

TDB 景気動向調査(全国) — 2009年11月調査 —

2009年12月3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24.7で9カ月ぶりに悪化、国内景気にデフレスパイラルの兆し

～ 今後は内需の弱含みにより、国内景気は踊り場局面から下振れする可能性も ～

(調査対象2万1,638社、有効回答1万521社、回答率48.6%、調査開始2002年5月)

< 2009年11月の動向：踊り場局面 >

2009年11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0.2ポイント減の24.7となり、9カ月ぶりに悪化した。

業界別にみると、中国などの外需の復調や政策的な消費喚起によって『製造』(25.3)が9カ月連続で改善。『小売』(26.5)も2カ月ぶりに改善したが、いずれも小幅な改善にとどまった。原材料価格に再び上昇傾向がみられる一方、需要不足を背景とした価格下押し圧力の増大によって、消費者物価の下落が続いており、政府も「緩やかなデフレ」を認定するなど、企業の収益環境は厳しさを増している。

こうしたなか、『卸売』(24.1)は企業からの値引き要請や流通網見直しなどコスト削減の動きが進んだことで業況が低迷し、9カ月ぶりに悪化した。また、公共投資や民間設備投資の抑制、個人消費の伸び悩みにより『サービス』(26.1)や『建設』(22.0)『不動産』(25.4)なども悪化した。

需要不足による企業収益の悪化とそれに伴うコスト削減、雇用環境や所得の悪化などが長期化しており、企業部門と家計部門に負の連鎖が表れ始めている。ただ、外需の復調と政策による下支えで、景気DIは大幅な悪化までは至っていない。国内景気はデフレスパイラルに向かう兆しもみられるが、踊り場局面に踏みとどまっている。

① 原材料価格の上昇と需要不足による価格下押し圧力の増大で、収益環境は厳しさを増す

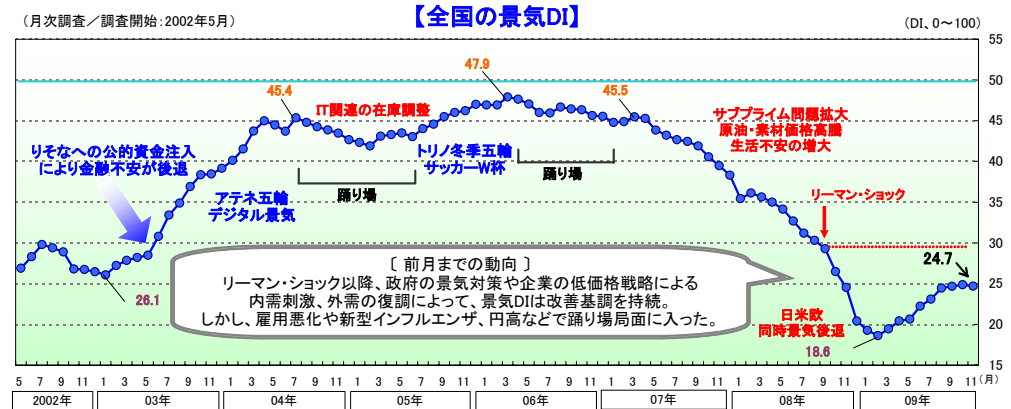
・各国の金融緩和策による過剰流動性の拡大や中国需要の増加観測などで、原材料価格が再び上昇傾向となった一方、国内は需要不足や円高進行により消費者物価の下落が続く、流通網見直しなどコスト削減の動きも広がって、収益環境は厳しさを増した。

② 雇用悪化や所得減の長期化で家計の生活防衛行動が広がり、個人消費が伸び悩む

・収益構造の転換を目的とした企業のコスト削減によって、雇用悪化や所得減が長期化し、家計では生活防衛を意識した動きが広がって、個人消費は伸び悩んだ。「飲食店」(21.6)が大幅に悪化するなど、新型インフルエンザの流行拡大も悪影響となった。

③ 外需の復調や政策的な消費喚起が景気を下支え

・中国を中心としたアジア圏などの外需の復調と、エコポイント制度、エコカー減税などの消費喚起策が景気を下支えた。



< 今後の見通し：踊り場局面から下振れの可能性も >

一部の大手製造業や小売店などでは、外需の取り込みや収益力の向上によって、業況回復や拡大が見込まれ、年末年始商戦や冬季オリンピック需要などで、在庫圧縮や生産活動の底上げも期待される。

しかし、所得悪化や厳しい雇用情勢の長期化により、需要不足や消費者物価の下落基調は継続することが見込まれ、企業部門が本格回復する状況にはない。年金などの将来不安も払拭されておらず、家計部門では生活防衛意識が一段と高まる恐れがあり、国内景気は悪循環に陥る可能性もある。ドバイ・ショックによる金融危機の再燃やいまだ不安定な米経済、為替動向なども懸念される。

景気予測DIは「1カ月後」(24.8、当月比0.1ポイント増)、「3カ月後」(24.6、同0.1ポイント減)、「6カ月後」(26.6、同1.9ポイント増)と、最悪期からは脱しているものの、依然として回復力は弱い。今後の国内景気は、内需がさらに弱含むことで、踊り場局面から下振れする可能性もある。

景気DI	2008年11月	12月	2009年1月		3月	4月	5月	6月	7月
		24.5	20.4	19.3	18.6	19.4	20.4	20.7	22.3
前月比	▲2.0	▲4.1	▲1.1	▲0.7	0.8	1.0	0.3	1.6	0.8
景気DI	2009年8月	9月	10月	11月	景気予測DI				
	24.5	24.7	24.9	24.7	1カ月後	3カ月後	6カ月後	1年後	
					24.8	24.6	26.6	28.3	
前月比	1.4	0.2	0.2	▲0.2	2009年11月比	▲0.1	1.9	3.6	

※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：個人消費の伸び悩みや設備投資の停滞により、回復力が脆弱に

- ・『建設』『不動産』『卸売』『サービス』が悪化し、『製造』『小売』など5業界が改善。
- ・『建設』(22.0) … 前月比0.3ポイント減。公共投資や民間設備投資の抑制の影響によって需要減が続き、それに伴う価格競争の激化も収益性を低下させて、3カ月連続で悪化した。10業界別(『その他』除く)で、5カ月連続の最低となっている。
- ・『不動産』(25.4) … 同1.5ポイント減。2009年1月以降、不動産価格の下落により一部では在庫圧縮が図られたものの、個人消費の伸び悩みによる売り上げ減や法人需要の停滞による不動産賃料の下落などによって業況は厳しさを増し、2カ月連続で悪化した。
- ・『卸売』(24.1) … 同0.4ポイント減。各業界は需要縮小への対応として、仕入れや販売など流通網の見直しによるコスト圧縮の動きを強めた。原材料価格が再び上昇傾向となった一方、川下からの価格下押し圧力が一段と強まったことも収益性の低下要因となつて、9カ月ぶりに悪化した。
- ・『サービス』(26.1) … 同0.6ポイント減。個人消費や設備投資の停滞によって、3カ月連続で悪化した。特に、「飲食店」(21.6)は生活防衛を目的とした内食化の広がりや新型インフルエンザの悪影響などで同5.1ポイント減と大幅に悪化し、リーマン・ショック後の最低(23.2：2009年2月)を下回った。
- ・『製造』(25.3) … 同0.4ポイント増。中国などアジアを中心とする外需の復調やエコカー減税・補助金なども一定の下支え役となったことで、「輸送用機械・器具製造」(26.9)が同1.1ポイント増。エコポイント制度による薄型テレビ需要の増加やWindows7効果が鮮明なパソコン関連も比較的好調であったことから、「電気機械製造」(26.7)が同0.3ポイント増となるなど、『製造』は9カ月連続で改善した。しかし、需要の幅広い底上げには至っておらず、設備投資の長期停滞も影響して「機械製造」(20.4)が9カ月ぶりに悪化したことなどで、『製造』全体としての改善は小幅にとどまった。
- ・『小売』(26.5) … 同0.2ポイント増。割安感のある生活必需品や家電、エコカー、新型インフルエンザ対策関連商品などが売り上げ増となり、2カ月ぶりに改善した。しかし、雇用の悪化や所得減による個人消費の停滞が続いたことから、直近でもっとも改善が進んだ2009年9月(27.0)の水準回復には至っておらず、政策による下支え効果には息切れもみられる。

→ 最高の『農・林・水産』と最低の『建設』の格差(7.7ポイント、『その他』は除く)は、同1.1ポイント増と3カ月ぶりに拡大した。

	08年 11月	12月	09年 1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	前月比	
農・林・水産	24.2	24.1	26.9	28.3	24.2	28.3	27.3	28.2	28.8	31.4	30.3	28.9	29.7	0.8	
金融	23.8	24.2	21.6	22.1	21.9	23.0	25.3	27.1	26.4	27.0	28.2	27.9	28.2	0.3	
建設	21.4	19.1	18.6	18.2	19.5	19.6	19.0	20.7	21.5	23.1	22.4	22.3	22.0	▲0.3	
不動産	20.0	17.3	18.3	19.8	21.1	21.4	22.7	24.6	26.1	26.0	27.4	26.9	25.4	▲1.5	
製造	飲食料品・飼料製造	29.7	26.2	27.3	27.3	27.8	30.5	29.8	31.5	31.0	32.5	31.9	30.7	29.9	▲0.8
	繊維・繊維製品・服飾品製造	26.3	20.5	18.9	17.2	17.5	19.2	21.8	21.1	23.5	24.1	23.8	22.4	23.1	0.7
	建材・家具・窯業・土石製品製造	20.8	18.0	16.0	16.6	16.1	15.9	15.9	18.2	19.7	20.3	19.1	21.2	21.6	0.4
	パルプ・紙・紙加工品製造	26.0	21.3	20.2	17.8	19.5	20.8	21.1	22.0	25.4	26.5	26.7	29.0	27.0	▲2.0
	出版・印刷	22.3	18.5	18.2	17.8	19.1	21.0	21.1	20.7	20.4	22.0	22.2	22.1	21.2	▲0.9
	化学製品製造	25.9	19.9	17.8	17.9	18.4	20.3	22.1	25.6	26.1	28.5	30.9	31.1	32.9	1.8
	鉄鋼・非鉄・鉱業	22.1	15.8	13.6	13.3	13.4	14.1	15.1	16.5	18.0	20.9	21.2	21.9	23.1	1.2
	機械製造	25.5	19.0	16.7	14.5	14.7	15.5	15.6	16.9	18.3	19.7	19.9	20.7	20.4	▲0.3
	電気機械製造	23.5	17.9	14.8	14.0	14.3	15.7	15.9	18.7	21.6	24.0	24.6	26.4	26.7	0.3
	輸送用機械・器具製造	24.0	16.7	15.0	14.0	12.1	15.4	15.5	19.0	20.3	22.3	24.6	25.8	26.9	1.1
	精密機械・医療機械・器具製造	27.1	22.4	20.9	16.5	20.1	20.7	20.6	24.1	21.7	25.5	26.9	25.0	28.2	3.2
	その他製造	21.8	18.3	18.7	18.2	20.3	20.9	19.5	20.8	22.1	21.2	21.0	21.6	22.0	0.4
	全体	24.5	19.3	17.7	17.0	17.5	18.7	19.2	21.0	22.2	24.0	24.4	24.9	25.3	0.4
卸売	飲食料品卸売	27.2	24.4	25.2	25.5	25.9	27.1	27.7	29.4	28.5	29.8	28.5	28.5	27.0	▲1.5
	繊維・繊維製品・服飾品卸売	21.6	18.5	18.5	17.0	18.2	18.9	18.4	20.3	20.0	20.9	21.1	21.6	19.4	▲2.2
	建材・家具・窯業・土石製品卸売	21.1	18.6	16.9	16.2	17.2	18.3	17.3	18.3	19.5	19.8	20.4	20.9	20.3	▲0.6
	紙類・文具・書籍卸売	24.3	21.2	20.1	20.8	20.7	21.9	21.6	23.6	22.1	24.2	23.8	23.6	24.8	1.2
	化学品卸売	28.2	22.8	21.4	19.9	21.0	22.9	24.2	26.6	27.6	28.7	29.4	29.4	28.5	▲0.9
	再生资源卸売	17.5	10.8	10.8	9.8	11.9	14.9	19.0	20.2	25.4	32.6	31.7	29.7	29.5	▲0.2
	鉄鋼・非鉄・鉱業卸売	24.1	18.1	15.2	15.4	15.0	15.7	16.9	16.8	19.5	20.8	21.4	21.4	21.6	0.2
	機械・器具卸売	24.6	19.5	17.5	16.7	17.6	18.4	18.1	20.3	20.8	22.1	22.6	23.5	23.8	0.3
	その他の卸売	26.2	22.2	21.2	20.1	21.5	23.8	24.4	25.2	26.8	26.8	27.5	27.5	26.8	▲0.7
	全体	24.7	20.4	19.0	18.4	19.2	20.3	20.5	22.1	22.8	23.9	24.1	24.5	24.1	▲0.4
小売	飲食料品小売	26.6	23.9	24.9	24.5	24.4	26.4	26.6	25.5	29.1	30.3	29.2	28.2	28.5	0.3
	繊維・繊維製品・服飾品小売	20.0	15.0	16.7	16.7	18.3	19.2	22.2	21.4	21.2	24.3	25.2	21.9	20.3	▲1.6
	医薬品・日用雑貨品小売	30.0	27.4	24.7	27.8	32.0	32.7	37.3	31.8	33.3	34.7	40.2	37.1	38.6	1.5
	家具類小売	18.3	15.4	16.7	18.2	21.2	16.7	19.4	16.7	18.1	17.9	20.8	20.4	16.7	▲3.7
	家電・情報機器小売	24.2	23.0	25.5	23.3	25.0	27.9	25.0	27.5	26.9	28.2	28.2	27.5	27.3	▲0.2
	自動車・同部品小売	16.3	14.3	14.8	12.9	15.8	19.9	19.6	25.6	23.3	24.4	28.2	27.1	29.2	2.1
	専門商品小売	25.0	20.6	20.4	17.4	21.2	22.1	22.0	23.9	25.1	25.7	24.5	24.7	24.3	▲0.4
	各種商品小売	28.0	26.9	26.6	26.8	25.5	26.2	27.0	27.3	26.3	26.1	25.8	26.2	27.0	0.8
	その他小売	23.8	16.7	19.4	18.8	24.1	21.4	19.0	22.9	26.2	23.8	22.9	26.2	16.7	▲9.5
	全体	24.4	21.3	21.6	20.5	22.4	23.7	24.0	25.1	25.7	26.4	27.0	26.3	26.5	0.2
運輸・倉庫	24.7	20.6	17.1	15.9	17.6	19.0	20.1	20.6	22.1	23.2	24.5	26.0	26.0	0.0	
サービス	飲食店	28.1	27.0	23.7	23.2	28.1	28.7	29.2	31.9	28.1	29.9	29.5	26.7	21.6	▲5.1
	郵便・電気通信	40.9	40.5	36.7	38.5	34.7	37.5	33.3	42.6	43.9	44.4	43.3	43.3	47.9	4.6
	電気・ガス・水道・熱供給	37.0	31.5	30.0	26.2	28.6	31.3	31.3	33.3	33.3	31.3	35.7	31.3	35.4	4.1
	リース・貸付	28.1	24.6	23.6	24.2	25.7	25.4	25.3	25.6	27.2	28.6	27.4	27.2	26.0	▲1.2
	旅館・ホテル	24.8	22.4	16.3	16.7	19.8	20.5	15.9	18.2	22.4	26.3	22.5	21.8	21.0	▲0.8
	娯楽サービス	29.3	22.0	21.4	21.7	24.0	26.1	24.5	29.7	28.9	27.3	28.0	25.2	28.8	3.6
	放送	29.4	23.5	26.0	18.5	21.6	23.1	25.6	25.5	23.8	27.1	25.0	27.8	22.6	▲5.2
	メンテナンス・警備・検査	29.7	28.1	26.9	26.1	25.7	25.9	25.8	27.0	27.2	27.8	28.8	28.3	28.6	0.3
	広告関連	21.1	17.2	18.0	17.8	16.7	18.2	18.4	20.0	19.3	22.1	19.8	19.6	20.0	0.4
	情報サービス	30.9	25.3	24.2	23.7	23.1	23.1	23.6	24.4	25.0	26.6	26.8	26.6	25.8	▲0.8
	人材派遣・紹介	27.5	18.2	15.1	13.8	16.0	13.6	14.6	19.0	19.7	19.0	22.2	21.3	19.7	▲1.6
	専門サービス	25.3	20.7	21.6	20.0	21.0	23.6	24.6	27.3	28.5	30.3	29.9	28.2	26.8	▲1.4
	医療・福祉・保健衛生	30.4	27.4	25.6	23.1	23.7	27.6	26.4	26.5	27.0	28.1	29.5	29.0	27.9	▲1.1
	教育サービス	26.7	26.5	26.3	30.0	30.8	27.5	32.4	31.5	26.3	29.2	32.4	28.7	31.5	2.8
	その他サービス	31.6	26.9	26.8	25.1	27.8	28.8	27.7	29.0	29.6	30.8	31.0	31.1	30.6	▲0.5
全体	28.4	24.1	23.3	22.6	23.1	24.0	24.0	25.5	26.0	27.5	27.3	26.7	26.1	▲0.6	
その他	16.7	14.7	16.7	14.7	13.6	16.7	14.9	17.3	18.4	18.1	17.2	19.3	19.9	0.6	
格差(10業界別『その他』除く)	8.4	6.9	9.8	12.4	6.7	9.6	8.3	7.6	7.3	8.3	7.9	6.6	7.7		

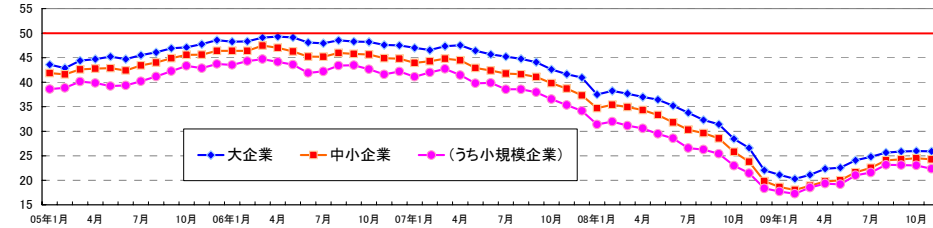
※網掛けなしは前月比改善または増加、黄色の網掛けは前月比横ばい、青色の網掛けは前月比悪化または減少を示す

規模別:『大企業』『中小企業』『小規模企業』の全規模が悪化

・「大企業」(25.9) は前月比 0.1 ポイント減、受注減や大手の低価格戦略などコスト削減の影響も受けて、「中小企業」(24.3) は同 0.2 ポイント減、「小規模企業」(22.4) は同 0.6 ポイント減と、9 カ月ぶりに全規模が悪化した。

→ 「大企業」と「中小企業」の規模間格差 (1.6 ポイント) は、同 0.1 ポイント増と 7 カ月ぶりに拡大した。

規模別グラフ(2005年1月からの月別推移)



	08年 11月	12月	09年 1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	前月比
大企業	26.6	22.1	21.1	20.3	21.1	22.4	22.6	24.1	24.8	25.7	25.9	26.0	25.9	▲ 0.1
中小企業	23.8	19.8	18.6	18.0	18.9	19.8	20.0	21.7	22.6	24.1	24.3	24.5	24.3	▲ 0.2
(うち小規模企業)	21.5	18.4	17.7	17.3	18.5	19.3	19.2	21.0	21.6	23.1	23.0	22.4	22.4	▲ 0.6
格差(大企業-中小企業)	2.8	2.3	2.5	2.3	2.2	2.6	2.6	2.4	2.2	1.6	1.6	1.5	1.6	

※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:内外需は本格回復にほど遠く、『東海』は9カ月ぶりに悪化

・『東海』など 7 地域が悪化し、3 地域が改善。

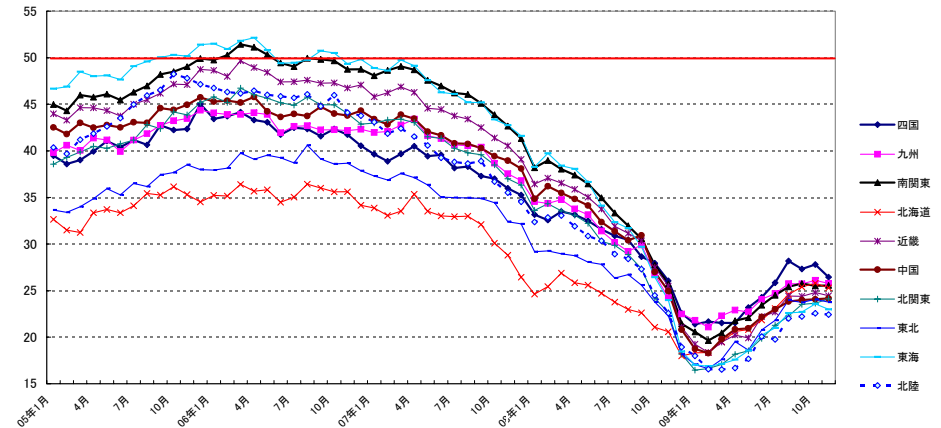
・『東海』(23.0) … 前月比 0.6 ポイント減となり、9 カ月ぶりに悪化。全国 10 地域中、3 カ月連続で最低の『北陸』(22.4) に次ぐ低水準となった。2009 年春先以降、内外需は底を脱したものの本格回復にはほど遠く、依然として低水準な「輸送用機械・器具製造」(17.5、リーマン・ショック前の 2008 年 8 月は 39.2) が 2 カ月連続で悪化するなどして、域内の『製造』(23.7) も『北陸』に次ぐ低水準が続いた。雇用や所得面の厳しさが続いたことで、『小売』(24.0) も 2 カ月ぶりに悪化した。

・『四国』(26.4) … 同 1.4 ポイント減。2 カ月ぶりに悪化したが、昨秋以降続いた外需急減の影響が都市圏に比べて小さかったことから、7 カ月連続で全国トップとなった。域内の『製造』(28.6)、『サービス』(30.7) などが全国首位と比較的堅調さを維持し、同 3.8 ポイント悪化した『建設』(24.6) も首位を保ったが、穴吹工務店が破綻(会社更生法の適用を申請/11月24日)したことによる地域経済への影響拡大が懸念される。

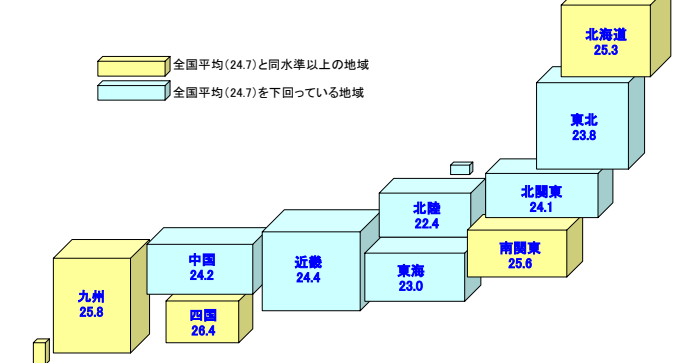
・『南関東』(25.6) … 同 0.1 ポイント増となり、2 カ月ぶりに改善。域内の『製造』(25.9) が 9 カ月連続で改善したほか、薄型テレビなどの家電やエコカーなどが比較的好調な『小売』(31.0) は全国トップとなった。

→ 最高となった『四国』と最低の『北陸』との格差 (4.0 ポイント) は、同 1.2 ポイント減と 2 カ月ぶりに縮小した。

地域別グラフ(2005年1月からの月別推移)



地域別景気DI



	08年 11月	12月	09年 1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	前月比
北海道	20.6	18.0	18.3	18.4	19.5	20.6	20.8	21.8	23.1	24.6	25.4	25.8	25.3	▲ 0.5
東北	22.3	18.2	17.1	16.6	17.6	19.5	18.6	20.8	21.8	24.0	23.7	24.1	23.8	▲ 0.3
北関東	22.6	18.2	16.5	16.6	17.1	18.2	18.5	19.9	21.3	22.3	23.5	23.6	24.1	0.5
南関東	25.7	21.4	20.6	19.6	20.5	21.8	22.1	23.4	24.5	25.4	25.8	25.5	25.6	0.1
中国	22.6	18.9	18.0	16.6	16.5	16.7	17.7	20.1	19.8	22.0	22.2	22.6	22.4	▲ 0.2
北陸	24.0	18.5	17.0	16.9	17.1	17.6	18.6	20.2	21.0	22.6	22.7	23.6	23.0	▲ 0.6
近畿	25.5	21.1	19.3	18.4	19.5	20.2	19.9	22.2	22.7	24.4	24.4	24.8	24.4	▲ 0.4
東海	25.0	20.8	18.8	18.3	19.8	20.9	21.0	22.2	23.0	23.8	24.0	24.1	24.2	0.1
四国	26.1	22.6	21.4	21.7	21.5	21.5	23.2	24.3	25.8	28.2	27.3	27.8	26.4	▲ 1.4
九州	24.2	22.5	21.8	21.1	22.3	22.9	22.7	24.1	24.7	25.7	25.7	26.1	25.8	▲ 0.3
格差	5.5	4.6	5.3	5.1	5.8	6.2	5.5	4.4	6.0	6.2	5.1	5.2	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

業界別の景況感「現在」(2009年11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)		
	9月	10月	11月
農・林・水産	30.3	28.9	29.7
金融	28.2	27.9	28.2
建設	22.4	22.3	22.0
不動産	27.4	26.9	25.4
製造	24.4	24.9	25.3

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)		
	9月	10月	11月
卸売	24.1	24.5	24.1
小売	27.0	26.3	26.5
運輸・倉庫	24.5	26.0	26.0
サービス	27.3	26.7	26.1

業界別の景況感「先行き」(2009年11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"> × 国産木材は、大口需要者である合板工場から合板用丸太の価格引き下げの要請がある。現在でも生産コストを植栽から考慮すると採算割れであり、対応に苦慮している。価格の下方改定が実行された時どうなるか考えると先行きは暗い(森林組合) × 政権交代による補正予算見直し、公共事業削減、事業仕分けなどで先行き不透明感が増し、特に生活者への心理的影響が懸念される(養鶏)
金融	<ul style="list-style-type: none"> × 雇用悪化、所得も増えないなか、明るい兆しがみえない(信販) × 保険の契約件数、契約金額は加入人口の減少、景気低迷という構造的問題をかかえており、この傾向は長期的なものにとらえている(生命保険) × デフレが続く限り景気は悪化する。資産市場の冷え込みは終わらない(証券投資顧問)
建設	<ul style="list-style-type: none"> × 工事受注が半減しており、このままで推移すれば大幅な人員整理を含めた合理化を実施する予定(職別工事) × 将来の見積り依頼は、ないに等しい状態(型枠大工工事) × 現状見積り物件等少ないので、3カ月後は間違いなく悪い。それから先はまったく見通しがつかない(鉄骨工事) × 下請け業者には適正価格の半分の予算が突きつけられ、仕事を受けるも地獄、拒むも地獄。足下を見透かした指し値が横行している(タイル工事)
不動産	<ul style="list-style-type: none"> △ 顧客からの問い合わせ数や内容に変化が見受けられ、回復の糸口が見え隠れしており、期待感もほんの少しある(土地売買) × 大手金融機関の不動産業界に対する融資姿勢が急に変わると思えない(不動産売買) × 2010年度の下期に景気回復を期待している。しかし、企業の設備投資意欲は低迷したままであり、販売中の産業用地の先行きが懸念される(不動産売買)
製造	<ul style="list-style-type: none"> ○ グリーン・ニューディール政策の追い風が吹き、官民共にCO₂削減が進めば、LED照明器具の需要拡大が見込める(電子機器製造) × 少ない仕事を価格の叩き合いで受注している。この状態では製造業は立ち直れないと懸念している(玩具製造) × 例年並みの年度末需要があれば一息つけるが、公共需要(特に学校関連予算)が抑えられることになると厳しい(金属製家具製造) × 量販店はメーカーの製造原価などお構いなしの発注単価で安売り競争をしても減収減益。このままでは将来日本の繊維製造業のほとんどが廃業となる可能性も(建築用金属製品製造)

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"> ○ エコ関連の製品がさらにグレードアップして市場に投入されてくることで、それに合わせて設備投資も回復するはず(配管卸売) × ユニフォームを必要とする企業は買い替えなどを極力控えており、リユース品での再利用を進めているため、各企業の業績が回復しない限り新品の購入意欲が高まらない(ユニフォーム卸売) × 半導体の需要は、この先まだまだ不透明感が強く、回復するかどうかは微妙(精密機器卸売)
小売	<ul style="list-style-type: none"> × 政府の下支えで車の販売は好調だが、補助期限が切れた後は、需要の先食いの反動減から、購買力は落ちる(自動車小売) × 事業環境はエコカーが主力になっている現状から、将来の売り上げ減少は避けられない(ガソリンスタンド) × 将来不安や可処分所得の減少に伴い、買い控えが強まりそう(書店) × 政策が不明瞭なため、年末年始の消費に対する期待を持ってない(玩具小売)
運輸・倉庫	<ul style="list-style-type: none"> △ 規制緩和前の状況に戻すための減車が地域協議会の中で速やかに決議され実行に移れば、1年後は明るい状況になる可能性が大(タクシー) × 軽油の暫定税率がどうなるか、高速料金の無料化が実現した場合でもどんな影響があるかなど不透明なことが多すぎる(一般貨物自動車運送) × 工場の海外シフトによる国内物流量の減少が懸念される(一般貨物自動車運送)
サービス	<ul style="list-style-type: none"> ○ 顧客のメーカーが人員整理を必要以上に行ったので、その反動で仕事が増えている(人材派遣) △ 新型インフルエンザが終息すれば、多少は需要が回復するものと期待している(旅館) × システムの開発を凍結する顧客が増えている(ソフトウェア受託開発) × 政権が変わり、当業界への規制見直しが強まる(人材派遣) × 公共投資などの内需拡大策がなければ新規物件もでない状況であり、生き延びるための低価格競争はますます続く(ビルメンテナンス) × 景気に左右されない食品や医療など特定の業種しか動かない状況はまだ続きそうだ(ソフトウェア受託開発)

調査先企業の属性

1. 調査対象(2万1,638社、有効回答企業1万521社、回答率48.6%)

(1) 地域

北海道	533	東海(岐阜 静岡 愛知 三重)	1,149
東北(青森 岩手 宮城 秋田 山形 福島)	658	近畿(滋賀 京都 大阪 兵庫 奈良 和歌山)	1,726
北関東(茨城 栃木 群馬 山梨 長野)	671	中国(鳥取 島根 岡山 広島 山口)	645
南関東(埼玉 千葉 東京 神奈川)	3,554	四国(徳島 香川 愛媛 高知)	322
北陸(新潟 富山 石川 福井)	497	九州(福岡 佐賀 長崎 熊本 大分 宮崎 鹿児島 沖縄)	766
		合計	10,521

(2) 業界(10業界51業種)

農・林・水産	37	小売	飲食品小売業	76	
金融	134		繊維・繊維製品・服飾品小売業	37	
建設	1,460		医薬品・日用雑貨品小売業	22	
不動産	267		家具類小売業	7	
製造	飲食品・飼料製造業		346	家電・情報機器小売業	36
	繊維・繊維製品・服飾品製造業		124	自動車・部品小売業	56
	建材・家具・窯業・土石製品製造業		245	専門商品小売業	120
	パルプ・紙・紙加工品製造業		108	各種商品小売業	66
	出版・印刷		202	その他の小売業	6
	化学品製造業		399	運輸・倉庫	389
(2,979)	鉄鋼・非鉄・鉱業	483	飲食店	37	
	機械製造業	453	郵便業・電気通信業	8	
	電気機械製造業	357	電気・ガス・水道・熱供給業	8	
	輸送用機械・器具製造業	93	リース・賃貸業	141	
	精密機械・医療機械・器具製造業	75	旅館・ホテル	42	
	その他製造業	94	娯楽サービス	51	
	卸売	飲食品卸売業	385	放送業	14
		繊維・繊維製品・服飾品卸売業	211	メンテナンス・警備・検査業	141
		建材・家具・窯業・土石製品卸売業	422	広告関連業	134
		紙類・文具・書籍卸売業	115	情報サービス業	386
化学品卸売業		309	人材派遣・紹介業	49	
再生资源卸売業		22	専門サービス業	206	
(3,338)		鉄鋼・非鉄・鉱業卸売業	391	医療・福祉・保健衛生業	86
		機械・器具卸売業	1,054	教育サービス業	18
		その他の卸売業	429	その他サービス業	139
		その他			31
		合計		10,521	

(3) 規模

大企業	2,606	24.8%
中小企業	7,915	75.2%
(うち小規模企業)	(2,019)	(19.2%)
合計	10,521	100.0%
(うち上場企業)	(370)	(3.5%)

2. 調査事項

- ・景況感(現在)および先行き見通し(3カ月後・6カ月後・1年後)
- ・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、雇用過不足感、設備投資意欲)および金融機関の融資姿勢について
- ・2010年の景況見通しに対する企業の意識調査

3. 調査時期・方法

2009年11月18日～30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

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いる。企業の現況や先行きに関する判断、収益や設備投資意欲、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 (0)	悪い (1/6)	やや悪い (2/6)	どちらともいえない (3/6)	やや良い (4/6)	良い (5/6)	非常によい (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

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5万円を超える」かつ「従業員50人を超える」	「資本金5万円以下」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5万円を超える」かつ「従業員100人を超える」	「資本金5万円以下」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みで、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みで、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 産業調査部 情報企画課 経済動向研究チーム

担当: 岡松・森・窪田・中村・笹本・鈴木 Tel: 03-5775-3163 e-mail: keiki@mail.tdb.co.jp

©TEIKOKU DATABANK, LTD. 2009

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無断引用を固く禁じます。