

中 央 区 内 景 気 動 向 調 査

令和 8 年 6 月調査結果

令和 8 年 7 月 30 日

中 央 区

— 総 括 —

令和8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48.3と、前回調査から2.0ポイント上昇している。景気の先行き判断D Iは合計で38.4と、前回調査から5.4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)	令和8年			前回調査 からの変化
	2月	4月	6月	
合計				
現状判断D I	49.4	46.3	48.3	(2.0)
先行き判断D I	54.8	43.8	38.4	(-5.4)

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、令和 8 年 6 月調査の調査票発送は 6 月 5 日（金）回答期限は 6 月 17 日（水）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 43 名、有効回答率は 86.0% であった。

7 D I 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、D I 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	やや良くなる	変わらない	やや悪くなる	悪くなる
	（良い）	（やや良い）	（どちらともいえない）	（やや悪い）	（悪い）
点数	+ 1	+ 0 . 7 5	+ 0 . 5	+ 0 . 2 5	0

3 か月前と比較しての中央区内における現状判断 D I は合計で 48.3 と、前回調査から 2.0 ポイント上昇している。分野別にみると、家計動向関連 D I は 48.8 と、前回調査から 5.4 ポイント低下し、企業動向関連 D I は 47.8 と、前回調査から 8.0 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 12.0 ポイント増加し、「悪くなっている」と回答した人の割合が 10.0 ポイント減少した。

(D I)	令和 8 年			
	2 月	4 月	6 月	(変化幅)
合計	49.4	46.3	48.3	(2.0)
家計動向関連	44.7	54.2	48.8	(-5.4)
小売関連	45.0	61.1	52.3	(-8.8)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	50.0	45.0	40.0	(-5.0)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	53.3	39.8	47.8	(8.0)
製造業	40.0	30.0	35.0	(5.0)
非製造業	56.9	42.6	51.4	(8.8)

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
令和8年	2	2.4%	23.8%	45.2%	26.2%	2.4%
	4	2.5%	30.0%	27.5%	30.0%	10.0%
	6	2.3%	23.3%	39.5%	34.9%	0.0%
(変化幅)		(-0.2)	(-6.7)	(12.0)	(4.9)	(-10.0)

[illegible]

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38.4と、前回調査から5.4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40.0と、前回調査から5.8ポイント低下し、企業動向関連DIは37.0と、前回調査から5.0ポイント低下している。構成比では、「やや悪くなる」と回答した人の割合が14.0ポイント増し、「やや良くなる」と回答した人の割合が13.2ポイント減少した。

図表2-1 各分野における景気の先行き判断DIの推移表

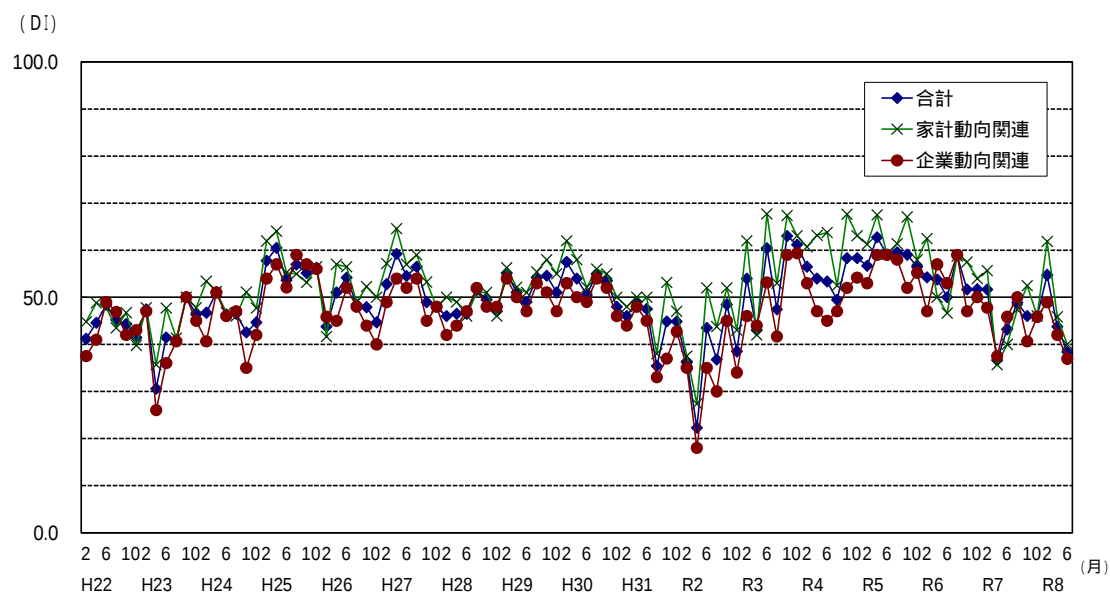
(DI)		令和8年			
		2月	4月	6月	(変化幅)
合計		54.8	43.8	38.4	(-5.4)
家計動向関連		61.8	45.8	40.0	(-5.8)
小売関連		52.5	44.4	47.7	(3.3)
飲食関連		-	-	-	(-)
サービス関連		70.0	40.0	25.0	(-15.0)
住宅関連		-	-	-	(-)
企業動向関連		48.9	42.0	37.0	(-5.0)
製造業		35.0	30.0	20.0	(-10.0)
非製造業		52.8	45.6	41.7	(-3.9)

(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。

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
令和8年	2	2.4%	38.1%	38.1%	19.0%	2.4%
	4	0.0%	22.5%	37.5%	32.5%	7.5%
	6	0.0%	9.3%	39.5%	46.5%	4.7%
(変化幅)		(0.0)	(-13.2)	(2.0)	(14.0)	(-2.8)

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

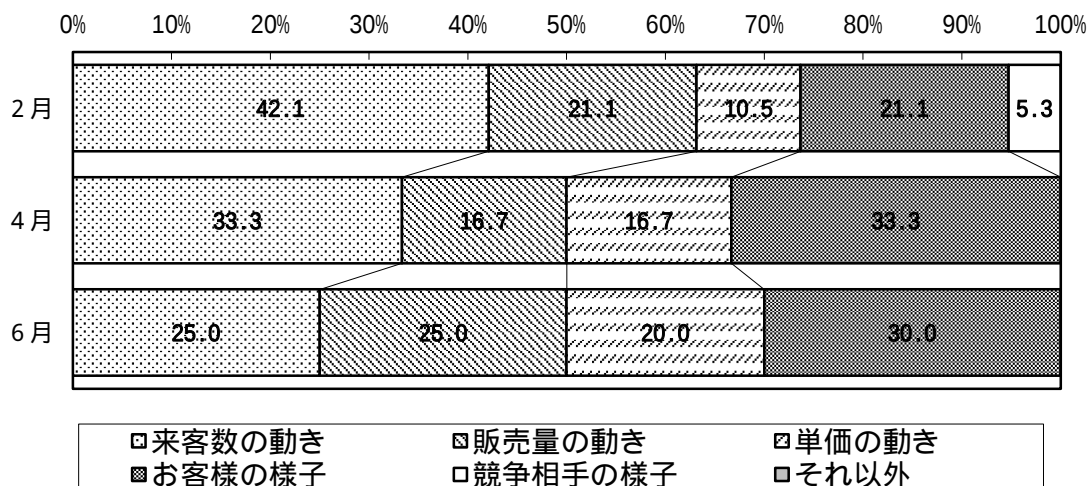
(D I)	令和8年		
	2月	4月	6月
合計	48.8	51.9	49.4
家計動向関連	47.4	62.5	57.5
小売関連	45.0	66.7	59.1
飲食関連	-	-	-
サービス関連	60.0	65.0	60.0
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	50.0	43.2	42.4
製造業	45.0	30.0	35.0
非製造業	51.4	47.1	44.4

(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。

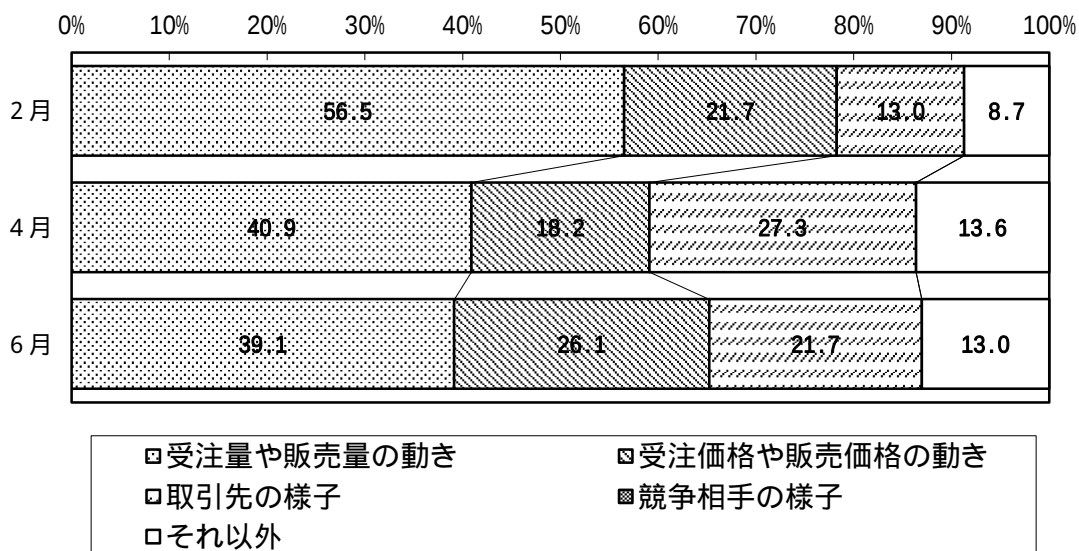
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方加性に加えて、景気の水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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	一般小売店〔文具〕(販売担当)	来客数の動き	・インバウンド、特に欧米やインド、トルコからの客が増えている。
	やや良くなっている	百貨店(総務担当)	来客数の動き	・来客数は前年を上回り、インバウンドも好調に推移している。物価高を背景とした節約志向は残っているものの、緩やかに回復している実感がある。
		百貨店(広報担当)	単価の動き	・気温上昇に伴い、初夏物商材の実需が伸びている。
		一般レストラン(経営者)	お客様の様子	・ゴールデンウィークがあったことに加え、修学旅行生や観光客も多く来てくれている。
	変わらない	百貨店(総務担当)	お客様の様子	・為替や株高の影響により、国内外問わず客の買上動向は堅調である。一方で、値上げの影響もあり、今後の動向は不透明である。
		スーパー(店長)	来客数の動き	・特売日にまとめて購入する客が微増している。
		衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・引き続きインバウンドが好調である。中国からのインバウンドは減っているものの、それ以上に米国、インドからの客が増加しており、来客数は前年比113%と順調に推移している。
		高級レストラン(経営者)	お客様の様子	・予約は減少している。客単価を上げるために値上げを検討しているが、世の中の様子を見て判断すべきと考えている。仕入れの材料費は約10%上昇している。
		高級レストラン(副店長)	単価の動き	・月前半は宴会などは余り増えていなかったが、後半は総会後の会食で個室が埋まっており、単価も悪くない。
		都市型ホテル(経営者)	単価の動き	・一時のインバウンド増加も落ち着き、以前程の伸びはない。
		都市型ホテル(営業担当)	来客数の動き	・インバウンドは好調であるものの、レストランは3か月前と比べて若干減少している。
		競馬場(職員)	単価の動き	・単価は3か月前と比較して100%前後で常に推移しており、大きく増加する見込みは余りない。
	やや悪くなっている	一般小売店〔事務用品〕(営業担当)	販売量の動き	・需要期を過ぎて、売上が減少している。さらに、中東情勢の影響により品不足が発生し、販売機会を逃している。
		乗用車販売店(店長)	販売量の動き	・3か月前は決算期であり、来客数と販売量が多かった。それに比べると新年度に入り、特に4～5月はやや悪くなる。
		一般レストラン(経営者)	販売量の動き	・街全体を見ると、インバウンドが減少しているようには見受けられないが、値上げや物価上昇が毎日のように報道され、実際にも値上げがあり、社会の雰囲気が悪くなっている。
		理容室(経営者)	お客様の様子	・客の話から、ゴールデンウィークは自宅で過ごした人がかなり多かったようである。
	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	印刷業・製本業(営業担当)	受注価格や販売価格の動き	・価格転嫁の受入れが進み、受注価格は上がっている。一方、紙、インキ、配送費等が高止まりしており、大きな案件ほど原価管理が重要になっている。
		建設業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・品不足が多々ある。この状態が続くと、景気は少しずつ悪くなる。
		建設業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・物価上昇分が受注価格に反映されつつある。
		不動産業(企画担当)	受注量や販売量の動き	・大手オフィス仲介会社の調査では、中央区内のオフィスビルの空室率は、2025年11月以降2%台を継続しており、需給バランスが逼迫していることを示している。このことから当面オフィス賃料の上昇傾向が続くものとみられる。
	変わらない	金融業〔証券〕(営業担当)	取引先の様子	・株高の恩恵はあるものの、一部の人しか利益が出ていない。資産は増加しているかもしれないが、消費に繋がっていない。
		卸売業〔機械器具〕(営業担当)	取引先の様子	・6月としては、受注量などが多くも少なくもない。
	やや悪くなっている	出版業(経営者)	それ以外	・消費者物価の上昇に、どの家庭も悲鳴を上げている。

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
		出版業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・紙媒体の発行部数が大幅に減っていることに伴い、販売数の減少に歯止めが掛からない。ウェブ媒体で何とか持ちこたえている状態である。
		経営コンサルタント	それ以外	・商店街の人通りが著しく減少しているので、今後は景気は下向きになっていくのではないかと。
		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	・3か月前と比較すると、大型案件が減少傾向にあり、当月の予算に対して実績が30%近くショートしている。
		その他サービス業〔造園・園芸〕（営業担当）	取引先の様子	・仕入価格が上昇している。
	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	乗用車販売店(店長)	・中東情勢等の不安要素もあるが、夏のボーナス商戦や仮決算等、例年であれば来客数、販売量共に増加見込みとなるため、期待値を込めて良くなる。
	変わらない	一般小売店[文具](販売担当)	・良い状態のまま変わらない見込みである。
		百貨店(総務担当)	・地政学リスク等に大きな変動がない限り、現状が当面続
		百貨店(総務担当)	・インバウンドは引き続き下支え要因ではあるが、原油高の影響で物価上昇が進めば、光熱費を始めとした生活コストの増加により再び消費意欲が削られる可能性があり、楽観はできない。
		スーパー(店長)	・景気が短いサイクルで上下している。多少良くなるとみられるが、長くは続かない。
		コンビニ(店長)	・セールへの反応は良いものの、その他の通常販売はこじばらく変化はない。
		衣料品専門店(店長)	・物価が上がリ、衣料は後回しにされる傾向にあるため、現状維持が精一杯である。
		高級レストラン(経営者)	・夏場の景気は読めないが、リニューアルを予定しているため、全体的には景気は変わらない見込みである。
		一般レストラン(経営者)	・世界情勢が今後どのように変わっていくかわからないが、早く戦争が終結してほしい。
	やや悪くなる	一般小売店[和菓子](経営者)	・中東情勢が明確に定まっていけない以上、不安定で悪くなる。
		一般小売店[事務用品](営業担当)	・石油関連商材が多いため、品不足の影響が今後はかなり出てくる。値上げ品目が多過ぎるので、多方面に影響が出てくる。
		高級レストラン(副店長)	・8月は暑さで客が外出を控えたり団体予約が余りない時期のため、少し落ち着いた流れになる。
		一般レストラン(経営者)	・蒸し暑さで客が少なくなってくる。
		都市型ホテル(経営者)	・中東情勢の影響により先行きが見通せず、将来に対する不安感の方が大きくなっている。
		都市型ホテル(営業担当)	・夏の暑さなどから需要が減ると予想している。
		旅行代理店(店長)	・中東情勢、燃油高騰により海外旅行需要が減少する。夏休みの国内旅行の受注も減少傾向にある。
		競馬場(職員)	・単価が大きく変化しないと仮定して、前年4～6月と7～9月の来場者数を比較した場合、7～9月の来場者数は70%前後であったため、この先はやや悪くなる。
		理容室(経営者)	・いろいろな物の値上げの影響で、カットのみの客が増え、化粧品の売上も落ちてきている。
		-	-
	悪くなる	-	-
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	不動産業(企画担当)	・建築費が高騰するなかでも、区内の新築マンション販売は引き続き堅調であり、販売坪単価も上昇傾向が続いている。
		卸売業[飲食料品(鮮魚)](経営者)	・株価が上昇しており、夏に向かって世相が明るくなりそうである。大きな問題もないので、しばらくは順調に推移する。
		卸売業[機械器具](営業担当)	・8～9月にかけて納品する予定の受注がある。
	変わらない	建設業(営業担当)	・景気はやや良くなる見込みだが、品不足のため、変わらない
		建設業(経営者)	・中東情勢によって今後の景気が左右される。
		輸送業(従業員)	・給与もボーナスも上がらない。物価が高止まりしており、良くなる要素がない。
		金融業[証券](営業担当)	・前年末の米騒動から、昨今では原油及びナフサ、レアアースから半導体へと需給のスクイーズによる調達難が続いている。加えて、人件費等の上昇から取引先関係にも業績への懸念がかなり見えてくる。ただし、直接的な景況への反応という点では、今すぐということではないため、ひとまず中立の判断としている。
		卸売業[繊維・衣服等](経営者)	・景気が回復するとしても、他の分野が先になる。
		卸売業[繊維・衣服等](経理担当)	・特別大きな出来事はない。
		その他サービス業[ビルメンテナンス](営業担当)	・良くなる可能性は高くないが、大きく悪化するとも限らない。また、設備投資等は一定数見込まれる。
		-	-
	やや悪くなる	出版業(経営者)	・消費者物価の上昇により悲鳴を上げている。
		出版業(営業担当)	・国内外の不安定な状況により、明るい兆しがみられない。

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
		印刷業・製本業（営業担当）	・夏に向かって閑散期となるため、新規事業開発に目を向けていく必要がある。そのため、目に見える利益としては減少する見込みである。
		建設業（営業担当）	・受注量が伸びていない。
		建設業（経営者）	・中東地域での紛争が長引く可能性が高く、影響が出てくる。
		通信業（営業担当）	・国際情勢の影響が大きく、大規模な意思決定ができなくなっている。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・行き過ぎた株高に調整が入る可能性がある。また、インフレにより、特に若者が将来への備えのために消費を控えているように見受けられる。住宅ローン金利の上昇により、購入を控える人も一定数いる。
		経営コンサルタント	・物価上昇に給与が追いついていないため、景気は悪くなっていく。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（管理担当）	・材料納期の遅延があり、工事の延期が数件発生する可能性がある。
		その他サービス業〔造園・園芸〕（営業担当）	・あらゆるコストが上昇しており、先の見通しが立ちにくい。長期的な見積りは価格を高めに出さざるを得ない。商品価格の値上げもあり、個人向け商材の受注は減りそうである。
	悪くなる	新聞業（営業担当）	・年度が変わってから客の値下げ要望が増えており、実際に単価を下げざるを得ない事例が出てきている。取引先も決算が良くないところが多く、今後同様の動きが続くとみている。
		卸売業〔機械器具〕（営業担当）	・中東情勢の影響により塗料などが入手できないことから工事休止などが出てきており、今後の見通しが立たない。

(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	家計動向関連	25
	小売関連	15
	商店街・一般小売店	5
	商店街代表者	0
	一般小売店経営者・店員	5
	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	1
	コンビニエリア担当・店長	1
	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	1
	乗用車・自動車備品販売店経営者・店員	1
	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	6
	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	1
	通信会社社員	1
	レジャー施設関連	1
	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	0
	その他サービス	1
	美容室経営者・従業員	1
	その他サービスの動向を把握できる者	0
	住宅関連	0
	設計事務所所長・職員	0
	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	企業動向関連	25
	農林水産業従業者	0
	鉱業経営者・従業員	0
	製造業経営者・従業員	5
	食料品製造業	0
	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	5
	新聞業	1
	出版業	2
	印刷業・製本業	2
	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	20
	建設業	4
	輸送業	1
	通信業	2
	金融業	2
	不動産業	1
	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