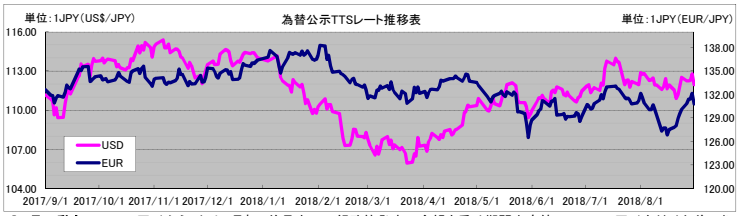
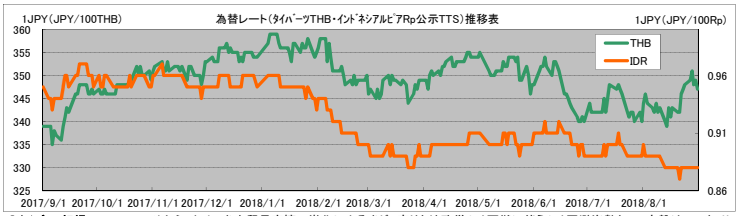
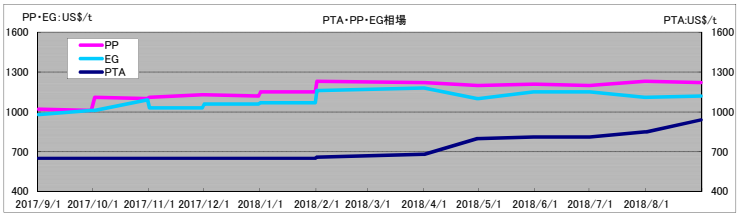
Zenno Ｎｅｗｓ Ｐａｐｅｒ '18-Sep.(第160号)

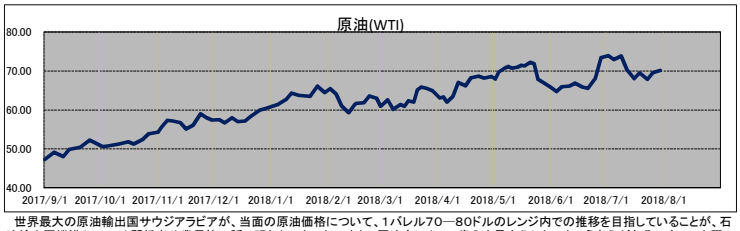




●8月の動き・@111.88円/$からｽﾀｰﾄ。月初、前月末の日銀政策発表の余韻を受け期間中高値の@112.16円/$を付けた後、米中通商問題の激化から、徐々にﾄﾞﾙ売りの展開へ。加えﾄﾙｺ情勢等からﾘｽｸ回避の円買いの流れも強まり、一時@110円台前半迄円が買われた。その後、月半ばに一時@111円台を回復も、米大統領の利上げ批判の報から、21日に期間中安値の@109.78円/$を付けた。ただ、その間も好結果を示し続ける米経済指標/米墨通商交渉が合意に至る/FRB議長のﾊﾄ派とみられる発言等から、直ぐに@111円/$台を取戻し、米株式市況好調/米中通商問題とで綱引き状態となり、結局は@111.04円/$で8月を終えた。

●今後の展開・9月は、米利上げが織込み済みとなっており、ﾌｫﾜｰﾄﾞｶﾞｲﾀﾞﾝｽの内容が一番の注目点。但し、米中の通商問題は、炎上したままであり、今度は、この貿易赤字問題は、日本にも矛先が向かうものと考えられ、基本的には若干の円安相場の展開を予想する。但し、中間選挙を控えた米大統領は、基本的に米ﾄﾞﾙ高を歓迎しておらず、ﾚﾝｼﾞ'は前半@110.25～@112.00円/$、後半@110..75～@112.50円/$を見込む。





今回は、特に、PP(ポリプロピレン)コンパウンドは、PPに合成ゴムやガラス繊維、無機フィラー等を混練し、機能性や剛性を向上させた高性能材料で、近年は自動車用軽量化部材としてバンパーやインパネ、内装材向け等を中心に需要が拡大し、そのほかの部材向けにも用途が広がっている。現在市場規模は550万トン弱とみられており(富士経済予測)、2021年には640万トン弱へと16%強の増加が予想されているほか、特にガラス繊維強化PPも市場成長が見込まれる。この環境下、国内TOP3のPPコンパウンドメーカー(三井化学グループのプライムポリマー、住友化学、日本ポリプロ)が国内外で投資を推進している。 PPコンパウンドは足元で好調さを維持しているが、特に需要が旺盛だった2016年との比較では若干踊り場の様相が見られている。しかし自動車需要そのものは今後も継続的に伸びていく見通しは変わらない。加えて電装化が進むと重量が増し、部材の軽量化が一層求められてくるほか、車体の高額化を抑えるため、これまでエンプラ等が使われていた部材をPPコンパウンドへ置き換えようとする動きもみられる。この動きに合わせ各社ともに機能性向上に力を入れており、PPコンパウンドの搭載量は着実に増加していくと予想される。各メーカーの投資も以前ほどのスピードではないにせよ伸びていきそうだと予測されている。その例として、大日本印刷(DNP)は、ポリオレフィン系フィルムを内容物の風味を長期間保持できるアルコール飲料向け液体紙容器「DNP低吸着包材(液体紙容器)」を開発し、清酒・焼酎などの酒類業界向けに販売、2019年度に年間3億円の売り上げを目指す方針。また、新製品は充填機など既設の生産ラインに対応可能で、設備改修や新規設備導入などが不要だという。

世界最大の原油輸出国サウジアラビアが、当面の原油価格について、1バレル70―80ドルのレンジ内での推移を目指していることが、石油輸出国機構(OPEC)関係者や業界筋の話で明らかになった。また、原油高によって歳入を最大化したいという考えがある一方で、米国の中間選挙まではトランプ米大統領からの価格抑制の求めに応じる姿勢であることが、同価格帯を目指す背景にあるという。

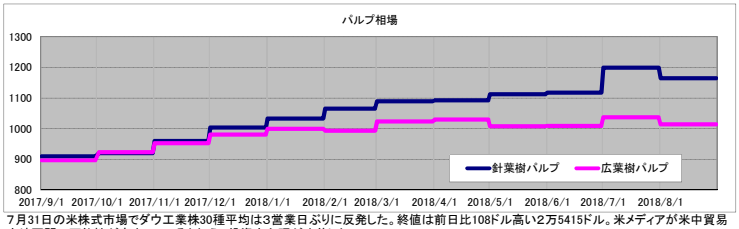
サウジは2016年に国営石油会社サウジアラムコの新規株式公開(IPO)計画を発表して以来、原油高を追求する姿勢を鮮明にしてきた。ただ、ガソリン高の中間選挙への悪影響を懸念するトランプ大統領が今年4月、サウジに価格抑制圧力をかけ始めたことを受け、サウジは姿勢を変化させた。

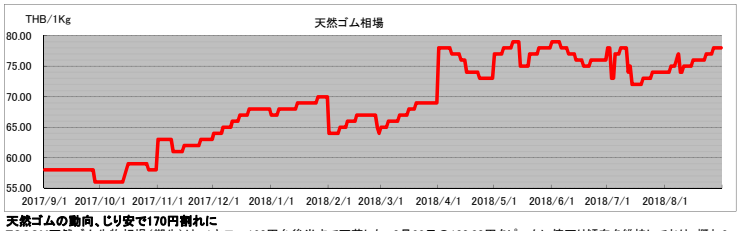
関係筋によると、サウジアラムコのIPOは棚上げされたものの、サウジは依然として、米国を不快にさせない範囲でできるだけ高い価格を維持することを求めているという。その理由としては、同国で予定される一連の経済開発事業に資金が必要だからだ。OPECとサウジは公式な目標価格を設定していない。

1バレル70―80ドルの非公式な目標価格帯が設定されたことで、サウジが定期的に生産量を微調整する可能性が高まった。サウジの非公式な目標価格帯は他のOPEC産油国が目指す水準とほとんど変わらない。一例としては、アルジェリアは75ドルが適正価格だとしている。OPECの中東湾岸諸国以外の加盟国代表は「誰もがこのような数値について協議してきた」と述べた。

【 参考資料： REUTERS ttps://jp.reuters.com/article/saidi-crude-oil-idJPKCN1LL0CW 】

【JchaemNews 参照】





7月31日の米株式市場でダウ工業株30種平均は3営業日ぶりに反発した。終値は前日比108ドル高い2万5415ドル。米メディアが米中貿易交渉再開の可能性が高まっていると伝え、投資家心理が改善した。

原材料費の高騰と「アマゾン・エフェクト」。2つの強い逆風に苦しめられてきた消費財メーカーがいよいよ値上げに舵(かじ)を切り始めた。世界最大手のプロクター・アンド・ギャンブル(P＆G)は31日、看板ブランドであるおむつの「パンパース」やトイレットペーパー、ペーパータオルなどを北米で値上げしたことを明らかにした。値上げ率は商品によるが、4～5%程度だという。

同社が同日発表した2018年4～6月期決算は純利益が18億9100万ドル(約2110億円)で、前年同期から15%減った。売上高は3%増えたが、市場予想にはわずかに届かなかった。期待外れの業績が続く同社の株価は年初から12%下落、ダウ平均の構成銘柄で通信のAT＆Tに次ぐ低調ぶりだ。

パルプ紙製品協議会によると、16年後半と比べてハードウッド・パルプの価格は約6割、ソフトウッド・パルプは約2割上昇した。景気回復に伴う中国からの需要増が主因。製造や輸送に必要な化学品や原油の価格も軒並み上昇し、業績に重くのしかかった。P＆Gでは企業の稼ぐ力を示す売上高純利益率(既存事業)は4～6月期に11.5%になり、前年同期の13.7%から悪化した。

アマゾンは安価なプライベートブランド(PB)商品でも攻勢をかける。「ママペア」ブランドを冠する新生児用おむつのPBの価格は1枚あたり0.24ドルで、アマゾン上のパンパースの販売価格(0.27ドル)を下回る(7月31日時点)。 P＆Gのデビッド・テイラー最高経営責任者(CEO)は31日の決算会見で、「困難かつ競争が激しい販売環境で必要な組織改編と意識改革に取り組んでいるところだ」と危機感を改めて示した。

資源高と消費行動の変化の板挟みで、値上げに踏み切りにくかった消費財メーカーもいよいよ我慢の限界を迎えたようだ。P＆Gだけでなく、決算発表に合わせた値上げ公表が相次いでいる。

＜日本経済新聞より抜粋＞

天然ゴムの動向、じり安で170円割れに

TOCOM天然ゴム先物相場(期先)は、1キロ＝160円台後半まで下落した。8月22日の180.80円をピークに値下り傾向を維持しており、概ね8月中旬の急伸前の値位置に回帰している。上海ゴム相場も、8月22日の1トン＝1万2,855元でピークアウトし、その後は1万2,000元台中盤での保ち合いを経て、1万2,000元割れを打診する局面になっている。8月21～22日にかけてゴム相場は上海市場主導で急伸したが、結果的にはファンダメンタルズの裏付けが乏しい投機主導の一時的な急伸地合であったことが確認できる値動きになっている。

インドの洪水被害、東南アジアの大地震、モンスーンなどを受けて、天然ゴム生産高見通しに下方修正圧力が発生していることは間違いない。このため、ゴム相場のコアレンジ切り上げを予想する声も強くなっていたが、実際には年後半の需給緩和状態に修正を迫るようなレベルの供給障害ではなく、ゴム相場を断続的に押し上げていくことに失敗している。

マーケットの関心は、改めて需給緩和や過剰在庫環境に向かっている。投機要因で急伸した相場が、ファダメンタルズによって改めて下押しされる展開になっている。産地相場も、こうした東京や上海相場の値動きと連動している。6日時点のタイ中央ゴム市場の現物相場は、USSが前週比3.2%安の1キロ＝41.73バーツ、RSSが同3.1%安の43.06バーツとなっている。産地では既に安値更新サイクルが再開されており、産地から安値修正を打診するような動きはみられず、むしろ産地主導で下値模索の展開になっている。

USSは40バーツ割れさえも意識される状況であり、当然に生産者の危機感は強い。しかし、マレーシア・ゴム・ボードは、国際協調は難しいと報告している。タイとマレーシアは比較的市況対策に積極姿勢を見せているが、必ずしも市況対策再開に向けて国際的なコンセンサス形成が進んでいる訳ではなく、当面は国別の限定された市況対策に留まらざるを得ない可能性が高い。特に注目が集まっているのは、インドネシア通貨ルピアの急落である。トルコリラや南アフリカランドといった新興国通貨の急落が、東南アジアにも波及し始めている。こうした中、通貨防衛の観点から東南アジア各国は財政引き締めに動かざるを得ず、ゴム市況対策に大規模な資金投入を行うことが難しくなっている。

＜不織布トピックス＞

旭化成、欧州で「ベンベルグ」商標取得～ブランド統一展開へ

旭化成は、このほど欧州でキュプラ繊維「ベンベルグ」の商標を取得し、欧州での「Bemberg」ブランドの運用開始に合わせ、インドとパキスタンでもこれまでの「Asahi Bemberg」から「Bemberg」にブランドを統一する。今後は欧州を中心に新ビジュアルを製作、サステナブルな素材としてアピールし、プロモーションをグローバルに強化する考え。旭化成のキュプラ繊維は1931年の生産開始以来、87年の歴史を誇る。コットンリンター(綿実に生えている短い繊維)を原料とするため生分解性が高く、一般的なレーヨンに比べ耐久力や耐摩耗性などに優れており、スーツの裏地やインナーに使用されてきた。近年では光沢感や発色性の良さからシルクに代わる民族衣装の素材としても人気がある。

【プロモーション強化案】

①新ビジュアルによる新たなイメージを欧州中心に発信(欧州にて制作中)
②サステナブルな素材としての発信強化
③「Bemberg」特有のフィブリル加工※の環境対応型新技術の紹介
④コンポスタブル(堆肥化可能)な生分解糸としてのアピール
⑤日欧およびアジアのコンバーターと生地の開発強化
⑥各展示会への出展(Premiere Vision Paris、Premiere Vison NY、Interfiliere Paris、Intertextile 上海、ISPO Munichなど)
⑦アパレル・ブランドとのコラボ企画検討(百貨店での消費者への販促イベントなど)
⑧社会貢献活動の強化(インドにおけるビジネス行動要請(BCtA)、中国での＜旭化成・中国未来の星デザインイノベーション大賞＞など)

※フィブリル加工：糸を細かく毛羽立たせ光沢感を抑えた加工

＜設備・家電トピックス＞

ダイキン、フッ素化学拠点に100億円 IoT向け需要増

ダイキン工業は半導体業界向けのフッ素化学品の国内生産能力を2021年度までに現在の2倍に増やす。大阪府と茨城県の生産拠点に合計100億円を投じ、それぞれ新棟を建設する。半導体はあらゆるモノがネットにつながる「IoT」向けが伸びている。ダイキンはこれまで設備改修で対応してきたが、需要の急拡大を受けて積極投資に転換する。

淀川製作所(大阪府摂津市)で半導体製造装置の部材などに使うフッ素ゴムの生産能力を増やす。ゴムにフッ素を添加すると耐薬品性や耐食性が高まる。半導体工場では強い酸性やアルカリ性の薬品を使うため部材にも耐久性が求められる。

鹿島製作所(茨城県神栖市)では半導体製造装置の部材に使うフッ素樹脂シートのほか、半導体の製造工程で使うエッチング剤も増産する。

半導体業界は数年おきに好不況を繰り返す「シリコンサイクル」が長く続いたためダイキンは大型投資に二の足を踏んできた。最近はIoTや車載向け半導体需要が継続的に拡大している。活況がいつまで続くかについては不透明感も出始めているが、当面は「引き合いが強く生産能力が足りない」(化学事業部)と判断し大型投資を決めた。

ダイキンは中国でも23年稼働を目標に新工場の建設計画を進めている。既存工場の近くの立地を検討中だ。中国は国策会社の紫光集団の大型投資をはじめとして半導体の国産化を進めフッ素化学品の需要が増えている。

フッ素化学品は半導体関連のほか、自動車向け耐熱ホースや家電製品など幅広い分野で使われる。世界の市場規模は8000億円程度。ダイキンのシェアは約2割で、競合はAGC(旧旭硝子)、米3Mなどに限られる。ダイキンは同事業の売上高を21年3月期に2500億円と18年3月期に比べ37%増やす計画だ。

日本経済新聞電子版引用

＜海外トピックス＞

日韓化粧品、中国で潤う

中国の化粧品市場で日韓ブランドの勢いが目立つ。コーセーや資生堂など日本勢は訪日客の購入を通じて認知度や評価を高め、韓国のあもーれパシフィックグループは若者の間で支持を広げる。中国は仏ロレアルが牙城としてきたが、2018年の輸入額は韓国と日本が1,2位を占める公算。消費者の嗜好が変わり、欧米ブランドを使う満足よりも自分の肌に合うかを重視するようになったことが影響している。

上海の繁華街、南京西路の百貨店。コーセーのブランド「コスメデコルテ」の売り場は1本1万円以上するスキンケアが好調だ。中国では訪日客が"爆買い"してきた数千円台の"雪肌精"に加え、最高級のデコルテにも人気が広がってきた。保湿などの効果が大きい日本製品の品質の高さが受け入れられている。17年は中国から735万人が日本を訪れ、その8割が化粧品を購入。足元では中国への輸出が各社の業績をけん引する。中国税関によると、17年の日本製化粧品の輸入は約12億ドル(約1300億円)。15年比で約2.5倍と、突出した伸びを示した。訪日客の購入で品質に触れ、自国でも購入するようになる構図が鮮明になっている。コーセー以外の企業も勢いづく。資生堂の中国事業は日中の対立、中低価格の現地ブランドの不振などで一時停滞したが、足元は絶好調。日本製の需要増をとらえるため日本での生産を拡大し、17年以降は日本製に切り替えたスキンケア「エリクシール」の直営店展開も始めた。20年までに主力ブランド「SHISEIDO」の約270店に使い心地を体験できるスペースを設ける。ポーラも20年までに販売店を現状比3倍の34に増やす予定だ。

中国で日本勢と争うのが韓国ブランドだ。上海市内で6月にリニューアルした「エチュードハウス」の店舗は10-20代の女性でにぎわう。1本60元程度からのリップやアイシャドーなど約1千点が並ぶ店内は、化粧品をつける様子を確認できる仮想現実(VR)装置、商品に名前を入れるコーナーを置くなど遊び心もあふれる。同ブランドを展開するアモーレパシフィックは韓流ドラマの人気を追い風に、中国でメーキャップのシェアを17年に6%と14年の1.5倍以上に伸ばした。在韓米軍の地上配備型迎撃ミサイル「THAAD」配備の影響で一時業績が悪化したが、最近の中韓関係改善で勢いが戻った。韓国からは「3CE」、「メディヒール」といった新興ブランドも続々進出。中国の化粧品輸入額では17年に韓国製がフランス製を上回って首位となった。日本勢も18年1-6月に前年同期比2倍と急伸し首位をうかがっている。

＜金融・ビジネストピックス＞

株価は今が底値？

東京証券取引所の一部上場企業(除く金融)の2018年4-6月期決算は、予想を上回る好業績となった。だが、株価は2万2,000～3,000円程度の推移を繰り返しており、年初に言われた「春から夏にかけて2万5,000円台」からは遠い展開となっている。最大の要因は、トランプ政権が保護貿易的な政策を強めていること。だが、市場では「秋に予定されている米国の中間選挙が終われば保護貿易的な動きが緩和される」との予測が多数派を占め、現在の株価は底値で9月末から上昇に転じるとの見方が有力だ。

2018年3月期決算発表で多くの企業は、「不透明感が漂っており現在のような好調な決算を保てないのではないか」と、先行きに強い懸念を示していた。しかし、4-6月期決算は前年同期比で売上高4.9%、営業利益9.7%増と好調を維持している。

一方、日経平均株価は、2018年の大発会で2017年末の大納会の2万2,764円94銭を大きく上回る2万3,506円33銭となり「2万5,000円台になるのは時間の問題」と景気の良い声が多数を占めた。だが、その後は一転して低迷するようになり、一時は2万円台すれすれまで落ち込んだ。現在も2万2,000円～2万3,000円の展開を続けている。

トランプ氏は大統領就任と同時に世界最大の自由貿易圏となる環太平洋経済連携協定(TPP)から離脱を表明。その後、EUからの輸入品に対し関税を引き上げた。さらに、中国に対して知的財産権の侵害などを理由に高い関税を課す方針を打ち出している。各国とも米国の方針に対抗して米国製品の関税引き上げを表明している。自由貿易体制が崩れる心配もあり、国際通貨基金(IMF)も世界のGDPを0.5%程度引き下げると警告している。

こうした米国の動向に対して市場は「中間選挙を目当てに強い保護主義を主張している側面が強く、選挙が終われば一定の条件の下であるが緩和策に舵をきる」と予測している。これを証明するように日本の株式市場に強い影響力を持つ外国人投資家は、売買を控えた様子見の態度を取っている。

一部上場企業の株式配当利回りは、日経平均株価で計算した場合で1.97%。一部上場企業株価加重平均は、2.15%の高利回り。金融機関の利息は、1年定期預金で0.01%。株式の運用は銀行の200倍以上も利益を生み出す。株式はただの紙切れになるリスクはあるが、一部上場企業の倒産は極端に減っている。「株価の値上がりというキャピタルゲインだけでなく高い利回りを得られる」ことが見直され、個人投資家の市場回帰の動きもある。現在の低迷相場はいずれ抜け出し、年内には2万5,000円台にまで回復するとの予測が大勢だ。(出：東京商工リサーチ記事より)

●本誌のデータは各種公表数字を基に作成しております。
●本誌の記事・内容に関しまして、誤り等存在する場合もありますので、あくまでご参考の資料としてご利用頂きますと大変有難く存じます。