

中央区内景気動向調査

平成22年4月調査結果

平成22年5月14日

中央区

総 括

平成 22 年 4 月の動き

中央区内における 4 月の現状判断 D I は合計で 47.8 と、前回調査から 11.9 ポイント上昇している。景気の先行き判断 D I は合計で 44.6 と前回調査から 3.5 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	平成22年		前回調査
合計	12月	2月	4月	からの変化
現状判断 D I	30.9	35.9	47.8	(11.9)
先行き判断 D I	29.8	41.1	44.6	(3.5)

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 4 月調査の調査票発送は 4 月 8 日（木）、回答期限は 4 月 16 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 46 名、有効回答率は 92.0%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47.8と、前回調査から11.9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16.1ポイント上昇し、企業動向関連DIも8.6ポイント上昇している。構成比では、「やや悪くなっている」と回答する人の割合が18.3ポイント減少し、「やや良くなっている」と回答する人の割合が17.6ポイント増加している。

図表1-1 各分野における景気の現状判断DIの推移表

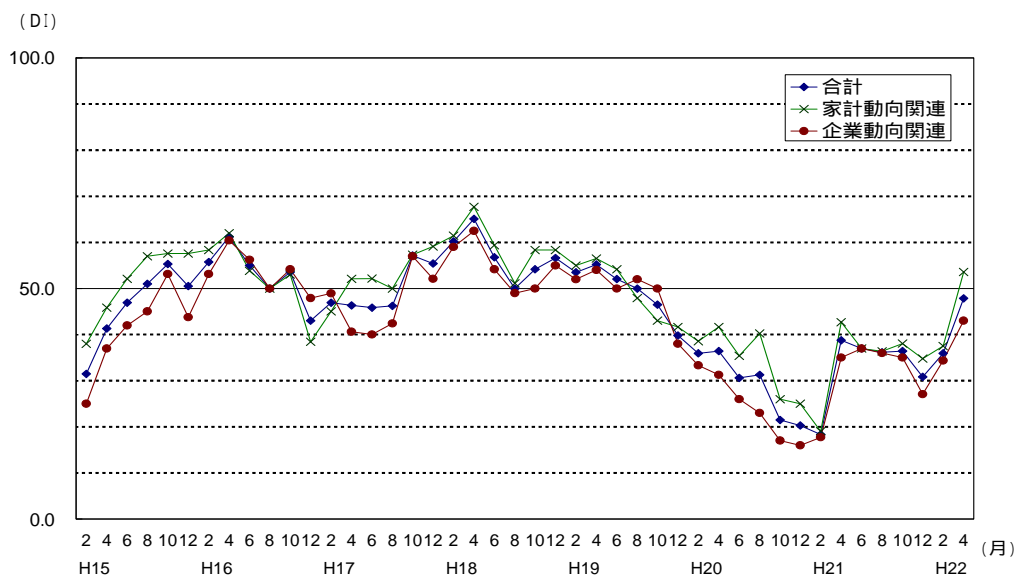
(DI)	平成21年		平成22年		(変化幅)
		12月	2月	4月	
合計		30.9	35.9	47.8	(11.9)
家計動向関連		34.8	37.5	53.6	(16.1)
小売関連		27.3	35.4	50.0	(14.6)
飲食関連		-	-	-	(-)
サービス関連		28.6	39.3	54.2	(14.9)
住宅関連		-	-	-	(-)
企業動向関連		27.1	34.4	43.0	(8.6)
製造業		35.7	25.0	42.9	(17.9)
非製造業		23.5	37.5	43.1	(5.6)

(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	12	0.0%	6.4%	38.3%	27.7%	27.7%
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%
(変化幅)		(0.0)	(17.6)	(6.4)	(-18.3)	(-5.8)

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44.6と前回調査から3.5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4.0ポイント上昇し、企業動向関連DIも3.5ポイント上昇している。構成比では、「やや悪くなる」と回答する人の割合が12.1ポイント減少し、「やや良くなる」と回答する人の割合が6.7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

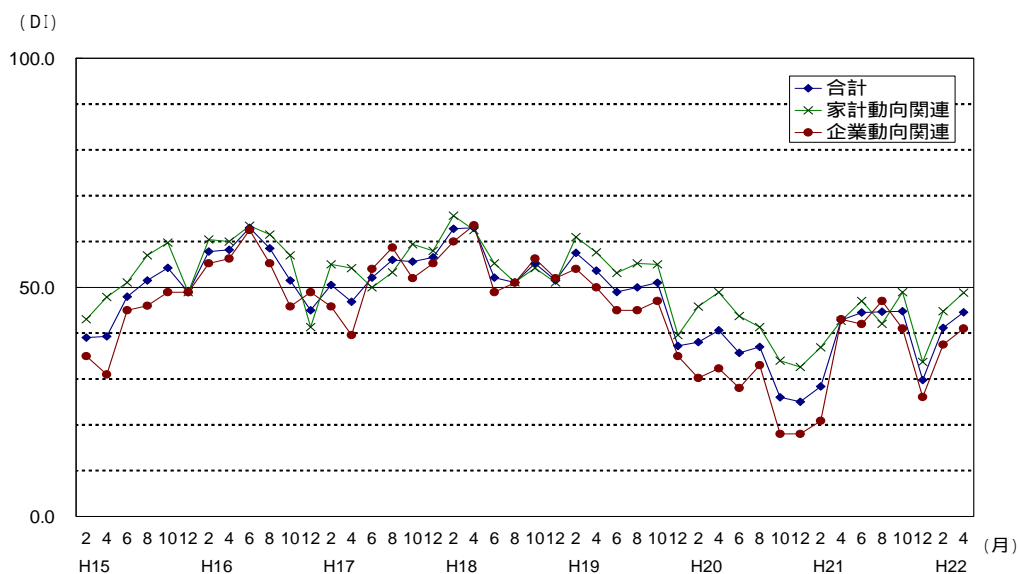
(DI)	平成21年		平成22年		(変化幅)
		12月	2月	4月	
合計		29.8	41.1	44.6	(3.5)
家計動向関連		33.7	44.8	48.8	(4.0)
小売関連		31.8	43.8	45.0	(1.2)
飲食関連		-	-	-	(-)
サービス関連		32.1	42.9	45.8	(2.9)
住宅関連		-	-	-	(-)
企業動向関連		26.0	37.5	41.0	(3.5)
製造業		28.6	33.3	32.1	(-1.2)
非製造業		25.0	38.9	44.4	(5.5)

(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	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21年	12	2.1%	2.1%	40.4%	23.4%	31.9%
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%
(変化幅)		(0.0)	(6.7)	(2.7)	(-12.1)	(2.6)

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

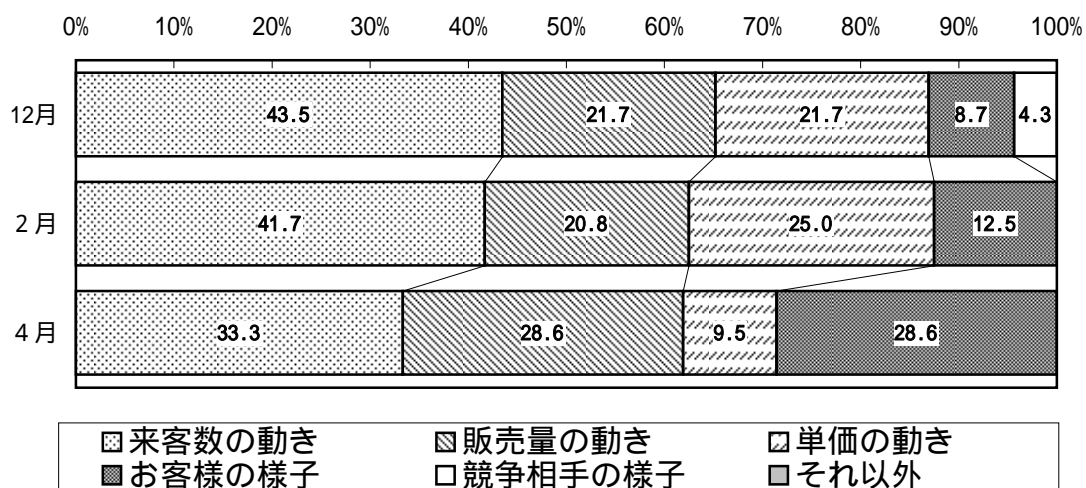
(D I)	平成21年	平成22年		
		12月	2月	4月
合計	22.3	24.0	35.3	
家計動向関連	23.9	25.0	40.5	
小売関連	22.7	20.8	40.0	
飲食関連	-	-	-	
サービス関連	25.0	28.6	45.8	
住宅関連	-	-	-	
企業動向関連	20.8	22.9	31.0	
製造業	21.4	20.8	32.1	
非製造業	20.6	23.6	30.6	

（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。

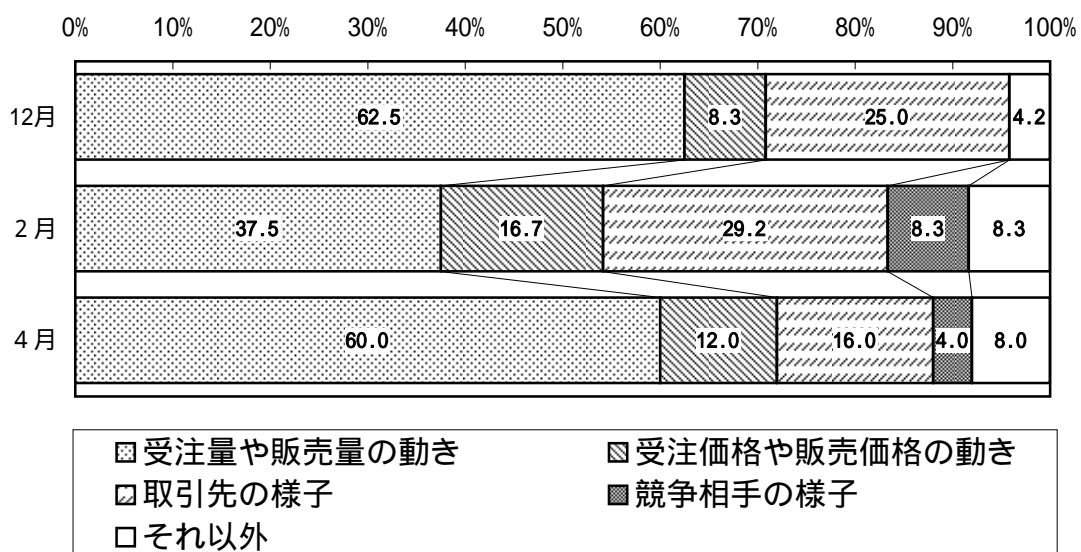
（注）景気の現状をとらえるには、景気の方加性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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	一般小売店 [靴] (営業担 当)	来客数の動き	・前年と比べて、若干ではあるが来客数が増え ており、3か月前と比べても来客数が戻りつ つある。まとめ買いも多くなり、客単価も ようやく前年並みになってきている。
		百貨店 (売場主 任)	販売量の動き	・相対的に改善の方向にある。購買層とし ては、OL中心のキャリア層よりも、40歳 以降の客層に改善の動きがある。
		高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・例年、年度替りは歓送迎等で予約が多 くなるが、前年同期比でも客数が増え ている。PRの効果も考えられるが、客 単価を下げていることが結果に表れて いる。ただ、あまりにも景気の低迷が 長いと、一言で良くなっているとは 言い切れない。
		高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・客数が増えている。今月は天候が悪 く、売上が少し落ちたが、晴れの日の 売上は良い。
		都市型ホテル (広報担当)	販売量の動き	・宿泊稼働率が高くなってきている。た だし、客室平均単価についてはまだ 厳しい状況である。レストランにお ける接待需要が若干戻ってきている 傾向にある。
	変わらない	百貨店 (広報担 当)	来客数の動き	・昨年12月以降、来客数の減少に歯止 めが掛かり、最悪期は脱出したと思 われるが、V字回復といった急激な 改善はみられず、足踏み状態が続 いている。
		百貨店 (総務担 当)	お客様の様子	・春物衣料が活発に動き出す季節にも かかわらず、客の節約志向や低価 格志向が感じられる。
		スーパー (店 長)	お客様の様子	・買上点数が伸びない。安い物が 売れる。
		衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・前年が大幅に悪かった分、今年 は前年並みの客数で推移している。 中国人客が多くなってきている。
		衣料品専門店 (店長)	お客様の様子	・目的以外のゆとりの購入をする 客が少ない。予定外のものを買 わない、考えてくるといった客 はまだ多い。
		一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・3月に入って売上が上がってきた。 特に春休み中は観光客が来ていた ので忙しかったが、4月に入って 春休みの終わりに近付いてからは、 売上が下がってきている。5月の ゴールデンウィークと、修学旅行 生がどれくらい来てくれるか、 また、客の様子にもよる。
		通信会社 (営 業担当)	販売量の動き	・自分の販売数は今月あたりから 少しずつ伸びてきているが、全 体的な数量にはあまり変化が みられない。
	その他レジャー 施設 (経営者)	来客数の動き	・昨秋から続く客の減少がよ うやく止まり、止まったまま上 昇を見ることもなく、現在まで 続いている。	
やや悪く なっている	コンビニ (営 業)	単価の動き	・客数はやや少ないだけであ まり変わらないが、客はより 安い物を求めて必要な物以外 は買わない。デフレ傾向で、 売上也苦戦している。	
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	印刷業・製本業 (営業担当)	受注量や販売 量の動き	・年度末で受注数が増している のが大きな要因であるため、 楽観視することは全くできな いが、受注、販売量は好調 である。
		通信業 (営 業担当)	受注量や販売 量の動き	・客先からの注文が増えて きている。
	変わらない	新聞業 (営 業)	それ以外	・新聞等を見ていると景気が 上向いているところもある が、全体的にはあまり変動 がない。
		出版業 (営 業担当)	受注量や販売 量の動き	・本の販売量は上昇傾向には なく、低迷が続いている。し かし、若干ではあるが広告 収入が上向いてきている。
印刷業・製本業 (経営者)		受注量や販売 量の動き	・3月の売上は前年より増 えたが、1~3月期でみると 前年並みである。4月に入 ると受注の勢いが落ちてお り、見通しは立っていない。	

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
		輸送業〔従業員〕	受注量や販売量の動き	・タクシー、ハイヤーの受注量は前年比で落ち込んでおり、タクシー台数の2割削減を各業者は共に進めている。過当競争、供給過剰になり、各社ともスリム化、合理化に努めている。
		通信業〔営業担当〕	受注量や販売量の動き	・年度末の駆け込み需要が少なく、売上確保に苦慮している。
		金融業〔証券〕〔営業担当〕	取引先の様子	・雇用情勢に関して企業の来春の新卒採用計画を聞くと、この4月より更に減らす計画の企業が思っていたより多いようである。合理化についてはおおむね行き着くところまで来ているようだが、依然として全体として上向くのは難しい印象である。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・一部の店では値下げをせずに売れているようで、デフレは収まりつつあるようだが、中小零細企業はまだだである。高価な物も売れ出したようだが、プラスマイナスでは変わらない。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕〔営業担当〕	受注量や販売量の動き	・受注量は多少増加している。ただし、単価等の見直しがあり、売上はあっても粗利的には厳しい。3月決算時、既存契約の解約、減額があった。
	やや悪くなっている	卸売業〔機械器具〕〔営業担当〕	受注量や販売量の動き	・年度末が明け、受注の動きは止まっている。受注残があるためそんなにはひどくない状態ではあるが、3か月前と比べると良くない。
		卸売業〔機械器具〕〔経営者〕	受注量や販売量の動き	・取引はますます低調である。まとまった注文は激減し、同業他社でも同様の話である。
	悪くなっている	出版業〔経営者〕	取引先の様子	・良い話を聞かない。大企業のみが派遣切りなどで収益の持ち直しを実現しつつある。誠に不公平な世の中である。
		印刷業・製本業〔営業担当〕	受注量や販売量の動き	・年度末にもかかわらず、受注量、販売量は共に動きがみられず、下向きである。
		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	・値引き要請、仕様減がある。

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	一般小売店〔靴〕(営業担当)	・客の購買意欲が少し上向いてきている。まだ余裕のある買物というわけではないが、少しずつ財布のひもも緩くなっている。
		高級レストラン(スタッフ)	・他店舗とは価格の違う店を選んで来ているので、客は低価格にあまりこだわっていないようである。
		都市型ホテル(広報担当)	・今月度より良くなるよう期待を込めて、やや良くなる。
		設計事務所(所長)	・仕事の相談、問い合わせがやや増えている。
	変わらない	百貨店(売場主任)	・各年齢軸で全体的に改善されるのは、今しばらく時間を必要としそうである。
		百貨店(総務担当)	・雇用情勢や所得環境に依然として好転の兆しが見えないことなどから、景気回復はまだ先である。
		百貨店(営業推進担当)	・客単価の改善はやや見られるようになってきたが、客数は依然厳しい状況で、改善する要因が見付からない。
		百貨店(広報担当)	・個人所得の増加、特に夏のボーナス支給額が見込めず、個人消費の改善が予測できない。
		スーパー(店長)	・客単価に変化がない。
		衣料品専門店(店長)	・明るい話題が聞こえてこない。ファッショントレンドも大きな影響を感じないシーズンである。人は「物」より「事」や「エコ」などに関心があるのではないか。
		高級レストラン(経営者)	・現状が持続すれば良いが、安心してはいられない。希望的にはやや良くなるとの思いが強いが、業界全体の反応を勘案すると変わらない。
		一般レストラン(経営者)	・観光客が多いが、その客が当社及び近隣店の客とはならない点から、景気の変化は望めない。
		一般レストラン(経営者)	・ゴールデンウィークや、修学旅行生がどれくらい来てくれるかによって違うが、今のところは変わらない。
		通信会社(営業担当)	・景気の底上げになるような起爆剤はいまだにない。
		競馬場(職員)	・客の来場動向、売上推移は前年割れが続いており、その傾向は一向に変わる気配がない。
		その他レジャー施設(経営者)	・悪い状態が続いており、悪いまま落ち着いているため、今と変わりはない。
やや悪くなる	一般小売店〔和菓子〕(経営者)	・政策が一定しておらず、筋が通っていない。予測が付かないので、節約疲れしているかもしれないが、まだ財布のひもは固い。	
悪くなる	コンビニ(経営者)	・客はお金を使おうとしないので、変わらない。	
	旅行代理店(営業担当)	・国際航空券の手数料が実質ゼロとなり、旅館、ホテルのネット販売が拡大している。	
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	卸売業〔飲食料品(鮮魚)〕(経営者)	・マスメディアの力だと思いが、当地は観光客が増えてきている。
	変わらない	出版業(営業担当)	・広告収入は上向きではあるが、今後の見通しは立っておらず、本の販売も良くなる要素がない。
		印刷業・製本業(経営者)	・新年度に入ったが、受注が増える要素がない。節約ムードがまだまだ感じられる。
		建設業(経営者)	・デフレがもっと進み、世の中の景気は停滞したまま推移していく。
		輸送業(従業員)	・良くなる材料が見当たらない。各社、企業努力や合理化をし、厳しい状況を乗り切ろうとしている。
		通信業(営業担当)	・新政権の経済対策が不透明であるため、変わらない。
		通信業(営業担当)	・この先2、3か月では経済状況に大きな動きは感じられない。
		金融業〔証券〕(営業担当)	・企業収益が改善するなかで雇用、賃金の回復は遅れており、エコカー、エコポイント制度等の政策効果も息切れ気味で、個人消費も弱まっている。
		金融業〔証券〕(営業担当)	・4月後半より3月期決算企業の短信が開示されるが、ここでは業種によるとしても、前期に比較して幾分の回復傾向が見られると推測している。しかし、あくまでも「最悪ではなかった」という状況であって、生産、販売のトレンドが転換したとみるには尚早である。
		卸売業〔繊維・衣服等〕(営業担当)	・良くなる材料は無い。

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〔建築材料、鉱物・金属材料等〕（従業員）	・得意先の受注状況から、すぐに良くなるようには見えない。
		卸売業〔機械器具〕（従業員）	・公共事業はこの2～3か月ではまだ動かないので、状況は変わらない。夏以降本格化するが、前年同様、販売額、利益は共に苦戦が予想され、厳しい業績は続く。
		卸売業〔機械器具〕（営業担当）	・2～3か月先まで、特に売先での大きな動きはない。
		経営コンサルタント	・アイデアを出して努力している会社は上向きに転じているようである。繁華街を歩いているが、昼間は東南アジア系の客が、まだ日本人より多く歩いているような気がする。
		その他サービス業〔情報処理サービス〕（管理担当）	・現状が横ばい状況のため、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）	・建設業界の不況から新規建造物が減少している。同業では倒産、事業縮小、転業のほか、取引先からの無料サービスの追加リクエストがある。
	やや悪くなる	新聞業（経営者）	・広告料収入が減り、今後ますます経営が厳しくなる。
		印刷業・製本業（営業担当）	・大型連休を控え、個人消費とは関係のない所は、非常に不安感を募らせている。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・取引先の様子から、現在の状態が続きそうである。
	悪くなる	出版業（経営者）	・明るい材料が無い。
印刷業・製本業（営業担当）		・年度末の、1年で一番動きのある時期にこのレベルでは、何か特別なことがない限り良くなるとは思えない。	
卸売業〔機械器具〕（経営者）		・景気は持ち直しつつあると報道されるが、取引先各社では見通しが立たないと話している。	

(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	