

業界レポート
金属製品製造業
産業分類コード 24

金属製品製造業（産業分類コード 24）

（１）市場概要

① 営業種目

- ・ 建設用・建築用金属製品（製缶板金業を含む）
- ・ 金属素形材製品
- ・ 金属被覆・彫刻業、熱処理（ほうろう鉄器を除く）
- ・ 暖房・調理等装置、配管工事用附属品
- ・ その他の金属製品
- ・ ボルト・ナット・リベット・小ねじ・木ねじ等
- ・ 洋食器・刃物・手道具・金物類
- ・ 金属線製品（ねじ類を除く）
- ・ ブリキ缶・その他のめっき板等製品

② 業界規模

総売上高 20 兆 3,114 億円

上場企業数 74 社

非上場企業数 36,606 社

③ 業界サマリー

営業種目別の製品出荷額は、「建設用・建築用金属製品（製缶板金業を含む）」（出荷額割合 42.0%）が最も多く、「金属素形材製品」（同 14.8%）と「金属被覆・彫刻業、熱処理（ほうろう鉄器を除く）」（同 11.8%）の上位 3 種目で 7 割近くを占めている。

【取扱製品の特性】

金属製品製造業は、鉄および非鉄金属製品を原材料とした金属製品の製造を行っており、主な製品は、機械用部品や比較的小型の最終製品（食缶、洋食器、金属プレス製品、機械刃物、作業工具、鉄骨・橋梁、鉄塔、サッシ、シャッター、金網、ばね、ねじなど）である。

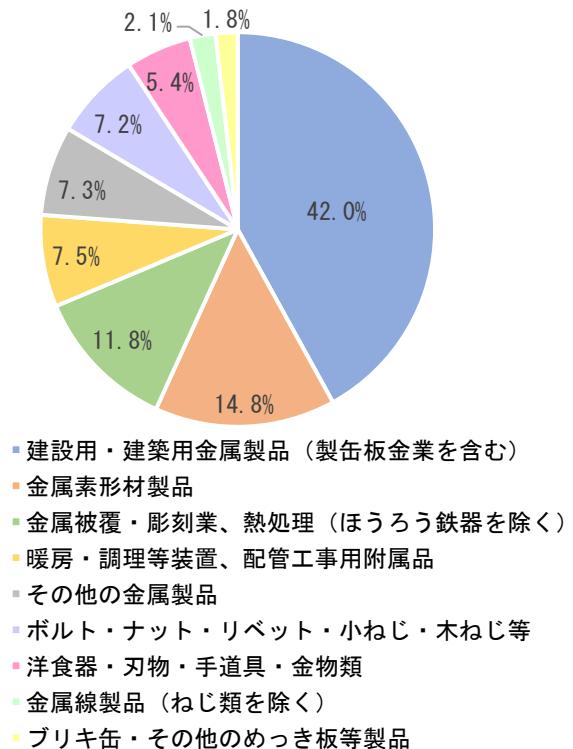
【業界構造】

斯業種は、他の製造業に比べて零細企業が多い業界であり、それらの多くは、建設会社や大手自動車メーカー、大手機械メーカーの下請け企業であるため、発注元との安定的な関係構築が重要となる。日本のものづくり産業を支える高い技術力を持った企業が多く属しているが、少子高齢化や若年層のブルーカラー離れの影響から技術の継承が大きな課題となっている。

【法律関連】

斯業種に関連する法律としては、製品の欠陥により生じた損害について、製造業者の責任を定める「製造物責任法（PL 法）」や、溶接・プレス・研磨などの危険作業に関する安全基準を定めた「労働安全衛生法」がある。また、建築物に使用する金属製品（鉄骨、サッシ、手すりなど）が多いため、「建築基準法」で定められた強度・防火性能などの安全基準を満たす必要がある。

金属製品製造業 出荷額割合



（出所）経済産業省「2023 年経済構造実態調査」

（２） 業界の特徴・商流・収益構造

【業界の特徴】

経済産業省発表の2023年経済構造実態調査によると、斯業種の事業所数は、2023年時点で30,000を超えており、主要な製造業種の中で最も多い一方で、1事業所あたりの従業員数（19.9人/箇所）は、主要な製造業種の中で最も少ない。斯業種における従業員10人未満の事業所割合は50%超であり、斯業種は零細企業が多いことが分かる。

業種	事業所数（箇所）	平均従業員数（人/箇所）	従業員10人未満の事業所割合（%）
金属製品製造業	30,589	19.9	53.6
生産用機械器具製造業	23,545	28.2	53.0
輸送用機械器具製造業	11,301	93.5	35.3
電気機械器具製造業	10,036	51.2	43.0
鉄鋼業	5,088	43.3	40.9
非鉄金属製造業	3,077	47.6	40.6

（出所）経済産業省「2023年経済構造実態調査」

【営業種目・主な製品・加工内容・特徴】

営業種目	主な製品・加工内容	特徴
製造業	建築金物（ドア部品・手すり・階段） ボルト・ナットなどのファスナー類 配管継手・バルブ ワイヤーメッシュ・金網	▶高精度かつ高耐久な金型を用いることで安定的な量産を実現している ▶歩留まり率の向上とコスト管理が競争力のポイントとなる
加工業	板金加工（切断・曲げ・穴あけ） 溶接加工（アーク・スポット溶接など） 機械加工（旋盤・フライス・研削） 表面処理（塗装・めっき）	▶多品種少量生産や短納期への対応が重要 ▶鉄、アルミ、ステンレスなど様々な素材に対応した加工技術が必要 ▶設備投資負担が小さく、中小・零細企業比率が高い
その他 建設用途	仮設資材（足場・型枠用金具） フェンス・手すり・門扉など外構製品 ステンレス製建材（庇、笠木など） 防護柵・ガードレール	▶構造強度と安全基準に準拠する設計・製造が重要 ▶柔軟な納品時期への対応や取付け手順への理解、柔軟な寸法変更対応が重要 ▶検査・仕上げの後、現場据付まで一貫対応する場合もある

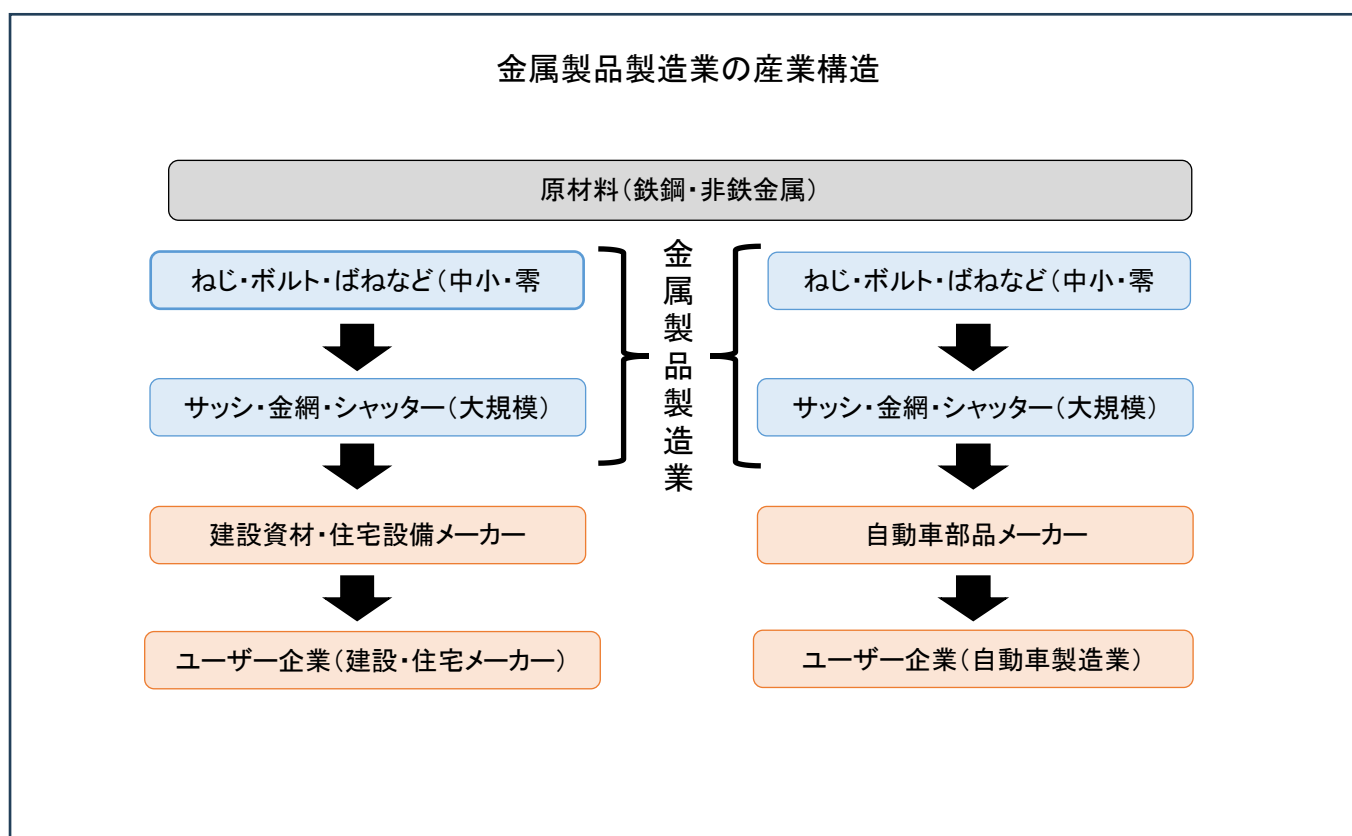
【商流】

金属製品製造業の製造品目や販売先業界は多岐にわたるものの、鋼材、ステンレス、アルミ、銅などの金属素材を原材料として仕入れ、ねじやボルトなどの金属部品や建築金物などの最終製品を製造したり、溶接や表面処理などの加工を行うビジネスモデルは概ね共通している。

斯業種において、最も出荷額が多い製品は、建設用の鉄塔や鋼橋、金属柵であり、全体の4割以上が建設業界向けとなっている。建設業界以外では、自動車用の車体部品や産業機械部品の出荷額が多く、斯業種企業の業績は、これらの業界動向に左右されやすい。

斯業種は、建設業者や自動車メーカーなど各業界のユーザー企業に、金属プレス製品やサッシ・金網などを提供する大規模・中堅企業と、それらの大規模・中堅企業にねじやボルトなどの部品を供給する中小・零細企業に大別される。前者では、販売先であるユーザー企業（建設業者や自動車、機械器具製造業者等）の規格に合わせるために、製品の設計段階から参画することもある。

製造業全体では、コスト削減のために海外生産へのシフトが進んでいるが、中小・零細企業が多い斯業種においては、依然として国内工場で生産している企業が多く、安価な海外生産品との競合が課題となっている。そのため、国内の高い技術力を活かしつつ、短納期や多品種小ロット生産などユーザー企業の細かなニーズに対応できる体制を築くことが優位性確保のための重要な要素となっている。



【収益構造・財務分析】

（収益構造）

斯業種における主な収益源は、建設業や自動車産業などに向けた金属部品の製造・販売による対価と、製品加工賃である。汎用品の製造が多く、低収益な企業がある一方で、短納期対応や高精度加工などによって付加価値を生み出している企業も多い。費用面に関しては、原材料費や外注費の割合が高く、変動費率が高い傾向があるため、売上高の増減に応じて損益が変動しやすい反面、利益率に対する設備投資負担は他の製造業に比べて低い業種となっている。

（収益性分析）

斯業種の売上高総利益率は、非鉄金属製造業の2倍以上の水準となっており、売上高営業利益率も0.5ポイント上回っている。素材そのものを販売する非鉄金属製造業と比較して、斯業種は、複雑な仕様の加工や高精度な加工を行うだけでなく、短納期対応や設計提案などによる付加価値の創出を行っていることが高い利益率につながっていると考えられる。

（安全性分析）

斯業種においては、非鉄金属製造業よりも自己資本比率が高水準にあることに加えて、使用する機械もプレスや曲げ、切削など比較的単純な機械設備が多く、大型の機械設備を必要とする非鉄金属製造業よりも設備投資の頻度が低いため、固定比率が低くなっている。また、それによって運転資金を自己資本や固定負債で賄いやすくなっていることが、流動比率が高水準であることに寄与しているものと考えられる。

（効率性分析）

斯業種の販売先は、4割超が建設業界向けであるため、建設業における商慣習（手形決済主体）の影響が、回収・支払サイトに表れているといえる。また、受注販売の割合が非鉄金属製造業よりも多く、製品在庫の保有が少ないことから、斯業種の棚卸資産回転期間はやや短くなっている。

【財務指標】

		金属製品製造業	非鉄金属製造業
収益性	売上高総利益率(%)	22.1	10.0
	売上高営業利益率(%)	4.0	3.5
	売上高経常利益率(%)	5.5	5.3
安全性	自己資本比率(%)	49.7	39.5
	流動比率(%)	184.3	120.1
	固定比率(%)	97.9	129.8
	借入依存度(%)	25.2	22.7
効率性	売掛債権回転期間(か月)	2.4	2.0
	買掛債務回転期間(か月)	1.7	1.4
	棚卸資産回転期間(か月)	1.4	2.3

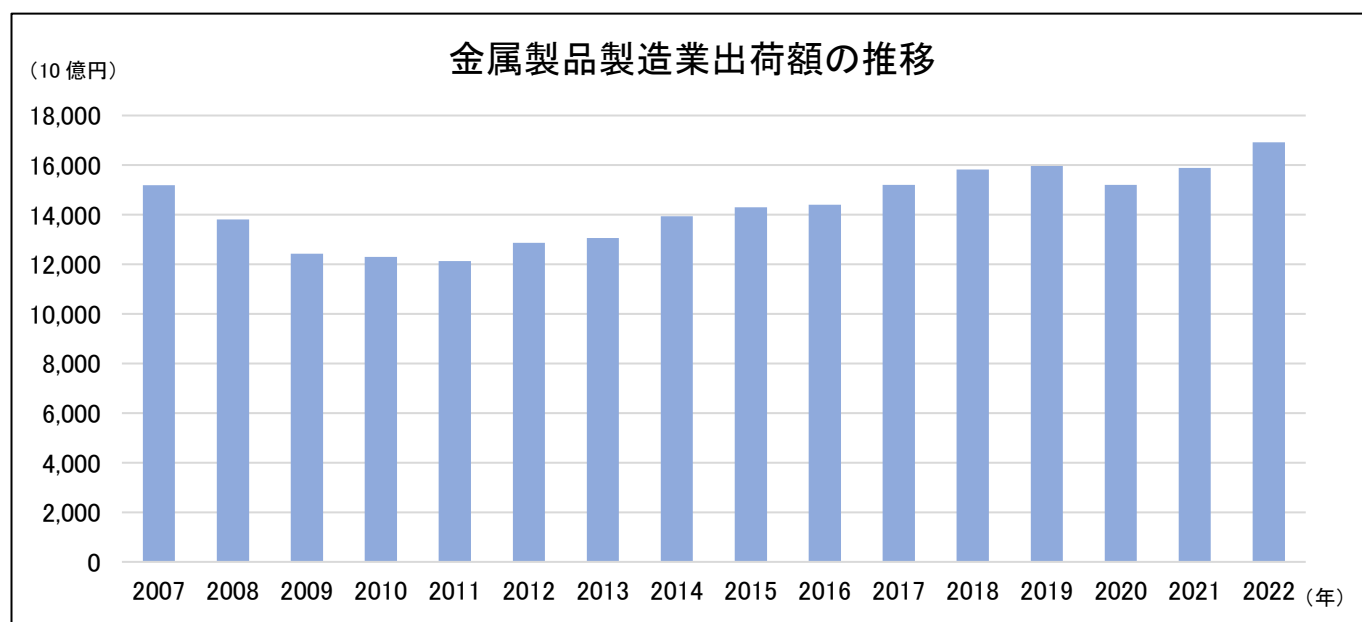
（出所）財務省「令和5年度法人企業統計調査」

(3) 業界動向

金属製品製造業の出荷額は、2008年のリーマンショックの影響を受けて2011年にかけて落ち込んでいたが、オリンピックや復興需要、景気回復などにより、2012年以降は緩やかな上昇傾向にある。2020年は新型コロナウイルスの感染拡大により一時的に減少したものの、2022年は直近16年で最高水準の出荷額となった。

斯業種の製品出荷額は、好調な業況にある建設業界向けの牽引によって拡大が続いており、今後も建設業界は堅調な推移が見込まれる一方で、もう一つの主要な取引業界である自動車業界は、国内自動車販売台数の低迷や米国による関税引き上げなどの逆風下にあるため、斯業種の中でも主に自動車業界向けの取引を行う事業者にとっては、厳しい環境が予想される。また、海外に製造拠点を有する大手の電気機械器具製造業や生産用機械器具製造業では、コスト削減のために金属部品を現地調達する企業が増えているなど、斯業種にとってやや厳しい状況となっている。

高い技術力を要する精密部品などの分野において、従来国内企業は競争優位性を有していたが、近年は安価で高品質な製品を供給する海外企業の追い上げによって優位性が失われつつある。技術力のある企業は高精度加工や品質保証体制の強化などによる付加価値の向上に取り組み、技術面の優位性を維持することが難しい企業は、効率的な生産体制の構築により競争力の創出を図っている。



(出所) 経済産業省「工業統計調査・2023 経済構造実態調査」

(4) 与信限度額の考え方

■与信限度額の設定方法

与信限度額とは、取引において自社が許容する信用供与の最大額であり、いかなる時点でも超過してはならないものである。与信限度額は、「必要かつ安全な範囲内」で設定する必要がある。必要な限度額は、取引実態を基に算出し、安全な限度額は、自社の財務体力や取引先の信用力（格付）を基に算出する。

●与信金額（必要な限度額）

実際の取引において、必要となる与信金額。金属製品製造業に対して発生する与信取引としては、鉄鋼や非鉄金属の販売等での「売買取引」が挙げられ、継続取引における必要な与信金額は、以下のとおり算出される。

$$\text{与信金額} = \text{月間の取引金額} \times \text{回収サイト}$$

取引を行う際には、自社の取引条件が斯業種の平均水準から大きく乖離していないか、確認すべきである。買掛債務回転期間の業界標準値が「斯業種の平均的な支払サイト」を表しているため、「月間の取引金額×買掛債務回転期間の業界標準値」によって、与信金額の基準とすることができる。

$$\text{金属製品製造業に対する平均的な与信金額} = \text{月間の取引金額} \times 1.7 \text{ か月}$$

●基本許容金額（安全な限度額）

基本許容金額は、自社の財政がどの程度の貸倒れまで耐えうるかを予め計ることで、自社の体力を超える取引に対する牽制機能を働かせるものであり、自社の財務体力と取引先の信用力を考慮して算出する。一例として、自社の自己資本額に対して、取引先の信用力（格付）に応じた割合を安全な限度額とする方法がある。

$$\text{基本許容金額} = \text{自社の自己資本額} \times \text{信用力に応じた割合}$$

（例：A 格 10%、B 格 5%、C 格 3%、D 格 0.5%、E 格 0.3%、F 格 0%）

●売込限度額（安全な限度額）

販売先において、自社との取引シェアが高くなり過ぎると、自社が取引から撤退することが困難となる恐れがある。そのため、取引先の信用力（格付）に応じて取引シェアに上限を設けるべく、取引先が抱える買掛債務額の一定割合を売込限度額として設定する方法が考えられる。

$$\text{売込限度額} = \text{買掛債務額} \times \text{信用力に応じた割合}$$

（例：A 格 30%、B 格 20%、C 格 15%、D 格 10%、E 格 6%、F 格 0%）

仮に、取引先の売上高情報しかなく、買掛債務額が不明な場合であっても、業界標準値を用いて売上高総利益率（22.1%）と買掛債務回転期間（1.8 か月）から、以下のように買掛債務額を推定することができる。

$$\begin{aligned} \text{買掛債務額} &= \text{売上高}/12[\text{月商}] \times (1-0.221)[\text{原価率}] \times 1.7(\text{か月})[\text{買掛債務回転期間}] \\ &= \text{売上高} \times 0.110 \end{aligned}$$

（例：売上高 100 億円・A 格の場合：100 億円 × 0.110[買掛債務額] × 30%[信用力に応じた割合] = 3.3 億円）

（５） 与信管理のポイント

斯業種における製品出荷額の約 40%は、鉄骨や建設用金属製品などの「建設用・建築用金属製品製造業」が占めており、その他の製品群もボルト・ナットなど、工業や建設業への供給が多いため、建設業界とのつながりが強い業界であるが、個別企業ごとにみると自動車や機械器具、電気機器、インフラ関連など様々な業界向けの製品を取り扱っているため、取引先の取扱製品と販売先業界の把握が与信管理の第一歩となる。

斯業種は、日本のものづくりを支える中小・零細企業が多く、コスト競争力においては海外企業に劣るものの、長年にわたり蓄積された技術力に優位性を持つ企業が多数存在する。中小・零細企業が今後も生き残っていくためには、技術力を活かした高精度な加工や特殊素材への対応、短納期・小ロット対応の強化などの付加価値向上が重要であるため、与信判断を行う際には、技術面の強みについて確認すべきである。

斯業種は、日本の主要な製造業の中で最も多くの事業所を有する業界であるが、従業員 10 人未満の小規模企業が過半数を占め、財政基盤が脆弱な企業が多く存在している。業界全体の財務指標からは、流動比率が高い企業が多いといえるが、実際には資金が在庫や売掛債権に滞留しているケースもあり、必ずしも資金余力があるとは限らないため、与信管理を行う上では、決算書や試算表などから、収支状態や財政状態を精査することが重要となる。

斯業種は回収・支払サイトが製造業の中でも長くなりやすく、特に建設業者との取引が中心の場合、業界慣習や手形取引の影響により回収サイトが長期化する傾向にあるため、売掛債権や借入金の状況から、運転資金の発生状況を確認する必要がある。また、財政面に余裕がない企業では、新規の設備投資ができず、競争力が低下するケースもあるため、使用機械の状態や設備稼働状況も確認しておきたい。

近年における中小企業の倒産・廃業要因として「人手不足」や「後継者難」が挙げられ、これらは中小・零細企業の多い斯業種においても重要な課題となっている。特に技術継承が必要とされる分野では、熟練工の高齢化と若手人材の不足が深刻な課題となっているため、与信管理においては、後継者が存在するか否か、経営陣の高齢化の進行度合い、従業員の年齢構成や技能継承の取り組みなど、経営の持続性に関する定性分析も不可欠である。

【参考資料】

経済産業省：「工業統計調査」

経済産業省：「2023 年経済構造実態調査」

総務省統計局：「令和 3 年経済センサス」

財務省：「令和 5 年度法人企業統計調査」