

# 中央区内景气动向调查

平成 19 年 4 月調査結果

平成 19 年 5 月 10 日

中央区

## 総 括

### 平成 19 年 4 月の動き

中央区内における 4 月の現状判断 D I は合計で 55.2 と、前回調査から 1.7 ポイント上昇し、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は 3.9 ポイント低下したものの、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
合計	12月	2月	4月	からの変化
現状判断 D I	56.6	53.5	55.2	( 1.7 )
先行き判断 D I	51.5	57.5	53.6	( -3.9 )

## 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 19 年 4 月調査の調査票発送は 4 月 9 日（月）、回答期限は 4 月 17 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 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

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55.2と、前回調査から1.7ポイント上昇し、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1.5ポイント上昇し56.5、企業動向関連DIが2.0ポイント上昇し54.0となっている。「やや良くなっている」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

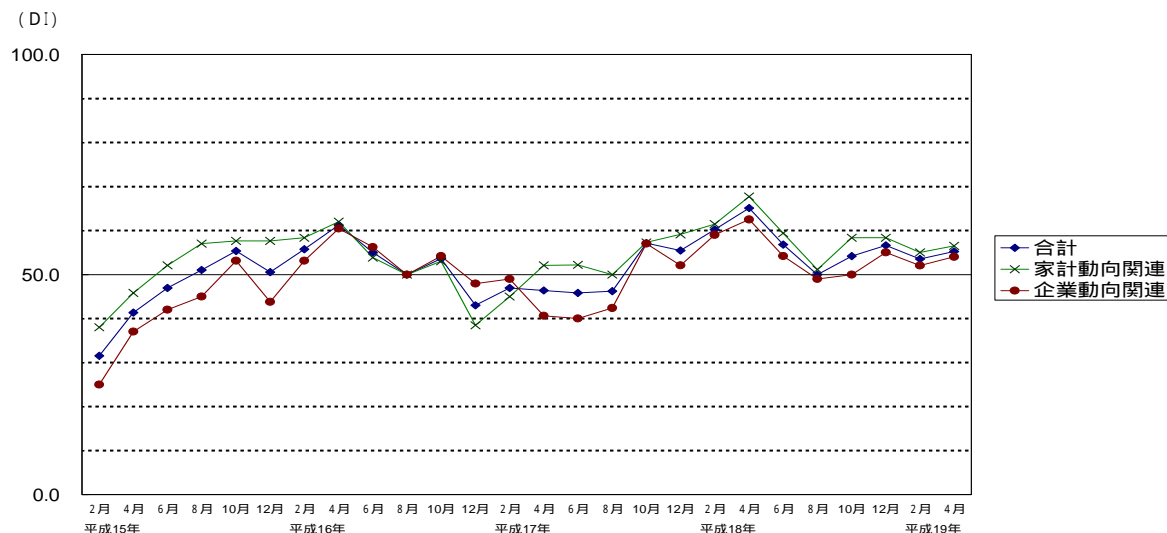
(DI)	平成18年		平成19年		(変化幅)
		12月	2月	4月	
合計		56.6	53.5	55.2	(1.7)
家計動向関連		58.3	55.0	56.5	(1.5)
小売関連		54.2	51.9	50.0	(-1.9)
飲食関連		-	-	-	(-)
サービス関連		60.7	57.1	62.5	(5.4)
住宅関連		-	-	-	(-)
企業動向関連		55.0	52.0	54.0	(2.0)
製造業		41.7	37.5	50.0	(12.5)
非製造業		59.2	56.6	55.3	(-1.3)

(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	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%
	4	0.0%	33.3%	54.2%	12.5%	0.0%
(変化幅)		(0.0)	(5.3)	(-3.8)	(-1.5)	(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

2～3か月先の中央区内における景気の先行き判断DIは前回調査からは3.9ポイント低下したものの、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DIは前回調査から3.4ポイント低下し、企業動向関連のDIも4.0ポイント低下している。「良くなる」、「やや良くなる」と回答する人の割合が減少している。

図表2-1 各分野における景気の先行き判断DIの推移表

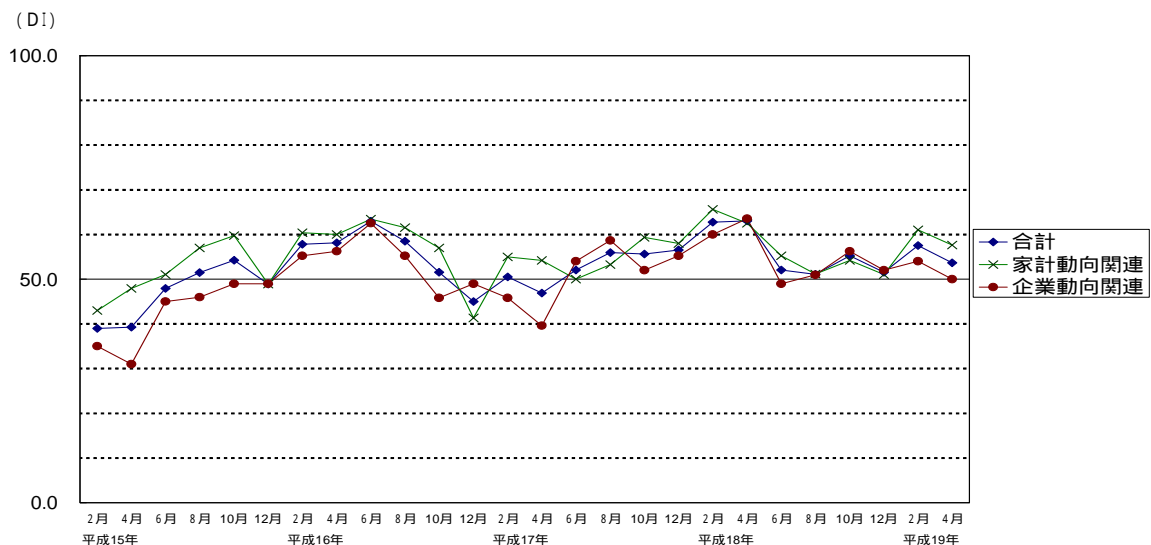
(DI)	平成18年		平成19年		(変化幅)
		12月	2月	4月	
合計		51.5	57.5	53.6	(-3.9)
家計動向関連		51.0	61.0	57.6	(-3.4)
小売関連		47.9	59.6	56.3	(-3.3)
飲食関連		-	-	-	(-)
サービス関連		57.1	60.7	58.3	(-2.4)
住宅関連		-	-	-	(-)
企業動向関連		52.0	54.0	50.0	(-4.0)
製造業		41.7	54.2	45.8	(-8.4)
非製造業		55.3	53.9	51.3	(-2.6)

(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	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%
	4	0.0%	22.9%	68.8%	8.3%	0.0%
(変化幅)		(-2.0)	(-7.1)	(4.8)	(4.3)	(0.0)

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

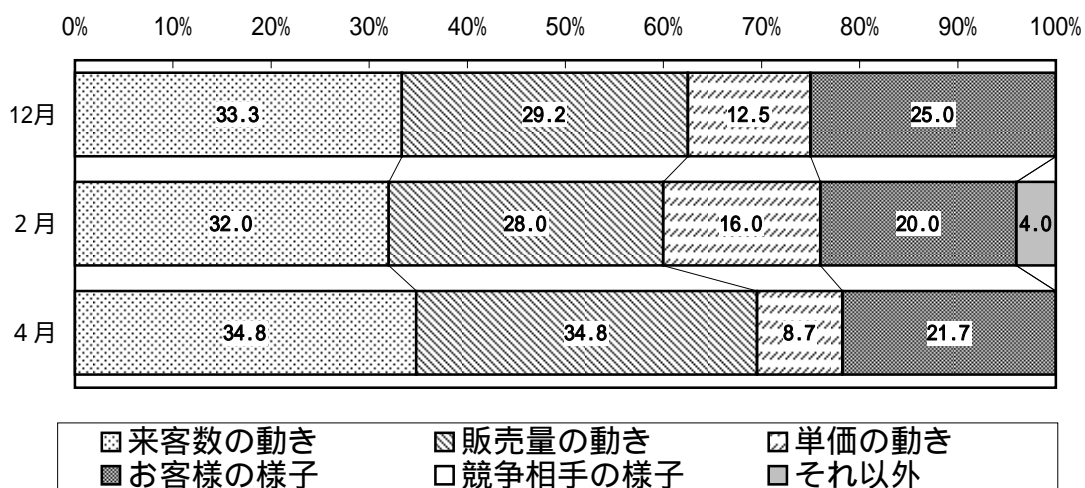
(D I)	平成18年	平成19年		
		12月	2月	4月
合計	49.5	50.5	53.6	
家計動向関連	52.1	54.0	62.0	
小売関連	45.8	51.9	56.3	
飲食関連	-	-	-	
サービス関連	57.1	57.1	70.8	
住宅関連	-	-	-	
企業動向関連	47.0	47.0	46.0	
製造業	37.5	41.7	45.8	
非製造業	50.0	48.7	46.1	

(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。

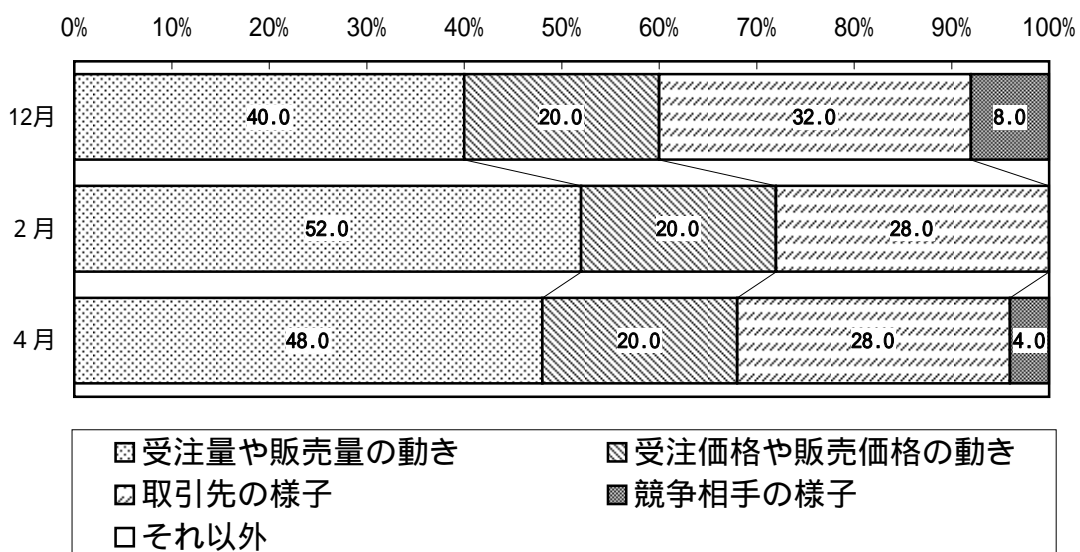
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方角性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

## 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	一般小売店 [靴] (営業担当)	来客数の動き	・今月の来客数は天候によって左右されてはいるが、徐々に多くなってきている。依然として衝動買いよりも目的買いの客が多いが、その目的買いの客が増加している。
		高級レストラン (副店長)	単価の動き	・時期的に卒業、入学、合格祝いなどの祝い事が多く、お金の使い方が大きい。普段は控えて、ここぞという時に思い切って使う客が増えている。
		高級レストラン (経営者)	お客様の様子	・いわゆる宴会シーズンによる客層以外の増加がみられ、例年同時期比で来客数が15%くらい増加している。歓送迎会における客単価も上昇しており、個人消費は上向いている。
		一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・週末に他方面から多くの客が来ている。
		都市型ホテル (広報担当)	来客数の動き	・3～4月は歓送迎会、卒業式、入学式等、様々な集まりがあり、来客が増えている。
		都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・季節的要因もあるかもしれないが、企業が新人採用を増やし、新人研修が活発化した結果、宿泊者も増加している。
		旅行代理店 (営業担当)	販売量の動き	・ゴールデンウィークが近付き、申込客が増加している。
		通信会社 (営業担当)	販売量の動き	・年度末から新年度に掛けて移動、移転の客が多く、インターネット回線やIP電話、一般電話の新規申込が増加している。
	変わらない	百貨店 (営業推進担当)	来客数の動き	・景気が上向いてくれば、必需品以外のファッション関連アイテムにも動きが出るが、現状、大きな変化もなく、堅調な動きしかみられない。
		百貨店 (総務担当)	販売量の動き	・寒さの戻りによる春物衣料への影響などで、売上が伸び悩んでいる。
		百貨店 (広報担当)	販売量の動き	・ターゲット客を絞り込んだ催物、フェアは目標を達成している。安いから売れる、高いから売れないということではなく、自分の欲しい商品は購入するという客の傾向は変わっていない。
		コンビニ (経営者)	お客様の様子	・中年以上の方が都心に働きに出てきているのか、年度始めから新しい客層の女性が多くなっている。売上は好調である。
		衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・来客数はほぼ横ばいで、単価が若干下がってきているため、前年並みの売上がやっとである。
		通信会社 (営業担当)	販売量の動き	・新生活がスタートする春先なので、販売数は伸びているが、あまり顕著な動きではない。
	やや悪くなっている	百貨店 (販売促進担当)	単価の動き	・3月後半から4月前半までの来客数は前年を上回っているが、商品単価は落ちている。気候が中途半端で、客は春物よりも夏物を買うため、買い控えが増えている。
その他レジャー施設 (経営者)		来客数の動き	・前年度と比べると変わらないが、1年で一番良い年始と比べるとやや悪くなっている。	
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	通信業 (営業担当)	受注価格や販売価格の動き	・まだ年度当初にもかかわらず、4月時点で年間販売目標額を上回る案件が既に積み上がっている。これは例年ではみられない状況である。
		金融業 [証券] (営業担当)	受注価格や販売価格の動き	・団塊の世代の退職金が徐々に流入している。貯蓄から投資への加速、投資商品に対する理解力が増し、連鎖株安の経験などで、学習効果、リスク認識力アップの感がある。

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
		金融業〔証券〕 （営業担当）	取引先の様子	・日銀の政策金利上げの直後より、株安へと向かったことで、一時的に市場のセンチメントは後退したものの、短期金利の落ち着きと共にマーケットもトレンドを維持しており、足下の円安も手伝って一通りの気持ちの修復はなされたようにみられる。当面は大きなキャッシュフローの変化は現れにくいものと想定している。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	取引先の様子	・複数の客先から少しずつ受注量が増してきたと聞いている。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・暖かくなると共に、洋服などを中心に物流が動き出したようである。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・通常月より売上高が増加し、利益も出ている。
変わらない		出版業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・定期購読の低迷は続いているが、書籍、ムックの既存本の出荷量は伸びている。新刊本も第一弾が当たった物の続編が発売されるため、少しは期待できる。一方、返品量も相変わらず減少傾向にはない。
		出版業（経営者）	取引先の様子	・大型チェーン店の貪欲な進出に、小型店、地場生え抜きの店が閉店を余儀なくされている。
		建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・鋼材、ベニヤパネル等、材料関係が高くなりつつあり、「変わらない」から「悪くなる」方向に進むかもしれない状況である。
		輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比較して、受注量は増加しているが、それに伴う経費が増加しているため、景気は横ばい状態である。特に、4月から燃料代が値上げされた影響は大きい。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量が前年比で減少しており、景気はやや悪くなっている。法人の売上、特にハイヤーの受注量が落ちている。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・昨年秋から悪い状況に変化がない。
		広告代理店（営業担当）	競争相手の様子	・競合先の値引き等で利益の確保が難しくなっている。
やや悪くなっている		卸売業〔機械器具〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・前年比では変わらないが、年度末の関係で注文が殺到していた1～3か月前と比べると落ち込みがあり、やや悪い。
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（総務担当）	・母の日、父の日など、リタイアリッチ、ラグジュアリーマスマーケットを中心とした、新しい形でのギフト需要（夫から妻、妻から夫、自分へのご褒美ギフトなど）の売上動向に期待を寄せている。
		百貨店（販売促進担当）	・不動産関係が少しずつだが伸びているし、来年の北京オリンピックの影響で鉄鋼などの景気が戻っている。また、液晶テレビも少しずつ売行きを伸ばしていく。
		百貨店（広報担当）	・店全体の売上は相変わらず好調とはいえないが、月単位の売上目標をクリアするショップやゾーンは増えてきており、明るい兆しがみえてきている。
		高級レストラン（経営者）	・楽観できる状況ではないが、現状維持が続けば、好景気継続となる。
		一般レストラン（経営者）	・今後2～3か月は修学旅行客が多くなる。前年より多く予約が入っている。観光客も大勢来店する。
		都市型ホテル（経営者）	・企業が業績回復に伴い、業務拡大を計っていく結果、人、物の往来が活発化していく。
		通信会社（営業担当）	・株価が下降気味で不安要素があるが、今後も客の注文が多くなることが予想され、景気は更に上向く。
	変わらない	一般小売店〔靴〕（営業担当）	・必要に迫られての目的買いが多く、まだ無駄な買物は少ないという状態は3か月後も続く。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・個人消費は低い、会社使用が増えていて、出ている総量は変わっていない。これから夏に掛けて激変するとは考えにくい。
		百貨店（売場主任）	・ゴールデンウィークや年末セール等、各種オケージョンにおける瞬発的な景気上昇、売上拡大はあるものの、日々の商売においては好転するムードがない。
		スーパー（店長）	・景気は回復していると思うが、毎日の買物において財布が緩み、もう一品買ってもらえるような感じではない。
		コンビニ（店長）	・ここ数か月、景気はあまり変わっていないので、2～3か月後も同じではないかと考えている。ただ、客の動きをみていると、来客数は減少し、客単価は上昇しているの、良い意味で現状を維持している。
		コンビニ（経営者）	・中年以上の女性客が増えたが、固定客になりやすいサラリーマンとは違い、固定客にならないので変わらない。
		衣料品専門店（店長）	・ファッショントレンドに対して人はすぐに反応しなくなっている。新しい商業施設が次々とオープンしてはいるが、内容にはさほど大きな違いが感じられず、一時集中的に人が集まったとしても持続に欠ける。
		高級レストラン（副店長）	・一時上向くこともあるが、消費者は締める部分は心得ている。また、レストランの使い方、オーダーをみても、個人の経済格差は大きいようである。
		一般レストラン（経営者）	・来客数とその様子からみて、景気は今後も変わらない。
		都市型ホテル（広報担当）	・ゴールデンウィークに向け、利用客増に期待している。
		旅行代理店（営業担当）	・徐々に団塊世代が旅行に時間を使い出し始めてはいるが、まだ動きは鈍い。
		通信会社（営業担当）	・当社の主力商品がある程度必要とする層に浸透したため、伸びが悪い。
その他レジャー施設（経営者）		・3か月後も変わらないと思うが、客筋が高齢者中心なので、いつ何が起こるか分からない。	
設計事務所（所長）	・ここ数か月現状維持の状況なので、今後変動することはない。		
	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	通信業（営業担当）	・受注の見込が良くなってきている。
		通信業（営業担当）	・今年度も企業のコンプライアンス向上や日本版SOX法対策関連のソリューションニーズがますます高まっていくと予測される。
		卸売業〔機械器具〕（営業担当）	・これから徐々に注文、引き合いが増えてくる。

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
		経営コンサルタント	・季節の移り変わりと共に全般に物流が動き出したようである。
	変わらない	出版業（経営者）	・大型店の進出が小型店を追い込んでいくという構図は変わらない。
		出版業（営業担当）	・出荷量、返品量のバランスは大きくは変わらない。また、定期購読にも創刊、リニューアルなどの大きな変化の予定がないため、変わらない。
		印刷業・製本業（総務担当）	・原油価格の下落と消費意欲の低下を相殺すると変わらない。
		建設業（営業担当）	・偏ったマスコミ報道で品質より価格の問題だけが先行し、大幅に安くしなければ落札できない状況におちいつている。まだ当分の間、この状況は続く見込みで、利益の確保が難しい。
		輸送業（従業員）	・当社も含む大手のタクシー、ハイヤーの売上が前年比で落ち込んでいる現状では、2～3か月先の景気は良くなるない。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・現状のトレンド維持ならば、やや良くなるが、米国の住宅価格の前年割れ、及びサブプライムローンの低下に寄与すると考えている。また、国内、特に首都圏のオフィスビル空室率が2%を割り込む状況において、マンション開発は仕入価格が販売価格に転嫁されつつあり、ややクライマックスの印象がみえてきている。急激ではないにせよ、緩やかなトレンド転換が現れても不自然ではない。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・過度な円安に対する警戒感や原油価格動向、米国景気の先行き不透明感、新興国市場リスクがある。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	・客足は戻りつつあるが、販売量に結び付いていない。状況が良くなるとは考えにくい。
		卸売業〔飲食料品（鮮魚）〕（経営者）	・市場の移転が5年後になり、各要素が流動的、不確定的になっているため変わらない。
		卸売業〔機械器具〕（従業員）	・工事の収益性が改善される可能性は低く、今年一杯はこの状況が続く。
	卸売業〔機械器具〕（経営者）	・発注量がこのまま長く続くか不安であると取引先が話している。	
	やや悪くなる	新聞業（営業担当）	・営業部よりあがってくる数字で判断している。
		輸送業（営業担当）	・4月から燃料価格が上昇したが、荷主への運賃値上げは困難であるため、今後の景気は悪くなる。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営企画担当）	・仕事の処理月が先に延ばされている。
	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	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		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		