

# TDB 景気動向調査(全国) — 2012年7月調査 —

2012年8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37.9、前月比0.3ポイント増と3カ月ぶりに改善

～ 国内景気は復興需要頼みの傾向を強めており、踊り場局面が続く ～

(調査対象2万3,099社、有効回答1万637社、回答率46.0%、調査開始2002年5月)

### < 2012年7月の動向：踊り場局面 >

2012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0.3ポイント増の37.9となり、3カ月ぶりに改善した。

復興需要が拡大し始めたことで、『東北』や『建設』『製造』など一部の地域や業界では底上げや下支えにつながった。また、梅雨明け後の気温上昇や8月の猛暑予想などによって、涼感製品や節電・省エネ製品などで需要増もみられた。

しかし、全体として個人消費による景気回復のけん引力は低下し、政策支援も息切れしている。国内景気は自律回復しておらず、復興需要頼みの傾向を強めており、踊り場局面が続いている。

#### ・復興需要が拡大し、『東北』は過去最高を更新

復興需要の拡大によって、「宮城」(全国47都道府県別で第1位)が一段と回復して震災後の最高を更新(54.5)したほか、これまで太平洋側に比べて回復が遅れていた日本海側の「山形」(同10位)、「秋田」(同16位)も震災後の最高を更新した。「福島」(同2位)や「岩手」(同4位)も改善して高水準が続いた。

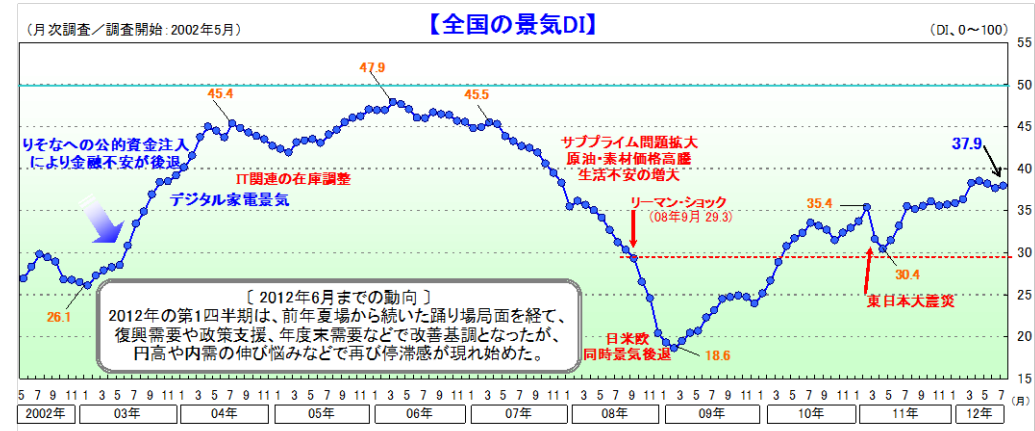
『東北』では多くの地域が回復傾向を示して最高を更新するなど、復興需要はようやく広がりを見せており、域内全体の回復をけん引し始めた。

#### ・内外需が弱く、『製造』は4カ月連続で全体を下回る

『製造』は復興需要などで東日本地域を中心に底上げされたものの、前月と同水準にとどまった。内外需とも弱く、円高の進行や食料品の原料価格上昇なども企業収益を下押ししたことで、『製造』は4カ月連続で全体を下回る水準となった。

#### ・個人消費の停滞により、『小売』の改善は小幅に

家計の新たな負担増への警戒感は根強く、夏季賞与の減少なども影響して消費マインドの回復は弱かった。また、住宅エコポイントは予算満了で終了し、エコカー補助金の効果も縮小しており、『小売』は0.2ポイントの改善にとどまった。



### < 今後の見通し：踊り場局面が長引く可能性も >

復興需要の本格化や消費税率の引き上げに備えた耐久消費財の前倒し需要は、関連する地域や業種の下支えに寄与するとみられる。また、震災後の反動増として今夏から冬にかけてはイベントや旅行関連企業の復調なども期待される。

しかし、円高や貿易、エネルギー問題、産業空洞化の加速など国内企業の経営環境は厳しさを増している。所得や雇用回復の進展も期待できないなかで、消費税率の引き上げなど新たな負担増が必至とみられることから、今後も消費マインドの大幅な改善は見込めない。政局も安定化にはほど遠く、先行きの政策見通しも不透明なことから、国内の設備投資活動も伸び悩むことが懸念される。

景気予測DIは「1カ月後」(38.0、当月比0.1ポイント増)、「3カ月後」(38.1、同0.2ポイント増)、「6カ月後」(36.8、同1.1ポイント減)となった。国内景気は内需の回復力が弱く、踊り場局面が長引く可能性がある。

景気DI	2011年7月	8月	9月	10月	11月	12月	2012年1月	2月	3月
景気DI	35.5	35.2	35.5	36.1	35.5	35.7	35.9	36.3	38.3
前月比	2.3	▲0.3	0.3	0.6	▲0.6	0.2	0.2	0.4	2.0
景気DI	2012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
景気DI	38.5	38.2	37.6	37.9	景気予測DI	38.0	38.1	36.8	39.8
前月比	0.2	▲0.3	▲0.6	0.3	2012年7月比	0.1	0.2	▲1.1	1.9

※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：『建設』が回復を持続、『製造』は前月と同水準にとどまる**

・『建設』『小売』など7業界が改善し、『製造』が同水準、『農・林・水産』『金融』の2業界が悪化した。

・『建設』(37.2) … 前月比1.0ポイント増。復興需要によって「宮城」(69.2、同3.5ポイント増)や「福島」(60.1、同2.9ポイント増)などでは大きく改善した。一方、復興需要の恩恵がない西日本では民間需要も低調なことから回復の遅れが続いた。

・『不動産』(39.2) … 同1.0ポイント増。住宅取得支援政策や金利の低下傾向に加えて、消費税増税が現実味を帯び始めたことが需要増の動きにつながったことで、2カ月連続で改善した。また、その水準は2カ月連続で全体を上回った。

・『小売』(38.3) … 同0.2ポイント増。2カ月ぶりに改善したが、消費マインドの伸び悩みにより需要に力強さはなく、2012年春先の水準にとどまっている。

「医薬品・日用雑貨品小売」が涼感製品などの需要増により3カ月ぶりの改善となったほか、「家電・情報機器小売」も気温上昇によってエアコンなど節電や省エネ関連製品で需要増がみられ改善した。しかし、「食料品小売」や「繊維・繊維製品・服飾品小売」は悪化し、「自動車・同部品小売」も政策支援の効果がすでにピークアウトしたことで2カ月ぶりに悪化した。

・『製造』(37.0) … 前月と同水準。復興需要が本格化し始めたことで東日本を中心に底上げされ、猛暑予想による関連製品の生産拡大も好材料となった。ただ、内需は弱く、外需も停滞していることから、『製造』は全体として生産や出荷活動に回復がみられなかった。円高の長期化なども収益性改善の妨げとなったことで、改善には至らず、その水準は4カ月連続で全体を下回った。

さらに、『製造』はこれまで長期低迷が続いてきた『建設』を下回った。これは、『製造』がリーマン・ショックの影響で急落し、調査開始(2002年5月)から初めて『建設』を下回った時期(2009年1月~4月)以来、3年3カ月ぶりである。復興需要の拡大によって『建設』が底上げされているとはいえ、『製造』の停滞は鮮明で、円高や内外需の低迷、電力の安定供給などの問題で国内の経営環境が厳しさを増していることが浮き彫りとなっている。

→ 最高の『サービス』と最低の『農・林・水産』との格差(7.5ポイント)は、前月比0.4ポイント増と2カ月ぶりに拡大した。

	11年7月	8月	9月	10月	11月	12月	12年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	前月比	震災前 (2011年2月) との比較
農・林・水産	36.2	37.2	38.6	35.3	34.1	36.0	33.3	35.3	35.8	36.4	35.0	34.8	34.5	▲0.3	▲2.9
金融	34.4	34.1	34.3	34.7	36.5	35.5	35.6	35.6	38.6	38.8	37.6	38.0	37.7	▲0.3	3.5
建設	30.1	30.7	31.6	32.8	32.9	33.5	33.6	34.6	35.7	35.7	35.5	36.2	37.2	1.0	9.1
不動産	33.9	34.1	35.1	35.5	33.8	33.7	34.7	36.5	38.6	38.2	37.9	38.2	39.2	1.0	3.2
製造	35.4	34.6	34.8	35.3	34.9	34.1	34.2	33.8	36.7	36.7	36.6	35.2	34.5	▲0.7	1.2
繊維・繊維製品・服飾品製造	37.8	37.6	37.1	36.3	36.1	36.7	37.6	38.0	38.9	39.9	39.4	37.9	37.9	0.0	1.8
建材・家具・窯業・土石製品製造	32.9	32.8	34.2	34.7	35.0	36.9	35.3	34.0	36.0	35.9	34.9	34.5	36.4	1.9	3.1
パルプ・紙・紙加工品製造	34.1	32.9	32.8	33.7	33.1	34.4	34.0	31.9	34.6	36.5	34.2	34.2	33.6	▲0.6	0.4
出版・印刷	25.5	25.7	25.2	26.7	26.9	27.4	27.2	28.5	31.8	30.8	30.5	29.3	28.5	▲0.8	1.3
化学品製造	39.7	37.8	38.9	39.7	37.7	37.7	37.0	37.2	39.1	39.3	39.7	39.7	39.2	▲0.5	▲2.3
鉄鋼・非鉄・鉱業	39.9	39.2	40.4	40.7	39.2	38.7	38.6	37.4	39.2	39.2	38.4	37.7	38.0	0.3	▲0.9
機械製造	42.2	40.7	39.6	40.3	40.4	39.4	40.2	39.9	42.4	42.4	41.3	39.3	38.6	▲0.7	▲4.4
電気機械製造	41.8	39.4	37.4	36.9	35.1	34.8	35.2	36.7	38.7	38.2	38.7	37.6	38.2	0.6	▲3.4
輸送用機械・器具製造	42.1	42.9	47.7	46.7	41.1	40.4	43.4	42.8	47.2	48.0	48.2	44.4	44.4	▲0.5	5.6
精密機械・医療機械・器具製造	42.9	42.1	43.2	41.4	40.5	38.6	36.6	39.3	40.7	38.5	37.1	39.5	39.7	0.2	▲5.3
その他製造	29.7	28.0	28.2	29.5	28.8	30.0	27.5	29.9	33.0	33.0	33.7	30.8	33.5	2.7	3.1
全体	37.9	36.8	37.1	37.4	36.4	36.3	36.2	36.2	38.5	38.4	38.0	37.0	37.0	0.0	▲0.8
卸売	33.2	33.5	33.5	33.8	32.9	32.7	33.4	33.5	36.1	36.0	36.8	36.0	36.2	0.2	2.7
繊維・繊維製品・服飾品卸売	34.7	33.3	33.5	34.1	32.6	33.9	33.3	33.4	34.4	37.1	37.2	34.2	33.8	▲0.4	2.6
建材・家具・窯業・土石製品卸売	31.4	31.5	33.3	33.8	35.3	36.4	35.0	35.1	36.1	35.9	35.4	35.3	36.9	1.6	4.8
紙類・文具・書籍卸売	29.1	28.1	29.1	31.3	30.6	31.9	30.9	28.9	34.0	35.2	32.6	32.8	32.2	▲0.6	0.9
化学品卸売	37.0	37.4	36.6	37.4	36.6	36.3	36.4	36.5	38.7	38.9	39.1	38.0	38.5	0.5	▲0.3
再生资源卸売	39.4	33.3	31.3	28.2	28.4	28.4	31.5	37.2	33.3	38.7	36.7	32.2	29.0	▲3.2	▲13.3
鉄鋼・非鉄・鉱業卸売	35.3	35.6	36.5	36.6	36.5	35.7	36.5	36.1	38.2	38.7	35.9	35.7	35.2	▲0.5	▲1.9
機械・器具卸売	38.1	37.2	37.5	37.4	36.3	36.0	36.2	37.7	40.1	40.3	38.7	38.8	38.8	0.0	0.2
その他の卸売	33.6	33.7	33.9	33.8	34.0	34.0	34.2	35.0	35.7	36.6	37.6	36.1	36.0	▲0.1	1.5
全体	35.2	34.9	35.3	35.5	35.0	35.0	35.1	35.6	37.6	38.1	37.4	36.7	36.8	0.1	1.0
小売	32.8	33.9	33.0	35.8	34.1	34.7	33.1	34.5	37.3	38.2	36.4	38.0	35.5	▲2.3	1.7
繊維・繊維製品・服飾品小売	33.3	34.5	31.3	33.3	33.3	32.9	36.5	34.8	38.0	36.5	40.7	35.6	34.2	▲1.4	▲0.3
医薬品・日用雑貨品小売	47.0	39.2	44.4	43.7	43.3	45.4	49.2	44.5	44.3	47.9	46.7	43.1	45.3	2.2	3.3
家具類小売	36.7	32.4	34.4	35.7	36.7	32.1	37.5	37.5	39.6	38.5	40.0	36.5	42.4	5.9	2.7
家電・情報機器小売	40.0	41.1	39.3	38.4	34.3	36.1	36.8	38.8	40.9	38.2	42.1	38.2	38.9	0.7	0.3
自動車・同部品小売	32.1	32.8	33.6	35.9	33.1	32.8	41.9	48.2	51.5	46.7	45.5	46.6	46.0	▲0.6	14.6
専門商品小売	31.1	33.8	31.0	34.0	31.4	31.6	32.5	33.3	32.3	34.7	35.0	34.9	35.3	0.4	3.9
各種商品小売	38.6	37.1	36.8	33.8	34.2	36.5	36.5	37.7	39.7	41.2	39.1	36.7	39.7	3.0	3.6
その他小売	40.0	41.7	30.6	33.3	29.2	33.3	37.5	44.4	30.0	33.2	25.0	30.6	46.7	16.1	20.0
全体	34.4	35.0	33.7	35.3	33.5	34.0	35.7	37.5	38.5	38.9	39.0	38.1	38.3	0.2	4.2
運輸・倉庫	37.5	37.1	37.6	38.0	36.3	37.8	37.8	36.5	38.7	39.8	39.5	38.1	39.2	1.1	2.6
飲食店	32.9	36.7	31.9	34.3	32.9	32.8	32.3	35.0	39.4	37.1	36.5	40.6	39.6	▲1.0	6.3
電気通信	48.7	50.0	48.8	45.8	50.0	48.5	45.8	51.4	47.6	47.2	51.5	52.1	47.0	▲5.1	▲6.6
電気・ガス・水道・熱供給	39.6	39.6	37.5	31.0	37.5	37.0	43.8	42.9	41.7	43.8	47.9	45.8	40.0	▲5.8	▲5.8
リース・賃貸	39.0	38.8	40.5	41.4	42.7	42.0	41.8	41.1	43.3	40.9	46.1	43.6	44.2	0.6	9.2
旅館・ホテル	32.2	34.6	37.5	36.1	35.1	35.2	31.9	29.8	38.9	41.5	41.4	41.7	42.4	0.7	14.3
娯楽サービス	35.1	33.3	34.7	33.1	34.7	32.6	32.5	32.8	35.9	38.5	38.1	35.5	33.3	▲2.2	1.1
放送	32.5	32.5	36.0	34.2	34.3	36.0	39.5	40.0	40.7	46.1	43.1	45.1	39.2	▲5.9	▲1.9
メンテナンス・警備・検査	36.7	35.1	36.3	37.0	37.2	36.1	36.0	37.0	38.2	37.0	37.8	39.4	38.1	▲1.3	0.8
広告関連	29.1	28.2	30.6	32.2	33.5	34.3	34.1	35.1	36.6	37.4	38.3	37.2	37.3	0.1	6.5
情報サービス	38.0	38.2	38.0	39.2	39.3	38.9	40.5	41.8	43.1	43.7	43.3	43.5	43.9	0.4	4.5
人材派遣・紹介	48.7	46.0	43.3	47.4	45.4	49.2	48.8	49.1	48.0	52.0	51.1	51.9	49.2	▲2.7	8.5
専門サービス	35.7	35.3	35.0	37.1	36.8	37.3	37.0	38.2	41.7	40.6	41.6	40.0	41.2	1.2	6.6
医療・福祉・保健衛生	38.1	39.1	40.0	39.1	40.2	41.8	40.8	41.2	42.2	44.7	44.0	42.4	43.5	1.1	6.7
教育サービス	34.9	33.3	37.0	35.4	35.5	37.9	38.6	44.2	43.2	43.8	42.3	38.2	41.0	2.8	▲1.1
その他サービス	37.5	36.2	37.2	37.3	37.8	37.7	39.5	39.7	43.0	44.7	43.9	44.0	44.3	0.3	4.7
全体	36.8	36.5	37.0	37.9	38.2	38.3	38.7	39.5	41.6	41.9	42.4	41.9	42.0	0.1	5.2
その他	28.2	33.3	32.3	31.3	28.8	32.3	33.3	33.3	34.4	37.2	33.9	35.8	40.0	4.2	8.7
格差(10業界別『その他』除く)	7.8	6.5	7.0	5.2	5.3	4.8	5.4	4.9	5.9	6.2	7.4	7.1	7.5	▲0.4	▲0.4

※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3カ月ぶりに改善

- ・「大企業」(40.8、前月比0.5ポイント増)、「中小企業」(37.1、同0.3ポイント増)、「小規模企業」(35.4、同0.6ポイント増)はいずれも3カ月ぶりに改善した。
- 「大企業」と「中小企業」の規模間格差(3.7ポイント)は、同0.2ポイント増と2カ月連続で拡大した。

	11年7月	8月	9月	10月	11月	12月	12年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	前月比	震災前(2011年2月)との比較
大企業	37.7	37.3	37.9	38.3	37.6	38.0	38.1	38.7	40.8	41.2	40.8	40.3	40.8	0.5	3.9
中小企業	34.8	34.5	34.8	35.4	34.9	35.0	35.1	35.6	37.5	37.7	37.4	36.8	37.1	0.3	2.2
(うち小規模企業)	31.9	31.5	31.9	33.0	32.5	32.7	33.0	33.7	35.2	35.4	34.8	34.8	35.4	0.6	3.5
格差(大企業-中小企業)	2.9	2.8	3.1	2.9	2.7	3.0	3.0	3.1	3.3	3.5	3.4	3.5	3.7		

※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:復興需要が『東北』全体の回復をけん引

- ・『東北』『東海』など7地域が改善し、『近畿』『中国』『四国』の3地域が悪化した。
- ・『東北』(44.9) … 前月比1.6ポイント増。3カ月ぶりに改善して過去最高を更新し、全国10地域中、11カ月連続で第1位となった。

復興需要の拡大によって域内の『建設』(53.5、同2.4ポイント増)は2カ月連続で改善し、過去最高を更新。これまで全国水準以上を続けてきた『製造』(41.1、同2.1ポイント増)や『小売』(43.0、同1.8ポイント増)などもさらに大きく改善した。

県別では、「宮城」(54.5、同1.6ポイント増)が改善し、47都道府県のなかで12カ月連続のトップとなり、8カ月連続で唯一、50台となった。また、「福島」(第2位:46.4、同0.5ポイント増)や「岩手」(第4位:45.6、同2.1ポイント増)も高水準が続き、被災地域が上位となる傾向が続いた。

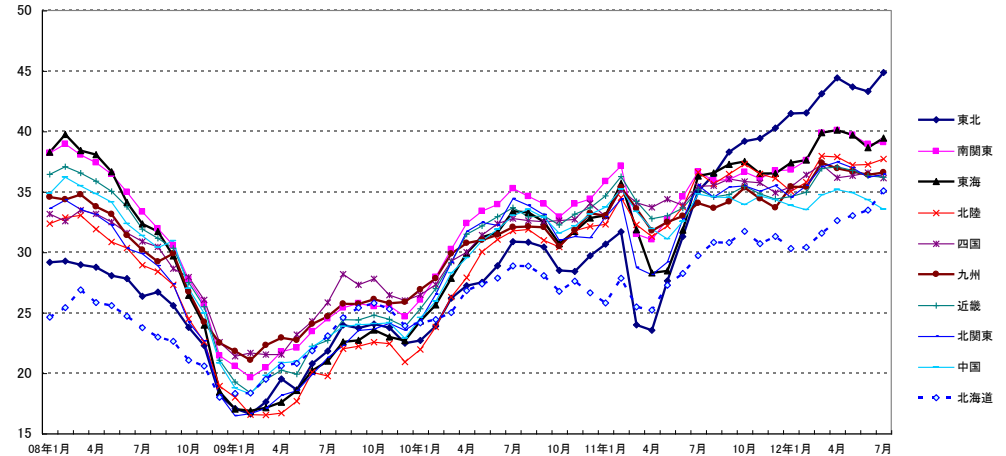
さらに、『東北』では日本海側の「山形」(第10位:39.3、同3.0ポイント増)、「秋田」(第16位:37.7、同2.5ポイント増)が大きく改善して順位を上げるなど、復興需要が『東北』全体を底上げする傾向が現れ始めた。

- ・『近畿』(36.2) … 同0.1ポイント減。欧米景気の停滞や長期化する円高の影響によって、域内の『製造』(37.0)が2カ月ぶりに悪化し、『卸売』(35.6)なども悪化したことで、3カ月連続で悪化した。

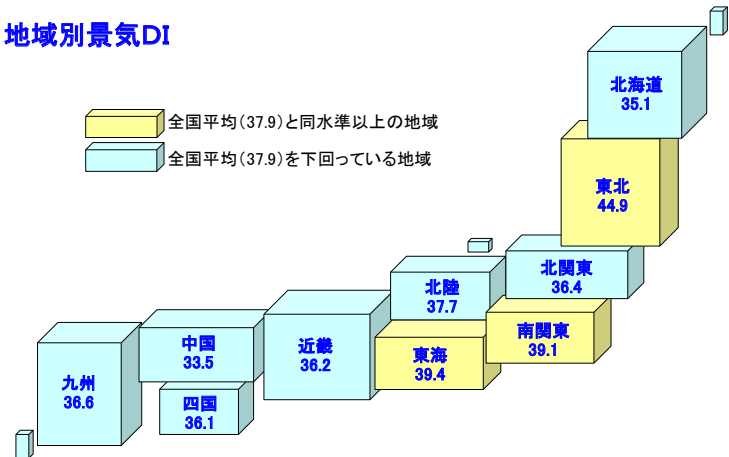
『近畿』以西は回復が遅れる傾向に変わりはなく、『近畿』『中国』『四国』『九州』はいずれも全国(37.9)を下回る水準が続いた。

- 最高の『東北』と最低の『中国』との格差(11.4ポイント)は、同1.6ポイント増と3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



	11年7月	8月	9月	10月	11月	12月	12年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	前月比	震災前(2011年2月)との比較
北海道	29.7	30.8	30.8	31.7	30.7	31.3	30.3	30.4	31.6	32.6	33.0	33.5	35.1	1.6	7.2
東北	35.1	36.4	38.3	39.2	39.4	40.3	41.5	41.5	43.1	44.4	43.7	43.3	44.9	1.6	13.2
北関東	35.5	34.6	35.4	35.5	35.0	35.5	34.5	35.5	37.1	37.5	37.0	36.2	36.4	0.2	2.0
南関東	36.7	35.9	36.0	36.6	36.1	36.7	36.8	37.6	39.9	40.1	39.7	38.9	39.1	0.2	2.0
北陸	36.6	35.7	36.5	37.3	36.5	36.1	35.0	35.8	38.0	37.9	37.2	37.3	37.7	0.4	3.2
東海	36.3	36.6	37.3	37.5	36.5	36.5	37.4	37.6	39.9	40.1	39.7	38.7	39.4	0.7	3.7
近畿	35.2	34.6	34.8	35.5	34.8	34.4	34.6	35.0	36.9	37.1	36.8	36.3	36.2	▲0.1	▲0.1
中国	34.8	34.6	34.5	33.9	34.6	34.3	33.9	33.5	34.7	35.2	34.9	34.3	33.5	▲0.8	▲1.7
四国	35.5	35.5	36.1	35.9	35.7	34.9	35.4	36.4	37.3	36.2	36.3	36.6	36.1	▲0.5	0.9
九州	34.1	33.7	34.2	35.4	34.4	33.7	35.4	35.4	37.4	36.9	36.7	36.4	36.6	0.2	1.2
格差	7.0	5.8	7.5	7.5	8.7	9.0	11.2	11.1	11.5	11.8	10.7	9.8	11.4		

※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」(2012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)			
	5月	6月	7月	
農・林・水産	35.0	34.8	34.5	<ul style="list-style-type: none"> <li>× 風評被害による消費の低迷が依然続いている(椎茸栽培)</li> <li>× 消費が増えない。価格が上昇しない(森林組合)</li> <li>× デフレが進んでいる。また逆に原料資材は高止まりで、逆ザヤ状態は一向に改善しない(肉牛生産)</li> <li>× 飼料アップによるコスト高と相場安でコスト割れ状況である(養鶏)</li> <li>× 景気低迷で水産物加工品への消費マインドも減退している(漁協)</li> </ul>
金融	37.6	38.0	37.7	<ul style="list-style-type: none"> <li>△ 投資信託は、資金は純流入だが株式相場が悪いので、純資産が下落している(投信委託)</li> <li>× 欧州の金融不安の影響で市場が不安定で投資マインドが低調(証券)</li> <li>× 不動産の売上が低調なため、景気が悪いと感じる(事業者金融)</li> <li>× 中小企業は前向きな融資案件はほとんどなく、設備投資も聞かない。近年の中小企業の業況は異常事態と感じるほどに低迷している(信用金庫)</li> </ul>
建設	35.5	36.2	37.2	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 都心では主要取引先の百貨店・量販店・専門店などの新規出店およびリニューアル工事が多い(床工事)</li> <li>○ 産業用太陽光発電の風向きが良い(電気配線工事)</li> <li>○ 豪雨災害や震災からの復興需要が好調である(建設)</li> <li>△ 復興需要はあるが、人手不足に対する切迫感が出始めている(建設)</li> <li>× 東日本大震災復興予算優先のため、地方への公共工事費が削減されている(土木工事)</li> <li>× 公共工事の入札は最低価格で並び、抽選に20~40社も並んでいる。くじ運がないと経営が成り立たない。落札しても利益が残らない(土木工事)</li> </ul>
不動産	37.9	38.2	39.2	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 北海道でも消費税増税前の駆け込み需要が始まってきており、不動産需要が少し回復している(不動産売買)</li> <li>○ 都心では稼働率の上昇がみられる(不動産賃貸)</li> <li>○ 上半期を終えて、順調な売り上げと利益確保ができている(建物売買)</li> <li>× 需要が少ないため、土地価格の下落が止まらない(不動産仲介)</li> <li>× 売れ行きが悪い。在庫が増えている(不動産分譲)</li> <li>× 地元の大手企業が撤退し、賃貸物件に影響がでている(不動産賃貸)</li> </ul>
製造	38.0	37.0	37.0	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 飲料関係は夏の猛暑予想により生産増加(プラスチックフィルム印刷)</li> <li>○ 復興需要で受注残がある(建設機械製造)</li> <li>○ 震災復興がやっと本格的に動き出した(建材製造)</li> <li>× 大手家電メーカーが設備投資を控えている(産業機械製造)</li> <li>× 円高や中国の減速などで停滞している(銑鉄鋳物製造)</li> <li>× 公共工事並びに民間設備投資の落ち込み、同業他社との過当競争による単価の下落が起こっており、この状況は変わらない(建材製造)</li> <li>× 国内市場が縮小しているにもかかわらず、海外品が輸入増となっており、仕事が減っている(化学品製造)</li> <li>× 一向に受注が増えない。リーマン・ショック並の低迷(電気機械製造)</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)			
	5月	6月	7月	
卸売	37.4	36.7	36.8	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 東日本大震災の復旧復興作業が本格的に動き出した(建材卸売)</li> <li>○ 地元で製造拠点のある自動車メーカーが好調で、下請け等への波及効果が大きく、地域全体に若干の好調さを感じられる(電気機器卸売)</li> <li>× 景気低迷による消費者の買い控えと、大手スーパーの低価格攻勢により、単価下落が続いている(生鮮魚介卸売)</li> <li>× 中元という慣習の薄れからか、中元品の価格が量販店等を中心に下落している(調味料卸売)</li> <li>× 中国、韓国の生産過剰により製品価格が低下(鉄鋼卸売)</li> </ul>
小売	39.0	38.1	38.3	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 北海道は天候も安定して国内、海外(アジア)からの観光客も順調に増加。本州が暑い分、避暑に来る人が増えている(みやげ販売)</li> <li>○ 山形でも建設関連を中心に被災地からの受注が増加している。その影響が地域としても大きくなり始めている(燃料小売)</li> <li>× 夏のボーナス減や先行き不透明感などで、非常に厳しい(酒類小売)</li> <li>× エコカー補助金はあるが、消費者の購買意欲は低い(自動車販売)</li> <li>× 夏物の動きが鈍い。クールビズ関連商品もネタ切れ(スポーツ用品店)</li> </ul>
運輸・倉庫	39.5	38.1	39.2	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ エコカー補助金による好調な自動車販売で物量が増加(沿海海運)</li> <li>△ 復興需要に関係する顧客を持つ会社は忙しいが、そうでないところが多い(貨物自動車運送)</li> <li>× 国内製造業の元気がなく海外しか目が向いていない。節電による生産調整も一因としてあるのではないか(貨物自動車運送)</li> <li>× 震災の影響から消費が低迷しており、物流量も減少(旅客フェリー)</li> <li>× 自動車生産台数は一定水準にあるが、上級車不振や部品共通化などで悪影響を受け、疲弊しているところもみられる(運送取次)</li> </ul>
サービス	42.4	41.9	42.0	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 緩やかな景気回復により出稿が増えている(広告代理店)</li> <li>○ 仕事はあるが、人が足りない状況が続いている(ソフト受託開発)</li> <li>○ 2012年9月~10月開催の岐阜国体開催の関係者などで名古屋地域への入り込みが増えている(ホテル)</li> <li>△ 震災復興関連業種の需要は好調である(人材派遣)</li> <li>× 小麦粉、食用油、米、野菜などの物価高騰が経営に悪影響(飲食店)</li> <li>× 消費マインドの減退により売り上げは減少している(娯楽施設)</li> <li>× 最近、顧客からコストダウンの要請が増えている。過当競争のなかで、低い金額でしか受注できず収益性も低い(ビルメンテナンス)</li> </ul>

## 業界別の景況感「先行き」(2012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	<ul style="list-style-type: none"> <li>× 飼料穀物の不作と価格高騰が懸念されており、先行き相場は不透明である(養鶏)</li> <li>× 在庫の調整および円高による海外製品の流入(森林組合)</li> <li>× 消費は今後も下がる傾向で、事業の再編も考えている(肉牛生産)</li> <li>× 放射能汚染問題が原因であるため、解決されるまでには相当の年数がかかる(椎茸栽培)</li> </ul>
金融	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 現在の株式相場は悪いが、今後は上昇を見込んでいる(投信委託)</li> <li>× 景気が良くなる材料が見当たらない(信用金庫)</li> <li>× 現状からは、消費回復の見通しが立たない(割賦金融)</li> <li>× 日本経済が成長するとは思えない(証券)</li> <li>× 中小業者の経営状況(売り上げ、仕入れ、資金繰りなど)は今後も改善されない(不動産金融)</li> </ul>
建設	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 九州の豪雨災害からの復旧工事が今後も発注される(土木工事)</li> <li>○ 2015年の国体特需、南紀の災害復旧工事の需要がある。また、道路などのインフラ整備も同時進行中のため、今後も需要がある(土木工事)</li> <li>△ 土木のマイナスと住宅のプラスがある。金額としては土木の減少が大きいが、建築は裾野が広く相殺できると見込んでいる(建築・土木工事)</li> <li>× 地域の自治体等の公共工予算の激減と自治体の借金体質を考えると今後に期待が持てない。地方では民間企業自体も少なく大変(建築工事)</li> </ul>
不動産	<ul style="list-style-type: none"> <li>△ 先行きはまったく分からないが、消費税増税前の駆け込み需要には一時的に期待できる(不動産代理仲介)</li> <li>△ 消費税が上がることにより、一時的な需要増が見込まれるのではないかとと思われるが、長期的にみれば全体を通して明るい兆しは見受けられない(不動産代理・仲介)</li> <li>× 消費税増税の心理的悪影響が消費全般に長く尾を引くと考えられる(不動産賃貸)</li> </ul>
製造	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 復旧・復興需要は今後5年間は継続するとみられている(建材製造)</li> <li>× 製造業の空洞化は歯止めが掛からず、国内市場の縮小に対しては、もはや打っ手はない(機械工具製造)</li> <li>× エコカー補助金終了、円高、消費税増税、政局混乱などで不透明感が強く、先行きは悪化するとみている(鋼材加工)</li> <li>× 取引先で設備投資に慎重さが見え始めている(機械製造)</li> <li>× エコカー補助金終了でカーシート関連も生産調整へ(繊維製品製造)</li> <li>× 大企業の生産の海外移転が進むなか、国内の設備投資は減り、雇用も減っていくなど明るい材料が見当たらない(電気機械製造)</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>○ 消費税増税が確実にできており、投資案件の前倒しが発生するものと予測する(家具・建具卸売)</li> <li>× 企業の設備増設や新規投資計画の予定はあるが、国内外の先行き不安などで設備投資の延期や計画中止の話が出ている。今後の日本で設備投資があるかどうか心配である(機械卸売)</li> <li>× 消費税増税が決まり、その後全体的に買い控えが広がることで、末端の企業は今後ますます厳しさを増していく(各種乾物卸売)</li> <li>× 大手得意先の海外シフトの動きを懸念している(化学品卸売)</li> </ul>
小売	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 通信業界はスマートフォン需要でしばらくは良い(情報家電小売)</li> <li>× 当地域経済をけん引する製造業(造船、自動車)の受注、生産が落ち、下請け関連企業の廃業が続いている。その結果、消費面など地域経済が弱っている(スーパー)</li> <li>× 競争激化と客単価の下落が今後も続く(酒小売)</li> <li>× 景気の低迷に加え、消費税率引き上げで家計の生活防衛意識が高まり、選別消費が進む(雑貨小売)</li> </ul>
運輸・倉庫	<ul style="list-style-type: none"> <li>△ 来年に期待したい。消費税率引き上げ前の駆け込み需要で消費が活発になることに期待(海運)</li> <li>△ 外航は運賃と円高次第。内航は震災復興需要次第(内航船舶貸渡)</li> <li>× 事業者、工事関係者が被災地に近い場所に事業所や寄宿舎をつくり、仙台市内から移っているため、市内の消費が鈍りつつある(タクシー)</li> <li>× 燃料費の高止まりや顧客の物流費削減施策等により収益性が悪化しており、この傾向が続くとみている(貨物自動車運送)</li> </ul>
サービス	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 夏休みシーズンに入り、集客も良くなっている(ホテル)</li> <li>△ オリンピック以降は不透明である(広告)</li> <li>× 九州は集中豪雨で被害を受け、復旧に時間がかかる(観光施設)</li> <li>× 政治に期待できないことから、消費・企業業績・雇用低迷など負のスパイラルから抜け出せない(商品企画)</li> <li>× 大手電機メーカーのリストラ後の投資計画が聞こえてこない(機械修理)</li> <li>× 国を含む公的機関の経済政策に期待が持てないことから、先行きは見通しが立たない(廃棄物処理)</li> <li>× 九州では、震災後の東北への関心の高まりと九州新幹線開業効果の一巡で反動減を懸念している(レンタカー)</li> </ul>

## 調査先企業の属性

### 1. 調査対象(2万3,099社、有効回答企業1万637社、回答率46.0%)

#### (1) 地域

北海道	553	東海 (岐阜 静岡 愛知 三重)	1,172
東北 (青森 岩手 宮城 秋田 山形 福島)	620	近畿 (滋賀 京都 大阪 兵庫 奈良 和歌山)	1,766
北関東 (茨城 栃木 群馬 山梨 長野)	652	中国 (鳥取 島根 岡山 広島 山口)	639
南関東 (埼玉 千葉 東京 神奈川)	3,502	四国 (徳島 香川 愛媛 高知)	346
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)	858
		合計	10,637

#### (2) 業界 (10業界51業種)

農・林・水産	44	小売	飲食料品小売業	85
金融	127		繊維・繊維製品・服飾品小売業	40
建設	1,448		医薬品・日用雑貨品小売業	25
不動産	264		家具類小売業	11
製造	飲食料品・飼料製造業	360	家電・情報機器小売業	39
	繊維・繊維製品・服飾品製造業	116	自動車・同部品小売業	59
	建材・家具・窯業・土石製品製造業	238	専門商品小売業	142
	パルプ・紙・紙加工品製造業	116	各種商品小売業	55
	出版・印刷	208	その他の小売業	5
	化学品製造業	407	運輸・倉庫	396
	鉄鋼・非鉄・鉱業	516		
	機械製造業	446	飲食店	37
	電気機械製造業	356	電気通信業	11
	輸送用機械・器具製造業	99	電気・ガス・水道・熱供給業	10
精密機械・医療機械・器具製造業	68	リース・貸貸業	137	
その他製造業	92	旅館・ホテル	33	
卸売	飲食料品卸売業	414	娯楽サービス	65
	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	218	放送業	17
	建材・家具・窯業・土石製品卸売業	379	メンテナンス・警備・検査業	146
	紙類・文具・書籍卸売業	118	広告関連業	133
	化学品卸売業	338	情報サービス業	432
	再生資源卸売業	27	人材派遣・紹介業	61
	鉄鋼・非鉄・鉱業製品卸売業	359	専門サービス業	220
	機械・器具卸売業	1,028	医療・福祉・保健衛生業	108
	その他の卸売業	383	教育サービス業	26
			その他のサービス業	140
		その他	35	
		合計	10,637	

#### (3) 規模

大企業	2,463	23.2%
中小企業	8,174	76.8%
(うち小規模企業)	(2,460)	(23.1%)
合計	10,637	100.0%
(うち上場企業)	(312)	(2.9%)

## 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 消費税率引き上げに対する企業の意識調査

## 3. 調査時期・方法

2012年7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 (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」、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「従業員数50人を超える」	「資本金5千万円以下」または「従業員数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業種分類(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 政策支援課 経済動向研究チーム  
担当: 岡松・森・窪田・笹本・鈴木 Tel: 03-5775-3164 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。