



業界レポート

窯業・土石製品製造業

産業分類コード21

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

- ・板ガラス、ガラス容器、理化学用・医療用ガラス器具等
- ・セメント、生コンクリート(生コン)、コンクリート製品等
- ・陶磁器・同関連製品、建設用粘土製品、耐火物、炭素・黒鉛製品、研磨材等

(2) 業界規模

13兆4,276億円

上場企業数 42社

非上場企業数 11,881社

(3) 業界サマリー

窯業・土石製品製造業は、取扱製品ごとに大きく3つに分けられる。

- ・ガラス製品製造業
- ・セメント製品製造業
- ・陶磁器製造業

それぞれの特徴は、以下のとおりである。

① ガラス製品製造業 市場規模: 約3兆3,000億円

ガラス製品製造業は、製品別に「板ガラス製造業」、「ガラス製品製造業」、「ガラス繊維製造業」の3つに区分され、中心は板ガラス製造業である。国内においては大手企業の寡占状態となっており、上位5社(旭硝子、日本板硝子、HOYA、日本電気硝子、セントラル硝子)で業界売上高全体の約9割を占めている。

一方、ガラスびん製造業、卓上用・厨房用ガラス器具製造業、理化学用・医療用ガラス器具製造業等は、中小零細企業が多い。

② セメント製品製造業 市場規模: 約4兆4,000億円

セメントは、大部分が建設用のコンクリート製品に加工され、約70%が生コンとなる。セメント製造には、大規模なプラントが必要となるため、国内においては大手企業のみが生産を行っている。

一方、セメントを材料にしたコンクリート製品製造業は、中小企業が多く、特に建設用生コンの生産業者はほとんどが中小零細企業となっている。

③ 陶磁器製造業 市場規模: 約3兆4,000億円

陶磁器の用途は、生活用品(家庭用品)と産業用品(衛生陶器、タイル等の建築用材、電気用品、特殊用品、ファインセラミックス等)に大別される。

産業用品では、大手メーカーも供給者となっており、特に衛生陶器製造業では、TOTOとLIXILの大手2社による寡占化が進んでいる。一方、生活用品では、家内工業的な中小零細企業が多い。

ビジネスモデル

【ガラス製品製造業】

中心をなす板ガラス製造業は、用途別に「板ガラス」と、「液晶パネル用ガラス」(テレビ、スマートフォン用等)に分けられる。「板ガラス」の大部分は、建設業者や自動車メーカー向けで、板ガラスメーカーと特約した卸売業者に販売され、卸売業者はさらに建築業者、自動車メーカー等の大口需要家や小売業者に販売している。

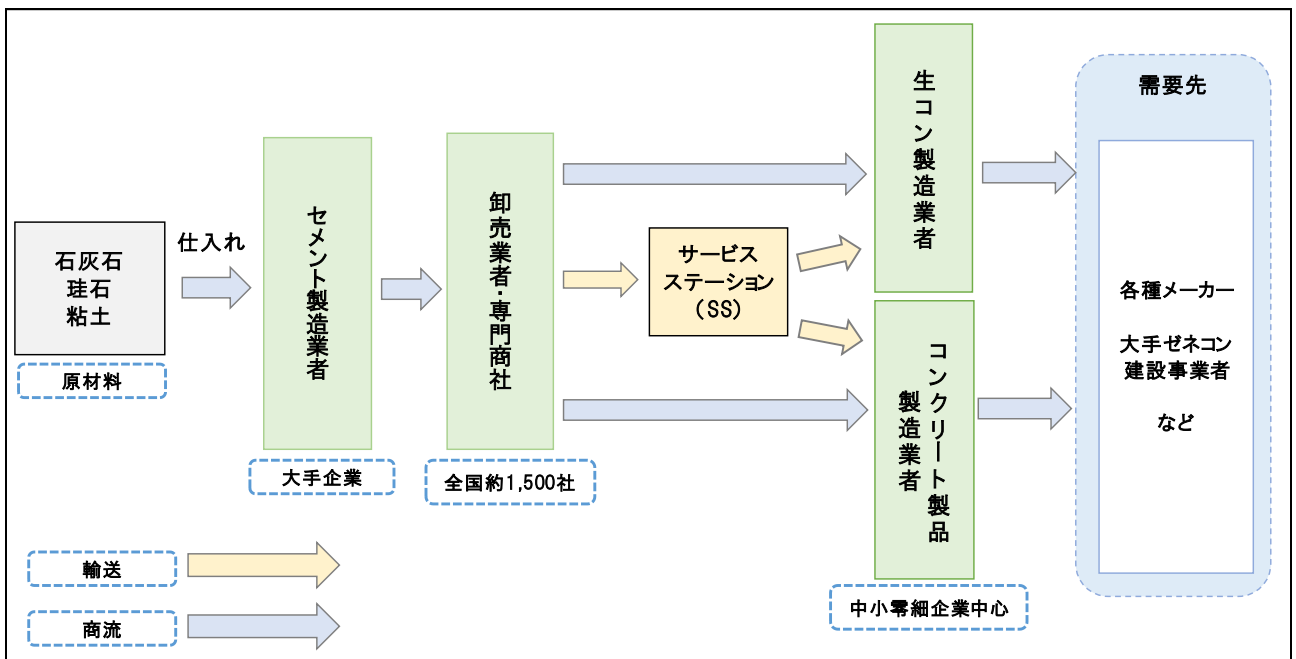
【セメント製品製造業】

大手のセメント会社が生産したセメントは、全国に約1,500社ある販売会社(専門商社など)を経由して、生コン製造会社やコンクリート製品製造会社に販売される。製造された生コンやコンクリート製品は、大部分が建設会社に販売される。

セメントの主要原料となる石灰石が九州や中国地方に偏在しているため、セメント工場も西日本に集中している。一方、セメント需要は関東などの都市部が中心であるため、重量物であるセメントの輸送は、タンカーなどを使用して全国のサービス・ステーション(SS)へ一次輸送され、トラックなどを使って各地へ二次輸送されている。

生コンは、品質を保つため、日本工業規格(JIS)によって製造から90分以内に建設現場で使用することが定められている。そのため、販売地域の拡大は難しく、必然的に生コン製造業者は中小企業が中心となっている。また、最終製品の販売先は、大手ゼネコンなどの工事業者であり、自社よりも規模の大きいケースが多いことから、条件交渉の面で不利になりやすい。

セメント製品製造業のビジネスモデル



業界動向

【ガラス製品製造業】

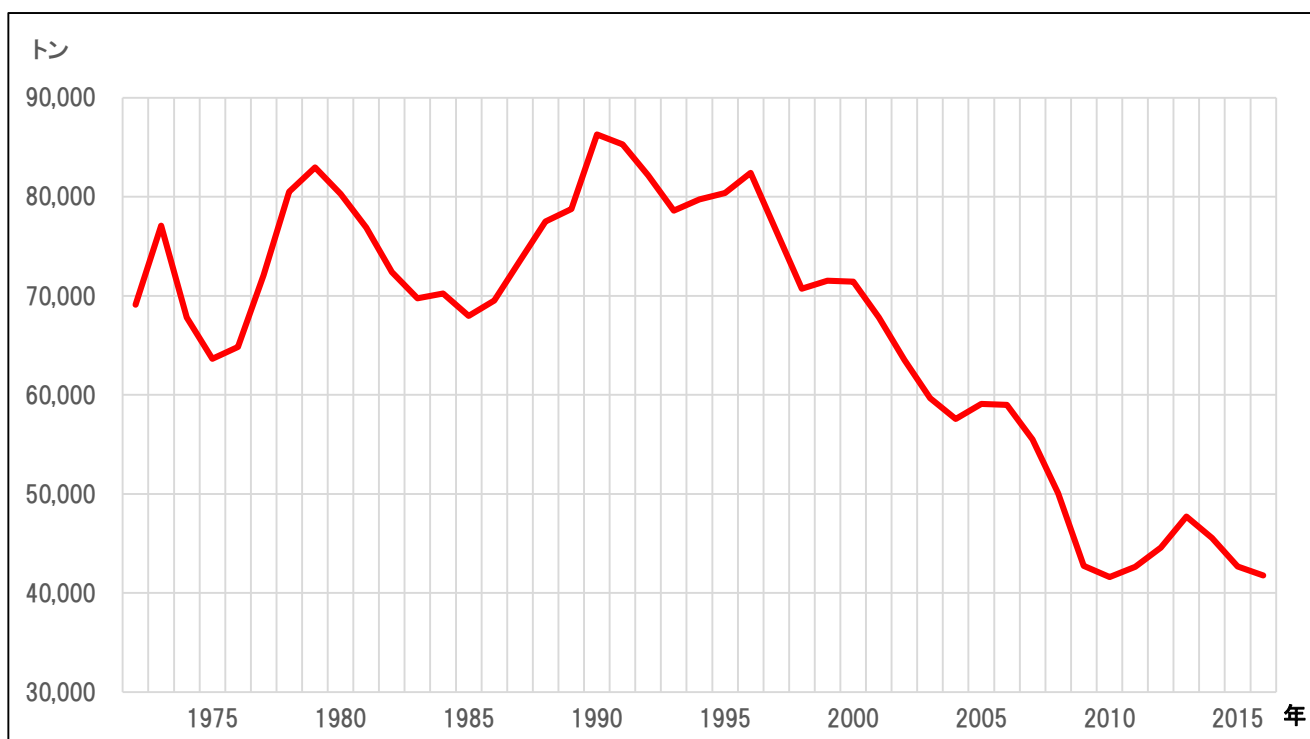
ガラス業界全体で見ると、国内市場は減少傾向にある。こうした中、各社は生き残りのため、世界的な規模でのM&Aを活発化させている。(日本板硝子による英ピルキントン社の買収、セントラル硝子による仏サンゴバン社との合併会社設立等)

【セメント製品製造業】

セメント需要は、バブル期の1990年をピークに大幅に縮小している。景気減速に加えて、2000年代には改正建築基準法の施行やリーマンショックなどから、一時は需要が大幅に落ち込んだが、近年は、東日本大震災の復興需要や、東京オリンピック関連のインフラ整備によって、やや持ち直している。

もっとも、セメントの出荷先は70%以上が国内向けであり、オリンピック以降は再び右肩下がりが続くと予想されている。こうした状況の中、大手のセメント各社は製造コストの削減や、物流の合理化、合併などの業界再編によって、生き残りを図っている。一方、財務体力に乏しいコンクリート製造業者は、地域経済の景気動向に依存しがちであり、人手不足もあって厳しい状況が続いている。

セメント需要の推移



出所: 経済産業省「平成28年 生産動態統計年報」

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)

窯業・土石製品製造業の中核であるガラス製品製造業、セメント製品製造業は、装置産業であるため、多額の設備投資が必要であり、製造業全体と比較して固定比率が高くなっている。

また、装置産業であることから設備投資を継続して行う必要があり、金融機関からの借入が増加しやすいため、借入依存度は製造業全体よりも高い水準にある。

(収益性分析)

ガラス製品製造業、セメント製品製造業の経常利益率は、製造業全体と比べ低い水準になっている。板ガラスやセメント、生コンなどは製品の差別化がしにくいいため、付加価値を付けにくいことが一因として挙げられる。

(効率性分析)

ガラス製品製造業、セメント製品製造業の設備投資効率は低水準である。特にセメントは、大規模な生産設備を要する一方、長期の貯蔵が困難であるため、生産過剰になりやすいことが要因であると推察される。

		窯業・土石製品	製造業全体
安全性	自己資本比率(%)	46.1	45.3
	流動比率(%)	149.4	146.7
	固定比率(%)	120.9	112.1
	借入金依存度(%)	29.4	25.0
	配当性向	36.0	45.5
収益性	売上高営業利益率(%)	4.4	4.2
	売上高経常利益率(%)	5.5	5.9
効率性	売掛債権回転期間(ヵ月)	2.6	2.3
	棚卸資産回転期間(ヵ月)	1.4	1.2
	総資本回転率(回)	0.7	0.9
	設備投資効率(%)	52.5	79.2

財務省: 法人企業統計調査

与信管理のポイント

【ガラス製造業】

ガラス製品製造業においては、大手メーカー系列下での下請け受注生産か、自社製品主体の見込生産であるかの把握が必要である。

大手メーカーの系列であれば、受注は比較的安定しており、グループとしての信用力も考慮することができる。一方、自社製品主体である場合には、全体の商流を把握するため、仕入先・販売先の特定と、それぞれの業績もチェックしておきたい。

また、ガラス業界は、主原料の珪砂やソーダ灰、原燃料を輸入に依存しているため、円安相場の場合、原燃料費や輸送コストが利益を圧迫する要因となり得る。主原料や原燃料の価格動向、為替動向にも留意が必要である。

【セメント製品製造業】

大手企業中心のセメント製造業者に比べ、生コンやコンクリート製品製造業者は、中小零細企業が多く、財務体力に乏しいケースがあるため、斯業種の中でも重点的に与信管理を行う必要がある。

生コン製造業は、商圏が狭く地域経済の動向に左右されやすいため、販売先の業績や特定の販売先に対する依存度を把握しておきたい。特に、販売先が大手ゼネコンなどの大規模企業である場合には、価格や取引サイト、納期などの条件面が不利になりやすいため、可能な限り取引条件等を把握するよう努めるべきであろう。

また、商品の差別化が難しい製品であることから、きちんと利益の出せる収益構造になっているのかも確認しておく必要がある。そのほか、生コンは地域によって価格差が大きく、地域内の協同組合・工業組合の影響力が強いため、取引先が組合に加入しているか、組合は組織としてきちんと機能しているかなども、是非とも確認しておくべきポイントであろう。

参考資料

財務省：法人企業統計

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

総務省：「平成26年経済センサス-基礎調査」

業種別審査事典(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。