

工 作 機 械

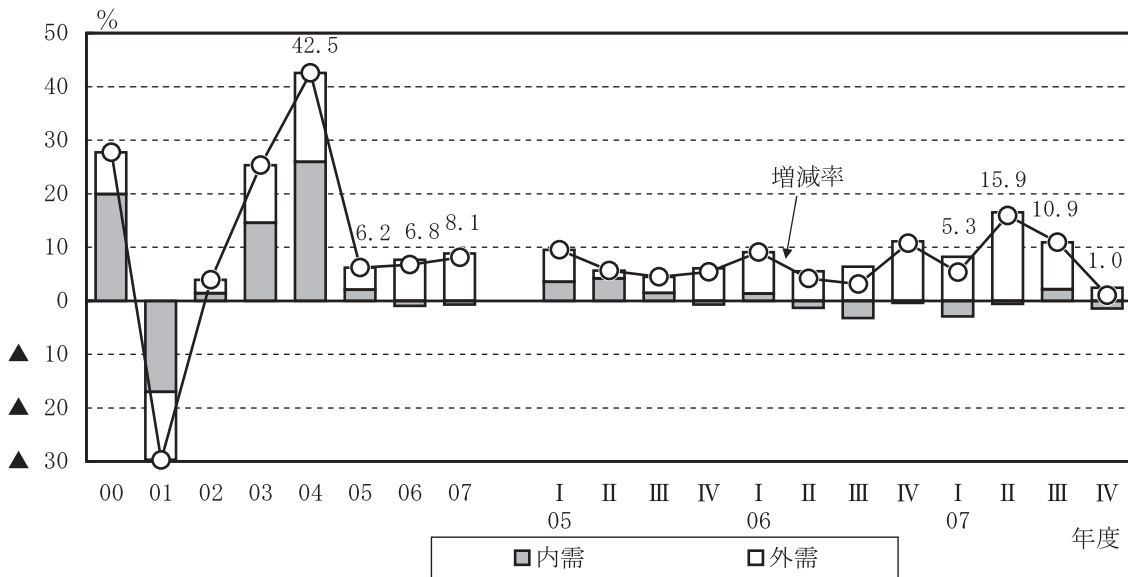
1. 受注

2007年度の工作機械の受注は、内需が引き続き減少したものの、外需が好調に推移し、1兆5,939億円と5年連続の増加、2006年度を上回り史上最高額を更新した（前年比8.1%増）。内需は、主力の自動車向けが増加に転じたものの、一般機械向けが2007年度に入り振るわないことなどにより減少となった。外需は、アジア・欧州向けが好調で、増加が続いている（図表6-1）。

四半期毎にみると、外需が牽引する形で増加が続いていたが、2007年第IV四半期は外需の増勢が弱まり、伸び率は大幅に鈍化している。

2008年度の受注は、内需において国内設備投資に一服感がみられるほか、外需もサブプライムローン問題の影響による米国向けの減少や中国の増勢が弱まりつつあることなどから小幅な伸びとなる可能性がある。

図表6-1 受注額の増減率・寄与度（内外需別）



(出所) 日本工作機械工業会

(1) 内需

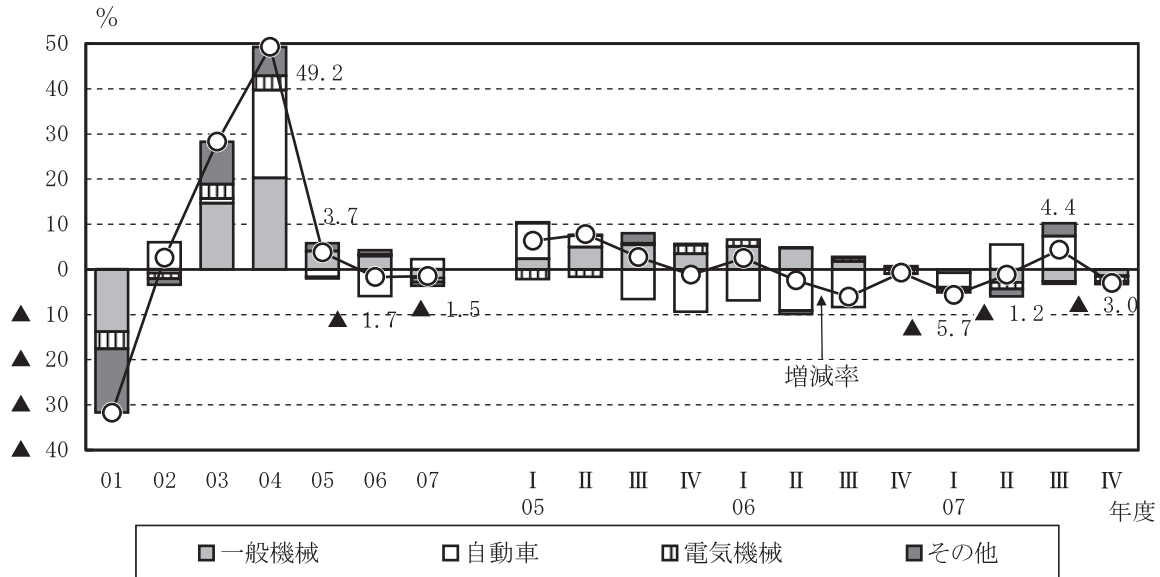
2007年度の内需は、7,208億円と引き続き減少となった（前年比1.5%減）。需要部門別でみると、自動車向けが輸出好調により設備更新に注力し増加に転じたものの（同8.4%増）、一般機械向け（同4.2%減）・電気機械向け（同12.7%減）が減少に転じた（図表6-2）。

四半期毎にみると、一般機械向けは2007年度に入ってから減少が続いている。自動車向

けも 2004 年度の反動から 2005 年度第Ⅲ四半期以降は減少が続いており、2007 年度は持ち直した感があったものの第Ⅳ四半期には再び減少に転じている。

2008 年度の内需は、重厚長大産業（ボイラ・原動機、建設機械、造船、航空機など）向けは好調を持続するも、自動車向けに盛り上がりが見られず、前年比減となる可能性が高い。

図表 6 - 2 受注額（内需）の増減率・寄与度（需要部門別）



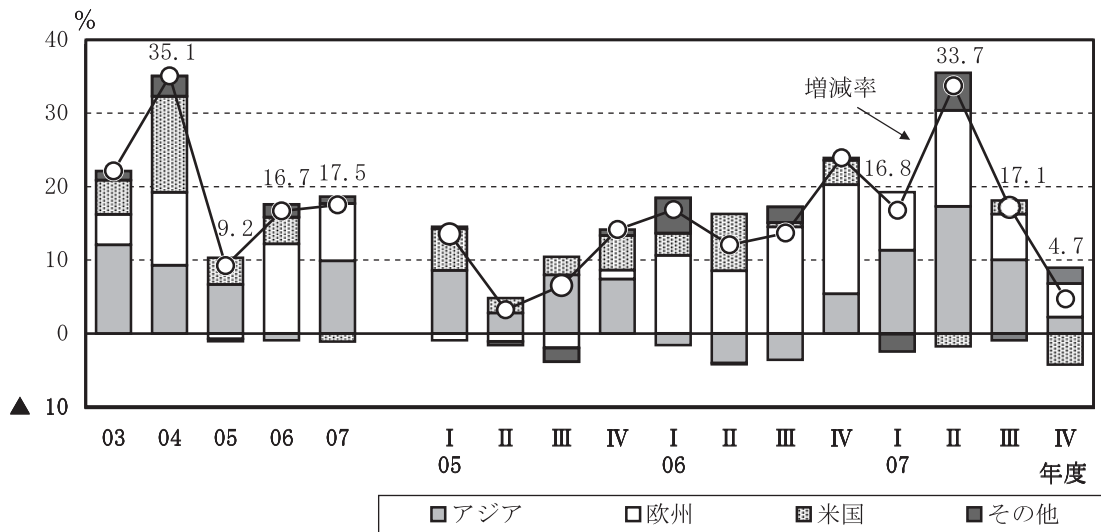
（出所）図表 6 - 1 に同じ

（2）外需

2007 年度の外需は、8,731 億円と初の 8,000 億円台を記録し、史上最高額を 4 年連続で更新した（前年比 17.5%増）。サブプライムローン問題で経済が低迷する米国向けは減少となった（同 3.9%減）ものの、中国を中心に高い伸びを示したアジア向け（同 29.4%増）、欧州向け（同 25.4%増）が好調に推移した。ただし、四半期毎にみると、2007 年度第Ⅳ四半期は、米国向けが大幅な減少となり、アジア向けの伸びも鈍化するなど、外需全体の増勢が弱まっている（図表 6 - 3）。

2008 年度の外需は、重厚長大産業向け、穀物市況高騰を背景とする農業機械向けなどの好調が見込まれるものの、中国を中心としたアジア向けの伸びの鈍化や米国向けの減少もあるため、横ばいからやや弱含みで推移する見通しである。

図表6-3 受注額（外需）の増減率・寄与度（地域別）



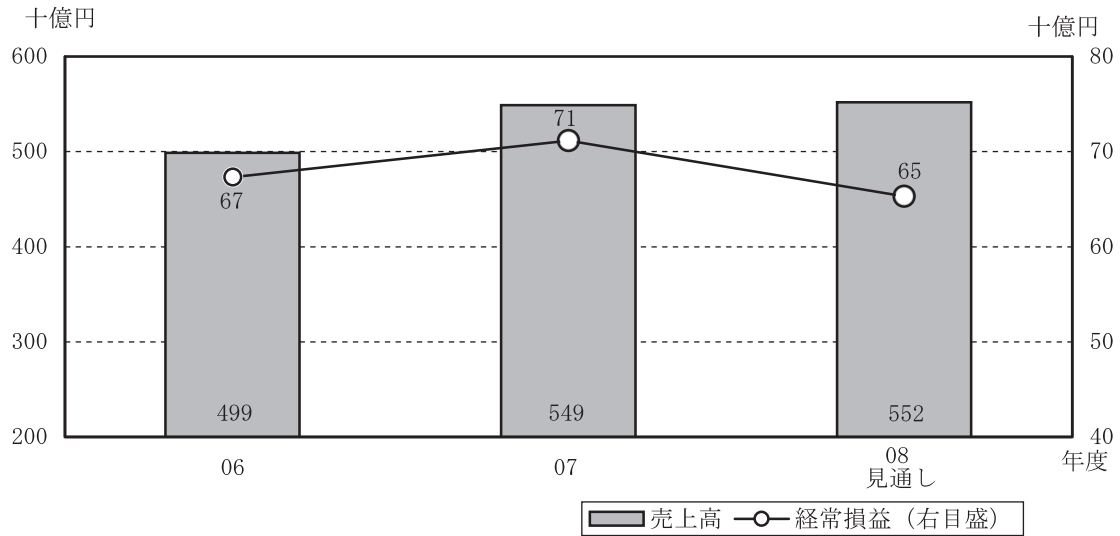
(出所) 図表6-1に同じ

2. 決算

工作機械主要3社の2007年度決算（連結）は、外需の寄与や原材料費増に伴う製品値上げなどにより二桁の増収となった（3社計：前年比10.1%増）。各社毎にみると、得意分野の業況により増収会社と減収会社に分かれた（需要が拡大する重厚長大産業向けの品揃えを持つオークマ、森精機製作所は増収。伸び悩む金型産業向けを主力とする牧野フライス製作所は減収）。3社とも海外売上高が6割程度と海外市場への依存度が高いものの、日本市場での売上高の伸びも相応に確保している（3社計：同5.0%増）。損益面では、増収効果に加え、為替差益（ユーロ高円安）の発生や合理化効果などにより増益となっている（経常利益3社計：2006年度673億円→2007年度711億円）（図表6-4、6-5）。

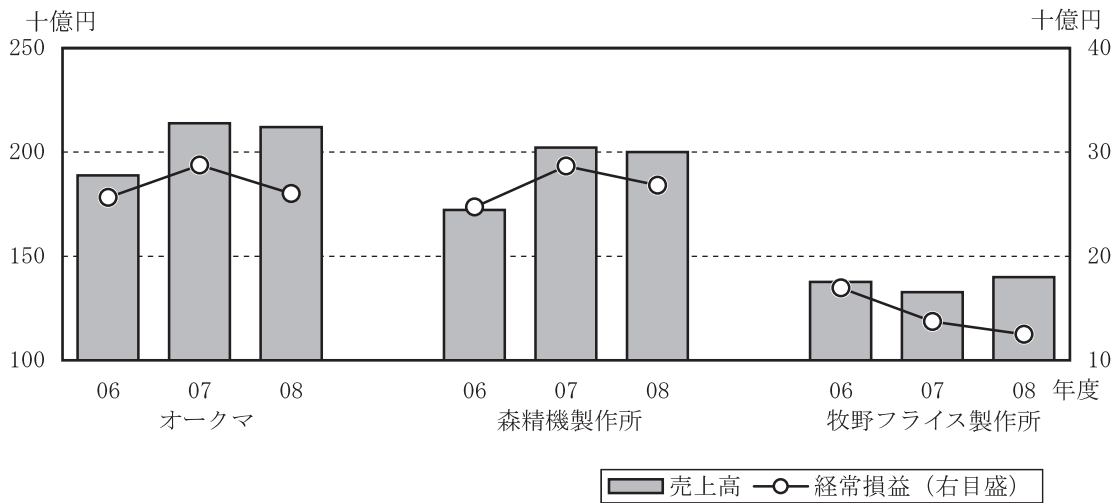
2008年度は、内需に一服感が見られ、米国の景気後退などもあるが、製品値上げにより増収を見込む。しかしながら、円高や原材料費高騰などにより減益となる予想である。

図表6-4 工作機械主要3社（連結）の決算動向



(注) 主要3社：オークマ、森精機製作所、牧野フライス製作所
 (出所) 各社IR資料

図表6-5 工作機械主要3社（連結）の会社別決算動向



(注) 2008年度は見通し
 (出所) 各社IR資料

産業機械

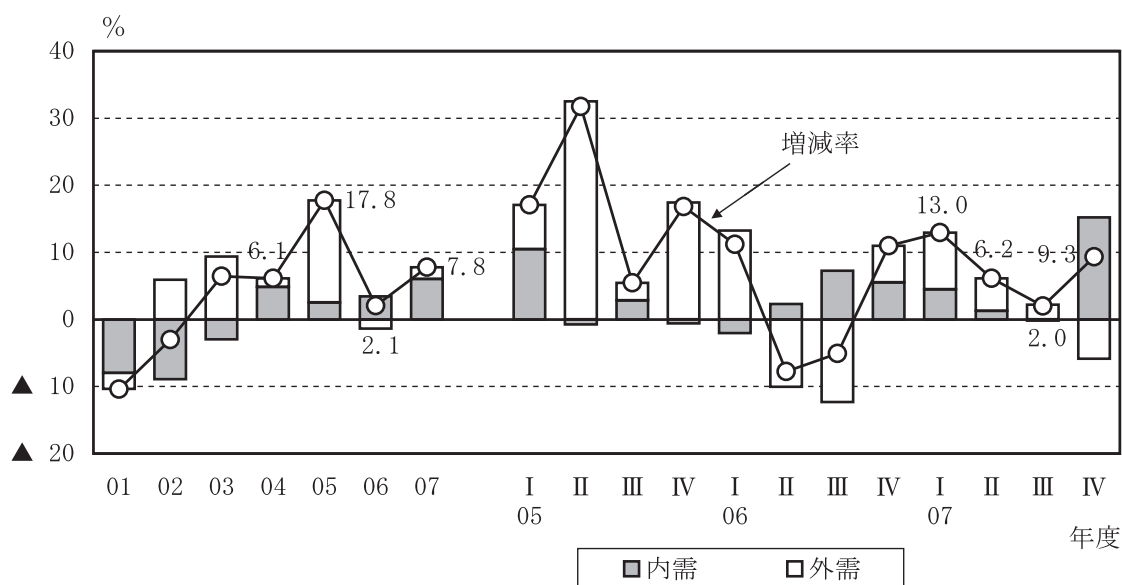
1. 受注

2007年度の産業機械の受注は、内需、外需ともに伸び、6兆6,918億円と5年連続の増加となった（前年比7.8%増）。内需は非製造業向けが伸びたほか、製造業向け、官公需向けが堅調に推移したことにより3兆9,479億円（同10.5%増）、外需はアジア向けの増加により2兆7,439億円（同4.1%増）、といずれも増加となった（図表7-1）。

四半期毎にみると、2006年度第IV四半期から2007年度第III四半期まで外需が牽引する形で増加が続いていたが、2007年度第IV四半期は内需が大幅な増加に転じ、外需が減少に転じている。

2008年度の受注は、内需は大型投資が一段落するものの、省エネルギーや環境対策のための投資が見込まれるため横ばいとなり、外需は新興国の旺盛な設備投資意欲を背景にエネルギーやインフラ投資向けが引き続き好調に推移するため、増加が続く見通しである。

図表7-1 受注額の増減率・寄与度（内外需別）



（出所）日本産業機械工業会

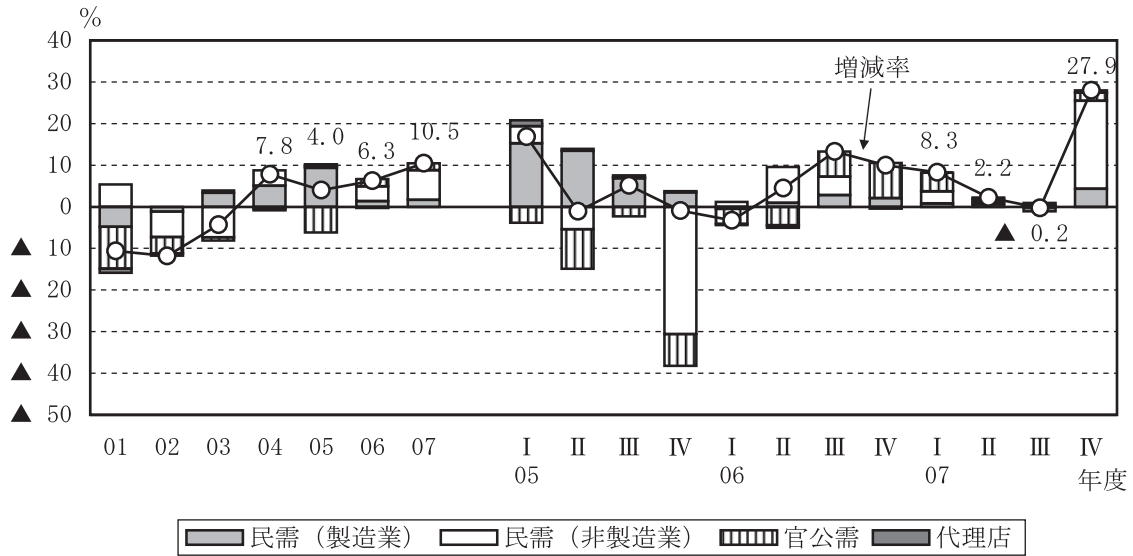
（1）内需

2007年度の内需は、3兆9,479億円と4年連続の増加となった（前年比10.5%増）。需要部門別でみると、原子力発電所建設などの大型投資のあった電力（9,385億円、同51.1%増）、製品化ラインに積極的な投資を行った鉄鋼（2,098億円、同69.6%増）などを中心とした民需向け（2兆8,097億円、同12.6%増）に加えて、廃棄物処理施設の更新投資などが活発に行われた官公需向け（8,029億円、同7.8%増）も好調であった（図表7-2、7-3、7-4）。

四半期毎にみると、2007年度第Ⅲ四半期には減少に転じたが、第Ⅳ四半期は大型案件（原子力発電所建設）のあった民需（非製造業）の寄与が大きく、大幅な増加に転じている。

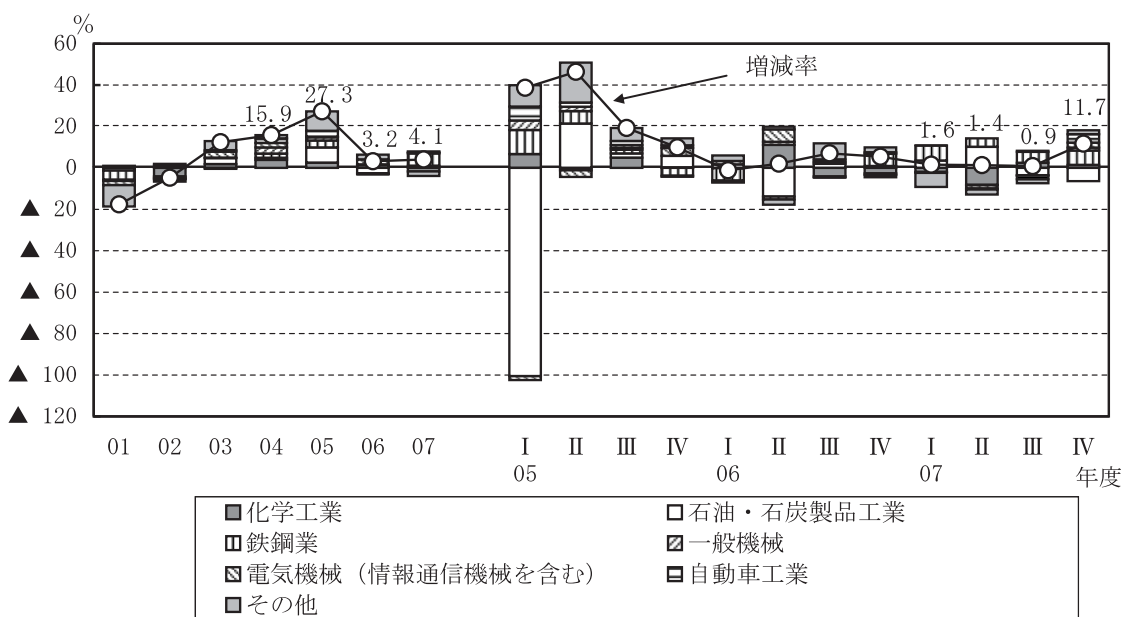
2008年度の内需は、民需が底堅いほか、官公需も緩やかな回復が期待できるものの、生産能力増強のための大型投資は一段落するとみられており、前年比横ばい程度の見通しである。

図表 7-2 受注額（内需）の増減率・寄与度（需要部門別）



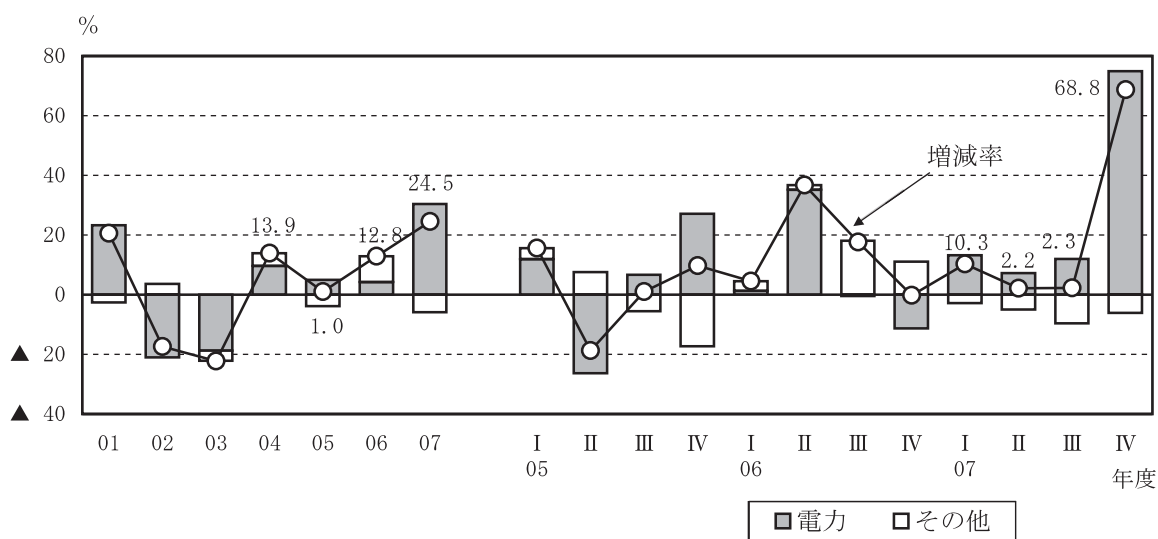
(出所) 図表 7-1 に同じ

図表 7-3 受注額(内需製造業)の増減率・寄与度(需要部門別)



(出所) 図表 7-1 に同じ

図表 7-4 受注額(内需非製造業)の増減率・寄与度(需要部門別)



(出所) 図表 7-1 に同じ

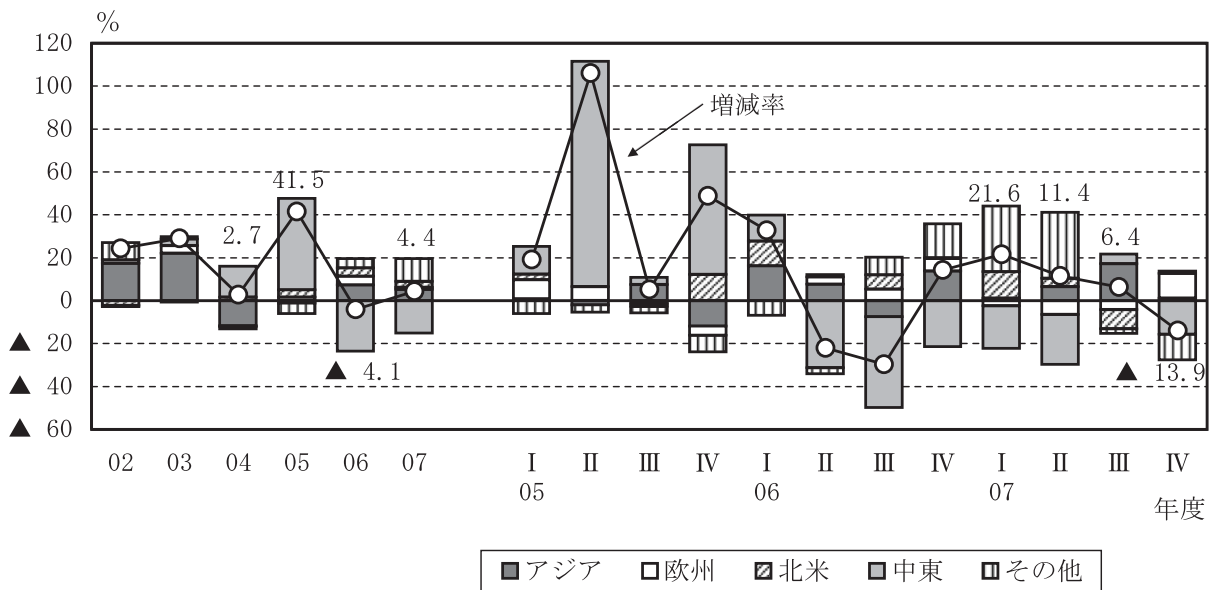
(2) 外需

2007年度の外需は、2兆7,439億円と増加に転じた(前年比4.1%増)。地域別では、石油関連プラント建設がピークアウトした中東向けの減少をアジア向けや新興国向け(その他)の増加で補った(図表7-5)。

四半期毎にみると、2006年度第IV四半期以降、アジア向けと新興国向け（その他）の牽引により増加が続いていたが、2007年度第IV四半期はアジア向けの失速と新興国向け（その他）の不振により減少に転じた。

2008年度の外需は、新興国の旺盛な設備投資意欲を背景としてエネルギーやインフラ投資向けが引き続き好調に推移することから増加が続く見通しである。ただし、世界的にみると受注水準はピークに達しつつあり、伸び率が鈍化する可能性が高い。

図表 7-5 地域別輸出契約高



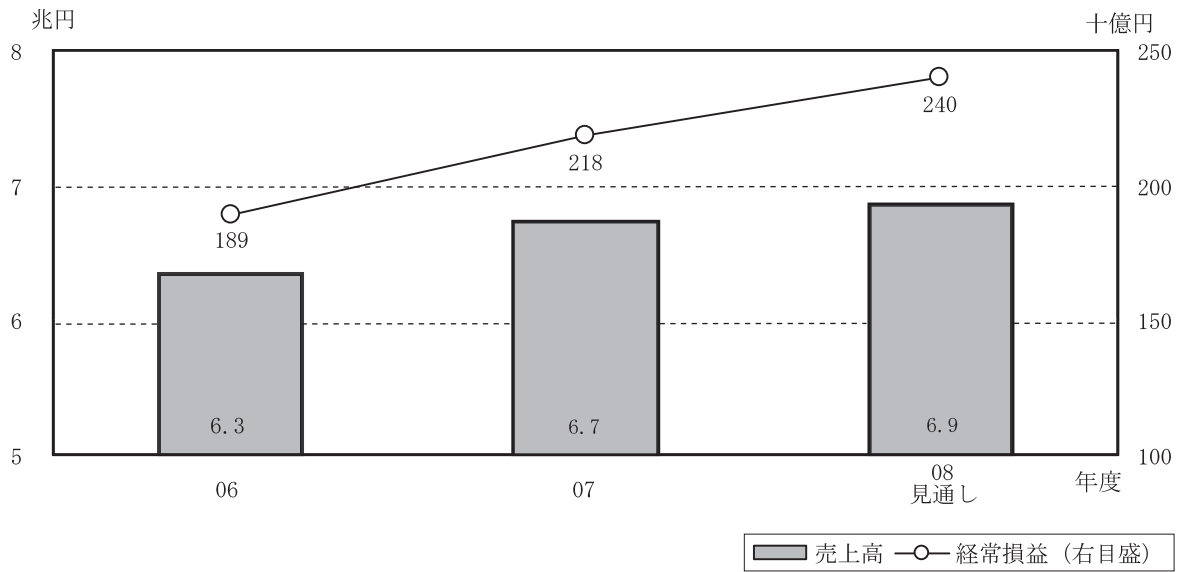
(出所) 図表 7-1 に同じ

2. 決算

産業機械主要4社の2007年度決算(連結)は、新興国・産油国や欧州向けが好調であったほか、国内でも高水準の設備投資が行われ、船舶、環境機器、プラントなどを中心とした旺盛な需要を受けて増収となった(4社計:前年比6.1%増)。損益面は、合理化努力などにより二桁の経常増益となった(4社計:前年比15.6%増)。なお、IHIは、海外工事の採算悪化や国内ボイラ工事における生産混乱などにより、大幅な経常赤字(308億円)を計上している(図表7-6、7-7)。

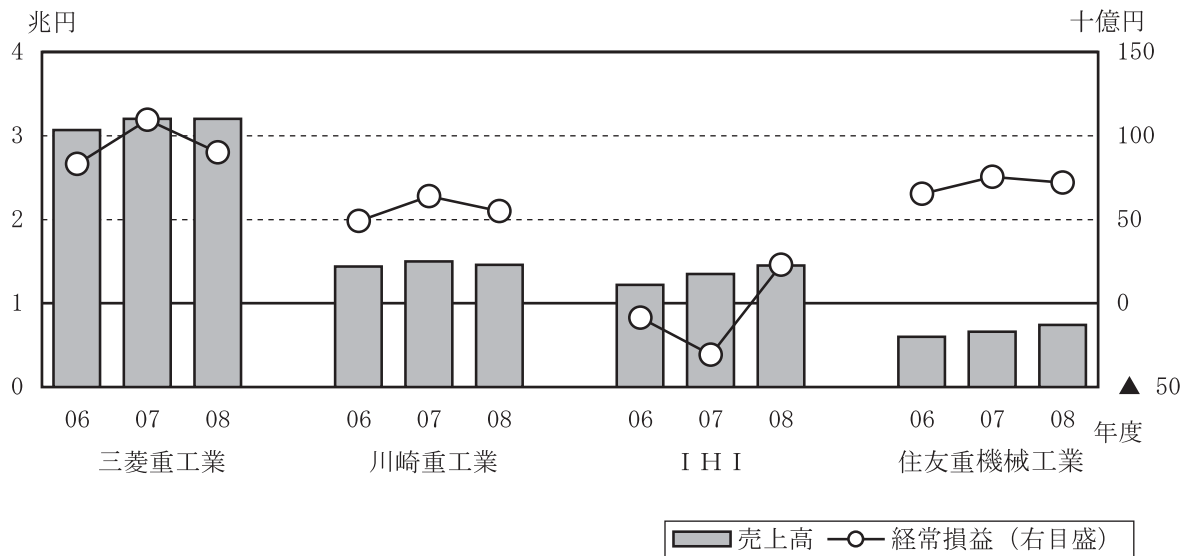
2008年度は、新興国を中心とした輸出向けの拡大は期待できるものの、ドル安円高や資材費高騰などにより業績は弱含みとなる見通し。なお、IHIは、営業活動の強化や不採算事業の改善などにより、増収・経常黒字化を目指す。

図表 7-6 産業機械主要 4 社（連結）の決算動向



(注) 主要 4 社：三菱重工業、川崎重工業、I H I、住友重機械工業
 (出所) 各社 I R 資料

図表 7-7 産業機械主要 4 社（連結）の会社別決算動向



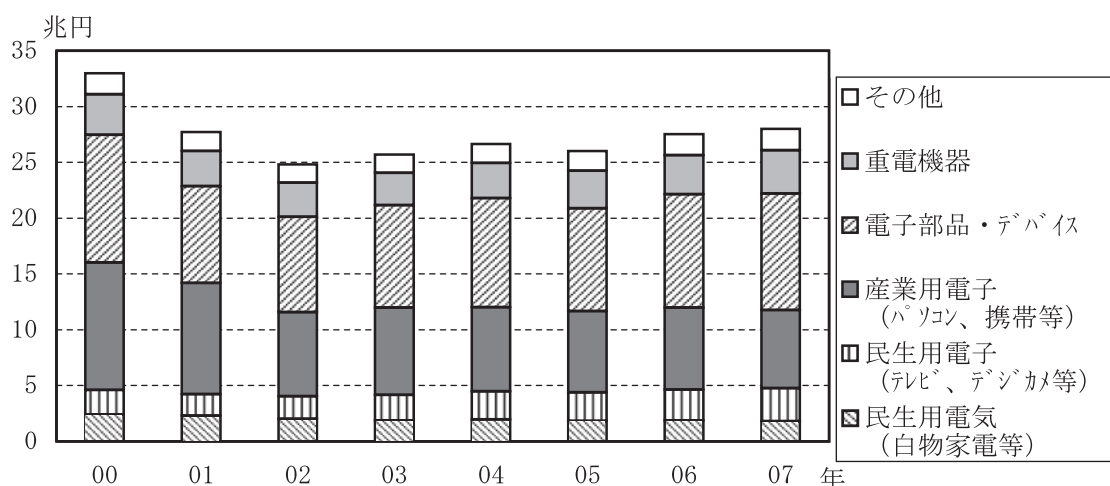
(注) 2008 年度は見通し
 (出所) 各社 I R 資料

電 気 機 械

1. 生産

電気機械産業は、民生用電気（白物家電）、民生用電子（デジタル家電など）、産業用電子（コンピュータ、通信機器）、電子部品・デバイス、重電機器の5つのセグメントから構成される。2007年の電気機械の生産額28兆円のうち、電子部品・デバイスは4割弱に相当する10.4兆円を占め、2002年以降は、産業用電子を上回る最大のセグメントとなっている（図表8-1）。

図表8-1 電気機械セグメント別国内生産額



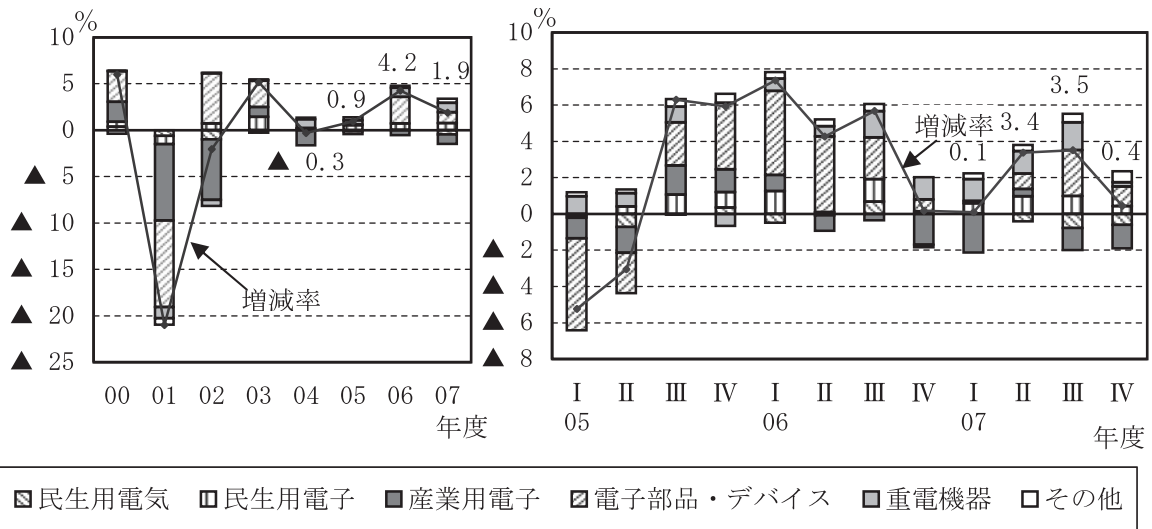
(出所) 電子情報技術産業協会、日本電機工業会、経済産業省「機械統計」

2007年度の生産額（図表8-2）をみると、民生用電気（前年比6.7%減）は、主力のエアコンや冷蔵庫、洗濯機が振るわず、産業用電子（同4.1%減）も、パソコンと携帯電話が低迷して前年を下回ったものの、集積回路や液晶素子などが好調に推移した電子部品・デバイス（同3.2%増）、液晶テレビやデジタルカメラなどが二桁増となった民生用電子（同7.2%増）、ボイラー・原動機や回転・静止などが堅調だった重電機器（同7.9%増）の寄与により、全体で同1.9%増と2年連続の増加となった。ただし、2006年度（同4.2%増）と比べると、伸び率は縮小している。

四半期毎に伸び率をみると、2007年度第Ⅱ～Ⅲ四半期は前年比3%台の増加と堅調であったが、第Ⅳ四半期はウエイトの大きい電子部品・デバイスの減速により、同0.4%増にとどまっている。

2008年度は、中国やインドなど新興国で持続的な需要拡大が期待されるが、総じて単価の下落傾向が続くことに加え、サブプライムローン問題を発端とする米国経済の低迷やドル安円高の進行で輸出環境も厳しいことから、生産の伸び率は鈍化傾向が続く見通し。

図表 8 - 2 電気機械の生産額の増減率・寄与度（部門別）



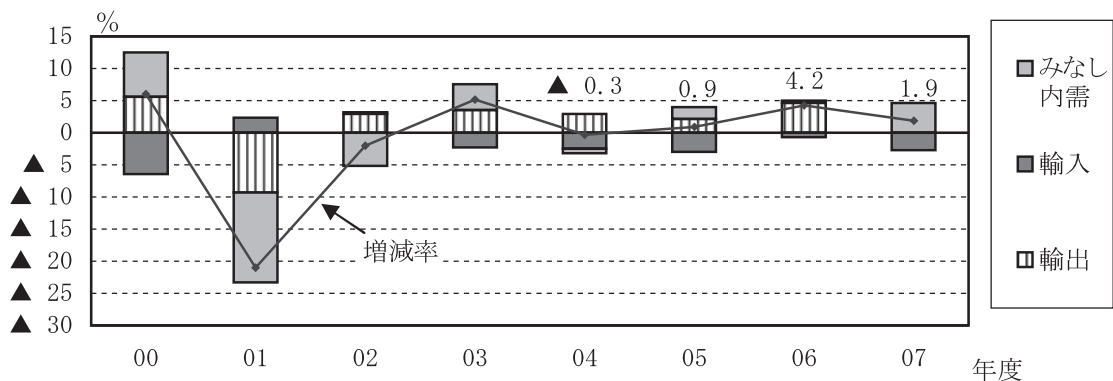
（出所）電子情報技術産業協会、日本電機工業会、経済産業省「機械統計月報」

2. 内需・輸出入

2007年度は、輸出が、主力の電子部品・デバイスの伸び悩みにより、前年並みにとどまった。電子部品・デバイスの輸出を地域別にみると、米国向けがすでに年度当初から減少傾向に転じていたことに加え、年末からは中国やアジア（除く中国）向けも大幅な落ち込みとなった（図表 8 - 3）。サブプライムローン問題を発端とする米国景気の低迷が世界経済の減速へ波及し、これが電気機械の輸出にも影響し始めたものとみられる。

みなし内需（図表 8 - 3）は、電子部品・デバイスや民生用電子などが増加したことから、2007年度は前年を上回ったが、足元ではマイナスに転じている。輸出とともに増加してきた輸入も 2007年度は小幅減となっており、2008年度も、国内外の需要は鈍化傾向が続くものとみられる。

図表 8 - 3 電気機械の生産額の増減率・寄与度（内需・輸出入別）



（注）みなし内需 = 生産 - 輸出 + 輸入

（出所）電子情報技術産業協会、日本電機工業会、経済産業省「機械統計」、財務省「貿易統計」

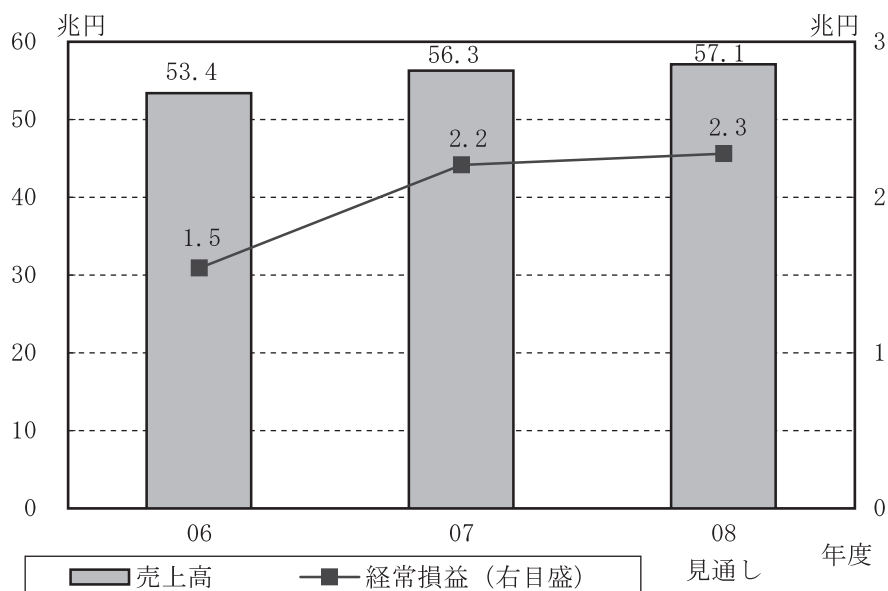
3. 決算

総合電機主要9社の2007年度決算（連結）は、デジタル家電や情報通信、産業システムなどの需要が堅調であったことに加え、構造改革による合理化効果もあり、IT不況で業績が落ち込んだ2001年度以降、6年連続の増収となった（図表8-4）。また、営業損益は前年比40%の大幅増益となり、9社平均の営業利益率は3.2%から4.2%に改善した。2008年度も増収増益を見込むものの、ドル安円高や米国経済の低迷などにより、同利益率は4.5%と小幅の上昇にとどまる見通しである。産業向けなどを除くと、家電などの消費財への価格転嫁は困難な情勢にあり、鋼材やレアメタルといった資源価格の高騰も利益の押し下げ要因となる。

全般に収益力は回復傾向にあるとはいえ、総合電機主要9社の間で回復度合にはばらつきがある（図表8-5）。2008年度の営業利益率が5%を超える見通しなのは、三菱電機（6.6%）、松下電器産業（6.1%）、シャープ（5.4%）、ソニー（5.0%）の4社のみである。10%近い利益率を確保する韓国のサムスン電子などと比べると、巨額の投資や研究開発に見合うだけのリターンが得られているとは言い難い。国内の主要製造業の利益率を業種別に比較しても、電気機械は長期低迷が続き、他業種との乖離は拡大傾向にある。ただし、注目すべきなのは、電気機械の中でも、主要な電子部品メーカーは利益率が高いことである。

多くの電子部品メーカーは、市場が拡大する海外で売上を伸ばし、高い利益率を確保している。総合電機メーカーが国内市場に多くを依存し、競合他社との激しいシェア争いで収益を圧迫されているのとは対照的である（図表8-6）。総合電機各社は、海外生産拠点の思い切った統合再編や部品の現地調達拡大を進めるとともに、BRICsなど新興国で販売網を整備し、売れ筋となる低価格帯の品揃えを強化する必要がある。

図表8-4 総合電機主要9社（連結）の決算動向



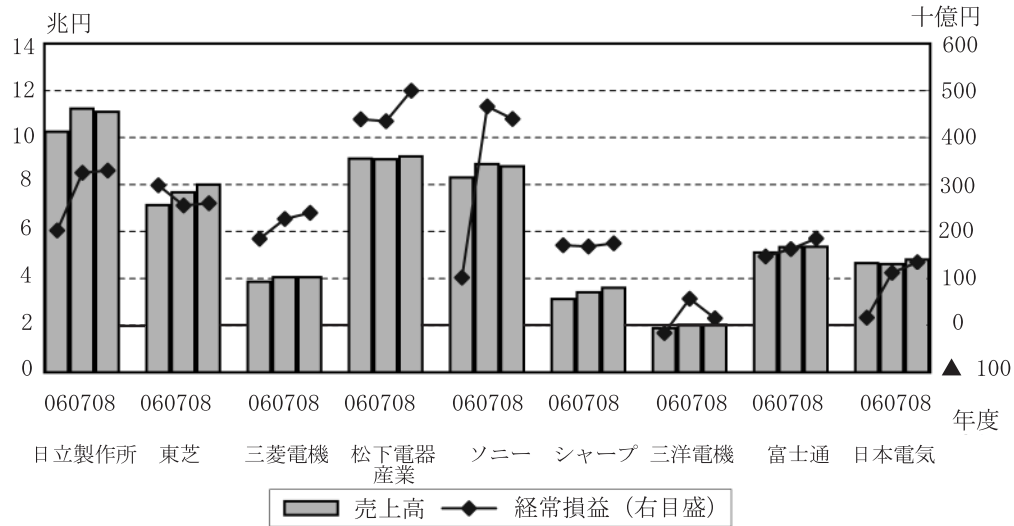
(注1) 日立製作所、松下電器産業、三菱電機、シャープ、東芝、ソニー、富士通、日本電気、三洋電機9社の合計

(注2) 米国会計基準採用会社は経常損益の代わりに税引前当期純損益などを使用

(出所) 各社IR資料

「グローバル分業の進展」「差別化要因の変遷」「低価格品主体の新興国市場の拡大」という世界的潮流の中で、総合電機メーカーが競争力を高めるためには、川上の材料や製造装置産業との緊密な連携を通じて他社との差別化が可能な事業領域と、もはやコモディティ化して、技術だけでは差別化が図りにくい事業領域とを厳しく峻別し、各々に適した事業戦略を再構築する必要がある。

図表 8-5 総合電機主要 9 社（連結）の会社別決算動向

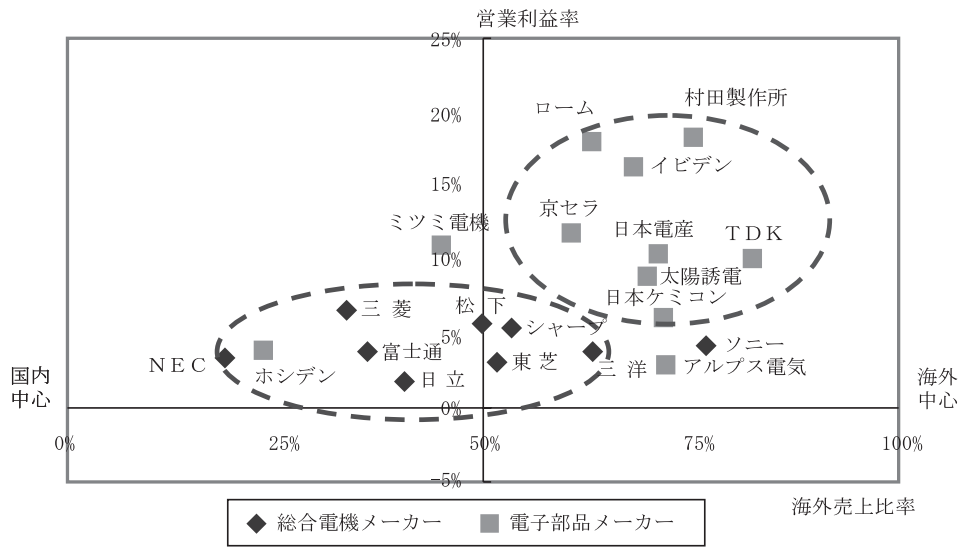


(注 1) 2008 年度は見通し

(注 2) 米国会計基準採用会社は経常損益の代わりに税引前当期純損益などを使用

(出所) 各社 I R 資料

図表 8 - 6 総合電機主要 9 社と電子部品主要 11 社の営業利益率と海外売上比率の関係
(2008 年 3 月期決算)



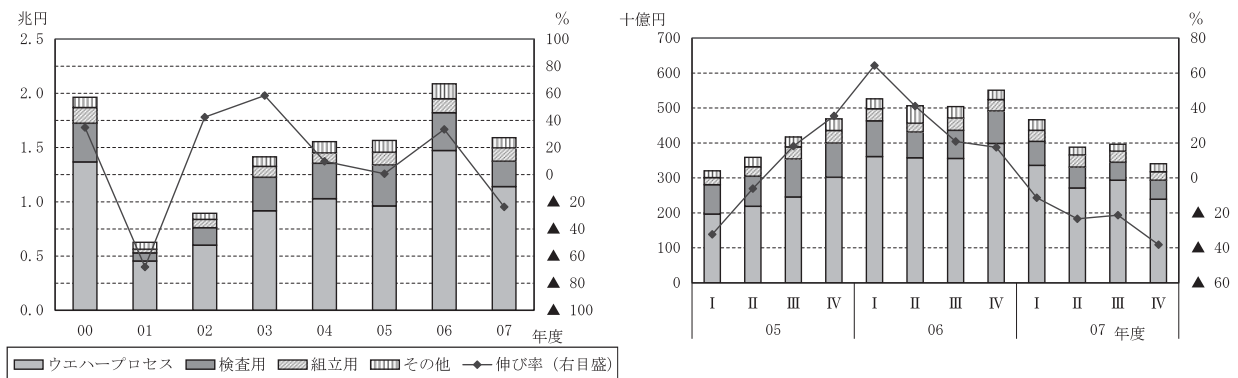
(出所) 各社 I R 資料

半導体製造装置

1. 受注

2007年度の日本製半導体製造装置の受注額（輸出を含む）は、メモリ市況の下落などを受けた設備投資の抑制により、前年比23.8%減の1兆5,917億円となった。四半期毎で見ると、第I四半期以降、前年割れが続いている。第IV四半期には同38.2%減までマイナス幅が拡大しており、まだ下げ止まりの兆しはみられない（図表9-1）。

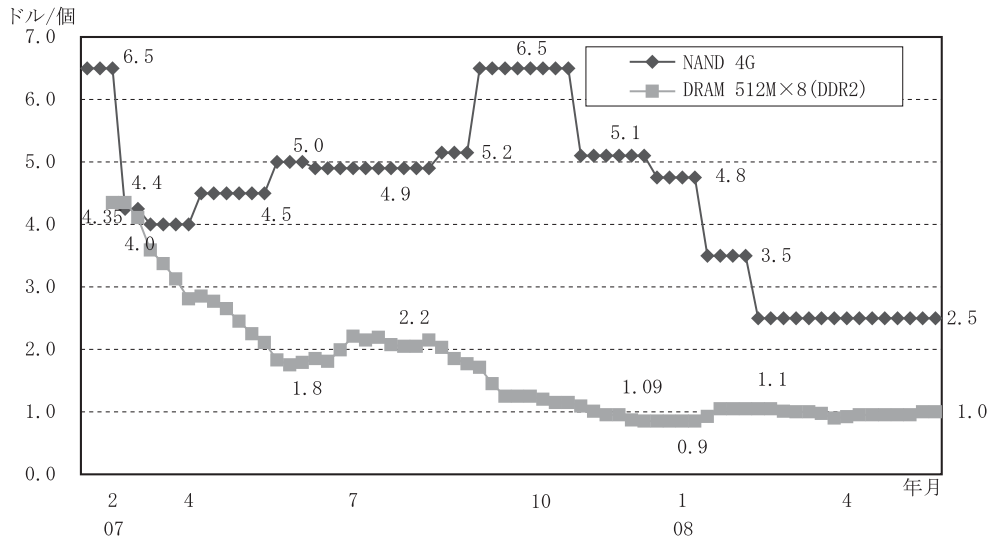
図表9-1 日本製半導体製造装置の受注額



(出所) 日本半導体製造装置協会

メモリ市況は、2007年以降、需給バランスの悪化に伴い、急落し始めた（図表9-2）。2007年2月時点で1個当たり4ドル台だった512MbDRAMの価格は、同年11月には1ドルを割り込むに至った。DRAMメーカーは軒並み赤字決算に陥り、それまで高水準を続けてきた設備投資を抑制する方向に転じた。

図表9-2 DRAMとNANDフラッシュメモリの市況

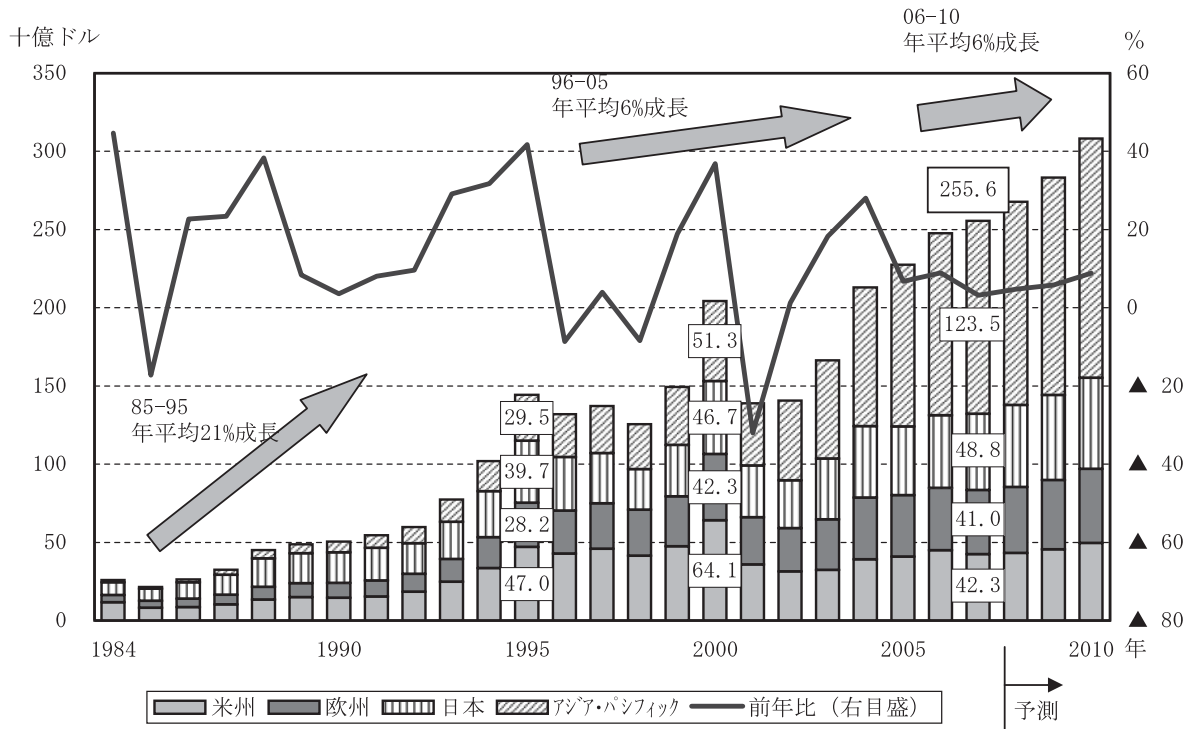


(出所) 日経NEEDS Financial Quest

今後の半導体製造装置の動向を左右する世界の半導体市場は、WSTSの2008年春季市場予測によれば、2008年は2,677億ドルとなり、2007年に達成した過去最大の市場規模を更新する見込みである(図表9-3)。ただ、2007年秋時点の予測と比べると、2008年の成長率は、前年比9.1%増から4.7%増へ大幅に下方修正された。メモリ市況の回復の遅れに加えて、サブプライムローン問題や資源価格の高騰などを発端とする世界経済の減速などが影響したものとみられる。今後、2010年にかけても、半導体市場は一桁台の緩やかな成長が続く見通しであり、半導体メーカー各社は、需給バランスを見極めながら、投資の規模やタイミングを慎重に判断する傾向を一段と強める可能性が高い。

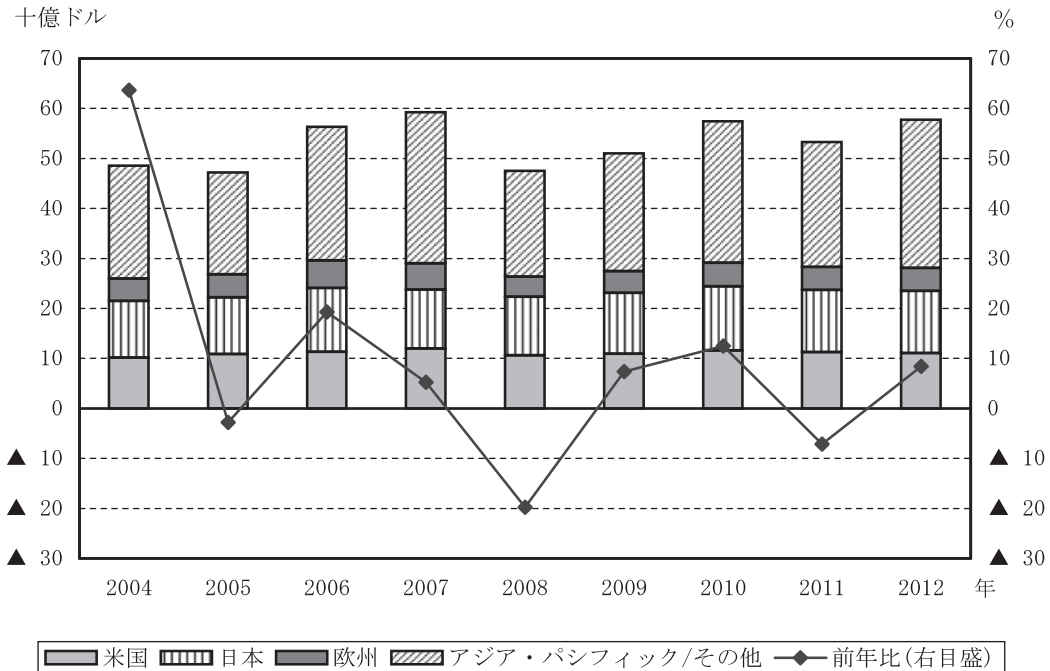
2008年度の後半にかけて、DRAM市況の回復が見込まれているが、急反発を期待することは難しい。日本や欧米、台湾などの半導体メーカーの多くは、今期の設備投資を削減する計画であり、ガートナーによれば、2008年の世界の半導体関連設備投資額は、韓国や台湾などアジア地域の落ち込みが大きく、前年比19.8%減の475億ドルと見込まれている(図表9-4)。半導体メーカーの投資意欲の回復には時間を要するものとみられ、2008年度の日本製半導体製造装置の受注は、2年連続の減少が避けられない見通しである。

図表 9-3 世界の地域別半導体市場規模



(出所) W S T S (World Semiconductor Trade Statistics)

表 9-4 世界の半導体メーカーによる設備投資の動向



(注) 2008年以降は予測値

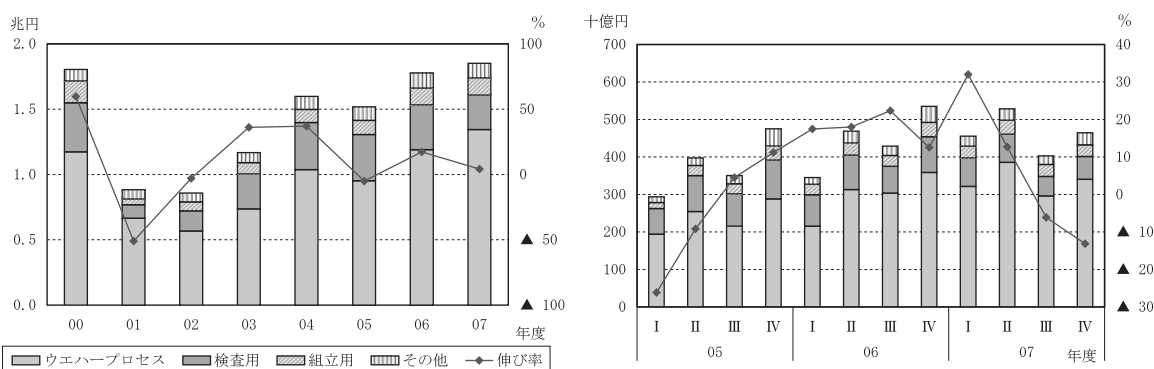
(出所) ガートナー "Forecast: Semiconductor Capital Spending, Worldwide, 2Q08 Update" Barbara Van, 15 Apr 2008, GJ08270

2. 販売

2007年度の世界の半導体製造装置の販売額は、425億ドル（前年比2.3%増）となったが、第Ⅲ四半期以降は前年割れが続いており、受注減の影響が販売にも及んできている。なお、SEMIの予測（2007年12月発表）によれば、世界の半導体製造装置販売額は、2008年は同1.5%減の410億ドルとマイナス成長になる見通しである。

こうしたなか、2007年度の日本製半導体製造装置の販売額は、前年比4.1%増の1兆8,510億円となった。ただし、第Ⅲ四半期以降は減少に転じており、直近の第Ⅳ四半期は前年比13.2%減と減少幅が拡大している（図表9-5）。

図表9-5 日本製半導体製造装置の販売額



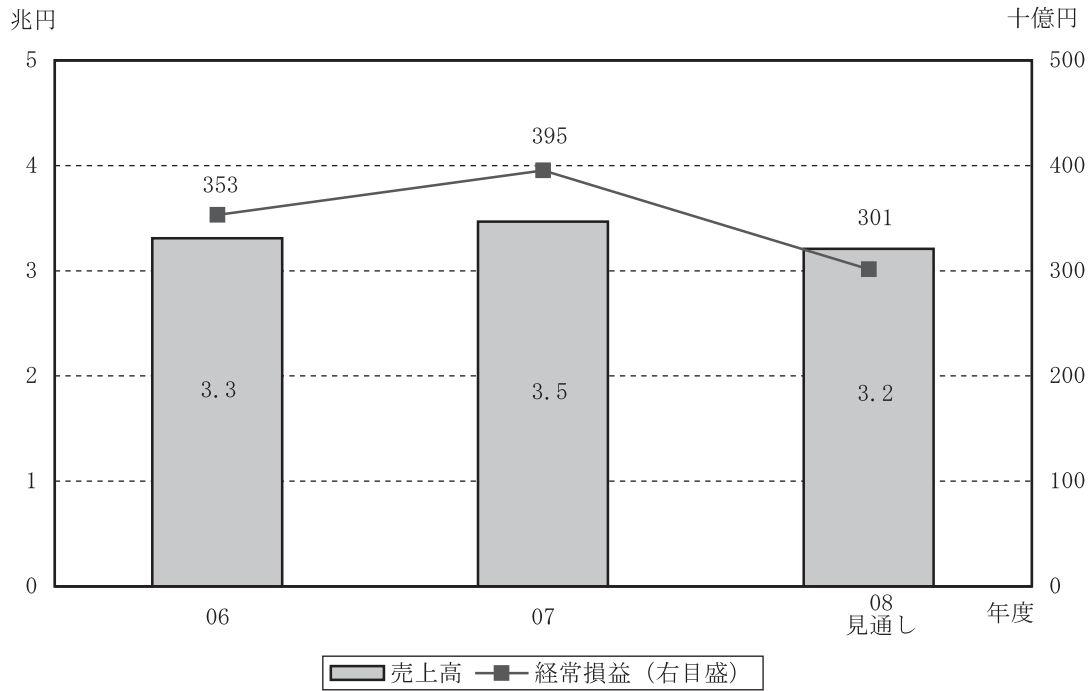
(出所) 日本半導体製造装置協会

3. 決算

半導体製造装置主要7社の2007年度決算（連結）は、売上高が前年比4.8%の増収、経常損益は同12.0%の増益となった（図表9-6）。しかし、期中に半導体製造装置の販売額が前年を下回り始めたこともあり、増収幅ならびに増益幅は2006年度と比べて大きく縮小し、大日本スクリーン製造、ディスコ、東京精密の3社は経常損益が前年を下回った（図表9-7）。

2008年度は、半導体製造装置の受注回復が遅れていることなどから、7社計の売上高は同7.4%減、経常損益は同23.8%減の減収減益となる見通しである。

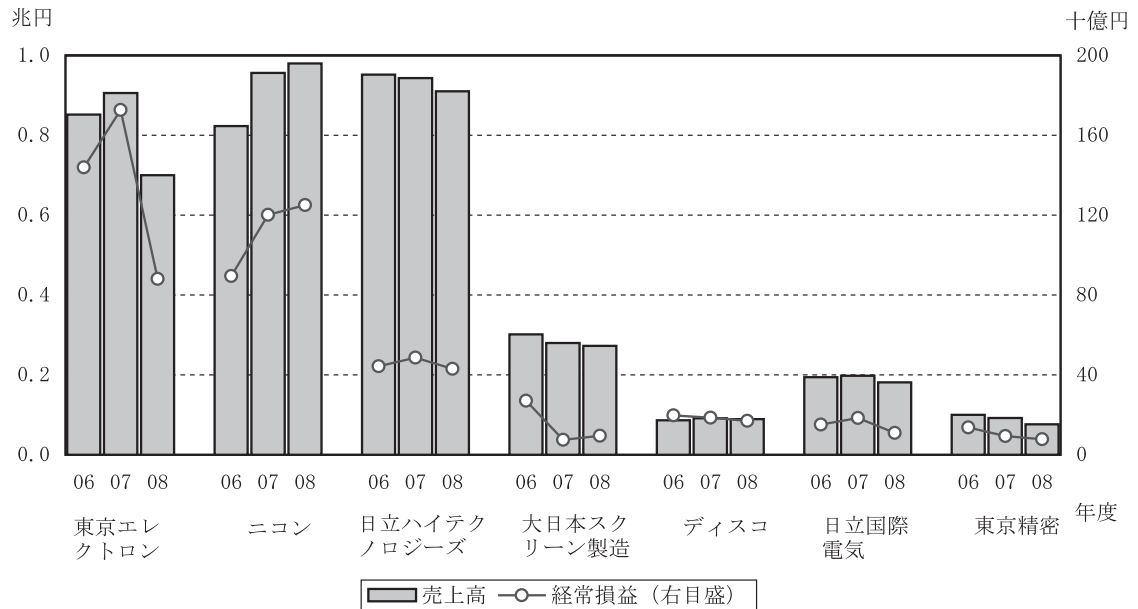
図表 9-6 半導体製造装置主要 7 社（連結）の決算動向



(注) 主要 7 社は東京エレクトロン、ニコン、日立ハイテクノロジーズ、大日本スクリーン製造、ディスコ、日立国際電気、東京精密。

(出所) 各社 I R 資料

図表 9-7 半導体製造装置主要 7 社（連結）の会社別決算動向



(注) 2008 年度は見通し

(出所) 各社 I R 資料

小 売

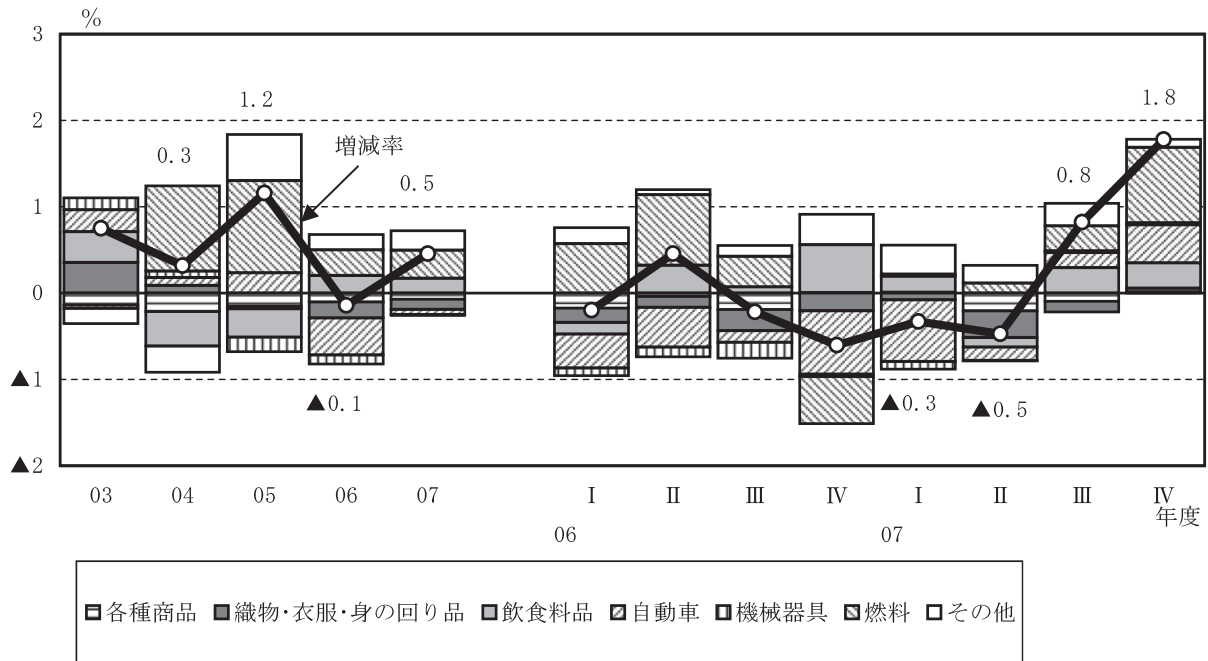
1. 販売

2007年度の小売業販売額は、前半は低調に推移していたものの、後半以降原油価格の高騰に伴うガソリン価格や飲食料品価格の値上げにより燃料小売業や飲食料品小売業の販売額が増加したことに加え、新車投入効果により自動車販売が好調だったことなどから、135兆6740億円（2006年度135兆550億円）と前年比0.5%の増加となった（図表10-1）。

大型小売店（百貨店、スーパー）の販売額をみると、飲食料品が牽引し前年比0.4%増となった（図表10-2）。食品の安全性への意識の高まりから「肉食」志向が強まり、飲食料品の販売が増加したことに加え、食品価格の値上げの影響もあり、食品専門スーパーを中心にプラスに寄与した。一方衣料品は、所得の伸び悩みや天候不順などの影響を受け販売額は前年割れとなり、衣料品を主力商品とする百貨店を取り巻く環境は厳しい状況が続いている。

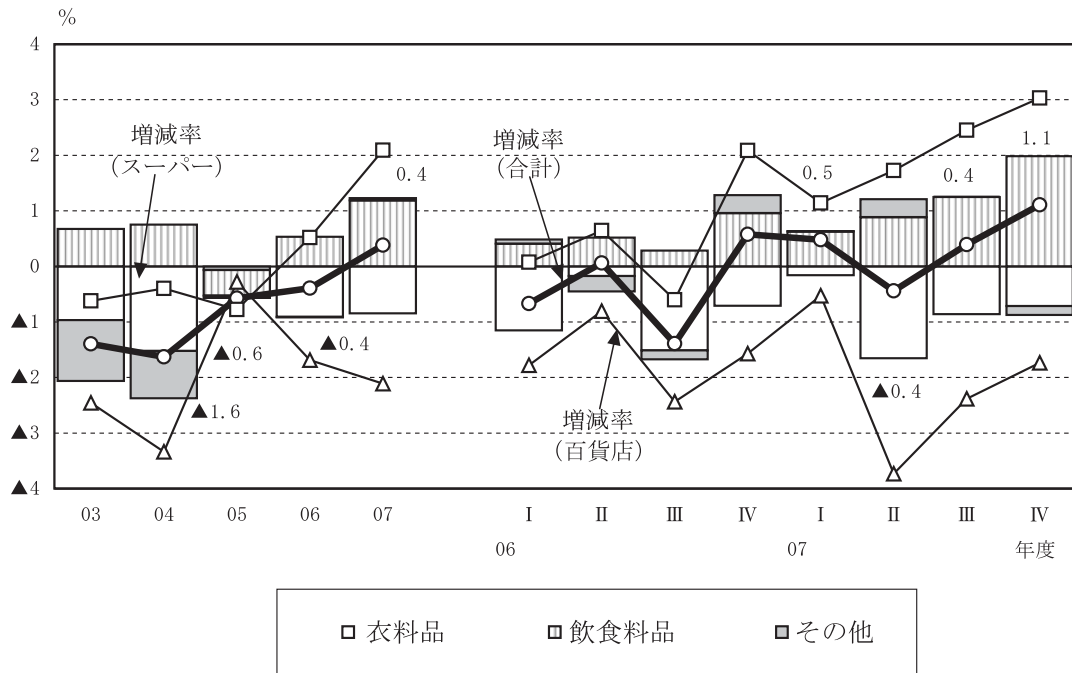
2008年度は、個人消費を取り巻く環境は厳しい状況が続くものの、燃料価格や飲食料品価格の値上げにより、小売業販売額は増加となる見込みである。しかしながら、大型小売店の販売額は、衣料品の販売不振により横ばいとなる見通しである。

図表10-1 業種別小売業販売額の増減率・寄与度



（出所）経済産業省「商業販売統計」

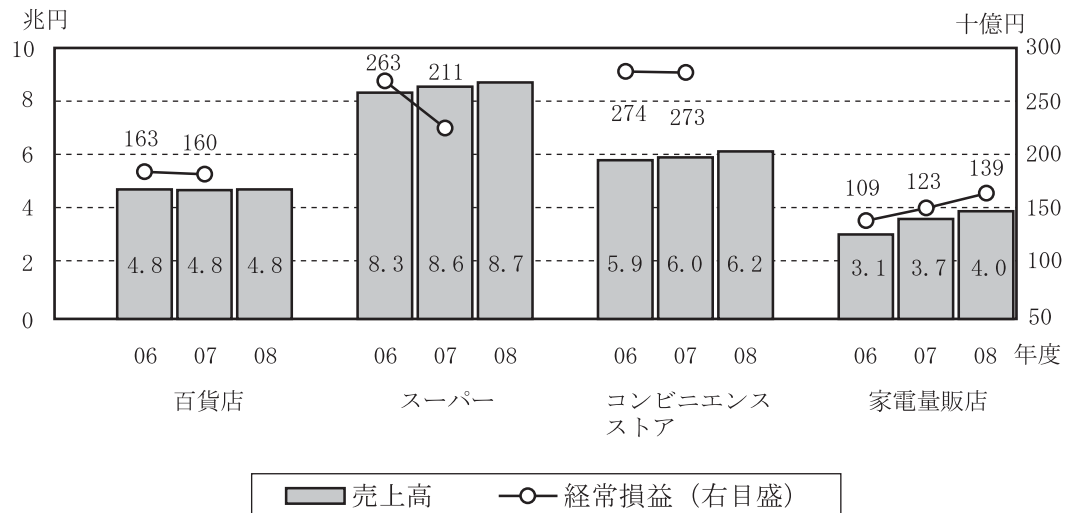
図表 10-2 大型小売店 商品別販売額の増減率・寄与度



2. 決算

業態別に上場企業のうち売上高上位企業 4 社を抽出し 2007 年度決算をみると、百貨店は減収減益、スーパー、コンビニエンスストアは増収減益、家電量販店は増収増益となった (図表 10-3)。

図表 10-3 小売業態別主要 4 社 (連結) の決算動向¹



¹ 百貨店、スーパー、コンビニエンスストアの 2008 年度経常損益は、ミレニアムリテイリング、イトーヨーカ堂、セブン-イレブン・ジャパンが未公表のため掲載していない

(注1) 2008年度は見通し

(注2) 主要4社：

【百貨店】三越伊勢丹ホールディングス、高島屋、J. フロントリテイリング（大丸、松坂屋）、ミレニアムリテイリング（そごう、西武百貨店）

【スーパー】イトーヨーカ堂、イオン、ダイエー、ユニー

【コンビニエンスストア】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

【家電量販店】ヤマダ電機、エディオン、コジマ、ケーズホールディングス

(注3) 三越伊勢丹ホールディングスの2006年度、2007年度の数値は各社の合計値。ミレニアムリテイリングの数値は、そごう、西武百貨店の合計値。ユニーは単体。コンビニエンスストア4社は単体、チェーン全店売上高

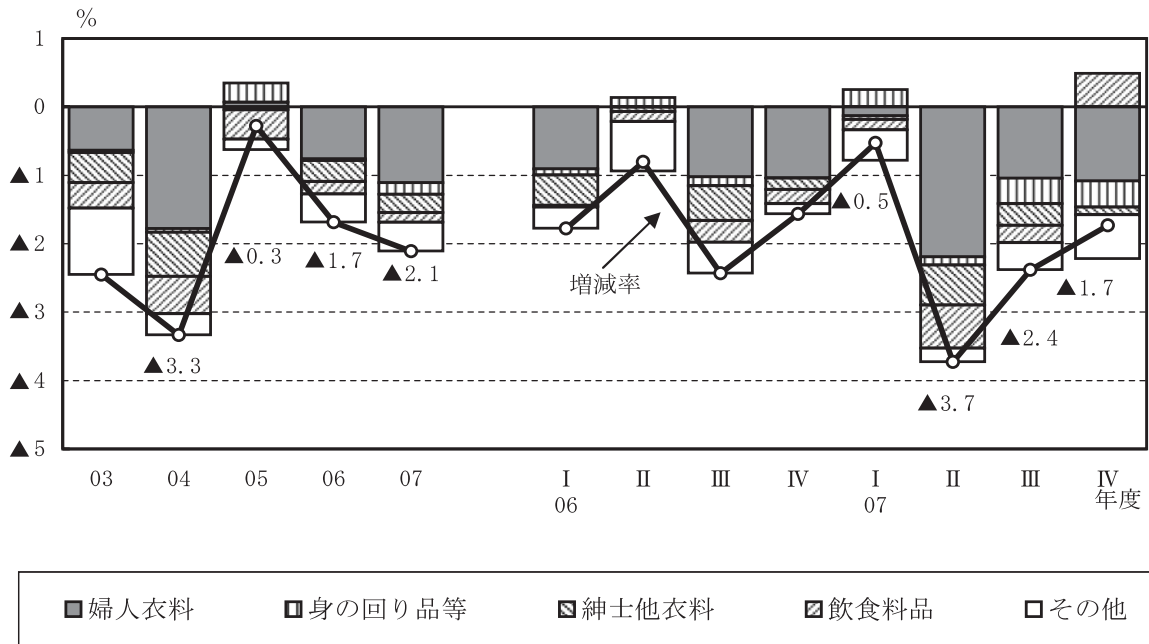
(出所) 各社IR資料

(1) 百貨店

2007年度決算は、個人消費の低迷、天候不順などから主力商品である衣料品の販売額の前年割れが続いたこと、株安の影響などを受けて高額商品の動きが鈍化したことなどから、減収減益となった（図表10-3、10-4、10-5）。ただし、J. フロントリテイリング（大丸、松坂屋）は大丸東京店の移転増床効果、松坂屋でのコスト削減効果などが要因となり増収増益となった。

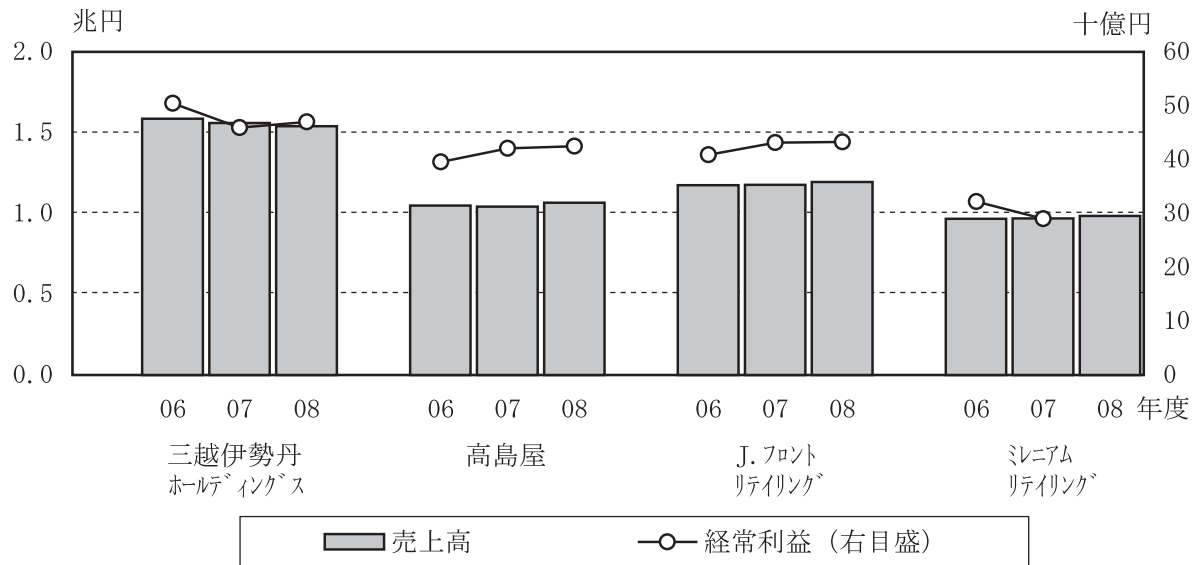
2008年度は、改装効果や東京地下鉄13号線副都心線（渋谷～埼玉県和光市）の開通による客数増加などを期待し総じて増収増益を見込んでいる。ただし三越伊勢丹ホールディングスは、主力商品である衣料品や、三越が強みとする高額品の販売不振が続くことへの懸念などから減収の見込みである。

図表10-4 百貨店の商品別販売額の増減率・寄与度



(出所) 経済産業省「商業販売統計」

図表 10-5 百貨店主要4社（連結）の決算動向



(注1) 2008年度は見通し

(注2) ミレニアムリテイリングは2008年度経常損益の見通しを未公表

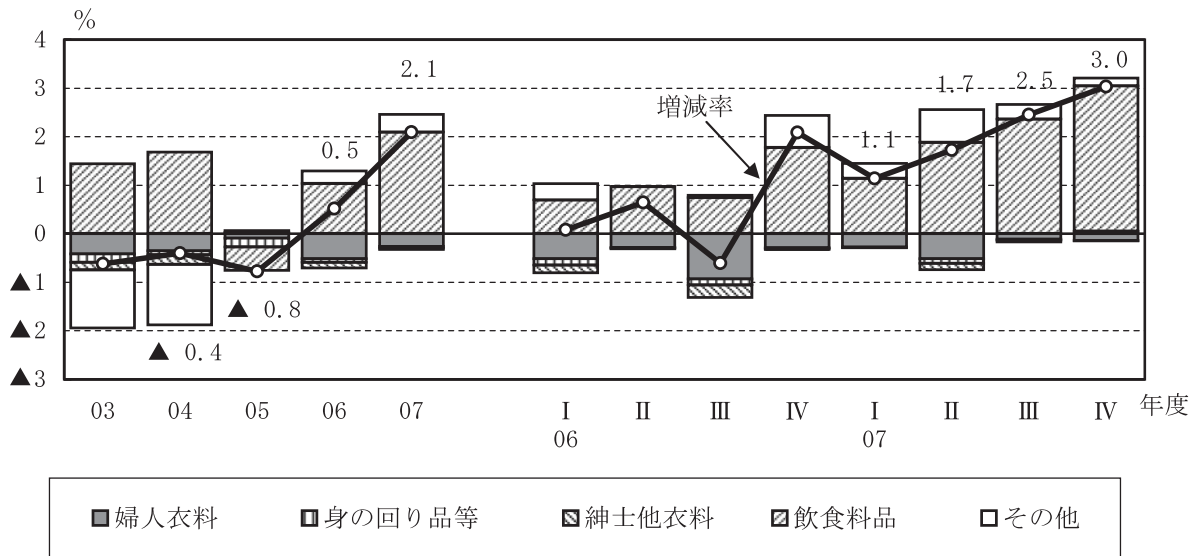
(出所) 各社IR資料

(2) スーパー

2007年度決算は、総合スーパーについては、飲食料品の値上げによる売上高の押し上げ効果があったものの、衣料品の販売不振の影響を受けて減収減益となる企業が多かった。ただし、イオンが新規出店効果などから増収となり、全体では増収減益となった（図表 10-3、10-6、10-7）。なお、イオンは連結子会社である米アパレル企業の営業不振の影響、またダイエーは連結子会社のカード事業の利息返還請求に伴う費用の増加などの影響により、減益幅が大きくなった。

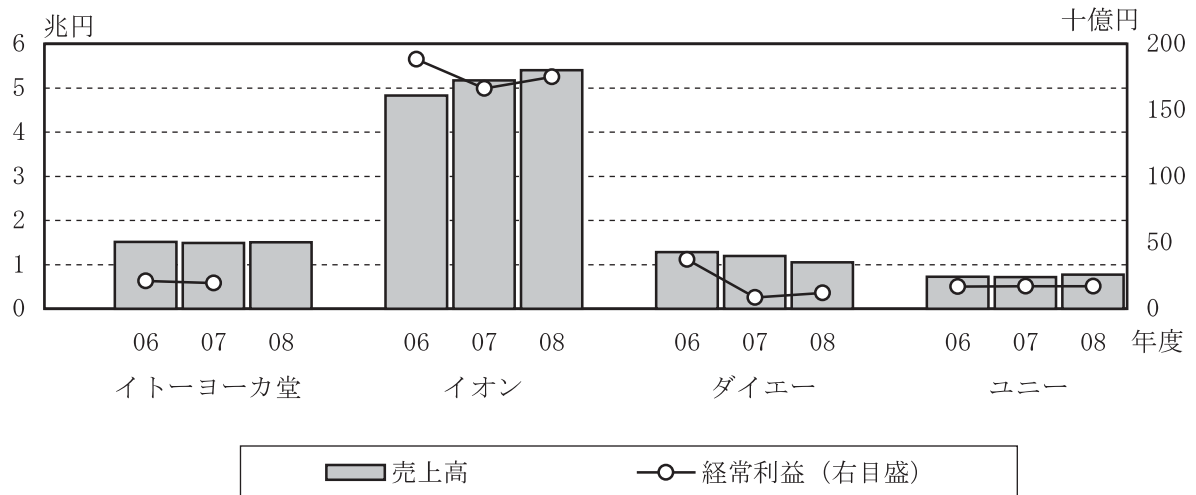
2008年度は、大手各社は個人消費の低迷を受けて、新規出店数の抑制、不採算店舗の閉鎖など出店戦略を見直す計画を打ち出している一方で、割安感のあるプライベートブランド（PB）商品の拡販を行い、既存店売上高の確保を図る計画であり、増収増益の見通しである。

図表 10-6 スーパーの商品別販売額の増減率・寄与度



(出所) 経済産業省「商業販売統計」

図表 10-7 スーパー主要4社の会社別決算動向



(注1) 2008年度は見通し

(注2) イトーヨーカ堂は2008年度経常損益の見通しを未公表

(出所) 各社IR資料

(3) コンビニエンスストア

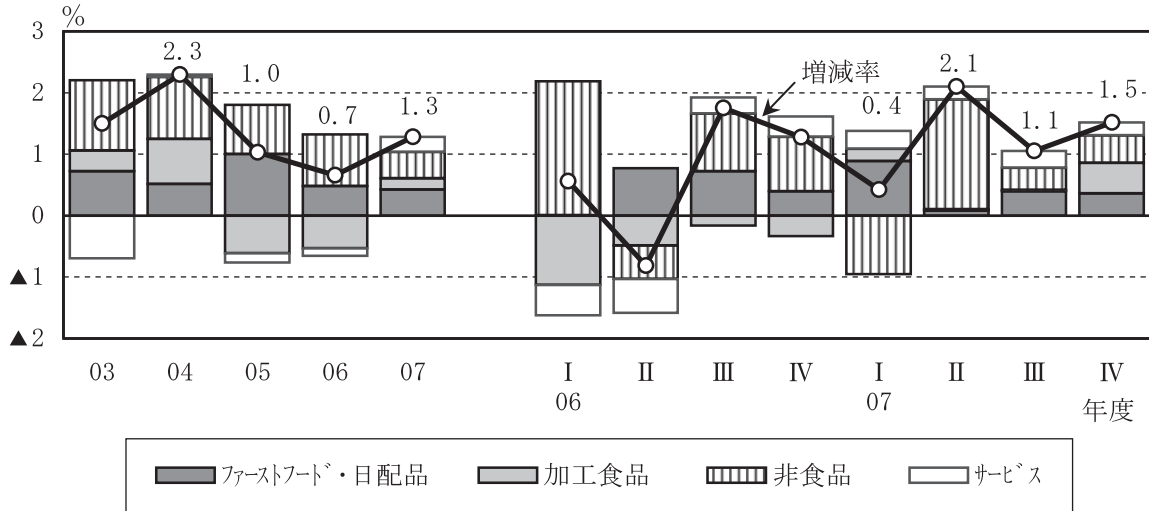
2007年度決算は、加工食品の値上げの影響などで売上高は増加したものの、不採算店舗の整理費用などが増加したことから、増収減益となった(図表10-3、10-8、10-9)。

個社ベースではファミリーマートが利益率の高いファーストフードの販売が好調に推移し増収増益に、サークルKサンクスが不採算店舗の閉鎖を加速させたことから減収減益となり、各社で明暗が分かれた。

2008年度は、ファーストフードの拡充のほか、生鮮食品の品揃えとシンプルな価格設定を

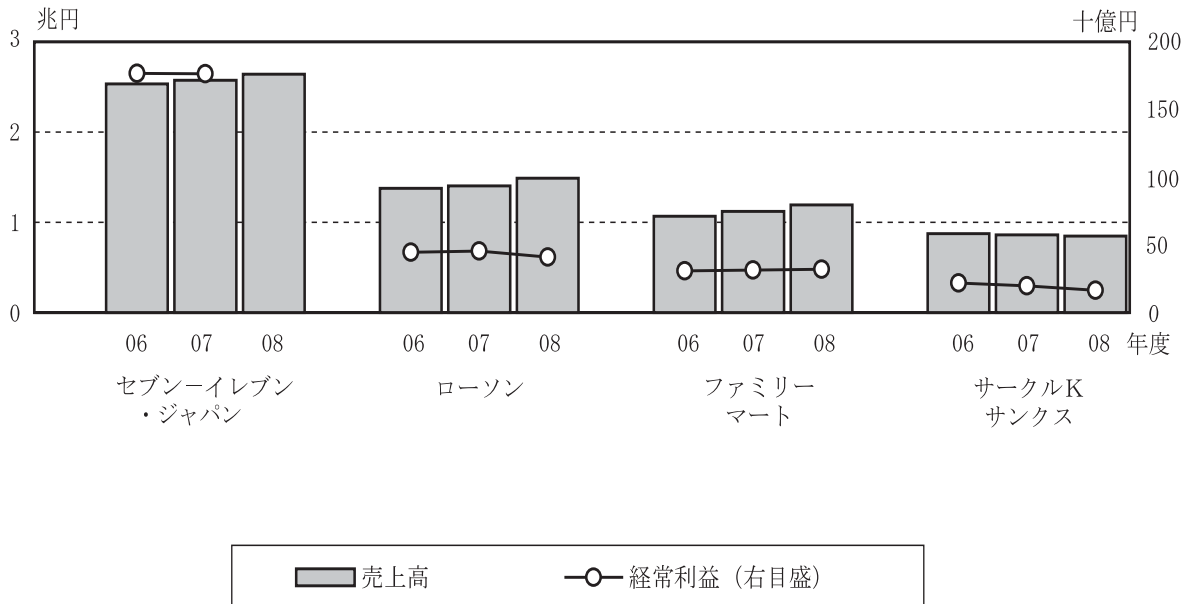
特徴とした店舗や、健康を重視した高機能商品（無添加食品など）を取り揃えた店舗など、消費者ニーズに沿った店舗・商品展開を行うことを各社は掲げており、増収を見込んでいる。ただし、地方店舗の売上低迷、システム費用の増加を見込むサークルKサンクスは減収減益、加盟店への支援経費を増額させるローソンは経常減益となる見通しである。

図表 10-8 コンビニエンスストアの商品別販売額の増減率・寄与度



(出所) 経済産業省「商業販売統計」

図表 10-9 コンビニエンスストア主要4社の会社別決算動向



(注1) 単体、チェーン全店売上高。2008年度は見通し

(注2) セブン-イレブンは2008年度経常損益の見通しを未公表

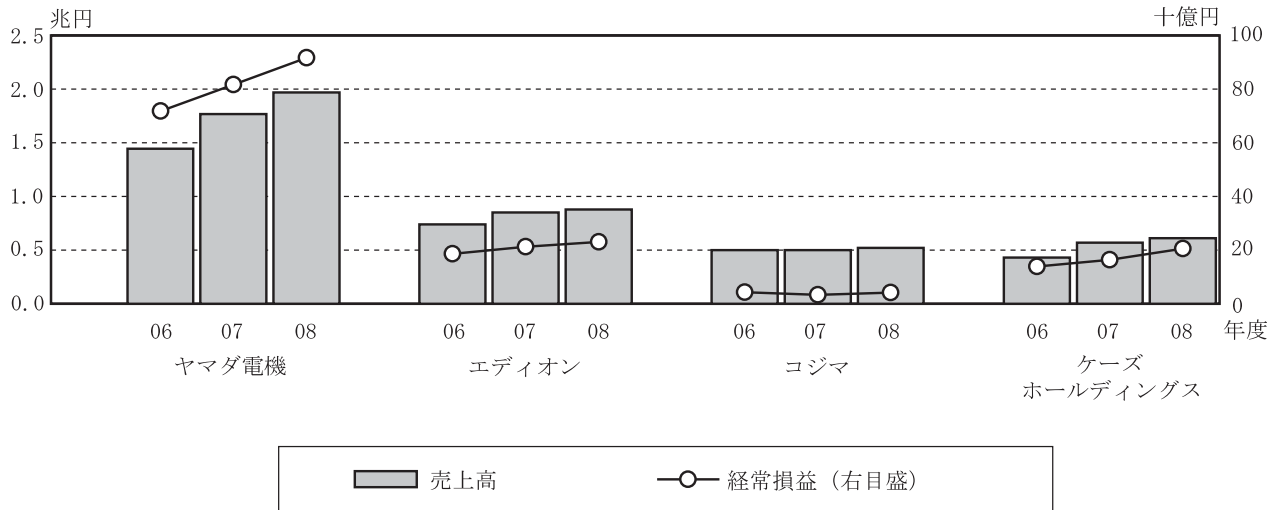
(出所) 各社IR資料

(4) 家電量販店

2007年度決算は増収増益となった(図表10-3、10-10)。企業買収や新規出店により販売網を拡充したことに加え、大型薄型テレビやパソコン関連商品などの販売が堅調に推移したことから、売上高が前年比18%増となった。

各社は今後も積極出店を継続する計画であり、2008年度も増収増益を見込んでいる。

図表 10-10 家電量販店主要4社(連結)の会社別決算動向



(注) 2008年度は見通し

(出所) 各社IR資料

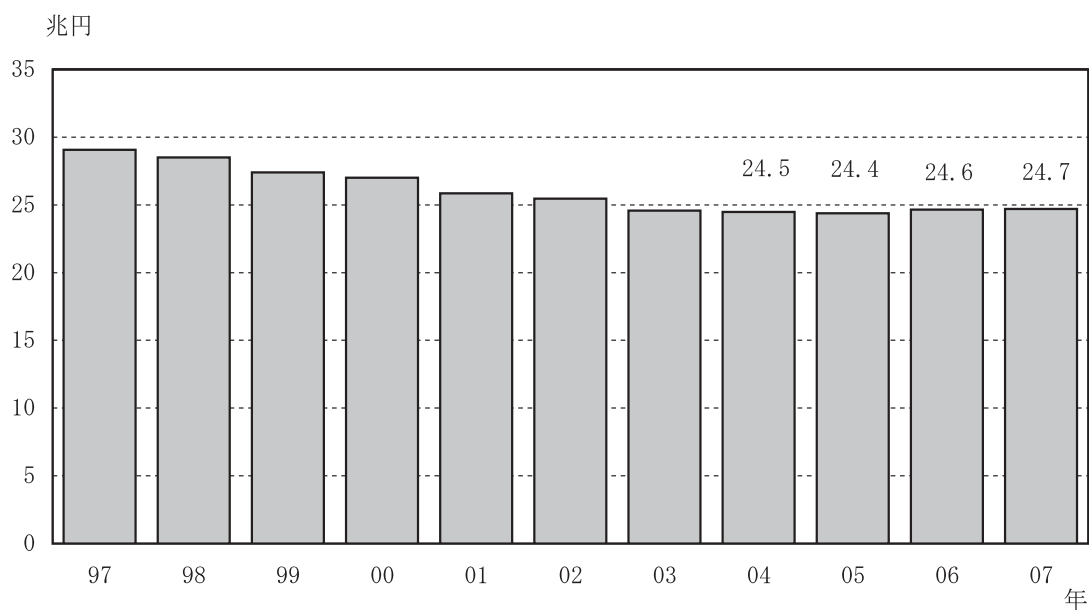
外 食

1. 売上高

外食産業総合調査研究センターによれば、2007年の外食産業の市場規模（推計）は前年比0.2%の増加となった（図表11-1）。

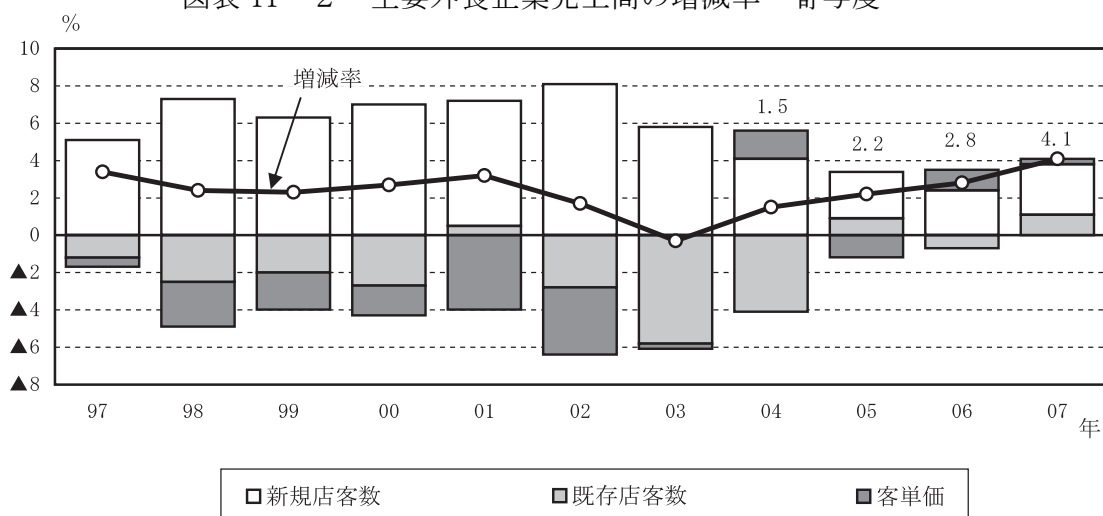
主要外食企業の売上高をみると、2007年は既存店客数が回復し、客数・客単価ともにプラスに寄与したことから全体では前年比4.1%増となり1996年以来の高い伸びとなった（図表11-2）。

図表11-1 外食産業の市場規模



(出所) 外食産業総合調査研究センター

図表11-2 主要外食企業売上高の増減率・寄与度



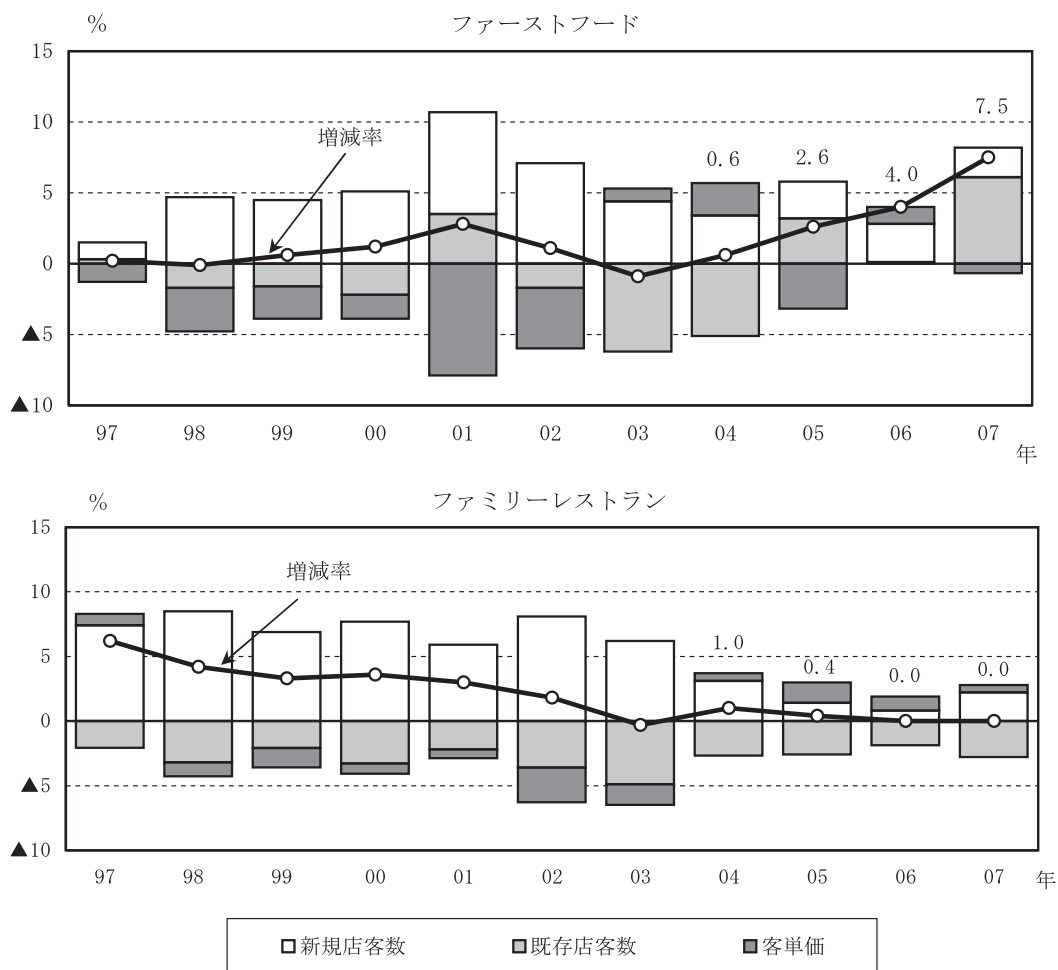
(出所) 日本フードサービス協会

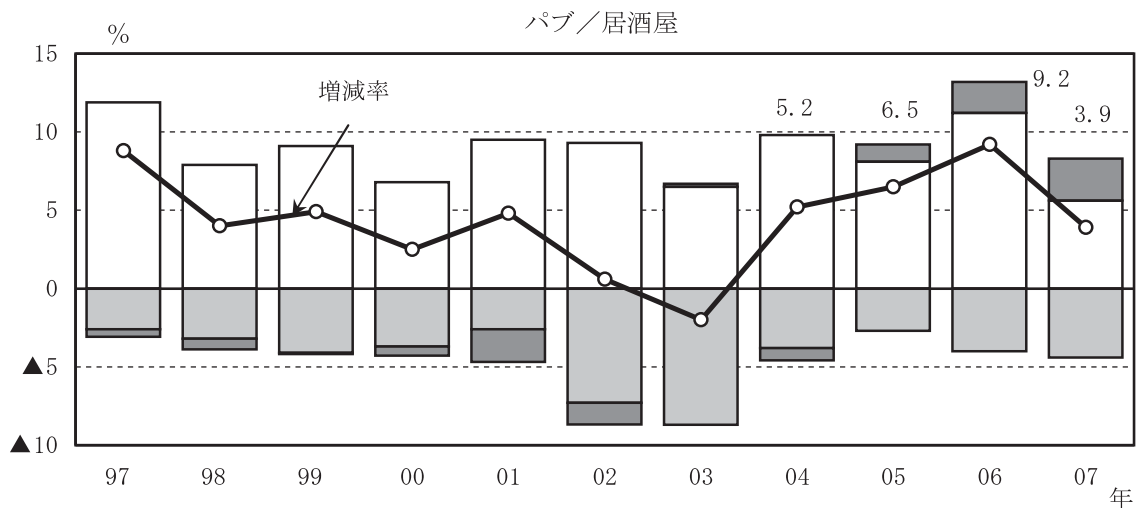
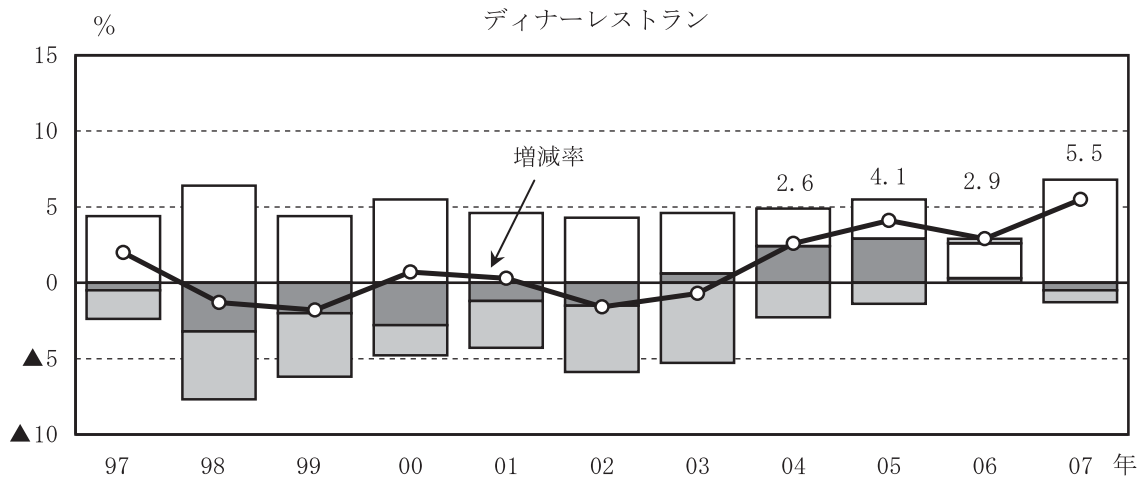
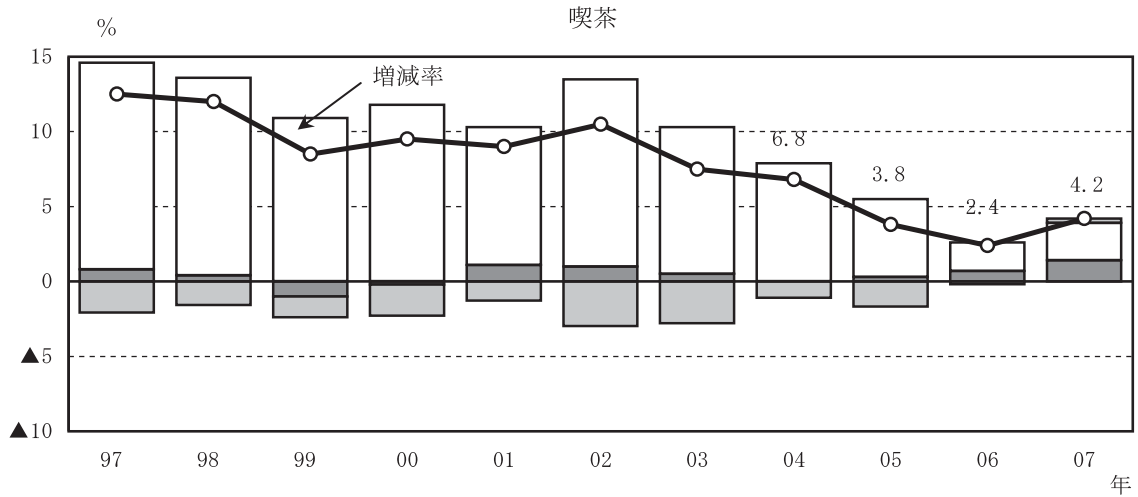
日本フードサービス協会が発表しているファーストフード、ファミリーレストラン、喫茶、ディナーレストラン、パブ／居酒屋の5業態別に2007年の売上高をみると、ファーストフードは24時間営業店舗数を拡大したことや牛丼販売時間を1日3時間から13時間に延長したことなどから既存店客数を伸ばし、前年比7.5%増となった。喫茶は、コーヒー豆の高騰を背景とした値上げにより客単価が上昇し、同4.2%増となった。ディナーレストランは新規店客数の増加により同5.5%増、パブ／居酒屋は新規店客数の増加と客単価の上昇により同3.9%増となった。

一方、ファミリーレストランは、天候不順やガソリン価格の高騰により外出が控えられたことなどから客数が減少し2年連続で横ばいとなった。地方店や郊外ロードサイド店の割合が他業態と比較して相対的に多いことなどから、5業態のなかで唯一客数が前年割れとなった(図表11-3、11-4)。

2008年度は、喫茶やファーストフードなどの業態を中心に値上げを実施する企業が増加し客単価上昇の傾向が続くものの、景気の先行き不透明感の高まりや食品価格・ガソリン価格の上昇による節約志向の強まりから、客数の減少などが予想され、売上高の伸びは鈍化する見通しである。

図表 11-3 業態別売上高の増減率・寄与度





新規店客数
 既存店客数
 客単価

(出所) 日本フードサービス協会

図表 11-4 主要外食企業の値上げの動き

06年 11月	スターバックス (スターバックスラテ Sサイズ290円→310円)
07年 3月	タリーズ(カフェラテ Sサイズ290円→320円)
6月	日本マクドナルド、地域別価格導入
9月	すかいらーく、ほぼ全品一律10円値上げ
08年 2月	スターバックス、食品メニュー値上げ
3月	ドトール (ブレンド Sサイズ180円→200円)

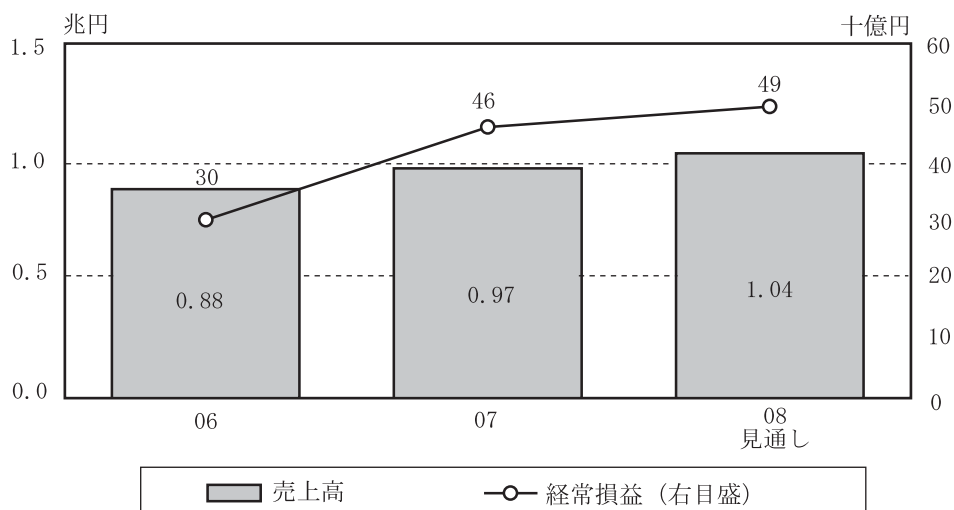
(出所) 各種報道

2. 決算

2007年度決算(連結)は、各業態の新規出店効果に加え、ファーストフードにおいて、24時間営業店舗数の拡大や牛丼販売時間の延長などにより客数が増加したこと、地域別価格¹の導入により実質的な客単価が上昇したことのほか、喫茶において、値上げや食品メニューの充実により客単価が上昇したことから、売上高は前年比10%の増収となった。経常損益は、仕入先の変更、仕入価格の低減など原価率改善に取り組んだことなどから、同52%の増益となった(図表11-5、11-6)。

2008年度も引き続き新規出店や客単価上昇により増収増益を見込むが、2007年度の増収増益の要因となった営業時間拡大や牛丼販売時間延長の効果、原価率改善効果が一巡することから、売上高は同6.5%増、経常損益は同7.6%増と伸び率は鈍化する見通しである。ただし、ファミリーレストランのジョイフルは原材料高による売上原価上昇の懸念などから減益の見通しである。

図表 11-5 外食主要8社(連結)の決算動向



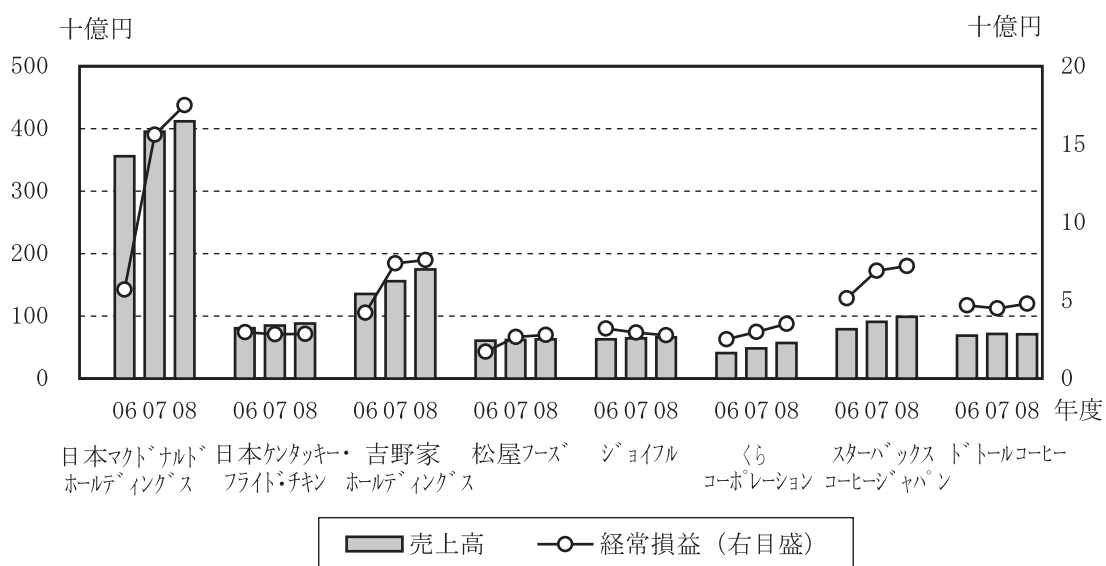
(注1) 主要8社：日本マクドナルドホールディングス、日本ケンタッキー・フライド・チキン、吉野家ホールディングス、松屋フーズ、ジョイフル、くらコーポレーション、スターバックスコーヒー ジャパン、ドトールコーヒー

(注2) デニーズは2007年9月にセブンアンドアイ・フードシステムズ(未上場)に吸収合併されたため、ロイヤルホールディングスは外食以外の事業を含むため、対象から除外した。

(出所) 各社IR資料

¹ 都市部での人件費や賃料高騰などの理由から、全国同一商品同一価格を改め都市部と地方で価格設定を変えること

図表 11-6 外食主要 8 社（連結）の会社別決算動向



(注 1) 2008 年度は見通し

(注 2) デニーズは 2007 年 9 月にセブンアンドアイ・フードシステムズ（未上場）に吸収合併されたため、ロイヤルホールディングスは外食以外の事業を含むため、対象から除外した

(出所) 各社 I R 資料