

第2章 主要統計指標－3

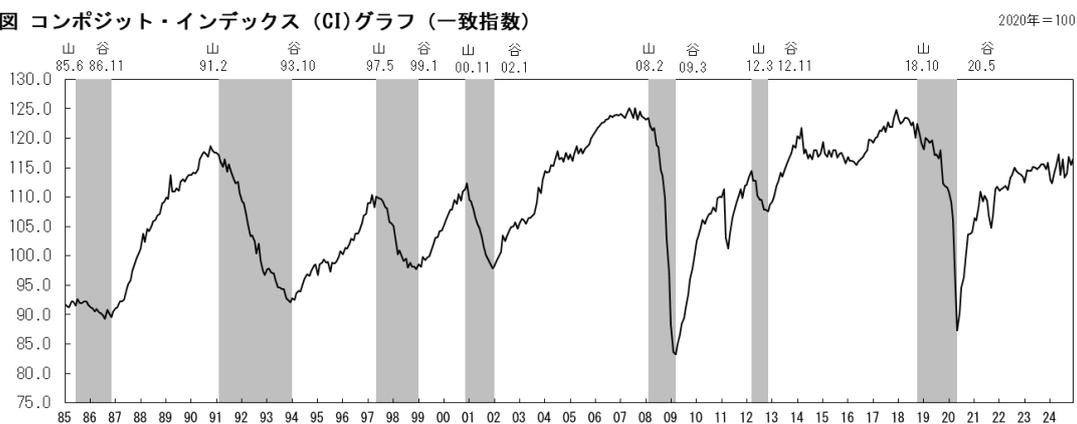
景気動向指標

<いみ>

景気の現況や先行き見通しに関する統計指標で、景気の方角や量感を示す景気動向指数や企業マインドを把握するためのビジネス・サーベイなどがある。

<たとえば>

図 コンポジット・インデックス (CI) グラフ (一致指数)



注：網掛け部分は景気後退期を示す。
⇒ 内閣府「景気動向指数」により作成

(年)

表 景気動向指数の採用系列

先行系列 (11系列)	一致系列 (10系列)	遅行系列 (9系列)
1 最終需要財在庫率指数 (逆)	1 生産指数 (鉱工業)	1 第3次産業活動指数 (対事業所サービス業)
2 鉱工業用生産財在庫率指数 (逆)	2 鉱工業用生産財出荷指数	2 常用雇用指数 (調査産業計、前年同月比)
3 新規求人数 (除く学卒)	3 耐久消費財出荷指数	3 実質法人企業設備投資 (全産業)
4 実質機械受注 (製造業)	4 労働投入量指数 (調査産業計)	4 家計消費支出 (勤労者世帯、名目、前年同月比)
5 新設住宅着工床面積	5 投資財出荷指数 (除く輸送機械)	5 法人税収入
6 消費者態度指数※二人以上世帯・季節調整値	6 商業販売額 (小売業、前年同月比)	6 完全失業率 (逆)
7 日経商品指数 (42種総合)	7 商業販売額 (卸売業、前年同月比)	7 きまって支給する給与 (製造業、名目)
8 マネーストック (M2) (前年同月比)	8 営業利益 (全産業)	8 消費者物価指数 (生鮮食品を除く総合、前年同月比)
9 東証株価指数	9 有効求人倍率 (除く学卒)	9 最終需要財在庫指数
10 投資環境指数 (製造業)	10 輸出数量指数	
11 中小企業売上げ見通しDI		

* (逆)とは逆サイクル系列のことである(一般的に景気拡張局面で低下し、後退局面で上昇するもの)
⇒内閣府「景気動向指数」による。

<かんどころ>

1. 景気動向指数

- 調査機関 内閣府
- 調査周期 毎月
- 内 容 景気動向指数は、生産・雇用など様々な経済活動での重要かつ敏感な指標の動きを統合して、単一の指標によって景気を把握しようとするもので、その指数にはコンポジット・インデックス（C I）（図）とディフュージョン・インデックス（D I）の2種類がある。

●特 色

景気動向指数の作成にはCI、DIともに共通の30系列の経済指標が用いられており、各経済指標は景気変動に対する時間的關係から、先行系列、一致系列、遅行系列（表）に分けられ、それら3つの景気動向指数がそれぞれ作成されている。

先行指数は、一般的に、一致指数に数か月先行することから景気の動きの予測に、遅行指数は景気の転換点や局面の事後的確認に利用される。

CIは、主として景気変動の大きさやテンポ（量感）を測定することを目的にしている。

その作成方法は、

- ①採用される各系列の前月と比べた変量を算出する。
- ②各系列の変化の量感を求める。
- ③各系列の量感を合成する。
- ④前月のCIの値に累積する。

こうして、毎月のCIが得られる。

一般的に、CI一致指数が上昇している時は景気の拡張局面、低下している時は後退局面であり、CI一致指数の動きと景気の転換点は概ね一致している。また、その変化の大きさから、景気の拡張又は後退のテンポを読み取ることができる。

ただし、景気の基調をみる上では、経済活動の拡張（又は後退）がある程度の期間、持続しているか、またある程度の大きさで変化しているかが重要であることから、

- ① CI一致指数が続けて上昇（又は下降）していても、その期間が極めて短い場合は、拡張（又は後退）と見なすことは適当ではない。
- ② CI一致指数がこれまでの基調と逆方向に十分振れてから、その基調が変化したと見なすことが望ましい。

ここで図を改めてみると、例えば平成14年（2002年）1月から始まった戦後最長とされる景気拡張局面は、ゆるやかな回復であったこと、また平成20年（2008年）2月から始まった後退局面では、途中、同年9月にリーマンショックを端緒

にした世界的な金融危機が起こり、それ以降の景気後退のテンポが急激であったことが分かる。

一方、DI は採用される各系列のうち改善している指標の割合のことで、景気各経済部門への波及の度合いを測定することを主な目的としている。月々で振れがあるものの、DI 一致指数は、改善している指標の割合が、景気拡張局面では50%を上回り、後退局面では下回る傾向がある。

なお、内閣府による景気基準日付（景気の転換点）の判定には、一致 DI の各採用系列から作られるヒストリカル DI を用いている。

2. ビジネス・サーベイ

ビジネス・サーベイとは、企業経営者を対象に将来の景気動向や企業経営等についての予想を調査・集計し、一般の経済指標では得られない企業の景況感、マインドを客観的に把握するもので、景気見通しの世論調査ともいえる。

(1) 企業短期経済観測調査（日本銀行、四半期毎）

「日銀短観」と呼ばれ、資本金 2,000 万円以上の企業（金融機関を除く。）を対象とした「全国短観」のほか、全国短観を補完するため、金融機関に対する調査も行われている。

例えば、業況判断 DI は、業況を「良い」と回答した社数構成比から「悪い」と回答した社数構成比を引いて算出されており、プラスであれば「良い」と見る企業が多いこととなる。この指標は、調査票回収から公表までの期間が約 1 か月と短く速報性に富んでいることから、景気判断のための代表的指標として利用されている。

(2) 法人企業景気予測調査（財務省・内閣府、四半期毎）

資本金 1,000 万円以上の法人企業約 14,400 社を対象に調査を行っている。景況感などについて前期と比較した変化方向別の回答社数構成比から、先行きの経済動向を予測する B S I（Business Survey Index）が算出されている。

3. 景気ウォッチャー調査（内閣府、毎月）

地域毎の景気動向を的確かつ迅速に把握するために、スーパー店長、レストラン経営者、タクシー運転手、製造業経営者、人材派遣会社社員など地域の景気に関連の深い動きを観察できる職種から選定した 2,050 人を対象にアンケート調査を行っている。調査結果は、「家計動向関連」、「企業動向関連」、「雇用関連」の分野ごとに、景気の現状判断 DI 及び先行き判断 DI として公表されている。