

# 産業レポート

2013年1月7日

## 2013年度業界見通し

～ 更なる成長には差異化戦略と異業種連携が鍵に～

### <目次>

業種別概況表 ...	1	13. 情報サービス ...	87
主要業種の企業業績予想 ...	4	14. 小売概況 ...	91
1. 総論 ...	6	15. 百貨店 ...	95
2. 鉄鋼 ...	23	16. スーパー ...	97
3. 紙・パルプ ...	28	17. コンビニエンスストア ...	99
4. 石油 ...	32	18. 家電量販店 ...	101
5. 化学 ...	37	19. 陸運 ...	103
6. 医薬品 ...	43	20. 海運 ...	106
7. 食品 ...	49	21. 空運 ...	110
8. 自動車 ...	54	22. 建設 ...	114
9. 機械 ...	62	23. 住宅 ...	118
10. エレクトロニクス ...	70	24. 不動産 ...	123
11. 通信 ...	79	25. 人材派遣・請負 ...	128
12. 放送 ...	83	26. ホテル ...	132

## 【業種別概況表】

業 種	景況感			コメント
	2012年度 (見込)	2013年度 (予想)	2014~15年度 (予想)	
1. 鉄 鋼				<p>&lt;粗鋼生産量は緩やかな減少基調で推移、企業業績は2012年を底に回復に転じよう&gt; 2013年度の粗鋼生産量は、内需が弱含むなか、輸出の大幅な回復も見込み難く、前年比 1%程度の減少となる見通し。2014年度以降も、内需の縮小が続くと見込まれ、粗鋼生産量は緩やかな減少基調を辿ろう。高炉メーカーの2013年度の企業業績は、在庫評価損の解消に加え、各社の合理化効果によって増益に転じる見通し。2014年度以降は、各社のコスト削減や、輸出採算の改善などが奏功し、各社の業績は緩やかに回復しよう。</p>
2. 紙 ・ パルプ				<p>&lt;需要は減少基調を辿るが、業績面では余剰設備の廃棄等を通じた合理化によって増益へ&gt; 2013年度の洋紙・板紙の国内需要は、薄物化や紙から電子媒体へのシフトといった構造的要因を受けて前年度に引き続き縮小する見通し。2014～2015年度にかけてもこうした状況に大きな変化はなさそう。紙需要は縮小が続こう。また、2013年度の企業業績は、国内需要の回復が見込めないなか、販売数量の落ち込みと低調な製品市況を背景に減収を余儀なくされるものの、余剰設備の廃棄等による合理化効果によって増益を確保する見通し。2014～2015年度にかけても、国内需要の低迷は続くものの、海外事業の強化や各社の合理化によって、緩やかな増益トレンドが続く公算が大きい。</p>
3. 石 油				<p>&lt;需要の縮小は続くも、2014年度にかけて過剰設備の削減が進み企業業績は増益基調を辿ろう&gt; 2013年度以降の燃料油販売量は、電力用重油の需要減に加え、自動車の燃費改善などを受けたガソリンや軽油等の構造的な需要縮小を背景に減少基調が続く見通し。2013～2015年度の石油元売の業績は、過剰設備の削減を通じた石油精製・販売部門の需給改善やコスト削減効果により、回復基調が続く見通し。</p>
4. 化 学				<p>&lt;国内エチレン生産量は4年振りの増加、企業業績は総合化学、合成繊維とも増益に転じる見通し&gt; 2013年度のエチレン生産量は、アジア市場における石化製品の需給改善を背景に輸出が回復するほか、プラントトラブルに伴う供給制約の一部が解消することで4年振りの増加に転じる見通し。2014～2015年度は引き続き輸出の増加を主因に回復基調を辿るものの、なおも歴史的にみて低い水準に留まる。企業業績は、2013年度に石化、繊維の両部門で収益の底打ちが見込まれ、その後も増益基調が続く見通し。ただ、総合化学では、今後も収益の大半を非石化部門に依存する構造が続くとみられる。</p>
5. 医 薬 品				<p>&lt;高齢化の進展に伴って需要は緩やかに拡大、企業業績は新興国市場の拡大を背景に増収へ&gt; 2013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拡大が続くとみられるなか、薬価改定が予定されていない年とあって、前年比3～4%程度の成長となる見通し。2014年以降も市場の成長は続くと思われるものの、2014年から2年連続で予想される薬価改定の影響などにより成長ペースの鈍化が見込まれる。また、大手医薬品メーカーの企業業績は、大型薬の特許切れによるマイナス影響は続くものの、新興国市場の拡大を背景とした海外売上高の増加と新薬販売の拡大を通じ、緩やかな増益基調を辿る見通し。</p>
6. 食 品				<p>&lt;生産額は総じて増加傾向を辿るが、業績は価格競争の激化により2014年以降再び減益局面へ&gt; 2013年の食品生産額は、前年にヒット商品が数量増を牽引したカテゴリーにおいて反動減が予想されるため、前年割れとなる見通し。2014年以降は、原料価格の上昇に伴う製品値上げが数量減を補い増加傾向を辿ろう。この間の食品メーカーの業績は、2013年度は価格転嫁の浸透に伴う素材系カテゴリーの復調により微増益、2014年度以降は価格競争の激化が収益を圧迫し減益となる見込み。</p>
7. 自 動 車				<p>&lt;世界需要は過去最高の更新が続き、企業業績も増収増益基調を維持&gt; 2013年の世界需要は、国内や西欧などでは減少が見込まれるものの、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堅調な伸びを背景に、過去最高を更新。2014年以降も、アジアを中心とした新興国需要の成長に加え、債務問題の沈静化する西欧の需要も回復し、拡大が続く見通し。日系自動車メーカーの業績は、2013年以降は、販売台数の増加を主因に増収が見込まれ、現地調達比率の引き上げや部品の共通化、国内における海外製部品の活用など原価低減努力を続けることで、増益を続ける見込み。</p>
8. 機 械 上が産業機械、 下が工作機械				<p>&lt;新興国主体に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&gt; 2013～2015年度の産業機械受注額は、復興需要の剥落に加え、ユーザーにおける生産の海外シフトなどから内需は減少するも、中国や欧州での需要回復を主因に外需が堅調な成長ペースを取り戻すことから、全体では緩やかに拡大。工作機械受注額も、内需は低調ながら外需主導で回復基調が続こう。一方、新造船受注量は船腹過剰が続く環境下で依然低迷を余儀なくされる見通し。2013年度以降の企業業績は、世界需要の回復や各社の生産効率化等のコスト削減努力を背景に、緩やかながら増収増益を確保する見込み。</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. 機械(総合重機及び産業機械は上、工作機械は下)には複数の天気マークを併記。

業種	景況感			コメント
	2012年度 (見込)	2013年度 (予想)	2014~15年度 (予想)	
9. エレクトロニクス 上が総合家電、 下が総合電機				<市場が減速感を増すなか、エレクトロニクスを中心としたコスト削減の継続によって徐々に業績改善> 2013年以降の世界のエレクトロニクス市場を展望すると、液晶TV、デジタルスチルカメラが総じて縮小基調を迎えることに加え、エアコンやPC、携帯電話でも、先進国の伸び悩みや、新興国における普及率の高まりに伴って増勢ピッチが徐々に鈍化していくとみられ、市場全体として総じて減速感が強まる展開を辿ろう。これに伴い、それら最終製品に搭載される半導体も、小幅の成長にとどまる見通し。電機大手8社の業績は、重電や産業機器など非エレクトロニクス事業が引き続き堅調に推移するなか、薄型TVやPC、携帯電話などエレクトロニクス事業を中心にコスト削減を継続することで、増収増益を確保する見通し。
10. 通信				<需要は2013年度に拡大に転じ、企業業績は増収増益基調を迎える見通し> 2013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、7年振りの拡大に転じよう。2014~2015年度は、引き続きスマートフォンユーザーの拡大を主因に主力の移動体通信が成長を維持するため、市場全体では小幅なプラス基調が続く見込み。こうしたなか、2013~2015年度の総合通信大手3グループの業績は、市場の拡大に連れて移動体通信が堅調に推移することに加え、インフラ投資がピークアウトした固定通信における減価償却負担の軽減も寄与して、増収増益基調を迎える見通し。
11. 放送				<需要は緩やかな拡大傾向、企業業績は増収増益基調を迎える見通し> 放送局の主たる収入源であるテレビ広告の市場は、2013年度は消費税増税前の駆け込み需要取り込みを狙った出稿増を背景に、2014年度以降は景気回復に伴う企業(広告主)の出稿意欲向上によって、緩やかな拡大傾向を迎える見通し。こうしたなか、2013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り微増収となるなか、制作費を中心にコスト抑制を続けることで増益を確保すると予想される。
12. 情報サービス				<市場は緩やかな拡大傾向を維持、大手企業の業績は増収増益基調を迎える見通し> 2013年度の情報サービス市場は、東日本大震災を契機に喚起されたBCP対策やクラウド関連の需要増を主因に、緩やかな拡大が続く見込み。2014~2015年度は、ユーザー企業の間でIT投資効率化に向けた動きが続くものの、金融機関向け特需などが底支えし、伸び率こそ鈍化するものの、小幅のプラス基調を維持しよう。上場大手8社の2013年度以降の業績は、市場の拡大に伴う増収効果に加え、不採算案件の削減やオフショア開発の拡大によるコスト低減が寄与し、増益基調を迎えよう。
13. 百貨店				<市場は他業態との集客競争を背景に縮小基調、企業業績も2014年度以降は減収へ転じよう> 2013年度の百貨店販売額は、消費税増税前の高額品需要の増加が見込まれるものの、他業態との集客競争を背景に減収が続く見通し。2014年度以降は増収後の反動減により減収ピッチが加速しよう。大手3社の業績は、2013年度は微減収ながら増益、2014年度以降は市場縮小に伴う減収幅の拡大に伴い減益に転じる見通し。
14. スーパー				<減収基調を迎えるなか、販管費のコントロールを一段と強化するものの、減収が続く見通し> 2013~2015年度のスーパー販売額は、顧客層の開拓やドミナントの強化を企図して主要スーパーが出店を増やすものの、コンビニエンスストアやドラッグストアなど他業態との競争激化を主因に既存店売上高の減少が続くとみられ、全体としては減収基調を迎える見通し。大手4社の業績は、減収が続くなか、販管費のコントロールを一段と強化するものの、減収による粗利益の減少をカバーするには至らず、減益で推移すると予想される。
15. コンビニエンスストア				<市場は緩やかながら拡大基調で推移、企業業績は2014年度をピークに減益に転じる見通し> 2013年度のコンビニエンスストアの販売額は、各社の積極的な出店を主因に増加。2014年度以降も、既存店における競争激化を背景に伸び幅こそ鈍化するものの、コンビニエンスストアの販売額は増加する見通し。大手5社の業績は、2013年度は増収効果により増益、その後は他業態も含めた競争が激化するなか、販売促進費などの店舗運営コストが高まり、2014年度をピークに減益に転じるとみられる。
16. 家電量販店				<消費税増税以降は市場縮小に転じ、企業業績も減収減益に> 2013年度の家電販売額は、白物家電を中心に消費税増税前の駆け込み需要が見込まれることから、僅かながらも増加に転じるが、2014年度以降は、増税後の反動減に加え商品単価の下落が響いて縮小基調を迎える見通し。大手4社の業績は、2013年度は市場の持ち直しに伴い増収増益となる見通しだったが、2014年度以降は減収減益を余儀なくされよう。

(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の。

2. エレクトロニクス(総合家電は上、総合電機は下)には複数の天気マークを併記。

業種	景況感			コメント
	2012年度 (見込)	2013年度 (予想)	2014~15年度 (予想)	
17. 陸 運				<貨物量は横這いが精々で、大手と中小の業績格差は引き続き拡大> 2013年度は、「生産関連貨物」、「消費関連貨物」が横這い程度となるなか、被災地の復興関連以外の官公需縮小により「建設関連貨物」が減少するため、営業用自動車輸送量全体で微減となる。2014~2015年度は「生産関連貨物」、「消費関連貨物」が若干持ち直すものの、「建設関連貨物」の減少が続き、横這いがせいぜいとなる見通し。運賃は、2013年度以降も回復を見込み難い状況が続こう。こうしたなか、燃料価格の上昇もあり、単純輸送主体の中小企業では業績低迷が続く一方、高付加価値サービスに注力する大手は増益基調を維持する見通し。
18. 海 運				<2014年以降に運賃持ち直しを受けて環境改善に向かおうが、本格回復には至らず> 2013年の海運業界は、定期船、不定期船共に荷動きの増加を上回る新造船竣工が続くため、船腹需給が緩和し、運賃も下落基調が続く見通し。大手3社の業績は、年度終盤にバルカー運賃が持ち直すほか、長期契約積み上げを図るも、事業環境の本格改善が見込めないため、収益性は低位に留まる。2013~2014年は先進国の景気回復などにより輸送量が増加するほか、船腹量の増加ペースが減速し、供給過剰感が僅かながら改善へと向かう見込み。このため運賃も底打ちし、各社収益は回復傾向を辿るとみられるが、収益性は低水準で推移する見通し。
19. 空 運				<旅客数はほぼ横這いで推移するものの、国際線の好調により企業業績は増収増益が続く> 2013年度は、国際線では引き続き訪日需要の拡大が見込まれるも、日中間の旅行需要停滞が予想されるほか、国内線も減少するため、旅客数は横這いがせいぜいとなる見通し。貨物量は国際貨物で海運へのシフトにより減少が続こう。企業業績は国際線旅客事業の拡大により、増収増益を見込む。2014年度以降も低調な国内線を国際線が補完する傾向が続き、全体ではほぼ横這いとなる見通し。貨物量は国際線貨物が増加に転じるため、全体で微増となる。こうしたなか、企業業績は引き続き好調な国際線旅客事業に支えられ、増収増益基調で推移する見通し。
20. 建 設				<復興需要は2014年度以降通減、厳しい競争環境と労務費上昇が利益率を圧迫する懸念あり> 2013年度の工事受注額は、民間工事は力強さに欠けるなか、官公庁工事が前期並みを維持し、横ばいを見込む。その後は再び縮小基調に向かおう。建設大手4社の2013年度業績は、工事採算の低下から減益を余儀なくされる見通し。2014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・企業業績とも消費税増税の影響により大きく変動する見通し> 見通し期間中の住宅着工戸数は、政策効果が下支えするうえ、消費税増税前の駆け込み需要も発生し、2013年度は一時的に90万戸台を回復する見込み。その後は反動減と世帯数の伸び鈍化等に伴う新規需要の減少から80万戸台で推移する見通し。2012年度の住宅メーカーの業績は住宅取得促進政策が追い風となり、増収増益が続く見込み。2013~2014年度は駆け込み需要と反動減により振幅の大きい推移となるものの、2015年度には住宅事業の持ち直しから再び増収を確保しよう。
22. 不 動 産				<マンション市場は厳しいものの、オフィス空室率が東京23区で低下、大手業績は緩やかに改善> マンション販売は、2013年度にかけて駆け込み需要が発生するも、その後は反動減が見込まれ、厳しい販売環境が続く見通し。オフィス空室率は、2013年も需要の本格回復を見込み難いなか、新規供給が少ない東京23区・名古屋市では持ち直す一方、大阪市では大量供給により悪化懸念あり。2014年以降は、東京23区の市況改善気運が次第に高まる一方、名古屋市では2015年の大量供給で市況悪化に転じる恐れあり。2013年度の不動産大手5社の業績は、分譲事業での駆け込み需要の取り込み等で増益の見通し。2014年度以降も緩やかな改善傾向を辿ろう。
23. 人材派遣・請負				<派遣労働者数は2012年度に底打ちして徐々に回復に転じ、大手の業績は増収増益基調を辿る> 2013年度以降、企業の非正規雇用者に対するニーズは増勢を持続しようが、一部の期間制限の残る業務を中心に派遣から請負への流れが続くなか、派遣労働者数の回復ピッチは非正規雇用者全体の伸びと比較して緩やかなものにとどまる。2014~2015年度の人材派遣大手8社の業績は、人材供給ニーズに幅広く応えるための総合的な体制整備等に係る費用負担が増加するものの、増収増益基調を辿る見込み。
24. ホ テ ル				<客室稼働率の低下、設備更新投資等の費用増を背景に、大手の業績は減益基調> 2013~2015年の客室稼働率は、人口減少等を背景とする内需(全体の9割強)の低迷を訪日客の伸びが補うことで、利用客室数全体は横這いを維持する一方、利用客室数が微減傾向を辿るとみられるため、客室稼働率は微減となる。上場ホテル4社の業績は、一部企業における新規施設の開業が売上の下支え要因となるものの、設備更新投資等により全体の費用増加が見込まれるため、減益基調を辿る見通し。

(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	2012年度（見込）			2013年度（予想）			2014～15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	▲ 8.7%	▲ 64.6%	0.9%	+1%程度	4倍弱	3%強	横這い程度	+2%弱	4%弱
2. 紙・パルプ		上場大手7社	+0.5%	▲ 2.2%	3.8%	1%強	+10%弱	4%程度	+1%強	+1%弱	4%程度
3. 石	油	石油元売大手4社	▲ 0.9%	▲ 9.3%	1.7%	1.5～2%	+9%程度	2%弱	0.5～1%	+7～+8%	2%程度
4. 化	学										
	総合化学	総合化学大手5社	▲ 1.8%	▲ 12.5%	3.1%	+3%強	+20～+30%	4%弱	+3%程度	+10%程度	4%強
	合成繊維	合成繊維大手5社	▲ 2.0%	▲ 17.1%	5.7%	+5%程度	+9%弱	6%程度	+0～5%	+5%程度	6%強
5. 医薬品		医療用医薬品大手4社	+0.5%	▲ 16.5%	12.1%	+1%程度	+1%程度	12%程度	+3%弱	+2～+3%	12%程度
6. 食品		食品メーカー20社	+2.8%	▲ 2.7%	4.1%	+1%程度	0～+1%	4%程度	+2%弱	1%程度	4%弱
7. 自動車		完成車メーカー8社	+11.4%	+96.4%	5.5%	+5%程度	+15%程度	6%程度	+6%程度	+19%程度	7%程度
8. 機械											
	総合重機	上場大手6社	+2.4%	▲ 14.1%	3.7%	+5%程度	+15%程度	4%程度	+8%程度	+12%程度	5%程度
	産業機械	上場大手6社	▲ 0.2%	▲ 3.7%	8.8%	+5%程度	+10%程度	9%程度	+5%程度	+10%程度	10%程度
	工作機械	上場大手3社	▲ 4.0%	▲ 16.3%	5.1%	+2%程度	+10%程度	5%程度	+4%程度	+12%程度	6%程度
9. エレクトロニクス		上場大手8社	▲ 3.6%	+24.0%	2.8%	+1～+2%	+35%前後	4%弱	+2%前後	+15～+17% +6～+7%	4%強
10. 通信		通信事業者大手6社	+1.5%	+0.3%	13.5%	+4%強	+10%強	14%強	+1.5%前後	+4.5～+7.5%	15～16%
11. 放送		民放キー局5社	+3.8%	+9.4%	6.0%	+1%前後	+3%前後	6%前後	+1～+1.5%	+3～+4%	6.0～6.5%
12. 情報サービス		上場大手8社	+3.6%	+8.6%	7.0%	+2%程度	+6.5%弱	7.5%弱	+1.5%前後	+4.0～+4.5%	7.5%強
13. 百貨店		上場大手3社*	+0.9%	+15.3%	2.0%	1%弱	+5%弱	2%程度	3%弱	10%程度	2%弱
14. スーパー		GMS上場大手4社*	▲ 2.1%	▲ 32.9%	1.0%	0.5%弱	10%弱	1%弱	1～1.5%	40%程度	0.5%程度
15. コンビニ		上場大手5社*	+0.8%	+4.7%	23.1%	+1.5%強	+3%強	23.5%程度	+2%程度	1%強	22.5%程度
16. 家電量販店		上場大手4社	+0.3%	▲ 38.7%	2.2%	+3%程度	+20～+25%	2.5%程度	1%程度	5～10%	2%強
17. 陸運		上場大手5社	+0.4%	▲ 2.8%	3.6%	+0～1%	+1%程度	3.5%程度	+1%程度	+3%強	3.5%強
18. 海運		上場大手3社	+6.4%	黒字転換	0.5%	+1%弱	+20%程度	0～1%程度	+4～5%程度	+90%程度	2%弱
19. 空運		上場大手2社	+3.5%	▲ 4.9%	10.6%	+2%程度	+2%程度	10%強	+1～2%程度	+3～+5%	11%程度
20. 建設		上場大手4社	+5.0%	+4.4%	2.1%	1%程度	10%強	2%程度	1%～2%	4～6%	1%台後半
21. 住宅		上場大手6社	+5.8%	+16.6%	5.0%	+7%程度	+7%程度	5%程度	1%程度 +2%程度	9%程度 +4%程度	4～5%
22. 不動産		上場大手5社	+4.5%	+1.0%	12.4%	+3～4%	+9～+10%	12%台後半	±0～1%	±0～1%	13%台前半
23. 人材派遣・請負		上場大手8社	+10.6%	+18.3%	3.3%	+2%程度	+5%弱	3%強	+3%程度	+5%程度	4%弱
24. ホテル		上場4社	+3.4%	+48.9%	2.3%	1%程度	10%強	2%程度	0～+1%	15～16%	2%弱
各業種合計	-		+1.9%	+13.2%	4.8%	+1～2%	+22～+23%	5%台半ば	+1～+4%	+7～+19%	6%前後

(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（152社）

業種	対象企業									
1. 鉄	鋼	高炉4社	新日鐵住金、JFEホールディングス、神戸製鋼所、日新製鋼ホールディングス							
2. 紙	・	バルブ	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、中越バルブ工業						
3. 石		油	石油元売大手4社	JXホールディングス、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、アサヒグループホールディングス、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						
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、IHI、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8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
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、日本テレビホールディングス、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						
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、新日鉄住金ソリューションズ		
13. 百		貨	店	上場大手3社*	高島屋、三越伊勢丹、大丸松坂屋					
14. ス		ー	バ	ー	GMS上場大手4社*	イオンリテール、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	上場大手2社	日本航空、全日本空輸						
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、野村不動産ホールディングス					
23. 人		材	派	遣	・	請	負	上場大手8社	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、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					

<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（2012年12月）

	2011年度			見通し			2013年度		
	上期	下期	通期	上期	下期	通期	上期	下期	通期
名目GDP	▲ 3.0	0.2	▲ 1.4	1.3	▲ 0.7	0.2	▲ 0.2	1.1	0.5
実質GDP	▲ 1.0	1.6	0.3	2.1	0.0	1.0	0.3	1.4	0.9
消費者物価<除く生鮮食品>	▲ 0.1	▲ 0.0	▲ 0.0	▲ 0.1	▲ 0.2	▲ 0.1	0.0	0.3	0.2
円相場(円/ドル)	80	78	79	79	80	79	80	81	81
原油価格(WTI、ドル/バレル)	96	99	97	93	90	91	95	95	95
米国実質GDP	1.9	1.8	1.8	2.3	2.2	2.2	2.1	2.4	2.3

(注)1. 円相場は期中平均値。足元の為替相場の変動は考慮していない。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。

3. 自民党を中心とした新政権による景気刺激策は考慮していない。

(資料)三菱東京UFJ銀行企画部経済調査室

# 1. 総論

## 【要約】

- ◇ 2013年度の需要・生産動向は、国内では消費増税に伴う駆け込み需要が見込まれるが、震災からの復興需要の一服に加え、欧州も景気低迷が続く、小幅な回復にとどまろう。2015年度までを展望すると、外需型産業は回復を持続するが、内需型産業では市場の成熟化から堅調業種でも増勢鈍化が予想されるなど、頭打ちが鮮明になる。
- ◇ 企業業績に関しては、2013年度は加工組立業種の業績回復が寄与し、微増収増益を見込むが、利益水準は直近ピーク（2007年度）の7割強と本格回復には至らない。2014年度以降は、新興国の需要取り込み、素材需給の改善を背景に緩やかな増収増益傾向を辿り、2015年度には営業利益が直近ピークの9割程度まで回復する見通し。
- ◇ 今後、わが国企業が更なる成長を遂げるには、国内再編で不採算事業を整理したうえ、「既存事業の差異化」によりグローバルの需要取り込みを図りつつ、異業種連携等を通じて「新規事業領域を創出」していくことが欠かせない。

## 1. 2012年度の動向

復興需要で内需は底堅いが、世界景気の減速の影響により外需が低迷

- 2012年度の需要・生産動向は、年度前半は震災からの復旧・復興需要に加え、タイの洪水からの持ち直しもあり、製造業、非製造業ともに回復基調で推移した。しかし、年度中盤から世界景気の減速の影響により、製造業を中心に幅広い業種で前年割れに転じるなど、通年の景気動向は内外需で明暗が分かれよう（図表1）。
- 外需型産業では、震災やタイの洪水に起因する供給制約の解消により販売台数が回復する自動車を除き、組立加工業種ではアジアや欧州の景気減速に伴う受注減、素材業種ではアジア域内市場の需給緩和等を背景に、需要・生産量が落ち込む見込み。
- 一方、内需型産業では、構造的に縮小基調にある石油、紙パルプ、百貨店が前年割れとなるが、政策効果で下支えされた住宅や復興需要が顕在化した建設・陸運、震災後に新規需要が発生した情報サービスなど過半の業種で需要増が予想される。

図表1：わが国産業界の需要・生産の動向

	業種	指標	2011年度 (実績)		2012年度 (見込)	
				前年比		前年比
外需関連	自動車	グローバル販売台数*	2,081万台	2.1%	2,297万台	+10.4%
	鉄鋼	粗鋼生産量	10,646万トン	3.9%	10,565万トン	0.8%
	海運	定期船輸送量*	2,719万TEU	+2.6%	2,663万TEU	2.1%
	エレクトロニクス	半導体世界出荷金額*	2,995億米\$	+0.4%	2,875億米\$	4.0%
	化学	エチレン生産量	647万トン	7.5%	619万トン	4.4%
	機械	工作機械受注額	13,111億円	+17.7%	12,047億円	8.1%
		産業機械受注額	78,324億円	+14.1%	68,095億円	13.1%
内需関連	住宅	住宅着工戸数	84万戸	+2.7%	87万戸	+3.1%
	建設	建設工事受注額	10.8兆円	+7.1%	11.1兆円	+2.5%
	情報サービス	情報サービス業売上高	9.9兆円	0.7%	11.4兆円	+1.9%
	食品	食品生産額*	23.0兆円	0.1%	23.1兆円	+0.8%
	人材派遣・請負	非正規雇用者数	572万人	+0.5%	574万人	+0.3%
	陸運	営業用貨物輸送量	31億トン	0.2%	31億トン	+0.3%
	石油	燃料油販売量	1.96億kl	+0.0%	1.96億kl	0.2%
	百貨店	全国百貨店売上高	6.2兆円	+0.4%	6.1兆円	1.1%
	紙パルプ	洋紙・板紙国内需要	2,739万トン	2.3%	2,712万トン	1.0%
	家電販売額	7.1兆円	14.1%	6.2兆円	12.4%	

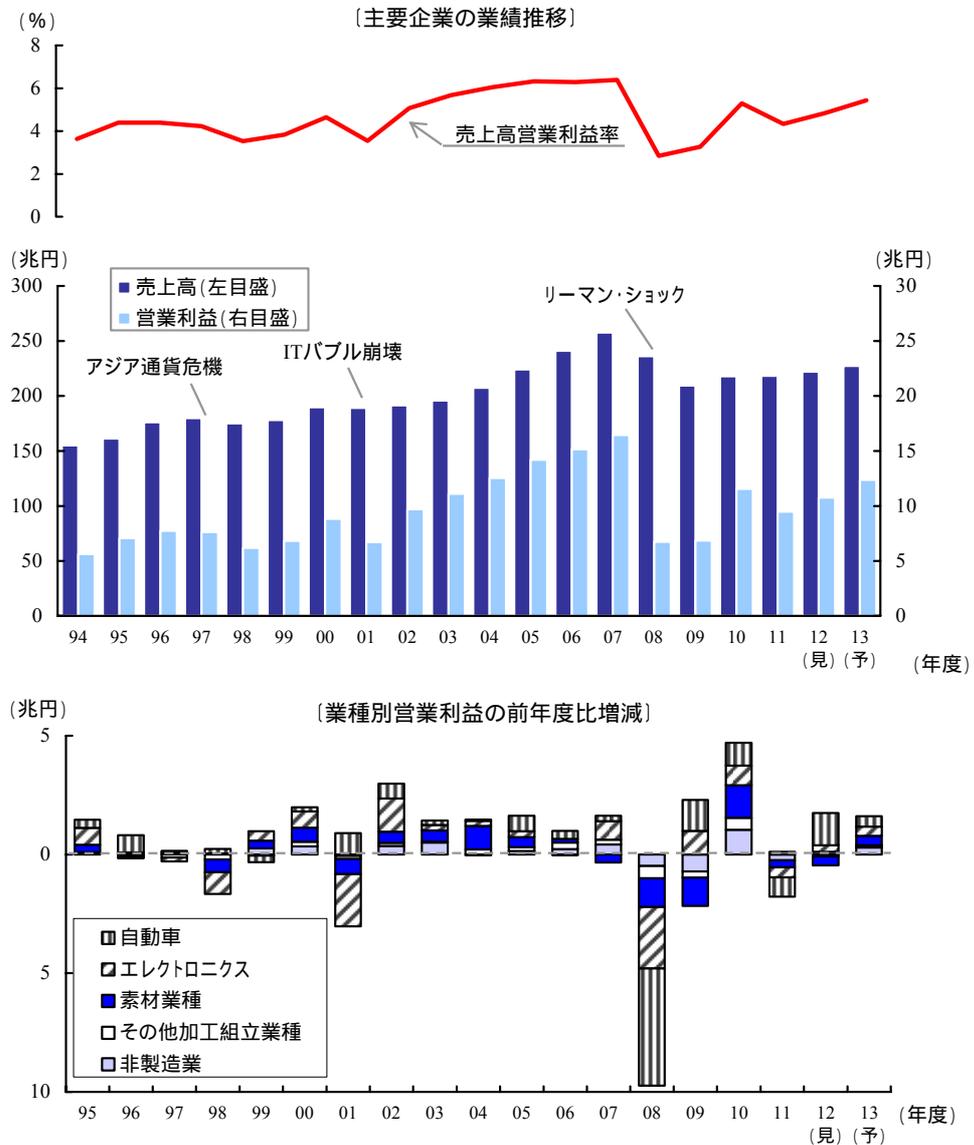
(注)「\*」を付した指標は暦年ベース。

(資料) 各種資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

企業業績は供給制約が解消する自動車が全体を牽引し、微増収増益を確保する見込み

- こうした状況下、2012年度の企業業績は、売上高が前年比1.7%増、営業利益が前年比14.1%増と微増収増益を確保する見込み（図表2：主要企業152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、素材業種が素材市況の悪化を背景に減収となるものの、加工組立業種が震災やタイの洪水による供給制約が解消され販売増に転じるため、全体では微増収の見込み。一方、営業利益は、加工組立業種が牽引役となり、全体でも二桁増益を達成するが、製造業全般で円高による販売採算の悪化が響くため、直近ピーク（2007年度）に比べて6～7割の水準にとどまろう。
- 業種別にみると、製造業では、供給制約が解消する自動車や大規模な固定費削減が寄与するエレクトロニクスが大幅増益を計上する一方、鉄鋼や化学が製品市況の下落の影響を受けるなど、素材全業種が減益となる見込み。
- 非製造業では、政策効果が下支えする住宅、減価償却負担が減少する通信、過去最高ピッチの新規出店が続くコンビニなど、幅広い業種で増益となろう。

図表2：わが国産業界の業績動向



(注) 本図表は企業業績の集計対象企業152社のうち、過去データの取得が困難な13社を除外して作成。  
 (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) 2013 年度の見通し

#### 業界環境

2013 年度は復興需要の一服等を背景に小幅な回復にとどまる

- 2013 年度の需要・生産動向は、国内では消費増税に伴う駆け込み需要、海外では米国や中国の景気持ち直しが見込まれるが、震災からの復興需要の一服に加え、欧州も景気低迷が続くとみられるため、全体としては小幅な回復にとどまろう(図表3)。
- 外需型産業では、主要な業種の多くで市場環境が回復する見通し。具体的にみると、産業機械では国内における復興需要のピークアウトを中国など新興国の需要回復が補って堅調な推移が見込まれるうえ、自動車でも米国市場の回復や新興国の需要拡大を背景に、販売数量の増加が予想される。ただし、鉄鋼は自動車の国内生産量の減少等を背景に、生産量が弱含み、造船も船舶供給の過剰感が解消されないなか受注の低迷が続こう。
- 内需型産業については、構造的な需要低迷に直面する業種が多いなか、復興需要の一服もあって、業界環境の悪化が予想される業種が過半を占める見通し。具体的にみると、消費増税前の駆け込み需要が見込まれる住宅や不動産(マンション)、過去最高水準の新規出店が続くコンビニといった業種では市場拡大が予想される一方、専門店など他業態への顧客流出に歯止めがかからない百貨店やスーパー、官公庁工事の増加が一服する建設といった業種では市場環境が悪化しよう。

図表 3 : 2013 年度の需要環境の見通し

業界環境・市場規模の変化 (2012年度 2013年度)		外需型産業	内需型産業
環境改善 市場拡大	3%以上	産業機械(80)	医薬品*(120)、住宅(87) 不動産[マンション](83)
	0~3%	自動車*(115) エレクトロニクス*(115) 化学(84) 工作機械(77) 海運*(97)	通信(93)、放送(89) 情報サービス(94) コンビニエンスストア(126) 家電量販店(82) 人材派遣(100)
環境悪化 市場縮小	3~0%	鉄鋼(86)	紙パルプ(84)、食品*(99) 百貨店(79)、スーパー(89) 陸運(88)、空運(93) 建設(78)、ホテル*
	3%未満	造船(36)	石油(86)、不動産[オフィス]*

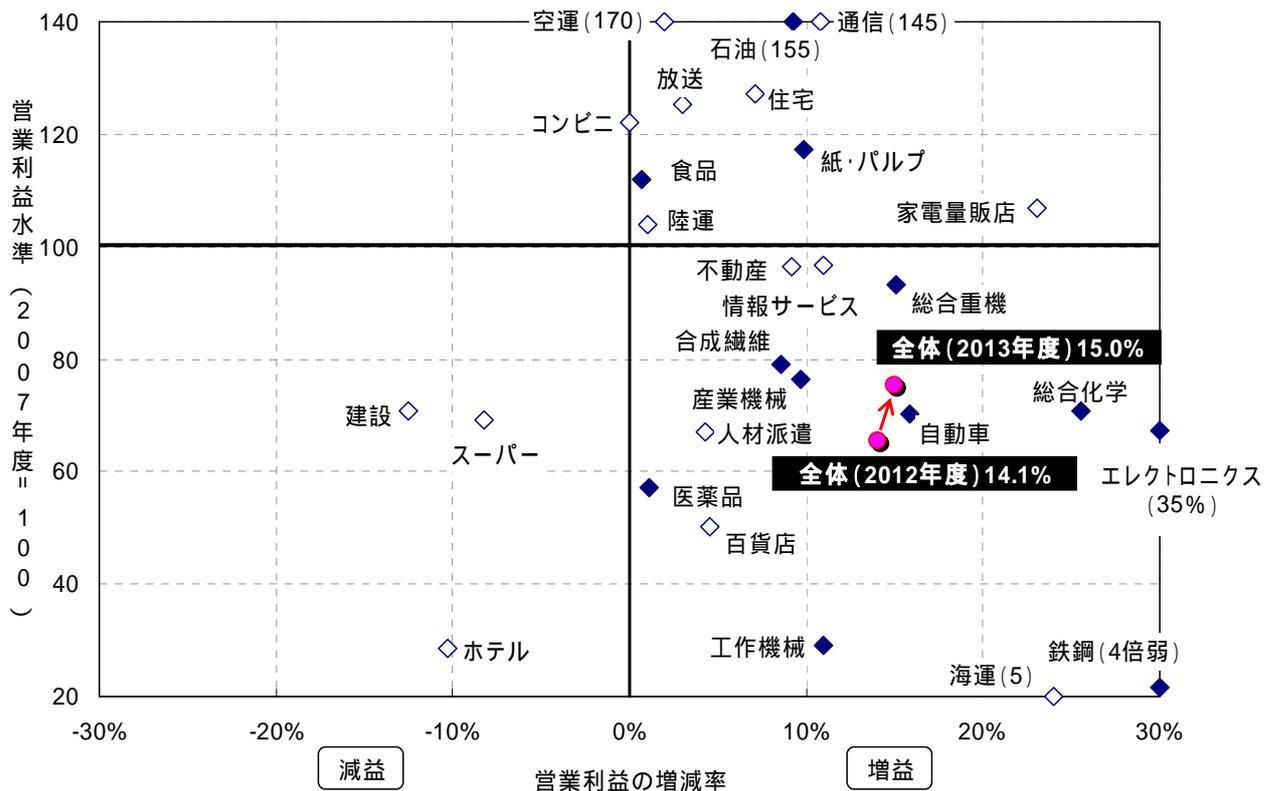
- (注) 1. 「\*」を付したセクターは暦年ベースの見通し。  
 2. ( )内は2007年度=100としたときの2013年度における主要指標の水準。  
 3. 機械については、産業機械・工作機械・造船で需要環境が異なることから、其々について表記。  
 4. 不動産については、マンション分譲と賃貸オフィスで需要環境が異なることから、其々について表記。  
 5. 不動産(オフィス空室率)・ホテル(客室稼働率)は稼働率の増減率を記載(水準は省略)。  
 (資料) 各種資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

## 企業業績

2013年度は製造業が牽引する形で2期連続の増益を確保する見通し

- 2013年度の企業業績については、加工組立業種の業績回復が寄与し、売上高は前年比2.4%増、営業利益は同15.0%増と2期連続の増益を確保しよう。ただし、利益水準は直近ピーク（2007年度）の7割強と本格的な回復までには至らない。
- 業種別にみると、製造業では（図表4： ）全業種で増益を確保する見込み。自動車や機械が米国や新興国など海外需要の取り込み、エレクトロニクスや鉄鋼が各社の固定費削減を背景に、それぞれ増益を確保するとみられる。また、総合化学や合成繊維は主力製品の需給環境の改善により増益に転じる見通し。
- 非製造業では（同： ）スマートフォンの普及が寄与する通信、震災後のアウトソーシング市場拡大の恩恵を享受する情報サービス、消費増税前の駆け込み需要が見込まれる住宅、不動産など幅広い業種で増益が予想される。一方、労務費の上昇圧力が一段と強まる建設、他業態との競合激化が響くスーパーは減益を余儀なくされよう。

図表4：2013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

## (2) 2014～2015 年度の見通し

### 業界環境

- 2015 年度にかけては、外需型産業の回復が続くも、内需型産業の頭打ちが鮮明に
- 2015 年度までを展望すると、外需型産業の加工組立業種を牽引役に市場は回復基調を辿ると予想される( 図表 5 )。ただし内需型産業では、国内市場が成熟化するなか、需要増が見込まれる業種でも増勢鈍化が予想されるなど、総じて内需の頭打ちが鮮明になろう。
  - 外需型産業については、自動車やエレクトロニクス、機械といった加工組立業種では、アジアなど新興国の成長を背景に市場の拡大・回復ピッチが加速しよう。一方、素材業種では、製造業の国内生産の拡大が期待できないなか、化学が外需の増加により小幅ながら回復基調を辿るとみられるが、鉄鋼はアジア域内の需給緩和を背景に減少基調が続くと予想される。
  - 内需型産業に関しては、人口減少等を踏まえれば市場規模の大幅な拡大が期待し難い状況に変わりはない。具体的にみると、高齢化の進展に伴う需要増が見込まれる医薬品や出店攻勢を続けるコンビニエンスストア等は拡大基調を持続するが、過去に比べて拡大ピッチの減速が避けられそうにない。一方、住宅、不動産(マンション)では消費増税前の駆け込み需要の反動減が予想されるほか、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等では、縮小基調に歯止めがかからず市場環境の悪化が続く公算大。

図表 5：2015 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 (2013年度 2015年度)	2007年度比		外需型産業	内需型産業
	2014年度	2015年度		
環境改善 市場拡大	100以上		自動車*( +4%程度) 海運*( +3%強)	医薬品*( +1%程度) 食品*( +1%弱) コンビニエンスストア(+2%弱) 人材派遣(+1%弱)
	100未満		工作機械(+5%強) 産業機械(+5%程度) エレクトロニクス*( +3%強) 造船(+3%程度) 化学(略横這い)	通信(+1%程度) 放送(+1%強) 情報サービス(+1%弱) 空運(略横這い)
環境悪化 市場縮小	100以上			
	100未満		鉄鋼( 2%程度)	紙パルプ( 1%強) 陸運( 1%弱) スーパー( 2%弱) 百貨店( 4%強)、石油( 3%強) 家電量販店( 2%程度) 建設( 2%弱)、住宅( 2%強) 不動産[マンション]( 3%強)

(注) 1. 「\*」を付したセクターは暦年ベースの見通し。

2. ( )内は2014～2015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。

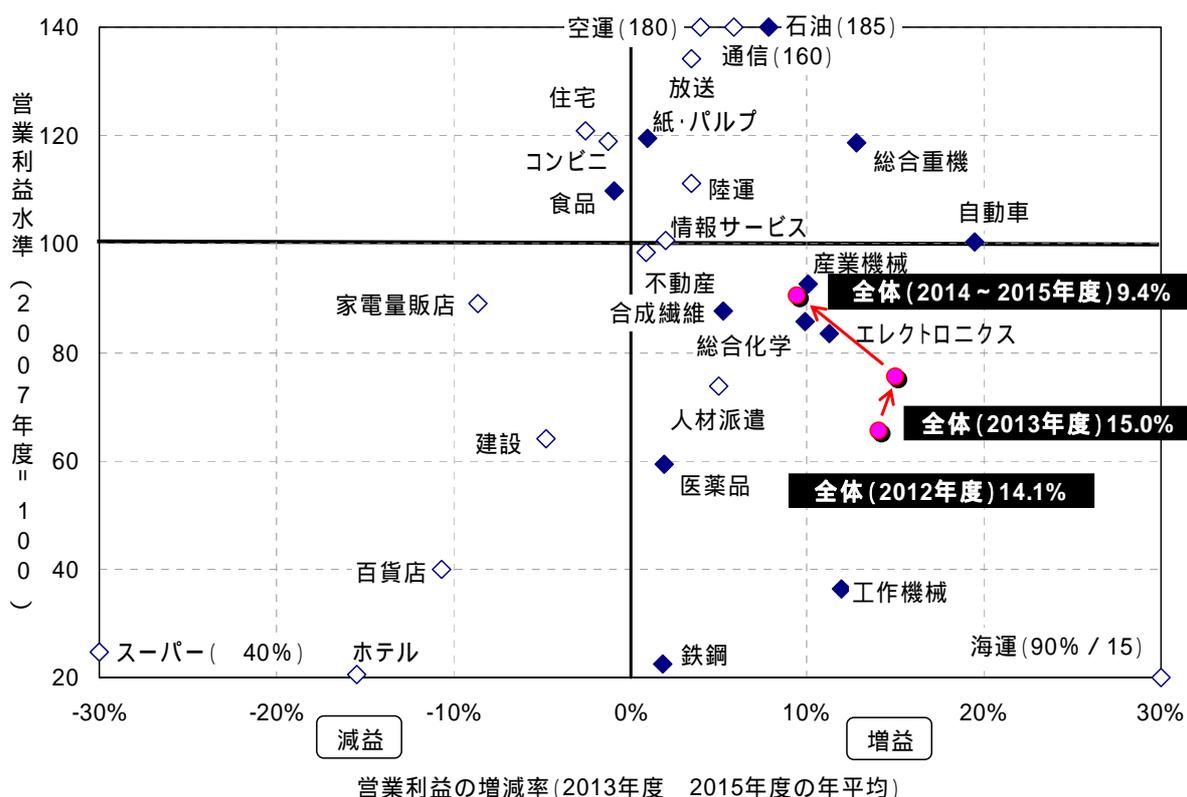
(資料) 各種資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

## 企業業績

2015年度の営業利益は、2007年度の9割程度の水準まで回復しよう

- 2014年度以降の企業業績は、引き続き加工組立業種が牽引役となって緩やかな回復基調を辿り、2015年度の営業利益は直近ピーク（2007年度）の9割程度の水準まで戻る見通し（図表6）。
- 製造業は、内需主体で小売からの価格引き下げ圧力が強い食品を除き、ほぼ全業種で収益改善が進む見通し。総合重機や自動車では、新興国など海外需要の取り込みにより増益を確保し、2007年度の水準を上回ろう。アジアの需給環境が改善する総合化学、高付加価値な産業用繊維が牽引する合成繊維なども増益基調が続こう。
- 一方、非製造業は、8業種で収益が改善するも、総じて小幅な増益にとどまり、構造的に縮小基調にある業種を主体に7業種で減益となる見通し。具体的には、スマートフォンの普及が寄与する通信、企業の底堅い派遣需要の恩恵を受ける人材派遣、番組制作費等のコスト管理を強化する放送などは増益を確保しよう。一方、内需の低迷に見舞われる建設、他業態との競合激化が続くスーパー、百貨店などでは、減収をコスト削減で補えず減益が続くと予想される。なお、海運は大幅増益となるものの、営業利益の水準は好況に沸いた2007年度の2割弱にとどまる見通し。

図表6：2015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) ◇：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

### 3. わが国産業の海外展開状況

#### (1) 業界環境のグローバル比較

アジアは依然として高成長が見込まれる

- 主要産業の 2013 年の需要動向を世界 4 極（わが国、米国、欧州、アジア）で比較すると、わが国は過半の業種で市場縮小が予想されるなど、欧米やアジアに比べて総じて厳しい状況にある（図表 7）
- 欧米をみると、米国こそ底堅く推移するとみられるが、欧州について景気停滞を背景に、加工組立業種など 6 業種で 2007 年の水準を下回る状況が続く。
- 一方、アジアについては、足元でこそ欧米の景気減速の影響が懸念されるが、今後も他地域に比べて総じて高い成長が見込まれる。なかでも、医薬品や小売、食品など消費関連需要は堅調な伸びが続く見通し。

図表 7：2013 年の地域別の需要（市場）見通し

業界環境の変化 (2012年 2013年)		わが国	米国	欧州	アジア
	2007年比				
市場拡大	150以上				自動車(+7%程度) 医薬品(+13%程度) 電機(+6%程度) 機械(+7%程度) 小売(+10%程度) 食品(+8%程度) 化学(+5~6%)
	150未満 100以上	医薬品(+3%強) 食品(+0%程度)	機械(+6%程度) 医薬品(+2%弱) 食品(+2%程度) 小売(+2~3%) 空運(+3%弱)	空運(+4%程度) 食品(+1%程度)	鉄鋼(+3~4%) 空運(+6%)
	100未満	化学(+2%程度)	自動車(+4%程度) 鉄鋼(+4%程度) 化学(+1~2%)	自動車(+0%程度) 鉄鋼(+1~2%)	
市場縮小	100以上	電機(4%程度)		医薬品(2%弱)	
	100未満	小売(1~0%) 空運(1~0%) 自動車(11%程度) 機械(3%程度) 鉄鋼(2%程度)	電機(3%程度)	電機(2~3%) 小売(0%程度) 化学(0%程度) 機械(1%程度)	

(注) 1. : 製造業、 : 非製造業と表記。

2. 鉄鋼(鉄鋼需要)、化学(エチレン系誘導品)、医薬品(医薬品市場)、食品(食品市場)、自動車(自動車需要台数)、機械(工作機械の市場規模)、電機(PC需要台数)、小売(小売市場)、空運(旅客需要/人キロ)。

3. 米国、欧州、アジアは、業種毎に定義が異なる。詳細については各論の Appendix ご参照。

4. 本表では、わが国の鉄鋼、化学、医薬品、食品、自動車、機械は内需を示す。この点、わが国企業の生産(販売量)を示した 8 ページの図表 3 とデータが異なる。

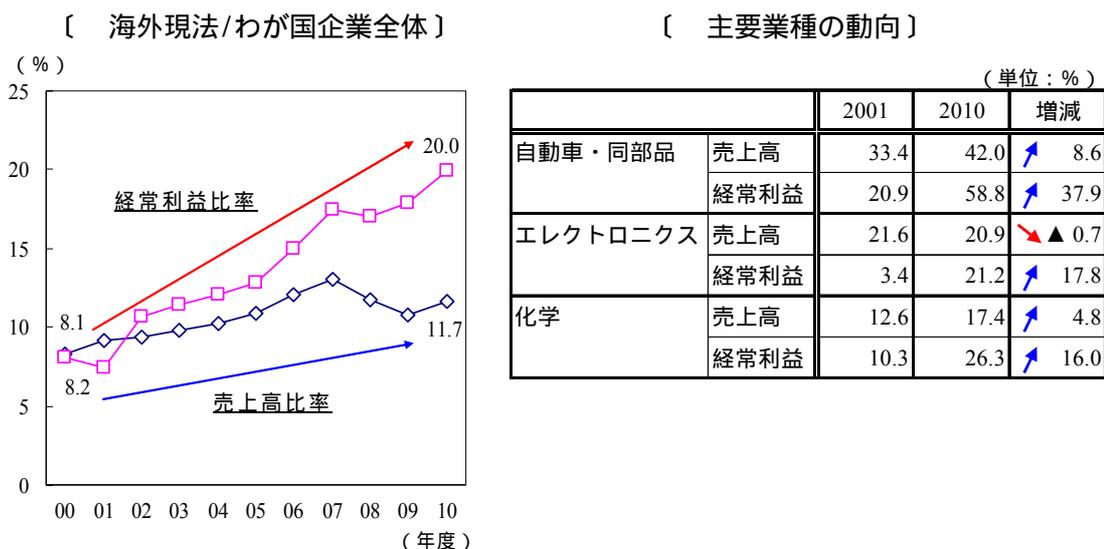
(資料) 各種資料をもとに三菱東京 UFJ 銀行企業調査部作成

## (2) 海外依存度が高まるわが国産業界

わが国海外現法の売上・利益は拡大基調で推移

- わが国企業の海外事業をみると、統計データの制約により2010年度時点であるが、海外現法の経常利益額はわが国企業全体の約2割を占めるまでに拡大(図表8)。わが国の基幹産業である自動車・同部品では、海外現法の売上比率が約4割、経常利益比率が約6割を占める。

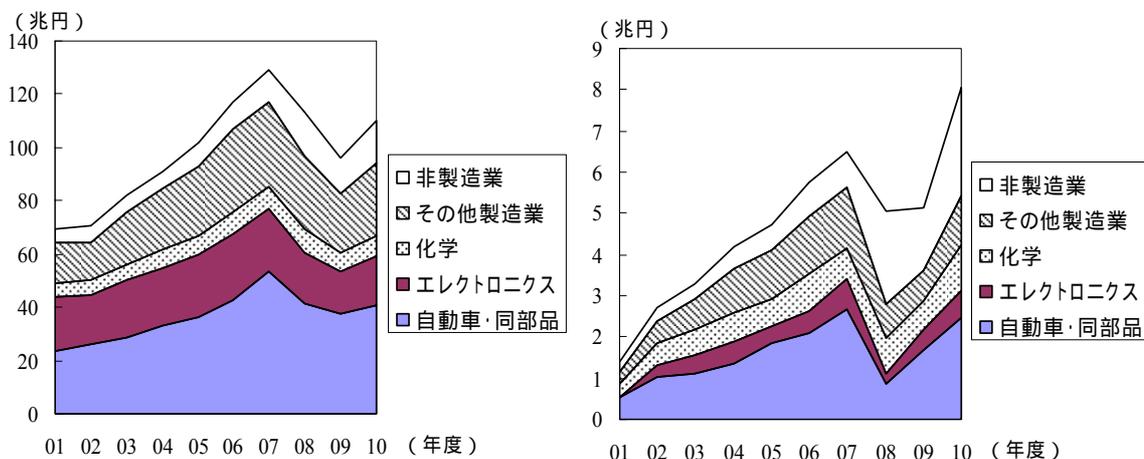
図表8：わが国企業の海外事業規模の推移〔推定〕



- (注) 1. 現地法人の売上高・経常利益(海外事業活動基本調査)とわが国企業全体の売上高・経常利益(法人企業統計)をもとに、わが国企業の海外事業規模(海外売上比率、海外経常利益比率)を概算。  
 2. 海外事業活動基本調査、法人企業統計をもとに、業種別の海外売上比率、海外経常利益比率を概算。  
 (資料)財務省「法人企業統計」、経済産業省「海外事業活動基本調査」をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

- また、海外現法の売上・利益を業種別にみると、自動車・エレクトロニクスが全体の5割強、経常利益の4割弱を占める(図表9、10)。

図表9：業種別の海外現法の売上高推移 図表10：業種別の海外現法の経常利益推移

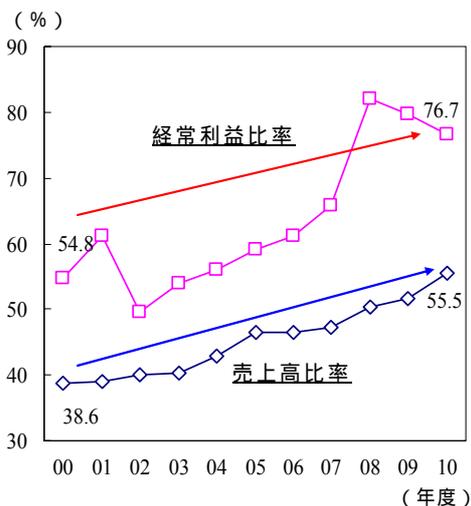


- (注)卸業(総合商社)および鉱業を除く。  
 (資料)経済産業省「海外事業活動基本調査」をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

わが国企業にとって新興国（非欧米）市場が主戦場に

- 次に、地域別に見ると、新興国（アジア+その他地域）がわが国企業の海外現法の売上高の5割強、経常利益の8割弱を占め、その比率もほぼ一貫して上昇傾向にあるなど、同地域の重要性が高まっている様子が窺える（図表11）。

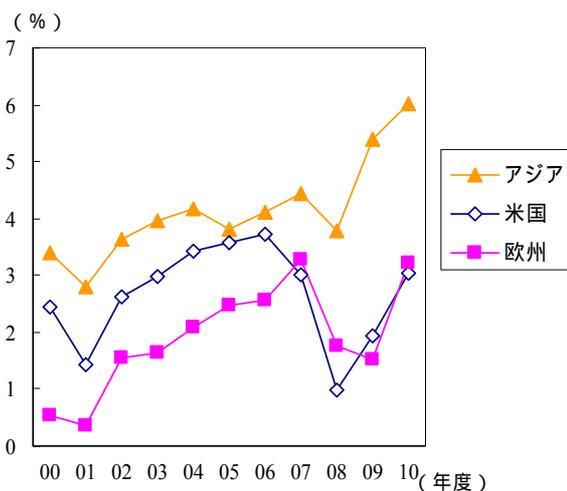
図表 11：わが国海外現法に占める新興国比率



（資料）経済産業省「海外事業活動基本調査」をもとに  
三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

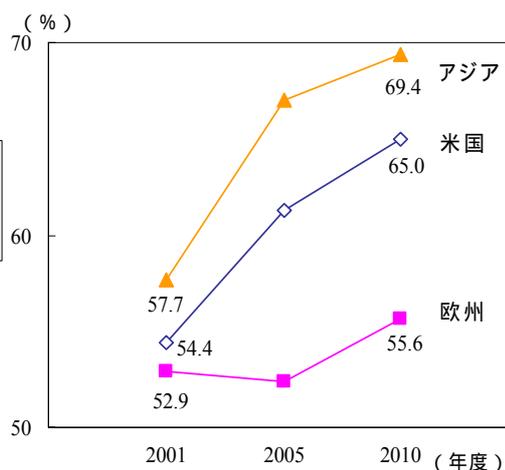
- また、海外現法の収益性は、現地生産や現地調達比率の拡大といった現地化に向けた取り組みを背景に、2000年以降、アジアを中心に上昇基調を辿っている（図表12、13）。

図表 12：海外現法の地域別収益性の推移



（資料）経済産業省「海外事業活動基本調査」をもとに  
三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

図表 13：地域別の現地調達比率の推移



（注）米国にはカナダを含む。  
（資料）経済産業省「海外事業活動基本調査」をもとに  
三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

### (3) 今後の海外展開の強化に向けた動き

生産・調達の現地化、販路構築に向けた現地企業の買収・提携が加速

- アジアなど新興国向けの需要が急拡大するなか、自動車、エレクトロニクスなど加工組立業種では、現地ニーズに応じた製品を投入するため、今後、製品開発や部材調達を現地化する動きが一段と加速する見通し（図表 14）。これを受け、部材を供給する鉄鋼や化学など素材業種でも、現地生産等の対応に迫られる可能性が高い。

図表 14：現地調達・現地生産の強化が予想される業界

【製品の現地化】	
自動車	新興国でのシェア奪取に向けて、現地の趣向を踏まえた設計や部品の現地調達、共通化等による開発・生産の効率化などにより、現地ニーズに応じた低価格小型車を投入する動きが進展
エレクトロニクス	新興国需要の取り込みに向けて、製品開発から生産、販売に至るまでの徹底した現地化を図る動きが進む
【現地生産】	
鉄鋼	既存ユーザーの海外移転への対応に加え、成長が見込まれる汎用性の高い鋼材の拡販に向け、現地企業からの母材調達や高炉建設を検討する動きが予想される
化学	安価な原料の現地調達の拡大が見込まれるほか、現地に開発拠点や樹脂複合材料の製造拠点を設立する動きが加速
機械	新興国企業の台頭や円高を背景に、国内生産が主体であった主要部品を海外生産する動きが本格化

（資料）各種資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

- また、わが国産業のなかには、医薬品や食品など海外展開に適した製品を有しながら販売面での経営資源の投入不足等を背景に、海外大手や現地企業の後塵を拝するケースが散見される。これらの業種では、現地販売の挺入れ策として海外企業の買収や提携により、巻き返しを図る動きが活発化する公算が大きい（図表 15）。
- 一方、非製造業でも、アジアなど新興国の所得水準の上昇や主要顧客であるわが国製造業の海外展開を背景に、小売や運輸等では展開地域の拡大が予想されるほか、情報サービスなどわが国主体の既存の顧客基盤では成長余地が乏しい業種では、現地企業との連携強化により、非日系ユーザーを取り込む動きが進展しよう。

図表 15：販路強化・展開地域の拡大が予想される業界

【販路強化】	
エレクトロニクス	市場開拓に出遅れた新興国では、現地メーカーのM&A等による販売・メンテナンス網の構築に向けた動きが進展
医薬品	新興国での販路強化を目的に、現地卸売業者との提携や、現地企業向けの自社製品のライセンスアウトを図る動きが顕在化
食品	新興国における販路やブランドの獲得に向け、現地食品メーカーのM&A等が増加
【展開地域の拡大】	
小売	わが国の商社や卸、物流企業との連携し、現地系や外資系企業との差異化を図りつつ、未進出地域へ新規出店する動きが加速
陸運	わが国荷主企業の事業展開に応じて、新興国での物流網を強化するため、現地企業との提携やM&Aが増加
【非日系ユーザーの取引拡大】	
情報サービス	現地ユーザーとの取引拡大に向けて、「顧客基盤・人材・ブランド力」を確保すべく、現地企業との提携や買収が増加

（資料）各種資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

#### 4. トピックス ～ 成長分野の開拓に向けた動き ～

- わが国企業は、リーマンショック以降、歴史的な円高や東日本大震災など厳しい事業環境に直面するなか、売上高を拡大できず、コスト削減頼みの事業展開が続く。
- こうしたなか、わが国企業が成長軌道を描くには、国内再編によって不採算事業を整理しつつ、既存事業の差異化（競争力強化）や、新規事業領域の創出といった取り組みを継続していかねばならない。
- そこで以下では、国内外の注目すべき先行事例から得られる示唆をもとに、今後予想されるわが国企業の動きについて示していく。

##### (1) わが国産業界の課題

大部分の業種で 2007 年度の需要または収益水準を下回る

- わが国産業界では、2012 年度見込み時点において、主要 25 業種中 21 業種が需要(生産)もしくは収益面で、直近ピークの 2007 年度水準を下回る状況が続く(図表 16)。
- 主要な業種別の動向は以下の通り。
  - ✓ 加工組立：自動車やエレクトロニクスでは、需要こそ新興国など外需を中心に拡大してきたが、大手企業の収益水準は、円高、単価下落等を背景に、直近ピークの 2007 年度の 5～7 割にとどまる。
  - ✓ 素材：主力のわが国向けの需要が縮小するなか、供給過剰を背景とした価格下落等により、収益水準も総じて低迷が続く(注)。
  - ✓ 非製造業：需要は内需主体で総じて縮小。一部大手企業がシェア拡大する業種では最高益を更新するものの、大部分の業種は減益基調を辿る。

(注) 石油、紙・パルプは、2007 年度に原材料価格の高騰により大幅減益となったため、2007 年度比では増益に分類されるが、過去に比べると依然として収益性は低水準にとどまる。

図表 16：2007 年度対比でみた 2012 年度の需要・営業利益の水準

		需要水準 (2007年度 = 100)		
		縮小 (90未満)	横這い (90以上110未満)	拡大 (110以上)
(注) 収益水準 (2007 年度 = 100) ( )	最高益 (110以上)	放送 (88, 122)	空運 (94, 165) 通信 (93, 131) 食品 (99, 111)	コンビニ (126, 122)
	横這い	石油 (89, 144) 住宅 (84, 119)		
		紙・パルプ (85, 107) 陸運 (88, 103)		
	減益未満 (90未満)	不動産 (81, 88) 家電量販 (82, 87) 建設 (78, 81) 産業機械 (77, 70) 化学 (82, 56) 百貨店 (80, 48) ホテル (88, 32) 工作機械 (76, 26) 鉄鋼 (87, 6)	情報サービス (93, 87) スーパー (90, 73) 人材派遣 (99, 64) 海運 (96, 4)	電機 (112, 66) 医薬品 (116, 56) 自動車 (112, 51)

業種名 (需要水準、収益水準)  
< 数値は2007年度 = 100とした水準 >

(注) 1. ( ) 内の数値は、左：需要の水準（一部業種は生産で代替）、右：収益水準を示す。

2. 収益水準は、弊行の業績見通し対象企業の営業利益額。

(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)国内再編

- 国内では「供給調整型」「上位集中型」「事業力強化型」の業界再編が進展しよう
- わが国産業界では、国内の市場規模に対して、総じて参入企業数が多く、供給過剰に陥っているため、加工組立業種や素材業種を中心に、熾烈な価格競争が続く。
  - こうした状況から脱却を図るべく、紙・パルプ、石油、化学など素材業種では生産設備の統廃合、エレクトロニクスでは特に競争が厳しい製品分野における事業単位の再編が予想されるなど、供給調整型の業界再編が進展しよう（図表 17）。
  - また、大手企業と中堅以下企業の競争力格差が鮮明化しつつあるコンビニ、スーパー、家電量販店など小売業界においては、大手企業が下位企業を買収する上位集中型の再編が増加するとみられる。
  - 一方、将来の有望分野の獲得や海外展開の強化などを目的とした事業力強化型の国内再編も顕在化しよう。具体的には、自動車では次世代技術の補完を目的とした提携や、食品では海外展開の強化に向けて上位企業間のアライアンスが予想される。

図表 17：主要業種における国内再編の方向性

【供給調整型】	
鉄鋼	生産設備の集約や大手グループ内での経営統合が進展
紙・パルプ	製紙設備の余剰感の高まりを背景に、設備の統廃合が予想される
石油	エネルギー供給構造高度化法に基き、余剰設備の削減が進展するものの、わが国は海外に比べて参入企業数が多いため、今後も業界再編が続く
化学	国内に加え、アジア域内でも需給が緩和するなか、国内ではエチレンプラントや汎用樹脂等において設備の統廃合が進む
機械	造船では、新造船受注が低迷するなか、生き残りをかけて合従連衡の動きが顕在化
エレクトロニクス	携帯電話やデジタルカメラ（コンパクト）など国内でも海外勢との競争激化が予想される分野では、参入企業間の事業再編が進展する可能性がある
【上位集中型】	
スーパー	参入企業間の価格競争が厳しさを増すと予想されるなか、大手による中堅・中小スーパーの救済型M&Aが増加
コンビニ	大手企業が過去最高水準の新規出店を続けるなか、参入企業間の業績格差が鮮明となり、大手が下位企業の取り込みに動く可能性がある
【事業力強化型】	
自動車	次世代自動車の開発が進展するなか、メーカー間で自社にない次世代技術の補完を目的とした提携が進展する公算大
食品	大手企業では、海外での投資資金を確保するため、シェアが拮抗する上位企業同士のアライアンス・再編に進展する可能性がある

（資料）各種資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

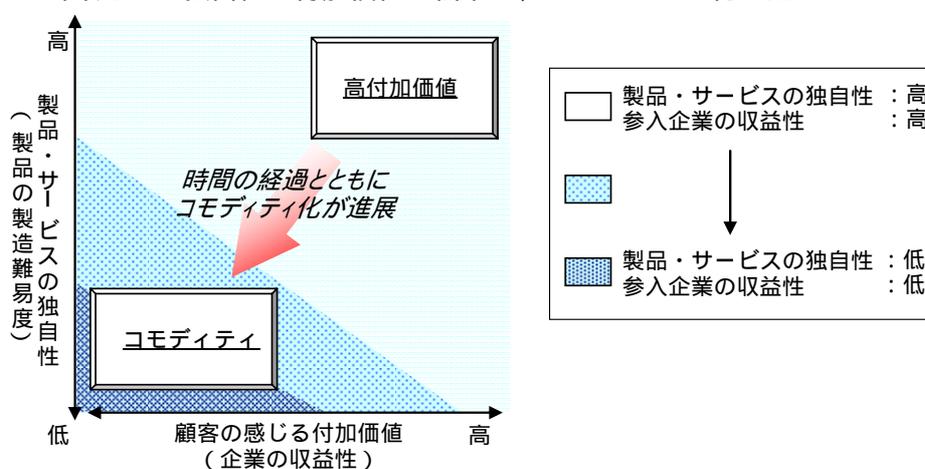
### (3) 既存事業における差別化戦略

既存製品・サービスはコモディティ化していく

時間経過とともに殆どの製品・サービスでコモディティ化が進展

- 一般に、大半の製品（サービス）においては、時間の経過とともに製造難易度（提供難易度）が低下し、後発企業の参入が加速。製品（サービス）自体の独自性が希薄化し、顧客も同製品（サービス）に対して付加価値を見出し難くなる。こうして、顧客が価格のみで製品（サービス）を比較購買する状態へ移行、すなわち「製品（サービス）のコモディティ化」が進み、つれて同製品（サービス）を取り扱う企業の収益性も低下基調を辿る（図表 18）。

図表 18：独自性と付加価値が低下し、コモディティ化が進む



（資料）各種資料をもとに三菱東京 UFJ 銀行企業調査部作成

- 実際、わが国産業界をみると、製造業においては、主要部材の外部調達が可能となるなか、製品の製造難易度の低下もあって、大多数の品目においてコモディティ化の波が押し寄せている。また、非製造業でも概して同様の傾向にある。
- 具体的には、製品毎の独自性が高い医薬品（新薬）こそ高い収益性を確保しているが、エレクトロニクス（PC、TV）は低収益を余儀なくされている。また、非製造業でも、汎用品主体の小売（スーパー）は収益性が低迷している（図表 19）。

図表 19：主要業種の製品・サービスの独自性（付加価値）

	医薬品 （新薬）	自動車	エレクトロニクス （PC、TV）	小売 （スーパー）
独自性			×	×
部材調達 （商品）	-	カスタム品主体 転用調達・模倣が困難	汎用品主体 調達・模倣が容易	汎用品主体 市場や卸経由で 商品調達が容易
心臓部品	主要成分は内製 （特許による保護）	完成車メーカーが 設計を主導	専業大手が汎用品を供給	
部材間の 擦り合わせ	-	難度が高い 完成車メーカーが統率	難度が低い 規格化が進展	-
収益性（注）	12.1%	5.5%	0.4%	1.0%

（注）各業界の収益性は、上場大手企業（弊行業績見通し対象企業）の 2012 年度営業利益率の見込み。

なお、エレクトロニクスは、エレキ事業の営業利益率。

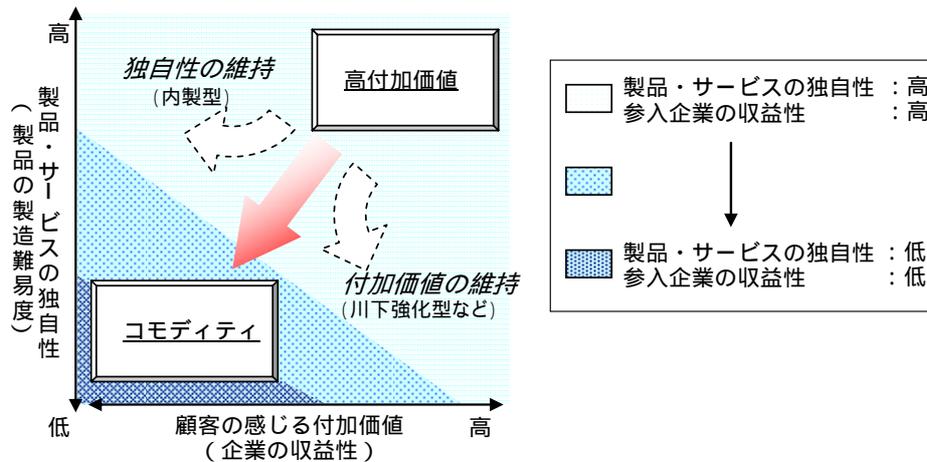
（資料）各種資料をもとに三菱東京 UFJ 銀行企業調査部作成

## コモディティ化から如何に逃れるか

部材の内製化、サービス等の提供、商流革新で他社の追随を許さぬ戦略を強化

- コモディティ化による収益悪化を防ぐ方法として、第一に挙げられるのは部材や生産設備等の内製化を通じて製品の独自性を維持するものである（以下、内製型）。
- もっとも、前頁で述べたように、通常は時間の経過とともに製品（サービス）のコモディティ化が進展するため、内製型によって中長期的に競争力を維持できる業種は、化学や機械、精密機器などごく一部に限られるとみられる。
- したがって、大半のわが国企業にとっては、サービスやブランド価値の提供を通じた製品の差異化のほか、商流の革新などに取り組んでいくことが重要（図表 20）。

図表 20：コモディティ化から如何に逃れるか



	部材 (商材)	調達 製造	受注 販売	アフター サービス	取り組み
内製型 (主に製造業)	←	一般的な 事業領域			・部材や生産設備、オペレーションシステム等の内製化により、競合他社の新規参入を困難に
川下強化型 (主に製造業)				→	・製品の製造難易度は高くないが、付随サービスや保守メンテナンスの提供で競合他社と差異化
川上強化型 (主に非製造業)	←				・非製造業が川上のメーカー機能（製品の企画・製造）を取り込むことで競合他社と差異化
価値訴求型 (全業種)	→				・希少性の高い素材の利用や広告宣伝、販路強化により、製品・サービスのブランド化を図る
商流革新型 (全業種)	→				・既存の製品等を提供する仕組み（ビジネスモデル）を革新することで低価格でも高収益を実現

（資料）各種資料をもとに三菱東京 UFJ 銀行企業調査部作成

差異化戦略は高収益の源泉となる

- 実際、半導体やPC、携帯電話などのコモディティ化が進展する製品群においては、低シェアを余儀なくされるわが国企業を尻目に、アップルやクアルコム、デルなどの米国企業が「川下強化」や「商流革新」により高いシェアを維持（図表 21）。
- また、こうした差異化戦略で先行する企業は、総じて高収益を確保しており、今後のわが国企業の進むべき道についての示唆となろう（図表 22）。

図表 21：エレクトロニクス業界の主要製品の地域別シェア

	わが国	米国	その他	代表的な米国企業	差異化戦略
半導体	18%	52%	30%	クアルコム	川下強化
PC	9%	34%	56%	デル	商流革新
スマートフォン	9%	23%	69%	アップル	川下強化

（注）各製品の 2011 年時点におけるメーカー所在地域別のシェア。  
（資料）各種資料をもとに三菱東京 UFJ 銀行企業調査部作成

図表 22：差異化戦略の先行事例と今後の広がり

	事例	こうした動きが求められる業界
内製	キヤノン(一眼レフカメラ) 営業利益率：16.1% ・主要部材のレンズ、半導体などを内製するほか、生産設備を内製し、レンズの組立工程を自動化	化学 (主要原料の内製) 機械 (主要部品の内製) 精密機械 (主要部品の内製)
	クラレ(液晶ディスプレイ向け素材) 営業利益率：14.8% ・液晶ディスプレイ向けの偏向板材料で世界シェア約8割。製品性能を左右する原材料を内製化	
川下強化	アップル(デジタル家電) 営業利益率：35.3% ・デザイン性や操作性の高い製品を開発販売するだけでなく、音楽配信サービス等の提供により製品の付加価値を向上	電機 (付随サービスの提供) 機械 (アフターサービスの強化) 食品 (直販ルートの拡充)
	クアルコム(半導体) 営業利益率：29.7% ・通信関連のファブレスメーカー。半導体の知財等をライセンス提供するほか、ソフトウェアの開発環境を提供	
	小松製作所(建設機械) 営業利益率：12.9% ・建機の主要部品を内製するほか、GPSを標準装備し、1台毎の稼働時間や部品の摩耗状況等を提供するサービスを展開	
川上強化	ニトリホールディングス(家具小売) 営業利益率：17.5% ・家具の企画・製造から販売まで自社で展開し、低価格でデザイン面などで一貫性のある品揃えを実現	スーパー (自社農場、PB強化) 百貨店 (自社製品、PB強化)
価値訴求	ヤクルト本社(食品/海外事業) 営業利益率：18.8% ・海外でも販売員(ヤクルトレディ)による独自の販売ルートを構築することで、製品の価値訴求を図る	全業種
商流革新	デル(PC) 営業利益率：7.1% ・コモディティ化が進展するPC業界で、業界の常識を覆す直販、受注生産を主体とするビジネスモデルを確立	全業種

（注）営業利益率は直近期の数値。ただし、キヤノンはコンシューマー事業、ヤクルト本社は 2010/3 期の海外事業の営業利益率。  
（資料）新聞記事、各社 IR 資料をもとに三菱東京 UFJ 銀行企業調査部作成

#### (4) 新規事業領域の創出

異業種連携によるシナジーを活かし、新たな事業領域を創出

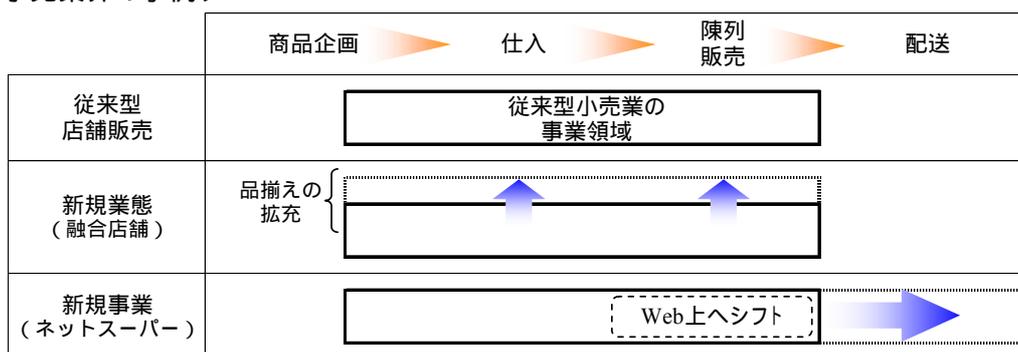
- また、経営資源に限られるなか、わが国企業が革新的な新製品や新サービスを継続的に開発・投入していくには、必ずしも自社単独での製品開発に拘らず、幅広く異業種企業と連携していくことも重要といえる。
- 実際、ハイブリッド車の開発では、トヨタ自動車とパナソニックとの合併会社の設立に踏み切ったことも成功の一因とみられる（図表 23）。また、他産業に先駆けて国内本業が衰退期入りした繊維業界では、異業種連携により高付加価値製品を開発し、縮小局面を打開してきた事例に豊富なほか、オーバーストアのなかで苦戦する企業の多い小売業界でも、異業種企業のノウハウを活用し、新規事業の立ち上げを図る動きがみられる。

図表 23：異業種連携の事例

発展段階	製品	連携事例		内容
収穫期	ハイブリッド車	自動車	トヨタ自動車	1996年に合併でパナソニックEVエナジーを設立し、中核部品の電池の共同生産に着手
		電機	パナソニック	
	ヒートテック	アパレル	ファーストリテイリング	2000年代前半から高機能素材の共同開発プロジェクトを開始し、発熱保温肌着を開発
		繊維	東レ	
開発期	自動車向け炭素繊維	自動車	外資系企業	東レがダイムラー(独)、帝人がGM(米)と提携するなど、実用化に向けた動きが本格化
		繊維	日系企業	
	高機能素材	小売	ニトリ	2012年8月から高機能素材を使った製品（インテリアや寝装品）の共同開発に着手
		繊維	帝人	

（資料）各種資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

#### 〔小売業界の事例〕



	小売業者	連携先	方法	目的
			新規業態 (コンビニ、調剤)	
新規業態 (外食、介護)	セブン&アイ (デニーズ)	学研ココファン (サービス付高齢者向け住宅)	連携	高齢者住宅との共同出店で入居者への配食サービスを検討
新規事業 (ネットスーパー)	ファミリーマート	シニアライフクリエイト (食材宅配サービス業者)	子会社化	食材宅配サービスに関するノウハウ取得

（資料）各種資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

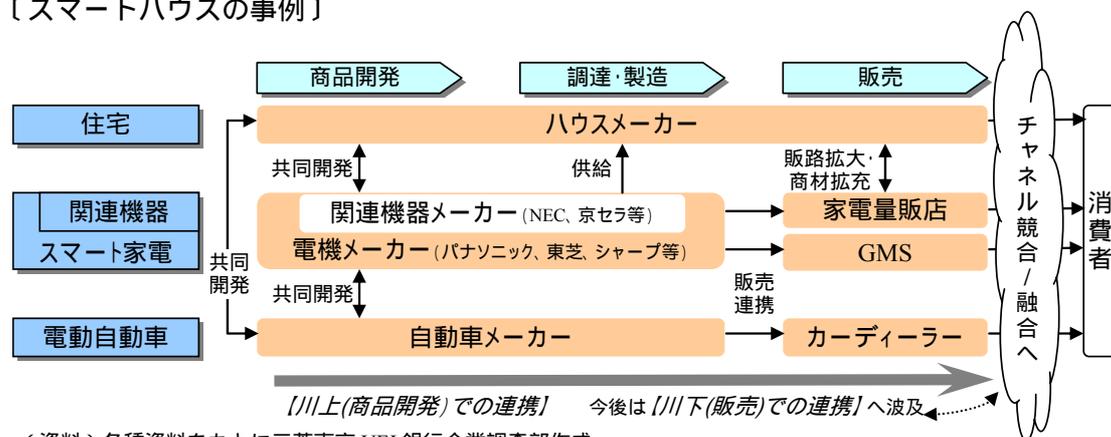
- 「環境・エネルギー」や「医療」分野での異業種連携が加速しよう
- 今後については、わが国の「世界に先駆けて進展する少子高齢化」という環境をプラスに捉え、有望分野となる「医療」産業等において新ビジネスの創出に挑戦することが欠かせない。
  - また、技術力の蓄積を活かした形で、同じく有望視される「環境・エネルギー」分野を強化していくことも重要といえる。
  - この際、自社にないノウハウを補完すべく、異業種連携を通じて、新たな事業領域を創出していく動きが一段と加速すると予想される（図表 24）。

図表 24：今後異業種連携が加速すると予想される分野

業種		連携対象	内容
加工組立	自動車	エレクトロニクス 住宅	【環境・エネルギー】電気自動車やスマートハウスの開発加速に向けた動きが進展
	エレクトロニクス	医療機器	【医療】既存技術を成長分野である医療関連へ転用する展開が本格化
素材	化学	医薬品	【医療】同分野の強化に向け、自前での事業展開に拘らず、製薬企業と連携する動きが顕在化
	食品	介護事業者	【少子高齢化】将来需要拡大が見込まれる介護食の開発強化に向け、介護事業者等との連携が進展
非製造業	小売	陸運（宅配事業者）	【少子高齢化】食品宅配ビジネスを強化すべく、個別宅配ルートを有する企業との連携が加速
	住宅	自動車、情報サービス、 エレクトロニクス	【環境・エネルギー】スマートハウス関連のノウハウ不足の補完に向けた異業種連携が進展

（資料）各種資料をもとに三菱東京 UFJ 銀行企業調査部作成

〔スマートハウスの事例〕



（資料）各種資料をもとに三菱東京 UFJ 銀行企業調査部作成

× × ×

わが国産業は 2012 年度には震災からの復興やタイの洪水からの持ち直しを背景に、二桁増益に転じ、2013 年度以降も増益基調が続こうが、2015 年度でも直近ピーク（2007 年度）の利益水準には及ばない見通し。今後わが国企業が更なる成長を遂げるには、既存事業での差異化を図りつつ、人口減少や少子高齢化などわが国が直面する課題に対応すべく、異業種連携などを通じて新規事業を創出していくことが求められよう。

（2012.12.28 中島 崇夫）

## 2. 鉄鋼

### 【要約】

- ◇ 2013年度の粗鋼生産量は、製造業向けの落ち込みを主因に内需が弱含むなか、輸出の大幅な回復も見込み難いことから、前年比 1%程度の減少となろう。2014年度以降も、内需の縮小が続くと見込まれるなか、粗鋼生産量は緩やかな減少基調を辿ろう。
- ◇ 高炉メーカーの2013年度の企業業績は、前年に利益の押し下げ要因となった在庫評価損(\*)の解消に加え、各社の合理化効果によって増益に転じる見通し。2014年度以降は、各社のコスト削減や、輸出採算の改善などが奏功し、各社の業績は緩やかに回復しよう。

(\*)用語説明は、27頁をご参照下さい。

### 1. 業界環境

2013年度の粗鋼生産量は前年比 1%程度の減少、その後も緩やかに減少する見通し

- 2012年度の粗鋼生産量は、製造業の不振により内需が減少に転じたことを主因に、前年比 1%程度の減少(約1億560万トン)となる見込み(図表1)
  - ✓ 内需は、復興需要が土木分野で顕在化したことや都市部の再開発需要が堅調であったことにより建設向けが増加したものの、主力の製造業向けが造船、産業機械などの弱含みにより減少に転じたことから、全体では前年比 1%強の減少。
  - ✓ 輸出は、2011年のタイの洪水の影響からの反動増はあったものの、尖閣問題に起因する中国向け(主に自動車用途)の減少や、アジア域内での鋼材需給の緩和を受けて、微減となる見込み。
  - ✓ 鋼材価格は、中国、東南アジアなどアジア圏での鋼材需要の伸び悩みを背景に、鉄鉱石、原料炭などの原料価格が大幅に下落したことに加え、アジア域内の鋼材需給が緩和したことも相俟って、年初以来急ピッチで下落が続いており、年度平均では前年を大きく下回る水準となる見込み。

図表1：粗鋼生産量、内需、輸出入、鋼材価格

(年度)	(単位)	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2014~2015 (予想)		
							2007=100 とした水準	2007=100 とした水準	2007=100 とした水準
粗鋼生産量	万トン %	9,645 (▲8.6)	11,079 (14.9)	10,646 (▲3.9)	10,565 (▲0.8)	1%程度	85強	2%程度	85弱
内 需	万トン %	5,598 (▲18.7)	6,050 (8.1)	6,159 (1.8)	6,073 (▲1.4)	2%程度	-	3%弱	-
	製造業 万トン %	3,675 (▲14.5)	4,138 (12.6)	4,198 (1.4)	4,053 (▲3.4)	5%弱	-	2%強	-
	建設 万トン %	1,923 (▲25.7)	1,912 (▲0.6)	1,961 (2.5)	2,020 (3.0)	+3%程度	-	3%程度	-
輸 出	万トン %	4,104 (13.2)	4,688 (14.2)	4,281 (▲8.7)	4,261 (▲0.5)	+2%弱	-	1%弱	-
輸 入	万トン %	42.6 (▲16.5)	42.3 (37.6)	40.2 (24.8)	40.3 (▲5.4)	40%強	-	40%強	-
粗鋼生産比	%	42.6	42.3	40.2	40.3	40%強	-	40%強	-
輸 入	万トン %	388 (▲16.5)	533 (37.6)	666 (24.8)	630 (▲5.4)	+3%程度	-	+2%弱	-
価 格 (年度平均)	熱延鋼板 千円/トン	67 (▲33.6)	72 (8.6)	74 (2.0)	64 (▲13.4)	3%程度	-	+3%弱	-

(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

- 2013 年度の粗鋼生産量は、内需の縮小を主因に、前年比 1%程度の減少（約 1 億 470 万トン）となる見通し。
  - ✓ 内需は、建設向けこそ、復興需要の本格化を受けて拡大基調で推移すると見込まれるものの、製造業向けは、自動車の国内生産や造船の国内竣工量の減少を受けて前年を下回る公算が大きく、全体では前年比で 2%程度の減少となろう。
  - ✓ 輸出は、前年度に減速した中国向けの回復は見込まれるものの、アジア域内全体として緩慢な鋼材需給が続くとみられるなかで、前年比 2%弱と小幅な伸びに留まる見込み。
  - ✓ 鋼材価格については、年後半から世界経済の回復を受けて緩やかな上昇に転じるとみられるものの、アジア域内では、引き続き冴えない需給環境が続くとみられるなか、その上昇ピッチは緩やかなものに留まるとみられることから、年度平均では前年を▲3%程度下回る見通し。
- 2014～2015 年度については、自動車や造船をはじめとする製造業向けで内需の落ち込みが続くと見込まれるうえ、アジア域内で新規の高炉の立ち上がりが予定されていることから<sup>(注)</sup>、輸出の拡大にも期待は持ち難く、粗鋼生産量は緩やかな減少基調で推移しよう。

(注) 2013 年には、韓国で現代製鉄の第 3 高炉の立ち上がりが予定されていることに加え、インドネシアでは POSCO と国営クラカタウスチールとの合併による高炉が稼働する見通し。また、2015 年に中国の湛江(宝鋼集団)、防城港(武鋼集団)で大型の臨海製鉄所の操業開始が予定されているほか、ベトナムにおいても複数の高炉建設が計画されている。

## 2. 企業業績

2013 年度は前年比 4 倍弱の増益、2014 年度以降は緩やかな回復が続く見通し

- 高炉メーカーの 2012 年度の業績は、輸出採算の悪化に加えて在庫評価損の発生もあり、大幅な減益を余儀なくされる見通し（図表 2）。
  - ✓ 売上高については、鋼材価格の落ち込みを主因に、前年比 9%弱の減収となる見込み。
  - ✓ 損益面では、アジア市況の軟化を受けて輸出採算が悪化したことに加え、原料価格や鋼材価格の値下がりにより、業界全体として 2,000 億円弱の大幅な在庫評価損が発生すると見込まれることから、営業利益で前年比 65%の著しい減益を余儀なくされる公算が大きい<sup>(注)</sup>。

(注) なお、一部企業では、2012 年度上期に製鉄所など事業用資産の減損により、2,600 億円超の減損損失を計上していることから、最終利益では大幅な赤字を計上する見通し。

図表 2：高炉メーカー 4 社の業績

(単位：億円、%)

(年度)	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2014～2015 (予想)		
						2007=100とした 水準		2007=100とした 2015年度の水準
売上高	97,304 (▲26.9)	111,117 (14.2)	111,534 (0.4)	101,834 (▲8.7)	+1%程度	80程度	横這い程度	80程度
営業利益	1,227 (▲88.7)	5,532 (350.9)	2,686 (▲51.5)	950 (▲64.6)	4倍弱	20程度	+2%弱	20強
営業利益率	1.3	5.0	2.4	0.9	3%強	-	4%弱	-

(注) 1. 2012 年度以降の対象企業は新日鐵住金、JFE ホールディングス、神戸製鋼所、日新製鋼ホールディングス。

2. 2011 年度以前の対象企業は新日本製鐵、JFE ホールディングス、住友金属工業、神戸製鋼所、日新製鋼。

3. ( ) 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

- 2013年度については、前年度に業績を押し下げた在庫評価損の解消と、2012年度に経営統合し発足した新日鐵住金をはじめとする各社の合理化効果が一部顕在化することで、業績は大きく持ち直す見通し。
- ✓ 売上高については、鋼材価格こそ年平均で下落するとみられるものの、経営統合や連結対象の変更による増収効果が見込まれる<sup>(注)</sup>ことから、全体では1%程度の増収となる見通し。
- ✓ 損益面では、前年比で4倍弱の大幅増益となる見通し。アジア域内において緩やかな需給環境が続くとみられるなか、輸出採算の急回復こそ期待薄であるが、原料価格の一段の大幅な下落は見込みにくいなかで、在庫評価損による利益の押し下げ要因が解消するとみられるうえ、新日鐵住金をはじめとする各社の合理化効果も見込まれるからである。

(注) 2011年度下期に、日新製鋼と日本金属工業の経営統合により日新製鋼ホールディングスが発足。また、同時期に、鋼材商社のJFE商事がJFEホールディングスの連結対象に加わった。

- 2014年度以降も、販売数量は緩やかな減少基調を辿ると見込まれるものの、各社のコスト削減や、為替の緩やかな円安進展を前提におけば輸出採算の改善も見込まれることから、高炉メーカーの業績は緩やかな回復を続ける見通し。
- なお、電炉メーカーに関しては、供給の過剰感が続くなか、販売マージンの改善は見込み難いことに加えて、電力料金の値上げ問題もあり、普通鋼メーカーを中心に業績低迷が続く公算が大きい。

### 3. 成長分野の開拓に向けた動き

#### (1) 海外展開

新興国における社会インフラ向け鋼材の取り込みが活発化

- わが国の鉄鋼メーカーは、従来からユーザーの海外進出に合わせて、自動車や家電などの製造業向けを主体とする高級鋼板の生産・供給拠点の構築に力を注いできた。こうした取り組みは、今後もわが国鉄鋼メーカーの海外戦略の主軸となる。
- 一方で、成長分野という視点からみると、今後、世界の鉄鋼市場の伸びを大きく牽引するのは、東南アジアやインドなど新興国におけるインフラ・建設向けの鋼材とみられ、同分野の取り込みも重要性を増すと考えられる。
- わが国鉄鋼メーカーについても、港湾や橋梁などの大型インフラプロジェクトに利用される付加価値の高い鋼材(軌条、鋼管杭、鋼矢板等)<sup>(\*)</sup>を武器に、同分野での需要の取り込みを図ろうとしている(図表3)。

図表3：成長分野の開拓に向けた取り組み

分野	企業名	概要
海外	新日鐵住金	2011年9月、ベトナムにおいて建設向けの鋼管事業を開始 2012年8月、豪ブラスコープ・スチールの東南アジア、米国向け建材薄板事業に50%出資すると発表
	JFEホールディングス	2012年4月発表の第4次新中期経営計画にて、「高級鋼に加え、新興国での需要増加が見込まれる分野を、技術協力やアライアンス等多面的な施策により取り込む」ことを発表
新規	新日鐵住金	2011年9月、ブラジルで仏パローレックと合併で高炉を立ち上げ、シームレスパイプの生産を開始(旧住金) 2012年2月、海洋構造物などに利用される高級極厚鋼板の連続鑄造技術で「ものづくり日本大賞」を受賞(旧住金) 2012年10月、米国の油井管の熱処理・継手加工などの工場設備買収を発表
	JFEホールディングス	2012年9月、日立造船、住友電気工業などと、洋上風力発電建設技術および事業化に関する共同研究を開始 2012年10月、米国において油井管加工事業を買収

(資料) 新聞報道、各社プレスリリースをもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

- これらインフラ向けの高付加価値製品においては、現地の公的機関や大手建設業者に対して、耐久性や強度といった機能面での品質の高さや、施工期間の短縮化・施工コストの低減効果などのメリットを伝えていくことはもちろん、施工マニュアルの作成・配布や実演会の開催などを通じて具体的な施工方法についてもきめ細かく提案するなど、地道な普及活動を進めていくことが重要といえよう。
- ただ、中長期的に拡大するアジア需要を取り込んでいくうえでは、やはり、インフラ・建設向け需要のなかでも、とりわけ大きな伸びを期待できる比較的汎用性の高い鋼材についても拡販を進めていくことが重要といえる。
- 品質面での差異化を図ることが難しい汎用鋼材では、いうまでもなくコスト競争力の重要性が高いが、日本からの母材（中間財）や最終鋼材の輸出で対応するには、日本国内の人件費水準の高さや、現地までの輸送コストを踏まえれば限界がある。また、素材産業のなかでも固定費負担が重い鉄鋼業界では、為替変動によって収益が大きく左右される。さらに、汎用鋼材では現地メーカーとの競合も強まるために、通商問題の遡上に上りやすい点も無視できない。
- こうした点を踏まえれば、現地で高炉からの一貫生産体制を構築していくことが安定的に需要の取り込みを図っていくという観点からは望ましい。この点、既にPOSCOなど一部の海外メーカーは新興国での高炉建設に踏み切っているが、わが国メーカーとしても、域内の需給環境の先行きを見据えつつ、母材供給体制の現地化を検討していくべきであろう。

## (2)新規事業

### エネルギー分野における鋼材の開発、生産が進展

- 一方、わが国の鉄鋼メーカーの場合、国内ではノンコア事業から撤退して、本業である鉄鋼事業へ経営資源を集中する方向性にあるため、本業との関連性が薄い分野で新たな収益機会を模索する動きは総じて限定的。
- こうしたなか、本業である鉄鋼事業においては、各社は近年、エネルギー分野向け鋼材の開発、生産に力を入れている。
- なかでも、油井管（\*）や高圧・寒冷下で利用されるラインパイプ（\*）、LNG 基地や海洋構造物向けの鋼材など、過酷な状況下で利用される鋼材は、わが国の高炉メーカーが世界的にも技術的な強みを有しており、各社の重点分野に位置づけられている。
- 今後も引き続き、積極的な研究開発によって、上記の製品群における技術的な優位性を維持していくと同時に、今後の拡大が見込まれる、洋上風力発電や、シェールガス・シェールオイルといった新しいエネルギー分野において利用される鋼材についても、日系メーカーが得意とするユーザーニーズを踏まえたきめの細かい製品開発に力を入れていくことで、需要の取り込みを図っていくことが求められよう。

## Appendix

付表：世界の鉄鋼需要の見通し（粗鋼見掛け消費量）

（単位：万トン、％）

（暦年）	2009	2010	2011	2012 （見込）	2013 （予測）	2007=100 とした水準
国内需要	5,517 (▲ 33.6)	6,812 (23.5)	6,972 (2.4)	7,078 (1.5)	2%程度	80強
海外需要	115,909 (▲ 6.1)	132,714 (14.5)	140,935 (6.2)	143,507 (1.8)	+3～+4%	120強
北米	7,299 (▲ 38.8)	10,264 (40.6)	11,208 (9.2)	12,010 (7.2)	+4%弱	95弱
中南米	5,487 (▲ 25.4)	7,027 (28.1)	7,225 (2.8)	7,427 (2.8)	+5%強	110弱
欧州	19,341 (▲ 33.9)	24,782 (28.1)	26,706 (7.8)	25,546 (▲ 4.3)	+1～+2%	80強
EU27	12,699 (▲ 37.8)	16,060 (26.5)	16,874 (5.1)	15,890 (▲ 5.8)	+0～+1%	70強
CIS	4,089 (▲ 29.2)	5,568 (36.2)	6,273 (12.7)	6,323 (0.8)	+3～+4%	100強
アジア	75,335 (13.9)	81,800 (8.6)	87,059 (6.4)	89,421 (2.7)	+3～+4%	150弱
中国	57,442 (23.4)	61,206 (6.6)	64,985 (6.2)	66,285 (2.0)	+3～+4%	160弱
インド	6,436 (14.5)	6,924 (7.6)	7,367 (6.4)	7,765 (5.4)	+6%程度	150弱
ASEAN	4,922 (▲ 9.2)	5,816 (18.1)	6,272 (7.8)	6,510 (3.8)	+3～+4%	130強
その他地域	8,447 (▲ 4.2)	8,841 (4.7)	8,737 (▲ 1.2)	9,103 (4.2)	+6%程度	120強
合計	121,426 (▲ 7.9)	139,526 (14.9)	147,907 (6.0)	150,585 (1.8)	+3%強	120弱

（注）1. 国内需要は粗鋼換算ベースかつ暦年での記載であるため、図表1の「内需」とは数値が異なる。  
2. ( )内は前年比伸び率。

（資料）World Steel Association の資料をもとに三菱東京 UFJ 銀行企業調査部作成

### 【用語説明】

- 在庫評価損** 高炉メーカー各社は在庫評価において総平均法を採用しているため、原料価格や鋼材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。
- 軌条** 鉄道用のレールのこと。車両走行の安全性を確保するために、耐久性、耐摩耗性といった機械的性質に加えて、形状、寸法における高い精度が求められる。
- 鋼管杭** 橋梁や港湾構造物、高層建物などの基礎として利用される超大口径の鋼管のこと。重量のある構造物を支える強度が求められる。
- 鋼矢板** 土木・建設工事現場で、土止めや地下水・海水の流入防止の目的で利用される板状の鋼材。護岸や橋梁の基礎として用いられることもある。鋼矢板は、過酷な状況化で利用されるうえ、工事が終了すると抜いて何度も利用されるため、強度や耐食性が求められる。
- 油井管** 原油やガスなど地下資源の掘削のために利用される鋼管。地中や海底に深く突き入れるため、土石の抵抗や圧力に耐えられる強度と、耐熱性・耐食性などが求められる。主に継目無鋼管（シームレスパイプ）が用いられる。
- ラインパイプ** 掘削した石油、ガスなどを輸送するための鋼管。深海部や寒冷地など過酷な状況下での長期間の使用に耐えられる強度と耐久性が求められる。

（2012.12.20 山本 志乃）

### 3. 紙・パルプ

#### 【要約】

- ◇ 2013年度の洋紙<sup>(\*)</sup>・板紙<sup>(\*)</sup>の国内需要は、薄物化<sup>(\*)</sup>や紙から電子媒体へのシフト<sup>(\*)</sup>といった構造的要因を受けて前年度に引き続き縮小する見通し。2014～2015年度にかけてもこうした状況に大きな変化はなさそうで、紙需要は縮小が続こう。
- ◇ 2013年度の主要洋紙・板紙メーカー7社の企業業績は、国内需要の回復が見込めないなか、販売数量の落ち込みと低調な製品市況を背景に減収を余儀なくされるものの、余剰設備の廃棄等による合理化効果によって増益を確保する見通し。2014～2015年度にかけても、国内需要の低迷は続くものの、海外事業の強化や各社の合理化によって、緩やかな増益トレンドが続く公算が大きい。

(\*)用語説明は、31頁をご参照下さい。

#### 1. 業界環境

2012年度以降、国内需要は緩やかな減少が続く見通し

- 2012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 1.0%減の27,120千トンとなる見込み(図表1)
  - ✓ 洋紙の需要は、企業のチラシ・雑誌広告の出稿減や、新聞や雑誌、書籍等における紙から電子媒体への需要シフトといった構造的な要因から、引き続き縮小基調。板紙の需要についても、主力の段ボール原紙における薄物化の影響、家電や機械向けの不振が響き、縮小する見込み。
  - ✓ 輸入は、中国を中心としたアジア域内の需給の緩和を背景に、安価な輸入紙の流入が続き、前年度に続き高水準。また、輸出は、震災により一時的に低下していたメーカー各社の国内生産能力が回復したものの、アジア域内全体として緩慢な需給環境が続くなかで前年度並みの低水準にとどまる見込み。
  - ✓ 製品市況は、2011年末に各社が実施した値上げの効果により、上半期は前年を上回る水準で推移した。しかし、下半期に入ると内需の低迷や輸入紙の流入圧力の高まりを背景に急落。結果、通年では、板紙こそ前年を上回る水準だが、輸入紙の流入が顕著な洋紙では前年を下回る公算が大きい。

図表1：洋紙・板紙市場の推移

(年度)	(単位)	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2007=100とした 水準	2014～2015	
								平均(予想)	2007=100とした 2015年度的水準
国内需要	千トン	27,969	28,035	27,394	27,120	1%程度	85強	1.5%弱	85弱
	%	(▲4.1)	(0.2)	(▲2.3)	(▲1.0)				
洋紙	千トン	17,476	17,228	16,585	16,419	1%強	-	1.5%強	-
	%	(▲3.7)	(▲1.4)	(▲3.7)	(▲1.0)				
板紙	千トン	10,493	10,808	10,808	10,700	0.5%弱	-	0.5%強	-
	%	(▲4.7)	(3.0)	(0.1)	(▲1.0)				
輸入量	千トン	1,927	1,726	2,299	2,305	1%弱	-	1%強	-
	%	(44.7)	(▲10.4)	(33.2)	(0.3)				
輸出量	千トン	1,228	1,427	793	800	+10%程度	-	+14%程度	-
	%	(▲3.2)	(16.2)	(▲44.4)	(0.9)				
国内生産量	千トン	26,892	27,341	26,533	26,135	1.5%弱	-	1.5%強	-
	%	(▲6.8)	(1.7)	(▲3.0)	(▲1.5)				
洋紙市況 (年度平均)	円/kg	127.3	121.3	122.9	120.7	4%強	-	横這い	-
	%	(▲2.8)	(▲4.8)	(1.4)	(▲1.9)				
板紙市況 (年度平均)	円/kg	79.0	78.5	79.8	82.1	1%強	-	横這い	-
	%	(▲3.1)	(▲0.6)	(1.7)	(2.8)				
古紙市況 (年度平均)	円/kg	7.2	8.6	8.8	7.7	3%程度	-	2%程度	-
	%	(▲43.3)	(18.4)	(2.3)	(▲11.6)				

(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

- 2013 年度も、国内需要は電子媒体へのシフトなどの構造要因が響いて縮小基調が続く見通し。また、製品市況も前年度を下回る水準で推移しよう。
- ✓ 国内需要については、消費税率の引き上げ前の駆け込み需要という一定の押し上げ効果は見込まれるものの、薄物化や電子媒体へのシフトなどの構造的なマイナス要因を打ち消すまでには至らず、洋紙・板紙ともに縮小が続く見通し。
- ✓ 輸出入についてみると、中国経済の緩やかな持ち直しを前提におけば、アジア域内の紙製品の需給バランスも改善に向かうとみられることから、輸入は小幅な減少、輸出は小幅な増加となる見通し。
- ✓ 製品市況は、内需が低迷するなか、洋紙・板紙とも前年を下回る水準で推移する公算が大きい。
- 2014～2015 年度も、構造的な需要の押し下げ要因が続くうえ、消費税に絡む駆け込み需要の反動減も相俟って、国内需要の減少ペースは加速する見込み。

## 2. 企業業績

2013 年度以降は合理化効果、海外事業の強化などを背景に緩やかな増益基調が続く

- 洋紙・板紙メーカー大手 7 社の 2012 年度の業績は、増収減益の見込み（図表 2）。
- ✓ 売上高は、内需の低迷と輸入紙の流入による販売数量減少の影響があったものの、海外企業の買収などに伴う連結対象範囲の拡大を受け、前期比で 0.5%程度の増収に転じる見込み。
- ✓ もっとも、損益面では減益で着地する公算が大きい。各社のマージン（販売価格 - 原燃料価格）こそ、古紙や石炭等の主要な原燃料価格が前年を下回る水準で推移することにより、拡大が見込まれるが、販売減を受けた設備稼働率の低迷に加え、一部メーカーにおいて、震災に伴い停止した生産設備の固定費を製造費用として計上（前期は特別損失に計上）したことが響く。
- 2013 年度は、引き続き厳しい販売環境が続くものの、原料古紙の下落や各社の合理化努力などにより、増益を確保できる見通し。
- ✓ 売上高は、国内需要の減少が続くなか、市況の下落が影響し、前年度比 1%強の減収に転じる見込み。
- ✓ 損益面でも、内需の低迷や市況下落の影響を受けるものの、引き続き原燃料の価格が前年を下回る見通しであることに加え、震災に伴い停止していた生産設備の復旧や、各社の余剰生産能力の削減に伴うコスト低減も見込まれることから、前年度比 10%弱の増益となる見通し。
- 2014～2015 年度にかけては、国内需要の低迷こそ続くものの、アジア新興国の需要拡大を背景とした海外事業での拡販効果や、各メーカーによる一段の合理化によって増益トレンドを維持しよう。

図表 2：洋紙・板紙メーカー大手 7 社の業績

(単位: 億円、%)

(年度)	2009	2010	2011	2012 (見込み)	2013 (予想)	2007 = 100とした 水準	2014～2015平均 (予想)	2007 = 100とした 2015年度の水準
						90強	+1%強	95程度
売上高	36,371 (▲7.1)	36,966 (1.6)	36,830 (▲0.4)	37,005 (0.5)	1%強	90強	+1%強	95程度
営業利益	1,899 (81.7)	1,610 (▲15.2)	1,425 (▲11.5)	1,394 (▲2.2)	+10%弱	115強	+1%弱	120程度
営業利益率	5.2	4.4	3.9	3.8	4%程度	-	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企業調査部作成

### 3. 成長市場の開拓に向けた動き

#### (1) 海外展開

板紙を中心とした新興国市場への展開が続く

- 近年、わが国製紙企業は、国内需要が伸び悩むなか、成長市場である新興国を中心に海外展開を進めている（図表3）。具体的には、板紙やそれを原料とする各種パッケージ材料（段ボール箱や飲料・食品の紙製容器等）の生産拠点を立ち上げる動きが目立つ。
- 板紙事業における海外展開が進んでいる背景には、そもそも板紙は高高度、輸送に費用がかかることから、地産地消のビジネスモデルが主体となること、洋紙に比べると食品・加工組立産業向けなど産業用途での利用が中心で、現地に進出する日系製造業などを中心に、比較的纏まった数量を消費するユーザーの開拓を進め易いこと、これら日系のユーザーの一部では、進出当初は強度などの基本的な品質や、衛生管理・納入管理体制などの点で信頼のおける日系製紙企業の製品に対する需要も一定程度は存在すること、などがある。
- 今後も、わが国製紙企業は、板紙やパッケージング材料を中心とした海外展開を図る見込み。ただし、同事業で一層の事業拡大を志向するうえでは、日系ユーザーだけでなく、非日系ユーザーに対する販路開拓を強化していく必要性が高い。また、基本的には消耗品である性格上、品質のみに依存することなく、コスト面でも競争力を高めていく重要性が高いことはいうまでもない。
- そのためには、まずは現地の商社や卸、物流企業などとの連携を通じて、現地ユーザーの開拓を進めていくことが課題といえる。また、コスト競争力の強化については、一義的には原料（古紙等）の安価な調達ソースの確保や規模の拡大といった点が重要である。それに加えて、わが国製紙企業の場合、日本国内での激しい価格競争に晒されるなかで、歩留まりやエネルギー効率の改善といった点で世界屈指の高い技術力を培ってきた点は大きな強みといえる。従って、これらの合理化に向けた技術・管理ノウハウを如何にスムーズに海外拠点へ移転していくかも重要といえる。

図表3：各社の取り組み状況

分野	企業名	概要
海外	王子製紙	2012年、インドで板紙事業を始めるべく、王子インディアパッケージング(100%出資)を設立 2013年度中に年間4,500万㎡の生産能力を持つ工場を建設予定(総投資額は約20億円)
	日本製紙グループ本社	2010年に中国の板紙メーカー理文造紙の株式を12%取得し、持分法適用子会社化 2013年までに同社の板紙の生産能力を110万トン引き上げる予定
	北越紀州製紙	2013年、白板紙の工場を中国に立ち上げ(投資額は約120億円)
新規 (国内)	王子製紙	2012年3月に資源環境ビジネスの拡大を打ち出し、既存の水力発電設備の更新のほか、約90億円を投じ、2014年度末までにバイオマスボイラーの導入を計画
	日本製紙グループ本社	2012年5月に国から特定規模電気事業者の登録を受け、電力小売に参入(従前から電力卸売の登録は受けており、保有電源は原発2基分に匹敵) 2012～2014年までの中期経営計画では、太陽光発電や風力発電の導入も検討課題としている

(資料) 各社 IR 資料などをもとに当部作成

## (2) 新規事業

### 発電事業の本格展開が進む

- 国内では、2012年7月にスタートした「再生可能エネルギー全量買取制度(注)」を受け、製紙各社による発電事業への本格参入が相次いでいる。

(注) 企業や個人が再生可能エネルギーである太陽光、風力、地熱、水力、バイオマス(生物由来の燃料。具体的には、建築廃材等の木材や一般廃棄物、汚泥や糞尿など)、廃プラスチックなどを使って発電した場合、電力事業者が一定期間・固定価格でその電気を全て買い取ることを定めたもの。

- この背景には、洋紙・板紙需要の伸び悩みを受けて製紙設備の稼働率が低迷するなか、製紙用に保有してきた既存の自家発電設備(注1)能力に余力が発生していること、これらの発電設備は、上記制度の対象となる再生可能エネルギーの比率が高い(注2)こと、さらに、新設備を立ち上げるにあたって、その燃料となるバイオマスや廃プラスチック等の調達ルートを既に有すること、などが挙げられる。

(注) 1. 2010年度における紙パルプ産業の発電設備容量は約550万kwであり、全産業の18%を占める。

2. 紙パルプ産業の再生可能エネルギー比率は4割を超える水準。

- これらの再生可能エネルギーによる発電事業から得られる収益額自体は、本業と比較してさほど大きなものではない。ただ、今後も、本業である国内製紙事業の収益環境が厳しさを増すとみられるうえ、全ての企業が潤沢な資金余力を有するともいえない状況下において、既存の自家発電設備や燃料の調達ルートを活用して、投資負担を最小限に抑えつつ効率的に収益の積み増しを図っていくことは意義のある戦略といえよう。

### 【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。
薄物化	輸送コストの削減などを目的に、紙の強度を保ちつつ、薄く、軽量化すること。
電子媒体へのシフト (電子化)	近年、インターネットの普及を背景に、各業界で紙媒体から電子媒体への需要シフトが進展し、洋紙需要を押し下げている。例えば、通信販売業界では、従来のカタログ通販からインターネット通販へのシフトが急速に進んでおり、広告業界においても、紙媒体による広告費が横這いから微減で推移する一方、インターネット広告が増加基調にある。

(2012.12.20 森 智則)

## 4. 石油

### 【要約】

- ◇ 2013年度以降の燃料油販売量は、電力用重油の需要減に加え、自動車の燃費改善などを受けたガソリンや軽油等の構造的な需要縮小を背景に減少基調が続く見通し。
- ◇ 2013～2015年度の石油元売の業績は、過剰設備の削減を通じた石油精製・販売部門の需給改善やコスト削減効果により、回復基調が続く見通し。

(\*)用語説明は、36頁をご参照下さい。

### 1. 業界環境

2013年度以降の燃料油国内販売量は、再び漸減傾向に

- 2012年度の燃料油国内販売量は、構造的な需要減の要因が続くものの、原子力発電所の稼働率低下を受けた電力用C重油の需要増という一時的な押し上げにより、前年比横這いを維持する見込み(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、自動車の燃費改善という構造要因を背景に前年に続き減少となる見込み。
  - ✓ 一方、電力用C重油の需要は、原子力発電所の稼働率低迷を受けた石油火力発電所での焚き増しにより大幅に増加。また、軽油についても震災の復興関連でトラックや重機向けの需要が伸びたことで、底堅く推移した。
  - ✓ 輸出は、前年度の震災に伴う大幅な減少からは持ち直すものの、一部の製油所がトラブル(\*)により停止したことから、前年比+3%程度の増加に留まった。
- 2013年度の国内販売量は、構造的な需要減に加え、前年度に全体を押し上げた電力用C重油の需要が弱含むとみられることから、前年比4%程度の減少となろう。
  - ✓ 油種別には、ガソリンの需要が自動車の燃費改善などにより、引き続き減少する見込み。軽油は前年に続き復興需要が期待できるものの、物流合理化等の進展やトラックの低燃費化といった構造的な押し下げ要因により、横這い程度となろう。電力用C重油も定期点検中の原子力発電所が再稼働すれば前年比で弱含む。
  - ✓ 輸出に関しては、エネルギー供給構造高度化法(\*)を受けた余剰設備の削減を背景に、再び減少基調へと回帰しよう。
- 2014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き、減少基調には歯止めがかかりそうにない。また、輸出は、アジア域内の需給が新規設備の増強により緩和方向に向かうとみられるうえ、国内では生産設備の削減により各社の輸出余力が乏しくなることもあって、減少基調が続く見通し。

図表1：石油製品の市場動向と今後の見通し

(年度)	(単位)	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2014～2015 (予想)	
							2007=100 とした水準	2007=100 とした水準
燃料油 国内販売量	百万KL %	194.9 (▲3.1)	196.0 (0.6)	196.1 (0.0)	195.6 (▲0.2)	4%程度	85程度	3.0～3.5% 80程度
燃料油輸出量	百万KL %	30.0 (▲11.9)	30.5 (1.5)	25.1 (▲17.8)	25.9 (3.1)	4.5～5.0%	85程度	4.0～4.5% 80程度
ガソリン卸値 (年平均)	円/KL %	108,056 (▲13.7)	118,094 (9.3)	130,374 (10.4)	127,133 (▲2.5)	+2%程度	100程度	強含み -
ドバイ原油価格 (年平均)	\$/バレル %	61.8 (▲34.1)	78.0 (26.3)	106.2 (36.2)	109.0 (2.6)	0～0.5%	160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

- 2012年度は精製・販売マージンの悪化により減益、2013～2014年度は増益の見込み
- 2012年度の石油元売4社の営業利益は、石油精製・販売部門の収益環境の悪化を受けて、在庫評価の影響(\*)を除く実質ベースで減益となる見込み(図表2)。
    - ✓ 石油精製・販売部門では、総じて緩慢な需給環境が続くなか、上期には原油価格の急落に伴う影響もあって販売マージンが縮小(\*)したうえ、一部製油所で発生したトラブルによる停止も響いて、減益となる見込み。
    - ✓ 資源開発部門(原油・天然ガス、石炭等)においても、主力の原油開発では、販売価格こそ年平均で前年を上回ったものの、一部企業で探鉱に関わる経費の増加もあったことで減益となったことに加えて、石炭開発でも、販売価格が急落したことで減益となり、同部門全体として2割近くの減益となった。
    - ✓ 石油化学部門については、前年に主力製品であるパラキシレン(\*)のマージンを押し上げた海外メーカーのプラントトラブルが解消し、同製品のマージンが弱含みに転じた結果、微減益となった。
  - 2013年度は、石油精製・販売部門における製油所の復旧や、余剰設備の削減効果などを背景に増益に転じよう。
    - ✓ 主力の石油精製・販売部門では、依然として冴えない需給環境が続くとみられるなか、販売マージンの急回復は望み薄である。ただ、前年に各社の利益水準を大きく引き下げたトラブル要因が解消されると見込まれるうえ、エネルギー供給構造高度化法への対応として、各社が余剰設備の削減を進めることから、これに伴う固定費の減少効果によって、増益を確保する見通し。
    - ✓ 資源開発部門については、原油価格は年平均でみれば前年比横這い程度の推移が見込まれるものの、石炭価格が前年を下回る水準で推移すると見込まれることから、減益基調が続く見通し。
    - ✓ 石油化学部門においても、主力製品のパラキシレンに関して、アジアにおける新規プラントの立ち上がりを背景に、需給が緩む方向に向かうとみられることから、引き続き減益基調が続く見通し。
  - 2014～2015年度は、主力の石油精製・販売部門において、2013～2014年に各社が実施する余剰設備の削減により、需給が一時的に引き締まるとみられるうえ、引き続き固定費の削減効果も見込まれるとあって、増益基調が続こう。もっとも、今後も構造的な需要縮小が続くとみられるなか、2016年度以降も、需要動向に合わせた機動的な設備能力の見直しを進めていく必要性が高いといえよう。

図表2：大手元売4社の業績

(単位：億円、%)

(年度)	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2014～2015 (予想)		
						2007=100 とした水準	2007=100 とした水準	
売上高	159,390 (▲24.1)	174,719 (9.6)	199,188 (14.0)	197,381 (▲0.9)	1.5～2.0%	90程度	0.5～1.0%	90程度
営業利益 (実質ベース)	▲1,380 (赤字転落)	4,623 (黒字転換)	3,645 (▲21.2)	3,305 (▲9.3)	+9%程度	155程度	+7～+8%	185程度
石油精製・販売部門	▲2,651	2,985	1,539	1,375	+25%程度	-	+10%程度	-
資源開発部門	691	1,247	1,849	1,495	6%程度	60程度	+3～+4%	65程度
石油化学部門	182	298	428	420	2%程度	80程度	3～4%	75程度
その他	399	92	▲190	15	+4倍程度	60程度	+70%程度	175程度
営業利益率 (実質ベース)	▲0.9	2.6	1.8	1.7	2%弱	-	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ホールディングスの2009年度以前の数値は、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

### 3. 成長分野の開拓に向けた動き

#### (1) 海外展開

上流権益確保の動きが活発化

- わが国においては長らくガソリンなどの燃料油の需給緩和が続く一方で、海外に目を転じると、アジアの新興国では力強い経済発展を背景に、原油や天然ガスをはじめとするエネルギー需要は増加を辿っており、原油をはじめとする資源価格の高止まりが続いている。
- このような状況下、わが国石油元売企業においては、海外における原油や天然ガスなどの資源開発に対する投資が増加傾向にある（図表3）。資源開発部門は営業利益の規模では主力の石油精製・販売部門とすでに肩を並べる主要事業の位置付けにあり、今後についても上流権益への投資が続いていくことが見込まれる。
- ただし、世界的に資源開発を巡る競争が激しくなるなか、今後は好条件で開発も進展した既存鉱区を取得することは難しくなるとみられ、案件の初期段階から開発プロジェクトに関与していく、シェールオイル等の非在来型資源<sup>(\*)</sup>や超深海部等の幅広い条件の鉱区も対象に含めていく、といったことが重要性を増す。
- こうしたなか、投資体力の面では欧米のオイルメジャー<sup>(\*)</sup>や産油国のNOC<sup>(\*)</sup>に見劣りするわが国企業においては、相対的に投資リスクが小さく、また、これら大規模プレーヤーとの全面的な競争にもなりにくい中小規模の開発案件でオペレーター<sup>(\*)</sup>経験を積むなどして、探鉱から開発に至る一連の事業ノウハウを蓄積していくとともに、特定の領域や地域に強みを有する独立系のE&P<sup>(\*)</sup>業者との提携や共同開発を通じて、幅広い条件の鉱区を開発できる技術力の蓄積を図っていくことが重要といえる。

図表3：成長分野の開拓に向けた取り組み

分野	企業名	概要
海外	JXホールディングス	東南アジアや中東、北米などの石油・天然ガス鉱区の取得と開発を進める。2012年度は前年比75%増の1,400億円規模の投資を行う予定。
	出光興産	北海を中心としての石油・天然ガス鉱区の取得と開発を進める。また、豪州では石炭開発にも投資している。2012年度は前年比46%増の600億円規模の投資を行う予定。
	コスモ石油	UAEのアブダビ油田において開発を進める。2012年度は前年の6.7倍の641億円を投資する予定。
新規 (発電)	JXホールディングス	東京ガスとの合併である川崎天然ガス発電で火力発電所（84.7万kW）を運営。2011年度以降、北海道にて地熱発電向けの調査井の試掘を進めており、将来的には4万kW規模の発電所の建設を計画している。
	出光興産	子会社の出光大分地熱にて地熱発電所（2.7万kW）を運営。2020年代初頭までに福島県で大規模地熱発電所（27万kW）の建設を計画。
	昭和シェル石油	東京ガスとの合併である扇島パワーで火力発電所（81.4万kW）を運営。2015年度までに同発電所において40.7万kWの発電能力の増強を行う予定。子会社のソーラーフロンティアを通じて太陽電池の製造販売を行う。
新規 (化学)	JXホールディングス	2014年に韓国SKグループと合併でパラキシレン設備（100万トン）新設予定。プロピレンの収率を向上させるHS-FCC設備の実証試験を進める。
	出光興産	2011年に約160億円を投じFCC設備を更新、プロピレンの生産能力を増強。
	昭和シェル石油	2012年に韓国GSカルテックスとパラキシレン事業で提携。
	コスモ石油	2011年に約80億円で四日市製油所で混合キシレン設備（30万トン）を新設。2012年に韓国現代オイルバンクと合併でパラキシレン設備（80万トン）新設。

（資料）各社 IR、新聞記事などをもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

## (2) 新規事業

### 発電事業への展開を広げる

- わが国では東日本大震災以降、原子力発電所の停止により電力需給が逼迫していることから、わが国石油元売企業のなかには、電力事業への投資を拡大する動きがみられる（前掲図表3）。
- 具体的には、製油所内の自家発電設備の運用を活かした火力発電事業や、油井掘削技術を応用した地熱発電事業、関係会社で製造する太陽光パネルを用いた太陽光発電事業などが挙げられる。
- とりわけ火力発電事業については、今後、東京電力をはじめとする地域電力会社が火力発電所を新設・更新する際には、外部企業から事業計画を募集し競争入札を行うことを義務付ける指針を経済産業省が掲げていることから、石油元売企業の増強・新設の動きが一層増加する見通しである。
- 各社としては、同事業の基本的な収益性は売電契約の条件で規定されるものの、これまで自家発電設備やIPP<sup>(\*)</sup>発電所の運営を通じ蓄積してきた経験を活かして効率的な運用を図る、発電所から得られる蒸気や熱などの副産物を他社へ供給する、といった取り組みを通じて収益の極大化を図っていくことが重要といえる。

### 石油化学事業の強化も進める

- わが国石油元売企業は、石油化学事業の強化も進めている。具体的には、パラキシレン（ポリエステル繊維原料）やプロピレン（合成樹脂原料）など、石油精製工程の流れのなかで生産される製品の増強計画などが挙げられる（前掲図表3）。
- これらの需要は、アジア地域を中心に堅調に伸びているうえ、その原料はガソリン原料と共通である。このため、わが国では、ガソリンの内需が縮小するにつれて余剰となるこれらの原料を石化向けに活用する余地が高まっていることがその背景にある。
- 今後もこうした状況に変化はなさそうで、各社の石化事業強化の動きは続こう。ただ、主力のパラキシレンは需給次第で市況が激しく変動するうえ、増産には数百億円の投資を要する<sup>(注)</sup>。また、生産規模がコスト競争力に直結する一方、単一製油所で得られる原料は製品プラントの経済性を満たすには小さいことも多い。  
(注)一方、プロピレンについては、基本的にアジアの需給は恒常的にタイトに推移するとみられるうえ、増産に向けては既存設備に用いる触媒や運転条件の工夫によって対応可能である。従って、各社とも収率の極大化に向けた取り組みを鋭意進めていく有効性が高い。
- このため、同事業の強化にあたっては、各社が持つパラキシレン原料を持ち寄り、合併で大規模なプラントを立ち上げることで、投資リスクの分散化を図るとともに、規模のメリットを追求していくことも有効といえる。

## 【用語説明】

油種別	油種別にみた国内燃料油販売量（2011年度実績）の内訳は、ガソリン（29%）、ナフサ（22%）、軽油（17%）、C重油（12%）、灯油（10%）、A重油（8%）、ジェット燃料（2%）となっている。なお電力用C重油は、C重油の需要の5割程度を占める。
製油所の トラブル	2012年度には6月にコスモ石油の千葉製油所が、7月にJXホールディングスの水島B工場がトラブルにより停止し、現時点でも完全には復旧していない。
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。
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。
販売マージン の縮小	ガソリンをはじめとする石油製品の価格は原油市況と連動して週次で変動する一方で、元売の原油コストは、産油国からの輸送期間（1ヶ月前後）の分だけ遅れて市況を反映するため、タイムラグが生じる。従って、急激な原油価格の下落状況のなかでは石油元売企業の販売マージンが圧迫される傾向が強い。
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。石油元売の石油化学事業において主要製品に位置付けられる。
非在来型資源	陸上や海底の油・ガス田から採掘される従来型の石油や天然ガスとは異なり、砂や岩、石炭層を含む石油・天然ガス成分のことを指す。大産油国が居並ぶ中東よりも、北米大陸やアジアオセアニア周辺などに産地が広がっている。
オイル メジャー	一般に、米Exxon Mobil社や英蘭Royal Dutch Shell社など、石油・天然ガスなどの資源分野の採掘・流通・製品化などの権益を押さえている巨大企業を指す。
NOC	National Oil Companyの略で、国が出資し経営・管理する国営資源開発会社を指す。中東やアジアの産油国などで設立されており、現在世界には100社以上のNOCが存在する（例としては、サウジアラビアのSaudi Aramco社、中国のCNPC社など）。
オペレーター	契約者が複数にわたる石油・天然ガスの開発プロジェクトにおいて、実際の作業を実施・管理する当事者のことを指す。
E&P	Exploration and Productionの略で、石油・天然ガスの探鉱・開発・生産のことを指す。こうした事業では、独特の技術やノウハウが求められるため、分野ごとに固有の強みをもった企業が多く存在している（たとえば、シェールガス開発では、米Chesapeake社、Quicksilver社、オイルサンド開発では米Sunoco社、深海油田開発では豪Murphy社など）。
IPP	Independent Power Producerの略で発電設備のみを所有する卸売発電事業者のことを指す。電力会社などに電力を販売しており、神戸製鋼所、JX、出光興産などがこれに該当。

（2012.12.20 中山 隆仁）

## 5. 化学

### 【要約】

- ◇ 2013年度の国内エチレン生産量は、輸出環境の改善を主因に低水準ながらも4年振りの増加に転じる見通し。2014～2015年度については緩やかな回復が見込まれるものの、2015年度の国内エチレン生産量はなお歴史的にみて低い水準に留まろう。
- ◇ 2013年度の企業業績は、石油化学製品の収益底打ちや高機能繊維の拡販を背景に、総合化学、合成繊維ともに増益に転じる見通し。2014年度以降は緩やかな増益基調を辿るものの、総合化学では収益の大半を非石化部門に依存する構造が続こう。

(\*)用語説明は、42頁をご参照下さい。

### 1. 業界環境

2013年度のエチレン生産量は4年振りの増加、その後は緩やかに回復も低水準が続く

- 2012年度の国内エチレン生産量は、内需の落ち込みと輸出の減少が重なり、前年比4%強の約620万トンと、1993年度(569万トン)以来19年振りの低水準となる見込み(図表1)。
  - ✓ 主力の誘導品<sup>( )</sup>である汎用樹脂<sup>( )</sup>の出荷量は前年比5%程度の減少。家電製品向け需要の不振や下期の自動車向け需要の減速によって内需が減少したうえ、輸出についても、アジア市場の需給緩和によって収益環境が悪化したことを受けて大幅に減少。さらに、前年に一部のプラントで発生したトラブル<sup>( )</sup>も出荷量の押し下げ要因となった。
  - ✓ 石油化学製品の収益性を示す製品価格と原料価格とのマージンは、モノマー系製品(樹脂原料や合繊原料)を中心に多くの製品で縮小。中国需要の減速に加えて、過去2～3年にアジア・中東地域で立ち上がった数多くの新プラントが本格稼働を開始したことで、アジア域内全体として緩慢な需給環境が続いた。
  - ✓ また非石化製品に関しては、医薬品や農薬といった需要が底堅く推移した一方で、電子材料については薄型TV向け液晶部材を中心に製品価格が下落した。

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)	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2014～2015平均 (予想)		
							2007=100 とした水準	2007=100 とした水準	
国内エチレン生産量	千トン %	7,219 (10.7)	6,999 (▲3.1)	6,474 (▲7.5)	6,192 (▲4.4)	+3%程度	85程度	+0～+0.5%	85程度
汎用5大樹脂出荷量	千トン %	8,832 (6.0)	8,756 (▲0.9)	7,815 (▲10.8)	7,407 (▲5.2)	+4～+5%	-	+0～+0.5%	-
国内出荷	千トン %	6,852 (1.7)	7,088 (3.4)	6,611 (▲6.7)	6,482 (▲2.0)	+3%程度	-	+0%程度	-
輸出	千トン %	1,979 (24.2)	1,668 (▲15.7)	1,203 (▲27.9)	925 (▲23.1)	+15%程度	-	+1%程度	-
汎用樹脂市況 (低密度ポリエチレン：国内)	円/kg %	167 (▲28.7)	184 (10.3)	213 (15.4)	224 (5.4)	+2%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 %	1,103 (▲1.3)	1,238 (12.2)	1,417 (14.5)	1,424 (0.5)	+0～+5%	-	強含み	-

(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

- 2013年度の国内エチレン生産量は、輸出環境の改善を主因に、低水準ながらも4年振りの増加に転じる見通し。
  - ✓ 汎用樹脂の出荷量は前年比+4~+5%と回復を予想。国内出荷は、内需が包装資材や建材といった用途を中心に底堅く推移するとみられるなか、プラントトラブルに伴う供給制約の一部が解消することで増加。輸出は、年度中は海外での大型石化プラントの新設が限定的と見込まれるなか、アジア市場で石化製品の需給が改善することで回復に転じよう。
  - ✓ 石化製品の価格と原料価格とのマージンは、アジア市場の需給改善を背景に幅広い製品で緩やかな回復に向かう見通し。
  - ✓ 非石化製品に関しては、医薬品や農薬などの需要は引き続き底堅く推移するとみられるが、電子材料については数量増を製品価格の下落が打ち消し、回復感に乏しい展開となろう。
- 2014~2015年度は、内需が横ばい程度で推移するなか、2013年度に引き続いて輸出が増加することで、エチレン生産量は緩やかな回復基調を辿る見通し。ただし2015年度の国内エチレン生産量は、リーマンショックの影響で13年振りに700万トンを超え、2008年度(652万トン)をなおも下回るなど、歴史的にみて低い水準に留まろう。

## 2. 企業業績

### (1) 総合化学

石油化学部門の収益は2013年度に底打ち、2014~2015年度は緩やかな増益基調へ

- 総合化学メーカーの2012年度の業績は、石油化学部門の不振を主因に前年比10%強の減益となる見込み(図表2)。
  - ✓ 石油化学部門は、国内外の収益環境が悪化したことで前年比80%程度的大幅減益となる見込み。モノマー系製品を中心とするマージンの悪化や、これを受けた国内のエチレンセンターの稼働率低迷に加え、一部の企業で石化プラントのトラブルが発生したことも収益を押し下げた。
  - ✓ 非石化部門は、電子材料事業の収益環境こそ製品価格の下落を受けて冴えない展開が続いたが、医薬品事業で近年発売した新薬の販売が堅調に推移したことに加え、過去に他社に導出した製品のロイヤリティー収入の増加も寄与し、全体の収益を下支えした。

図表2：総合化学メーカー大手5社の業績 (単位：億円、%)

(年度)	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2014~2015平均 (予想)	
						2007=100 とした水準	2007=100 とした水準
売上高	66,506 (▲16.1)	80,225 (20.6)	81,514 (1.6)	80,034 (▲1.8)	+3%強	100程度	+3%程度 105程度
営業利益	1,164 (黒字転換)	4,273 (267.1)	2,839 (▲33.5)	2,485 (▲12.5)	+20~+30%	70程度	+10%程度 85程度
石油化学部門	▲289 (赤字縮小)	1,821 (黒字回復)	791 (▲56.6)	158 (▲80.1)	2倍程度	45程度	+25~30% 70程度
非石化部門	1,453 (3.1)	2,451 (68.7)	2,048 (▲16.4)	2,328 (13.6)	+10~+15%	80程度	+5~10% 90程度
営業利益率	1.8	5.3	3.5	3.1	4%弱	-	4%強 -

(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

- 2013年度は、石化部門の収益が底打ちするなか、非石化部門が引き続き堅調に推移することで、増益となる見通し。
  - ✓ 石化部門は、アジア市場の需給改善を背景に、製品のマージン、数量ともに底打ちすると見込まれるうえ、前年に生じたプラントトラブルに伴う減益要因が解消することで、低水準ながら増益に転じる見通し。
  - ✓ 非石化部門は、国内外で医薬品や農薬、各種機能材料の拡販が見込まれることに加え、各社のコスト削減も寄与することで増益となろう。
- 2014～2015年度は、石化部門がアジア市場の需給改善を主因に回復基調を辿ることで、緩やかな増益が続く見通し。ただし、2015年度における石化部門の営業利益は2007年度の7割程度に留まり、今後も、収益の大半を医薬品などの非石化部門に依存する構造が続くとみられる。

## (2) 合成繊維

- 2013年度は繊維、非繊維の両部門で増益に転じ、その後は緩やかな増益が続く
- 2012年度の合成繊維メーカーの業績は、繊維、非繊維の両部門で収益環境が悪化したことで、前年比 20%弱の大幅な減益となる見込み（図表3）。
    - ✓ 繊維部門は、世界景気の減速を受けて衣料向け繊維の販売が伸び悩んだうえに、炭素繊維<sup>( )</sup>やアラミド繊維<sup>( )</sup>といった高付加価値な産業用繊維でも、一部の用途で需要の減少や価格の下落に見舞われたことで減益。
    - ✓ 非繊維部門は、液晶ディスプレイ向けをはじめとする高機能フィルムの収益が低迷したうえ、自動車やエレクトロニクス向けの合成樹脂でも、企業間の競合激化に伴うマージンの縮小を背景に収益環境が悪化した。
  - 2013年度は、繊維、非繊維の両部門で収益が底打ちすることで、小幅ながら増益に転じる見通し。
    - ✓ 繊維部門は、新型旅客機向けの需要拡大が見込まれる炭素繊維など、産業用繊維の販売が増加することで増益に転じる見通し。
    - ✓ 非繊維部門は、液晶ディスプレイ材料こそ回復感が乏しい展開となろうが、合成樹脂では需給の引き締まりに伴う収益の改善が見込まれることに加え、医薬品事業が底堅く推移することで、増益となろう。
  - 2014年度以降は、炭素繊維をはじめとする高付加価値な産業用繊維を牽引役に、緩やかな増益基調を辿る見通し。

図表3：合成繊維メーカー大手5社の業績

(単位：億円、%)

(年度)	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2014～2015平均 (予想)	
						2007=100 とした水準	2007=100 とした水準
売上高	29,594 (▲12.1)	32,398 (9.5)	33,361 (3.0)	32,695 (▲2.0)	+5%程度	90程度	+0～5% 95程度
営業利益	1,040 (1.7)	2,331 (124.2)	2,244 (▲3.8)	1,860 (▲17.1)	+9%弱	80程度	+5%程度 90弱
繊維部門	▲46 (赤字転落)	525 (黒字回復)	732 (39.6)	629 (▲14.1)	+10%強	85程度	+10%弱 100強
非繊維部門	1,086 (30.9)	1,807 (66.4)	1,512 (▲16.3)	1,231 (▲18.6)	+7%程度	75程度	+0～5% 80程度
営業利益率	3.5	7.2	6.7	5.7	6%程度	-	6%強 -

(注) 1. 対象企業は東レ、帝人、東洋紡、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

### 3. 成長分野の開拓に向けた動き

#### (1) 海外展開

- 石油化学事業の海外進出が続く。今後は、技術供与も活用した収益の最大化が重要に
- 近年、わが国化学メーカーの石油化学事業は、国内需要の伸び悩みやアジア域内の需給緩和などを背景に事業環境が冴えないなか、安価な原料を確保可能な中東や、成長市場である中国、東南アジアといった地域で生産設備を新設・増設し、新興国需要の取り込みを図ってきた（図表4、次頁付表）。
  - 今後についても、製造プロセスの優位性などから高い競争力を有する製品については積極的な海外投資によって新たな収益機会を獲得していくことが重要。特に、近年のシェールガス（ ）の増産に伴って原料コストが低下している北米は、新規に海外進出する際に、中東やアジア地域に続く有力な候補地となりそうである。
  - また、高い競争力を背景に海外で生産体制の構築を進める製品でなくても、生産設備の増強を計画する新興国メーカー向けの技術供与を拡大し、安定したライセンスフィーを確保するという選択肢もある。
  - このように、わが国メーカーの海外における石油化学事業では、メリハリの利いた製品戦略によって収益を最大化していくことが重要であろう。

#### (2) 新規事業

- ヘルスケア事業の強化が相次ぐ。今後、事業の早期立ち上げに向けた取り組みに注目
- 一方、非石化事業では、医薬品や医療機器などヘルスケア事業の強化を打ち出す企業が相次いでいる。
  - これまでも、化学メーカー各社は医薬品を中心に同事業に注力してきた経緯があり、2012年度の総合化学メーカー大手5社（前頁図表2）の業績見込みをみても、同事業は既に連結営業利益の約6割を占めている。
  - こうしたなか最近では、既存事業の強化のみならず、これまで培った技術や販路を活用し、これまでとは異なる分野（バイオ医薬品（ ）や医療機器など）への本格参入を図る事例が増えている点が大きな特徴。

図表4：成長分野の開拓に向けた取り組み

分野	企業名	概要
海外	住友化学	サウジアラビアの石油化学事業への追加投資を2012年5月に決定。合弁企業で約5,600億円を投じ、エチレン設備の増強や、生産品目の拡大を計画。2016年の前半から順次稼働予定
	三井化学	SABIC（サウジアラビア）とウレタン原料事業で2012年2月に提携。三井化学の製造技術や設備管理のノウハウをSABICに供与し、合弁企業での生産も視野に、2016年に大型設備を立ち上げる計画
	三菱レイヨン	アクリル樹脂とその原料を積極的に海外展開。2013年に韓国、2014年末にサウジアラビアで生産ラインを立ち上げるほか、シェールガス由来の安価な原料を使った北米での生産設備の新設も検討
	三菱化学	プロセス技術や触媒に関するノウハウの供与や技術サポートを行う「ナレッジビジネス推進室」を2011年に設置。2015年度までに100億円以上の収益を目指す
新規	三菱ガス化学	バイオ医薬品の製造プロセス開発や製造受託事業を2013年に開始する予定。今後、量産設備の建設も検討し、同事業を段階的に拡充する方針
	旭化成	2012年4月に大手救命救急医療機器メーカーのZOLL Medical（米）を約1,730億円で買収。医薬品や人工腎臓などの既存領域とあわせた医薬・医療事業の売上高を、2020年度までに2010年度比4倍強の5,000億円規模に拡大させる計画

（資料）各社 IR 資料、各種報道などをもとに三菱東京 UFJ 銀行企業調査部作成

- この背景には、非石化事業の収益の柱であった電子材料が足元で減速するなか、これに続くもう一つの稼ぎ頭として、景気変動の影響を受けにくく、世界市場の拡大も見込まれる同事業を育成し、全体の収益の拡大・安定化を図る重要性が高まっていることがある。
- ただ同事業では一般に、国や地域ごとに製品に係る承認取得や医療機関との関係構築が必要であるうえ、新製品の開発から販売までに長い年月と多額のコストを要する。
- このため、化学メーカーにとっては、自前での事業展開に拘らずに、自社技術が活用できる工程（研究開発や受託製造など）に特化する、事業のノウハウや顧客基盤などを有する企業を買収する、といった取り組みを必要に応じて柔軟に講じることで、事業の早期立ち上げを図っていくことも有効といえそうである。

## Appendix

付表：世界のエチレン系誘導品需要の見通し（エチレン換算）

（単位：千トン、％）

（暦年）	2009	2010	2011	2012 （見込）	2013 （予想）	2007 = 100 とした水準
世界需要	112,391 (3.6)	120,860 (7.5)	126,749 (4.9)	130,220 (2.7)	+3 ~ +4%	120程度
日本	4,316 (▲20.2)	4,925 (14.1)	5,011 (1.7)	4,675 (▲6.7)	+2%程度	85程度
北米	20,359 (▲6.2)	21,076 (3.5)	21,748 (3.2)	22,026 (1.3)	+1 ~ +2%	90程度
欧州	21,192 (▲7.0)	22,249 (5.0)	22,183 (▲0.3)	22,130 (▲0.2)	0%程度	90程度
アジア	42,798 (22.6)	47,166 (10.2)	50,486 (7.0)	53,004 (5.0)	+5 ~ +6%	165程度
中国	25,843 (33.1)	28,058 (8.6)	29,966 (6.8)	31,696 (5.8)	+6%程度	185程度
その他（南米など）	23,726 (0.1)	25,444 (7.2)	27,321 (7.4)	28,385 (3.9)	+4%程度	130程度

（注）1.（ ）内は前年比伸び率。

2. 2011年は経済産業省の推計値。

（資料）経済産業省「世界の石油化学製品の今後の需給動向」などをもとに三菱東京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。
一部のプラントで発生したトラブル	2011年11月に東ソーの塩化ビニルモノマープラント（山口県周南市）で事故が発生。その後、2012年12月時点で全面復旧には至っておらず、誘導品である塩化ビニル樹脂の生産量を押し下げた。
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。耐熱性や耐摩耗性に優れ、自動車のブレーキパッドの材料やゴムの補強材、防護服などに用いられる。
シェールガス	硬く薄片状に剥がれやすい性質を持つ頁岩（＝シェール）層の微細な隙間に存在する天然ガス。従来、生産性が低いなどの理由で商業的な生産が困難であったが、近年では採掘技術の進展を受けて、埋蔵量の豊富な北米を中心に生産量が増加を続けている。同ガスに含まれるエタンは、エチレンの原料に使われる。
バイオ医薬品	遺伝子組換えや細胞培養などといった生物工学（バイオテクノロジー）の技術を用いて作り出される医薬品。ヒトの体内にもともと存在する物質をベースとして、病気の原因である細胞や体内因子に対して直接働きかけるため、効き目に優れるうえに副作用が比較的少ないという特長があり、今後の市場拡大が見込まれている。

（2012.12.20 近藤 哲史）

## 6. 医薬品

### 【要約】

- ◇ 2013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拡大が続くとみられるなか、薬価改定<sup>(\*)</sup>が予定されていない年とあって、前年比3~4%程度の成長となる見通し。2014年以降も市場の成長は続くと思われるものの、2014年から2年連続で予想される薬価改定<sup>(\*)</sup>の影響などにより成長ペースの鈍化が見込まれる。
- ◇ 大手医薬品メーカーの企業業績は、大型薬の特許切れ<sup>(\*)</sup>によるマイナス影響は続くものの、新興国市場の拡大を背景とした海外売上高の増加と新薬販売の拡大を通じ、緩やかな増益基調を辿る見通し。

(\*)用語説明は、47頁をご参照下さい。

### 1. 業界環境

2013年の国内医薬品市場は3~4%程度の拡大、市場成長率は2015年にかけて鈍化へ

- 2012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はあったものの、薬価の改定に伴う単価の下落や、ジェネリック医薬品(後発薬)<sup>(\*)</sup>へのシフトの加速といった影響を受け、前年比0.9%のマイナス成長となる見込み(図表1)。
  - ✓ まず、販売数量の動向をみると、高血圧治療薬や糖尿病治療薬などの生活習慣病分野や、抗がん剤などの需要が堅調に推移したことから、増加基調を辿った。
  - ✓ しかし、販売単価(平均単価)については、薬価改定による引き下げ(改定率6%)の影響を受けて、総じて下落圧力が強まった。
  - ✓ なお、ジェネリックの分野に関しては、大型先発薬の特許切れが相次いだことに加えて、2012年4月に実施された政府による普及促進策<sup>(\*)</sup>の効果も相俟って、先発薬からのシフトが加速し、市場の拡大が続いた。

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)	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2007=100 とした水準	2014~2015平均 (予想)	2007=100とした 2015年の水準
医療用医薬品国内市場	81,804 (4.7)	81,938 (0.2)	88,206 (7.6)	87,412 (▲0.9)	+3~4%	120程度	+1%程度	120強
国内生産金額	61,488 (2.7)	59,667 (▲3.0)	62,878 (5.4)	62,063 (▲1.3)	+2.0%程度	-	+0.5%程度	-
輸入金額	20,316 (11.1)	22,271 (9.6)	25,327 (13.7)	25,349 (0.1)	+3~4%	-	+3%程度	-
参考 薬価改定率(年度)	-	5.8%	-	6.0%		-	6%(2014) 3%(2015)	-

(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

- 2013 年については、引き続き高齢化の進展に伴う需要の拡大が見込まれるうえ、薬価の改定が実施されない年とあって、販売単価の下落ピッチも小幅にとどまるとみられることから、市場成長率は前年比 3～4%程度の増加に転じる見通し。
  - ✓ 販売数量は引き続き底堅く推移する見込み。分野別では、生活習慣病や抗がん剤関連の需要が引き続き増勢を保つとみられる。
  - ✓ 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、前年に比べて下落幅は小さなものととどまる見通し。
  - ✓ ジェネリックに関しては、医師や患者の認知度の高まりに加え、前年ほどでないとはいえ、引き続き複数の大型薬の特許切れが見込まれることから、これらの大型先発薬からのシフトが進むことで、市場の拡大が続こう。
- 2014～2015 年に関しては、引き続き高齢化に伴う市場の成長が見込まれるものの、ジェネリックの新たな普及促進策や、消費税率の引き上げに伴う 2 年連続の薬価引き下げなどが予想されることから、市場成長率は平均で 1%程度にとどまる見通し。

## 2. 企業業績

- 大手メーカーの業績は特許切れの影響を海外売上高の拡大で補い、緩やかな増収が続く
- 2012 年度の医薬品メーカー大手 4 社の業績は、国内外での大型薬の特許切れや M&A 関連費用（のれん代の償却など）が響いて減益となる見通し（図表 2）。
    - ✓ 売上高については、国内外での大型薬（糖尿病治療薬や認知症治療薬など）の特許切れや薬価改定の影響があったものの、海外企業の買収に伴う増収効果や生活習慣病領域を中心とした拡販などにより、前年比 0.5%程度の微増となる見込み。
    - ✓ 損益面に関しては、上記の大型薬の特許切れや、国内での薬価の引き下げに伴う単価の下落、さらには、M&A 関連費用の増加も響いて、前年比 17%弱の営業減益を余儀なくされる見込み。
  - 2013 年度も既存大型薬の特許切れによる影響が見込まれるものの、海外売上高の増加や各社が発売した新薬の販売拡大などから、増収増益を見込む。
    - ✓ 売上高については、引き続き大型薬の特許切れの影響が続くものの、新興国市場を中心とする海外売上高の増加や、前期以前に各社が発売した新薬（糖尿病治療薬や中枢神経系治療薬）の販売拡大などから前年比 1%程度の微増となろう。
    - ✓ 損益面に関しては、大型薬の特許切れに伴う減益分を M&A 関連費用の減少や新薬の拡販効果でカバーし、前年比 1%弱程度の微増益を確保できる見通し。

図表 2：医薬品メーカー大手 4 社の業績

（単位：億円、％）

（年度）	2009	2010	2,011	2012 （見込）	2013 （予想）	2014～2015 平均（予想）		
						2007=100とした 水準	2007=100とした 2015年度の水準	
売上高	41,961 (1.7)	41,096 (▲2.1)	40,650 (▲1.1)	40,840 (0.5)	+1%程度	105弱	+3%弱	110程度
営業利益	7,885 (6.9)	7,215 (▲8.5)	5,905 (▲18.2)	4,929 (▲16.5)	+1%程度	55強	+2～3%程度	60程度
営業利益率	18.8	17.6	14.5	12.1	12%程度	-	12%程度	-

（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

- 2014年度以降は大型薬の特許切れの影響が一段落することに加え、引き続き新興国市場を中心とする海外売上高の増加や、さらなる新薬（抗がん剤や神経疾患治療薬など）の発売も見込まれることから、増収増益基調が続く見通し。
- なお、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、これらの医薬品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、業績が総じて堅調に推移する公算が大きい。

### 3. 成長市場の開拓に向けた動き

#### （1）海外展開

新興国では地域の特性を踏まえつつ、展開手法を柔軟に使い分けることが不可欠

- 世界の医薬品市場は、経済の成長や人口の増加、高齢化の進展などを背景に右肩上がりの成長を続けている（次々頁付表）。とりわけ、中国・インドなどの新興国市場では、人口規模の拡大や所得水準の向上を受けて、年率10%程度の高い伸び率で成長が続くと見込まれる。
- こうしたなか、わが国企業は、市場の拡大が続く海外への進出を本格化。具体的には、中国・インドなどのアジア諸国や南米・東欧・ロシアなどで生産拠点の確保や、販社の設立・増強を図る動きが目立つ（図表3）。
- 今後もこうした動きは続くとみられるが、新興国市場では、平均的な所得水準が低いうえ保険制度が未整備の国も多く、高単価の新薬を購入できる層に限られる、大病院などの主要販路は現地企業が掌握しているケースが多い（外資系企業の販売自体に規制が敷かれている国もある）といった点が克服すべきハードルとなるのに加え、抗生物質（感染症治療）などの需要が大きい一方、生活習慣病治療等の需要は相対的に小さいなど、先進国市場と異なる製品展開が求められる。
- こうしたなか、製薬企業としては、まずは、各国の所得層分布や保険制度、病気の傾向などを踏まえ、売上を最大化するために最適な品目と価格水準を設定していくことが重要。

図表3：各社の取り組み状況

分野	企業名	概要
海外	武田薬品	2012年、ロシア西部に医薬品の工場を建設（2014年に本格稼働） 2012年、ブラジルの中堅メーカーのマルチラブを買収し、同国内のOTC（大衆薬）、後発医薬品業界におけるプレゼンスを強化 販売力強化のため、中国のMRを大幅に増員（2010年：約160人 2012年：約1,300人）
	第一三共	2008年、インドの後発医薬品メーカー大手のランバクシーを買収し、インド国内での事業基盤と後発医薬品を低コストに生産する拠点を確保
	エーザイ	2011年、ブラジル・メキシコに販社を設立し、営業力を強化
新規 （国内）	ファイザー	2012年、後発医薬品大手の米マイランと日本の後発医薬品事業に関して提携。ファイザーはマイランの製品を含め、向こう5～6年間に日本で展開する後発医薬品数を475（現状の10倍超）まで拡大
	第一三共	第一三共エスファ（後発薬子会社）で販売する製品を、買収したランバクシー（インド）の工場に低コストで生産する予定（2014年以降）
	田辺三菱製薬	長期収載品を田辺三菱製薬販売（後発薬販売専門の子会社）に移管 ブランドイメージを活かし、長期収載品だけでなく、後発医薬品の拡販も図る
	武田薬品	2012年1月にワクチン事業部を新設し、同年10月には米パイオベンチャーのリゴサイトを買収
	第一三共	2012年、グラクソ・スミスクラインとの合併でジャパンワクチンを設立

（資料）各社 IR その他公表資料をもとに当部作成

- また、販売面では自社の MR（注1）を増員し、病院訪問や医薬品説明会などを通じて、地道に拡販を進めていくことが求められるが、場合によっては、現地卸売業者との提携や、現地企業向けの自社製品のライセンスアウト（注2）などを柔軟に使い分け、事業拡大を図ることが肝要といえる。

（注）1. 医薬情報担当者（Medical Representative）のことであり、製薬企業にとっての営業担当者。

2. 自社で取得した特許やノウハウなどを他社に売却したり、使用を許諾したりすること。

## （2）新規事業

市場規模の大きな新薬だけでなく、後発医薬品やワクチンなどの領域へ展開が進む

- 医薬品メーカーの場合、各社ともノンコア事業を切り離して利益率の高い本業に集中する傾向にあるため、医薬品以外の事業について拡大を図る動きは限定的である。ただ、医薬品事業のなかでも、これまで患者の多い生活習慣病領域などを中心に、市場規模の大きな新薬（大型新薬）を展開してきた企業が、後発医薬品やワクチンといった、従来は市場規模が小さいことなどを理由に注力してこなかった領域を強化し始めている点は注目に値する。
- この背景には、収益の柱であった生活習慣病領域での大型新薬の開発が、新薬の候補となる化合物の枯渇により難しさを増していること、近年の政府による薬剤費の引き下げ圧力の強まりによって既存薬の収益性が悪化する一方、後発医薬品の普及支援策が次々に打ち出されていること、などがある。
- 今後もこうした状況に変化はなさそうで、後発医薬品事業や、ワクチンなどニッチながら成長性の高い分野（注）の強化に向けた取り組みが続くとみられる。  
（注）たとえば、ワクチン市場の場合、2006年に約600億円だった国内ワクチン市場は、2011年には3.6倍の約2,200億円に拡大した。また、世界のワクチン市場も、同時期に約6,000億円から約1兆1,000億円にまで拡大している。
- こうしたなか、新薬メーカーが後発医薬品事業に取り組むうえでは、新薬の販売で培った知名度・ブランドイメージや販路を活かすべく、これまで副作用への懸念などからジェネリックへの切り替えが限定的だった抗がん剤などの製品分野を中心に、既存販路を有する大規模医療施設を足掛かりとして、販売を拡大していくことがポイントとなろう。
- また、ワクチン事業など、製造方法（化学合成ではなく培養が中心）や価格設定（保険償還対象外であり薬価がない）が通常の医薬品と異なり、かつ、自社に開発・生産・販売ノウハウの蓄積が少ない分野を拡大する際は、当該分野に強みを持つ企業との提携や買収を通じて、新規性の高いワクチン（子宮頸がんワクチンや肺炎球菌ワクチンなど）から季節性のあるインフルエンザワクチンまで、効率よく製品投入することも有効といえよう。

付表：世界の医薬品市場の推移と見通し

(暦年)	単位	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2007=100 とした水準
世界市場	十億米ドル %	808 (7.0)	856 (6.0)	956 (11.6)	970 (1.5)	+3%程度	130強
日本	十億米ドル %	90 (7.6)	97 (6.9)	111 (15.2)	110 (▲ 0.9)	+3%強	120強
北米	十億米ドル %	322 (5.5)	335 (4.0)	347 (3.6)	348 (0.2)	+2%弱	115強
欧州	十億米ドル %	248 (4.8)	245 (▲ 0.9)	265 (8.2)	258 (▲ 2.7)	2%弱	115強
アジアほか	十億米ドル %	103 (15.9)	127 (23.3)	165 (30.6)	181 (9.8)	+13%程度	220強
中国	十億米ドル %	N.A.	41 (N.A.)	67 (62.3)	73 (8.7)	+10%弱	275強
インド	十億米ドル %	N.A.	12 (N.A.)	14 (16.3)	16 (12.0)	+10%強	220弱

(注) 1. ( ) は前年比伸び率。

2. 2012年・2013年は当部予想。

3. 「欧州」は、主要5カ国(ドイツ、フランス、イタリア、スペイン、英国)の合算。

「アジアほか」は、日本除くアジア・豪州・アフリカの合算。

(資料) IMS Health Market Prognosis, May 2012 などをもとに三菱東京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。

**2014年から連続する薬価改定** 医薬品の場合、消費税は内税扱いであることから、過去の消費税の税率引き上げに際しては臨時の薬価改定が行われた経緯がある。今回の場合、通常の改定年である2014年と2016年間の2015年に消費税の税率引き上げ(8%→10%)が予定されていることから、2014年から2016年間に薬価改定が3回実施される可能性がある。

**大型薬の特許切れ** 全世界で年間数千億円規模の売上高を誇る医薬品を大型薬と呼ぶ。大型薬は、医薬品メーカーの売上高の大きな割合を占めるが、こうした大型薬も特許期限(特許出願日から20年間、販売開始から概ね10年程度)を迎え、後発薬が販売されるようになると、急速に売上高が減少する。

**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こと、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** 政府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%以上にすることを目標として掲げている。その一環で2012年4月には、調剤薬局に対して、調剤報酬の加算に必要な後発医薬品の調剤比率を引き上げることや、医師に対して、処方箋に記載する内容を個別の医薬品名から有効成分名に切り替えた場合にインセンティブを与える、などの政策が採用された。

長期収載品の薬価の追加引き下げ 長期収載品とは、特許の切れた先発薬のこと。2012年4月の薬価改定では通常の改定と併せて、長期収載品の薬価に対しては追加で0.9%の引き下げが行われた。

(2012.12.20 森 智則)

## 7. 食品

### 【要約】

- ◇ 2013年の食品生産額は、前年にヒット商品が数量増を牽引したカテゴリにおいて反動減が予想されるため、前年割れとなる見通し。2014年以降は、原料価格の上昇に伴う製品値上げが数量減を補い増加傾向を辿ろう。
- ◇ 食品メーカーの業績は、2013年度は価格転嫁の浸透に伴う素材系カテゴリの復調により微増益、2014年度以降は価格競争の激化が収益を圧迫し減益となる見込み。

### 1. 業界環境

2013年は前年の反動によりマイナスとなるが、2014年以降はプラス基調に

- 本稿で言う「食品」とは、大豆や小麦などの一次産品を原料とし、これらに加工を施した清涼飲料、酒類、菓子といった加工食品を指す（図表1）。
- 2012年の食品生産額は、相次ぐ個人向けヒット商品の出現と業務用食品の需要増が販売数量増に寄与したうえ、春からの原料価格の上昇に伴い一部製品では値上げも実施されたため、前年比0.8%の増加に転じた模様（次頁図表2）。
- ✓ カテゴリ別の生産額では、ヒット商品が相次いだ「清涼飲料(炭酸飲料)」、「牛乳・乳製品(ヨーグルト)」がそれぞれ前年比大幅に増加。震災後の供給制約に伴い、需要を喚起する新製品の発売が抑制されていた「菓子」についても、今年度は例年通りに新商品を展開できたことにより2%弱の出荷増となった。
- ✓ また、業務用需要が震災後の低迷から復調した「冷凍食品」、「食肉加工品」、春からの穀物価格の上昇に伴い値上げが実施された「砂糖・糖化製品」、「油脂」といった素材系カテゴリについても前年に引き続きプラス基調で推移した。

図表1：本稿の対象領域



(注) その他は、缶瓶詰、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」などをもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

- 2013年については、原料価格が引き続き高値圏で推移しており、幅広い製品分野で値上げが予想されるものの、ヒット商品が数量増を牽引したカテゴリーにおいて、その反動減が予想されるため(注)、食品生産額全体では前年割れに転じる見通し。
    - ✓ カテゴリー別の生産額では、原料価格上昇の影響が大きい素材系カテゴリー(小麦粉や砂糖、油脂など)及び「食肉加工品」などでは、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、前年のヒット商品の反動を織り込むと、「清涼飲料」、「牛乳・乳製品」(両カテゴリーで市場全体の25%を占める)ではいずれも前年割れが避けられないうえ、主力のビール類の不振が継続している「酒類」ではPBの一段の台頭も予想されることなどから、食品生産額全体では前年割れとなる見込み。
  - 2014年以降は、世界的な需給逼迫を背景に原料価格が引き続き上昇する公算が大きく、幅広いカテゴリーで製品値上げが予想されるため、人口動態の変化等に伴うベースの需要減を加味しても、食品生産額は0.5~1%程度の増加に転じる見込み。
- (注)食生活の成熟化や嗜好の多様化が進むにつれ、食品業界では、ロングセラー商品がかつての勢いを失ったり、新商品の人気短期間で終息するなど、息の長いヒット商品が誕生しにくくなっている。

図表2：食品生産額の推移

(単位：億円、%)

(暦年)	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2014~2015 (予想)	
						2007=100 とした水準	2007=100 とした水準
清涼飲料	34,933 (▲ 6.1)	36,313 (4.0)	36,495 (0.5)	37,480 (2.7)	2%程度	100弱	0.5~0% 95強
酒類	35,316 (▲ 1.1)	34,360 (▲ 2.7)	33,226 (▲ 3.3)	32,894 (▲ 1.0)	2%程度	90弱	1%台半ば 85程度
菓子類	23,970 (▲ 0.1)	23,660 (▲ 1.3)	22,879 (▲ 3.3)	23,291 (1.8)	0.5~0%	100弱	+0.5~+0% 100弱
小麦粉・同2次加工品	22,589 (▲ 3.0)	23,035 (2.0)	23,657 (2.7)	23,752 (0.4)	+3%程度	110強	+2%台半ば 120弱
牛乳・乳製品	19,792 (0.0)	19,768 (▲ 0.1)	19,471 (▲ 1.5)	20,172 (3.6)	1%程度	100弱	+2%程度 100程度
調味料	14,475 (▲ 1.4)	14,391 (▲ 0.6)	14,319 (▲ 0.5)	14,219 (▲ 0.7)	0~+0.5%	100程度	0~+0.5% 100強
冷凍食品	10,779 (▲ 3.6)	10,445 (▲ 3.1)	10,727 (2.7)	10,973 (2.3)	0.5~0%	95強	+1%台半ば 100弱
食肉加工品	7,050 (1.2)	6,980 (▲ 1.0)	7,029 (0.7)	7,120 (1.3)	+1%台半ば	105程度	+1%程度 110弱
砂糖・糖化製品	4,573 (4.3)	4,651 (1.7)	4,916 (5.7)	4,990 (1.5)	+3%台半ば	120弱	+5%程度 130弱
油脂	4,322 (▲ 19.3)	4,423 (2.3)	5,109 (15.5)	5,344 (4.6)	+4%程度	120強	+4%程度 135程度
その他	51,905 (0.1)	51,989 (0.2)	51,729 (▲ 0.5)	51,263 (▲ 0.9)	0~+0.5%	100弱	0~+0.5% 100程度
合計	229,704 (▲ 2.0)	230,014 (0.1)	229,556 (▲ 0.2)	231,497 (0.8)	0.5~0%	100弱	+0.5~+1% 100程度

(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

2013 年度は微増益となるものの、2014 年以降は再び減益局面へ

- 食品メーカー大手 20 社の 2012 年度の業績は、前年に抑制していた販売促進費や広告宣伝費の例年通りの計上が収益の下押し圧力となるうえ(注)、一部では水産・食肉相場の低迷により卸売部門の業績が悪化しており、減益基調が継続する見込み(図表 3)。
  - ✓ 売上高は、国内市場の復調に加え、昨年度に実施された一部企業による買収効果の通年寄与により、前年比 2.8%程度の増収を確保する見通し。
  - ✓ 損益面では、震災直後の品不足や広告の自粛から販売促進費や広告宣伝費を抑制していた酒類、清涼飲料、菓子メーカーの一部で、これら費用が例年並みに戻り、減益となる見込み。また、国内卸売価格の大幅下落に伴い卸売部門(水産・食肉)の収益性が悪化している冷凍食品、食肉加工品メーカーの一部では、二桁の営業減益を余儀なくされよう。この結果、全体でも営業利益ベースで前年比 3%弱の減益となる見込み。
- 2013 年度は、価格転嫁の浸透に伴い素材系カテゴリーが復調、微増益となる見通し。
  - ✓ 売上高は、国内販売については低迷が予想されるものの、海外事業の成長や医薬事業などの他事業が牽引し 1%程度の増収となる見込み。
  - ✓ 損益面では、原料価格の上昇が加工系カテゴリー(清涼飲料・酒類・菓子など)の収益の下押し圧力となる一方で、国内卸売価格(水産・食肉)の底打ちが見込まれる冷凍食品、食肉加工品メーカーのほか、2012 年度後半から値上げが浸透している素材系カテゴリーのメーカーでも損益改善が見込まれ、全体としても営業利益は微増となる見込み。
- 2014 ~ 2015 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は見込まれるものの、消費者の低価格志向に対応する小売各社からの価格引き下げ圧力が年々強まっており、国内事業の採算悪化が予想されるため、営業利益は微減傾向を辿る公算が大きい。

(注)小売の特売原資となる「販売促進費」や、TV 広告等で用いられる「広告宣伝費」の計上は、メーカーが販売数量を確保するうえで欠かせないが、近年では、特売の常態化や嗜好の多様化が進むなか、これら費用の多額計上が必ずしも販売増に直結せず、逆に収益悪化要因となるケースが散見されている。

図表 3：食品メーカー大手 20 社の業績(連結ベース)

(単位：億円、%)

(年度)	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2014 ~ 2015 (予想)	
						2007 = 100 とした水準	2007 = 100 とした水準
売上高	130,644 (▲3.0)	131,211 (0.4)	131,237 (0.0)	134,961 (2.8)	+1%程度	105程度	+2%弱 110弱
営業利益	5,238 (4.7)	5,986 (14.3)	5,669 (▲5.3)	5,518 (▲2.7)	0 ~ +1%	110強	1%程度 110弱
営業利益率	4.0	4.6	4.3	4.1	4%程度	-	4%弱 -

(注) 1. 対象企業は、キリンホールディングス、アサヒグループホールディングス、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

### 3. 成長分野の開拓に向けた動き

#### (1) 海外展開

- “輸出拠点”としての新興国展開を検討、M&Aについては案件の厳選がより重要に
- 世界の食品市場を展望すると、アジアを中心とした新興国では、中間所得者層の拡大を背景に市場拡大が見込まれる（次頁付表）
  - こうしたなか、わが国食品企業の海外事業は、逸早くグローバル展開を進めてきた欧米勢に比べ大きく出遅れており、一部を除き限定的な展開にとどまっている。かかる状況下、足元では、ミャンマー等の欧米勢の未開拓地域に進出する、現地企業に対するM&Aを通じて挽回を図る、といった動きが活発化(図表4)。
  - 欧米企業の未開拓地域への進出に際しては、市場が未成熟であるため、目論み通りの販売量を確保できないケースも想定される。参入各社としては、こうした事態を回避していくために、展開初期は、他の近隣アジア諸国向け「輸出拠点」という機能を持たせ、併せて現地販売の強化を窺うという戦略も選択肢となろう。
  - 一方、M&Aは今後も海外戦略の柱となり得るが、近年は、買い手として欧米勢に加え現地企業も参入する事例が相次いでいるため(注1)、買収価格の上昇及び投資回収の長期化懸念が強まっている(注2)。このため、より慎重に買収案件を厳選するとともに既存買収先の競争力強化に向けた投資を優先することも検討に値する。  
(注1)直近では、シンガポールの現地ビール企業の買収にあたり、欧米大手「ハイネケン」とタイの現地企業「タイ・ピバレッジ」が競合した。  
(注2)足元でも、海外M&AのEV(買収価格)/EBITDA倍率が10倍を超える案件が多数を占める。

#### (2) 新規事業

- “独自販路の構築”に向けた提携事例が活発化する可能性あり
- 国内では、大手小売が主導する低価格販売やPB拡充の動きに加え、原料高も食品各社の利益を圧迫。こうしたなか、近年は、「健康・美容」や「高齢者・介護」をキーワードに、食品メーカーが健康食品や介護食といった事業領域を強化するなど、製品の高付加価値化によって収益改善を模索する例が散見される。
  - こうした新規事業で収益を確保するには、大手小売経由の販売に代表されるような従来型販路に依存せず、独自の販売網構築を通じた価格支配力の強化が重要。
  - この点、「健康・美容」分野では、化粧品メーカーや健康食品メーカーなど、通信販売等によって消費者への直販ルートを有する企業との連携・買収が想定される。また、「高齢者・介護」分野では、将来、介護食の販売先である高齢者施設や介護事業者等と連携する動きが顕在化する可能性がある。

図表4：成長分野の開拓に向けた取り組み

分野	企業名	概要
海外	伊藤園	2013年春に、ミャンマーで、茶飲料などの清涼飲料を生産・販売予定
	味の素	2013年春に、タイから輸入したうまみ調味料「味の素」を、ミャンマーの工場で小口包装し現地で販売する予定
	サントリーホールディングス	インドでは食品大手ナラングループの子会社を、ベトナムではペプシコの子会社を買収。中国では、ビール大手「青島ビール」と上海で合併事業を展開
新規	キリンホールディングス	グループ初となる健康機能を訴求した横断ブランド「プラス・アイ」を立ち上げ、健康食品事業に注力する方針
	キュービー	介護食事業は毎年増収基調で推移、今後は施設介護食市場への展開を強化する方針
	森永乳業	足元10年間で介護食事業の売上高は倍増、今後も同事業に注力する方針

(資料) 各種報道資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

Appendix

付表：世界の食品市場の見通し

(暦年)	単位	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2007=100 とした水準
世界市場	十億米ドル %	1,106,247 (2.0)	1,137,050 (2.8)	1,164,137 (2.4)	1,192,321 (2.4)	+2~+3%	120弱
日本	十億米ドル %	205,894 (▲1.3)	205,748 (▲0.1)	206,386 (0.3)	208,050 (0.8)	±0%程度	100強
米国	十億米ドル %	326,157 (1.6)	332,929 (2.1)	338,475 (1.7)	344,299 (1.7)	+2%程度	115弱
欧州	十億米ドル %	391,059 (1.2)	398,201 (1.8)	401,917 (0.9)	404,995 (0.8)	+1%程度	110程度
アジア	十億米ドル %	183,137 (8.5)	200,172 (9.3)	217,359 (8.6)	234,977 (8.1)	+8%程度	170弱
中国	十億米ドル %	121,045 (7.5)	131,671 (8.8)	142,774 (8.4)	154,566 (8.3)	+8%程度	165弱
インド	十億米ドル %	16,022 (14.4)	19,680 (22.8)	21,833 (10.9)	23,550 (7.9)	+7~+8%	210弱
東南アジア	十億米ドル %	46,070 (9.2)	48,821 (6.0)	52,752 (8.1)	56,861 (7.8)	+7~+8%	160強

(注) 1.( )内は前年比伸び率。  
 2. 統計の制約上、飲料、酒類市場を除いた。  
 3. 欧州市場は、ドイツ、フランス、イギリス、フランス、スペインの合計値。  
 4. 東南アジア市場は、インドネシア、タイ、マレーシア、シンガポール、ベトナム、フィリピンの合計値。  
 5. 為替レートは、2012年1~11月の月間平均値を適用。  
 (資料) Euromonitor「Who Eats What」、日刊経済通信社「酒類食品産業の生産・販売シェア」をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

(2012.12.28 大塚 寛人)

## 8. 自動車

### 【要約】

- ◇ 2013年(暦年)の世界需要は、エコカー補助金の効果が剥落する国内や、債務問題の影響が長引く西欧などでは需要減が見込まれるものの、買換需要が持続する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における需要の堅調な伸びを背景に、前年比3%増の8,210万台程度となる見通し。2014~2015年も、アジアを中心とした新興国需要の成長に加えて、債務問題の沈静化による景気を持ち直しが予想される西欧の需要が回復へ向かうことから、年率4%程度の需要増が見込まれる。
- ◇ 2013~2015年度のが国自動車メーカー8社の連結業績は、販売台数の増加を主因に増収が見込まれるなか、海外における現地調達比率の引き上げや部品の共通化<sup>(\*)</sup>、国内における海外製部品の活用などの飽くなき原価低減努力を続けることで、増益を確保。2015年度の業績は過去ピークである2007年度に迫る見込み。

(\*)用語説明は、61頁をご参照下さい。

### 1. 業界環境

#### (1) 世界需要

米国市場の回復や新興国市場の成長を背景に需要拡大が続く

- 2012年(暦年)の世界需要は、債務問題により消費が低迷する西欧で前年割れとなるが、国内や米国における販売回復、アジアでの需要拡大から、前年比4.4%増の8,013万台と3年連続で過去最高を更新する見通し(図表1)。

図表1：世界需要の推移

(単位：万台、%)

(暦年)	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2014~2015		
						2007=100 とした水準	2007=100 とした水準	
国内需要	461 (▲9.3)	496 (7.5)	421 (▲15.1)	530 (25.9)	11%程度	90程度	2%程度	85程度
海外需要	5,988 (▲4.7)	6,854 (14.5)	7,251 (5.8)	7,483 (3.2)	4%程度	120程度	5%程度	130程度
北米	1,286 (▲20.8)	1,400 (8.8)	1,533 (9.5)	1,705 (11.2)	4%程度	90程度	3%程度	100程度
米国 <sup>(注2)</sup>	1,060 (▲21.4)	1,159 (9.3)	1,278 (10.3)	1,440 (12.7)	4%程度	90程度	3%程度	100程度
南米	446 (▲2.6)	509 (14.0)	574 (12.9)	591 (3.0)	1%程度	135程度	5%程度	150程度
ブラジル	321 (11.8)	352 (9.5)	363 (3.3)	385 (6.1)	3%程度	150程度	6%程度	165程度
欧州	1,862 (▲14.5)	1,883 (1.1)	1,959 (4.0)	1,860 (▲5.1)	横ばい	80程度	3%程度	85程度
西欧	1,519 (▲3.7)	1,470 (▲3.2)	1,461 (▲0.6)	1,344 (▲8.0)	1%程度	80程度	3%程度	85程度
東欧	343 (▲42.9)	413 (20.4)	498 (20.6)	516 (3.6)	2%程度	90程度	4%程度	100程度
ロシア	160 (▲50.3)	211 (31.9)	290 (37.4)	322 (11.2)	3%程度	115程度	3%程度	120程度
アジア	1,966 (30.8)	2,563 (30.4)	2,650 (3.4)	2,809 (6.0)	7%程度	205程度	7%程度	240程度
中国 <sup>(注3)</sup>	1,364 (46.0)	1,806 (32.4)	1,851 (2.5)	1,937 (4.7)	7%程度	235程度	6%程度	265程度
インド	226 (14.1)	304 (34.5)	329 (8.3)	356 (8.0)	10%程度	200程度	13%程度	250程度
ASEAN	188 (▲10.0)	248 (31.9)	256 (3.2)	309 (20.7)	4%程度	175程度	9%程度	210程度
その他地域	428 (▲17.4)	500 (16.8)	535 (7.0)	518 (▲3.2)	3%程度	110程度	3%程度	115程度
合計	6,449 (▲5.0)	7,350 (14.0)	7,672 (4.4)	8,013 (4.4)	3%程度	115程度	4%程度	125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。

(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

- ✓ 国内は、東日本大震災やタイの洪水によるわが国メーカーの供給制約の解消に加え、9月まで支給されたエコカー補助金により需要が押し上げられ、前年比25.9%増の530万台と大幅に増加する見通し。
  - ✓ 米国は、緩やかな景気の持ち直しを背景に、リーマンショック以降停滞していた買換需要の顕在化を主体に市場の回復基調が続いており、販売台数は前年比12.7%増の1,440万台へ増加する見込み。
  - ✓ ブラジルは、前半こそ自動車ローンの審査厳格化により、前年割れを続けていたが、5月に政府より工業製品税の減免策が出されて以降は販売が急激に伸長。通年では前年比6.1%増の385万台となろう。
  - ✓ 西欧では、債務問題による消費低迷の影響を受け、英国以外は軒並み前年割れ。特に景気の悪化が深刻なイタリア、スペインで大幅な販売減が続き、西欧全体では前年比8.0%減の1,344万台まで減少する見込み。東欧も、原油高等を背景に消費が堅調に推移してきたロシアこそ前年比11.2%増となるが、その他の東欧諸国では西欧諸国の景気低迷のあおりを受けて前年割れとなり、東欧全体では前年比3.6%増の516万台にとどまる見通し。
  - ✓ アジア市場は、初めて自動車を購入するエントリー層の旺盛な需要を背景に、前年比6.0%増の2,809万台となる見通し。中国は、経済成長の鈍化に伴い商用車こそ前年割れとなるも、乗用車の需要は引き続き旺盛で、全体では前年比4.7%増の1,937万台へ。インドも、各社の新車投入効果もあって乗用車の販売が好調で、前年比8.0%増の356万台へ。ASEANは、タイでは洪水からの復旧や自動車購入税の減税措置により需要が大幅に回復し、インドネシアでは景気拡大による所得水準の上昇に伴い、エントリー層による購入が増加。域内全体では前年比20.7%増の309万台の販売が予想される。
- 2013年は、国内、南米、西欧では需要減が見込まれるが、引き続き米国市場の回復や新興国における堅調な需要の拡大を背景に、世界需要は前年比3%増の8,210万台程度へ増加する見通し。
- ✓ 国内は、震災による供給制約の解消やエコカー補助金といった前年の需要押し上げ要因が剥落することに加え、人口の減少、若者の車離れといった構造的な要因により、前年比11%減の470万台程度に減少。なお、2014年4月から消費税が増税となる予定であるが、前年にエコカー補助金の支給によってかなりの需要が前倒しで発生した後だけに、駆け込み需要の規模は限定的であろう。
  - ✓ 米国は、緩やかな景気の復調が続くなか、メーカー各社が主力車種のモデル更新(\*)を積極的に行うこともあって、前年比4%増の1,500万台程度に達する見込み。
  - ✓ ブラジルは、前年の減税策の効果が剥落し、前年比3%減の370万台程度となる見通し。
  - ✓ 西欧は、債務問題による景気の低迷が長引くなかで、引き続き前年割れを余儀なくされる見込み。また、東欧では、原油価格の下落等で主力のロシア市場の成長鈍化が予想され、前年比2%増の525万台程度にとどまろう。
  - ✓ アジアは、人口対比の自動車保有台数が依然低水準で、中国やインドを中心に引き続きエントリー層の拡大が期待できることから、需要は前年比7%増と高い伸びを維持。インフラ投資の回復が見込まれる中国では、商用車の需要回復を軸に前年比7%増の2,080万台程度へ。インドでも低価格車を中心に自動車

の普及が続き、前年比 10%増の 390 万台程度へ拡大する見通し。ASEAN は、引き続き好調な消費の伸びが予想されるインドネシアでの需要拡大を主因に前年比 4%増の 320 万台程度となる見通し。

- 2014～2015 年は、国内こそ減少が見込まれるものの、引き続き中国、インドをはじめ新興国市場の着実な成長が予想され、米国も緩やかながら回復基調を維持。債務問題の沈静化により欧州市場でも販売の回復が予想されるため、世界全体では年率 4%程度の需要の増加が続く見通し。

## (2) わが国自動車メーカーの販売・生産動向

### グローバル販売台数

2012 年以降、グローバル販売台数は毎年過去最高を更新

- 2012 年のわが国自動車メーカーの世界販売は、東日本大震災やタイの洪水に伴う供給制約の解消を主因に、前年比 10.4%増の 2,297 万台と過去最高を更新し、世界シェアも前年比 1.6%ポイント増の 28.7%まで回復する見通し。
  - ✓ 国内は、東日本大震災による供給制約の解消に加えて、政府によるエコカー補助金の支給が追い風となって、前年比 27%増の 508 万台へ回復する見込み。
  - ✓ 北米も、震災やタイの洪水による供給制約の解消に加え、市場全体の回復もあって、前年比 18.7%増の 622 万台へ。
  - ✓ 欧州は、市場が拡大するロシアでの好調な販売を主因に東欧が前年比 9.7%増の 81 万台となるも、西欧では市場縮小の流れに伴って前年比 9.6%減の 151 万台へ減少し、欧州全体では前年比 3.7%減の 232 万台となる見通し。
  - ✓ アジアは、尖閣問題に端を発する日本車の不買運動が発生した中国で前年比 14.8%減少するものの、わが国メーカーのシェアが 8 割超を占める ASEAN では市場の拡大を受けて前年比 25.7%増。全体では前年比 3.3%増の 686 万台まで増加する見込み。

図表 2：わが国メーカーのグローバル販売台数の推移 (単位：万台、%)

(暦年)	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2014～2015	
						2007=100 とした水準	(予想) 2007=100 とした水準
国内販売	444 (▲9.0)	477 (7.5)	400 (▲16.2)	508 (27.0)	11%程度	90程度	2%程度 85程度
海外販売	1,487 (▲12.1)	1,648 (10.8)	1,681 (2.0)	1,789 (6.4)	6%程度	110程度	6%程度 120程度
北米	506 (▲19.9)	527 (4.2)	524 (▲0.6)	622 (18.7)	5%程度	90程度	3%程度 100程度
南米	48 (▲18.6)	64 (33.9)	66 (2.0)	75 (14.8)	1%程度	145程度	5%程度 160程度
欧州(西欧・東欧)	255 (▲22.0)	233 (▲8.6)	241 (3.4)	232 (▲3.7)	1%程度	70程度	3%程度 75程度
アジア	509 (8.8)	644 (26.5)	664 (3.1)	686 (3.3)	10%程度	170程度	10%程度 210程度
中国	225 (26.3)	275 (22.2)	291 (5.8)	248 (▲14.8)	15%程度	190程度	9%程度 220程度
ASEAN	151 (▲12.4)	206 (36.4)	210 (1.9)	264 (25.7)	4%程度	180程度	9%程度 220程度
その他地域	169 (▲18.0)	180 (6.5)	186 (3.3)	174 (▲6.5)	1%程度	90程度	3%程度 90程度
合計	1,931 (▲11.4)	2,126 (10.1)	2,081 (▲2.1)	2,297 (10.4)	2%程度	105程度	4%程度 115程度
世界シェア	29.9%	29.0%	27.1%	28.7%		28.5%	28.4%

(注) 1. ( ) 内は前年比伸び率。

2. 最下段の斜線はわが国自動車メーカーの世界シェア。

(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

- 2013 年は、量販車種のモデル更新が予定される北米で好調な販売が持続するとみられるほか、アジアにおいては中国やインドでの販売増が見込まれる。ただし、国内、南米、西欧では販売減が見込まれ、全体では前年比 2%増の 2,340 万台程度にとどまる見通し。国内における市場縮小の影響が大きく、世界シェアは 0.2%ポイント減の 28.5%と若干の減少を余儀なくされよう。
  - ✓ 国内は、震災による供給制約の解消やエコカー補助金の反動が大きく、前年比 11%減の 450 万台程度まで大幅に減少する見込み。
  - ✓ 北米は、わが国メーカーも量販車種のモデル更新を積極的に進める予定であり、前年比 5%増の 650 万台程度となる見通し。
  - ✓ 南米は、ブラジル市場の減少により前年比 1%減と 75 万台を割り込む見込み。
  - ✓ 欧州は、引き続き市場が縮小する西欧での販売が振るわず、東欧でもロシア市場の成長鈍化を受けて販売の伸びが大幅に低下。全体では前年比若干のマイナスとなる見込み。
  - ✓ アジアは、中国では日本車不買運動が徐々に沈静化していくと見込まれ、販売台数は前年比 15%増の 290 万台程度まで回復する見込み。また、わが国メーカーのシェアが高い ASEAN でも市場の伸びとともに販売台数が増加するとみられ、アジア全体では前年比 10%増の 750 万台程度へ拡大しよう。
- わが国メーカーの 2014～2015 年の世界販売は、国内こそ市場の縮小から引き続き減少が見込まれるものの、海外では市場の拡大とともに販売台数を伸ばし、全体では世界需要の伸びと同程度の年率 4%程度の増加を見込む。なお、わが国メーカーのシェアについては、現地生産を大幅に拡大し、低価格小型車の投入を積極化するアジアや南米では上昇するも、引き続き国内市場の縮小が影響し、世界全体では僅かながら減少するとみられる。

### グローバル生産台数

生産は世界販売の拡大に伴って増加、海外生産比率は上昇基調が続く

- 2012 年のわが国メーカーの世界生産台数は、供給制約の解消に伴って前年比 14.7%増の 2,532 万台と、過去最高(2007 年の 2,427 万台)を超える公算が大きい。

図表 4：わが国メーカーのグローバル生産台数の推移 (単位：万台、%)

(暦年)	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2014～2015 (予想)		
						2007=100 とした水準	2007=100 とした水準	
国内生産	793 (▲31.5)	963 (21.4)	840 (▲12.8)	1,020 (21.4)	8%程度	80程度	1%程度	80程度
うち輸出	362 (▲46.2)	484 (33.7)	447 (▲7.6)	498 (11.4)	1%程度	75程度	横ばい	80程度
海外生産	1,085 (▲13.5)	1,366 (25.9)	1,367 (0.1)	1,512 (10.6)	9%程度	130程度	7%程度	150程度
北米	316 (▲24.2)	398 (25.9)	374 (▲6.0)	466 (24.6)	8%程度	110程度	6%程度	120程度
南米	34 (▲2.9)	36 (5.9)	34 (▲5.6)	38 (11.8)	29%程度	130程度	21%程度	195程度
欧州(西欧・東欧)	125 (▲34.6)	137 (9.6)	149 (8.8)	159 (6.7)	3%程度	80程度	3%程度	85程度
アジア	580 (2.3)	759 (30.9)	774 (2.0)	811 (4.8)	10%程度	170程度	7%程度	195程度
中国	234 (21.1)	292 (25.1)	307 (5.2)	266 (▲13.5)	10%程度	170程度	8%程度	200程度
ASEAN	205 (▲19.9)	283 (37.7)	275 (▲2.8)	342 (24.6)	10%程度	170程度	6%程度	190程度
その他地域	30 (▲31.8)	36 (20.0)	36 (0.0)	38 (5.6)	8%程度	95程度	4%程度	100程度
合計	1,878 (▲22.1)	2,329 (24.0)	2,207 (▲5.2)	2,532 (14.7)	2%程度	110程度	4%程度	115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

- ✓ 国内生産については、東日本大震災による供給制約の解消やエコカー補助金による販売増加を受けて、前年比 21.4%増の 1,020 万台と 4 年ぶりに 1,000 万台の大台を超える生産となる見通し。
  - ✓ 海外生産についても、タイの洪水からの復旧による増産や、成長市場での現地生産の拡大、一部の国内生産車種の米国やタイへの生産シフトなどから、前年比 10.6%増の 1,512 万台となる見込み。
- 2013 年は、国内での需要減を主因に国内生産は再び 1,000 万台を割り込もうが、海外では、需要地での現地生産の増強や国内生産の海外シフトにより生産が更に拡大する見込みであることから、世界生産台数は前年比 2%増の 2,580 万台程度と前年に続いて過去最高を更新する公算が大きい。
- ✓ 国内生産は、国内需要の減少に加えて、国内生産車の海外生産移管が更に進むとみられることから前年比 8%減の 940 万台程度となろう。
  - ✓ 海外生産は、市場の拡大に合わせて海外工場の生産能力増強や新工場の稼働が予定されていることから、9%増の 1,650 万台程度に増加し、海外生産比率は過去最高の 64%程度まで上昇する見通し。
- 2014～2015 年については、引き続き海外工場の生産能力増強や新工場の稼働が見込まれ、特にタイやメキシコなどでは近隣諸国への輸出も企図した積極的な増産が進む見通し。国内生産の縮小は続くものの、新興国を中心に海外生産が拡大することで、わが国メーカーの世界生産台数は年率 4%増程度で増加する見通し。

## 2. 企業業績

2012 年度以降は増収増益基調が続く見込み

- 2012 年度のわが国自動車メーカー 8 社の連結業績は、供給制約の解消によって販売台数が拡大したほか、採算性の高い北米での販売回復などにより大幅な増収増益となる見込み（図表 3）。
- ✓ 売上高は、世界での販売台数の増加、特に車両単価の高い北米での販売が好調に推移することから、前年比 11.4%増の増収となる見通し。
  - ✓ 損益面については、増収効果のほか、新興国製部品の活用をはじめとする調達の見直しや、開発や生産における地道な効率化努力などのコスト削減策に取り組んだことに加え、為替も若干の円安とあって前年比 96.4%増の大幅増益となる見込み。

図表 3：わが国自動車メーカー 8 社の業績推移（連結ベース）（単位：億円、%）

（年度）	2009	2010	2011	2012 （見込）	2013 （予想）	2014～2015 （予想）	
						2007=100 とした水準	2007=100 とした水準
売上高	436,357 (▲11.6)	464,616 (6.5)	452,105 (▲2.7)	503,782 (11.4)	+5%程度	85程度	+6%程度 95程度
営業利益	9,640 (黒字転換)	19,185 (99.0)	14,184 (▲26.1)	27,858 (96.4)	+15%程度	70程度	+19%程度 100程度
営業利益率	2.2	4.1	3.1	5.5	6%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（2014 年 3 月期より持分法に変更し、連結から外れる予定であるが本資料では未反映）。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

- 2013～2015年度についても、販売台数の増加を主因に増収が見込まれるなか、海外における現地調達比率の引き上げや部品の共通化、国内における海外製部品の活用などの飽くなき原価低減努力を続けることで、増益を確保。2015年度の業績は過去ピークである2007年度に迫る見込み。

### 3. 成長分野（市場）の開拓に向けた動き

#### (1) 海外展開

新興国市場での出遅れを取り戻すべく低価格小型車の開発に注力

- 新興国市場への需要シフトが鮮明となるなか、わが国自動車メーカーはエントリー層向けの「低価格小型車の開発・販売」を強化している（図表5）。
- これまでわが国メーカーは、北米をはじめとした先進国市場に注力してきた結果、ここ数年で急速に需要が拡大してきた中国やインドなどの新興国市場に出遅れ、ドイツのフォルクスワーゲンや韓国の現代などにシェアで引き離されている（次頁図表6）。
- これを取り戻すべく、トヨタが「エティオス」、ホンダが「プリオ」といった、新興国専用の低価格小型車を投入することで、ボリュームゾーンとなるエントリー層の需要獲得を目指す動きが活発化している。
- これらの車両投入にあたっては、設計の工夫や部品調達の現地化によって、販売地域のニーズに見合った製品を低コストで生産する取り組みが行われているほか、店舗網の拡充によって販売を強化する動きもみられる。
- 今後もこうした地道な取り組みを継続的に行うとともに、部品共通化などによる開発・生産の更なる効率化を図ることで、新興国でのシェア奪取を軸に成長を志向していく構え。

図表5：成長分野の開拓に向けた取り組み

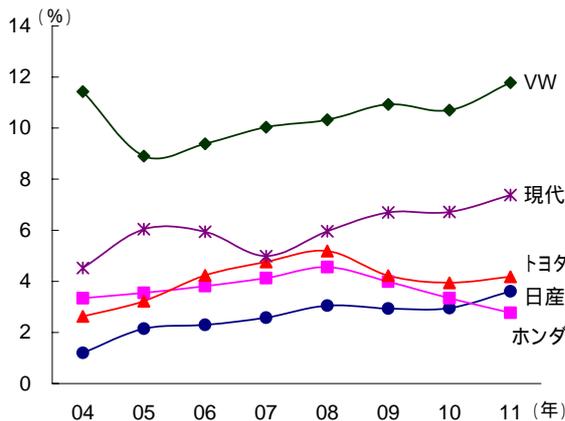
分野	企業名	概要
海外	トヨタ	2010年12月にインドに投入した低価格小型車「エティオス」を2012年9月よりブラジルにも展開。今後、投入国を順次拡大予定。
	ホンダ	2011年3月にタイで発売を開始した低価格小型車「プリオ」を2011年9月にインドにも展開。将来的にはタイやインドから他の新興国市場への輸出を行う計画。
	日産	新興国向けブランド「ダットサン」を立ち上げ、2014年からインドネシア、インド、ロシアに展開。提携する現地メーカーとの共同生産も視野に入れる。
新規	トヨタ	2015年末までに既存モデルの改良を含めて、乗用車で21モデルのHVを投入する計画。 デンソーなど系列部品サプライヤー9社とともに、CO <sub>2</sub> 排出量削減に繋がる住宅を共同開発。太陽光発電や燃料電池で発電した電気を家庭で充電可能なPHVやEVに供給する仕組みを作る。
	ホンダ	2014年頃に世界販売の10%以上をHVにする計画。小型車中心にHVのラインナップを拡充しつつ、タイやマレーシアでHVの現地生産を開始。 2011年11月に新型のヒト型ロボット「アシモ」を開発。この技術を応用して、高齢者や身体障害者の歩行を助ける装置「リズム歩行アシスト」を開発した。
	日産	2016年度までにルノーと共同でEVを7モデル投入し、累計150万台の販売を計画。 積水ハウスと提携し、横浜市や北九州市でのスマートグリッド実証実験に参画。同時に、EVで使用したリチウムイオン電池を家庭用の蓄電池に転用する実験も行う。

(資料)各種報道をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

## (2) 新規事業

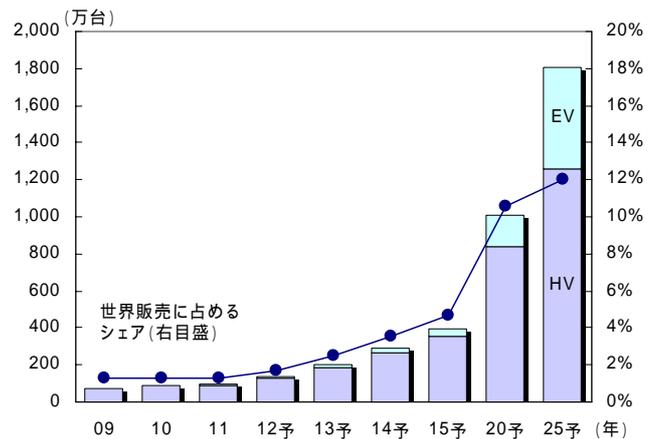
- 次世代自動車の開発に取り組む一方で、環境・エネルギーや医療・介護分野にも着手
- 世界的な低燃費車に対するニーズの高まりや環境規制の強化に対応すべく、わが国メーカーは、ハイブリッド車（以下、HV）や電気自動車（以下、EV）に代表される次世代自動車の開発を積極的に推進。トヨタやホンダが HV、日産や三菱自工が EV の開発に力を注いでおり、これらの車種で世界をリードしている。
  - これに加え、収益源の多様化を目的として、今後の成長分野と目される「環境・エネルギー」や「医療・介護」などの事業領域に対して、経営資源を投じる動きもみられる。環境・エネルギー分野では、トヨタや日産が次世代自動車と住宅の融合を目指した実証実験に取り組んでいるほか、ホンダは医療・介護分野などでの活用が期待されるロボットや歩行補助装置の開発を本格化している。
  - 具体的には、日産は積水ハウスと提携して横浜市におけるスマートグリッドの実証実験に参画。ホンダは愛知県の高齢者医療機関と共同で歩行支援ロボットの実証実験を行うなどの取り組みがみられる。
  - 今後を展望すると、次世代自動車の需要は着実に伸びると予想されており(図表7)、わが国メーカーは引き続きこの開発に注力することで低燃費技術を巡る競争を優位に進める構え。
  - ただし、次世代自動車については依然として将来有望な車種（規格）が定まっておらず、HV や EV に限らず多様な車種について技術を保有しておくことが求められる。こうしたなか、各社とも開発資源に限りがあることから他社との連携が不可欠となっており、今後も技術補完を目的とした提携の動きが活発となる。
  - また、環境・エネルギーや医療・介護などの事業領域では、ノウハウの蓄積があるエレクトロニクスメーカーや住宅メーカー、医療機関との連携強化が引き続き進展する可能性がある。

図表6：BRICsにおける主要自動車メーカーの市場シェア推移



(資料) マークライズのデータをもとに  
三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

図表7：世界におけるHV、EVの販売台数見通し



(注) HV のなかにプラグインハイブリッド車を含む。  
(資料) 富士経済「電動自動車関連市場の現状と将来展望 2012」  
をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

## 【用語説明】

**部品の共通化** モデルを跨いで主要な部品を共通化する施策。部品の量産効果を高めてコスト削減を図り、新モデルの開発でも当該部品を活用することで開発コストを低減することを目指すもの。日産は「日産コモン・モジュール・ファミリー（CMF）」、トヨタは「トヨタ・ニュー・グローバル・アーキテクチャー（TNGA）」という名称で施策を展開し、日産は2013年以降、トヨタは2014年以降に発売される車種に導入する予定。

**北米における主力車種のモデル更新** 2013年の北米では、各メーカーで主力車種のモデル更新が見込まれている。トヨタは「Carolla」、「RAV4」や「Highlander」、日産は「Rogue」、ホンダは「Accord」のプラグインハイブリッドモデルなど、GMは「Chevrolet Silverado」や「GMC Sierra」、Fordは「Transit」、Fiat-Chryslerは「Chrysler 200 Series」などの車種でモデルを更新する見込み。

(2012.12.28 高橋 和也、村上 和隆)

## 9. 機械

### 【要約】

- ◇ 2013～2015年度の産業機械受注額は、内需は復興需要の剥落に加え、ユーザーにおける生産の海外シフトなどから減少基調を辿ると予想されるが、外需が中国におけるインフラ投資の持ち直しや欧州債務問題の沈静化に伴って拡大ピッチを取り戻すことから、全体では緩やかに増加する見込み。
- ◇ 2013～2015年度の工作機械受注額も、内需は低調ながら、外需は北米市場が堅調を維持するとともに中国や欧州の需要が徐々に持ち直し、回復基調が続こう。
- ◇ 一方、2013～2015年の新造船受注量は、船腹過剰が続く環境下で依然低迷を余儀なくされ、手持工事量の減少が続く見通し。
- ◇ 2013～2015年度の企業業績は、世界需要の回復や各社の生産効率化等のコスト削減努力を背景に、緩やかながら増収増益を確保。総合重機では量産品<sup>(\*)</sup>や発電関連機器や航空機部品、産業機械大手では建設機械や自動車部品、工作機械大手では自動車、建設機械、航空機向けの受注が増収を支える展開が予想される。

(\*)用語説明は、69頁をご参照下さい。

### 1. 業界環境

#### (1) 産業機械

2012年度は内外需とも前年割れとなるが、2013年度以降は外需主導で回復に転じる

- 2012年度の産業機械受注額は、内需が夏場以降の景況感の悪化による設備投資の減退を主因に前年割れとなり、外需も前年の大口受注の反動に加え、中国や欧州向け需要の減退によって大きく減少。全体では前年比 13.1%減の6兆8,100億円程度に落ち込む見込み(図表1)。
- ✓ 内需(民需)は、昨年度にみられた化学・電力プラント向け復興需要の剥落に加え、欧州債務問題の長期化や新興国の経済成長鈍化を受け、夏場以降に景況感が悪化していることを背景に、自動車をはじめ輸出産業を主体に設備投資が減退し、前年比6.0%の減少に転じる見通し。

図表1：産業機械受注額・受注残高の推移 (単位:億円、%)

(年度)	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2014～2015平均		
						2007=100とした 水準	(予想)	2007=100とした 2015年度の水準
受注計	55,643 (▲16.9)	68,655 (23.4)	78,324 (14.1)	68,095 (▲13.1)	+4%程度	80程度	+5%強	90程度
民需	22,342 (▲20.9)	24,293 (8.7)	27,244 (12.1)	25,622 (▲6.0)	2%程度	70程度	2%弱	65程度
官公需	4,311 (23.5)	4,091 (▲5.1)	4,653 (13.7)	4,922 (5.8)	2%程度	115程度	2%程度	110程度
外需	25,599 (▲17.3)	36,362 (42.0)	42,319 (16.4)	33,046 (▲21.9)	+10%程度	85程度	+10%程度	105程度
代理店	3,391 (▲20.3)	3,910 (15.3)	4,109 (5.1)	4,504 (9.6)	横這い	90程度	+3%程度	95強
受注残高	42,977 (▲3.1)	43,261 (0.7)	48,765 (12.7)	48,903 (0.3)	+10%程度	95程度	+3%程度	100程度

(注) ( )内は前年比伸び率。

(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

- ✓ 外需も、昨年度の豪州向け大口 LNG プラント受注の反動に加え、金融引き締め以降、投資が低調な中国で建設機械やプラント設備を中心に機械需要が大きく減退し、債務問題が長期化する欧州でも機械全般に低調な需要が見込まれることから、前年比 21.9%減の約 3 兆 3,000 億円と大幅な減少を余儀なくされる見通し。
- 2013 年度は、内需は引き続き厳しいが、中国での需要回復を主因に外需が堅調な成長ペースを取り戻し、受注額は前年比約 4%増の 7 兆 900 億円程度へ。
  - ✓ 内需（民需）は、長らく続いてきた建設機械の復興需要がいよいよ一巡することに加え、ユーザー企業における生産拠点の海外シフトといった構造的な要因もあって、国内への設備投資に大きな期待はできないことから、前年比 2%程度減と引き続き減少基調を見込む。
  - ✓ 外需は、年度前半には中国での投資持ち直しに伴って建設機械を中心に需要の回復が期待され、その他の新興国でも経済成長を背景に需要増が見込まれることから、受注額は前年比 10%程度増と再び以前の堅調な成長ペースを取り戻す見通し。
- 2014～2015 年度は、内需については引き続き国内の設備投資が盛り上がりや欠くことで減少が見込まれるも、外需は、債務問題の沈静化に伴い欧州向け受注が緩やかながら回復に向かい、新興国向け受注も建設向け、エネルギー向け、製造業向けなど幅広い分野で増加基調を維持することが期待される。結果、全体の受注額は外需主導で年率 5%増程度にて推移し、2015 年度には 7 兆 8,000 億円程度と景気後退前の 90%程度まで回復する見込み。

## (2) 工作機械

産業機械と同様、2013 年度以降は外需の伸長により受注の回復が続く

- 2012 年度の工作機械受注額は、中国をはじめとする新興国や欧州での景気減速を受けて内外需ともに減少し、全体では 8.1%減の 1 兆 2,000 億円程度にとどまる見込み（図表 2）。
- ✓ 内需は、欧州や中国の景況感悪化を背景とした設備投資意欲の減退を背景に、自動車や建設機械向けを中心に受注が減少し、前年比 13.9%程度となる見通し。

図表 2：工作機械受注額・受注残高の推移

（単位：億円、%）

（年度）	2009	2010	2011	2012 （見込）	2013 （予想）	2014～2015平均		
						2007=100とした 水準	2007=100とした 2015年度の水準	
受注計	5,471 ( 43.5)	11,136 (103.5)	13,111 (17.7)	12,047 (▲8.1)	+2%程度	80程度	+5%強	85程度
内需	1,890 ( 54.1)	3,536 (87.1)	4,189 (18.5)	3,606 (▲13.9)	8%程度	50弱	1%程度	45程度
外需	3,581 ( 35.8)	7,600 (112.2)	8,922 (17.4)	8,441 (▲5.4)	+6%強	100強	+7%程度	120程度
受注残高	3,910 (▲3.9)	5,401 (38.1)	6,037 (11.8)	5,684 (▲5.8)	+8%強	85強	+5%弱	90程度

（注）（ ）内は前年比伸び率。

（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

- ✓ 外需は、米国では自動車向け、航空機向けをはじめ幅広い分野の需要が旺盛な一方で、アジア地域は、中国では金融引き締め以降受注の伸び悩みが続き、タイでは洪水からの復興需要が剥落。更に欧州でも債務問題を背景に設備投資が低迷し、全体では前年比 5.4%程度の受注減となる見通し。
- 2013 年度は、内需の縮小が続くものの、外需は中国需要の回復によって持ち直し、全体の受注額は前年比約 2%増加の 1 兆 2,300 億円程度を予想。
  - ✓ 内需は、ボーイング 787 や MRJ ( Mitsubishi Regional Jet ) などの航空機向けでは需要増が見込まれるも、主要納入先である自動車や機械メーカーが生産拠点の海外シフトを進めていることなどから国内投資の持ち直しは期待できず、前年比 8%程度の減少を見込む。
  - ✓ 一方外需は、引き続き米国では緩やかな景気回復を受けて設備投資が無難に推移することに加え、年度前半には中国でインフラ向けをはじめとする投資が持ち直すことで、機械需要も回復に向かうとみられることから、前年比 6%強の増加となる見通し。
- 2014 ~ 2015 年度は、内需については引き続きユーザー企業の国内投資に期待が持てないことから減少基調を余儀なくされるが、外需は世界最大の中国市場での更なる需要拡大に加え、債務問題の沈静化に伴い欧州でも緩やかながら需要の回復が期待できることから、2013 年度に引き続き増勢を維持。全体の受注額は外需主導で年率 5%強の増加が続き、2015 年度の受注額は 1 兆 3,600 億円程度とリーマンショック前の 85%程度にまで回復、外需比率は約 75%に達する見通し。

### (3) 造船

船腹過剰を背景に低水準の受注を余儀なくされる厳しい情勢が続く

- わが国の造船業界は、円高による国際競争力の低落に加え、船舶の世界的な供給過剰が未だに解消しない厳しい情勢に置かれており、2012 年(暦年)のわが国造船所の新造船受注量は 800 万総トン程度と昨年に続き低迷する見通し。
- 一方、新造船竣工量は、リーマンショック前に積み上がった受注残を消化することで、前年比 7.1%の減少ながら 1,800 万総トン程度と引き続き高水準で着地し、手持工事量は約 2,400 万総トンに落ち込む見通し。
- 2013 年も、船舶の供給過剰感の解消は依然期待し難く、新造船受注量は前年比約 6%減少の 750 万総トン程度と低迷が続く。これに対し、新造船竣工量は一部で手持工事の調整を通じた竣工の先送りも予想されるが、1,500 万総トン程度と依然として受注量を大きく上回る水準が見込まれ、結果、手持工事量は前年比約 30%減の 1,700 万総トン程度となる見通し。

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)	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2007=100とした 水準	2014~2015平均 (予想)	2007=100とした 2015年の水準
新造船受注量	851 (▲42.2)	1,192 (40.1)	769 (▲35.5)	800 (4.0)	6%程度	40弱	±0~3%程度	40程度
新造船竣工量	1,897 (1.7)	2,022 (6.6)	1,937 (▲4.2)	1,800 (▲7.1)	15%程度	90弱	20%程度	60弱
手持工事量	5,197 (▲18.3)	4,247 (▲18.3)	3,427 (▲19.3)	2,427 (▲29.2)	30~35%	30弱	30%程度	15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

- 2014～2015年は、ここ数年の受注低迷を受けて新造船竣工量が徐々に減少することで船腹量の伸びが鈍化し、船舶の供給過剰感が僅かながら解消に向かうことで、2015年には新造船受注量が若干の増加に転じる見込み。しかし、依然として年間竣工量を上回る受注水準を確保するには至らず、手持工事量の減少に歯止めが掛らない厳しい事業環境が続くと予想される。

## 2. 企業業績

### (1) 総合重機

2013年度以降は、量産品や発電関連機器を牽引役に緩やかながら増収増益が続く

- 総合重機6社の2012年度の業績は、発電関連機器などを牽引役に増収となる一方、損益面では、造船事業の採算悪化を受け減益となる見通し(図表4)
  - ✓ 売上高は、昨年度にアジア地域を主体に受注が好調であったガスタービンやボイラーをはじめとした発電関連機器が寄与することに加え、ボーイング787をはじめとした航空機部品の売上も増加し、前年比2.4%程度の増収となる見込み。
  - ✓ 一方で、損益面は、造船事業で需要低迷後に受注した船価の低い船舶が竣工を迎えることで採算悪化を余儀なくされること、中国で需要が大きく落ち込んでいる建設機械向けの油圧機器や、一部のメーカーで製品不具合が生じたターボチャージャー( )といった量産品の収益悪化が予想されることなどから、前年度比14.1%程度の減益となる見込み。
- 2013年度は、造船事業は引き続き厳しい損益を余儀なくされるも、量産品売上の持ち直しや電力関連機器、航空機部品の更なる売上増加が期待でき、業績は前年比増収増益が予想される。
  - ✓ 売上高は、量産品が中国需要の回復に伴って持ち直すことに加え、依然として新興国向けを主体に需要が堅調な発電関連機器や、ボーイング787向けの航空機部品の更なる売上増も期待でき、前年度比5%程度の増収となる見通し。
  - ✓ 損益については、造船事業が減益要因となるも、増収の効果に加え2012年度に発生した製品不具合の解消などで、前年比15%程度の営業増益となる見通し。
- 2014～2015年度も、引き続き外需の拡大を背景に量産品や発電関連機器などの増収が期待でき、日立製作所との事業統合により三菱重工業の火力発電事業の増収も見込まれる。損益面では世界市場を巡る受注競争は激しさを増すものの、各社における生産効率化をはじめとする原価低減努力で打ち返すことで業績は増収増益基調を辿り、2015年度には売上高、営業利益とも2007年度の水準を上回る公算が大きい。

図表4：総合重機大手6社の業績

(単位：億円、%)

(年度)	2009	2010	2011	2012 (予想)	2013 (予想)	2007=100とした 水準	2014～2015平均 (予想)	2007=100とした 2015年度の水準
営業利益	1,963 (▲23.2)	3,033 (54.5)	3,026 (▲0.2)	2,600 (▲14.1)	+15%程度	95程度	+12%程度	115程度
営業利益率	2.8	4.5	4.4	3.7	4%程度	-	5%程度	-

(注) 1.対象企業は三菱重工業、IHI、川崎重工業、住友重機械工業、三井造船、日立造船の6社。

2.2014年度より、三菱重工業及び日立製作所の火力発電関連事業の統合効果を織り込んでいる。

3.( )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) 産業機械

2012年度は減収減益も、2013年度以降は再び増収増益に転じる見通し

- 産業機械大手6社の2012年度の業績は、中国や欧州向け受注の減退を背景に減収減益を余儀なくされる見込み(図表5)。
  - ✓ 売上高は、農業機械や空調機械などが北米やASEAN向けで増収も、中国での建設機械需要の落ち込みや欧州向け受注の低迷が響き、前年比0.2%程度の減収。
  - ✓ 損益面については、部品の海外調達や海外への生産シフトなどによるコスト削減に加え、販売単価の引き上げなどを進めているものの、減収の影響を吸収するまでには至らず、前年比3.7%の減益を余儀なくされる見通し。
- 2013年度は、建設機械の売上回復や自動車部品の増収などで、増収増益を予想。
  - ✓ 売上高は、中国における建設機械需要の回復や新興国主体に自動車部品需要の増加が見込まれるうえ、ダイキン工業の米国企業買収に伴う北米での空調機械売上の増加もあり、前年比5%程度の増収となる見込み。
  - ✓ 損益面では、増収効果に加え、引き続き部品の海外調達や海外生産の拡大等によるコスト削減に努めることで、前年比10%程度の営業増益を見込む。
- 2014～2015年度には欧州向け受注の回復も期待され、引き続き増収増益基調を維持する見通し。2015年度の大手6社合計の売上高は過去ピークの2007年度程度、営業利益は同95%程度まで回復しよう。

図表5：産業機械大手6社の業績

(単位：億円、%)

(年度)	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2014～2015平均 (予想)	
						2007=100とした 水準	2007=100とした 2015年度の水準
売上高	50,655 (▲18.6)	58,230 (15.0)	61,709 (6.0)	61,600 (▲0.2)	+5%程度	95程度	+5%程度 100程度
営業利益	2,307 (▲40.5)	5,011 (117.2)	5,657 (12.9)	5,450 (▲3.7)	+10%程度	75程度	+10%程度 95程度
営業利益率	4.6	8.6	9.2	8.8	9%程度	-	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

2013年度以降は受注の回復とともに増収増益が続く

- 工作機械大手3社の2012年度の業績は、米国向け売上が拡大する一方で、国内や中国や欧州向けの売上が振るわず減収減益の見込み(図表6)。

図表6：工作機械大手3社の業績

(単位：億円、%)

(年度)	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2014～2015平均 (予想)	
						2007=100とした 水準	2007=100とした 2015年度の水準
売上高	1,846 (▲56.6)	3,166 (71.5)	4,063 (28.3)	3,900 (▲4.0)	+2%程度	75程度	+4%程度 80程度
営業利益	▲523 (赤字転落)	53 (黒字回復)	239 (4.5倍)	200 (▲16.3)	+10%程度	30程度	+12%程度 35程度
営業利益率	▲28.3	1.7	5.9	5.1	5%程度	-	6%程度 -

(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、米国向けでは自動車、一般機械、航空機向けなどが好調である一方で、内需の低迷や金融引き締め以降受注が伸び悩む中国向け、債務問題による需要減や円高による競争力低落に晒されている欧州向けの売上が振るわず、前年比 4.0%の減収となる見込み。
- ✓ 損益面では、部材の海外調達比率の向上や、生産工程の見直しなどコスト削減努力は行うも、減収の影響をカバーできず、営業利益は前年比 16.3%の減益。
- 2013年度は、自動車、建設機械、航空機向けなど幅広い機種で売上が増加し、増収増益となる見通し。
  - ✓ 欧州メーカー他との競合は引き続き厳しいものの、売上高は米国向けが自動車や航空機向けで引き続き堅調を維持するとともに、中国でも自動車や建設機械などに向けた需要の持ち直しが期待されることから、工作機械 3 社合計で前年比 2%程度の増収となる見込み。
  - ✓ 損益面では、増収効果や継続的なコスト削減努力により、前年比 10%程度の増益を見込む。
- 2014～2015年度も、外需を主体に受注の回復が見込まれるうえ、各社のこれまでの円高局面を前提としたコスト削減努力の効果もあって、世界的に競合が激化するなかでも業績は増収増益基調を辿り、2015年度の営業利益率は 6%程度まで回復する見通し。

### 3. 成長分野の開拓に向けた動き

#### (1)海外展開

基幹部品の海外生産、海外拠点間の製品融通、海外企業の M&A による事業深化

- わが国機械メーカーは、すでに製販ともに海外展開を進めているが、近年は以下の手法にて海外で事業展開を一層深化させる動きがみられる。
- まず、クボタが農業機械用のエンジンや油圧機器をタイで生産し始めるなど、これまで国内で集中生産してきた基幹部品の生産を、いよいよ海外にシフトする動きがみられ始めている（図表 7）。

図表 7：成長分野の開拓に向けた取り組み

分野	企業	概要
海外	クボタ	【主要部品の海外生産】農業機械に搭載するディーゼルエンジンを2012年10月よりタイで量産開始。更に2014年1月に同国で油圧機器の一貫生産工場の立ち上げを予定。
	ヤマザキマザック	【海外拠点間の製品融通】米国・韓国間のFTAの発効を受け、2013年夏を目途に米国工場より韓国向けに工作機械の輸出を開始。
	ダイキン工業	【海外企業の買収】2012年11月に米国空調機器大手グッドマングローバル社を37億ドルで買収。米国家庭用エアコン市場でのシェア拡大を目指す。
	森精機製作所	【海外企業の買収】2011年4月、ドイツ工作機械大手DMG社を持分法適用会社化。今後は共同で、インド及びブラジルに生産拠点を設立する予定。
	クボタ	【海外企業の買収】2012年1月、ノルウェーの畑作用農機器具メーカー、クバンランド社を買収。畑作用農機市場への本格参入を計画。
新規	三菱重工業	【環境・エネルギー】洋上風力発電プラントの開発に注力。発電単価引き下げのため、風車の大型化を推進。デンマーク風力発電機器大手ヴェスタス社と提携を協議。
	川崎重工業	【環境・エネルギー】潮力発電プラントの開発を推進、スコットランドで実証実験を開始、2015年の販売開始を目指す。
	安川電機	【医療・介護】産業ロボット製造のノウハウを活かし、サービス用ロボットの事業化を検討。試作モデル「SmartPal」を通じて、必要な要素技術の検証を進めている。
	日本精工	【医療・介護】目の不自由な人を先導できる「盲導犬ロボット」を、自社の機械制御技術を活かして開発中。

（資料）各社報道資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

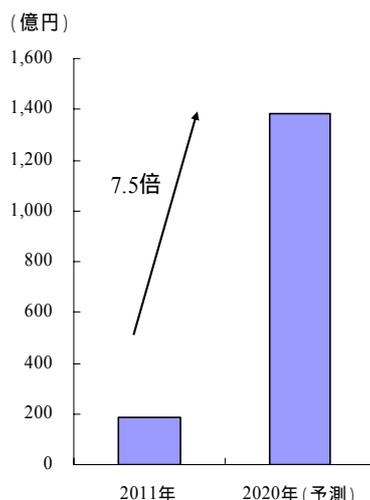
- また、ヤマザキマザックが円高の進展と米国 - 韓国間の FTA 発効を機に、これまでわが国で生産していた韓国市場向け製品を米国工場での生産にシフト。このように、わが国を介さず海外拠点間で製品を融通する取り組みも進む。
- さらに、ダイキン工業が米国の空調機器メーカーを、クボタがノルウェーの畑作用農業機械器具メーカーを買収するなど、海外企業の M&A によって短期間のうちに事業規模や事業領域を大胆に拡大するケースも目立つようになってきた。
- 韓国勢や新興国勢の台頭、長引く円高など取り巻く事業環境が厳しさを増すなか、わが国機械メーカーは引き続きこうした海外事業深化の施策展開によって積極的なグローバル化を志向していく必要がある。

## (2)新規事業

環境・エネルギー、医療・介護に関し、既存技術を活かした事業の展開を模索

- 次に、わが国機械メーカーの新規事業に対する取り組みをみると、「環境・エネルギー分野」や、「医療・介護分野」において既存事業の技術を応用した製品開発を進める動きが目立っている。
- まず、「環境・エネルギー分野」では、三菱重工が今後市場の拡大が見込める大型洋上風力発電プラント、川崎重工が潮力発電プラントの開発に注力するなど、総合重機メーカー各社において再生可能エネルギーによる発電プラントの開発が積極的に推進されている。
- また、「医療・介護分野」では、安川電機や日本精工などが自社の機械制御技術を活かして同分野での利用を企図し、やはり市場の拡大が見込めるサービス用ロボット（図表 8）の開発を進めている。
- 機械業界においては、事業の選択と集中による経営資源の効率的な配分がメーカーの競争力を大きく左右するとあって、今後もこうした既存事業の技術を応用した新規事業模索の流れが続くとみられる。

図表 8：サービスロボット<sup>(注)</sup>の市場予測（国内）



(注) 非製造向けロボットである家庭/生活支援ロボット、医療・介護ロボット、業務ロボット等の合計

(資料) 富士経済「2012 ワールドロボット市場の現状と将来展望」をもとに三菱東京 UFJ 銀行企業調査部作成

付表 1：産業機械の米国、EU における生産高の推移と見通し

(暦年)	単位	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2007=100 とした水準
米国	億米ドル	2,880	3,177	3,569	3,943	+2%程度	115程度
	%	(▲ 19.0)	(10.3)	(12.3)	(10.5)		
EU	億ユーロ	1,969	2,224	2,587	2,380	1%程度	90程度
	%	(▲ 27.0)	(12.9)	(16.3)	(▲ 8.0)		

(資料)「Manufacturers'inventories, and orders」及び「Prodcoms」などをもとに三菱東京 UFJ 銀行企業調査部作成

付表 2：世界における工作機械のエリア別需要推移と見通し

(暦年)	単位	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2007=100 とした水準
世界市場	億米ドル	502	634	852	801	+2%程度	120程度
	%	(▲ 33.8)	(26.3)	(34.3)	(▲ 5.9)		
日本	億米ドル	33	49	76	68	3%程度	85程度
	%	(▲ 57.1)	(46.5)	(55.8)	(▲ 10.9)		
北米	億米ドル	50	62	91	98	+6%程度	120程度
	%	(▲ 48.1)	(24.6)	(46.5)	(7.7)		
南米	億米ドル	16	20	22	12	+5%程度	65程度
	%	(▲ 42.1)	(22.8)	(9.7)	(▲ 44.2)		
欧州	億米ドル	156	139	184	168	1%程度	65程度
	%	(▲ 42.4)	(▲ 10.8)	(32.2)	(▲ 8.5)		
アジアほか	億米ドル	246	364	478	454	+7%程度	185程度
	%	(▲ 13.7)	(47.7)	(31.5)	(▲ 5.0)		

(資料) 日本工作機械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

付表 3：世界における新造船の国別受注推移と見通し

(暦年)	単位	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2007年 = 100 とした水準
受注量世界合計	万総トン	3,360	8,240	5,680	4,022	4%程度	25弱
	%	▲ 61.8	145.2	▲ 31.1	▲ 29.2		
日本	万総トン	851	1,192	769	800	6%程度	40弱
	%	▲ 42.2	40.1	▲ 35.5	4.0		
韓国	万総トン	852	2,791	2,513	1,200	4%程度	15程度
	%	▲ 75.4	227.5	▲ 10.0	▲ 52.2		
中国	万総トン	1,495	3,612	1,911	1,650	横這い	30程度
	%	▲ 48.7	141.6	▲ 47.1	▲ 13.7		
その他	万総トン	162	645	487	372	20%程度	15程度
	%	▲ 82.9	297.6	▲ 24.4	▲ 23.7		

(資料) 日本造船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

## 【用語説明】

量産品      フォークリフト、油圧機器、ターボチャージャーなど量産できる機械製品・部品。

製品不具合が生じたターボチャージャー      IHI が生産するターボチャージャーで製品不具合が発生。これを主因に 2012 年度は同製品を手掛ける事業で前年比 40 億円程度の減益が見込まれる。

(2012.12.25 小川 征爾)

## 10. エレクトロニクス

### 【要約】

- ◇ 2013年以降のエレクトロニクスの世界市場を展望すると、液晶TVは2013年をピークに、デジタルスチルカメラは引き続き、縮小基調を辿ることに加え、エアコンやPC、携帯電話でも、先進国の伸び悩みや、牽引役の新興国における普及率の高まりに伴って増勢ピッチが徐々に鈍化していくとみられることから、全体としての減速感が増そう。つれて、これら最終製品に搭載される半導体も、小幅の成長にとどまる見通し。
- ◇ 電機大手8社の業績は、重電や産業機器など非エレクトロニクス事業が引き続き堅調に推移するなか、薄型TVやPC、携帯電話などエレクトロニクス事業を中心にコスト削減を継続することで、増収増益を確保する見通し。

(\* )用語説明は、78頁をご参照下さい。

### 1. 業界環境

#### (1)家電

##### 液晶TV

世界市場は2013年をピークに、2014年以降、縮小傾向を辿る見通し

- 2012年の世界市場は、価格下落のピッチが緩やかになるものの、需要が横這いにとどまることで、本格的な普及開始以降、初のマイナス成長へ転落する見込み(図表1)。
  - ✓ 需要(数量)は、アナログ停波後の日本や景気低迷下にある欧州で減少となったことに加え、需要の牽引役であった中国(アジア地域における需要の6割強を占める)の伸びが普及拡大によって鈍化したことで、前年比横這いの見込み。
  - ✓ 価格(平均単価)は、ここ数年、年率1桁台後半から2桁ピッチでの下落が続いてきたものの、2012年は、米国や中国において大型(55インチ以上)から超大型(80インチ以上)の販売が伸びたことで、一時的なプロダクトミックスの変化から、小幅の下落にとどまる見込み。

図表1：液晶TVの世界市場と地域別の需要見通し

(単位:億ドル、ドル、万台、%)

(暦年)	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2007=100 とした水準	2014~2015平均 (予想)	2007=100 とした水準
世界出荷金額	844 (3.9)	1,001 (18.6)	1,006 (0.5)	995 (▲1.1)	+2%前後	150強	2~4%	140強
平均単価	580 (▲23.9)	523 (▲9.9)	490 (▲6.2)	480 (▲2.0)	5%前後	50強	7~8%	45強
世界出荷数量	14,540 (36.5)	19,150 (31.7)	20,520 (7.2)	20,706 (0.9)	+7~+8%	280強	+3~+6%	310弱
日本	1,250 (42.0)	2,340 (87.2)	1,940 (▲17.1)	650 (▲66.5)	+3%前後	90弱	+9~+10%	100強
北米	3,730 (23.9)	3,830 (2.7)	3,820 (▲0.3)	3,896 (2.0)	±0~+1%	160強	±0~+1%	160強
欧州	4,290 (10.9)	5,310 (23.8)	5,130 (▲3.4)	5,079 (▲1.0)	+1%前後	170強	+2~+3%	180強
アジア	3,960 (92.2)	5,230 (32.1)	6,520 (24.7)	7,224 (10.8)	+15~+20%	610弱	+5~+7%	690強
その他	1,310 (57.8)	2,440 (86.3)	3,110 (27.5)	3,858 (24.0)	+7%前後	1,060弱	+3~+9%	1,190弱
新興国比率	36%	40%	47%	54%	-	56%	-	58%

(注)1.( )内は前年比伸び率。

2. その他地域には、南米、中東・アフリカが含まれる。

3. 新興国比率は、世界出荷数量におけるアジアとその他地域の割合。

(資料) DisplaySearch 資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

- 2013年の世界市場は、中国の補助金政策による後押しや東欧のアナログ停波を控え、一旦盛り返すものの、2014年以降は、価格下落が再び加速していくことで、縮小基調を辿る見通し。
  - ✓ 需要は、普及拡大余地の大きい東南アジアや南米、中東・アフリカといった地域が牽引役となって堅調に推移する見通し。
  - ✓ 価格は、市場拡大に伴って大型から超大型における競合激化が進むと同時に、中国勢を中心に、安価な製品を梃子に攻勢を強める動きが継続するとみられることから、下落ピッチが再び加速しよう。

## デジタルスチルカメラ

市場は縮小基調を辿る見通し

- 2012年の世界市場は、主力のコンパクトデジタルカメラ（以下、コンパクト）<sup>(\*)</sup>の需要が大きく減少したことで、前年に引き続きマイナス成長となる見込み（図表2）。
  - ✓ 需要は、全体の8割超を占めるコンパクトが、スマートフォンとの競合によって大きく減少することで、前年比1割近いマイナスとなる見込み。
  - ✓ 価格は、既にコンパクトの価格引き下げ余地が限定的であることに加えて、メーカー各社が、コンパクト市場において高付加価値品のラインナップを増強したことから、下落ピッチの鈍化が見込まれよう。

図表2：デジタルスチルカメラの世界市場と地域別の需要見通し

(単位:億円、円、万台、%)

(暦年)	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2007=100 とした水準	2014~2015平均 (予想)	2007=100 とした水準
世界出荷金額	16,208 (▲25.1)	16,433 (1.4)	14,522 (▲11.6)	13,805 (▲4.9)	6~7%	60強	1%程度	60強
コンパクト 平均単価	12,109 (▲18.7)	10,498 (▲13.3)	9,192 (▲12.4)	8,917 (▲3.0)	2%前後	50強	1~2%	50弱
一眼 平均単価	46,299 (▲14.6)	39,062 (▲15.6)	34,062 (▲12.8)	33,722 (▲1.0)	6%前後	50強	3~5%	50弱
世界出荷数量	10,586 (▲11.6)	12,146 (14.7)	11,552 (▲4.9)	10,462 (▲9.4)	10%前後	90強	2~3%	90弱
コンパクト	9,595 (▲12.8)	10,858 (13.2)	9,983 (▲8.1)	8,657 (▲13.3)	15%前後	80弱	5~7%	70弱
一眼	991 (2.3)	1,289 (30.0)	1,569 (21.8)	1,805 (15.0)	+15%前後	280弱	+8~+12%	330強
一眼比率	9%	11%	14%	17%	-	22%	-	28%
日本	975 (▲12.3)	1,057 (8.5)	951 (▲10.1)	922 (▲3.0)	8%前後	80弱	1%前後	80弱
米州	3,416 (▲12.2)	4,420 -	3,828 (▲13.4)	3,254 (▲15.0)	12~14%	90弱	2~3%	80強
欧州	3,209 (▲15.3)	3,705 (15.5)	3,561 (▲3.9)	3,312 (▲7.0)	10~12%	90強	3%前後	90弱
アジア	1,950 (▲1.9)	2,467 (26.5)	2,697 (9.3)	2,535 (▲6.0)	8%前後	140強	2%前後	140弱
その他	1,037 (▲13.6)	498 -	515 (3.5)	438 (▲15.0)	8%前後	50強	2%前後	50強
新興国比率	-	24%	28%	28%	-	29%	-	29%

(注) 1. ( )内は前年比伸び率。

2. 「一眼」はデジタル一眼カメラ（デジタル一眼レフカメラとミラーレス一眼カメラ）の合計。

3. 米州は、2010年より南米が追加。それ以前は北米のみの数値。

4. その他地域には、中東・アフリカが含まれる。

5. 新興国比率は、世界出荷数量におけるアジアとその他地域の割合。

(資料) CIPA（カメラ映像機器工業会）資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

- 2013年以降も、価格の下落が続くなか、主力のコンパクトの需要減少に歯止めがからないことから、引き続きマイナス成長を余儀なくされる見通し。
  - 需要は、エントリーモデルの拡充によってユーザーの裾野拡大が見込まれるデジタル一眼カメラ(以下、一眼)<sup>(注)</sup>こそ堅調に推移するものの、コンパクトの減少分をカバーするには及ばず、全体では引き続きマイナス基調で推移しよう。
  - 価格は、コンパクトの下落ピッチについては緩やかとなるだろうが、市場拡大に伴って競合激化の見込まれる一眼では、引き続き1桁台半ば前後のピッチで下落が続くとみられる。
- (注) 一眼には、デジタル一眼レフカメラ<sup>(\*)</sup>とミラーレス一眼カメラ<sup>(\*)</sup>が含まれる。

## ルームエアコン

2013年以降、需要は緩やかな拡大傾向を辿る見通し

- 2012年の世界需要は、北米において省エネ意識の高まりを背景にダクトレス式<sup>(\*)</sup>の販売が伸びているほか、東南アジアや南米といった新興国でも普及拡大に伴って増加する一方、世界需要全体の4割強を占める中国が天候不順や住宅着工件数の落ち込みによって一時的に減少に転じることに加え、欧州が景気低迷と天候不順が重なって大幅減が見込まれることから、全体では横這いが精々の展開(図表3)。
- 2013年以降は、天候要因に左右されるものの、基本的には、普及拡大余地の大きい中国農村部や東南アジアといった地域が牽引役となって、需要は増加基調を辿る見通し。

図表3：ルームエアコンの世界需要と地域別の需要見通し

(単位:万台、%)

(暦年)	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2007=100 とした水準	2014~2015平均 (予想)	2007=100 とした水準
世界需要	6,134 (▲4.4)	7,342 (19.7)	7,925 (7.9)	7,866 (▲0.7)	+4~+5%	130強	+4~+5%	150弱
日本	678 (▲12.6)	824 (21.7)	828 (0.4)	830 (0.3)	4~5%	110弱	10%程度 1~2%	100弱
北米	627 (▲26.5)	655 (4.5)	666 (1.7)	686 (3.0)	+1~+2%	80強	+2%前後	90弱
欧州	441 (▲18.9)	574 (30.2)	609 (6.0)	548 (▲10.0)	+1%前後	80弱	+2~+3%	80弱
アジア	3,400 (4.1)	4,128 (21.4)	4,578 (10.9)	4,533 (▲1.0)	+7~+8%	160強	+6~+8%	180強
中国	2,479 (1.3)	3,042 (22.7)	3,485 (14.6)	3,276 (▲6.0)	+5%前後	150強	+3~+4%	160強
その他	988 (0.5)	1,161 (17.5)	1,243 (7.1)	1,268 (2.0)	+3%前後	160弱	+4~+5%	170弱
新興国比率	72%	72%	73%	74%	-	75%	-	78%

(注) 1. ( )内は前年比伸び率。

2. その他地域には、南米、中東・アフリカが含まれる。

3. 新興国比率は、世界出荷数量におけるアジアとその他地域の割合。

4. 2013年の日本については、暦年ベースではマイナス成長となるものの、年度ベースでは、2014年1~3月に、消費税増税前の駆け込み需要による盛り上がりが見込まれるため、横這いから微増で推移する見通し。

(資料) JRAIA(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

(2)情報通信機器

PC

- 市場は、2014年に盛り上がりを見せるものの、基本的には横這いが精々の展開
- 2012年の世界市場は、価格下落が継続するなか、需要が減少に転じることで、マイナス成長を余儀なくされる見込み（図表4）。
    - ✓ 需要は、これまで牽引役であった新興国市場の成長が景気減速によって1桁台前半にとどまるなか、欧米を中心に、個人向けノートPCの需要がタブレット端末に侵食されたことで、ITバブル崩壊により落ち込んだ2001年以降、通年で初めての減少に転じる見込み。
    - ✓ 価格は、主に個人向けノートPCにおいて、より安価なタブレット端末に引きずられることで、下落基調が続こう。
  - 2013年以降も、基本的には、価格下落が需要の伸びを上回り、横這いが精々とみられるものの、2014年についてはWindows XPのサポート切れ<sup>(注)</sup>に伴う更新需要が発生することで、市場は一時的に拡大する見通し。
    - ✓ 需要は、新興国の法人向けが牽引して伸びる一方、先進国ではタブレット端末との競合によって減少基調を辿るとみられることから、緩やかな増加にとどまる見通し。ただし、2014年については、法人向けを中心に、Windows XPのサポート切れに伴う更新需要が発生することで、一時的な盛り上がりを見せよう。
    - ✓ 価格は、メモリ容量や処理速度といった基幹性能において、価格上昇をもたらすほどの大幅な向上を見込めず、引き続き下落基調で推移する見通し。

(注) Windows XPは、2014年4月にMicrosoftによるサポートが終了する予定。サポートが終了すると、セキュリティ更新プログラムが提供されなくなるといった点で安全性を保てなくなることから、法人向けを中心に買い替え需要が見込まれる。

図表4：PCの世界市場と地域別の需要見通し

(単位:億ドル、ドル、万台、%)

(暦年)	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2007=100 とした水準	2014~2015平均 (予想)		2007=100 とした水準
世界出荷金額	2,145 (▲7.0)	2,350 (9.6)	2,386 (1.5)	2,238 (▲6.2)	1~±0%	90強	+3%	1%	100弱
デスクトップ	800 (▲11.7)	866 (8.3)	876 (1.1)	827 (▲5.5)	2~3%	70弱	1~2%		70弱
ノート	1,345 (▲3.9)	1,484 (10.3)	1,511 (1.8)	1,410 (▲6.6)	+1~+2%	120弱	+5%	+1%	130弱
平均単価	681 (▲13.4)	657 (▲3.6)	656 (▲0.1)	627 (▲4.3)	2~3%	70弱	2~3%		60強
世界出荷数量	31,485 (7.5)	35,790 (13.7)	36,392 (1.7)	35,762 (▲1.7)	+2~+3%	140弱	+5%	+3%	150強
日本	1,392 (▲2.3)	1,630 (17.1)	1,566 (▲3.9)	1,543 (▲1.5)	4%前後	110弱	+1~+2%	3%前後	110弱
米国	7,132 (8.8)	7,527 (5.5)	7,155 (▲4.9)	6,511 (▲9.0)	3%前後	100弱	+1%前後	3%前後	100弱
西欧	6,815 (3.8)	7,120 (4.5)	6,086 (▲14.5)	5,599 (▲8.0)	2~3%	100弱	+1%前後	3%前後	100弱
アジア	9,336 (20.8)	11,110 (19.0)	12,281 (10.5)	12,526 (2.0)	+6%前後	190弱	+5~+7%		210強
その他	6,810 (▲3.0)	8,404 (23.4)	9,304 (10.7)	9,583 (3.0)	+7%前後	170弱	+7%前後		190強
新興国比率	51%	55%	59%	62%	-	64%	-		67%

(参考) タブレットの世界需要

世界出荷数量	-	1,790	5,040 (181.6)	11,710 (132.3)	+40~+45%	n.a	+10%前後	n.a
--------	---	-------	------------------	-------------------	----------	-----	--------	-----

(注) 1. ( )内は前年比伸び率。

2. その他地域には、南米、東欧、中東・アフリカが含まれる。

3. 新興国比率は、世界出荷数量におけるアジアとその他地域の割合。

(資料) IDC, Worldwide PC 2012-2016 Forecast Update: September 2012 (#236840) をもとに

三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

## 携帯電話

需要の伸びが鈍化していく見通し

- 2012年の世界需要は、景気が低迷している西欧や、景気先行きの不透明感が強まるなか、通信料金が値上げされたこともあって(注)買い替え需要が弱含んでいる北米でマイナス成長となったことに加え、中国やインドといった大国での普及が進み、アジアにおける伸びが鈍化したことで、前年比微増が精々となる(図表5)。
- 2013年以降は、買い替えが主体となる先進国では横這いが精々である一方、普及拡大余地の残る東南アジアや南米、中東・アフリカといった地域において、所得水準の向上や通信インフラの整備に伴い、需要増加が見込まれることから、出荷数量は堅調に推移する見通し。

(注)北米では、通信キャリアによる料金体系の見直しによって、実質的な通信料金の値上げが起こっている。

図表5：携帯電話の世界需要と地域別の需要見通し

(単位:万台、%)

(暦年)	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2007=100 とした水準	2014~2015平均 (予想)	2007=100 とした水準
世界出荷数量	134,133 (2.0)	159,481 (18.9)	171,531 (7.6)	171,644 (0.1)	+5~+6%	160強	+4~+5%	180弱
従来型	116,790 (0.3)	129,011 (10.5)	122,085 (▲5.4)	101,682 (▲16.7)	5~6%	100弱	5~7%	90弱
スマートフォン	17,343 (15.0)	30,470 (75.7)	49,447 (62.3)	69,962 (41.5)	+20~+25%	690弱	+10~+19%	910強
スマートフォン比率	13%	19%	29%	41%	-	47%	-	57%
日本	3,395 (▲19.7)	3,613 (6.4)	3,796 (5.0)	3,846 (1.3)	+1%前後	80弱	±0%前後	80弱
北米	18,965 (2.0)	19,450 (2.6)	20,304 (4.4)	19,086 (▲6.0)	+1~+2%	100強	+1~+2%	100強
西欧	18,639 (▲1.3)	19,540 (4.8)	18,529 (▲5.2)	17,232 (▲7.0)	+3%前後	90弱	+1~+2%	90強
アジア	59,276 (13.9)	72,123 (21.7)	75,693 (5.0)	77,207 (2.0)	+7%前後	230強	+5~+6%	260強
その他	33,859 (▲10.2)	44,755 (32.2)	53,209 (18.9)	54,273 (2.0)	+5~+6%	170強	+5~+6%	190強
新興国比率	69%	73%	75%	77%	-	77%	-	79%

(注)1.( )内は前年比伸び率。

2. 北米には、カナダが含まれる。その他地域には、南米、東欧、中東・アフリカが含まれる。

3. 新興国比率は、世界出荷数量におけるアジアとその他地域の割合。

(資料) IDC, Worldwide Quarterly Mobile Phone Tracker, 2012Q3 をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

## (3)半導体

2013年以降、市場は緩やかに成長していく見通し

- 2012年の世界市場は、メーカー各社の生産調整によって、DRAM(\*)の価格が下げ止まるものの、主用途であるPCの需要低迷(前掲図表4)を主因に、減少に転じる公算が大きい(図表6)。
- 2013年以降は、最終製品の需要回復に伴って緩やかに成長していく見通しであり、2014年については、PCの需要に連動して盛り上がりを見せよう。

図表6：半導体の世界市場の見通し

(単位:億ドル、%)

(暦年)	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2007=100 とした水準	2014~2015平均 (予想)	2007=100 とした水準
世界出荷金額	2,263 (▲9.0)	2,983 (31.8)	2,995 (0.4)	2,875 (▲4.0)	+2~+3%	120弱	+2~+5%	120強

(注)( )内は前年比伸び率。

(資料) WSTS(世界半導体市場統計)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

- 2013年度以降は、不採算事業を中心としたコスト削減を背景に増益を確保する見通し
- 電機大手8社の2012年度の業績は、韓国・中国勢との競合を主因に減収が続くものの、大規模な構造改革による固定費削減効果によって増益を確保する公算が大きい(図表7)。
    - ✓ 売上高は、重電や産業機器など非エレクトロニクス(以下、非エレキ)事業が比較的堅調に推移するものの、薄型TVやPC、携帯電話などエレクトロニクス(以下、エレキ)事業が、韓国・中国勢との競合激化や最終製品の需要不振を背景に低迷したことが響き、全体で減収となろう。
    - ✓ 営業損益については、大規模な構造改革による固定費削減効果や、部材調達の効率化など地道なコスト低減を図ったことによって、減収や円高の進行に伴うマイナス影響をカバーして、増益となる見込み。
    - ✓ ただし、最終損益については、総合家電2社(パナソニック、シャープ)が、構造改革費用の計上や繰延税金資産の取り崩しによって大幅赤字を計上するとみられることが大きく、2期連続の赤字を見込む。
  - 2013年度以降は、非エレキ事業が引き続き堅調に推移するなか、苦戦するエレキ事業を中心にコスト削減を継続することで、増収増益を確保する見通し。
    - ✓ 売上高は、エレキ事業では、市場が縮小に転じる主要製品もみられるなか、新興国企業との競合によって減収を余儀なくされるとみられるものの、非エレキ事業の伸びが寄与して、全体で微増の見通し。
    - ✓ 営業損益については、非エレキ事業の増収効果に加えて、苦戦するエレキ事業を中心に人件費削減や部材調達の効率化などを進めることで、増益基調を辿ろう。

図表7：電機メーカー8社の業績推移

(単位:億円、%)

(年度)	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2014~2015平均 (予想)	
						2007=100 とした水準	2007=100 とした水準
売上高	442,636 (▲7.0)	458,994 (3.7)	437,053 (▲4.8)	421,399 (▲3.6)	+1~+2%	80弱	+2%前後 80強
営業利益	8,412 (黒字転換)	16,929 (101.2)	9,623 (▲43.2)	11,936 (24.0)	+35%前後	70弱	+15~+17% +6~+7% 80強
エレキ事業	630 (黒字転換)	7,228 (1048.0)	▲295 (赤字転落)	981 (黒字転換)	+380%前後	40弱	+20~+25% +5%前後 50弱
非エレキ事業	9,849 (26.3)	11,038 (12.1)	11,567 (4.8)	12,543 (8.4)	+6~+7%	125前後	+6~+7% 140強
営業利益率	1.9	3.7	2.2	2.8	4%弱	-	4%強
最終損益	▲1,338 (赤字縮小)	3,776 (黒字転換)	▲11,395 (赤字転落)	▲7,900 (赤字縮小)			

- (注) 1. 対象企業は、総合家電3社(パナソニック、ソニー、シャープ)および総合電機5社(日立製作所、東芝、富士通、三菱電機、日本電気)。  
 2. ( )内は前年比伸び率。  
 3. 非エレキ事業には、重電・インフラ関連や産業関連の機器・システムを主体とする事業のほか、情報サービス事業、映画・音楽事業、金融事業を含む。  
 エレキ事業は、その他事業を除く、非エレキ事業以外の事業。  
 なお、エレキ事業と非エレキ事業の営業利益の合計は、その他事業やセグメント間の相殺消去を含まないため、全体の営業利益とは一致しない。  
 4. 2012年度の最終損益は、各社予想値の合計。

(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

### 3. 成長分野の開拓に向けた動き

#### (1)海外展開

新興国向けの「白物家電」への取り組みをより一層強化

- わが国電機メーカーは、薄型 TV や PC、携帯電話など、技術の成熟により価格が優先され、コモディティ化が急速に進む製品分野において苦戦を余儀なくされるなか、比較的安定的な収益源となっている「白物家電」の強化に向けた動きを加速させている（図表 8）。
- 白物家電は生活に密着した製品で、国・地域の生活習慣を反映した仕様やデザインが好まれるなど、国・地域によって求められる機能が異なるため、コモディティ化した製品分野のような世界一律の規模拡大による競争力強化が図りにくいという特徴を有しており、その需要は人口増と所得水準の高まりを背景とする新興国を中心に増加傾向を辿る見込み。
- こうしたなか、わが国メーカーは、新興国需要の取り込みに向けて、製品開発から生産、販売に至るまでの徹底した現地化を推し進めることで、中間所得者層（＝ボリュームゾーン）の購入可能な価格設定や、先行する省エネ対応技術を活かし現地ニーズに合致した製品開発に向けた取り組みをより一層強化している。

今後は注力する製品や国・地域を明確にしたうえで、販路構築に向けた M&A が重要に

- 今後は展望すると、新興国での白物家電を巡っては、現地メーカーや韓国勢・中国勢との競合が激化すると予想されるなか、わが国メーカーは需要を本格的に取り込むために、コスト競争力と製品開発力をさらに強化していくほか、拡販に向けた販路の開拓・拡充の動きを加速させる見通し。
- もっとも、中間所得者層の需要獲得においては、韓国勢は早くから新興国におけるボリュームゾーンを重要な市場として捉え、グローバル人材の育成や、海外におけるブランド戦略に注力し、既に相応の存在感を発揮しているため、わが国メーカーには、全方位的に市場を開拓していくのではなく、注力する製品や国・地域を明確にしたうえで、優位に立つ省エネ対応技術を梃子として、現地ニーズに応じたきめ細かい事業展開が求められよう。
- 加えて、新興国の市場開拓に出遅れたわが国メーカーの課題である販路<sup>(注)</sup>については、大手量販店に加え、地域に根ざし機動力にも長けた地域販売店や小規模な電器店向けの販路構築に向けて、現地メーカーの M&A 等による販売・メンテナンス網の取り込みが急がれよう。

(注)たとえば、インド市場では、各地域の独自性が強く、商慣習や言語も異なるため、それぞれの州や地域毎に商圏が限られ、市場が分断されているという特徴があるが、韓国勢は、同市場の主たる流通チャネルである小規模な電器店を地道に開拓することで、インド全土に幅広い販売網を既に構築している。

図表 8：成長分野の開拓に向けた取り組み（海外展開）

企業名	概要
日立製作所	2015年度をめぐり、タイの生産拠点（冷蔵庫）の生産能力を増強予定 ～ 現地人材の開発者（約55名）により、製品開発を行う体制を強化
東芝	2012年、インドネシアに生産拠点（洗濯機）を新設
パナソニック	2012～13年度、インド・ブラジル・ベトナムに生産拠点（エアコン・冷蔵庫・洗濯機）を新設予定 ～ 新たに製品開発拠点を設立し、現地生活研究に基づく製品を投入
シャープ	2013年末までに、インドネシアに生産拠点（冷蔵庫・洗濯機）を新設予定 ～ 製品開発、生産、販売、マーケティングを含めた地域完結型ビジネスを展開

(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)新規事業

成長が期待される「環境・エネルギー」、「医療」分野へ本格的に進出

- 世界的な環境意識の高まりや本格化する高齢化社会の到来を受けて、今後の成長分野と目される「環境・エネルギー」や「医療」など新たな事業領域に対し、従来以上に経営資源を投じるなど、本格的に進出する動きが相次いでいる（図表9）。
- 具体的には、環境・エネルギー分野では、スマートグリッド関連市場<sup>(\*)</sup>を中長期的な事業拡大に向けた有望市場と位置付けて、国内外で実施されている実証実験への参画実績を積み上げているほか、事業の安定性の高い医療分野では、医療機器市場に焦点を当て、M&A やアライアンスを通じた販路開拓や製品ラインナップの拡充、既存技術の医療用途への転用を狙った動きがみられる。

今後は積極的な M&A やアライアンスが不可欠に

- 今後は展望すると、環境・エネルギーや医療など新たな事業領域では、新興国を中心とする大きなビジネスチャンスの取り込みに向けて、わが国メーカーとしては、積極的な M&A やアライアンス等を通じて事業を強化する動きを進展させる見込み。
- 具体的には、環境・エネルギー分野では、来るべき市場の本格化に向けて、スマートグリッドに関連する技術に磨きをかけるとともに、規格の国際標準化への対応を進め、自社の強みと課題を把握したうえで不足している技術やノウハウを補う M&A やアライアンスを構築していく動きが予想されるが、まずもって、“足元で実証実験に参画している段階からいかに実ビジネスへと展開していくか”という視点をもった事業展開が必要であろう。
- また、医療分野では、各社が注力する医療機器市場をみると、エレクトロニクス業界における数少ない成長市場であるため、M&A 等による事業強化を図る動きが加速すると想定されるが、同市場は、“全体では大きな市場ながら製品分野が多岐に亘り、細分化された各製品で高い参入障壁により寡占化が進んでいる”という特性を有することから、製品や国・地域を絞ったアプローチが求められよう。

図表 9：成長分野の開拓に向けた取り組み（新規事業）

企業名	概要
日立製作所	国内外のスマートグリッド実証実験に参画 ～青森県六ヶ所村、米国ニューメキシコ州、中国天津市、スペイン など
東芝	国内外のスマートグリッド実証実験（横浜市、米国ニューメキシコ州など）に参画 スマートメーター最大手メーカーを買収、電力送電設備大手メーカーと提携 医療機器事業において、中国の生産拠点の増強、ブラジルに生産拠点を新設予定 ～製品ラインナップの拡充に加え、新興国を主体に営業地域の拡大を狙う
三菱電機	国内のスマートグリッド実証実験（京都府、神奈川県大船市など）に参画
ソニー	2012年12月、オリンパスと医療機器事業の合併会社を設立予定 ～3D映像対応の外科用内視鏡、手術室向け映像管理システムなどを開発

（資料）各種資料をもとに三菱東京 UFJ 銀行企業調査部作成

## 【用語説明】

コンパクト デジタル カメラ	レンズ内蔵式で小型・軽量のデジタルスチルカメラ。 一般大衆向けの普及機であり、操作が簡単で安価。
デジタル一眼 レフカメラ	レンズ交換型のデジタルスチルカメラ。 プロや一部の一般ユーザー向けの製品であり、高性能だが、操作が難しく高価。
ミラーレス 一眼カメラ	2008年10月にパナソニックが初めて製品化。 上記デジタル一眼レフカメラと同様、レンズ交換が可能だが、デジタル一眼レフカメラから反射鏡を省き、構造を簡素化したことで、小型・軽量化を実現。 コンパクトデジタルカメラとデジタル一眼レフカメラの中間的存在といえ、操作の難しいデジタル一眼レフカメラの入門機としても捉えられている。
ダクトレス式 ルーム エアコン	冷やされた空気を大きな管（ダクト）で各部屋に送風する「ダクト式」（米国で主流）に対し、各部屋に室内機を設置することで、ダクトを不要とする方式（日本で主流）。 ダクトレス式は、ダクト式に比べ、設置工事が簡単で、部屋ごとに電源を入れたり、温度調節ができる点で省エネ性に優れる。
DRAM	情報（データやプログラム）を記憶する半導体の一種。情報の書き込みと読み出しが随時可能である反面、電源を切った場合に情報が消去される特徴を持つことから、PCなど大容量のデータを高速で処理する電子機器において、データを一時的に格納しておくための記憶媒体として利用されている。
スマート グリッド	情報通信技術を活用することで、現段階では貯蔵が難しい電力の需給バランスを高度に制御した次世代の電力ネットワーク。今後20年間のうちに、全世界で創出されるスマートグリッド関連のビジネス規模は、数百兆円に上るとの試算もある。

（2012.12.21 黒川 徹、菅原 有希）

# 11. 通信

## 【要約】

- ◇ 2013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い、7年振りの拡大に転じよう。2014～2015年度は、固定通信が引き続き低調に推移するものの、主力の移動体通信が加入者数の堅調な伸びやスマートフォンへの移行進展に伴うデータ通信収入の増加を背景に底堅く推移するため、市場は小幅なプラス基調を維持しよう。
- ◇ 2013～2015年度の総合通信大手3グループの業績は、主力の移動体通信が牽引して増収基調を迎える見込み。損益面についても、移動体通信の増収効果に加え、既にインフラ投資がピークアウトしている固定通信の減価償却負担の軽減が寄与して、増益トレンドが続く見通し。

(\*)用語説明は、82頁をご参照下さい。

## 1. 業界環境

2013年度は7年振りの拡大に転じ、2014～2015年度もプラス基調で推移する見通し

- 2012年度の通信市場は、固定通信の低迷に加えて、主力の移動体通信もARPU(\*) (1加入者当たりの月間平均通信収入)の下落を加入者数の伸びで補うことができず、全体では前年比0.9%減とマイナス成長が続く見込み(図表1)。
- ✓ 移動体通信市場は、再び前年割れに転じよう。加入者数は、2台目需要(\*)や通信モジュール(\*)の需要増を主因に堅調に推移するものの、各社が積極展開する割引サービス(注)によるARPUの下落が大きく影響する見込み。
- ✓ 固定通信市場は、データ通信収入が音声通信収入の落ち込みを補えず、前年比0.6%減と7年連続の縮小となる。

(注)主だったものでは、スマートフォン拡販に向け、端末代金のうち機種に応じた一定額を、通信料から最大24ヵ月間割り引く端末代金割引サービスがあげられる。このほか、KDDIはグループの固定通信サービスを利用すれば、スマートフォンの通信料が、最大で1台当たり月1,480円安くなる「auスマートバリュー」を展開するなど、各社の事業戦略に沿った割引サービスの投入が相次いでいる。

図表1：通信市場の推移

(年度)	(単位)	2009	2010	2011	2012	2013	2007=100 とした水準	2014～2015	2007=100 とした水準
		(見込)	(予想)	(予想)					
通信事業収入	億円	120,544	119,128	117,624	116,614	+1%程度	90強	+1%程度	95弱
	%	(▲2.8)	(▲1.2)	(▲1.3)	(▲0.9)				
移動体通信(注1)	億円	66,264	65,591	65,971	65,226	+2.5%程度	95弱	+2.5%前後	100弱
	%	(▲2.4)	(▲1.0)	(0.6)	(▲1.1)				
移動体通信 加入者数(注2)	万人	11,630	12,329	13,276	14,134	+5%強	140弱	+2.5～+3.5%	145強
	%	(3.8)	(6.0)	(7.7)	(6.5)				
ARPU	円/人・月	5,114	4,852	4,607	4,275	2%強	70弱	1.5～+0%	70弱
	%	(▲5.8)	(▲5.1)	(▲5.1)	(▲7.2)				
固定通信(注1)	億円	54,281	53,537	51,686	51,388	1%弱	90弱	1%程度	85強
	%	(▲3.3)	(▲1.4)	(▲3.5)	(▲0.6)				

- (注)1. 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、ソフトバンク連結。附帯事業は含まない。
2. 携帯電話(含む通信モジュール)PHSの年度末ごとの加入者数合計。平均加入者数よりも強めの数値となることから、ARPUを掛け合わせても、移動体通信市場の値とは一致しない。
3. ( )内は前年比伸び率。
- (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

- 2013年度は、固定通信の低迷を主力の移動体通信が補って、7年振りの拡大に転じる見込み。
  - ✓ 移動体通信市場は、加入者数の伸び率こそ鈍化するものの、端末代金割引サービスによるマイナス影響の一巡<sup>(\*)</sup>やスマートフォンの普及によるデータ通信収入の拡大からARPUの下落幅が縮小し、拡大に転じよう。
  - ✓ 固定通信市場は、前年までのトレンドが続き、8年連続で落ち込もう。
- 2014～2015年度も、通信市場全体では成長を維持する見通し。移動体通信において、緩やかながらも加入者数が伸び続けるうえ、スマートフォンユーザーが契約数全体の半数近くにまで拡大することでデータ通信収入が増加し、ARPUの下落が小幅にとどまると見込まれるからである。

## 2. 企業業績

- 2013～2015年度は、主力の移動体通信が牽引して、増収増益トレンドを辿る見通し
- 総合通信大手3グループの2012年度の業績は、増収増益の見込み(図表2)
    - ✓ 売上高は、市場の縮小が続くものの、スマートフォンを中心とする端末販売の拡大を主因に、増収となる見込み。
    - ✓ 損益面は、主力の移動体通信については、ARPUの落ち込みを背景に8年振りのマイナス成長となったが、償却負担の減少により固定通信の収益改善が進むことで、全体としては僅かながら前年を上回り、過去最高益を確保しよう。
  - 2013年度以降も、主力の移動体通信が牽引して、増収増益基調を辿る見通し。
    - ✓ 売上高は、2013年度に連結対象の増加<sup>(\*)</sup>による影響が上乗せされるうえ、基本的には市場の拡大に連れて主力の移動体通信が堅調に推移することから、小幅な増収トレンドを維持しよう。
    - ✓ 損益面では、移動体通信における増収効果に加え、既にインフラ投資がピークアウトした固定通信における減価償却負担の軽減も寄与して、増益基調を辿ろう。

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)	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2007=100 とした水準	2014～2015 (予想)	2007=100 とした水準	
売上高	148,159 (▲1.8)	149,519 (0.9)	150,756 (0.8)	152,997 (1.5)	+4%強	100強	+1.5%前後	105強	
営業利益	17,699 (6.7)	20,111 (13.6)	20,616 (2.5)	20,671 (0.3)	+10%強	145程度	+4.5～+7.5%	160強	
営業利益率	11.9	13.5	13.7	13.5	14%強	-	15～16%	-	
移動体通信	売上高	86,360 (▲1.1)	87,596 (1.4)	91,117 (4.0)	93,553 (2.7)	+3%強	105程度	+2.5%前後	110程度
	営業利益	15,789 (5.0)	16,860 (6.8)	17,229 (2.2)	17,052 (▲1.0)	+7%弱	130弱	+4.5～+8%	145弱
	営業利益率	18.3	19.2	18.9	18.2	19%弱	-	20%前後	-
固定通信	売上高	61,799 (▲2.7)	61,924 (0.2)	59,639 (▲3.7)	59,443 (▲0.3)	+6%弱	100弱	0.5%弱	100弱
	営業利益	1,911 (23.5)	3,250 (70.1)	3,387 (4.2)	3,618 (6.8)	+30%弱	330強	+3.5～+5%	360弱
	営業利益率	3.1	5.2	5.7	6.1	7%強	-	8%前後	-

- (注) 1. 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(2013年度よりJ:COM連結化による影響を勘案) ソフトバンク連結。  
 2. ソフトバンクは米 SprintNextel 社、イー・アクセス社の買収を発表しているが、現時点では連結対象となるか明確ではないため、業績には織り込んでいない。  
 3. ( )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

### 3. 成長分野の開拓に向けた動き

#### (1) 海外展開

- 今後は、各社の置かれた状況に応じた海外展開を進めていくことが重要に
- わが国通信事業者は、主力である通信事業に対する戦略の違いから、各社各様の海外展開を進めている。
    - ✓ NTTドコモは、スマートフォンにおいても「iモード」のようにコンテンツの流通から決済までをキャリアが押さえるサービス基盤を再構築・強化すべく、海外のコンテンツ事業者やコンテンツ配信事業者の買収を進めている。
    - ✓ KDDIは、足元では「3M戦略<sup>(\*)</sup>」による国内の競争力向上を優先しつつ、固定通信やデータセンターなど、従来通りの海外事業の方向性を踏襲している。
    - ✓ ソフトバンクは、引き続き「インターネット」を軸とした海外展開を行いながら、米国3位の通信事業者であるSprintNextel社の買収を発表。通信事業においても積極的な海外投資を行い、事業基盤を一気に拡大しようとしている。
  - 今後、国内市場が成熟期を迎えるなか、わが国通信事業者が中期的な成長を展望するためには、各社の状況（加入者数、財務体力、端末ラインナップ、周波数帯、国内の設備投資計画など）に応じた海外展開を進めることの重要性が増そう。
  - もっとも、通信事業は各国市場で法規制や通信規格といった面で事業環境が異なるうえ、多額の投資を必要とすることから、「通信事業の他国への本格展開」については、進出する地域や出資比率などを慎重に見極める必要がある。この点、ソフトバンクの取り組みは、わが国企業の今後の海外展開の試金石の一つとなろう。

#### (2) 新規事業

- 中長期的に需要の拡大が期待される「M2M」市場
- 上述の様に、海外展開においては各社各様の成長戦略を描いているのに対し、各社が国内での新たな事業領域として共通して注力しているのが、エネルギーやセキュリティ分野を中心に拡大の見込まれるM2M<sup>(\*)</sup>市場への取り組みである。
  - この背景には、既存の移動体通信事業に多くを期待できないなか、ARPUこそ低いものの加入件数の増加が見込まれる同事業領域を逸早く取り込むことで、収益源の多様化を進めたい、との通信事業者の思惑がある。
  - 今後、わが国通信事業者は、まずは同市場における実績を積み重ねながら、参入している機器メーカーや情報サービス事業者などとの連携を図ることで、総合的なソリューションを提供し、収益を極大化させていくことが求められよう。

図表3：成長分野の開拓に向けた取り組み

分野	企業	概要
海外	NTTドコモ	2012年にコンテンツ配信事業者の伊Buongiorno S.p.A社を買収するなど、自社サービス基盤の強化に向け、海外コンテンツ事業者を買収する方針
	KDDI	2012年にドイツ、ロシアにデータセンターを設立するも、国内注力の方針
	ソフトバンク	2012年に米SprintNextel社の買収（1.6兆円）を発表するなど、通信事業における海外投資を積極化させ、事業基盤を一気に拡大する方針
新規	NTTドコモ	自動販売機やガス・水道の遠隔検針などを手掛ける。このほか、海外通信事業者と提携し、M2Mのグローバルプラットフォームを構築する計画
	KDDI	ホームセキュリティや電力の遠隔検針などを手掛ける
	ソフトバンク	デジタルフォトフレームなどコンシューマー分野に注力

(資料) 各種報道資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

## 【用語説明】

ARPU	Average Revenue Per User の略。音声通話料を示す「音声 ARPU」とデータ通信料を示す「データ ARPU」に大別される。
2 台目需要	当初は、通信料が安価な従来型の携帯端末を保有しつつ、スマートフォンを 2 台目として購入するという形態が一般的であったが、スマートフォンの普及に伴い、足元では WiFi ルーター（無線 LAN 端末）やタブレット端末などを 2 台目として購入するユーザーが増加している。
通信モジュール	機器にネットワーク機能を実装させるための部品。主に、産業機器や車載機器などに組み込んで、稼働状況の確認や監視、遠隔操作に用いる。M2M 市場（下記用語説明ご参照）の立ち上がりによって、通信モジュールの需要が増加している。
端末代金割引サービスによるマイナス影響の一巡	ソフトバンクに遅れて同サービスを導入した NTT ドコモ（2011 年 3 月開始）と KDDI（2010 年 11 月開始）について、2013 年度にはサービス開始から 24 ヶ月が経過することに加え、スマートフォンユーザーの拡大ペースが徐々に緩やかになると予想されることから、2013 年度以降は同サービスによるマイナス影響は一巡する見込み。
連結対象の増加	KDDI の固定通信事業において、2013 年 3 月末に連結対象会社となるジュピターテレコム（以下、J:COM）の影響を上乗せしている。もっとも、この影響を除いた場合でも、2013 年度の売上高は市場全体で 2%弱のプラス基調を維持する見込み。
3M 戦略	KDDI が掲げる中期的な戦略。マルチユース、マルチネットワーク、マルチデバイスの 3 つの頭文字（M）を取ったものであり、様々なコンテンツを最適なネットワークを介して多彩な端末で利用できる環境を構築することで、他社との差異化を図るとの内容。
M2M	Machine to Machine の略。人間を介在させずに機器同士（たとえば監視カメラとサーバーなど）を通信システムで相互に結ぶ仕組み。通信事業者にとっては、ARPU は低いものの、「機器」が契約対象となることから、加入件数の大幅増加が見込めるうえ、解約率も低いなど、中長期的に有望なビジネス分野となっている。なお、M2M 市場（機器やシステム構築などを含む）の規模は、足元で 1,000 億円程度、向こう 3 年で 4,000 億円を超える水準にまで拡大するとみられる。

（2012.12.20 西浦 秀治）

## 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、2013年度は消費税増税前の駆け込み需要取り込みを狙った出稿増を背景に、2014年度以降は景気回復に伴う企業（広告主）の出稿意欲向上によって、緩やかな拡大傾向を辿る見通し。
- ◇ 2013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り微増収となるなか、制作費を中心にコスト抑制を続けることで増益を確保すると予想される。

(\* )用語説明は、86頁をご参照下さい。

### 1. 業界環境

テレビ広告市場は、2013年度以降、緩やかに拡大する見通し

- 2012年度のテレビ広告市場は、前年比小幅の増加となる見込み（図表1）。
  - ✓ 総広告費は、通年で前年比横ばいから微増程度にとどまろう。上期が、ロンドンオリンピックの開催や、エコカー補助金の期限切れを前にした自動車関連の旺盛な出稿で好調に推移したのに対し、下期は、海外の景気低迷によって国内経済の減速感が増すなか、企業（広告主）の出稿姿勢に陰りがみられ始めているためである。
  - ✓ つれて、上期は総広告費の伸びを上回って推移したテレビ広告市場も、下期の落ち込みによって、通年で前年比小幅の増加にとどまる見込み。
- 2013年度以降も、緩やかな成長を継続する見通し。
  - ✓ 2013年度は、上期こそ前年後半からの低迷が続き、冴えない展開が想定されるものの、下期にかけ、消費税増税前の駆け込み需要取り込みを狙った広告主の出稿が加速するとみられることから、総広告費、テレビ広告市場ともに盛り上がりを見せよう。
  - ✓ 2014年度以降は、景気回復を背景に、徐々に広告主が出稿意欲を高めることで、総広告費がプラス成長を維持するとみられ、テレビ広告市場も緩やかな拡大基調を辿る見通し。
  - ✓ なお、テレビ広告は、企業のブランドイメージや新商品の認知度を高めることのできるマス広告として、引き続き広告主から高く評価されていることに加え、スマートフォンやタブレット端末の普及に伴い、テレビ広告を呼び水とする出稿方法(\*)が次第に増えてきていることもあって、当面は、総広告費の伸びを上回って推移しよう。

図表1：テレビ広告市場の推移

(単位：億円、%)

(年度)	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2014~2015平均 (予想)		
						2007=100 とした水準	2007=100 とした水準	
テレビ広告市場	14,016 (▲9.3)	14,520 (3.6)	14,452 (▲0.5)	14,655 (1.4)	+1.5~+2.0%	90弱	+1.0~+1.5%	90強
(参考)総広告費	50,320 (▲13.1)	51,713 (2.8)	52,657 (1.8)	53,078 (0.8)	+1%強	85弱	+1%程度	85強

(注)1. ( )内は前年比伸び率。

2. テレビ広告市場には、地上波放送のほか、衛星放送やケーブルテレビ放送における広告も含まれる。

(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

## 2. 企業業績

2013年度以降も、増収増益傾向を持続する見通し

- 2012年度の民放キー局5社の業績は、増収増益の見込み(図表2)
  - ✓ 売上高は、主力の放送事業(売上の約7割)が、上期に好調だったテレビ広告市場の恩恵を受け大きく伸びたことで、通年で増収を確保するとみられることに加え(注1)、非放送事業(同約3割)(\*)でも、不動産賃貸事業の買収(注2)に伴う増収効果があったことで、全体で増収の見込み。
  - ✓ 損益面については、ここ数年、削減を続けてきた番組制作費(営業費用の4分の1程度を占める)の削減余地が既に限定的とあって伸び率は鈍化するものの、放送事業の増収や不動産賃貸事業の買収によって増益を確保する見込み。
- 2013年度以降も、増収増益で推移する見通し。
  - ✓ 売上高は、映画や音楽などの非放送事業がヒット作品の有無によって左右されるものの、主力の放送事業が市場に連動して伸びることで、緩やかな増収基調を辿ろう。
  - ✓ 損益面についても、小幅ながら増益を続けると見込まれる。放送事業では、ここ数年のコスト削減努力によって、社内のコスト管理体制が強化されてきたことから、番組制作費の極端な増加は考えづらい。非放送事業においても、販管費の圧縮など地道なコスト削減を継続していることから、増収に伴って増益を確保する見通し。

(注1) 民放キー局5社は、準キー局や地方局に比べ、市場拡大の恩恵を受けやすいとみられることから、5社の放送収入の伸びは、テレビ広告市場の伸びよりも大きい。

(注2) フジ・メディア・ホールディングスによるサンケイビル(2011年度の売上高329億円/営業利益48億円)の買収を指す。

図表2：民放キー局5社の業績推移

(単位：億円、%)

(年度)	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2007=100 とした水準	2014~2015平均 (予想)	2007=100 とした水準
売上高	15,683 (▲3.6)	15,730 (0.3)	15,970 (1.5)	16,570 (3.8)	+1%前後	105弱	+1.0~+1.5%	105強
放送事業	10,640 (▲8.8)	11,332 (6.5)	11,582 (2.2)	11,814 (2.0)	+1~+2%	95強	+1~+2%	100弱
非放送事業	5,718 (4.1)	5,419 (▲5.2)	5,436 (0.3)	5,836 (7.4)	横這い程度	130強	横這い程度	130強
営業利益	453 (▲15.9)	779 (72.0)	903 (15.9)	987 (9.4)	+3%前後	125強	+3~+4%	135弱
放送事業	345 (▲8.6)	559 (62.2)	642 (14.8)	676 (5.3)	+4~+5%	100強	+4~+6%	110強
非放送事業	247 (▲22.9)	237 (▲3.9)	278 (17.3)	323 (16.4)	横這い程度	145強	横這い程度	145強
営業利益率	2.9	5.0	5.7	6.0	6%前後	-	6.0~6.5%	-
放送事業	3.2	4.9	5.5	5.7	6%前後	-	6.0~6.5%	-
非放送事業	4.3	4.4	5.1	5.5	5~6%	-	5~6%	-

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

3. 放送事業は、地上波テレビ広告収入を主体とする事業セグメントを指し、非放送事業は、それ以外の事業セグメントの合計を指す。

なお、放送事業と非放送事業の合計は、セグメント間の相殺消去を含まないため、全体の数値とは一致しない。

(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. 成長分野の開拓に向けた動き

- わが国放送事業者は、既述の通り、主力の放送事業が比較的堅調に推移するとみられるうえ、不動産賃貸収入をはじめとする非放送事業による下支えもあり、当面、安定的な収益獲得が見込めるとあって、他業種に比べると、“成長分野の開拓に向けた動き”は、緩やかなものにとどまっている印象である。
- 具体的には、下記図表3にみられるような、海外展開やスマートフォン・タブレット端末の分野における動きがみられるものの、いずれも短期的な収益貢献を目的とするものではなく、将来に向けた“種蒔き”段階にある取り組みといえる。
- このため、ここでは、中長期的な成長を展望して、わが国放送事業者が選択しうる戦略について述べたい。

#### (1) 海外展開

中長期的な視点に立って、海外向けの番組制作ノウハウの蓄積を図ることが重要

- まず、海外展開という方向性においては、わが国放送事業者は、これまでも、バラエティ番組のフォーマット販売<sup>(\*)</sup>を行ったり、人気アニメ番組の権利収入などを得てきたものの、海外で受け容れられるコンテンツは一部に限られ、業績に与えるインパクトは総じて限定的なものとなってきた。
- この背景には、バラエティやアニメなどテレビ番組には、その国の文化や慣習、嗜好の傾向が色濃く反映されるため、日本向けに作られたコンテンツが、そのまま海外で受け容れられ難いことがある。
- このため、わが国放送事業者が海外からの収入源の多様化を図るためには、現地向けの番組制作を行うことが1つの選択肢となる。現地向けの番組制作においては、まずは展開する地域や国をある程度絞り込んだうえで、当該地域・国に根差したコンテンツ制作ノウハウを身に付けることが重要。また、主たるターゲットとしては、今後の経済成長に伴ってコンテンツの需要拡大が見込まれるアジアの新興国が挙げられよう。
- この点、わが国放送事業者は、足元は、現地の番組制作会社などとの連携を模索している段階にあるが、こうしたノウハウの蓄積には相応の時間を要するとみられることから、短期的な収益獲得は難しいものの、中長期的な視点に立って、人材の派遣・交流の活発化など地道な取り組みを継続していくことが重要といえそうである。

図表3：各社の取り組み

分野	企業名	概要
海外	フジメディア・ホールディングス	世界展開している英国の番組制作会社フリーマントルメディア社との共同で、海外向け番組を制作・販売(2010年4月～)
	日本テレビホールディングス	台湾の大手ケーブルテレビ局である中天電視との合弁で、現地に番組制作会社を設立(2011年3月)
	テレビ朝日	インドの大手制作会社であるリライアンスメディアワークス社との協働で、人気アニメ「忍者ハットリくん」をリメイク(2012年5月から現地で放送)
スマートフォン・タブレット端末	民放キー局5社	2012年4月に開局した携帯端末向けマルチメディア放送「NOTTV」への資本参加や番組制作協力 人気テレビ番組に関連したコンテンツを提供するアプリの開発 【例】日本テレビ:「3分クッキング」「ガキの使いやあらへんで!!」

(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)スマートフォン・タブレット端末

既存事業との競合にも配慮しつつ、多様な収益化の機会を模索しておくことが得策

- 一方、スマートフォン・タブレット端末といった分野においては、わが国においてここ数年で急速に普及が進んできたこともあって、放送事業者にとってのビジネスモデルがまだ確立されているとは言い難い状況。
- 現状は、前掲図表 3 に示す通り、2012 年 4 月に開局した携帯端末向けマルチメディア放送「NOTTV」への資本参加、番組制作協力のほか、人気テレビ番組に関連した映像・音楽・ゲームコンテンツを提供するアプリの開発などによって、多様な収益化の機会を模索している段階にある。
- 今後については、スマートフォンやタブレット端末における動画視聴が本格化した局面において、新たな収益源の獲得を逃さないよう、通信キャリアや動画配信サービス運営会社など周辺事業者との関係を幅広く構築しておくことが得策。

### 【用語説明】

テレビ広告を呼び水とする出稿方法	テレビのCMで、「続きはWebで」と広告主のホームページへ誘導する出稿方法。 スマートフォンやタブレット端末は、PCより起動時間が短く、手軽にインターネットに接続できるといった点で、テレビを見ながらでも、広告主のホームページにアクセスしてもらいやすい。このため、これら端末が急速に普及してきたことに伴い、こうした出稿方法が増えてきている。
非放送事業	不動産賃貸のほか、映画や音楽、イベント、通販、雑貨販売といった事業。 映画や音楽などは、ヒット作品の有無によって業績に振れが生じやすい。
フォーマット販売	テレビ番組のフォーマット販売とは、企画内容や制作手順等をパッケージ化し、番組を再制作する権利を販売することをいう。権利を購入する海外のテレビ局から見ると、手順までマニュアル化されているため、自国に合わせた番組を低コストで制作できるというメリットがある。

(2012.12.20 菅原 有希)

## 13. 情報サービス

### 【要約】

- ◇ 2013年度の情報サービス市場は、東日本大震災を契機に喚起されたBCP<sup>(\*)</sup>対策やクラウド<sup>(\*)</sup>関連の需要増を主因に、緩やかな拡大が続く見込み。2014～2015年度は、ユーザー企業の間でIT投資効率化に向けた動きが続くものの、金融機関向け特需などが底支えし、小幅ながらもプラス基調を維持しよう。
- ◇ 2013年度以降の上場大手8社の業績は、市場の拡大に伴う増収効果に加え、不採算案件の削減やオフショア開発の拡大によるコスト低減が寄与し、増益基調を辿ろう。

(\*)用語説明は、90頁をご参照下さい。

### 1. 業界環境

2013年度は市場拡大が継続、2014年度以降も緩やかな拡大基調が続く見通し

- 2012年度の情報サービス市場は、5年振りの拡大が見込まれる（図表1）。
  - ✓ ソフトウェア開発（情報システムの構築など）は、リーマンショックや東日本大震災以降、先送りしてきた更新案件の顕在化に加え、震災を契機にユーザー企業のBCP対策の見直しが進み、バックアップシステムの構築といった新たな需要が喚起されたことなどが寄与し、拡大に転じよう。
  - ✓ アウトソーシング（情報システムの管理・運用など）は、4年振りのプラス成長が見込まれる。ユーザー企業では、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るニーズが強いうえ、データセンターの利用がBCP対策の一環として増加していることが寄与する見込み。
- 2013年度は、市場の伸び率は鈍化するものの、プラス成長を維持しよう。
  - ✓ ソフトウェア開発は、市場の縮小局面入りを予想していた従来の見通しに反して、市場の拡大が続く見通し。
  - ✓ 従来の見通しでは、ユーザー企業の間で、「安価なオフショア開発<sup>(\*)</sup>の利用加速」、「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<sup>(\*)</sup>」や、「安価なクラウド型サービスの採用拡大」といったIT投資効率化の動きが広がることで、2013年頃を境に市場は縮小局面入りする公算大としてきた。
  - ✓ ただし、ここへきてBCP対策や普及の進むクラウドに関連するシステム投資需要が新たに増加しており、これらの需要増がIT投資効率化によるマイナス影響を打ち消すと見込まれるため、市場は拡大基調で推移しよう。

図表1：情報サービス市場の推移

（単位：億円、％）

（年度）	2009	2010	2011	2012 （見込）	2013 （予想）	2007=100 とした水準	2014～2015 （予想）	2007=100 とした水準
情報サービス市場	103,744 (▲5.5)	100,168 (▲3.4)	99,463 (▲0.7)	101,372 (1.9)	+1.5%程度	95弱	+0.5～+1.0%	95程度
うちソフトウェア開発	74,550 (▲6.5)	70,995 (▲4.8)	70,847 (▲0.2)	72,646 (2.5)	+1%強	90強	+0～+1%	90強
うちアウトソーシング (注)	21,110 (▲1.8)	20,702 (▲1.9)	20,502 (▲1.0)	20,663 (0.8)	+3%弱	105弱	+1.5～+2.5%	105強

(注)1. 「計算事務等情報処理」と「システム等管理運営受託」の合計。

2. ( )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

- ✓ アウトソーシングは、ユーザー企業におけるコスト削減ニーズが根強いことに加え、2012年度に新設ピークを迎えたデータセンターの本格的な運用開始が見込まれるため、一段と成長が加速しよう。
- 2014～2015年度の情報サービス市場は、小幅の拡大基調を維持する見通し。
- ✓ ソフトウェア開発は、ユーザー企業のIT投資効率化に伴うマイナス影響が続くものの、金融機関の大型システム統合に関連する特需が見込まれるほか、IFRSへの対応に伴う需要増加<sup>(\*)</sup>も期待できるため、小幅の市場成長が続こう。
- ✓ アウトソーシングは、安定成長が続くものの、新設データセンターの運用開始に伴う需要増の一巡や競合激化に伴うサービス価格の下落を背景に、市場の伸び率は鈍化する見通し。

## 2. 企業業績

2013年度以降も増収増益基調を辿る見通し

- 2012年度の情報サービス大手8社の業績は、増収増益となる見込み（図表2）
    - ✓ 売上高は、更新需要の顕在化を背景としたソフトウェア開発案件の増加を主因に、前年比4%弱の増収となる見込み。
    - ✓ 損益面では、不採算案件の削減や震災後の受注低迷期に取り組んだ人件費を中心とする固定費削減が寄与し、前年比約9%の増益となろう。
  - 2013年度以降も、引き続き増収増益基調を辿る見通し。
    - ✓ 売上高は、市場の伸びを上回る水準で成長しよう。規模に勝る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<sup>(注1)</sup>、一部の上位企業においては、海外拠点を拡充することで、日系ユーザー企業の海外進出に関連する需要を相応に取り込めることも寄与する見込み。
    - ✓ 損益面では、不採算案件の削減が一段と進むうえ、オフショア開発の利用拡大による開発コストの低減などが貢献し、増益が続こう。
    - ✓ このように、大手企業は堅調な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<sup>(注2)</sup>は、ユーザー企業のIT投資効率化を背景としたオフショア開発の拡大やクラウド型サービスの普及による受託量の減少の影響を大きく受けるため、厳しい状況が続く公算が大きい。
- (注1) 情報システムの保守・運用を手掛けるアウトソーシング事業の場合、過去の運用実績が豊富で、データセンターなどの設備の充実している大手事業者が優位となりやすい。
- (注2) 参入企業約2万社のうち、売上規模が1,000億円を超える大企業は僅か十数社にとどまり、売上高10億円未満の事業者が約8～9割を占めている。このため、数少ない大手事業者（元請け）を頂点に、中堅・中小企業（下請け）が重層的に連なる業界構造となっている。

図表2：情報サービス大手8社の業績推移

(単位：億円、%)

年度	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2014～2015 (予想)	
						2007=100 とした水準	2007=100 とした水準
売上高	28,416 (▲4.4)	28,311 (▲0.4)	29,462 (4.1)	30,526 (3.6)	+2%程度	105強	+1.5%前後 110弱
営業利益	1,907 (▲20.2)	1,803 (▲5.5)	1,961 (8.8)	2,130 (8.6)	+6.5%弱	95弱	+4.0～+4.5% 100程度
営業利益率	6.7	6.4	6.7	7.0	7.5%弱	-	7.5%強 -

(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フィールディング、新日鉄住金ソリューションズ、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

### 3. 成長分野の開拓に向けた動き

#### (1) 海外展開

今後、現地ユーザー企業との取引拡大が重要に

- 近年、わが国情報サービス事業者は、コスト削減の一環として中国を中心にアジア地域にオフショア開発拠点を設立してきたほか、海外進出を図る日系ユーザー企業の現地サポートを目的として海外拠点を拡充させてきた。
- しかしながら、こうした取り組みは、いずれも「日系ユーザー企業との取引維持・拡大」を意識したものであり、「現地ユーザーとの取引開拓」は進んでいない。
- 今後、中期的に国内既存市場の大幅な成長が見込みがたいなか、わが国情報サービス事業者にとっては、成長市場である海外において現地ユーザーとの取引拡大を図ることの重要性が高まろう。
- この点、情報サービス業界は、国ごとに言語や商慣習の違いがあるため、まずは現地パートナーとの提携や買収を通じて「顧客基盤・人材・ブランド力」を確保し、地域に根ざした事業展開を図りつつ、金融や流通など各社の持つ強みを活かし、現地でのビジネスを拡大させていくといった取り組みが求められよう。

#### (2) 新規事業

情報サービス各社が注力する「ビッグデータビジネス」

- 足元、情報サービス事業者はビッグデータビジネスへの対応を強化している。
- この背景として、 厳しい事業環境が続く国内ユーザー企業の間で、経営戦略を高度化させたいとのニーズ<sup>(注)</sup>が高まっている一方、 わが国情報サービス事業者としても、主力の国内市場で新たな事業機会を創出し得る同ビジネスへの取り組みを収益拡大策の1つとして積極化させていることが挙げられる。
- もっとも、大半のユーザー企業は、ビッグデータを活用するために不可欠となるデータの「収集・蓄積・処理」を行うインフラ基盤をそもそも構築できておらず、市場の本格的な立ち上がりには相応の時間を要する公算が大きい。
- 加えて、ビッグデータの分析業務では、当のユーザーでさえ気付いていない新たな知見の提供が求められるため、数理統計の知識とユーザー企業の業務知識を併せ持つ専門技術者の存在が欠かせないが、これまで同業務を本格的に手掛けてこなかったわが国の情報サービス事業者は、かかる人材を殆ど確保できていない。

(注) ビッグデータの活用により、これまで実現の難しかった精緻な需要予測や消費者のニーズの把握など、経営戦略の高度化に資する知見・情報の取得が可能になるとみられる。

図表 3：成長分野の開拓に向けた取り組み

分野	企業	概要
海外	NTTデータ	2012年にアルゼンチン、米国、豪州のソフトウェア開発事業者を買収。現地での事業基盤を拡大し、早期に海外売上比率を25%まで引き上げる計画
	野村総合研究所	2012年にインドのソフトウェア開発事業者を買収。オフショア開発拠点として活用しながら、証券会社向けシステムの現地展開を図る方針
新規	日立製作所	2011年に「ビッグデータ利活用サービス」の提供を開始。2015年度には、同事業の売上高目標として1,500億円を計画
	NTTデータ	2012年にデータ分析を行う米MarkLogic Corporation社と提携。また、統計分析を専門とする数理システム社を買収し、データ分析分野の強化を図る方針
	伊藤忠テクノソリューションズ	2012年にビッグデータビジネス強化に向けた社内横断組織を設置。SAS Institute Japan社と協業し、ソリューション業務に注力していく方針

(資料) 各種報道資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

- このため、わが国情報サービス事業者は、まずはユーザー企業のインフラ基盤づくりを支援しつつ、中長期的に予想される同ビジネスの本格普及を見据え、足元から、「データ分析」、「分析結果の適用」といった業務の強化を図るべく、専門技術者を抱えるデータ分析支援会社とのアライアンスや社内での人材育成といった取り組みに注力していく必要がある。

## 【用語説明】

BCP	Business Continuity Plan の略。自然災害・テロ・火災等の緊急時にも、事業を継続・早期復旧するために企業が取り組む「事業継続計画」のこと。東日本大震災を契機に BCP 対策を見直す企業が増加しており、耐震性や予備電源の安定性といった面で優れるデータセンターの利用やバックアップシステムの開発などの需要が高まっている。
クラウド	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を指す。 ユーザーからみると、個別に IT 資産を保有する必要がなくなるため、情報システムへの投資負担を減らせるといったメリットがある。 一方、情報サービス事業者からみると、IT 資産の共有化に伴って受託業務の絶対量が減少していくため、基本的には減収要因になると予想される。もっとも、ユーザーのクラウド導入にあたっては、初期のシステム構築やクラウド環境で利用するアプリケーションの開発などの需要が発生するため、クラウドが急速に普及するとみられる先行数年に限っては、これらの需要増加に伴う増収効果が期待できる。
オフショア開発	1 次請け企業（もしくはユーザー企業）が、情報システムの構築業務の一部（比較的単純だが人手の嵩むプログラミング・テスト工程など）を海外企業へ委託すること。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、導入費用の削減や導入期間の短縮などのメリットがある。わが国のユーザー企業は、独自の業務フローなどを採用できるスクラッチ開発を好む傾向が強かったが、近年では、IT 投資効率化を背景にパッケージソフトを活用する動きが広がっている。
IFRS への対応に伴う需要増加	わが国において、国際会計基準 IFRS（International Financial Reporting Standards の略）を強制適用するかどうかについての決定は、現状では 2013 年以降に先延ばしされる見通し。仮に 2013 年に適用決定となった場合、最短で 2018 年 3 月期頃より適用開始となる公算が大きく、関連する情報システム導入がピークを迎えるのは 2015～2016 年頃と予想される。
ビッグデータビジネス	従来の IT 技術では管理や処理が困難であった「ビッグデータ」と呼ばれる大量かつ多様なデータ（たとえばソーシャル・ネットに無数に書き込まれる商品の評価・感想など）から、事業に役立つ新たな知見を得て、ユーザー企業の事業活動改善の支援へと結びつけるビジネス。同ビジネスは、ビッグデータを収集・蓄積・処理したうえで、そのデータを分析し、得られた知見をユーザー企業の事業活動に活用する、という 3 段階に区分される。

（2012.12.20 岡田 翔太、西浦 秀治）

## 14. 小売概況

### 【要約】

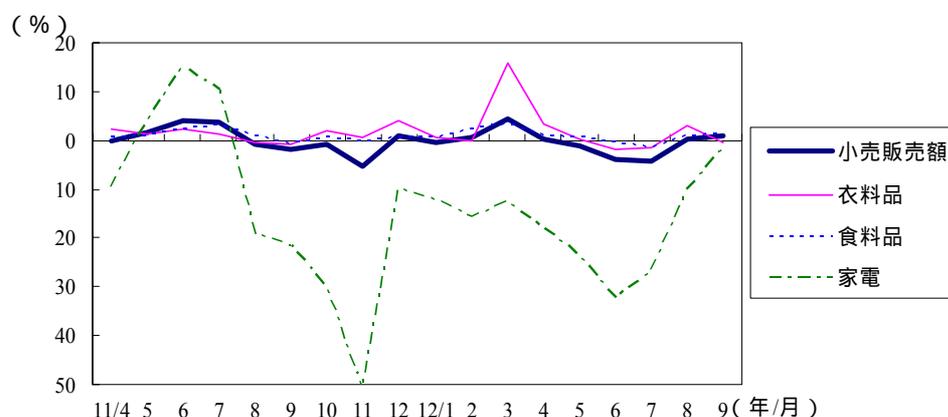
- ◇ 小売販売額は、所得環境が緩やかな改善にとどまるとみられるなか、消費に占める物販比率の低下が続くことから、2013年度以降も減少基調を辿ろう。
- ◇ 主要業態の動向をみると、業態間競争が厳しさを増すなか、他業態との提携や買収により、品揃えや顧客基盤の拡充に向けた動きが本格化しよう。

### 1. 業界環境

小売販売額は減少基調が続く

- わが国の小売販売額（除く自動車小売、燃料小売）は、所得環境の長期低迷や消費トレンドのモノからサービスへのシフトといった構造的要因を背景に、1991年度の約129兆円をピークに減少基調が続く。
- 2012年度の小売販売額をみると、年度前半は、個人消費が震災後の落ち込みから持ち直すなか、食料品や衣料品こそ前年を僅かながら上回ったものの、家電が地上波デジタル放送への移行に伴う駆け込み需要の反動から大幅に減少したため、全体では前年を下回った（図表1）。年度後半は、前述の家電の反動減の影響一巡により底入れするとみられるが、通期では年度前半の落ち込みを主因に前年比0.6%の減少となる見込み（図表2）。
- 2013年度以降も、所得環境が緩やかな改善にとどまるなか、小売市場の構造的な縮小基調に著変なく、小売販売額は減少基調を辿る見通し。

図表1：商品別の小売販売額の推移（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

図表2：小売販売額の推移

（単位：十億円、%）

（年度）	2007	2008	2009	2010	2011	2012 （見込）
小売販売額	105,858 (0.2)	105,598 (▲0.2)	103,669 (▲1.8)	104,808 (1.1)	105,343 (0.5)	104,726 (▲0.6)

（注）1.（ ）内は前年比伸び率。

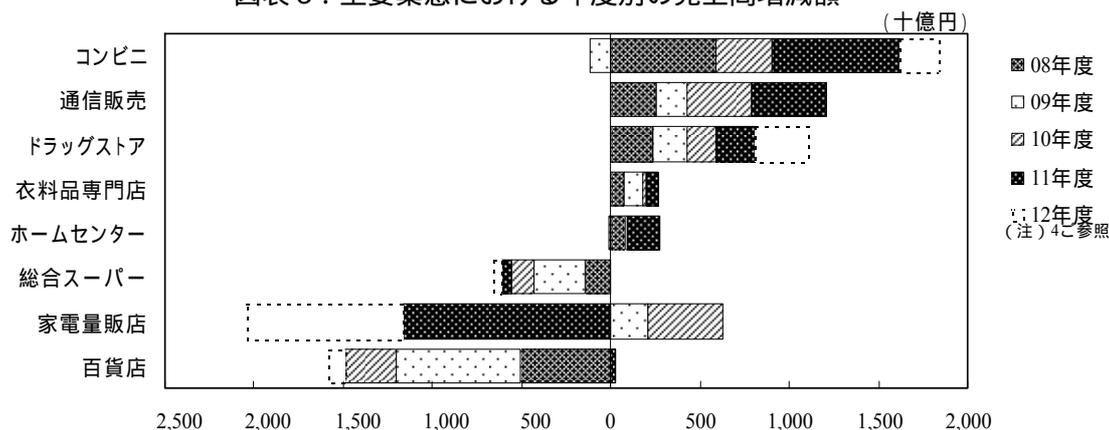
2. 小売販売額は、自動車小売と燃料小売を控除した数値。

（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

総合業態から専門業態へ顧客シフトが続く

- 主要業態の動向をみると、百貨店・総合スーパーなどの総合業態が売上高を減少させる一方、特定の商品分野に強みを持つ専門業態（ドラッグストア・ホームセンターなど）や通信販売が売上を伸ばす傾向に大きな変化はない（図表3）。
- これは、総合業態の商品分野のなかでも衣料品や日用品・家具などでは、豊富な品揃えと低価格を具備した専門業態や、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。

図表3：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. 衣料品専門は、ファーストリテイリング（国内ユニクロ事業）しまむら（単体）青山商事（単体）AOKIホールディングス（ファッション事業）西松屋チェーンの5社。  
 3. 総合スーパーの対象企業は、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12社。  
 4. グラフ上の点線四角は、コンビニ、ドラッグストア、家電量販店、百貨店が2012年度見込、総合スーパーが2012年度第2四半期までの累計の前年比増減。通信販売、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、有価証券報告書をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

品揃えや顧客基盤の拡充に向けて他業態との提携や買収が本格化

- わが国小売市場が縮小基調を辿るなか、各業態とも既存の商品構成や顧客基盤では売上拡大を期待し難いことから、他業態だけでなく周辺産業からも顧客の取り込みを図る動きがみられる。
- 具体的には、顧客流出が続く総合業態や、市場が急減する家電量販店においては、不採算な自社売場を大幅に縮小し、有力な専門店の導入等により品揃えの幅を広げることで、集客力の強化を図っている。
- また、コンビニでは、生鮮食品や惣菜、割安なPB商品の拡充に加え、コーヒーマシンや軽食スペースの導入により、スーパーなど他業態だけでなく、喫茶店やカフェといった外食産業からも顧客獲得に成功している模様。
- 今後についても、わが国市場の縮小を背景に、業態の垣根を越えた顧客獲得競争が一段と厳しさを増すとみられるなか、他業態との提携や買収により、品揃えや顧客基盤の拡充を図る動きが本格化すると予想される。

### 3. 成長分野の開拓に向けた動き

#### (1) 海外展開

わが国の卸企業や物流企業との連携強化を図る動きが加速

- 世界の小売市場を展望すると、わが国市場が長期に亘り低迷する一方、アジアを中心とした新興国では中間所得者層の拡大や外資規制の緩和を背景に、市場拡大が見込まれる（次頁付表）
- かかる状況下、小売各社はアジアでの出店を加速（図表 4、5）。業態別にみると、高い競争力を有するコンビニが海外店舗数の急拡大を見込むほか、国内では成長を見込み難い百貨店やスーパーも海外での出店強化に乗り出している。
- 今後は、アジア市場の成長鈍化を背景に、現地や欧米など外資系企業との競争が激化すると予想されるなか、現地での生き残りをかけ、これまで以上に他社との差異化を図る動きが加速する見通し。
- 具体的には、現地系や欧米系に多い低価格型ではなく、わが国の商社や卸、物流企業と連携して高鮮度な商材供給を実現するなど、わが国小売業が得意とする高品質な商材やサービスを提供する付加価値型の事業展開が求められよう。

図表 4：主要業態の国内外の店舗数の増減

(単位：店舗)

(年度)	2007	2012	07-12 増減
コンビニ	56,786	83,945	27,159
国内	29,115	36,531	7,416
海外	27,671	47,414	19,743
スーパー	635	667	32
国内	590	592	2
海外	45	75	30
百貨店	89	82	▲7
国内	43	36	▲7
海外	25	16	▲9

(注) コンビニはセブンイレブン・ジャパン、ローソン、ファミリーマート、サークルK サンクス、ミニストップの5社、スーパーはイオン、イトーヨーカ堂の2社（GMSのみ）、百貨店は三越伊勢丹、高島屋の2社の店舗数。  
 (資料) 経済産業省、各社 IR 資料をもとに三菱東京 UFJ 銀行企業調査部作成

図表 5：海外市場の取り込みに向けた動き

企業名	概要
三越伊勢丹ホールディングス	2014年までに海外店舗数を現状の13店から20店まで拡大。中国と東南アジア（マレーシア）に出店予定
イオン	中国で食品卸の三菱食品、三菱商事と組んで、日本と同水準の高鮮度の商材を取り扱う食品スーパーを出店予定 カルフル（仏）のマレーシア事業を買収
ローソン	日本型コンビニの運営ノウハウを活かし、中国に400店、インドネシアに100店の新規出店を計画
ファミリーマート	2015年度までに海外店舗数を25,000店舗（現状11,723店舗）、海外利益貢献度を2割まで拡大する方針

(資料) 新聞記事、各社 IR 資料をもとに三菱東京 UFJ 銀行企業調査部作成

## (2) 新規事業

商品宅配ビジネスでの採算確保に向けて異業種企業との連携が進展

- 国内では、高齢者人口、単身世帯、共働き世帯の増加といった社会構造の変化に対応すべく、ネットスーパーやネット通販など、商品宅配ビジネスのモデル構築に向けた動きが相次いでいる（図表6）。
- もっとも、商品宅配ビジネスは、市場拡大が期待されるものの、新規参入の小売各社にとっては、新たなシステム投資や配送網の構築などが不可欠であるため、採算確保の目途が立っていないケースが散見される。
- 今後は、商品宅配ビジネスの収益性を改善すべく、小売各社がノウハウを持たないというえ、採算面でネックとなる配送業務の効率化（低コスト化）を狙って、物流企業に限らず、様々な分野において個人向け配送を展開する異業種企業との連携が進展すると予想される。

図表6：成長分野の開拓に向けた取り組み

企業名	概要
イオン	ヤマト運輸、郵便事業会社（日本郵政）と組み、2014年度を目途にネットスーパー事業を全国展開する計画
セブン&アイ・ホールディングス	ネットスーパー、通販事業を強化し、2014年度には同事業の売上高を5,000億円（2011年度の3倍）まで引き上げる計画

（資料）新聞記事、各社 IR 資料をもとに三菱東京 UFJ 銀行企業調査部作成

## Appendix

付表：世界の小売市場の見通し

（暦年）	単位	2009	2010	2011	2012 （見込）	2013 （予想）	2007=100 とした水準
世界市場	十億米ドル %	5,554 (▲1.8)	5,859 (5.5)	6,163 (5.2)	6,439 (4.5)	+4～+5%	125弱
日本	十億米ドル %	1,337 (▲1.8)	1,352 (1.1)	1,359 (0.5)	1,351 (▲0.6)	0～1%	100弱
米国	十億米ドル %	2,643 (▲6.9)	2,753 (4.2)	2,846 (3.4)	2,935 (3.1)	+2～+3%	110弱
欧州	2005年=100 %	101 (▲2.5)	101 (0.9)	101 (▲0.5)	100 (▲0.4)	0%程度	95強
アジア	十億米ドル %	1,574 (8.3)	1,754 (11.4)	1,958 (11.6)	2,153 (10.0)	+10%程度	180程度
中国	十億米ドル %	1,056 (9.1)	1,191 (12.8)	1,341 (12.5)	1,484 (10.6)	+11%程度	190程度
インド	十億米ドル %	229 (10.7)	258 (12.8)	294 (13.7)	329 (12.0)	+12～+13%	200強
東南アジア	十億米ドル %	289 (3.6)	304 (5.4)	323 (6.2)	341 (5.4)	+5～+6%	135強

- （注）1.（ ）内は前年比伸び率。  
 2. 世界市場は、日本、米国、アジアの合計値。  
 3. 東南アジアは、インドネシア、タイ、マレーシア、シンガポール、ベトナム、フィリピンの6カ国の合計値。  
 4. 各国通貨のドル換算レートは、2012年10月時点のレートを採用。  
 5. 日本のみ年度。

（資料）Euromonitor、経済産業省、Eurostat をもとに三菱東京 UFJ 銀行企業調査部作成

（2012.12.28 中島 崇夫）

## 15. 百貨店

### 【要約】

- ◇ 2013年度の百貨店販売額は、消費増税前に高額品需要の増加が見込まれるものの、他業態との集客競争が続き、減収基調を辿る見通し。一方、2014年度以降は増税後の反動減が見込まれるため、減収ピッチが加速する公算大。
- ◇ 大手3社の業績は、2013年度は微減収ながら増益、2014年度以降は、市場縮小に伴う減収幅の拡大に伴い減益に転じる見通し。

(\*)用語説明は、96頁をご参照下さい。

### 1. 業界環境

- 2013年度は微減収にとどまるものの、消費増税後は減収幅が拡大する見通し
- 2012年度の百貨店販売額は、旗艦店の増床や改装に伴うプラス効果はあったものの、専門店や大型SCとの競合を背景として不採算店舗の閉鎖や既存店売上高の低迷が続いたことから、前年比1.1%の減収となる見込み(図表1)。
    - ✓ 既存店売上高は、時計や宝飾品といった高額商材が震災以降堅調に推移しているものの、主力の衣料品(販売構成比3割強)が、豊富な品揃えと低価格を武器に拡大する有力専門店や駅ビルとの競合を主因に不振が続いていることから、前年割れとなる見通し。
    - ✓ 大丸東京店、阪急うめだ本店といった旗艦店の増床があった一方、地方都市を中心に不採算店舗の閉鎖が続いたため、売場面積も前年比1.9%減となる見込み。もっとも、売場効率をみると、新店効果や高額商材の好調を主因に小幅ながら改善する見通し。
  - 2013年度にも大型店舗の改装オープンが予定されているうえ、消費増税前に高額品需要の盛り上がり期待されるが、個人消費の回復に力強さが欠けるなか、他業態への顧客流出に歯止めが掛からず、前年比1%強の減収が続く見通し。
    - ✓ 他業態との競合が続くなか、高額品の好調も衣料品の不振をカバーするには至らず、既存店売上高は前年比2%程度の減少が見込まれる。
    - ✓ 伊勢丹新宿本店の改装オープンやあべのハルカス近鉄本店の一部先行オープンが計画されているものの、銀座再開発に伴う売場面積の減少や不採算店舗の縮小が見込まれるため、売場面積はほぼ前年並みで推移する見込み。
  - 2014~2015年度は、他業態との競争激化に消費増税後の高額品需要の反動減が追い討ちを掛けて、販売額の減少ピッチが加速する可能性が高い。

図表1：百貨店販売額

(単位：十億円、%)

(年度)	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2007=100 とした水準	2014~2015 (予想)	2007=100 とした水準
百貨店販売額	6,478 (▲9.7)	6,192 (▲4.4)	6,216 (0.4)	6,146 (▲1.1)	1%強	80弱	4~5%	70強

(注)( )内は前年伸び率。

(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

- 2013年度は微減収ながら増益、2014年度以降は減益に転じる見通し
- 2012年度の企業業績は、大型店舗の増床・改装に伴うプラス効果を主因に、増収増益となる見込み（図表2）。
    - ✓ 大手3社は店舗が比較的都心部に集中しているため、既存店売上高の減収が小幅にとどまるうえ、10月に増床オープンした大丸東京店や、高島屋東京店、銀座三越等の改装効果が大きく、前年比0.9%の増収となる見込み。
    - ✓ 損益面では、利幅の大きい衣料品の不振を背景として粗利率が低下するとみられるうえ、増床・改装に伴う費用の増加が見込まれるものの、人件費を中心とした固定費削減に注力し、増益を確保する見通し。
  - 2013年度は、店舗の改装効果や高額品需要の増加が見込まれるものの、閉店等に伴う売場面積減少の影響が大きく、微減収となる見込み。一方、損益面では、粗利率の改善に向けた取り組みに加え、販売管理費の削減を進め、増益となる公算大。
    - ✓ 売上高は、伊勢丹新宿本店の改装オープンに伴う増収に加え、消費増税前的高額品の需要増が見込まれるものの、不採算店舗の閉店と銀座再開発に伴う店舗の一時閉鎖の影響が大きく、小幅ながら減収となる見通し。
    - ✓ 損益面では、百貨店が商品企画を行いメーカーと直接取引するプライベートブランドや、買取仕入<sup>(\*)</sup>を行う自主編集売場の強化を通じて粗利率の下げ止まりを図るほか、売場のテナント化に伴う従業員の減少等、経費の削減も進むとみられることから、5%弱の増益が見込まれる。
  - 2014～2015年度は、消費増税後的高額品需要減に伴う既存店売上高の低迷が予想されることから、減収幅が拡大する公算大。また、損益面では引き続き固定費削減が進むとみられるものの、減収に伴うマイナス影響が大きく、減益を強いられよう。
  - 市場低迷が長期化するなか、大手3社はテナント化の進展やオリジナル商品の開発など各社各様の方向性を見定めつつあるが、業界内には次なる一手を打ち出せていない中小百貨店も多く、大手との業績格差は一段と拡大する可能性が高い。

図表2：百貨店大手3社の業績（単体）

（単位：億円、％）

（年度）	2009	2010	2011	2012 （見込）	2013 （予想）	2014～2015 （予想）		
						2007=100 とした水準	2007=100 とした水準	
営業総収入	23,203 (▲10.9)	20,014 (▲13.7)	19,802 (▲1.1)	19,990 (0.9)	1%弱	70程度	3%弱	65強
営業利益	141 (▲67.9)	289 (105.7)	344 (19.0)	397 (15.3)	+5%弱	50弱	10%程度	40弱
営業利益率	0.6	1.4	1.7	2.0	2%程度	-	2%弱	-

- （注）1. 対象企業は高島屋、三越伊勢丹、大丸松坂屋。  
 2. ( )内は前年比伸び率。  
 3. 2010年4月、三越伊勢丹は地方7店舗の分社化を行った。  
 （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】

買取仕入 商品仕入の時点で所有権が百貨店へ移る取引形態のことで、売れ残りの在庫リスクは百貨店が負う。通常、百貨店は「消化仕入」という形態で仕入を行うが、この場合所有権は最終ユーザーに販売されるまでメーカー側にあり、在庫リスクはメーカーが負う。

（2012.12.28 別所 香子）

## 16. スーパー

### 【要約】

- ◇ 2013～2015年度のスーパー販売額は、顧客層の拡大やドミナントの強化を企図して主要スーパーが出店を増やすものの、他業態を含めた競合激化を背景として既存店売上高が前年割れを続けるため、全体としては減少基調を辿る見通し。
- ◇ 企業業績は、減収傾向が続くなか、粗利益率の維持や経費の削減への取り組みを強化するものの、減収に伴う粗利益減をカバーするには至らず、減益が続く見通し。

### 1. 業界環境

2013～2015年度、前年割れが続く見通し

- 2012年度のスーパー販売額は、価格競争の激化を主因に既存店売上高が落ち込むことを背景に、全体で前年比 2.5%減少する見込み（図表1）。
    - ✓ 売場面積は、食品スーパーなどの新規出店が増加する一方、総合スーパーの不採算店舗のスクラップも進んでおり、前年と同水準となる模様。
    - ✓ 既存店売上高は、前年比 2.5%の減収となる見込み。コンビニエンスストアやドラッグストア等、他業態との競合が激化するなか、大手各社が食料品や日用品の大幅な値下げに踏み切ったことで、価格競争が一段と激化したことに加え、上期には前年のアナログ停波に伴うテレビ販売の反動減が生じたこともあり、前年を下回る公算大。
  - 2013年度は、出店増に伴い売場面積が小幅ながら増加に転じるものの、他業態を含めた競合が一段と激化することから 既存店売上高の前年割れは避けられず、スーパー全体の販売額は前年比 0.5%強の減少となる見通し。
    - ✓ 主要スーパーが、顧客層の拡大やドミナント強化を企図して都心部を中心に小型食品スーパーなどの出店を増やすことから、スーパー全体の売場面積は前年比1%強増加する見通し。
    - ✓ 既存店売上高は、消費増税前に住関連<sup>(注)</sup>の駆け込み需要こそ見込まれるものの、所得環境の回復が緩やかなものにとどまるなか、コンビニエンスストアやドラッグストアなど他業態でも新規出店を増加させる方針を打ち出しており、他業態を含めての競合激化が避けられず、前年比 1.8%の減収となる見通し。
- (注) 住関連には、家具や日用雑貨、家電製品などが含まれる。
- 2014年度以降も、売場面積は僅かながら増加するものの、競合激化を背景に既存店売上高の減収幅が拡大し、スーパー全体の販売額は減少基調を辿るとみられる。

図表1：スーパー販売額の推移

(単位：十億円、%)

(年度)	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2007=100 とした水準	2014～2015 (予想)	2007=100 とした水準
スーパー販売額 <日本チェーンストア協会>	12,696 (▲3.6)	12,365 (▲2.6)	12,778 (3.3)	12,459 (▲2.5)	0.5%強	90弱	1.5～ 2%	85強

(注) 1. 2011年度、企業の統合などに伴い統計対象が変更されている。

2. ( ) 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

## 2. 企業業績

- 2013 年度以降も、減収減益傾向が続く見通し
- 2012 年度の総合スーパー大手 4 社の業績は、売上高が既存店売上高の落ち込みを主因に減収となるほか、損益面でも、不採算店舗の閉鎖などを通じて販管費の削減が図られるものの、追いつかず減益となる公算大（図表 2）。
    - ✓ 売上高は、他業態との競合激化等を背景に既存店売上高が落ち込んだことに加え、不採算店舗の閉鎖を進めたこともあり、前年比 2.1%減少する見込み。
    - ✓ 損益面では、競合激化による粗利益率低下も加わり、粗利益額が大幅減少。不採算店舗の閉鎖等を通じて人件費や賃借料など販管費の削減を行うものの、粗利益減をカバーするには至らず、前年比約 33%の減益となる見込み。
  - 2013 年度は、競合が一段と激化するなか、既存店売上高の前年割れが続くため、減収となる見込み。損益面では、粗利益率の維持や販管費の削減に向けた取り組みを強化するが、減益となる見通し。
    - ✓ 売上高は、新規出店の増加により売場面積が若干拡大するが、他業態も含めた競合激化を背景に、既存店売上高が前年割れを続けるため、4 社合計で前年比 0.5%弱の減収となる見通し。
    - ✓ 損益面では、各社ともに利鞘の厚い PB 商品や惣菜などを拡充することで粗利益率の維持に努めるほか、人件費の削減や広告宣伝費の圧縮等、販管費のコントロールをさらに強化するとみられるものの、減収による粗利益額減少の影響が大きく、減益は免れない見通し。
  - 2014 年度以降についても、オーバーストアの状況下、既存店売上高の回復は見込み難く、各社は引き続き経費削減に取り組むものの、減収減益傾向を迎るとみられる。
  - 自社単独での経費削減余地が狭まるなか、他社との合併・提携の必要性は一段と高まるとみられ、大手各社による地域の有力チェーンとのアライアンスや、中堅以下のチェーンでも、エリアの相互補完を企図した合併や、ボランタリーチェーン（共同仕入機構）を軸としたアライアンスが加速することが想定されよう。

図表 2：総合スーパー大手 4 社の業績

（単位：億円、%）

（年度）	2009	2010	2011	2012 （見込）	2013 （予想）	2014～2015 （予想）	
						2007=100 とした水準	2007=100 とした水準
売上高	48,437 (▲4.5)	46,307 (▲4.4)	50,435 (8.9)	49,361 (▲2.1)	0.5%弱	95強	1～1.5% 95弱
営業利益	237 (▲52.4)	490 (107.0)	740 (51.0)	497 (▲32.9)	10%弱	70弱	40%程度 25弱
営業利益率	0.5	1.1	1.5	1.0	1%弱	-	0.5%程度 -

（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

（2012.12.20 浜崎 玲生）

## 17. コンビニエンスストア

### 【要約】

- ◇ 2013年度のコンビニエンスストアの販売額は、競合激化に伴い既存店売上高の減少が続くものの、各社の積極的な出店を背景に全店ベースでは増加。2014年度以降も同様の展開が予想され、全体の販売額は伸び率こそ鈍化するが、増加傾向を辿る見通し。
- ◇ 大手5社の業績は、2013年度は増収効果により増益、その後は、他業態を含めた競合が激化するなか、店舗コスト等が嵩み、2014年度をピークに減益に転じる見通し。

(\*)用語説明は、100頁をご参照下さい。

### 1. 業界環境

2013年度以降、成長率こそ鈍化するものの、販売額の増加は続く見通し

- 2012年度のコンビニエンスストア（以下、コンビニ）の販売額は、既存店売上高が前年割れに転じるものの、大手各社が新規出店を積極的に行うことで、全店ベースでは前年比2.4%の増加となる見込み（図表1）。
  - ✓ 店舗数は、駅構内や病院、オフィスビル内などを中心に、大手各社が積極的な新規出店を行うことから、前年比3.8%増加。
  - ✓ 一方、既存店売上高は前年比1.4%となる見込み。女性や高齢者向けに惣菜やPB商品の充実化を図ってきたほか、新たな顧客層を開拓すべく店内調理の強化なども進めてきたものの、大幅な店舗増に伴い近隣店舗間での競合が一段と激化したほか、たばこの販売減<sup>(注)</sup>も加わり、客数・客単価が共に減少。
- (注) 2011年度上期、震災の影響でたばこの供給が一時寸断されたが、その後の供給回復過程で、コンビニが優先的に商品を確認し販売を行ってきたため、コンビニでたばこを購入する消費者が増加。2012年度はその影響が剥落した。
- 2013年度も、既存店売上高の前年割れは続くと思われるが、大手各社が新規出店をさらに増加させるため、コンビニ販売額全体では前年比2.5%の増加となる見通し。
  - ✓ 大手各社が駅構内やオフィスビル内など、未だ開拓余地が残るエリアへの出店を加速させるため、店舗数は前年比4%増加する見通し。
  - ✓ 既存店売上高は、前年比1.5%とマイナスを想定。コンビニ各社が顧客層のさらなる拡大を企図して既存店舗の拡張や取扱品目の拡充を行う一方、他業態では、従来コンビニの主戦場であった小商圈向けに小型店舗の出店を増やすほか、惣菜分野を強化する方針を打ち出しており、他業態を含めての競合激化が避けられず、既存店売上高の前年割れが続く見通し。
- 2014～2015年度も、各社が積極的な出店を継続するものの、競合激化に伴う既存店売上高の減少幅拡大を主因に市場の成長性は鈍化、全店ベースのコンビニ販売額の増加幅は1.5～2%で推移するとみられる。

図表1：コンビニエンスストア販売額の推移

(年度)	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2014～2015 (予想)	
						2007=100 とした水準	2007=100 とした水準
コンビニエンスストア販売額	7,859 (▲1.5)	8,171 (4.0)	8,894 (8.9)	9,107 (2.4)	+2.5%程度	125強	+1.5～+2% 130程度
店舗数(年度平均)	42,509 (2.1)	43,219 (1.7)	44,090 (2.0)	45,765 (3.8)	+4%程度	115強	+4%弱 125程度

(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

## 2. 企業業績

- 2013年度は増収増益を維持、2014年度をピークにその後減益トレンドへ
- 2012年度の企業業績は、大手5社合計で増収増益となる見込み（図表2）。
    - ✓ 営業総収入(\*)は、直営店売上高が直営店のFC店舗化(注)に伴い減少するものの、新規に大量出店したFC店舗からのロイヤリティー収入が増加するため、全体では前年比0.8%の増収となる見込み。
    - ✓ 損益面では、ロイヤリティー収入増に伴い粗利益額が増加。一方、経費面では、新規FC店舗の出店増により地代家賃等が増加するが、直営店のFC店舗化を通じた人件費の圧縮などにより、全体の伸びを抑制。その結果、大手5社合計では前年比4.7%の増益となる見込み。
    - ✓ ただし、個別では、店舗・商品開発力の格差を背景に平均日販や既存店売上高伸び率に明確な差が生じるなど、大手5社間の業績格差は顕在化しつつある。
- (注)直営店とFC店舗を比較した場合、FC店舗の方が、店舗のオペレーションコスト(人件費や水道光熱費など)をコンビニ各社が負担する必要がないこと等から、コンビニ各社への収益貢献度は高い。そのため、近年コンビニ各社は直営店のFC店舗化を進めている。
- 2013年度も、大手5社合計では増収増益を確保する見通し。
    - ✓ 営業総収入は前年比1.5%強の増加を予想。他業態を含めた競合激化に伴い直営店売上高や既存店からのロイヤリティー収入が減少するものの、新規FC店舗からのロイヤリティー収入増により、営業総収入全体では増収となる見通し。
    - ✓ 損益面では、出店に伴う店舗コストの増加や既存店の店舗競争力強化を企図した改装費や広告宣伝費などの費用負担が高むものの、ロイヤリティー収入増に伴う粗利益額の増加が上回るため、大手5社合計では増益を確保する見通し。
    - ✓ なお、前年度に顕在化した業績の企業間格差は一段と拡大するため、新たな業界再編に向けた機運が高まることも想定されよう。
  - 2014~2015年度は、既存店売上高の減収幅拡大を主因に営業総収入の伸び悩みが予想されることに加え、出店による地代家賃や、既存店の梃入れのための費用負担が一段と嵩むことから、営業利益は2014年度をピークに徐々に弱含むとみられる。

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)	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2014~2015 (予想)	
						2007=100 とした水準	2007=100 とした水準
[参考] チェーン全店売上高	67,339 (▲0.4)	71,360 (6.0)	77,718 (8.9)	81,313 (4.6)	+3.5%弱	135弱	+2%程度 140程度
営業総収入	12,927 (▲3.2)	13,351 (3.3)	13,750 (3.0)	13,855 (0.8)	+1.5%強	110程度	+0.5%~+1% 110強
営業利益	2,498 (▲13.2)	2,783 (11.4)	3,062 (10.0)	3,206 (4.7)	+3%強	120強	1%強 120弱
営業利益率	19.3	20.8	22.3	23.1	23.5%程度	-	22.5%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. 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】

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(全体の7~8割)」と「直営店売上高(約2割)」から構成される。「FC加盟店舗からのロイヤリティー」はFC加盟店舗の粗利益額に各社で取り決めたチャージ率を乗じたもの。

(2012.12.20 浜崎 玲生)

## 18. 家電量販店

### 【要約】

- ◇ 2013年度の家電販売額は、白物家電を中心に消費増税前の駆け込み需要が見込まれることから僅かながらも増加に転じる公算大。一方、2014年度以降は増税後の反動減に加え、商品単価の下落が響いて市場は縮小基調を辿る見通し。
- ◇ 大手4社の業績は、2013年度は市場の持ち直しに伴い増収増益となる見通したが、2014年度以降は、減収減益を余儀なくされる見通し。

### 1. 業界環境

2013年度は僅かに拡大に転じるが、以降は増税後の反動減で縮小が続く見通し

- 2012年度の家電販売額は、アナログ停波後の薄型TVの販売低迷を主因に、前年比12.4%減と二年連続の二桁減を余儀なくされる見通し(図表1)。
  - ✓ 商品別にみると、薄型TVは価格こそ持ち直しの兆しがみられるものの、需要(台数)がアナログ停波後の反動減により大きく落ち込み、市場は前年比6割の大幅縮小を強いられる見通し。
  - ✓ PCを中心とする情報通信機器は、比較的低価格のタブレットPCの需要増に伴い平均単価が下落するとみられることから、販売額が減少する公算大。
  - ✓ スマートフォンへの買い替えが牽引した携帯電話や、節電効果の高いエアコン・LED照明は好調だったものの、薄型TVの落ち込みを埋めるには至らず、全体では二年連続の大幅なマイナスとなる見通し。
- 2013年度は、薄型TVの回復には期待できないものの、白物家電を中心に消費増税前の駆け込み需要が見込まれるため、市場は持ち直そう。
  - ✓ 薄型TVは、買い替え需要を喚起する新機能に乏しいこともあって低迷が続き、市場はほぼ前年並みの水準にとどまる見通し。
  - ✓ もっとも、エアコンや冷蔵庫等の白物家電は、消費増税前の駆け込み需要が予想されるうえ、省エネ機能の高い商品に注目が集まるなか単価の大幅下落も見込み難いことから、好調を維持できる見込み。
  - ✓ 携帯電話も前年並みの水準で推移するとみられるため、全体としてみると市場は僅かながらプラスに転じる可能性が高い。
- 2014~2015年度は、薄型TVの買い替え需要が徐々に増加しようが、白物家電が消費増税後の反動減に見舞われる可能性が高いうえ、情報通信機器の単価下落が続くとみられることから、市場は再び縮小基調に転じる見通し。

図表1：家電販売額

(単位：十億円、%)

(年度)	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2007=100 とした水準	2014~2015 (予想)	2007=100 とした水準
家電販売額	7,842 (2.7)	8,262 (5.4)	7,100 (▲14.1)	6,223 (▲12.4)	+0~+1%	80強	2%程度	80弱

(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

- 2013年度は増収増益ながら、2014年度以降は減収減益を強いられる公算大
- 2012年度の企業業績は、買収効果により小幅な増収見込みだが、市場縮小に伴う売場効率の悪化が響いて減益を余儀なくされる見通し(図表2)。
    - ✓ 大手4社の売上高は、M&Aによる影響を除けば(注)薄型TVの販売不振を主因とした市場縮小が響いて、売場効率の悪化と出店計画の見直しを余儀なくされていることから減収となる見込み。
    - ✓ 損益面では、人件費を中心とした固定費削減を進めるものの、減収に伴うマイナス影響が大きく、2期連続の減益を強いられる公算大。
  - 2013年度は、市場の持ち直しを主因に増収が予想されるうえ、損益面でも粗利率の改善を背景に増益を確保できる見通し。
    - ✓ 売上高は、消費増税前の駆け込み需要を主因とした売場効率の好転が予想されるほか、新規出店も継続するとみられるため、前年比3%程度の増収となる見込み。
    - ✓ 損益面では、年々勢いを増すインターネット通販との販売競争が収益性の下押し圧力になるものの、薄型TVの過度な販売競争の一巡に加え、利幅の大きい白物家電の販売好調を背景に粗利率が改善するとみられるほか、人件費等のコストコントロールも進み、営業利益は2割強増加すると予想される。
  - 2014~2015年度は、更なる出店が進むとみられるものの、市場が縮小に転じるなか売場効率が悪化し、1%程度の減収を余儀なくされる見込み。また、損益面でも、大手量販店の出店余地が限界に近づきつつあることを勘案すると、大手間のシェアの奪い合いが激化する可能性が高いうえ、出店経費が重荷となって減益を強いられる見通し。
  - 国内家電市場の回復に多くを期待できないなか、各社は住宅関連事業やリサイクル事業など家電販売以外の新事業育成を急いでいるが、業績へのプラス効果が顕在化するには今しばらく時間を要する可能性が高い。
- (注) ビックカメラによるコジマの子会社化の影響を除くと、7.5%の減収となる見込み。

図表2：家電量販店大手4社の業績(連結)

(単位：億円、%)

(年度)	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2014~2015 (予想)	
						2007=100 とした水準	2007=100 とした水準
売上高	40,931 (6.6)	44,373 (8.4)	38,386 (▲13.5)	38,503 (0.3)	+3%程度	105弱	1%程度 100強
営業利益	1,345 (88.3)	2,100 (56.1)	1,364 (▲35.0)	837 (▲38.7)	+20~+25%	105強	5~10% 90程度
営業利益率	3.3	4.7	3.6	2.2	2.5%程度	-	2%強 -
経常利益	1,620 (55.0)	2,440 (50.6)	1,669 (▲31.6)	1,056 (▲36.7)	+20%弱	90強	5%強 80程度
経常利益率	4.0	5.5	4.3	2.7	3%程度	-	3%弱 -

- (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)の4社。  
 2. ( )内は前年比伸び率。  
 3. 2012年度よりビックカメラはコジマを子会社化した。  
 4. ヤマダ電機によるベスト電器子会社化の影響は未反映。  
 (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

(2012.12.28 別所 香子)

## 19. 陸運

### 【要約】

- ◇ 2013年度は、「生産関連貨物」、「消費関連貨物」が横這いのなか、「建設関連貨物」で輸送量が減少、全体では微減となろう。2014～2015年度も横這い程度が精々とみられる。そのため需給は改善せず、運賃は2013年度以降も弱含む見通し。
- ◇ こうしたなか、燃料価格の上昇もあり、単純輸送主体の中小企業では業績低迷が続く一方、高付加価値サービスに注力する大手は増益基調を維持しよう。

### 1. 業界環境

建設関連貨物の減少により、2013年度以降は貨物の増加が見込み難い

- 2012年度の輸送量はほぼ横這いとなり、運賃は弱含みで推移しよう（図表1）。
  - ✓ 中・大型貨物主体の営業用自動車輸送量は、震災復興工事の顕在化により「建設関連貨物」が前年比2.5%増となるが、年度後半の国内景気減速に伴い「生産関連貨物」が停滞し、全体でも前年比0.3%増にとどまる見通し。運賃は、引き続き事業者数が多く供給過剰が続く、燃料価格も下落するため、弱含む。
  - ✓ 宅配便取扱個数は通販市場の拡大により、前年比3.1%の増加を見込む。
- 2013年度は「建設関連貨物」を中心に減少に転じよう。
  - ✓ 2013年度の輸送量は、景気とともに「生産関連貨物」が横這い程度まで回復するものの、「建設関連貨物」では復興関連以外の官公需縮小を主因に前年比1～2%程度の減少となるため、全体でも微減となろう。そのため運賃上昇は見込み難い。
  - ✓ 宅配便取扱個数は、景気回復が緩やかにとどまるなかでも、通販市場の拡大が続くため、前年比2%弱の増加を見込む。
- 2014～2015年度の輸送量は「生産関連貨物」、「消費関連貨物」が微増となる一方で、「建設関連貨物」が前年比3～4%程度の減少となるため、全体では横這いが精々であり、運賃は弱含みで推移しよう。一方、宅配便は小幅な増加が続く見通し。

図表1：営業用自動車輸送量、宅配便取扱個数の推移

（単位：百万トン、百万個、％）

（年度）	2009	2010	2011 （見込）	2012 （見込）	2013 （予想）	2014～2015 （予想）	
						2007=100 とした水準	2007=100 とした水準
営業用自動車輸送量	3,227 (▲4.4)	3,120 (0.3)	3,111 (▲0.3)	3,121 (0.3)	1～0%程度	90弱	1～0%程度 90弱
生産関連貨物 （機械、金属など）	-	-	1,039	1,017 (▲2.1)	±0%程度	-	+0～1%程度 -
消費関連貨物 （食品、日用品など）	-	-	1,208	1,219 (0.9)	±0%程度	-	+0～1%程度 -
建設関連貨物 （砂利、窯業品など）	-	-	864	885 (2.5)	1～2%程度	-	3～4%程度 -
宅配便取扱個数	3,115 (▲4.0)	3,198 (2.7)	3,365 (5.2)	3,469 (3.1)	+2%弱	105程度	+2%弱 110程度

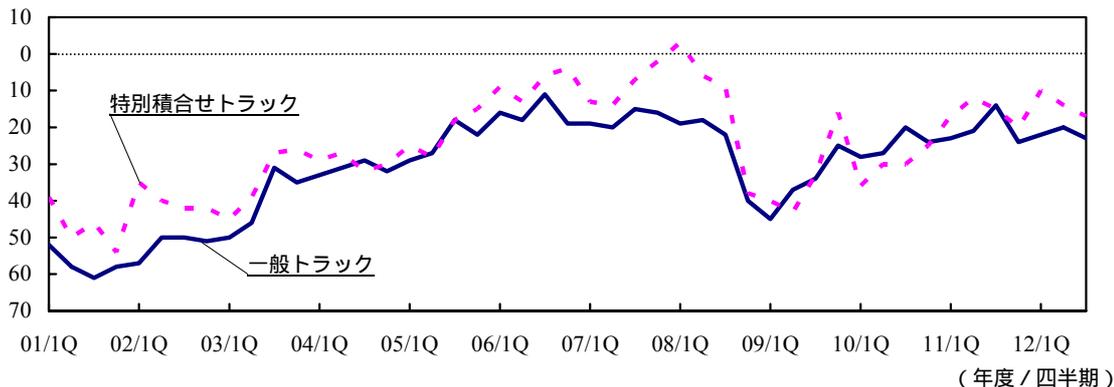
（注）1.（ ）内は前年比伸び率。

2. 2010年10月に調査方法の変更あり。

3. 2010年度の数値は2011年3月の東北、北海道運輸局の数値を含まない。

（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。前期と比べた現在の運賃水準に関して、大幅好転：+2、好転：+1、不変：0、悪化：-1、大幅悪化：-2とし、平均値を100倍して算出。  
 2. 2012年度第3四半期(2012年10~12月)は、同第2四半期(2012年7~9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

2012年度は中小企業の業績がわずかに持ち直す一方で大手は減益を見込む

- 当業界の大半を占める中小運送業者の2012年度の業績は、輸送量がほぼ横這いとなるなか、運賃以上に燃料価格が下落する影響が大きく、わずかに持ち直そう。
- 上場大手5社の2012年の売上高は、増加が見込まれる「建設関連貨物」の取り扱いが少なく、「生産関連貨物」、「消費関連貨物」や国際航空貨物の荷動きが冴えないなかでも、物流関連業務を一括して請け負う「3PL<sup>(注)</sup>」事業や「宅配便」事業などで堅実に売上を確保し、前年比ほぼ横這いを見込む(図表3)。ただし損益面では、国際航空貨物事業の採算悪化に伴い、前年比2.8%の減益となる。

2013~2015年度は中小企業が苦戦する一方で大手の業績が堅調に推移

- 中小運送業者の2013年度の業績は、「建設関連貨物」を中心に輸送量が微減に転じ、運賃の回復が見込み難いうえ、燃料価格も上昇するため苦戦が予想される。同様に、2014~2015年度も厳しい業績が続こう。
- これに対し、大手5社の2013~2015年度の業績は、輸送量が堅調に推移するうえ、前述の高付加価値サービスにより中堅企業からシェアを奪取、国際物流事業の強化も寄与し、増収基調を辿るとみられる。収益面では、売上拡大を背景とした増益が続き、営業利益率3.5%強を確保しよう。

(注) サードパーティーロジスティクス(3rd Party Logistics)。メーカーや卸、小売といった商取引の当事者でない第3者が、配送、保管など個別業務でなく物流業務全般を1社で一括して受注、効率化・コスト削減につながる最適な物流体制を提案する。

図表 3：陸運上場大手5社の業績 (単位：億円、%)

(年度)	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2014~2015 (予想)	
						2007=100 とした水準	2007=100 とした水準
売上高	38,259 (▲6.9)	39,757 (3.9)	41,955 (5.5)	42,121 (0.4)	+0~1%程度	100程度	+1%程度 105弱
営業利益	1,308 (13.8)	1,373 (5.0)	1,547 (12.7)	1,504 (▲2.8)	+1%程度	105弱	+3%強 110程度
営業利益率	3.4	3.5	3.7	3.6	3.5%程度	-	3.5%強 -

(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

### 3. 成長分野の開拓に向けた動き

#### (1) 海外展開

早期の取引基盤構築とコスト競争力の強化が重要

- わが国の貨物量が減少傾向を辿る環境下、日本通運が50%、日立物流は36%まで国際事業の売上高比率を高める目標を掲げるなど、物流企業各社は国際事業を強化している状況。こうしたなか、特に、経済成長が見込まれるアジアでの拠点整備を進めている（図表4）。地域別にみると、中国において拠点拡充の投資を継続しているほか、今後、わが国企業の本格進出が予想されるインド、ベトナム、ミャンマーなど「チャイナ・プラス・ワン」の候補とされる国への進出も目立つ。
- 従来、わが国物流企業は、海外生産拠点との部品・材料の輸出入や保管など、わが国メーカーのサプライチェーンを支える調達物流を主力としてきたが、近年は、これらの地域において経済成長と共に内需拡大が期待されているため、荷主からは国内物流への対応を強く求められている模様。
- わが国物流企業は、国内輸送中心の現地物流企業に比して、物流品質の優位性があるものの、コスト競争力では苦戦を強いられるほか、十分な拠点を有していないケースも多いとみられる。成長分野の需要を獲得するためにも、今後は現地物流企業との提携や出資・買収を通じて、現地化によるコスト競争力強化やネットワークの早期拡充を図る動きが本格化する見通し。

#### (2) 新規事業

異業種提携を通じ、輸送の周辺分野へ進出する動きが活発化

- 国内については、輸送事業だけでの売上・収益拡大が困難となっているほか、わが国物流企業のネットワークやサービス内容などが一定水準に達し、品質面での差異化が図り難いという環境にある。
- こうしたなか、わが国物流企業には、家電メーカーから修理事業を受託し、回収・配送から修理まで自社で行う企業があるほか、商品の企画・販売などの付加サービスを提供する企業もあり、周辺分野への事業領域拡大を通じて取扱貨物の増加、売上の極大化を図る企業がみられるようになっている。
- 今後も物流企業を取り巻く環境の好転は見込み難いため、周辺分野へ事業領域拡大の可能性を探る動きは活発化するとみられる。なかでも、最終消費者との接点増強を図る小売業や個人向けサービス業に関連する分野で提携が増加する見通し。

図表4：成長分野の開拓に向けた取り組み

分野	企業名	概要
海外	日本通運	2012年7月、ミャンマーに連絡事務所を設置。現地法人化を見据え、日系企業の関心が高まる同国の市場調査などを行う
	日立物流	2011年12月、子会社の日新運輸、現地企業と3社合併でベトナムに現地法人設立。アパレル事業の拡大と3PL事業の新規受注を目指す
	SGホールディングス	2012年7月、インドの現地フォワーダーに出資。自社ノウハウと出資先の拠点網を活用し、現地物流の取込と国際ネットワーク拡大を図る
新規	ヤマトホールディングス	家電メーカーから修理事業を請け負い、回収・配送など輸送だけでなく修理まで自社の設備、社員で対応するサービスを展開
	センコー	配送だけでなく、商品の企画・販売までの一貫したサービス提供を図り、包装資材の製造販売、生活雑貨の輸入卸を展開する企業を買収

（資料）各種資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

（2012.12.20 木村 真也）

## 20. 海運

### 【要約】

- ◇ 2013年の海運業界は、定期船、不定期船共に荷動きの増加を上回る新造船の竣工により船腹需給が緩和、運賃の下落基調が続こう。大手3社の業績は、年度終盤にバルカー運賃が持ち直すほか、長期契約の積み上げを図るも、事業環境の本格改善は見込めないため、収益性は低位にとどまろう。
- ◇ 2014～2015年は船腹量の増加ペースが減速し、供給過剰感が僅かながら改善へと向かうため運賃が底打ちし、各社収益も回復傾向を辿るが、収益性は低水準で推移しよう。

(\*)用語説明は、109頁をご参照下さい。

### 1. 業界環境

2014年以降、新造船竣工が峠を迎えると共に業界環境は改善に向かう

- 2012年の海運業界は、輸送量の伸びを上回る新造船の大量竣工が続き、運賃は弱含みで推移(図表1)。
  - ✓ 定期船(\*)の海上輸送量は、東アジア域内では新興国の経済成長を受け、前年比5.6%増と予想される一方、北米向けでは低水準ながら住宅需要が回復を続けたものの、年終盤にはハリケーンなどによる貨物停滞もあり、前年比0.5%の増加にとどまるほか、欧州向けでは欧州債務問題による景気低迷を受け、前年比4.5%の減少に転じると見込まれるなど、航路毎に様相が異なる。
  - ✓ 不定期船(\*)の輸送量は、バルカー(\*)で主要貨物の中国向け鉄鋼石が粗鋼生産の成長鈍化に伴い伸び悩み、前年比2.5%増にとどまる一方、タンカー(\*)では底堅い原油需要を背景に前年比1.2%へと回復する見通し。

図表1：海上輸送量及び船腹量の推移

(単位：千TEU、百万トン、百万DWT、%)

(暦年)		2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2007=100 とした水準	2014～2015 (予想)	2007=100 とした水準	
需要	定期船	アジア発北米航路	11,337 (▲14.8)	13,093 (15.5)	13,144 (0.4)	13,213 (0.5)	+3%強	95程度	+3%程度	100程度
		アジア発欧州航路	11,442 (▲14.8)	13,421 (17.3)	14,049 (4.7)	13,420 (▲4.5)	±0%程度	100程度	+3%強	110弱
		東アジア域内航路	44,050 (▲6.8)	49,400 (12.1)	52,700 (6.1)	55,642 (5.6)	+5%程度	210弱	+5%程度	230程度
需要	不定期船	バルカー(鉄鉱石、 石炭、穀物など)	3,120 (▲2.5)	3,494 (12.0)	3,686 (5.5)	3,778 (2.5)	+3%弱	125程度	+3%程度	130強
		タンカー(原油)	1,793 (▲5.8)	1,858 (3.6)	1,840 (▲1.0)	1,862 (1.2)	±0%程度	100弱	+1%強	100程度
供給	定期船腹量		12,540 (9.2)	13,515 (7.8)	14,706 (8.8)	15,890 (8.1)	+8%程度	-	+6%程度 +3%程度	-
	バルカー船腹量		439 (8.4)	498 (13.3)	576 (15.7)	657 (14.1)	+8～9%程度	-	+3%程度 +1%程度	-

(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。

3. DWTとは載荷重量トン(Dead Weight Tonnage)の略。船舶が積載できる重量を表す。

4. 船腹量は年始と年末の平均値。

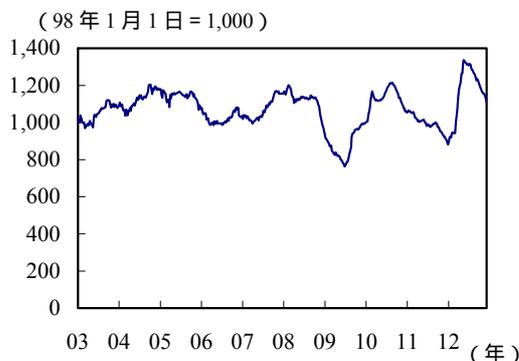
(資料) Fernleys・Clarkson 資料を引用した日本郵船「Outlook for the Dry-Bulk and Crude-Oil Shipping Markets(各年版)」

Drewry・MDS・IHS-Fairplay 資料を引用した日本郵船「世界のコンテナ船隊および就航状況(各年版)」

日本海事センターHP、商船三井HPなどをもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

- ✓ 運賃<sup>(\*)</sup>については、新造船の大量竣工により船腹量が増加し、需給が緩和するため、弱含みでの推移が見込まれる。定期船では、各社が船舶の係留、減速運航、航路の見直しなど船腹供給量の調整に取り組み、同運賃指標である CCFI が 2012 年 1 月から 5 月にかけて上昇したものの、その後は下落基調へと転じているほか、バルカーの運賃指標である BDI も短期間の上昇こそあれ、年初からの低迷に著変はない(図表 2、3)。
- 2013 年は輸送量の増加ペースが回復に向かうものの、新造船の大量竣工が続き需給が緩和するため、運賃は下落基調を継続しよう。
  - ✓ 定期船輸送量は、北米向けが景気の緩やかな持ち直しや住宅需要の底堅い推移により前年比 3%強の増加となり、欧州向けが景気底入れにより横這い程度まで持ち直すほか、経済成長が続く東アジア域内も前年比 5%程度増加する見通し。一方、不定期船輸送量は、バルカーが新興国の資源需要拡大により前年比 3%弱の増加が予想される一方で、タンカーはパイプラインへの代替があるため、横這い程度にとどまる見込み。
  - ✓ 運賃は、定期船、不定期船共に輸送量の成長を上回る新造船竣工があり、需給も緩和するため、下落基調が続こう。ただし、スポット船については十分な収益を計上できる環境になく、引き続き船腹量調整に向けた動きが予想されるため、運賃の下落幅は限定的なものとなる。
- 先進国の景気回復、新興国における資源需要の拡大に伴い輸送量が増加するほか、新造船竣工による船腹量増加ペースが減速し、バルカーでは 2014 年、定期船では 2015 年以降に、船腹過剰感が僅かながら解消へと向かうため、運賃は持ち直そう。

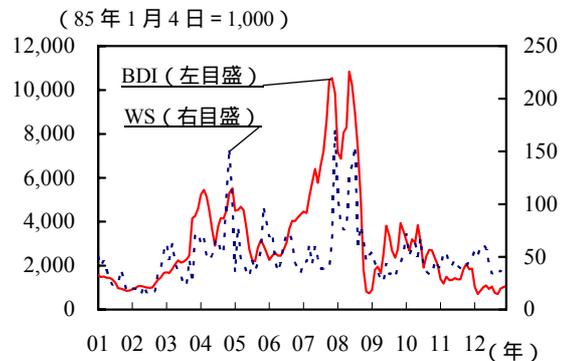
図表 2：定期船の運賃推移 (CCFI)



(注) CCFIは中国発のみを対象としたコンテナ船の運賃指数。

(資料) 上海航運交易所の資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

図表 3：一般バルク船の運賃指数 (BDI) とタンカー運賃指数 (WS) の推移



(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、2011年以前の数値は 2012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、Clarkson社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

2013 年度以降は運賃底打ちにより徐々に回復するも、利益率は低水準にとどまろう

- 外航海運大手 3 社の 2012 年度の業績は増収、黒字転換の見込み（図表 4）。
  - ✓ 売上高は、定期船における運賃水準の上昇や自動車輸送台数の回復により、前期比 6.4% の増収となる見込み。
  - ✓ 損益面では、定期船・不定期船におけるコスト削減により黒字転換を果たすものの、バルカーの運賃低迷でスポット取引の採算が悪化するほか、足元では定期船の運賃も下落基調にあるため、利益水準は低位にとどまる見通し。
- 2013 年度も採算の本格改善は見込み難い。
  - ✓ 2013 年度の売上高は、定期船、不定期船事業共に荷動きが増加するほか、年度終盤には僅かながらバルカーの運賃持ち直しも予想され、小幅な増収を見込む。
  - ✓ 損益面では、バルカーのスポット船の収益性が若干改善するほか、収益の安定した長期契約を積み上げるも、定期船運賃の下落基調により定期船事業の低迷が継続する見通し。前年比 20% 程度の増益となるも、営業利益率はせいぜい 1% 程度にとどまろう。
- 2014 ~ 2015 年度は、定期船、バルカー運賃の持ち直しを主因に増収基調となり、収益も回復傾向を辿るが、営業利益率は 2% 弱と低い水準で推移する見通し。

図表 4：海運上場大手 3 社の業績

（単位：億円、％）

（年度）	2009	2010	2011	2012 （見込）	2013 （予想）	2014 ~ 2015 （予想）	
						2007 = 100 とした水準	2007 = 100 とした水準
売上高	38,833 (▲29.9)	44,579 (14.8)	42,153 (▲5.4)	44,864 (6.4)	+ 1% 弱	80 弱	+ 4 ~ 5% 程度 85 程度
営業利益	▲ 492 (赤字転落)	3,044 (黒字転換)	▲ 891 (赤字転落)	233 (黒字転換)	+ 20% 程度	5 程度	+ 90% 程度 15 程度
営業利益率	▲ 1.3	6.8	▲ 2.1	0.5	0 ~ 1% 程度	-	2% 弱 -

（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

## 3. トピックス

### （1）海外展開

海外拠点整備を通じ、海外荷主への直接営業の強化が進む

- 海外売上高が 8 割に及ぶなど、わが国産業のなかでは、最もグローバル展開が進んでいる業種の 1 つである海運においても、日本の資源需要の伸び悩みが予想される環境下、海外拠点の整備を通じて新興国などの海外荷主との対面営業を強化する動きが継続している（次頁図表 5）。
- 具体例としては、原油の輸送取引獲得を目指したシンガポールへの拠点設置、インドへの日本人常駐トップの配置などが挙げられ、日本からの営業を補完するような小回りの利く営業体制が構築されている模様。
- 新造船の大量竣工により、市況低迷が続くなか、わが国海運企業にとって、海外における資源輸送の受注獲得は一層重要性を増す見通し。今後、海外拠点の拡張に向けた動きが広がると思われるほか、既に拠点網を構築済みの大手については、海外拠点の機能拡充（決裁権限の付与、人員増強など）を通じ、営業体制を強化する動きもみられよう。

## (2) 新規事業

LNG 輸送、海洋事業の需要取り込みのため、安全運航の徹底が求められる

- 邦船社は定期船事業や不定期船事業における運賃低迷を受け、長期契約の獲得が見込める海洋事業(FPSO<sup>(\*)</sup>)など海上資源開発関連の船舶を運航する)や LNG 輸送事業を強化する方針を打ち出している。
- これらの分野では、アジアなど新興国の経済成長に伴う資源輸入量の増加に加え、シェールガス革命により米国の天然ガス産出量が一段と増加し、本格的な輸出に踏み切れれば、従来の想定以上に LNG 売買が活発化し、輸送需要も拡大しよう。
- ただし、今後、こうした事業の一段の強化を図る際には、需給緩和・市況下落のリスクに備え、長期契約のないフリー船への投資を極力回避すべき。荷主が最重要視する安全運航徹底に向け、船員育成などを継続しつつ、着実に実績を積み上げることが必要となる。

図表 5：成長分野の開拓に向けた取り組み

分野	企業名	概要
海外	商船三井	多数の荷主やブローカー(取引仲介業者)がオフィスを構えるシンガポール、ロンドンへ拠点を設置し、需要取り込みを図る
	川崎汽船	ドライバルクの有望市場であるインドの開拓を加速するため、2011年4月に本社役員を現地法人のトップとして常駐させた
	NSユニテッド海運	2011年5月に「南アジア戦略推進班」を設立し、経済成長が見込まれるインドなどの南アジア、東南アジア地域における新規顧客開拓、営業強化を目指している
新規	日本郵船	長期契約による安定収益を見込める LNG 船事業や海洋事業(シャトルタンカー <sup>(*)</sup> 、ドリルシップ <sup>(*)</sup> )などを強化する方針
	商船三井	世界最大級の船隊を誇る LNG 船やタンカーでの長期契約獲得のほか、隣接分野である海洋事業(FPSO、FSRU <sup>(*)</sup> )などへも参画し、安定利益の拡大を目指す

(資料) 各種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	家具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)	大口の素材系貨物(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	運賃は、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。
FPSO	浮体式生産貯蔵積出設備(Floating Production, Storage and Offloading)。海洋上で石油や天然ガスを生産・貯蔵・積出する浮体式設備。
シャトルタンカー	海底油田にある石油基地などから、海上に停泊したまま油を積み込み、石油精製基地までピストン輸送を行う船舶。
ドリルシップ	掘削設備を備えた船。深海において油井に管を通すほか、新しい油井の探査掘削を行う。
FSRU	浮体式再ガス化設備(Floating Storage and Regasification Unit)。LNG 船で輸送された LNG を消費地に近い沖合で受け入れ、パイプラインで輸送するために気体へと戻す。

(2012.12.20 木村 真也)

## 21. 空運

### 【要約】

- ◇ 2013年度の旅客数は横這いが精々、貨物量も減少が見込まれるものの、大手2社の業績は国際線旅客事業の拡大により増収となろう。
- ◇ 2014～2015年度の旅客数は国内線が減少基調を辿るものの、訪日外国人数の増加により国際線が牽引し、全体ではほぼ横這いとなろう。貨物量は輸出入貨物（国際線）を中心に増加する見込み。企業業績は好調な国際線旅客事業に支えられ、増収増益基調で推移しよう。

(\*)用語説明は、113頁をご参照下さい。

### 1. 業界環境

2012年度の旅客数は震災の反動増が見込まれるも、2013年度は微減に転じよう

- 2012年度は震災の反動や好調な日本人の旅行需要により旅客数が増加する一方で、貨物量は世界経済の減速に伴い減少しよう（図表1）
  - ✓ わが国発着の航空旅客数は前年比7.8%の増加となる見通し。国際線旅客数は、震災の反動増に加え、年度前半の円高基調により日本人旅行者が好調に推移したため、通期では同11.4%増で着地するとみられる。同じく、国内線旅客数も反動増により、前年比5.7%の増加を見込む。
  - ✓ 一方、わが国発着の貨物量は前年比4.4%の減少となる見通し。国際線貨物量は世界景気減速に伴い半導体、電子部品の荷動きが減少したことに加え、わが国メーカーでは生産拠点の海外移転や海上輸送へのシフトも発生し、前年比7.2%の減少を見込む。また国内線貨物量は、便数・路線削減の一巡に加え、震災の反動や宅配便など主要貨物の成長もあり、前年比2.2%の増加となろう。

図表1：航空輸送量の推移

(単位：万人、万トン、%)

(年度)	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2014～2015 (予想)	
						2007=100 とした水準	2007=100 とした水準
旅客数合計	12,959 (▲5.9)	13,208 (1.9)	12,688 (▲3.9)	13,684 (7.8)	1～0%程度	95弱	±0%程度 95程度
国際線旅客数	4,572 (▲2.8)	4,991 (9.2)	4,782 (▲4.2)	5,330 (11.4)	+1%程度	105程度	+2～3%程度 110程度
国内線旅客数	8,387 (▲7.5)	8,217 (▲2.0)	7,906 (▲3.8)	8,354 (5.7)	1%強	85強	1%強 85程度
貨物量合計	308 (▲2.7)	336 (9.2)	322 (▲4.0)	308 (▲4.4)	1%強	80程度	+1%程度 85程度
国際線貨物量	206 (▲1.3)	236 (14.4)	227 (▲3.8)	210 (▲7.2)	2%強	80程度	+1%程度 80程度
国内線貨物量	102 (▲5.5)	100 (▲1.5)	96 (▲4.4)	98 (2.2)	±0%程度	90程度	+0～1%程度 90程度

(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」「日本出入航空路線別貨物取扱実績」

日本政府観光局「統計報道発表資料（訪日外客数/出国日本人数）」をもとに

三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

- 2013年度の旅客数は横這いが精々、貨物量も減少を見込む。
  - ✓ 航空旅客数は横這いが精々となろう。国際線旅客数は、新興国を中心に訪日需要が拡大するものの、年度前半に日中間の旅行需要が停滞するため、前年比1%程度の小幅な増加にとどまろう。一方、わが国旅客数の6割を占める国内線旅客数は、生産年齢人口の縮小もあって前年比1%強減少する見込み。
  - ✓ わが国発着の貨物量は前年比1%強の減少を見込む。国際線ではコスト競争力等に勝る海上輸送へ貨物のシフトが続くとみられ、前年比2%強の減少となる一方で、国内線では宅配便など主要貨物の伸びが低位にとどまるため、前年比横這い程度となる見通し。
- 2014～2015年度は、低調な国内線を好調な国際線が補完する傾向が続き、旅客数はほぼ横這いとなろう。一方、貨物量は景気回復に伴い輸出入貨物（国際線）が拡大するため、年率1%程度の増加となる見通し。

## 2. 企業業績

2013～2015年度は増収増益が続こう

- 2012年度の航空大手2社の業績は、増収減益の見込み（図表2）
  - ✓ 売上高は、供給を大幅に拡大している国際線旅客事業を中心に増収が見込まれ、前年比3.5%の増収となろう。
  - ✓ 損益面では、コスト削減が続くものの、燃油費の上昇や一時的に削減していた人件費の正常化に伴い、前期比4.9%の減益となる見通し。
- 2013年度は国際線が牽引し、増収増益を見込む。
  - ✓ 売上高は、国内旅客事業において旅客数の減少により減収となる一方で、国際旅客事業において乗り継ぎの利便性向上と供給拡大を並行させて海外航空会社からのシェア奪取を図り、前年比2%程度の増収となろう。
  - ✓ 損益面では、燃油費の上昇がコスト増要因となろうが、増収効果が大きく、前期比2%程度の増益を見込む。
- 2014～2015年度は首都圏空港の発着枠が拡大するなか、供給量を増加させる国際線が引き続き業績を押し上げ、増収増益基調を辿ろう。

図表2：航空大手2社の業績

（単位：億円、％）

（年度）	2009	2010	2011	2012 （見込）	2013 （予想）	2014～2015 （予想）	
						2007=100 とした水準	2007=100 とした水準
売上高	n.a.	n.a.	26,163	27,081 (3.5)	+2%程度	75程度	+1～2%程度 75強
営業利益	n.a.	n.a.	3,019	2,871 (▲4.9)	+2%程度	170程度	+3～5%程度 180程度
営業利益率	n.a.	n.a.	11.5	10.6	10%強	-	11%程度 -

（注）1. 対象企業は、日本航空、全日本空輸。

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

### 3. 成長分野の開拓に向けた動き

#### (1) 海外展開

中長距離国際線の強化に向け、共同事業がより一層拡大する見込み

- わが国大手航空会社は、燃費効率に優れた新型機投入により日本 - ボストン線など新路線を開設したほか、アライアンス先との共同事業（共同運航、共通運賃の設定など）の拡大により、中長距離国際線を強化している（図表3）。また、併せて、LCC（\*）子会社設立を通じて低価格戦略にも取り組んでいる（詳細後述）。
- この背景には、わが国のオープンスカイ協定（\*）締結国増加や成田空港・羽田空港の発着枠拡大（\*）に伴い、わが国航空会社大手の RPK（\*）のうち1~2割を占める中国・韓国線などの近距離国際線において海外 LCC の参入・増便により競争激化が予想されていることがある。
- 今後、わが国大手航空会社にとっては、LCC の就航が困難な中長距離国際線における収益の維持・拡大がより重要となる見通し。このため、安定需要が見込まれる新路線開設のほか、顧客利便性に優れた運航スケジュールの設定や増便など、アライアンス先との共同事業を深化させ、近隣国からの乗り継ぎ需要も獲得することで座席利用率を高めていく必要がある。

#### (2) 新規事業

わが国向け需要の獲得、競争輸送手段からのシェア奪取に向けた動きが拡大

- 海外 LCC の就航や国内線需要の頭打ちなどを背景に、わが国大手航空会社は2012年に LCC 子会社を設立。成田空港や関西国際空港を拠点とし、低価格のサービス提供を開始した。
- 従来比大幅に低い運賃に設定が国内消費者にも一定程度認知されるに至っており、価格志向の強い消費者の帰省・旅行需要等を発掘しているとみられる。また、各社とも国際線への参入を計画している。
- 今後は、LCC 子会社を通じて、国際線では低価格による日本発の旅行需要喚起のみならず、わが国向けの外国人需要取り込みに向け、各社便数を拡大していく公算が大きい。同時に国内線では、新幹線など既存の競争輸送手段の利便性が高く、従来は航空会社が便数を拡大できなかった路線へ低価格で参入し、シェア奪取を狙う動きが活発化するとみられる。

図表3：成長分野の開拓に向けた取り組み

分野	企業名	概要
海外	全日本空輸	欧米線では、ルフハンザ航空、ユナイテッド航空との共同事業により顧客利便性を高めるなかで、日本 - シアトル線など新路線を設定し、需要を取り込む方針
	日本航空	アメリカン航空、ブリティッシュ・エアウェイズとの共同事業や、新機材による新路線設定により、欧米線での需要獲得を図る
新規 海外	全日本空輸	マレーシアのLCCであるエアアジアなどと合併で「ピーチ」、「エアアジア・ジャパン」を設立し、LCC事業へ参入
	日本航空	オーストラリアのLCCであるジェットスターと合併で「ジェットスター・ジャパン」を設立し、LCC事業へ参入

（資料）各種資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

## Appendix

付表 1：日本に就航中の海外 LCC

会社名	チェジュ航空	エアプサン	イースター航空	ジンエアー	春秋航空
国	韓国	韓国	韓国	韓国	中国
就航路線 (就航年月)	中部-ソウルなど (2009年3月)	成田-釜山など (2010年3月)	成田-ソウルなど (2011年5月)	新千歳-ソウル (2011年7月)	茨城-上海など (2010年7月)
会社名	ジェットスター アジア航空	スクート	エアアジアX	セブ パシフィック航空	ジェットスター航空
国	シンガポール	シンガポール	マレーシア	フィリピン	オーストラリア
就航路線 (就航年月)	関西- シンガポールなど (2010年7月)	成田- シンガポール (2012年10月)	羽田-クア ルンブールなど (2010年12月)	関西-マニラ (2008年11月)	成田-ケアンズなど (2007年3月)

(資料) 各種資料をもとに三菱東京 UFJ 銀行企業調査部作成

付表 2：世界の航空輸送量（旅客）の見通し

	単位	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2007=100 とした水準
米国	百万人km %	1,643,824 (▲ 4.7)	1,714,482 (4.3)	1,770,899 (3.3)	1,818,460 (2.7)	+ 3%弱	105強
欧州	百万人km %	755,171 (▲ 5.2)	775,972 (2.8)	835,868 (7.7)	866,711 (3.7)	+ 4%程度	115程度
アジア・ 太平洋 <sup>(注1)</sup>	百万人km %	645,822 (▲ 3.2)	702,917 (8.8)	731,017 (4.0)	771,954 (5.6)	+ 6%程度	120程度
中国	百万人km %	337,524 (17.1)	403,900 (19.7)	453,696 (12.3)	505,626 (11.4)	+ 12%程度	200強
日本 (参考)	万人 %	12,959 (▲ 5.9)	13,208 (1.9)	12,688 (▲ 3.9)	13,684 (7.8)	1~0%程度	95弱

(注) 1. アジアは AAPA に加盟するアジア・太平洋地域の航空会社の国際線旅客数が対象。

2. 各地域の有償旅客キロ (RPK)、日本のみ旅客数。

3. ( ) 内は前年比伸び率。

4. 日本は年度。

(資料) U.S. Dept of Transportation、AEA、the Association of Asia Pacific Airlines (AAPA): www.aapairlines.org、CEIC、国土交通省資料をもとに三菱東京 UFJ 銀行企業調査部作成

### 【用語説明】

**LCC** 格安航空会社 (Low Cost Carrier)。従来の航空会社とは異なり、短距離の 2 地点間の直行便を主体とした機材回転率の向上、単一の小型機の使用による整備費等の削減、着陸料などの安い空港の利用などを通じ、低運賃の旅客輸送サービスを提供する航空会社。

**オープン  
スカイ協定** 両国の航空会社が自由に事業展開できるよう国家間で締結する協定。近年、わが国はオープンスカイ協定の締結を積極的に進めている。

**羽田空港・成  
田空港の発着  
枠拡大** 羽田空港の拡張や成田空港における管制方式の高度化により 2012 年度末～2014 年度にかけて両空港の発着枠が大幅に拡大する見通し。

・羽田空港...現状：39 万回 2013 年度末：44 万回 (国内線・国際線合計)

・成田空港...現状：25 万回 2014 年度末：30 万回 (同上)

(注) 上記は 2012 年 12 月時点での見通し。

**RPK** 有償旅客キロ (Revenue Passenger Kilometers)。有償搭乗者が搭乗した距離。

(2012.12.20 木村 真也)

## 22. 建設

### 【要約】

- ◇ 2013年度の工事受注額は、前年並みの復興需要の発生が引き続き見込まれるなか、全体として、横這いを見込む。その後は再び縮小基調に向かおう。
- ◇ 建設大手4社の2013年度業績は、工事採算の悪化から減益を余儀なくされる見通し。2014年度以降も厳しい決算が続く懸念が大きい。

### 1. 業界環境

復興需要は2014年度以降逡減。全体の受注額も再び緩やかな減少に向かう見通し

- 2012年度の建設工事受注額（大手50社）は前年比2.5%増の11.1兆円と、2期連続で増加する見通し（図表1）。
  - ✓ 民間工事は前年比0.5%減。製造業では、引き続き円高等を背景に新規建設投資が低迷するなか、震災直後に応急復旧工事が突発した反動から同8%減を見込む。一方非製造業では、都心部・中核都市での再開発案件や、着工が活発化する物流施設等の受注増加を背景に、前期比微増が見込まれる。
  - ✓ 官公庁工事は同11.3%増。港湾・道路・除染工事等が被災地で徐々に発注されるなど、震災復興需要が一段と顕在化している。
  - ✓ 海外工事は同1.1%減と、本体で受注する現地インフラ等大型工事は微減見込み<sup>（次頁注1）</sup>。ただ、現地法人受注は日系企業の海外進出案件を中心に増勢が続く。
- 2013年度は、全体として横這い程度で推移する見通し。
  - ✓ 民間工事は前年比横這い。非製造業では住宅等の駆け込み需要もあり前年を若干上回る一方、製造業では厳しい事業環境下での国内投資増強を期待し難い。
  - ✓ 官公庁工事は同2.8%減と増加は一服するものの、復興関連の街づくりが漸く動き出すと予想されるなか、高台移転に伴う整地やインフラ整備、公共施設建築等が見込まれるうえ、除染作業の発注も本格化し、堅調に推移しよう<sup>（次頁注2）</sup>。
  - ✓ 海外工事については、建設各社が受注拡大を目指す方向。ただ、施工能力が限られることから、大幅増加を見込み難い。

図表1：建設工事受注額（大手50社）

（単位：億円、%）

（年度）	2009	2010	2011	2012 （見込）	2013 （予想）	2014～2015 （予想）	
						2007=100 とした水準	2007=100 とした水準
工事受注額	106,162 （▲14.2）	100,685 （▲5.2）	107,829 （7.1）	110,551 （2.5）	±0%程度	80弱	2%弱 75程度
民間工事	71,676 （▲15.3）	69,802 （▲2.6）	72,367 （3.7）	72,008 （▲0.5）	±0%程度	70弱	±0%程度 70弱
製造業	11,921 （▲38.1）	12,139 （1.8）	15,683 （29.2）	14,421 （▲8.0）	2%程度	65弱	1%程度 60程度
非製造業	59,755 （▲8.5）	57,663 （▲3.5）	56,684 （▲1.7）	57,587 （1.6）	+0～1%程度	70程度	+0～1%程度 70強
官公庁工事	23,082 （▲11.1）	20,281 （▲12.1）	24,884 （22.7）	27,701 （11.3）	3%弱	130強	10%弱 105弱
海外工事	5,650 （▲23.5）	5,137 （▲9.1）	5,870 （14.3）	5,802 （▲1.1）	+5%程度	60程度	+5%程度 70弱
その他工事	5,754 （▲0.9）	5,465 （▲5.0）	4,708 （▲13.9）	5,039 （7.0）	1%弱	85強	3%弱 80強

（注）1.（ ）内は前年比伸び率。

2. その他工事は1件1,000万円未満かつ分類不能の工事および駐留軍・外国公館工事の合計。

（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

- 2014年度以降は、製造業からの受注が引き続き弱含むものの、非製造業では緩やかな景気回復に伴い小幅な持ち直しが続くともみられ、民間工事は横這い程度での推移を見込む。一方、官公庁工事では、復興需要が次第に減少していくともみられるうえ、政策の行方は現状不透明ながら<sup>(注<sup>2</sup>)</sup>、財源不足という構造的な問題を抱えるなかで公共事業費の増加を期待し難く、全体の工事受注額は再び減少基調に向かおう。

(注) 1. 50社受注統計には日系企業の進出案件を主に受注する現地法人の受注高は反映されない。  
 2. 各種報道によると、新政権では10兆円規模の2012年度補正予算案を編成する方針。内訳は不詳ながら、震災復興、防災減災対策の公共事業が軸となる模様(契約は年度内、執行は2013年6月迄)。また、自民党が纏めた国土強靱化基本法案では、大規模災害の未然防止等を目的に、避難経路、津波避難施設や救援体制の整備を進めるとして、投資額を今後3年間で15兆円、10年間で総額200兆円としている。このため、現時点では詳細がみえないため織り込んでいないものの、政策次第では官公庁工事が本見通しより上振れる可能性はある。

## 2. 企業業績

厳しい競争環境と労務費上昇が利益率を圧迫する懸念あり

- 2012年度の建設大手4社の業績は、2期連続で増収となるも、建設事業の採算悪化等を背景に営業利益は微増益にとどまる見込み(図表2)。
  - ✓ 売上高は前年比5%増と、民間工事の売上増加に加えて、日系メーカーの海外進出案件の取り込み等により増収となろう。
  - ✓ 一方、専門職(鉄筋工・型枠工等)の構造的な不足感が強まるなかで復興需要が発生し、労務費は昨年暮れ頃から上昇傾向。こうしたなか、前期受注時の採算を割れる工事や、受注競争の末に厳しい採算で受注した工事等が利益計上され、完成工事粗利率は総じて悪化。建設事業の減益を開発事業でカバーして全体では微増益となるも、利益率は横這いを見込む。
- 2013年度は減収減益を余儀なくされる見通し。
  - ✓ 売上高は、受注案件の大幅増加を見込み難いうえ、足元で採算重視を徹底する企業では受注減が予想され、前年比1%と小幅ながら減少に転じる見通し。
  - ✓ 利益面では、復興工事の進捗により東北・関東地方を中心に労務費の上昇圧力が一段と強まる可能性を否定できず、前期からの受注方針の厳格化や鋼材価格の低下等を加味しても、完成工事粗利率の小幅悪化に伴い営業減益となる見通し。
- 2014年度以降を展望すると、民間工事の伸び悩みと復興需要の逡減等に伴う官公庁工事の緩やかな減少が見込まれるうえ、海外工事も施工能力(海外工事の管理能力を有する人材等)が制約となり大幅増加を見込み難いため、売上高は総じて弱含みで推移する見通し。こうしたなか、競争環境の緩和を想定し難く、厳しい決算が続く公算大。特に、受注時の採算管理が不徹底で企業体力も劣る準大手以下の建設会社では一段と厳しい展開が予想され、苦しいなかでも明暗は分かれよう。

図表2：建設大手4社の業績

(単位：億円、%)

(年度)	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)		2014~2015平均 (予想)	
						2007=100 とした水準		2007=100 とした水準
売上高	60,101 (▲16.1)	49,794 (▲17.1)	53,631 (7.7)	56,286 (5.0)	1%程度	80弱	1%~ 2%程度	75強
営業利益	▲109 (▲115.9)	969 (黒字転換)	1,145 (18.2)	1,195 (4.4)	10%強	70程度	4~ 6%程度	65弱
営業利益率	▲0.2	1.9	2.1	2.1	2%程度	-	1%台後半	-

(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

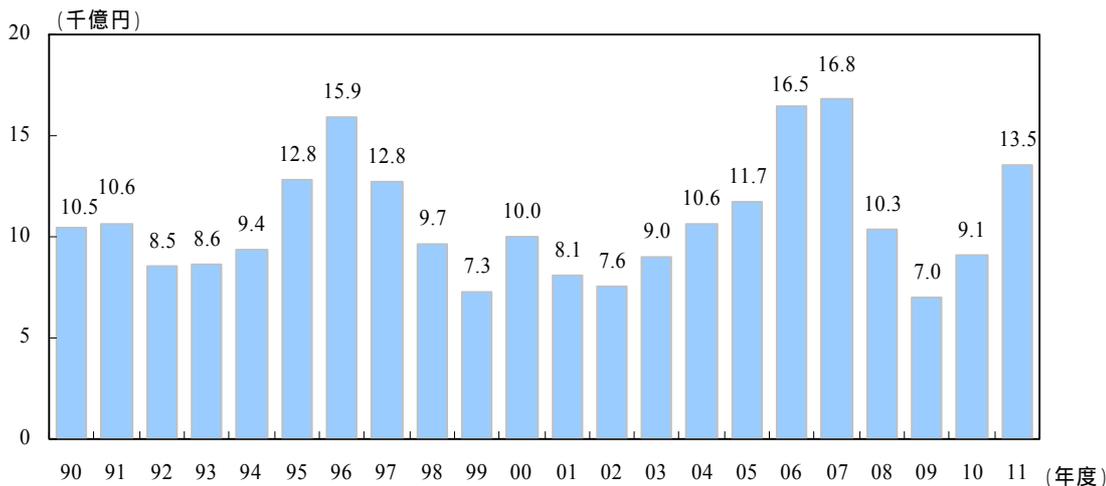
### 3. 成長分野の開拓に向けた動き

#### (1) 海外展開

「契約管理体制の整備」「施工体制の強化」が事業拡大の鍵

- 国内建設市場が復興需要の剥落後に大きく落ち込むとみられるなか、わが国建設各社は、日系企業の海外進出案件の捕捉に加えて、高成長が見込まれる現地の建設需要の取り込みを視野に入れ、海外工事の受注強化に再び舵を切っている（図表3）
- こうしたなか、大手各社は、2000年代後半に契約管理上の問題から非日系発注の海外工事で多額の損失を計上した反省を踏まえ、契約管理体制の整備を急いでいる（次頁図表5）。また、施工能力不足が受注拡大の制約となるなか、海外派遣社員の増強、現地社員の採用・育成、協力会社組織の拡充等を地道に進めている（図表4）
- もっとも、こうした体制整備には長期間を要する。このため、総じて地道な現地化を通じた事業拡大を選好する傾向はあるものの、企業によっては実績豊富な現地企業等の買収に乗り出す可能性は考えられよう。

図表3：わが国建設会社（海外建設協会員）の海外建設受注実績



(資料) 海外建設協会資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

図表4：各社の海外売上高比率（2011年度・連結）

(日系建設各社)

鹿島建設	13.9%
大林組	13.5%
清水建設	11.6%

(ご参考：欧州建設各社)

Vinci (仏)	40% 弱
Bouygues (仏)	30% 程度
Grupo ACS (スペイン)	70% 強

(注) 1. 鹿島建設は顧客の所在地を基礎として工事を分類。

2. 清水建設は連結受注高に占める海外受注高の割合

(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) 新規事業

- 「エネルギー効率」「防災性能」の向上で受注拡大を目指す
- 国内では、震災を契機として エネルギー効率、 防災性能、の向上に注目が集まるなか、建設各社は に関する付加価値をつけることで受注拡大を目指しており、専門部署の立ち上げや防災設備の研究棟の新設に動いている。
  - もっとも、他社を圧倒する機能的な差異化は容易ではないうえ、発注者側のコスト意識が強いことを踏まえると、この取り組みが抜本的な収益改善に繋がるとは考え難く、利益確保に当たっては採算管理とコスト削減の徹底が何より重要。
  - また、今後、国内では高度成長期に急造された社会インフラの維持・更新投資の増加が見込まれる。1件当たりの受注金額が小さく営業効率は悪いものの、国内で数少ない有望市場とみられるなか、大手ゼネコンを中心に補修工事を得意とする建設会社と連携する動きが出てくる展開も予想される。

図表5：成長分野の開拓に向けた取り組み

分野	企業名	概要
海外	大林組	リスク管理の専任チームを米国とシンガポールに常駐 東南アジア・北米・中東を重点エリアに、2014年度の連結海外売上高比率20%を目指す 2011年3月にカナダの建設会社「ケナイダン社」を買収し、連結子会社化
	清水建設	2013年1月1日より、海外プロジェクトの契約リスク管理の専担部署となる「契約リスク管理部」を新設予定 2020年に全事業量の約2割を海外で担うことができる体制の確立を目標とする 2011年4月にインド現地法人を開設、2012年10月にヤンゴン(ミャンマー)事務所を開設
新規	大林組	2012年7月に再生可能エネルギーによる発電並びに電気の供給及び販売等を目的として「大林クリーンエナジー」を設立 2014年1月に実験施設を新設し、省資源・新エネルギー・CO2削減技術や海外の多様な気象に対応する最先端の材料を研究
	鹿島建設	2012年11月に、大型洋上風力発電施設の共同施工体制(新日鉄住金エンジニアリングと共同)を検討開始 西調布実験場内に、地震時の揺れを再現できる3次元振動台を導入済
	清水建設	2012年4月に社長直轄の「エコBCP推進室」を設置。スマートコミュニティの整備や排出枠ビジネスなどの新規事業の立ち上げを統括 先端地震防災研究棟等、総投資額約84億円で研究設備を新設
	大成建設	津波実験施設を2012年末に完成させ、建設ICT実験棟を2013年3月までに完成させる計画 ZEB(Zero Emission Building)実証棟を2014年6月に新設

(資料) 各社公表資料、新聞記事をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

(2012.12.28 佐藤 真人)

## 23. 住宅

### 【要約】

- ◇ 見通し期間中の住宅着工戸数は、政策効果が下支えするうえ、消費税増税前の駆け込み需要も発生し、2013年度は一時的に90万戸台を回復する見込み。その後は反動減と世帯数の伸び鈍化等に伴う新規需要の減少から80万戸台で推移する見通し。
- ◇ 2012年度の住宅メーカーの業績は住宅取得促進政策が追い風となり、増収増益が続く見込み。2013～2014年度は駆け込み需要と反動減により振幅の大きい推移となるものの、2015年度には住宅事業の持ち直しから再び増収を確保しよう。

(\*)用語説明は、122頁をご参照下さい。

### 1. 業界環境

2013年度は駆け込み需要で90万戸台に回復し、その後は80万戸台で推移見込み

- 2012年度の住宅着工戸数は、住宅取得促進政策が下支えし、前年比3.1%増の86万戸を見込む(図表1)。
  - ✓ 持家は前年比3.4%の増加。住宅金融支援機構の金利優遇(\*)や住宅ローン減税制度(\*)等の住宅取得促進政策が一次取得者層等の住宅購入を後押しし、2009年度を底に緩やかな回復基調を辿っている。
  - ✓ 貸家は、小規模宅地特例(\*)の適用が厳格化されたうえ、さらなる相続課税の強化(基礎控除の減額、最高税率の引き上げ\*)が見込まれるなか、消費税増税も背中を押して土地オーナーのニーズが顕在化しており、3年振りに30万戸台に回復する見込み。
  - ✓ 分譲住宅は前年比2.7%増と、政策効果による消費マインドの改善により堅調に推移しよう。

図表1：住宅着工戸数

(単位：千戸、%)

(年度)	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2014～2015 (予想)	
						2007=100 とした水準	2007=100 とした水準
住宅着工戸数	775 (▲25.4)	819 (5.6)	841 (2.7)	867 (3.1)	+4%程度	85強	8%程度 +3%程度 85弱
持家	287 (▲7.6)	309 (7.5)	305 (▲1.2)	315 (3.4)	+6%程度	105強	9%程度 +2%程度 100弱
貸家	311 (▲30.0)	292 (▲6.3)	290 (▲0.7)	300 (3.4)	+0%程度	70程度	5%程度 +3%程度 70弱
分譲住宅	164 (▲40.0)	212 (29.6)	239 (12.7)	246 (2.7)	+8%程度	95程度	10%程度 +5%程度 90弱
マンション	67 (▲59.1)	98 (45.1)	120 (22.8)	122 (1.5)	+2%程度	80弱	2%程度 +0%程度 75程度
戸建	95 (▲10.6)	113 (19.0)	118 (4.0)	123 (4.3)	+15%程度	115強	16%程度 +9%程度 105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

- 2013年度は、消費税増税前の駆け込み需要が発生するうえ、復興需要も若干の押し上げ要因となり、5年振りに90万戸台に回復する見通し。
  - ✓ 持家は、消費税の旧税率が適用される9月末にかけて契約の動きが活発化するとみられる。ただし、増税負担軽減策（住宅ローン減税の拡充等）の導入が議論されているうえ、経済・所得環境の低迷が見込まれるなか、増加幅は前年比6%程度（1.8万戸増）と、前回増税前の96年度（15.6%、8.5万戸増）に比較して小幅にとどまる見込み。
  - ✓ 貸家は、相続税・消費税増税前の駆け込みが継続するうえ、漸く一部の被災自治体で復興計画が確定し始めており、災害公営住宅<sup>(\*)</sup>の建築も進むとみられることから、30万戸台を維持しよう。
  - ✓ 分譲戸建は、駆け込み需要の取り込みを狙うデベロッパーが用地仕入・着工を強化することで、大幅増加が見込まれる。一方、分譲マンションは、着工から販売・契約までに長期間（少なくとも半年以上）を要するため、駆け込み需要の取り込みに向けた着工増加を見込み難く、微増にとどまる公算大。
- 2014年度は、二段階目の税率引き上げによる小幅な駆け込みはあるが、反動減を吸収し切れず80万戸台前半まで減少する見込み。2015年度は、前年度後半の駆け込み契約分の着工が見込まれるものの、世帯数の伸び鈍化や住宅耐用年数の長期化等による構造的な新規需要の減少を踏まえれば、小幅増加にとどまる見通し。

## 2. 企業業績

駆け込み需要とその反動により、振幅の大きい業績推移となる見込み

- 住宅メーカー主要 6 社の 2012 年度の業績は、増収増益が続く見込み（図表 2）。
  - ✓ 売上高は前年比 5.8% 増と、主力の住宅事業では、住宅取得促進政策が追い風となり、上期の受注が底堅かったうえ、その他事業（商業施設・リフォーム・海外等）も堅調に推移している。
  - ✓ 利益面では、震災復興が後ろ倒しになったことで、労務費等の上昇の影響が少なかったうえ、生産効率の改善（工場閉鎖や資材物流の合理化）による完成工事粗利率の上昇もあり、全体の利益率が向上する見込み。
- 2013 年度は、駆け込み需要により増収増益を維持しよう。
  - ✓ 売上高は、売上計上予定の PJ が多くないため海外事業の拡大ペースはやや鈍るものの、大和ハウス工業が中堅ゼネコンのフジタを買収した影響の期中発生が見込まれるうえに、駆け込み需要の発生により住宅事業が好調に推移することで増収を持続する見通し<sup>（注）</sup>。
  - ✓ 利益面では、復興需要に起因した労務費等の上昇による完成工事粗利率の小幅低下や、首都圏など都市部での営業力強化を企図した販管費（人件費・販促費）の増加が見込まれるものの、増収効果を背景に増益を堅持する公算大。
- 2014 年度は、その他事業の成長が下支えするものの、駆け込み需要の反動による住宅事業の落ち込みから全体での減収を避けられず、営業利益も一転して減益となろう。ただ、2015 年度は住宅事業の持ち直しから再び増収を確保し、営業利益も 2012 年度の水準並みまで回復する見通し。

（注）フジタ買収の影響を除くと、前期比 6% 程度の増収、同 6% 程度の増益となる見込み。

図表 2：住宅メーカー主要 6 社の業績

（単位：億円、%）

（年度）	2009	2010	2011	2012 （見込）	2013 （予想）	2014～2015 （予想）	
						2007=100 とした水準	2007=100 とした水準
売上高	45,109 （▲8.9）	48,010 （6.4）	50,988 （6.2）	53,940 （5.8）	+7%程度	115弱	1%程度 +2%程度 115程度
営業利益	514 （▲71.0）	1,786 （247.4）	2,318 （29.8）	2,703 （16.6）	+7%程度	125強	9%程度 +4%程度 120程度
営業利益率	1.1	3.7	4.5	5.0	5%程度	-	4～5% -

（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

### 3. 成長分野の開拓に向けた動き

#### (1) 海外展開

- 大型開発案件から注文住宅、非住宅案件へ、現地の営業基盤強化が益々重要に
- 国内新築住宅市場の中長期的な縮小が不可避なか、大手ハウスメーカーは2008年頃より成長が見込める海外市場への進出を本格化している（図表3）。
  - 具体的には、中国等のアジア諸国を中心に、1~3千戸単位の「大型マンション・都市開発事業」に加えて、ここ2~3年では鉄骨住宅工場を新設して主に富裕層向けの「注文住宅事業」を開始。さらに、足元、一部の企業では「非住宅案件の受注（工場団地の開発等）」もみられ始めている。
  - 今後もハウスメーカー各社はこうした動きを強めるとみられるなか、において是不動産市況の低迷下で利益目標の下方修正を余儀なくされており、市況変動リスクの極小化が引き続き課題。では富裕層への直販ルート拡充、に向けては現地政府や民間開発会社との接点強化が求められ、海外での販路や現地政府とのコネクションを有する本邦・現地企業との提携・買収が発生する可能性はあろう。

#### (2) 新規事業

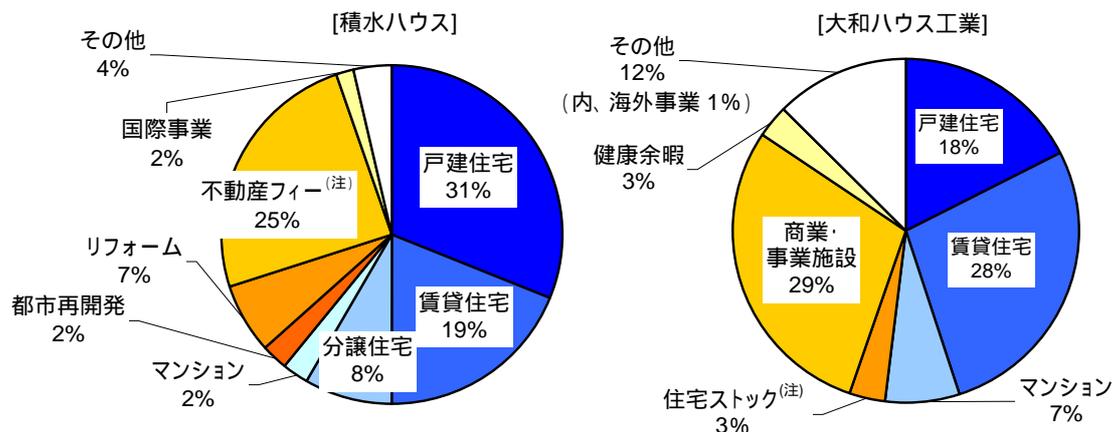
- OB顧客との接点強化、スマートハウスへのリフォーム提案強化が求められる
- 一方、国内では、各社は本業の新築住宅販売事業の縮小を睨み、リフォーム事業や建築請負物件の多様化（高齢者向け施設や、商業施設・保育施設などの非住宅）等、事業の多角化を急いでいる（次頁図表4）。
  - なかでもリフォーム事業については、住宅着工戸数が高水準だった90年代半ば以前に建築された住宅の老朽化が年々進むなか、リフォーム部門の組織体制変更や営業社員増員を実施し、まずは自社が建築した住宅に住む「OB顧客（オーナー）」への営業を積極化。早期の主力事業化を目指し、いよいよ本腰を入れ始めた。
  - もっとも、住宅市場の寡占度は低く、自社OB顧客以外のリフォーム需要が巨大であることを踏まえると、次のステップとしてそうした需要を取り込むことが事業拡大の課題となる。しかし、その際には、近年リフォーム事業を強化するデベロッパーや住設機器メーカー等との競争を避けられない。
  - このため、消費者に一段と“近づいて”身近になることや、競合との差異化を目的とした低価格・高付加価値の省エネ住宅へのリフォーム提案力強化、が必要で、自社単独での事業展開にとどまらず、高い購買力・販売力を有する川下企業（家電量販店・GMS等）との販売連携が進む展開も予想される。

図表3：成長分野の開拓に向けた取り組み

分野	企業名	概要
海外	積水ハウス	2008年、国際事業部を新設。米国、豪州、中国で宅地開発、マンション建設。2012年、中国に鉄骨住宅工場を竣工。海外売上を2011年度242億円から2015年度2,500億円に伸ばす計画
	大和ハウス工業	2008年、海外事業部を新設。中国でマンション、ベトナムで工業団地を開発。2012年、海外に強い中堅ゼネコンのフジタ買収。海外売上を2011年度126億円から数年で3,000億円にする方針
	積水化学工業	2009年、タイの現地大手企業と合併会社を設立し、住宅販売を開始。2012年12月に鉄骨住宅工場を竣工予定。2014年度には1,000棟を販売する計画
新規	住友林業	2012年、スマートハウスへのリフォーム提案商品を発売。リフォーム事業の売上を2011年度479億円から早期に1,000億円程度に伸ばす方針
	エス・バイ・エル	2011年、ヤマダ電機の子会社に。ヤマダ電機店舗内に住宅販売コーナーを設置し、新築・リフォームに関する相談に応じている

（資料）新聞記事等をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

図表 4：大手ハウスメーカーの売上構成（2012 年度）



(注) 積水ハウスの不動産フィー事業は主に賃貸不動産管理事業を、大和ハウス工業の住宅ストック事業は主にリフォーム事業を含む。

(資料) IR 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、一定の条件を満たせば、一定期間の金利優遇幅を拡大。2012 年 10 月 31 日までの申し込み分は借入後 5 年間の金利優遇幅が年 0.3% から 0.7%（被災地では 1.0%）に拡大された。2013 年度には再度、金利優遇幅を 0.5% に拡大することが検討されている。
- 住宅ローン減税制度** 住宅ローンを利用して住宅を取得した場合、一定の条件を満たせば、借入金の年末残高に 1.0% 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。2013 年末に終了予定だったが、消費税増税の負担軽減策として期間の延長等が検討されている。
- 小規模宅地特例** 相続税の支払いのために自宅を手放さなくて済むよう、相続税の計算上、一定の要件のもと、被相続人の自宅等の敷地の評価額を引き下げる制度。従来は被相続人の配偶者が一部でも敷地を相続すれば、別居している子供の相続分にも特例が適用されたが、2010 年 4 月の改正により、別居している子供の相続分には原則として適用されなくなった。
- 相続課税の強化** 政府は、逆進性が指摘される消費税の増税に合わせ、格差是正を図る狙いから「社会保障・税一体改革大綱」（2012 年 2 月閣議決定）に相続課税の強化を盛り込んだ。2013 年度税制改正では 相続税の基礎控除減額（定額控除を現行の 5,000 万円から 3,000 万円に減額するうえ、比例控除を法定相続人 1 人当たり 1,000 万円から 600 万円に減額）、最高税率の引き上げ（税率区分を現行の 6 段階から 8 段階に細分化し、法定相続分に対する取得金額が 3 億円超で 50% となっている最高税率を 6 億円超で 55% に引き上げ）が検討されている。既に実施済みの小規模宅地特例の適用厳格化により相続財産の評価額が増加するうえ、仮に基礎控除が減額されれば、今までは相続税の課税対象とならなかった層も相続税を負担することになる。
- 災害公営住宅** 災害で自宅を失った被災者向けに低賃料で提供される公営賃貸住宅。整備方法は、県・市町村の直接建設、UR（都市再生機構）からの買い取り、民間住宅の買い上げ等がある。

（2012.12.28 菅間 利康）

## 24. 不動産

### 【要約】

- ◇ 分譲マンション販売は、2013年度にかけて駆け込み需要が発生するも、その後は反動減が見込まれ、厳しい販売環境が続く見通し。
- ◇ オフィス空室率は、2013年も需要の本格回復を見込み難いなか、新規供給が少ない東京23区・名古屋市の空室率は持ち直す一方、大阪市では大量供給による需給悪化が懸念される。2014年以降は、東京23区の市況改善気運が次第に高まる一方、名古屋市では2015年に大型ビルの開業が複数計画されており、市況悪化に転じる恐れあり。
- ◇ 2013年度の不動産大手5社の業績は、分譲事業における駆け込み需要の取り込み等から2期連続の増益となる見通し。2014年度以降は、分譲事業では反動減が見込まれるものの、賃貸事業の回復基調が強まることで、緩やかな改善傾向を辿ろう。

(\* )用語説明は、127頁をご参照下さい。

### 1. 業界環境

#### (1) 分譲マンション

2013年度は駆け込み需要が発生するも、2014年度以降は厳しい見通し

- 2012年度の総販売戸数は、首都圏・近畿圏で2年振りに増加。ただし、水準としては2010年度並みにとどまる見込み。
  - ✓ 需要面では、大手を中心にデベロッパーが引き続き都心部の好立地物件を主体に供給するなか、低金利に加えて住宅金融支援機構の金利優遇<sup>(\*)</sup>や住宅ローン減税制度<sup>(\*)</sup>等の政策も後押しし、高い契約率が継続。もっとも、郊外部では販売低迷が続くなど、全体としては需要回復の力強さに欠ける。
  - ✓ 供給面では、首都圏を中心に震災直後に営業活動休止や資材調達不足に伴う供給の遅れが生じた前年度からは持ち直すも、デベロッパーは売れ行きを見極めながらの慎重な供給姿勢を保持している。
- 2013年度の供給・総販売戸数は、消費税増税前の駆け込み需要が発生することで、三大都市圏ともに小幅増加を見込む。
  - ✓ デベロッパーは、都心部の好立地物件を中心に供給する姿勢を保持しており、限られた用地を巡る激しい取得競争は続いている。
  - ✓ かかる状況下、消費税の旧税率が適用される9月末にかけて一定の駆け込み需要は発生しよう。ただし、発売価格は高止まる公算が大きいなか(首都圏では価格上昇前の2005年度比9%増)、価格帯・エリアに関する需要と供給の乖離が残るうえ、経済・所得環境の低迷が見込まれること、増税負担軽減策(住宅ローン減税の拡充等)の導入が議論されていること等を踏まえると、総販売戸数の増加幅は小幅にとどまる見通し。
- その後を展望すると、2014年度には、二段階目の消費税率引き上げ前の小幅な駆け込みが見込まれるものの、前年度からの反動減を避けられず、2015年度にはもう一段の需要減が予想されるなど、厳しい販売環境が続く見通し。

## (2) オフィスビル

- 2013年は、新規供給の多寡が市況の明暗を分ける見通し
- 2012年のオフィス空室率は、拡張移転の動きが未だ少なく(拠点集約ニーズが主体)需要回復の力強さに欠けるなか、供給要因によるトレンドの違いはみられるものの、三大都市圏とも依然高水準。こうしたなか、成約賃料(\*)は引き続き総じて弱含んでいる(2008年以降で3~4割程度の低下)。
    - ✓ 東京23区の空室率は7.4%。支払い賃料総額を抑えた形での拠点集約型移転が依然多いものの、業容拡大に向けた増床や拡張移転も一部みられるなど、賃料の割安感を背景に需要は持ち直し基調。一方、丸の内永楽ビルディング、JPタワー等、2003年以来の大量供給が年前半を中心に発生した影響から、空室率はほぼ横這いとなる見込み。
    - ✓ 大阪市の空室率は9.4%と、新規供給の減少を背景に、2011年以降、緩やかに改善。大阪駅周辺では大型築浅ビルが賃料に割安感を打ち出すことで空室を埋めるケースがみられるが、その他のエリアではテナント誘致に総じて苦戦。
    - ✓ 名古屋市の空室率は11.2%。需要の停滞感が強いものの、新規供給が過去10年平均の6割程度にとどまるなか、バブル崩壊後の最高値だった2010年(13.8%)から緩やかに改善中。
  - 2013年は、景気の先行き不透明感が強いなか、企業の慎重姿勢を背景に需要の本格回復を見込み難い。かかる状況下、新規供給の多寡が市況の明暗を分ける見通し。
    - ✓ 東京23区の空室率は6%台後半と、新規供給が過去10年平均の6割に落ち着くなか、需要の伸び悩みを踏まえても小幅改善見込み。規模・立地・スペックに劣るビルではテナント確保に苦しむ一方、値頃感の強いハイグレードビルでは移転需要を吸収し成約賃料の底打ち感が強まろう。
    - ✓ 大阪市では、過去最大級のビル「グランフロント大阪」が竣工予定であり、歴史的な大量供給に伴う空室率悪化と賃料下落の懸念大。
    - ✓ 名古屋市の空室率は11%程度と、新規供給がさらに減少するため(過去10年平均の半分弱)小幅ながら改善が続く見通し。
  - 2014年以降は、景気の持ち直しに伴いテナント需要が緩やかに拡大することで、東京23区の空室率は5%台に向かい、賃料上昇気運も次第に高まる見通し。一方、大阪市では、2014年にも「あべのハルカス」が竣工を控えるなど、新規供給が重荷となり、2015年時点でも10%台の高水準を見込む。名古屋市の空室率は、2014年に6年振りの一桁台が予想されるものの、2015年に名古屋駅前で大型ビルの開業が複数計画されており、再び10%超に戻る恐れあり。

図表1：オフィスビル市場の推移

(暦年)		2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2014~2015平均 (予想)
東京23区内 オフィスビル市場	(%)	6.2 (3.4)	7.4 (1.2)	7.3 (▲0.1)	7.4 (0.1)	6%台後半	5%台後半 5%前後
大阪市 オフィスビル市場		10.1 (3.5)	11.4 (1.3)	10.7 (▲0.7)	9.4 (▲1.3)	11%程度	11%程度 10%台半ば
名古屋市 オフィスビル市場		12.3 (4.3)	13.8 (1.5)	12.5 (▲1.3)	11.2 (▲1.3)	11%程度	9%台前半 11%程度

(注)1. 空室率は各年の年末時点。2011年迄は実績値、2012年以降は見込・予測値。

2. 予想欄の空室率は水準を示す。

(資料) CBRE「CREIS Japan」をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

## 2. 企業業績

2013 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 2012 年度の業績は、増益に転じる見込み（図表 2）。
  - ✓ 分譲事業では、震災後数ヶ月の竣工延期が生じた前期からの反動もあり売上計上戸数が増加して増収に転じるうえ、用地価格下落前に仕込んだ低採算物件の悪影響が概ね解消することで粗利率は緩やかに改善し、増益となる見込み。
  - ✓ 賃貸事業では、新規物件の竣工（新宿イーストサイドスクエア等）による貸室総面積の増加及び前期開業物件の通期稼働に伴う収益寄与分が、既存物件の賃料下落や建て替えに伴う賃料収入減をカバーし、売上高はほぼ横這い。ただし、個別要因（前期に計上した販売用不動産売却益の剥落）の影響が大きく、3 期連続の減益となる見込み。
- 2013 年度は、分譲事業で駆け込み需要の追い風を受けるほか、賃貸事業も増益に向かうことで、全体としては 2 期連続の増益となる見通し。
  - ✓ 分譲事業では、発売可能な状態の物件に限られるものの、駆け込み需要の発生による契約ペースの改善に加え、物件引き渡し時期が後ろ倒しとなった個社要因もあり、売上計上戸数が前期を上回ること、増収増益となる見通し。
  - ✓ 賃貸事業では、成約賃料が下落に転じた 2008 年度以降、既存テナントが契約更新を迎える都度減額改定に応じてきたため、成約賃料が底入れしつつある状況下、一段の減額改定を要するケースは減少している。また、一部の優良物件では過度に引き下げた成約賃料を戻す動きも予想される。加えて、前期程ではないものの貸室総面積の増加が続くことで、4 期振りに増益となる見通し。
- 2014 年度以降は、分譲事業では駆け込み需要の沈静化により減収が見込まれるうえ、建築費上昇の余波を受け、営業減益となる可能性がある。一方、賃貸事業では東京 23 区の賃料底入れ等に伴い、増益の展開が予想される。また、足元で復調の兆しが見られる不動産投資市場（REIT 等）への物件売却収入による収益底上げも一部見込まれるため、大手各社の業績は緩やかな改善傾向を辿る見通し。

図表 2：不動産大手 5 社の業績

（単位：億円、％）

（年度）	2009	2010	2011	2012 （見込）	2013 （予想）	2014～2015平均	
						2007=100 とした水準	2007=100 とした水準
売上高	41,041 (0.6)	41,909 (2.1)	40,475 (▲3.4)	42,300 (4.5)	+3～+4%	110強	±0～+1%程度 110強
営業利益	4,783 (▲9.0)	5,214 (9.0)	5,198 (▲0.3)	5,250 (1.0)	+9～+10%	85強	±0～+1%程度 85強
営業利益率	11.7	12.4	12.8	12.4	12%台後半	-	13%台前半 -
経常利益	3,639	4,144	4,001				
経常利益率	8.9	9.9	9.9				
当期利益	1,404	1,821	2,117				
当期利益率	3.4	4.3	5.2				

（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

### 3. 成長分野の開拓に向けた動き

#### (1) 海外展開

投資リスク極少化に向けた組織体制構築が課題に

- わが国の不動産業界では、不動産証券化市場の創設を受け、2000年頃から海外の投資資金が流入して“不動産のグローバル化”が起きたが、2010年頃からは、国内市場の成熟化や顧客（投資家・テナント）のグローバル化が進むなか、わが国の不動産会社は海外展開に本腰を入れている（注）。
- 具体的にみると、総合大手は、欧米でオフィスビル等を取得して賃貸事業を強化するほか、中国等のアジア諸国では街づくりへの主体的な参画を標榜し、大規模なマンション分譲事業を積極展開。最近では中堅企業の海外進出案件（ビル取得等）も目立つようになってきている（図表3）。
- ただし、海外展開に当たっては、バブル期に被った痛手を教訓とし、投資リスクを極少化するための組織体制構築が各社の課題となる。とりわけアジア不動産市場は、高い成長性が魅力的な反面、国・都市単位での多様性に満ちているため（経済成熟度・市況透明性・政策運営等）、一段ときめ細かい管理が求められる。

（注）ただし、たとえば三菱地所の2011年度の海外事業売上高比率（連結）は4.1%と、海外展開は緒に就いたばかりの段階。

#### (2) 新規事業

物件対応の多様化に当たり、施設開発・運営ノウハウの補完を企図した連携が進展

- 一方、国内に目を転じると、たとえば賃貸・保有・運営事業では、ネット通販の成長等に伴い賃貸需要が拡大する物流施設、根強い低価格志向や訪日客の需要拡大が下支えするアウトレットモール等、物件タイプ多角化の動きがみられる。
- また、住宅事業では、新築住宅需要の中長期的な先細りを見越し、リフォーム、売買・賃貸仲介、管理等、住まいに関するサービスの一貫提供体制を整えて既存客の主力化を進めるなど、ストック事業の強化により本腰を入れ始めた。
- このように、国内市場の成熟色が強まるなか、社会情勢の変化を見極めた顧客（テナント・消費者・投資家）ニーズへの柔軟な対応は重要。もっとも、物件タイプによっては従来に無い施設開発・運営ノウハウを要するため入念な体制構築が不可欠で、事業展開を加速するうえで異業種を含めた企業間連携が進む可能性あり。

図表3：成長分野の開拓に向けた取り組み

分野	企業名	概要
海外	三井不動産	欧米でオフィスビル賃貸事業、アジアで住宅事業・商業施設事業を主に展開し、2012～2017年度累計で両地域に5,000億円程度を投資する計画（欧米6割・アジア4割） 2012年8月、米国ワシントンDCで、オフィスビル「(仮称)1200 17th ストリート開発計画」の開発用地を取得
	三菱地所	2011～2013年度に900億円を海外に投資する計画（北米300億円、欧州250億円、アジア350億円）。2012年6月、中国成都で総戸数3,400戸の大規模住宅開発事業に参画することを発表 2012年9月、米国サンフランシスコでオフィスビル「50 Beale Street」を取得
	東急不動産	インドネシア・中国での住宅事業をベースとして、現地の有力企業と提携のうえ展開。長年の事業実績のあるインドネシアでは、2012年7月に現地法人「PT. TOKYU LAND INDONESIA」を設立
新規	三井不動産	2012年4月に物流施設事業部を新設、同年12月に千葉県で新規物流施設を着工（GLプロパティーズとの共同開発） 山口県・大分県・北海道でメガソーラーの設置を計画 ストックビジネス強化に向け、同社物件購入者の囲い込みを企図した会員サービス「三井のすまいLOOP」を2012年4月より展開（首都圏約23万世帯を対象としてスタート）
	三菱地所	2012年4月に「物流開発室」を新設し、11月には相模原市で同社3例目の物流施設開発（ラサールとの共同開発）を公表 千葉県にてメガソーラーを設置し、2012年度末から稼働予定 2012年4月に新ブランド「三菱地所のリフォーム」を策定
	東京建物	2013年秋に当社で2棟目となるサービス付高齢者住宅（サ高住）「グレイプスふじみ野（仮称）」が竣工予定（運営は「やさしい手」が担当）。2014年までに首都圏で20棟のサ高住を開発する計画

（資料）各社公表資料、新聞記事等をもとに三菱東京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、一定の条件を満たせば、一定期間の金利優遇幅を拡大。2012年10月31日までの申し込み分は借入後5年間の金利優遇幅が年0.3%から0.7%（被災地では1.0%）に拡大された。2013年度には再度、金利優遇幅を0.5%に拡大することが検討されている。
住宅ローン 減税制度	住宅ローンを利用して住宅を取得した場合、一定の条件を満たせば、借入金の年末残高に1.0%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。2013年末に終了予定だったが、消費税増税の負担軽減策として期間の延長等が検討されている。
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。

（2012.12.28 佐藤 真人）

## 25. 人材派遣・請負

### 【要約】

- ◇ 2013年度以降、企業の非正規雇用者に対するニーズは増勢を持続しようが、一部の期間制限の残る業務を中心に派遣から請負への流れが続くなか、派遣労働者数の回復ピッチは非正規雇用者全体の伸びと比較して緩やかなものにとどまろう。
- ◇ 2014～2015年度の人材派遣大手8社の業績は、人材供給ニーズに幅広く応えるための総合的な体制整備等に係る費用負担が増加するものの、増収増益基調を辿る見込み。

(\*)用語説明は、131頁をご参照下さい。

### 1. 業界環境

派遣労働者数は2012年度に底打ちし、徐々に回復に転じる見込み

- 2012年度の派遣労働者数は、前年比 1.1%の93万人に減少する見込み(図表1)
  - ✓ 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)へのニーズは底堅く、非正規雇用者数は増勢を辿る見通し。
  - ✓ 派遣労働者数については、技術者派遣が自動車・スマートフォン関連向け等の技術者不足から増加したものの、残る事務系派遣や製造業派遣で、専門26業務派遣の適正化を目的とした行政指導(\*)や2012年10月に施行された改正労働者派遣法(\*)といった規制強化の影響により、ユーザー企業が派遣労働者の活用に関して慎重な姿勢を続けたため、全体では減少する見込み。
  - ✓ 一方、契約社員・請負を含むその他は、規制強化を背景に、派遣労働者に代替する労働力として活用する動きが増えたため、増加見込み。
- 2013年度に派遣労働者数は回復に向かう見通し。
  - ✓ 景気は緩やかに回復するものの、企業は引き続き正規雇用に対して消極的な姿勢を崩さず、雇用の不足分は非正規雇用を中心に補われるとみられることから、非正規雇用者数は増勢を持続する可能性が高い。
  - ✓ 派遣労働者数は、行政指導への対処策や労働者派遣法の改正内容が明確になるなど一段の規制リスクの低下から、ユーザー企業が活用を増加させるが、「専門26業務を除く派遣労働者の派遣期間は最長3年」という制限は残るため、契約社員・請負へのシフトが一部で継続し、小幅な回復にとどまる公算大。
- 2014～2015年度を展望すると、引き続きユーザー企業が業務効率化を目的に外注範囲を拡大させるが、派遣労働者数については、2013年度と同様の傾向が続くと考えられ、過去ピーク(07年度)の7割程度の水準までしか回復しない可能性が高い。

図表1：派遣労働者数

(単位：万人、%)

(年度)	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2007=100 とした水準	2014～2015 (予想)	2007=100 とした水準
非正規雇用者数 (パート・アルバイト除く)	567 (▲5.9)	569 (0.4)	572 (0.5)	574 (0.5)	+0.7%強	100程度	+0.7%強	100強
派遣労働者数	104 (▲22.0)	95 (▲8.2)	94 (▲1.6)	93 (▲1.1)	+0.7%程度	65強	+0.6%強	70弱
その他	463 (▲1.3)	473 (2.3)	478 (0.9)	481 (0.8)	+0.7%強	110程度	+0.8%弱	110強

(注1)( )内は前年比増減。

(注2)その他には、契約社員、請負のほか嘱託等が含まれる。

(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

## 2. 企業業績

2015年度にかけて増収増益基調を辿ろう

- 大手8社の2012年度の業績は、3年連続で増収増益を確保する見込み（図表2）
  - ✓ 事務分野を主体とする企業（売上全体の約7割）は、積極的なM&A実施のほか、ユーザー企業が人材派遣の規制強化を契機にコンプライアンス体制の整備されている派遣大手に受注をシフトする傾向を強めたことを背景に、受注を伸ばし増収を確保。利益面も稼働率上昇による粗利益率の改善を背景に、増益を見込む。
  - ✓ 技術開発分野を主体とする企業では、研究開発投資を堅調に続けた自動車、精密機器や電子部品向けを中心に受注を伸ばし、増収増益を見込む。製造分野を主体とする企業では、東日本大震災による供給制約の解消や政府のエコカー補助金の支給で上期に増産となった自動車向けが牽引し、通期でも増収増益となる見込み。
- 2013年度も増収を維持、利益率は人材派遣事業以外の事業強化が寄与しやや改善。
  - ✓ 事務分野を主体とする企業は、引き続き増収増益となる見込み。主力の人材派遣事業は、緩やかな需要回復と他社からのシェア奪取により増収となるも、マージン<sup>(\*)</sup>の上昇は見込み難く、粗利益率は横這い維持が精々。もっとも、全体の営業利益率は、相対的に粗利益率の高い請負事業や人材紹介事業の強化が進展することにより、緩やかに改善する見込み。
  - ✓ 技術開発分野と製造分野を主体とする企業は、ともに上位集約の流れも受けて増収を持続するとみられる。しかしながら、企業のニーズを満たすスキルの高い人材の確保に係る先行的な人材募集・育成費用、請負体制強化に係る費用負担は嵩むため、営業増益を達成するも増益幅は限定的となる見込み。
- 2014～2015年度を展望すると、主力の人材派遣事業は緩やかな回復を持続するほか、請負事業や人材紹介事業についても増収基調が見込まれ、売上高は拡大し、2015年度には景気後退前の2007年度と同水準まで回復する見通し。ただし、利益面では、増益基調を維持するが、社会保険料の継続的な引き上げや、人材募集や育成費用の増嵩、請負事業の強化に係る費用負担は少なくないため、2007年度の水準には及ばない見通し。

図表2：人材派遣大手8社の業績

（単位：億円、％）

（年度）	2009	2010	2011	2012 （見込）	2013 （予想）	2014～2015 （予想）	
						2007=100 とした水準	2007=100 とした水準
売上高	6,042 ( 17.7)	6,124 (1.4)	6,394 (4.4)	7,069 (10.6)	+2%程度	90強	+3%程度 100弱
営業利益	75 ( 71.3)	151 (100.4)	201 (33.4)	233 (18.3)	+5%弱	65強	+5%程度 70強
営業利益率	1.2	2.5	3.1	3.3	3%強	-	4%弱 -

（注）1. 対象企業は、テンポホールディングス、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

### 3. 成長分野の開拓に向けた動き

#### (1) 各社の取り組み状況

派遣事業の拡大が見込みがたいなか、多様化するニーズへの対応を強化

- 行政指導や改正労働者派遣法により、人材派遣に関する規制が強化された結果、一部のユーザー企業は、派遣労働者に代替して契約社員・請負を活用するなど、企業が求める人材サービスの多様化が進行しており、各社は対応を急いでいる(図表3)。
- 具体的には、国内では、派遣事業に加えて人材紹介事業や請負事業の強化を進めており、特に派遣大手では、M&A等を通じて地域補完、専門性の深化を図り、人材サービスの総合力を高める動きを活発化させている。また、中堅以下では大手の手掛けないニッチ分野を強化することで棲み分けを図る動きが一部で見られる。
- このほか、中期的に成長を描く手段を海外事業に求める向きも高まっている。一部の大手企業がM&Aにより欧米企業の買収を行い、グローバル展開を急ぐほか、残る大手も今後の市場発展が想定される新興国での事業確立に総じて注力している。

#### (2) 今後の展望

国内、海外ともにM&Aが活発化し、業界再編は一段と進展しよう

- 国内については、請負事業強化のためにノウハウ蓄積を企図した業務請負会社の買収や情報サービス企業・メーカーの買収、総合力強化を企図した大手による同業他社の買収・提携、が増加し、今後も業界再編が一段と進展する見込み。総合力または専門性で劣る企業の事業環境は厳しさを増すとみられる。
- 一方、海外については、各社はユーザー企業の海外進出に伴い、増加しつつある現地での人材供給ニーズに応えるべく、現地法人設立等、体制整備に注力しているが、海外事業の確立・拡大には、人材の確保や現地企業の開拓、関連法制の熟知等が不可欠であるなど、対処すべき課題も多い。
- 今後、海外事業を本格的に強化するにあたっては、各国の人材サービス市場の発展度合いに応じた展開を行うことが重要で、特にアジア等の新興国では現地の総合人材派遣企業との連携が有効な手段となろう。

図表3：成長分野の開拓に向けた取り組み

分野	企業名	概要
新規	パソナグループ	2012年5月、コールセンター事業の「ピーウィズ」を子会社化。人材派遣業に加えて、経理などの事務処理業務や営業サポート業務等の請負事業を行う
	テンプホールディングス	2011年11月、神戸製鋼所グループを中心とした人材事業の「コベルコパーソナル」、日本経済新聞社グループを中心とした人材事業の「日経スタッフ」のM&Aを実施
	アウトソーシング	2012年1月、IT分野に特化したシステムエンジニアリングサービス事業を展開する「アスカ・クリエイション」を子会社化
海外	テンプホールディングス	2012年11月、北アジア地域において、米国の人材サービス事業である「ケリーサービス」との合併事業を開始
	アウトソーシング	2011年11月、アジア新興国を中心に事業展開する「OSインターナショナル」を子会社化

(資料) 新聞記事等をもとに三菱東京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（たとえば、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。
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。
改正労働者派遣法	2012 年 4 月公布、10 月施行。業界に甚大な影響を及ぼす「登録型派遣・製造業派遣・日雇派遣の原則禁止」についても審議されたが、産業界からの反発により「登録型派遣・製造業派遣の原則禁止」については見送られた。主な改正内容としては、日雇派遣（日々又は 30 日以内の期間を定めて雇用する労働者派遣）の原則禁止、グループ企業内派遣の 8 割規制、離職後 1 年以内に派遣労働者として受け入れることを禁止、が挙げられる。
マージン	派遣会社がユーザー企業に請求する金額と、派遣会社が派遣労働者に支払う金額の差。（請求単価 - 支払単価）÷ 請求単価で算出される。

（2012.12.20 薬袋 祐未）

## 26. ホテル

### 【要約】

- ◇ 2013～2015年の客室稼働率は、利用客室数が横這い程度で推移するなか、供給客室数が小幅ながら増加していくことで、微減傾向を辿る見通し。
- ◇ 上場ホテル運営4社の業績は、一部企業における新規施設の開業が売上の下支え要因となるものの、設備更新投資等により全体の費用増加が見込まれるため、減益基調となる。

(\*)用語説明は、135頁をご参照下さい。

### 1. 業界環境

2013年以降、客室稼働率の緩やかな低下が見込まれる

- 2012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、小幅ながら改善する見込み(図表1)。
  - ✓ 利用客室数は震災前の水準を回復する見通し。まず、内需(全体の9割超)は、震災後の落ち込みの反動に加え、東京スカイツリーなど新たな観光資源による旅行需要の喚起もあり、震災前を上回る見込み。一方、訪日客は、欧州債務問題、円高などマクロ環境の悪化に加え、中国人観光客が外交問題の影響から9月以降急減したため825万人程度(震災前の2010年は861万人)となる。
  - ✓ ホテル供給は、リーマンショック以降増加ペースは鈍化しているものの、客室数200室以下の宿泊特化型ホテル(\*)を中心とした新規開業により、ストックは若干増加しよう。
  - ✓ 宿泊単価は東京を中心に回復傾向にあるが、震災前の水準を下回る見込み。
- 2013年は利用客室数が横這いで推移する一方、宿泊特化型ホテルの新規開業が続き、ビジネスホテルを中心に競合が激化するため、客室稼働率は若干低下する見通し。
  - ✓ 利用客室数は横這いとなる見通し。まず、内需は景気回復が小幅に留まるなか、出張経費の抑制等によるビジネス客の落ち込みを団塊世代の旅行需要等で補えず、微減となる見込み。一方、訪日客は、新興国を中心に増加が期待されるものの、中国人観光客の回復が年後半になると予想されるため、小幅な増加に留まろう。
  - ✓ 供給面では、引き続き一部のホテル事業者が宿泊特化型ホテルの新規開業を進めるとみられ、ストックは微増となる公算大。

図表1：ホテル客室稼働率

(暦年)	(単位)	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2014～2015平均 (予想)
		うち、シティ・ ビジネスホテル	70.3 (2.0)	66.2 (▲4.1)	67.5 (1.2)	67%程度
客室稼働率	%	63.6	59.7	60.9	60%程度	59%程度
	%ポイント	(3.9)	(▲3.9)	(1.2)		
利用客室数	億室	2.1	2.1	2.2	横這い程度	横這い程度
	%	(17.2)	(▲1.3)	(3.2)		

(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. 2010年より調査対象が増加したため、それ以前とは厳密な比較はできない。

(資料)観光庁「宿泊旅行統計調査」をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

- 2014～2015年については、人口減少等を背景に内需の拡大が期待できない一方、訪日客は、政府の観光立国実現に向けた諸施策の推進、新興国の経済発展などを背景に増加が見込まれ、利用客室数全体は横這い程度で推移する見通し。しかし、供給客室数が微増傾向を辿るとみられるため、客室稼働率は微減となろう。

## 2. 企業業績

2013年度以降、売上高はほぼ横這いながら、コスト増を要因として減益となる見込み

- 上場ホテル運営4社の2012年度の業績は増収増益となるものの、震災前(2010年度)の水準を売上高・利益ともに下回る見込み(図表2)。
  - ✓ 売上高は、主力のホテル事業(売上高の80%強)で、宴会部門(一般宴会・婚礼)、料飲部門の客数が前年の反動から増加し、さらに宿泊部門では国際会議開催に伴う外国人客の増加もあり客室稼働率が改善、全体でも増収が見込まれる。ただし、宿泊単価は回復感に乏しく、増収率は前年比3%強の増収に留まろう。
  - ✓ 損益面をみると、主力のホテル事業は、増収効果により増益は達成するものの、宿泊単価の回復が十分でないため、利益水準は震災前を下回る見込み。
- 2013年度は減収減益となる見通し。
  - ✓ 売上高は前年比1%程度の減収となろう。宿泊部門では需要拡大が期待しがたいなか、宿泊特化型ホテルの供給増加に伴うビジネスホテル事業の競合激化から減収が予想され、料飲部門も外食業界との競争により前年割れが見込まれる。一方、宴会部門は、景気の緩やかな回復を受け一般宴会の増加が見込まれるものの、婚礼は婚姻件数が減少傾向を辿るなか、価格訴求型の婚礼エージェント<sup>(\*)</sup>の台頭もあり単価が伸び悩み、部門全体では横這い程度となる見通し。
  - ✓ 損益面では、2007年の税制改正に伴う有形固定資産(残存価額)の均等償却(5年間)が終了することで減価償却費が軽減されるものの<sup>(注)</sup>、設備更新投資等による全体の費用増加は避けられず、減益となる公算大。
    - 2007年度の税制改正では、有形固定資産の残存価額(取得価額の5%)と備忘価額(1円)との差額を5年間にわたり、均等償却し減価償却費として計上することが認められた。
- 2014～2015年度を展望すると、一部企業におけるビジネスホテルの開業による売上の下支えが期待できるものの、更新投資の継続による減価償却費の増加等により、減益基調を辿らう。

図表2：上場ホテル運営4社の業績

(単位：億円、%)

(年度)	2009	2010	2011	2012 (見込)	2013 (予想)	2014～2015平均 (予想)	
						2007=100 とした水準	2007=100 とした水準
売上高	1,700 (▲9.5)	1,736 (2.1)	1,626 (▲6.3)	1,682 (3.4)	1%程度	80強	0～+1% 80強
営業利益	33 (▲60.2)	50 (51.7)	26 (▲47.3)	39 (48.9)	10%強	30弱	15～16% 20程度
営業利益率	1.9	2.9	1.6	2.3	2%程度	-	2%弱 -

(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

### 3. 成長分野の開拓に向けた動き

#### (1) 各社の取り組み状況

中国人観光客の取り込みを強化

- ホテル宿泊客数の9割超を占める国内宿泊客は人口減少、所得環境の悪化など構造的な要因により漸減傾向が続いている。
- 最近では各社とも団塊世代が退職するタイミングを捉え、同窓会関連の宿泊プラン、観光付宿泊プランなど集客のための対策を打っているが、こうした需要増加を享受できる今後数年間についても、国内宿泊客数全体では微減から横這いが精々とみられ、中長期的にみれば減少ピッチの加速が避けられない。
- その一方、近年はアジアからの観光客をはじめとする訪日客が増加基調を辿っており、ホテルの稼働を下支えしている。とりわけ中国人観光客は、政府が観光ビザの発給要件を段階的に緩和するなど誘致強化に注力してきたことから増加が顕著。
- こうしたなか、ホテル各社も中国人観光客の獲得に向けた取り組みを活発化。専門の営業部署を立ち上げ、現地エージェントや日本国内のランドオペレーター（仲介業者）との連携を強化しているほか<sup>(注)</sup>、現地営業所の開設、従業員教育を通じた受入態勢の強化など集客に向けた対応を進めてきた（図表3）。

（注）中国における訪日旅行は、中国側の旅行会社（現地エージェント）がツアー企画を行い、それに従って日本側の旅行会社（ランドオペレーター）がホテル等を手配する仕組みとなっている。なお、現地エージェントは交通公社新紀元国際旅行社有限公司（JTBと中国の旅行会社である中信旅游総公司との合併企業）を除けば、大半が中国系旅行会社。また、ランドオペレーターにおいても、日系旅行会社と中国系旅行会社が混在している。

図表3：各社の取り組み状況

企業名	概要
プリンスホテル	2010年に北京に営業所を2ヶ所開設。従業員を対象に中国の習慣や文化、語学に関する研修を開き受入体制を強化
京王プラザホテル	従業員を対象に語学に関する研修を開き受入体制を強化
藤田観光	2010年に上海に営業所を開設。2012年に現地法人化し営業を強化
近鉄ホテルシステムズ	2010年に中国人観光客向けの営業部署を設置

（資料）各種報道資料をもとに三菱東京UFJ銀行企業調査部作成

#### (2) 今後の展望

安定的な収益基盤の構築に向けては課題も

- もっとも、各社の取り組みは現段階では宿泊客数の増加に寄与する一方、安定的な収益基盤を構築する観点からは課題もある。
- まず、上述した旅行会社経由の中国人観光客は宿泊単価の低い団体客が中心であり、客室稼働率の向上には貢献するものの収益効果は限定的である。これらの団体客の多くは買い物に来日の主目的としており宿泊費を抑える傾向にあるため、訪日ツアーを企画する旅行会社間で価格競争が激化しており、ホテル各社も宿泊料金的大幅なディスカウントを余儀なくされているケースが多いようである。
- また、宿泊客全体に占める特定国客のウエイトが高まりすぎると、外交・経済問題等の外部要因により客数変動するリスクに晒される。足元では尖閣諸島問題の影響で中国人観光客が急減しているほか、欧州からの宿泊客についても欧州債務問題の影響による落ち込みが目立つ。

- こうした点を踏まえると、今後の取り組みとしては、団体客よりも宿泊単価の高いビジネス客、東南アジアなどの新興国を含む幅広い地域からの訪日客の取り込みを通じて宿泊客層の多様化を図っていくことが重要。
- そのためには、現地あるいは現地企業の日本法人への営業活動を強化するほか、各国語に対応したウェブサイト制作などによりアクセスの改善を図ることが必要。また、多数の外国人ビジネス客が見込める MICE<sup>(\*)</sup> 関連の需要を取り込むことも有効であり、これらの需要獲得に向けては、宿泊・宴会・料飲の各部門を越えた横断的な専門部署を設けてワンストップサービスを実現し、ニーズにきめ細かく対応するなど、受入態勢の強化を図っていくことが求められよう。

## 【用語説明】

宿泊特化型 ホテル	ビジネスホテルのコンセプトをさらに徹底し、宴会場やレストランを併設せずサービスを限定することで、リーズナブルな宿泊価格を提供するホテル。
価格訴求型の 婚礼エージェ ント	自前の式場を有さず、提携先のホテル事業者やレストラン事業者等から式場を賃借し、婚礼の運営を行う事業者。閑散期を指定することで、ホテル事業者等から割安な価格で式場の提供を受けるとともに、レンタルドレス業者などの関連業者間で価格競争させることで、低価格な結婚式を実現する。メイションが運営する「スマ婚」のほか、ベストブライダルが運営する「楽婚」などがある。
MICE	Meeting（会議・研修・セミナー）、Incentive tour（報奨・招待旅行）、Convention または Conference（大会・学会・国際会議）、Exhibition（展示会）の頭文字をとった造語で、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントの総称。なかでも、政府はインバウンド施策として、国際会議の誘致に積極的に取り組んでいる。

（2012.12.20 有田 祐規）

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、宜しくお願ひ申し上げます。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