



## 業界レポート

# 鉄鋼製品卸売業界

株式会社CCイノベーション

令和4年11月

# 目次 -CONTENTS-

01. レポートサマリー
02. 業界概要
03. 業界の動向
04. 今後の焦点

# 1. レポートサマリー

## 業界概要

鉄鋼製品卸売業者の商流における重要なポイントは、「流通経路」「取扱商材」「取引形態」である。

商品ごとに細かく設計・規格がなされるため、特定企業間の結びつきが強くなる特徴がある。

卸売事業のみでは利幅は少ないため、加工機能により付加価値をつけて差別化を図る事業者が多い。

## 業界の動向

鋼材需要は長期的に低落傾向にあり、こうした傾向が続くと見られる。北陸地区における普通鋼鋼材は、全国の約4%程度であり、多くが建設向け需要となっている（全体の約7割）。

## 今後の焦点

M&Aによる規模拡大、加工機能の強化がトレンドである。環境対応（ゼロカーボン対応）にも注目が集まっており、各社対応が迫られている。

## 2. 業界概要

### 鉄鋼製品卸売業とは

- 本レポートでは、主に鉄鋼の鋼材を卸売りする業界を扱う。
- 鉄鋼・非鉄金属卸売業の市場規模は、総務省・経済産業省「経済構造実態調査」によると、2020年に販売額ベースで約28.8兆円である。
- 本業界の業績は、川上の鉄鋼メーカーの動向や市況及び鋼材価格の影響を大きく受けるほか、主力分野の建設や自動車などの需要動向にも左右される。

CCI Innovation / est.2021



出所：経済産業省「鉄鋼業の現状と課題」より当社作成

## 2. 業界概要

### 一次卸・二次卸の特徴

	仕入	顧客	取引形態	商材	地域
一次卸 (元卸)	総合商社系 メーカー系 独立系	大口（製造業・ 建設業など）、 二次卸	<b>ひも付き</b> が 多い	幅広く取り扱う	国内全域 海外
二次卸 (中間卸)	一次卸 (特約店)	中堅・中小、地 場卸(三次卸)	<b>店売り</b>	特定の商品に 特化	地域密着

二次卸は顧客要望に応じて、自社保有の機械で切断や穴あけなどの加工を行う事業者が多い。**小口多頻度配送**にも注力している。

### 取引形態

	ひも付き取引 (一次卸⇒大手に納入)	店売り取引 (一次卸⇒二次卸に納入)
価格決定	年に数回	必要なタイミング
在庫リスク	<b>小（受注仕入）</b>	<b>大（見込仕入）</b>
相場価格の変動リスク	<b>小</b>	<b>大</b>
利益率	<b>低</b>	<b>高</b>
主な鋼材	高級鋼	汎用鋼
主な顧客	自動車、船舶	建設

卸は営業支援や納期管理、与信管理、情報提供などの業務をメーカーらに代わって行うなど商社の役割を果たす。**卸売だけで得られる手数料は少ないため、加工機能により付加価値をつけて差別化している事業者が多い。**

### 鉄鋼製品卸売業者の取扱商材

- 商品である鋼材は鋼材メーカーより仕入れる。需要先は自動車や造船、産業機械などの製造業や建設業が中心となる。
- 商品ごとに細かく設計や規格が存在するため、流通経路についても特定企業同士の結びつきが強くなりやすいという特徴がある。

	高炉材	電炉材
主原料	鉄鉱石・原料炭など	鉄スクラップ
特徴	各種合金の添加により、普通鋼から特殊鋼（鉄・炭素以外の元素を加え、鉄工に高度・強度などの特性を付加したもの）まであらゆる用途に対応が可能。	リサイクル品であり、用途は建築用などの普及品が中心となる。近年では高品質化が進んでおり、商材によっては高炉材のシェアを奪っているケースもある。
用途	幅広い （自動車用鋼板などの高級品、一般建築用等）	普及品 （建築品など）
製造	国内3社 （日本製鉄、神戸製鋼所、JFEホールディングス）	普通鋼電炉メーカー（東京製鐵など） 特殊鋼メーカー（大同特殊鋼など）

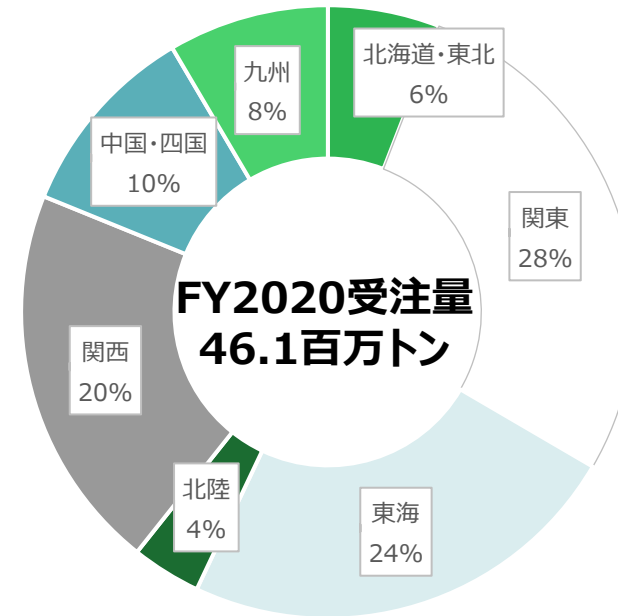
### 用途別・地域別シェア

- 全国的には建設業向けのシェアが半分を占めるが、地域別では各地域の主要産業によってシェアが異なる。
- 鋼材の地域別シェアのトップは「関東」で、次いで「東海」「関西」が続き、3地域で全体の約7割を占める。
- 地域別の経済規模との比較では、「関東」と「東海」には乖離があるものの、概ね各地域の経済規模と一致している。

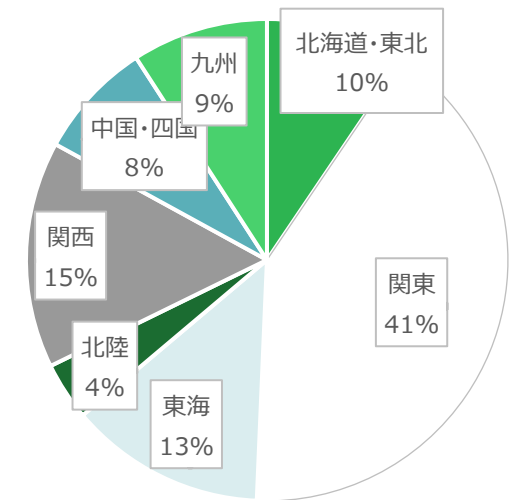
【普通鋼】地域別の主要用途（FY2020）

地域	用途		
	①	②	③
全国	建設 (50.0%)	自動車 (21.0%)	船舶 (8.3%)
北海道・東北	建設 (71.4%)	自動車 (15.0%)	産業機械 (3.3%)
関東	建設 (60.9%)	自動車 (16.0%)	産業機械 (6.3%)
東海	自動車 (49.5%)	建設 (32.2%)	電気機械 (5.8%)
北陸	建設 (72.5%)	産業機械 (9.9%)	自動車 (5.0%)
関西	建設 (56.9%)	産業機械 (9.8%)	自動車 (7.3%)
中国・四国	船舶 (41.0%)	建設 (31.3%)	自動車 (16.7%)
九州	建設 (39.5%)	船舶 (24.1%)	自動車 (18.3%)

【普通鋼・特殊鋼】地域別シェア（FY2020）



【参考】国内GDPの地域別シェア（FY2018）

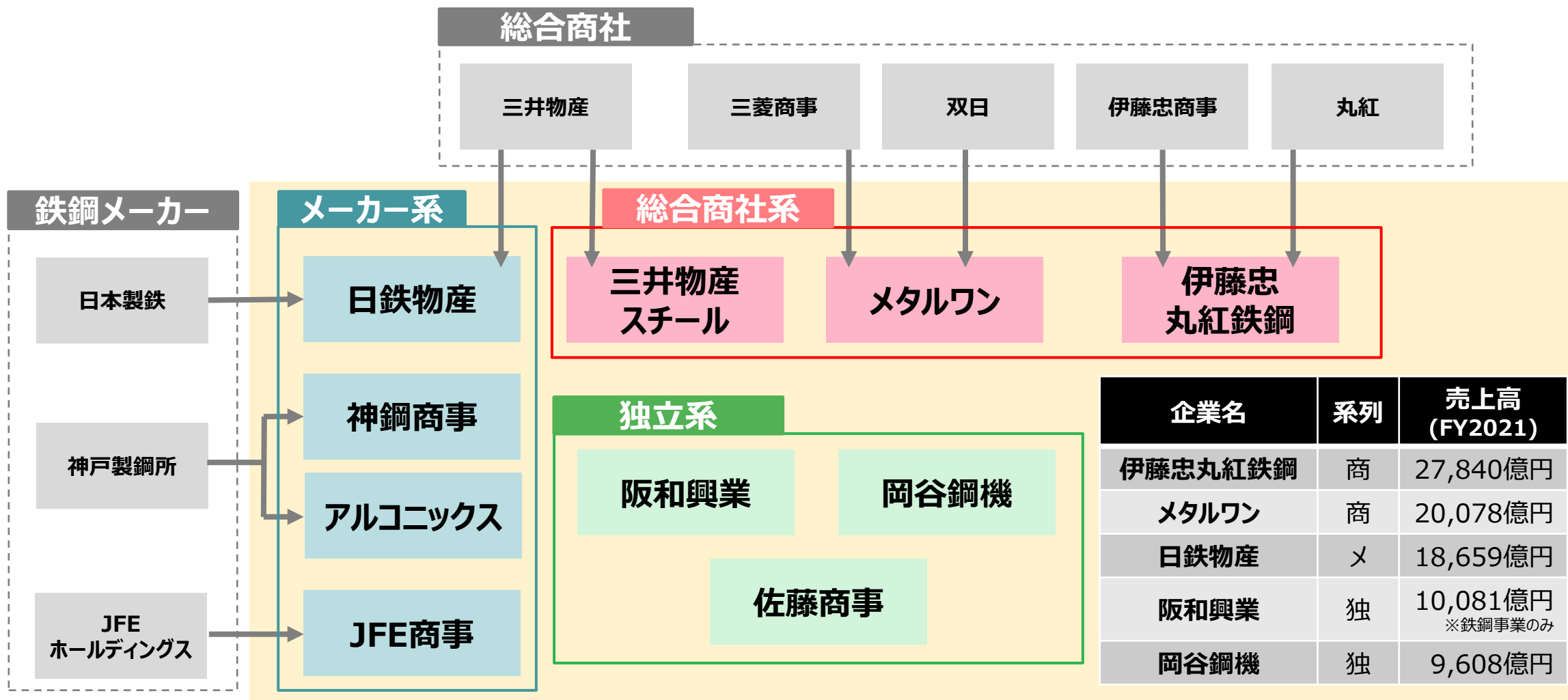


出所：内閣府「県民経済計算」より当社作成

出所：日本鉄鋼連盟「普通鋼地域別用途別受注統計表」より当社作成

## 2. 業界概要

### 主要プレイヤー



企業名	系列	売上高 (FY2021)
伊藤忠丸紅鉄鋼	商	27,840億円
メタルワン	商	20,078億円
日鉄物産	メ	18,659億円
阪和興業	独	10,081億円 ※鉄鋼事業のみ
岡谷鋼機	独	9,608億円

出所：各社IR資料、HPより当社作成

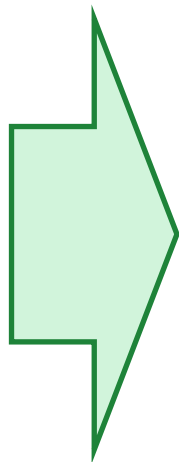
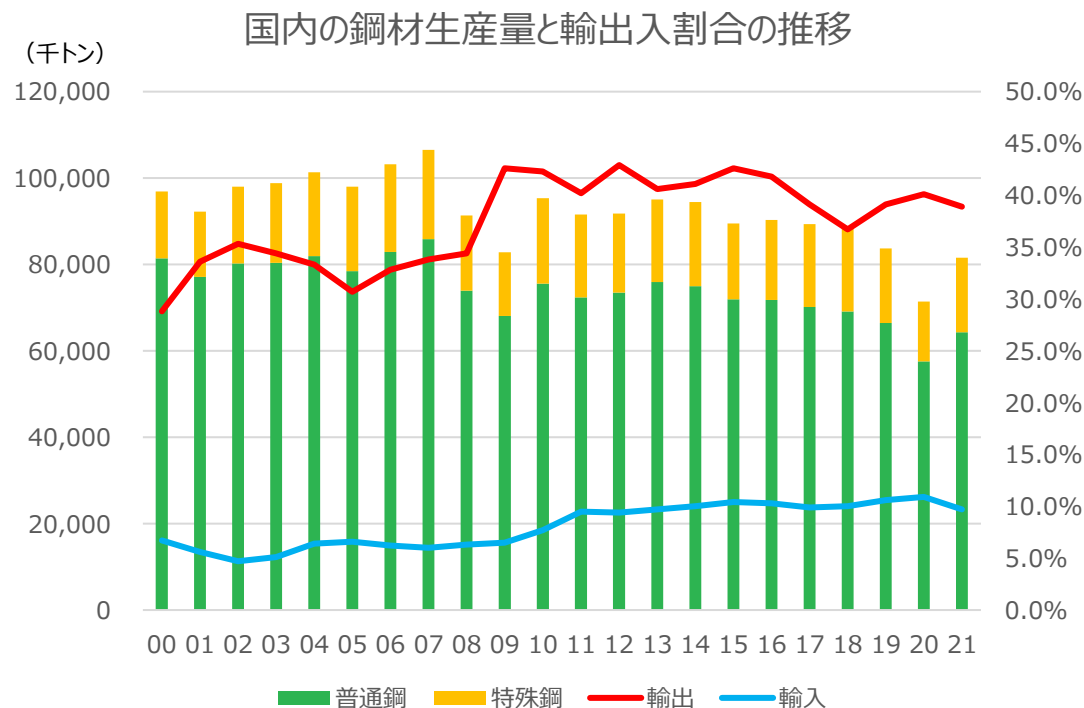
The CC Innovation, Ltd. All rights reserved.



## 鋼材生産量の動向

- 国内の鋼材生産量は足元では回復しつつも、リーマンショック前の水準に及ばない。
- 国内需要の減退により、鉄鋼製品卸売業者においても国内での取扱量の減少が予想される。

CC Innovation / est.2021



### 今後の見通し

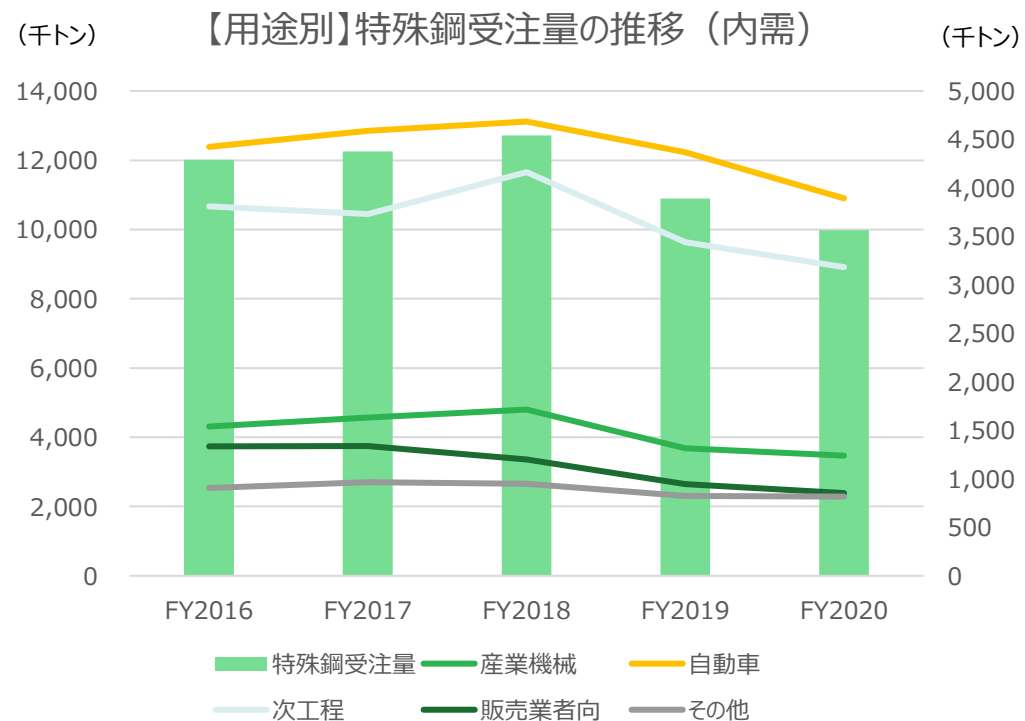
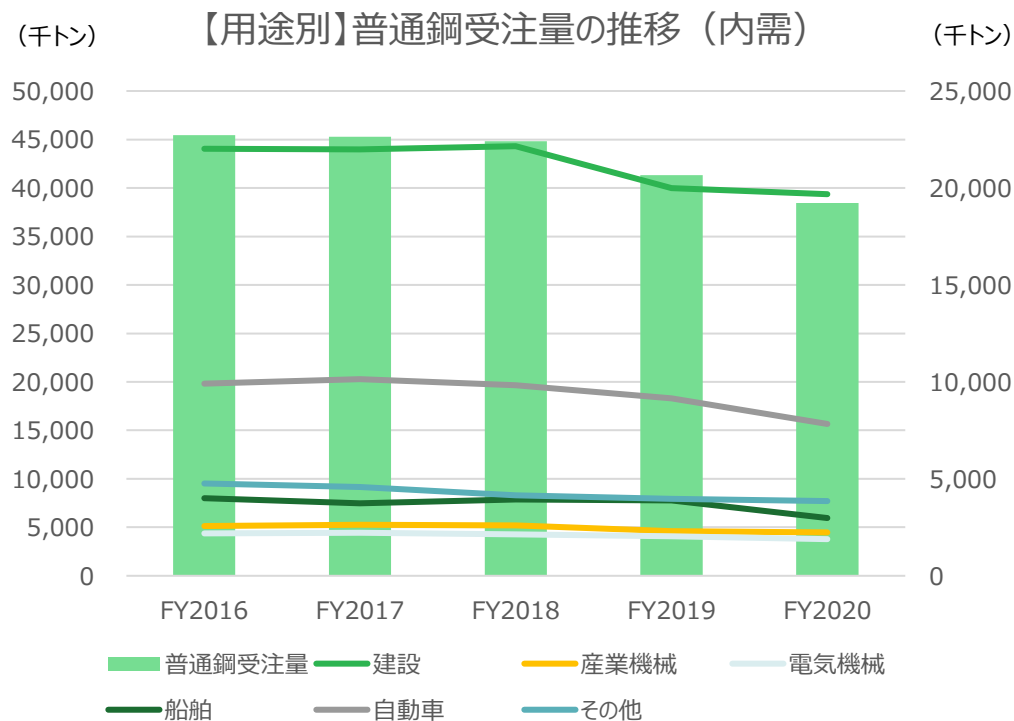
国内鋼材需要の  
更なる低下が懸念される。

- 需要家の生産体制の海外シフトによる国内需要の減少
- 人口減少による国内建設市場の縮小

## 鋼材受注量の動向

- 近年の国内鋼材需要は2018年まで横ばいで推移していたが、以降は減少傾向である。
- 要因としては、主な需要先である建設業や自動車関連製造業向けの下落によるところが大きい。

CC Innovation / est.2021

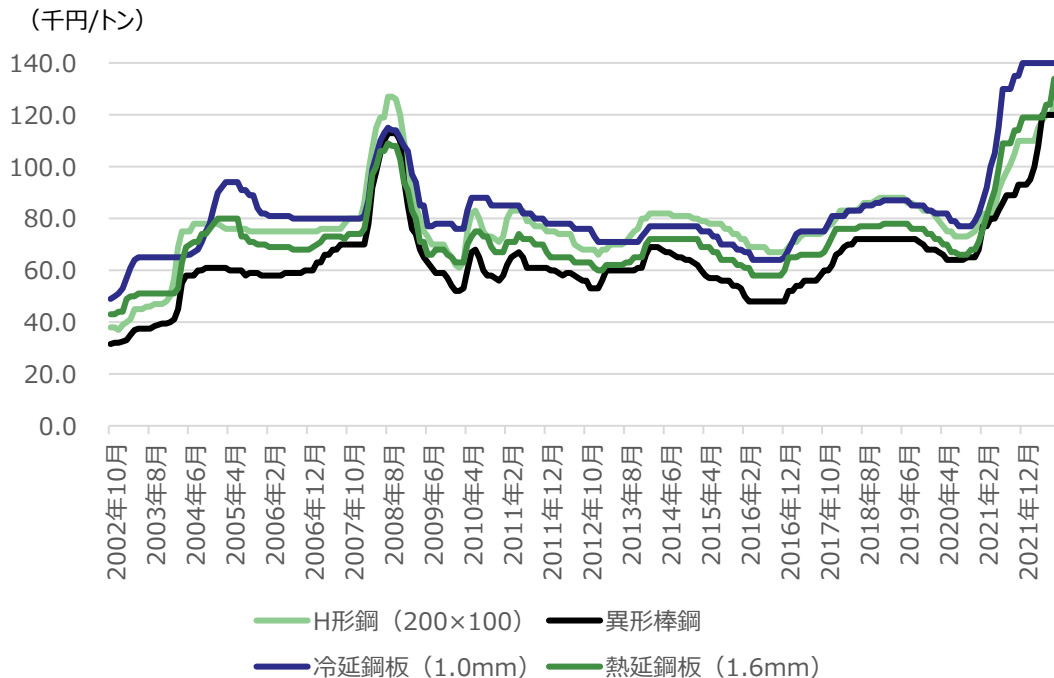


出所：日本鉄鋼連盟「普通鋼地域別用途別受注統計表」より当社作成

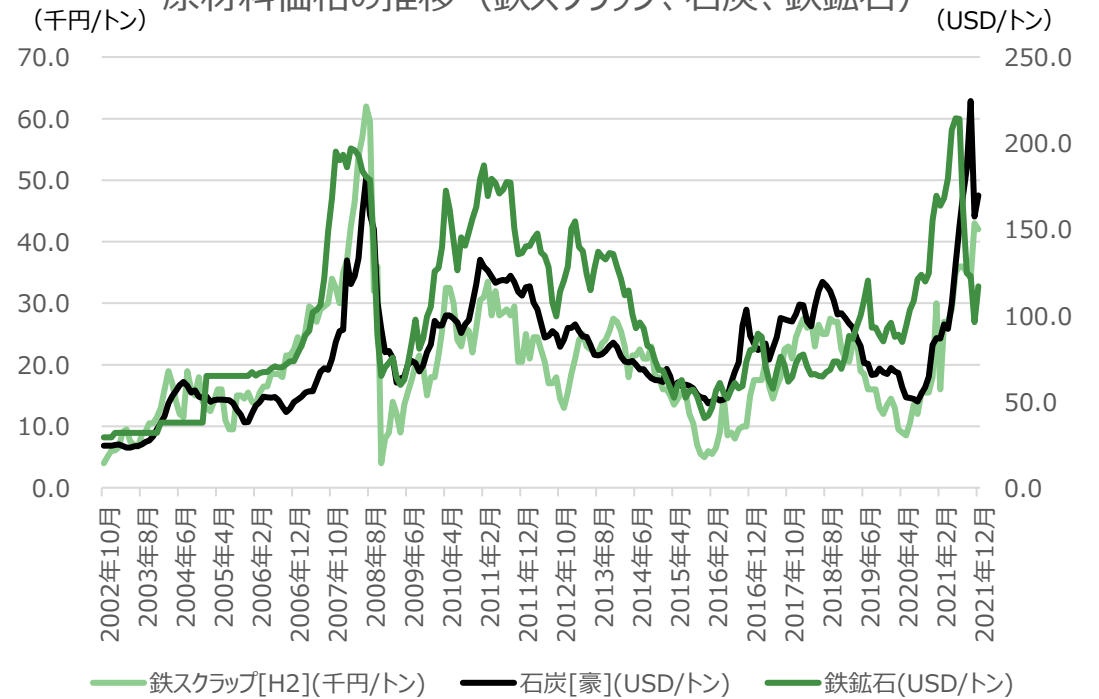
## 鋼材価格の動向

- 2020年末頃から鋼材価格は上昇傾向に転じ、直近1年半で約2倍と急激に上昇している。
- 上昇の主な要因としては、原材料価格の高騰が挙げられる。また、足元では歴史的な円安が進行しており、国内の鋼材価格の動向は先行きが不透明な状態が続いている。

主な鋼材の相場推移（東京/月初値）



原材料価格の推移（鉄スクラップ、石炭、鉄鉱石）



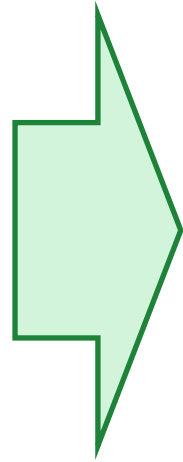
#### 業界再編の動き

- 国内市場の縮小や需要の低下を背景に、販路や事業領域の拡大を目的とした再編事例が増えている。
- また、鉄鋼メーカーの事業再編に伴う工場休止による生産能力削減の影響を受け、購買能力の強化や業務効率化を目的とした一次卸同士の再編の動きもみられる。

#### 隣接業界の動向

国内需要の低下

鉄鋼メーカーの  
生産能力削減



#### 鉄鋼製品卸売業界における再編の動き

一次卸



一次卸

- 購買能力の強化
- 在庫・物流の効率化
- 事業領域や地域の保管 等

一次卸

- 二次卸のサービス面での強み享受
- 販売エリアの補完、的確なニーズ収集



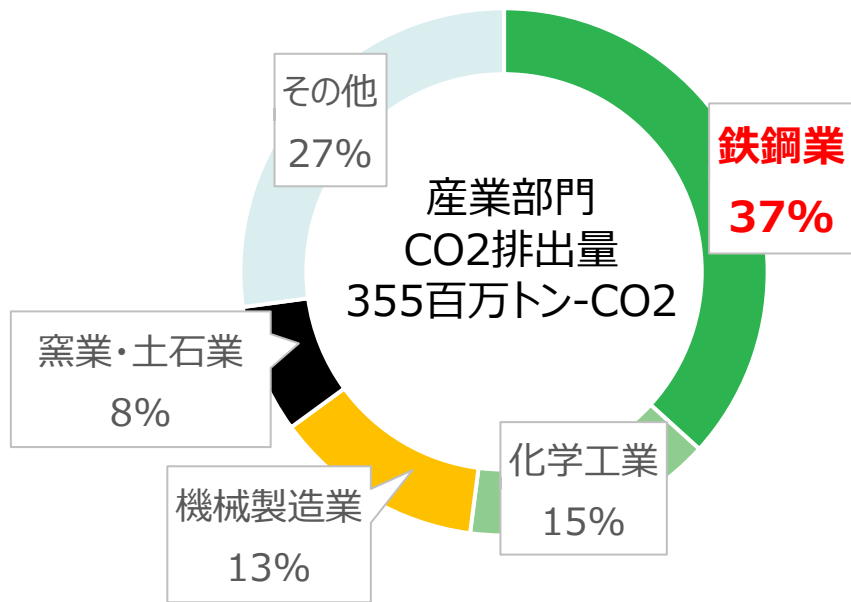
二次卸

- 調達や利幅の安定化
- 一次卸の信用力の確保
- 事業承継・事業再生

## 鉄鋼業界全体における脱炭素化の動向

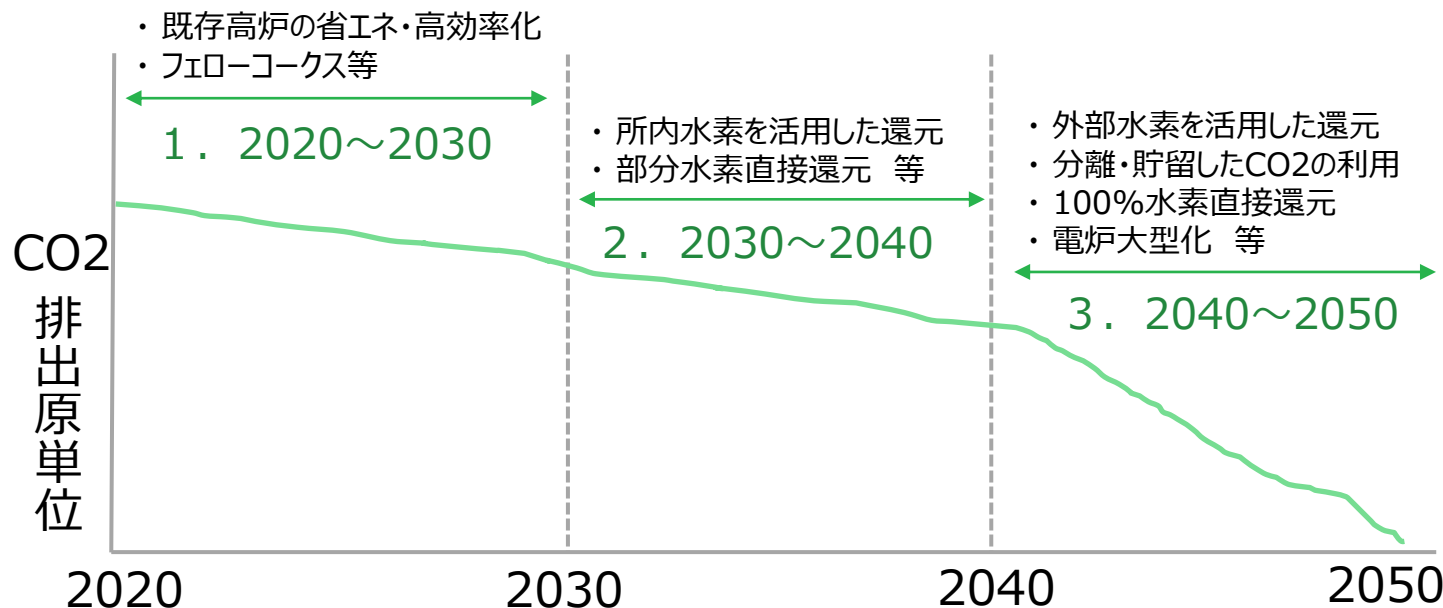
- 国内の産業部門のCO2排出量のうち約4割が鉄鋼業が占め、CO2排出量の削減が喫緊の課題となっている。
- 今後の各鉄鋼メーカーにおいて、CO2排出量削減への技術開発や大型設備投資が必要となる。そのため商品価格へ転嫁される可能性もあり、川下の鉄鋼製品卸売業者への影響も予想される。

国内CO2排出量の割合（産業別、2020年度）



出所：国立環境研究所温室効果ガスインベントリオフィスのデータ  
「日本の温室効果ガス排出量データ（1990～2020年度）確報値」  
より当社作成

CO2排出削減イメージ



出所：経済産業省「トランジションファイナンス」に関する鉄鋼分野における技術ロードマップ」より当社作成

### 業務効率化による事業価値の向上と脱炭素への取り組み

- 国内需要の低下や鋼材価格の高騰、業界再編による競争激化など、今後も事業環境の悪化が予想される。
- 特に地場の鉄鋼製品卸売業者（二次卸）は、業務効率化による収益体質への改善が必要となるとともに、今後は脱炭素化に向けた取り組みもポイントとなる。

#### 国内市場

- 国内鋼材需要の低下
- 鋼材価格の高騰
- 鉄鋼メーカーの脱炭素化への設備投資
- 業界再編の加速



#### 鉄鋼卸売業者への影響

- 販売量の減少
- 原価率悪化による収益力の低下
- 業界再編による競争環境の変化

#### 事業価値の向上

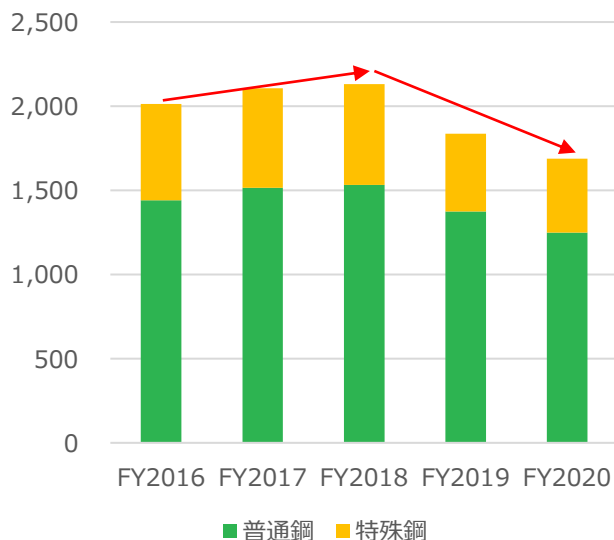
業務効率化

脱炭素化

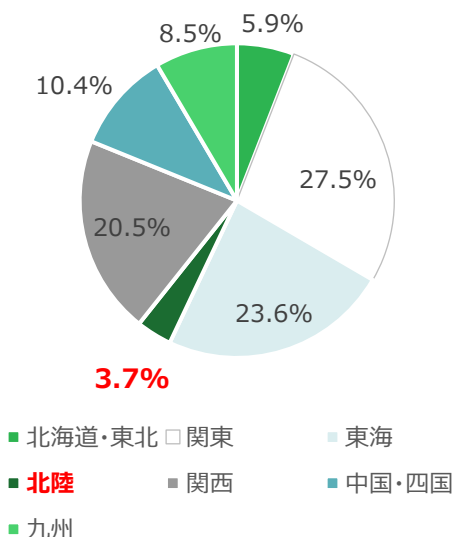
## 北陸地域の動向と特徴

- 鋼材受注量は2018年を境に減少傾向に転じている。
- 北陸の市場規模は日本全体4%程度と大きくはなく、多くが建設向け需要となっている。（北陸全体の約7割）

【北陸】鋼材受注量の推移  
(単位：千トン)



【地区別】市場規模の割合  
(FY2020)



【地区別】普通鋼の主要用途 (FY2020)

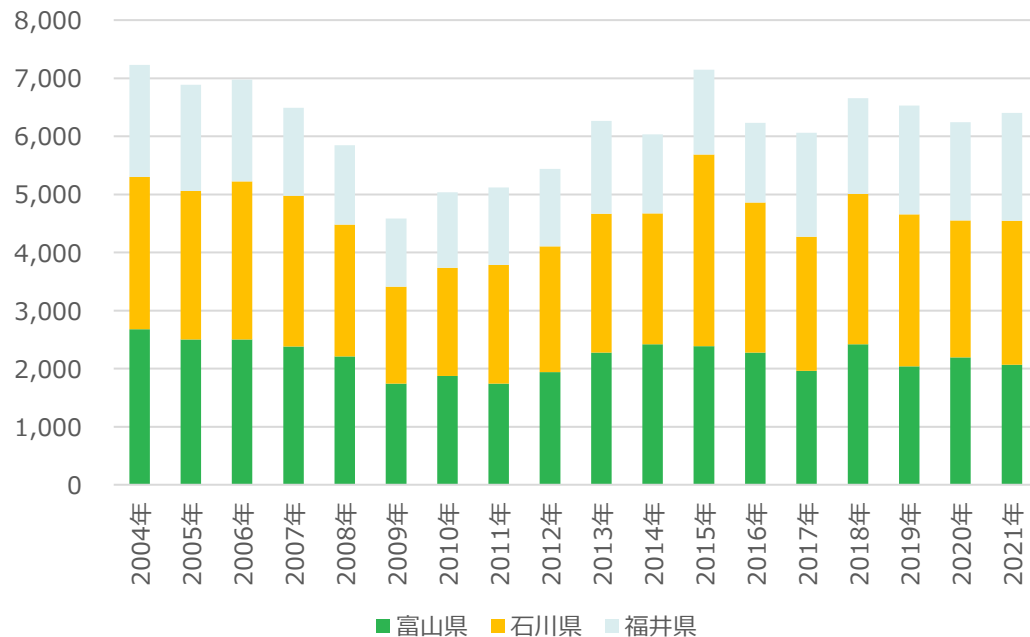
地域	用途		
	①	②	③
全国	建設 (50.0%)	自動車 (21.0%)	船舶 (8.3%)
北海道・東北	建設 (71.4%)	自動車 (15.0%)	産業機械 (3.3%)
関東	建設 (60.9%)	自動車 (16.0%)	産業機械 (6.3%)
東海	自動車 (49.5%)	建設 (32.2%)	電気機械 (5.8%)
北陸	建設 (72.5%)	産業機械 (9.9%)	自動車 (5.0%)
関西	建設 (56.9%)	産業機械 (9.8%)	自動車 (7.3%)
中国・四国	船舶 (41.0%)	建設 (31.3%)	自動車 (16.7%)
九州	建設 (39.5%)	船舶 (24.1%)	自動車 (18.3%)

出所：日本鉄鋼連盟「普通鋼地域別用途別受注統計表」より当社作成

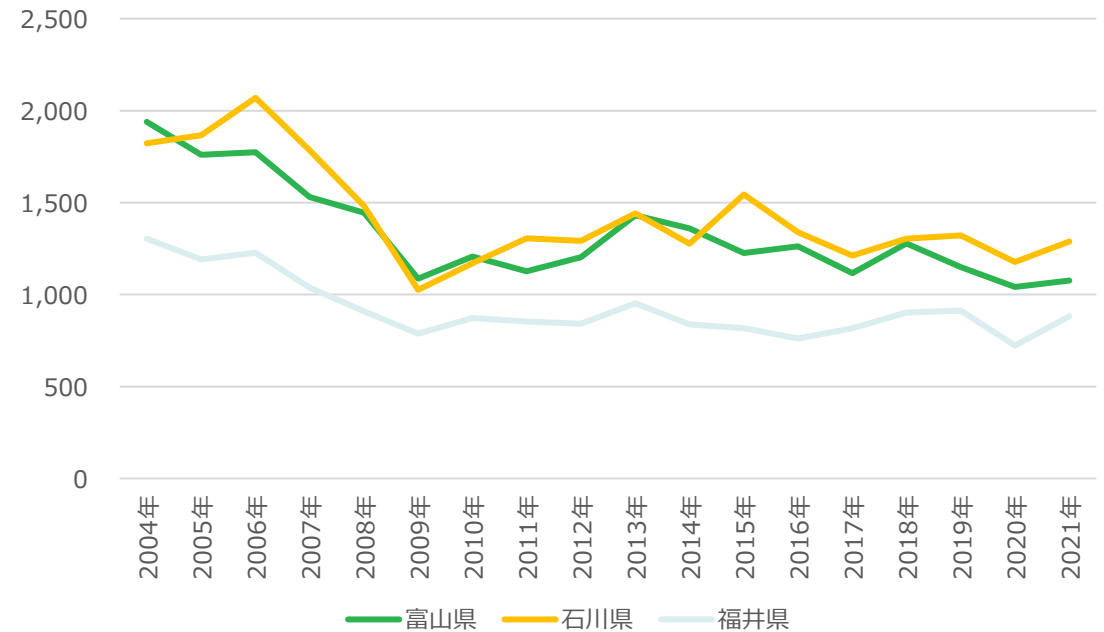
## 北陸地域の動向（建設業界）

- 工事費は、2009年以降は北陸新幹線開業に向けた影響等で上昇傾向であったが、開業以降は減少に転じ、近年は横ばいで推移。
- 建築床面積については、リーマンショック以前は水準には達しておらず、過去10年間伸び悩みが続いている。

【北陸三県】工事費予定額の推移（億円）



【北陸三県】建築床面積の推移（千㎡）



出所：国土交通省「建築物着工統計」より当社作成



## コンサルティングメニュー

<b>経営戦略</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>経営理念・ビジョン策定</li> <li>経営計画の策定</li> <li>個別施策の立案</li> </ul>	<b>コストマネジメント</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>原価管理体制の構築</li> <li>物件費削減に関する助言</li> <li>アウトソーシングの受託</li> </ul>	<b>人材紹介</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>最適な人材マッチング</li> <li>独自のネットワーク</li> <li>人材定着サポート</li> </ul>
<b>ビジネスマッチング</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>新たな販売・仕入先の紹介</li> <li>新商品・新技術開発パートナー紹介</li> <li>グループ会社コレゾの活用</li> </ul>	<b>人事制度・人材育成</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>人事評価制度の策定</li> <li>賃金制度の設計</li> <li>階層別・専門別研修の実施</li> </ul>	
<b>ICT</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>システム導入・更改のサポート</li> <li>独自アプリによる生産性向上</li> <li>社内コミュニケーションの活性化</li> </ul>	<b>業務効率化</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>BPR企画・立案</li> <li>クラウド会計を活用した事務効率化</li> <li>各種業務のマニュアル化</li> </ul>	
<b>海外展開</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>海外販路の開拓</li> <li>海外拠点の設立に関する支援</li> <li>貿易手続に関する助言</li> </ul>	<b>M &amp; A・事業承継</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>企業の売却・買収のコーディネート</li> <li>企業価値算定に関する助言</li> <li>経営の承継に向けた社内体制整備</li> </ul>	



- CCIではお客さまの課題を明確にとらえ、お客さまに最適なソリューションを提供します。
- 北國フィナンシャルHD各社、各業務提携機関がお客さまの成長戦略をご支援します。

- 本資料は、情報の提供のみを目的として作成されたものであり、CCイノベーションとのお取引を勧誘するものではありません。
- 本資料に記載されている意見などはCCイノベーションが信頼に足り、且つ正確であると判断した情報に基づき作成されたものではありませんが、その正確性、確実性を保証するものではありません。なお、本資料は、作成日において入手可能な情報等に基づいて作成したものであり、金融情勢・社会情勢等の変化により、内容が不正確なものになる可能性もあります。
- 本資料のご利用は、お客さま御自身の判断でなされるよう、また、必要な場合には顧問弁護士、税理士などの各種専門家にご相談いただきますようお願いいたします。
- 本資料の著作権はCCイノベーションに帰属し、本資料の一部または全部を、電子的または機械的な手段を問わず、無断での複製または転送等することを禁じます。