産業総合

【要約】

■ 2019 年から 2020 年の世界経済は、米欧中において緩やかに成長が鈍化する見通しである。米中貿易摩擦において現在発表されていない制裁関税措置の追加的発動がない限り、2021 年には短期的な要因による下押し圧力がほぼ解消され、潜在成長率並の成長まで回復する見通しである。2020 年の日本経済は、世界経済の減速や消費増税による反動減の影響を受け、減速傾向となるものの、深刻な景気後退には至らないと予想する。2021 年以降は、潜在成長率並の水準となる概ね+1%弱の経済成長率にて推移していく見通しである。

■ 産業別の需給見通しについて、グローバル需要は、デジタルテクノロジーの進展に伴い、工作機械・ロボット・情報サービスで高成長を予想する。また、先進国における高齢化の進展や新興国における所得水準の向上を背景に、医療機器・医薬品は堅調な推移となる見込みである。一方で、紙から電子媒体へのシフトが進む紙・パルプや、中国における産業の高度化による需要減の影響を受ける鉄鋼では、構造的な要因により成長が見込みづらい。内需は、人口減少の進展により、住宅や自動車等の耐久消費財を中心に、多くの産業で低成長となる見通しである。一方、ロボット・情報サービス等のデジタルテクノロジー関連産業で堅調な推移を予想する。

■ 今後の日本企業の主な成長機会として、「新興国市場における高い経済成長・人口増加」、「個人・企業におけるデジタル関連技術の普及・利用拡大」、「社会的課題への対応」の 3 点が挙げられる。一方で、日本企業に迫る主な脅威・リスクは、「国内の人口減少・少子高齢化」、「不確実性を増すグローバル経済の動向」、「海外企業の台頭・技術キャッチアップ」、「既存ビジネスモデルの衰退」の 4 点が挙げられる。

■ 日本企業の持続的な成長実現のためには、これらの成長機会を踏まえながら、脅威・リスクへ対応していくことが求められる。その戦略方向性として、「事業の選択と集中」、「稼ぎ方（ビジネスモデル）の転換」、「グローバル需要の獲得」の 3 点が考えられる。

■ ここ数年の新たな動きとして注目される「社会的課題への対応」に対する意識の高まりを踏まえ、各企業には、より長期的な時間軸での戦略検討が求められている。一方で、複数の長期シナリオを見据えた先行投資を実行するため、足下の短中期的な事業の磨き上げによる投資余力の捻出も怠ることができない。日本企業が、長期を見据えた視点と短中期の視点の双方から戦略方向性の検討を進めることで、持続的な成長を実現していくことに期待したい。

I. 需給動向

1. グローバル需要見通し

2019 年から 2020 年の世界経済は、米欧中において緩やかに成長が鈍化する見通し

2019 年から 2020 年の世界経済は、米欧中において緩やかに成長が鈍化する見通しである。欧米先進国では、米中貿易摩擦や英国の EU からの合意なき離脱懸念の影響から減速基調にあり、引き続きの減速傾向を予想する。また、中国では、金融規制の強化による投資減速や米中貿易摩擦による輸出の下振れ懸念が継続する見込みであり、政府が景気安定のための金融・財政政策で下支えを行うものの、実質 GDP 成長率は緩やかな低下傾向となる見

込みである。

米中貿易摩擦の現状

ここで、米中貿易摩擦の現状と各産業に与える影響について、整理したい。米国は、知的財産権の侵害等を理由に、中国に対して、通商法 301 条に基づく追加関税の賦課を実施してきた。米国の制裁関税に対して、中国も対抗措置を講じている。現在、米国は対中輸入に最大 25%、中国は対米輸入に最大 35%の制裁関税を課している。更に、米国は、制裁第一弾から第三弾の追加関税率を最大 30%まで引き上げることを表明していたが、2019 年 10 月 11 日に終了した米中閣僚級会合を経て、引き上げ措置について期限を定めずに延期することとした。但し、米中貿易摩擦は根本的な解決に向かっている状況ではない。対中輸入依存度が高い消費財品目が多く含まれ相応のインパクトが想定される 2019 年 12 月 15 日発動予定分の関税引き上げ措置の撤回には至っておらず、今後の動向については予断を許さない。

米中貿易摩擦のリスクは、中国経済の一層の減速

米中貿易摩擦の日本企業に対する影響は、関税率の引き上げが各企業の業績に与える直接的影響と、貿易摩擦に起因する中国を始めとする世界経済の減速による間接的影響に大別される。日本企業については、直接的影響は限定的にとどまっている状況であるが、特に中国を始めとする世界経済の停滞及び各国における消費マインドの悪化がもたらす間接的影響を受けやすくなっている。例えば、鉄鋼、非鉄金属、紙・パルプ、化学、自動車は、グローバル需要のけん引役が中国であり、米中貿易摩擦による中国経済の減速に起因する足下の中国需要への下押し圧力が働いている。ロボットや工作機械では、中国におけるユーザー企業の設備投資の手控えにより、2019 年の中国向け受注が前年対比で大きく減少すると見込まれる。関税率の更なる引き上げや米中貿易摩擦の長期化による中国経済の一層の減速リスクには注意が必要である。

2024 年までの向こう5年間の世界経済は、潜在成長率並の成長まで回復する見通し

2024 年までの向こう 5 年間の世界経済は、米中貿易摩擦において現在発表されていない制裁関税措置の追加的発動がない限り、2021 年には短期的な要因による下押し圧力がほぼ解消され、その後は潜在成長率並の成長で推移する見通しである。中国では、経済成長の減速を容認しつつ、国内構造改革を実施する方針が継続すると見られ、実質 GDP 成長率は+5%台まで緩やかに低下する見込みである。ASEAN では、生産年齢人口の増大等を背景に、引き続き+5%程度の経済成長を維持する見込みである。

デジタルテクノロジーの進展に伴い、工作機械やロボットは高い伸び

向こう 5 年の産業別のグローバル需要を見ると、デジタルテクノロジーの進展に伴い、工作機械やロボットは年平均+10%程度の高い成長が見込まれる（【図表 1-1】）。また、情報サービスは、欧米におけるデジタル化の進展、アジアにおける IT インフラの構築や産業における IT 活用の広がりが期待され、過去 5 年対比+2.3%pt の年平均+7.2%と成長の加速が予想される。主要電子部品は、製品の高機能化・データトラフィック拡大・搭載アプリケーションの拡大に伴い、年平均+4.2%と堅調に推移するだろう。

高齢化の進展等により医療機器・医薬品も好調

また、医療機器や医薬品も好調に推移する。市場成長の源泉として、欧米を始めとする先進国市場における高齢化の進展、ASEAN 等の新興国市場における所得水準の向上や社会保険制度の整備が挙げられる。医療機器では、

革新的な新技術の導入による医療の高度化が見込まれ年平均+5.5%、医薬品では、新薬の市場投入により年平均+4.9%と、比較的高い成長を見込む。

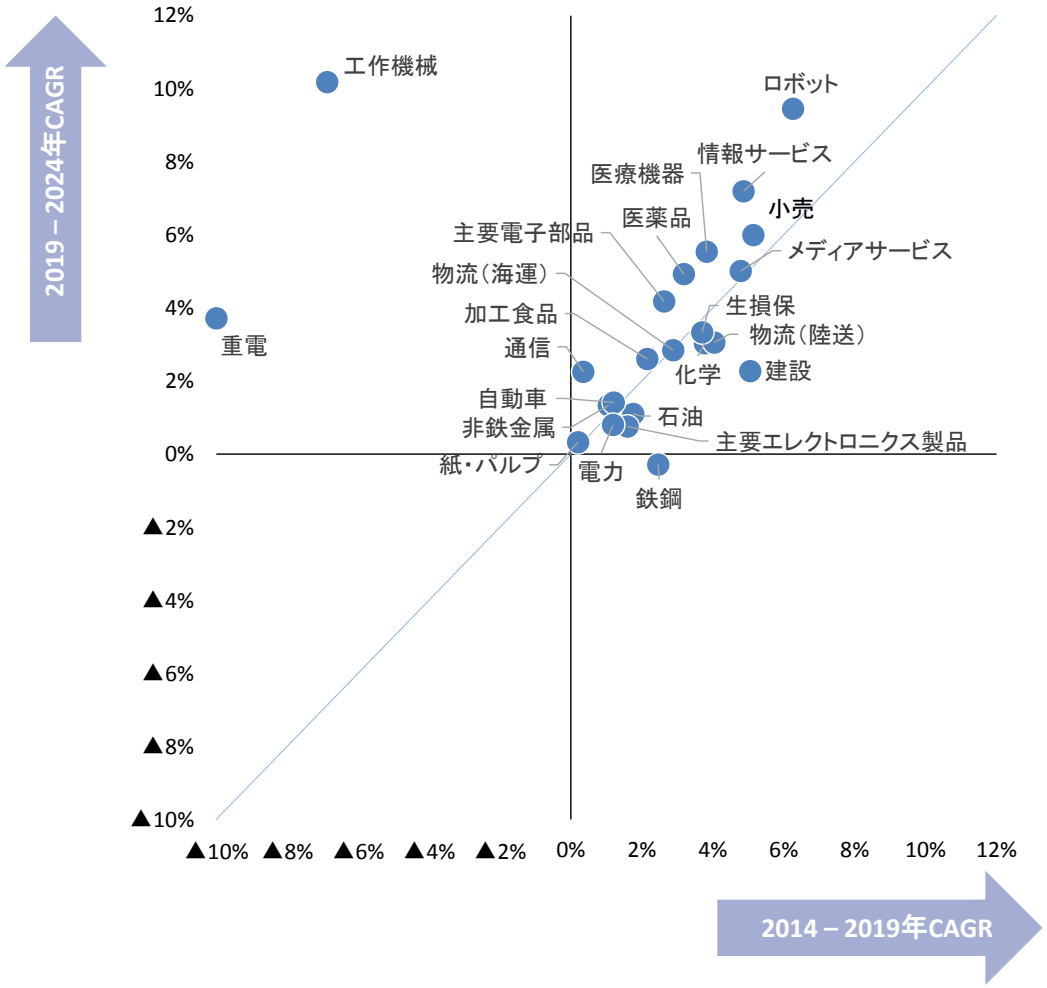
多くの産業において、ASEAN 等の新興国市場が成長をけん引

地域別では、中国における成長がやや減速傾向となるなか、多くの産業において、ASEAN 等の新興国市場が成長をけん引する。石油は、高い経済成長を背景に ASEAN で自動車保有台数の増加が期待されることでガソリン・軽油需要の拡大が見込まれ、年平均+1.1%の成長を予想する。化学は、中国における所得増加や加工品輸出の拡大に伴う需要の増加、インド・インドネシアにおける人口・所得の増加に伴う需要の増加が見込まれ、年平均+3.0%の成長を見込む。非鉄金属（アルミ）は、自動車の EV 化や燃費改善に伴う車体軽量化ニーズによる需要増加に加え、ASEAN 等における人口増加による包装材需要の増加が見込まれ、年平均+1.3%の成長を予想する。小売は、ASEAN を中心とした人口ボーナス・生産年齢人口の増加、通信インフラの整備、スマートフォン等のデバイスの普及が、市場成長をけん引する EC 市場の高成長を後押しするだろう。加工食品は、肥満や糖尿病といった健康問題を背景とした健康志向の高まり、ライフスタイルの変化や都市化の進展等による簡便化志向の高まりを受け、年平均+2.6%で需要が伸びると見込む。建設は、中国でインフラや不動産開発投資が引き続き経済成長を支えることに加え、ASEAN での高い経済成長、自然災害への備え等を背景に、インフラ需要を中心として年平均+2.3%と底堅く推移する。生損保は、新興国における経済成長による生活水準向上に伴い、働き手に対する経済的保障が意識されること等を背景に、年平均+3.3%と堅調な推移を見込む。

構造的な要因により鉄鋼や紙・パルプは成長が見込みづらい

一方で、構造的な要因により成長が見込みづらい業種もある。鉄鋼は、中国における産業の高度化が進むことによって、年平均▲0.3%と投資の伸びほどに鉄鋼需要が伸びない状況が続く見通しである。紙・パルプでは、紙から電子媒体へのシフトによるグラフィック用紙の需要が減少するなど、年平均+0.3%と需要はほぼ横ばいを見込む。

【図表 1-1】産業別のグローバル需要見通し



（注）業種毎に対象エリアは異なる。対象指標と対象エリアについては産業毎に詳述した各章を参照
（出所）みずほ銀行産業調査部作成

2. 国内需要見通し

2020 年の日本経済は減速傾向

2020 年の日本経済は、世界経済の減速や消費増税による反動減の影響を受け、減速傾向となるものの、深刻な景気後退には至らない見通しである。

ここで、足下の国内の主要トピックである消費増税及び東京オリンピック・パラリンピック（以下、東京五輪）の各産業への影響について言及したい。

消費増税による個人消費への影響は軽微

まず、2019 年 10 月の消費増税による影響は軽微なものであると推察する。個人消費への影響として、消費マインドは増税後の景気低迷への懸念等を反映し、増税直前の 2019 年 9 月まで 22 カ月連続で悪化していたが、10 月調査では前月より上昇となり、消費マインドの悪化が下げ止まったものとみられる。軽減税率の導入や幼児教育無償化を始めとした消費対策もあり、一定程度家計の負担が軽減されることから、今後の個人消費は下支えされるものと見込む。但し、中小企業店舗におけるキャッシュレス決済時の 5%還元については、2020 年 6 月までの時限的な政策となっており、政策効果の剥落とともに消費

者の体感物価が上昇することで、消費意欲が低下するリスクには留意が必要である。

一部の耐久消費財では、2020 年の反動減も

一方、耐久消費財（住宅・自動車）では、前回増税時ほどではないものの、2020 年に駆け込み需要の反動減が想定される。まず、2019 年の新設住宅着工戸数を見ると、需要の平準化のために住宅取得支援策が拡充されたことなどから、駆け込み需要は高額住宅を除き軽微にとどまっている。しかしながら、前回増税時より軽微ではあるものの、増税後の消費マインドの低下が予想され、2020 年において、持家・分譲マンションで駆け込み需要の反動減が一定程度予想される。自動車では、自動車減税の対象外となる軽自動車に駆け込み需要が見られ、2019 年の国内自動車販売台数は前年比増加を見込む。一方、2020 年の国内自動車販売台数は、駆け込み需要の反動減により前年比▲3.5%を予想し、向こう 5 年間の年平均成長率である▲1.1%よりも大きな落ち込みとなる見込みである。

東京五輪後の大型プロジェクトにより、建設（民間非住宅）は大きく落ち込まない見込み

次に、東京五輪の影響について、国内建設投資（民間非住宅）は、現状の手持ち工事高が豊富であることから、反動減は限定的であると考えられ、2020 年の民間非住宅投資は前年比+0.7%を予想する。また、2023 年以降に虎ノ門エリア、浜松町・田町・品川エリアで竣工を迎える大規模再開発案件が多数予定されていることから、向こう 5 年間は年平均+0.9%の成長を予想し、東京五輪後も大きく落ち込まない見込みである。

2024 年までの向こう 5 年間は、潜在成長率並で推移していく見通し

2024 年までの向こう 5 年間において、日本経済は潜在成長率並の水準となる概ね+1%弱の経済成長率にて推移していく見通しである。しかしながら、徐々に労働投入に制約が生じることが、経済成長率鈍化の要因となると想定される。女性・高齢者の労働参加の流れが拡大するものの、残業規制の強化やフルタイムでの労働参加が困難な層が増加することが想定されるため、平均労働時間の低下によって労働投入の伸びは徐々に鈍化し、潜在成長率も徐々に鈍化していくと想定される。

人口減少の進展等の構造的な要因により内需全般に下押し圧力

向こう 5 年の産業別の内需を見ると、人口減少の進展といった構造的な要因により内需全般への下押し圧力が働き、多くの業種で低成長を予想する（【図表 1-2】）。過去 5 年間と比較して、全 22 業種[1]の約 6 割にあたる 14 業種において、伸び率が低下する見通しである。

人口減少は、住宅や自動車等の耐久消費財に対して大きな下押し圧力となる

人口減少は、住宅・自動車・主要エレクトロニクス製品などの耐久消費財に対して大きな下押し圧力となる。住宅は、新設住宅着工戸数の推移を見ると、住宅ローンの主な借り手である生産年齢人口の減少が続くなかで、年平均▲3.5%の推移を見込むなど、住宅市場の縮小は避けられないだろう。自動車は、人口減少や高齢化といった構造的な要因に加え、若年層におけるクルマ離れも影響し、年平均▲1.1%の推移を予想する。主要エレクトロニクス製品は、iPhone の爆発的ヒットによるスマホ時代の到来に次ぐような革新的なデバイスの登場がない限り、人口・世帯数減少という構造的な要因により、年平均▲1.2%での推移を見込む。

[1] 2014 年～2019 年及び 2019 年～2024 年における内需の成長率を算出している業種。但し、2019 年 1 月より統計の調査方法が変更されているため、医療機器、医薬品は除く。

ユーザー産業の海外移転が進む鉄鋼や化学等の素材産業でマイナス成長を予想

また、ユーザー産業の海外移転が進む鉄鋼や化学等の素材産業でも低成長を見込む。鉄鋼は、人口減少による住宅投資の減少やユーザー産業である自動車生産の海外シフトが見込まれ、年平均▲0.3%の推移となる。化学は、住宅や自動車等の耐久消費財向け需要の減少に加え、日用品や食品等の非耐久財向け需要の減少により漸減トレンドとなる見込みである。

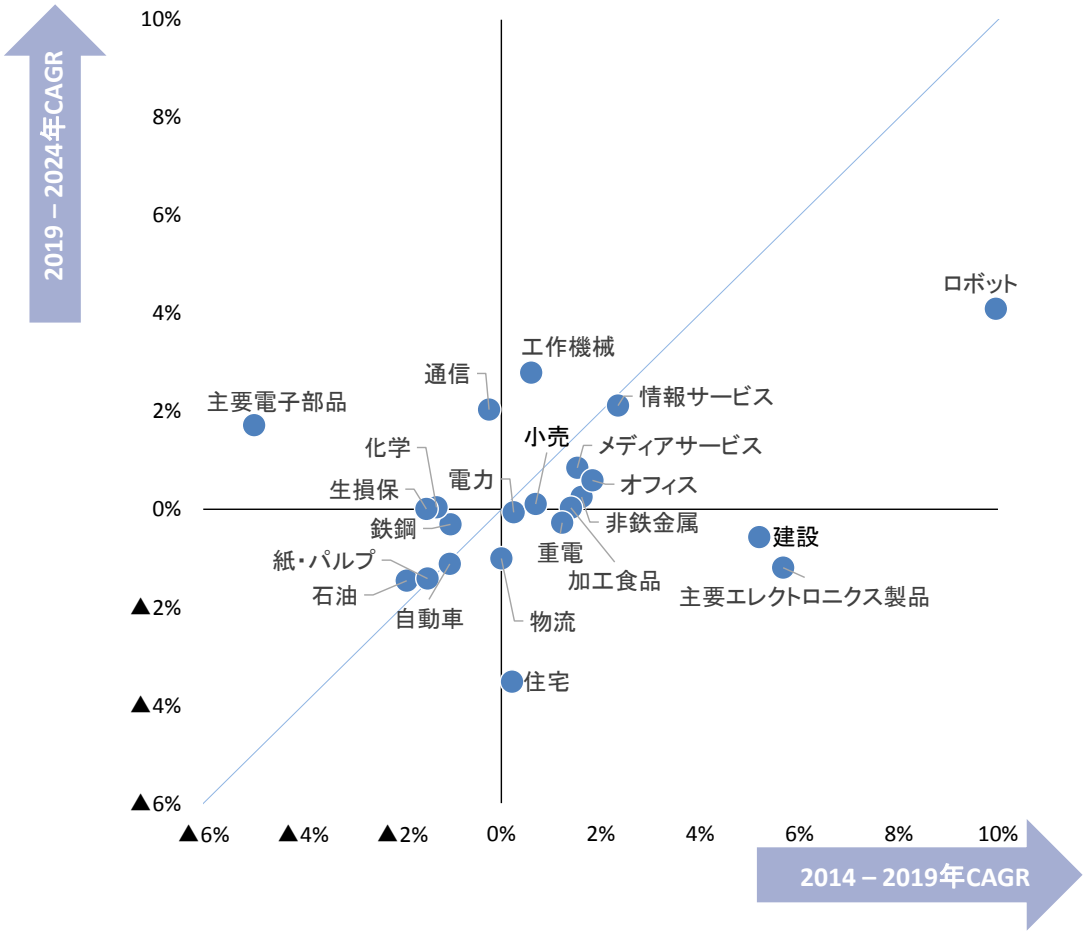
一方で、高齢化により、医療機器は堅調な伸び

一方で、医療機器は年平均+2.1%と堅調な推移を見込む。これは、高齢化の進展に伴い、透析装置などを含む生体機能補助・代替機器や、手術で使用する処置用機器などで堅調な需要が見込まれることによるものである。

デジタルテクノロジーの進展により、ロボット、情報サービス、通信、主要電子部品は高めの伸び

また、デジタルテクノロジーの進展により、ロボット、情報サービス、通信、主要電子部品は高めの伸びとなる。ロボットは、半導体向けロボット需要の拡大や従来のユーザー産業以外の金属加工・食品加工・プラスチック加工等で自動化ニーズが見込まれ、年平均+4.1%の成長を見込む。情報サービスでは、ユーザー企業のデジタル化に対するコンサルティングニーズの高まりやデータ利活用の拡大に伴うサイバーセキュリティ強化、労働力不足を補う省人化投資の増加が見込まれ、年平均+2.1%の成長を見込む。通信は、2020 年以降、キャリア各社が 5G の商用サービスを開始することもあり、年平均+2.0%と堅調な推移を予想する。主要電子部品は、国内最終製品需要は伸びづらい環境ながら、車載向けを始めとする搭載アプリケーションの裾野拡大が後押しとなり、年平均+1.7%と緩やかな成長を予想する。

【図表 1-2】産業別の内需見通し



（注 1）業種毎に対象エリアは異なる。対象指標と対象エリアについては産業毎に詳述した各章を参照
（注 2）医療機器、医薬品は、2019 年 1 月より統計の調査方法が変更されているため、上記図表には表示せず
（出所）みずほ銀行産業調査部作成

3. 輸出見通し

2020 年の輸出は、景気減速等を背景に、2018 年比で減少する業種が、全体の半数程度を占める

米中貿易摩擦の影響により一部の業種においてグローバル需要が 2019 年に落ち込んだことから、2020 年の輸出は、2019 年比では増加するものの、2018 年の水準までには回復しない業種が見られると予想する。2020 年の輸出が 2018 年比で減少する業種は、全体の半数程度を占める見通しである。例えば、工作機械は、足下の海外の低調な受注を背景に、受注残は減少傾向にあり、輸出の減少を見込む。また、主要エレクトロニクス製品では、PC を中心とする価格競争力の低下等を背景に、輸出の縮小を見込む。一方で、医療機器では、新興国における医療インフラ整備に伴う需要増を受けて、輸出が拡大する。加工食品では、健康志向の高まりや和食需要の拡大等を背景に幅広い品目で輸出が増加する見込みである。

海外現地生産の増加で成長鈍化

2024 年までの向こう 5 年間は、海外現地生産の増加を背景として、過去 5 年間と比較して、伸び率が低下する業種が多いと見込まれる（【図表 1-3】）。自

動車などの製造業を中心に、全 12 業種[2]の約 6 割にあたる 7 業種において、伸び率が鈍化するだろう。

海外への生産移管が進む自動車や主要エレクトロニクス製品等において輸出は減少基調

海外への生産移管が進む自動車や主要エレクトロニクス製品において輸出は減少基調となる見込みである。自動車は、現地ニーズの的確な取り込みや生産コストの削減、為替影響の低減等の観点から、地産地消の動きは今後も継続するとみられ、漸減トレンドでの推移を見込む。主要エレクトロニクス製品は、国際的な価格競争の高まりを受け、インドを含むアジアを中心とした生産体制となり、年平均▲3.0%と減少トレンドが続く見込みである。また、グローバルな需給動向の影響を受けて、化学や紙・パルプでも輸出の減少を予想する。化学は、グローバルで大規模なプラントの新増設によって、生産能力が大幅に拡大する見込みであるため、需給緩和が継続し、市況の落ち込みから輸出の減少を余儀なくされるだろう（年平均▲2.6%）。紙・パルプは、印刷用紙における海外需要の減少に加え、段ボール原紙における海外生産の加速により、年平均▲0.7%となる見込みである。

一方で、自動化・省力化投資が拡大する工作機械、ロボットでは高い成長を見込む

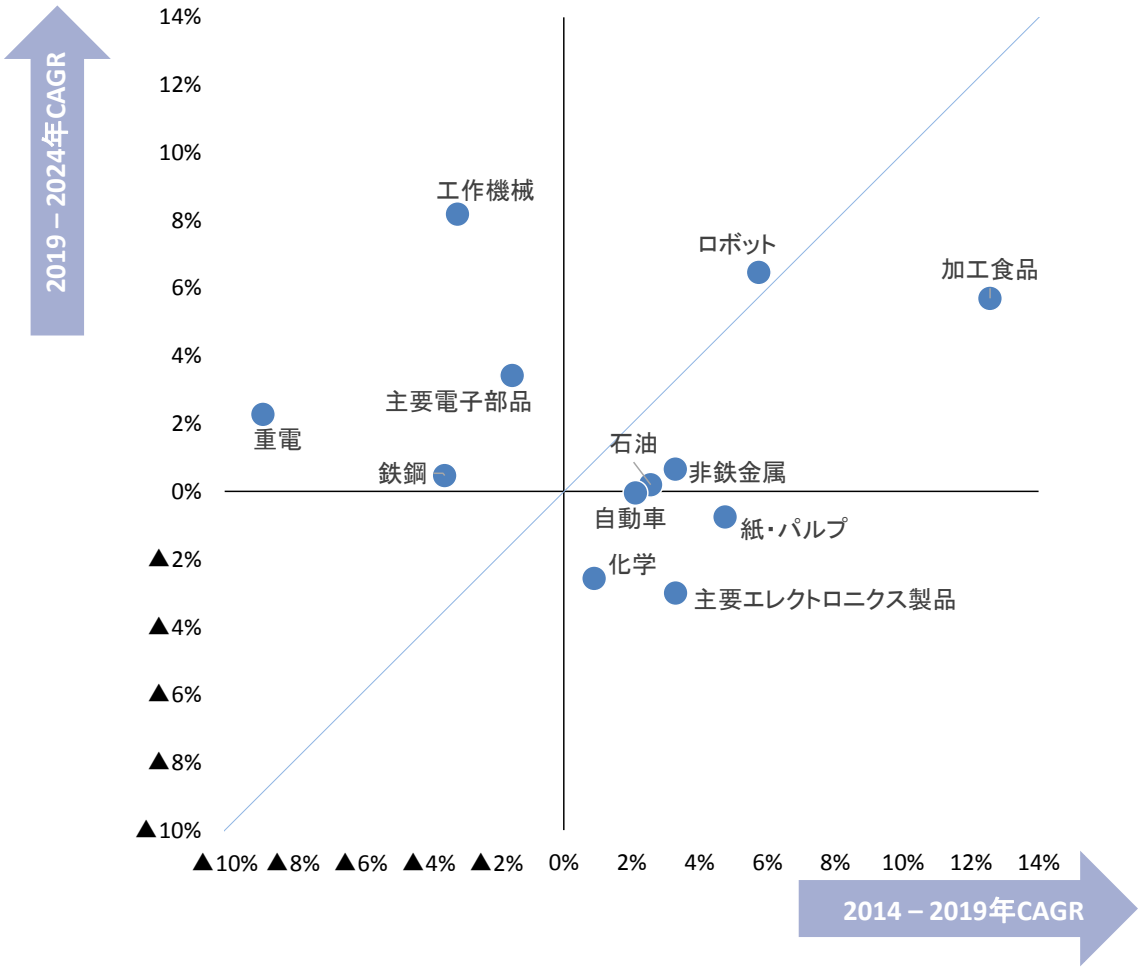
一方で、グローバルにおいて自動化・省力化投資が拡大する工作機械、ロボットでは高い成長を見込む。工作機械は、構造的に海外生産ではなく国内生産及び輸出が中心となっており、中期的なグローバル市場の拡大に伴い、年平均+8.2%と高い成長を予想する。ロボットは、自動車及び電機電子産業の発展に伴うグローバル市場の拡大に伴い、年平均+6.5%と堅調な推移を見込む。

健康志向の高まりを受ける加工食品や新興国における医療インフラ整備により医療機器でも高い伸び

また、健康志向の高まりや和食需要の拡大を背景に、加工食品で年平均+5.7%と比較的高い成長を予想する。この要因として、政府による農林水産物・食品輸出の強化を始めとする政策面の後押しや、2020 年の東京五輪を契機に和食の魅力を訴求する動きが挙げられるだろう。また、中国・その他新興国における医療インフラの整備が進むことにより、医療機器は年平均+4.2%の伸びを見込む。

[2] 2014 年～2019 年及び 2019 年～2024 年における輸出の成長率を算出している業種。但し、2019 年 1 月より統計の調査方法が変更されているため、医療機器、医薬品は除く。

【図表 1-3】産業別の輸出見通し



(注 1)業種毎に対象エリアは異なる。対象指標と対象エリアについては産業毎に詳述した各章を参照
(注 2)医療機器、医薬品は、2019 年 1 月より統計の調査方法が変更されているため、上記図表には表示せず
(出所)みずほ銀行産業調査部作成

4. 輸入見通し

2020 年の輸入は、2019 年比で減少する業種が多い

2020 年の輸入は、内需の減少トレンドと米中貿易摩擦等による景気減速の影響を受けて、2019 年対比で減少する業種が多いと見込まれる。例えば、石油では、燃費改善や燃料転換に伴う内需減少傾向により、輸入の減少を予想する。工作機械では、ユーザー産業における需要減に伴う国内の低調な受注を背景に輸入も減少する見込みである。一方、海外生産移管の進展や競争力の高い海外製品の流入により輸入が拡大する産業もある。例えば、化学では、コスト競争力の高い海外誘導品の流入により、輸入の増加を予想する。

2024 年までの向こう 5 年間は、人口減少等の構造要因による内需減少に伴い、多くの業種で輸入が減少

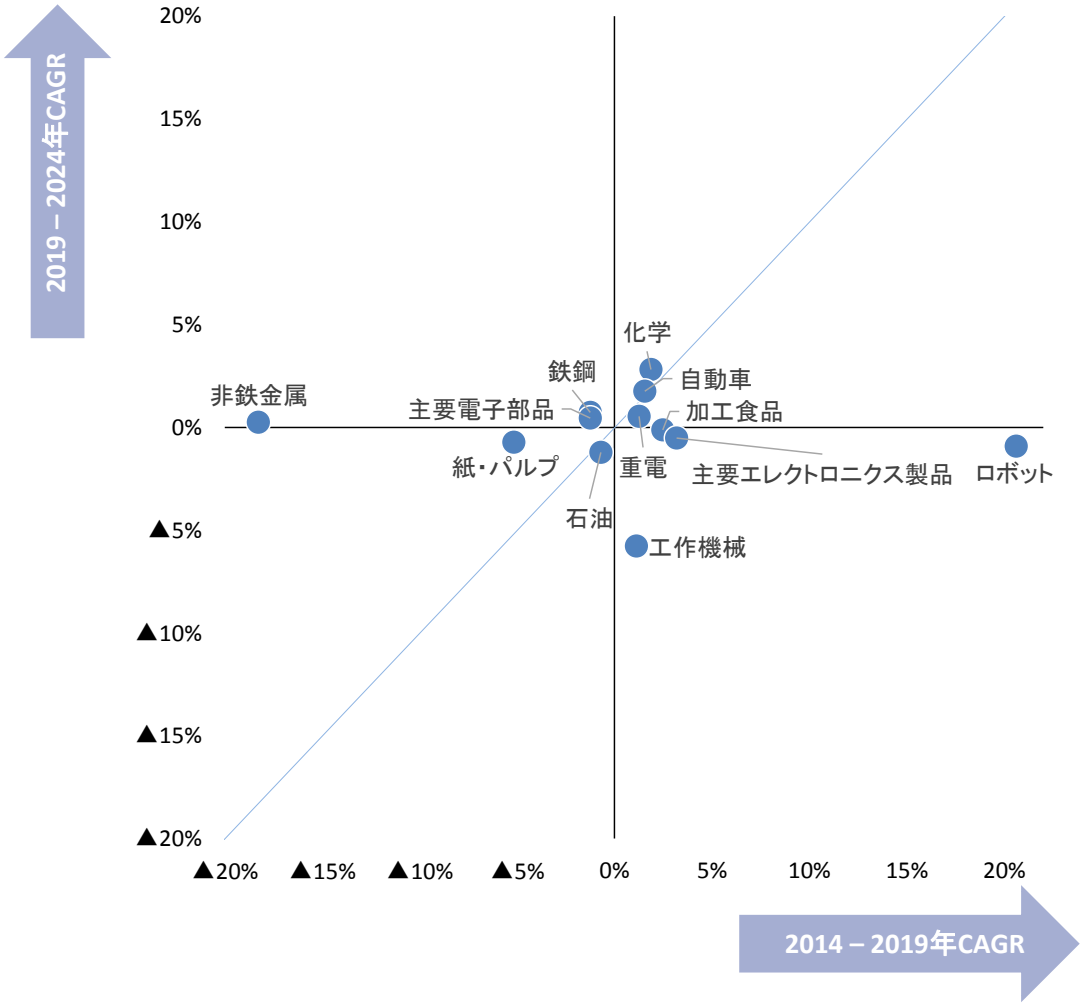
2024 年までの向こう 5 年間は、人口減少等の構造要因による内需減少に伴い、多くの業種で輸入が低成長となる。年平均成長率がマイナス成長となる業種は、全 12 業種[3]の半分にあたる 6 業種となる（【図表 1-4】）。工作機械では、最大のユーザー産業である自動車の国内生産台数が既にピークアウトしていることに伴う内需の減少トレンドにより、年平均▲5.8%の減少を見込む。主要エレクトロニクス製品では、輸入依存度が高いPC、携帯電話、TV は国内需要と連動する構造であり、中期的な需要の減少トレンドを背景に、年平均▲0.5%で推移していくだろう。加工食品では、人口減少・世帯数の減少による内需の縮小トレンドの影響を受けて、ほぼ横ばいでの推移を見込む。

一方で、安価な輸入品への切替や海外生産移管が進む化学、医療機器では輸入が拡大

一方で、安価な輸入品への切替や海外生産移管が進む産業では、内需の伸び率以上に輸入が拡大する見通しである。化学では、ユーザーの価格選好が高い汎用グレードを中心に、安価な海外品の流入が緩やかに増加し、年平均+2.8%の成長となる。医療機器では、高齢化に伴い、人工関節・カテーテルなど外資系企業が寡占する製品の輸入が増加するとともに、消耗品・汎用品を中心に海外への生産移管が進展することで国内企業による海外生産拠点からの輸入が増加するとみて、年平均+4.4%の成長を予想する。医薬品では、欧米製薬企業が開発したバイオ医薬品等を中心に輸入拡大を見込む（年平均+1.7%）。

[3] 2014 年～2019 年及び 2019 年～2024 年における輸入の成長率を算出している業種。但し、2019 年 1 月より統計の調査方法が変更されているため、医療機器、医薬品は除く。

【図表 1-4】産業別の輸入見通し



（注 1）業種毎に対象エリアは異なる。対象指標と対象エリアについては産業毎に詳述した各章を参照
（注 2）医療機器、医薬品は、2019 年 1 月より統計の調査方法が変更されているため、上記図表には表示せず
（出所）みずほ銀行産業調査部作成

5. 国内生産見通し

2020 年の国内生産は、内需減少や海外景気減速により減少が見込まれる業種が多い

2020 年の国内生産は、内需減少や海外景気減速等により 2019 年対比で減少する業種が多いと見込まれる。石油、紙・パルプ、工作機械、主要エレクトロニクス製品等の業種において、生産が 2019 年の水準を下回ると予想する。例えば、石油は、内需の減少を受けた製油所の精製能力の削減により、生産減少を見込み、紙・パルプは、グラフィック用紙の需要減少トレンドによる生産の減少を予想する。工作機械は、足下の海外市場、国内市場の減速に伴い日系工作機械メーカーの受注残は減少傾向にあり、国内生産も減少する見込みである。主要エレクトロニクス製品は、白物家電と PC で国内生産の大宗を占めるなか、特定メーカーによる海外生産移管により生産の減少を予想する。

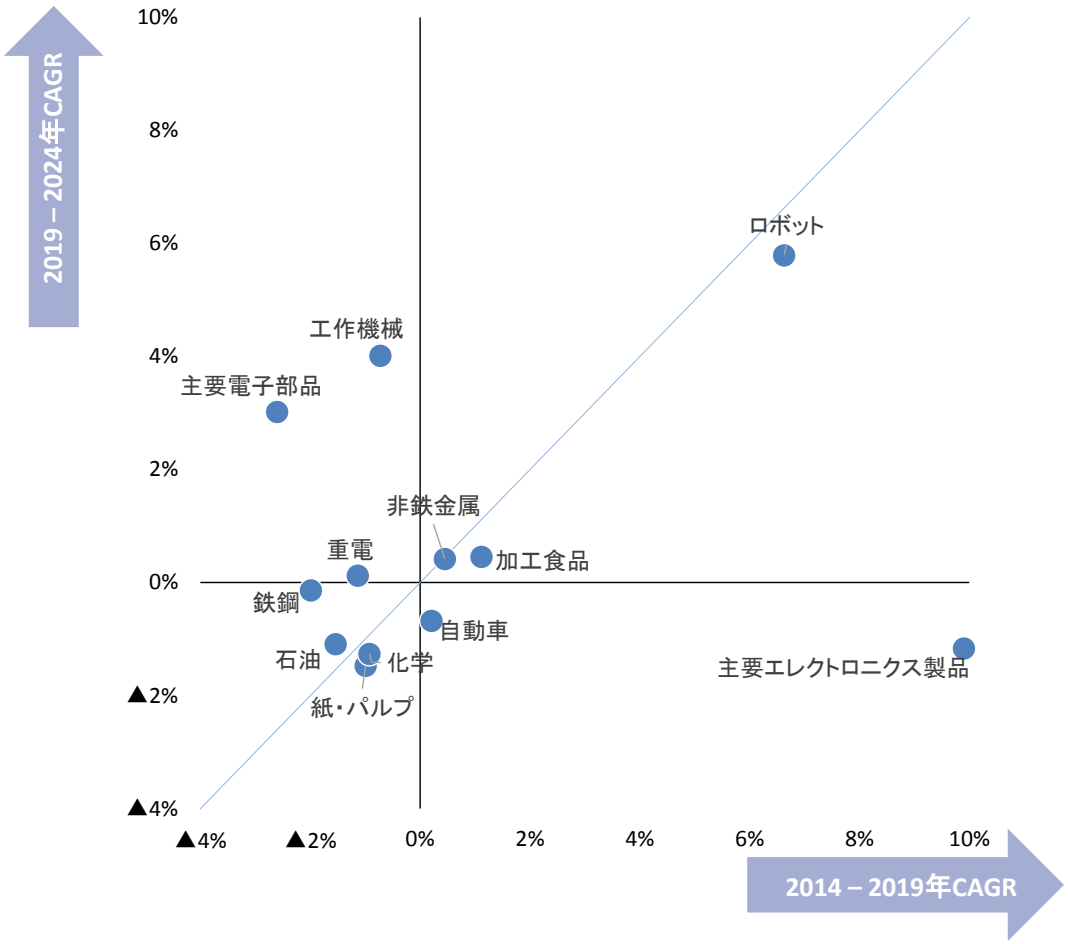
2024 年にかけては、引き続き、内需の減少や海外生産移管により低成長・マイナス成長の業種が半数を数える

2024 年にかけては、引き続き内需の減少、海外生産移管の進展により低成長・マイナス成長の業種が多い。過去 5 年間と比較して、伸び率が低下する業種は、自動車などの製造業を中心に、全 12 業種[4]の半分にあたる 6 業種となる見込み（【図表 1-5】）。地産地消が進む自動車や海外生産移管の動きが継続する主要エレクトロニクス製品は、年平均成長率が鈍化するだろう。また、医薬品は、より低コストで生産するために人件費の低い新興国での生産体制整備を進めており、減少トレンドで推移する見込みである。

一方、自動化・省人化投資のニーズ拡大により、ロボット、工作機械で高い成長を予想

一方、自動化・省人化投資に関するニーズ拡大により、ロボット、工作機械、で相対的に高い伸びが見込まれる。ロボットは、国内外需要の拡大が見込まれ、年平均+5.8%と高い成長を見込む。工作機械は、国内生産が中心という状況は変わらず、年平均+4.0%の伸びを予想する。また、主要電子部品は、自動車の電動化や機器の高性能化によるグローバル需要の拡大に伴い、年平均+3.0%と国内生産が増加する見込みである。

【図表 1-5】産業別の国内生産見通し



（注 1）業種毎に対象エリアは異なる。対象指標と対象エリアについては産業毎に詳述した各章を参照
（注 2）医療機器、医薬品は、2019 年 1 月より統計の調査方法が変更されているため、上記図表には表示せず
（出所）みずほ銀行産業調査部作成

[4] 2014 年～2019 年及び 2019 年～2024 年における国内生産の成長率を算出している業種。但し、2019 年 1 月より統計の調査方法が変更されているため、医療機器、医薬品は除く。

II. 日本企業に求められる戦略方向性

本節の構成について

本節では、各産業別の「需要の成長性」と「プレゼンスの方向性」を概観した後、日本企業にとっての成長機会と脅威・リスクを踏まえた、今後の求められる戦略方向性について整理することとしたい。

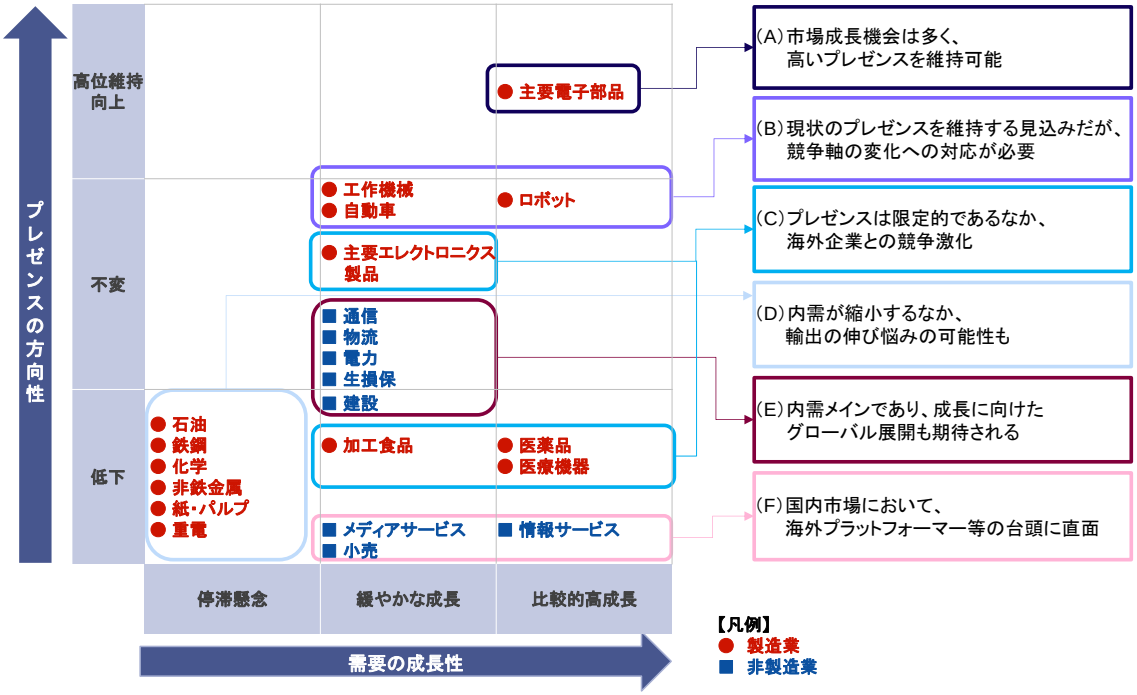
日本産業の総合的な位置付けを評価

【図表 1-6】は、2024 年までの向こう 5 年間について、縦軸に日本企業の「プレゼンスの方向性」、横軸に「需要の成長性」をとり、日本産業の位置付けを示したものである。

各産業の「プレゼンスの方向性」と「需要の成長」について、それぞれ 3 段階評価を実施

「プレゼンスの方向性」は、現状の日本企業及び海外競合企業の市場シェア、規模・資本力、技術力・経営力・戦略などを、みずほ銀行産業調査部が総合的に評価し、日本企業の向こう 5 年間における相対的なプレゼンスの水準や方向性に関する見通しを 3 段階評価したものである。また、「需要の成長性」は、各業種のグローバル需要と国内需要の成長率を、主要企業の国内外売上高比率で加重平均した数値を参考に、日本企業にとっての向こう 5 年間の国内外需要の成長性を、みずほ銀行産業調査部が総合的に評価し、3 段階評価したものである。

【図表 1-6】向こう 5 年の産業競争力マップ



(出所)みずほ銀行産業調査部作成

2018 年度の評価との比較では、主要電子部品、情報サービスの「需要の成長性」が上方修正

多くの産業で需要の成長性は、「緩やかな成長」もしくは「比較的高成長」が見込まれるが、プレゼンスの方向性は「不変」ないしは「低下」する懸念がある。2018 年度の評価との比較において、主要電子部品、情報サービスにおける需要の成長性は、産業分野における IoT の普及やデジタル化の進展を背景に、「緩やかな成長」から「比較的高成長」への上方修正となっている。その他

の産業については、2018 年度の評価から変更はなかった（【図表 1-7】）。

【図表 1-7】2018 年度の評価との比較

	需要の成長性	プレゼンスの方向性
上方修正	**主要電子部品、情報サービス**	（なし）
下方修正	（なし）	（なし）

（出所）みずほ銀行産業調査部作成

（A）電子機器の機能向上を背景に市場成長機会は多く、日本企業の技術力を武器に、高いプレゼンスを維持可能

主要電子部品は、機器の高機能化による搭載員数の拡大、自動車等の電動化に伴う搭載製品の裾野拡大、データトラフィック増大によるメモリの搭載容量拡大といった市場成長機会が多く、需要の成長性は比較的高いと見込まれる。かかる状況下、アプリケーション毎に求められる性能を見極め、必要な開発投資や最適な供給体制の構築を目指すことによって、現状高い評価を受けている日本企業のプレゼンスを維持していくことが可能と考えられる。

（B）現状のプレゼンスを維持する見込みだが、市場開拓にあたっては競争軸の変化への対応が必要

ロボット、工作機械、自動車は、成長が期待される新興国市場を中心に需要取り込みの余地は大きいが、そのためには競争軸の変化への対応が必要である。ロボット、工作機械では、ユーザーの生産体制構築に係るニーズに対応するため、自社製機器の販売のみならず、他社製機器を含めた生産設備全体を俯瞰した提案が求められている。つまり、競争軸が、機械性能の向上から生産設備全体を俯瞰した提案力・サービス提供力へと変化していると考えられる。また、自動車では、先進国を中心とする市場の成熟化に起因する従来型量販モデルの構造変化への対応に加え、電動化、自動化、シェアリングサービスの導入・普及に伴う新たな事業領域への取り組みも求められている。

（C）日本企業のプレゼンスは限定的であるなか、海外企業との競争が更に激化

主要エレクトロニクス製品、医薬品、医療機器、加工食品については、日本企業のプレゼンスが限定的であるなか、海外企業との更なる競争激化が想定される。主要エレクトロニクス製品は、洗濯機・冷蔵庫・空調機器といった一部の白物家電において、日本企業がアジア市場で依然高いシェアを保っているが、中国市場の成長鈍化が鮮明となるなか、中国企業のアジア市場への本格的な参入が予想され、今後厳しい競争を引き起こす可能性が高まっている。また、医薬品、医療機器、加工食品においては、欧米グローバル企業が事業の大胆な選択と集中によって、成長が見込める事業領域のポートフォリオを拡大している一方で、日本企業の出遅れが目立っている。

（D）内需が減少するなか、海外現地生産等の拡大により輸出の伸び悩みの可能性も

石油、鉄鋼、化学、非鉄金属、紙・パルプ、重電は、構造的な要因により内需が減少トレンドで推移するなか、コスト競争力の低下や海外現地生産の加速を背景に、海外市場への輸出についても伸び悩みの可能性がある。例えば、これまで鉄鋼では、内需の縮小に対して輸出を拡大することで生産量を維持し、世界で高いプレゼンスを保ってきたが、今後は、鉄鋼の自給化・地産地消化の動きにより、内需縮小を輸出拡大で補完し続ける構図が維持できなくなる可能性が高いと予想される。

（E）内需メインであり、今後の成長に向けたグローバル展開も期待される

非製造業である通信、物流、電力、生損保、建設は国内市場が中心となるため、比較的安定した需要が見込まれる。しかしながら、中長期的には内需縮小の影響を受けるため、より高い成長が見込まれる海外市場への進出も期待される。例えば、物流では、これまで日系物流企業は日系荷主企業のグローバル展開に対応して海外展開を進めてきたが、日系荷主企業のグローバル展開の一巡で成長が鈍化してきている。そのため、今後の成長ドライバーとして、特に非日系荷主企業の需要取り込みが求められている。他の業種においても、海外進出にあたっては非日系需要の取り込みも重要になってくるだろう。

（F）国内市場において、海外プラットフォーマー企業等の台頭に直面

一方、同じ非製造業であるメディアサービス、小売、情報サービスでは、国内市場において、海外プラットフォーマー企業等の台頭に直面している。メディアサービスでは、国内広告市場の成長をけん引するインターネット広告市場において、既に海外プラットフォーマーを中心とする外資系事業者の市場シェアが 50～70%を占めるとも言われている。日本企業の今後の取り組みによっては、国内事業者の更なるプレゼンス低下が懸念される。また、小売では、米国企業や中国企業を中心としたグローバル小売企業がオンラインとオフラインの融合を起点とする新たな顧客体験の創出に向けた取り組みを益々強化しており、国内市場が侵食される可能性も考えられる。情報サービスでは、グローバル企業がデジタル・業務・経営に関するコンサルティングを強みに、ユーザー企業の経営層にアプローチするとともに、経営戦略や戦略に基づいた業務フローの策定、業務で利用するシステムの構築、運用にまで対応することで、ユーザー企業のデジタル化を支援しており、国内市場におけるプレゼンスを高めている。

日本企業の成長機会について

これまで述べた通り、多くの産業においてプレゼンスの方向性は不変・低下傾向であるが、産業別の需給見通しを踏まえた日本企業にとっての主な成長機会として、「新興国市場における高い経済成長・人口増加」、「個人・企業におけるデジタル関連技術の普及・利用拡大」、「社会的課題への対応」の 3 点が挙げられる。1 点目及び 2 点目は、前節のグローバル需要見通し、国内需要見通しにおいて言及した通りである。ここで、3 点目の「社会的課題への対応」について補足する。現状の大量生産・大量消費による経済活動の延長線上では、資源不足や環境負荷増大といったリスクの顕在化が想定される。そのため、資源消費の抑制や効率性向上による持続可能な社会の実現に向けた構造転換の動きが国際的に活発化している。そのなかで、各企業は、「社会的課題への対応」が広く求められることを踏まえ、これを成長機会として捉える取り組みを拡大してきている[5]。

[5] 詳細は、みずほ銀行「資源・環境制約がもたらすビジネスチャンス～注目領域における日本企業の打ち手を探る～」『みずほ産業調査 62 号』(2019 年 9 月 10 日)をご参照。

日本企業に迫る脅威・リスクについて

一方、日本企業に迫る主な脅威・リスクとして、「国内の人口減少・少子高齢化」、「不確実性を増すグローバル経済の動向」、「海外企業の台頭・技術キャッチアップ」、「既存ビジネスモデルの衰退」の 4 点が挙げられる（【図表 1-8】）。

【図表 1-8】日本企業の成長機会と直面する脅威・リスク

＜成長機会＞	＜脅威・リスク＞
・新興国市場における高い経済成長・人口増加 ・個人・企業におけるデジタル関連技術の普及・利用拡大 ・社会的課題への対応	・国内の人口減少・少子高齢化 ・不確実性を増すグローバル経済の動向 ・海外企業の台頭・技術キャッチアップ ・既存ビジネスモデルの衰退

（出所）みずほ銀行産業調査部作成

脅威・リスク①国内の人口減少・少子高齢化

日本企業が直面する脅威・リスクの 1 点目は、「国内の人口減少・少子高齢化」である。その影響として、需要面では内需縮小、供給面では担い手不足が生じるおそれがある。内需縮小については、消費者に身近な住宅、自動車、小売等の川下産業のみならず、住宅・自動車等をユーザーとする鉄鋼等の川上産業にも影響が波及する。また、供給面では、建設等における担い手不足の深刻化が想定され、日本企業にとっては、需要に対応した供給ができずに事業機会を逸する可能性がある。

脅威・リスク②不確実性を増すグローバル経済の動向

脅威・リスクの 2 点目は、「不確実性を増すグローバル経済の動向」である。中国を始めとする世界経済の減速により、一部の産業では市場の成長をけん引する中国経済の好不況の影響を受けやすくなっている。例えば、鉄鋼では、中国の需要を支える政府のインフラ投資が急激に落ち込んだ場合、供給超過により需給バランスが崩れ、世界的な市況悪化を招くおそれがある。同様に、化学では、世界最大の需要国である中国の景気が、米中貿易摩擦等の影響で想定以上に悪化し、需要の伸び悩みをもたらす懸念が高まっている。

また、米中貿易摩擦に見られる保護主義的な政策の広がりにより、追加関税措置や手続煩雑化等の非関税障壁導入といった通商リスクが、自動車を始めとする輸出産業で顕在化する可能性もあるだろう。更に、通商リスク回避の結果として、各国政府やメーカーは自国内で生産完結できる体制の確立を目指す動きを見せ始めており、グローバルサプライチェーン再構築の機運が高まっている。例として、中国における半導体内製化の取り組みが挙げられる。現時点では日本企業のプレゼンスを脅かすほどの影響は想定されていないものの、今後は中国向けの輸出が影響を受ける可能性も否定できないだろう。

脅威・リスク③海外企業の台頭・技術キャッチアップ

脅威・リスクの 3 点目は、「海外企業の台頭・技術キャッチアップ」である。医薬品や医療機器分野において、大胆な事業の選択と集中に取り組む欧米グローバル企業は、成長が見込まれる新興国への進出や新技術の取り込みに向けて積極的な投資を行っており、日本企業との事業規模の差が拡大しつつある。テクノロジー分野では、デジタル化等で先行する欧米グローバル企業に対して、日本企業はユースケースの蓄積で遅れが生じている。また、小売（EC）やメディアサービス（広告）では、国内市場におけるグローバルプラットフォーマーのシェア拡大に直面しており、日本企業にとって事業領域の侵食リスクが高まっている。重電、工作機械では、新興国企業による技術キャッチアップが

進んでおり、これまで日本企業が競争優位性を持っていた技術力での差別化が困難になりつつある。

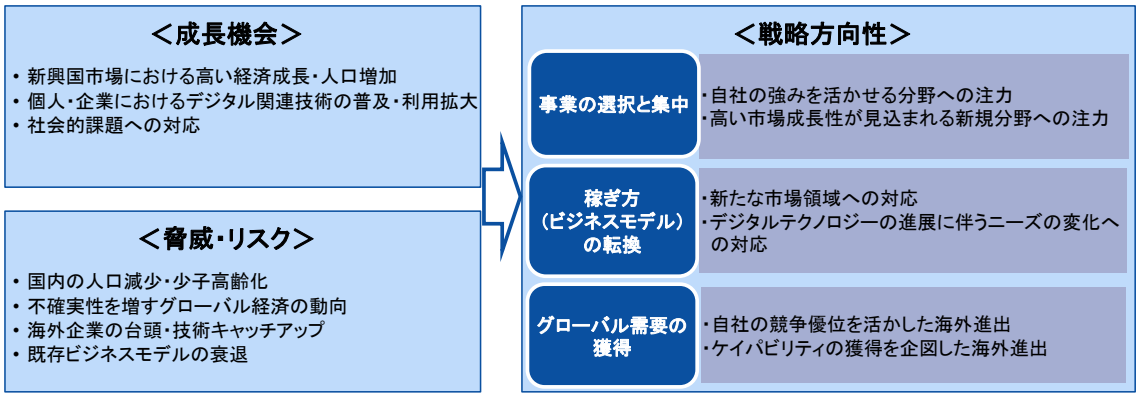
脅威・リスク④既存ビジネスモデルの衰退

そして、脅威・リスクの 4 点目は、「既存ビジネスモデルの衰退」である。既存ビジネスモデルの衰退の要因として、デジタルテクノロジーの進展や環境規制強化による事業環境の変化等が挙げられる。例えば、小売では、デジタルテクノロジーの進展を背景に、見ず知らずの貸し手と借り手のマッチングが容易になったことでシェアリングエコノミーが拡大し始めていることや、小売を経由せずにメーカーから直接消費者へ販売するモデルが増加してきていることもあり、「モノを仕入れて売って鞘を稼ぐ」という既存ビジネスモデルを再構築することが求められている。自動車では、電動化・情報化・知能化といった技術進化が新たな事業領域を生み出し、既存バリューチェーンの変化をもたらしている。また、環境規制強化による事業環境の変化によって、脱炭素化の進展に伴う再生可能エネルギー等の需要拡大や、脱プラスチックの動きの加速が想定される。主には、電力、石油、化学等の産業への影響が懸念され、既存ビジネスモデルからの転換が求められている。

日本企業に求められる戦略方向性は 3 点

日本企業の持続的な成長実現のためには、これらの成長機会を踏まえながら、脅威・リスクへ対応していくことが求められる。その戦略方向性として、「事業の選択と集中」、「稼ぎ方（ビジネスモデル）の転換」、「グローバル需要の獲得」の 3 点が考えられる（【図表 1-9】）。

【図表 1-9】日本企業の戦略方向性



（出所）みずほ銀行産業調査部作成

日本企業に求められる戦略方向性①事業の選択と集中

第一に、注力分野を見極めた上での「事業の選択と集中」である。欧米グローバル企業・新興国企業の台頭や技術キャッチアップを背景に、各産業における競争環境は激化しており、多数の事業ポートフォリオを保有しながら、全方位的な競争を続けると、既存事業の不採算化を招いたり、十分な研究開発投資が困難になるおそれがある。かかる状況下、日本企業が自社のプレゼンスを維持・向上していくためには、集中的かつ継続的な投資を実施していくことが重要であり、そのためには、ノンコア事業を整理し、投資余力を捻出した上で、高成長・高収益が見込まれる分野へ注力することが求められる。例えば、主要電子部品、主要エレクトロニクス製品では、デジタルイノベーションの進

展によるビジネスへのデータ利活用の広がりを見据え、市場におけるシェア確保のための集中的かつ継続的な投資が求められる。化学では、自社の強みを活かせる分野への注力のため、グローバルで競争力を有していない石油化学事業からの脱力と、競争優位性のある機能性化学事業への注力が求められる。

また、高い市場成長性が見込まれる新規分野への注力という視点も重要となる。例えば、医療機器では、手術支援ロボットや AI 等を活用した診断支援などデジタル医療分野への対応が求められる。医薬品では、収益貢献の低い長期収載品やジェネリック事業を売却し、再生医療や中分子医薬品等の新薬の開発へと事業領域を拡大することも有効な戦略となるだろう。その際、医療機関や行政、アカデミアといった異業種リソースを活用しながらイノベーションの実現に繋げることが期待される。

日本企業に求められる戦略方向性②稼ぎ方（ビジネスモデル）の転換

第二に、「稼ぎ方（ビジネスモデル）の転換」である。デジタルテクノロジーの進展に伴い、新たな事業領域の拡大への対応が必要となる産業として、自動車や小売が挙げられる。自動車では、電動化・情報化・知能化など取り組むべき事業領域が拡大しているが、必要となる研究開発・投資資金も膨大となり、一社単独での対応が困難であるため、完成車メーカー同士による陣営化に向けた動きが強まっている。自社技術を広く普及させる標準化、陣営他社と共同で対応するコスト分担、陣営他社に頼るリスク軽減といった陣営化のメリットを通じ、競争に勝ち残る戦略が求められる。小売では、モノの「所有・消費」から「利用・共用」へ個人の意識が変化するなかでシェアリングエコノミーが拡大していることや、既存小売チャネルを経由しない販売形態の増加を背景に、従来の物販モデルにとどまらない新たな収益機会の模索が求められている。そのため、ID-POS データや物流網等の既存リソースを活用した取り組みが始まっている。

また、デジタルテクノロジーの普及に伴い、ユーザーサイドのニーズ変化への対応も求められる。情報サービスでは、ユーザーのデジタル対応へのニーズが高まっており、デジタル・業務・経営に関するコンサルティング能力の強化に加え、システム導入までのスピードを速めたいユーザーのニーズに基づき、これまでの受託型のシステム開発からパッケージソフトを活用した対応の強化も必要となっている。

日本企業に求められる戦略方向性③グローバル需要の獲得

最後に、「グローバル需要の獲得」である。構造的な内需縮小の圧力が強まることで、持続的な成長のためには海外市場の取り込みが不可欠である。そのアプローチとして、自社の競争優位を活かした海外進出やケイパビリティの獲得を企図した海外進出が挙げられる。競争優位を活かした海外進出として、例えば、紙・パルプでは、市場成長率の高い ASEAN を中心に、日本企業の高い技術力を活かした差別化戦略によるグローバル展開が求められる。機械製品や部品などの輸出に使用される強化段ボールといった高付加価値製品の市場を取り込んでいく動きが必要だろう。また、電力・ガスでは、電力需要の伸びが期待され、低廉かつ環境負荷の低い電気に対するニーズがますます高まっていく ASEAN 諸国において、日本企業はプレゼンスを発揮できると考えられる。国内事業でこれまで培ったガス火力発電所の高効率運転や、効率

的な保守・メンテナンスによる安定した事業運営に関するノウハウを活かし、受入基地から発電に至る Gas to Power のバリューチェーンの一体提案が可能と考えられる。

また、ケイパビリティの獲得を企図した海外進出として、例えば、物流では、欧米グローバル企業が得意とする IT システムを駆使したサービスの標準化とグローバルな物流プラットフォームの構築が求められることから、M&A 等のインオーガニックな手法の検討も必要だろう。医薬品では、規模やスピード感で欧米グローバル企業に遅れをとっている日本企業が自社開発した製品の収益を極大化するために、グローバルに販路を有した海外企業との提携により自社の医薬品でロイヤリティ収入を得る方法や、海外企業の買収による販路開拓が選択肢となるだろう。

ここ数年の新たな動きとして注目されるのが、「社会的課題への対応」に対する意識の高まり

ここまで、日本企業の成長機会、脅威・リスク、戦略方向性について取り上げてきた。これらの事業環境や戦略方向性は従来から認識されていることであるが、ここ数年の新たな動きとして注目されるのが、「社会的課題への対応」に対する意識の高まりだろう。既に、日本企業の成長機会としての「社会的課題への対応」について簡単に述べたが、その背景や捉え方について改めて整理したい。「社会的課題への対応」に対する意識が高まっていることの背景として、2015 年 9 月に SDGs、同年 12 月にパリ協定が採択されたこと等を契機に、持続可能性に対する危機意識が広まり、長期的な目線での国際的な取り組みが活発化していることが挙げられる。日本政府も、2019 年 6 月に策定した「パリ協定に基づく成長戦略としての長期戦略」において、イノベーションを通じた環境と成長の好循環の実現を掲げ、環境負荷低減と経済成長の両立を目指す政策を打ち出している。

長期を見据えた視点と短中期の視点の双方から戦略方向性の検討を進めていくことが求められる

企業にとって、社会的課題への対応は、環境規制の強化といった制約をもたらす側面もあるが、新たな価値観の創出や市場領域の拡大といった事業環境の変化によるビジネスチャンスももたらしうる。企業は、この動きを不可逆的なトレンドとして認識し、成長機会として捉えるために、より長期的な時間軸での戦略検討が求められる。但し、脱炭素化の進展や自動車の電動化の普及状況等については、技術開発の進捗や採算性の確保等に不透明さも残っており、自ずと長期的なシナリオは 1 つに定まらないだろう。そのため、各企業は複数のシナリオを見据えた先行投資を行うべく、足下の短中期的な事業における取り組みの磨き上げによる投資余力の捻出も怠ることができない。長期的な時間軸で複数のシナリオを見据えた戦略の検討を行うことは言うまでもなく、短中期的な事業における取り組みについても、既に概観した脅威・リスクが迫るなかでの対応であることから、各企業はこれまで以上に難しい舵取りを求められる環境にあると言えるだろう。こうしたなか、日本企業が、長期を見据えた視点と短中期の視点の双方から戦略方向性の検討を進めることで、持続的な成長を実現していくことに期待したい。

みずほ銀行産業調査部

総括チーム　赤塚　功介
kosuke.akatsuka@mizuho-bk.co.jp

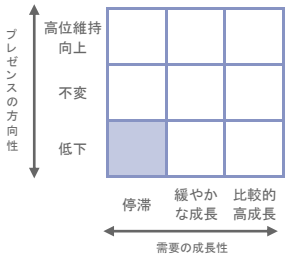
【図表 1-10】産業別のトピックス

石油

内外需要見通し

	指標	単位	CAGR（2014-2019）	CAGR（2019-2024）
国内	燃料油販売量	L	▲1.9%	▲1.5%
グローバル	石油製品需要	b/d	+1.8%	+1.1%

向こう5年の産業競争力マップ



需要の成長性

方向性	コメント
↓（停滞懸念）	グローバル需要は増加する一方、国内需要は減少

プレゼンスの方向性

方向性	コメント
↓（低下懸念）	日本は消費地精製主義を採用しており、国内元売会社は国内市場の動向に合わせて事業展開を行っていることから、国内需要の縮小がプレゼンスの低下につながる

①日本企業に求められる戦略方向性
②リスクの所在

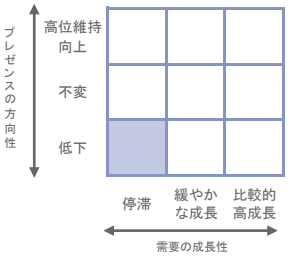
①国内サービスステーションの総合生活サービス拠点化、海外で需要の伸びが見込まれる国の下流分野への進出、再エネ事業への取り組み
②燃料転換、EVの普及

鉄鋼

内外需要見通し

	指標	単位	CAGR（2014-2019）	CAGR（2019-2024）
国内	粗鋼換算見掛消費量	t	▲1.0%	▲0.3%
グローバル	粗鋼換算見掛消費量	t	+2.5%	▲0.3%

向こう5年の産業競争力マップ



需要の成長性

方向性	コメント
↓（停滞懸念）	内需が構造的に緩やかな縮小に向かう一方で、今後高い成長が期待されるのは新興国を中心とした海外市場

プレゼンスの方向性

方向性	コメント
↓（低下懸念）	これまでは輸出の増加によりプレゼンスを保ってきたが、各国における鉄鋼の自給化／地産地消化の動きにより、輸出拡大で内需縮小を補完し続けることは難しくなる方向にあるため、日本メーカーのプレゼンスは徐々に低下に向かう

①日本企業に求められる戦略方向性
②リスクの所在

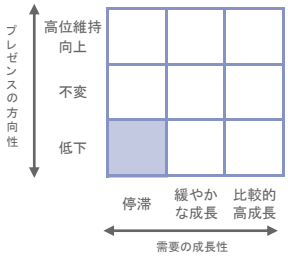
①世界的な地産地消化に対応した海外一貫生産、国内生産の効率化、地球環境問題等新たなニーズへの対応
②国内需要の縮小や設備の老朽化による、国内事業の収益悪化

非鉄金属

内外需要見通し

	指標	単位	CAGR（2014-2019）	CAGR（2019-2024）
国内	銅地金消費量	t	+1.6%	+0.3%
グローバル	銅地金消費量	t	+1.1%	+1.3%

向こう5年の産業競争力マップ



需要の成長性

方向性	コメント
↓（停滞懸念）	グローバル需要は緩やかに増加するが、内需は大幅な成長が見込めない

プレゼンスの方向性

方向性	コメント
↓（低下懸念）	中国の銅製錬内製化が実現すると、中国向け輸入200千トン/年が失われるリスクがあり、中国以外の輸出先の模索を検討していかなければ、日本のグローバルプレゼンスが低下するおそれ

①日本企業に求められる戦略方向性
②リスクの所在

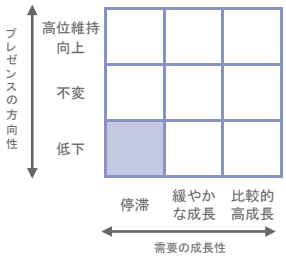
①(1)国内製錬所の稼働率維持
(2)選択と集中を更に進め、銅資源や銅加工品など、各社が得意とする分野に更にフォーカスしていくことが必要
②中国向け輸出の持続可能性、中国に代わる新たな輸出国の開拓可否

紙・パルプ

内外需要見通し

	指標	単位	CAGR（2014-2019）	CAGR（2019-2024）
国内	紙・板紙消費量	t	▲1.5%	▲1.4%
グローバル	紙・板紙消費量	t	+0.2%	0.3%

向こう5年の産業競争力マップ



需要の成長性

方向性	コメント
↓（停滞懸念）	国内需要の減少が継続する一方、グローバル需要は、中国市場ほか新興国を中心として緩やかに増加する見込み。但し、グラフィック用紙については中国・東南アジアでも成長が見込めず、段ボール原紙等の板紙が需要を下支えする構図となる

プレゼンスの方向性

方向性	コメント
↓（低下懸念）	欧米企業の再編が進む中、段原紙を中心に中国企業の海外生産が加速する見込み。日本企業はグラフィック用紙から成長地域・分野へのポートフォリオの再構築を進めているが、縮小する国内市場での競争が続く限り、プレゼンスは低下を続ける

①日本企業に求められる戦略方向性
②リスクの所在

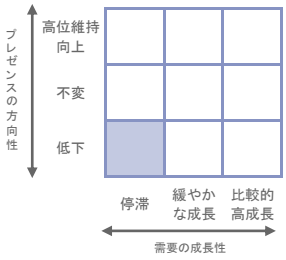
①(1)国内既存事業の効率化 (2)新興国における段原紙・段ボール需要や、使い捨てプラスチック代替としての紙容器需要に対応するパッケージ関連、公衆衛生意識の向上による衛生用紙や紙おむつなどの成長が期待される分野への戦略的投資 (3)エネルギー事業やセルロースナノファイバーなど、新たな収益源構築を目指した新規事業への取り組み強化 (4)社会問題を起因とした紙素材による紙器等での新規製品・用途開発
②米中貿易摩擦長期化による物流量の減少。中国環境規制強化等による原料チップ・パルプの価格上昇。脱プラの想定以上の動き

化学

内外需要見通し

	指標	単位	CAGR（2014-2019）	CAGR（2019-2024）
国内	エチレン換算需要	t	▲1.3%	+0.0%
グローバル	エチレン換算需要	t	+3.8%	+3.0%

向こう5年の産業競争力マップ



需要の成長性

方向性	コメント
↓（停滞懸念）	国内需要は、長期的には漸減基調であるが、新興国がけん引役となり、海外需要は堅調な成長。但し、見通し期間における海外大型設備の稼動に伴う需給緩和を踏まえれば、国内コンビナートからの輸出は減少の方向性

プレゼンスの方向性

方向性	コメント
↓（低下懸念）	海外で製油所・石化一体型の大型プラントの稼動、新興国での自給化が進み、国内コンビナートの競争力は低下。海外競合の選択と集中の動きに加え、新興国企業の技術キャッチアップを勘案すると、一部の機能材領域においても競争力低下のおそれ

①日本企業に求められる戦略方向性
②リスクの所在

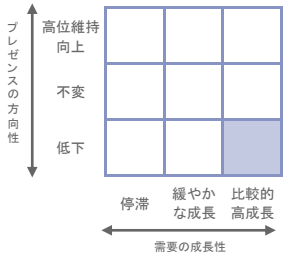
①汎用石化事業の観点からは、(1)石油精製、石化メーカーの国内汎用石化事業の統合、集約を通じた国内コンビナートの競争力強化が必要。機能性化学事業の観点からは、(2)事業の選択と集中、及び川下事業の水平統合 (3)川下へのバリューチェーン延伸 (4)先端開発分野でのベンチャー企業との協業、川下領域における差別化・リソース投下に向けた事業の選択と集中、精製・石化のインテグレーションを通じた国内コンビナートの強化
②米中貿易摩擦の激化を背景とした中国需要の更なる減速、脱プラの動きの加速

医薬品

内外需要見通し

	指標	単位	CAGR（2014-2019）	CAGR（2019-2024）
国内	医療用医薬品出荷額	円	-	▲1.1%
グローバル	医薬品販売金額	USD	-	+4.9%

向こう5年の産業競争力マップ



需要の成長性

方向性	コメント
↑（比較的高成長）	国内需要は、薬価抑制施策やジェネリックシフトの影響により、成長が鈍化する一方、グローバル需要は、世界最大の市場である米国をけん引役に国内を上回る成長を見込む

プレゼンスの方向性

方向性	コメント
↓（低下懸念）	グローバル市場が拡大する中、欧米企業は選択と集中により革新的な新薬を上市させるとともに、成長が期待される新興国等への投資にも積極的。一方、日本企業は海外展開において欧米企業の後塵を拝しており、プレゼンスの低下が懸念される

①日本企業に求められる戦略方向性
②リスクの所在

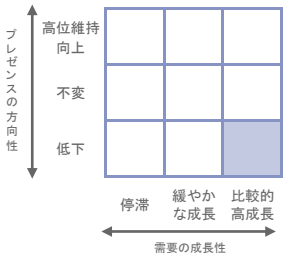
①海外展開の加速、研究開発費の捻出、再生医療分野への挑戦
②画期的な新薬の開発による既存医薬品の置き換え、パテントクリフ

医療機器

内外需要見通し

	指標	単位	CAGR（2014-2019）	CAGR（2019-2024）
国内	国内市場規模	円	-	+2.1%
グローバル	グローバル市場規模	USD	-	+5.5%

向こう5年の産業競争力マップ



需要の成長性

方向性	コメント
↑（比較的高成長）	先進国を中心とする高齢化、新興国での医療インフラ整備、イノベーションの実装による医療機器の高度化に伴い、引き続き、安定した需要を見込む

プレゼンスの方向性

方向性	コメント
↓（低下懸念）	日本企業もM&Aや、独自の市場開拓によるオーガニック成長等により事業を拡大しているものの、欧米企業はより大胆なM&Aとデジタルイノベーションの取り込みにより事業規模・内容を拡充しているため、日本企業のプレゼンス低下が懸念される

①日本企業に求められる戦略方向性
②リスクの所在

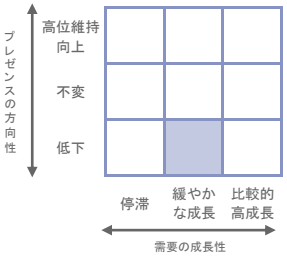
①デジタル医療への対応強化
②医療業界におけるデジタルイノベーションの進展、データ活用の活発化、医師中心から患者中心へ、など医療を取り巻く環境が大きく変化

加工食品

内外需要見通し

	指標	単位	CAGR（2014-2019）	CAGR（2019-2024）
国内	食料支出	円	+1.4%	+0.0%
グローバル	加工食品販売金額（小売チャネル）	USD	+2.2%	+2.6%

向こう5年の産業競争力マップ



需要の成長性

方向性	コメント
→（緩やかな成長）	国内需要が伸び悩む中、グローバル需要は、健康・簡便といった加工食品ニーズの高まりに対応して、拡大が継続

プレゼンスの方向性

方向性	コメント
↓（低下懸念）	海外企業は自国の需要増を背景にオーガニックな成長を見込む。また、欧米大手は早くから新興国市場への参入を進めている。一方、日本企業は、国内市場が伸び悩む中、海外市場への着手で遅れを取っており、プレゼンス低下が懸念される

①日本企業に求められる戦略方向性
②リスクの所在

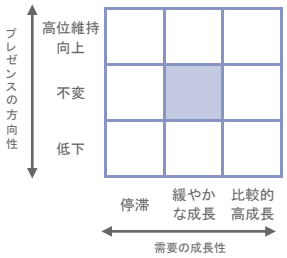
①グローバル展開を加速していくために、明確なターゲットに基づいた事業ポートフォリオの入替に加え、消費者ニーズの徹底した把握のための取り組みが必要
②世界的な食料需要の増加を背景とした原料調達リスクの高まり、脱プラや食品ロスといった社会的課題への対応

自動車

内外需要見通し

	指標	単位	CAGR（2014-2019）	CAGR（2019-2024）
国内	自動車販売台数	台	▲1.0%	▲1.1%
グローバル	自動車販売台数	台	+1.2%	+1.4%

向こう5年の産業競争力マップ



需要の成長性

方向性	コメント
→（緩やかな成長）	底堅い先進国と伸長する新興国需要に支えられ、世界市場は減速しつつも拡大を続ける見通し

プレゼンスの方向性

方向性	コメント
→（不変）	現状のプレゼンスは当面維持されるものの、2020年代より電動化、自動化、シェアリングサービスが導入・普及フェーズを迎え、競争軸が変化することによる競争力の低下には要留意

①日本企業に求められる戦略方向性
②リスクの所在

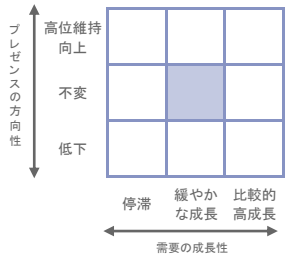
①グローバル需要の成長鈍化、電動化の急速な普及、自動運転の導入、シェアリングの進展などの大きな変化を迎える中、日系完成車メーカーには、提携等を駆使した規模の拡大やコスト低減等、既存事業領域での収益極大化を図ることに加え、サービス事業などの新たな領域へと果敢に挑戦することが求められる
②世界需要の減速、CASEの進展によるバリューチェーンの変化

工作機械

内外需要見通し

	指標	単位	CAGR（2014-2019）	CAGR（2019-2024）
国内	工作機械国内受注金額	円	+0.6%	+2.8%
グローバル	工作機械 グローバル消費金額	USD	▲6.9%	+10.2%

向こう5年の産業競争力マップ



需要の成長性

方向性	コメント
→（緩やかな成長）	国内市場は主要ユーザー産業である自動車メーカーの国内生産台数減少に伴い、縮小トレンド。一方、新興国を中心に自動車・電気機械などの主要産業向け需要が拡大する見込み

プレゼンスの方向性

方向性	コメント
→（不変）	海外市場の開拓には、従来の競争軸である機械性能向上だけではなく、他社製機器含む生産設備を提案する「エンジニアリング提案型事業」が必要。現状、性能面等で日系工作機械メーカーは優位性を保つが、対応次第で、長期的にプレゼンス低下が懸念される

①日本企業に求められる戦略方向性
②リスクの所在

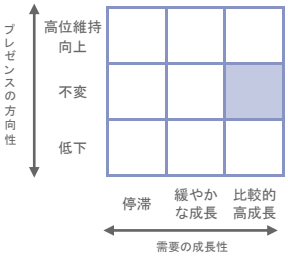
①自社製機器にとどまらず、他社製機器含む、生産設備全体を提案するエンジニアリング提案型事業の創出
②自動車や電機・電子機械のグローバル生産数拡大の減速、新興国工作機械メーカーの技術キャッチアップ

ロボット

内外需要見通し

	指標	単位	CAGR（2014-2019）	CAGR（2019-2024）
国内	ロボット出荷金額	円	+10.0%	+4.1%
グローバル	ロボット出荷金額	USD	+6.3%	+9.5%

向こう5年の産業競争力マップ



需要の成長性

方向性	コメント
↑（比較的高成長）	国内市場は、足下、自動化需要増により拡大するも、主要ユーザー産業である自動車・電機メーカーの海外生産進展に伴い、長期的に縮小傾向。一方、中国や新興国を中心に自動車・電気機械等の主要ユーザー産業向け需要が拡大する見込み

プレゼンスの方向性

方向性	コメント
→（不変）	中国や新興国における自動車部品や電子部品分野、金属加工やプラスチック加工の新規ユーザー開拓が重要。日系ロボットメーカーは、自社ロボット開発にとどまらず、自社でエンジニアリング事業を創出し、市場開拓できれば、プレゼンス拡大が期待できる

①日本企業に求められる戦略方向性
②リスクの所在

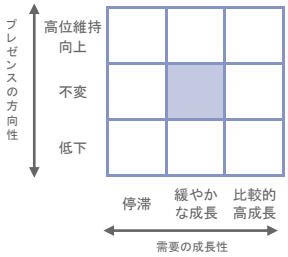
①既存領域の大手ユーザーに対してはカスタマイズ開発とコスト低減、新規市場開拓に向けては、SIerが扱いやすいロボットを開発、もしくは自社製機器にとどまらず、他社製機器含む、生産設備全体を提案するエンジニアリング提案型事業の創出
②自動車や電機・電子機械のグローバル生産の減速、欧州や新興ロボットメーカーによるロボットローエンド市場の取り込み

エレクトロニクス（主要製品）

内外需要見通し

	指標	単位	CAGR（2014-2019）	CAGR（2019-2024）
国内	主要エレクトロニクス製品需要額	円	+5.7%	▲1.2%
グローバル	主要エレクトロニクス製品需要額	USD	+1.6%	+0.8%

向こう5年の産業競争力マップ



需要の成長性

方向性	コメント
→（緩やかな成長）	数量ベースでは、成長をけん引してきた中国が停滞局面となり、世界需要は低成長な状態が継続するものと想定される。高機能化の進展による単価上昇による付加価値領域拡大に期待

プレゼンスの方向性

方向性	コメント
→（不変）	成長が期待されるアジアにおいて、ブランド、機能、価格面の差別化余地がある製品を絞り、シェア増強の戦略が必要。十分な投資を行い国毎に製品プレゼンスを確保し、大きな経済圏を作ることで将来的なデジタルサービスでの事業機会が広がる

①日本企業に求められる戦略方向性
②リスクの所在

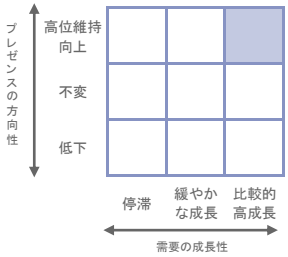
①まずは、ターゲットとするエリアのBtoC市場での高い市場シェアと顧客基盤の獲得を目指し、次にBtoB市場への拡張、更にはデジタルデータ活用ビジネスへの展開を目指す
②中国市場鈍化による、中国企業の海外市場への注力

エレクトロニクス（主要電子部品）

内外需要見通し

	指標	単位	CAGR（2014-2019）	CAGR（2019-2024）
国内	主要電子部品需要額	円	▲5.0%	+1.7%
グローバル	主要電子部品需要額	USD	+2.6%	+4.2%

向こう5年の産業競争力マップ



需要の成長性

方向性	コメント
↑（比較的高成長）	デジタル化の進展による搭載するアプリケーションの拡大。通信インフラの革新によるデータトラフィックの拡大。高機能化による搭載員数の拡大など成長ドライバーが多く底堅い市場成長を見込む

プレゼンスの方向性

方向性	コメント
↑（高位維持）	市場は、通信インフラの革新や搭載製品の裾野拡大を前提に、底堅い成長が期待される。アプリケーション毎に求められる性能を見極め、必要な開発投資とともにその規模に応じた最適な供給体制構築が必要

①日本企業に求められる戦略方向性
②リスクの所在

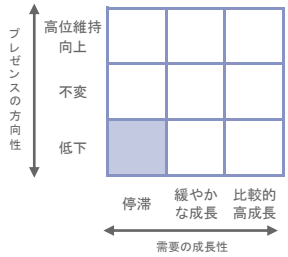
①高機能化や搭載アプリケーションの拡大に資する投資ならびに、先端技術への投資を行うことで高いプレゼンスを維持することが必要
②世界的な保護主義の台頭によるキープロダクトの内製化

重電

内外需要見通し

	指標	単位	CAGR（2014-2019）	CAGR（2019-2024）
国内	原動機・発電機・受変電機器生産高・販売高	円	+1.2%	▲0.3%
グローバル	発電設備容量	W	▲10.0%	+3.7%

向こう5年の産業競争力マップ



需要の成長性

方向性	コメント
↓（停滞懸念）	石炭火力は、中国の着工済発電所の建設再開により、新設増加。ガス火力は、受注回復傾向を踏まえ、新設増加。国内需要は、送変電機器の更新需要、原発再稼動による下支えはあるが、火力発電用機器の需要減により、重電業界の内需も減少

プレゼンスの方向性

方向性	コメント
↓（低下懸念）	日本企業がグローバルに競争力を有する製品は火力、原子力のみ。一方、中国・韓国企業は技術キャッチアップと積極的な海外展開を進め、欧米企業は選択と集中による一段の競争力を強化するなか、日本企業のプレゼンス低下が懸念される

①日本企業に求められる戦略方向性
②リスクの所在

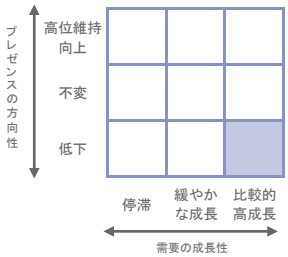
①(1)単純な価格競争の回避を狙いとするターゲット国の囲い込み（2)バリューチェーンの延伸（ICTを活用した自家発電の運転代行サービス）（3)事業ポートフォリオの見直し
②中国企業によるガスタービン技術の国産化、中国企業・韓国企業の技術キャッチアップ。欧米企業の脱力領域と注力領域の明確化による欧米企業の更なる競争力の向上

情報サービス

内外需要見通し

	指標	単位	CAGR（2014-2019）	CAGR（2019-2024）
国内	情報サービス売上高	円	+2.3%	+2.1%
グローバル	情報サービス・ソフトウェア投資額	USD	+4.9%	+7.2%

向こう5年の産業競争力マップ



需要の成長性

方向性	コメント
↑（比較的高成長）	日本企業の主戦場である国内市場において、既存システムの更新・刷新需要の継続、ユーザー企業のデジタル化に対するコンサルティングニーズの高まりやIT投資の増加が見込まれる

プレゼンスの方向性

方向性	コメント
↓（低下懸念）	日系事業者は海外市場での事業基盤が十分ではなく、デジタル化が進む欧米市場で海外大手企業に遅れ。加えて、デジタル化に対するコンサルニーズが高まる中、日系事業者のケイパビリティは十分ではなく、プレゼンスの維持・向上は容易ではない

①日本企業に求められる戦略方向性
②リスクの所在

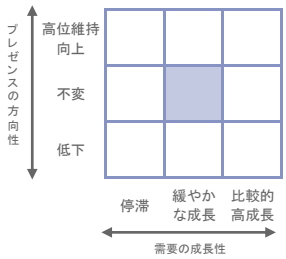
①(1)デジタルや業務、経営に関するコンサルティングのケイパビリティ獲得（2)欧米市場でのユースケース積み上げによるデジタル化対応のケイパビリティ強化（3)これまでの受注開発型のシステム開発に加え、スピードをより重視した効率的なシステム開発やパッケージソフトウェアを活用した対応の強化
②国内を主戦場とする日系情報サービス事業者がデジタル化対応のケイパビリティ強化やIT人材の獲得・教育を進めなければ、デジタル化への高い需要を取り込めないだけでなく、ユーザー企業のデジタル化への取り組みがさらに欧米より遅れる可能性がある

通信

内外需要見通し

	指標	単位	CAGR（2014-2019）	CAGR（2019-2024）
国内	ARPU	件	▲2.3%	+0.0%
	回線数	円	+2.1%	+2.0%
グローバル	ARPU	件	▲2.4%	+0.2%
	回線数	USD	+2.8%	+2.1%

向こう5年の産業競争力マップ



需要の成長性

方向性	コメント
→（緩やかな成長）	激しい価格競争や、グローバルではSIMカードやローミングに関する規制等、需要へのマイナス影響もあるものの、中国・ASEANの伸びしろや、各国での5Gサービス開始等、需要をドライブする要素もあり、全体では緩やかな成長を見込む

プレゼンスの方向性

方向性	コメント
→（不変）	5Gの早期整備を目指して通信キャリア間でインフラシェアリングの取り組みが始まりつつある点や、各通信キャリアが5GでBtoBの事業を広げるため、産業サイドの事業者と連携を進めている点等を勘案し、日本企業は引き続き相応のプレゼンスは確保できる

①日本企業に求められる戦略方向性
②リスクの所在

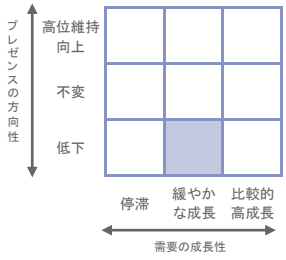
①5Gの早期整備を企図した通信インフラシェアリングの本格的な推進、5GのBtoBビジネスの開拓に繋げるような産業側のパートナーとの更なる協業、ローカル5Gの活用による多様な事業者による5Gユースケースの開拓
②韓国のように国策的に5Gを推進する国がある中、日本では民間のみに5Gへの取り組みを任せていては、海外に比べて5Gの普及が遅れる可能性あり

メディアサービス

内外需要見通し

	指標	単位	CAGR（2014-2019）	CAGR（2019-2024）
国内	国内広告費	円	+1.5%	+0.8%
グローバル	グローバル広告費	USD	+4.8%	+5.0%

向こう5年の産業競争力マップ



需要の成長性

方向性	コメント
→（緩やかな成長）	国内広告市場は緩やかな成長を続ける見込みであるが、グローバル市場はより高い成長を見込める。しかし、日本企業は国内市場中心に事業展開しており、緩やかな需要成長と判断

プレゼンスの方向性

方向性	コメント
↓（低下懸念）	広告費がテレビからインターネットへシフトするにあたり、現状の国内事業者の取り組み度合いでは、グローバルプラットフォーマーのシェアが高まっていくことが想定され、国内事業者のプレゼンスは低下するおそれ

①日本企業に求められる戦略方向性
②リスクの所在

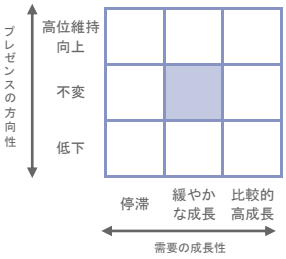
①国内事業者が連携して、マーケティングプラットフォームとなるプレミアムインターネットメディアを早期に構築する。それに際しては、ID連携を通じ、オンライン・オフラインを跨いだメディア接触データの統合に向けた最適な受け皿の構築を目指すことが必要
②広告主によるテレビ広告からインターネット広告へのシフトの加速や、国内景気の想定以上の後退に伴う広告費全体の縮小・配分見直し

物流

内外需要見通し

	指標	単位	CAGR（2014-2019）	CAGR（2019-2024）
国内	国内トラック輸送量	t	▲0.0%	▲1.0%
グローバル	海運（主要定期船荷動量）	TEU	+2.9%	+2.8%
	トラック輸送量	t	+4.0%	+3.1%

向こう5年の産業競争力マップ



需要の成長性

方向性	コメント
→（緩やかな成長）	国内需要は中期的に減少が見込まれる一方で、海外需要は減速ながら増加基調を維持する見込みであり、全体としては緩やかな成長が期待される

プレゼンスの方向性

方向性	コメント
→（不変）	中期的に日系物流企業のプレゼンスが大きく低下することまでは想定されないが、プレゼンス向上の為には海外における非日系荷主の需要獲得が必要

①日本企業に求められる戦略方向性
②リスクの所在

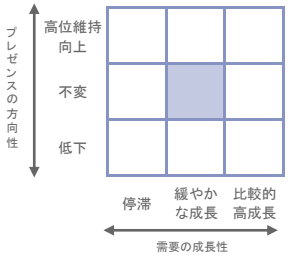
①日系物流企業の成長ドライバーは海外展開。海外展開の際にはITシステムにより標準化されたサービスをグローバルに展開することが有効と考えられ、その実現においてM&A等のインオーガニックな手法も検討する必要がある。国内事業では他社との連携を含めた物流効率化や物流の資本集約化が求められる
②世界経済の減速による物流需要減少は需給動向におけるリスクとなり得る。また、海外大手物流企業の更なる合従連衡の進展により、日系物流企業のグローバルプレゼンスは現状よりも低下する可能性がある

電力

内外需要見通し

	指標	単位	CAGR（2014-2019）	CAGR（2019-2024）
国内	電力総需要	Wh	+0.2%	▲0.1%
グローバル	電力総需要	Wh	+1.2%	+0.8%

向こう5年の産業競争力マップ



需要の成長性

方向性	コメント
→（緩やかな成長）	グローバル需要は経済成長を背景に増加する見通しだが、内需は、緩やかな経済成長を背景とした産業・業務用が電力需要全体を下支えするものの、省エネの進展や住宅用太陽光発電の普及拡大により家庭用電力需要は減少推移を見込む

プレゼンスの方向性

方向性	コメント
→（不変）	LNGサプライチェーンの一体提案や、系統安定化、エネルギーマネジメントのノウハウ等の強みを活かすことで、今後電力需要の伸びが期待される海外市場においてプレゼンスを発揮し得るポジションにある

①日本企業に求められる戦略方向性
②リスクの所在

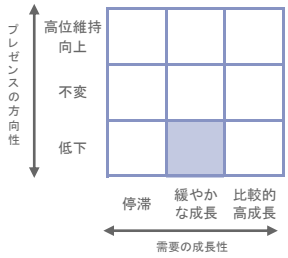
①(1)電力需要拡大が見込まれる海外での成長基盤確立
(2)国内での再エネ主力電源化を見据えた低コストでの案件開発力の強化、分散型エネルギー社会が進展していく中でのプロシューマーの囲い込みに向けた新たな事業モデルの創出
②再エネに対するニーズの高まりや分散型エネルギー社会における異業種企業の台頭

小売

内外需要見通し

	指標	単位	CAGR（2014-2019）	CAGR（2019-2024）
国内	小売業販売額（自動車・燃料小売除く）	円	+0.7%	+0.1%
	インバウンド消費（訪日客の買物代）	円	+19.7%	+4.8%
グローバル	小売売上高	USD	+5.1%	+6.0%

向こう5年の産業競争力マップ



需要の成長性

方向性	コメント
→（緩やかな成長）	国内需要の成長性は乏しいものの、新興国の人口増加を背景にグローバル需要の成長性は高い。但し、日本企業の大宗は国内のみの事業展開であることから、グローバル需要の取り込みは限定的にならざるを得ず、需要の成長性は緩やかと判断

プレゼンスの方向性

方向性	コメント
↓（低下懸念）	成長する海外市場においてECプラットフォーマーをはじめとした海外大手企業が展開を進めている一方、日本企業の展開は劣後。競合が巨大な資本力と先行者メリットをドライバーとして成長する中で日本企業のプレゼンスが低下するおそれ

①日本企業に求められる戦略方向性
②リスクの所在

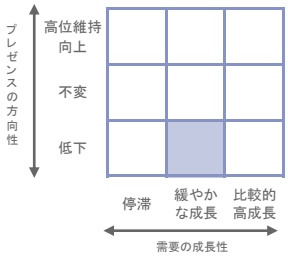
①(1)既存ビジネスにおける収益性の向上(2)新たな収益機会の模索(3)地域に根ざしたエコシステムの形成
②ECプラットフォーマーの台頭、シェアリングエコノミーの拡大、D2Cビジネス等小売チャネルを外した販売形態の進展

建設

内外需要見通し

	指標	単位	CAGR（2014-2019）	CAGR（2019-2024）
国内	名目建設投資額（年度）	円	+5.2%	▲0.6%
グローバル	アメリカ建設投資額	USD	+6.0%	+1.2%
	欧州建設投資額	EUR	+3.8%	+1.2%
	中国建設業付加価値額	人民元	+6.6%	+5.3%
	ASEAN建設業付加価値額	USD	+4.0%	+4.6%

向こう5年の産業競争力マップ



需要の成長性

方向性	コメント
→（緩やかな成長）	中期的には国内需要は漸減となるも、グローバル需要は成長を続ける

プレゼンスの方向性

方向性	コメント
↓（低下懸念）	日本の建設企業は担い手不足が深刻であり、自前の人的資源による本業での業容拡大は容易ではない。欧州勢や中国勢、韓国勢がグローバルに成長する中、日本企業のグローバルプレゼンスは低下するおそれ

①日本企業に求められる戦略方向性
②リスクの所在

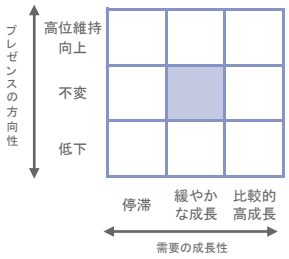
①国内建設市場における担い手不足への対応として、処遇改善や働き方改革等の取り組みが求められる。加えて、中長期的に漸減が見通される国内市場を見据え、新たな収益源確保に向けた取り組みも継続する必要がある。グローバル需要獲得の観点では、地域に根ざし、安定的かつ長期継続的な事業展開が求められ、請負だけでなく上流や下流に事業領域を拡大することも有効な一手となる。国内外で労働力不足が懸念されるなか、人的供給を抑え、かつ定着への時間を買うという観点で、M&Aの活用も有効であろう。さらに、テクノロジーの活用による生産性向上は、担い手不足の解決やグローバルな競争力強化にも資する
②担い手不足への対応の遅れから、日本企業は内需を充分に取り込めなくなる可能性がある

生損保

内外需要見通し

	指標	単位	CAGR（2014-2019）	CAGR（2019-2024）
国内	（生保）保険料収入	円	▲2.4%	▲0.5%
	（損保）保険料収入	円	+1.8%	+1.5%
グローバル	（生保）保険料収入	USD	+3.4%	+3.2%
	（損保）保険料収入	USD	+4.0%	+3.5%

向こう5年の産業競争力マップ



需要の成長性

方向性	コメント
→（緩やかな成長）	海外はアジア新興国が経済成長に伴う所得水準向上で高成長となり、全体の伸びをけん引。国内市場は人口減少等の構造変化が避けられない中、生命保険が低金利によって縮小基調となる一方、損害保険は保険料率の上昇により概ね堅調

プレゼンスの方向性

方向性	コメント
→（不変）	日本企業は規模の大きい国内市場で磐石なシェアを有し、社会課題やニーズ変化への対応力を強化。近年活発な海外展開も進めており、プレゼンスを維持する見込み

①日本企業に求められる戦略方向性
②リスクの所在

①国内市場で収益極大化を進め、量的・質的変化への対応を強化。データ利活用基盤を構築して予防・予測サービスを高度化し、社会ニーズの変化に対応。国内で獲得した強みで差別化を図りながら海外展開を有利に進める
②低金利環境の更なる悪化、テクノロジーの進化とリスクの「見える化」、自然災害の増加・激化、国際的な規制見直し動向

（出所）みずほ銀行産業調査部作成

【図表 1-11】産業別生産・需要指標の推移（前年比・CAGR）

	業種	指標	実績										見込み	予想	
			2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2019-2024 CAGR
製造業（国内生産）	石油	石油製品生産量	②	③	②	⑤	⑤	②	⑤	②	②	②	⑤	②	②
	鉄鋼	粗鋼生産量	②	⑥	②	②	⑤	⑤	②	②	②	②	②	②	②
	非鉄金属	銅地金生産量	②	⑥	③	⑥	③	⑥	③	⑤	③	⑥	③	⑤	⑤
	紙・パルプ	紙・板紙生産量	②	⑤	②	②	⑤	⑤	②	⑤	⑤	③	②	②	②
	化学	エチレン換算生産	⑤	⑤	②	②	⑥	③	⑤	②	⑤	③	⑤	②	②
	医薬品	国内医療用医薬品 生産金額	⑤	③	⑤	②	③	②	⑤	③	②	⑥	N/D	③	③
	医療機器	国内医療機器生産金額	②	⑥	⑥	⑤	⑤	⑤	③	②	⑤	③	N/D	⑤	⑤
	加工食品	加工食品生産金額	③	⑤	②	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤
	自動車	自動車国内生産台数	②	⑥	③	⑥	③	⑤	③	③	⑥	⑤	⑤	③	③
	工作機械	工作機械生産金額	②	⑥	⑥	⑤	③	⑥	⑥	③	⑥	⑥	③	②	⑤
	ロボット	日本ロボット工業会生産額	②	⑥	⑤	③	③	⑥	⑥	⑤	⑥	⑤	③	⑥	⑥
	エレクトロニクス	主要エレクトロニクス製品生産額	②	③	②	③	②	②	②	③	⑤	⑥	⑤	③	③
		主要電子部品生産額	②	⑥	②	②	⑤	⑤	⑤	③	⑤	③	③	⑥	⑤
	重電	原動機・発電機・受変電機器生産額	⑤	③	②	⑥	③	⑤	③	③	③	⑥	③	⑤	⑤
非製造業（内需）	情報サービス	情報サービス売上高	②	③	②	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤
	通信	ARPU	②	②	③	③	③	⑥	③	⑤	③	③	③	⑤	⑤
		回線数	⑤	⑥	⑥	⑥	⑥	③	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤
	メディアサービス	国内広告費	②	③	③	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤
	物流	国内トラック輸送量	②	⑤	③	③	③	③	③	⑤	⑤	③	③	③	③
	電力	電力総需要	②	⑥	③	③	③	③	③	⑤	⑤	⑤	③	③	③
	小売	小売業販売額（自動車・燃料小売除く）	③	⑤	⑤	③	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤
		インバウンド消費（訪日客の買物代）	N/D	N/D	N/D	⑥	⑥	⑥	⑥	③	⑥	③	⑥	⑥	⑤
	建設	名目建設投資額	②	③	⑤	⑤	⑥	③	⑥	⑤	⑤	⑤	⑤	③	③
	不動産	オフィス床需要	③	③	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤
		新設住宅着工戸数	②	⑤	⑤	⑥	⑥	②	⑤	⑥	③	③	③	③	③
	生損保	（生保）保険料収入	⑤	⑤	⑥	⑤	③	⑥	⑤	③	③	⑤	③	③	③
		（損保）保険料収入	③	③	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	③	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤

①:▲10%以下　②:▲10%～▲5%　③:▲5%～0%　④:0%～+5%　⑤:+5%～+10%　⑥:+10%以上

（注）業種毎に対象エリアは異なる。対象指標と対象エリアについては産業毎に詳述した各章を参照
（出所）みずほ銀行産業調査部作成

みずほ産業調査／63　2019 No.3　　2019 年 12 月 5 日発行

©2019 株式会社みずほ銀行
本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、取引の勧誘を目的としたものではありません。本資料は、弊行が信頼に足り且つ正確であると判断した情報に基づき作成されておりますが、弊行はその正確性・確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しては、貴社ご自身の判断にてなされますよう、また必要な場合は、弁護士、会計士、税理士等にご相談のうえお取扱い下さいますようお願い申し上げます。
本資料の一部または全部を、①複写、写真複写、あるいはその他如何なる手段において複製すること、②弊行の書面による許可なくして再配布することを禁じます。

編集／発行　みずほ銀行産業調査部　　東京都千代田区大手町 1-5-5　Tel. (03) 5222-5075