

鉄鋼卸売

平成13年に落ち込んだ販売量は、14年春には下げ止まり、年央以降は弱含みながら一部で持ち直す品種もみられる。土木・住宅建設関連の形鋼類は大型物件が少ないため、引き続き低調であるが、棒鋼は動きがみられる。また、板類やパイプは機械関連や輸出関連に支えられて回復している。

採算面では、仕入価格上昇分の販売価格への転嫁が進まないことや、ユーザーの要請に対応していく上での物流や加工面でのコスト上昇から、厳しさを増している。

業界概要 鉄鋼卸売業者は一次卸と二次卸に分けられる。一次卸は総合商社やメーカー系鉄鋼専門商社であり、メーカーから鋼材を仕入れ、大手ユーザー（製造業、建設業など）や二次卸に販売する。一次卸の取引は自社のリスクで仕入れる「店売り」の他に、「ひも付き取引」がみられる。これは、鉄鋼メーカーと大口ユーザーが直接商談を行い、取引契約が成立した後、卸売業者がその契約内容にそって物流や金融の業務を引き受けるものである。

二次卸は特約店とも呼ばれ、中小鉄鋼メーカーや一次卸から鋼材を自社のリスクで仕入れ、在庫し、中小ユーザーや地方の卸売業者（鉄鋼、建築材料、金物など）に販売する。二次卸は国内販売を中心とするが、一部では輸出を行う企業もみられる。

鉄鋼の輸出比率と輸入比率をみておけば、平成13年度でそれぞれ33.6%、5.6%（3年度はそれぞれ19.0%、9.4%）となっている（粗鋼換算、日本鉄鋼連盟資料）。

以下では、主に二次卸についてみていく。

製品は形状によって、棒鋼、形鋼、薄板（厚さ3mm未満）、厚板、パイプなどの品種があり、さらに、各品種とも用途によって様々な材質や寸法が揃えられている。各社は特定品種に特化しつつ、ユーザーの要請があれば仲間取引を活用して様々な品種を扱う。

ユーザーへの販売に際しては、必要とされる寸法や型への切断、曲げ、穴あけ、溶接などの加工が行なわれる場合が多い。外部のシャーリング業者などに外注する卸売業者もみられるが、自社でこれらの加工機能を保有している例も少なくない。例えば、板類の標準的設備としては、レベラー（コイルを巻き直し、シート状にする）、シャーリング装置（シートを横に切断）、スリッター（シートを縦に切断）などがある。

平成9年における大阪府の鉄鋼卸売業は、商店数1,539（対全国比16.6%）、従業者数18,705人（同18.0%）、年間販売額4兆1,989億83百万円（同21.1%）である（大阪府『大阪の商業』、経済産業省『商業統計表』）。なお、鉄鋼二次卸売業者の業界団体である全国鉄鋼特約店連合会、大阪鉄鋼流通協会からそれぞれの会員数をみると、1,155社、154社となっている。

販売量は弱含みの中、一部で持ち直しへ 大阪地区の販売量は平成13年に落ち込んだものの、14年春には下げ止まり、年央以降は弱含みの中、一部で持ち直しの品種もみられる。

品種別にみると、棒鋼は小規模マンションや商業施設・店舗の建設に支えられて14年春頃より持ち直したが、年末には一服した。H形鋼は、同鋼材を多く使用する大型物件が少ないことや、一部を異形棒鋼で代替する工法が普及しつつあり、動きがあるのは一部の企業にとどまっている。

薄板は建材、弱電、鋼製家具、製缶など幅広く使用されるが、比較的堅調であるのはシャッターや扉などの建材向けである。過去には、弱電向けの販売量が多かった企業もあるが、現在は白物家電の海外生産が進展している影響が大きく、ウエイトは小さい。

厚板は工作機械、産業機械、建設機械向けが底堅く推移しており、同鋼材をレーザ加工によって精密溶断する企業の受注は堅調である。なお、造船向けの需要は底堅いが、ひも付き取引が中心で二次卸の扱いは少ない。

パイプのうち、自動車部品向けのシームレスパイプの販売は堅調である。冷間引き抜きによって小径、薄肉の成型加工が可能なパイプを扱う企業の例では、名古屋地区の有力自動車部品メーカーとの取引を確保し、受注は順調に推移している。このほか特殊な切断加工を行う配管パイプや、建設用のパイプなどを扱う企業の販売も堅調である。

輸出は強含み 輸出品は冷延薄板、シームレスパイプなど高級品を中心に、B級品（製造過程での発生品、余剰品など）まで多岐にわたる。これら製品の大ロットの輸出はメーカーやその系列商社、総合商社が行うものの、小ロット品や主にB級品の輸出は二次卸が担う。なかでもB級品は低価格の上に、用途を限定すれば利用価値が大きいいため、アジア地域などでの需要は旺盛である。大阪地区の二次卸においても薄板やパイプのB級品の輸出を行う企業がみられ、なかには貿易部門をもちアジア諸国の現地のバイヤーから受注する等、本格的に取り組んでいる例もみられる。これら企業の輸出は14年に入って強含みとなっており、海外からの引合は現在も活発に推移している。ただ、輸出実績が各社とも微増に止まっているの

は、B級品はメーカーの製造過程で副次的に発生するものであり、引合があっても対応できない場合が多いためである。

市況は持ち直し 鋼材の市況は平成12年から13年にかけて大幅に低下したものの、棒鋼やH形鋼は13年秋頃より、薄板は14年央より、それぞれ上昇基調に転じている。とくに、冷延薄板は14年秋には前年同期比で3割強の値上がりとなった。

実需の回復は特定分野に限られており、国内需要は弱含みであるものの、全体として需給が逼迫し、市況が持ち直す動きとなった背景には、供給側の要因が大きい。すなわち、鉄鋼メーカーの段階では輸出が順調なため、国内向けでは採算の良くない分野への出荷を抑えることができたこと、輸入品が引き続き減少していること、後でみるように高炉メーカー5社が資本・業務提携により、2大グループに再編され、メーカーの出荷価格交渉力が強まったこと、が挙げられる。このほか、電炉製品（棒鋼など）は従来から鉄スクラップ相場の影響を大きく受ける特徴がある中、原料となる鉄スクラップ価格が13年秋を底に1年間で2倍に高騰するという動きから、価格が上昇したことも大きい。

収益は厳しい 鉄鋼メーカーや一次卸は販売価格を先行して値上げしており、二次卸の仕入価格も上昇している。一方、二次卸の主たる販売先は地方の卸売業者や中小ユーザーであり、とくにユーザーは業況不振から値上げには強く抵抗している。このため、二次卸は板ばさみに合い、仕入価格上昇分の販売価格への転嫁が難しく、利益幅が縮小している。

このほか、物流面では引き続き小口多頻度配送が要求され、物流コストは高まっている。

物流コスト増大と営業圏の見直し 大阪の二次卸は集散機能をもち、広域の営業圏をもつ企業が多い。しかし、近年は小口多頻度配送などユーザーの要請がきめ細かくなっていく中で、九州や北陸など採算がとれない遠隔地への配送を見直し、営業圏を近畿に絞る傾向や、一方で、遠隔地の顧客との取引を継続する場合は、その地に自社の拠点を新設するという動きがみられる。

ヒアリング企業においては、遠隔地の拠点都市に自社倉庫の新設を計画する例、地方都市の支店を閉鎖する一方、東京支店は在庫スペースを拡大し、置き場渡し（買い手が来場し、持帰る）に力を入れる例などがみられる。

最終ユーザーへの販売では加工機能が重要 扱い量が増えない中、鋼材の売買取引だけでは収益性の向上は難しくなっている。こうした中、鋼材加工機能の充実によって、販売単価の上昇や最終ユーザーとの結びつきを強めようとする企業も少なくない。

厚板を扱う企業では、精密溶断加工の機能を充実させ、レーザ切断機の新設、最新CADシステムの導入（歩留まりの向上を図る）という例がみられる。また、パイプを扱う企業ではプラズマ切断機などによる特殊加工切断の技術を活かして、ユーザーの多種多様な要請に応えている。このほか、棒鋼を扱う企業では切断や曲げの加工設備を充実させ、外注業者を活用して、建設現場で鉄筋工事を行うことによって、ゼネコンからの直接受注を獲得している。

ただ、以上のような販売に伴う加工については、顧客ごと、注文ごとに仕様や加工内容が異なるため、機械の自動化・省力化に限界があり、労働集約的で熟練工にたよる部分が大きくなる。このため、設備コストと同様に人件費の負担も大きいといえる。

今後の見通し 建設需要は弱含みの推移が避けられないものの、自動車関連、輸出関連は受注残からみて当面強含みの推移が予想される。なお、輸出に関連して、中国は14年11月に鉄鋼製品の輸入制限のためのセーフガードを正式に発動したが、対象品目は熱延鋼板など5品目に限定され、わが国への影響は少ないとみられている。

長期的にみると、機械関連向けでは産業空洞化の影響を受けつつあり、板類やパイプを中心に国内需要の先細り傾向を懸念する企業は少なくない。高炉メーカーでは資本・業務提携により2大グループに再編され、過剰設備の集約化が進められている。さらに、一次卸においても総合商社間で鉄鋼部門を統合する動きがみられる。現在のところ、二次卸の段階ではメーカーや一次卸の再編の影響はみられていない。しかし、販売窓口の集約化が進む中で、今後、二次卸として単独での生き残るのが難しい場合は、適当な連携相手と共同して事業を行いたいとする例はみられる。

（松 岡）

大阪地区鉄鋼特約店の販売量の推移

(単位：千トン、%)

	鉄筋用棒鋼	H形鋼	一般形鋼	薄板	厚板	パイプ	6品種合計
平成11年	582(20.7)	692(-7.7)	322(-9.6)	1,857(1.6)	197(1.5)	224(-15.5)	3,874(0.0)
12年	627(7.7)	687(-0.7)	349(8.4)	2,010(8.2)	279(41.6)	241(7.6)	4,193(8.2)
13年	559(-10.9)	582(-15.2)	297(-14.9)	1,816(-9.6)	359(28.7)	208(-13.7)	3,821(-8.9)
14年	528(- 5.5)	479(-17.7)	274(- 7.7)	1,854(2.1)	398(10.9)	204(- 1.9)	3,737(-2.2)
14年1～3月	144(9.1)	125(-6.7)	67(-10.7)	463(-2.7)	94(28.8)	48(-12.7)	941(-0.4)
4～6月	138(-0.7)	133(-6.3)	67(-4.3)	450(0.4)	94(-3.1)	48(-5.9)	930(-1.8)
7～9月	124(-12.7)	108(-25.9)	68(-8.1)	460(2.5)	101(13.5)	51(8.2)	912(-3.7)
10～12月	122(-16.4)	113(-28.9)	72(-7.7)	481(8.3)	109(9.0)	57(7.5)	954(-2.7)

資料：大阪鉄鋼流通協会「流通動態調査」。

(注) ()内は前年比、前年同期比。