

# 中央区内景気動向調査

令和2年10月調査結果

令和2年11月27日

中央区

## 総 括

### 令和2年10月の動き

中央区内における10月の現状判断D Iは合計で54.0と、前回調査から16.2ポイント上昇している。景気の先行き判断D Iは合計で48.5と、前回調査から11.8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)	令和2年			前回調査 からの変化
	6月	8月	10月	
合計				
現状判断D I	27.0	37.8	54.0	(16.2)
先行き判断D I	43.5	36.7	48.5	(11.8)

## 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10月調査の調査票発送は10月7日（水）、回答期限は10月16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%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54.0と、前回調査から16.2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60.0と、前回調査から16.2ポイント上昇し、企業動向関連DIは48.0と、前回調査から16.0ポイント上昇している。構成比では、「やや良くなっている」と回答した人の割合が27.8ポイント増加し、「悪くなっている」と回答した人の割合が16.4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

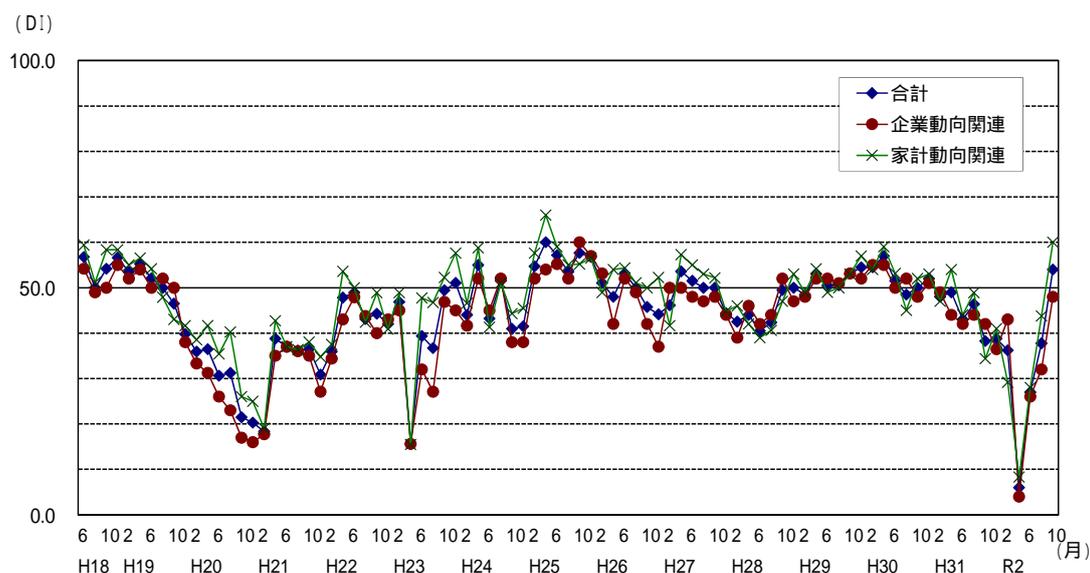
(DI)	令和2年			
	6月	8月	10月	(変化幅)
合計	27.0	37.8	54.0	(16.2)
家計動向関連	28.0	43.8	60.0	(16.2)
小売関連	33.9	51.9	51.8	(-0.1)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	28.6	25.0	67.9	(42.9)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	26.0	32.0	48.0	(16.0)
製造業	0.0	30.0	45.0	(15.0)
非製造業	32.5	32.5	48.8	(16.3)

(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。

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	6	2.0%	16.0%	12.0%	28.0%	42.0%
	8	4.1%	10.2%	38.8%	26.5%	20.4%
	10	2.0%	38.0%	38.0%	18.0%	4.0%
(変化幅)		(-2.1)	(27.8)	(-0.8)	(-8.5)	(-16.4)

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48.5と、前回調査から11.8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52.0と、前回調査から8.2ポイント上昇し、企業動向関連DIは45.0と、前回調査から15.0ポイント上昇している。構成比では、「やや良くなる」と回答した人の割合が17.8ポイント増し、「悪くなる」と回答した人の割合が10.4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

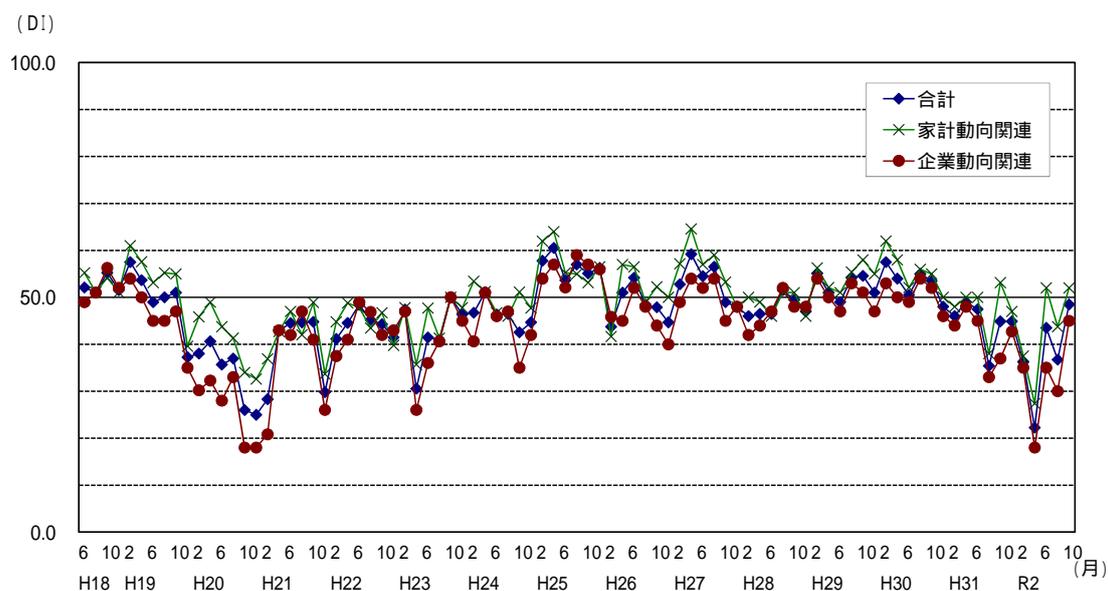
(DI)	令和2年			
	6月	8月	10月	(変化幅)
合計	43.5	36.7	48.5	(11.8)
家計動向関連	52.0	43.8	52.0	(8.2)
小売関連	57.1	44.2	44.6	(0.4)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	46.4	35.7	64.3	(28.6)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	35.0	30.0	45.0	(15.0)
製造業	15.0	30.0	45.0	(15.0)
非製造業	40.0	30.0	45.0	(15.0)

(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	6	4.0%	32.0%	22.0%	18.0%	24.0%
	8	0.0%	10.2%	44.9%	26.5%	18.4%
	10	0.0%	28.0%	46.0%	18.0%	8.0%
(変化幅)		(0.0)	(17.8)	(1.1)	(-8.5)	(-10.4)

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

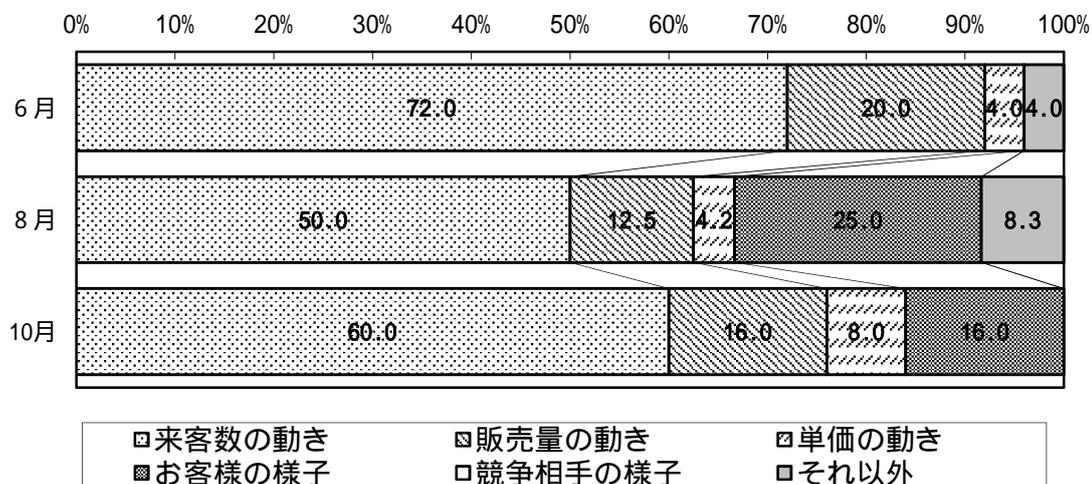
(D I)	令和2年		
	6月	8月	10月
合計	17.0	20.9	30.5
家計動向関連	12.0	18.8	33.0
小売関連	10.7	21.2	28.6
飲食関連	-	-	-
サービス関連	17.9	21.4	32.1
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	22.0	23.0	28.0
製造業	0.0	10.0	15.0
非製造業	27.5	26.3	31.3

(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。

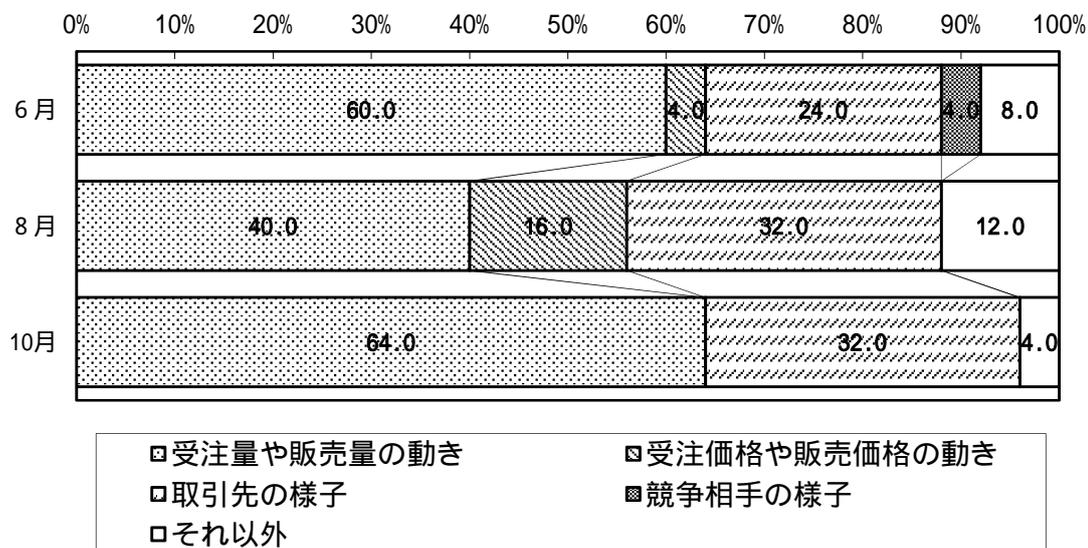
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方加性に加えて、景気の水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

## 4 (1) 景気の状態に対する判断理由着目点

### 家計動向関連



### 企業動向関連



注) 本グラフは景気の状態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	一般小売店 [靴] (店長)	単価の動き		・3か月前より来客数は増加傾向にある。まだまだ前年並みにはなっていないが、客単価は上昇している。
		百貨店 (総務担当)	販売量の動き		・高級ブランド品や宝飾品などの販売は前年を下回っているものの、前々年との比較では上回り、水準を超えている。
		百貨店 (広報担当)	来客数の動き		・新型コロナウイルス感染第2波の7月頃と比較すると、足元では日本人客を中心に来客数がやや上向いている。特に、食品のようなカテゴリーは回復が顕著である。
		高級レストラン (経営者)	お客様の様子		・政策による休業明けのため、開店後は来客数が相当数増加した。ただし、新型コロナウイルス感染対策の3密回避により、大多数が3~4名程度の予約のため、部屋は埋まっても売上は追いついていない。新型コロナウイルスの収束を願うのはいつも同じであるが、大変厳しい。
		高級レストラン (副店長)	お客様の様子		・新型コロナウイルスの影響で、予約がほとんどない。
		一般レストラン (経営者)	お客様の様子		・3か月前と比べると、土日は客が多少戻ってきており、6~7割くらいになっている。
		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のなか、Go To キャンペーンが東京も含めて稼働したことにより、少しだが人の移動が多くなったように感じる。あとはインバウンドに期待したい。
		都市型ホテル (経営者)	単価の動き		・3~6月頃の売上に比べれば少し良くなっているが、前年比では回復の道のりはまだまだ遠い。
		旅行代理店 (店長)	販売量の動き		・Go To Travelキャンペーンに東京が加わったことで客の流れが変わったが、海外旅行が全くないため、依然として厳しい状況にある。
	競馬場 (職員)	来客数の動き		・9月12日より営業を再開している。	
	変わらない	一般小売店 [文具] (販売担当)	お客様の様子		・午前中の客足は大分回復してきたが、17時以降が悪く、客は買物をするより帰宅している。
		百貨店 (総務担当)	来客数の動き		・Go To Travelキャンペーンが加勢し、やや来街者が増えつつあるようにも見えるが、依然として夜のにぎわいが少ない。
		通信会社 (営業担当)	販売量の動き		・販売数は徐々に回復傾向にあるが、新型コロナウイルスの影響で積滞していたものが、今頃出てきた感があり、年間での目標数字には達していない。
		その他レジャー施設 (経営者)	来客数の動き		・3~9月末まで休業し、10月1日より営業を再開した。客待ちと合わせて、かつての常連客等に電話を入れてみたが、全く反応がみられない。
	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		・前年比で40%は落ち込んでいる。人が少ない上に、イベントも減少しているため、物が動かない。
		スーパー (店長)	来客数の動き		・10月に入り、新ジャンルビール、たばこの増税によりマイナスマインドとなっている。台風と雨が多く、来客数も減っている。今年はスポーツの日が7月24日に移動したために、集客できる祝日が減っている。
		衣料品専門店 (店長)	来客数の動き		・Go To キャンペーン効果で週末はにぎわいが出てきているが、購買力のある年配客はまだ慎重で、購買客数はそれほど伸びていない。
	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)	受注量や販売量の動き		・新型コロナウイルスの影響により、運輸、旅行、飲食関係の受注の減少が目立つものの、イベント関係はオンライン集客の需要が出てきている。
		建設業 (営業担当)	受注量や販売量の動き		・仕事量が多く、技術者が不足している。
		建設業 (経営者)	受注量や販売量の動き		・夏を過ぎた頃から公共、民間共に発注が増えつつある。

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
		卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・前年比で85%ほどまで回復しているが、地方客の新型コロナウイルスに対する恐怖心がいまだに大きく、都市部に比べて回復が遅い。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べて臨時で請ける業務件数が2倍近く増えてきている。
	変わらない	出版業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・Go Toキャンペーンが始まっているが、業種に関係ないため恩恵はなく、販売量は上向いていない。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・前年同月比で受注量がやや減少傾向にある。
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・先行きが不透明のため、新規のコスト負担が先送りとなっている。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・悪い状態のまま停滞しているように感じる。
		卸売業〔機械器具〕（営業担当）	取引先の様子	・取引先に営業に行けるようになったが、受注に関することは以前と大きく変わらない。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・区内でも地域によって、客のばらつきを感じる。来客数が増加しているところは密状態で、戻らない地域は3割程度である。
	やや悪くなっている	不動産業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・オフィスビルでは新規契約面積を解約面積が上回り、空室率が上昇している。
		その他サービス業〔造園・園芸〕（営業担当）	取引先の様子	・提案依頼の問合せが割と多いものの、なかなか受注につながらない。総体的に取引先企業の動きが鈍く感じられる。
	悪くなっている	出版業（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で先が読めないため、消費者の節約志向が強まりつつある。感染予防も踏まえ、外食、観光などの不要不急の消費を抑えている。

#### 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	一般小売店[事務用品] (営業担当) スーパー(店長) 一般レストラン(経営者) 都市型ホテル(経営者) 競馬場(職員) その他レジャー施設 (経営者)	・年末に向けて少し動きがある。新型コロナウイルスの影響がなければ、物は動きつつある。 ・新型コロナウイルスの影響が薄れるかどうかによる。世界的に感染状況が収まってくれば、東京オリンピック等はまだプラスに働く要因になり得る。 ・国内の観光客が少しずつ増え、あとは外国人の集客をどうするかが今後の課題である。 ・Go To Travelキャンペーンの影響が、当社のような低価格のビジネスホテルにも少しずつ波及してきている。 ・生活環境も現状に対応しつつあり、人の動きも元に戻りつつある。 ・10月以降は無からの再出発である。2~3か月後には多少良くなってくれなければ困る。
	変わらない	一般小売店[文具] (販売担当)	・インバウンドの回復はなく、日本人客も在宅勤務の広がりにより減少している。
		一般小売店[食品] (店長)	・テレワークなど新しい働き方が定着し、日中の人の流れは減少したまま変化がなさそうである。
		一般小売店[靴](店長)	・今月スタートした東京のGo Toキャンペーン次第と思われる。
		百貨店(総務担当)	・都内の繁華街では、高齢客の動きが全く改善しない。不要不急の外出を控えたままである。
		百貨店(総務担当)	・外出を控える傾向が続いており、免税売上も大幅に減少しているものの、催事開催などにより徐々に客足が戻りつつある。
		百貨店(広報担当)	・足元の来客数は回復傾向にあるものの、一部の 카테고리では引き続き需要が戻っていない。新型コロナウイルスに対するワクチンや特效薬の普及が進まない限り、消費者のマインド回復は期待できない。
		コンビニ(店長)	・新型コロナウイルスが収束しないうちは、現状の厳しさが続く。
		衣料品専門店(店長)	・新型コロナウイルスの感染状況に不安を持っている客がまだまだ多い。Go Toキャンペーンはお金に余裕のある人たちへの施策で、苦しんでいる一般人には恩恵が少なく、来客数の増加も大きくは望めない。
		高級レストラン(経営者)	・新型コロナウイルスの影響だけが問題である。年末の忘年会シーズンも少人数の宴会になると推察される。
		高級レストラン(副店長)	・冬になるとまた新型コロナウイルスの感染者数が増えるといわれている。
		一般レストラン(経営者)	・新型コロナウイルスの感染状況がある程度落ち着かないと客は戻ってこない。特に、団体客が全然来店してくれない。
		旅行代理店(店長)	・Go To Travelキャンペーンは一旦1月末までとなっているため、ある程度国内旅行の需要は見込めるが、新型コロナウイルスの感染再拡大となれば一気に状況が悪くなることも考えられる。
		通信会社(営業担当)	・Go To TravelやGo To Eatの利用が増えているが、新型コロナウイルスの感染が広がりそうで、心配である。
	通信会社(営業担当)	・新型コロナウイルス感染対策に関するIT投資需要は多い一方で、販売量が増加する材料とはなり得ていない。	
	やや悪くなる	百貨店(総務経理担当)	・外出自粛の影響による中小零細企業の実質的な倒産と大企業によるリストラ、外出自粛疲れによる外出増加で新型コロナウイルスの感染が広がるという負のスパイラルに陥いる。
		スーパー(店長)	・新型コロナウイルスの感染第2波が11月くらいにあり得る。
	悪くなる	一般小売店[和菓子] (経営者)	・新型コロナウイルスの感染状況次第だが、現段階では楽観視できない。年末年始の人の動きも予測できない。
	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)	・現状での期待値である。新型コロナウイルスの感染状況やインフルエンザ等、複数のウイルスの感染が流行した場合などを考えると、一進一退だと思われる。

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）	・大小の仕事量が増加傾向にある。会社のランクによっては仕事が増す。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・米国の大統領選挙を11月に控えているが、どちらに決まっても、リスクが外れ、株価指数が回復するとみている。
		卸売業〔機械器具〕（営業担当）	・年末に向け、少しずつ受注が増える予定である。
		経営コンサルタント	・Go Toキャンペーンもトラブル続きで、事務局もパンク状態である。これ以上新型コロナウイルスの感染が拡大しないように祈るしかない。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・今後の新型コロナウイルスの影響にもよるが、状況的にはコロナ前に戻りつつあり、新たに増えてきている業務もある。
	変わらない	建設業（営業担当）	・受注が伸びない。
		建設業（経営者）	・秋から冬に掛けて、インフルエンザや新型コロナウイルスの影響次第で、かなり景気が左右される。
		輸送業（従業員）	・急には良くも悪くもならない。現状維持となる。
		通信業（営業担当）	・回復の兆しが見えてこない。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響による4月以降の経済活動の沈滞から、足元では徐々に動きそのものは回復しつつあるように見受けられる。ただし、企業の、特に、人件費の抑制が顕在化しつつあり、雇用や賃金の圧縮が進むものと考えられるため、消費活動は回復が難しいのではないかと。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	・冬に向かって新型コロナウイルスの感染再拡大の可能性もあり、明るい情報もない。
		卸売業〔機械器具〕（支社長）	・公共事業の発注状況は今のところ通常ペースで推移しているが、民需は大ブレーキが掛かっており、非常に厳しい。
	やや悪くなる	出版業（営業担当）	・年末年始になるが、景気の回復にはほど遠く、一部を除いてボーナスの減額、支給なしなど、家計も苦しいままで、今以上に悪くなる。
		不動産業（企画担当）	・リモートワークの普及により、オフィスの縮小や解約が増えている。
		卸売業〔飲食料品（鮮魚）〕（経営者）	・インバウンドが全く回復しないため、飲食業テナントが全く駄目になっている。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・年末を考えると、良くなる点が見られない。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・閉店する飲食店が多く、清掃業務の受注が少なくなっている。閉店予定の店も多く、受注量は更に減少傾向にある。
		その他サービス業〔造園・園芸〕（営業担当）	・クリスマス、正月の動きが鈍く、この冬の全体的な動きも良くなりそうな見込みがない。
	悪くなる	出版業（経営者）	・企業の求人意欲が低下している。
		建設業（経営者）	・新型コロナウイルスの影響により、取引先が先行き不透明感から設備投資を控え始めている。

(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		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