



業界レポート  
情報通信機械器具  
製造業

産業分類コード30

あなたの会社の **e-審査部®**  
リスクモンスター株式会社

# 市場概要

## ① 営業種目

通信機械器具・同関連機械器具製造業、  
映像・音響機械器具製造業、  
電子計算機・同付属装置製造業

## ② 業界規模

34兆4,874億円  
上場企業数 46社  
非上場企業数 6,055社

## ③ 業界サマリー

電子デバイス、精密機械以外のハードウェア(機械、装置、設備)が分類され、通信機械と映像・音響機械、電子計算機の3つに大別される。それぞれの分野で扱う製品は以下の通りである。その中でも、市場規模から中心になるのは、スマートフォン、パソコンの2つである。

【通信機械】・・・有線機械と無線機械に大別できる。

有線機械:固定電話機、ファクシミリ、有線ラジオ放送装置等

無線機械:スマートフォン、ラジオ、GPS装置等

【映像・音響機械】・・・DVDプレーヤー、磁気録画装置、デジタルカメラ等

・一般的に、送信された電波を音声および映像に変換して、視聴を可能にする装置をさす。

【電子計算機】・・・パソコン、電卓、プリンター機等

・デジタル電子回路を用いて、計算を行う計算機をさす。

(業界としての特徴)

斯業界は元々、高品質な製品が求められており、日本企業の高い技術力による高性能な商品により、国内市場の国産品シェアは高水準にあった。

しかし、インターネットの普及や液晶画像技術の発達等により、パソコンやデジタル映像機器が急速に普及する中、その将来性に着目した台湾・中国・韓国等の海外企業が積極的に技術開発を図り、低コスト生産を実現したことで、海外製品は国内市場において価格優位性を有し、国産品シェアは低下推移を余儀なくされている。

海外製品の国内進出によって、従来「高価格、高品質、高性能」が主体であった市場において、「低価格、中品質、中性能」の商品が参入し、消費者ニーズにも変化を生じさせた。消費者ニーズの変化によって日本企業においても低コスト生産が求められ、製造モデルに変化が生まれている。「機能性」、「コスト」のどちらに優位性があるかによって、与信管理のポイントが異なる業界である。

# ビジネスモデル

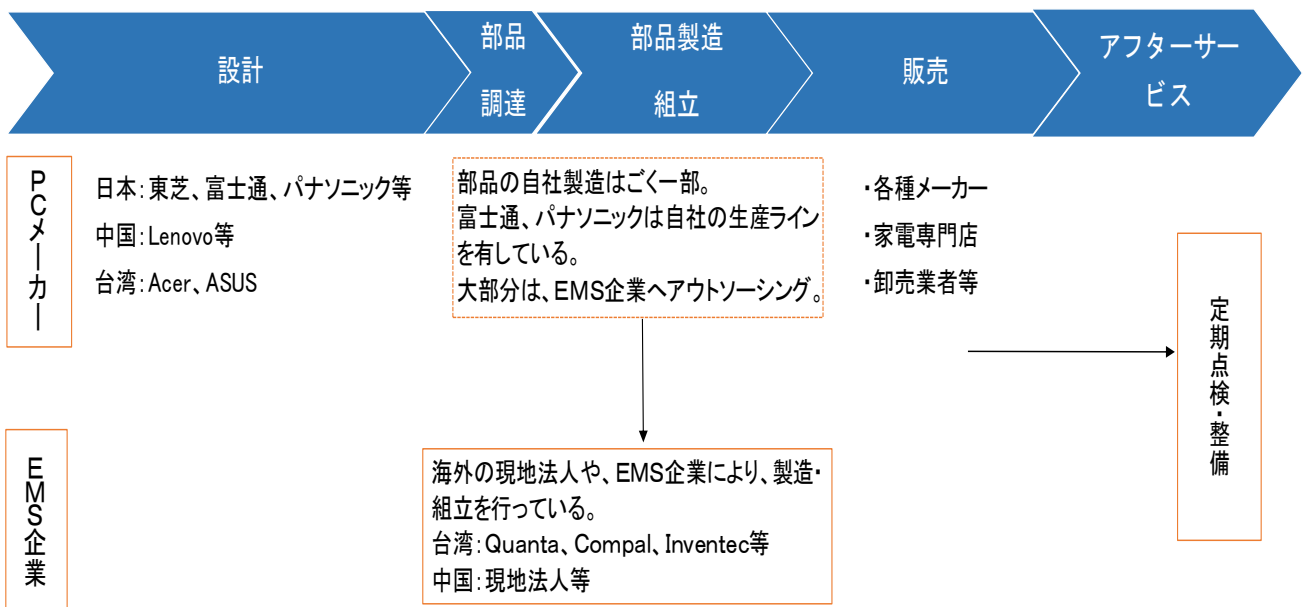
情報通信機械器具の消費者ニーズの動向は「機能性」、「コスト」の2つに大別され、これらに対応した生産体制として、高コストながら、機器の製造業者、部品の製造業者が綿密な連携を取ることで高性能の商品を生産できる「垂直統合型」と、高性能は求めにくい、完全分業制の生産体制を取ることで、低コスト生産が可能な「水平分業型」に区分される。

垂直統合型においては、大手メーカーの下に、部品メーカー・素材メーカーが連なっているため、部品メーカー・素材メーカーにおいては、大手メーカーからの受注に業績が左右されやすい。主な製品としては、スマートフォンが挙げられる。スマートフォンは、基本的に組立加工であり、液晶ディスプレイ、充電電池、音響部品等の各部品はメーカーに依存する。小型・軽量化のために綿密な連携が不可欠であることから、垂直統合モデルでの生産体制である。

水平分業型における主な製品としては、パソコンが挙げられる。部品の調達・製造は、EMS企業(※)が大部分を担うことで、コスト削減につなげている。生産を委託していることから、サプライチェーンの確保の面で、EMS企業が複数社あるか、納入までのリードタイムを短縮できるか等が重要である。また、低価格製品を扱う海外企業も参入してきており、補修やメンテナンスといったアフターサービスが競合優位性となる。

以下は、水平分業型であるパソコンの生産フローである。

## 【水平分業型】パソコン生産フロー



※ EMSとは、電子機器の受託生産のサービスを行うことを言う。電気電子機器や、産業用装置など様々な分野の装置・ユニットを資材調達から製造まで行っている。EMSの導入により、製品の設計・開発に集中し、生産設備を保有しないファブレス化への変化も見受けられるのが特徴である。また、一般的にEMS企業は、情報通信機器製造業に含まれない。

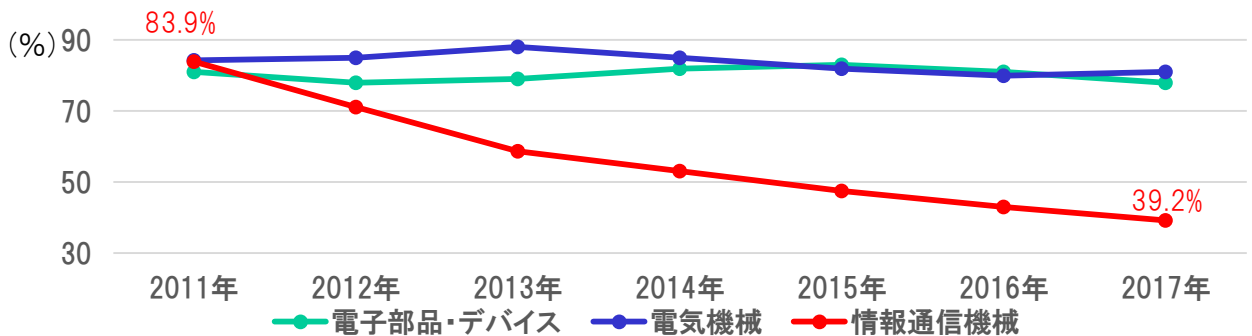
# 業界動向

情報通信機械器具産業は、長らく日本の通信機器市場を支えてきた産業であったが、通信機器の需要増に伴って安価な海外製品が国内市場に参入したことで、国産品シェアが低下し、類似業種である電気機械器具製造業や電子部品製造業の国産品シェアが約8割を占めているのに対して、斯業界の国産品シェアは、2011年～2017年の6年間で50%未満にまで減少している状況にある。

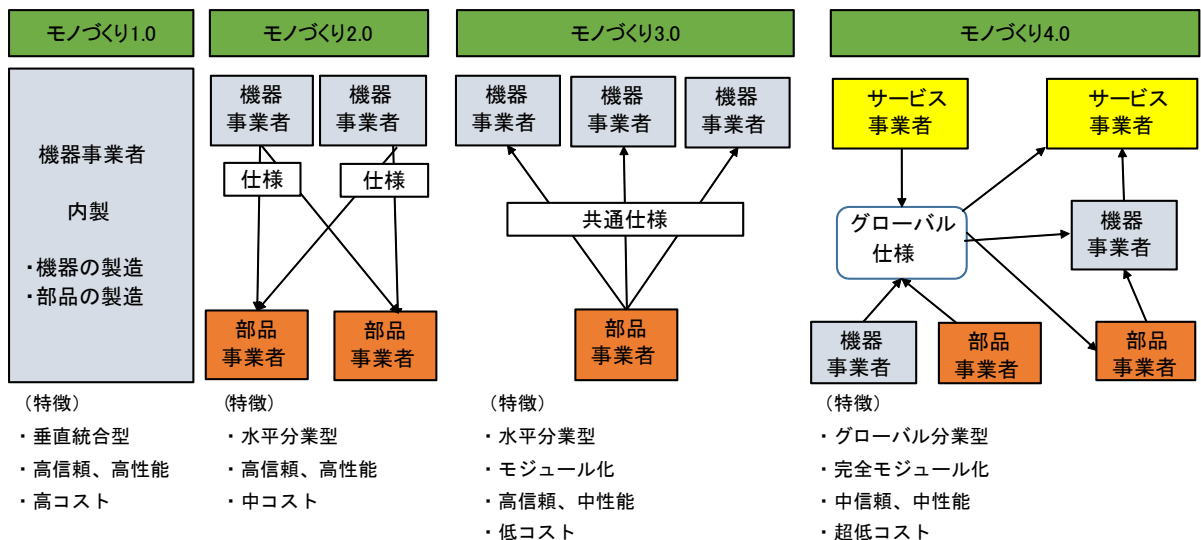
かかる中で、国内メーカーとしても価格競争力を生み出すために、従来の高性能志向のみでなく、一定の性能を維持した上での低コスト志向にも舵を切り、低コスト体制に製造モデルをシフトさせていることで、価格競争は激化している。近年では、生産拠点を海外に置き、部品ごとにモジュール化するグローバル分業型と言われる分業体制によってもコスト低減が図られている。

昨今、インターネットによって、様々なものが繋がるIoT(インターネットオブシングス)が注目され、今後の市場拡大が有力視されている。また、2020年には、東京オリンピック開催による訪日外国人旅行者増加も見込まれる中、他言語音声翻訳機能など、利便性向上をもたらす新たな機器やサービスの発展に今後の動向が注目されよう。

## 機械器具製造業ごとの国内シェアの推移



## 製造モデルの変化



経済産業省より引用

# 財務指標分析

業界標準値  
比較業界：製造業全体

## (安全性分析)

自己資本比率は、製造業全体と比べ、9.7ポイント低いものの、40%近くであり、相応の基準を維持している。固定比率は、137.6%と製造業全体と比較しても、28.1ポイント高い。日本企業は、ライフサイクルの短期化による新商品の開発や他社との差別化を図るために、継続した設備投資が必要となる背景が窺える。

## (収益性分析)

売上高営業利益率・売上高経常利益率は製造業全体と比べ低い水準となっている。海外企業の参入等で価格競争が激化し、収益面において厳しい環境下であることが推測できる。

## (効率性分析)

設備投資効率は104.5%と製造業全体を大幅に上回っている。低コスト体制でも、一定の付加価値商品を製造し、効率的に生産を行っている背景が窺える。

		情報通信 機械器具製造業	製造業
安全性	自己資本比率(%)	36.7	46.4
	流動比率(%)	136.7	149.5
	固定比率(%)	137.6	108.5
	借入依存度(%)	32.4	38.2
収益性	営業利益率(%)	2.7	4.3
	経常利益率(%)	4.5	5.9
資本効率	売掛債権回転期間(ヵ月)	2.4	2.4
	棚卸資産回転期間(ヵ月)	1.1	1.3
	設備投資効率(%)	104.5	79.2

財務省 法人企業統計より

# 与信管理のポイント

情報通信機械器具産業においては、国内市場への安価な海外製品の参入により、国内企業のシェアが急低下していることが昨今の動向として挙げられる。製品の種類が多岐に渡り、主要製品の種類や技術力、価格競争力等によって、製造モデルが異なってくる。市場ニーズを踏まえながら、取引先が有する強み、改善点、運営方針等を把握することが重要である。

取引先の商品について、機能面・コスト面のどちらに優位性を有しているか把握すべきである。一般的に大手企業はブランド力を武器に、高機能高付加価値製品を主力としており、商品開発のための設備投資が必要となる。設備投資を短期間で回収し、次の設備投資に備えなければならないため、最先端技術を追求する資金力を備えているか、といった点がポイントとなる。

コスト面に優位性がある場合、生産拠点の海外移転等、低コスト生産のための体制構築がポイントとなる。また、短納期への対応が他社との差別化となり易い。製造までの納期短縮や、低価格でも利益を生み出せる原価構造であるか注視する必要がある。低価格戦略によって利益率は低くなりがちであるため、販売量の確保が重要となる。

情報通信機械器具産業は、日本の通信機器市場を支えてきた業界であるが、海外企業の参入により、国内市場の競争は激化している。今日に至っては、IoTが注目されている点を考慮すると、今後の市場拡大が有力視されている。事業環境が大きく変化する中で、リードタイムの短縮による事業の効率化や、付加価値の高い技術力を有しているか、競合他社との優位性となる独自のブランド力を持っているかなどがポイントとなる。

## 参考資料

財務省：法人企業統計局

<http://www.mof.go.jp/pri/reference/ssc/results/>

経済産業省：エレクトロニクス産業の現状と政策の方向性について

業種別審査辞典（一般社団法人 金融財政事情研究会）

業界地図（業界地図 2016年度版：東洋経済新報社）

## 免責事項

リスクモンスター株式会社（以下、当社）は当コンテンツに掲載されている情報の正確性について万全を期しておりますが、当社は利用者が当コンテンツの情報をを用いて行う一切の行為について何ら責任を負うものではありません。