

TDB 景気動向調査(全国) — 2012年1月調査 —

2012年2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35.9、前月比0.2ポイント増と2カ月連続で改善

～ 復興需要は限定的で内外需とも弱含みの状況にあり、国内景気は踊り場局面が続く ～

(調査対象2万3,472社、有効回答1万665社、回答率45.4%、調査開始2002年5月)

< 2012年1月の動向：踊り場局面 >

2012年1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0.2ポイント増の35.9となり、2カ月連続で改善した。

復興需要の増加により、東北では被災地域を中心に建設業や製造業などで企業活動が活発化している。また、全国的にも個人消費は生活必需品が底堅く推移し、冬物衣料や自動車販売なども好調であった。

しかし、復興需要による底上げは限定的であり、外需の弱含みや円高の長期化が企業の生産活動を下押ししたほか、内需にも全体を底上げするほどの回復力はみられなかった。国内景気は内外需とも弱含みの状況にあり、踊り場局面が続いている。

・復興需要が『東北』をけん引するも西日本では回復遅れ、地域間での格差が鮮明に

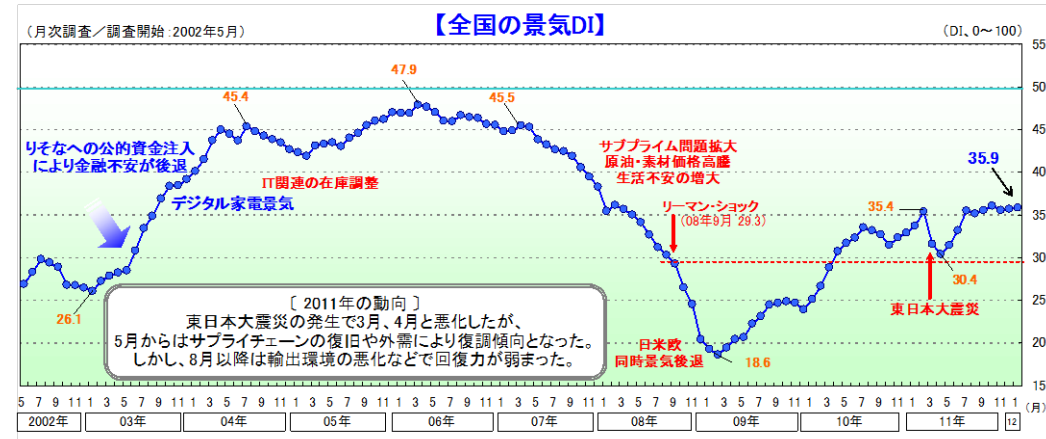
復興需要が被災地域において『建設』をはじめ『製造』、『卸売』、『小売』など幅広い業界の改善をけん引したことで、『東北』は9カ月連続で改善した。一方、『近畿』や『中国』など西日本ではその恩恵が少なく、内需の停滞が続いたことなどで回復が遅れ、地域間での格差が鮮明となった。

・厳冬などで、個人消費も国内景気を下支え

消費面では全国的に生活必需品関連の業種が底堅く推移した。また、「繊維・繊維製品・服飾品小売」は厳冬により初売などが好調で、「自動車・同部品小売」もタイの洪水被害による悪影響が緩和されてきたことで、いずれも3カ月ぶりに改善した。これらの結果、『小売』は2カ月連続で改善した。

・外需の弱含みや円高の長期化などで、企業の生産活動は停滞続く

しかし、中国の景気減速や欧州の低迷などで外需は弱含み、円高も長期化していることで、輸出企業の収益環境は厳しさが続いた。復興需要は限定的で内需全体にも力強さがみられなかったことから、『製造』は3カ月連続で悪化した。



< 今後の見通し：踊り場局面 >

今後、復興需要が本格化することで東北では景気回復が進み、周辺地域でも一定の需要増や需要下支えの効果が現れるとみられる。ロンドン夏季五輪に合わせた新商品の投入や住宅・自動車への政策支援も消費を喚起することが期待される。

しかし、復興需要の恩恵が少なく、公共事業の縮小も懸念される西日本では回復が遅れ、東日本との地域間格差の拡大は避けられない。また、先行きの負担増は必至で政策の不透明感も払拭されておらず、生活防衛意識の高まりにより個人消費が伸び悩み、国内景気全体の回復力は脆弱なものにとどまる可能性がある。不安定な欧米景気や円高の長期化、電力の供給不安なども回復の重しとなり、産業の空洞化も懸念される。

景気予測DIは「1カ月後」(36.3、当月比0.4ポイント増)、「3カ月後」(37.0、同1.1ポイント増)、「6カ月後」(38.4、同2.5ポイント増)となった。自律回復への見通しは立っておらず、国内景気は踊り場局面が長引く可能性がある。

景気DI	2011年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
	33.7	35.4	31.6	30.4	31.4	33.2	35.5	35.2	35.5
前月比	0.8	1.7	▲3.8	▲1.2	1.0	1.8	2.3	▲0.3	0.3
景気DI	2011年10月	11月	12月	2012年1月	景気予測DI	1カ月後	3カ月後	6カ月後	1年後
	36.1	35.5	35.7	35.9		36.3	37.0	38.4	37.6
前月比	0.6	▲0.6	0.2	0.2	2012年1月比	0.4	1.1	2.5	1.7

※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：『小売』が改善を続けた一方、『製造』は3カ月連続で悪化

・『小売』など7業界が改善し、『運輸・倉庫』が同水準、『製造』など2業界が悪化した。

■『建設』(33.6) … 前月比0.1ポイント増。被災地域を中心とする復興需要の増加により9カ月連続で改善したが、西日本は回復が遅れる傾向にあり、全体としてはわずかな改善にとどまった。

■『不動産』(34.7) … 同1.0ポイント増。復興需要による設備投資の増加がみられたほか、首都圏など一部では個人の不動産取得意欲が回復傾向にあり、賃貸需要も動き出したことで、3カ月ぶりに改善した。

■『小売』(35.7) … 同1.7ポイント増。生活必需品が比較的底堅かったほか、冬物衣料や自動車販売が好調であったことから、2カ月連続で改善した。

特に、「自動車・同部品小売」はタイの洪水被害による悪影響が緩和されてきたことで入庫が回復傾向となったことを始め、新型車の投入や政策支援の継続方針の決定なども好材料となったことで、全51業種中で最大の改善幅となった。また、「繊維・繊維製品・服飾品小売」は厳冬となったことで初売りセールなどの販売が好調で、3カ月ぶりに改善した。

ただ、『小売』は改善幅が10業界の中で最大となり、内需の下支え役とはなかったものの、依然として回復力に欠けており、全体(35.9)を上回る水準には至らなかった。

■『製造』(36.2) … 同0.1ポイント減。タイの洪水被害の影響で国内での代替生産が製造業の底上げ要因となっている。一方、中国の景気減速や欧州の景気低迷などで外需が弱含んでいるほか、対ドルに加えて対ユーロでも円高が定着していることで、輸出企業の収益環境は厳しさが続いた。内需も本格回復には至っていないことから、『製造』は3カ月連続で悪化した。

業種別にみると、前月まで改善が続いていた「建材・家具・窯業・土石製品製造」は被災地域外での需要低迷や建材・石材に対する放射能汚染への懸念が市場に悪影響を及ぼしたことなどで、5カ月ぶりに悪化した。

一方、「輸送用機械・器具製造」はタイの洪水被害からの挽回生産に加えて、エコカー補助金の復活やエコカー減税の延長方針の決定により長期的な需要増への期待も現れ始めたことで、企業活動に復調がみられ、4カ月ぶりに改善した。

→ 最高の『サービス』と最低の『農・林・水産』の格差(5.4ポイント)は、同0.6ポイント増と2カ月ぶりに拡大した。

		11年 1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	12年 1月	前月比	震災前 (2011年2月) との比較
農・林・水産		33.3	37.4	31.9	32.0	32.9	38.2	36.2	37.2	38.6	35.3	34.1	36.0	33.3	▲2.7	▲4.1
金融		33.1	34.2	31.4	30.7	31.0	35.1	34.4	34.1	34.3	34.7	36.5	35.6	35.6	0.1	1.4
建設		27.3	28.1	26.6	26.1	26.8	28.4	30.1	30.7	31.6	32.8	32.9	33.5	33.6	0.1	5.5
不動産		34.7	36.0	30.6	29.2	32.8	33.3	33.9	34.1	35.1	35.5	33.8	33.7	34.7	1.0	▲1.3
製造	飲食料品・飼料製造	32.9	33.3	32.3	32.6	33.6	34.5	35.4	34.6	34.8	35.3	34.9	34.1	34.2	0.1	0.9
	繊維・繊維製品・服飾品製造	32.2	36.1	30.6	29.8	30.8	34.8	37.8	37.6	37.1	36.3	36.1	36.7	37.6	0.9	1.5
	建材・家具・窯業・土石製品製造	31.3	33.3	30.5	28.4	29.4	29.0	32.9	32.8	34.2	34.7	35.0	36.9	35.3	▲1.6	2.0
	パルプ・紙・紙加工品製造	33.3	33.2	32.1	31.8	28.6	32.2	34.1	32.9	32.8	33.7	33.1	34.4	34.0	▲0.4	0.8
	出版・印刷	27.6	27.2	25.0	24.2	23.2	24.6	25.5	25.7	25.2	26.7	26.9	27.4	27.2	▲0.2	0.0
	化学品製造	39.6	41.5	37.1	34.4	35.2	38.1	39.7	37.8	38.9	39.7	37.7	37.7	37.0	▲0.7	▲4.5
	鉄鋼・非鉄・鉱業	36.3	38.9	34.8	32.3	31.3	35.0	39.9	39.2	40.4	40.7	39.2	38.7	38.6	▲0.1	▲0.3
	機械製造	39.2	43.0	39.5	38.5	39.2	40.8	42.2	40.7	39.6	40.3	40.4	39.4	40.2	0.8	▲2.8
	電気機械製造	39.9	41.6	38.1	34.8	36.8	39.6	41.8	39.4	37.4	36.9	35.1	34.8	35.2	0.4	▲6.4
	輸送用機械・器具製造	37.2	38.8	27.6	22.4	24.0	32.6	42.1	42.9	47.7	46.7	41.1	40.4	43.4	3.0	4.6
	精密機械・医療機械・器具製造	41.7	45.0	42.3	39.5	39.4	43.2	42.9	42.1	43.2	41.4	40.5	38.6	36.6	▲2.0	▲8.4
	その他製造	29.9	30.4	28.0	24.0	26.1	24.7	29.7	28.0	28.2	29.5	28.8	30.0	27.5	▲2.5	▲2.9
	全体	35.9	37.8	34.3	32.4	32.9	35.2	37.9	36.8	37.1	37.4	36.4	36.3	36.2	▲0.1	▲1.6
卸売	飲食料品卸売	32.5	33.5	29.7	29.0	30.7	31.8	33.2	33.5	33.8	33.8	32.9	32.7	33.4	0.7	▲1.0
	繊維・繊維製品・服飾品卸売	29.7	31.2	25.9	27.0	28.6	32.6	34.7	33.3	33.5	34.1	32.6	33.9	33.3	▲0.6	2.1
	建材・家具・窯業・土石製品卸売	30.6	32.1	29.2	27.2	27.3	28.8	31.4	31.5	33.3	33.8	35.3	36.4	35.0	▲1.4	2.9
	紙類・文具・書籍卸売	30.4	31.3	28.4	27.0	25.6	26.1	29.1	28.1	29.1	31.3	30.6	31.9	30.9	▲1.0	▲0.4
	化学品卸売	37.3	38.8	35.8	33.5	35.2	34.9	37.0	37.4	36.6	37.4	36.6	36.3	36.4	0.1	▲2.4
	再生资源卸売	42.4	42.3	36.1	34.0	35.8	38.4	39.4	33.3	31.3	28.2	28.4	28.4	31.5	3.1	▲10.8
	鉄鋼・非鉄・鉱業卸売	34.2	37.1	34.6	32.3	31.0	32.7	35.3	35.3	36.6	36.6	36.5	35.7	36.5	0.8	▲0.6
	機械・器具卸売	36.2	38.6	35.3	34.6	34.8	36.4	38.1	37.2	37.5	37.4	36.3	36.0	36.2	0.2	▲2.4
	その他の卸売	33.1	34.5	29.5	28.3	30.3	30.9	33.6	33.7	33.9	33.8	34.0	34.0	34.2	0.2	▲0.3
	全体	34.0	35.8	32.3	31.1	31.7	33.1	35.2	34.9	35.3	35.5	35.0	35.0	35.1	0.1	▲0.7
小売	飲食料品小売	30.8	33.8	28.4	28.6	29.4	30.7	32.8	33.9	33.0	35.8	34.1	34.7	33.1	▲1.6	▲0.7
	繊維・繊維製品・服飾品小売	34.1	34.5	18.7	27.6	28.8	28.2	33.3	34.5	31.3	33.3	33.3	32.9	36.5	3.6	2.0
	医薬品・日用雑貨品小売	41.7	42.0	41.3	38.1	41.3	40.6	47.0	39.2	44.4	43.7	43.7	43.3	45.4	2.1	3.4
	家具類小売	35.7	39.7	20.8	28.2	33.3	32.1	36.7	32.4	34.4	35.7	36.7	32.1	37.5	5.4	▲2.2
	家電・情報機器小売	38.2	38.6	38.8	34.2	33.3	38.3	40.0	41.1	39.3	38.4	34.3	36.1	36.8	0.7	▲1.8
	自動車・同部品小売	27.2	31.4	25.9	20.5	25.5	29.1	32.1	32.8	33.6	35.9	33.1	32.8	41.9	9.1	10.5
	専門商品小売	30.5	31.4	26.4	28.2	28.5	29.5	31.1	33.8	31.0	34.0	31.4	31.6	32.5	0.9	1.1
	各種商品小売	32.8	36.1	29.2	30.0	34.1	34.6	38.6	37.1	36.8	33.8	34.2	36.5	36.5	0.0	0.4
	その他の小売	19.4	26.7	23.3	16.7	30.0	30.0	40.0	41.7	30.6	33.3	29.2	33.3	37.5	4.2	10.8
	全体	32.0	34.1	28.1	28.3	30.2	31.5	34.4	35.0	33.7	35.3	33.5	34.0	35.7	1.7	1.6
運輸・倉庫	35.7	36.6	32.3	31.0	33.3	33.5	37.5	37.1	37.6	38.0	36.3	37.8	37.8	0.0	1.2	
サービス	飲食店	34.7	33.3	27.3	26.2	26.6	33.8	32.9	36.7	31.9	34.3	32.9	32.8	32.3	▲0.5	▲1.0
	電気通信	55.0	53.6	40.9	39.4	46.7	48.6	48.7	50.0	48.8	45.8	50.0	48.5	45.8	▲2.7	▲7.8
	電気・ガス・水道・熱供給	45.8	45.8	44.4	33.3	33.3	38.3	39.6	39.6	37.5	31.0	37.5	37.0	43.8	6.8	▲2.0
	リース・賃貸	33.3	35.0	31.3	30.5	33.3	34.9	39.0	38.8	40.5	41.4	42.7	42.0	41.8	▲0.2	6.8
	旅館・ホテル	28.3	28.1	15.3	10.1	19.0	26.9	32.2	34.6	37.5	36.1	35.1	35.2	31.9	▲3.3	3.8
	娯楽サービス	32.8	32.2	25.7	26.7	33.1	34.4	35.1	33.3	34.7	33.1	34.7	32.6	32.5	▲0.1	0.3
	放送	34.4	41.1	36.7	26.0	24.4	26.2	32.5	32.5	36.0	34.2	34.3	36.0	39.5	3.5	▲1.6
	メンテナンス・警備・検査	36.7	37.3	31.1	32.5	31.9	32.6	36.7	35.1	36.3	37.0	37.2	36.1	36.0	▲0.1	▲1.3
	広告関連	29.7	30.8	21.3	20.6	25.0	25.9	29.1	28.2	30.6	32.2	33.5	34.3	34.1	▲0.2	3.3
	情報サービス	36.4	39.4	34.7	33.5	34.5	35.8	38.0	38.0	38.0	39.2	39.3	38.9	40.5	1.6	1.1
	人材派遣・紹介	37.5	40.7	32.8	32.4	34.7	37.9	48.7	46.0	43.3	47.4	45.4	49.2	48.8	▲0.4	8.1
	医療サービス	33.5	34.6	29.5	29.3	32.4	34.7	35.7	35.3	35.0	37.1	36.8	37.3	37.0	▲0.3	2.4
	医療・福祉・保健衛生	35.0	36.8	33.7	34.2	33.9	38.1	38.1	39.1	40.0	39.1	40.2	41.8	40.8	▲1.0	4.0
	教育サービス	36.8	42.1	29.2	30.2	32.6	33.3	34.9	33.3	37.0	35.4	35.5	37.9	38.6	0.7	▲3.5
	その他サービス	37.9	39.6	31.6	30.3	32.8	35.7	37.5	36.2	37.2	37.3	37.8	37.7	39.5	1.8	▲0.1
全体	35.0	36.8	30.7	29.9	32.1	34.2	36.8	36.5	37.0	37.9	38.2	38.3	38.7	0.4	1.9	
その他	30.6	31.3	26.7	23.5	29.7	30.7	28.2	33.3	32.3	31.3	28.8	32.3	33.3	1.0	2.0	
格差(10業界別『その他』除く)		8.6	9.7	7.7	6.3	6.5	9.8	7.8	6.5	7.0	5.2	5.3	4.8	5.4		

※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

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」(38.1、前月比0.1ポイント増)、「中小企業」(35.1、同0.1ポイント増)、「小規模企業」(33.0、同0.3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(3.0ポイント)は、前月と変わらなかった。

	11年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	12年1月	前月比	震災前(2011年2月)との比較
大企業	35.1	36.9	32.3	31.9	33.1	35.1	37.7	37.3	37.9	38.3	37.6	38.0	38.1	0.1	1.2
中小企業	33.3	34.9	31.4	30.0	30.9	32.6	34.8	34.5	34.8	35.4	34.9	35.0	35.1	0.1	0.2
(うち小規模企業)	30.4	31.9	29.0	27.4	28.2	29.9	31.9	31.5	31.9	33.0	32.5	32.7	33.0	0.3	1.1
格差(大企業-中小企業)	1.8	2.0	0.9	1.9	2.2	2.5	2.9	2.8	3.1	2.9	2.7	3.0	3.0		

※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、5カ月連続で第1位

・『東北』や『東海』など6地域が改善し、『北関東』など4地域が悪化した。

・『東北』(41.5)…前月比1.2ポイント増。復興需要の増加により9カ月連続で改善し、5カ月連続の第1位となった。

県別では、特に「宮城」(52.3、同1.8ポイント増)が47都道府県のなかで6カ月連続のトップとなった。復興需要によるけん引力は大きく、同県の『建設』(67.2)や『不動産』(56.7)、『卸売』(51.4)は47都道府県で最も高い水準となっており、「宮城」は2カ月連続で唯一、50を上回った。

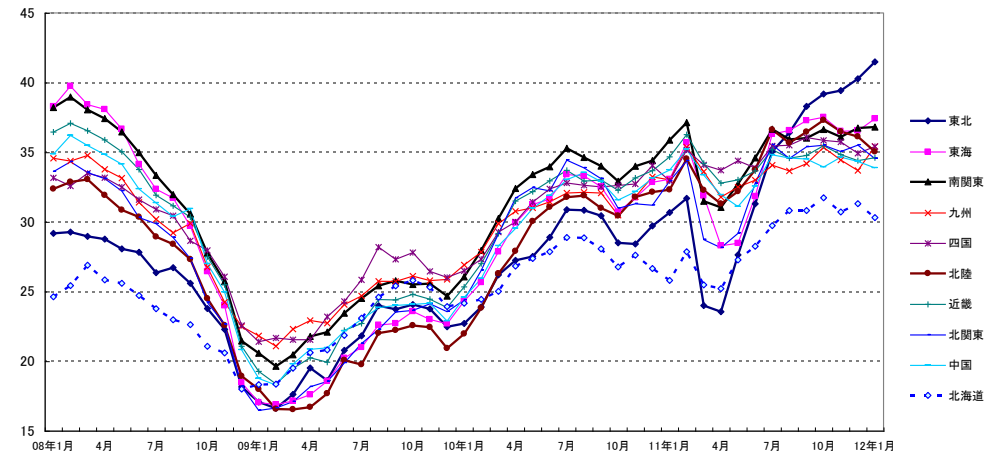
また、「福島」(43.3、同0.9ポイント増)も『建設』(64.2)や『小売』(51.3)などで高水準が続いて第3位となり、「岩手」(43.1、同3.0ポイント増)も第4位となるなど、被災地域を中心に『東北』の改善が続いた。

・『東海』(37.4)…同0.9ポイント増。欧米景気の停滞や円高が重しとなり、タイの洪水被害の影響も尾を引いたが、挽回生産の増加やエコカーに対する政策支援の方針決定なども好材料となり、域内の『製造』(39.2)が4カ月ぶりに改善したほか、『卸売』(36.0)や『小売』(36.9)なども総じて改善したことで、3カ月ぶりに改善した。

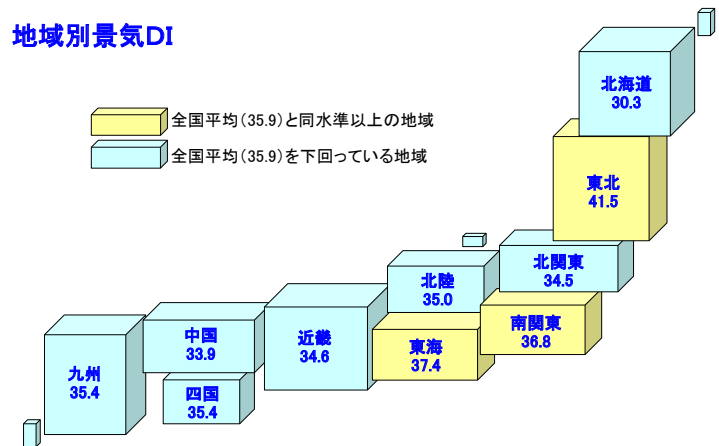
また、『近畿』以西でも改善はみられたものの、東日本に比べて遅れている。被災地域を中心に復興需要が増加するなかで、西日本では円高などの影響に加えて、内需の回復も進んでおらず、『近畿』、『中国』、『四国』、『九州』はいずれも全国(35.9)を下回る水準が続いた。

→ 最高の『東北』と最低の『北海道』との格差(11.2ポイント)は、同2.2ポイント増と3カ月連続で拡大した。

地域別グラフ(2008年1月からの月別推移)



地域別景気DI



	11年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	12年1月	前月比	震災前(2011年2月)との比較
北海道	25.8	27.9	25.5	25.2	27.3	28.2	29.7	30.8	30.8	31.7	30.7	31.3	30.3	▲1.0	2.4
東北	30.7	31.7	24.0	23.5	27.6	31.3	35.1	36.4	38.3	39.2	39.4	40.3	41.5	1.2	9.8
北関東	32.9	34.4	28.7	28.1	29.2	32.8	35.5	34.6	35.4	35.5	35.0	35.5	34.5	▲1.0	0.1
南関東	35.9	37.1	31.5	31.0	32.7	34.6	36.7	35.9	36.0	36.6	36.1	36.7	36.8	0.1	▲0.3
北陸	32.3	34.5	32.3	31.3	32.2	33.7	36.6	35.7	36.5	37.3	36.5	36.1	35.0	▲1.1	0.5
東海	33.1	35.7	31.9	28.3	28.5	31.8	36.3	36.6	37.3	37.5	36.5	36.5	37.4	0.9	1.7
近畿	34.7	36.3	34.2	32.8	33.0	33.7	35.2	34.6	34.8	35.5	34.8	34.4	34.6	0.2	▲1.7
中国	33.7	35.2	33.4	31.9	31.1	32.6	34.8	34.6	34.5	33.9	34.6	34.3	33.9	▲0.4	▲1.3
四国	33.0	35.2	34.1	33.7	34.4	33.9	35.5	35.5	36.1	35.9	35.7	34.9	35.4	0.5	0.2
九州	33.0	35.4	33.6	31.8	32.5	33.0	34.1	33.7	34.2	35.4	34.4	33.7	35.4	1.7	0.0
格差	10.1	9.2	10.2	10.2	7.1	6.4	7.0	5.8	7.5	7.5	8.7	9.0	11.2		

※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」(2012年1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)		
	11月	12月	1月
農・林・水産	34.1	36.0	33.3
金融	36.5	35.5	35.6
建設	32.9	33.5	33.6
不動産	33.8	33.7	34.7
製造	36.4	36.3	36.2

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)		
	11月	12月	1月
卸売	35.0	35.0	35.1
小売	33.5	34.0	35.7
運輸・倉庫	36.3	37.8	37.8
サービス	38.2	38.3	38.7

業界別の景況感「先行き」(2012年1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)	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"> ○ 本格的な震災復興が始まるのではと期待している(林業) ○ 今後、消費税増税前に原料の駆け込み需要が見込める(農協) × 生産量は増加傾向だが、円高持続の場合、飼料原料の調達コストが下がる以上に輸入鶏肉価格も下がる(養鶏) × 被災地の住宅建設は高台移転などの復興計画立案、承認、土地造成などまだまだ時間がかかる。建設資材としての木材需要はそれ以降(林業) 	卸売	<ul style="list-style-type: none"> ○ 再生可能エネルギーの需要増加により、市場が一気に拡大する見込みがある(電気機器卸売) ○ 住宅政策の浸透や消費税率引き上げに対する駆け込み需要などが見込める(木材卸売) × 天災への不安、消費税率引き上げの問題、所得の減少などにより、消費者の財布のひもはいつそう固くなるが予想される(食品卸売) × 円高、株安、電力不足、産業空洞化、政局、欧州・米国・中国景気、イラン石油問題、国際競争力低下による事業縮小など懸念多数(化学品卸売)
金融	<ul style="list-style-type: none"> △ 復興需要の波及効果に期待はあるが、円高による国内産業の空洞化による損保マーケットの縮小が懸念材料となっている(損保) × 当面良くなる気配は感じられない(損保) × 欧州不安から為替も不安定で、取引先企業の動向も厳しい(信用組合) × 生保業界は市場が縮小傾向のなかで、販売方法の多様化、販売商品の多様化、業界再編など変革の時期を迎える(生保) 	小売	<ul style="list-style-type: none"> ○ 今期末に向けてのメーカーの大増産により、受注残の解消とエコカー補助金効果により新車販売は好調が予想されるが、補助金終了後の見通しは良くない(自動車小売) △ 復興需要を取り込めるか否かで企業も二極化する(燃料小売) △ 消費税増税の論議の段階で、個人消費にどのような悪影響があるか見通しが困難(通信販売) △ エコカー減税延長も、内容が悪くあまり期待していない(自動車小売)
建設	<ul style="list-style-type: none"> ○ 消費税率引き上げ前の駆け込み需要で、1年後は民間の受注が増えると思われている(建設) ○ 宮城では震災からの復興投資が本格化する(建設) × 復興を除く公共事業は絞られる。過当競争の激化で悪循環(設備工事) × 建設業は震災復興需要の期待が大きいが、一部地域、一部大手のみに寄与するだけで、業界全体の景気を良くするほどの効果は期待できない。依然として過当競争による低収益状態は続くと考え(建築工事) 	運輸・倉庫	<ul style="list-style-type: none"> ○ 復興需要により物流が増える(貨物自動車運送) ○ エコカー減税で、新車の生産も回復基調にあって中古車の流通量が増えることで、輸送台数の増加が期待される(中古車運送) × 円高不況により海外への移転企業が増え、国内生産量が落ち込み、個人消費も減退が予測され、物流が減る(貨物自動車運送) × 増税論議など景気が良くなる材料がない。東京スカイツリーの開業を控えているが、直接増収につながるかは期待できない(旅客自動車)
不動産	<ul style="list-style-type: none"> △ 欧州不安は懸念材料だが、復興需要の高まりに期待(貸事務所) × 地震予知報道などのマイナスイメージで、都市部での消費マインドの低下を懸念する(不動産売買) × ビル・マンションなどの耐震診断・補強工事などの新たな費用が発生する。不動産業界への金融機関の融資姿勢も悪化傾向(不動産管理) × 欧州の金融不安、円高、株安の継続などのなかで、税負担や電気料金アップなどから、不動産の買い控えが懸念される(不動産仲介) 	サービス	<ul style="list-style-type: none"> ○ 復興需要と官公庁からの受注が増えてきている(労働者派遣) △ プラスになる要因がない。唯一、住宅取得政策や消費税率引き上げ前のマンション業界からの出稿の増加に期待する(広告) △ 消費税増税にからむシステム改修が見込めるのみで、他に明るい材料はない(ソフト受託開発) × 主要顧問先の多くが海外移転に踏み切ったり、検討中の状態にあるため、発注量の減少を危惧している(ソフト受託開発) × ハイブリッド車・EVの普及で一般修理が激減する(自動車整備) × 地方では働く場所がなく、過疎化がいつそう進む(自動車整備) × 電気料金値上げや消費税増税などばかりで良くなるはずがない(ホテル)
製造	<ul style="list-style-type: none"> ○ 政府の住宅投資への優遇策や消費税増税前の駆け込み需要などで2012年半ば頃より回復を見込んでいる(建材製造) ○ 新規の開発品が動き出す予定である。また、これらの製品は消費電力削減につながる製品のために売れ行きも期待できる(電気機械製造) × 電力料金の値上げで、非常に厳しくなる(自動車部品製造) × インターネット、携帯端末、タブレット端末の普及とともに低迷する(出版) × 円高や電力不足などの不安要因があり、先行き予断を許さない(印刷) × 円高によりユーザーの海外シフトに拍車がかかり、仕事量はますます先細りとなる(プラスチック製品製造) 		

調査先企業の属性

1. 調査対象(2万3,472社、有効回答企業1万665社、回答率45.4%)

(1) 地域

北海道	562	東海(岐阜 静岡 愛知 三重)	1,162
東北(青森 岩手 宮城 秋田 山形 福島)	587	近畿(滋賀 京都 大阪 兵庫 奈良 和歌山)	1,774
北関東(茨城 栃木 群馬 山梨 長野)	673	中国(鳥取 島根 岡山 広島 山口)	654
南関東(埼玉 千葉 東京 神奈川)	3,506	四国(徳島 香川 愛媛 高知)	353
北陸(新潟 富山 石川 福井)	538	九州(福岡 佐賀 長崎 熊本 大分 宮崎 鹿児島 沖縄)	856
		合計	10,665

(2) 業界(10業界51業種)

農・林・水産	41	小売	飲食料品小売業	87
金融	137		繊維・繊維製品・服飾品小売業	37
建設	1,475		医薬品・日用雑貨品小売業	18
不動産	279		家具類小売業	12
製造	飲食料品・飼料製造業	354	家電・情報機器小売業	39
	繊維・繊維製品・服飾品製造業	120	自動車・同部品小売業	60
	建材・家具・窯業・土石製品製造業	242	専門商品小売業	144
	パルプ・紙・紙加工品製造業	121	各種商品小売業	57
	出版・印刷	199	その他の小売業	4
	化学品製造業	405	運輸・倉庫	402
	鉄鋼・非鉄・鉱業	513	飲食店	33
	機械製造業	449	電気通信業	12
	電気機械製造業	353	電気・ガス・水道・熱供給業	8
	輸送用機械・器具製造業	93	リース・貸貸業	142
精密機械・医療機械・器具製造業	71	旅館・ホテル	36	
その他製造業	88	娯楽サービス	61	
(3,008)	卸売	402	放送業	19
	飲食料品卸売業	217	メンテナンス・警備・検査業	154
	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	395	広告関連業	135
	建材・家具・窯業・土石製品卸売業	122	情報サービス業	412
	紙類・文具・書籍卸売業	336	人材派遣・紹介業	57
	化学品卸売業	27	専門サービス業	217
	再生資源卸売業	354	医療・福祉・保健衛生業	101
	鉄鋼・非鉄・鉱業製品卸売業	1,040	教育サービス業	22
	機械・器具卸売業	386	その他サービス業	144
	その他の卸売業	33	その他	23
		合計	10,665	

(3) 規模

大企業	2,534	23.8%
中小企業	8,131	76.2%
(うち小規模企業)	(2,403)	(22.5%)
合計	10,665	100.0%
(うち上場企業)	(334)	(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
- ・特別企画 2012年度の賃金動向に関する企業の意識調査

3. 調査時期・方法

2012年1月19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」、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. 2012

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。