

TDB 景気動向調査(全国) — 2024 年 6 月調査 —

2024 年 7 月 3 日

株式会社帝国データバンク 情報統括部

https://www.tdb.co.jp

景気動向オンライン https://www.tdb-di.com

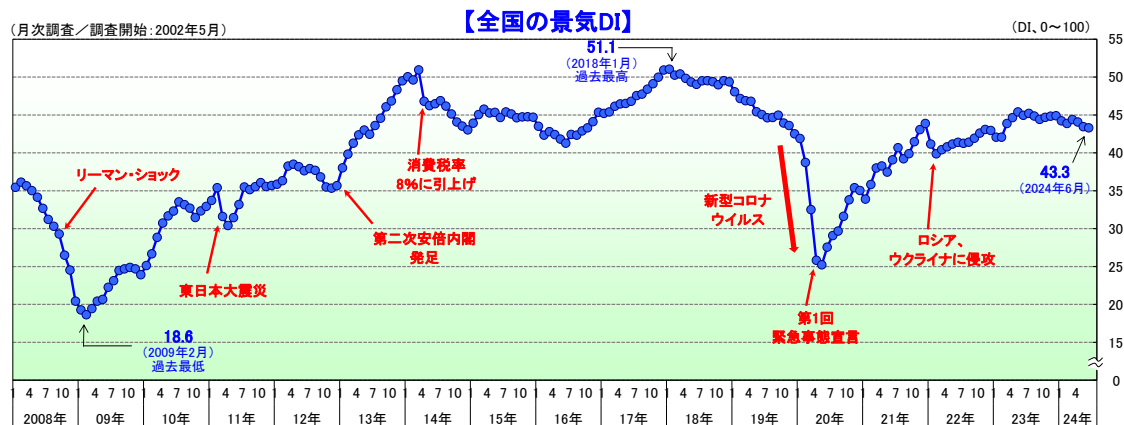
国内景気は 4 年 1 カ月ぶりに 3 カ月連続で悪化

～ 個人消費の停滞や円安にともなうコスト負担の高まりが下押し要因に ～

(調査対象 2 万 7,159 社、有効回答 1 万 1,068 社、回答率 40.8%、調査開始 2002 年 5 月)

調査結果のポイント

- 2024 年 6 月の景気 DI は前月比 0.2 ポイント減の 43.3 となり、3 カ月連続で悪化した。国内景気は、円安にともなうコスト負担の高まりや個人消費の落ち込みにより改善が進まなかった。今後の景気は、日本銀行の追加利上げや人手不足の継続などマイナス要因も多く、横ばい傾向で推移するとみられる。
- 業界別では、『サービス』や『小売』など 10 業界中 6 業界で悪化した。個人消費の停滞が続いたことに加え、円安による原材料価格の高止まりや人件費の増加などが重荷となった。地域別では、10 地域中 6 地域が悪化、4 地域が改善した。観光地の景況感インバウンド消費が好調な一方で、近県からの旅行者獲得の状況により明暗が分かれた。規模別では、「大企業」と「小規模企業」が 3 カ月ぶりに改善した一方、「中小企業」は 3 カ月連続で悪化した。
- 個人消費 DI は、42.8 (前月比 0.5 ポイント減) と 2 カ月連続で落ち込んだ。企業からは消費者の節約志向を懸念する声が多数寄せられた。



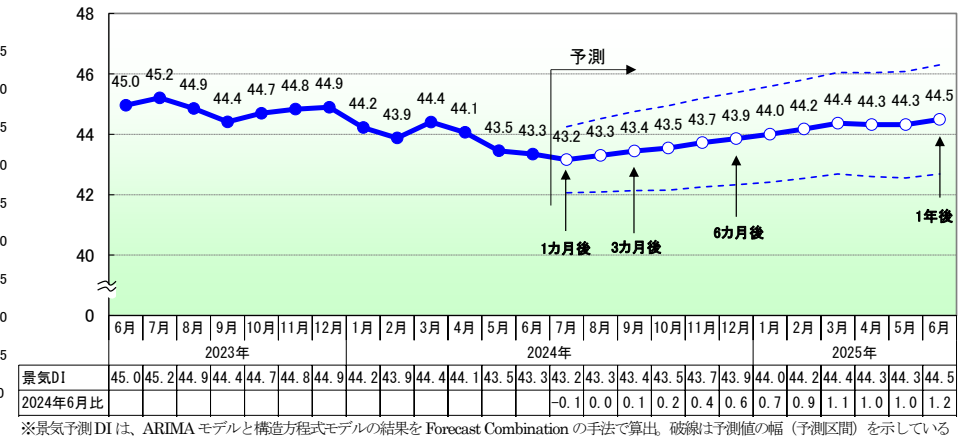
＜ 2024 年 6 月の動向：3 カ月連続後退 ＞

2024 年 6 月の景気 DI は前月比 0.2 ポイント減の 43.3 となり、3 カ月連続で悪化した。国内景気は、円安にともなうコスト負担の高まりや個人消費の落ち込みにより改善が進まなかった。3 カ月連続の悪化は 2020 年 5 月以来 4 年 1 カ月ぶり。

6 月は、宿泊業や娯楽サービス業など個人向けサービスを中心に個人消費 DI が大きく落ち込んだ。円安による原材料価格の高止まりなどコスト負担の増加が景況感を下押しする要因となった。さらに人件費の増加や 2024 年問題への対応、不十分な価格転嫁なども悪材料だった。近隣地域からの旅行者獲得が各地域の観光産業の明暗を分けた。一方で、インバウンド消費が好調だったほか、DX 関連投資や民間工事の発注増加、エアコンなど季節商材の販売、活発なイベントの開催などは好材料だった。

＜ 今後の見通し：横ばい傾向で推移 ＞

今後の国内景気は、賃上げやボーナスの増加にともなう実質賃金の動向がポイントになる。円安が進むなかで、インバウンド消費の拡大や自動車の挽回生産、世界的な半導体需要の回復などもプラス材料となろう。他方、下振れ要因として、人件費や物流コストの増加、仕入単価の上昇スピードに価格転嫁が十分に追いつかないことや、家計の節約志向の高まりなどが懸念される。今後の景気は、日本銀行の追加利上げや人手不足の継続などマイナス要因も多く、横ばい傾向で推移するとみられる。



業界別:10 業界中 6 業界で悪化、諸経費の高止まりや購買意欲の低下が響く

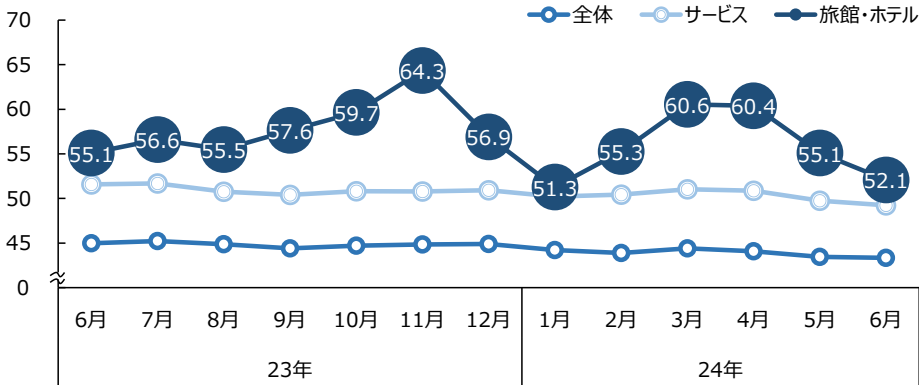
- 『サービス』や『小売』など 10 業界中 6 業界で悪化した。個人消費の停滞が続いたことに加え、円安による原材料価格の高止まりや人件費の増加などが重荷となった。他方、インバウンド需要や半導体、ホテル関連の設備投資などはプラス材料だった。
- 『サービス』(49.2) …前月比 0.5 ポイント減。3 カ月連続で悪化。好調なインバウンドに支えられつつも国内旅行者の低迷から「旅館・ホテル」(同 3.0 ポイント減)は 3 カ月連続で悪化した。同じく「娯楽サービス」(同 1.6 ポイント減)も 3 カ月連続で下落。外食の利用が減少しているといった声のあがる「飲食店」(同 1.3 ポイント減)は 2 カ月連続で悪化した。「広告関連」(同 2.5 ポイント減)も資材の高騰や紙商材の減少などから 2 カ月連続で落ち込んだ。他方、患者数が増加してきたといった声のある「医療・福祉・保健衛生」(同 0.8 ポイント増)は、2 カ月連続で改善した。
- 『小売』(40.3) …同 0.4 ポイント減。2 カ月連続で悪化。「飲料食品小売」(同 0.6 ポイント減)は節約志向から来店頻度や購入点数の減少が響き 3 カ月連続で悪化。新品購入の買い控えといった声のあがる「繊維・繊維製品・服飾品小売」(同 3.9 ポイント減)は大きく下落した。住宅需要が厳しく「家具類小売」(同 1.5 ポイント減)は 2 カ月連続で落ち込んだ。他方、中古車相場が高騰といった声が聞かれる「自動車・同部品小売」(同 1.1 ポイント増)は 3 カ月連続で改善。気温上昇から季節需要が高まり「家電・情報機器小売」(同 2.4 ポイント増)は 3 カ月ぶりに改善した。
- 『農・林・水産』(41.9) …同 1.8 ポイント減。2 カ月ぶりに悪化。「生産量が回復してきたが消費が戻っていない。飼料費が高騰している」(養鶏)といった声や、「購買に結びついておらず買い控えが目立つ」(施設野菜作農)など消費の落ち込みや飼料、農業資材の高止まりが悪材料となった。加えて、住宅着工戸数の停滞により木材需要の減少も下押し要因となった。他方、魚価の高水準での推移や豚肉価格高騰の継続というように、価格の上昇が売り上げ増加につながり好材料と捉える企業も表れている。
- 『製造』(39.4) …同 0.2 ポイント増。3 カ月ぶりに改善。「精密機械、医療機械・器具製造」(同 4.6 ポイント増)は医療用機械器具を中心に 3 カ月ぶりに上向いた。自動車業界の不正問題の影響は残るものの、海外受注や生産が安定してきたメーカーもあり「輸送用機械・器具製造」(同 1.1 ポイント増)は 2 カ月連続で改善。民間の設備投資意欲が高いなどの声が聞かれる「電気機械製造」(同 1.5 ポイント増)も 2 カ月連続で改善した。他方、購買意欲の低下が表れたほか、原材料や光熱費などの高止まりが影響する「飲料食品・飼料製造」(同 0.2 ポイント減)は 3 カ月連続で悪化した。

業界別の景気 DI

	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	24年 1月	2月	3月	4月	5月	6月	前月比
農・林・水産	46.7	42.5	43.0	42.1	43.0	40.1	40.5	40.3	41.2	42.4	42.0	43.7	41.9	▲ 1.8
金融	48.1	47.4	48.8	46.8	47.3	48.0	47.0	47.7	47.7	49.2	48.8	48.0	47.6	▲ 0.4
建設	46.8	47.8	47.4	47.1	47.5	47.8	47.2	47.7	47.5	47.0	46.6	46.0	46.4	0.4
不動産	50.3	48.8	49.6	48.5	48.7	47.9	47.5	48.1	48.3	49.3	49.3	47.7	48.0	0.3
製造	41.3	41.5	41.2	40.8	41.1	41.6	41.5	40.4	39.8	40.2	39.7	39.2	39.4	0.2
卸売	42.5	42.9	42.3	41.9	41.7	42.1	42.7	41.6	40.9	41.4	41.0	40.5	40.1	▲ 0.4
小売	42.0	41.9	41.8	41.4	41.9	41.2	41.5	40.8	40.6	41.4	41.7	40.7	40.3	▲ 0.4
運輸・倉庫	42.2	43.5	43.3	42.8	44.1	43.8	44.5	43.5	41.9	43.1	43.1	43.3	43.4	0.1
サービス	51.6	51.7	50.8	50.4	50.8	50.8	50.9	50.2	50.4	51.0	50.9	49.7	49.2	▲ 0.5
その他	39.8	40.9	40.8	39.2	40.1	38.2	42.8	41.3	41.2	41.1	42.1	37.8	37.5	▲ 0.3
格差	10.3	10.2	9.6	9.6	9.7	10.7	10.4	9.9	10.6	10.8	11.2	10.5	9.8	

※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
※格差は、10業界別「その他」を除く

注目業種の景気 DI の推移



主な業種別の景気 DI ランキング

上位 10 業 種	業種名	景気DI	下位 10 業 種	業種名	景気DI
	情報サービス	54.1		出版・印刷	32.8
	旅館・ホテル	52.1		パルプ・紙・紙加工品製造	34.4
	専門サービス	50.5		鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売	34.6
	リース・賃貸	49.0		紙類・文具・書籍卸売	35.2
	人材派遣・紹介	48.5		繊維・繊維製品・服飾品小売	36.3
	飲食店	48.1		繊維・繊維製品・服飾品卸売	36.3
	不動産	48.0		建材・家具・窯業・土石製品卸売	36.4
	金融	47.6		鉄鋼・非鉄・鋳業	36.4
	教育サービス	47.4		繊維・繊維製品・服飾品製造	37.3
	精密機械、医療機械・器具製造	46.5		建材・家具・窯業・土石製品製造	37.5

※回答社数が30社以上の業種を対象。業種別の詳細データは、7ページを参照

規模別:「中小企業」が3カ月連続で悪化、宿泊業や飲食店で不調続く

- ・「大企業」と「小規模企業」が3カ月ぶりに改善した一方、「中小企業」は3カ月連続で悪化した。気温の上昇で飲料やエアコンなどが堅調だったほか、小規模企業では貸切バスの利用もプラス要因。他方、旅行控えは宿泊業や飲食店で下押し要因となった。
- ・「大企業」(48.0) …前月比0.1ポイント増。3カ月ぶりに改善。気温の上昇や節電意識の高まりで飲料や家電製品の販売が好調な『小売』が2カ月ぶりに改善した一方、『不動産』はマンション販売の展示会への来場者数の減少など2カ月連続で悪化した。
- ・「中小企業」(42.5) …同0.1ポイント減。3カ月連続で悪化。『サービス』は、旅行控えなどもあり「旅館・ホテル」が3カ月連続、「飲食店」が2カ月連続で大きく落ち込んだ。食品価格の値上げで包装資材の需要が低迷した「出版・印刷」も悪化した。
- ・「小規模企業」(41.6) …同0.4ポイント増。3カ月ぶりに改善。貸切バスの利用や告示運賃が上昇した『運輸・倉庫』が改善した一方で、『小売』は2カ月連続で悪化。10業界のうち改善が5業界、悪化が4業界となり、景況感は業界間で二分した。

規模別の景気DI

	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	24年1月	2月	3月	4月	5月	6月	前月比
大企業	47.7	48.6	48.0	47.8	47.9	48.4	48.1	47.9	47.7	48.0	47.9	47.9	48.0	0.1
中小企業	44.5	44.6	44.3	43.8	44.1	44.2	44.3	43.6	43.2	43.8	43.4	42.6	42.5	▲0.1
(うち小規模企業)	43.6	43.4	43.5	43.0	43.4	43.1	43.3	42.6	42.4	42.9	42.3	41.2	41.6	0.4
格差(大企業-中小企業)	3.2	4.0	3.7	4.0	3.8	4.2	3.8	4.3	4.5	4.2	4.5	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

地域別の景気DI

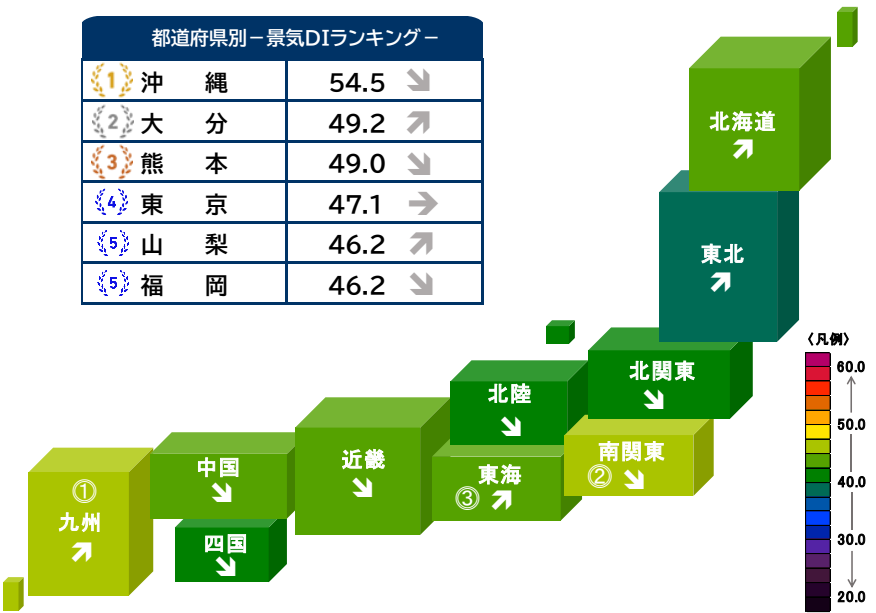
	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	24年1月	2月	3月	4月	5月	6月	前月比
北海道	43.9	45.6	44.8	43.6	43.7	43.3	43.3	41.6	41.8	42.4	42.8	42.4	42.8	0.4
東北	41.7	42.1	41.8	41.5	41.4	41.3	40.3	40.2	38.8	39.3	39.2	38.6	39.2	0.6
北関東	42.8	43.1	43.1	42.9	43.0	42.6	43.0	40.9	41.7	42.0	41.4	40.9	40.7	▲0.2
南関東	47.2	47.4	46.6	46.4	46.3	46.7	46.6	46.5	46.6	47.2	46.6	45.8	45.6	▲0.2
北陸	43.7	43.6	43.1	42.5	42.1	42.3	42.5	40.0	39.8	41.4	42.4	42.3	40.7	▲1.6
東海	43.8	44.4	44.4	43.6	44.4	45.1	44.8	44.4	43.1	43.7	43.2	43.0	43.3	0.3
近畿	43.9	43.8	43.6	43.2	43.7	44.1	44.6	43.6	43.2	43.6	43.7	42.6	42.5	▲0.1
中国	44.7	45.3	44.3	44.1	44.9	44.2	43.9	44.3	43.2	43.1	42.6	42.8	42.6	▲0.2
四国	41.7	42.6	41.8	41.2	41.4	41.3	42.5	42.2	41.0	41.1	41.2	40.2	39.9	▲0.3
九州	48.2	48.0	48.3	47.7	48.6	48.7	49.0	48.3	48.1	48.5	47.6	46.4	46.5	0.1
格差	6.5	5.9	6.5	6.5	7.2	7.4	8.7	8.3	9.3	9.2	8.4	7.8	7.3	

※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

地域別:10地域中6地域が悪化、近県からの旅行者獲得が明暗を分ける

- ・『南関東』『北陸』など10地域中6地域が悪化、『東北』など4地域が改善した。都道府県別では26府県が悪化、19道県が改善となった。インバウンド消費は好調な一方で、近県からの旅行者獲得が各地域の明暗を分けた。工事発注の増加はプラス要因。
- ・『南関東』(45.6) …前月比0.2ポイント減。3カ月連続で悪化。域内1都3県のうち3県が悪化、「東京」が横ばいとなった。前向きな資金需要の不足や保険・証券業界での不祥事など『金融』が3カ月連続で落ち込んだ。また『サービス』も低調だった。
- ・『北陸』(40.7) …同1.6ポイント減。2カ月連続で悪化。域内4県が2年5カ月ぶりにすべて悪化した。能登半島地震からの復旧・復興に遅れがみられ、『建設』は再び悪化に転じた。国内旅行が伸び悩む一方で、インバウンド消費は好調だった。
- ・『東北』(39.2) …同0.6ポイント増。3カ月ぶりに改善。域内6県中4県が改善し、「福島」と「宮城」は3カ月ぶりに上向きへと転じた。設備稼働率が改善し工事の発注も増え始めたほか、近県からの旅行増などもプラス材料となった。

地域別の景気DI(2024年6月)



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
	4月	5月	6月		
農・林・水産	42.0 ▲	43.7 ▲	41.9 ▲	○ 豚肉価格の高騰が続いている(養豚) × 住宅着工数の減少、木材需要の減退(森林組合) × 仕入価格の上昇や燃料費の高騰、販売価格の低下などによる影響(素材生産サービス) × 価格転嫁がなかなか進まず厳しい状況である(施設野菜作農)	○ 米の不足感から価格が一時的に上がると予想(米作農) × 価格転嫁をしたことにより、買い控えが発生している(米作以外の穀作農) × 原材料費、電気代などの費用の高騰分を価格転嫁できないため減益になる可能性が高い(野菜作農) × 卵の価格低迷と生産過剰による影響は続く(養鶏)
金融	48.8 ▲	48.0 ▲	47.6 ▲	○ 新NISAや円安などの影響で資金流入が続いている(証券投資信託委託) × 保険業界の不祥事が続発するなかで利益が出せず、人員の縮小や経費の圧縮が起きており、全体的に悪い雰囲気が漂っている(損害保険代理) × 物価高騰による消費減退の傾向がみられる(クレジットカード) × 倒産件数・リスク相談が増加している(信用金庫・同連合会)	○ 日銀の金融政策の転換により貸出金利の上昇が期待される(信用金庫・同連合会) ○ 主に米国の景気動向、為替の動向に左右されるが、当面は今の良い環境が継続すると見込んでいる(住宅専門金融) × 前向きな資金需要は当面見込まれない(信用農業協同組合連合会)
建設	46.6 ▲	46.0 ▲	46.4 ▲	○ 建物改修工事の需要がある(防水工事) ○ 北海道新幹線の延伸工事がある(土木工事) ○ 石油精製・化学工場などの更新工事や水素・バイオなどのエネルギー関連工事が堅調(はつり・解体工事) ○ インバウンドの増加でホテルの設備投資が旺盛である(電気配線工事) × コストが増えるなか、売価を上げづらく、利益確保が厳しい(建築工事) × 建設資材の高騰、土地価格の高止まりが起因する新築住宅の買い控えと新設住宅着工数の減少による影響(木造建築工事) × 公共・民間工事の発注が少なく案件もない。従業員も不足しているほか、材料・修繕費用なども高騰しており厳しい状況(土工・コンクリート工事)	○ 大型物件の稼働により、人手不足が起こっている(電気配線工事) ○ 北陸新幹線の延伸による観光需要に加え、インバウンド需要および能登半島地震による復興需要がある(職別工事) ○ 資材・人件費の高騰で、資産価値アップにより、集合住宅を新築工事する代わりに改修するニーズが増えるという予想(塗装工事) △ 仕事が増えてきているが、資材の値上がりの影響が懸念される(防水工事) × 資材価格や労務費、エネルギー価格が高止まりしているうえに金利が上昇傾向にある(木造建築工事) × 2024年問題および物価上昇、職人の高齢化による影響が出てくると考える(機械器具設置工事)
不動産	49.3 ➡	47.7 ▲	48.0 ▲	○ TSMCの進出により不動産に活気がある(土地賃貸) ○ 商店街の人出の多さもさることながら、実際に商品を購入する人も以前より多いと感じる(不動産管理) × 建設資材の高騰にともなう住宅の建て控えにより、住宅用の土地の動きが鈍い(不動産代理業・仲介) × 住宅価格が高騰し、賃金とのギャップが埋まらない(建物売買)	○ 仕入、販売ともに好調である(建物売買) ○ 入居率が改善してきている(貸事務所) × コロナ禍以降、建築資材の高騰により販売開始時の不動産価格が高く、購入できる顧客層が減っている(不動産代理業・仲介) × 建築コストを代表とする各コストの上昇および住宅ローン金利の上昇による影響が見込まれる(土地売買)
製造	39.7 ▲	39.2 ▲	39.4 ▲	○ インバウンドの増加でホテルの設備投資が旺盛(電気配線工事) ○ 自動車関連のプラスチック着色剤の受注が好調。半導体など、電子部品梱包関連の受注も順調(プラスチック成形材料製造) ○ 国内外の各完成車メーカーからの受注が堅調(動力伝導装置製造) ○ 海外向けを中心に好調な売り上げを維持している(ポンプ・同装置製造) × 日本人観光客の購買意欲が低いと感じる(水産食料品製造) × 円安と穀物相場の高止まりにともなう原材料費の高騰および鶏卵相場の下落による影響(畜産食料品製造) × 紙媒体での需要が後退し、印刷受注が減少しているなか、円安の影響による原材料費や運賃の値上がりがさらに利益を圧縮している(印刷)	○ 自動車・半導体関連は1年後も変わらずに堅調と予想される(プラスチック成形材料製造) ○ 半導体産業、航空宇宙産業、自動車産業などは変革期・過渡期に入り出すと予想(自動車部分品・付属品製造) ○ 円安の継続により国内回帰が進むと予想(金型・同部分品・付属品製造) × 原材料費、人件費の高騰や消費マインドの低下により影響を受けている(蒸留酒・混成酒製造) × 物価上昇による経費の増大に比べて製品販売価格への転嫁が進んでいない。受給バランスが良くないため価格交渉が難しい(舗装材料製造) × 円安や人手不足が続く限り改善する可能性は低い(鉄鋼シャースリット)

【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

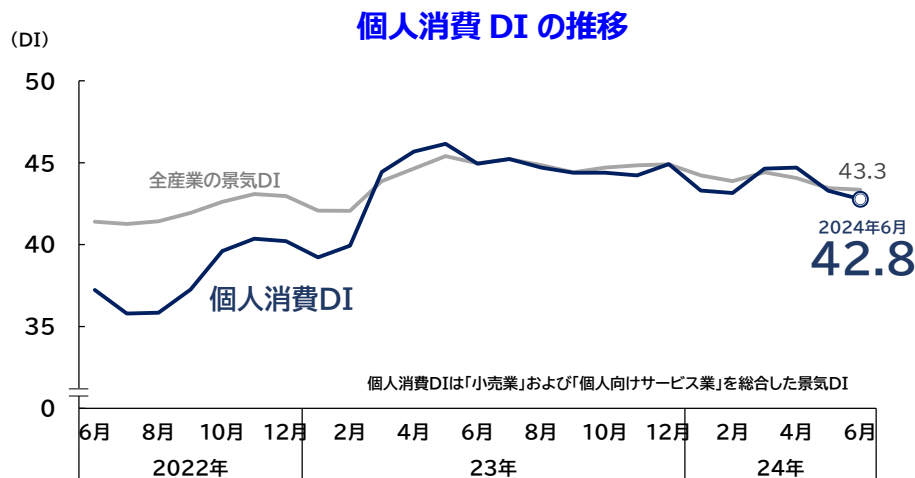
業界別の景況感企業の声2(卸売～サービス)

業界名				現在	先行き
	4月	5月	6月		
卸売	41.0 ▲	40.5 ▲	40.1 ▲	○ 首都圏の再開発、半導体関連工場・データセンター建設、ゼロエミッション発電に向けた火力発電所などの案件が控える(電気機械器具卸売) ○ 公共工事を中心に建築工事が多い。エアコン設置にともなう増改築もある(建築材料卸売) × インフレによる倹約で嗜好品である酒類の消費が低調である(酒類卸売) × 円安による資材高や燃料費の高止まりで買い控えの傾向が顕著。運送のドライバー不足により、荷物が運べない事態も発生(肥料・飼料卸売) × 仕入れ商品や部材の値上がりにより、企業の買い控えムードが強い(合成樹脂板・管等卸売)	○ 半導体需要と自動車産業の生産動向にはよるが、このまま円安が続けば輸出も増える見通し(生ゴム・ゴム製品卸売) ○ インバウンドの増加やインフレによる国内消費額の増加による好影響は続くと思込む(薪炭卸売) ○ 防衛関連や半導体製造装置市場は拡大していく(電気機械器具卸売) × 円安・物価高が見込まれるため、取扱品目の消費までお金が回りづらいと感じる(衣服・身の回り品卸売) × 原料などのコストアップを価格転嫁できず、廃業や倒産件数が増えているもよう(乾物卸売)
小売	41.7 ▲	40.7 ▲	40.3 ▲	○ 昨今の為替相場の影響により特に輸出向け車輦の中古車相場が高騰しており、業績に直結している(中古自動車小売) ○ 気温の上昇や節電意識の高まりによる需要のほか、外国人観光客の増加にともなう売り上げなどが追い風となっている(家庭用電気機械器具小売) ○ 外国人観光客の来訪が多く飲食やお土産物販が良い(貴金属製品小売) × 原材料高と消費不振がダブルで悪影響を与えている(化粧品小売) × 特にフォーマルウェアが悪い。来店客が少なく、財布の紐が固くなった印象(呉服・服地小売) × 外国人観光客は多いが地元の人の動きが悪い(酒小売)	○ 車両生産が回復に向かい、メーカーの抱える諸問題も落ち着くと予想(自動車(新車)小売) ○ 全体的な給与アップの効果が数カ月に出てくると考えている(家具小売) ○ 定額減税の効果が少しずつ出てくことに期待(各種食料品小売) × 物価高のわりに所得が増えていないため、買い控えが続いている。製造コストも上がっており、しばらくは販売不振が続く(洋品雑貨・小間物小売) × 価格高騰による顧客離れがみられる(牛乳小売) × 消費者が必要最低限の物しか購入しない(花・植木小売) × 地方の小売りは円安のデメリットしかない(婦人・子供服小売)
運輸・倉庫	43.1 ➡	43.3 ➡	43.4 ➡	○ 研修、視察などで少人数での移動は多い。ただ、大きな団体の動きはなく、コロナ禍の間に旅行形態が変化したもよう(一般貸切旅客自動車運送) ○ 輸送、保管ともに問い合わせが増加している。円安で輸入コンテナが減少したが輸出コンテナは増加している(集配利用運送) × 中国への輸出が不調のほか、ナイロン生産も低調である(港湾運送) × 2024問題が認知されつつあって輸送料金の値上げが徐々に行われているが、まだ会社の利益につながるほどではない(一般貨物自動車運送) × 輸出入は中国景気の低迷の影響、国内は景気低迷により、荷動き全般で鈍化している(運送取次)	○ インバウンドが好調であり、この傾向は続くと思える(一般貸切旅客自動車運送) ○ 運賃の値上げ傾向が続く(貨物軽自動車運送) △ 荷動きが良くなれば少しは改善され、見通しも立つ(内航船舶貸渡) × 海上コンテナの空きスペースが足りなくなっている。海上輸送に混乱が続く限り、全体としての取扱いボリュームは増えてこない(港湾運送) × 消費が低迷しており、先行きが不透明である(こん包) × 物流の停滞や人材不足、物価上昇の影響は続く(組立こん包) × 物価、エネルギーコストの上昇による影響(一般貨物自動車運送)
サービス	50.9 ▲	49.7 ▲	49.2 ▲	○ 外国人観光客が例年以上に来訪している。日本人観光客は激減だが、その分、外国人が補って余りある(簡易宿所) ○ 人材不足による求人増加が好影響を及ぼしている(労働者派遣) ○ 後継者不足による事業承継・M&Aのニーズは引き続き旺盛である(経営コンサルタント) × 物価高騰により、外食する回数やかける金額が若干減少傾向にあるように感じる(中華・東洋料理店) × 個人消費が落ち込んでいる(旅館) × webと屋外広告を除く従来型の広告媒体はすべて不調である(広告代理)	○ 円安によるインバウンドの好調が継続すると予想(中華・東洋料理店) ○ 学童保育の需要が高止まりすると見込まれる(学習塾) ○ コロナ禍が明けて特許出願件数が回復しつつあり、しばらくその傾向が続くと思える(特許事務所) △ 受注機会はあるも、人材不足で対応できない状況が続く(ソフト受託開発) × 減税の効果はなかなかみられず、国内旅行への需要は横ばいまたはやや悪いと予想する(旅館) × 円安、インフレなどの影響が時間の経過とともに深刻さを増していくと予想(土木建築サービス)

【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

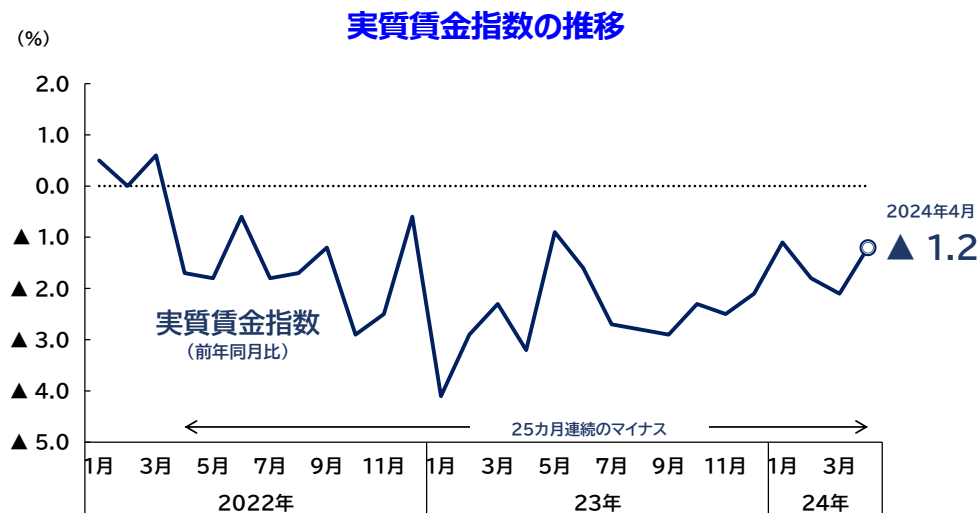
【今月のポイント】 買い控えなど個人消費の動向

- 個人消費DI は、42.8（前月比0.5ポイント減）と2カ月連続で落ち込んだ。企業からは消費者の節約志向を懸念する声が多数寄せられた
- 実質賃金は、25カ月連続（2022年4月～2024年4月）でマイナスとなっている



個人消費に関連した企業からのコメント

コメント（抜粋）	業種 51 分類
・インフレによる節約で嗜好品である 酒類の消費が低調 である	飲食料品卸売
・仕入れ商品や部材の値上がりにより、 企業の買い控えムードが強い	化学品卸売
・円安による原材料価格や燃料費の高騰、景気低迷による 消費者の買い控え などプラス要因がない	飲食料品卸売
・物価高による消費者の買い控え、 節約意識が根強い 。また、生活必需品の電気、ガスの値上がりも拍車をかけている	繊維・繊維製品・服飾品 小売
・実質賃金の低下による 買い控え	自動車・同部品小売
・コロナ禍が終息したように見えるが、コロナ前の 2019 年対比でマイナス。物価上昇のためか 消費意欲が鈍い	専門商品小売
・物価高による 買い控えが目立つ	飲食店
・物価上昇と社会保障費など公共料金の上昇により、 消費マインドが落ち込み気味 。前年のコロナ明けによる消費の拡大基調が消滅	旅館・ホテル
・事務民生機器を製造しており、 定額減税 、ベア後の初めての 賞与支給 時期、および円安の一服感の期待から 個人消費はやや上向く と考える	機械製造
・ 減税効果 が少しずつ 期待 できる	各種食料品小売



※厚生労働省「毎月勤労統計」より帝国データバンクが作成

【APPENDIX】 10 業界 51 業種

		6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	24年 1月	2月	3月	4月	5月	6月	前月比
農・林・水産		46.7	42.5	43.0	42.1	43.0	40.1	40.5	40.3	41.2	42.4	42.0	43.7	41.9	▲ 1.8
金融		48.1	47.4	48.8	46.8	47.3	48.0	47.0	47.7	47.7	49.2	48.8	48.0	47.6	▲ 0.4
建設		46.8	47.8	47.4	47.1	47.5	47.8	47.2	47.7	47.5	47.0	46.6	46.0	46.4	0.4
不動産		50.3	48.8	49.6	48.5	48.7	47.9	47.5	48.1	48.3	49.3	49.3	47.7	48.0	0.3
製造	飲食品・飼料製造	43.6	43.1	44.5	42.6	43.4	44.0	44.6	43.6	43.4	44.8	44.4	42.9	42.7	▲ 0.2
	繊維・繊維製品・服飾品製造	42.0	43.6	42.6	43.0	41.5	40.8	40.1	37.9	37.7	39.0	38.1	37.4	37.3	▲ 0.1
	建材・家具・窯業・土石製品製造	38.4	37.9	38.2	39.0	40.3	41.5	40.3	39.9	38.1	38.7	38.0	37.9	37.5	▲ 0.4
	パルプ・紙・紙加工品製造	35.8	36.1	36.1	36.9	37.7	37.2	38.5	37.3	35.7	36.4	36.4	35.3	34.4	▲ 0.9
	出版・印刷	33.9	33.4	33.9	32.3	32.5	33.1	34.2	32.4	34.6	35.3	34.1	33.3	32.8	▲ 0.5
	化学品製造	41.6	41.8	41.2	41.2	41.4	42.7	42.2	42.6	39.9	41.2	40.9	41.0	41.0	0.0
	鉄鋼・非鉄・鋳業	40.4	40.7	39.9	39.8	41.5	41.9	42.0	39.7	38.3	38.3	38.0	36.5	36.4	▲ 0.1
	機械製造	41.9	42.9	42.8	41.2	40.7	40.5	40.6	39.3	40.6	39.7	39.6	39.9	39.8	▲ 0.1
	電気機械製造	43.9	42.9	42.8	42.4	42.3	43.0	42.5	43.6	42.5	41.4	40.7	41.0	42.5	1.5
	輸送用機械・器具製造	44.6	46.2	46.2	48.3	46.9	47.2	44.7	41.6	39.3	41.6	40.2	41.0	42.1	1.1
	精密機械・医療機械・器具製造	46.8	45.4	42.9	44.2	42.9	43.4	44.3	43.9	43.3	45.5	42.9	41.9	46.5	4.6
	その他製造	42.3	43.8	40.3	40.5	39.4	40.7	39.9	41.9	44.7	45.5	42.5	41.3	43.0	1.7
	全 体	41.3	41.5	41.2	40.8	41.1	41.6	41.5	40.4	39.8	40.2	39.7	39.2	39.4	0.2
卸売	飲食品卸売	44.9	46.4	47.1	45.8	43.3	44.5	45.7	43.1	43.7	44.5	44.6	42.9	42.5	▲ 0.4
	繊維・繊維製品・服飾品卸売	39.4	39.5	38.0	38.1	36.1	36.0	36.3	36.9	36.8	37.1	35.2	36.3	36.3	0.0
	建材・家具・窯業・土石製品卸売	37.3	38.4	38.0	38.1	38.0	38.3	38.9	38.0	37.8	37.6	37.8	36.0	36.4	0.4
	紙類・文具・書籍卸売	36.5	38.2	38.6	38.5	38.4	40.1	40.7	39.6	38.2	40.1	38.4	36.4	35.2	▲ 1.2
	化学品卸売	45.3	45.2	45.1	44.5	44.9	45.1	45.4	44.4	42.2	43.2	41.8	42.9	41.4	▲ 1.5
	再生資源卸売	38.9	42.2	40.9	43.9	45.2	42.4	43.8	42.9	41.7	39.9	40.9	44.3	43.1	▲ 1.2
	鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売	37.5	37.9	34.7	36.7	37.0	38.1	38.2	37.3	34.9	35.3	36.5	34.7	34.6	▲ 0.1
	機械・器具卸売	45.4	45.3	44.7	43.8	43.9	44.1	44.7	43.7	43.4	43.5	43.6	43.4	43.4	0.0
	その他の卸売	43.2	42.6	42.7	41.7	43.1	43.2	42.9	42.0	41.1	42.5	40.3	41.1	39.9	▲ 1.2
	全 体	42.5	42.9	42.3	41.9	41.7	42.1	42.7	41.6	40.9	41.4	41.0	40.5	40.1	▲ 0.4

		6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	24年 1月	2月	3月	4月	5月	6月	前月比
小売	飲食品小売	46.6	46.2	47.8	46.5	45.5	44.9	46.4	45.5	43.8	45.3	44.7	43.2	42.6	▲ 0.6
	繊維・繊維製品・服飾品小売	40.4	41.4	41.2	36.6	42.7	39.3	40.0	36.3	40.2	36.5	40.4	40.2	36.3	▲ 3.9
	医薬品・日用雑貨品小売	45.9	45.3	42.6	42.5	43.8	44.7	46.1	45.8	45.4	44.1	41.8	42.1	41.0	▲ 1.1
	家具類小売	33.3	32.5	30.2	36.3	27.2	32.4	32.7	34.0	32.1	30.3	33.3	28.7	27.2	▲ 1.5
	家電・情報機器小売	38.6	41.3	40.2	42.7	42.5	44.0	42.7	41.8	42.3	45.8	44.3	40.8	43.2	2.4
	自動車・同部品小売	40.6	40.9	42.0	41.7	42.4	40.2	39.7	42.4	41.2	40.9	41.4	42.3	43.4	1.1
	専門商品小売	40.1	38.8	38.7	39.1	39.4	38.1	38.3	37.8	37.7	40.2	40.2	38.7	38.6	▲ 0.1
	各種商品小売	44.9	48.1	48.5	45.9	45.3	44.3	44.1	42.7	40.9	44.6	42.9	44.6	44.4	▲ 0.2
	その他の小売	45.8	46.2	42.2	47.6	46.2	47.2	51.3	40.3	44.0	39.7	44.4	47.6	44.4	▲ 3.2
全 体		42.0	41.9	41.8	41.4	41.9	41.2	41.5	40.8	40.6	41.4	41.7	40.7	40.3	▲ 0.4
運輸・倉庫		42.2	43.5	43.3	42.8	44.1	43.8	44.5	43.5	41.9	43.1	43.1	43.3	43.4	0.1
サービス	飲食店	53.6	55.6	52.2	51.8	47.4	49.4	54.0	50.3	48.0	51.3	52.0	49.4	48.1	▲ 1.3
	電気通信	53.3	60.4	54.8	57.4	59.5	57.1	54.2	56.1	51.9	54.2	61.7	56.7	52.8	▲ 3.9
	電気・ガス・水道・熱供給	44.1	44.8	43.5	46.3	44.1	50.0	42.7	41.7	43.6	43.6	46.9	40.7	41.7	1.0
	リース・賃貸	52.1	49.8	49.0	49.2	52.5	52.9	51.6	50.3	50.5	51.7	49.4	49.7	49.0	▲ 0.7
	旅館・ホテル	55.1	56.6	55.5	57.6	59.7	64.3	56.9	51.3	55.3	60.6	60.4	55.1	52.1	▲ 3.0
	娯楽サービス	47.6	49.3	48.8	46.2	46.3	44.8	47.9	46.3	46.3	47.2	46.3	46.2	44.6	▲ 1.6
	放送	43.1	44.7	46.1	45.6	42.6	45.6	43.3	44.1	47.1	47.4	52.8	45.1	45.6	0.5
	メンテナンス・警備・検査	48.0	48.4	47.4	47.8	46.8	49.0	46.9	47.3	46.7	46.7	46.0	47.5	46.1	▲ 1.4
	広告関連	45.0	44.8	45.2	45.4	45.2	45.6	45.1	46.2	47.0	45.5	47.5	46.1	43.6	▲ 2.5
	情報サービス	56.8	57.0	56.4	55.5	56.0	55.4	56.3	56.1	55.7	55.3	55.4	54.5	54.1	▲ 0.4
	人材派遣・紹介	52.0	52.0	50.9	48.9	50.9	52.3	50.0	48.8	50.6	49.8	50.6	48.6	48.5	▲ 0.1
	専門サービス	51.7	52.2	51.3	51.2	52.0	51.1	50.3	50.5	51.4	52.4	51.7	49.9	50.5	0.6
	医療・福祉・保健衛生	44.8	44.2	43.4	42.4	43.6	41.8	43.2	44.4	43.2	44.7	42.9	43.6	44.4	0.8
	教育サービス	41.4	40.7	43.8	46.4	45.6	42.6	44.4	43.7	43.1	46.3	44.6	43.9	47.4	3.5
	その他サービス	49.2	48.2	47.9	47.2	47.6	47.2	48.1	47.5	48.5	49.1	49.1	47.5	47.2	▲ 0.3
全 体		51.6	51.7	50.8	50.4	50.8	50.8	50.9	50.2	50.4	51.0	50.9	49.7	49.2	▲ 0.5
その他		39.8	40.9	40.8	39.2	40.1	38.2	42.8	41.3	41.2	41.1	42.1	37.8	37.5	▲ 0.3
格差（10業界別『その他』除く）		10.3	10.2	9.6	9.6	9.7	10.7	10.4	9.9	10.6	10.8	11.2	10.5	9.8	▲

※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

調査先企業の属性

1. 調査対象(2 万 7,159 社、有効回答企業 1 万 1,068 社、回答率 40.8%)

(1) 地域			
北海道	488	東海 (岐阜 静岡 愛知 三重)	1,218
東北 (青森 岩手 宮城 秋田 山形 福島)	738	近畿 (滋賀 京都 大阪 兵庫 奈良 和歌山)	1,821
北関東 (茨城 栃木 群馬 山梨 長野)	893	中国 (鳥取 島根 岡山 広島 山口)	739
南関東 (埼玉 千葉 東京 神奈川)	3,285	四国 (徳島 香川 愛媛 高知)	363
北陸 (新潟 富山 石川 福井)	557	九州 (福岡 佐賀 長崎 熊本 大分 宮崎 鹿児島 沖縄)	966
合 計			11,068

(2) 業界 (10業界51業種)					
農・林・水産		101	小売	飲食料品小売業	145
金融		173		繊維・繊維製品・服飾品小売業	95
建設		1,682		医薬品・日用雑貨品小売業	52
不動産		501		家具類小売業	27
製造	飲食料品・飼料製造業	309	(784)	家電・情報機器小売業	49
	繊維・繊維製品・服飾品製造業	131		自動車・同部品小売業	113
	建材・家具・窯業・土石製品製造業	190		専門商品小売業	243
	パルプ・紙・紙加工品製造業	81		各種商品小売業	48
	出版・印刷	181		その他の小売業	12
	化学品製造業	361		運輸・倉庫	449
	鉄鋼・非鉄・鉱業	468		サービス	飲食店
機械製造業	436	電気通信業	6		
電気機械製造業	294	電気・ガス・水道・熱供給業	14		
輸送用機械・器具製造業	106	リース・貸貸業	100		
精密機械・医療機械・器具製造業	67	旅館・ホテル	104		
その他製造業	64	娯楽サービス	111		
卸売	飲食料品卸売業	319	(2,211)		放送業
	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	150		メンテナンス・整備・検査業	222
	建材・家具・窯業・土石製品卸売業	286		広告関連業	107
	紙類・文具・書籍卸売業	119		情報サービス業	543
	化学品卸売業	222		人材派遣・紹介業	87
	再生資源卸売業	29		専門サービス業	356
	鉄鋼・非鉄・鉱業製品卸売業	253		医療・福祉・保健衛生業	129
(2,443)	機械・器具卸売業	761		教育サービス業	52
	その他の卸売業	304		その他サービス業	261
	その他				36
合 計				11,068	

(3) 規模		
大企業	1,721	15. 5%
中小企業	9,347	84. 5%
(うち小規模企業)	(3,719)	(33. 6%)
合 計	11,068	100. 0%
(うち上場企業)	(230)	(2. 1%)

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

2024 年 6 月 17 日～6 月 30 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約 2 万 7 千社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 モデルと、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」などを加えた構造方程式モデルの結果を Forecast Combination の手法により景気予測 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 情報統括部

担当：窪田、池田、石井 Tel：03-5919-9343 e-mail：keiki@mail.tdb.co.jp

©TEIKOKU DATABANK, LTD. 2024

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。