

中央区内景气动向调查

平成 26 年 2 月调查结果

平成 26 年 3 月 17 日

中央区

総 括

平成 26 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 51.0 と、前回調査から 5.8 ポイント低下している。景気の先行き判断 D I は合計で 43.8 と前回調査から 12.5 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	平成26年		前回調査
合計	10月	12月	2月	からの変化
現状判断 D I	57.7	56.8	51.0	(-5.8)
先行き判断 D I	55.1	56.3	43.8	(-12.5)

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 26 年 2 月調査の調査票発送は 2 月 7 日（金）、回答期限は 2 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 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5.8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49.0と、前回調査から7.5ポイント低下し、企業動向関連DIは53.1と、前回調査から3.9ポイント低下している。構成比では、「変わらない」と回答した人の割合が16.7ポイント増加し、「やや良くなっている」と回答した人の割合が14.6ポイント減少した。

図表1-1 各分野における景気の現状判断DIの推移表

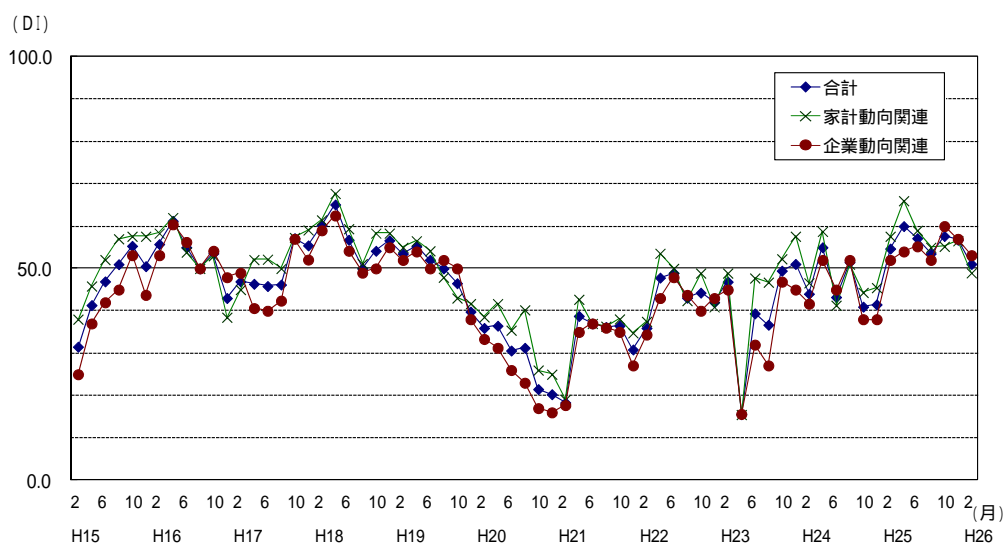
(DI)	平成25年		平成26年	
	10月	12月	2月	(変化幅)
合計	57.7	56.8	51.0	(-5.8)
家計動向関連	55.2	56.5	49.0	(-7.5)
小売関連	51.9	45.5	41.7	(-3.8)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	62.5	67.9	67.9	(0.0)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	60.0	57.0	53.1	(-3.9)
製造業	57.1	53.6	54.2	(0.6)
非製造業	61.1	58.3	52.8	(-5.5)

(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25年	10	2.0%	44.9%	38.8%	10.2%	4.1%
	12	4.2%	41.7%	33.3%	18.8%	2.1%
平成26年	2	2.1%	27.1%	50.0%	14.6%	6.3%
(変化幅)		(-2.1)	(-14.6)	(16.7)	(-4.2)	(4.2)

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D Iは合計で43.8と、前回調査から12.5ポイント低下している。分野別にみると、家計動向関連D Iは41.7と、前回調査から14.8ポイント低下し、企業動向関連D Iは45.8と、前回調査から10.2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20.9ポイント減少し、「やや悪くなる」と回答した人の割合が12.5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D Iの推移表

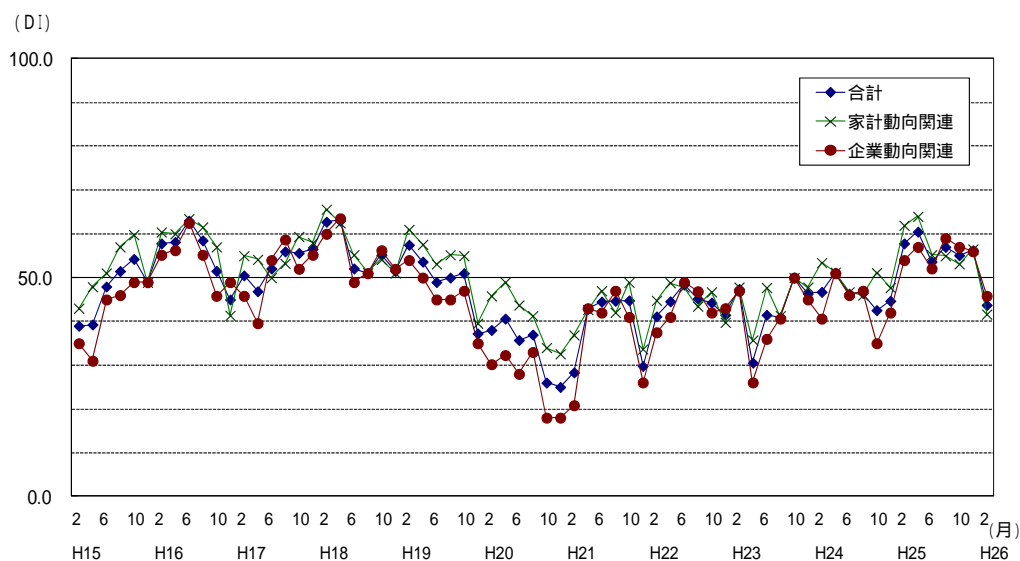
(D I)	平成25年		平成26年	
	10月	12月	2月	(変化幅)
合計	55.1	56.3	43.8	(-12.5)
家計動向関連	53.1	56.5	41.7	(-14.8)
小売関連	48.1	50.0	25.0	(-25.0)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	58.3	64.3	57.1	(-7.2)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	57.0	56.0	45.8	(-10.2)
製造業	60.7	57.1	50.0	(-7.1)
非製造業	55.6	55.6	44.4	(-11.2)

(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
平成25年	10	0.0%	40.8%	42.9%	12.2%	4.1%
	12	4.2%	43.8%	29.2%	18.8%	4.2%
平成26年	2	0.0%	22.9%	37.5%	31.3%	8.3%
(変化幅)		(-4.2)	(-20.9)	(8.3)	(12.5)	(4.1)

図表2-3 各分野における景気の先行き判断D I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

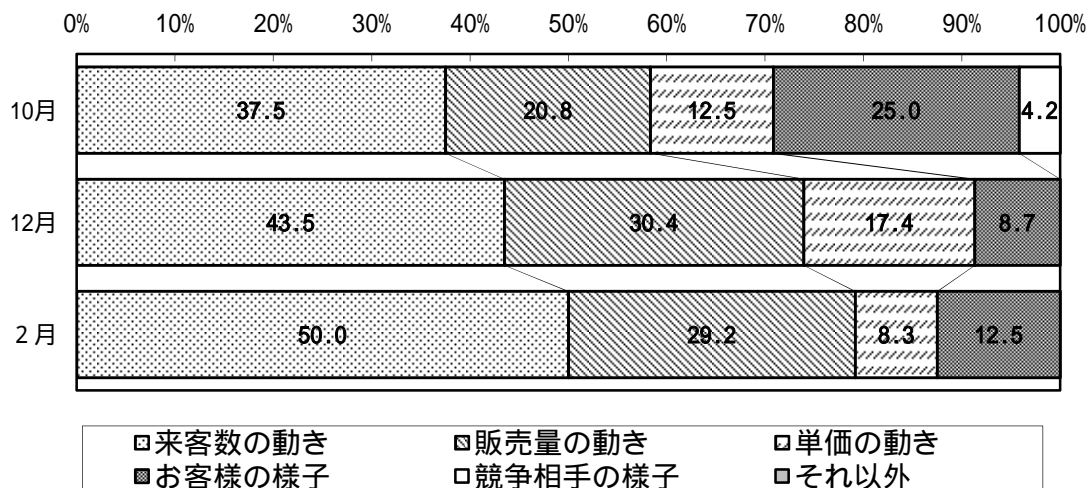
(D I)	平成25年	平成26年	
	10月	12月	2月
合計	53.1	52.6	53.6
家計動向関連	51.0	53.3	52.1
小売関連	46.2	43.2	47.9
飲食関連	-	-	-
サービス関連	62.5	60.7	64.3
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	55.0	52.0	55.2
製造業	50.0	46.4	62.5
非製造業	56.9	54.2	52.8

(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。

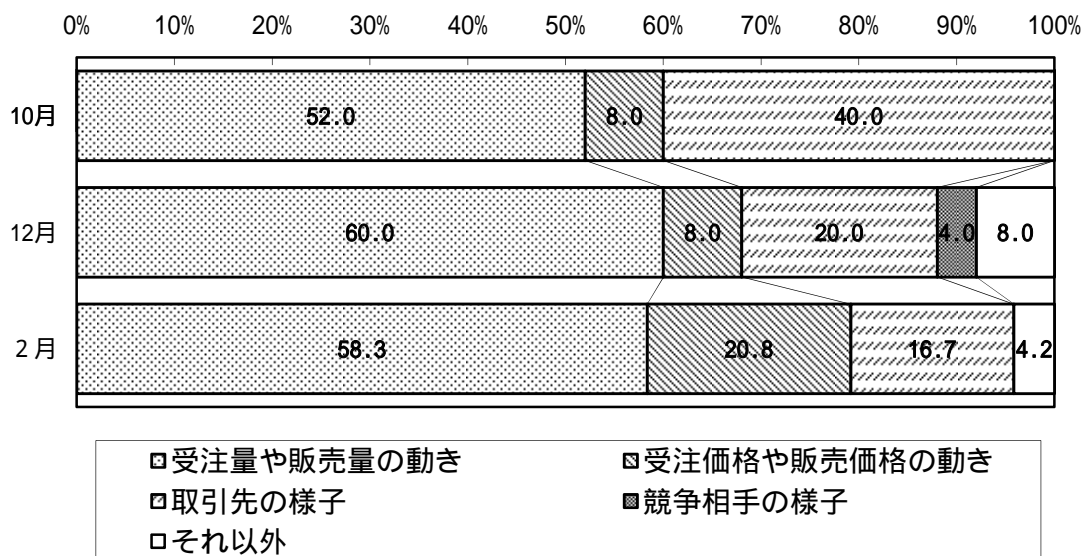
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方加性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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	都市型ホテル (広報担当)	来客数の動き	・客室単価が上昇し、外国人利用客が増えている。
		百貨店(総務担 当)	販売量の動き	・好調が続く高額品やリビング用品、食料品等の日用品に加え、ファッションアイテムも前年を上回っている。
			スーパー(店 長)	お客様の様子
	変わらない	都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・今までのデフレマインドから徐々に抜けつつあり、オリンピックの東京開催が決定し、ムードとしては明るくなっている。
		スーパー(店長 代行)	来客数の動き	・前年に比べ客単価はやや上昇しているが、来客数はほぼ同数である。
		コンビニ(経営 者)	お客様の様子	・競合店に客が流れているため以前と変わらない。
		高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・3~4か月前から来客数、予約数共に10~20%増加している。客単価が上昇してくると景気はかなり良くなってきたと考えられる。ただし、今後の消費税増税がどう影響するか不安である。
		旅行代理店(支 店長)	来客数の動き	・1月は来客数がとても伸びたが、その反動で2月に入ってから来客数は少ない。
		通信会社(営業 担当)	販売量の動き	・客の移動時期が始まったが、まだ販売量に特に大きな変化が見られない。
		その他レジャー 施設(経営者)	来客数の動き	・毎年、暮れ、正月明けは忙しい日が続くことが通例だが、今年は正月休みが長かったせいか、いつもと全く変わらない。
	やや悪く なっている	一般小売店[和 菓子](経営 者)	販売量の動き	・生活必需品で買い置きができる物などを購入していると客が話している。
		衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・外国人観光客の増加で順調に伸びていた来客数が横ばいとなっている。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・急に寒くなったからか、1月の後半から2月にかけて平日の客が減っている。
悪く なっている	一般小売店 [靴](店長)	販売量の動き	・来客数、販売量共に減少し、購買意欲が感じられない。	
	百貨店(業務推 進担当)	単価の動き	・マスコミでは、高額品の動きが良いと言われているが、そんなことはない。	
企業 動向 関連	良く 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	・4月からの消費税増税により、システムの変更などで印刷物を一新するため、一時的に供給が追いつかなくなる恐れがあるが、一部の業種だけなのかもしれない。
	やや良く 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	・年度末の需要と消費税増税により販売量が増加している。
		建設業(営業担 当)	受注価格や販売 価格の動き	・消費税増税前の駆け込みが多い。
		卸売業[機械器 具](営業担 当)	受注量や販売量 の動き	・消費税増税前の年度末に向け、受注量が増えている。
		その他サービ ス業[造園業] (営業担当)	受注量や販売量 の動き	・消費税増税前の駆け込みが少なからずある。
		変わらない	新聞業(営業担 当)	受注量や販売量 の動き
	出版業(経営 者)		それ以外	・タクシードライバー、小売店の店主などと会話しても、アベノミクスの効果はどこにも見られないという印象である。恩恵を受けて景気が良くなっているのは大企業のみである。
輸送業(従業 員)	受注量や販売量 の動き		・前年同月に比べ受注量の動きに変化が少ない。	

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
		金融業〔証券〕 (営業担当)	取引先の様子	・前回報告の段階においては、取引先の受注状況の点などにおいて若干の改善が見られていたが、それ以降は見らない。
		卸売業〔機械器具〕 (経営者)	取引先の様子	・取引先はどこも仕事量が少ないので、以前のような発注量は望めない。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・報道されているほど景気が上向いているとは感じない。また、タクシーの需要も変化がないとのことである。
		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	・消費税増税前の駆け込み需要等も特段波及せず、景気回復の実感はない。
	やや悪くなっている	出版業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・年末年始用に搬入した本の返品が始まり、例年以上の返品量となっている。また、今年に入り雑誌広告の出稿量も減っている。
	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	-	-
		スーパー（店長）	・3月は消費税増税前の買いだめが増えるが、4月以降は増税の影響が出そうである。
		高級レストラン（スタッフ）	・歓送迎会などが増える時期であり、会社の集まりも増えている。
		一般レストラン（経営者）	・3～5月は修学旅行の予約が入ってきており、暖かくなってくれば観光客なども来てくれると思うので、少しは良くなる。
		都市型ホテル（経営者）	・今までのデフレ疲れから脱却したいという強い願望があり、更に政府の政策によることが多い。
		通信会社（営業担当）	・移動時期の本格化と消費税増税前の駆け込み需要に期待している。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要があると考えられるためである。
	変わらない	競馬場（職員）	・前年に比べて、売上の改善傾向が見られる。
		衣料品専門店（店長）	・消費税が8%になり、衣料品については買物はより慎重になり衝動買いが減りそうである。セールを待つ顧客も増えそう、買い方に変化が出るのではないかと思う。
		高級レストラン（経営者）	・変わらないと回答したが、実際は分からないという方が強い。長期的に考えるならば、オリンピック関連で東京、特に中央区は物流共に活発になる。
		一般レストラン（経営者）	・来客数が少ない。来店率が上がりず単価も低いいため、本来の景気には戻らない。
		その他レジャー施設（経営者）	・高齢者の常連客が多いので、そう変化はないと思うが、定年退職者やOBの病気などが心配である。
	やや悪くなる	設計事務所（所長）	・消費税増税の影響が出てくると思われ、上向き感が一服する。
		一般小売店〔文具〕（販売担当）	・4月の消費税増税に伴い、4、5月の2か月は悪くなる。
		百貨店（売場主任）	・消費税増税の前後では差が大きく、3月末の駆け込みと4月の冷え込みは現時点で予想できる。
		百貨店（総務担当）	・引き続き順調に推移すると思われるが、4月の消費税増税後は影響があるものとして対応を検討している。
		百貨店（広報担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減が予測される。
		スーパー（店長代行）	・消費税増税前の3月は良くなると思われるが、消費税が上がった後は一時的に悪くなる。
		コンビニ（経営者）	・4月に消費税が上がるが、現在、便乗値上げで物価高になっているので買い控えがある。
		衣料品専門店（店長）	・消費税増税になり、買い控えが予想される。
		都市型ホテル（広報担当）	・1月は正月で利用が増えるため、2月は全体的に1月より悪くなる。
旅行代理店（支店長）		・消費税増税により4月以降の客足が鈍るのではないかと懸念している。	
悪くなる	一般小売店〔靴〕（店長）	・消費税増税が4月にあり、先行きの不安から消費は冷え込む。	
	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・現在、市場で動いているお金が消費税増税で停滞してしまい、動かなくなってしまうのではないかと考える。	
	百貨店（業務推進担当）	・前年より来客数が減り、単価も上がっていない。春の立ち上がりも非常に厳しいと考える。	
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）	・やはり消費税8%への移行により3月までは良くなる。年度末でもあるので量が増えるのは確実である。
	変わらない	建設業（営業担当）	・新規発注物件が増えてきたので、受注も期待できる。
		卸売業〔飲食料品（鮮魚）〕（経営者）	・世の中の雰囲気为上向きになっている。景気は雰囲気だから、やや良くなる。
		新聞業（営業担当）	・消費税増税前の一時的な消費の盛り上がりは予測されるものの、その反動により4～6月の第1四半期は需要が落ち込む。
		出版業（経営者）	・タクシードライバー、小売店の店主などと会話しても、アベノミクスの効果はどこにも見られないという印象である。恩恵を受けて景気が良くなっているのは大企業のみである。
		建設業（経営者）	・4月に消費税が8%になった時、消費がどうなるかによって景気はそのままいくかダウンするかで、予測しかねる。

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
		輸送業（従業員）	・問い合わせやスポット受注がない。
		通信業（営業担当）	・消費税増税等あり、様子見になっている。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・特に消費税率の引き上げに伴う影響について慎重な態度を示す先が多く見られ、多くの企業が極めてネガティブな観測を行っているように感じられる。
		卸売業〔機械器具〕（従業員）	・今年度後半の受注量が伸びず、3月までこの状況は変わらない。材料費や労務費が上がってきており、収益面で厳しい。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・取引先での生産量が落ちたままの状態から、以前のように回復する要因がないように思える。
		経営コンサルタント	・消費税増税でどう動くか不透明である。飲食店はよほど知恵を絞らないと、廃業が増加すると考えられる。
		その他サービス業〔造園業〕（営業担当）	・消費税増税により、一時落ち込みがある。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・消費税増額分を、顧客によっては仕様変更にて実質的なコストダウンとなる可能性がある。
	やや悪くなる	出版業（営業担当）	・出版物にとって消費税増税はかなりのダメージになる。一部の大企業は良くなっているが、大多数の中小企業では増税の影響で悪化する。
		印刷業・製本業（営業担当）	・消費税増税後、一時的に落ちる。
	建設業（営業担当）	・消費税増税決定後の受注が多少減少すると思われる。	
	金融業〔証券〕（営業担当）	・駆け込み需要で経済活動を押し上げる兆しが出ているが、消費税増税直後の4～6月期は、マイナス成長が予想される。	
	卸売業〔機械器具〕（営業担当）	・消費税増税のため年度末までの購入が増え、4、5月は購入が抑え気味になりそうである。	
悪くなる	卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	・消費税増税で大きく落ち込むのは避けられない。	

(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	3	
	一般小売店経営者・店員	0	
	百貨店	4	
	百貨店売場主任・担当者	4	
	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		