

中央区内景气动向调查

平成 25 年 6 月調査結果

平成 25 年 7 月 19 日

中央区

総 括

平成 25 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 57.1 と、前回調査から 2.9 ポイント低下している。景気の先行き判断 D I は合計で 53.6 と前回調査から 6.9 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25年			前回調査
合計	2月	4月	6月	からの変化
現状判断 D I	54.7	60.0	57.1	(-2.9)
先行き判断 D I	57.8	60.5	53.6	(-6.9)

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 25 年 4 月調査の調査票発送は 6 月 7 日（金）、回答期限は 6 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 49 名、有効回答率は 98.0%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57.1と、前回調査から2.9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59.0と、前回調査から7.0ポイント低下し、企業動向関連DIは55.2と、前回調査から1.2ポイント上昇している。構成比では、「良くなっている」と回答した人の割合が6.0ポイント減少し、「やや悪くなっている」と回答した人の割合が4.3ポイント増加した。

図表1-1 各分野における景気の現状判断DIの推移表

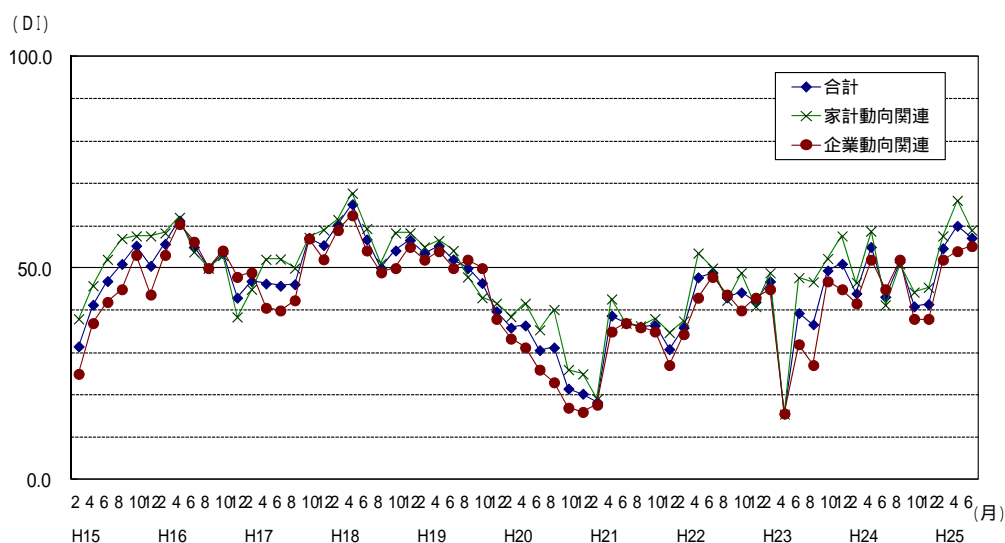
(DI)	平成25年			
	2月	4月	6月	(変化幅)
合計	54.7	60.0	57.1	(-2.9)
家計動向関連	57.6	66.0	59.0	(-7.0)
小売関連	52.3	65.4	59.6	(-5.8)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	71.4	67.9	57.1	(-10.8)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	52.0	54.0	55.2	(1.2)
製造業	53.6	57.1	57.1	(0.0)
非製造業	51.4	52.8	54.4	(1.6)

(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25年	2	2.1%	33.3%	47.9%	14.6%	2.1%
	4	8.0%	36.0%	44.0%	12.0%	0.0%
	6	2.0%	40.8%	40.8%	16.3%	0.0%
(変化幅)		(-6.0)	(4.8)	(-3.2)	(4.3)	(0.0)

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53.6と、前回調査から6.9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55.2と、前回調査から8.8ポイント低下し、企業動向関連DIは52.1と、前回調査から4.9ポイント低下している。構成比では、「やや良くなる」と回答した人の割合が12.8ポイント減少し、「変わらない」と回答した人の割合が10.3ポイント増加した。

図表2-1 各分野における景気の先行き判断DIの推移表

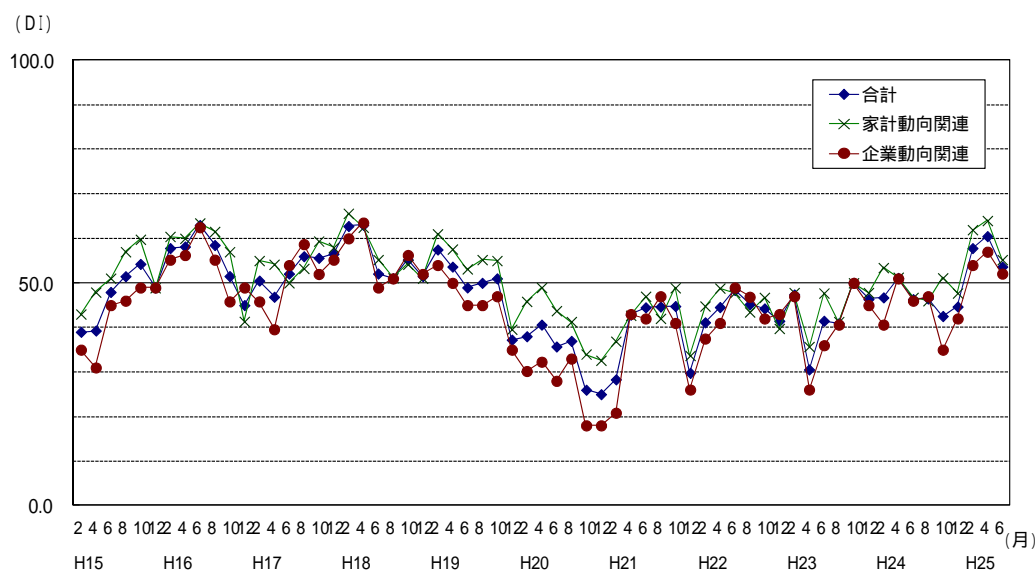
(DI)	平成25年			
	2月	4月	6月	(変化幅)
合計	57.8	60.5	53.6	(-6.9)
家計動向関連	62.0	64.0	55.2	(-8.8)
小売関連	56.8	61.5	56.3	(-5.2)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	64.3	64.3	57.1	(-7.2)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	54.0	57.0	52.1	(-4.9)
製造業	60.7	57.1	50.0	(-7.1)
非製造業	51.4	56.9	52.9	(-4.0)

(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25年	2	2.1%	39.6%	45.8%
	4	4.0%	42.0%	46.0%	8.0%	0.0%
	6	0.0%	29.2%	56.3%	14.6%	0.0%
(変化幅)		(-4.0)	(-12.8)	(10.3)	(6.6)	(0.0)

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

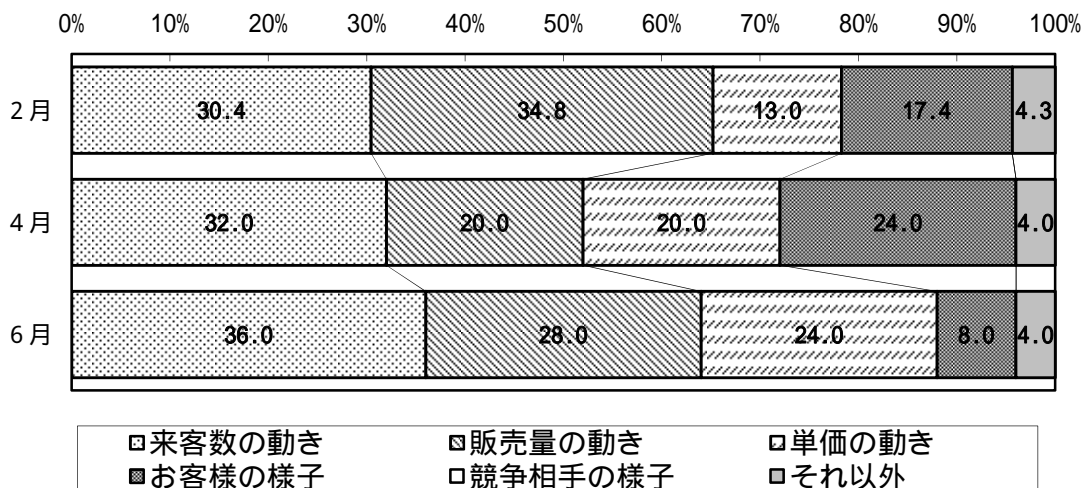
(D I)	平成25年		
	2月	4月	6月
合計	44.3	53.5	50.0
家計動向関連	46.7	60.0	52.0
小売関連	40.9	59.6	51.9
飲食関連	-	-	-
サービス関連	57.1	67.9	57.1
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	42.0	47.0	47.9
製造業	46.4	50.0	50.0
非製造業	40.3	45.8	47.1

(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。

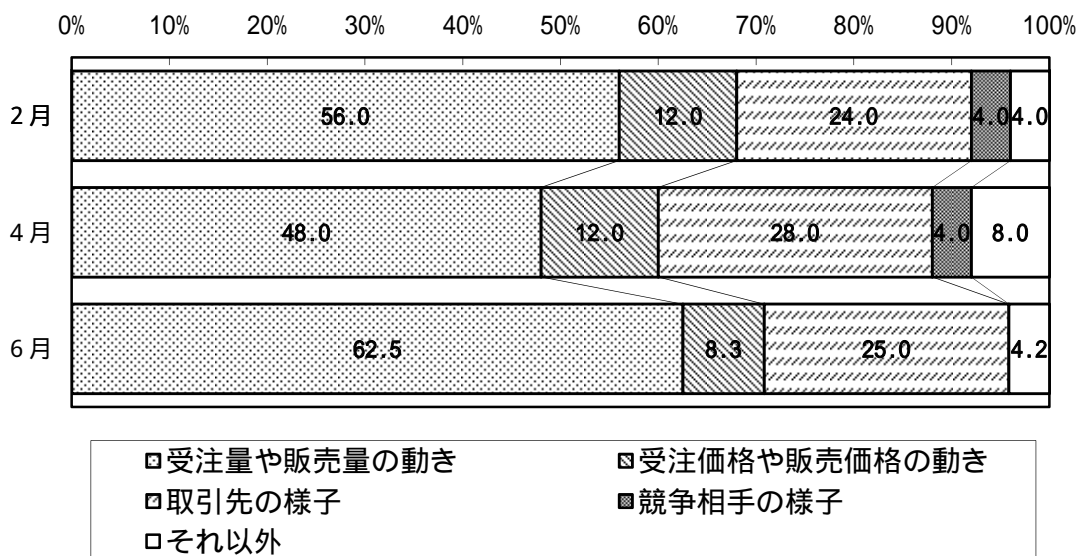
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方加性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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	・宝飾品、呉服、特選衣料雑貨などの高額商材群に動きがあり、順調に売上が推移している。
		百貨店（売場主任）	それ以外	・一般消費者が日常必要とする衣服、食品等のボリューム商品は売上に乱高下があるが、宝飾、時計等の高額品は売上が伸びている。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・外国人観光客の売上、来客数が大幅に伸びている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・観光客、特に修学旅行生は例年3万人くらいの来店があるが、それより多くの来客数となっている。
		都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・今までのデフレ傾向から脱却し、少しでも良くなるようにとの気分的なものも作用している。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・6月期の販売実績は5月期の1.3倍ほどで、前年を上回っている。
	変わらない	スーパー（店長代行）	単価の動き	・価格が安いものにシフトしている。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・業界全体が良くなる傾向であるが、今は特定の業種に偏っている。接待系の店舗ではまだ来客数が伸びていない。
		都市型ホテル（広報担当）	来客数の動き	・客室稼働率については比較的高稼働で推移しているが、料飲施設の利用、特に平日の夜は増えていない。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・3、4月ごろの移動時期に比べると、販売数も伸びが鈍くなっており、顕著な動きがみられないためである。
		その他レジャー施設（経営者）	来客数の動き	・常連客のみなので、ほとんど変わらない。新規客の確保に努力してるが、空振りで費用が無駄になっている。
やや悪く なっている	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク明けから通行客が減り、周辺の店舗をみても来客数は少ない。土日のにぎわいを感じない。	
悪く なっている	-	-	-	
企業 動向 関連	良く なっている	-	-	-
	やや良く なっている	出版業（経営者）	それ以外	・人々の動きに活気と明るさが出てきており、盛り場や観光地の人出は上向きである。
		印刷業・製本業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・最近の株や円相場の乱高下で警戒感が出たのか、急に仕事の量が減少した感じがする。
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・商談が動き出しており、受注量が増加してきている。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	取引先の様子	・取引先の様子をみると、少しずつ受注が増えている。
	変わらない	新聞業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・金融関連や自動車など、景気対策による円安、株高などの浮揚効果が広告出稿意欲に反映されつつある業種もあるが、旅行や流通などの動きは鈍く、個人消費には力強さが無い。
		出版業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・雑誌広告収入から見ると高級車、ブランド品、高級時計の広告は順調に入ってきているが、それ以外の一般家庭向けの広告は増えていない。一部の層は良くもなっているかもしれないが、幅広く良くなってはいない。
		印刷業・製本業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年間の売上推移をみると、前年とそれほど変化はない。気分としてはアベノミクスで動いているような感覚はあるが、実際の数字は変化がない。
		印刷業・製本業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注価格を安くすれば受注量は増える状況ではあるが、利益確保が難しいため、景気はまだ回復していない。
		建設業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量の伸びが悪い。前回と比べても変化がなく、受注は多少厳しい。
輸送業（従業員）		受注量や販売量の動き	・受注量の動きが変わらないためである。	

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	・5月上旬に3月決算会社の今期業績予想が開示されたが、正直なところ、予想していたものより極めて保守的な数値である印象を受けた。ただし、直近の株価、為替等の状況をみると、そうした判断もうなずけるものである。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・高級品が売れていると聞くが、実感はない。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・報道されているわりには、景気上昇の実感がない中小企業が多い。末端まで下りてくるのは、数か月から数年かかるのではないかという経営者の見解である。
		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	・新規受注はできるが、厳しい価格競争のなかで収益性、採算は低下傾向である。
	やや悪くなっている	卸売業〔機械器具〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注の動きが少し悪くなっている。
	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	百貨店（総務担当）	・見極めには慎重を要するが、消費マインドは期待感も含め、少しずつ回復していると感じられる。
		百貨店（業務推進担当）	・今年には定価品の動きが良いので6月末、7月のセール作り込みを今からしている。何か買いたいという客が増えている。
		コンビニ（経営者）	・夏になれば飲料が売れるからである。
		都市型ホテル（経営者）	・政権交代があり、現内閣の経済浮揚政策の影響があると思う。
		競馬場（職員）	・最近、若干ではあるが、売上が改善している。
		設計事務所（所長）	・6月になって、引き合いの相談が少し増えてきた。今後の受注に期待している。
	変わらない	一般小売店〔靴〕（店長）	・円安傾向で輸出関連企業は上向きだが、その他の企業にメリットがないため、業種によっては悪くなる。全体が上向きになるまでには時間がかかる。
		百貨店（売場主任）	・宝飾、時計等の高額品の売上は伸びているが、一般消費者が日常必要とする衣服、食品等のボリューム商品は売上に乱高下がある。その他大勢の人が景気の恩恵を感じるには、多少の時差があると思われる。
		百貨店（広報担当）	・現在の消費動向は雰囲気先行で長続きせず、デフレからの脱却は容易ではないと思われる。
		スーパー（店長）	・財布のひもが緩むには時間がかかりそうである。
		スーパー（店長代行）	・先行きが不透明である。
		衣料品専門店（店長）	・当地区は歌舞伎座のオープン、円安などで外国人観光客が増加しているが、それ以外の店舗は前年の売上、来客数共に横ばいである。
		衣料品専門店（店長）	・9月はまだ秋物への関心はあっても様子見で、実際に新作が動き出すのは後半からとなり、先買いは随分と減っている。そのため前年との変化もさほどない。
		高級レストラン（経営者）	・若者志向の店の開店が多くみられる。個人経営店の業績不振はかなり根強いものがある。
		高級レストラン（スタッフ）	・予約状況の様子から変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・例年7、8月は夏休み、その他で来客が多いので変わらない。
		都市型ホテル（広報担当）	・東京都議会議員選挙や参議院選挙の影響で、宿泊、料飲施設共に利用が減少すると予想している。週末の個人客に期待している。夏休み期間は、外国人比率も下がるので国内旅行の取り込みが必要である。
		旅行代理店（支店長）	・海外旅行の伸び率が非常に落ちている。来客数も減っている。
		通信会社（営業担当）	・世間では、アベノミクス効果で景気が良くなっているように思われがちだが、実態はそれほど変化していない。
	やや悪くなる	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・株価の乱高下や安定しない経済に不安があるため、需要が増加していない。客単価も低く、大きな注文も増えていない。
		一般レストラン（経営者）	・客の購買姿勢や単価、ライバル店の動きなど、総合的に良くなるとは思わない。
		その他レジャー施設（経営者）	・これから夏場になると、毎年のことながら客足は少なくなる。
	悪くなる	-	-
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）	・今年初めから5月にかけては勢いだけの景気上昇だったが、これから本質的な積み重ねが重要で、それを見込んで徐々に良くなるだろうと期待している。
		通信業（営業担当）	・現状の顧客の動きから、これからも上向きが続くと考えられる。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が見込めることと、政府の12年度補正予算での5兆円の公共投資により、早期に政策効果が出る工夫がなされるとみている。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・明確な理由はないが、上昇の雰囲気がある。

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	・円安、株価上昇かと思いきや、株も乱高下したりと変動が続くと考えられるが、大きな波で考えると微上昇になる。
		その他サービス業〔造園業〕（営業担当）	・来年4月の消費税増税前の駆け込み需要で、仕事量が増加する。
	変わらない	新聞業（営業担当）	・景気対策がどこまで効果を持続できるか不透明である。秋以降は消費税増税の不安から、個人消費にもブレーキがかかる懸念もある。
		出版業（経営者）	・ムード的な景気改善で明るい傾向ではあるが、欧米などの外圧で大きく左右されるのではない。
		出版業（営業担当）	・円安、株高が今後どのようなようになるのか不透明で東京都議会議員選挙、参議院選挙でたとえ与党が勝っても景気が良くなる要素は見当たらない。
		建設業（営業担当）	・発注量に変化がみられない。
		建設業（営業担当）	・受注量が減少している。今の状況では先行きはやや悪くなる。
		通信業（営業担当）	・株価、円の動きと、参議院選挙に向けての経済政策である。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・政策だけで実態の景気に即時的な効果が出るとは思わないが、それにしても政策内容は具体性が乏しく、实体经济への波及効果については期待しにくいと感じている。
		卸売業〔飲食品（鮮魚）〕（経営者）	・当業種は落ち込んでおり、いまだに衰退している。
		卸売業〔機械器具〕（従業員）	・今後公共事業の発注が出てくるが、獲得できるかは全く不透明である。ただし、期待はしたい。マーケット動向を見守っていく。
		卸売業〔機械器具〕（営業担当）	・夏に向けて少し受注の話があるが、大きな話はないため、大きくは変わらない。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・緩やかながら持ち直しに向けた動き等もみられるが、依然として企業間の規模格差が拡大し、資金繰りは苦しい。
		やや悪くなる	印刷業・製本業（営業担当）
	輸送業（従業員）		・得意先が減少し、それに代わる新規の仕事増がない。
	卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）		・夏場は春と比べると低調なため、前年夏と比べれば良いかもしれない。
	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		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	