

プラスチック製品（平

成13年6月～7月調査）

平成12年は、製品価格が低迷していたものの、生産は緩やかな回復を示していた。13年に入ってから、米国景気の後退によるアジア地域向けの輸出減少、国内景気の後退によって、受注は減少している。リサイクル法の施行や環境への配慮からプラスチックから、金属製品への需要の転換の動きもみられる。

今後も国内景気の後退待ちの状態であり、短時間での縦横の回復は見込めない。

業界の概要 プラスチックとは、石油、天然ガスを主な原料とする高分子化合物であり、加熱、加圧することによって容易に成形することができる。用途は、日用品・雑貨や容器・包装資材、機械部品をはじめ、農業資材、建築材料、医療器具などあらゆる分野で利用されている。その大きさも、1mm以下の精密部品から浴槽や漁船などの大型の成形製品まで多様である。

プラスチックはその性質から、主に、加熱すると軟らかくなり冷却すると硬化する熱可塑性プラスチックと、加熱にともなう化学反応によって硬化する熱硬化性プラスチックに大別される。このほか、ガラス繊維などの補強材で強度を高めた繊維強化プラスチック（FRP）や、特に強度や剛性に優れ、構造材料や機械類の機構部品として利用されるエンジニアリングプラスチックなどもあり、素材の開発とともに金属やガラスの代替材料として用途は大きく拡大してきた。

成形方法は、加熱溶融させた素材を高圧で金型内に射出する射出成形が最も一般的であるが、成形品の形状や素材の材質によって押し出し成形、ブロー成形、真空成形など様々な成形方法が用いられている。

大阪の特徴 平成11年における大阪のプラスチック製品製造業は、事業所数2,416、従業者数37,470人、製造品出荷額等は7,494億円で（大阪府『平成11年大阪の工業』、従業者4人以上の事業所）、全国に占めるシェアは、それぞれ、13.0%、8.7%、7.3%である（経済産業省『平成11年工業統計表』）。大阪の特徴としては、従業者10人未満の小規模事業所の割合が高いことがあげられる。零細性と関連する第2の特徴として、全国に比べて、材料と金型を支給されて賃加工を行う下請企業が多いことがあげられる。また、生産品目では、他地域に比べて工業用プラスチック製品の割合が少なく、日用雑貨・食卓用品や容器等の割合が高いことも大阪の特徴である。

生産は13年に入ってから減少 府内のプラスチック製品製造業の出荷額をみると、平成9年にわずかに増加したものの、10年、11年と2年連続して減少しており、国内景気の後退の影響が色濃くみられる。経済産業省『プラスチック製品統計』による全国の状況は、11年、12年と2年続けて生産数量は緩やかな回復を示したものの、なお堅調とはいえない水準に止まり、13年に入ってから前年の生産量を下回って推移している。製品別に詳しくみると、昨年、需要の拡大がみられた携帯電話、パソコンなどの情報通信機器は、12年末から内外の需要が急速に縮小しており、携帯電話向け部品の受注が昨年比べて半減したところもみられる。

家電向けでは、需要の縮小に加えて、エンドユーザーの生産が引き続きアジア地域や中国へとシフトし、加えて、部品の調達コストを引き下げるために、部品調達先を絞り込む動きを強めている。特殊なものや難度の高い一部の部品以外の国内需要は極端に少なくなっており、エンドユーザーのMD生産の中国への移管によってMD向け部品の国内生産が大幅に減

少した企業がみられる一方で、成形品の金型の設計、製造から、アジア、中国などの進出先での組み立てまで柔軟に対応できる一部の成形業者では、収益を拡大させているところもみられる。他方、環境への配慮が求められる中、エンドユーザーにはリサイクルの難しいプラスチックからの素材の変更を図る動きがあり、エアコンの室外機の外装部材をプラスチックから金属に切り替えられたために、受注が減少した事例もみられた。

自動車向けでも、国内販売は回復基調にあるものの、輸出の減少から国内生産も減少傾向を示しており、受注には一服感がみられる。

建築関連では、建築着工が依然として低水準で推移しており、需要は低迷しているが、住宅向けに従来の半分の大きさに小型化した配電盤の受注が増加した企業があるなど、一部の商品には動きがみられた。

日用品・雑貨では、消費低迷の長期化によって、これまで比較的安定して推移していたライセンスものや、一部の高級品の受注が減少している。数年前まで35,00円程度のブランドものが売れ筋だった男性用弁当箱では、現在は980円のメーカー定番商品が主流となるなど、低価格志向が進み、需要が減少している。また、人気アニメキャラクターものにも大きなヒットはみられなかった。ノーブランドのベーシックな商品や低価格品の需要については、輸入品を大量に扱う100円ショップ等の低価格店に、引き続き消費者の人気が集まっていることから、低迷している。

また、大手メーカーによる部品成形の内製化や、受注量が低迷している成形業者が自社の操業度を維持するため、外注先への発注量を削減する動きも続いており、規模の小さな企業ほど受注が低迷する傾向が一層強くなっている。

価格は低迷 建築関連や日用品・雑貨では、需要の低迷から成形業者間の価格競争が厳しくなっており、さらに、日用品・雑貨では需要の低価格志向も強く、受注価格は低迷している。また、家電や自動車向けでは、エンドユーザーの厳しいコスト削減姿勢が続いており、年々の価格引き下げ要求が常態化している。

ただ、昨年は、世界的なプラスチック製品の需要拡大によって上昇傾向にあった原材料価格は、米国の景気後退やアジア地域での生産減少の影響を受けて、安定して推移している。

収益は低迷 生産の減少傾向から収益は全般に厳しさを増している。受注量の低迷から前年に比べ売上が15～20%減とする企業が多く、受注単価の低迷も加わって、収益はさらに減少している。携帯電話向け部品の割合が高かった企業には、昨年後半以降に受注が半減したことによって収益が赤字基調となっているところもみられた。

受注確保のための取組 受注環境が厳しい中で、それぞれの特徴を活かした新しい分野の製品開発や技術開発によって、受注確保に努めている企業がみられる。

コストダウン要求が年々厳しくなる中で、これまで技術的に難しく外注に依存していたマグネット成形品の成形技術を確立し、内製化した企業や、精度要求が厳しく、これまで一度の射出で2個しか成形できなかった成形品の数を6個にすることでコストダウンを図る企業がみられる。そのほか、自社のプラスチックレンズの用途開発を進め、これまでガラスレンズでしかできなかった分野へ用途開発を進めたり、光ファイバーのコネクターなどへと用途の拡大を目指す企業、熱硬化性樹脂を利用した新たな自動車部品の開発を行い、自動車メーカーから受注を獲得している企業など、自社の受注の確保・拡大に注力する企業がみられる。

設備投資は慎重 収益環境が厳しい中であって、積極的な生産能力増強の動きはみられない。一部、成形効率向上のために射出成形機を油圧から電動に切り替える動きや、金型を大きくし、一回の射出でできる成形品の数を増やして、製造コストを削減するために、成形機をより大型のものに切り替える動きがみられた。ただ、こうした動きは、既存の設備、機械の売却を同時に行うなど、投資コストを極力抑えたものとなっている。また、製品の変化が激しいパソコン用バッテリーケースの生産から撤退し、新規の自動車部品に注力する企業や、

エンドユーザーの部品調達の海外シフトに伴って受注の確保が困難になったため、生産拠点の統合を進めるなど、事業の再構築により事業の効率化と収益力の強化を進める動きがみられた。

雇用は抑制 雇用については、収益の低迷が長期化し、生産が縮小する中で、パートや派遣社員の削減、嘱託社員の雇用継続の中止による人員削減の動きがみられた。今のところ、本格的な正規従業員の削減に踏み切るところはみられなかったが、成形部門から金型部門への配置替えや他の工場への転勤など配置転換による人員の調整を行うところが多くなっており、今後、不振が長期化すれば、正社員の削減に踏み切らざるを得ないとの声も聞かれた。ただ、生産の効率化や新たな受注の確保に備えて、技術開発による取引先への提案の重要性が高まっており、厳しい状況の中でも、新卒者の採用を継続している企業もみられる。

今後の見通し

プラスチック成形業の景況はユーザーとなる産業の動向に大きく左右されるが、これまで需要を牽引してきたIT関連をはじめ、国内産業の早期の回復は見込みにくい状況にあり、当面は厳しい状況が続くとみる企業が多くなっている。

取引先メーカーは、海外調達の姿勢を一層強くするとともに、国内の成形メーカーに対しては、価格、品質、納期を基準に、従来の取引実績にとらわれない調達を模索しており、ユーザーの要求に答え得る一部の企業に発注が集中する傾向を強めている。今後は、単なるプラスチック成形ではなく、金型調達から成形、部品組み立てまでトータルに対応できる企業や、特定の分野で高い専門性を確保している企業とそうでない企業との企業間格差が一層拡大するものと考えられる。

（江 頭）