

特別企画:100 業界 228 分野の 2011 年度天気予測

東日本大震災の影響で、全体の 5 割強が「雨もよう」

～「商社」は「快晴」も、「紙・パルプ」や「旅行」などは「雷雨」に～

はじめに

東日本大震災から 5 カ月が経過し、サプライチェーンの復旧や復興需要を背景に、企業の生産活動が復調に向かいつつある。一方、消費マインドも猛暑や節電などの特需が後押しし、内需・外需ともに回復傾向にある。しかし、長期化する円高やエネルギー政策の不透明感が、輸出産業の業績下押し要因となり、海外シフト化の動きを強めつつあるほか、福島第一原発事故の長期化やその影響による食の安全問題、さらには原材料価格の上昇による商品・サービスの値上げが家計への負担感を増し、内需のさらなる改善の重しとなるなど、その回復ペースには鈍化の恐れもある。

こうしたなか、帝国データバンクでは、8 月 25 日発刊の経営情報誌「TDB REPORT 111 号 TDB 業界動向 2012- I」にて、100 業界 228 分野の業界動向を調査。2011 年度の業界天気を予測し、その展望とポイントを取り上げた。

業界天気図は各業界の生産や販売、売り上げ、収益動向などから景況感を総合的に判断したもの。最も景気が良い状態を「快晴」とし、以下「晴れ」、「薄日」、「曇り」、「小雨」、「雨」、最も景気が悪い状態を「雷雨」と 7 段階で表している。

調査結果（要旨）

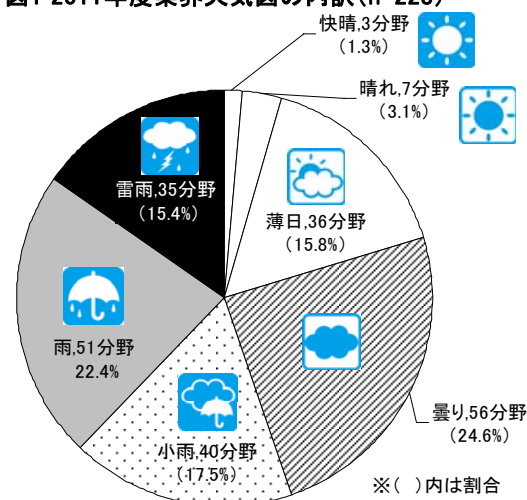
100 業界 228 分野の 2011 年度天気予測は、「快晴」が 3 分野、「晴れ」が 7 分野、「薄日」が 36 分野、「曇り」が 56 分野、「小雨」が 40 分野、「雨」が 51 分野、「雷雨」が 35 分野となった（図 1）。

また、2010 年度と比較して天気が「改善」したのは 51 分野、「横ばい」が 120 分野、「悪化」は 57 分野となり、前年度からやや改善がうかがえるも、総体的な傾向として停滞感が強い結果となった（表 3）。

全 228 分野のうち「晴れもよう」（快晴～薄日）となったのは 46 分野で、全体としては約 2 割にとどまった。

一方で、「雨もよう」（小雨～雷雨）は、全 228 分野のうち 126 分野と全体の 5 割強を占めた。

図 1 2011 年度業界天気図の内訳 (n=228)



調査対象 ※下記の 100 業界をさらに 228 分野に細分化し、天気予測の対象とした。

表1 調査対象100業界228分野

金融	銀行	食品	食肉加工	日用品	化粧品・トイレタリー	家具・事務機械	家具・住設機器	サービス	カラオケ
	生命保険		水産		服飾雑貨		事務機械・事務用品		広告
	損害保険		菓子・パン		鉄鋼		総合商社		警備
	証券		加工食品		非鉄金属		百貨店		人材派遣・職業紹介
	貸金		酒類		産業機械		スーパーマーケット		経営コンサルタント
	クレジットカード		飲料		工作機械		コンビニエンスストア		教育サービス
ベンチャーキャピタル	牛乳・乳製品	精密機械	ディスカウンター	エステティック・美容					
リース	建設(ゼネコン)	繊維	繊維	機械	建設機械	流通	ホームセンター	サービス	冠婚葬祭
	土木工事		紙・パルプ		新エネルギー関連機器		バラエティストア		放送
	プラントエンジニアリング		印刷		管工機材		通販		宝飾品
	住宅		印刷・出版		自動車		物流・倉庫		玩具・ゲームソフト
建設・不動産	不動産	印刷・出版	出版・新聞	輸送機械	中古自動車	情報・通信	電気通信	その他の業界	スポーツ用品
	不動産管理・ビルメンテナンス		石油化学製品		自動車関連サービス		ソフトウェア		音楽
	内装工事・リフォーム		プラスチック製品		航空機・鉄道車両		情報提供サービス		包装用品・容器
	管工事		ゴム製品・タイヤ		造船		外食		園芸・造園
	電気・通信工事		石油		家電		ホテル・旅館		ペット
	電気・通信工事		電力・ガス		パソコン		旅行		
建材・産業	木材・製材品	医療	医薬品	家電・情報機器	半導体・電子部品	サービス	レクリエーション	サービス	映画・DVD
	セメント・石材・タイル		介護福祉関連サービス		通信機器		映画・DVD		
	ガラス		医療関連サービス		通線		映画・DVD		
	建築用金属製品		医療機器		電線		パチンコ		

調査結果 (詳細)

2011 年度の業界天気図

表2: 業界天気図の内訳と割合

(単位: 分野、%)

業界天気図	2010年度		2011年度	
	分野数	割合	分野数	割合
快晴	1	0.4	3	1.3
晴れ	9	3.9	7	3.1
薄日	31	13.6	36	15.8
曇り	53	23.2	56	24.6
小雨	60	26.3	40	17.5
雨	44	19.3	51	22.4
雷雨	30	13.2	35	15.4
合計	228	100.0	228	100.0

表3: 業界天気図の状況 (2010年度比)

(単位: 分野、%)

状況 (対2010年度)	分野数	割合
改善	51	22.4
横ばい	120	51.8
悪化	57	25.9
合計	228	100.0

■「快晴」の分野 (以下、カッコ内は業界名を示す)

「総合商社」をはじめ3分野。「総合商社」は引き続き資源高が追い風となり、2011年度は各社が好調な業績を見込む。

■「晴れ」の分野

「建設機械製造」(建設機械)、「ネット広告」(広告)、「学習塾・通信教育・家庭教師派遣」(教育サービス)などの7分野。海外需要や震災からの復興需要を見込み、「建設機械製造」は前年度の「薄日」から改善。「ネット広告」は海外を含めた新市場開拓や新技術開発が業績向上のカギに。

■「薄日」の分野

「石油化学基礎製品製造」(石油化学製品)、「工作機械製造」(工作機械)、「移動体通信」(電気通信)などの36分野。エネルギー・インフラ関連など成長市場の開拓により「工作機械製造」は前年度の「曇り」から「薄日」へ改善。「移動体通信」はスマートフォンの新機種投入でシェア争いが活発化するもよう。

■「曇り」の分野

「生命保険」、「高炉」(鉄鋼)、「ソフトウェア開発」(ソフトウェア)などの56分野。「高炉」は自動車メーカーなどの生産活動の復調により需要回復。「ソフトウェア」は震災を受けて、省エネシステムやセキュリティソフトなどの需要増に期待がかかる。

■「小雨」の分野

「酒類製造」(酒類)、「全国展開型百貨店」(百貨店)、「トラック輸送」(物流・倉庫)などの40分野。「酒類製造」は消費者の節約志向から低価格ニーズに対応せざるを得ない状況が続く。「全国展開型百貨店」は消費者の買い控えや外国人観光客の減少が減収要因に。

■「雨」の分野

「リース」、「自動車製造」(自動車)、「人材派遣」(人材派遣・職業紹介)などの51分野。「リース」は国内の電力使用制限などから設備投資需要が冷え込む見通し。「自動車製造」は円高、原材料高により厳しい業績を見込む。

■「雷雨」の分野

「紙・板紙製造」(紙・パルプ)、「居酒屋チェーン・ビアレストラン」(外食)、「旅行」などの35分野。「紙・板紙製造」は原燃料高が各社の収益を圧迫するほか、紙需要の低迷も続く。「旅行」は福島第一原発事故の收拾遅延からインバウンド需要が激減。

<主要 50 分野の業界天気図>

業界	分野	天気		2011年度のポイント
		2010年度	2011年度	
銀行	主要行			前向きな設備投資意欲は低迷が予想され、運用収益は厳しい状況。メガバンクは新興国向け融資の強化を進める。
	地方銀行・第二地方銀行			企業による運転資金の需要増が見込まれるも、倒産増加による不良債権化の懸念も強く、各行の業績予想は慎重姿勢。
生命保険				法改正の影響や財務強化が落ち着いた見通し。各社は新商品開発など差別化を図り、増収基調を維持する見込み。
損害保険				元受正味保険料合計は増加見通し。震災関連費用や各社の合理化による管理費などの減少で保険引受利益は回復見込み。
リース				新興国や資源国など海外需要は旺盛。一方、国内では電力使用制限などの懸念もあり、設備投資需要は冷え込む見通し。
建設				公共投資は増加が見込まれるものの、被災地外への投資は絞られる懸念がある。民間部門の回復ペースに左右される。
プラントエンジニアリング				市場環境は好転すると見込まれ、多様化した顧客ニーズに対する顧客対応力の強化が競争力のカギとなる。
住宅	戸建て			震災後、持家は若干の落ち込みあり。回復に向かうとみられた住宅市場だが、回復時期は年度後半に後倒しか。
	マンション			首都圏の分譲マンション販売は好調を維持。高層・湾岸マンション敬遠ムードが、どこまで業績に影響するのかが不安材料。
不動産	不動産賃貸(除く住宅系賃貸)			オフィス需要、テナント需要は震災の影響から不透明。今後の電力供給状況や、福島第一原発の復旧状況に左右される。
加工食品	調味料製造			原材料価格の上昇懸念も低価格路線は継続。大手各社は新興国需要を取り込み、業績拡大を図る構え。
酒類	酒類製造			高価格帯商品の動きが鈍る。先行き不安による節約志向から消費者の低価格ニーズに対応せざるを得ない状況が続く。
繊維	繊維製造・紡績			震災の影響で自動車関連は需要減となるも、美用衣料は需要拡大。また、海外での市場拡大を目指す。
アパレル	衣料品小売			衣料品単価は下げ止まり傾向にあり、一部高額商品も動き始めている。新規出店を加速させ、回復基調に乗りたい考え。
紙・パルプ	紙・板紙製造			原燃料高が各社の収益を圧迫する。大王製紙を皮切りに、日本製紙、王子製紙も転嫁値上げ。紙需要の低迷も続く。
出版・新聞	出版社・出版取次			電子書籍の盛り上がりを受け、出版社や取次は対応を進める。電子書籍市場を取り込めるかが業績浮沈のカギとなる。
石油化学製品	石油化学基礎製品製造			国外需要へ向け機能化学品強化が進展。基礎化学品は国内生き残りに向けて、企業間の連携による合理化が進む。
石油	石油精製・元売り			震災による物流網の寸断は復旧しつつも、精製設備の復興には時間を要す見通し。製品の安定供給が課題。
電力・ガス	一般電気事業者・卸電気事業者			一般・大口需要家に対する節電の取り組みや、企業活動の低迷などを背景に、販売量は減少する見込み。

業界	分野	天気		2011年度のポイント
		2010年度	2011年度	
医薬品	医薬品製造			新製品投入や海外企業の買収効果で増収増益の見込み。ジェネリックやOTC医薬品メーカーも市場拡大に注力。
	ドラッグストア			コンビニなど他業態との提携相次ぐも、新型店は開発途上。生き残りかけたM&Aや提携は続く見込み。
介護福祉関連サービス	介護サービス・有料老人ホーム			高齢化社会の進行で市場拡大は確実。高齢者向けサービスは、異業種からの参入が続くが、依然として人材確保が課題。
鉄鋼	高炉			粗鋼生産量は前年度実績には届かないとみられるが、自動車メーカーなどの生産活動が復調することで需要は回復傾向に。
非鉄金属	銅・鉛・亜鉛製錬			生産量は銅が減少、鉛・亜鉛が前年度並みの可能性。販売単価の高維持で各社業績はおおむね堅調となる見通し。
産業機械	産業機械製造			震災の復興需要のほか、省エネ機能強化などのメンテナンス需要を見込める。顧客の生産拠点の海外移転加速が懸念。
工作機械	工作機械製造			業績改善は続くとみられる。海外向けの比重の上昇のほか、インフラ、航空機など成長が見込める分野にも注力する。
建設機械	建設機械製造			国内は震災の影響で今後需要が増える見込み。海外現地メーカーの追い上げに対抗するため、技術革新も必要。
自動車	自動車製造			震災による販売減少と継続的な円高、鋼材をはじめとする原材料価格の上昇で、業績見直しに厳しい状況。
造船				高操業だが受注残は徐々に減少。中韓との受注競争で劣勢が続くと将来苦境の可能性も。エコシップで差別化を目指す。
家電	家電製造			震災の復興需要、節電にともなうエコ家電ブームの向きも見られるが、政策効果の収束で縮小感も否めず、波乱含み。
	家電小売			政策終了や節電運動の消費への影響は不透明感も、省エネ家電ブームや地デジ買い換え需要で年度内は堅調に推移か。
半導体・電子部品	半導体製造			海外メーカーに対抗するため、各社は微細化技術の開発に取り組み。収益構造改革のためのファブレス化も加速。
総合商社				引き続き資源高による追い風が続く。三井物産、伊藤忠商事、丸紅の3社は、そろって過去最高益を更新する勢い。
百貨店	全国展開型百貨店			消費者の買い控えや震災による外国人観光客の減少が減収要因に。アジア市場に国内市場縮小のカバーが期待される。
スーパーマーケット	総合スーパー			海外、特に中国でのショッピングセンター開設増加が見込まれるものの、各社とも慎重な姿勢を見せる。
コンビニエンスストア				震災後いち早く商品を供給、ライフラインとしての役割が認識され、生活必需品を扱うコンビニ売上高は堅調に推移。
物流・倉庫	トラック輸送			震災により国内物流量減は必至。さらに、中東情勢の悪化にともなう原油価格の不透明感がコスト圧迫要因に。
旅客輸送	航空			震災によるプレジャー需要減退、福島第一原発事故による訪日外国人減、原油価格の変動など業績の下振れ要因が多い。

<主要 50 分野の業界天気図 ～続き>

業界	分野	天気		2011年度のポイント
		2010年度	2011年度	
電気通信	移動体通信			スマートフォンで先行するソフトバンクに対し、NTTドコモ、KDDIは新機種投入でシェア争いが活発に。
ソフトウェア	ソフトウェア開発			震災による電力供給の不安や情報端末の多様化により、省エネシステムやセキュリティソフトの需要増加に期待。
外食	ファストフード			震災で節約志向が加速するなか、引き続き堅調に推移する見込み。特に牛丼店はいち早く客足を戻している。
	居酒屋チェーン・ビアレストラン			震災後は消費マインドが低下しており、不要不急の業態である居酒屋は一段と厳しい。低価格競争も熾烈化する見込み。
ホテル・旅館				個人消費・法人需要ともに引き締めが続くことに加え、訪日外国人数が激減していることから、回復は望みにくい。
旅行				福島第一原発事故の収拾遅延から、インバウンドは需要が激減。「安・近・長」志向の国内消費者動向が業績向上のカギ。
広告	広告代理店			震災の影響によりテレビ広告が一時的に減少を余儀なくされ、広告市場全体が前年度より悪化する可能性が高い。
	ネット広告			ネット広告市場の拡大傾向が続くなか、海外を含めた新市場開拓や新技術開発への成否が業績を分ける要因とならう。
人材派遣・職業紹介	人材派遣			規制強化の動きから、事務職派遣は引き続き厳しい状況が続く。技術者派遣も震災の影響で回復基調が停滞。
教育サービス	学習塾・通信教育・家庭教師派遣			新・学習指導要領の施行で需要増の期待。一方で消費者の企業選別も強まり、ブランド力の違いによる業績格差も。
放送	地上波テレビ放送			震災の影響により、上半期の広告収入は激しく落ち込む見通し。下半期の回復に期待するも上げ幅は限定的か。
玩具・ゲームソフト	玩具・ゲームソフト製造			玩具はメディアミックスによるヒット商品の人気維持がカギ。ゲームは、ソーシャルゲーム市場と新ハードが追い風に。

2011年8月25日（木）発刊の弊社経営情報誌「TDB 業界動向 2012- I」では、**全 100 業界 228 分野**を網羅した業界天気図を掲載しています。また、主要企業の業績調査や統計資料をもとに、100 業界の 2010 年度動向および 2011 年度見通し、さらには東日本大震災の影響についても分析しています。

「TDB 業界動向 2012- I」は弊社ホームページでもご案内しています。



業界動向 2012- I

検索

【内容に関する問い合わせ先】

株式会社 帝国データバンク 本社産業調査部 担当：稲澤
TEL 03-5775-3163 FAX 03-5775-3169

当レポートの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。

当レポートはプレスリリース用資料として作成しております。報道目的以外の利用につきましては、著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および無断引用を固く禁じます。