽しんでもらうコンセプトに切替え、徐々に浸透しつつある。
	やや良くなる	百貨店(総務担当)	・売上は前年をクリアし、その状況が継続している。
		百貨店(売場主任)	・現在、暖冬で客が購入する商品を迷っている反動が必ず来るはずである。
		スーパー(店長)	・求人倍率が上昇し、人員の募集も困難になってきている。 ・大きな変化はないが、数年前の重苦しさを感じられなくなっている。
		コンビニ(店長)	・近隣のビルやマンションの移転などで空室が目立っている現状よりは、2~3か月後の方が期待できる。
		衣料品専門店(店長)	・現在は商品の入替え時期で、客は出そろつまで待っているため、2~3か月後は現在よりも購入につながる機会が増える。
		高級レストラン(経営者)	・期末や人事異動のシーズンで宴会、歓送迎会の予約が増加すると見込んでいる。
		一般レストラン(経営者)	・例年2月より3月、3月より4月と段々客が多くなる。これから修学旅行、春休みで地方から多くの客が来店する。
		都市型ホテル(広報担当)	・宴会、レストラン利用が増えていくと見込んでいる。3~4月は歓送迎会等の利用見込みが大きい。
		通信会社(営業担当)	・春の新入社、入学シーズンを迎え、当社の春フェアにより販売数が伸びる。
		通信会社(営業担当)	・今年は暖冬だからか気分的にも行動的に活動できるので、春に向かって景気も上昇する。
	変わらない	一般小売店[靴](営業担当)	・依然として不必要な物は買わないという状況は続いている。何軒も店を見て回り、チェックをしている客の堅実な購買パターンは今後も変わらない。
		一般小売店[和菓子](経営者)	・政治に対する不信感がぬぐわれれば上方修正されると思うが、今のままでは無理ではないか。
		百貨店(販売促進担当)	・今年の秋に政権がどうなるのか不安定だが、景気は良くなったり悪くなったりして変わらない。ただはっきりいえることは、倒産したという言葉が聞かなくなったということである。
		百貨店(広報担当)	・店内でも好調な店、不調な店の二極化が続いている。ターゲットを絞り込んだ売場、催物は良い結果を残している。
		百貨店(売場主任)	・企業の好業績に反して、一般の所得には好材料が見当たらない。消費が活性化しないと、景気全体も好転しない。
		スーパー(店長)	・客の財布のひもは相変わらず固い。無駄な買物も少なく、現状も大きく変化はない。
		コンビニ(経営者)	・現状のままで変わらない。
		衣料品専門店(店長)	・温暖化で夏物の販売時期が長くなりすぎると売上に影響が出てくる可能性がある。
		一般レストラン(経営者)	・来客数と販売額を考えると、将来的に良い方向へ向かうとは考えにくい。
都市型ホテル(経営者)		・個人の可処分所得が横ばいまたは減少傾向にあり、暖冬という季節的要因もあるので、盛り上がりには欠ける。	
旅行代理店(営業担当)		・好調な現在より更に伸びるような要因がないので、変わらない。	
競馬場(職員)		・この数年、良い変化はみられていない。	
その他レジャー施設(経営者)		・客の年齢層が高く、定年などで客がどんどん減っていく。若い人が客になってくれれば有難いが、現状維持で一杯である。	
やや悪くなる		設計事務所(所長)	・問い合わせ案件が少し減っていることから、今後はやや悪くなる。
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)	・業界全体として少し底入れ感が出てきたように感じる。
		印刷業・製本業(総務担当)	・入社、入学等で個人消費が伸びる。
		金融業[証券](営業担当)	・日銀の利上げ観測や中国の成長率頭打ち等が指摘されているが、現状の水準では景気拡大傾向を逆転させるほどの材料とはならない。
		経営コンサルタント	・全般的には変わらないと思うが、マンション販売など、一部の業界では上向きになる。

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
		その他サービス業〔情報サービス〕(経営企画担当)	・文書等を電子化する流れ、方向性が強まり、ハードやソフトへの投資とは別に、保管情報の電子化投資の増加が見込まれる。
	変わらない	出版業(経営者)	・中心市街地の衰微が象徴しているごとく、チェーン店の進出になすすべもない旧来型の小売店に当面の解決策は見当たらない。
		出版業(営業担当)	・売上を左右する定期雑誌の前年及び前月比での発行部数は減少に歯止めが掛かっていないものの、新年度商品の出荷が見込まれるため、総じて変わらない。
		建設業(営業担当)	・コンプライアンス等の問題で、国全体がダッチロールを繰り返している状況では、明るい見通しはみえてこない。
		建設業(経営者)	・民間の需要が多くなり、そのまま推移しそうである。ただし、選挙の結果によっては半年先から変わる。
		輸送業(従業員)	・今後2～3か月先の当業界の景気は横ばい状態が続く見込みである。タクシー、ハイヤー業界に大企業の好景気はいまだに及んでいない。
		輸送業(営業担当)	・多少の景気上下は考えられるが、総体的には横ばいと思われる。受注量は増加傾向にあるが、燃料費等のコスト高で収益的に良くなるとは考えにくい。
		通信業(営業担当)	・年度末の動きが鈍い。
		通信業(営業担当)	・この時期、年度末に向けた刈り取り営業活動と共に、来年度に向けた種まき活動にも力を入れているが、なかなかこれといった案件を創出できていない。
		金融業〔証券〕(営業担当)	・直近発表の経済指標の強弱、特に今後の個人消費動向には注目している。為替動向も気になるところである。
		卸売業〔繊維・衣服等〕(経営者)	・消費意欲を刺激する材料が見当たらない。
		卸売業〔繊維・衣服等〕(営業担当)	・良くなると考えられる材料が見当たらない。
		卸売業〔飲食料品(鮮魚)〕(経営者)	・小売客は増加するが、卸売客が減少し、トータルでは変わらない。
		卸売業〔建築材料、鉱物・金属材料等〕(従業員)	・現在の動向からみて、変わらない。
		卸売業〔機械器具〕(従業員)	・受注量は来年度も悲観的な局面が続く見込みである。
	卸売業〔機械器具〕(営業担当)	・2～3か月の間ではそんなに変化は望めない。	
	卸売業〔機械器具〕(経営者)	・受注状況が特別変わるような兆しはみられない。	
	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕(営業担当)	・契約先の景気が回復して2～3年経たないと当社の景気は上向きにならない。	
	やや悪くなる	印刷業・製本業(経営者)	・発注先の入札が電子化され、一度センターに提出された後、担当業務に振り分けられ、発注されるようになった。
	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		