

中央区内景气动向调查

平成24年8月调查结果

平成24年9月14日

中央区

総 括

平成 24 年 8 月の動き

中央区内における 8 月の現状判断 D I は合計で 51.5 と、前回調査から 8.3 ポイント上昇している。景気の先行き判断 D I は合計で 46.5 と前回調査から 0.1 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24年			前回調査
合計	4月	6月	8月	からの変化
現状判断 D I	55.0	43.2	51.5	(8.3)
先行き判断 D I	51.1	46.4	46.5	(0.1)

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 8 月調査の調査票発送は 8 月 9 日（木）、回答期限は 8 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 50 名、有効回答率は 100.0%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51.5と、前回調査から8.3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9.7ポイント、企業動向関連DIは7.0ポイントとそれぞれ上昇している。構成比では、「やや悪くなっている」と回答する人の割合が9.0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15.4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

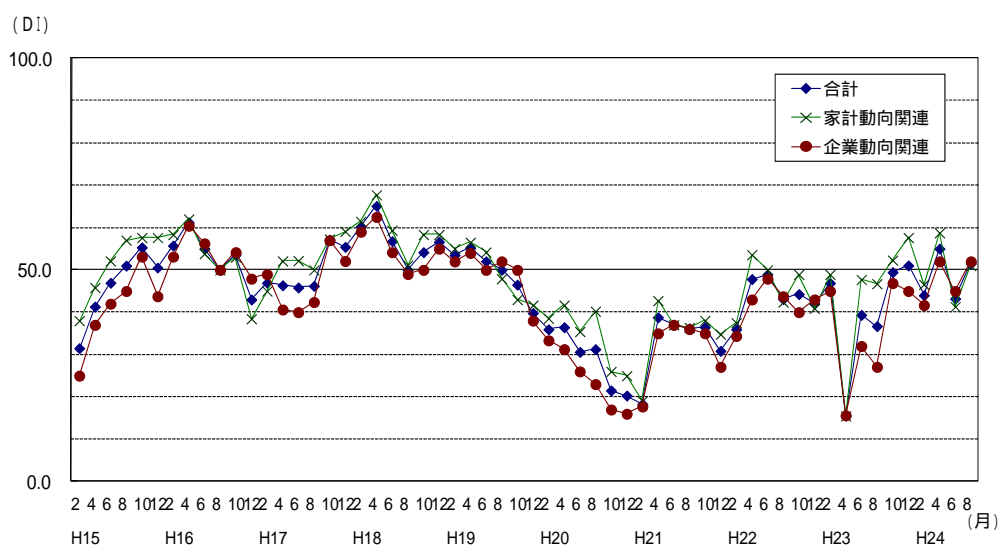
(DI)	平成24年			
	4月	6月	8月	(変化幅)
合計	55.0	43.2	51.5	(8.3)
家計動向関連	58.8	41.3	51.0	(9.7)
小売関連	60.0	38.6	48.1	(9.5)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	65.0	42.9	57.1	(14.2)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	52.0	45.0	52.0	(7.0)
製造業	67.9	39.3	53.6	(14.3)
非製造業	45.8	47.2	51.4	(4.2)

(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	4	2.2%	37.8%	42.2%	13.3%	4.4%
	6	0.0%	14.6%	52.1%	25.0%	8.3%
	8	0.0%	30.0%	50.0%	16.0%	4.0%
(変化幅)		(0.0)	(15.4)	(-2.1)	(-9.0)	(-4.3)

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46.5と前回調査から0.1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0.7ポイント低下し、企業動向関連DIは1.0ポイント上昇している。構成比では、「変わらない」と回答する人の割合が5.8ポイント増加し、「やや悪くなる」と回答する人の割合が8.8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

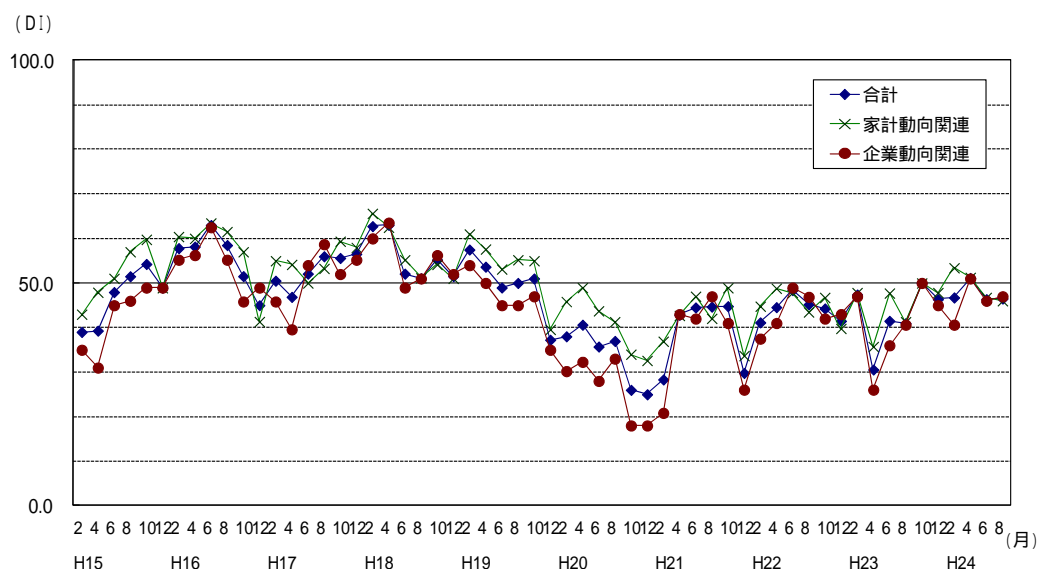
(DI)	平成24年			
	4月	6月	8月	(変化幅)
合計	51.1	46.4	46.5	(0.1)
家計動向関連	51.3	46.7	46.0	(-0.7)
小売関連	52.5	43.2	36.5	(-6.7)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	50.0	46.4	53.6	(7.2)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	51.0	46.0	47.0	(1.0)
製造業	53.6	46.4	39.3	(-7.1)
非製造業	50.0	45.8	50.0	(4.2)

(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	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
			なる		なる	
平成24年	4	0.0%	31.1%	46.7%	17.8%	4.4%
	6	0.0%	18.8%	54.2%	20.8%	6.3%
	8	0.0%	18.0%	60.0%	12.0%	10.0%
(変化幅)		(0.0)	(-0.8)	(5.8)	(-8.8)	(3.7)

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）

現在の景気の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

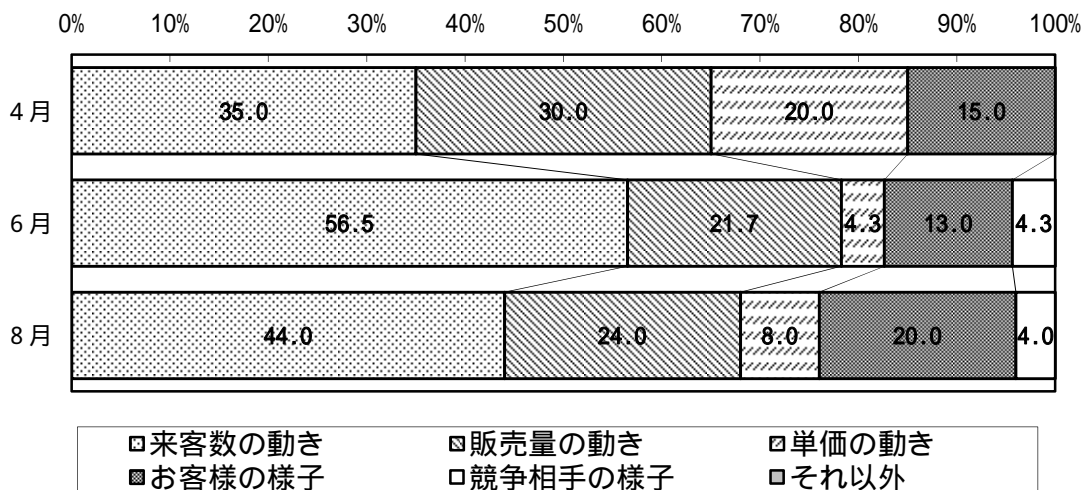
(D I)	平成24年		
	4月	6月	8月
合計	50.0	36.5	37.5
家計動向関連	53.8	31.5	34.0
小売関連	52.5	25.0	30.8
飲食関連	-	-	-
サービス関連	65.0	35.7	39.3
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	47.0	41.0	41.0
製造業	57.1	39.3	46.4
非製造業	43.1	41.7	38.9

(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。

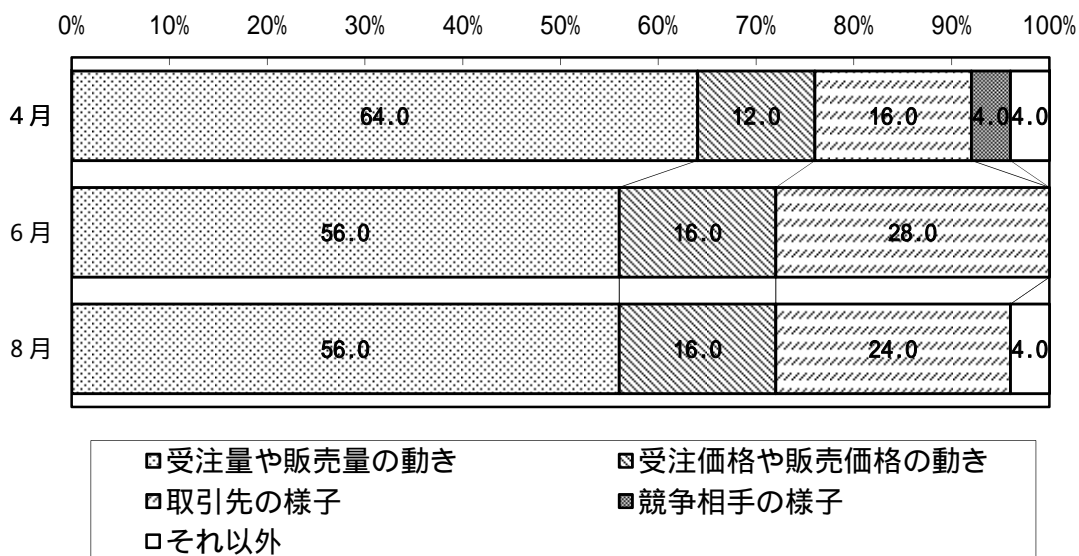
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方角性に加えて、景気の水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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	スーパー(店長)	お客様の様子	・今後どうなるかは分からないが、夏休みや猛暑、オリンピックなどで一部良くなった点もある。	
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・例年8月は、祭り、花火大会、その他いろいろなイベントがあるため忙しい。また、今年はスカイツリーの観光客も来てくれているようである。組合にも、旅行会社やバスツアーの客の予約も入るようになっている。少なくともスカイツリーの影響はある。	
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・夏休みのお金の使い方、昨年より海外旅行などにお金を使う人が増えているようである。	
	変わらない	百貨店(売場主任)	お客様の様子	・客数が伸びないため、変わらない。	
			百貨店(総務担当)	来客数の動き	・夏セールの会期分散による来客数減を要因とした夏物商戦のマイナス分を、なかなかカバーするに至らない。
		スーパー(店長)	競争相手の様子	・デフレの影響や、規制緩和によって大量出店が容易となったことがスパイラルの大きな要因である。	
		衣料品専門店(店長)	お客様の様子	・7月からのセール商品の動きは今月も引き続き好調だが、プロパーの新商品への関心が薄い。	
		衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・外国人の客数が増えてきたにもかかわらず、全体の客数が減少している。	
		高級レストラン(経営者)	単価の動き	・売上、来客数共に月ごとに波が大きく、安定した経営環境ではない。毎年お盆の時期は、客数、営業日数共に減少するため、経営悪化は想定されており、変わらない。	
		都市型ホテル(経営者)	来客数の動き	・近隣に大資本の出店があって供給過多のうえ、人の動きも鈍いため、来客数の減少に見舞われている。	
		都市型ホテル(広報担当)	来客数の動き	・夏休みに入り、ビジネスで利用する外国人客が減少している。国内旅行で都内ホテルを利用する客が増えているが、全体の底上げにはなっていない。平日の夜のレストラン客、特に接待利用が減っているが、これはオリンピック開催中の影響している可能性がある。	
		やや悪くなっている	一般小売店[靴](店長)	単価の動き	・今月の来客数も少なくなっているが、まとめ買いが少なく、客単価が低くなっている。客数、単価共に伸びないため売上は厳しい。
			高級レストラン(スタッフ)	来客数の動き	・最近客が全く来店しない。暑過ぎて街を歩かないのかもしれない。来店した客は、外に出るのがつらいと言っていた。
その他レジャー施設(経営者)	来客数の動き		・当社は100年以上続いているが、8月、特にお盆のころは悪いと決まっており、いつものことである。会社勤めの客たちは帰省で落ち付かず、人数もそろわない。お金の使い道が、遊びから違うほうに向かう。		
悪くなっている	コンビニ(経営者)	販売量の動き	・不必要な物は買わないという姿勢が続き、販売量が減少している。		
企業 動向 関連	良くなっている	-	-	-	
	やや良くなっている	新聞業(経営者)	それ以外	・夏期に入って高温が続き、夏物及び対象品の売行きが活発な傾向にある。オリンピックの影響が、何となく今までのややもやした空気がすっきりしたような気がする。	
		印刷業・製本業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・夏の時期は長期休暇もあり工場の稼働率が通常は低くなるが、今年は比較的埋まっているような状況である。	
		印刷業・製本業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・大きな物件の受注があり、価格面はいまだ厳しい状況だが、量は大きく増加している。	
	輸送業(従業員)	受注量や販売量の動き	・受注量が前年比で上向いている。		

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
		その他サービス業〔造園業〕（営業担当）	取引先の様子	・見積など、問い合わせの量が増えている。
	変わらない	新聞業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・ボーナス商戦が盛り上がり欠けるなど、個人消費に力強さがなく、企業の広告、宣伝活動も横ばいといったところである。
		印刷業・製本業（経営者）	受注量や販売量の動き	・4～6月の売上は、前年比105%程度、前々年比では95%程度であり、上下の振れは少ない。
		建設業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・受注競争が激化している。
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・結論を先送りするケースが増えている。
		金融業〔証券〕（営業担当）	取引先の様子	・夏場は例年、一部の季節性商材の売上を除けば需給共に停滞する時期ではあるものの、今年は更にその傾向が強いようである。オリンピックというイベントはあったが、そこへ向けた消費の増加はほとんど見られず、そもそも売り手側もさほど期待をしていなかったようである。
		卸売業〔機械器具〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・ここ2、3か月の受注の動きは安定しており、大きな変化はない。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・円高のためか、海外へ人が流れている気がする。繁華街の人の流れが少ない。物流も少なく、変化が見られないようである。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	取引先の様子	・解約、受注内容及び金額の見直しがあり、収支関連が更に厳しくなっている。
	やや悪くなっている	出版業（経営者）	取引先の様子	・消費税増税による先行き不安が消費行動を抑制している。
		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が大幅に減ってきており、特に7、8月は厳しい状況である。
		建設業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・資材単価が上がっているため、価格競争で負ける。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	取引先の様子	・国内の生産価格が国外に比べて高くなっているため、国内の生産量が減ってきている。
	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	高級レストラン(スタッフ) 通信会社(営業担当) その他レジャー施設(経営者) 設計事務所(所長)	・少し涼しくなった日は、急に大勢の来客があったため、秋になり涼しくなったら来店する。 ・秋口にかけて、販売数に伸びが期待できるため、やや良くなる。 ・9月の声を聞き、幾らか涼しくなってくると遊ぼうかという気になる。毎年のことだが、7、8月に悪かった分、9、10月が良くなるため、今年もそうあることを願っている。 ・耐震診断及び新規物件の設計が多く、今後もしばらく続くと思う。
	変わらない	一般小売店[和菓子](経営者)	・オリンピック騒ぎに紛れて消費税増税法案が成立してしまっただが、消費者が気が付くまでには、まだ時間が掛かりそうである。
		百貨店(総務担当)	・消費意欲は堅調であり、今後大きく前年実績を下回ることはない。
		百貨店(営業推進担当)	・消費税増税が決まるなど、消費者のマインドは上を向きにくい。外国人観光客も不安材料が払しょくできておらず、大きな伸びは期待しにくい状況である。
		百貨店(売場主任)	・必要な物を必要なだけ、しかも、できるだけ手の届く範囲でという客の買上動向は、春以降通じて今後も変わらない。
		百貨店(広報担当)	・百貨店全体の売上を見ても、足元の売上は堅調である。宝石、時計といった高額品は、東日本大震災前の前々年売上を超えてきている。
		スーパー(店長)	・東日本大震災の影響があった昨年よりは良いと思うが、9、10月は気温や台風など気候の影響を受けやすい時期になるため、楽観はできない。
		衣料品専門店(店長)	・良くなる気配もなく、そうかといって悪くなるほどの気配もない。
		高級レストラン(経営者)	・景気の良化が接待等の増加につながり、近い将来から年末にかけて良化すると思う。平均株価に連動するかのよう、予約状況に反映してくる。
		一般レストラン(経営者)	・今の景気は周りを見ると良いほうだと思うため、このまま変わらない。
		一般レストラン(経営者)	・来客数の少なさなど、景気悪化への動きが多くあるため、将来的にも良くなるとは思えない。
		都市型ホテル(経営者)	・希望的観測で言えば、夏が終わって秋に入り、人の動きや商取引の活発化が望める。
		都市型ホテル(広報担当)	・10月に大きな国際会議が開催されることに伴い、宿泊、料飲施設の利用増を見込みたい。
		通信会社(営業担当)	・何か大きく変化する要因が思いつかないため、変わらない。
	競馬場(職員)	・今が悪い状態なので、これ以上悪くなるとは思えない。また、良くなる材料もないので、変わらない。	
	やや悪くなる	一般小売店[靴](店長)	・客の不必要な物を購入しない傾向は依然として続いている。以前はあった、これも買っておこうという、ある意味衝動買いの要素が、今年はない。
		百貨店(業務推進担当)	・消費税増税等があって、先行きが不安な人が多く、無駄や節約を考えている人が増えている。
		旅行代理店(支店長)	・移転後1年を迎え、来客が減りそうであるため、やや悪くなる。
	悪くなる	スーパー(店長)	・昨年は東日本大震災があったため、今年のレジャーは伸びるが、夏休みでお金を使い、生活費は締めるため、悪くなる。
コンビニ(経営者)		・増税、増税で国民は苦しめられ、ますます消費しない。	
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	金融業[証券](営業担当) 卸売業[飲食料品(鮮魚)](経営者) 卸売業[機械器具](従業員)	・消費税法案が通り、今後の駆け込み需要が見込まれることや、円高の一服で輸出株を中心に上昇に転じ、日経平均が9,000円台を回復していることなどから、やや良くなる。 ・夏が過ぎれば、食品販売は毎年回復するため、やや良くなる。 ・受注量は多少改善の兆しが見られるが、利益が低い状況は変わらない。2、3か月先よりマーケットが動き出すことから、受注増を期待したい。

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
		経営コンサルタント	・大きな国際会議が開催される予定から、一時的に良くなりそうである。
		その他サービス業〔造園業〕（営業担当）	・年度末、物件が動き出すため、やや良くなる。
	変わらない	新聞業（経営者）	・プラス指向が見当たらない。
		新聞業（営業担当）	・エコカー補助金の駆け込み需要で、車関係の宣伝活動はやや活発になっているが、補助金切れが予想される9月以降は冷え込むかもしれない。円高、株安懸念も相変わらず継続しており、数か月先も改善に向けての好材料に乏しい。
		印刷業・製本業（営業担当）	・世界各地でいろいろな問題を抱えており、お互いに足の引っ張り合いや、出る杭を打ち合っているようである。将来の景気として見ると、受身の状態では光が見えない。
		印刷業・製本業（経営者）	・客先の中には廃業する企業が出てきている。受注減につながるが、同業他社も廃業するため、結果として変わらない。相変わらず小さなパイの食い合いをしている。
		印刷業・製本業（営業担当）	・受注量は上がったが、先の見通しとしては期待できるものがあまりない状況であり、横ばいで推移して欲しい。
		建設業（経営者）	・政治の行方により悪くなる可能性もあると思うが、期待値で、変わらないで推移していきたい。
		建設業（営業担当）	・受注物件が増加傾向には変化しない。
		輸送業（従業員）	・受注量がそれほど急に多くなるとは考えられない。
		通信業（営業担当）	・現状が変わるような要因が見えない。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・第1四半期を越えた時点で、業績予想の上方修正を行う企業がいくつか見られたが、ほとんどは売上の増加ではなく、経費抑制による合理化努力に起因するものとなっており、これもかなり終局にきているように感じられる。今後、電気料金の値上げや消費税の増税による影響も考えられるなかで、景気の浮揚はなかなか考えにくい状況にある。
		卸売業〔機械器具〕（営業担当）	・11、12月ごろに大きな変動はない。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・現在と状況を変えるような条件が見られない。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・先々の実施とはいえ、消費税増税に伴い、中小企業に深刻なダメージが波及すれば、日本経済の底力はそがれ、各所各業種で収益が圧迫される。
	やや悪くなる	出版業（営業担当）	・大手電力会社の電気料金の値上げ、消費税増税等、家計を直撃することばかりで、雑誌、書籍の売上は非常に厳しくなる。
		通信業（営業担当）	・政局不安定、円高などで、やや悪くなる。
	悪くなる	出版業（経営者）	・消費税増税による先行き不安が消費行動を抑制していく。
		建設業（営業担当）	・消費税の増税で確実に景気が悪くなる。

(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	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		3	
輸送業		1	
通信業		2	
金融業		2	
不動産業		0	
卸売業		6	
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		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	