



鉄スクラップ堅調だが

11月から、鉄スクラップ市況は、上昇基調で推移しています。大きく見ると要因は3つあります。一つ目は、住宅・マンション建設などの持ち直しによる需要増です。特に戸建住宅向けで引き合いが強まっている様です。その背景には、国際相場が堅調に推移している事や、先高を見越しての先行発注などがあります。

二つ目は、やはりスクラップの発生減でしょう。すでに慢性的な状況です。その要因は、戸建住宅の建設は持ち直しているが、多くが建て替えではない事。国内の需要不足により、生産工場の海外移転が進んでいる事。

三つ目は、輸出が堅調に推移している事によるものです。韓国を始め、アジアからの引き合いは、一定量あり、市況の下支えになっております。11月も40万トン程度だったと思われまます。

国内メーカーも輸出に対抗して価格をじりじり上げており、既に逆転しております。当面は、現状レベルで様子見推移といった所でしょうか。

アルミ相場は、弱含み様子見

アルミの価格も、12月にやや下げて様子見といった状況。エコカー減税などにより、今秋は需要が大きく伸びたが、それも終了といった所でしょうか。自動車メーカーは1月からのアルミ合金の購入量を大きく引き下げており、スクラップからインゴットを作るメーカーも値下げし、様子見状況。仕入れても売る先が細っているのだから当然といえば当然の状況です。LMEもやや弱含みであり、円高環境でもあり、相場の上昇要因は、見当たりません。唯一発生減が上昇要因ですが、それでもやや余剰感が漂っております。12月に入ってから、弊社にも新規の案件が持ち込まれており、いずれも地方の間屋さんからのオファーです。地方の比較的小規模な合金メーカーなどが、生産を停止したりし

ている様です。やはり、自動車産業は裾野が広いので、影響も各方面で出ている様です。

衣料品メーカーだと思ってました

最近、新聞を読んでいておやっと思った記事がありました。

「タッチパネル グンゼ、生産能力10倍」

(日本経済新聞12月7日)

内容的には、11年中に、タッチパネルの生産能力を60万枚/月に引き上げる。事業規模では国内2位との事。早速HPを見ると、グンゼというと衣料品メーカーというイメージが強かったのですが、実はITやFAなどにも進出していて、事業の大きな柱になっているとの事。プラスチックなどの分野にも進出しており、もやは衣料品メーカーというイメージは改める必要がありそうです。

日本国内は、消費者人口(一般には、就労可能者人口と言います)が減少している状態にあり、確かに衣料品で伸ばしていく事は、無理でしょう。その事を予見してか、さまざまな分野に挑戦しているようです。当社のある所沢でも、2035年頃には、就労可能者人口2人に対して高齢者1人の割合になると予測されています。こうなったら支えきれません。

一般的に少子高齢化は、大問題と言われていますが、実はもう少し分けて考える必要があると思います。少子化の原因と、高齢化の原因は明らかに違うからです。そして最近のデフレの要因は、少子化でも高齢化でも人口減少でもなく、消費者人口の減少にあるのではないのでしょうか？

消費者人口とは、15歳から64歳までの人口を指します。この世代が一番消費活動が盛んなのです。若い世代は流行を追い衣類などを買いますが、高齢者は、そんなことしません。食べ物にしても、もうそれ程沢山食べる訳ではありません。つまり、ある意味満ち足りた世代なのです。消費を盛んに行う世代の減少が、実はデフレの主要因ではないのでしょうか。この世代の人口減少は、総人口の減少よりも早く進みます。となると日銀などが多少細工した所で、需要の回復は起きないでしょう。グンゼの様に世界を視野に入れ、多角化を図る事が必要ではないのでしょうか。世界を見渡せば、日本の50倍の人がいて、特にアジアは若い中間層が増えているのです。ところで、海外に留学する日本人は、3万人、韓国人7万人、中国人10万人だそうです。日本人も、もっと世界を見なければいけないようです。

当社もがんばって海外を視野に入れ、事業展開していきたいと思ひます。

来年も宜しくお願ひ致します。