

# 中央区内景気動向調査

令和3年2月調査結果

令和3年3月25日

中央区

## 総 括

### 令和3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29.0と、前回調査から7.5ポイント低下している。景気の先行き判断D Iは合計で54.0と、前回調査から15.5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	令和3年		前回調査
合計	10月	12月	2月	からの変化
現状判断D I	54.0	36.5	29.0	( -7.5 )
先行き判断D I	48.5	38.5	54.0	( 15.5 )

## 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2月調査の調査票発送は2月5日（金）、回答期限は2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%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29.0と、前回調査から7.5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26.0と、前回調査から12.0ポイント低下し、企業動向関連DIは32.0と、前回調査から3.0ポイント低下している。構成比では、「やや良くなっている」と回答した人の割合が10.0ポイント減少し、「悪くなっている」と回答した人の割合が8.0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

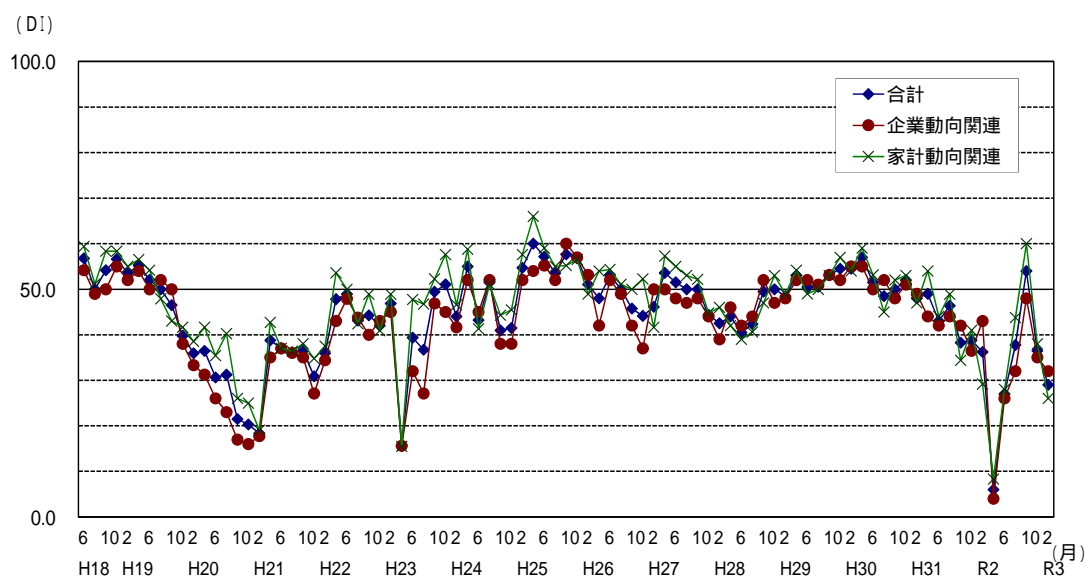
(DI)	令和2年		令和3年		(変化幅)
	10月	12月	2月		
合計	54.0	36.5	29.0		(-7.5)
家計動向関連	60.0	38.0	26.0		(-12.0)
小売関連	51.8	33.9	30.4		(-3.5)
飲食関連	-	-	-		(-)
サービス関連	67.9	53.6	32.1		(-21.5)
住宅関連	-	-	-		(-)
企業動向関連	48.0	35.0	32.0		(-3.0)
製造業	45.0	35.0	20.0		(-15.0)
非製造業	48.8	35.0	35.0		(0.0)

(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	10	2.0%	38.0%	38.0%	18.0%	4.0%
	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%
	(変化幅)	(0.0)	(-10.0)	(-2.0)	(4.0)	(8.0)

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D Iは合計で54.0と、前回調査から15.5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62.0と、前回調査から19.0ポイント上昇し、企業動向関連D Iは46.0と、前回調査から12.0ポイント上昇している。構成比では、「やや良くなる」と回答した人の割合が26.0ポイント増加し、「やや悪くなる」「悪くなる」と回答した人の割合がそれぞれ12.0ポイント減少した。

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

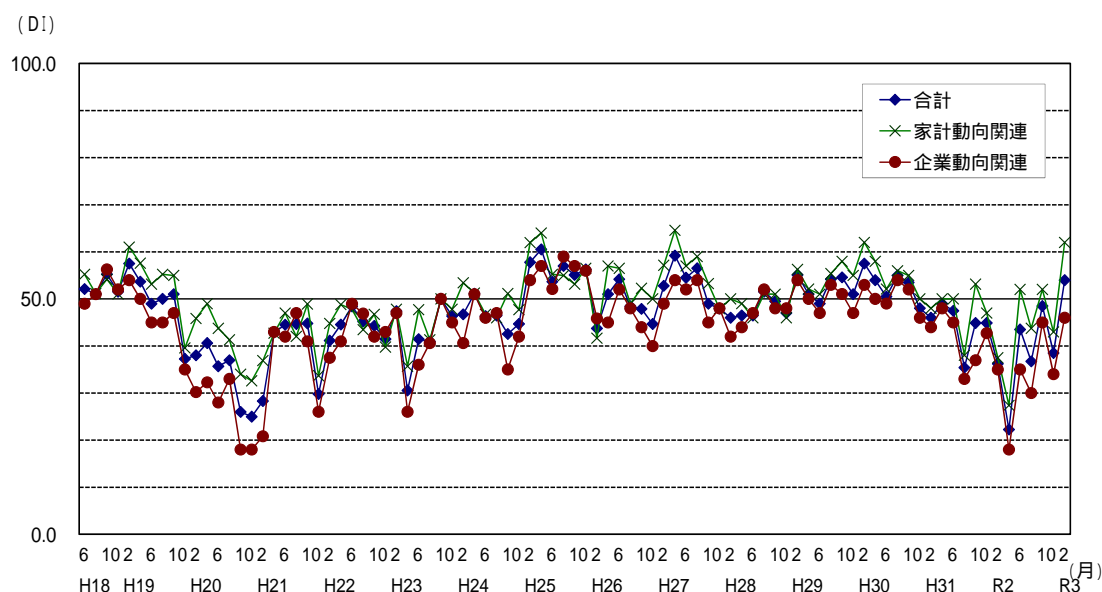
(D I)	令和2年		令和3年		(変化幅)
	10月	12月	2月		
合計	48.5	38.5	54.0		(15.5)
家計動向関連	52.0	43.0	62.0		(19.0)
小売関連	44.6	35.7	62.5		(26.8)
飲食関連	-	-	-		(-)
サービス関連	64.3	53.6	64.3		(10.7)
住宅関連	-	-	-		(-)
企業動向関連	45.0	34.0	46.0		(12.0)
製造業	45.0	30.0	40.0		(10.0)
非製造業	45.0	35.0	47.5		(12.5)

(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	10	0.0%	28.0%	46.0%
	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%
(変化幅)		(0.0)	(26.0)	(-2.0)	(-12.0)	(-12.0)

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

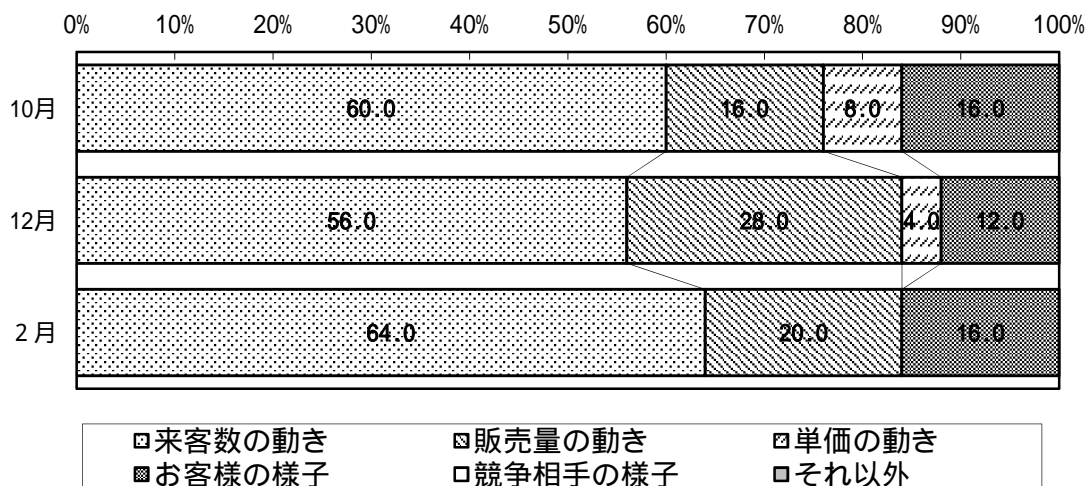
(D I)	令和2年		令和3年	
	10月	12月	12月	2月
合計	30.5	26.5	26.5	23.0
家計動向関連	33.0	27.0	27.0	18.0
小売関連	28.6	30.4	30.4	21.4
飲食関連	-	-	-	-
サービス関連	32.1	32.1	32.1	21.4
住宅関連	-	-	-	-
企業動向関連	28.0	26.0	26.0	28.0
製造業	15.0	15.0	15.0	20.0
非製造業	31.3	28.8	28.8	30.0

(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。

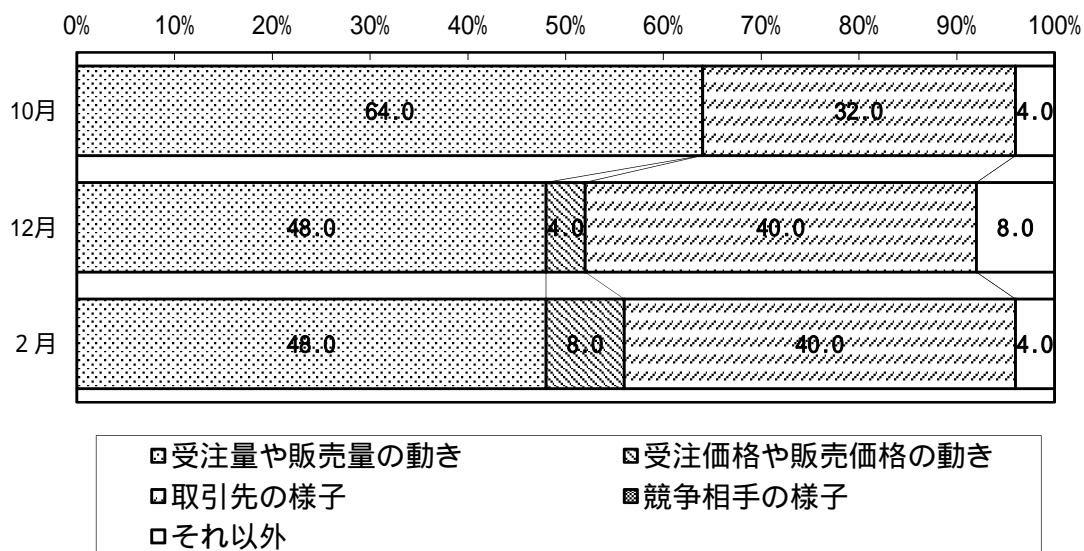
(注)景気の現状をとらえるには、景気の方加性に加えて、景気的水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

## 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	スーパー（店長）	来客数の動き	・緊急事態宣言の再発出による外出自粛で在宅率が高まっている。昼食需要やローリングストック商材、夕食の内製化に対応することで、来客数を確保できている。
	変わらない	百貨店（総務担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言の再発出以降、来客数の伸びの鈍化が続いている。前年は春節でにぎわうインバウンド景気があったが、館全体が平日、休日を問わず閑散としている。
		百貨店（総務担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言の再発出に伴い、外出自粛の傾向が更に強まったことに加え、店舗の営業時間短縮、セールの分散開催、免税売上の大幅な減少等が継続している。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス禍で、販売数の顕著な伸びがみられない。
		競馬場（職員） その他レジャー施設（経営者）	お客様の様子 来客数の動き	・緊急事態宣言中のため営業を休止している。 ・ときどきかつての常連客から電話があるが、「熱も冷め、仲間も集まらない。とにかく新型コロナウイルスが収束するまで駄目だろう」とこぼしている。
	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	・緊急事態宣言の再発出の影響だけではないと思うが、来客数が3割以上減っている。
		一般小売店[食品]（店長）	来客数の動き	・前年の緊急事態宣言発出時よりも、街中の人や車の動きが少ないように感じる。毎日利用してくれる客も、テレワーク等の影響により減少傾向にある。
		百貨店（総務経理担当）	販売量の動き	・昨夏以降、11月をピークに、売上、来客数が減少している。
		百貨店（広報担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言の再発出を受けて、外出を控える傾向が高まり、各店舗軒並み来客数が大きく減少している。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・客単価は上々のため、売上のにはまあまあだが、来客数はゆっくりと下り坂である。
	悪くなっている	一般小売店[文具]（販売担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言が再発出されてから来客数が減っている。特に、土曜日、日曜日の減少が厳しい。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・今月は緊急事態宣言の再発出もあり、来客数が前年比で46%となり、前年の緊急事態宣言による休業明け以降、最悪の来客数、売上となっている。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言の再発出により、都心、特に法人関係がメイン客層である飲食店は大打撃を受けている。さらに、この措置が延長されるに至って、資金力の乏しい店舗からは廃業も止むなしとの声も聞き、由々しき問題である。
		高級レストラン（副店長）	来客数の動き	・1月からの緊急事態宣言の再発出に伴い、時短営業をしているため、ディナータイムの来客数がかなり減少している。
一般レストラン（経営者）		お客様の様子	・緊急事態宣言の再発出に伴う時短営業をしている間は、客が全然来てくれない。	
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収束が見えないまま1年が経過している。収束するまでにこの先どのくらいの時間が必要なのか、早く明るい兆しが見えることを願っている。	
都市型ホテル（経営者）		来客数の動き	・緊急事態宣言が再発出され、それだけでなく人の往来が少ないところ更に人出が減り、我々宿泊業界にとって大きな打撃となっている。	
旅行代理店（店長）		来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの一時停止並びに緊急事態宣言の再発出に伴う外出自粛の影響がある。	
企業 動向 関連		良くなっている	-	-
	やや良くなっている	卸売業[機械器具]（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年度末の受注はおおむねできている。

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
	変わらない	出版業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言下でもあり、広告主、広告代理店からの新規の追加発注はない。雑誌、書籍の売上も上向きにはほど遠く、現状維持が精一杯である。
		建設業（経営者）	取引先の様子	・民間の発注工事が先行き不透明のため、各社共に発注を控えている。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先の動きが余り良くないので発注量が少ない。
		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か月前と比べて月間の売上達成値も変わらず、予算的にも同等の数値である。
	やや悪くなっている	印刷業・製本業（営業担当）	取引先の様子	・地方の業者が仕事を求めて東京に集中してきているように見受けられる。新型コロナウイルスの影響で注文数が減っている上に、地方業者の東京進出により価格競争が激化している。
		建設業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・全てにおいて新型コロナウイルスの影響が大きい。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・前年同月に比べて、現状の受注量の動きがやや少なくなっている。
		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長引き、受注回復が見えてこない。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・大手企業と異なり、中堅、中小企業においては厳しい状況が続いている。特に、小売業では人員確保と利益維持が難しい。
		不動産業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・オフィスの空室率が上がっている。
経営コンサルタント		取引先の様子	・借り入れをしていたお金を使い果たし、回らなくなってきた。緊急事態宣言が延長されて、閉店する店舗が更に増加している。	
その他サービス業〔造園・園芸〕（営業担当）	取引先の様子	・既存顧客から相次いで引き下げの話があり、新規の動きもほとんどない。		
悪くなっている	出版業（経営者）	それ以外	・街中を見ていると、新型コロナウイルスの影響で売上が増加している店や事業所は見当たらない。とりわけ飲食業は厳しい。	
	卸売業〔繊維・衣服等〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言の再発出により、得意先の心理が悪化し、仕入に慎重になっている。大手企業は変わらず営業しているが、小規模な得意先では諦めているところも目立っている。	

#### 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	一般小売店 [ 和菓子 ] ( 経営者 )	・新型コロナウイルス対策としてのワクチン接種が始まることにより、一寸の光明が見えるのではないかと。もちろん治療薬の開発が進めば、もっと良くなる。
		一般小売店 [ 文具 ] ( 販売担当 )	・緊急事態宣言の解除後は、多少客が来ると期待している。
		一般小売店 [ 靴 ] ( 店長 )	・新型コロナウイルスのワクチン接種がスタートし、状況が分かってくる。安心材料が増えれば来客数も増加してくる。
		百貨店 ( 総務担当 )	・新型コロナウイルスのワクチン接種が実施されることに伴い、消費マインドが向上すると期待している。
		百貨店 ( 総務経理担当 )	・新型コロナウイルスのワクチン接種が2月中旬から医療従事者や高齢者を対象に開始される。新型コロナウイルス疲れの反動もある。
		スーパー ( 店長 )	・緊急事態宣言解除の動向により景気は上下する。東京オリンピックの動向も同じである。
		衣料品専門店 ( 店長 )	・来客数が少しずつではあるが回復傾向にある。
		高級レストラン ( 経営者 )	・新型コロナウイルスが収束することが回復への最大条件だと思うが、長期的にとらえて対応策を考えねばならない。休業期間を更に延長して赤字を抑える方策は、本来ならば採りたくない。
		高級レストラン ( 副店長 )	・緊急事態宣言が解除されれば、客の来店が少しは見込めるのではないかと。
		一般レストラン ( 経営者 )	・新型コロナウイルス感染者数が少なくなれば、客も出てきてくれる。
		旅行代理店 ( 店長 )	・Go To Travelキャンペーンが再開され、旅行需要が復活する。
		通信会社 ( 営業担当 )	・例年、移転や移動の時期になるので、今後は販売数の伸びが多少見込める。
	競馬場 ( 職員 )	・少しずつ当地域に人が戻ってきてほしい。	
	変わらない	一般小売店 [ 事務用品 ] ( 営業担当 )	・これ以上下がってほしくないという希望である。このままでは実店舗を維持できなくなる。
		一般小売店 [ 食品 ] ( 店長 )	・新型コロナウイルスが収束し、社会全体の空気が変わるには、まだまだ時間が掛かる。
		百貨店 ( 広報担当 )	・新型コロナウイルス感染者数が減少するにつれて社会不安も和らぎ、消費も徐々に戻ってくる。ただし、ワクチンの普及などにはいまだに時間が掛かっており、向こう2～3か月で状況が好転する材料はない。
		コンビニ ( 店長 )	・現状が既にかなり悪い。新型コロナウイルス感染者数が一時的に減れば自粛は緩み、再び感染者が増えるというたちごっこである。ワクチンを含む根本的な対策による感染者数減とならなければ、景気回復の兆しは見えてこない。
		都市型ホテル ( 経営者 )	・新型コロナウイルスの影響がまだまだ続き、出張や旅行がかなり制限される。
		通信会社 ( 営業担当 )	・景気が良くなる見通しが無い。
やや悪くなる	その他レジャー施設 ( 経営者 )	・とにかく緊急事態宣言が解除され、新型コロナウイルスが収束し、周りの飲食店も元気にならなければ駄目である。	
	スーパー ( 店長 )	・新型コロナウイルスの影響が不透明である。東京オリンピックもどうなるか分からない。	
悪くなる	一般レストラン ( 経営者 )	・緊急事態宣言の解除、新型コロナウイルスのワクチン接種、治療薬の開発が景気回復の特効薬である。	
企業 動向 関連	良くなる	卸売業 [ 繊維・衣服等 ] ( 営業担当 )	・新型コロナウイルスのワクチン接種により、消費者心理が上向くことを期待している。
	やや良くなる	新聞業 ( 営業担当 )	・緊急事態宣言の解除次第ではあるが、前年比では改善すると期待している。
		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等の見通しがある程度定まってきており、その効果が着実に出ている。また、新型コロナウイルスの影響はあるものの、株式市場は上昇している。
		不動産業 ( 企画担当 )	・空室の底打ち感がある。大きな面積でのオフィス入居の話が聞こえるようになってきている。
		卸売業 [ 飲食料品 ( 鮮魚 ) ] ( 経営者 )	・新型コロナウイルスによる緊急事態宣言が解除され、街に人が戻る。春になり暖かくなれば、新型コロナウイルスの感染者数も減っていく。

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
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・予算は組めているため、作業や工事が予定どおりに執り行なわれれば、やや良い方向に向かうとみている。
	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影響は当分の間続くと思われるため、マイナス要因が増える可能性はあっても、プラス要因はなかなか見当たらない。
		建設業（営業担当）	・新年度までは発注が少ない。
		建設業（経営者）	・毎回同じだが、新型コロナウイルスの感染状況次第である。ワクチンが効いて、世の中全体が落ち着かないことには、景気は回復しない。
		輸送業（従業員）	・受注量が急に増えるとは思えない。
		金融業〔証券〕（営業担当）	・新型コロナウイルス禍がもはやノーマルとなるなか、一見すると飲食業や旅行業以外の企業については、前年の緊急事態宣言時ほどのダメージはないように見えるが、人件費を始めとするコストカットや、売上維持のためのディスカунターの増加など、少なくとも良い方向への流れは見えない。
		卸売業〔機械器具〕（支社長）	・公共需要は堅調だが、民間需要が想定以上に厳しく、回復にはかなりの期間を要する。
		経営コンサルタント	・緊急事態宣言が解除されても、すぐには回復しないだろう。小さな会社ほど、しばらくはもがき続ける。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・定期作業について仕様変更等は特にない。
		その他サービス業〔造園・園芸〕（営業担当）	・ほとんど動きがない。
	やや悪くなる	出版業（経営者）	・どこが新型コロナウイルス禍の分水嶺になるのかわからない。先を見通せる企業は未来志向で着々と進めつつある。
		出版業（営業担当）	・ここ数年の傾向ではあるが、雑誌広告からネット広告へという流れがあり、新型コロナウイルスの影響による巣籠りで、更に加速する。
		建設業（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響で仕事量が減少している。
		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ず、厳しい状況が想定される。
		卸売業〔機械器具〕（経営者）	・取引先に聞いて回ったが、先行きについて良い回答がない。
		卸売業〔機械器具〕（営業担当）	・受注量は年度末で境目となる。年度始めは毎年受注量が少なく、新規の事業計画もない。
	悪くなる	建設業（経営者）	・新型コロナウイルス感染による景気の後退が、徐々に広がり始めると推測している。

(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