

TDB 景気動向調査(全国) — 2010年2月調査 —

2010年3月3日
 株式会社帝国データバンク 産業調査部
<http://www.tdb.co.jp/>
 景気動向調査専用HP <http://www.tdb-di.com/>

景気DIは26.7で2カ月連続改善するも、国内景気は依然として弱含み
 ～ 外需増に内需の底上げで踊り場を脱しつつあるが、リーマン・ショック前の水準は回復せず ～

(調査対象2万1,750社、有効回答1万624社、回答率48.8%、調査開始2002年5月)

< 2010年2月の動向：踊り場局面 >

2010年2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1.6ポイント増の26.7と2カ月連続で改善した。

業界別にみると、『製造』(28.2)が中国やインドなど新興国の需要増にけん引されて改善を続けたほか、『小売』(26.7)や『サービス』(28.0)などもそろって改善した。特に、『製造』は2009年春先の景気底入れ後の最高を大幅に更新しており、好調な外需が国内景気を主導する構図がより鮮明となった。また、力強さには欠けるが政策的な下支えが継続していることで、2009年秋以降に息切れがみられた内需関連業界も、底入れ後の最高水準まで戻している。

外需の増加に内需の底上げが加わることで、一部大手では業績回復が顕著となり始めている。しかし、多くは業績低迷が長期化しており、家計の生活防衛意識も根強い。企業の投資活動も停滞が続いており、『製造』や『小売』『サービス』などはいずれもリーマン・ショック前の水準を回復していない。国内景気は踊り場局面を脱しつつあるが、依然として弱含んでいる。

① 新興国の需要増により、『製造』は底入れ後の最高を大幅に更新

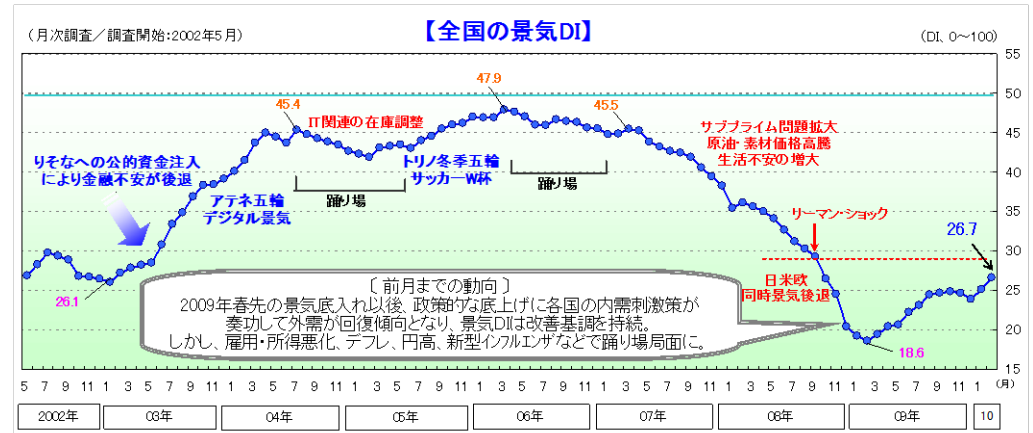
・中国やインドなどアジアを中心とする新興国の需要増によって、電機や機械、化学関連などで生産活動の回復が続いた。一部大手では業績回復にもつながっており、『製造』は2009年春先の景気底入れ後の最高を大幅に更新した。

② 政策的な下支えにより、『小売』『サービス』など内需関連業界も底上げ

・企業は低価格、内食志向の需要を取り込み、力強さには欠けるものの政策的な下支えの継続、中国の春節需要もあって『小売』、『サービス』などが改善。いずれも景気底入れ後の最高水準まで戻しており、内需関連業界も国内景気の底上げに寄与した。

③ 家計部門、企業部門とも低迷続き、国内景気は依然として弱含み

・雇用や所得の悪化により家計の生活防衛意識は根強く、企業部門でも設備投資や人的投資の低迷が続いた。また、原材料価格の上昇に対して販売価格は低下傾向を強いられるなど、需要縮小のなかで収益性は厳しく、国内景気は依然として弱含みとなった。



< 今後の見通し：緩やかな回復局面 >

新興国における個人消費や設備投資などの需要増によって、国内製造業の生産活動は回復傾向が続くとみられる。新年度以降は、子ども手当や住宅版エコポイントなど家計支援による需要の底上げも幾分期待され、固定費の削減や取引先の見直しによるコスト削減など収益構造の転換を進めてきたことも奏功して、大手製造業を中心に業績改善が見込まれる。

しかし、需要不足の解消には至らず、国内の設備投資や人的投資は今後も引き締め傾向となる可能性が高い。新興国の成長拡大により原材料価格は上昇傾向にあり、雇用悪化や所得減、デフレの長期化なども、全体の改善を妨げる重しとなる。

景気予測DIは「1カ月後」(27.5、当月比0.8ポイント増)、「3カ月後」(29.1、同2.4ポイント増)、「6カ月後」(30.2、同3.5ポイント増)となった。国内景気は外需がけん引して緩やかな底離れが見込まれるものの、内需は弱く、本格回復にはほど遠い局面が続くとみられる。

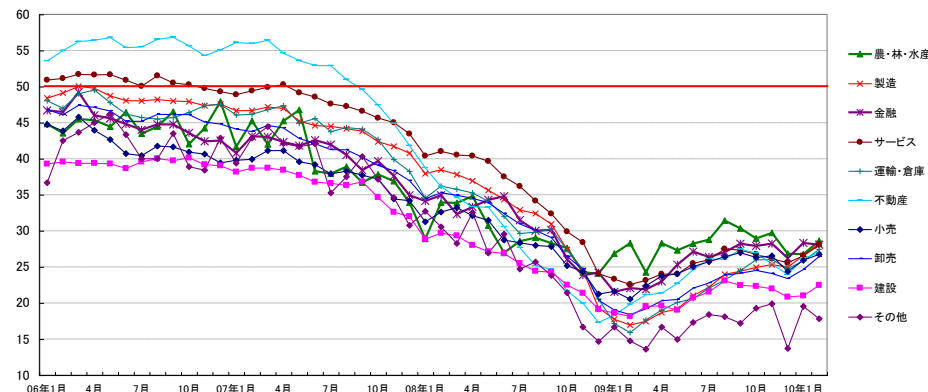
| 景気DI | 2009年2月 | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 |
|------|----------|------|---------|------|----------|------|------|------|------|
| 景気DI | 18.6 | 19.4 | 20.4 | 20.7 | 22.3 | 23.1 | 24.5 | 24.7 | 24.9 |
| 前月比 | ▲0.7 | 0.8 | 1.0 | 0.3 | 1.6 | 0.8 | 1.4 | 0.2 | 0.2 |
| 景気DI | 2009年11月 | 12月 | 2010年1月 | 2月 | 景気予測DI | 1カ月後 | 3カ月後 | 6カ月後 | 1年後 |
| 景気DI | 24.7 | 23.9 | 25.1 | 26.7 | 景気予測DI | 27.5 | 29.1 | 30.2 | 30.4 |
| 前月比 | ▲0.2 | ▲0.8 | 1.2 | 1.6 | 2010年2月比 | 0.8 | 2.4 | 3.5 | 3.7 |

※1: 網掛けなしは改善、黄色の網掛けは横ばい、青色の網掛けは悪化を示す
 ※2: 景気予測DIは、ARIMAモデルに経済統計を加えたstructural ARIMAモデルで分析

業界別:『製造』は底入れ後の最高を大幅に更新し、3カ月連続で『小売』を上回る

- 『製造』『小売』『サービス』など8業界が改善。
 - 『建設』(22.5) … 前月比1.5ポイント増。2カ月連続で改善したものの、民間設備投資の抑制や公共事業の削減傾向によって、『建設』は10業界別(『その他』除く)で8カ月連続の最低となった。
 - 『製造』(28.2) … 同1.6ポイント増。中国などアジアを中心とする好調な外需や、力強さには欠けるものの政策的な内需の下支えもあって、「機械製造」(27.0)、「鉄鋼・非鉄・鋳業」(27.3)、「電気機械製造」(31.1)がそれぞれ同2.4ポイント増、同2.2ポイント増、同1.7ポイント増と改善。トヨタの大規模リコール問題による自動車関連製造業への影響拡大に警戒感が広がっている「輸送用機械・器具製造」(32.4)も当月は同1.9ポイント増となった。これにより、『製造』は2009年春先の景気底入れ後の最高を前月に続いて大きく更新し、3カ月連続で『小売』を上回った。
 - 『小売』(26.7) … 同0.8ポイント増。家計支援や低価格戦略による需要の取り込みなどで「家電・情報機器小売」(28.2)や「各種商品小売」(28.2)などが2カ月連続で改善した。しかし、「家電・情報機器小売」の改善幅は同0.1ポイントと小さく、エコカー以外は需要低迷が続き、トヨタの大規模リコール問題の影響もみられた「自動車・同部品小売」(27.9)は同3.3ポイント減と悪化。『小売』は2カ月連続で改善し、景気底入れ後の最高(27.0、2009年9月)に近い水準まで底上げされたが、雇用や所得環境の悪化、デフレの進行などが足かせ要因となって、3カ月連続で『製造』を下回った。
- 最高の『農・林・水産』と最低の『建設』の格差(6.1ポイント、『その他』除く)は、同1.2ポイント減と2カ月ぶりに縮小した。

業界別グラフ(2006年1月からの月別推移)



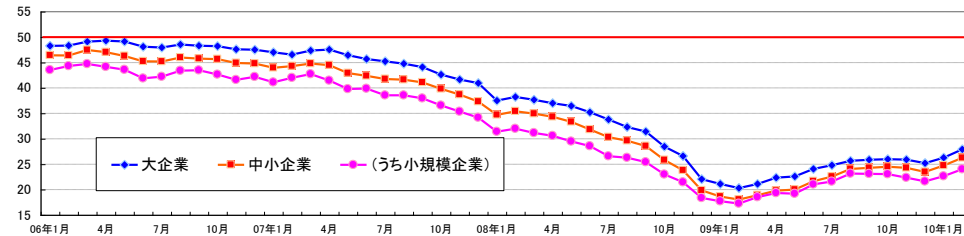
| | 09年 2月 | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 10年 1月 | 2月 | 前月比 |
|------------------|-----------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-----------|------|-------|
| 農・林・水産 | 28.3 | 24.2 | 28.3 | 27.3 | 28.2 | 28.8 | 31.4 | 30.3 | 28.9 | 29.7 | 26.8 | 26.8 | 28.6 | 1.8 |
| 金融 | 22.1 | 21.9 | 23.0 | 25.3 | 27.1 | 26.4 | 27.0 | 28.2 | 27.9 | 28.2 | 26.2 | 28.3 | 28.1 | ▲ 0.2 |
| 建設 | 18.2 | 19.5 | 19.6 | 19.0 | 20.7 | 21.5 | 23.1 | 22.4 | 22.3 | 22.0 | 20.8 | 21.0 | 22.5 | 1.5 |
| 不動産 | 19.8 | 21.1 | 21.4 | 22.7 | 24.6 | 26.1 | 26.0 | 27.4 | 26.9 | 25.4 | 23.9 | 26.2 | 26.9 | 0.7 |
| 製造 | 27.3 | 27.8 | 30.5 | 29.8 | 31.5 | 31.0 | 32.5 | 31.9 | 30.7 | 29.9 | 29.0 | 28.7 | 29.2 | 0.5 |
| 繊維・繊維製品・服飾品製造 | 17.2 | 17.5 | 19.2 | 21.8 | 21.1 | 23.5 | 24.1 | 23.8 | 22.4 | 23.1 | 21.5 | 23.2 | 24.0 | 0.8 |
| 建材・家具・窯業・土石製品製造 | 16.6 | 16.1 | 15.9 | 15.9 | 18.2 | 19.7 | 20.3 | 19.1 | 21.2 | 21.6 | 20.0 | 21.3 | 24.1 | 2.8 |
| パルプ・紙・紙加工品製造 | 17.8 | 19.5 | 20.8 | 21.1 | 22.0 | 25.4 | 26.5 | 26.7 | 29.0 | 27.0 | 26.7 | 28.0 | 28.7 | 0.7 |
| 出版・印刷 | 17.8 | 19.1 | 21.0 | 21.1 | 20.7 | 20.4 | 22.0 | 22.2 | 22.1 | 21.2 | 21.4 | 21.4 | 21.5 | 0.1 |
| 化学品製造 | 17.9 | 18.4 | 20.3 | 22.1 | 25.6 | 26.1 | 28.5 | 30.9 | 31.1 | 32.9 | 31.9 | 32.1 | 33.6 | 1.5 |
| 鉄鋼・非鉄・鋳業 | 13.3 | 13.4 | 14.1 | 15.1 | 16.5 | 18.0 | 20.9 | 21.2 | 21.9 | 23.1 | 22.7 | 25.1 | 27.3 | 2.2 |
| 機械製造 | 14.5 | 14.7 | 15.5 | 15.6 | 16.9 | 18.3 | 19.7 | 19.9 | 20.7 | 20.4 | 21.5 | 24.6 | 27.0 | 2.4 |
| 電気機械製造 | 14.0 | 14.3 | 15.7 | 15.9 | 18.7 | 21.6 | 24.0 | 24.6 | 26.4 | 26.7 | 27.0 | 29.4 | 31.1 | 1.7 |
| 輸送用機械・器具製造 | 14.0 | 12.1 | 15.4 | 15.5 | 19.0 | 20.3 | 22.3 | 24.6 | 25.8 | 26.9 | 28.0 | 30.5 | 32.4 | 1.9 |
| 精密機械・医療機械・器具製造 | 16.5 | 20.1 | 20.7 | 20.6 | 24.1 | 21.7 | 25.5 | 26.9 | 25.0 | 28.2 | 29.5 | 31.5 | 34.2 | 2.7 |
| その他製造 | 18.2 | 20.3 | 20.9 | 20.8 | 22.1 | 21.2 | 21.0 | 21.6 | 22.0 | 19.1 | 22.7 | 23.7 | 23.9 | 1.2 |
| 全体 | 17.0 | 17.5 | 18.7 | 19.2 | 21.0 | 22.2 | 24.0 | 24.4 | 24.9 | 25.3 | 25.0 | 26.6 | 28.2 | 1.6 |
| 卸売 | 25.5 | 25.9 | 27.1 | 27.7 | 29.4 | 28.5 | 29.8 | 28.5 | 28.5 | 27.0 | 26.1 | 25.4 | 27.3 | 1.9 |
| 繊維・繊維製品・服飾品卸売 | 17.0 | 18.2 | 18.9 | 18.4 | 20.3 | 20.0 | 20.9 | 21.1 | 21.6 | 19.4 | 18.8 | 20.9 | 21.8 | 0.9 |
| 建材・家具・窯業・土石製品卸売 | 16.2 | 17.2 | 18.3 | 17.3 | 18.3 | 19.5 | 19.8 | 20.4 | 20.9 | 20.3 | 18.9 | 20.0 | 22.1 | 2.1 |
| 紙類・文具・書籍卸売 | 20.8 | 20.7 | 21.9 | 21.6 | 23.6 | 22.1 | 24.2 | 23.8 | 23.6 | 24.8 | 24.4 | 24.5 | 25.6 | 1.1 |
| 化学品卸売 | 19.9 | 21.0 | 22.9 | 24.2 | 26.6 | 27.6 | 28.7 | 29.4 | 29.4 | 28.5 | 28.3 | 30.3 | 31.9 | 1.6 |
| 再生資源卸売 | 9.8 | 11.9 | 14.9 | 19.0 | 23.2 | 25.4 | 32.6 | 31.7 | 29.7 | 29.5 | 28.3 | 30.4 | 36.4 | 6.0 |
| 鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売 | 15.4 | 15.0 | 15.7 | 16.9 | 16.8 | 19.5 | 20.8 | 21.4 | 21.4 | 21.6 | 21.4 | 23.5 | 24.9 | 1.4 |
| 機械・器具卸売 | 16.7 | 17.6 | 18.4 | 18.1 | 20.3 | 20.8 | 22.1 | 22.6 | 23.5 | 23.8 | 23.1 | 25.1 | 27.4 | 2.3 |
| その他の卸売 | 20.1 | 21.5 | 23.8 | 24.4 | 25.2 | 26.8 | 26.8 | 27.5 | 27.5 | 26.8 | 26.0 | 25.8 | 27.0 | 1.2 |
| 全体 | 18.4 | 19.2 | 20.3 | 20.5 | 22.1 | 22.8 | 23.9 | 24.1 | 24.5 | 24.1 | 23.4 | 24.6 | 26.4 | 1.8 |
| 小売 | 24.5 | 24.4 | 26.4 | 26.6 | 25.5 | 29.1 | 30.3 | 29.2 | 28.2 | 28.5 | 25.5 | 26.8 | 27.5 | 0.7 |
| 繊維・繊維製品・服飾品小売 | 16.7 | 18.3 | 19.2 | 22.2 | 21.4 | 21.2 | 24.3 | 25.2 | 21.9 | 20.3 | 20.8 | 19.5 | 21.8 | 2.3 |
| 医薬品・日用雑貨品小売 | 27.8 | 32.0 | 32.7 | 37.3 | 31.8 | 33.3 | 34.7 | 40.2 | 37.1 | 38.6 | 34.2 | 36.5 | 30.8 | ▲ 5.7 |
| 家具類小売 | 18.2 | 21.2 | 16.7 | 19.4 | 16.7 | 18.1 | 17.9 | 20.8 | 20.4 | 16.7 | 16.7 | 18.1 | 21.2 | 3.1 |
| 家電・情報機器小売 | 23.3 | 25.0 | 27.9 | 25.0 | 27.5 | 26.9 | 25.8 | 28.2 | 27.5 | 27.3 | 25.8 | 28.1 | 28.2 | 0.1 |
| 自動車・同部品小売 | 12.9 | 15.8 | 19.9 | 19.6 | 25.6 | 23.3 | 24.4 | 28.2 | 27.1 | 29.2 | 26.5 | 31.2 | 27.9 | ▲ 3.3 |
| 専門商品小売 | 17.4 | 21.2 | 22.1 | 22.0 | 23.9 | 25.1 | 25.7 | 24.5 | 24.7 | 24.3 | 23.1 | 23.8 | 26.2 | 2.4 |
| 各種商品小売 | 26.8 | 25.5 | 26.2 | 27.0 | 27.3 | 26.3 | 26.1 | 25.8 | 26.2 | 27.0 | 24.0 | 24.1 | 27.5 | 2.0 |
| その他の小売 | 18.8 | 24.1 | 21.4 | 19.0 | 22.9 | 26.2 | 23.8 | 22.9 | 26.2 | 16.7 | 19.4 | 14.3 | 25.0 | 10.7 |
| 全体 | 20.5 | 22.4 | 23.7 | 24.0 | 25.1 | 25.7 | 26.4 | 27.0 | 26.3 | 26.5 | 24.4 | 25.9 | 26.7 | 0.8 |
| 運輸・倉庫 | 15.9 | 17.6 | 19.0 | 20.1 | 20.6 | 22.1 | 23.2 | 24.5 | 26.0 | 26.0 | 24.8 | 25.8 | 27.4 | 1.6 |
| サービス | 23.2 | 28.1 | 28.7 | 29.2 | 31.9 | 28.1 | 29.9 | 29.5 | 26.7 | 21.6 | 20.3 | 22.0 | 23.2 | 1.2 |
| 郵便・電気通信 | 38.5 | 34.7 | 37.5 | 33.3 | 42.6 | 43.9 | 44.4 | 43.3 | 43.3 | 47.9 | 42.4 | 48.6 | 42.4 | ▲ 6.2 |
| 電気・ガス・水道・熱供給 | 26.2 | 28.6 | 31.3 | 31.3 | 33.3 | 33.3 | 31.3 | 35.7 | 31.3 | 35.4 | 37.5 | 33.3 | 31.7 | ▲ 1.6 |
| リース・賃貸 | 24.2 | 25.7 | 25.4 | 25.3 | 25.6 | 27.2 | 28.6 | 27.4 | 27.2 | 26.0 | 26.2 | 28.4 | 30.7 | 2.3 |
| 旅館・ホテル | 16.7 | 19.8 | 20.5 | 15.9 | 18.2 | 22.4 | 26.3 | 22.5 | 21.8 | 21.0 | 20.9 | 21.5 | 22.5 | 1.0 |
| 娯楽サービス | 21.7 | 24.0 | 26.1 | 24.5 | 29.7 | 28.9 | 27.3 | 28.0 | 25.2 | 28.8 | 25.2 | 26.1 | 30.1 | 4.0 |
| 放送 | 18.5 | 21.6 | 23.1 | 25.6 | 25.5 | 23.8 | 27.1 | 25.0 | 27.8 | 22.6 | 24.4 | 25.0 | 26.7 | 1.7 |
| メンテナンス・警備・検査 | 26.1 | 25.7 | 25.9 | 25.8 | 27.0 | 27.2 | 27.8 | 28.8 | 28.3 | 28.6 | 27.6 | 27.9 | 29.0 | 1.1 |
| 広告関連 | 17.8 | 16.7 | 18.2 | 18.4 | 20.0 | 19.3 | 22.1 | 19.8 | 19.6 | 20.0 | 17.9 | 20.1 | 21.3 | 1.2 |
| 情報サービス | 23.7 | 23.1 | 23.1 | 23.6 | 24.4 | 25.0 | 26.6 | 26.8 | 26.6 | 25.8 | 25.7 | 27.1 | 28.6 | 1.5 |
| 人材派遣・紹介 | 13.8 | 16.0 | 13.6 | 14.6 | 19.0 | 19.7 | 19.0 | 22.2 | 21.3 | 19.7 | 22.8 | 23.2 | 23.9 | 0.7 |
| 専門サービス | 20.0 | 21.0 | 23.6 | 24.6 | 27.3 | 28.5 | 30.3 | 29.9 | 28.2 | 26.8 | 26.4 | 26.1 | 28.8 | 2.7 |
| 医療・福祉・保健衛生 | 23.1 | 23.7 | 27.6 | 26.4 | 26.5 | 27.0 | 28.1 | 29.5 | 29.0 | 27.9 | 25.8 | 27.8 | 27.4 | ▲ 0.4 |
| 教育サービス | 30.0 | 30.8 | 27.5 | 32.4 | 31.5 | 26.3 | 29.2 | 32.4 | 28.7 | 31.5 | 26.0 | 28.4 | 32.2 | 3.8 |
| その他サービス | 25.1 | 27.8 | 28.8 | 27.7 | 29.0 | 29.6 | 30.8 | 31.0 | 31.1 | 30.6 | 30.5 | 29.7 | 30.4 | 0.7 |
| 全体 | 22.6 | 23.1 | 24.0 | 25.5 | 26.0 | 27.5 | 27.3 | 27.3 | 26.7 | 26.1 | 25.6 | 26.6 | 28.0 | 1.4 |
| その他 | 14.7 | 13.6 | 16.7 | 14.9 | 17.3 | 18.4 | 18.1 | 17.2 | 19.3 | 19.9 | 13.7 | 19.5 | 17.8 | ▲ 1.7 |
| 格差(10業界別『その他』除く) | 12.4 | 6.7 | 9.6 | 8.3 | 7.6 | 7.3 | 8.3 | 7.9 | 6.6 | 7.7 | 6.0 | 7.3 | 6.1 | |

※網掛けなしは前月比改善または増加、黄色の網掛けは前月比横ばい、青色の網掛けは前月比悪化または減少を示す

規模別:『大企業』『中小企業』『小規模企業』の全規模が2カ月連続で改善

- ・「大企業」(27.9) および「中小企業」(26.3) は前月比 1.6 ポイント増、「小規模企業」(24.0) は同 1.4 ポイント増となり、2 カ月連続で全規模が改善したが、大手の低価格戦略の広がりやコスト削減による下請けへの影響などもあり、小規模企業は伸び悩んだ。
- 「大企業」と「中小企業」の規模間格差 (1.6 ポイント) は、前月と変わらなかった。

規模別グラフ(2006年1月からの月別推移)



| | 09年 2月 | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 10年 1月 | 2月 | 前月比 |
|--------------|-----------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-----------|------|-----|
| 大企業 | 20.3 | 21.1 | 22.4 | 22.6 | 24.1 | 24.8 | 25.7 | 25.9 | 26.0 | 25.9 | 25.2 | 26.3 | 27.9 | 1.6 |
| 中小企業 | 18.0 | 18.9 | 19.8 | 20.0 | 21.7 | 22.6 | 24.1 | 24.3 | 24.5 | 24.3 | 23.5 | 24.7 | 26.3 | 1.6 |
| (うち小規模企業) | 17.3 | 18.5 | 19.3 | 19.2 | 21.0 | 21.6 | 23.1 | 23.1 | 23.0 | 22.4 | 21.6 | 22.6 | 24.0 | 1.4 |
| 格差(大企業-中小企業) | 2.3 | 2.2 | 2.6 | 2.6 | 2.4 | 2.2 | 1.6 | 1.6 | 1.5 | 1.6 | 1.7 | 1.6 | 1.6 | |

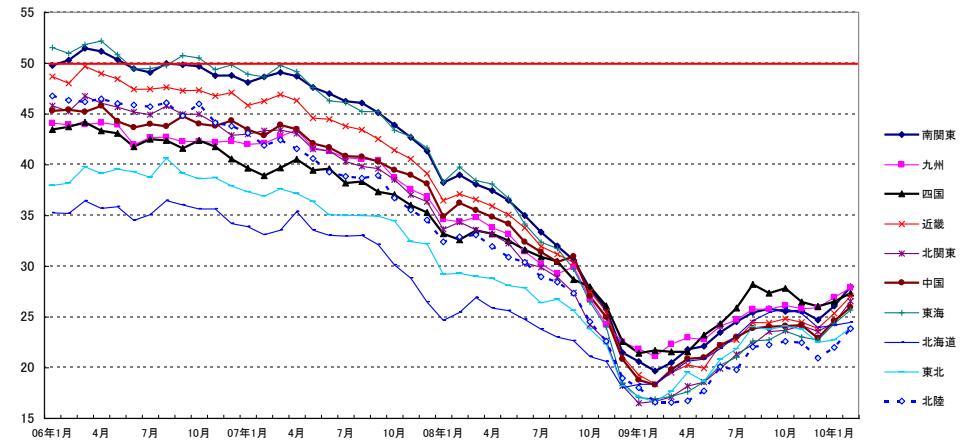
※網掛けなしは前月比改善または増加、黄色の網掛けは前月比横ばい、青色の網掛けは前月比悪化または減少を示す

地域別:『東海』は2カ月連続改善するも、トヨタのリコール問題への警戒感広がる

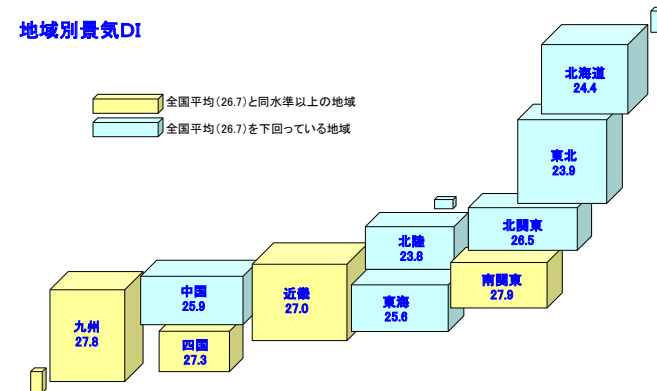
- ・2 カ月連続で全 10 地域が改善。
- ・『南関東』(27.9) … 前月比 1.8 ポイント増。域内の『製造』(29.3) は、好調な外需によって機械や化学関連を中心に着実に改善した。また、『小売』(30.6)、『サービス』(28.4) など内需関連業界も他地域より堅調であったことから、リーマン・ショック前の 2008 年 8 月以来、18 カ月ぶりに全 10 地域中で首位となった。
- ・『東海』(25.6) … 同 1.3 ポイント増。域内の『製造』(27.1) では、トヨタの大規模リコール問題の影響で「輸送用機械・器具製造」(26.5) が同 2.1 ポイント減と悪化した。生産活動への影響拡大など、先行き警戒感も広がっている。一方、「電気機械製造」(35.7)、「鉄鋼・非鉄・鋳業」(28.5)などは改善が進んだ。『建設』(19.9)、『小売』(25.8) など内需関連業界も、全国平均より低水準ながら改善したことで、『東海』全体では 2 カ月連続の改善となった。
- ・『九州』(27.8) … 同 0.9 ポイント増。アジア向け輸出にけん引されて機械や化学、電機、鉄鋼関連が堅調に推移し、域内の『製造』(30.1) が全 10 地域中で 1 位となった。30 台を回復したのは 2008 年 9 月 (34.0) 以来 17 カ月ぶり、内需も『建設』(24.0)、『サービス』(29.4) などが全国平均を上回り、『九州』は『南関東』に次いで 2 位となった。

→ 最高の『南関東』と最低の『北陸』との格差 (4.1 ポイント) は、同 0.8 ポイント減と 2 カ月連続で縮小した。

地域別グラフ(2006年1月からの月別推移)



地域別景気DI



| | 09年 2月 | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 10年 1月 | 2月 | 前月比 |
|-----|-----------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-----------|------|-----|
| 北海道 | 18.4 | 19.5 | 20.6 | 20.8 | 21.8 | 23.1 | 24.6 | 25.4 | 25.8 | 25.3 | 23.9 | 24.2 | 24.4 | 0.2 |
| 東北 | 16.6 | 17.6 | 19.5 | 18.6 | 20.8 | 21.8 | 24.0 | 23.7 | 24.1 | 23.8 | 22.5 | 22.7 | 23.9 | 1.2 |
| 北関東 | 16.6 | 17.1 | 18.2 | 18.5 | 19.9 | 21.3 | 22.3 | 23.5 | 23.6 | 24.1 | 23.5 | 24.4 | 26.5 | 2.1 |
| 南関東 | 19.6 | 20.5 | 21.8 | 22.1 | 23.4 | 24.5 | 25.4 | 25.8 | 25.5 | 25.6 | 24.7 | 26.1 | 27.9 | 1.8 |
| 北陸 | 16.6 | 16.5 | 16.7 | 17.7 | 20.1 | 19.8 | 22.0 | 22.2 | 22.6 | 22.4 | 20.9 | 22.0 | 23.8 | 1.8 |
| 東海 | 16.9 | 17.1 | 17.6 | 18.6 | 20.2 | 21.0 | 22.6 | 22.7 | 23.6 | 23.0 | 22.7 | 24.3 | 25.6 | 1.3 |
| 近畿 | 18.4 | 19.5 | 20.2 | 19.9 | 22.2 | 22.7 | 24.4 | 24.4 | 24.8 | 24.4 | 23.8 | 25.3 | 27.0 | 1.7 |
| 中国 | 18.3 | 19.8 | 20.9 | 21.0 | 22.2 | 23.0 | 23.8 | 24.0 | 24.1 | 24.2 | 22.9 | 24.6 | 25.9 | 1.3 |
| 四国 | 21.7 | 21.5 | 21.5 | 23.2 | 24.3 | 25.8 | 28.2 | 27.3 | 27.8 | 26.4 | 26.0 | 26.5 | 27.3 | 0.8 |
| 九州 | 21.1 | 22.3 | 22.9 | 22.7 | 24.1 | 24.7 | 25.7 | 25.7 | 26.1 | 25.8 | 25.9 | 26.9 | 27.8 | 0.9 |
| 格差 | 5.1 | 5.8 | 6.2 | 5.5 | 4.4 | 6.0 | 6.2 | 5.1 | 5.2 | 4.0 | 5.1 | 4.9 | 4.1 | |

※網掛けなしは前月比改善または増加、黄色の網掛けは前月比横ばい、青色の網掛けは前月比悪化または減少を示す

業界別の景況感「現在」(2010年2月調査分)

| 業界名 | 判断理由 (○=良いと判断した理由、△=どちらでもない理由、×=悪いと判断した理由) | | |
|--------|---|------|------|
| | 12月 | 1月 | 2月 |
| 農・林・水産 | 26.8 | 26.8 | 28.6 |
| 金融 | 26.2 | 28.3 | 28.1 |
| 建設 | 20.8 | 21.0 | 22.5 |
| 不動産 | 23.9 | 26.2 | 26.9 |
| 製造 | 25.0 | 26.6 | 28.2 |

| 業界名 | 判断理由 (○=良いと判断した理由、△=どちらでもない理由、×=悪いと判断した理由) | | |
|-------|---|------|------|
| | 12月 | 1月 | 2月 |
| 卸売 | 23.4 | 24.6 | 26.4 |
| 小売 | 24.4 | 25.9 | 26.7 |
| 運輸・倉庫 | 24.8 | 25.8 | 27.4 |
| サービス | 25.6 | 26.6 | 28.0 |

業界別の景況感「先行き」(2010年2月調査分)

| 業界名 | 判断理由 (○=良いと判断した理由、△=どちらでもない理由、×=悪いと判断した理由) |
|--------|--|
| 農・林・水産 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 天候に対する技術普及がさらに進み、稲、野菜の収穫が期待される。また、共同運営の農産品直売所が充実してきている。(農業) × 消費の回復に対して先が読めない(酪農) × 日本経済の底打ち感がはっきり出てくるまでは時間がかかり、本格回復は先だと考えている(養鶏) |
| 金融 | <ul style="list-style-type: none"> × 景気が回復してから保険は最後に回復する傾向があるため、ポジティブな結果につながるまでにまだ時間がかかる(生命保険) × 貸金業法4条施行(完全施行)により貸出制限が行われると、借入出来なくなる方が全国で500万人と言われているが、法律はそのまま施行されようとしている(クレジットカード業) |
| 建設 | <ul style="list-style-type: none"> △ 個人住宅はやや回復しつつあるが、マンションや工場など企業の投資活動はどこまで下がるのか先行きが見えない。また、公共工事はダンピング続きで取り組むことができない(建築工事) × 業者数が多すぎるため、供給過多や価格競争が続く(床工事) × 財源不足もあり、公共工事は期待が持てない(土木工事) × 一般競争入札の影響で、最低制限価格付近でしか落札できない。いつ落札できるか予測もつかない(土木工事) |
| 不動産 | <ul style="list-style-type: none"> ○ アパートなどの賃貸物件の借り手は、毎月の費用に不安を感じ、将来の安定に備えて住宅購入が増えるのではないかと多少期待(不動産売買) ○ 政府の住宅に対する補助・金利・減税等の対策の効果が少しは期待できるため(不動産仲介) × デフレが改善されない限り、不動産業界は改善しない(不動産仲介) × 国内での設備投資が回復し、出先事業所の出店が進まない限り回復は難しい(不動産管理) |
| 製造 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 堅調な外需がけん引する(鍛工品製造) ○ 太陽光発電関連は継続的な受注増が期待できる(金属加工品製造) △ 自動車販売は中国は好調を維持したとしても、世界販売は全体的に低調が続く(自動車部品製造) △ 今後は輸出向けを中心に増産計画をたてているが、EUの動向によっては不透明(工作機械製造) × トヨタの大量リコール問題での減産が不安材料(鋼材加工) × 自動車業界のリコール問題を筆頭に経済界全体が沈滞しており、その回復がいつになるのか見当がつかない(自動車部品製造) |

| 業界名 | 判断理由 (○=良いと判断した理由、△=どちらでもない理由、×=悪いと判断した理由) |
|-------|---|
| 卸売 | <ul style="list-style-type: none"> △ やや景気が持ち直しているのは、中国・アジア向けの外需で支えているだけで欧米はいまだに低調、また内需が上向き気配がない(繊維卸売) △ 住宅への減税やエコポイントが効いて5月頃から夏にかけて少し持ち直すと考え。それ以降は公共事業の息切れで減収になりそう(建材卸売) × 景気がよくなり限り、衣食住に関して消費者の優先順位は「食」「衣」、間があいて「住」と変わらないだろう(家具卸売) × 公共工事の大幅削減が予想され、従来型では会社経営が出来ないと考えている(建材卸売) |
| 小売 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 内需は厳しいが外需の回復が鮮明なので中小企業の業績回復が確信できれば、緩やかに改善できると思われる(料理品小売) × エコポイント制度終了後の反動減を懸念している(家電小売) × トヨタを中心とした自動車メーカーの先行きがしばらく悪い。ほかにも円高による輸出への影響、設備投資動向などを懸念(医薬品化粧品小売) × 今後、電気自動車の時代になると中古車が市場に出てこなくなり、修理においても故障が少なくなる(自動車小売) |
| 運輸・倉庫 | <ul style="list-style-type: none"> × 上海万博が終われば、中国の景気に減速感がでるのではないかと懸念している(定期航空運送) × 明るい材料がない。元請けからの値引き要請も強まっている(梱包) × 内航海運の景気は1年以内に回復するとは考えづらい。外航海運は1ドル100円を超える円安がこない限り厳しい状況が続くだろう(海運) × 規制前の適正な台数になるように自主的な減車を推進している。進捗すれば1年後以降は期待が持てる(タクシー) |
| サービス | <ul style="list-style-type: none"> ○ 子ども手当は習い事などに追い風となる(教育サービス) × 一部企業が業績回復に基づくIT投資が出てくるが、本格的な回復には1年以上はかかると思われる(情報処理サービス) × 公共インフラ整備に関する予算規模は大幅に縮小。この傾向で競争が一層激化し、価格低下など悪循環が続く(建築設計) × ネット広告に勝つための新たな工夫が必要。出版、紙媒体広告の特徴を再構築しない限り改善しない(広告代理店) × 競争乱立、デフレ傾向で、厳しい状況が続く(フィットネスクラブ) × 小規模や零細企業ほど体力を消耗しており、設備投資にまわす余裕がまったくないような状況(ソフトウェア開発) |

調査先企業の属性

1. 調査対象(2万1,750社、有効回答企業1万624社、回答率48.8%)

(1) 地域

| | | | |
|-----------------------|-------|------------------------------|--------|
| 北海道 | 534 | 東海(岐阜 静岡 愛知 三重) | 1,145 |
| 東北(青森 岩手 宮城 秋田 山形 福島) | 669 | 近畿(滋賀 京都 大阪 兵庫 奈良 和歌山) | 1,747 |
| 北関東(茨城 栃木 群馬 山梨 長野) | 682 | 中国(鳥取 島根 岡山 広島 山口) | 678 |
| 南関東(埼玉 千葉 東京 神奈川) | 3,518 | 四国(徳島 香川 愛媛 高知) | 341 |
| 北陸(新潟 富山 石川 福井) | 522 | 九州(福岡 佐賀 長崎 熊本 大分 宮崎 鹿児島 沖縄) | 788 |
| | | 合計 | 10,624 |

(2) 業界(10業界51業種)

| | | | | |
|-----------------|------------------|--------|----------------|-----|
| 農・林・水産 | 39 | 小売 | 飲食料品小売業 | 80 |
| 金融 | 130 | | 繊維・繊維製品・服飾品小売業 | 39 |
| 建設 | 1,520 | | 医薬品・日用雑貨品小売業 | 20 |
| 不動産 | 274 | | 家具類小売業 | 11 |
| 製造 | 飲食料品・飼料製造業 | 345 | 家電・情報機器小売業 | 36 |
| | 繊維・繊維製品・服飾品製造業 | 125 | 自動車・同部品小売業 | 49 |
| | 建材・家具・窯業・土石製品製造業 | 245 | 専門商品小売業 | 137 |
| | パルプ・紙・紙加工品製造業 | 115 | 各種商品小売業 | 59 |
| | 出版・印刷 | 208 | その他の小売業 | 6 |
| | 化学品製造業 | 393 | 運輸・倉庫 | 392 |
| | 鉄鋼・非鉄・鋳業 | 490 | 飲食店 | 33 |
| | 機械製造業 | 454 | 郵便業、電気通信業 | 11 |
| | 電気機械製造業 | 356 | 電気・ガス・水道・熱供給業 | 10 |
| | 輸送用機械・器具製造業 | 91 | リース・賃貸業 | 144 |
| 精密機械・医療機械・器具製造業 | 80 | 旅館・ホテル | 37 | |
| その他製造業 | 99 | 娯楽サービス | 51 | |
| 卸売 | 飲食料品卸売業 | 387 | 放送業 | 15 |
| | 繊維・繊維製品・服飾品卸売業 | 219 | メンテナンス・整備・検査業 | 135 |
| | 建材・家具・窯業・土石製品卸売業 | 412 | 広告関連業 | 141 |
| | 紙類・文具・書籍卸売業 | 118 | 情報サービス業 | 380 |
| | 化学品卸売業 | 315 | 人材派遣・紹介業 | 53 |
| | 再生資源卸売業 | 22 | 専門サービス業 | 208 |
| | 鉄鋼・非鉄・鋳業卸売業 | 378 | 医療・福祉・保健衛生業 | 87 |
| | 機械・器具卸売業 | 1,070 | 教育サービス業 | 15 |
| | その他の卸売業 | 420 | その他サービス業 | 141 |
| | その他 | | | 29 |
| | | 合計 | 10,624 | |

(3) 規模

| | | |
|-----------|---------|---------|
| 大企業 | 2,545 | 24.0% |
| 中小企業 | 8,079 | 76.0% |
| (うち小規模企業) | (2,216) | (20.9%) |
| 合計 | 10,624 | 100.0% |
| (うち上場企業) | (341) | (3.2%) |

2. 調査事項

- ・景況感(現在)および先行き見通し(3カ月後・6カ月後・1年後)
- ・経営状況(売り上げ、生産・出荷量、仕入れ単価・販売単価、在庫、設備稼働率、従業員数、時間外労働時間、雇用過不足感、設備投資意欲)および金融機関の融資姿勢について
- ・2010年度の雇用動向に関する企業の意識調査

3. 調査時期・方法

2010年2月17日～28日(インターネット調査)

景気DIについて

■TDB景気動向調査の目的および調査項目

全国企業の景気判断を総合した指標。国内景気の実態把握を主目的として、2002年5月から調査を行っており、景気判断や企業収益、設備投資意欲、雇用環境など、企業活動全般に関する項目について、全国2万社以上を対象に実施している月次の統計調査(ビジネス・サーベイ)である。

■調査先企業の選定

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

DI(ディフュージョン・インデックス(Diffusion Index))は、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 | 悪い | やや悪い | どちらともいえない | やや良い | 良い | 非常によい |
| (0) | (1/6) | (2/6) | (3/6) | (4/6) | (5/6) | (6/6) |
| 0 | 16.7 | 33.3 | DI=50 判断の分かれ目 | 66.7 | 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

企業の多様性が増すなか、資本金や従業員数だけでは計りきれない実態の把握を目的に、中小企業基本法に準拠するとともに、全国売上高ランキングデータを加え、下記のとおり区分している。

| 業界 | 大企業 | 中小企業(小規模企業を含む) | 小規模企業 |
|-----------|------------------------------|---------------------------|------------|
| 製造業その他の業界 | 「資本金3億円を超える」かつ「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」 | 「従業員20人以下」 |
| 卸売業 | 「資本金1億円を超える」かつ「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」 | 「従業員5人以下」 |
| 小売業 | 「資本金5千万円を超える」かつ「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」 | 「従業員5人以下」 |
| サービス業 | 「資本金5千万円を超える」かつ「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」 | 「従業員5人以下」 |

注1: 中小企業基本法で小規模企業を除く中小企業に分類される企業のみで、業種別の全国売上高ランキングが上位3%の企業を大企業として区分
注2: 中小企業基本法で中小企業に分類されない企業のみで、業種別の全国売上高ランキングが下位50%の企業を中小企業として区分
注3: 上記の業種別の全国売上高ランキングは、TDB産業分類(1,359業種)によるランキング

■景気予測DI

景気DIの先行きを予測する指標。ARIMAモデルに、経済統計やTDB景気動向調査の「売り上げDI」、「設備投資意欲DI」、「先行き見通しDI」などを加えたstructural ARIMAモデルで分析し、景気予測DIを算出している。

【問い合わせ先】株式会社帝国データバンク 産業調査部 情報企画課 経済動向研究チーム
担当: 岡松・森・窪田・中村・笹本・鈴木 Tel: 03-5775-3163 e-mail: keiki@mail.tdb.co.jp

©TEIKOKU DATABANK, LTD. 2010

当レポートの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。当レポートはプレスリリース用資料として作成しております。報道目的以外の利用につきましては、著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および無断転載を固く禁じます。