

TDB 景気動向調査(全国) — 2020年7月調査 —

2020年8月5日
 株式会社帝国データバンク データソリューション企画部
<https://www.tdb.co.jp>
 景気動向オンライン <https://www.tdb-di.com>

一部で持ち直しの動きも、厳しい経済状態が継続

～ 新型コロナウイルスの感染再拡大による経済停滞が最大の下振れリスク ～

(調査対象 2万3,680社、有効回答 1万1,732社、回答率 49.5%、調査開始 2002年5月)

調査結果のポイント

- 2020年7月の景気DIは2カ月連続で前月比プラス(1.5ポイント)の29.1となった。国内景気は、一部で持ち直しの動きがみられたものの、厳しい水準での推移が続いた。今後の景気は、経済活動の再停滞が最大のリスク要因となるなか、低水準での推移が続くとみられる。
- 10業界中、『製造』や『建設』など9業界でプラスとなった。景況感の悪化に持ち直しの動きがみられたものの、全業界で40を下回るなど低水準での推移が続いた。『金融』は3カ月ぶりに悪化した。
- 2カ月連続で全10地域が持ち直した。地域間で人の移動が増えたほか、自宅内消費の拡大にともなう販売増加や、製造業の生産再開などがプラス要因となった。新型コロナウイルスの感染が広がりをみせるなか、一部地域では令和2年7月豪雨の影響も表れた。「大企業」「中小企業」「小規模企業」は2カ月連続で持ち直し。

＜2020年7月の動向：後退局面＞

2020年7月の景気DIは2カ月連続で前月比プラス(1.5ポイント)の29.1となった。

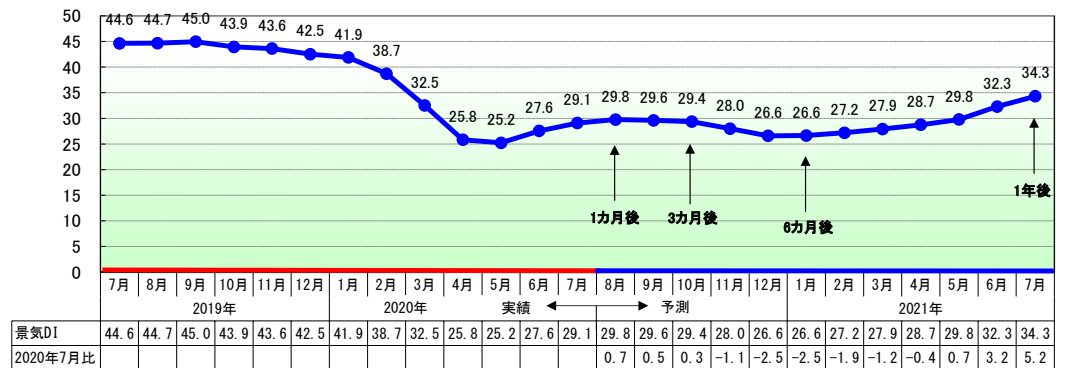
7月の国内景気は、経済活動の再開などが寄与したことで、低水準ながら持ち直しの動きがみられた。自宅内消費の広がりで内食需要が高まったほか、在宅勤務にともなうIT関連需要や新たな住宅ニーズなども表れた。また、政府・自治体による各種支援策の実施もプラス要因となった。他方、新型コロナウイルスの影響は引き続き表れているほか、海外経済の停滞により輸出入の減少はマイナス材料であった。また、一部地域では令和2年7月豪雨が景況感に悪影響を及ぼした。

国内景気は、一部で持ち直しの動きがみられたものの、厳しい水準での推移が続いた。

＜今後の見通し：下げ止まり＞

今後の国内景気は、働き方や日常生活における新しい生活様式への対応による新規需要の創出がプラス要因になるとみられる。特別定額給付金や観光振興策などの政策効果で、外食やレジャー関連などの個人消費の持ち直しが期待される。また製造業における挽回生産や工場の国内回帰などは設備投資を上向かせるほか、抑制されていた需要の顕在化などもプラス要因となる。他方、新型コロナウイルスの感染再拡大により経済活動が再び停滞することは、最大の下振れリスクとなる。さらに企業業績の悪化にともなう雇用調整や賃下げ、設備投資計画の下方修正、米中関係を含む海外動向なども懸念される。

今後の景気は、経済活動の再停滞が最大のリスク要因となるなか、低水準での推移が続くとみられる。



※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:9 業界でプラスも、依然として低水準が継続

・10 業界中 9 業界でプラスとなった。景況感の悪化に持ち直しの動きがみられたものの、全業界で 40 を下回るなど低水準での推移が続いた。『金融』は 3 カ月ぶりに悪化した。

・『製造』(24.9) …前月比 1.3 ポイント増。4 月以降、20 台での推移が続いているものの、2 カ月連続でプラスとなり持ち直しの動きがみられた。「飲食料品・飼料製造」(同 2.4 ポイント増) は、家庭向け飲食料品の需要が底堅く、乳製品製造や菓子製造が大きくプラスとなった。また、自動車・同部分品など米国・欧州向けの輸出が減少している一方、中国向けの輸出に反動増が表れたことで、「鉄鋼・非鉄・鋳業」(同 1.5 ポイント増)、「機械製造」(同 1.1 ポイント増)、「輸送用機械・器具製造」(同 3.1 ポイント増)の悪化に歯止めがかかった。『製造』の生産・出荷量 DI と設備稼働率 DI は、ともに 2019 年 10 月以来 9 カ月ぶりに前月からプラスとなり、生産や稼働率の減退に下げ止まりの兆しがみられた。

・『建設』(37.5) …同 1.2 ポイント増。2 カ月連続でプラスと、持ち直しの動きとなった。台風の災害復旧など公共工事が堅調に推移し、土木工事などのプラスに寄与した。また、冷暖房設備工事では、換気設備への需要の高まりや家庭用エアコンの出荷台数の増加がプラス要因となった。他方、企業の設備投資意欲が減退するなか、機械器具設置工事や内装工事などは悪化した。企業からは、民間工事の受注が減少したことで公共工事への新規参入が相次ぎ、入札競争が激化しているとの声も聞かれた。

・『サービス』(31.2) …同 1.8 ポイント増。3 カ月連続でプラスとなり、4 カ月ぶりに 30 台に復帰した。「情報サービス」(同 1.4 ポイント増) は、ソフト受託開発や情報処理サービスがプラス。「メンテナンス・警備・検査」(同 3.3 ポイント増) は、自動車整備や警備などで持ち直しの動きがみられた。他方、「旅館・ホテル」(同 0.3 ポイント増) は 5 カ月連続で 1 桁台、「飲食店」(同 0.1 ポイント減)、「娯楽サービス」(同 6.0 ポイント増)、「広告関連」(同 4.7 ポイント増) も景気 DI が 10 台にとどまり、低水準での推移が長引いている。また、「人材派遣・紹介」(同 0.7 ポイント減) では、人手不足感が弱まるなか、派遣社員の契約終了や稼働率の低下がマイナス要因となった。

・『運輸・倉庫』(24.2) …同 2.7 ポイント増。2 カ月ぶりにプラスとなったが、景況感が「悪い」とした企業は 86.7%と、10 業界で最も高い割合であった。特に、旅行業やバス・タクシーなどの旅客自動車運送業といった観光に関連する企業の景況感に厳しい状況が続いている。7 月から Go To トラベル事業が開始されたものの、東京を発着とする旅行の除外を受けてキャンセルの動きがみられたことは悪材料となった。また、貨物自動車運送業からは、製造業・建設業向けの貨物の荷動きが依然として弱いとの声もあがった。

	19年 7月	8月	9月	10月	11月	12月	20年 1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	前月比	
農・林・水産	39.1	41.5	41.8	42.3	42.5	41.7	38.4	37.9	32.8	28.2	25.1	29.6	31.4	1.8	
金融	45.1	44.7	45.8	45.4	46.8	44.5	44.8	42.2	33.3	27.3	28.7	32.4	31.5	▲ 0.9	
建設	51.7	52.1	53.1	52.1	52.2	51.6	50.0	47.8	41.5	33.9	33.5	36.3	37.5	1.2	
不動産	47.4	46.5	48.0	45.9	46.0	44.2	45.9	42.0	31.6	21.9	23.5	29.2	32.5	3.3	
製造	飲食料品・飼料製造	40.4	41.1	39.8	39.1	39.7	39.9	38.0	34.5	28.4	24.8	24.6	27.2	29.6	2.4
	繊維・繊維製品・服飾品製造	36.4	36.9	36.3	36.1	34.6	32.6	30.5	29.3	23.2	16.7	17.7	17.9	19.8	1.9
	建材・家具・窯業・土石製品製造	43.8	45.2	44.1	44.8	43.8	40.2	39.9	37.2	33.4	29.2	26.5	28.1	28.3	0.2
	パルプ・紙・紙加工品製造	39.6	42.3	42.8	40.2	41.7	40.6	37.3	32.0	29.2	24.0	21.4	19.3	21.0	1.7
	出版・印刷	32.5	33.1	34.1	33.0	32.7	32.9	30.9	29.7	23.1	16.8	14.4	16.0	15.8	▲ 0.2
	化学品製造	41.9	41.8	41.0	41.2	40.6	40.1	39.0	35.8	32.1	27.5	25.3	25.9	27.3	1.4
	鉄鋼・非鉄・鋳業	41.5	41.2	40.4	39.8	38.1	37.6	36.3	32.9	29.0	23.6	21.5	20.8	22.3	1.5
	機械製造	44.0	41.5	41.1	40.8	39.9	38.4	37.3	35.4	31.1	25.3	23.6	23.5	24.6	1.1
	電気機械製造	42.8	43.9	41.2	42.2	40.5	40.4	41.0	38.5	32.7	27.6	26.1	27.0	27.5	0.5
	輸送用機械・器具製造	46.4	43.4	42.3	43.5	41.2	40.9	39.4	36.5	34.2	22.2	18.2	18.1	21.2	3.1
	精密機械・医療機械・器具製造	43.9	43.4	42.0	41.3	42.0	39.9	40.4	39.0	34.8	27.2	26.3	28.6	28.1	▲ 0.5
その他製造	38.0	40.7	41.8	37.4	38.4	38.0	36.9	36.8	31.1	20.7	19.8	23.9	25.2	1.3	
全体	41.5	41.4	40.6	40.3	39.6	38.6	37.6	34.9	30.3	24.7	23.0	23.6	24.9	1.3	
卸売	飲食料品卸売	38.8	39.0	38.8	38.1	37.9	37.4	37.3	33.1	25.6	21.3	21.0	24.5	27.3	2.8
	繊維・繊維製品・服飾品卸売	29.8	30.8	31.6	28.8	28.8	26.5	26.2	22.0	16.4	10.3	11.4	15.8	18.2	2.4
	建材・家具・窯業・土石製品卸売	44.7	44.6	46.0	45.1	43.4	43.1	42.8	38.5	34.4	27.9	27.7	29.6	30.2	0.6
	紙類・文具・書籍卸売	37.0	37.1	38.0	37.7	36.3	35.0	34.9	33.5	27.5	22.0	19.1	19.0	21.9	2.9
	化学品卸売	42.7	42.0	42.7	41.0	40.4	39.0	38.7	35.5	33.2	28.9	27.4	27.6	29.2	1.6
	再生資源卸売	32.8	32.8	30.6	34.8	29.0	33.3	30.8	27.1	21.2	18.7	18.8	23.8	24.5	0.7
	鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売	39.0	38.8	37.6	38.0	37.0	34.8	33.9	31.9	27.8	23.2	22.8	24.0	24.5	0.5
	機械・器具卸売	43.8	43.3	44.6	42.7	42.3	41.7	41.2	38.2	33.0	25.9	25.1	27.4	29.0	1.6
	その他の卸売	40.2	40.2	40.7	37.9	37.6	37.1	36.7	31.5	26.5	21.4	19.8	23.1	25.1	2.0
	全体	41.0	40.8	41.4	39.9	39.3	38.4	37.9	34.4	29.4	23.7	23.0	25.3	27.0	1.7
	小売	飲食料品小売	41.5	41.3	41.8	40.5	40.2	38.4	39.1	36.7	25.8	23.3	27.4	30.6	30.7
繊維・繊維製品・服飾品小売		34.6	36.5	37.9	32.7	31.5	28.7	28.0	24.2	16.2	11.4	8.8	23.6	24.7	1.1
医薬品・日用雑貨品小売		40.0	37.7	40.6	35.8	37.3	40.2	37.7	34.7	27.5	28.7	25.3	32.7	32.7	0.0
家具類小売		40.9	45.0	53.0	33.3	26.9	31.8	31.9	29.2	22.6	10.8	15.5	31.7	40.0	8.3
家電・情報機器小売		34.3	38.9	45.0	34.3	32.3	38.1	38.2	36.0	28.4	19.3	21.9	33.8	29.8	▲ 4.0
自動車・同部分品小売		39.2	41.1	41.4	34.5	31.4	31.9	36.7	32.9	27.9	17.0	15.8	25.4	29.3	3.9
専門商品小売		40.6	40.7	43.5	38.2	39.1	36.0	35.2	34.7	27.4	20.2	19.9	27.7	30.2	2.5
各種商品小売		39.3	38.9	43.1	36.5	36.5	36.2	37.4	34.4	29.3	32.3	29.9	34.5	40.9	6.4
その他の小売		41.7	41.7	40.5	48.1	40.7	47.9	48.1	43.9	31.8	26.9	30.6	31.8	26.7	▲ 5.1
全体		39.5	40.2	42.6	37.0	36.1	35.8	36.3	34.1	26.7	21.2	21.1	29.1	31.0	1.9
運輸・倉庫		44.5	45.5	46.0	44.9	45.1	42.6	39.5	34.0	27.7	22.4	22.7	21.5	24.2	2.7
サービス	飲食店	39.6	38.1	43.6	37.3	39.4	40.7	41.0	32.3	14.2	4.3	5.5	13.8	13.7	▲ 0.1
	電気通信	58.3	60.6	56.9	56.1	59.5	52.8	64.6	57.1	50.0	30.3	33.3	43.4	41.7	▲ 1.6
	電気・ガス・水道・熱供給	54.2	52.6	51.3	51.2	52.2	47.4	52.4	46.7	40.5	28.4	34.4	34.4	34.9	0.5
	リース・賃貸	51.8	51.7	53.5	54.5	53.1	50.4	50.8	46.9	34.0	27.8	29.1	30.2	31.4	1.2
	旅館・ホテル	40.3	39.9	47.2	41.3	42.0	39.1	38.5	23.2	7.0	1.5	2.9	4.8	5.1	0.3
	娯楽サービス	41.8	40.9	38.7	38.2	40.7	37.5	39.4	35.7	17.0	5.6	9.3	11.5	17.5	6.0
	放送	41.1	45.2	43.1	42.9	41.7	38.2	38.1	38.9	29.8	22.9	22.5	26.7	25.6	▲ 1.1
	メンテナンス・警備・検査	49.3	49.8	48.6	49.1	47.3	46.6	46.4	42.6	36.0	27.5	26.6	29.9	33.2	3.3
	広告関連	40.4	38.9	40.3	40.4	39.6	37.8	40.0	34.1	21.3	11.3	10.7	14.3	19.0	4.7
	情報サービス	58.5	58.7	57.7	57.4	57.8	56.2	56.5	54.2	43.9	33.7	34.0	35.8	37.2	1.4
	人材派遣・紹介	52.7	51.0	53.2	53.3	50.9	46.2	49.2	42.5	34.1	21.0	20.0	25.3	24.6	▲ 0.7
	専門サービス	49.9	51.1	51.8	51.5	50.8	49.9	50.3	45.8	40.4	31.4	32.2	35.6	36.7	1.7
	医療・福祉・保健衛生	48.7	46.5	47.3	46.5	48.5	47.7	47.8	43.2	35.9	26.4	26.1	30.5	29.9	▲ 0.6
	教育サービス	41.1	39.5	40.0	42.4	37.8	43.1	41.4	40.0	29.7	13.9	18.8	28.0	29.5	1.5
	その他サービス	47.9	48.3	48.4	47.9	47.9	45.6	46.2	39.8	29.2	21.2	21.8	26.6	28.7	2.1
全体	50.8	50.7	51.0	50.6	50.4	48.8	49.5	45.1	35.3	25.8	26.1	29.4	31.2	1.8	
その他	44.1	43.2	42.1	43.1	40.4	41.7	42.7	39.2	29.8	24.4	26.2	27.1	29.3	2.2	
格差 (10 業界別『その他』除く)	12.6	11.9	12.5	15.1	16.1	15.8	13.7	13.8	14.8	12.7	12.4	14.8	13.3		

※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:全規模が2カ月連続で持ち直すも、厳しい景況感が続く

- ・「大企業」「中小企業」「小規模企業」は2カ月連続で持ち直した。全規模で厳しい景況感が継続したものの、新しい生活様式の広がりや働き方の変化に対応する新規需要が表れた。
- ・「大企業」(31.7) …前月比1.6ポイント増。2カ月連続で持ち直し。在宅勤務の拡大で住宅ニーズが高まった『不動産』や、自宅内消費でスーパーストアやがん具・娯楽用品小売などの販売が堅調だった『小売』などが押し上げ要因となった。
- ・「中小企業」(28.5) …同1.5ポイント増。2カ月連続で持ち直し。新しい生活様式の広がりや働き方の変化にともない、IT関連需要が3カ月連続で上向いた。一方、「飲食店」「娯楽サービス」「広告関連」は持ち直したものの、依然として厳しい水準での推移となった。
- ・「小規模企業」(29.4) …同1.6ポイント増。2カ月連続で持ち直し。内食需要の高まりで国産の豚肉・鶏肉価格が高値で推移、養豚業などを含む『農・林・水産』が上向いた。他方、『小売』はネット販売が堅調だったものの、服飾品関連で伸び悩みがみられた。

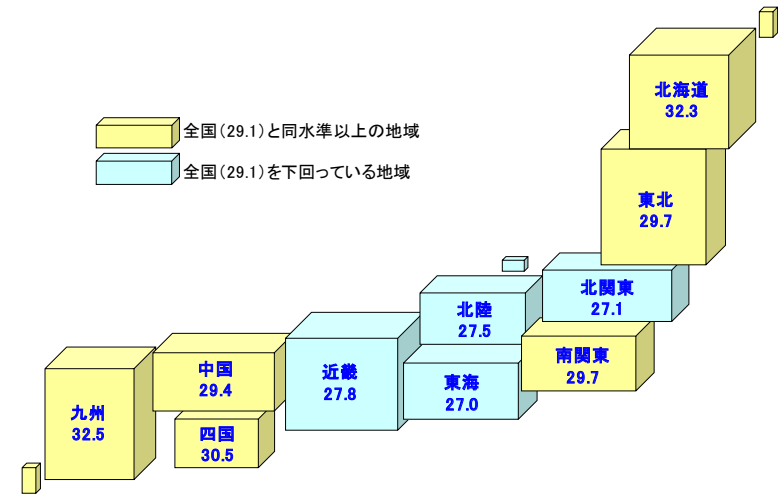
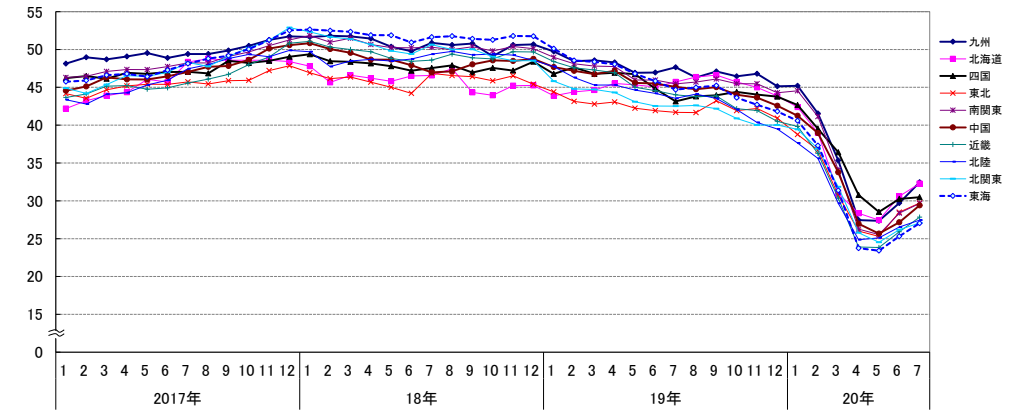
	19年7月	8月	9月	10月	11月	12月	20年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	前月比
大企業	47.7	47.9	48.0	47.1	47.0	45.7	45.3	42.0	34.8	28.2	28.1	30.1	31.7	1.6
中小企業	43.9	43.9	44.2	43.2	42.8	41.7	41.1	38.0	32.0	25.3	24.6	27.0	28.5	1.5
(うち小規模企業)	43.8	44.2	45.1	43.9	43.5	42.1	41.4	38.8	32.3	25.4	24.6	27.8	29.4	1.6
格差(大企業-中小企業)	3.8	4.0	3.8	3.9	4.2	4.0	4.2	4.0	2.8	2.9	3.5	3.1	3.2	

※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

地域別:全10地域で持ち直す動きがみられたが、一部地域では豪雨の影響も

- ・2カ月連続で全10地域が持ち直した。地域間で人の移動が増えたほか、自宅内消費の拡大による販売増加や製造業の生産再開などがプラス要因となった。しかし、新型コロナウイルスの感染が再び広がりを見せるなか、一部地域では令和2年7月豪雨の影響も表れた。
- ・『南関東』(29.7) …前月比1.3ポイント増。2カ月連続で持ち直し。域内1都3県ともに2カ月連続で上向いた。「東京」では自治体から移動抑制などが要請されたなか、日用品や食品の販売が伸びたほか、「千葉」「神奈川」は改修工事の増加などがプラス要因となった。
- ・『東海』(27.0) …同1.7ポイント増。2カ月連続で持ち直したものの、10地域で最も厳しい水準となった。「愛知」「静岡」が上向いた一方、「岐阜」「三重」が悪化した。主力産業の自動車製造などは上向いたが、宿泊業や娯楽サービスで厳しい状況が続いた。
- ・『九州』(32.5) …同2.8ポイント増。2カ月連続で域内8県が持ち直した。テレワークなどで家具製造の需要増がみられたほか、自動車関連の生産増加や各種支援策で観光業もプラスに寄与した。しかし一部地域では令和2年7月豪雨の影響が表れた。

地域別グラフ(2017年1月からの月別推移)



	19年7月	8月	9月	10月	11月	12月	20年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	前月比
北海道	45.7	46.4	46.6	45.7	45.0	43.8	42.4	39.0	31.0	28.4	27.5	30.6	32.3	1.7
東北	41.7	41.7	43.2	41.9	42.2	40.9	38.8	36.7	30.7	26.0	25.3	28.5	29.7	1.2
北関東	42.5	42.6	42.2	40.9	40.0	40.0	39.4	36.9	31.8	25.8	24.5	26.2	27.1	0.9
南関東	45.5	45.7	46.1	45.5	45.5	44.3	44.5	41.1	34.1	26.3	25.5	28.4	29.7	1.3
北陸	43.5	44.1	43.5	42.1	40.4	39.5	37.6	35.6	29.7	24.9	25.1	26.5	27.5	1.0
東海	44.7	45.0	45.2	43.6	42.7	41.8	40.6	37.3	31.4	23.7	23.4	25.3	27.0	1.7
近畿	44.0	43.8	43.9	42.2	41.9	40.5	39.8	36.3	30.4	23.9	23.8	25.9	27.8	1.9
中国	45.0	44.8	45.0	44.0	43.6	42.6	41.2	39.0	33.8	27.0	25.7	27.2	29.4	2.2
四国	43.1	43.8	43.9	44.4	44.0	43.8	42.7	39.5	36.4	30.8	28.5	30.3	30.5	0.2
九州	47.6	46.3	47.1	46.5	46.8	45.1	45.2	41.5	35.3	27.5	27.4	29.7	32.5	2.8
格差	5.9	4.7	4.9	5.6	6.8	5.6	7.6	5.9	6.7	7.1	5.1	5.3	5.5	

※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

業界別の景況感企業の声1(農・林・水産～製造)

業界名	現在			先行き
	5月	6月	7月	
農・林・水産	25.1 ↓	29.6 ↑	31.4 ↑	<ul style="list-style-type: none"> ○ 豚肉価格の相場が高騰している(養豚) △ 主要販売単価は維持しているが、他の価格が大きく低下した(畜産サービス) × 新型コロナウイルスにより農産物価格や輸送手段が不安定(農業協同組合) × 丸太・製材品の販売がストップ(森林組合) × 観光などインバウンドで支えられていた地元経済が壊滅的(釣・はえ縄漁業)
金融	28.7 ↑	32.4 ↑	31.5 ↓	<ul style="list-style-type: none"> × 新型コロナウイルスの不透明感により、投資先の業績、IPO予定時期の延期、IPO市況への影響がないとはいえない(商品投資) × 地元主要産業のひとつである観光業が、新型コロナウイルスの影響により未だ稼働していない状況にある(信用金庫・同連合会) × 新型コロナウイルスで、特に法人向けの営業活動ができない(損害保険代理)
建設	33.5 ↓	36.3 ↑	37.5 ↑	<ul style="list-style-type: none"> ○ 新築物件の延期や中止が出ていると思われるが、ビル・工場のリノベーションや換気に対する認識が深まり小口の改装案件が非常に増加(冷暖房設備工事) ○ 家で過ごす時間が増え、庭に目が行き始めた(土工・コンクリート工事) ○ 新型コロナウイルスの影響がなく、2019年の台風19号による岸壁破壊で発生した改修工事が大量に出たため、売り上げ・利益ともに高まった(土木工事) × 民間工事の発注が全くないため、今まで民間工事に重点を置いていた業者が公共工事に参入し大変なダンピング競争が起きている(建築工事) × 外食・小売業(特にアパレル・生活雑貨系小売業者)の売り上げ低迷から、出店・改装の動きが激減(内装工事) × 新型コロナウイルス禍での水害で、先行きの見通しが立たない(鉄骨工事)
不動産	23.5 ↑	29.2 ↑	32.5 ↑	<ul style="list-style-type: none"> ○ 地方、始発駅に住宅を求めてきているように感じる(建物売買) △ 賃料の減額要請はあるものの、空き倉庫はほとんど無い(貸事務所) × 特別定額給付金の支給にもなって、一部業種では売り上げ増となっているが、総じては消費動向は弱い(不動産管理) × 新型コロナウイルスの影響により住宅販売の集客が激減している。また、中所得者層の将来不安により購入マインドが低下している(不動産代理・仲介)
製造	23.0 ↓	23.6 ↑	24.9 ↑	<ul style="list-style-type: none"> ○ 家具インテリア販売店向け出荷は実店舗、インターネット店ともに堅調(木製家具製造) ○ 計画的な下水道工事と雨水対策事業が順調に発注、施工されている(コンクリート製品製造) ○ 巣ごもり需要で園芸市場は順調(有機質肥料製造) × 主要メーカーの工場生産停止等による受注の落ち込み(自動車部品・付属品製造) × 客先から臨時休業の予定表が送られてくる。人員整理の話も聞く(溶融メッキ) × 飲食業界の低迷およびイベント自粛などにより、雑誌の広告収入が相変わらず低調(出版) × 新型コロナウイルスで小売店が休業していたため注文が少ない(眼鏡製造)

【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

業界別の景況感企業の声2(卸売～サービス)

業界名	現在			先行き
	5月	6月	7月	
卸売	23.0 ↓	25.3 ↑	27.0 ↑	<ul style="list-style-type: none"> ○ 稼働率は改善傾向、徐々にではあるが元に戻っていくと感じる(染料・顔料卸売) ○ 半導体製造装置や5G関連の需要が本格化し、自動車や携帯端末なども徐々に回復して行くことを期待(電気機械器具卸売) × 生産の減少にともない、鉄スクラップの減少が今後も続く(鉄スクラップ卸売) × 自動車のフィルター関係で海外、国内ともにはほぼ停止状態(特殊産業用機械器具卸売) × 国の財政が逼迫し公共工事の予算縮小が不安視される(建設・鉱山機械卸売) × 新型コロナウイルス、天候不良による漁獲の低迷、養殖魚への被害(海上ごみ・環境汚染)などの影響が不透明(生鮮魚介卸売)
小売	21.1 ↓	29.1 ↑	31.0 ↑	<ul style="list-style-type: none"> ○ 新型コロナウイルスの影響でスーパーマーケットの売上げが好調(野菜卸売) × 不要不急の商品である着物、宝飾品などの高級品は、新型コロナウイルスで動きが悪い(織物卸売) × 大学関係の研究機関への営業活動が禁止され、また、学生が在宅のため研究実験もできず、試薬などの消耗品が販売できない(精密機械器具卸売) × 製鉄所の設備投資の延期などで製鉄機械部品の仕事が少ない(鉄鋼卸売) × 住宅着工戸数の減少、商談機会の減少(家庭用電気機械器具卸売)
小売	21.1 ↓	29.1 ↑	31.0 ↑	<ul style="list-style-type: none"> ○ 巣ごもり需要でがん具が良く売れている(がん具・娯楽用品小売) ○ 暑さで季節商品(エアコン)の動き出しが早かった(家庭用電気機械器具小売) ○ 釣具業界は屋外レジャーのため、他のレジャーから流れてきた新規参加者が増えている(スポーツ用品小売) △ 需要喚起施策により急回復したが、7月から例年のペースに戻った(家具小売) × 新型コロナウイルスによる新車の納期遅れ、展示会の自粛(自動車小売) × 新型コロナウイルスの影響で、観光客が激減しており、ガス、石油商品が2019年の70%以下で推移している(ガソリンスタンド) × 百貨店、外食店、ホテル関係の売上げが減少(米穀類小売)
運輸・倉庫	22.7 ↑	21.5 ↓	24.2 ↑	<ul style="list-style-type: none"> ○ 新型コロナウイルスのワクチン開発が順調に進めば、徐々に回復すると予想している(情報家電機器小売) × 人口の減少、車両保有期間の長期化など、自動車販売に関するマイナス要素は変わらない(中古車小売) × 生活リズムが元に戻るにつれ読書時間が削られる(書籍・雑誌小売) × 新型コロナウイルスの予防のため、人が動かない(婦人・子供服小売) × 国際線などの観光需要は戻らない、五輪開催も無理と予想する(料理品小売) × 一過性の要因が剥落し、節約・目的買い志向が高まり、需要の盛り上がりは欠ける(スーパーストア)
運輸・倉庫	22.7 ↑	21.5 ↓	24.2 ↑	<ul style="list-style-type: none"> △ 衣料品、食品など宅配便のトラックには需要があるが、鉄鋼、自動車部品関係は低迷している(一般貨物自動車運送) △ 予約が少し増加する一方で、取消も増加している(国内旅行) × 一部で最悪の状況からは回復してきているが、夜のタクシー利用や観光関係は半分も回復していない(一般乗用旅客自動車運送) × 輸出入、特に輸入の荷動きが非常に悪い(運送取次) × 内航は、新型コロナウイルスが蔓延してから、国内高炉の停止が続き、売上げが一律2割削減、併せて交代による2カ月の停船を取引先から強制されている(内航船舶貸渡)
サービス	26.1 ↑	29.4 ↑	31.2 ↑	<ul style="list-style-type: none"> ○ 3カ月も売上げゼロが続き、やっと仕事の依頼や見積もりが出てきた。しかし、このところの新型コロナウイルス感染者数の増加により、せっかくの仕事の依頼もキャンセルとなり先が読めない(一般貸切旅客自動車運送) × 新型コロナウイルスに加えて豪雨水害の影響が出てくる(一般貨物自動車運送) × Go Toトラベルキャンペーンで一時的な回復は見込めるかもしれないが、施策打ち切り後の旅行意欲後退が必ずあると予測している。海外旅行も各国の入国制限で数年は回復しない(旅行代理店) × あと半年以上は、新型コロナウイルスの影響を受けると判断(港湾運送) × 新型コロナウイルスによる物流の停滞が続く(組立こま包)
サービス	26.1 ↑	29.4 ↑	31.2 ↑	<ul style="list-style-type: none"> ○ 中堅企業での情報投資意欲が高く、問い合わせが増加(ソフト受託開発) ○ 少子化で集客が難しいと思われるが、大学が始まってリモート授業なので、免許を通学で取得する学生が多くなっている(職業訓練施設) × 緊急事態宣言が解除されても、まだイベント・コンサートの開催が本格的に回復していない(ディスプレイ) × 旅行、出張、会議、会食、婚礼の自粛による売上げの激減。Go Toトラベル事業が開始も東京は対象から外れキャンセルが増大(旅館) × 新型コロナウイルスの感染拡大と梅雨の長期化の影響(公園) × 県外からの流入が激減しており、観光産業を中心に厳しい(そば・うどん店) × 新型コロナウイルスの影響による休業や雇止めが多発(労働者派遣)

【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

調査先企業の属性

1. 調査対象(2万3,680社、有効回答企業1万1,732社、回答率49.5%)

(1) 地域

北海道	567	東海(岐阜 静岡 愛知 三重)	1,367
東北(青森 岩手 宮城 秋田 山形 福島)	823	近畿(滋賀 京都 大阪 兵庫 奈良 和歌山)	1,945
北関東(茨城 栃木 群馬 山梨 長野)	886	中国(鳥取 島根 岡山 広島 山口)	677
南関東(埼玉 千葉 東京 神奈川)	3,617	四国(徳島 香川 愛媛 高知)	350
北陸(新潟 富山 石川 福井)	649	九州(福岡 佐賀 長崎 熊本 大分 宮崎 鹿児島 沖縄)	851
		合計	11,732

(2) 業界(10業界51業種)

農・林・水産	69	小売	飲食料点小売業	70
金融	128		繊維・繊維製品・服飾品小売業	31
建設	1,898		医薬品・日用雑貨品小売業	25
不動産	386		家具類小売業	15
製造	飲食料品・飼料製造業	388	家電・情報機器小売業	43
	繊維・繊維製品・服飾品製造業	129	自動車・同部品小売業	91
	建材・家具・窯業・土石製品製造業	252	専門商品小売業	143
	パルプ・紙・紙加工品製造業	119	各種商品小売業	42
	出版・印刷	194	その他の小売業	10
	化学品製造業	461	運輸・倉庫	518
	鉄鋼・非鉄・鋳業	564	飲食店	57
	機械製造業	520	電気通信業	10
	電気機械製造業	357	電気・ガス・水道・熱供給業	21
	輸送用機械・器具製造業	118	リース・賃貸業	130
(3,274)	精密機械・医療機械・器具製造業	80	旅館・ホテル	33
	その他製造業	92	娯楽サービス	62
	飲食料品卸売業	398	放送業	15
	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	202	メンテナンス・警備・検査業	194
	建材・家具・窯業・土石製品卸売業	368	広告関連業	108
	紙類・文具・書籍卸売業	102	情報サービス業	509
	化学品卸売業	294	人材派遣・紹介業	69
	再生資源卸売業	34	専門サービス業	287
	鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売業	332	医療・福祉・保健衛生業	127
	機械・器具卸売業	984	教育サービス業	26
(3,090)	その他の卸売業	376	その他サービス業	202
			その他	49
			合計	11,732

(3) 規模

大企業	2,092	17.8%
中小企業	9,640	82.2%
(うち小規模企業)	(3,435)	(29.3%)
合計	11,732	100.0%
(うち上場企業)	(295)	(2.5%)

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

3. 調査時期・方法

2020年7月16日～7月31日(インターネット調査)

景気動向指数(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目的として、2002年5月から調査を開始。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2万3千社以上を対象に実施している月次統計調査(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、それぞれ以下の点数を与え、これらを各選択区分の回答数に乗じて算出している。

選択区分	非常に良い	良い	やや良い	どちらともいえない	やや悪い	悪い	非常に悪い
点数	6	5	4	3	2	1	0
各区分の回答数	N ₆	N ₅	N ₄	N ₃	N ₂	N ₁	N ₀

$$\text{景気DI} = \frac{(\text{各区分点数} \times \text{各区分回答数}) \text{の合計}}{\text{有効回答数} N} \times \frac{1}{6} \times 100 = \frac{\sum_{i=0}^6 i \times N_i}{N} \times \frac{1}{6} \times 100$$

景気DIは、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(小数点第2位を四捨五入)。また、企業規模の大小に基づくウェイト付けは行っており、「1社1票」で算出している。

■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し、全国売上高ランキングデータを加え下記の通り区分している。

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 データソリューション企画部 産業データ分析課
担当: 窪田、池田、杉原、石井、旭、長崎 Tel: 03-5775-3163 e-mail: keiki@mail.tdb.co.jp

©TEIKOKU DATABANK, LTD. 2020

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。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転載を固く禁じます。