

業界レポート
輸送用機械器具製造業

産業分類コード 31



輸送用機械器具製造業（産業分類コード 31）

（1）市場概要

① 営業種目

- ▶ 自動車・同付属品
- ▶ 鉄道車両・同部分品
- ▶ 船舶製造・修理業、船用機関
- ▶ 航空機・同付属品
- ▶ 産業用運搬車両・同部分品・付属品具
- ▶ 自転車・同部分品

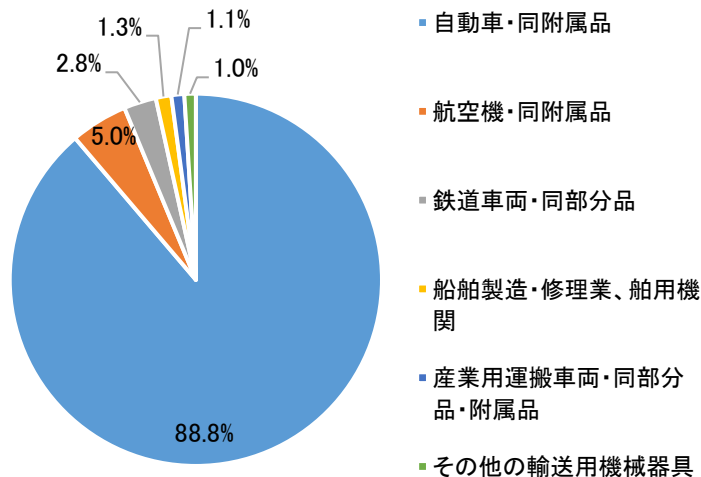
② 業界規模

総製品出荷額 60兆1,781億円

上場企業数 89社

非上場企業数 10,363社

営業種目別の製品出荷額の割合



（出所）経済センサス「令和3年活動調査」

③ 業界サマリー

斯業種は、自動車、鉄道、航空機、船舶、自転車などの輸送用機械とその付属品を製造しており、営業種目は多岐にわたる。市場の中心となるのは、製品出荷額全体の約9割を占める自動車・同付属品製造業である。

【取扱製品の特性】

斯業種で取り扱う製品は、安全性、耐久性、燃費性能、環境適合性など高い技術的要件を満たす必要があり、精密な設計と製造技術が求められる。製造される製品は、自動車などの完成品メーカーから要求される納期が短いことを背景に、見込み生産となる傾向があるが、顧客の個別要望に対応する受注生産も多く見られる。斯業種の取扱い製品は多岐にわたるため、次頁に製品ごとの特徴をまとめる。

【業界構造】

斯業種は、完成品メーカーを頂点としたピラミッド構造が特徴的で、最下層の素材メーカーとその上位層の部品メーカーらによるピラミッド型の分業関係を築くことで、高品質かつ低価格製品を効率的に供給する体制が整備されている。中でも自動車産業においては、電気自動車（EV：Electric Vehicle）の進展や技術革新に伴う部品の多様化やコスト競争の激化により、従来の商慣習に捉われない新たな供給関係が構築されていることを背景に、ピラミッド型系列構造から水平型構造への変形も見受けられる。

【法律関連】

製造業全般に関わる法律として、製品の欠陥により生じた損害における製造業者の責任を定める「製造物責任法（PL法）」が関わるほか、自動車・同付属品製造業においては、ピラミッド型の業界構造と関連性が高い「下請法」や、車両の保安基準を定めた「道路運送車両法」が関連する。自動運転の普及に伴い、法改正が進む状況下にあるため、改正内容の適切な把握に努める必要がある。

(2) 業界の特徴・商流・収益構造

【業界の特徴】

自動車、航空機、船舶、鉄道車両など、輸送手段に関わる機械や部品を製造しており、高度な技術と専門性が求められる。日本の製造業における中心的な存在である斯業種の中でも、自動車産業が中核産業といえ、日本経済の牽引役として大きな役割を担っている。近年は環境保護や安全基準の厳格化に伴い、ハイブリッド車やEV、さらには低炭素排出技術などの開発が加速しており、これらの技術対応が、業界の成長や競争力向上に寄与している。また、輸出比率が高く、為替変動や国際的な貿易摩擦の影響を受けやすい性質も有している。

【営業種目・主な生産製品・特徴】

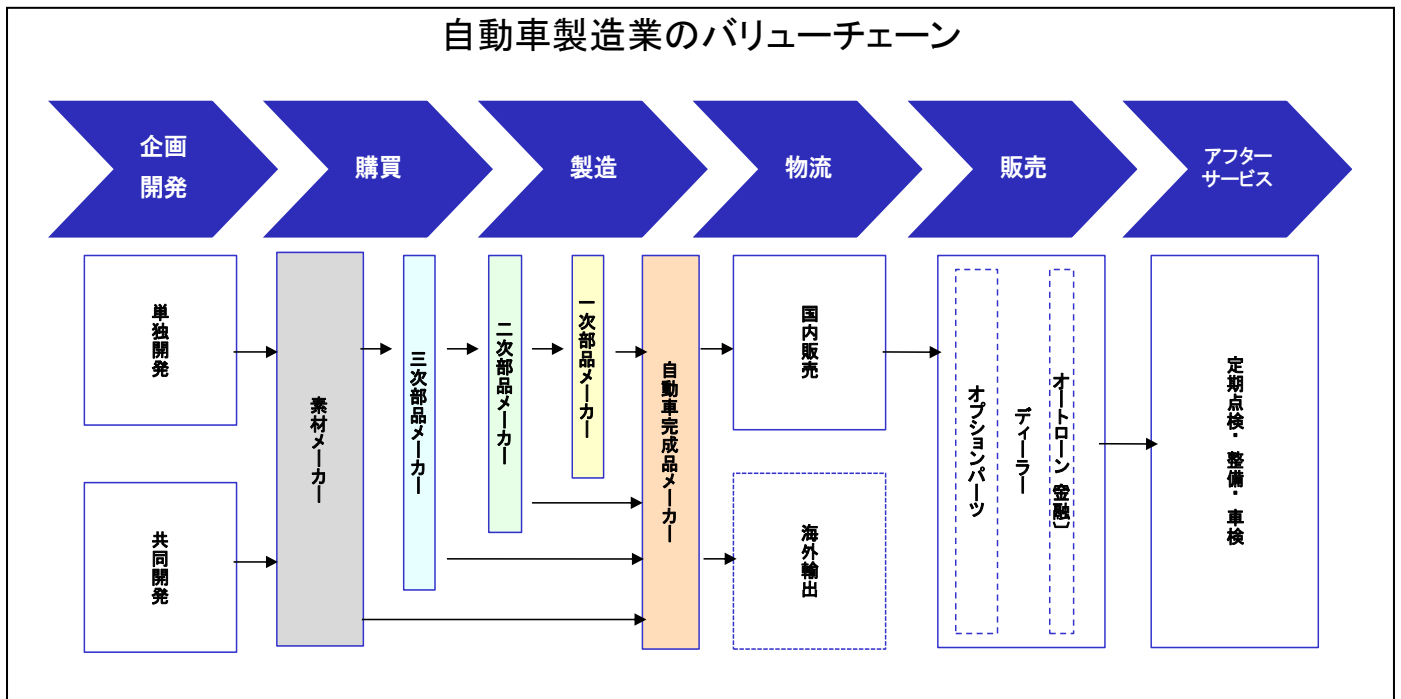
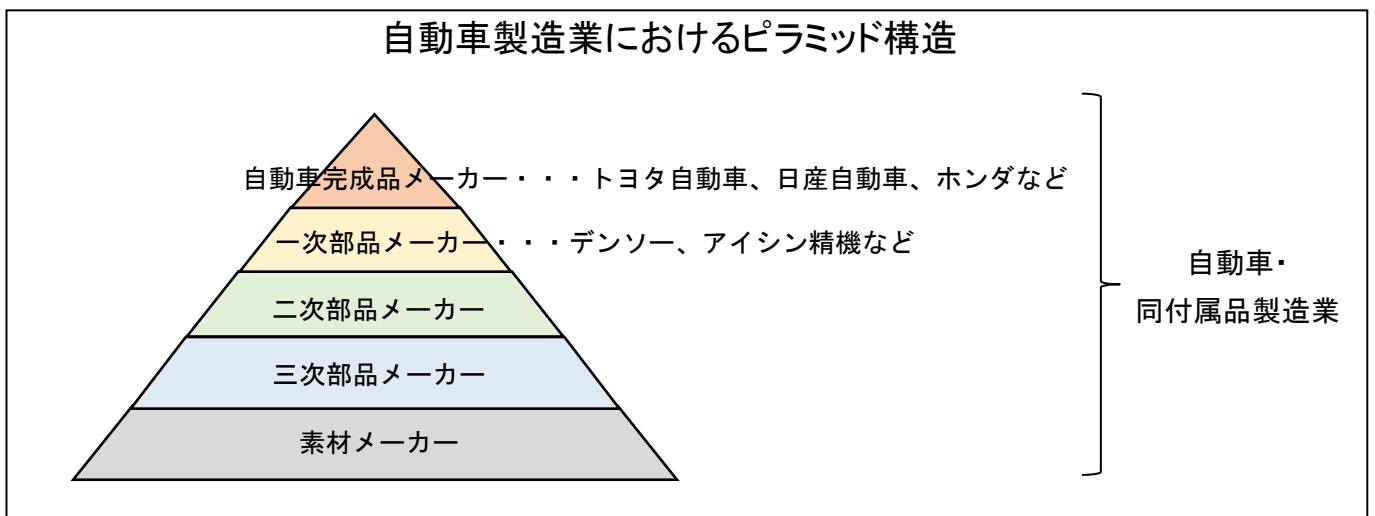
営業種目	主な生産製品	特徴
自動車・同付属品	自動車エンジン、ブレーキなど	<ul style="list-style-type: none"> ▶大量生産・大量消費が主流 ▶性能、安全性、耐久性が重視され、高度な技術部品を含む ▶SDGsの観点から環境性能（燃費、電動化など）に対する要求が高まっている ▶製品の多様化や技術革新が進行している
鉄道車両・同部分品	ブレーキ装置、戸閉装置など	<ul style="list-style-type: none"> ▶人々の生命や安全に直結するため、厳しい品質管理が求められる ▶国や地域の交通政策、環境政策に影響を受けやすい
船舶、舟艇、船用機関	甲板機械、アンカーチェーン、プロペラなど	<ul style="list-style-type: none"> ▶長距離の海上輸送に耐え得る強度と安全性が必須 ▶大量の燃料を消費することから、二酸化炭素の排出量が多く、環境規制の対象となりうる ▶環境負荷の低減を図る技術開発が求められている
航空機・同付属品	気球、ピストンエンジンなど	<ul style="list-style-type: none"> ▶高い安全性と信頼性が求められるため、高度な技術と精密な品質管理が求められる ▶長期間にわたって使用されるため、アフターサービスが必要
産業用運搬車両・同付属品	フォークリフト、クレーン、トレーラ、ショベルトラックなど	<ul style="list-style-type: none"> ▶低消費電力化に加え、製品の頑丈さなど耐久性が求められる ▶用途に合わせた特殊な部品が多い
その他の輸送用機械器具	リヤカー、人力車など	<ul style="list-style-type: none"> ▶用途に見合った耐久性や重量が求められる ▶細かいメンテナンスや調整などアフターサービスが必要

【商流】

斯業種を中心産業となる自動車・同付属品製造業は、自動車完成品メーカーを頂点としたピラミッド構造が形成されている。

自動車完成品メーカーの下階層には、部品メーカー（一次～三次）や素材メーカーが連なり、部品メーカーは、ブレーキ、エンジン、トランスミッションといった主要部品を自動車完成品メーカーに提供する「一次部品メーカー」、ボルトや樹脂部品などの小規模部品や個別部品を一次部品メーカーに提供する「二次部品メーカー」、その下請けの「三次部品メーカー」で構成されている。各階層においては分業化されており、効率的かつコスト効果の高い生産体制が構築されているが、製品の流通においては階層間の関連性が高いため、どこか一箇所に問題が発生すると全体の製造に影響を与えるリスクを有している。

また、近年の技術進展に伴うグローバル競争や技術力・コスト競争の激化により、従来のピラミッド型構造から、水平型構造への移行が広がりつつある。



(出所) 業種別審査辞典

【収益構造・財務分析】

（収益構造）

完成品メーカーでは、製品の販売や納品に伴うフロー型の収益に加えて、メンテナンス手数料によるストック型の収益も主な収益源となっている。車両や船舶、航空機は長寿命であることを背景に、製品のアフターサービスによって継続的な収益機会が見込めることから、顧客や納品先との良好な関係性を維持することが、安定した収益源の確保につながる。

（安全性分析）

自己資本比率や借入依存度は、製造業全体と比較して概ね優良な水準にある。随時発生する海外展開や新規投資への対応に向けて、自己資本を十分に確保しておくことが望ましいことから、高い安全性を維持していることがわかる。

（収益性分析）

売上高総利益率において、製造業全体よりも6.6ポイント低い点に関しては、原材料や部品コストの高騰、製造プロセスにおける固定費の高さ、競争激化による価格圧力などが要因となり、利益率の低下につながっていると見える。また、売上高営業利益率は製造業全体の水準と概ね同程度となっているが、設備の減価償却費や研究開発費などの固定費が嵩むことで、利益率は低位になりやすい。

（効率性分析）

売掛債権回転期間、買掛債務回転期間、棚卸資産回転期間は、製造業全体と概ね同水準であるが、棚卸資産回転期間については製造業全体よりやや短期間となっている。斯業種は、必要な時に必要な量だけを生産するジャストインタイム生産方式が代表される業界であり、必要最小限の在庫を維持しながら生産効率の向上を図り、収益を生み出しているものと推察される。

【財務指標】

		輸送用機械器具製造業	製造業
安全性	自己資本比率(%)	52.6%	49.8%
	流動比率(%)	148.3%	156.5%
	当座比率(%)	88.3%	93.2%
	借入依存度(%)	17.0%	23.7%
収益性	売上高総利益率(%)	13.8%	20.4%
	売上高営業利益率(%)	3.4%	4.5%
	売上高経常利益率(%)	9.2%	7.9%
	総資本経常利益率(%)	8.0%	6.4%
効率性	売掛債権回転期間(か月)	1.8	2.3
	買掛債務回転期間(か月)	1.7	1.6
	棚卸資産回転期間(か月)	1.0	1.6

（出所）財務省「令和4年度法人企業統計調査」

(3) 業界動向

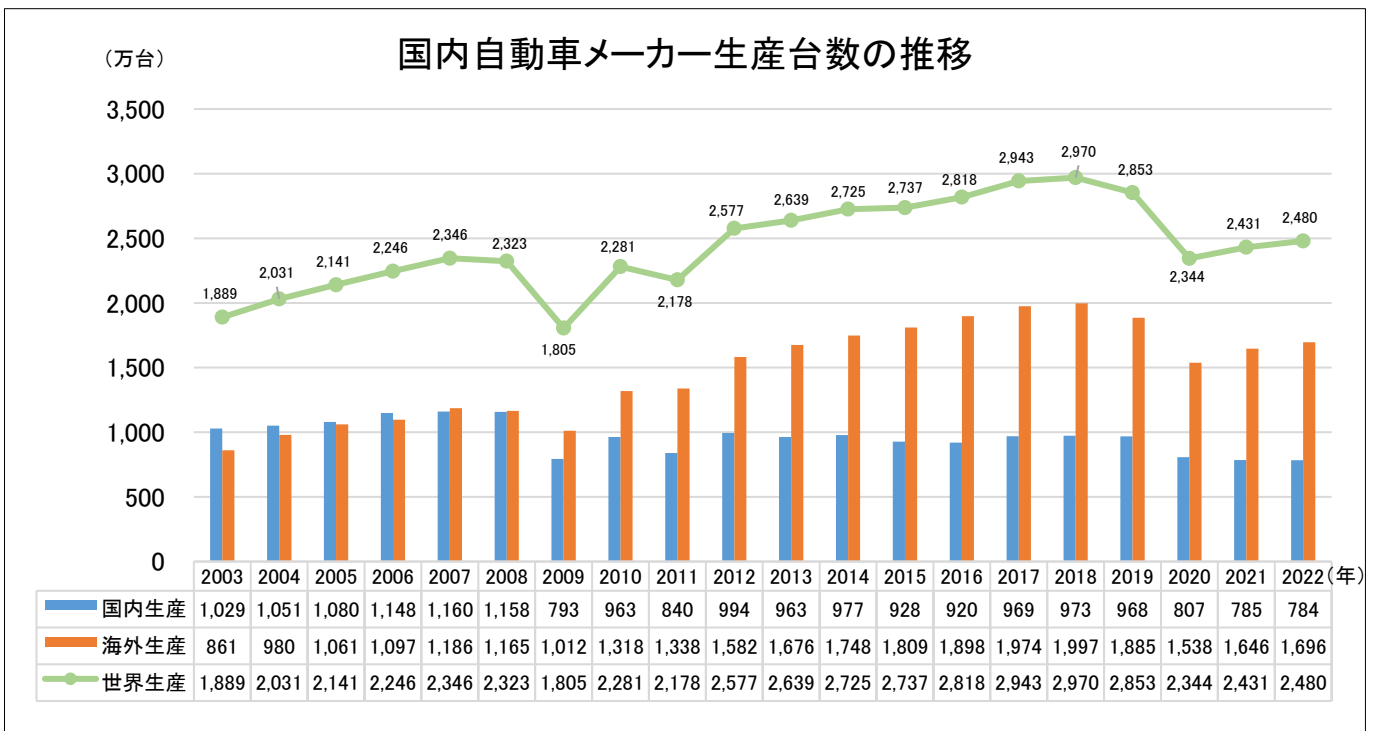
国内自動車メーカーの世界生産台数は、2003年から2018年までの16年間に於いて、販売台数を拡大させてきた。その後2019年に発生した新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けて、下降線をたどったものの、2021年から再び生産台数を伸ばしており、現在は回復傾向にある。

生産拠点に着目すると、国内生産は2003年時点の1,029万台から2022年には784万台まで減少したものの、海外生産は同期間に861万台から1,696万台と約2倍に増加している。これは、製造や輸送にかかるコストの低減や新興国市場の成長を見据えた自動車完成品メーカーの販売戦略に起因するものと考えられる。

近年は、少子高齢化や若者のライフスタイル変化、モビリティ革命を要因に、自動車を個人所有する従来の文化から、カーシェアリングなど必要な時に利用する文化への移行が予想されることから、2030年頃をめぐり自動車の販売台数は頭打ちとなり、その後は緩やかな減少傾向に転じることが予測されている。

また、自動車産業は、ロシアによるウクライナ侵攻に伴う地政学的リスクや、それに起因する原材料およびエネルギー価格高騰の影響から収益圧迫が懸念され、さらに政府が掲げる「2050年カーボンニュートラルに伴うグリーン成長」戦略の下でEV化が急速に進み、自動車部品の需要構造に変化が生じていることから、エンジン関連部品や駆動部品、燃料系統部品の需要低下が見込まれるものの、電動化に伴うバッテリーやモーター部品の需要増加が期待されており、扱う部品によって製造業者間で明暗が分かれることが予想される。

自動車産業において、EVシフト化は業界動向を把握するうえで重要なキーワードであるといえる。EV車はエンジン車に比べて、必要な部品点数が1万点ほど少ないといわれており、EV化の進展とともに、一部の製造業者は販路を失うリスクを内包しているため、環境に配慮した高性能な部品の開発やEV化に対応できる技術力の強化が求められるだろう。



(出所) 一般社団法人日本自動車工業会

(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。輸送用機械器具製造業に対して発生する与信取引としては、原材料や部品等での「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。

$$\text{輸送用機械器具製造業に対する平均的な与信金額} = \text{月間の取引金額} \times 1.7 \text{ か月}$$

●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（13.8%）と買掛債務回転期間（1.7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。

$$\begin{aligned} \text{買掛債務額} &= \text{売上高}/12[\text{月商}] \times (1-0.138)[\text{原価率}] \times 1.7(\text{か月})[\text{買掛債務回転期間}] \\ &= \text{売上高} \times 0.122 \end{aligned}$$

（例：売上高100億円・A格の場合：100億円×0.122[買掛債務額]×30%[信用力に応じた割合]=3.66億円）

(5) 与信管理のポイント

斯業種の特徴としては、取扱い製品が多岐にわたる点や、完成品メーカーを頂点としたピラミッド構造を有する点が特徴的であり、製品の流通においては、各階層間の関連性が高いため、どこか一箇所に問題が発生すると全体の製造や流通に影響を与えるリスクを有していることに留意する。

なお、斯業種における与信管理のポイントとしては、中核産業である自動車産業に焦点を当てて述べるものとする。

【自動車完成品メーカー】

グローバルな市場展開が進行しているため、国内事業に限定せず、海外事業を含む連結ベースでの業績推移の分析が不可欠であり、収益力や収益構造の継続的なモニタリングを行いながら、業績の安定性やリスク耐性を確認する。また、国際情勢に伴うリスクの影響を受けやすいため、安定的な部品調達が可能か、柔軟に対応できる生産体制や設備を有しているかなどを確認することも重要といえる。

ブランド力、商品ラインナップ、デザイン、性能（特に環境性能や安全性）、提携関係（アライアンス）など、企業の競争優位性を把握し、商品の生産過程においては、需要に応じた適切な生産計画の策定と在庫管理の徹底が必須であるため、品質・コスト・納期の最適化が図られているか、将来の競争力を確保するための長期的な投資が適切に実施されているかにも注視すべきである。また、リコールなど問題発生時の対応やコンプライアンス対応について体制が構築されているか、製品開発力を有しているか、高度な技術を扱える人員が確保されているかなども重要なポイントとなる。

【自動車部品メーカー】

自動車完成品メーカーとの関連性が高いことから、自動車完成品メーカー系列企業であるか独立系であるかを明確にし、系列企業の場合は、親会社への売上依存度や経営方針の影響度合いを把握し、販路の多様性やリスク分散が図れているか確認する。さらに、部品メーカーが自動車産業のサプライチェーンの中でどのポジションに位置するか、技術力や価格競争力、短納期対応力など、競合他社との差別化要素を有しているかについて確認する。中長期的な視点においては、競争力確保のための人員育成状況や、設備投資状況などを把握することが重要である。

また、仕入先として部品メーカーを評価する際は、安定供給が確保できるかという点も考慮すべきであり、災害や事故発生時に代替工場での稼働やサプライチェーンを維持できる体制（BCP: Business Continuity Plan）の整備が求められる。

参考資料

財務省：「令和4年度法人企業統計調査」

一般社団法人 日本自動車工業会

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（東洋経済新報社）

経済センサス「令和3年活動調査」