

東京都中小企業の景況

(平成16年8月調査)

平成16年8月20日

産業労働局 商工部

景況：3ヶ月ぶりにやや改善。

見通し：回復への期待わずかに増加。

《7月の景況》

都内中小企業の業況DIは前月比4ポイント増加し、3ヶ月ぶりにやや改善した。前年同月比売上高DIはやや改善。仕入価格DI、製品在庫DIは横ばいで推移している。また、向こう3ヶ月の見通しDIは前月比3ポイント増加し、3ヶ月ぶりに回復への期待がわずかに増加した。

- 7月の都内中小企業の業況DIは▲29(前月▲33)で4ポイント増加し、3ヶ月ぶりに改善した。製造業のみ悪化し、前月に引き続き4ポイント減少し▲25となったが、卸売業は▲21で10ポイント増、小売業も▲49で11ポイント増、サービス業も▲23で3ポイント増加した。

業種区分のDIの特徴は、製造業では、「繊維・衣料」「金属材料」等で減少した。卸売業は「化学・金属材料」「機械器具」が大幅に増加し、水面下から浮上した。小売業はすべての業種区分で増加。特に、猛暑の影響により「食料品」「耐久消費財」が大幅な増加となった。サービス業は「企業関連サービス」は増加したが、「個人関連サービス」は減少した。

- 前年同月比の売上高DIは▲29(前月▲31)と2ポイント増加し、わずかに改善した。製造業のみ5ポイント減少したが、卸売業は2ポイント増、小売業は10ポイントの大幅増加、サービス業は1ポイント増となった。

業種区分でみると、製造業ではこれまで好調が続けていた「機械器具」がマイナスに転じた。卸売業では「化学・金属材料」が2ヶ月連続で10ポイント以上増加し、大きく改善。小売業では「食料品」(22ポイント増)及び「耐久消費財」(16ポイント増)とも大幅増加となった。

- 仕入価格DIは横ばい、販売価格DIはわずかに減少した。製造業では仕入価格DIは、前月に引き続き全ての業種区分でプラスである。

製品商品在庫DIは、横ばいである。不足感の強かった製造業の「金属材料」、小売業の「耐久消費財」でやや緩和してきた。

- 当月と比べた向こう3ヶ月(8~10月)の業況見通しDIは、▲11(前月▲14)と3ポイント増加し、3ヶ月ぶりに回復への期待がわずかに高まった。卸売業は2ポイント減、サービス業は1ポイント減だが、製造業が4ポイント増、小売業が9ポイント増となり、全体として増加した。

景況指数表

・指標値(%):DI = 「良い」・「増加」等企業割合 - 「悪い」・「減少」等企業割合

調査規模	調査対象企業数	4,250	7月の景況						今後3ヶ月の見通し		
	回答企業数	1,701	業況	売(前上月比)高	売(前年上同月比)高	仕(前月比)格	販(前月比)格	製品商品在庫	業(当月比)況	売(当上月比)高	売(前年同期比)高
	回答率	40.0%									
全	体		▲29	▲21	▲29	▲2	▲12	9	▲11	▲6	▲26
製	造	業	▲25	▲19	▲20	21	▲13	6	▲7	▲3	▲13
	繊維・衣料		▲36	▲16	▲45	5	▲7	9	▲14	▲12	▲29
	木材関連		▲34	▲16	▲35	12	▲28	21	▲21	▲15	▲41
	紙・出版・印刷		▲33	▲22	▲44	5	▲18	12	▲13	▲5	▲35
	化学・皮革		▲30	▲28	▲25	24	▲8	2	▲19	▲8	▲21
	金属材料		▲16	▲18	▲3	41	▲8	▲4	▲2	2	0
	機械器具		▲17	▲16	▲4	22	▲13	6	3	3	7
	食料品・その他		▲30	▲4	▲18	24	▲19	11	0	▲7	▲17
卸	売	業	▲21	▲12	▲22	▲9	▲6	13	▲9	▲5	▲18
	衣料・身の回り品		▲37	▲20	▲36	▲22	▲13	18	▲13	▲13	▲33
	食料品		▲35	▲17	▲39	▲13	▲11	9	▲10	3	▲29
	日用雑貨		▲31	▲22	▲39	▲9	▲16	10	▲13	▲11	▲31
	建築・住宅関連		▲36	▲20	▲41	▲13	▲7	11	▲18	▲12	▲43
	化学・金属材料		3	6	18	7	15	20	▲2	▲1	15
	機械器具		2	▲4	▲2	▲8	▲7	8	5	6	6
小	売	業	▲49	▲37	▲50	▲26	▲14	8	▲20	▲11	▲51
	衣料・身の回り品		▲50	▲46	▲53	▲34	▲17	19	▲21	▲7	▲52
	食料品		▲41	▲26	▲40	▲11	▲11	7	▲10	▲10	▲42
	日用雑貨		▲57	▲48	▲54	▲37	▲10	12	▲35	▲17	▲56
	耐久消費財		▲48	▲39	▲51	▲34	▲14	▲4	▲21	▲19	▲54
	余暇関連		▲54	▲29	▲60	▲23	▲18	1	▲20	▲5	▲58
サ	ー	ビ	▲23	▲19	▲30	-	▲16	-	▲12	▲5	▲29
	企業関連サービス		▲16	▲12	▲27	-	▲14	-	▲7	▲2	▲22
	個人関連サービス		▲41	▲34	▲41	-	▲20	-	▲27	▲16	▲51

(注) 1. 調査項目：業況(良い・普通・悪い)、売上高(増加・ほぼ同様・減少)、仕入価格・販売価格(上昇・ほぼ同様・低下)、製品商品在庫(過大・適正・不足)

2. 売上高：製造業は生産額。

3. 仕入価格：卸売業・小売業は仕入高。

4. 販売価格：サービス業は料金単価。

登録番号 15(297)

《規模別景況》

- 規模別業況D Iは、全ての規模で増加した。特に、中小規模は13ポイントと大幅に増加し▲28（前月▲41）となり、回復感は中小規模まで及んできた。小規模は3ポイント、中規模は4ポイント、大規模は5ポイントの増加となった。
- 前年同月比の売上高D Iは、大規模のみ4ポイント減少した。小規模は横ばい、中小規模は13ポイントの大幅増加、中規模は5ポイントとやや増加した。中小規模の改善が顕著である。
- 向こう3ヶ月（8～10月）の業況見通しD Iは、小規模で5ポイント増、中規模で8ポイント増加し、回復期待を高めている。一方、中小規模は1ポイント減、大規模は±0で横ばいであり、ともに見通しに変化はない。

景況指数表

・指標値(%)：DI＝「良い」・「増加」等企業割合－「悪い」・「減少」等企業割合

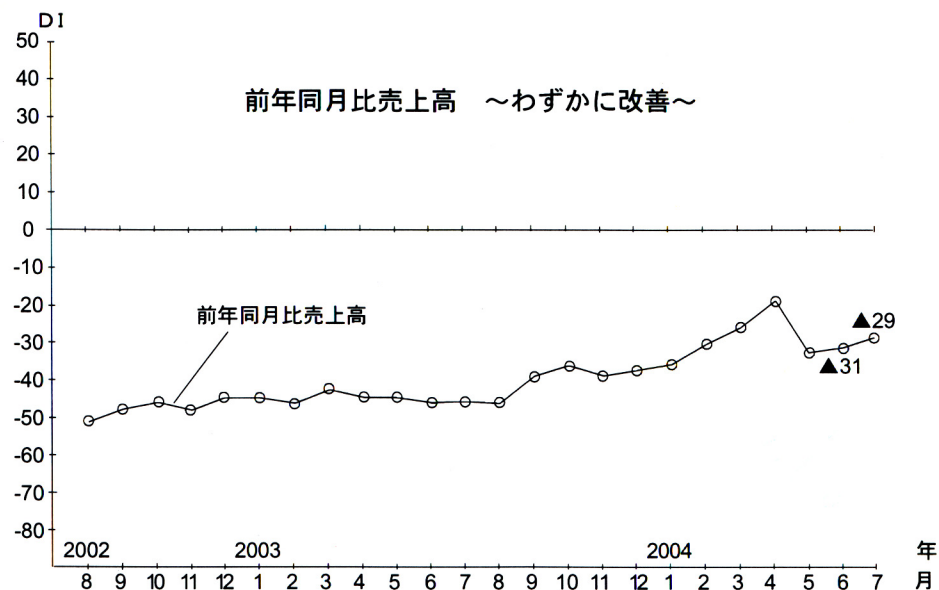
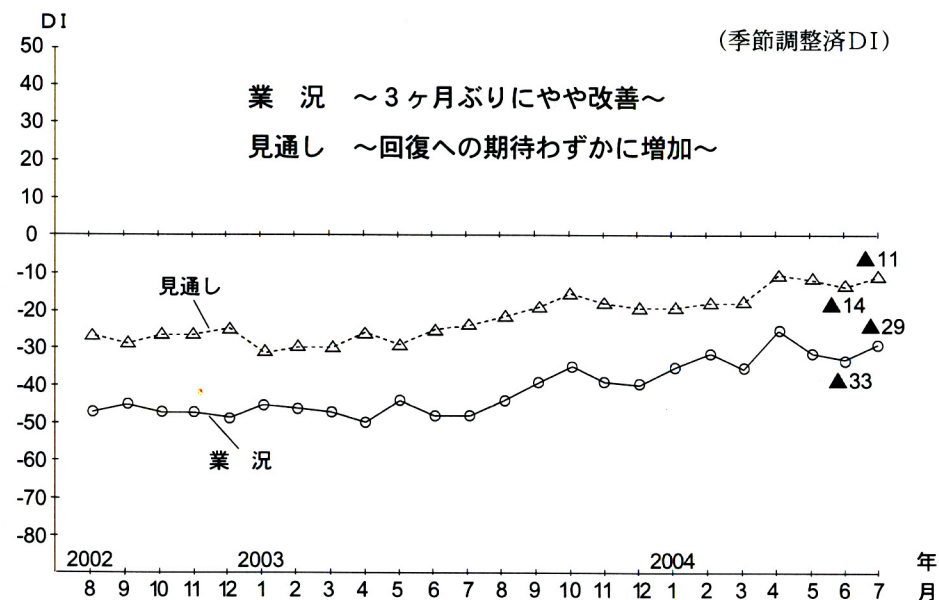
調査規模	調査対象企業数	4,250	7月の景況						今後3ヶ月の見通し		
	回答企業数	1,701	業況	売(前上月比高)	売(前年同月比高)	仕入(前月価格)	販(前月価格)	製品商品在庫	業(当月比)	売(上月比)	売(前年同月比)
	回答率	40.0%									
全	体		▲29	▲21	▲29	▲2	▲12	9	▲11	▲6	▲26
規模	小規模		▲39	▲30	▲42	▲9	▲12	4	▲18	▲14	▲43
	中規模		▲28	▲12	▲27	▲2	▲10	4	▲13	▲8	▲25
	中規模		▲25	▲16	▲25	3	▲13	10	▲5	▲1	▲17
	大規模		▲12	▲14	▲9	10	▲6	19	0	7	▲5

(注) 規模区分：小規模 製造業、卸売業、サービス業（1～9人）、小売業（1～2人）
 中規模 製造業、卸売業、サービス業（10～19人）、小売業（3～4人）
 大規模 製造業、卸売業、サービス業（20～49人）、小売業（5～19人）
 大規模 製造業、卸売業、サービス業（50人以上）、小売業（20人以上）

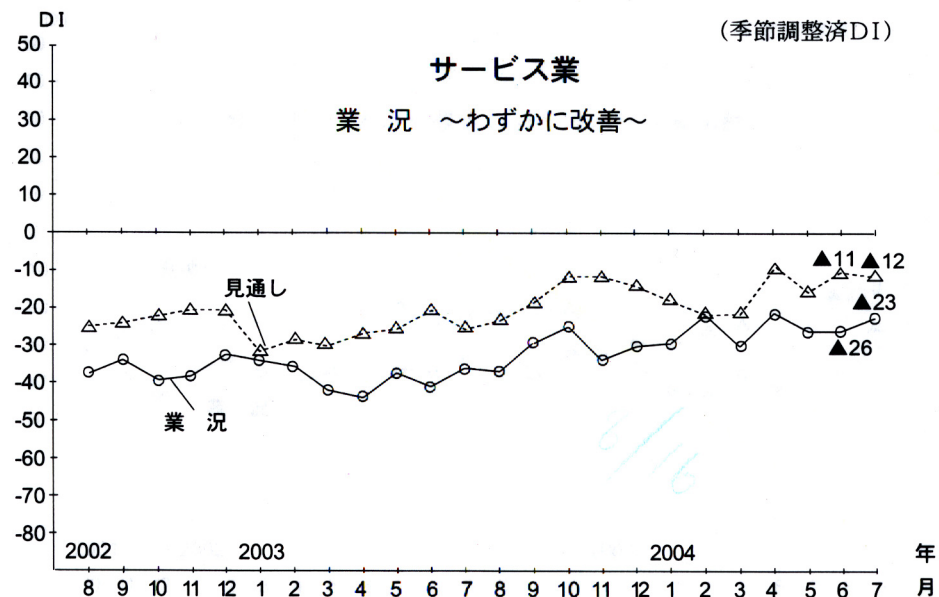
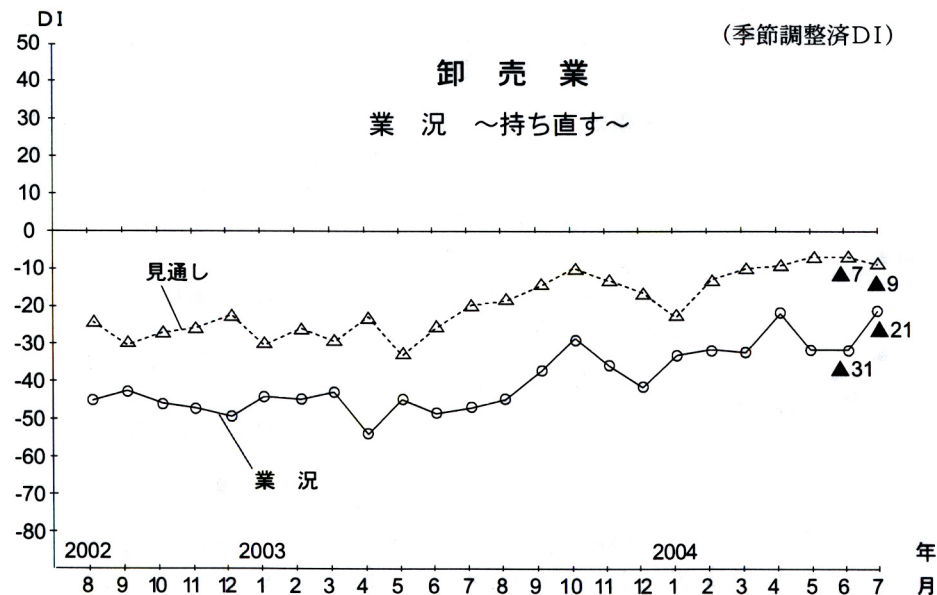
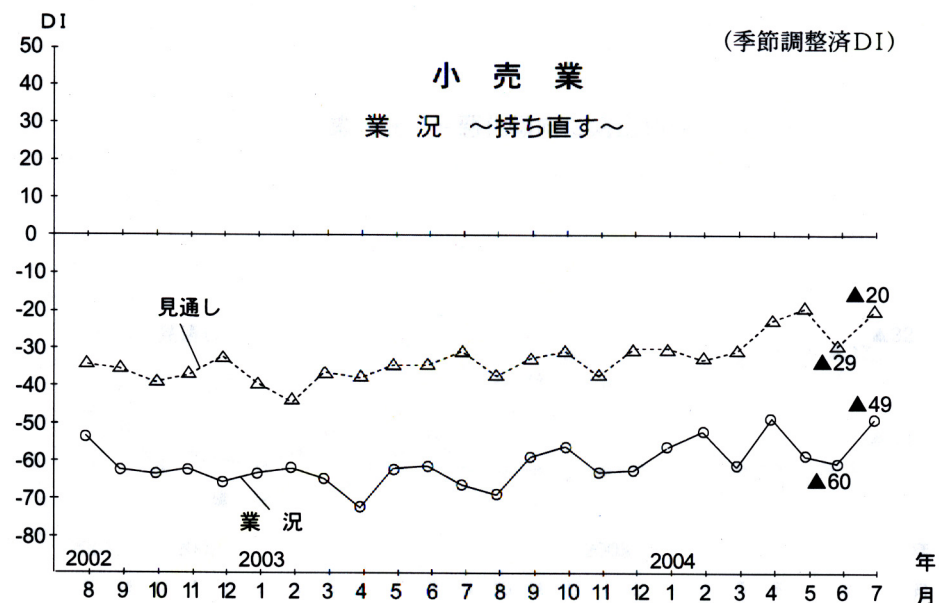
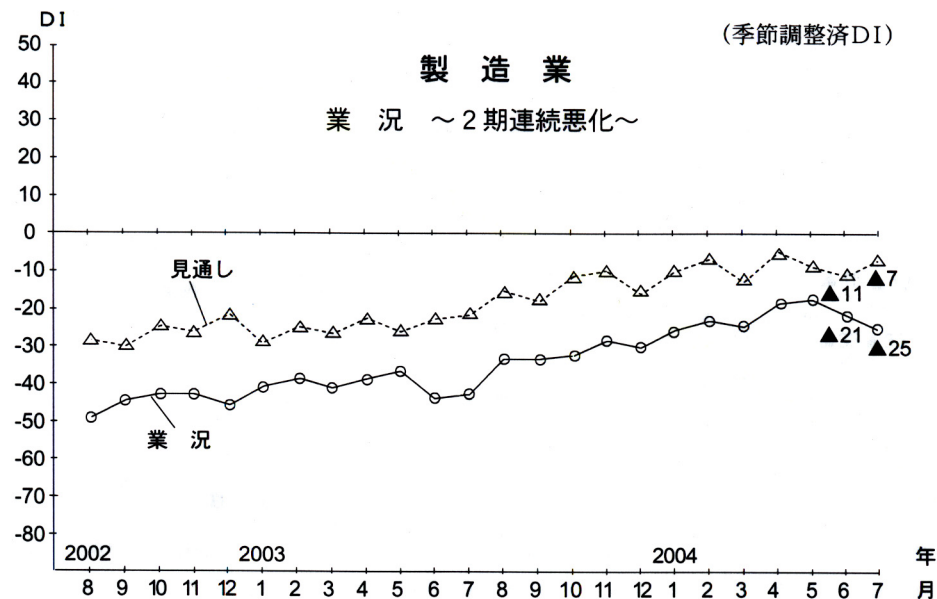
回答企業数

	対象数	回答数	回答率		対象数	回答数	回答率
全	4,250社	1,701社	40.0%	小規模	918社	446社	48.6%
製造業	1,250社	520社	41.6%	中小規模	594社	295社	49.7%
卸売業	1,000社	437社	43.7%	中規模	724社	357社	49.3%
小売業	1,000社	379社	37.9%	大規模	589社	307社	52.1%
サービス業	1,000社	365社	36.5%	規模不明	1,425社	296社	20.8%

全 体



業 種 別

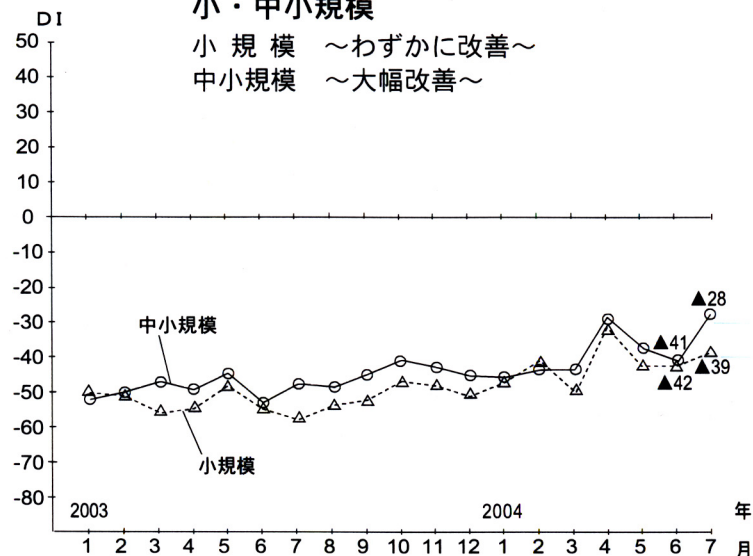


規 模 別

小・中小規模

小 規 模 ～わずかに改善～

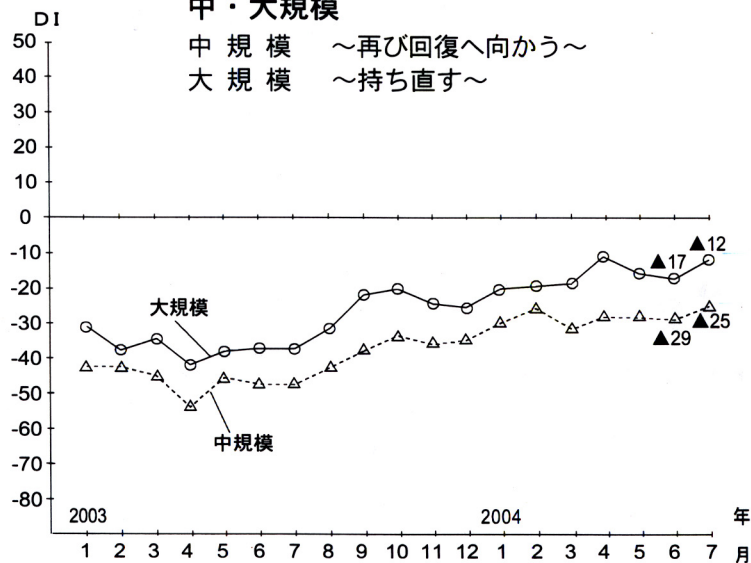
中小規模 ～大幅改善～



中・大規模

中 規 模 ～再び回復へ向かう～

大 規 模 ～持ち直す～



【業種別業況動向 (DI)】

◇ このグラフのみかた

各項目とも0を基準に左右のグラフの長さで業況の「良い」・「悪い」の程度を判断する。ただし○印は全回答が普通ないしは同様、○印は良い、悪いの回答数が同数を示す。

◇ DI (Diffusion Index : 景況判断指数)

指数 (%) の算出方法は次のとおりである。

$$DI = \frac{X - Z}{X + Y + Z} \times 100$$

X: 「良い」「増加」「上昇」等の回答企業数

Y: 「普通」「ほぼ同様」等の回答企業数

Z: 「悪化」「減少」「下降」等の回答企業数

従って、DIのプラスは景況の好転(売上の増加等)、マイナスは景況の悪化(売上の減少等)を表している。

製造業			業 況			
対象数	回答数	回答率	7 月		今後3ヶ月見通し(当月比)	
1,250	520	41.6%	悪い	良い	悪い	良い
			-100	0	100	-100 0 100
繊維・衣料・木材・紙・出版・印刷	1. ニ ッ ト					
	2. 染 色 整 理					
	3. 婦 人 ・ 子 供 服					
	4. シ ャ ツ ・ 下 着					
	5. 装 身 具					
	6. 家 具					
	7. 建 具					
	8. 紙 製 品					
	9. 紙 製 容 器					
	10. 出 版					
	11. 一 般 印 刷					
	12. 軽 印 刷					
	13. スクリーン印刷					
	14. シール・ラベル印刷					
	15. 製 版					
	16. 製 本					
	17. 印 刷 物 加 工					

製造業			業 況			
対象数	回答数	回答率	7 月		今後3ヶ月見通し(当月比)	
1,250	520	41.6%	悪い	良い	悪い	良い
			-100	0	100	-100 0 100
化学・皮革・金属材料	18. プラスチック・ガラス					
	19. 工業用ゴム・セメント					
	20. 製革 (なめし革)					
	21. 製 靴					
	22. か ぼ ん ・ 袋 物					
	23. 鉄鋼・非鉄金属					
	24. 刃 物 ・ 金 物					
	25. 建 築 金 物					
	26. 製 缶 ・ 板 金					
	27. 金 属 プ レ ス					
	28. 金 属 塗 装					
	29. 電 気 め っ き					
	30. ボルト・ナット・ねじ					
	31. ば ね					
	32. 金属加工機械					
	33. 半導体製造装置					
	34. 油圧・空圧機器					
機械器具・食料品・その他	35. 金 型					
	36. 包装・荷造機械					
	37. 配 電 盤					
	38. 電気照明器具					
	39. 電子・通信機器					
	40. 電気計測器					
	41. プリント配線板					
	42. 自動車部品					
	43. 計量器・試験機					
	44. 医療用機械器具					
	45. 光学機械器具					
	46. 水産食料品					
	47. パン・菓子					
	48. め ん 類					
	49. 貴金属製品					
	50. 玩 具					

卸売業			業 況			
対象数	回答数	回答率	7 月		今後3ヶ月 見 通 し (当月比)	
1,000	437	43.7%	悪い	良い	悪い	良い
			-100 0 100	-100 0 100	-100 0 100	-100 0 100
衣料・身の回り品	1. 織 物					
	2. 紳 士 服					○
	3. 婦 人・子供服					
	4. 下 着 類		○			○
	5. く っ ぽ					
	6. かばん・袋物					
	7. 装 身 具					
食 料 品	8. 青 果・果実					
	9. 食 肉					○
	10. 生 鮮 魚 介					
	11. 酒 類					
	12. 乾物・加工食品					
	13. パ ン・菓 子					
	14. 紙・紙製品					
日 用 雑 貨	15. 家 庭 用 品					
	16. 玩 具					
	17. 文 具・事務機					
	18. 陶磁器・ガラス器					
	19. 医 薬 品					
	20. 化 粧 品					
	21. 木 材					
建 築・住 宅 関 連	22. 板 ガ ラ ス					
	23. セメント建材					
	24. 管 工 機 材					
	25. 家 具					
	26. 室 内 装 飾 品		○			
	27. 電 設 資 材					
	28. 塗 料					○
化 学・金 属 材 料	29. 工 業 用 薬 品					
	30. ガ ラ ス 製 品		○			
	31. ゴム・プラスチック					
	32. 鉄 鋼					
	33. 伸 銅 品					
	34. 鋳 螺					
	35. 金属加工機械器具					○
機 械 器 具	36. 事務用機械器具					
	37. 機 械 工 具					○
	38. 自 動 車 部 品					
	39. 医 療 用 器 械					
	40. 電 気 機 械 器 具					○

小売業			業 況			
対象数	回答数	回答率	7 月		今後3ヶ月 見 通 し (当月比)	
1,000	379	37.9%	悪い	良い	悪い	良い
			-100 0 100	-100 0 100	-100 0 100	-100 0 100
衣料・身の回り品	1. 呉 服					
	2. 寝 具					
	3. 紳 士 服					
	4. 婦 人・子供服					
	5. 洋 品 雑 貨					
	6. く っ ぽ					
	7. かばん・袋物					
食 料 品	8. 中 古 品					
	9. メガネ・時計					
	10. 食品スーパー					
	11. コンビニエンスストア					
	12. 青 果・果実					
	13. 食 肉					
	14. 鮮 魚					
日 用 雑 貨	15. 弁 当・惣 菜		○			○
	16. 茶 ・ の り					
	17. 酒					
	18. 米 穀					
	19. 乾物・加工食品					
	20. パ ン					
	21. 菓 子					
耐 久 消 費 財	22. 家 庭 用 品					
	23. 陶磁器・ガラス器					
	24. 医 薬 品					
	25. 化 粧 品					
	26. 文 具・事務機					
	27. ガソリンスタンド		○			
	28. ディスカウントストア					
余 暇 関 連	29. 家具・インテリア					
	30. 家 電 製 品		○			
	31. カ メ ラ					
	32. 貴 金 属・宝 石					
	33. 自 転 車					
	34. 中 古 車					
	35. ベットショップ					○
余 暇 関 連	36. 書 籍・雑 誌					
	37. ス ポ ー ツ 用 品					
	38. 玩 具					
	39. C D・楽 器					
	40. 生 花・園 芸					

サービス業			業 況			
対象数	回答数	回答率	7 月		今後3ヶ月 見 通 し (当月比)	
1,000	365	36.5%	悪い	良い	悪い	良い
			-100 0 100	-100 0 100	-100 0 100	-100 0 100
企 業 関 連	1. 機 械 修 理 業					○
	2. 各種物品賃貸業					
	3. 映画・ビデオ制作業					
	4. 有 線 放 送 業		○			
	5. ソフトウェア業					
	6. 情報処理サービス業					
	7. 情報提供サービス業		○			○
サ イ ト	8. 広 告 業					
	9. 建物サービス業					
	10. 民営職業紹介業					
	11. 労働者派遣業					
	12. 警 備 業		○			○
	13. ディスプレイ業					
	14. 土木建築サービス業					
ビ ジ ネ ス	15. 産業廃棄物処理業					
	16. デ ザ イ ン 業					
	17. 駐 車 場 業					
	18. 道路貨物運送業					
	19. 倉 庫 業					○
	20. 運輸付帯サービス業					
	21. 港 湾 運 送 業					
個 人 関 連	22. 産業用機器賃貸業					
	23. 事務用機器賃貸業					
	24. 専門サービス業					
	25. 医療付帯サービス業					
	26. 計 量 証 明 業					
	27. リネンサプライ					
	28. 機 械 設 計 業					
サ ー ビ ス	29. 非破壊検査業					○
	30. クリーニング					
	31. 理 容 業					
	32. 美 容 業					
	33. 飲 食 店					
	34. 自動車整備業					
	35. 旅 館 業					
サ ー ビ ス	36. 旅 行 業					
	37. スポーツ施設提供業					
	38. 遊 戯 場 業					
	39. 冠 婚 葬 祭 業		○			
	40. 不動産関連業					

景気動向に関する調査

景況調査では、毎月の業況等に関する調査とは別に付帯調査を実施している。今回の付帯調査では、景気回復が叫ばれている昨今の都内中小企業の景気動向に対する実感や今後の景気についての見方などを調査した。回答企業数は1,386(業種別：製造業419、卸売業363、小売業304、サービス業300)で、回答率は32.6%(業種別：製造業33.5%、卸売業36.3%、小売業30.4%、サービス業30.0%)である。

■ 調査の概要 ■

都内中小企業の景気動向に対する実感は「回復」が3.4%、「やや回復」が19.1%にとどまる一方、「むしろ後退」が32.3%を占めるなど、多くの企業がまだ景気回復を実感できない状況にある。業種別にみると、製造業では3割を超える企業が「回復」あるいは「やや回復」と回答しているのに対し、小売業では「むしろ後退」が4割を超えている。

売上高や利益への影響要因は「顧客の増減」53.1%、「販売単価の動向」50.6%、「取引先の動向」42.1%といった項目に回答が集まっている。製造業、卸売業では「販売単価の動向」「取引先の動向」、小売業では「顧客の増減」の割合が高い。

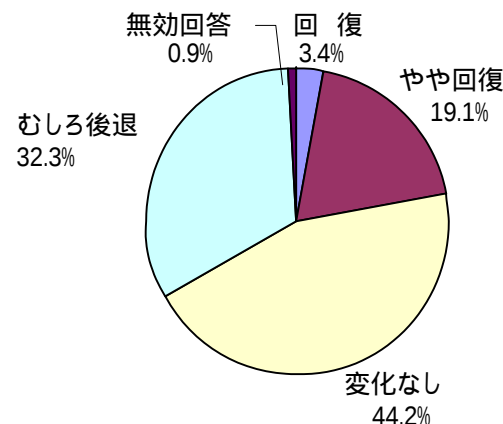
今後(来年の3月頃まで)の景気についての見方は、「上向く」12.6%、「横ばい」66.5%、「下向く」18.5%と、「横ばい」を予想する企業割合が多いものの、「下向く」企業割合が「上向く」企業割合を上回っており、全体的にはやや慎重な見方となっている。

今後の景気を左右する要因のなかで重視する項目は「個人消費の動向」が67.8%と最も多く、業種別にみても全業種で第1位を占めている。製造業や卸売業では、「米国・中国等の経済の動き」や「原油・素材関係の価格」などの項目についても重視している。

■ 景気動向に対する実感 ■

都内中小企業の景気動向に対する実感は、「回復」と回答した企業割合が3.4%、「やや回復」が19.1%、「変化なし」が44.2%、「むしろ後退」が32.3%と、4分の3を超える企業が依然として景気回復を実感できていないことが分かる。回復と後退との比較においても、「むしろ後退」の企業割合が「回復」「やや回復」とする企業割合の合計(22.5%)を上回るなど、景気が回復基調にあると言われているなかで、都内中小企業の景気に対する回復感は弱いことが分かる。

図表1 景気に対する実感



業種別には、製造業で回復を実感している企業割合が他業種に比べて高く、3割を超える企業が「回復」あるいは「やや回復」と回答している。回復(「回復」+「やや回復」)の企業割合を高い順に並べると、製造業、卸売業、サービス業、小売業となり、最下位の小売業は15%以下の低い水準にとどまっている。反対に、後退(「むしろ後退」)の企業割合が高い順に並べると、小売業、卸売業、製造業、サービス業となっており、最も高い小売業では4割を超えている。小売業

は、大半の企業が「変化なし」「むしろ後退」に回答しており、他業種に比べ回復を実感している企業は少ない。

業種区分でみると、製造業の金属材料、機械器具、卸売業の化学・金属材料、機械器具などで回復感が高い。また、サービス業では、個人関連サービスよりも企業関連サービスの方が回復を実感している。

図表2 景気動向に対する実感（業種別）

	回復	やや回復	変化なし	むしろ後退	無効回答
全 体	47	265	613	448	13
	3.4	19.1	44.2	32.2	0.9
製 造 業	24	105	165	121	4
	5.7	25.1	39.4	28.9	1.0
卸 売 業	12	76	157	115	3
	3.3	20.9	43.3	31.7	0.8
小 売 業	5	35	128	133	3
	1.6	11.5	42.1	43.8	1.0
サービス業	6	49	163	79	3
	2.0	16.3	54.3	26.3	1.0

上段：回答数、下段：比率（％）

■ 売上高や利益への影響要因 ■

売上高や利益への影響要因は、全体では「顧客の増減」（以下「顧客増減」）が最も多く53.1％、次いで「販売（受注・客）単価の動向」（以下「単価動向」）50.6％、「取引先の動向」（以下「取引先動向」）42.1％、「他企業との競合」（以下「競合」）36.4％、「原材料・仕入価格の動き」（以下「仕入価格」）23.9％などとなっており、「顧客増減」や「単価動向」といった売上高や利益に直接影響を及ぼす要因に回答が集まっている。

業種別にみると、「顧客増減」「単価動向」「競合」などの要因はいずれの業種でも高い割合を占め、業種に関係なく経営面に大きな影響を及ぼす要因となっている。業種特性から小売業では、「顧客増減」が8割近い高率となっている。また、「取引先動向」は小売業を除く製

造業、卸売業、サービス業で高く、原油・鉄鋼などの値上がりに関係する「仕入価格」は製造業、卸売業で比較的高い比率を示している。

図表3 売上高・利益への影響要因（複数回答）

	顧客の増減	販売単価の動向	原材料・仕入価格の動き	取引先の動向	内部コストの増減	輸入品の増加	他企業との競合	その他	有効回答数
全 体	721	687	324	571	178	143	494	62	1357
	53.1	50.6	23.9	42.1	13.1	10.5	36.4	4.6	
製 造 業	163	224	133	215	65	67	139	17	412
	39.6	54.4	32.3	52.2	15.8	16.3	33.7	4.1	
卸 売 業	155	188	113	176	40	46	130	11	358
	43.3	52.5	31.6	49.2	11.2	12.8	36.3	3.1	
小 売 業	235	141	41	56	18	26	99	20	295
	79.7	47.8	13.9	19.0	6.1	8.8	33.6	6.8	
サ ー ビ ス 業	168	134	37	124	55	4	126	14	299
	57.5	45.9	12.7	42.5	18.8	1.4	43.2	4.8	

上段：回答数、下段：比率（％）

■ 今後（来年の3月頃まで）の景気についての見方 ■

今後の景気の見方については、「上向く」が12.6％、「横ばい」が66.5％、「下向く」が18.5％と、「横ばい」を予想する企業が6割以上を占めるものの、「上向く」よりも「下向く」を予想する企業の割合が高く、景気の上昇に関し慎重な見通しを持っている。

業種別にみると、製造業では「上向く」が14.8％、「横ばい」が66.1％、「下向く」が15.5％となっており、「上向く」「下向く」の差は僅かではほぼ均衡している。一方、他の3業種では、「下向く」を予想する企業割合の方が大きい。特に、小売業においては「上向く」の企業割合

10.2%に対し「下向く」の企業割合は26.0%となっており、他業種に比べ景気は「下向く」との見方をしている企業割合が高い。業種区分では、製造業の機械器具、卸売業の化学・金属材料などで「上向く」を予想する企業が多く、反対に卸売業の衣料・身の回り品や小売業の食料品などで「下向く」を予想する企業が多い。サービス業は、企業関連サービスは見方が分かれるものの、個人関連サービスは「下向く」を予想する企業が多く、弱気な見方をしている。

図表 4 今後の景気に対する見方

	上向く	横ばい	下向く	無効回答
全 体	175	922	256	32
	12.6	66.5	18.5	2.3
製 造 業	62	277	65	15
	14.8	66.1	15.5	3.6
卸 売 業	47	249	62	5
	12.9	68.6	17.1	1.4
小 売 業	31	190	79	3
	10.2	62.5	26.0	1.0
サービス業	35	206	50	9
	11.7	68.7	16.7	3.0

上段：回答数、下段：比率（％）

■ 今後の景気に関し重視している項目 ■

今後の景気を左右する要因のなかで重視する項目は、「個人消費動向」（以下「消費動向」）が67.8%と最も多く、有効回答企業の7割弱が回答している。次いで、景気回復の牽引役と言われている「米国・中国等の経済の動き」（以下「米・中経済」）が39.8%、「原油・素材関係の価格」（以下「素材価格」）が30.5%と続いている。また、「税制・年金問題」（以下「税・年金問題」）、「設備投資の動向」（以下「投資動向」）、「金利動向」についても、2割を超える企業が重視している。

業種別にみても、全業種で「消費動向」が重視項目の第1位を占め、個人消費がどこまで回復するかを重要視していることが分かる。なかでも、小売業は顧客が個人中心ということもあって、回答企業の9割近くが「消費動向」に注目している。また、製造業では「米・中経済」54.8%、「素材価格」41.2%が高い割合を占め、グローバルな動きにも注視している姿がうかがえる。卸売業も「米・中経済」43.0%、「素材価格」40.2%の2項目が高い。一方、小売業では「税・年金問題」が40.5%と高く、個人消費への影響という観点から重視していると考えられる。サービス業は「投資動向」29.9%や「金利動向」23.7%が他業種よりも高い。

図表 5 景気に関する重視項目（複数回答）

	米国・中国等経済の動き	個人消費動向	金利動向	原油・素材関係の価格	設備投資動向	税制・年金問題	為替の変動	その他	有効回答数
全 体	538	917	275	413	313	362	163	58	1353
	39.8	67.8	20.3	30.5	23.1	26.8	12.0	26.8	
製 造 業	222	237	82	167	117	80	63	14	405
	54.8	58.5	20.2	41.2	28.9	19.8	15.6	3.5	
卸 売 業	154	236	80	144	89	78	61	11	358
	43.0	65.9	22.3	40.2	24.9	21.8	17.0	3.1	
小 売 業	64	267	44	39	20	121	23	13	299
	21.4	89.3	14.7	13.0	6.7	40.5	7.7	4.3	
サービス業	98	177	69	63	87	83	16	20	291
	33.7	60.8	23.7	21.6	29.9	28.5	5.5	6.9	

上段：回答数、下段：比率（％）