

TDB 景気動向調査(全国) — 2013年2月調査 —

2013年3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39.8、前月比1.8ポイント増と3カ月連続で改善

～ 幅広い業種で改善しており、国内景気は回復に向けて進んでいる ～

(調査対象2万3,051社、有効回答1万338社、回答率44.8%、調査開始2002年5月)

< 2013年2月の動向：回復に向けた動き >

2013年2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1.8ポイント増の39.8となり、3カ月連続で改善した。

安倍政権発足以降、円安・株高傾向のなかで、大型補正予算の成立や金融緩和政策の継続が決定されるとともに、設備投資など実需も現れはじめている。また、中国における大気汚染の広がりは国内外で日本の環境関連技術に対する需要を押し上げる期待も高まった。こうした外部要因を背景に、『建設』や『不動産』、『製造』、『小売』など10業界中9業界、51業種中40業種が改善した(前月:47業種)。

幅広い業種で改善傾向となっており、国内景気は回復に向けて進んでいる。

・『製造』、円安やインフラ投資期待などで3カ月連続改善

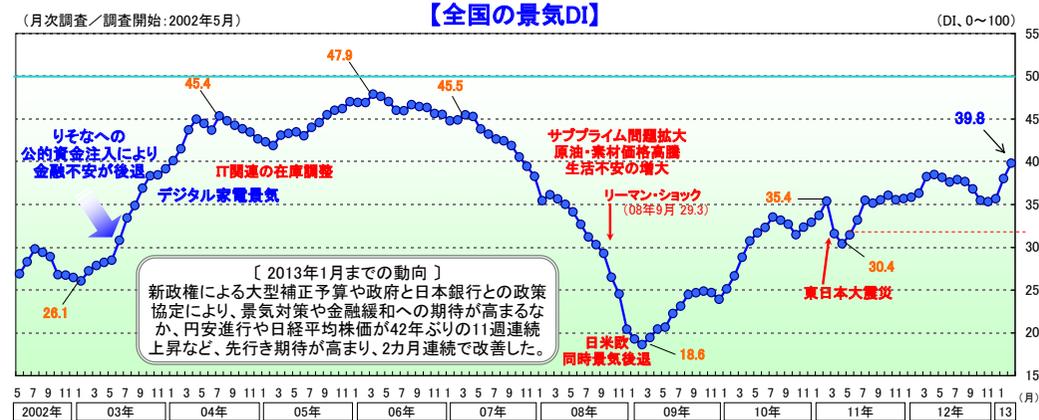
『製造』は、震災復興やインフラ投資機運の高まりで「鉄鋼・非鉄・鋳業」が3カ月連続で改善したほか、円安持続で輸出が回復基調となっている「機械製造」や「輸送用機械・器具製造」も2カ月連続の改善となるなど、全12業種中11業種で改善した。

・『不動産』、過去最大の改善幅

消費税増税前の駆け込みやオフィス市場での空室率の低下、復興需要による被災地域での賃貸物件需要など、『不動産』(45.7)は前月比4.8ポイント増となり2002年5月の調査開始以降で最大の改善幅となった。特に、『東北』(同6.5ポイント増)、『北関東』(同9.7ポイント増)、『南関東』(同5.3ポイント増)など東日本での改善が目立った。

・全10地域が2カ月連続でそろって改善

『東海』や『東北』など全10地域がそろって改善した。2カ月連続ですべての地域が改善したのは2010年5月(5カ月連続)以来2年9カ月ぶり。『東海』は円安で自動車関連や設備投資関連が上向いた。また、『製造』や『不動産』が堅調だった『北関東』も水準は全国で最低ではあるが3カ月連続で改善した。



< 今後の見通し：緩やかに回復 >

復興需要の継続や公共投資の増加、金融緩和など、デフレ脱却と景気回復に向けた経済政策が多く打ち出されており、企業マインドや消費マインドの改善基調への転換が期待される。また、米国の経済環境の改善こともない日本の輸出回復が見込まれるとともに、円安によりその動きが加速される可能性がある。さらに、年度後半には消費税引き上げ前の駆け込み需要によって経済成長のペースが速まるとみられる。他方、円安の進行は原材料や燃料など輸入価格上昇によるコスト上昇をもたらすことが懸念される。特に、電力やガスなどインフラ部門の公共料金値上げは企業活動にとり下押し圧力となる。

今後は多くの好材料が期待されており、景気予測DIの「1カ月後」、「3カ月後」、「6カ月後」はともに改善が見込まれる。しかし、円安による輸入コスト上昇が先行し、企業の売り上げ拡大や賃金上昇までには時間がかかるとみられ、国内景気は緩やかな回復にとどまると見込まれる。

景気DI	2012年2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
	前月比	0.4	2.0	0.2	▲0.3	▲0.6	0.3	▲0.2	▲0.9

景気DI	2012年11月	12月	2013年1月	2月	景気予測DI				
	前月比	▲0.2	0.4	2.3	1.8	1カ月後	3カ月後	6カ月後	1年後
					41.2	42.7	44.5	45.4	
					2013年2月比	1.4	2.9	4.7	5.6

※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:全10業界中9業界が改善

・『建設』『不動産』『製造』『小売』など、全10業界中9業界が改善した。

・過去最大の改善幅となった『不動産』のほか、『建設』や『製造』なども復興需要や円安の影響を受けて堅調な動きを示すなど10業界中9業界が改善した。また、日中関係の改善に向けた動きや旧正月需要、大気汚染関連特需が現れた「中国進出」(39.2)企業の景況感は前月比1.7ポイント増となり、3カ月連続で改善した。

・『建設』(43.8)…前月比1.9ポイント増。『東北』(55.2、同1.6ポイント増)が2カ月連続で改善したほか、『南関東』(44.8、同1.2ポイント増、4カ月連続改善)、『東海』(42.3、同2.4ポイント増、5カ月連続改善)、『近畿』(38.3、同0.6ポイント増、2カ月連続改善)の三大都市圏も改善が続いた。年度末に向けての繁忙期に加えて、復興需要や設備投資の増加、公共投資の期待先取りなどから、全体でも2カ月連続の改善となった。

・『不動産』(45.7)…同4.8ポイント増。消費増税前の駆け込み需要が現れはじめているほか、オフィスビルの空室率も低下が続いていることに加え、需要期ということもあり、3カ月連続で改善し、改善幅も過去最大の4.8ポイントと10業界中で最大となった。

・『製造』(37.4)…同2.1ポイント増。震災復興や安倍政権によるインフラ投資機運が高まっていることなどで「鉄鋼・非鉄・鋳業」(37.6、同2.1ポイント増)が3カ月連続で改善した。また、円安持続により輸出が回復基調となっている「機械製造」(39.2、同2.9ポイント増)、「輸送用機械・器具製造」(41.2、同7.0ポイント増)も2カ月連続で改善するなど、『製造』は全12業種中11業種が改善した。

・『小売』(38.4)…同2.1ポイント増。景気回復期待でインフレ懸念が現れはじめているなかで、消費者の購買意欲の高まりや年度末需要も加わり、「家具類小売」(44.4、同6.9ポイント増)、「自動車・同部品小売」(42.9、同1.7ポイント増)、「飲食料点小売」(38.8、同5.9ポイント増)などが大きく改善し、『小売』は全9業種中6業種が改善した。

→ 最高の『不動産』と最低の『農・林・水産』との格差(8.9ポイント、『その他』を除く)は、前月比1.2ポイント増と2カ月連続で拡大した。

	12年 2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	13年 1月	2月	前月比	震災前 (2011年2月) との比較	
農・林・水産	35.3	35.8	36.4	35.0	34.8	34.5	35.8	35.2	33.3	33.7	34.9	36.0	36.8	0.8	▲0.6	
金融	35.6	38.6	38.8	37.6	38.0	37.7	37.7	37.5	35.7	36.1	36.2	41.3	42.4	1.1	8.2	
建設	34.6	35.7	35.7	35.5	36.2	37.2	38.0	38.1	38.6	39.0	38.7	41.9	43.8	1.9	15.7	
不動産	36.5	38.6	38.2	37.9	38.2	39.2	38.5	38.3	36.7	35.7	37.0	40.9	45.7	4.8	9.7	
製造	飲食料品・飼料製造	33.8	36.7	36.7	36.6	35.2	34.5	33.8	34.7	33.4	32.7	33.4	34.5	35.6	1.1	2.3
	繊維・繊維製品・服飾品製造	38.0	38.9	39.9	39.4	37.9	37.9	35.9	36.0	33.7	33.1	35.6	36.9	37.3	0.4	1.2
	建材・家具・窯業・土石製品製造	34.0	36.0	35.9	34.9	34.5	36.4	35.6	37.9	36.4	37.0	38.2	38.9	40.3	1.4	7.0
	パルプ・紙・紙加工品製造	31.9	34.6	36.5	34.2	34.2	33.6	34.7	32.7	30.2	30.8	31.1	33.3	33.0	▲0.3	▲0.2
	出版・印刷	28.5	31.8	30.8	30.5	29.3	28.5	29.6	28.6	29.1	29.2	28.3	29.6	31.4	1.8	4.2
	化学製品製造	37.2	39.1	39.3	39.7	39.7	39.2	39.2	39.2	36.4	35.0	33.3	34.1	36.4	1.6	▲3.5
	鉄鋼・非鉄・鋳業	37.4	39.2	39.2	38.4	37.7	38.0	37.2	35.6	32.1	31.9	32.6	35.5	37.6	2.1	▲1.3
	機械製造	39.9	42.4	42.4	41.3	39.3	38.6	37.8	36.4	34.0	33.4	32.7	36.3	39.2	2.9	▲3.8
	電気機械製造	36.7	38.7	38.2	38.7	37.6	38.2	37.2	34.8	32.6	31.8	32.8	35.8	38.2	2.4	▲3.4
	輸送用機械・器具製造	42.8	47.2	48.0	48.2	44.9	44.4	43.1	40.5	33.3	32.8	32.6	34.2	41.2	7.0	2.4
	精密機械・医療機械・器具製造	39.3	40.7	38.5	37.1	39.5	39.7	39.4	36.2	33.5	32.5	34.2	33.6	36.5	2.9	▲8.5
	その他製造	29.9	33.0	33.0	33.7	30.8	33.5	32.1	32.2	29.2	30.8	31.0	31.3	34.8	3.5	4.4
	全体	36.2	38.5	38.4	38.0	37.0	37.0	36.5	35.4	33.1	32.6	33.1	35.3	37.4	2.1	▲0.4
	卸売	飲食料品卸売	33.5	36.1	36.0	36.8	36.0	36.2	35.2	34.1	32.4	33.5	33.9	34.6	35.3	0.7
繊維・繊維製品・服飾品卸売		33.3	34.4	37.1	37.2	34.2	33.8	34.4	31.8	32.0	32.4	34.3	34.7	34.6	▲0.1	3.4
建材・家具・窯業・土石製品卸売		35.1	36.1	35.9	35.4	35.3	36.9	37.6	37.3	38.3	39.9	42.2	43.5	1.3	11.4	
紙類・文具・書籍卸売		28.9	34.0	35.2	32.6	32.8	32.2	30.9	32.8	28.0	30.2	31.7	31.8	32.3	0.5	1.0
化学品卸売		36.5	38.7	38.9	39.1	38.0	38.5	37.6	36.7	35.6	35.1	34.6	35.9	36.1	0.2	▲2.7
再生資源卸売		37.2	33.3	38.7	36.7	32.2	29.0	35.1	27.4	20.2	30.1	32.1	41.9	48.8	6.9	6.5
鉄鋼・非鉄・鋳業卸売		36.1	38.2	38.7	35.9	35.7	35.2	35.7	33.6	32.6	31.6	34.0	37.3	38.2	0.9	1.1
機械・器具卸売		37.7	40.1	40.3	38.7	38.8	38.8	37.9	36.9	34.6	33.7	34.1	36.8	38.8	2.0	0.2
その他の卸売		35.0	35.7	36.6	37.6	36.1	36.0	35.5	34.1	32.8	32.8	32.2	34.0	35.3	1.3	0.8
全体		35.6	37.6	38.1	37.4	36.7	36.8	36.4	35.3	33.9	33.9	34.5	36.5	37.7	1.2	1.9
小売	飲食料点小売	34.5	37.3	38.2	36.4	38.0	35.5	37.2	36.7	33.1	34.7	30.6	32.9	38.8	5.4	5.0
	繊維・繊維製品・服飾品小売	34.8	38.0	36.5	40.7	35.6	34.2	34.0	32.2	32.9	35.5	32.9	34.6	34.8	0.2	0.3
	医薬品・日用雑貨品小売	49.2	45.3	47.9	46.7	43.1	45.3	45.8	43.8	42.3	44.4	47.7	49.4	45.7	▲3.7	3.7
	家具類小売	37.5	39.6	38.5	40.0	36.5	42.4	39.3	36.1	32.1	34.7	38.9	37.5	44.4	6.9	4.7
	家電・情報機器小売	38.8	40.9	38.2	42.1	38.2	38.9	41.1	40.4	33.8	33.3	34.1	39.5	38.7	▲0.8	0.1
	自動車・同部品小売	48.2	51.5	46.7	45.5	46.6	46.0	40.8	41.5	36.9	31.5	32.1	41.2	42.9	1.7	11.5
	専門商品小売	33.3	32.3	34.7	35.0	34.9	35.3	33.6	33.0	32.4	32.7	33.0	32.7	35.1	2.4	3.7
	各種商品小売	37.7	39.7	41.2	39.1	36.7	39.7	37.1	36.3	35.8	35.3	35.5	38.4	40.5	2.1	4.4
	その他小売	44.4	30.0	33.3	25.0	30.6	46.7	47.6	36.1	33.3	33.3	36.7	36.7	31.0	▲5.7	4.3
	全体	37.5	38.5	38.9	39.0	38.1	38.3	37.2	36.4	34.2	34.2	34.0	36.3	38.4	2.1	4.3
運輸・倉庫	36.5	38.7	39.8	39.5	38.1	39.2	39.5	37.6	36.7	35.3	36.9	38.0	39.5	1.5	2.9	
サービス	飲食店	35.0	39.4	37.1	36.5	40.6	41.7	39.6	36.0	32.4	35.4	35.7	37.8	2.1	4.6	
	電気通信	51.4	47.6	47.2	51.5	52.1	47.0	53.0	50.0	45.2	48.7	53.8	53.0	▲0.8	▲0.6	
	電気・ガス・水道・熱供給	42.9	41.7	43.8	47.9	45.8	40.0	35.4	41.7	37.0	42.6	37.5	43.8	45.8	2.0	0.0
	リース・賃貸	41.1	43.3	40.9	46.1	43.6	44.2	43.6	43.8	43.3	43.7	45.2	45.3	48.4	3.1	13.4
	旅館・ホテル	29.8	38.9	41.5	41.4	41.7	42.4	42.2	41.7	38.1	40.0	37.2	38.4	40.1	1.7	12.0
	娯楽サービス	32.8	35.9	38.5	38.1	35.5	33.3	36.1	35.0	37.4	36.2	36.7	38.5	38.5	0.0	6.3
	放送	40.6	40.7	46.1	43.1	45.1	39.2	40.2	41.2	38.2	40.6	38.5	41.7	37.8	▲3.9	▲3.3
	メンテナンス・警備・検査	37.0	38.2	37.0	37.8	39.4	38.1	38.9	39.7	37.7	38.4	37.6	40.7	44.0	3.3	6.7
	広告関連	35.1	36.6	37.4	38.3	37.2	37.3	36.1	35.9	35.1	34.7	34.5	35.4	38.9	3.5	8.1
	情報サービス	41.8	43.1	43.7	43.3	43.5	43.9	43.7	42.5	42.2	42.8	42.2	45.2	47.3	2.1	7.9
	人材派遣・紹介	49.1	48.0	52.0	51.1	51.9	49.2	50.0	48.8	46.6	42.8	44.9	44.7	48.7	4.0	8.0
	専門サービス	38.2	41.7	40.6	41.6	40.0	41.2	41.6	41.0	40.5	40.4	41.1	44.3	46.9	2.6	12.3
	医療・福祉・保健衛生	41.2	42.6	44.7	44.0	42.4	43.5	43.8	43.4	41.8	41.1	40.8	45.3	45.7	0.4	8.9
教育サービス	44.2	43.2	43.8	42.3	38.2	41.0	43.2	39.2	42.3	40.1	38.3	46.8	46.8	0.0	4.7	
その他サービス	39.7	43.0	44.7	43.9	44.0	44.3	42.8	42.9	41.1	40.7	39.5	42.2	42.1	▲0.1	2.5	
全体	39.5	41.6	41.9	42.4	41.9	42.0	42.1	41.5	40.6	40.5	40.5	43.0	45.0	2.0	8.2	
その他	33.3	34.4	37.2	33.9	35.8	40.0	35.6	38.7	37.4	36.0	36.2	36.7	33.8	▲2.9	2.5	
格差(10業界別『その他』除く)	4.9	5.9	6.2	7.4	7.1	7.5	6.3	6.3	7.5	7.9	7.4	7.7	8.9			
中国進出	38.8	41.7	41.9	41.5	40.3	40.5	38.9	37.4	35.7	35.0	35.5	37.5	39.2	1.7	▲1.8	

※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」は4カ月連続、「中小企業」「小規模企業」は3カ月連続で改善

・「大企業」(42.9、前月比1.9ポイント増)、「中小企業」(38.9、同1.8ポイント増)、「小規模企業」(38.9、同2.0ポイント増)ともに大きく改善し、すべての規模で震災前の水準を上回った。

→ 「大企業」と「中小企業」の規模間格差(4.0ポイント)は、同0.1ポイント増と3カ月ぶりに拡大した。

	12年2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	13年1月	2月	前月比	震災前(2011年2月)との比較
大企業	38.7	40.8	41.2	40.8	40.3	40.8	40.3	39.5	38.2	38.4	38.7	41.0	42.9	1.9	6.0
中小企業	35.6	37.5	37.7	37.4	36.8	37.1	36.9	36.0	34.6	34.4	34.7	37.1	38.9	1.8	4.0
(うち小規模企業)	33.7	35.2	35.4	34.8	34.8	35.4	35.2	35.0	34.0	33.6	33.9	36.9	38.9	2.0	7.0
格差(大企業-中小企業)	3.1	3.3	3.5	3.4	3.5	3.7	3.4	3.5	3.6	4.0	4.0	3.9	4.0		

※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:全10地域が2カ月連続でそろって改善

・『北関東』『東海』など全10地域がそろって改善した。2カ月連続ですべての地域が改善したのは2010年5月(5カ月連続)以来2年9カ月ぶり。

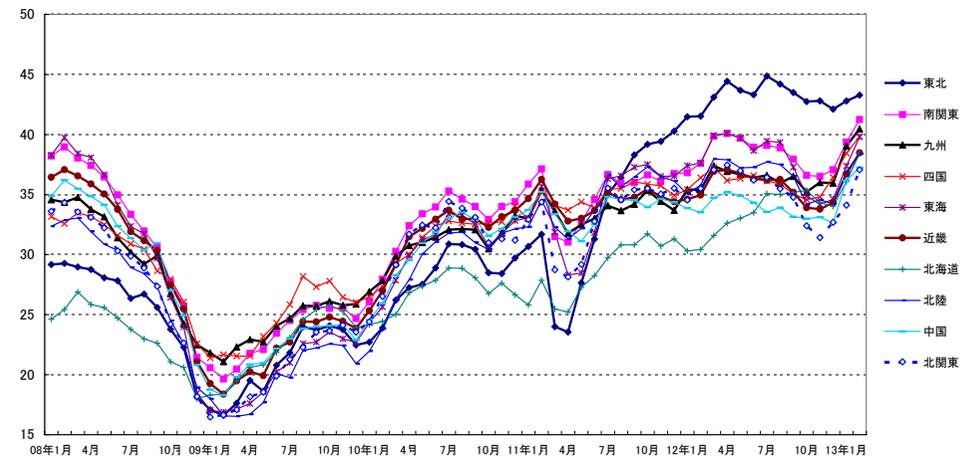
・『東海』(39.8) … 前月比2.4ポイント増。円安により生産が増加傾向にある自動車関連製造や設備投資の動きが堅調で「機械製造」が上向いたことなどにより『製造』(38.5、同2.7ポイント増)が改善した。また、自動車の生産増にともない関連する自動車用品などの販売が上向いている『小売』(40.2、同4.2ポイント増)など、10業界中8業界が改善したことで、全体としては3カ月連続で改善した。

・『東北』(43.3) … 同0.5ポイント増。2カ月連続で改善し、全国10地域中、18カ月連続で第1位となった。復興需要により『建設』(55.2、同1.6ポイント増)や『不動産』(44.4、同6.5ポイント増)が2カ月連続で改善したほか、『小売』『サービス』など10業界中6業界が改善した。『建設』は積雪による工事停滞があるが、震災復興による需要は底堅く、特に移転地への住宅建築などが始まっている『不動産』の上向きが顕著となっている。

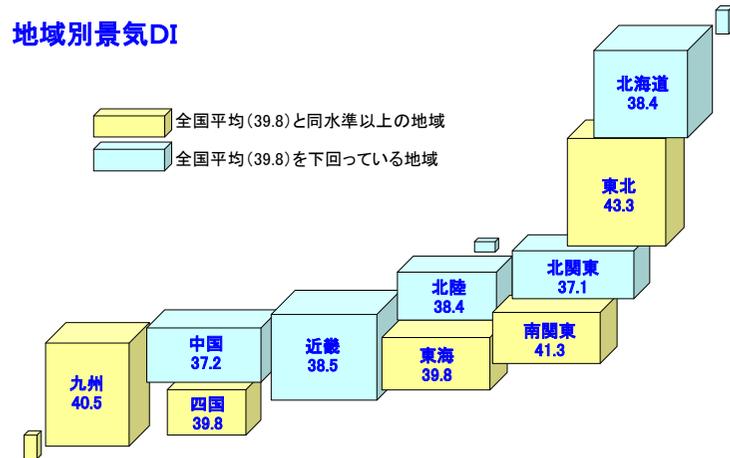
県別では、「宮城」(50.9、同0.8ポイント増)が3カ月ぶりに改善し、2カ月連続で全国第2位となった。また、「福島」(第3位:46.3、同0.6ポイント増)や「岩手」(第4位:45.4、同2.0ポイント減)も高水準が続くなど、『東北』6県中4県が改善した。
[第1位は「沖縄」(54.0)]

→ 最高の『東北』と最低の『北関東』との格差(6.2ポイント)は、同2.5ポイント減と3カ月連続で縮小した。

地域別グラフ(2008年1月からの月別推移)



地域別景気DI



	12年2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	13年1月	2月	前月比	震災前(2011年2月)との比較
北海道	30.4	31.6	32.6	33.0	33.5	35.1	35.0	35.2	35.3	34.3	34.0	36.1	38.4	2.3	10.5
東北	41.5	43.1	44.4	43.7	43.3	44.9	44.2	43.5	42.7	42.8	42.1	42.8	43.3	0.5	11.6
北関東	35.5	37.1	37.5	37.0	36.2	36.4	35.5	34.8	32.4	31.4	32.7	34.1	37.1	3.0	2.7
南関東	37.6	39.9	40.1	39.7	38.9	39.1	38.9	37.9	36.6	36.5	37.1	39.4	41.3	1.9	4.2
北陸	35.8	38.0	37.9	37.2	37.3	37.7	37.5	36.5	34.2	34.6	34.2	36.9	38.4	1.5	3.9
東海	37.6	39.9	40.1	39.7	38.7	39.4	39.3	37.3	34.9	34.2	34.6	37.4	39.8	2.4	4.1
近畿	35.0	36.9	37.1	36.8	36.3	36.2	36.3	35.2	33.9	33.8	34.3	36.7	38.5	1.8	2.2
中国	33.5	34.7	35.2	34.9	34.3	33.5	33.9	33.1	33.0	33.1	32.6	36.2	37.2	1.0	2.0
四国	36.4	37.3	36.2	36.3	36.6	36.1	35.9	35.1	34.6	34.8	36.4	38.4	39.8	1.4	4.6
九州	35.4	37.4	36.9	36.7	36.4	36.6	36.0	36.5	35.2	36.0	36.0	39.0	40.5	1.5	5.1
格差	11.1	11.5	11.8	10.7	9.8	11.4	10.3	10.4	10.3	11.4	9.5	8.7	6.2		

※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」(2013年2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)		
	12月	1月	2月
農・林・水産	34.9	36.0	36.8
金融	36.2	41.3	42.4
建設	38.7	41.9	43.8
不動産	37.0	40.9	45.7
製造	33.1	35.3	37.4

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)		
	12月	1月	2月
卸売	34.5	36.5	37.7
小売	34.0	36.3	38.4
運輸・倉庫	36.9	38.0	39.5
サービス	40.5	43.0	45.0

業界別の景況感「先行き」(2013年2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"> ○ アベノミクスの成果が出始め、消費税率引き上げが近づくにつれて、需要が拡大してくるを見込んでいる(森林組合) △ TPP参加交渉が全商品になるのか、農業・医療関係等を除外した交渉になるのかで景気は変化してくる(農協) × 円安により飼料原料である輸入穀物価格の上昇が懸念される(養鶏) × 水産物は水揚不振からの回復が見込めない(漁協)
金融	<ul style="list-style-type: none"> ○ 政権交代による期待感から、企業の投資関連の動きが活発になっている(ベンチャーキャピタル) ○ 多少の上下はあると思われるが、株式市場の上昇傾向は続くと思われる(投信委託) △ 上昇相場では回転が良くなり手数料も増え収益も増加するだろうが、持続するか否かは今後の相場次第。何とも言えない(証券)
建設	<ul style="list-style-type: none"> ○ 消費税増税に先がけ、駆け込み工事(新規よりも改修)が見込まれる(防水工事) △ 円安による燃料、材料費の高騰および人員不足による労務費の高騰がどの程度進むか、価格に転嫁できるかが予想できない(土木工事) △ 公共投資が増えても人員確保が困難だと予想される(屋根工事) × 末端の地方の零細企業に、国の政策効果が届くには相当の時間がかかる。景気回復まで、経営が持ちこたえられるか心配(建設工事)
不動産	<ul style="list-style-type: none"> ○ 緊急経済対策による効果、県や市なども公共事業に力を入れてきており、民間からも発注が増加することに期待している(建物売買) ○ 消費税増税前の駆け込み、インフレ移行による材料費高騰前の駆け込み購入への期待(建物売買) ○ 円安により、製造業の国内回帰が期待できる(貸ビル) △ 株価は円安のため上昇しているが、实体经济が良くなっていないため、持続するか否かは予測が全く出来ない(建物売買)
製造	<ul style="list-style-type: none"> ○ 期末に向けて、自動車メーカーが予定通りの増産傾向にあるため(自動車鋼板加工業) ○ 徐々に金融緩和の効果から設備投資が増加すると期待(建設機械製造) △ 年初は例年需要の調整局面に入るため、若干の減速があるものと推測されるが、その後は政府の景気浮揚策の効果に期待(電気計測器製造) × 円安による原料インフレが起きつつあるなかで、製品価格の値上げが出来ない状況(洋紙製造) × 政策の進行にもよるが、海外進出が先行している現状。円安が持続しないと国内回帰への動きにつながらないとみている(通信機器製造)

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"> ○ 円安の影響もあり、国内需要が少しずつ回復してくると見ている(配管装置卸売) △ 円安で大企業の業績が回復し、設備投資に回るかどうかで国内の状況が変わる(電気機械器具卸売) × 電気料金やガソリン価格の上昇が続いても、給料の上昇には期待ができないため、先行きの見通しは暗い(服飾品卸売) × 本格的に中国商品の原価があがってきているが販売においてはまだまだデフレから脱却できていない(靴卸売)
小売	<ul style="list-style-type: none"> ○ 消費税増税前の購入増が期待できる(自動車小売) × 賃金が上がらないと内需は拡大しない。消費税増税後の消費の冷え込みを懸念(スーパー) × 円安による輸入品や原料価格が高騰するなか、デフレ脱却も現時点では不透明で、個人所得の増加にも期待できない(食品スーパー) × 自動車燃料油は毎年消費が減少。円安が持続すれば仕入価格が上昇するなかでの価格競争が進み、収益圧迫要因となる(ガソリンスタンド)
運輸・倉庫	<ul style="list-style-type: none"> ○ 震災による復旧復興による需要が継続するため(貨物自動車運送) △ 製造業が持ち直せば状況は変わるし、公共工事や復興工事なども期待できる。ただ、円安による燃料費高騰が気がかり(沿海貨物海運) △ 輸出貨物の取扱高がどの程度まで回復するかによるところが大きい。輸出拡大による内需への刺激が業況回復のポイントと捉えているが、円安の継続について、現状では判断できない(貨物自動車運送)
サービス	<ul style="list-style-type: none"> ○ 震災復興はガレキ処理からインフラ復旧に移りつつある(建機リース) ○ 首都圏の再開発関連の需要が予定されているため(警備) ○ 液晶、特に有機EL関連への設備投資が継続している(ソフト受託開発) △ 政権が変わって景気が回復基調にあると感じられるが、現在行っている景気浮揚策がどの程度効果があるのか不明(フィネスクラブ) × 多くの顧客は製品(システム)価格に対しては引き続き敏感であり、当面は価格競争が続くのではないかと思う(パッケージソフトウェア) × 消費税増税により消費者のコスト意識が高まることによる価格競争を懸念(結婚式場)

調査先企業の属性

1. 調査対象(2万3,051社、有効回答企業1万338社、回答率44.8%)

(1) 地域

北海道	547	東海 (岐阜 静岡 愛知 三重)	1,119
東北 (青森 岩手 宮城 秋田 山形 福島)	590	近畿 (滋賀 京都 大阪 兵庫 奈良 和歌山)	1,738
北関東 (茨城 栃木 群馬 山梨 長野)	657	中国 (鳥取 島根 岡山 広島 山口)	619
南関東 (埼玉 千葉 東京 神奈川)	3,401	四国 (徳島 香川 愛媛 高知)	326
北陸 (新潟 富山 石川 福井)	532	九州 (福岡 佐賀 長崎 熊本 大分 宮崎 鹿児島 沖縄)	809
合計		10,338	

(2) 業界 (10業界51業種)

農・林・水産	39	小売	飲食料品小売業	79	
金融	125		繊維・繊維製品・服飾品小売業	33	
建設	1,427		医薬品・日用雑貨品小売業	23	
不動産	262		家具類小売業	12	
製造	飲食料品・飼料製造業	349	(439)	家電・情報機器小売業	34
	繊維・繊維製品・服飾品製造業	117		自動車・同部品小売業	56
	建材・家具・窯業・土石製品製造業	236		専門商品小売業	144
	パルプ・紙・紙加工品製造業	106		各種商品小売業	51
	出版・印刷	192		その他の小売業	7
	化学品製造業	393		運輸・倉庫	389
	鉄鋼・非鉄・鉱業	530		飲食店	37
(2,988)	機械製造業	447	サービス	電気通信業	11
	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	98		リース・賃貸業	126
	精密機械・医療機械・器具製造業	74		旅館・ホテル	37
	その他製造業	93		娯楽サービス	61
	飲食料品卸売業	393		放送業	15
	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	219		メンテナンス・警備・検査業	142
卸売	建材・家具・窯業・土石製品卸売業	382	(1,474)	広告関連業	126
	紙類・文具・書籍卸売業	118		情報サービス業	401
	化学品卸売業	320		人材派遣・紹介業	62
	再生資源卸売業	28		専門サービス業	201
	鉄鋼・非鉄・鉱業製品卸売業	337		医療・福祉・保健衛生業	90
	機械・器具卸売業	984		教育サービス業	26
	その他の卸売業	380		その他サービス業	131
その他		その他	34		
合計		10,338			

(3) 規模

大企業	2,372	22.9%
中小企業	7,966	77.1%
(うち小規模企業)	(2,394)	(23.2%)
合計	10,338	100.0%
(うち上場企業)	(297)	(2.9%)

(4) 中国進出

中国進出	769
------	-----

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

3. 調査時期・方法

2013年2月18日～28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」、「先行き見直し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

担当: 岡松・高橋・窪田・笹本・鈴木 Tel: 03-5775-3164 e-mail: keiki@mail.tdb.co.jp

©TEIKOKU DATABANK, LTD. 2013

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転載を固く禁じます。