五輪特需後見据え 高次元の集約化模索

一昼夜に生コン9800㎥打設

福島ガス発電・相馬LNGタンク工事

地上式では国内最大規模 ミキサー車2300台で搬入

福島県の相馬港に建設中の国内最大規模の地上式LNGタンク工事で17年9月末、午前6時から翌日早朝まで一昼夜かけて基礎版コンクリートに生コン約9800㎥が10台のコンクリートポンプ車により連続打設された。福島ガス発電（石油資源開発と三井物産、大阪瓦斯、三菱瓦斯化学、北海道電力が共同出資）が発注し、清水建設とIHIのJVが設計施工を請負い、1号タンクと2号タンクのコンクリート工は清水建設が担当した。1号タンクの基礎版は15年6月に打設され、同量の生コンが使用された。2号タンクに生コンを供給したのは宮城カイハツ阿武隈工場、宮城県南生コン、角田レミコン亘理工場、相馬秩父生コン新地工場、東北レミコン相馬工場、相馬秩父生コン鹿島工場、東北レミコン原町工場の5社7工場。コンクリートの品質は保証材齢91日の圧縮強度で管理。ミキサー車は延べ約2300台を数えた。現場では約500人が作業し、そのうち約200人がポンプ圧送や土間工などコンクリートの打設に関わった。

コンクリートポンプ車は、国内最大手のヤマコンが最新機種12台を投入。極東開発工業製に加え、韓国、ドイツ、中国のスーパーロング車が勢揃いし、さながら展示場の様相も示した。

【写真奥は完成した1号タンク。2号タンクは20年8月竣工予定】

全国的に需要底打ち

全国の生コン需要がようやく下げ止まりの気配を見せている。17年度上期の全国生コン出荷量は前年同期を2・3%上回る4177万2千㎥で、上期ベースでは4期ぶりのプラスとなった。このうち官公需が1・0%増の1662万2千㎥、民需は3・2%増の2510万㎥で、ともに4期ぶりに前年同期実績を上回った。

全国生コン需要は14年度下期以降、職人不足等に伴う工期の遅れや消費税増税に伴う駆け込み需要の反動減など複合的な要因が重なって荷動きが急速に鈍化していた。15～16年度も相次ぐ台風などの天候の影響のほか、RC造のS造への変更、PCa製品等を用いた工法の見直しや工期の長期化といった建設産業の構造的変化の影響も受けて低調な出荷が続いていた。16年上期は前年同期比6・0%減の水準だった。

17年度に入って、全国的に生コン需要が持ち直してきた地区が増えている。東京地区における2020年開催の東京オリンピック・パラリンピック関連の施設やインフラ整備、各地区の新幹線およびリニア中央新幹線関連工事、幹線道路の整備とこれに伴う物流施設の建設、豪雨被害など頻発する自然災害の復旧工事など、各地区で特需といえる案件の寄与が小さくなかったが、これらだけでは説明できないほど、需要下げ止まりは全国的にみられる傾向となってきている。

17年度上期を地区別にみると、北海道、関東一区、同二区、北陸、中国、四国、九州の7地区が前年同期実績を上回っており、マイナスだった3地区のうち、東北は復興需要がピークアウトしたことで漸減局面に入ったこと、近畿地区は道路整備や大型災害復旧工事の反動減となったことが大きい。

全生連は17年度通期の全国需要について、上期の実績を踏まえ、年度当初に出した想定を95万7千㎥（1・2%）上方修正し8391万2千㎥とした。全国的に中心地区と周辺地区の間で需要格差が広がる傾向にあることなど懸念材料はあるものの、17年度は全国的な需要底打ちの年と言ってよさそうだ。

市況面では、ここ数年の各地区協組の値上げや値戻しの成果を受けて、全国的に上げ基調にある。昨今は運転手不足を背景とする輸送コストの上昇が著しく、これに伴って各種原材料も値上がり基調にあること、生コン業界で人材確保や設備の維持・更新に向けた投資の必要性が高まってきたことなどから、今後も生コン価格は全国的に強含みで推移しそうだ。

全生連は10年度から5年間にわたり集約化を柱とする構造改革事業を実施し、一定の成果をあげた。とはいえ、16年度（17年3月末）の全国生コン工場数（全生連調べ）は、前年度比28工場減の3368工場となっており、依然として需要規模に対して供給過多の状況にある。

しかしながら、今後は単純に工場を減らすだけの集約化では、供給エリアが広がり輸送距離が遠くなることで傭車を含めた輸送費が大幅に上昇し、結果としてコストアップにつながる懸念がある。工場の採算性に配慮しながらエリア内の供給体制を維持するという、工場の再配置も視野に入れた高次元な集約化が求められている。

全生連はこうした状況下で組合員の集約化を支援・促進するため、共同事業委員会下に「集約化部会」を設置した。今度、同部会が中心となって『集約化ガイドブック』を時代の要請にそった内容に改訂し、来年3月に発行する予定だ。

需要開拓の取り組みでは、全生連とセメント協会が連携したコンクリート舗装推進事業が7年間継続しているが、昨今は「停滞気味」とする声も聞かれることから、一度「巻き直し」を図る考えだ。具体的には、両業界の都道府県ごとの担当者が新たに顔合わせを行い、今後のPRのターゲットや日程などについて認識の統一を図り、より実効性のある普及活動を全国的に展開していく。