

# 線材二次製品 (平成13年12月～14年1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、価格面でも下落がみられ、各社とも収益状況は厳しいものとなっている。

今後についても、早期の回復は見込めず、今年は耐えねばならない「勝負の年」になる、という見方が多い。

**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。これら線材製品のうち、鉄線、針金、釘を総称して一般に「線材二次製品」という。二次製品から作られるボルト・ナット等は三次製品ということになる。

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加工により伸線し（「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を行う（「針金」）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・ナット等に加工される。

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11年において普通鋼鋼線（鉄線）で27事業所、429億99百万円（全国比28.7%、33.6%）、針金4事業所、47億66百万円（同33.3%、17.4%）、鉄丸釘11事業所、11億43百万円（同30.6%、21.9%）、鉄特殊釘28事業所、104億50百万円（同46.7%、37.1%）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）』）。府内には東大阪市の枚岡地区と高井田地区に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。

関東では特定ユーザーを対象とした企業が多いのに対して、大阪企業は関西・関東双方の商社を主なユーザーとしているといった特徴がある。

**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。13年も四半期でみて、鉄線、針金、釘いずれの品目でも前年比10%以上減少した期が多く見られる。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。需要分野別には、工事発注の低迷をうけ、土木・公共工事関連がとりわけ悪い。比較的堅調なのは、自動車向けのボルト・ナットへ加工される冷間圧造用炭素鋼材であるが、これも特定の自動車メー

カー向けに限られている。

ここ2・3年を振り返っても、土木・公共工事関連では年度末の盛り上がりが無くなり、今年度も期待できそうにない。これまで期待が持っていたものとしては、業界が多自然型河川工事用に開発した新製品（かごマット）があった。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、数年前に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つたりした結果、現在はピーク時の半分程度にまで落ち込んでいるという。

コンビニエンスストアやスーパーでの商品陳列台に用いられる鉄線も、大店立地法適用前の駆け込み需要で好調だったのは1年以上前のことである。

**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、年を追って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。

身近な例では、焼肉店で使う金網が使い捨ての輸入品に転換しつつあるといった動きがみられる。これによって国内二次製品メーカーの出荷も減少することになる。

ある鋏螺用鉄線メーカーによると、台湾、中国などの三次製品メーカーの生産規模は標準的な国内メーカーの10倍程度も大きく、量産効果が働く。台湾資本の中国三次製品工場を見学した日本の経営者が、国内生産の製品と比べても遜色ないことと低価格に、国内雇用の問題さえなければOEM調達を申し込もうかと思った、という話もある。

自動車メーカーや商社などのユーザーは、既に在庫で持つような定番品はもちろん、これまでなら国内メーカーの主力商品であった規格外の量産品についても、安価な輸入品での調達を始めようとしている。もはや国内製品の市場は、特殊な仕様や急ぎの製品など、限られたものになりつつあるという。

**収益面でも厳しい状況** 受注が低迷し、製品単価も下落傾向にある中、収益面においても各企業は厳しい状況に直面している。

自動車メーカーは3年間でコスト30%削減といった計画を実施中であり、毎年の目標を決めて部品メーカーに対応を迫ってくる。当然川上の二次製品メーカーにもそのしわ寄せがやってくる。

しかし、さらに上流に位置する鉄鋼メーカーがその分のコストを引き受けてくれるとは限らない。採算の厳しい鉄鋼メーカー各社は、低迷する需要と値崩れに対応するため、材料となる線材について、昨年後半から2四半期続けて前期比20%減の減産を打ち出している。減産効果が現れて、材料価格だけが上昇するようなことにでもなれば、二次製品伸線業者の収益はますます圧迫されてしまう。

**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。ある企業では、ここ数年で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が、次の段階として販売ルートの見直しや新商品の開発といった積極策に転じている。

前者の販売ルートについては、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もので、このための専門部署を設け、営業担当者が社外からでもデータ入力できるシステムを整備している。後者の新製品については、取引先の加工メーカーと共に、昨年、フォークリフト用の荷台パレットを鉄線で作ったオリジナル製品を開発した。従来からの木製のパレットに比べリサイクルが可能で、環境面、衛生面での負荷が小さく、軽量であることなどを特徴に、需要を開拓している。早速、高炉メーカーがメンテナンス用耐

火レンガなどを運搬するのに採用したほか、貿易用などでも関心が得られており、よりコストを下げるべく海外での生産も模索しているという。

別のメーカーでは、これまでに亜鉛アルミ合金めっきの高付加価値製品を開発してきた。独自の技術で極厚ながら曲げにも剥げないめっきを施している。近年、さらに強度と耐久性を高めた新製品をシリーズ化して、養殖用イケスや環境に配慮した護岸工事など、新たな需要開拓を目指している。商社のみならず金網業者やゼネコン、設計事務所まで、実際に製品が使われるところに近づいたマーケティングを大切に考え、現場の情報収集にも積極的である。

この他にも大阪には特徴ある得意分野を開拓した企業が多く、海底光ファイバーケーブルの保護線を手がける企業や、釘から脱皮して協力企業に「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、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針金メーカーなど、列挙にいとまがない。

一方で業界では、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厳しい見方もある。実際、昨年には大阪で国内唯一のフルサイズの針金メーカーが自主廃業を決定した。

**設備・雇用の動向** 設備投資については、全体として低調で、新規のものは聞かれなかった。これまでの設備を手直しし、他の製造工程もこなせるようにした、といったものがみられる程度である。

雇用についても、定年退職者の不補充による自然減など、総じて消極的である。従業員60名程度のある企業の場合、今春も高卒技術職2名を採用予定というのが目立つにとどまっている。

**今後の見通し** 今後についても、早期の回復は見込めず、今年は耐えねばならない「勝負の年」になる、という見方が多い。

(井 田)