

中央区内景気動向調査

令和8年2月調査結果

令和8年3月13日

中央区

総 括

令和8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49.4と、前回調査から2.9ポイント低下している。景気の先行き判断D Iは合計で54.8と、前回調査から8.9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7年	令和8年		前回調査
合計	10月	12月	2月	からの変化
現状判断D I	50.6	52.3	49.4	(-2.9)
先行き判断D I	46.0	45.9	54.8	(8.9)

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8年2月調査の調査票発送は2月6日（金）、回答期限は2月18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42名、有効回答率は84.0%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)
	+1	+0.75	+0.5	+0.25	0

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

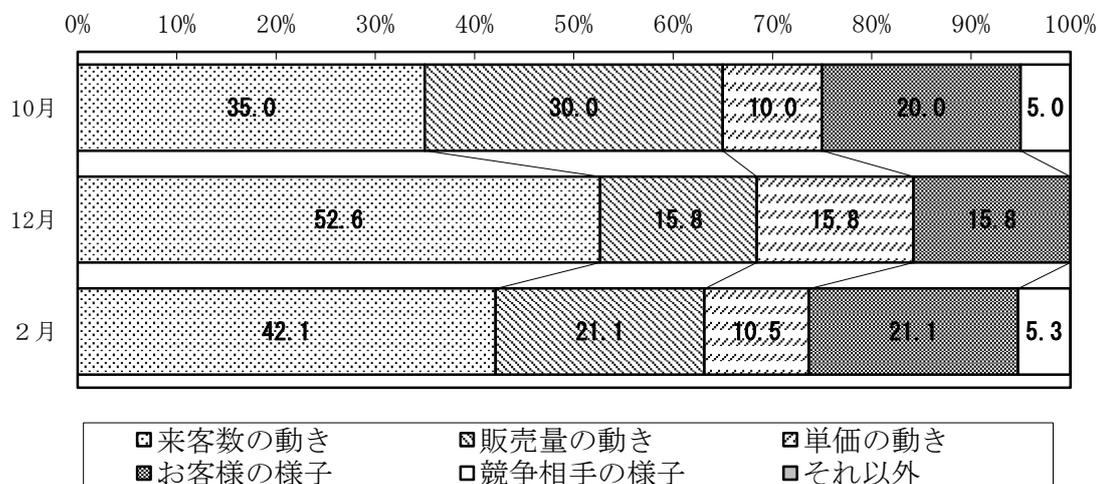
(D I)	令和7年	令和8年	
	10月	12月	2月
合計	52.8	55.8	48.8
家計動向関連	57.5	63.2	47.4
小売関連	56.8	55.0	45.0
飲食関連	-	-	-
サービス関連	65.0	70.0	60.0
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	49.0	50.0	50.0
製造業	40.0	35.0	45.0
非製造業	51.3	53.9	51.4

(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。

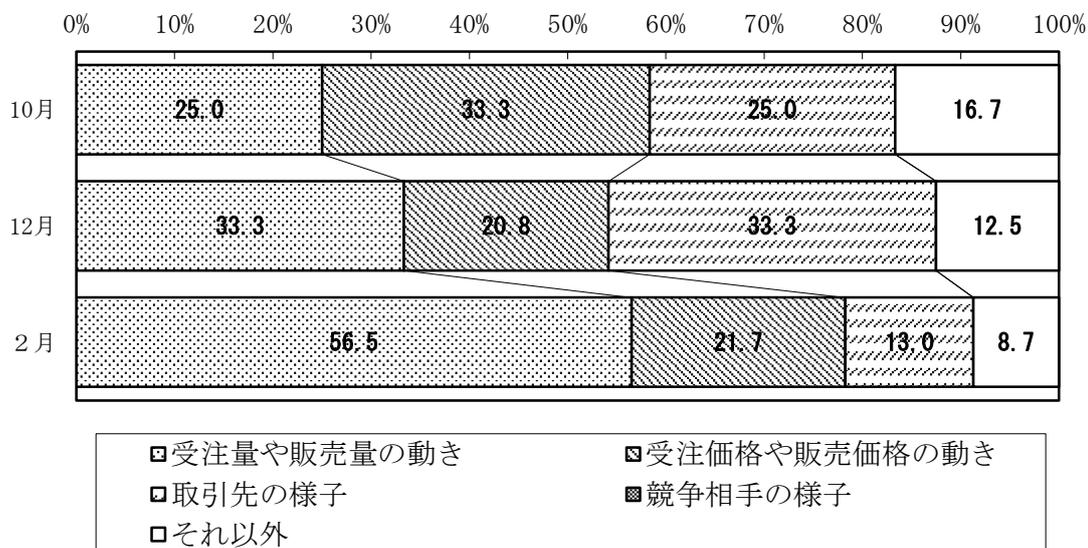
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方加性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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	-	-	-
	やや良くなっている	一般小売店〔事務用品〕(営業担当)	販売量の動き	・年度末の駆け込み需要が多くなっており、前年比で10%程度増加する見込みである。
		百貨店(広報担当)	お客様の様子	・足元では国内客、特に購買力とロイヤルティが高い層の消費は力強さが顕著であり、特に付加価値の高い高額品の動きが底堅い。
		理容室(経営者)	お客様の様子	・客からパーティーや国内旅行に行くという話をよく聞く。
	変わらない	百貨店(総務担当)	お客様の様子	・中国政府による訪日渡航自粛勧告以降、中国人団体が少なくなり、免税売上が減少している一方、中国以外のインバウンド消費は円安基調を受け底堅い。国内富裕層も株高の影響から好調を維持している。
		スーパー(店長)	販売量の動き	・必要な物中心の購買になり、買上点数が少なくなっている。また、来客数も特売日とそれ以外の日で差が大きくなっている。
		都市型ホテル(経営者)	単価の動き	・相変わらずインバウンドが多いことが影響している。
		競馬場(職員)	単価の動き	・元々冬は来場客数、購入単価共に減少傾向にあるが、今年に入ってからは3か月前と変わらない。
	やや悪くなっている	一般小売店〔文具〕(販売担当)	来客数の動き	・中国からのインバウンド減少が気掛かりである。客単価は上昇しているものの、来客数が減っているため、売上が落ちている。
		百貨店(総務担当)	来客数の動き	・引き続き慎重な購買姿勢がみられ、一部の高額品に支えられている印象である。特に、衣料品や雑貨等、ふだん使いの商材が苦戦している。来客数も今年に入り伸び悩んでおり、売上面でも前年割れのカテゴリーが目立つ。
		衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・春節の時期であるが、中国からのインバウンドが激減している。インバウンド売上に支えられ好調を維持してきたが、来客数、販売量、単価いずれも減少傾向にある。
		乗用車販売店(店長)	来客数の動き	・例年、決算セール時期は年初より来客数が増加し、販売量が増える傾向にあるが、今年は来客数が少なく、販売量も増えていない。1月下旬以降は来客数がやや戻りつつあるが、2月に入っても販売量は増えない。
		高級レストラン(副店長)	来客数の動き	・例年2月は宴会が少なく、集客が弱い。
		一般レストラン(経営者)	お客様の様子	・この時期は寒いので客が余り来てくれない。夜も早い時間に帰宅してしまう。
	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)	受注価格や販売価格の動き	・値上げ交渉が認められやすくなり、採算割れの案件が解消されている。高付加価値案件は、価格の上乗せが進んでいる。
		建設業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・物価上昇が続いているものの、発注元も上昇分を理解してくれている。
		不動産業(企画担当)	受注価格や販売価格の動き	・区内オフィスビルの空室率は引き続き2%台と逼迫した状況が続いている。特に八重洲、日本橋エリアの新築ビルでは、丸の内エリアと同等以上の賃料で成約しているケースも発生している。
		卸売業〔機械器具〕(営業担当)	受注量や販売量の動き	・営業をかけていた物件の受注ができています。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・外国人客が減少し、国内客が多く動き出している。
	変わらない	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か月前と同水準の収支を確保できている。決して下向きではなく、予算ベースの動きである。

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
	やや悪くなっている	出版業（経営者）	それ以外	・物価が上昇している。とりわけ食料品の値上げラッシュが家計にダメージを与えている。
		出版業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年度末に向かっているが、前年同期比で受注額、受注件数共に減少している。販売量も伸び悩んでいる。
	悪くなっている			

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	一般レストラン(経営者)	・ガソリンの暫定税率廃止や所得控除の引き上げ等により、手取り額の増加をこれから実感できるのではないかと期待している。
	やや良くなる	一般小売店[文具](販売担当)	・中国人客の減少はあるものの、衆議院選挙での与党圧勝によりやや活気付いているので、様子を見守りたい。
		乗用車販売店(店長)	・4月以降の税制改正等により客の税負担が少なからず減る見込みのため、やや良くなる。
		高級レストラン(副店長)	・歓送迎会や春の行事などで個人的な宴会も増えてくるので、期待できる。
		一般レストラン(経営者)	・これから修学旅行の予約が多くなり、観光客も増えてくる。
		都市型ホテル(営業担当)	・春休みやお花見、ゴールデンウィークがあるため、観光客が増えると思込んでいる。
		旅行代理店(店長)	・海外旅行の受注が増加している。
		競馬場(職員)	・春は来場客数が戻る傾向にあるため、購入単価が変わらなければ、売上は上向く。
		理容室(経営者)	・株価、金等の価格が高値で推移している。また今回の衆議院選挙の結果から、しばらく良い方向である。
	変わらない	一般小売店[事務用品](営業担当)	・年度末の一時的な増加であり、今後も続くという見込みはない。
		百貨店(総務担当)	・中国人の訪日渡航自粛の動向はしばらく続くことが想定される。
		百貨店(広報担当)	・国内客の消費は既に力強く、ここからもう一段伸びる材料には乏しいが、下振れ要素もない。海外客、主に中国からのインバウンドの動向に左右されそうで、先行きの見通しが難しい。
		百貨店(総務担当)	・慎重な購買姿勢が続き、来客数、購買単価に大きな改善は見込みにくい。現状から良くなる要素は乏しい。現状維持若しくはやや悪くなる。
		スーパー(店長)	・商材の値上げはまだ続いており、経済対策も限定的なため、良くなるとは考えにくい。
		コンビニ(店長)	・度重なる値上げで、客は購入点数を減らしたり、低価格品に変えたりして総額を抑えている。
		衣料品専門店(店長)	・食料品や趣味に使うお金に比べると、衣料品は買い控え傾向で、無駄に買わない人が増えているため、現状維持が精一杯である。
		高級レストラン(経営者)	・良くも悪くも変わらない。
	都市型ホテル(経営者)	・政権の中での経済政策の良否が問題である。	
	やや悪くなる		
悪くなる	-	-	
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)	・年度が替わると定期品の価格改定も反映されるため、粗利の改善が見込まれる。
		建設業(営業担当)	・仕事量、工事受注額が増大している。
		建設業(経営者)	・政策により良くなる方向に期待感がある。
		不動産業(企画担当)	・ビジネス地区である中央区、千代田区、港区、新宿区、渋谷区のオフィス賃料は、24か月連続で上昇しており、この傾向はしばらく継続すると予測されている。
		卸売業[機械器具](営業担当)	・年度末納期の物件はそれなりに受注できている。年度をまたぐ物件受注もあるため、2~3か月以内は割と安定している。
		卸売業[機械器具](営業担当)	・衆議院選挙の結果により、積極財政が期待できる。
		経営コンサルタント	・物価はまだ上昇し続けるとみられるため、株価上昇や減税などに期待している。
		その他サービス業[ビルメンテナンス](営業担当)	・新年度からの大型案件等の依頼が入っており、予算に対して大きな収支が見込める。
	変わらない	建設業(経営者)	・今後はますます工事依頼が増えるが、人手不足で受注できないため、変わらない。

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
		輸送業（従業員）	・ 賃上げは一部の大企業だけであり、相変わらず物価高も続くため、変わらない。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・ 衆議院選挙での与党圧勝を受け、金融市場は大きく変動したが、債権の下落や金利上昇を見ると、事前にマーケット折り込み済みとはいえ、今後の財務状況の悪化が一気に現実となり、さすがに長期金利も動かざるを得ないのではないか。ただし、実態経済への波及にはタイムラグがあるため、2～3か月では変わらない。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（経営者）	・ 消費者心理は改善しても、衣料品の消費が上向くには時間が掛かる。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（経理担当）	・ 特別大きな変化が起こりそうな事象は想像できない。
		卸売業〔飲食料品（鮮魚）〕（経営者）	・ ほぼ安定した経済状況である。
	やや悪くなる	新聞業（営業担当）	・ 広告の受注量が年々先細っており、上向く気配はない。株価は上がっているものの、企業の広報、宣伝活動への影響はまだ小さい。
		出版業（経営者）	・ 物価の上昇を落ち着かせるには、消費税廃止がベストであるが、衆議院選挙での与党圧勝により、廃止には踏みきらないことが確実ではないか。
		出版業（営業担当）	・ 相変わらず物価の上昇が続いており、経済的にますます2極化が進む。中小企業の従業員にとっては、正社員といえども苦しさが増すばかりである。
		建設業（営業担当）	・ 受注が伸びない。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（管理担当）	・ 年度末のまとまった受注が完了したため、新年度当初の受注は少なくなる。
		その他サービス業〔造園・園芸〕（営業担当）	・ 人手不足と人件費上昇が加速している。また、材料費も高騰しており、前年には値上げのなかった仕入先でも、今春は値上げをするところが多い。
	悪くなる		

(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
家計動向関連	小売関連	15
	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	1
	乗用車・自動車備品販売店経営者・店員	1
	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	6
	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	1
	通信会社社員	1
	レジャー施設関連	1
	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	0
	その他サービス	1
	美容室経営者・従業員	1
	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	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	
飲食物品	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	