

## BP(コンクリートプラント)関連事業

強固なメンテナンス体制などの強みを武器に、市場シェア50%を目指します



上席執行役員  
事業本部  
産業機械統括営業部長  
**岡明 森衛**

### BP関連事業のSWOT(P33~34のリスクと機会を参照)

<b>Strength</b>	<b>強み</b>	製販一体の事業運営、強固な自社メンテナンス体制
<b>Weakness</b>	<b>弱み</b>	固定費比率が相対的に高い、他社シェア獲得時における収益性
<b>Opportunity</b>	<b>事業機会</b>	建設部材のプレキャスト化、コンクリートへのCO <sub>2</sub> 吸着ニーズ
<b>Threat</b>	<b>脅威・リスク</b>	稼働生コン工場の減少と集約化、競合との価格競争

### 中期経営計画KPIなど

- BP台数動態シェアを40%→50%へ引き上げる(21年度)
- 持続可能な社会などへの貢献

### 注目ポイント

- 機械および制御盤までも対応可能なメンテナンス体制
- 他社に先行してプレキャスト向けモバイルプラント投入

### 事業機会とリスク

7月26日、経済産業省は二酸化炭素を再利用する工程表を改訂しました。計画は前倒しされ、2030年までに緑石ブロックなどで利用を促進させ、2040年頃から二酸化炭素を吸着させたコンクリートの普及を図る方針です。現状のJIS規格では強度問題や鉄筋の腐食懸念などからコンクリートへの二酸化炭素の封止は認められていません。しかし、今後は独自に採用を進めるゼネコンの登場も予想されます。また、研究開発の進展次第では前倒しで普及が進むことも考えられます。地球温暖化ガスの再利用の観点からコンクリートが再評価される可能性もありそうです。リスクとしては、かつての民主党政権下で見られたような公共投資削減の動きが強まる場合、顧客の設備投資マインドの低下が懸念されます。また、セメントメーカーの二酸化炭素削減策に遅れが見られた場合、コンクリートの消費抑制に波及するリスクも考えられます。

### 2020年度の実績

2020年度の業績は受注高が2019年度比5%増の99億61百万円、売上高が2019年度比0.6%増の92億円、営業利益は同16%増の8.79億円(営業利益率9.5%)となりました。売上高は計画92億円通りに着地しましたが、営業利益は計画8.5億円を若干上回りました。中期経営計画の売上計画94億円、営業利益計画8.37億円(営業利益率9.0%)に対しては、売上高が未達になる中、営業利益は計画を上回りました。プラント製品の売上高が同3%減となる中、各種コスト削減効果に加えて、採算の良いメンテナンス売上高が同7%増となったことが主因です。

### 2021年度の見通し

2021年度の業績は受注高が2020年度比10%減の90億円、売上高が2019年度比4%増の96億円、営業利益は同3%減の8.5億円(営業利益率8.9%)の見通しです。今年度を最終年度とする中期目標売上高94億円、営業利益8.93億円(営業利益率9.5%)に対して、営業利益および営業利益率ともに下回る計画です。需要が旺盛である一方、生産能力もタイトな状況にあり、納期が長期化しております。加えまして、研究開発費および人件費の増加などの固定費負担が増加するため、営業減益に転じる見通しです。

### BPの市場動向

国内建設投資は東京オリンピックや大阪万博、都市部の再開発、国土強靱化計画などを背景に拡大基調を続けています。しかし、コンクリートから鉄筋建築やプレキャストなどへシフトすることでコンクリートの添加率が低下傾向にあります。このため、2014年度以前の生コン出荷量は国内建設投資に連動する傾向が見られましたが、2016年度以降は国内建設投資が60兆円を超えて推移する中、生コン出荷量は緩やかに減少傾向をたどり、2020年度には8,000万m<sup>3</sup>を割り込んでいます。ただし、ここにきてコンクリートへ二酸化炭素を吸着・固定化させることで、脱炭素を進める動きもあり、コンクリートが再評価される機運が強まっています。また、稼働する生コン工場についても、過去10年間で456工場が減少、2020年度には3,206拠点となっています。しかし、生コンは工場から90分以内のデリバリーが基本ですので、そろそろ生コン工場数の減少に歯止めがかかる可能性に注目しています。

2020年度のBP市場は2019年度比4%増の251億円となり、2年連続で増加しました。需要台数も更新需要の顕在化を背景に2019年度の73台から77台へ4台増加しました。今後の市場は、①20年12月に閣議決定した防災・減災、国土強靱化対策の5年延長、②各種コンクリート部材を工場

内で生産し、現地で組み立てるプレキャスト・コンクリート向けプラント需要の増加、③生コン業界の集約化に伴うプラントの大型化や更新需要ニーズの顕在化、④大阪万博やリニア中央新幹線などの大型プロジェクト、などを背景に堅調な需要環境が見込まれます。関西圏では大阪万博などを背景とした旺盛な生コン需要を背景に、生コン価格の上昇が見られております。このため、当社では引き続き堅調な需要環境を見込んでいます。

### 今年度のアクションプランと次期中計に向けた戦略

当社のBP静態市場シェアは過去5年間で3.6ポイント上昇し、2020年度は32%に到達しました。ただし、動態シェアは2019年度が43%、2020年度は35%に留まり、中期経営計画の目標シェア50%を下回る状況にあります。2022年春に発表予定の次期中計におきましても市場シェアの向上を目指す方針です。当社の強みである強固なメンテナンス体制を武器とした新規顧客の開拓に加え、労働者不足を背景とした働き方改革「i-construction」で需要拡大が見込まれるプレキャスト・コンクリート向けへの拡販、IoTやAIを駆使した新製品投入による差別化戦略、新型ミキサーや自動洗浄機の販売強化、などを継続する方針です。

### ●セメント2次製品向け販売量構成比



出所：一般社団法人セメント協会 『セメントハンドブック 2020年度版』

### ●BP出荷台数動態シェア



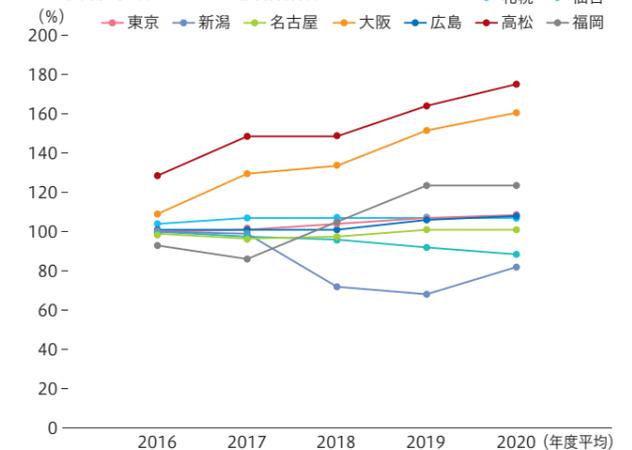
出所：一般社団法人セメント協会 『セメントハンドブック 2020年度版』

### ●建設投資額と生コン出荷量



出所：国土交通省 『建設経済統計』

### ●主要都市別の生コン価格指数



出所：一般財団法人 経済調査会