

中央区内景气动向调查

平成24年6月调查结果

平成24年7月13日

中央区

総 括

平成 24 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 43.2 と、前回調査から 11.8 ポイント低下している。景気の先行き判断 D I は合計で 46.4 と前回調査から 4.7 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24年			前回調査 からの変化
	2月	4月	6月	
合計				
現状判断 D I	44.0	55.0	43.2	(-11.8)
先行き判断 D I	46.7	51.1	46.4	(-4.7)

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 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43.2と、前回調査から11.8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17.5ポイント、企業動向関連DIは7.0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11.7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23.2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

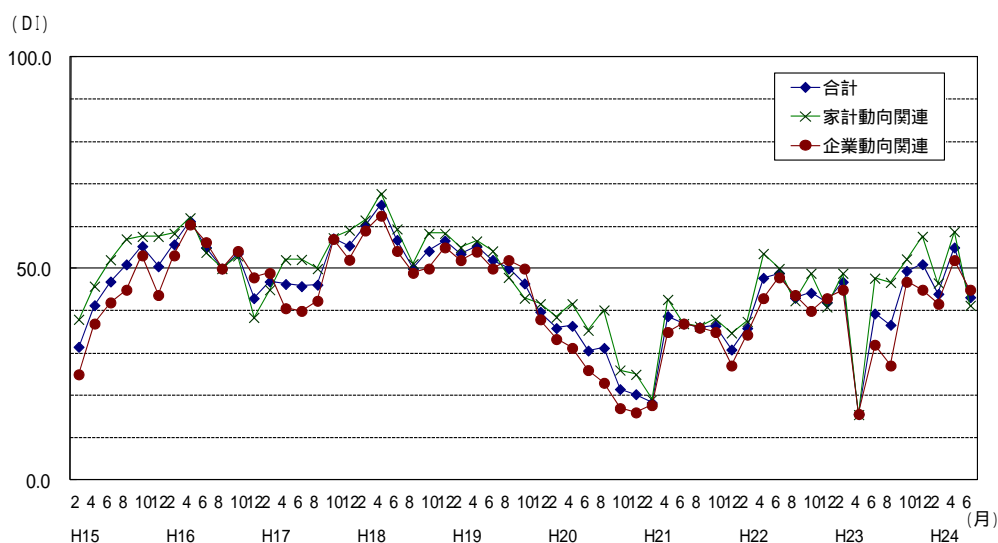
(DI)	平成24年			
	2月	4月	6月	(変化幅)
合計	44.0	55.0	43.2	(-11.8)
家計動向関連	46.6	58.8	41.3	(-17.5)
小売関連	50.0	60.0	38.6	(-21.4)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	46.4	65.0	42.9	(-22.1)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	41.7	52.0	45.0	(-7.0)
製造業	46.4	67.9	39.3	(-28.6)
非製造業	39.7	45.8	47.2	(1.4)

(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。

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24年	2	2.2%	17.4%	45.7%	23.9%	10.9%
	4	2.2%	37.8%	42.2%	13.3%	4.4%
	6	0.0%	14.6%	52.1%	25.0%	8.3%
(変化幅)		(-2.2)	(-23.2)	(9.9)	(11.7)	(3.9)

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46.4と前回調査から4.7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4.6ポイント低下し、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、「変わらない」と回答する人の割合が7.5ポイント増加し、「やや良くなる」と回答する人の割合が12.3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

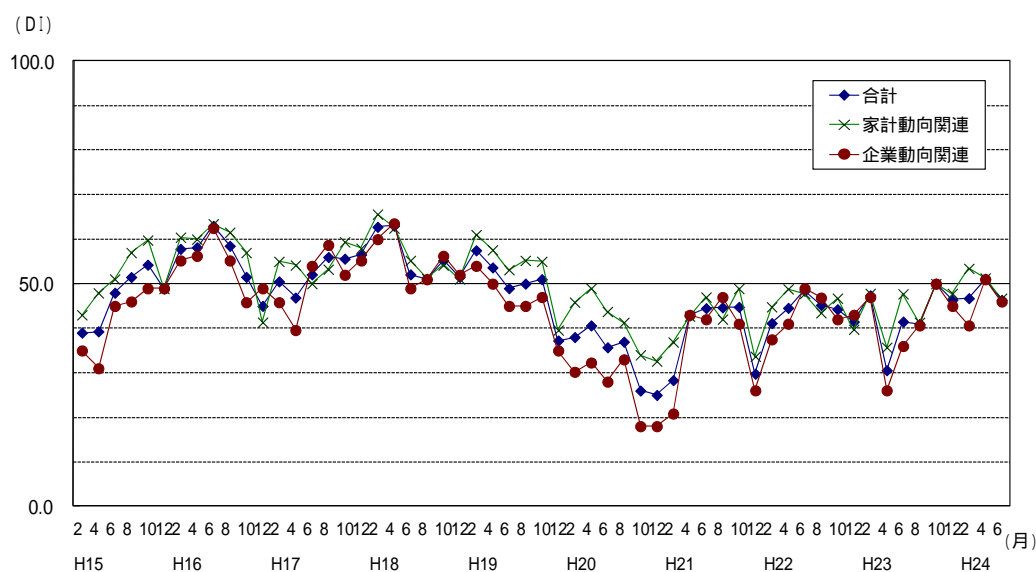
(DI)	平成24年			
	2月	4月	6月	(変化幅)
合計	46.7	51.1	46.4	(-4.7)
家計動向関連	53.4	51.3	46.7	(-4.6)
小売関連	52.5	52.5	43.2	(-9.3)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	53.6	50.0	46.4	(-3.6)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	40.6	51.0	46.0	(-5.0)
製造業	39.3	53.6	46.4	(-7.2)
非製造業	41.2	50.0	45.8	(-4.2)

(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	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24年	2	0.0%	23.9%	45.7%	23.9%	6.5%
	4	0.0%	31.1%	46.7%	17.8%	4.4%
	6	0.0%	18.8%	54.2%	20.8%	6.3%
(変化幅)		(0.0)	(-12.3)	(7.5)	(3.0)	(1.9)

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

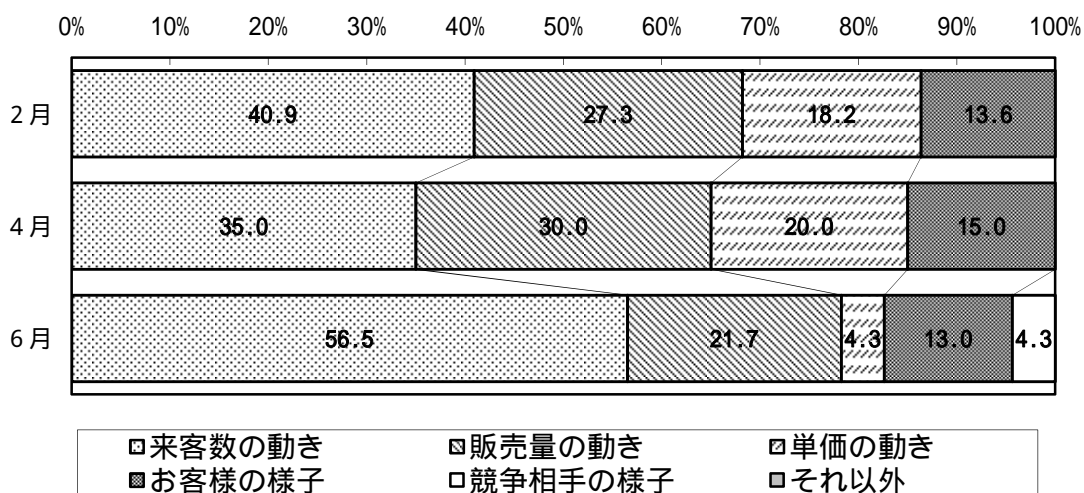
(D I)	平成24年		
	2月	4月	6月
合計	38.6	50.0	36.5
家計動向関連	40.9	53.8	31.5
小売関連	45.0	52.5	25.0
飲食関連	-	-	-
サービス関連	35.7	65.0	35.7
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	36.5	47.0	41.0
製造業	39.3	57.1	39.3
非製造業	35.3	43.1	41.7

（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。

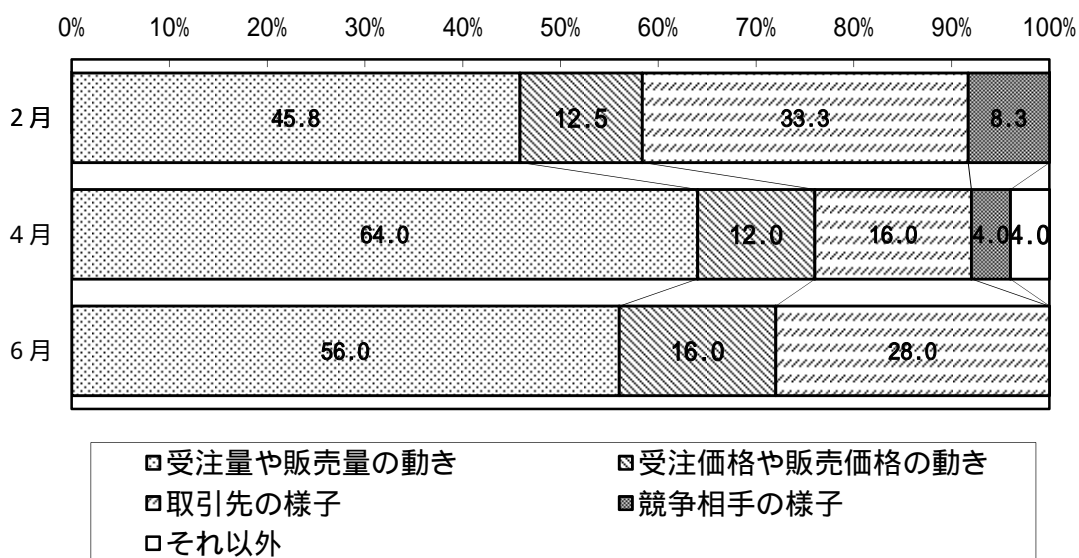
（注）景気の現状をとらえるには、景気の方角性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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(総務担当)	来客数の動き	・季節的に陽気も良くなり、来街者は増えている。全体的な売上、景況は決して満足のいくものではないが、高額品などは回復の兆しを見せている。
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・修学旅行生は今年が一番来てくれている。また、東京スカイツリーの影響で、当地域にも観光客が流れてきているようである。
	変わらない	一般小売店[靴](店長)	お客様の様子	・客の購買動向は、依然として無駄な物は買わない傾向が続いている。衝動買いはせず、買物に対して慎重である。
		高級レストラン(経営者)	単価の動き	・客数確保のため低単価メニューを加えたことによって、従来の売上水準に達しない近隣の同業者は、経費の切り詰めに悩んでいると聞いている。
		都市型ホテル(経営者)	来客数の動き	・周辺地域に同業者が乱立し、少ないパイの奪い合いになっている。価格競争の真ただ中にいる感じである。
		都市型ホテル(広報担当)	来客数の動き	・平日夜のレストラン利用客が思うように増加しない。特に個室の回転が良くない。
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・春先の客の移転等も落ち着き、販売数も顕著な動きを見せていないため、変わらない。
	やや悪く なっている	百貨店(売場主任)	来客数の動き	・他の新しい商業施設等への流出も要因なのか、来客数が圧倒的に落ち込んでいる。
		スーパー(店長)	販売量の動き	・単価はそれほど変化がないが、客数が減っている。
		衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・特にゴールデンウィーク終了後、客数が減少している。
		その他レジャー施設(経営者)	来客数の動き	・お花見のシーズンも終わって客の心理も落ち着いたかと思っただが、遊びは一番後でということか、客足はさっぱりである。
	悪く なっている	コンビニ(経営者)	競争相手の様子	・入れ代わり立ち代わり、競合店が増えて大変である。
		高級レストラン(スタッフ)	来客数の動き	・最近、客が全く来ない。天気にも左右されることもあるが、ゴールデンウィーク以降、あまり来ていない。
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	・今年度の売上はある程度上がっているため、やや良くなっている。
	変わらない	出版業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・3か月前に比べて販売量、広告収入の金額は変わっていないが、上向きとまでは言えないため、変わらない。
		印刷業・製本業(営業担当)	受注価格や販売価格の動き	・受注量としては増えているが、やはりデフレで価格競争が激しく、トータルとしては横ばいである。
		印刷業・製本業(経営者)	受注量や販売量の動き	・一部の客では上向いてきているが、一部の客は下向いており、トータルとしてはあまり変わらないという状況である。
		建設業(営業担当)	受注価格や販売価格の動き	・受注価格が高い。競争相手が多い。施主より、一部クレームがあった。
		輸送業(従業員)	受注量や販売量の動き	・受注量については、前年度からほぼ変化がない。
		金融業[証券](営業担当)	取引先の様子	・日銀の景況報告では回復への見通しが盛り込まれてきたものの、3月決算の会社の今期見通しを見る限り、さほど強気の数字は見られない。増益見通しと選んでいる企業についても、基本的には合理化による部分が大きいと考えられるため、変わらない。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・修学旅行シーズンで、一部の地域ではにぎわっている。一般の客は、新しい商業施設へ流れているようである。
		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	・取引先及び同業者において、倒産、廃業、合併等が起きている状況は変わらない。

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
	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	・6月はボーナス月であり、第1四半期の締めか月だが、個人消費に勢いがなく、企業の業績も不透明で、広告出稿マインドも低調に推移しているようである。
		卸売業〔機械器具〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・昨年に比べると比較的良い状態だが、年度末に比べると景気は少し落ちている。
	悪くなっている	出版業（経営者）	取引先の様子	・デフレの進行で、消費者はますます安いほうへと流れている。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・大型商材や消耗品等の動きが悪くなっている。

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	高級レストラン(経営者)	・期待感を込めて、やや良くなる。
		一般レストラン(経営者)	・これから当地域を舞台にしたテレビドラマが始まるため、忙しくなる。また、お盆、お祭り、花火大会など、いろいろなイベントがあるため、客が多く来て、やや良くなる。
		通信会社(営業担当)	・ボーナスによる特需があるのではないかと考えているため、やや良くなる。
	変わらない	一般小売店[靴](店長)	・客が必要な物しか購入しない傾向は今後も続くため、現状維持となる。
		百貨店(総務担当)	・食料品は順調に推移しているものの、ファッション関連商材の売上に安定感が感じられないため、変わらない。
		百貨店(業務推進担当)	・景気を引っ張るだけの際立った流行がないため、変わらない。
		百貨店(営業推進担当)	・景気の先行きに懸念があるものの、消費者のマインドは大きく落ち込まず、中国人観光客も順調に推移する。ただし、7月下旬から8月上旬にかけては、ロンドンオリンピックの観戦によって来客の減少が考えられる。
		百貨店(売場主任)	・6、7月のセールで一過性の盛り上がりは期待できるものの、消費者の継続的な購買ニーズは落ち着いたと思うため、変わらない。
		コンビニ(経営者)	・デフレ傾向が続き、大変である状況は変わらない。
		衣料品専門店(店長)	・ゴールデンウィーク明けからまた少しずつ来客数が減っている。周辺の客足も少なく、静かな状態であるため、先行きも変わらない。
		一般レストラン(経営者)	・客は無駄な物を一切買わない。来客数の増加は見込めず、新規の客数も増えず、今月を超えるとは思えない。
		都市型ホテル(経営者)	・現在の政治が悪く、経済にまで目が行き届かない感じがするため、変わらない。
		都市型ホテル(広報担当)	・東京スカイツリーの効果に期待したい。特に夏休みに向けて、宿泊プランや料飲施設の利用増を期待している。
	通信会社(営業担当)	・社会全体の景気がいまだ回復せず、客の反応も悪い現状から、変わらない。	
	その他レジャー施設(経営者)	・今が悪い時である。客層が増えるとは思えず、遊ぼうというような、心理的に嬉しいことや楽しいことが起きても考えられない。少しでも景気が良くなるまで、じっと辛抱である。	
	設計事務所(所長)	・耐震診断業務が多く、あと2~3年は関連した業務が続くと思うが、新設の建築が少なくなっている状況が続く。	
	やや悪くなる	スーパー(店長)	・天候や気温に左右されやすい時期であるため、楽観できない。
		衣料品専門店(店長)	・政治、経済は共に先行きが不透明である。
高級レストラン(スタッフ)		・予約状況が全体的に良くない。日によっては総会など大型宴会が入っているが、やや悪くなる。	
旅行代理店(支店長)		・ボーナス悪化の企業が多いという話であるため、天候不順も響き、やや悪くなる。	
競馬場(職員)		・円高がより一層進み、先の見通しが立たない。	
悪くなる	-	-	
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	輸送業(従業員)	・受注量が前年同月に比べて増えているため、前年に対して良くなっていく。
		通信業(営業担当)	・悪い要因は出尽くしているように思うため、現在の状況が続く。
		卸売業[飲食料品(鮮魚)](経営者)	・今は東京スカイツリーに観光客が集中しているが、しばらくすればまた、それぞれの観光地に客が分散、循環するため、やや良くなる。
		卸売業[機械器具](営業担当)	・この先の受注相談が多々あるため、やや良くなる。
		卸売業[機械器具](従業員)	・現状は公共発注がまだ進んでいないが、2~3か月すると動き出し、前年並みの受注量が見込める。
変わらない	新聞業(営業担当)	・急激な受注量の悪化はほほないと考えているが、企業業績に先行き不透明感が強い。特に欧州の信用不安、電力危機が懸念材料である。	

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
		出版業（営業担当）	・大幅な変化はないと思うが、欧州の信用不安、過度な円高等で経済状況が不安定となり景気が悪化してくると、出版物の売行きに影響が出てくる。
		印刷業・製本業（経営者）	・依然として価格の値下げ圧力が強いいため、変わらない。
		印刷業・製本業（営業担当）	・夏季の減少はあるかと思うが、量としては増加しているため、変わらない。昨年に比べても緊縮ムードはない分、悪化している印象はない。
		建設業（営業担当）	・発注量は増えると思うが、受注に結び付くかはまだ見通しが立たないため、変わらない。
		建設業（営業担当）	・同業者が多く、競争が厳しいため、変わらない。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・欧州の信用不安や米国景気の伸び悩み、中国の減速からすると、逃避通貨としての円高傾向は当面継続される見通しであり、そうしたなかで日本企業の回復のきっかけはまだまだ見通せない状況にある。
		その他サービス業〔造園業〕（営業担当）	・夏に向けて仕事量が増える要素がないため、変わらない。
	やや悪くなる	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・電気料金の値上げ等の懸念材料が多く、先行きが不安視される。受注にしても単価が低く、採算が合わない。依然として厳しい業況は変わらない。
		通信業（営業担当）	・政局の動き、円高、ユーロ高の経済状況は先行き不透明であるため、やや悪くなる。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当） 経営コンサルタント	・元々、夏場など気温が上がると厳しいため、例年どおり、やや悪くなる。 ・他地域の新しい商業施設等では限定品を販売しているため、同一メーカーの商品を買うためにそちらへ流れていく状況が継続し、やや悪くなる。
	悪くなる	出版業（経営者）	・先行き不透明である。委縮している日本は、消費税増税の議論次第では沈没するかもしれない。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・欧州の信用不安から派生する様々な影響がマーケットを大きく揺るがす可能性が高いため、悪くなる。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・円高、その他の条件によって将来、国内の空洞化が進み、悪くなる。

(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		3	
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	
飲食品		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		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		