

中央区内景气动向调查

令和3年4月调查结果

令和3年5月25日

中央区

総 括

令和3年4月の動き

中央区内における4月の現状判断D Iは合計で42.5と、前回調査から13.5ポイント上昇している。景気の先行き判断D Iは合計で43.0と、前回調査から11.0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	令和3年		前回調査
合計	12月	2月	4月	からの変化
現状判断D I	36.5	29.0	42.5	(13.5)
先行き判断D I	38.5	54.0	43.0	(-11.0)

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3年4月調査の調査票発送は4月7日（水）、回答期限は4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 42.5 と、前回調査から 13.5 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 43.0 と、前回調査から 17.0 ポイント上昇し、企業動向関連DIは 42.0 と、前回調査から 10.0 ポイント上昇している。構成比では、「悪くなっている」と回答した人の割合が 16.0 ポイント減少し、「変わらない」と回答した人の割合が 14.0 ポイント増加した。

図表 1 - 1 各分野における景気の現状判断DIの推移表

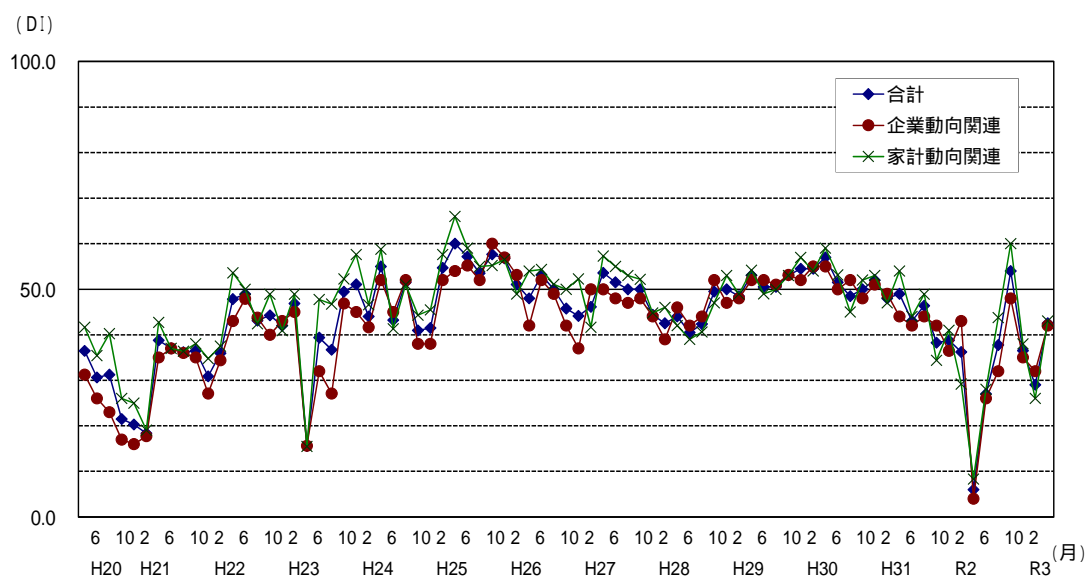
(DI)	令和2年		令和3年		(変化幅)
	12月	2月	4月	(変化幅)	
合計	36.5	29.0	42.5	(13.5)	
家計動向関連	38.0	26.0	43.0	(17.0)	
小売関連	33.9	30.4	44.6	(14.2)	
飲食関連	-	-	-	(-)	
サービス関連	53.6	32.1	35.7	(3.6)	
住宅関連	-	-	-	(-)	
企業動向関連	35.0	32.0	42.0	(10.0)	
製造業	35.0	20.0	25.0	(5.0)	
非製造業	35.0	35.0	46.3	(11.3)	

(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	12	0.0%	16.0%	32.0%	34.0%	18.0%
令和3年	2	0.0%	6.0%	30.0%	38.0%	26.0%
	4	0.0%	18.0%	44.0%	28.0%	10.0%
(変化幅)		(0.0)	(12.0)	(14.0)	(-10.0)	(-16.0)

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43.0と、前回調査から11.0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42.0と、前回調査から20.0ポイント低下し、企業動向関連DIは44.0と、前回調査から2.0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18.0ポイント減少し、「やや悪くなる」と回答した人の割合が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

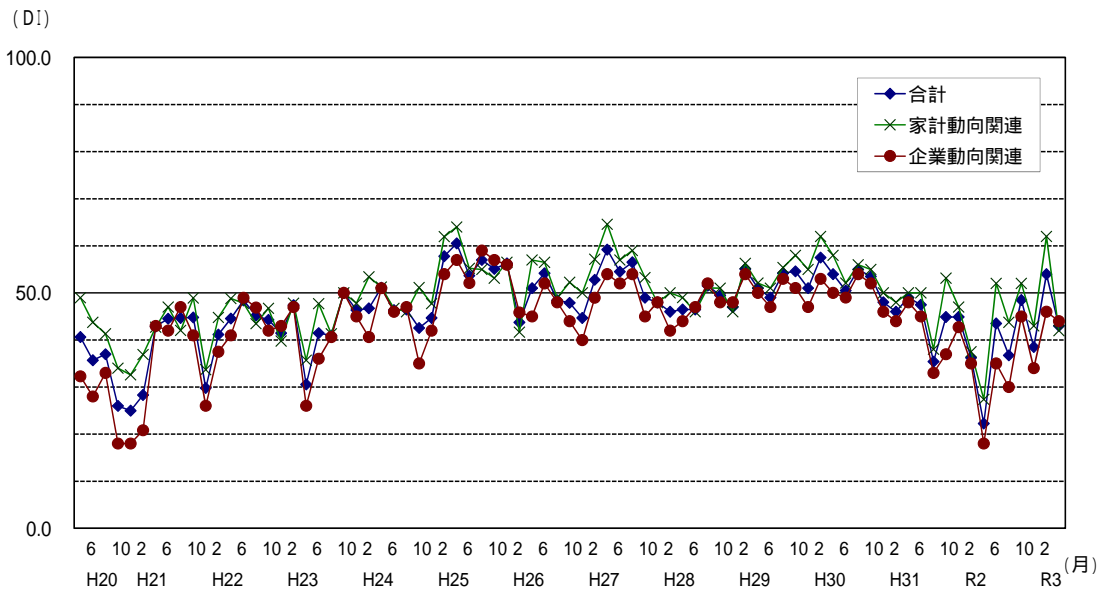
(DI)	令和2年		令和3年		(変化幅)
	12月	2月	4月	(変化幅)	
合計	38.5	54.0	43.0	(-11.0)	
家計動向関連	43.0	62.0	42.0	(-20.0)	
小売関連	35.7	62.5	46.4	(-16.1)	
飲食関連	-	-	-	(-)	
サービス関連	53.6	64.3	42.9	(-21.4)	
住宅関連	-	-	-	(-)	
企業動向関連	34.0	46.0	44.0	(-2.0)	
製造業	30.0	40.0	35.0	(-5.0)	
非製造業	35.0	47.5	46.3	(-1.2)	

(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
令和2年	12	2.0%	14.0%	38.0%	28.0%	18.0%
令和3年	2	2.0%	40.0%	36.0%	16.0%	6.0%
	4	0.0%	22.0%	40.0%	26.0%	12.0%
(変化幅)		(-2.0)	(-18.0)	(4.0)	(10.0)	(6.0)

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

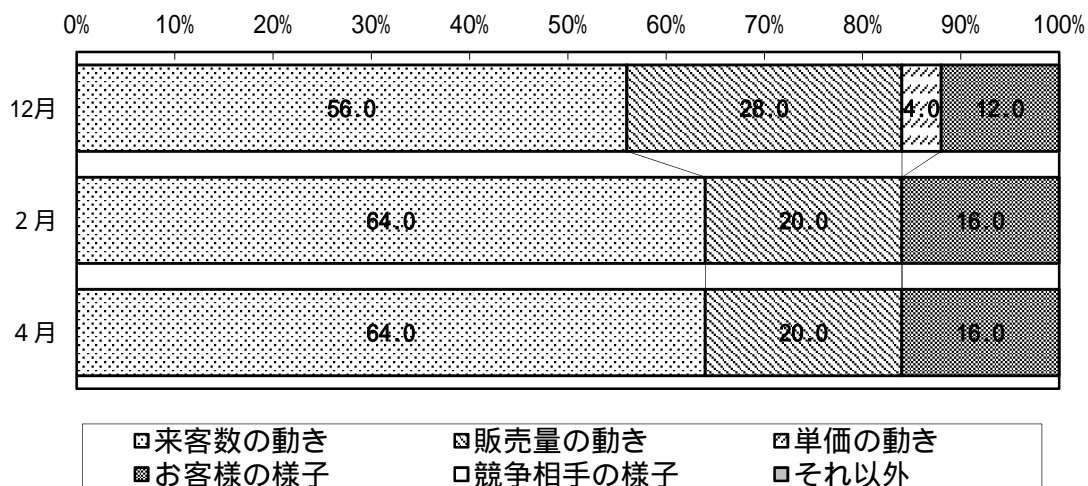
(D I)	令和2年	令和3年	
	12月	2月	4月
合計	26.5	23.0	32.0
家計動向関連	27.0	18.0	30.0
小売関連	30.4	21.4	32.1
飲食関連	-	-	-
サービス関連	32.1	21.4	25.0
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	26.0	28.0	34.0
製造業	15.0	20.0	20.0
非製造業	28.8	30.0	37.5

(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。

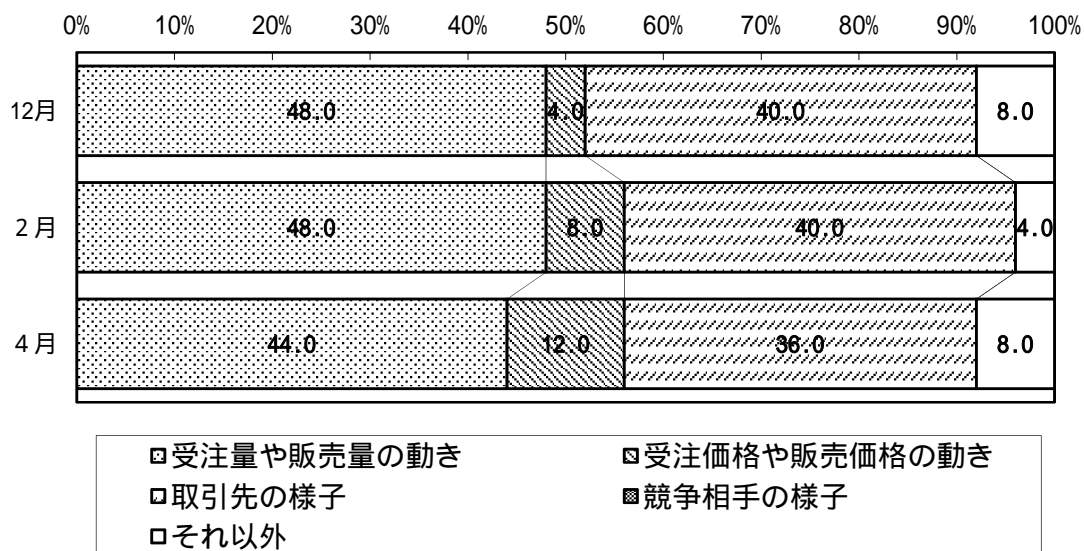
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方加性に加えて、景気の水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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	-	-	-
	やや良くなっている	一般小売店〔文具〕(販売担当)	お客様の様子	・来客数が増加している。午前中は特に多く感じる。
		百貨店(総務担当)	来客数の動き	・緊急事態宣言解除の前後から、来客数が大幅に増加している。3月の売上も前年の倍になったものの、前々年比では売上、来客数共に依然として下回っている。
		百貨店(広報担当)	お客様の様子	・3か月前の緊急事態宣言再発出時に比べると、消費マインドは大幅に改善している。特に、購買力の高い層のマインドは底固く伸長している。
		衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・桜の季節は最もインバウンドの売上が大きい時期にもかかわらず、厳しい売上となっているが、緊急事態宣言解除後の春休みは、当地域も久し振りに週末は家族連れのお客でにぎわいを見せている。
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・緊急事態宣言解除が大きな要因である。これといった対策がないまま1年以上が経過したが、人出が多くなれば新型コロナウイルス感染者数が増える。まん延防止等重点措置、緊急事態宣言が再発出されれば、再び来客数が減り、売上は減少する。
	変わらない	一般小売店〔食品〕(店長)	来客数の動き	・緊急事態宣言解除と新年度のスタートにより、ようやく人の流れが戻り、売上も上向いたかと思っただが、それはほんの一瞬のことで、まん延防止等重点措置の適用により、来客数が再び1~2割減少している。
		百貨店(総務経理担当)	来客数の動き	・期待した新型コロナウイルスのワクチン接種の遅れにより、回復が見込めない。
		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感染拡大の影響をまともに受けている。飲食店にとって致命的ともいえるディナータイムの短縮は、テイクアウト対応を行っても効果的とは言えない。協力金や補助金の申請もくまなく行っているが、売上をカバーするまでは至らない。第4波、第5波と全国的な感染拡大が心配である。
		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感染者数が増えると来客数が一気に減る。
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・春先の移動時期も過ぎて、申込みも落ち着いてきたので、販売数が伸びない。
		その他レジャー施設(経営者)	来客数の動き	・現在の新型コロナウイルスの感染状況では、客の動きも変わらない。常連も近所の会社の客も、最近では顔を見せてもくれない。
	やや悪くなっている	一般小売店〔事務用品〕(営業担当)	お客様の様子	・年度末なので仕事量が増えており忙しいが、客の動きは非常に悪く、前年比30%は減少している。
		百貨店(総務担当)	来客数の動き	・依然として続く新型コロナウイルスの影響により、店舗の営業時間短縮や免税売上の減少などがあり、回復には遠い。来客数はコロナ前の7割程度となっている。
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・まん延防止等重点措置により夜8時までの営業時間短縮が始まるので、一層悪くなる。
悪くなっている	スーパー(店長)	販売量の動き	・客1人当たりの買物がこの中身が明らかに少ない。来客数減に加え、買上点数も少なくなっている。	
	都市型ホテル(経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響により、不要不急の外出や、他県をまたぐ移動が制限されているため、宿泊客がほとんどいない。	
	旅行代理店(店長)	来客数の動き	・緊急事態宣言解除後も旅行需要は戻らず、引き続き厳しい状況が継続している。	
企業 動向 関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	通信業(営業担当)	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染対策に慣れてきて、今後どのように活動すればいいのかわかってくるように見受けられるが、勝ち組と負け組とに二極化している。
	変わらない	出版業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・出版物のなかで、一部コミックスの売上で好調ではあるものの、全般的には相変わらず低調である。
建設業(経営者)		取引先の様子	・先行き不透明のため、取引先からの値引き要請があり、3か月前と変わらない。	

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	
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・レストラン、式場、ジムは閉店の申し出が続いている。その一方で、新店舗開店の要請もあり、収益が見込めるエリアへの出店は出てきている。	
		不動産業（企画担当）	取引先の様子	・取引先の業績が悪く、賃料交渉が厳しい。	
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・やや悪い状態のままではしばらく継続している。	
		経営コンサルタント	取引先の様子	・飲食店を中心に、単価や来客数が増えず、低迷が続いている。	
		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か月前と比較すると、価格が15%ほど上がっているが、月の予算ではさほど変わっていない。	
	やや悪くなっている		印刷業・製本業（営業担当）	それ以外	・新型コロナウイルス禍での不安と、自粛要請等からくる景気の冷え込みによるものと推測している。
			建設業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・新型コロナウイルスの影響で受注物件が減少している。
			輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・前年同月に比べ、受注量が減っている。また、売上も減っている。
			卸売業〔機械器具〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・今月は例年並みの売上になりそうだが、2～3か月前が思ったより良かったので、それと比較すると悪くなっている。
	悪くなっている		出版業（経営者）	それ以外	・飲食店からの情報によると、売上が著しく低迷している。

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	一般小売店〔文具〕 (販売担当)	・現段階では開催見込みの東京オリンピックにより、国民の高揚感、東京への観光客の増加により、やや良くなる。	
		一般小売店〔靴〕(店 長)	・新型コロナウイルスワクチンを接種する人が増えてくる。	
		コンビニ(店長)	・東京オリンピックが開催される前提での評価である。しかし、その前に新型コロナウイルス感染者数が大きく増加するようであれば、話は違ってくる。	
		競馬場(職員)	・人の動きが元に戻れば、今月より良くなる。	
	変わらない	百貨店(総務担当)	・外出したい、物を買いたいというマインドは、日に日に強くなっている。一方で、新型コロナウイルス感染状況と歩調を合わせるように、一進一退が続く。	
		百貨店(総務経理担 当)	・東京オリンピックに向けた具体的な対策が見えない。	
		百貨店(広報担当)	・新型コロナウイルスの感染拡大状況に左右されるなか、ワクチンの普及や収束の見通しはまだまだ不透明なため、一進一退を繰り返す。	
		スーパー(店長)	・現状では、東京オリンピック需要は余り期待できず、景気回復へのプラス要因はない。	
		衣料品専門店(店長)	・収入減により衣料品への出費を抑える姿勢はしばらく続くと思われるため、現状維持が精一杯である。	
		高級レストラン(経営 者)	・一貫した対応が望まれるが、国と地方の足並みが一致することが第一ではないか。今後も休業等の経営方針を検討せざるを得ず、厳しい状態である。改善されるまでにはまだ時間が掛かる。	
		旅行代理店(店長)	・まん延防止等重点措置の実施により、旅行需要の回復は見込めない。	
		通信会社(営業担当)	・新型コロナウイルスの影響により、緊急事態宣言やまん延防止等重点措置が出ている状態では、景気回復は見込めない。	
		通信会社(営業担当)	・テレワーク関連のIT投資需要は継続する。	
		その他レジャー施設 (経営者)	・新型コロナウイルスの感染状況次第である。収束すれば、努力次第でまた店に客が戻ってきてくれると思うが、今のところ、見通しが立たない。	
		やや悪くなる	一般小売店〔和菓子〕 (経営者)	・先が見えないなか、新型コロナウイルスのワクチン接種も進んでおらず、出歩く人は少ない。
		一般小売店〔事務用品〕 (営業担当)	・まん延防止等重点措置の実施により人の動きが悪いので、良くなることはない。また、各種イベント等がなくなれば、それに伴う消費も減少していく。	
		一般小売店〔食品〕 (店長)	・新型コロナウイルスの変異ウイルス感染者数の急増や、ワクチン接種状況も悪く、安心して生活ができない。	
		スーパー(店長)	・新型コロナウイルス感染拡大第4波の影響が想定される。	
		一般レストラン(経営 者)	・新型コロナウイルス感染が続く限り、無理である。早くワクチンを接種できれば有り難い。	
	一般レストラン(経営 者)	・新型コロナウイルスに対する具体的な感染対策がないまま、政治主導で行われれば景気が良くなることはない。		
	悪くなる	百貨店(総務担当)	・新型コロナウイルスのワクチン接種が進んだとしても、3密の回避、マスク着用など、感染防止対策は継続して求められ、短期的に消費意欲が回復するとは到底思えない。	
	高級レストラン(副店 長)	・新型コロナウイルス感染拡大第4波が大きく影響してくるような気がする。安定した来客数はまだまだ見込めない。		
	都市型ホテル(経営 者)	・このような状態がいつまで続くか分からず、当分の間、良くなる見込みはない。先の見通しが全くつかない。		
企業 動向 関連	良くなる	-	-	
	やや良くなる	新聞業(営業担当)	・関西圏での新型コロナウイルス感染拡大など懸念材料はあるものの、ワクチン接種、東京オリンピックに伴う景気回復に期待したい。	
		金融業〔証券〕(営業 担当)	・新型コロナウイルスのワクチン接種が進み、経済活動が今より活発になる。	
		不動産業(企画担当)	・新型コロナウイルス収束に向けた各施策の効果が出ていることを期待したい。商業施設やホテルは苦戦しているものの、物流施設は好調である。	
		卸売業〔飲食品(鮮 魚)〕(経営者)	・冬から夏へ、暖かくなれば人も出歩き、新型コロナウイルス感染者数も冬よりは減少するという期待と願いがある。	

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
		卸売業〔機械器具〕 (支社長)	・公共事業の発注動向はまだ不透明であるが、期待どおりに推移すれば、景気は上向く。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕(営業担当)	・東京オリンピック効果による駆け込み業務等に期待している。
	変わらない	印刷業・製本業(営業担当)	・新型コロナウイルスのワクチン接種状況により変わると思うが、2～3か月後だと進捗状況はまだまだ良好ではないと推測するため、今と変わらない。
		建設業(営業担当)	・新年度の発注が見通せない。
		輸送業(従業員)	・受注量の動きが今月と同じである。
		卸売業〔繊維・衣服等〕(営業担当)	・前年同月頃のようなことはないと思うので、良くなっていると思うが、新型コロナウイルスの感染再拡大が読めないので、何とも言えない。
		卸売業〔機械器具〕(経営者)	・製造業が活発にならないと動きが良くならないので、余り良い傾向になるとは思えない。
		卸売業〔機械器具〕(営業担当)	・ここ2～3か月は良くもないが、悪くもないと予想される。
		経営コンサルタント	・緊急事態宣言やまん延防止等重点措置が今後も不定期に適用されると考えられるので、最低1年は新型コロナウイルス禍前には戻らない。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕(管理担当)	・新年度スタート時にはなかった定期業務の費用変更等がある。
		その他サービス業〔造園・園芸〕(営業担当)	・提供しているサービス内容に応じて、受注量に大きな差異が生じている。宅配やお祝い需要は割と好調である一方、オフィスやイベント関係は引き下げ、又は受注なしが続いている。
	やや悪くなる	出版業(営業担当)	・新型コロナウイルスに対する対策も、経済活性化の対策もなされないまま時間だけが過ぎていき、東京オリンピック開催も不透明ななか、景気は回復するとは思えない。
		建設業(営業担当)	・仕事量の減少により、受注競争が激化する。
		建設業(経営者)	・最近、新型コロナウイルス感染者数が増えてきており、各取引先も発注に慎重になっている。値引き要請が厳しくなることが見込まれる。
		通信業(営業担当)	・負け組の方の影響が大きく出てくる気がする。
		金融業〔証券〕(営業担当)	・新型コロナウイルス感染拡大第4波が懸念されるなか、23区を始めとする地域にまん延防止等重点措置が適用されている。これまでは飲食業、旅行業等の落ち込みを「特需業種」が打ち消していた部分があったが、感染状況の長期化のなかでその特需もはく落しつつあるように感じられる。一方、企業における人件費等のコスト抑制がかなり顕在化しつつあることから、今後の所得や雇用へのマイナス影響は否定しきれないのではないか。
	悪くなる	出版業(経営者)	・新型コロナウイルス禍の巣籠り生活は1年余りとなっている。この状態が常態化しつつあり、外食、観光の見通しは暗い。
		建設業(経営者)	・新型コロナウイルスの影響で、社会活動がますます低下する。

(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