

中央区内景气动向调查

令和2年12月调查结果

令和3年1月29日

中央区

総 括

令和2年12月の動き

中央区内における12月の現状判断D Iは合計で36.5と、前回調査から17.5ポイント低下している。景気の先行き判断D Iは合計で38.5と、前回調査から10.0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
	8月	10月	12月	
合計				
現状判断D I	37.8	54.0	36.5	(-17.5)
先行き判断D I	36.7	48.5	38.5	(-10.0)

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12月調査の調査票発送は12月7日（月）、回答期限は12月16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

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38.5と、前回調査から10.0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43.0と、前回調査から9.0ポイント低下し、企業動向関連DIは34.0と、前回調査から11.0ポイント低下している。構成比では、「やや良くなる」と回答した人の割合が14.0ポイント減少し、「やや悪くなる」「悪くなる」と回答した人の割合がそれぞれ10.0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

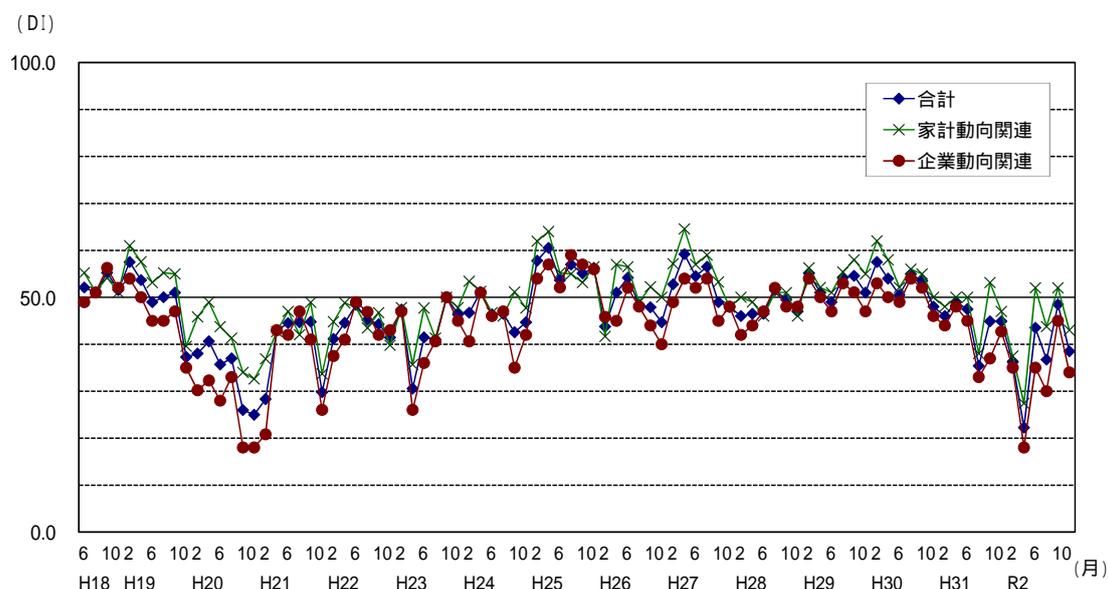
(DI)	令和2年			
	8月	10月	12月	(変化幅)
合計	36.7	48.5	38.5	(-10.0)
家計動向関連	43.8	52.0	43.0	(-9.0)
小売関連	44.2	44.6	35.7	(-8.9)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	35.7	64.3	53.6	(-10.7)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	30.0	45.0	34.0	(-11.0)
製造業	30.0	45.0	30.0	(-15.0)
非製造業	30.0	45.0	35.0	(-10.0)

(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	8	0.0%	10.2%	44.9%	26.5%	18.4%
	10	0.0%	28.0%	46.0%	18.0%	8.0%
	12	2.0%	14.0%	38.0%	28.0%	18.0%
(変化幅)		(2.0)	(-14.0)	(-8.0)	(10.0)	(10.0)

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

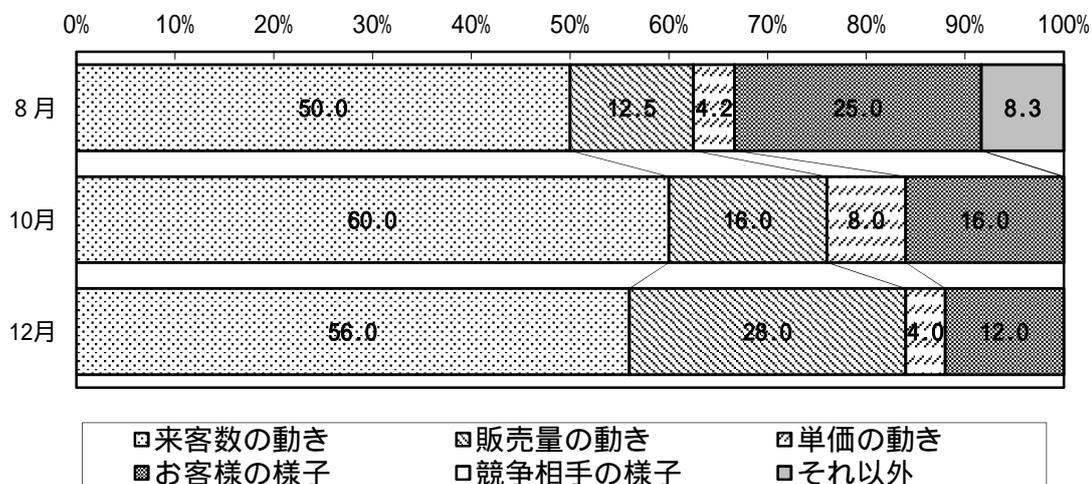
(D I)	令和2年		
	8月	10月	12月
合計	20.9	30.5	26.5
家計動向関連	18.8	33.0	27.0
小売関連	21.2	28.6	30.4
飲食関連	-	-	-
サービス関連	21.4	32.1	32.1
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	23.0	28.0	26.0
製造業	10.0	15.0	15.0
非製造業	26.3	31.3	28.8

(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。

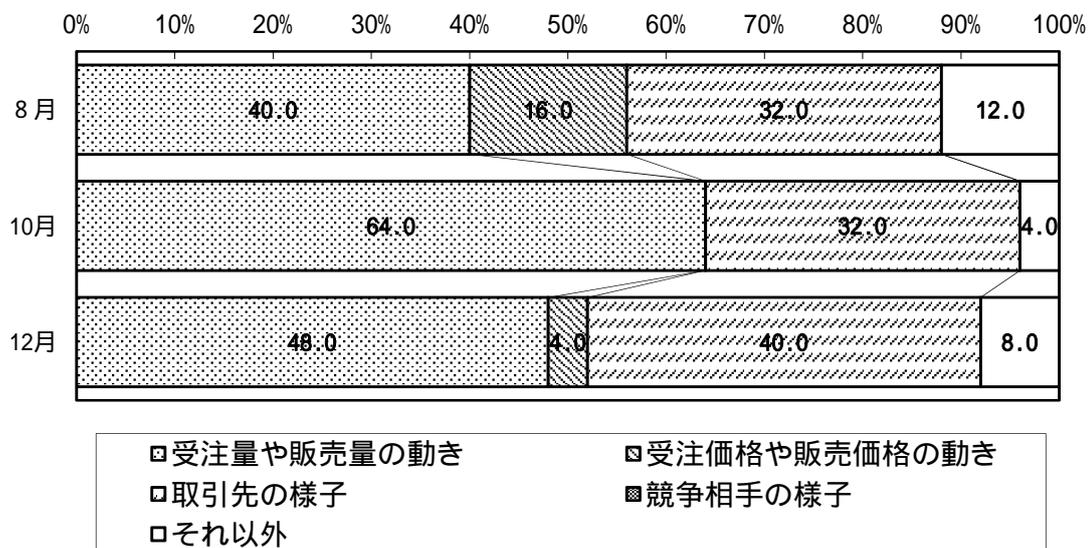
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方加性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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	-	-	-
		百貨店(総務経 理担当)	来客数の動き	・テナントの集客力、話題性が来客数に表われている。
		スーパー(店 長)	来客数の動き	・酒を提供する店に対して、11月28日～12月17日の間、営業時間短縮要請が出たことにより、家飲み需要が増加し、酒、菓子、飲料、インスタント食品などが伸びている。
		旅行代理店(店 長)	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンにより一時的に販売件数が増加しているが、海外旅行の受注がゼロのため、販売額としては厳しい。
	変わらない	競馬場(職員)	来客数の動き	・9月半ばに営業を再開してから、少しずつ来場者数が戻ってきている印象がある。
		一般小売店[食 品](店長)	販売量の動き	・在宅勤務や時差出勤等の影響か、客の顔ぶれが違っていたり、日によって販売量の増減が大きい。平均すると景気は変わらない。
		百貨店(総務担 当)	販売量の動き	・外出を控える動きや、インバウンド売上の大幅な減少が継続している影響により、売上が伸び悩んでいる。特選衣料雑貨、宝飾品は若干だが順調に推移している。
		百貨店(広報担 当)	お客様の様子	・家の中の暮らしを充実させたいというニーズや、付加価値の高い商材へのニーズは底堅い。ただし、引き続き新型コロナウイルスへの警戒心は根強く残っており、客の来店頻度は上がってきていない。踊り場である。
		高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大により再度キャンセルが相次ぎ、小規模の予約でしおいできたものの、更に悪化している。通常の忘年会シーズンであれば平常月の1.5倍を見込めるが、今年は平常月と比べて70%減少している。
		一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・団体、ファミリー客が減少傾向にある。
		都市型ホテル (経営者)	単価の動き	・Go To Travelキャンペーンの影響で来客数が増えているが、単価が低いため、利益なき忙しさになっている。検温や健康チェック等の新型コロナウイルス感染予防対策や地域共通クーポンの扱いが面倒である。
		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で、全体的に販売数が減っており、3か月前と比べてもさほど動きがない。
	その他レジャー 施設(経営者)	来客数の動き	・3か月前も今月も客はゼロである。新型コロナウイルス感染が収まるまでは駄目だと諦めている。	
	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	・10月頃は動きが良くなり、若干戻りつつある気がしたが、12月に入ってから新型コロナウイルス感染者数の増加に反比例して、来客数、売上が落ちていっている。
		一般小売店[文 具](販売担 当)	来客数の動き	・10～11月に新型コロナウイルス感染者数が増加したものの、Go To Travelキャンペーンによって来客数が少し改善した。しかし、11月後半からの感染者数の大幅増により、再び減少している。
		百貨店(総務担 当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の再拡大と、Go To Travelキャンペーンの伸び悩み、不要不急の外出を控える動き等が要因となり、前月と比べ来客数を初め全てが鈍化している。
		衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・通行客数が明らかに減少している。
	悪く なっている	一般小売店 [靴](店長)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、来客数が非常に少なくなっている。また、購買意欲も低下しており、まとめ買いが少ない。
		スーパー(店 長)	来客数の動き	・来客数の減少が止まらない。
		衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・12月になり、街もライトアップされてクリスマスモードになっているが、新型コロナウイルスの感染拡大により、過去に例がないほど来客数が落ち込んでいる。

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
		高級レストラン (副店長)	来客数の動き	・法人の宴会予約が前年比99%減となっている。
		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により、国内外の観光客が減少している。特に、外国人に至ってはほぼゼロである。毎日の感染者数の発表により、翌日の来客数が大幅に減少することが多い。
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	・民間の動きがいまだに鈍いように感じる。
		建設業(経営者)	取引先の様子	・今年の夏に比べれば、取引先からの依頼は多少増加してきてはいるものの、大型物件の工事はなく、小規模工事が大半である。
		卸売業[機械器具] (営業担当)	それ以外	・通常販売品が幾らか低迷しているなか、新型コロナウイルス関連商材の売上が伸びている。
		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か月前と比べて、価格が20%アップしている。
	変わらない	出版業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・出版不況のなか、新型コロナウイルスの影響により、出版点数も雑誌広告も減っている。
		金融業[証券] (営業担当)	取引先の様子	・法人の運用動向が前月より少しだけリスクを抑える方向に働いているように感じられる。
		卸売業[機械器具] (経営者)	受注量や販売量の動き	・年末の受注量が低迷している。得意先の業種により動きが異なっている。
	やや悪くなっている	建設業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・民間の工事が減少している。
		輸送業(従業員)	受注量や販売量の動き	・前年同月と比べると、受注量等の動きが悪い。
		通信業(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で低迷している。
		不動産業(企画担当)	取引先の様子	・オフィスを縮小する動きが続いている。解約数に対して、契約数、面積が少ない。
	悪くなっている	経営コンサルタント	取引先の様子	・冬期になり、新型コロナウイルス禍による深刻な状況が増している。客が自主的に外出する機会を減少させているためか、売上が立たないようである。
		出版業(経営者)	それ以外	・12月の書き入れ時にもかかわらず、飲食店が閑散としている。由々しき事態である。
		卸売業[繊維・衣服等] (営業担当)	受注量や販売量の動き	・11月に入り、新型コロナウイルスの感染拡大とともに、急速に来客数が減少している。

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	高級レストラン(経営者)	・新型コロナウイルスが収束するのを願うのみである。テイクアウトや他の営業方法も多種検討し、実行もしたが、やはり焼け石に水というような結果である。現状が最悪だとすれば、以後は良くなる方向へ向かうことを願っている。	
	変わらない	高級レストラン(副店長)	・今が悪過ぎるので、新型コロナウイルスの感染者数が減ってくれば、来客数も増えてくる。	
		競馬場(職員)	・期待をこめての回答である。	
		一般小売店[食品](店長)	・新型コロナウイルスの感染状況次第だと思うが、今現在の生活や通勤スタイルが今後も定着していけば、変化はないとみている。	
		百貨店(総務担当)	・状況が大きく改善しない限り、消費マインドの向上はない。	
		百貨店(総務経理担当)	・新型コロナウイルスワクチンへの期待と、感染者数の増加が懸念される冬への警戒心、この2つの綱引きにより、景気の停滞が続くのではないかと。	
		百貨店(広報担当)	・新型コロナウイルスワクチンや特効薬のめどが立っていないなか、先の見通しについて明るい予測を立てにくい。一方で、Go Toキャンペーンなどが継続されれば、大きく下振れする要素もない。横ばいの消費マインドが続くのではないかと。	
		スーパー(店長)	・新型コロナウイルス禍のなかでの初めての年末年始を迎え、在宅時間が増え、普段使いの商材が伸長する一方で、買い回り品は減少する。	
		一般レストラン(経営者)	・ずっと悪いので、この先も変わらない。	
		都市型ホテル(経営者)	・新型コロナウイルスに対する行政の対応が場当たりの、その都度国民が振り回されている。きちんとした対応を望む。	
		旅行代理店(店長)	・Go To Travelキャンペーンの継続による一時的な需要を予測している。	
		通信会社(営業担当)	・12月になり、新型コロナウイルスの感染第3波により感染者数が増えているので、景気が良くなるとは思えない。来年東京オリンピックがなくならないか心配である。	
		通信会社(営業担当)	・新型コロナウイルスの影響を受けにくいと、販売量は横ばいだが、必要最小限の投資にとどまる客の姿勢は変わらない。	
		その他レジャー施設(経営者)	・新型コロナウイルス感染が東京及び全国的に収まるまでは駄目だと思っている。ただし、それまで店が持つかが気に掛かる。	
		やや悪くなる	一般小売店[事務用品](営業担当)	・年末から年度末に向かって、本来なら売上が伸びるところだが、この状況では期待できそうにない。
			一般小売店[文具](販売担当)	・冬本番を迎え、新型コロナウイルスの感染拡大が予想される。政府から不要不急の外出自粛などとテレビで通達されると、当地域は一番辛い。
			一般小売店[靴](店長)	・新型コロナウイルスのワクチンが普及しないと、安心して外に出て買物をするムードになっていかない。テレビ、新聞等で自粛報道がされており、新型コロナウイルスが収束するまで、更に悪くなるのではないかと。
			百貨店(総務担当)	・少しずつ持ち直す動きがみられていたが、新型コロナウイルスの感染第3波とみられる流行で来客数が減り、再び売上が伸び悩んでいる。
			スーパー(店長)	・新型コロナウイルスの感染拡大はまだ底を打っていない。
コンビニ(店長)	・新型コロナウイルスの感染拡大が止まらず、景気は現状の厳しさが続くか、更に悪化する恐れがある。			
衣料品専門店(店長)	・自粛が更に進みそうである。			
悪くなる	一般小売店[和菓子](経営者)	・政府がダブルスタンダードの政策を採っている限り、方向性がはっきりしない。いつ、どう変わるかわからないので、振り回されたくない消費者は、購入意欲が起こらないのではないかと。		
	一般レストラン(経営者)	・我々飲食に携わる者は、今の報道、あるいは東京都の対応で良いのか、非常に疑問に思っている。		

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
企業 動向 関連	良くなる	金融業〔証券〕（営業担当）	・世界各国が新型コロナウイルスの影響を受け、中央銀行や政府による補助等が新たに検討されている。このことから、金融市場に資金が流入する可能性が考えられる。
	やや良くなる	印刷業・製本業（営業担当）	・年度末に向けての期待値を込めて、良くなる方向にいく。
		卸売業〔機械器具〕（営業担当）	・年度末に向け、通常販売品の受注見込みがある。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・日々状況は変動しているが、ストップしていた案件等もある程度の見込みが立ってきているので、やや良くなる。
	変わらない	出版業（営業担当）	・新型コロナウイルスの今後の感染状況にもよるが、年度末とはいえ、例年ある駆け込み受注は見込めない。
		建設業（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響が大きい。
		建設業（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で、公共工事の予算が減ってくれば、先行きは不透明である。民間もやはり新型コロナウイルスの影響次第である。
		輸送業（従業員）	・新規受注等の話が全くない。
		卸売業〔飲食品（鮮魚）〕（経営者）	・冬の間は新型コロナウイルス感染が収まらないので、客足は減ったままである。外国人も来れない。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・休業日が増えるので、売上が減少する。新型コロナウイルスの影響も出る。
		卸売業〔機械器具〕（支社長）	・現状では公共事業部門は好調を維持しているが、民間の設備投資はブレーキが掛かったままの状況が続く見通しである。来期への影響も心配である。
	やや悪くなる	新聞業（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染状況次第なので、先が見通せない。
		通信業（営業担当）	・新型コロナウイルス感染収束のめどが立たない。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・新型コロナウイルス感染拡大に伴うロックダウン等による直接的な影響については、ある程度経済活動に読み込まれてきたものと思われる。一方で、巣籠り需要も認識の範囲となっており、ここからは持久戦となるうかと思われる。そうした場合に影響が出るのが雇用の抑制と考える。足元ではこの状況が顕在化し始めており、今しばらくはこの傾向が持続する。
不動産業（企画担当）		・新型コロナウイルスの感染者数増加が止まらず、良くなる理由が見当たらない。	
経営コンサルタント		・新型コロナウイルスのワクチンが普及するまでは、まだまだ売上の減少傾向が続く。税金や社会保険料支払いの先送りがあるが、支払いができるか、とても心配である。	
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、ビルオーナーの家賃収入減少が発生しており、定期点検業務等の減額要請が予想される。	
悪くなる		出版業（経営者）	・新型コロナウイルス禍の行く末次第で景気の予測は大きく振れる。
	印刷業・製本業（経営者）	・新型コロナウイルスの感染第3波が到来し、経済活動がストップしている。販促関係の受注が更に減少する。	
	建設業（営業担当）	・受注が伸びない。	
	建設業（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で、今後倒産する企業や店舗の増加が予想され、悪化傾向が徐々に出てくる。	
	通信業（営業担当）	・特定の業種を除き、閉店、拠点集約等の話が多く入ってきている。	
	卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	・年末年始に期待しているが、このまま新型コロナウイルス感染拡大が続けばどうなるのか不安である。企業のリストラが進めば景気悪化へ向かうのではないかと。	
	その他サービス業〔造園・園芸〕（営業担当）	・1～3月は業界的に動きが鈍くなる時期で、かつ新型コロナウイルスの影響が快方に向かう見込みも立たない。営業活動も鈍くなるのが想定される。	

(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