

# 中央区内景气动向调查

平成22年6月调查结果

平成22年7月9日

中央区

## 総 括

### 平成 22 年 6 月の動き

中央区内における 6 月の現状判断 D I は合計で 48.9 と、前回調査から 1.1 ポイント上昇している。景気の先行き判断 D I は合計で 48.4 と前回調査から 3.8 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22年			前回調査 からの変化
	2月	4月	6月	
合計				
現状判断 D I	35.9	47.8	48.9	( 1.1 )
先行き判断 D I	41.1	44.6	48.4	( 3.8 )

## 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 22 年 6 月調査の調査票発送は 6 月 9 日（水）、回答期限は 6 月 17 日（木）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48.9と、前回調査から1.1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3.6ポイント低下し、企業動向関連DIは4.9ポイント上昇している。構成比では、「悪くなっている」と回答する人の割合が4.5ポイント減少する一方、「やや良くなっている」と回答する人の割合も4.8ポイント減少している。

図表1-1 各分野における景気の現状判断DIの推移表

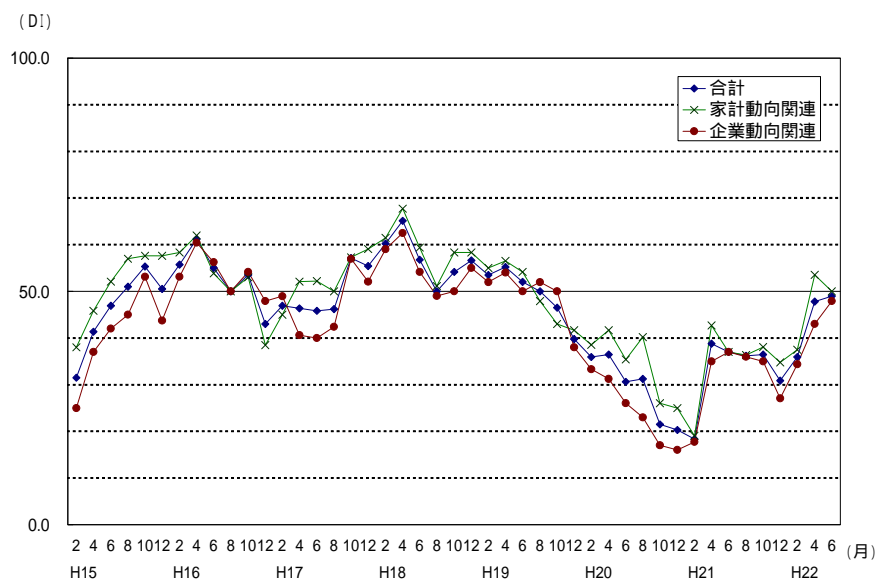
(DI)	平成22年			
	2月	4月	6月	(変化幅)
合計	35.9	47.8	48.9	(1.1)
家計動向関連	37.5	53.6	50.0	(-3.6)
小売関連	35.4	50.0	50.0	(0.0)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	39.3	54.2	50.0	(-4.2)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	34.4	43.0	47.9	(4.9)
製造業	25.0	42.9	42.9	(0.0)
非製造業	37.5	43.1	50.0	(6.9)

(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22年	2	0.0%	6.3%	47.9%	29.2%	16.7%
	4	0.0%	23.9%	54.3%	10.9%	10.9%
	6	2.1%	19.1%	57.4%	14.9%	6.4%
(変化幅)		(2.1)	(-4.8)	(3.1)	(4.0)	(-4.5)

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48.4と前回調査から3.8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1.0ポイント低下し、企業動向関連DIは8.0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12.0ポイント減少し、「やや良くなる」と回答する人の割合が10.4ポイント増加している。

図表2-1 各分野における景気の先行き判断DIの推移表

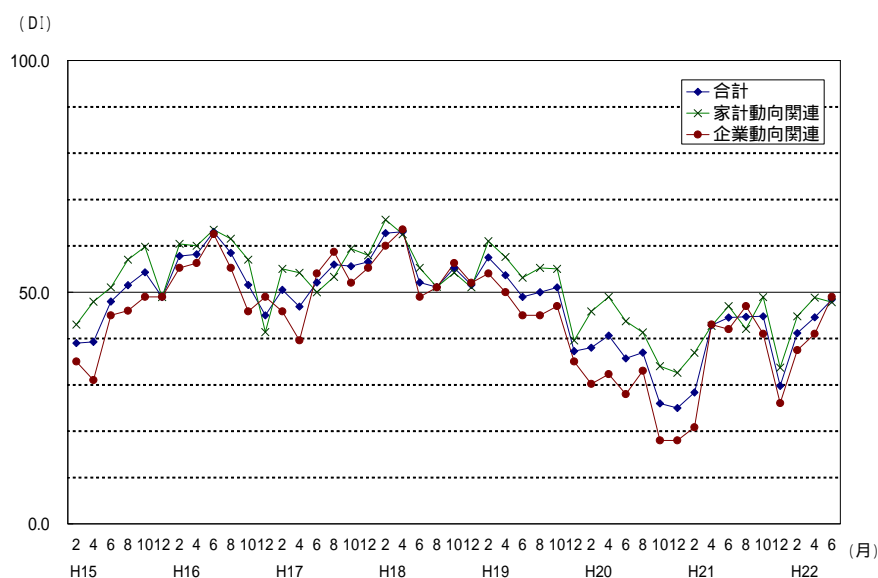
(DI)	平成22年			
	2月	4月	6月	(変化幅)
合計	41.1	44.6	48.4	(3.8)
家計動向関連	44.8	48.8	47.8	(-1.0)
小売関連	43.8	45.0	47.7	(2.7)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	42.9	45.8	53.6	(7.8)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	37.5	41.0	49.0	(8.0)
製造業	33.3	32.1	39.3	(7.2)
非製造業	38.9	44.4	52.9	(8.5)

(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22年	2	0.0%	6.3%	62.5%	20.8%	10.4%
	4	0.0%	13.0%	65.2%	8.7%	13.0%
	6	0.0%	23.4%	53.2%	17.0%	6.4%
(変化幅)		(0.0)	(10.4)	(-12.0)	(8.3)	(-6.6)

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

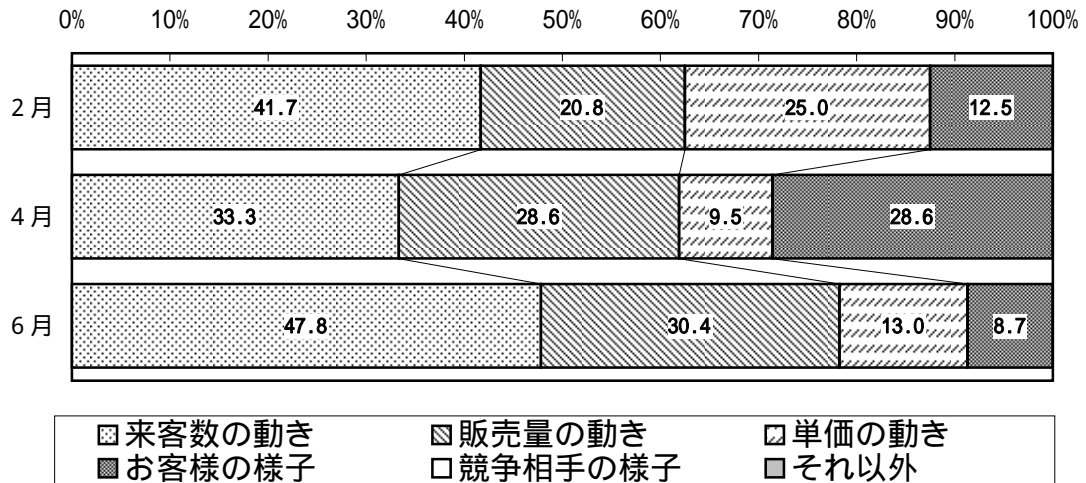
(D I)	平成22年		
	2月	4月	6月
合計	24.0	35.3	37.2
家計動向関連	25.0	40.5	42.4
小売関連	20.8	40.0	47.7
飲食関連	-	-	-
サービス関連	28.6	45.8	39.3
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	22.9	31.0	32.3
製造業	20.8	32.1	32.1
非製造業	23.6	30.6	32.4

(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。

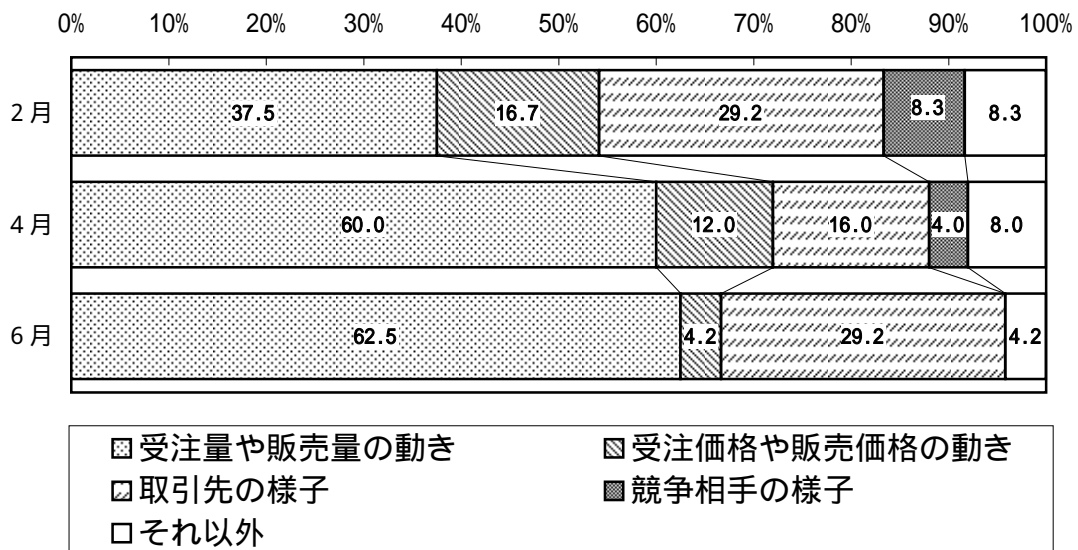
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方角性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

## 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	旅行代理店(営業担当)	お客様の様子	・レジャー関係に費やす人が増えている。	
	やや良く なっている	百貨店(総務担当)	販売量の動き	・わずかではあるが、売上に回復の兆しを感じられる。婦人衣料、洋品などを中心に前年の売上を上回っている。	
		高級レストラン(スタッフ)	来客数の動き	・平日の客が多くなっている。3~4時くらいの女性客が増えている。	
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・前年の同時期と比較すると、通信機器の販売数が増加している。	
	変わらない	百貨店(売場主任)	来客数の動き	・1か月を通して来客数は増加している。	
		スーパー(店長)	お客様の様子	・当店では順調に売上が伸びているが、会社の数値は厳しい状況である。	
		コンビニ(経営者)	単価の動き	・必要な物以外は買わない。より安い物を買っている様子である。	
		衣料品専門店(店長)	単価の動き	・客が商品を見るときは、デザインより価格を優先している。より安い物を探す傾向がある。	
		高級レストラン(経営者)	販売量の動き	・商品単価を下げた結果、低価格のメニューが主流になり、客単価、売上の減少になっている。	
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・修学旅行生が増えているが一般客が例年より少なく、注文も少ないため、売上が上がらない。	
		都市型ホテル(広報担当)	単価の動き	・客室稼働率については前年を大きく上回っているが、単価は逆にマイナスとなっている。全体の売上としては大きな伸びはない。	
	やや悪く なっている	通信会社(営業担当)	販売量の動き	・春先の移転シーズンも終わったが、目立った販売量の動きも見られなかったため、変わらない。	
		悪く なっている	一般小売店[靴](営業担当)	来客数の動き	・来客数が前年比で5%ほど少なく、特に夕方6時以降の来客が減っている。6月という時期の影響もあるが、セール待ちの客も多く、買いつながらない。
			衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・来客数は微減にとどまっているが、日本人の買物客が減り、中国人の数が増えている状況である。
			その他レジャー施設(経営者)	来客数の動き	・来客数は変わらないが、ゴールデンウィークが尾を引いているのか、来店回数が少ない。
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)	受注量や販売量の動き	・客の引き合いや発注量が若干上向ってきている。	
		その他サービス業[情報処理サービス](管理担当)	受注量や販売量の動き	・取引先からの受注については春先が多いため、やや良くなっている。	
	変わらない	出版業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・広告収入は若干増加しているが、相変わらず本の売行きが鈍く、全体では変わらない。	
		印刷業・製本業(経営者)	受注量や販売量の動き	・受注量は大幅に減少していないが、増加もしていない。商談が減っている。	
		印刷業・製本業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・例年この時期は仕事量があまり多くない時期なので、ある程度は想定していたことである。どちらかという、今後、夏場を過ぎた秋口の動向に注目したい。	
		輸送業(従業員)	受注量や販売量の動き	・前年比で受注量は伸びていない。各社とも減車を進めているが、効果はすぐには期待できない。	
		金融業[証券](営業担当)	取引先の様子	・3月決算会社の第1四半期が過ぎようとしているが、前年比で明確な盛り上がりを見せているような業種はほとんど見受けられない。さらに、低価格路線で一時売上を伸ばしていた外食、アパレル等についても、どうやら体力勝負の域に突入したようで、息切れが見え隠れするようである。	
		卸売業[機械器具](経営者)	取引先の様子	・得意先はどこも仕事量が極端に減少しているため、消耗品等の発注が出てこない。	

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
		経営コンサルタント	取引先の様子	・外国人の消費だけが変わらずに活発である。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・一般競争入札での低価格競争が激化している。テナントビルにおける空室率の上昇及び賃料の平均改定率がマイナス水準である。
	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	・ゴールデンウィークを過ぎてから急激に受注量が減っている。案件も出てこなくて、景気の動きが感じられない。
		卸売業〔機械器具〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年度末が終わり、受注がこよう着している。
	悪くなっている	出版業（経営者）	受注量や販売量の動き	・空洞化のさらなる進行のため、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	衣料品専門店(店長)	・近隣の大手百貨店のリニューアルオープンで少し良くなる。
	変わらない	通信会社(営業担当)	・参院選後の景気回復に期待している。
		通信会社(営業担当)	・新政権となり、景気も上向きになる。
		一般小売店[和菓子](経営者)	・新政権の下、どのように政策が変化するか分からない。ばらまきや補助が無くなれば、もっと悪くなるのではないか。
		百貨店(営業推進担当)	・前年に比べ来客数は改善してきているが、まだまだ安定した増客ペースにはなっておらず、3か月後に変化をもたらす要因が見当たらない。
		百貨店(売場主任)	・盛夏における実需の物のみ動く。季節を先駆け、秋物を先行で買う流れまでには至らない。
		百貨店(総務担当)	・先の見通しについては、まだ景気に不透明感もあり、慎重にならざるを得ない。
		百貨店(営業推進担当)	・雇用、所得の状況に大きな改善は見込めないなか、消費者の購買行動は慎重な姿勢が続く。
		百貨店(広報担当)	・この2~3か月の商況では下げ止まり感が広がるが、株価下落、円高といった外部環境のネガティブ要因が多く、足踏み状態が続く。
		コンビニ(経営者)	・消費が冷えている。
		衣料品専門店(店長)	・季節品のバーゲンが始まるため、秋になるまでは価格重視の傾向が続く。
		高級レストラン(経営者)	・現状維持が精一杯である。努力を重ねて続けているが、あまりにも長期化すると諦めムードすら出てくる。全体がそのようになるのも怖い。
		一般レストラン(経営者)	・政治が良くなると客の財布のひもも固いままである。
		都市型ホテル(広報担当)	・参院選の影響で売上が左右される。特に選挙前後の落ち込みが心配である。夏休み、レジャー客へ期待している。
		都市型ホテル(経営者)	・デフレ圧力がいまだ収まっていないうえに、客の価格に対する見方が厳しい。
	旅行代理店(営業担当)	・新政権になったばかりで、変わらない。	
	その他レジャー施設(経営者)	・今の固定客は変わらないが、選挙があつたりと、世の中の動きによって多少違ってくる。	
	設計事務所(所長)	・良くなる材料が見当たらない。前年より一層悪くなっている。	
	やや悪くなる	一般小売店[靴](営業担当)	・来客数の少なさを見ると、買物そのものを抑えているようである。2、3か月ほど前はまとめ買いがあつたが、ここに来てまた減ってきている。
スーパー(店長)	・10月に競合店が出店してくるため、やや悪くなる。		
高級レストラン(スタッフ)	・3か月後の、毎年入っている宴会がまだ入っていない。宴会の単価が落ちている。		
一般レストラン(経営者)	・来客数と販売量の減少のダブルパンチにより、やや悪くなる。		
競馬場(職員)	・売上の増加を期待した日の成績が想像以上に悪く、先行きに不安を感じる。		
悪くなる	-	-	
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	印刷業・製本業(営業担当)	・参院選後、うまく政治が機能し、世界経済がある程度落ち着いてくれれば、緩やかながら上昇していく。
	輸送業(従業員)	・減車が進み、過当競争が緩和されてサービスの質が良くなると、需要も増えてくる。各企業の業績もやや好転し、受注も増えてくる。	
	通信業(営業担当)	・新政権の誕生、参院選の動向での期待を込めて、やや良くなる。	
	通信業(営業担当)	・このままの傾向が続いていけば、上向いていく。	
	金融業[証券](営業担当)	・会社が業績見通しを公表している1,250社中793社が、2011年3月期は増収増益予想を発表している。売上高増加を伴った業績回復を予想する企業が増加していることが心理的にもプラスに働く公算が高い。	
卸売業[飲食品(鮮魚)](経営者)	・底のままではなく、変化はある。これ以上悪くなりようがない。		

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
		卸売業〔機械器具〕 （従業員）	・公共事業の発注の動きが出てくるので、受注のチャンスがある。
		卸売業〔機械器具〕 （営業担当）	・新年度からの営業が徐々に結び付いてくる。
	変わらない	出版業（営業担当）	・全体の景気が良くなると、なかなか本の売行きが上がらず、変わらない。
		印刷業・製本業（経営者）	・仕掛け期間の長い受注を受けていない。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・随所で景気は底打ちと言われ始めているが、実態は思っている以上に厳しい。低価格衣料品や均一価格居酒屋等が競争激化の中でかなり体力的に病んできているほか、新築の裏返して保っていたリフォーム関連もギリ貧の状況が見られていることから、景気反転と見るには時期尚早である。
		卸売業〔建築材料、鉱物・金属材料等〕（従業員）	・先は良くなるようである。新聞等を見ても、マンション計画が多くなってきている。
		卸売業〔機械器具〕 （経営者）	・現在と状況に変化があるとは思わない。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・国内景気は一部で改善の動きが見えるも、本格回復時期は不透明であり、当面はこのような状況が続く。
		その他サービス業〔情報処理サービス〕（管理担当）	・少しずつ受注量が減少していく。
	やや悪くなる	建設業（経営者）	・ギリシャ、ハンガリー、欧米諸国の悪さが日本に影響してくる。株安が続く、また、新政権の今後の行動により、日本の景気は不透明である。
卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）		・夏は例年低調である。	
経営コンサルタント		・築地場外の事務所の空気が増えてきている。オーナーも家賃を下げるに下げられず、手を焼いているようである。	
悪くなる	出版業（経営者）	・海外シフトによる国内の空洞化、大手チェーン店の進出などで、中小企業はますます悪化の方向である。	
	印刷業・製本業（営業担当）	・現段階でこのような状況だと、そのまま夏休みに突入してしまうような感じがする。	

(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	
飲食物品		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		