

TDB 景気動向調査(全国) — 2011年6月調査 —

2011年7月5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33.2、前月比1.8ポイント増と2カ月連続で改善

～ 国内景気は回復基調を取り戻し始めるが、供給面に比べて需要面の回復遅れが目立つ ～

(調査対象2万2,773社、有効回答1万1,032社、回答率48.4%、調査開始2002年5月)

< 2011年6月の動向：回復基調を取り戻し始める >

2011年6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1.8ポイント増の33.2となり、2カ月連続で改善した。

東日本では生産設備の復旧が進んでおり、サプライチェーンの回復にともなって全国的に企業の生産活動は回復傾向が鮮明となり始めている。原材料価格の高騰や円高などは続いたものの、大手企業を中心に収益の改善もみられた。

しかし、消費活動では生活必需品が底堅かったものの、特需がみられた家電関連以外では総じて停滞が続いた。震災も影響して所得や雇用環境の低迷が長期化しており、政策の不透明感も強まったことで、供給面に比べて需要面で回復の遅れが目立っている。景気DIは震災前(35.4:2011年2月)を下回る水準が続いており、前月からの改善は復興の端緒に過ぎない。国内景気は回復基調を取り戻し始めているものの、内需は不安定で、依然として弱含みの状況にある。

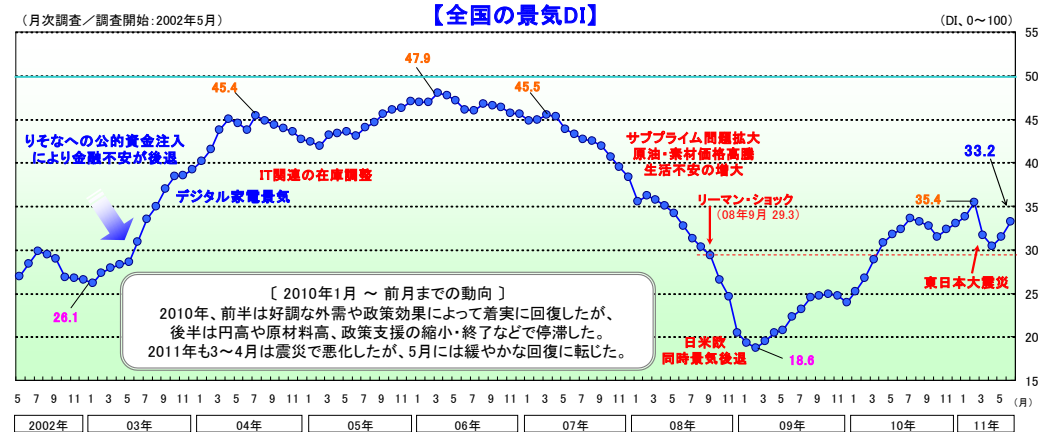
・企業の生産活動は復調が続き、『製造』が国内景気の回復をけん引

企業の生産や出荷、設備稼働率などは復調が続いた。サプライチェーンも急速に回復し始めたことで、自動車関連製造の改善幅(8.6ポイント)が全51業種中で最大となるなど生産活動の改善は顕著で、『製造』は国内景気の回復をけん引した。

・家計の生活防衛意識に拍車がかかったことで、消費の回復はまだで不安定

一方、個人消費は停滞が続いた。節電や省エネ、地上デジタル放送切り替え前の需要増などで「家電・情報機器小売」が大きく改善したものの、『小売』全体の改善は1.3ポイントにとどまった。衣料品や家具などは悪化し、改善した他業種でも『製造』に比べて改善幅は小さく水準も低い。『サービス』でも旅館・ホテルの低迷が続いた。

福島第一原発事故の長期化や今夏の電力不足のほか、所得や雇用の低迷、政局の混乱なども先行き不安を増幅させた。家計の生活防衛意識には拍車がかかっており、消費の回復はまだで不安定な状況にある。



< 今後の見通し：緩やかな回復 >

生産設備やサプライチェーンの回復により、企業活動は今後も着実な回復が見込まれる。省エネ製品やサービスなどの需要増も関連企業の収益改善に寄与する。アジアを中心とした経済成長の持続も、国内景気の回復をけん引していくものとみられる。

しかし、電力不足が全国的な問題として長期化する恐れもあり、税制や貿易、エネルギー政策などとあわせて企業活動への影響が危惧される。また、震災による消費マインドの低迷は払拭されておらず、今後の政策見通しも不透明ななかで生活不安の増大が懸念される。さらに、生活必需品などの値上がりが続くことで家計ではいっそうの負担増も懸念され、内需は明るい展望を描きにくい状況にある。

景気予測DIは「1カ月後」(35.2、当月比2.0ポイント増)、「3カ月後」(36.2、同3.0ポイント増)、「6カ月後」(36.0、同2.8ポイント増)となった。国内景気は緩やかな回復基調が見込まれるが、需要不足の長期化で回復ペースは鈍化する可能性もある。

景気DI	2010年6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2011年1月	2月
	前月比	0.6	1.2	▲0.3	▲0.5	▲1.2	0.8	0.6	0.8
景気DI	2011年3月	4月	5月	6月	景気予測DI	1カ月後	3カ月後	6カ月後	1年後
	前月比	▲3.8	▲1.2	1.0	1.8	2011年6月比	2.0	3.0	2.8

※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』の改善が進む一方、『小売』は伸び悩む

・全10業界が2カ月連続でそろって改善した。

- ・『建設』(28.4) … 前月比1.6ポイント増。インフラや工場など生産設備などの復旧需要が増加したほか、耐震工事や省エネを目的とした更新投資などもみられたことで、2カ月連続で改善し、わずかではあるが震災前(2011年2月:28.1)の水準を上回った。
- ・『製造』(35.2) … 同2.3ポイント増。サプライチェーンの回復が進んでおり、企業の生産活動は復調が続き、2カ月連続で改善した。

特に、「輸送用機械・器具製造」(32.6)は同8.6ポイント増となり、全51業種のなかで最も大きく改善した。ただ、震災前(2011年2月:38.8)の水準を下回る状況に変わりはなく、依然として本格回復へ向けた初動の段階にある。そのほか、化学や鉄鋼、機械、電機などもそろって改善した。

『製造』は『小売』に比べると改善が進んでおり(両業界の格差3.7ポイント、前月比1.0ポイント増)、国内景気の回復のけん引役となっている様子がうかがえる。

- ・『小売』(31.5) … 同1.3ポイント増。飲食料品など生活必需品の需要は底堅く、3カ月連続で改善した。

また、「家電・情報機器小売」は節電や省エネ製品、地上デジタル放送切り替え前の買い換え需要などが増加したことで、3カ月ぶりに改善した。これは家電エコポイント制度終了(2011年3月)後、初めての改善であり、『小売』9業種中で最も大きな改善となった。

一方、「自動車・同部品小売」も改善したが、消費マインドは弱く、納車の遅れも影響したことで低水準が続いた。さらに、「繊維・繊維製品・服飾品小売」はクール・ビズ商戦が盛り上がり始めたものの、紳士服や婦人服などの回復が進まず、「医薬品・日用雑貨品小売」、「家具類小売」とともに悪化した。特需で「家電・情報機器小売」の改善が際立ったほか、『小売』は相対的に伸び悩む傾向が続いた。

- ・『サービス』(34.2) … 同2.1ポイント増。個人、法人需要とも震災の影響から緩やかに回復しつつあり、2カ月連続で改善した。

外食や医療・福祉関連などが改善したほか、企業活動の復調によって広告や情報サービス、人材派遣なども改善が続いた。また、前月まで全51業種中で3カ月連続の最低だった「旅館・ホテル」も2カ月連続で改善して最悪期は脱したものの、依然として下から6番目の低水準にある。

→ 最高の『農・林・水産』と最低の『建設』の格差(9.8ポイント)は、同3.3ポイント増と2カ月連続で拡大した。

	10年6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	11年1月	2月	3月	4月	5月	6月	前月比	震災前(2011年2月)との比較	
農・林・水産	33.7	38.5	36.7	36.2	35.6	35.7	35.2	33.3	37.4	31.9	32.0	32.9	38.2	5.3	0.8	
金融	32.9	34.1	34.4	34.0	32.6	32.6	33.5	33.1	34.2	31.4	30.7	31.0	35.1	4.1	0.9	
建設	24.6	26.1	25.6	26.0	25.2	26.2	26.4	27.3	28.1	26.6	26.1	26.8	28.4	1.6	0.3	
不動産	32.6	33.4	31.8	33.1	32.6	32.7	33.3	34.7	36.0	30.6	29.2	32.8	33.3	0.5	▲2.7	
製造	飲食料品・飼料製造	34.1	34.7	33.9	33.6	31.8	32.2	33.0	32.9	33.3	32.3	32.6	33.6	34.5	0.9	▲1.2
	繊維・繊維製品・服飾品製造	32.8	33.9	31.6	31.4	29.8	31.5	32.5	32.2	36.1	30.6	29.8	30.8	34.8	4.0	▲1.3
	建材・家具・農業・土石製品製造	26.8	27.9	27.7	29.1	28.7	30.8	31.5	31.3	33.3	30.5	28.4	29.4	29.0	▲0.4	▲4.3
	パルプ・紙・紙加工品製造	36.3	35.5	34.8	33.6	32.5	32.9	34.3	33.3	33.2	32.1	31.8	28.6	32.2	3.6	▲1.0
	出版・印刷	25.9	26.5	24.9	25.7	23.9	25.7	25.5	27.6	27.2	25.0	24.2	23.2	24.6	1.4	▲2.6
	化学品製造	40.0	42.4	42.1	40.3	38.4	38.3	38.1	39.6	41.5	37.1	34.4	35.2	38.1	2.9	▲3.4
	鉄鋼・非鉄・鉱業	34.1	36.5	35.9	35.6	33.7	34.6	35.0	36.3	38.9	34.8	32.3	31.3	35.0	3.7	▲3.9
	機械製造	36.0	38.2	38.3	36.7	35.2	36.7	37.6	39.2	43.0	39.5	38.5	39.2	40.8	1.6	▲2.2
	電気機械製造	42.5	43.2	42.1	40.8	37.1	38.2	38.7	39.9	41.6	38.1	34.8	36.8	39.6	2.8	▲2.0
	輸送用機械・器具製造	43.4	43.7	40.2	39.7	38.4	34.6	34.5	37.2	38.8	27.6	22.4	24.0	32.6	8.6	▲6.2
	精密機械・医療機械・器具製造	40.7	43.8	43.0	42.6	40.2	42.0	41.6	41.7	45.0	42.3	39.5	39.4	43.2	3.8	▲1.8
	その他製造	29.1	28.0	26.6	27.0	24.3	25.9	28.5	29.9	30.4	28.0	24.0	26.1	24.7	▲1.4	▲5.7
	全体	35.3	36.7	35.9	35.3	33.4	34.4	34.9	35.9	37.8	34.3	32.4	32.9	35.2	2.3	▲2.6
	卸売	飲食料品卸売	32.4	32.1	33.2	31.9	31.6	33.3	34.3	32.5	33.5	29.7	29.0	30.7	31.8	1.1
繊維・繊維製品・服飾品卸売		27.0	29.5	28.6	28.7	27.7	29.1	29.7	31.2	25.9	27.0	28.6	32.6	4.0	1.4	
建材・家具・農業・土石製品卸売		24.2	26.0	26.7	27.2	27.3	28.5	30.9	30.6	32.1	29.2	27.2	27.3	28.8	1.5	▲3.3
紙類・文具・書籍卸売		30.1	29.8	28.0	28.9	27.4	26.9	28.0	30.4	31.3	28.4	27.0	25.6	26.1	0.5	▲5.2
化学品卸売		39.7	39.3	39.1	37.3	36.7	36.6	37.4	37.3	38.8	35.8	33.5	35.2	34.9	▲0.3	▲3.9
再生资源卸売		40.5	35.3	39.7	40.2	35.5	39.7	42.5	42.4	42.3	36.1	34.0	35.8	38.4	2.6	▲3.9
鉄鋼・非鉄・鉱業製品卸売		31.0	32.3	31.7	32.2	30.9	31.6	33.1	34.2	37.1	34.6	32.3	31.0	32.7	1.7	▲4.4
機械・器具卸売		35.8	37.1	36.8	35.7	34.3	34.8	35.0	36.2	38.6	35.3	34.6	34.8	36.4	1.6	▲2.2
その他の卸売		32.4	34.0	32.9	31.7	30.8	32.0	32.4	33.1	34.5	29.5	28.3	30.3	30.9	0.6	▲3.6
全体		32.7	33.7	33.5	32.8	31.9	32.7	33.6	34.0	35.8	32.3	31.1	31.7	33.1	1.4	▲2.7
小売	飲食料品小売	32.5	32.2	31.6	31.9	30.5	32.5	31.1	30.8	33.8	28.4	28.6	29.4	30.7	1.3	▲3.1
	繊維・繊維製品・服飾品小売	28.3	27.4	26.5	24.3	29.4	30.9	28.6	34.1	34.5	18.7	27.6	28.8	28.2	▲0.6	▲6.3
	医薬品・日用雑貨品小売	40.4	41.3	37.5	34.7	38.2	39.9	43.8	41.7	42.0	41.3	38.1	41.3	40.6	▲0.7	▲1.4
	家具類小売	22.2	28.2	26.9	29.5	27.4	29.2	34.4	35.7	39.7	20.8	28.2	33.3	32.1	▲1.2	▲7.6
	家電・情報機器小売	34.1	35.6	34.5	34.9	33.3	34.2	37.4	38.2	38.6	38.8	34.2	33.3	38.3	5.0	▲0.3
	自動車・同部品小売	35.5	42.6	42.7	31.9	22.4	22.4	23.0	27.2	31.4	25.9	20.5	25.5	29.1	3.6	▲2.3
	専門商品小売	30.0	31.5	31.1	31.7	28.9	30.3	29.3	30.5	31.4	26.4	28.2	28.5	29.5	1.0	▲1.9
	各種商品小売	32.2	34.6	35.6	34.6	31.5	30.5	33.1	32.8	36.1	29.2	30.0	34.1	34.6	0.5	▲1.5
	その他小売	31.0	25.0	23.3	28.6	31.0	23.3	22.2	19.4	26.7	23.3	16.7	30.0	30.0	0.0	3.3
	全体	31.8	33.7	33.2	31.8	29.6	30.7	30.7	32.0	34.1	28.1	28.3	30.2	31.5	1.3	▲2.6
運輸・倉庫	33.6	35.2	36.6	35.3	33.9	35.1	36.2	35.7	36.6	32.3	31.0	33.3	33.5	0.2	▲3.1	
サービス	飲食店	31.1	35.3	32.4	35.3	28.6	34.8	33.8	34.7	33.3	27.3	26.2	26.6	33.8	7.2	0.5
	電気通信	50.0	51.3	55.6	50.0	50.0	58.3	56.1	55.0	53.6	40.9	39.4	46.7	48.6	1.9	▲5.0
	電気・ガス・水道・熱供給	31.5	41.7	40.7	38.9	38.9	42.6	44.4	45.8	45.8	44.4	33.3	33.3	38.3	5.0	▲7.5
	リース・賃貸	32.6	32.0	32.2	32.3	33.0	32.9	33.0	33.3	35.0	31.3	30.5	33.3	34.9	1.6	▲0.1
	旅館・ホテル	26.5	26.1	32.4	27.8	26.6	29.3	26.7	28.3	28.1	15.3	10.1	19.0	26.9	7.9	▲1.2
	銀業サービス	30.2	30.2	31.9	30.7	33.9	31.6	31.9	32.8	32.2	25.7	26.7	33.1	34.4	1.3	▲2.2
	放送	33.3	36.5	36.5	36.5	40.6	34.4	40.6	34.4	41.1	36.7	26.0	24.4	26.2	1.8	▲4.9
	メンテナンス・整備・検査	30.6	33.0	35.4	35.5	33.8	33.0	33.9	36.7	37.3	31.1	32.5	31.9	32.6	0.7	▲4.7
	広告関連	25.7	26.9	26.3	26.8	25.7	27.9	27.3	29.7	30.8	21.3	20.6	25.0	25.9	0.9	▲4.9
	情報サービス	35.5	35.5	34.2	33.1	33.2	34.1	34.1	36.4	39.4	34.7	33.5	34.5	35.8	1.3	▲3.6
	人材派遣・紹介	31.7	35.2	36.0	35.4	35.4	39.0	38.3	37.5	40.7	32.8	32.4	34.7	37.9	3.2	▲2.8
	専門サービス	32.7	32.5	32.5	31.3	30.1	31.7	32.0	33.5	34.6	29.5	29.3	32.4	34.7	2.3	0.1
	医療・福祉・保健衛生	34.7	36.1	35.5	35.6	34.4	31.7	35.2	35.0	36.8	33.7	34.2	33.9	38.1	4.2	1.3
	教育サービス	36.5	39.4	38.1	35.8	35.1	35.8	34.3	36.8	42.1	29.2	30.2	32.6	33.3	0.7	▲8.8
その他サービス	36.9	37.1	36.3	37.1	34.7	35.5	37.4	37.9	39.6	31.6	30.3	32.8	35.7	2.9	▲3.9	
全体	32.9	33.7	33.6	33.1	32.4	33.1	33.5	35.0	36.8	30.7	29.9	32.1	34.2	2.1	▲2.6	
その他	25.6	21.9	26.7	27.0	24.8	27.2	28.3	30.6	31.3	26.7	23.5	29.7	30.7	1.0	▲0.6	
格差(10業界別『その他』除く)	10.7	12.4	11.1	10.2	10.4	9.5	9.8	8.6	9.7	7.7	6.3	6.5	9.8			

※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カ月連続で改善

- 「大企業」(35.1、前月比2.0ポイント増)、「中小企業」(32.6、同1.7ポイント増)、「小規模企業」(29.9、同1.7ポイント増)のすべてが2カ月連続で改善した。

→ 「大企業」と「中小企業」の規模間格差(2.5ポイント)は、同0.3ポイント増と3カ月連続で拡大した。

	10年6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	11年1月	2月	3月	4月	5月	6月	前月比	震災前(2011年2月)との比較
大企業	33.7	35.1	34.8	34.3	33.0	34.1	34.6	35.1	36.9	32.3	31.9	33.1	35.1	2.0	▲1.8
中小企業	31.9	33.0	32.7	32.2	31.0	31.8	32.4	33.3	34.9	31.4	30.0	30.9	32.6	1.7	▲2.3
(うち小規模企業)	28.2	29.7	28.8	28.8	27.6	28.8	29.5	30.4	31.9	29.0	27.4	28.2	29.9	1.7	▲2.0
格差(大企業-中小企業)	1.8	2.1	2.1	2.1	2.0	2.3	2.2	1.8	2.0	0.9	1.9	2.2	2.5		

※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:復興需要で「宮城」が全国首位となるなど、東日本の復調が顕著に

- 悪化した『四国』を除く9地域が改善した。
- 『東北』(31.3)…前月比3.7ポイント増。製造業が回復傾向にあり、モノやサービスの消費も底堅く、復興需要も増加してきたことで、全国10地域中で最も大きい改善幅となって2カ月連続で改善した。

特に、「宮城」(40.4、同7.1ポイント増)は生活関連のインフラや生産設備などで復旧の動きが活発化し始めたことで、建設業や製造業などを中心に大きく改善し、全国47都道府県で初めて第1位に上昇した(前月は第9位で過去最高順位)。また、「岩手」(27.8、同0.7ポイント増)や「福島」(33.3、同4.4ポイント増)も改善したが、「宮城」ほどの改善には至らなかった。

- 『北関東』(32.8)…同3.6ポイント増。製造業の改善が中心となって域内景気が底上げされたことで2カ月連続で改善し、『東北』に次ぐ改善幅となった。

特に、「茨城」(35.4、同3.6ポイント増)は建設業や製造業がけん引役となって改善を続け、全国47都道府県別で第5位に上昇した(前月は第19位)。そのほか「栃木」や「群馬」など『北関東』の全5県がそろって改善した。

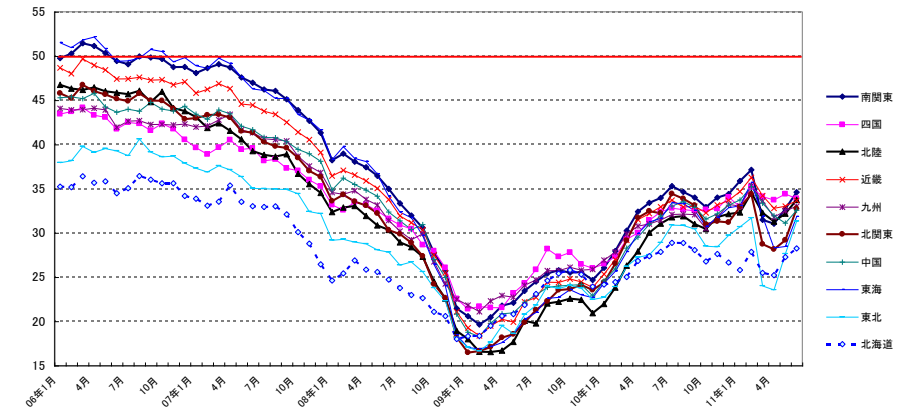
- 『東海』(31.8)…同3.3ポイント増。『東海』以西はサプライチェーンの混乱や原発事故の影響の広がりのほか、被災地域に投資が集まる傾向にあることなども影響して、比較的改善が遅れている。

『東海』は自動車関連企業などの生産活動の復調によって同3.3ポイント増となったものの、『近畿』(33.7、同0.7ポイント増)や『九州』(33.0、同0.5ポイント増)などは1.0ポイントに満たない改善にとどまった。

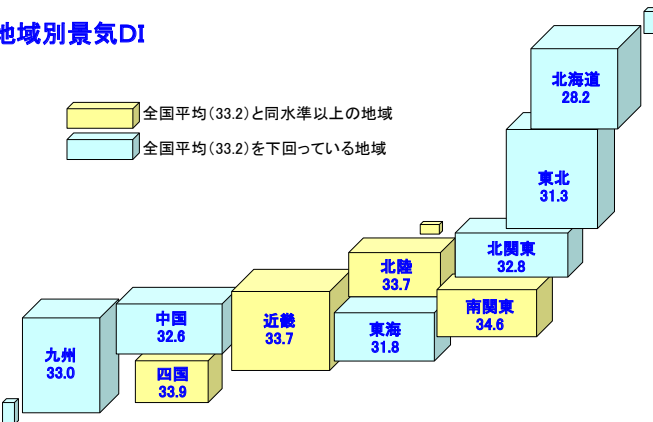
また、『四国』(33.9)は域内の『卸売』(同2.7ポイント減)や『小売』(同0.1ポイント減)、『運輸・倉庫』(同2.4ポイント減)などが停滞し、2カ月ぶりに悪化した。

→ 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0.7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



	10年6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	11年1月	2月	3月	4月	5月	6月	前月比	震災前(2011年2月)との比較
北海道	27.9	28.9	28.9	28.1	26.8	27.6	26.6	25.8	27.9	25.5	25.2	27.3	28.2	0.9	0.3
東北	28.9	30.9	30.8	30.4	28.5	28.4	29.7	30.7	31.7	24.0	23.5	27.6	31.3	3.7	▲0.4
北関東	32.2	34.4	33.9	33.1	31.0	31.3	31.2	32.9	34.4	28.7	28.1	29.2	32.8	3.6	▲1.6
南関東	34.0	35.3	34.6	34.0	32.9	34.0	34.4	35.9	37.1	31.5	31.0	32.7	34.6	1.9	▲2.5
北陸	31.1	31.8	31.9	31.0	30.4	31.8	32.1	32.3	34.5	32.3	31.3	32.2	33.7	1.5	▲0.8
東海	31.6	33.4	33.3	32.5	30.7	31.7	32.8	33.1	35.7	31.9	28.3	28.5	31.8	3.3	▲3.9
近畿	32.9	33.7	32.9	33.0	32.3	33.1	33.7	34.7	36.3	34.2	32.8	33.0	33.7	0.7	▲2.6
中国	31.9	33.0	33.5	32.9	31.6	32.2	33.1	33.7	35.2	33.4	31.9	31.1	32.6	1.5	▲2.6
四国	32.4	32.8	32.6	32.5	32.6	32.7	34.0	33.0	35.2	34.1	33.7	34.4	33.9	▲0.5	▲1.3
九州	31.4	32.1	32.1	32.1	30.5	31.8	33.2	33.0	35.4	33.6	31.8	32.5	33.0	0.5	▲2.4
格差	6.1	6.4	5.7	5.9	6.1	6.4	7.8	10.1	9.2	10.2	10.2	7.1	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

業界別の景況感「現在」(2011年6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)			
	4月	5月	6月	
農・林・水産	32.0	32.9	38.2	<ul style="list-style-type: none"> △ 個人消費は若干上向き傾向であるが、業種により景気のばらつきが目立つ。悪いとも言えないし、良いとも断言しにくい状況(養鶏) × 漁獲高の減少、魚価安、魚食離れなどで水産業界は低迷しており、震災の影響や放射能問題も大きい(水産) × 牛枝肉相場の低迷(肉牛)
金融	30.7	31.0	35.1	<ul style="list-style-type: none"> ○ 九州新幹線の開業効果が観光産業に少しずつ現れている(信金) × 全体的に減収減益傾向で、一部業種においては底が見えない(信金) × 株式市況・IPOの低迷(証券) × 販売価格が下がり続けており、売上げが減少している(損保) × 東日本大震災による業界全体への間接被害と津波による根付漁場被害が景気の下押し圧力となっている(信金)
建設	26.1	26.8	28.4	<ul style="list-style-type: none"> ○ 千葉県では、東日本大震災による復旧作業が継続している(土木工事) ○ 省エネ(節電)関連の受注が増えている(電気配線工事) ○ 震災の復旧工事(商業店舗関係)がある(内装工事) ○ 耐震対策需要が出ている(鉄筋コンクリート工事) × 公共事業も発注され、やっと稼働し始めたが、請負金の回収に時間がかかり、手持ち資金に余裕がない同業者が多い(土木工事) × 復興需要に期待していたが現在も受注が非常に低迷。このままでは社員を含め大幅なリストラをしなければならなくなる(建築工事) × 予算の被災地への重点配分により減少傾向が顕著(土木工事)
不動産	29.2	32.8	33.3	<ul style="list-style-type: none"> ○ 埼玉地区のビルの空室率は改善の兆しができている(不動産管理) ○ 震災後の復興需要があるため(貸事務所) △ 現在は民間仮設住宅で仕事は忙しいが、国から県にお金がこないため1円も支払いがない状況。立替金が多く経営を圧迫している(不動産仲介) × 客足が落ちて、販売数が減少した(建物売買) × 一部震災の影響により生産が滞り、設備計画が進まない(貸事務所) × 投資家マインドの改善が進んでいない(不動産売買)
製造	32.4	32.9	35.2	<ul style="list-style-type: none"> ○ 震災で停止していた注文が入ってきている(自動車用内燃機製造) ○ 震災後、やっと受注が回復傾向となってきた(自動車用部品製造) ○ 自動車関連の需要が4月、5月の反動で予想外に好調(鋼管製造) ○ 地デジ対応の最後の駆け込み需要がある(電気機械器具製造) ○ 日本で省エネが定着し、需要増にある(LED照明製造) ○ 自動車業界の復旧時期が前倒しされるなか、節電対応での前倒し生産需要もある。ただ、8月以降は需要見込みが不透明(金属製品製造) × 震災以降、春夏商品の売れ行きが激減し、その影響で秋冬商品の作り込みを控えている(革製品製造) × 放射能汚染による風評被害で売上げが減少している(製菓)

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)			
	4月	5月	6月	
卸売	31.1	31.7	33.1	<ul style="list-style-type: none"> ○ 自動車関連の復旧が予想より早く、生産スケジュールが立ち上がり、出荷は今のところ順調である(化学品卸売) × チラシ全般、ホテルのパンフレット、土産物の箱や包装紙など紙の使用量が減少。過度な自粛・節約が響いている(和洋紙卸売) × ホテルや観光地の外国人観光客が減少し、得意先の売上げが戻らない。震災や節電により宴会需要が減少しているほか、生活防衛に起因する節約志向も需要の減少につながっている(生鮮魚介卸売) × 台風2号で農作物がほぼ全滅状態で出荷できない(野菜卸売)
小売	28.3	30.2	31.5	<ul style="list-style-type: none"> ○ ガス機器の販売が対前年比で増加傾向にある(ガス機器販売) △ 新車販売の不振を中古車が補っている(自動車販売) × 景気の長期低迷と雇用不安が続いていることで、依然として消費者の安値志向は強く、高額商品が売れない(家具類小売) × 元々厳しいうえに、震災で購入マインドが一段と低下(婦人服小売) × 放射能の風評で実害が生じている(茶小売) × 政治不信や増税など負担増の懸念で生活不安が増大(貴金属小売)
運輸・倉庫	31.0	33.3	33.5	<ul style="list-style-type: none"> ○ 北海道には6月中旬から外国人観光客が少し戻ってきた(観光バス) × 自動車産業、電機メーカーの部品調達難が震災前の状況には戻っていないため、物量が大幅に減少している(貨物自動車運送) × 燃料価格の高騰が続いているが、景気が上向かないため請負価格に転嫁できない(貨物自動車運送) × 震災の影響で観光客が大幅に減少(フェリー) × 内航貨物船は震災後荷物が減り、今まで以上に用船料が下がった。外航は円高が続き、リスクを要請する会社が増えている(内航船舶貸渡)
サービス	29.9	32.1	34.2	<ul style="list-style-type: none"> ○ 機械設計や技術者派遣業は同業他社でも人材不足の状況にある。今後、単価アップにつながる可能性もある(人材派遣) ○ 産業廃棄物処理のため、震災の復興業務が多い(産業廃棄物処理) × 得意先との契約金額の削減の動きが相当数出ている(ビルメンテナンス) × 依然震災の影響で海外の風評被害が収まらない(旅館/北海道) × 旅館、ホテル、土産品販売など観光業は原発事故・消費自粛により景気低迷。その業種にかかる仕入業者等関係先も景気低迷(旅館/山梨) × 震災の自粛ムードで広告の費用対効果が見込まれないとした理由で、広告の発注が少なくなっている(広告制作)

業界別の景況感「先行き」(2011年6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"> △ 穀物相場の高騰気配で先行き見通しが不透明。年末需要に期待(養鶏) △ 地域の基幹産業である漁業・水産加工業は、オホーツク海特有の海明けがスタートしたばかりで、先行き見通しはまだ立たないが、福島第一原発の風評の影響を業界関係者は非常に懸念している(漁業協同組合) × 政局混乱で復興が遅れ、各業界に大きな影響が及ぶ(農業協同組合) × 震災からの復興が遅れている影響は大きい(漁業協同組合)
金融	<ul style="list-style-type: none"> ○ 平泉の世界文化遺産登録により、地域振興が見込まれる(信金) ○ 震災により損害保険に対するニーズは高まってきている(損保) △ 保険の販売方法がセールス社員による訪問販売からWEB、来店相談販売へと販売チャネルが多様化し、構造変化の途上にある。加えて銀行が保険窓販を強化する傾向もあり、どちらともいえない(損保) × 企業の経費削減のあおりを受けやすく、厳しい状況が続く(損保)
建設	<ul style="list-style-type: none"> ○ 復興による需要増はしばらく続く(舗装工事) ○ 耐震対策需要が増えそうである(特殊コンクリート工事) △ 電力不足にともなう更新投資などが増えそうな期待がある。ただ、先行きの景気の停滞感もあり、何ともいえない(電気配線工事) × 目先の復旧工事後の7月以降は仕事の動きがみえてこない(内装工事) × 多くの建築作業員が東北の復興事業に従事するため、西日本ではやや人手不足になり、単価のベースアップにつながる(防水工事)
不動産	<ul style="list-style-type: none"> ○ 被災地では復興のための土地建物の需要が増加する(不動産売買) ○ 北海道ではマンションの流通が増加傾向にある(不動産売買) × 節電による企業活動や消費者の動向に下押し懸念(不動産代理仲介) × 路線価の下落を想定しており、また夏場の電力不足もあり、景気に悪影響がでることを懸念している(不動産代理仲介) × 震災の影響で被災地方面からの移動が数件あったが、それも落ち着き、現在は停滞している。今後も良い見通しはない(不動産管理)
製造	<ul style="list-style-type: none"> ○ 太陽電池関連が好調(機械工具製造) ○ 震災からの復興需要と海外景気の上向きが期待される(機械製造) △ 生産は本格回復するものの、節電の動向が不安(自動車部品製造) △ 今後半年は需要増だが、海外へのシフト増を懸念(機械製造) × 日本経済の停滞と海外シフトの加速が進む(電気機械製造) × 高速道路休日1,000円が終了し、観光関連への影響を懸念(めん類製造) × 震災の影響でお中元の自粛ムードが高まり、需要減の見通し(菓子製造) × オフィス家具業界は、新築案件が活発化して初めて動く市場であり、当面厳しい状況が続くと懸念している(金属製家具製造)

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"> ○ 住宅取得促進策はまだ続く。年度後半からは震災によるマインド低下から脱し、エコ住宅や耐震住宅への関心が高まる(板ガラス卸売) ○ 復興需要に加え、太陽光パネルの販売が見込める(建具卸売) × 原発問題が解決するまで、事実上、輸出ができない。特に対中国は厳しい(生鮮魚介類卸売) × 電力供給不安が広がる場合、顧客が国内での投資を控え、海外へシフトしていく可能性が高い(機械卸売) × ある程度の将来見通しが立たないと売り上げは厳しい(貴金属卸売)
小売	<ul style="list-style-type: none"> ○ 太陽光発電機器の販売増加が見込める(家電小売) × 地デジ化後、テレビの販売台数の大幅減を懸念(家電小売) × 節電期間が終わるまでは上向きにくい。先行きは政策次第だが、現状は非常に不透明である(ガソリンスタンド) × 消費税、所得税の増税や、子ども手当給付の減額など、可処分所得が減少し生活防衛意識がさらに高まり、個人消費が減少していく(酒小売) × 政治の混乱から先行き不安が強い(衣料品小売)
運輸・倉庫	<ul style="list-style-type: none"> ○ 震災復興関連の建設需要が発生する(一般貨物自動車運送) ○ 徐々に東日本大震災の復興需要や自動車・家電メーカーの稼働率回復が見込まれる(倉庫) × 震災以降、大手が国内投資をしなくなり、海外へシフトする動きがでてきている(一般貨物自動車運送) × 震災後の新車供給不足の反動で需要増は見込めるが、長期的に見れば国内市場は縮小していく(梱包)
サービス	<ul style="list-style-type: none"> ○ 復興需要で新規のシステム開発案件の増加を期待(ソフト開発) ○ 広告出稿を準備中との話が増えており期待感がある。9月以降は復興需要が動き出すとみている(広告) × 景気後退により来年度の人員削減について、元請会社から通達がきている(警備) × 原発事故の影響で外国人観光客は激減。特に団体予約は皆無に近い。また消費自粛ムードによる国内観光客の減少も当面続くと懸念(旅館) × 震災や電力不足の影響、政治の混乱などで、今後、消費者の動向が不透明である(フィットネスクラブ) × 回復の兆しが見えない(エステサロン)

調査先企業の属性

1. 調査対象(2万2,773社、有効回答企業1万1,032社、回答率48.4%)

(1) 地域

北海道	593	東海(岐阜 静岡 愛知 三重)	1,213
東北(青森 岩手 宮城 秋田 山形 福島)	565	近畿(滋賀 京都 大阪 兵庫 奈良 和歌山)	1,845
北関東(茨城 栃木 群馬 山梨 長野)	693	中国(鳥取 島根 岡山 広島 山口)	682
南関東(埼玉 千葉 東京 神奈川)	3,641	四国(徳島 香川 愛媛 高知)	367
北陸(新潟 富山 石川 福井)	539	九州(福岡 佐賀 長崎 熊本 大分 宮崎 鹿児島 沖縄)	894
		合計	11,032

(2) 業界(10業界51業種)

農・林・水産	38	小売	飲食料点小売業	89
金融	123		繊維・繊維製品・服飾品小売業	42
建設	1,512		医薬品・日用雑貨品小売業	23
不動産	283		家具類小売業	13
製造	飲食料品・飼料製造業	352	家電・情報機器小売業	37
	繊維・繊維製品・服飾品製造業	124	自動車・同部品小売業	59
	建材・家具・薬業・土石製品製造業	249	専門商品小売業	148
	パルプ・紙・紙加工品製造業	120	各種商品小売業	66
	出版・印刷	226	その他の小売業	5
	化学品製造業	424	運輸・倉庫	433
	鉄鋼・非鉄・鉱業	516	飲食店	34
	機械製造業	459	電気通信業	12
	電気機械製造業	367	電気・ガス・水道・熱供給業	10
	輸送用機械・器具製造業	97	リース・賃貸業	140
(3,103)	精密機械・医療機械・器具製造業	71	旅館・ホテル	39
	その他製造業	98	娯楽サービス	65
	飲食料品卸売業	419	放送業	14
	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	235	メンテナンス・警備・検査業	151
	建材・家具・薬業・土石製品卸売業	410	広告関連業	146
	紙類・文具・書籍卸売業	127	情報サービス業	422
	化学品卸売業	346	人材派遣・紹介業	59
	再生資源卸売業	23	専門サービス業	232
	鉄鋼・非鉄・鉱業製品卸売業	380	医療・福祉・保健衛生業	105
	機械・器具卸売業	1,070	教育サービス業	21
(3,436)	その他の卸売業	426	その他サービス業	140
	合計		32	
		合計	11,032	

(3) 規模

大企業	2,566	23.3%
中小企業	8,466	76.7%
(うち小規模企業)	(2,412)	(21.9%)
合計	11,032	100.0%
(うち上場企業)	(353)	(3.2%)

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
- ・特別企画Ⅰ 夏季の電力使用量削減に対する企業の意識調査
- ・特別企画Ⅱ 政権の新しい枠組みに関する企業の意識調査

3. 調査時期・方法

2011年6月20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)	非常に良い (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. 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。