

機械器具卸

景況は平成15(2003)年に底を打ち、16(2004)年は年間を通じて順調に回復した。現在も好調な状態が続いている。売上げの回復に伴い、収益面でも改善がみられる。

今後については、昨年より伸びは鈍化するものの、当面は堅調な状態が持続するという見方が多い。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。

業界の概況

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、測定機器などが、用途別、材質別、サイズ別というように細分され、全体では膨大な数にのぼることから、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。

機械器具卸売業は、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い、営業活動にも小回りが要求されることなどから、中小企業性の強い業種となっている。例えば、14(2002)年における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87.0%を占めている(大阪府統計課『大阪の商業』)。

大阪府内の状況

14(2002)年の大阪府内の一般機械器具卸売業は、商店数 3,698、従業者数4万4,355人、年間販売額3兆1,935億円である(大阪府統計課『大阪の商業』)。これをバブル経済崩壊直後の平成3年と比較すると、それぞれ39.3%減、41.1%減、54.8%減と大きな減少となっている。もっともこれは全国的な傾向である。対全国構成比で見ると商店数10.6%、従業者数13.3%、年間販売額13.2%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業団地や金物団地などがある。

売上げは好調

全国の一般機械器具卸売業の販売額をみると、12(2000)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みられた後は低迷し、ようやく15(2003)年半ばに底を打った。その後は順調に推移し、16(2004)年は年間を通じて好調な年となった。この背景には自動車やデジタル家電などの生産拡大や中国をはじめとする旺盛な海外需要があり、工作機械の受注がバブル経済期のピーク水準に近いところにまで回復したことにも現われている。さらにこうした工作機械の出荷増に伴って、それに用いられる切削工具なども需要が拡大し、品薄感が生じるほどとなっている。このような機械器具の需要拡大によって、流通を担う機械器具卸売業も活況を呈している。

大阪における状況も同様で、府内機械器具卸売業に対するヒアリング調査でも、好調とする企業が多く、総じて前年比10～20%程度売上げが増加している。府内の業界団体が加盟事業所を対象に定期的に行っている景況調査の結果でも、前年比で好転と判断する事業所の割合は、ここ一年半以上続けて、過半数を占めている。ただし前月比でみた判断では直近調査において一年ぶりに「悪化」が「好転」を上回るなど、足元の景況はやや増勢鈍化の気配がみられる。

旺盛な海外需要に関して、中国に販売拠点を持つある企業では、現地向け雑誌に取扱製品の広告を掲載したところ、大きな反響があったという。

中古の機械を扱う業者も多いが、中古機械のメンテナンスを専門に手掛けるある企業の場合、そのようなサービスを請け負えるところが少ないこともあって重宝がられている。注文の半分は修理をアウトソーシングしている上場工作機械メーカーからの依頼であるが、国内生産拠点の再編に伴う設備のオーバーホール及び移転・据付けの需要などもあって、繁忙が続いている。このように、機械のメンテナンスに対する需要も旺盛である。

収益も改善

売上げの回復に伴って、収益面でも改善がみられる。輸入工具を扱う大手企業で

は、堅調な業績回復を反映して、在庫強化の目的で物流センターなどの設備投資を過去最高の水準で行ったという。今後は売上げの2割程度を占めるようになったプライベートブランドの開発に一層注力する方針である。またこの企業では業界で慣行となっていた手形取引の廃止を目指して、取引条件改善の取組が最終段階となっている。

外資系ネット販売ビジネスの進出

機械器具の外資系ネット販売ビジネスが12(2000)年秋に進出し、日本の卸業界に一時は衝撃を与えた。これは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、「PC上の巨大ディスカウントホームセンター」との表示があるホームページでは、50万点もの商品取扱いをうたい、一部目玉商品はかなりの低価格で販売されている。

これは、従来の卸売業の存在意義を根本から揺さぶるようなビジネスモデルであるが、現在までのところ、業界に大きな影響を及ぼすまでには至っていない。この背景には顧客と直接に接する卸売業の強みがあるものとみられる。仮に電子メールとFAXでしか対応しない業者が同じ品物を少々安くネット販売していたとしても、フェイス・トゥ・フェイスで対応してくれる卸売業との取引を望む顧客は、決して少くないのであろう。

情報化への取組

業務効率改善につながる情報化を推進し、インターネットなどを積極的に活用する卸売業は数多い。例えば組合レベルでも、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、取扱品目などから個々の組合企業を検索できるようにし、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、顧客に対するサービスや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がある。

今後の見通し

今後についても、昨年より伸びは鈍化するものの、当面は堅調な状態が持続するとみる企業が多い。

ただ卸売業を取り巻く環境は依然厳しいものがあり、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。また地場の直需商(二次卸)では後継者難などから廃業が増えている。

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面で、従業員の資質を高める努力も必要になるものと思われる。

(担当:主任研究員 井田 憲計)

一般機械器具卸売業の状況(大阪)

年 従業者規模	商店数 (力所)	従業者数 (人)	年間販売額 (百万円)
平成3年 (A)	6,089	75,242	7,068,853
平成6年 (B)	5,082	59,081	4,809,876
(増減比 B/A %)	(83.5)	(78.5)	(68.0)
平成9年 (C)	4,225	48,907	4,629,188
(増減比 C/A %)	(69.4)	(65.0)	(65.5)
平成11年 (D)	4,394	47,248	4,034,641
(増減比 D/A %)	(72.2)	(62.8)	(57.1)
平成14年 (E)	3,698	44,355	3,193,483
(増減比 E/A %)	(60.7)	(58.9)	(45.2)
規模別内訳			
1 ~ 2人	719	1,248	62,402
3 ~ 4人	898	3,094	164,043
5 ~ 9人	1,025	6,759	510,835
10 ~ 19人	575	7,643	543,723
20 ~ 29人	194	4,548	326,734
30 ~ 49人	146	5,561	600,318
50 ~ 99人	96	6,398	507,722
100人以上	45	9,104	477,706

資料：大阪府『大阪の商業』(平成6、9、11、14年)より作成。

一般機械器具卸売業の販売額の推移(全国)

年月	販売額 (10億円)	前年(同期)比 (%)
平成12年	25,884	100.0
13年	24,858	96.0
14年	23,140	93.1
15年	23,398	101.1
15年 7 ~ 9月	5,833	102.4
10 ~ 12月	5,850	102.4
16年 1 ~ 3月	6,499	104.4
4 ~ 6月	5,810	105.8
7 ~ 9月	6,096	104.5
10 ~ 12月		
16年 8月	1,872	106.7
9月	2,252	100.9
10月	1,914	100.2
11月	1,986	103.4
12月		

資料：経済産業省『商業動態統計月報』。