

業界の傾向

耐久消費財 / 小売

高いインフレ
と金利が
消費者信頼感に
打撃を与えた



グローバルな概要

消費者は家計の支出を注視し、支出を抑制しています。インフレ圧力は低下しているものの、世界のほとんどの地域で高金利が家計の実質所得と消費者信頼感を圧迫し続けています。

こうした経済的課題により、耐久消費財の需要が減少しています。また、金利の上昇によりクレジットを利用した商品の購入も減少しています。欧州では耐久消費財の売上高は2023年には縮小すると予想されていますが、他の主要地域でも売上の伸び率が減速が見られています。

先進国市場の小売業者の信用リスクは悪化しており、特に小規模な小売業者は債務不履行や倒産に対して脆弱になっています。このセクターは利益率の低い熾烈な競争環境で事業を運営しています。消費者は年間を通して割引を求めるため、値下げが頻繁に行われ、利益率はさらに圧迫されています。

オンライン小売業者は市場シェアを拡大しており、実店舗の事業者に圧力をかけています。国際貿易協会によると、オンラインで販売される消費財は、2024年には世界

の小売総売上高の約22%を占めると予想されています。個々のセグメントでは、世界のeコマースは2020年から2025年の間に以下のように増加すると予想されます。

- **ファッション**
7,530億ドルから1兆1,650億ドル
- **電子機器とメディア**
6,010億ドルから7,740億ドル
- **家具と家電**
3,830億ドルから5,220億ドル

業界業績予測

| 欧州 | | アジアおよびオセアニア | | 北中南米 | | <p>優秀 このセクターの信用リスクの状況は強いです。このセクターの業績はその長期的な傾向に比べて好調です。</p> <p>優良 このセクターの信用リスクは低いです。このセクターの業績はその長期的な傾向と比較して上回っています。</p> <p>良好 このセクターの信用リスクは平均的です。このセクターの業績は安定しています。</p> <p>やや悪い このセクターの信用リスクは比較的高いです。このセクターの業績はその長期的な傾向と比較して下回っています。</p> <p>悪い このセクターの信用リスクはやや悪いです。このセクターの業績はその長期的な傾向と比較して弱いです。</p> |
|--------|--------|-------------|-----------|------|--|---|
| オーストリア | オランダ | オーストラリア | ニューージーランド | ブラジル | | |
| ベルギー | ポーランド | 中国 | フィリピン | カナダ | | |
| チェコ | ポルトガル | 香港 | シンガポール | メキシコ | | |
| デンマーク | スロバキア | インド | 韓国 | 米国 | | |
| フランス | スペイン | インドネシア | 台湾 | | | |
| ドイツ | スウェーデン | 日本 | タイ | | | |
| ハンガリー | スイス | マレーシア | ベトナム | | | |
| アイルランド | トルコ | | | | | |
| イタリア | イギリス | | | | | |

業界の傾向

耐久消費財 / 小売

| 耐久消費財：グローバルの主な数値 | 2022 | 2023* | 2024* | 2025* |
|-----------------------|------|-------|-------|-------|
| 生産 | 2.6 | 0.0 | 3.3 | 4.4 |
| 総生産高（売上高） （実質、米ドル） | 2.8 | 1.2 | 3.4 | 4.9 |
| 投資 （実質、米ドル） | 13.5 | 3.5 | 3.7 | 5.2 |
| 営業総利益 （利益） | -0.2 | -0.5 | 4.2 | 8.1 |

前年比、変化率/*予測 - 出典：オックスフォード・エコノミクス

| 耐久消費財：地域ごとの総生産高（売上高） | 2022 | 2023* | 2024* | 2025* |
|----------------------|------|-------|-------|-------|
| アジア太平洋 | 3.3 | 1.8 | 4.6 | 6.6 |
| 欧州 | 2.6 | -1.1 | 2.0 | 2.5 |
| 北米 | 1.5 | 1.2 | 0.4 | 1.4 |
| 南米 | -3.8 | 2.6 | 1.3 | 2.3 |

前年比、変化率/*予測

出典：オックスフォード・エコノミクス

強みと成長の原動力

新興市場の成長。都市化と中間所得世帯の数の増加により、今後数年間で耐久消費財の需要が高まります。インターネットの普及とデジタル化の進展と共に、多くの新興市場が魅力的な小売投資の対象になるでしょう。

新しい科学技術。小売業者はAR/VRテクノロジーを活用して、没入型のショッピングエクスペリエンスや会話型コマース用のチャットボットを作成し、1対1の対話を通じてブランドと消費者の関係を強化できます。消費者と大規模に会話できるため、チャットボットは顧客エンゲージメント向けの戦略的な媒体になります。

持続可能性。環境に優しいリサイクル品や再生品の販売は、小売業者にとって大きなビジネスチャンスとなります。消費者の支持が広がれば、小売業者の競争力も高まる可能性があります。

制約と下振れリスク

弾力的需要。食品などの必需品と比較して、耐久消費財の需要は所得、価格、景気循環の変動により密接に関連しています。

利益率の問題。多くの市場では、小売業の利益率は構造的に薄く、圧力にさらされています。熾烈な競争環境においては、オンライン小売業者の交渉力が増大しており、価格の透明性はバリューチェーン全体にわたる利益率にさらに圧力を加えています。

高い投入コスト。多くの市場で、小売業者は物流、人件費、エネルギーのコスト上昇に直面しています。

事業再編。実店舗の小売業者が今日のデジタル世界で生き残るためには、オンラインビジネスを拡張し、デジタル機能を強化し、場合によっては追加のサービスを提供する必要があります。ただし、これには多額の投資と変化への意欲が必要です。特に小規模小売業者にとっては、利益率が厳しい中で困難な課題です。



耐久消費財/小売業の見通し

北中南米

| 小売売上高 | 2021 | 2022 | 2023* | 2024* |
|-------|------|------|-------|-------|
| ブラジル | 1.9 | 1.0 | 1.9 | -2.3 |
| カナダ | 8.6 | 0.3 | 0.9 | -0.5 |
| メキシコ | 13.3 | 7.2 | 3.3 | -0.4 |
| 米国 | 11.2 | 0.5 | 0.7 | 0.8 |

前年比、変化率/*予測 - 出典：オックスフォード・エコノミクス

米国

米国の耐久消費財売上高は、2023年（1.3%増）および2024年（0.3%増）は小幅な伸びにとどまると予想しています。理由の1つは、家計支出がモノからレジャーや旅行などのサービスに移っていることです。さらに、高金利が当面続いていることです。FRBは2024年中に段階的に利下げすると予想していますが、それは経済が景気後退に陥り、根本的な賃金と物価の圧力が大幅に後退していることが明らかになってからに限られます。

米国の小売業者にとって、サプライチェーンと在庫の課題は軽減されましたが、別の逆風に直面しています。最近では小売業者による債務交換が増えており、負債のある企業にとっては高金利も新たな課題となっています。在庫が適切に管理されていない場合は利益率が低下し、信用リスクが高まる可能性があります。

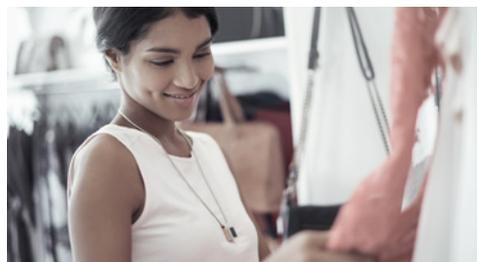


実店舗の小売業者はeコマースにシェアを奪われ続けています。2023年のクリスマス休暇シーズンの小売売上高の伸びの60%以上がオンラインでの売上であり、実店舗の売上高の伸びは2%未満にとどまります。このセグメントは、サプライチェーンや在庫の問題、インフレやその他のマクロ経済上の懸念により、倒産の危機にさらされています。2023年は今のところ、米国では400社以上の企業が倒産しており、企業倒産件数は2022年や2021年よりも増加しています。

メキシコ

耐久消費財の売上高は2022年に0.6%減少しましたが、労働市場の逼迫と高水準の送金に支えられ、2023年には3.4%増加すると予想しています。

しかし、労働市場が冷え込み、度重なる金融制限の完全な効果により、2024年の成長率は0.6%に減速するでしょう。



業界業績予測

 ブラジル

 カナダ

 メキシコ

 米国

 **優秀**
このセクターの信用リスクは強いですが、このセクターの業績はその長期的な傾向と比較して良好です。

 **優良**
このセクターの信用リスクは低いです。このセクターの業績はその長期的な傾向と比較して上回っています。

 **良好**
このセクターの信用リスクは平均的です。このセクターの業績は安定しています。

 **やや悪い**
このセクターの信用リスクは相対的に高いです。このセクターの業績はその長期的な傾向と比較して下回っています。

 **悪い**
このセクターの信用リスクはやや悪いです。このセクターの業績はその長期的な傾向と比較して弱いです。

耐久消費財/小売業の見通し

アジア太平洋

| 小売売上高 | 2021 | 2022 | 2023* | 2024* |
|--------|------|------|-------|-------|
| 中国 | 12.6 | 0.5 | 9.4 | 4.1 |
| インド | 13.8 | 9.7 | 7.5 | 8.1 |
| インドネシア | 0.0 | 6.0 | 2.8 | 6.0 |
| 日本 | 1.4 | -0.2 | 3.0 | 1.0 |

前年比、変化率/*予測 - 出典：オックスフォード・エコノミクス

中国

耐久消費財の売上高は2023年には5.8%増加し、小売全体の売上高は9.4%も増加すると予想しています。2023年初めに新型コロナウイルスによるロックダウンから経済が再開した後、消費支出の急速な正常化が成長を下支えしました。しかし、最近のゴールデンウィークの支出増加にもかかわらず、小売売上高はパンデミック前の支出を約8%下回ったままです。さらに、家具などの一部の住宅関連セグメントは、中国の住宅不動産建設セクターの問題により、2023年下半期に減少を記録しました。

は耐久消費財分野では2024年に弱まる可能性が高いでしょう。より力強い成長には、消費者信頼感を高める政策、所得の伸びの改善、あるいは家計の貯蓄傾向を緩和する構造改革が必要となるでしょう。



新型コロナウイルス対策の解除による一時的な効果が消えるにつれ、小売売上高の伸び

インド

耐久消費財の売上高は2024年には6.9%増加し、小売全体の売上高は7.5%増加すると予想しています。個人消費の伸びは2024年にかけて若干鈍化する見通しですが、家計の購買力の増加と中間層の成長により、長期的な見通しは依然として明るいまます。



日本

耐久消費財の売上高は、2023年に3.2%、2024年に1.3%増加し、小売売上高全体とほぼ一致すると予想しています。賃金上昇によりインフレ圧力が一部緩和されたため、消費は3月から4月の落ち込みから緩やかに回復しました。しかし、インフレ率は低下しているにもかかわらず、回復のペースは緩やかなものにとどまるでしょう。長期的には、高齢化と人口減少により消費の見通しの弱まりが予測されます。



業界業績予測

 オーストラリア

 中国

 香港

 インド

 インドネシア

 日本

 マレーシア

 ニュージーランド

 フィリピン

 シンガポール

 韓国

 台湾

 タイ

 ベトナム

 **優秀**
このセクターの信用リスクは強いですが、このセクターの業績はその長期的な傾向と比較して良好です。

 **優良**
このセクターの信用リスクは低いです。このセクターの業績はその長期的な傾向と比較して上回っています。

 **良好**
このセクターの信用リスクは平均的です。このセクターの業績は安定しています。

 **やや悪い**
このセクターの信用リスクは相対的に高いです。このセクターの業績はその長期的な傾向と比較して下回っています。

 **悪い**
このセクターの信用リスクはやや悪いです。このセクターの業績はその長期的な傾向と比較して弱いです。

耐久消費財/小売業の見通し

欧州

| 小売上高 | 2021 | 2022 | 2023* | 2024* |
|------|------|------|-------|-------|
| フランス | 10.3 | 3.3 | -2.6 | -1.2 |
| ドイツ | 0.6 | -0.5 | -2.8 | 2.0 |
| イタリア | 8.1 | 0.3 | -2.3 | 0.6 |
| 英国 | 4.4 | -3.7 | -2.1 | 1.0 |

前年比、変化率/*予測 - 出典：オックスフォード・エコノミクス

ユーロ圏内および英国

インフレの急騰と金利上昇は消費者信頼感を揺るがし、購買力を低下させました。不動産価格と、食料および燃料の高騰により多くの消費者は必需品以外の購入を手控えています。

多くの欧州市場では、新型コロナウイルス感染症後の大量在庫が耐久消費財の小売業者の営業コストを圧迫し、セクター全体の運転資金需要を押し上げています。エネルギー価格が高止まりする中、営業コストは増加しており、クレジットはより高価になっています。クリスマス商戦中の値引き合戦は利益率の悪化につながる可能性があります。

耐久消費財の小売店の信用リスクは今後数カ月で悪化する可能性が高く、小規模な実店舗は特に債務不履行や倒産の危険にさらされやすくなります。この状況は、eコマースの継続的な台頭によってさらに悪化しています。

フランス

小売上高は2023年と2024年に縮小すると予想されています。2023年のクリスマス商戦のピーク時には、多くの小売業者が在庫を一掃するために大幅な値引きをしなければならない可能性が高いです。これにはマージンが減少し、利益が損なわれるリスクがあります。2024年上半期の債務不履行および倒産件数の増加を予測しています。

ドイツ

ドイツの小売業者にとって、新型コロナウイルスのパンデミックと昨年のサプライチェーンの問題以降も、高水準の在庫が依然として問題です。消費者は必需品以外への支出を手控えており、支出できるお金が減っています。同時に、エネルギー価格が依然として高止まりし、クレジットが高価であるため、小売コストが上昇しています。その結果、小売業者の信用リスクは高まるばかりです。

英国

インフレによるコスト圧力が、今年の小売店の倒産や債務不履行の主な要因となっています。小売業者は需要の低迷とコストの上昇に苦戦しているため、この状況は2024年まで続く可能性が高いでしょう。家や家具など一部の市場は縮小しています。多くの企業はより有利な価格設定や支払い条件を利用できないため、市場が縮小する中で最も大きな打撃を受けるのは小規模な企業です。

業界業績予測

 オーストリア

 ベルギー

 チェコ

 デンマーク

 フランス

 ドイツ

 ハンガリー

 アイルランド

 イタリア

 オランダ

 ポーランド

 ポルトガル

 スロバキア

 スペイン

 スウェーデン

 スイス

 トルコ

 イギリス

 **優秀**
このセクターの信用リスクは強いですが、このセクターの業績はその長期的な傾向と比較して良好です。

 **優良**
このセクターの信用リスクは低いですが、このセクターの業績はその長期的な傾向と比較して上回っています。

 **良好**
このセクターの信用リスクは平均的です。このセクターの業績は安定しています。

 **やや悪い**
このセクターの信用リスクは相対的に高いです。このセクターの業績はその長期的な傾向と比較して下回っています。

 **悪い**
このセクターの信用リスクはやや悪いですが、このセクターの業績はその長期的な傾向と比較して弱いです。



Atradius

David Ricardostraat 1 · 1066 JS Amsterdam
P.O. box 8982 · 1006 JD Amsterdam
The Netherlands
電話：+31 (0)20 - 553 91 11

info@atradius.com
www.atradius.com

ソーシャルメディアで
アトラディウスの公式アカウントをフォロー
youtube.com/user/atradiusgroup
linkedin.com/company/atradius
twitter.com/atradius



Copyright © Atradius N.V. 2023

免責事項：本書は情報提供のみを目的とするものであり、いかなる読者に対しても投資助言、法的助言、または特定の取引、投資、もしくは戦略に関する推奨をするものではありません。読者は提供された情報の利用に関し商用または非商用を問わず、必ず独自の独立した判断に依拠するものとします。アトラディウスは、信頼できる情報源から得た情報を本書に掲載するよう最善を尽くしていますが、誤りまたは遺漏、あるいはこの情報の使用に起因して生じる結果に対して一切の責任を負わないものとします。本書に含まれるすべての情報は「現状のまま」提供され、完全性、正確性、適時性またはその使用に起因して生じる結果について、明示または黙示を問わず、いかなる保証も伴わないものとします。いかなる場合にも、アトラディウス、その関連するパートナーシップもしくは法人、またはそのパートナー、代理人もしくは従業員は、読者またはその他の者に対して、本書に含まれる情報に依拠した判断もしくは行為、またはいかなる機会の損失、利益の損失、製品の損失、ビジネスの損失もしくは間接的損失、特別もしくは類似のあらゆる種類の損害について、これらの損失もしくは損害の可能性について言及していた場合でも、一切の責任を負わないものとします。