

TDB 景気動向調査(全国) — 2011年4月調査 —

2011年5月9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30.4、前月比1.2ポイント減と2カ月連続で悪化

～ 国内景気は内需の下支えによって一段の急落には陥らず、復興の兆しも見え始める ～

(調査対象2万2,240社、有効回答1万769社、回答率48.4%、調査開始2002年5月)

< 2011年4月の動向：停滞するも、復興の兆し見え始める >

2011年4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ポイント減の30.4となり、2カ月連続で悪化した。

福島第一原発の事故は、事故後1カ月を経過して原子力事故の評価尺度(INES)に基づく暫定評価が最も深刻なレベル7に引き上げられた。放射能汚染の広がりや汚染水の放出などでも情報公開の遅れが指摘されるなど、海外では日本を敬遠する動きに拍車がかかった。また、為替動向は不安定で原材料価格も騰勢を強めるなど企業の収益性は厳しく、相次いだ強い余震も家計や企業のマインドを下押しした。さらに、統一地方選挙の結果も受けて政局は不透明感を増し、復興政策や原発対応への懸念も強まるなど、震災後の閉塞感を払拭するには至っていない。

ただ、企業の生産活動には復調の動きもみられ、個人消費も生活必需品などでは底堅い。新興国向け需要も工作機械や電子部品などで好調を維持している。国内景気は停滞を余儀なくされているが、内需の下支えによって一段の急落には陥らず、復興の兆しも見え始めている。

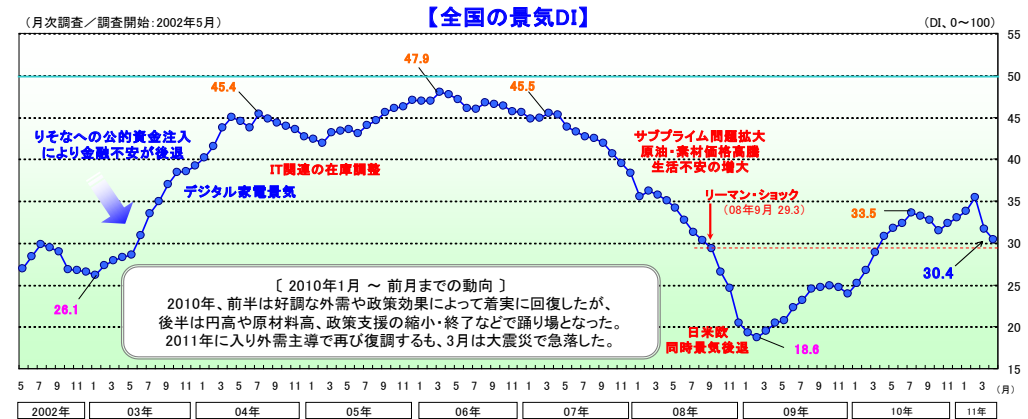
・サプライチェーンの混乱や原材料高、海外の日本敬遠の動きも影響し、企業収益が低下

サプライチェーンの混乱による部材の供給不足は生産活動回復の妨げとなっている。また、海外では日本の農水産物や加工食品のほか、被災地域外の工業製品にも取引を敬遠する動きが拡大。加えて、世界的な原材料高も企業の収益性低下につながっている。

しかし、震災直後に比べ飲食料品など内需関連業種で復調の動きがみられ、他業種でも設備の新設・復旧に向けた投資マインドや金融機関の融資姿勢にも改善がみられる。

・生活必需品は堅調な一方、不要不急のモノやサービスは停滞、個人消費の二極化強まる

生活必需品は需要が堅調で「飲食料品小売」や「各種商品小売」などが改善し、『小売』は2カ月ぶりに改善した。しかし、家電や自動車、外食や観光関連業種は停滞し、特に「旅館・ホテル」は過去最低を更新するなど、個人消費は二極化の傾向が強まった。



< 今後の見通し：不透明要素を抱えながらも、緩やかな復調へ >

福島第一原発の事故の収束には長期化が避けられない見通しとなっている。夏季や冬季などの電力需要期には東北や関東地方の電力不足が景気回復の足かせとなるほか、不安定な為替や原材料価格の動向も先行き不透明感を増幅させる要因となっている。海外では日本の一次産品に加えて工業製品に対しても風評被害が拡大しており、また、渡航自粛が長引くことによって全国的な観光需要の縮小につながる恐れもある。

こうした厳しい情勢下だが、企業の生産活動はサプライチェーンの回復や被災地の復興へ向けた動きの活発化にともなって徐々に持ち直していくとみられる。さらに、政策支援の実効性を高めて消費意欲の回復にもつなげることで、景気回復への好循環が生まれることが期待される。

景気予測DIは「1カ月後」(31.9、当月比1.5ポイント増)、「3カ月後」(33.0、同2.6ポイント増)、「6カ月後」(34.3、同3.9ポイント増)となった。国内景気は余震や原発事故など不透明要素を抱えながらも、緩やかな回復基調を取り戻すとみられる。

景気DI	2010年4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
景気DI	30.7	31.7	32.3	33.5	33.2	32.7	31.5	32.3	32.9
前月比	1.9	1.0	0.6	1.2	▲0.3	▲0.5	▲1.2	0.8	0.6
景気DI	2011年1月	2月	3月	4月	景気予測DI	1カ月後	3カ月後	6カ月後	1年後
景気DI	33.7	35.4	31.6	30.4	景気予測DI	31.9	33.0	34.3	36.7
前月比	0.8	1.7	▲3.8	▲1.2	2011年4月比	1.5	2.6	3.9	6.3

※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』は悪化が続くも、『小売』は2カ月ぶりに改善

- 『農・林・水産』と『小売』を除く8業界が悪化した。
- 『農・林・水産』(32.0)…前月比0.1ポイント増。放射能汚染の風評被害もみられるが、底堅い生活関連需要に支えられて2カ月ぶりに改善した。
- 『建設』(26.1)…同0.5ポイント減。仮設住宅向けの需要増はみられるが、そのほかでは住宅関連資材の値上がりや供給不足によって着工の遅れも目立つなど、震災の悪影響が続いたことで、2カ月連続で悪化した。
- 『不動産』(29.2)…同1.4ポイント減。一次取得層や投資家のマインドは低迷しており、2カ月連続で悪化した。
- 『製造』(32.4)…同1.9ポイント減。部材や部品などの供給不足が生産活動回復の妨げとなったほか、原材料価格の上昇傾向も収益性の低下につながったことで2カ月連続の悪化となった。
- 『小売』(28.3)…同0.2ポイント増。飲食料品など生活必需品では需要が底堅く、2カ月ぶりに改善した。

特に、「輸送用機械・器具製造」や「電気機械製造」が大きく悪化し、化学や鉄鋼、機械関連業種なども悪化した。一方、「飲食料品・飼料製造」はミネラルウォーターや保存食などを中心に需要増がみられたほか、被災工場の代替生産も増加したことで2カ月ぶりに改善した。

「飲食料品小売」は2カ月ぶりに改善し、スーパーやコンビニなどの動向を表す「各種商品小売」も改善した。しかし、「自動車・同部品小売」は供給不足や不要不急のモノを買い控える傾向が強まったことで2カ月連続の悪化となり、「家電・情報機器小売」は家電エコポイント制度の終了も影響して6カ月ぶりに悪化した。

- 『サービス』(29.9)…同0.8ポイント減。家計のサービス消費は弱く、企業でもIT投資などが低迷したことで2カ月連続の悪化となった。
- 特に、「旅館・ホテル」(10.1、同5.2ポイント減)は集客悪化に歯止めがかからず、過去最低を更新した。51業種別でも、震災後の2カ月間で最大の18.0ポイント減となっており、落ち込みの大きさが際立っている。また、「飲食店」や「情報サービス」なども悪化した。客足がやや戻りつつある「娯楽サービス」や計画停電の混乱からも解消された「教育サービス」などは改善した。

→ 最高の『製造』と最低の『建設』の格差(6.3ポイント)は、同1.4ポイント減と2カ月連続で縮小した。

		10年4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	11年1月	2月	3月	4月	前月比	震災前(2011年2月)との比較
農・林・水産																
32.5 33.8 33.7 38.5 36.7 36.2 35.6 35.7 35.2 33.3 37.4 31.9 32.0 0.1 ▲ 5.4																
金融																
33.2 32.1 32.9 34.1 34.4 34.0 32.6 32.6 26.2 26.4 27.3 28.1 26.6 26.1 ▲ 0.7 ▲ 3.5																
建設																
23.3 23.8 24.6 26.1 25.6 26.0 25.2 26.2 26.4 27.3 28.1 26.6 26.1 ▲ 0.5 ▲ 2.0																
不動産																
30.0 31.6 32.6 33.4 31.8 33.1 32.6 32.7 33.3 34.7 36.0 30.6 29.2 ▲ 1.4 ▲ 6.8																
製造																
33.3 34.1 34.1 34.7 33.9 33.6 31.8 32.2 33.0 32.9 33.3 32.3 32.6 0.3 ▲ 0.7																
繊維・繊維製品・服飾品製造																
28.4 30.7 32.8 33.9 31.6 31.4 29.8 31.5 32.5 32.2 36.1 30.6 29.8 ▲ 0.8 ▲ 6.3																
建材・家具・窯業・土石製品製造																
25.5 26.0 26.8 27.9 27.7 29.1 28.7 30.8 31.5 31.3 33.3 30.5 28.4 ▲ 2.1 ▲ 4.9																
パルプ・紙・紙加工品製造																
34.4 35.1 36.3 35.5 34.8 33.6 32.5 32.9 34.3 33.3 33.2 32.1 31.8 ▲ 0.3 ▲ 1.4																
出版・印刷																
26.7 26.8 25.9 26.5 24.9 25.7 23.9 25.7 25.6 27.6 27.2 25.0 24.2 ▲ 0.8 ▲ 3.0																
化学製品製造																
38.9 40.4 40.0 42.4 42.1 40.3 38.4 38.3 38.1 39.6 41.5 37.1 34.4 ▲ 2.7 ▲ 7.1																
鉄鋼・非鉄・鉱業																
32.6 34.6 34.1 36.5 35.9 35.6 33.7 34.6 35.0 36.3 38.9 34.8 32.3 ▲ 2.5 ▲ 6.6																
機械製造																
33.1 33.7 36.0 38.2 38.3 36.7 35.2 36.7 37.6 39.2 43.0 39.5 38.5 ▲ 1.0 ▲ 4.5																
電気機械製造																
37.8 40.1 42.5 43.2 42.1 40.8 37.1 38.2 38.7 39.9 41.6 38.1 34.8 ▲ 3.3 ▲ 6.8																
輸送用機械・器具製造																
38.5 39.8 43.4 43.8 43.0 39.7 38.4 34.6 34.5 37.2 38.8 27.6 22.4 ▲ 5.2 ▲ 16.4																
精密機械・医療機械・器具製造																
38.9 37.4 40.7 43.7 40.2 42.6 40.2 42.0 41.6 41.7 45.0 42.3 39.5 ▲ 2.8 ▲ 5.5																
その他製造																
29.7 28.3 29.1 28.0 26.6 27.0 24.3 25.9 28.5 29.9 30.4 28.0 24.0 ▲ 4.0 ▲ 6.4																
全体																
33.4 34.5 35.3 36.7 35.9 35.3 33.4 34.4 34.9 35.9 37.8 34.3 32.4 ▲ 1.9 ▲ 5.4																
卸売																
31.1 32.4 32.4 32.1 33.2 31.9 31.6 33.3 34.3 32.5 33.5 29.7 29.0 ▲ 0.7 ▲ 4.5																
繊維・繊維製品・服飾品卸売																
26.6 27.8 27.0 29.5 28.6 28.7 27.7 29.1 29.7 29.7 31.2 25.9 27.0 1.1 ▲ 4.2																
建材・家具・窯業・土石製品卸売																
24.2 25.1 24.2 26.0 26.7 27.2 27.3 28.5 30.9 30.6 32.1 29.2 27.2 ▲ 2.0 ▲ 4.9																
紙類・文具・書籍卸売																
32.7 31.1 30.1 29.8 28.0 28.9 27.4 26.9 28.0 30.4 31.3 28.4 27.0 ▲ 1.4 ▲ 4.3																
化学製品卸売																
37.6 40.6 39.7 39.3 39.1 37.3 36.7 36.6 37.4 37.3 38.8 35.8 33.5 ▲ 2.3 ▲ 5.3																
再生資源卸売																
53.2 48.6 40.5 35.3 39.7 40.2 35.5 39.7 42.5 42.4 42.3 36.1 34.0 ▲ 2.1 ▲ 8.3																
鉄鋼・非鉄・鉱業製品卸売																
30.1 30.3 31.0 32.3 31.7 32.2 30.9 31.6 33.1 34.2 37.1 34.6 32.3 ▲ 2.3 ▲ 4.8																
機械・器具卸売																
33.4 34.0 35.8 37.1 36.8 35.7 34.3 34.8 35.0 36.2 38.6 35.3 34.6 ▲ 0.7 ▲ 4.0																
その他の卸売																
31.8 32.4 32.4 34.0 32.9 31.7 30.8 32.0 32.4 33.1 34.5 29.5 28.3 ▲ 1.2 ▲ 6.2																
全体																
31.5 32.3 32.7 33.7 33.5 32.8 31.9 32.7 33.6 34.0 35.8 32.3 31.1 ▲ 1.2 ▲ 4.7																
小売																
29.3 33.1 32.5 32.2 31.6 31.9 30.5 32.5 31.1 30.8 33.8 28.4 28.6 0.2 ▲ 5.2																
飲食料品小売																
24.4 29.3 28.3 27.4 26.5 24.3 29.4 30.9 28.6 34.1 34.5 18.7 27.6 8.9 ▲ 6.9																
繊維・繊維製品・服飾品小売																
35.8 42.2 40.4 41.3 37.5 34.7 38.2 39.9 43.8 41.7 42.0 41.3 38.1 ▲ 3.2 ▲ 3.9																
医薬品・日用雑貨品小売																
29.2 22.2 22.2 28.2 26.9 29.5 27.4 29.2 34.4 35.7 39.7 20.8 28.2 7.4 ▲ 11.5																
家具類小売																
33.8 32.5 34.1 35.6 34.5 34.9 33.3 36.4 37.4 38.2 38.6 38.8 34.2 ▲ 4.6 ▲ 4.4																
家電・情報機器小売																
35.2 34.5 35.5 42.6 42.7 31.9 22.4 22.4 23.0 27.2 31.4 25.9 20.5 ▲ 5.4 ▲ 10.9																
自動車・同部品小売																
28.3 29.5 30.0 31.5 31.1 31.7 28.9 30.3 29.3 30.5 31.4 26.4 28.2 1.8 ▲ 3.2																
専門商品小売																
31.2 31.9 32.2 34.6 35.6 34.6 31.5 30.5 33.1 32.8 36.1 29.2 30.0 0.8 ▲ 6.1																
各種商品小売																
21.4 23.8 31.0 25.0 23.3 28.6 31.0 23.3 22.2 19.4 26.7 23.3 16.7 ▲ 6.6 ▲ 10.0																
その他の小売																
30.1 31.6 31.8 33.7 33.2 31.8 29.6 30.7 30.7 32.0 34.1 28.1 28.3 0.2 ▲ 5.8																
全体																
31.1 33.1 33.6 35.2 36.6 35.3 33.9 35.1 36.2 35.7 36.6 32.3 31.0 ▲ 1.3 ▲ 5.6																
運輸・倉庫																
31.3 31.5 31.1 35.3 32.4 35.3 28.6 34.8 33.8 34.7 33.3 27.3 26.2 ▲ 1.1 ▲ 7.1																
飲食店																
44.4 46.7 50.0 51.3 55.6 50.0 50.0 58.3 56.1 55.0 53.6 40.9 39.4 ▲ 1.5 ▲ 14.2																
電気通信																
35.4 41.7 31.5 41.7 40.7 38.9 38.9 42.6 44.4 45.8 45.8 44.4 33.3 ▲ 11.1 ▲ 12.5																
電気・ガス・水道・熱供給																
31.7 30.2 32.6 32.0 32.2 32.3 33.0 32.9 33.0 33.3 35.0 31.3 30.5 ▲ 0.8 ▲ 4.5																
リース・賃貸																
27.9 24.8 26.5 26.1 32.4 27.8 26.6 29.3 26.7 28.3 28.1 15.3 10.1 ▲ 5.2 ▲ 18.0																
旅館・ホテル																
29.7 29.7 30.2 30.2 31.9 30.7 33.9 31.6 31.9 32.8 32.2 25.7 26.7 1.0 ▲ 5.5																
娯楽サービス																
25.6 32.1 33.3 36.5 36.5 40.6 34.4 40.6 34.4 41.1 36.7 26.0 ▲ 10.7 ▲ 15.1																
放送																
31.7 32.0 30.6 33.0 35.4 35.5 33.8 33.0 33.9 36.7 37.3 31.1 32.5 1.4 ▲ 4.8																
メンテナンス・警備・検査																
25.0 27.0 25.7 26.9 26.3 26.8 25.7 27.9 27.3 29.7 30.8 21.3 20.6 ▲ 0.7 ▲ 10.2																
広告関連																
32.6 33.6 35.5 35.5 34.2 33.1 33.2 34.1 36.4 39.4 34.7 33.5 ▲ 1.2 ▲ 5.9																
情報サービス																
30.9 32.2 31.7 35.2 36.0 35.4 35.4 39.0 38.3 37.5 40.7 32.8 32.4 ▲ 0.4 ▲ 8.3																
人材派遣・紹介																
31.4 32.0 32.7 32.5 32.5 31.3 30.1 31.7 32.0 33.5 34.6 29.9 29.3 ▲ 0.2 ▲ 5.3																
専門サービス																
31.9 33.7 34.7 36.1 35.5 35.6 34.4 31.7 35.2 35.0 36.8 33.7 34.2 0.5 ▲ 2.6																
医療・福祉・保健衛生																
32.5 35.0 36.5 39.4 38.1 35.8 35.1 35.8 34.3 36.8 42.1 29.2 30.2 1.0 ▲ 11.9																
教育サービス																
34.8 36.8 36.9 37.1 36.3 37.1 34.7 35.5 37.4 37.9 39.6 31.6 30.3 ▲ 1.3 ▲ 9.3																
その他サービス																
31.5 32.3 32.9 33.7 33.6 33.1 32.4 33.1 33.5 35.0 36.8 30.7 29.9 ▲ 0.8 ▲ 6.9																
全体																
20.5 21.6 25.6 21.9 26.7 27.0 24.8 27.2 28.3 30.6 31.3 26.7 23.5 ▲ 3.2 ▲ 7.8																
格差(10業種別『その他』除く)																
10.1 10.7 10.7 12.4 11.1 10.2 10.4 9.5 9.8 8.6 9.7 7.7 6.3 ▲ 3.8																

※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』いずれも2カ月連続で悪化

- 「大企業」(31.9、前月比0.4ポイント減)、「中小企業」(30.0、同1.4ポイント減)、「小規模企業」(27.4、同1.6ポイント減)のすべてが2カ月連続で悪化した。
- 「大企業」と「中小企業」の規模間格差(1.9ポイント)は、同1.0ポイント増と2カ月ぶりに拡大した。

	10年4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	11年1月	2月	3月	4月	前月比	震災前(2011年2月)との比較
大企業	31.9	33.3	33.7	35.1	34.8	34.3	33.0	34.1	34.6	35.1	36.9	32.3	31.9	▲0.4	▲5.0
中小企業	30.4	31.2	31.9	33.0	32.7	32.2	31.0	31.8	32.4	33.3	34.9	31.4	30.0	▲1.4	▲4.9
(うち小規模企業)	26.9	27.4	28.2	29.7	28.8	28.8	27.6	28.8	29.5	30.4	31.9	29.0	27.4	▲1.6	▲4.5
格差(大企業-中小企業)	1.5	2.1	1.8	2.1	2.1	2.1	2.0	2.3	2.2	1.8	2.0	0.9	1.9		

※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:『東北』は悪化幅が縮小するも、全10地域中で2カ月連続の最下位

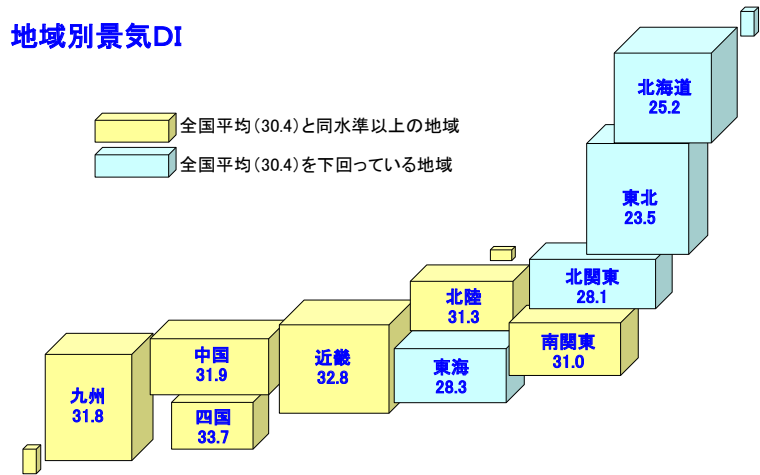
- 全10地域が2カ月連続で悪化した。
- 『東北』(23.5) … 前月比0.5ポイント減。悪化は小幅となったが、全国10地域中で2カ月連続の最下位となって、2010年1月(22.7)以来の水準に低下した。
「宮城」(27.0、同2.0ポイント減)や「岩手」(19.6、同2.0ポイント減)は悪化が続いたが、「福島」(25.3、同0.1ポイント増)は原発事故の影響が長期化しているものの、『建設』や『小売』などで復興へ向けた動きがみられたことで、わずかではあるが2カ月ぶりに改善した。
- 『北関東』(28.1) … 同0.6ポイント減。2カ月連続で悪化し、2010年2月(26.5)以来の水準に低下した。
「茨城」(28.3、同0.3ポイント減)は農水産物などで震災の悪影響が続いており、2カ月連続で悪化した。建設などで復興需要の増加がみられた「栃木」(25.9、同1.2ポイント増)、「群馬」(29.0、同1.1ポイント増)は改善した。
- 『南関東』(31.0) … 同0.5ポイント減。2カ月連続で悪化し、2010年3月(30.2)以来の水準に低下した。『南関東』は前月に調査開始以来、初めて全国を下回って10地域中第7位に後退したが、当月は底堅い内需や前月の計画停電の混乱からも解消されたことで全国水準(30.4)を回復した。
1都3県すべてでやや悪化したが、特に首都圏で震災の被害が最も大きい「千葉」(30.8、同1.1ポイント減)の悪化が目立った。

- 『東海』(28.3) … 同3.6ポイント減。『東海』以西はサプライチェーンの混乱や原発事故の風評被害の広がりなどによって、前月に直接的な悪影響を受けた東日本に比べて悪化幅がやや大きかった。

特に、自動車や電機関連業種の生産活動の停滞が影響したことにより「愛知」(28.2、同4.9ポイント減)や「三重」(28.4、同4.4ポイント減)が大きく悪化し、『東海』は3カ月ぶりに全国水準(30.4)を下回った。

- 最高の『四国』と最低の『東北』との格差(10.2ポイント)は、前月と変わらず同水準だった。

地域別景気DI



	10年4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	11年1月	2月	3月	4月	前月比	震災前(2011年2月)との比較
北海道	26.8	27.4	27.9	28.9	28.9	28.1	26.8	27.6	26.6	25.8	27.9	25.5	25.2	▲0.3	▲2.7
東北	27.2	27.5	28.9	30.9	30.8	30.4	28.5	28.4	29.7	30.7	31.7	24.0	23.5	▲0.5	▲8.2
北関東	31.7	32.5	32.2	34.4	33.9	33.1	31.0	31.3	31.2	32.9	34.4	28.7	28.1	▲0.6	▲6.3
南関東	32.4	33.4	34.0	35.3	34.6	34.0	32.9	34.0	34.4	35.9	37.1	31.5	31.0	▲0.5	▲6.1
北陸	27.9	30.0	31.1	31.8	31.9	31.0	30.4	31.8	32.1	32.3	34.5	32.3	31.3	▲1.0	▲3.2
東海	29.9	31.3	31.6	33.4	33.3	32.5	30.7	31.7	32.8	33.1	35.7	31.9	28.3	▲3.6	▲7.4
近畿	31.5	32.2	32.9	33.7	32.9	33.0	32.3	33.1	33.7	34.7	36.3	34.2	32.8	▲1.4	▲3.5
中国	29.5	31.0	31.9	33.0	33.5	32.9	31.6	32.2	33.1	33.7	35.2	33.4	31.9	▲1.5	▲3.3
四国	30.0	31.4	32.4	32.8	32.6	32.5	32.6	32.7	34.0	33.0	35.2	34.1	33.7	▲0.4	▲1.5
九州	30.8	31.0	31.4	32.1	32.1	32.1	30.5	31.8	33.2	33.0	35.4	33.6	31.8	▲1.8	▲3.6
格差	5.6	6.0	6.1	6.4	5.7	5.9	6.1	6.4	7.8	10.1	9.2	10.2	10.2		

※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」(2011年4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)			
	2月	3月	4月	
農・林・水産	37.4	31.9	32.0	<ul style="list-style-type: none"> × 震災の影響による事業基盤の脆弱化(農協) × 東日本大震災後、すべてにおいて自粛ムードが蔓延しており消費を手控える傾向にある(養鶏) × 地域の基幹産業である一次産業に先行きに好転する期待が持てないほど現状は厳しい(漁協)
金融	34.2	31.4	30.7	<ul style="list-style-type: none"> △ 一部で増収増益がみられるものの、全体は回復しているとは言えず、景気は悪いと認識している(信金) × 地震対応で本業対応能力が低下している(損害保険) × 震災の影響による消費マインドの低下(信販) × 業界内でのリストラや再編が継続して実施されている(証券)
建設	28.1	26.6	26.1	<ul style="list-style-type: none"> ○ 復興需要で案件が増加している(建築工事) ○ 復旧工事で休みがない状態(土木建築工事) ○ 震災の影響で着工延期になった受注案件が数件あるが、それ以上に地震によるメンテ系の案件が増加した(特殊コンクリート工事) × 建築資材が被災地優先で現場が遅れている(建設) × 資材不足で着工の延期、取消し、解約が発生し仕事量が激減(石工事) × 年度替わりと選挙で、公共事業の発注量が極端に少ない(土木工事) × 震災により合板、断熱材、ユニットバスなどの建設資材が入手困難なため販売、施工の売り上げが上がらない(内装工事)
不動産	36.0	30.6	29.2	<ul style="list-style-type: none"> ○ 震災の影響が少ない都市部のため順調(不動産仲介) ○ 復興需要により契約件数が増えている(不動産仲介) × 震災後は消費者、投資家とも不動産の取得に慎重(不動産仲介) × 建材・ユニット・エレベーター等の納期の遅れにより予定していた竣工がずれた(建物売買) × 地震や原発の不安要素からくる投資意欲の低下がみられる。特に外国人投資家の撤退が響いている(土地売買)
製造	37.8	34.3	32.4	<ul style="list-style-type: none"> ○ 震災の影響で代替生産が増加している(乳製品製造) ○ 麺類を中心とした即席食品で代替生産が増加している(食品製造) ○ 工作機械や建機は輸出向けが好調。復興需要もある(機械部品製造) × 中国で震災の風評被害があり、買掛金の支払条件が厳しくなるなど日系企業に対して風当たりが強くなってきている(自動車部品製造/岡山) × 原油高による原料価格上昇に加え、震災で供給量も減少(化学品製造) × 円高で海外からの安価品が目立ち競合激しい(合成樹脂製品製造) × 薄型TV生産が海外生産に移行したため、受注が無くなった。車関係は東日本大震災で生産調整のため出荷できない(印刷) × 被災地優先で中部や関西方面の住宅着工が遅れている(建材製造)

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)			
	2月	3月	4月	
卸売	35.8	32.3	31.1	<ul style="list-style-type: none"> ○ 震災から1カ月経過し近畿圏は徐々に回復している(婦人・子供服卸売) ○ 震災による非常用食料、飲料水の販売が好調(食料品卸売) × 海外向けの商売が福島原発問題でストップした(肥料・飼料卸売) × 原発の放射線の影響により、外食や宴会需要が減少(食肉卸売) × 被災地への優先的な資材投入で組立や建築現場に影響あり(鋼材卸売) × 放射能汚染の問題で全く輸出ができなくなった(鋼材卸売) × 放射能汚染の風評で日本製品は敬遠されがち(プラント資材関連商社) × 得意先工場の一部の海外移転が広がってきた(機械・器具卸売)
小売	34.1	28.1	28.3	<ul style="list-style-type: none"> ○ 作業用品・服を買って被災地へ送る・行く等の復興需要(作業服小売) ○ 自粛の反動とバーゲンや支援セールで購買意欲が戻った(婦人服小売) ○ 被災地の周辺に立地しており、復興需要あり(各種商品小売) × 家電エコポイント終了による反動減と震災による物流停滞、消費者の買い控えの影響(家電小売) × 自動車や部品の納期が相当遅れており販売に悪影響(自動車販売) × 震災の影響で新車が納車できず、中古車も品薄(自動車小売)
運輸・倉庫	36.6	32.3	31.0	<ul style="list-style-type: none"> ○ 震災の影響で輸入が一段と増加し、貿易貨物を取り扱う弊社はトラックの不足などが顕著となっている(貨物自動車運送) ○ 震災による代替生産の発生で需要増(貨物自動車運送) × 震災で製造関係や農産物などの一次産品が不調(貨物自動車運送) × 震災の影響で荷主(自動車部品)からの発注量が大幅に減少(梱包) × 計画停電による生産調整で出荷貨物が激減(貨物自動車運送) × 震災によるインフラ破壊の影響で輸送量が大幅減少し、また、燃料コストも高騰している(貨物自動車運送)
サービス	36.8	30.7	29.9	<ul style="list-style-type: none"> ○ 計画停電の影響で発電機の需要が多い(建機リース) ○ 震災の影響により供給面での制約がでてくる可能性があるが、需要マインドは好調(電気通信) ○ 震災発生時の大幅な景気悪化は底を打った感がある(塾経営) × 震災の影響で宴会などが自粛によりキャンセル(日本料理店) × 海外のお客様がほとんどキャンセル。宴会中止も多数(ホテル/広島) × 震災の影響で関東から北海道にかけての集客がない(ホテル/鹿児島) × 復旧・復興への投資を優先するため社内のIT投資には中止・凍結の動きが出ている。IT投資全般は低迷が続くと見込まれる(ソフト開発)

業界別の景況感「先行き」(2011年4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"> △ 得意先の合板工場の操業が3カ月後には再開し、半年後には本格的に回復するという期待(森林組合) × 政府の対応が遅すぎるため先行きがはっきりしない(農協) × 原発事故の風評被害が国内外に及んでいる現在の状況はすぐに解消されない。原油価格の高騰、不安定な為替相場と環境的には最悪(漁協) × 原油の高騰やエネルギー不足が不安材料で先行き不透明(養鶏)
金融	<ul style="list-style-type: none"> ○ 震災後の復興需要(自動車ローン) × 震災の影響の収束により徐々に改善基調になる(信金) × 取引先の多くの企業が先行き不安と考えており、業界の先行きが見えない(生命保険媒介) × 東日本大震災の影響が計り知れない。原材料等の調達が遅れば、取引先企業の売上高、収益に与える影響は大きい(信金)
建設	<ul style="list-style-type: none"> ○ 電力不足や計画停電時に備えて、自家発電設備の増設工事が見込まれる(電気通信工事) ○ 復興事業の本格化を見込む(土木建築工事) ○ 東北地方、北関東地方の建物改修の案件増(特殊コンクリート工事) × 東日本大震災の復興のため、被災地優先の予算充当が当面続くと予想される(土木工事) × 震災により無期延期となった案件の再開が不透明(石工事)
不動産	<ul style="list-style-type: none"> ○ 土地の仕入れ価格が安価になってきて建材等が回るようになれば落ち着くと考えている(不動産売買) × 震災による消費マインドの低下が続く(不動産売買) × 震災から半年後ぐらいから復興需要が始まるものと考えている。しかし長期的には需要は大きく伸びないものと想定している(貸事務所) × 復興関連の税負担を考えると、徐々に震災による間接的なダメージが大きくなり、日本全体が負担増となって需要が重くなる(不動産仲介)
製造	<ul style="list-style-type: none"> ○ 震災復興需要の増加が見込める(鋼材加工) ○ 需要は拡大し設備稼働率の上昇が予想されるが、原材料・燃料等の高騰分を価格転嫁ができるか否かが業況改善のカギになる(化学品製造) ○ 1年後には供給安定と需要回復による改善を見込む(住設機器製造) △ 今期の見通しは良いが来年後以降は原料高で不透明(食品製造) × 為替の円高が懸念される(電気機械製造) × 震災の影響で完成車メーカーの操業回復が遅れており、夏季は東日本の電力不足で不透明感がある(自動車部品製造/愛知) × 公共工事予算のほとんどが震災復興に向けられる(コンクリート製品製造)

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	<ul style="list-style-type: none"> ○ 復興需要の増加にともない、中長期的には景気は上向くのではないかと判断している(鉄鋼卸売) ○ 仮設住宅向けの販売増を期待(建材卸売) × 景気低迷下の物価高になりそう。自粛ムードも追い打ち(機械・器具卸売) × 福島第一原発の放射能汚染が収束しないと、輸出相手国から日本製品が敬遠される状態が長期化する(鉄鋼卸売) × 海外の取引先から、輸出製品が放射能に汚染されていない日本政府の証明書を求められている。取引再開には時間がかかりそう(商社)
小売	<ul style="list-style-type: none"> ○ ネット通販は今後も拡大。外出を控える傾向も追い風となる(ネット通販) ○ 震災の影響で当面、生活必需品を主体に好調続く(スーパー経営) × 電力供給の回復時期や増税などの懸念が多い(雑貨小売) × 車両の生産体制の回復にはめどがつかざらうが、消費税増税なども検討されていて消費意欲の先行きが不透明である(自動車小売) × 原油価格、石油製品価格とも高止まり傾向にあり、節約意識が徐々に浸透していくことで需要減を懸念している(ガソリンスタンド)
運輸・倉庫	<ul style="list-style-type: none"> ○ 復興需要にともない鉄鋼、セメント、住宅建材等の物流の総量は確実に増加し、海運・陸運が活発化し、船舶等の輸送設備の不足状態が予想され、輸送料金も上昇する(内航船舶貸渡) △ 代替生産がいつまで続くか、また、復興需要の変化などの影響が今後、企業の生産活動にどのような影響を与えるのか予測がつかない(倉庫) × 取引企業の海外シフトが予測され、不透明感が強い(貨物自動車運送) × 観光客のキャンセルが相次ぎ、今後の先行きも不透明(フェリー)
サービス	<ul style="list-style-type: none"> ○ 被災地域に土木用機械が集中し、レンタル料金が高騰。被災地域外でも需給バランスが逆転、レンタル料金の是正につながる(建機リース) ○ スマートフォン向けなどの市場は好調と思われる(電気通信) △ 原発問題、夏場の電力供給の動向に左右される。復興が進むことで消費にも明るさが見えてくることを期待したい(外食) △ 回復は非常に遅い。千円高速の終了で悪化の懸念も(ホテル/香川) × 原発問題が解決しなければ需要は戻らない(ホテル/山梨) × 震災と電力不足による自粛ムードが半年は続く(映像機器レンタル) × 自粛ムードによる企業の広告宣伝費の抑制、新しいメディアの展開による広告媒体の多様化など不透明感強い(テレビCM制作)

調査先企業の属性

1. 調査対象(2万2,240社、有効回答企業1万769社、回答率48.4%)

(1) 地域

北海道	583	東海 (岐阜 静岡 愛知 三重)	1,194
東北 (青森 岩手 宮城 秋田 山形 福島)	499	近畿 (滋賀 京都 大阪 兵庫 奈良 和歌山)	1,841
北関東 (茨城 栃木 群馬 山梨 長野)	658	中国 (鳥取 島根 岡山 広島 山口)	681
南関東 (埼玉 千葉 東京 神奈川)	3,616	四国 (徳島 香川 愛媛 高知)	351
北陸 (新潟 富山 石川 福井)	531	九州 (福岡 佐賀 長崎 熊本 大分 宮崎 鹿児島 沖縄)	815
		合計	10,769

(2) 業界 (10業界51業種)

農・林・水産	38	小売	飲食料品小売業	78
金融	131		繊維・繊維製品・服飾品小売業	38
建設	1,508		医薬品・日用雑貨品小売業	21
不動産	289		家具類小売業	13
製造	飲食料品・飼料製造業	346	家電・情報機器小売業	39
	繊維・繊維製品・服飾品製造業	121	自動車・同部品小売業	61
	建材・家具・窯業・土石製品製造業	240	専門商品小売業	142
	パルプ・紙・紙加工品製造業	117	各種商品小売業	60
	出版・印刷	220	その他の小売業	4
	化学品製造業	413	運輸・倉庫	406
	鉄鋼・非鉄・鉱業	500		
	機械製造業	458	飲食店	35
	電気機械製造業	361	電気通信業	11
	輸送用機械・器具製造業	98	電気・ガス・水道・熱供給業	9
(3,042)	精密機械・医療機械・器具製造業	73	リース・貸貸業	135
	その他製造業	95	旅館・ホテル	38
	飲食料品卸売業	399	娯楽サービス	60
	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	231	放送業	16
	建材・家具・窯業・土石製品卸売業	383	メンテナンス・警備・検査業	145
	紙類・文具・書籍卸売業	116	広告関連業	145
	化学品卸売業	330	情報サービス業	408
	再生资源卸売業	25	人材派遣・紹介業	52
	鉄鋼・非鉄・鉱業製品卸売業	375	専門サービス業	224
	機械・器具卸売業	1,051	医療・福祉・保健衛生業	94
(3,330)	その他の卸売業	420	教育サービス業	21
			その他のサービス業	142
			その他	34
			合計	10,769

(3) 規模

大企業	2,513	23.3%
中小企業	8,256	76.7%
(うち小規模企業)	(2,348)	(21.8%)
合計	10,769	100.0%
(うち上場企業)	(331)	(3.1%)

2. 調査事項

- ・景況感(現在)および先行きに対する見直し
- ・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、設備投資意欲)および金融機関の融資姿勢について
- ・2011年度の業績見直しに関する企業の意識調査

3. 調査時期・方法

2011年4月18日～30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 (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)	非常によい (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「従業員数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」、「先行き見直し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. 2011

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。