



いけがみ・あきら
73年、NHKに記者として入局。
94年から05年まで『週刊こども
ニュース』のお父さん役として親し
まれる。現在、独立してフリーの
ジャーナリスト。

「日銀短観」とはどんなもの？

経済ニュースで「日銀短観」の発表は大きく取り上げられます。
企業がこれからの日本経済が
どうなると見ているのかがよくわかるからです。
どんなものなのか、考えてみましょう。

日銀短観はアンケートだ

「日銀短観によりますと、大企業
の製造業で、これから景気がよく
なると考えている企業の割合は、
前回調査に比べて……」

こんなニュースがよく登場しま
す。最近では、「TANKAN」
という名前で海外でも知られるよ
うになりました。

正式には、「全国企業短期経済
観測調査」といいます。どんな
「調査」なのか？ 要するに「ア
ンケート調査」です。と言っても、
あなごるなかれ。そこらのアンケ
ート調査とは雲泥の差なのです。

日本銀行の調査統計局が、民間
企業一万社以上を対象に、年に四
回実施している調査です。

調査内容は、大きく分けて二つ。
企業心理と経営内容です。ニュー
スでよく取り上げられるのは企業
心理についての調査結果で、これ
は「業況判断」と呼ばれます。

「業況判断」は、企業の経営者に、
経営状態が「良い」「さほど良く

ない」「悪い」の三つの選択肢か
ら一つを選んでもらいます。

これを集計して、返答があった
企業全体の中で「良い」と答えた
企業の割合から、「悪い」と答えた
企業の割合を引いた数字を出し
ます。この数字を「DII（ディフ
ュージョン・インデックス）」と
いい、この数字の変化で、企業経
営者の景気判断の変化を見ます。

たとえば、「良い」と答えた企
業の割合が二六パーセントあつ
て、「悪い」と答えた割合が八パ
ーセントだったとすれば、二六か
ら八を引いた一八という数字。こ
れが、「業況判断DII」で、「業況
判断DIIは一八」として発表され
ます。

この数字を前回調査と比較しま
す。前回調査の結果が「一六」だ
つたら、今回の方が数字が高いの
で、「景気が良い」と答えている経
営者の割合が前より増えている「
ということになります。

それだけ景気について楽観的な
気分が世の中に広がっていること
がわかります。

「景気」判断は「気」が大切

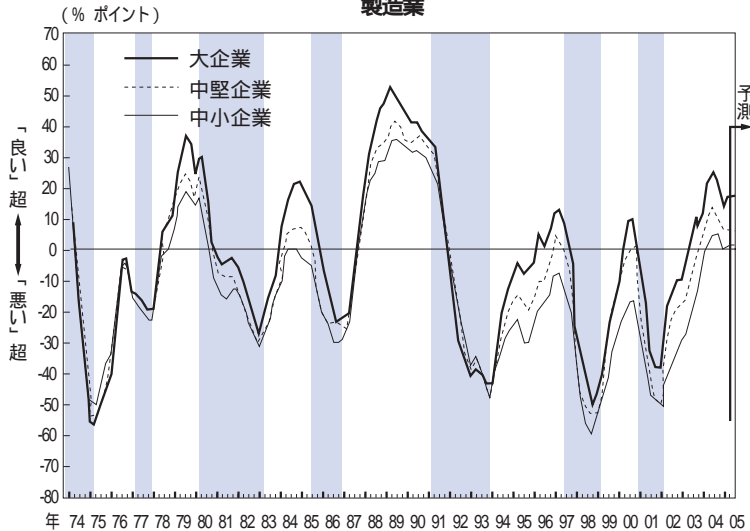
世の中に楽観的な気分が広がっ
ているということは、「日本の景
気は良くなっている」と判断する
大きな材料の一つになります。

景気という言葉には、「気」と
いう文字が入っています。気持ち
の問題という部分が大いのです
ね。

「景気が良い」と思っている経営
者が多ければ、今後の経営方針に
ついても強気になって、「設備投
資を増やそう」「従業員をもっと
採用しよう」ということになる可
能性が高くなります。そうなれば、
実際に景気は良くなりますし、さ
らに良くなっていく可能性もあり
ます。

「短観」は日銀の調査だけあつて
信用がありますから、調査対象企
業も協力的。アンケートの回収率
は極めて高く、たとえば二〇〇五
年六月調査では、全体の回収率が
約九八パーセントにまで上ってい
ます。こんなアンケート調査は、

業況判断DIの推移



調査期間中は、機密保持の観点から、衝立を立てて、担当者以外の入室を制限しています。



短観のヒアリング風景

「短観」は、「世の中を動かす数字」なのです。

決定することもあります。

発表された数字は通信社が直ちに速報。投資家や関係企業は、その数字を見て、今後の投資方針を決定することになります。

発表された数字は通信社が直ちに速報。投資家や関係企業は、その数字を見て、今後の投資方針を決定することになります。

あるでしょう。

こうなると、投資家たちは、日銀短観の情報を早く手に入れたいと考えるようになります。そこで日銀は「短観」の情報管理に神経を尖らせることになります。

情報管理ばかりではありません。発表時間にも気を使います。株式市場が開いている最中だと、情報の伝わり方によって混乱が生じる恐れがあります。かといって、日本の株式市場が終わった後に発表したのでは、欧米での株式市場は反応しますが、肝心の日本の市場での反応が出るのは翌日になってしまいます。それもおかしなところ。日本の株式市場が午前九時から始まるのに合わせて、その直前の午前八時五十分発表することになります。

ほかにはちょっとありません。「あなどるなかれ」と言ったのは、そんな意味もあつたのです。

日銀の判断材料の一つにもなる

ところで、なぜ日銀は「短観」調査をしているのでしょうか。それは、日銀には、金融政策を通

じて日本の景気をコントロール（調節）するという大事な役目があるからです。

日本の景気が悪くなれば、景気を良くする方法を考えますし、景気が過熱しているという事になれば、それを冷ますことも考えます。そういう日銀の景気判断の一つとして、「日銀短観」は使われているのです。

「短観」の結果には、投資家も注目しています。「景気が良い」と答えた経営者が多いと、「おつ、景気はいいな。では、株式市場もこれに反応して株価が上がるな。よし、その前に株を買おう」と考えて行動する人たちが出てきます。そうなれば、実際に株価は上がります。「短観」の結果が悪ければ、逆に株価が下がる可能性が

もっとくわしく

ここでは、短観について、読者の皆さんに知っていただくために、短観の実際の作成方法などについて、もう少し詳しく説明します。

1 短観の概要と作成方法

短観の調査は、大企業から中小企業まで、製造業・非製造業の幅広い業種を対象としており、三月、六月、九月、十二月の年四回実施しています。

調査対象企業は、民間企業一萬〇三二六社（二〇〇五年六月調査）と金融機関二〇七社（同）にのぼります。なお、調査対象企業は、短観の調査結果が全国の産業構造の確に反映したものとなるよう、「標本調査」という手法を用いて選定しています。具体的には、総務省が実施している「事業所・企業統計調査」をもとに、資本金二〇〇万円以上の企業（約二二万社）の中から、統計学的手法を用いて一定の基準を設け、業種別・規模別に設けた区分ごとに対象企業を抽出・選定しております。また、わが国の産業構造の変化に的確に対応するよう、調査対象

企業の追加・見直しも定期的に実施しております。

調査は、調査開始から発表までの期間が短いほど、その時点での現況判断をより正確に把握することができます。そこで、短観についても公表の早期化に努めています。調査対象企業の協力のもと、作業の効率化を進め、現在では調査表送付から約一カ月後には調査結果を公表できるようになりました。

もちろん調査対象企業が安心して回答できるように、プライバシー保護には最大限の注意を払っています。調査企業名を非公表としているほか、個別企業の調査表についても、予め決められた担当者以外は内容を見られないようにするなど、極めて厳格な取り扱いを行っています。

また、日本銀行では、調査先から頂いた回答内容について、丹念な確認作業等を通じて誤回答の防止を図るとともに、公表後直ちに調査先に対して公表資料や調査結果を掲載した統計書等を還元するなど、調査対象企業との間に緊密な関係を構築させていただいております。日本銀行のこうした取り組みや、調査対象企

業の方々による短観の重要性に対するご理解により、この種の調査では極めて高水準の回答率を維持しています。このように、高い回答率の維持や、きめ細かな確認作業、産業構造の変化に対応した統計設計の見直し等を通じて、より信頼度の高い統計の作成に努めております。

なお、短観はあくまで調査対象企業からの回答を集計して取りまとめたものであり、日本銀行の景気判断や予測を示したものではありません。

2 短観の調査項目とその活用方法

短観では、業況判断、需給判断といった企業の活動状況や経済環境に対する見方を問う「判断項目」のほか、売上高、経常利益、設備投資額、新卒採用者数といった、企業活動を定量的に捉えた「計数項目」を併せて調査しており、調査項目は多岐にわたっています。

「判断項目」からは、企業経営者が景気の実態やその先行きをどのように捉えているのかを見ることができ、また、「計数項目」からは、売上

高や利益などの企業業績とその先行き予測を把握することができます。

なかでも「業況判断DI」は、過去の景気循環（景気の高谷）にはほぼ沿った動きをしており、景気の実態・先行きを判断する上で重要な指標として、広く活用されております。また、短観調査の結果得られた各種計数の動きは、その後数カ月たつて公表される各種の経済統計などの動きを先行的に示すことが多い、と云われております。

なお、「計数項目」は、業種別の計数などを公表しているため、さまざまな業界の動向を把握するための資料として利用することができ、また、短観は長期にわたってデータを蓄積しているため、過去の類似局面との比較も可能です。

さらに、年度計画データの「予測値」の活用も有効です。年に四回調査しているため、三カ月後の次の調査では、経済の動きに応じてその年度計画が上方修正されたか、下方修正されたかが把握できます。当然、景気拡張期には上方修正となる業種が多くなりますし、景気後退期には、その逆になります。

3 調査項目等の 見直しの内容

二〇〇四年三月調査より調査項目等の見直しを行いました。これには、

産業構造の変化や企業会計制度の変更を反映させる、統計精度をさらに高める という狙いがあります。例えば、インターネット関連企業など、「雇用者数は少ないが、資

本金は大きい企業」が統計に盛り込まれるようになりました。

業種分類・調査対象業種の拡充
業種分類に「情報通信業」と「飲食店・宿泊業」を新設したほか、「

「サービス業」の内訳

として、「対個人サービス業」、「対事業所サービス業」を新設しました。また、これまで調査対象でなかった業種のうち、福祉、教育関連などの業種の一部を調査対象に含めています。

集計規模区分基準の変更

これまでの常用雇用者基準から、資本金基準に変更しました。その結果、大企業（資本金一〇億円以上）、中堅企業（一億円以上一〇億円未満）、中小企業（一〇〇万円以上一億円未満）となりました。調査項目の改廃

「報告者負担の軽減」と「ユーザの利便性向上」の双方の観点から、「海外生産高」「海外設備投資額」など一部項目を廃止する一方、「土地投資額」「当期純利益」などの項目を新設しました。

4 「社会の公共財」としての 統計調査

日本銀行では、短観をはじめとする金融経済統計を、「社会の公共財」と位置付けています。また、日本銀行の金融政策は、政策委員会・金融政策決定会合で検討されて決定します。その際に、短観をはじめとする各種金融経済統計が、重要な判断材料となります。それだけに、信頼される統計の提供を目指して、統計の整備・見直しに取り組んでいます。

短観は、概要 要旨 業種別計数 調査全容 長期時系列データの形で提供されています。インターネット (<http://www.boj.or.jp/>) では、のすべてが入手可能です。また、日本銀行本店情報ルームでは、を提供しています。の「調査全容」については、有償ですが統計書の形で入手できます。

