

# TDB 景気動向調査(全国) — 2011年11月調査 —

2011年12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35.5、内外需とも弱く、国内景気は踊り場局面に

～ 前月比0.6ポイント減と3カ月ぶりに悪化、円高やタイの洪水被害などがこれまでの回復に水を差す ～

(調査対象2万3,170社、有効回答1万695社、回答率46.2%、調査開始2002年5月)

### < 2011年11月の動向：踊り場局面 >

2011年11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0.6ポイント減の35.5となり、3カ月ぶりに悪化した。

震災から8カ月が経過し、企業の生産活動は回復傾向にあったものの、個人消費が停滞するなかで、円高の長期化やタイの洪水被害の影響拡大、不安定な欧米の景気動向などが国内景気の緩やかな回復に水を差すかたちとなった。

ただ、復興需要の増加により『東北』は全国10地域中、3カ月連続で第1位となった。特に、「宮城」など被災県の回復傾向が続いており、なかでも建設業の回復が著しい。しかし、これらが国内景気全体を底上げするまでには至っておらず、全国の業界別でも10業界中、『製造』や『小売』など7業界が悪化した。国内景気は内外需とも弱く、踊り場局面に入っている。

### ・円高や欧州危機の拡大、タイの洪水被害などが、企業収益を下押し

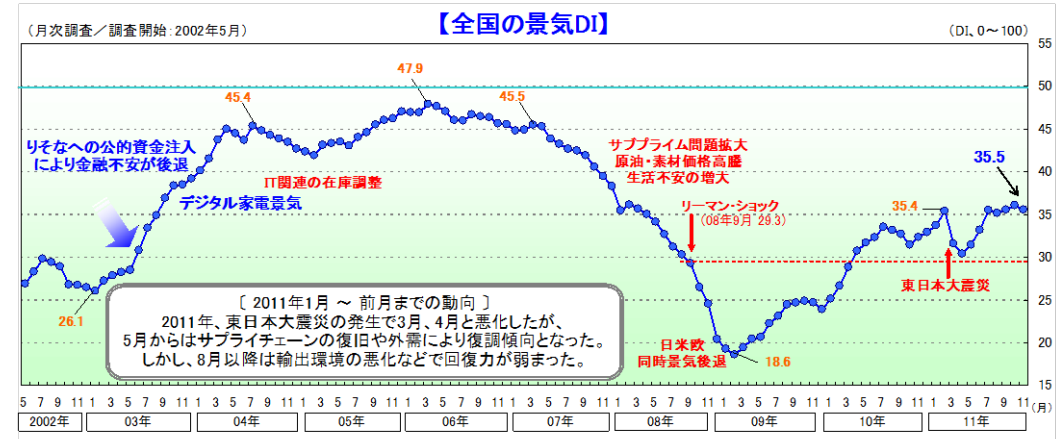
1ドル=77円前後と円高の傾向に変化はなく、厳しい輸出環境が続いた。また、タイの洪水被害は現地の生産活動や日本への原材料、部品の供給にも支障をきたしたことで、国内のメーカーだけでなく、流通や販売店などにも悪影響を与えた。

### ・雇用や所得の低迷続き、個人消費は停滞傾向に

雇用や所得の回復が進まないことから、家計における消費マインドは上向かず、歳末商戦を前にして消費者の動きは鈍かった。初冬としては比較的暖かい日が続いたことも、季節関連需要の伸び悩みにつながった。

### ・復興需要により『東北』が3カ月連続で第1位、県別では「宮城」が4カ月連続で第1位

復興需要の増加で『東北』は全国10地域中、3カ月連続で第1位となった。特に、「宮城」は域内の『建設』や『製造』などの改善が他地域に比べて際立っており、47都道府県別で4カ月連続の第1位となり、「福島」(第3位)、「岩手」(第4位)も上昇した。



### < 今後の見通し：踊り場局面 >

今後も復興需要の増大が見込まれ、景気回復のための追加の政策支援も検討されている。冬の節電対策に向けた製品やサービスの投入なども歳末商戦を盛り上げ、内需の底上げに寄与することが期待される。

しかし、欧州の金融不安に収束の見通しは立っておらず、米国や新興国などの景気減速も懸念される。企業の輸出環境が早期に改善される兆しはなく、産業空洞化や雇用の低迷などに拍車がかかる恐れも強い。エネルギーの安定供給や貿易問題、税制・社会保障改革などの行方も依然として不透明である。

景気予測DIは「1カ月後」(36.0、当月比0.5ポイント増)、「3カ月後」(36.0、同0.5ポイント増)、「6カ月後」(37.3、同1.8ポイント増)となった。国内景気は復興需要による下支えが期待されるものの、内外需とも閉塞感を強めており、踊り場局面が長引く可能性がある。

景気DI	2010年11月	12月	2011年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月
景気DI	32.3	32.9	33.7	35.4	31.6	30.4	31.4	33.2	35.5
前月比	0.8	0.6	0.8	1.7	▲3.8	▲1.2	1.0	1.8	2.3
景気DI	2011年8月	9月	10月	11月	景気予測DI	1カ月後	3カ月後	6カ月後	1年後
景気DI	35.2	35.5	36.1	35.5	景気予測DI	36.0	36.0	37.3	38.4
前月比	▲0.3	0.3	0.6	▲0.6	2011年11月比	0.5	0.5	1.8	2.9

※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:『輸送用機械・器具製造』は2カ月連続減、全51業種で最大の悪化幅に**

・『製造』、『小売』など7業界が悪化し、『建設』など3業界が改善した。

・『農・林・水産』(34.1) … 前月比1.2ポイント減。2カ月連続で悪化した。原発事故による放射能汚染の問題は続いており、その風評被害も払拭されていない。東日本を中心に農林水産物に対する消費者の見方は依然として厳しいほか、TPP参加交渉を巡る動きも下押し要因となった。

・『製造』(36.4) … 同1.0ポイント減。円高の長期化やタイの洪水被害の影響などで3カ月ぶりに悪化した。

業種別にみると、「輸送用機械・器具製造」が2カ月連続で悪化し、その悪化幅は5.6ポイントと全51業種中で最大となった。震災後の生産縮小を取り戻す動きは続いており、その水準は製造12業種中で4カ月連続のトップを維持したものの、円高のほか、タイの洪水被害による悪影響、不安定な欧米景気などが下押し要因となった。

また、「電気機械製造」はこれらの影響に加えて、地デジ特需や夏季の節電対策需要後の反動減の影響も尾を引いており、4カ月連続で悪化した。

・『小売』(33.5) … 同1.8ポイント減。消費マインドの回復が進んでいないことから、歳末商戦前の消費者の動きは鈍く、初冬としては比較的暖かい日が続いたことで季節需要も伸び悩み、2カ月ぶりに悪化した。

業種別にみると、「繊維・繊維製品・服飾品小売」、「医薬品・日用雑貨品小売」は前月と同水準にとどまり、「食料品小売」や「専門商品小売」などは悪化した。また、地デジ特需後の反動減などが続く「家電・情報機器小売」が3カ月連続で悪化したほか、タイの洪水被害によって入荷遅れなどの影響が生じている「自動車・同部品小売」も7カ月ぶりの悪化を余儀なくされた。

・『建設』(32.9) … 同0.1ポイント増。復興需要は増加傾向にあり、全国的な省エネ、耐震需要なども比較的堅調であったことから、震災以後、10業界中で唯一、7カ月連続の改善となった。

ただ、投資が被災地域を中心に東日本に集まる傾向にあることで西日本の低迷が目立ち始めたことから、改善幅はこれまでで最小にとどまった。

→ 最高の『サービス』と最低の『建設』の格差(5.3ポイント、『その他』除く)は、同0.1ポイント増と2カ月ぶりに拡大した。

	10年 11月	12月	11年 1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	前月比	震災前 (2011年2月) との比較	
農・林・水産	35.7	35.2	33.3	37.4	31.9	32.0	32.9	38.2	36.2	37.2	38.6	35.3	34.1	▲1.2	▲3.3	
金融	32.6	33.5	33.1	34.2	31.4	30.7	31.0	35.1	34.4	34.1	34.3	34.7	36.5	▲1.8	2.3	
建設	26.2	26.4	27.3	28.1	26.6	26.1	26.8	28.4	30.1	30.7	31.6	32.8	32.9	▲0.1	4.8	
不動産	32.7	33.3	34.7	36.0	30.6	29.2	32.8	33.3	33.9	34.1	35.1	35.5	33.8	▲1.7	▲2.2	
製造	飲食料品・飼料製造	32.2	33.0	32.9	33.3	32.3	32.6	33.6	34.5	35.4	34.6	34.8	35.3	34.9	▲0.4	1.6
	繊維・繊維製品・服飾品製造	31.5	32.5	32.2	36.1	30.6	29.8	30.8	34.8	37.8	37.6	37.1	36.3	36.1	▲0.2	0.0
	建材・家具・薬業・土石製品製造	30.8	31.5	31.3	33.3	30.5	28.4	29.4	29.0	32.9	32.8	34.2	34.7	35.0	▲0.3	1.7
	パルプ・紙・紙加工品製造	32.9	34.3	33.3	33.2	32.1	31.8	28.6	32.2	34.1	32.9	32.8	33.7	33.1	▲0.6	▲0.1
	出版・印刷	25.7	25.5	27.6	27.2	25.0	24.2	23.2	24.6	25.5	25.7	25.2	26.7	26.9	▲0.2	▲0.3
	化学品製造	38.3	38.1	39.6	41.5	37.1	34.4	35.2	38.1	39.7	37.8	38.9	39.7	37.7	▲2.0	▲3.8
	鉄鋼・非鉄・鉱業	34.6	35.0	36.3	38.9	34.8	32.3	31.3	35.0	39.9	39.2	40.4	40.7	39.2	▲1.5	0.3
	機械製造	36.7	37.6	39.2	43.0	39.5	38.5	39.2	40.8	42.2	40.7	39.6	40.3	40.4	▲0.1	▲2.6
	電気機械製造	38.2	38.7	39.9	41.6	38.1	34.8	36.8	39.6	41.8	39.4	37.4	36.9	35.1	▲1.8	▲6.5
	輸送用機械・器具製造	34.6	34.5	37.2	38.8	27.6	22.4	24.0	32.6	42.1	42.9	47.7	46.7	41.1	▲5.6	2.3
	精密機械・医療機械・器具製造	42.0	41.6	41.7	45.0	42.3	39.5	39.4	43.2	42.9	42.1	43.2	41.4	40.5	▲0.9	▲4.5
	その他製造	25.9	28.5	29.9	30.4	28.0	24.0	26.1	24.7	29.7	28.0	28.2	29.5	28.8	▲0.7	▲1.6
全体	34.4	34.9	35.9	37.8	34.3	32.4	32.9	35.2	37.9	36.8	37.1	37.4	36.4	▲1.0	▲1.4	
卸売	飲食料品卸売	33.3	34.3	32.5	33.5	29.7	29.0	30.7	31.8	33.2	33.5	33.8	32.9	32.9	▲0.9	▲0.6
	繊維・繊維製品・服飾品卸売	29.1	29.7	31.2	25.9	27.0	28.6	32.6	34.7	33.3	33.5	34.1	32.6	34.1	▲1.5	1.4
	建材・家具・薬業・土石製品卸売	28.5	30.9	30.6	32.1	29.2	27.2	27.3	28.8	31.4	31.3	33.3	33.8	35.3	1.5	3.2
	紙類・文具・書籍卸売	26.9	28.0	30.4	31.3	28.4	27.0	25.6	26.1	29.1	28.1	29.1	31.3	30.6	▲0.7	▲0.7
	化学品卸売	36.6	37.4	37.3	38.8	35.8	33.5	35.2	34.9	37.0	37.4	36.6	37.4	36.6	▲0.8	▲2.2
	再生资源卸売	39.7	42.5	42.4	42.3	36.1	34.0	35.8	38.4	39.4	33.3	31.3	28.2	28.4	▲0.2	▲13.9
	鉄鋼・非鉄・鉱業製品卸売	31.6	33.1	34.2	37.1	34.6	32.3	31.0	32.7	35.3	36.5	36.6	36.5	36.5	▲0.1	▲0.6
	機械・器具卸売	34.8	35.0	36.2	38.6	35.3	34.6	34.8	36.4	38.1	37.2	37.5	37.4	36.3	▲1.1	▲2.3
	その他の卸売	32.0	32.4	33.1	34.5	29.5	28.3	30.3	30.9	33.6	33.7	33.9	33.8	34.0	▲0.2	▲0.5
	全体	32.7	33.6	34.0	35.8	32.3	31.1	31.7	33.1	35.2	34.9	35.3	35.5	35.0	▲0.5	▲0.8
小売	飲食料品小売	32.5	31.1	30.8	33.8	28.4	28.6	29.4	30.7	32.8	33.9	33.0	35.8	34.1	▲1.7	0.3
	繊維・繊維製品・服飾品小売	30.9	28.6	34.1	34.5	18.7	27.6	28.8	28.2	33.3	34.5	31.3	33.3	33.3	▲0.0	▲1.2
	医薬品・日用雑貨品小売	39.9	43.8	41.7	42.0	38.1	41.3	40.6	47.0	39.2	44.4	43.7	43.7	43.7	0.0	1.7
	家具類小売	29.2	34.4	35.7	39.7	20.8	28.2	33.3	32.1	36.7	32.4	34.4	35.7	36.7	1.0	▲3.0
	家電・情報機器小売	36.4	37.4	38.2	38.6	38.8	34.2	33.3	38.3	40.0	41.1	39.3	38.4	34.3	▲4.1	▲4.3
	自動車・同部品小売	22.4	23.0	27.2	31.4	25.9	20.5	25.5	29.1	32.1	32.8	33.6	35.9	33.1	▲2.8	1.7
	専門商品小売	30.3	29.3	30.5	31.4	26.4	28.2	28.5	29.5	31.1	33.8	31.0	34.0	31.4	▲2.6	0.0
	各種商品小売	30.5	33.1	32.8	36.1	29.2	30.0	34.1	34.6	38.6	37.1	36.8	33.8	34.2	0.4	▲1.9
	その他の小売	23.3	22.2	19.4	26.7	23.3	16.7	30.0	30.0	40.0	41.7	30.6	33.3	29.2	▲4.1	2.5
	全体	30.7	30.7	32.0	34.1	28.1	28.3	30.2	31.5	34.4	35.0	33.7	35.3	33.5	▲1.8	▲0.6
運輸・倉庫	35.1	36.2	35.7	36.6	32.3	31.0	33.3	33.5	37.5	37.1	37.6	38.0	36.3	▲1.7	▲0.3	
サービス	飲食店	34.8	33.8	34.7	33.3	27.3	26.2	26.6	33.8	32.9	36.7	31.9	34.3	32.9	▲1.4	▲0.4
	電気通信	58.3	56.1	55.0	53.6	40.9	39.4	46.7	48.6	48.7	50.0	48.8	45.8	50.0	4.2	▲3.6
	電気・ガス・水道・熱供給	42.6	44.4	45.8	45.8	44.4	33.3	33.3	38.3	39.6	39.6	37.5	31.0	37.5	6.5	▲8.3
	リース・賃貸	32.9	33.0	33.3	35.0	31.3	30.5	33.3	34.9	39.0	38.8	40.5	41.4	42.7	1.3	7.7
	旅館・ホテル	29.3	26.7	28.3	28.1	15.3	10.1	19.0	26.9	32.2	34.6	37.5	36.1	35.1	▲1.0	7.0
	娯楽サービス	31.6	31.9	32.8	32.2	25.7	26.7	33.1	34.4	35.1	33.3	34.7	33.1	34.7	1.6	2.5
	放送	34.4	40.6	34.4	41.1	36.7	26.0	24.4	26.2	32.2	32.5	36.0	34.2	34.3	▲0.1	▲8.8
	メンテナンス・整備・検査	33.0	33.9	36.7	37.3	31.1	32.5	31.9	32.6	36.7	35.1	36.3	37.0	37.2	0.2	▲0.1
	広告関連	27.9	27.3	29.7	30.8	21.3	20.6	25.0	25.9	29.1	28.2	30.6	32.2	33.5	1.3	2.7
	情報サービス	34.1	34.1	36.4	39.4	34.7	33.5	34.5	35.8	38.0	38.2	38.0	39.2	39.3	0.1	▲1.0
	人材派遣・紹介	39.0	38.3	37.5	40.7	32.8	32.4	34.7	37.9	48.7	46.0	43.3	47.4	45.4	▲2.0	4.7
	専門サービス	31.7	32.0	33.5	34.6	29.5	29.3	32.4	34.7	35.7	35.3	35.0	37.1	36.8	▲0.3	2.2
	医療・福祉・保健衛生	31.7	35.2	35.0	36.8	33.7	34.2	33.9	38.1	38.1	39.1	40.0	39.1	40.2	1.1	3.4
教育サービス	35.8	34.3	36.8	42.1	29.2	30.2	32.6	33.3	34.9	33.3	37.0	35.4	35.5	0.1	▲6.6	
その他サービス	35.5	37.4	37.9	39.6	31.6	30.3	32.8	35.7	37.8	36.2	37.2	37.3	37.8	0.5	▲1.8	
全体	33.1	33.5	35.0	36.8	30.7	29.9	32.1	34.2	36.8	36.5	37.0	37.9	38.2	0.3	1.4	
その他	27.2	28.3	30.6	31.3	26.7	23.5	29.7	30.7	28.2	33.3	32.3	31.3	28.8	▲2.5	▲2.5	
格差(10業界別『その他』除く)	9.5	9.8	8.6	9.7	7.7	6.3	6.5	9.8	7.8	6.5	7.0	5.2	5.3	▲0.1	▲0.1	

※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」いずれも3カ月ぶりに悪化

・「大企業」(37.6、前月比0.7ポイント減)、「中小企業」(34.9、同0.5ポイント減)、「小規模企業」(32.5、同0.5ポイント減)のすべてが3カ月ぶりに悪化した。

→ 「大企業」と「中小企業」の規模間格差(2.7ポイント)は、同0.2ポイント減と2カ月連続で縮小した。

	10年11月	12月	11年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	前月比	震災前(2011年2月)との比較
大企業	34.1	34.6	35.1	36.9	32.3	31.9	33.1	35.1	37.7	37.3	37.9	38.3	37.6	▲0.7	0.7
中小企業	31.8	32.4	33.3	34.9	31.4	30.0	30.9	32.6	34.8	34.5	34.8	35.4	34.9	▲0.5	0.0
(うち小規模企業)	28.8	29.5	30.4	31.9	29.0	27.4	28.2	29.9	31.9	31.5	31.9	33.0	32.5	▲0.5	0.6
格差(大企業-中小企業)	2.3	2.2	1.8	2.0	0.9	1.9	2.2	2.5	2.9	2.8	3.1	2.9	2.7		

※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:復興需要の増加により『東北』が全国10地域中、3カ月連続で第1位

・『南関東』、『東海』など8地域が悪化し、『東北』、『中国』が改善した。

・『東海』(36.5)…前月比1.0ポイント減。円高やタイの洪水被害などの影響により、域内の『製造』(39.3)が2カ月連続で悪化した。そのほか『卸売』や『小売』なども軒並み悪化したことで、7カ月ぶりの悪化となった。

さらに、『近畿』以西では東日本よりも改善が遅れる傾向が続いた。被災地域を中心に復興需要が増加するなかで、西日本では円高などの影響に加えて、内需に域内景気を底上げするほどの回復力がみられず、『近畿』、『中国』、『九州』は全国(35.5)を下回る水準が続いた。

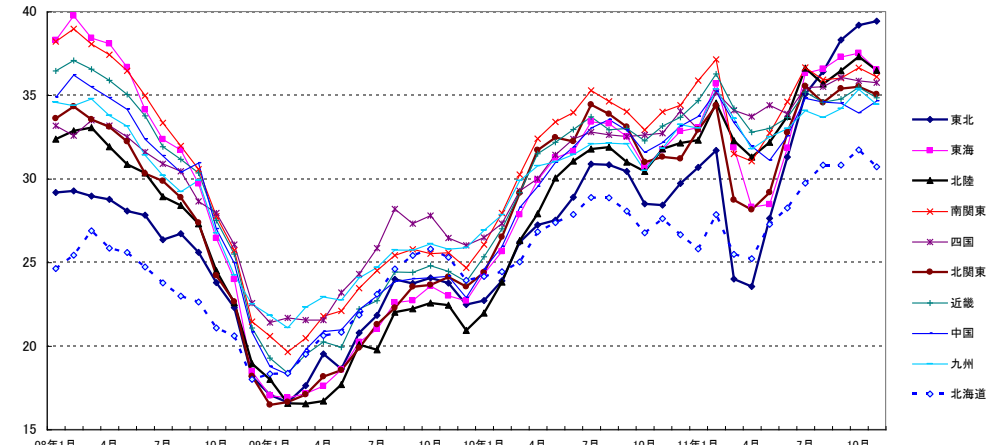
・『東北』(39.4)…同0.2ポイント増。復興需要の増加により全国10地域中、唯一、7カ月連続で改善し、3カ月連続の第1位となった。

県別では、特に「宮城」(49.6、同0.7ポイント増)が47都道府県のなかで4カ月連続のトップとなっている。復興需要によるけん引力は大きく、同県の『建設』(66.7)や『卸売』(45.0)は47都道府県で最も高い水準が続いた。

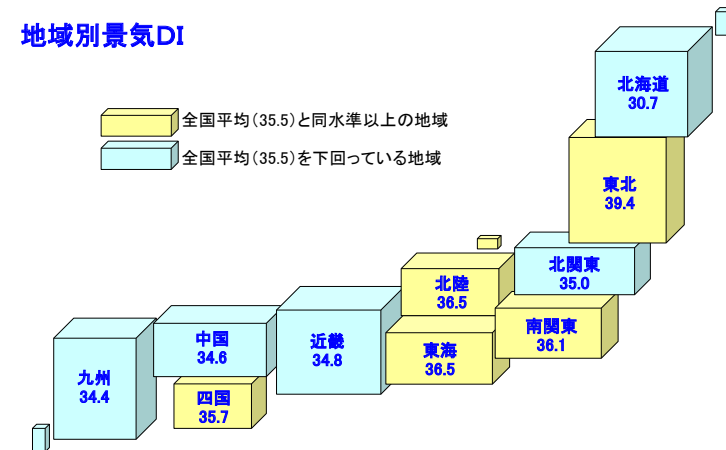
また、「福島」(40.0)は『製造』(34.0)の悪化などが響いて同0.2ポイント減とはなったものの、『建設』(60.3)、『小売』(50.0)などは改善しており、2011年9月につけた過去最高順位と同じ第3位となった。さらに「岩手」(39.0、同1.0ポイント増)も調査開始以来、初めて第4位に上昇するなど、被災地域を中心とした『東北』の改善基調が続いている。

→ 最高の『東北』と最低の『北海道』との格差(8.7ポイント)は、前月比1.2ポイント増と2カ月ぶりに拡大した。

地域別グラフ(2008年1月からの月別推移)



地域別景気DI



	10年11月	12月	11年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	前月比	震災前(2011年2月)との比較
北海道	27.6	26.6	25.8	27.9	25.5	25.2	27.3	28.2	29.7	30.8	30.8	31.7	30.7	▲1.0	2.8
東北	28.4	29.7	30.7	31.7	24.0	23.5	27.6	31.3	35.1	36.4	38.3	39.2	39.4	0.2	7.7
北関東	31.3	31.2	32.9	34.4	28.7	28.1	29.2	32.8	35.5	34.6	35.4	35.5	35.0	▲0.5	0.6
南関東	34.0	34.4	35.9	37.1	31.5	31.0	32.7	34.6	36.7	35.9	36.0	36.6	36.1	▲0.5	▲1.0
北陸	31.8	32.1	32.3	34.5	32.3	31.3	32.2	33.7	36.6	35.7	36.5	37.3	36.5	▲0.8	2.0
東海	31.7	32.8	33.1	35.7	31.9	28.3	28.5	31.8	36.3	36.6	37.3	37.5	36.5	▲1.0	0.8
近畿	33.1	33.7	34.7	36.3	34.2	32.8	33.0	33.7	35.2	34.6	34.8	35.5	34.8	▲0.7	▲1.5
中国	32.2	33.1	33.7	35.2	33.4	31.9	31.1	32.6	34.8	34.6	34.5	33.9	34.6	0.7	▲0.6
四国	32.7	34.0	33.0	35.2	34.1	33.7	34.4	33.9	35.5	35.5	36.1	35.9	35.7	▲0.2	0.5
九州	31.8	33.2	33.0	35.4	33.6	31.8	32.5	33.0	34.1	33.7	34.2	35.4	34.4	▲1.0	▲1.0
格差	6.4	7.8	10.1	9.2	10.2	10.2	7.1	6.4	7.0	5.8	7.5	7.5	8.7		

※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11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)		
	9月	10月	11月
農・林・水産	38.6	35.3	34.1
金融	34.3	34.7	36.5
建設	31.6	32.8	32.9
不動産	35.1	35.5	33.8
製造	37.1	37.4	36.4

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)		
	9月	10月	11月
卸売	35.3	35.5	35.0
小売	33.7	35.3	33.5
運輸・倉庫	37.6	38.0	36.3
サービス	37.0	37.9	38.2

## 業界別の景況感「先行き」(2011年11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"> <li>○ 水産加工品よりも中国など海外向けに鮮魚が伸びていくのではないかと期待している(漁協)</li> <li>△ 近年の天候不順(夏場の高温や集中豪雨)の影響からすると、次年度の動向は不明(農協)</li> <li>× 震災、放射能汚染、円高、TPPなど国の対応が遅く悪い(農協)</li> <li>× 雇用状況は悪く、税制改正による消費への影響も懸念される(農協)</li> </ul>
金融	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 近年、生保販売は景気低迷、少子高齢化の影響を受け、件数・金額とも減少傾向にあったが、銀行、郵便局での生保や年金保険の強化を図ってきたことで、減少傾向に歯止めがかかり増加に転じている(生命保険)</li> <li>× 欧州、米国景気の行方が不透明で投資が低迷(不動産金融)</li> <li>× 円、ドル、ユーロなどへの不安。貨幣価値の変動にもなる激動に何をすべきか、優先順位さえ見いだせない(生命保険)</li> </ul>
建設	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 宮城県内は復興需要により、新築・リフォームの工事が進捗計画に追いつけないほど忙しく、当面この状況が続く(外溝工事)</li> <li>○ 節電や電力対策の投資の拡大で受注残が高位安定(設備工事)</li> <li>× 公共工事・民間工事とも少ない(建設)</li> <li>× 公共投資の増加は有り得ないので少ないパイを奪い合う(建築工事)</li> <li>× 短期的には集中的な予算執行が期待されるが、中長期的には震災の影響もあり、九州の公共投資は抑制されるものと推測される(建設)</li> </ul>
不動産	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 今よりも少しはよくなると期待している(不動産売買)</li> <li>△ EUが落ち着けば、新興国からの需要増が期待できる(不動産仲介)</li> <li>× 住宅は、売れ行き不振の後は通常なら反動の需要増が見込めるのだが、今回の景気低迷ではそれも期待できない(不動産仲介)</li> <li>× 欧州金融市場の混迷が続いているため見通しにくい(不動産賃貸)</li> <li>× 現状維持に四苦八苦する取引先が多く、先行き不透明(不動産管理)</li> <li>× 明るい材料がなく、先行き不透明である(不動産売買)</li> </ul>
製造	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 震災後の復旧、復興需要が期待できる(空調機器製造)</li> <li>△ 自動車業界で、短期的には震災とタイ洪水による生産の遅れを取り戻す動きが期待できる。ただ、新年度以降はその動きが落ち着き、円高の影響もあって国内生産は減少すると見込んでいる(金型製造)</li> <li>× 円高や生産リスク分散のための海外シフトがさらに加速するため、国内での生産減少や雇用減少は避けられない(プリント回路製造)</li> <li>× 2012年4月以降の受注見直しには不透明感が強い(自動車部品製造)</li> <li>× 円高、欧州の債務危機、米国・中国の景気低迷、国内の電力問題、生産拠点の海外シフトなどで受注状況は悪化する見通し(化学品製造)</li> </ul>

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"> <li>○ 復興にともないスクラップの発生増と需要による単価の上昇が見込まれる(鉄スクラップ卸売)</li> <li>○ 消費税が議論されると住宅着工が増えるであろう(建材卸売)</li> <li>× 地デジ特需終了後の停滞が続く(家電卸売)</li> <li>× 円高で海外シフトが強化されており、空洞化を懸念(非鉄金属卸売)</li> <li>× 消費の停滞は続く。長期的にも消費増税等で厳しい(事務用品卸売)</li> <li>× ハイブリッドのような燃費の良い車が目に見えて増えてきており、今後もその傾向は変わらず、需要増は期待できない(燃料卸売)</li> </ul>
小売	<ul style="list-style-type: none"> <li>△ 震災の影響は薄れるが、冬の気温がどうなるか(スーパー)</li> <li>× 増税や年金問題が消費を下押しする。さらに、欧州不安、円高、株安など良い材料がなく、今後、個人消費は一段と落ち込む(飲食品小売)</li> <li>× 政府の金融支援策の終了で、今後、倒産や失業者が増え、自動車販売も低迷することが懸念される(自動車小売)</li> <li>× 供給過剰で価格競争のなか、欧州不安、円高、タイの洪水などで国内企業の業績悪化が所得減、消費減につながり厳しい(衣料品小売)</li> </ul>
運輸・倉庫	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 復興需要が高まり、輸送量の増加が見込まれる(貨物自動車運送)</li> <li>△ 内航は復興需要があれば良くなるかもしれない。また、外航は円安に振れば良くなる(貨物自動車運送)</li> <li>× タイの洪水や放射能汚染の影響が長引くとみている。大分県でも運搬車両の被ばく調査が始まった(貨物自動車運送)</li> <li>× 被災地域への予算重点配分で地方経済は壊滅的に(貨物自動車運送)</li> <li>× 燃料価格の高止まり。荷動きも好転する兆しがない(貨物自動車運送)</li> </ul>
サービス	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 震災のがれき処理に続いて、復興需要でインフラ関連の整備が2～3年続く見込み(建機レンタル)</li> <li>○ 海外市場の広がりが期待できる(ソフト開発)</li> <li>○ 国内の年末・年始商戦、今後の海外展開に期待できる(アニメ制作)</li> <li>△ タイの洪水の影響からの回復を目的とした挽回生産の計画が見込まれる。しかし、長続きはしないであろう(人材派遣)</li> <li>× 復興需要のある東北以外の地方経済は悪化の一途(広告代理店)</li> <li>× 北関東でも放射能汚染の風評被害は甚大で長引く(リゾート施設経営)</li> <li>× 震災後、回復の兆しがみえたが、夏場以降落ち込み始めた。円高、世界景気などをみれば当分浮上する見込みはない(アミューズメント施設運営)</li> </ul>

## 調査先企業の属性

### 1. 調査対象(2万3,170社、有効回答企業1万695社、回答率46.2%)

#### (1) 地域

北海道	560	東海 (岐阜 静岡 愛知 三重)	1,148
東北 (青森 岩手 宮城 秋田 山形 福島)	594	近畿 (滋賀 京都 大阪 兵庫 奈良 和歌山)	1,796
北関東 (茨城 栃木 群馬 山梨 長野)	671	中国 (鳥取 島根 岡山 広島 山口)	673
北関東 (埼玉 千葉 東京 神奈川)	3,510	四国 (徳島 香川 愛媛 高知)	353
北陸 (新潟 富山 石川 福井)	529	九州 (福岡 佐賀 長崎 熊本 大分 宮崎 鹿児島 沖縄)	861
		合計	10,695

#### (2) 業界 (10業界51業種)

農・林・水産	44	小売	飲食料点小売業	90
金融	138		繊維・繊維製品・服飾品小売業	42
建設	1,455		医薬品・日用雑貨品小売業	21
不動産	269		家具類小売業	10
製造	飲食料品・飼料製造業	356	家電・情報機器小売業	36
	繊維・繊維製品・服飾品製造業	120	自動車・同部品小売業	63
	建材・家具・窯業・土石製品製造業	232	専門商品小売業	141
	パルプ・紙・紙加工品製造業	118	各種商品小売業	60
	出版・印刷	197	その他の小売業	4
	化学品製造業	407	運輸・倉庫	403
	鉄鋼・非鉄・鉱業	500	飲食店	38
(3,014)	機械製造業	460	電気通信業	13
	電気機械製造業	362	電気・ガス・水道・熱供給業	8
	輸送用機械・器具製造業	94	リース・貸貸業	141
	精密機械・医療機械・器具製造業	72	旅館・ホテル	37
	その他製造業	96	娯楽サービス	63
	飲食料品卸売業	406	放送業	17
	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	226	メンテナンス・警備・検査業	148
建材・家具・窯業・土石製品卸売業	389	広告関連業	142	
(3,305)	紙類・文具・書籍卸売業	123	情報サービス業	420
	化学品卸売業	349	人材派遣・紹介業	62
	再生資源卸売業	27	専門サービス業	215
	鉄鋼・非鉄・鉱業製品卸売業	346	医療・福祉・保健衛生業	99
	機械・器具卸売業	1,044	教育サービス業	23
	その他の卸売業	395	その他サービス業	137
	その他			37
		合計	10,695	

#### (3) 規模

大企業	2,544	23.8%
中小企業	8,151	76.2%
(うち小規模企業)	(2,383)	(22.3%)
合計	10,695	100.0%
(うち上場企業)	(332)	(3.1%)

## 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、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 2012年の景気見通しに対する企業の意識調査

## 3. 調査時期・方法

2011年11月17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	悪い	やや悪い	どちらともいえない	やや良い	良い	非常に良い
(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」、下であれば「悪い」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。