

今月の日経4紙

2010年2月



■揺らぐ国家の信用力

世界各国の信用力が揺さぶられています。ドバイ・ショックを機に、ギリシャなど欧州の周辺国の国債について、格下げが相次ぎ、市場では国家のデフォルトリスクともいえる「ソブリン・リスク」が今年の大きなテーマになってきました。企業や国家の信用力を映す「CDS市場」では、民間企業の信用力が国家の信用力を上回るケースも出始めました。日本の財政の厳しさも世界有数です。政府は景気刺激と財政規律維持を両立させる難しい政策運営を迫られていますが、市場の信用を失えば金利上場に直結します。国債を大量に保有する銀行経営を圧迫するほか、企業の資金調達コストや住宅ローン金利の上昇など影響は幅広く及びます。国家の信用力を点検するとともに、信用を維持するための方策を探ります。

■企業収益、本格回復へのハードル

日本企業の4～12月期の収益は回復傾向が続く見通しです。急激な円高が修正され、世界経済の失速懸念も後退し、中国など新興国の需要拡大が続いた結果、上向きの基調を確認することになりそうです。ただ、内需はデフレの影響が色濃く、盛り上がり欠ける一方、新興国を舞台にした世界競争は熾烈の度をきわめてきました。新興国では薄利多売を余儀なくされ、採算管理が難しいという問題も表面化しています。株式市場が期待する「今期堅調、来期V字回復」というシナリオはまだ描けてません。企業が水面下で進める収益浮揚への布石と、決算データを分析しながら、日本企業の収益が本格回復するための条件を探ります。

日経産業新聞

NIKKEI BUSINESS DAILY

■「クルマ大変革」第5部(インド編)を掲載

フロント面で連載企画「クルマ大変革」の第5部を掲載します。今回焦点を当てるのは、中国とともに急膨張を続けるインド市場。同国のマイカー購入人口は2005年の300万人から、2015年には6000万人超に膨らむと予想されています。

日本企業では1980年代に進出したスズキが圧倒的な存在感を示していますが、トヨタ自動車や二輪車で分厚い顧客基盤を持つホンダも売れ筋の低価格小型車を投入するため、競争激化は必至の情勢です。日産自動車も今年5月に南部の港町、チェンナイで工場を稼働し、小型車の輸出拠点に位置づけようとしています。先進国市場が冷え込むなか、日系各社はどうインド市場を攻めようとしているのでしょうか。現地取材を基に各社の新興国戦略を描き出します。

■「医の近未来」(仮)の連載を開始

また、フロント面で医療をテーマにした、新たな連載企画を始める予定です。第1部のテーマは「ウイルスと闘う」。インフルエンザやHIV(エイズウイルス)のほか、温暖化の影響で日本上陸が懸念されているエボラウイルスなどを取り上げ、それらの治療薬やワクチンを開発する最新の医療技術を追います。例えば新型インフルエンザの「H1N1型」は弱毒性といわれていますが、「鳥インフルエンザ」として知られる「H5N1型」は強毒性で、致死率は50%以上とも言われています。これが変異し、人から人に感染するようになる恐れも否定できません。ウイルス感染症の克服に向けた最新の動きをご紹介します。

■ライオンの逆襲(上旬)

衣料用液体洗剤市場で首位奪取を目指してライオンが動き出しました。1月下旬に発売した液体洗剤「トップ ナノックス」で大々的な販促策を展開しています。日用品業界では2008年度にライオンはユニ・チャームに抜かれ、業界内での存在感がやや薄れつつあります。「技術のライオン、販売の花王」とも業界内で例えられることもありますが、果たして眠れる獅子は目覚めるのでしょうか。新発売の液体洗剤に対する社長の意気込み、大々的な販促策の中身をはじめ、社内で始まった強さを回復するための様々な施策を徹底取材し、ライオンの今後を占います。

■「おかしのまちおか」の秘密(中旬)

菓子専門店「おかしのまちおか」が急成長を続けています。首都圏の1都4県で約100店を運営しており、郊外駅前的小型店が基本です。店舗面積は30から40平方メートルで、メーカー製菓子を通常の店頭価格の7割程度で販売しています。主婦はもちろん、子どもや高齢者まで幅広い層に人気で、最近はショッピングセンターにも出店しています。菓子で果たしてもうかるのでしょうか。独特の出店戦略や物流といった価格を抑える秘密に加え、独自の集客策の秘訣に迫ります。首都圏以外の地域にお住まいの方にはなじみがない店かもしれませんが、消費低迷で苦しみ小売店の参考になるはずで



日経ヴェリタス
THE NIKKEI VERITAS

■自動車産業の再編を占う

金融危機で大きな打撃を受けた産業と言えば金融業とともに自動車産業があげられます。米国ではビッグスリーのうち2社が破綻し、日本でも最強企業といわれていたトヨタ自動車が巨額の赤字に転落しました。各社はようやく立ち直りに向かっていますが、自動車産業の環境が危機前に戻ることは考えられません。最大の市場であった米国市場が中国市場に追い抜かれたことが示すように主戦場は北米から新興国へと移り始めています。北米市場への依存度が高かった自動車メーカーも中国やインドに軸足を移そうとしています。

もう一つの変化は環境対応です。環境問題への関心の高まりやガソリン価格の高止まりなどを受けて消費者の視線はエコカーに集まっています。トヨタ自動車はハイブリッドカーの新型車を続々と投入、ホンダもこれに対抗しています。一方でエコカーの本命を電気自動車と見て、電気自動車に力を入れる企業も出現。

新興国とエコカー。危機後のキーワードはこの2つです。この大きな流れにどう対応するかによって自動車産業の勢力図は大きく変わります。自社の弱みを再編によって補い、規模を拡大して一気に勝負をかけようとする動きは確実に強まります。世界のカーメーカーはどう動くのか。再編の行方を探る特集を予定しています。

道新 (有)中川新聞店



〒063-0012
札幌市西区福井6丁目7-1
 **0120-104-291**
FAX **662-6119**

<http://www.doshin-nakagawa.com/>