

# TDB 景気動向調査(全国・概要) 2005年2月調査

2005年3月7日

お問い合わせ先：株式会社帝国データバンク 産業調査部

電話：03-5775-3163、e-mail：keiki@mail.tdb.co.jp

http://www.tdb.co.jp/

景気動向調査 http://www.tdb-di.com/

## 景気DIは41.9、7カ月連続で悪化

～ デジタル景気の再拡大への期待を背景に、先行き見通しDIは改善傾向へ ～

(調査対象2万236社、有効回答企業9,424社、回答率46.6%)

2005年2月の景気動向指数(景気DI:0~100、50ポイントが判断の分かれ目)は41.9となり、前月比0.4ポイント減と2004年8月以降7カ月連続して悪化した。2004年11月(43.5)に直近の最低水準(2004年6月=43.7)を下回ったことで足元経済の減速局面入りが見られたが、2月もその傾向に変化は見られなかった。

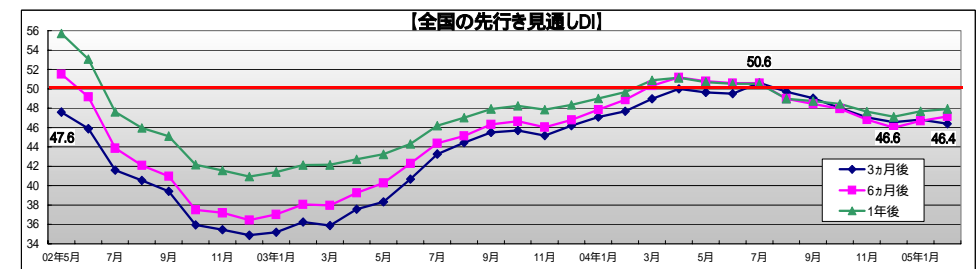
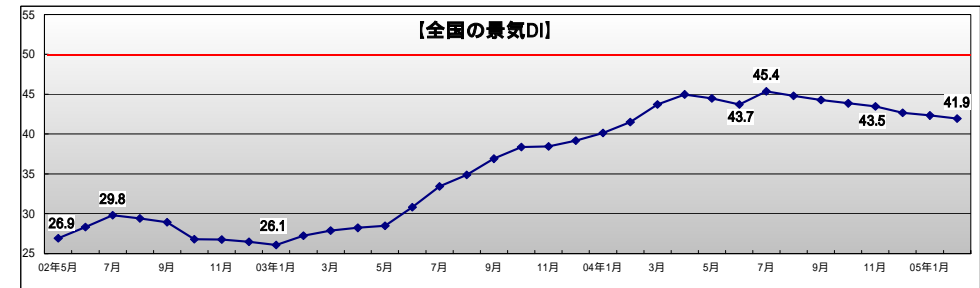
2004年7月をピークに景気DIの悪化傾向が続いているのは、国内デジタル景気の減速により、それまで景況感回復の牽引役だった電機・機械業界などで景況マインドが大きく後退し、全体の景況感が押し下げられていることが背景にある。

実際、業種別DIをみると「電気機械製造」は2004年7月のピーク時比11.3ポイント減、「精密機械、医療機械・器具製造」は同8.5ポイント減、「家電・情報機器小売」は同8.1ポイント減と、全体の景気DI差(同3.5ポイント減)を大幅に上回る悪化幅となっている(2ページ参照)。

加えて、高水準ながらもやや落ち着きをみせていた原油価格(中東産ドバイ原油)が2月下旬に東京原油スポット市場で急騰。「鉄やその他素材のさらなる値上げが不安」(製缶板金業、栃木県)との声に表れているように原油高への懸念が再燃し、鉄鋼関連業界やパルプ・紙関連業界、運輸業界などでも景況感悪化に歯止めがかからなかった。

一方、先行き見通しDIについては、3カ月後は前月比悪化したものの、6カ月後、1年後はともに2カ月連続の改善となった。

この背景には、調整が続く国内デジタル景気がここへきて再び拡大軌道をたどるとの期待が高まっていることが挙げられる。それを裏付けるように、「電気機械製造」の先行き見通しDIは6カ月後、1年後ともに前月より改善し、いずれも判



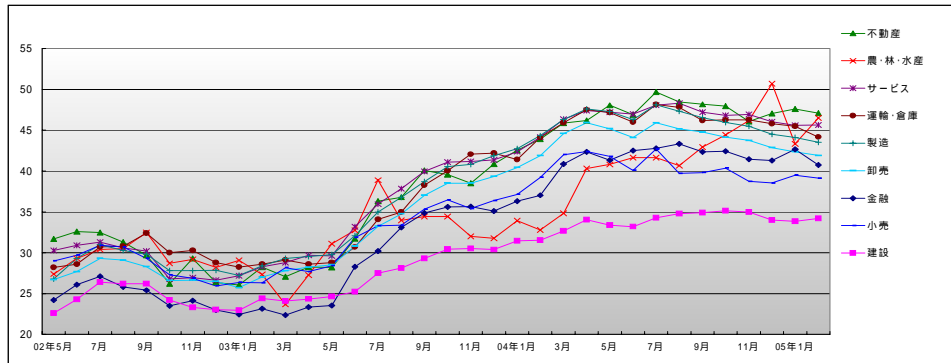
断の分かれ目となる50ポイントを超えている。実際に機械受注統計(船舶・電力を除く民需)では、2005年1~3月に前期比9.9%増の受注額を見込むなど国内経済の再拡大を示し始め、それを機に国内株式市場も堅調な展開が続いている。

ただし、国内景気に薄明かりが見えてきたとはいえ、3カ月後の先行き見通しDIの悪化が示すように短期的には調整が続くとの見通しが主流となっている。また、原油価格(同)が3月に入り過去最高値を更新するなど、依然として原油高に伴う内外需への不安は払拭されていない。公共事業費削減に伴う業界間、地域間での景況感格差の拡大や、定率減税の段階的廃止による消費減退懸念など、国内における構造問題も山積している。こうしてみると、景況感について楽観するのは早計と言わざるを得ず、しばらくは現水準での推移が続くと思われる。

## 業界別:10業界中6業界で前月比悪化

業界別では、前月比改善したのは『農・林・水産』(46.5)、『建設』(34.2)、『サービス』(45.7)、『その他』(39.2)の4業界で、他の6業界は悪化した。

『建設』は年度末工事を控え4カ月ぶりに改善したが、『製造』(43.5)は「パルプ・紙・紙加工品」や「電気機械」など12業種中9業種で悪化。『卸売』(41.9)も9業種中7業種で悪化し、ともに7カ月連続悪化と低迷が続いている。



## 業種別景気DI(景気DIがピークだった2004年7月との比較)

	2004年7月	2005年2月	増減
<b>全体平均</b>	<b>46.4</b>	<b>41.9</b>	<b>3.5</b>
農・林・水産	41.7	46.5	4.8
金融	42.8	40.7	2.1
建設	34.3	34.2	0.1
不動産	49.7	47.1	2.6
製造	42.8	38.5	4.3
繊維・繊維製品・服飾品製造	37.6	35.7	1.9
建材・家具・窯業・土石製品製造	39.3	38.1	1.2
パルプ・紙・紙加工品製造	44.3	39.2	5.1
出版・印刷	38.6	36.7	1.9
化学品製造	50.5	45.3	5.2
鉄鋼・非鉄・鋳業	49.6	46.0	3.6
機械製造	56.7	51.6	5.1
電気機械製造	57.3	46.0	11.3
輸送用機械・器具製造	52.9	51.4	1.5
精密機械・医療機械・器具製造	54.5	46.0	8.5
その他製造	39.8	38.7	1.1
全体	48.1	43.5	4.6
卸売	42.6	39.3	3.3
繊維・繊維製品・服飾品卸売	39.6	34.3	5.3
建材・家具・窯業・土石製品卸売	37.9	36.7	1.2
紙類・文具・書籍卸売	38.9	36.2	2.7
化学品卸売	48.5	43.6	4.9
再生资源卸売	69.0	62.2	6.8
鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売	50.6	47.5	3.1
機械・器具卸売	50.5	45.1	5.4
その他の卸売	44.3	40.2	4.1
全体	45.9	41.9	4.0

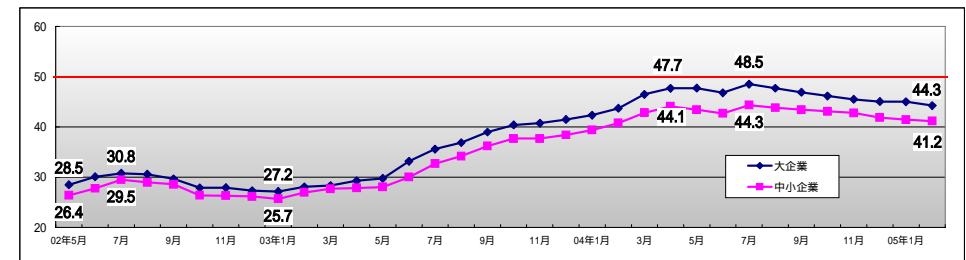
網掛けは判断の分かれ目(50ポイント)以上を示す

	2004年7月	2005年2月	増減
小売	42.7	39.1	3.6
飲食料点小売	46.7	41.9	4.8
繊維・繊維製品・服飾品小売	41.7	36.7	5.0
医薬品・日用雑貨品小売	48.0	44.4	3.6
家具類小売	33.3	33.3	0.0
家電・情報機器小売	50.0	41.9	8.1
自動車・同部品小売	40.2	40.3	0.1
専門商品小売	37.7	37.2	0.5
各種商品小売	43.7	38.3	5.4
その他の小売	33.3	37.0	3.7
全体	42.7	39.1	3.6
運輸・倉庫	48.1	44.2	3.9
飲食店	46.4	39.7	6.7
郵便・電気通信	50.0	55.6	5.6
電気・ガス・水道・熱供給	43.8	47.9	4.1
リース・賃貸	43.5	44.2	0.7
旅館・ホテル	43.0	38.5	4.5
娯楽サービス	46.7	41.7	5.0
放送	55.0	48.2	6.8
メンテナンス・警備・検査	42.0	39.9	2.1
広告関連	47.0	44.6	2.4
情報サービス	52.6	50.2	2.4
人材派遣・紹介	59.3	54.4	4.9
専門サービス	45.7	42.5	3.2
医療・福祉・保健衛生	50.3	46.9	3.4
教育サービス	47.6	44.4	3.2
その他のサービス	48.1	47.2	0.9
全体	48.1	45.7	2.4
その他	41.0	39.2	1.8

## 規模別:大企業(44.3)、中小企業(41.2)ともに7カ月連続して悪化

規模別では、大企業(44.3)は前月比0.7ポイント減、中小企業(41.2)は同0.2ポイント減といずれも7カ月連続の悪化となった。悪化幅は大企業が中小企業を3カ月ぶりに上回ったことで、規模の格差は3.1ポイントと3カ月ぶりに縮小した。

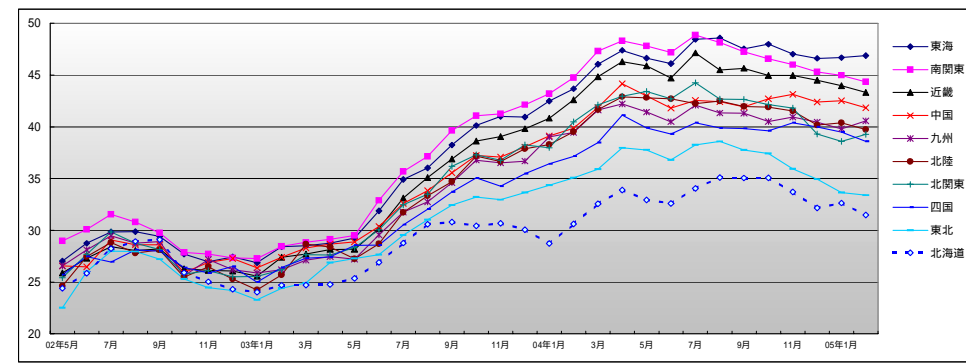
しかし、中小企業の先行き見通しDIはいずれも大企業を2ポイント以上下回り、中小企業の景況感の回復遅れが鮮明となっている。



## 地域別:10地域中7地域で前月比悪化、地域間格差は集計開始以来最大

地域別では、前月比で改善したのは『北関東』(39.3)、『東海』(46.9)、『九州』(40.6)の3地域で、その他7地域はすべて悪化。特に『南関東』(44.3)が7カ月連続で悪化したほか、『東北』(33.4)は6カ月連続、『近畿』(43.3)、『四国』(38.6)は3カ月連続の悪化と低迷が続いている。

愛知万博を控え景況感が高まっている『東海』は2カ月連続で改善し、7カ月連続の全国トップとなった。一方、『北海道』(31.5)は2003年3月以降24カ月連続で10地域中の最低水準で、トップとの格差は15.4ポイントと2カ月ぶりに拡大。2002年5月の集計開始以降、格差は最大に広がった。





## 調査先企業の属性

### 1. 調査対象(2万236社、有効回答企業9,424社、回答率46.6%)

#### (1) 地域

北海道	475	東海(岐阜 静岡 愛知 三重)	890
東北(青森 岩手 宮城 秋田 山形 福島)	599	近畿(滋賀 京都 大阪 兵庫 奈良 和歌山)	1,448
北関東(茨城 栃木 群馬 山梨 長野)	537	中国(鳥取 島根 岡山 広島 山口)	627
南関東(埼玉 千葉 東京 神奈川)	3,384	四国(徳島 香川 愛媛 高知)	304
北陸(新潟 富山 石川 福井)	435	九州(福岡 佐賀 長崎 熊本 大分 宮崎 鹿児島 沖縄)	725
		合計	9,424

#### (2) 業界(10業界51業種)

農・林・水産	24	小売	飲食料点小売業	64
金融	117		繊維・繊維製品・服飾品小売業	35
建設	1,196		医薬品・日用雑貨品小売業	18
不動産	178		家具類小売業	11
製造 (2,739)	飲食料品・飼料製造	328	家電・情報機器小売業	45
	繊維・繊維製品・服飾品製造	125	自動車・同部品小売業	36
	建材・家具・窯業・土石製品製造	261	専門商品小売業	109
	パルプ・紙・紙加工品製造業	96	各種商品小売業	61
	出版・印刷	201	その他の小売業	9
	化学品製造	348	運輸・倉庫	286
	鉄鋼・非鉄・鉱業	406	飲食店	26
	機械製造	385	郵便業・電気通信業	9
	電気機械製造	350	電気・ガス・水道・熱供給業	8
	輸送用機械・器具製造	73	リース・賃貸業	143
卸売 (3,264)	精密機械・医療機械・器具製造	70	旅館・ホテル	32
	その他製造	96	娯楽サービス	44
	飲食料品卸売業	379	放送業	19
	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	198	メンテナンス・整備・検査業	109
	建材・家具・窯業・土石製品卸売業	434	広告関連業	154
	紙類・文具・書籍卸売業	116	情報サービス業	314
	化学品卸売業	304	人材派遣・紹介業	30
	再生資源卸売業	15	専門サービス業	158
	鉄鋼・非鉄・鉱業製品卸売業	356	医療・福祉・保健衛生業	54
	機械・器具卸売業	1,058	教育サービス業	12
その他の卸売業	404	その他サービス業	100	
		その他		20
		合計	9,424	

#### (3) 規模

大企業	2,298	24.4%
中小企業	7,126	75.6%
合計	9,424	100.0%

### 2. 調査事項

- ・景況感(現在、3カ月後・6カ月後・1年後)
- ・経営状況(売り上げ、仕入れ・販売単価、在庫、設備稼働率、従業員数、時間外労働時間、設備投資、雇用)および金融機関の融資姿勢について
- ・2005年度の新規雇用について

### 3. 調査時期・方式

2005年2月18日～28日(インターネットリサーチ方式)

## DI(景気動向指数)について

### 調査目的・調査項目

TDB 景気動向調査は、「国内景気の実態把握」を主目的として、各業界の現況・先行きに関する判断や各企業の業績・環境など、企業活動全般に関する調査項目について全国2万社以上を対象に月次で実施する統計調査(ビジネス・サーベイ)である。

### 調査先企業の選定

調査先企業は全国全業種、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、調査先企業による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	非常によい
(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」超過、下であれば「悪い」超過を意味し、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

大・中小企業の分類については、中小企業基本法に基づいて業種別に以下のとおり設定している。

業界名	大企業	中小企業
製造業・ その他の業種*	資本金：3億円を超える または 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
卸売業	資本金：1億円を超える または 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
小売業	資本金：5千万円を超える または 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
サービス業**	資本金：5千万円を超える または 従業員数：100人を超える	資本金5千万円以下 または 従業員数：100人以下

\* その他の業種には、鉱業、建設業、電気・ガス・熱供給・水道業、運輸・通信業、金融・保険業、不動産業が含まれる。

\*\* サービス業には、クリーニング業、物品賃貸業など、日本標準産業分類の大分類Lサービス業に分類される業種が該当する。