

業界レポート
ゴム製品製造業
産業分類コード 19



リスクモンスター株式会社

ゴム製品製造業（産業分類コード 19）

（１）市場概要

① 営業種目

- ・自動車タイヤ製造
- ・ゴムベルト・ゴムホース・工業用ゴム製品製造
- ・ゴム製・プラスチック製履物・同付属品製造
- ・その他のゴム製品製造業

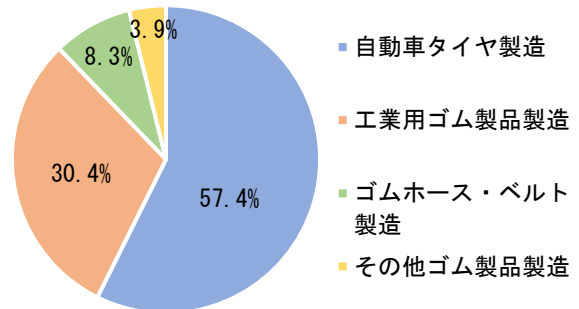
② 業界規模

総売上高 4 兆 283 億円

上場企業数 19 社

非上場企業数 2,651 社

ゴム製品別出荷額割合



（出所）一般社団法人日本ゴム工業会「ゴム製品の生産・出荷・在庫の統計」

③ 業界サマリー

斯業種は「自動車タイヤ製造業」、「ゴムベルト・ゴムホース・工業用ゴム製品製造業」、「ゴム製・プラスチック製履物・同付属品製造業」に大別され、出荷額では「自動車タイヤ製造」と「工業用ゴム製品製造」の2種目で9割近くを占める。特に「自動車タイヤ製造」は出荷額の半数以上を占める中核分野であり、自動車生産数や販売台数に業績が左右されやすい点が特徴である。

【取扱製品の特性】

斯業種における取扱製品の原材料は、「天然ゴム」と「合成ゴム」に大別され、製品の用途や要求性能に応じて使い分けられる。「天然ゴム」は、弾力性や粘着性、伸長性などに優れた特性を有しており、高い動的性能を要する用途に適しているため、自動車タイヤを中心に用いられる。「合成ゴム」は、ナフサを原料とする石油化学製品であり、耐熱性や耐油性、耐候性、耐久力などに優れているため、工業用ゴム製品やゴムベルト、ゴムホースなど、機械・設備向け製品に幅広く使用される。

【業界構造】

斯業種を代表する企業として、ブリヂストンや住友ゴム工業などの大手メーカーは、原材料調達から製品製造、販売までを一貫して行う垂直統合型の生産体制を構築しており、自動車タイヤ分野を中心に市場を主導している。一方で、中小・零細企業は、工業用ゴム製品や医療・生活用品などの分野において、特定用途・特定顧客に特化した事業展開を行う企業が多く、技術力や顧客との継続的な取引関係が事業存続の鍵となる。

【法律関連】

製造業全般に関わる法律としては、製品の欠陥によって生じた損害に対する製造業者の責任を定めた「製造物責任法（PL法）」のほか、斯業種特有の環境規制として、原材料や工程中に使用される有機溶剤などに起因する「揮発性有機化合物（VOC）」の排出規制や、使用済みゴム製品・廃タイヤの処理に関する「廃棄物処理法」などが挙げられる。

（２） 業界の特徴・商流・収益構造

【業界の特徴】

タイヤや工業用ゴム製品では、品質保証と安定供給を前提とした取引慣行が業界全体に浸透しており、一度取引開始すると長期にわたり取引が継続しやすい構造となっている。一方で、品質不良や供給遅延が発生した場合には、取引停止やリコール対応、大規模な補償負担に発展するリスクを内包している。

また、自動車タイヤや工業用ゴム製品の多くは、取引開始までに試作、性能評価、各種認証取得などに長期間を要するのが一般的である。このため、新規取引の際には売上高の計上までに期間を要するものの、一度量産採用に至れば新規参入障壁が高く、既存取引の継続性は相対的に高いという二面性を有している。

生産形態については、標準化された自動車タイヤや汎用的な工業用ゴム製品では見込み生産が中心となる一方で、仕様が細分化された機器用部品や医療用途向けゴム製品では受注生産が基本となるなど、製品分野によって在庫リスクや生産管理の考え方が大きく異なる。原材料面では、天然ゴム・合成ゴムともに輸入依存度が高く、原材料価格や為替変動の影響を受けやすい事業環境にある。特に天然ゴムは合成ゴムに比べ価格変動が大きいいため、原材料価格が急騰する局面では、短期的に利益が圧迫されやすい。

近年は、電気自動車の普及や環境負荷低減への要請を背景に、軽量化や耐久性向上、リサイクル対応といった技術開発が業界全体の重要テーマとなっており、こうした技術対応力の有無が、中長期的な競争力を左右する要因となりつつある。

【営業種目・主な製品・原材料・特徴】

営業種目	主な製品	原材料	特徴
工業用ゴム製品 製造	ホース、ベルト、防振ゴム、シール材、パッキン	天然ゴム	▶ 用途に応じた高いカスタマイズ性 ▶ 中小・零細企業が多く小ロット・多品種生産
自動車タイヤ 製造	乗用車用タイヤ、トラック用タイヤ、チューブ	合成ゴム	▶ 安全性・耐久性・燃費性能が求められる ▶ 高い技術力と設備投資が必要 ▶ 大手による寡占傾向

【合成ゴム・天然ゴムの比較表】

原材料	価格	製品の特徴
天然ゴム	▶ 原材料の生産地域が限られているため、需給関係により、価格変動が大きい	▶ 弾力性、粘着性、伸張性、引き裂き強度に優れている ▶ 環境面に配慮
合成ゴム	▶ 石油価格や為替の影響により、価格が変動するが、天然ゴムに比べて価格が安定している	▶ 品質が安定 ▶ 耐久性、耐熱性、耐摩耗性に優れている

【商流】

斯業種の商流は、天然ゴム・合成ゴムおよび各種配合薬品などの原材料を調達する「上流」、原材料を混練・成形・加硫し用途別のゴム部材を製造する「中流」、タイヤや工業用・生活用品などの最終製品を製造する「下流」に分類される。「自動車タイヤ」と「工業用ゴム製品」では、調達方法や在庫管理、取引条件などに差がみられ、製品ごとの特徴は以下のとおりである。

「自動車タイヤ」

自動車タイヤは、ブリヂストンや住友ゴム工業などの大手メーカーが市場の大半を占める寡占的な構造にあり、原材料調達から製造、販売に至るまでをグループ内で完結させる垂直統合型の商流が形成されている点が大きな特徴である。

天然ゴムについては、主に東南アジア諸国からの輸入に依存しているものの、系列商社を通じた長期契約や複数国からの分散調達により、価格変動や供給リスクの低減が図られている。合成ゴムについても、国内外の石油化学メーカーとの継続的な取引関係を構築し、安定供給を前提とした調達体制が整えられている。

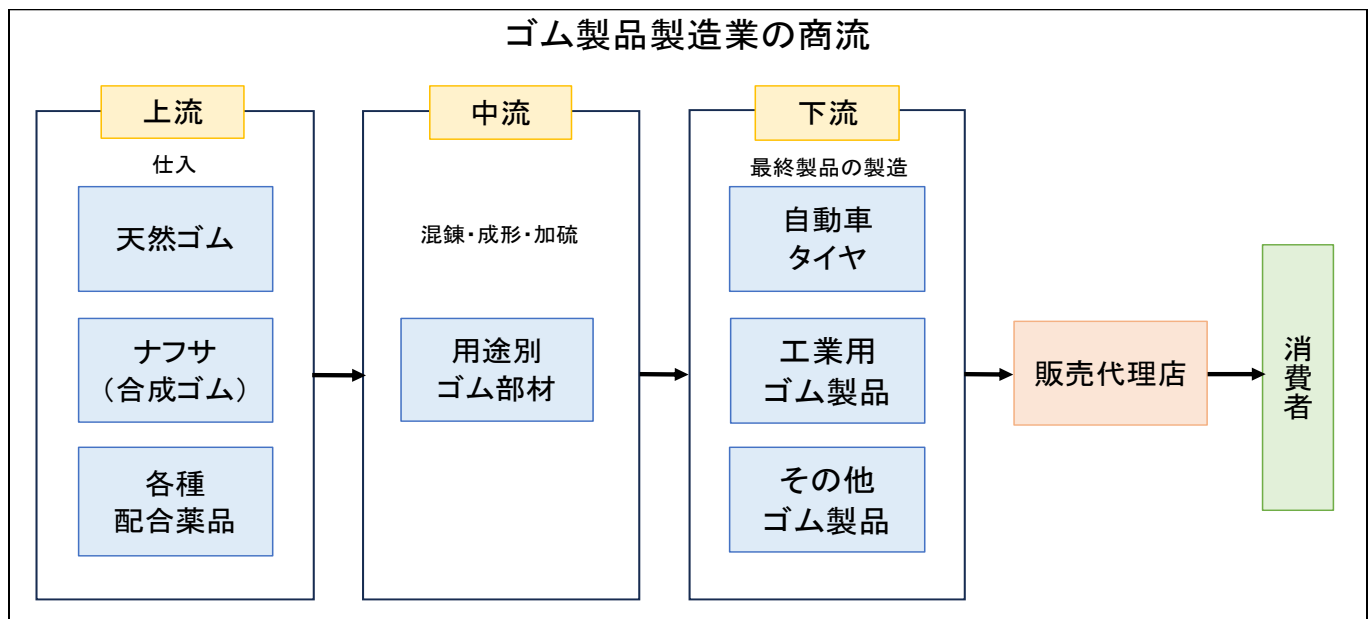
生産面では見込み生産が中心であり、原材料在庫や仕掛品在庫を一定水準で保有する必要があるため、需要変動局面では在庫リスクを内包する。また、完成品は自動車メーカー向けの長期取引が多く、販売先の信用力は高い反面、価格改定の実施は契約更新時などに限定されやすく、原材料価格上昇局面では速やかなに価格転嫁が困難なため、一時的に利益率が低下しやすくなる。

「工業用ゴム製品」

工業用ゴム製品分野では、ホース、パッキン、シール材、防振ゴムなど多様な製品を、自動車、建設、機械、医療など多様な業界に販売するため、製品ごとに商流や取引条件が異なる特徴を有する。

中小・零細企業が多い当該分野における原材料調達では、大手メーカーのような長期契約による大量調達が難しく、商社や配合剤専門業者を介した調達が主流となっている。特に、天然ゴムは産地や時期による品質のばらつきが大きく、調達先の選定やロット管理が重要な経営課題となる中で、財務体力の乏しい企業ほど在庫を多く抱えられず、調達コストや納期面で不利になりやすい傾向がある点には留意しておきたい。

生産は、受注生産の比率が高く、受注から納品までのリードタイムは比較的短い一方で、販売先の業界慣行に影響され回収サイクルが長期化するケースも少なくない。そのため、債権管理を含めた資金繰り管理が競争力と信用力を左右する重要な要素となっている。



【収益構造・財務分析】

（収益構造）

斯業種における収益構造の本質は、「生産効率の向上」と「付加価値の創出」の両立にある。製品分野によって収益構造が異なるため、事業特性を踏まえた経営が求められる。

自動車タイヤ分野では、見込み生産・大量生産に対して、生産設備の高稼働維持が利益率の向上につながる。また、安全性・耐久性に対する要求水準が高いため、研究開発費や品質保証コストが恒常的に発生することも踏まえておきたい。

工業用ゴム製品分野では、顧客ごとの用途や性能要件に応じた設計対応力や材料選定力、短納期対応といった技術的付加価値が収益の源泉となる。汎用品に比べ単価は高いものの、生産効率や技術の独自性によって粗利率に差が生じやすく、付加価値創出の持続性が、利益水準を左右する重要な要素となる。

（収益性分析）

売上高総利益率は、製造業全体を 1.5 ポイント上回る一方で、売上高営業利益率および売上高経常利益率は、いずれも製造業全体を下回る水準となっていることから、斯業種においては販売管理費が嵩みやすい業種といえる。

（安全性分析）

斯業種の流動比率や自己資本比率は製造業全体を上回る高水準にあり、内部留保の蓄積や借入返済を進めている様子がうかがえることから、比較的安全性の高い業種といえる。

（効率性分析）

斯業種の棚卸資産回転期間が、製造業全体よりも短期間である点については、特に、工業用ゴム製品において、受注生産の比率が高く在庫が滞留しにくい体質である点や、生産のリードタイムが短い点がその要因として挙げられる。

【財務指標】

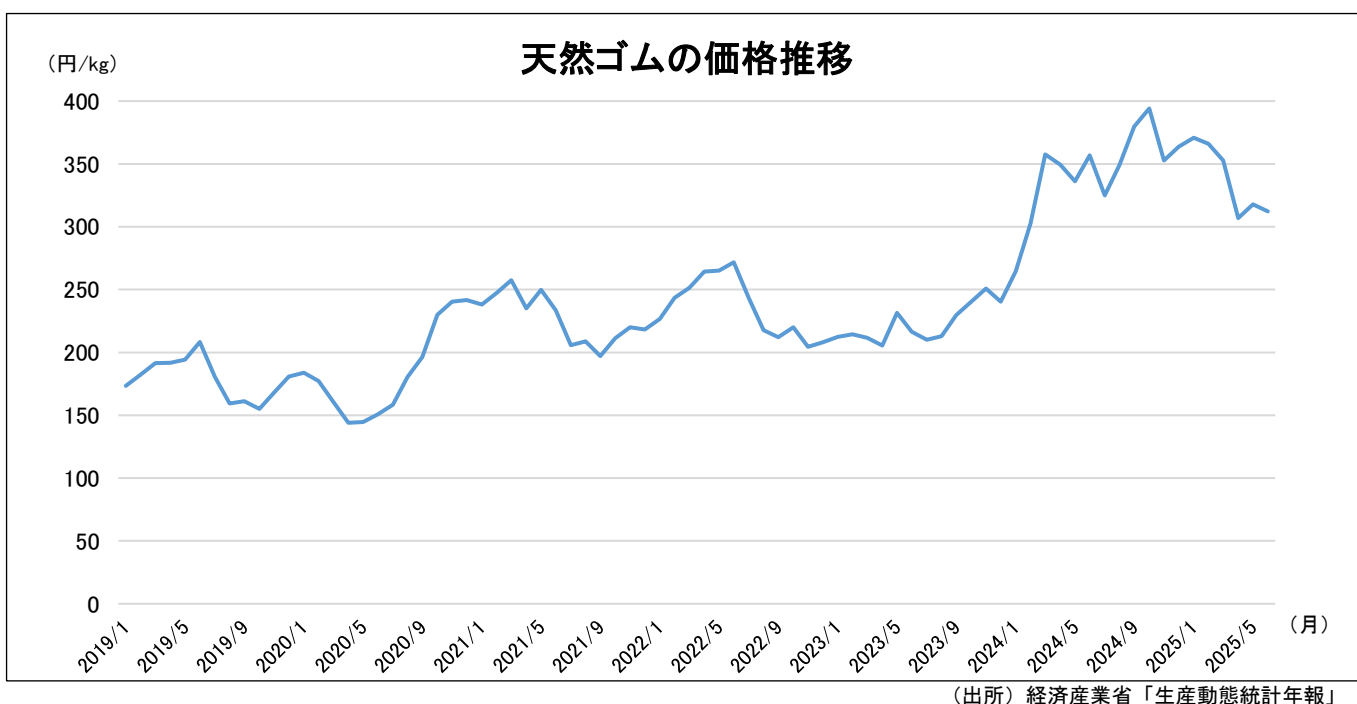
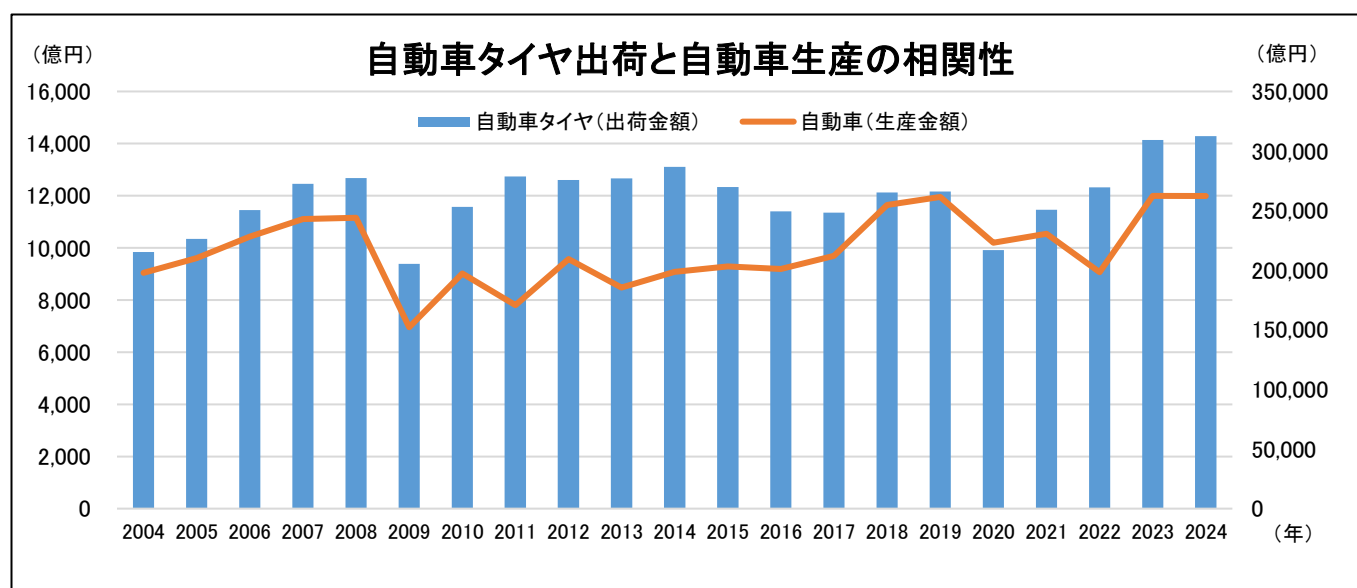
		ゴム製品製造業	製造業
収益性	売上高総利益率(%)	18.6	17.1
	売上高営業利益率(%)	3.2	4.0
	売上高経常利益率(%)	4.6	5.2
安全性	自己資本比率(%)	54.6	49.8
	流動比率(%)	224.7	204.1
	固定比率(%)	213.9	192.1
	借入依存度(%)	26.4	28.4
効率性	売掛債権回転期間(か月)	1.9	2.0
	買掛債務回転期間(か月)	1.1	1.5
	棚卸資産回転期間(か月)	1.0	1.7

（出所）中小企業庁「令和6年度中小企業実態基本調査」

(3) 業界動向

ゴム製品製造業の出荷額の約6割を占める自動車タイヤ分野は、自動車産業の生産動向と極めて強い相関関係を有している。実際に、2009年のリーマンショック期および2020年の新型コロナウイルス感染症拡大期には、自動車生産の急減と同時に自動車タイヤの出荷額も大きく落ち込んでおり、当該分野が外部景気変動の影響を受けやすい構造にあることがグラフから確認できる。その後、2021年以降は自動車生産の回復に伴い、自動車タイヤ出荷額も回復基調に転じている。

コスト面において、従来は価格が比較的安定していた合成ゴムは、近年ナフサ価格の上昇やエネルギーコスト高騰の影響を受け、上昇基調で推移している。加えて、天然ゴムにおいても天候要因や産地情勢の影響を受けやすく、価格変動が大きい状態が続いている。このため、見込み生産が中心となる自動車タイヤ分野では、原材料価格の上昇分を即座に販売価格へ転嫁することが難しく、出荷額が回復・維持している局面においても、原材料高騰が利益を圧迫する局面が生じやすい業界環境にある。



(4) 与信限度額の考え方

■与信限度額の設定方法

与信限度額とは、取引において自社が許容する信用供与の最大額であり、いかなる時点でも超過してはならないものである。与信限度額は、「必要かつ安全な範囲内」で設定する必要がある。必要な限度額は、取引実態を基に算出し、安全な限度額は、自社の財務体力や取引先の信用力（格付）を基に算出する。

●与信金額（必要な限度額）

実際の取引において、必要となる与信金額。ゴム製品製造業に対して発生する与信取引としては、原材料や生産機器の販売などでの「売買取引」が挙げられ、継続取引における必要な与信金額は、以下のとおり算出される。

$$\text{与信金額} = \text{月間の取引金額} \times \text{回収サイト}$$

取引を行う際には、自社の取引条件が斯業種の平均水準から大きく乖離していないか、確認すべきである。買掛債務回転期間の業界標準値が「斯業種の平均的な支払サイト」を表しているため、「月間の取引金額×買掛債務回転期間の業界標準値」によって、与信金額の基準とすることができる。

$$\text{ゴム製品製造業に対する平均的な与信金額} = \text{月間の取引金額} \times 1.1 \text{ か月}$$

●基本許容金額（安全な限度額）

基本許容金額は、自社の財政がどの程度の貸倒れまで耐えうるかを予め計ることで、自社の体力を超える取引に対する牽制機能を働かせるものであり、自社の財務体力と取引先の信用力を考慮して算出する。一例として、自社の自己資本額に対して、取引先の信用力（格付）に応じた割合を安全な限度額とする方法がある。

$$\text{基本許容金額} = \text{自社の自己資本額} \times \text{信用力に応じた割合}$$

(例：A 格 10%、B 格 5%、C 格 3%、D 格 0.5%、E 格 0.3%、F 格 0%)

●売込限度額（安全な限度額）

販売先において、自社との取引シェアが高くなり過ぎると、自社が取引から撤退することが困難となる恐れがある。そのため、取引先の信用力（格付）に応じて取引シェアに上限を設けるべく、取引先が抱える買掛債務額の一定割合を売込限度額として設定する方法が考えられる。

$$\text{売込限度額} = \text{買掛債務額} \times \text{信用力に応じた割合}$$

(例：A 格 30%、B 格 20%、C 格 15%、D 格 10%、E 格 6%、F 格 0%)

仮に、取引先の売上高情報しかなく、買掛債務額が不明な場合であっても、業界標準値を用いて売上高総利益率（18.6%）と買掛債務回転期間（1.1 か月）から、以下のように買掛債務額を推定することができる。

$$\begin{aligned} \text{買掛債務額} &= \text{売上高} / 12[\text{月商}] \times (1 - 0.186)[\text{原価率}] \times 1.1(\text{か月})[\text{買掛債務回転期間}] \\ &= \text{売上高} \times 0.075 \end{aligned}$$

(例: 売上高 100 億円・A 格の場合: 100 億円 × 0.075[買掛債務額] × 30%[信用力に応じた割合] = 2.25 億円)

(5) 与信管理のポイント

以下に「自動車タイヤ」と「工業用ゴム製品」に分けて与信管理のポイントを記載する。

(自動車タイヤ)

大手メーカー主体の業界構造において、販売先も完成車メーカーが主体となるが、それぞれの販路については把握のうえ、取引の安定性について吟味すべきである。

自動車タイヤにおける基本性能としては、駆動安定性、操縦性、制動性、衝撃吸収、耐久性などが挙げられ、それらの性能が商品の差別化に直結するが、近年ではそれらに加えて環境性能（燃費向上によるCO₂排出低減）も重要な要素となっている。自動車タイヤメーカーにおいては、安価で高性能なタイヤの開発が競争力に直結するため、取引時においては、商品力の調査に加え、研究開発力についても調査し、市場における競争力を把握しておきたい。

生産面においては、原材料の天然ゴムは輸入依存度が高く、為替変動や産地の経済・政治状況が調達価格に直結するため、調達ルートが特定地域に偏っていないか、複数国・複数商社を通じた分散調達が図られているかを確認したい。また、原材料価格の上昇局面において、販売価格への転嫁が収益を左右する要因となるが、特に自動車メーカー向け取引においては、価格改定が定期交渉時に限定されるケースが多い点を踏まえ、原材料価格の変動による収支への影響は予め想定した収支見通しを検討する必要がある。

(工業用ゴム製品)

工業用ゴム製品分野は、取扱製品によって必要な技術力や販路などが大きく異なるため、まずは取引先の取扱製品を把握することが取引先把握の第一歩となる。

商流面については、販路の確保は元より、原材料の安定調達も重要な経営課題となるため、販売先と仕入先の両面について構成比とともに把握しておくことが重要である。また、大口販売先の存在は、受注の安定性につながる一方で、特定の大口先取引に依存している場合には、発注調整や単価引き下げ要請が発生した際に業績に直接的に影響するため、特定の取引先への依存が生じていないかについても確認しておきたい。

また、当該分野においては、中小・零細企業が多く、人件費や原材料費の上昇、取引条件の悪化の際には、短期間で採算や資金繰りを悪化させるケースが少なくないため、原価率の推移や回収・支払サイトの変化を確認し、利益構造が急激に悪化していないかを見極める必要がある。

工業用ゴム製品では、顧客仕様に応じた設計対応力や素材選定力が製品単価と粗利率を左右する。特定用途向けの技術やノウハウを有し、継続的な技術開発に取り組んでいる企業は、新規受注や取引継続の面で優位性を持つ一方で、汎用品依存度が高く、価格競争に陥っている企業では、受注量が確保できていても利益確保が困難な点に注意が必要である。

【参考資料】

中小企業庁：「令和6年中小企業実態基本調査」

経済産業省：「令和2年度商業動態統計」、「工業統計調査（産業編）」、「生産動態統計年報」

総務省統計局：「令和2年経済センサス」

一般社団法人日本ゴム工業会：「ゴム製品の生産・出荷・在庫の統計」、「合成ゴム品種別出荷量」

一般社団法人日本自動車タイヤ協会：「日本のタイヤ産業2020」

業種別審査事典（一般社団法人 金融財政事情研究会）