欧州 Europe

プラスチック市場の商機は？

ジェトロ海外調査部欧州ロシア CIS 課　小菅　宏幸

欧州のプラスチック市場では、より軽くて丈夫な高性能プラスチックが求められている。欧州大手化学メーカーは主要部品向けを中心とした高性能プラスチックの分野で事業拡大を進める。一方、在欧日系化学メーカーは独自技術に基づいて製造された、従来品よりも品質や性能に優れた高付加価値プラスチック製品の生産・開発に取り組む。欧州大手が手掛けないニッチ分野に商機を見いだす。

欧州勢は高性能製品開発に狙い

産業団体のプラスチック・ヨーロッパによると、EU のプラスチック産業では約 145 万人が雇用されており、企業数は 6 万 2,000 社。2012 年の産業全体の売上高は 3,000 億ユーロに上った。

欧州のプラスチック市場では、欧州大手化学メーカーが耐熱性と強度に勝る高性能プラスチックの開発を中心に市場シェアの拡大に動いている。

世界有数の化学メーカーの一つであるドイツの BASF は、エンジニアリングプラスチックなど高性能製品の市場シェアの拡大を狙う。エンジニアリングプラスチックとは、「構造用および機械部材に適合している高性能プラスチックで、主に工業用途に使用され、耐熱性が 100 度以上のもの」[注1] である。同社は 11 年 6 月、シュバルツハイデ工場（ドイツ）で強度や安定性などに優れる 2 種類のエンジニアリングプラスチック用コンパウンド[注2] を年間 1 万トン生産拡大すると発表した。13 年 6 月には、熱可塑（かそ）性と熱硬化性の技術を基に新製品のパッケージを提供すると発表。自動車の車体や骨格といった基本構造に用いられる部品（主要部品）に対して軽量化や高い費用対効果、性能の最適な組み合わせの実現を目指す。

さらに BASF は 14 年 1 月、ドイツの北西部ミュンスターにある塗料向けの樹脂工場に約 700 万ユーロ投資すると発表。同社の塗料向け樹脂は接着性や光沢、耐傷性に優れ、自動車の車体やサイドミラーなどに使われている。投資は 16 年に完了する予定だ。

ドイツのバイエルもまた、素材化学事業の主力製品として高性能プラスチックの開発に取り組んでいる。同社が得意とするのは高耐衝撃性や高強度を有するポリカーボネート（PC）だ。軽量化や高い透明性と耐熱性に優れる PC 樹脂製品も手掛ける同社の製品は、自動車のヘッドランプのレンズなどに使われている。さらに高品質な写真を撮影できるスマートフォン向けの需要にも応えていく意向だ。

日系メーカーはニッチ分野を視野に

一方、在欧日系化学メーカーは独自の技術を武器に自動車の主要部品以外のいわばニッチ分野で品質や性能に優れたプラスチック製品の生産・開発に取り組む。

クラレの子会社エバール・ヨーロッパはベルギーのアントワープで、優れた気体遮断性を持つ「エバール」（エチレン－ビニルアルコール共重合体樹脂）を生産。これは 1972 年に世界で初めてクラレが工業化に成功した機能性樹脂の一つで、食品パッケージやガソリンタンクに使われる。現在は世界市場でトップに君臨する。エバールを用いたプラスチック製ガソリンタンクは、ガソリンの主成分の炭化水素に対して揮発を限りなくゼロにするバリア性を持つ。各国で規制が強化されている自動車炭化水素排出基準を満たし、自動車の軽量化や燃費向上にも貢献する。そのため、ほぼ全ての主要自動車メーカーがこのガソリンタンクを利用しており、その需要は拡大している。

エバール・ヨーロッパによると、「バリア性は進化しつつある。自動車のみならず他の分野でも応用が利

くようになっている」という。クラレはベルギーで生産するエバールを欧州に限らず中近東やアフリカ市場にも拡大を図っている。

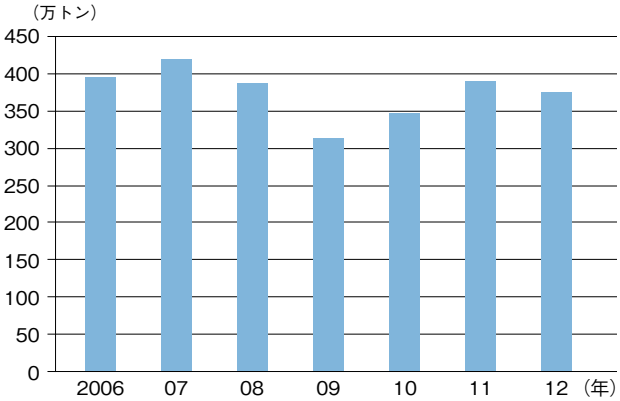
高付加価値品に特化し、欧州域内外向けにエンジニアリングプラスチックを代替できるポリプロピレンコンパウンドを生産するのが、住友化学の子会社スミカ・ポリマー・コンパウンズ・ヨーロッパだ。英国南部ハンプシャーの郊外ハバントに生産拠点を置く同社を訪ねた。ハンプシャー第2の都市で活気あふれる港都市ポーツマスとは対照的に、ハバントはのどかな環境にある。製品は全て自社で生産し、顧客のニーズに応じて、多品種のエンジニアリングプラスチック代替原料を提供、欧州域内外での需要に応えている。主力製品は、高品質で安価な合成樹脂のポリプロピレン（PP）にガラス繊維を織り交ぜたグラスファイバーポリプロピレン（GF－PP）だ。

同社の西尾秀明社長によれば、従来はPPに滑石（タルク）の粉を入れ、ゴムや顔料を追加し、加工メーカーにも供給しているが、タルクよりも硬く耐熱性などの物性が向上できるガラス繊維（GF）を使用した製品を主体に供給しているという。その理由はGF入りPPは生産が困難なために競合他社が少ないこと、また硬さにも優れ、軽量化にも貢献できることにある。自動車向けでは欧州の大手化学メーカーが見える部品のプラスチックを得意とするのに対し、同社はファンやエアフィルターなどのアンダーフード部品、ドアモジュールやモーターケースといった機能部品に重点を置く。GF入りPPに代わる次世代製品の開発にも意欲的で、同社は既にインドに進出しており、東欧、ロシア市場にも拡大を目指す。

市場変化が「すみ分け」を生む

これら4社の事例で共通するのは、いずれも高性能製品の開発・生産を行っている点だ。では違いは何か。欧州の化学メーカーが、自動車主要部品向けの高性能製品を増産し大規模に事業拡大する一方で、日系化学メーカーは現地で培った独自の技術を武器に、主要部品以外のニッチ分野で高付加価値品の生産・開発に取り組んでいること。つまり、欧州大手企業が手掛けないニッチな分野に商機を見いだし、域内外に市場開拓するという構図が存在するのだ。

図　自動車産業向けプラスチック需要の推移（欧州）



資料：プラスチック・ヨーロッパ「The Compeling Facts about Plastics」および「The Facts」各年版を基に作成

このようなすみ分けが生まれた背景には、欧州プラスチック市場の変化がある。欧州化学工業連盟（Cefic）によると、ポリマー（プラスチック、合成ゴム、人造繊維）分野の直近の生産は大幅な拡大を記録した。欧州では、自動車のガソリン消費を抑えるために部品の大部分で軽量化が図られ、より軽くて丈夫なプラスチック部品の開発が進む。プラスチックが主要製品であるポリマー分野での生産拡大には、自動車産業向けプラスチックの需要が伸びたことが一要因として挙げられる。自動車産業向けプラスチック需要は、リーマン・ショック以前の水準に戻りつつあるといえよう（図）。またドイツ・デュッセルドルフで開催された3年に1度の欧州最大規模のプラスチック・ゴムの専門展示会「K」（13年10月16～23日）では、前出のBASFが新製品の発表を行うなど、自動車産業向けプラスチックが脚光を浴びた。

世界のプラスチック市場では、汎用（はんよう）製品で中国を中心にアジア勢の台頭が著しい。だが、ジェトロが13年10月8日～11月12日に実施した「2013年度在欧州進出日系企業実態調査」の結果を見ると、今後1～2年の事業展開の方向性を「拡大」と回答した、プラスチック製品分野の企業の割合は66.7％と過半数を占めた。うち62.5％の企業が拡大する機能として「生産（高付加価値品）」を挙げた。今後も成長が期待される欧州プラスチック市場で、欧州企業が手掛けない分野を狙った日系化学メーカーの事例は、得意分野に焦点を絞りビジネス機会を得た好例といえる。

注1：日本のエンプラ技術連合会の定義による。
注2：ベースとなるプラスチックに、色などの添加剤や強度を加える強化剤などを配合した製品のこと。