

産業レポート

2011年2月24日

2011年度業界見通し

～グローバル展開の深化を求められるわが国産業界～

<目次>

業種別概況表 … 1	13. 情報サービス … 61
主要業種の企業業績予想 … 4	14. 小売概況 … 64
1. 総論 … 6	15. 百貨店 … 66
2. 鉄鋼 … 20	16. スーパー … 68
3. 紙パルプ … 23	17. コンビニエンスストア … 70
4. 石油 … 26	18. 家電量販店 … 73
5. 化学 … 29	19. 陸運 … 75
6. 医薬品 … 33	20. 海運 … 78
7. 食品 … 36	21. 空運 … 81
8. 自動車 … 39	22. 建設 … 82
9. 機械 … 44	23. 住宅 … 85
10. エレクトロニクス … 50	24. 不動産 … 88
11. 通信 … 55	25. 人材派遣・請負 … 93
12. 放送 … 58	26. ホテル … 96

【業種別概要表】

業 種	景況感			コメント
	2010年度 (見込)	2011年度 (予想)	2012~13年度 (予想)	
1. 鉄 鋼				<p>＜需要は緩やかな回復基調を辿るが、企業業績は本格的な回復には至らず＞</p> <p>2011年度の粗鋼生産量は、内需が微減となるものの、輸出が小幅ながら増加傾向を保つことで前年並みの水準を確保する見通し。2012～2013年度については内需の持ち直しにより緩やかな回復基調を辿ろう。高炉メーカーの2011年度の企業業績は、原料高などを受けた国内外での販売マージンの悪化を主因に減益となる見通し。2012年度以降の業績は改善に向かうと予想されるが、売上高営業利益率は5～6%程度と、本格的な回復には至らない見込み。</p>
2. 紙 ・ パ ル プ				<p>＜需要は2012～2013年度に底を打つも、企業業績は原材料価格の上昇により減益傾向続く＞</p> <p>2011年度の洋紙・板紙の国内需要は、前年に効いた政府の経済対策や猛暑による需要の押し上げ効果が見込めず、全体としては減少を余儀なくされる見通し。底打ちは2012～2013年度となる。2011年度の企業業績は、国内需要の低迷と原燃料価格の上昇を受けて、減収減益となる見通し。2012～2013年度にかけても減益傾向が続こう。</p>
3. 石 油				<p>＜2011年度は増収ながら減益、2012～2013年度は緩やかな増益基調を辿る見通し＞</p> <p>2011～2013年度の燃料油販売量は、自動車の燃費改善、ユーザーの代替燃料への転換、原子力発電所の稼働率上昇といった要因が響き、漸減傾向が続く見通し。2011年度の石油元売の業績は、石油精製・販売部門のマージン縮小により減益を余儀なくされる見込み。2012～2013年度については、過剰設備の見直しを通じた石油精製・販売部門の需給改善や、石油開発部門の利益向上などにより、各社の業績は徐々に回復に向かおう。</p>
4. 化 学				<p>＜国内エチレン生産量は2012年度に底打ち、企業業績は緩やかな増益基調が続く見通し＞</p> <p>2011年度の国内エチレン生産量は、中東など海外での石油化学プラントの新設による影響で2年連続の減少となる見通し。底打ちは影響が一服する2012年度となる。企業業績に関しては、石油化学事業が2011年度に減益を余儀なくされるものの、それ以外の電子材料や各種機能材料、医薬品といった事業が底堅く推移することで、総合化学、合繊ともに緩やかな増益基調が続く見通し。</p>
5. 医 薬 品				<p>＜需要は引き続き拡大も成長率は鈍化、企業業績は米国での特許切れにより減益基調＞</p> <p>2011年の国内医薬品市場は、高齢化の進展に伴う構造的な需要増に加え、薬価改定が実施されないことから前年比3～4%の成長が見込まれる。2012～2013年も成長は続く見込まれるものの、政府の薬剤費抑制策の強化を背景に市場成長率は平均で2%程度にとどまろう。大手医薬品メーカーの企業業績は、米国における大型薬の特許切れに伴い、2012年度にかけて減益局面を迎える見通しであり、底入れは2013年度以降となる。</p>
6. 食 品				<p>＜需要は底入れに向かうが、企業業績は原料価格の上昇が響き減益局面へ＞</p> <p>2011年の食品生産額は、値上げに伴う数量減に加え、前年の猛暑効果の反動が予想されるため、前年割れが続く見込み。2012年以降は底入れするが、回復ピッチは総じて緩やかで2013年の食品生産額は景気後退前の水準を僅かながら下回る見通し。この間の食品メーカーの企業業績は、非食品事業や海外事業の拡大もあって総じて増収傾向が続くものの、原料価格の上昇による粗利率の低下が国内事業の収益を圧迫し、減益傾向が続く見通し。</p>
7. 自 動 車				<p>＜世界需要は順調に増加、これに伴って企業業績も増収増益基調を辿る＞</p> <p>2011年の世界販売台数は、米国市場の回復や中国、インドをはじめとした新興市場の拡大を主因に前年比6%増の7,770万台程度となる見通し。2012～2013年も、国内や西欧の需要こそ冴えないものの、米国でのさらなる需要回復やアジアを中心とした新興国における需要拡大が牽引役となって年率5%程度の需要増が見込まれる。2011～2013年度のわが国自動車メーカーの連結業績は、長引く円高や原材料価格上昇が見込まれるなかでも、販売台数増加や原価低減努力により増収増益基調を確保しよう。</p>
8. 機 械				<p>＜新興国主体の外需が牽引して受注は緩やかな回復が続き、企業業績も増収増益基調を辿る＞</p> <p>2011年度以降の産業機械及び工作機械の受注額は、海外への設備投資優先の動きから内需の回復は鈍いが、中国他国の外需の伸びが牽引し、全体としては緩やかな回復が続く見込み。一方、新造船受注は船腹過剰の継続から、厳しい水準を強いられる公算が大きい。企業業績については需要の回復につれて総じて増収増益基調を辿り、産業機械大手合計の業績は過去最高水準へ。ただし、新興国主体の受注拡大が続くなかで、現地ニーズに合わせた事業展開のあり方が問われよう。</p>

(注) 1. 各セクターの景況感は、需要・生産動向や企業業績の増減率・水準をもとに総合的に判断したもの。

2. 業界環境が異なる複数の業態を抱えた機械（総合重機及び産業機械は右上、工作機械は左下）には複数の天気マークを併記。

業 種	景況感			コメント
	2010年度 (見込)	2011年度 (予想)	2012~13年度 (予想)	
9. エレクトロニクス				<p><市場は小幅な成長、企業業績も増収増益が続く> 2011年度以降のエレクトロニクス市場は、家電や情報通信機器、それに搭載される半導体ともに、先進国の伸び悩みから小幅な成長が予想される。もともと、新興国では高水準の伸びが見込まれるうえ、個別製品でも、スマートフォンなどは市場全体を上回る高成長が続く見通し。大手9社の業績は、重電等の非エレクトロニクス事業を含めた市場の伸びに加え、事業領域の絞り込みなどコスト削減が寄与して増収増益が続こうが、新興国や当面の成長製品への取り組みの如何により、成長格差が生じそうだ。</p>
10. 通 信				<p><需要は横這いから増加基調を維持、企業業績は好調に推移> 2011年度の通信市場は、固定通信の低迷を移動体通信の伸びが補って前年並みを確保しよう。2012~2013年度は、固定通信が低調に推移するものの、主力の移動体通信が分離プラン導入に伴うマイナス影響の一巡などから成長を加速させるため、市場は拡大基調を迎える見通し。こうしたなか、2011~2013年度の総合通信大手3グループの業績は、インフラ投資のピークアウトに伴う減価償却負担の軽減などコスト構造の改善が進むことで、二桁近い増益が続く公算大。</p>
11. 放 送				<p><需要は緩やかな増加基調で推移、企業業績は増益基調が続く> 放送局の主たる収入源であるテレビ広告の市場は、2011年度以降、景気回復に伴う広告主の広告費の積み増しや、テレビ広告を重視する傾向の強まりを背景に、緩やかな拡大傾向を迎える見通し。2011年度以降の民放キー局5社の業績は、売上高が市場同様の推移を迎えるなか、コスト抑制を続けることで、増益基調を迎えると予想される。</p>
12. 情 報 サ ー ビ ス			 のち	<p><需要は微増から縮小傾向を迎えるものの、大手企業の業績は増収増益基調を迎える> 2011年度以降の情報サービス市場は、更新需要の高まり等を見込めるものの、ユーザー企業の間でIT投資の効率化に向けた動きが広がると予想されることから、その成長は緩やかなものにとどまり、2013年度には縮小局面入りする見通し。2011年度以降の上場大手8社の業績は、成長分野のアウトソーシングや、海外市場の取り込みが進むとみられるうえ、オフショア開発の拡大などによるコスト低減を進めることで、増収増益基調を迎えると予想される。</p>
13. 百 貨 店				<p><2011~2013年度にかけて微減収が続くなか、経費削減により増益を確保> 2011~2013年度の百貨店販売額は、所得環境の緩やかな改善に加え、大型店舗の開業・増床オープンといったプラス要素があるものの、専門店など他業態との競争が続くことから、減収基調を余儀なくされよう。企業業績は、売上の拡大が見込めないなか、経費削減により増益を確保する状況が続く。もともと、2013年度の利益水準は景気後退前の4割程度にとどまろう。</p>
14. ス ー パ ー				<p><減収基調が続くなか、経費削減に注力することで増益を確保> 2011~2013年度のスーパーの販売額は、所得環境の緩やかな改善に伴い、主力の食料品が下げ止まる一方、ドラッグストア、専門店など他業態との競争により住関連・衣料品の販売不振が続くため、全体としては減収を余儀なくされよう。企業業績は、減収傾向が続くなか、経費削減に注力することで増益を確保するとみられるが、2013年度の利益水準は景気後退前（2007年度）の6割程度にとどまろう。</p>
15. コンビニエンスストア				<p><市場の成長性が鈍化するなか、2012年度以降は減益に転換> 2011年度のコンビニエンスストアの販売額は、たばこ増税の影響や各社の積極的な出店により増加基調を維持。2012年度以降も市場の拡大が見込まれるが、市場の成長性は鈍化し既存店売上高の減少が続くなど、成熟色が一段と鮮明になろう。大手5社の業績は、2011年度は増収効果により小幅ながらも増益、2012年度以降は、スーパーなど他業態を含めた競争が一層激化するため、減益に転じるとみられる。</p>
16. 家電量販店				<p><エコポイントの反動により2011年度は大幅な減収減益、2012年度以降も減益基調が継続> 2011年度の家電販売額は、前年のエコポイント特需の反動に加え、猛暑効果の剥落も予想され、前年比▲10%超の大幅な減少が見込まれる。2012年度も減収基調が続く、市場の底打ちは2013年度以降となる。家電量販店大手4社の業績は、2011年度については大幅な減収減益が避けられず、2012~2013年度は増収に転じるものの、出店費用の増加等から減益が続こう。</p>

(注) 各セクターの景況感は、需要・生産動向や企業業績の増減率・水準をもとに総合的に判断したもの。

業種	景況感			コメント
	2010年度 (見込)	2011年度 (予想)	2012~13年度 (予想)	
17. 陸 運				<需要環境の好転を見込み難いなか、燃料高を背景に大手と中小の業績格差が拡大> 2011~2013年度は、荷動きの大幅な改善が期待できないなか、運賃も下落基調が続く、トラック運送各社を取り巻く環境の好転は見込み難い見通し。こうしたなか、燃料費上昇の影響から単純輸送主体の中小企業は業績の低迷が続く一方、高付加価値サービスに注力する大手は微減益ながら営業利益率3%程度を確保するなど、企業間の業績格差が拡大する見通し。
18. 海 運				<2011年度は運賃下落を背景に減収大幅減益となるが、2012年度以降は回復基調に転じる> 2011年の海運業界は、荷動きこそ増加するものの、新造船の大量竣工に伴う運賃下落を背景に大手3社の業績は、減収大幅減益が不可避となる見通し。2012~2013年は、世界経済の回復に伴い荷動きが増加基調を辿るなか、運賃も新造船の竣工ピッチの一時で下げ止まるとみられ、大手3社の業績は、過去の好況期に比べれば低水準ながら改善基調に転じる見通し。
19. 空 運				<旅客数は減少基調が続く一方、貨物物は増加基調を辿る> 2011年度は、旅客数が便数減少や新幹線など代替輸送手段との競合により前年割れとなるが、貨物量は景気回復に伴い主力の国際線(輸出入貨物)を中心に増加する見通し。2012~2013年度も、こうした業界環境に著変なく、旅客数は減少基調が続く一方、貨物量は増加基調を辿らう。
20. 建 設				<建設受注が低迷するなか、企業業績は底這いが続く見通し> 2011年度の受注額は、民間工事が回復の力強さに欠け、官公庁工事も更なる減少が不可避なため、前年並みの低水準にとどまる見込み。その後も受注低迷が続こう。建設大手4社の2011年度業績は、減収に歯止めがかからず、工事採算も低下するため、再び大幅な減益となる見込み。2012年度以降も厳しい決算が続く懸念が大きい。
21. 住 宅				<住宅着工戸数は90万戸を下回る展開が続く、企業業績の改善も緩やかなものとどまる> 住宅着工戸数は緩やかな増加基調を辿る見込みだが、世帯数の伸び率鈍化に伴う新規需要の構造的な減少を踏まえれば、今後も90万戸を下回る展開が続く見通し。2011~2013年度の住宅メーカーの業績は緩やかな改善が続こう。ただし、住宅市場が本格的に回復せず、新規事業(中古住宅等)も急速な拡大を想定し難いため、営業利益は2007年度水準までには回復しない見通し。
22. 不 動 産				<マンション市場は拡大するも本格回復には至らず、オフィス空室率は当面高止まり> 分譲マンション市場は、拡大基調を辿るも、本格回復には至らず2000年代前半の水準には戻らない見通し。オフィス空室率は、三大都市圏ともに2011年に漸く悪化に歯止めがかかろうが、改善には暫く時間を要する見込み。2011年度の不動産大手5社の業績は、賃貸事業が減益となる一方、分譲事業の採算改善が続くことで、全体では増益を維持しよう。2012年以降も緩やかな改善が続く見通し。
23. 人材派遣・請負				<派遣労働者数は低水準が続くも、企業業績は請負強化により増収増益を確保> 2011年度以降、企業の非正規雇用者に対するニーズは回復に向かおうが、派遣労働者よりも請負や自社雇用を活用する動きが強まり、派遣労働者数は低水準が続く見通し。2011~2013年度の人材派遣大手8社の業績は、請負事業の体制整備等に係る費用負担は増加するものの、増収増益基調を維持する見込み。
24. ホ テ ル				<客室稼働率・業績ともに緩やかな改善が続くも、営業利益は2007年度水準までは回復せず> 2011~2013年の客室稼働率は、宿泊者の大半を占める国内需要が回復することに加えて、政府の諸施策等を背景に訪日客も一段と増加することで、改善傾向を辿る見通し。上場ホテル4社の業績は、増収増益を持続すると予想する。ただし、営業利益は大型改装等の効果があった2007年度水準の8割弱までしか回復しない見通し。

(注) 各セクターの景況感は、需要・生産動向や企業業績の増減率・水準をもとに総合的に判断したもの。



【主要業種の企業業績予想（前年度比）】

業種	対象企業	2010年度（見込）			2011年度（予想）			2012～13年度（予想）			
		売上高	営業利益	利益率	売上高	営業利益	利益率	売上高	営業利益	利益率	
1. 鉄	鋼	高炉5社	+17.7%	+340.1%	4.7%	+4%程度	▲5%程度	4%程度	+4%程度	+18%程度	5%台前半
2. 紙・パルプ	上場大手7社		+1.8%	▲11.9%	4.5%	▲1～▲2%	▲7%程度	4～5%	+0～+0.5%	▲4%程度	4%程度
3. 石	油	石油元売大手4社	+6.7%	黒字転換	2.5%	+5%程度	▲20%程度	2%程度	+2%程度	+6～+8%	2%程度
4. 化	学										
	総合化学	総合化学大手5社	+21.4%	+239.6%	4.9%	+3%程度	+5%程度	5%程度	+5%程度	+15%程度	5～6%
	合成繊維	合成繊維大手5社	+9.6%	+108.7%	6.7%	+0～+5%	+10%程度	7%程度	+0～+5%	+10%程度	7～8%
5. 医薬品	医療用医薬品大手4社		▲1.5%	▲9.9%	17.2%	+0～+0.5%	+5%程度	18%程度	▲1%程度	▲5%程度	16～17%
6. 食品	食品メーカー20社		+0.2%	+10.3%	4.4%	+1%弱	▲2%程度	4～5%	+2%弱	▲2%程度	4%程度
7. 自動車	完成車メーカー8社		+7.0%	+112.7%	4.4%	+4%程度	+25%程度	5～6%	+6%程度	+25%程度	7%台前半
8. 機械											
	総合重機	上場大手6社	▲1.5%	+15.8%	3.3%	+2～+3%	+5%強	3～4%	+5%程度	+15%強	4%台前半
	産業機械	上場大手6社	+15.5%	+115.1%	8.5%	+5～+10%	+20%弱	9～10%	+5%強	+15%強	11%台前半
	工作機械	上場大手3社	+59.3%	黒字転換	0.7%	+20%弱	10～12倍	7%程度	+10～+15%	+30%程度	9～10%
9. エレクトロニクス	上場大手9社		+2.2%	+105.1%	3.8%	+1～+2%	+10%程度	4%程度	+3%程度	+10～+15%	5%程度
10. 通信	通信事業者大手6社		+0.7%	+10.4%	13.1%	+0.5%程度	+8%強	14%程度	+0.5～+1%	+9%前後	15～17%
11. 放送	民放キー局5社		+0.2%	+78.2%	5.1%	+0～+0.5%	+8%弱	5～6%	+1～+2%	+15%前後	6～8%
12. 情報サービス	上場大手8社		+0.8%	▲5.8%	6.3%	+3.5%程度	+10%程度	6～7%	+2.5%弱 →+1%弱	+5.5%程度 →+3.5%弱	7%程度
13. 百貨店	上場大手4社*		▲13.3%	+75.0%	1.2%	▲0.5%程度	+6%程度	1～2%	▲0.5%程度	+10～+15%	1～2%
14. スーパー	GMS上場大手4社*		▲4.1%	+39.4%	0.7%	+10%強	+20%弱	1%程度	▲0.5～▲1%	+3%程度	1%程度
15. コンビニ	上場大手5社*		+2.6%	+9.5%	20.6%	+1%弱	+1%弱	21%程度	▲0～▲0.5%	▲3%程度	19～20%
16. 家電量販店	上場大手4社		+8.0%	+36.1%	4.4%	▲10%程度	▲60～65%	2%程度	+1%強	▲15%程度	1%台前半
17. 陸運	上場大手5社		+3.5%	+0.2%	3.3%	+1～+2%	▲2～▲3%	3%程度	+2%程度	▲0%程度	3%程度
18. 海運	上場大手3社		+14.7%	黒字転換	6.8%	▲1%程度	▲45%程度	4%程度	+8%程度	+20%程度	4～5%
19. 空運	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
20. 建設	上場大手4社		▲16.0%	黒字転換	1.9%	±0～▲1%	▲70%程度	0～1%	▲1%程度 →+2%程度	▲15～▲20%	0～1%
21. 住宅	上場大手6社		+4.1%	+240.5%	3.7%	+4%程度	+3%程度	3～4%	+2～+3%	+3～+4%	4%程度
22. 不動産	上場大手5社		+2.0%	+6.4%	12.2%	+0～+1%	+10～+15%程度	13～14%	+1～+2%	+3～+4%	14%程度
23. 人材派遣・請負	上場大手8社		+2.5%	+92.8%	2.3%	+1%程度	+30%程度	3%程度	+4%程度	+20%程度	3%台後半
24. ホテル	上場4社		+3.6%	+63.3%	3.1%	+2～3%	+10%程度	3～4%	+4%弱	+20%強	3～5%
各業種合計	—		+4.4%	+66.7%	5.2%	+40～+45%	+30%程度	5%程度	+3～+5%	+5～+20%	5%台後半

(注)売上高・営業利益は前年比伸び率。「*」がついた企業業績は単体ベース。

<参考> 業績予想の対象企業（153社）

業種	対象企業	
1. 鉄鋼	高炉5社	新日本製鐵、JFEホールディングス、住友金属工業、神戸製鋼所、日新製鋼
2. 紙・パルプ	上場大手7社	王子製紙、日本製紙グループ本社、大王製紙、レンゴー、三菱製紙、北越紀州製紙、中越パルプ工業
3. 石油	石油元売大手4社	JX日鉱日石エネルギー、出光興産、コスモ石油、昭和シェル石油
4. 化学・医薬品		
総合化学	総合化学大手5社	三菱ケミカルHD、住友化学、三井化学、昭和電工、東ソー
合成繊維	合成繊維大手5社	東レ、帝人、東洋紡績、クラレ、ユニチカ
5. 医薬品	医療用医薬品大手4社	武田薬品工業、アステラス製薬、第一三共、エーザイ
6. 食品	食品メーカー20社	キリンホールディングス、アサヒビール、サッポロホールディングス、伊藤園、コカ・コーラセントラルジャパン、明治ホールディングス、森永製菓、江崎グリコ、日清製粉グループ本社、山崎製パン、日清食品、森永乳業、味の素、キットマン、日本水産、マルハニチロホールディングス、日本ハム、伊藤ハム、日清オイリオグループ、三井製糖
7. 自動車	完成車メーカー8社	トヨタ自動車、本田技研工業、日産自動車、スズキ、マツダ、三菱自動車工業、富士重工業、いすゞ自動車
8. 機械		
総合重機	上場大手6社	三菱重工業、石川島播磨重工業、川崎重工業、住友重機械工業、三井造船、日立造船
産業機械	上場大手6社	コマツ、クボタ、ダイキン工業、日本精工、日立建機、荏原製作所
工作機械	上場大手3社	オークマ、森精機製作所、牧野フライス製作所
9. エレクトロニクス	上場大手9社	日立製作所、東芝、富士通、日本電気、三菱電機、パナソニック、ソニー、シャープ、三洋電機
10. 通信	通信事業者大手6社	NTT東日本、NTT西日本、NTTコミュニケーションズ、NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク
11. 放送	民放キー局5社	フジ・メディア・ホールディングス、日本テレビ放送網、東京放送、テレビ朝日、テレビ東京
12. 情報サービス	上場大手8社	NTTデータ、野村総合研究所、日本ユニシス、伊藤忠テクノソリューションズ、NECフィールディング、ITホールディングス、富士ソフト、新日鉄ソリューションズ
13. 百貨店	上場大手4社*	高島屋、三越、大丸松坂屋、伊勢丹
14. スーパー	GMS上場大手4社*	イオン、イトーヨーカ堂、ダイエー、ユニー
15. コンビニ	上場大手5社*	セブンイレブン、ローソン、ファミリーマート、サークルKサンクス、ミニストップ
16. 家電量販店	上場大手4社	ヤマダ電機、エディオン、ケーズホールディングス、ビックカメラ
17. 陸運	上場大手5社	日本通運、ヤマトHD、セイノーHD、日立物流、福山通運
18. 海運	上場大手3社	日本郵船、商船三井、川崎汽船
19. 空運	—	—
20. 建設	上場大手4社	大成建設、鹿島建設、大林組、清水建設
21. 住宅	上場大手6社	積水ハウス、大和ハウス工業、住友林業、パナホーム、三井ホーム、ミサワホーム
22. 不動産	上場大手5社	三井不動産、三菱地所、住友不動産、東急不動産、野村不動産HD
23. 人材派遣・請負	上場大手8社	テンブホールディング、パソナグループ、ヒューマンホールディング、ワールドインテック、アウトソーシング、メイテック、WDB、アルプス技研
24. ホテル	上場4社	藤田観光、帝国ホテル、ロイヤルホテル、京都ホテル

(注) 1. 「*」が付いた業種の企業業績は単体ベース。
2. 空運は、対象企業が限られるため、業績予想を行っていない。

<参考> 見通しの前提条件～三菱東京UFJ銀行企画部経済調査室見通し（2010年11月）

	2009年度			見通し			2010年度			2011年度		
	上期	下期	通期	上期	下期	通期	上期	下期	通期	上期	下期	通期
名目GDP	▲ 6.5	▲ 0.8	▲ 3.7	1.9	0.1	1.0	▲ 0.4	1.2	0.4			
実質GDP	▲ 6.6	2.1	▲ 2.4	4.4	2.0	3.2	0.4	1.5	1.0			
消費者物価<除く生鮮食品>	▲ 1.7	▲ 1.5	▲ 1.6	▲ 1.1	▲ 0.5	▲ 0.9	▲ 0.1	▲ 0.2	▲ 0.1			
円相場(円/ドル)	95	91	93	89	81	85	81	85	83			
原油価格(WTI、ドル/バレル)	64	78	71	77	83	80	87	90	88			
米国実質GDP	▲ 4.0	▲ 1.3	▲ 2.6	2.7	2.8	2.7	2.2	2.7	2.4			

(注) 1. 円相場は期中平均値。米国実質GDPは暦年ベース。

2. 名目GDP、実質GDPともに前年比ベース。

(資料) 三菱東京UFJ銀行企画部経済調査室

1. 総論

【要約】

- ◇ 2011年度の産業景気は、新興国を中心とする外需主導で引き続き拡大基調を辿るものの、円高局面の継続による輸出への悪影響や国内での政策効果の剥落により複数の業種で回復が鈍化し、全体としては回復途上にとどまる見込み。2013年度までを展望すると、内需型産業でも多くの業種が底入れし、全体として回復期を迎える見通し。
- ◇ 企業業績に関しては、2011年度は2期連続で増収増益を維持するものの、長引く円高や足元で上昇する原材料価格によって採算悪化を招く業種も多く、営業利益率は前期並みにとどまる可能性が高い。2012年度以降も増収増益傾向を辿り、2013年度には営業利益が景気悪化前（2007年度）の9割程度まで回復する見通し。
- ◇ こうしたなか、我が国企業にとっては、成長著しい新興国需要の獲得に向けたグローバル展開の深化と共に、競争力の源泉となる国内基盤の強化や次世代産業の創生も不可欠であり、激変する事業環境への適応と長期的な視座に立った経営の舵取りが求められている。

1. 2010年度の動向

◇外需型産業が回復する一方、内需型産業は低迷が続く

- 2010年度の我が国産業景気は、歴史的な落ち込みを強いられた前年からは多くの業種がプラスに転じ回復基調を辿っているが、外需型産業と内需型産業では回復の色彩が大きく異なっている。
- 外需型産業では、中国など新興国向けを主体に、各セクターの海外販売が大幅に拡大。また、国内販売についても、政策効果を享受した自動車とエレクトロニクス（エコカー補助金と家電エコポイント）に加え、これら加工組立産業をユーザーとする鉄鋼や機械でも回復。全体として、幅広い業種で二桁増を確保する見込み。
- 一方、内需型産業では、政策効果による特需に沸いた家電量販店や前年の大幅減からやや持ち直す住宅などプラスを確保する業種と、石油・食品・百貨店・建設など前年割れが続く業種が相半ばし、回復は総じて力強さに欠ける。

図表1：わが国産業界の需要・生産の動向

業種	指標	2009年度 (実績)		2010年度 (見込)		
			前年比		前年比	
外需関連	機械	工作機械受注額	5,471億円	▲43.5%	10,529億円	+92.4%
		産業機械受注額	55,643億円	▲16.9%	68,680億円	+23.4%
	エレクトロニクス	半導体世界出荷金額*	2,263億米\$	▲9.0%	2,296億米\$	+32.4%
	海運	定期船輸送量*	2,278万TEU	▲14.8%	2,643千TEU	+16.0%
	鉄鋼	粗鋼生産量	9,645万トン	▲8.6%	11,007万トン	+14.1%
	自動車	グローバル販売台数*	1,931万台	▲11.4%	2,144万台	+11.1%
内需関連	化学	エチレン生産量	722万トン	+10.7%	701万トン	▲3.0%
	家電量販店	家電販売額	7.8兆円	+2.7%	8.5兆円	+8.5%
	住宅	住宅着工戸数	78万戸	▲25.4%	82万戸	+6.2%
	情報サービス	情報サービス売上高	10.3兆円	▲5.5%	10.4兆円	+1.0%
	紙パルプ	洋紙・板紙国内需要	2,803万トン	▲4.2%	2,823万トン	+0.7%
	陸運	営業用貨物輸送量	27億トン	▲4.3%	27億トン	+0.4%
	人材派遣・請負	非正規雇用者数	567万人	▲5.9%	565万人	▲0.2%
	石油	燃料油販売量	1.95億kl	▲3.1%	1.93億kl	▲1.1%
	食品	食品生産額*	23.1兆円	▲1.1%	22.9兆円	▲1.1%
	百貨店	全国百貨店売上高	6.5兆円	▲9.7%	6.3兆円	▲3.0%
建設	建設工事受注額	10.6兆円	▲14.2%	9.9兆円	▲6.8%	

(注) 「*」を付した指標は暦年ベース。

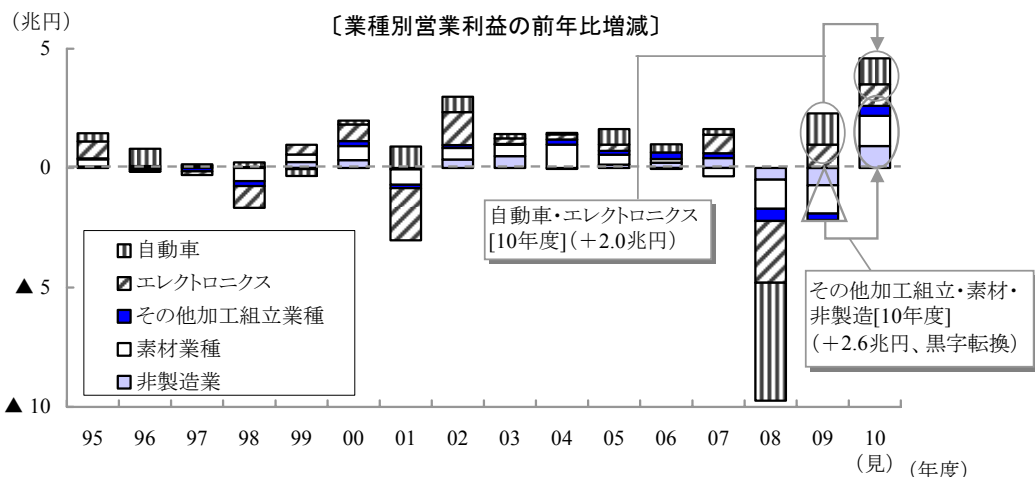
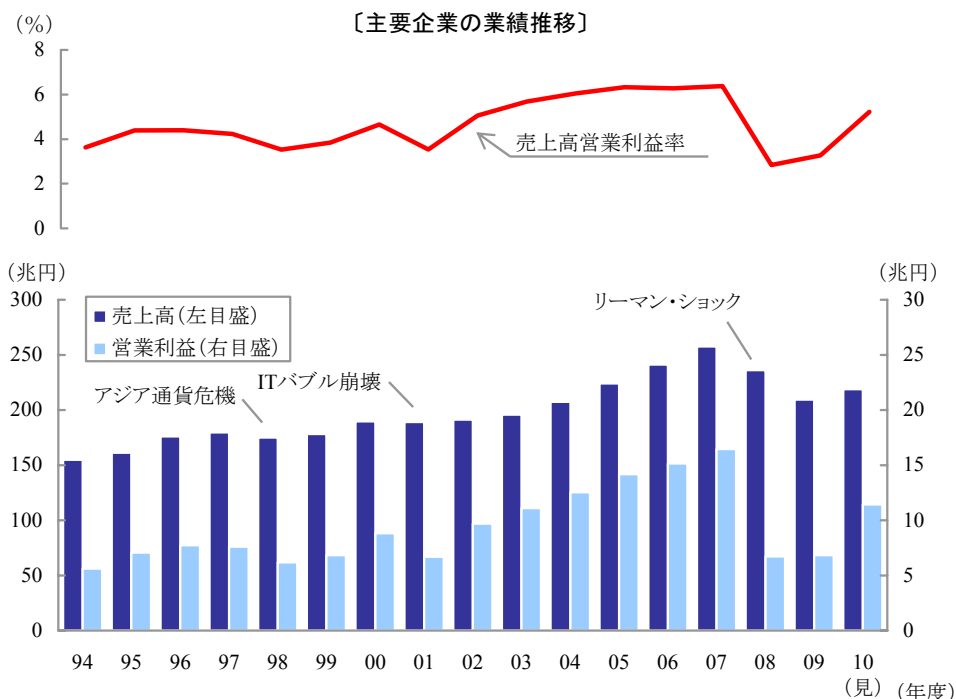
(資料) 各種資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

◇リストラ効果を主に3期振りの増益を確保

- こうした状況下、2010年度の企業業績は、売上高が前年比4.7%増、営業利益が同70.6%増と、3期振りに増収増益に転じる見込み（図表2：主要企業153社の合計、対象業種と対象企業は4～5ページを参照）。
- 売上高は、内需型産業の低迷が影響して緩やかな増加にとどまる見通し。一方営業利益は、急速な円高により輸出採算の低下を招くものの、リーマンショック以降の厳しい経営環境下で推進したコスト削減の効果が幅広い業種で現われ、大幅に改善。ただし、営業利益の水準は2007年度の7割弱と、本格的な回復までには至らない見込み。
- 業種別にみると、大型薬の特許切れが影響する医薬品や市況下落が続く紙パルプなど一部を除き、大半の業種が増益を確保する見込み。鉄鋼・総合化学・自動車等が大幅な増益となるうえ、前期に赤字を計上した石油・工作機械・海運・建設でも黒字転換が見込まれる。

図表2：我が国産業界の業績動向

〔主要企業の業績推移〕



(注) 本図表の集計対象企業数は141社(企業業績の集計対象企業153社のうち、過去データの取得が困難な12社を除外)。

(資料) 有価証券報告書などをもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

2. 今後の動向

(1) 業界環境

◇2011年度も外需が牽引し回復基調を辿るが、内需型産業は正念場が続く

- ▶ 2011年度の産業景気は、新興国を中心とする世界経済の成長を背景に、引き続き外需主導で拡大基調を辿る見込み。ただし、円高（80円台前半/ドル）の継続による輸出への悪影響や国内での政策効果の剥落により複数の業種で回復が鈍化し、全体的としては回復途上にとどまる見通し。
- ▶ 外需型産業では、業界環境は引き続き改善傾向を辿る見通し。具体的にみると、工作機械・産業機械の出荷額は二桁近傍の増加を持続するうえ、自動車・エレクトロニクスでも政策効果の反動による国内販売減を海外販売増で吸収し拡大基調を維持しよう。ただ、鉄鋼では円高が続くなかで輸出が鈍化し粗鋼生産量は前年並みにとどまり、化学では中東でのプラント新設の影響を受けエチレン生産量が2年連続の減少となる見込み。また、造船では船舶供給の過剰感が解消されないため受注減少が続く見通し。
- ▶ 内需型産業では、国内の所得環境が緩やかに改善するものの、構造的な需要低迷に直面する業種も多く、回復は斑模様。高齢化の進展がプラスに寄与する医薬品や、過去数年の大幅減の反動が続く住宅・不動産（マンション）はプラスを確保し、出店効果が見込めるコンビニエンスストアや景気連動性の強いホテルでも小幅ながら改善する見通し。この一方、公共工事予算が引き続き削減される建設や、専門店等への顧客流出に歯止めがかからない百貨店・スーパーでは低迷が続くうえ、前年の特需が剥落する石油（前年は猛暑効果）と家電量販店（同エコポイント効果）では環境悪化を余儀なくされよう。

図表3：2011年度の需要環境の見通し

業界環境・市場規模の変化 (2010年度→2011年度)		外需型産業	内需型産業
環境改善 市場拡大	3%以上	工作機械(72)、産業機械(83) 海運*(101) 自動車*(99) エレクトロニクス*(121)	不動産〔マンション〕(80) 医薬品*(115) 住宅(82)
	0~3%	鉄鋼(91)	ホテル*、コンビニエンスストア(111) 情報サービス(95) 放送(87)、人材派遣(98) 不動産〔オフィス〕*、建設(71)
環境悪化 市場縮小	▲3~0%	化学(91)	通信(93)、食品*(97) 紙パルプ(89) 百貨店(81)、スーパー(87) 空運(85)、陸運(90)
	▲3%未満	造船(39)	石油(84) 家電量販店(97)

(注)1.「*」を付したセクターは暦年ベースの見通し。

2.()内は2007年度=100としたときの2011年度における主要指標の水準。

3.機械については、産業機械・工作機械・造船で需要環境が異なることから、其々について表記。

4.不動産については、マンション分譲と賃貸オフィスで需要環境が異なることから、其々について表記。

5.不動産(オフィス空室率)・ホテル(客室稼働率)は稼働率の増減率を記載(水準は省略)。

(資料)各種資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

◇2013年度に向け、外需型産業は回復を持続し、内需型産業も持ち直す展開

- ▶ さらに2013年度までを展望すると、外需型産業は回復を持続するうえ、内需型産業でも多くの業種が底入れすることで、我が国産業景気は全体として回復期を迎える見通し。ただし、景気悪化前の2007年度の水準を超えるのは、自動車・エレクトロニクス・医薬品など一部の業種にとどまる見込み。
- ▶ 外需型産業では、グローバル展開で先行する自動車やエレクトロニクスが新興国での需要取り込みを通じて拡大基調を堅持し、化学・機械・鉄鋼でも2007年度の水準には達しないものの着実な回復が想定される。海運は、荷動きが引き続き増加基調を辿るなか、運賃も漸く下げ止まり、業界環境は緩やかに回復する見通し。
- ▶ 内需型産業では、人口減少等を踏まえれば国内販売の大幅な拡大は期待し難いが、多くの業種がプラスを確保し、回復の裾野が広がる展開が予想される。医薬品やコンビニエンスストア等が拡大基調を持続するうえ、国内景気回復が漸く反映される食品・陸運や、スマートフォンの普及拡大等が寄与する通信でも、需要底打ちが見込まれる。ただし、他業態との競合が続く百貨店・スーパーや、自動車の燃費改善など構造要因を抱える石油、延線した九州・東北新幹線との競合を強いられる空運等では、マイナス基調に歯止めがかからず環境悪化が続く公算が大。

図表4：2013年度に向けての需要環境の見通し

業界環境・市場規模の変化 (2011年度→2013年度)		外需型産業	内需型産業
環境改善 市場拡大	100以上	エレクトロニクス*(+5%弱) 海運*(+8%程度) 自動車*(+5%程度)	医薬品*(+2%程度) コンビニエンスストア(+1%程度) 不動産[マンション](+13%程度) 人材派遣(+1%程度)
	100未満	化学(+2%程度) 産業機械(+6%程度) 鉄鋼(+2%程度) 工作機械(+9%程度) 造船(+17%程度)	食品*(+1%程度) 情報サービス(+1%程度) 通信(+1%弱)、放送(+3%弱) 陸運(+1%弱)、紙パルプ(略横ばい) 住宅(+1%程度)、建設(+3%程度)
環境悪化 市場縮小	100以上		
	100未満		家電量販店(▲1%程度) スーパー(▲1%程度) 空運(▲1%弱) 百貨店(▲1%弱)、石油(▲3%弱)

(注)1.「*」を付したセクターは暦年ベースの見通し。

2.()内は2012～2013年度における主要指標の前年比平均伸び率。

3.機械については、産業機械・工作機械・造船で需要環境が異なることから、其々について表記。

4.水準表記が困難な不動産(オフィス空室率)、ホテル(客室稼働率)は省略。

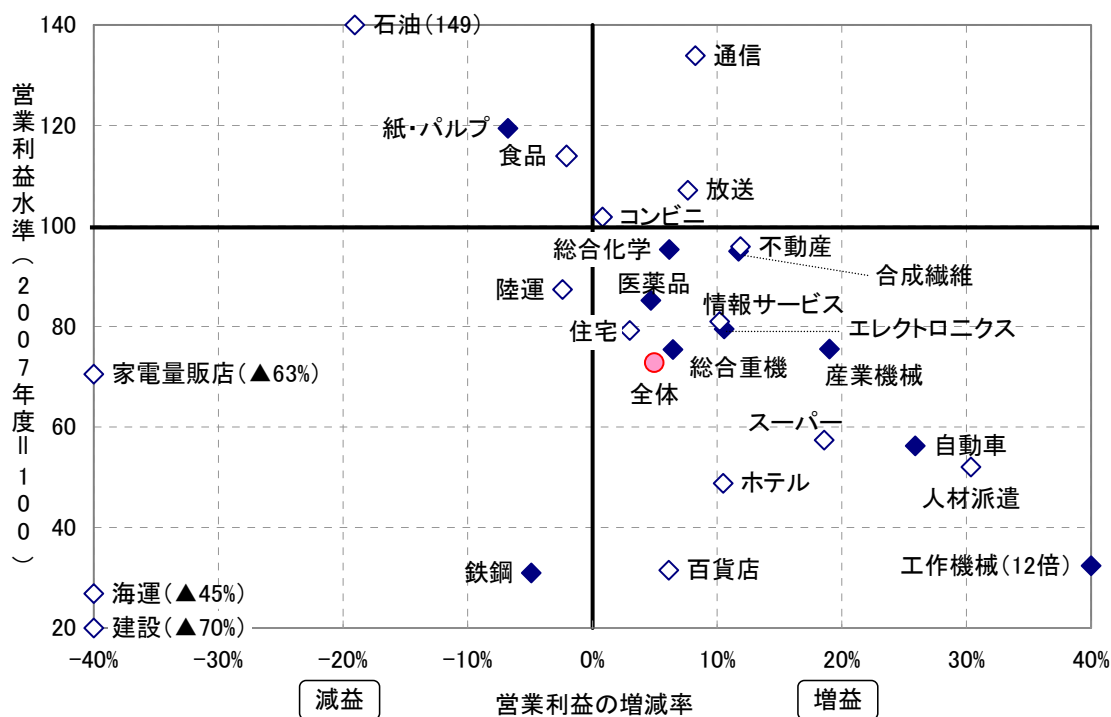
(資料)各種資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

(2) 企業業績

◇2011年度は2期連続の増益も、営業利益率は前期並み

- ▶ 2011年度の企業業績については、売上高は前年比2.6%増、営業利益は同5.0%と、2期連続で増収増益を維持する見込み。ただし、長引く円高に加えて足元で上昇する原材料価格によって採算悪化を招く業種も多く、営業利益率は前期並みにとどまる可能性が高い。
- ▶ 業種別にみると、製造業では（図表5：◆）、自動車・産業機械・工作機械が外需取り込みによる増収から大幅な増益を持続するうえ、高機能品の販売が牽引する合成繊維や、調達・生産コストの削減を継続するエレクトロニクスでも、利益率改善により二桁増益を確保する見通し。また、総合化学や医薬品でも引き続き底堅い収益が見込まれる。
- ▶ 一方、非製造業では（同：◇）、高採算な請負事業を強化する人材派遣やリストラを推進するスーパー等が増益を維持し、情報サービスは開発コストの低減から増益に転じるものの、総じて利益水準は低位にとどまり、本格回復には至らない見込み。
- ▶ また、原油や原材料の価格上昇が、素材産業（鉄鋼・石油・紙パルプ等）からユーザー業種（建設・陸運・海運等）まで幅広いセクターで収益押し下げ要因となる。特に、石油精製・販売部門のマージン縮小を強いられる石油と、造船の供給過剰により価格転嫁が困難な海運ではその影響が大きく、二桁減益となる可能性が高い。長引く受注低迷により再び工事採算が悪化する建設や、前年度の特需の剥落から二桁減収を余儀なくされる家電量販店も、大幅な減益となる見通し。

図表5：2011年度の企業業績の見通し（営業利益の水準・増減率）



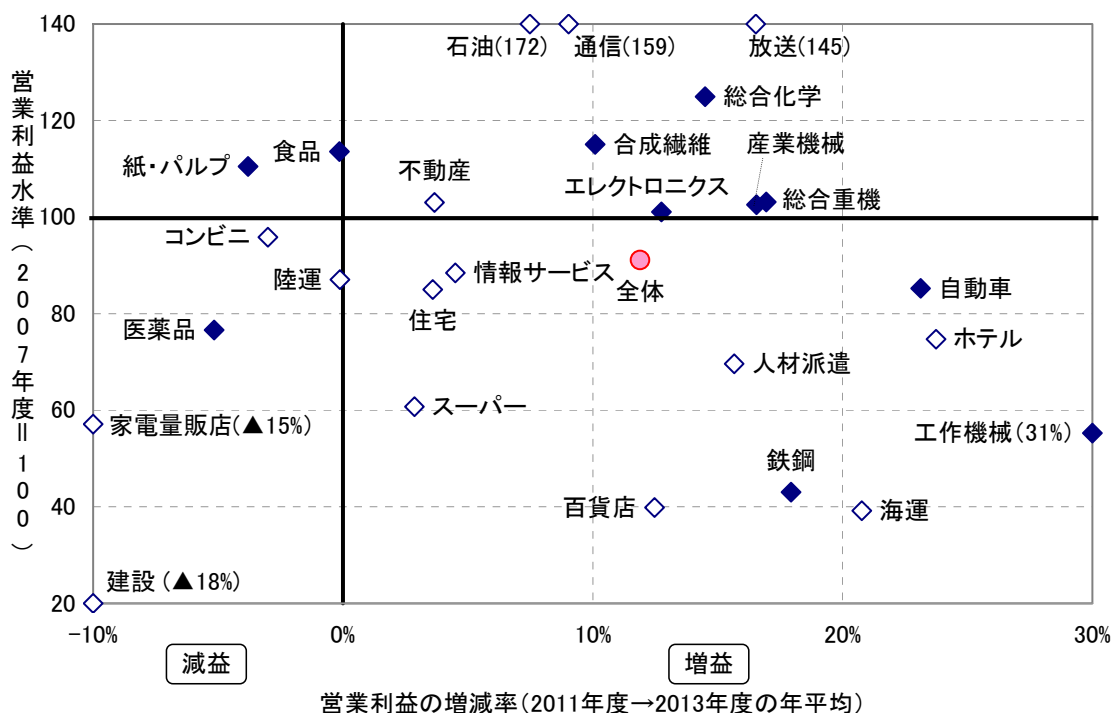
(注) ◆：製造業、◇：非製造業と表記。

(資料) 各種資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

◇2013年度の営業利益は2007年度水準の9割程度まで回復しよう

- ▶ 2012年度以降も企業業績は増収増益傾向を辿り、2013年度の営業利益は景気悪化前(2007年度)の9割程度まで回復する見通し。
- ▶ 製造業では、多くの業種で収益改善が進む見込み。石化部門の-marginが改善する総合化学や、新興国等での販売拡大が続くエレクトロニクス・機械(工作機械、産業機械、総合重機)・自動車では、収益の着実な回復が見込まれ、こうした業種では営業利益が2007年度を上回るケースが多いとみられる。ただし、内需依存型の食品と紙パルプは、原料価格の上昇に伴う採算悪化等から緩やかな減益傾向となり、厳しい決算が続く見通し。
- ▶ 一方、非製造業では、総じて収益の持ち直しが見込めるものの、本格回復までには至らない業種が多く残る。百貨店やスーパーは減収をリストラ効果でカバーし増益を確保するも、営業利益は2007年度水準に遠く及ばず、海運は漸く増収増益に転じるも、営業利益は好況に沸いた2007年度の4割程度にとどまる見込み。また、建設・住宅では、内需低迷に伴い海外事業の育成を模索するも急速な拡大は想定し難く、収益は引き続き低調に推移する見通し。これに対して、通信ではインフラ投資に伴う償却負担の軽減、放送では制作費抑制等によりコスト構造の改善が見込まれ、営業利益は2007年度の水準を上回る公算が大。

図表6：2013年度に向けての企業業績の見通し(営業利益の水準・増減率)



(注) 1. ◆：製造業、◇：非製造業と表記。
 2. 石油・放送は、2007年度の利益水準が低いため(石油は資源高、放送はユーザーのテレビ広告抑制が影響)、同年度と比較した指数が高くなる。
 (資料) 各種資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

3. トピックス

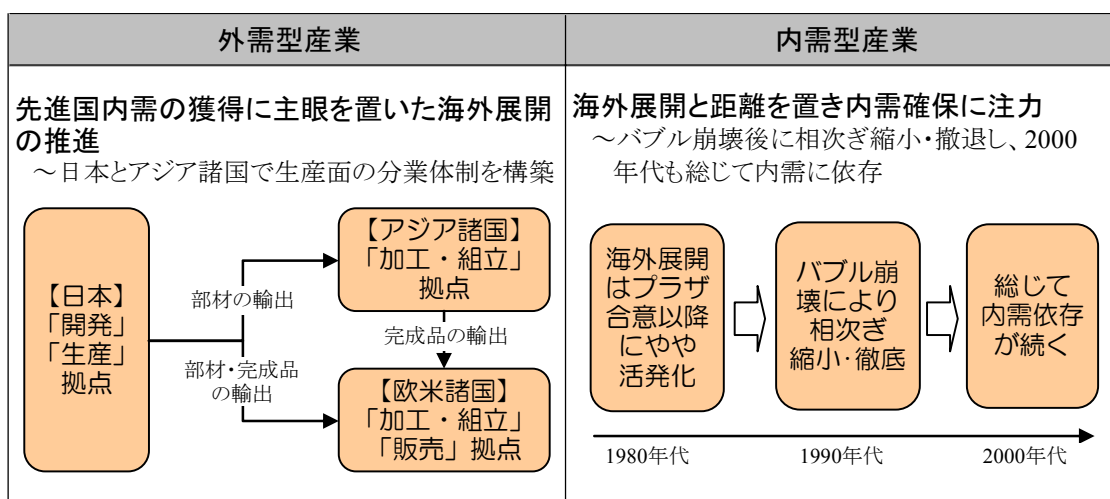
- 以上のように、我が国企業は2011～2013年度にかけて循環的には緩やかな回復基調を辿るとみられるが、足元では世界規模で急速に進展する需要構造変化等への対応を迫られており、これまでのグローバル化をいかに深化させられるか、重要な岐路に立たされている。以下、現在の我が国企業の状況を踏まえ、課題についてまとめてみた。

(1) 我が国産業界を取り巻く環境とこれまでの海外展開状況

①近年の海外展開状況 ～先進国内需の獲得に主眼を置いた海外展開を推進

- まず、これまでの我が国産業界の海外展開状況について製造業を主体に振り返ると、総じて先進国（欧米諸国）での需要獲得に主眼を置いた事業展開を進め、アジア諸国をはじめとする新興国については、欧米向け輸出のための加工・組立拠点と位置付けて地域分業体制を構築してきたことが挙げられる（図表7）。また、2000年代に入ると急速に拡大する中国市場の獲得も推進し、海外事業の強化を図っている。

図表7：我が国産業界のこれまでの海外展開



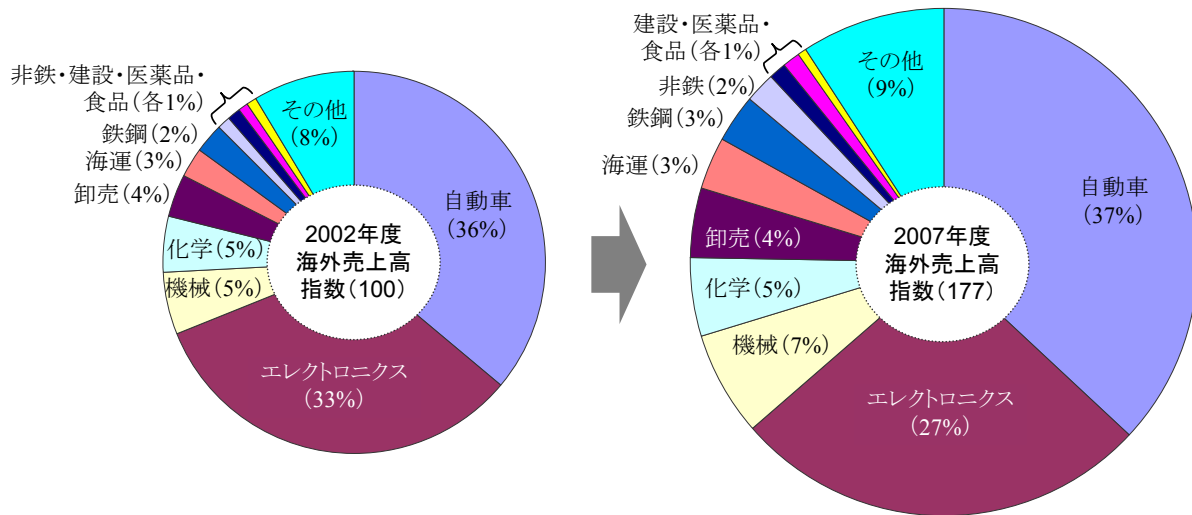
(資料) 三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

- 2000年代以降の我が国企業の海外売上高をみると（東証1部上場企業546社の合計：次頁図表8上段）、リーマンショック後こそ世界的な景気低迷を受け減少したが、2002年度から2007年度にかけては自動車・エレクトロニクス産業を牽引役に（同2業種で6～7割を占める）、約1.8倍に大きく拡大した。
- また、売上高の海外依存度をみても（次頁図表8下段：縦軸）、2002年度の35.7%から2008年度には43.6%まで大幅に上昇。海外展開で先行する自動車・エレクトロニクス（精密機械、電機・電子）や、これら加工組立産業をユーザーとする鉄鋼・機械に加え、内需依存型の食品も大きく伸ばすなど、幅広い業種で海外売上高比率の上昇がみてとれる。
- 一方、海外生産比率（同表下段：横軸）については、業種によって様相が異なる。すなわち、自動車やエレクトロニクスでは、新興国など海外での生産を大幅に拡大

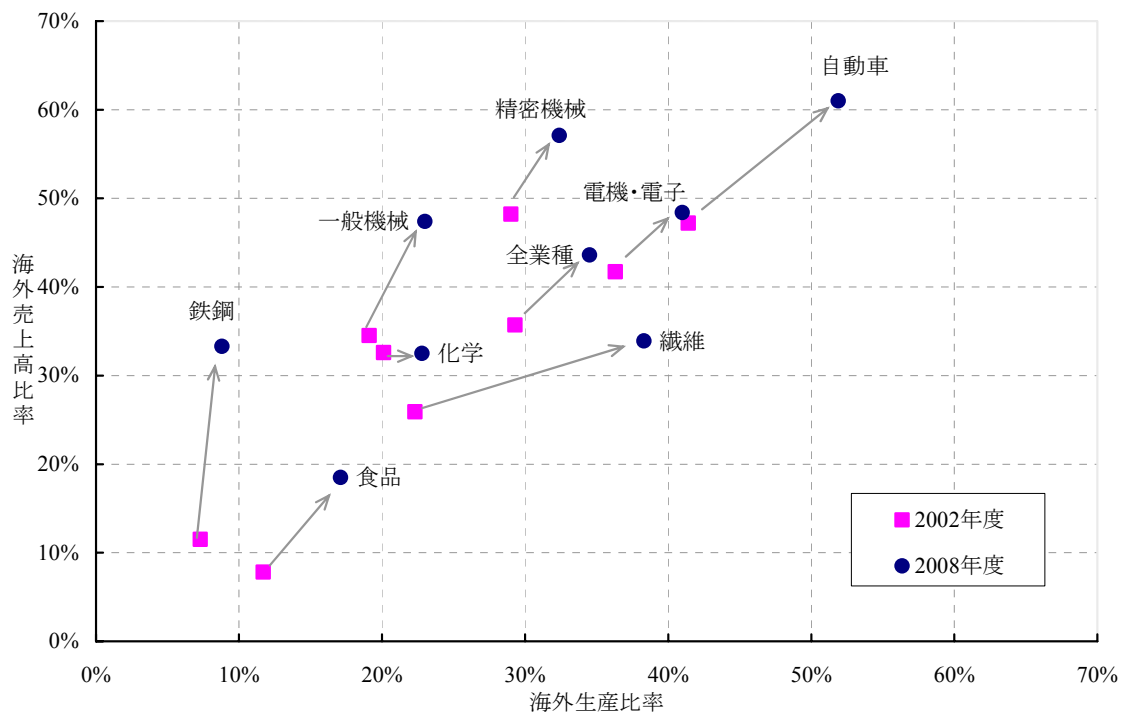
し海外生産比率を引き上げる一方で、鉄鋼・食品・一般機械・化学では、同比率が依然低水準にとどまっており、国内生産拠点からの輸出を主体に海外市場の開拓を図ってきたことが窺える。

図表 8：業種別の海外展開状況

【海外売上高及び業種別構成比（2002年度と2007年度の比較）】



【業種別の海外売上高比率・海外生産比率（2002年度と2008年度の比較）】

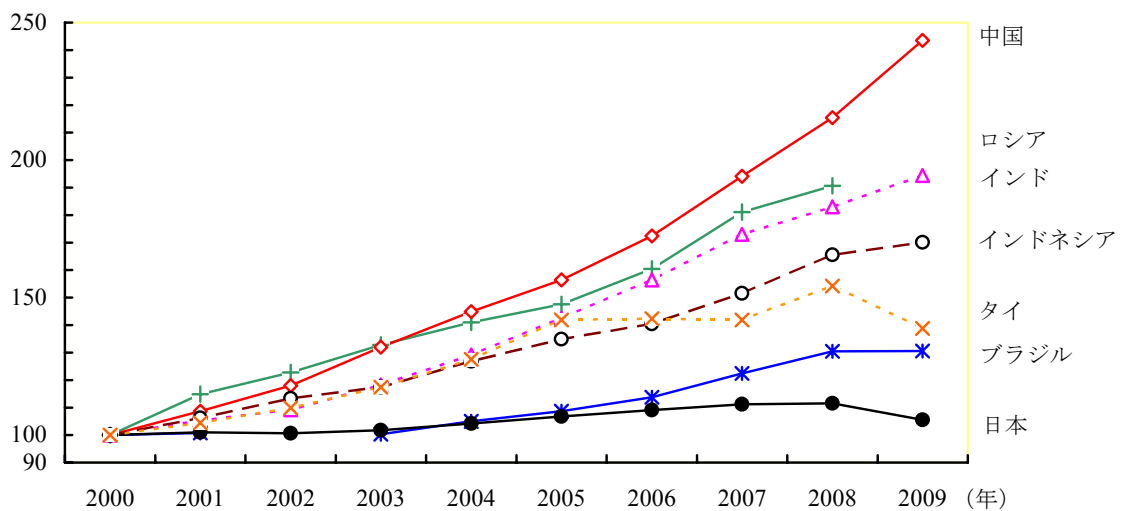


(注) 国際協力銀行の調査対象企業: 製造業で原則として海外現地法人を3社以上(うち、生産拠点1社以上を含む)有する企業(961社)。
 日経NEEDS Financial Questによる集計対象企業: 2002年度以降の全期間に亘り海外売上高を公表する東証1部上場企業(546社)。
 (資料) 日経NEEDS Financial Quest(上図)、国際協力銀行「2009年度 海外直接投資アンケート結果(第21回)」(下図)より
 三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

②足元の事業環境 ～世界規模で進展する需要構造変化への対応が不可避

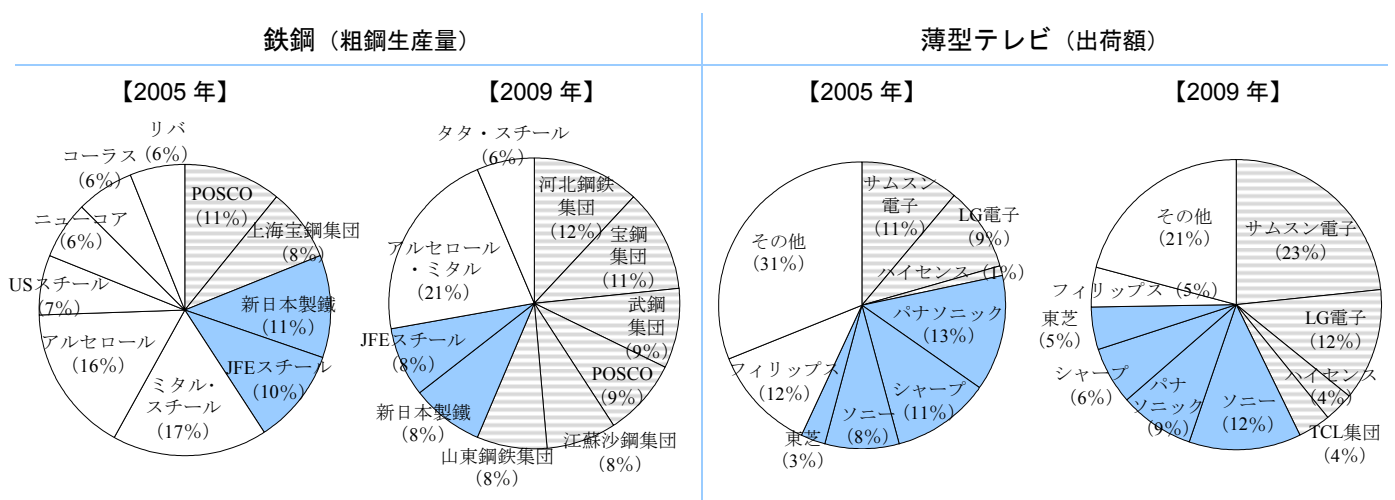
- こうしたなか、一方では新興国の経済発展を背景に需要サイドの主役交替が進行しつつあるなど、世界の需要構造も大きく変貌を遂げてきた。これを産業界を取り巻く事業環境変化の側面から整理すると、主に以下の4点が挙げられる。
 - (a) 国内需要に関しては、人口が2004年をピークに減少に転じており、今後も減衰傾向が不可避。
 - (b) 我が国を含めた先進国での内需回復が力強さを欠く一方で、新興国では所得向上等により内需が急速に拡大しており、需要は多極化の方向（図表9）。
 - (c) また、競争状況に目を向けると、我が国企業の強大な競争相手として、韓国・中国等のアジア企業がグローバルベースで存在感を強めている（図表10）。
 - (d) さらに、製造業拠点としての我が国は、足元では歴史的な円高局面の長期化が輸出産業に重く押し掛かっており、税制面の制約等も加わって極めて不利な状況にある。

図表9：日本と主な新興国の内需の推移（2000年=100として指数化）



(注)「内需=GDP+輸入-輸出」とし、その名目値を各国のGDPデフレーター(2005年基準)で実質値に変換。
 (資料) International Monetary Fund (IMF) 資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

図表10：韓国・中国企業の台頭例（鉄鋼と薄型テレビのグローバルシェア）



(注) 1.図表の 部分(斜線)は韓国・中国企業、 部分(青)は日本企業。
 (注) 2.鉄鋼は上位10社間のシェアを表記。新日本製鉄・JFEスチールは系列会社(電炉等)の生産分を出資比率に応じて加算。
 (資料) 日本鉄鋼連盟「鉄鋼統計要覧」、ディスプレイサーチ資料等をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

(2) グローバル化に対応する我が国企業の課題

①グローバル展開の深化

- これらの事業環境下、リーマンショックからの回復を図り、攻めに転じたい我が国企業にとって、成長著しい新興国での需要獲得は経営上、重要課題の一つ。
- すなわち、新興国を単に生産基地として位置付けるだけでなく、一大消費地として捉え直し、グローバル体制を再構築することが求められてきている。この点、一部の先進企業においては、開発・調達・生産・販売の各工程で新興国における現地化を徹底するなど、グローバル展開の深化が急速に進行している。詳細は以下の通り。

(a) 開発 ～体制の現地化

- 開発面では、新興国の顧客ニーズ（品質・機能・価格）に合致する専用モデルの開発が重要。海外展開の先行組である自動車・エレクトロニクス等の加工組立産業だけでなく、今後海外展開を強化する食品・小売・住宅など内需型産業においても、新興国で急拡大するボリュームゾーン顧客を獲得するための課題と言える。
- この点、刻々と変化するニーズや顧客層的確に把握することが重要で、例えば味の素では現地担当者が徹底調査を通じて現地の嗜好に合った風味調味料を開発している。また、現地部材メーカーとの開発段階からの密接な関係構築もポイントとなり、これらを実現するうえで開発体制そのものの現地化が求められている。

(b) 調達・生産 ～「地産地消」の推進

- 調達・生産面では、新興国向け供給体制の拡充が急務。産業別にみても、加工組立産業による現地生産拠点の更なる拡大に加えて、素材産業でも自身のグローバルなプレゼンス維持の必要性、及び需要家による部材の現地調達比率引き上げを背景に、海外生産に本格的に動き出すことが予想され、足元では新日本製鐵がインドで現地企業との合弁による高炉建設を検討している。
- このため、まずは現地への技術者派遣や現地人材の育成等を通じて生産拠点毎に万全な運営体制を確立することが課題。次に、グローバルベースでの最適な生産・調達体制の構築に向けて、需要地との距離、部材調達環境、関税、為替変動リスク等を踏まえた生產品目の入れ替えや拠点統廃合といった取り組みも重要となる。
- また、低価格が重視される新興国専用モデルで採算を確保するためには、現地部材メーカーの積極的な活用等を通じた抜本的なコスト削減も不可欠。

(c) 販売 ～地場ルートの構築

- 新興国各地での販売ルートの構築は全企業の共通課題。この点、本来であれば自前での直営店・代理店網の整備が望まれるが、販路確立が急がれるなかでは現地の有望なパートナーとの提携が主流となろう。また、現地に根差した販売体制を構築するうえでは、現地の卸売・小売業者など流通チャネルとの連携強化（商品知識の共有による販売サポート等）や、顧客満足度向上のためのアフターサービス部門の充実も重要となる。実際、オークマでは、工作機械の保守・修理のサポート対応力強化を目的に、中国・インド等での拠点整備を推進している。
- 一方、ホテル・百貨店・家電量販店等の内需型産業では、海外での販路構築とは別に、政府の観光立国実現に向けた取り組みを背景に急増する外国人訪日客の捕捉もポイントとなる。このためには、外国語対応など接客サービス面の体制整備（人材の確保・育成）や、送客を担う現地旅行代理店等との連携強化が重要と考えられる。

図表 11：工程毎にみた深化のポイント

工程・対象業種等	ポイント	事例
開発 開発体制の 現地化 【対象業種】 消費財製造業 (自動車・エレクトロニクス・食品等) 消費者向け 非製造業 (小売・住宅・ホテル等)	◇ 新興国専用モデルの開発 ✓ ボリュームゾーンに成長する中間所得層のニーズに即した製品・サービスの開発 ✓ また、開発コスト抑制等の観点から、複数の新興国での拡販も課題	【トヨタ自動車 (自動車)】 2010年12月、インドの中間所得層向けに価格を90万円台に抑えた新興国戦略車「エティオス」を発売。同モデルを今後、中国・タイ・ブラジルにも展開予定。
	◇ 開発体制の現地化 ✓ 現地人材の確保・育成・定着化や、現地人材の幹部登用等を通じた現地でのマーケティング・開発体制の整備	【味の素 (食品)】 現地の担当者が、各国料理を徹底調査し、現地の嗜好に合った風味調味料を開発。
調達・生産 「地産地消」の 推進及び グローバル 生産体制の 最適化 【対象業種】 製造業全般 (自動車・エレクトロニクス・鉄鋼・化学・食品等)	◇ 新興国向け供給体制の拡充 加工組立産業の更なる現地生産拡大に加え、鉄鋼・化学・石油・紙パルプ等でも本格化 ✓ 日本技術者の派遣 (及びグローバルベースでの適切な人材配置) や、現地人材の育成等	【新日本製鐵 (鉄鋼)】 将来の高炉建設を視野に入れ、タタ製鉄 (インド) と提携。 【三菱レイヨン (化学)】 2013年に中東で世界最大のMMAモノマー生産工場を現地企業と合弁で新設予定。
	◇ 最適な生産・調達体制の構築 ✓ 需要地との距離、部材調達環境 (サプライヤーの集積度等)、関税、為替変動リスク、等を踏まえた生産品目の入れ替えや拠点統廃合等	【日産自動車 (自動車)】 コスト削減を企図して「マーチ」の生産を日本からタイに移管、2010年3月に量産開始。
	◇ 新興国モデル実現のためのコスト削減 ✓ 現地部材メーカーの発掘等を通じた現地調達比率の更なる引き上げや、生産工程の一部外注化等	【富士フイルム (エレキ・化学)】 中国に購買組織を新設し調達先をゼロから見直すほか、海外メーカーへの生産委託も実施。
販売 地場ルートの 構築 【対象業種】 [アウトバウンド] 全業種 [インバウンド] 内需型産業 (小売・ホテル等)	◇ 海外での販路構築 ✓ 自前での販売ルート (代理店網等) の構築、または現地で販売網を有する企業との提携等 ◇ 現地に根差した販売体制の整備 ✓ 現地の卸売・小売業者など流通チャネルとの連携強化 (現地人材の育成、実績管理、商品知識の共有による販売サポート等) ✓ 顧客満足度向上のためのアフターサービス部門 (修理部門等) の充実	【ユニ・チャーム (日用品)】 現地の小売店・代理店と販売計画や商品知識の共有を徹底。また、商品・売場作りでも協働。 【オークマ (機械)】 2011年度迄に中国1拠点・インド5拠点の販売・サービス拠点を新設し (両国ともに9拠点体制となる予定)、保守・修理等のサポート体制を拡充。
	◇ 外国人訪日客の集客強化 内需型産業にとって、海外展開による外需確保に加え、政府の観光立国実現に向けた取組を背景に急増する訪日客の取り込みも重要 ✓ 接客サービス面での体制整備 (外国語対応等) や、送客を担う現地旅行代理店等との連携強化	【ドン・キホーテ (小売)】 訪日客向けプロジェクトとして、HP・店内の中国語表記、銀聯カード決済導入、旅行代理店への営業強化等を推進。

(資料) 各種資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

②製造業の国内拠点の位置付け明確化

- このように海外展開を加速・深化させていく一方で、特に製造業にとっては、これまで主に先進国向けの生産拠点であった国内をグローバル体制下において開発・生産拠点としてどう位置付けるか、改めて明確化する必要がある。
- 各社が挙って開拓を進める新興国市場においても、中長期的にみれば、①所得環境・生活水準の向上に伴うニーズの高度化・多様化や、②価格競争力に優れた現地企業の台頭に伴う競争激化、が予想される。
- したがって、我が国製造業としては、安易な価格競争による消耗戦を回避して持続的な成長を遂げるうえで、これまでの強みであった高付加価値を創造する技術開発力や生産ノウハウに一段と磨きをかけていくことが必要であろう。
- この点、国内外で求められる役割を見極めて、「競争力の源泉となる中核部品や高機能製品の生産」、「生産・基幹技術や次世代を担う新技術の研究・開発」といった国内拠点に集積する機能を進化させていくことがポイントとなる。同時に、これは再び懸念される国内産業空洞化の抑止策にもなる。

図表 12：各社における国内拠点の位置付け

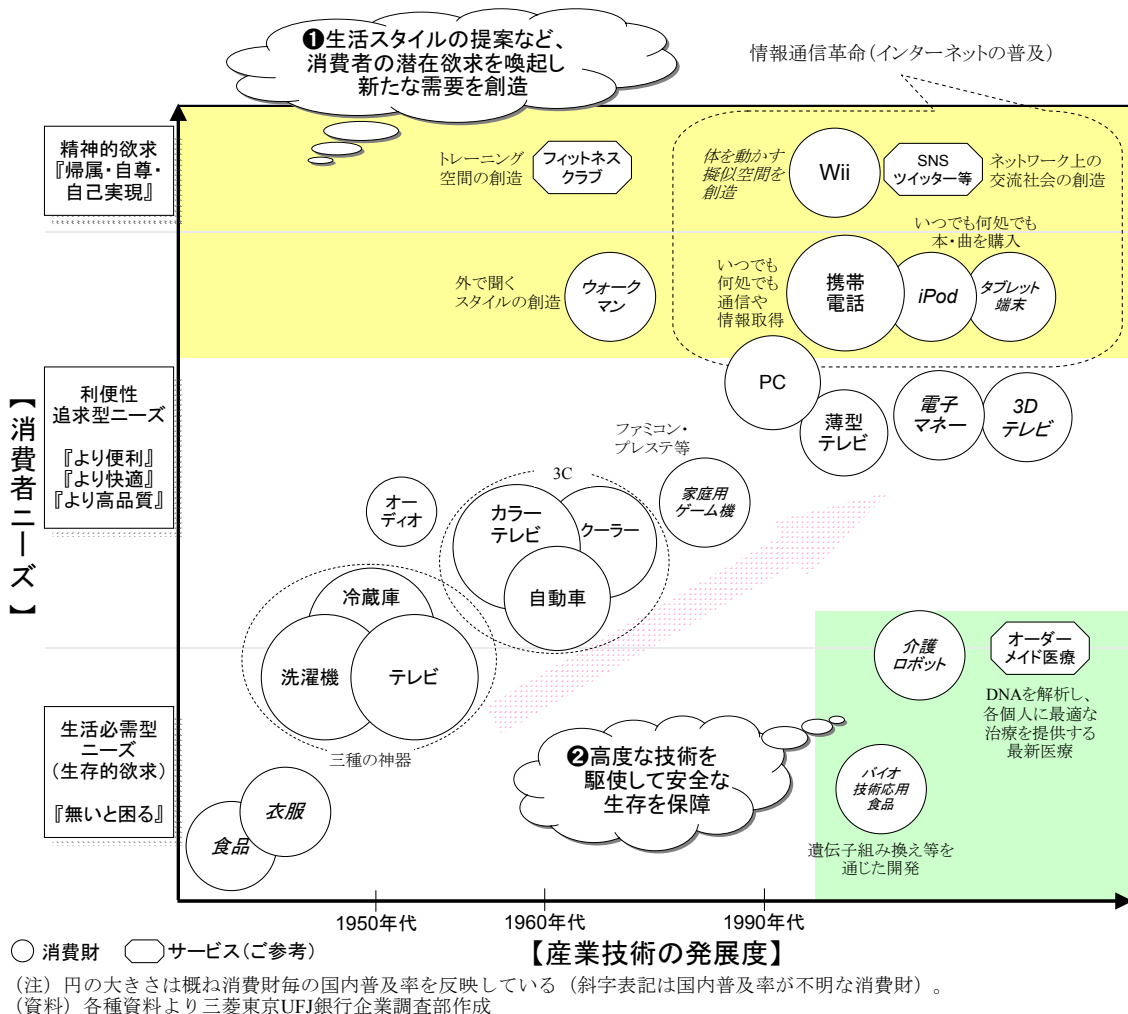
概要	企業（業種）	内容
中核部品や高機能製品の生産	小松製作所（機械）	建機の品質を左右する基幹部品（エンジン等）の開発・生産には、高い技術力を有する国内協力企業との密な連携が必要なため、国内で集中生産。
	キヤノン（エレクトロニクス）	2012年にレーザープリンターのトナーカートリッジに使用する中核部品の工場を立ち上げる予定。競争力を左右する中核部品では国内生産体制を堅持する方針。
	日産自動車（自動車）	追浜工場（神奈川県）を電気自動車「リーフ」のマザー工場と位置付ける。国内雇用・研究開発基盤の保持や最先端技術の流出防止の観点から、基幹となる技術とそれに関連した生産拠点は国内にとどめる方針。
基幹技術や次世代を担う新技術の研究・開発	ヤマザキマザック（機械）	多様な製品群を短期間で開発するために、主軸の開発や生産ノウハウ・技術の確立を担う研究開発施設を本社に新設し、国内に分散していた研究・開発拠点を集約。
	東レ（合成繊維）	自動車向け先端材料・部材の技術開発拠点を国内に新設。自動車の軽量化部材等の開発に取り組む。初期設計や構想段階から顧客との共同開発を実施。
	宇部興産（化学）	自動車向けリチウムイオン電池材料事業を成長戦略事業の1つに位置付け、開発機能を集約して「マテリアル開発センター」を国内に新設。また、同センターは太陽電池・燃料電池等の材料も含めてグループ全体の開発を一手に担い、先端材料の開発力強化を図る。

（資料）各種資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

(3) 我が国産業の中長期的な成長に向けた示唆

- 最後に、戦後の我が国産業が、変遷する消費者ニーズをどのように満たしてきたか、その歴史を鳥瞰することで、今後のグローバルな競争下で我が国産業が競争力を発揮し続けるためのヒントを探してみたい。
- 図表 13 では消費財を例にとり、産業技術の発展（横軸）につれ、どのような商品が開発され、高度化する消費者のニーズ（縦軸）を充足してきたかを示してみた。
- 例えば、1950年代には、生活必需品としていわゆる三種の神器（白黒テレビ・洗濯機・冷蔵庫）が爆発的に売れ、エレクトロニクス産業が台頭。その後、消費者ニーズがより便利さや快適さを求める方向へと拡大するのに合わせて自動車産業が成長し、我が国を代表する産業へと躍進を遂げた。また、90年代後半には、パソコンや携帯電話が、革新的発展を遂げた情報通信技術と融合して消費者の心を捉え、急速に普及していった。
- こうした変遷において、消費者から高い支持を得た商品を考察すると、単なる利便性にとどまらず、より高い洗練された生活スタイルの提案を通じて“潜在ニーズの喚起⇒需要創造”を成し得たという共通点がみてとれる。すなわち、屋内外を問わず音楽を楽しむ新たなスタイルを提案した「ウォークマン（ソニー）」のほか、近年では、体を動かす擬似空間を創造した「Wii（任天堂）」や、時・場所に拘らず楽曲購入を可能とした「iPod（アップル）」等が、“空間・時間の制約を取り払う”イノベーションを通じて需要を創造している。

図表 13：消費財の変遷～「消費者ニーズ」「産業技術の発展度」を軸に



- これらの事例は、消費者ニーズが精神的欲求への高次化をみせる今日において、我が国企業が新たに開拓し他社に先鞭をつけ得る領域（前頁図表 13 上部①）を示唆しているとみることができる。
- 一方で、産業技術の発展に伴い、これまで十分に充足してきたとみられる生活必需品型ニーズにおいても、未知の消費財の開発余地があることを図表 13 は示していることにも注目したい。例えば、高齢化の進展等を背景に開発が期待される介護ロボット等はこうした消費財とみることもでき、同表右下②の領域にも今後大きな商品開発余地があると期待できる。特に、我が国が誇る高い技術力や木目細かなサービス提供力は、この領域での新産業が発展するうえで、有力な要素と言えよう。

× × ×

- これまでみてきた通り、内需の閉塞感が一層強まるなか、製造業・非製造業共にグローバル展開の強化・深化が次の成長戦略の鍵になると考えられる。一方、競争力の源泉となる国内基盤の強化や次世代を担う産業の創生も、我が国産業が持続的な発展を遂げるうえでは不可欠であり、目まぐるしく変化する事業環境への適応と共に、長期的な視座に立った経営の舵取りが各社に求められている。

(2011.2.23 熊田 康宏)

2. 鉄鋼

【要約】

- ◇ 2011年度の粗鋼生産量は、内需が微減となるものの、輸出が小幅ながら増加傾向を保つことで前年並みの水準を確保する見通し。2012～2013年度については、内需の持ち直しにより緩やかな回復基調を辿ろう。
- ◇ 高炉メーカーの2011年度の企業業績は、原料高などを受けた国内外での販売マージンの悪化を主因に減益となる見通し。2012年度以降の業績は改善に向かうと予想されるが、売上高営業利益率は5～6%程度と、本格的な回復には至らない見込み。

(*)用語説明は、22頁をご参照下さい。

1. 業界環境

- ◇ 2011年度の粗鋼生産量は前年と同水準、その後は緩やかな回復基調の見通し
 - 2010年度の粗鋼生産量は、内需の回復に加えて、輸出が二桁台の大幅な伸びを見せたため、2年ぶりに1億トン台を回復し、前年比14%増加の約1億1,000万トンで着地する見込み（次頁図表1）。
 - ✓ 内需は、主力の製造業向けが自動車と機械を中心に前年を上回り、建設向けも住宅着工の持ち直しを背景に微増となったため、全体では前年比約8%の増加。
 - ✓ 輸出は、東南アジアや中国など新興国の経済成長を背景に、現地に進出している日系の自動車メーカーや機械メーカー向けを中心に販売が拡大したことから、前年比15%程度の増加。
 - ✓ 鋼材価格は、原料価格の上昇と内需の増加を背景に、大部分の品種で上昇。
 - 2011年度の粗鋼生産量は、内需が微減となるものの、輸出が小幅ながら増加傾向を保つことで、前年並みの1億1,000万トン程度となる見通し。
 - ✓ 内需は、建設向けが前年に続き微増となるものの、製造業向けが国内における自動車や船舶の生産量減少を背景に前年を若干下回り、全体では前年比▲1%弱の減少となる見込み。
 - ✓ 輸出に関しては、引き続き主力の東南アジア向けを中心に旺盛な需要が見込まれるが、円高やウォン安(*)の状況が続くなか、わが国のメーカーにとっては採算面で更なる輸出拡大の余地が限られることから、前年比2%程度の小幅な増加に留まる見込み。
 - ✓ 鋼材価格は、鉄鉱石や原料炭などの原料価格が大きく上昇することを受けて、前年比10～15%程度の上昇が見込まれる。
 - 2012～2013年度は、内需の持ち直しにより粗鋼生産量は回復基調を取り戻す見通しだが、輸出の大幅な拡大が期待できず、全体として緩やかな増加に留まろう。
 - こうしたなか、わが国のメーカーにとっては、拡大する新興国の需要を着実に取り込んでいくために、国内の生産拠点で手掛ける品目を集約するなどの合理化策を通じてコスト競争力を強化し、輸出採算を改善する必要性が高まっている。
 - また、国内の粗鋼生産量に占める輸出の割合が4割を超え、韓国などの海外メーカーとの競争も激化する方向にあるなか、今後はインドや東南アジアで高炉を含む大規模な一貫生産体制を構築する必要性が大きくなる方向。これらの背景から、わが国の鉄鋼メーカーでは抜本的な業界再編に向けた気運が高まっている。

図表 1：粗鋼生産量、内需、輸出入、鋼材価格

(年度)	(単位)	2007	2008	2009	2010 (見込)	2011 (予想)	2012~2013平均			
							2007=100とした 水準	(予想)	2007=100とした 2013年度の水準	
粗鋼生産量	千トン %	121,511 (3.2)	105,500 (▲ 13.2)	96,449 (▲ 8.6)	110,070 (14.1)	同水準	90程度	+2%程度	95程度	
内 需	千トン %	78,136 (▲ 0.4)	68,861 (▲ 11.9)	56,992 (▲ 17.2)	61,720 (8.3)	▲1%弱	—	+1%強	—	
	製造業	千トン %	51,232 (3.3)	42,970 (▲ 16.1)	37,448 (▲ 12.9)	42,060 (12.3)	▲1%強	—	+1%程度	—
	建設	千トン %	26,904 (▲ 6.7)	25,891 (▲ 3.8)	19,544 (▲ 24.5)	19,660 (0.6)	+0.5%程度	—	+1.5%程度	—
輸 出	千トン %	41,052 (6.2)	36,249 (▲ 11.7)	41,043 (13.2)	47,240 (15.1)	+2%程度	—	+2.5%程度	—	
	粗鋼生産比	33.8	34.4	42.6	42.9	44%弱	—	44%程度	—	
	輸 入	千トン %	5,127 (▲ 1.4)	4,643 (▲ 9.4)	3,878 (▲ 16.5)	5,200 (34.1)	▲2%程度	—	▲1.5%程度	—
価 格	熱延鋼板	千円/トン	74 (3.5)	100 (35.1)	67 (▲ 33.6)	72 (8.6)	+10~+15%	—	緩やかに上昇	—

(注) 1. ()内は前年比伸び率。

2. 内需は普通鋼鋼材と特殊鋼鋼材の合計。輸出入は粗鋼ベース。

(資料) 日本鉄鋼連盟「鉄鋼需給統計月報」などをもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

2. 企業業績

◇ 2011 年度は減益、その後は上向くものの本格的な回復には至らず

- 高炉メーカーの 2010 年度の業績は、販売量の増加に加えて、在庫評価損や割高な原料の持ち越しなど前年度の減益要因が解消し、大幅な増益となる見込み (図表 2)。
 - ✓ 売上高は、販売量が前年を大きく上回ったうえ、鋼材価格も上昇したため、前年比 18%の増収。
 - ✓ 損益面でも、販売量の拡大と各社の継続的な合理化努力に加え、前年度の大幅減益の主因であった在庫評価損と原料コストの高止まり(*)が解消することから、前年比 4 倍強の利益水準となる見込み。
- 2011 年度は、販売量が伸び悩むなか、国内外での販売マージン悪化を主因に減益を余儀なくされる見通し。
 - ✓ 売上高は、販売量が前年と同水準に留まるものの、鋼材価格が上昇することから、前年比 9%の増収となる見込み。
 - ✓ 損益面では、内需が弱含むなか、上昇する原料コストを鋼材価格へ十分転嫁できず、合理化でも吸収しきれないことから、前年比▲5%の減益となろう。
- 2012 年度以降は、高炉メーカーの業績は販売量の持ち直しにより上向くが、円高の継続もあり、売上高営業利益率は 5~6%と、本格的な回復には至らない見通し。
- なお、電炉メーカーに関しては、建設需要が底打ちの兆しをみせており、業績の更なる悪化には一定の歯止めがかかろうが、販売マージンの本格的な改善は見込み難しく、普通鋼メーカーを中心に業績低迷が続く公算が大きい。

図表 3：高炉メーカー5社の業績

(単位：億円、%)

(年度)	2007	2008	2009	2010 (見込)	2011 (予想)	2012~2013平均		
						2007=100とした 水準	(予想)	2007=100とした 2013年度の水準
売上高	128,932 (10.0)	133,172 (3.3)	97,304 (▲26.9)	114,500 (17.7)	+9%程度	95程度	+4%程度	105程度
営業利益	16,597 (▲1.8)	10,864 (▲34.5)	1,227 (▲88.7)	5,400 (340.1)	▲5%程度	30程度	+18%程度	45程度
営業利益率	12.9	8.2	1.3	4.7	4%程度	—	5~6%	—

(注) 1. ()内は前年比伸び率。

(注) 2. 高炉メーカー5社(新日本製鐵、JFEホールディングス、住友金属工業、神戸製鋼所、日新製鋼)の連結決算。

(資料) 各社決算資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

【用語説明】

ウォン安	わが国の高炉メーカーにとって、アジアの鋼材市場における最大の競合相手は韓国のポスコ。近年、同社はウォン安を背景に、東南アジアなどへの低価格での輸出構成を掛けており、これがわが国の高炉メーカーの輸出採算を低下させる一因となっている。
原料コストの高止まり	2009年度は、前年度に高値で調達した鉄鉱石や原料炭の一部が持ち越されたため、高炉メーカーは上期を中心に原料コストの高止まりを余儀なくされ、これが大幅な減益を招いた。
コイルセンター	鋼材加工業者の一形態。一般に、コイル状の鋼板を仕入れ、巻き戻しや切断などユーザーのオーダーに応じた加工を施したうえで、自動車や機械関係などのユーザーへ販売している。

(2011.2.10 高畑 暁倫)

3. 紙・パルプ

【要約】

- ◇ 2011年度の洋紙^(*)・板紙^(*)の国内需要は、前年に効いた政府の経済対策や猛暑による需要の押し上げ効果が見込めず、全体としては減少を余儀なくされる見通し。底打ちは2012～2013年度となる。
- ◇ 2011年度の企業業績は、国内需要の低迷と原燃料価格の上昇を受けて、減収減益となる見通し。2012～2013年度にかけても減益傾向が続こう。

(*)用語説明は、25頁をご参照下さい。

1. 業界環境

- ◇ 2011年度の国内需要は再び減少に転じ、底打ちは2012～2013年度に
 - 2010年度の洋紙・板紙の国内需要（国内出荷＋輸入＋在庫増減）は、前年比0.7%増の約28,230千トンとなる見込み（次頁図表1）。
 - ✓ 洋紙の需要は、企業のチラシ広告や雑誌広告に関わるコスト削減や、近年見られる紙媒体からインターネットへのシフトなどを受けて、前年に引き続き減少。一方で板紙の需要は、猛暑による飲料の出荷増や、家電エコポイントなど政府の経済対策効果により前年から回復。
 - ✓ 輸入は、国内市況の低下による内外価格差の縮小を背景に、前年までの拡大傾向が一服。一方で輸出は、メーカー各社がここ1～2年内に増強した生産設備の稼働率を向上させる目的から積極的な輸出方針を採ったことで、回復に転じた。
 - ✓ 製品市況は、需給ギャップが大きく内需も低迷した洋紙を中心に下落。
 - 2011年度の国内需要は再び減少に転じる見通し。また、わが国への輸入は増加し、輸出は減少に転じよう。
 - ✓ 国内需要については、洋紙が紙媒体による企業広告の抑制や、インターネットへのシフトが続くため減少が見込まれ、板紙も前年の経済対策効果などの需要押し上げ要因が剥落することで増加が小幅となるため、洋紙・板紙全体では減少を余儀なくされる見通し。
 - ✓ 輸出入に関しては、中国メーカーへの欧米の反ダンピング課税^(*)の適用が続くなか、中国で複数の新鋭工場が立ち上がることに伴い、アジア市場において一時的な需給緩和が予想されるため、輸入が増加に転じる一方、輸出は減少となる公算が大きい。
 - ✓ 製品市況は、ユーザーからの値下げ圧力が強い洋紙で弱含みが続こう。
 - 2012～2013年度は、紙媒体の縮小基調こそ変わらないものの、景気回復に伴い、産業用途の多い板紙を中心に需要増加が見込まれ、国内需要は底を打つ見通し。製品市況は、原燃料価格が上昇するなかで、緩慢な需給環境が続く洋紙は横這いに留まり、需要が底堅い板紙は上昇が見込まれる。
 - このように国内市場が回復感に乏しいなか、わが国企業は今後の成長の足掛かりとすべく、海外事業の展開を本格化。最大手の王子製紙が既に中国で新鋭工場を立ち上げているほか、第二位の日本製紙グループ本社も豪州や中国などのメーカーの買収を通じた事業拡大策を採っており、今後も大手を中心にこうした海外での事業展開が続くものと予想される。

図表 1：洋紙・板紙市場の推移

(年度)	(単位)	2007	2008	2009	2010 (見込)	2011 (予想)	2007=100とした 水準	2012~2013平均 (予想)	2007=100とした 2013年度の水準
国内需要	千トン	31,556	29,267	28,025	28,230	▲0~▲1%	90程度	+0~+0.5%	90程度
	%	(▲0.4)	(▲7.3)	(▲4.2)	(0.7)				
	洋紙	千トン	19,347	17,757	16,975	16,819	▲1~▲2%	-	▲1%程度
	%	(▲1.2)	(▲8.2)	(▲4.4)	(▲0.9)				
	板紙	千トン	12,210	11,509	11,049	11,411	+0.5~+1%	-	+2%程度
	%	(0.9)	(▲5.7)	(▲4.0)	(3.3)				
輸入量	千トン	1,351	1,332	1,927	1,824	+7%程度	-	▲2%程度	-
	%	(▲16.0)	(▲1.4)	(44.7)	(▲5.4)				
輸出量	千トン	1,430	1,268	1,021	1,199	▲8%程度	-	+10%程度	-
	%	(13.0)	(▲11.3)	(▲19.5)	(17.5)				
国内生産量	千トン	31,416	28,849	26,892	27,711	▲2%程度	-	+0.5~1%	-
	%	(1.1)	(▲8.2)	(▲6.8)	(3.0)				
洋紙市況	円/kg	126.9	131.0	127.3	121.3	▲1%程度	-	横這い	-
	%	(3.2)	(3.2)	(▲2.8)	(▲4.8)				
板紙市況	円/kg	71.5	81.5	79.0	78.5	±0%程度	-	強含み	-
	%	(5.3)	(14.0)	(▲3.1)	(▲0.6)				
古紙市況	円/kg	11.0	12.7	7.2	8.6	+10%程度	-	上昇	-
	%	(67.6)	(15.8)	(▲43.3)	(18.4)				

(注) 1. () は前年比伸び率。

2. 洋紙市況は塗工印刷用紙 (A2コート紙)、板紙市況は段ボール原紙 (外装用ライナー)、古紙市況は新聞古紙を使用。
(資料) 日本製紙連合会資料、日経商品情報などをもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

2. 企業業績

◇2011年度は減収減益、2012~2013年度も減益基調が続く見込み

- 洋紙・板紙メーカー大手7社の2010年度の業績は、増収ながらも減益となる見込み (図表2)。
 - ✓ 売上高は、国内需要の縮小が一服したことに加え、輸出紙の増加がメーカー各社の販売量を押し上げたことから、前年比2%程度の微増収となる見込み。
 - ✓ 一方、損益面については、各社が生産体制の合理化などコスト削減の取り組みを進めたものの、洋紙の市況下落や古紙(*)などの原燃料価格の上昇による影響を受けて、前年比▲12%程度の減益となる見込み。
- 2011年度は、需要の低迷と原燃料価格の上昇が響き、減収減益の見通し。
 - ✓ 売上高は、国内需要の低迷に加えて、アジア市場の需給緩和を背景とした輸入紙の増加と輸出紙の減少が国内メーカーの販売量を押し下げたため、前年比▲1~▲2%の減収となる見通し。
 - ✓ 損益面でも、メーカー各社は引き続きコスト削減に注力するものの、海外での古紙需給のタイト化などに起因する原燃料価格の上昇を製品価格に転嫁しきれず、前年比▲7%程度の減益となる見込み。
- 2012~2013年度については、国内需要の底打ちと輸出の回復による増収が見込まれるものの、損益面では、古紙を始めとした原燃料価格の上昇が続くことから、減益基調が続く見込み。

図表 2：洋紙・板紙メーカー大手7社の業績

(単位: 億円, %)

(年度)	2007	2008	2009	2010 (見込)	2011 (予想)	2007=100とした 水準	2012~2013平均 (予想)	2007=100とした 2013年度の水準
売上高	39,658 (4.8)	39,139 (▲1.3)	36,371 (▲7.1)	37,042 (1.8)	▲1~▲2%	90程度	+0~+0.5%	90程度
営業利益	1,306 (▲23.4)	1,045 (▲20.0)	1,899 (81.7)	1,673 (▲11.9)	▲7%程度	120程度	▲4%程度	110程度
営業利益率	3.3	2.7	5.2	4.5	4~4.5%	-	4%程度	-

(注) 1. 対象企業は王子製紙、日本製紙グループ本社、大王製紙、レンゴー、三菱製紙、北越紀州製紙、中越パルプ工業の7社。

2. () 内は前年比伸び率。

(資料) 各社決算資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

【用語説明】

- 洋紙 パルプを原料とする一般的な紙の総称。書籍や雑誌、新聞、チラシ広告、コピーなどに使われ、用途に応じて、印刷・情報用紙、新聞用紙、包装用紙、衛生用紙、雑種紙の5つの品種に分類される。
- 板紙 段ボールや紙箱などに使われる、強度を備えた紙の総称。段ボール原紙、紙器用板紙、その他板紙の3品種に分類される。
- 反ダンピング課税 中国の製紙各社が洋紙を不当に安い価格で輸出しているとして、2010年に米国とEUが反ダンピング課税の適用を始めた。現在、中国では主要な製紙会社が生産設備の増強を行っていることもあり、今後は中国で洋紙の需給が緩和し、同国からわが国を始めとした近隣諸国への輸出圧力が強まることが懸念されている。
- 古紙 リサイクルされて新たな紙の原料となる、使用済みの新聞、雑誌、段ボールなど。現在、こうした古紙はわが国の製紙会社が用いる原料のうち約6割と最大の割合を占める。わが国で発生した古紙は輸出に回る部分も多く、近年では中国での紙の増産を受けて古紙の需要が増加する一方、わが国の古紙の発生量は減少傾向にあるため、古紙の需給タイト化と市況の上昇が続いており、製紙会社の収益圧迫要因となっている。

(2011.2.10 中山 隆仁)

4. 石油

【要約】

- ◇ 2011～2013年度の燃料油販売量は、自動車の燃費改善、ユーザーの代替燃料への転換、原子力発電所の稼働率上昇といった要因が響き、漸減傾向が続く見通し。
- ◇ 2011年度の石油元売の業績は、石油精製・販売部門のマージン縮小により減益を余儀なくされる見込み。2012～2013年度については、過剰設備の見直しを通じた石油精製・販売部門の需給改善や、石油開発部門の利益向上などにより、各社の業績は徐々に回復に向かおう。

(*)用語説明は、28頁をご参照下さい。

1. 業界環境

◇燃料油の販売量は漸減傾向が続く

- 2010年度の燃料油国内販売量は、気候要因による一時的な需要押し上げ効果により、前年比▲1%程度の小幅な減少で留まる見込み（次頁図表1）。
 - ✓ 油種別にみると、主力製品であるガソリンの需要が、雇用所得環境の緩やかな改善に加えて夏場の猛暑で自動車の燃費が一時的に悪化したこと（カーエアコンの使用増による影響）を受けて前年比ほぼ横這いとなり、灯油の需要も春先と冬場の冷え込みの影響で、従来に比べて減少ピッチが緩和。
 - ✓ 一方、A重油の需要は天然ガスなど代替燃料への転換を受けて大幅に落ち込み、電力用C重油の需要も原子力発電所の復旧などにより引き続き減少。
 - ✓ 輸出は、世界的な景気回復を受けてアジア各国における需要が拡大するなか、前年比3%程度と小幅の増加に転じる見込み。
- 2011年度の国内販売量は、構造的な需要減の要因が続くことに加えて、前年の気候要因の反動減により前年比▲4%前後の減少となる見通し。
 - ✓ 油種別には、ガソリンの需要が自動車の構造的な燃費改善に加えて、前年の猛暑効果が剥落する影響で減少。またA重油の需要は企業の生産活動の回復による押し上げ効果は期待できるものの、ユーザーの燃料転換がさらに進むことで減少が見込まれ、電力向けC重油も原子力発電所の一段の稼働率上昇を受けて落ち込もう。
 - ✓ 輸出に関しては、アジアにおける需要が引続き旺盛な一方、中国やインドで大型の製油所が立ち上がることで海外の供給能力が増加することから、小幅の減少となる見通し。
 - ✓ 製品価格は、原油価格が上昇基調を辿ることで強含みの展開となろう。
- 2012年度以降も、国内販売量は自動車の燃費改善などの構造要因が響いて漸減傾向を辿り、輸出も海外における供給能力増を背景に伸び悩みが続く見通し。
- このように中長期的に国内需要の減少が見込まれるなか、わが国の石油元売は本業の石油精製事業において、自らの操業技術を強みに需要が旺盛なアジアへの生産拠点の進出を図りつつあり、今後の計画実現が待たれる。また上流分野の石油開発事業では、油田やガス田などの権益の保有を拡大し、安定収益源の確保を目指す動きが今後も強まろう。

図表 1：石油製品の市場動向と今後の見通し

(年度)	(単位)	2007	2008	2009	2010 (見込)	2011 (予想)	2007=100とした 水準	2012~2013平均 (予想)	
								2007=100とした 2013年度の水準	2007=100とした 2013年度の水準
燃料油国内販売量	百万KL %	218.5 (▲2.4)	201.0 (▲8.0)	194.9 (▲3.0)	192.7 (▲1.1)	▲3.5~▲4.5%	85程度	▲2.5~▲3.5%	80程度
燃料油輸出量	百万KL %	29.0 (24.5)	34.1 (17.5)	30.0 (▲11.9)	30.9 (3.0)	▲0~▲1%	105程度	▲0~▲1%	105程度
ガソリン卸値 (年度平均)	円/KL %	127,396 (8.0)	125,254 (▲1.7)	108,056 (▲13.7)	116,625 (7.9)	+10%程度	100強	強含み	—
ドバイ原油価格 (年度平均)	\$/バレル %	77.3 (26.9)	82.1 (6.1)	69.7 (▲15.1)	82.1 (17.9)	+15%程度	120程度	強含み	—

(注) 1. ガソリン卸値は東京地区の特約店卸値。

2. () 内は前年比伸び率。

(資料) 経済産業省「エネルギー生産・需給統計」などをもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

2. 企業業績

◇2011年度は増収ながらも減益、2012~2013年度は増収増益の見込み

- 2010年度の石油元売4社の営業利益は、石油精製・販売部門の大幅な増益が寄与し、在庫評価の影響(*)を除く実質ベースで黒字転換を果たす見込み(図表2)。
 - ✓ 部門別にみると、主力の石油精製・販売部門では、各社が減産による需給環境の適正化や値決め方式の変更(*)による採算改善に取り組むなか、猛暑などの気候要因も追い風となり、製品の販売マージンが大幅に改善したことで黒字化。
 - ✓ 石油開発部門は、原油価格が前年を上回ること増益となる見込み。
 - ✓ 一方、石油化学部門は、主力製品のパラキシレン(*)の市況が中国での大型プラントの立ち上がりを受けて年度前半に弱含んだことで、前年に続き利益が低水準に。
- 2011年度は、主力の石油精製・販売部門のマージン縮小により、減益の見通し。
 - ✓ 主力の石油精製・販売部門では、内需の落ち込みが続くとみられるなか、原油価格の上昇をうけて販売マージンの縮小(*)が見込まれることに加え、前年にマージンを押し上げた気候要因も剥落することから、減益を余儀なくされる見込み。
 - ✓ 一方、石油開発部門は原油価格の上昇により増益となるほか、石油化学部門もパラキシレンの需給がアジアでの堅調な需要増加を受けて改善に向かうため、前期に比べて増益となりそうだ。
- 2012年度以降に関しては、主力の石油精製・販売部門において、エネルギー供給構造高度化法(*)などを受けた過剰設備の削減が進み、需給環境の改善と固定費削減が業績に寄与することで、緩やかな増益基調を辿る見通し。

図表 2：大手元売4社の業績

(単位：億円、%)

(年度)	2007	2008	2009	2010 (見込)	2011 (予想)	2007=100とした 水準	2012~2013平均 (予想)	
							2007=100とした 2013年度の水準	2007=100とした 2013年度の水準
売上高	211,879 (14.0)	210,049 (▲0.9)	159,390 (▲24.1)	170,051 (6.7)	+5%程度	85程度	+2%程度	90程度
営業利益 (実質ベース)	2,296 (▲49.6)	3,710 (61.6)	▲1,380 (赤字転落)	4,226 (黒字転換)	▲20%程度	150程度	+6~8%	170程度
石油精製・販売部門	▲601	1,862	▲2,651	2,817	▲35%程度	—	+8%程度	—
石油開発部門	2,264	2,163	691	1,006	+10%程度	50程度	+1~3%程度	50程度
石油化学部門	508	▲735	182	175	+35%程度	45程度	+4~7%程度	50程度
その他	196	392	442	228	+15%程度	135程度	+25%程度	220程度
営業利益率 (実質ベース)	1.1	1.8	▲0.9	2.5	2%程度	—	2%程度	—

(注) 1. 対象企業はJXホールディングス(非鉄部門を除く)、出光興産、コスモ石油、昭和シェル石油の4社。

2. () 内は前年比伸び率。

3. JXホールディングスについては、2009年度以前は新日本石油と新日鉱ホールディングスの石油部門の決算数値を使用。

(資料) 各社決算資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

【用語説明】

在庫評価の影響	元売各社は、在庫評価において総平均法を採用しているため、原油価格の上昇局面では期初の割安な在庫が原価に含まれ利益が押し上げられ、逆に原油価格の下落局面では期初の割高な在庫が原価に含まれ利益が押し下げられる。 本稿では、こうした在庫評価の影響を除いた実質ベースの営業利益を用いている。
値決め方式の変更	元売各社は 2008 年度以降、石油製品の販売における値決め方式を、それまでの「月決め方式」から「週決め方式」へ移行し、原油価格の転嫁の迅速化を図ってきたが、2010 年度はさらに販売関連手数料（ブランド料）の上乗せを行い、一層の採算改善に取り組んだ。
パラキシレン	合成繊維の原料の一種。ポリエステル繊維の原料となる。元売各社の石油化学事業では主要製品に位置付けられる。
販売マージンの縮小	通常、原油価格の変動は製品価格に遅れて反映されるため、原油価格が上昇局面にあると、その上昇分を期中に全て製品価格に転嫁できず販売マージンは縮小する。
エネルギー供給構造高度化法	経済産業省が元売各社に対して示達した、今後の製油所の競争力向上に関する指針（2010 年 4 月発表）。具体的には、全体の生産能力に対する、重質油分解装置という高度な設備の装備率を高めることを義務付けている。 この指針により、元売各社は 2013 年度末までに多額の設備投資の実施もしくは生産能力の削減の二者択一を迫られており、内需の伸びが期待できないなか、今後は設備廃棄などの生産能力削減に着手する可能性が高い。

(2011.2.10 芳我 真倫)

5. 化学

【要約】

- ◇ 2011年度の国内エチレン生産量は、中東など海外での石油化学プラントの新設による影響で2年連続の減少となる見通し。底打ちは影響が一服する2012年度となろう。
- ◇ 企業業績に関しては、石油化学事業が2011年度に減益を余儀なくされるものの、それ以外の電子材料や各種機能材料、医薬品といった事業が底堅く推移することで、総合化学、合繊ともに緩やかな増益基調が続く見通し。

(*)用語説明は、32頁をご参照下さい。

1. 業界環境

- ◇ 2011年度の国内エチレン生産量は年率▲2%程度の減少、底打ちは2012年度に
 - 2010年度の国内エチレン生産量は、前年に出荷量を牽引した輸出が減少に転じたことを主因に、前年比▲3%減の約700万トンとなる見込み（次頁図表1）。
 - ✓ 主力の誘導品(*)である汎用樹脂(*)の出荷量は、国内において包装資材や日用品、自動車部品、機械部品など幅広い用途分野で需要が持ち直した一方、輸出については、円高による採算の悪化や、各社の設備の定期修理(*)が重なったことによる生産能力の低下を受けて大幅な減少。全体として前年比▲1%弱の減少となる見込み。
 - ✓ 石油化学製品の価格は原油高を受けて上昇。また原料価格とのマージンは、アジア市場で製品の需給が比較的タイトであったことを背景に総じて拡大した。
 - ✓ また非石化製品に関しては、医薬品などの底堅い推移に加え、主力の電子材料の出荷が好調を維持(*)するなかで、比較的良好的な収益環境を享受した。
 - 2011年度の国内エチレン生産量は、中東地域などで新設された大規模な石油化学プラント(*)が本格稼動に入る影響で、前年比▲2%程度の減少を余儀なくされる見通し。国内エチレン生産量は2年連続の減少を余儀なくされよう。
 - ✓ 汎用樹脂の出荷は、内需こそ緩やかな回復が見込まれるものの、海外でのプラント新設に伴うアジア市場の需給軟化を受けて、輸出の減少や輸入の増加傾向が続くことで、全体としては前年比▲1%弱の減少となる見通し。
 - ✓ 石化製品の価格は原油高を背景に引き続き強含みで推移しようが、アジア市場で製品の需給が軟化に向かうなか原料価格の上昇分を製品価格に完全に転嫁しきれず、汎用品の性格が強いエチレン系製品を中心にマージンは縮小する方向。
 - ✓ 非石化製品に関しては、液晶ディスプレイ用材料など一部の製品で企業間競争の激化に伴う単価下落が予想されるものの、幅広い分野にわたる最終製品の需要の伸びを受けて、収益環境は総じて堅調に推移しよう。
 - 2012～2013年度は、海外での石油化学プラント新設の影響が一服することに加え、内需が底堅く推移することで、国内エチレン生産量は緩やかな回復に向かう見通し。
 - こうしたなか、わが国の化学メーカーは、拡大する新興国の需要を取り込むために、各社が主力とする誘導品について海外事業を拡大。消費地立地（現地の需要獲得）と原料立地（安価な原料確保）の両方向で、アジアや中東といった地域で誘導品プラントの新設や増設の計画を進めており、今後もこうした動きが加速しそうである。

図表 1：石油化学製品の市場動向と今後の見通し

(年度)	(単位)	2007	2008	2009	2010 (見込)	2011 (予想)	2007=100とした 水準	2012~2013平均 (予想)	2007=100とした 2013年度的水準
国内エチレン生産量	千トン %	7,559 (▲1.3)	6,520 (▲13.7)	7,219 (10.7)	7,005 (▲3.0)	▲2%程度	90程度	+2%程度	95程度
汎用5大樹脂出荷量	千トン %	10,114 (▲0.4)	8,334 (▲17.6)	8,707 (4.5)	8,638 (▲0.8)	▲0~▲1%	-	+1%程度	-
国内出荷	千トン %	8,117 (▲0.7)	6,740 (▲17.0)	6,801 (0.9)	6,954 (2.2)	+0~+1%	-	+0~+1%	-
輸出	千トン %	1,997 (0.7)	1,594 (▲20.2)	1,906 (19.5)	1,684 (▲11.6)	▲0~▲5%	-	+1%程度	-
汎用樹脂市況 (低密度ポリエチレン:国内)	円/kg %	199 (11.4)	234 (17.8)	167 (▲28.7)	186 (11.4)	+5%程度	-	強含み	-
合成樹脂原料市況 (スチレンモノマー:アジア)	USD/kg %	1,374 (10.0)	1,118 (▲18.6)	1,103 (▲1.3)	1,210 (9.6)	+5%程度	-	強含み	-
合成繊維原料市況 (高純度テレフタル酸:アジア)	USD/kg %	898 (▲1.7)	868 (▲3.3)	892 (2.8)	986 (10.4)	+5%程度	-	横ばい程度	-

(注) () 内は前年比伸び率。

(資料) 経済産業省「化学工業統計月報」などをもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

2. 企業業績

(1) 総合化学

◇石油化学部門が一時的に停滞するものの、全体としては緩やかな拡大基調が続く

- 総合化学メーカーの2010年度の業績は、石油化学、非石化の両部門の好調に加えて、一部でM&Aの業績寄与もあり、大幅な増収増益となる見込み(次頁図表2)。
 - ✓ 石油化学部門は、国内外で販売量の増加や製品価格の上昇を受けて大幅な増収。また利益面では、製品の良好な需給環境を受けて販売マージンが前年から大きく拡大したことで、3年ぶりの黒字確保を果たす見込み。
 - ✓ 非石化部門に関しては、液晶ディスプレイ向けや半導体向けの電子材料が総じて好調であったことに加え、医薬品や農薬などの事業も底堅く推移したことから、前年比80%程度の増益に。
 - ✓ また2010年度は、三菱ケミカルHDと三菱レイヨンの統合といったM&Aによる業績押し上げも一部寄与する見込み。
- 2011年度については、石油化学部門の減益を非石化部門の増益がカバーすることで、小幅ながら増収増益を確保する見通し。
 - ✓ 石油化学部門においては、各社が強みを持つエチレン系以外の製品は底堅く推移するものの、汎用品の性格が強いエチレン系製品に関して、中東などでの大規模な石油化学プラント新設に伴う需給緩和の影響から販売マージンの縮小が避けられず、前年比▲5%程度の減益となる見通し。
 - ✓ 一方、非石化部門に関しては、海外での最終製品の需要拡大を背景に電子材料が堅調に推移し、医薬品も底堅く推移することで、前年比15%程度の増益が見込まれる。
- 2012年度以降は、非石化部門が引き続き堅調に推移するとみられるなか、石油化学部門も需給緩和の影響が一巡し、回復に転じる見通し。各社が海外で新設を進めている誘導品プラントの新規稼働や、医薬品事業における新薬の拡販なども業績に寄与し、全体としては緩やかな増益基調が続こう。

図表 2：総合化学メーカー大手 5 社の業績

(単位：億円、%)

(年度)	2007	2008	2009	2010 (見込)	2011 (予想)	2007=100とした 水準	2012~2013平均 (予想)	2007=100とした 2013年度の水準
売上高	84,637 (8.6)	79,222 (▲6.4)	66,506 (▲16.1)	80,741 (21.4)	+3%程度	100弱	+5%程度	105程度
営業利益	4,404 (▲9.9)	▲287 (赤字転落)	1,164 (黒字転換)	3,954 (239.6)	+5%程度	95強	+15%程度	125程度
石油化学部門	1,078 (▲30.4)	▲1,697 (赤字転落)	▲134 (赤字縮小)	1,620 (黒字回復)	▲5%程度	140程度	+10%程度	170程度
非石化部門	3,325 (▲0.4)	1,410 (▲57.6)	1,298 (▲8.0)	2,333 (79.8)	+15%程度	80程度	+15%程度	110程度
営業利益率	5.2	▲0.4	1.8	4.9	5%程度	—	6%程度	—

(注) 1. 対象企業は、三菱ケミカル HD、住友化学、三井化学、昭和電工 (12 月決算)、東ソー。

2. () 内は前年比伸び率。

(資料) 各社決算資料をもとに三菱東京 UFJ 銀行企業調査部作成

(2) 合成繊維

◇業績は拡大基調が続く

- 2010 年度の合成繊維メーカーの業績は、繊維、非繊維の両部門が総じて堅調に推移したことを受けて、大幅な増収増益となる見込み (図表 3)。
- ✓ 繊維部門は、衣料用繊維などの汎用品で各社が取り組んだリストラの効果に加えて、航空機の材料となる炭素繊維^(*)や自動車部品に使われるアラミド繊維^(*)といった、付加価値の高い産業用繊維の需要が増加したことから黒字を回復。
- ✓ 非繊維部門は、医薬品事業の底堅い推移と、各社が主力とする高機能フィルムのエレクトロニクス製品向けの拡販などが奏功し、増益となる見込み。
- 2011 年度は非繊維部門が底堅く推移するなかで、繊維部門の利益回復が継続し、各社の業績はさらなる改善に向かう見通し。
- ✓ 繊維部門は、国内で衣料用などの販売が弱含むものの、前年に続いて高機能品を中心とした産業用繊維の拡販が続き、増益基調を維持する見通し。
- ✓ 非繊維部門は、製品単価の下落から 2010 年ほどの伸びは期待できないものの、海外におけるエレクトロニクス製品などの需要増を受けて底堅く推移しよう。
- 2012~2013 年度も 2011 年度と同様の展開が続く見通し。特に産業用繊維の海外での拡販が牽引役となり、各社の業績は緩やかな増益基調が続こう。

図表 3：合成繊維メーカー大手 5 社の業績

(単位：億円、%)

(年度)	2007	2008	2009	2010 (見込)	2011 (予想)	2007=100とした 水準	2012~2013平均 (予想)	2007=100とした 2013年度の水準
売上高	37,701 (5.1)	33,686 (▲10.6)	29,594 (▲12.1)	32,431 (9.6)	+0~+5%	90程度	+0~+5%	95程度
営業利益	2,553 (▲1.5)	1,022 (▲60.0)	1,040 (1.7)	2,171 (108.7)	+10%程度	95程度	+10%程度	115程度
繊維部門	815 (9.4)	193 (▲76.4)	▲75 (赤字転落)	463 (黒字回復)	+40%程度	80程度	+20%程度	115強
非繊維部門	1,738 (▲5.9)	830 (▲52.3)	1,115 (34.4)	1,708 (53.1)	+5%程度	100程度	+5%程度	115程度
営業利益率	6.8	3.0	3.5	6.7	7%程度	—	8%程度	—

(注) 1. 対象企業は、東レ、帝人、東洋紡績、クラレ、ユニチカ。

2. () 内は前年比伸び率。

(資料) 各社決算資料をもとに三菱東京 UFJ 銀行企業調査部作成

【用語説明】

誘導品	エチレンなどの基礎製品を原料として生産される、様々な石油化学製品の総称。
汎用樹脂	最も一般的に使われる安価な合成樹脂のこと。通常、低密度ポリエチレン、高密度ポリエチレン、ポリプロピレン、ポリスチレン、塩化ビニルの5品種を指す。
設備の定期修理	通常、石油化学プラントは数年に一度の間隔で保全や修理のために定期修理を実施する。この間（2ヶ月程度）は設備が停止するため、プラントの年間生産能力が減少する。
電子材料の出荷が好調を維持	2010年度は、薄型テレビやスマートフォンなどの需要が増加したことを受けて、これらで使われる液晶ディスプレイ向けや半導体向けの電子材料が堅調に推移した。
中東地域などで新設された大規模な石油化学プラント	2010年以降、中東地域で割安なエタンガスを原料とする大規模な石油化学プラントの新設が相次いだ。今後は、これらのプラントが本格稼動に入り、アジア市況で石油化学製品の需給を緩和させることが懸念されている。
炭素繊維	炭素繊維複合材料（いわゆるカーボン材料）に使われる繊維。軽量（鉄の約4分の1）かつ高い強度（同約10倍）を持っていることが特徴で、航空機の機体など様々な用途に使われる。わが国メーカー3社で世界シェアの約7割を占める。
アラミド繊維	ナイロン繊維の一種。耐熱性や耐摩耗性などに優れ、自動車のブレーキパッドの材料やゴムの補強材などに用いられる。

(2010.2.10 近藤 哲史)

6. 医薬品

【要約】

- ◇ 2011年の国内医薬品市場は、高齢化の進展に伴う構造的な需要増に加え、薬価改定^(*)が実施されないことから前年比3~4%の成長が見込まれる。2012~2013年も成長は続く見込まれるものの、政府の薬剤費抑制策^(*)の強化を背景に市場成長率は平均で2%程度にとどまろう。
- ◇ 大手医薬品メーカーの企業業績は、米国における大型薬の特許切れに伴い、2012年度にかけて減益局面を迎える見通しであり、底入れは2013年度以降となろう。

(*)用語説明は、35頁をご参照下さい。

1. 業界環境

- ◇ 2011年の国内医薬品市場は3~4%の拡大、その後、市場成長率は鈍化へ
 - 2010年の医療用医薬品の国内市場は、高齢化の進展に伴う生活習慣病やがんなどの患者数の増加があったものの、薬価改定による単価下落やジェネリック市場拡大の影響を受け、前年比2%弱と小幅の成長になる見込み（次頁図表1）。
 - ✓ 分野別の需要動向をみると、抗生物質の需要が前年を下回るものの、抗がん剤やリウマチ治療薬、統合失調症治療薬などの需要が二桁台の伸びとなる見込み。また外資系医薬品メーカーの市場シェア上昇を背景に輸入品が堅調に増加。
 - ✓ 販売単価については、隔年の薬価改定に加え、長期収載品（特許切れ薬）に関する薬価の追加引き下げ^(*)も実施されたことから、総じて下落圧力が高まった。
 - ✓ また、ジェネリック（後発薬）^(*)の分野に関しては、2010年4月に実施された厚生労働省による普及促進策（調剤薬局に対する処方インセンティブの拡大など）^(*)の効果を背景に、先発薬からのシフトが進み、市場が着実に拡大した。
 - 2011年については、引き続き高齢化の進展に伴う需要増が見込まれることに加え、薬価改定が実施されない年であることから、国内医療用医薬品市場の成長率は前年比3~4%と高まる見込み。
 - ✓ 分野別には、生活習慣病やがん関連の需要が引き続き増勢を保つとみられるほか、認知症や骨粗しょう症などに関わる高齢者向けの需要が底堅く推移しよう。
 - ✓ 販売単価に関しては、薬価改定による引き下げが予定されていないことから、前年に比べて小幅の下落となる見通し。
 - ✓ ジェネリックに関しては、医師や患者への認知度の高まりにつれて市場拡大が見込まれるものの、新たな普及促進策の導入が予定されていないこともあり、先発薬からのシフトは前年に比べて緩やかになるろう。
 - 2012~2013年に関しては、引き続き市場成長が見込まれるが、ジェネリックのさらなる普及促進策や長期収載品の薬価引き下げなどを通じて、政府が薬剤費の抑制策を一段と強化するとみられるなか、市場成長率は平均で2%程度にとどまる見通し。
 - このように国内の医薬品市場の成長が鈍化に向かい、欧米でも新薬の特許切れによる影響が見込まれるなか、わが国の大手医薬品メーカーにおいては、次なる成長の足掛かりとすべく、中国やインド、ロシアといった新興国の市場を開拓する気運が高まってきている。実際、販売子会社の設立や生産工場の立ち上げといった動きが目立っており、今後も大手を中心にこのような取り組みが続こう。

図表 1：医療用医薬品の市場動向と今後の見通し

(単位：億円、%)

(暦年)	2007	2008	2009	2010 (見込)	2011 (予想)	2007=100とした 水準	2012~2013平均 (予想)	2007=100とした 2013年の水準
国内生産金額	58,168 (1.6)	59,860 (2.9)	61,488 (2.7)	61,754 (0.4)	+2~+3%	—	+1%程度	—
輸入金額	17,084 (9.2)	18,289 (7.1)	20,285 (10.9)	21,595 (6.5)	+6%程度	—	+5%程度	—
《参考》薬価改定率(年度)	—	▲5.2%	—	▲5.8%	—	—	▲7%程度(2012)	—

(注) 1. () は前年比伸び率。

2. 薬価改定率は業界平均値。

(資料) 薬事工業生産動態統計などをもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

2. 企業業績

◇2011年度は増益に転じるものの、2012年度以降は再び減益局面へ

- 2010年度の医薬品メーカー大手4社の業績は、米国での大型薬の特許切れによる影響から、前年比▲10%程度の減益となる見込み(図表2)。
 - ✓ 売上高については、生活習慣病領域を中心とした製品の拡販や、海外企業の買収効果があったものの、国内での薬価改定や米国における一部の大型薬(抗潰瘍薬や排尿障害治療薬など)の特許切れの影響により、前年比▲1.5%の減収となる見込み。
 - ✓ 損益面に関しては、上記のような米国での特許切れに伴う利益率の低下が響いたことに加え、企業買収に伴うのれん償却費の増加や、海外からの一時的な技術導入費用の計上などを背景に、前年比▲10%程度の営業減益が見込まれる。
- 2011年度は既存大型薬の特許切れによる影響が続くものの、一方で各社が上市した新薬の販売が増える効果から、増益に転じる見通し。
 - ✓ 売上高については、引き続き米国で大型薬の特許切れの影響は続くものの、各社が上市した抗がん剤などの新薬の販売が拡大することに加え、国内では薬価改定が実施されない年であることから、前年比微増となる見込み。
 - ✓ 損益面に関しては、新薬の拡販効果が見込まれることに加え、技術導入費用が減少することで、前年比5%程度と小幅の増益に転じる見通し。
- 2012年度は米国での大型薬(糖尿病治療薬など)の特許切れの影響が再び高まるため、減益は避けられず、各社の業績が底入れするのは特許切れの影響が一巡する2013年度以降となろう。
- また中堅以下のメーカーに関しては、国内で長期収載品の薬価下落圧力が高まるため、これらの薬への収益依存度の高いメーカーは業績が弱含む方向。一方で、ジェネリックを主力とするメーカーは、着実な市場拡大を受けて業績が総じて堅調に推移しよう。

図表 2：医薬品メーカー大手4社の業績

(単位：億円、%)

(年度)	2007	2008	2009	2010 (見込)	2011 (予想)	2007=100とした 水準	2012~2013平均 (予想)	2007=100とした 2013年の水準
営業利益	8,736 (▲1.9)	7,375 (▲15.6)	7,885 (6.9)	7,108 (▲9.9)	+5%程度	85程度	▲5%程度	75程度
営業利益率	22.1	17.9	18.8	17.2	18%程度	—	16~17%	—

(注) 1. 対象企業は武田薬品工業、アステラス製薬、第一三共、エーザイの4社。

2. () 内は前年比伸び率。

(資料) 各社決算資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

【用語説明】

- 薬価改定 厚生労働省により原則2年に1回行われる薬価（国から保険償還される医療用医薬品の公定価格）の見直しのこと。通常、メーカーが卸を通じて病院や薬局などの医療機関に販売する際の実勢価格をもとに、新しい薬価が設定（原則引き下げ）される。昨年（2010年）が該当年であり、今回は2012年。
- 薬剤費抑制策 わが国の薬剤費は高齢化の進展に伴って増加基調にあり、国の財政負担となっていることから、これを抑制することを目的として、薬価の引き下げやジェネリック普及促進策などが実施されてきた。しかしながら、依然として薬剤費の増加傾向にあり、今後もこのような抑制策が追加で行われる可能性が高い。
- 長期収載品の薬価の追加引き下げ 2010年4月には通常薬価改定と併せて、長期収載品の薬価については追加で2.2%の引き下げが行われた。
- ジェネリック（後発薬） 医療用医薬品のうち、先発薬の特許満了後に他のメーカーが製造する、有効成分が同一の医薬品。先発薬に比べて研究開発費の負担が軽いため、安価であることが最大の特徴。
- ジェネリックの普及促進策 厚生労働省は薬剤費抑制に向けて、低価格のジェネリック普及を積極的に推進しており、2012年度までにジェネリックの数量シェアを30%以上にするを目標として掲げている。その一環で、2010年4月には調剤薬局に対してジェネリックを処方した際の調剤報酬を加算するなど、報酬体制の改定が行われた。

(2011.2.10 中山 隆仁)

7. 食品

【要約】

- ◇ 2011年の食品生産額は、値上げに伴う数量減に加え、前年の猛暑効果の反動が予想されるため、前年割れが続く見込み。2012年以降は底入れするが、回復ピッチは緩やかなものに留まろう。
- ◇ この間の食品メーカーの企業業績は、総じて増収傾向が続くものの、原料価格の上昇を背景に減益を余儀なくされる見通し。

1. 業界環境

◇ 2010年の食品生産額は前年割れが継続、底入れは2012年以降

- 2010年の食品生産額は、一部の категорияで猛暑による恩恵があったものの、全体としては消費者の節約志向が継続したうえ、年前半に小麦や大豆を始めとする原料価格が低下したことを受け、製品の値下げが実施されたため、前年比▲1%程度の減少となった模様（次頁図表1）。
 - ✓ カテゴリ別の生産額では、記録的な猛暑の恩恵を受けて、「清涼飲料」が夏場に二桁の出荷増となったほか、「牛乳・乳製品」についてはアイスクリームが過去最高の出荷額を記録し、それぞれ増加に転じた。
 - ✓ しかしながら、それ以外のカテゴリーは概ね前年割れとなった。「小麦粉・同二次加工品」は原料価格の大幅な下落により、「食肉加工品」、「冷凍食品」は大手小売業者からの値下げ要請により、それぞれ製品単価が低下。また、「酒類」については猛暑による需要の上乗せが、主力のビール類の不振をカバーするには至らず前年割れを余儀なくされた。
- 2011年については、2010年後半から続く原料価格の上昇により、素材系カテゴリー（小麦粉や砂糖、油脂など）を中心に値上げが予想されるが、前年の猛暑効果の反動が予想されるため、食品生産額は▲0.5～▲1%程度の減少となる見通し。
 - ✓ カテゴリ別の生産額では、原料価格上昇の影響が大きい素材系カテゴリー、及び「食肉加工品」や「調味料」などでは、容量変更を含む実質的な値上げが実施され、これに伴う販売数量減を加味しても生産金額は増加する見通し。
 - ✓ しかしながら、前年の猛暑効果の反動を折り込むと、「清涼飲料」、「酒類」（両カテゴリーで市場全体の3割強を占める）でいずれも前年比▲3%程度の大幅な減少が見込まれることから、食品生産額全体では前年割れが続く見通し。

◇ 2012年以降は底入れするも、回復ピッチは緩やか

- 2012年以降は、原料価格の上昇に伴う製品値上げが継続するうえ、景気回復に伴い簡便性の高い「清涼飲料」、「冷凍食品」などのカテゴリーを中心に販売数量の回復が期待されることから、食品生産額は1%程度の増加に転じる見込み。ただし、回復ピッチは総じて緩やかで、2013年の食品生産額は景気後退前（2007年）の水準を僅かながら下回る見通し。

- 食品業界では、国内市場の成長に多くを期待できないなか、「国内に代わる成長市場の取り込み」や「原料の安定確保」を企図した海外展開が一段と加速している。
- ✓ 欧米勢との差を埋めるべく、「酒類」、「清涼飲料」では大型の海外 M&A が相次いでいるうえ、既に相応の海外売上高を有する「調味料」では、インド・東南アジアを中心に進出地域を拡大。その他のカテゴリーにおいても、現地企業との提携を視野に入れた海外事業基盤の構築に注力している。
- ✓ 加えて、世界的な需給逼迫に伴う原料調達への懸念から「水産（冷凍食品）」、「食肉（食肉加工品）」では川上事業（海外産地）確保の重要性が再認識されている。

図表 1：食品生産額の推移

(単位：億円、%)

(暦年)	2007	2008	2009	2010 (見込)	2011 (予想)	2007=100とした 2011年の水準	2012~2013平均 (予想)	2007=100とした 2013年の水準
清涼飲料	38,056 (2.5)	37,218 (▲ 2.2)	35,896 (▲ 3.6)	36,291 (1.1)	▲3%台半ば	90強	+2%程度	95程度
酒類	36,988 (▲ 1.1)	35,713 (▲ 3.4)	35,816 (0.3)	35,279 (▲ 1.5)	▲3%程度	90強	▲1%程度	90強
菓子類	23,668 (0.2)	23,983 (1.3)	23,970 (▲ 0.1)	23,586 (▲ 1.6)	+1%程度	100程度	0~+1%	100強
小麦粉・同2次加工品	21,557 (1.3)	22,964 (6.5)	22,589 (▲ 1.6)	21,641 (▲ 4.2)	+1%程度	100強	+3%程度	110弱
牛乳・乳製品	20,318 (0.4)	20,324 (0.0)	20,193 (▲ 0.6)	20,334 (0.7)	▲1%程度	100弱	+1%程度	100強
調味料	14,203 (▲ 0.4)	14,646 (3.1)	14,484 (▲ 1.1)	14,382 (▲ 0.7)	0~+1%	100強	+1%程度	105弱
冷凍食品	11,479 (0.0)	11,187 (▲ 2.5)	10,779 (▲ 3.6)	10,445 (▲ 3.1)	+1%程度	90強	+3%程度	100弱
食肉加工品	6,860 (0.0)	6,965 (1.5)	7,050 (1.2)	6,803 (▲ 3.5)	+1%程度	100程度	0~+1%	100程度
砂糖・糖化製品	4,428 (12.6)	4,514 (1.9)	4,573 (1.3)	4,747 (3.8)	+2%台半ば	110程度	+3%程度	115強
油脂	4,504 (2.9)	4,407 (▲ 2.2)	4,030 (▲ 8.6)	3,981 (▲ 1.2)	+14%程度	100強	+6%台半ば	115弱
その他	51,655 (3.7)	51,777 (0.2)	51,802 (0.0)	51,135 (▲ 1.3)	▲1%程度	100弱	+1%程度	100程度
合計	233,716 (1.4)	233,697 (▲ 0.0)	231,182 (▲ 1.1)	228,625 (▲ 1.1)	▲0.5~▲1%	100弱	+1%程度	100弱

(注) 1. () 内は前年比伸び率。

2. その他は、缶詰、嗜好飲料、水産練り製品、レトルト食品、健康食品、その他農産加工品、その他水産加工品。

(資料) 日刊経済通信社「酒類食品統計年報」、「同月報」などをとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

2. 企業業績

◇2011年以降、食品メーカーは原料価格の上昇が響き減益局面へ

- 食品メーカー大手 20 社の 2010 年度の業績は、原料価格の低下に伴う粗利率の改善を主因に増収増益に転じる見込み（次頁図表 2）。
- ✓ 売上高は、主力の国内販売（構成比 9 割）こそ冴えないが、海外における M&A や医薬品事業をはじめとする非食品事業の成長に支えられ、前年比 0.2%程度の増収を確保する見通し。

- ✓ 損益面では、小売業者の特売原資となる販売促進費が依然高水準で推移したものの、円高や原料市況の下落が粗利率の改善に大きく寄与したことに加え、各社がリーマンショック以降に加速してきた生産合理化によるコスト削減効果もあり、営業利益ベースで前年比4.7%の増益を達成する見込み。
- 2011年度は、原料価格の上昇を主因に減益を余儀なくされる見通し。
 - ✓ 売上高は、国内販売については横ばいが精々とみられるが、非食品事業や海外事業の拡大により前年比+1%弱の増収となる見込み。
 - ✓ 損益面では、2010年後半から続く原料価格の上昇により粗利率の悪化が見込まれることに加え、販売数量の好転が期待できないなか、広告宣伝費・販売促進費の削減余地も限られるため、営業利益ベースで前年比▲2%程度の減益となろう。
- 2012～2013年度は、国内販売の持ち直しにより前年比2%弱の増収となる見込み。損益面では、海外事業の利益成長が見込めるものの、原料価格の上昇による粗利率の低下が国内事業の収益を圧迫する展開は変わらず、営業利益は微減傾向が続こう。

図表2：食品メーカー大手20社の業績（連結ベース）

（単位：億円、%）

（年度）	2007	2008	2009	2010 （見込）	2011 （予想）	2007=100とした 水準	2012～2013平均 （予想）	2007=100とした 2013年度の水準
						102程度		113程度
売上高	129,200 (2.7)	134,620 (4.2)	130,644 (▲3.0)	130,945 (0.2)	+1%弱	102程度	+2%弱	105程度
営業利益	4,971 (6.5)	5,004 (▲4.6)	5,238 (0.7)	5,779 (4.7)	▲2%程度	114程度	0～▲1%	113程度
営業利益率	3.8	3.7	4.0	4.4	4%台前半	—	4%程度	—

（注）1. 対象企業は、キリンホールディングス、アサヒビール、サッポロホールディングス、伊藤園、コカコーラセントラルジャパン、明治ホールディングス、森永製菓、江崎グリコ、日清製粉グループ本社、山崎製パン、日清食品、森永乳業、味の素、キッコーマン、日本水産、マルハニチロホールディングス、日本ハム、伊藤ハム、日清オイリオグループ、三井製糖。

2. () 内は前年比伸び率。

（資料）各社決算資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

（2011.2.10 大塚 寛人）

8. 自動車

【要約】

- ◇ 2011年（暦年）の世界需要は、米国市場の回復や中国、インドをはじめとした新興国市場の拡大を主因に前年比6%増の7,770万台程度となる見通し。2012～2013年も、国内や西欧の需要こそ冴えないものの、米国でのさらなる需要回復やアジアを中心とした新興国における需要拡大が牽引役となって年率5%程度の需要増が見込まれる。
- ◇ かかる環境下、わが国自動車メーカー8社の2011～2013年度の連結業績は、長引く円高や原材料価格の上昇が見込まれるなかでも、販売台数の増加や原価低減努力により増収増益基調を確保。2013年度には、売上高は過去ピーク（2007年度）の9割程度、営業利益率は7%程度まで達する見通し。

(*)用語説明は、43頁をご参照下さい。

1. 業界環境

(1) 世界需要

◇ 米国市場の回復やアジアを中心とした新興国市場の成長を牽引役に需要拡大が続く

- 2010年（暦年）の世界需要は、西欧で前年割れとなったものの、米国における販売回復や中国、インドをはじめとした新興国での需要拡大を主因に前年比13.9%増の7,347万台となり、過去最高に達した模様（次頁図表1）。
 - ✓ 国内は、2010年9月まで実施された政府の販売支援策（エコカー補助金^(*)）で需要が喚起され、前年比7.6%増の496万台と6年ぶりに前年を上回った。
 - ✓ 米国は、景気の持ち直しや販売金融環境の改善、法人需要の回復などを受けて、前年比9.1%増の1,156万台まで回復。
 - ✓ ブラジルは、市場の8割以上を占めるフレックス燃料車^(*)に対する減税が奏功し、前年比9.7%増の352万台と、4年連続で過去最高を更新。
 - ✓ 西欧は、2009年12月に政府の販売支援策が終了したドイツで大幅な販売減となったことを主因に、前年比▲3.2%減の1,471万台。その一方で、東欧は、現地生産車向けの販売支援策が実施されたロシアで前年比30.0%の販売増となったことなどから、前年比19.5%増の410万台。欧州全体では、前年比1.0%増の1,881万台と、僅かな増加にとどまった模様。
 - ✓ アジアは、小型車の減税や農村部への普及支援策を実施した中国で前年比32.4%増の1,806万台となり、米国の過去ピーク（2000年の1,781万台）を抜いて1国における年間販売台数で史上最高に。また、経済成長が続くインドで前年比34.5%増の304万台となったほか、輸出の好調を背景に経済が堅調に推移したタイや内需が拡大したインドネシアを中心にASEANも前年比32.4%増の249万台となり、アジア全体では販売が前年比30.5%増の2,566万台まで拡大した模様。
- 2011年は、政府の販売支援策終了による反動が予想される国内や西欧では前年割れとなるものの、米国における販売回復の継続や中国、インドをはじめとした新興国での需要拡大を牽引役に、前年比6%増の7,770万台程度となる見通し。
 - ✓ 国内は、少子高齢化やライフスタイルの多様化に伴う若者の車離れといった構造的な要因に加えて、前年の販売支援策（エコカー補助金）の反動により、前年比▲9%減の450万台程度となる見通し。

- ✓ 米国は、景気回復に伴う消費マインドの改善が続くとみられ、前年比 11%増の 1,280 万台程度まで回復する見通し。
 - ✓ ブラジルは、減税が実施された 2009～2010 年ほどの勢いはないものの、安定した経済成長を背景に前年比 4%増の 370 万台程度へ。
 - ✓ 西欧は、ドイツで需要の反転が予想されるものの、その他の主要国では政府の販売支援策の反動が予想され、前年比▲1%減の 1,450 万台程度と前年割れが続く見込み。東欧は、ロシアでの経済回復に伴う需要増を主因に前年比 14%増の 470 万台程度となり、欧州全体では前年比 2%増の 1,920 万台程度となる見通し。
 - ✓ 中国は、金融引き締めや大都市でのナンバープレート規制(*)などから市場の伸び率こそ鈍化するとみられるものの、引き続き中規模都市や農村部での需要拡大が見込まれることから、前年比 11%増の 2,000 万台程度を予想。中間所得者層を中心に需要拡大が見込まれるインドは前年比 12%増の 340 万台程度となり、アジア全体では前年比 10%増の 2,810 万台程度まで拡大。
- 2012～2013 年も、引き続き国内については冴えない展開が予想され、西欧の回復も緩慢とみられるが、米国市場のさらなる回復や中国、インドをはじめとした新興国の需要拡大が牽引役となって、年率 5%程度の需要増加が続くと見込まれる。

図表 1：世界需要の推移

(単位：万台、%)

(暦年)	2007	2008	2009	2010 (見込み)	2011 (予想)	2007=100とした 水準	2012～2013平均 (予想)	2007=100とした 2013年の水準
国内需要	535 (▲6.8)	508 (▲5.0)	461 (▲9.3)	496 (7.6)	▲9%程度	85程度	横ばい	85程度
海外需要	6,596 (6.4)	6,281 (▲4.8)	5,988 (▲4.7)	6,851 (14.4)	7%程度	110程度	6%程度	125程度
北米	1,930 (▲3.0)	1,624 (▲15.9)	1,286 (▲20.8)	1,397 (8.6)	10%程度	80程度	7%程度	90程度
米国(注2)	1,646 (▲3.5)	1,349 (▲18.0)	1,060 (▲21.4)	1,156 (9.1)	11%程度	80程度	8%程度	90程度
南米	432 (26.7)	458 (6.0)	446 (▲2.6)	509 (14.1)	5%程度	125程度	5%程度	135程度
ブラジル	249 (29.0)	287 (15.3)	321 (11.8)	352 (9.7)	4%程度	145程度	4%程度	160程度
欧州	2,295 (5.2)	2,178 (▲0.2)	1,862 (▲14.5)	1,881 (1.0)	2%程度	85程度	5%程度	90程度
西欧	1,725 (0.8)	1,577 (▲8.6)	1,519 (▲3.7)	1,471 (▲3.2)	▲1%程度	85程度	4%程度	90程度
東欧	571 (21.2)	601 (5.3)	343 (▲42.9)	410 (19.5)	14%程度	80程度	7%程度	95程度
ロシア	289 (28.4)	322 (11.4)	160 (▲50.3)	208 (30.0)	20%程度	85程度	6%程度	100程度
アジア	1,445 (15.8)	1,503 (4.0)	1,966 (30.8)	2,566 (30.5)	10%程度	195程度	5%程度	215程度
中国(注3)	879 (21.7)	934 (6.3)	1,364 (46.0)	1,806 (32.4)	11%程度	230程度	5%程度	250程度
インド	199 (13.7)	198 (▲0.5)	226 (14.1)	304 (34.5)	12%程度	170程度	11%程度	210程度
ASEAN	184 (5.1)	209 (13.6)	188 (▲10.0)	249 (32.4)	6%程度	145程度	6%程度	160程度
その他地域	494 (12.3)	518 (4.9)	428 (▲17.4)	498 (16.4)	4%程度	105程度	5%程度	115程度
合計	7,131 (5.3)	6,789 (▲4.8)	6,449 (▲5.0)	7,347 (13.9)	6%程度	110程度	5%程度	120程度

(注) 1. () 内は前年比伸び率。

2. 米国の販売台数は乗用車とライトトラックの合計。

3. 中国の販売台数は国内工場出荷台数+輸入台数-輸出台数

(資料) 日本自動車販売協会連合会、日本自動車工業会資料などをもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

(2) わが国自動車メーカーの販売・生産動向

①グローバル販売台数

◇ 北米での販売回復やアジアでの販売増により、2012年には過去最高へ

- 2010年のわが国自動車メーカーの世界販売は、政府の販売支援策による国内市場の回復やアジアでの販売増を主因に前年比 11.1%増の 2,144 万台へ(次頁図表 2)。

- ✓ 国内は、市場の動きに連動し、前年比 7.5%増の 477 万台となった。
 - ✓ 北米は、米系メーカーの巻き返しや韓国メーカーの攻勢が強まるなか、わが国自動車メーカーの販売はリコール問題の影響などもあって、市場が前年比 8.6%増加するなか前年比 5.9%増の 536 万台にとどまり、1%程度のシェア低下を余儀なくされた。
 - ✓ 南米は、市場拡大に伴って、前年比 12.5%増の 54 万台程度まで伸長した模様。
 - ✓ 欧州は、市場縮小の影響を受けて西欧で販売が減少したことに加え、東欧ではロシアで輸入関税引き上げ措置が延長されたことなどからわが国自動車メーカーの販売は伸び悩み、全体では前年比▲3.5%減の 246 万台程度となった模様。
 - ✓ アジアは、積極的な新車投入と販売網の強化を進めた中国、インドにおいて販売を増やし、前年比 27.5%増の 649 万台程度へ。
- 2011 年は、国内と西欧では市場の低迷によりわが国自動車メーカーの販売台数も前年割れとなるものの、海外では西欧以外の全ての地域で販売が増加し、全体では前年比 4%増の 2,220 万台程度と、過去ピークである 2007 年の水準に迫る見通し。
- ✓ 国内は、政策効果の剥落により、前年比▲10%減の 430 万台程度と、大幅な減少を余儀なくされる見通し。
 - ✓ 北米は、小型車・低燃費車の投入を強化する米系メーカー、品質向上やウォン安を武器に攻勢を強める韓国メーカーとの競争激化が引き続き予想されるものの、前年のリコール問題の沈静化に伴ってわが国自動車メーカーの販売シェアは底打ちし、前年比 10%増の 590 万台程度の販売を確保する見通し。
 - ✓ 南米は、ブラジルにおける販売網の拡充や低価格車の投入などにより、前年比 6%程度の販売増となる見通し。
 - ✓ 欧州は、西欧では引き続き前年割れが続くものの、ロシアを中心に東欧で販売を伸ばすことで、前年比 2%程度の販売増へ。
 - ✓ アジアは、中国、インドにおいて、エントリー層^(*)向けの低価格車を中心に販売強化を図り、前年比 8%程度の販売増となる見通し。
- 2012~2013 年も、わが国自動車メーカーの世界販売は、北米での販売回復やアジアでの拡販を主因に年率 5%程度の増加が続くとみられ、2012 年の販売台数は過去最高の 2,360 万台程度となる見通し。中国においても、これまでは急速な需要拡大に生産能力の拡張が追いつかず年々シェアを低下させていたが、2012 年には大幅な生産能力の増強が予定されていることから、以降は販売シェアを盛り返すとみられる。

図表 2：わが国自動車メーカーのグローバル販売台数の推移

(単位：万台、%)

(暦年)	2007	2008	2009	2010 (見込み)	2011 (予想)	2012~2013平均	2012~2013平均 (予想)	2007=100とした	2007=100とした 2013年の水準
						2007=100とした 水準			
国内販売	512 (▲6.7)	488 (▲4.7)	444 (▲9.0)	477 (7.5)	▲10%程度	85程度	横ばい	85程度	
海外販売	1,724 (9.5)	1,692 (▲1.9)	1,487 (▲12.1)	1,667 (12.1)	7%程度	105程度	7%程度	120程度	
北米	702 (3.2)	632 (▲10.0)	506 (▲19.9)	536 (5.9)	10%程度	85程度	8%程度	100程度	
南米	52 (20.9)	59 (13.5)	48 (▲18.6)	54 (12.5)	6%程度	110程度	4%程度	120程度	
欧州 (西欧・東欧)	334 (10.2)	327 (▲2.1)	255 (▲22.0)	246 (▲3.5)	2%程度	75程度	5%程度	85程度	
アジア	436 (14.1)	468 (7.3)	509 (8.8)	649 (27.5)	8%程度	160程度	7%程度	185程度	
その他地域	200 (20.5)	206 (3.0)	169 (▲18.0)	182 (7.7)	4%程度	95程度	5%程度	105程度	
合計	2,236 (5.3)	2,180 (▲2.5)	1,931 (▲11.4)	2,144 (11.1)	4%程度	100程度	5%程度	110程度	

(注) () 内は前年比伸び率。

(資料) 日本自動車販売協会連合会、日本自動車工業会資料などをもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

②グローバル生産台数

◇ 海外生産は増加基調が続くものの、国内生産の回復は鈍い

- 2010年のわが国自動車メーカーの世界生産は、国内生産の回復やアジアでの現地生産の拡大を主因に前年比23.9%増の2,326万台へ（図表3）。
 - ✓ 国内生産は、国内販売の回復に加えて、北米やアジア向け輸出の持ち直しを受けて、前年比21.4%増の963万台となった模様。
 - ✓ 海外生産も、北米の需要回復に伴う生産増や中国やインドでの需要拡大に伴う増産、輸出拠点としての位置付けが高まったタイでの大幅な生産増などを受けて、前年比25.6%増の1,363万台へ。
- 2011年は、需要が減少する国内と西欧以外の全地域で生産が増加するとみられ、前年比4%増の2,410万台程度となる見通し。
 - ✓ 国内生産は、アフリカや中近東向けを中心に輸出が増加するものの、国内市場の落ち込みが大きく、前年比▲2%減の945万台程度と再び減少に転じる見通し。
 - ✓ 海外生産は、需要が回復する北米で現地生産が増加することや、中国、インドにおける増産などから、前年比8%増の1,465万台程度となる見通し。
- 2012～2013年も、わが国自動車メーカーの販売増加に伴って、グローバル生産台数は年率5%程度の増加が見込まれる。ただし、国内生産については、内需の低迷に加え、海外への生産シフトの流れもあってその回復ピッチは鈍く、2013年時点でも生産台数は1,000万台を僅かに欠ける見通し。
- なお、新興国需要が急速に拡大するなか、これらの需要獲得を巡る自動車メーカー間の競争が熾烈化している。かかる環境下、自動車メーカー各社が現地の趣向を取り込んだ車両の開発やより一層の低価格化による価格競争力の強化を目指して開発や生産の現地化を急ピッチで進めており、わが国自動車メーカーにおいても、新興国における研究開発拠点の設立や現地人材の幹部登用、現地サプライヤーの開拓による部品の現地調達率引き上げといった取り組みをこれまで以上のスピードで進めていくことが求められよう。

図表3：わが国自動車メーカーのグローバル生産台数の推移

（単位：万台、%）

（暦年）	2007	2008	2009	2010 （見込み）	2011 （予想）	2012～2013平均 （予想）		
						2007=100とした 水準	2007=100とした 2013年の水準	
国内生産	1,160 (1.0)	1,158 (▲0.2)	793 (▲31.5)	963 (21.4)	▲2%程度	80程度	2%程度	85程度
うち輸出	655 (9.7)	673 (2.7)	362 (▲46.2)	484 (33.7)	6%程度	80程度	5%程度	85程度
海外生産	1,267 (10.1)	1,254 (▲1.0)	1,085 (▲13.5)	1,363 (25.6)	8%程度	115程度	7%程度	130程度
北米	462 (4.8)	417 (▲9.7)	316 (▲24.2)	409 (29.4)	9%程度	95程度	6%程度	110程度
南米	37 (8.8)	35 (▲5.4)	34 (▲2.9)	36 (5.9)	17%程度	115程度	8%程度	130程度
欧州（西欧・東欧）	201 (9.2)	191 (▲5.0)	125 (▲34.6)	144 (15.2)	3%程度	75程度	7%程度	85程度
アジア	524 (15.9)	567 (8.2)	580 (2.3)	737 (27.1)	7%程度	150程度	7%程度	175程度
その他地域	43 (7.5)	44 (2.3)	30 (▲31.8)	37 (23.3)	8%程度	95程度	7%程度	105程度
合計	2,427 (5.6)	2,412 (▲0.6)	1,878 (▲22.1)	2,326 (23.9)	4%程度	100程度	5%程度	110程度

（注）（ ）内は前年比伸び率。

（資料）日本自動車販売協会連合会、日本自動車工業会資料などをもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

2. 企業業績

◇販売台数の増加や原価低減努力により、増収増益が続く

- わが国自動車メーカー8社の2010年度の連結業績は、北米市場の戻りやアジア市場拡大による販売台数の増加を受けて増収増益となる見込み（図表4）。
 - ✓ 売上高は、販売台数の増加を主因に前年度比7.0%の増収を確保する見込み。
 - ✓ 損益面では、円高の進行や販売車両の小型化・低価格化による粗利益率低下の影響を受けながらも、販売台数の増加に加えて前年度に続いて取り組んできたコスト削減が奏功し、前年度比2倍強の増益。営業利益率は4.4%まで回復する見込み。
- 2011～2013年度も引き続き増収増益基調を辿り、2013年度には売上高は過去ピーク（2007年度）の9割程度、営業利益は同8割強まで回復する見通し。
 - ✓ 売上高は、販売台数の増加を主因として、2011年度は前年度比4%程度、2012～2013年度平均では前年度比6%程度の増収となる見通し。
 - ✓ 損益面では、長引く円高や原材料価格の上昇が見込まれるなかでも、販売台数の増加や原価低減努力により、2011年度は前年度比25%程度、2012～2013年度平均でも前年度比25%程度の増益が続き、営業利益率は2013年度時点で7%程度まで達する見通し。

図表4：わが国自動車メーカー8社の業績の推移

（単位：億円、%）

（年度）	2007	2008	2009	2010 （見込み）	2011 （予想）	2012～2013平均 （予想）	
						2007=100とした 水準	2007=100とした 2013年度の水準
売上高	622,731 (8.7)	493,627 (▲20.7)	436,357 (▲11.6)	467,000 (7.0)	+4%程度	80程度	+6%程度 90程度
営業利益	45,897 (5.4)	▲3,410 (赤字転落)	9,640 (黒字転換)	20,500 (2.1倍)	+25%程度	55程度	+25%程度 85程度
営業利益率	7.4	▲0.7	2.2	4.4	5%程度	—	7%程度 —

（注）1. 対象企業は、トヨタ自動車、本田技研工業、日産自動車、スズキ、マツダ、三菱自動車工業、富士重工業、いすゞ自動車。このうち、中国事業の損益が営業利益に含まれるのは、中国現法が連結子会社となっている日産自動車のみ。他は出資比率の関係などから当期利益に含まれる。

2. () 内は前年比伸び率。

（資料）各社決算資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

【用語説明】

- エコカー補助金 一定の基準に基づいて低燃費車として認められた車両を購入する際に政府から一定の補助金を受けられる制度。この制度は2009年6月～2010年9月まで実施された。
- フレックス燃料車 ガソリンのほか、植物由来のバイオエタノールも燃料とすることができる自動車。ガソリン単体またはエタノール単体でも、両方を混合した状態でも走行が可能。
- ナンバープレート規制 渋滞緩和を目的として、新車登録の際に必要なナンバープレートの発行を一定量に制限する規制。北京市では2011年からナンバープレートの発行を年間24万台分にとどめるといふ。
- エントリー層 初めて自動車を購入するユーザー層のこと。

（2011.2.10 高橋 和也）

9. 機械

【要約】

- ◇ 2011～2013年度の産業機械受注額及び工作機械受注額は、ユーザーが海外への設備投資を優先する動きを強めていることから内需の回復は鈍いものの、引き続き中国などの新興国を中心とする外需の伸びが牽引し、全体では緩やかな回復が続く見込み。
- ◇ 一方、2011～2013年の新造船受注量は、船腹過剰が解消されないなかで年間竣工量を下回る低水準での推移を余儀なくされ、手持工事量の減少が続く公算が大きい。
- ◇ 2011～2013年度の企業業績は、総合重機については自動車や建設機械向け量産品の増収を主因に緩やかな増収増益基調が続く見通し。産業機械大手も自動車関連機器や建設機械の売上増加が牽引して業績の拡大が続く見込み。ただし、新興国主体の受注拡大が続くなかで、わが国機械メーカーには現地のニーズに合わせた海外展開の有り方が求められよう。

(*)用語説明は、49頁をご参照下さい。

1. 業界環境

(1) 産業機械

◇ 新興国向け外需を主体に緩やかな回復が続く

- 2010年度の産業機械受注額は、新興国向けを中心とした外需の回復を背景に、前年度比23.4%増の6兆9,000億円程度となる見込み（図表1）。
 - ✓ 内需は、官公需こそ前年度比ほぼ横ばいとなるが、民需は金融危機後に手控えられていた設備投資が幅広い機種で再開し、前年度比13.1%増。
 - ✓ 外需は、中国を中心とする新興国で旺盛なインフラ投資・生産設備投資を受けて、建設機械や加工装置の受注が増加したことから前年度比37.8%増と大幅に回復し、外需比率が初めて50%を超える見込み。
- 2011年度は、内需の回復は鈍いものの、外需が引き続き拡大することで、全体では前年度比5～10%増の7兆4,000億円程度となる見通し。

図表1：産業機械受注額・受注残高の推移

(単位：億円、%)

(年度)	2007	2008	2009	2010 (見込)	2011 (予想)	2007=100とした 水準	2012～2013平均 (予想)	2007=100とした 2013年度の水準
受注計	88,530 (2.6)	66,950 (▲ 24.4)	55,643 (▲ 16.9)	68,680 (23.4)	+5～+10%	85弱	+5%強	95程度
民需	35,682 (0.3)	28,249 (▲ 20.8)	22,342 (▲ 20.9)	25,259 (13.1)	+2%程度	70～75	+1%程度	75弱
官公需	4,119 (6.2)	3,490 (▲ 15.3)	4,311 (23.5)	4,270 (▲ 1.0)	横ばい	105弱	±0～▲1%	100～105
外需	43,895 (4.5)	30,958 (▲ 29.5)	25,599 (▲ 17.3)	35,284 (37.8)	+10～+15%	90程度	+10%程度	110強
代理店	4,833 (▲ 0.9)	4,253 (▲ 12.0)	3,391 (▲ 20.3)	3,866 (14.0)	+2%程度	80強	+2%程度	85弱
受注残高	54,014 (2.2)	44,368 (▲ 17.9)	42,977 (▲ 3.1)	44,808 (4.3)	+5～+10%	90程度	+5%程度	100程度

(注) ()内は前年度比伸び率。

(資料) 内閣府「機械受注統計調査報告」をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

- ✓ 内需は、まず官公需が前年度比横ばい程度を維持。民需は、長引く円高を背景に自動車などの輸出産業で国内より海外への設備投資を優先する動きが強まっていることから、前年度比2%程度の増加にとどまる可能性が高い。
- ✓ 外需は、中国では金融引き締めの影響が懸念されるも、内陸部の開発に伴うインフラ投資を中心に引き続き旺盛な設備投資が期待できるとともに、東南アジア及び中東などでは、資源価格の上昇や経済成長を背景にプラント関連機械の需要増加が予想される。加えて、欧米でも緩やかながら設備投資が持ち直すと思われることから、受注額は前年度比10~15%増と堅調に拡大する見込み。
- 2012~2013年度も、中国他の新興国向けを中心に外需の順調な拡大が見込まれ、全体としては2013年度で8兆3,000億円程度と景気後退前の95%程度まで回復し、外需比率は6割弱程度まで高まる見通し。
- このように、内需の戻りが鈍く新興国主体の受注拡大が続くなか、わが国企業には新興国の現地ニーズに合わせた海外展開の有り方が問われよう。すなわち、製品面では日本製品の強みである高い機械性能は保ちつつも、低価格を実現するための機能や仕様の絞込み、現地での組立拠点の設置、部材の現地調達といった取り組みを進める動きが強まり、販売面では現地ニーズの更なる取り込みに向けて、販売・サービス網を拡充する動きが予想される。また、インフラ関連機器については、新興国では機器単体の提供のみならず、建設や運営までを含めたサービスニーズが強いことから、総合的なサービスの提供を企図した関連異業種との柔軟な連携の必要性も高まろう。

(2) 工作機械

◇ 中国向け受注拡大が牽引役となるなかで、低価格化ニーズなどへの対応が求められる

- 2010年度の工作機械受注額は、国内ユーザーの設備投資再開による内需の持ち直しや、中国向け受注拡大や米国向け受注復調に伴う外需の大幅な回復により、前年度比92.4%増と1兆円を上回る見込み(図表2)。
- ✓ 内需は、政府による販売促進策で販売が上向いた、自動車や家電製品などの国内生産の回復に伴う設備投資の再開により、前年度比78%増。
- ✓ 外需は、中国向けで電機業界の活発な設備投資を背景に小型機を中心とする受注の拡大が続いたことに加え、米国の自動車産業向け受注の回復もあって、前年度比2倍と大幅に回復する見込み。

図表2：工作機械受注額・受注残高の推移

(単位：億円、%)

(年度)	2007	2008	2009	2010 (見込)	2011 (予想)	2007=100とした 水準	2012~2013平均 (予想)	2007=100とした 2013年度の水準
受注計	15,939 (8.1)	9,690 (▲39.2)	5,471 (▲43.5)	10,529 (92.4)	+10%程度	70~75	+10%弱	85強
内需	7,208 (▲1.5)	4,114 (▲42.9)	1,890 (▲54.1)	3,365 (78.0)	+5%程度	50程度	+5%程度	55程度
外需	8,731 (17.5)	5,576 (▲36.1)	3,581 (▲35.8)	7,163 (100.0)	+10%強	90強	+10%程度	110強
受注残高	7,221 (7.8)	4,071 (▲43.6)	3,910 (▲3.9)	5,339 (36.5)	+10%弱	80程度	+10%弱	95程度

(注) () 内は前年度比伸び率。

(資料) 日本工作機械工業会資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

- 2011年度は、内需の回復が鈍いものの、引き続き外需の拡大が牽引し、全体では前年度比10%増程度の回復が予想される。
 - ✓ 内需は、政策効果の剥落に伴い自動車・電機メーカーの国内生産が再び減少に転じることや、これらユーザーが海外での設備投資を優先する動きが強まることを背景に受注の回復は鈍く、前年度比5%増程度にとどまる見込み。
 - ✓ 外需は、域内経済の回復感に乏しい西欧こそ回復が鈍いものの、自動車や建設機械などの増産に向けて中大型機の受注が拡大するとみられる中国や、自動車産業に加えて航空機産業関連で受注回復が予想される米国向けを主体に、受注額は前年度比10%強の増加となる見込み。
- 2012～2013年度も、内需の本格回復は見込み難いものの、外需は中国や米国向け受注が引き続き順調に拡大することに加え、その他の新興国向け受注の増加も期待され、2013年度には内外需合計で1兆4,000億円程度まで回復し、外需比率は7割を超える見通し。
- なお、中国他の新興諸国では低価格機を主体とする需要の拡大が予想され、これを巡って欧州勢や技術力を高めつつある韓国・台湾・中国勢との競合が激しさを増す見込み。かかるなか、わが国企業においては、比較的付加価値の低い機種については現地生産によるコスト低減を図るほか、外為法の規制^(*)によって新興国での現地生産が難しい高性能機種については、機能・仕様の絞り込みや部材の海外調達を進めて低価格化を実現する動きが加速するとみられる。加えて、金属加工や機械設備に関する知識の乏しい新興国ユーザー向けに、加工のアドバイスも含めた提案営業やアフターサービスの充実を図るべく、これを担う販売・サービス拠点網を拡充する動きも進む。さらに、従来は提携・再編の動きが少なかった工作機械メーカーであるが、今後はこうした海外展開を図るうえで、相互に連携・提携する戦略を模索していく必要もあろう。

(3) 造船

◇ 船腹過剰を背景に低水準の受注が続き、手持工事量の減少が続く

- 2010年（暦年）の新造船受注量は、通年では前年並の低水準で着地した模様。年前半こそ船価の下落に触発された一部の船主による発注がみられたものの、年後半になって円高を背景に受注が再び落ち込んだことが響いた。一方、新造船竣工量は景気後退前の豊富な受注残を背景に、前年比0.3%増の1,900万総トン程度の高水準を維持した模様（図表3）。

図表3：新造船受注量・竣工量・手持工事量の推移

（単位：万総トン、%）

（暦年）	2007	2008	2009	2010 （見込）	2011 （予想）	2007=100とした 水準	2012～2013平均 （予想）	2007=100とした 2013年の水準
新造船受注量	2,067 (▲8.4)	1,473 (▲28.7)	851 (▲42.2)	849 (▲0.2)	▲5%程度	40弱	+15～+20%	55弱
新造船竣工量	1,753 (▲3.6)	1,866 (6.5)	1,897 (1.7)	1,903 (0.3)	▲5%程度	100～105	▲10%弱	85程度
手持工事量	6,381 (12.1)	6,364 (▲0.3)	5,197 (▲18.3)	4,361 (▲16.1)	▲20～▲25%	50～55	▲20%弱	35程度

（注）（ ）内は前年比伸び率。

（資料）日本造船工業会資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

- 2011年については、荷動きの回復ピッチを上回る水準での船舶供給が続いて船腹過剰感が増すなか、新造船受注量は更に前年比▲5%程度減少する見通し。これに呼応して、造船各社が手持工事量の枯渇を避けるべく操業度を落とすことで、竣工量についても前年比▲5%程度の減少が見込まれるものの、受注量が年間竣工量を大きく下回る状況は変わらず、手持工事量は前年比▲20～▲25%減の3,400万総トン程度まで減少。わが国造船所の年間竣工能力（約2,000万総トン程度）の2年分を割り込む公算が大きい。
- 2012～2013年については、依然として船腹過剰感が解消されず厳しい受注環境が続こうが、手持工事量の確保に向けて造船各社が受注姿勢を強めることから、新造船受注量は若干の増加に転じる見込み。ただし、年間竣工量を上回る受注水準は期待できず、手持工事量は更に減少して2013年には景気後退前の35%程度にまで落ち込む見通し。
- こうしたなか、造船各社の業績は、景気後退前に受注した高採算の手持工事を消化することで当面は無難に推移しようが、韓国勢や中国勢との受注競争の熾烈化による船価の低迷、鋼材価格の上昇、長引く円高などから、足下の受注案件の採算は極めて厳しく、景気後退前に受注した高採算案件が尽き次第、造船各社は一転して厳しい収益状況を余儀なくされる恐れが強い。
- かかる環境下、わが国造船各社には、従来以上に製品付加価値や生産効率の高さに磨きをかけることが求められる。すなわち、燃費性能をより一層向上させた新型船の開発や、連続建造(*)等による生産性の更なる引き上げなどによって、韓国勢や中国勢には実現できない付加価値をユーザーに提供し続けることが、わが国造船各社の生き残りの鍵を握ると言えよう。

2. 企業業績

(1) 総合重機

◇ 量産品部門の増収を主因に、緩やかながら増収増益が続く

- 総合重機6社の2010年度の業績は、若干の減収なるもコスト削減の効果により増益となる見込み（図表4）。
 - ✓ 売上高は、自動車関連機器や建設機械及び同部品などの量産品部門の売上が回復するも、景気後退時に受注が落ち込んだ発電や化学などのプラント関連機器部門の売上減が避けられず(*)、全体では前年度比▲1.5%程度の減収見込み。
 - ✓ ただし、損益面は、量産品部門の増収要因に加えて、前年度までの固定費圧縮策によるコスト削減効果が通期で寄与し、前年度比15.8%程度の増益見込み。
- 2011年度は、量産品部門の売上回復が続くなか、プラント関連機器部門の売上も下げ止まりに向かうことから、業績は前期比わずかながらの増収増益が予想される。

図表4：総合重機大手6社の業績

(単位：億円、%)

(年度)	2007	2008	2009	2010 (見込)	2011 (予想)	2012～2013平均 (予想)	
						2007=100とした 水準	2007=100とした 2013年度的水準
売上高	76,702 (5.9)	77,303 (0.8)	69,128 (▲10.6)	68,108 (▲1.5)	+2～+3%	90程度	+5%程度 100程度
営業利益	3,209 (20.0)	2,556 (▲20.3)	1,963 (▲23.2)	2,273 (15.8)	+5%強	75程度	+15%強 105弱
営業利益率	4.2	3.3	2.8	3.3	3.5	—	4%程度 —

(注) 1. 対象企業は、三菱重工業、IHI、川崎重工、住友重機械工業、三井造船、日立造船の6社。

2. ()内は前年度比伸び率。

(資料) 各社決算資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

- ✓ 売上高は、前年度に受注が持ち直したプラント関連機器部門で下げ止まりに向かい、外需中心に需要が堅調な量産品部門の売上は引き続き増加するため、全体としては前年度比2~3%程度の増収となる見通し。
- ✓ これに伴い、損益も増益の見込み。ただし、プラント案件の採算性は総じて低下しており、増益幅は前年度比5%強程度にとどまる。
- 2012~2013年度は、造船こそ厳しい損益状況が懸念されるも、引き続き外需主導で量産品部門の増収が続くほか、プラント関連機器部門の売上も回復に向かうとみられ、B787の生産本格化(*)に伴う航空機部門の増収も期待できることから、業績は緩やかな増収増益基調を辿る公算が大きい。

(2) 産業機械

◇ 増収増益が続き、2013年には売上・損益とも過去ピークを上回る見通し

- 産業機械大手6社の2010年度の業績は、建設機械や軸受の売上回復を主因に増収増益となる見込み(図表5)。
 - ✓ 売上高は、中国での旺盛なインフラ投資に伴う建設機械の売上増加や、自動車生産の回復に伴う軸受の売上持ち直しが牽引し、6社合計で前年度比15.5%の増収となる見込み。
 - ✓ 損益面では、増収要因に加え、前年度までに実施した製販拠点の統廃合などのコスト削減効果が通期で寄与したことで、前年度比115.1%増の大幅増益で着地する見込み。
- 2011年度は、引き続き建設機械や自動車関連機器の売上増加が牽引し増収増益が続く見込み。
 - ✓ 売上高は、国内こそ回復が鈍いとみられるが、中国を中心に建設機械及び自動車関連機器の需要が引き続き拡大すると見込まれることから、前年度比5~10%の増収が続く見込み。
 - ✓ 損益面では、円高の環境下にはあるものの、増収効果が大きく前年度比20%弱の増益となる見通し。
- 2012~2013年度も同様の展開が続いて各社の業績は増収増益基調を辿り、2013年度の大手6社合計の売上・損益は過去ピークを上回る公算が大きい。

図表5：産業機械大手6社の業績

(単位：億円、%)

(年度)	2007	2008	2009	2010 (見込)	2011 (予想)	2012~2013平均		
						2007=100とした 水準	(予想)	2007=100とした 2013年度の水準
売上高	69,684 (17.2)	62,245 (▲10.7)	50,655 (▲18.6)	58,505 (15.5)	+5~+10%	90程度	+5%強	100~105
営業利益	7,816 (28.1)	3,877 (▲50.4)	2,307 (▲40.5)	4,962 (115.1)	+20%弱	75程度	+15%強	100~105
営業利益率	11.2	6.2	4.6	8.5	9.4	—	10%程度	—

(注) 1. 対象企業は、コマツ、クボタ、ダイキン工業、日本精工、日立建機、荏原製作所の6社。
2. ()内は前年度比伸び率。

(資料) 各社決算資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

(3) 工作機械

◇ 受注の回復に伴い増収増益が続く見込み

- 工作機械大手3社の2010年度の業績は、中国向け受注の拡大を主因に増収・損益黒字化の見込み（図表6）。
 - ✓ 売上高は、中国向けが牽引となって受注が急回復したことを背景に、前年度比59.3%の増収となる見込み。
 - ✓ 損益面では、増収に加えて生産体制の再編など前年度までのコスト削減が寄与し、わずかながらも黒字化を達成する見込み。
- 2011年度は、中大型機など幅広い機種で売上が回復し増収増益となる見通し。
 - ✓ 売上高は、大手が主力製品とする中大型機など幅広い機種で売上回復が見込まれ、3社の企業業績は前年度比20%弱の増収となる見込み。
 - ✓ 損益面では、欧州メーカーや台頭する新興国メーカーとの競合が強まるものの、増収要因が大きく、また、前年度の利益水準が低いこともあって、前年度比10～12倍の増益となる見通し。
- 2012～2013年度も引き続き需要の拡大が見込まれ、各社の業績は増収増益基調を辿り、2013年度には売上が2007年度の80%程度、増益は55%程度にまで回復する可能性が高い。

図表6：工作機械大手3社の業績

(単位：億円、%)

(年度)	2007	2008	2009	2010 (見込)	2011 (予想)	2012～2013平均 (予想)	
						2007=100とした 水準	2007=100とした 2013年度の水準
売上高	5,488 (10.1)	4,250 (▲22.6)	1,846 (▲56.6)	2,940 (59.3)	+20%弱	65弱	+10～+15% 80程度
営業利益	762 (10.2)	176 (▲76.9)	▲523 (赤字転落)	20 (黒字回復)	10～12倍	30～35	+30%程度 55程度
営業利益率	13.9	4.1	▲28.3	0.7	7.1	—	10%弱 —

(注) 1. 対象企業は、オークマ、森精機製作所、牧野フライス製作所の3社。

2. () 内は前年度比伸び率。

(資料) 各社決算資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

【用語説明】

- 外為法の規制** 安全保障の観点から、大量破壊兵器などの製造に転用される恐れがある高性能な工作機械を、日本メーカーが輸出及び海外生産を行う際には、外為法によって経済産業大臣の許可を得ることが義務付けられている。一般的に、輸出より海外生産の方が技術流出の懸念が高いため、高性能な工作機械の海外生産は事実上禁じられている。
- 連続建造** 船舶の建造にあたって、同一の船種を連続して建造することで、1隻あたりの設計負担の軽減や、作業員の習熟度の向上を図り、生産を効率化する手法のこと。
- プラント関連機器部門の売上減が避けられず** 発電や化学などのプラントに使用される原動機・化学機械などは、一品毎のオーダーメイドとなり設計に多くの時間を要するため、受注から売上計上までは1年以上の期間が必要となるケースが多い。このため、2009年度の受注減少が2010年度から2011年度にかけての売上に影響を及ぼし、売上減となる見込み。
- B787の生産本格化** B787はボーイング社が開発中の中型旅客機で、日本の航空機関連メーカーが製造工程の35%を受託している。開発スケジュールの延期が続いてきたが、2011年7～9月期に初号機を納入し、2013年には月産10機まで生産水準を引き上げる予定となっている。

(2011.2.10 井本 広紀)

10. エレクトロニクス

【要約】

- ◇ 2011年度以降のエレクトロニクスの世界市場は、家電や情報通信機器、それに搭載される半導体ともに、先進国の伸び悩みから小幅な成長が予想される。もともと、新興国では高水準の伸びが見込まれるうえ、個別製品でも、スマートフォンやフラッシュメモリ^(*)、パワー半導体^(*)などは、市場全体を上回るピッチで高成長が続こう。
- ◇ かかる状況下、電機大手9社の業績は、重電等の非エレクトロニクス事業を含めた市場の伸びに加え、事業領域の絞り込み等に伴うコスト削減効果が寄与して、増収増益が続く見通し。ただし、各社の業績には、新興国や当面の成長製品に係る取り組みの如何により、成長格差が生じそうだ。

(*)用語説明は、54頁をご参照下さい。

1. 業界環境

(1) 家電（わが国メーカーの売上高は約13兆円）

◇全体として低成長となるなか、新興国への依存度が一層高まる家電市場

- 主要な製品をみると、2010年の世界市場は、価格は下落が続いたものの、需要が、日本や中国における政策支援（エコポイント等）の追い風もあって先進国・新興国ともに大幅増となり、これが寄与して総じて高成長を果たした（図表1）。
 - ✓ 薄型TV：価格下落を需要の大幅な伸びが補って市場は急拡大。7～9月期には新興国における需要が先進国のそれを逆転し、新興国主導の成長が一際顕著に。
 - ✓ デジカメ：新興国における需要の伸びが牽引して、市場は小幅ながら反転。
 - ✓ エアコン：景気回復に猛暑が加わって、需要は世界的に大幅伸張。
- 2011年以降は、価格の下落が続くなか、需要は先進国が足を引っ張って小幅な伸びにとどまると予想されるため、市場は全体として頭打ち傾向が強まる可能性が高い。いずれの製品においても新興国への依存度が一段と高まり、業界各社にとって、同地域での競争を優位に運ぶ重要性が増すのは必至となろう。
 - ✓ 薄型TV：新興国での需要や、先進国での買い増し（中小型サイズが主）需要が中心となるため、安価な製品の比率が高まり、市場はマイナス成長に転じよう。
 - ✓ デジカメ：牽引役の一眼レフを中心に先進国のウェイトが高いなか、価格下落が響いて横這いが精々の展開。
 - ✓ エアコン：新興国が牽引役となり、需要は堅調に推移する見通し。なかでも、省エネ性能の高いインバータエアコン^(*)の普及が世界的に進む公算大。

図表1：主要な家電製品の世界市場の推移

(暦年)	2007	2008	2009	2010 (見込)	2011 (予想)	2012～2013平均 (予想)		
						2007=100とした 水準	2007=100とした 2013年度的水準	
薄型TV世界出荷金額 (百万米ドル)	83,100 (24.2)	96,150 (15.7)	96,240 (0.1)	112,630 (17.0)	▲1%程度	135程度	▲3%程度	125程度
新興国比率(台数ベース)	28.2	35.7	42.9	48.2	55%程度	—	60%程度	—
デジカメ世界出荷金額 (億円)	20,606 (16.1)	21,640 (5.0)	16,208 (▲25.1)	16,432 (1.4)	+0%程度	80程度	▲0～▲1%	80程度
新興国比率(台数ベース)	24.1	26.6	28.2	31.1	35%程度	—	40%程度	—
ルームエアコン世界出荷台数 (千台)	61,786 (6.4)	64,189 (3.9)	60,107 (▲6.4)	65,841 (9.5)	+5%程度	110程度	+5～+6%	125程度
新興国比率(台数ベース)	62.7	66.2	71.0	69.8	71%強	—	72%弱	—

(注1) ()内は前年比伸び率。

(注2) 新興国比率は、世界全体の数値から北米・欧州・日本を除いて算出。なお、欧州については、薄型TVは西欧のみ、デジカメ及びルームエアコンは、西欧に加え、東欧・ロシアが含まれる。

(資料) Display Search資料、CIPA資料、日本冷凍空調工業会資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

◇新興国における需要取り込みに向けた動きが広がるわが国家電メーカー

- かかる状況下、わが国家電メーカーは、ここ数年、新興国における需要取り込みを急いでいる。特に2010年度については、薄型TVなどのAV機器では、生産コストの削減を図るためEMS(*)を活用する動きが広がったほか、エアコンなどの白物家電では、現地仕様に即した製品開発を行うため、開発拠点の新設や海外企業のM&Aを模索する動きが目立った。
- 今後も、新興国に依存した市場成長が一段と強まると予想されるなか、開発・販売拠点の拡充に加え、輸送コストの嵩む白物家電では、部材調達や生産における現地化が進む可能性が高い。

(2) 情報通信機器（わが国メーカーの売上高は約5兆円）

①PC

◇ タブレット端末との競合から世界市場は緩やかな拡大にとどまる見通し

- 2010年の世界市場は、年後半にかけ減速感がみられたものの、企業業績の回復に伴う法人向けの更新需要が牽引役となって二桁成長を果たした。なかでも、新興国が個人向けの伸びもあって好調に推移し、市場規模で先進国を初めて上回った(図表2)。
- また、PCの類似製品として、閲覧用途が主体ながら、iPadに代表されるタブレット端末(携帯性に優れた情報通信端末)の需要が急進した。
- 2011年以降についてみると、新興国が牽引役である構図に変わりはないものの、世界市場は緩やかな拡大にとどまる見通し。
- というのも、安価なタブレット端末に対する需要が、主に個人(閲覧用途が主)向けで高まるとみられ、同製品の普及が、ノートPCの需要の一部を奪うとともに、PC全体の価格を引き下げる展開を招く可能性が高いと予想されるからである。

図表2：PCの世界市場およびタブレット端末の世界需要の推移

(単位:百万米ドル、%、千台)

(暦年)	2007	2008	2009	2010 (見込)	2011 (予想)	2007=100とした 水準	2012~2013平均 (予想)	2007=100とした 2013年度の水準
PC世界出荷金額	238,572 (14.5)	250,598 (5.0)	224,539 (▲10.4)	249,279 (11.0)	+4~+5%	110程度	+2~+3%	115程度
新興国比率(金額ベース)	44.2	46.6	48.3	51.8	55%程度	-	60%程度	-
PC世界出荷台数	264,667 (16.7)	292,742 (10.6)	304,877 (4.1)	355,784 (16.7)	+11~+12%	150程度	+9%程度	180程度
新興国比率(台数ベース)	49.5	50.4	50.8	53.0	55%程度	-	60%程度	-
タブレット端末世界出荷台数	N.A.	N.A.	N.A.	19,200	1.7~1.8倍	-	+50~+60%	-

(注1) ()内は前年比伸び率。

(注2) 新興国比率は、世界市場から、米国、西欧、日本を引いた数値をもとに算出。

(資料) IDC, Worldwide PC 2010-2014 Forecast Update: November 2010 (#225485)をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

②携帯電話

◇ 世界需要は緩やかに増加し、スマートフォンは高成長が続く見通し

- 2010年の世界需要は、新興国(特に中国やインド)での新規需要の伸びに加え、ここ数年低迷が続いた先進国でも、iPhoneに代表されるスマートフォンが火付け役となって更新需要が高まったため、全体でも二桁成長を果たした(次頁図表3)。
- 2011年以降については、新興国の増勢は続こうが、先進国の伸び悩みから、世界全体では緩やかな増加基調を辿ると予想される。
- 製品別にみると、スマートフォンは、高成長が続く見通し。スマートフォンは、PC向けのWEBサイトの閲覧に適し、端末購入後にユーザーの好みに応じて様々な機

能を追加できるため、先進国のアーリーアダプター（流行に敏感な購買層）を中心に普及が進んできた。

- 今後は、グーグルのオープン OS^(*) (Android) の浸透により、端末供給の担い手はもとより、価格面を含めた端末のバラエティも増えると予想されることから、中期的には、先進国のみならず、新興国においても普及が進む可能性が高い。

図表 3：世界および国内の携帯電話出荷台数の推移

(単位:千台、%)

(暦年)	2007	2008	2009	2010 (見込)	2011 (予想)	2012~2013平均 (予想)		
						2007=100とした 水準	2007=100とした 2013年度の水準	
携帯電話世界出荷台数	1,141,513 (12.2)	1,189,828 (4.2)	1,171,644 (▲1.5)	1,361,500 (16.2)	+9%程度	130程度	+6~+7%	150程度
新興国比率 (台数ベース)	61.9	65.9	65.8	69.6	72%程度	—	74%程度	—
スマートフォン世界出荷台数	123,962 (51.7)	150,760 (21.6)	173,483 (15.1)	291,514 (68.0)	+30~+40%	350程度	+20%程度	500程度
携帯電話国内出荷台数	51,520 (4.5)	41,912 (▲18.6)	33,955 (▲19.0)	36,331 (7.0)	+2%程度	70程度	▲2%程度	65程度

(注1) () 内は前年比伸び率。

(注2) 新興国比率は、世界需要から、米国、西欧、日本を引いた数値をもとに算出。

(注3) スマートフォンは、iPhoneやBlackBerryのほか、AndroidやSymbian、LinuxといったオープンOSを搭載した携帯電話を指す。

(資料) IDC, Worldwide Mobile Phone 2010-2014 Forecast Update: June 2010 (#223789),

IDC, Worldwide Mobile Phone 2010-2014 Forecast Update: December 2010 (#226140),

IDC, Worldwide Smartphone 2010-2014 Forecast Update: December 2010 (#226107)をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

(3) 半導体 (わが国メーカーの売上高は約 5 兆円)

◇ 製品別に濃淡はあるものの、全体では緩やかな拡大傾向を辿る公算大

- 2010年の世界市場は、年後半こそPCなど最終製品の在庫調整やPC向けDRAMの価格下落が響いて、増勢が鈍化したものの、年間を通してみれば、前年比30%超の高成長を果たした(図表4)。
- まず、需要は、薄型TVやスマートフォンを含む携帯電話、自動車など最終製品の伸びに加え、年前半には、最終製品メーカーが、リーマンショック以降、圧縮を続けてきた手元在庫を補充する動きもあって好調に推移。また、価格も、市況変動の大きいフラッシュメモリ(NAND型)が、スマートフォン向けなどの急伸から高値で推移し、市場拡大に寄与した。
- 今後についてみると、2011年春先ごろまでは、最終製品の在庫調整の影響が残ろうが、その後は最終製品の需要の伸びと半導体搭載量の増加につれ、市場は緩やかに拡大する見通し。なかでも、スマートフォンやタブレット端末向けのフラッシュメモリや、最終製品の省エネ性能の向上に不可欠なパワー半導体は、市場全体を上回る高成長が期待される。
- もっとも、フラッシュメモリでは多額の設備投資の継続が、パワー半導体では長年に亘るユーザーとの共同開発などが参入障壁となって、いずれも当面の成長の果実を得るのは一握りの企業に限られる。最終製品の普及率の高まりなどを背景に、従来に比べて市場の拡大ピッチが鈍化するなか、業界各社には、将来の高成長が期待される次世代自動車や医療機器などの用途開拓が必要となろう。

図表 4：半導体の世界市場および国内生産額の推移

(単位:百万米ドル、%、億円)

	2007	2008	2009	2010 (見込)	2011 (予想)	2012~2013平均 (予想)		
						2007=100とした 水準	2007=100とした 2013年度の水準	
半導体世界出荷金額 (暦年)	255,638 (3.2)	248,603 (▲2.7)	226,313 (▲9.0)	299,589 (32.4)	+3%程度	120程度	+6%程度 ⇒+3%程度	130程度
半導体国内生産金額 (年度)	37,496 (3.4)	27,429 (▲26.8)	26,543 (▲3.2)	26,854 (1.2)	+2~+3%	75程度	+0~+1%	75程度

(注) () 内は前年比伸び率。

(資料) WSTS資料、経済産業省「機械統計」をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

◇海外ユーザーの開拓が急がれるわが国半導体メーカー

- ここ数年、わが国メーカーは、韓国や台湾など海外メーカーとの競争に押されて、市場の拡大を下回る成長にとどまり、選択と集中を続けてきた。特に、2010年度については、多額の設備投資と研究開発費を要する最先端の半導体に係る自社生産を断念し、海外のファウンドリ^(*)からの調達に切り替える動きが広がった。一方で、成長を意識した動きも出てきており、従来手薄であった海外ユーザーからの受注獲得を狙って、海外における開発・営業拠点の新增設も目立った。
- 今後についても、家電や情報通信機器を中心にわが国最終製品メーカーの生産拡大(=半導体の需要拡大)に多くを期待できないなか、海外ユーザーを開拓する重要性は一段と増す公算が大きく、海外における開発・営業拠点を拡大する動きは加速する可能性が高い。

2. 企業業績

◇2011年度以降も増収増益が続くとみられるが、新興国や当面の成長製品に係る取り組みによって成長格差が生じる展開に

- 電機大手9社は、2010年度に事業の選択と事業領域の絞り込みを図る一方、新興国を中心とした開発・販売拠点の新設や、コンテンツ企業など周辺業界との提携といった、将来の成長に向けた布石を打った。こうしたなか、同年度の業績は、既存ビジネスに係る市場の好転にコスト削減効果も相俟って増収・大幅増益となる見込み(図表5)。
- ✓ 売上高は、市場の好転を主因に、家電や半導体などのエレクトロニクス(以下、エレキ)事業、重電やFA機器などの非エレキ事業ともに増収となった。
- ✓ 営業利益については、リーマンショック以降の大規模な固定費削減効果に加え、不採算事業からの撤退などが寄与して大幅増益となる見込み。
- 2011年度以降は、引き続き市場が拡大するとみられるなか、地道なコスト削減効果が寄与して、増収増益が続く見通し。
- ✓ 売上高は、エレキ事業については、主力の国内市場の低迷が響いて微増にとどまろうが、重電等を中心に非エレキ事業の伸びが寄与して、全体では増収。
- ✓ 損益面では、増収効果に加え、調達先の絞り込みによる部材コストの低減や、EMSの活用による生産コストの削減などを背景に、増益傾向を辿る可能性が高い。
- ただし、新興国市場におけるマーケティングの強化や販路の拡充に加え、当面の成長製品(スマートフォン等)と付加サービスを、早期かつ十分に提供できるか否かによって、各社には成長格差が生じよう。

(単位:億円、%)

(年度)	2007	2008	2009	2010 (見込)	2011 (予想)	2007=100とした 水準	2012~2013平均 (予想)	2007=100とした 2013年度水準
売上高	562,686 (4.7)	493,420 (▲12.3)	455,488 (▲7.7)	466,279 (2.4)	+1~+2%	85程度	+3%程度	90程度
営業利益	24,672 (39.2)	▲1,229 (赤字転落)	8,661 (黒字転換)	17,746 (104.9)	+10%程度	80程度	+10~+15%	100程度
営業利益率	4.4	▲0.2	1.9	3.8	4%程度	—	5%程度	—

(注1) 対象企業は、総合家電4社(パナソニック、ソニー、シャープ、三洋電機)および総合電機5社(日立製作所、東芝、富士通、日本電気、三菱電機)。

(注2) ()内は前年比伸び率。

(資料) 各社決算資料などをもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

図表 5 : 電機メーカー9社の業績推移

【用語説明】

フラッシュ メモリ	情報（データやプログラム）を記憶する半導体の一種。電源を切っても情報が失われな い特長に加え、高性能化から記憶する情報量が飛躍的に増加していることを背景に、ス マートフォンなど各種電子機器への搭載が進んでいる。
パワー半導体	電気の流れや電圧、周波数の調整を担う半導体の総称。電子機器や重電・FA 機器のほか、 自動車部品において、省エネ性能の高さが求められるなかで、各種最終製品への搭載が 進んでいる。
インバータ エアコン	インバータ（モータの回転速度を連続的に変化させる部品）を搭載したエアコン。室温 を細かく制御できるため、非搭載製品に比べて、消費電力量を 30%程度削減できる。
EMS	<u>E</u> lectronics <u>M</u> anufacturing <u>S</u> ervice の略で、電子機器の生産を受託するサービス及びその事 業者のことを指す。EMS は、幅広い企業から受託し、部材調達・生産ロットを纏めるこ とで、電子機器の生産コストの大幅削減を実現している。
OS	<u>O</u> perating <u>S</u> ystem の略で、電子機器が動作する際に必要となる基本的な機能を提供すると ともに、電子機器全体を管理するソフトウェア。オープン OS は、その仕様が広く公開 され、無料で利用できる OS を指す。
ファウンドリ	半導体の受託生産企業。開発と生産に特化し、幅広い企業からの受託しスケールメリッ トを追及することで、生産コストの大幅削減を実現している。

(2010.2.10 別所 香子)

11. 通信

【要約】

- ◇ 2011年度の通信市場は、固定通信の低迷を移動体通信の伸びが補って前年並みを確保しよう。2012～2013年度は、固定通信が低調に推移するものの、主力の移動体通信が分離プラン導入に伴うマイナス影響^(*)の一巡などから成長を加速させるため、市場は拡大基調を辿る見通し。
- ◇ 2011～2013年度の総合通信大手3グループの業績は、売上高が市場同様の展開を辿るなか、インフラ投資のピークアウトに伴う減価償却負担の軽減などコスト構造の改善が進むことで、二桁近い増益が続く公算大。

(*)用語説明は、57頁をご参照下さい。

1. 業界環境

◇2011年度は前年並みを確保し、2012～2013年度は6年振りの成長基調に転じる見通し

- 2010年度の通信市場は、主力の移動体通信が4年振りのプラス成長を確保したことから、前年比▲0.5%減と緩やかな落ち込みにとどまる見込み(図表1)。
 - ✓ 移動体通信市場は、僅かながら4年振りの拡大に転じた。ARPU(1加入者当たりの月間平均通信収入)は、分離プラン導入に伴う通信料金引き下げの影響が残るものの、データ通信収入の拡大に繋がるスマートフォンの普及等に伴い、小幅な下落にとどまった。こうしたなか、加入者数が、「iPhone4」による2台目需要の喚起などから比較的高い伸びを示したことが寄与した。
 - ✓ 固定通信市場は、データ通信収入の伸びを音声収入の落ち込みが打ち消して、前年比約▲1%減と5年連続の縮小となる見込み。
- 2011年度は、固定通信の低迷を移動体通信の伸びが補って、前年並みを確保しよう。
 - ✓ 移動体通信市場は、スマートフォンの普及拡大を受けて、ARPUの下落を加入者数の伸びでカバーできる局面を迎え、2年連続の成長を遂げよう^(注)。
 - ✓ 固定通信市場は、前年までのトレンドが続き、6年連続で落ち込もう。

(注) なお、足元でNTTドコモとKDDIが、販売時の奨励金に代えて基本・通信料金を最大24ヵ月間割り引く新たな販売方式を発表・導入したが(ソフトバンクは導入済み)、高めに設定した料金プランへの加入が条件となっており、ARPUの下落幅縮小のトレンドには影響しないとみられる。

図表1：通信市場の推移

(年度)	(単位)	2007	2008	2009	2010	2011	2007=100とした 水準	2011～2013平均 (予想)	2007=100とした 2013年度水準
		(見込)	(予想)						
通信事業収入	億円 %	129,156 (▲1.5)	124,071 (▲3.9)	120,544 (▲2.8)	119,953 (▲0.5)	▲0%程度	90強	+0.5～+1%	95弱
移動体通信 ^(注2)	億円 %	71,854 (▲1.3)	67,927 (▲5.5)	66,264 (▲2.4)	66,337 (0.1)	+1%弱	95弱	+2%程度	95程度
	万人 %	10,734 (5.5)	11,205 (4.4)	11,630 (3.8)	12,195 (4.9)	+3%程度	115強	+1～+2%	120程度
	円/人・月 %	7,245 (▲6.9)	6,517 (▲10.0)	6,137 (▲5.8)	5,877 (▲4.2)	▲3%程度	80弱	▲0.5～+0.5%	80弱
	固定通信 ^(注2)	億円 %	57,302 (▲1.8)	56,143 (▲2.0)	54,281 (▲3.3)	53,616 (▲1.2)	▲1%程度	90強	▲1%程度

- (注) 1. ()内は前年比伸び率。
 2. 通信大手3グループの電気通信事業収入の合計。対象企業は、NTT東日本、NTT西日本、NTTコミュニケーションズ、NTTドコモ連結、KDDI連結(移動通信事業、固定通信事業)、ソフトバンク連結(移動体通信事業、ブロードバンド・インフラ事業、固定通信事業)。附帯事業は含まない。
 3. 携帯電話、PHSの年度末の累計加入者数。

(資料) 各社のIR資料、社団法人電気通信事業者協会ホームページをもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

- ▶ 2012～2013年度は、移動体通信の伸びが加速するとみられ、通信市場全体でも成長基調に転じる公算が大きい。移動体通信では、分離プラン導入に伴うマイナス影響の一巡に加え、LTEの普及に伴うプラス効果(*)もあって、ARPUが底打ちすることが大きく寄与しよう。
- ▶ なお、内需主導で成長を遂げた当業界でも海外の重要度は上昇。特に国内が成熟化する固定通信では、わが国企業の海外進出の加速やアジア等新興国の通信市場の拡大を背景に、海外展開が主な戦略一つとなっている。実際、NTTグループとKDDIは海外売上高を2倍以上に拡大する計画(*)であり、今後もM&Aやデータセンタの拡充などにより、海外のサービス基盤を整備・拡充する動きが続きそうである(注)。(注) 移動体通信では、既に欧米等の大手事業者によるグループ化が明確となっており、各社の海外展開については、通信そのものではなく、コンテンツ・サービス領域の取り込みが主軸となろう。

2. 企業業績

◇2011～2013年度も、増益トレンドを辿る見通し

- ▶ 総合通信大手3グループの2010年度の業績は、増収・大幅増益の見込み(図表2)。
 - ✓ 売上高は、市場が僅かな縮小にとどまるなか、スマートフォン等の端末販売の拡大や連結対象の増加(*)などが上乗せ要因となり、3年振りの増収に転じた。
 - ✓ 損益面は、5年連続の増益。移動体通信では、高採算な通信収入の拡大や新たな販売方式の導入に伴う販売奨励金の削減(*)が寄与、固定通信では、重複していた通信ネットワークの統合に伴う経費減や減価償却費の低減等が貢献した。
- ▶ 2011年度以降も、売上高が市場同様に拡大基調を辿るなか、減価償却負担の低減などコスト構造の改善が進むことで、二桁近い増益基調を持続すると予想される。
 - ✓ 売上高は、市場の好転を受け2013年度に向けて拡大トレンドを辿ろう。
 - ✓ 損益面では、移動体における通信収入の増加に加え、移動体・固定ともにインフラ投資のピークアウトによる減価償却負担の軽減等により増益が続く公算大。
 - ✓ このように通信大手3グループの当面の事業基盤は磐石だが、より長い目でみると、スマートフォンの普及を受けて移動体通信のコンテンツ・サービス提供を含む垂直型の事業モデルを如何に維持するかが課題。これに向けた国内外でのM&A等の取り組みが注目される。

図表2：総合通信大手3グループの業績推移

(単位:億円、%)

(年度)	2007	2008	2009	2010 (見込)	2011 (予想)	2007=100とした 水準	2012～2013平均		
							(予想)	2007=100とした 2013年度水準	
売上高	156,111 (1.2)	150,820 (▲3.4)	148,160 (▲1.8)	149,147 (0.7)	+0.5%程度	95程度	+0.5～+1%	95強	
営業利益	15,798 (9.1)	16,585 (5.0)	17,699 (6.7)	19,541 (10.4)	+8%強	135弱	+9%前後	160弱	
営業利益率	10.1	11.0	11.9	13.1	14%程度	—	15～17%	—	
移動体 通信	売上高	92,053 (3.3)	87,301 (▲5.2)	86,361 (▲1.1)	87,440 (1.2)	+1～+2%	95強	+1～+2%	100程度
	営業利益	14,379 (9.3)	15,038 (4.6)	15,789 (5.0)	16,841 (6.7)	+8%弱	125強	+9%前後	150程度
	営業利益率	15.6	17.2	18.3	19.3	20～21%	—	22～24%	—
固定 通信	売上高	64,059 (▲1.6)	63,519 (▲0.8)	61,799 (▲2.7)	61,707 (▲0.1)	▲1%程度	95程度	▲1%程度	95弱
	営業利益	1,419 (7.1)	1,547 (9.0)	1,911 (23.5)	2,700 (41.3)	+11%程度	210強	8%弱	245程度
	営業利益率	2.2	2.4	3.1	4.4	5%弱	—	5～6%	—

(注)1. 対象企業は、対象企業は、NTT東日本、NTT西日本、NTTコミュニケーションズ、NTTドコモ連結、KDDI連結(移動通信事業、固定通信事業)、ソフトバンク連結(移動体通信事業、ブロードバンド・インフラ事業、固定通信事業)。

2. ()内は前年比伸び率。

(資料) 各社決算資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

【用語説明】

分離プラン 導入に伴う マイナス影響	分離プランとは、端末代金と、基本・通信料金（以下、通信料金）を分離した料金プランを指す。従来の料金プランでは、端末代金が通信料金に含まれていたが、分離プランでは、端末代金と、通信料金を明確に区分するため、1加入者当たりの月間平均“通信”収入である ARPU は、従来含まれていた端末代金分だけ下落することとなった（ユーザーの支払い総額は大きな変化無し）。 なお、分離プランでは、端末の割賦購入が一般的であるため、割賦販売の導入時期により、各社の分離プランの浸透度、すなわち ARPU の下落状況に差異が生じている。具体的には、2006年9月に導入したソフトバンクは既に影響が一巡し ARPU が反転・上昇、これに対し NTT ドコモ（導入は2007年11月）と KDDI（同2008年6月）はマイナス影響が残り ARPU の下落が続いている。
LTE の普及に 伴うプラス 効果	LTE とは、現在の通信速度・容量を大幅に引き上げた通信規格のこと。NTT ドコモが2010年12月よりサービスを開始、KDDI は2012年12月にサービス開始予定。NTT ドコモの例をみると、現行サービスに比べて500円程度高めの料金設定としており、LTE の普及は基本的に ARPU を上昇させる効果がある。
NTT グループ と KDDI は 海外売上高を 倍増以上に 拡大させる 計画	NTT グループ（持株会社や NTT データを含む）は、2010年度に40億米ドルを見込む海外売上高を、2012年度に100億ドル以上に拡大させる計画。持株会社傘下のディメンジョン・データ社（連結子会社化は2010年10月）と NTT データ傘下の米キーン社（同2011年1月）の通期寄与により、海外売上高は約80億ドルに達する見通しであり、NTT コミュニケーションズを含む3社で残る20億ドル超の上乗せを図る方針。 KDDI は、2009年度で約1,000億円とみられる海外売上高を、2013年度に2,000億円超に引き上げる計画。同社は、2010年度決算発表に合わせて新たな中計・事業戦略を発表する予定であり、その場で海外売上高の目標を一段と上方修正する方針を示している。
連結対象の 増加	KDDI の固定通信事業において、新たに海外子会社3社と CATV2 社を連結子会社化した影響が上乗せされている。
新たな販売方式 の導入に伴う 販売奨励金の 削減	NTT ドコモや KDDI が新たに導入した販売方式では、それまでの販売時における一括支給に代えて、24ヵ月に分割して奨励金を支出する（＝通信料金を割り引く）こととなった。このため、導入の初期段階では、奨励金が大幅に削減されることになる。なお、ソフトバンクは従来より同方式を導入していたため、2010年度にその影響はない。

(2011.2.10 池田 大輔)

12. 放送

【要約】

- ◇ 放送局の主たる収入源であるテレビ広告の市場は、2011年度以降、景気回復に伴う広告主の広告費の積み増しや、テレビ広告を重視する傾向の強まりを背景に、緩やかな拡大傾向を辿る見通し。
- ◇ 2011年度以降の民放キー局5社の業績は、売上高が市場同様の推移を辿るなか、コスト抑制を続けることで、増益基調を辿ると予想される。

(*)用語説明は、60頁をご参照下さい。

1. 業界環境

◇ テレビ広告市場は、2011年度以降、緩やかに拡大する見通し

- 2010年度のテレビ広告市場は、前年比2.6%増と2004年度以来6年振りにプラス成長に転じる見込み(図表1)。
 - ✓ 総広告費は、景気回復に伴う企業(広告主)の出稿姿勢の好転から、前年比1.6%増と3年振りのプラス成長。
 - ✓ テレビ広告市場は、総広告費を上回るピッチで回復した。これは、広告主の間で、不特定多数へ訴求する広告媒体としてテレビを再評価する傾向が強まった結果(注1、2)、ここ数年傾注してきたネット広告とテレビ広告を組み合わせるなど、テレビ広告へ回帰する動きが広がったことが大きい。
- 2011年度のテレビ広告市場は、景気回復が緩やかなものにとどまることから、伸び幅こそ縮小するものの、有力な広告主が加わったこともあって、2年連続のプラス成長を確保する見通し。
 - ✓ 総広告費は僅かながら前年比プラスを確保しよう。年度半ば頃までは伸び悩みが予想されるが、年度後半には、景気回復の歩調に合わせて成長軌道に戻ろう。
 - ✓ テレビ広告市場は、引き続き総広告費の伸びを上回って推移する公算が大きい。自ら広告媒体を提供するネット関連企業がここに来て有力な広告主として加わっているうえ、既存の広告主も、広告効果の引き上げを狙ってテレビ広告を重視する傾向を一段と強め、各種広告(チラシなど)をテレビ広告と組み合わせる動きを上げていくと予想されるからである(注3)。

(注1) 最近、商品やメニューなどの人気順位を紹介する番組が目立っていることから、企業がテレビの高い認知効果を再認識していることが推察される(放送翌日に売上が2倍となる例もある)。

(注2) これに対し、ネット利用者は、能動的に情報を検索・閲覧する傾向が強いため、ネット広告は、不特定多数を対象とするよりも、訴求対象を絞ることで広告効果をより発揮する。

(注3) 2011年度に地上デジタル放送への完全移行や改正放送法の施行等を控えるが、これらは、テレビの媒体価値を変動させないため、テレビ広告市場には影響を及ぼさないとみられる。

図表1：テレビ広告市場の推移

(単位：億円、%)

(年度)	2007	2008	2009	2010 (見込)	2011 (予想)	2012～2013平均 (予想)	
						2007=100とした 水準	2007=100とした 2012年度の水準
テレビ広告市場	16,399 (▲0.9)	15,191 (▲7.4)	13,781 (▲9.3)	14,142 (2.6)	+0.5～+1%	85強	+2～+3% 90強
(参考) 総広告市場	59,247 (1.1)	53,364 (▲9.9)	46,415 (▲13.0)	47,138 (1.6)	+0～+0.5%	80弱	+2%前後 85弱

(注) ()内は前年比伸び率。

(資料) 経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

- 2012～2013年度は、景気の拡大に伴い総広告費が微増基調で推移するとみられることから、テレビ広告市場も緩やかな増勢を辿る公算が大きい。ただし、費用の固定化を嫌う広告主は、契約が長期に亘るタイム広告(*)ではなく、機動的に削減できるスポット広告(*)を選好する姿勢を維持するとみられる。
- なお、当業界では、海外売上高が僅少で開示に至らないなど、海外展開は限定的にとどまってきた。しかしながら、2010年度には、フジ・メディア・ホールディングスが、海外の大手制作会社と組んで、海外向けの番組制作を開始するという動きがみられた。これは、国内向けに制作した番組の海外販売を主軸としていた従来の取り組みとは一線を画すものであり、他社の追随も含めて、今後の動向が注目される。

2. 企業業績

◇2011年度以降、増収増益傾向を持続する見通し

- 2010年度の民放キー局5社の業績は、微増収・大幅増益となる見込み(図表2)。
 - ✓ 売上高は、前年比1%弱の微増収。主力の放送事業(全体の8割弱)が、市場の好転を受けて増収に転じたことが貢献した。
 - ✓ 損益面では、主力の放送事業および非放送事業がいずれも増益を果たし、全体でも前年比約8割増の大幅増益となった。主力の放送事業では、ここ数年続けてきた制作費を中心とするコスト抑制が大きく寄与。非放送事業では、損益の振れやすいイベント関連や映像・音楽ソフトなどで、公演やタイトルの絞り込みなど地道なコスト削減に取り組んだことが奏功した。
- 2011年度以降は、売上高が市場の緩やかな拡大を受けて増収傾向を辿るなか、コストの抑制を続けることで、二桁ピッチの増益基調を持続する見通し。
 - ✓ 売上高は、主力の放送事業が牽引して、微増収で推移すると予想される。
 - ✓ 損益面は、大幅な増益基調を辿ろう。非放送事業は、コスト構造の改善により、全体の足を大きく引っ張るような展開は避けられよう。また、放送事業は、広告主のスポット広告選好の動きもあって、総費用のうち高いウェイトを占める制作費の抑制を続ける方針(*)であり、放送収入の拡大が利益増に大きく寄与しよう。
 - ✓ なお、2013年度の利益水準は2000年代前半のレベルにまで回復するとみられ、民放キー局の業績の底堅さを示すことになりそうだ。一方、ローカル局の一部は、コスト削減余力に乏しいこともあって、赤字傾向が続く厳しい展開に直面している。放送法の改正によりキー局の出資比率の引き上げが可能となる(*)が、キー局の収益向上に直結しないことから、その決断は容易ではないとみられ、同一地域のローカル局同士が連合という選択肢を模索するケースもありそうだ。

図表2：民放キー局5社の業績推移

(単位：億円、%)

年度	2007	2008	2009	2010 (見込)	2011 (予想)	2012～2013平均 (予想)		
						2007=100とした 水準	2007=100とした 2013年度的水準	
売上高	16,072 (▲0.8)	16,271 (1.2)	15,683 (▲3.6)	15,722 (0.2)	+0～+0.5%	100弱	+1～+2%	100強
営業利益	811 (▲30.2)	538 (▲33.6)	453 (▲15.9)	807 (78.2)	+8%弱	105強	+15%前後	145程度
営業利益率	5.0	3.3	2.9	5.1	5%強	—	7%前後	—

(注) 1. 対象企業は、フジ・メディア・ホールディングス、日本テレビ放送網、東京放送ホールディングス、テレビ朝日、テレビ東京ホールディングス。

2. ()内は前年比伸び率。

(資料) 各社決算資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

【用語説明】

タイム広告	特定の番組中に放送されるテレビ広告のこと（番組の最初と最後にも、広告主の社名が表示される）。広告主は番組の提供者（スポンサー）となるため、広告の契約期間は一般に6ヵ月と長期に亘る。このため、タイム広告は、広告主からみると固定的な費用としての色彩が強い反面、放送局各社としては、安定収入源という位置になる。
スポット広告	交渉により決定した本数を、一定の期間、番組と番組の間に放送するテレビ広告のこと（通常、さまざまな時間帯を組み合わせて販売される）。一般に、放送期間は数日から数週間と短く設定されるため、スポット広告は、広告主からみると機動的に増額・削減できる費用となる反面、放送局にとっては、先行きを読みづらい収入となる。
制作費の抑制を続ける方針	本文記載の通り、広告主によるスポット広告選好の動きもあって、放送局の収入は、回復しつつあるものの、先行きを読みづらいというのが実情である。こうした状況を受けて、収入に対して先行支出する制作費については、各社とも、引き続き抑制を続ける方針を打ち出している。
放送法の改正によりキー局の出資比率の引き上げが可能となる	改正放送法は、60年ぶりに法体系を大幅に見直し、放送関連4法（放送法、有線ラジオ放送法、有線テレビジョン放送法、電気通信役務利用放送法）を統合・集約したもので、2010年11月26日に可決・成立し、公布日から9ヵ月以内に施行する。本文は、同法により緩和されたマスメディア集中排除原則（以下、マス排）についての記述。マス排は、「放送の機会をできるだけ多くの者に対し確保することにより、放送による表現の自由ができるだけ多くの者によって享有されるようにするため」（総務省Web サイトより）、複数の放送事業者への出資比率の上限を制限するもの。今般の改正では、出資比率の上限が、従来の1/5（放送対象地域が重複しない場合）から、最大1/3にまで緩和された。

(2011.2.10 池田 大輔)

13. 情報サービス

【要約】

- ◇ 2011年度以降の情報サービス市場は、更新需要の高まり等を見込めるものの、ユーザー企業の間でIT投資の効率化に向けた動きが広がると予想されることから、その成長は緩やかなものにとどまり、2013年度には縮小局面入りする見通し。
- ◇ 2011年度以降の上場大手8社の業績は、国内における成長分野であるアウトソーシングに加え、海外市場の取り込みも進むとみられるうえ、オフショア開発の拡大などによるコスト低減を進めることで、増収増益基調を辿ると予想される。

(*)用語説明は、63頁をご参照下さい。

1. 業界環境

◇2011年度以降も緩やかな成長にとどまり、2013年度には縮小局面入りする見通し

- 2010年度の情報サービス市場は、前年比0.3%増と前年並みにとどまる見込み(図表1)。
 - ✓ 主力のソフトウェア開発(情報システムの構築など)は、前年割れとなった。ユーザー企業が、業績の持ち直すなかでもコスト抑制の姿勢を維持し、IT投資を優先度の高い案件に絞ったことが響いた。
 - ✓ アウトソーシング(情報システムの管理・運用など)は、ユーザー企業が経費削減の一環として、業務委託範囲の見直し・縮小にも踏み込んだことから、年度半ばまでは低迷したが、年度後半に掛けて復調し、通年では緩やかな成長基調に転じた。
- 2011年度の情報サービス市場は、緩やかな成長にとどまる見通し。
 - ✓ ソフトウェア開発は、微増にとどまる見通し。たしかに更新需要を中心とする先送り案件の顕在化などのプラス材料が見込まれる。ただし、ユーザー企業は、海外を重視する傾向の強まりもあって、国内でのIT投資を抑制する姿勢を維持するとみられ、これがマイナスに作用する可能性が高い。すなわち、ユーザー企業は、今後のIT投資に関して、「安価なオフショア開発の利用加速(*)」はもちろん、「オーダーメイド型のスクラッチ開発からレディメイド型のパッケージソフト活用へのシフト(*)」や、「安価なクラウド型サービスの採用拡大(*)」など、効率化の動きを徐々に強めると予想される。
 - ✓ アウトソーシングは、ユーザー企業において、主たる事業に経営資源を集中するために、情報システムの管理・運用業務を外注して、コスト削減を図ろうとするニーズが根強いことから、安定した成長軌道を辿ろう。

図表1：情報サービス市場の推移

(単位：億円、%)

(年度)	2007	2008	2009	2010 (見込)	2011 (予想)	2007=100とした 水準	2012~2013平均 (予想)	2007=100とした 2013年度の水
情報サービス市場	109,282 (2.9)	109,198 (▲0.1)	103,242 (▲5.5)	103,603 (0.3)	+1%強	95程度	2%弱 ⇒▲0%程度	95強
うちソフトウェア開発	80,167 (2.6)	79,010 (▲1.4)	73,916 (▲6.4)	73,549 (▲0.5)	+0.5~+1%	95弱	+1%強 ⇒▲1%程度	95弱
うちアウトソーシング (注)	20,798 (4.6)	21,632 (4.0)	21,224 (▲1.9)	21,488 (1.2)	+3%程度	105強	+3%前後	115弱

(注) 1. ()内は前年比伸び率。

2. 「計算事務等情報処理」と「システム等管理運営受託」の合計。

(資料) 経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

- 2012 年度も成長は緩やかにとどまり、2013 年度には前年割れとなる見通し。アウトソーシングこそ安定成長が続くとみられるが、主力のソフトウェア開発は、更新需要の高まりや IFRS 対応に伴う特需といったプラス効果を、IT 投資の効率化に向けた動きの広がりというマイナス影響が打ち消して、2013 年度にはマイナス成長に転じよう。
- 当業界の海外展開は、従来、開発コストの削減を狙ったオフショア開発を主体としてきたが(注1)、この1~2年で、たとえばNTT データが2012 年度までに海外売上高比率を20%まで引き上げる目標を打ち出す(注2)など、海外市場の取り込みに向けた動きも出てきている。国内での成長が期待しづらいなか、ユーザー企業の海外進出のサポートはもちろん、一部ユーザー企業の間で高まりつつある国内外の情報システムの統合ニーズへの対応のほか、成長著しい中国を中心とするアジア市場の取り込みなど、当業界における海外の重要度は増していくことになろう。
 - (注1) このため、積極的に海外展開を進めてきた NTT データでさえ、2010 年度(見込み)の海外売上高比率が約6%にとどまる(他社はさらに低い水準と推察)。
 - (注2) NTT データは、M&A の活用により、2012 年度の海外売上高を2010 年度比2,000 億円増の3,000 億円(海外売上高比率20%)を目標として掲げている。

2. 企業業績

◇2011 年度以降、増収増益基調を辿る見通し

- 2010 年度の情報サービス大手8社の業績は、微増収・減益となる見込み(図表2)。
 - ✓ 売上高は、市場が前年並みにとどまるなか、上位企業での買収効果(*)もあって、小幅ながら2年振りの増収を確保した。
 - ✓ 損益面では、各社とも外注費の抑制等コスト削減を進めたものの、上位企業で発生した不採算案件に伴うコスト増(*)が響き、前年比約▲6%の減益となった。
- 2011 年度以降は、総じてみれば増収増益基調を辿る見通し。
 - ✓ 売上高は、市場が縮小局面入りする2013 年度でも増収を維持しよう。既述の買収効果が残るほか、大手企業にあっては、アウトソーシングの市場拡大の恩恵を十分に享受できるうえ、上位企業を中心として海外市場の取り込みも期待できる。
 - ✓ 損益面では、不採算案件のマイナス影響が一巡するほか、オフショア開発の利用拡大による開発コストの低減等が貢献し、増益が続くと予想される。
 - ✓ このように、大手企業は底堅い業績を確保する見通しであるが、かかる企業からの受託業務を担ってきた中堅・中小企業にとっては、今後、市場が微増から縮小傾向を辿るなか、受託量が減少するという厳しい事業環境が続く恐れが強い。また、中堅以上の企業でも、ユーザー企業における、IT 投資の効率化や海外進出への対応などのニーズに対応する必要性が高まりつつあり、クラウド型サービスの拡充や海外展開の加速等の取り組みが中長期的な事業基盤の維持に向けた鍵となりそうだ。

図表2：情報サービス大手8社の業績推移

(単位：億円、%)

年度	2007	2008	2009	2010 (見込)	2011 (予想)	2007=100とした 水準	2012~2013平均	
							(予想)	
							2007=100とした 2013年度の水	準
売上高	29,464 (3.9)	29,738 (0.9)	28,416 (▲4.4)	28,632 (0.8)	+3.5%程度	100程度	+2.5%弱 ⇒+1%弱	105弱
営業利益	2,445 (18.0)	2,389 (▲2.3)	1,907 (▲20.2)	1,796 (▲5.8)	+10%程度	80強	+5.5%程度 ⇒+3.5%弱	90弱
営業利益率	8.3	8.0	6.7	6.3	7%弱	—	7%前後	—

(注) 1. 対象企業は、NTTデータ、野村総合研究所、ITホールディングス、伊藤忠テクノソリューションズ、日本ユニシス、NECフィールドディング、新日鉄ソリューションズ、富士ソフトの8社。

2. () 内は前年比伸び率。

(資料) 各社決算資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

【用語説明】

オフショア開発 の利用加速	オフショア開発とは、1次請け企業（ないしはユーザー企業）が、情報システムの構築業務の一部（比較的単純な作業が中心で人手の嵩むプログラミング・テスト工程など）を海外企業等へ委託することである。なお、わが国企業の場合、主たるオフショア先は中国である。
スクラッチ開発 からパッケージ ソフト活用へ のシフト	スクラッチ開発とは、ユーザー企業の求める情報システムを、オーダーメイドで一から開発する手法を指す。これに対し、パッケージソフトは、多くのユーザー企業に共通して必要な情報システムを定型化したソフトウェアであり、これを活用することでスクラッチ開発に比べて、IT投資額の削減や導入期間の短縮などが可能となる。 わが国のユーザー企業は、欧米のユーザー企業と比べると、独自の業務フローなどを重視する傾向が強く、スクラッチ開発を好む傾向がある。また、パッケージソフトを活用する場合でも、多くのカスタマイズを求めることが多い。 しかしながら、足元では、従来スクラッチ開発を求めてきたユーザー企業がパッケージソフトを活用したり、多くのカスタマイズを要求してきたユーザー企業がむしろパッケージに合わせて業務フローを変える、などといった動きが出てきている。
クラウド型 サービスの 利用増	クラウド型サービスとは、一般に、各種IT資産（ハードウェアやソフトウェア）を複数のユーザー企業で共有して、それをネットワーク経由で利用するという新しい情報システムの形態に沿ったサービスを指す。 ユーザー企業からみると、現状の情報システムでは一般にIT資産を個別に保有することが一般的であるため、これを共有して利用できれば、ITコストの削減効果は大きい。
上位企業での 買収効果	NTTデータが、2010年1月に米キーン社（2009/12月期売上高788万米ドル）を連結子会社化している。
上位企業で発生 した不採算案件 に伴うコスト増	不採算案件の発生などを背景として、NTTデータ、野村総合研究所、ITホールディングスが営業利益を下方修正している。各社の利益修正幅は、NTTデータが▲150億円（修正は第2四半期、当初900億円→750億円）、野村総合研究所が▲70億円（同第2四半期、440億円→370億円）、ITホールディングスが▲40億円（同第3四半期、165億円→125億円）である。

(2011.2.10 池田 大輔)

14. 小売概況

【要約】

- ◇ 小売販売額（除く自動車小売、燃料小売）は、所得環境の緩やかな回復に伴い増加が見込まれるが、2011年度は、政策効果の反動から小幅な回復にとどまる見通し。
- ◇ 主要業態の動向をみると、近年、総合業態から専門業態・通信販売への顧客シフトが進んでおり、当面はこうした傾向が続くとみられる。

◇ 所得環境の緩やかな回復を背景に小売販売額は小幅増加

- 2010年度の小売販売額（除く自動車小売、燃料小売）は、現金給与総額が前年比でプラスに転じるなど雇用所得環境が緩やかに回復していることや、エコポイントを始めとする政策効果の影響により、前年比1.6%の増加となる見込み(図表1)。
- 商品別の動向をみると、値下げ販売が常態化している衣料品で前年割れが続くほか、食料品も消費者の根強い節約指向のもと回復感に乏しい状況が続くが、住関連はエコポイント制度の恩恵を受けた家電販売の大幅な増加により前年を上回り、これが小売全体の販売額増加を牽引した。
- 今後も所得環境の緩やかな改善に伴い小売販売額は回復傾向を辿るとみられるが、2011年度については政策効果の反動の影響から小幅な回復にとどまる見通し。

図表1：小売販売額の推移

(単位：十億円、%)

(年度)	2005	2006	2007	2008	2009	2010 (見込)
小売販売額	135,250 (1.2)	135,055 (▲0.1)	135,674 (0.5)	134,142 (▲1.1)	133,555 (▲0.4)	135,076 (1.1)
除く自動車小売、 燃料小売	105,617 (▲0.2)	105,595 (▲0.0)	105,858 (0.2)	105,598 (▲0.2)	103,669 (▲1.8)	105,326 (1.6)
現金給与総額前年比	0.7	0.1	▲0.7	▲1.1	▲3.3	(注) 0.7

(注) 1. () 内は前年比伸び率。

2. 現金給与総額前年比の2010年度見込み値は10/4～12月累計の前年比。

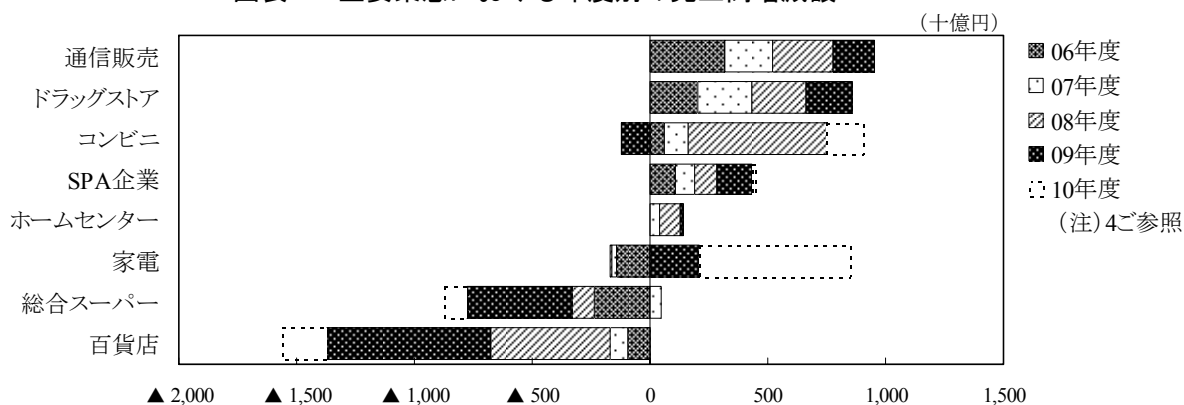
(資料) 経済産業省「商業販売統計」などをもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

◇ 総合業態から専門業態・通信販売への顧客シフトが続く

- 主要業態における近年の販売動向をみると、百貨店・総合スーパーなどの総合業態が売上高を大きく低下させる一方、専門業態（ドラッグストア・ホームセンターなど）、通信販売の販売額は拡大傾向にある。これは、消費者にとって購買チャネルの選択肢が増加するなか、豊富な品揃えと低価格を具備した専門業態、インターネット上での商品の比較購入が可能な通信販売に顧客がシフトしてきたことが背景。
- さらに、2008年度後半からの景気後退局面では、所得環境の急速な悪化に伴い消費者の低価格志向が一層鮮明となり、2009年度は専門業態が売上を維持する一方で、百貨店・総合スーパーの販売額は過去最大のマイナスとなった。

- 2010年度に入り、雇用所得環境が緩やかに回復するなかでもこうした構図に変化はみられない。足下で百貨店・総合スーパー各社は、衣料品分野を中心に専門店をテナントとして自社の商業施設に誘致したり、低価格帯の商品の品揃えを強化するなど、顧客基盤の回復に向けた対策を進めているが、こうした取組は緒に就いたばかりであり、効果が現れるまでには一定の時間を要するとみられる。
- 2011年以降は小売業全体の販売額が回復傾向を辿るなか、エコポイント効果の反動により家電量販店では大幅な減収が避けられないほか、百貨店・総合スーパーについても業態間の競争により引き続き苦戦を強いられることとなろう。

図表 2：主要業態における年度別の売上高増減額



- (注) 1. ドラッグストア、ホームセンターは暦年。
 2. SPA（製造小売）企業はファーストリテイリング及びしまむらの2社。
 3. 総合スーパーの対象企業はイオンリテール、イトーヨーカ堂、ユニー、ダイエー、平和堂、イズミヤ、イズミ、フジ、イオン九州、イオン北海道、サンエー、オリンピック、天満屋ストアの13社。
 4. グラフ上の点線四角は10/4～12月累計の前年比増減（SPA企業は10/3～11月累計の前年比増減）。通信販売、ドラッグストア、ホームセンターは統計上の制約から判明せず。
- (資料) 経済産業省「商業販売統計」、各種団体資料、有価証券報告書などをもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

(2011.2.10 鈴木 聡)

15. 百貨店

【要約】

- ◇ 2011～2013 年度の百貨店販売額は、所得環境の緩やかな改善に加え、大型店舗の開業・増床オープンといったプラス要素があるものの、専門店など他業態との競争が続くことから、減収基調を余儀なくされよう。
- ◇ 企業業績は、売上の拡大が見込めないなか、経費削減により増益を確保する状況が続く。もっとも、2013 年度の利益水準は景気後退前の 4 割程度にとどまろう。

1. 業界環境

- ◇ 2011～2013 年度にかけて減収幅は縮小するもののマイナス基調が続く
 - 2010 年度の百貨店販売額は、雇用所得環境が緩やかに改善するなかでも、消費者の節約志向の継続や、専門店など他業態との競争により、前年比▲3%のマイナスとなる見込み（図表 1）。
 - ✓ 既存店売上高は前年比▲2%弱と減少幅こそ縮小したが依然としてマイナス基調にある。商品別にみると、リーマンショック以降、値下げ販売が常態化している衣料品（販売構成比 4 割弱）、宝飾品・貴金属をはじめとする高額品などで販売減少に歯止めが掛かっておらず、食料品（販売構成比 3 割弱）についても消費者の節約志向を背景に前年割れが見込まれる。
 - ✓ また、相次ぐ店舗閉鎖や増床工事の影響から売場面積が縮小（前年比▲2.4%）しており、全店では既存店以上の減収となる見込み。
 - 2011 年度は、大型店舗の開業や増床オープンによる集客効果が見込めるものの、販売額は前年比▲1%程度とマイナス基調は不変。
 - ✓ 既存店売上高は前年比▲1.5%の見通し。衣料品分野を中心に有力テナントの導入、値頃感のある商材の拡充といった集客向上策に努めているが、他業態に比べた割高感から、所得環境が緩やかに改善するなかでもその恩恵を十分に受けられず、減収が継続。
 - ✓ 大阪地区における大型店舗の開業・増床オープンにより売場面積は拡大に転じるものの、既存店の減収をカバーするには至らず、全店でもマイナスが継続する見込み。
 - 2012～2013 年度については、所得環境の改善が続くことに加え、東京・大阪地区での増床に伴う売場面積の拡大が予定されており減収幅は縮小するが、専門店など他業態との競争が続くため、増収には至らない見通し。
 - このように、国内市場において厳しい事業環境が続くなか、大手百貨店では、中国・ベトナムへの出店を計画するなど、成長が見込まれるアジア市場での事業展開を強化する動きがみられる。

図表 1：百貨店販売額

（単位：十億円、%）

（年度）	2007	2008	2009	2010 （見込）	2011 （予想）	2012～2013 平均	
						2007=100とした 2011年度の水準	（予想） 2007=100とした 2013年度の水準
百貨店販売額	7,683 （▲1.0）	7,174 （▲6.6）	6,478 （▲9.7）	6,282 （▲3.0）	▲1%程度	80強	▲0～▲0.5% 80強

（注）（ ）内は前年比伸び率。

（資料）日本百貨店協会の資料をもとに三菱東京 UFJ 銀行企業調査部作成

2. 企業業績

◇微減収が続くなか、経費削減により増益を確保

- 百貨店大手3社の2010年度の業績は、減収が続く一方で経費削減に注力し、前年比7割強の増益に転じる見込み(図表2)。
 - ✓ 既存店売上高は、年度後半から増加に転じる店舗もみられたが、総じてみればマイナス基調で推移。全店売上高は一部企業で地方店を分社化した影響もあり、▲13%強の減少となる見込み。
 - ✓ 損益面では、各社とも減収に伴う粗利額の減少が避けられないが、人件費を中心に計画以上の経費削減が進展しており、増益を確保しよう。
- 2011年度は、微減収となるものの、経費削減により増益を確保する見通し。
 - ✓ 既存店売上高は、所得環境の緩やかな改善により減収幅が縮小するものの、他業態との競争に加え、店舗の新増設に伴う百貨店間の競争激化も避けられず、前年比▲1.5%程度の減収が見込まれる。全店ベースでは、一部企業における大型店舗の増床がほぼ通期で売上に寄与するものの、既存店の落ち込みをカバーできず、▲0.5%程度の微減収となろう。
 - ✓ 一方、損益面をみると、主要企業において中～低価格帯の商材を充実させる動きがみられるため、粗利率の改善は期待しがたいが、人件費をはじめとする経費削減を継続することで、全体では小幅ながら増益となる見通し。
- 2012～2013年度についても、売上高が微減傾向を辿るなか、経費削減により増益を確保する状況が続く。もともと、2013年度の利益水準は景気後退前(2007年度)の4割程度と本格的な回復には至らない見通し。

図表2：百貨店大手3社の業績(単体)

(単位：億円、%)

(年度)	2007	2008	2009	2010 (見込)	2011 (予想)	2011～2013平均 (予想)	
						2007=100とした 水準	2007=100とした 2013年度の水
営業総収入	28,080 (▲0.4)	26,027 (▲7.3)	23,203 (▲10.9)	20,126 (▲13.3)	▲0.5%程度	70程度	▲0.5%程度 70程度
営業利益	828 (1.5)	438 (▲47.1)	141 (▲67.9)	246 (74.9)	+6%程度	30強	+12%程度 40程度
営業利益率	2.9	1.7	0.6	1.2	1.3%程度	—	1.6%程度 —

(注) 1. 対象企業は高島屋、三越伊勢丹(2011年4月に三越と伊勢丹が合併予定)、大丸松坂屋の3社。

2. ()内は前年比伸び率。

(資料) 各社決算資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

(2011.2.10 鈴木 聡)

16. スーパー

【要約】

- ◇ 2011～2013年度のスーパーの販売額は、所得環境の緩やかな改善に伴い、主力の食料品が下げ止まる一方、ドラッグストア、専門店など他業態との競争により住関連・衣料品の販売不振が続くため、全体としては減収を余儀なくされよう。
- ◇ 企業業績は、減収傾向が続くなか、経費削減に注力することで増益を確保するとみられるが、2013年度の利益水準は景気後退前（2007年度）の6割程度にとどまろう。

1. 業界環境

- ◇ 2011～2013年度にかけて減収幅は縮小するものの、前年割れが続く
 - 2010年度は、雇用所得環境に緩やかな改善がみられるが、スーパーの販売額は減少する見込み。各社が不採算店舗のスクラップを進めたことで売場面積が微減となるうえ、既存店売上高も回復に至らず、全店ベースでは前年比▲3.3%の減収が予想される（図表1）。
 - ✓ 各社が総合スーパーを中心に不採算店舗のスクラップを進めており、売場面積は前年比微減となる見込み。
 - ✓ 既存店売上高は前年比▲1.5%の見込み。販売額の6割強を占める食料品では、夏場以降、販売価格に下げ止まりの兆しがみられるが、消費者の慎重な購買姿勢が続くため前年割れは不可避。また、住関連（販売構成比2割）もエコポイント効果により家電販売が増加したものの全体としてはプラスに至らず、衣料品（販売構成比1割）も総合スーパーが積極的なPB商材の投入を行ったことで下げ幅こそ縮小したがマイナス基調が継続した。
 - 2011年度は、主力の食料品が前年並みを維持するとみられるが、住関連・衣料品の不振が続くため、全体の販売額は前年比▲1.5%と前年割れが避けられない見通し。
 - ✓ 食品スーパーを中心に出店の増加が見込まれる一方、不採算店舗のスクラップが続くため、売場面積は横這いから微増にとどまろう。
 - ✓ 既存店売上高は▲1.5%と前年並みの減少を見込む。食料品については所得環境が緩やかに回復するなか、原料価格の上昇に伴う加工食品等の値上げも予想され、概ね前年並みを確保する見通し。一方、住関連や衣料品ではドラッグストア、専門店など他業態との競争が続くためマイナス基調が続こう。
 - 2012～2013年度は、所得環境が回復するなか既存店の減収幅が縮小し、店舗閉鎖の一巡から売場面積は横這いから微増を維持するとみられる。しかしながら、住関連・衣料品の不振を主因に全体の売上高がプラスに転じるには至らず、スーパーの販売額は引き続き減少基調で推移する公算が大きい。

図表1：スーパー市場の推移

（単位：十億円、%）

（年度）	2007	2008	2009	2010 （見込）	2011 （予想）	2012～2013平均 （予想）	
						2007=100とした 水準	2007=100とした 2013年度の水準
スーパー <日本チェーンストア協会>	13,839 (▲1.3)	13,170 (▲4.8)	12,696 (▲3.6)	12,275 (▲3.3)	▲1.5%程度	90弱	▲1%程度 85強

（注）（ ）内は前年比伸び率。

（資料）日本チェーンストア協会「チェーンストア販売統計」をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

- このように国内市場での厳しい事業環境が続くなか、総合スーパーを中心に成長が見込まれるアジア市場への投資が活発化している。特に、各社が注力している中国市場では、近年、モール型ショッピングセンターが増加傾向にあるため、各社では単独店舗から大型ショッピングセンターに出店形態を移行しつつ、先行する欧米各社に追随する展開となろう。

2. 企業業績

◇2011～2013 年度は減収傾向が続くなか、経費削減に注力することで増益を確保

- 2010 年度の総合スーパー大手 4 社の売上高は 3 年連続の減少が避けられないが、損益面では合理化効果を主因として増益を確保する見込み（図表 2）。
 - ✓ 売上高は、衣料品を中心とした販売不振が続くほか、一部企業における分社化の影響もあり、前年比▲4.1%の減少となる見込み。
 - ✓ 損益面では不採算店舗の閉鎖、人件費の削減などの合理化を通じて増益を確保する公算が大きい、企業間の収益力格差は拡大する方向。
- 2011 年度も売上の回復が期待できないなか、経費削減に注力し増益を図る展開。
 - ✓ 売上高は、所得環境の緩やかな改善を受けて減収幅が縮小するものの、衣料品の販売不振を主因に前年割れが続く見通し。一部企業で合併が予定されていることから、4 社合計では前年比 1 割程度の増加を見込む。
 - ✓ 損益面では、食料品や衣料品における調達コストの上昇が予想され、粗利率の低下は避けられないが、各社とも広告宣伝費・人件費などの経費削減を進める計画であり、前年比 2 割弱の増益が見込まれる。
- 2012～2013 年度についても同様の展開が予想され、売上高の回復が見込めないなか、合理化の継続により利益確保を図る状況が続こう。
- 一方、食品スーパーの業績については、所得環境の緩やかな改善を受けて、既存店売上高が回復傾向を辿るほか、新規出店に伴う売場面積の拡大もあり、2011～2013 年度にかけて増収を確保。損益面も、仕入コスト上昇の影響をある程度受けるものの、概ね安定的に推移しよう。

図表 2：総合スーパー大手 4 社の業績

(単位：億円、%)

(年度)	2007	2008	2009	2010 (見込)	2011 (予想)	2012～2013平均 (予想)		
						2007=100とした 水準	2007=100とした 2013年度の水準	
売上高	52,544 (0.7)	50,737 (▲3.4)	48,437 (▲4.5)	46,445 (▲4.1)	+10%強	100弱	▲0.5～▲1%	100弱
営業利益	682 (▲7.2)	496 (▲27.3)	237 (▲52.3)	330 (39.5)	+20%弱	60弱	+3%程度	60程度
営業利益率	1.3	1.0	0.5	0.7	1%弱	-	1%弱	-

(注) 1. 対象企業はイオンリテール、イトーヨーカ堂、ダイエー、ユニーの 4 社 (単体決算)。

2. () 内は前年比伸び率

(資料) 各社決算資料をもとに三菱東京 UFJ 銀行企業調査部作成

(2011.2.10 鈴木 聡)

17. コンビニエンスストア

【要約】

- ◇ 2011年度のコンビニエンスストアの販売額は、たばこ増税の影響や各社の積極的な出店により増加基調を維持。2012年度以降も市場の拡大が見込まれるが、市場の成長性は鈍化し既存店売上高の減少が続くなど、成熟色が一段と鮮明になろう。
- ◇ 大手5社の業績は、2011年度は増収効果により小幅ながらも増益、2012年度以降は、スーパーなど他業態を含めた競争が一層激化するため、減益に転じるとみられる。

(*)用語説明は、72頁をご参照下さい。

1. 業界環境

◇ 2011～2013年度にかけて増収基調を維持するが、市場の成長性は鈍化

- 2010年度のコンビニエンスストア（以下、コンビニ）の販売額は、猛暑効果とタバコ増税^(注1)の影響を主因に前年比+2.5%の増加が見込まれる（図表1）。
 - ✓ 店舗数については、出店が急増した^(注2)前年度のペースは下回るものの引き続き高水準の出店が行われるため、前年比+2%弱の増加となる見込み。
 - ✓ 既存店売上高は前年比+0.5%と増加に転じる模様。前年度に「タスポ効果」(*)の剥落とともに前年割れとなった既存店売上高は2010年度に入り減収幅が縮小、夏場には記録的な猛暑の影響から季節商品（アイスクリームや冷し麺）の販売が増加し前年比プラス（+1%程度）に転じた。さらに、11月以降はタバコ増税の影響により増収基調を維持している。

(注1) 増税後のたばこ販売額は10～15%増加し、下期の既存店売上高を2～3%押し上げている。たばこの粗利率は増税の前後で不変であるため、販売額の増加とともにたばこ販売の粗利率も10～15%増加している模様。

(注2) リーマンショック後の雇用情勢の悪化などを背景にFCオーナーを確保し易い環境が続いた。

- 2011年度は、各社の積極的な出店に加え、たばこ増税の影響が上期を通じて寄与することから、コンビニ販売額は前年比+2%弱の増加となる見通し。
 - ✓ 一部企業が未進出地域への新規出店を進めることに加え、駅ナカ、病院、サービスエリアなどへの出店が続くため、店舗増加ピッチは前年を上回る見通し。
 - ✓ 既存店売上高は前年比▲1%弱の減少を見込む。たばこ増税の影響が上期を通じて寄与するものの、前年度の猛暑効果の反動が予想されることに加え、コンビニ店舗同士、及び出店の増加が見込まれる小型スーパーなど他業態との競争激化が避けられないため、下期に既存店売上高は減少に転じるとみられる。
- 2012～2013年度も、各社の積極的な出店に支えられ、コンビニ販売額は増加する公算が大きい。市場の成長性が鈍化するとともに、競争激化から既存店売上高の減少が続くなど、成熟色が一段と鮮明になろう。

図表1：コンビニエンスストア販売額

(単位：十億円、%)

(年度)	2007	2008	2009	2010 (見込)	2011 (予想)	2012～2013平均	
						2007=100とした 2011年度の水準	(予想) 2007=100とした 2013年度の水準
コンビニエンスストア 販売額	7,392 (1.4)	7,979 (7.9)	7,859 (▲1.5)	8,059 (2.5)	+2%弱	110強	+1%程度 115弱

(注) () 内は前年比伸び率。

(資料) 日本フランチャイズチェーン協会の資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

- かかる環境下、成長が見込まれるアジア市場への投資が加速する見通し。これまでも大手各社では台湾・韓国・タイをはじめアジア域内における店舗網の構築を進めてきたが、今後は中国市場を主戦場として積極的な出店が続こう。

2. 企業業績

◇2011年度は増収増益を維持するも、2012年度以降は減益に転換

- 2010年度の企業業績は、増収増益を確保する見通し（図表2）。
 - ✓ 営業総収入^(*)は、猛暑効果やたばこ増税の影響に伴う既存店売上の増加や店舗数の拡大によりFC加盟店舗からのロイヤリティー収入が増加することに加え、一部企業における合併の効果もあり、全体では前年比+2.6%の増加を見込む。
 - ✓ 損益面では、各社が粗利率の高い商品の投入に注力していること、直営店のFC店舗化などを通じた経費削減を進めていることで、営業利益は前年比+9.5%の増加となろう。
- 2011年度は、小幅ながら増収増益となる見通し。
 - ✓ 営業総収入は前年比+1%弱の増加が見込まれる。既存店ではタバコ増税の影響が一巡した後の減収が避けられず、加えて加工食品を中心に仕入原価の上昇に伴う店舗粗利率の低下も見込まれるため、ロイヤリティー収入の減少が予想される。しかしながら、各社が前年以上に出店を加速する計画であり、営業総収入は小幅ながら増加する見通し。
 - ✓ 損益面では、競争激化に伴い既存店売上高の減少を余儀なくされるなかでも、各社が引き続き利益率を重視した販売戦略を採るとみられることや、継続的な経費削減を進めることから、微増益を確保しよう。
- もっとも、2012～2013年度は、小型スーパーなど他業態を含めた競争が一層激化するため、既存店売上の減少によるロイヤリティー収入の伸び悩みが予想され、売上維持のための販促費負担も嵩むことから、減益に転じる公算が大きい。

図表2：コンビニエンスストア上場大手5社の業績（単体）

（単位：億円、%）

(年度)	2007	2008	2009	2010 (見込)	2011 (予想)	2012～2013平均 (予想)	
						2007=100とした 水準	2007=100とした 2013年度の水 準
[参考] チェーン全店売上高	62,566 (1.6)	67,578 (8.0)	67,339 (▲0.4)	70,944 (5.4)	+2%程度	115程度	+1%強 120程度
営業総収入	12,750 (4.6)	13,351 (4.7)	12,927 (▲3.2)	13,265 (2.6)	+1%弱	105程度	▲0～▲0.5% 105程度
営業利益	2,708 (▲1.6)	2,879 (6.3)	2,498 (▲13.2)	2,735 (9.5)	+1%弱	100程度	▲3%程度 95程度
営業利益率	21.2	21.6	19.3	20.6	20%程度	—	20%程度 —

- (注) 1. 対象企業はセブンイレブン、ローソン、ファミリーマート、サークルKサンクス、ミニストップ。
 2. ()内は前年比伸び率。
 3. 2つのチェーンが統合したサークルKサンクスのみ連結ベース。
 (資料) 各社決算資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

【用語説明】

タスポ効果	2008年7月以降、タスポカードに対応した「ICカード方式成人識別たばこ自動販売機」が全国で稼働を開始したため、カードの未発行者を中心にコンビニエンスストアにおけるたばこ販売が増加した。
営業総収入	営業総収入は、大きく分けて「FC加盟店舗からのロイヤリティー（構成比の6～8割）」と「直営店売上高」から構成される。「FC加盟店舗からのロイヤリティー」はFC加盟店舗の粗利額に各社で取り決めたチャージ率を乗じたもの。

(2011.2.10 鈴木 聡)

18. 家電量販店

【要約】

- ◇ 2011年度の家電販売額は、前年のエコポイント特需の反動に加え、猛暑効果の剥落も予想され、前年比▲10%超の大幅な減少が見込まれる。2012年度も減少基調が続く、市場の底打ちは2013年度以降となろう。
- ◇ 家電量販店大手4社の業績は、2011年度については大幅な減収減益が避けられず、2012～2013年度は増収に転じるものの、出店費用の増加等から減益が続こう。

1. 業界環境

- ◇ 2011年度はエコポイント特需の反動により大幅減収、市場の底打ちは2013年度以降
 - 2010年度の家電販売額は、エコポイント特需に加え、猛暑効果による季節商品の販売好調もあり、前年比8.5%の増加となる見込み（図表1）。
 - ✓ 商品別にみると、販売額全体の2割超を占める薄型テレビがエコポイント制度、及びアナログ停波の影響から前年比40%程度の大幅増、エアコンも記録的な猛暑の恩恵により10%程度の増加が見込まれる。また、冷蔵庫についてもエコポイント効果を主因に4%程度増加する模様。
 - ✓ さらに、こうした特需を受けて家電量販店の来店客数が増加した結果、その他の商品でも「ついで買い」が誘発されるなど家電市場は全般的に潤いを見せた。
 - 2011年度は、エコポイント特需の反動を主因として前年比▲13%程度の減収を余儀なくされる見通し。
 - ✓ 薄型テレビは、前年度末にエコポイント制度が終了するため、4月以降の販売は低調に推移、7月の地上デジタル放送移行前の駆け込み需要も前年のような盛り上がりは期待できず、8月以降は大幅な販売減少が避けられない見通し。
 - ✓ 一方、エアコンについても前年の猛暑の反動から大幅な販売減が避けられず、冷蔵庫もエコポイント効果の剥落により小幅な減少が見込まれる。情報家電で新商品の投入による販売の増加が見込まれるが、全体の水準を押し上げるまでには至らないとみられる。
 - 2012年度も、薄型テレビを中心に特需の反動による影響が残るため、家電市場は小幅ながら縮小、市場の底打ちは2013年度以降となろう。
 - このように、国内需要の拡大に多くを期待できないなか、大手各社では中国人をはじめとする訪日客の来店を睨み、在日留学生の採用を拡大するなど販売体制の整備を進めている。また、2010年12月には業界最大手のヤマダ電機が中国・瀋陽市に1号店を開店。今後は成長が期待される海外市場への出店増加も見込まれる。

図表1：家電販売額

(単位：十億円、%)

(年度)	2007	2008	2009	2010 (見込)	2011 (予想)	2012～2013平均		
						2007=100とした 水準	(予想)	
家電販売額	7,640 (▲0.2)	7,635 (▲0.1)	7,842 (2.7)	8,510 (8.5)	▲13%程度	95強	▲1%程度	95程度

(注) () 内は前年比伸び率。

(資料) 経済産業省「商業販売統計」をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

2. 企業業績

◇2011年度は大幅な減収減益、2012年度以降は微増収に転じるが減益基調は変わらず

- 2010年度の企業業績は大幅な増収増益が見込まれる（図表2）。
 - ✓ 上場大手4社の売上高は、エコポイント特需や猛暑効果を追い風に市場が拡大するなか、積極的な出店を通じて市場の伸びを上回る集客を果たすとみられる。一部企業がポイント販促から現金値引きへのシフトを進めていることや、決算月の違いによる影響（特需及び反動減が含まれる決算期の違い）等もあるが、前年比8.0%の増収となる見込み。
 - ✓ 損益面では、好調な販売環境を背景に前期並みの粗利率を確保することに加え、増収効果やポイント販促費用の減少により販管費負担が軽減されることから、経常利益は前年比30%強の大幅な増加が見込まれる。
- 2011年度は、特需効果の反動に加え、出店増加に伴う経費負担も嵩むため、減収減益となる見通し。
 - ✓ 大手各社は、エコポイント特需の反動に伴う販売減を新規出店の増加によって補う意向だが、店舗数増加に伴う競争激化も予想されるため、4社合計で前年比▲10%程度の減収は避けられない見通し。
 - ✓ 損益面では、集客維持を目的とした値下げ販売の増加により粗利率が低下することに加え、出店増加に伴い経費負担が嵩むため、経常利益は▲55%程度の大幅な減少が見込まれる。
- 2012年度以降は、市場の縮小ピッチが緩やかになるなか、前年からの積極的な出店の効果で増収に転じるとみられるが、販売競争の激化に加え、店舗経費の増加が続くため、減益を余儀なくされる公算が大きい。

図表2：家電量販店上場大手4社の業績（連結）

（単位：億円、%）

(年度)	2007	2008	2009	2010 (見込)	2011 (予想)	2007=100とした 水準	2012~2013平均	
							(予想)	2007=100とした 2013年度水準
売上高	38,175 (18.8)	38,382 (0.5)	40,931 (6.6)	44,223 (8.0)	▲10%程度	105程度	+1%強	110弱
営業利益	965 (18.8)	714 (▲26.0)	1,345 (88.3)	1,831 (36.2)	▲60~▲65%	70強	▲15%程度	50強
営業利益率	2.5	1.9	3.3	4.1	2%弱	-	1~1.5%	-
経常利益	1,359 (21.3)	1,045 (▲23.1)	1,620 (55.0)	2,153 (32.9)	▲55%程度	70強	▲10%程度	60弱
経常利益率	3.6	2.7	4.0	4.9	2.5%程度	-	2%程度	-

(注) 1. 対象企業はヤマダ電機、エディオン、ケーズホールディングス（以上3社は3月決算）、ビックカメラ（8月決算）。

2. () 内は前年比伸び率。

(資料) 各社決算資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

(2011.2.10 鈴木 聡)

19. 陸運

【要約】

- ◇ 2011～2013年度は、荷動きの大幅な改善が期待できないなか、運賃も下落基調が続き、トラック運送各社を取り巻く環境の好転は見込み難い見通し。
- ◇ こうしたなか、燃料費上昇の影響から単純輸送主体の中小企業は業績の低迷が続く一方、高付加価値サービスに注力する大手は微減益にとどまるなど、格差が拡大しよう。

1. 業界環境

◇ 2011～2013年を通じて業界環境の好転は見込み難い

- 2010年度は荷動きが回復、運賃も小幅な下落にとどまる見込み
 - ✓ 中・大型貨物主体の営業用自動車輸送量は、企業の生産活動が回復するなか、「生産関連貨物」が電機・機械や鉄鋼製品を中心に前年を上回ったうえ、2009年度末に実施された大型補正予算を受けて「建設関連貨物」の減少幅が縮小したことで^(注)、全体では前年比+0.4%となる見込み。運賃も荷動きの回復に伴い小幅な下落にとどまった模様（次頁図表1、2）。
 - ✓ 宅配便の取扱個数も、企業発個人向け貨物が通販市場の拡大に伴い底堅く推移したうえ、景気回復を背景に企業間貨物が前年を上回ったことから、前年比+2.7%の増加となる見込み。運賃は、荷主からの物流コスト削減要求を受けて、下落幅こそ縮小するが、下落基調は続く見込み。
(注) 建設関連貨物（砂利や窯業品など）は、工事の進捗に応じて発生するため、公共投資や建設工事受注に対して運行する。
- 2011年は、営業用自動車の荷動きが再び減少、運賃の低下も続く
 - ✓ 営業用自動車の輸送量は、景気回復が緩やかなものにとどまるなか、「生産関連貨物」が前年比横這い、公共工事の大幅な予算削減を受けて^(注)「建設関連貨物」も減少幅が拡大するため、全体でも前年割れに転じ、運賃も弱含みで推移しよう。
 - ✓ 宅配便の取扱個数も、企業間の荷動き拡大が期待できず、全体でも小幅な増加にとどまり、運賃も下落基調が続こう。
(注) 2010年度の政府予算では、公共工事に反映される公共事業関係費は前年比▲18.3%と過去最大規模の減少となった。
- 2012～2013年の営業用自動車の輸送量は、建設工事受注が回復に向かうなか、「建設関連貨物」の減少幅縮小を主因に持ち直し、宅配便も小幅な増加基調が続こう。ただし、運賃は低調に推移する見通し。
- このように国内における業界環境の好転が見込み難いなか、トラック運送各社では、大手を中心に経済成長やインフラ整備に伴う荷動き拡大が期待される新興国での事業展開を加速させつつある。具体的には、新興国における物流網の拡充を狙って、主要荷主であるわが国企業の進出が見込まれる地域への物流拠点（倉庫など）の新設や地場の物流企業の買収などが増加傾向にある。

図表 1：営業自動車輸送量、宅配便取扱個数の推移

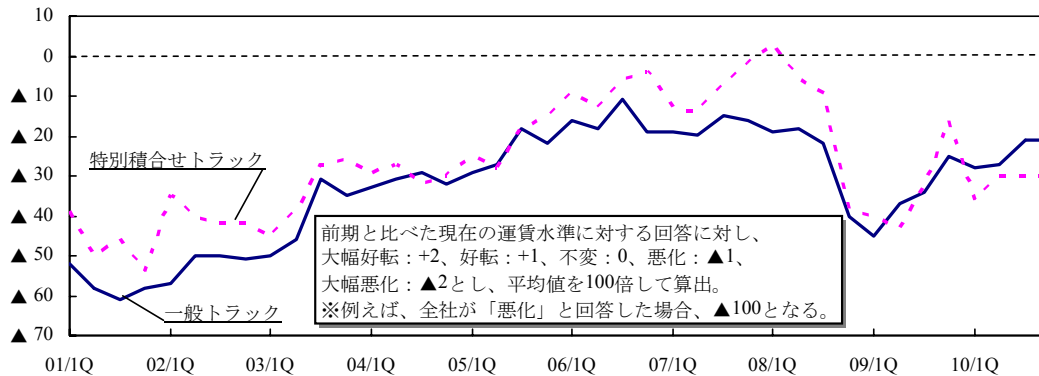
(単位：百万トン、百万個、%)

(年度)	2007	2008	2009	2010 (見込)	2011 (予想)	2007=100とした 水準	2012~2013平均 (予想)	2007=100とした 2013年度的水準
営業用自動車輸送量	2,927 (1.0)	2,809 (▲4.1)	2,687 (▲4.3)	2,699 (0.4)	▲2~▲3%	90程度	+0%程度	90程度
生産関連貨物 (機械、金属など)	1,085 (4.5)	1,044 (▲3.8)	1,037 (▲0.7)	1,064 (2.6)	+0%程度	100弱	+1%程度	100程度
消費関連貨物 (食品、日用品など)	933 (3.9)	892 (▲4.4)	868 (▲2.7)	873 (0.5)	+0%程度	95程度	+0%程度	95程度
建設関連貨物 (砂利、窯業品など)	909 (▲5.5)	872 (▲4.0)	781 (▲10.4)	761 (▲2.6)	▲9~▲10%	75程度	▲1%程度	75程度
宅配便取扱個数	3,312 (2.9)	3,244 (▲2.1)	3,115 (▲4.0)	3,200 (2.7)	+1%程度	100弱	+2%程度	100程度

(注) () 内は前年比伸び率。

(資料) 国土交通省「自動車輸送統計年報」、日本郵政資料などをもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

図表 2：全日本トラック協会の運賃水準調査



(注)1. 全日本トラック協会によるトラック事業者へのアンケート結果を数値化したもの。

(年度/四半期)

2. 2010年度第4四半期(2011年1~3月)は、同第3四半期(2010年10~12月)時点の見通し。

(資料)全日本トラック協会資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

2. 企業業績

◇2010年度は荷動きの回復を主因に大手・中小企業ともに業績が改善

- 当業界の大半を占める中小運送企業の2010年度業績は、荷動きが回復し、運賃も小幅な下落にとどまったため、倒産が相次いだ前年に比べてやや改善。
- 一方、上場大手5社をみると、売上高は、荷動きの回復に伴う国内運送収入の増加に加え、同業他社の買収効果もあり、前年比+3.5%増の見込み(次頁図表3)。損益面では、増収効果の一方で、一部企業における航空輸送料の高騰の影響を受け、全体では前年比+0.2%の増益にとどまる見込み。

◇2011~2013年度は大手と中小企業の業績格差が拡大する見通し

- 2011~2013年度は、業界環境の改善が小幅にとどまるなか、単純輸送主体の中小企業の業績は、燃料費の上昇の影響を強く受け、営業赤字の企業が増加する見通し。

- これに対し大手5社は、「宅配便」や物流関連業務（在庫管理、流通加工など）を一括して請け負う「3PL」など高付加価値サービスを展開することで中堅企業からシェアを奪取することや、国際物流事業の強化に加え、荷動きの落ち込みの大きい「建設関連貨物」の輸送量が少ないこともあり、増収基調を辿るとみられる。収益面では、単純輸送の外注により、燃料費上昇の影響を受けにくい構造にあるため、燃料費が高止まりするなかでも微減益ながら営業利益率3%程度を確保する見通し。

図表3：陸運上場大手5社の業績

(単位：億円、%)

(年度)	2007	2008	2009	2010 (見込)	2011 (予想)	2012~2013平均 (予想)	
						2007=100とした 水準	2007=100とした 2013年度の水準
売上高	41,715 (3.3)	41,105 (▲1.5)	38,259 (▲6.9)	39,599 (3.5)	+1~+2%	95程度	+2%程度 100程度
営業利益	1,464 (6.2)	1,150 (▲21.5)	1,308 (13.8)	1,310 (0.2)	▲2~▲3%	90弱	▲0%程度 90弱
営業利益率	3.5	2.8	3.4	3.3	3%強	—	3%程度 —

(注) 1. 対象企業は、日本通運、ヤマトHD、セイノーHD、日立物流、福山通運。

2. () 内は前年比伸び率。

(資料) 各社決算資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

(2010.2.10 中島 崇夫)

20. 海運

【要約】

- ◇ 2011年の海運業界は、荷動きこそ増加するものの、運賃下落を背景に、大手3社の業績は、減収大幅減益が不可避となる見通し。
- ◇ 2012～2013年度は、荷動きの増加が続くなか、運賃も下げ止まるとみられ、大手3社の業績は、過去の好況期に比べれば低水準ながら改善基調に転じよう。

(*)用語説明は、80頁をご参照下さい。

1. 業界環境

- ◇ 業界環境は2011年に悪化、2012年以降は緩やかながら回復基調を辿る見通し
 - 2010年の海運業界は、世界的な景気の持ち直しを背景に荷動き・運賃が急回復。
 - ✓ 海上輸送量をみると、「定期船」(*)が、欧米向けを中心に前年比+15～+17%の増加(図表1)。「不定期船」(*)も、バルカーは主に日本・欧州向けの鉄鋼原料(鉄鉱石、石炭)の回復から前年比+7.9%増、タンカーも原油の需要回復を背景に前年を+2.7%上回った。
 - ✓ 運賃市況(*)も総じて回復した。「定期船」は、荷動きの急回復に加え、各社による船舶供給の抑制策(*)の効果もあり、船舶の需給ギャップが縮小したことで、リーマンショック前を上回る水準まで上昇。「不定期船」も、バルカーでは鉄鉱石価格の四半期改定の影響を受けて市況が乱高下したが、年平均では荷動きの増加を主因に、バルカー、タンカーともに前年を上回った。
 - 2011年は、荷動きこそ増加するが、新造船の大量竣工に伴い運賃が下落する見通し。
 - ✓ 海上輸送量は、欧米の緩やかな景気回復や中国など新興国の底堅い資源需要を背景に、「定期船」、「不定期船」とも増加基調が続こう。
 - ✓ 一方、運賃市況は、リーマンショック前の好況期に大量発注された新造船の竣工量が相次ぎ、荷動きの伸びを踏まえても、需給緩和が不可避であるため、「定期船」、「不定期船」とも年平均では▲10%程度下落する見通し。
 - 2012～2013年は、世界経済の回復に伴い荷動きが増加基調を辿るなか、運賃も新造船の竣工ピッチの一服で下げ止まり、業界環境も緩やかながら回復基調を辿ろう。

図表1：世界の海上輸送量の推移 (単位：千TEU、百万トン、%)

(暦年)		2007	2008	2009	2010 (見込)	2011 (予想)	2007=100とした 水準	2012～2013平均 (予想)	2007=100とした 2013年度の水準
定期船	アジア発北米航路	14,411 (1.2)	13,304 (▲7.7)	11,337 (▲14.8)	13,015 (14.8)	+7%程度	95強	+8～+9%	115程度
	アジア発欧州航路	13,373 (18.6)	13,429 (0.4)	11,442 (▲14.8)	13,414 (17.2)	+6%程度	105程度	+7%程度	120強
不定期船	バルカー(鉄鉱石、 石炭、穀物など)	2,949 (5.7)	3,048 (3.4)	2,962 (▲2.8)	3,195 (7.9)	+4%程度	115弱	+4%程度	120強
	タンカー(原油)	1,984 (2.6)	1,964 (▲1.0)	1,883 (▲4.1)	1,933 (2.7)	+1～+2%	100程度	+1～+2%	100強

(注) 1. ()内は前年比伸び率。

2. TEUとは20フィートコンテナ(Twenty Feet Equivalent Units)の略。

(資料) 日本海事センター、日本郵船「2010 Outlook for the Dry-Bulk and Crude-Oil Shipping Markets」、商船三井資料などをもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

2. 企業業績

◇2011年度は減収大幅減益となるが、2012～2013年度は回復に転じる見通し

- ▶ 外航海運大手3社の2010年度の業績は、二桁増収・黒字転換の見込み（図表2）。
 - ✓ 売上高は、主力の海運部門（構成比8割強）で、円高による収入目減りの影響はあったが、輸送量、運賃の急回復を背景に大幅増加となり、全体でも前年比+14.7%の増収となる見込み。
 - ✓ 損益面でも、大幅な増収効果に加え、減速航行による燃料費の削減もあり、「定期船」が黒字転換、「不定期船」も二桁増益、全体でも黒字転換を果たし、営業利益率も7%弱まで回復しよう。
- ▶ 2011年度は、運賃の悪化を背景に減収大幅減益となる見通し。2012～2013年度は、運賃の下げ止まりを背景に低水準ながら増収二桁増益に転じよう。
 - ✓ 売上高は、荷動きの増加が続くなか、2011年度は運賃下落を主因に微減収となるが、2012～2013年度は運賃の下げ止まりに加え、為替が円安基調を辿ると予想されるため、前年比+8%程度の増収に転じる見通し。
 - ✓ 損益面でも、2011年度は減収に加え、燃油費上昇や船隊数拡大に伴う船舶コストの増加の影響から「定期船」、「不定期船」ともに大幅減となり、全体でも前年比▲45%程度の減益となるが、2012～2013年度は増収効果を主因に同+20%程度の増益に転じる見通し。もっとも、2013年度の利益水準は業界全体が好況に沸いた2007年度の4割の水準にとどまろう。

図表2：海運上場大手3社の業績

（単位：億円、%）

（年度）	2007	2008	2009	2010 （見込）	2011 （予想）	2012～2013平均 （予想）	
						2007=100とした 水準	2007=100とした 2013年度の水準
売上高	58,614 (21.6)	55,401 (▲5.5)	38,833 (▲29.9)	44,528 (14.7)	▲1%程度	75程度	+8%程度 90弱
営業利益	6,230 (86.3)	4,137 (▲33.6)	▲492 (赤字転落)	3,041 (黒字転換)	▲45%程度	25強	+20%程度 40程度
営業利益率	10.6	7.5	▲1.3	6.8	4%弱	—	4～5%程度 —

（注）1. 対象企業は、日本郵船、商船三井、川崎汽船。

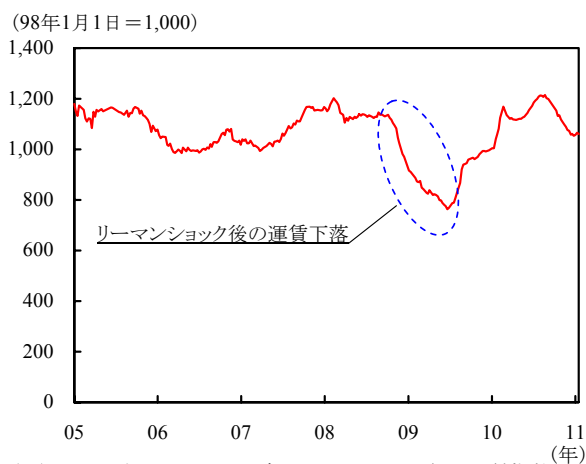
2. （ ）内は前年比伸び率。

（資料）各社決算資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

【用語説明】

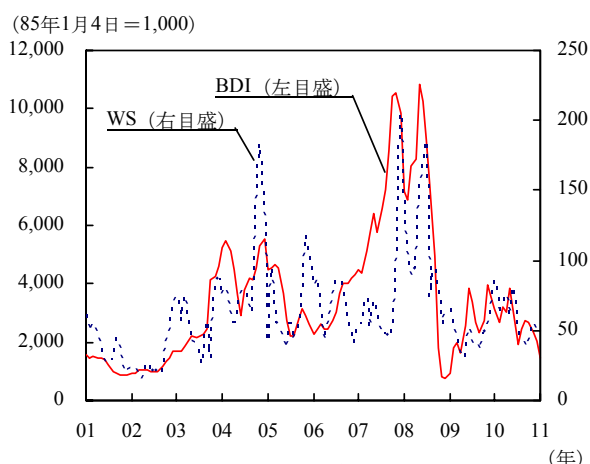
定期船	雑貨や衣類等をコンテナで混載輸送する船舶（いわゆるコンテナ船）。中国などアジア地域から欧米向けの輸出に利用されるアジア発北米航路・アジア発欧州航路が主要航路。
不定期船 （バルカー） （タンカー）	大ロットの素材系貨物（鉄鉱石、石炭、穀物、原油など）を貸切輸送する船舶。このうち、鉄鉱石や石炭などドライ貨物を輸送する船舶を「バルカー」（ばら積み船）、原油や石油製品など液体貨物を輸送する船舶を「タンカー」という。
運賃市況	運賃市況は、定期船、不定期船（バルカー、タンカー）など船舶の種類や航路毎に応じて異なる。各分野の代表的な指標としては、定期船「CCFI」（China Containerized Freight Index）、バルカー「BDI」（Baltic Dry Index）、タンカー「WS」（World Scale）などが挙げられる。
船舶供給の抑制策	船腹需給の緩和時に、各社が速度を落として運航する「減速航行」や係船（運航停止）を通じて、船舶の供給量（船腹量）を抑制すること。

図表 3：定期船の運賃推移（CCFI）



(98年1月1日=1,000)
(注)CCFIは中国発のみを対象としたコンテナ船の運賃指数(1998年1月1日時点=1,000)。
(資料)上海航運交易所の公表資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

図表 4：一般バルク船の運賃指数（BDI）
とタンカー運賃指数（WS）の推移



(85年1月4日=1,000)
(注)タンカー運賃指数(WS)はVLCC(中東発日本航路)。毎年1月に基準が変更されるため、2010年以前の数値は2011年基準に修正したものを掲載。
(資料)英バルチック海運取引所資料、H・クラークソン社資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

(2010.2.10 中島 崇夫)

21. 空運

【要約】

- ◇ 2011年度は、旅客数が便数減少や代替輸送手段との競合により前年割れとなるが、貨物量は景気回復に伴い主力の国際線（輸出入貨物）を中心に増加する見通し。
- ◇ 2012～2013年度も、こうした業界環境に著変はなく、旅客数は減少基調が続く一方、貨物量は増加基調を辿ろう。

業界環境

◇ 旅客数は減少基調が続く一方、貨物量は増加基調を辿る見通し

- 2010年度は、旅客数が4期連続の前年割れとなるが、貨物量は増加する見込み。
 - ✓ わが国発着の航空旅客数は、生産年齢人口（15～64歳）の緩やかな減少から長い目でみればマイナストレンドにあるが、足元では景気の持ち直しを背景とした観光・出張需要を中心に回復している。しかしながら、わが国航空会社の旅客数は、不採算路線の便数減少によるマイナス影響を受け、全体では前年を▲1%強下回り、4期連続の前年割れとなった（図表）。
 - ✓ 一方、わが国航空会社の貨物量は、主力の国際線（輸出入貨物）が機械や電子部品の輸出増を主因に前年を大幅に上回り、全体では前年比+5%強の増加となる見込み。
- 2011年度も、旅客数の前年割れ、貨物量の回復基調が続く見通し。
 - ✓ 旅客数は、景気が緩やかな回復にとどまるうえ、前年からの不採算路線の便数減少に加え、新幹線の延線（九州新幹線、東北新幹線）による代替輸送手段との競争が激化するため、前年割れが続く見通し。
 - ✓ 一方、貨物量は、輸出貨物の荷動き回復を主因に小幅ながら回復基調を辿ろう。
- 2012～2013年度も、旅客数は代替輸送手段との競合に加え、生産年齢人口の緩やかな減少を背景にマイナス基調が続く一方、貨物量は景気回復に伴い輸出入貨物を中心に増加基調を辿ろう。

図表：航空輸送量の推移

（単位：万人、万トン、%）

（年度）	2007	2008	2009	2010 （見込）	2011 （予想）	2007=100とした 水準	2012～2013平均 （予想）	2007=100とした 2013年度の水準
旅客数合計	11,253 (▲1.6)	10,655 (▲5.3)	9,927 (▲6.8)	9,820 (▲1.1)	▲2～▲3%	85程度	▲1%程度	85弱
国際線旅客数	1,768 (1.6)	1,588 (▲10.2)	1,540 (▲3.1)	1,422 (▲7.7)	▲4～▲5%	75強	+0～+1%	80弱
国内線旅客数	9,485 (▲2.2)	9,066 (▲4.4)	8,387 (▲7.5)	8,398 (0.1)	▲2%程度	85強	▲1%程度	85程度
貨物量合計	254 (3.2)	233 (▲8.0)	234 (0.2)	246 (5.3)	+1%程度	100弱	+2～+3%程度	105弱
国際線貨物量	143 (5.0)	126 (▲12.1)	132 (5.1)	144 (8.9)	+2%程度	100強	+3～+4%	110程度
国内線貨物量	111 (0.9)	108 (▲2.8)	102 (▲5.5)	102 (0.6)	▲0%程度	90強	+1%程度	95弱

（注）（ ）内は前年比伸び率。

（資料）国土交通省「航空輸送統計年報」「国土交通月例経済」をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

（2010.2.10 中島 崇夫）

22. 建設

【要約】

- ◇ 2011年度の受注額は、民間工事が回復の力強さに欠け、官公庁工事も更なる減少が不可避なため、前年並みの低水準にとどまる見込み。その後も受注低迷が続こう。
- ◇ 建設大手4社の2011年度業績は、減収に歯止めがかからず、工事採算も低下するため、再び大幅な減益となる見込み。2012年度以降も厳しい決算が続く懸念が大きい。

(*)用語説明は、84頁をご参照下さい。

1. 業界環境

◇ 建設受注の不振は当面続く見通し

- 2010年度の建設工事受注額（大手50社）は、前年比▲6.8%減の9.9兆円と3年連続で減少し、統計開始以来初の10兆円割れとなる見込み（図表1）。
 - ✓ 民間工事は前年比▲5.4%減と、建設を伴う設備投資の回復感に乏しく、製造業・非製造業ともに低迷。製造業では、電気機械や自動車など一部を除き低調で、全体では前年比▲4.4%減を見込む。非製造業でも、前年度3月の一時的な受注底上げ（大型工事等）の影響を控除しても、前年をやや下回るとみられる。
 - ✓ 官公庁工事は、民主党政権下で当初予算が大幅に削減されたうえ（前年比▲18%）、補正予算も前年水準には及ばず、大幅な減少が続いている。
 - ✓ 海外工事は、不採算工事を抱えた一部企業の受注抑制に加えて、円高の影響もあり、4期連続の減少となる見込み。
- 2011年度は、官公庁工事の減少に歯止めがかからないうえ、民間工事も緩やかな増加にとどまるため、全体では底這い程度と受注不振が続く見通し。
 - ✓ 民間工事は前年比3%増と、4期振りに増加するも低水準が続く見込み。製造業では前年からの設備投資回復を反映して受注がプラスに転じ、非製造業でもマンション工事を主体に増加が見込まれるが、いずれも回復は力強さに欠けよう。
 - ✓ 官公庁工事は、引き続き予算が削減されるとみられ（政府案は前年比▲5%）、前年をさらに割り込む厳しい受注環境が続こう。
 - ✓ 海外工事に関しては、日系メーカーの海外での設備投資案件等を受注することで漸く底打ちする見込み。

図表1：建設工事受注額（大手50社）

（単位：億円、%）

(年度)	2007	2008	2009	2010 (見込)	2011 (予想)	2012~2013 (予想)		
						2007=100とした 水準	2007=100とした 2013年度の水 準	
工事受注額	141,141 (1.6)	123,767 (▲12.3)	106,162 (▲14.2)	98,991 (▲6.8)	+1%程度	70程度	±0~+5%	75程度
民間工事	104,472 (3.2)	84,603 (▲19.0)	71,676 (▲15.3)	67,819 (▲5.4)	+3%程度	65強	+5%程度	70強
製造業	22,874 (3.0)	19,270 (▲15.8)	11,921 (▲38.1)	11,396 (▲4.4)	+4%程度	50強	+10%程度	60強
非製造業	81,598 (3.3)	65,333 (▲19.9)	59,755 (▲8.5)	56,424 (▲5.6)	+3%程度	70強	±0~+5%	75程度
官公庁工事	21,031 (0.8)	25,977 (23.5)	23,082 (▲11.1)	20,241 (▲12.3)	▲6%程度	90程度	▲5%程度	85弱
海外工事等	15,638 (▲7.3)	13,187 (▲15.7)	11,404 (▲13.5)	10,930 (▲4.2)	+2%程度	70程度	+5~+10%	85程度

(注) ()内は前年比伸び率。

(資料) 国土交通省「建設工事受注動態統計調査」をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

- 2012年度以降も、官公庁工事は、社会保障費の増加から財政が一段と逼迫しさらなる予算削減が不可避。また、民間工事は、企業が海外での設備投資を優先する動きを強めることから大幅な回復を期待し難いうえ、海外工事の拡大も限定的で全体の底上げには至らず、建設受注の低迷は続く見込み。
- ただし、中長期的な市場の拡大を唯一見込める海外事業に関して、大手・準大手や一部の中堅建設会社は、今後も強化していく方針。ここ数年は、中東等での市場縮小・不採算工事の発生に伴い一時的に抑制しているが、足元ではインフラ需要が見込めるアジア等で、現地人員の増強・育成等を通じた体制整備を図っている。

2. 企業業績

◇受注不振から収益底這いが続く見通し

- 2010年度の建設大手4社の業績は、大幅な減収が続くものの、営業利益は、海外工事の影響により赤字転落した前期からは改善し、黒字を確保する見込み（図表2）。ただし、海外工事関連等で追加損失を計上する可能性は残る。
 - ✓ 売上高は前年比▲14%減と、受注低迷が響き2期連続の2桁減となる見通し。
 - ✓ 利益面は、海外工事損失の影響が緩和するうえ、資材価格の低下等を反映した利益率の比較的良い案件により上期の工事採算が改善したため、完成工事粗利率が一時的に上昇。前期の厳しい決算を受けて固定費の削減に取り組んだ効果も加わり、営業利益は黒字に転じる見込み。
- 2011年度も減収に歯止めがかからないうえ、完成工事粗利率が再び低下することから、減益を余儀なくされる見通し。
 - ✓ 売上高は、受注が漸く底打ちするものの、期初時点の繰越受注残高が前年を下回るため、3期連続の減収が避けられない見通し。
 - ✓ 利益面では、完成工事粗利率は、激しい受注競争や足元で上昇する鋼材費等を踏まえれば、前年下期（同上期より下落）をやや下回る水準への低下が予想される。また、固定費の削減余地も限られているため、再び大幅な減益となる見込み。
- 2012年度以降を展望しても、受注回復を反映し増収に転じるのは2013年度までずれこむうえ、大幅なコスト削減も想定し難いため、厳しい決算が続く可能性が高い。業界全体として限られたパイを奪い合う熾烈な競争下で体力勝負の様相が一段と強まるとみられ、企業体力に劣る中小建設会社は更なる苦境に陥ることが懸念される。

図表2：建設大手4社の業績

(単位：億円、%)

(年度)	2007	2008	2009	2010 (見込)	2011 (予想)	2007=100とした 水準	2012~2013平均 (予想)	2007=100とした 2013年度の水準
売上高	69,826 (▲0.1)	71,598 (2.5)	60,101 (▲16.1)	51,610 (▲14.1)	±0~▲1%	75弱	▲1%程度⇒ +2%程度	75弱
営業利益	1,480 (▲30.0)	687 (▲53.6)	▲109 (▲115.9)	961 黒字転換	▲70%程度	20程度	▲15~▲20%	15弱
営業利益率	2.1	1.0	▲0.2	1.9	+1%程度	—	±0~+1%	—

(注) 1.対象企業は、鹿島建設、大成建設、清水建設、大林組の4社。

2. () 内は前年比伸び率。

(資料) 各社決算資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

【用語説明】

- 中小企業金融
円滑化法 金融機関に対して、中小企業からの貸付条件変更の要請に応じるための努力義務を課した法律（2009年12月施行）。当初は2011年3月末までの時限措置だったが、1年間延長された。
- 景気対応緊急
保証制度 一定の基準を充足する中小企業が民間金融機関から融資を受ける際に、全国の信用保証協会から保証を受けられる制度（保証限度額8千万円、2011年4月に「セーフティネット保証」に名称を変更）。

(2011.2.10 鈴木 功次郎)

23. 住宅

【要約】

- ◇ 住宅着工戸数は緩やかな増加基調を迎える見込みだが、世帯数の伸び率鈍化に伴う新規需要の構造的な減少を踏まえれば、今後も90万戸を下回る展開が続く見通し。
- ◇ 2011～2013年度の住宅メーカーの業績は緩やかな改善が続こう。ただし、住宅市場が本格的に回復せず、新規事業（中古住宅等）も急速な拡大を想定し難いため、営業利益は2007年度の水準までには回復しない見通し。

(*)用語説明は、87頁をご参照下さい。

1. 業界環境

◇ 住宅着工戸数は緩やかな増加基調を迎えるも、90万戸を下回る展開が続く

- 2010年度の住宅着工戸数は前年比6.2%増の82万戸と、大幅減となった前年を上回りはするものの、依然歴史的な低水準にとどまる見込み（図表1）。
 - ✓ 持家は前年比7.8%と、ほぼ2年前の水準まで回復する見込み。数年来の地価下落に加え、住宅金融支援機構の金利優遇(*)や住宅ローン減税制度(*)の効果により一次取得者層等の購入マインドが底打ちした。
 - ✓ 貸家は、2000年代半ばの高水準な着工を背景に供給過剰感が強いことから、大幅減となった前年を更に下回り、30年振りの30万戸割れとなる見込み。
 - ✓ 分譲住宅は前年比30.6%増と、購入マインドの改善やマンションデベロッパーによる用地仕入・着工の再開を背景にプラスに転じようが、依然として低水準。
- 2011年度は85万戸程度と緩やかな増加が続くものの、2008年度以前の水準には遠く及ばず回復は力強さに欠けよう。
 - ✓ 持家は、所得の緩やかな改善や政策の継続等を背景に、住宅購入環境が徐々に回復することから、増加基調を維持する見込み。
 - ✓ 貸家は、供給過剰感が払拭されないなか、土地オーナーの投資マインドが低迷し、底這う展開が続く見通し。
 - ✓ 分譲住宅は、在庫処理に目処をつけたマンションデベロッパーによる着工拡大の動きが広がるため増加基調が続くものの、需要の本格的な回復は想定し難く、2007年度水準の8割弱にとどまる見込み。

図表1：住宅着工戸数

(単位：千戸、%)

(年度)	2007	2008	2009	2010 (見込)	2011 (予想)	2007=100とした 水準	2012～2013平均 (予想)	
							2007=100とした 2013年度の水準	2007=100とした 2013年度の水準
住宅着工戸数	1,036 (▲19.4)	1,039 (0.3)	775 (▲25.4)	824 (6.2)	+3%程度	80強	+2%程度⇒ ±0%程度	85弱
持家	312 (▲12.3)	311 (▲0.4)	287 (▲7.6)	309 (7.8)	+5%程度	105弱	+1%程度⇒ ▲2%程度	105弱
貸家	431 (▲19.9)	445 (3.2)	311 (▲30.0)	290 (▲6.7)	+1%程度	70弱	+1～+2%程度	70程度
分譲住宅	283 (▲26.1)	273 (▲3.5)	164 (▲40.0)	214 (30.6)	+4%程度	80弱	+1～+2%程度	80強
マンション	160 (▲34.0)	165 (3.1)	67 (▲59.1)	102 (51.4)	+4%程度	65強	+4～+5%	75弱
戸建	121 (▲12.5)	107 (▲12.0)	95 (▲10.6)	112 (17.2)	+4%程度	95程度	+1%程度⇒ ▲3%程度	95程度

(注) ()内は前年比伸び率。

(資料) 国土交通省「住宅着工統計」をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

- ▶ 住宅着工戸数は、2012年度も緩やかな増加基調を維持する見込み。もっとも、新規需要は長期的にみれば世帯数の伸び率鈍化に伴い緩やかな減少局面に入っていることや、住宅耐用年数が長期化していること等を踏まえれば、今後も90万戸を下回る展開が続く見通し。
- ▶ こうした状況下、住宅メーカーは新たな収益源の育成を模索しており、①中古住宅のリフォーム・買取再販といったストックビジネスを強化すると共に、②一部の大手では、海外（中国・豪州等）において分譲マンションや商業施設等の開発事業を拡大している。ただ、海外での不動産開発については、販売リスクや財務体力等の問題からハードルが高く、業界全体としての急速な拡大は想定し難い。

2. 企業業績

◇2010年度は増収増益の見込み

- ▶ 住宅メーカー主要6社の2010年度の業績は、増収増益に転じる見込み（図表2）。
 - ✓ 売上高は前年比4.1%増と、本業の住宅事業において受注がプラスに転じたことで、3期振りに増収となる見込み。
 - ✓ 利益面では、各社がリーマンショック後に推進した合理化（資材調達方法の変更や工場の統廃合等）の効果に加え、積水ハウスの個別要因^(注)もあり、全体として大幅な増益を確保しよう。

(注) 積水ハウスについては、①今期から工事進行基準を適用したため売上が一部底上げされるとみられるうえ、②前期に計上した不動産評価損（▲679億円、売上原価に計上）も剥落するため、増収・大幅増益となる見込み。
- ▶ 2011年度も増収増益を維持しようが、大幅な収益改善は想定し難く、営業利益は2007年度水準の8割程度にとどまる見込み。
 - ✓ 売上高は前年比+4%程度の増加を確保する見通し。市場の緩やかな回復を反映した住宅事業に加え、その他事業も小幅ながら増加しよう（賃貸住宅の管理戸数増加や、建材事業の住宅着工回復に伴う拡大等）。
 - ✓ 利益面では、原価低減の効果が弱まることや、足元での資材費の影響を踏まえれば、完成工事粗利率は小幅低下する可能性が高い。また、各社は、将来的な受注の維持・強化に向け、数年来絞ってきた販促費（テレビCMや展示場の新設等）をやや積み増す予定であるため、増収効果を加味しても営業利益率は前期並みにとどまる見込み。
- ▶ 2012年度以降も業績は緩やかな改善が見込まれるものの、営業利益は不動産開発事業が底上げした2007年度の水準までには回復しない見通し。

図表2：住宅メーカー主要6社の業績

(単位：億円、%)

(年度)	2007	2008	2009	2010 (見込)	2011 (予想)	2007=100とした水準		
						2007=100とした水準	2012~2013平均 (予想)	
売上高	51,168 (0.7)	49,495 (▲3.3)	45,109 (▲8.9)	46,962 (4.1)	+4%程度	95程度	+2~+3%	100程度
営業利益	2,276 (▲6.7)	1,772 (▲22.2)	514 (▲71.0)	1,751 (240.5)	+3%程度	80程度	+3~+4%	85程度
営業利益率	4.4	3.6	1.1	3.7	3~4%	—	3~4%	—

(注) 1.対象企業は、積水ハウス、大和ハウス工業、住友林業、ミサワホーム、パナホーム、三井ホームの6社。

2. () 内は前年比伸び率。

(資料) 各社決算資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

【用語説明】

- 住宅金融支援機構の金利優遇 住宅金融支援機構が提携する民間金融機関の長期固定金利住宅ローン（フラット35）について、借入後10年間の金利優遇幅を年▲0.3%から▲1.0%へ拡大（2010年2月から2011年末申込分までの時限措置）。
- 住宅ローン減税制度 住宅ローンを利用して住宅を取得（新築・増改築）した場合、一定の条件を満たせば、借入金の年末残高に一定割合（1.0～1.2%）を乗じた金額が、所得税・住民税から10年間控除される制度（2009年に控除額を拡大、2013年にかけて徐々に縮小していく）。

（2011.2.10 鈴木 功次郎）

24. 不動産

【要約】

- ◇ 分譲マンション販売は、2013年度にかけて増加基調を辿ると予想されるが、本格的な回復には至らず2000年代前半の水準には戻らない見通し。
- ◇ オフィス空室率は、三大都市圏ともに2011年によりやく悪化に歯止めがかかろう。ただ、東京23区では2012年、大阪市では2013年に大量供給が予定されており、空室率の改善にはしばらく時間を要する見通し。
- ◇ 2011年度の不動産大手5社の業績は、賃貸事業が2期連続の減益となる一方、分譲事業の採算改善が続くことで、全体としては増益を維持する見通し。2012年以降は賃貸事業の収益悪化にも歯止めがかかり、業績は引き続き緩やかに改善していく見通し。

(*)用語説明は、92頁をご参照下さい。

1. 業界環境

(1) 分譲マンション

◇ 2013年度にかけて増加基調を辿るも、本格回復には至らず

- 2010年度は、マンション供給戸数が首都圏・近畿圏で5年振りに増加するなど市場回復の兆しもみられ始めたが、三大都市圏の供給・販売（＝契約）戸数は直近ピーク（2004～2005年度）の5～7割にとどまり、販売環境の低迷は続いている。
 - ✓ 需要面では、住宅金融支援機構の金利優遇（*）（2011年末までの時限措置）や住宅ローン減税制度（*）等の政策に加え、デベロッパーが都心部の好立地物件を優先して供給した効果もあり、マンション需要は底打ちした。もともと、需要回復は力強さに欠け、郊外エリアを中心に販売環境は依然として低迷中。
 - ✓ 一方、分譲中在庫（*）は各エリアともに引き続き大幅に減少。首都圏では前年比▲3割減の約4千戸と、ピーク（2008年12月末：12千戸）の3割強となる見込み。
- 2011年度も市場拡大は続くが、物件・エリア毎に売れ行きの不調が分かれ、本格的な回復には至らない見込み。首都圏の供給戸数は47千戸程度（前年比＋8.5%増）と、4年連続で50千戸割れとなる見通し。
 - ✓ デベロッパーは、2008年以前に高値で仕入れた用地・物件（高原価物件）を未だに抱えるため、販売環境を見極めながら、高原価物件と2009年以降に仕入れた相対的に販売価格の低い物件を織り交ぜて供給する展開が続く見込み。
 - ✓ したがって、価格の大幅な下落は想定し難く（2011年度の首都圏発売価格は価格上昇前の2005年度比＋14%程度）、所得環境の緩やかな改善や需要喚起政策の継続による効果を加味しても、総販売戸数は緩やかな増加にとどまろう。
- 2012年度以降に関しては、マンション需要は2006年度以降に大幅に減少した反動で、当面は回復基調が続く見通し。ただし、需要は長期的にみれば世帯数の伸び率鈍化に伴い緩やかな減少局面に入っていることから、当面の回復も力強さに欠け、三大都市圏ともに2000年代前半の水準^(注)には遠く及ばない見込み。一方で、在庫処分に目処を付けたデベロッパーが、マンション供給を再開・強化する動きが拡がると予想されるため、需要をやや上回る供給から分譲中在庫は再び徐々に増加していく可能性が高い。

(注) 首都圏の総販売戸数は年平均8.8万戸。

図表 1：分譲マンション市場の推移

	(年度)	(単位)	2007	2008	2009	2010 (見込)	2011 (予想)	2012～2013平均 (予想)		
								2007=100とした 水準	2007=100とした 2013年度の水準	
首都圏	供給戸数	戸 %	58,112 (▲ 17.9)	40,166 (▲ 30.9)	37,765 (▲ 6.0)	43,033 (13.9)	+8～+9%	80程度	+12～+13%	100程度
	総販売戸数	戸 %	54,277 (▲ 21.8)	42,145 (▲ 22.4)	40,589 (▲ 3.7)	44,897 (10.6)	+6～+7%	90程度	+11～+12%	105程度
	初月契約率	% %ポイント	66.3 (▲ 11.2)	64.1 (▲ 2.2)	71.4 (7.3)	79.0 (7.6)	74%程度	—	72%程度 ⇒76%程度	—
	期末分譲中戸数	戸 %	10,825 (54.9)	8,846 (▲ 18.3)	6,022 (▲ 31.9)	4,137 (▲ 31.3)	+20～+25%	—	+5～+10%	—
	平均発売価格	万円 %	4,697 (9.3)	4,757 (1.3)	4,597 (▲ 3.4)	4,754 (3.4)	▲1～▲2%	—	▲2%半ば ⇒+2%程度	—
近畿圏	供給戸数	戸 %	28,592 (▲ 7.6)	21,800 (▲ 23.8)	19,094 (▲ 12.4)	22,306 (16.8)	+2～+3%	80程度	+4～+5%	90程度
	総販売戸数	戸 %	27,837 (▲ 6.3)	21,804 (▲ 21.7)	20,187 (▲ 7.4)	23,503 (16.4)	+1%程度	85程度	+1%程度	90程度
	初月契約率	% %ポイント	66.3 (▲ 6.0)	59.8 (▲ 6.5)	62.2 (2.4)	73.0 (10.8)	70%程度	—	65%程度 ⇒68%程度	—
	期末分譲中戸数	戸 %	5,975 (14.5)	5,971 (▲ 0.1)	4,878 (▲ 18.3)	3,681 (▲ 24.5)	+10%程度	—	+10～+15%	—
	平均発売価格	万円 %	3,519 (4.1)	3,508 (▲ 0.3)	3,377 (▲ 3.7)	3,375 (▲ 0.1)	▲1～▲2%	—	▲1%後半 ⇒+2%半ば	—
中部圏	供給戸数	戸 %	7,340 (▲ 25.0)	6,148 (▲ 16.2)	5,068 (▲ 17.6)	4,757 (▲ 6.1)	+16～+17%	75程度	+6～+7%	85程度
	総販売戸数	戸 %	7,091 (▲ 32.0)	5,895 (▲ 16.9)	5,558 (▲ 5.7)	5,222 (▲ 6.0)	+4～+5%	75程度	+5～+6%	85程度
	初月契約率	% %ポイント	57.8 (▲ 3.6)	56.6 (▲ 1.2)	58.4 (1.8)	61.7 (3.3)	60%程度	—	50%台後半 ⇒60%程度	—
	期末分譲中戸数	戸 %	2,005 (8.1)	2,259 (12.7)	1,646 (▲ 27.1)	1,180 (▲ 28.3)	+5～+10%	—	+10～+15%	—
	平均発売価格	万円 %	3,303 (5.7)	3,411 (3.3)	3,436 (0.7)	3,399 (▲ 1.1)	▲1～▲2%	—	▲1%後半 ⇒+2%半ば	—

- (注) 1. 中部圏の数値は暦年ベース（首都圏・近畿圏は年度ベース）。
 2. () 内は前年比伸び率、ポイント差。
 3. 予想欄の初月契約率は水準、それ以外は前年比伸び率を示す。
 4. 初月契約率は、新規供給（発売）物件のうち、発売月に販売（契約）した物件の割合。
 5. 平均発売価格は新規供給物件の発売価格であり、発売後（分譲中在庫）の価格調整は反映されない。

(資料) 不動産経済研究所、長谷工総合研究所、創芸の資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

(2) オフィスビル

◇空室率は三大都市圏ともにしばらく高止まる見通し

- 2010年のオフィス空室率は、テナント需要の低迷が長期化し、三大都市圏ともに大幅に上昇（悪化）した前年から更に悪化した（図表2）。公表ベースの募集賃料（*）は低下が続き、成約賃料（*）も大幅に引き下げた前年水準を一段と下回るケースが頻発した（ここ数年で▲2～3割程度の低下）。
 - ✓ 東京23区の2010年末の空室率は7.7%と、大量供給問題で急騰した直近ピークの2003年水準（6.9%）を超え悪化した。ただし、S・Aクラスビル（ハイスペックな高額賃料ビル）に限れば、賃料調整の進展により空室率は改善傾向を辿っている。
 - ✓ 大阪市の空室率は11.5%と、バブル崩壊後の最高値（2003年の10.6%）を更新。需要低迷下、供給量が前年に続き多く（過去10年平均の約1.5倍）、大型新築ビルでさえ多くの空室を抱えたまま竣工するケースが散見された。
 - ✓ 名古屋市の空室率は13.7%と、供給量は減少したものの、前年までの大量供給の影響から高原状態が続いている。
- 2011年については、テナント需要は、企業業績の回復に遅行するため改善が年後半までずれ込むことが予想され、三大都市圏ともに年末時点の空室率は高止まる見通し。成約賃料はしばらく緩やかな下落が続く見込み。
 - ✓ 東京23区では、新規供給が過去10年平均並みにとどまるなか、空室率は年後半に低下に転じるものの、年末時点では7%台半ばにとどまる見込み。
 - ✓ 大阪市では、過去2年続いた大量供給が一服して空室率の上昇に歯止めがかかるが、11%台半ばでの推移が続くと予想される。
 - ✓ 一方、名古屋市では、新規供給が過去10年平均の3割強まで減少するため、空室率は若干改善するも、依然歴史的な高水準にとどまろう。
- 2012年以降、テナント需要は緩やかに拡大していく見通し。しかし、東京23区では、2003年並みの大量供給が2012年に予定されるため、空室率の改善は2013年以降となる見込み。大阪市でも、2013年に過去最大級のプロジェクト「梅田北ヤード再開発」など供給増加が懸念され、空室率は一時的に小幅下落した後、2013年に再び上昇しよう。一方、名古屋市では、供給抑制から空室率の低下が続くものの、2013年時点でも11%台後半と需給ギャップは解消されない見込み。

図表2：オフィスビル市場の推移

(暦年)			2007	2008	2009	2010	2011 (予想)	2012～2013平均 (予想)
東京23区内 オフィスビル市場	空室率	[%]	1.8 (▲0.8)	3.3 (1.5)	6.5 (3.2)	7.7 (1.2)	7%台半ば	7%台後半 ⇒6%台後半
	新規募集賃料	[円/月・坪]	13,680 (7.1)	14,590 (6.7)	13,580 (▲6.9)	12,670 (▲6.7)	▲3～▲4%	▲2～▲3%
大阪市 オフィスビル市場	空室率	[%]	5.7 (▲0.5)	7.2 (1.5)	10.3 (3.1)	11.5 (1.2)	11%台半ば	11%台前半 ⇒11%台後半
	新規募集賃料	[円/月・坪]	8,940 (2.2)	9,040 (1.1)	8,690 (▲3.9)	8,370 (▲3.7)	▲5～▲6%	▲4～▲5%
名古屋市 オフィスビル市場	空室率	[%]	6.3 (0.4)	8.3 (2.0)	12.5 (4.2)	13.7 (1.2)	13%台前半	12%台前半 ⇒11%台後半
	新規募集賃料	[円/月・坪]	9,560 (▲0.7)	9,710 (1.6)	9,620 (▲0.9)	9,530 (▲0.9)	▲7～▲8%	▲3～▲4%

(注) 1. 空室率、新規募集賃料は各年の年末時点。

2. 予想欄の空室率は水準、新規募集賃料は前年比伸び率を示す。

(資料) CBRE 総合研究所「オフィスマーケットレポート」をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

- こうしたなか、大手不動産会社は、内需依存体質の是正を企図して、中国などアジア諸国における不動産開発（分譲マンションや商業施設）や、海外富裕層に対する国内不動産の販売、等を通じて外需の取り込みを強化し始めた。ただ、海外での不動産開発については、販売リスクや財務体力等の問題からハードルが高く、業界全体としての急速な拡大は想定し難い。

2. 企業業績

◇2011年度以降も業績は緩やかに改善する見通し

- 不動産大手5社の2010年度の業績は、3期振りの増益となる見込み（図表3）。
 - ✓ 分譲事業では、販売環境が本格回復しないなかで小幅増収にとどまるも、前期に計上した多額の棚卸資産評価損が減少し粗利率が緩やかに改善することで、黒字に転換する見込み。
 - ✓ 一方、賃貸事業では、既存物件の空室率上昇や賃料下落に伴う収益悪化分を、新規物件の竣工（室町東三井ビル等）による貸室総面積の増加及び前期開業物件の通期稼働の効果では吸収できず、2004年度以来の減収減益となる見込み。
- 2011年度も、賃貸事業の減益を分譲事業の増益でカバーする構図が続き、全体としては引き続き増益を維持する見通し。
 - ✓ 分譲事業では、在庫販売が一段落することで売上計上戸数は減少し減収が予想されるものの、用地価格下落後に仕入れた比較的採算を確保し易い物件の寄与により粗利率が改善するため、営業利益は2期連続の増益となる見通し。
 - ✓ 賃貸事業では、前期並みの貸室総面積の増加（丸の内1-4計画の竣工等）により増収に転じるも、ここ数年で引き下げた成約賃料と既存賃料との乖離が大きいため、契約更新時に減額改定を余儀なくされ、小幅ながら減益が続く見通し。
- 2012年度以降については、賃貸オフィス市場の底入れに伴い賃貸事業が徐々に回復する見込み。また、不動産売買価格の大幅な下落を背景に不動産投資市場（REIT等）が足元で底入れしつつあり、大手では不動産売却収入による収益底上げも一部見込めるため、大手各社の業績は緩やかな改善傾向を辿る見通し。

図表3：不動産大手5社の業績

（単位：億円、％）

（年度）	2007	2008	2009	2010 （見込）	2011 （予想）		2012～2013平均 （予想）	
					2007=100とした 水準	2007=100とした 2013年度の水準		
売上高	38,845 (2.4)	40,798 (5.0)	41,041 (0.6)	41,850 (2.0)	+0～+1%	110程度	+1～+2%	110程度
営業利益	6,638 (13.4)	5,255 (▲20.8)	4,783 (▲9.0)	5,090 (6.4)	+10～+15%	85程度	+3～+4%程度	90程度
営業利益率	17.1	12.9	11.7	12.2	13%台半ば	—	14%台前半	—

（注）1. 対象企業は、三井不動産、三菱地所、住友不動産、東急不動産、野村不動産ホールディングス。

2. （ ）内は前年比伸び率。

（資料）各社決算資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

【用語説明】

住宅金融支援機構の金利優遇	住宅金融支援機構が提携する民間金融機関の長期固定金利住宅ローン（フラット35）について、借入後10年間の金利優遇幅を年▲0.3%から▲1.0%へ拡大（2010年2月から2011年末申込分までの時限措置）。
住宅ローン減税制度	住宅ローンを利用して住宅を取得（新築・増改築）した場合、一定の条件を満たせば、借入金の年末残高に一定割合（1.0～1.2%）を乗じた金額が、所得税・住民税から10年間控除される制度（2009年に控除額を拡大、2013年にかけて徐々に縮小していく）。
分譲中在庫	分譲中在庫とは、発売済未契約の住戸を表しており、未発売の住戸がカウントされない（貸借対照表上の棚卸資産とは異なる）。
募集賃料と成約賃料	不動産オーナーが空室のテナント募集に際して市場に公開する賃料。オーナーは、既存テナントとの契約を考慮して、募集賃料を大幅には引き下げず、契約段階で賃料（成約賃料）を引き下げるケースが多い。

（2011.2.10 熊田 康宏、伊藤 利晃）

25. 人材派遣・請負

【要約】

- ◇ 2011年度以降、企業の非正規雇用者に対するニーズは回復に向かおうが、派遣労働者より請負や自社雇用を活用する動きが強まり、派遣労働者数は低水準が続く見通し。
- ◇ 2011～2013年度の人材派遣大手8社の業績は、請負事業の体制整備等に係る費用負担は増加するものの、増収増益基調を維持する見込み。

(*)用語説明は、95頁をご参照下さい。

1. 業界環境

◇ニーズ変化により派遣労働者数は過去水準に戻らず

- 2010年度の派遣労働者数は、前年比▲6.1%減の98万人と3年連続で減少し、2004年(93万人)以来の低水準となる見込み(図表1)。
 - ✓ ユーザー企業の非正規雇用者(派遣労働者・契約社員・請負(*)等の合計、パート・アルバイトを除く)に対するニーズは、リーマンショック後に大幅に減少した後、2010年に入りようやく下げ止まったとみられる。
 - ✓ しかしながら、労働者派遣の一部禁止を謳った法改正の動向が不透明なうえ、専門26業務派遣の適正化を目的とした行政指導(*)の影響もあり、ユーザー企業は、製造分野や事務分野を中心とした派遣労働者の活用には消極的。
- 2011年度も派遣労働者数は緩やかな減少基調を辿る見通し。
 - ✓ 企業は、雇用の不足分を引き続き非正規雇用者で補うため、非正規雇用者は小幅ながら増加するとみられる。
 - ✓ もっとも、ユーザー企業が、派遣労働者よりも請負や自社雇用(契約社員・期間工)を活用する動きを強めて切替を進めることで、派遣労働者数は前年比▲3%減と引き続き減少する見込み。
- 2012～2013年度を展望すると、一部の派遣労働者には派遣期間の制約がある点等を踏まえれば、ユーザー企業・派遣企業ともに事務・製造分野を中心に派遣労働者を再び積極的に活用することは想定し難い。メーカーの海外生産シフト等により製造・技術開発分野での非正規雇用者に対するニーズも大幅には回復しないため、派遣労働者数が過去ピーク(2007年度)の水準に戻る可能性は低い。

図表1：派遣労働者数

(単位:万人、%)

(年度)	2007	2008	2009	2010 (見込)	2011 (予想)	2012～2013平均 (予想)	
						2007=100とした 水準	2007=100とした 2013年度の水準
非正規雇用者数 (パート・アルバイト除く)	577 (3.7)	602 (4.3)	567 (▲5.9)	565 (▲0.2)	+0～+1%	100弱	+1～+2% 100程度
派遣労働者数	140 (9.4)	133 (▲4.5)	104 (▲22.0)	98 (▲6.1)	▲3%程度	70弱	+1%程度 70程度
その他	438 (2.0)	469 (7.1)	463 (▲1.3)	468 (1.1)	+1%程度	110弱	+1～+2% 110程度

(注) ()内は前年比増減。

(資料)総務省「労働力調査(詳細集計)」をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

- こうした環境下、大手各社は、国内でのシェア引き上げを図るとともに、ユーザーの海外展開に対応すべく海外進出にも着手している。中国等において、日系・現地企業に対して人材紹介や業務請負等を提供する体制を整備しているが、現地人材の育成には時間を要することを踏まえると、現時点で収益寄与度がごく僅かの海外事業が軌道に乗るには暫く時間を要するとみられる。

2. 企業業績

◇2013年度に掛けて増収増益基調を辿ろう

- 人材派遣大手8社の2010年度の業績は、前年度までの減収減益トレンドからは脱却するものの、営業利益は依然として低水準にとどまる見込み（図表2）。
 - ✓ 事務分野を主体とする企業（売上全体の8割弱）では、受注は総じて持ち直したが、一部企業に対する行政指導の影響等から引き続き減収減益となる見込み。
 - ✓ 一方、メーカーの製造分野や技術開発分野を主体とする企業では、前年度は赤字転落が散見されたものの、ユーザー企業の生産回復に伴い一転して大幅増収を確保することで、営業利益は大きく改善しよう。
- 2011年度も増収増益を維持するが、業績回復は限定的となる公算大。
 - ✓ 事務分野を主体とする企業は、微増収にとどまるうえ、マージン^(*)の上昇も期待し難く、5期振りに営業増益に転じるも回復は力強さに欠けるとみられる。
 - ✓ メーカーの製造分野と技術開発分野を主体とする企業は、ともに増収を持続する見込み。ただし、利益面をみると、製造分野主体企業では、粗利率の高い請負の更なる強化を通じて営業利益が順調に回復する一方、技術開発分野主力企業では、正社員として抱える派遣労働者の稼働率が改善途上で固定費負担が依然重いため、営業利益は大幅増益ながら過去水準には及ばないと予想する。
- 2012～2013年度を展望すると、企業の非正規雇用者に対するニーズが回復傾向を辿るなか、売上高は2007年度の9割弱まで回復する見通し。利益面では、請負強化に向けた指揮命令可能な人材の育成やコンプラ態勢の整備に係る費用負担が生じるものの、増益基調を維持しよう。

図表2：人材派遣大手8社の業績

(単位：億円、%)

(年度)	2007	2008	2009	2010 (見込)	2011 (予想)	2012～2013平均		
						2007=100とした 水準	(予想)	
売上高	7,743 (5.4)	7,345 (▲5.1)	6,042 (▲17.7)	6,193 (2.5)	+1%程度	80程度	+4%程度	90弱
営業利益	363 (▲4.2)	262 (▲27.8)	75 (▲71.3)	145 (92.8)	+30%程度	50強	+20%程度	70程度
営業利益率	4.7	3.6	1.2	2.3	3.0	—	4%弱	—

(注) 1. 対象企業は、テンプホールディングス、パソナグループ、ヒューマンホールディングス、ワールドインテック（12月決算）、アウトソーシング（12月決算）、メイテック、WDB、アルプス技研（12月決算）の8社。

2. ()内は前年比伸び率。

(資料) 各社決算資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

【用語説明】

請負	ユーザー企業が受託した業務（例えば、生産ラインの一部やコールセンター等）の対価として報酬を受け取る民法上の契約。請負会社が労働者に対する指揮命令権を有することが労働者派遣（ユーザー企業が労働者に対して指揮命令する）との最大の相違点。
専門 26 業務派遣の適正化を目的とした行政指導の強化	労働者派遣法では、事務用機器操作やソフトウェア開発といった専門 26 業務を除き、派遣労働者の派遣期間は最大 3 年と定められている。しかしながら、「契約上は専門 26 業務とするも、実際には専門 26 業務以外の業務に派遣労働者を従事させる」ケースを問題視した厚生労働省は、専門 26 業務の厳格運用に向け、派遣会社等への指導監督を強化した。

(2011.2.10 高橋 育子)

26. ホテル

【要約】

- ◇ 2011～2013年の客室稼働率は、宿泊者の大半を占める国内需要が回復することに加えて、政府の諸施策等を背景に訪日客も一段と増加することで、改善傾向を辿る見通し。
- ◇ 上場ホテル4社の業績は、増収増益を持続すると予想する。ただし、営業利益は大型改装等の効果があった2007年度水準の8割弱までしか回復しない見通し。

(*)用語説明は、97頁をご参照下さい。

1. 業界環境

◇2013年に掛けて客室稼働率は改善傾向を辿ろう

- ▶ 2010年のシティ・ビジネスホテルの客室稼働率(=利用客室数÷供給客室数)は、ビジネス・レジャー需要ともに回復し、4年振りに上昇した(図表1)。
 - ✓ ホテル各社が、低迷する客室稼働率の改善を目的に宿泊単価(ADR)を一段と引き下げているうえ、景気の持ち直しや韓国・中国をはじめとする訪日客数の増加に伴い需要も底打ちしたため、利用客室数は増加に転じた。
 - ✓ 一方、ホテル供給に関しては、宿泊特化型ホテル等の新規開業は続いたものの、主だった大型ホテル(500室以上)の開業・増築がなく、ストックの増加が限定的であったため、客室稼働率への影響も軽微であった。
- ▶ 2011年は、需要が緩やかに回復するなか、客室稼働率も改善が続く見通し。
 - ✓ 利用客室数をみると、訪日客は、官・民による訪日客数の増加に向けた取り組み強化(政府による各国での広告宣伝や外資系航空会社の路線拡充、ホテル・旅行代理店の営業強化等)の効果から二桁増が続くうえ、宿泊者の大半を占める国内需要は、年前半に景気減速の影響が残るものの、3連休の増加等もあり緩やかに回復するため、全体では前年比2～3%の増加と予想する。
 - ✓ 供給面は、ホテルの過剰感が解消されず、ホテル各社が新たな開発に着手する時期を見極めている状況下、新規開業は引き続き低水準にとどまる見通し。

図表1：ホテル客室稼働率

← (ご参考)右記表とはデータが異なる →

(暦年)	(単位)	2007	2008	2009	2010 (推定)	2010 (見込)	2011 (予想)	2012～2013平均 (予想)
		うち、シティ・ビジネスホテル	% %ポイント	76.3 (▲0.3)	74.3 (▲2.0)	69.9 (▲4.4)	73.1 (3.2)	65.7 -
客室稼働率	% %ポイント	- -	- -	- -	- -	51.8 -	53弱	54～55
供給客室数	億室 %	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	4.6 -	+1%程度	+1%強
利用客室数	億室 %	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	2.4 -	+2～3%	+4%弱

(注) 1.客室稼働率の()内は前年差。供給客室数・利用客室数の()は前年比伸び率。

2.表左(2007～2010年)の客室稼働率は㈱オータパブリケーションズの公表データ(2010年は、1～12月実績を単純平均した弊行推定値)。ただし、毎年の対象ホテル数が異なるため、各年を厳密に比較することはできない。一方、表右(2010年以降)のデータは、観光庁資料を基にした弊行予想値。

(資料)観光庁「宿泊旅行統計調査」、㈱オータパブリケーションズ「週刊ホテルレストラン」をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

- 2012～2013 年を展望すると、国内需要が回復傾向を辿ることに加えて、政府が中国人向け個人観光ビザの発行要件の追加緩和を検討するなど、観光立国の実現に向けた諸施策を推進するなか、訪日客の一段の増加も見込まれるため、客室稼働率は 70～71%まで改善する見通し。

2. 企業業績

◇業績は緩やかな改善を続ける見通し

- 上場ホテル運営 4 社の 2010 年度の業績は、3 年振りに増収増益を確保する見込み(図表 2)。
- ✓ 売上高は前年比 3.6%増と、小幅ながらも増収に転じよう。主力のホテル事業(売上の 90%弱)をみると、料飲部門が引き続き減収となるうえ、宴会(一般宴会・婚礼)部門も受注が伸び悩み売上は前年をやや上回るにとどまるが、宿泊部門では、客室稼働率の改善を企図した宿泊単価の引き下げ効果から RevPAR(*)がようやく底打ちするとみられる。
- ✓ 損益面をみると、不動産賃貸事業(帝国ホテル)が収益を底支えするなか、ホテル事業でも増収効果に加え、業務の効率化や人件費等の削減により増益に転じるため、全体として営業増益を確保する見込み。
- 2011 年度は増収増益を持続するも、業績の本格回復には至らず。
- ✓ 売上高をみると、宿泊部門では、客室稼働率の改善が続くうえ、宿泊単価も底打ちし増収を持続する見通し。ただし、料飲・宴会部門では、法人需要の大幅な拡大を期待し難く、全体としては前年比 2～3%の増収にとどまる公算大。
- ✓ 損益面をみると、追加的なコスト削減よりも集客強化を目的とした広告宣伝等の販促強化が想定されるため、営業利益の本格回復には至らない見込み。
- 2012～2013 年度を展望すると、宿泊部門におけるイールドマネジメント(*)の再強化・高度化や、宴会部門での営業強化により収益拡大を推進するとみられるが、2007 年度の水準(旺盛な法人需要や外資系ラグジュアリーホテルへの対抗策として実施した大型改装の効果が収益を底上げ)まで営業利益が回復することは想定し難い。

図表 2：上場ホテル運営 4 社の業績

(単位：億円、%)

(年度)	2007	2008	2009	2010 (見込)	2011 (予想)	2012～2013平均 (予想)	
						2007=100とした 水準	2007=100とした 2013年度の水準
売上高	1,982 (1.0)	1,879 (▲5.2)	1,700 (▲9.5)	1,762 (3.6)	+2～3%	90程度	+4%弱 95程度
営業利益	122 (3.6)	83 (▲32.0)	33 (▲60.2)	54 (63.3)	+10%程度	50程度	+20%強 75程度
営業利益率	6.2	4.4	1.9	3.1	3.3	—	4～5% —

(注) 1. 対象企業は、藤田観光(12月決算)、帝国ホテル、ロイヤルホテル、京都ホテル(12月決算)の3社。

2. ()内は前年比伸び率。

(資料) 各社決算資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

【用語説明】

RevPAR Revenue per available room の略で 1 日 1 室当たりの客室売上高を示す指標。「客室売上高 ÷ 総客室数」または「客室稼働率 × 宿泊単価」により算出。

イールドマネジメント 過去の実績に基づき日・月・年単位で需要予測を行い、販売価格を柔軟に調整することで、収益(RevPAR)の極大化を図る経営管理手法。例えば、過去実績に基づき売れ残りそうな客室を予め低価格で販売し客室稼働率の状況をみながら残りの客室単価を引き上げたり、宿泊日間近の販売価格を正規料金にしたり、臨機応援に価格を変動させる。

(2011.2.10 高橋 育子)

当資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、何らかの行動を勧誘するものではありません。ご利用に関しては、すべてお客様御自身でご判断下さいますよう、宜しく願い申し上げます。当資料は信頼できるとされる情報に基づいて作成されていますが、当部はその正確性を保証するものではありません。内容は予告なしに変更することがありますので、予めご了承下さい。また、当資料は著作物であり、著作権法により保護されております。全文または一部を引用・転載する場合は出所を明記してください。

発行：株式会社 三菱東京 UFJ 銀行 企業調査部
〒100-8388 東京都千代田区丸の内 2-7-1

