

エレクトロニクス

【要約】

- 2019年の主要エレクトロニクス製品のグローバル需要は、9,147億ドル（前年比▲3.3%）と減少する見込みである。2018年後半に始まった米中貿易摩擦を背景に景況感が悪化しており、これまで成長をけん引してきた中国市場でも需要減少に転じている。2020年も景気動向の不透明感は拭えないものの、中国市場を中心に出荷数量が下げ止まるものと予想、横ばい圏での推移を見通す。
- 2019年の主要電子部品のグローバル需要は、6,237億ドル（前年比▲10.2%）と2009年のリーマンショック以来の大幅な落ち込みが見込まれる。景況感悪化を背景に半導体メーカーは生産調整を進めてきたが、想定を上回る最終製品需要の落ち込みにより大きな減少と予想する。2020年は生産調整の進展に加え最終製品需要の底打ちによる市況回復を想定しており、プラス成長への持ち直しを予想する。
- グローバル市場における日系主要エレクトロニクス企業のプレゼンスは限定的だが、アジアでは高シェアを確保している製品も存在している。一方、日系主要電子部品企業は現状高いプレゼンスを確保しており、市場環境を踏まえば中長期的にも成長余地は大きい。
- 主要エレクトロニクス市場では大型 M&A によるシェア獲得が定石であるが、買収候補が限られるアジアではオーガニックな成長投資を地道に続けることが求められる。日本企業はアジアにおけるブランド力や生産拠点といった一定のアドバンテージを有しており、これらを足がかりとする事業拡大を目指すことが有効な戦略となる。コアとするハードを定めて圧倒的なシェアを握ることで、BtoB 市場への拡張やデジタルデータを活用した新ビジネス等の中長期的な成長の道筋が描けよう。

I. 需給動向

【図表 12-1】 需給動向と見通し（主要エレクトロニクス製品）

	指標	2018年 (実績)	2019年 (見込)	2020年 (予想)	2024年 (予想)	CAGR 2019-2024
グローバル需要	主要エレクトロニクス製品(百万ドル)	946,089	914,703	920,668	949,885	-
	前年比増減率(%)	+7.3%	▲3.3%	+0.7%	-	+0.8%
国内需要	主要エレクトロニクス製品(億円)	56,278	59,258	55,007	55,810	-
	前年比増減率(%)	+3.6%	+5.3%	▲7.2%	-	▲1.2%
輸出	主要エレクトロニクス製品(億円)	1,606	1,574	1,527	1,352	-
	前年比増減率(%)	+6.9%	▲2.0%	▲3.0%	-	▲3.0%
輸入	主要エレクトロニクス製品(億円)	39,468	40,367	39,170	39,340	-
	前年比増減率(%)	+2.8%	+2.3%	▲3.0%	-	▲0.5%
国内生産	主要エレクトロニクス製品(億円)	18,416	18,899	17,363	17,821	-
	前年比増減率(%)	+5.5%	+2.6%	▲8.1%	-	▲1.2%

(注1) 対象製品はパーソナルコンピュータ(タブレット含む)、薄型テレビ、携帯電話、白物家電(冷蔵庫、洗濯機、掃除機、食器洗い乾燥機、電子レンジ、空調機器の6品目)とし、「主要エレクトロニクス製品」と記載している

(注2) 2019年以降はみずほ銀行産業調査部予測

(出所) 経済産業省、財務省資料等各種資料より、みずほ銀行産業調査部作成

【図表 12-2】需給動向と見通し（主要電子部品）

	指標	2018年 (実績)	2019年 (見込)	2020年 (予想)	2024年 (予想)	CAGR 2019-2024
グローバル需要	主要電子部品(百万ドル)	694,927	623,698	649,813	765,389	-
	前年比増減率(%)	+8.8%	▲10.2%	+4.2%	-	+4.2%
国内需要	主要電子部品(億円)	40,880	38,300	38,852	41,706	-
	前年比増減率(%)	▲9.0%	▲6.3%	+1.4%	-	+1.7%
輸出	主要電子部品(億円)	80,403	68,575	78,168	81,164	-
	前年比増減率(%)	+0.5%	▲14.7%	+14.0%	-	+3.4%
輸入	主要電子部品(億円)	47,184	44,789	44,731	45,806	-
	前年比増減率(%)	▲1.2%	▲5.1%	▲0.1%	-	+0.5%
国内生産	主要電子部品(億円)	74,099	66,417	67,998	77,064	-
	前年比増減率(%)	▲4.0%	▲10.4%	+2.4%	-	+3.0%

(注1) 主要電子部品は、半導体、電子部品の合計

(注2) 2019年以降はみずほ銀行産業調査部予測

(出所) 経済産業省、財務省資料等各種資料より、みずほ銀行産業調査部作成

先行き5年のグローバル・国内需要予測のポイント

主要エレクトロニクス製品

- 2019～2020年の中国市場は、製品普及率の高い都市部が成熟市場への転換期を迎える
- 主要エレクトロニクス製品はアジア市場が成長ドライバーに
- 国内市場は成熟市場ながら、2019年はPCのOS切り替えと消費増税駆け込みにより堅調

主要電子部品

- 2019年は最終製品の低迷と半導体市況の悪化を受け大幅減少に
- 主要電子部品は多くの成長機会があり、2020年以降は堅調な推移となる見通し
- 国内需要は、エレクトロニクス製品の国内生産縮小も車載等アプリケーションの裾野が拡大

II. 主要エレクトロニクス製品

1. グローバル需要 ～中国市場の減速がグローバル市場成長の足かせに

【図表 12-3】 グローバル需要の内訳(主要エレクトロニクス製品)

(百万ドル)	地域	2018年 (実績)	2019年 (見込)	2020年 (予想)	2024年 (予想)	CAGR 2019-2024
グローバル需要	北米	221,193	216,004	216,260	213,348	-
	前年比増減率(%)	+9.1%	▲2.3%	+0.1%	-	▲0.2%
	欧州	196,751	182,620	182,056	171,936	-
	前年比増減率(%)	+5.9%	▲7.2%	▲0.3%	-	▲1.2%
	中国	202,038	191,721	191,944	204,527	-
	前年比増減率(%)	+2.4%	▲5.1%	+0.1%	-	+1.3%
	アジア	190,457	192,662	195,876	212,892	-
	前年比増減率(%)	+14.0%	+1.2%	+1.7%	-	+2.0%
	その他	135,650	131,696	134,532	147,182	-
	前年比増減率(%)	+5.4%	▲2.9%	+2.2%	-	+2.2%
合計	946,089	914,703	920,668	949,885	-	
前年比増減率(%)	+7.3%	▲3.3%	+0.7%	-	+0.8%	

(注 1) 2019 年以降はみずほ銀行産業調査部予測

(注 2) アジアはオセアニアを含み、中国を除く。北米は米国、カナダ、その他は中南米、中東、アフリカ

(出所) 各種資料より、みずほ銀行産業調査部作成

① グローバル

2019 年は中国市場が大幅縮小

2019 年の主要エレクトロニクス製品のグローバル需要は、2018 年後半から続く景況感悪化により中国市場を中心にアジアを除く全エリアで市場が縮小し、9,147 億ドル(前年比 ▲3.3%)とマイナス成長を見込む(【図表 12-3】)。中国では、家電や携帯電話の出荷数量が前年割れしており、現時点で回復の兆しは見られない。北米や日本では機能向上を通じた単価成長が底支えしているものの、携帯電話では既に価格抑制に転じているように、他の製品でも上昇余地は限定的となろう。

2020 年は中国市場が底打ちしアジア市場の成長による微増を想定

2020 年の主要エレクトロニクス製品のグローバル需要は、アジア市場が成長ドライバーとなり 9,207 億ドル(前年比+0.7%)と微増を見込む(【図表 12-4】)。成熟市場である北米、欧州では数量増加が見込めないことに加え、景気不透明感による消費の冷え込みから機能向上による単価上昇も見込みづらい。中国市場は成熟市場への移行期を迎えるも、底堅いリプレース需要により 2020 年中には数量・単価ともに下げ止まると予想する。

携帯電話は厳しい状況が続く

携帯電話では、2016 年以降既に出荷数量の減少局面に突入していたものの、高機能化を背景とした単価の上昇で金額ベースでの市場は支えられてきた。一方、2019 年はエリア毎に売れ筋端末は異なるものの、グローバル全体で見れば平均単価が横ばいにとどまる見通しであり、市場規模はマイナスに転じる見込みである。

白物家電は生活インフラとして底固い

白物家電は中国市場の低迷を受けて 2018 年後半から弱含んでいるが、先進国での確実なリプレース需要と新興国での普及が市場の成長ドライバーとなり、引き続き底堅い推移が予想される。

2020年以降の市場成長ドライバーはアジアを中心とする新興国に移行

近年の主要エレクトロニクス製品市場は、中国市場の躍進が大きな成長要因であった。中国の主要都市部では、携帯電話やエアコンの普及率が100%を大きく上回り成熟期を迎えつつも、高スペック製品の購買が進むことで市場拡大が続いてきた。一方、足下では米中対立を契機とする景況感の悪化や、消費者家計支出に占める不動産支出割合の増加を受けて消費の選別が進んでいる。エレクトロニクス製品でも、新製品発売による消費喚起が起りづらく、不具合が生じるまで使い続けるという消費スタイルに移行しつつある。2020年以降の中国市場は都市部では横ばい圏を維持しつつ、農村部での普及が緩やかに進むことで、安定した成長期に入る見通しであり、今後のグローバル市場の成長ドライバーはアジアを中心とする新興国にシフトするだろう。

② 北米

2019年は景況感悪化を受けマイナス圏を見込む

2019年の北米主要エレクトロニクス製品市場は、2,160億ドル(前年比▲2.3%)と減少を見込む。北米市場はこれまで新製品発売による買い替え促進や機能向上による単価上昇が市場をけん引してきたが、足下の米中貿易摩擦等による景気先行き不透明感により、数量・単価ともに伸び悩む厳しい状況である。

米中貿易摩擦は長期戦を想定

2020年の北米主要エレクトロニクス製品市場は、2,163億ドル(前年比+0.1%)と横ばい圏での推移と予想する。米中貿易摩擦は長期化する可能性が高く、一層の景気冷え込みが予想される。PCや携帯電話は中国からの輸入依存が強く、追加関税の影響は直接的に企業収支や家計に影響するため、米中の交渉いかんで更なる市場縮小の可能性もある点には留意が必要である。

③ 欧州

景気不透明感の高まりで数量減少、為替影響も響く

2019年の欧州主要エレクトロニクス製品市場は、1,826億ドル(前年比▲7.2%)と減少を見込む。減少の主要因は為替であり、ユーロ安ドル高進行による為替影響でドルベースは▲5%程度が下押しされている。為替影響を除いても、景気後退に伴う企業の更新需要先送りや一般消費者の消費マインド低下による出荷数量・単価の減少から、現地通貨ベースで▲2%程度の市場縮小を見込む。

2020年も引き続き景気不透明感が拭えない

2020年の欧州主要エレクトロニクス製品市場は、1,821億ドル(前年比▲0.3%)と横ばい圏を見込む。英国のEU離脱問題も燃る中、2020年も景気不透明感が続くものと見られる。

④ 中国

2019年は出荷数量のマイナスが継続

2019年の中国主要エレクトロニクス製品市場は、1,917億ドル(前年比▲5.1%)と減少を見込む。多くのエレクトロニクス製品で数量の前年割れが常態化する中、中国企業の寡占化の進展から価格競争が激化し、単価の上昇も限定的であることから、金額ベースでもマイナス圏に転じる見込みである。

2019年～2020年はリプレイス市場形成への移行期

2020年の中国主要エレクトロニクス製品市場は、1,919億ドル(前年比+0.1%)と横ばい圏での推移を見込む。前述の通り、中国都市部は市場成熟化を迎えており、安定したリプレイス市場に移行する端境期にあると見られ、2000年

代中頃から急速に普及した製品のリプレイス需要は、引き続き市場を底支えしよう。従って2020年以降は、都市部のリプレイス需要と農村部への緩やかな普及により、安定した成長を続けると予想する。

⑤ アジア

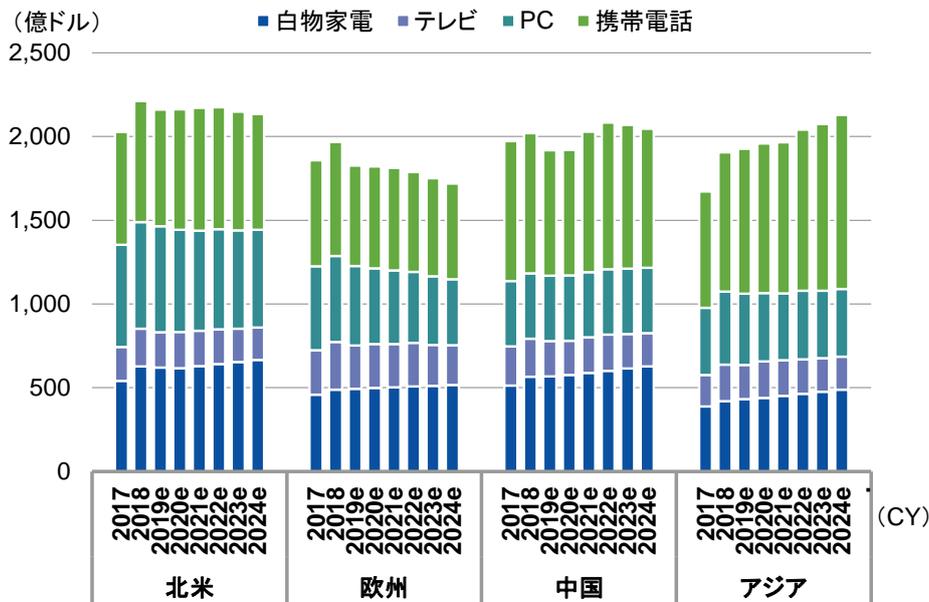
製品普及や高機能化により堅調な推移を見込む

2020年以降も新興国での普及を背景に底堅い

2019年のアジア主要エレクトロニクス製品市場は、1,927億ドル（前年比+1.2%）と増加を見込む。携帯電話ではスマホ普及と高機能化による成長が見込まれる他、ルームエアコン等の白物家電の普及も市場をけん引すると見られる。

2020年のアジア主要エレクトロニクス製品市場は、1,959億ドル（前年比+1.7%）と堅調に推移する見通しである。2019年同様、携帯電話と白物家電の成長が市場をけん引すると予想しており、中長期でも2%前後の底堅い成長が継続するものと予想する。

【図表 12-4】 グローバル需要推移（主要エレクトロニクス製品）



(注 1) 2019年以降はみずほ銀行産業調査部予測
 (注 2) アジアはオセアニアを含み、中国を除く
 (出所) 各種資料より、みずほ銀行産業調査部作成

2. 国内需要 ～足下の特需剥落後は横ばい圏

【図表 12-5】国内需要の内訳(主要エレクトロニクス製品)

(億円)	指標	2018年 (実績)	2019年 (見込)	2020年 (予想)	2024年 (予想)	CAGR 2019-2024
国内需要	パーソナルコンピュータ	18,918	23,056	19,008	19,882	-
	前年比増減率(%)	+6.8%	+21.9%	▲17.6%	-	▲2.9%
	携帯電話	20,131	18,585	18,811	18,565	-
	前年比増減率(%)	+0.1%	▲7.7%	+1.2%	-	▲0.0%
	薄型テレビ	2,406	2,531	2,554	2,124	-
	前年比増減率(%)	+4.3%	+5.2%	+0.9%	-	▲3.4%
	白物家電	14,823	15,086	14,634	15,239	-
前年比増減率(%)	+4.3%	+1.8%	▲3.0%	-	+0.2%	
合計	56,278	59,258	55,007	55,810	-	
前年比増減率(%)	+3.6%	+5.3%	▲7.2%	-	▲1.2%	

(注 1) 2019 年以降はみずほ銀行産業調査部予測

(注 2) パーソナルコンピュータにはタブレットを含む

(注 3) 白物家電は冷蔵庫、洗濯機、掃除機、食器洗い乾燥機、電子レンジ、空調機器の 6 品目

(出所) 経済産業省、財務省資料より、みずほ銀行産業調査部作成

PC 切り替えと消費増税駆け込み需要が市場をけん引

2019 年の国内主要エレクトロニクス製品需要は、5 兆 9,258 億円(前年比 +5.3%)と大幅に増加する見込みである(【図表 12-5、6】)。2019 年は 2020 年にサポート期限を迎える Windows7 からの切り替え需要が法人向け PC 販売の拡大に寄与する他、2019 年のラグビー W 杯、2020 年の東京オリンピック・パラリンピック等の世界的なスポーツイベントが薄型テレビ販売を底上げするだろう。また 2019 年 10 月 1 日に実施された消費増税による駆け込み需要も、一定程度買い替えを促したものと見られる。

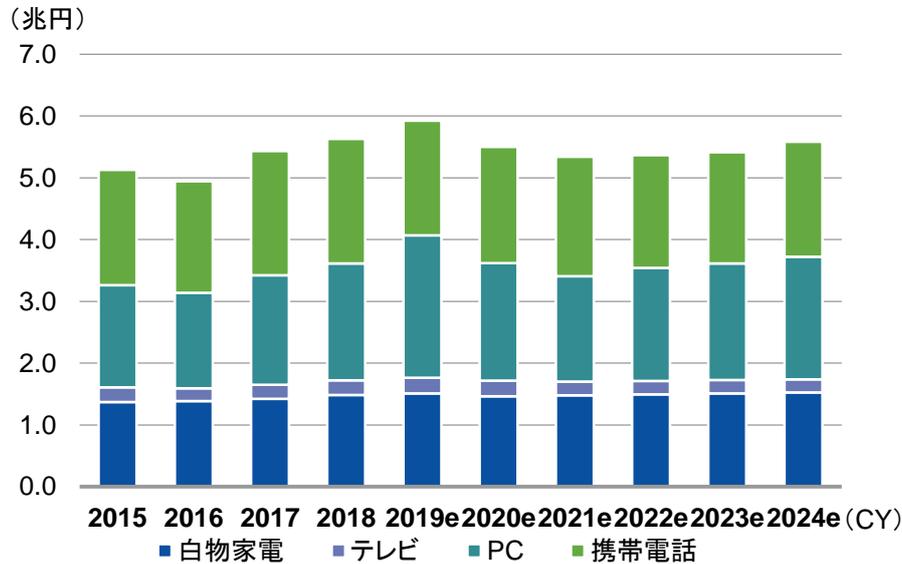
2020 年は前年の特需による反動減が見込まれる

2020 年の国内主要エレクトロニクス製品需要は、5 兆 5,007 億円(前年比 ▲7.2%)と前年の特需の反動によりマイナス圏への転落を予測する。製品別では、PC が前年比 ▲17.6%と大きく減少を予想しており、ここ 2 年で進んできた Windows10 への切り替え需要が一段落することで需要が一旦落ち込むことが想定される。消費増税による駆け込み需要の影響については、2020 年前半まで軽減税率等の施策が行われることから反動減は緩和されよう。薄型テレビは引き続き東京オリンピック・パラリンピック開催を控えた買い替え需要が期待できよう。

中長期的には横ばい圏での推移が見込まれイノベーションが求められる

2019 年、2020 年は特殊要因による市場の大幅変動を見込むが、日本の主要エレクトロニクス製品市場は成熟している中、中長期的には人口・世帯数減少等の構造要因もあり、横ばい圏での推移が想定される。市場拡大に転じるには、iPhone の爆発的ヒットによるスマホ時代の到来に次ぐ革新的なデバイスの登場が不可欠となる。

【図表 12-6】国内需要推移（主要エレクトロニクス製品）



(注) 2019 年以降はみずほ銀行産業調査予測
 (出所) 各種資料より、みずほ銀行産業調査部作成

3. 輸出 ～国内生産縮小、グローバル需要低迷により減少が進む

国内生産が縮小するなか、輸出も減少トレンド

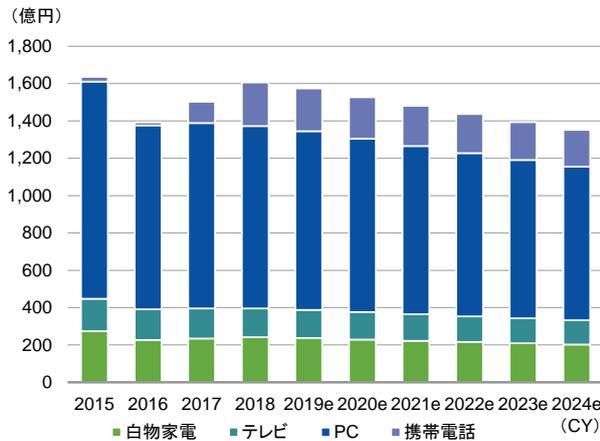
主要エレクトロニクス製品の輸出は、2019 年は 1,574 億円（前年比 ▲2.0%）、2020 年は 1,527 億円（前年比 ▲3.0%）と減少が続く見通しである（【図表 12-1、7】）。輸出の大宗は PC であるが、グローバル PC 需要の縮小傾向に連動し、中長期でも輸出は減少が続くものと推測する。他の製品は国内生産の大宗が内需向けであるが、近年国内生産の縮小も進んでおり、輸出拡大余地は限定的である。

4. 輸入 ～生産が縮小する中で、内需に連動した動き

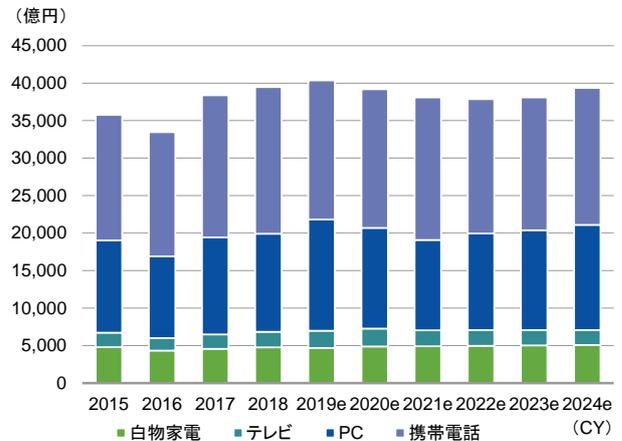
国内生産縮小により内需と連動

主要エレクトロニクス製品の輸入は、2019 年は 4 兆 367 億円（前年比 +2.3%）、2020 年は 3 兆 9,170 億円（前年比 ▲3.0%）の見通しである（【図表 12-1、8】）。輸入依存度が高い PC、携帯電話、テレビでは国内需要に連動する構造であり、2019 年、2020 年は PC 需要の増減に左右される展開となるだろう。中期では、国内需要・生産ともに横ばいから微増で推移するため同様の傾向を予測する。

【図表 12-7】 輸出推移（主要エレクトロニクス製品）



【図表 12-8】 輸入推移（主要エレクトロニクス製品）



(注 1) 2019 年以降はみずほ銀行産業調査部予測

(注 2) PC にはタブレットを含む

(注 3) 白物家電は冷蔵庫、洗濯機、掃除機、食器洗い乾燥機、電子レンジ、空調機器の 6 品目

(出所) 【図表 12-7、8】とも、経済産業省、財務省資料より、みずほ銀行産業調査部作成

5. 生産 ～足下は携帯電話やテレビの生産撤退で減少

【図表 12-9】 生産見通し（主要エレクトロニクス製品）

(億円)	指標	2018年 (実績)	2019年 (見込)	2020年 (予想)	2024年 (予想)	CAGR 2019-2024
国内生産	パーソナルコンピュータ	6,810	7,747	6,526	6,677	-
	前年比増減率(%)	+18.1%	+13.8%	▲15.8%	-	▲2.9%
	携帯電話	801	553	550	521	-
	前年比増減率(%)	▲36.7%	▲30.9%	▲0.5%	-	▲1.2%
	薄型テレビ	495	291	288	247	-
	前年比増減率(%)	▲7.6%	▲41.2%	▲1.1%	-	▲3.2%
	白物家電	10,311	10,307	9,999	10,376	-
前年比増減率(%)	+4.3%	▲0.0%	▲3.0%	-	+0.1%	
合計	18,416	18,899	17,363	17,821	-	
前年比増減率(%)	+5.5%	+2.6%	▲8.1%	-	▲1.2%	

(注 1) 2019 年以降はみずほ銀行産業調査部予測

(注 2) PC にはタブレットを含む

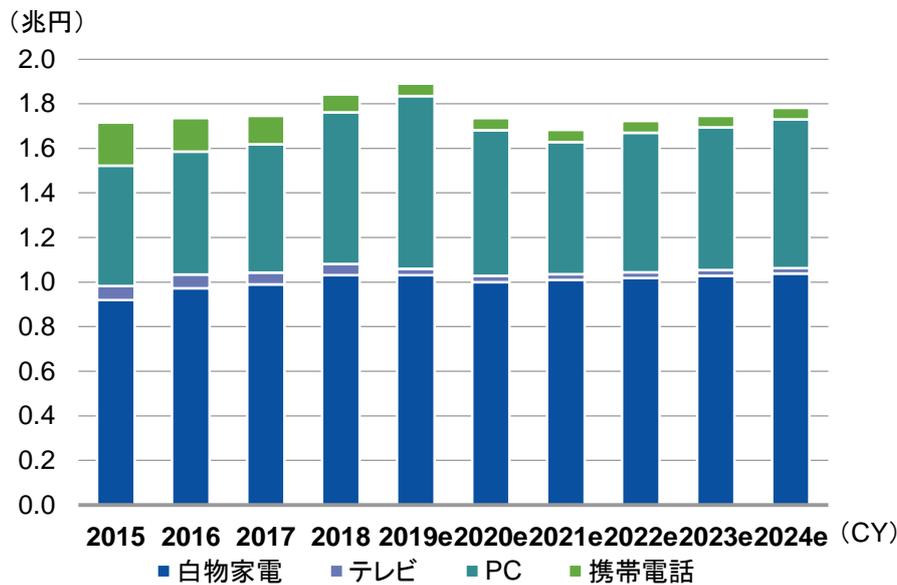
(注 3) 白物家電は冷蔵庫、洗濯機、掃除機、食器洗い乾燥機、電子レンジ、空調機器の 6 品目

(出所) 経済産業省、財務省資料より、みずほ銀行産業調査部作成

2019～2020 年は携帯電話とテレビ生産において国内メーカーの生産移管により減少

主要エレクトロニクス製品の生産は、2019 年は 1 兆 8,899 億円（前年比+2.6%）、2020 年は 1 兆 7,363 億円（前年比▲8.1%）と減少が続く（【図表 12-9】）。主要エレクトロニクス製品の国内生産は、白物家電と PC で大宗を占めているが、一部テレビや携帯電話の生産が残存しており、2019 年、2020 年の減少については、特定メーカーによる生産海外移管によるものが大半である。中期的には、白物家電と PC の需要と平行に推移するものと考えられることから、概ね横ばい圏での推移を見込む（【図表 12-10】）。

【図表 12-10】 国内生産推移（主要エレクトロニクス製品）



(注 1) 2019 年以降はみずほ銀行産業調査部予測
 (注 2) PC にはタブレットを含む
 (注 3) 白物家電は冷蔵庫、洗濯機、掃除機、食器洗い乾燥機、電子レンジ、空調機器の 6 品目
 (出所) 経済産業省、財務省資料より、みずほ銀行産業調査部作成

III. 主要電子部品

1. グローバル需要 ～半導体市況の回復は 2020 年前半を予想

【図表 12-11】 グローバル需要の内訳（主要電子部品）

(百万USD)	指標	2018年 (実績)	2019年 (見込)	2020年 (予想)	2024年 (予想)	CAGR 2019-2024
グローバル需要	半導体	474,631	414,417	435,300	534,108	-
	前年比増減率(%)	+12.5%	▲12.7%	+5.0%	-	+5.2%
	電子部品	220,296	209,281	214,513	231,281	-
	前年比増減率(%)	+1.6%	▲5.0%	+2.5%	-	+2.0%
	合計	694,927	623,698	649,813	765,389	-
	前年比増減率(%)	+8.8%	▲10.2%	+4.2%	-	+4.2%

(注 1) 2019 年以降はみずほ銀行産業調査部予測
 (注 2) 半導体は半導体素子と集積回路の合計
 (注 3) 電子部品は受動部品（抵抗器、コンデンサ等）、変換部品（音響部品、磁気ヘッド等）、接続部品（スイッチ、コネクタ等）、ディスプレイなどの合計
 (出所) 電子情報技術産業協会「電子情報産業の世界生産見通し」等各種資料より、みずほ銀行産業調査部作成

2019 年はリーマンショック以来の大きな落ち込み

2019 年の主要電子部品のグローバル需要は、6,237 億ドル（前年比 ▲10.2%）とリーマンショック以来の大幅な減少となる見込みである（【図表 12-11】）。メモリ市況の悪化に加え、米中貿易摩擦等の影響で 2018 年後半から景況感が悪化、最終製品需要が減少に転じたことで主要電子部品も減少した。

2020年からは需給が引き締まり回復、中長期見通しは底堅い

2020年の主要電子部品のグローバル需要は、6,498億ドル(前年比+4.2%)を見込む。2019年を通してメーカー側が生産調整を進めた結果、2020年前半にも需給引き締まりによる市況の改善を予想する。中長期的には、機器の高機能化による搭載員数の拡大、自動車等の電装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増大など市場成長機会が多く、2019年～2024年の年平均成長率は+4.2%と底堅く推移すると予測する。

① 半導体

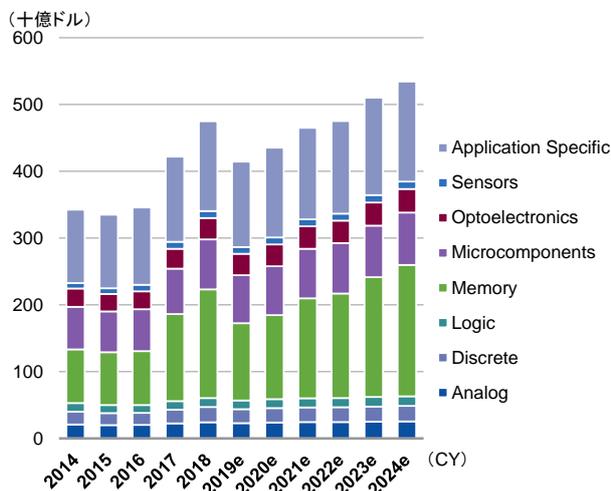
2019年は景況感悪化で生産調整の1年となる

2019年のグローバル半導体市場は、4,144億ドル(前年比▲12.7%)と前年の大幅上昇から一転して、リーマンショック以来の大幅な減少となる見通しである(【図表 12-11～13】)。2018年後半から米中貿易摩擦等による景況感悪化によりメモリ需要が低迷、メモリ需給が悪化した。半導体メーカー各社は2019年年初から生産調整を開始するも、最終製品需要が想定以上に落ち込んだため需給改善には至らず、年間を通して市況回復は見込みづらい。

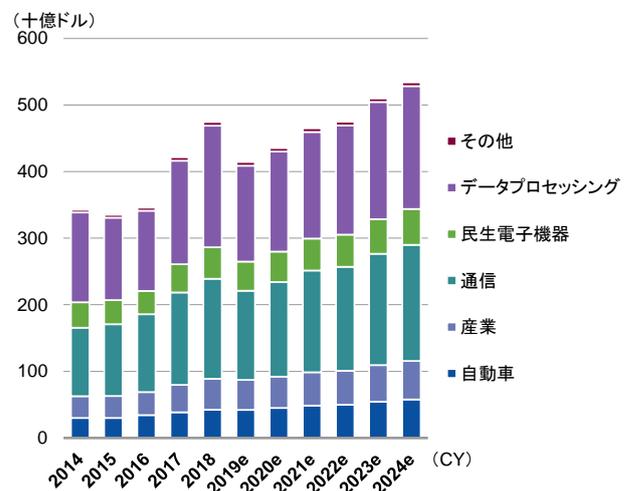
2020年は需給が引き締まり回復に転じる

2020年は4,353億ドル(前年比+5.0%)と再び拡大基調に転じるものと予想する。メモリ市況は2019年以降の生産調整によって2020年前半には回復すると見込むほか、最終製品需要も2019年に底打ちするものと予想する。中長期的にもアプリケーション拡大、容量増加等の高機能化が成長ドライバーとなり、年平均成長率+5%前後の堅調な推移が続くものと予想する。

【図表 12-12】 グローバル半導体市場予測(製品別)



【図表 12-13】 グローバル半導体市場予測(用途別)



(注)2019年以降はみずほ銀行産業調査部予測

(出所)【図表 12-12、13】とも、各種資料より、みずほ銀行産業調査部作成

② 電子部品

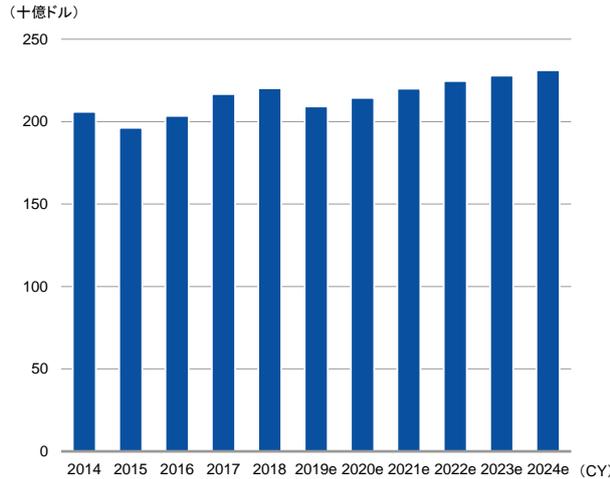
2019年は最終製品の需要悪化からマイナス圏へ

2019年のグローバル電子部品市場は、2,093億ドル(前年比▲5.0%)を見込む(【図表 12-14、15】)。2019年はスマートフォンをはじめとした最終製品需要が軒並み弱含んでおり、最終製品需要に連動して下落する見込みである。

高機能化や搭載員数増加による市場成長余地が大きい

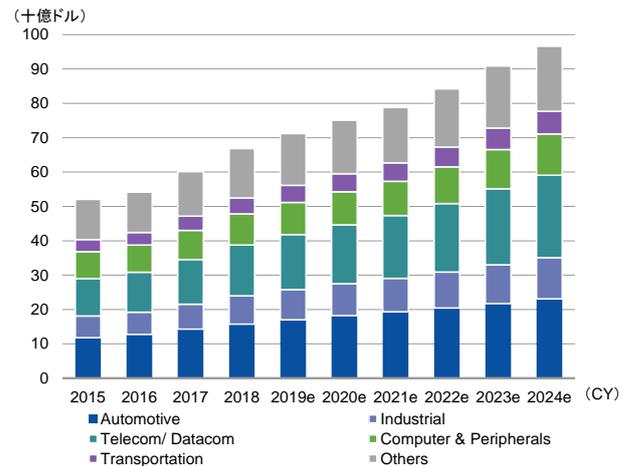
電子部品は、半導体同様に高機能化に伴う搭載員数増加と、自動車をはじめとした搭載製品の裾野拡大が見込まれ成長余地は大きい。2019 年終盤から2020 年初めには最終製品の出荷額が底打ちすると想定しており、2020 年は2,145 億ドル（前年比+2.5%）とプラス成長に回帰する見込みである。前記の成長ドライバーにより、中期的にも+2%前後の安定した成長が見込まれよう。

【図表 12-14】グローバル電子部品市場予測



(注) 2019 年以降はみずほ銀行産業調査部予測
(出所) JEITA「電子部品情報産業の世界生産見通し」より、みずほ銀行産業調査部作成

【図表 12-15】用途別推移(コネクタ)



(注) 2024 年はみずほ銀行産業調査部予測
(出所) Bishop&Associates, *Connector Industry Forecast* より、みずほ銀行産業調査部作成

2. 国内需要 ～グローバル同様半導体市況の動向を反映

【図表 12-16】国内需要の内訳(主要電子部品)

(億円)	指標	2018年 (実績)	2019年 (見込)	2020年 (予想)	2024年 (予想)	CAGR 2019-2024
国内需要	半導体	26,255	23,383	24,084	26,338	-
	前年比増減率(%)	▲1.8%	▲10.9%	+3.0%	-	+2.4%
	電子部品	14,625	14,917	14,768	15,368	-
	前年比増減率(%)	▲19.6%	+2.0%	▲1.0%	-	+0.6%
	合計	40,880	38,300	38,852	41,706	-
	前年比増減率(%)	▲9.0%	▲6.3%	+1.4%	-	+1.7%

(注 1) 2019 年以降はみずほ銀行産業調査部予測

(注 2) 半導体は半導体素子と集積回路の合計

(注 3) 電子部品は受動部品(抵抗器、コンデンサ等)、変換部品(音響部品、磁気ヘッド等)、接続部品(スイッチ、コネクタ等)、ディスプレイなどの合計

(出所) 経済産業省、財務省資料より、みずほ銀行産業調査部作成

2019 年は半導体市況悪化続く。電子部品は国内製品特需でプラス成長

2019 年の国内主要電子部品需要は、3 兆 8,300 億円（前年比 ▲6.3%）と大きく減少する見込みである（【図表 12-16】）。半導体はグローバル需要と同様に市況悪化の影響が大きい。電子部品は、グローバルでの最終製品需要低迷がマイナス要因となるが、国内の最終製品需要の拡大が寄与しプラス成長となる見通しである。

2020 年は半導体市況回復を見通す

2020 年の国内主要電子部品需要は、3 兆 8,852 億（前年比+1.4%）と増加に転じるものと予想する。グローバル需要で述べた通り、半導体は需給の引き締めによる市況回復を予想する。電子部品は機器の高機能化に伴う搭載員数増加やアプリケーション拡大が下支えするも、国内最終製品需要の減少や生産拠点の海外移管を背景に減少を予想する。中長期的に見ても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、年平均成長率+1.7%と緩やかな成長を予想する。

3. 輸出 ～グローバル需要の拡大に伴って 2020 年以降は増加基調

グローバル需要に連動した動きを見込む

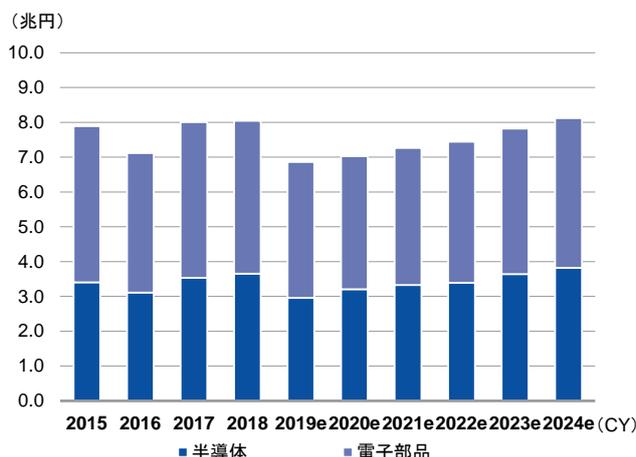
2019 年の主要電子部品輸出額は、6 兆 8,575 億円（前年比▲14.7%）とグローバル市場におけるメモリ市況の悪化や有機 EL ディスプレイの台頭による中小型液晶ディスプレイ需要の減少を受けて、大幅な減少を見込む（【図表 12-17】）。2020 年の主要電子部品輸出額は、7 兆 8,168 億円（前年比+14.0%）と増加に転じると予想する。中小型液晶ディスプレイ需要は引き続き減少するものの、半導体市況の回復等によるメモリの輸出拡大の寄与を見込む。中長期でもグローバル需要の拡大を背景に堅調に拡大するものと予想する。

4. 輸入 ～国内最終製品生産の縮小により緩やかな減少を予想

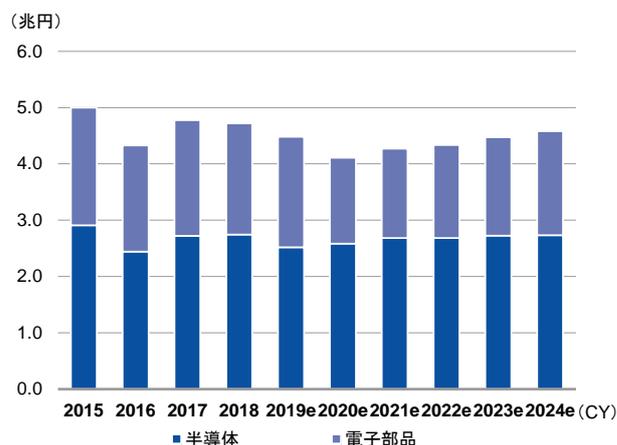
国内における最終製品生産縮小により減少基調

2019 年の主要電子部品輸入額は、4 兆 4,789 億円（前年比▲5.1%）と半導体市況悪化の影響を受け縮小を見込む（【図表 12-18】）。2020 年は国内最終製品需要および生産減少を背景に、4 兆 4,731 億円（前年比▲0.1%）と減少を予想する。主要電子部品輸入は、構造的には最終製品需要に影響され、横ばい圏で推移するものと予想する。

【図表 12-17】 輸出推移(主要電子部品)



【図表 12-18】 輸入推移(主要電子部品)



(注 1) 2019 年以降はみずほ銀行産業調査部予測

(注 2) 半導体は半導体素子と集積回路の合計

(注 3) 電子部品は受動部品（抵抗器、コンデンサ等）、変換部品（音響部品、磁気ヘッド等）、接続部品（スイッチ、コネクタ等）、ディスプレイなどの合計

(出所)【図表 12-17、18】とも、経済産業省、財務省資料より、みずほ銀行産業調査部作成

5. 生産 ～グローバル需要の拡大から中長期的にも拡大が期待できる

【図表 12-19】生産見通し(主要電子部品)

(億円)	指標	2018年 (実績)	2019年 (見込)	2020年 (予想)	2024年 (予想)	CAGR 2019-2024
国内生産	半導体	35,363	28,844	30,297	37,174	-
	前年比増減率(%)	+1.5%	▲18.4%	+5.0%	-	+5.2%
	電子部品	38,735	37,573	37,700	39,890	-
	前年比増減率(%)	▲8.5%	▲3.0%	+0.3%	-	+1.2%
	合計	74,099	66,417	67,998	77,064	-
	前年比増減率(%)	▲4.0%	▲10.4%	+2.4%	-	+3.0%

(注 1) 2019 年以降はみずほ銀行産業調査部予測

(注 2) 半導体は半導体素子と集積回路の合計

(注 3) 電子部品は受動部品(抵抗器、コンデンサ等)、変換部品(音響部品、磁気ヘッド等)、接続部品(スイッチ、コネクタ等)、ディスプレイなどの合計

(出所) 経済産業省、財務省資料より、みずほ銀行産業調査部作成

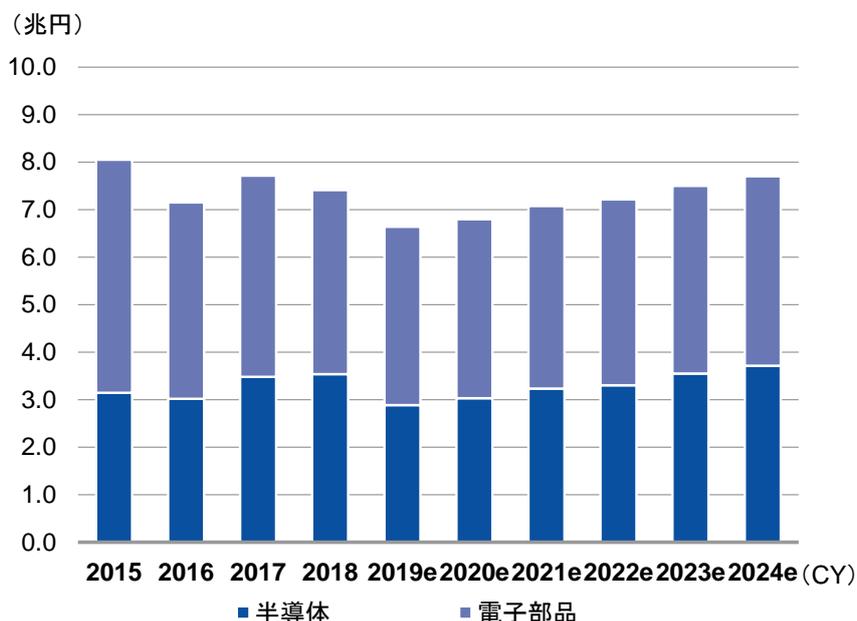
2019 年はグローバル市況悪化が響き減少を見込む

2019 年の国内主要電子部品生産額は、6 兆 6,417 億円(前年比▲10.4%)と大幅に減少する見込みである(【図表 12-19、20】)。半導体のグローバル市況の悪化および主要エレクトロニクス製品の需要減少が影響するだろう。製品別ではスマートフォンに搭載されるカメラ数の増加により、イメージセンサーは好調に推移する見通しであるものの、有機 EL ディスプレイの台頭による液晶ディスプレイの生産減少の影響が大きく全体を押し下げる構図である。

2020 年は半導体市況回復を中心にプラス成長

2020 年はグローバルエレクトロニクス製品需要の増加、生産調整等によるメモリ市況の回復から 6 兆 7,998 億円(前年比+2.4%)と反転する見込みである。日本の主要電子部品メーカーは、グローバル市場におけるプレゼンスが高く、中長期的に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って国内生産が増加する展開を見込む。

【図表 12-20】 国内生産額(主要電子部品)



(注 1) 2019 年以降はみずほ銀行産業調査部予測

(注 2) 半導体は半導体素子と集積回路の合計

(注 3) 電子部品は受動部品(抵抗器、コンデンサ等)、変換部品(音響部品、磁気ヘッド等)、接続部品(スイッチ、コネクタ等)、ディスプレイなどの合計

(出所) 経済産業省、財務省資料より、みずほ銀行産業調査部作成

IV. 日本企業に求められる戦略方向性

主要電子部品市場における日本のプレゼンスは高い

日本の主要電子部品メーカーは、足下景況感の悪化やそれに伴う最終製品需要の減少から減収基調にあるものの、依然グローバル市場における高い競争力とプレゼンスを確保している。最終製品の機能向上に向けた搭載員数の拡大、自動車・産業機器等のアプリケーションの裾野拡大、データトラフィック増大に対応する高機能化等、市場の成長機会は多く、日本企業の高い技術力には引き続き強い引き合いがある。

エレクトロニクス企業はアジアでの高いプレゼンスを保つ

一方、PC、テレビ、携帯電話のグローバル競争に敗退した日本企業の主要エレクトロニクス製品市場におけるプレゼンスは限定的となっている。最後に残されているのは、洗濯機、冷蔵庫、空調機器等の白物家電であり、特にアジア市場で依然高いシェアを保っている(【図表 12-21】)。たとえば、パナソニック、日立、三菱電機などの日本を代表する企業は、製品ごとにばらつきはあるものの、高い市場シェアとブランド認知度を維持している。しかしながら中国市場の成長鈍化が鮮明となる中、今後中国企業によるアジア市場への本格展開が PC、テレビ、携帯電話と同様の厳しい競争を引き起こす可能性が高まっている。かかる中、日本企業にはこの環境変化の可能性を念頭に、最後の牙城の維持・拡大を目指すことが求められている。

エレクトロニクス企業はハードを中核とするビジネスを構築すべき

足下は通信やセンシングテクノロジーの発達から DX の実現が目指されている。ユーザーにモノを売るのではなく、最終的に享受する価値全体(コト)を売るという視座に立ち、これをいかに効率的、効果的に実現するかというビジネスモデルである。こうした流れは、「モノのコモディティ化」「モノからサービスへの付加価値移転」といった論点で議論されると本質を見誤る可能性がある。必ずしもハードの価値自体が下がっているわけではなく、強いハードビジネスの上にユーザーの便益を高め、追加的な収益機会の獲得を目指すものと考えべきである。実際に Apple は、機能・ユーザビリティ・デザイン性等、ハードの魅力を高めてユーザーに訴求し、巨大なインストールベースを獲得することでサービス事業の足がかりを掴んでいる。また、一度はハードから撤退した Microsoft も、2019年10月にモバイル機器等のハードへの再参入を発表している。ハードはデザイン等を通じたコンセプト表現や所有欲への訴求などもあるが、サービスと消費者とをつなぐラストワンマイルとしての役割が軽視されるべきではない。ものづくりを原点とする日本企業は、今一度、ハードの競争力を起点とする戦略を再考する必要があると考える。

DX 戦略では多種多様なデータが必要であり、仲間作りが必要になるだろう

テクノロジーの発展とともに着目を浴びるデジタルデータ活用は、メーカーおよび消費者にとって多くの便益をもたらす可能性がある。メーカー側に立てば、ハードの可能性をさらに高めることにも繋がるといえる。例えば、多くのユーザーの使用データをさまざまな機器から収集できれば、ユーザーの課題に対して、機器のオンオフや単一制御から複雑な制御や別のアプローチによるソリューション提案を実現することが可能になる。提供すべきソリューションすべてを自社で賄えれば理想的ではあるが、現実的には他企業、他業種とのオープンな連携にならざるを得ないであろう。

戦略方向性はアジア市場でのプレゼンス拡充

上記を踏まえ、日本企業としての戦略方向性は、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というステップが想定される。特に、日本企業が一定のプレゼンスを有し、今後も高い成長が期待されるアジア市場がターゲットとするエリアの最有力となる。

アジアで圧倒的なプレゼンスを獲得したダイキン工業の取り組み

成功事例としては、アジア市場で高いプレゼンスを確立したダイキン工業が挙げられよう。ダイキン工業は空調機器のグローバルトッププレイヤーであり、米 Goodmann、澳 AHTcoolingsystem 等の欧米企業の巨額買収¹が注目を集めている。しかし、アジア市場においては市場シェアや事業基盤を買収によって手に入れることは難しいため、徹底した地場に根ざした地道な事業活動の結果による成功だと考えられる。主な取り組みとしては、主要国に研究開発拠点を設置し、地域特性に応じた製品開発を行うほか、テレビ CM、街頭広告、スポーツチームとのスポンサー契約等、様々な媒体を活用して積極的な広告を打つことで知名度を高めている。また代理店展開では、インドだけで 7,000 拠点に拡大するなど、数十から数百拠点にとどまる競合他社に対し圧倒的な販売網を構築し、短期間で東南アジア・インドの多くの国におけるトップシェアを占めるに至っている。また、製造拠点を現地に移管することで製造コストの低減を実現するなど、製販ともに現地化を進めてきた。いずれも一見すると教科

¹ 2007年のダイキン工業による OLY Industries (マレーシア) 買収はその傘下の米 Mackay 獲得が主目的と整理。

書的にも見えるオーソドックスな取り組みであるが、地道なエリアへの投資が奏功し、アジア市場においても「エアコンといえばダイキン」と言われるほどのブランド構築に成功した。

オーガニックな成長が企業ブランドを醸成し BtoB 事業の足がかりに

ダイキン工業は BtoB 事業の拡大も進めているが、アジアは今後商業施設やオフィスビル建設の増加に伴う商業用のパッケージエアコンやビル用マルチエアコン市場が大きく成長する有望市場である。当社にとってルームエアコンで確立したブランドとサービス拠点は、今後アジアでの BtoB 事業の展開を進める上での橋頭堡となるだろう。

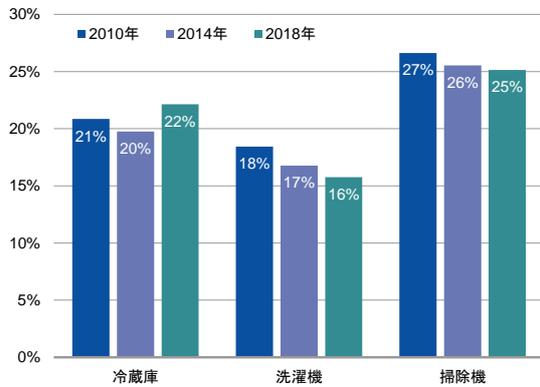
DX 戦略での異業種連携では自陣のプレゼンスがアドバンテージに

さらにダイキン工業では、空間における DX 戦略として 2018 年にビジネス空間の最適化を目指し、ビル空間のデータバンクを構築する協創プラットフォーム「CRESNECT」を発表している。この取り組みにはソフトバンク(AI テクノロジー)、パナソニック(照明や関連機器)、ライオン(ヘルスケア)、アサヒビール(飲料)等の多くの異業種が参画しているが、このようなプロジェクトを先導できるのは、空調事業における高いプレゼンスがあつてのことである。この事例に見られるように高い市場シェアを獲得することは、既存のインストールベースから収集できるデータ量を確保するだけでなく、データ取得のパートナーを集める上でもアドバンテージとなっている。ハードウェアの製造・販売に地道に投資を行い、世界市場でのシェアを獲得することで DX 対応においても優勢を確保しつつある成功例と言えるだろう。

アジア市場でのオーガニック成長戦略では拡大する余地が残されている

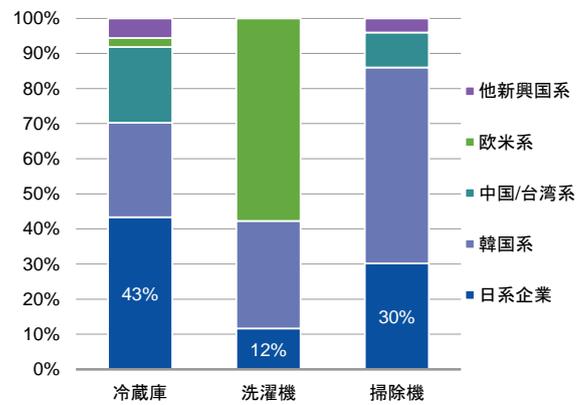
白物家電分野においても、成熟した欧米市場でのシェア拡大には、中 Haier による米 GE 家電部門買収など大型の M&A が有効な戦略となってきたが、アジア市場では有力な買収対象となる地場企業が限られており、同様の戦略は難しい。日本企業の家電事業はコングロマリット企業の一部門として運営されており、専門プレイヤーが多い海外勢と比較して、巨額の M&A 投資の判断が難しい状況であるものの、アジア市場ではオーガニックな成長投資の競争となるため、腰を据えて取り組みれば十分に勝てる機会はあるものと思われる。日本企業が既にアジア市場で一定のプレゼンスを有し、多くの生産拠点を保有しているということは大きなアドバンテージとなるだろう(【図表 12-22】)。これらの既存のアセットを効率的に活用することで、アジア市場での覇権を握り、その市場シェア及び顧客基盤を活かして、生活分野におけるデジタルビジネスを先導することを期待したい。

【図表 12-21】 ASEAN5 での主要日系
エレクトロニクス企業の販売台数シェア



(出所) Euromonitor より、みずほ銀行産業調査部作成

【図表 12-22】 ASEAN5 での主要日系
エレクトロニクス企業の生産台数シェア



(注) 2018 年の実績値に基づくシェア
(出所) 富士経済「グローバル家電市場総調査 2019」より、みずほ銀行産業調査部作成

みずほ銀行産業調査部

テレコム・メディア・テクノロジーチーム 當山 恵介
益子 博行
宮下 裕美
keisuke.touyama@mizuho-bk.co.jp

©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。