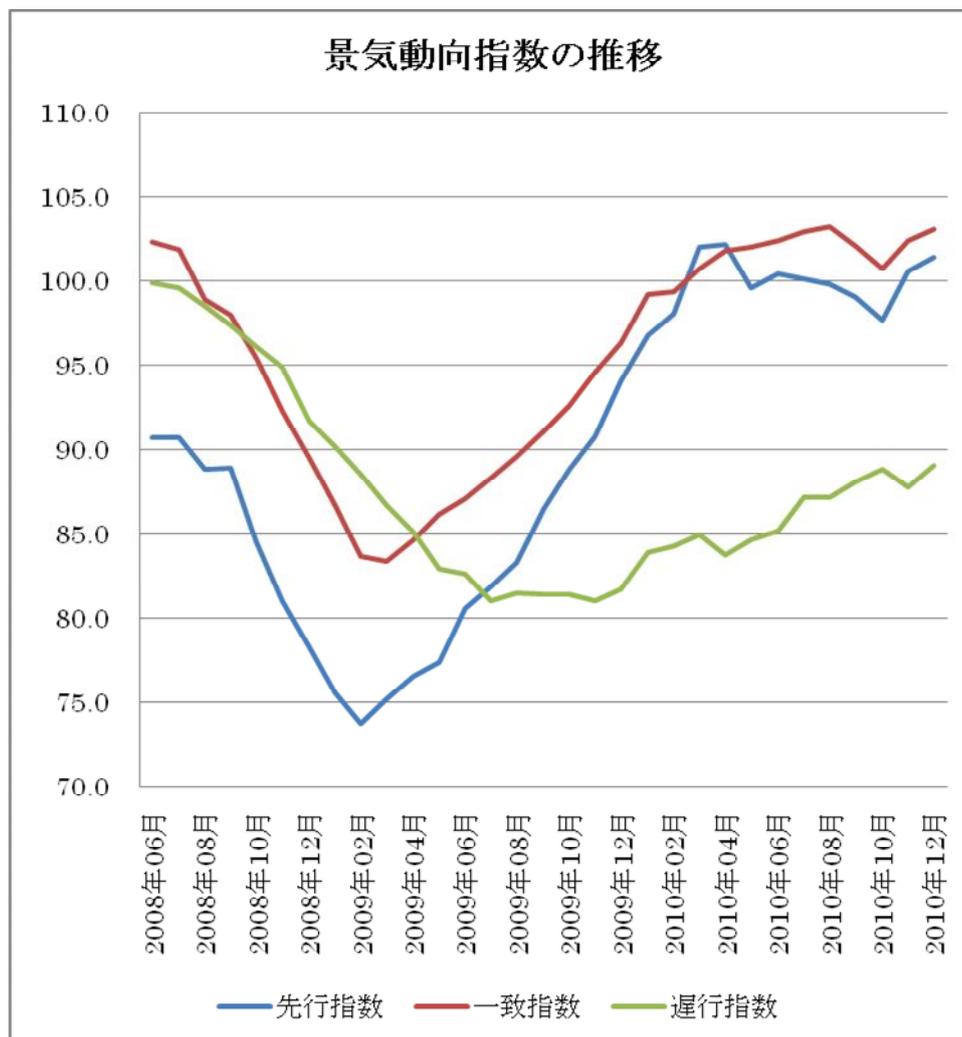


4. 企業活動に関する指標



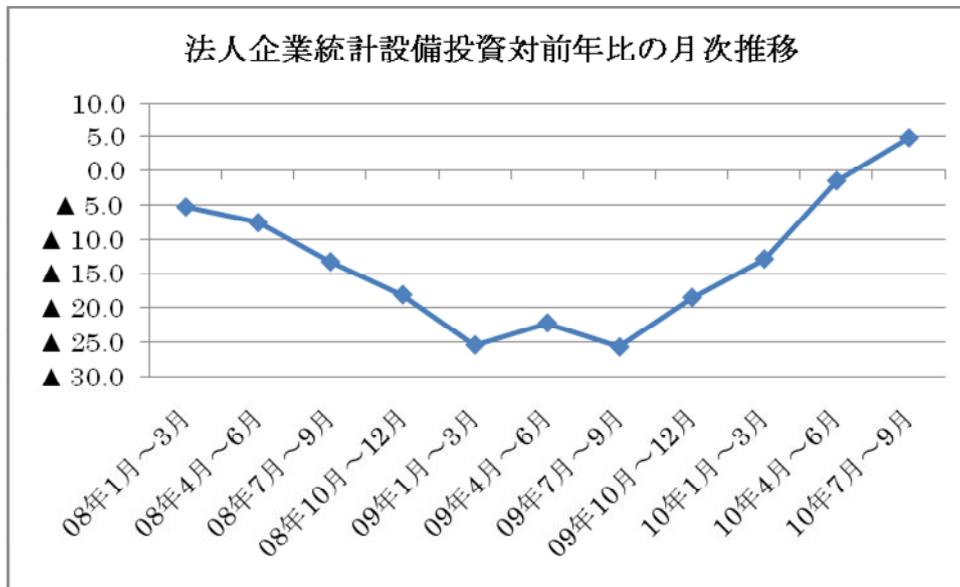
景気動向指数（Composite index）は内閣府が月に一度発表するもので、景気の景況感を示す指数です。2009年2月を底として景気は持ち直しています。

先行指数・・・新規求人数や東証株価指数などを対象とし景気を先取りして動く指標

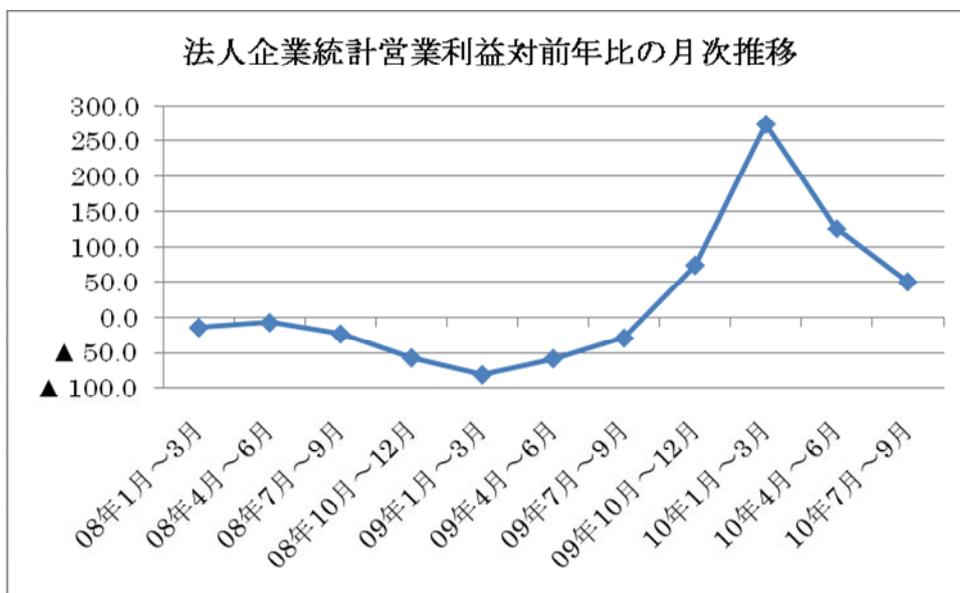
一致指数・・・工業生産指数や有効求人倍率などを対象とし景気と一致して動く指標

遅行指数・・・法人税収入や完全失業率などを対象とし景気に遅れて動く指標

景気動向指数・・・景気動向指数には、コンポジット・インデックス（CI）とディフュージョン・インデックス（DI）があります。CIは主として景気変動の大きさやテンポ（量感）を測定し、DIは景気拡張の動きの各経済部門への波及度合いを測定することを目的としています。以前はDIを中心とした公表でしたが、2008年4月以降はCIを中心とした公表形態に移行しています。考え方は各経済部門を代表する指標（生産、在庫、投資、雇用、消費、企業経営、金融、物価、サービス）の中から、経済の重要性やデータの信頼性等6つの選定基準を設けて調査し、変動率を測定し、景気の動きを表します。



法人企業設備投資は企業が機械や工場などの有形固定資産への投資をした金額で景気に大きな影響を与えます。2009年7月～9月期を境に減少率が低下し、1年後の2010年7月～9月期にはようやく対前年比でプラスに転じました。



法人企業の営業利益は金融危機の影響が大きかったため、その反動と企業の経費削減効果により対前年比の増加率は250%を超える上げ幅となりました。現在、上昇率は一服している状況です。



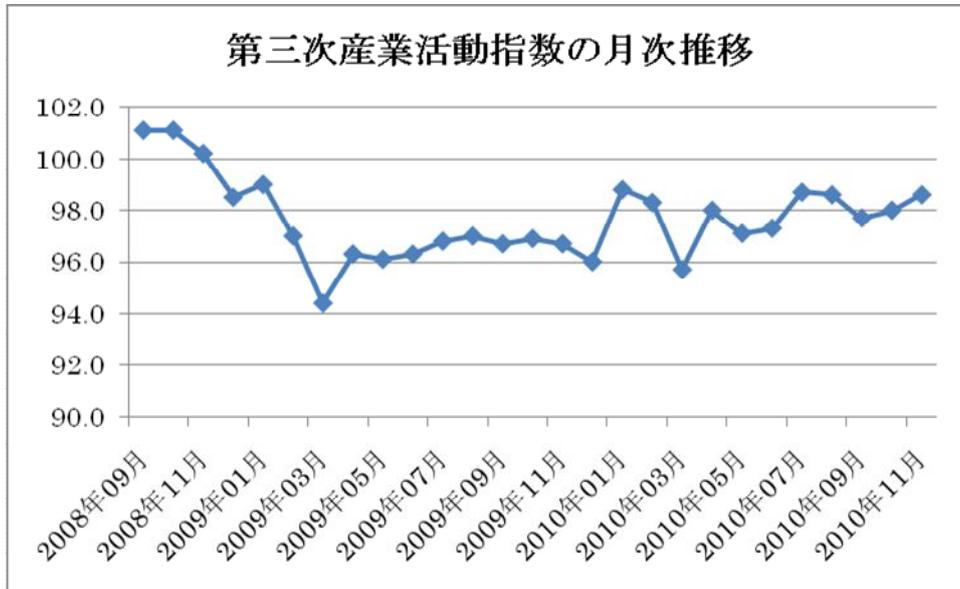
機械受注は産業用機械メーカー280社の受注金額を集計したもので、企業が設備投資のための機械を発注する段階をとらえるので、先行指標とされています。

造船会社や電力会社からの受注は規模が大きく変動が激しいのでこの数字からは除外されています。

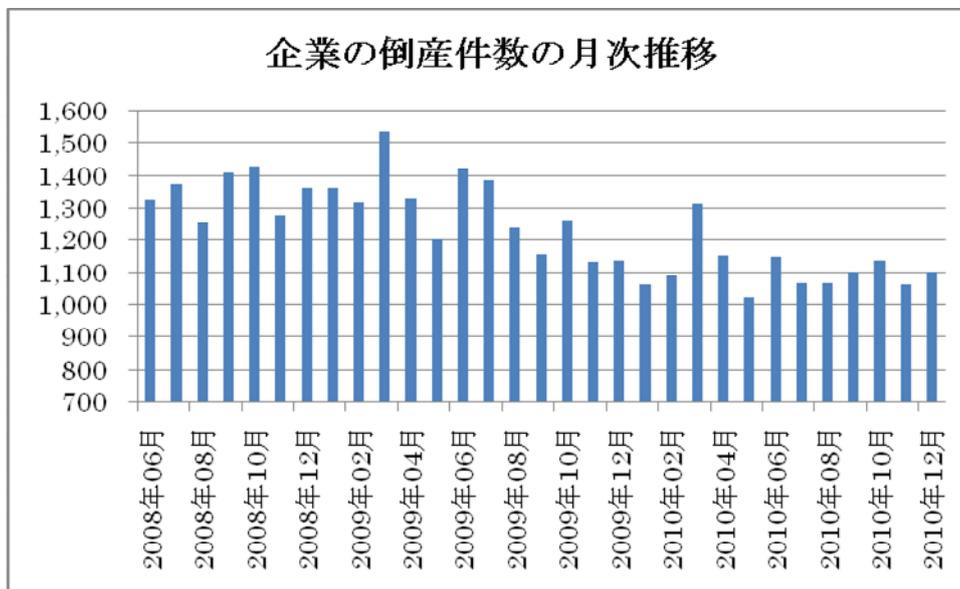


広告取扱高は電通並びに博報堂の大手2社の広告取扱金額で日本の総広告費の約25%程度を反映していると言われています。

広告宣伝費は景気が悪くなると真っ先に削減の対象となるため厳しい状況が続いています。2010年5月によやく前年比でプラスに向かい、その後は上下動を繰り返しながらも上向きな状況が続いています。



第三次産業活動指数はサービス業の生産状況を示す指標で、エネルギー、情報通信、不動産、運輸、卸売、小売、金融、保険、飲食、宿泊、医療、教育等幅広い業種が対象になっています。第三次産業指数は不況期であっても、製造業と比較して落ち込みが比較的少ないのが特徴ですが、未だ 2005 年の水準には達していません。



企業倒産は東京商工リサーチが調査したデータで毎月発表されています。倒産以外にも会社整理や特別清算等も含まれた数字です。金融危機の際 2009 年 3 月には月間 1,537 件の企業が倒産に追い込まれましたが、現在は月間 1,100 件程度の倒産件数となっています。