

中央区内景気動向調査

令和2年2月調査結果

令和2年3月30日

中央区

総 括

令和2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36.2と、前回調査から2.6ポイント低下している。景気の先行き判断D Iは合計で36.2と、前回調査から8.7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)	令和元年	令和2年		前回調査
合計	10月	12月	2月	からの変化
現状判断D I	38.3	38.8	36.2	(-2.6)
先行き判断D I	44.9	44.9	36.2	(-8.7)

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2月調査の調査票発送は2月7日（金）、回答期限は2月17日（月）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

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

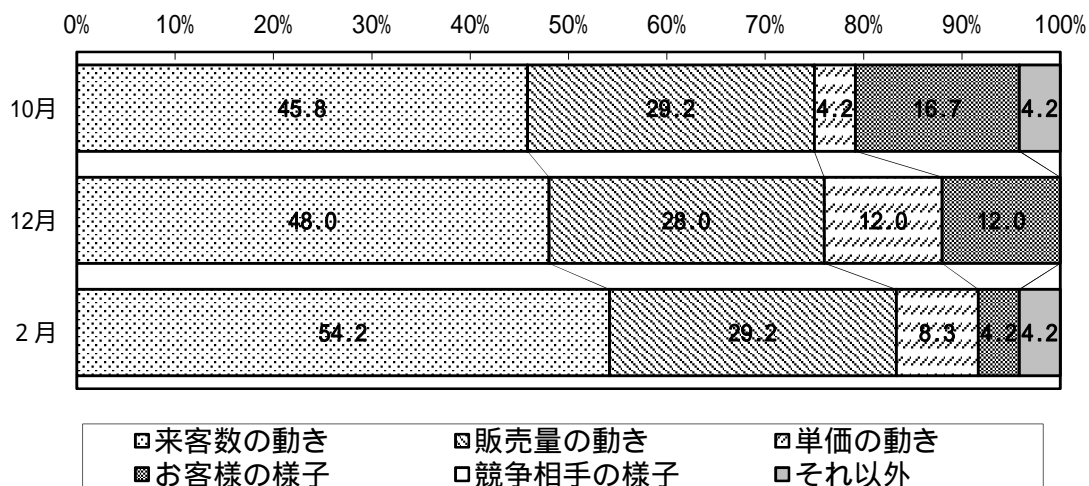
(D I)	令和元年		令和2年	
	10月	12月	12月	2月
合計	41.3	41.3	41.3	33.7
家計動向関連	37.5	42.0	42.0	27.1
小売関連	36.5	30.4	30.4	25.0
飲食関連	-	-	-	-
サービス関連	35.7	50.0	50.0	35.7
住宅関連	-	-	-	-
企業動向関連	45.0	40.6	40.6	40.0
製造業	40.0	30.0	30.0	30.0
非製造業	46.3	43.4	43.4	42.5

(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。

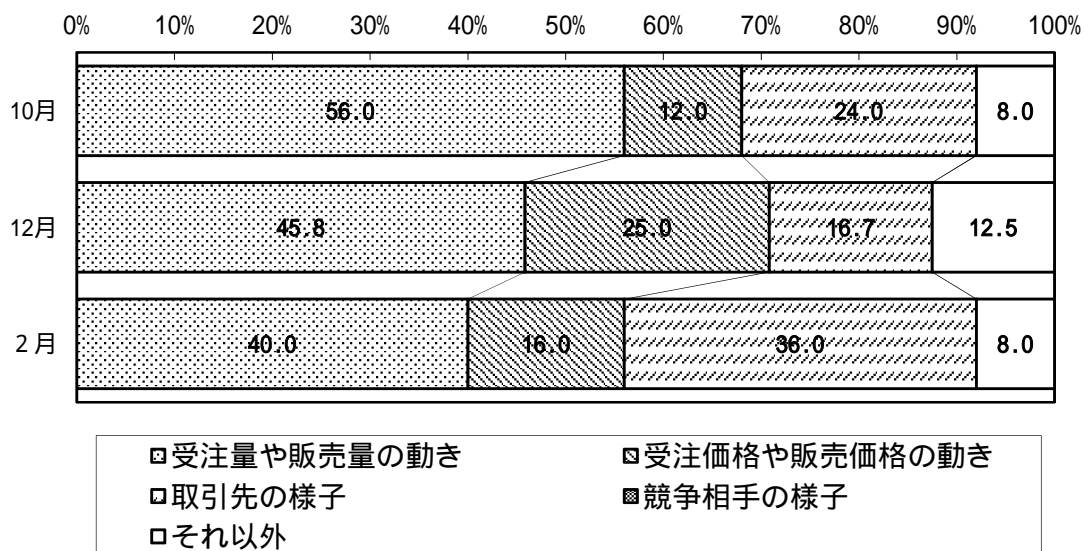
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方加性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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	-	-	-
	やや良くなっている	一般小売店〔食品〕(店長)	販売量の動き	・今月から導入した新サービスが少し定着したようである。
	変わらない	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が、外国人客の来店が減少している。日本人客も増加していない。
		百貨店(総務担当)	販売量の動き	・暖冬の影響による衣料品を始めとする季節商材の伸び悩みや、消費税増税前の駆け込み需要の反動などがあるものの、特選衣料雑貨や食料品などを始め、おおむね順調である。
		高級レストラン(経営者)	来客数の動き	・近隣地区の再開発により閉店する同業他社が多くなり、来客数は増加が見込まれるが、本来の客層と違う客も多いため、売上の的には変わらない。
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・客の移動時期となっているが、今年は顕著な動きがまだみられない。
		その他レジャー施設(経営者)	来客数の動き	・当店は常連客がほとんどなので、周囲の景気には余り左右されない。
	やや悪くなっている	スーパー(店長)	販売量の動き	・来客数は前年並みだが、買上点数が伸びていない。
		衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・消費税増税や暖冬の影響により来客数減少が続くが、今回の新型コロナウイルスの影響で、客が全く来ない。この状況がいつまで続くのか、先の見通しが全くつかないため、厳しい状況である。
		一般レストラン(経営者)	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で、人ごみに行くな、外出するなどマスコミにあおられ、客が少なくなっている。
		都市型ホテル(経営者)	単価の動き	・デフレが続き、社会全体に活気が感じられない。
		旅行代理店(店長)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響が大きい。
	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	・新型コロナウイルスの影響で、来客数が20%以上落ち込んでいる。また、年度末で客単価が多少高めなので、微減であるものかなり下向きである。
		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の影響によりインバウンド客が減少している。中国人客だけでなく欧米人客も減少しており、売上が20%程度減の店舗もある。
百貨店(総務担当)		来客数の動き	・新型コロナウイルスの広がりに伴い、訪日客の来店減少に加え、国内客の消費マインドも委縮してしまっている。	
百貨店(広報担当)		来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響により、インバウンドの来客数減少と、国内の消費マインド低下がある。	
衣料品専門店(店長)		来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響とは言い切れないが、寄り道して帰宅する人が減っている。	
一般レストラン(経営者)		来客数の動き	・年明け早々、武漢発の新型コロナウイルスの影響により外国人客の来店が激減し、日本人観光客にも影響している。新型コロナウイルスの影響が今後どの位続くのか先が見えない。長引けば経済がかなり悪化するのではないかと。	
企業 動向 関連	良くなっている	卸売業〔機械器具〕(営業担当)	受注量や販売量の動き	・年度末に向け、大きな物件が増えてくる。
	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	・直近3か月の受注量、販売量の落ち込みがひどかった分、やや持ち直してきた感がある。
		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	・受注価格について、前年比40%アップ、3か月前と比べると80%アップしている。
	変わらない	印刷業・製本業(経営者)	受注量や販売量の動き	・前年同時期と比べると受注量が1割程減少している。
輸送業(従業員)		取引先の様子	・取引先からの問合せはあるが、結果として契約まで至らない。	
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等、世界経済に不透明な部分が大きく、悪影響が懸念される。	

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
		不動産業（企画担当）	取引先の様子	・テナントの人員が増加し、オフィスの拡張ニーズがある。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・10月以降、来客数が減少しており、戻っていない。
		卸売業〔機械器具〕（支社長）	受注価格や販売価格の動き	・米中貿易摩擦、英国のEU離脱、中東問題等、国際的な課題により、物価上昇や不足感が出てくる可能性がある。
	やや悪くなっている	出版業（営業担当）	それ以外	・消費税増税後の買い控え、新型コロナウイルスに加え、元々効果的な経済政策を取ってこなかった結果、景気は悪くなっている。
		建設業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・受注競争が厳しく、価格が安価に変化している。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	取引先の様子	・取引先によると、大きな工事は計画されていないので、現在は建築関係に動きを求めているとのことである。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・新型コロナウイルスの関係で商業施設の入場者数が激減している。マスクが売切れで外出する客が少ない。
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、米中関係の悪化などで、先行き不安が広がり、街の人出が減っている。	

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	-	-
	やや良くなる	スーパー（店長） 通信会社（営業担当）	・夏の東京オリンピックに向けて、人が増えてくる。 ・現在は販売量に動きがみられないが、例年春先は数が増える。
	変わらない	一般小売店〔食品〕（店長）	・ここ最近の傾向として、やや良くなっていると思っても、一時的な回復に過ぎない。景気低迷は続いている。今後は新型コロナウイルスの影響も心配である。
		一般小売店〔靴〕（店長）	・来客数が増加していない。新型コロナウイルスの影響で、外国人客の来店が減少している。
		百貨店（総務担当）	・新型コロナウイルスの動向次第ではあるものの、東日本大震災のときと同様に、消費マインドが上向きまでには相当の時間を要する。
		百貨店（総務担当）	・新型コロナウイルスによる影響が長期化すれば、来客数、売上にも影響を及ぼすことが懸念されるため、早く収束することを期待している。
		スーパー（店長）	・東京オリンピックまでは現状のトレンドが続く。
		高級レストラン（経営者）	・客層の変化がみられるなかで、新型コロナウイルスの影響でアジア系外国人客が減少している。この問題が収束すればやや良くなる方向へ行くと考えている。
		高級レストラン（副店長）	・新型コロナウイルスの流行が落ち着くまで、厳しい状況が続く。
		通信会社（営業担当）	・良くなる見通しはないが、悪くなる材料も特にない。
		競馬場（職員）	・現状の横ばいまま今後も続いていく。
		その他レジャー施設（経営者）	・定年退職し、年金生活の客がほとんどのため、変わらない。
	やや悪くなる	一般小売店〔文具〕（販売担当）	・新型コロナウイルスの収束次第だが、長期化すると更に悪くなる。
		コンビニ（店長）	・新型コロナウイルスの流行懸念により、人、モノの動きがやや停滞するのではないかと。
		一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスが落ち着くまでは景気は良くなる見込みはない。
		都市型ホテル（経営者）	・今問題になっている新型コロナウイルス等の影響が徐々に深刻になってくる。
	悪くなる	一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	・論理的に考えるなら、来客数が減少しているため、景気は悪化していく。先行きも見えないので、より深刻である。
		百貨店（総務経理担当）	・新型コロナウイルスの影響により悪くなる。
		衣料品専門店（店長）	・新型コロナウイルスの影響はしばらく続く。
		一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスが収束しないことには、どうにもならないのではないかと。ただし、具体的な解決策は考えられない。
旅行代理店（店長）	・新型コロナウイルスの影響が長引くと悪くなる。		
企業 動向 関連	良くなる	その他サービス業〔造園・園芸〕（営業担当）	・年度の切替わりで案件が大きく動く。
	やや良くなる	輸送業（従業員）	・取引量が少し増える予定のため、やや良くなる。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・年末に発生した新型コロナウイルスの影響により、景気減速感強いが、落ち着いてくるにつれて、戻っていくとみている。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・東京オリンピック前の工事完了依頼の増加が見込まれる。
	変わらない	通信業（営業担当）	・パンデミックも心配されるなかで、不安コメントや見通しが立たないとの声が聞かれる。
		不動産業（企画担当）	・良い状態のまま変わらない。
		卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	・消費税増税の影響が大きく出ている。
その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）		・東京オリンピックがあるため、駆け込み受注等もあり、良くなっていきそうである。ただし、現状は新型コロナウイルス感染症の問題があるため、生産が追い付かない面もみられるため、判断が難しい。	

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	
	やや悪くなる	出版業（営業担当）	・東京オリンピック、パラリンピックの開幕が近づくが、今一つ盛り上がりには欠けている。新型コロナウイルスの影響がどこまで改善されるか先が見えないため、不安があふれており、良くなる要素が見当たらない。	
		印刷業・製本業（営業担当）	・本来は、年度末に向けて受注量、販売量が増加する見込みであったが、新型コロナウイルスによる影響がインバウンドだけでなく内需、外需共に影響が出てきそうであり、予断を許さない。	
		建設業（経営者）	・新型コロナウイルスの影響が経済に及び、生産ができなくなっていくと思われる。	
		建設業（営業担当）	・受注が伸びないため、やや悪くなる。	
		建設業（営業担当）	・現状では仕事量が減少しており、競争が厳しい。	
		建設業（経営者）	・東京オリンピックによる好景気が一段落し、景気は減速方向に向かっている。新型コロナウイルスによる経済への影響もこれから出てくる。	
		通信業（営業担当）	・中国経済の失速による影響が考えられる。	
		金融業〔証券〕（営業担当）	・新型コロナウイルスの問題に関連して、中国国内の物流の停滞が徐々に国内メーカーの在庫に影響を与え始めている。劇的な状況ではないものの、収束まで一定の期間を要すると思われるため、少なからず下振れ要因となる。	
		卸売業〔飲食料品（鮮魚）〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響により、中国からのインバウンドが激減し、東京オリンピックまでは回復しない。	
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・新型コロナウイルスの流行のため、中国方面の工場閉鎖があるので、将来影響が出てくる。	
		卸売業〔機械器具〕（支社長）	・中国発の新型コロナウイルスによる経済活動の停滞や、供給チェーンの持続困難などの影響は、収束しないと見えてこない。	
		悪くなる	出版業（経営者）	・新型コロナウイルスの長期化は、景気のあらゆる面に悪い材料をもたらす。
			卸売業〔機械器具〕（営業担当）	・年度末を越えると急に受注量が減る。
経営コンサルタント	・新型コロナウイルスの感染ルートが不明な人が増加し、より外出する人が減少する。			

(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