



WTI 63ドル69セント1カ月で12ドル

次回元売仕切りも値下げへ

原油安進展

指標原油の先物価格（期近・終値）は19日、WTIが前日比1ドル77セント安の63ドル69セント、北海ブレントが1ドル78セントの66ドル45セントに下落した。日本の主要調達先となる中東原油も両原油と同様に軟化しており、元売の次回仕切り改定は、今週を大きく上回る値下げになりそうだ。

WTI、ブレントとも12日以来1週間以上にわたって続落し、いずれも5月以来ほぼ3カ月ぶりの水準に値位を下げた。WTI先

物の終値ベースでは、7月13日の75ドル25セントが今年の最高値だったが、ほぼ1カ月で12ドル近く下落した格好だ。原油市場では、新型コロナウイルス変異株の世界的感染拡大が上値を抑える要因とされている。主要消費国では、アメリカの需給動向は堅調で、現時点では原油在庫が目立って増加するなどのデータはあがっていない。

一方で、コロナ禍の勝ち組とされてきた中国は、足元にきて需要の弱さが指摘されており、原油市場の足かせに数えられている。OPECプラス減産緩和合意後の原油市場では、コロナ変異株拡大を織り込んだ値位調整が続いている。産油国から価格下落を食い止めるメッセージが出るまではシリア傾向が続く可能性がある。



原油、脱炭素で構造変化も

株式市場では原油相場の動向に注目が集まりやすい。原油価格の上昇・下落が様々なモノ・サービスの価格に波及し、米連邦準備理事会（FRB）など主要国の中央銀行が金融政策を決定する際に重要な材料の一つになっているからだ。ニューヨーク市場の原油先物はこの1年で急ピッチで回復した。実需の回復を反映しているが、今後をみるうえでは脱炭素という新しい要因が見逃せない。

これまで原油相場を左右する主な要因は、石油輸出国機構（OPEC）や欧米石油会社の生産量と、ガソリンや航空機燃料などの消費量の見通しだった。原油相場が上昇すれば増産への動きが強まり、価格による需給の調整機能も働いていた。ところがここ1、2年は脱炭素の動きが、供給と需要の両面で構造的な変化をもたらそうとしている。

供給面で欧米の主要な石油会社は経営の軸足を再生可能エネルギーに移す模索を始めている。相場の水準にかかわらず油田開発への投資を減らし、減産する傾向がある。需要面では急速に普及する見通しのEVが原油相場のカギを握り始めた。速いペースで普及すればガソリン消費量はいずれピークを迎え、逆の場合は消費量の減少は緩やかになる可能性がある。株式投資ではこうした構造的な変化に目配りして判断したい。（山下真一）

屋根に防水シートを張る工法は幅広く普及している

下塗り塗料を塗ったうえで接着するとはがれにくい（上）

上期輸入、プラス転換

フレキシブルコンテナ 中国が回復

財務省の貿易統計によると、2021年上期（1～6月）のフレキシブルコンテナ輸入数量は前年同期比0・4%増の296万3664袋となり、マイナスとなった20年上期から回復した。

最大輸入地である中国からの輸入量が戻ったこと（1～6月）のフレキシブルコンテナ輸入数量は前年を上回ったことが影響した。金額ベースでは同0・8%減の181億4984万円。1袋当たりの

平均価格は612・6円で前年同期（620・3円）に比べ7・7円下落した。

日本に輸入されるフレキシブルコンテナは、アジア諸国で生産されたものが大半を占める。中国が2174万4425袋と前年より約6万8000袋増えた。全輸入量に占めるシェアは前年同期の横はいで73・4%となった。中国に次ぐシェア

20%超となるベトナムのほか、フィリピン、バングラデシュで前年を上回った。日本に輸入されるフレキシブルコンテナは、アジア諸国で生産されたものが大半を占める。中国が2174万4425袋と前年より約6万8000袋増えた。全輸入量に占めるシェアは前年同期の横はいで73・4%となった。中国に次ぐシェア

キシブルコンテナは、ポリプロピレン（PP）やポリエチレン（PE）製の基布を素材とするクロス用がほとんど。労働集約的な縫製加工などをとむため、価格競争力で優位に立つアジア諸国などで生産された製品が国内市場で圧倒的なシェアを占める。コスト削減を目的に進出した日本メーカーの海外拠点を生産した製品も市場に浸透している。

また、合成樹脂、化学工業品、食品、窯業土石などの粉粒体の大量輸送に用いられるため、年間輸入量は16年から19年まで4年連続で増加したものの、20年は世界的な新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け減少した。

〔2021年1～6月のフレキシブルコンテナ輸入〕
(単位：前年比%)

	数量(袋)	前年比	金額(千円)	前年比
中国	21,744,425	100.3	12,055,272	98.9
ベトナム	6,522,497	101.8	4,513,200	102.2
タイ	276,738	81.6	307,739	83.1
フィリピン	36,225	122.8	35,576	135.5
インドネシア	775,664	99.4	904,773	100.4
カンボジア	140,981	84.9	235,391	77.6
バングラデシュ	111,020	124.1	57,183	145.6
E U	4,065	190.0	18,289	249.3
トルコ	6,200	46.7	20,953	57.3
その他	5,849	228.9	1,464	7.7
総合計	29,623,664	100.4	18,149,840	99.2

(日本貿易統計)



国内ドラム缶メーカー

鋼材急騰に苦慮

2次値上げ、難航必至

鋼材価格の急激な上昇が国内のドラム缶メーカーの経営を圧迫している。ドラム缶の主要な材料となる鋼材の価格が、2020年末から始まった需給ひっ迫により大幅かつ急激に高騰しており、ドラム缶メーカーは今春1次値上げを打ち出した。しかし鋼材価格の上昇は足元ではますますエスカレートし、近年例がないレベルまでに達している。2次値上げを打ち出す様相となってきたが、交渉は難航が予想され、予断を許さない状況が続いている。

新型コロナウイルス感染拡大の影響から国内の製造業が回復し始めた20年9月ごろから、自動車や家電製品で使われる鉄鋼需要が上昇した一方、粗鋼生産量世界トップの中国では、鉄鋼生産にともなうCO₂排出量を削減する環境規制の動きから鉄鋼の供給が減少したことで需給がひっ迫し

た。JFEコンテナは、今年4月からのドラム缶納入分について値上げを打ち出した。21年4月6月分については、おむね達成しつつあるとされているが、鋼材の高騰は7月以降もますますエスカレートして近年例がないレベルになっている。

同社では今年度下期（10月～22年3月）に向けてさらなる値上げを検討している。上げ幅は10月以降の鋼材価格の交渉状況を踏まえるとしてい

るが、販売価格への反映にはかなり時間を要する可能性が高いとし、タイムラグを想定すると大幅な収益悪化は避けられないと認識している。



近年例に達している鋼材の高騰は相模原工場（日鉄ドラム）

日鉄ドラムでは、20年の原料価格の上昇と需給のひっ迫を背景とした鋼材価格の上昇が今年度上期（4～9月）の大きなコストアップ要因になっているとして、需要家に販売価格の引き上げを説

明し、これまでに大半の需要家からの理解を得ているとしている。

しかし下期は、国内外ともに好調な生産活動を背景に鉄鋼需要が伸長するなか、中国政府の鉄鋼の生産・輸出抑制の動きがあると、今後、国内外の薄板市場は極めてタイトな状況が継続する見通しだ。下期は上期を大幅に上回る販売価格引き上げが必要な状況となっているとして、需要家に説明を始めているという。

そのほか、あるドラム缶メーカーは、実質の鋼材価格は20年10月から上昇傾向にあるとして、今

春に打ち出した1次値上げは満額決定に近い水準で決着したという。現在はその2倍を超える上げ幅で下期以降の2次値上げが必要になるとみているが、上げ幅を考えると需要家への交渉は難航すると予想している。

（峯岸大輔）

国交省・吉岡幹夫技監が就任会見 インフラ機能向上へ／現場力発揮できる土壌つくる



吉岡幹夫技監

国土交通省の吉岡幹夫技監が日刊建設工業新聞など専門紙各社の取材に応じ＝写真、三つの「S」（セーフ、スマート、サステナブル）の観点でインフラの整備や維持管理、機能向上に取り組み、国民の暮らしや経済を支えていく考えを示した。防災・減災やDX（デジタルトランスフォーメーション）、カーボンニュートラルなどの課題に適切に対応し「インフラの機能を高め、より良い状態で次の世代へ引き継ぐ」と決意を述べた。

建設業の生産性向上や働き方改革に向けDXの意義を強調し、設計や施工管理の分野を「自動化、自律化していく」と断言。理想として「家に居ながら、子育てしながら現場管理ができる世界を目指す」と語った。i-Constructionを一步前進させ中小建設業へと裾野を広げ、地方自治体の取り組みも底上げする必要性を指摘した。

デジタル技術を駆使した行政手続きやサービスのオンライン化、新たなコミュニケーションの創出も展望。「より具体的なアクションプログラムを整理していく」と話し、省内に限らず産学官や異分野との連携推進をポイントに挙げた。

公共工事の週休2日確保や施工時期の平準化を「直轄事業で先導する」。時間外労働の罰則付き上限規制が建設業に適用される2024年までに週休2日を原則適用し、自治体も追従するよう働き掛ける。

全国各地で大規模な災害などが多発し、国交省の現場力や組織力を生かす重要性が増している。技監として「力を発揮できる土壌をつくっていく」。災害時に地域の守り手となる建設業の現場力にも期待する。

イタリアをお手本にする SmartTimes 大阪大学教授 栄藤稔氏

日本生産性本部の報告によると、日本の時間当たり労働生産性は米国の6割ほどであり、韓国・イタリアに劣後している。主要先進国の中で最下位が続いている。この嘆かわしい状況をどう克服すればよいのかという議論がにぎやかだ。

一国の経済規模を表す国内総生産（GDP）ではなく、1人当たりGDPが大事という意見をよく聞く。しかし、計測できるモノ・サービスの生産性はデジタルの出遅れ感があり向上しそうにない。「オールジャパンで何かをすべきか」「産業立国のための投資対象はどこだ」という問いかけを耳にするが、国という単位で繁栄を競うのも時代遅れの感もする。

国の経済規模が伸びない中で、イタリアを良い意味で模倣対象として研究してもよいのではないかと思いはじめた。イタリアと日本の生活スタイル・文化を比較し、彼らをお手本にすれば我々の生き方がもっと豊かになれるのではないか。

もちろん日本とイタリアとの相違点は多いが、共通点も多い。製造業が強かったという成功体験の下で、デジタルを最上位に考えるというソフトウェア優先の価値観についていけない。一方で、あくせく働かなくても生活できて人生も楽しい。家族と友人の付き合いで満足という状況だ。

イタリア化を(1)若者の政治関心の低下(2)基幹産業（製造業）の衰退(3)新興産業（IT）の出遅れと定義してみると、日本はイタリア化している。

一つ目は、人生の成功と仕事の成功を必ずしも一致させなくてもよい。自分、家族、友達が楽しければよいと割り切る価値観が彼らの多くにある。個人生活と仕事の境目が曖昧になっている今のコロナ禍の下では、個人の価値観をどこにおくかは重要である。

二つ目は、個人として世界に通用する人材育成が重要だということだ。個々が強くなれば周囲が幸せになり、結果として周囲の繁栄につながる。そもそも彼らは国を信用していない。個人や小企業が世界でどう活躍するかにもっと焦点を当ててもよいのではないか。

最後の一点はその国の文化的価値をブランド化することだ。イタリア製品の多くは彼らの文化と生活スタイルに紐づいている。評価の高い職人芸による靴、車、服飾、食品に多くの有名ブランドがある。友人は「製品のテイスト（味わい）が大事だ」という。

一方で日本はどうか。分業された職能の均一化と標準化による生産性向上に傾いていないか。手を挙げて呼べば何回も注文を受ける居酒屋、数分遅れでおわびのアナウンスをする鉄道、履物を揃えてくれる旅館は欧米にない。「もったいない」という日本の美德に根付いた低炭素・循環型社会などブランド化できる製品・サービスはないか。

デジタルは利用しつつ、日本社会の本来の価値を再発見したい。