

セクター分析

産業別利益動向

建設 ↑ 増益	住宅 ↑ 増益	不動産 → 横ばい	小売 → 横ばい	運輸 ↑ 増益
電力 → 横ばい	繊維 → 横ばい	紙・パルプ → 横ばい	化学 → 横ばい	石油 → 横ばい
鉄鋼 ↑ 増益	非鉄 ↑ 増益	電機 ↑ 増益	情報ソフト → 横ばい	機械 ↑ 増益
通信 ↑ 増益	自動車 → 横ばい	食品 → 横ばい	医薬品 → 横ばい	外食 → 横ばい

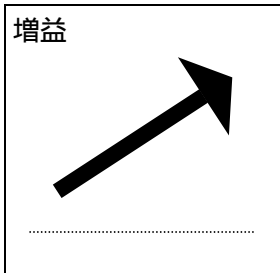
(注) 業種の代表企業群について、水平線は経常損益がゼロとなる水準、矢印は今後1年間の方向感を示す。
増益・減益はそれぞれ経常利益が10%以上変化することを示す。
トレンドに変化のあったセクターのみ前回見通しを併せて掲載している。

今月の注目セクター

住宅

団塊ジュニア世代の購入が顕在化

第一生命 株式部 朝倉 香織



2003年度上期の持家着工件数は、2003年7月1日から施行された改正建築基準法（通称：シックハウス法）の影響や、住宅ローン減税の適用が2003年12月末までの入居条件であったこと（注）、長期金利の上昇が見られたことによる駆け込み需要から、前年同期比+4.2%と増加した。下期は、上期の反動が出ているが、通期では37.5万戸（前期比+2%）と4年ぶりにプラスに転じる見込みである。

現在、住宅市場では持家、マンションともに団塊ジュニア世代（27～33歳）の購入が活発化しており、大きなウエイトを占めるようになってきた。2003年の首都圏におけるマンション販売では、団塊ジュニア世代が購入者の約4分の1を占めた模様である。この背景には、団塊ジュニア世代が世帯を形成する年代に入ってきたこと、住宅取得資金の贈与税の非課税枠が従来からの550万円に加えて、相続時清算の場合には3,500万円まで拡大されたことで自己資金の手当もしやすくなったこと、団塊ジュニアは中高年層に比べると雇用や所得不安が少ないことがある。今後の住宅市場においては、団塊ジュニア世代の需要獲得が大きなテーマとなろう。

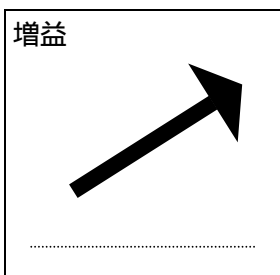
2004年度は、住宅ローン減税の延長や低金利が継続する見通しであることから、大手住宅メーカーの受注は堅調に推移し、増益が見込まれる。

（注）その後住宅ローン減税は、同条件で入居期限が2004年12月末まで延長された。

産業用電機

2004年度も増益基調が続く

第一生命 株式部 清水 俊宏



1月末に日本半導体製造装置協会（SEAJ）により発表された2003年12月の日本製半導体製造装置受注高は1,377億円と前年同月比2.3倍に増加した。受注金額を出荷金額で割った値であるBBレシオ（3ヶ月移動平均）は1.62と11月の1.44を上回り、昨年5月から8ヶ月連続で好調さの目安とされる1.0を超える水準が継続している。半導体製造装置の受注が好調な背景には、半導体出荷が好調に推移しているため半導体メーカーの生産能力に逼迫感が出てきていること、2003年に引き続き2004年も半導体出荷金額は二桁成長が見込まれていることなどが大きい。そのため多くの半導体メーカーが足元の生産能力増強を急ぐと共に、2004年後半の生産能力確保に向けた設備投資に動き出している。

1月末から発表が始まった国内半導体製造装置メーカーの第3四半期業績は概ね良好であり、通期でも大幅増収・増益を達成する可能性が高い。2004年度については、2005年の半導体市場の伸び率は減速すると見る向きも多く、製造装置の受注から納入までのリードタイムが平均して6ヶ月程度あることを考えると、早ければ年半ばから受注が失速する可能性も考えられる。しかし2003年度末の受注残高は依然として高水準にあり、増収・増益基調は維持できると考えられる。

今月の注目セクター

食品

縮小続くビール・発泡酒市場

第一生命 株式部 神郡 亮子

横ばい



2003年のビール・発泡酒出荷数量（課税数量ベース）は前年比 6.3%減、2年連続のマイナスに終わった。記録的な冷夏、発泡酒の増税、飲酒運転罰則強化、需要先である外食産業の低迷がその要因である。うちビールは 9.4%減、発泡酒は 1.0%減であった。5月の増税を受け、発泡酒が94年の発売以来初めてのマイナスに陥ったことは特徴的であった。ビールメーカー大手4社の販売数量も、揃って前年割れとなった。

2004年は前年の反動増を期待し大手4社中3社がビール・発泡酒の販売数量増加を見込んでいる。4社合計でもほぼ前年並みの販売数量を確保する計画となっている。現状では大型新製品の声は聞かれず、既存ブランドのリニューアルや、既存ブランドを軸とした製品ラインアップの拡大に頼る部分が大いだと推察される。

市場では、需要の多様化を踏まえビール・発泡酒の販売数量のみを比較する意味を問う声も聞こえてきた。実際、今期はビールにも発泡酒にも分類されない「炭酸含有アルコール飲料」が発売されており、市場の注目度は非常に高い。上位企業は揃って総合酒類メーカー志向を打出している。しかしこれでは、焼酎、チューハイといった成長市場への集中、競争激化という発泡酒と同じ結末を辿る可能性が高い。ビールメーカーにとっては、得意分野での棲み分けを図り、縮小市場でのシェア争いを早期に終結させることが妥当な戦略と考えられる。

その他金融

堅調な業績が期待されるカード業界

第一生命 株式部 橋元 武文

増益



2003年10月の主要クレジットカード29社の信用供与額（クレジット産業協会調べ）は、前年比+3.2%増の1兆6,915億円となった。内訳は、ショッピングの利用が1兆2,667億円、キャッシングの利用が4,248億円となっている。近年カード会社は小売業などと提携して利用額に応じたポイント還元を行うなどカードの利用促進を図っており、カードのショッピング利用額はこの一年で+4.6%増加するなど堅調な伸びをみせている。今後も、電気・ガス料金など公共料金の支払いがカードで行えるようになるなどカード利用機会の拡大が見

込まれるため、カード利用額は増加が期待される。

一方で近年の自己破産の増加により、与信した金額が返ってこない、いわゆる「貸し倒れ」による費用の増加がカード会社の業績の足枷となってきたが、足元の状況では2003年11月の自己破産申請件数（最高裁判所統計）が前年同期比で 11.5%の減少に転じるなど環境悪化に歯止めがかかりつつある。さらにカード会社各社は与信強化により債権の質の改善に注力していることもあり、こうした費用増加の懸念は徐々に弱まってきているといえよう。

今後のクレジットカード業界は、中長期的には大手銀行主導による業界再編やメーカー等異業種による新規参入により業界地図が変化する可能性があるものの、今期および来期についてはショッピングの利用増による増収が期待されることや、自己破産などのコスト増要因が一段落する気配をみせていることから、増収増益基調で推移するものと考えられる。