

中央区内景气动向调查

平成 23 年 12 月调查结果

平成 24 年 1 月 19 日

中央区

総 括

平成 23 年 12 月の動き

中央区内における 12 月の現状判断 D I は合計で 51.0 と、前回調査から 1.5 ポイント上昇している。景気の先行き判断 D I は合計で 46.4 と前回調査から 3.6 ポイント低下している。

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
合計	8月	10月	12月	からの変化
現状判断 D I	36.7	49.5	51.0	(1.5)
先行き判断 D I	41.0	50.0	46.4	(-3.6)

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 23 年 12 月調査の調査票発送は 12 月 8 日（木）、回答期限は 12 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 48 名、有効回答率は 96.0%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51.0と、前回調査から1.5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5.3ポイント上昇し、企業動向関連DIは1.9ポイントと低下している。構成比では、「変わらない」と回答する人の割合が4.3ポイント増加し、「やや良くなっている」「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

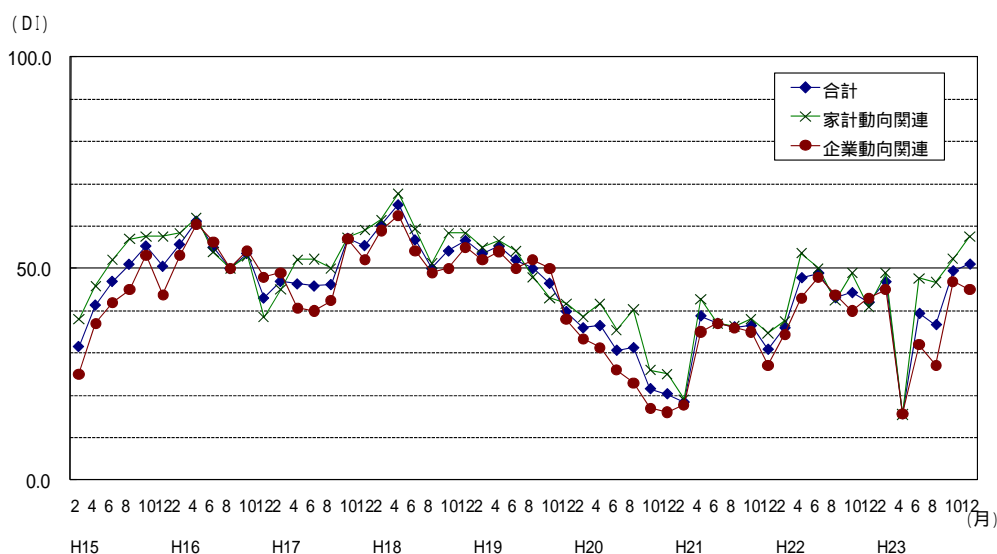
(DI)	平成23年			
	8月	10月	12月	(変化幅)
合計	36.7	49.5	51.0	(1.5)
家計動向関連	46.7	52.3	57.6	(5.3)
小売関連	47.7	52.3	54.5	(2.2)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	53.6	54.2	60.7	(6.5)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	27.1	46.9	45.0	(-1.9)
製造業	37.5	42.9	39.3	(-3.6)
非製造業	23.6	48.5	47.2	(-1.3)

(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23年	8	4.3%	12.8%	31.9%	27.7%	23.4%
	10	0.0%	30.4%	45.7%	15.2%	8.7%
	12	2.1%	27.1%	50.0%	14.6%	6.3%
(変化幅)		(2.1)	(-3.3)	(4.3)	(-0.6)	(-2.4)

図表1-3 各分野における景気の現状判断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

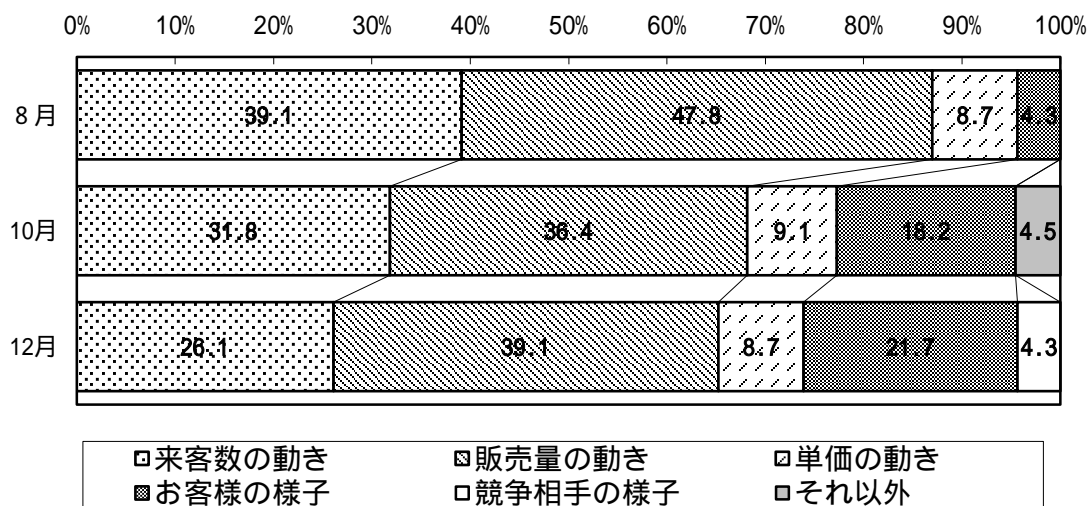
(D I)	平成23年		
	8月	10月	12月
合計	31.9	41.3	45.8
家計動向関連	33.7	43.2	54.3
小売関連	34.1	45.5	54.5
飲食関連	-	-	-
サービス関連	39.3	45.8	50.0
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	30.2	39.6	38.0
製造業	37.5	39.3	35.7
非製造業	27.8	39.7	38.9

(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。

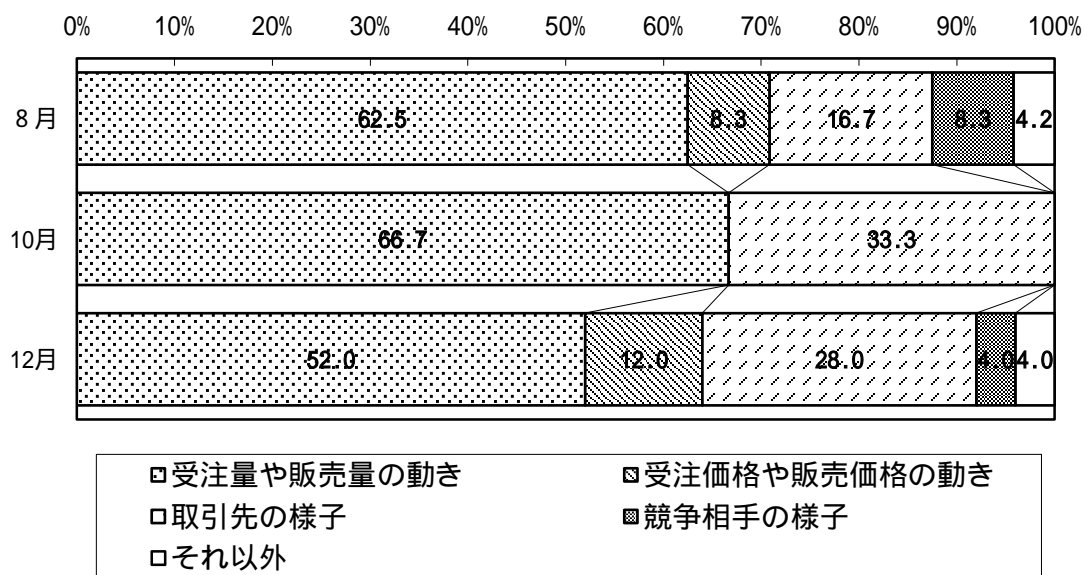
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方方向性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・11月前半に暖かい日が続いたこともあり、コート等の冬物衣料の売上がやや苦戦したものの、ラグジュアリーブランドや宝飾品などの高額は堅調に推移している。
		百貨店（広報担当）	単価の動き	・11月に比べて前年を上回る店舗が増えている。12月に入り、気温の低下によってコート等、重衣料の動きが活発化し、早期の値下げや割引、ギフト需要で各店とも活気が出てきている。単価は2けた伸びている。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・近隣の舞台の影響か、昼の客が増えている。夜も軽く食事をする女性客が多く、単価というより客数が伸びている。
		都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響は徐々に薄らいでおり、少し上向いている。
		都市型ホテル（広報担当）	来客数の動き	・クリスマス以降、客足が止まってしまうのでこのまま景気が良くなるとは思っていないが、12月に入って忘年会、クリスマス会等の利用があり、来客は増えている。
	変わらない	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	販売量の動き	・3か月前からの増減幅が例年と変わっておらず、販売量は低いレベルで推移している。
		一般小売店〔靴〕（店長）	単価の動き	・客の多くが価格を気にしており、価格を抑えた商品の動きはある。
		百貨店（広報担当）	販売量の動き	・10月の新しい商業施設オープンもあって、当エリアへの来街者が増加している。街の中での買い回りが進んでいるため、当店の売上は前年同期比プラスで推移しているが、先行きについては不透明である。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・ここ2か月ほど、客数及び客単価はほぼ前年並みで推移している。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・季節の変わり目の3、4か月先までは、まだ不安感が取り除かれないようで、来客数減が続いている。
		高級レストラン（経営者）	お客様の様子	・年末で客数は増加しているが、客単価が低いため、従来の年末商戦のような売上増は見込めない。今月の客数増加については、既に織り込み済みとして対応している。
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・来客は多いが、買う客が少ない。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・ウィークデーに客が少ないものの、週末に遠方から前年並みに来るようになり、ファミリー、サラリーマン、OLも来るようになってきている。
通信会社（営業担当）		販売量の動き	・年末年始に向けては毎年、販売量が増える傾向にあるが、今年は顕著な動きが今のところない。	
やや悪く なっている		その他レジャー施設（経営者）	お客様の様子	・来客数はあまり変わらないが、お金の使い方が細かくなっており、店での時間も短くなっている。
悪く なっている	コンビニ（経営者）	競争相手の様子	・競合店が増えたため、来客数、単価が変動し、波がある。	
企業 動向 関連	良く なっている	-	-	-
	やや良く なっている	出版業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・雑誌広告が以前より増加してきており、書籍の返品は減ってきている。
		建設業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・復興案件の受注が数件あったため、上向きと感じている。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量に伴う売上が、前年同月比で約20%増えている。
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・本格的な回復にはなっていないが、客からの発注が増加傾向にある。
	変わらない	新聞業（経営者）	取引先の様子	・景気が上向いていると感じるが、まだ見えてこない。
印刷業・製本業（経営者）		受注量や販売量の動き	・利益率が下がっている。	

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	・今期は、期初からの東日本大震災等の不透明要素によって各企業で積極的な投資を控えたこともあり、ここきて目玉となる製商品の欠如が顕著となっているように感じられる。一部にスマートフォン等のヒットは見られるものの、インフラ等とのアンマッチから裾野の拡大が今一つであり、他産業に波及するほどの効果は見られていない。
		卸売業〔機械器具〕(経営者)	取引先の様子	・東日本大震災による特需の他はあまり動きがない。
		卸売業〔機械器具〕(営業担当)	それ以外	・東日本大震災の影響で、いろいろな意味で商品が流通しない。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・5月に新しくできる商業施設に出店する会社は、準備で大変忙しいようである。会社によってばらつきはあるものの、売上には変化がない。
やや悪くなっている		新聞業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・円高、欧州の信用不安、タイの洪水など輸出系企業を中心に影響が出ており、広告出稿にも減速感が出てきている。
		その他サービス業〔管工事業〕(経営者)	受注量や販売量の動き	・受注量が減少している。
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	・12月に入ってから受注量が下がっている。年末の駆け込みや慌ただしさを全く感じない。
		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	・東日本大震災及び福島第一原子力発電所の事故等の後処理、補償問題が具体化するにつれ、その影響がその都度、受注量、受注価格に反映してくる。

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(売場主任)	・東日本大震災から1年がたち、ようやくすべての年齢層が通常の気持ちで買物をする様子が体感できる。	
		高級レストラン(スタッフ)	・正月の予約が多い。また、毎年1月は混むため、やや良くなる。	
		都市型ホテル(経営者)	・世界経済の停滞の中で唯一、日本のみが頑張っている気がする。外国からはまだまだ日本の経済は堅いように見られている。	
		通信会社(営業担当)	・東日本大震災後の復興需要が出始めているため、やや良くなる。	
	変わらない	百貨店(営業推進担)	・来客、売上共に回復しており、この傾向はしばらく続く。	
		百貨店(総務担当)	・東日本大震災の影響による落ち込みから、緩やかながら立ち直りつつあるが、いまだ経済の先行きには不透明感が多い。	
		百貨店(広報担当)	・10月以降、売上は堅調だが、このまま継続するかどうかは分からない。3月は前年の反動で売上は伸びたとしても、景気自体が良くなっている実感はない。	
		衣料品専門店(店長)	・来客数減が続いている。季節の変わり目の3、4か月先までは、まだ不安感が取り除かれない。	
		高級レストラン(経営者)	・毎月、制度融資による借入から赤字の補てんをしているが、次年度には景気の回復を願うよりも、回復させなければならぬ。業界全体としても対処すべきである。	
		一般レストラン(経営者)	・当商店街は物を買うのではなく、観光を目的に来る客がほとんどである。商店街としてはそれらの客をターゲットに販売向上をしてもいいと思うが、観光客が多く買う客が少ないため、上向くとは思わない。	
		一般レストラン(経営者)	・経済が良くならなると変わらない。	
		都市型ホテル(広報担当)	・外国人ビジネス客は戻りつつあるが、観光目的での来日外国人はまだ少ない。やはり原発の問題が大きく、円高の影響もあり、現状維持が精一杯である。	
		通信会社(営業担当)	・東日本大震災後の復興が依然として思うように進まない今、消費税の議論で揺れている政治、経済が安定しないうちは変わらない。	
		競馬場(職員)	・販売量については秋以降、安定しているが、前年よりも低水準であり、上昇の気配も感じられない。	
		その他レジャー施設(経営者)	・正月、春という季節で気分が緩み、財布のひもが少しでも緩んでくれることを期待しているが、常連客がほとんどであるため、来客数にあまり変化はない。	
		設計事務所(所長)	・今の状況より良くなる要因がないため、現状維持である。	
		やや悪くなる	一般小売店[靴](店長)	・セール期間は活発に商品が動いても、春の新作が店頭にそろそろは予想が難しい。好転材料がないため、変わらないよりはやや悪くなる。
			一般小売店[和菓子](経営者)	・はっきりとは分からないが、日本の産業が本当に守られていくのが不安になっている人たちは周りに多くいる。その中で消費意欲が上がっていくとは思えない。
			百貨店(広報担当)	・早期の値下げ、割引で展開商品の欠如による店頭鮮度、購買意欲の低下が心配である。各メーカーの立ち上がり時期における商品の作り込みも様子見で、積極的な取り組みがあまり考えられない。バレンタインデー、ホワイトデーのモチベーションがポイントとなる。
		コンビニ(副店長)	・来客数が減っているため、やや悪くなる。	
	悪くなる	-	-	
企業 動向 関連	良くなる	卸売業[飲食料品(鮮魚)](経営者)	・東日本大震災の回復が進んでいる。中国人観光客が戻ってきている。	
	やや良くなる	新聞業(経営者)	・日本人の底力はまだまだある。	
		印刷業・製本業(営業担当)	・例年のような動きになるか不安は残るものの、これから年度末を迎えるため、仕事量は増えていく。	
		建設業(営業担当)	・今後も復興需要が期待できるため、やや良くなる。	
	変わらない	新聞業(営業担当)	・輸出企業には不透明感が漂うが、旅行や不動産コンテンツ系の内需型企業の業績は堅調に推移する。	

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
		出版業（営業担当）	・年末の若干の上昇傾向は維持できると思うが、政治、経済の情勢で大きく変わる可能性があり、先行きは不明である。
		印刷業・製本業（経営者）	・利益率の悪い仕事で定着してしまい、利益を改善するためには、新しい事業領域での仕事の創設が必要となってくる。
		輸送業（従業員）	・受注量の変動があるため、変わらない。
		通信業（営業担当）	・欧州を発端とする信用不安が今後の世界経済にどのような影響を与えるか不透明である。また、国内の復興増税の幅がはっきりしない。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・金融中心に見た場合、やはりユーロを中心とした信用不安の懸念が大きい。さらに、中国の金融、不動産市況についても不安定さが否めない状況となっており、頼れる先がなくなってきた。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	・11月くらいから来客数が減少しており、回復すると考えるだけの材料もない。
		卸売業〔機械器具〕（従業員）	・受注量は何とか確保できる見通しだが、利益率が低く、苦慮している状況は続く。
		経営コンサルタント	・しばらくこの水準で変化なく続く。飲食店関係は、年内で閉める所が少し増えそうである。
		その他サービス業〔造園業〕（営業担当）	・年度末に向けて受注が増えていく傾向だが、単価等が下がっているため、総体的には変わらない。
	やや悪くなる	出版業（経営者）	・明るい材料はない。
		印刷業・製本業（営業担当）	・消費税の議論をしていると世の中の心理状態がマイナスに働くので、悪くなってくる。さらに、中国の状態が今後悪くなる危惧がある。
		通信業（営業担当）	・政治の混迷、東日本大震災の影響、復興遅れがある。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・欧州の信用不安が混とんとしているなか、国内投資家の株式、債券の売買動向も不安定な状態が続いているため、やや悪くなる。
		卸売業〔機械器具〕（営業担当）	・2、3月納め予定の受注残があるため、やや悪くなる。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・例年、年末から2月にかけてはあまり良くない。今後も良い材料が見られないため、やや悪くなる。
	悪くなる	その他サービス業〔管工事業〕（経営者）	・仕事量が減少する。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・3月の決算期を迎えるなか、非常に厳しい経営状況下にある。

(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		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		