リコー卓上機で奪首

複写機・複合機

リコーの卓上機はチェーン店向けに好調

【複写機・複合機】リコーがキヤノンを抜き4年ぶりに首位に。企業が管理に慣れた大型複合機と同じシステムを卓上複合機に搭載し、サブ機やチェーン店の需要を捉えた。富士ゼロックスはセブンイレブンで複合機入れ替えがあった。大企業向け大型機が強かったが、中小企業向けに小型機にも力を入れた。

【薄型テレビ】シャープや東芝が経営悪化でシェアを落とした。パナソニックは高画質な「4K」が好調だった。出荷台数における4K構成比が16%に高まり、平均単価も上昇した。4Kで先行したソニーは高音質なハイレゾリューション（ハイレゾ）対応で拡大した。

【洗濯機】消費増税の影響が残り、出荷台数は3%減。2位のパナソニックは洗浄力を高めたヒートポンプ型ドラム式が好評で、買い替え需要などを取り込んだ。首位の日立アプライアンスと3位の東芝ライフスタイルはドラム式洗濯乾燥機などは好調だったが、シェアを落とした。

【冷蔵庫】出荷台数は1・9%減。首位のパナソニックはデザイン性の高い401㍑以上の製品に注力し、高所得者層らを取り込んだ。シャープや日立アプライアンスも シェアは低下した。4位の三菱電機は本体をコンパクト化し置きやすくした機種が部屋が狭い都市部中心に好評だった。

【掃除機】消費増税の影響が薄らぎ、出荷は増えた。首位の東芝ライフスタイルはサイクロン式が堅調だったが、会計不祥事の影響などで大きく低下した。2位のパナソニックはロボット掃除機を投入したがシェアは低下。3位の日立アプライアンスはコードレスのスティック型掃除機が好調だった。

【ルームエアコン】全国的に夏の気温が上がらず、市場は縮小した。各社は省エネ性能など付加価値を高めた商品を投入し、販売単価は上がっている。パナソニックは秋に世界初の温冷感センサーを搭載した新製品を発売するなどしたが、シェアは低下した。

【IHクッキングヒーター】消費増税による駆け込み需要の反動で出荷台数は4%減。首位のパナソニックはグリルの火力を強めた新シリーズを投入。グリルを使い鍋料理の調理時間を短くするなどしたが、日立アプラ

携帯電話端末

アップル、苦い首位

アップルの「iPhone 6s」の販売の伸びが鈍化

【携帯電話端末】首位の米アップルの伸び率は昨年を下回り成長に陰りが見え始めた。ソニーモバイルコミュニケーションズは「エクスペリア」シリーズが好調で2位に食い込んだ。シャープは携帯電話全社にバランスよく出荷しているが、エクスペリアに対抗する人気機種がなかった。富士通は高齢者向け「らくらくホン」シリーズが伸び、格安スマホ向けも取り込んだ。

【携帯電話】スマホ普及が進み、高齢者のタブレット需要も高まり市場は拡大。ただ料金プランや端末で差異化が難しくなっている。首位のNTTドコモは顧客流出があったがMVNOへの回線貸し出しが増え、シェアは微減にとどまった。ソフトバンクは格安スマホ「ワイモバイル」が好調でシェアが伸びた。

【仮想移動体通信事業者（MVNO）】「実質ゼロ円」の廃止で携帯大手のスマホ料金が値上がりし、MVNOなどの格安スマホ市場が急拡大した。手続きの煩雑さが課題だったが、販売店を増やした楽天がランク外から3位に躍進した。インターネットイニシアティブ（IIJ）は小売店と連携してシェアを高めた。ビッグローブや日本通信は低下した。

【サーバー】昨年2位の富士通がNECを抜いて首位を奪取した。米IBMがレノボ・グループに中小型サーバー事業を譲渡し、高機能品の販売が伸びた。ビッグデータ分析や人工知能（AI）などで利用するデータ量が急増し、市場は拡大。東日本大震災後に需要が急減した影響で更新需要は減っている。

【パソコン】前年に基本ソフト（OS）「ウィンドウズXP」のサポート終了で買い替え需要があった反動もあり、出荷台数は大幅減。企業向けを得意とする富士通がシェアを落とした。個人向けに強い米HPが米デルを逆転し、4位争いを制した。市場縮小を受け、富士通と東芝は16年に撤退し、パソコン事業を分社した。

【メモリーカード】スマホのデータ大容量化で「携帯電話向けのマイクロSDカードの需要は伸びている」（大手メーカー）が、デジカメ市場の縮小が響き、販売が減少した。2位の東芝は大規模リストラの影響で販売戦略を見直した。米イメーションはTDKブランドのメモリーカードを生産してきたが、15年末で販売を終了した。

【インクジェットプリンター】年賀状の減少で家庭でプリンターを使う機会が減り、市場縮小が加速。キヤノンは家庭用で女性向けや年賀状以外の楽しみ方を提案。セイコーエプソンは業務用でコピー機や小型複合機に対抗する製品をそろえた。価格や印刷速度では差異化が難しくなり、ブラザー工業や日本HPはシェアを落とした。

【タブレット】スマホの大画面化やパソコンの軽量化で市場成長は鈍化。IDCジャパンは実需で減少に転じたと予測する。中国・華為技術（ファーウェイ）が8位から2位に躍進した。NTTドコモ向け「ディータブ」が好調だった。「レノボ」ブランドの製品を相次ぎ投入したNECレノボも拡大した。ソニーは通信会社の取り扱いが減少した。

【光ファイバー通信回線】契約数は伸びた。NTTドコモなど携帯電話大手が携帯回線とのセット販売を積極的に進めた。特に3位のKDDIがセット割引で新規顧客を獲得し、シェアを伸ばした。首位のNTT東日本と2位NTT西日本はシェアを落とした。近畿地方中心に展開する4位のケイ・オプティコムは横ばいだった。

ドラッグストア

爆買い追い風 マツキヨ伸長

【ドラッグストア】マツモトキヨシホールディングスは訪日外国人客需要が追い風。ウエルシアホールディングスがM&A（合併・買収）で前年圏外から2位に躍進した。3位のツルハホールディングスもM&Aで伸ばし、サンドラッグを含む上位4社の競争が激化している。ここ数年はコンビニやスーパーと競争が激しく、市場成長は小幅にとどまっている。

【家電量販店】消費増税の影響が薄らぎ、市場は2年ぶりに増加。洗濯機や冷蔵庫など白物家電が堅調だった。首位のヤマダ電機は15年5～6月に郊外や地方中心に不採算の60店を一斉閉店し、シェアを落とした。ヨドバシカメラはネット通販で注文から最短6時間で届ける配送サービスが好評で拡大した。

【ファミリーレストラン】最大手すかいらーくをサイゼリヤやロイヤルホールディングスが追撃する構図が続く。個人消費が冷え込み、団塊世代の外食も減ってきた。高単価メニューが多い「デニーズ」を展開するセブン&アイ・フードシステムズ、ロイヤルHDの「ロイヤルホスト」の客数減が目立った。低価格主体のサイゼリヤやジョイフルは好調だった。

【牛丼チェーン】ゼンショーホールディングスは過重労働問題で約1200店で深夜営業を前年に休止したが、15年は人手確保が進み、順次営業を再開。シェアは再び過半を超えた。吉野家ホールディングスは14年末の値上げの影響が長引いた。冬季限定商品も伸び悩んだ。松屋フーズもシェアが低下した。

【カジュアル衣料専門店】各社が値上げに踏み切り、市場は拡大した。ユニクロは「ヒートテック」が好調で拡大。単価下落や「ウルトラライトダウン」など機能性衣料が好調で、客数減を単価増で補った。2位のアダストリア（旧ポイント）は「ニコアンド」などを展開する旧トリニティーアーツを統合した。3位のユナイテッドアローズは新規出店が寄与。

【百貨店】訪日外国人と富裕層の購買は好調だったが、中間層が節約志向を強め、主力の衣料品などが落ち込んだ。衣料品に強い三越伊勢丹ホールディングスがシェアを落とした。16年度は訪日客と富裕層の消費に陰りが見え始めている。

【スーパー】前年4位のダイエーが6位以下に。親会社のイオンが北海道や九州のダイエー店をグループ各社に移し減収になった。ライフコーポレーションが4位、イズミが5位に浮上。市場は縮小傾向。軽自動車販売の不振も響いた。パイオニアがパナソニックを抜いて首位に浮上した。JVCケンウッドはハイレゾ音源対応機など が好調で拡大。単価下落が続くなか、高付加価値品を増やす動きも。

【コンビニエンスストア】上位3社寡占が一層進んだ。消費増税後に業績が悪化した中堅チェーンが大手と連携を模索し、上位3社のシェアは初めて8割を超えた。4位のサークルKサンクスやミニストップはシェアを維持か微減にとどめることが精いっぱい。

【コーヒーチェーン】郊外出店や都市部での業態拡大で市場は伸びた。コンビニとの競争が激しく、専門店はくつろげる空間や付加価値の高い商品で差異化を図る。首位のスターバックスコーヒージャパンは郊外で積極出店。サンマルクホールディングスはタリーズコーヒージャパンを抜いて3位に浮上した。

《白抜きの文字は首位交代》

カジュアル衣料専門店

①ユニクロ	56.9	(1.5)
②アダストリア	13.7	(4.4)
③ユナイテッドアローズ	9.3	(0.1)
3社合計	79.9	(6.0)
④ライトオン	5.7	(▲0.2)
⑤ビームス	5.2	(0.1)
小売金額	1兆3706億円	(7.5)

出所：日経MJ日本の専門店調査

百貨店

①三越伊勢丹ホールディングス	19.3	(▲0.1)
②高島屋	13.1	(0.1)
③そごう・西武	12.9	(0.1)
3社合計	45.3	(0.1)
④J・フロントリテイリング	12.4	(0.1)
⑤エイチ・ツー・オーリテイリング	6.8	(0.0)
全国売上高	6兆1453億円	(▲0.8)

出所：全体は日本百貨店協会、シェアは日経推定

スーパー

①イオンリテール	12.0	(0.5)
②イトーヨーカ堂	7.1	(0.1)
③ユニー	4.2	(0.2)
3社合計	23.3	(0.8)
④ライフコーポレーション	3.5	(0.3)
⑤イズミ	3.4	(0.4)
総売上高	18兆916億円	(4.1)

出所：全体は日経MJ日本の小売業調査、シェアは日経推定

ドラッグストア

①マツモトキヨシホールディングス	8.7	(0.5)
②ウエルシアホールディングス	8.6	(2.4)
③ツルハホールディングス	8.6	(2.2)
3社合計	25.9	(3.9)
④サンドラッグ	8.2	(0.8)
⑤コスモス薬品	7.2	(0.6)
売上高	6兆1325億円	(1.1)

出所：日本チェーンドラッグストア協会、シェアは日経推定

コンビニエンスストア

①セブン―イレブン・ジャパン	39.4	(0.0)
②ローソン	21.7	(2.4)
③ファミリーマート	20.0	(0.3)
3社合計	81.1	(2.7)
④サークルKサンクス	9.1	(0.0)
⑤ミニストップ	3.1	(▲0.2)
チェーン全店売上高	10兆8908億円	(5.1)

出所：日経MJコンビニ調査

コーヒーチェーン

①スターバックスコーヒージャパン	42.4	(0.8)
②ドトールコーヒー	23.1	(▲0.6)
③サンマルクホールディングス	8.6	(0.7)
3社合計	74.1	(0.7)
④タリーズコーヒージャパン	8.2	(0.1)
⑤プロントコーポレーション	7.0	(0.1)
喫茶店売上高	3376億円	(5.5)

出所：日経MJ飲食業調査と日経推定

掃除機

①東芝ライフスタイル	25.4	(▲3.8)
②パナソニック	24.3	(▲0.4)
③日立アプライアンス	22.4	(0.2)
3社合計	72.1	(▲4.0)
④シャープ	10.7	(▲2.4)
⑤三菱電機	10.0	(0.4)
国内出荷台数	510万5000台	(1.7)

出所：全体は日本電機工業会、シェアは日経推定

ルームエアコン

①パナソニック	22.4	(▲1.6)
②ダイキン工業	18.1	(0.6)
③三菱電機	15.1	(1.3)
3社合計	55.6	(0.3)
④日立アプライアンス	14.9	(1.3)
⑤富士通ゼネラル	10.0	(0.1)
国内出荷台数	810万台	(▲4.7)

出所：全体は日本冷凍空調工業会、シェアは日経推定

IHクッキングヒーター

①パナソニック	54.8	(▲2.3)
②日立アプライアンス	27.0	(0.5)
③三菱電機	16.8	(0.7)
3社合計	98.6	(▲1.1)
国内出荷台数	71万2000台	(▲4.0)

出所：全体は日本電機工業会、シェアは日経推定

デジタルカメラ

①キヤノン	33.3	(2.0)
②ニコン	22.2	(3.7)
③ソニー	11.2	(▲3.6)
3社合計	66.7	(2.1)
④カシオ	9.7	(▲0.7)
⑤オリンパス	9.2	(0.9)
出荷台数	489万6963台	(▲15.3)

出所：BCN

レンズ交換式カメラ

①キヤノン	38.8	(1.9)
②ニコン	24.4	(▲1.0)
③オリンパス	14.1	(4.9)
3社合計	77.3	(▲0.1)
④ソニー	10.6	(▲4.5)
⑤リコーイメージング	5.5	(▲0.8)
出荷台数	162万7600台	(▲9.9)

出所：BCN

ブルーレイ・ディスク録再機

①パナソニック	40.9	(8.6)
②ソニー	21.2	(▲1.4)
③シャープ	19.6	(0.9)
3社合計	81.7	(8.1)
④東芝	11.6	(▲4.6)
出荷台数	273万3000台	(▲12.0)

出所：全体は電子情報技術産業協会（JEITA）、シェアは日経推定

携帯音楽プレーヤー

①ソニー	53.0	(2.1)
②アップル（米）	37.9	(▲3.8)
③トランセンドジャパン	4.6	(1.5)
3社合計	95.5	(▲0.2)
④グリーンハウス	2.9	(1.2)
国内出荷台数	220万台	(▲10.4)

出所：全体は電子情報技術産業協会（JEITA）、シェアはBCN

市販カーナビ

①パイオニア	28.3	(0.5)
②パナソニック	27.3	(▲3.7)
③富士通テン	17.0	(▲0.9)
3社合計	72.6	(▲4.1)
④JVCケンウッド	12.1	(2.5)
⑤アルパイン	6.2	(▲0.6)
出荷台数	176.4万台	(▲7.2)

出所：電子情報技術産業協会（JEITA）などから日経推定

複写機・複合機

①リコー	23.7	(0.4)
②キヤノン	23.5	(0.1)
③富士ゼロックス	22.3	(2.8)
3社合計	69.5	(3.3)
④シャープ	8.6	(▲2.4)
⑤コニカミノルタ	6.7	(0.2)
出荷台数	74.5万台	(▲0.7)

出所：米ガートナー

家電量販店

①ヤマダ電機	30.3	(▲1.0)
②ビックカメラ	14.9	(▲0.7)
③エディオン	13.0	(0.0)
3社合計	58.2	(▲1.7)
④ヨドバシカメラ	12.8	(0.6)
⑤ケーズホールディングス	12.1	(0.1)
国内総売上高	5兆3266億円	(0.1)

出所：日経MJ日本の専門店調査や各社の連結売上高などから日経推定

ファミリーレストラン

①すかいらーく	21.0	(▲0.6)
②サイゼリヤ	8.3	(0.3)
③ロイヤルホールディングス	7.8	(▲0.1)
3社合計	37.1	(▲0.4)
④セブン&アイ・フードシステムズ	5.0	(▲0.1)
⑤ジョイフル	3.8	(0.0)
レストラン、ファミリーレストランの売上高の合計	1兆6748億円	(6.4)

出所：日経MJ飲食業調査などから日経推定

牛丼チェーン

①ゼンショーホールディングス	51.7	(1.8)
②吉野家ホールディングス	27.3	(▲0.8)
③松屋フーズ	21.0	(▲0.3)
3社合計	100.0	(0.7)
全店売上高の合算	3617億円	(3.9)

出所：日経MJ飲食業調査など

サーバー

①富士通	23.9	(1.3)
②NEC	23.0	(▲0.8)
③ヒューレット・パッカード・エンタープライズ	14.0	(▲0.2)
3社合計	60.9	(▲0.2)
④日立製作所	9.2	(▲0.7)
⑤IBM	8.5	(▲2.8)
工場出荷額	5070億円	(7.3)

出所：IDCジャパン

パソコン

①NECレノボ・ジャパングループ	26.3	(0.0)
②富士通	16.7	(▲2.1)
③東芝	12.3	(0.1)
3社合計	55.3	(▲2.0)
④HP（米）	10.9	(0.2)
⑤デル（米）	10.1	(▲0.8)
出荷台数	1055万台	(▲31.4)

出所：IDCジャパン

メモリーカード

①サンディスク（米）	26.0	(1.2)
②東芝	18.3	(▲1.4)
③トランセンド・インフォメーション（台）	8.3	(▲0.2)
3社合計	52.6	(▲0.4)
④エレコム	6.7	(0.2)
⑤イメーション（TDKブランド、米）	5.3	(▲1.8)
家電量販店などでの販売数（15年度）	3147万枚	(▲4.7)

出所：日経推定

インクジェットプリンター

①キヤノン	44.6	(▲0.1)
②セイコーエプソン	42.4	(2.1)
③ブラザー工業	9.7	(▲0.3)
3社合計	96.7	(1.7)
④日本HP	2.6	(▲1.7)
⑤リコー	0.6	(0.0)
出荷台数	484.5万台	(▲14.0)

出所：米ガートナー

携帯電話

①NTTドコモ	43.6	(▲0.8)
②KDDI（au）	28.9	(▲0.1)
③ソフトバンク	27.5	(0.9)
3社合計	100.0	(0.0)
契約数	1億5648万件	(4.3)

出所：総務省まとめ

携帯電話端末

①アップル（米）	41.9	(1.2)
②ソニーモバイルコミュニケーションズ	13.3	(2.1)
③シャープ	10.9	(▲2.5)
3社合計	66.1	(0.8)
④京セラ	9.6	(▲1.5)
⑤富士通	8.9	(1.6)
出荷台数	3658万台	(▲3.4)

出所：MM総研、14年の台数にSIMフリー端末含まず

MVNO

①NTTコミュニケーションズ	20.6	(▲2.0)
②インターネットイニシアティブ	17.2	(0.8)
③楽天	7.2	(—)
3社合計	45.0	(▲1.1)
④U－NEXT	6.5	(—)
⑤ビッグローブ	5.7	(▲1.4)
契約回線数	539.4万回線	(65.4)

出所：MM総研

タブレット

①アップル（米）	40.9	(▲2.6)
②華為技術（ファーウェイ、中）	9.2	(6.0)
③華碩電脳（エイスース、台）	7.1	(▲4.8)
3社合計	57.2	(▲6.0)
④NECレノボ・ジャパングループ	6.6	(1.1)
⑤富士通	6.1	(▲1.7)
出荷台数	831万台	(1.5)

出所：IDCジャパン

光ファイバー通信回線

①NTT東日本	38.3	(▲0.7)
②NTT西日本	30.9	(▲0.3)
③KDDI	13.5	(0.4)
3社合計	82.7	(▲0.6)
④ケイ・オプティコム	5.7	(0.0)
⑤アルテリア・ネットワークス	2.1	(▲0.1)
契約数	2784万件	(4.5)

出所：MM総研

薄型テレビ

①シャープ	36.4	(▲0.9)
②パナソニック	22.6	(1.6)
③東芝	16.5	(▲0.2)
3社合計	75.5	(0.5)
④ソニー	11.2	(0.1)
⑤オリオン	3.3	(0.1)
出荷台数	544万2000台	(▲3.7)

出所：米IHSテクノロジー

洗濯機

①日立アプライアンス	30.1	(▲2.3)
②パナソニック	26.9	(2.7)
③東芝ライフスタイル	19.6	(▲3.6)
3社合計	76.6	(▲1.4)
④シャープ	15.0	(▲1.1)
国内出荷台数	416万3000台	(▲3.0)

出所：全体は日本電機工業会、シェアは日経推定

冷蔵庫

①パナソニック	22.7	(▲0.7)
②シャープ	20.4	(▲0.9)
③日立アプライアンス	17.9	(▲0.2)
3社合計	61.0	(▲1.8)
④三菱電機	15.2	(0.5)
⑤東芝ライフスタイル	9.0	(▲1.1)
国内出荷台数	382万3000台	(▲1.9)

出所：全体は日本電機工業会、シェアは日経推定

流通 エレクトロニクス 情報・通信 流通 エレクトロニクス

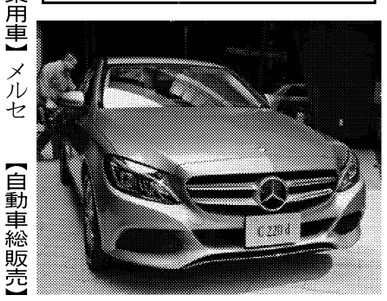
(C)日本経済新聞社 無断複製転載を禁じます。

ベンツ16年ぶり首位

国内シェア102品目

（1面参照）

輸入乗用車



メルセデス・ベンツは主力車の販売が好調だった

【輸入乗用車】メルセデス・ベンツ日本がフォルクスワーゲングループジャパンを抜き、16年ぶりに首位になった。中型セダン「Cクラス」や「CLAシューティングブレーク」が好調だった。フォルクスワーゲングループジャパンは全面改良がほとんどなく、昨年9月に米国でディーゼル車の排ガス不正問題が発覚。イメージ悪化で日本の販売も落ち込んだ。BMW傘下の「ミニ」は8年ぶりに全面改良した小型車「クラブマン」などの販売が好調で、シェアを伸ばした。

《白抜きの文字は首位交代》

【自動車総販売】軽自動車税が引き上げられ、軽自動車販売が落ち込んだ。軽自動車市場全体は16・6％減の189万6200台。スズキとダイハツは年間販売首位の座を巡って激しい競争を繰り広げた反動で、ともに総販売が減少した。トヨタ自動車は新型ハイブリッド車「プリウス」の投入でシェアを伸ばしたが、全体的には新型車の発売が少なかった。

【普通トラック】ネット通販の普及で物流需要は高まっている。普通トラック（積載量4㌧以上、中型と大型の合計）の販売台数は1・4％増の8万9321台。6年連続で前年実績を上回ったが伸び率は鈍化した。物流向け主体の大型トラックが4・9％増の5万2714台、建設向けが多い中型トラックが3・4％減の3万6607台。中型トラックは東日本大震災の復興需要が一服した。大型トラック首位の日野自動車が販売台数を伸ばした。いすゞ自動車は15年10月に大型トラック「ギガ」を21年ぶりに全面改良した。

【二輪車】ホンダがシェア半分近くを占める。2位のヤマハ発動機は若年層向けのスポーツバイクやベテランライダー向けの大型車などが好調で、軽二輪と小型二輪の販売を伸ばした。

若い時にバイクに親しんだ中高年が再び乗り出す「リターンライダー」が市場をけん引する。ただ主力の原付き一種の需要が、少子高齢化で減少し、市場全体は縮小した。軽自動車税引き上げで4月から二輪車の維持費は800～2000円高まり、今年の販売への影響が懸念される。

出版

集英社、2位に浮上

【出版】集英社は3位から2位へ2年ぶりに返り咲いた。アニメ化した「暗殺教室」やTV番組で紹介された「キングダム」などが好調だった。首位の講談社はコミックの「七つの大罪」や直木賞を受賞した「流」など幅広い展開で、3年連続の首位となった。スマホやタブレットの普及で電子書籍は拡大するが紙媒体は市場縮小が止まらない。各社はアニメや映画化など多角展開を進めている。

【映画】興行収入は2171億1900万円で4・9％伸びた。00年以降では10年に次ぐ2番目の伸び。首位の東宝は「映画 妖怪ウォッチ 誕生の秘密だニャン！」など邦画でヒットに恵まれた。邦画の興行収入上位10作品のうち、東宝が8つを占めた。3位の東宝東和は15年の洋画興収1位だった「ジュラシック・ワールド」や4位の「ミニオンズ」といったヒットに恵まれた。

【家庭用ゲーム機】首位の任天堂のシェアが大幅に低下。携帯型「ニンテンドー3DS」が普及し、販売台数は前年比36％減と100万台超減った。ソニー・インタラクティブエンタテインメントは普及期を迎えた据え置き型「プレイステーション（PS）4」が1・6倍の127万台を売った。昨年秋の値下げも後押しした。米マイクロソフトの「Xbox One」は低迷続く。販売数は「PS4」の約1％にとどまった。

【家庭用ゲームソフト】販売本数200万本超の大ヒット作は2作品と前年から3作品減った。首位の任天堂は「Wii U」で遊ぶ「スプラトゥーン」が100万本を突破。「スーパーマリオ」シリーズも人気でシェアを伸ばした。カプコンは「モンスターハンターロス」、スクウェア・エニックスは「ドラゴンクエスト」シリーズの派生作品が好調だった。レベルファイブ（福岡市）は「妖怪ウォッチ」シリーズの減速が響き、5位に後退。

【音楽ソフト】CDや音楽BDなど音楽ソフトの販売不振が続く。首位は4年連続でエイベックス・グループ・ホールディングス。人気グループ「三代目J Soul Brothers」が好調だった。レベルファイブ（福岡市）は「妖怪ウォッチ」シリーズの減速が響き、5位に後退。

【音楽ソフト】CDや音楽BDなど音楽ソフトの販売不振が続く。首位は4年連続でエイベックス・グループ・ホールディングス。人気グループ「三代目J Soul Brothers」が好調だった。定額制音楽配信サービスの普及が進むなど市場環境が変わる中、ソニー・ミュージックエンタテインメント、ユニバーサルミュージックを合わせた上位3社で市場の40％を占めた。

【動画サイト】米動画配信大手のネットフリックスが昨年9月に日本で定額配信サービスを始めるなど新規参入が相次いだ。集計方法を変更し、総利用時間は15％近く減ったが、市場は拡大傾向。スマートフォンの動画視聴も増えている。無料で視聴できる動画が多いユーチューブが市場の過半を確保。ドワンゴのニコニコ動画はシェアを1・3㌽落としたが3位以下と差は大きい。

【ポータルサイト】ポータルと検索の主要11サイトの平均月間総訪問回数は減少した。スマホの普及で各社がスマホアプリを投入し使い勝手を改善するなどの強化策を打ち、パソコンでの検索の利用が少なくなっている。前年2位のヤフーがグーグルから首位の座を奪還した。「ヤフー！ニュース」で地方ニュースを拡充。「ヤフー！ショッピング」も商品数を増やし、訪問数の増加に寄与した。

【プロバイダー】動画視聴などで高速通信のニーズが高まり、ADSLから切り替えが進んで市場は拡大。首位のNTTコミュニケーションズはシェアを落とした。ソフトバンクは家電量販店や携帯販売店で光通信とスマホをセットにして販売するプランを積極的に展開、シェアを伸ばした。大手通信各社がスマホ解約防止のためのサービスを提供するなか、ソネットはどの通信会社のスマホユーザーでも契約しやすいプランを提供し、シェアを伸ばした。

【広告】2015年の日本の総広告費は2年連続で6兆円を確保したが、前年比微増にとどまった。テレビ・新聞・雑誌・ラジオの4媒体が2・4％減と落ち込んだが、ネット広告はスマホ向けや動画市場の拡大で10％増に。電通は世界陸上北京大会の広告枠販売や20年の東京オリンピックのスポンサー権の販売も寄与し、微増。博報堂は横ばいだった。

【ホテル】昨年の訪日客は1973万人と前年比47％増え、45年ぶりに日本人出国者数を超えた。首位のプリンスホテルは訪日外国人客の増加を追い風に東京や軽井沢で客室稼働率が高水準に推移。値上げも浸透した。2位の東急グループもユニバーサル・スタジオ・ジャパン（USJ）近くに新規出店するなど店舗網を広げ、東京や大阪などで訪日客を取り込んだ。3位のホテルオークラは「ホテルオークラ東京」建て替えで旧本館を閉鎖しシェアが低下した。

ホテル

訪日外国人客の宿泊が伸びた（新宿プリンスホテル）

「プリンス」都市圏など好調

【国内航空】2015年度の国内定期便の旅客数は14年度比0・9％増の約9606万人。格安航空会社（LCC）の浸透で利用者が増えている。全日本空輸グループは訪日客の取り込みなどで国際線に座席供給を振り向けたこともありシェアを1・3㌽落とした。スカイマークも機材の小型化や不採算路線撤退で座席供給が減少した。

【国内旅行】JTBグループが北陸新幹線の開業を追い風に首都圏で北陸の冬の味覚「カニ」を積極PRするなど需要喚起し、取扱高を伸ばした。ただネット系の旅行会社との競争激化でシェアは低下した。

ネット予約サイト「楽天トラベル」を運営する2位の楽天は唯一シェアを上げた。国の交付金での旅行の代金を割安にできる「ふるさと旅行券」の制度を活用し、販売を伸ばした。3位のKNT―CTホールディングスはネット系の攻勢にシェアを奪われた。

【海外旅行】円安やパリ同時テロなどで需要は低調だった。米エクスペディアやブッキング・ドットコム（オランダ）といった外資系ネット会社の攻勢で、既存大手は苦戦を強いられた。首位のJTBグループは「エアホ」と呼ばれる航空券とホテルを自由に組み合わせるダイナミックパッケージの販売を伸ばした。2位のエイチ・アイ・エス（HIS）はスペインの大聖堂「サグラダ・ファミリア」の借り切り見学ツアーを企画して高齢者層を取り込み、法人営業も強化。取扱高は落としたが、唯一シェアを高めた。

【宅配便】アマゾン・ドット・コムや楽天市場などのネット通販や、「メルカリ」など個人間取引（CtoC）が台頭し市場は拡大した。欧米に比べて日本の電子商取引（EC）化率は低く、潜在成長性も高い。

首位のヤマト運輸が50％近くに迫った。アマゾンとの取引が多く、個人間取引の専用商品を発売するなどEC需要を取り込んだ。佐川急便は不採算取引を見直し、シェアを下げた。3位の日本郵便はファミリーマートで宅配便を受け取れるサービスを始めるなど、利便性を高めてシェアを高めた。

【国際航空貨物】日本発の混載貨物の取扱量は減少。14年は米西海岸の港湾企業の労使交渉で海上輸送が停滞した影響で航空貨物が大幅に伸びたが、15年は反動減。中国経済減速でアジア向けも低調だった。首位の日本通運と2位の近鉄エクスプレスはシェアを下げた。いずれも米国向けの部品輸出が振るわなかった。3位の郵船ロジスティクスは上位2社より貨物量の落ち込み幅が小さく、近鉄エクスプレスに肉薄した。

【リース】消費増税による駆け込み需要と反動減の影響が一巡。政府の省エネ補助金などで中小企業が産業・工作機械への設備投資を増やし、取扱高は2年ぶりに増えた。オリックスは海外向けを強化し、国内の企業向け金融サービスなどが落ち込み、5位に後退。三井住友ファイナンス＆リースは商業施設などの不動産リースなどを伸ばした。

【人材派遣】多くの業界に人手不足が広がり、引き合いが強かった。事務だけでなく技術者や営業などの人材も引き合いが強い。派遣時給も上昇を続けている。

首位のリクルートホールディングス（HD）は海外で事業買収を積極化したが、国内は微増。テンプホールディングス（HD）などは国内同業他社を相次ぎ買収し、シェアを伸ばした。

【クレジットカード】コンビニやスーパーでの少額決済が広がり、ショッピング取扱高は増加した。楽天カードがテレビ広告やポイント付与キャンペーンを強化してカード発行枚数を増やし、5位から3位に浮上した。電子商取引（EC）の楽天市場などと連動した販促も奏功した。

三井住友カードはネットショッピングなどEC向けが増えてシェアを伸ばした。

【ゴルフクラブ】団塊世代の高齢化でゴルフのプレーをしなくなる「2015年問題」が不安視されていたが、前年の消費増税の影響が薄らぎ、市場は回復した。首位のダンロップスポーツは「ゼクシオ」の新シリーズを発売したほか、14年10月に発売したウェッジの新製品も好調だった。ブリヂストンスポーツは直営店を拡大し、イベントを積極的に行うなどしてシェアを伸ばした。

《表の見方》

①シェアの単位は％。カッコ内は同一企業のシェアの前年比変動ポイント、▲は低下。合併などで誕生した新会社については、合併前の旧会社の前年のシェアを合計できる場合に算出した数字と比較した。市場規模のカッコ内は前年比増減率で単位は％、▲は減。
②シェアは小数点第2位を四捨五入した。3社合計の変動ポイントは、前年の上位3社の合計との差。
③品目が黒地は首位交代。―は前年と比較できない場合など。
④0．0はシェアや市場規模がほとんど変化しなかった場合で横ばいとみなした。
⑤市場規模や各社のシェアに業界団体や調査会社の統計を使った場合は出所を記した。複数の有力企業などに日本経済新聞社が取材してまとめた場合は「日経推定」とした。
⑥出所を記した場合のシェア変動ポイントは出所先の数値を採用。
⑦シェアは原則暦年、一部は年度。

《調査方法》
商品・サービスを製造・販売・提供する企業や業界への取材、政府統計などをもとに日本経済新聞社がまとめた。品目によっては信頼性の高いデータをそのまま使い、出所を記した。より実態に合わせるために前年と調査方法を変え、前年の数値を算出し直した品目もある。

《前年調査からの品目の見直し》H形鋼をやめ、宅配便とMVNO、ハム・ソーセージを加えた。

自動車

自動車総販売

①トヨタ自動車	28.7（ 1.6）
②ホンダ	14.4（▲0.9）
③スズキ	12.6（▲1.6）
3社合計	55.7（▲0.9）
④ダイハツ工業	12.1（▲0.6）
⑤日産自動車	11.7（▲0.3）
販売台数	504万6510台（▲9.3）

出所：日本自動車工業会

輸入乗用車

①メルセデス・ベンツ日本	22.8（ 1.8）
②フォルクスワーゲングループジャパン	19.2（▲4.0）
③ビー・エム・ダブリュー	16.2（ 0.5）
3社合計	58.2（▲1.7）
④アウディジャパン	10.3（▲0.5）
⑤ミニ	7.4（ 1.3）
新車販売台数	28万5496台（▲1.6）

出所：日本自動車輸入組合

普通トラック

①日野自動車	37.3（ 1.0）
②いすゞ自動車	33.2（▲1.1）
③三菱ふそうトラック・バス	17.5（ 0.4）
3社合計	88.0（ 0.3）
④UDトラックス	12.1（▲0.2）
販売台数	8万9321台（ 1.4）

出所：日経推定

二輪車

①ホンダ	43.0（▲3.9）
②ヤマハ発動機	27.2（▲1.0）
③スズキ	12.1（▲4.2）
3社合計	82.3（▲9.1）
④川崎重工業	4.8（ 1.4）
⑤ハーレーダビッドソン	2.7（ 0.1）
販売台数	40万6591台（▲6.7）

出所：日経推定

タイヤ

①ブリヂストン	45.4（▲0.1）
②住友ゴム工業	25.5（▲0.4）
③横浜ゴム	16.1（ 0.0）
3社合計	87.0（▲0.5）
④東洋ゴム工業	12.9（ 0.5）
⑤その他	0.1（ 0.0）
ゴム生産量（輸出向けも含む参考値）	105万7570㌧（▲5.7）

出所：シェアは日経推定。ゴム生産量は日本自動車タイヤ協会

ネット・メディア

映画

①東宝	32.9（ 2.5）
②ウォルト・ディズニー・スタジオ・ジャパン	12.5（▲4.0）
③東宝東和	9.6（ 9.1）
3社合計	55.0（▲0.1）
④ワーナー・ブラザーズ映画	4.9（▲3.3）
⑤パラマウント・ピクチャーズ・ジャパン	4.2（ 2.1）
興行収入ベース	2171億1900万円（ 4.9）

出所：全体は日本映画製作者連盟、シェアは日経推計

ポータルサイト

①ヤフー	44.5（ 4.5）
②グーグル（米）	40.5（▲5.5）
③マイクロソフト（米）	7.7（ 0.2）
3社合計	92.7（▲0.4）
④NTTレゾナント	2.7（ 0.1）
⑤ニフティ	1.2（ 0.1）
ポータル・検索の主要11サイトのパソコンからの平均月間総訪問回数の合計	34億9617万回（▲2.2）

出所：コムスコア

動画サイト

①ユーチューブ（米グーグル）	50.3（ 1.2）
②ニコニコ動画（ドワンゴ）	30.4（▲1.3）
③ギャオ！（ヤフー）	5.2（ 0.4）
3社合計	85.9（▲0.4）
④アニチューブ	4.2（ 1.3）
⑤FC2	3.7（▲1.8）
家庭用パソコンからの総利用時間	10億5615万時間（▲14.6）

出所：ニールセン

音楽ソフト

①エイベックス・グループ・ホールディングス	16.7（▲0.4）
②ソニー・ミュージックエンタテインメント	13.1（▲0.8）
③ユニバーサルミュージック	12.2（ 0.0）
3社合計	42.0（▲1.2）
④ジェイ・ストーム	8.2（ 1.2）
⑤キングレコード	7.1（ 0.3）
国内生産額	2866億円（▲0.2）

出所：オリコン

家庭用ゲーム機

①任天堂	53.8（▲7.9）
②ソニー・インタラクティブエンタテインメント	45.9（ 8.6）
③米マイクロソフト	0.3（▲0.7）
3社合計	100.0（ ―）
販売台数	524万9746台（▲11.5）

出所：ファミ通

家庭用ゲームソフト

①任天堂	25.0（ 5.9）
②カプコン	11.2（ 2.9）
③バンダイナムコエンターテインメント	11.0（▲1.6）
3社合計	47.2（▲0.5）
④スクウェア・エニックス	8.8（ 1.8）
⑤レベルファイブ	6.8（▲9.2）
販売本数	3407万8000本（▲14.5）

出所：ファミ通

出版

①講談社	9.4（▲0.5）
②集英社	8.9（ 0.3）
③KADOKAWA	8.6（▲0.6）
3社合計	26.9（▲0.8）
④小学館	5.4（▲0.4）
⑤学研パブリッシング	2.6（▲0.2）
書籍売上高	1兆148億円（▲1.3）

出所：オリコン、雑誌や電子版は含まず

プロバイダー

①NTTコミュニケーションズ	21.1（▲2.4）
②ソフトバンク	11.5（ 1.3）
③ソネット	8.9（ 0.4）
3社合計	41.5（▲0.7）
④ビッグローブ	8.6（ 0.1）
⑤NTTぷらら	7.0（▲0.1）
契約件数	2786万4664件（ 4.5）

出所：全体は総務省、シェアはMM総研

広告

①電通	25.3（ 0.3）
②博報堂	10.8（ 0.0）
③アサツーディ・ケイ	5.0（ 0.0）
3社合計	41.1（ 0.3）
④大広	1.9（ 0.0）
⑤JR東日本企画	1.7（ 0.0）
総広告費	6兆1710億円（ 0.3）

出所：全体は電通、シェアは日経推定

サービス

国内航空

①全日本空輸グループ	40.0（▲1.3）
②日本航空グループ	33.4（ 0.3）
③スカイマーク	6.3（▲0.8）
3社合計	79.7（▲1.8）
④ジェットスター・ジャパン	5.1（ 0.7）
⑤ピーチ・アビエーション	3.3（ 0.7）
国内定期便の旅客数	約9606万人（ 0.9）

出所：全体は国土交通省、シェアは日経推計（年度）

国内旅行

①JTBグループ	24.1（▲0.3）
②楽天	10.5（ 1.3）
③KNT―CTホールディングス	7.9（▲0.4）
3社合計	42.5（ 0.6）
④日本旅行	6.2（ 0.0）
⑤ANAセールス	4.1（▲0.3）
国内取扱高	4兆4434億円（ 8.3）

出所：全体は観光庁、シェアは日経推定

海外旅行

①JTBグループ	25.6（ 0.0）
②エイチ・アイ・エス	17.1（ 0.5）
③阪急交通社	10.0（▲0.6）
3社合計	52.7（▲0.1）
④KNT―CTホールディングス	7.1（▲0.2）
⑤日本旅行	6.0（▲0.4）
取扱高	2兆186億円（▲8.4）

出所：全体は観光庁、シェアは日経推定

ホテル

①プリンスホテル	10.0（ 0.1）
②東急グループ	6.0（ 0.2）
③ホテルオークラ	4.0（▲0.3）
3社合計	20.0（ 0.0）
④阪急阪神第一ホテルグループ	3.9（ 0.1）
④ニュー・オータニ	3.9（ 0.1）
売上高	1兆7300億円（ 5.0）

出所：日経推定

宅配便

①ヤマト運輸	46.7（ 1.3）
②佐川急便	32.3（▲1.2）
③日本郵便	13.8（ 0.2）
3社合計	92.8（ 0.3）
④西濃運輸	3.6（▲0.2）
⑤福山通運	3.3（▲0.1）
取扱個数	37億個（ 3.8）

出所：日経推定

国際航空貨物

①日本通運	21.5（▲0.2）
②近鉄エクスプレス	13.1（▲0.2）
③郵船ロジスティクス	13.0（ 0.5）
3社合計	47.6（ 0.1）
④阪急阪神エクスプレス	6.3（ 0.2）
⑤西日本鉄道	6.0（ 0.2）
日本発の混載貨物の取扱量	90万1554㌧（▲9.4）

出所：全体は航空貨物運送協会。シェアは日経推定

リース

①三井住友ファイナンス＆リース	13.8（ 1.0）
②東京センチュリーリース	12.7（ 0.9）
③三菱UFJリース	11.8（ 0.5）
3社合計	38.3（ 1.6）
④日立キャピタル	10.9（ 0.4）
⑤オリックス	10.4（▲1.7）
リース取扱高	5兆393億円（ 4.4）

出所：日経推定

人材派遣

①リクルートホールディングス	7.4（ 0.3）
②テンプホールディングス	7.2（ 1.8）
③アデコ	2.7（ 0.0）
3社合計	17.4（ 2.1）
④パソナグループ	2.4（ 0.0）
⑤マンパワー	1.6（▲0.1）
年間売上高	5兆5700億円（ 2.4）

出所：厚生労働省「労働者派遣事業報告書」を基に日経推計

クレジットカード

①三菱UFJニコス	12.3（▲0.5）
②三井住友カード	11.7（ 0.1）
③楽天カード	10.0（ 1.1）
3社合計	34.0（▲0.5）
④クレディセゾン	9.9（▲0.2）
⑤イオンフィナンシャルサービス	9.3（▲0.1）
ショッピング取扱高	43兆2237億円（ 6.8）

出所：全体は経済産業省、シェアは日経推定

ゴルフクラブ

①ダンロップスポーツ	21.6（ 0.7）
②アクシネットジャパン	10.9（▲0.3）
③キャロウェイゴルフ	10.0（▲1.0）
3社合計	42.5（▲0.6）
④ブリヂストンスポーツ	9.6（ 0.7）
⑤テーラーメイドゴルフ	9.1（▲1.6）
国内出荷額	894億円（ 1.1）

出所：日経推定

(C)日本経済新聞社 無断複製転載を禁じます。

住友不、湾岸けん引

住友不動産は東京湾岸の大型物件が好調で首位を守った（東京・中央）

マンション

【マンション】建設費の高止まりで販売価格は上昇傾向。新築マンションが高根の花となり、購入を手控える動きが広がった。このためデベロッパー各社は売りに出す戸数を絞っている。

住友不動産は14年に続き2年連続で首位。東京湾岸部などで大型のタワーマンションを大量に販売したことが奏功した。ただ業界全体では新築が売れにくいことから戦略を見直す動きも。野村不動産は販売戸数を追い求めず、利益率重視の路線へかじをきっている。

【戸建て住宅】順位に変化はなかった。会社別の販売シェアは一条工務店を除いてわずかに減ったが、減少率は1ポイント未満にとどまる。

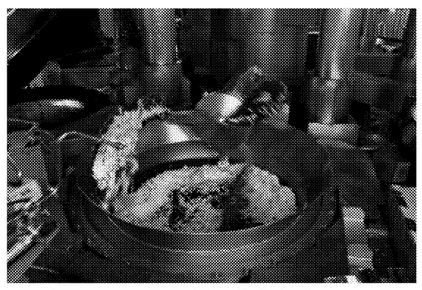
戸建て業界は長らく大手10社でもシェアが3割程度にすぎず、残りは地方の住宅会社や工務店が占めている。単価の高い大手に比べ、割安な地方工務店などがわずかに販売を伸ばしたことが影響した可能性もある。

【木造住宅用アルミサッシ・ドア】消費増税後の反動減から回復し新設着工戸数が増加に転じたものの、リフォームの成長は鈍い。国内出荷量は減少が続いた。

上位3社が大半を占める構図や順位は変わらず。11年にトステム、新日軽など5社が統合したLIXILグループが首位を維持した。YKKAPは樹脂窓が増えたため、サッシ向けの出荷量が減ったが、半日で取り換えられるリフォーム用ドアが貢献した。三協立山は暴風雨に強い新製品の窓で健闘した。

冷凍食品

マルハニチロ首位



マルハニチロの工場で作られるチャーハン。米飯類が好調だった（山形県大江町）

【冷凍食品】マルハニチロが初めて首位に立った。麺や米飯類といったほか、農薬混入事件の主食用の販売が好調だった旧アクリフーズ群馬工場が14年後半に再稼働し、売り上げを押し上げた。14年まで8年連続で首位だったニチレイは2位に落ちた。冷凍チャーハンなどが好調で14年比約2%増だったが、業務用商品の改廃などでシェアを落とした。

【アイスクリーム】販売額は3年連続で過去最高を更新。数量ベースでは0・7%増とほぼ横ばいだったが、14年度に相次いだ各社の値上げが通年で寄与した。コンビニを中心に中価格帯商品の売れ行きもよかった。ロッテの「爽」、江崎グリコの「ジャイアントコーン」など上位各社の主力商品が売り上げのけん引役になった。

【チョコレート】15年の生産額は3・7%増と堅調。大人向けの高単価商品が市場をけん引した。明治の「チョコレート効果」や4位森永製菓の「カレ・ド・ショコラ」は健康効果があるとされるカカオ分を多く含み、50歳代以上を取り込んだ。2位のロッテが乳酸菌を配合した新商品を投入し、女性を中心に支持を広げた。

【婦人下着】国内販売額は減少。消費増税以降、節約志向が続いているため市場は縮小気味だ。暖冬で秋冬シーズン向けインナーの売り上げも不調だった。ワコールHDは15年に買収した水着大手、三愛（東京・渋谷）の下着事業が売り上げに貢献した。インバウンド消費は都心の百貨店で増えたが、日本人の中間所得層の消費は低迷、市場全体を引き上げるには不十分だった。

【化粧品】インバウンド需要増で市場が拡大。首位の資生堂は14年までのシェア低下傾向に歯止めをかけた。「エリクシール」や「マキアージュ」など重点ブランドが伸びた。2位のカネボウ化粧品は13年に起きた白斑問題の影響がようやく薄れ、シェアを回復。コーセーは「雪肌精」や「コスメデコルテ」など主力ブランドが国内外の消費者に人気だった。

【シャンプー・リンス】国内出荷額は減少。首位の花王は主力商品「メリット」に新ラインを投入したほか、中高年向け「セグレタ」の改良で髪にボリュームを与える機能が支持された。P&Gジャパンは横ばい。ユニリーバ・ジャパンは昨年「ラックス」のノンシリコンタイプを発売したが、昨年ほどのシェア拡大にはつながらなかった。資生堂は「TSUBAKI」を刷新し、シェアを上げたが、順位の入れ替えには至らなかった。

【即席めん】2015年1月に日清食品など大手が原材料費の高騰のため、値上げを実施したが、市場は堅調に推移した。日清食品はリニューアルした「カップヌードルシリーズ」の販売が好調。東洋水産もカップ麺「マルちゃん正麺カップ」が好評だった。サンヨー食品も袋めんの主力ブランド「サッポロ一番」が好調だった。

【衣料用合成洗剤】国内出荷額は横ばい。大手が洗浄力を高めた技術力でシェアを上げる傾向が強まっている。花王は「濃縮液体タイプの「アタックネオ」を発売し、シェアが拡大。P&Gジャパンも「アリエール」で抗菌力を高めたタイプを投入したが、主力のジェルボールタイプがやや苦戦。ライオンはすすぎ回数の少ない濃縮液体タイプで訴求した。

【歯磨き】中高年が機能性の高い高価格商品を支持している。ライオンは歯ぐきの細胞を活性化する効果が見込める「システマ」シリーズや「デントヘルス」が好調、子供から若年層までカバーする「クリニカ」ブランドも貢献した。2位の花王は口内トラブル対策の「ピュオーラ」の刷新が奏功した。

【婦人服】消費者の節約志向や暖冬で冬物衣料の売れ行きが振るわず、販売額は減った。首位のオンワードホールディングスは主力ブランド「23区」「自由区」は横ばいだったが、「組曲」「ICB」が前年を下回った。ワールドは「アニマ」など6ブランドを終了、多くの店舗を閉じる構造改革を実施。上位5社で唯一シェアを高めたアダストリアは新規出店効果で主力ブランドの売り上げが伸びた。

【ハム・ソーセージ】15年10月に世界保健機関（WHO）傘下の機関が加工肉に発がん性があるとの見解を示したことが影響して歳暮期の贈答品需要が低迷、市場全体を引き下げた。

日本ハムは総菜向けなど業務用で大型商品の投入が遅れ、シェアを落とした。伊藤ハムは業務用の伸長でシェアを高め、日本ハムに迫った。丸大食品はギフト向けの販売減が響きシェアは微減。プリマハムは主力ウインナー「香薫」が好調を維持。今春に伊藤ハムと経営統合した5位の米久も創業50周年キャンペーンなどが押し上げ、それぞれシェアを高めた。

後発医薬品

超大型薬、なお拡大へ

【後発医薬品】15年6月に後発薬の普及目標を政府が引き上げ、新薬からの置き換えが進む。年間売上高が1千億円を超える大型医薬品の降圧剤「ディオバン」などに加え、抗血小板剤「プラビックス」の後発薬が登場、市場をけん引した。トップ3は沢井製薬、日医工、東和薬品で変わらず。16年も超大型の抗精神病薬「ジプレキサ」の後発薬販売で市場はさらに拡大する見通しだ。

【医療用医薬品】市場は引き続き拡大、薬価ベースで初めて10兆円を超えた。ただし政府の後発薬普及政策で新薬メーカーのシェアは伸び悩んでいる。上位5社の順位に変動はなかったが、3位までの各社はシェアを落とした。武田薬品工業は、降圧薬の「ブロプレス」や消化管潰瘍薬の「タケプロン」が、後発薬の攻勢によりシェアが落ち込んだ。4位の中外製薬は抗がん剤「アバスチン」などが好調、5位のファイザーは鎮痛薬「リリカ」が伸び、シェアを維持した。

【総合感冒薬】消費増税の反動減がなくなり国内市場は回復。「パブロン」ブランドを販売する大正製薬は首位を維持したが、販売額が減少し、シェアを落とした。「ベンザブロック」を扱う3位の武田薬品工業も販売額が横ばいでシェアが低下。「ルルアタック」を手掛ける2位の第一三共ヘルスケアは新商品販売もあり伸長。「エスタック」のエスエス製薬も新製品投入で販売が伸び、全薬工業を抜いて4位となった。

【育毛剤・発毛剤】各社のCM戦略などが功を奏し、市場の認知度が拡大。上位ブランドは安定しており、順位に変動はなかった。

【ドリンク剤・ミニドリンク剤】顧客の中心だった団塊世代が現役を引退「エナジードリンク」の台頭もあり、市場は減少傾向が続く。「リポビタン」シリーズを手掛ける大正製薬は下半期に販売が持ち直したが、シェアは低下。2位の佐藤製薬は「ユンケル黄帝液」シリーズの新製品を投入、3位の武田薬品工業は「アリナミン」ブランドの新CMの効果が出た。「ヘパリーゼ」ブランドのゼリア新薬は、同名の清涼飲料水ブランドが好調、ブランド全体の認知度向上につながり、5位にくい込んだ。

「リアップ」ブランドを手掛ける大正製薬はブランド全体の販売額を増やすなど好調だったが、シェアは減少。一方、「サクセス」ブランドの花王と、「アデノゲン」ブランドの資生堂はそれぞれシェアを拡大。資生堂はマッサージ効果のある新製品の投入が奏功した。

【ビール系飲料】ビールと発泡酒、第三のビールを合わせたビール系飲料の出荷量は11年連続の前年割れで、過去最低。缶チューハイやワインを好む人が増えている。ただ、クラフトビールのブームなど本格的な味わいを求める動きも。ビールだけでみると出荷量が19年ぶりに増えた。シェアはアサヒビールが6年連続で首位だが、キリンビールが「一番搾り」の販売を伸ばし、6年ぶりにシェアを伸長。サッポロビールは第三のビールの不振が響いた。

【第三のビール】安さが売りだった第三のビールだが、出荷量は2年連続で縮小。競争の焦点は「価格」から「機能性」に移っている。キリンビールが糖質とプリン体の双方の含有量をゼロにした「のどごしオールライト」を発売。サントリービールは「金麦」ブランドで糖質を75%カット、アサヒビールは「クリアアサヒ」で糖質ゼロの製品を販売し、対抗する。上位3社がシェアを伸ばした一方、サッポロビールは新製品が少なく、シェアを落とした。

【ウイスキー】ハイボール人気の定着に加え、14年秋～15年春に放送されたテレビドラマ「マッサン」の影響が続き、市場が拡大。ドラマのモデルとなったニッカウヨイスキーを傘下に持つアサヒビールはシェアを伸ばした。ただ、国産ウイスキーは市場の急拡大で原酒不足が続く。サントリースピリッツは買収した米ビームサントリーの「ジムビーム」販売を強化。各社は熟成年数の浅い製品の拡販でしのぐ。

【ワイン】チリ産など低価格で高品質なワインの輸入が拡大し、販売量は過去最高を更新。数量はわずかだが、国産ブドウを使った日本ワインへの評価も高まっている。アサヒビールは500円前後のチリ産ワイン「アルパカ」のヒットもあり、売り上げを伸ばした。シェア首位だったメルシャンは輸入ブドウ果汁を使って醸造する国産ワインなどが伸び悩み、シェアを落とした。

【清涼飲料】国内販売量は微増。秋以降の好天で10月から12月にかけては伸びたが、依然として消費増税後の消費を抑える傾向が続いた。2位のサントリー食品インターナショナルは特定保健用食品の「伊右衛門特茶」や「黒烏龍茶」などが好調で全体の販売量では3%伸ばした。3位のアサヒ飲料は大塚製薬との自販機相互販売による「ワンダ」ブランドの売り上げ拡大が大きく寄与した。5位のキリンビバレッジは「午後の紅茶」のレギュラー3品のリニューアルが功を奏した。

住建

マンション

①住友不動産	6.9（▲0.7）
②野村不動産	5.8（0.0）
③三井不動産レジデンシャル	5.5（▲0.1）
3社合計	18.2（▲1.5）
④三菱地所レジデンス	5.1（▲1.3）
⑤大和ハウス工業	3.5（0.7）
全国の新築マンション発売戸数	7万8089戸（▲6.1）

出所：不動産経済研究所

戸建て住宅

①飯田グループホールディングス(GHD)	9.4（▲0.7）
②積水ハウス	3.3（▲0.4）
③一条工務店	2.9（0.0）
3社合計	15.6（▲1.1）
④旭化成ホームズ	2.5（▲0.1）
⑤積水化学工業	2.2（▲0.3）
着工戸数	41万8302戸（2.2）

出所：全体は国土交通省「新設住宅着工戸数」、シェアは各社販売戸数から日経推定

木造住宅用アルミサッシ・ドア

①LIXILグループ	47.9（▲0.7）
②YKKAP	34.2（0.6）
③三協立山	17.7（0.1）
3社合計	99.8（0.0）
国内出荷量	13万9407トン（▲6.6）

出所：全体は経済産業省、シェアは日経推定

生活・食品

アイスクリーム

①ロッテ	17.1（0.1）
②江崎グリコ	12.8（0.4）
③森永乳業	11.3（▲0.3）
3社合計	41.2（0.2）
④ハーゲンダッツ　ジャパン	10.4（0.1）
⑤明治	10.0（▲0.1）
国内販売額（出荷ベース）	4647億円（6.4）

出所：全体は日本アイスクリーム協会、シェアは日経推定

チョコレート

①明治	25.8（▲0.6）
②ロッテ	21.2（▲0.1）
③江崎グリコ	10.9（0.6）
3社合計	57.9（▲0.1）
④森永製菓	9.2（▲0.3）
⑤ネスレ日本	6.4（0.2）
生産額	3640億円（3.7）

出所：全体は全日本菓子協会、シェアは日経推定

即席めん

①日清食品	43.3（0.7）
②東洋水産	24.6（0.0）
③サンヨー食品	15.0（0.1）
3社合計	82.9（0.8）
④明星食品	8.0（0.0）
④エースコック	8.0（0.0）
国内生産量	56億4492万食（4.3）

出所：全体は日本即席食品工業協会、シェアは日経推定

冷凍食品

①マルハニチロ	22.2（0.6）
②ニチレイ	21.8（▲0.2）
③テーブルマーク	11.8（0.1）
3社合計	55.8（0.5）
④味の素冷凍食品	11.0（0.0）
⑤日本水産	8.3（0.2）
国内出荷額＝国内生産＋冷凍野菜輸入＋調理冷凍食品輸入	1兆156億円（2.8）

出所：全体は日本冷凍食品協会、シェアは日経推定

ハム・ソーセージ

①日本ハム	18.3（▲1.6）
②伊藤ハム	17.2（1.2）
③丸大食品	15.0（▲0.1）
3社合計	50.6（▲0.5）
④プリマハム	12.5（0.3）
⑤米久	8.2（0.3）
焼き豚含む国内生産数量＋輸入量	60万5922トン（▲1.3）

出所：全体は日本ハム・ソーセージ工業協同組合

後発医薬品

①沢井製薬	12.0（0.2）
②日医工	11.9（0.3）
③東和薬品	7.5（0.3）
3社合計	31.4（0.7）
④Meiji Seikaファルマ	4.8（0.9）
⑤日本化薬	4.0（0.3）
後発医薬品販売額（薬価ベース）	1兆4000億円（16.0）

出所：日経推計

医療用医薬品

①武田薬品工業	6.4（▲0.6）
②アステラス製薬	6.1（▲0.3）
③第一三共	5.8（▲0.2）
3社合計	18.3（▲1.1）
④中外製薬	4.4（0.0）
⑤ファイザー	4.4（0.1）
国内販売額（薬価ベース）	10兆5979億円（6.2）

出所：米IMSヘルス

総合感冒薬

①大正製薬	28.0（▲0.5）
②第一三共ヘルスケア	19.9（1.3）
③武田薬品工業	13.0（▲0.2）
3社合計	60.9（0.6）
④エスエス製薬	6.6（1.4）
⑤全薬工業	5.1（▲0.4）
販売額	929億円（3.9）

出所：日経推定

育毛剤・発毛剤

①大正製薬	57.6（▲0.1）
②花王	16.0（0.9）
③資生堂	5.1（0.2）
3社合計	78.7（1.0）
④第一三共ヘルスケア	4.7（0.0）
⑤加味乃素本舗	3.6（0.0）
販売額	353億円（3.3）

出所：日経推定

ドリンク剤・ミニドリンク剤

①大正製薬	38.5（▲0.6）
②佐藤製薬	11.0（0.1）
③武田薬品工業	8.3（0.3）
3社合計	57.8（▲0.2）
④大鵬薬品工業	6.7（0.1）
⑤ゼリア新薬工業	3.8（0.1）
販売額	1800億円（▲0.6）

出所：日経推定

清涼飲料

①コカ・コーラグループ	27.1（▲0.8）
②サントリー食品インターナショナル	21.0（▲1.8）
③アサヒ飲料	13.3（0.3）
3社合計	61.4（▲2.3）
④伊藤園	11.5（▲0.7）
⑤キリンビバレッジ	11.1（0.5）
国内販売量	18億4900万ケース（1.8）

出所：日経推定

ビール系飲料

①アサヒビール	38.2（0.0）
②キリンビール	33.4（0.2）
③サントリービール	15.7（0.3）
3社合計	87.3（0.5）
④サッポロビール	11.8（▲0.5）
⑤オリオンビール	0.9（0.0）
国内出荷量	4億2492万ケース（▲0.5）

出所：ビール大手5社

第三のビール

①キリンビール	33.7（0.6）
②サントリービール	28.0（0.6）
③アサヒビール	26.7（1.1）
3社合計	88.4（2.3）
④サッポロビール	10.7（▲2.3）
⑤オリオンビール	1.0（0.1）
国内出荷量	1億4856万ケース（▲1.7）

出所：ビール大手5社

ウイスキー

①サントリースピリッツ	56.3（▲2.2）
②アサヒビール	27.8（2.0）
③キリンビール	5.6（▲0.2）
3社合計	89.7（▲0.4）
国内販売量（課税・通関ベース）	13万8305キロリットル（18.0）

出所：全体は課税・通関統計、シェアは日経推定

ワイン

①メルシャン	17.5（▲0.7）
②サントリーワインインターナショナル	14.8（▲0.3）
③アサヒビール	7.0（1.0）
3社合計	39.3（0.0）
④サッポロビール	4.4（▲0.4）
⑤キッコーマン	1.8（▲0.2）
国内販売量（課税・通関ベース）	38万8968キロリットル（4.8）

出所：全体は課税・通関統計、シェアは日経推定

ミネラルウオーター

①サントリー食品インターナショナル	36.8（6.3）
②コカ・コーラグループ	23.3（4.1）
③キリンビバレッジ	15.3（2.4）
3社合計	75.4（12.8）
④アサヒ飲料	10.3（1.7）
⑤伊藤園	2.8（0.5）
国内販売量＋輸入量	338万7400キロリットル（3.9）

出所：全体は日本ミネラルウォーター協会、シェアは飲料総研

婦人服

①オンワードホールディングス	3.9（▲0.1）
②ワールド	3.3（▲0.1）
③TSIホールディングス	2.6（▲0.3）
3社合計	9.8（▲0.5）
④アダストリア	2.5（0.4）
⑤イトキン	1.4（▲0.1）
国内販売額	5兆3183億円（▲3.5）

出所：日経推定

婦人下着

①ワコール	41.0（2.5）
②トリンプ・インターナショナル・ジャパン	13.0（0.1）
③グンゼ	3.9（0.5）
3社合計	57.9（3.1）
④シャルレ	3.1（0.2）
⑤セシール	3.0（0.2）
国内販売額	3179億円（▲2.9）

出所：日経推計

衣料用合成洗剤

①花王	38.5（0.1）
②ライオン	29.6（▲0.2）
③P&Gジャパン	26.0（▲0.4）
3社合計	94.1（▲0.5）
国内出荷額	1817億5200万円（0.0）

出所：全体は日本石鹸洗剤工業会、シェアは日経推計

歯磨き

①ライオン	28.9（0.4）
②花王	21.3（0.3）
③サンスター	16.0（▲1.0）
3社合計	66.2（▲0.3）
④アース製薬	13.0（1.0）
⑤第一三共	6.0（0.0）
国内出荷額	1224億円（5.1）

出所：全体は日本歯磨工業会、シェアは日経推計

シャンプー・リンス

①花王	24.7（0.1）
②P&Gジャパン	19.5（0.0）
③ユニリーバ・ジャパン	16.2（0.2）
3社合計	60.4（0.3）
④資生堂	14.7（1.0）
国内出荷額	2159億8500万円（▲2.0）

出所：全体は経済産業省、シェアは日経推定

化粧品

①資生堂	21.0（0.8）
②カネボウ化粧品	15.0（0.3）
③コーセー	14.0（1.0）
3社合計	50.0（2.1）
④ポーラ・オルビスホールディングス	11.0（0.5）
⑤花王ソフィーナ	7.0（0.0）
（市場規模の種類）	1兆2918億700万円（1.9）

出所：全体は経済産業省、シェアは日経推定

《白抜きの文字は首位交代》

ミネラルウオーター

フレーバー人気 サントリー強い

【ミネラルウオーター】品インターナショナルの「南アルプスの天然水&ヨーグリーナ」など、果汁などで味をつけた「フレーバーウオーター」が、けん引した。備蓄意識の高まりから大型ペットボトルのまとめ買い需要も増えた。アサヒ飲料は「富士山のバナジウム天然水」の自販機取り扱いを拡大し前年比で1・9倍と好調だった。

【ビール系飲料】ビールと発泡酒、第三のビールを合わせたビール系飲料の出荷量は11年連続の前年割れで、過去最低。缶チューハイやワインを好む人が増えている。ただ、クラフトビールのブームなど本格的な味わいを求める動きも。ビールだけでみると出荷量が19年ぶりに増えた。シェアはアサヒビールが6年連続で首位だが、キリンビールが「一番搾り」の販売を伸ばし、6年ぶりにシェアを伸長。サッポロビールは第三のビールの不振が響いた。

【第三のビール】安さが売りだった第三のビールだが、出荷量は2年連続で縮小。競争の焦点は「価格」から「機能性」に移っている。キリンビールが糖質とプリン体の双方の含有量をゼロにした「のどごしオールライト」を発売。サントリービールは「金麦」ブランドで糖質を75%カット、アサヒビールは「クリアアサヒ」で糖質ゼロの製品を販売し、対抗する。上位3社がシェアを伸ばした一方、サッポロビールは新製品が少なく、シェアを落とした。

【ウイスキー】ハイボール人気の定着に加え、14年秋～15年春に放送されたテレビドラマ「マッサン」の影響が続き、市場が拡大。ドラマのモデルとなったニッカウヨイスキーを傘下に持つアサヒビールはシェアを伸ばした。ただ、国産ウイスキーは市場の急拡大で原酒不足が続く。サントリースピリッツは買収した米ビームサントリーの「ジムビーム」販売を強化。各社は熟成年数の浅い製品の拡販でしのぐ。

【ワイン】チリ産など低価格で高品質なワインの輸入が拡大し、販売量は過去最高を更新。数量はわずかだが、国産ブドウを使った日本ワインへの評価も高まっている。アサヒビールは500円前後のチリ産ワイン「アルパカ」のヒットもあり、売り上げを伸ばした。シェア首位だったメルシャンは輸入ブドウ果汁を使って醸造する国産ワインなどが伸び悩み、シェアを落とした。

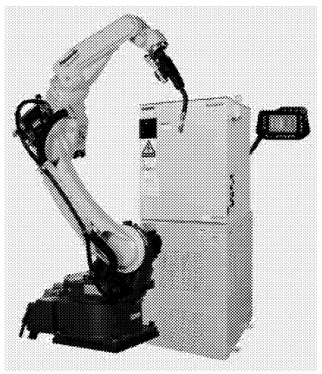
【清涼飲料】国内販売量は微増。秋以降の好天で10月から12月にかけては伸びたが、依然として消費増税後の消費を抑える傾向が続いた。2位のサントリー食品インターナショナルは特定保健用食品の「伊右衛門特茶」や「黒烏龍茶」などが好調で全体の販売量では3%伸ばした。3位のアサヒ飲料は大塚製薬との自販機相互販売による「ワンダ」ブランドの売り上げ拡大が大きく寄与した。5位のキリンビバレッジは「午後の紅茶」のレギュラー3品のリニューアルが功を奏した。

(C)日本経済新聞社 無断複製転載を禁じます。

パナソニック躍進

国内シェア102品目

（1面参照）



パナソニックの溶接ロボットシステム。自動車向けなどが堅調だった

産業用ロボット

【産業用ロボット】昨年3位だったパナソニックが首位を獲得。自動車向けの溶接ロボットのほか、電子部品をプリント基板に載せる際に使う実装機も堅調だった。安川電機は食品などの一般産業分野で小型ロボットの売り上げを増やしたが、首位を明け渡した。5位の不二越も小型ロボットが好調だった。産業機械向けで受注を獲得し、シェアを拡大した。

市場規模は、人手不足や人件費の高騰を背景に拡大した。政府の導入支援策も後押しした。

【船舶】大型タンカーが減ったことなどで国内の船舶建造量は減少した。1位の今治造船は大型コンテナ船の連続建造などがあった。2位のジャパンマリンユナイテッド（JMU）は統合から3年半が経過し、建造する船種の幅を広げている。上位4社は変わらなかったが、前回6位の三井造船が5位に浮上した。前回5位の三菱重工業は工数の掛かる客船や液化天然ガス（LNG）運搬船があり、引き渡しが年をまたいだことなどから建造量が減った。

【油圧ショベル】13年の排ガス規制強化に伴う駆け込み需要の反動などで、出荷台数は引き続き減少傾向。6年連続首位のコマツを含めたトップ3社が占める台数の割合は2年ぶりに減少した。各社が国内販売に苦戦しシェアを縮めるなか、3位のコベルコ建機は主要5社のなかで唯一シェアが伸長した。各社主力の油圧ショベルは国内需要が縮小しているが、同社は建設物解体など拡大する需要に向けた応用製品に転換。販売減を小幅にとどめた。

【フォークリフト】国内販売台数は6年連続で増加。ディーゼルエンジン搭載機種への排ガス規制が強化され、各社駆け込み需要で販売台数を伸ばした。豊田自動織機はシェアが微減となったが、50年連続の首位。2位のニチユ三菱フォークリフトは4位のユニキャリアを4月傘下に収め、三菱重工フォークリフト&エンジン・ターボホールディングス（M—FET）として再スタート。首位の背中を追う。

【腕時計】市場規模は拡大。インバウンド需要の恩恵で、中・高価格帯モデルを中心に日本製時計の販売は好調に推移した。上位の順位は変動なし。カシオ計算機は主力製品「Gショック」の出荷が過去最高で、全体の伸びをけん引した。2位のシチズン時計は訪日観光客の購入増などで出荷量が増えた。3位のセイコーウオッチはシェアをやや落としたものの、「グランドセイコー（GS）」など高級腕時計は好調だった。

超硬工具

三菱マテが大幅拡大

【超硬工具】首位は三菱マテリアルに交代した。2015年4月に子会社化した三菱日立ツールの出荷額が加算され、シェアを大幅に拡大したタンガロイは自動車向けの需要が減少したが、航空機向けを獲得し、シェアを維持した。市場規模は縮小。中国経済の減速が影響し、建機などのインフラや電子部品向けの需要減少が響いた。

【マシニングセンター】政府の補助金効果などで市場規模は拡大。国内の工作機械受注額はリーマン・ショック後で過去最高を更新した。

ファナックはスマートフォンの筐体を加工するロボドリルの需要が夏ごろから減速、シェアは落としたが、首位は守った。順位を2つ上げたオークマは大型機の受注を拡大した。牧野フライス製作所も金型や航空機向けの受注を拡大し、シェアを伸長。DMG森精機は国内外で生産品目を見直し、国内生産額が減少したとみられる。

【NC旋盤】首位のヤマザキマザックは新しい数値制御（NC）装置を搭載した機械の販売が好調だった。ただ、上位3社はいずれも生産額を増やしたが、市場の成長率に届かなかった。ツガミは上期にスマートフォン関連が好調。自動車業界の顧客も開拓し、生産額を増加させた。

市場規模は国内の工作機械受注額の増加を背景に拡大。政府の補助金政策や老朽化設備の更新需要が後押しした。為替が円安に推移し、製造業の国内回帰も影響した。

【プラスチック射出成型機】首位のファナックと2位の住友重機械工業はスマートフォン向け小型機が強い。上期に中国でスマホ関連の需要が活発だったため、台数を伸ばした。日本製鋼所や東洋機械金属は自動車向けの受注を獲得し、シェアを拡大した。

市場規模は国内や北米の自動車向けが好調で拡大。特に国内は自動車や電機で生産の国内回帰が進んだことが影響した。

風力発電機

シーメンス初の首位

【風力発電機】独シーメンスが初めて日本で首位に立った。ユーラスエナジーホールディングスが秋田で運転開始した発電所に17基を納入した。日立製作所は2位に転落したが、中部電力子会社などが出資する三重県の発電所向けなどで実績を積み上げた。3位には14年に日本市場での受注活動を再開した米ゼネラル・エレクトリック（GE）が入った。

新規導入は2014年度よりも3割少ない。環境影響評価を経て着工に入る大規模風力発電所は多いが、一部の発電所の運転開始がずれ込んだ。

【風力発電量】国内の風力発電能力は15年3月末比17万キロワット増え、300万キロワットを突破したが、開業がずれ込んだ大型発電所があり、成長ペースは鈍化。上位各社の順位は変わらなかった。

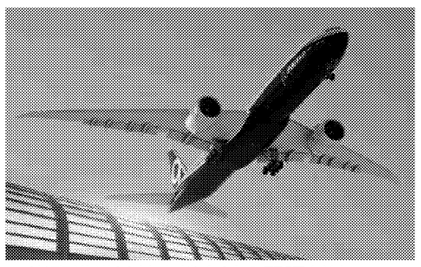
首位のユーラスエナジーホールディングスは5月に静岡県、12月に秋田県に新たな発電所を開業、シェアを伸ばして首位を維持。JパワーとJ日本風力開発は、15年度の新規開業がなくシェアは低下した。4位のエコ・パワーは秋田県の風力発電所に風車を増設、能力は微増したもののシェアは低下した。

【ガソリン】国内の石油業界は少子化やエコカーの普及で年2～3%ずつ需要減が続く。元売り各社は供給能力の削減を進めてきたが、収益環境は改善していない。

こうした状況を打開するため、JXホールディングス（HD）と東燃ゼネラル石油、出光興産と昭和シェル石油がそれぞれ経営統合に向けて準備中。製油所などの統廃合に加え、収益度外視の販売競争に歯止めがかかると期待されるが、6月末に出光の創業家が昭シェルとの合併に反対を表明。再編の先行きに不透明感が強まっている。

【太陽電池】買い取り価格引き下げで大規模太陽光発電所（メガソーラー）の新設が減り、出荷量は大きく減少。各社は住宅向けに軸足を移している。海外勢の価格攻勢で、シャープや京セラなどの日本メーカーはシェアを縮小した。

3位にはカナディアン・ソーラー（カナダ）が浮上。太陽電池の供給だけでなく、発電所の設計・建設まで手掛ける戦略が奏功した。韓国のハンファQセルは販売代理店との連携が寄与し、5位に入った。



炭素繊維は航空機向けの堅調が続く（東レが炭素繊維を供給する米ボーイングの次世代旅客機）

炭素繊維

東レが好調続く

【炭素繊維】首位の東レがシェアを拡大した。2015年3月に愛媛で炭素繊維の生産能力を増強した。14年11月に石川で炭素繊維を樹脂で固めた「プリプレグ」と呼ぶシート状の製品の新ラインが稼働したことも伸びに貢献。三菱レイヨンも15年2月にエアバス機のエンジン向けの出荷が始まったことが出荷額を押し上げた。シェアは落としたが帝人も航空機向けなどで堅調に事業を拡大。市場拡大を背景に3社とも出荷額の増加率は2桁となったもようだ。航空機と自動車向けは好調だったが、天然ガスに使う圧力容器向けは想定を下回った。

【粗鋼】生産量は3年ぶりのマイナス。リーマン・ショック後の09年以来の低水準だった。国内で自動車や建設の需要が伸び悩み、年後半にかけ輸出も低調になった。中国の過剰生産の影響で日本の主要な輸出先である東南アジアに中国製の安い鋼材があふれ、市況が悪化、採算の確保が難しくなっている。

首位の新日鉄住金は在庫調整を優先し、減産を続けたためシェアを落とした。JFEスチールはアフリカなど遠隔地への輸出を増やした。建材が主力の電炉大手の東京製鉄は国内の建設需要が低調でシェアを落とした。

《白抜きの文字は首位交代》

【衛生用紙】ティッシュペーパーやトイレットペーパーは生活必需品で堅調だ。インバウンド増加によるホテル向けの供給なども需要を下支えした。首位の大王製紙はシェアを拡大。保湿成分入りのティッシュや消臭機能付きトイレットペーパーなど高機能商品が好調。15年9月に標準品のティッシュの生産ラインが新たに稼働し、シェアの伸びに貢献した。

【セメント】国内需要は2年連続で前年割れ。民需は消費増税後の反動が減り、回復の兆しが見えたが、世界経済の不透明感もあり伸び悩んだ。

建設現場の人手不足で発注済み工事が遅れ、公共工事向けも鈍った。首位の太平洋セメントは北海道、中国、近畿でシェアを低下。3位の住友大阪セメントは地盤の東海でシェアを伸長。宇部三菱セメントは東海でシェアを落としたが、その他の地区では横ばい、もしくは微増となった。

【印刷・情報用紙】電子媒体の台頭などで市場の縮小が止まらない。新聞の折り込みチラシの減少も影響。2014～15年に各社は需要減や原燃料価格の上昇を受けて製品の値上げを進めた。上位の日本製紙や王子ホールディングス（HD）に対し、受注を優先して価格を抑えた下位に需要が流れてシェアが変動したとみられる。機能性が高い感熱紙などは新興国での需要が高く、王子HDは三菱製紙と連携して輸出を増やし、事業拡大を目指している。

【板ガラス】市場規模は減少が続く。低調な住宅着工の影響などで建築用ガラスの需要減が響いた。一方、円安で中国などからの輸入が減り3社合計のシェアは高まった。旭硝子は国内需要を深掘りするため、省エネ効果が高い複層ガラスの販売や開発に注力し、首位を堅守。日本板硝子も高機能ガラスの販売が好調。アルミを使う自動車向けパネル材も増えた。

【アルミ圧延品】生産量はマイナスに転じたが、高水準の目安となる200万トンを2年連続で上回った。アルミサッシなどに使う住宅向けの押し出し品が減少。ボトル缶の普及で飲料向けは堅調。アルミを使う自動車向けパネル材も増えた。

【ステンレス鋼】生産量は3年ぶりのマイナス。中国の過剰生産の影響で、行き場をなくした韓国や台湾のメーカーからの輸入が汎用品を中心に増加。汎用品の国内生産の採算が厳しくなった。鉄に添加する主要原料のニッケル価格が下がったことも買い控えにつながったとみられる。

汎用品比率が高い日新製鋼のシェアが低下。半導体製造装置向け厚板など高付加価値品が得意な新日鉄住金ステンレスや、自動車向けが主力のJFEスチールは相対的にシェアを伸ばした。

【エチレン】原油安や円安・ドル高が追い風となり、エチレン生産量は3・5%増えた。15年5月に住友化学（5位圏外）が千葉県のエチレン設備を停止して単独での国内生産から撤退したことも重なり、他社は軒並み生産量を伸ばした。1位の三井化学、2位の三菱化学の順位は14年と変わらず。生産量が100万トンを上回ったのは2社だけだった。

3位は丸善石油化学から出光興産に交代。出光興産は生産量が前年比10%増と全体を上回る伸びに。化学品メーカーからの需要が好調だった。

機械

超硬工具

①三菱マテリアル	18.8（ 4.3）
②住友電気工業	16.6（ 0.3）
③タンガロイ	11.7（ 0.0）
3社合計	47.1（ 4.6）
④京セラ	11.4（ 0.4）
⑤OSG	6.6（ 0.5）
出荷額－輸出額	2229億円（▲1.6）

出所：日本機械工具工業会、シェアは日経推定

油圧ショベル

①コマツ	24.3（▲3.5）
②日立建機	20.8（▲0.8）
③コベルコ建機	19.9（ 1.5）
3社合計	65.0（▲2.5）
④キャタピラージャパン	15.2（▲2.5）
⑤住友建機	11.9（▲0.4）
国内出荷台数	2万5471台（▲28.9）

出所：全体は日本建設機械工業会、シェアは日経推計

フォークリフト

①豊田自動織機	46.8（▲0.2）
②ニチユ三菱フォークリフト（現・M—FET）	20.7（ 1.7）
③コマツ	13.1（ 1.2）
3社合計	80.6（ 0.3）
④ユニキャリア（現・M—FET）	13.4（▲0.4）
⑤住友ナコマテリアルハンドリング（現・住友ナコフォークリフト）	3.9（▲1.9）
国内販売台数	7万8620台（ 2.1）

出所：全体は日本産業車両協会、シェアは日経推計

プラスチック射出成型機

①ファナック	23.2（ 0.4）
②住友重機械工業	23.1（ 1.2）
③日精樹脂工業	15.9（▲0.2）
3社合計	62.2（ 1.4）
④日本製鋼所	14.6（ 0.2）
⑤東洋機械金属	10.5（ 1.4）
国内生産台数	1万3015台（ 3.9）

出所：日本産業機械工業会

腕時計

①カシオ計算機	45.2（ 4.8）
②シチズン時計	30.6（▲2.2）
③セイコーウオッチ	22.2（▲2.4）
3社合計	98.0（ 0.2）
④オリエント時計	1.7（▲0.2）
⑤リコーエレメックス	0.2（ 0.0）
国内出荷量	927万5000個（ 16.0）

出所：全体は日本時計協会推計で国内メーカー品。シェアは日経推定

マシニングセンター

①ファナック	26.4（▲2.7）
②オークマ	20.7（ 8.3）
③ヤマザキマザック	16.9（ 1.0）
3社合計	64.0（▲6.4）
④DMG森精機	15.1（▲8.3）
⑤牧野フライス製作所	11.5（ 1.7）
国内生産額	5311億円（ 6.4）

出所：全体は経済産業省、シェアは日経推定

NC旋盤

①ヤマザキマザック	25.8（▲1.8）
②DMG森精機	24.3（▲1.5）
③オークマ	22.1（▲1.5）
3社合計	72.2（▲4.8）
④シチズンマシナリー	10.7（ 0.3）
⑤ツガミ	8.4（ 0.8）
国内生産額	2713億円（ 10.2）

出所：全体は経済産業省、シェアは日経推定

環境・エネルギー

風力発電機

①シーメンス（独）	29.9（ 22.4）
②日立製作所	26.4（▲5.3）
③ゼネラル・エレクトリック（米）	20.6（ 20.6）
3社合計	76.9（▲6.5）
④エネルコン（独）	13.1（▲4.6）
⑤日本製鋼所	3.5（▲7.3）
2015年度新規導入量	17万300キロワット（ ▲29.0）

出所：全体は新エネルギー・産業技術総合開発機構（NEDO）、シェアは日経推定

風力発電量

①ユーラスエナジーホールディングス	20.8（ 1.1）
②Jパワー	12.9（▲0.8）
③日本風力開発	6.1（▲0.3）
3社合計	39.8（ 0.0）
④エコ・パワー	5.9（▲0.3）
⑤クリーンエナジーファクトリー	2.7（▲0.1）
設置済みの発電能力シェア	311万6783キロワット（ 0.1）

出所：全体は新エネルギー・産業技術総合開発機構（NEDO）、シェアは日経推定

太陽電池

①シャープ	12.7（▲7.3）
②京セラ	10.8（▲2.2）
③カナディアン・ソーラー	10.4（ 2.1）
3社合計	33.9（▲9.9）
④インリーグリーンエナジー	10.0（ 2.4）
⑤ハンファQセルズ	8.3（ 2.8）
国内出荷量	786.3万キロワット（▲15.3）

出所：全体は太陽光発電協会、シェアは日経推定

ガソリン

①JXエネルギー	33.5（▲0.1）
②東燃ゼネラル石油	20.6（ 3.2）
③昭和シェル石油	16.3（ 0.4）
3社合計	70.4（ 3.5）
④出光興産	15.4（ 2.0）
⑤コスモエネルギーホールディングス	10.6（▲0.2）
販売量	5313万キロリットル（ 0.3）

出所：日経推定

素材

エチレン

①三井化学	15.3（▲0.1）
②三菱化学	15.0（ 0.0）
③出光興産	13.4（ 0.9）
3社合計	43.7（ 0.8）
④丸善石油化学	12.8（▲0.2）
⑤昭和電工	10.2（ 1.3）
生産量	688万2994トン（ 3.5）

出所：全体は経済産業省、シェアは日経推計

合成ゴム

①JSR	28.4（▲0.2）
②日本ゼオン	18.2（▲0.3）
③旭化成	16.1（▲0.1）
3社合計	62.7（▲0.6）
④宇部興産	7.9（ 0.4）
⑤住友化学	5.8（ 0.0）
国内出荷量＋輸入量	88万7982トン（▲5.4）

出所：全体は日本ゴム工業会、シェアは日経推定

粗鋼

①新日鉄住金	42.7（▲0.4）
②JFEスチール	28.5（ 0.2）
③神戸製鋼所	7.2（ 0.4）
3社合計	78.4（ 0.2）
④日新製鋼	3.6（ 0.0）
⑤東京製鉄	2.1（▲0.1）
粗鋼生産量	1億423万トン（▲5.1）

出所：日本鉄鋼連盟

ステンレス鋼

①新日鉄住金ステンレス	32.0（ 2.0）
②日新製鋼	19.1（▲1.1）
③JFEスチール	18.3（ 1.5）
3社合計	69.4（ 2.4）
④日本冶金工業	9.0（ 0.7）
国内生産量	272万トン（▲8.4）

出所：全体はステンレス協会、シェアは日経推定

アルミ圧延品

①UACJ	34.3（▲1.1）
②神戸製鋼所	17.1（ 1.6）
③三菱アルミニウム	6.5（ 0.0）
3社合計	57.9（ 0.5）
④日本軽金属	4.2（ 0.2）
⑤昭和電工	2.2（▲0.1）
国内生産量	201万トン（▲1.3）

出所：全体は日本アルミニウム協会、シェアは日経推定

板ガラス

①旭硝子	47.1（ 0.7）
②日本板硝子	28.4（ 0.6）
③セントラル硝子	18.3（▲0.3）
3社合計	93.8（ 1.0）
国内出荷量＋輸入量	2億9257万平方メートル（▲5.2）

出所：日経推定

セメント

①太平洋セメント	34.9（▲0.1）
②宇部三菱セメント	24.6（ 0.7）
③住友大阪セメント	19.6（ 0.6）
3社合計	79.1（ 1.2）
④トクヤマ	7.0（▲0.1）
⑤麻生セメント	4.6（ 0.1）
セメント国内需要	4338万2000トン（▲6.5）

出所：全体はセメント協会、シェアは日経推定

炭素繊維

①東レ	77.0（ 0.3）
②三菱レイヨン	13.4（ 0.1）
③帝人	9.6（▲0.4）
3社合計	100.0（ 0.0）
国内出荷額	905億円（ 14.0）

出所：日経推定

印刷・情報用紙

①日本製紙	29.9（ 0.0）
②王子製紙	19.0（▲0.2）
③北越紀州製紙	15.6（▲0.4）
3社合計	64.5（▲0.6）
④大王製紙	13.3（ 1.0）
⑤三菱製紙	7.3（ 0.1）
国内生産量	838万4386トン（▲1.3）

出所：日本製紙連合会

衛生用紙

①大王製紙	14.6（ 0.3）
②日本製紙クレシア	12.9（▲0.3）
③王子製紙・王子ネピア	10.1（ 0.0）
3社合計	37.6（ 0.0）
④特種東海製紙・トライフ	1.5（ 0.2）
⑤北上ハイテクペーパー	0.4（ 0.0）
国内生産量	176万3914トン（▲0.2）

出所：日本製紙連合会

機械

船舶

①今治造船	24.4（▲1.0）
②ジャパンマリンユナイテッド	16.8（ 1.2）
③大島造船所	10.1（ 0.9）
3社合計	51.3（ 1.1）
④名村造船所	4.8（▲2.3）
⑤三井造船	4.6（ 0.9）
国内建造量	1301万総トン（▲3.1）

出所：全体は米IHS、シェアは日経推定

産業用ロボット

①パナソニック	11.1（ 0.3）
②安川電機	10.0（▲2.4）
③川崎重工業	10.0（▲1.4）
3社合計	31.1（▲3.5）
④ファナック	8.9（▲0.6）
⑤不二越	5.0（ 0.2）
国内出荷額	2010億円（ 20.6）

出所：日本ロボット工業会、シェアは日経推定

(C)日本経済新聞社 無断複製転載を禁じます。