

工業用ゴム製品卸売（平成14年6月～7月調査）

売上高は本年に入って下げ止まりから持ち直しの傾向にある。価格は販売、仕入れとも低下しているが、流通加工や配送面でのコストの増加が採算を圧迫している。

各社とも取扱商品の品揃えや在庫の充実、ユーザーのニーズにあった加工機能、ジャスト・イン・タイムの搬入体制などへの取組みを強化している。

業界概要 当業界が扱う製品はベルト、ホース、他の工業製品（ゴム板、シートなど）に分けられる。各製品は加工され、機械器具や建設資材などと組み合わされて、多種多様な分野で使用される。ゴムメーカーは各製品について様々な機能をもつ品種を生産しているが、これらを用途に応じて品揃えし、必要な加工を加えて、各ユーザー（機械メーカーなど）に供給する上で卸売業の果たす役割は大きい。

なお、自動車部品向けや一部の家電部品向けのように、ゴムメーカーがユーザーの仕様に基づいて大量生産を行う場合は、ゴムメーカーとユーザーが直取引を行い、卸売業者は介在しないため、本調査では対象外とした。

当業界の販売先は、同業の卸売業者（仲間卸）とユーザーであるが、どちらか一方に特化している企業が多い。

同業の卸売業者への販売を主とする企業は比較的規模が大きく、特定のゴムメーカーの地域販売代理店である例もみられる。

ユーザーへの販売に際しては、仕入れた材料を、ユーザーの指示通り、加工して納品する。例えば、ベルトのエンドレス加工（両端をつなぎ合わせて圧着）、ゴム板の打抜き加工、シートのパッキンへの抜打ち加工などである（金型は貸与される）。また、機械メーカーなどへ組み込み部品として納品する場合は、他の金属部品との組合せも行われる。このため、ほとんどの企業はこれらの加工・組立設備をもつ協力工場や自社工場を保有している。

工業用ゴム製品を扱う卸売業者数を業界団体の組合員数からみると、大阪府内で116社（西部工業用ゴム製品卸商業組合の組合員のうち大阪府内企業）、全国で720社（全国ゴム商業組合連合会）である。

大阪府内の卸売業者の扱い製品の特徴は、もともと造船向けや工場内の生産設備向けなど重厚長大な製品が多かったことであり、現在でも以上の用途に加えて、土木・建設、農機具、工作機械向けなどが多い。なお、家電部品向けの扱いは特定ゴムメーカーの地域販売代理店となっている一部の大手卸売業者でみられる以外は、試作用や、小口・短納期の取引で受注するにとどまっている。

扱い製品の多様化 近年はゴム製品と並行して、樹脂製品の扱いを増やしている企業も多い。樹脂はゴムより軽量であり、ベルトコンベヤでは使用電力が少なく済み、耐水性や耐蝕性に優れる、といったメリットがあるが、屈曲性、耐薬品、耐熱、強度ではゴムに劣る。ゴムと樹脂は一長一短があるため、相互に補完しあいながら、用途に応じて使い分けられている。

このほか、ベルトの周辺機器（伝導機、駆動装置など）、高圧ホース用の端

部装着金具、配管用継手などの機械器具類を扱う企業もみられる。機器メーカーからの売り込みや、納入先のニーズに対応する中で、機械器具類のウエイトが徐々に高まっている企業も多い。

売上高は持ち直し傾向 仲間卸への販売を主とする企業では、取扱品目が広範囲であることや、販売取引先に多様な業種をもち、その件数が多いことから、売上高の変動幅は小さい。

平成13年は概ね微減傾向で推移したものの、14年に入って下げ止まりからやや持ち直しとなった。品目別にみると、ベルトのうち、コンベヤベルトは引き続き低調であるものの、伝動機用のVベルトは小型機用、補修用で動きがみられる。ホースは気体、液体、粉体の搬送などの用途が増えて、底堅く推移しており、また、油圧機器や空圧機器用の高圧ホースも底堅い。

ユーザーへの直納を主とする企業では、以下のようにユーザーの景況によって異なった動きがみられる。

空調関係の部品を扱う企業ではここ数年、夏季の猛暑が続いてきたことや、メーカーが低価格の新製品を増産していることから、受注は強含みで推移している。

土木・建設資材を主とする企業では、道路橋向け（橋脚下部の免振ゴムなど）、港湾向け（防舷材など）の扱いは減少しているものの、街づくりや都市景観に関連した分野では堅調な受注がみられる。具体的には、歩道橋のシェルターや高欄、駅のコンコースやホームの床材、公園のモニュメントや遊具、競技場の床や壁材といった例である。このほか、ゴミ処理施設向け、下水処理施設向けも底堅い。

建設機械向けを主とする企業では、国内向けは減少しているものの、納入先が海外（アメリカ）での生産活動を拡大しているため、同地域への輸出が持ち直し、全体として売上高は順調に回復している。

採算は厳しい 販売価格は納入先の厳しい値下げ要請に協力せざるをえない状況にあるが、仕入先のゴムメーカーも海外生産の強化や生産体制の合理化によってコストダウンを進めているため、仕入価格も低下傾向にある。ただ、有力納入先との取引を継続していく上で、従来からの品揃えや在庫機能に加えて、ユーザーのニーズにあった加工機能、ジャスト・イン・タイムの搬入体制などが求められており、新鋭設備の導入、物流センターの充実、さらなる情報化投資が採算を圧迫している例が多い。

生産機能や品質管理機能の強化 機械メーカーなどの大口ユーザーと取引している企業では、従来から扱い製品を成形加工したり、他の金属部品と接合し、ユニット化して納入する例がみられてきた。こうした傾向はより一層強まってきており、納入先の工場の生産ラインに直結できるような、よりきめ細かな組立加工をした上で、ジャスト・イン・タイムで納品することを要請されるようになった企業も少なくない。このほか、自社の扱い製品に不良品が混在したり、納期遅れにより、納入先の工場の生産ラインが止まった場合は、ペナルティが課せられることもあるといわれ、品質管理や物流により一層の注力が

必要となっている。

こうしたなかで、自社の複数営業所の一つを廃止し、物流センター兼組立加工工場に改造する例、不良品を出さないために品質検査部（とくに海外調達の付属金具など）の人員を増強する例がみられる。このほか、建設資材向けを主とする企業では、設計図面の作成をこれまでは外注したり、営業部員が行っていたのを、CG（コンピュータ・グラフィック）センターを設置して、CAD設備を導入し、一級建築士の資格者が行うようになった例がみられる。

海外への拠点設置 業界では大口納入先の生産活動が海外へ移行するのに伴い、自らも一緒に海外に拠点を設置する例がみられる。

A社では、大口納入先の機械メーカーがタイに工場進出したのを契機に、自社もタイに拠点を設置した。この機械メーカーは国内にも工場を残すものの、これら国内工場との取引の継続はA社と一緒に海外進出することが条件といわれ、進出を決断したようである。その後、A社はタイに進出している日系家電メーカーとの取引も確保している。

B社は、大口納入先の建設機械メーカーのアメリカ進出に伴い、自社もアメリカに拠点を設置したほか、自社の子会社(高圧ホースメーカー)の中国拠点との取引も進めている。

A社、B社とも、現地のゴムメーカーより仕入れて納品する場合と、日本国内でゴムメーカーより仕入れ、協力工場などで加工し、他の部品と組み合わせて、現地へ輸出する場合がある。こうした輸出は昨年は弱含みであったものの、年末頃より持ち直し、現在は強含みで推移している。

海外拠点をもち企業の国内販売は横ばいであるが、現在、輸出が持ち直しているため、売上高は順調に推移している。

今後の見通し 持ち直し傾向にある国内需要は一部で中だるみの動きもうかがえ、今年度の売上高は前年度比で横ばいか微減とみる企業が多い。

長期的にみると、業界内企業間格差の一層の拡大が予想される。業界を取り巻く環境をみると、多くのユーザーは国内での生産内容の高付加価値化や、海外生産の強化に取り組んでおり、当業界が取引を継続、発展させていくには、これらユーザーの需要にきめ細かく対応した経営努力が必要となっている。すなわち、仲間卸への販売を主とする企業では、豊富な品揃えと在庫・物流機能の充実が求められ、また、ユーザーへの直納を主とする企業では、流通加工、納品システム、ユーザーが海外進出している場合はそれへの協力が重要といえる。

(松 岡)