

産業ガス

【要約】

- 2013年度のエアセパレートガス販売量は、エレクトロニクス向け依存度の高い窒素、アルゴンが前年度比減少した一方、鉄鋼等オンサイトが好調であった酸素は同増加となった。2014年度については、製造業の活動が比較的堅調に推移するものと見られ、窒素、酸素、アルゴンともに増加するものと予想する。
- 2013年度のその他主要ガス販売量は、炭酸ガス、圧縮水素、溶解アセチレンともに溶接向けやエレクトロニクス向けが低調であったこともあり前年度比減少した。2014年度は、溶接向け等が堅調な炭酸ガスが増加する一方、エレクトロニクス向けの伸び悩みや代替の影響もあり、圧縮水素、溶解アセチレンは前年度比減少するものと予想する。
- グローバル産業ガス業界では、No.2のシェアを誇るドイツ Linde の成長が著しい。成長ドライバーは、「Asia-Pacific」「Americas」である。前者においては、当社はリーディングポジションにあり、積極投資により事業規模を拡大する戦略をとっている。後者においては、2012年に米ヘルスケア用ガス最大手 Lincare を買収、米国の競争力を高める戦略をとっている。両戦略ともに、2006年に当時グローバル4位であった当社が同2位であった BOC を買収したことが大きい。BOC の持つ新興国シェアと、グローバル2位の事業基盤を手に入れたことで、両戦略を実現することができたからである。日系産業ガスメーカーもリージョナルメーカーに留まらずグローバルで成長を目指すためには、非連続な買収戦略も選択肢の一つではないかと考える。

I. 産業の動き

1. エアセパレートガス販売量

2013年度の販売量は、窒素、アルゴンが前年度比で減少する一方、酸素が増加

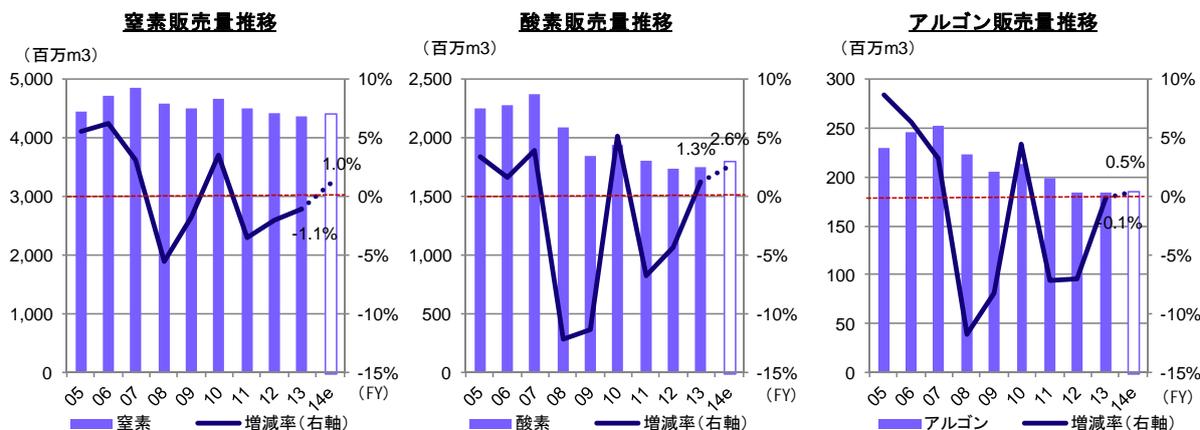
産業ガス業界は、空気を分離して得られる酸素、窒素、アルゴンといったエアセパレートガスの製造・販売が主力の業界である。「酸素」は、酸化性・支燃性という特徴を活かし、燃焼関連などに、「窒素」は、不活性という特徴を活かし、半導体や金属化合物等の雰囲気ガスなどに、「アルゴン」は、極めて不活性な特徴を活かし、溶接のような高温状態の金属等反応性の高い物質の雰囲気ガスなどに広く活用されている。

2013年度の窒素販売量は、半導体や液晶パネルといったエレクトロニクス分野において停滞が続き、前年度比▲1.1%の4,365百万m³となった。

2013年度の酸素販売量は、鉄鋼や化学といったオンサイト需要が全体を牽引し、前年度比+1.3%の1,755百万m³となった。

2013年度アルゴン販売量は、主力であるシリコンウェーハ向けの減少傾向が続き、前年度比▲0.1%の212百万m³となった（【図表 10-1】）。

【図表10-1】エアセパレートガス品目別販売量推移



(出所) 日本産業・医療ガス協会資料を基にみずほ銀行産業調査部作成

(注) 2014年度はみずほ銀行産業調査部予想

2014年度は、窒素、酸素、アルゴンともに販売増を予想

2014年度の販売量は、窒素が前年度比+1.0%、酸素が同+2.6%、アルゴンが同+0.5%増加するものと予想する。海外景気の回復を背景とした輸出増や企業業績の改善により顧客である製造業の活動が比較的堅調に推移するものと見られ、鉄鋼や化学工業などの重厚長大産業向けの比率が高いエアセパレートガスは、底堅く推移するものと考えられる。

2. その他主要ガス販売量

「炭酸ガス」は、主に溶接用や飲料・食品向けに、「水素」は、主にエレクトロニクス向けに、「溶解アセチレン」は、主に金属加工向けに活用されている。

炭酸ガスは底を脱する見込み

2013年度の炭酸ガス販売量は、主力の造船など溶接向けの消費量減少が響き、前年度比▲0.6%の706千トンとなった(【図表10-2】)。2014年度は、主力の溶接向けにおいて、造船等溶接向けで需要が復調傾向にあり、前年度比+1.9%の719千トンを予想する。

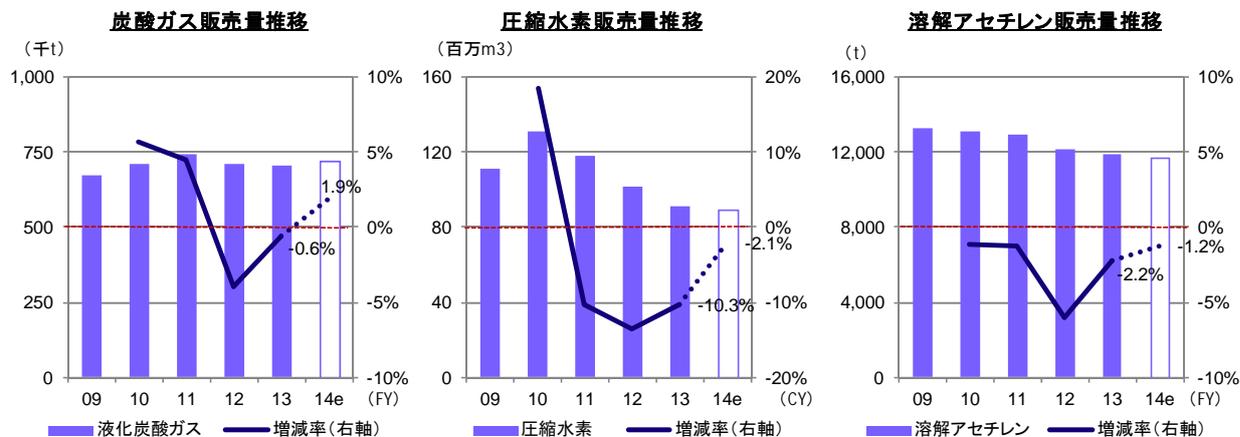
圧縮水素は、減少傾向を継続

2013年の圧縮水素販売量は、エレクトロニクス向けが低調であったことで、前年度比▲10.3%の91百万m3となった。2014年についても、エレクトロニクス向けが伸び悩むことに加え、液体水素への切り替え等の要因もあり前年度比▲2.1%の89百万m3を予想する。

溶解アセチレンについても、減少傾向が継続

2013年度の溶解アセチレン販売量は、造船など金属加工向けが低調であったことで、前年度比▲2.2%の11,862tとなった。2014年度についても減少が予想される。造船等需要増が期待される一方で、低コストガスへの代替の影響もあり、前年度比▲1.2%の11,717tを予想する。

【図表10-2】その他主要ガス品目別販売量推移



(出所) 日本産業・医療ガス協会資料を基にみずほ銀行産業調査部作成

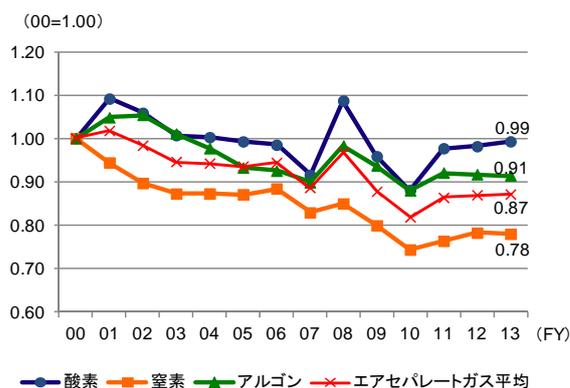
(注)2014年度はみずほ銀行産業調査部予想

3. 市況

エアセパレートガスの平均単価は低水準も、主要コストである電力料金は上昇

エアセパレートガスの平均単価は、緩やかに上昇傾向ではあるものの、窒素の単価低迷等により、リーマンショック直後を除く2000年以降で、未だ最低水準で推移している。他方、産業用電力料金については、原発再稼働の見通しが立っていない状況であり、電力料金の更なる値上げの可能性もある。エアセパレートガス事業は製造コストの大半を電力代が占める電力多消費事業であることから、収益への影響が懸念される(【図表 10-3、4】)。

【図表10-3】エアセパレートガス平均単価推移



(出所) 経済産業省「生産動態統計」よりみずほ銀行産業調査部作成

【図表10-4】産業用電力料金平均単価推移



(出所) 電気事業連合会よりみずほ銀行産業調査部作成
(注)産業用電力料金:東京電力販売単価

II. 企業業績

2013年度の大手2社の業績は、大幅増収、増益を達成

2013年度の大手産業ガスメーカー2社の売上高、営業利益合計は、対前年度比+15.4%の増収、+26.1%の増益で着地した（【図表10-5】）。円安進行による為替の影響に伴う増収効果や国内オンサイト事業が好調に推移したこと等により産業ガス事業が増収、さらに、医療や農業・食品事業などの非産業ガス事業の拡大もあり、大幅増収となった。他方、産業ガス事業の利益については、電力料金高騰の影響もあり利益率が悪化したものの、全社ベースでは、コスト削減や非産業ガス事業の貢献もあり大幅増益を達成した。

【図表10-5】大手産業ガスメーカー2社の業績推移

【実額】					【増減率】			
	単位	12fy (実績)	13fy (実績)	14fy (見込)	単位	12fy (実績)	13fy (実績)	14fy (見込)
売上高	億円	10,084	11,640	12,200	%	3.9%	15.4%	4.8%
営業利益	億円	528	666	730	%	▲15.9%	26.1%	9.7%

(出所) 各社資料よりみずほ銀行産業調査部作成
 (注1) 2014年度はみずほ銀行産業調査部予想
 (注2) 大手産業メーカー2社:大陽日酸、エア・ウォーター

2014年度も増収増益を予想

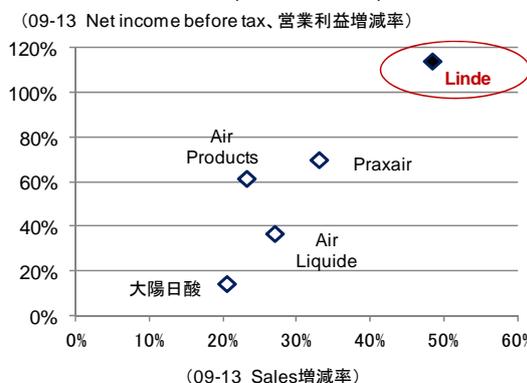
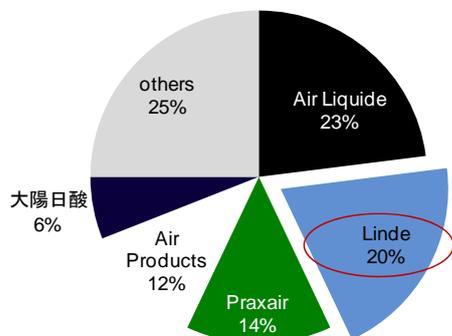
2014年度の業績は、国内産業ガス事業において、エアセパレートガスが好調に推移することに加え、海外事業や非産業ガス事業の拡大により、前年度比+4.8%の増収、増収に加えコスト削減施策の実施もあり、同+9.7%の増益を予想する。

III. トピックス グローバルリーディングカンパニーの最新動向 ～産業ガス～

グローバル産業ガス業界は成長産業

グローバル産業ガス業界は、成長産業として市場成長を続けている。1990年代は先進国の経済成長により、2000年代は新興国の経済成長がさらに加わり成長ペースを拡大させてきた。産業ガスメーカーは、「成長するマーケットの獲

【図表10-6】グローバル産業ガス市場シェア 【図表10-7】大手5社の売上高/利益増減 (FY09-FY13)



(出所) 各種資料よりみずほ銀行産業調査部作成

(出所) 各社資料よりみずほ銀行産業調査部作成

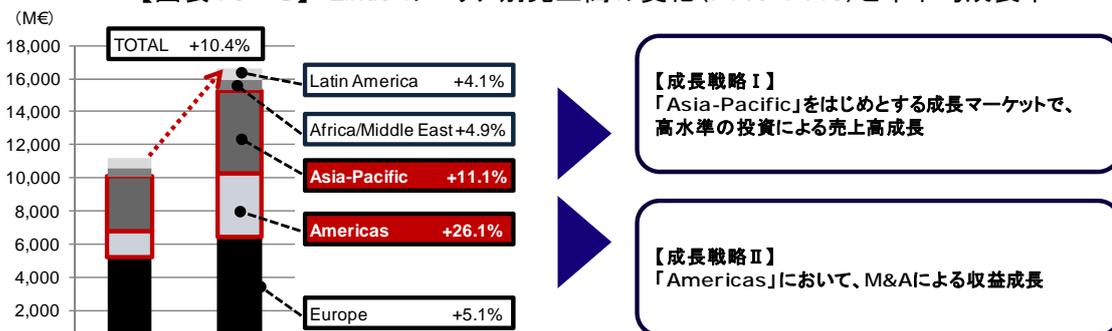
抜群の成長力を誇るLindeに注目

得」と「規模拡大によるコスト削減」の両輪で収益成長を目指し、結果的に大手4社による寡占化が進行、2012年には4社のグローバルシェアが約7割に達している。大手4社の中でも、抜群の成長性を誇るグローバルシェアNo2のドイツLindeの戦略について注目したい（【図表10-6、7】）。

Lindeの成長は「Asia-Pacific」と「Americas」が牽引

Lindeのリーマンショック以降（FY09-FY13）のエリア別売上高推移を見ると、全体では年平均+10.4%の成長をしているが、そのうち、「Asia-Pacific」が同+11.1%、「Americas」が同+26.1%であり、両エリアの成長が全体を牽引している（【図表10-8】）。

【図表10-8】Lindeのエリア別売上高の変化（FY09-FY13）と年平均成長率



（出所）当社資料よりみずほ銀行産業調査部作成

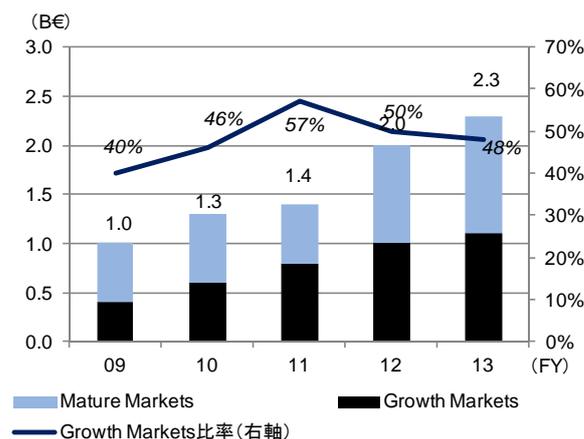
「Asia-Pacific」については、中国、東南アジアにおいて当社がトップシェアを有しており、強みとしているエリア。当社は全体に占める、新興国等成長エリアへの投資比率が5割前後と高水準に推移しており、結果として売上高の成長ドライバーとして寄与している（【図表10-9、10】）。

【図表10-9】Lindeの成長エリアにおけるシェア



（出所）当社資料よりみずほ銀行産業調査部作成

【図表10-10】Lindeの設備投資推移



（出所）当社資料よりみずほ銀行産業調査部作成

「Americas」については、2012年に米国の家庭向けヘルスケア用ガスやサービスを提供するLincareを買収。Lincareは米国においてヘルスケア用ガスでトップシェアのポジションを有しており、高齢者人口が増加することに伴い成長が期待される米国ヘルスケアの市場で競争力を高める戦略と考えられる。

Lindeの成長の影には、2006年の当時2位のBOC買収が貢献

Lindeは、成長するグローバル産業ガス業界において、新興国エリアにおける積極投資による売上高拡大と、先進国でのM&Aによる収益力強化を両輪として成長を実現している。それらを実現することができたのも、2006年当時、グローバル4位であったLindeが、グローバル2位のBOCを買収したことが大きいと考える。BOCの持つアジアをはじめとする新興国における高いシェアを獲得し、且つグローバルNo.2の規模となったことで、高水準の投資が可能になったからである。

日系産業ガスメーカーもグローバルで戦うために、非連続な買収戦略も選択肢と考える

日系産業ガスメーカーは、リージョナルメーカーとして収益を維持するという方法もあるが、成長を実現するためにはグローバル化は避けて通れない。一方で、グローバルマーケットでは、統合により広範なソリューション、カバレッジエリア、高い投資余力を備えたグローバルメジャーと競争する必要がある。日系産業ガスメーカーの更なるグローバル化を実現するには、従来延長戦上にならない非連続な買収戦略も選択肢として存在すると考えられる。

（素材チーム 佐野 雄一）
yuichi.sano@mizuho-bk.co.jp

©2014 株式会社みずほ銀行

本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引の勧誘を目的としたものではありません。本資料は、弊行が信頼に足り且つ正確であると判断した情報に基づき作成されておりますが、弊行はその正確性・確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しては、貴社ご自身の判断にてなされますよう、また必要な場合は、弁護士、会計士、税理士等にご相談のうえお取扱い下さいますようお願い申し上げます。

本資料の一部または全部を、①複写、写真複写、あるいはその他如何なる手段において複製すること、②弊行の書面による許可なくして再配布することを禁じます。