

Economic Indicators

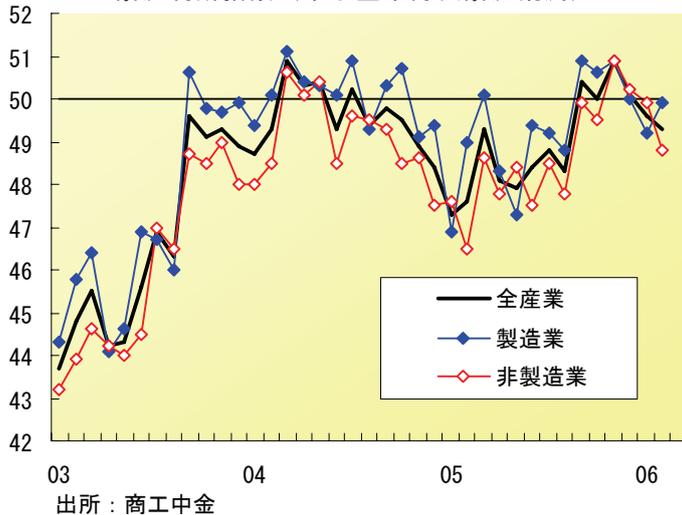
定例経済指標レポート

指標名：中小企業の業況(2006年2月調査)
～ 均してみれば緩やかな改善傾向続く ～

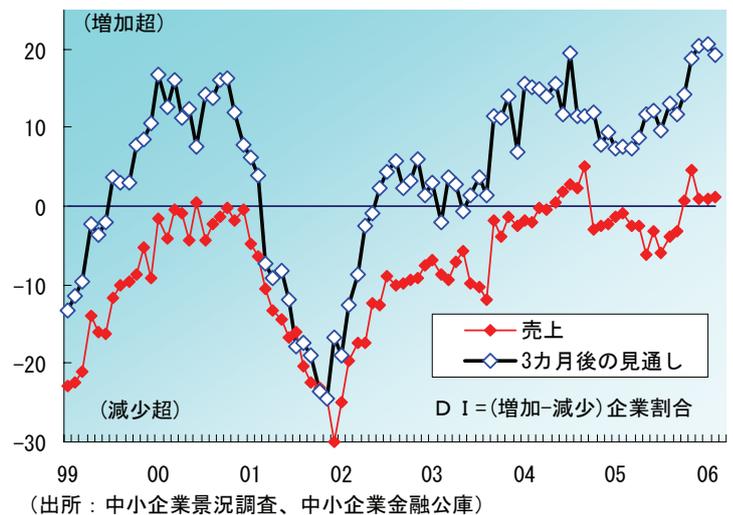
発表日：2006年3月1日(水)
(No. J - 241)

第一生命経済研究所 経済調査部
担当 新家 義貴(03-5221-4528)

景況判断指数(中小企業月次景況観測)



中小企業 売上D I (季調値)



○ 均してみれば緩やかな改善傾向

2月28日に商工中金から公表された「中小企業月次景況観測」では、2月の景況判断指数(1000社調査)は49.3(1月49.6)と3ヶ月連続で低下(前月差▲0.3ポイント)し、「好転」「悪化」の分岐点となる50を下回った。業種別にみると、製造業は前月差+0.7ポイントの改善となったものの、非製造業が同▲1.1ポイント悪化と足を引っ張った。この調査でみると、年明け以降、やや足踏み状態となっている。

だが、もともと昨年9月から12月にかけての業況感の改善ペースがかなり速かっただけに、その反動から年明け以降に改善ペースが一服することはむしろ自然だ。10-12月期と1-3月期はある程度均して判断した方が良好だろう。3月予測に関しては、全産業で前月差+2.5ポイント、製造業で同+2.3ポイント、非製造業で同+2.6ポイントと比較的大きな反発が見込まれていることもあり、特に問題視する必要はないと思われる。

また、中小企業金融公庫から本日公表された「中小企業景況調査」では、2月の売上D Iは1.2(1月0.9)と前月から+0.3ポイント改善し、増加と減少の分岐点であるゼロを5ヶ月連続で上回っている。売上見通しD Iについても大幅なプラスを続けており、企業の景気の先行きに関する見方は比較的明るい。

こうしたことから、中小企業のマインドは秋以降、均してみれば順調に改善を続けていると判断できる。内需が引き続き堅調に推移していることや、輸出の増加が続いていることから売り上げが回復していることなどが業況感改善の背景にあると考えられる。特に、個人消費がしっかりしているということは、消費関連企業が多い中小企業にとっては大きな支援材料である。今後も中小企業の業況感は緩やかに改善を続けるだろう。

○ より重要さを増す中小企業の動向

なお、注意するポイントとしては、水準の問題が挙げられる。前述の通り中小企業の業況感は方向としては改善に向かっているのだが、水準としてみれば大企業と比較して低いものにとどまっている。DIは改善してきたとはいってもまだ50前後であり、半分程度の企業はまだ業況が悪いと回答しているということだ。また、過去と比較した時の売上高の回復度合いなども、大企業と比較すればまだ鈍い。こうしたことは日銀短観などの調査でも確認できる。そのため、中小企業が景気の回復を肌で感じられるようになるためには、今しばらく時間がかかる可能性があるだろう。

こうした中小企業と大企業の格差といった問題はいつの時代にもある程度存在し、今に始まったことではない。だが、今後景気がより安定度を増し、家計が回復を確信できるようになるためには、中小企業の回復が欠かせない。民間シンクタンクが最近発表している景気予測からも分かるとおり、景気の方向性については、しばらくは上向きということでコンセンサスはできている。今後は、景気全体の水準底上げといった観点から、中小企業の動向がより重要になってくるだろう。