

中央区内景气动向调查

平成24年2月调查结果

平成24年3月15日

中央区

総 括

平成 24 年 2 月の動き

中央区内における 2 月の現状判断 D I は合計で 44.0 と、前回調査から 7.0 ポイント低下している。景気の先行き判断 D I は合計で 46.7 と前回調査から 0.3 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		平成24年		前回調査 からの変化
	10月	12月	2月		
合計					
現状判断 D I	49.5	51.0	44.0		(-7.0)
先行き判断 D I	50.0	46.4	46.7		(0.3)

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 24 年 2 月調査の調査票発送は 2 月 9 日（木）、回答期限は 2 月 17 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44.0と、前回調査から7.0ポイント低下している。分野別にみると、家計動向関連DIは11.0ポイント、企業動向関連DIは3.3ポイントとそれぞれ低下している。構成比では、「やや悪くなっている」と回答する人の割合が9.3ポイント増加し、「やや良くなっている」と回答する人の割合が9.7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

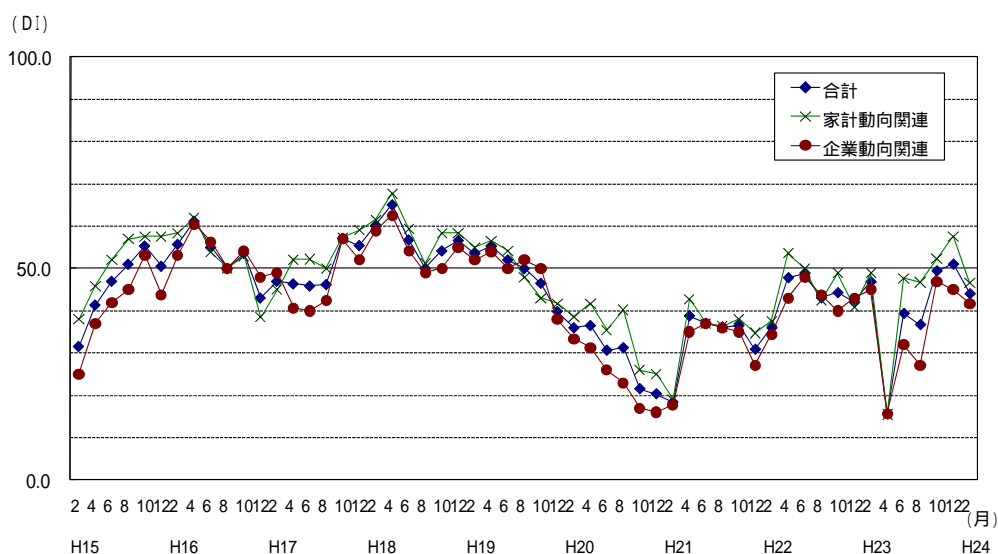
(DI)	平成23年		平成24年		(変化幅)
	10月	12月	2月		
合計	49.5	51.0	44.0		(-7.0)
家計動向関連	52.3	57.6	46.6		(-11.0)
小売関連	52.3	54.5	50.0		(-4.5)
飲食関連	-	-	-		(-)
サービス関連	54.2	60.7	46.4		(-14.3)
住宅関連	-	-	-		(-)
企業動向関連	46.9	45.0	41.7		(-3.3)
製造業	42.9	39.3	46.4		(7.1)
非製造業	48.5	47.2	39.7		(-7.5)

(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	10	0.0%	30.4%	45.7%	15.2%	8.7%
	12	2.1%	27.1%	50.0%	14.6%	6.3%
平成24年	2	2.2%	17.4%	45.7%	23.9%	10.9%
	(変化幅)	(0.1)	(-9.7)	(-4.3)	(9.3)	(4.6)

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46.7と前回調査から0.3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ポイント上昇し、企業動向関連DIは4.4ポイント低下している。構成比では、「やや良くなる」と回答する人の割合が9.3ポイント増加し、「変わらない」と回答する人の割合が8.5ポイント減少している。

図表2-1 各分野における景気の先行き判断DIの推移表

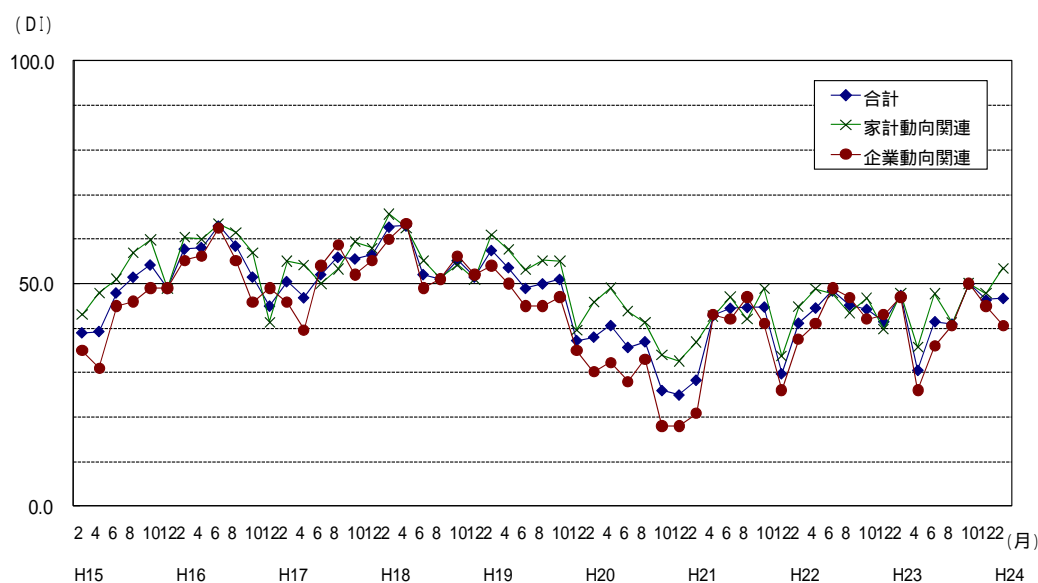
(DI)	平成23年		平成24年	
	10月	12月	2月	(変化幅)
合計	50.0	46.4	46.7	(0.3)
家計動向関連	50.0	47.8	53.4	(5.6)
小売関連	43.2	38.6	52.5	(13.9)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	58.3	57.1	53.6	(-3.5)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	50.0	45.0	40.6	(-4.4)
製造業	50.0	50.0	39.3	(-10.7)
非製造業	50.0	43.1	41.2	(-1.9)

(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23年	10	0.0%	32.6%	41.3%	19.6%	6.5%
	12	2.1%	14.6%	54.2%	25.0%	4.2%
平成24年	2	0.0%	23.9%	45.7%	23.9%	6.5%
(変化幅)		(-2.1)	(9.3)	(-8.5)	(-1.1)	(2.3)

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

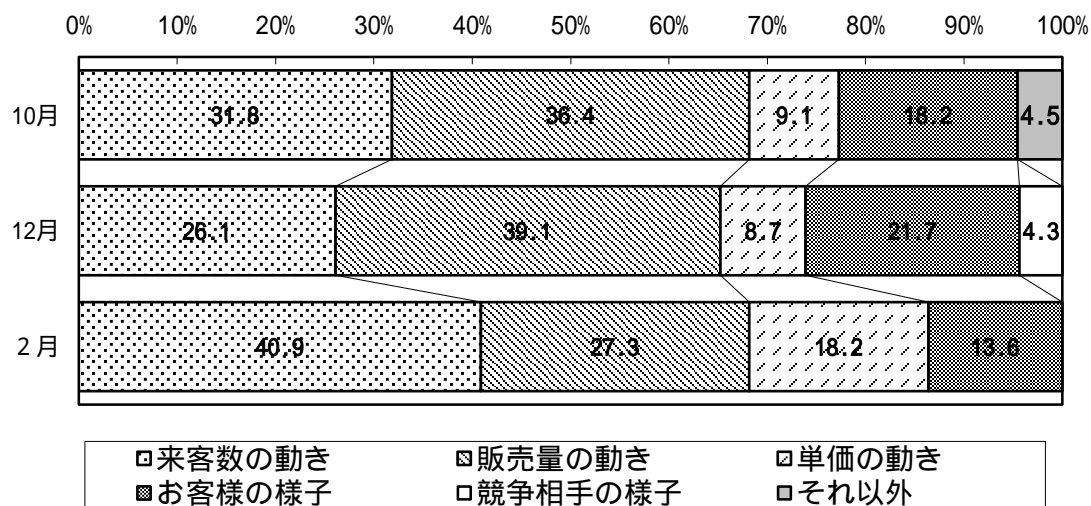
(D I)	平成23年		平成24年	
	10月	12月	12月	2月
合計	41.3	45.8	45.8	38.6
家計動向関連	43.2	54.3	54.3	40.9
小売関連	45.5	54.5	54.5	45.0
飲食関連	-	-	-	-
サービス関連	45.8	50.0	50.0	35.7
住宅関連	-	-	-	-
企業動向関連	39.6	38.0	38.0	36.5
製造業	39.3	35.7	35.7	39.3
非製造業	39.7	38.9	38.9	35.3

（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。

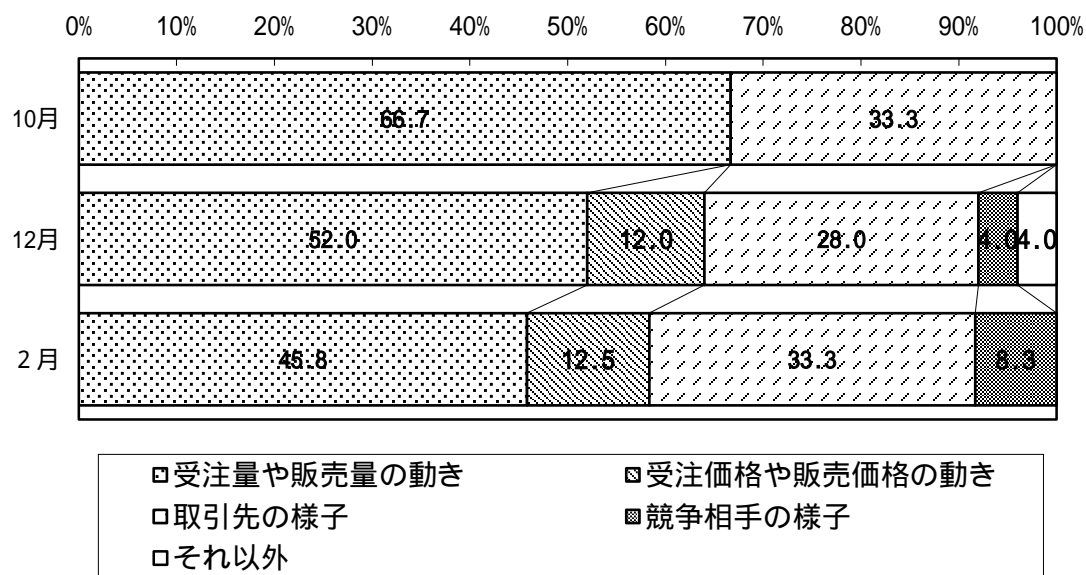
（注）景気の現状をとらえるには、景気の方角性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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	-	-	-
	やや良く なっている	百貨店(売場主任)	来客数の動き	・買うという目的意識を持つての来客が確実に増えているため、売上は増えている。
		高級レストラン(スタッフ)	来客数の動き	・女性の集まりも男性同士の集まりも多くなっているため、来客数が増えている。
	変わらない	一般小売店[靴](店長)	販売量の動き	・2月の春商材の販売点数は前年と今年で変化がなく、現状のまま推移している。
		百貨店(総務担当)	来客数の動き	・若干であるが、宝飾品などの高額品が復調の兆しを見せているが、降雪や厳しい寒さに伴う来客数の減少で、衣料品や食料品の売上が伸び悩んでいる。
		百貨店(広報担当)	単価の動き	・客数は相変わらず前年を下回っており、買上率も前年割れが続いている。唯一、客単価が2けた伸長して何とか前年を維持しているが、バレンタインも短期集中と、強い買上の動機付けがないと購入に結び付かない。
		コンビニ(経営者)	単価の動き	・客が以前よりは消費するものの、相変わらずデフレ傾向で、厳しい。
		衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・福島第一原子力発電所の事故と円高により減少した外国人観光客は、全く改善されていない。
		衣料品専門店(店長)	単価の動き	・商材の入れ替え時期だが、まだまだ寒いこともあって、今年は商業施設全体でも当店でも冬物セールを引っ張っているため、買上単価が小さい。
		一般レストラン(経営者)	お客様の様子	・それなりに来客はあるものの、酒類やソフトドリンクの注文が減っており、売上が上がらない。
		都市型ホテル(経営者)	来客数の動き	・客単価の低下と来客数減少のダブルパンチを受けており、売上の増加は当面見込めない。
		都市型ホテル(広報担当)	来客数の動き	・料飲施設は平日夜の利用が減っており、特に個室の稼働が悪くなっている。宿泊の稼働は比較的高いが、単価は相変わらず上昇していない。
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・今年に入っても、主力商材の販売数は思ったほど伸びていない。
	その他レジャー施設(経営者)	来客数の動き	・これから少しずつ落ちてくるが、1、2月はまだ正月気分が残っている。	
	やや悪く なっている			
悪く なっている	高級レストラン(経営者)	来客数の動き	・少人数での利用客が多く、収容人数に対する稼働率が大変悪くなっている。	
企業 動向 関連	良く 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	・今月と来月が1年のうちで一番受注量が多い月であり、前年同期比でもやや良い。
	やや良く なっている	新聞業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・年度末に向けて新聞広告の出稿量が上向いている。
		建設業(営業担当)	受注価格や販売価格の動き	・受注ペースは落ちることなく、順調である。
	変わらない	出版業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・販売量、返品数は大きな変化がない。
		印刷業・製本業(経営者)	受注量や販売量の動き	・例年、入札を行っている案件では、用紙やインクの値上げがあっても入札価格が下がっている。受注が減っているため、どうしても受注したいという表れのようなのである。
		印刷業・製本業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・金額よりも件数が減少しており、年度末の動きとしては非常に悪い。
		通信業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・販売量が低迷しており、依然として回復の方向が見えていない。
		通信業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・年度末で受注量が若干増えているが、景気が良くなったとは感じられない。
金融業[証券](営業担当)	取引先の様子	・産業全般では東日本大震災の影響による最悪期は脱したように感じられる部分もあるが、消費、生産が拡大する傾向はいまだ見られない。		
金融業[証券](営業担当)	競争相手の様子	・同業他社を含め、決算が軒並み赤字であることから、景気は良くなっているとは考えにくい。		

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
		卸売業〔機械器具〕（経営者） 経営コンサルタント	受注量や販売量の動き 取引先の様子	・少しずつ良くなる兆しを感じられるものの、横ばいである。 ・他地域の新しい商業施設に出店する会社は元気があるが、辞退するところもあり、景気にはばらつきがある。
	やや悪くなっている	新聞業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・販売価格、販売量の低下傾向が顕著に表れている。
		輸送業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・受注単価の切り下げで、やや悪くなっている。
		その他サービス業〔造園業〕（営業担当）	取引先の様子	・年初から年度末にあった来期の発注予定が一部未定となっているため、やや悪くなっている。
	悪くなっている	出版業（経営者）	取引先の様子	・すべての商売がどん底といっても知恵比べで、創意と工夫でしのいでいる店もあるが、デフレは更に進展している。
		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	・倒産、業務縮小、人員整理等が得意先間で起きているため、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	-	-
		一般小売店〔靴〕(店長)	・ファッションはシーズン毎に変わるため、新しい商材に興味を持ってくれることを期待している。
		百貨店(売場主任)	・東日本大震災後1年が経過して景気回復という単純な流れではないが、過去を見つめて将来の準備をするという点からも、消費は戻りつつある。
		百貨店(営業推進担当)	・先行きには懸念があるものの、東日本大震災から約1年がたち、消費者のマインドの改善が進んでいる。外国人観光客の来客も戻ってきているため、やや良くなる。
		高級レストラン(スタッフ)	・前年より宴会の予約などが増えているため、やや良くなる。
		一般レストラン(経営者)	・客の食べ方や飲み方にもよるが、暖かくなると客も出てくると思うため、景気は良くなる。
		旅行代理店(支店長)	・春から夏の旅行のピークであり、暖かくなってくると需要が上がってくる。
		通信会社(営業担当)	・新生活が始まり、購買意欲が高まる。
	変わらない	通信会社(営業担当)	・春先の引っ越し、移転、卒業、入学等の人の動きで販売数の伸びが期待できる。
		百貨店(総務担当)	・景気自体が良くなっている実感がなく、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)	・必要な物に関して、十分に吟味して購入している姿が見られる。バレンタイン等のモチベーション需要が終了すると、客数、買上率とも低下して前年割れになるため、景気回復が感じられない状況は変わらない。
		コンビニ(経営者)	・景気はますます悪くなるだけという状況は変わらない。
		衣料品専門店(店長)	・前年は東日本大震災後の影響が大きかったため、前年を上回る数字が出たとしても、急激な上昇を期待することは難しく、大きな変化はない。
		衣料品専門店(店長)	・前年は東日本大震災の影響で最悪だったため、売上は上がると思うが、景気が良いとはいえない。
		一般レストラン(経営者)	・今年は気温が低く、客の往来が非常に少ない。来客数、販売数量、金額とすべてが悪いため、上向きにはならない。
		都市型ホテル(経営者)	・年金、社会保障の政策等、不安定で将来の展望が全く開けず、顧客及び会社の財布のひもが固くなる状況は変わらない。
	やや悪くなる	都市型ホテル(広報担当)	・3～4月は卒業、入学、歓送迎会の予約が毎年あり、個人需要が増えて売上増が図れるが、現状ではあまり大きな期待はできない。
設計事務所(所長)		・既存建物の耐震診断は多くなったが、新設建物の設計依頼が少なくなっている。	
一般小売店〔和菓子〕(経営者)		・福島第一原子力発電所の事故の問題など、解決できないことが多くあり、東日本大震災の復興もままならず、国の借金の多さだけが際立っているため、客の財布のひもは固くなる。	
スーパー(店長)		・会社計の売上が悪い状態が続いており、利益率も悪化しているため、やや悪くなる。	
高級レストラン(経営者)		・消費税増税の議論等を勘案し、全体に買い控えがあり、やや悪くなる。	
悪くなる	競馬場(職員)	・下落の傾向に歯止めが効かないことから、やや悪くなる。	
	その他レジャー施設(経営者)	・毎年のことだが、1、2月の反動が3、4月に来るため、これから少しずつ売上が落ちていく。	
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)	・1月の気候の影響が大きく、件数の減少が著しいため不安もあるが、年度末の需要はあると思うため、やや良くなる。
	変わらない	建設業(営業担当)	・今後も東日本大震災の復興関連に期待ができるため、やや良くなる。
		輸送業(従業員)	・新規受注が増える見込みがあるため、やや良くなる。
		新聞業(営業担当)	・相変わらず円高、株安、欧州の金融不安などの懸念材料もあり、特に輸出系企業の業績悪化による宣伝、広告費減などの影響もまだ見通せないが、年度末に向けての広告出稿需要は底堅い。

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
		出版業（営業担当）	・消費増税の議論による総選挙となったりすると、その結果により今後の経済状況がどうなるのか、非常に不透明な状況は変わらない。
		印刷業・製本業（営業担当）	・年度末が過ぎ、仕事はある程度落ち着いてくる。しかし、その時に中小零細企業や大企業など、特に資本力のある企業が無理な投げ売りをすれば、それが負のスパイラルになってしまうため、焦ってそういった競争が始まらないことを願っている。
		通信業（営業担当）	・東日本大震災からの復興や税制の改革について明確な方針が示されておらず、不安がぬぐえない。
		通信業（営業担当）	・円高などの対策がないため、変わらない。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・内需では東日本大震災の復興需要が幾分見え始めている。ギリシャで財政緊縮策などの法案が可決された後、いまだ調整は続くが、以前と比較すれば現状が大きく崩れるリスクはやや軽減されてきたようにも感じられる。ただし、国内、海外共にけん引役となるファクターが見られず、一概に回復が期待される状況にはない。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・東日本大震災の復興需要で、一時的に景気が回復しているのは東北の一部地域のみであり、近隣の地域ではまだ購入を控えている雰囲気があるため、変わらない。
		卸売業〔飲食品（鮮魚）〕（経営者）	・ずっと底である状況は、変わらない。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・得意先各社では、動きが少しずつ良い方向になってきた感触が見られる。
		経営コンサルタント	・世界的にも金融を中心に不安定であるため、設備投資をちゅうちょしている会社が散見され、まだまだ時間が掛かりそうである。
		その他サービス業〔管工事業〕（経営者）	・現状とそれほど変わらない。
その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・具体的な動きもなく、プラスに転換する要素や要因が見当たらない。		
やや悪くなる		新聞業（経営者）	・売上が下向きになり、やや悪くなる。
		印刷業・製本業（経営者）	・相見積が増えており、価格の下げ合いをして利益を減らしているため、これでは景気は回復していかず、やや悪くなる。
		建設業（経営者）	・施工単価が高くなり、官公庁の予算では赤字受注となるため、競争入札では不調が続く。また、技能労働者の不足により、仕事があっても受注できない状況が起きてくる。
		卸売業〔機械器具〕（営業担当）	・新年度の4月から受注の動きは減るため、やや悪くなる。
悪くなる		その他サービス業〔造園業〕（営業担当）	・例年、業種的に4、5月は仕事量が減るが、今年はひどく落ち込みそうであるため、景気はやや悪くなる。
		出版業（経営者）	・すべての商売が駄目ということではなく、徹底した顧客志向で頑張っている所も見られるが、マクロ的には悪くなる。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	・来客はあるものの客単価が低く、消費税増税の議論などもあり、明るいとは思えない。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（経営者）	・消費に停滞感がある。消費税増税の議論がかなり浸透し、消費者の頭の中が切り替わってきていることが、消費の低迷に表れる。

(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		