

# 2020年上期 業種別部会長シンポジューム

## 「2019年の回顧と2020年の展望」

副題:ビジネス環境改善に期待、いま為すべきこと

2020年3月5日(木)

ブラジル日本商工会議所 化学品部会

Sumitomo Chemical do Brasil 青木 宏文

# 目次

---

1. ブラジル化学業界
2. 2019年の回顧と2020年の展望
  - a. 輸送（自動車、二輪車など）
  - b. ヘルスケア（食品、化粧品、医療関連製品など）
  - c. 農業（農薬、肥料など）
  - d. 印刷（インキ、製紙など）
  - e. コンシューマ（筆記具、接着剤など）
  - f. 総括
3. 副題：ビジネス環境改善に期待、いま為すべきこと



# 1. ブラジル化学業界

Abiquim(ブラジル化学工業会)

	2017年	2018年	前年比(%)
業界売上	3,846億レアル 1,214億ドル	4,623億レアル 1,279億ドル	20.2%増 5.4%増
輸出	137億ドル	140億ドル	2.1%増
輸入	372億ドル	430億ドル	15.6%増
貿易収支	-235億ドル	-291億ドル	23.8%増

## 2. 2019年の回顧と2020年の展望

化学品部会所属企業・団体: 72社

→ アンケート協力: 22社(工場保有: 8社)

<アンケート方法>

各市場における売上と  
利益の推移を聞き取り

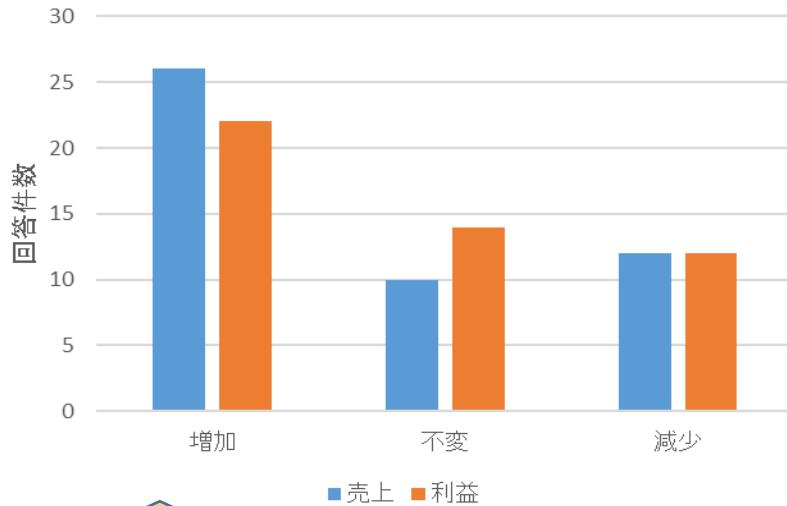
<化学品部会が関わる市場>

市場	アンケート数	割合
輸送 (自動車・二輪車など)	18	35%
ヘルスケア (食品・化粧品・医薬品など)	10	19%
農業 (農薬・飼料・酵素など)	7	13%
印刷 (インキ・製紙など)	5	10%
コンシューマ(筆記具、接着剤など)	5	10%
機器 (電気電子・工作機械など)	4	8%
建築	3	6%
合計	52	

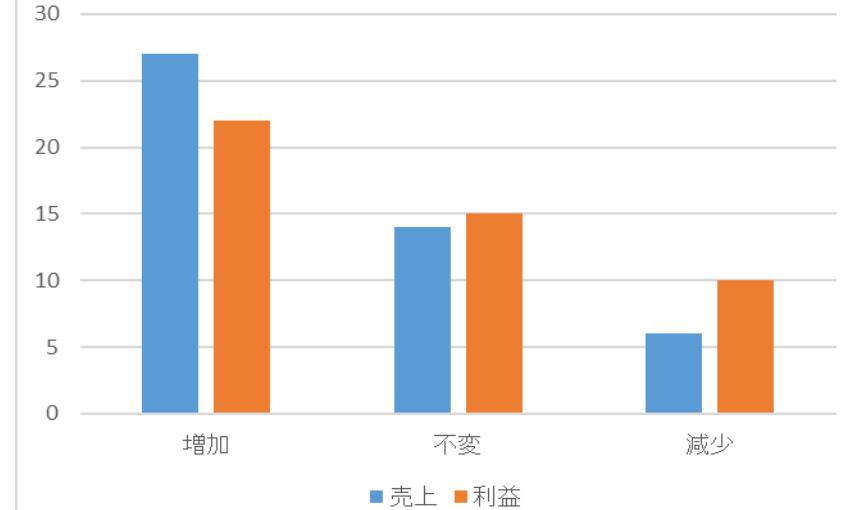
## 2. 2019年の回顧と2020年の展望

### ■ 化学品部会全体

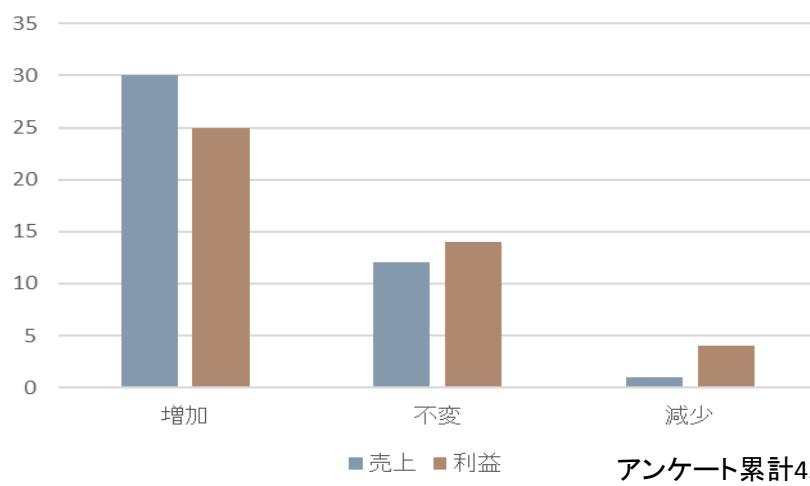
2019年回顧(全体)



2020年展望(全体)



2019年の展望



## 2. 2019年の回顧と2020年の展望

化学品部会所属企業・団体: 72社

→ アンケート協力: 22社(工場保有: 8社)

<アンケート方法>

各市場における売上と  
利益の推移を聞き取り

<化学品部会が関わる市場>

市場	アンケート数	割合
輸送 (自動車・二輪車など)	18	35%
ヘルスケア (食品・化粧品・医薬品など)	10	19%
農業 (農薬・飼料・酵素など)	7	13%
印刷 (インキ・製紙など)	5	10%
コンシューマ(筆記具、接着剤など)	5	10%
機器 (電気電子・工作機械など)	4	8%
建築	3	6%
合計	52	

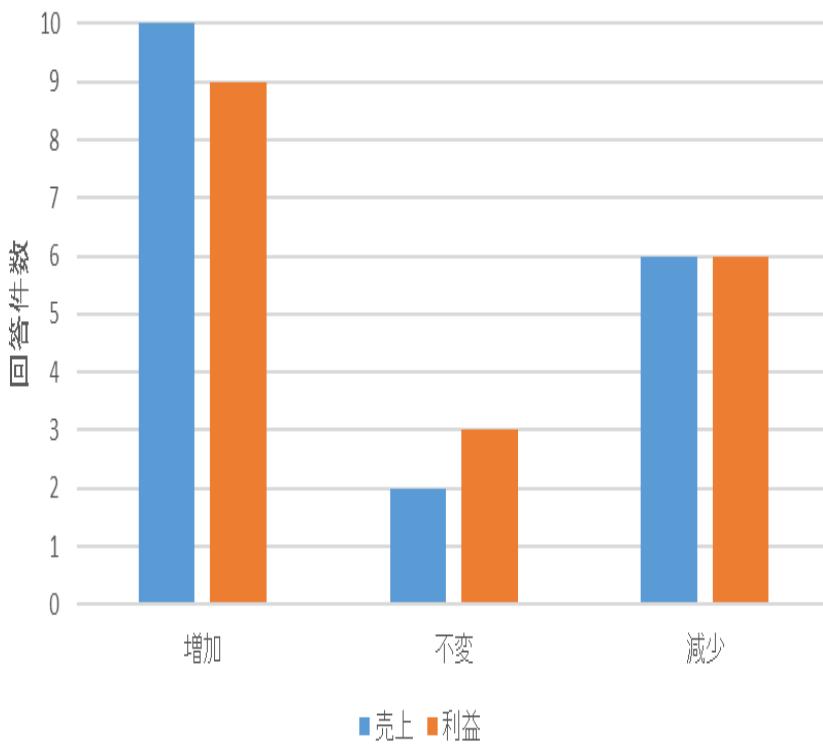
## 2-a. 2019年の回顧と2020年の展望

### ■ 輸送(自動車・二輪など)



用途:樹脂、樹脂添加物、燃料、エンジン用シール剤、タイヤ原料、車両用オイルなど

2019年回顧(輸送)



ポジティブ

ネガティブ

#### <市場>

自動車: ■ 国内市場好調、■ ARGへの輸出不調

二輪: ■ 生産・販売台数増

#### <各企業の増減の要因>

##### 自動車分野

- 新規顧客開拓による拡販
- コスト削減による利益確保
- 価格競争深刻化による利益減
- 顧客の生産調整(ARG輸出減)による販売減
- 顧客からのコストダウン要求による売上単価減

##### 二輪分野

- 顧客生産増にともなう販売増

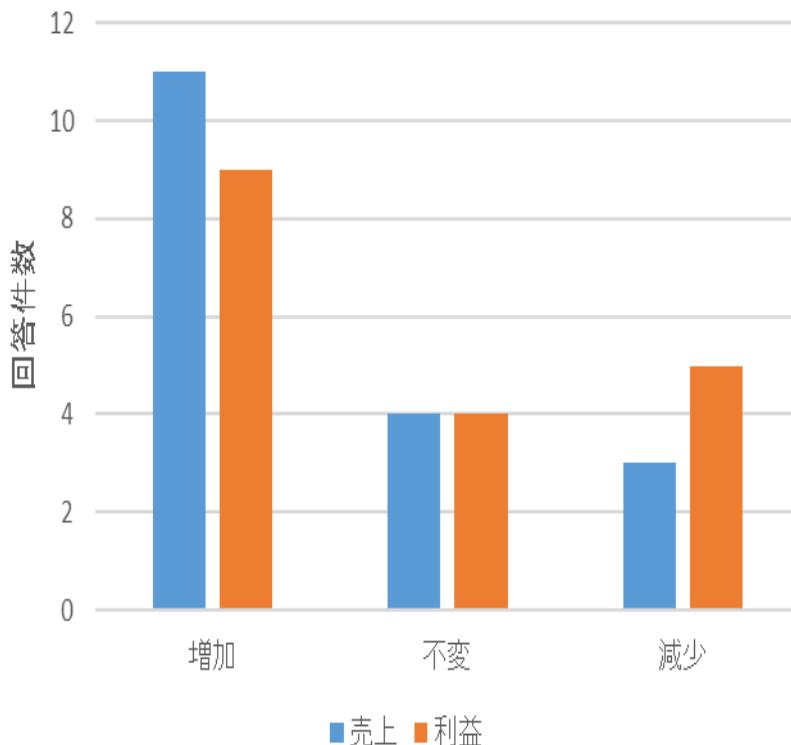
## 2-a. 2019年の回顧と2020年の展望

### ■ 輸送(自動車・二輪など)



用途:樹脂、樹脂添加物、燃料、エンジン用シール剤、タイヤ原料、車両用オイルなど

2020年展望(輸送)



ポジティブ

ネガティブ

#### <市場>

自動車:

■ 景気回復の効果注視、生産台数の増加を期待

■ 現地化・コストダウン圧力の増加

■ ARG動向注視

二輪:

■ 生産台数の増加は限定的か

#### <2020年対策>

■ 顧客稼働への確実な対応

■ 新規開発アイテムの採用

■ ARG経済低迷による生産台数への影響

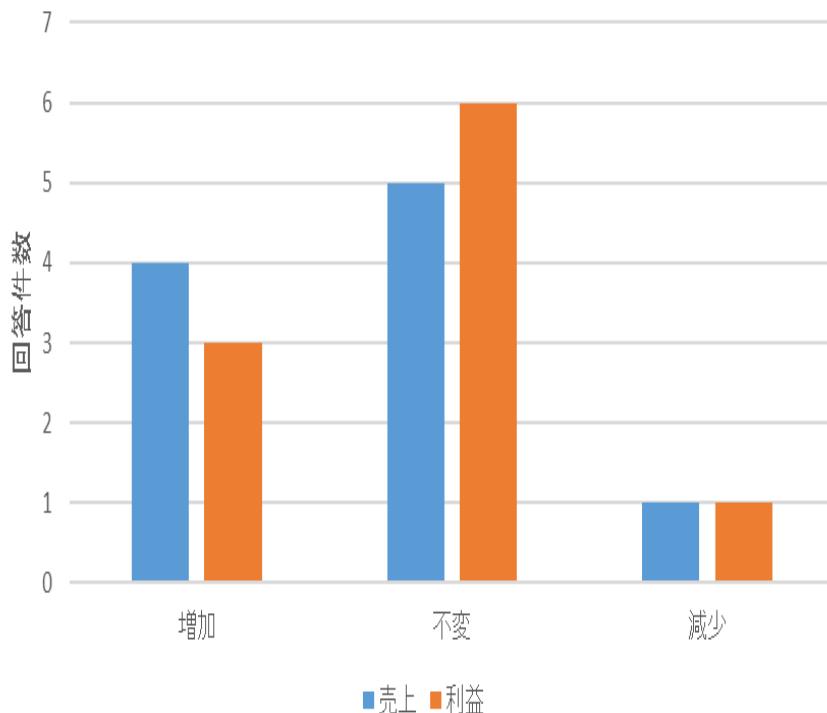
## 2-b. 2019年の回顧と2020年の展望

### ■ ヘルスケア(食品・化粧品・医薬品など)



用途: フィルム改質材、機能性フィルム部材、食品添加物、化粧品原料、一般医薬品など

2019年回顧(ヘルスケア)



ポジティブ

ネガティブ

#### <市場>

- 食品: 健康志向
- 食品: 競合との価格競争
- 化粧品: 需要堅調
- 医薬品: 大きな動きなし

#### <各企業の売上増減の要因>

- 国内市場堅調
- 新規顧客開拓
- 新商品の投入
- 価格競争深刻化によるシェア減
- ARG回収問題顕在化
- 原料高による利益減

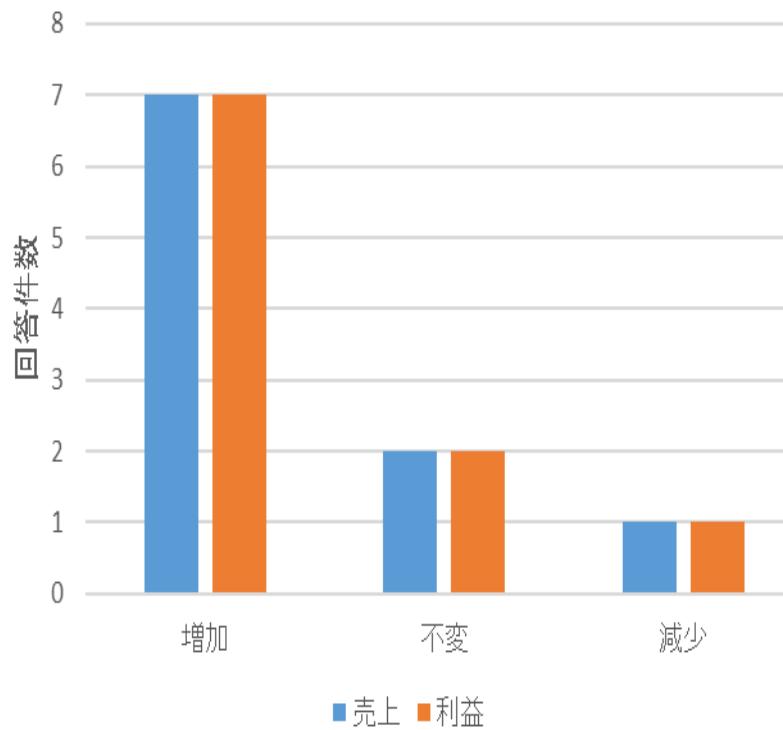
## 2-b. 2019年の回顧と2020年の展望

### ■ ヘルスケア(食品・化粧品・医薬品など)



用途: フィルム改質材、機能性フィルム部材、食品添加物、化粧品原料、一般医薬品など

2020年展望(ヘルスケア)



ポジティブ

ネガティブ

#### <市場>

食品: ■ 市場堅調、■ 価格競争の継続

化粧品: ■ 市場伸長、■ 低価格品へのシフト

医薬品: ■ 市場堅調

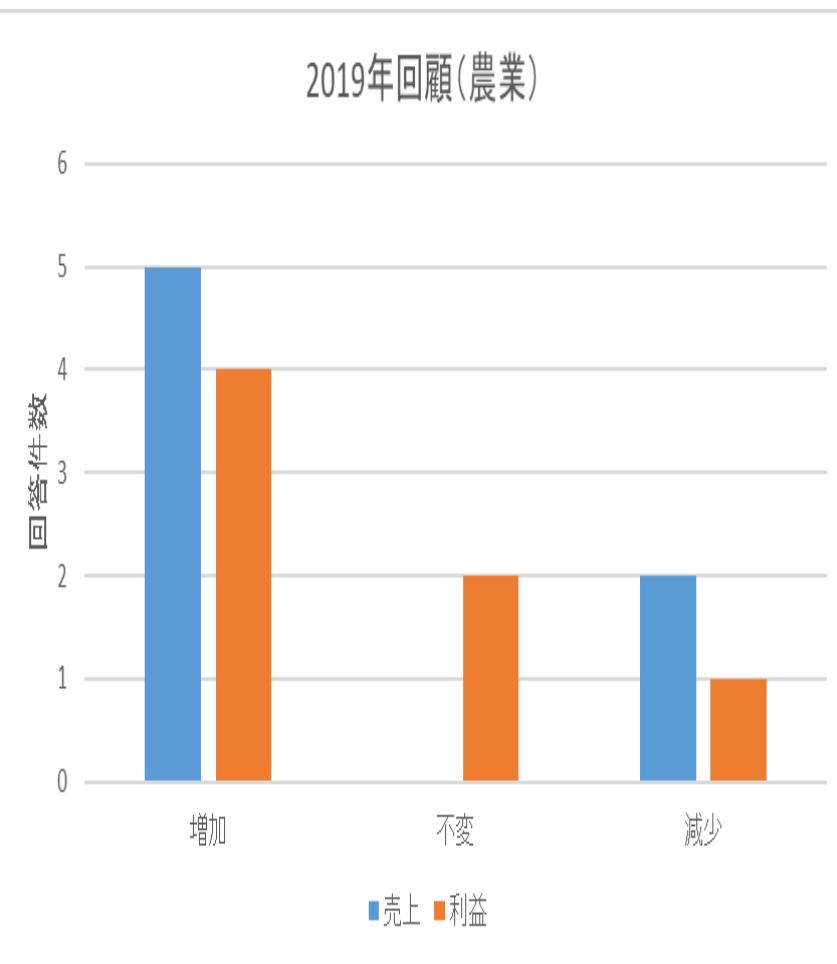
#### <2020年対策>

- 新製品の投入
- 他地域成功事例の横展開
- 現地系顧客との共同開発

## 2-c. 2019年の回顧と2020年の展望

### ■ 農業(農薬・肥料・飼料)

用途:殺虫・殺菌・除草剤、飼料添加物、肥料添加物など



ポジティブ

ネガティブ

#### <市場>

- ブラジル市場全体の拡大
- ジェネリック品の流通による価格競争激化

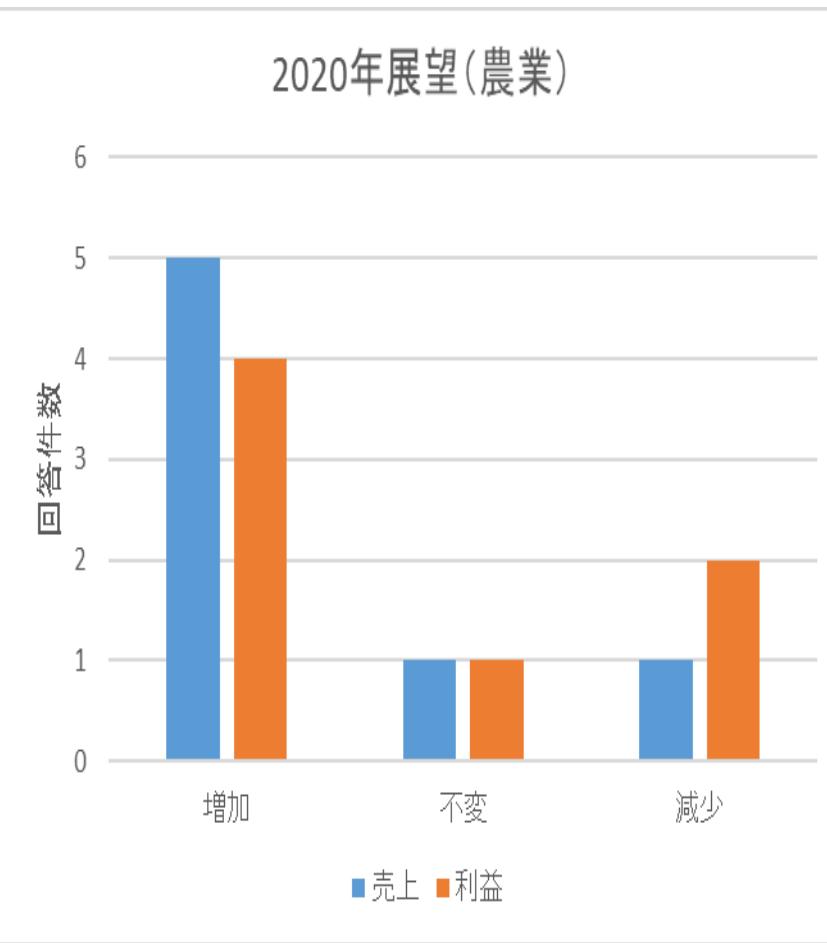
#### <各企業の売上増減の要因>

- 米中貿易摩擦の影響によるブラジル農産物の高まりを背景に農業資材販売増
- 新製品の上市
- ジェネリック品価格攻勢

## 2-c. 2019年の回顧と2020年の展望

### ■ 農業(農薬・肥料・飼料)

用途:殺虫・殺菌・除草剤、飼料添加物、肥料添加物など



ポジティブ

ネガティブ

#### <市場>

- 市場拡大は堅調
- 流通在庫注視
- ジェネリック攻勢

#### <2020年対策>

- 着実な売上げ確保
- 研究機関との連携
- 周辺国強化
- ジェネリック攻勢
- 中国原料高騰の影響最小化

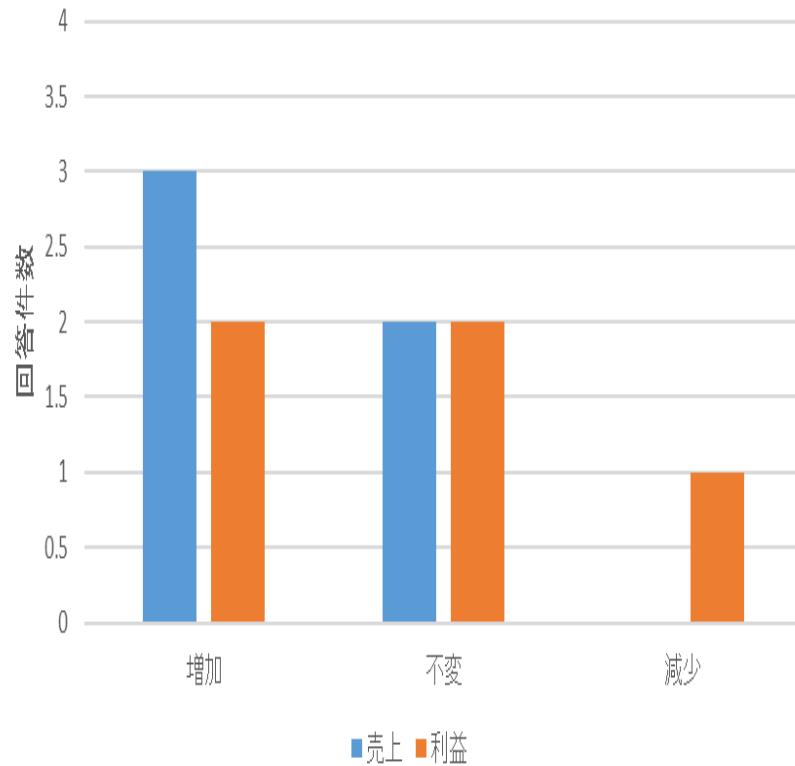
## 2-d. 2019年の回顧と2020年の展望

### ■ 印刷(インキ・製紙など)

用途: 出版・パッケージ用インキ、感熱紙原料、印画紙など



2019年回顧(印刷)



ポジティブ

ネガティブ

#### <市場>

- パッケージ市場の高機能化
- 価格競争激化

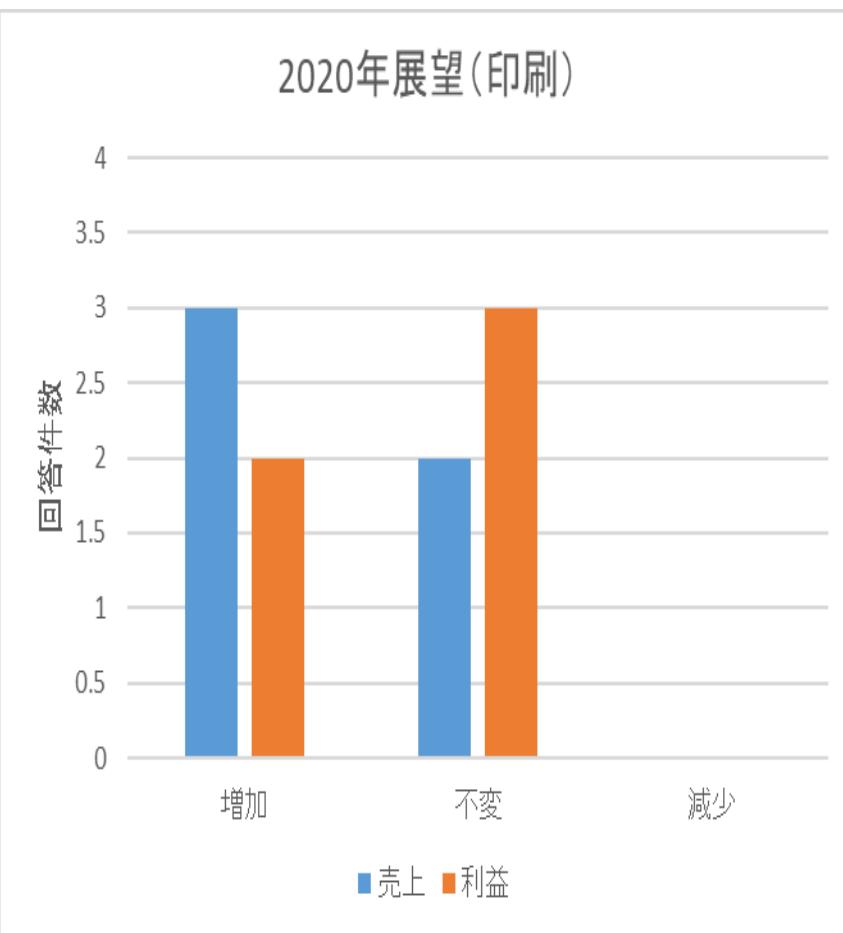
#### <各企業の売上増減の要因>

- 新規顧客の獲得
- 値上げの実行
- リストラなども含めたコストダウンによる利益増
- 価格下落により利益減

## 2-d. 2019年の回顧と2020年の展望

### ■ 印刷(インキ・製紙など)

用途: 出版・パッケージ用インキ、感熱紙原料、印画紙など



ポジティブ

ネガティブ

#### <市場>

- 引続き一部分野での高機能化
- 感熱紙原料: 需要安定
- 価格競争の継続

#### <2020年対策>

- 新規顧客獲得等による販売増はあるものの、価格競争による単価下落で利益は増えず
- 原料価格の売価へのタイムリーな転嫁
- 継続的なコストダウン

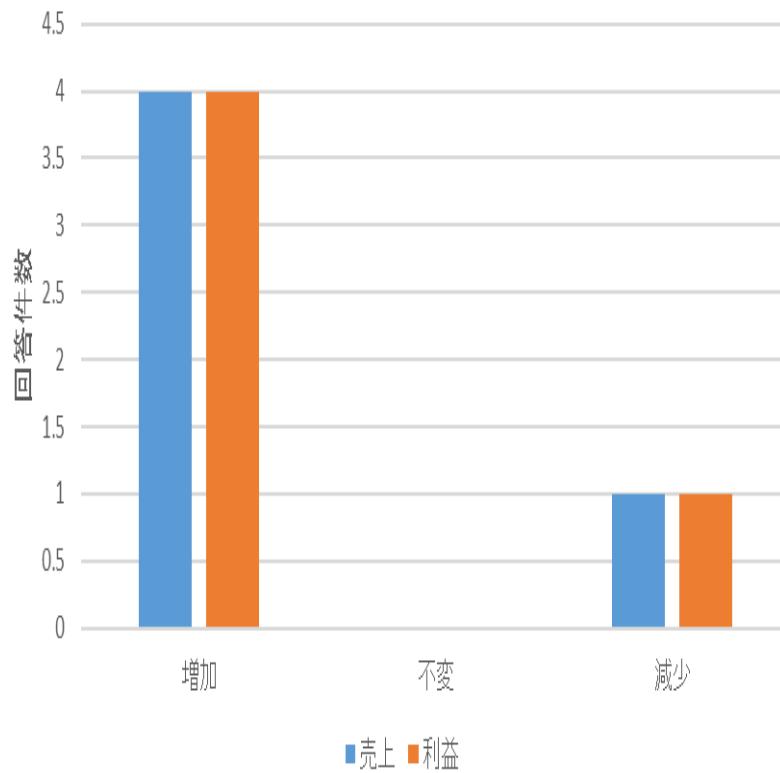
## 2-d. 2019年の回顧と2020年の展望

### ■ コンシューマ(筆記具、接着剤など)

用途: 筆記具、塗料、接着材、家庭用ボンドなど



2019年回顧(コンシューマ)



ポジティブ

ネガティブ

#### 〈市場〉

- 前年からの景気ポジティブ基調
- 安価品の攻勢

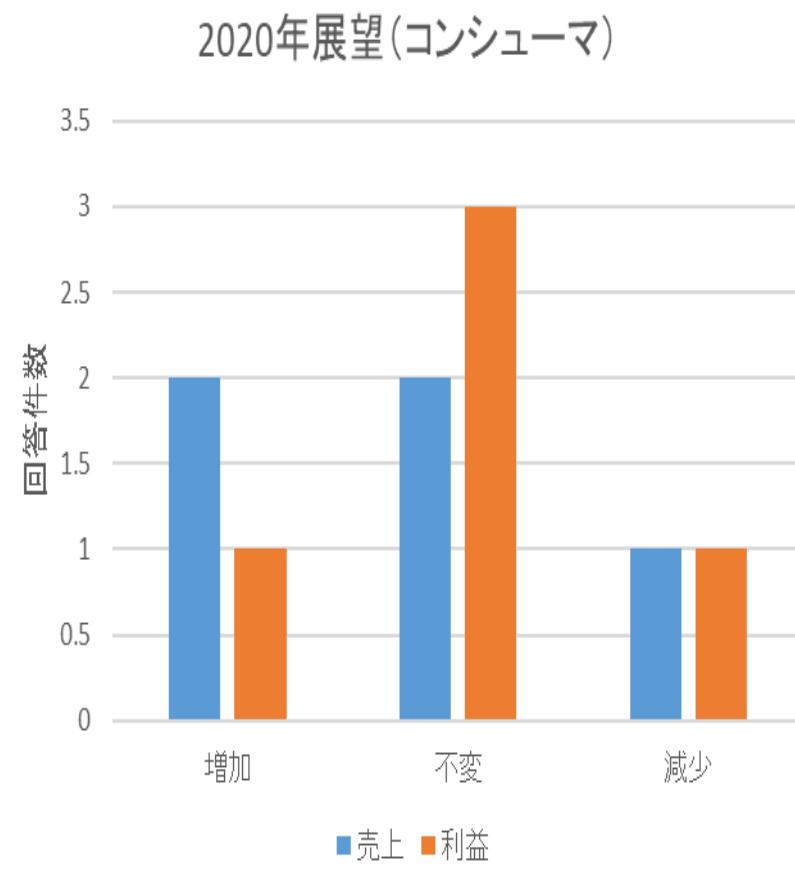
#### 〈各企業の売上増減の要因〉

- 高機能品の値上げ
- 新製品の投入
- 競争激化により新規採用も相殺されてしまい  
販売減、利益減

## 2-d. 2019年の回顧と2020年の展望

### ■ コンシューマ(筆記具、接着剤など)

用途: 筆記具、塗料、接着材、家庭用ボンドなど



ポジティブ

ネガティブ

#### <市場>

- 引続き、安価品の攻勢が続く
- 個人嗜好の変化
- 販売促進方法の多様化

#### <2020年対策>

- 販売促進の強化
- マーケティング強化(個人嗜好への対応など)
- 価格競争激化により減益への対応

## 2-e. 総括

2019年回顧	2020年展望
<p>売上増加 25/52件 (48%)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>■ 国内景気はポジティブな印象</li><li>■ 新製品の上市、新規顧客の開拓などの進展もあった</li><li>■ 一方で、価格を含めた競争は厳しい状況が継続している</li><li>■ 一部分野では、アルゼンチン経済の影響が見られる</li></ul>	<p>売上増加 27/52件 (77%)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>■ 全体としては、売上増加あるいは不变へのシフトが見られる</li><li>■ 高機能品へのシフト、新規顧客の開拓、新製品の上市などを積極的に進める</li><li>■ 価格競争への対応が課題</li><li>■ 新型肺炎の影響に注視(顧客の輸出先として、あるいは原料購入・コストへの影響など)</li></ul>

### **3. 副題：ビジネス環境改善に期待、いま為すべきこと**

---

- 税制改革(簡素化、明瞭化等)に期待
- ANVISA等許認可プロセスの明確化・迅速化
- 移転価格税制の改善(OECDへの加盟など)
- 政治経済・治安の安定化(特に2019年の南米諸国での不安定化を念頭に)

# 2020年上期 業種別部会長シンポジューム

ご清聴ありがとうございました。