

# 中央区内景气动向调查

平成 25 年 8 月调查结果

平成 25 年 9 月 10 日

中央区

## 総 括

### 平成 25 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 53.5 と、前回調査から 3.6 ポイント低下している。景気の先行き判断 D I は合計で 57.0 と前回調査から 3.4 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25年			前回調査
合計	4月	6月	8月	からの変化
現状判断 D I	60.0	57.1	53.5	( -3.6 )
先行き判断 D I	60.5	53.6	57.0	( 3.4 )

## 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 8 月調査の調査票発送は 8 月 7 日（水）、回答期限は 8 月 19 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 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53.5と、前回調査から3.6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55.0と、前回調査から4.0ポイント低下し、企業動向関連DIは52.0と、前回調査から3.2ポイント低下している。構成比では、「悪くなっている」と回答した人の割合が6.0ポイント増加し、「やや良くなっている」、「変わらない」と回答した人の割合がそれぞれ2.8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

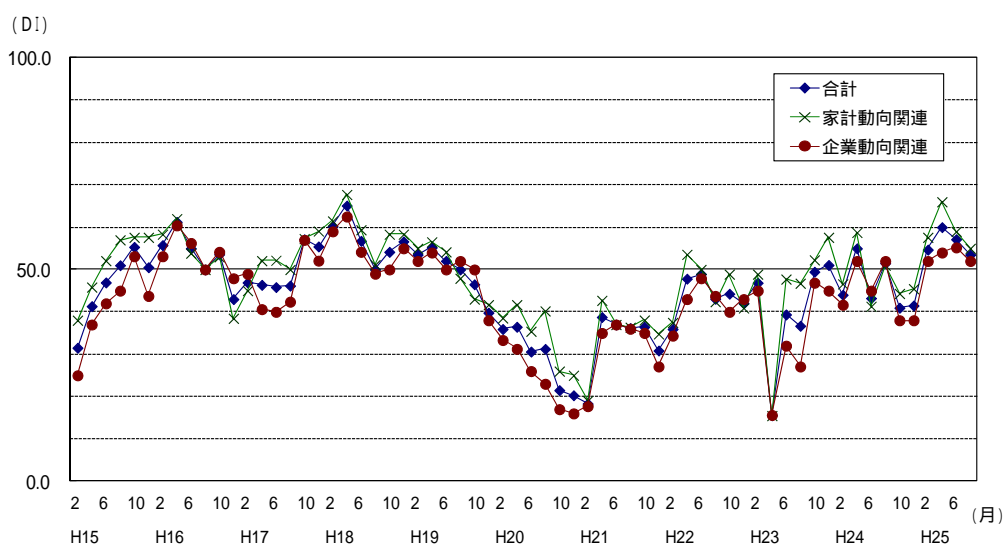
(DI)	平成25年			
	4月	6月	8月	(変化幅)
合計	60.0	57.1	53.5	(-3.6)
家計動向関連	66.0	59.0	55.0	(-4.0)
小売関連	65.4	59.6	61.5	(1.9)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	67.9	57.1	57.1	(0.0)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	54.0	55.2	52.0	(-3.2)
製造業	57.1	57.1	57.1	(0.0)
非製造業	52.8	54.4	50.0	(-4.4)

(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
平成25年	4	8.0%	36.0%	44.0%	12.0%	0.0%
	6	2.0%	40.8%	40.8%	16.3%	0.0%
	8	2.0%	38.0%	38.0%	16.0%	6.0%
(変化幅)		(0.0)	(-2.8)	(-2.8)	(-0.3)	(6.0)

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57.0と、前回調査から3.4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55.0と、前回調査から0.2ポイント低下し、企業動向関連DIは59.0と、前回調査から6.9ポイント上昇している。構成比では、「変わらない」と回答した人の割合が18.3ポイント減少し、「やや良くなる」と回答した人の割合が12.8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

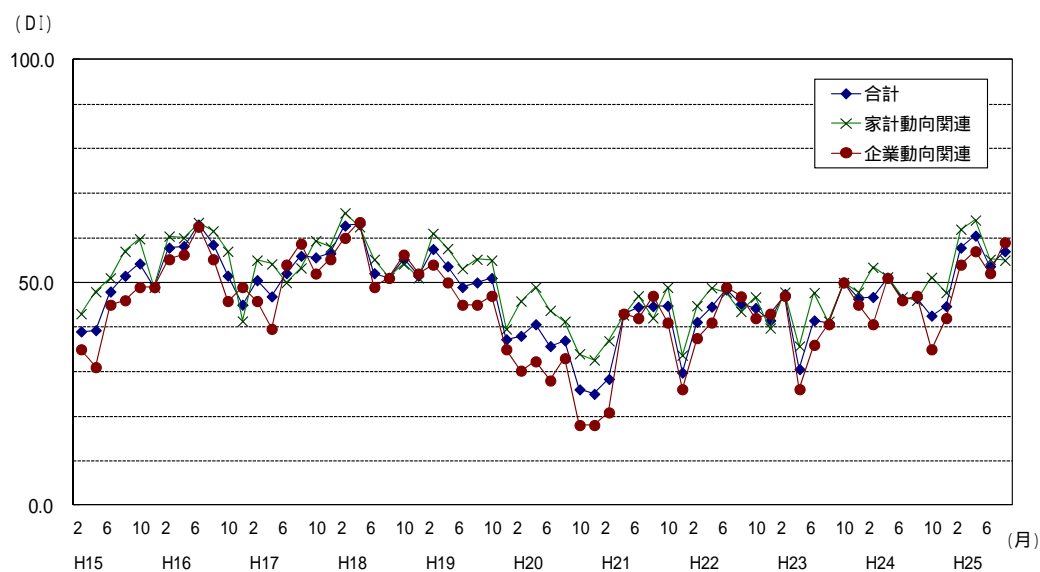
(DI)	平成25年			
	4月	6月	8月	(変化幅)
合計	60.5	53.6	57.0	(3.4)
家計動向関連	64.0	55.2	55.0	(-0.2)
小売関連	61.5	56.3	53.8	(-2.5)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	64.3	57.1	57.1	(0.0)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	57.0	52.1	59.0	(6.9)
製造業	57.1	50.0	57.1	(7.1)
非製造業	56.9	52.9	59.7	(6.8)

(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。

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	4	4.0%	42.0%	46.0%	8.0%	0.0%
	6	0.0%	29.2%	56.3%	14.6%	0.0%
	8	2.0%	42.0%	38.0%	18.0%	0.0%
(変化幅)		(2.0)	(12.8)	(-18.3)	(3.4)	(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

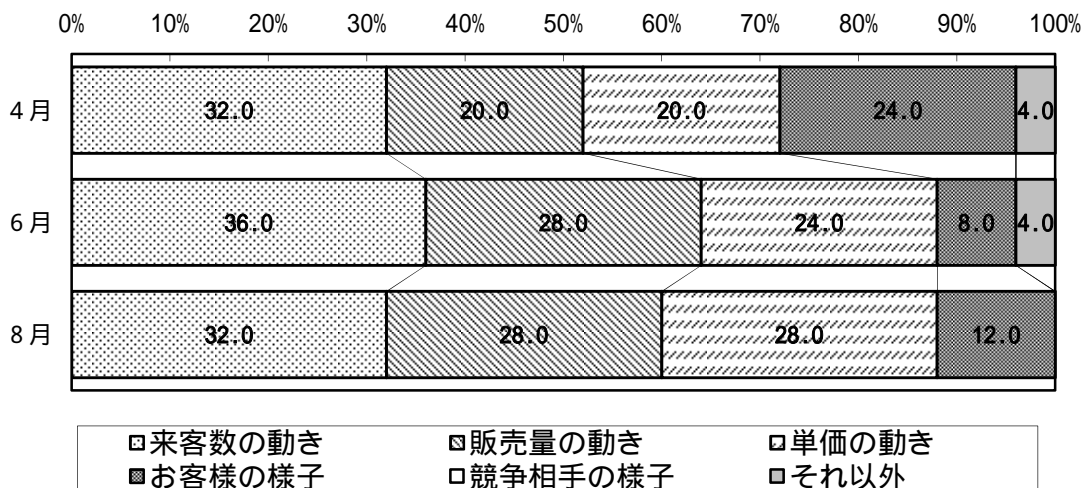
(D I)	平成25年		
	4月	6月	8月
合計	53.5	50.0	48.0
家計動向関連	60.0	52.0	49.0
小売関連	59.6	51.9	53.8
飲食関連	-	-	-
サービス関連	67.9	57.1	53.6
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	47.0	47.9	47.0
製造業	50.0	50.0	46.4
非製造業	45.8	47.1	47.2

(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。

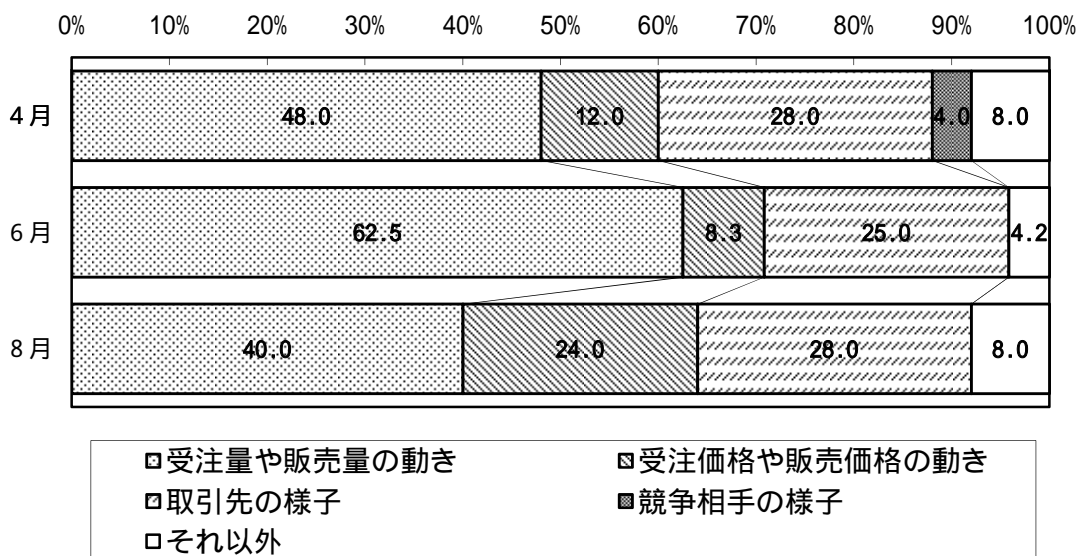
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方加性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

## 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	百貨店(売場主 任)	販売量の動き	・高額品ではない、デイリーユースの衣料品の販売点数が前年比120%まで伸長している。
	やや良く なっている	百貨店(総務担 当)	販売量の動き	・景況感の影響を受けた特選衣料雑貨や宝飾品などの高額品が好調に推移するものの、全体的な売上は満足のいく達成度合いではない。
		スーパー(店 長)	販売量の動き	・天候、猛暑により関連する商品の動きが良い。特に、飲料、熱中対策、その他レジャー用品が好調である。
		コンビニ(経営 者)	販売量の動き	・3か月前に比べ、販売量が増える傾向にある。
		都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・政府の施策により、結果は出ていないが将来への期待感により、気持ちで上向いている状況である。
	変わらない	通信会社(営業 担当)	お客様の様子	・昨年は夏期休暇でも出費を抑えるため、客が外出や遠出を控えていたが、今年はその割合が減り、お金を使おうとする客が増えている。購買意欲が向上しているように見受けられる。
		一般小売店[文 具](販売担 当)	お客様の様子	・生活必需品は売れるが、趣味性が強い商品や、今すぐ必要でないぜいたく品は売れない。
		百貨店(業務推 進担当)	単価の動き	・セールがスタートしたが、前年と比較しても単価が落ちている。安いのに物が良い商品が出ており、安い物しか売れていない。
		衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・今月の来客数はほぼ前年並みであるが、外国人客の割合が増えてきており、日本人客が減少している。
		衣料品専門店 (店長)	単価の動き	・客単価、1人当たりの購入点数に変化が見られない。
		高級レストラン (経営者)	お客様の様子	・予約状況を見ると、安価なものから予約成立につながっている。社会全般に良くなるムードが流れているが、実感としては反映されていない。
		都市型ホテル (広報担当)	単価の動き	・宿泊の客室単価については若干の上昇は見られるものの、大きくは上がっていない状況である。
		通信会社(営業 担当)	販売量の動き	・春先に比べても、販売数にそれほどの伸びが見られない。
	やや悪く なっている	その他レジャー 施設(経営者)	来客数の動き	・夏場は例年悪いと決まってるようなものだが、今年は特に暑さが厳しく、時々起こるゲリラ豪雨もあり、条件が良くない。夕方から雨が降る時は必ず客足がびたりと止まってしまう。
一般小売店[和 菓子](経営 者)		単価の動き	・客との会話も景気が上向かないという話がほとんどで、単価も低いままが続いている。	
旅行代理店(支 店長)		来客数の動き	・夏の旅行受注が一段落したこともあると思うが、来店客、販売単価とも落ちている。	
悪く なっている	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・暑さのせいか、景気なのか、観光客が大変少なくなっており、一般の客も減っている。	
企業 動向 関連	良く なっている	-	-	-
	やや良く なっている	新聞業(営業担 当)	受注量や販売量 の動き	・一部の業種で以前より広告出稿意欲が高まっているようであるが、全体のすう勢としてはまだ力強さは感じられない。
		出版業(経営 者)	取引先の様子	・「景気が悪い」が合言葉だった時に比べ、様変わりしつつある。
		印刷業・製本業 (営業担当)	それ以外	・世の中が、景気が上向きと言っているからそうだろうと、具体的な根拠は分らずに言っている感じである。
		建設業(営業担 当)	受注量や販売量 の動き	・7、8月の受注が順調である。
		建設業(営業担 当)	受注価格や販売 価格の動き	・消費税増税前に工事発注の動きが出ている。
通信業(営業担 当)	受注量や販売量 の動き	・前年度から持ち越しとなっていた案件が受注になってきている。		

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
		金融業〔証券〕 (営業担当)	取引先の様子	・取引先の様子がやや良くなっていると回答したが、これは足元の状況が好調であるというものではなく、以前ほど弱気な見通しばかりではなくなっているという意味である。ただし、強気とまで言えるほどの感触は得られていない。
	変わらない	新聞業(経営者)	それ以外	・よく利用する飲食店はどこもあまり良くない。暑さのせいかもしれない。
		印刷業・製本業 (営業担当)	受注価格や販売価格の動き	・仕事の動きは確かに出ており、多少は増えていると思うが、価格についてはいまだに競争が激しく、下がっている。
		印刷業・製本業 (経営者)	受注価格や販売価格の動き	・価格競争が激化している。景気は良くなっているというが、底辺では悪化しているのではないだろうか。何も変わらない。
		建設業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・原材料及び職人の日当が高くなり、利益は段々減っている。
		卸売業〔機械器具〕 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・例年どおりの受注はあるが、新規の受注が増えてきていない。
	やや悪くなっている	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	・まだ当業種への還元的な事象、具体的なメリットはない。
		出版業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・書籍、雑誌共に販売量は下がってきている。
		輸送業(従業員)	受注量や販売量の動き	・受注量は前年同月比2%減、個別部門での売上は20%減ということもあり、今月の動きはやや悪い。
	悪くなっている	卸売業〔機械器具〕 (経営者)	取引先の様子	・長い夏期休暇のため、大した動きが見られなかった。
		卸売業〔繊維・衣服等〕 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・夏期は閑散期のため。例年とそれほど変わらない。

#### 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(売場主任)	・海外からの観光客を含め、モノとヒトの流れが前年に比べて非常に活発化している。
		百貨店(広報担当)	・現状の消費マインドの向上は、消費税増税前までは続く。
		コンビニ(経営者)	・アベノミクスの効果がある。
		衣料品専門店(店長)	・消費税増税前の駆け込み需要が出てくる。
		衣料品専門店(店長)	・東京駅周辺のリニューアルにより、集客がアップすることを期待している。
		高級レストラン(経営者)	・期待感からの回答であり、秋のシーズンにはメニュー的にも豊富になるので、ホームページやダイレクトメールによる効果が考えられる。
		都市型ホテル(経営者)	・これから良くなると思うが、政府のやり方次第なので楽観できない。注意深く見守っていく必要がある。
		競馬場(職員)	・最近、売上の改善が見られ、そのような傾向も継続しているからである。
		その他レジャー施設(経営者)	・夏場が悪いのは例年のことである。秋風が吹くと客足が戻ってくる。これも例年のことであるが、夏場が悪かった分、期待が持てる。
設計事務所(所長)	・引き合いはやや多くなっており、2~3か月後まで続くと思われるが、一時的であると考えている。		
変わらない	一般小売店[靴](店長)	・大企業しか良くなっていない。	
	一般小売店[文具](販売担当)	・土地柄、株価、為替による影響が強く出る。円安、株高になれば外国人客の増加、高級品の販売増に期待は持てるが、2~3か月先となると不明である。	
	百貨店(総務担当)	・景気回復に向けた期待感の一方で、懸念要因もあることから見極めには慎重を要する。	
	スーパー(店長代行)	・消費に回ってくるまでにまだ時間がかかる。	
	一般レストラン(経営者)	・暑さが和らいで普通になってくれれば客も戻る気がする。また、オリンピック招致が決まれば客が来ると期待している。	
	一般レストラン(経営者)	・当商店街への来客はあまり変わらない。客そのものが物を買うということがない状況である。また、客単価の減少も景気をより悪くしている。	
	都市型ホテル(広報担当)	・景気回復が見込まれば、国内外のビジネスマンの利用も見込みたいところだが、急な回復は望めない。家族、グループなどの個人客の取り込みも必要である。	
	通信会社(営業担当)	・参議院選挙も終わり、アベノミクス効果も薄れてきている現在では、景気回復は先送りになりそうである。	
通信会社(営業担当)	・消費税増税がはっきりし次第、景気に動きが出る。		
やや悪くなる	一般小売店[和菓子](経営者)	・消費税増税問題の行方により変化すると思うが、増税になれば必然的に景気は悪くなる。形として残るものは駆け込みがあり一時的に良くなるかもしれないが、我々の業種は難しい。	
	百貨店(業務推進担当)	・暑い日も続いているのため、定価品の動きが悪い。	
	スーパー(店長)	・天候に恵まれて今は良いが、今後は不明である。秋に食品などの値上がりが起こると景気は悪くなる。	
	高級レストラン(スタッフ)	・連日の猛暑で当地域に人が来なくなり、レストランの来客数も減っている。夏はレストランの来客数が伸びないため、もう少し景気は悪くなる。	
	旅行代理店(支店長)	・円安の影響で旅行代金値上げなどもあるため。	
悪くなる	-	-	
企業 動向 関連	良くなる	卸売業[繊維・衣服等](営業担当)	・秋の商売が始まるので、夏よりは良くなる。
	やや良くなる	出版業(経営者)	・消費者の購買意欲の高まりは、消費税増税前までは続く。
		印刷業・製本業(営業担当)	・天災や、中国、韓国の経済の破たんなど、突発的な事が起こらないかぎり、緩やかに上向きになると信じている。
		印刷業・製本業(経営者)	・期待を込めてである。自己努力で景気を良くしたい。
		建設業(営業担当)	・民間及び官庁の工事量が多い。消費税増税の影響で事前発注が多い。
		通信業(営業担当)	・アベノミクス効果の中小企業への拡大を期待している。

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
		金融業〔証券〕（営業担当）	・消費増税による駆け込み需要、輸出や補正予算による投資の好調な状況は続くと予想される。また、金融資産の多い高齢者の消費の力強さも続く。
		卸売業〔飲食料品（鮮魚）〕（経営者）	・涼しくなれば経済活動も活発になる。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・休暇が終わり、本格的に始動するのではないかと期待も含めての回答である。
		卸売業〔機械器具〕（従業員）	・上半期で大型受注を獲得でき、年間見通しが何とか立った。9月以降も堅調に乗り切れば景気の上向きを実感できる。
		その他サービス業〔造園業〕（営業担当）	・年度末に向け仕事量の増加が見込める。
	変わらない	新聞業（営業担当）	・景気は全体に上向きのようにも感じるが、年後半になるにつれ、来年4月に予定されている消費増税への不安が、消費者心理に影響を落とすかもしれない。
		印刷業・製本業（営業担当）	・現状維持ができるよう頑張るのみである。競争が激しい分、数をこなしていくという希望と、このミニバブルが簡単に破たんしないことを願うのみである。
		建設業（営業担当）	・今後も発注量が減らなければ、現状維持できる。
		通信業（営業担当）	・アベノミクスやTPPの動向によって、大きく変動する。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・国内的には消費増税への懸念は思いのほか強く、また、海外サイトを有する企業では米国の金融緩和縮小にかかる影響が見通せない印象は感じられる。
		卸売業〔機械器具〕（営業担当）	・大きな話もなく、現在とあまり変わらない。
		経営コンサルタント	・区内の一部商店街では、売上が前年比で半分になっている。この先も厳しい状況が続くのではないかと懸念している。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・何かにつけプラス、マイナスの影響が遅く出る川下の業態である。
	やや悪くなる	出版業（営業担当）	・値上がりする品目の増加により、書籍、雑誌の購読にお金を回す余裕がなくなってきた。
		建設業（経営者）	・消費増税の決定が10月に行われると、急激に工事件数が減少する。アベノミクスと言って浮かれているのは大企業のみで、中小は苦しみの始まりになる恐れが多分にある。
		輸送業（従業員）	・費用面で燃料の値上げもあり、状況は悪くなる。
	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	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		