

TDB 景気動向調査(全国・概要) — 2004年3月調査 —

2004年4月20日

お問い合わせ先：株式会社帝国データバンク 産業調査部

電話：03-5775-3163、e-mail：keiki@mail.tdb.co.jp

http://www.tdb.co.jp/

景気動向調査 http://www.tdb-di.com/

景気DIは43.7、前月比2.2ポイントの大幅改善

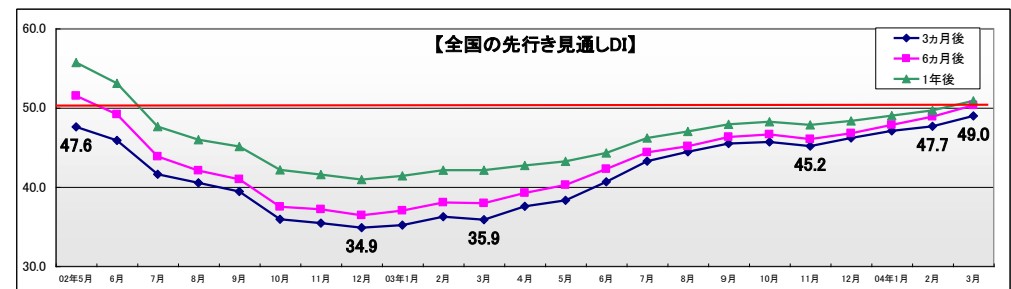
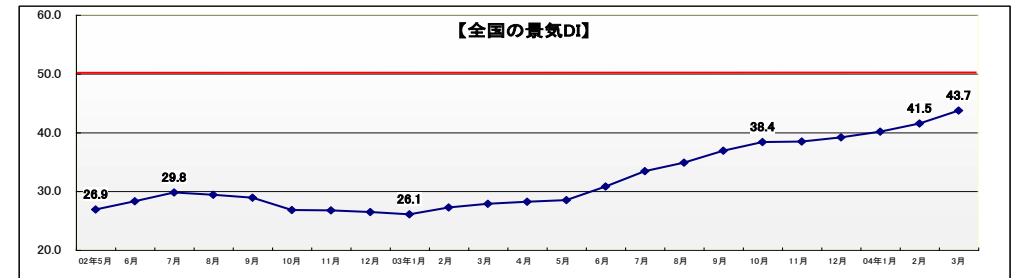
(調査対象2万1,980社、有効回答企業1万1,028社、回答率50.2%)

2004年3月の景気動向指数(景気DI:0~100、50が判断の分かれ目)は、前月比2.2ポイント増の43.7となった。2003年2月以降14カ月連続して改善するとともに、3カ月連続して40ポイントを上回った。また、改善幅は2003年9月以来6カ月ぶりの2ポイント台で、集計開始の2002年5月以降で3番目の改善幅を記録、足元の景況感が急ピッチで改善していることを裏付けた。

また、先行き見通しについても、3カ月後、6カ月後、1年後いずれも前月より改善。特に6カ月後、1年後がともに判断の分かれ目となる50ポイントを上回ったのは2002年5月以来22カ月ぶりで、先行きに対する期待も一層高まっている。

この背景には、今年に入って商業販売統計や消費者態度指数など消費に関する指標に改善が見られ、これまで国内経済を下支えしてきた外需と設備投資の盛り上がり消費へも波及し始めていることなどが挙げられる。このため、業界別では『金融』、『小売』が前月より大きく改善し、地域別では大都市圏だけでなく地方圏の一部でも大幅に改善。景況感の回復が遅れていた業界や地域での景況感の底上げが、景気DIの大幅な改善を牽引した。実際、3月の日銀短観(企業短期経済観測調査)では、大企業製造業を起点とした景況感の改善が非製造業や中小企業にも波及していることが浮き彫りとなっている。また、日銀は4月に入って景気判断を「緩やかな回復を続けており、国内需要も底堅さを増している」と4カ月ぶりに上方修正した。

しかし、「公共工事の削減により売り上げの確保が難しい」(建設、北海道)や「鋼材価格の上昇分を請負価格に反映できない」(土木工事、富山県)との声があがっているように、緊縮財政による公共投資削減や資材価格の上昇などで建設業界の業況は依然として厳しい状況が続いている。このため、「北海道」をはじめ公共工事に依存する地域ではDIが低水準で推移しており、地方経済はいまだ“まだら模様”から脱していない状況だ。また、資材価格の上昇は建設業界以外にも影響を及ぼし



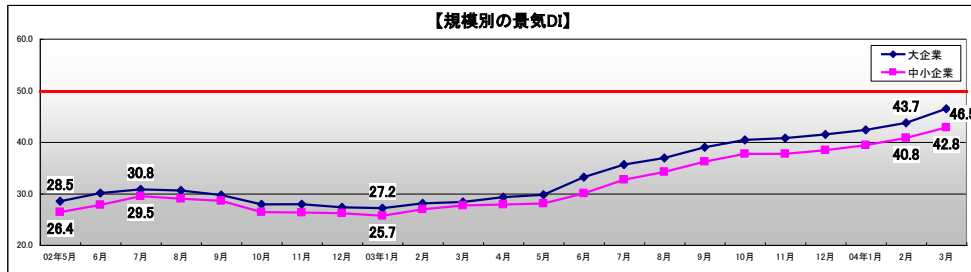
ており、「仕入れ価格の上昇分を末端小売価格へ転嫁できない」(ガソリンスタンド、福岡県)など、デフレ下で厳しい経営を強いられている小売業者も散見される。

加えて、減税効果が縮小する年後半以降の米経済の行方に不透明感が増してきているうえ、イラクでの邦人拘束などイラク情勢の緊迫化や為替水準の高止まりなど、ようやく回復の芽が出てきた国内景気を腰折れさせる不安材料は少なくない。

デジタル景気がようやく内需にも点火し始め、外需依存から自律回復に向けた動きが表れ始めた国内経済だが、今後、判断の分かれ目となる50ポイントを超えて景気が上昇局面を迎えるには、内需関連産業や地方圏の景気回復が一層力強さを増すことのほかに、米経済の安定や地政学リスク、円高リスクが沈静化することが不可欠と言える。

規模別:大企業(46.5)、中小企業(42.8)、中小企業の回復緩慢

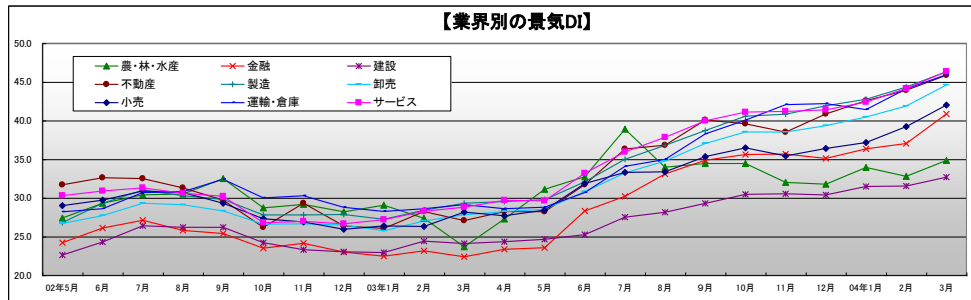
規模別では、大企業は46.5で前月比2.8ポイント増、中小企業は42.8で同2.0ポイント増となった。改善幅がともに2ポイント以上となったのは2003年9月以来だが、規模による格差は3.7ポイントと集計開始の2002年5月以降で最高だった2003年6月(3.2ポイント)を上回り、中小企業の景況感回復は大企業に比べ緩慢なものとなっている。



業界別:10業界中9業界で前月比改善、内需関連の底上げ目立つ

業界別では、10業界中「その他」を除く9業界で改善。特に改善が遅れていた「金融」(40.9)が前月比3.9ポイント増と10業界中で最大の改善幅となり、集計開始の2002年5月以降で初めて40ポイントを上回った。また、「小売」(42.0)も同2.8ポイント増と2番目の改善幅で初の40ポイント超えとなり、内需関連の底上げが目立つ結果となった。

一方、「建設」(32.7)をはじめ「農・林・水産」(34.8)、「その他」(37.7)では、依然として30ポイント台の低水準が続いている。



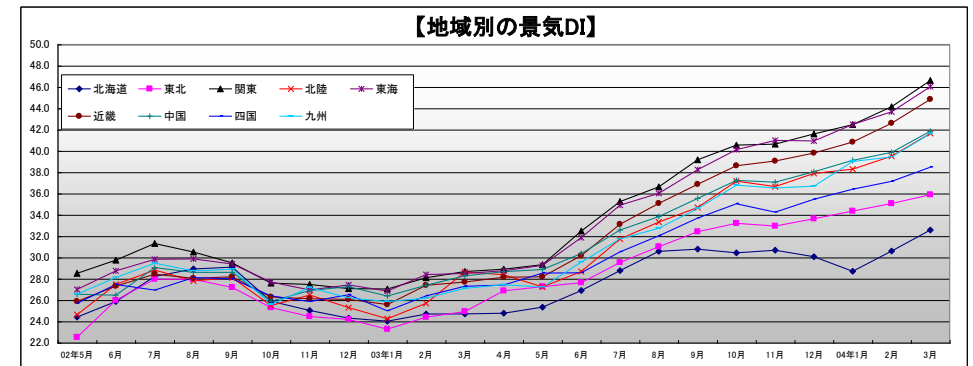
地域別:2カ月連続して9地域すべて改善、6地域で40ポイント超え

地域別では、2カ月連続して9地域すべてで改善。「東北」(35.9)と「四国」(38.5)を除く7地域では前月比2ポイント台の改善幅となった。

この結果、DIが40ポイントを上回った地域は前月までの「関東」(46.6)、「東海」(46.0)、「近畿」(44.8)の3地域に、「北陸」(41.6)、「中国」(41.9)、「九州」(41.6)を加えた計6地域となった。

しかし、「東北」と「四国」、「北海道」(32.6)の3地域では依然としてDIが30ポイント台にとどまっている。特に「北海道」は13カ月連続して9地域中の最低水準が続いており、景況感の回復遅れが顕著となっている。

これにより、DIが最高の「関東」と最低の「北海道」では格差が14.0ポイントに達し、2004年1月(13.8ポイント)を越す最高水準となっており、大都市圏と地方圏での景況感格差は依然として縮小する気配が見られない。



景気ウォッチング

消費税の総額表示義務化に伴う影響について

2社に1社以上が納入価格の引き下げを実施

これまでに消費税の総額表示の義務化に伴う納入価格の引き下げ要請があったと回答した製造業・卸売業 500 社について、その実態をまとめた。

納入価格の引き下げを実施した企業は「分からない／不回答」と回答した 40 社を除く 460 社中 234 社（構成比 50.9%）であった。納入価格の引き下げ要請を受けた企業の 2 社に 1 社以上で、実際に納入価格の引き下げを行っていたことが明らかとなった。

具体的に、「**納入価格の変更要請をむげに断れない。力の差が企業格差の拡大につながり、流通の各段階で倒産が増えると思う**」（日用雑貨品卸売、茨城県）、「**中小製造業や卸売業など立場や力が弱い所にしわ寄せがきている**」（ペット用品製造、茨城県）、「**税込みによる単価ダウンは卸売業への非常な圧迫となっている**」（寝装・寝具卸売、北海道）との声が聞かれるなど、引き下げ要請を受けた納入業者の立場の弱さを示す結果となった。

これを、業界別、規模別にみると、業界別では川下に近い卸売業（同 51.7%、124 社）が製造業（同 50.0%、110 社）よりも引き下げを実施した企業の割合が 1.7 ポイント高く、規模別では、中小企業（同 52.8%、200 社）が大企業（同 42.0%、34 社）に比べて 10 ポイント以上高かった。それぞれで格差が生じており、業界や規模によって影響を受ける度合いが異なることが鮮明となった。

納入価格引き下げの有無 業界別

	引き下げの有無	実施した		分からない／不回答	合計
		実施した	実施しなかった		
製造業	220(93.2)	110[50.0]	110[50.0]	16(6.8)	236(100.0)
卸売業	240(90.9)	124[51.7]	116[48.3]	24(9.1)	264(100.0)
合計	460(92.0)	234[50.9]	226[49.1]	40(8.0)	500(100.0)

規模別

	引き下げの有無	実施した		分からない／不回答	合計
		実施した	実施しなかった		
大企業	81(89.0)	34[42.0]	47[58.0]	10(11.0)	91(100.0)
中小企業	379(92.7)	200[52.8]	179[47.2]	30(7.3)	409(100.0)
合計	460(92.0)	234[50.9]	226[49.1]	40(8.0)	500(100.0)

※()内は構成比%、[]内は引き下げの有無に対する構成比%

消費財関連業種を中心に納入価格の引き下げ圧力強まる

納入価格引き下げの状況を業種別に見ると、卸売業では『繊維・繊維製品・服飾品』（同 68.9%、31 社）、『建材・家具、窯業・土石製品』（同 63.6%、7 社）、『紙類・文具・書籍』（同 60.0%、6 社）などで引き下げを行った割合が高かった（製造業での分布は別冊報告書参照）。

これにより、消費財関連業種を中心に価格引き下げが行われている実態が鮮明となった。また、繊維製品など依然として景気回復の足取りが重い業種が含まれており、収益力の悪化が懸念される。

業種別分布(卸売業)

	引き下げの有無	実施した		分からない／不回答	合計
		実施した	実施しなかった		
飲料品	70	32(45.7)	38(54.3)	5	75
繊維・繊維製品・服飾品	45	31(68.9)	14(31.1)	3	48
建材・家具、窯業・土石製品	11	7(63.6)	4(36.4)	3	14
紙類・文具・書籍	10	6(60.0)	4(40.0)	0	10
化学品	11	3(27.3)	8(72.7)	3	14
再生資源	0	0(—)	0(—)	0	0
鉄鋼・非鉄・鋳業製品	20	11(55.0)	9(45.0)	0	20
機械・器具	32	14(43.8)	18(56.3)	2	34
その他	41	20(48.8)	21(51.2)	8	49
合計	240	124(51.7)	116(48.3)	24	264

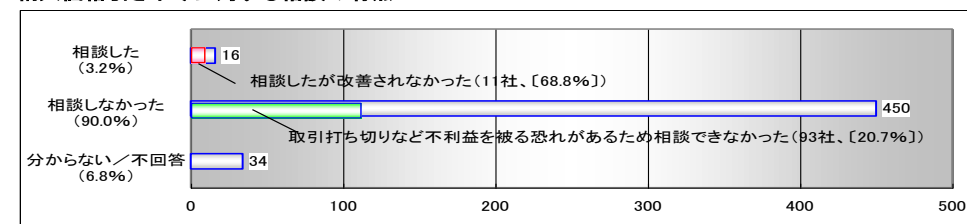
※()内は構成比%

納入価格引き下げ要請を受けても、9割が公正取引委員会などへ相談せず

納入価格引き下げ要請を受けた企業 500 社に対して、公正取引委員会や業界団体、商工会議所などへ相談したかどうかを尋ねたところ、450 社、90.0%の企業が公正取引委員会などへ相談をしていなかったことが判明した。

「相談しなかった」450 社のうち 93 社（構成比 20.7%）では「取引打ち切りなど不利益を被る恐れがあるため相談できなかった」と回答しており、引き下げ要請を受けても相談できずに企業が厳しい選択を迫られている状況がうかがえる。

納入価格引き下げに対する相談の有無



※()内は構成比、[]内はそれぞれの回答に対する構成比

景気DI

	2003年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2004年1月	2月	3月	前月比	3ヵ月後	6ヵ月後	1年後
全体	26.1	27.2	27.9	28.2	28.5	30.8	33.4	34.9	36.9	38.4	38.5	39.2	40.1	41.5	43.7	2.2	49.0	50.3	50.9
大企業	27.2	28.1	28.4	29.3	29.8	33.2	35.6	36.9	39.0	40.4	40.8	41.5	42.4	43.7	46.5	2.8	50.7	52.3	53.0
中小企業	25.7	27.0	27.7	27.9	28.1	30.0	32.7	34.2	36.2	37.7	37.7	38.4	39.4	40.8	42.8	2.0	48.4	49.6	50.2

調査先企業の属性

1. 調査対象(2万1,980社、有効回答企業1万1,028社、回答率50.2%)

2. 調査事項	551	近畿	1,711
東北	708	中国	708
関東	678	四国	351
北陸	473	九州	870
経済状況(売上)	384	合計	11,028

(1) 地域
 (2) 業界(10業界51業種)
 時間、設備投資、雇用) および金融機関の融資姿勢について

3. 調査時期・方式	2004年3月29日～4月6日(インセンティブを付したWeb調査方式)	飲食料点小売業	80
金融	1,352	繊維・繊維製品・服飾品小売業	45
不動産	218	医薬品・日用雑貨品小売業	27
小売	391	家具卸小売業	15
製造	419	自動車卸小売業	55
繊維・繊維製品・服飾品製造	143	自動車・同部品小売業	52
建材・家具・窯業・土石製品	246	各種卸売業	123
パルプ・紙・紙加工品製造業	401	各種商品小売業	73
印刷	469	その他の小売業	12
運輸・倉庫	384	運輸・倉庫	353
電気機械・器具製造	384	電気	35
化学機械・器具製造	384	電気通信	11
金属機械・器具製造	384	電気・ガス・水道・熱供給業	11
輸送用機械・器具製造	384	旅行・ホテル・娯楽業	31
精密機械・器具製造	384	健康・スポーツ	56
その他	77	放送業	21
卸売	436	サービス(1,442)	118
飲食料品卸売業	436	メンテナンス・警備・検査業	170
繊維・繊維製品・服飾品卸売業	271	広告関連業	170
建材・家具・窯業・土石製品卸売業	501	情報サービス業	391
紙類・文具・書籍卸売業	140	人材派遣・紹介業	37
化学品卸売業	366	専門サービス業	188
再生資源卸売業	16	医療・福祉・保健衛生業	58
鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売業	411	教育サービス業	19
機械・器具卸売業	1,239	その他サービス業	127
その他の卸売業	470	その他	23
合計	11,028	合計	11,028

(3) 規模	
大企業	2,741
中小企業	8,287
合計	11,028

■調査先企業の選定

調査先企業は全国全業種、全規模を対象とし、調査協力の承諾が得られた企業を調査先としている。

■DI算出方法

	2003年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2004年1月	2月	3月	前月比	3ヵ月後	6ヵ月後	1年後	3月の標準偏差	
農																					
金																					
建設																					
不動産																					
小売																					
製造																					
輸送																					
卸売																					
その他																					
北海道	24.0	24.1	24.1	24.0	23.0	23.0	23.0	23.0	23.0	23.0	23.0	23.0	23.0	23.0	23.0	2.0	42.0	43.0	43.0		
東北	23.3	24.4	24.9	26.9	27.3	27.6	29.5	31.0	32.4	33.2	33.0	33.6	34.4	35.1	35.9	0.8	44.1	45.4	47.0		
関東	27.0	28.1	28.7	28.9	29.3	32.5	35.3	36.6	39.2	40.6	40.6	41.6	42.5	44.2	46.6	2.4	50.9	52.2	52.7		
北陸	24.3	25.7	28.7	28.4	27.2	28.7	31.7	33.3	34.7	37.2	36.7	37.9	38.3	39.5	41.6	2.1	48.7	49.2	49.4		
東海	26.9	28.4	28.5	28.8	29.3	31.9	34.9	36.0	38.2	40.1	41.0	40.9	42.5	43.7	46.0	2.3	50.4	51.2	51.4		
近畿	25.6	27.4	27.7	28.2	28.2	30.2	33.1	35.1	36.9	38.6	39.1	39.8	40.8	42.6	44.8	2.2	50.1	51.8	51.8		
中国	26.4	27.4	28.3	28.7	28.9	30.4	32.6	33.8	35.5	37.2	37.1	38.1	39.1	39.9	41.9	2.0	47.7	48.5	49.3		
四国	25.0	26.4	27.3	27.4	28.5	28.6	30.5	32.0	33.7	35.0	34.3	35.5	36.4	37.2	38.5	1.3	44.1	46.2	48.3		
九州	25.9	26.2	27.1	27.4	27.2	29.6	31.7	32.7	34.6	36.8	36.5	36.7	39.0	39.4	41.6	2.2	46.4	48.2	49.1		

DI(デフュージョン・インデックス(Diffusion Index))は、調査先企業による7段階の判断に、それぞれ下表カッコ内の点数を与え、これらを各回答区分の構成比(%)に乗じて算出している。

非常に悪い (0)	悪い (1/6)	やや悪い (2/6)	どちらともいえない (3/6)	やや良い (4/6)	良い (5/6)	非常に良い (6/6)
0	16.6	33.3	DI=50 判断の 分かれ目	66.6	83.3	100

50を境にそれより上であれば「良い」超過、下であれば「悪い」超過を意味し、50が判断の分かれ目となる。なお、小数点第2位を四捨五入している。また、DIの算出においては、企業規模の大小に基づくウェイト付けは行っておらず、「1社1票」の単純平均の形をとっている。

■企業規模区分

大・中小企業の分類については、中小企業基本法に基づいて業種別に以下のとおり設定している。

業界名	大企業	中小企業
製造業・ その他の業種*	資本金：3億円を超える または 従業員数：300人を超える	資本金：3億円以下 または 従業員：300人以下
卸売業	資本金：1億円を超える または 従業員数：100人を超える	資本金：1億円以下 または 従業員数：100人以下
小売業	資本金：5千万円を超える または 従業員：50人を超える	資本金：5千万円以下 または 従業員：50人以下
サービス業**	資本金：5千万円を超える または 従業員：100人を超える	資本金5千万円以下 または 従業員：100人以下

* その他の業種には、鉱業、建設業、電気・ガス・熱供給・水道業、運輸・通信業、金融・保険業、不動産業が含まれる。

**サービス業には、クリーニング業、物品賃貸業など、日本標準産業分類の大分類上サービス業に分類される業種が該当する。