

## 機 械 器 具 卸 売 (14年9月～10月調査)

景況は、平成12年に盛り返した後低迷しており、14年に入っても販売金額は前年同月を10%以上下回る状況が続いている。また、競争の激化やユーザー企業の値引き要請による販売価格の下落傾向から利益率が低下し、収益面でも厳しい状況となっている。

今後の動向も不透明であり、インターネットの活用など情報化を推進しつつ、ユーザーのニーズを把握して、的確な情報提供を行っていくことがますます重要になってくると考えられる。

**業界の概要** 当業界における取扱品目は、工作機械、作業工具などの機器工具類、加工機械の伝導装置用品、運搬荷役機械、測定機器など、用途別、材質別、サイズ別にみて膨大な数にのぼり、企業ごとに得意とする分野に特化している。

**機械器具の流通**は、メーカーから出荷された後、その代理店である一次卸商、さらに二次卸商（直需販売商）を経て、ユーザーに至る。また化学機械、運搬機械などのように、直販型の商品も見られるなど、流通経路は商品によって様々である。

**機械器具卸商**は数多くのユーザーの個別需要に応じた多品種少量の商品を扱うため、営業活動にも小回りが要求され、中小企業性の強い業種となっている。例えば、平成11年商業統計での大阪府の一般機械器具卸売業の規模分布をみると、従業者数20人未満の商店数が全体の88.9%を占めている。

**大阪府内の状況** 平成11年の大阪府内の一般機械器具卸売業は、事業所数4,394、従業者数4万7,248人、年間販売額4兆346億円である（大阪府統計課『大阪の商業』）。これをバブル経済崩壊直後の3年と比較すると、それぞれ27.8%減、37.2%減、42.9%減と激減している。もともと対全国比は事業所数11.5%、従業者数13.0%、年間販売額13.8%と、大阪府は現在でも東京都に次いで全国第2位の地位を占めている。

府内の集積地としては、古くからの大阪市西区立売堀（いたちぼり）をはじめ、大阪市内から移転した東大阪市の機械卸売団地や金物団地などがある。

**売上げは低迷** 全国の一般機械器具卸売業の販売額をみると、12年頃に自動車やIT関連業種を中心とした需要による回復局面が見られた後は低迷し、14年になってからも前年同月の水準を数%以上下回る動きが続いている。

大阪における状況はより深刻で、総じて前年比20～25%減と、低迷の度合いが強いようである。例えば、油圧機器などを主に扱う従業者110名程度のある企業では、12年度の売上げが前年比20%増となったものの、13年度は10%以上減少し、現在も落ち込みが続いている。また、工作機械を扱う別の企業によると、出荷先地域でみた場合、国内ではこのところは東海地区向けのみが堅調であるという。これは自動車関連の需要によるとみられる。大阪府内向けが低調な要因としては、府内に自動車、IT関連業種が少ないこと、家電メーカーをはじめとするユーザー側が生産拠点を集約したり、他県や海外に移転したりしていることが挙げられる。

なお、この企業では中古工作機械の扱いが多いが、最近よくみられるようになった売買スタイルとして、倒産・廃業した工場をそのまま一定期間だけ会場にした競売会・セリ市のようなものがあるという。品物を各社の常設展示場まで移す手間とコストが省けるというメリットがあるようである。

輸出は一部で堅調 機械器具卸売業者の中には輸出を行う企業も多く、国内ユーザーが海外に生産工場を進出させる際に、日本の工作機械や工具を現地で使用したことなどから、東南アジアをはじめとする海外向けの売上げを伸ばしてきた。現在輸出されている日本製品の競争力は、価格ではなく品質に基づいているとされる。

14年上半期の輸出については、機械工具類が前年比10%以上の伸びをみせるなど、一部で堅調である。中古工作機械を扱う企業では、韓国や台湾など海外からの買い付けも多く、現在売上げの半分は海外向けとなっているという。

利益率も低下 売上げが低迷している上に、競争の激化や、合理化を進めるユーザー側の値引き要請から、販売価格も下落傾向にあり、利益率は低下している。従業者100名ほどのある企業の場合、売上げに対する経常利益の割合は12年度の3.3%から13年度は1.7%に低下している。

このため雇用にも過剰感があり、立売堀の組合の調査では3割程度の企業が人員の過剰感を抱えている。なお、代金の支払いと回収に関する調査では、支払いでは手形の割合が高い一方、回収では現金の割合を高めようとする傾向がみられている。平均の手形サイトについては140日程度であるという。

外資系ネット販売ビジネスの衝撃 このような中、日本の機械器具卸業界に衝撃を与えたのは、平成12年秋に外資系企業と日本の大手商社とが共同で設立した会社（本社所在地は大阪市内）による、「インターネットを主たる手段とする工場用間接資材の販売」方法である。「PC上の巨大ディスカウントホームセンター」と銘打たれたホームページでは、50万点もの商品扱いをうたい、一部目玉商品はかなりの低価格で販売されている。

極端な言い方をすれば、従来の卸売商の存在意義を根本から揺さぶるようなビジネスモデルの登場であるが、この影響を判断するにはもう何年か時間が必要であろう。ただ、従来の卸売商に

も分がない訳ではない。例えば、もし仮に、対応は電子メールとFAXだけで電話での問い合わせには応じてもらえないような業者が同じ品物を安くネット販売していたとしても、少々割高であろうがフェイス・トゥ・フェイスで対応してくれる卸売商との取引を望む顧客は、決して少なくないはずである。

**情報化への取組み** 業務効率改善につながる情報化の推進に、インターネットなどを積極的に活用しようとする卸商は数多い。

実際に、組合レベルにおいても、例えば立売堀の大阪府機械器具卸商協同組合ではホームページを開設し、扱い品目などから個々の組合企業を検索できるようにしているし、各企業においても独自にホームページを整備するなどしている。また東大阪の大阪機械卸業団地協同組合でもホームページを開設して、組合員の販売支援を行っている。

個別企業では、例えば、顧客に対するサービス・セールス力を高める目的で、新製品や売れ筋商品に関する情報をまとめた小冊子の発行や、インターネットによる情報提供を毎週続けている企業などがある。

**様々な経営努力** この他にも様々な方策をこらして経営努力を続けている。従業者20数名のある企業では、従来からの機械工具に加え、洗浄機などの環境関連機器の扱いに力を入れている。10年ほど前から、フロンやエタンなどの規制変化に対応して設備変更を行うユーザーなどの個別需要に応じてきた部門を、昨年、独立した部署に格上げして、洗浄液から排水回収・再生処理まで環境関連を柱としたトータルな営業活動を積極的に展開している。また、スポーツショップの経営など異業種事業に取り組んでいるところもみられる。

立売堀の組合で取り組んできた共同配送も、システムをより効率化することで、1日2便であったものが3便になるといった成果がみられている。

**今後の見通し** 今後についても、不透明であり、需要回復の見通しはなかなか立たない。卸売業をとりまく環境は厳しさを増すばかりであり、得意分野や体力の有無によって企業間格差が生じ、今後さらに淘汰が進むとする見方もある。実際に、中堅企業間での買収など、得意分野の相互補完を図る動きもみられる。

各企業とも、ユーザーの業務内容を把握し、ユーザーのニーズに合った新製品などの情報を的確かつ迅速に提供することが一層重要になってこよう。そのためには情報化の推進などの分野で、従業者の資質を高める努力も必要になるものと思われる。

(井 田)

