

中央区内景气动向调查

平成 21 年 8 月調査結果

平成 21 年 9 月 11 日

中央区

総 括

平成 21 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 36.2 と、前回調査から 0.8 ポイント低下した。景気の先行き判断 D I は合計で 44.7 と前回調査から 0.2 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21年			前回調査
合計	4月	6月	8月	からの変化
現状判断 D I	38.8	37.0	36.2	(-0.8)
先行き判断 D I	42.9	44.5	44.7	(0.2)

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 21 年 8 月調査の調査票発送は 8 月 7 日（金）、回答期限は 8 月 17 日（月）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 47 名、有効回答率は 94.0%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36.2と、前回調査から0.8ポイント低下した。分野別にみると、家計動向関連DIは0.6ポイント低下、企業動向関連DIは1.0ポイント低下している。構成比では、「変わらない」と回答する人の割合が7.2ポイント減少したものの、46.8%と最も高くなっており、次いで「やや悪くなっている」と回答する人の割合が31.9%と高くなっている。

図表1-1 各分野における景気の現状判断DIの推移表

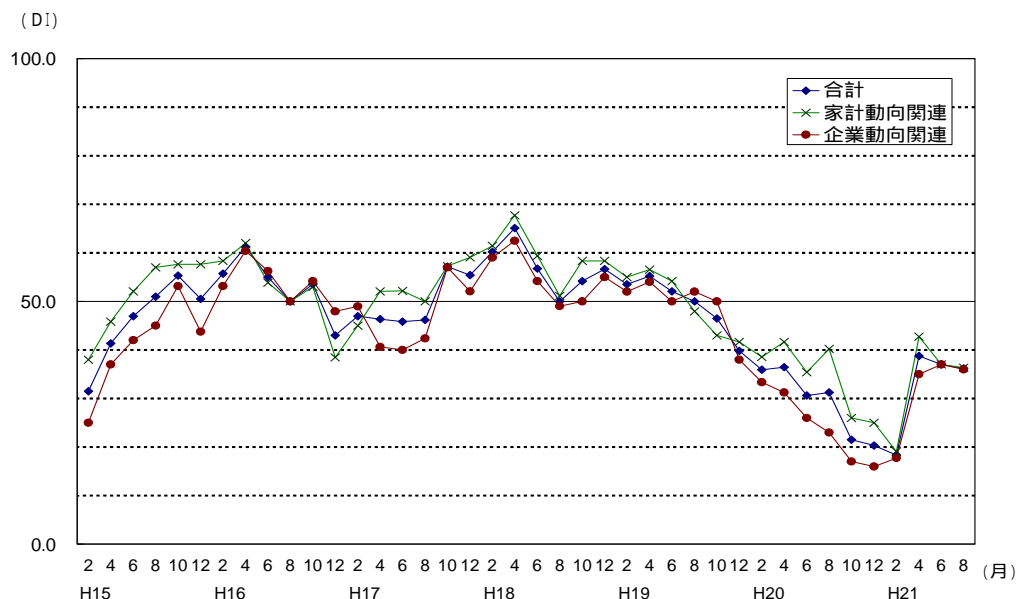
(DI)	平成21年			
	4月	6月	8月	(変化幅)
合計	38.8	37.0	36.2	(-0.8)
家計動向関連	42.7	37.0	36.4	(-0.6)
小売関連	37.5	38.5	37.5	(-1.0)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	53.6	35.7	32.1	(-3.6)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	35.0	37.0	36.0	(-1.0)
製造業	39.3	35.7	35.7	(0.0)
非製造業	33.3	37.5	36.1	(-1.4)

(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21年	4	2.0%	12.2%	40.8%	28.6%	16.3%
	6	0.0%	4.0%	54.0%	28.0%	14.0%
	8	0.0%	6.4%	46.8%	31.9%	14.9%
(変化幅)		(0.0)	(2.4)	(-7.2)	(3.9)	(0.9)

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44.7と前回調査から0.2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5.0ポイント低下、企業動向関連DIは5.0ポイント上昇している。構成比では、「変わらない」と回答する人の割合が5.8ポイント増加し、63.8%と最も高くなっている。また、「やや良くなる」と回答する人の割合は前回調査から7.5ポイント減少している。

図表2-1 各分野における景気の先行き判断DIの推移表

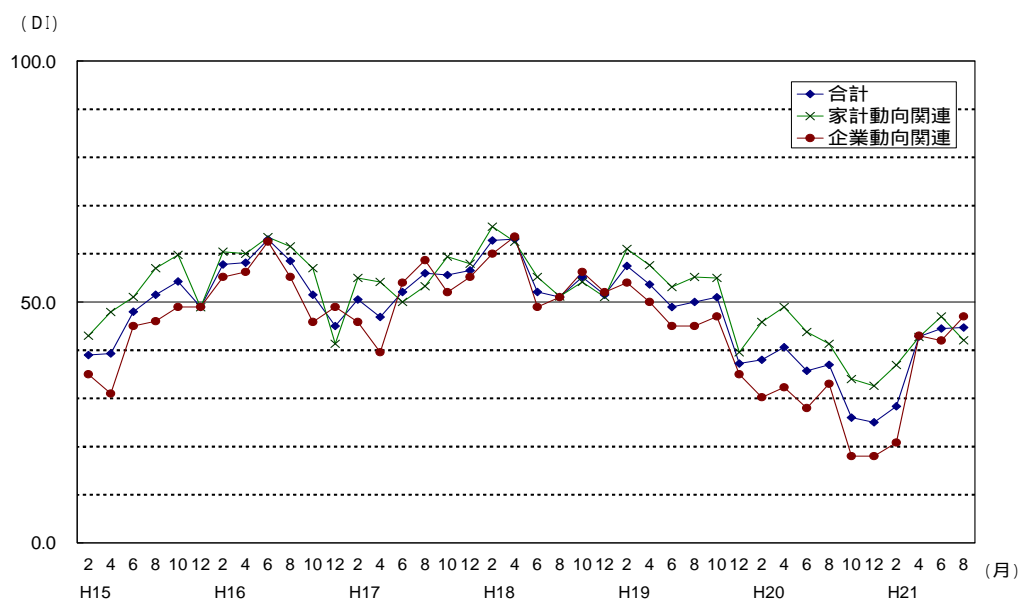
(DI)	平成21年			
	4月	6月	8月	(変化幅)
合計	42.9	44.5	44.7	(0.2)
家計動向関連	42.7	47.0	42.0	(-5.0)
小売関連	43.8	42.3	42.5	(0.2)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	46.4	50.0	39.3	(-10.7)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	43.0	42.0	47.0	(5.0)
製造業	46.4	42.9	46.4	(3.5)
非製造業	41.7	41.7	47.2	(5.5)

(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。

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21年	4	2.0%	16.3%	40.8%	32.7%	8.2%
	6	0.0%	16.0%	58.0%	14.0%	12.0%
	8	2.1%	8.5%	63.8%	17.0%	8.5%
(変化幅)		(2.1)	(-7.5)	(5.8)	(3.0)	(-3.5)

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

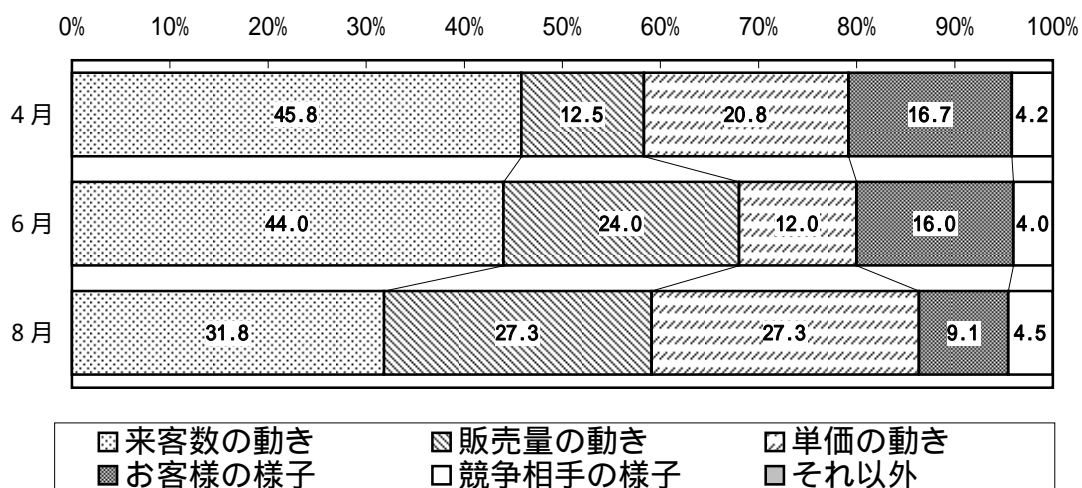
(D I)	平成21年		
	4月	6月	8月
合計	21.9	24.0	20.7
家計動向関連	26.0	20.0	20.5
小売関連	22.9	15.4	20.0
飲食関連	-	-	-
サービス関連	32.1	28.6	25.0
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	18.0	28.0	21.0
製造業	28.6	28.6	17.9
非製造業	13.9	27.8	22.2

(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。

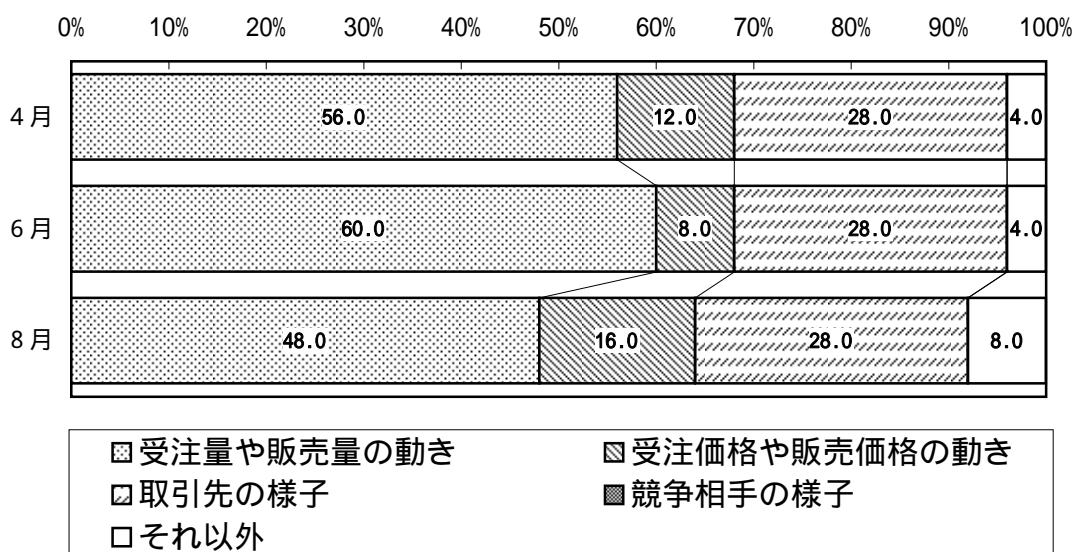
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方角性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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	通信会社（営業 担当）	販売量の動き	・夏のキャンペーン期間中の売上が順調である。
	変わらない	百貨店（総務担 当）	販売量の動き	・厳しい売上動向が続いている上に、天候不順などのマイナス要素も加わり、季節商材、セール共に苦戦している。
		百貨店（販売促 進担当）	販売量の動き	・当店もそうであるが、首都圏全体で前年比90%を切っている百貨店が数多くある。
		百貨店（売場主 任）	販売量の動き	・客単価が低下し、販売点数が減少している。
		百貨店（営業推 進担当）	お客様の様子	・来客数はやや改善が見られるが、その買い方は依然として厳しい。特に単価が上がっていない。
		コンビニ（経営 者）	単価の動き	・来客数はそれほど変わっていないが、価格を抑えていて、数量も今までより少ないため、客単価がとて低くなっている。
		高級レストラン （スタッフ）	来客数の動き	・平日のディナータイムなど、フリーの客の来店数が少ない。
		高級レストラン （経営者）	来客数の動き	・街や店に活気が感じられず、特定の曜日を除くと以前のにぎわいが無い。客数を増やそうと単価を下げて販促を行うも、目立つ効果はない。仕入れの市場でも同様の状況と聞いている。
		都市型ホテル （広報担当）	来客数の動き	・宿泊稼働率が前年に比べ約10%下がっている。また、1室当たりの室料単価についても同様である。レストランにおける夜の来客数も減少している。
		通信会社（営業 担当）	販売量の動き	・販売量が伸びず、横ばい状態が続いている。
	やや悪く なっている	一般小売店 〔靴〕（営業担 当）	単価の動き	・買上客数は前年より上向きになってはいるが、客単価、商品単価共に前年より落ちているので、全体では厳しい状況である。
		スーパー（店 長）	単価の動き	・今年は夏日が少ないため、食品ではアイス、ビール等の飲料、生鮮ではスイカ、メロン、うなぎ等の夏物、非食品では殺虫剤、制汗剤等、夏物が前年割れしており、それが客単価低下の要因となっている。
		衣料品専門店 （店長）	来客数の動き	・相変わらず来客数の減少が止まらない状況で、苦戦している。
		衣料品専門店 （店長）	単価の動き	・以前より商品単価を下けているが、単に安いからとは飛びつかない。ただし、実際は安い物から売れている。大量買いをしないので、商品単価が下がった分を販売点数でカバーできない状況である。
		一般レストラン （経営者）	単価の動き	・客は来店してくれているが、注文が少なくなっている。例えば、生ビールを3杯飲むところを2杯にする、家族で来てでもドリンクを頼まず水にするなど、頼み方が少なくなっている。
		その他レジャー 施設（経営者）	来客数の動き	・毎年7、8月は悪くなる月ではあるが、前年同月比で見ると30%、3か月前と比べて20%の減少となっている。
		悪く なっている	都市型ホテル （経営者）	来客数の動き
	旅行代理店（営 業担当）		競争相手の様子	・同じ案件でも単価が下がり、見積相手が多くなってきている。
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）	取引先の様子	・3か月前はちょうど年度始めで、そこに向けて相当回線の廃止があったが、現在はそれも一段落している。
		卸売業〔機械器 具〕（営業担 当）	それ以外	・決算が近いため、仕入れは抑えて売上を上げていくので、数字的にはまあ良くなっている。
	変わらない	新聞業（営業担 当）	受注価格や販売 価格の動き	・浮上のきっかけになるようなニュースが無い。個人消費に期待したいが、折からの冷夏で起爆剤になっていない。

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
		出版業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・雑誌、書籍の販売量は前年よりは良くなり始めているが、広告収入はまだ回復しておらず、良くなっていない。
		印刷業・製本業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量は前年比で10%減となっている。コスト割れの値段でも受注しようとし、相見積で相当安い値段を出してくるところがある。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・ハイヤー、タクシー業界の受注量は相変わらず悪い。営業所の統合、減車、乗務員の整理へと向かっている。
		金融業〔証券〕（営業担当）	取引先の様子	・ハイブリッド車やエコ家電など、一部において販売が好調な分野も見受けられるものの、それが他業種をはじめ景気全般に波及しているような動きは全く見られない。冷夏の影響によりレジャー関係の消費支出が落ち込んでいる状況から、依然として沈滞ムードは継続している。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・中小零細企業はいつも最後に恩恵を受けるので、景気が少し上向きになっても恩恵を受けるにはまだ半年近く掛かる。ただ、この時期でも最高益を出している中小零細企業もある。
		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	・営業に直結する引き合いが多少増えてきているが、価格面ではまだまだ厳しい。
	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	・7月あたりから受注量が減り始め、8月に入るともう夏休みのような状態である。客の様子を見ても動きの悪さが目立っている。
		印刷業・製本業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・発注量が少ないため、供給過多の状態になっている。特に、地方の業者が東京圏に集中し、大幅に価格を下げての競争になっている。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・どの会社も徹底して経費削減を実行している。
	悪くなっている	出版業（経営者）	取引先の様子	・委縮の連鎖である。消費者からメーカーまでが縮小志向となっている。
卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）		受注量や販売量の動き	・夏期は元々閑散期であるが、例年に比べても非常に厳しい状況になっている。	
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	・大型案件の先送り、経費縮小に伴い消滅した案件がある。	

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	その他レジャー施設 (経営者)	・ 毎年のことだが、7、8月の夏場は良くない。9月に入れ ばいくらか持ち直してくる。
	変わらない	一般小売店 [和菓子] (経営者)	・ 総選挙の結果に左右される部分が多いが、消費の末端に表 れるのはまだ先であり、実質失業率も悪いようなので、悪い 状況は変わらない。
		一般小売店 [靴] (営 業担当)	・ 客が必要な商品しか購入しない傾向はここ半年以上続いて おり、価格に対してシビアな姿勢は続くため、現状維持が精 一杯である。
		百貨店 (営業推進担 当)	・ 秋物の立ち上がりについて、根本的な購買意欲をかき立て るようなきっかけが思い当たらない。
		百貨店 (売場主任)	・ 引き続き、客は価格にはシビアである。前年を越える条件 はそろっていない。
		百貨店 (総務担当)	・ 景気全体に閉そく感があり、消費節約傾向は当面続く。
		百貨店 (販売促進担 当)	・ 小売業を支えている個人消費は拡大していない。一部の企 業は業績の底打ちを宣言しているが、賃金に反映され、個人 消費が上向きには時間が必要である。
		コンビニ (経営者)	・ 客は節約を心掛けているので、無駄な買物が少ない。必要 な物だけを購入するという姿勢である。
		高級レストラン (ス タッフ)	・ 年末などの宴会受注は、今から外回りなどの活動をしてい るが、会社関係は厳しそうである。
		高級レストラン (経営 者)	・ 秋から冬にかけて催事物を企画し、客数の増加を計る予定 である。社会の情勢は回復を目指している様子だが、当業種 にそれが反映するのは2の次、3の次である。
		一般レストラン (経営 者)	・ 当地域への観光客は増えているが客とはならず、今後もこ の傾向は変わらないため、売上増とは考えられない。
		都市型ホテル (広報担 当)	・ これ以上悪くはならないよう期待する。また、秋以降のビ ジネス利用に期待している。
		通信会社 (営業担当)	・ 客の状況も購買意欲が無く低迷気味のため、今後も変わら ない。
		通信会社 (営業担当)	・ 衆議院の総選挙が8月末に行なわれるが、政権交代があっ ても現在の景気回復は望めない。
	設計事務所 (所長)	・ 相変わらず発注量が少なく、良くなるとは思えない。	
	やや悪くなる	スーパー (店長)	・ 長雨の影響で農作物の不作の影響が出てくる。
		衣料品専門店 (店長)	・ 昨年と比べても、秋物プロパーへの飛びつきは減ってい る。大量の夏物在庫を処分しなければならず、セールへの依 存度が高くなり、悪循環になりそうである。
		一般レストラン (経営 者)	・ 例年5、8月は忙しいので、それよりは悪くなる。特に今 年は景気が悪いので期待できない。
	悪くなる	旅行代理店 (営業担 当)	・ 秋～冬に向けてインフルエンザ再発の懸念がある。
都市型ホテル (経営 者)		・ 政局の不安定な要因もあるが、すべてに対し将来的希望が 持てない時代である。	
企業 動向 関連	良くなる	卸売業 [繊維・衣服 等] (営業担当)	・ 秋に入るので、秋物が動き出す。ただし、夏の閑散期に比 べればまだ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)	・ 今月末の総選挙が終わり、政権が決まらない限り、市場や 公官庁が動かない。
		通信業 (営業担当)	・ ある程度コスト削減も落ち着く。
		卸売業 [飲食料品 (鮮 魚)] (経営者)	・ 涼しくなって食品の消費が活発になる。また、選挙後の政 権の景気対策が始動し、効果が出る。
	変わらない	新聞業 (営業担当)	・ 一部産業で工場の操業率を上げる等の動きがある。雇用に はプラスのニュースだが、首都圏の市場が上向きにはもうし ばらく時間が掛かりそうである。
		出版業 (営業担当)	・ まだ今年一杯は良くなるとは言える状況ではない。
		出版業 (経営者)	・ 悪くなったままである。
		印刷業・製本業 (経営 者)	・ 良くなる材料が無い。
		建設業 (営業担当)	・ 政権の交代如何によって、公共事業の見直しや民間設備投 資等への手控えなどが始まれば、今以上の景気悪化になる。
		輸送業 (従業員)	・ 現在と変わらない。明るい材料が見当たらない。
金融業 [証券] (営業 担当)		・ 第1四半期決算の数字が大分出そろってきたが、期待して いたほど良い数字ではなかったためである。各社、年度末の 見通しについても強気な数字が見られず、しばらくは現状維 持が続く。	

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
		金融業〔証券〕（営業担当）	・6月の完全失業率（季調値ベース）は5.4%となり、依然として上昇トレンドを継続している。景気が反転するきっかけとなるものがいまだ見当たらない状況である。
		卸売業〔機械器具〕（営業担当）	・新しい期に入りゼロからのスタートになるが、商談も少ない。
		卸売業〔機械器具〕（従業員）	・公共工事を取り巻く環境は変わらず厳しい。更に8月30日の総選挙で政権が変われば、一層経済は混乱するのではないか。持続的な経済成長戦略を打ち出して欲しい。
		経営コンサルタント	・米国の金融を始め、まだまだ不安定なので、時間を要する。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営企画担当）	・案件が増えない。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・多少良くなる状況にあるかと思うが、まだまだ予測はつかない。
	やや悪くなる	卸売業〔機械器具〕（経営者）	・夏場は各会社の実働日数が少なく、仕事の動きも悪い。
悪くなる	印刷業・製本業（営業担当）	・選挙による需要も多少はあるかもしれないが、先行きの明るさはあまり見えない。競争が増えればそれだけ価格にはね返ってきて、体力のある会社のみが生き残ることになる。	

(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		7	
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		2	
輸送業		1	
通信業		2	
金融業		2	
不動産業		0	
卸売業		7	
繊維・衣服等		2	
食料品		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]		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	