

■特集：日本■

Julian Ryall が日本の塗料市場について東京から報告します。

日本の塗料産業はいまだ停滞中

日本の塗料大手は、将来的な成長促進のために革新的な新製品を探求し、海外の大手企業を買収しているが、国内の塗料業界は停滞しており、急成長の兆しはほとんど見えない。

日本の塗料業界にとって主要なマーケットである韓国との二国間紛争の深刻化に加えて、米中間の貿易戦争の悪化により世界的不景気に向かう恐れもあり、アナリストは、この業界にとって今後数年間は難しいものになると示唆している。

(一社)日本塗料工業会(JPMA)によると、日本のメーカーが生産した塗料の販売額は、輸出を含めて2018年で6980億円(65.3億ドル)を超え、対前年比で2%増となっていたが、販売量は178万トンで実質的に横ばいであった。

「2018年の業界の売上高の増加は、原料コスト増による生産者価格の上昇によるもの」と、市場調査会社ユーロモニター・インターナショナル社の業界アナリスト Domantas Lasiauskas は指摘した。「しかし、日本メーカーの塗料生産量は停滞しており、成長はしていない。」同氏はまた、「日本の国内塗料市場の規模は縮小しており、特にB2B分野での国内の消費量は横ばいになっている。」と、Asia Pacific Coatings Journal (APCJ) に語った。

■マイナス要因

その理由の1つは、日本の建設部門の売上がさらに減速し、2018年通年で0.3%しか成長しなかったことにある。日本の人口減少、住宅ローン申請の審査が厳しくなっていること、地価の上昇などのマイナス要因が新居やオフィスへの投資を引き続き抑制しているため、苦戦を強いられている、とユーロモニターのアナリストは述べた。日塗工の専務理事、中村英朗氏は、塗料業界は2008年のリーマンショック以来「ほぼ同じレベルで推移」しており、この10年ほどは自動車と工業用分野が業界全体を牽引してきたと述べた。ただし、これも続かないかもしれない。

「日本の塗料メーカーは価格面で競争するのは厳しいため、常に新技術を開発し、活用していくことが大変重要である。」

「世界的な不景気と日本国内における10月1日の消費増税により自動車業界に減速の兆しが見られる。」政府は消費税を8%より10%に増やし、増税前の数週間、消費者は駆け込み需要に走り、企業は在庫を補充した。これは必然的に、また在庫が少なくなるまでの数週間、あるいは数ヶ月間に亘って消費が減少することにつながる。

中村氏は増税の影響は建築分野にも影響を及ぼし、今後数ヶ月は「難しい景気」に直面するだろうと述べた。

この国の主要産業である造船分野も 3 年連続で生産量が減少しているが、今年度は対前年比の成長率がやや回復するかもしれない、と指摘した。

工業会の予測に拠れば日本の塗料メーカーの販売額は 2019 年度上半期（4 月から 9 月）に若干の増加を期待しているが、下半期は減少が見込まれる。

ユーロモニターの Lasiauskas 氏は、その先の見通しについて楽観視しておらず、自動車業界の「マイナス成長の兆し」や、印刷業界が 2018 年に既に 3%減少し、さらに数ヶ月もしくは数年に亘って縮小が予想されることも併せると、2018 年から 2023 年の年平均成長率は 0.1%程度しか期待できないと述べた。

このような課題を念頭に、日本の大手塗料メーカーは積極的に海外企業の買収を検討しており、例えば日本ペイントホールディングス（NPHD）株式会社によるオーストラリアの Dulux グループの買収はその最たる事例である。

Dulux の経営陣は 4 月に 38 億豪ドル（27 億米ドル）での売却に合意し、8 月に契約が成立した。大阪に本社を置く NPHD は買収に当たっては、同時の株価に 27.8%の割増しした、一株当たり 9.8 豪ドルを提示した。

「オーストラリアとニュージーランドの塗料市場は先進国であるにも関わらず安定成長を続けている大変魅力的な市場である」と同社広報のマミ・ダイラク氏は述べた。

「Dulux 社はオーストラリア・ニュージーランド塗料市場で最大のシェアを持つ。」「この買収により、既に強い需要がありつつも成長の可能性も高い建築用塗料業界で強い位置を確保することができ、企業の事業基盤をさらに強化することを期待している。」

この契約はまた、「急成長地域と安定成長が見込まれる地域、双方における弊社のポートフォリオのバランスを整えると同時に、中長期経営計画にも大きく貢献する。」

同月、日本ペイントはまたトルコの Betek Boya 社も買収したがその額は公表されなかった。塗料の Filli Boya ブランドでトルコでは有名な同社は、昨年 16 億トルコリラ（2 億 7400 万米ドル）の売上げを記録した。ダイラク氏はこの 2 件の買収は「弊社のオートフォリオを強化する」活動の一環である、と付け加えた。

■革新と連携

内部革新と外部開発者との連携は、市場を拡大したい国内企業にとっての選択肢であり、有望な新製品や研究プロジェクトが多数ある。

大阪工業大学の研究者チームは、太陽光から熱を生成する塗料を開発した。開発者は、将来、宇宙船に組み込んで、電気やガスを用いずに熱を生成できると述べている。

日本ペイントは、建設業界で使用されるコンクリートのフレーキングを防止する塗装系のタフガードスマート O-DE メッシュシステムや、外壁用の水系壁用シーラーなどの新技術を発表した。同社の中国のグループ会社は、中国の河北に本拠を置く Kangde Composites

社と炭素繊維強化ポリマー材料の高度なコーティング技術を共同開発するために戦略的パートナーシップを結んだ。

「価格面で競争することは非常に難しいため、日本のメーカーにとって、常に新しい技術を開発して使用することは非常に重要である。」と Lasiauskas は述べた。「日本の塗料メーカーは、付加価値の高い先進的な製品を顧客に提供することにより、世界レベルの競争力を維持している。たとえば、省エネ型の光触媒塗料技術、セルフクリーニングナノ塗料、防カビ塗料、そして更に多くの高度な表面保護製品が増加している。グローバル市場と日本企業は、競争力を維持するためにこれらの技術を活用している。」

輸出に関しては、2010 年売上全体の 17.8%から 2018 年には 24%強に増加したが、二国間および多国間の貿易紛争が悪影響を与える可能性が依然、懸念材料として残る。

「米中政府間が早期に合意することは期待できないので、貿易戦争によるマイナス影響はあると言える。」とロシアウスカスは示唆した。「しかし、貿易戦争が日本に直接影響を与えることはなく、中国市場は国の購買力の増加により成長を続けると予測されています。短期的には、日本の塗料とワニスの中国への輸出は、横ばいか、成長を続けると予想している。」それよりも大きな懸念材料は、韓国との歴史解釈に関する対立によって引き起こされる貿易・政治的関係の悪化である。

日本の塗料とワニスの輸出の約 17%の仕向け先である韓国は、建設業が隆盛し、力強い自動車産業、そして成長の可能性を有している。東京とソウルの外交関係が悪化し続ける場合、日本の塗料メーカーは長年の顧客が他のサプライヤーを探し始めるかもしれないという不安を抱いている。