

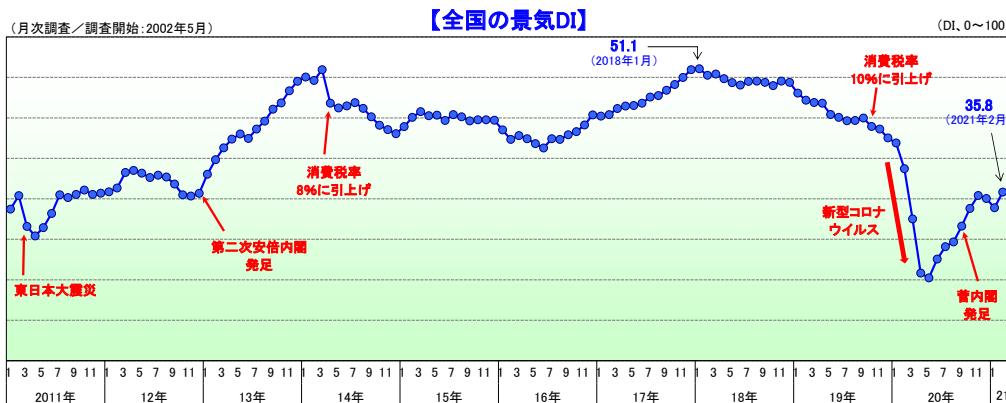
国内景気は3カ月ぶりのプラス

～ 個人消費関連は低水準で推移し、業種により景況感に温度差 ～

(調査対象2万3,702社、有効回答1万1,073社、回答率46.7%、調査開始2002年5月)

調査結果のポイント

- 2021年2月の景気DIは3カ月ぶりに前月比プラス(1.9ポイント)の35.8となった。国内景気は、業種間で温度差が表れるも、生産拡大などで3カ月ぶりにプラスに転じた。今後の景気は、感染状況にともなう下振れリスクを抱えながらも、春以降、緩やかに上向いていくと見込まれる。
- 全10業界で前月からプラス。半導体関連や電子部品など『製造』を中心に持ち直しの動きとなった。一方、「旅館・ホテル」や「飲食店」といった個人向けサービスでは低水準での推移が続き、業界・業種によって景況感に温度差がみられる。
- 『北関東』『東海』『近畿』など全10地域が4カ月ぶりにそろって上向いた。一部地域で緊急事態宣言が発出されていたものの、感染者数の減少傾向や自宅内消費の拡大、域内の主要産業の持ち直しなどがプラス要因となった。都道府県別では42都道府県が上向いた。規模別では「大企業」「中小企業」「小規模企業」がいずれも3カ月ぶりにプラスとなった。



< 2021年2月の動向 : 悪化傾向に歯止め >

2021年2月の景気DIは3カ月ぶりに前月比プラス(1.9ポイント)の35.8となった。

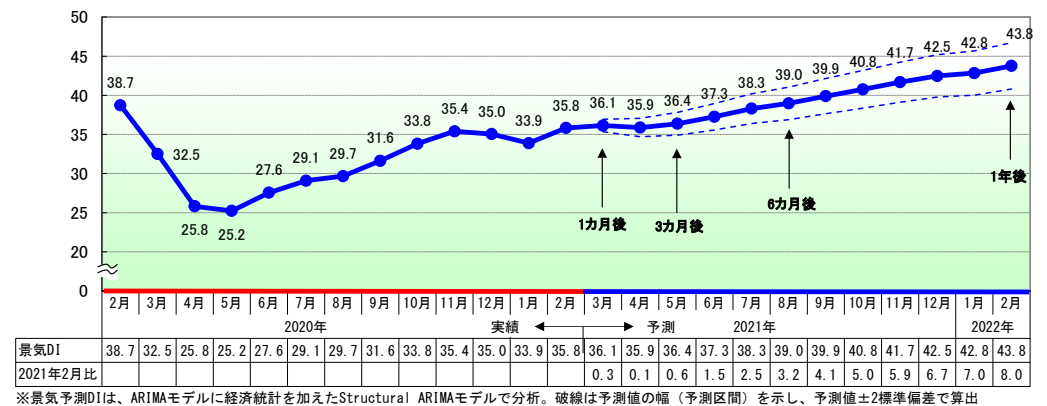
2月の国内景気は、緊急事態宣言が10都府県で延長されたなか、日経平均株価が30年半ぶりに3万円台へ上昇したほか、輸出用の機械関連や半導体、電子部品などの生産拡大もあり、押し上げられた。また、年度末需要に向けた動きが徐々に表れてきたこともプラス要因となった。さらに自宅内消費関連は上向き傾向が続いた。他方、外出自粛や営業時間の短縮など新型コロナウイルスの影響による経済活動の抑制がマイナス要因となった。個人消費関連は低水準で推移するなど、業種により景況感に温度差が表れている。

国内景気は、業種間で温度差が表れるも、生産拡大などで3カ月ぶりにプラスに転じた。

< 今後の見通し : 春以降に緩やかな上向き >

今後1年程度の国内景気は、新型コロナウイルスの感染状況次第ながら、ワクチン接種の開始による経済活動の正常化に向けた動きなどにより、緩やかな上向き傾向が続くとみられる。また、テレワークの拡大による住宅ニーズの高まりや自宅内消費など新しい生活様式に対応した需要の拡大はプラス要因になると見込まれる。レジャー関連や訪日外国人旅行者数の増加、東京五輪の開催などが期待される。他方、感染状況により消費マインドの後退や雇用・所得環境の悪化、活動自粛の再要請など下振れリスクも依然として大きい。

今後の景気は、感染状況にともなう下振れリスクを抱えながらも、春以降、緩やかに上向いていくと見込まれる。



業界別：製造を中心に持ち直すも、個人向けサービスは低水準での推移が継続

・全10業界、51業種中41業種で前月からプラス。半導体関連や電子部品など『製造』を中心に持ち直しの動きとなった。一方、「旅館・ホテル」や「飲食店」といった個人向けサービスでは低水準での推移が続き、業界・業種によって景況感に温度差がみられる。

・『製造』(35.6) …前月比2.2ポイント増。2カ月ぶりのプラス。景気DIは前年同月の水準を上回り、生産・出荷量DI、設備稼働率DI、設備投資意欲DIなどの指標も上昇、再び持ち直しの動きとなった。特に、半導体製造装置製造などの「機械製造」(同3.3ポイント増)や、電子部品、プリント回路製造が含まれる「電気機械製造」(同3.5ポイント増)が大きくプラスとなった。他方、半導体不足による自動車工場の減産や、福島県沖で発生した地震の影響も懸念される「輸送用機械・器具製造」(同0.2ポイント増)は、持ち直しの動きが鈍化。また、印刷業などの「出版・印刷」(同2.0ポイント増)も、依然として20台前半と前年同月を大きく下回っている。『製造』は12業種中10業種がプラスとなった。

・『サービス』(36.5) …同2.6ポイント増。3カ月ぶりのプラスも、前年同月からの悪化幅は依然として大きい。緊急事態宣言が10都府県で延長され、「旅館・ホテル」(同1.0ポイント増)や「飲食店」(同2.5ポイント増)といった個人向けサービスでは、低水準での推移が続いた。他方、ソフト受託開発などの「情報サービス」(同2.3ポイント増)、経営コンサルタントなどの「専門サービス」(同4.1ポイント増)は40を上回る水準となり、『サービス』の15業種間においても景況感に温度差がみられる。

・『建設』(40.6) …同1.2ポイント増。3カ月ぶりのプラスとなり、再び40台に回復した。5G関連やテレワーク向けのネットワーク設備関連が堅調な電気通信工事や、プラント設備や運搬機器設置などの機械器具設置工事がプラスに寄与した。他方、オフィスや商業施設向けの鉄骨工事や内装工事などでは、持ち直しの動きに弱さがみられる。『建設』の建材価格などを表す仕入単価DI(56.0、同0.7ポイント増)は3カ月連続で上昇、また、受注単価などを表す販売単価DI(47.2、同0.1ポイント増)は50を下回る水準が継続。職人の人手不足が続くなか、コストの増加や受注競争の激化による収益の圧迫が懸念される。

・『卸売』(33.3) …同1.7ポイント増。3カ月ぶりのプラス。自宅内消費の高まりもあり、書籍や文房具・事務用品などの「紙類・文具・書籍卸売」(同3.4ポイント増)が大幅にプラス。また、電気機械器具や自動車部品卸売が含まれる「機械・器具卸売」(同2.1ポイント増)も、持ち直しの動きが継続した。他方、回復が続いていた「再生資源卸売」(同3.2ポイント増)は、鉄スクラップ価格の反落を受けて悪化。アパレルなど「繊維・繊維製品・服飾品卸売」(同1.4ポイント増)も2カ月連続で悪化し、厳しい状況が続いている。

	20年 2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	21年 1月	2月	前月比	
農・林・水産	37.9	32.8	28.2	25.1	29.6	31.4	31.0	30.3	34.4	38.7	35.4	30.9	33.8	2.9	
金融	42.2	33.3	27.3	28.7	32.4	31.5	32.6	35.3	38.3	37.7	35.6	36.1	38.3	2.2	
建設	47.8	41.5	33.9	33.5	36.3	37.5	38.4	40.4	41.1	41.8	40.9	39.4	40.6	1.2	
不動産	42.0	31.6	21.9	23.5	29.2	32.5	33.1	35.6	36.4	36.8	36.4	35.5	38.3	2.8	
製造	飲食料品・飼料製造	34.5	28.4	24.8	24.6	27.2	29.6	30.5	32.0	34.2	36.0	32.5	30.7	30.8	0.1
	繊維・繊維製品・服飾品製造	29.3	23.2	16.7	17.7	17.9	19.8	20.3	23.5	24.7	26.8	26.1	24.5	26.0	1.5
	建材・家具・窯業・土石製品製造	37.2	33.4	29.2	26.5	28.1	28.3	29.8	31.3	35.1	35.4	36.0	37.3	37.2	▲0.1
	パルプ・紙・紙加工品製造	32.0	29.2	24.0	21.4	19.3	21.0	22.9	24.1	26.2	29.2	29.3	27.6	29.4	1.8
	出版・印刷	29.7	23.1	16.8	14.4	16.0	15.8	18.8	20.4	21.9	22.7	21.8	20.2	22.2	2.0
	化学品製造	35.8	32.1	27.5	25.3	25.9	27.3	27.8	31.1	34.4	37.7	39.3	38.0	40.9	2.9
	鉄鋼・非鉄・鉱業	32.9	29.0	23.6	21.5	20.8	22.3	23.6	25.4	29.2	33.1	34.3	33.9	37.0	3.1
	機械製造	35.4	31.1	25.3	23.6	23.5	24.6	25.0	26.5	29.1	31.7	33.5	33.6	36.9	3.3
	電気機械製造	38.5	32.7	27.6	26.1	27.0	27.5	27.7	28.9	33.0	34.8	35.5	36.1	39.6	3.5
	輸送用機械・器具製造	36.5	34.2	22.2	18.2	18.1	21.2	24.2	27.8	34.9	36.3	40.1	40.1	40.3	0.2
	精密機械・医療機械・器具製造	39.0	34.8	27.2	26.3	28.6	28.1	29.6	30.2	32.7	35.5	37.1	37.9	42.4	4.5
	その他製造	36.8	31.1	20.7	19.8	23.9	25.2	22.8	26.3	29.0	29.6	31.9	31.5	31.4	▲0.1
	全体	34.9	30.3	24.7	23.0	23.6	24.9	25.9	27.8	31.0	33.3	33.9	33.4	35.6	2.2
卸売	飲食料品卸売	33.1	25.6	21.3	21.0	24.5	27.3	27.2	30.2	32.0	31.6	29.5	26.8	29.2	2.4
	繊維・繊維製品・服飾品卸売	22.0	16.4	10.3	11.4	15.8	18.2	18.0	19.4	22.6	22.3	22.7	21.2	19.8	▲1.4
	建材・家具・窯業・土石製品卸売	38.5	34.4	27.9	27.7	29.6	30.2	30.4	31.7	33.9	35.9	36.1	34.7	34.8	0.1
	紙類・文具・書籍卸売	33.5	27.5	22.0	19.1	19.0	21.9	23.2	24.0	26.9	26.7	28.3	26.3	29.3	3.0
	化学品卸売	35.5	33.2	28.9	27.4	27.6	29.2	29.5	30.1	32.3	36.1	35.7	34.3	37.7	3.4
	再生資源卸売	27.1	21.2	18.7	18.8	23.8	24.5	27.8	30.2	32.9	38.7	44.4	45.6	42.4	▲3.2
	鉄鋼・非鉄・鉱業製品卸売	31.9	27.8	23.2	22.8	24.0	24.5	25.3	26.4	30.5	32.1	34.0	32.6	33.4	0.8
	機械・器具卸売	38.2	33.0	25.9	25.1	27.4	29.0	28.6	30.6	33.1	34.6	34.4	34.6	36.7	2.1
	その他の卸売	31.5	26.5	21.4	19.8	23.1	25.1	25.4	27.6	30.6	33.0	31.6	29.0	31.3	2.3
	全体	34.4	29.4	23.7	23.0	25.3	27.0	27.1	28.9	31.5	33.0	32.8	31.6	33.3	1.7
小売	飲食料品小売	36.7	25.8	26.3	27.4	30.8	30.7	29.1	34.0	38.8	37.0	34.6	33.8	33.1	▲0.7
	繊維・繊維製品・服飾品小売	24.2	16.2	11.4	8.8	23.6	24.7	24.0	19.9	27.8	23.7	22.0	22.7	21.4	▲1.3
	医薬品・日用雑貨品小売	34.7	27.5	28.7	25.3	32.7	32.7	31.3	32.6	33.3	29.8	31.3	30.2	32.5	2.3
	家具類小売	29.2	22.6	10.8	15.5	31.7	40.0	38.9	38.5	37.5	38.9	35.4	34.4	36.7	2.3
	家電・情報機器小売	36.0	28.4	19.3	21.9	33.8	29.8	30.5	30.6	34.2	33.3	29.5	28.3	36.3	8.0
	自動車・同部品小売	32.9	27.9	17.0	15.8	25.4	29.3	29.3	32.4	34.6	40.2	37.2	35.7	37.6	1.9
	専門商品小売	34.7	27.4	20.2	19.9	27.7	30.2	30.0	31.6	33.9	33.3	34.7	32.6	35.5	2.9
	各種商品小売	34.4	29.3	32.3	29.9	34.5	40.9	36.9	37.0	37.6	37.3	39.2	38.7	36.2	▲2.5
	その他の小売	43.9	31.8	26.9	30.6	31.8	26.7	25.9	33.3	33.3	34.8	33.3	30.3	33.3	3.0
	全体	34.1	26.7	21.2	21.1	29.1	31.0	30.3	32.3	34.8	35.0	34.2	32.9	34.5	1.6
運輸・倉庫	34.0	27.7	22.4	22.7	21.5	24.2	25.4	28.1	30.1	32.5	31.5	30.0	31.7	1.7	
サービス	飲食店	32.3	14.2	4.3	5.5	13.8	13.7	12.7	14.5	18.2	21.0	15.3	10.3	12.8	2.5
	電気通信	57.1	50.0	30.3	33.3	43.3	41.7	42.6	46.7	41.7	47.2	38.9	46.3	38.1	▲8.2
	電気・ガス・水道・熱供給	46.7	40.5	28.4	32.4	34.4	34.9	42.5	42.5	40.4	40.0	38.6	42.5	39.5	▲3.0
	リース・賃貸	46.9	34.0	27.8	29.1	30.2	31.4	32.7	34.5	34.9	37.5	36.2	33.5	32.8	▲0.7
	旅館・ホテル	23.2	7.0	1.5	2.9	4.8	5.1	6.0	12.4	27.2	28.8	11.9	3.4	4.4	1.0
	娯楽サービス	35.7	17.0	5.6	9.3	11.5	17.5	22.9	22.4	23.0	29.0	27.0	24.0	25.8	1.8
	放送	38.9	29.8	22.9	22.5	26.7	25.6	34.5	33.3	34.4	38.6	42.2	36.3	42.6	6.3
	メンテナンス・警備・検査	42.6	36.0	27.5	26.6	29.9	33.2	34.1	36.5	38.5	38.5	38.6	36.3	37.5	1.2
	広告関連	34.1	21.3	11.3	10.7	14.3	19.0	18.0	20.4	21.1	23.2	22.5	20.2	24.7	4.5
	情報サービス	54.2	43.9	33.7	34.0	35.8	37.2	37.9	38.9	40.1	41.6	41.2	41.3	43.6	2.3
	人材派遣・紹介	42.5	34.1	21.0	20.0	25.3	24.6	25.4	26.7	29.2	34.3	31.5	31.6	33.6	2.0
	専門サービス	45.8	40.4	31.4	32.2	35.0	36.7	36.1	40.0	40.7	42.5	41.0	38.8	42.9	4.1
	医療・福祉・保健衛生	43.2	35.9	26.4	26.1	30.5	29.9	31.0	31.4	33.6	34.9	34.8	32.7	34.7	2.0
	教育サービス	40.0	29.7	13.9	18.8	28.0	29.5	31.7	34.0	34.7	34.0	34.0	33.3	34.0	0.7
	その他サービス	39.8	29.2	21.2	21.8	26.6	28.7	28.4	31.1	31.6	31.4	32.6	30.9	34.2	3.3
全体	45.1	35.3	25.8	26.1	29.4	31.2	31.8	33.9	35.1	36.8	35.7	33.9	36.5	2.6	
その他	39.2	29.8	24.4	26.2	27.1	29.3	28.8	31.5	28.2	29.4	30.8	29.5	30.5	1.0	
格差(10業界別『その他』除く)	13.8	14.8	12.7	12.4	14.8	13.3	13.0	12.6	11.0	9.3	9.4	9.4	8.9	▲0.5	

※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

規模別:3カ月ぶりに全規模がプラス、自宅内消費が押し上げ要因に

- ・「大企業」「中小企業」「小規模企業」がいずれも3カ月ぶりにプラスとなった。堅調な自宅内消費などが押し上げ要因だった一方、特に「小規模企業」では厳しい収益環境が続いた。
- ・「大企業」(38.2) …前月比1.9ポイント増。3カ月ぶりにプラス。「情報サービス」は積極的なIT投資がプラス要因となったほか、『金融』は株価上昇などが好材料だった。他方、「旅館・ホテル」の景況感は厳しく、2020年5月以来の水準に落ち込んだ。
- ・「中小企業」(35.3) …同1.9ポイント増。3カ月ぶりにプラス。厳しい水準ながらも、2016年12月以来4年2カ月ぶりに全10業界が上向いた。特に、半導体などの機械製造や医療機器製造が増加に寄与した。また、感染症対策補助金による効果をあげる企業もみられた。
- ・「小規模企業」(34.7) …同1.9ポイント増。3カ月ぶりにプラス。10業界中8業界が上向いた。通信販売の好調で宅配業や食品卸売など関連業種が堅調だった。他方、販売単価の下落が続くなか仕入単価の上昇は拡大しており、厳しい収益環境の状況が続いた。

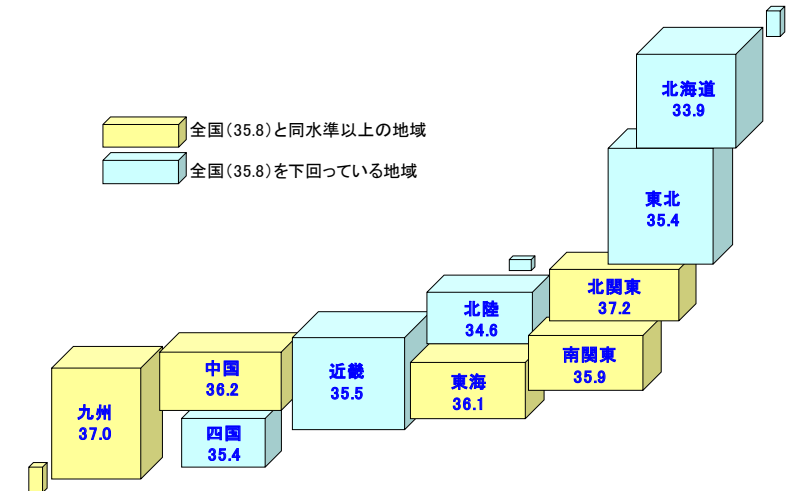
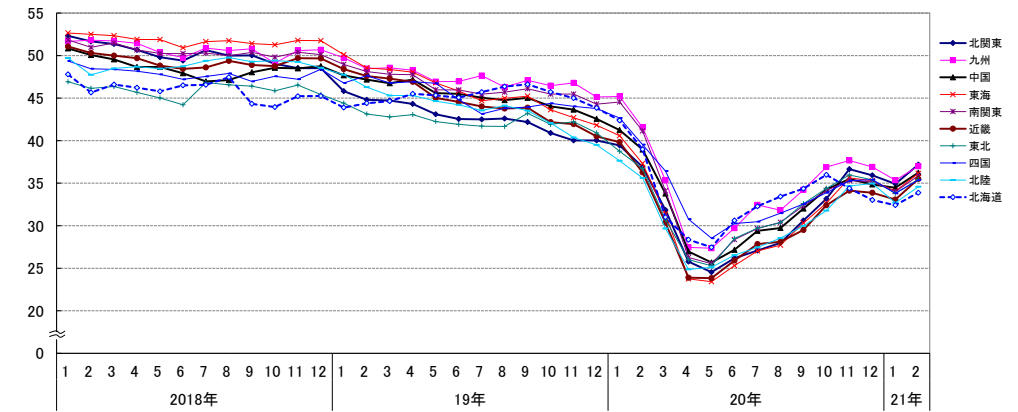
	20年 2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	21年 1月	2月	前月比
大企業	42.0	34.8	28.2	28.1	30.1	31.7	32.4	33.9	36.4	37.6	37.4	36.3	38.2	1.9
中小企業	38.0	32.0	25.3	24.6	27.0	28.5	29.1	31.1	33.3	34.9	34.5	33.4	35.3	1.9
(うち小規模企業)	38.8	32.3	25.4	24.6	27.8	29.4	30.0	32.0	33.9	35.2	34.2	32.8	34.7	1.9
格差(大企業-中小企業)	4.0	2.8	2.9	3.5	3.1	3.2	3.3	2.8	3.1	2.7	2.9	2.9	2.9	

※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:4カ月ぶりに全10地域がそろって上向き

- ・『北関東』『東海』『近畿』など全10地域が4カ月ぶりにそろって上向いた。一部地域で緊急事態宣言が発出されていたものの、感染者数の減少傾向や自宅内消費の拡大、域内の主要産業の持ち直しなどがプラス要因となった。都道府県別では42都道府県が上向いた。
- ・『北関東』(37.2) …前月比2.3ポイント増。3カ月ぶりにプラス。10地域中で唯一、前年同月の水準を上回った。なかでも「群馬」「長野」が大きく上向いた。電気・精密・建設機械などの生産持ち直しがプラス要因となった。
- ・『東海』(36.1) …同2.0ポイント増。3カ月ぶりにプラス。緊急事態宣言が発出されていた「愛知」「岐阜」は3カ月ぶりに上向いた。域内の主要産業である自動車や工作機械などが持ち直し、関連する部品メーカーなどにも波及した。
- ・『近畿』(35.5) …同2.4ポイント増。3カ月ぶりにプラス。10地域中で最大の増加幅だった。緊急事態宣言が「大阪」「京都」「兵庫」で発出されていたものの、自宅内消費の拡大で関連業種が堅調に推移したほか、中国など輸出向けの生産増加も好材料となった。

地域別グラフ(2018年1月からの月別推移)



	20年 2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	21年 1月	2月	前月比
北海道	39.0	31.0	28.4	27.5	30.6	32.3	33.4	34.4	36.0	34.4	33.0	32.4	33.9	1.5
東北	36.7	30.7	26.0	25.3	28.5	29.7	30.4	32.6	34.4	36.0	35.4	33.8	35.4	1.6
北関東	36.9	31.8	25.8	24.5	26.2	27.1	28.0	30.6	33.2	36.6	35.9	34.9	37.2	2.3
南関東	41.1	34.1	26.3	25.5	28.4	29.7	30.4	32.3	34.2	35.3	35.2	34.0	35.9	1.9
北陸	35.6	29.7	24.9	25.1	26.5	27.5	28.5	30.0	31.8	34.7	35.0	32.7	34.6	1.9
東海	37.3	31.4	23.7	23.4	25.3	27.0	27.7	30.3	32.6	35.6	35.3	34.1	36.1	2.0
近畿	36.3	30.4	23.9	23.8	25.9	27.8	28.1	29.5	32.4	34.1	33.9	33.1	35.5	2.4
中国	39.0	33.8	27.0	25.7	27.2	29.4	29.7	32.0	34.3	35.5	34.8	34.5	36.2	1.7
四国	39.5	36.4	30.8	28.5	30.3	30.5	31.5	32.6	33.9	35.3	35.4	33.8	35.4	1.6
九州	41.5	35.3	27.5	27.4	29.7	32.5	31.8	34.2	36.9	37.7	36.9	35.3	37.0	1.7
格差	5.9	6.7	7.1	5.1	5.3	5.5	5.7	4.9	5.1	3.6	3.9	2.9	3.3	

※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

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
	12月	1月	2月		
農・林・水産	35.4 ↓	30.9 ↓	33.8 ↑	<ul style="list-style-type: none"> ○ 観光関連は良くないが、日常用の食品が急激に回復している(釣・はえ縄漁業) △ 量販店(チェーンストア)向けの生鮮野菜は比較的良いが、外食向けの売り上げは非常に良くない(施設野菜作農業) × 新型コロナウイルスによる各種イベントや意見交換の縮小・中止(農業協同組合) × 取引先の飲食店が休業し、しゃも肉の仕入れがなくなった(養鶏) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 新型コロナウイルスの感染者が減少し、ワクチン接種も始まる(養鶏) × 不漁、燃油価格の高騰、後継者不足、魚価安が続く(漁業協同組合) × 貿易による外部からの圧力に加えて、生産者の高齢化と労働力不足による担い手不足が進む(畜産サービス) × まだ地元は不透明感がある(釣・はえ縄漁業)
金融	35.6 ↓	36.1 ↑	38.3 ↑	<ul style="list-style-type: none"> ○ ペットの販売状況については新型コロナウイルスの影響もあり、順調に推移している(損害保険代理) × 観光業を中心に、飲食業(特に夜)にも自粛の影響が出てきている(信用協同組合) × 自粛が強まっており、多くの業種で景気は良くない(クレジットカード) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ ワクチンの普及、および夏場にかけて業況は改善に向かうと予想している(普通銀行) × 農業被害は雪解け後でなければ把握できず、さらなる悪化が予想される(信用協同組合) × 良くなると思われる要因が見つからない(事業者向け貸金)
建設	40.9 ↓	39.4 ↓	40.6 ↑	<ul style="list-style-type: none"> ○ 東日本大震災からの復興・創生期間最終年度にあたり、工事が相当数発注されているので、2021年3月まで忙しい状態が続く(土木工事) ○ 新型コロナウイルス、寒波、地震などの影響により、事業所における換気システムおよび、住宅における給湯器の入替工事が増えている(電気配線工事) ○ 5Gの整備を急がされているなか、テレワークなどによるネットワーク設備の需要も高まっている(電気通信工事) × 復興予算もほぼ終わり、元請からの値下げに加えて現場数の減少で、同業者間の値下げ競争が激しくなった(鉄骨工事) × 仕事量が少なく契約単価も低い(内装工事) × 民間工事の受注率が急に低くなった(はつり・解体工事) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 大阪万博による供給の増大(屋根工事) ○ 製造所の設備投資案件が進展してきているため、受注見込みがある(給排水・衛生設備工事) ○ 止まっていた設備投資が動き出してきた(一般土木建築工事) × 公共建設投資の減少が見込まれる(土工・コンクリート工事) × 工事の絶対量が少なく価格競争の激化が見込まれる(職別工事) × 新型コロナウイルスの影響が民間工事を中心に広がり、受注機会が激減すると思われる(一般管工事) × 新設住宅着工戸数は前年比減少が続いている。公共工事請負額も低調でマイナス基調にある(建築工事)
不動産	36.4 ↓	35.5 ↓	38.3 ↑	<ul style="list-style-type: none"> ○ 郊外の人気が高まっている(不動産代理・仲介) ○ 完成在庫がゼロの状況が続いている(建物売買) × 緊急事態宣言発出にともない、主な顧客である観光・ビジネス目的の旅行者が動かず、土産、飲食が非常に厳しい状況(貸事務所) × 新型コロナウイルス、雪害、地震などの影響により、本来の仕事が十分にできていない(不動産管理) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 日経平均株価が30年ぶりの高値を更新し、ワクチン接種も開始され、顧客の消費マインドが向上していく(土地売買) × ビル賃貸業は、新型コロナウイルスによるテナントの働き方改革、リモートワークが定着すれば、下方の影響が出てくる可能性がある(不動産管理) × テナント企業のコスト削減意識の高まりによる、賃貸料の減額要請の増加や、競合先との競争激化にともなう売り上げの低下を懸念している(貸事務所)
製造	33.9 ↑	33.4 ↓	35.6 ↑	<ul style="list-style-type: none"> ○ 半導体製造装置の受注が良く、その部品を製造している当社も活況である(工業用プラスチック製品製造) ○ 自動車、建設機械が回復している(金属熱処理) ○ 年度末の公共事業、IT関連の民間設備投資による(開閉装置・配電盤・電力制御装置製造) ○ 中国・北米向けの生産が好調(自動車駆動・操縦・制動装置製造) × デジタル化による紙媒体離れ(印刷物加工) × 飲食店の時短営業で、飲食店へのお酒の動きが前年の30%程度(清酒製造) × 百貨店の休業など、販路が縮小している(織物製下着製造) × 自動車業界における半導体不足の影響が出ており、足元での回復が見込めない(コネクタ・スイッチ・リレー製造) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 衛生資材(マスク・防護服)やフィルター関連の需要があり、不織布業界は景気は良い(フェルト・不織布製造) ○ 省エネやCO2対策は、今後も増えていくと見込まれる(開閉装置・配電盤・電力制御装置製造) ○ 新型コロナウイルスが収束し、今まで止まっていた仕事が動き出す。自動車部品メーカーも脱炭素に向けて設備投資を始めている(配管工用付属品製造) × 官民ともに動きが少なく、前年度より落ち込むとみている(生コンクリート製造) × 材料の高騰や品薄が問題になってきている(金属加工機部品製造) × 半導体不足、コンテナ不足などにより操業低下(自動車部品・付属品製造) × 急激な半導体の需要増により、前倒して注文が入っている。そのため、本来のタイミングでは景気の悪化を見込んでいる(電子部品製造)

【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
	12月	1月	2月		
卸売	32.8 ↓	31.6 ↓	33.3 ↑	<ul style="list-style-type: none"> ○ 中国を中心に外需が好調で、5G、EV関連の設備投資が活発になってきた(一般機械器具卸売) ○ 新型コロナウイルス下で、宅配業が追い風を受けている(食料・飲料卸売) ○ 農林水産省の持続化給付金の影響がある(農業用機械器具卸売) ○ 大手自動車メーカーの部品製造関連が好調のため(鉄鋼卸売) × 成人式や新年会も開催されず、卒業式も縮小で着物需要が消失(織物卸売) × 輸入果実の約60%がホテル、外食向け需要であり、緊急事態宣言で、不良在庫の山。長期在庫はできず捨て値で販売をしている(果実卸売) × 新型コロナウイルスの影響でホテル・レストランからの受注が激減(金物卸売) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 通信インフラの整備が当面進む(電気機械器具卸売) ○ 自動車生産台数の回復(非鉄金属卸売) ○ 東京五輪の開催で好転に向かうと予想(スポーツ用品卸売) × 民間設備の案件が極端に少なくなっている。公共土木・建設も大きな期待はできず、景気悪化の方向に向かっている(建設用石材・窯業製品卸売) × 新型コロナウイルスの影響が続き、ワクチン接種が進んでも、以前の生活様式には戻らない。現状の業界は回復しない(婦人・子供服卸売) × 電動自動車が増えると使用部品点数が減ってくる(自動車部品・付属品卸売) × ジュエリー販売はしばらく低調が続く(貴金属製品卸売)
小売	34.2 ↓	32.9 ↓	34.5 ↑	<ul style="list-style-type: none"> ○ 新型コロナウイルス感染症の予防による外出自粛で、需要が高まっている(スーパーストア) ○ 人気の商品に引っ張られて客数が増えている(書籍・雑誌小売) ○ 取り扱う商品が巣ごもり向けである(がん具・娯楽用品小売) × 観光客・ビジネス客の減少が続いている(各種食料品小売) × 新型コロナウイルスの第3波による影響など、外出自粛傾向が一層強まっている(百貨店) × 高齢者層の顧客の来店が減少している。ネット通販は、消費が一巡して落ち着いてしまった(家具小売) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ ワクチンの接種開始により新型コロナウイルスの鎮静化に期待(各種商品小売) △ 新型コロナウイルス感染症の収束や、東京五輪・パラリンピックの開催または中止により左右される(中古自動車小売) × 耐久消費財の需要は一巡したと思われる(家具小売) × 良い要素は見当たらない。2020年にあったような原油の暴落がないと厳しい状況になるとと思われる(ガソリンスタンド) × 半導体不足による自動車の減産や、ナビやETCなどの自動車電装部品の減産の影響が生じてくる(自動車部品・付属品小売) × 急な回復が見込めない(料理品小売)
運輸・倉庫	31.5 ↓	30.0 ↓	31.7 ↑	<ul style="list-style-type: none"> ○ 個人宅配が大幅に増加していることから、売り上げは上半期と比較すると上向きになっている(一般貨物自動車運送) ○ 低価格のロードサイド・スーパー系が好調のため(運輸に付帯するサービス) × 世界的な海上コンテナ不足の影響が一番大きい。取り扱い商品は住宅関連資材が多いが、新型コロナウイルスの影響で受注が減っている(港湾運送) × 移動自粛、緊急事態宣言、Go Toキャンペーンの中止で売り上げが激減している(旅行業代理店) × 緊急事態宣言により、さらにタクシー需要が急減し収支が悪化している(一般乗用旅客自動車運送) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 全世界でワクチン接種が始まれば、荷動きは急速に回復する(利用運送) ○ 海外も含めて回復してきたため(こん包) ○ ワクチンの接種が始まり、株価上昇も相まって物流も活発になると期待できる(一般貨物自動車運送) × 先の景気に関しては一年後も厳しいと思っている。既存のサービスに加えて新たなサービスを提供し市場の変化への対応を検討している(港湾運送) × 需要を押し上げる、好材料が乏しい(特定貨物自動車運送) × ワクチンが行き渡るまでに時間を要する。各国の入国制限の厳格化が長期化する(一般旅行)
サービス	35.7 ↓	33.9 ↓	36.5 ↑	<ul style="list-style-type: none"> ○ リモートワークへの対応など、新型コロナウイルス下で住まいの改修工事の引き合いが増えている(土木建築サービス) ○ 新型コロナウイルスの影響でアウトドア需要(弊社の場合は釣りが活性化し顧客増、稼働増加が発生している(マリナー業) △ 業務改善のためIT関連の投資意欲は強い一方、景気先行き不安から案件のキャンセル、延期があり、業界としてはまだ模様となっている(ソフト受託開発) × 10都府県への緊急事態宣言が継続し、人の動きがとまっている(旅館) × 民間工事の大幅減少により、建設機械の稼働率が大幅に低下している(建設機械器具賃貸) × 患者数減少、職員の感染リスク増大(一般病院) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 景気回復への取り組みとしてデジタル化や働く環境、手段の見直しが進む(ソフト受託開発) ○ 都心部での再開ニーズが強い(環境計量証明) ○ 新型コロナウイルスの収束がみえてきた。新事業を検討中(酒場、ビアホール) × 「新しい生活様式」が浸透するのであれば、売り上げの縮小は避けられない。同業他社とのパイの取り合いのなかで活路を開くしかない(貸衣裳) × 同業他社の営業状況、収支が極めて悪化している。周辺店舗の活況がなく、産業向けや建材関係の物流が低迷している(産業廃棄物処分) × ホテル、スポーツジムなどの景気が戻らなければ、サウナ業界の景気も回復しない(電気機械器具修理)

【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(2万3,702社、有効回答企業1万1,073社、回答率46.7%)

(1) 地域

北海道	553	東海(岐阜 静岡 愛知 三重)	1,215
東北(青森 岩手 宮城 秋田 山形 福島)	759	近畿(滋賀 京都 大阪 兵庫 奈良 和歌山)	1,943
北関東(茨城 栃木 群馬 山梨 長野)	829	中国(鳥取 島根 岡山 広島 山口)	637
南関東(埼玉 千葉 東京 神奈川)	3,324	四国(徳島 香川 愛媛 高知)	366
北陸(新潟 富山 石川 福井)	592	九州(福岡 佐賀 長崎 熊本 大分 宮崎 鹿児島 沖縄)	855
合計			11,073

(2) 業界(10業界51業種)

農・林・水産	73	小売	飲食料点小売業	65	
金融	113		繊維・繊維製品・服飾品小売業	32	
建設	1,823		医薬品・日用雑貨品小売業	21	
不動産	362		家具類小売業	15	
製造	飲食料品・飼料製造業	372	家電・情報機器小売業	34	
	繊維・繊維製品・服飾品製造業	122	自動車・同部品小売業	85	
	建材・家具・窯業・土石製品製造業	235	専門商品小売業	147	
	パルプ・紙・紙加工品製造業	101	各種商品小売業	46	
	出版・印刷	176	その他の小売業	11	
	化学品製造業	427	運輸・倉庫	487	
	鉄鋼・非鉄・鉱業	519	サービス	飲食店	52
	機械製造業	497		電気通信業	7
	電気機械製造業	328		電気・ガス・水道・熱供給業	19
	輸送用機械・器具製造業	101		リース・賃貸業	117
精密機械・医療機械・器具製造業	77	旅館・ホテル		34	
その他製造業	94	娯楽サービス		60	
卸売	飲食料品卸売業	393		放送業	18
	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	188		メンテナンス・警備・検査業	183
	建材・家具・窯業・土石製品卸売業	337		広告関連業	102
	紙類・文具・書籍卸売業	94		情報サービス業	459
(2,911)	化学品卸売業	284	人材派遣・紹介業	60	
	再生資源卸売業	35	専門サービス業	294	
	鉄鋼・非鉄・鉱業製品卸売業	304	医療・福祉・保健衛生業	120	
	機械・器具卸売業	922	教育サービス業	26	
	その他の卸売業	354	その他サービス業	201	
合計			11,073		

(3) 規模

大企業	1,930	17.4%
中小企業	9,143	82.6%
(うち小規模企業)	(3,322)	(30.0%)
合計	11,073	100.0%
(うち上場企業)	(246)	(2.2%)

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

2021年2月12日～2月28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. 2021

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。