

## 線材二次製品

(鉄線・針金・釘) (平成12年3～4月調査)

生産面で長期にわたって減少傾向が続いていることに加え、価格面でも昨夏の方法価格の上昇分を製品価格に転嫁しきれていないなど、厳しい状態が続いている。今後についても、少なくとも夏あるいは秋頃まで好転は見込めないといった見方が多い。

**業界の概要** 鉄鋼の線材(ロッド)を伸線・加工した線材製品には、鉄線、針金、釘、ねじ、ボルト、金網、ワイヤーロープ、パチンコ玉など数多くの製品があり、建設、土木、自動車、家電などあらゆる産業において、また日常生活の中で広範囲に利用されている。中でも線材を加工した製品である鉄線、針金、釘を総称して一般に「線材二次製品」という。

線材二次製品は、普通線材を酸洗(錆落とし)の後、ダイスを通す冷間引抜きにより伸線し(「普通鉄線」)、焼鈍(やきなまし)したり(「なまし鉄線」)、亜鉛めっき等の加工(「針金」)を行うなどして製造される。用途についてみると、普通鉄線は建設分野でのコンクリート補強用のほか、各種機械部品や釘に、なまし鉄線は鉄筋や建設現場の足場等の結束用やビニール皮膜線用に、針金はフェンス、有刺鉄線や金網にそれぞれ用いられる。このほかに冷間圧造用炭素鋼材を原材料とする鋏螺用鉄線もあり、ボルト・ナット等に用いられる。

生産形態については、商社・ユーザーからの受注生産がほとんどで、メーカーには線材を伸線するメーカー、伸線された鉄線を購入し針金、釘に加工するメーカー、もしくは伸線から針金、釘の製造までを一貫して行うメーカーがある。不得意品目などでの仲間取引もあり、また伸線や焼鈍、直線加工といった工程ごとの下請企業も多数存在し、生産を支えている。

**大阪は全国一の産地** 大阪府における事業所数及び出荷額は、平成9年において普通鋼鋼線(鉄線)で31事業所、459億円(全国比31.6%、33.9%)、針金5事業所、65億65百万円(同38.9%、26.4%)、鉄丸釘12事業所、11億96百万円(同34.3%、21.0%)、鉄特殊釘24事業所、99億50百万円(同41.4%、35.4%)となっており、いずれも全国で第1位のシェアを占めている(『工業統計表(品目編)』)。とりわけ東大阪市の枚岡地区と高井田地区には古くから線材製品製造業者の集積がみられ、関連下請企業も含めこれらの企業群が有機的なつながりを持つことで、様々な種類の線材製品の供給を可能にしている。

**長期にわたる生産の落ち込み** 全国の線材二次製品の生産量は9年夏頃から長期にわたって減少傾向が続いている。とりわけ、針金よりは鉄線、特殊釘よりは普通釘での落ち込みが大きい。

大阪地区を対象としたヒアリング調査でも、総じて低迷している。昨年秋以降少し盛り返した感もあったが、現在の方向は良くない。例えば、土木・公共工事関連需要の多いある鉄線メーカーでは、例年のような年度末の盛り上がりが無いまま推移したと感じている。コンビニやスーパーでの商品陳列台に用いられる鉄線が比較的好調であるという企業もみられたが、これも今年の3月には失速したという。多くの企業で受注残も減少し、操業度も前年比でみてさらに低下傾向にある。

一部好調なものとして、業界が多自然型河川工事に開発した新製品(カゴマット)がある。これは、アルミ亜鉛合金材で耐食性を増した針金を網状にして内部に石を入れたもので、ここ一・二年で爆発的に受注を増やした。しかし、供給が追いつかなかつたり、別工法によるコンクリート業界の巻き返しがあり、これも昨年秋頃をピークに現在は半分程度にま

で落ち込んでいるという。

**増大する輸入製品** かつては隆盛をきわめた業界の輸出も、今では激減し、現在残っている輸出は国内需要の1割以下とわずかである。

線材製品の輸入については、鉄線や針金ではここ数年大きな変化はないが、ボルト・ナットといった三次製品や釘では、引き続き増大する輸入製品との競合がみられ、二次製品製造業者にも影響を与えている。ある鋏螺用鉄線メーカーによると、三次製品のユーザーが国内で調達するのは特殊な製品や急ぎのものであり、扱い数量が大きく在庫で持つような定番品は安価な輸入品を用いるといった状況が生じており、国内製品の市場は限られたものになりつつあるという。

なお、材料となる線材の輸入量は、ここ10年間ぐらいは以前と比べけたも大きな高水準が続いていたが、平成10年以降は元の水準に戻った。

**収益面でも厳しい状況** 需要が低迷する中、収益面においても各企業は厳しい状況に直面している。というのも、採算の厳しい鉄鋼メーカー各社は、従来なら値上げしないような環境であった昨年8月に、線材の価格をトン当たり5,000円、数%程度引き上げた。これに対して、二次製品製造業者はこの分すべてを製品価格に転嫁できてはいない。値上げできたのは2,000～3,000円程度ではないかといわれている。現状の取引価格はユーザーごとに異なっているが、現状価格が著しく低い種類の製品についてのみ、値上げに成功したとみられる。このため、9割方のユーザーに対して引き上げできた企業もあれば、1割程度しか成功しなかったところもあるといった状況である。なお、その後の需給の悪化から、値上げが通った分も、再び元に戻りそうな状況であるという企業もみられた。

ここ3年赤字が続いているある企業では、従来なら4年程度の周期で、これまでの欠損を精算できるほどの活況期が訪れたものだが、今回は全くその気配はないという。

**自動車メーカーのコスト削減計画** 昨年打ち出された自動車メーカーのコスト削減計画の影響は、線材製品業界にも生じている。鋏螺用鉄線のある企業の場合、ユーザーであるボルト・ナットメーカーがこの自動車メーカーから具体的に1年目10%、2年目、3年目各6%という部品価格の値下げを求められた。これを受けボルト・ナットメーカーから、鉄線にも今年10%の値下げ要請があった。この鉄線メーカーは、ボルト・ナットメーカーがその自動車メーカーにだけ製品供給している訳ではないこともあり、2%程度の値下げならば応じると返答している。またこの分は川上の鉄鋼線材メーカーに値下げしてもらうことを前提にしている。鉄鋼メーカーとしても自社のシェア確保を図る必要があり、受け入れられるものとみられる。

**様々な経営方策** このような中で、各企業では様々な経営努力を講じている。ここ3年ほどで10%以上に及ぶ従業員の削減や、設備の廃棄を含めた不採算品目からの撤退などに取り組んできたある企業では、新商品の開発に加え、今後は販売ルートの見直しを検討している。商社を経ずに自社で直接三次製品メーカーに販売しようというのである。このための専門部署を既に設け、今秋には営業担当者が社外からデータ入力できる新たなシステムの稼働を目指している。

ある釘メーカーでは、量は少なくとも高付加価値の特殊釘部門を重視しており、屋根や断熱材など住宅関連の新素材に対応した需要に期待している。中には、釘から脱皮し、協力企業に「接合金物」を委託生産させ、自社はその製品を販売する商社へと転換を図った企業も存在する。別の針金メーカーでは、ホビー工作向けの自社ブランドの最終製品を開発し、PRと販路の開拓に取り組んでいる。現在の売上げは小さいが、着実に発展しており、デザインや工作インストラクターなどソフト面の投資に力を入れ、将来に期待を持っている。

一方で、企業努力にも限界があり、近年の供給過剰状態は、企業数の淘汰をもたらすのではないかという見方もある。実際、昨年に中堅企業1社が倒産した。

コスト削減の設備投資 設備投資については、全体として低調である。燃料効率のより良い熱処理炉に交換した企業や、硫酸槽の補修をゴールデンウィーク中に計画しているところなど、省力化や補修目的のものがみられる程度である。

雇用については、全体としては低調だが、製造部門での高齢化もあり、比較的採用が容易なこの時期に若い人を採っておきたいと考える企業もみられた。

今後の見通し 今後についても、回復の見込みは少ないという見方が多い。公共工事が本格化するのが夏になるか秋になるかに関心を寄せ、その頃には若干の動きがあるのではと期待する声があった。各社とも、早期の需要回復と一層の経営努力の必要を感じている。

(井 田)