

中央区内景气动向调查

平成 19 年 10 月调查结果

平成 19 年 11 月 9 日

中央区

総 括

平成 19 年 10 月の動き

中央区内における 10 月の現状判断 D I は合計で 46.5 と、前回調査から 3.5 ポイント低下し、平成 17 年 8 月調査以来初めて 50.0 を下回る結果となっている。景気の先行き判断 D I は前回調査から 1.0 ポイント上昇し、51.0 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19年			前回調査
合計	6月	8月	10月	からの変化
現状判断 D I	52.0	50.0	46.5	(-3.5)
先行き判断 D I	49.0	50.0	51.0	(1.0)

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 10 月調査の調査票発送は 10 月 5 日（金）、回答期限は 10 月 17 日（水）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 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46.5と、前回調査から3.5ポイント低下し、平成17年8月調査以来初めて50.0を下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4.9ポイント、企業動向関連DIは2.0ポイント低下している。構成比では、「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

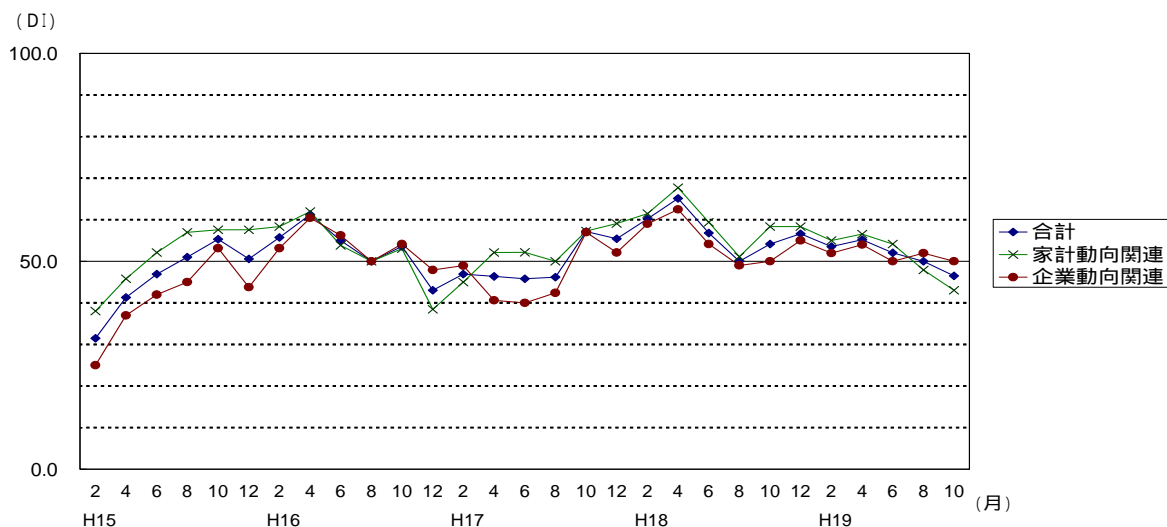
(DI)	平成19年			
	6月	8月	10月	(変化幅)
合計	52.0	50.0	46.5	(-3.5)
家計動向関連	54.2	47.9	43.0	(-4.9)
小売関連	56.3	48.1	46.2	(-1.9)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	42.9	45.8	50.0	(4.2)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	50.0	52.0	50.0	(-2.0)
製造業	50.0	58.3	45.8	(-12.5)
非製造業	50.0	50.0	51.3	(1.3)

(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19年	6	0.0%	32.7%	46.9%	16.3%	4.1%
	8	0.0%	24.5%	53.1%	20.4%	2.0%
	10	0.0%	18.0%	52.0%	28.0%	2.0%
(変化幅)		(0.0)	(-6.5)	(-1.1)	(7.6)	(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1.0ポイント上昇し、51.0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0.2ポイント低下し、企業動向関連DIは2.0ポイント上昇している。構成比では、「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

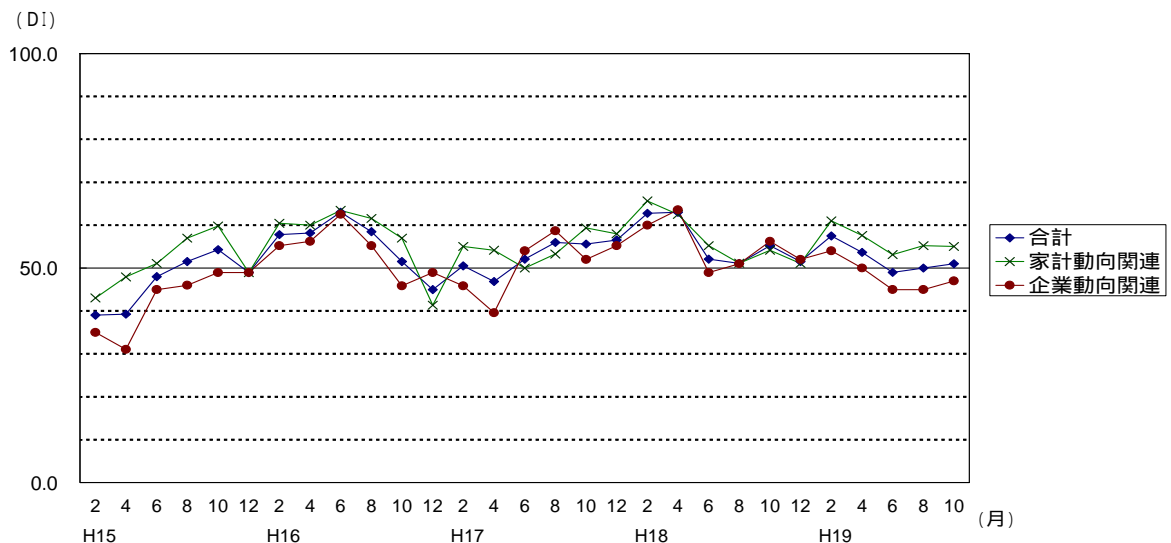
(DI)	平成19年			
	6月	8月	10月	(変化幅)
合計	49.0	50.0	51.0	(1.0)
家計動向関連	53.1	55.2	55.0	(-0.2)
小売関連	54.2	57.7	53.8	(-3.9)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	46.4	54.2	60.7	(6.5)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	45.0	45.0	47.0	(2.0)
製造業	54.2	37.5	41.7	(4.2)
非製造業	42.1	47.4	48.7	(1.3)

(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19年	6	0.0%	22.4%	57.1%	14.3%	6.1%
	8	2.0%	22.4%	49.0%	26.5%	0.0%
	10	2.0%	28.0%	46.0%	20.0%	4.0%
(変化幅)		(0.0)	(5.6)	(-3.0)	(-6.5)	(4.0)

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

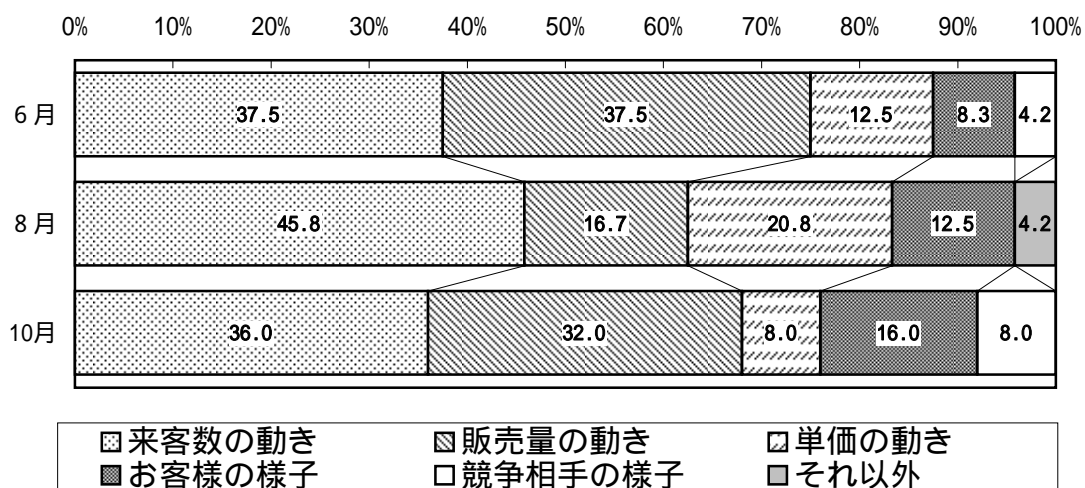
(D I)	平成19年		
	6月	8月	10月
合計	48.0	45.4	42.5
家計動向関連	52.1	49.0	43.0
小売関連	52.1	48.1	48.1
飲食関連	-	-	-
サービス関連	42.9	54.2	46.4
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	44.0	42.0	42.0
製造業	45.8	45.8	45.8
非製造業	43.4	40.8	40.8

(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。

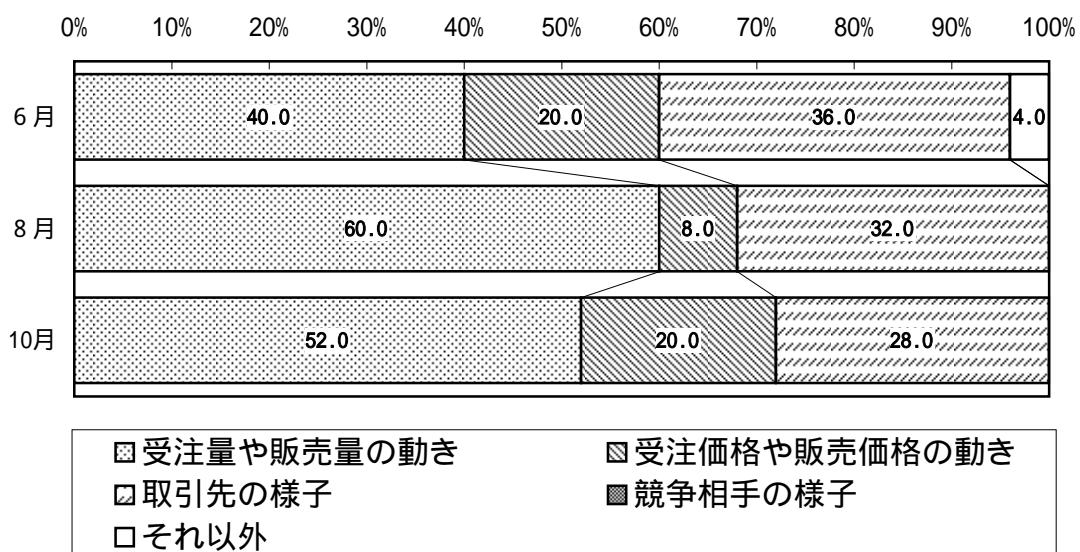
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方角性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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（営業推進担当）	来客数の動き	・新しい商業施設がオープンし、エリアへの来客増が当店への来客増につながっている。
		コンビニ（店長）	お客様の様子	・店舗周辺の人の流れが活発になっている。
		都市型ホテル（広報担当）	来客数の動き	・客室稼働率は前月より上昇し、レストラン利用の来客数、売上も増加している。レストランは法人利用、個人利用共に増加している。
	変わらない	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・秋の立ち上がりについて、猛暑が長引いたこと、台風の影響などから売上が伸び悩んでいる。このころの秋の気配を感じさせない天候、季節感が客の購買意欲に影響を与えている。
		百貨店（広報担当）	販売量の動き	・店内のリニューアルも一段落し、来客は増えているが、売上が追い付いていないというのが現状である。宝飾品、高級衣料は好調だが、婦人服、紳士服、食品の売上が相変わらず伸びていない。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数に大きな変化はなく、多少単価や販売量も増えている分、売上が上がっているが、1か月平均ではあまり変わらない。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・暑さが残ったこともあるが、飲料関係中心に売上が伸びている。また、新商品に対する飛び付きも良い。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・暑い日が続き、秋物の立ち上がりが遅れている。
		高級レストラン（スタッフ）	単価の動き	・当店の客は高単価の物を食べるか蕎麦のみかの両極端にはっきり分かれている。上顧客の変化は特にない。
		都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・従来ならば一週間のうち3日間は満室になる日があったが、このところ2日間くらいである。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・マンションにインターネット回線、IP電話サービスの販売を行っているが、導入を控えて販売数が増加しない状況にある。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・秋のフェアがスタートしたばかりで、販売数にあまり変化がみられない。
		その他レジャー施設（経営者）	来客数の動き	・来客数は3か月前とほとんど変わらないが、お金の使い方は堅くなっている。
	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	・日中の来客数は良いが、夕方以降の来客数が少ない。仕事帰りに買物をするのをやめて、休日にまとめて買物をする傾向になっているのかもしれない。
		百貨店（売場主任）	競争相手の様子	・同業他社の近隣地区への進出や新規施設の開店等で顧客の食い合いになっている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・以前より来客数が50人ほど減っている。ただし、売上はあまり落ちていない。
		衣料品専門店（店長）	競争相手の様子	・9月の残暑の影響で秋物が不振である。また、今年は昨年動きが良かった綿素材のコートへの反応もほとんどなく、価格の安い物を買求める、もしくは探している客が多い。また、近隣店でも来客数や客単価が8、9月と連続で落ちているところが何店舗もある。ヒットアイテムが見付からない。
		高級レストラン（経営者）	単価の動き	・毎年8月の売上減少は想定されていたが、9月度も前年比で減少している。特別企画商品への注文が圧倒的に多く、客単価も下がっている。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・夏休みが終わり、地方から来る客が減っている。周辺からの客も含め、特に平日は客が減っている。
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）	受注量や販売量の動き	・盛り場の人の出具合がすごい。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・タクシーの受注量は前年比で2～3%上昇しているので景気はやや良くなっている。

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
		卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・10月以降、秋物の動きが活発になる。
		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	・取引先で景気が多少良くなってきたとの話が出ている。
	変わらない	出版業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・出荷数も多いが、返品数も相変わらず多く、実売数自体は伸びてはいない。横ばい状態が続いている。
		通信業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・企業の拠点間を結ぶ通信回線に関する引き合いは引き続き堅調だが、競合他社の投げ売りのような価格が再び顕著にみられるようになり、受注価格は低下傾向にある。
		金融業〔証券〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・日本株式の出遅れ、心理の悪化、投資マインドの低下による。
		金融業〔証券〕（営業担当）	取引先の様子	・9月期の企業業績（速報値）をみると、全般的に好調な数値となっており、現状では原油価格の高止まり等による企業業績への直接的な影響は見られていない。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	取引先の様子	・取引先数社の話でも、やや悪い状態で固まってしまったのではないかと状況である。
	やや悪くなっている	経営コンサルタント	取引先の様子	・商品の動きに変化はない。高価な商品や激安商品は動いているようだが、やはり二極化してきている。
		輸送業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・燃料価格の上昇が依然として続いており、経費負担を圧迫している。荷主への価格競争で倒産、廃業の業者が散見される。
		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
-			-	-

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	都市型ホテル(広報担当)	・これから年末にかけてはクリスマス商戦で売上が見込まれる。毎年クリスマスから年末年始にかけては売上が良くなる。
	やや良くなる	一般小売店[和菓子](経営者)	・期待を込めてそうなって欲しいが、実際は税制の問題が残っているので何とも言えない。
		百貨店(総務担当)	・味覚の秋を迎え、物産催事、グルメ関連商材は好調である。これから本格的なギフトシーズンを控え、客への早期提案、アプローチを的確に図っていくことで、景気回復に臨みたい。
		百貨店(販売促進担当)	・当地域に中国、韓国からの外国人観光客が増えてきている。石油の値上がりが経済に大きく影響を与えても、景気は少しずつ良くなると考えられる。
		百貨店(広報担当)	・工事していたフロアもリフレッシュオープンし、歳暮、年末年始を迎えるこれからの季節、売上の伸びを期待している。
		コンビニ(店長)	・朝、昼、夕方などのピーク時以外にも来客数が増加傾向にあるのでやや良くなる。
		高級レストラン(スタッフ)	・忘年会の予約が入り始めている。個人の宴会利用客も単価は良いので、今後につなげたい。
		一般レストラン(経営者)	・今年は暑い日が多かったので少し景気が悪かった。これからは涼しくなるし、いろいろなイベントがあるので、客も多くなり、良くなる。
		通信会社(営業担当)	・年末に向かい、景気は上向きになる。
	競馬場(職員)	・商品の充実が計れる季節なのでやや良くなる。	
	変わらない	百貨店(売場主任)	・引き続き同業同士での競争が激化し、情報に左右される一般客の取り合いが激しくなる。
		百貨店(営業推進担当)	・来客数が多く、活気も出てきているが、買物には慎重であり、大きな変動はないと思われる。
		スーパー(店長)	・今までの流れからみても、上向きになったり良くなっていくと、その後に向下向きになり、悪くなることを繰り返しているためである。
		スーパー(店長)	・悪くなる要素もなく、現状通りの推移である。
		コンビニ(経営者)	・客の買い方は相変わらず渋っているようである。
		高級レストラン(経営者)	・冬期は例年売上が見込めるが、今年の場合は同業者の価格競争等が影響してくると思われる。個人消費については更に期待できない。
		一般レストラン(経営者)	・来客数と販売量の減少が重なり、売上が下がっている傾向は、今後2~3か月の間は変わらない。
		都市型ホテル(経営) 通信会社(営業担当)	・来客数の動き、客単価の上昇が全くみられない。 ・販売の主力である光通信サービスの契約数の伸びが停滞しているからである。
	やや悪くなる	一般小売店[靴](営業担当)	・客の購買意欲が少ない。相変わらず unnecessary な物は買わないという状況は変わっていない。今後も堅実な買物状況は変わらない。
衣料品専門店(店長)		・9月の売上不振が響き、バーゲンが前倒しになり一時的に景気が良くなったと思っても実質的な伸びはなさそうである。また、商業施設の相次ぐ開業により、消費者が分散してしまい、安定した売上を確保するのが難しい。原油高による多品目の値上げも大きな打撃となりそうである。	
衣料品専門店(店長)		・ジャンパー、コートなど防寒衣料の販売期間が年々短くなっているためである。	
その他レジャー施設(経営者)		・新聞やテレビで値上げが報道されれば心理的にもお小遣いは制限される。我々の商売はサラリーマンの懐がいかにかに温かいが寒いかによって上下する。	
悪くなる	設計事務所(所長)	・耐震偽装問題による法改正があり、構造設計事務所では建物1件当たりの構造設計作業量が2倍くらいになっているが、設計料が追い付いていない。先行きの設計料値上げには期待できないので、景気は悪くなる。	
企業動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	出版業(経営者) 輸送業(営業担当)	・街のざわめきに明るさがある。 ・例年同様、11月後半~12月中にかけては荷主からの受注増加が見込まれるので、やや回復する。利益率は若干の上昇と予想される。

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		通信業（営業担当）	・すでに一巡りIT投資が一巡した大手に比べ、IT投資の様子見していた感のある中小規模の客がここに来てコンプライアンス向上やセキュリティ強化の観点から、ようやく投資に前向きになり始めたという手ごたえを感じるからである。
		卸売業〔機械器具〕（営業担当）	・12月あたりから年度末の3月に向けては徐々に受注が増える。
		広告代理店（営業担当）	・年末に向け、受注が増える傾向にある。
		新聞業（営業担当）	・今月、来月は厳しそうであるが、再来月くらいから復調の兆しを見せている。
		印刷業・製本業（総務担当）	・原油高の影響と季節要因による消費の拡大である。
		印刷業・製本業（経営者）	・受注先の新規の印刷物が入ってこない。その様子さえ情報として入ってこない。
		輸送業（従業員）	・タクシー料金の値上げが認められて、個人の受注量が心配されるが、今後2～3か月では変わらない。
		通信業（営業担当）	・政局の先行きがみえない。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・米国サブプライムローン問題による影響は、日本においても大手銀行、証券等に見られるように顕在化しつつあり、この流れは今後も継続するものと考えている。また、住宅業界においては、建築基準法の改正により建築確認申請が滞留する状況が発生しており、遅くとも来期以降の企業業績には影響を及ぼすものと見込んでいる。ただし、いずれの問題についても最終消費レベルに影響が及ぶには相応のタイムラグが想定されることから、今回も引き続き変わらない。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・中国バブル懸念、サブプライム問題の余波等、心配の種があり、世界株式高騰の割には個人投資家に元気がないように思える。企業と同じく、個人間二極化の観をますます強く感じる昨今である。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	・振袖の動きに期待している。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（経営者）	・消費者の消費性向が低止まりで安定している。当分景気の動く気配がない。
		卸売業〔飲食品（鮮魚）〕（経営者）	・全体的に景気回復といわれているが、当業種は変わらない。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・現状に対し、特に変化をさせる事項が見当たらない。
		卸売業〔機械器具〕（従業員）	・受注環境は悪く、好転の兆しが見えず、金額、利益共に厳しい。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・まだ時間が掛かる。
	やや悪くなる	建設業（営業担当）	・過度な価格競争が続いており、今後そのしわ寄せが起きることは必定と考えている。
		建設業（経営者）	・ガソリン、消費材の値上げ等により景気は悪くなる。
		卸売業〔建築材料、鋳物・金属材料等〕（従業員）	・建築申請の承認に時間が掛かり、建築物の着工件数が減少している。
経営コンサルタント		・景気が良くなる材料が見当たらない。政治が安定しないと消費者も安心して消費できないのではないかと。	
その他サービス業〔情報サービス〕（経営企画担当）		・案件の話が少なくなっている。	
悪くなる		出版業（営業担当）	・例年秋から冬にかけて新刊の数が増えてくるが、今年は品目数としては同じくらいであるが、目玉商品が見当たらない。また、前半に出荷した品目の大量返品も予想される。社内的には新たな設備投資を控える傾向にある。

(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		0	
新聞業		6	
出版業		2	
印刷業・製本業		2	
その他出版・印刷・同関連産業		2	
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		