

業界レポート
はん用機械器具製造業

産業分類コード 25



はん用機械器具製造業（産業分類コード 25）

（１）市場概要

① 営業種目

- ▶ 一般産業用機械・装置製造業
- ▶ その他のはん用機械・同部分品製造業
- ▶ ポンプ・圧縮機器製造業
- ▶ ボイラ・原動機製造業

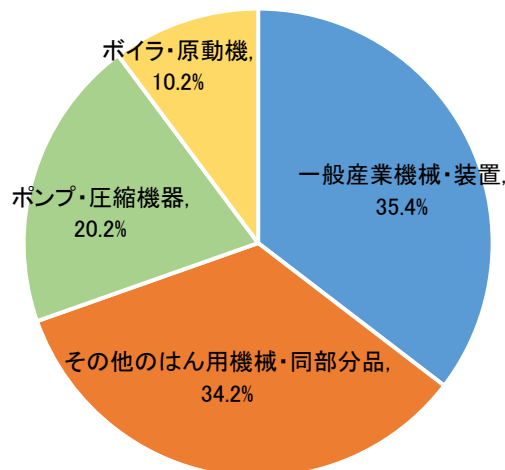
② 業界規模

総売上高 15兆8,598億円

上場企業数 72社

非上場企業数 6,846社

営業種目別売上高割合



（出所）2023年「経済構造実態調査」

③ 業界サマリー

はん用機械器具は、各種産業用機械への組込・取付に用いられる機械器具であり、「一般産業用機械・装置」、「その他のはん用機械・同部分品」、「ポンプ・圧縮機器」、「ボイラ・原動機」の4つに分類される。

【取扱製品の特性】

営業種目別の売上高は、「一般産業用機械・装置」（売上高割合 35.4%）が最も多く、「その他のはん用機械・同部分品」（同 34.2%）と合わせて、上位2種目で斯業種売上高全体の約7割を占め、企業数においても、同2種目が全体の約8割を占めている。他方、製品別では「油圧・空圧機器」（ポンプ・圧縮機器）や「物流運搬設備」（一般産業用機械・装置）の規模が大きい。

【業界構造】

斯業種は、モーターやバルブ、クラッチなど小型製品が多く、大規模な生産設備を必要としないことから、他の機械器具製造業に比べて初期投資の観点での新規参入障壁はやや低いといえる。特に、高い製造技術力が求められない製品の場合には、大規模資本の参入等の脅威に晒されうる。

【法律関連】

斯業種に関連する法律としては、製品の欠陥により生じた損害について、製造業者の責任を定める「製造物責任法（PL法）」や、環境汚染に関する環境基本法や廃棄物処理法がある。法改正により、対応コストの増加や設備投資が生じ、業績や資金繰りが悪化するケースがあるため、法改正の内容については十分に把握しておきたい。

(2) 業界の特徴・商流

【業界の特徴】

はん用機械器具製造業は、「完成品」製造が主流となる他の機械器具製造業とは異なり、①製品の多くが各種産業機械に組み込む「部品」であることや、②製品が汎用的であり、多様な業界で使用されることが特徴として挙げられる。

斯業種のうち、「部品」製造業者においては、汎用部品の製造が主力となるため、低単価・大ロット生産となりやすい。また、零細・中小規模企業が多いため、自社よりも企業規模の大きい「完成品」製造業者などが主要な取引先となりやすく、不利な取引条件を招きやすい面も否めない。さらに、規模小体ゆえの脆弱な財務基盤が原因で十分な設備投資を行えず、競争力が低下していくケースも多々見受けられる。

専用機など用途が限られる機械器具においては、特定の業界が販売先になりやすいが、斯業種におけるクラッチやパイプ、モーター、ボイラなどは汎用性が高いため、取引先が多業界にわたりやすくなる。

斯業種における「完成品」製造業者のうち、大型機械などの製造を受注生産にて行う企業の場合には、細かな顧客要望に対応できる技術力を有していることが重要であるだけでなく、発注から納品までのリードタイムにおいて、資金不足を生じさせない財務基盤も有していることが重要となる。

製品の汎用性が高いほど、大量生産による製造コストの低減や特定の業界・販売先への依存度が小さくなるが、代用可能な他社製品との差別化が困難になり、価格競争に陥りやすい点が懸念される。斯業種企業においては、「販売先の業界に対する知識」や「他社との差別化が可能な製品の製造技術」を有していることが、与信管理上の重要なポイントとなろう。

営業種目別 主要製品

営業種目	主要製品	売上高 割合(%)	企業数 (社)
一般産業用機械・装置	動力伝導装置(変速機、クラッチ等)、エレベータ、エスカレータ、物流運搬設備(コンベヤ、クレーン、巻上機)、工業窯炉、冷凍機・温湿調整装置	35.4	3,173
その他のはん用機械 ・同部分品	消火器具・消火装置、弁・同附属品、パイプ加工・パイプ附属品加工、玉軸受・ころ軸受、ピストンリング、その他はん用機械・装置修理業	34.2	4,434
ポンプ・圧縮機器	ポンプ、圧縮機、送風機、油圧・空圧機器(モーター、バルブ、シリンダ、フィルタ等)	20.2	1,461
ボイラ・原動機	ボイラ、蒸気機関、タービン、はん用内燃機関、その他の原動機(水車、風力機関、圧縮空気機関)	10.2	393

(出所) 2023年「経済構造実態調査」

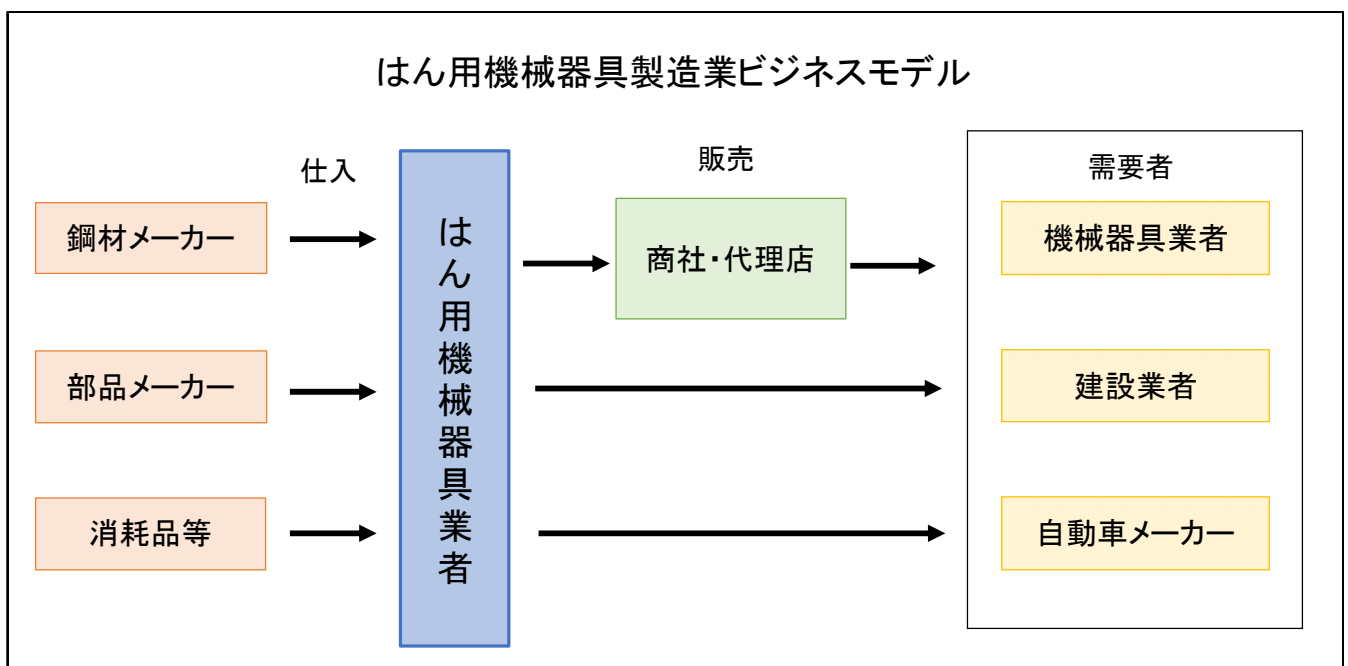
【商流】

斯業種の取扱い製品は多岐にわたるが、原材料となる鋼材や各種部品等を仕入れて製品を製造し、商社・代理店を経由したり、機械器具の完成品メーカーや二次部品製造業者、建設業者などの需要者へ直接販売したりするビジネスモデルは概ね共通している。

従来は、商社や代理店などの卸売業者を経由した販売がほとんどであったが、近年ではインターネットの普及と物流の発達により、需要者への直接販売も増加している。また、ボイラ・原動機や油圧・空圧機器などは、製品販売後に機械やシステムへの組み込みや、修理・メンテナンスなどのアフターサポートが必要となることから、商社・代理店を経由せず需要者に直接販売する企業も増加している。

斯業種の取扱い製品のうち、ポンプや巻上機等のはん用製品は、見込み生産によって商社・代理店を経由して販売されるケースが多いが、小型製品が主流の斯業種の中では比較的大型の機械であるタービンや工業窯炉等は、顧客毎の用途やニーズに対応するためのカスタマイズが生じやすく受注生産が多いことから、販売先業界に対する知識が必要となる。

斯業種の製品は、工場における生産設備や建設機械などであり、需要動向は販売先業界の景気やインフラ投資需要、建設需要などに左右される。近年においては、中国のインフラ投資拡大や2011年の東日本大震災を契機とした復興需要、2017年以降の東京オリンピック・パラリンピック関連需要などを背景に、製品出荷額は増加傾向にあったが、2020年には新型コロナウイルスの感染拡大により一時的に大きく落ち込んだ。直近では回復傾向にあるものの、景気や建設需要などの動向については、注視する必要がある。



【収益構造】

(安全性分析)

はん用機械器具製造業の自己資本比率は 50%超となっており、安全性の高い業種であるといえる。流動比率および当座比率についても、製造業全体と比べていずれも 40 ポイント以上高い水準であり、短期的な資金繰りの面においても安全性が高いといえよう。斯業種は、大規模な設備需要が発生しにくく、設備資金需要が小さい点が安全性指標の数値に繋がっているとみられる。

(収益性分析)

製造業全体よりも売上高総利益率では 4.8 ポイント高く、営業利益率では 2.2 ポイント高い数値となっていることから、高収益な業種であるといえる。商社・代理店を経由せずにメーカーへ直接販売するケースや、製品販売後に機械やシステムへの組み込み、アフターサポートなどを実施するケースが多いことが高い収益性の一因であるとみられる。

(効率性分析)

斯業種の売掛債権回転期間は、製造業全体よりも 1.4 か月長い。「部品製造」においては、自社よりも規模の大きい企業が主要な販売先となりやすく、取引契約上、回収サイトが長期に設定されていることがその要因として考えられる。他方、設備投資効率は 104.2%となっており、製造業の 78.2%を 26.0 ポイント上回っている。他の製造業に比べて利益率が高いことと、製造に要する機械設備の規模が小さいことが、設備投資効率の高さに繋がっていると思料される。

【財務指標】

		はん用機械器具製造業	製造業
安全性	自己資本比率(%)	52.9	49.8
	流動比率(%)	196.6	156.5
	当座比率(%)	138.0	93.2
	借入依存度(%)	19.5	23.7
収益性	売上高総利益率(%)	25.2	20.4
	売上高営業利益率(%)	6.7	4.5
	売上高経常利益率(%)	9.0	7.9
	売上高当期利益率(%)	6.0	6.0
効率性	売掛債権回転期間(か月)	3.7	2.3
	買掛債務回転期間(か月)	1.9	1.6
	棚卸資産回転期間(か月)	1.9	1.6
	設備投資効率(%)	104.2	78.2

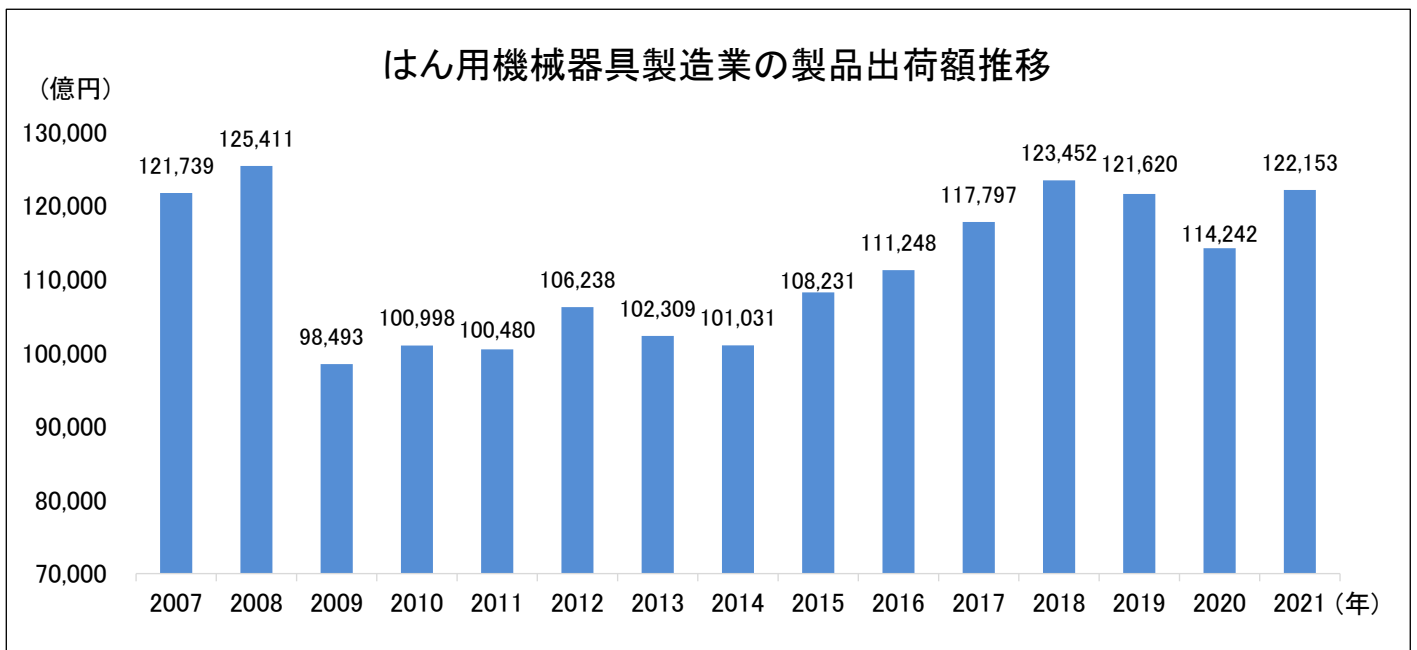
(出所) 財務省「令和4年度法人企業統計調査」

(3) 業界動向

はん用機械器具製造業の製品出荷額は、業種が新設された2007年時点では中国におけるインフラ投資の拡大により12兆円超を計上していたが、リーマンショック発生直後の2009年には10兆円を割り込む水準まで大幅に落ち込んだ。2010年以降は10兆円をやや上回る程度の水準で横ばい推移となっていたが、2015年から右肩上がりに転じ、2018年には10年ぶりに12兆円台を回復した。新型コロナウイルス感染拡大の影響によって2020年は一時的に落ち込んだものの、2021年は急速に回復しており、今後の出荷額拡大が期待される。

近年では、機械器具の製造・販売だけでなく、機械から獲得したデータ分析を基に、「保守点検」、「故障の検知」、「生産性向上」などのサポートを提供する企業が増加している。また、「販売先の社内システムとの連携」や「製造現場の省人化に繋がるサポート」など、労働力不足の解消を付加価値として提供するビジネスモデルへのシフトが進んでいる。こうした動きは今後も加速すると推測され、従来のモノづくりだけでは生き残りが難しくなる企業が増加すると考えられる。

斯業種は、販売先の業界が多岐にわたるため、他業種の動向も重要である。2024年より施行された働き方改革関連法により、建設業界や運輸業界において経営環境の悪化が懸念される状況であるため、特に建設業者や運輸業者が主要販売先である場合には、業績への影響に注意したい。



※はん用機械器具製造業は、2008年より一般機械器具製造業の分割により新設

(出所) 経済産業省「経済構造実態調査」

(5) 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。はん用機械器具製造業に対して発生する与信取引としては、原材料、機材販売での「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界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「斯業界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。

$$\text{はん用機械器具製造業に対する平均的な与信金額} = \text{月間の取引金額} \times 1.9 \text{ か月}$$

●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（21.5%）と買掛債務回転期間（1.8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。

$$\begin{aligned} \text{買掛債務額} &= \text{売上高}/12[\text{月商}] \times (1-0.215)[\text{原価率}] \times 1.9(\text{か月})[\text{買掛債務回転期間}] \\ &= \text{売上高} \times 0.118 \end{aligned}$$

（例：売上高100億円・A格の場合：100億円×0.118[買掛債務額]×30%[信用力に応じた割合]=3.54億円）

(6) 与信管理のポイント

斯業種は、取扱う製品が多岐にわたることから、取引先の主力製品と主要販売先について確認しておく必要がある。特に、他の製造業者向けに販売される「部品」が主力製品である場合には、販売先業界の景気動向に業績が左右されやすいため、取引時の信用判断においては、その販売先業界の動向についても考慮することが重要である。

また、生産方法が受注生産なのか、見込み生産なのかを把握しておくことも与信管理上は重要である。受注生産の場合、在庫リスクを抱えずに、顧客のニーズに合った製品を製造し、満足度を高めることができるメリットがある一方で、受注から納品までのリードタイムが長くなり、代金回収まで製造コストの立て替えが発生する場合には、長期にわたり与信リスクを負うこととなるほか、自社の資金繰りにも影響するため、特に製造コストが高額な場合には、回収条件の設定を慎重に行う必要がある。他方、はん用性が高く、見込み生産が可能な製品が主力である場合には、品質や価格、納期などの面において競合他社との優位性を維持できているか、在庫リスク低減に努めているか等について確認しておきたい。

小規模企業が多い斯業種に対して、販売先は大手自動車関連企業や機械器具製造業者、建設業者などであることが多く、取引上の立場が弱くなりやすい。財務分析によると、売掛債権回転期間が比較的長い業種であるため、売掛債権の回収がきちんと実施されているか、支払面において不利な契約条件となっていないかについて確認しておく必要がある。

斯業種における近年の動向としては、単に製品を製造・販売するだけでなく、データ分析による IT 技術との連携や、顧客毎のニーズを捉えた提案、納品後のアフターサービスなど、サービタイゼーションと呼ばれる製造以外の価値創出が重要となっている。特に中小企業では、IT に関する人的・物的リソースが不足しているケースが多いため、採用やシステム投資の状況について確認することがポイントとなる。与信管理の実務上は、直接工場を訪問し、機械設備の投資状況や稼働率などを確認することも重要な作業である。

製造現場では、急速な技術革新に対応すべく積極的な設備投資が求められるが、財務体力に余力がない企業は設備投資に後れを取り、競争力の低下を招く悪循環となる。資金保有量などから投資余力を確認するほか、既存の設備についても稼働率を確認し、生産性の向上や人手不足解消が図られているかなど、投資の「量」だけでなく「質」の観点からも確認しておきたい。

【参考資料】

経済産業省：「2023 年経済構造実態調査」

経済産業省：「令和 3 年経済センサス」

経済産業省：「工業統計調査」