

中央区内景气动向调查

平成 19 年 12 月調査結果

平成 20 年 1 月 17 日

中央区

総 括

平成 19 年 12 月の動き

中央区内における 12 月の現状判断 D I は合計で 39.8 と、前回調査から 6.7 ポイント低下し、平成 15 年 2 月調査以来初めて 40.0 を下回る結果となっている。景気の先行き判断 D I は合計で 37.2 と、前回調査から 13.8 ポイント低下し、平成 15 年 4 月調査以来初めて 40.0 を下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19年			前回調査 からの変化
	8月	10月	12月	
合計				
現状判断 D I	50.0	46.5	39.8	(-6.7)
先行き判断 D I	50.0	51.0	37.2	(-13.8)

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 12 月調査の調査票発送は 12 月 6 日（木）、回答期限は 12 月 14 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 49 名、有効回答率は 98.0%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39.8と、前回調査から6.7ポイント低下し、平成15年2月調査以来初めて40.0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1.3ポイント、企業動向関連DIは12.0ポイント低下している。構成比では、「やや悪くなっている」、「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

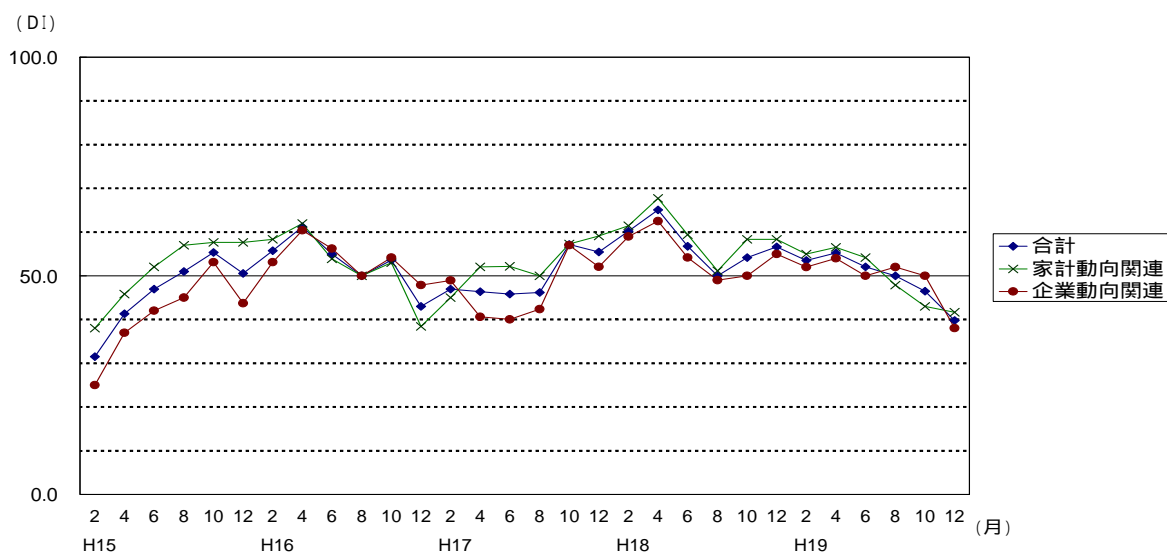
(DI)	平成19年			
	8月	10月	12月	(変化幅)
合計	50.0	46.5	39.8	(-6.7)
家計動向関連	47.9	43.0	41.7	(-1.3)
小売関連	48.1	46.2	34.6	(-11.6)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	45.8	50.0	50.0	(0.0)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	52.0	50.0	38.0	(-12.0)
製造業	58.3	45.8	25.0	(-20.8)
非製造業	50.0	51.3	42.1	(-9.2)

(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19年	8	0.0%	24.5%	53.1%	20.4%	2.0%
	10	0.0%	18.0%	52.0%	28.0%	2.0%
	12	0.0%	10.2%	46.9%	34.7%	8.2%
(変化幅)		(0.0)	(-7.8)	(-5.1)	(6.7)	(6.2)

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は合計で37.2と、前回調査から13.8ポイント低下し、平成15年4月調査以来初めて40.0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D Iは15.4ポイント、企業動向関連D Iは12.0ポイント低下している。構成比では、「やや悪くなっている」、「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

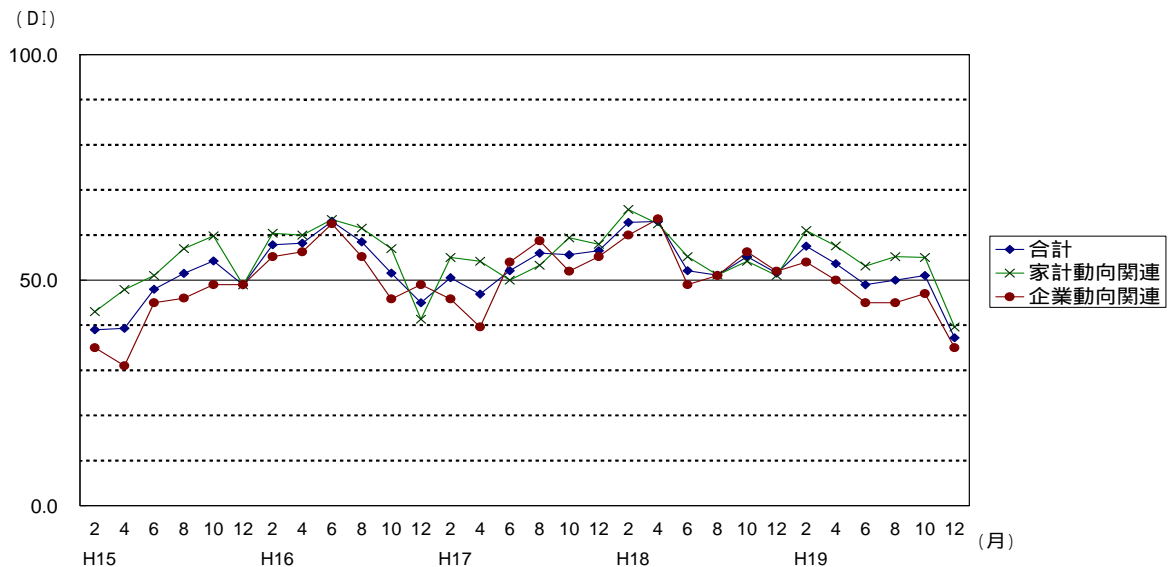
(D I)	平成19年			
	8月	10月	12月	(変化幅)
合計	50.0	51.0	37.2	(-13.8)
家計動向関連	55.2	55.0	39.6	(-15.4)
小売関連	57.7	53.8	34.6	(-19.2)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	54.2	60.7	45.8	(-14.9)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	45.0	47.0	35.0	(-12.0)
製造業	37.5	41.7	29.2	(-12.5)
非製造業	47.4	48.7	36.8	(-11.9)

(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2-2 構成比

年	月	構成比				
		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	8	2.0%	22.4%	49.0%	26.5%	0.0%
	10	2.0%	28.0%	46.0%	20.0%	4.0%
	12	2.0%	2.0%	49.0%	36.7%	10.2%
(変化幅)		(0.0)	(-26.0)	(3.0)	(16.7)	(6.2)

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

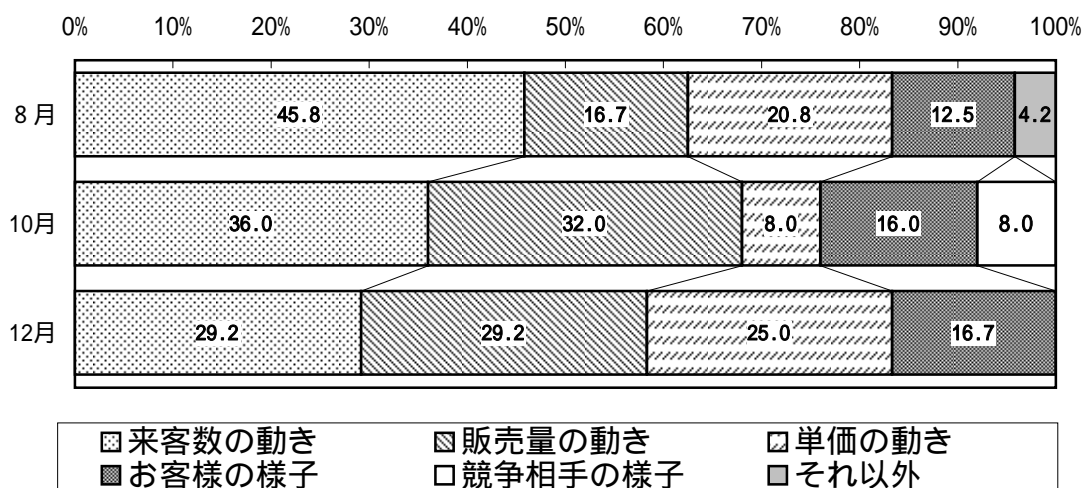
(D I)	平成19年		
	8月	10月	12月
合計	45.4	42.5	39.3
家計動向関連	49.0	43.0	43.8
小売関連	48.1	48.1	38.5
飲食関連	-	-	-
サービス関連	54.2	46.4	54.2
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	42.0	42.0	35.0
製造業	45.8	45.8	33.3
非製造業	40.8	40.8	35.5

(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。

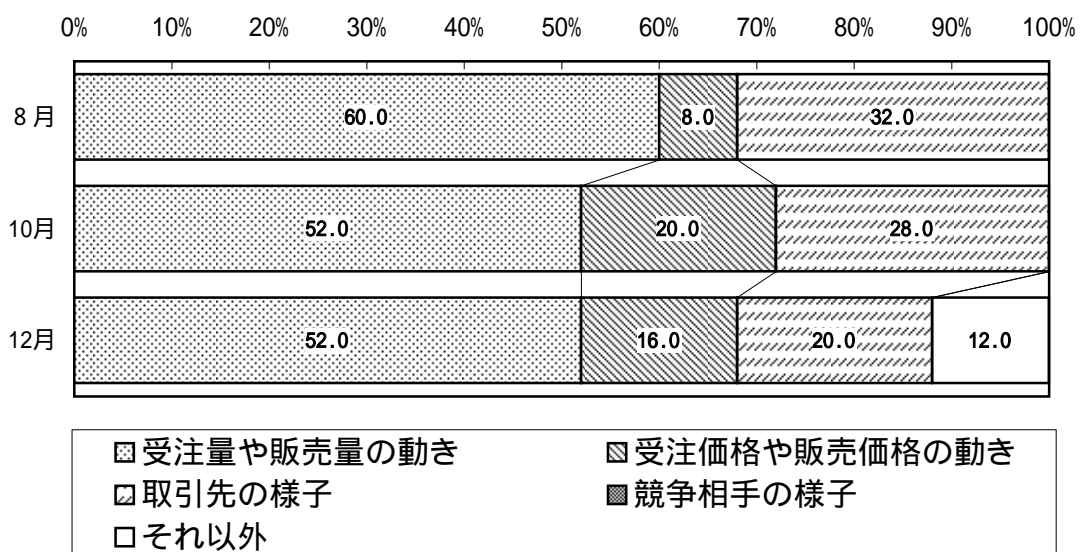
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方加性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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	コンビニ(店 長)	来客数の動き	・店舗周辺の人口はさほど変わっていないが、客の来店回数が増えたために、来客数が増加している。
		高級レストラン (スタッフ)	単価の動き	・コースを注文する客が多く、単価が良くなっている。
		都市型ホテル (広報担当)	来客数の動き	・今月に入り、忘年会やクリスマス会など、レストラン、宴会場の利用が増加している。
	変わらない	百貨店(総務担 当)	来客数の動き	・入店客数は伸び悩んでいるものの、販売客数や平均単価は上向いている。全体感としての好調感には至らない。
		スーパー(店 長)	販売量の動き	・値上げ報道が続き、値上げ商品が増えていることもあり、消費が伸びない。
		衣料品専門店 (店長)	販売量の動き	・この時期は気前良く数点購入する客が多かったが、今年はまだ様子を見てからという客がいるなど、選び方が慎重である。
		高級レストラン (経営者)	単価の動き	・例年12月は繁忙期だが、予約数、来客数共に前年を下回っている。また、注文も抑え気味である。ホールや座敷の回転利用も大変少なく、閉店時間前に店内は閑散とする。
		一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・客が新しい商業施設や豪華な場所に流れているような気がする。
		都市型ホテル (経営者)	お客様の様子	・現在のところ客足は伸びているが、来年に向けて順調に続いていくかは不安である。良くなる材料に乏しい。
		旅行代理店(営 業担当)	販売量の動き	・単価、販売量は増えているが、燃油サーチャージ等での負担も増えているため、景気が上向きになっても良くなっているとはいえない。
		通信会社(営業 担当)	販売量の動き	・年末のボーナス商戦に入っているが、主力商品である光回線の加入増には至っていない。
		その他レジャー 施設(経営者)	来客数の動き	・常連客のみの営業なので大きな変動はないが、グループメンバーの中で定年者が出たり、常連客の会社が転居したりすると大変である。
	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	・来客数が減ってきている。ただ、客は目的を持って来店しているようで、来店した客の買上率は良い。
		百貨店(広報担 当)	販売量の動き	・売上が上向かない。歳暮ギフトセンターもにぎわっているが、単価が低いいためか目標の売上に届かない。
		百貨店(営業推 進担当)	単価の動き	・最近の来客数は前年比110%以上を保っているが、売上は伸びても客単価が予想以上に伸びない。
		百貨店(販売促 進担当)	単価の動き	・客の買い渋りがあるようで、お歳暮の平均単価が下がっている。
スーパー(店 長)		来客数の動き	・時期的なこともあるが、来客数が1割ほど減少している。値上げが多種に渡って発生していることが一番の原因と考えているが、販売量、単価もやや下がっており、売上は減少している。	
衣料品専門店 (店長)		単価の動き	・単価の高い商品が売れづらくなってきている。	
通信会社(営業 担当)		お客様の様子	・新築マンションに入居する客にインターネット接続、IP電話サービスの販売を行っているが、他社との競合になるとオプションの申込となり、費用面から受注が難しい状況である。	
悪く なっている	コンビニ(経営 者)	来客数の動き	・石油高騰の折、いろいろなものが値上がりし、客離れと共に財布のひもも一層固くなり、単価が下がっている。	
企業 動向 関連	良く なっている	-	-	-
	やや良く なっている	卸売業[機械器 具](営業担 当)	受注量や販売量 の動き	・今月当たりから年度末に向け、徐々に受注量、販売量が増加してくる。

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〔情報サービス〕（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・営業案件の増加でやや良くなっている。
	変わらない	出版業（経営者）	受注量や販売量の動き	・大企業は間違いなくもうかっている。零細企業は売上減、後継者難などで弱っている。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・タクシー料金が上がったが、今のところ受注量の変化は少ない。燃料費が高くなり、業界の経営は苦しい。
		金融業〔証券〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・各国の中銀協調対応にもサブプライムローン問題に端を発した金融不安沈静化の兆しがみえず、米景気悪化の懸念に加え国内政情不安等、先行きの不透明感が強く、様子見時勢の観である。
		金融業〔証券〕（営業担当）	取引先の様子	・企業活動としてみた場合、営業キャッシュフローは低下傾向にあると考えるが、上半期の備蓄もあることから通期業績への直接的な影響ははまだ顕在化していないと感じられるため、変わらないという判断である。
	やや悪くなっている	出版業（営業担当）	それ以外	・今月、決算を迎えるが、前年に比べかなり悪い状態になっている。また、特にこの3か月間の返品量が増大しており、再委託も計画通りには進まないでいる。
		建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・原油高により全ての工程が高くなっている。それにもかかわらず、設計事務所が考えている予算は旧態依然としたものであり、格差が出ている。建築工事はあっても採算が合わないため、断ることになる。
		輸送業（営業担当）	それ以外	・燃料高騰によるコストアップで、やや悪くなっている。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・一般消費者の購入が落ちている。原油高も含め、一般消費者に不利な条件が多いため、様子を見ている感じがする。
	悪くなっている	印刷業・製本業（経営者）	それ以外	・原油価格高騰の折、簡単に転嫁できる業種（途中生産業務）は良いが、最終ユーザーに納める会社としては、物が売れなくなる恐れがあるので転嫁できない。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・油の価格が高くなったのが、今後の商品価格に影響を与え、購買力にも反映してくる。

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	一般レストラン(経営者)	・当地域がドラマの話題にもなっているので、新しい商業施設等のあるエリアに流れた客が戻ってくる。
	変わらない	百貨店(総務担当)	・円高、株安、原油高など、消費を取り巻く環境は厳しい。食品の相次ぐ値上げ発表もあり、消費者心理に悪影響を与える可能性もある。これから商圈、エリアの話題性喚起など含め、一層の努力が必要と考えている。
		百貨店(広報担当)	・年末年始、クリアランスと売上の伸びを期待するが、原油高による日用品の値上げなど、消費者の心理を圧迫する要因もあるため、現状維持がやっとなところである。
		スーパー(店長)	・物価の上昇が終わってくれない。値上げ等のラッシュがまだ続くものと思われるので、消費者の財布のひもはより固くなる。
		コンビニ(店長)	・やや良くなるといった状態で変わらない。今よりも良くなるには客単価が上がっていかねば厳しく、来客数、客単価の両方が増加して始めて本格的に景気が上昇する。
		衣料品専門店(店長)	・明るい状況が全く想像できない。
		高級レストラン(経営者)	・諸物価の値上げが報道されている状況下で、飲食系に対して利用者は二極化に進んでいる。当店では、高額品は敬遠されて、少人数での個室希望が増加している。
		一般レストラン(経営者)	・12月は正月商品の販売で少しは上向くと思うが、1月に入るとその買いためのために購買力が低下してしまう。そのため2-3か月先も変化はない。
		都市型ホテル(広報担当)	・新年になり、宴会場、レストランを利用する客の数は今月並みと見込まれ、特に大きく増加するとは思わない。
		都市型ホテル(経営者)	・今のところ、年末という景気を良くする要因があるが、年明けと共に政局の混迷や原油高などが響いてきそうである。
		旅行代理店(営業担当)	・来年は北京オリンピックが開催されるため、景気は良くなると思うが、旅行を控える人が増える。
		通信会社(営業担当)	・競合他社の動向にもよるが、販売数が伸び悩み傾向にある。
		その他レジャー施設(経営者)	・年末年始の数日間のみ、初めて来店する客もいるが、それ以後は元の常連客のみ、それが毎年のパターンである。
		やや悪くなる	一般小売店[和菓子](経営者)
	一般小売店[靴](営業担当)		・無駄な買物をしない傾向は今後も変わらない。更に我慢しているようにも感じられる。
	百貨店(販売促進担当)		・石油の値段が上がり、物価に大きく影響している。特に衣料品、間接的には食料品まで影響を及ぼしている。
	百貨店(営業推進担当)		・価格に対する客の厳しい視線は依然として変わらない。今後のクリアランスセールにおいても、更にシビアになる可能性がある。
	スーパー(店長)		・原油価格の高騰により、販売店、メーカー共に厳しくなり、心理的に買い控えが始まる。
	衣料品専門店(店長)		・防寒の動きが悪く、単価が上がらないためである。
高級レストラン(スタッフ)	・2月は例年暇になってしまう。来客数も減少する。		
通信会社(営業担当)	・原油の値上がりでガソリン、石油、その他石油製品が値上がりしているため、景気も悪くなる。		
設計事務所(所長)	・建築確認申請が滞り、経済的に大きな影響を受け、今後の景気はやや悪くなる。		
悪くなる	コンビニ(経営者)	・世の中のものが値上がりし、給料は変わらない。これでは客は財布のひもを固くするばかりである。よって、景気はますます悪くなる。	
企業 動向 関連	良くなる	卸売業[機械器具](営業担当)	・当社としては、年明け2、3月は一番忙しい時期になる。
	やや良くなる	-	-
	変わらない	印刷業・製本業(経営者)	・原油から始まり、世界経済、環境、情勢からみても、あまり期待できない。

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
		建設業（営業担当）	・公共団体自体が極端な低価格を助長する言動を行っている現状では、適正な価格の判断ができない公共団体が多く、マスコミの報道に右往左往しているようでは10～20年後の公共物の責任が取れるのか心配になってくる。全てが悪い方向へ進んでいる状況である。
		輸送業（従業員）	・個人消費の伸びがタクシー代の値上げでどうなるか、2～3か月先を経過しないと判断しにくい。
		通信業（営業担当）	・平均すると変わらないが、同じ業種の中でも良くなるグループとだめなグループの格差がある。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・11月の中小企業倒産件数が増加、じわじわと身の回りの物価は上昇し、政治問題も多く、投資マインドは悪化、低下傾向にある。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	・現在、非常に悪い状況であるが、今後良い方向に向かうような状況にもなく、悪い状況は続く。
		卸売業〔飲食料品（鮮魚）〕（経営者）	・品目によって売行きが異なるので一概には言えない。
		卸売業〔機械器具〕（従業員）	・受注量が期待できず、悪い状況は変わらない。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・客先、周辺等、短期間で景気が良くなる感じを受けないため、変わらない。
	やや悪くなる	新聞業（営業担当）	・営業部からの予測数字を見ると、やや悪くなる。
	やや悪くなる	出版業（営業担当）	・不採算雑誌を早急に見直すこと、出版企画案を見直すことで、今の状態を抜け出せると思うが、今のところ次の2～3か月ではその様子は見られない。
	やや悪くなる	印刷業・製本業（総務担当）	・値上げラッシュによる消費の減退でやや悪くなる。
	やや悪くなる	輸送業（営業担当）	・燃料価格の高値推移が予測され、更に1～2月の物流の動きの鈍さが景気下降に拍車を掛けると思われる。
	やや悪くなる	通信業（営業担当）	・原油高による景気への影響でやや悪くなる。
	やや悪くなる	金融業〔証券〕（営業担当）	・半年ほど前よりこのコメントにおいて継続して指摘してきた米国サブプライムローンにかかる金融システムの混乱については、ここへきてようやく具体的な企業業績へのインパクトとして顕在化され、本12月決算及び来3月決算の状況が明らかになると共に、更に影響範囲が拡大するものと考えられる。重ねて原油価格の上昇が10月後半より一斉に消費価格に転嫁され始めた状況を顧み、前月までの「変わらない」から「やや悪くなる」に判断を変更した。
	やや悪くなる	卸売業〔繊維・衣服等〕（経営者）	・将来不安による消費の低迷は今後も続く。
	やや悪くなる	卸売業〔建築材料、鉱物・金属材料等〕（従業員）	・建築基準法の改正により新築申請の認可に時間が掛かり、工事量が減少している。
	やや悪くなる	その他サービス業〔情報サービス〕（経営企画担当）	・この時期は種まきの時期であるため、やや悪くなる。
	悪くなる	出版業（経営者）	・アメリカのサブプライム問題は網の目のような金融ネットワークに波及して、ダメージを与えていくはずである。
	悪くなる	建設業（経営者）	・建築基準法改正に基づく確認申請許可の遅れから、全ての建築が遅れて予定が立たないため、急激に悪くなる。
	悪くなる	卸売業〔機械器具〕（経営者）	・油の価格高騰が今後の商品価格に影響を与え、購買力にも反映してくる。
	悪くなる	経営コンサルタント	・増税などの不安があり、ますます財布のひもが固くなり、買い控えをするようになる。

(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	