

# 中央区内景気動向調査

平成 19 年 6 月調査結果

平成 19 年 7 月 6 日

中央区

## 総 括

### 平成 19 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 52.0 と、前回調査から 3.2 ポイント低下したものの、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 は前回調査からは 4.6 ポイント低下し、平成 17 年 4 月調査以来の 50.0 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
	2月	4月	6月	
合計				
現状判断 D I	53.5	55.2	52.0	( -3.2 )
先行き判断 D I	57.5	53.6	49.0	( -4.6 )

## 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 6 月調査の調査票発送は 6 月 7 日（木）、回答期限は 6 月 15 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内における現状判断DIは合計で52.0と、前回調査から3.2ポイント低下したものの、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は2.3ポイント、企業動向関連DIは4.0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

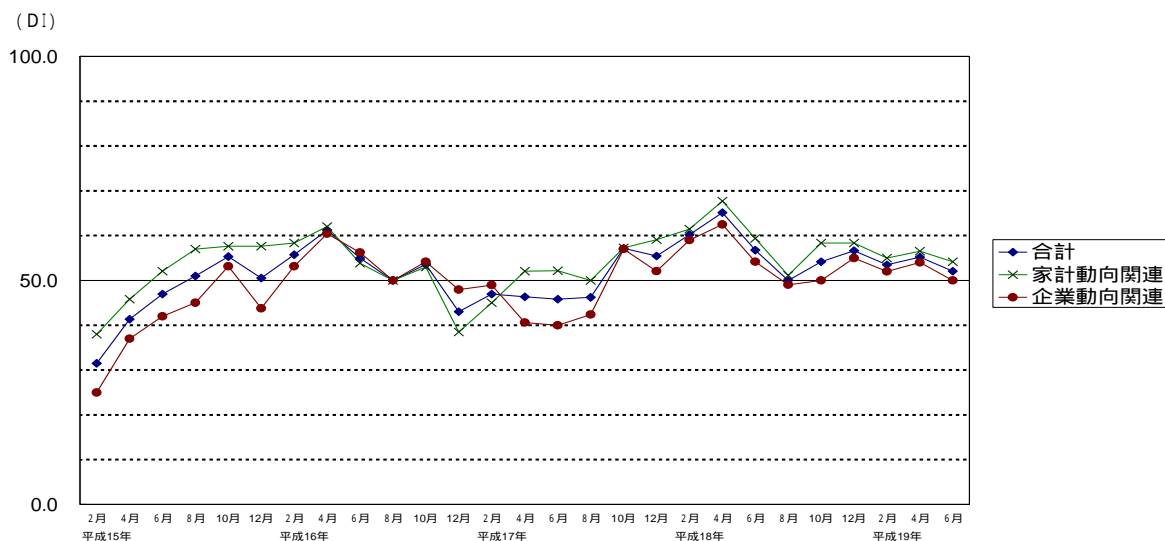
(DI)	平成19年			
	2月	4月	6月	(変化幅)
合計	53.5	55.2	52.0	(-3.2)
家計動向関連	55.0	56.5	54.2	(-2.3)
小売関連	51.9	50.0	56.3	(6.3)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	57.1	62.5	42.9	(-19.6)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	52.0	54.0	50.0	(-4.0)
製造業	37.5	50.0	50.0	(0.0)
非製造業	56.6	55.3	50.0	(-5.3)

(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	2	0.0%	28.0%	58.0%	14.0%	0.0%
	4	0.0%	33.3%	54.2%	12.5%	0.0%
	6	0.0%	32.7%	46.9%	16.3%	4.1%
(変化幅)		(0.0)	(-0.6)	(-7.3)	(3.8)	(4.1)

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4.6ポイント低下し、平成17年4月調査以来の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は前回調査から4.5ポイント、企業動向関連DIは5.0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DIの推移表

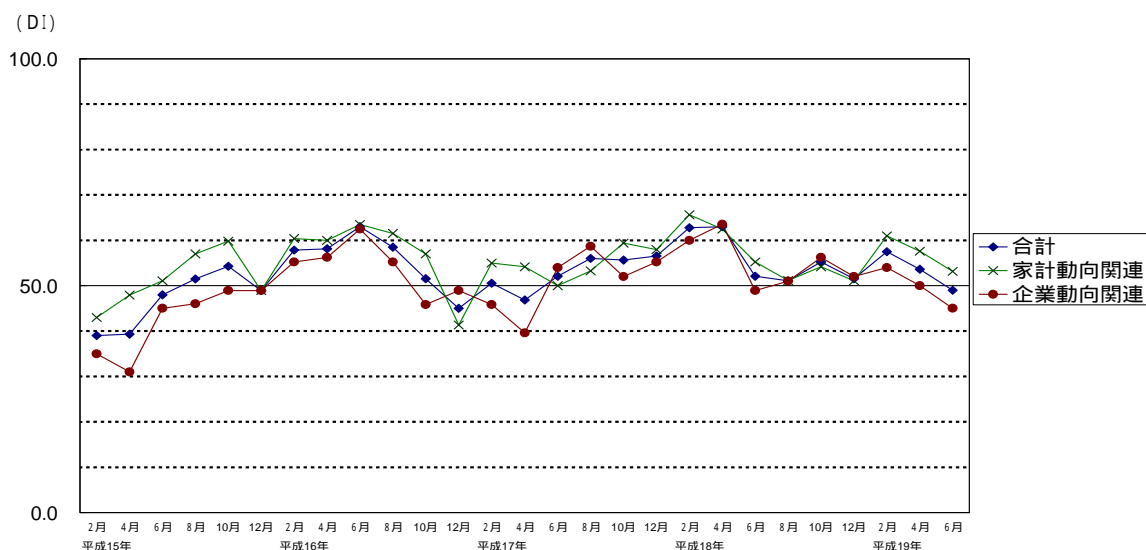
(DI)	平成19年			
	2月	4月	6月	(変化幅)
合計	57.5	53.6	49.0	(-4.6)
家計動向関連	61.0	57.6	53.1	(-4.5)
小売関連	59.6	56.3	54.2	(-2.1)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	60.7	58.3	46.4	(-11.9)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	54.0	50.0	45.0	(-5.0)
製造業	54.2	45.8	54.2	(8.4)
非製造業	53.9	51.3	42.1	(-9.2)

(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	2	2.0%	30.0%	64.0%	4.0%	0.0%
	4	0.0%	22.9%	68.8%	8.3%	0.0%
	6	0.0%	22.4%	57.1%	14.3%	6.1%
(変化幅)		(0.0)	(-0.5)	(-11.7)	(6.0)	(6.1)

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）

現在の景気の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

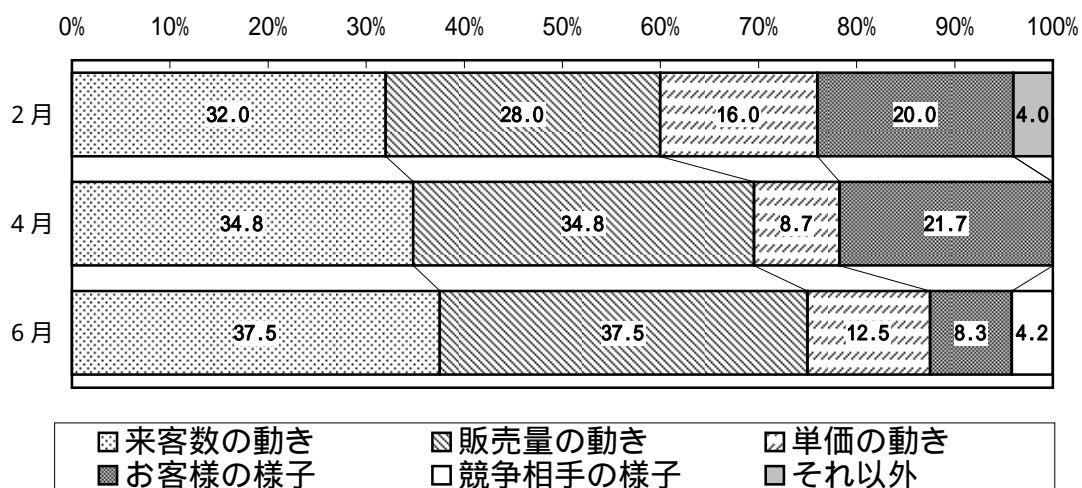
(D I)	平成19年		
	2月	4月	6月
合計	50.5	53.6	48.0
家計動向関連	54.0	62.0	52.1
小売関連	51.9	56.3	52.1
飲食関連	-	-	-
サービス関連	57.1	70.8	42.9
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	47.0	46.0	44.0
製造業	41.7	45.8	45.8
非製造業	48.7	46.1	43.4

（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。

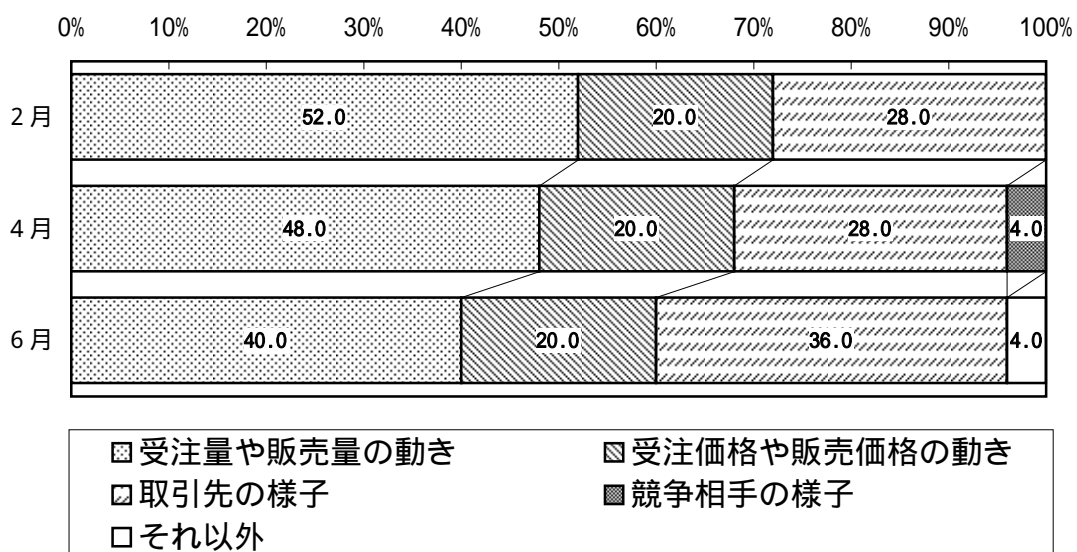
（注）景気の現状をとらえるには、景気の方角性に加えて、景気の水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

## 4 (1) 景気の状態に対する判断理由着目点

### 家計動向関連



### 企業動向関連



注) 本グラフは景気の状態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(販売促進担当)	来客数の動き	・5月に比べ入店客数が増えてきている。近郊に新しい商業施設が相次いでオープンし、5月は客がこの地域に来なかったということもあるが、やっと本来の街に戻りつつある。
		百貨店(広報担当)	販売量の動き	・中元ギフトセンターがオープンしたが、前の歳暮期に比べて売上が好調である。また、店内外の催事も売上査定をほぼクリアしている。
		スーパー(店長)	単価の動き	・来客数は前年同月比98%であったが、単価が上がっているため売上は上向いている。
		衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・前年と比べて来客数、単価共に上向きの傾向である。特にベビー用品の売上が好調である。
		高級レストラン(経営者)	来客数の動き	・過去3か月、来客数は高水準を保っている。ただし、曜日別にみると予約数を含めた月曜の来客数は他の日に比べ50%以上下回っており、土曜日は平均して平日の30%以下である。火曜日～金曜日の座敷予約は前日までほぼ満杯である。
		高級レストラン(副店長)	販売量の動き	・単価も上がっており、前年より売上も良くなっている。
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・多方面からの客が増えており、昨年2万人程度であった修学旅行者は1.5倍くらいに増えている。
		都市型ホテル(広報担当)	来客数の動き	・レストランの夜の個室利用及び客室稼働率の増加により、やや良くなっている。
	変わらない	一般小売店[靴](営業担当)	単価の動き	・前年に比べ入店客数はやや少ないが、単価が上がっているため売上は若干良い程度で推移している。大きな変化は見受けられない。
		百貨店(総務担当)	販売量の動き	・夏物ファッションの新作提案をスタートさせたが、客の大きな変化はあまり感じられない。母の日に対する動きは好調で、にぎわいを感じられたが、現状は一進一退の様子である。
		スーパー(店長)	販売量の動き	・来客数、単価共に大きな変化はない。
		衣料品専門店(店長)	競争相手の様子	・当店は前年同月比で売上金額、来客数共に伸びているものの、競合他社の伸びを感じない。そのため、衣料業界全体が良くなっているとは考えづらい。
		都市型ホテル(経営者)	来客数の動き	・周りに競合店が新規出店した影響もあり、全体的には横ばいかやや上向きである。
		旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・景気は上向きであり、個人客の消費する量は増えてきていないものの、企業が徐々に旅行ジャンルへの消費を始めている。
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・主要商品であるブロードバンドサービスを必要とするユーザーがかなり飽和状態になりつつあるようで、販売数が伸び悩んでいる。
		やや悪く なっている	通信会社(営業担当)	お客様の様子
その他レジャー施設(経営者)	来客数の動き		・花見、ゴールデンウィークなど、出費の重なる月が続いて、他の遊びにまでお金が回らなくなったようである。	
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	新聞業(経営者)	それ以外	・新聞等の新卒求人が増えているなど、全体的には上向きである。
		出版業(経営者)	取引先の様子	・大企業の増益が消費者心理にプラス要因になっている。
		通信業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・データセンタの引き合いが急増している。インターネットを利用してビジネスチャンスを広げようとする企業の動向がうかがえる。

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	・業種によってかなりばらつきがあるが、全般的に人の需要がひっ迫している状況で、特にシステム開発技術者等は顕著である。また、一部に停滞感の感じられる外食産業についても、人材不足感は出ていることから、総合的にみて景気水準は高位にある。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・海外への輸出が増加し、利益を上げている会社が増えてきている。
		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	・営業より案件が増えている様子をよく耳にする。
	変わらない	輸送業(従業員)	受注量や販売量の動き	・タクシー、ハイヤーの受注量から判断して、景気は前年より上向いているとは思えない。
	やや悪くなっている	出版業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・雑誌の販売量は若干伸びてきているが、書籍の返品率が3か月前より大幅に悪化してきている。全体量としてはやや悪化している。
		輸送業(営業担当)	取引先の様子	・燃料費高騰によるコストアップに対し、荷主への運賃値上げ要請が困難であり、今後、取引解消先が出そうである。
		卸売業〔機械器具〕(営業担当)	受注価格や販売価格の動き	・原油価格上昇に伴い、原料費や配送費の値上げ要請がかなり出てきている。契約金額等の値上げが困難なため、利幅が減っているのが現状である。
	悪くなっている	新聞業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・4月の売上は前年を上回ったが、5、6月は下回りそうである。
卸売業〔機械器具〕(経営者)		取引先の様子	・得意先の工場の話では、中国の安い賃金の影響を受け、値引きしないと仕事を確保できないとのことである。	

#### 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	百貨店(総務担当)	・今春よりリタイアリッチ、ラグジュアリーマスマーケットを中心とした、新しい形での消費動向に注目し、期待を寄せている。中元商戦は前年より1週間早くギフトセンターをオープンさせるなど、早期アプローチを図っており、滑り出しは好調である。特に、こだわりのある食料品が人気となっている。浴衣商戦も好調な滑り出しをみせている。
		百貨店(広報担当)	・各売場の売上が全体的に上向いている。スピードは緩やかであるが、業績は良くなってきている。
		コンビニ(店長)	・付近で工事が始まり、関係者が数多く来店するようになってきている。買上点数も少しずつ増加してきているので2~3か月先には期待できる。
		高級レストラン(経営者)	・徐々にではあるが高額商品の予約注文が増加してきている。また、年配客からの引き継ぎで客層が拡大してきている。
		一般レストラン(経営者)	・いままでの流れからみて、他方面からの客や観光客が例年よりも多くなるとみている。
	変わらない	一般小売店[靴](営業担当)	・客はゆとりがあって買物をしている傾向ではない。必要な物を必要な時に、使いまわしもできるように、慎重かつ堅実に買物をしている。
		百貨店(販売促進担当)	・情報発信地である世界の中央区の当地が街ぐるみでイベントを開催するよう、各百貨店、地元の連合会がもっと真剣に取り入れなければならない。今のままでは現状維持である。
		百貨店(営業推進担当)	・夏のボーナスについては好条件が伝えられているが、現在の年金問題など、たとえボーナスがアップしたとしても、消費が上向くほどのパワーがあるか疑問である。
		スーパー(店長)	・悪くなる要素もないが、良くなることもなく、現状通りである。
		スーパー(店長)	・ここ数か月と同じように大きな上昇もなければ低下もない。良い意味での平行線を維持している。これといった変化も特に感じられないので変わらない。
		衣料品専門店(店長)	・猛暑ともいわれている今年の夏、衣類のバーゲンは早まる一方で、実際に暑くなり必要な時には品薄状態か、最終大バーゲンで処分価格になる。晩夏品や初秋物を購入する気持ちも起きないのではないかと心配がある。売れる物は"安価な消耗品感覚の物"になりそうである。
		高級レストラン(副店長)	・当店のVIP客はあまり景気の良し悪しに関係なく利用してくるので、この先もさほど現状と変わらない。
		一般レストラン(経営者)	・来店する観光客は多くなり始めたが、売上には結び付かない。
		都市型ホテル(広報担当)	・以前に比べて良くなっているので、これ以上の期待は薄い。
		旅行代理店(営業担当)	・個人客、企業共に消費量、販売量が増えてこない限り、一般的景気は良くなっても業界の景気は上向かない。
		通信会社(営業担当)	・現状維持である。
		通信会社(営業担当)	・ボーナスシーズンとはいえ、昔と違って顕著な売上増はあまり望めない。
		競馬場(職員)	・ここ数年、動向が変わらず、プラスにベクトルが向く予想が立たない。
		その他レジャー施設(経営者)	・4、5月は前月より悪かったが、これからボーナスが出ても良くなるとは考えられない。悪いままで変わらない。
	設計事務所(所長)	・単価や量の動きより判断すると、現状維持で推移する。	
	やや悪くなる	一般小売店[和菓子](経営者)	・年金問題で購買層の最も多い年齢の方々が不安になり、買い控えが起きるのではないかとみている。
		都市型ホテル(経営者)	・訪都客数がどんどん増える状況にはなく、限られたパイの奪い合いになる。
	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)	・景気的好況不況の潮目がいつくるのか、零細企業では予測不能である。
		印刷業・製本業(総務担当)	・好調な夏季賞与により消費が拡大する。

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	
		通信業（営業担当）	・主に金融業の客を担当しているが、昨年あたりから再開発のインテリジェントビルにリロケーションされるケースが多くみられるためである。	
		金融業〔証券〕（営業担当）	・世界の長期金利急騰、中国株（新興国株）バブル懸念材料があるものの、米国経済の底堅さが確認されつつあり、心理要因としてはプラスの寄与の観である。為替動向注意は必要である。	
		広告代理店（営業担当）	・見込みの受注が増えていることからである。	
	変わらない	出版業（営業担当）	印刷業・製本業（経営者）	・書籍の返品量増加で現在は悪化しており、新刊で飛び抜けた売行きは期待できないことから、2～3か月後の傾向も変わらない。一時ブームであった男性ブランド誌もそろそろ低調期に入ってきたようである。
			建設業（営業担当）	・最終価格は据え置き、外注先は加工等を上げてきている。
		建設業（経営者）	・公共工事の縮減や建築単価の見積と実施に大きなずれが生じており、元請負の会社だけが競争入札による赤字受注をし、赤字受注できない中小企業は先行きの見通しを考え、廃業等に追い込まれている。	
		輸送業（従業員）	・建設業界は低調のまま推移していく。	
		通信業（営業担当）	・新聞、マスコミ等の報道では景気は着実に回復していると報じられているが、タクシー業界の実感としては、前年と変わっておらず、今後2～3か月先も良くなるとは思えない。	
		金融業〔証券〕（営業担当）	・7月の参院選の様子見である。	
		卸売業〔飲食料品（鮮魚）〕（経営者）	・金利先高感が鮮明化し始め、長期金利については5月以降、急速な上昇を呈している。現状では景気に対する影響は直接的にはみられないが、次回以降の利上げ観測の状況によっては、消費財への価格転嫁も予想されることから当面の見通しとしてはニュートラルとした。	
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営企画担当）	・同じ仕事のやり方、品ぞろえではいずれにせよ悪くなっていく。機転を利かせて臨機応変にやっていけば良くなる。	
		やや悪くなる	新聞業（営業担当）	・3か月前より良くなっているが、今以上に3か月後良くなる見込みは少ない。
	新聞業（営業担当）		・売上予測から推測して、やや悪くなる。	
	輸送業（営業担当）		・燃料価格がまだ上昇すると考えられるので、当分の間、景気回復は見込めない。	
	卸売業〔繊維・衣服等〕（経営者）		・販売量、販売価格共に下降気味である。今後この傾向は続く。	
卸売業〔機械器具〕（営業担当）	・原油価格上昇に伴う原料費や配送費の値上げに対し、契約金額は変わらず利幅が減っている状況が解決していかないと、徐々に利益率は悪くなっていく。			
悪くなる	経営コンサルタント	・年金問題や住民税の値上げもあり、消費者は少し様子を見るのでやや悪くなる。		
	卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	・夏期は元々低調な季節である。		
	卸売業〔機械器具〕（従業員）	・受注競争の激しさが変わらず、売上、利益共にマイナス傾向が続く見込みである。		
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・得意先の話では、無理をして安く仕事を取っているため、利益が出ず、購入量を抑えているとのことである。	

(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	