

中央区内景气动向调查

令和2年6月调查结果

令和2年7月29日

中央区

総 括

令和2年6月の動き

中央区内における6月の現状判断D Iは合計で27.0と、前回調査から21.0ポイント上昇している。景気の先行き判断D Iは合計で43.5と、前回調査から21.2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
	2月	4月	6月	
合計				
現状判断D I	36.2	6.0	27.0	(21.0)
先行き判断D I	36.2	22.3	43.5	(21.2)

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6月調査の調査票発送は6月5日（金）、回答期限は6月16日（火）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100.0%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

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27.0と、前回調査から21.0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28.0と、前回調査から19.7ポイント上昇し、企業動向関連DIは26.0と、前回調査から22.0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38.4ポイント減少し、「やや良くなっている」と回答した人の割合が13.8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

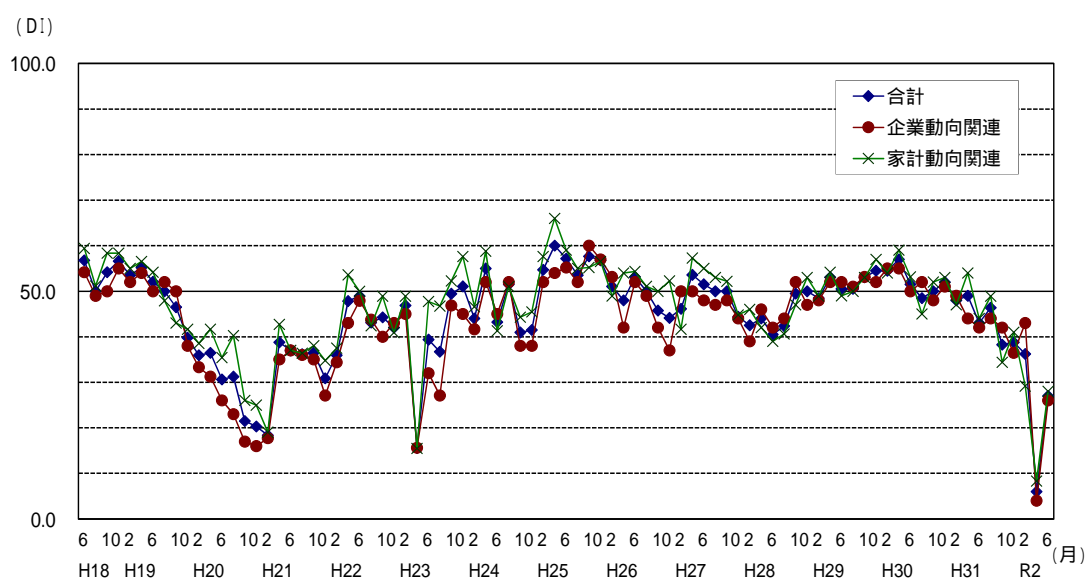
(DI)	令和2年			
	2月	4月	6月	(変化幅)
合計	36.2	6.0	27.0	(21.0)
家計動向関連	29.2	8.3	28.0	(19.7)
小売関連	28.8	12.5	33.9	(21.4)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	35.7	7.1	28.6	(21.5)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	43.0	4.0	26.0	(22.0)
製造業	40.0	0.0	0.0	(0.0)
非製造業	43.8	5.0	32.5	(27.5)

(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。

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	2	2.0%	12.2%	36.7%	26.5%	22.4%
	4	0.0%	2.2%	0.0%	17.4%	80.4%
	6	2.0%	16.0%	12.0%	28.0%	42.0%
(変化幅)		(2.0)	(13.8)	(12.0)	(10.6)	(-38.4)

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D Iは合計で43.5と、前回調査から21.2ポイント上昇している。分野別にみると、家計動向関連D Iは52.0と、前回調査から24.6ポイント上昇し、企業動向関連D Iは35.0と、前回調査から17.0ポイント上昇している。構成比では、「悪くなる」と回答した人の割合が36.9ポイント減少し、「やや良くなる」と回答した人の割合が19.0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D Iの推移表

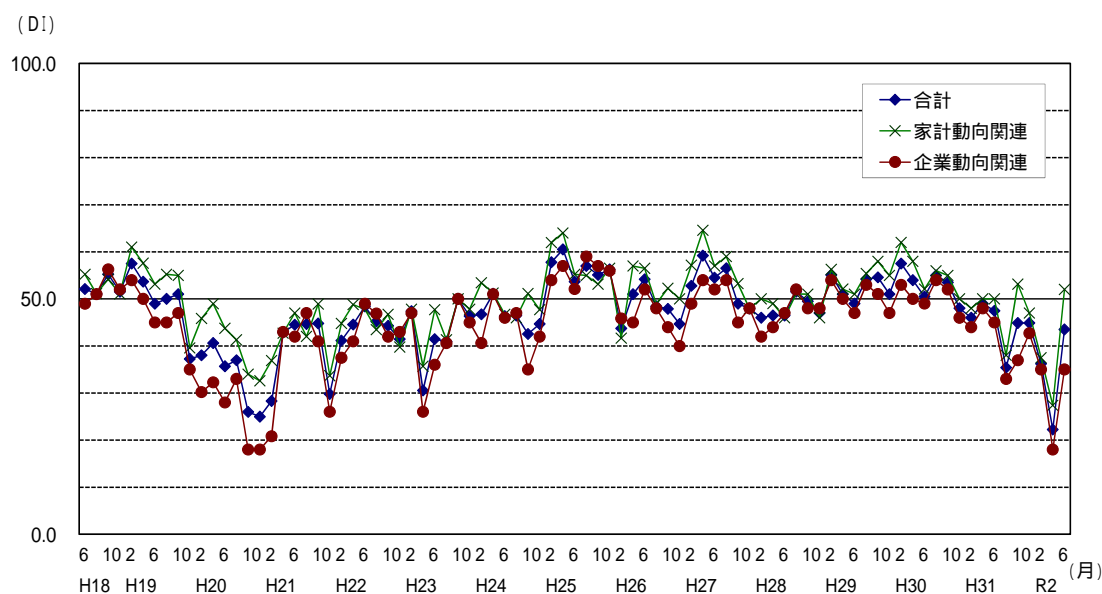
(D I)	令和2年			
	2月	4月	6月	(変化幅)
合計	36.2	22.3	43.5	(21.2)
家計動向関連	37.5	27.4	52.0	(24.6)
小売関連	34.6	30.0	57.1	(27.1)
飲食関連	-	-	-	(-)
サービス関連	46.4	32.1	46.4	(14.3)
住宅関連	-	-	-	(-)
企業動向関連	35.0	18.0	35.0	(17.0)
製造業	25.0	5.0	15.0	(10.0)
非製造業	37.5	21.3	40.0	(18.7)

(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	2	2.0%	14.3%	30.6%	32.7%	20.4%
	4	4.3%	13.0%	10.9%	10.9%	60.9%
	6	4.0%	32.0%	22.0%	18.0%	24.0%
(変化幅)		(-0.3)	(19.0)	(11.1)	(7.1)	(-36.9)

図表2 - 3 各分野における景気の先行き判断D I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

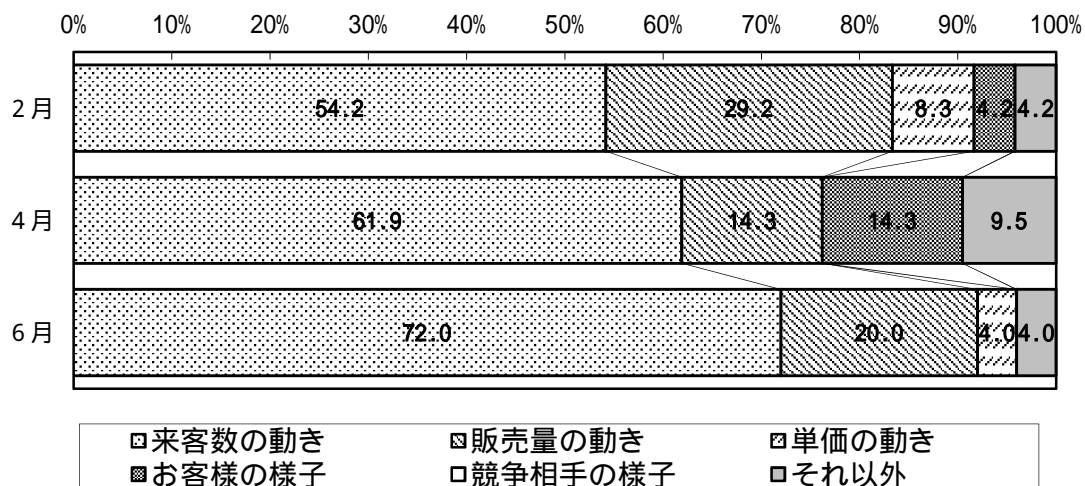
(D I)	令和2年		
	2月	4月	6月
合計	33.7	12.5	17.0
家計動向関連	27.1	10.7	12.0
小売関連	25.0	12.5	10.7
飲食関連	-	-	-
サービス関連	35.7	14.3	17.9
住宅関連	-	-	-
企業動向関連	40.0	14.0	22.0
製造業	30.0	5.0	0.0
非製造業	42.5	16.3	27.5

(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。

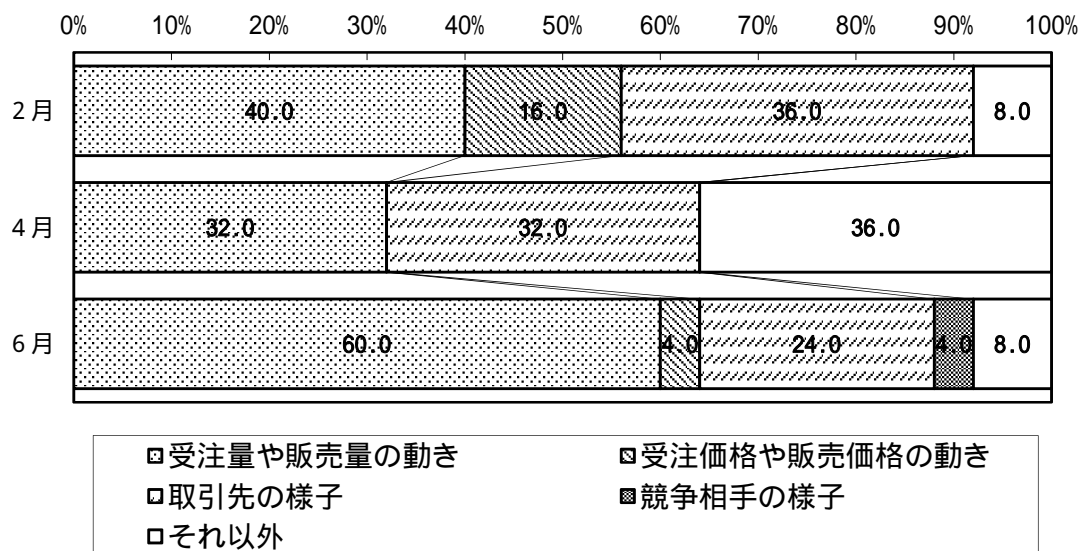
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方加性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

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〔文具〕(販売担当)	来客数の動き	・3か月前及び4月8日～5月26日までは休業していたので、それに比べれば良い。
		スーパー(店長)	来客数の動き	・来客数は前年比100%をキープしており、客単価も大幅に上がっている。
		衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・緊急事態宣言が解除され、徐々に来客数が増えてきているが、まだ前年比35～50%程度であり、厳しい。
	変わらない	百貨店(総務担当)	販売量の動き	・緊急事態宣言解除後、営業を再開したものの、動きが活発なのは日々必要となる食品、化粧品等のみで、それ以外は回復に至っていない商材も多い。
		百貨店(総務担当)	販売量の動き	・客の安全と新型コロナウイルス感染防止に努め、通常営業を再開したが、以前のようにぎわいを創出することは難しい。インパウンド免税売上も回復は見込めない。
		その他レジャー施設(経営者)	来客数の動き	・3～5月は来客ゼロの日と休業中であった。今は営業を続けている。
	やや悪くなっている	一般小売店〔事務用品〕(営業担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染拡大防止のための自粛の影響で、来客数は40%以上減少している。緊急事態宣言が解除されたので期待もしたが、減少したまま横ばいの状況が続いている。
		一般小売店〔靴〕(店長)	来客数の動き	・来客数が伸びない。インパウンドもゼロ件で、前年と比較して少ない。
		一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・観光客や修学旅行生などの外部の客がゼロに近いくらい来てくれない。
		都市型ホテル(経営者)	来客数の動き	・3か月前といえば、新型コロナウイルスの感染拡大防止のためにいろいろな規制が掛かっていた時だが、今も状況は余り変わっていない。現在少しずつではあるもの人が動いてきているが、近場の人のみであり、全く予断を許さない。
		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、工事日の延期が出ており、開通していない物件が多く、目標販売数に至っていない。
		競馬場(職員)	来客数の動き	・2月29日から営業を休止しているため、来客や売上はない。
	悪くなっている	一般小売店〔食品〕(店長)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染拡大防止及びスタッフの安全確保等で短縮営業、長期の臨時休業をした結果、多少の客離れを感じる。
		百貨店(総務経理担当)	それ以外	・新型コロナウイルスの影響により、悪くなっている。
		百貨店(広報担当)	来客数の動き	・店舗の営業再開後も、客の外出を控える傾向は継続しており、当面回復のめどが立っていない。
高級レストラン(経営者)		来客数の動き	・全国レベルのこととして、新型コロナウイルス対応に苦しむ飲食店は、特に厳しい業種の1つである。	
高級レストラン(副店長)		来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響が大きい。	
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が大きく、先の見えない状況にある。これから数か月あるいは数年、経済の見通しが立たない状況に不安がある。	
旅行代理店(店長)		来客数の動き	・県をまたぐ移動自粛が解除されていない。また、解除されても、感染リスクを考えると旅行客の回復には時間が掛かる。	
企業 動向 関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	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	・新型コロナウイルスの影響による人の少なさを利用して、臨時工事等の発注を受けることが多々ある。
その他サービス業〔造園・園芸〕(営業担当)		受注量や販売量の動き	・B to Bの対企業向けサービスはいまだ自粛ムードでなかなか回復してこないものの、B to Cの対個人向けサービスは、宅配(配送出し)サービスの注文が伸びている。特に、母の日の注文が多かった。また、街の環境整備の仕事は大きくは変わっていない。	

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
	変わらない	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・3か月前に比べて受注量等が回復してきている。
	やや悪くなっている	建設業（営業担当）	競争相手の様子	・受注競争が起きている。
		建設業（経営者）	取引先の様子	・取引先も先行き不透明のため、発注を控えている。
		不動産業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・マンションについては販売センターを閉鎖している。ホテルは稼働率が10%程度しかない。商業施設は、開けていない店や時短営業中の店があり、売上が低迷している。
		卸売業〔機械器具〕（営業担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で通常取扱品の受注が減っているが、新型コロナウイルス関連の商材を多少扱っていることもあり、売上は余り落ちていない。
	悪くなっている	出版業（経営者）	それ以外	・コロナショックは全業種にわたって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	・新型コロナウイルス感染防止のための自粛中は、書籍の販売には動きが見られたが、雑誌は書店が閉まっており、実際に手に取ってもらえないため売れなかった。また、広告主も発注を控えているため、広告量、金額共に落ち込んでいる。
		印刷業・製本業（営業担当）	それ以外	・コロナショックで全てが手探り状態である。
		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が非常に大きい。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先の活動が低迷しているため、発注量が少なくなっている。
経営コンサルタント		取引先の様子	・休業中の看板が出ている店舗で、6月に入っても営業再開しないところが多い。	

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	百貨店(総務経理担当)	・営業再開で営業時間が元に戻り、予定していた新規出店が起爆剤となってほしい。
	やや良くなる	一般小売店[文具](販売担当)	・新型コロナウイルス感染拡大防止のための休業から、営業を再開したことにより、やや良くなる。
		一般小売店[靴](店長)	・新型コロナウイルス感染症が収束してくる。
		百貨店(広報担当)	・今が業績の底であり、感染拡大さえ抑えられれば、徐々に回復していく。
		コンビニ(店長)	・ここ2~3か月が最悪だったため、緊急事態宣言解除後は、不安を抱えながらも、今までよりは経済活動がなされる。
		衣料品専門店(店長)	・再び緊急事態宣言が出ない限り、これ以上は悪化しないだろう。
		衣料品専門店(店長)	・新型コロナウイルスが落ち着いてきている。ただし、完全にはないので、前年比では苦戦が続く。
		競馬場(職員)	・新型コロナウイルスの影響が落ち着くのを願うばかりである。
	変わらない	一般小売店[和菓子](経営者)	・緊急事態宣言の解除後も来客数が自粛以前よりも少なく、戻って来ない。
		一般小売店[食品](店長)	・新型コロナウイルスはまだまだ油断禁物である。客が元に戻るには時間が掛かる。
		百貨店(総務担当)	・ここ2~3か月は同じような消費動向が続くとみている。
		百貨店(総務担当)	・消費者の「新しい生活様式」や長引く自粛で、消費マインドの減退が懸念される。以前のようににぎわいを創出することは難しい。
		高級レストラン(経営者)	・全く見通しが立たない。
		高級レストラン(副店長)	・新型コロナウイルスの影響で団体の宴会が入らない。
		一般レストラン(経営者)	・早い景気対策を望む。特にインバウンド需要、インバウンドビジネスへの対応は、これからの課題である。
		通信会社(営業担当)	・新型コロナウイルスによる影響は、今年度いっぱいには続く見込みであり、インフラとはいえ、景気に影を落とすと思われる。
		通信会社(営業担当)	・新型コロナウイルスの影響による大きな変動はない。
		その他レジャー施設(経営者)	・6月に入り、店の前の人通りも幾分か多くなったが、新型コロナウイルスが収束しない限り、元には戻らない。
	やや悪くなる	スーパー(店長)	・新型コロナウイルス、緊急事態宣言の影響で、深夜~早朝の時間帯が厳しくなっている。今後もこの状態が続く。
		スーパー(店長)	・働き方が変わり、在宅勤務に伴う残業減や時短により、収入が減っている。
一般レストラン(経営者)		・新型コロナウイルスの影響に尽きる。	
都市型ホテル(経営者)		・新型コロナウイルスの影響はかなり長期化すると考えられる。また、社会、経済の構造が大きく変化し、それが定着するまで時間が掛かる。	
悪くなる	一般小売店[事務用品](営業担当)	・もともとこれからの時期は閑散期である上に、新型コロナウイルスの影響が加われば、悪くなる以外にない。	
	旅行代理店(店長)	・感染リスクと景気悪化により、回復には時間を要すると予測している。	
企業 動向 関連	良くなる	金融業[証券](営業担当)	・新型コロナウイルス感染症の影響で止まっていたお金が少しずつ動き出す。コロナ以前に戻るとは思わないが、先行指数である株価が示しているように、デジタル化への流れが加速していくことで、経済がより成長するものと考えている。
	やや良くなる	新聞業(営業担当)	・新型コロナウイルスの影響からの回復を願うような気持ちである。
		建設業(営業担当)	・新型コロナウイルスの影響が少し落ち着くと思われるので、やや良くなる。
		不動産業(企画担当)	・今後、徐々に自粛要請が緩和されていくなかで、買物や旅行等での消費が回復していくことを期待したい。
		卸売業[飲食料品(鮮魚)](経営者)	・今が底なので、これ以上悪くなりようがない。

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
		卸売業〔機械器具〕 (営業担当)	・4～6月の通常取扱品の売上が少しずれ込む予想なので、やや良くなる可能性がある。
		卸売業〔機械器具〕 (支社長)	・上下水道関連の公共事業の発注は、今のところ新型コロナウイルスの影響を受けていないので、今後の受注を期待している。民需関連は厳しい見通しが続く。
		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についてまだまだ油断はできないが、業界自体の動きは半ば強引にでも取り戻し傾向に向かうのではない。
		その他サービス業〔造園・園芸〕(営業担当)	・経済活動の復活とともに、受注数が上がってくるものとみている。
	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)	・定期業務の受注は特に減っていない。臨時の業務量次第である。
	やや悪くなる	建設業(経営者)	・新型コロナウイルスが収束しない限り、取引先も発注が慎重になる。
	やや悪くなる	輸送業(従業員)	・新型コロナウイルスの対策が完全ではない。
	やや悪くなる	通信業(営業担当)	・新型コロナウイルスの第2波、第3波の発生が予測できない。
	やや悪くなる	金融業〔証券〕(営業担当)	・端的には新型コロナウイルスの影響ということになるが、ほぼ全ての業種について何らかの影響が及んでおり、まれに特需の恩恵を受けるところがみられても、それはごく一部にとどまる。加えて、第2波以降のリスクが考えられるなかで、積極的に稼働を高めようとする動きもほとんど見られず、停滞の長期化が懸念される。
	悪くなる	出版業(経営者)	・新型コロナウイルスの影響による不況からの脱出を推進できつつある新業態が、今のところ見当たらない。
	悪くなる	出版業(営業担当)	・新型コロナウイルス収束のめどが立たないため、今後に期待はできないし、回復に向かってもかなり時間が掛かる。
	悪くなる	印刷業・製本業(経営者)	・新型コロナウイルスの影響がこの先も続く。取引先の廃業や縮小に伴って、受注量も減少する見込みである。
	悪くなる	印刷業・製本業(営業担当)	・新型コロナウイルスショックは当面続く。半年で持ち直せるのか、1年掛かるか、2年掛かるか、見通しが全く見えない。
	悪くなる	建設業(営業担当)	・受注が伸びてこない。
	悪くなる	建設業(経営者)	・新型コロナウイルスの影響で、経済活動の停滞が進み、厳しい状況になっていく。
	悪くなる	卸売業〔繊維・衣服等〕(営業担当)	・新型コロナウイルスで消費者心理が大きく低下している。4～6月の数字が発表になれば、更に低下してしまう恐れを感じている。
	悪くなる	卸売業〔機械器具〕(経営者)	・通常の活動に戻らなければ良くなるのは難しい。
	悪くなる	経営コンサルタント	・観光業及び飲食業から取引先へと波及し、回復まで時間が掛かる。

(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