TDB 景気動向調査（全国） ― 2010 年 7 月調査 ―

2010 年 8 月 4 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 33.5、国内景気は回復基調を維持するも、力強さに欠ける

～ 自律回復の動きは弱く、欧米の景気減速や円高も影響して国内製造業には変調の兆し ～

（調査対象 2 万 2,557 社、有効回答 1 万 1,446 社、回答率 50.7%、調査開始 2002 年 5 月）

＜2010 年 7 月の動向 ： 回復局面 ＞

2010 年 7 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 1.2 ポイント増の 33.5 となり、7 カ月連続で改善した。

業界別にみると、『製造』（36.7）が中国やインドなどアジア圏の好調な需要にけん引されて改善を続けた。『小売』（33.7）や『サービス』（33.7）、『不動産』（33.4）など、内需関連業界も改善基調を持続した。

しかし、内需は政策頼みによる特需の面が強く、一部消費財では猛暑による需要増がみられたものの、自律回復の動きは弱い。『製造』では欧米の景気減速や円高なども影響したことで、これまで国内景気の回復をけん引してきた電機や自動車関連業種の改善ペースがいずれも大幅に縮小し、国内製造業には変調の兆しも表れ始めている。国内景気は回復基調を維持しているものの、力強さに欠けている。

① 外需や緩やかな内需回復で、『製造』『小売』『サービス』など幅広い業界で改善持続

・新興国の需要増や緩やかな内需の回復によって、『製造』では機械や化学、鉄鋼などが改善し、関連する『小売』や『サービス』でも改善基調が続いた。

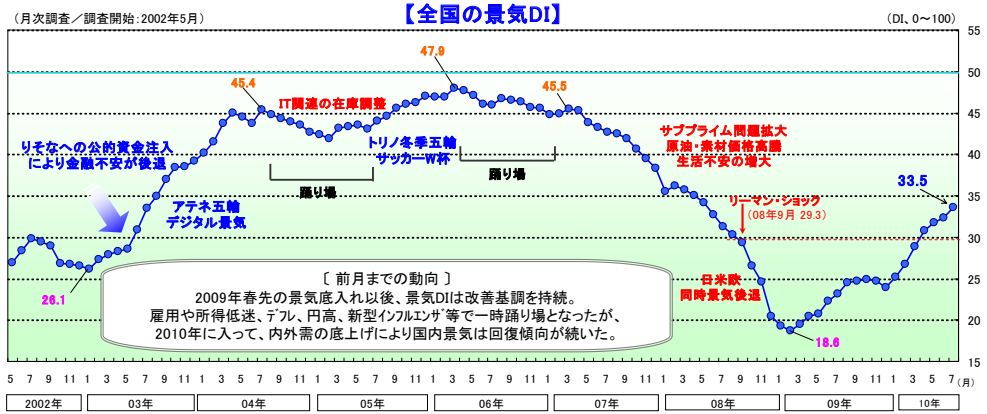
② 内需は政策頼みによる特需の面強く、自律回復の動きは弱い

・エコカー減税・補助金や家電エコポイント制度など政策支援の効果が特需につながっていることで、『小売』では家電や自動車関連業種の改善基調が続いた。

・一方、梅雨明け後の連日の猛暑により一部消費財では需要増がみられたが、消費マインドの改善は鈍く、価格競争も一段と激化するなかで、『小売』では飲食料品や衣料品関連業種が 2 カ月連続で悪化するなど、依然として自律回復の動きは弱い。

③ 欧米の景気減速や円高などで、国内製造業には変調の兆し

・『製造』は欧米の景気減速や円高（ドル安、ユーロ安）なども影響し、「電気機械製造」や「輸送用機械・器具製造」の改善幅は同 0.7 ポイント、同 0.3 ポイントといずれも大幅に縮小し、国内製造業には変調の兆しも表れ始めている。



＜ 今後の見通し ： 回復続くが、踊り場局面入りの可能性も ＞

国内では家電や自動車向けの政策支援が期限を迎えつつあるなかで、自動車販売店や家電量販店などは需要獲得を狙った商戦を活発化させており、これらが内需の底上げに寄与するとみられる。また、中国やインドなどの好調な新興国需要によって、大手企業を中心に業績回復が見込まれる。

しかし、欧米の景気減速や円高の定着により、今後の輸出動向にはやや厳しい見方を示す企業も増加している。一部の自動車部品メーカーでは、エコカー補助金の 2010 年 9 月末の期限切れを前に減産の動きも表れ始めており、各種政策支援の期限切れ後は国内景気が伸び悩む可能性もある。自律回復の動きが弱く、デフレも長期化するなか、各業界では経営基盤の安定・強化を図るべく海外シフトの動きを加速させており、今後の国内における設備投資や雇用動向も不透明である。

景気予測 DI は「1 カ月後」（34.8、当月比 1.3 ポイント増）、「3 カ月後」（35.5、同 2.0 ポイント増）、「6 カ月後」（35.0、同 1.5 ポイント増）となった。国内景気は回復基調の持続が見込まれるものの、踊り場局面に入る可能性もある。

景気DI	2009年7月	8月	9月	10月	11月	12月	2010年1月	2月	3月
	23.1	24.5	24.7	24.9	24.7	23.9	25.1	26.7	28.8
前月比	0.8	1.4	0.2	0.2	▲ 0.2	▲ 0.8	1.2	1.6	2.1

景気DI	2010年4月	5月	6月	7月	景気予測DI	1カ月後	3カ月後	6カ月後	1年後
	30.7	31.7	32.3	33.5		34.8	35.5	35.0	38.6
前月比	1.9	1.0	0.6	1.2	2010年7月比	1.3	2.0	1.5	5.1

※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

©TEIKOKU DATABANK, LTD. 2010

業界別:『製造』は改善持続も、脆弱な内需や欧米の景気減速により変調の兆し

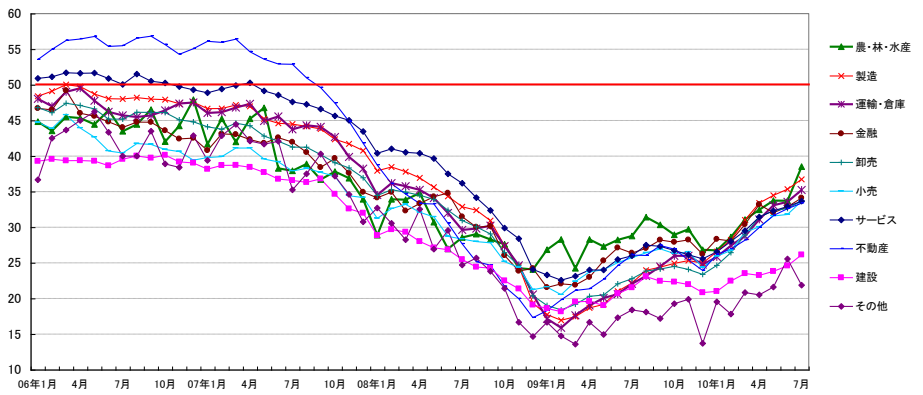
・『製造』『小売』『サービス』など 9 業界が改善し、『その他』が悪化した。

・**『小売』(33.7)** … 前月比 1.9 ポイント増。「自動車・同部品小売」(42.6) がエコカー補助金の駆け込み需要が見られ始めたことで、同 7.1 ポイント増と大きく改善し、「家電・情報機器小売」(35.6、同 1.5 ポイント増) も、政策効果に加えて梅雨明け後の猛暑によりエアコンなどが販売増となり、2 カ月連続で改善した。一方、「飲食料品小売」(32.2、同 0.3 ポイント減)、「繊維・繊維製品・服飾品小売」(27.4、同 0.9 ポイント減) は清涼飲料やビール、機能性下着など一部製品では猛暑により需要増となったが、全体としては個人消費が弱く、価格競争の激化も進むなかで 2 カ月連続の悪化となった。

・**『製造』(36.7)** … 同 1.4 ポイント増。「機械製造」(38.2、同 2.2 ポイント増) や「化学品製造」(42.4、同 2.4 ポイント増)、「鉄鋼・非鉄・鉱業」(36.5、同 2.4 ポイント増) などが改善した。また、景気回復をけん引してきた「電気機械製造」(43.2、同 0.7 ポイント増) や「輸送用機械・器具製造」(43.7、同 0.3 ポイント増) も改善したが、内需は政策頼みの面が強く、欧米の景気減速や円高 (ドル安、ユーロ安) も影響したことで、いずれも改善ペースは大幅に縮小し、2010 年で最小となった。『製造』は全体として 1.4 ポイント増と改善したものの、国内製造業には変調の兆しも表れ始めている。

・**『サービス』(33.7)** … 同 0.8 ポイント増。「教育サービス」(39.4、同 2.9 ポイント増) や「飲食店」(35.3、同 4.2 ポイント増) などは改善したが、「旅館・ホテル」(26.1、同 0.4 ポイント減) や「娯楽サービス」(30.2、前月と同水準) は需要期に入ったものの、改善には至らなかった。『サービス』全体の改善幅は、改善した 9 業界中で『不動産』とともに最小となった。

業界別グラフ(2006年1月からの月別推移)



・**『建設』(26.1)** … 同 1.5 ポイント増。3 カ月連続で改善したが、他業界に比べて水準は際立って低い。公共事業は削減され民需の回復も弱いことから、長期停滞が続いている。

→ 最高の『農・林・水産』と最低の『建設』の格差 (12.4 ポイント、同 1.7 ポイント増) は、2 カ月ぶりに拡大した。

		08年8月	08年9月	09年7月	8月	9月	10月	11月	12月	10年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	前月比	リーマン・ショック前(2008年8月)との比較
農・林・水産		29.0	28.3	28.8	31.4	30.3	28.9	29.7	26.8	26.8	28.6	31.1	32.5	33.8	33.7	38.5	4.8	9.5
金融		30.0	30.1	26.4	27.0	28.2	27.9	28.2	26.2	28.3	28.1	30.4	33.2	32.1	32.9	34.1	1.2	4.1
建設		24.4	24.3	21.5	23.1	22.4	22.3	22.0	20.8	21.0	22.5	23.5	23.3	23.8	24.6	26.1	1.5	1.7
不動産		25.2	24.7	26.1	26.0	27.4	26.9	25.4	23.9	26.2	26.9	28.2	30.0	31.6	32.6	33.4	0.8	8.2
製造	飲食料品・飼料製造	33.5	31.6	31.0	32.5	31.9	30.7	29.9	29.0	28.7	29.2	31.9	33.3	34.1	34.1	34.7	0.6	1.2
	繊維・繊維製品・服飾品製造	27.8	28.6	23.5	24.1	23.8	22.4	23.1	21.5	23.2	24.0	26.7	28.4	30.7	32.8	33.9	1.1	6.1
	建材・家具、窯業・土石製品製造	24.7	25.1	19.7	20.3	19.1	21.2	21.6	20.0	21.3	24.1	26.0	25.5	26.0	26.8	27.9	1.1	3.2
	パルプ・紙・紙加工品製造	31.8	29.8	25.4	26.5	26.7	29.0	27.0	26.7	28.0	28.7	31.9	34.4	35.1	36.3	35.5	▲ 0.8	3.7
	出版・印刷	25.4	24.9	20.4	22.0	22.2	22.1	21.2	21.4	21.4	21.5	24.4	26.7	26.8	25.9	26.5	0.6	1.1
	化学品製造	32.5	30.5	26.1	28.5	30.9	31.1	32.9	31.9	32.1	33.6	36.6	38.9	40.4	40.0	42.4	2.4	9.9
	鉄鋼・非鉄・鉱業	33.4	31.8	18.0	20.9	21.2	21.9	23.1	22.7	25.1	27.3	30.3	32.6	34.6	34.1	36.5	2.4	3.1
	機械製造	36.0	34.8	18.3	19.7	19.9	20.7	20.4	21.5	24.6	27.0	29.0	33.1	33.7	36.0	38.2	2.2	2.2
	電気機械製造	35.1	32.4	21.6	24.0	24.6	26.4	26.7	27.0	29.4	31.1	35.2	37.8	40.1	42.5	43.2	0.7	8.1
	輸送用機械・器具製造	40.2	37.3	20.3	22.3	24.6	25.8	26.9	28.0	30.5	32.4	34.6	38.5	39.8	43.4	43.7	0.3	3.5
	精密機械、医療機械・器具製造	34.2	33.5	21.7	25.5	26.9	25.0	28.2	29.5	31.5	34.2	35.3	38.9	37.4	40.7	43.8	3.1	9.6
	その他製造	28.1	27.5	22.1	21.2	21.0	21.6	22.0	19.1	22.7	23.9	27.0	29.7	28.3	29.1	28.0	▲ 1.1	▲ 0.1
	全　体	32.4	30.9	22.2	24.0	24.4	24.9	25.3	25.0	26.6	28.2	31.0	33.4	34.5	35.3	36.7	1.4	4.3
卸売	飲食料品卸売	31.0	30.2	28.5	29.8	28.5	28.5	27.0	26.1	25.4	27.3	29.3	31.1	32.4	32.4	32.1	▲ 0.3	1.1
	繊維・繊維製品・服飾品卸売	25.5	24.2	20.0	20.9	21.1	21.6	19.4	18.8	20.9	21.8	24.1	26.6	27.8	27.0	29.5	2.5	4.0
	建材・家具、窯業・土石製品卸売	22.9	23.4	19.5	19.8	20.4	20.9	20.3	18.9	20.0	22.1	23.5	24.2	25.1	24.2	26.0	1.8	3.1
	紙類・文具・書籍卸売	28.2	25.8	22.1	24.2	23.8	23.6	24.8	24.4	24.5	25.6	27.6	32.7	31.1	30.1	29.8	▲ 0.3	1.6
	化学品卸売	34.0	33.7	27.6	28.7	29.4	29.4	28.5	28.3	30.3	31.9	34.0	37.6	40.6	39.7	39.3	▲ 0.4	5.3
	再生資源卸売	45.8	46.5	25.4	32.6	31.7	29.7	29.5	28.3	30.4	36.4	42.5	53.2	48.6	40.5	35.3	▲ 5.2	▲ 10.5
	鉄鋼・非鉄・鉱業製品卸売	31.0	29.3	19.5	20.8	21.4	21.4	21.6	21.4	23.5	24.9	28.0	30.1	30.3	31.0	32.3	1.3	1.3
	機械・器具卸売	32.1	30.8	20.8	22.1	22.6	23.5	23.8	23.1	25.1	27.4	30.3	33.4	34.0	35.8	37.1	1.3	5.0
	その他の卸売	29.8	28.6	26.8	26.8	27.5	27.5	26.8	26.0	25.8	27.0	29.8	31.8	32.4	32.4	34.0	1.6	4.2
	全　体	30.1	29.1	22.8	23.9	24.1	24.5	24.1	23.4	24.6	26.4	28.9	31.5	32.3	32.7	33.7	1.0	3.6
小売	飲食料品小売	32.1	30.9	29.1	30.3	29.2	28.2	28.5	25.5	26.8	27.5	31.0	29.3	33.1	32.5	32.2	▲ 0.3	0.1
	繊維・繊維製品・服飾品小売	26.8	25.6	21.2	24.3	25.2	21.9	20.3	20.8	19.5	21.8	26.8	24.4	29.3	28.3	27.4	▲ 0.9	0.6
	医薬品・日用雑貨品小売	32.1	31.5	33.3	34.7	40.2	37.1	38.6	34.2	36.5	30.8	32.6	35.8	42.2	40.4	41.3	0.9	9.2
	家具類小売	17.9	18.2	18.1	17.9	20.8	20.4	16.7	16.7	18.1	21.2	29.2	29.2	22.2	22.2	28.2	6.0	10.3
	家電・情報機器小売	33.0	31.7	26.9	25.8	28.2	27.5	27.3	25.8	28.1	28.2	32.4	33.8	32.5	34.1	35.6	1.5	2.6
	自動車・同部品小売	23.6	23.4	23.3	24.4	28.2	27.1	29.2	26.5	31.2	27.9	35.0	35.2	34.5	35.5	42.6	7.1	19.0
	専門商品小売	23.7	25.2	25.1	25.7	24.5	24.7	24.3	23.1	23.8	26.2	26.9	28.3	29.5	30.0	31.5	1.5	7.8
	各種商品小売	34.9	33.1	26.3	26.1	25.8	26.2	27.0	24.1	27.5	28.2	27.9	31.2	31.9	32.2	34.6	2.4	▲ 0.3
	その他の小売	22.9	22.2	26.2	23.8	22.9	26.2	16.7	19.4	14.3	25.0	21.4	21.4	23.8	31.0	25.0	▲ 6.0	2.1
	全　体	28.0	27.8	25.7	26.4	27.0	26.3	26.5	24.4	25.9	26.7	29.3	30.1	31.6	31.8	33.7	1.9	5.7
運輸・倉庫		29.8	30.2	22.1	23.2	24.5	26.0	26.0	24.8	25.8	27.4	28.8	31.1	33.1	33.6	35.2	1.6	5.4
サービス	飲食店	33.3	31.9	28.1	29.9	29.5	26.7	21.6	20.3	22.0	23.2	28.7	31.3	31.5	31.1	35.3	4.2	2.0
	電気通信	44.4	43.6	43.9	44.4	43.3	43.3	47.9	42.4	48.6	42.4	43.9	44.4	46.7	50.0	51.3	1.3	6.9
	電気・ガス・水道・熱供給	37.0	38.9	33.3	31.3	35.7	31.3	35.4	37.5	33.3	31.7	31.7	35.4	41.7	31.5	41.7	10.2	4.7
	リース・賃貸	32.0	31.2	27.2	28.6	27.4	27.2	26.0	26.2	28.4	30.7	29.7	31.7	30.2	32.6	32.0	▲ 0.6	0.0
	旅館・ホテル	30.7	29.8	22.4	26.3	22.5	21.8	21.0	20.9	21.5	22.5	26.5	27.9	24.8	26.5	26.1	▲ 0.4	▲ 4.6
	娯楽サービス	29.0	29.6	28.9	27.3	28.0	25.2	28.8	25.2	26.1	30.1	29.0	29.7	29.7	30.2	30.2	0.0	1.2
	放送	30.4	26.7	23.8	27.1	25.0	27.8	22.6	24.4	25.0	26.7	29.2	25.6	32.1	33.3	36.5	3.2	6.1
	メンテナンス・警備・検査	34.6	33.3	27.2	27.8	28.8	28.3	28.6	27.6	27.9	29.0	30.6	31.7	32.0	30.6	33.0	2.4	▲ 1.6
	広告関連	26.7	26.2	19.3	22.1	19.8	19.6	20.0	17.9	20.1	21.3	23.1	25.0	27.0	25.7	26.9	1.2	0.2
	情報サービス	38.8	35.7	25.0	26.6	26.8	26.6	25.8	25.7	27.1	28.6	30.5	32.6	33.6	35.5	35.5	0.0	▲ 3.3
	人材派遣・紹介	40.1	38.8	19.7	19.0	22.2	21.3	19.7	22.8	23.2	23.9	26.8	30.9	32.2	31.7	35.2	3.5	▲ 4.9
	専門サービス	31.1	29.3	28.5	30.3	29.9	28.2	26.8	26.4	26.1	28.8	28.9	31.4	32.0	32.7	32.5	▲ 0.2	1.4
	医療・福祉・保健衛生	35.3	34.1	27.0	28.1	29.5	29.0	27.9	25.8	27.8	27.4	30.9	31.9	33.7	34.7	36.1	1.4	0.8
	教育サービス	34.9	31.0	26.3	29.2	32.4	28.7	31.5	26.0	28.4	32.2	36.7	32.5	35.0	36.5	39.4	2.9	4.5
	その他サービス	37.1	33.8	29.6	30.8	31.0	31.1	30.6	30.5	29.7	30.4	32.1	34.8	36.8	36.9	37.1	0.2	0.0
	全　体	34.2	32.4	26.0	27.5	27.3	26.7	26.1	25.6	26.6	28.0	29.5	31.5	32.3	32.9	33.7	0.8	▲ 0.5
その他		25.7	23.8	18.4	18.1	17.2	19.3	19.9	13.7	19.5	17.8	20.8	20.5	21.6	25.6	21.9	▲ 3.7	▲ 3.8
格差 (10業界別『その他』除く)		9.8	8.1	7.3	8.3	7.9	6.6	7.7	6.0	7.3	6.1	7.6	10.1	10.7	10.7	12.4		

※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

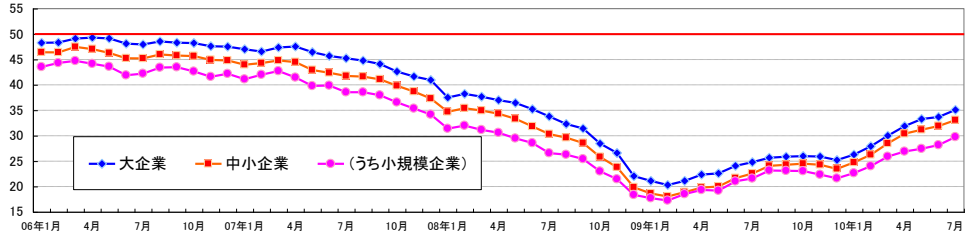
©TEIKOKU DATABANK, LTD. 2010

規模別:「大企業」「中小企業」「小規模企業」の全規模が 7 カ月連続で改善

・「大企業」（35.1、前月比 1.4 ポイント増）、「中小企業」（33.0、同 1.1 ポイント増）、「小規模企業」（29.7、同 1.5 ポイント増）のすべてが 7 カ月連続で改善した。

→ 「大企業」と「中小企業」の規模間格差（2.1 ポイント）は、同 0.3 ポイント増と 2 カ月ぶりに拡大した。

規模別グラフ（2006年1月からの月別推移）



	08年8月	08年9月	09年7月	8月	9月	10月	11月	12月	10年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	前月比	リーマン・ショック前（2008年8月）との比較
大企業	32.3	31.4	24.8	25.7	25.9	26.0	25.9	25.2	26.3	27.9	30.0	31.9	33.3	33.7	35.1	1.4	2.8
中小企業	29.6	28.6	22.6	24.1	24.3	24.5	24.3	23.5	24.7	26.3	28.5	30.4	31.2	31.9	33.0	1.1	3.4
（うち小規模企業）	26.3	25.4	21.6	23.1	23.1	23.0	22.4	21.6	22.6	24.0	25.9	26.9	27.4	28.2	29.7	1.5	3.4
格差（大企業－中小企業）	2.7	2.8	2.2	1.6	1.6	1.5	1.6	1.7	1.6	1.6	1.5	1.5	2.1	1.8	2.1		

※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

地域別:『東海』が全国水準の手前まで回復、「宮崎」は 2 カ月連続で全国最低

・『南関東』や『東海』など 10 地域すべてが改善した。

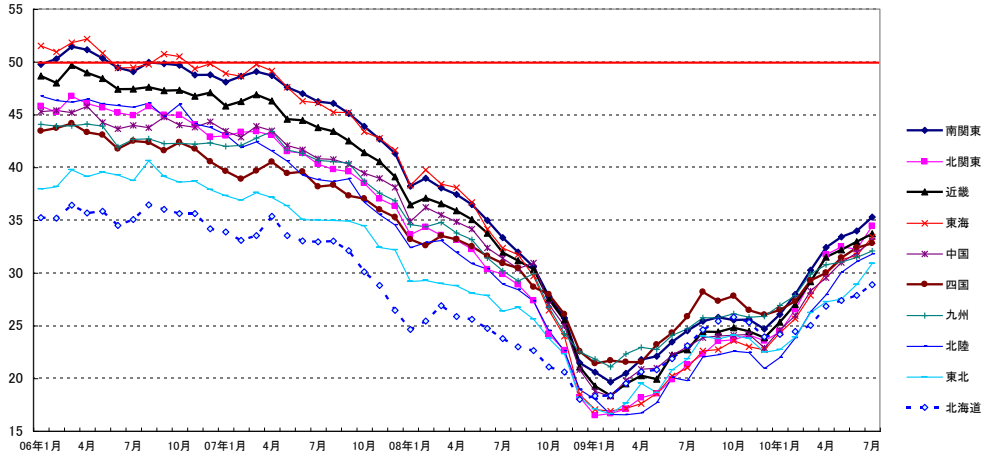
・**『東海』（33.4）**… 前月比 1.8 ポイント増。域内の『製造』（36.0）が電機や自動車、化学や機械、鉄鋼などで改善を続け、『小売』（33.6）、『サービス』（33.3）など内需も堅調に推移したことで、リーマン・ショック以降、外需の急減によって全国水準を下回ってきた『東海』は、その格差が 0.1 ポイントまで縮小した。

・**『九州』（32.1）**… 同 0.7 ポイント増。食品や鉄鋼、機械関連などを中心に『製造』（36.0）が改善し、『小売』（33.3）や『サービス』（32.9）も改善基調を維持した。「宮崎」（20.2）は口蹄疫の終息により非常事態宣言が解除されたものの、4 月後半から約 3 カ月間、人やモノの流れの停滞が続いた影響は大きく、景気 DI は前月と同水準にとどまり、全国 47 都道府県で 2 カ月連続の最下位となった。

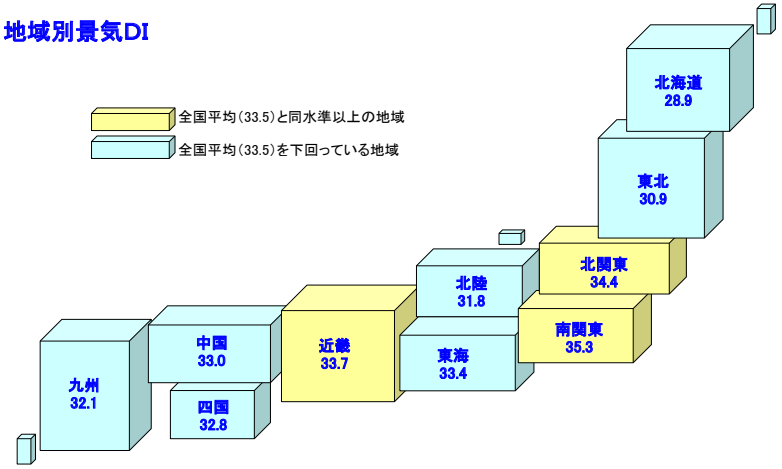
・**『北海道』（28.9）**… 同 1.0 ポイント増。改善基調は持続したものの、『建設』（22.6）や『製造』（28.2）は全国最低の水準が続くなど内外需とも相対的に回復力は弱く、『北海道』は 5 カ月連続で全国最低となった。

→ 最高の『南関東』と最低の『北海道』との格差（6.4 ポイント）は、同 0.3 ポイント増と 5 カ月連続で拡大した。

地域別グラフ（2006年1月からの月別推移）



地域別景気DI



	08年8月	08年9月	09年7月	8月	9月	10月	11月	12月	10年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	前月比	リーマン・ショック前（2008年8月）との比較
北海道	23.0	22.6	23.1	24.6	25.4	25.8	25.3	23.9	24.2	24.4	25.0	26.8	27.4	27.9	28.9	1.0	5.9
東北	26.7	25.6	21.8	24.0	23.7	24.1	23.8	22.5	22.7	23.9	26.2	27.2	27.5	28.9	30.9	2.0	4.2
北関東	28.9	27.4	21.3	22.3	23.5	23.6	24.1	23.5	24.4	26.5	29.1	31.7	32.5	32.2	34.4	2.2	5.5
南関東	32.0	30.6	24.5	25.4	25.8	25.5	25.6	24.7	26.1	27.9	30.2	32.4	33.4	34.0	35.3	1.3	3.3
北陸	28.4	27.3	19.8	22.0	22.2	22.6	22.4	20.9	22.0	23.8	26.3	27.9	30.0	31.1	31.8	0.7	3.4
東海	31.7	29.7	21.0	22.6	22.7	23.6	23.0	22.7	24.3	25.6	27.9	29.9	31.3	31.6	33.4	1.8	1.7
近畿	31.2	30.3	22.7	24.4	24.4	24.8	24.4	23.8	25.3	27.0	29.2	31.5	32.2	32.9	33.7	0.8	2.5
中国	30.4	30.9	23.0	23.8	24.0	24.1	24.2	22.9	24.6	25.9	28.3	29.5	31.0	31.9	33.0	1.1	2.6
四国	30.4	28.6	25.8	28.2	27.3	27.8	26.4	26.0	26.5	27.3	29.3	30.0	31.4	32.4	32.8	0.4	2.4
九州	29.2	29.9	24.7	25.7	25.7	26.1	25.8	25.9	26.9	27.8	29.9	30.8	31.0	31.4	32.1	0.7	2.9
格差	9.0	8.3	6.0	6.2	5.1	5.2	4.0	5.1	4.9	4.1	5.2	5.6	6.0	6.1	6.4		

※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

©TEIKOKU DATABANK, LTD. 2010

業界別の景況感「現在」（2010年7月調査分）

業界名	5月	6月	7月	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	33.8	33.7	38.5	○ 北海道地区は、天候の回復により出荷も順調に推移している（農協） × 円高の影響もあり国内産の市況が悪い。デフレも進行。また、既存飲食店の売り上げが悪い。雇用の悪化による需要収縮も心配である（養豚） × 建築用木材は量・価格とも低迷。合板用は前年並みに回復するも価格低下（森林組合）
金融	32.1	32.9	34.1	○ 生命保険の契約ニーズが従来より増えており、一時期の最悪期を脱した感がある（保険） × 株価も低調で、個人投資家の株式投資に対する不安が拭えないため証券界の収益源である手数料に結び付かない。また、景気全体が悪すぎるため株式投資をする余裕もなく、貯蓄をする人が増えているようだ（証券） × 貸金業法改正の影響で業況は厳しい（銀行）
建設	23.8	24.6	26.1	○ 空調設備業界は、梅雨明け以降の猛暑の影響でエアコンの売り上げが伸びている（冷暖房設備工事） ○ リフォーム業界については、住宅エコポイント制度が徐々に消費者に浸透してきているため、追い風となっている（木造建築工事） × 受注金額が下がったまま横ばいの状態にある。また、若年の従業員が転職し、受注しようにも出来ない（型枠大工工事） × 政府主導の公共工事中止等により、受注機会が大きく落ち込んでいる。民間投資は機械設備は回復しているかもしれないが、土木事業における開発事業は極端に少なくなってきている（土木工事）
不動産	31.6	32.6	33.4	○ 一時に比較すると好転しつつあるが、本格回復とはいえない（貸ビル） ○ 購入意欲が回復傾向にあり、仕入れのための分譲用地の取り合いになってきている（建物売買） × 売買は個人住宅地を中心に話がないわけではないが前年以上に成約に結び付きにくくなっている。背景の一つに金融機関の融資がつきにくいという声をよく耳にするが、景気回復にはまだ程遠い現実に躊躇されている人が多い（不動産仲介）
製造	34.5	35.3	36.7	○ 自動車購入支援の駆け込み需要により、7～9月までは発注上乗せの内示があった（工業用プラスチック製造） ○ 国内向けは低調だが海外向けの案件が好調を維持。特に半導体、液晶、太陽電池市場向けの装置・付属部品（ポンプ・バルブ製造） × 補助金終了に備え減産の動きがある。受注減を要警戒（自動車部品製造） × 受注が減少している（自動車部品製造） × 中元や贈答品向けの動きが鈍い。また、価格競争もある（紙器製造） × 円高・株安の影響および米景気の不透明感が払拭されない（電機製造） × LED志向がさらに強くなっており、旧光源類の販売はマイナス。また、住宅着工の低迷も需要低迷に拍車をかけている（電気照明器具製造）

業界名	5月	6月	7月	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	32.3	32.7	33.7	○ 清涼飲料水業界は猛暑の影響大（清涼飲料水の商品企画・販売） ○ ニット製品の秋冬物の受注が入り生産現場はフル回転（婦人服卸売） ○ 受注は微増であるが、高炉メーカーの出荷価格上昇にともなう販売価格引上げ効果により増益傾向にある（鉄鋼卸売） × 自動車購入支援策やエコ家電購入支援策の終了間近にともない、自動車業界では生産調整に向けた動きがみられる（機械装置卸売） × 食品はデフレがとまらない（生鮮魚介卸売） × 口蹄疫で売れ行きが非常に悪い。安いものしか売れない（食肉卸売）
小売	31.6	31.8	33.7	○ 9月に終了するエコカー補助金の駆け込み需要がある（自動車小売） ○ 気候が夏らしくなったことで、季節商材の販売が軌道にのっている（各種商品小売） × 小売の価格競争、低価格が定着しており、利用単価の減少も続いている（食料品小売） × 消費者の買い控え傾向が強く、店頭での売り上げが前年を1割以上も下回る傾向が続いている（男子服小売）
運輸・倉庫	33.1	33.6	35.2	○ 外国人の北海道への観光客が増加している（観光バス） ○ 一部の基幹産業による貨物の荷動き、そして輸入米（ミニマムアクセス米）の入庫があり、時期としてはやや良い（倉庫） × 新しい倉庫への引合いが低調、解約された倉庫の空きが埋まらない（倉庫） × 円高のため輸出が減少し、船舶の動きが悪い（船舶仲立） × 輸送数量が増加しないことに加え、輸送単価の引き下げ要求がある（一般貨物運送）
サービス	32.3	32.9	33.7	○ 新規取引のユーザーが増えてきている（人材派遣） ○ 子ども手当の影響からか、どの施設も一昨年の入会数に戻ってきている（スポーツクラブ） × 派遣法改正を想定し、すでに大手企業は直接雇用への切り替えを進めており、大幅に売上高が減少している（人材派遣） × 当社ゴルフ場も周辺のゴルフ場も来場者減少と単価の減少により売り上げが大きく落ちている（ゴルフ場） × 顧客数の減少が止まらない（パチンコホール） × ホテル、旅館は供給過多状態にあり、客単価も下落傾向（ホテル）

業界別の景況感「先行き」（2010年7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	○ 稲作も天候の遅れを回復した（農協） × 安いものしか売れていない。景気が回復しなければ、この傾向は今後も続くだろう（養豚） × 建築用木材の需要と価格の回復は、住宅建築にかかっているが、個人所得、雇用環境の回復がなければ、当面は望み薄だと思う（森林組合） × ディスカウント店の進出が相次ぐため、収益の動向は不透明（鶏卵）
金融	× 景気回復が目にみえて現れないと厳しい（証券） × 不動産ファンド業界には、リーマン・ショック以前のように外国資本の資金が戻ってくることが回復の条件だが、欧米勢は慎重な姿勢が続いており、アジア勢のみでは見通しは明るくない（不動産金融） × 個人消費は政策効果に依存する部分が大きく、政策が途切れた際には再び大幅に低迷する可能性が高い（銀行）
建設	△ 大手企業の景況が上向きであり、設備投資等の影響が今後出てくるのではないか（電気配線工事） × 現在も従業員の8割は仕事がなく、休業させて助成金を申請している。今期、現状が続けば閉店も視野に入れなければならない（建築工事） × 4～6月期の新規受注は皆無だった。今後の発注状況も不明確、前年並みの発注があったとしても人員を削減しているので年度内に対応できるか不明確（土木・コンクリート工事）
不動産	○ 徐々にではあるが、マンション販売などで好転してきていると感じている（マンション管理） × 企業による事業所などの縮小・撤退の動きは続き、また新規の需要もあまり見込めないため（不動産仲介） × 景気回復の遅れで消費マインドも改善しないため、不動産市況の回復はまだ時間がかかる（建物売買） × 購入層は限られているので、急激な回復は見込めない（住宅販売）
製造	○ 今期後半から来期の計画を考えるとV字回復といえるかもしれない（金属プレス製品製造） △ 電子書籍に乗り遅れた企業は脱落するだろう（出版） × 円高に動いているために、輸出の減少が懸念される。また、各メーカーが海外現地調達の方針を打ち出している（各種部品製造） × 先行きは材料仕入価格の高騰による不安がある（ベアリング製造） × 円高傾向が長引けば、国内生産品が価格競争力を失う（婦人服製造） × エコカー減税の恩恵がなくなり、在庫調整等に入る懸念あり。また住宅版エコポイントなどの効果がどれだけあるかも疑問（プラスチック製品製造）

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	○ 海外、特に中国での設備需要が継続すると思われる（機械器具卸売） × 補助金政策の終了で車、家電品の販売が伸び悩む（機械工具卸売） × デフレが定着し、供給過剰の状況は続くと思われる（男子服卸売） × 顧客の設備投資計画が戻っておらず、我慢の時期が続く（機械卸売） × エコカー補助金の終了（2010年9月）後は、ハイブリッド車以外は需要が半分まで落ち込むとみている（機械器具卸売） × 仕入価格は今後も上昇が見込まれるが、鋼材需要の増加は見込めない。価格転嫁は困難が予想され、損益面の悪化が見込まれる（鉄鋼卸売）
小売	○ エコカー購入支援が終わり新車売上は減少する可能性がある代わりに、購入者が中古車に流れてやや回復傾向になると期待（中古車販売） × 7月に入りボーナス支給の影響からか買い意欲が見られるものの、前年度ほどの勢いはみられない（スポーツ用品小売） × 携帯販売は今後、利用者数増が見込めないなか、スマートフォン等の2台目端末の販売増を目指しているが、地方経済が低迷しているため、台数増加が見込めない（情報家電小売）
運輸・倉庫	○ 観光ビザの発給緩和で、中国人観光客の増加が見込める（観光バス） △ 秋口には農作物の収穫や、肥料関係の取扱いなどの動きが、活発になりやや良くなると思われるが、長期予想は不透明である（倉庫） △ 規制緩和で増えすぎたタクシーを自主的に減車しているが、消費がそれ以上に冷え込むとその効果も薄れてくる。来年は電気自動車導入で燃費効率が改善し、ややよくなると見込む（タクシー） × 高速道路無料化は、受注単価の下落を引き起こす（自動車運送）
サービス	○ クラウドコンピューティングといった新分野での市場拡大も見込まれ、業界内の環境は引き続き好調が続くものと予想（通信サービス） ○ 厳しい雇用情勢の長期化により、高校生の求人も厳しさが続くと、専門学校への進学者が増加する可能性がある（専門学校経営） × 主力得意先である不動産業界の回復が折込広告にまで反映するのは半年、1年かかると思われる（折込広告） × 小売、卸売、サービス業が情報投資に消極的でリプレース時期であるにもかかわらず、再リース契約を選択しており、情報処理サービス業界は人余り現象が続き今後も苦しい状態が続きそう（システム開発） × 新規案件が出てこない（情報処理サービス）

調査先企業の属性

1. 調査対象（2 万 2,557 社、有効回答企業 1 万 1,446 社、回答率 50.7%）

（1）地域

北海道	587	東海（岐阜 静岡 愛知 三重）	1,219
東北（青森 岩手 宮城 秋田 山形 福島）	692	近畿（滋賀 京都 大阪 兵庫 奈良 和歌山）	1,932
北関東（茨城 栃木 群馬 山梨 長野）	702	中国（鳥取 島根 岡山 広島 山口）	716
南関東（埼玉 千葉 東京 神奈川）	3,814	四国（徳島 香川 愛媛 高知）	369
北陸（新潟 富山 石川 福井）	555	九州（福岡 佐賀 長崎 熊本 大分 宮崎 鹿児島 沖縄）	860
		合　計	11,446

（2）業界（10業界51業種）

農・林・水産		45	小売（491）	飲食料品小売業	89
金融		148		繊維・繊維製品・服飾品小売業	45
建設		1,593		医薬品・日用雑貨品小売業	21
不動産		271		家具類小売業	13
製造（3,245）	飲食料品・飼料製造業	388		家電・情報機器小売業	45
	繊維・繊維製品・服飾品製造業	128		自動車・同部品小売業	61
	建材・家具、窯業・土石製品製造業	253		専門商品小売業	145
	パルプ・紙・紙加工品製造業	117		各種商品小売業	66
	出版・印刷	228		その他の小売業	6
	化学品製造業	425	運輸・倉庫		428
	鉄鋼・非鉄・鉱業	534	サービス（1,607）	飲食店	42
	機械製造業	506		電気通信業	13
	電気機械製造業	376		電気・ガス・水道・熱供給業	10
	輸送用機械・器具製造業	103		リース・賃貸業	141
	精密機械、医療機械・器具製造業	81		旅館・ホテル	37
	その他製造業	106		娯楽サービス	58
卸売（3,586）	飲食料品卸売業	426		放送業	16
	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	241		メンテナンス・警備・検査業	153
	建材・家具、窯業・土石製品卸売業	429		広告関連業	155
	紙類・文具・書籍卸売業	126		情報サービス業	420
	化学品卸売業	353		人材派遣・紹介業	62
	再生資源卸売業	26		専門サービス業	234
	鉄鋼・非鉄・鉱業製品卸売業	404		医療・福祉・保健衛生業	102
	機械・器具卸売業	1,134		教育サービス業	22
	その他の卸売業	447		その他サービス業	142
			その他		32
			合　計		11,446

（3）規模

大企業	2,723	23.8%
中小企業	8,723	76.2%
（うち小規模企業）	(2,431)	(21.2%)
合　計	11,446	100.0%
（うち上場企業）	(375)	(3.3%)

2. 調査事項

・景況感（現在）および先行きに対する見通し

・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

・法人課税の実効税率等に対する企業の意識調査

3. 調査時期・方法

2010 年 7 月 20 日～ 31 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なかで、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なかで、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引用を固く禁じます。