

# 中央区内景气动向调查

平成 23 年 10 月调查结果

平成 23 年 11 月 16 日

中央区

## 総 括

### 平成 23 年 10 月の動き

中央区内における 10 月の現状判断 D I は合計で 49.5 と、前回調査から 12.8 ポイント上昇している。景気の先行き判断 D I は合計で 50.0 と前回調査から 9.0 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23年			前回調査 からの変化
	6月	8月	10月	
合計				
現状判断 D I	39.4	36.7	49.5	( 12.8 )
先行き判断 D I	41.5	41.0	50.0	( 9.0 )

## 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 23 年 10 月調査の調査票発送は 10 月 6 日（木）、回答期限は 10 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 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区内における現状判断DIは合計で49.5と、前回調査から12.8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5.6ポイント、企業動向関連DIは19.8ポイントといずれも上昇している。構成比では、「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、「悪くなっている」「やや悪くなっている」と回答する人の割合が減少している。

図表1-1 各分野における景気の現状判断DIの推移表

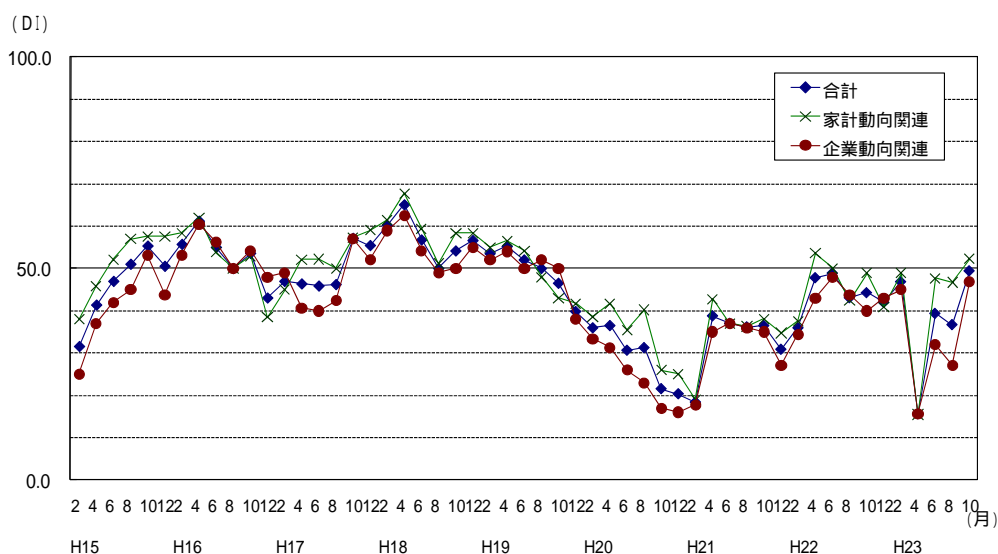
(DI)	平成23年			
	6月	8月	10月	(変化幅)
合計	39.4	36.7	49.5	(12.8)
家計動向関連	47.7	46.7	52.3	(5.6)
小売関連	50.0	47.7	52.3	(4.6)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	35.7	53.6	54.2	(0.6)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	32.0	27.1	46.9	(19.8)
製造業	46.4	37.5	42.9	(5.4)
非製造業	26.4	23.6	48.5	(24.9)

(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23年	6	0.0%	23.4%	31.9%	23.4%	21.3%
	8	4.3%	12.8%	31.9%	27.7%	23.4%
	10	0.0%	30.4%	45.7%	15.2%	8.7%
(変化幅)		(-4.3)	(17.6)	(13.8)	(-12.5)	(-14.7)

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 50.0 と前回調査から 9.0 ポイント上昇している。分野別にみると、家計動向関連D Iは 8.7 ポイント、企業動向関連D Iは 9.4 ポイントといずれも上昇している。構成比では、「やや良くなる」と回答する人の割合が 15.6 ポイント増加し、「やや悪くなる」、「悪くなる」と回答する人の割合が減少している。

図表 2 - 1 各分野における景気の先行き判断D Iの推移表

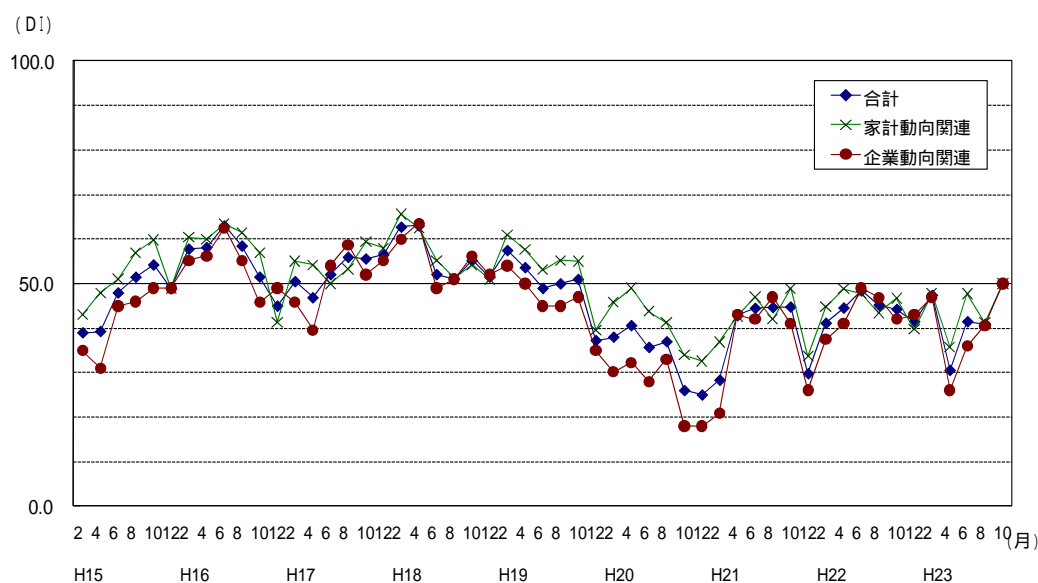
(D I)	平成23年			
	6月	8月	10月	(変化幅)
合計	41.5	41.0	50.0	(9.0)
家計動向関連	47.7	41.3	50.0	(8.7)
小売関連	40.0	36.4	43.2	(6.8)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	50.0	42.9	58.3	(15.4)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	36.0	40.6	50.0	(9.4)
製造業	35.7	50.0	50.0	(0.0)
非製造業	36.1	37.5	50.0	(12.5)

(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23年	6	0.0%	19.1%	38.3%	31.9%	10.6%
	8	0.0%	17.0%	42.6%	27.7%	12.8%
	10	0.0%	32.6%	41.3%	19.6%	6.5%
(変化幅)		(0.0)	(15.6)	(-1.3)	(-8.1)	(-6.3)

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

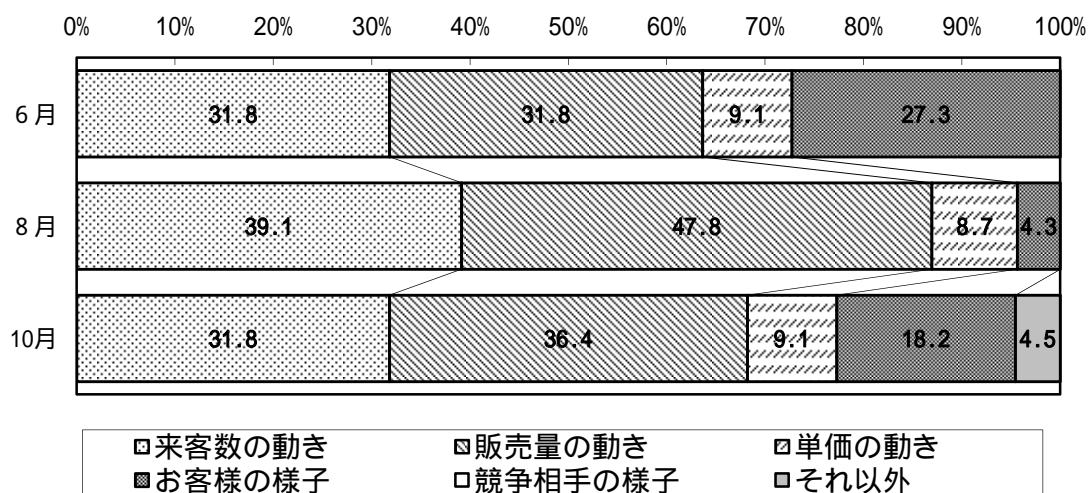
(D I)	平成23年		
	6月	8月	10月
合計	29.8	31.9	41.3
家計動向関連	33.0	33.7	43.2
小売関連	35.0	34.1	45.5
飲食関連	-	-	-
サービス関連	21.4	39.3	45.8
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	27.0	30.2	39.6
製造業	35.7	37.5	39.3
非製造業	23.6	27.8	39.7

(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。

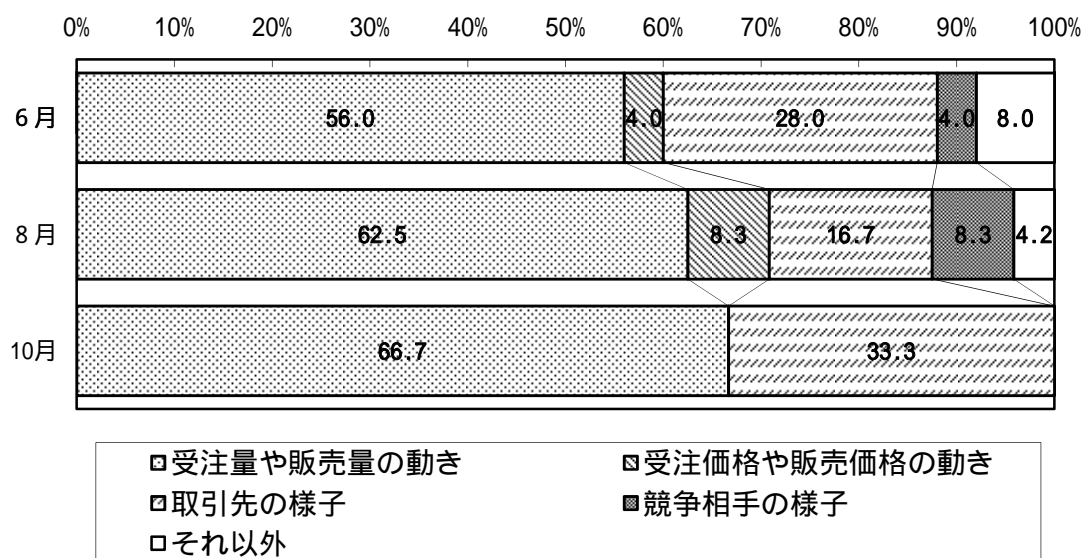
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方加性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

## 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（広報担 当）	販売量の動き	・婦人服、雑貨、生活用品を販売しているが、来客数は前年に比べ95%と伸び悩んでいるものの、単価が112%と大幅に高くなっている。その結果、売上が105%と、好調が続いている。
		百貨店（広報担 当）	販売量の動き	・秋冬物の衣料品が好調に推移している。特にダウンなどの冬アイテムが10月に入って動き出している。
		一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・前年同時期と比べると1割くらい悪いものの、2～3か月前と比べると客が来てくれるようになっていいる。観光客が少しずつ戻ってきている。
		都市型ホテル （経営者）	来客数の動き	・東日本大震災からの復興は遅々として進まないが、政治が駄目でも民間の力で皆なんとか頑張っている。
		通信会社（営業 担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響を受けていた通信機器の製造ラインが動き出し、客への販売数も徐々にではあるが増え続けている。
		設計事務所（所 長）	販売量の動き	・建物の耐震診断業務量が増え、やや良くなっている。
	変わらない	一般小売店 〔靴〕（店長）	販売量の動き	・客が2足以上購入するケースが減っている。
		百貨店（総務担 当）	単価の動き	・東日本大震災から約7か月が経過し、価格志向への偏りから消費者の多様化への動きへと変化が見受けられる。
		衣料品専門店 （店長）	来客数の動き	・前年は近隣の大型店がリニューアルオープンした影響で客数が大幅に上昇したが、今年はやはり前年ほどの来客数がない。
		その他レジャー 施設（経営者）	来客数の動き	・当地は中小企業の街である。サラリーマン客の懐具合は決して良くない。余分な収入がないうえに小遣いは削られればなしと客は愚痴を言っている。
	やや悪く なっている	スーパー（店 長）	単価の動き	・客単価が下落している。
		高級レストラン （経営者）	来客数の動き	・前年比で来客数は20%、客単価は20%減少している。景気の低迷は今後も長期に渡り続くと思われ、経営上の改善について検討をしている。
		通信会社（営業 担当）	お客様の様子	・アメリカ経済の先行き不安から、世界的に不景気の余波が広がっている。
悪く なっている	コンビニ（経営 者）	来客数の動き	・東日本大震災以来、消費が冷え込み、6月くらいから9月まで節電、サマータイム、長い夏休みとすべてが重なり、客足が途絶えて最悪であった。	
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	・東日本大震災直後の混乱から徐々に回復してきている。
		卸売業〔繊維・ 衣服等〕（営業 担当）	受注量や販売量 の動き	・10月初旬の催事が良い結果であった。来客が多く、売上はそれほど増えてはいないが、雰囲気は良くなっている。
	変わらない	出版業（営業担 当）	受注量や販売量 の動き	・広告収入は上向きになってきているが、相変わらず書籍の販売量は横ばいである。
		印刷業・製本業 （経営者）	受注量や販売量 の動き	・受注量の伸び悩み、単価の引き下げ要望などがあり、収益が悪化している。
		印刷業・製本業 （営業担当）	受注量や販売量 の動き	・夏以降の受注、販売は共にあまり良くない。今はまだ多少の動きが見られるものの、年末までのつなぎ的な仕事の動きが悪い。
		建設業（営業担 当）	受注量や販売量 の動き	・23年度の発注ペースが落ち着いたので、今後の補正予算に期待する。
金融業〔証券〕 （営業担当）	取引先の様子	・欧州における金融機関の破たん懸念に象徴されるように、北米及び西欧の景気低迷の実態は外聞以上に深刻化しており、自動車や工作機器類の販売動向の落ち込みは相当なレベルにある状況がつかがわれる。また、今まで外需のけん引役であった中国についても、ここへ来て需要にむらが出ているように感じられる。		

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
		卸売業〔機械器具〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・最近は大きな動きがなく、安定している。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・海外移転や出店を含め、検討している企業が多く見られる。経済や円高をにらみながら次の一手を模索している。
		その他サービス業〔管工事業〕（経営者）	取引先の様子	・価格競争が激しい。
	やや悪くなっている	新聞業（経営者）	取引先の様子	・消費者の消費形態が多彩になっている。貧富のピラミッド、中間層と他とのバランスが正常でないような気がする。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・どの得意先も仕事量が減少したまま一向に回復の兆しが見られない。
		その他サービス業〔造園業〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・秋口から年度末に向けて受注量が増えてくる様子がない。
		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	・福島第一原子力発電所の事故の影響による取引中止、売上減が拡大しつつある。
	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	-	-
		百貨店(営業推進担当)	・個人消費はきずなをキーワードにクリスマス、正月などイベントを重要視する動きとなる。また、外国人観光客も戻りつつあり、その傾向はしばらく続く。
		百貨店(広報担当)	・10月に近隣に大型店がオープンして来街者が増え、その流れが当地区にも好影響を及ぼす。この後のクリスマスを中心としたモチベーションもより高まる。
		高級レストラン(スタッフ)	・これ以上悪くならない。年末年始はレストランの売上が一番多い月なので、やや良くなる。
		都市型ホテル(経営者)	・いつまでも殻に閉じこもっていても何も得るものがない、早い経済の立ち直りが日本全体を元気にするという気持ちが出てきている。
		通信会社(営業担当)	・東日本大震災後の影響が薄らいだようにも思うが、全体的な景気回復が今後望まれる。
		通信会社(営業担当)	・年末に掛けてお金の動きが良くなる。東日本大震災等で控えていた出費が、年末に解消される。
	変わらない	設計事務所(所長)	・今後建物の耐震診断、補強の業務が更に増加する。
		一般小売店[靴](店長)	・景気回復を期待するが、今後も変わらない。何か良い材料があれば客の購買意欲にプラスになる。
		百貨店(売場主任)	・東日本大震災後の買い控え等の悪い様子が薄れてきて、キャリアのOL層から徐々に復調していた買物ムードが、ミセス～シニア層にまで伸長している。
		百貨店(総務担当)	・今後については経済の先行き不安も見受けられることから、依然不透明な状況が続く。
		衣料品専門店(店長)	・2～3か月先はセール前の買い控え期となる。もしくはスポット的にセールを行い購買意欲を誘うことになりそうである。厳しい状況は変わらない。
		一般レストラン(経営者)	・客は来るが買物をしない。これからもその傾向は変わらない。
		一般レストラン(経営者)	・観光客、修学旅行生が春より多くなってきており、今のまが続く。
	やや悪くなる	競馬場(職員)	・前年同期比での数値が春から変わらない。
		一般小売店[和菓子](経営者)	・厚生年金の受給開始年齢の引き上げや消費税の問題など、一層厳しい状況が続くため、やや悪くなる。
		百貨店(広報担当)	・経済不安や東日本大震災による放射線問題等で、クリスマス、年末商戦がどのように推移するのが不透明である。一般給与所得者の高額品に対する需要がどこまで戻ってくるのが年末商戦のポイントだと捉えている。
		スーパー(店長)	・会社計の数値が悪い状況が1年前から続いており、売上を上げる施策よりも経費を抑える施策が多くなっている。
		高級レストラン(経営者)	・接待目的の顧客も人数を制限し、低価格での利用が増加している。したがって節約を行う等、支出を抑えるようになり資金が回転しなくなるため、景気上の好回転につながらない。
	悪くなる	その他レジャー施設(経営者)	・節電解除で街灯が付くようになり、夜の道路も明るくなったが、閉店してシャッターの下りた店が目立つようになっている。どの飲食店も四苦八苦しており、いつ閉店しても不思議ではないと近所の不動産屋が話している。
企業 動向 関連	悪くなる	コンビニ(経営者)	・増税が待っているので客が買い控え、消費をしない。悪循環である。ますます経済が立ち行かなくなる。
	良くなる やや良くなる	-	-
		新聞業(経営者)	・夜の街灯が戻り、夜も昼も来街者が増えてきたようである。
		印刷業・製本業(営業担当)	・年が変わって1月を過ぎると年度末の受注が出てくるため、やや良くなる。
		輸送業(従業員)	・受注量が増える見込みがあるため、現状よりも先行きは少し良くなる。
		卸売業[飲食料品(鮮魚)](経営者)	・東日本大震災の影響が徐々に減少してくる。また、今が悪すぎるため、今後はやや良くなる。
		卸売業[機械器具](営業担当)	・年末に向けて受注量が増えてくる。
卸売業[機械器具](従業員)	・公共事業の発注が動き出し、受注機会が増えてきている。今月から年内一杯まで続く見込みである。		

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
		経営コンサルタント	・各社、今まで検討してきたことが実践に入ると考えられる。金融機関の融資が活発化し、会社の立て直しや設備投資が増加する。
		その他サービス業〔造園業〕（営業担当）	・現在が悪すぎるので、先行きはやや良くなる。
	変わらない	新聞業（営業担当）	・広告需要は回復傾向にあるものの、円高、株安等の不安要因により、輸出型企業の広告宣伝費に影響が出る懸念がある。
		出版業（営業担当）	・増税が決定するとかなり悪くなるが、今のところは変わらない状態が続く。
		印刷業・製本業（営業担当）	・年末には動きが活発になるはずだが、今の状況から見るとあまり期待できない。価格が下がり続け、利益が減り続けている状況は変わらない。
		印刷業・製本業（経営者）	・良くなる材料が見当たらない。
		建設業（営業担当）	・良いニュースがない。
		建設業（経営者）	・第3次補正予算及び耐震補強などによりやや良くなると思うが、今のところ不明である。変わらないと言わざるを得ない。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・欧米の低迷の中でけん引役であった中国にやや陰りが見える状況から、今後の成長を期待できる要素が見出せない印象である。一方、内需については、東日本大震災からのライフラインの回復は概ね整いつつあるものの、需要の主体が大幅に毀損している状況から、景気回復の原動力とはなり難い。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	・現在の様子が続くように願っているが、これ以上良くなるとも考えにくい。
	その他サービス業〔管工事業〕（経営者）	・相変わらず受注が厳しい。	
	やや悪くなる	通信業（営業担当）	・東日本大震災復興のための大幅な増税、続く円高、ヨーロッパを震源とする金融危機等、不安要因が多い。
		通信業（営業担当）	・新政権の先行き不透明、円高、株安である。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・ヨーロッパの金融情勢の不安が解消されないこと、アメリカの雇用や景気に回復の兆しが見えて来ないことで、金融商品の購入に踏み切るスタンスになりにくい。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・取引先の話を見ると、どこも内容は良くないとのことである。
悪くなる	出版業（経営者）	・ヨーロッパ、アメリカ、そして世界的な景況の悪循環である。	
	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・補償問題等が本格的に現実的となり、それに伴う影響がますます拡大し、業況、売上、経常利益すべてにおいてマイナス幅が大幅に広がり、厳しい状況となる。	

(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	5	
	百貨店売場主任・担当者	5	
	スーパー	2	
	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		0	
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		4	
その他非製造業		0	
その他企業の動向を把握できる者		0	