

中 央 区 内 景 気 動 向 調 査

平成 20 年 2 月調査結果

平成 20 年 3 月 3 日

中 央 区

— 総 括 —

平成 20 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 35.9 と、前回調査から 3.9 ポイント低下し、引き続き 40.0 を下回る結果となっている。景気の先行き判断 D I は合計で 38.0 と、前回調査から 0.8 ポイント上昇したものの、引き続き 40.0 を下回る結果となっている。

図表 景気の現状判断 D I、先行き判断 D I（合計）

（ D I ）	平成19年		平成20年		前回調査
合計	10月	12月	2月	からの変化	
現状判断 D I	46.5	39.8	35.9	（ -3.9 ）	
先行き判断 D I	51.0	37.2	38.0	（ 0.8 ）	

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 20 年 2 月調査の調査票発送は 2 月 7 日（木）、回答期限は 2 月 15 日（金）である。

5 調査機関

本調査は中央区が主管し、委託先である財団法人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 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 (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35.9と、前回調査から3.9ポイント低下し、引き続き40.0を下回る結果となっている。分野別にみると、家計動向関連DIは3.2ポイント、企業動向関連DIは4.7ポイント低下している。構成比では、「やや悪くなっている」、「悪くなっている」と回答する人の割合が増加している。

図表1-1 各分野における景気の現状判断DIの推移表

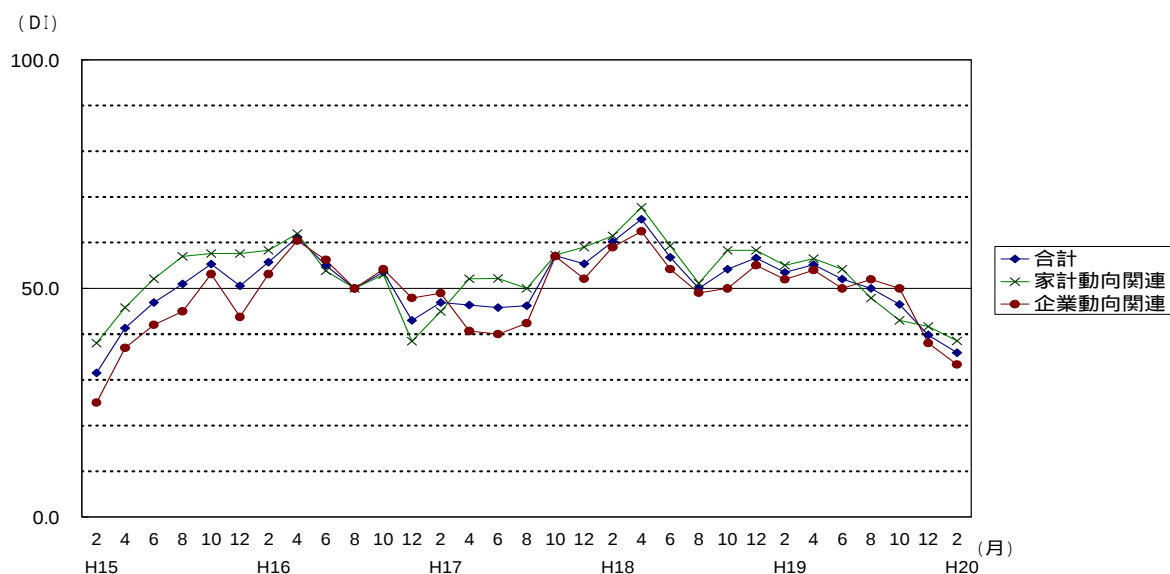
(DI)	平成19年		平成20年	
	10月	12月	2月	(変化幅)
合計	46.5	39.8	35.9	(-3.9)
家計動向関連	43.0	41.7	38.5	(-3.2)
小売関連	46.2	34.6	33.3	(-1.3)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	50.0	50.0	42.9	(-7.1)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	50.0	38.0	33.3	(-4.7)
製造業	45.8	25.0	37.5	(12.5)
非製造業	51.3	42.1	31.9	(-10.2)

(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19年	10	0.0%	18.0%	52.0%	28.0%	2.0%
	12	0.0%	10.2%	46.9%	34.7%	8.2%
平成20年	2	2.1%	4.2%	43.8%	35.4%	14.6%
(変化幅)		(2.1)	(-6.0)	(-3.1)	(0.7)	(6.4)

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38.0と、前回調査から0.8ポイント上昇したものの、引き続き40.0を下回る結果となっている。分野別にみると、家計動向関連DIは6.2ポイント上昇し、企業動向関連DIは4.8ポイント低下している。構成比では、「やや良くなる」と回答する人の割合が増加し、「やや悪くなる」、「悪くなる」と回答する人の割合が微増している。

図表2-1 各分野における景気の先行き判断DIの推移表

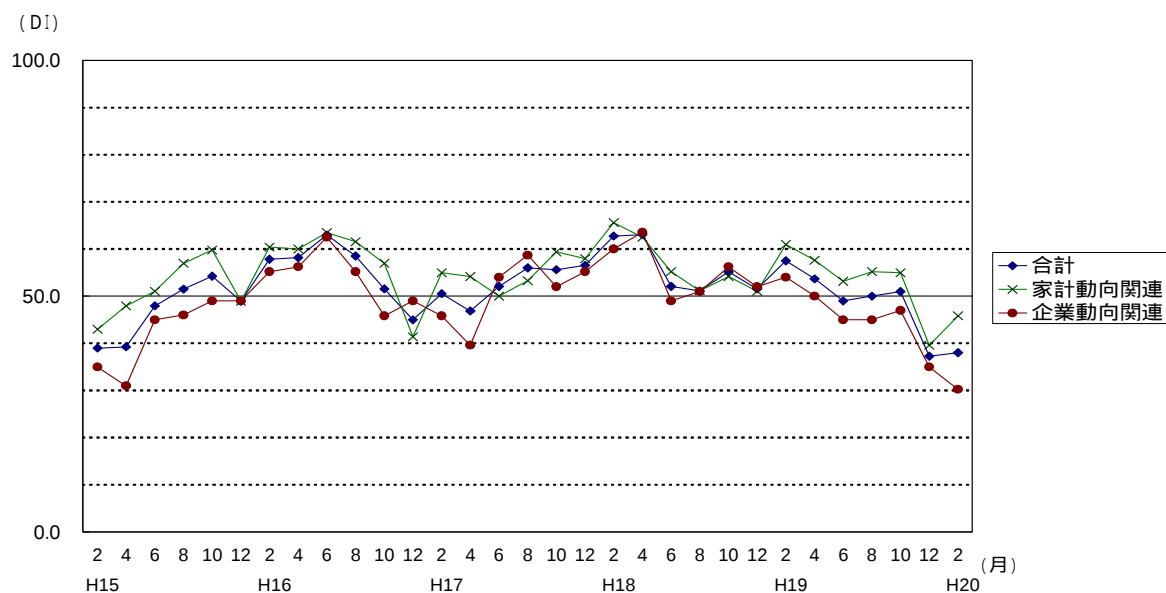
(DI)	平成19年	平成20年	
	10月	12月	2月 (変化幅)
合計	51.0	37.2	38.0 (0.8)
家計動向関連	55.0	39.6	45.8 (6.2)
小売関連	53.8	34.6	39.6 (5.0)
飲食関連	-	-	- (-)
サービス関連	60.7	45.8	50.0 (4.2)
住宅関連	-	-	- (-)
企業動向関連	47.0	35.0	30.2 (-4.8)
製造業	41.7	29.2	29.2 (0.0)
非製造業	48.7	36.8	30.6 (-6.2)

(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19年	10	2.0%	28.0%	46.0%	20.0%	4.0%
	12	2.0%	2.0%	49.0%	36.7%	10.2%
平成20年	2	0.0%	10.4%	41.7%	37.5%	10.4%
(変化幅)		(-2.0)	(8.4)	(-7.3)	(0.8)	(0.2)

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

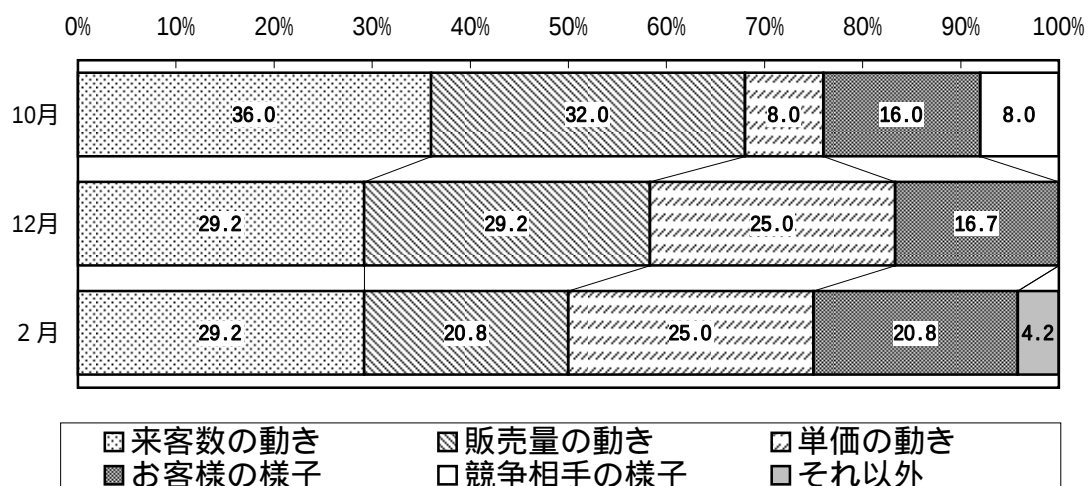
(D I)	平成19年	平成20年	
	10月	12月	2月
合計	42.5	39.3	35.9
家計動向関連	43.0	43.8	37.5
小売関連	48.1	38.5	31.3
飲食関連	-	-	-
サービス関連	46.4	54.2	46.4
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	42.0	35.0	34.4
製造業	45.8	33.3	41.7
非製造業	40.8	35.5	31.9

（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。

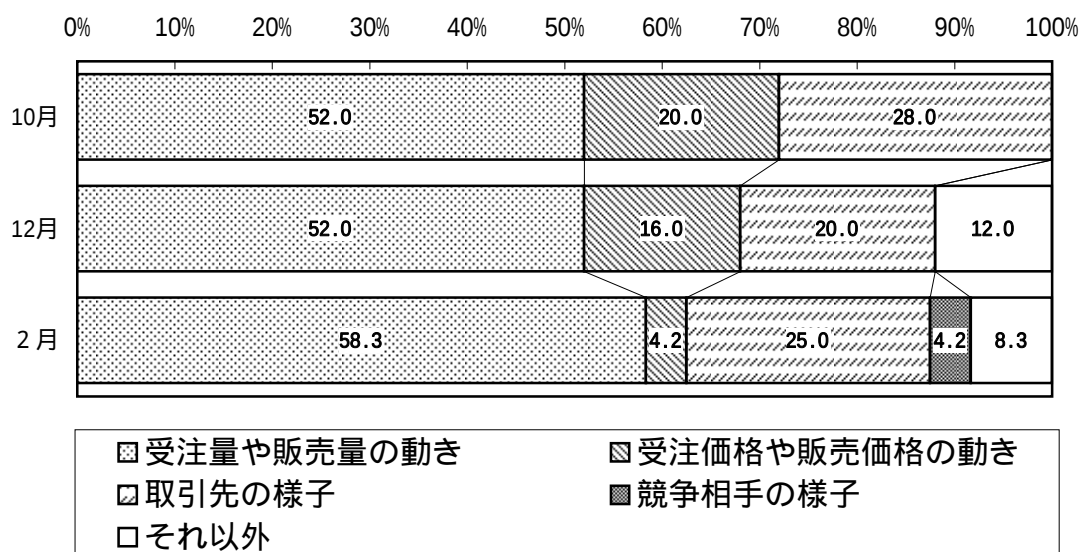
（注）景気の現状をとらえるには、景気の方方向性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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	○	○	○
	変わらない	百貨店（営業推進担当）	販売量の動き	・来街者は今月も非常に多く、エリアとしても賑わっている。来客数も前年同月比で伸びているが、売上の伸び率が頭打ち状態となっている。
		百貨店（広報担当）	単価の動き	・宝飾品、美術品等の高額品の売上は伸び悩んでいるが、食品は売上を挽回するなど、アイテムによって売上にばらつきがある。店全体としては前年の売上を上回るようになってきている。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・来客数は少し増えたようだが、客単価は相変わらず低い。
		衣料品専門店（店長）	単価の動き	・単価の低い物を単品か、多く購入するか分かれてはいるが、安い商品の動きが活発である。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・少人数（2～3名）での個室希望が増加しているため、定員割れの状態で満室となり、内容的にも売上の悪くなっている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・相変わらず週末は忙しいが、平日が暇なので売上自体は変わらない。
		都市型ホテル（広報担当）	来客数の動き	・レストランの入店客数が伸びていない。
		都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・相変わらず横ばい状態が続いており、これから上向いてくる要因が見当たらない。
		旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・円高が進んでいるので、海外旅行が通常では伸びるはずだったが、あまり伸びていない。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・年度末のシーズンを迎えているが、今のところ販売数に大きな動きが見られない。
	やや悪く なっている	一般小売店〔靴〕（営業担当）	単価の動き	・お買い得品を更に値下げした時に動きが出てきた。商品単価自体は前年より上がっているが、値下げしないと客が手に取らないので、前月より単価は下がっている。
		百貨店（総務担当）	来客数の動き	・前年に比べ来客数が若干減少している。春物などの立ち上がりについても、全体的な景況感にやや欠けている。
		百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・中国の観光客が2月7日の春節前後の1週間休みを取って大勢来ているが、日本人の買物が少ない。株価暴落の影響、ガソリンの値上げによる物価上昇など、少しずつ悪くなっている。
		スーパー（店長）	単価の動き	・年末から仕入れ値の上昇が相次ぎ、購買力が低下している。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・気温の低い日が続き、春物衣料の足が鈍い。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新築マンションをターゲットとしているが、株価低迷、物価上昇の折、1,400戸もあるマンションがかなりの倍率で抽選を行い完売しており、人気の高さに驚いている。しかし、入居予定の客にインターネットやＩＰ電話の販売を勧奨しても、他社との競合で高い料金のオプションは不要と言われ、受注はほとんど見込めない状況である。
		その他レジャー施設（経営者）	来客数の動き	・前年同月と比較して、やや落ちている。
	悪く なっている	○	○	○
企業 動向 関連	良く 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	・今月、来月は年度末の関係で受注量が他の月に比べ、一番多い時期である。
	やや良く なっている	通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・3月決算、年度末に向けての販売量の増加で、やや良くなっている。
	変わらない	出版業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・出荷しては返品が来るという傾向は昨年から続いており、実売に伸びが見られない。
		印刷業・製本業（経営者）	受注量や販売量の動き	・日常的ないろいろなメディアに混乱させられてあまり良いことがないので、ぱっとしない。

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
	やや悪くなっている	広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・短期的にアカウントに結び付く受注ではなく、商品企画や調査等の作業が多く、先行きが不透明である。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・定例の仕事が変動なく受注できている。受注を失う案件もなく、順調に推移している。
		出版業（経営者）	取引先の様子	・サブプライム、偽装など、先行き不安材料がある。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・タクシー、ハイヤーの受注量は前年比でやや落ち込んでいる。同業他社の受注量も落ちている。
	悪くなっている	輸送業（営業担当）	それ以外	・燃料価格はやや落ち着いてきているが、まだまだ高止まりをしている。受注価格の値上げは困難であり、収益の圧迫に大きく影響している。
		金融業〔証券〕（営業担当）	取引先の様子	・1月期までの企業業績推移をみると、不動産業を中心に停滞感が強まっている。また、金融機関の融資スタンスにも明らかに引き締め方向への流れが感じられる。
		金融業〔証券〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・サブプライムローン余波による波及、不確実なリスクが多く、投資マインドが悪化している。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・来客数が落ち始めている。昨年は厳しいながらも来客数は平年と変わらなかったが、今年は雰囲気違うように感じる。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・どの取引先も受注量が減ってどうしようもないと言っている。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・サブプライム問題や食品安全性の問題で、消費者が混乱しているようで、様子見、買い控えをしている。

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（販売促進担当）	・ 景気は底をついたような気がする。3月になれば、少しずつ株価が戻って景気も良くなる。
		高級レストラン（スタッフ）	・ 歓送迎会などで宴会が増えてくる。
		一般レストラン（経営者）	・ 地元を舞台にした連続ドラマが3月末から始まるので、少しは客が来ると期待している。
		通信会社（営業担当）	・ 春先の移転、新入学シーズンになるので、需要が増え、販売数の増加が見込める。
	変わらない	一般小売店〔靴〕（営業担当）	・ 物価上昇の報道がされている中で、客は手持ちの物については我慢をしており、無駄遣いはしない。お買い得品であっても本当に必要でなければ、購入まで至らない。
		百貨店（広報担当）	・ 株安、日用品の値上がりなど、買い控えにつながるような報道が相次ぎ、明るい材料はない。
		百貨店（営業推進担当）	・ 現在の購買スタイルに変化をもたらしようとする要因が見当たらない。逆に株価、食品、年金など、マイナス要因の方が多い。
		スーパー（店長）	・ カップめん、油、みそ、カレーと値上げが続き、固定されていた価格が変わり、売出し、お買い得でも割安感がなくなっている。また、中国の冷凍ぎょうざ等の問題もあり、食品に対する不信感も発生している。
		コンビニ（経営者）	・ 石油の高騰でいろいろな物が値上がりし、客が買い控えをしているので変わらない。
		衣料品専門店（店長）	・ 今期もまた婦人服の強いトレンドを感じない。服以外でもバッグ、靴など、さほど目新しいものがなく、食の安全も中国産、中国製の不信感で消費者が冷めている。
		高級レストラン（経営者）	・ 日本経済はもとより、世界経済の状況からも推察する限りでは、楽観することはできない。市場内の買参人の言動等からも良い話は聞かれず、不景気の度合いも深くなってきているという。個々の店舗が手を取り合い、それぞれサービスの充実を計ることが不景気脱却への道と考えている。
		一般レストラン（経営者）	・ 販売量と単価をあわせて考えるとあまり期待できない。
		都市型ホテル（広報担当）	・ 年度切り替えの4月以降、レストラン、宿泊、宴会共にビジネスでの利用増加を期待している。
		都市型ホテル（経営者）	・ 物価が上昇するのに反し、所得が向上しない。全部、油関係に吸い取られてしまう。
		旅行代理店（営業担当）	・ 現状から考えて、円高が進んでも伸びそうな感じが見受けられない。
		通信会社（営業担当）	・ 年度末に向かい、販売目標達成に精一杯努力はしているが、客の反応は鈍く、現状維持だとみている。
	やや悪くなる	百貨店（総務担当）	・ 原材料の高騰による日用品の値上げなど、消費を取り巻く環境は依然として厳しい。さらに身近な食料品の不祥事などもあり、当面は消費者心理の低迷が心配される。
		その他レジャー施設（経営者）	・ 店の周囲は中小企業のみであり、給料が良くなるという話は聞こえてこないもので、悪くなることはあっても、良くなることはない。
		設計事務所（所長）	・ 米国のサブプライムローンの影響で世界的に景気が落ち込むことが予想されるので、やや悪くなる。
	悪くなる	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・ 原材料の値上げラッシュで昨年よりも原価が上がっているが、昨年値上げしたのでこれ以上は値上げしにくい。
		スーパー（店長）	・ 3月ごろに競合店の出店があると聞いている上、各メーカーから今後も物価高になるという情報を得ている。
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	その他サービス業〔情報サービス〕（経営企画担当）	・ 新規案件獲得により、設備投資をしており、同様の業務を他社へ拡大できそうである。
	変わらない	印刷業・製本業（経営者）	・ 生活環境が悪くなりそうである。

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
		建設業（営業担当）	・公共事業におけるマスコミ報道は談合だけの悪い部分だけを取り上げ、今までの日本経済における「配分の原理」がどうだったかも検証せず、アメリカナイズされた市場原理の導入で日本がどう変わったかを検証すれば、日本としての環境をふまえた経済を考えていかないと良い方向へはいかない。
		通信業（営業担当）	・良いところと悪いところの差があり、トータルで変わらな
		卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	・現状の悪い状態が続く。
	やや悪くなる	新聞業（経営者）	・毒入りぎょうざに始まり、食糧需給率39%、ガソリンの高騰など、暗い材料がそろいすぎの感がある。
		新聞業（営業担当）	・2か月先の営業数字予想からの印象である。
		出版業（営業担当）	・今後3か月の発刊計画をみても、改善するとは思えず、更に悪くなる。
		出版業（経営者）	・現状同様、サブプライム、偽装など、先行き不安材料があ
		印刷業・製本業（総務担当）	・米国企業の業績悪化の影響である。
		輸送業（従業員）	・ハイヤー受注量は法人が90%を占めており、企業からの注文は減少することが予想されるので、やや悪くなる。
		輸送業（営業担当）	・燃料価格が下がる様子がみられなければ、依然として景気は低迷する。
		通信業（営業担当）	・原油高、株安、食の安全による。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・サブプライムローンの問題がモノラインのクレジットリスクに影響を及ぼし始めたことは、当初想定を越えるネガティブシナリオへの発展を示唆するものと言える。今後4月以降に発表される国内企業の3月期決算の動向によっては、明確にリセッションが懸念されるところである。
		卸売業〔飲食料品（鮮魚）〕（経営者）	・世の中全体の景気が相変わらず悪く、なおかつ扱い商品の中に値上げ品が多いからである。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・新しい予算がつけば発注量が増えるのではないかと期待している。
	悪くなる	卸売業〔繊維・衣服等〕（経営者）	・米国の住宅産業に端を発したバブル崩壊、中国の食品汚染問題、予想される日本の輸出産業の先細りなど、多くの不安材料があるためである。
		卸売業〔機械器具〕（営業担当）	・4月からは年度初めということもあり、注文は抑え気味になる。
		経営コンサルタント	・諸問題はまだ入口にすぎない。今年半ばまで消費は落ち込む兆しである。財布のひもが更に固くなる。

(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	家計動向関連	25
	小売関連	13
	商店街・一般小売店	2
	商店街代表者	0
	一般小売店経営者・店員	2
	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	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	6
	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	6
	新聞業	2
	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	19
	建設業	2
	輸送業	2
	通信業	2
	金融業	2
	不動産業	0
	卸売業	7
	繊維・衣服等	2
	食料品	1
	建築材料、鉱物・金属材料等	1
	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]	1
	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	2
	その他非製造業	0
	その他企業の動向を把握できる者	0