

2020/12/16

## 柏の景気情報(令和2年11月分)

柏 商 工 会 議 所

(本件担当) 柏商工会議所 中小企業相談所 振興課  
〒277-0011 千葉県柏市東上町7-18  
TEL : 04-7162-3305  
FAX : 04-7162-3323  
URL : <http://www.kashiwa-cci.or.jp>  
E-mail : [info@kashiwa-cci.or.jp](mailto:info@kashiwa-cci.or.jp)

## 柏の景気情報（令和2年11月分）

○ 調査期間 : 令和2年11月25日 ~ 令和2年12月4日

○ 調査対象 : 柏市内130事業所及び組合にヒアリング

### <産業別回収状況>

調査産業	調査対象数	回答数	回収率
全産業	130	92	70.8%
建設	32	20	62.5%
製造	35	23	65.7%
卸・小売	38	30	78.9%
サービス	25	19	76.0%

○ 調査方法と調査表 : 下記「質問A」をDI値集計し、「質問B」で「業界内のトピック」の記述回答。

### 質問A

質問事項	回答欄					
	前年同月と比較した 今月の水準			今月の水準と比較した向 こう3ヶ月の先行き見通し		
a.売上高 (出荷高)	1 増加	2 不変	3 減少	1 増加	2 不変	3 減少
b.採算 (経常利益ベース)	1 好転	2 不変	3 悪化	1 好転	2 不変	3 悪化
c.仕入単価	1 下落	2 不変	3 上昇	1 下落	2 不変	3 上昇
d.従業員	1 不足	2 適正	3 過剰	1 不足	2 適正	3 過剰
e.業況	1 好転	2 不変	3 悪化	1 好転	2 不変	3 悪化
f.資金繰り	1 好転	2 不変	3 悪化	1 好転	2 不変	3 悪化

### 質問B 業界内のトピック(記述式)

$$DI値 = 1増加他の回答割合 - 3減少他の回答割合$$

#### ※ DI値(景況判断指数)について

DI値は、売上、採算、業況などの項目についての判断状況を表す。0(ゼロ)を基準として、プラスの値で景気の上向きを表す回答の割合が多いことを示し、マイナスの値で景気の下向き傾向を表す回答の割合が多いことを示す。従って、売上高などの実数値の上昇率を示すものではなく、強気・弱気などの景気感の相対的な広がり意味する。

#### ※ DI値と景気の概況

DI ≥ 50	50 > DI ≥ 25	25 > DI ≥ 0	0 > DI ≥ ▲25	▲25 > DI
特に好調	好調	まあまあ	不振	極めて不振

【令和2年11月の業況についての状況】

○ 11月の全産業合計のDI値(前年同月比ベース、以下同じ)は、▲46.6(前月水準▲34.0)となり、マイナス幅が12.6ポイント拡大した。

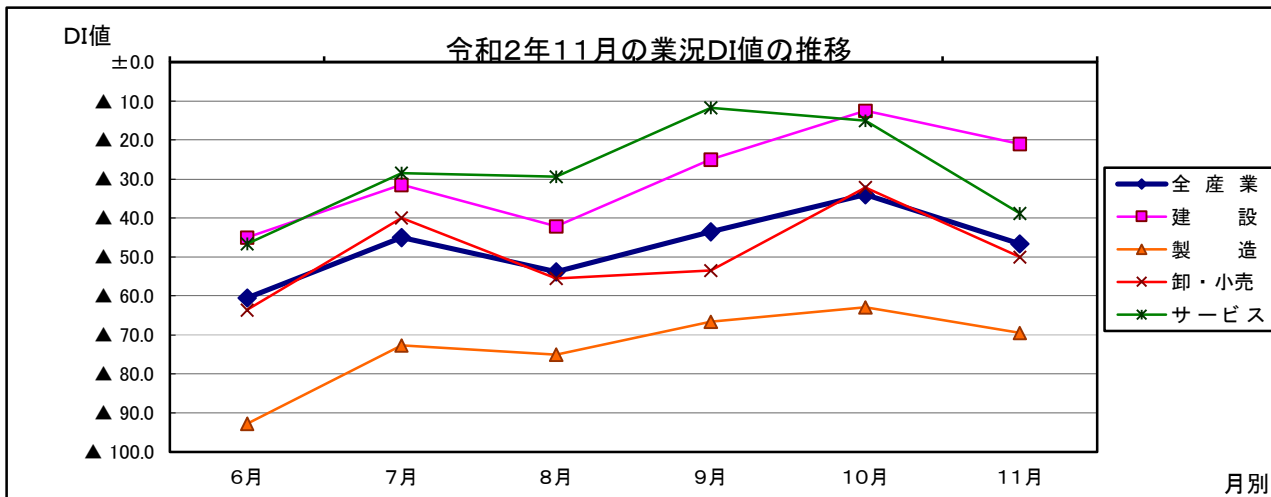
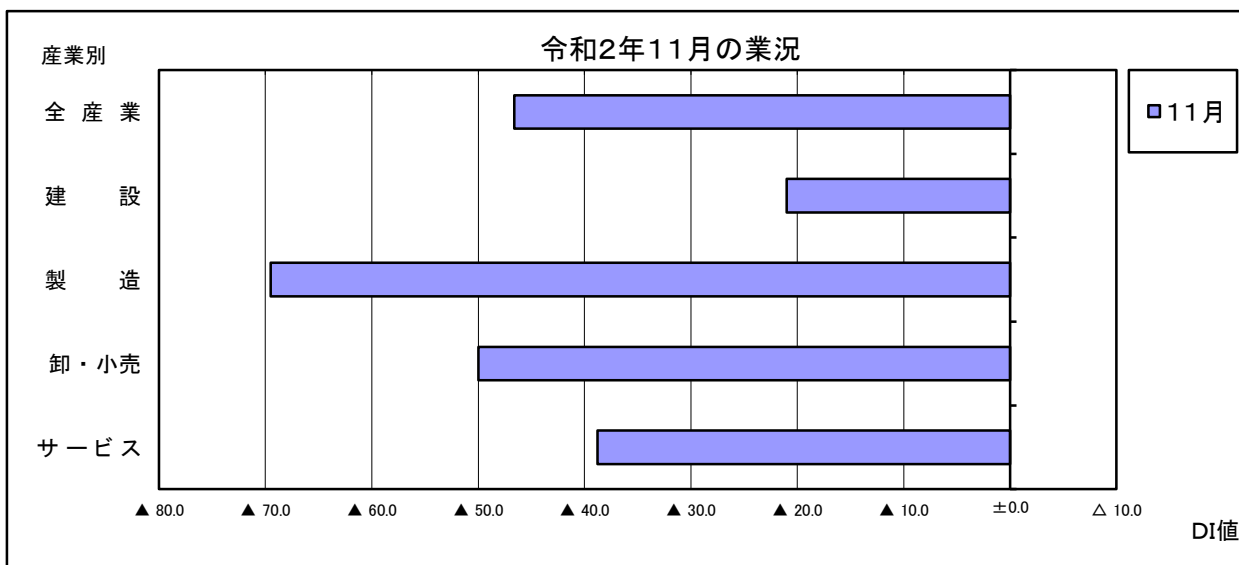
業種別では、前月水準と比べて、マイナス幅が拡大した業種は、幅の大きい順に、サービス業▲38.8(同▲15.0)、卸小売業▲50.0(同▲32.2)、建設業▲21.0(同▲12.5)、製造業▲69.5(同▲62.9)である。

○ 向こう3ヶ月(12月から2月)の先行き見通しについては、全産業では、▲32.2(前月水準▲13.8)となり、マイナス幅が18.4ポイント拡大する見通しである。

業種別では、前月水準と比べて、マイナス幅が縮小する見通しの業種は、建設業▲5.2(同▲6.2)である。プラスからマイナスに転じる見通しの業種は、サービス業▲22.2(同△15.0)である。マイナス幅が拡大する見通しの業種は、幅の大きい順に、製造業▲43.4(同▲22.2)、卸小売業▲46.6(同▲29.0)である。

令和2年11月業況DI値(前年同月比)の推移

	令和2年 6月	7月	8月	9月	10月	11月	先行き見通し 12月~2月(11月~1月)
全産業	▲60.5	▲45.0	▲53.8	▲43.5	▲34.0	▲46.6	▲32.2(▲13.8)
建設	▲45.0	▲31.5	▲42.1	▲25.0	▲12.5	▲21.0	▲5.2(▲6.2)
製造	▲92.8	▲72.7	▲75.0	▲66.6	▲62.9	▲69.5	▲43.4(▲22.2)
卸・小売	▲63.6	▲40.0	▲55.5	▲53.5	▲32.2	▲50.0	▲46.6(▲29.0)
サービス	▲46.6	▲28.5	▲29.4	▲11.7	▲15.0	▲38.8	▲22.2(△15.0)



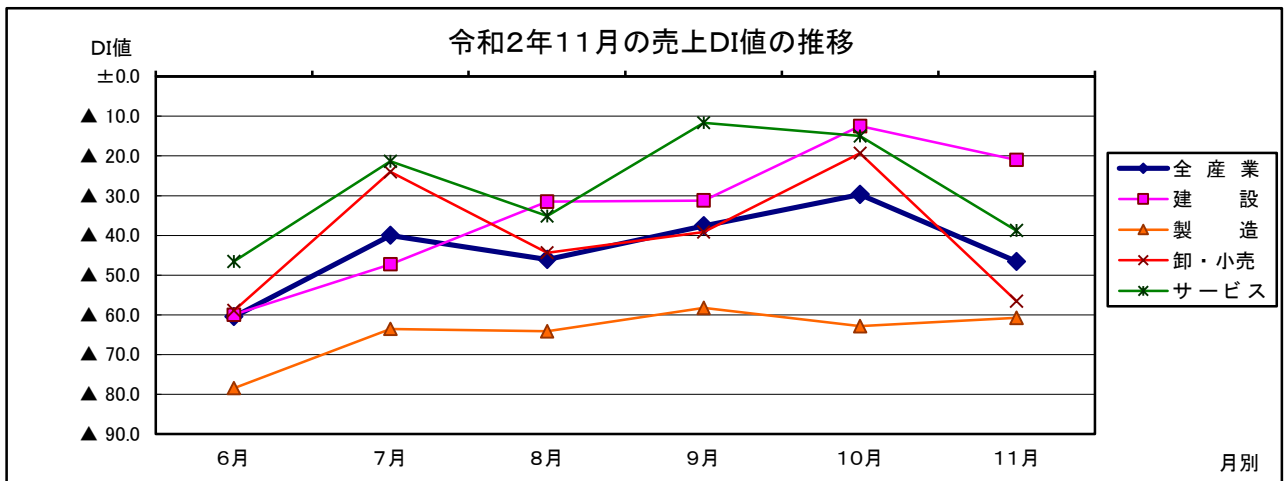
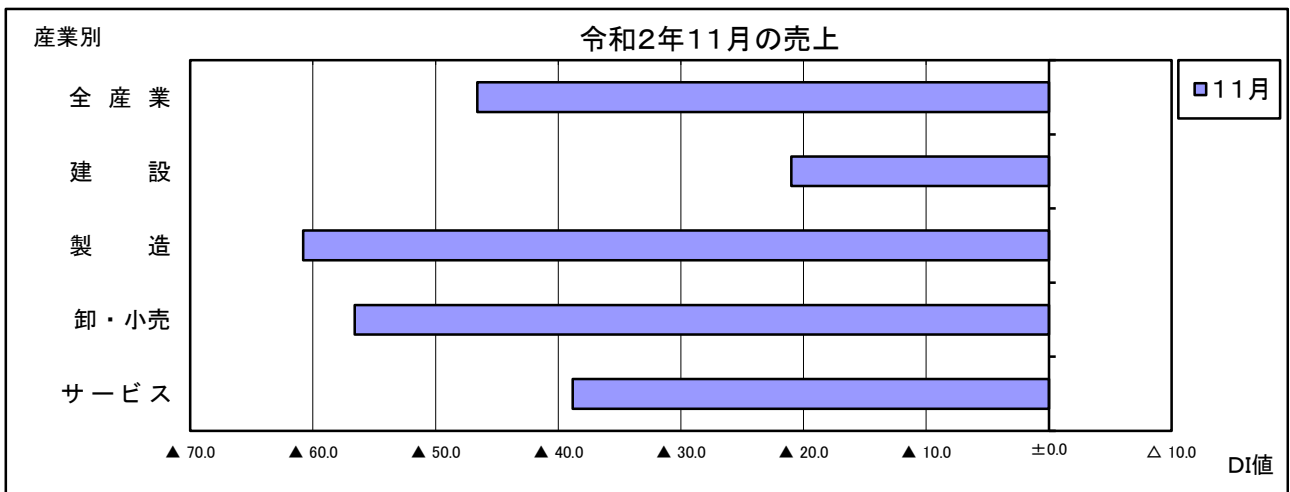
【令和2年11月の売上についての状況】

○ 11月の全産業合計のDI値(前年同月比ベース、以下同じ)は、▲46.6(前月水準▲29.7)となり、マイナス幅が16.9ポイント拡大した。  
 業種別では、前月水準と比べて、マイナス幅が縮小した業種は、製造業▲60.8(同▲62.9)である。マイナス幅が拡大した業種は、幅の大きい順に、卸小売業▲56.6(同▲19.3)、サービス業▲38.8(同▲15.0)、建設業▲21.0(同▲12.5)である。

○ 向こう3ヶ月(12月から2月)の先行き見通しについては、全産業では、▲25.5(前月水準▲11.7)となり、マイナス幅が13.8ポイント拡大する見通しである。  
 業種別では、前月水準と比べて、マイナス幅が縮小する見通しの業種は、建設業±0.0(同▲6.2)である。プラスからマイナスに転じる見通しの業種は、サービス業▲11.1(同△15.0)である。マイナス幅が拡大する見通しの業種は、幅の大きい順に、卸小売業▲46.6(同▲25.8)、製造業▲30.4(同▲18.5)である。

令和2年11月の売上DI値(前年同月比)の推移

	令和2年 6月	7月	8月	9月	10月	11月	先行き見通し 12月~2月(11月~1月)
全産業	▲60.5	▲40.0	▲46.1	▲37.6	▲29.7	▲46.6	▲25.5(▲11.7)
建設	▲60.0	▲47.3	▲31.5	▲31.2	▲12.5	▲21.0	±0.0(▲6.2)
製造	▲78.5	▲63.6	▲64.2	▲58.3	▲62.9	▲60.8	▲30.4(▲18.5)
卸・小売	▲59.0	▲24.0	▲44.4	▲39.2	▲19.3	▲56.6	▲46.6(▲25.8)
サービス	▲46.6	▲21.4	▲35.2	▲11.7	▲15.0	▲38.8	▲11.1(△15.0)



【令和2年11月の採算についての状況】

○ 11月の全産業合計のDI値(前年同月比ベース、以下同じ)は、▲52.2(前月水準▲30.8)となり、マイナス幅が21.4ポイント拡大した。

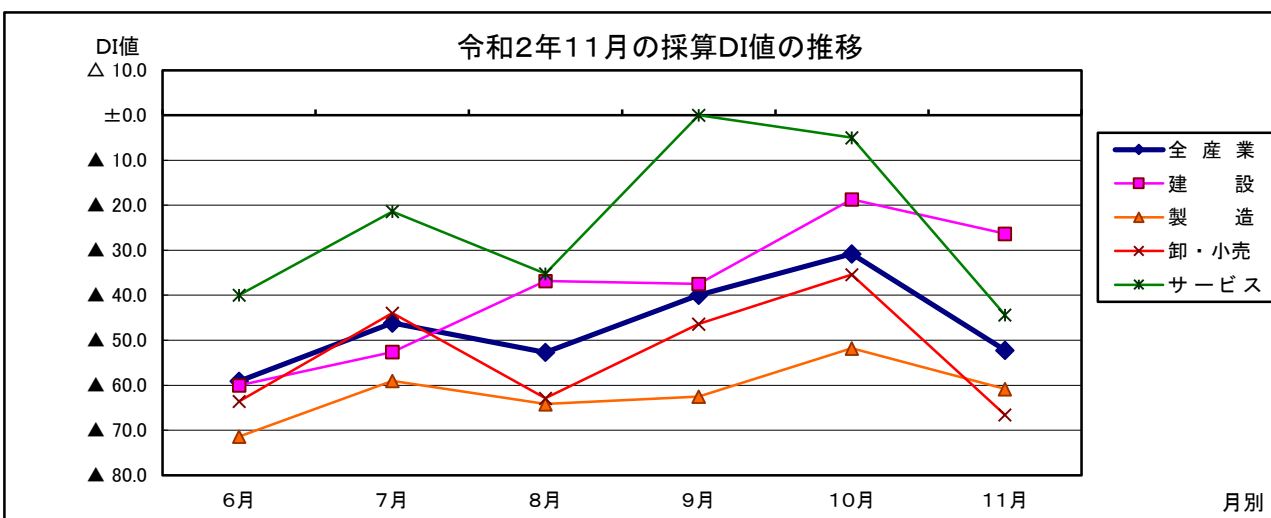
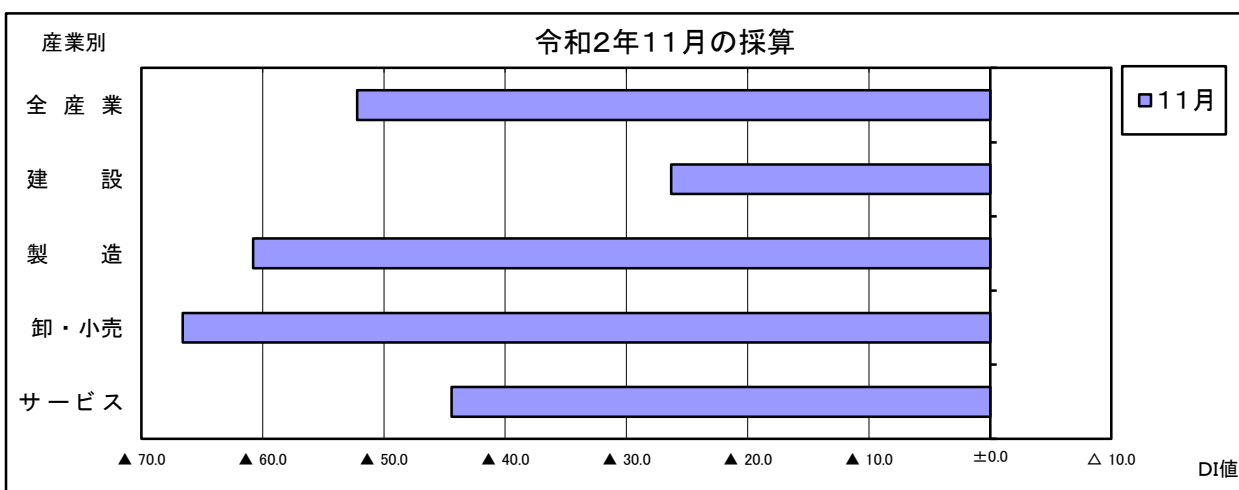
業種別では、前月水準と比べて、マイナス幅が拡大した業種は、幅の大きい順に、サービス業▲44.4(同▲5.0)、卸小売業▲66.6(同▲35.4)、製造業▲60.8(同▲51.8)、建設業▲26.3(同▲18.7)である。

○ 向こう3ヶ月(12月から2月)の先行き見通しについては、全産業では、▲26.6(前月水準▲21.2)であり、マイナス幅が5.4ポイント拡大する見通しである。

業種別では、前月水準と比べて、マイナス幅が縮小する見通しの業種は、建設業±0.0(同▲12.5)である。プラスからマイナスに転じる見通しの業種は、サービス業▲22.2(同△10.0)である。マイナス幅が拡大する見通しの業種は、幅の大きい順に、製造業▲30.4(同▲25.9)、卸小売業▲43.3(同▲41.9)である。

令和2年11月の採算DI値(前年同月比)の推移

	令和2年 6月	7月	8月	9月	10月	11月	先行き見通し 12月~2月(11月~1月)
全産業	▲59.1	▲46.2	▲52.7	▲40.0	▲30.8	▲52.2	▲26.6(▲21.2)
建設	▲60.0	▲52.6	▲36.8	▲37.5	▲18.7	▲26.3	±0.0(▲12.5)
製造	▲71.4	▲59.0	▲64.2	▲62.5	▲51.8	▲60.8	▲30.4(▲25.9)
卸・小売	▲63.6	▲44.0	▲62.9	▲46.4	▲35.4	▲66.6	▲43.3(▲41.9)
サービス	▲40.0	▲21.4	▲35.2	±0.0	▲5.0	▲44.4	▲22.2(△10.0)



【令和2年11月の仕入単価についての状況】

○ 11月の全産業合計のDI値(前年同月比ベース、以下同じ)は、▲22. 2(前月水準▲25. 5)となり、マイナス幅が3. 3ポイント縮小した。

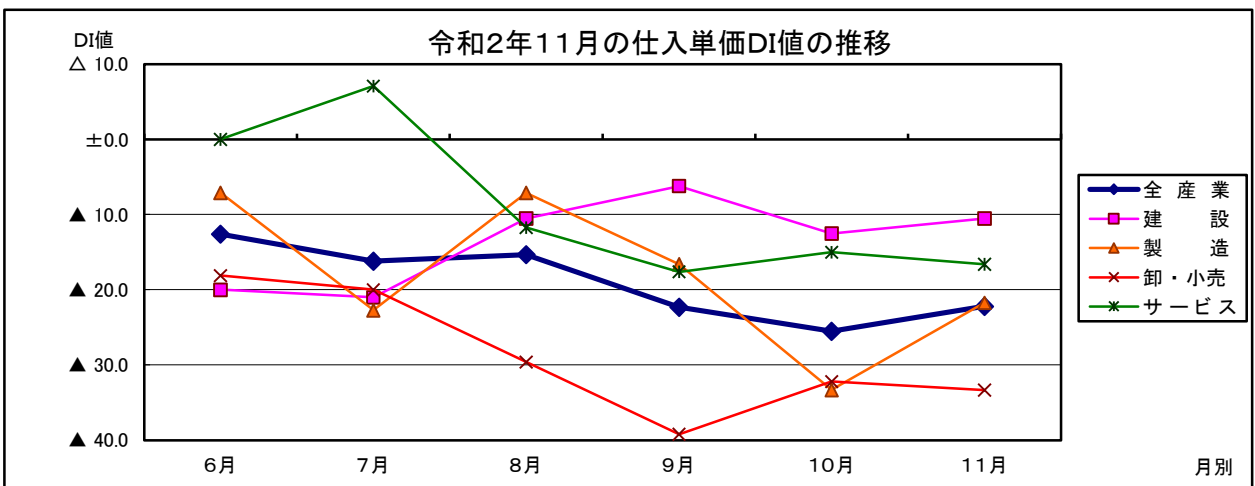
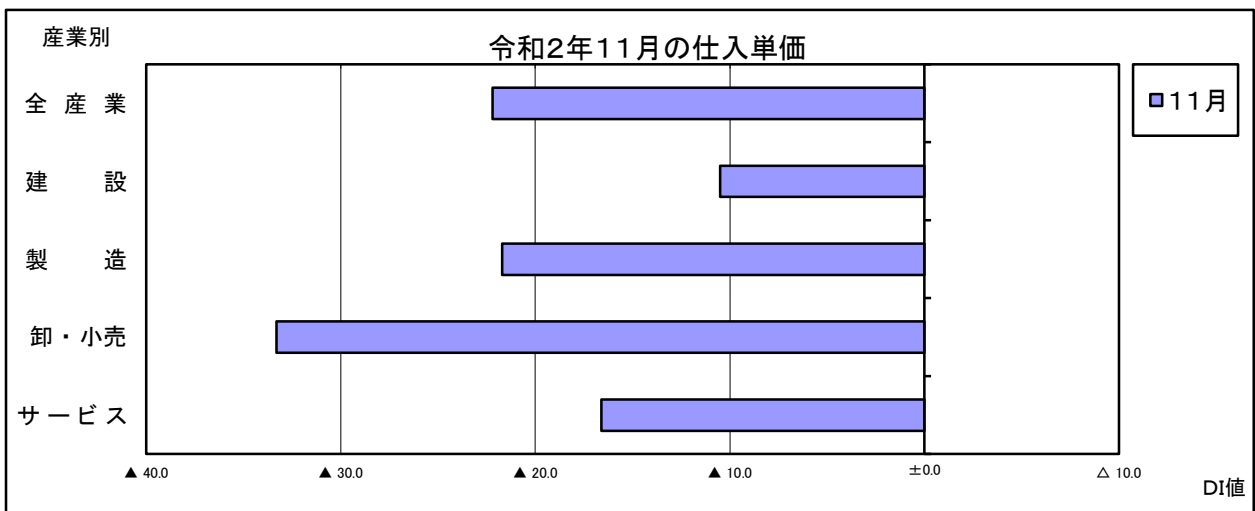
業種別では、前月水準と比べて、マイナス幅が縮小した業種は、幅の大きい順に、製造業▲21. 7(同▲33. 3)、建設業▲10. 5(同▲12. 5)である。マイナス幅が拡大した業種は、幅の大きい順に、サービス業▲16. 6(同▲15. 0)、卸小売業▲33. 3(同▲32. 2)である。

○ 向こう3ヶ月(12月から2月)の先行き見通しについては、全産業では、▲11. 1(前月水準▲22. 3)となり、マイナス幅が11. 2ポイント縮小する見通しである。

業種別では、前月水準と比べて、マイナス幅が縮小する見通しの業種は、幅の大きい順に、製造業±0. 0(同▲18. 5)、卸小売業▲23. 3(同▲35. 4)、建設業▲10. 5(同▲18. 7)、サービス業▲5. 5(同▲10. 0)である。

令和2年11月の仕入単価DI値(前年同月比)の推移

	令和2年 6月	7月	8月	9月	10月	11月	先行き見通し 12月~2月(11月~1月)
全産業	▲12.6	▲16.2	▲15.3	▲22.3	▲25.5	▲22.2	▲11.1(▲22.3)
建設	▲20.0	▲21.0	▲10.5	▲6.2	▲12.5	▲10.5	▲10.5(▲18.7)
製造	▲7.1	▲22.7	▲7.1	▲16.6	▲33.3	▲21.7	±0.0(▲18.5)
卸・小売	▲18.1	▲20.0	▲29.6	▲39.2	▲32.2	▲33.3	▲23.3(▲35.4)
サービス	±0.0	△7.1	▲11.7	▲17.6	▲15.0	▲16.6	▲5.5(▲10.0)



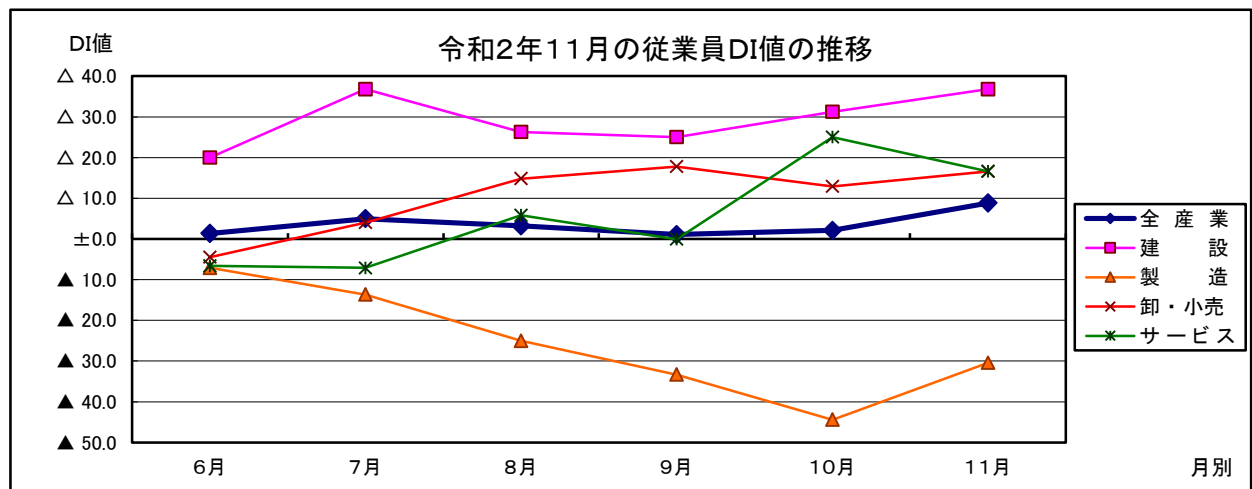
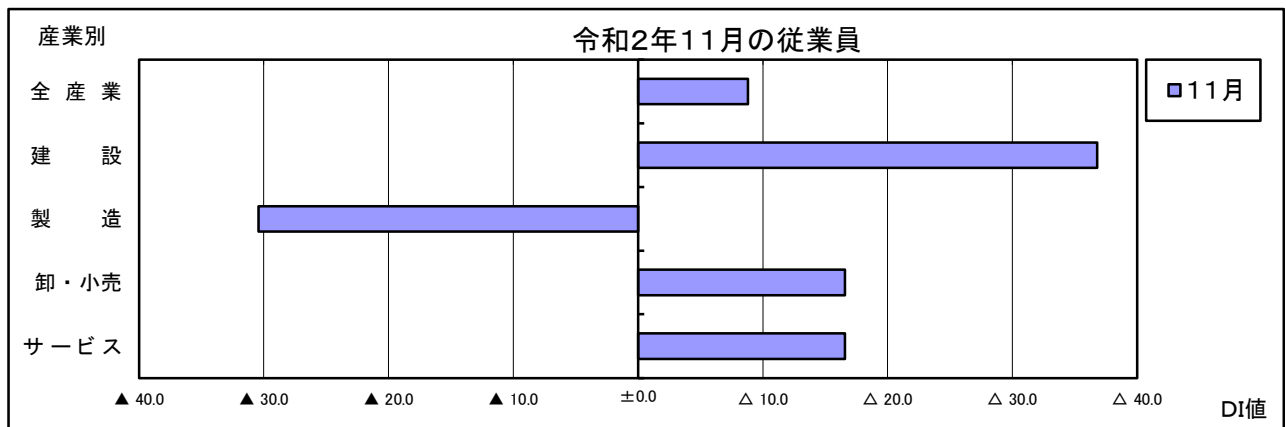
【令和2年11月の従業員についての状況】

○ 11月の全産業合計のDI値(前年同月比ベース、以下同じ)は、△8.8(前月水準△2.1)となり、プラス幅が6.7ポイント拡大した。  
 業種別では、前月水準と比べて、プラス幅が拡大した業種は、幅の大きい順に、建設業△36.8(同△31.2)、卸小売業△16.6(同△12.9)である。マイナス幅が縮小した業種は、製造業▲30.4(同▲44.4)である。プラス幅が縮小した業種は、サービス業△16.6(同△25.0)である。

○ 向こう3ヶ月(12月から2月)の先行き見通しについては、全産業では、△8.8(前月水準△5.3)となり、プラス幅が3.5ポイント拡大する見通しである。  
 業種別では、前月水準と比べて、プラス幅が拡大する見通しの業種は、建設業△36.8(同△31.2)、卸小売業△20.0(同△16.1)である。マイナス幅が縮小する見通しの業種は、製造業▲26.0(同▲29.6)である。プラス幅が縮小する見通しの業種は、サービス業△5.5(同△15.0)である。

令和2年11月の従業員DI値(前年同月比)の推移

	令和2年 6月	7月	8月	9月	10月	11月	先行き見通し 12月~2月(11月~1月)
全産業	△1.4	△5.0	△3.2	△1.1	△2.1	△8.8	△8.8(△5.3)
建設	△20.0	△36.8	△26.3	△25.0	△31.2	△36.8	△36.8(△31.2)
製造	▲7.1	▲13.6	▲25.0	▲33.3	▲44.4	▲30.4	▲26.0(▲29.6)
卸・小売	▲4.5	△4.0	△14.8	△17.8	△12.9	△16.6	△20.0(△16.1)
サービス	▲6.6	▲7.1	△5.8	±0.0	△25.0	△16.6	△5.5(△15.0)



【令和2年11月の資金繰りについての状況】

○ 11月の全産業合計のDI値(前年同月比ベース、以下同じ)は、▲23.3(前月水準▲13.8)となり、マイナス幅が9.5ポイント拡大した。

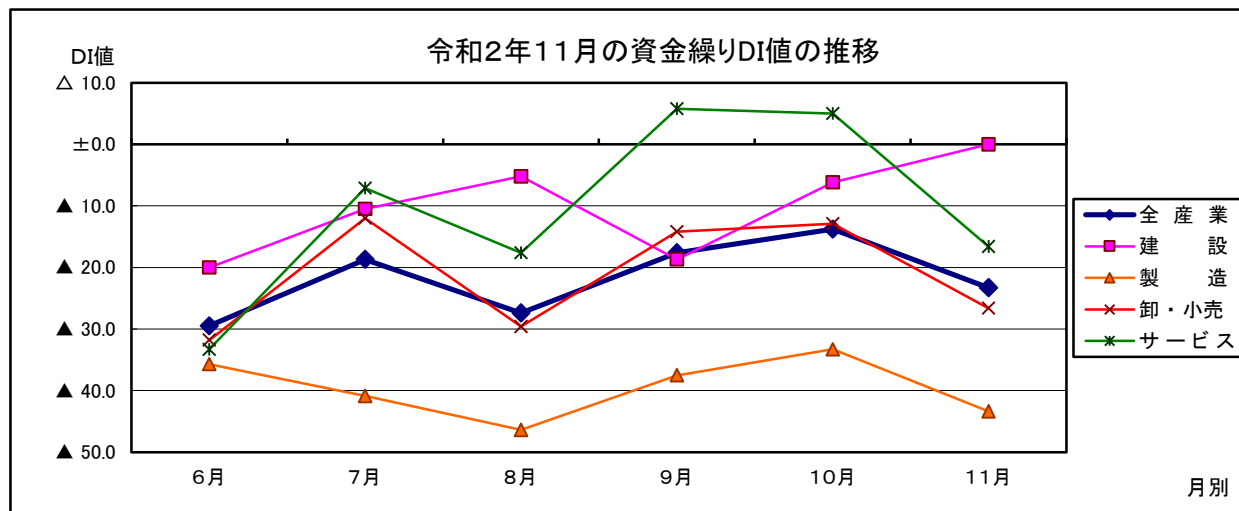
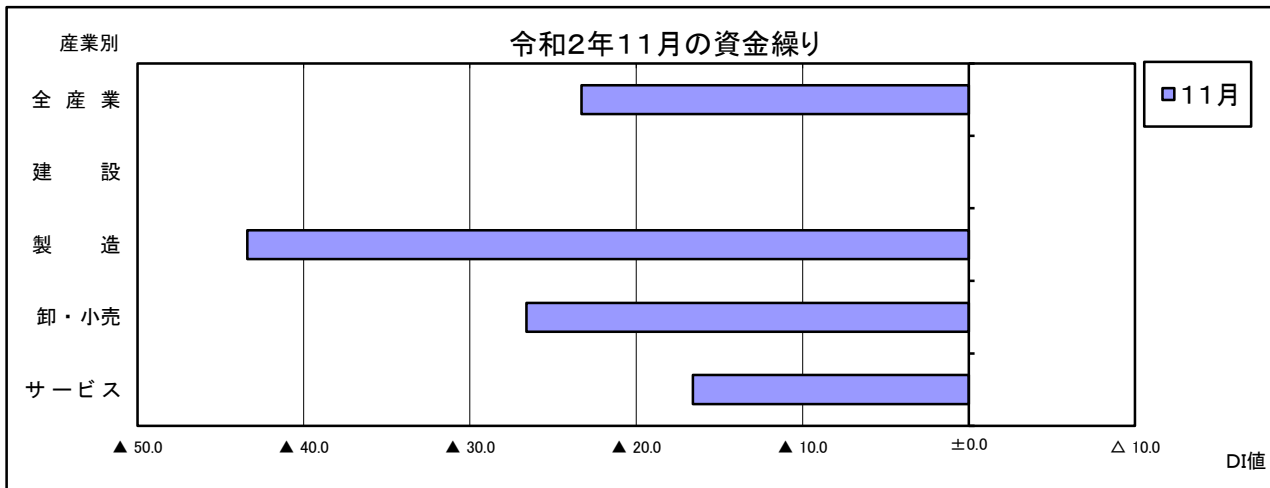
業種別では、前月水準と比べて、マイナス幅が縮小した業種は、建設業±0.0(同▲6.2)である。プラスからマイナスに転じた業種は、サービス業▲16.6(同△5.0)である。マイナス幅が拡大した業種は、幅の大きい順に、卸小売業▲26.6(同▲12.9)、製造業▲43.4(同▲33.3)である。

○ 向こう3ヶ月(12月から2月)の先行き見通しについては、全産業では、▲25.5(前月水準▲13.8)となり、マイナス幅が11.7ポイント拡大する見通しである。

業種別では、前月水準と比べて、プラスからマイナスに転じる見通しの業種は、サービス業▲16.6(同△5.0)である。マイナス幅が拡大する見通しの業種は、幅の大きい順に、卸小売業▲33.3(同▲19.3)、建設業▲10.5(同±0.0)、製造業▲34.7(同▲29.6)である。

令和2年11月の資金繰りDI値(前年同月比)の推移

	令和2年 6月	7月	8月	9月	10月	11月	先行き見通し 12月~2月(11月~1月)
全産業	▲29.5	▲18.7	▲27.4	▲17.6	▲13.8	▲23.3	▲25.5(▲13.8)
建設	▲20.0	▲10.5	▲5.2	▲18.7	▲6.2	±0.0	▲10.5(±0.0)
製造	▲35.7	▲40.9	▲46.4	▲37.5	▲33.3	▲43.4	▲34.7(▲29.6)
卸・小売	▲31.8	▲12.0	▲29.6	▲14.2	▲12.9	▲26.6	▲33.3(▲19.3)
サービス	▲33.3	▲7.1	▲17.6	△5.8	△5.0	▲16.6	▲16.6(△5.0)





【令和2年11月の調査結果のポイント】

《全産業DIは再び悪化。持ち直しに期待するも、感染拡大に先行きの不透明感強まる》

11月の全産業合計のDI値(前年同月比ベース、以下同じ)は、▲46.6(前月水準▲34.0)となり、マイナス幅が12.6ポイント拡大した。

業種別では、前月水準と比べて、マイナス幅が拡大した業種は、幅の大きい順に、サービス業▲38.8(同▲15.0)、卸小売業▲50.0(同▲32.2)、建設業▲21.0(同▲12.5)、製造業▲69.5(同▲62.9)である。

新型コロナウイルスの感染再拡大が大きく響いた結果となった。Go Toキャンペーンによる一定の効果が感じられる一方で、感染拡大により回復していた発注の減少、来店者数の激減についてコメントが寄せられた。マイナスDI値が大きい製造業では、雇用維持について多くのコメントがあり、勤務日数の削減や休業が行われている。

先行きDIは▲32.2(今月比+14.4)と、持ち直しへの期待感は強いが、感染者が急増する中、景気回復への遅れを懸念する声が多い。

【建設業】からは、「リフォーム業者が家に入ることを拒まれ、工事が延期・中止になったと聞いた」(建築工事)、「来年度4～9月頃までの早期発注を望む」(土木工事)、「やっと受注が戻りつつあるのにコロナ拡大。緊急事態宣言時と同じ状況になると業績の悪化に繋がるため、先行きが不安」(電気工事)、「昨年に引き続き、新年を新しい畳で迎えたいという個人消費が好調でありがたい」(畳)、「年内中の工事完成要望が多いが、人手不足で依頼に応えるにも限界あり」(とび)、「埃まみれで作業する現場の職人に感染者が出たとは聞かないが、現場に出ない経営者、管理職の方からは出たそうだ。抗菌・殺菌のやりすぎが免疫力の低下を招いているように感じる」(塗装工事)、「コロナ禍における対策が不足していた。同業者が自然減しているのに安心し、努力してこなかったツケが出ている」(一般土木建築工事)などのコメントが寄せられた。

【製造業】からは、「最近の感染拡大で、回復していた発注が減った先があり、やや見通し悪化。安全靴関係は減少、生活雑貨は変わらないか微増。玩具関係は、未だに発注0の顧客も」(プラスチック製品)、「コロナの影響はほぼ収まり、売上は前年並に戻った。働き方改革、生産性向上にはデジタル化政策が重要であり、デジタル庁には特にソフト面の支援を望む」(自動車附属品)「Go Toトラベル・イートの影響で酒類の売上が昨年ほどに戻るも、感染拡大でまた減少か。退職者が出ても補充はしない予定」(酒類)、「得意先である製紙業界の業績悪化で需要減。11月より一時帰休を実施」(織物)、「主力製品の売上は伸びているが前年同月比では減少。月2、3日休業し雇用調整は継続実施中」(鉄鋼)、「1月からパートの勤務日数を1日減らし、異なる部署の仕事もしてもらう予定。部分的に受注増の商品はあるが長期は望めず。非対面型営業としてソリューションサイトを立ち上げ、新規顧客開拓に繋げたい」(金属製品)などのコメントが寄せられた。

【卸小売業】からは、「例年なら売上・仕入ともに上昇する時期を迎えるが、今年は飲食店向けの納品や御歳暮も不透明。売上は維持しているが多くの資金は残せず、1年分の原料の買付を現金ですか借入か考えたい」(農畜産物・水産物卸売)、「マスク(特に日本製)や除菌関係は伸長。食品は買いための傾向なし」(大型小売店)、「感染拡大でまた家で食事が増えるため、食品売上は増加を見込む。年末に大きく期待」(各種食料品小売)、「Go To イート等、キャッシュレス売上増」(洋菓子店)、「感染拡大で客足激減。10月中旬と比べると3分の1。通常4,000人の来客があるが、今月はまだ1,000人以下」(時計・眼鏡・光学機械小売)、「増収で決算期を終えられた。仕入単価上昇分の価格転嫁が今後の課題」(建築材料卸売)、「今年は学校関連のクリスマス会のケーキ注文が全くなく、売上に大打撃」(洋菓子店)、「広告宣伝とクリスマスに向けたイベントで業績向上」(洋品雑貨・小間物小売)、「年末の抽選会が中止。代替の企画で取り戻したい。11月後半の感染拡大の年末への影響を心配」(各種商品小売)などのコメントが寄せられた。

【サービス業】からは、「コロナの影響で、住宅ローン返済苦による買取依頼が増えている」(不動産管理)、「Go To キャンペーンで一定の集客効果はあったが、感染拡大により今後が心配」(日本料理)、「コロナ第3波が今後の事業展開に大きく影響を及ぼすと予測。現状維持も難しい企業が多く、弊社では死活問題」(広告)、「コロナの感染が近隣の学校に広がり始め、生徒や保護者に不安が広がっている。今後の冬期講習の募集への影響を懸念」(学習塾)、「コロナ再拡大でクライアント先は様子見の状態。今月の業績悪化は広告への投資削減によるものだろう」(広告代理)などのコメントが寄せられた。

	全産業	建設	製造	卸・小売	サービス
6月	▲60.5	▲45.0	▲92.8	▲63.6	▲46.6
7月	▲45.0	▲31.5	▲72.7	▲40.0	▲28.5
8月	▲53.8	▲42.1	▲75.0	▲55.5	▲29.4
9月	▲43.5	▲25.0	▲66.6	▲53.5	▲11.7
10月	▲34.0	▲12.5	▲62.9	▲32.2	▲15.0
11月	▲46.6	▲21.0	▲69.5	▲50.0	▲38.8
見通し	▲32.2	▲5.2	▲43.4	▲46.6	▲22.2

見通しは今月の水準と比較した向こう3ヶ月の先行き見通しDI

	売上高(受注・出荷)		採算		仕入単価		従業員	
	前年比	先行き	前年比	先行き	前年比	先行き	前年比	先行き
全業種	▲ 46.6	▲ 25.5	▲ 52.2	▲ 26.6	▲ 22.2	▲ 11.1	△ 8.8	△ 8.8
建設	▲ 21.0	±0.0	▲ 26.3	±0.0	▲ 10.5	▲ 10.5	△ 36.8	△ 36.8
製造	▲ 60.8	▲ 30.4	▲ 60.8	▲ 30.4	▲ 21.7	±0.0	▲ 30.4	▲ 26.0
卸・小売	▲ 56.6	▲ 46.6	▲ 66.6	▲ 43.3	▲ 33.3	▲ 23.3	△ 16.6	△ 20.0
サービス	▲ 38.8	▲ 11.1	▲ 44.4	▲ 22.2	▲ 16.6	▲ 5.5	△ 16.6	△ 5.5

	業況		資金繰り	
	前年比	先行き	前年比	先行き
全業種	▲ 46.6	▲ 32.2	▲ 23.3	▲ 25.5
建設	▲ 21.0	▲ 5.2	±0.0	▲ 10.5
製造	▲ 69.5	▲ 43.4	▲ 43.4	▲ 34.7
卸・小売	▲ 50.0	▲ 46.6	▲ 26.6	▲ 33.3
サービス	▲ 38.8	▲ 22.2	▲ 16.6	▲ 16.6

## 令和2年11月CCI-LOBOとの比較

- 【業況DI】 全産業合計では、「柏の景気」が▲46.6に対し、「CCI-LOBO」が▲45.8で柏の方がマイナス幅が0.8ポイント大きい。業種別では、「柏の景気」の方が良い業種は、建設業、サービス業であり、サービス業は10ポイント以上良い。「柏の景気」の方が悪い業種は、製造業、卸小売業であり、製造業は10ポイント以上悪い。
- 【売上DI】 全産業合計では、「柏の景気」が▲46.6に対し、「CCI-LOBO」が▲42.0で柏の方がマイナス幅が4.6ポイント大きい。業種別では、「柏の景気」の方が良い業種は、建設業、サービス業であり、サービス業は10ポイント以上良い。「柏の景気」の方が悪い業種は製造業、卸小売業であり、卸小売業は10ポイント以上悪い。
- 【採算DI】 全産業合計では、「柏の景気」が▲52.2に対し、「CCI-LOBO」が▲40.5で柏の方がマイナス幅が11.7ポイント大きい。業種別では、「柏の景気」の方が良い業種は、サービス業である。「柏の景気」の方が悪い業種は建設業、製造業、卸小売業であり、製造業、卸小売業は10ポイント以上悪い。
- 【仕入単価DI】 全産業合計では、「柏の景気」が▲22.2に対し、「CCI-LOBO」が▲18.6で柏の方がマイナス幅が3.6ポイント大きい。業種別では、「柏の景気」の方が良い業種は、建設業、サービス業であり、建設業は10ポイント以上良い。「柏の景気」の方が悪い業種は、製造業、卸小売業であり、卸小売業は10ポイント以上悪い。
- 【従業員DI】 全産業合計では、「柏の景気」が△8.8に対し、「CCI-LOBO」が△7.0で柏の方がプラス幅が1.8ポイント大きい。業種別では、「柏の景気」の方が良い業種は建設業、卸小売業、サービス業であり、サービス業は10ポイント以上良い。「柏の景気」の方が悪い業種は、製造業であり、10ポイント以上悪い。
- 【資金繰りDI】 全産業合計では、「柏の景気」が▲23.3に対し、「CCI-LOBO」が▲21.8で柏の方がマイナス幅が1.5ポイント大きい。業種別では、「柏の景気」の方が良い業種は、建設業、サービス業であり、サービス業は10ポイント以上良い。「柏の景気」の方が悪い業種は、製造業、卸小売業であり、製造業は10ポイント以上悪い。

【令和2年11月業種別業界内トピックス】






業種別	概況	トピック	業種
建設業	コロナの影響はあまり受けていないと思うが、リフォーム業者がお客様の家に入ることを拒まれ、工事が延期・中止になったと聞いた。飲食業界を中心に、経済の落ち込みが心配。我々も来年の経済状況を見て、切り替えていく必要があるかもしれない。	顧客からの業者立ち入り拒否 先行き不安	建築工事業
	来年度4～9月頃までの早期発注を望む。	早期発注を希望	土木工事業
	やっと受注が戻りつつあるが、コロナの感染者数が増加傾向。緊急事態宣言の時と同じ状況になると業績の悪化に繋がるので、先行きが不透明かつ不安である。	先行き不透明	電気工事業
	新年を新しい畳で迎えたいという個人消費が昨年に引き続き好調でありがたい。	個人消費好調	畳工事請負・畳製造販売業
	工事を年内中に仕上げしてほしいといった要望が多い。ある程度の受注はあるものの人手不足が解消できないまま、要望に応えるには限界がある。	人手不足	とび
	現時点では、すべきコロナ対策をやって対応していくしかない。今後の事は終息してからでないと先に進めない。埃みれで作業する現場の職人に感染者が出たとは聞かないが、現場に出ない経営者、管理職の方からは出たそうだ。抗菌・殺菌のやりすぎが免疫力の低下を招いているように感じる。	コロナ対策の実施 抗菌・殺菌の免疫への影響	塗装工事業
	職人不足の中、職人確保のためには価格の向上が伴う。また、根本的に大工不足が深刻化し安定受注が難しくなっている。	職人不足	一般土木建築工事業
	コロナ禍における対策が不足していた。同業者が自然減しているのに安心して、自己努力をしてこなかったツケが、今出てきた感じ。	コロナ対策不足	一般土木建築工事業
製造業	最近の感染拡大で、回復していた発注が減った先があり、やや見通し悪化。安全靴関係は減少、生活雑貨は変わらないか微増。玩具関係は、未だに発注0の顧客もある。	感染拡大の影響	プラスチック製品
	新型コロナウイルスの影響はほぼ収まり、売上は前年並に戻った。働き方改革、生産性の向上にはデジタル化政策が重要であり、新設されるデジタル庁には特にソフト面での支援に力をいれて頂きたい。	売上回復 デジタル庁	自動車付属品製造業
	新型コロナウイルスの影響で落ち込んだ化粧品容器の受注に回復が見られず、確約された受注はまだない。	受注減少継続	プラスチック加工
	Go Toトラベル・イートの影響で酒類の売上が昨年ほどに戻るも、感染拡大でまた減少か。退職者が出ても補充はしない予定。	Go Toトラベル・イート	酒類製造業
	得意先である製紙業界の業績悪化により、需要減。2020年11月より、一時帰休を実施。	一時帰休実施	織物業
	主力製品の売上は伸びているが前年同月比では減少。月2、3日休業し雇用調整は継続実施中。残業は基本無し。飛沫対策を実施(構内は完全マスク着用、飛沫防止用アクリル板設置)しており、間接管理部門のみテレワークを週1回継続して行っている。	月2、3日の休業実施 テレワーク	鉄鋼業
	1月からパート職の勤務契約を週5日から週4日に減らして対応する。また、これまでとは違う部署での作業にも従事してもらう予定。部分的に受注増のアイテムがあるが長期は望めない。非対面型営業としてソリューションサイトを立ち上げ、新規顧客開拓へと繋げたい。	パート職の勤務日数減少 新規顧客開拓	金属製品
	コロナの影響による先行きの不安がある。	先行き不安	機械・同部品製造業
	早期経済回復は望めないが、“生きる場”の継続に対する意識の高まりを感じる。	新型コロナウイルスの影響	印刷業
	コロナの感染拡大で、さらに業績悪化。	業績悪化	金属加工機械製造業
新型コロナウイルスの影響で客先との打ち合わせができないため、機械改造などの受注が減っている。	受注減少	一般産業機械・装置製造業	
卸小売業	海苔の仕入シーズンで繁忙期にかかるため、向こう3か月間は売上、仕入ともに上昇、忙しくなるのが常であるが、今年に関しては飲食店向けの納品が期待できず、御歳暮もどうなるかわからない。今年現在までの業績について、売上は維持しているものの、安売り商品のウエイトが高かったため多くの資金を残すことができなかった。これから数か月で1年分の原料を手元現金で仕入れるのか、また借入をおこすのか、キャッシュフローを考えなければいけない。	先行き不透明 仕入方法検討	農畜産物・水産物卸売業
	売上高の低下、消費動向の低迷を補填する意味合いからコスト削減は必須であり、再度ゼロベースから構築を行っている。その一つとして、働き方改革による生産性向上策を推進している。	働き方改革 生産性向上	百貨店
	コロナ感染拡大を受け、マスクや除菌関係は伸長している。マスクは日本製が好調。食品は買いだめの傾向はみられず。	マスク・除菌商品好調	大型小売店
	コロナ感染拡大の中、外出がまた難しくなり家庭での食事が増えるため、食品小売業の売上は上がるだろう。年末はかなり期待できると話し合っている。ただし、経済への悪影響は歴然で、今後の状況は深刻だ。	売上好調 年末年始の動向	各種食料品小売業
	GO TO EAT等、キャッシュレス売上増。	キャッシュレス売上増加	洋菓子店
	感染拡大の影響で客足激減。10月中旬と比べると3分の1。通常4,000人の来客があるのに、今月はまだ1,000人以下。	来店客激減	時計・眼鏡・光学機械小売業
	コロナ第3波の影響で年末年始は不安。	コロナ第3波による影響	飲食料品小売
	増収で決算期を終えることができた。仕入単価上昇による価格転嫁が今後の課題。	仕入単価上昇分の価格転嫁	建築材料卸売業
	今年は、学校関連等のクリスマス会のケーキ注文が全く入らない。売上大打撃。	学校関連のクリスマスケーキ注文なし	洋菓子店
	広告宣伝効果とクリスマスに向けてのイベントを打った結果、業績が向上した。	業績向上	洋品雑貨・小間物小売業
年末の抽選会が中止。代替の企画で取り戻したい。11月後半の感染者数増加が年末に影響しないか心配。	年末イベント中止 感染再拡大の影響	各種商品小売業	
本年度の売上はこれまでにない数字になりそう。ただ、本年度に限るものである。	売上好調	ソフトウェア業	











【令和2年11月業種別業界内トピックス】











<p>GO TOキャンペーンで一定の集客効果があったが、感染拡大による今後の影響が心配。</p>	<p>Go Toキャンペーンの影響 感染再拡大による今後への影響</p>	<p>日本料理</p>
<p>コロナ第3波が今後の事業展開に大きく影響を及ぼすと予測。リーマンショック時は金融関係へダメージを与えたが、今回のコロナは全ての業界に影響を及ぼし、経済のサイクルが崩壊している。人的資源の確保というより、現状維持も難しい企業が多く、弊社では死活問題である。</p>	<p>新型コロナウイルス第3波</p>	<p>広告業</p>
<p>業界によってバラツキはあるが、全体として今後の見通しは悪くなるとの予想が多い。</p>	<p>見通し悪化</p>	<p>税理士</p>
<p>新型コロナウイルスの感染が近隣の学校に広がり始め、生徒や保護者に不安が広がっている。こうした心理的不安による生徒や保護者の行動抑制が、冬期講習の募集に影響を及ぼすのではないかと懸念している。また、今後の感染拡大によって高校・大学入試にどのような影響が出るのかについても不安である。</p>	<p>感染拡大による影響</p>	<p>学習塾</p>
<p>賃貸経営指標に大きな変化はないが、このコロナ騒動が長期化した場合は、業績下降が始まると考えている。</p>	<p>変化なし</p>	<p>不動産賃貸・管理業</p>
<p>コロナ再拡大により、クライアント先も少し様子を見ている気がする。今月の業績悪化は広告への投資削減が考えられる。</p>	<p>業績悪化</p>	<p>広告代理業</p>
<p>一般の購入者からの問合せ減少。相変わらず相続案件、高齢者の資産整理による売却、住宅ローン返済苦による買取依頼が増えている。これも、コロナによる収入減による影響だと思う。</p>	<p>コロナのによる収入減の影響</p>	<p>不動産管理業</p>











# 令和2年11月の木の景気天気図











木の景気情報と全国CCI - LOBOとの比較











景気天気図	 特に好調 DI ≥ 50	 好調 50 > DI ≥ 25	 まあまあ 25 > DI ≥ 0	 不振 0 > DI ≥ ▲25	 極めて不振 ▲25 > DI
-------	--	---	--	---	--











業況DI	全産業	建設	製造	卸小売	サービス
木の景気	 ▲ 46.6	 ▲ 21.0	 ▲ 69.5	 ▲ 50.0	 ▲ 38.8
CCI-LOBO	 ▲ 45.8	 ▲ 26.8	 ▲ 54.1	 ▲ 41.5	 ▲ 56.1

売上DI	全産業	建設	製造	卸小売	サービス
木の景気	 ▲ 46.6	 ▲ 21.0	 ▲ 60.8	 ▲ 56.6	 ▲ 38.8
CCI-LOBO	 ▲ 42.0	 ▲ 21.9	 ▲ 52.5	 ▲ 30.1	 ▲ 56.4

採算DI	全産業	建設	製造	卸小売	サービス
木の景気	 ▲ 52.2	 ▲ 26.3	 ▲ 60.8	 ▲ 66.6	 ▲ 44.4
CCI-LOBO	 ▲ 40.5	 ▲ 23.9	 ▲ 46.9	 ▲ 33.8	 ▲ 54.1

仕入単価DI	全産業	建設	製造	卸小売	サービス
木の景気	 ▲ 22.2	 ▲ 10.5	 ▲ 21.7	 ▲ 33.3	 ▲ 16.6
CCI-LOBO	 ▲ 18.6	 ▲ 24.8	 ▲ 17.1	 ▲ 16.8	 ▲ 17.0

従業員DI	全産業	建設	製造	卸小売	サービス
木の景気	 8.8	 36.8	 ▲ 30.4	 16.6	 16.6
CCI-LOBO	 7.0	 28.0	 ▲ 8.1	 12.6	 6.6

資金繰りDI	全産業	建設	製造	卸小売	サービス
木の景気	 ▲ 23.3	 ±0.0	 ▲ 43.4	 ▲ 26.6	 ▲ 16.6
CCI-LOBO	 ▲ 21.8	 ▲ 6.1	 ▲ 24.2	 ▲ 22.6	 ▲ 32.1

# CC I - L O B O

## 商工会議所早期景気観測(11月速報)

調査期間：2020年11月12日～18日

調査対象：全国の335商工会議所が2,745企業にヒアリング調査を実施

### 全国の業況

**業況DIは、持ち直しの動き  
続くも力強さ欠く。先行きは  
感染再拡大への警戒感強まる**

11月の全産業合計の業況DIは、▲45.8と、前月から+4.4ポイントの改善。県も消費に下支えされた飲食料品関連のほか、秋の行楽シーズン到来に伴い、G・T・Oトラベルなどのキャンペーン利用客が増加した観光産業を中心に業況感が改善した。また、デジタル投資の増加により受注が伸びている電子部品関連や海外向けを中心に生産が持ち直している自動車関連でも売上が増加した。一方、新型コロナウイルス感染対策のコスト負担増加による収益圧迫に加え、都市部から地方への感染急拡大に伴い、飲食・宿泊業を中心に業績改善の腰折れを懸念する声も多く、中小企業の業況感は持ち直しの動きが続くものの、力強さを欠く。

先行きについては、先行き見通しDIが▲38.8（今月比+7.0ポイント）と改善を見込む。クリスマスや年

末年始の個人消費拡大への期待感がうかがえるほか、5G向けなどの半導体関連や自動車関連の生産増加に期待する声は多い。一方、新型コロナウイルスの感染者数が増加する中、外出自粛や営業時間短縮要請によるビジネスチャンスの喪失、国・自治体による消費喚起策の一時停止に伴う業績悪化への警戒感が強まっている。

○各業種から寄せられた特徴的なコメントは以下のとおり。

業種別にみると、今月の業況DIは前月に比べ、建設業で悪化、その他の業種で改善した。各業種から寄せられた特徴的なコメントは以下のとおり。

【建設業】「新築住宅や新店舗建設などの低迷が続いているものの、防災・減災を含めた公共工事の受注によりなんとか採算を確保している状態。公共工事頼みになつてきており、先行きが不安である」（一般工事業）、「新型コロナウイルス前に契約し

た案件により売上を維持しているものの、受注は減少しており、今後の売上確保に苦戦している」（管工事業）

【製造業】「自動車メーカーの生産増加に伴い、受注量は前年度並みに回復した。来月以降も安定的な受注を見込んでいる」（金属熱処理業）、「G・T・Oトラベルの開始以降、観光地向けの売上が増加している。ただし、G・T・Oトラベルありきの売上のため、生産・販売計画の調整が難しく、試行錯誤を続けている」（酒類製造業）

【卸売業】「新型コロナウイルス前と比較すると企業向けの売上が減少し、消費者向けの売上が伸びている。業務の内訳を見直し、受注の変化に対応していきたい」（飲食料品卸売業）、「新型コロナウイルスの影響により、ブライダル関連など花の需要が低迷する中、作付けを減らした生産者が増えたことから、仕入価格が上昇し、採算は悪化した。冠婚葬祭をはじめ、今後の受注回復が見通せず、先行きも厳しい状況が続く」（花き卸売業）

【小売業】「食料品や住まい関連は好調。ただし、買い物頻度を減らし、まとめ買いをする消費者が増えてきており、今後の売上が見通せない」（総合スーパー）、「例年は4日間にわたりに行っている年間最大の販売会を今年は6日間に分散して開催したところ、売上が増加した。クリスマスから年末年始にかけての商戦では販売会で得た消費者の嗜好を品揃えの強化に活かし、売上増につなげていく」（化粧品小売業）

【サービス業】「G・T・Oイートを利用する個人客の増加で、売上は伸びた。一方で、会食や忘年会の予約は相変わらず低調なため、地元向けサービスをより充実させるなどターゲットの見直しを行い、今後の採算改善を図りたい」（飲食業）、「秋の行楽シーズンに伴う観光需要とG・T・Oトラベルの効果もあり、売上は前年の8割ほどに回復した。ただし、消毒液などの感染防止策を講じる経費負担が重くなっており、資金繰りは厳しい状況」（宿泊業）

### 全国・産業別業況DIの推移

「見通し」は当月水準と比較した向こう3ヶ月の先行き見通しDI

	全産業	建設	製造	卸売	小売	サービス
6月	▲62.8	▲35.0	▲72.6	▲61.6	▲60.4	▲73.4
7月	▲59.3	▲34.8	▲70.6	▲59.5	▲53.4	▲68.4
8月	▲59.0	▲34.9	▲69.6	▲56.7	▲53.2	▲70.2
9月	▲56.5	▲30.7	▲68.3	▲51.2	▲52.5	▲67.8
10月	▲50.2	▲25.8	▲63.9	▲47.8	▲45.3	▲57.2
11月	▲45.8	▲26.8	▲54.1	▲39.0	▲41.5	▲56.1
見通し	▲38.8	▲26.5	▲37.4	▲34.0	▲45.7	▲44.5

# 柏の景気情報 (令和2年11月の調査結果のポイント)

## ★調査結果のまとめ

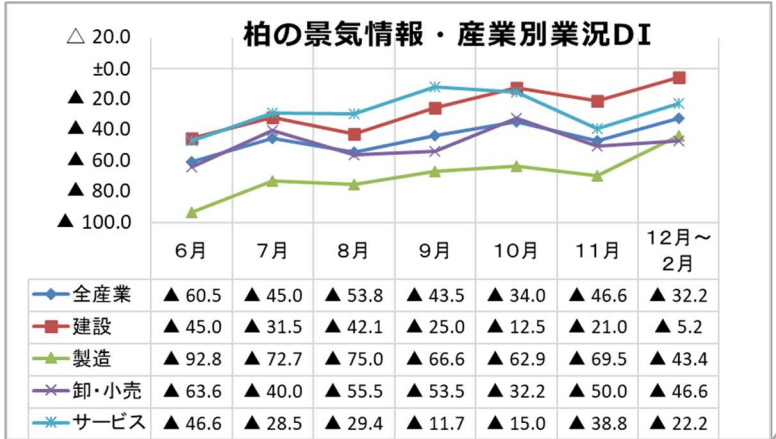
調査期間：令和2年11月25日～12月4日 調査対象：柏市内130事業所及び組合にヒアリング、回答数92件

### 感染再拡大により全業種のDI値が悪化。回復への期待感あるが、慎重な見通しが続く

11月の全産業合計のDI値(前年同月比ベース、以下同じ)は、▲46.6(前月水準▲34.0)となり、マイナス幅が12.6ポイント拡大した。

新型コロナウイルスの感染再拡大が大きく響いた結果となった。Go Toキャンペーンによる一定の効果が感じられる一方で、感染拡大により回復していた発注の減少、来店者数の激減についてコメントが寄せられた。マイナスDI値が大きい製造業では、雇用維持について多くのコメントがあり、勤務日数の削減や休業が行われている。

先行きDIは▲32.2(今月比+14.4)と、持ち直しへの期待感はあるが、感染者が急増する中、景気回復への遅れを懸念する声が多い。

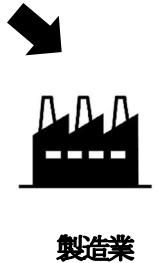


## ★業種別の動向

前月と比べたDI値の動き 改善 横ばい 悪化



「リフォーム業者が家に入ることを拒まれ、工事が延期・中止になったと聞いた」(建築工事)、「来年度4～9月頃までの早期発注を望む」(土木工事)、「やっと受注が戻りつつあるのにコロナ拡大。緊急事態宣言時と同じ状況になると業績の悪化に繋がるため、先行きが不安」(電気工事)、「昨年に引き続き、新年を新しい畳で迎えたいという個人消費が好調でありがたい」(畳)、「年内中の工事完成要望が多いが、人手不足で依頼に応えるにも限界あり」(とび)、「埃まみれで作業する現場の職人に感染者が出たとは聞かないが、現場に出ない経営者、管理職の方からは出たそうだ。抗菌・殺菌のやりすぎが免疫力の低下を招いているように感じる」(塗装工事)、「コロナ禍における対策が不足していた。同業者が自然減しているのに安心し、努力してこなかったツケが出ている」(一般土木建築工事)



「最近の感染拡大で、回復していた発注が減った先があり、やや見通し悪化。安全靴関係は減少、生活雑貨は変わらないか微増。玩具関係は、未だに発注0の顧客も」(プラスチック製品)、「コロナの影響おぼろげ収まり、売上は前年並に戻った。働き方改革、生産性向上にはデジタル化政策が重要であり、デジタル庁には特にソフト面の支援を望む」(自動車附属品)「Go Toトラベル・イートの影響で酒類の売上が昨年ほどに戻るも、感染拡大でまた減少か。退職者が出て補充はしない予定」(酒類)、「得意先である製紙業界の業績悪化で需要減。11月より一時休業を実施」(織物)、「主力製品の売上は伸びているが前年同月比では減少。月2、3日休業し雇用調整は継続実施中」(鉄鋼)、「1月からパートの勤務日数を1日減らし、異なる部署の仕事もしてもらおう予定。部分的に受注増の商品はあるが長期は望めず。非対面型営業としてソリューションサイトを立ち上げ、新規顧客開拓に繋げたい」(金属製品)



「例年なら売上・仕入ともに上昇する時期を迎えるが、今年は飲食店向けの納品や御歳暮も不透明。売上は維持しているが多くの資金は残せず、1年分の原料の買付を現金でするか借入か考えたい」(農畜産物・水産物卸売)、「マスク(特に日本製)や除菌関係は伸長。食品は買いだめの傾向なし」(大型小売店)、「感染拡大でまた家での食事が増えるため、食品売上は増加を見込む。年末に大きく期待」(各種食料品小売)、「Go To イート等、キャッシュレス売上増」(洋菓子店)、「感染拡大で客足激減。10月中旬と比べると3分の1。通常4,000人の来客があるが、今月はまだ1,000人以下」(時計・眼鏡・光学機械小売)、「増収で決算期を終えられた。仕入単価上昇分の価格転嫁が今後の課題」(建築材料卸売)、「今年は学校関連のクリスマス会のケーキ注文が全くなく、売上に大打撃」(洋菓子店)、「広告宣伝とクリスマスに向けたイベントで業績向上」(洋品雑貨・小間物小売)、「年末の抽選会が中止。代替の企画で取り戻したい。11月後半の感染拡大の年末への影響を心配」(各種商品小売)



「コロナの影響で、住宅ローン返済苦による買取依頼が増えている」(不動産管理)、「Go Toキャンペーンで一定の集客効果はあったが、感染拡大により今後が心配」(日本料理)、「コロナ第3波が今後の事業展開に大きく影響を及ぼすと予測。現状維持も難しい企業が多く、弊社では死活問題」(広告)、「コロナの感染が近隣の学校に広がり始め、生徒や保護者に不安が広がっている。今後の冬期講習の募集への影響を懸念」(学習塾)、「コロナ再拡大でクライアント先は様子見の状態。今月の業績悪化は広告への投資削減によるものだろう」(広告代理)

## ★全国の商工会議所早期景気観測調査(CCI-LOBO)との比較

全産業合計では、「柏の景気」が▲46.6に対し、「CCI-LOBO」が▲45.8で柏の方がマイナス幅が0.8ポイント大きい。業種別では、「柏の景気」の方が良い業種は、建設業、サービス業であり、サービス業は10ポイント以上良い。「柏の景気」の方が悪い業種は、製造業、卸小売業であり、製造業は10ポイント以上悪い。