

中央区内景気動向調査

令和2年8月調査結果

令和2年9月28日

中央区

総 括

令和2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37.8と、前回調査から10.8ポイント上昇している。景気の先行き判断D Iは合計で36.7と、前回調査から6.8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2年			前回調査 からの変化
	4月	6月	8月	
合計				
現状判断D I	6.0	27.0	37.8	(10.8)
先行き判断D I	22.3	43.5	36.7	(-6.8)

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、令和2年8月調査の調査票発送は8月7日（金）、回答期限は8月18日（火）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D Iは合計で37.8と、前回調査から10.8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43.8と、前回調査から15.8ポイント上昇し、企業動向関連D Iは32.0と、前回調査から6.0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26.8ポイント増加し、「悪くなっている」と回答した人の割合が21.6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D Iの推移表

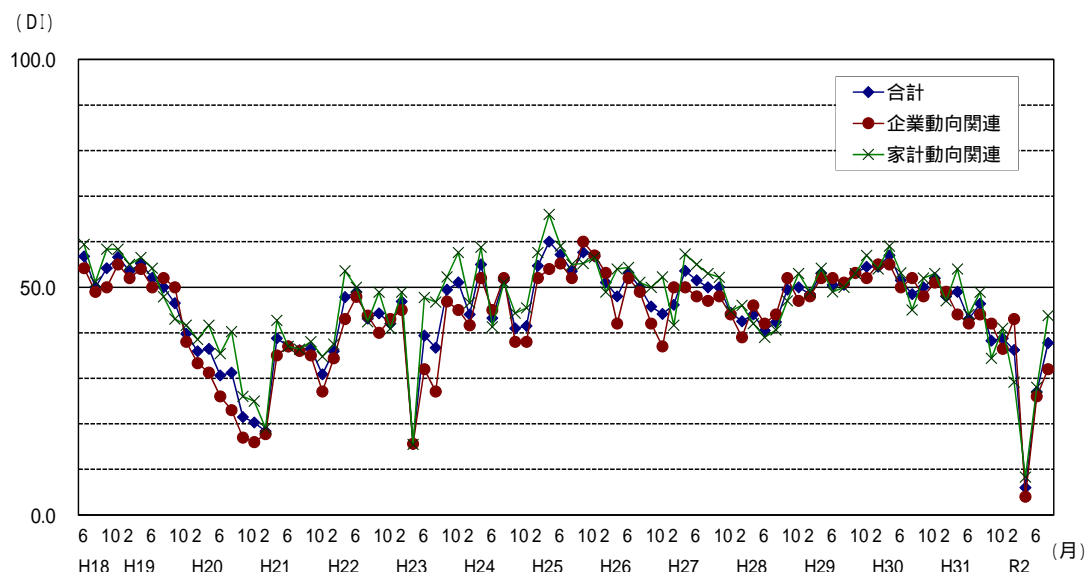
(D I)	令和2年			
	4月	6月	8月	(変化幅)
合計	6.0	27.0	37.8	(10.8)
家計動向関連	8.3	28.0	43.8	(15.8)
小売関連	12.5	33.9	51.9	(18.0)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	7.1	28.6	25.0	(-3.6)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	4.0	26.0	32.0	(6.0)
製造業	0.0	0.0	30.0	(30.0)
非製造業	5.0	32.5	32.5	(0.0)

(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
令和2年	4	0.0%	2.2%	0.0%	17.4%	80.4%
	6	2.0%	16.0%	12.0%	28.0%	42.0%
	8	4.1%	10.2%	38.8%	26.5%	20.4%
(変化幅)		(2.1)	(-5.8)	(26.8)	(-1.5)	(-21.6)

図表1 - 3 各分野における景気の現状判断D I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36.7と、前回調査から6.8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43.8と、前回調査から8.2ポイント低下し、企業動向関連DIは30.0と、前回調査から5.0ポイント低下している。構成比では、「変わらない」と回答した人の割合が22.9ポイント増加し、「やや良くなる」と回答した人の割合が21.8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

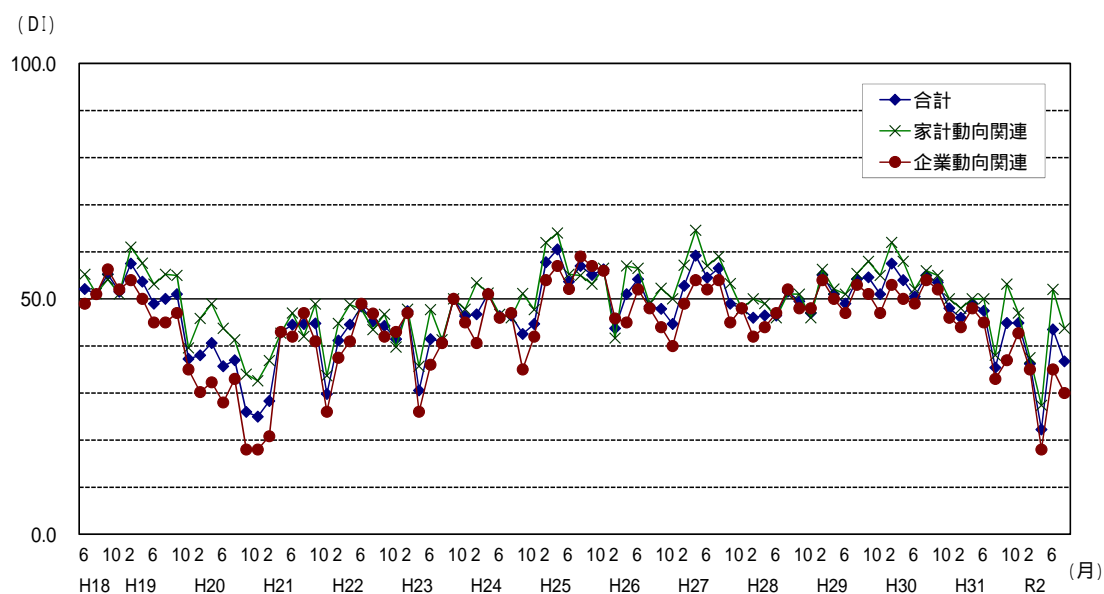
(DI)	令和2年			
	4月	6月	8月	(変化幅)
合計	22.3	43.5	36.7	(-6.8)
家計動向関連	27.4	52.0	43.8	(-8.2)
小売関連	30.0	57.1	44.2	(-12.9)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	32.1	46.4	35.7	(-10.7)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	18.0	35.0	30.0	(-5.0)
製造業	5.0	15.0	30.0	(15.0)
非製造業	21.3	40.0	30.0	(-10.0)

(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
令和2年	4	4.3%	13.0%	10.9%	10.9%	60.9%
	6	4.0%	32.0%	22.0%	18.0%	24.0%
	8	0.0%	10.2%	44.9%	26.5%	18.4%
(変化幅)		(-4.0)	(-21.8)	(22.9)	(8.5)	(-5.6)

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

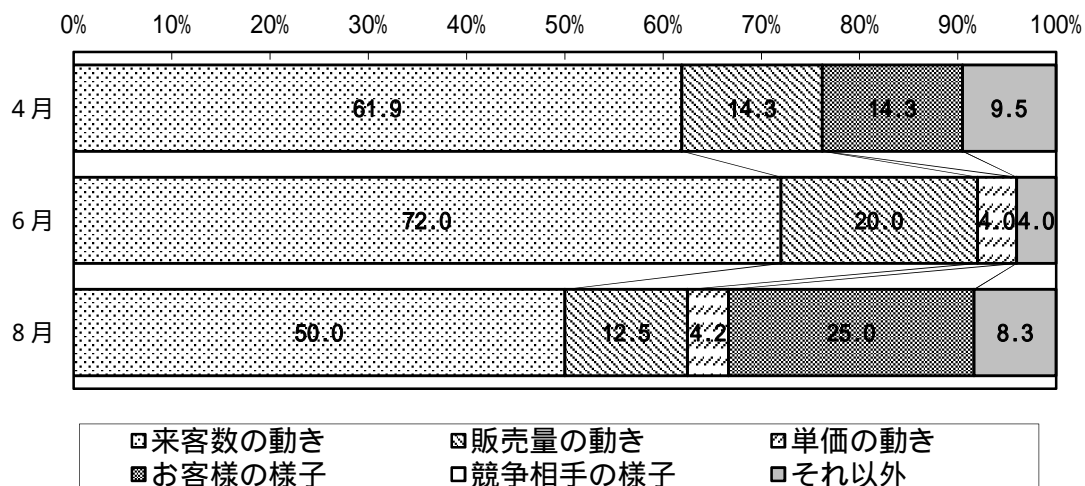
(D I)	令和2年		
	4月	6月	8月
合計	12.5	17.0	20.9
家計動向関連	10.7	12.0	18.8
小売関連	12.5	10.7	21.2
飲食関連	-	-	-
サービス関連	14.3	17.9	21.4
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	14.0	22.0	23.0
製造業	5.0	0.0	10.0
非製造業	16.3	27.5	26.3

(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。

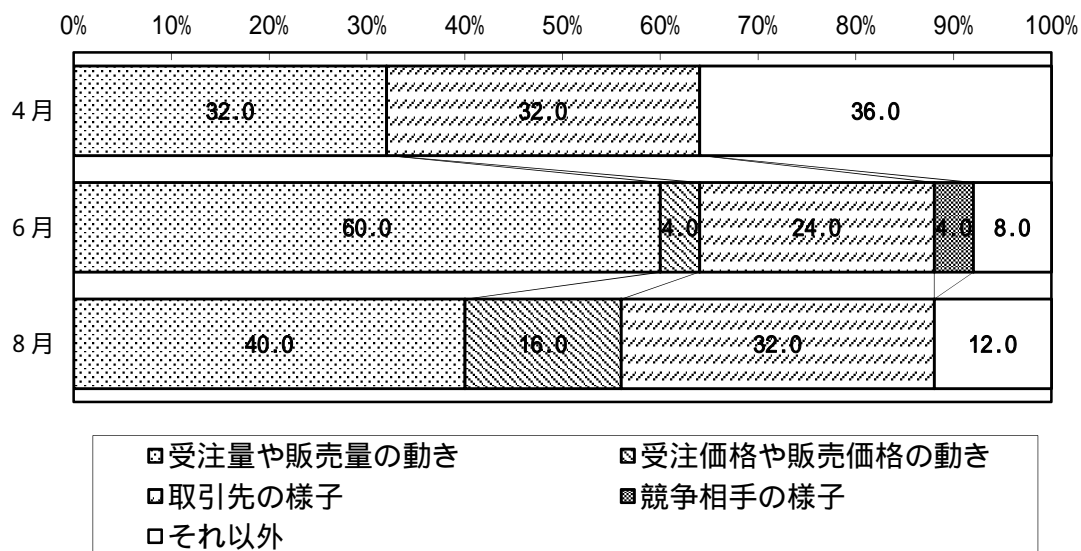
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方加性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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	衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・3か月前は休業期間が長期に渡り、売上、来客数共に前年比10%程度で最悪の状況であった。現在は、新型コロナウイルス感染者数が増加傾向にあるものの、売上、来客数は60%程度に回復している。
	やや良くなっている	一般小売店 [和菓子] (経営者)	お客様の様子	・さすがに3か月前よりは良くなっている。ただし、前年同月比では当たり前だが悪くなっている。
		一般小売店 [文具] (販売担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスによる休業時、また、営業再開した頃と比較すると、やや良くなっている。
		スーパー (店長)	単価の動き	・当地域は、例年は7月の新盆に需要が増え、8月の旧盆は人が帰省するので売上が減少するが、今年は新型コロナウイルスの影響で帰省自粛となり、8月盆の在宅率が高いため、売上が伸びている。9月は19~22日の4連休、10月1日の第3のビール増税、9月1日防災の日には直近の異常気象により防災用品の特需があるとみている。
変わらない	百貨店 (総務担当)	百貨店 (総務担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の再拡大に伴い、来客数が6月と比べて大幅に減少している。また、Go To キャンペーンの自粛により、地方からの来街者も減っている。
		百貨店 (総務経理担当)	販売量の動き	・店内外の催事の中止、免税売上の大幅な減少などにより、売上が伸び悩んでおり、全ての商品群で前年を下回っている。
	百貨店 (総務経理担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染第2波による心理的な影響がある。	
	百貨店 (広報担当)	お客様の様子	・ロイヤリティの高い客が資産価値の高い宝飾やラグジュアリーブランドを求めるニーズは堅調なもの、中間層以下の動きや中間価格帯以下のカテゴリーの動きは鈍い。巣籠り消費以外は今必要性を感じていないようである。	
	衣料品専門店 (店長)	お客様の様子	・都の新型コロナウイルス感染者数が再び増え始めてから、まっすぐ駅に向かう人の流れが多くなっている。	
	高級レストラン (経営者)	それ以外	・新型コロナウイルスの影響により休業を強いられ、営業を再開したものの、営業時間の短縮等により客足が伸びず、売上は赤字の状態が続いている。経費を減らし、弁当販売にも販路を広げてはいるが、飲食業としては難しい局面である。	
	高級レストラン (副店長)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減らないので、予約が入っても後日キャンセルというケースが多い。	
	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響でずっと悪いままできている。	
	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、先の見えない状況が続いている。都の感染者数の発表で翌日の来場者、来客数が変わってくる。	
	通信会社 (営業担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響があるなかでも、インフラである光回線の需要は引き続きあるが、販売数は今のところ変わっていない。	
	通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響から予算を縮小する客が多い一方で、感染対策としてIT投資に関する問合せも多い。	
	やや悪くなっている	一般小売店 [事務用品] (営業担当)	来客数の動き	・閑散期である上に、新型コロナウイルスの影響で前年比30%のマイナスである。天候の影響もある。
スーパー (店長)		来客数の動き	・新型コロナウイルス陽性者が発生した当店にとっては、向かい風、風評被害などもある。	
競馬場 (職員)		お客様の様子	・2月29日から営業を休止し、一時再開したが、現在は再度休止している。	
悪くなっている	都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスショックが余りに大きく、人の往来がほとんど途絶えている。	

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
		旅行代理店(店長)	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルス感染症が落ち着くまでは、景気上昇は見込めない。 ・新型コロナウイルスの影響で2月末から客足が減り、3～7月は休業していたが、8月に入っても営業再開は無理だと感じ、休業を続けている。
		その他レジャー施設(経営者)	お客様の様子	
企業動向関連	良くなっている	卸売業[繊維・衣服等](営業担当)	受注量や販売量の動き	・4～5月は売上がなかったため、3か月前よりは良いが、6月と比べると変わらない。
	やや良くなっている	金融業[証券](営業担当)	受注価格や販売価格の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・在宅などを通してではあるが、経済活動は少しずつ戻ってきており、それらが株価にも表われている。 ・年度初めよりは受注があり、例年どおりである。
		卸売業[機械器具](営業担当)	受注量や販売量の動き	
	変わらない	出版業(営業担当)	それ以外	<ul style="list-style-type: none"> ・緊急事態宣言が解除され、経済活動が活発になると期待したが、すぐに大都市圏で感染が再拡大したため、不安が再び広がっており、景気の良化はみられない。 ・オフィスは長期契約が多く、解約は余り出ていない。 ・都内の新型コロナウイルス感染者数が増加傾向になると人出が減り、減少傾向だと人出が増える。 ・現状は例年どおりの業務を受注できており、3か月前と比較しても大差はない。 ・取引先企業、個人客共に動きが鈍い。
		不動産業(企画担当)	受注価格や販売価格の動き	
		経営コンサルタント	取引先の様子	
		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	
	やや悪くなっている	その他サービス業[造園・園芸](営業担当)	取引先の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルスの影響により仕事量が減少している。 ・新型コロナウイルスの影響で民間発注が大幅に減っている。 ・新規及びスポット利用での需要が減少している。 ・新型コロナウイルスの影響による休業、盆休みと休日が多いので営業日数が少なく、取引先企業もそれだけ動きが鈍くなっている。
		建設業(営業担当)	受注量や販売量の動き	
		建設業(経営者)	取引先の様子	
輸送業(従業員)		取引先の様子		
悪くなっている	卸売業[機械器具](経営者)	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・いうまでもなく新型コロナウイルスの悪影響がほぼ全業種に渡って拡がりつつある。 ・新型コロナウイルスの影響が非常に大きい。 	
	出版業(経営者)	それ以外		
		通信業(営業担当)	受注量や販売量の動き	

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）	・ 9月19～22日の4連休、10月1日の第3のビール増税で特需がある。9月1日の防災の日には、直近の異常気象の影響で防災用品の特需があるとみている。
		一般レストラン（経営者）	・ これから過ごしやすい季節になるので、新型コロナウイルスの治療薬、ワクチン等、世界的に明るい状況になることに期待する。
		競馬場（職員）	・ 他店舗、他業種でも営業体制等が元に戻りつつある。新型コロナウイルス感染対策は必要であるが、今月より良くなると期待している。
	変わらない	一般小売店[事務用品]（営業担当）	・ 9月から様々なものがスタートする予定で、準備として物の動きがあるのだが、需要と供給が合わず、売上が伸びない。
		一般小売店[文具]（販売担当）	・ インバウンド客が見込めず、日本人客の心理も自粛から抜け出ていない。17時以降の売上が伸びない。
		一般小売店[食品]（店長）	・ 新型コロナウイルス感染の収束はまだまだ遠い。そのため、行事等の中止で注文予約も入らず、売上低迷の状態が続いている。当面、景気回復に期待はできない。
		百貨店（総務担当）	・ 外出して買物しようというマインドの萎縮は、まだしばらく続く。
		百貨店（総務担当）	・ 新型コロナウイルスの影響で、引き続き外出を控える傾向は変わらず、回復のめどが見えない。また、消費動向に大きな変化はみられない。
		百貨店（広報担当）	・ 新型コロナウイルス感染者数の推移次第で、マインドに変化があると予想されるものの、向こう2～3か月でワクチンが接種可能になったり、大きくフェーズが変わる要素は見当たらない。
		スーパー（店長）	・ 新型コロナウイルス感染が全国的に落ち着かなければ、今のやや悪い状態が続くのではないかと。
		衣料品専門店（店長）	・ 今が既に底なので、これ以上悪化しようがない。
		高級レストラン（経営者）	・ 新型コロナウイルスが収束しない限り、前年同様の業績を上げるのは難しい。
		高級レストラン（副店長）	・ 当分の間は現状のまま変わらない。秋から冬にかけて新型コロナウイルス感染者数が増えれば、より悪い状況になる。
		一般レストラン（経営者）	・ 新型コロナウイルスの影響につきる。
		通信会社（営業担当）	・ 新型コロナウイルスの動向によって、将来の景気は大きく変わっていくものとみている。
	通信会社（営業担当）	・ 新型コロナウイルスの収束が見えず、マイナスを抑える取り組みで精一杯である。景気が良くなる見通しは立っていない。	
	やや悪くなる	百貨店（総務経理担当）	・ 新型コロナウイルス感染の第2波が本格的に来ると人々が思っただけ行動する。
		旅行代理店（店長）	・ 既に景気は悪いが、秋、冬に向け新型コロナウイルス感染が再拡大すれば、更に悪くなる。
	悪くなる	一般小売店[和菓子]（経営者）	・ 秋から冬にかけて、新型コロナウイルスが収束するとは思えず、ますます悪くなる。
コンビニ（店長）		・ 新型コロナウイルス次第ではあるが、在宅ワークの深化、オフィスの縮小や撤退、近隣飲食店の閉店なども予想され、底の見えない景気の悪さである。	
都市型ホテル（経営者）		・ 新型コロナウイルスの影響が尾を引いており、客は外出制限がなくても自主的に控えているため、ホテル業界にとっても死活問題である。	
その他レジャー施設（経営者）		・ 8月に入り、常連客から電話が7～8本入ったが、新型コロナウイルスが怖くてメンバーが集まらないとか、都内に行くのが怖いとかである。結局は新型コロナウイルスが収束するまでは無理ということだろう。	
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	その他サービス業[ビルメンテナンス]（営業担当）	・ 前回と同様に状況は見えてこないが、新型コロナウイルス感染対策等も整ってきていると思われるため、復調に向かっている。

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
	変わらない	新聞業（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響がいつまで続くのか先行きが見通せない。少なくとも2～3か月で景気が好転するような要素は全く見出せない。
		印刷業・製本業（営業担当）	・半年後、1年後の見通しが立たない状況で、2～3か月先はもっと悪くなっているかもしれないし、分からないというのが実情である。
		輸送業（従業員）	・新規利用等の問合せが減っている。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響で調整しているマーケットだが、更に米国の大統領選挙がこの先に控えているので、予想しにくい環境である。それを踏まえて、投資環境は様子見ムードが続き、変わらない。
		不動産業（企画担当）	・新型コロナウイルスの収束時期が見えず、ホテルや商業施設の売上回復が見通せない。
		卸売業〔機械器具〕（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響で、春に営業に出られなかった関連もあるが、例年受注している案件は安定している。
		経営コンサルタント	・気温が上昇し、日中の人出は更に減少する。明るい材料が見当たらない。
		その他サービス業〔造園・園芸〕（営業担当）	・公共工事に関する仕事は大きく変わらない。一方で、消費者の動きが非常に鈍く、全体的に自粛ムードが長引きそうな印象がある。
	やや悪くなる	出版業（営業担当）	・新型コロナウイルス感染が全国に広がっている状況で、政府の方針が迷走しており、2～3か月では景気回復は望めない。
		建設業（営業担当）	・受注が伸びていない。
		建設業（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響が非常に大きい。収束しても景気はすぐには良くなるのではない。1年以上掛かるのではないか。
		通信業（営業担当）	・新型コロナウイルス感染の先が見えない。
		通信業（営業担当）	・インバウンドが減少し、主軸となるべき内需も縮小しているため、苦しい業界が多い。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・7月中旬以降、それまで今期の業績予想を「未定」としていた企業が順次数値を公表してきているが、多くの場合、今後のトレンドを明確に予測しきれず、更なる下振れの可能性も含む内容かと思われる。いずれにしても、ここまでの流れにおいて収益力の減少は明らかとなっており、ここからは恐らく雇用の調整が進むと考えられ、市中景気の圧迫要因になると予想している。
悪くなる	卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	・特別定額給付金の効果がなくなる。政府の助成金等で大きく変わると思われるが、雇用調整助成金が延長されなければ、今後は更に悪化する可能性もある。	
	卸売業〔飲食料品（鮮魚）〕（経営者）	・10月末でテナントが1軒閉店するが、現環境では次のテナントがすぐには入らないと考えられる。	
	卸売業〔機械器具〕（支社長）	・受注の見通しについては厳しい状況が続く。今期は採算の苦しい仕事も戦略的に受注していく。	
	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響により、特に飲食店からの受注量が減少している。	
	出版業（経営者）	・新型コロナウイルスのダメージはそう簡単に反転できない。数年掛かるのではないか。	
	建設業（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で設備投資を控える動きが出始めている。	
建設業（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で先行きが不透明である。		
卸売業〔機械器具〕（経営者）	・得意先が全く将来に期待できる要素を感じていない。良いのは新型コロナウイルス特需の関連企業だけではないか。		

(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		25
	小売関連	14
	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	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	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		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
	飲食品	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