

研究報告第85号訂正表

訂 正 箇 所	誤	正
63頁 上から 15 行 70頁 下から 6, 7 行 71頁 下から 10 行 72頁 下から 7 行 77頁 上から 8 行 82頁 下から 1 行 83頁 上から 7, 8, 21 行	完 全 市 場	完 全 競 争 市 場
75頁 上から 12 行	367 円	3,700 円

ま え が き

1 林産物市場構造の研究目的として次のことがあげられる。

① わたくしはさきに林業に関する数多の経済行為、たとえば生産、消費などの経済行為が目的手段の連関によつてつながれて、たがいに切り離しがたき一体をなしている、いわゆる林業経済構造の内面的秩序を解明するために、近代経済学を援用して一つの分析をこころみ、この研究成果を、「林産物価格形成の理論的研究」—林業試験場研究報告第 72 号—として報告した。その研究においては一応具体的な林産物流通の場を捨象し、論究したものであり、この点で不十分さをもっている。そこでこの点を検討し、この抽象理論をより具体化し、より深化するために林産物市場構造の研究を企図した。

② 「林産物価格形成の理論的研究」において、わたくしは林産物需要の経済的性質を解明するために、計測的研究をおこなっているが、本来このような計測的研究にあつては前もつて、その林産物の流通構造が明白になつていなければならない。つまり流通構造の研究が先行していなくてはならないわけである。このような意味で、「林産物価格形成の理論的研究」のうちでおこなつた需要構造の計測は科学的厳密さの点で相当の問題がのこされている。このことはともかくとして、市場構造の研究は今後需要構造を計測する場合の基本的な、かつ予備的な知識を提供する。

③ 以上のほかに、市場構造の研究は第 1 編第 1 章のうちでのべるような具体的な実践目的に有益な助言を提供する。

2 如上簡単に列挙したような目的のもとにこの研究をとりあげたわけであるが、この研究目的はまず第一に、著者の研究の未熟さにより、さらに市場分析における経済理論そのものの未発達、なおまた、統計数字の不完全さにより阻止され、不十分さをのこしているように思われる。わたくしはさらに先輩同僚諸兄のきびしい、そして温い御批判を期待して、わたくしの理論の未熟さを克服してゆきたい。そして、究極は理論が理論に終るのでなく、実践のためにこそあるという考えにもとづいて、なんらかの実践的課題に答えられることを期して止まない。

3 このレポートは 4 編よりなつていゝ。第 I 編においては、市場構造分析の目的、ならびに市場の意義と研究の方途について説明されている。市場構造分析の目的については、特に木炭を例にとつて説明されているが、これはただに木炭にかぎらず、他の林産物、さらには他の一般商品の市場構造分析の目的でもある。第 II 編においては木炭、第 III 編においては建築材を主とした一般用木材、第 IV 編においてはパルプ材と、木炭、木材、パルプ材の 3 種目についてその市場構造の分析をおこなっているが、昭和 29 年度に例をとれば、総木材使用量のうちこの 3 種目で約 80 % 余を占めているわけで、この 3 つの林産物が主要なものであるという意味でこの 3 種目にとどめたわけである。

4 この研究をすすめるにあつて、林試経営部小幡進部長、経営研究室長大内晃氏、ならびに小菅久技官その他先輩同僚、林野庁の林産課、業務課ならびに東京営林局利用課の諸係官の方々にお世話になり、また、研究個別的には木炭については岩手県庁の方々、特に佐々木木炭検査所長をはじめとする林産検査所の皆様、また岩手県木炭協会村上常務、岩手県経済連菊地林産課長、東京中央燃料株式会社飯田社長の皆様、木材については、木材商工研究会の宮原省久、林業経済研究所の長島竜五郎の諸氏に、パルプ材については、日本パルプ材協会福島三郎氏および各製紙会社の人達の厚意ある御指導をうけたわけであり、また最後に農業総合研究所齋藤一夫氏には本書を一読していただき有益な御忠言をうけた、ここでこれらの諸氏に心からの感謝の意をあらわします。

第 I 編 序 論

第 1 章 市場構造分析の目的はなにか

その 1. 木炭の値段はなぜ下らないか

1 一昨年の某新聞紙上に一主婦の次のような投書が掲載されていた。“夫が出張から帰ってきた晩熱いお茶を飲み、まつかにおこった火バチに手をかざしながら、ふと話題が春になつても一向に安くならない木炭のことになりました。夫の話では、東北の雪に埋もれた駅頭に木炭の滞貨がうず高く積まれ、配車を待っている光景がいたるところに見られたそうです。それなのに都会では年末炭労ストの影響で入荷が減り、値段が上つたままで、その後ストが終り、列車も旧に復したのに、相変わらず 500 円からの木炭を買わされている始末です。聞けば、思惑で大量に仕入れた商人が、在庫のものを損をしないように売りさばくためだそうで、われわれ消費者は犠牲になつているという話です。地方の都会で 1 俵 300 円で手にはいるものがわたくし達の勝手口配達される時は 500 円以上もしているのです。雪深い山奥で炭を焼く人たちは、自分のカマから出た木炭が、どこで、いくら消費者の手に渡るものなのか、愛情をもつて行方を見守りたい気持ちもあるのではないのでしょうか。

わたくしは山で炭焼くかたがたに、いつたい 1 俵いくらでお売りになるのか、お聞きしたい。それからどこで、だれが法外な利益をむさぼっているのかも……………

夏買つとけば安くつくとはむかし母からよくいわれたことですが、それができない月給袋を前にして、毎年同じ愚を繰り返しているわたくしたち夫婦は、あまり利口でないかと 2 人で笑いあつてしまいました”。

2 如上のようにこの主婦は消費者の立場から木炭価格をめぐるいくつかの疑問を提示しているが、この主婦の提示された問題点をひろつてみると、まず最初に、

① 東北の駅頭には沢山の木炭の滞貨があるのに、なぜ木炭価格は下らないのか。これは思惑で大量に仕入れてしまった商人が、自分の在庫木炭を一度に市場に売り出さないようにして、木炭価格の下落を防止しているのではなからうか。

② 地方の都会では 1 俵 300 円で手にはいるものが、わたくし達の手元には 500 円といった高値で販売されている。これはその中間で誰れか法外の利益をむさぼっているのではなからうか。

③ 木炭価格は夏安く、冬高いものであるから、夏購入しておけば安くつくものである。以上三つの問題をおもに提示されているが、この他卸売価格は下落したのに、少しも小売価格の下落しないのは、どうしたわけなのかといった問題も指摘されているように思われる。一消費者により提示された以上のごとき疑問に端的に答えるためには木炭市場構造の分析をまつてはじめて可能である。逆にいいあらわすならば木炭市場構造分析の一つの意義はかかる問題を解明するにありといえよう。

その 2. 木炭で儲けた話、損した話

3 これまでは消費者の立場からなぜ市場構造を研究する必要があるのかについて触れてみた。ここでは生産者の立場から市場構造研究の必要性を説明するわけである。

福島県田村郡都路村での話であるが、ある生産者は東京における木炭価格の相場が急に騰貴したという

ので沢山製炭し、さて問屋に出荷しようとしたら急に相場は下落してしまった。しかし、その生産者はすでに出荷手続をしてしまったのでそのまま滞貨させるわけに行かず、下落したままの相場で販売してしまった。ところがその後ふたたび価格は騰貴し、全く損をしてしまったというのである。この生産者の話によると、かかる現象の生ずるのは、自体木炭価格の季節変動が激しい上に、東京の問屋が意識的にかかる方便を用途するのである。すなわち、問屋はまず産地に電報を打つて木炭相場の急騰を知らせる。そして出荷者なり生産者が喜んで出荷するように誘いかける。ところが出荷者の準備が終つたり、また製炭者が沢山木炭を生産し終つたところをみて、場合によつては発送の途中を見計らつて、ふたたび電報で相場が急激に下落したから出荷しないように知らせるわけである。本来あまり経済的に強力でない出荷業者とりわけ生産者は、この事態に対応して出荷を見合せることができないから、業者は意識的にかかる方策を使つて出荷者ないし生産者を買いたたいっているというのである。このことの真実性およびかかる事態の頻度の多少の問題はともかくとして、出荷者ないし生産者が激しい木炭価格相場のうごきに対処できずしばしば損害を招いていることは事実であろう。

4 今度は木炭相場の動きを利用して儲けた具体例をあげてみよう。この例は赤城山麓の群馬県利根郡某村の話である。昭和 28 年 7 月ごろ東京の 2, 3 の有力新聞が例年になく「今が木炭の買い時である」という全く煽動的な新聞記事を掲載したのであるが、一般の出荷者ないし生産者はこの記事の影響については全く無関心であつた。というのは例年 6, 7, 8 月は木炭需要が低調であり、相場も 1 年の底を形成するのが常識であつたからである。ところがその村の某出荷者はこの新聞記事の影響力の大きいという予想——このことは需要増加を意味する——ならびに一般出荷者および生産者の無関心であるという事態——このことは木炭供給が新聞記事の影響によつて増大しないことを意味する——をみてとつて、多分木炭価格は例年よりいち早く相場の上昇を開始すると想定し、出荷準備を例年より早目におこなつた。その後の事態はまさにこの出荷者の思惑どおりになり、東京都内では仮需要が発生し、例年より早目に木炭相場は急騰した。このため早目に原木を安く手配し、出荷準備をととのえたこの業者は他の者より余計に利益を得たという。このように、この業者が儲けることのできたのは、木炭市場構造の性格ならびにそのうごきに対して他の者より正確な知識をもつていたからであるといえよう——たとえこの場合は偶然であつたとしても、事後的にはこの人の市場知識は正確であつたといえるであろう。

5 もう一つ生産者の儲けたという話を紹介しておこう。この話は岩手県久慈市某部落でのものである。岩手県でも今次戦争中ならびに木炭統制撤廃前においては、国家権力の支持のもとに県内生産木炭の大部分——総生産量約 1 千 3 百万俵中約 1 千 2 百万俵ほど——を系統組合を通じて集荷していたが、昭和 25 年 3 月木炭統制撤廃後は国家権力の後退、これに代つての集荷業者の活躍により系統組合の木炭集荷に占める位置は漸次凋落の一途をたどつた。この凋落傾向は組合組織の弱体性により拍車をかけられ、昭和 28, 9 年ごろにはその集荷数量は 150 万俵余にまで減少した。その後組合組織の整備改善ならびに強化により体制をととのえ、岩手県内における集荷実績も漸次増加の傾向をもつてきている。久慈市某村においては熱心な組合指導宣伝により、組合集荷量の増大は県内でも目ざましい方であるといわれる。そして、この村では、昭和 29 年度においては集荷業者に木炭を出荷したものより、系統組合に出荷したものの方が 1 年間を通じてより多くの利益を得たということである。この話の具体的な正否の検討については岩手県内においても相当異論があつたが、一般論的にこの問題をみると、一系統組合を通じてこの共同集荷はいかにおこなわれているものなのか、そしてかかる共同集荷は生産者に利益をもたらしものなのか、といった

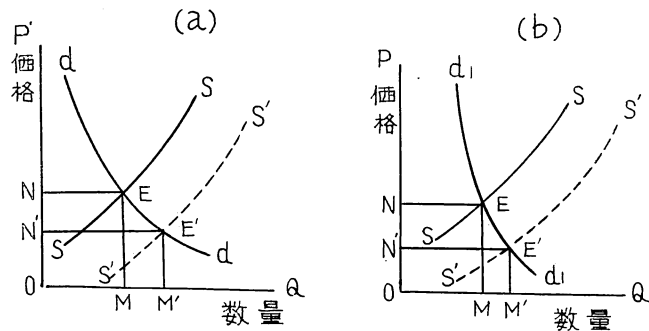
問題に発展するわけである。もしかかる問題を検討した後に、系統組合の共同集荷が生産者に利益をもたらすこと一たとえ現在においては利益がないとしても将来組織の拡充強化により必ず利益となること一が明白になれば、生産者はかかる共同集荷の増大に力をそそがなくてはなるまい。かくのごとき生産者の課題に答えるには木炭の市場構造の研究が要請されるわけである。以上は生産者からみた木炭市場構造研究の意義である。つぎに林業に対する国家政策、いいかえれば林政よりみた木炭市場構造研究の一つの意義についてのべよう。

その 3. 冷害対策をめぐる問題

6 昭和 28 年には 7 月に西日本災害、8 月に関西災害と相續いて水害が発生したが、まだこの災害の復旧されないうちに秋東日本に冷害が発生した。当初早稲の被害は甚大であつたが、中晩稲はもち直すかもしれないと希望的に観測されていたにもかかわらず、出穂期に前後してふたたび冷温が襲来し、そのうえ異状気象による稲熱病、虫害等の被害も加重されて、農村とくに山村では昭和 9 年の凶作に近い減収を蒙り、深刻な経済不況に襲われたわけである。このような状況に対応して、全国農協組合実行委員会がいち早く凶作対策に関する決議をおこなつたのをはじめとして、自由党政調会も冷害対策決議をおこなつて対策にのりだしている。農林省もまた冷害対策要綱を決定して対策にのりだしたことは衆知のところである。林野庁ではこの要綱にもとづいて昭和 29 年 9 月 28 日に林野庁関係冷害対策要綱を決定し、冷害対策のプログラムに同調した。この要綱を要約すれば公共事業については治山関係海岸防災林造成事業の一部を繰上げ施行するとともに、新規事業として小規模林地荒廃復旧事業ならびに簡易林道開設事業をとりあげ、また国有林については、薪炭材の払下量を増加することを主眼として林道、造林事業を追加し、炭窯設置については、国有薪炭材の払下げ増加に対応して構築費の一部を助成するというのである。国有林の冷害対策要綱は上述の通りであるが、これをさらに要約すれば、国有林事業の拡大ないし繰上げ実施と薪炭材の払下げの 2 点である。たしかにかかる方策は地元山村の経済を振興し、地元山村民の所得を高めうるであろうが、かかる方策の実施に対しては全く問題がないというわけではない。特に後者の国有林材払下げによる山村民の経済水準の向上を企図する場合においてしかりである。以下この問題について考察をすすめてみよう。

7 生産物販売者の所得は、その生産物価格にその生産物数量を乗ずることにより計算できるわけである。それゆえ、一般には生産物数量の供給を増加することにより、その所得を増加できるわけであるが、しかし問題はそれほど容易ではない。というのは国有林材を安く払下げてもらつた地元山村民自体は、所得を増大しうるであろうが、木炭生産全体の立場からみるとときには、かえつて逆に製炭よりうる総所得

が減少し、木炭の生産により所得を得ている人々の経済水準を低下させることもあるからである。しからばかかる現象はいかなる場合に発生するであろうか。理解を容易にするために図をもつて説明してみよう。第 1 図に示されるごとく需要は一定として供給のみが変化



第 1 図

ならびに（b）はともに供給が同じように増加したことを示しているが、（図においては $ss \rightarrow s's'$ の変化）第1図（b）の価格下落の方が（a）よりもヨリ激しい。そして（b）においては、明らかに価格下落後の総所得（ $M'E'N'O$ ）は、下落前の総所得（ $MENO$ ）よりも小さくなっている。これに対して第1図（a）においては逆に価格下落後における総所得（ $M'E'N'O$ ）の方が価格下落前の総所得（ $MENO$ ）よりも大きくなっている。一体かかる相違はどこから生ずるのであろうか。読者は第1図を一見して容易に第1図（a）の需要曲線 dd の傾斜が、（b）の需要曲線 d_1d_1 の傾斜よりも緩であることを見いだすであろう。このことは経済学的には何を意味するというのか。需要曲線の傾斜は数学的に表現すれば、 $\frac{dD}{D} \div \frac{dP}{P}$ である。すなわち、需要数量の変化率を価格の変化率で割つたものである。この値を経済学では需要の価格弾力性（一般に需要弾力性といわれている）というのである。それで上述の事実を、この用語をもつて再言すれば、第1図の（a）需要曲線は（b）のそれよりも需要弾力性はより大きいといえるのである。そこで次のように結論しよう。^{*1}

- ① 供給の増加は、需要が非弾力的であるならば価格を最も大きく引き下げ、需要が比較的弾力的であるならば価格に影響することはすくない。そしてまた、
- ② 需要が非弾力的である場合には一弾力性係数が1以下の場合一供給の増加（生産量の増加）は価格を引き下げて、そして結果的にその価格に生産数量を乗じた総所得をかえつて減少させる危険をもっている。需要が弾力的である場合にはかかる危険性はすくない。実際のどのくらい総所得を変動させるかについては供給の変動の大きさと、需要弾力性の大きさに依存する。さて、ここで本題にもどろう。

木炭の需要弾力性は一般論的にいつて小さいと考えられている — ここで一般論的にと特にことわつたのは、個々の具体的木炭市場においては、その大小は全く区々で一概にはいえないからである（一般論的な木炭需要構造の性格については拙著「林産物価格形成の理論的研究」林業試験場研究報告第72号ないし木炭需要構造の研究、「林業経済」第55号を参照）。それゆえ無計画的な木炭生産量の増加は、場合によつては払下げをした地元民の所得は増大し得たとしても、山林経済全体からみた場合には、かえつて所得を減少させるということがとき現象を生じないともかぎらない。

8 昭和28年には国有林は冷害対策として薪炭原木約350万石余を払い下げたが、この年は前半期に襲つた風水害のために前半期の木炭生産量が例年よりも減少していたので、本年度全体の生産実績は約213万5千トン余で、昭和27年度の204万8千トン余に比較して約9万トンの増加を示しているが、しかしこの生産量は昭和26年度の213万トンと同程度であり、そのために理論的に懸念されるがとき事態も発生しなかつたが、今後とも国家がかかる問題に対処する場合には、充分慎重に具体的な市場構造に立脚した需要ないし供給構造の正確な理解の上に、木炭生産量の増減の市場に及ぼす影響を検討して遺憾の点のないように政策を遂行すべきであろう。

9 かかる問題は木炭にかぎつたことではなく、最近林政上問題をかもしている昭和29年9月26、7日襲来した15号台風による5千万石余—このうち針葉樹は約3千7百万石余—に達する北海道風倒木の処理問題についても同じようなことがいえよう。これらの問題に合理的に適確に応じうするためには、木材、木炭等の林産物市場構造に対する深い理解を前提とするのである。かかる理解の欠除したままに冷害対策また風倒木処理問題を政治的に実行する場合、林産物市場に思わざる影響を及ぼし、すすんでは国民経済の厚生を阻止するがとき事態を招来しないともかぎらない。

*1 川田寿：サムエルソン経済学 三和書房（昭・29.） p. 300

以上いくつかの実例をあげて消費者、生産者といった私的個人の立場からと、国家の政策遂行の立場からいかに木炭市場構造に対する理解なり研究が必要であるかについて説明してきた。説明に引用した具体例は木炭市場構造研究の意義よりみればごく一部分にすぎないが、これにより具体的に市場構造研究の意義について説明し得たことと思う。以上のべきたつた市場構造研究の意義はただ単に木炭市場構造研究の意義であるのみでなく、一般的な市場構造研究の意義に通ずるものである。

第 2 章 市場の意義と研究の方途

その 1. 市場とはなにか

10 福田敬太郎博士は市場という言葉の意味を二つの概念に大別されている。^{*2} すなわち、「具体的市場」concrete market を意味する場合と、「抽象的市場」abstract market を意味する場合とである。まず前者の市場の意味であるが、それはわれわれが日常語でいちばと表現している場所ないし建造物を指すのである。ある場合には売買取引のために来集する人々の集団をも意味することがある。具体的市場の意味で使用されている場合は、普通に木材市場、青果物市場、魚市場、公設小売市場、中央卸売市場または証券市場、商品取引所の開設する先物市場、あるいは「組織的市場」organized market、「持続的市場」continuous market、あるいは歳市、週市などにみられるわけである。後者の抽象的市場とは「汎く売買取引のおこなわれる社会的領域もしくはすべて売買に加わるものの抽象的社会的関係」^{*3} である。平たい言葉で表現すれば、市場とは沢山の需要者と供給者とが貨物の交換もしくは売買する場所である。さらにいいかえれば、市場とは需給の遭遇する場所をさすのである。^{*4}

11 市場という意味は、如上のように大別して二つの意味に使用されているが、われわれが学問的に市場構造の問題を取り扱う場合には、前者の意味の市場ではあまりに意味がせますぎるので後者の抽象的市場の意味に理解するのである。ところで、このように沢山の需要者と供給者の遭遇する市場においては二つの機能が遂行される。その一つの機能は価格形成であり、もう一つは商品配給 marketing の機能である。くわしくいうならば商品の生産者から消費者への場所的ならびに時間的流通を遂行するわけである。このように市場の機能は二つに分けて考えられるが、斎藤一夫氏は^{*5} これについて「第 1 の機能を重視

*2 福田敬太郎：市場論 p. 1

*3 内地 廉吉：改修商業学概論 p. 26

*4 トムセン TOMSEN は彼の著書 Agricultural marketing, p. 87 において市場の概念について次のごとくのべている。

「市場とは本質的に同質的条件にある供給ならびに需要の遭遇する取引場所をいう。A market is a trading area in which substantially homogeneous conditions of supply and demand are encountered」と定義し、またさらに「同質的条件にある需要ならびに供給の性格については、

① 地域内における生産物の可動性 ① free mobility of the product within the area ならびに ② 地域内における潜在購入者および販売者間の連絡の容易さ ② easy communications among potential buyers and sellers in the area」の二者の条件をあげている。このことからいってトムセンのいう市場は、抽象的意味の市場であるとともに完全競争市場を意味しているように思われる。しかし、現在においてはトムセンのあげた 2 条件を具備しない不完全競争市場ないし独占市場が一般的になつていたので、市場という場合必ずしも同質的条件にある供給および需要を前提すると限定しない方がよいのではなかろうか。

*5 斎藤一夫：市場についての覚書 農業総合研究 農林省農業総合研究所 8, 2

して概念すれば市場は価格形成の場となり第二の機能を強調すれば市場は商品流通の組織として概念される。この二つの市場概念は市場現象に対する従来の学問的接近法における二つの大きな流れに相応するものである。国民経済学の立場においては市場は、第一義的には価格形成の場と考えられ、価格形成に対して市場のもつ意味が追求される。この場合、商品の流通は価格形成機能によつて代表される市場活動の副次的な結果と見なされる。これに対して商業学的な立場においては、商品が生産者から消費者にもたらされるまでの具体的な流通事情の究明が主眼であり、市場の価格形成機能は輸送・金融・保険などと共に商品の流通を可能ならしめる一つの条件にすぎなくなる。われわれは経済的接近法において採用されている市場概念が「価格形成」の場であり、商業学的な接近法に應ずる市場概念が「商品流通の組織」であると考え⁶とのべておられるが、このように価格形成の場として市場をとらえるのが経済学的な接近方法であり、商品流通の組織として市場をとらえるのが商業学的接近方法であると明確に断定することには異論を生ずると思うが、しかし理想型としてこのように分けて考えることには問題はないであろう。以上市場の概念ならびに市場分析接近方法について若干触れたが、つぎに後者の市場分析の方法についてヨリくわしく検討をしてみよう。

その 2. 市場構造分析の方途

12 われわれが研究の対象にする市場とは、沢山の需要者と供給者の遭遇する場所、すなわち、抽象的市場を意味すること、かかる場合にそこには二つの機能、すなわち、価格形成機能ならびに商品配給の機能があること、そして従来国民経済学においては前者の機能を重要視し、商業学においては後者の機能に重点をおいて理論を構成してきている。いいかえれば抽象的市場構造分析の接近方法にはまず大別して経済学的接近方法と商業学的接近方法の存在していることは前述したが、では一体実際にわれわれが抽象的意味における林産物市場構造を分析する場合、この二つの接近方法をどのように取り扱つていつたらよいものであろうか。

13 この二つの立場をいかによく組み合わせ、またどのように重点をおいて分析をおこなうかは研究者の明らかにせんとする研究企図によるわけで一概にその接近方法はこのようにすべきであるという結論をだすことは不可能であるが、われわれはわれわれの研究目的から次のようなプログラムをたてる。^{*6} まず、商業学的な立場から具体的に市場の構造について触れる。ついでこのうえに経済学的観点より市場構造を検討するわけである。さらに具体的にそのプログラムを説明すれば、商業学的観点からの分析としては①商品流通の前提としての需給状況、②商品流通段階別の市場組織と市場の類型③流通の担当者とその活動④市場機能と取引様式等の考察がなされる。経済学的観点よりの分析方法としては、流通段階別の価格形成はいかにおこなわれ、またいかなる性格をもっているのかについて触れるわけである。以上が商品市場構造研究の具体的なプログラムのあらましであるが、具体的な木炭市場構造の分析にすすむ前に若干上述の経済学的市場分析の方法について考察しておくことが便利なので、以下この問題について説明しよう。

その 3. 経済学的市場分析方法のあらまし

14 経済学的な市場分析においては上述のごとく主として価格形成に対する市場のもつ意味が追求され

^{*6} 市場分析の接近方法については、斎藤一夫氏の「市場についての覚書」に非常に明快に、論述されているので、この問題について関心をもたれている方は、このレポートを参照のこと。

る。くわしくいうならば商品別，流通段階別の各市場が完全であるか，また不完全ないし独占的性格をもっているか，もし不完全ないし独占的性格をもっているならば，その価格形成はいかなるメカニズムをもっているのかについて触れるものである。これらの問題に答えるための経済理論について以下説明してみよう。

15 ワルラス，パレート等のローザンヌ学派の経済理論，あるいはデエボンズ，メンガー，マーシャルなどの諸理論は微視的経済学 micro-economics，あるいは微視的分析 microscopic analysis といわれる。かかる理論の特色は「価格分析」 price analysis を中心用具にしている点にある。このような性格をもった伝統的経済学はさらに完全競争市場を前提とした完全競争理論と独占市場を前提とした独占理論とに分けられよう。完全競争理論は主として上述のごとき完全競争市場を前提とした価格形成のメカニズムを取り扱うものであるが，この場合の完全競争市場の条件としては，普通 ①売買参加者の完全な市場知識，②財の完全な移動可能性，③価格の所与性，④均衡価格を成立させるための特殊な取引方法などの諸条件があげられる。このような条件の一つでもかけた不完全競争市場の価格メカニズムについては，伝統的理論ではもつとも極端なケースである完全独占市場以外その分析は不可能であつた — 完全独占市場というのは供給者あるいは需要者のいずれかが，1人で完全に市場を支配している市場であり，かかる完全独占市場における価格メカニズムについてはクウルノオにより理論が構成されている。COURNOT, A.: Recherches sur les Prineipes mathématiques de la Théorie de la Richesses. Paris (1838) —。元来伝統的経済学では，完全独占以外の無知とか摩擦に起因する不完全競争市場はおそかれ早かれ時の経過とともに消滅すべきもので，永續すると考えられず，結局は完全競争市場に収斂する。したがつて，かかる不完全競争市場は完全競争理論で理解できると考えるのである。しかしながら，現実の経済は完全競争市場でもまた完全独占市場のいずれでもない不完全競争市場の場合が一般的であり，またこの市場は，伝統的経済学のみのごとく一時的なものでなく永續的なものである。この事情についてウィリアム・ニコルズはつぎのようにのべている。すなわち「需要独占および供給独占と同様に完全購買競争ならびに完全販売競争が極端な場合であることは，もしわれわれが，この定義の硬直性に直面する実際例を考えるならば明白となる」と。^{*7}

また「それ故一般的にはわれわれは現実の世界においては完全需要独占あるいは完全供給独占といった

第 1 表

Buying side 買 手 側	Seller side 売 手 側		
	Many sellers 売手多数	Few sellers 売手少数	One seller 売手 1 人
Many buyers 買 手 多 数	pure competition 純 粋 競 争	Oligopoly (duopoly) 供 給 寡 占	monopoly 供 給 独 占
Few buyers 買 手 少 数	Oligopsony (duopsony) 需 要 寡 占	Bilateral oligopoly 双 方 寡 占	Monopolistic Oligopsony 準 供 給 独 占
One buyer 買 手 1 人	Monopsony 需 要 独 占	Monopsonistic Oligopoly 準 需 要 独 占	Bilateral monopoly 双 方 独 占

*7 NICHOLLS, W. H.: Imperfect competition within Agricultural Industry, p. 12.

極端な場合のかわりに、独占の要素が完全競争と或結合をなしているのを一般に見出すであろう^{*8}。このような市場形態における価格メカニズムを取り扱った理論こそ完全競争市場および完全独占市場の2市場を理論の一番極端なケースとして含んだ不完全競争理論(ロビンソン夫人)ないしは独占競争理論(チエンバリン)といわれるところのものである。不完全競争市場の形態については代表的なものとしてスタッケルベルグ^{*9} オイケン^{*10} などのものがあるが、ここではスタッケルベルグの分類を引用してみよう。これについては第1表に示されるように、単一の買手が多数の売手に直面するとき「需要独占」monopsony といい、数人の買手が多数の売手に直面するとき「需要寡占」oligopsony or duopsony と称する。供給におけるこれに対応する言葉は「供給独占」monopoly 「供給寡占」oligopoly or duopoly である。この他売手、買手ともに1人である、いわゆる「双方独占」bilateral monopoly や1人の売手が数人の買手に直面する、いわゆる「準供給独占」monopolistic oligopsony, また、1人の買手が数人の売手に直面する「準需要独占」monopsonistic oligopoly, このほか、買手少数が売手少数に直面する「双方寡占」bilateral oligopoly などがある。ここで焦点をもとにもどそう。

16 如上的ように不完全競争市場が一般的である現実の市場を経済学的にとりあげる場合には伝統的な完全競争理論または完全独占理論では取り扱うことはできない。これについてニコルス・カルドゥルは「伝統的価値理論のおもなる欠点の一つは、その非現実的前提であつて、理論の結論と現実の経済とが明確に背離することの直接の原因はここにある。戦後の経済思想の最も重要な進歩の一つはこのことの確認である」^{*11} とのべている。しからばかかる矛盾をもつた伝統的理論に対抗する不完全競争理論 The Theory of Imperfect competition ならびに独占的競争理論 The theory of monopolistic competition とは何か。これらの理論はまずピエロ・スラファ P. SRAFFA^{*12} がマーシャルの「収獲逦増法則と均衡」との関係に関する理論の批判として展開し、その後、ロビンソン^{*13} チエンバリン^{*14} ならびにハロッド^{*15} などにより組織的に展開されているものである。

17 ここでは最も代表的であるロビンソン、チエンバリンの両理論をとりあげてみよう。以下この両理論の概要と、理論の相違について簡単に説明することにする。

ロビンソンとチエンバリンの両理論はそこで利用されている分析用具に関してはよくにているが、その性格については相当相違があるといわれている。まず両理論の差異を結論的にのべれば、ロビンソン理論が「市場分裂」division of market に中心を置くのに、チエンバリン理論は「生産物あるいは商品分化」differentiation of the product を中心におくものといえるであろう。^{*16}

*8 NICHOLLS, W. H.: 前掲書^{*7} p. 12~13.

*9 STACKELBERG: The Theory of the Market Economy (1952)

*10 大泉行雄訳: オイケン国民経済学の基本問題 実業之日本社(昭. 18)

*11 KALDOR, N.: Mrs Robinsons "Economics of Imperfect Competition" Economica Aug. (1934) p. 335 青山秀雄: 独占の経済理論 p. 261 より再引用

*12 SRAFFA, P.: Law of Returns under competitive conditions. (1926)

*13 ROBINSON, J.: Economics of Imperfect competition. (1933)

*14 CHAMBERLIN, E.: Theory of monopolistic competition. (1933)

*15 HARROD, R. F.: Doctrines of Imperfect competition. (1934)

*16 これについては ①斎藤一夫: 市場についての覚書 ②豊崎稔: 独占 ③チエンバリン前掲書
*14 p. 191~218 を参考

18 まず、ロビンソン夫人の不完全競争理論についてその概要を説明しよう。夫人の理論によれば、ある 1 商品には必ず一つの市場が存在するとはいえないという。それは 1 商品に対する市場は、①需要側か、②供給側か、あるいは ③需給の双方に存在する理由、このうち特に需要側における理由により、①輸送に要する費用や市場知識の不足が原因となり、「空間的に」また ②売手または買手の信用、提供するサービスの良否などの原因による「売手買手の人格的に」あるいは ③価格の時間差は持越費用をもつてしても説明し得ないいわゆる「時間的」のいずれか、またいずれかの組合わせの原因により、いくつかの市場に分裂する。かくて最初一つと考えられていた市場は現実には上述の理由によりかぎりなく細分化されてゆき、最後には無数の細胞的市場よりなる複雑な市場複合体としてとらえられるようになる。しかもロビンソン夫人は一つ一つの細胞的な市場は独占要素の加味された完全市場 — 伝統経済理論のいう完全競争市場の条件のうち「独占の存在しないこと」という 1 条件を欠除した市場いいかえれば無知という要因の存在しない市場 — の形態をなしているという。いいかえれば各生産者はそれぞれ自分の産出物を独占するという意味で各個の生産者、したがって各個の販売者は独占者であると理解するわけである。それゆえ数多の独占者が完全市場において商品を販売するとき完全競争市場となり、独占者が少数独占的市場において商品を販売するとき独占的競争（ロビンソン夫人は不完全競争市場という）となる。いずれの場合においても独占者はその利潤を最大ならしめるとく行為するという唯一の前提のもとに限界原理が利用される。ロビンソンは「われわれは独占という語をただその字義どおりの意味に理解して、単一の販売者という意味に解釈すべきである。そうすれば独占の分析は直ちに競争の分析をそのなかにふくんでしまうことになる」といつている。^{*17}

以上がロビンソン夫人の不完全競争理論の概要であるが、つぎにチエンバリンの独占理論についてのべよう。

19 チエンバリンの独占競争理論は商品分化に観点を置いているということは前述した。これについて説明してみよう。

なにをもつて一つの商品と見なすかという問題を考えるとなかなか困難な問題であることを知る。かりに同一需要を満たすべく互に競争関係にある諸品種をもつて同一商品として取り扱うとすれば、あらゆる品種はなんらかの程度において代替関係にあるからあらゆる品種がすべて同一商品と見なされ、全く妙なことになる。また逆に等質的な品種のみを同一商品と見なせば、各生産者の生産物はなんらかの意味で互に完全に等質的ではないから各生産者の生産物はすべて別種商品となり、全く競争関係が存在しないことになる。それゆえ商品の異質性を追求してゆくと通常一つの商品と見なされている商品も品種、等級、銘柄および等級別に無限に細分されている事実を容易に見いだすであろう。これが商品分化にほかならない。しかもこのような商品の細分はおのずから売手、買手の分割を意味するので、商品分化の程度に比例して商品の市場も細分されてゆく。古典的には一つの市場と見なされていた市場も不完全な代替関係により結合されている一群の単位市場の複合体として理解され、1 物 1 価の法則は否定される。このようにチエンバリンは生産物ないし商品の分化の存在するところでは、どこでも伝統的な意味における独占の理論が適用されるとともに、競争の原因も、また代替品が各独占者の生産物に対する需要の弾力性に影響をおよぼすとの認識によつて充分考慮に入れられると考えるのである。以上がチエンバリンの独占的競争理論

*17 ロビンソン前掲書 *13 p. 5

のあらましである。この説明によつても、両理論の理論武器の類似性にもかかわらず、両理論の間には、とらえ方に大きな差異のあることを見いだすであろう。

20 以上要約するに近代経済学における市場の理解は、市場分化—ロビンソン理論—および商品分化—チェンバリン理論—といった見方の相違はあるが、ある商品市場は独占的要素をもつた、そして無知という要素の存在しないいくつかの完全市場により構成されているとみるわけであり、この場合ある一定市場が多数の完全市場により構成され、独占的要素が消滅してしまった場合には、その一定市場は完全競争市場であり、また独占の性格が完全市場数の増加により一般にもたらされる競争的性格の加入により、ある程度消滅したような、いいかえれば独占の性格と競争の性格の混合しているような市場を不完全競争市場—ロビンソン—乃至独占的競争市場—チェンバリン—と考え、この市場の価格決定機構について分析を加えているのである。

21 ここで一つの問題がある。それは近代経済学の対称とする不完全競争理論の中には無知という要因は考えていないということである。無知という問題は古典派経済学において考えられたと同様に早晩解消され完全市場に到達すると考えているわけである。

しかし、われわれが実際に具体的商品の市場構造を分析する場合には、ある段階の市場の中に無知という要因に起因する性格を強く見出すわけである。マーシャルはこのような性格の市場を摩擦市場といっているが、かかる市場はローザンヌ学派経済理論の市場概念からいえば明らかに不完全競争市場にほかならない。私はこのような性格の市場を便宜的に古典派経済学的意味における不完全競争市場として取扱うことにする。したがつて不完全競争市場といった場合、近代経済学的意味の不完全競争市場のほかにかういった市場もあわせて考えることにする。いいかえれば無知という要因も不完全競争市場を出現させる一つの要因であると考えすることにする。

22 両理論の発表後、トリファイン TRIFFIN^{*13} が、この両理論はあくまで部分均衡理論であると批判を下し、氏は一般均衡理論まで独占競争理論を拡充しようと企図したが、氏の理論にはまだ幾多の問題がのこされており、「それはチェンバリンの独占競争理論には保持された具体的内容と実践的意味とをますます失つて、空虚な形式理論に化する危険を内包している」^{*19} とも批判されているごとく現在のところ実践的理論としては幾多の難点があるようである。以上第2章においては市場の意義とその研究方法についてのべた。このような前提のもとで、以下木炭、木材およびパルプ材市場について考察をしてみよう。

*18 TRIFFIN: Monopolistic competition and General Equilibrium Theory. (1941)

*19 前掲書 *16 ②豊崎稔：独占 p. 192

第Ⅱ編 木炭市場構造の研究

第1章 序 説

1 木炭は各種の林産物のなかにおいて比較的われわれの日常生活に縁の深いものである。おそらく木炭は大部分の家庭で使用されているであろう。日常生活に縁が深いという点では建築用材、その他家具建具などもあるが、これらはある程度の耐久性をもち、木炭ほど手軽く日常生活にはいつていない。このように木炭は日常生活に相当深い関係があるにもかかわらず、木炭はどこで、どのように生産され流通されているか知っているものはすくない。また木炭生産者は、彼らは大部分それにより生計の大半を維持しているにもかかわらず、自分達の売値は都会の小売値とどのように関係があるのか、したがって、その流通の中間でどのように、まただれにマージンが形成されてゆくのかについても相当詳しく知っているものは案外すくない。このことがいかに彼らの上に損失をもたらしていることか。木炭流通の解明は、消費者、生産者さらには行政の上に非常に重要であることは前述したとおりであるが、従来木炭のみならず林産物全般にわたってその流通機構についての研究は非常に僅少であつた。

2 このことはごく大雑把にのべると今までの林業に関する研究が立木の生産段階までの過程に重点がおかれていたことによるものであろう。加工段階さらにその林産物が消費までにいたる林業経済全般の問題に関心をもつとき、当然流通の問題の重要性が生じてくるものである。

第2章 木炭市場の構造

その1. 木炭の需給状況は如何

3 まず木炭流通の出発点としての木炭の需給状況について一瞥しておこう。

戦時中ならびに戦後のひどい燃料事情も日本経済の回復とともに漸次立ち直り、昭和24年9月には石炭・コークス、12月には木材、翌年の3月15日には木炭の統制が撤廃されたのである。ここに、木炭は昭和14年11月以来10年余にわたる統制から開放されたわけである。昭和25年以降の木炭の需給状況は、第2表に示されるごとく、昭和26年度のみ需要量が供給量を若干超過したのみで、その後の年度においては供給量の方が若干需要量をオーバーしているがごとき状況で、その需給は一応均衡しているといえるであろう。ただ、この表より窺知しうる重要な現象は、昭和26年度より需要量が連年減少してきているといった事実である。このことは昭和26年度以降の急激な木炭価格の急騰による木炭需要の減少と、価格の急騰により刺戟された他の代替燃料すなわち煉炭、石油コンロ、プロパンガス、電熱、およびガスコンロなどの需要増大の傾向をしめしているものと考えられる。

4 つぎに木炭の需給状況について果別に窺つてみよう。年度別木炭生産量は第3表のとおりであるが、都道

第2表 年度別木炭需給表

年 度	供 給 量	需 要 量
	千トン	千トン
昭和25年	2,002	1,967
26	2,131	2,156
27	2,049	2,033
28	2,135	1,895

林野庁林産課調べ

府県を木炭生産量の大小の見地より眺めてみると第4表のとおりである。

年産 10 万トン以上の都道府県—以下単に県と呼称する—は、岩手、福島、高知の3県である。この3つの県で全体の約 20 %余の生産を占めている。10 万～5 万トンの生産県は 15 県であるが、この中でも島根（8 万 2 千余トン）北海道（8 万 8 千トン）の木炭生産量は非常に多い。それゆえわが国の代表的生産県としては、岩手、福島、高知、島根および北海道などがあげられよう。つぎに消費量について、生産量の場合と同様に、消費数量の大小の見地より都道府県を階層区分して考えてみると第5表にみられるごとく、年間消費量 10 万トン以上に属する県は、東京、第Ⅱ階層の 10 万～5 万トンに属するものに北海道以下9県、第Ⅲ階層（5 万～1 万トン）に属する県は青森以下 34 県、第Ⅳ階層の 1 万トン以下に属する県は香川、佐賀の2県である。全国年間消費量の約 11% を東京が占め、第Ⅱ階層では約 31%，第Ⅲ階層では約 57 %，第Ⅳ階層では僅か 1 %と、それぞれ占めている。以上の木炭生産状況ならびに消費状況から、大体各都道府県の木炭需給上に占める位置は窺知できるのであろうが、しかし木炭の流通といった見地より各都道府県の木炭需給の事情を知るにはむしろ各都道府県の生産量と消費量との差における需給状況が大切である。そこでこのことを検討するために、各県別に生産量と消費量との差を作ってみると、その結果は第6表のごとくなる。この差が正值を示す場合にはその県は大雑把にみて、自分の県内で生産した木炭でまかなえることを意味し、また負値なる場合には、県内の生産量によるのみではまかなうことができ

第3表 県別木炭需給表 (昭和 27 年度林野庁調査)

都府県別	木炭生産量 (A)	木炭消費量 (B)	A—B	都府県別	木炭生産量 (A)	木炭消費量 (B)	A—B
北海道	88,878	76,329	12,549	滋賀	17,870	22,277	— 4,407
青森	53,524	41,996	11,528	京都	22,950	50,111	— 27,161
岩手	181,056	32,732	148,324	大阪	2,047	64,597	— 62,550
宮城	53,447	52,362	1,085	兵庫	47,407	64,264	— 16,857
秋田	56,330	39,376	16,954	奈良	10,629	11,567	— 938
山形	57,228	48,754	8,474	和歌山	28,855	16,130	12,725
福島	117,384	54,376	63,008	鳥取	32,416	16,533	15,883
茨城	25,220	28,246	— 3,026	島根	92,439	28,157	64,282
栃木	35,860	27,762	8,098	岡山	46,827	24,067	22,760
群馬	40,337	36,350	3,987	広島	61,957	48,381	13,576
埼玉	5,203	34,445	— 29,242	山口	42,873	41,599	1,274
千葉	14,450	35,563	— 21,113	徳島	32,087	15,558	16,529
東京	12,530	195,111	— 182,581	香川	2,801	9,913	— 7,112
神奈川	7,913	61,517	— 53,604	愛媛	54,779	29,444	25,335
新潟	65,007	60,531	4,476	高知	117,762	21,014	96,748
富山	13,425	26,918	— 13,493	福岡	14,542	38,773	— 24,231
石川	41,787	30,707	11,080	佐賀	7,446	7,794	— 348
福井	44,486	27,174	17,312	長崎	21,702	21,341	361
山梨	33,727	15,846	17,881	熊本	35,050	20,140	14,910
長野	55,303	42,311	12,992	大分	50,419	20,424	29,995
岐阜	62,145	40,216	21,929	宮崎	60,589	20,350	40,239
静岡	37,251	43,166	— 5,915	鹿児島	69,825	25,862	43,963
愛知	12,341	71,878	— 59,564				
三重	60,764	35,173	25,591	合計	2048,841	1777,135	271,706

第4表 木炭生産量 (階層別都道府県別)

I 年産10万屯以上		II 10万屯～5万屯		III 5万屯～1万屯				IV 1万屯以下	
岩	手	北	海	茨	城	福	井	埼	玉
福	島	青	道	栃	木	静	岡	神	奈
高	知	宮	森	群	馬	滋	賀	佐	川
		秋	城	東	京	兵	庫	大	賀
		山	田	千	葉	和	山	香	阪
		新	形	石	川	岡	山		川
		長	瀧	山	梨	徳	島		
		岐	野	愛	知	長	崎		
		三	阜	京	都				
		島	重	奈	良				
		広	根	鳥	取				
		愛	島	山	口				
		大	媛	福	岡				
		宮	分	熊	本				
		鹿	崎	富	山				
		児	島						
3 県		15 道県		23 都府県				5 県	
20.3%		46%		32.4%				1.3%	
416,202		942,634		664,595				25,410	
合 計				2,048,841				100.0%	

第5表 木炭消費量 (階層別都道府県別)

I 10万屯以上		II 10万～5万屯		III 5万屯～1万屯				IV 1万屯以下	
東	京	北	海	青	森	滋	賀	香	川
		宮	道	岩	手	奈	良	佐	賀
		福	城	秋	田	和	山		
		神	島	山	形	鳥	歌		
		新	川	茨	城	岡	取		
		愛	瀧	栃	木	広	根		
		京	知	群	馬	山	山		
		大	都	埼	玉	徳	島		
		兵	阪	千	葉	愛	口		
			庫	富	山	高	媛		
				石	川	福	知		
				福	井	長	岡		
				山	梨	熊	崎		
				長	野	大	本		
				岐	阜	宮	分		
				静	岡	鹿	崎		
				三	重	児	島		
1 都		9 道府県		34 県				2 県	
11%		31.3%		56.7%				1%	
195,111		555,965		1,008,352				17,707	
合 計				1,777,135				100.0%	

第 6 表

余剰生産量ならびに余剰生産県					超過消費量ならびに超過消費県			
I +10万屯 以上	II +10～5万屯	III +5～1万屯	IV +1万～0屯	IV 0～-1万屯	III -1～5万屯	II -5～10万屯	I -10万屯 以上	
都 道 府 県	岩手148,324	福島 63,008	北海道12,549	宮城 1,085	茨城 3,026	埼玉29,242	神奈川56,604	東京182,581
		島根 64,282	青森 11,528	山形 8,474	静岡 5,915	千葉21,113	愛知 59,564	
		高知 96,748	秋田 16,954	栃木 8,098	滋賀 4,407	富山13,494	大阪 62,550	
		宮崎 40,239	石川 11,080	群馬 3,987	奈良 938	京都27,161		
		鹿児島43,963	福井 17,312	新潟 4,476	香川 7,112	兵庫16,857		
			山梨 17,881	山口 1,274	佐賀 348	福岡24,231		
			長野 12,992	長崎 361				
			岐阜 21,929					
			三重 25,591					
			和歌山12,725					
			鳥取 15,883					
			岡山 22,760					
			山口 13,576					
			徳島 16,529					
		愛媛 25,335						
		熊本 14,910						
		大分 29,995						
県数	1	5	17	7	6	6	3	1
合計	148,324 19.0%	308,240 39.3%	299,529 38.2%	27,755 3.5%	21,746 4.2%	132,097 25.8%	175,718 34.3%	182,581 35.7%
総計	783,848 100.0%			512,142 100.0%				

ず、他県よりの購入をまたなくてはならぬことを意味するものであろう。差額の正值をしめす余剰生産県としては、10万トン以上の余剰をしめす第Ⅰ階層県としては岩手ただ1県、10万～5万トンの余剰をしめす第Ⅱ階層県は5県、5万～1万トンの余剰をしめす第Ⅲ階層に属するものは17県、1万トン以下の第Ⅳ階層に属するのは7県である。総余剰生産量中に占める割合は、第Ⅰ階層が、したがって岩手県が約19%、第Ⅱ階層が約39%、第Ⅲ階層が約38%、第Ⅳ階層が約4%である。第Ⅰ階層の岩手県ならびに第Ⅱ階層の高知、島根および福島の4県で約47.5%となかばを占めているわけであり、この点ならびに前述したこれらの県の総木炭生産量の点からみても、これらの4県は、木炭流通上からいつて、わが国の代表的な木炭生産県であるということができよう。また、差額の負値を示す超過消費県は、10万トン以上の第Ⅰ階層に属するものは東京都ただ1つ、10万～5万トンの第Ⅱ階層に属する県は神奈川県—特に横浜市が重要—、愛知—特に名古屋が重要—大阪の3府県である。5万～1万トンの第Ⅲ階層に属する県は埼玉県以下の6県であり、1万トン以下の第Ⅳ階層は茨城以下の6県である。総超過消費量中に占める各消費階層の割合は、第Ⅰ階層では約36%、第Ⅱ階層では約34%、第Ⅲ階層では約26%、第Ⅳ階層では約4%である。第Ⅰ階層と第Ⅱ階層の4都府県で全体の約70%を占めていることは注目されるべき現象である。このことは木炭生産の方は比較的にいつて、多くの県により分散的に生産されているのに、消費はわずかの都府県により集中的に消費されていることを意味するものであろう。このことはともかくとし

て、超過消費量に関する検討と上述の県別木炭消費状況の考察よりみても、東京、大阪、神奈川ならびに愛知の 4 都府県がわが国における主要な消費地、特に木炭流通上重要な消費地であるといえるであろう。以上が木炭需給の概要であるが、以下さらに木炭の供給ならびに需要について説明してみよう。

5 まず木炭の供給についてであるが、上述のごとくその供給は一定の価格条件において、需要に対して一応均衡していると考えられるが、つぎに木炭供給を、その背景になつてゐる森林資源との関連において考察してみよう。

第 7 表 森 林 蓄 積 量 (単位 100 万石)

国 有 林			民 有 林			合 計		
用 材	薪 炭 材	計	用 材	薪 炭 材	計	用 材	薪 炭 材	計
2,049	1,057	3,106	2,010	990	3,000	4,059	2,047	6,106

林野庁調 昭和 27 年度

第 8 表 標 準 年 伐 量 (単位 100 万石)

国 有 林			民 有 林			合 計		
用 材	薪 炭 材	計	用 材	薪 炭 材	計	用 材	薪 炭 材	計
30	16	46	62	52	114	92	68	160

経済的条件を考慮せぬ場合の利用可能森林蓄積量は第 7 表にみられるとおりであり、その標準年伐量は第 8 表のとおりである。このように薪炭林の標準年伐量は約 6,800 万石余、これに対して現在の生産量を基準にすれば木炭とするもの約 6,000 万石、薪とするもの約 5,000 万石といわれている。以上の数字はその正確度において相当問題があろうが、とにかくわが国の薪炭林の蓄積からいえば、この供給量は過伐であるといつても誤りはないであろう。木炭価格が他物価に比べてより急騰してきたという現象の裏には需要の急激な増大と薪炭資源の過伐より招来した原木不足、いいかえれば、生産費の高騰にその一半の理由のあることは注目すべきことである。

6 つぎに木炭供給の特徴を理解するために、木炭の生産を担当している生産形態とその性格について考察してみよう。

木炭の生産はその大部分が零細な資本による副業生産である。この事情は第 9 表より明白に知りうるであろう。

つぎに農家経済に占める製炭収入の地位について触れてみよう。山村における農家収入の主要な項目は

第 9 表

専 兼 業 別		自ら製炭に従事する世帯数	専ら製炭夫を雇用して製炭をする世帯数	会社その他の団体経営数	合 計
専 業 兼 業	専 業	24,837	2,220	1,432	28,489
	第 1 種 兼 業	47,685	1,783	466	49,934
	第 2 種 兼 業	135,393	1,313	149	140,507
	計	183,078	5,316	2,047	190,441
合 計		207,915	7,536	3,479	218,930

第10表 農業以外の収入に占める林業収入の割合
(29年全国平均1人当り)

収入別	金	額
林業収入	17,129円	15.9%
農外事業収入	10,170	9.4
事業以外の収入	80,515	74.7
農外収入総額	107,814	100.0

農林統計局調査部調

第11表 林業収入の内訳
(昭和26年度)

項目	金額	現	金	%
用材及び薪炭原木	4,813円			29.7
薪および木炭	10,648			65.8
その他の林業収入	727			4.5
計	16,188			100.0

第12表

山林所有規模	調査数	米穀	雑穀	養蚕	タバコ	計	1戸平均	自営製炭	1戸平均	A/B×100	総計	金1戸平均
1町未満	11	330,250	161,800	118,776	81,780	672,606	61,146	667,100	60,645	49.8%	1,339,706	121,790
1町～5町	4	301,958	72,600	186,627	85,027	646,212	161,553	176,800	44,200	36.7%	823,012	120,575
5町～20町	4	317,310	62,100	144,779	—	524,189	131,047	105,500	26,375	16.8%	629,689	175,422
20町～50町	1	96,102	15,500	75,695	—	187,297	187,297	46,000	46,000	19.7%	233,297	233,297
50町以上	1	149,166	23,600	50,908	—	223,674	223,674	(460,000)	(460,000)	67.3%	683,674	683,674

(注) 本表は林業試験場経営部経済研究室調べによる。() は企業製炭である。昭和27年調査

製炭収入と林業賃労働である。木炭の収入は原木代、運搬費ならびに俵代などを差引いた 50 円程度が 1 俵当りの収入であるという。「林野の利用状況調査」によれば 1 農家の年間製炭量は 300 俵以上ということになっているので、製炭よりの現金純収入として年間約 1 万 5 千円余をうることになるわけである。全国平均 1 戸当りの林業収入は農業以外の全収入の約 16 % を占めているが（第 10 表参照）、それは主として木炭収入であるということよりみても木炭収入の農家経済における重要性は窺知できるであろう（第 11 表参照）。この点をさらに明確に知るために福島県田村郡都路村下道内部落における具体的な調査例をあげてみると、第 12 表にみられるごとく家計所得中に占める製炭収入は各山林所有規模を通じて、概略して平均 38 % くらいの割合を示しているが、この部落の総製炭量の少なくとも大半は山林所有規模 5 町歩以下の階層により製炭されているので、この部落における製炭者の収益中に占める製炭収入の割合は少なくとも 40 % 余であるといつてもよいであろう。以上が木炭生産を担当している生産者の生産形態ないしその経済的性格であるが、上述のごとき生産者の性格、すなわち、その形態は資本的に劣弱な兼業生産者であり、しかも彼らの所得中に占める木炭生産の位置は相当高いといった性格は、木炭価格形成の上に次の特徴をあたえる原因となつている。まず第一に、①木炭価格形成を不安定化し、他物価の変動に比較して、その価格変動を激しくしている。これについて若干説明しよう。木炭価格形成が供給面より安定的であるということは、木炭価格が高騰した場合には、その供給は増大し、逆に下落した場合には、その供給は減少しなくてはならない。このように供給量が価格のうごきに対応すれば需要条件一定の場合、木炭価格は一定水準に安定的におちつく傾向が強いわけである。上述のごとき木炭生産の特徴は、かかる価格の変動に対して、その安定的対応のうごきを阻害するか、時には安定的傾向と逆の方向をしめす可能性もある。すなわち、価格下落の場合を考えてみると、彼ら一木炭生産者一は生活維持上一定の所得を必要と

しているためにかえつて生産量を増加するといった現象、いわゆる窮迫販売もおこなわれることもある。また、同じような理由により価格騰貴の場合には、逆に生産量の減少の生ずる場合がある。②木炭価格の変動よりくる経済的損害は生産者にしわ寄せされる可能性がある。これを逆にみると、木炭価格の変動に起因する経済的利益は生産者に正当に帰属されない可能性がある。具体的例として天候温暖とか、あるいは別の原因により木炭価格の下落した場合を考えてみると、この場合には結局利潤の大きさは減少するわけであるが、かかる場合にも資本力のある原木供給者、仲買入および問屋などはやはり資本力の劣弱な木炭生産者の犠牲において一定のマージンを要求する場合もしばしばあるわけである。

7 つぎに木炭需要の概況についてのべよう。木炭の需要は、第 2 表に示されるごとく昭和 26 年 2,156,000 トン、27 年 2,033,000 トンと昭和 26 年以降少しずつであるが、漸次下降に転じてきている。これは木炭価格の逐年の急騰と、それにより刺戟された代替燃料の進出に主因があつたことは前述したとおりである。まず、木炭価格のうごきについて他物価との比較において考察を加えてみよう。昭和 25 年以降の価格の足どりは第 13 表ならびに第 2 図にみられるように傾向的には逐年上昇傾向をしめしている。これによると、木炭の価格指数は太平洋戦争後まだ統制の解除されなかつた昭和 21 年、22 年ならびに 23 年はそれぞれ 20.74、68.69 ならびに 178.50 といずれも消費財平均指数および米穀指数を上廻っていたが、統制末期の 24 年からは、これらの指数を下廻るようになったが、27 年になつて消費財指数 346.0 を 30.1 もしのいでいる。総平均物価指数ならびに生産財に対しては、昭和 24 年までは木炭価格指数は上廻っているが、25 年以降はそれより下廻っている。つぎに代替燃料との比較において木炭価格指数の大きさならびに変動の態様についてみよう。

これについては第 14 表ならびに第 3 図にみられるごとく電気ならびに木炭の価格指数は昭和 23 年以降逐年的に高騰の傾向をしめしている。これに対して他の燃料は明瞭に次の二つのことが知られる。第一には、これらの燃料はその価格指数の上昇率が電気、木炭に比較して激しくない。特に石油の価格指数の上昇率は一番緩であり、ついで煉炭価格の上昇率が緩である。第二には、コークス、煉炭ならびに石油は昭和 27 年までは上昇傾向をしめしているが、28 年にいたつて一様に下降に向つていくことである。如上的ような代替燃料の価格指数のうごきは必然的に木炭よりコークス、煉炭ならびに石油などへの代替の誘因を提供している。さらに石油、煉炭ならびに石炭などはその質の改善および燃料器具の改善等により

第 13 表 木炭と他商品価格指数の比較

23 年 1 月 = 100

	総平均	生産財	消費財	米穀	木炭	黒炭櫓	木材
昭和21年	10.13	21.85	16.19	13.36	20.74	21.55	—
22	56.61	60.09	52.86	49.54	68.69	69.47	—
23	150.40	148.80	152.20	146.00	178.50	183.00	135.00
24	245.40	230.10	262.00	260.70	249.70	258.10	191.70
25	290.20	298.10	281.50	293.70	264.10	274.90	217.50
26	402.70	458.60	342.60	360.50	328.20	344.40	321.50
27	410.80	470.80	346.00	409.70	376.10	400.50	372.60
28	416.20	—	357.70	—	453.70	—	—

日銀統計局物価係調

第 14 表

昭和 23 年 1 月 = 100

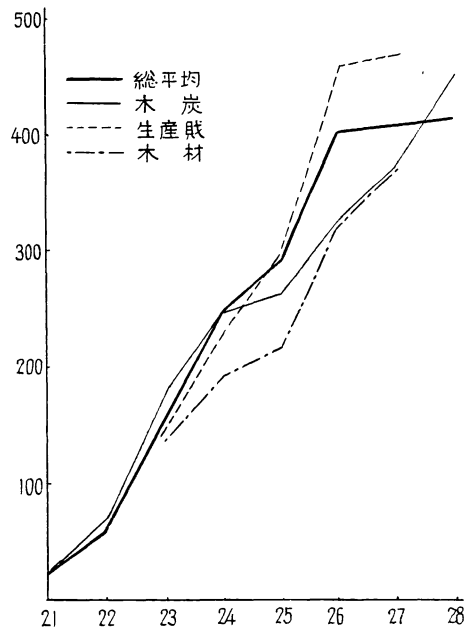
品目 年度	木炭	石油	コークス	煉炭	電気	ガス
昭和23年	178.5	145.5	143.2	148.0	215.5	130.4
24	249.7	193.4	213.2	185.6	342.6	231.5
25	264.1	189.7	212.1	203.2	407.7	359.1
26	328.2	239.1	237.0	252.5	443.9	421.1
27	376.2	250.6	328.9	295.1	621.3	495.5
28	453.7	238.8	316.1	290.3	686.8	554.2

日銀統計局物価指数係調

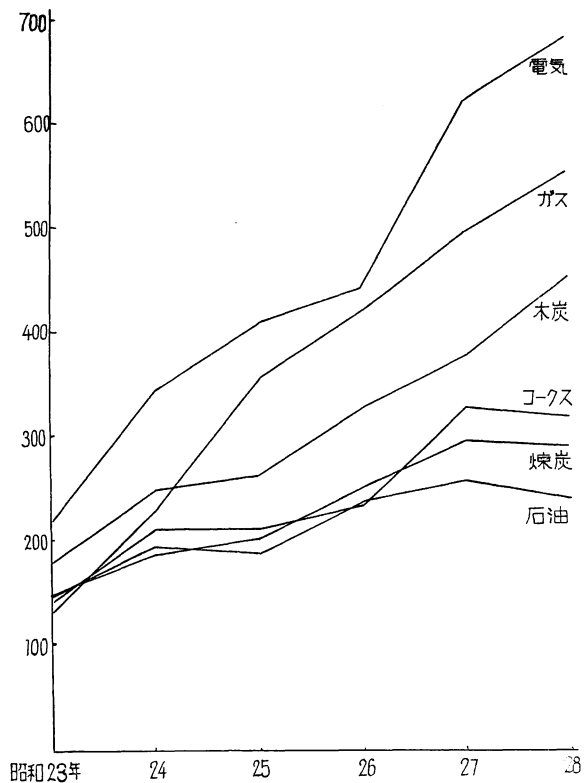
木炭よりの代替に拍車をかけているわけである。電気およびガスは木炭よりもその価格指数の上昇率は激しいが、その便宜さと効率の大きいことは漸次木炭よりの代替傾向をしめしている。こころみに単位カロリー当り所要価格をみると第 15 表のごとく、灯油—石油コンローが最低の 7 円 78 銭をしめし、木炭が 13 円 60 銭と最高費用をしめしている。

以上のごとく木炭はこのままの条件においては代替燃料との競争において漸次負けて、その需要は将来減少する可能性のあることも考えられる。

8 代替燃料のうごきは木炭需要にとって重要なので、さらに次におもな代替燃料である 煉炭、石油、ガス、電気およびコークスについて簡単に触れてみよう。まず煉炭および豆炭についてであるが、現在の全国年間生産能力は煉炭約 190 万トン、豆炭約 45 万トン余で、今後増産は大いに期待がかけられるという。煉豆炭は昭和初頭より企業的に生産され、その後漸次質的にも量的にも向上され、昭和 15 年ごろには年間約 33 万トンも生産需要され、家庭燃



第 2 図



第 3 図

第15表 単位カロリー当り所要価格

品 種	所 要 価 格
木 炭	13.60円
灯 油	7.78
煉 炭	7.86
ガ ス	10.34
薪	10.32

備考 ①黒炭ナラ割上の小売価格
500円を基準にした。
②単位は1千カロリー
宮崎県木炭協会「木炭協会報」より引用。昭和30年1月

料として不動の地位を確立するにいたつた。だが戦争による工場
罹災ならびに優良外国炭の輸入杜絶、良質国内炭の生産減により
昭和20年には年間約20トン余に減少するにいたつた。その後
工場の復興、優良外国炭の輸入開始—昭和27年末—するにいた
り、品質も急激に改善され、しかも他の燃料に対して格安な価格
で供給したので需要は急増し、昭和28年度には全国で年間100
万余トン、東京だけで昭和15年の20余トンを生産し、その販
売もその後好調に進展してきている。

2,000万ガロンが消費されているという。石油コンロは木炭価格が今ぐらいのままに続くならば、現在その
需要は一段落しているとはいえ、まだ厨房用としての木炭需要を侵蝕してゆくのではなからうか。つぎ
にガスについて説明しよう。^{*1}

10 ガスは戦前最盛期とみられる昭和17年と、戦後復旧が進展した昭和25～28年までの需給状態を比較してみると、年間生産能力および生産量は昭和26年にいたつてほぼ戦前の水準に到達した。さらに昭和28年は生産能力59%、生産量34.6%とそれぞれ戦前を上廻っているが、これに対して需要戸数はあ
いかわらず13.3%下廻っている状態である。この原因は生産が需要に対して非常に不足していることによ
るのである。すなわち、需要戸数1戸当りの使用量は67.7%ほど増加しているのに、一方工事未済数は
27年末6万7千戸、28年末8万戸ほどのこっていることによつてもしることができる。この旺盛な
需要に応ずるためには、設備の拡充が必要とされ、28年5月には通産省省議で「都市ガス施設5カ年計
画」を決定し、その実施にのりだした。この計画は目標を32年度において、人口の増加、生活水準の向
上を見込んで、有ガス都市における普及率を40%に引上げ需要戸数を28年の204万8千戸から273万
7千戸に、1戸当り使用量を894立方米から1,022立方米に増加し、総供給数量を27億立方米に達せし
めようと意図するものである。如上のようにガスも相当今後増産普及がすすめられ、木炭の需要はこの面
からも侵蝕される可能性がある。最後にコークスならびに電熱についてであるが、これは木炭と競合する
燃料という見地よりみてそれほど重要視されるものではないように思われるのでその需給についての説明
は省略する。以上が木炭と代替関係にある各種燃料の需給概況である。

その2. わが国における木炭市場の概況

11 わが国における主要木炭生産地ならびに消費地についてはすでに前述した。ここでは需要と供給の遭
遇する木炭市場という見地よりながめてみよう。消費地市場を考察の視点として考えると、当然上述の木
炭流通の見地よりみた主要消費地が主要消費市場としてあげられるわけである。すなわち東京、神奈川
(横浜)大阪ならびに愛知(名古屋)の4市場が主要消費地としてあげられよう。以下各市場についてそ
の構造、特色について触れてみよう。

12 まず最大の市場である東京市場についてであるが、東京市場については後ほどくわしくのべるのでこ

^{*1} 久井少一：家庭灯料雑感 旬刊燃料経済新聞 1680

ここではごく概略を説明するにとどめる。東京市場の1年間のだいたいの消費量は年間約1,300万俵余である。このうち約60%余が岩手県より供給されている。このほか秋田、福島、北海道ならびに青森などが岩手について供給し、さらに関東の諸県また遠く島根、和歌山および岡山といった関西の生産地からも若干供給されている。如上のようになんといつても東京市場は岩手がその供給の大半を占め、したがって、相場も東京の需要と岩手県の供給により決定され、他の供給県の相場はこれに準じて価格が決定されているのである。現在東京市場における木炭相場は黒炭ナラ丸上が基準になつている（最近黒炭ナラ割を基準に選ぶように決定され、昭和30年3月1日より実行されるようになった。この問題については後述することにする）。

13 つぎに神奈川市場についてであるが、神奈川市場は横浜市場により代表される。それゆえ横浜市場について説明することにする。

横浜市場は年間約250万俵消費している—神奈川県全体の消費量約450万俵—。そしてそのうち約60%を島根県より入荷している。それゆえ横浜市場の木炭価格相場は、横浜市の需要と島根県の供給との関係により決定されているのである。つぎに木炭生産地島根県の現状について若干説明してみよう。島根県の木炭生産は年間600余万俵、金額にして約20億円に達しており、農業、林業ならびに水産業とともに県内の重要産業としての地位を占めている。木炭生産に従事する生産者は約17,000名（この他家族補助労務1,600名）で、このうち約80%に相当する14,000名が農業を主とする副業生産であり、専業生産者は約3,000名にすぎない。かくのごとき専業副業生産者はだいたいみずからの労務によつて生産をおこなっているもので、他人をやとつて企業的生産をおこなっているものはごく少数である。総年間木炭生産量約600万俵のうち県外移出数量は約400万俵余で、その移出数量は岩手、高知について大きい。これらの移出先は、前述のごとくその60%余は神奈川県（主として横浜）に販売される。その残りのうち15%は東京都およびその周辺に移出され、25%はその他30数府県に広く移出されている。移出木炭の集荷流通は現在一般業者が60%、農協連30%、残り10%がその他の機関で実行されている。

14 つぎに大阪市場について説明してみよう。大阪市の年間木炭総消費量は約385万俵余である。これに対して昭和28年度の生産量は、約15万3千俵余で、これは1ヵ月の消費量にも及ばない。大阪への出荷県は第16表にみられるように高知、徳島、愛媛、和歌山、鳥取ならびに広島などから入荷しているが、表にみられるごとく高知から最もたくさん入荷している。この関係から直ちに窺知しうのごとく、大阪市場の木炭相場は高知のものを標準に定められるのである。高知生産の木炭は上土佐、中部ならびに下土佐で相当の値開きがあるが、黒炭であれば高知の中部ものが規準になつているし、白炭は上土佐のものが標準になつているのである。

15 つぎに名古屋市場すなわち中京市場について触れよう。名古屋市の消費はほぼ250万俵である。その内訳は家庭用が150万俵、鉦工芸用が30万俵、事務用が30万俵、その他が40万俵余である。移入県は高知、愛媛、三重、岐阜および福井などで約60%、九州、長野、その他一般を含めて約40%である。移入方法は自動車、舟便ならびに汽車といずれにもよることができ、その他九州、山陰地区のものも関東へ送る道筋であり、立地的に特異の性格を具備している。かかる立地条件に起因してか、名古屋市場の特徴は特定県から特別に購入するといった現象はない。すなわち、いくつかの生産県から入荷されているわけである。といつてもこれらの生産県が年中変化するということではなく、限定のあることは注目されるべき事からである。名古屋市場における薪炭小売業者は約570~580店舗である。そして資本的に有

第 15 表

消費地 出荷県	県全体の消費地向移出実績					
	大 阪	京都, 神戸	東 京	神 奈 川	其 の 他	合 計
滋 賀	—	20	10	—	—	30
京 都	—	400	—	—	—	400
大 阪	50	—	—	—	—	50
兵 庫	20	100	20	10	15	165
奈 良	30	10	—	—	—	40
和 歌 山	400	100	400	200	—	1,100
鳥 取	222	260	170	198	—	850
島 根	50	240	560	2,600	750	4,200
岡 山	100	200	250	250	—	800
広 島	150	100	100	150	—	500
山 口	50	100	100	50	—	300
徳 島	500	100	—	—	—	600
愛 媛	461	402	112	10	—	985
高 知	3,800	500	—	—	—	4,300
計	5,833	2,532	1,722	3,468	765	14,320

力な一部の小売業者は当市場の 特異的な立地条件より 近県の岐阜, 三重の生産県にでかけ, 直接トラック, オート三輪車などの輸送機関を利用して, 少量ながらも山元よりの直接買いをおこなつて中間業者の利潤を排除せんとしているという。

16 以上がわが国における主要な木炭市場の概況である。このようにわが国における木炭市場はそれぞれ特異の性格をもつた木炭市場より構成されているわけである。つまり同じ木炭市場といつても, 東京と大阪では全く需給の競争関係も, また, 取扱われる主要木炭の品質も種類も相違しているのである。極端な具体的1例として東京市場と横浜市場との関係と相違について説明してみよう。両者は近接の地にありながら, 蒲田と川崎間を流れる六郷川を境として截然と全く相違した市場構造ないし性格をもっている。前述のごとく横浜市場での木炭価格相場は島根産の木炭により規定され, これに対して東京市場では岩手産の木炭により相場が立てられているのである。そして岩手県産の木炭が横浜市場にゆくと同じ品等, 品質のものでも東京市場より若干低めに価格がつけられる。また, 逆に島根県産の木炭が東京市場に出荷されると同種類同品等のものでも横浜市場におけるよりも若干低く価格づけされる。したがつて, 東京市場ならびに横浜市場においては同一種類品等の木炭でも別々の価格をもつわけであり, かかる現象は正にロビンソンのいう「市場分裂」の現象にほかならない。これをまた別の観点からみると, 両市場の嗜好に合うような木炭生産県の木炭が使用されたともいえる。そして, かかる生産県がさらに横浜なら横浜といった特定市場の需要者の嗜好に合うように品質を改良することに努力し, ますます他生産県の侵入に高い壁をつくるようになったともいえる。かかる面を特に強調して木炭市場をみれば, 市場の分化はチェンバリン

のいう「商品分化」現象であるともいえる。いずれにしても現在のごとき木炭市場の分化している状況は、木炭市場が完全競争市場の性格を具備することを阻止し、市場は不完全競争市場の性格を付与されるわけである。以上東京、横浜両市場を例にとつて市場間の性格を説明したが、かかる考察は他の市場間にもあてはまることであり、したがつて、わが国における木炭市場を横の関係においてながめるとき、ロビンソンの視点に立つてもチエンバリンの視点に立つても（また無知という要因の存在も考えられるので古典派経済学的にいつても）まさに不完全競争市場の性格を具備しているといえよう。

17 ではいつたい木炭市場がこのように不完全競争市場の性格をもちきたつた理由はいかなる具体的条件に依存しているのかについて以下のべよう。まず第一に、

① 各市場における需要者の嗜好の相違である。これに対する具体例として、大阪営林局報「みやま」に記載された一文を引用しよう。^{*2}

A 大阪市場に島根県なんかからどうして入つてこないのですか。僕は島根が木炭の生産県だつてきいたことがあるんですが。……………

B 島根からも入ることは入るんです。ただ数量が少いのです。その理由はというとなかなか難しいのですが、一口にいつて大阪は太さの細い炭が家庭で好まれるようですね。——つまり、細いものであればノコギリで切らなくとも火バシでたたけば直ぐ折れるので取扱いが簡単なのです。だから太い炭が多い島根県産のものが敬遠されることになるのです。……………

② 売手、買手の信用または提供するサービスの便宜、経済外的な理由である人格的關係。この具体的1例として、1月16日に開催された岩手、東京の代表による格差問題協議会での、岩手木炭協会副会長の発言を紹介しよう。

……………宝くじ木炭に就いては1,266千俵余を販売していただき果業者から宜敷くお礼を申しあげてくれとのことでございます。このような催しについて他県ではうらやましがつていることも伝え聞いており岩手県木炭は皆様方の御先代時代よりの古い結びつきであつて切つても切れぬ歴史ある間柄であつて初めて成し得られる。……（点は著者）この発言のうちに窺われるごとく人格的結合も大きな原因を提供していると思われる。

③ 輸送費や市場知識の不足が原因となつている。

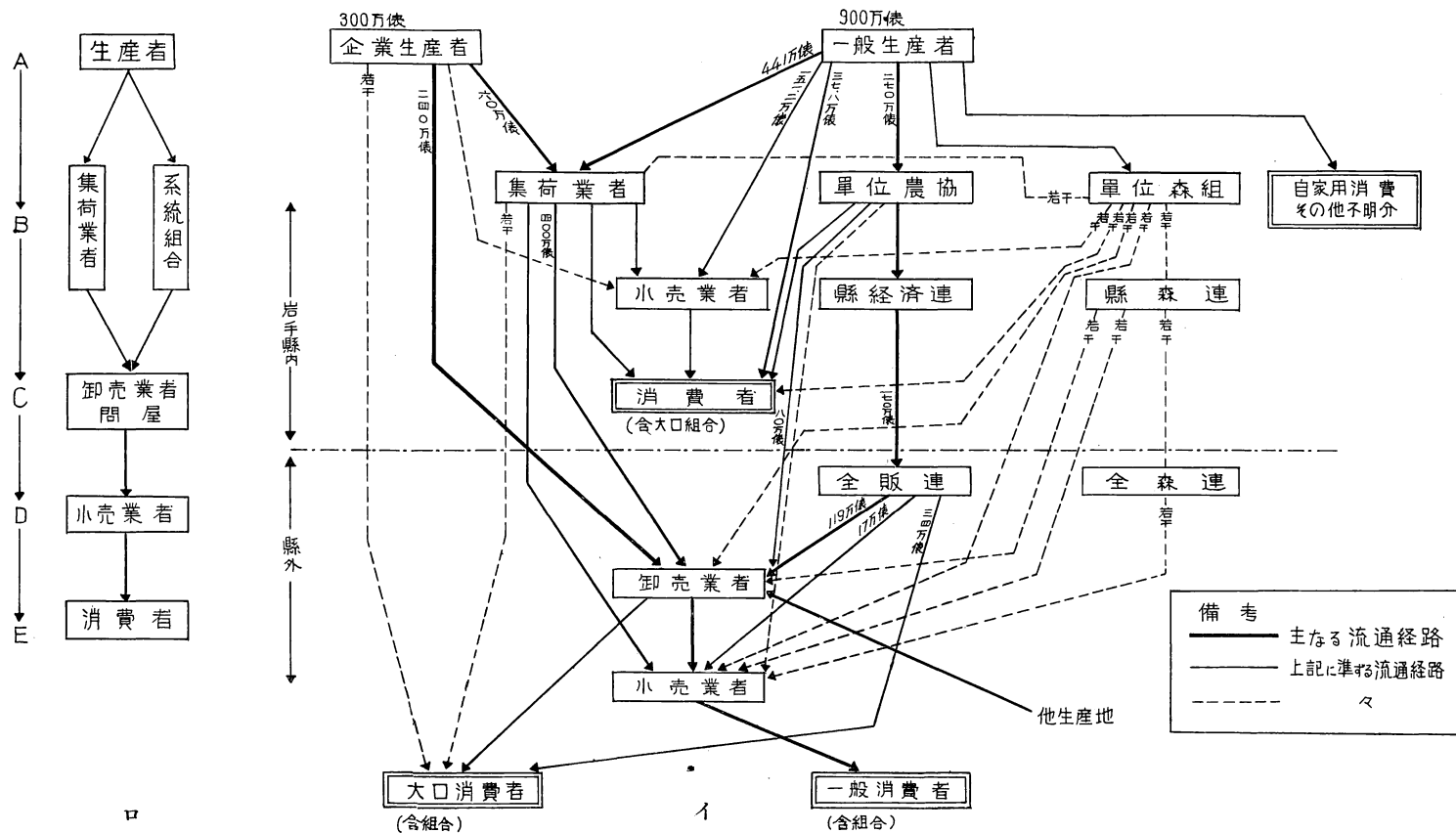
如上あげたような諸理由によりわが国全体の市場は、いくつかの異質的な木炭市場の総合された不完全競争市場として理解されるのである。つぎにわが国における木炭市場を構成する各木炭市場はいつたいいかなる性格と構造をもつているのかを考察するために、上述の主要市場のうち東京市場を例にとつて、立体的な市場構造を具体的に分析してみよう。

第3章 東京における木炭市場の構造

その1. 考察への布石

18 まず全体の木炭流通機構について概観をこころみておくことが便利である。第4図イは東京市場における木炭流通の機構をえがいたものであるが、この流通機構はだいたい他の市場においても共通的なものである——もちろん産出量その他において相当の相違はあるが——。生産地として岩手県を例にとり、東京

^{*2} 松園暢方：木炭の価格は上るでしょうか、みやま、大阪営林局（1950）



第 4 図

市場における木炭流通機構のあらましを以下説明してみよう。木炭流通のおもなる経路は太線によりしめされ、これに準ずる流通経路は黒線、さらにこれに準ずる経路、いいかえればあまり重要でない流通経路は点線で示されている。

岩手県の年間生産量は約 1,300 万俵であり、このうち 900 万俵は一般生産者により生産され、300 万俵は企業生産者により生産されている—企業生産者は約 650 人くらい—。企業生産者の 300 万俵のうち 240 万俵は直接東京、その他の消費地—岩手県の年間総木炭生産量の 85 %と大部分が東京に移出されているので以下「その他の消費地」は省略する（第 17 表参照）——の卸売業者に直接送られている。のこり 60

第 17 表 28 年度都道府県別木炭移出数量表
（単位表）

移 出 先	数 量	%
東 京	8,560,064	85.45
千 葉	247,000	2.46
神 奈 川	239,386	2.39
埼 玉	214,970	2.15
宮 城	189,621	1.89
青 森	139,372	1.39
秋 田	115,357	1.15
群 馬	54,456	0.54
栃 木	48,596	0.49
茨 城	46,822	0.47
静 岡	32,818	0.33
そ の 他	128,855	1.29
計	10,017,317	100.00

万俵は集荷業者の手を経て、やはり東京の卸売業者に送られている—岩手県でも他の生産地におけると同様に企業生産者と集荷業者は大部分兼業されている—。一般生産者から生産された 900 万俵のうち 440 万俵は集荷業者の手を経て大部分東京の卸売業者（問屋）に送られる。また、270 万俵は単位農協→県経済連→全販連といった系統組合の手を通じて、東京の卸売業者、またその若干は小売業者ないし大口消費者に販売される。151 万俵余は岩手県内の小売業者の手を経て県内の消費者に、のこり 38 万俵は直接県内の消費者に販売される。以上が生産地岩手県と消費地東京をむすぶ東京市場における木炭流通の主要経路のあらましである。これにより知られるように東京市場における主要木炭流通経路は、第 4 図のごとくあらわしうる。

A→Bは産地市場であり（系統組合に出荷される場合には、主として依托販売—昭和 29 年度よりは全部一—であるので産地市場は成立しない）、B→C→Dは卸売市場である。それゆえ卸売市場はB→Cと、C→Dの2つの過程を含んでいる。これを価格形成の見地よりいうと、着レール渡価格と卸売価格形成の2つの過程を含んでいる。D→Eは小売市場である。以上が東京市場における木炭流通機構のあらましである。以下木炭流通機構の考察にはいる前に、考察方法について若干検討しておこう。

19 ある商品が生産者から消費者の手元にまで到達する経過過程、いわゆる流通経路 marketing channel はいくつかの流通段階を、一般に上述したように産地市場、卸売市場ならびに小売市場の3つの流通段階を通過する。それゆえ市場構造を縦断的にみると、次元を異にしたいくつかの市場を組合わせた重層的市場として理解されるわけである。そこでかかる重層的市場構造をもつた市場を分析するにあたって、まずいかなる市場段階より分析を始めるべきかといった問題が生ずるのである。^{*3} これに対して第一の主張は、①それは産地市場より始めるべきであるというのである。なぜならば商品の流れをみると、まず生産費との関連において生産者価格が定まり、それに関係業者の利潤を含めた意味での各段階の流通費用が加算されて卸売価格、小売価格が形成されると考えるからである。なるほどかかる理解の仕方は正統経済ないし時間の要素を捨象した、いわゆる静態経済においてはなんら異論なき理解の仕方ではあろうが、い

*3 斎藤一夫：青果物価格の構造 農業総合研究 農林省農業総合研究所 6. 4

やしくも時間の要素を加味した動態経済下においては、価値の生産と価値の実現の分離される現象が普通なので、かかる理解の仕方は現実の市場現象と遊離する可能性が存在している。第二の主張は、①の主張とは逆に価値決定の根源は消費者の物財に対する効用に存在しているゆえに、ある物財の市場現象は消費市場に支配されると思われるから、消費市場より漸次卸売市場、産地市場とさかのぼって考察すべきであるというのであるが、この主張も現実の市場現象を知らざるの批難が加えられよう。そこでわれわれが考察をすすめる場合の出発点になる市場段階は卸売市場ということになる。以下卸売市場構造の説明にはいる。

その 2. 卸売市場の構成

20 現在の卸売市場について説明する前に、現在の卸売市場成立までの歴史的事情についてのべよう。

木炭流通機構の立役者である卸売業者一問屋一のできたのは徳川時代からであるという^{*4}。明治以前の木炭市場とは、いわゆる問屋町を意味していたもので、昔の津屋が足利時代には問丸といわれ、問屋の文字が使用されたのは明治以降のようである。明治以後の市場形成とその発展は最初船付場であつた。明治年間にすでに特徴づけられた市場としては、京橋、奥川（堅川、横川）および神田川などがあつてこれらの市場から市内のいたるところに供給されていた。しかるに明治 5 年以降鉄道の躍進的發展により、逐年貨物輸送は陸路によるようになり、国内鉄道の完備ならびに運賃の低廉さなどの諸理由により遂に遠隔地との取引も実現された。とりわけ明治 18 年の山手線開通後は漸次駅中心の市場が形成されるようになったのであるが、漸次鉄道の開通、交通機関の急速なる整備により市場形成の中心は駅に移行した。昭和 11 年ごろの木炭市場は秋葉原、隅田川、飯田町ならびに品川の 6 駅が総量の約半分を取り扱っており、それと船付場市場たる鉄砲洲とあわせて東京市場をリードしていた。昭和 12 年日華事変が勃発、その後の戦争の進展にともなつて物価統制の必要上から、昭和 14 年 11 月にいたつて公定価格と木炭配給統制規則が制定され、都道府県別移出入のリンク制を採用した。それ以来昭和 25 年 3 月木炭統制が撤廃されるまで木炭流通機構は国家統制の管理下におかれた。25 年 3 月 15 日以降の統制撤廃後はふたたび自由競争に復帰することになった。

戦後の卸売市場の特徴は、主要市場の変動、市場のヨリ一層の分散化ならびに比較的資本力の劣弱な問屋の簇立である。この前者の事情は、昭和 28 年 12 月より 29 年 11 月までの 1 カ年における駅別入荷量をあらわした第 18 表より窺知できよう。この表より明白なるように年間 1 万トン以上の入荷駅をあげれば、一番大きいのは恵比寿、ついで新宿、隅田川、北千住、汐留、中野、渋谷、板橋、大森、飯田橋、蒲田といった順である。このように以前一頭地を抜いていた 6 大駅にかわつて、新宿、隅田川はともかくとして恵比寿、渋谷、中野、大森などがグンとのびてきている。しかもこの表より市場が相当都内に分散的に散在していることがうかがわれる。この事情はさらに第 5 図により一目のもとに理解されよう。戦後の問屋の資本力は戦前の問屋のそれよりも劣弱であることは前述したが、このことは戦後の木炭相場の変動を激化する一因をなしているという。

21 つぎに東京市場における卸売業者について説明してみよう。戦後の卸売業者数は東京中央燃料株式会社（中燃）隅田川燃料株式会社（隅燃）および東京燃料株式会社（東燃）のいわゆる東燃系 3 社を含めて約 143 軒ほど存在している一支部ならびに新都内の卸売業者は含まない。ついでながら都内の薪炭小売

*4 大日本木炭協会：東京薪炭市場と問屋案内（昭・11）

第18表 木炭都内および主要各駅入荷量

(単位貨車屯)

年 月 別	昭和28年 12	同 29年 1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	合 計	
隅田川 三河島 北千住 亀有	2,239 783 1,726 827	2,329 836 1,592 785	2,483 783 1,403 658	1,302 712 1,246 495	1,111 543 822 374	827 386 783 357	711 252 709 339	836 454 724 381	879 328 916 427	947 408 831 336	1,238 371 990 629	1,780 819 1,400 547	16,682 6,675 13,142 6,155	5.0% 2.0 3.9 1.8
金町 秋葉原 田端 王	13 1,134 1,150 1,248	80 994 1,129 1,286	54 1,295 1,118 1,187	88 640 951 703	48 563 791 672	31 498 492 536	66 401 638 513	13 240 611 484	31 435 678 476	24 477 620 633	18 645 636 675	13 784 760 804	479 8,076 9,574 9,217	- 2.4 2.8 2.7
赤羽 芝浦 汐品	631 222 2,089 668	543 140 1,410 972	426 24 1,996 849	350 40 1,112 411	354 0 903 249	311 18 815 271	233 18 653 257	196 18 537 319	267 9 697 559	264 0 618 535	344 9 801 448	358 22 1,439 597	4,277 520 13,052 6,165	1.3 - 3.9 1.8
大森 蒲田 大比	1,517 925 1,323 2,822	1,356 1,421 1,243 2,276	1,439 1,112 1,470 2,495	1,183 1,049 1,026 1,482	701 391 835 1,158	539 554 545 1,296	502 702 514 1,015	706 612 651 1,200	579 614 870 1,193	705 939 701 1,100	996 969 887 1,703	781 1,187 1,310 1,788	11,004 10,475 11,375 19,528	3.3 3.1 3.4 3.8
渋谷 新目 池	1,513 1,956 780 1,323	1,507 1,793 1,007 1,338	1,621 2,226 916 1,389	829 1,250 668 856	997 821 481 613	908 860 460 722	861 714 242 508	748 785 316 493	898 1,232 327 492	801 882 331 569	1,041 1,091 546 786	1,292 1,435 649 1,285	13,016 15,045 6,723 10,374	3.9 4.5 2.0 3.1
大塚 板橋 飯田	467 754 779 1,610	473 442 1,012 963	467 640 993 1,659	279 387 448 776	190 193 501 670	250 281 612 567	247 241 519 655	203 314 591 698	168 267 547 624	289 255 644 583	351 299 631 720	302 523 662 1,112	3,686 4,596 7,939 10,637	1.1 1.4 2.4 3.2
中野 荻窪 吉祥寺 立	1,856 1,156 732 828	1,622 1,305 559 678	1,822 1,297 683 777	984 922 494 353	619 577 320 355	629 742 279 327	651 482 295 253	751 714 374 277	891 740 359 469	960 571 301 464	874 768 329 511	1,362 909 442 441	13,021 10,183 5,167 5,733	3.9 3.0 1.5 1.7
八王子 千葉管内 その他	695 5,101 4,158	637 5,428 3,974	858 5,808 4,537	613 3,611 2,890	366 3,011 2,150	329 2,237 2,205	420 2,020 2,307	528 1,994 2,312	474 2,437 2,322	460 2,320 2,333	586 3,307 2,823	817 4,538 3,230	6,783 41,182 35,241	2.0 12.4 10.5
都内計	12.8 43,025	12.2 41,130	13.2 44,485	8.4 28,150	6.4 21,379	5.8 19,667	5.3 17,938	5.7 19,080	6.3 21,187	6.2 20,871	7.7 26,051	10.0 33,389	336,351	100.0



第 5 図 都内における入荷駅分布表



第 6 図 都内における問屋の分布表

業者店舗は約 5,500 軒ほど存在し、このうち専業店舗は約 3,000 軒、副業店舗は約 2,500 軒ほどであるという。

会社ならびに問屋の東京都内における分布は、第 6 図のような状態をしめしている。第 5 図と第 6 図を対比してみると、だいたい問屋軒数の多い地域は、入荷駅数および取扱数量の大きい駅が存在していることを知る。

その 3. 卸売市場における取引様式と市場の性格

22 取引の面からみて、卸売市場は集荷業者対問屋ならびに問屋対小売業者の 2 つの過程をもっており、これを価格形成の面よりみると着レール渡価格と卸売価格形成の 2 つの価格形成機構をふくんでいることは前述した。木炭価格形成の点よりみると前者の集荷業者対問屋の過程の方がより重要である。そこでまずこの過程について考察を加えてみよう。

A. 集荷業者対問屋間における取引様式と市場の性格

23 集荷業者対問屋間における市場の性格は、最近における電話、電報ならびに

新聞といった情報機関の発達により、ほぼ1物1価の法則の存在する完全市場に近いものとみてよいであろう。しかし、この市場は次の特徴により不完全競争の性格をふくんでいる。

まず第一の特徴は、相対取引であることである。すなわち、その取引様式は、青果物市場あるいは魚市場などにみられるときせり売買ないし競売買はほとんど実行されず、売手と買手とが個別的に話し合つて取引価格の決定をおこなっているのである。かかる取引方法は時には5指の屈伸をもつて数値をしめすところの手振符牒や、1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9の各数字の代りに、たとえばウメサクラムツタケの各文字を唱えるところの口唱符号または買手が売手の袖下に手を入れて自分の買値を秘かに指で示す方法あるいは算盤取引などにより当人同志以外には解らないような秘密取引がおこなわれている。このような取引方法をもつ相対取引は当然せり売買ないし競売買などに比較して不明瞭な点が生じやすい。つきにかかると相対取引における価格形成はいかにおこなわれるのかについて説明してみよう。

この価格形成の模型は経済理論としては、双方独占 bilateral monopoly のモデルとして理解されよう。もちろんこの場合における独占は古典的意味における独占でなく、ロビンソン夫人のいう独占の意味である。つまり二人だけの間にだけ成立する市場という意味で、一双方独占の模型については、1897年エッジワース EDGORTH: Pure Theory of Monopoly; Papers 1. p. 116により正しい分析がはじめられ、その後ウィクセル＝シュナイダアの双方独占論ならびにボウレイ＝ヒツクスの双方独占論と展開されたが、ウィクセル＝シュナイダア両氏は一方の独占者が能動的立場に立ち、一方が受動的立場に立脚すると仮定して双方独占の価格形成の問題は完全に決定されるとのべているが、これはまさに双方独占という仮定に反するものとして、かかる決定理論に対してボウレイ＝ヒツクス両氏は不決定理論を展開している。これらの理論的展開はここでは省略し—これについては青山秀夫著「独占の経済理論」229～257頁参照一、これを要するに、双方独占においては安定的な均衡点には到達しないとみるのが理論的であるというのである。

木炭の相対取引の場合においても安定的な均衡点に価格は決定されず、実際の木炭価格の決定は両者の交渉の巧拙、資本の大小などにより折衝的に決定されているのである。戦前は一般に問屋側が強く、戦後はこの逆になつたが、最近また元にもどりつつあるという。しかし、この場合価格決定は完全に不決定的で不安定かというところではない。たいがいの場合問屋と集荷業者の間には相当古い取引関係があり、したがつて、そこには人格的結合なども存在しており、暗々裡に相手の利潤をみとめながらお互に取引する。すなわち、価格決定はある範囲内において不安定的であるというのである。

24 第二の特徴は、卸売業者側ならびに集荷業者側の双方における独占化傾向である。まず問屋側より説明してみよう。卸売業者側における独占化傾向の発生は東燃3社、東京問屋協会ならびにその他の地域的問屋組織の存在である。まず最大の影響力をもつと思われる東燃3社についてその設立事情より説明しよう。昭和14年より木炭は統制にはいつたが当時は卸売業と小売業との2本立てであつた。昭和18年にはそれが東京燃料配給統制組合として1本にまとまつた。戦後昭和22年にはその組織は東京燃料林産組合として改名された。その後23年には閉鎖されたが、ふたたび24年には登録制が実施され、小売業者は自分の好む卸売業者より自由に講入できるようになつた。この際、この組合は独禁法により3つの系統に分かれて株式会社を設立した。これが東燃3社の設立の歴史である。東燃3社は東京燃料株式会社—資本金約3千万円、会社員約160名一、中央燃料株式会社—資本金1千万円、会社員約70名一、隅田川燃料株式会社—資本金約500万円、会社員約70名一の3つである。この3社の年間の入荷状況は1カ年間約76,140貨車トン、俵数に直すと約300万俵余である—これについては第19表参照一。この入荷量は

千葉管内などを除いた東京総入荷量の約 30 %を占めている。この 30 %の内訳は東燃が 15 %、隅燃ならびに中燃の 2 社が 15 %を占めているのである。このように東燃 3 社で総入荷量の 30 %もしめていることはその設立の母体が同一であるという事情と相まって価格形成上相当の影響のあることを思わせるが、実際相当の影響をもっているという。以上が東燃 3 社の概況であるが、つぎは薪炭問屋協会についてのべよう。薪炭問屋協会は昭和 27 年 4 月に設立されたものであり、その目的は定款には木炭業界の改良発達ならびに会員の親睦をはかり、もつて会員の経済的社会的向上を期待する。そしてこの目的を達成するために

- ① 薪炭業の指導奨励に関すること
- ② 会員のおこなう事業に必要な資金の借入斡旋

第 19 表 東 燃 3 社 の 府 県 別 入 荷 表

(貨車屯)

月別昭和29 県別	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
北 海 道	210	165	150	225	480	735	330	300	255	165	195	285	4,395
青 森	255	615	300	375	300	255	225	300	315	240	480	135	3,795
岩 手	5,760	6,810	3,645	3,510	2,580	2,655	3,420	3,585	3,495	3,525	4,365	4,680	48,030
宮 城	90	75	30	60	45	60	75	30	165	210	360	90	1,290
秋 田	855	570	330	705	270	390	390	510	315	285	315	375	5,310
山 形	195	240	255	165	165	135	90	285	300	465	300	300	2,895
新 潟	15	15	30	—	60	90	45	15	—	60	75	120	525
福 島	360	330	180	240	120	105	300	75	135	165	255	210	2,475
茨 城	30	105	90	45	15	—	—	—	30	45	30	90	480
栃 木	180	225	180	195	90	45	135	—	105	105	75	135	1,470
群 馬	15	30	—	—	—	—	—	—	—	—	—	15	60
長 野	15	15	15	15	15	30	—	30	15	90	45	15	300
山 梨	—	—	15	—	15	—	15	—	15	30	15	—	105
東 京	—	—	—	15	30	—	15	—	—	—	15	45	120
静 岡	—	—	—	—	—	—	60	120	—	—	—	60	240
富 山	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
石 川	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
岐 阜	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
福 井	—	—	—	—	—	—	—	—	—	45	75	30	150
和 歌 山	90	60	180	150	90	105	90	75	45	120	105	135	1,245
鳥 取	90	45	15	—	45	15	45	30	30	75	60	75	525
島 根	120	210	135	75	—	30	120	75	180	120	180	120	1,455
広 島	15	45	45	—	—	45	15	—	75	75	45	15	375
山 口	—	15	—	—	—	—	—	—	—	—	15	—	30
大 分	15	—	60	30	—	—	—	—	—	30	30	45	210
愛 媛	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
鹿 児 島	30	—	—	—	—	—	—	15	—	30	—	15	90
岡 山	105	135	165	240	135	45	45	75	15	75	120	135	1,290
兵 庫	45	—	15	15	—	15	—	—	—	15	—	—	105
宮 崎	—	15	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	15
京 都	—	—	—	—	—	—	—	—	15	—	—	30	45
高 知	—	—	—	—	—	—	15	—	—	—	—	—	15
計	8,490	9,720	5,835	6,060	4,455	4,755	5,430	5,520	5,505	6,060	7,155	7,155	76,140

- ③ 会員の事業経営に関する事業
- ④ 会員の福祉厚生に関する事業
- ⑤ 前各号の事業に付帯する事業、などの諸事業をおこなう

というようなことがうたつてあるが、その目的を端的に言えば木炭の購入および販売において自分たちの利益のために最も有利な買い値や売値について協定することにあるわけで、いいかえると、大なり小なり独占的に行動しようとするのである。現在会員は約 200 名余で月 1 回 5 日に会合を開いている。このほか地域的には、十日会とか五日会といった問屋組織も数多存在している。そして同じような目的で行動しているわけである。以上は問屋側における独占化傾向であるがこのうごきは産地の集荷業者に対しては、完全競争下に成立する価格よりその価格を低めようとするのである。

25 つぎに産地市場における独占化傾向であるが、これは産地出荷における各種組織たとえば経済連、木炭協会、移出協同組合および公社などの存在である。まず集荷ならびに出荷上最大の影響力をもつていると思われる経済連について説明しよう。経済農業協同組合連合会—経済連—は昭和 25 年 3 月木炭統制廃止により昭和 27 年 7 月に従来の協同組合組織は解散され現在におけるごとき経済連の組織が確立された。最初は依托販売と買取販売の 2 つの形式がとられていたが一昭和 28 年度においては依托販売 60 %、のこり 40 %が買取販売であつた一、昭和 29 年度より全面的に依托販売がおこなわれるようになった。この理由は自体経済連の目的は商取引でなく、あくまで木炭生産者の味方に立つものであるという反省に起因するといわれている。経済連においてはあくまで系統組織利用がたてまえであつて、その木炭集荷ならびに販売の流れは生産者 A → 農業協同組合 B → 経済連 C → 全販連 D といった系統をとるわけである。B → C において経済連は 1 俵당り 7 円、C → D において全販連は 5 円の依托料を生産者よりもらうことにしている。経済連による販売様式について具体的に説明してみると、まず全販連より県の経済連に東京の某問屋に何俵送付するようにと通知がくる。すると経済連は、農業協同組合の在庫報告によつて適当な組合に出荷命令を出す。農協ではこれにもとづいて木炭を出荷すると同時に、経済連に出荷表を送付する。経済連はこの出荷表にもとづき現在の相場によりみつもつた金額の約 8 割の手形を信連に提出する。信連はその手形を割引いて組合に渡すわけである。全販連は農協と経済連よりの発送通知をうけた日より 30 日以内に問屋から金を取り、経済連 → 農協に送られそこから生産者の手元に渡る一途中手形割引は決済される一。以上が系統組合による依托販売のあらましであるが、このほか経済連は集荷資金ならびに原木手当に貸しつけられる原木資金の道を生産者に開いて、生産者の便利をはかつている。現在岩手県においては、総生産量のうち約 13 %、すなわち 170 万俵余を系統組合が取り扱っている。つぎに岩手県木炭協会についてのべよう。^{*5}

26 岩手木炭協会の前身は、昭和 25 年 3 月の統制廃止後岩手新炭公社にかわつて 10 月に設立された岩手県木炭同業協会である。その後同業協会の事業も発展してきたので、さらに組織を整備強化するために法人に組織替えをおこなつて、昭和 27 年 7 月 18 日に現在の社団法人岩手木炭協会が成立したのである。その目的は協会定款によると「林産資源の開発と木炭業の発展をはかり、地方産業の振興と文化の向上に寄与するをもつて目的とする」一総則第 3 条—具体的には、

- ① 木炭の価格暴落防止のための対策確立

*5 峽煙，昭和 29 年 8 月 15 日号 岩手木炭協会発行

- ② 木炭の品質向上のための製炭技術の研究および指導
- ③ 木炭の生産嘱托検査の実施
- ④ 商況調査、講演会ならびに情報の提供等による会員の教育活動の向上のために
- ⑤ 農山村における社会教育、衛生、生活の改善

等の事業をおこなっている、協会加入者は、全県下の木炭生産者約 2 万余、協会の職員は事務職員 18 名、製炭指導員 13 名、木炭検査員 101 名—岩手県木炭検査所の嘱托—合計 132 名で、その事業費は 1 俵当たり 3 円の生産検査費—1 俵当たり 3 円の移出検査費は検査所の収入となる—ならびに協会費として 1 俵当たり 60 銭の収入などによる年間約 4,000 万円の予算で実行されている。つぎに木炭移出協同組合について述べよう。

27 岩手県木炭移出協同組合は昭和 29 年 10 月に設立された。その目的は定款第 1 条によれば「組合員の相互扶助の精神に基き、組合員のために、必要な共同事業を行い、もつて、組合員の自主的な経済活動を促進し、かつその経済的地位の向上をはかることを目的とする」—総則第 1 条—この目的を達成するために、

- ① 組合員の取扱品の共同販売
- ② 組合員の取扱品の共同保管
- ③ “ “ 共同運送
- ④ 組合員の必要とする資材の共同購入
- ⑤ 組合員の事業に関する経営および技術の改善向上または組合事業に関する知識の普及を図るための教育および情報の提供
- ⑥ 移出数量の制限販売、販売価格の調整に関する協定—付点は著者—
- ⑦ 組合員に対する事業資金の貸付（手形の割引を含む）およびその借入
- ⑧ 商工組合中央金庫、銀行、信用金庫、その他組合員の取引金融機関に対する組合員の債務の保証または、これらの金融機関の委任を受けてする組合員に対する債権の取引
- ⑨ 前各号の事業に付帯する事業などをおこなっている。

その事業費は 1 俵当たり 5 円の手数料によりまかなわれている。組合員は現在 188 人余である。昭和 29 年度における取扱い数量は約 50 万俵ほどであるという。最後に岩手薪炭公社について触れよう。^{*6}

28 昭和 25 年 1 月 30 日、県当局ならびに県議会および業界代表者などよりなる岩手薪炭対策協議会が林業会館で開催され、自由取引に移行せんとする木炭業界対策の一環として公社を設立することになり、その後数回の発起人会を開催し、同年 3 月に薪炭公社が設立された。設立当初における社長は菊地貫一氏で、他に取締役 13 名、監査役 3 名であつた。資本金は 300 万円であつたが、その後果が 100 万円の出資をおこない合計 400 万円になり、社長には重元前林務部長が就任したが、同氏の転任により現在の大賀林務部長が就任した。かかる設立経過をもっている薪炭公社の目的はというと、事業目論見書第 2 によれば、「本会社は本県の重要物産たる薪炭の生産を確保し、その公正な取引によつて業界の健全なる発展をはかるため生産者、企業者およびその団体ならびに関係者の出資をもつて設立し左の事業をおこなうことを目的とする。そして具体的には

- ① 薪炭倉庫の経営

*6 峽煙，昭和 29 年 9 月 15 日号 参照

- ② 薪炭の品質改善および規格の改良ならびに生産配分の能率向上に対する寄与
- ③ 薪炭の取引改善および市場宣伝
- ④ 前各号に付帯する一切の事業等をおこなうことを規定している。

今備蓄をする県の指定倉庫は 411 棟、14,827 坪で、木炭価格が生産原価を割るようなときには、出荷を調整して県の指定倉庫に入れる。この指定倉庫はすべて公社の倉庫であるから公社が保管する。この場合の保管料は 1 俵当り 1 か月 15 銭であるという。入庫した者が資金を必要とする場合には、公社と県知事がその入荷量の大小に応じて、借入金に対して保証をして金融機関から借金できるようになっている。如上を要約するに薪炭公社の目的は木炭の保管と融資に対する保証をおもな業務とし、木炭価格の暴落を阻止するにあるといひ得よう。

以上が岩手県に存在する主要な木炭流通に関する各種組織であるが、東京における問屋との取引関係においては、前述のごとく系統組合の影響力が一番強いといわれている—もちろん問屋側に占める東燃 3 社ほどの影響力はないが—。ともあれこれらの各種組織ないし団体の活動は、大なり小なり産地市場における集荷ならびに東京の問屋に対する出荷において独占化へのうごきをしめしている—この独占化のうごきは卸売側における独占化傾向のうごきとは逆に、着レール渡価格を完全競争の場合より高めようとするうごきをしめす—。かくて産地側における集荷業者と消費側の卸売業者間の取引においては、個人取引の場合と同様に双方独占的であり（いいかえれば不完全の性格をもつ相対取引市場の複合体である全市場も同じく不完全競争の性格をもっている）両者の間における価格形成は理論的には前述したボウレイ＝ヒックス両氏の指摘しているごとく不安定的であり、しかも一般にウイクセル＝シュナイダー的な双方独占の場合より価格は一方に偏せざるゝ決定されると考えられる。しかしこの場合にも、上述のごとき人格的結合の存在などの理由により、一定の幅のうちで不安定的であるのである。このように、① 相対取引であること ② 問屋ならびに集荷業者側における独占化傾向への特徴はこの市場を不完全競争化し、しかもここにおける価格形成をして不安定的にならしめているのである—一定の幅のうちにおいて—。以上が集荷業者と卸売業者間における取引様式と価格形成—着レール渡価格—における性格のあらましである。つぎに卸売業者対小売業者の関係について考察してみよう。

B. 問屋対小売業者間における取引様式と市場の性格

29 問屋対小売業者間における市場の性格もほぼ一物一価の法則の妥当する完全市場のモデルに近いといつてもよいであろう。しかし、この場合も前述した相対取引であることならびに東燃 3 社、問屋協会ならびに各地域の問屋組織の独占化傾向は市場に不完全競争ないし独占の性格を付与することとなる。しかも産地の出荷業者の市場より小売業者側に独占的傾向がとぼしいので—小売業者界にも東京燃料組合連合会のような組織もあるが、問屋側における組織にくらべては力は劣る—問屋側の独占的傾向が価格決定のイニシアティブをもっており、そのためにここにおける価格形成は、理論的には前述のウイクセル＝シュナイダー両氏の指摘しているごとく比較的安定的であり、かかる性格は後述するごとく、木炭相場のいかなる変動に対しても一定マージンを卸売業者が獲得することを可能ならしめているのである。

以上が集荷業者対問屋ならびに問屋対小売業者間における取引様式と価格形成の性格のあらましである

その 4. 着レール渡価格ならびに卸売価格形成およびその変動の性格

30 林産物価格の変動は他物価の変動に比較して、ヨリ激しいことは別稿 *7 において指摘したところで

*7 拙著：林産物価格形成の理論的研究，林業試験場研究報告 72

あるが、要約するとこの理由は林産物価格形成が本質的に不安定的であるためにほかならない。そしてこのように価格形成を本質的に不安定的にならしめている原因としては、林産物需要の非弾力性ならびに供給の硬直性があり、特に後者の供給の硬直性に主因のあることを説明した。さらにこの理由の上に林産物供給のタイム・ラグの存在があげられるが、かかる特質をもった物財の価格形成のメカニズムはくもの巢理論により説明できよう。林産物価格形成における供給のタイム・ラグはつぎの2つの存在形式がある。その1つは林産物の原木育成に長期間を必要とすること。その2は林産物の生産から市場まで長時間を必要とすることである。木材の場合は原木購入より市場まで供給するのに約半カ年を必要とし、木炭の場合には原木伐採から市場まで2週間～3週間の長期間を必要とする。かかる林産物価格形成の特質はつぎの点で価格形成を不安定化する。

① 供給におけるタイム・ラグの存在は如上のようにくもの巢理論形式の価格形成をするが、かかる形式でしめされる価格形成は自体不安定的要因をもっている。なぜならばくもの巢理論の運行は市場参加者の試行誤差の方法によって遂行される。しかし、試行誤差の方法は暗中摸索にもとづいておこなわれるので本質的に不安定的な性格をもっている。

② ①の説明は前提として、時間の経過するにもかかわらず生産と需要との条件が不変であることが仮定されていたが、林産物のごとく供給に非常に長期間を必要とするものにおいては需要ならびに供給ともに不動ではありえず両曲線が変動し、ために林産物価格形成は供給におけるタイム・ラグの比較的短い物財のくもの巢理論的価格形成よりも不安定的性格はより濃厚である。以上の諸理由のほかには林産物主体の呼吸する保守的雰囲気はさらに供給の硬直性を強化し、林産物価格形成をより不安定的にならしめる。以上が林産物価格形成における一般論的特徴であるが、かかる特徴は具体的な市場構造の介在を考えた場合に、木炭価格形成の性格はいかように考えられるであろうか。木炭価格のうごきの上に主導的位置を占めている着レール渡価格について説明してみよう。卸売価格のうごきは後述のごとく着レール渡価格のうごきに一定のマージンを加えたものとして理解される。

前述のように着レール渡価格の形成は岩手県における集荷業者と東京における卸売業者との取引において決定されるわけであるが、この両者間における市場の特徴は、相対取引様式が存在による不完全競争要素の発生ならびに問屋側における東燃3社その他問屋団体の存在および岩手県における各種組織団体による売手買手両市場の独占化傾向が考えられるが、かかる性格はすでにのべたようにともに価格のうごきをさらに不安定にするものといえよう。

その 5. 着レール渡価格ならびに卸売価格変動の態様

31 その4においては木炭相場の主導的位置を占めている着レール渡価格について、その価格形成の性格について説明した。つぎに具体的な着レール渡価格ならびに卸売価格について考察をしてみよう。

まず着レール渡価格のうごきについてみると、これは第20表ならびに第7図にしめされるように、つぎの特徴が窺知される。

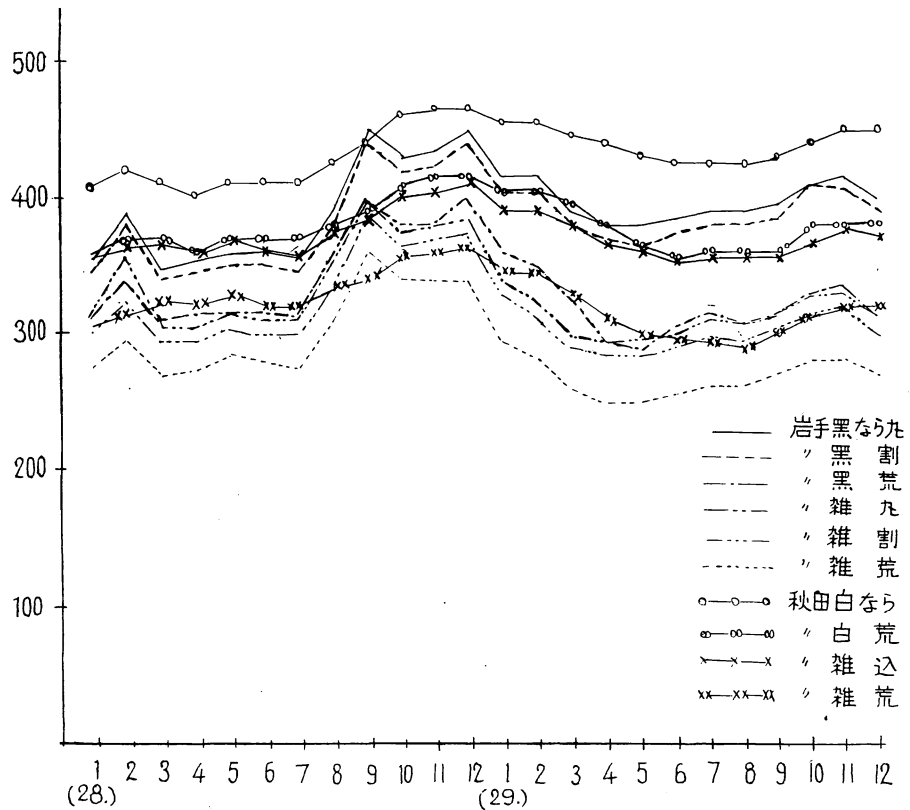
① 価格の大きさからみるとつぎの4群に大別される。第1は秋田県産白ナラのうごき、第2は岩手県産黒ナラ丸、黒割、秋田白荒ならびに白雑込のうごき、第3は秋田雑荒、岩手黒雑丸ならびに雑割、秋田雑荒、第4は岩手黒雑荒である。

② 変異指数を計算するまでもなく、明らかに、秋田白ナラ、白荒、白雑込、荒などの白炭は岩手黒ナラ丸、割などの黒炭よりも価格の変動はすくない。この理由は東京市場においては白炭の消費量が全体の

第20表 東京市場木炭標準相場変動表（着駅レール渡価格）

産地	銘柄	品等	月	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
			年	価格	"	"	"	"	"	"	"	"	"	"	"
岩手 (本線 もの)	黒ナラ丸	上	{28	355	390	350	355	360	360	355	390	450	430	435	450
			{29	415	415	390	380	380	385	390	390	395	410	415	400
	" 黒ナラ割	"	{28	345	380	340	345	350	350	345	380	440	420	425	440
			{29	405	405	380	370	365	375	380	380	385	410	405	390
	" " 荒	"	{28	310	340	310	315	315	315	310	355	400	380	380	400
			{29	360	350	325	295	290	305	315	310	315	330	335	315
	" 黒ざつ丸	"	{28	310	355	305	305	315	310	310	355	400	375	380	385
			{29	340	325	300	295	295	300	310	310	315	330	330	315
	" " 割	"	{28	300	325	295	295	305	300	300	335	390	365	370	375
			{29	330	315	290	285	285	290	300	295	305	315	320	300
	" " 荒	"	{28	275	295	270	275	285	280	275	310	360	340	340	340
			{29	295	280	260	250	250	255	260	260	270	280	280	270
秋田	白ナラ込	"	{28	405	420	410	400	410	410	410	425	440	460	465	465
			{29	455	455	445	440	430	425	425	425	430	440	450	450
	" " 荒	"	{28	365	370	370	360	370	370	370	380	390	410	415	415
			{29	405	405	395	380	365	355	360	360	360	380	380	380
	" " ざつ込	"	{28	355	365	365	360	370	360	355	375	385	400	405	415
			{29	390	390	380	365	360	355	355	355	355	365	375	370
	" " 荒	"	{28	305	315	325	320	330	320	320	335	340	355	360	365
			{29	345	345	330	310	300	295	295	290	300	315	320	320

(東京営林局利用課調)



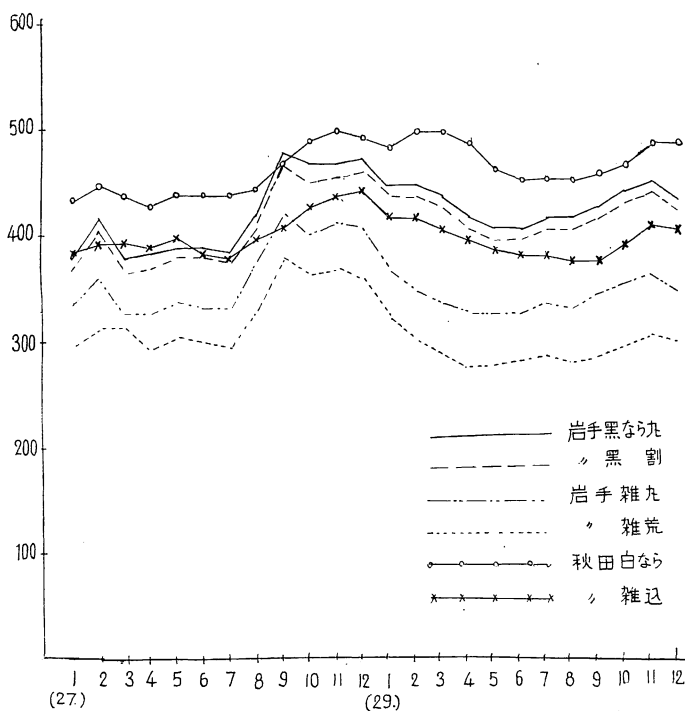
第7図 東京着駅レール渡価格季節変動

第21表 東京市場木炭標準相場変動表

(売却価格)

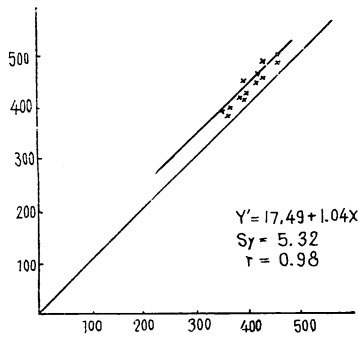
産地	銘柄	品等	月 年	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
				価格	〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃
岩手	黒ナラ丸	上	28	385	420	380	385	390	390	385	420	480	470	470	477
			29	450	450	440	420	410	410	420	420	430	445	455	440
	〃	割	28	375	410	370	375	380	380	375	410	470	455	460	466
			29	440	440	430	410	400	400	410	410	420	435	445	430
	〃	荒	28	340	370	335	345	345	345	340	385	430	405	415	420
			29	390	380	360	350	330	335	345	340	350	360	375	360
	〃	黒ぎつ丸	28	340	365	330	330	340	335	335	380	425	405	415	411
			29	370	350	340	330	330	330	340	335	350	360	370	355
	〃	割	28	330	355	320	320	330	325	325	360	415	395	405	400
			29	360	340	330	320	320	320	330	325	335	345	355	340
	〃	荒	28	305	320	320	300	310	305	300	335	385	370	375	364
			29	325	305	290	280	280	285	290	285	290	300	310	305
秋田	白ナラ込	〃	28	435	450	440	430	440	440	440	445	470	490	500	495
			29	485	500	500	490	465	455	455	455	460	470	490	490
	〃	白ナラ荒	28	395	400	400	390	400	400	400	410	420	440	450	445
			29	435	450	440	420	385	390	390	390	390	410	430	430
	〃	ぎつ込	28	385	395	395	390	400	385	380	400	410	430	440	445
			29	420	420	410	400	390	385	385	380	380	395	415	410
	〃	〃荒	28	335	345	345	350	360	350	350	365	365	385	395	394
			29	375	375	360	350	335	325	330	320	325	335	355	355

(東京営林局利用課調)

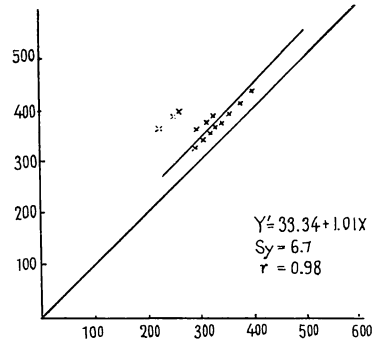


第8図 却売価格季節変動

20%余ときわめて少ないことと、またその需要も供給も比較的コンスタントであるためである。参考のために東京市場における種類品等別の黒炭消費量についてのべると、全黒炭消費量を100とするとナラ70%、雑30%であり、さらにナラの内訳はナラ丸60%、割荒40%の割合である。以上が着レール渡価格変動の態様であるが、卸売価格の変動の態様についても同一の傾向があることを第21表ならびに第8図より知り得よう。このように価格変動自体は同一傾向をもっているが、両者の価格差をみると種類品等のいかんにか



第9図 着レールおよび卸売価格黒ナラ丸



第10図 着レールおよび卸売価格黒ナラ丸

かわらずほぼ一定のマージン（30～40円くらい）の差があることを知り得よう。これを具体的にあらわすために黒ナラ丸とナラ荒を例をとって、着レール渡価格と卸売価格との相関図を作成すると一資料は 20, 21 表による一第9, 10図のごとくなる。ナラ丸, ナラ荒ともにその相関係数は0.98で、かなり綺麗なプラスの相関をしめしている。図に記入した対角線と回帰線との距離は着レール渡価格と卸売価格との差、すなわち問屋のマージンをあらわしているが、これは図にみられるように価格の変動に関係せずほぼ一定の値をとっている一約 30 円ほどの一。このように問屋は価格変動に関係せず一定のマージンを獲得し得られるのは、前述したような卸売市場の不完全競争的あるいは独占的競争の性格に起因するものである。

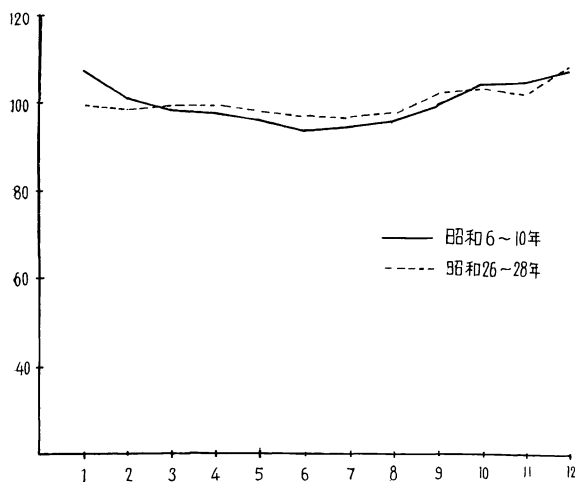
そこで、1 俵当たりほぼ 30 円のマージンがあるものとして問屋 1 軒当たりの年間総収益を推定してみよう。東京への総入荷量は約 1,300 万俵ほどである。東京都内の問屋数は約 200 軒、したがって、1 軒で年間 65,000 俵ほど取り扱っている。それゆえ年間の総粗収益は 195 万円ほどである。一方費用として 1 俵当たり 8 円一貨車おろし 3 円、運搬費 5 円である。このほか重要な費用として借入資本利子があるが、これは推定不可能なので省略した一として、年間 52 万円であり、したがって、問屋 1 軒当たり純収益は約 143 万円である一借入資本利子を考慮に入ればさらに小さくなる一。このほか薪炭炭などを取り扱うのでその収益はこの値以上になるであろう。つぎに卸売価格指数一日銀の木炭卸売価格指数による一を例にとつて戦前戦後一戦前は昭和 6～10 年、戦後は昭和 26～28 年一の季節指数を計算してみると一計算は連環比率法による一第 22 表ならびに第 11 図のごとく、一見して明白であるように資本的に劣弱な問屋の簇立にもかかわらず、戦後の季節変動の方が激しくない。この理由は戦後の木炭需要の逼迫であつたことと、木炭消費者の知識の増大および産地市場の各種組織団体による木炭供給のコントロール（この事情については前述した）等によると思われる。

その 6. 小売市場の構成と性格

32 東京都内における薪炭小売業店舗は前述のように現在約 5,500 軒、このうち専業店舗は約 3,000 軒、

第 22 表 木炭価格（卸売）の季節別変動

年 月	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
昭和 6～10年	107.1	101.6	98.7	97.8	96.1	93.8	94.2	96.0	99.3	104.1	104.4	107.0
26～28年	99.6	98.4	99.3	99.3	98.0	96.5	96.0	97.2	102.1	103.6	101.9	108.1



第 11 図 木炭卸売価格の季節変動

なる。月平均粗収入は木炭では月 300 俵扱いで 1 俵当り 100 円—小売業者のマージンについては後述する—とみて 3 万円余となり、一方薪の粗収益は、月 1,000 束扱いで単価 40 円とみて、これの 21% を収益と

副業店舗は約 2,500 軒である。これらの小売業者は前述のような性格をもった市場において相対取引により問屋から木炭を購入している。小売業者の取り扱う木炭ならびに薪は年間約 1,200 万俵、薪約 4,000 万束といわれ、このうち専業店舗の取扱いは約 9 割とみられている。これらの専業店舗の粗収益を試算すると次のようになるという*⁸。すなわち、専業店舗の取扱総数は木炭、薪ともに 9 割として、それぞれ 1,080 万俵 3,600 万束となり、1 店舗取扱数量は 3,600 俵、12,000 束と

第 23 表 東京市場木炭標準相場変動表 (小売価格)

産地	銘柄	品等	月 年	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
				価格	"	"	"	"	"	"	"	"	"	"	"
岩手	黒ナラ丸上	"	{28	480	495	480	465	460	465	465	470	535	540	550	577
			{29	560	560	545	530	525	520	520	515	520	530	545	545
	" 割	"	{28	470	485	470	455	450	455	455	460	525	530	540	567
			{29	550	550	535	515	510	510	505	505	510	520	535	535
	" 荒	"	{28	445	455	440	420	425	430	425	425	490	490	505	515
			{29	495	495	470	455	445	440	445	445	455	460	475	475
" 黒ざつ丸	"	"	{28	430	450	435	420	420	420	420	420	485	490	495	505
			{29	500	490	470	445	445	445	445	450	450	460	475	480
	" 割	"	{28	415	440	425	410	410	410	410	410	475	480	480	495
			{29	490	480	460	445	440	435	435	435	435	445	465	470
	" 荒	"	{28	395	405	395	390	380	380	380	385	440	450	455	458
			{29	445	440	420	395	395	380	385	380	385	385	405	405
秋田	白ナラ込	"	{28	530	545	535	520	520	520	520	535	580	580	600	598
			{29	610	610	600	595	590	585	580	575	505	580	595	595
	" 荒	"	{28	465	475	465	470	465	470	470	470	515	525	550	548
			{29	565	560	540	525	520	510	510	505	440	510	530	535
	" ざつ込	"	{28	465	470	470	460	460	470	470	470	510	515	535	545
			{29	545	540	525	510	505	495	495	485	450	490	515	520
" 荒	"	"	{28	415	420	420	420	420	425	430	430	470	480	485	505
			{29	500	495	480	460	455	455	455	445	380	445	465	470

(東京営林局利用課調)

*8 農林中央金庫調査部：木炭，p. 142

みれば、8,400 円となる。したがって、1 店舗の月平均粗収益合計は約 38,400 円余となる。以上が都内小売店舗の概況であるが、つぎに①小売価格変動の態様 ②卸売価格と小売価格の差すなわち小売商のマージンの実態 ③小売価格形成の特徴について考察をすすめてみよう。

まず、小売価格変動の態様についてのべると、第 23 表ならびに第 12 図より次の特徴をすることができる。

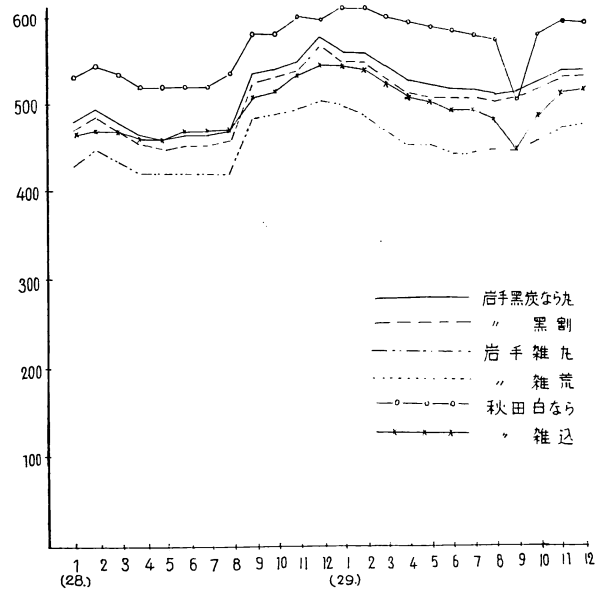
① 種類品等のいかににかかわらず全般的にいつて小売価格の変動は卸売価格の変動より激しくないようである。岩手黒ナラ丸を例にとつて

両者の価格変動の大きさを比較してみると、卸売価格の変異係数—平均価格をもつて偏差を割つた値の百分率—は 7.1 であるのに、小売価格のそれは 6.7 である。

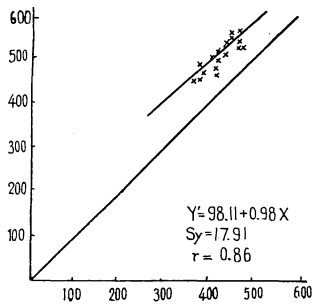
② 卸売価格の場合においては種類品等間で価格変動の大きさは相当相違をしめしていたが、小売価格においては種類品等間における価格変動は卸売価格のそれと比較して相違は小さい。具体例として非常に相違の顕著な岩手黒ナラ丸と秋田白ナラ込をとつてみると、卸売価格においては黒ナラ丸の変異係数が 7.1 なのに対して白ナラ込のそれは 4.8 と相当の差異があるのに、小売価格においては黒ナラ丸の変異係数が 6.7 であるのに、白ナラ込のそれは 6.0 であり、両者の価格変動の差異は非常に小である。この説明は後述の小売価格形成の性格の検討によりあたえられるであろう。

33 つぎに卸売価格と小売価格の差、すなわち小売業者のマージンについて触れる。第 21 表と第 23 表の資料を用いて、卸売価格と小売価格との相関図を作成すると第 13 図から第 22 図のようになる。これらの図をみるとなかなか面白い現象のあるのに気がつく。すなわち、①黒ナラ丸と黒ナラ割ならびに白雑荒は価格変動のいかににかかわらず、その差いいかえればマージンはほぼ一定である。これに対して ②黒ナラ荒、雑丸、雑割ならびに雑荒などの黒炭のうちでもナラ丸、および割に比べて品質の劣るいわゆる下物木炭は木炭価格の高い時ほど小売業者のマージンは低下し、安くなるほどマージンは増大している。最後に、③秋田白ナラ込、荒ならびに雑込は、②とは逆に価格の騰貴するほどマージンは増大し、下落するほど減少している。これはおそらく種類品等別木炭の供給および需要弾力性の相違、業界の慣習などの相違によるものであろうが、これについては今後の研究にまたねばならない。

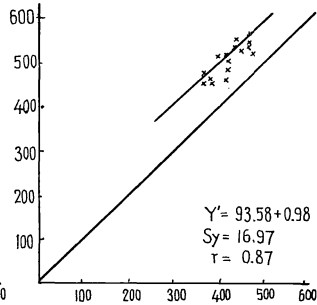
34 最後に小売価格形成の特徴—小売市場の性格—についてのべよう。小売価格の形成は費用原理のうゑに立っているという。すなわち、各小売店は問屋から仕入れた原価に営業諸費用と利益金を見込んだある一定のマージンをつけて売値を決定している。仕入価格営業費は各小売店によりまちまちであるので、同一種類品等の木炭の小売値段も各小売店によりことなつていのである。かかる現象とか卸売価格よりも



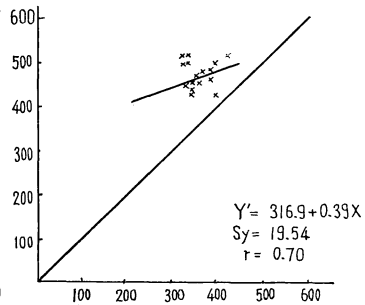
第 12 図 小 売 価 格 季 節 変 動



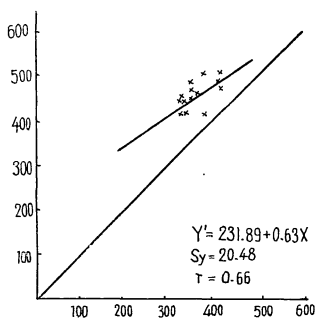
第13図 卸売小売黒ナラ丸



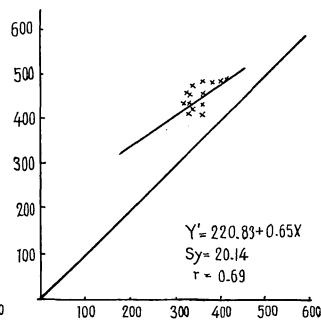
第14図 卸売小売黒ナラ割



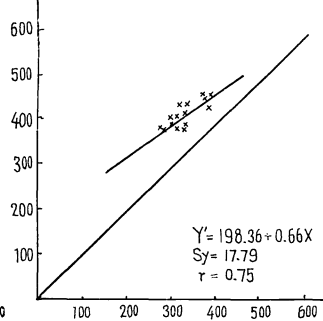
第15図 卸売小売黒ナラ荒



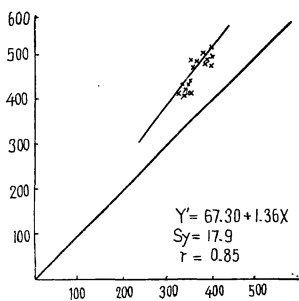
第16図 卸売小売黒雑丸



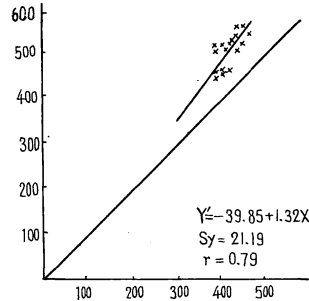
第17図 卸売小売雑割



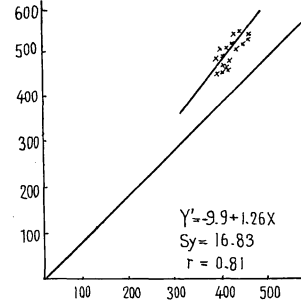
第18図 卸売小売雑荒



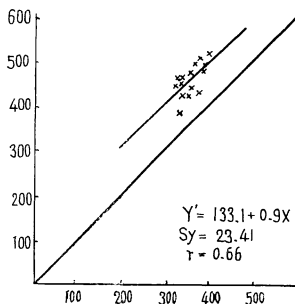
第19図 卸売小売秋田白ナラ込



第20図 卸売小売白ナラ荒



第21図 卸売小売白雑込



第22図 卸売小売白雑荒

一般に小売価格の変動が小さいといった前述の現象の原因は、共通的な小売店舗の性格—小売市場の性格—にもとづいているのである。この小売市場の性格とはいったいなんであるか。これは細分化された各市場はロビンソン夫人のような独占的性格をもった完全市場であるということである（さらに無知という要因は完全市場という性格すらうばつて市場を不完全化する）。したがって、小売市場においては完全競争理論の法則が貫徹していないのである。このために各小売業者はある程度販売価格を自分の意志どおりに操作することができるのである。しからばどういう理

由により各小売市場はかかる独占的性格をもつた完全市場の性格をもちえているのであろうか。この第1の理由は、主として消費者の商品ないし木炭市場にたいする知識の不完全であること、第2の理由はたとえ消費者が隣りの小売業者の販売価格の方が相当安いということを知っていたとしても、自分の購入量がすくないので、運搬費をかけてまで隣接小売店まで買いに行くことがわずらわしいといった、つまり距離の問題、第3は信用とかの人格的結合などの諸理由があげられる。

その 7. 産地市場の構成と性格

35 東京市場における産地市場といった場合、岩手県を考えればよいであろう。岩手県全体の生産量は年間ほぼ 1,200~1,300 万俵であり、これを郡市別にみると、第 24 表のごとく下閉伊郡が一番多く全体の 20.3%、ついで九戸郡 17.8%、二戸郡 14.4%岩手郡 12.4%などであり、これ以下の郡市の生産割合は、はるかに小さくなっている。この 4 郡で全体の 64.9 %と過半の生産量をしめている。また、昭和 28 年 3 月 1 日現在における製炭者数は専業者総数 6,805 名—主が 3,369 名である—であり、副業生産者総数は専業者数の約 5 倍ほどの 32,792 名—主 17,587 名、副 15,205 名—ほどである。窯数は黒炭窯 23,132、白炭窯 3,001 である。郡市別の製炭者および窯数は第 25 表にしめされるとおりであるが、しごく当然なことであるけれど、製炭数量の多い郡市ほど窯数が多い。生産された木炭のほとんど全部といつてもよいほどの木炭—昭和 28 年度においては総生産数約 1,300 万俵のうち約 1,002 万俵ほどが移出されている—が県外に移出されているが、この移出先は、すでにのべたように東京、千葉、神奈川、埼玉、宮城および青森などに出荷しているが、その 85 %は東京に出荷されている—第 17 表参照—。

36 つぎに出荷系統についてのべよう。

木炭出荷の流れは、第 4 図をみて知りうるように、種々のプロセスがある。まず大別して、近距離の出荷いいかえれば県内出荷と遠距離出荷、すなわち東京などの大消費地の問屋までの出荷の 2 つである。県内出荷は生産者→県内小売業者→消費者の出荷経路と生産者あるいは単位農協→消費者の 2 つの経路があるが、県内消費を約 200 万俵とすれば、前者の経路を通るものが約 75 %の 150 万俵、後者の系路を通るものが残り 50 万俵くらいである。県内の小費価格は場所によつてこととなるが、盛岡市あたりでは東京の着レール渡価格程度であるという。遠距離出荷の形態は、さらに大別して 3 つの出荷経路に分けられる。第 1 には生産者個人が担当する場合、第 2 は生産者が協同組織体を通じておこなう場合、第 3 は集荷業者の介在する場合である。第 1 の流通形態はだいたい 650 人ほど存在している企業生産者—これらの大部分のものは集荷業者を兼ねている—によりおこなわれており、この経路を通つて約 240 万俵ほどが出荷されている。第 2 の流通形態である共同出荷には系統組合による場合と移出協同組合による場合との 2 つがあるが、後者の移出協同組合は集荷業者の協同組合なのであり、実質的には第 3 の集荷業者による出荷形態とことならない。系統組合による出荷の概況についてはすでに説明したが、県内の出荷上第 3 の集荷業者による出荷につぐ木炭数量をとりあつかつており、しかも集荷業者のうごきに対して 1 本にまとまつてうごいているので、着レール渡価格形成にとつては最も強力な位置を占めている。系統組合を通じての出荷は、現在大部分依託販売形式をとつており、したがつて、この場合には産地市場は成立しない。つまり生産者の取得分は産地市場において決定される価格の形式をとらず、それは全販連と問屋との相対取引による売上価格から輸送費、荷造包装費ならびに依託費などの諸費用を差し引いたものにひとしい。このような系統組合による出荷においては、生産者の取得分は全販連と問屋との間に決定される着レール渡価格の大きさに全く比例している。それゆえ生産者は、もつぱら出荷に要する諸費用の節約と全販連と問屋との取引により決定される市場価格を高めるようにつとめればよいわけである。前 2 者の出荷形態は一般に産地

第 24 表 昭 和 28 年 度 郡 市 別 木 炭 生 産 量

岩手県木炭検査所調

郡市別	月別	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	計	%
盛岡市		6,933	14,676	6,392	8,544	8,784	5,517	10,061	5,200	13,053	17,869	8,823	21,964	127,798	0.9
釜石市		4,338	1,603	1,021	1,672	1,198	1,307	2,446	2,951	2,392	4,142	2,217	2,308	27,595	0.2
宮古市		10,988	11,606	7,283	6,249	8,441	13,258	11,161	14,047	20,129	23,202	19,316	11,770	157,450	1.2
一関市								53		207	58	334	337	989	
大船渡市		9,704	8,626	5,641	5,280	10,948	8,822	10,906	11,712	19,093	34,798	14,077	17,923	157,530	1.2
岩手郡		96,471	83,415	(1,350) 63,293	103,768	126,235	132,740	(2,538) 124,779	(1,053) 94,354	161,438	(2,713) 262,689	169,921	(349) 208,541	1,627,644	12.4
紫波郡		3,853	2,401	2,222	2,689	2,452	3,538	2,720	2,128	6,789	12,743	7,031	10,924	59,490	0.5
稗貫郡		25,819	17,696	9,604	18,515	16,002	21,033	20,977	23,642	43,038	68,423	38,364	(2,000) 53,486	356,599	2.7
和賀郡		19,436	20,908	(164) 16,552	(330) 26,704	(100) 31,256	(1,673) 33,077	(990) 32,150	(3,627) 34,625	44,771	(991) 61,800	(100) 26,617	(181) 29,197	377,093	2.9
胆沢郡		(690) 19,821	(685) 16,346	(710) 11,366	(620) 17,410	(355) 19,011	(470) 28,548	(560) 24,666	(934) 22,460	(645) 37,587	(1,240) 77,202	(960) 24,137	(1,431) 39,885	338,439	2.6
江刺郡		24,978	17,457	7,319	8,968	8,865	11,406	13,195	16,013	27,772	59,990	27,165	41,511	246,639	2.0
西磐井郡		19,576	10,788	5,536	12,029	12,914	15,773	17,842	17,725	35,386	59,966	18,137	37,624	263,296	2.0
東磐井郡		35,619	32,722	11,248	8,960	14,985	15,525	19,921	28,230	54,041	86,480	38,464	56,177	402,372	3.1
気仙郡		56,741	50,898	40,458	40,408	54,682	55,265	54,735	64,868	97,709	151,337	93,508	92,760	853,369	6.5
上閉伊郡		83,180	61,512	52,520	60,607	76,864	86,635	78,087	78,782	136,425	202,113	153,328	149,881	1,219,934	9.3
下閉伊郡		198,897	170,240	(1,042) 164,778	(658) 180,988	(1,157) 206,465	(341) 195,863	(910) 219,647	(600) 221,470	292,934	(300) 382,480	(2,683) 246,961	(947) 191,811	2,672,534	20.3
九戸郡		(650) 191,602	(700) 129,027	(700) 121,154	(711) 155,003	(700) 194,595	(800) 184,634	(650) 147,177	(500) 147,642	(1,200) 254,220	(500) 339,874	(800) 243,610	(800) 227,366	2,335,904	17.8
二戸郡		(1,000) 123,474	111,521	75,641	(500) 103,379	144,355	184,533	(1,200) 147,039	28,538	179,137	278,077	(1,700) 212,881	(2,000) 233,323	1,891,898	14.4
計		(2,340) 931,430	(1,385) 761,442	(3,966) 602,028	(2,161) 761,173	(1,813) 938,052	(4,100) 997,474	(5,079) 937,562	(8,224) 884,387	(2,445) 1,426,103	(5,744) 2,123,243	(6,243) 1,344,891	(7,708) 1,426,788	13,134,573	100.0
%		7.1	5.8	4.6	5.8	7.1	7.6	7.1	6.7	10.9	16.2	10.2	10.9		100.0

第 25 表 郡市別製炭者ならびに窯数調

郡市別	総 窯 数			使用中のもの			専 業			副 業		
	白炭窯	黒炭窯	計	白	黒	計	主	補	計	主	副	計
盛岡市	121	87	208	112	87	199	115	95	210	75	80	155
釜石市	4	32	36	4	20	24	16	11	27	8	5	13
宮古市	—	255	225	—	240	240	52	104	156	156	296	452
一関市	—	15	15	—	7	7	—	—	—	6	5	11
大船渡市	—	300	300	—	261	261	42	45	87	219	220	439
岩手郡	1,457	1,286	2,743	1,309	1,143	2,452	277	231	508	2,108	1,333	3,441
紫波郡	81	125	206	55	73	128	—	—	—	114	46	160
稗貫郡	530	449	979	511	428	939	14	21	35	906	548	1,454
和賀郡	58	1,017	1,075	54	844	898	46	22	68	887	972	1,859
胆沢郡	2	997	999	1	437	438	27	39	66	418	510	928
江刺郡	273	520	793	214	353	567	20	22	42	525	360	885
西磐井郡	—	925	925	—	512	512	9	11	20	507	534	1,041
東磐井郡	16	1,374	1,390	9	953	962	25	12	37	984	728	1,712
気仙郡	10	1,586	1,596	9	1,226	1,235	161	204	365	1,107	1,181	2,288
上閉伊郡	158	2,580	2,738	140	2,192	2,332	285	275	560	1,864	1,356	3,225
下閉伊郡	102	4,676	4,778	82	4,200	4,282	1,446	1,444	2,890	2,271	2,436	4,707
九戸郡	—	3,728	3,728	—	3,241	3,241	635	729	1,364	2,538	2,609	5,147
二戸郡	189	3,180	3,369	151	2,974	3,125	199	171	370	2,888	1,986	4,874
計	3,001	23,132	26,133	2,651	19,191	21,842	3,369	3,436	6,805	17,587	15,205	32,792
%	11.5	88.5	100.0	12.1	87.9	100.0	50.0	50.0	100.0	53.6	46.4	100.0

市場が存在せず、その流通形式も比較的単純であるが、第3の流通形態である商人の介在する場合には、生産者の取得分が市場価格から帰属するという関係には変りはないが、帰属の中間過程に生産市場が介在しているので事情はいちばん複雑になる。木炭の産地市場は集荷業者ないし仲買人を買手とし、生産者を売手として構成されるわけであるが、その市場の構成なり、性格はさまざまなかたちをもっているが、ここでは具体的に岩手県久慈市における集荷業者を例にとつて説明してみよう。

37 久慈市は岩手県でも著名な木炭出荷地である。久慈市より年間200万俵の木炭の出荷をしている。集荷業者による出荷は全体の90%の180万俵ほどであり、残りは系統組合により出荷されている。集荷業者の数は約36名ほどであり、したがって1軒当り年間平均55,000俵とりあつかっている一最高22万俵から最低1万俵までであるという一。これらの集荷業者のとりあつかう総出荷量の約90%は生産者よりの購入により、のこり10%は集荷業者が直営製炭をしたものであるという。集荷業者が生産者より集荷する場合には、大部分信用により、また前貸資本などによりなんらかのつながりをもった生産者より購入している。原木手当などを生産者にかした場合には、必ず自分のところに出荷するという条件と、1日100円につき3銭ぐらいの利子をとることにしているという一利子をとらない場合には購入するとき1俵当り何円かまかすことにしている一。生産者は約半年から1カ年間くらいかりているのが普通である。これらの事情からみて、産地市場も不完全競争市場の性格をもっていると考えられる。

久慈市における集荷業者の買いあげ値段は一般に東京着レール渡価格から50円ほど差し引いた値段である。この50円のうち集荷業者の負担する諸経費は約42円一繩、フダ2円、運賃27円、荷あげ賃4

円、倉庫料1円、しめ直し4円、移出検査料3円30銭、出庫料1円一であり、したがって、1俵当り8円ほどの純収益—岩手県内の他の地域ではこれより大きいという—をうるわけで、集荷業者の取り扱い数量を年平均55,000俵として、年間の総純収益は約44万円余である—集荷業者の貸入れ資本利子をみれば、さらにすくなくなるであろう—。山元価格は久慈市におけるかいあげ値段よりさらに15~20円ほど低い。集荷業者が山元で購入した場合山元→久慈市の過程を通るわけであるが、この際どのくらいのマージンを得ているのか、具体的にはつかめない。これは距離とか、取引条件によりその値はさまざまであろう。以上の集荷業者のマージンに関する考察は時間の要素のはいらない、いわゆる静態的な場合におけるものであつたが、実際には東京における相場のごききは山元の生産者には早くはいらないために—相場の下落したときには早く情報はいるが、急騰の場合には相当の時間のズレがあるという—相場のごきの面においては、山元の生産者は損をし、集荷業者は一般に利益を得ているという。

38 最後にナラ割上を例にとつて生産者の利潤についてのべよう。

現在における一昭和30年3月初旬現在—ナラ割上の山元価格は310円余である。これに対して生産費は原木150円、焼質100円、窯賃卸費15円—築窯費1万5千円で総生産数量1千俵—タワラおよびナラ15円、運賃20円、生産検査料3円30銭、フダ20銭、合計303円50銭、したがって総利潤6円50銭、月平均生産量100俵—この数字は木炭専業者で一般はこれよりすくない—とみて650円が月平均の総純利潤である。この数字は全くの概算にすぎないが、これによつても木炭生産者は歩が悪いことはしりえよう。最近久慈を中心とする生産者においては専業製炭者「焼子」がいなくなつてきているという事情もこの辺の消息をものがたるものであろう。如上のように集荷業者による出荷形態の産地市場は、近代的な意味における不完全競争とはことなつた、いわばそれ以前の性格をもつた不完全競争市場の性格をもつていゝと考えられる—もちろん近代的意味における不完全競争市場の性格も具備してはいるが—。

第4章 木炭市場をめぐる二、三の問題

その1. 卸売市場における問屋組織の問題

39 木炭の卸売市場は依然として相対取引による問屋組織であることは前述した。このように現在の木炭卸売市場は問屋組織であるといつても、交通機関の急速なる発展、人々の知識の発達などの諸条件は、往時のそれよりもヨリ近代化され、合理化されていることはいふまでもないが、だが問屋組織という制度は、青果物および魚などにおいてとられている中央卸売市場の組織に比較すれば、ヨリ非近代的なものであることは否定できないであろう。なぜ非近代的形態であるかというならば、問屋による売買は数多の人達の参加しない相対取引であり、したがつて、ややもすると不公平な、また不明瞭な取引が介在するおそれがあるからである。この一例として往時においては相対取引は一般に当人同志以外にはわからないような符号をもつて秘密取引がおこなわれたので、一般にはいくらで売買されたかわからなかつた。それで集荷業者の荷主にたいする価格は実際の取引価格より低めに報告して、闇利ざや—まさに闇のマージンである—をかせいだということもあるという。また、小売業者も実際問屋がいくらくらいで仕入れたのかわからないので、どうしても高めに問屋より購入させられる危険があり、かかる場合、結局は消費者がその負担をせおいこむことになる—これは前述の木炭流通の機構の説明より明白であろう—。以上のように相対取引による問屋組織は不明朗な点が生じやすいわけである。しからば、一体かかる非近代的な性格をもつた問屋制度がなぜ木炭流通に存在しているのであろうか。この理由として、ある人はつぎのような理由を

あげる。すなわち、木炭は他の品物に比べてその品等の種類が多すぎる、たとえば1貨車のうちに幾十種もの異なつた種類品等の木炭がはいっている。それゆえ売買は相対取引以外にはおこなえないというのである。

たしかにこの主張には一半の理はある。近代的な中央卸売市場形態ないしは先物取引といった売買形式のとられるためには、商品の標準化といったことが重要な因子となつている。しかしこの理由は、全面的に木炭卸売市場をして問屋組織にとどめさせている根本的原因であるという主張には異論がある。なるほど木炭の種類品等は数多存在しているとはいえるが、この点についていえば青果物でも、また最近公売形態にうつつてきている木材でも非常に沢山の種類品等が存在している。かくてこの理由は現在の問屋制度存在の正当性を説明する完全な理由でないことは理解されよう。しかれば、このほかどんな理由が考えられるであろうか。一つの理由として木炭は非常にガサバツており、しかも野天に放置することができないために中央卸売市場組織は採用されないというのである。たしかにこの理由も一半の根拠を提供しているが、しかし、やはりこの理由も問屋制度の存在を完全に正当化するものでないことは説明するまでもあるまい。このように考えると問屋制度の存在を正当化する根本的原因はどこにもとめたらよいものであろうか。

これに対してわたくしは、従来までの木炭流通に存在している慣習と林業をめぐる保守的雰囲気ならびに問屋制度にかわるより合理的市場の未発達などにあると考えるのであるが、いかがであろうか。

その 2. 産地市場における協同出荷の問題

40 谷口吉彦氏の研究^{*9}によると、米の産地市場においては、“仲買人の優勢なる地方においては共同販売は盛んならず、反対に共同販売の優勢なる地方においては仲買人の劣勢なることを発見した”というが、岩手県内の産地市場においてもかかる傾向がみられる。このように共同販売ないし共同出荷の発展は、まずその地における産地仲買人および集荷業者を排除しつつあるといえよう。かかる「商人排除の傾向」は生産者側からみた木炭の流通組織合理化—特に産地市場における—の一つのうごきである—完全に商人を排除してしまうことは流通の合理性の点で難点がある。それゆえかかるうごきにも程度がある—。

まず全国的な系統農協による取扱い状況について説明してみよう^{*10}。

系統農協の統制以前における集荷率はきわめて低調で、わずかに全集荷量の1割程度であつたのが、統制時代にはいるにおよんで木炭集荷は指定集荷業者によつて集荷され、副業製炭者の木炭はほとんど農協を通じておこなわれ、最高は全集荷量の約75%統制末期においては約60%を占めていた。しかるに統制解除とともに、産地においては農協と集荷販売業者との競争は漸次激しくなり、統制撤廃後の農協系統の集荷能力は減退し、最近では半減して約30%前後となつている。これに対して商業資本系統の進出ぶりはきわめて顕著となり、25年4月当時15.6%の集荷率にすぎなかつたものが、28年3月には35.9%と統制撤廃後3年間に約2倍以上に達する集荷率で、農協集荷をはるかにしのいで第1位の水準に達し、また、仲買人その他では3%から18%と6倍にも達しているのである。

以上のような傾向、すなわち統制後における農協系統集荷不振の傾向は岩手県にもみられている。かかる不振の根本的な原因は、①まず第1に農協系統集荷を担当するものが、直ちにその運営の責任が自分の肩のうえにかかってくる商人とことなつて、その責任の度合が意識的にも無意識的にも弱いことが考えら

*9 谷口吉彦：商業組織の特殊研究，p. 335

*10 農林中央金庫調査部：木炭

れる。この原因は森林組合といったような組合機関の不振の原因にも共通的な弱点である。②また組織的には経済的に貧弱な農山村を基盤とする農協の賃金の不足、③商人のうごきとことなつて組織に機動性がすくないことなどの諸理由があげられる。商人排除の傾向は生産者にとって一つの流通機構合理化のうごきにちがいないわけであるが、如上のような本質的欠点をもちながら今後いかほどまで系統組合出荷は進捗するであろうか。

その 3. 木炭の格差をめぐる問題

41 最近、木炭の格差問題が話題をにぎやかしている。格差というのは木炭の種類品等間の価格差のことであるが、これは木炭の統制中、木炭の公定価格を決定するにあつて、作つたものであるという。格差をめぐる現在の問題ないし意見として二つあげられよう。その一つは、統制中には需要供給ともに国家統制されていたので、一定の価格差が決定されようが、統制撤廃後の自由経済下においては、価格を決定するところの需要、供給構造が常に大なり小なり変化してくるので、一定種類品等の木炭に対して、ある種類品等の木炭はいくらといった考え方、具体的にいえばナラに対する雑の価格、または上物に対する下物といった格差決定の考え方はだめであつて、当然統制前に考えられていたように木炭の種類品等別の需給の見地になつて、各種類品等ごとに価格をきめるべきであるというのである。しかも同じような理由で木炭の格差というものとは固定的なものであると考えることは全くおかしい考え方であるという意見である。かかる主張の正しいことはいまさらわたくしが喋々するまでもあるまい。第2の問題はなかなか困難な問題である。それは木炭の種類品等別の需給条件を考慮した場合現在の木炭の種類品等間の格差はいかに定めるのかといった問題である。

42 この問題がなかなか困難であるという理由は一体正しい需要ならびに供給状況はどうであるかという

第 26 表 木炭集荷業者別取扱比率推移

系統別								系統別							
時期		農協系	森組系	販業者系	企業者系	その他	計	時期		農協系	森組系	販業者系	企業者系	その他	計
		%	%	%	%	%	%			%	%	%	%	%	%
昭和24.	6	60.0	7.0	—	30.0	3.0	100.0	昭和27.	9	31.9	1.6	33.0	15.7	17.7	100.0
25.	4	45.7	6.7	15.6	20.3	11.7	〃		10	32.0	2.2	32.5	14.6	18.5	〃
	8	38.0	6.0	24.0	14.0	18.0	〃		11	31.3	1.6	34.4	15.8	16.8	〃
	12	32.4	2.6	31.0	16.4	18.0	〃		12	31.3	1.6	32.7	15.4	18.7	〃
26.	1	33.0	3.0	27.0	19.0	18.0	〃	28.	1	30.0	1.4	34.9	16.8	16.6	〃
	3	31.9	3.2	31.2	15.9	18.7	〃		2	29.8	1.4	33.2	17.7	17.6	〃
	5	30.0	3.0	29.0	18.0	20.0	〃		3	28.9	1.9	35.9	15.4	18.0	〃
	7	29.0	2.0	33.0	17.0	19.0	〃		4	28.2	2.0	39.5	12.3	18.0	〃
	9	31.0	2.0	30.0	15.0	22.0	〃		5	28.4	2.2	41.0	12.0	16.4	〃
	11	31.0	2.0	32.0	15.0	20.0	〃		6	28.8	1.5	39.1	12.5	18.1	〃
27.	1	32.0	2.0	32.0	18.0	16.0	〃		7	28.4	1.5	43.9	10.0	16.2	〃
	3	31.0	2.0	33.0	16.0	18.0	〃		8	27.6	1.5	43.4	10.8	16.7	〃
	4	31.1	2.6	33.9	16.3	15.9	〃		9	29.5	1.6	41.8	10.5	16.6	〃
	5	30.1	2.1	34.4	16.2	17.2	〃	24年 6月	60.0	7.0	—	30.0	3.0	〃	
	6	29.2	1.7	32.7	16.9	19.3	〃	25年度	35.5	3.4	26.3	17.6	17.2	〃	
	7	29.7	1.3	33.2	17.0	18.5	〃	26年度	31.0	2.2	31.7	16.5	18.6	〃	
	8	30.8	1.5	36.0	16.1	18.4	〃	27年度	30.5	1.7	34.0	16.2	17.6	〃	

(注) 24年6月は統制末期で同年5月以降一部に自由販売地区を設定、農協の取扱いしだいに減退せる時期。25年4月統制廃止直後。農林中金、木炭141頁より引用

問題である。予想のはいらない無時間的経済を前提として考察してみても、正確な把握は困難であろう。しかも予想という動態的要因を考えると、その客観的な正しい把握はできないというのが正しいほどである。そこで格差を具体的に決定する場合、本質的に利害関係の対立する面をもっている買手である問屋と産地の集荷業者との間に意見の対立の存在することはあきらかである。このことをめぐって現在問屋と集荷業者の間にいかなる対立が存在しているであろうか。以下説明してみよう。

木炭需要は最近上物にかたよってきていることは、東京市場における木炭需要のところで一寸触れたが、かかる傾向は上物の品薄とともにますます価格を引あげ、これが他の燃料への代替を促進している。したがって、問屋としてはこのために総売上げが減少するといった事態を招来する危険にさらされるわけである。この対策として業界は下物の販売に重点をおいてきているが、このために業界では従来の格差よりも下物の価格を引きさげることを要望するわけである。本年1月16日岩手県花巻温泉で開催された格差問題協議会においても、東京の問屋代表であるCならびにT両氏はつぎのように発言されている*11。C氏は「わたくしどもの店ではナラ割を徳用炭として宣伝販売しており、家庭用はナラ丸でなければならぬということではなく、ナラ割を多く売ることにつとめるにはむしろ20円以上の格差をつけた方がよいと考える」。またT氏は「ナラ丸はだんだん不足してくるので、これのみを売るということなく割を売るには10円開きでは売りにくい」とのべている。

これに対して産地側ではもちろん下物の価格を今より下げることは現在の総所得を減少させるわけなので当然問屋の意見には反対するであろう。この会議において、産地側の一代表O氏はつぎのように発言されている。「生産地側からいえばナラ丸の並を割にすれば立派な炭ができるので小割の良いものをだすよう改良に努力している。ナラ丸上とナラ割上の格差20円すなわち丸並と割上が同値は不合理であり応ずることはできない。これは支部の一致した意見である。生産改良上のさまたげである」と強硬に突張っている。如上のような相反する意見の応じゆうの結果、現在岩手木炭の格差はあくまで弾力的であることを前提として、第27表のように決定され、3月1日より実施されることになった。

ともかく、木炭の格差は経済界の景気変動あるいは消費者の嗜好の変化などにより当然需給構造が変動するので固定的であることはできない。前述のように一応の決定をみた格差が将来どこまで守られ、またどのように変つてゆくかはなかなかおもしろい問題である。

第27表 岩手木炭格差

品 名	格 差 (円)
楢○ 上	(+) 10~20
並	(-) 5
楢△ 上	基準 0
(若木) 並	(-) 20
楢小○ 上	(-) 35~45
並	(-) 80~90
楢荒 上	(-) 90~100
並	(-) 130
雑○ 上	(-) 65~75
並	(-) 80~90
雑△ 上	(-) 80~90
並	(-) 95~105
雑小○ 上	(-) 90~100
並	(-) 105~115
雑荒 上	(-) 125
並	(-) 140

43 格差問題の決定に関連して、3月1日より木炭相場の標準が、従来のナラ丸上から割上に変つたが、これは主としてナラ丸上の変動が激しくその取扱い量も多くないために割にうつつたのであるが、他の理由としてナラ丸上の価格は黒炭のなかでいちばん高いので、これを標準につかうのは、感じからいつて木炭価格が高いように消費者にうつるので、ナラ割上に標準をおとしたものであり、ここに木炭需要縮減傾向への反撃と、下物木炭の販売増を企図する業界の動向があらわれているというものもある。

*11 燃料経済新聞，昭和30年2月21日

第Ⅲ編 木材市場構造の研究

第1章 序 説

1 市場というのはいかなる機能をもっているのか、またこのような市場の機能ならびに機構を明白にする目的は一体どこにあるのか、そして市場の機能およびその機構を分析する場合の方法はどのようにおこなうべきであろうかについては、すでに第Ⅰ編序論のうちでのべた。ここではこれらの問題についての説明は省略し、同様の前提のもとに木材の市場構造について考察を加えることにする。

2 ここにいう木材とは建築材、包装用材および家具建具用材などの一般用材を意味し、パルプ、坑木、合板、車輛ならびに船舶などの特殊用材はふくまない。

3 木材市場構造の考察にあたって痛切に感じたことは統計数字の不備である。このためにくわしい経済学的分析も省略を余儀なくされたし、また業界の経験者の経験的知識にたより大胆な推察も入れざるを得なかつた。そのために研究結果に幾多の不備をのこすことになったが、しかしかかる不備をもつたレポートも今後のかかる面における研究の前進のための礎石としては意義をもつてあろう。

第2章 木材の需給状況

その1. 木材需給の概況

4 商品の流通は、その商品の需給を前提としておこなわれる。昭和24年以降の木材需給の概況は第28表にみられるように、逐年需給数量は増加してきているが、だいたいにおいて需要に対して供給が超過しているように思われる。だがこの供給量のなかには供給を円滑にするに必要な在荷量も含まれているので、実際にどれほど供給が需要をオーバー

第28表 木材年度別需給量

年 度	供 給	需 要
昭和24年	103,236	80,735
25 "	108,207	88,314
26 "	124,071	97,700
27 "	126,796	101,641
28 "	133,414	106,604

(注) 林野庁林産課調 (単位 1000 石)

第29表 開発進捗別森林蓄積および成長量

開 發 進 度 別		用 材 林		
		国 有 林	民 有 林	計
A	蓄 積	822	884	1,706
	成長量	14	33	47
B	蓄 積	641	692	1,333
	成長量	11	20	31
小 計	蓄 積	1,463	1,576	3,039
	成長量	25	53	78
C + D	蓄 積	586	434	1,020
	成長量	5	9	14
合 計	蓄 積	2,049	2,010	4,059
	成長量	30	62	92

(単位 100 万石)

(注) Aはすでに開発された森林
Bは林道を延長すれば利用できる森林
Cは林道を新設すれば利用できる森林
Dは利用至難な森林

森林資源総合対策協議会

日本林業の危機とその対策 7頁参照

しているかは不明である。しかし大雑把にいつて木材の需給の点においては一定価格の前提のもとでバランスしているように考えて大過はなかろう。だがこれを木材資源の点よりみると、つまり成長量と消費量という観点よりみると、相当の過伐がおこなわれているといえる。すなわち、わが国における用材林の成長量は第 29 表に示めされるように、未利用林をふくめて、9,200 万石余である。この数字の正確さについては相当の問題もあろうが、ともかく森林の成長量の点よりみるとときには相当の過伐現象を示しているものと考えてよいであろう。かかる過伐現象は木材需要の増大とともに最近における木材価格高騰の一半の理由を提供しているといわれている。以上は特殊用材も含んだ木材の需給概況であるが、つぎに、特殊用材をぞいた一般用材—主として建築材—の需給状況について県別に検討してみよう。

その 2. 木材生産ならびに消費の地域的状况

5 まず生産状況についてであるが、木材がどこでいかに生産されているかについての正確な統計は存在していないが、ここでは大雑把に木材生産の地域別状況を推定するために林野庁林産課調による昭和 28 年度都道府県別一般用木材素材石数にもとづいてその概略をみておこう。昭和 28 年度における都道府県別木材生産量は第 30 表にみられるとおりであるが、都道府県を木材生産量の大小の見地より整理してみると第 31 表のとおりである。

第 30 表 都道府県別木材生産および消費量 (昭和 28 年 1 月～12 月)

	A	B	C	
都道府県	生産石数(石)	建築坪数(坪)	素材所要石数(石)	A—C
北海道	8,600,100	541,271	2,165,084	6,435,016
青森	1,415,300	78,763	315,052	1,100,248
岩手	1,815,800	152,818	611,272	1,204,528
宮城	669,000	113,218	452,872	216,128
秋田	2,909,100	116,173	464,692	2,444,408
山形	684,300	134,419	537,676	146,624
福島	2,264,800	179,047	716,188	1,548,612
茨城	833,600	151,328	605,312	228,288
栃木	944,200	98,405	393,620	550,580
群馬	671,500	150,437	601,748	69,752
埼玉	500,300	152,932	611,728	— 111,428
千葉	510,700	146,910	587,640	— 76,940
東京	346,600	1,216,708	4,866,832	— 4,520,232
神奈川	205,000	491,673	1,966,692	— 1,761,692
新潟	1,316,700	282,614	1,130,456	186,244
富山	161,700	90,697	362,788	— 201,088
石川	647,100	114,321	457,284	189,816
福井	966,100	117,477	469,908	496,192
山梨	762,700	46,660	186,640	576,060
長野	2,491,800	219,358	877,432	1,614,368
岐阜	1,647,700	130,592	522,368	1,125,332
静岡	2,030,700	320,641	1,282,564	748,136
愛知	642,200	827,065	3,308,260	— 2,666,060
三重	1,950,900	157,156	628,624	1,322,276
滋賀	652,100	86,876	347,504	304,596

	A	B	C	
都道府県	生産石数(石)	建築坪数(坪)	素材所要石数(石)	A—C
京 都	1,365,700	225,060	900,240	465,460
大 阪	284,900	866,179	3,464,716	— 3,179,816
兵 庫	1,732,300	562,162	2,248,648	— 516,348
奈 良	1,559,900	54,937	219,748	1,340,152
和 歌 山	1,347,600	94,862	379,448	968,152
鳥 取	988,500	83,558	334,232	654,268
島 根	1,174,700	99,613	398,452	776,248
岡 山	1,018,600	160,369	641,476	377,124
広 島	1,637,200	384,329	1,537,316	99,884
山 口	1,589,400	155,436	621,744	967,656
徳 島	1,056,300	72,046	288,184	768,116
香 川	162,700	98,950	395,800	— 233,100
愛 媛	2,340,300	148,624	594,496	1,745,804
高 知	2,682,000	76,907	307,628	2,374,372
福 岡	1,072,800	502,096	2,008,384	— 935,584
佐 賀	449,900	99,869	391,476	58,424
長 崎	483,700	180,478	721,912	— 238,212
熊 本	2,715,800	143,548	574,192	2,141,608
大 分	2,104,000	198,811	795,244	1,308,756
宮 崎	2,513,200	126,141	504,564	2,008,636
鹿 児 島	2,370,700	191,285	765,140	1,605,560
計	66,290,200	10,642,819	42,563,276	23,726,924

第 31 表 生産量別都道府県

I	II						III			IV		
500 万石以上	500 万石～100 万石						100～50 万石			50 万石以下		
	1000石						100万石					
北 海 道	青 森	1415.3	島 根	1174.7	宮 城	669.0	京 都	346.6				
	岩 手	1815.8	岡 山	1018.6	山 形	684.3	神 奈 川	205.0				
	秋 田	2909.1	広 島	1637.2	茨 城	833.6	富 山	161.7				
	福 島	2264.8	山 口	1589.4	栃 木	944.2	大 阪	284.9				
	新 潟	1316.7	徳 島	1056.3	群 馬	671.5	香 川	162.7				
	長 野	2491.8	愛 媛	2340.3	埼 玉	500.3	佐 賀	449.9				
	岐 阜	1647.7	高 知	2682.0	千 葉	510.7	長 崎	483.7				
	静 岡	2030.7	福 岡	1072.8	石 川	647.1						
	三 重	1950.9	熊 本	2715.8	福 井	966.1						
	京 都	1365.7	大 分	2104.0	山 梨	762.7						
	兵 庫	1732.3	宮 崎	2513.2	愛 知	642.2						
	奈 良	1559.9	鹿 児 島	2370.7	滋 賀	652.1						
	和 歌 山	1347.6			鳥 取	988.5						
8,600.1 13.0%	46,123.3 69.6%		25		9,472.3 14.3%		13		2,094.5 3.1%		7	

年間 500 万石以上の生産地（第Ⅰ階層）は北海道のみ、500～100 万石の生産地（第Ⅱ階層）は 291 万石の秋田をはじめとして 25 府県、100～50 万石の生産地（第Ⅲ階層）は 99 万石の鳥取をはじめとする 13 県、50 万石以下の生産地（第Ⅳ階層）は 48 万石の長崎をはじめとする 7 県である。第Ⅰ階層の北海道だけで総生産量の 13.0 %を占め、第Ⅱ階層は合計 4,612 万石で全体の 69.6 %，第Ⅲ階層は合計 947 万石で全体の 14.3 %，第Ⅳ階層は合計 210 万石で全体の 3.1 %をしめている。

6 つぎに、木材の消費状況について同様な考察を加えてみよう。一般用材の地域的消費状況については分析にたえるごとき資料がみあたらないので、建設省の都道府県別建築統計より推算した建築材需要石数により考察することにするが、一般用材としては建築材が大部分をしめているわけであり—約 60 %—，したがって、建築材需要石数によつても一般用材の地域別需要状況は窺知しうるのであろう。生産状況の場合と同様に第 30 表より、都道府県を消費量別にあらわした第 32 表を作つてみると、年間500～100万石の消費地（第Ⅰ階層）は東京の 486 万石を最高とする 10 都道府県、100～50 万石の消費地（第Ⅱ階層）は 90 万石の京都をはじめとする 19 府県、50 万石以下の消費地（第Ⅲ階層）は 47 万石の福井をはじめとする 17 県である。第Ⅰ階層は合計 2,398 万石で全体の 56.3 %，第Ⅱ階層は合計 1,242 万石で全体の 29.2 %，第Ⅲ階層は合計 616 万石で全体の 14.5 %をしめている

第 32 表 消費量別都道府県

I 500 万石～100 万石				II 100～50 万石				III 50 万石以下	
北海道	2,165,084	岩手	611,272	宮崎	504,564	青森	315,052		
東京	4,866,832	山形	537,676	鹿児島	765,140	宮城	452,872		
神奈川	1,966,692	福島	716,188			秋田	464,692		
新潟	1,130,456	茨城	605,312			栃木	393,620		
静岡	1,282,564	群馬	601,748			富山	362,788		
愛知	3,308,260	埼玉	611,728			石川	457,284		
大阪	3,464,716	千葉	587,640			福井	469,908		
兵庫	2,248,648	長野	877,432			山梨	186,640		
広島	1,537,316	岐阜	522,368			滋賀	347,504		
福岡	2,008,384	三重	628,624			奈良	219,748		
		京都	900,240			和歌山	379,448		
		岡山	641,476			鳥取	334,232		
		山口	621,744			島根	398,452		
		愛媛	594,496			徳島	288,184		
		長崎	721,912			香川	395,800		
		熊本	574,192			高知	307,628		
		大分	795,244			佐賀	391,476		
23,978,952	10		12,418,996	19		6,165,328	17		
56.3%			29.2%			14.5%			

7 以上が都道府県別の木材生産ならびに消費の状況であるが、両者を概観していえることは、木材生産は地域的に分散的であるのに—木炭の場合より一層分散的である—，消費は集中的であるということである。これまでの考察は木材生産ならびに消費の絶対量よりみた地域的状況であるが、木材の流通の点より木材生産地および消費地を考える場合には余剰生産量ならびに超過消費量の点より都道府県をながめてみ

第 33 表

余 剰 生 産 量 お よ び 余 剰 生 産 県			超 過 消 費 量 お よ び 余 剰 消 費 県		
100 万石以上	100～50 万石	50 万石以下	50 万石以下	100～50 万石	100 万石以上
北海道 6,435,016	和歌山 968,152	福 井 496,192	長 崎 238,212	福 岡 935,584	東 京 4,520,232
秋 田 2,444,408	山 口 967,656	京 都 465,460	香 川 233,100	兵 庫 516,348	大 阪 3,179,816
高 知 2,374,372	島 根 776,248	岡 山 377,124	埼 玉 111,428		愛 知 2,666,060
熊 本 2,141,608	徳 島 768,116	滋 賀 304,596	千 葉 76,940		神 奈 川 1,761,692
宮 崎 2,008,636	静 岡 748,136	茨 城 228,288	富 山 201,088		
愛 媛 1,745,804	鳥 取 654,268	宮 城 216,128			
長 野 1,614,368	山 梨 576,060	石 川 189,816			
鹿 児 島 1,605,560	栃 木 550,580	新 潟 186,244			
福 島 1,548,612		山 形 146,624			
奈 良 1,340,152		広 島 99,884			
三 重 1,322,276		群 馬 69,752			
大 分 1,308,756		佐 賀 58,424			
岩 手 1,204,528					
岐 阜 1,125,332					
青 森 1,100,248					
29,319,676	6,009,216	2,838,532	860,768	1,451,932	12,127,800
76.8%	15.8%	7.4%	6.0%	10.0%	84.0%
	38,167,424 (100)			14,440,500 (100)	

ることが必要である。余剰生産量 100 万石以上の木材生産地（第Ⅰ階層）は北海道の 643 万石を最高として、秋田（244 万石）、高知（237 万石）、熊本（214 万石）、宮崎（200 万石）、愛媛（174 万石）などの 15 道県、100～50 万石の生産地（第Ⅱ階層）は和歌山（96 万 8 千石）、ついで山口（96 万 7 千石）、島根（77 万石）などの 8 県、50 万石以下の生産地（第Ⅲ階層）は福井（49 万石）、ついで京都（46 万石）、岡山（37 万石）などの 12 府県であり、第Ⅰ階層は合計約 2,931 万石で全体の約 76.8 %、第Ⅱ階層は合計約 600 万石で全体の 15.8 %、第Ⅲ階層は合計約 284 万石で全体の 7.4 %をしめている。これに対して超過消費地は、年間 100 万石以上の消費地（第Ⅰ階層）は東京（約 452 万石）、ついで大阪（318 万石）愛知（267 万石）、神奈川（176 万石）の 4 消費地、100～50 万石の消費地（第Ⅱ階層）は福岡（935 万石）ならびに兵庫（516 万石）の 2 県、50 万石以上の消費地（第Ⅲ階層）は長崎（24 万石）、香川（23 万石）、埼玉（11 万石）、千葉（約 8 万石）ならびに富山（2 万石）の 5 県である。第Ⅰ階層の総計消費量は約 1,213 万石で全体の 84.0 %、第Ⅱ階層は約 145 万石で全体の 10.0 %、第Ⅲ階層は約 86 万石で全体の 6.0 %をしめている。

以上のように、余剰生産量ならびに超過消費量の点より木材の地域別生産および消費状況をながめた場合、先の絶対量の数字により考察した場合より、「木材生産地は比較的分散的であり、これに対して消費地は集中的であるという状況がより明白に知られるであろうし、また東京、大阪ならびに愛知（主として名古屋）の 3 都府県がわが国における主要な消費地、特に木材流通上主要な消費地であるということが知られよう。以上が木材需給の概況であるが、以下さらに木材の供給ならびに需要について詳述してみよう。

8 まず、木材の供給について説明してみよう。昭和 24 年以降の木材供給数量は昭和 24 年の 1 億石が

ら逐年増加して昭和 28 年には約 1 億 3 千万石までになったが、需要との関係においては一応一定価格条件のもとにおいて均衡していたと考えられるわけであるが、その背景になつてゐる森林資源との関係において考えると相当の過伐をしめていたということは既述した。ここでは木材供給の特徴を理解するために木材の生産形態ならびにその性格について一瞥しておこう。

第 34 表 所有別用材林面積、蓄積および成長量

所 有 別	面 積	%	蓄 積	%	1 町歩当り蓄積	成 長 量
	1,000町		100万石			100万石
国 有 林	2,660	30	2,049	52	770	29.9
民 有 林	6,241	70	1,878	48	300	68.6
合 計	8,901	100	3,927	100	441	98.5

昭和 25 年 12 月 林野庁計画課調

わが国における林野の所有関係は、第 34 表にみられるように、面積の点よりみると、国有林 30 %、民有林 70 %と民有林が大半をしめている。蓄積は国有林 52 %、民有林 48 %で国有林のしめる割合の方が若干多い。したがつて、1 町歩当り蓄積を算出すると国有林 770 石に対して民有林はその半分弱の 300 石ほどである。1 町歩当り蓄積の点よりみると一見国有林の用材林生産力の方が民有林よりまさつてゐるに思われるが、生産力について比較するには両者の成長量を検討しなくてはならない。成長量を見ると国有林は 2,990 万石であるのに対して、民有林はその 2 倍ほどの 6,860 万石の値をしめている。このことは用材林の土地生産力は民有林の方が高いことをしめすものであり、また蓄積は民有林の方がはるかにすくないということとあいまつて資本生産力においては民有林の方が国有林よりはるかにすぐれてゐることを意味するものである。かくのごとき生産力の相異をもたらしている原因は、その意義上国有林は民有林よりはるかに経済的にも自然的にも劣つた不便な山岳地帯に存在していることによるものと思われる。ともあれ用材林生産ならびに供給の面においては、現在においても、また将来においても民有林が主役を演ずることは以上の分析で明白であらう。ここで、以下さらに民有林の実態についてふれてみよう。民有林はさらに公有林、社寺有林ならびに私有林に分けられるが、民有林のうちにおいては私有林が面積の点で 80 %もしめており、圧倒的に主要な位置をしめている。したがつて、民有林の生産構造の検討は私有林の生産構造の考察により達せられるであらう。

私有林の所有規模は第 35 表にしめされるように、1 町歩未満の森林所有者数は全体の 73 %、その所有面積は全体の 15 %、5 町歩未満とすれば森林所有者数は 94 %、所有面積 42 %である。これに対し

第 35 表 私有林所有規模

	1 町歩以下	1～5町歩	5～20 町歩	20～50町歩	50町歩以上	合 計
所有者数	3,634,644	1,053,729	256,462	42,153	14,645	5,001,633
%	72.7	21.1	5.1	0.8	0.3	100.0
面積	1,740,768	2,918,387	2,804,709	1,398,478	2,535,380	11,397,722
%	15.3	26.5	24.6	12.3	22.2	100

昭和 21 年 5 月 林野庁調

て、50 町歩以上の森林所有者はわずかに 0.3 % にすぎないが、その所有面積は 22.2 % と全体の相当割合をしめている。如上のように私有林面積の半分弱は 5 町歩未満の零細所有者により所有されている。これらの零細所有者のほとんどは農家であつて、これらの所有者は主として営農上必要な自家用林産物の採取ないし備蓄資産として所有しており、したがつて、林産物価格の変動による生産量の増減をはかるようなことはしない。すなわち、価格変動に対して木材供給は硬直的である。また 50 町歩以上の山林所有者は 1 人当り平均 180 町歩ほどの大規模の山林を所有しているにもかかわらず、その経営はほとんど企業と家計面の結合した家計充足的経営であり、その経営はその家計の充足を基礎においていとなまれるわけである。したがつて、林産物価格の変動に対して硬直的であるばかりでなく、林産物価格下落の場合には、家計充足のための一定所得をうるために生産を増加し、逆に価格高騰の場合には生産を減少するといつた、林産物価格の形成を積極的に不安定的ならしめるごときをいしめすのである。以上は木材の生産形態ならびにその性格についての概要であるが、つぎに木材需要について概観してみよう。

9 一般用材の内訳は、建築用材が約 60 %—昭和 28 年度に例をとると一般用材 6,630 万石（素材換算石数）のうち 4,260 万石—をしめ、のこり 40 %—昭和 28 年度は 2,370 万石—が包装用材、家具建具用材などであるが、建築用材は建設省の建築統計により逆算することにより、ある程度正確に推定することができるが、包装用材、家具建具用材の使用量については正確な統計数値をうることは困難である。昭和 25 年度における通産省の「包装木材使用実績調査」にもとづいて推定してみると、包装用材の使用量は約 1,600 万石余になつているので、のこりの 770 万石が家具建具用材であると考えられる。以下これらについて若干検討するが、まず建築用材についてふれよう。建築用材の需要動向は、建築活動の量と型に依存している。昭和 26 年以降 28 年度までは総建築坪数は増加してきているが、29 年度にいたり、若干減少をしめしている。このように 28 年度まで建築坪数が増加しているのは、これは昭和 25 年 6 月から 28 年 7 月までつづいた朝鮮事変による経済の好況によるものであろう。昭和 29 年度にいたり減少をしめたのは、朝鮮事変後のデフレ政策の影響であらう。以上のように建築坪数の増減は、一般経済界の動向に左右されるところが大きい。したがつて、今後の建築用材の需要も、将来の一般経済界の動向によりきめられるのである。それゆゑ将来の建築用材の需要の動向は、一般経済界の見透しの困難であることと同様に見透し困難である。だが第 36 表の統計数字より知られる傾向としては昭和 27 年以降鉄筋コンクリート造と鉄骨造建築坪数が逐次増加してきていることである。この傾向は将来どこまでつづくものか、またこの傾向は確定的なものであるかどうかについては今後の建築動向にまたねばならないが、この 3 カ年間の動向は、現在の木材価格水準が不変であるという前提条件下においては今後も継続されるという意見もつよい。この意見を裏づける資料として、他の建築代替品の価格と関連せしめて木材価格のうご

第 36 表 年度別構造別建築坪数

年度別 構造別		昭和 26 年		27 年		28 年		29 年	
木	造	8,673,938	88.2	9,368,011	90.0	9,064,039	85.1	8,335,562	83.0
鉄筋コンクリート	造	833,509	8.5	704,779	6.8	1,062,511	10.0	1,220,416	12.1
鉄	骨	285,314	2.9	258,583	2.5	405,463	3.8	349,957	3.5
そ	の	40,464	0.4	79,435	0.7	110,806	1.1	138,731	1.4
計		9,833,225	100	10,410,808	100	10,642,819	100	10,044,666	100

第 37 表 個別物価指数および総平均物価指数

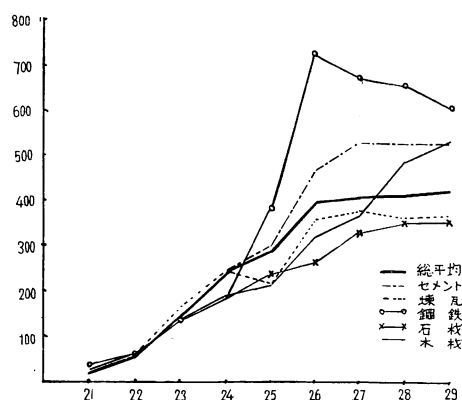
23年（1943）1月＝100

年度 種類別	昭和 21	22	23	24	25	26	27	28	29
セメント	16.12	55.56	152.1	250.1	303.5	470.5	533.6	533.6	531.8
煉瓦	21.88	50.89	169.1	250.6	212.0	364.2	390.6	373.3	379.5
石材	22.69	60.37	141.9	186.3	235.4	264.5	332.5	354.2	355.0
木材	15.18	62.35	135.0	191.7	217.4	321.5	371.9	490.0	535.0
鋼鉄	31.37	60.26	134.5	188.4	381.7	726.3	672.2	657.6	603.5
総平均	19.13	56.61	150.4	245.4	290.2	402.7	410.5	416.2	422.0

きをみてみよう。昭和 21 年より 29 年までのセメント、煉瓦、石材、木材、鋼鉄、および総平均物価のうごきは第 37 表ならびに第 23 図より知られるように、すべて昭和 26 年まで逐年増加をしめしている。特に昭和 24 年から 26 年までの鋼鉄価格の上昇率は激しい。しかしながら、昭和 26 年以降は木材を除いた他の代替品ならびに総平均物価指数は下降ないし横ばい現象をしめしている。これに対して木材のみ逐年高騰をしめしている。かくのごとき価格関係が、上述したような鉄筋コンクリート造ならびに鉄骨造建築の割合が増加していく現象の原因となつていふと考えられる。ともあれこのような建

築動向における質的变化および将来における日本経済のあまり明るくない予想のもとにおいては建築用材の需要は減少することはないとしても、それ程激しい増加はないのではなからうか。

つぎは包装用材についてであるが、前述のごとく昭和 25 年度における通産省の概算では約 1,600 万石余であるという。これを各部門別にながめると第 38 表にみられるように、繊維工業が 25%と最高をしめし、ついで化学工業（10%）、食品工業、水産および油糧用（ともに 8%）などの順位になつている。この後繊維は著しく減少し、機械金属工業、および油類用が増加してきているという。将来の包装用材の需要動向を推論するためには、代替品のうごきをながめておくことが必要である。最近包装用材はバルブ、坑木などとの競合ならびに全般的な木材価格高騰傾向とあいまって昭和 27 年以降急速な価格上昇をしめしている。このような価格関係と、木材利用合理化運動などに刺戟されて包装部門にダンボール、ハードボードが普及されてきて煙草、医薬品、書籍などはもちろん、最近ではリンゴなどの青果物にまで使用されて



第 23 図

第38表 部門別包装木材使用構成比

部 門	%
機 械 金 属 工 業	4
繊 維 工 業	25
化 学 工 業	10
油、油 脂 工 業	1
窯 業 用	6
雑 貨 用	2
食 品 工 業	8
農 産 物 用	4
水産および油糧用	8
煙 草 用	2
酒 類 用	6
そ の 他	14
合 計	100

きている。ダンボールなどの代替品の普及は、現在の価格関係および代替品の積極的な技術改善の努力といたった条件下においては将来まだのびるように思われる。それ故将来包装用材の需要は傾向的には激しい変動はないとしても、飛躍的増大は考えられない。

最後に家具建具について簡単にのべよう。家具建具は、非常に零細な工場ないし職人などにより生産されているので、家具建具の需要動向については推定以上には考察できない。現在までのところ家具建具に対しては積極的な代替品の出現もない。また質的な縮減傾向はみられない。したがって将来の需要は建築動向および人口増加率などにより左右されるであろうが、大雑把にいつて、その需要は急激な増加はないとしても比較的安定した需要をしめして行くものと思われる。以上が木材流通の前提となる木材需給の状況であるが、以下木材需給の遭遇する場である木材市場について考察をすすめてみよう。

第 3 章 わが国における木材市場の構造

10 わが国における主要な木材市場は消費地市場を考察の視点としてながめると、前に考察したところで明白であるように、東京、大阪ならびに愛知（主として名古屋、以下名古屋市場と呼ぶ）の 3 市場が考えられるであろう。わが国における木材市場の構造の考察においては、これらの 3 つの各主要市場を中心にいかなる木材生産地が、どのように結合され、そして各市場はおたがいにいかなる関係をもっているか、また各市場の特徴はなにかなどの問題が課題となろう。

11 まず東京市場についてであるが、東京市場についてはのちほどくわしく考察するのでここではその概略を説明するにとどめる。

東京への木材入荷—ここでの木材の中には一般用材のほか、特殊用材も含む—は製品、素材、および外材に大別されて、鉄道、船舶ならびにトラック輸送により入荷する。入荷材は昭和 28 年度に例をとると、第 39 表にあらわされるように、素材石に換算して、鉄道入荷により素材 116 万石、製材 886 万石、計 1,002 万石、船舶により素材 61 万石、製材 119 万石、計 180 万石、このほかトラック輸送による入荷量が約 100 万石ほどあり、以上を総計すると内地材の総入荷量は、約 1,282 万石余となる。また、外材は約 220 万石余入荷している。以上のように東京入荷は大部分製品で、しかも鉄道による入荷によりおこなわれている。つぎに木材入荷先をみると、第 39 表のごとく全国各地から入荷されているが、特に和歌山—内地生産石数を 100 とした場合 12.4 %—、秋田—10.8 %—、静岡—9.2 %—、北海道—7.5 %—などは多くこれらの生産地で全体の 39.9 %をしめている。これらの生産地よりの出荷状況が東京市場における価格形成のうえに甚大なる影響をもっている。なかんずく、和歌山は小角材の市場決定においては現在の東京市場のイニシアティブをもっているといわれる。

上述の外材を除いた入荷量 1,300 万石のうち約 1,200 万石ほどが一般用材であり、この 1,200 万石は後述するように問屋が 42 %、市売が 42 %、小売商直接に入荷するものが 16 %ほどである。外材 220 万石は主として輸入商社により取り扱われている。

12 つぎに大阪市場についてであるが、大阪の年間入荷量は東京についで多く、昭和 28 年度に例をとると、総計 594 万石、この内訳は外材 134 万石、船舶輸送による内地材 310 万石、鉄道輸送による内地材 150 万石ほどである。このように、大阪は船舶輸送による入荷割合が鉄道輸送による入荷量にくらべてはるかに多い。また素材と製材との割合をみると、内地生産材 460 万石を 100 とした場合、製材は 370 万石で 80 %をしめて東京市場における場合と類似している。大阪市場の入荷先も東京市場の場合と同様に北は北海道から南は鹿児島まで全国から入荷されている。おもなる入荷先は北海道、長野、岐阜、和歌山、

第 39 表 東京市場への府県別入荷量

(昭和28年度)

	鉄 道 入 荷 (石)			船 舶 入 荷 (石)			鉄 道 船 舶 入 荷 合 計 (石)			
	素 材	製 材	計	素 材	製 材	計	素 材	製 材	総 計	
北海道	76,909	581,292	658,201	226,139	531	226,670	303,048	581,823	(7.5)	884,871
青森	22,728	139,664	162,392	—	—	—	22,728	139,664	(1.3)	162,392
岩手	54,260	373,998	428,258	6,470	15,896	22,366	60,730	389,894	(3.8)	450,624
宮城	5,616	46,546	52,162	867	—	867	6,483	46,546	(0.4)	53,029
秋田	62,724	1221,436	1284,160	—	—	—	62,724	1221,436	(10.8)	1284,160
山形	7,968	172,532	180,500	—	—	—	7,968	172,532	(1.5)	180,500
福島	106,264	467,978	574,242	—	—	—	106,264	467,978	(5.8)	574,242
茨城	18,220	213,119	231,339	—	—	—	18,220	213,119	(1.9)	231,339
栃木	28,372	164,317	192,689	—	—	—	28,372	164,317	(1.6)	192,689
群馬	49,688	48,543	98,231	—	—	—	49,688	48,543	(0.8)	98,231
埼玉	5,944	2,997	8,941	—	—	—	5,944	2,997	(0.1)	8,941
千葉	16,748	23,539	40,287	—	—	—	16,748	23,539	(0.3)	40,287
東京	1,392	1,142	2,534	2,043	38	2,081	3,435	1,180	(0.0)	4,615
神奈川	2,976	6,683	9,659	—	—	—	2,976	6,683	(0.1)	9,659
山梨	29,636	72,122	101,758	—	—	—	29,636	72,122	(0.8)	101,758
長野	27,464	1056,434	1083,898	6,009	—	6,009	33,473	1056,434	(9.2)	1089,907
新潟	285,872	350,463	636,335	—	—	—	285,872	350,463	(5.4)	636,335
愛知	11,316	48,705	60,021	200	—	200	11,516	48,705	(0.5)	60,221
岐阜	16,536	366,934	383,470	—	—	—	16,536	366,934	(3.2)	383,470
富山	15,444	53,985	69,429	—	—	—	15,444	53,985	(0.6)	69,429
石川	412	12,479	12,891	—	—	—	412	12,479	(0.1)	12,891
福井	928	7,112	8,040	—	—	—	928	7,112	(0.0)	8,040
滋賀	3,800	3,887	7,687	—	—	—	3,800	3,887	(0.1)	7,687
三重	196	2,245	2,441	—	—	—	196	2,245	(0.0)	2,441
和歌山	24,364	377,815	402,179	69,669	31,030	100,699	94,033	408,845	(4.2)	502,878
奈良	17,436	713,929	731,365	23,441	709,863	733,304	40,877	1423,792	(12.4)	1464,669
京都	40,152	513,136	553,288	—	—	—	40,152	513,136	(4.8)	553,288
大阪	28,412	24,802	53,214	—	—	—	28,412	24,802	(0.4)	53,214
兵庫	5,620	39,147	44,767	3,219	305	3,524	8,839	39,452	(0.4)	48,291
岡山	33,920	75,551	109,471	1,342	—	1,342	35,262	75,551	(0.9)	110,813
広島	28,984	15,428	44,412	600	—	600	29,584	15,428	(0.3)	45,012
山口	13,684	63,210	76,894	7,780	—	7,780	21,464	63,210	(0.7)	84,674
徳島	14,164	38,150	52,314	9,303	5,768	15,071	23,467	43,918	(0.5)	67,385
香川	14,580	104,877	119,457	—	—	—	14,580	104,877	(1.0)	119,457
愛媛	31,364	163,547	194,911	—	—	—	31,364	163,547	(1.6)	194,911
高知	1,824	3,406	5,230	—	—	—	1,824	3,406	(0.0)	5,230
福岡	2,124	184,461	186,585	2,723	44,569	47,292	4,847	229,030	(2.0)	233,877
大分	728	117,519	118,247	28,130	81,361	109,491	28,858	198,880	(1.9)	227,738
宮崎	4,904	192,227	197,131	53,198	171,965	225,163	58,102	364,192	(3.6)	422,294
熊本	2,132	18,516	20,648	—	—	—	2,132	18,516	(0.2)	20,648
鹿児島	6,488	254,732	261,220	19,484	11,666	31,150	25,972	266,398	(2.4)	292,370
佐賀	10,232	144,239	154,471	106,925	84,826	191,751	117,157	229,065	(2.9)	346,222
長崎	1,316	1,213	2,529	—	—	—	1,316	1,213	(0.0)	2,529
熊本	584	4,584	5,168	7,568	4,127	11,695	8,152	8,711	(0.1)	16,863
鹿児島	16,004	207,148	223,152	29,122	7,029	36,151	45,126	214,177	(2.2)	259,303
鹿児島	10,912	163,546	174,458	10,737	19,473	30,210	21,649	183,019	(1.7)	204,668
計	1161,341	8859,335	10020,676	614,969	1188,447	1803,416	1776,310	10047,782	(84.3)	11824,092
南洋	—	—	—	1479,264	125	1479,389	1479,264	125		1479,389
台北	—	—	—	—	4,642	4,642	—	4,642		4,642
北米	—	—	—	428,759	295,844	724,603	428,759	295,844		724,603
小計	—	—	—	1908,023	300,611	2208,634	1908,023	300,611	(15.7)	2208,634
総計	1161,341	8859,335	10020,676	2522,992	1489,058	4012,050	3684,333	10348,393	100.0	14032,726

(備考) 単位は全部素材石に換算, 東京営林局林産課調べによる。

第40表 大阪(A)および名古屋市場への鉄道船舶による木材入荷量

	A 鉄道船舶入荷量 素材(石)				B 鉄道船舶入荷量 素材(石)			
	素 材	製 材	合 計	%	素 材	製 材	合 計	%
北海	14,686	138,254	152,940	10.4	49,753	31,778	81,531	(3.9)
道森手	—	—	—	—	1,368	1,403	2,771	(0.1)
青岩	13,012	1,453	14,465	1.0	26,488	3,104	29,592	(1.4)
宮城	—	1,228	1,228	0.1	1,092	249	1,341	(0.1)
秋田	1,356	46,497	47,853	3.3	11,072	13,554	24,626	(1.2)
山形	—	—	—	—	796	75	871	(0.0)
福島	5,820	1,758	7,578	0.5	7,300	421	7,721	(0.4)
茨城	36	818	854	0.1	956	2,357	3,313	(0.2)
栃木	444	2,017	2,461	0.2	1,096	2,746	3,842	(0.2)
群馬	108	194	302	—	6,936	3,580	10,516	(0.5)
埼玉	220	356	576	—	336	1,045	1,381	(0.1)
千代田	—	219	219	—	564	502	1,066	(0.1)
東京	644	2,584	3,228	0.2	17,672	3,159	20,831	(1.0)
神奈川	—	—	—	—	444	—	444	—
山梨	56	—	56	—	7,008	—	7,008	(0.3)
長野	748	1,175	1,923	0.1	14,724	9,623	24,347	(1.2)
新潟	55,780	12,377	68,157	4.8	384,336	24,025	408,361	(19.6)
愛知	1,104	13,940	15,044	1.0	19,376	1,183	20,559	(1.0)
岐阜	6,128	33,592	39,720	2.7	5,464	1,359	6,823	(0.3)
富山	23,400	55,874	79,274	5.4	470,880	80,239	551,119	(26.4)
石川	500	3,844	4,344	0.3	13,020	6,788	19,808	(1.0)
福井	132	1,823	1,955	0.1	2,556	980	3,536	(0.2)
滋賀	6,056	10,793	16,849	1.2	61,780	6,245	68,025	(3.3)
三重	200	671	871	0.1	25,636	1,505	27,141	(1.3)
歌山	9,972	21,921	31,893	2.2	54,264	16,650	70,914	(3.4)
奈良	9,400	36,584	45,984	3.1	5,300	16,718	22,018	(1.1)
京都	960	387	1,347	0.1	26,580	1,978	28,558	(1.4)
大阪	7,816	4,807	12,623	0.9	185,844	10,724	196,568	(9.4)
兵庫	1,008	9,572	10,580	0.7	16,156	4,154	20,310	(1.0)
岡山	13,140	19,617	32,757	2.2	43,988	19,273	63,261	(3.0)
広島	14,200	15,024	29,224	2.0	20,760	2,073	22,833	(1.1)
山口	11,412	75,904	87,316	6.0	64,512	9,469	73,981	(3.5)
鳥取	5,436	6,338	11,774	0.8	21,204	955	22,159	(1.1)
島根	14,128	33,239	47,367	3.2	40,352	20,709	61,061	(2.9)
香川	23,192	95,778	118,970	8.1	60,108	21,233	81,341	(3.9)
徳島	—	—	—	—	704	86	790	—
愛媛	348	3,990	4,338	0.3	1,324	10,277	11,601	(0.6)
高知	260	4,532	4,792	0.3	1,048	4,558	5,606	(0.2)
福岡	2,640	16,005	18,645	1.3	3,532	4,506	8,038	(0.4)
大宮	1,256	6,579	7,835	0.5	4,384	1,049	5,433	(0.2)
佐賀	6,584	97,842	104,426	7.1	8,524	5,667	14,191	(0.7)
熊本	18,008	120,452	138,460	9.4	9,300	7,164	16,464	(0.8)
鹿児島	1,924	120,942	122,866	8.4	444	146	590	—
熊	76	1,135	1,211	0.1	264	542	806	—
鹿	12,600	26,952	39,552	2.7	19,896	3,612	23,508	(1.1)
児	12,660	120,942	133,602	9.1	7,296	1,488	8,784	(0.4)
計	297,450	1,168,009	1,465,459	100.0	1,726,437	358,951	2,085,388	(100.0)
*内地材	592,680	2,492,630	3,085,310	—	797,609	109,434	907,043	—
南北	1,074,256	—	1,074,256	—	1,439,872	1,744	1,441,616	—
小計	270,649	—	270,649	—	171,164	56,442	227,606	—
小計	1,937,585	2,492,630	4,430,215	(75.1)	2,408,645	167,620	2,576,265	(55.3)
総計	2,235,035	3,660,639	5,895,674	(100.0)	4,135,082	526,571	4,661,653	(100.0)

(注) *内地材は船舶による入荷量

広島、愛媛、奈良、島根、大分、宮崎、佐賀および鹿児島などの諸県であり、東京市場の入荷先からくればと一般に近県より入荷しているといえよう。大阪に入荷される木材 594 万石のうち 450 万と 75 % は市売を通じ、のこり 25 % は問屋ないし小売商に直接入荷される。このように大阪市場においては市売機構を通ずる木材数量が多い。大阪木材市場、大阪相互木材市場の両会社で取り扱う数量は 28 年度において素材換算石で 280 万石、このほかに関西原本市場が設立後日も浅いのにも 36 万石ほど取り扱っている。大阪木材市場 および 大阪相互木材市場に入荷した木材を生産地別にみると、昭和 28 年では愛媛県より 100 万石、奈良より 45 万石、大分県より 30 万石、高知県より 26 万石、宮崎県より 20 万石、徳島県より 17 万石、和歌山県より 15 万石、そのほか鹿児島などよりおもに入荷しているという。^{*1}

13 最後に名古屋市場についてのべよう。

昭和 28 年度に例をとつて名古屋市場への入荷量をみると、総入荷量 466 万石、このうち外材が 167 万石、内地材としては鉄道による木材 209 万石、船舶による木材入荷量 90 万石である。このように、名古屋市場においては東京市場と同様に船舶入荷より鉄道による入荷量の方がはるかに多い。内地材総量を 100 とした場合、鉄道入荷数量が約 70 % をしめている。また入荷木材の製品形態をみると、総入荷量 466 万石のうち素材が 414 万石と 89 % をしめている。このことは東京市場にも大阪市場にもみられない現象である。入荷先をみるとやはり東京、大阪両市場と同様に全国津々浦々より入荷されているが、おもなる入荷先としては岐阜、長野、京都、和歌山、北海道および三重などの諸県である。木材流通の担当機関である問屋は約 70～80 軒ほど、市売会社は 10 軒ほど存在しており、この両者による取扱量は問屋 70 % 市売 30 % くらいの割合であるという。以上が 3 市場の概況であるが、これら 3 市場の特徴を一覧表にしてみると第 41 表のように整理されよう。

第 41 表 東京、大阪および名古屋市場の特徴

市 場	東 京	大 阪	名 古 屋
取 扱 数 量	素材換算石数 約 1,400 万石	約 600 万石	約 470 万石
入荷製品形態	主に製材	主に製材	主に素材
入 荷 先	比較的遠方	比較的近県	比較的近県
卸 売 機 関	全般的にいうと問屋 60 % 市売 40 %	問屋 25 % 市売 75 %	問屋 70 % 市売 30 %
輸 送 機 関	主に鉄道による	船舶が多い	主に鉄道による

14 さて以上のような特徴をもつた 3 市場間の競争関係はいかになつていであろうか。上述した各市場への木材入荷量の考察より明白に窺知しうるように、各市場間には相当の競争関係が存在していることがしられる。この傾向は戦前より戦後において顕著である。別言すれば、戦前より戦後の方が木材市場圏が広がつたと考えられる。そこで各市場間の競争の性格をみるために 5.5 寸の素材をとつて、各市場間の価格差をみてみよう。素材をとりあげたのは、製材品では同樹種、同品などのものでも実質的には各市場間において相当異なつていから比較にならないためである。たとえば東京の二ないし三等材が大阪の一等材に相当するといわれているように一。

*1 林材新聞社 木材年鑑（1954）p. 19～20

第 42 表 月 別 素 材 価 格

市場 月別	東 京	大 阪	名 古 屋
1 月	2,550 円	2,350 円	2,400 円
2	2,500	2,450	2,350
3	2,500	2,350	2,350
4	2,400	2,100	2,200
5	2,100	2,000	1,950
6	2,100	2,000	1,950
7	2,150	2,100	2,000
8	2,250	2,100	2,050
9	2,300	2,150	2,050
10	2,350	2,150	2,100
11	2,300	1,900	2,000
12	2,200	1,900	1,900
平 均	2,308	2,129	2,108

林野庁 木材市況懇談会資料より

あるが、つぎに東京市場に例をとって、縦層的な市場構造について考察を加えてみよう。

3 市場における昭和 29 年度の月別スギ 5.5 寸丸太価格は第 42 表にみられるごとく、1 年平均において東京が大阪、名古屋市場において 70～100 円の差をしめしているが、木材の輸送費を考えるとそれほどひどい価格差があるとは思われない。

すなわち、市場間にはほぼ一物一価の法則が貫徹しているように考えられる。つまり各木材市場により構成されているわが国における木材市場は完全競争市場の性格が強いといえられるであろう。これは一物一価の法則の貫徹が非常に阻害されているわが国における木炭市場の性格とは対症的である。

以上はわが国における木材市場の全般的な構造ならびにその特徴のあらましで

第 4 章 東京における木材市場の構造

その 1. 市場の概況

15 東京における木材市場の機構ならびに性格は、戦前と戦後とは全くその様相を一変しているという。したがって、現在の東京における木材市場の機構について考察をすすめるまえに、参考のために、戦前の木材市場の状況について一応の概観をこころみておくことが現在の市場構造および性格をよく理解するうえに便利である。

東京における木材市場は木場市場であつたが、木場に木材市場の開設されたのは、慶長年間徳川家康が千代田城を築城する際に、三河から木材の運搬伐採その他に従事していたものを江戸に呼んで同様な仕事をやらせたわけであるが、この仕事に従事した連中が千代田城築造後に、御府内で材木問屋の特許をあたえられたのが、木場市場開設の動機であるという。その後取扱い方法、入荷量などの諸点で大きな変遷はあつたが、戦前までは一貫して木場市場において問屋が木材取引の中心をなし、東京の木材市場をリードしていた。そして、問屋における木材取引は産地の荷主と問屋との相対取引により相場がたてられ、その建値に費用とか利潤などの一定マージンを加味して問屋は仲買商（現在の小売商）に木材を販売していたのである。荷主と問屋との間の価格決定をめぐる競争は、往時は非常にのんびりしたものであつた。その競争がいくらか激しくなってきたのは昭和初期ごろからであり、それまでは木材相場は問屋側により指導的にたてられていたようである。この間の消息をものがたるものとして、東京材木問屋同業組合編「木材取引の変遷」の中の一文を紹介してみよう。

“M. 問屋と荷主との関係は非常に厚いものであります。ことに新宮の荷主が一番です。それから尾州と

いつて檜を扱っている、これは名古屋の人で、これらが荷主としては一番紳士として東京の材木屋は非常に尊重したような次第であります。それで向うから荷を送つておいて1年に一遍仕切を計算にくるといふようなふうであります。2度くる3度くると荷主は問屋の方でなんだあの荷主は恐ろしく早くやつてくるなといつて軽蔑したものであります。それで新宮の荷主は先ず1年に一遍きますと、問屋の方では神棚に乗つける位大切にします。荷主の方でも1年中荷物を送つておいて仕切を計算にくるのでありますが、仕切書を出しますと向うでは仕切書を戴いて敬礼してそうして中をみないで計算振りをみて有難うございます、大変お世話だつたといつて帰る。そういうふうで今では（昭和5年頃—著者—）到底みられない状態であつた。それから一方尾州とか三州、遠州の人は早くから非常に営業に長けておつた。進んでおつたといつてもよいのですが、これは先ず1年に2度3度位くるのです。………そのような調子ですから遠州あたりの荷主は非常に早くから人智が進んでおつたといつてもよいのでしょう。問屋にはなかなか儲けさせない。けれどもその当時の問屋一般の状況からいいますと、遠州は儲けられぬ儲けられぬといつても7分8分です。一般の問屋の利益というものはそので推して知るべしで新宮辺りは1割は欠かしてはない。

K. 2割3割は取つたのですか。

M. そういうものです。そのかわり待遇もちがうから人件費もかかる。接待費がかかるのです。

K. そんなに口銭くれて1年に1回位の計算ですか。

M. そうです。………”

しかも問屋と荷主の関係は、荷主に資力のある遠州あるいは新宮あたりは別として一般に資力がとぼしく、荷主は問屋より前金払などをしてもらつていたので相場の建値は問屋にイニシアティブをとられていたようである。つぎに問屋と仲買人との関係であるが、この関係も問屋は圧倒的に資本が大きいので、この間における木材価格決定も問屋側が指導権をもつていたように思われる。戦前までの木材流通の概況は以上により知りうるであろうが、これを要約すると、

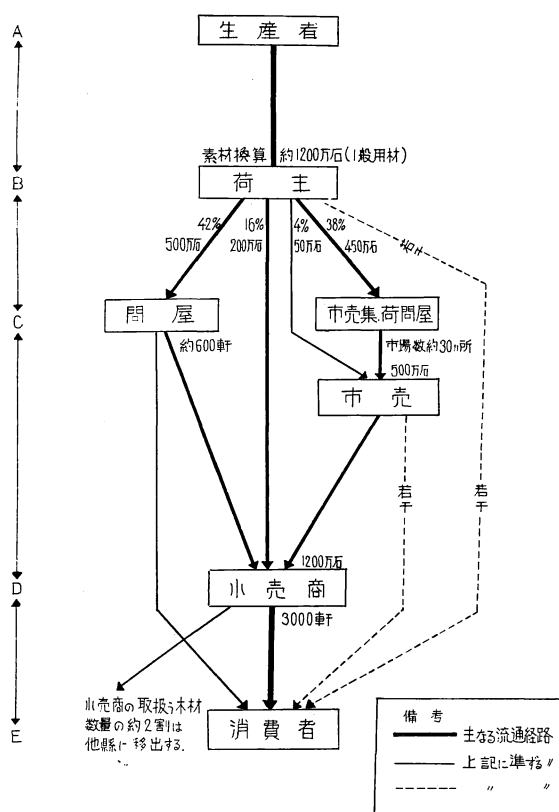
① 問屋と荷主、問屋と仲買商（小売商）との関係は全くの相対取引であり、その関係は信用的結合あるいは商業資本による緊縛などによりむすばれており、しかも問屋は比較的大きな資本を背景にして荷主、仲買商の両方に対して優勢的な地位をしめていた。

② このような結果として木材流通機構のうちに整然とした流通秩序があつた。すなわち、木材は荷主→問屋→仲買商→一般需要者の流通過程が正確にまもられていた。

以上のような木材流通機構ならびに性格が成立保持されてきた理由としては、① 往時は今ほど経済的にせせこましくなかつたこと。② 問屋が木材流通機構のなかで資本的に圧倒的に強く、経済的にみて支配的地位をしめていたこと。③ 木材流通に内在する非近代的保守的雰囲気などがあげられる。

以上が太平洋戦争前までの東京における木材流通機構のあらましであるが、戦後いかに変貌したであろうか。

16 このことを知るために現在の東京における木材流通機構を概観してみよう—正確な統計数字は得られなかつたので相当の推算によつた—。東京における木材流通機構は第24図にあらわされるように、昭和28年度に例をとると、外材、特殊用材をのぞいた一般用材の総入荷量は素材換算石約1,200万石である。このうち24%の500万石は問屋（都内には700軒ほどある）、16%の200万石は小売商（旧都内



第 24 図 東京における木材（一般用材）流通機構図

においては戦前はみられなかった。それが戦後昭和 25 年ごろより関西の有力市売問屋が市場を開拓するために東京に市売を開設してより、急速に市売数も増加し現在においては、一般用材においては両者とも 40 % の同数量を取り扱うほどまで発展した（特殊用材、外材などをまぜて考えると大雑把にいつて既述のように問屋 60, 市売 40 % ぐらいになる）。第 2 の相違は、② 産地の荷主より東京の小売商（現在は仲買商というより小売商と一般によばれている）に直接入荷される木材数量の増加していることである。戦前においては問屋→仲買商といった流通秩序が比較的強固に維持されていたが、戦後にいたつて旧秩序は破れてきているわけである。この原因は問屋資本の脆弱化、産地消費地における中間商人の排除運動および市売市場の新設発展などの諸原因に起因するのであろう。ともあれ、東京市場の木材流通機構は他の商品の場合と同様に A→B の産地市場の過程、B→D の卸売市場の過程ならびに D→E の小売市場の過程と 3 流通段階に分けて考えられる。B→D の卸売市場の流過程は図より知られるように、④ 問屋を通ずる過程、② 市売を通ずる過程、③ 直接小売商に渡る過程の 3 つの流通形態に分けられる。

以上のように木材市場構造は大雑把にみて産地市場、卸売市場および小売市場の 3 市場に分けられるが、これらの市場のうち、実際に木材価格形成の上でいちばん重要な位置をしめているのは卸売市場である。したがって、まず卸売市場について考察を加え、ついで小売市場、産地市場について検討してみることとする。

に 1,300 軒ほどある)に直接入荷される。のこり 42 % の 500 万石は市売約 30 箇所に入荷される。問屋ならびに市売に入荷された木材の若干数量は消費者に直接販売されるが、大部分は小売商に販売される。小売商の手にはいる木材総量を 1,200 万石とすれば、このうち 2 割の約 200 万石は他県に移出され、1,000 万石は都内の消費者（大口消費者を含む）に販売される。この 1,000 万石のうち約 600 万石は建築用材である。以上は東京における木材流通機構の概観であるが、このように戦前と戦後では大いにその様相を異にしている。まず第 1 の相違は、① 市売市場の出現である。市売市場とは一定の場所（浜という）で市売問屋と買手がせり売買をおこなう市場であり、相対取引による問屋とは経済的性格を異にする。市売市場は本来大阪において発達し、大阪市場においては戦前も木材流通上相当の重要性をしめていたが、東京

その 2. 卸売市場の構造

17 現在の木材卸売市場は概観のところであつたとく、① 従来の問屋の手を通ずる過程、② 市売を通ずる過程、ならびに ③ 直接小売商に通ずる 3つの流通過程があつた。かかる卸売市場は木材に独特のものである。この 3つの流通形態のうちでは①と②の形態が重要な位置をしめており、③の流通形態は前二者にくらべてはその重要性はすくないので、説明の便宜上、まず前二者のおのおのについて考察し、さらに卸売市場における両者の関係を検討し、最後に③の流通形態について、前二者の流通形態との関連においてふれることにする

〔Ⅰ〕 問屋の手を通ずる卸売市場の機構と性格

18 すでにのべたように戦前においては、かかる流通形態が卸売市場において支配的位置をしめていたわけであるが、戦后市売の新設発展および荷主と小売商との直接取引の増加などにより漸次木材流通における位置が蚕食されるにいたつた。問屋による取引は市売がせり売であるのに対して、ほとんど売手と買手とが 1人対 1人で値段を交渉して取引する相対取引である。かくのごとき相対取引においては第 2 編「木炭市場構造の研究」においてのべたように非常に不明瞭な点が生じやすいわけであり、その取引にはごまかしやまた人情といったような人的つながりが強く介在した非合理的取引のおこなわれる可能性も多いわけである。したがつてその取引は、資本主義経済社会において理想とする完全市場の性格からは非常に逸脱した性格をもつ可能性もある—もちろん人智ならびに文化の発達に昔ほど非合理的な性格を介在させていないであらうが一。

相対取引は経済理論の点よりみると、双方独占の模型として考えられる。戦前の問屋は既述のように経済的に荷主に対しても仲買商に対しても支配的位置をしめていたわけで、これは経済理論的には、ウィクセル＝シユナイダア両氏の双方独占の模型（一方の独占者が能動的立場に立ち、一方が受動的立場に立脚すると仮定して双方独占の価格形成の問題は完全に安定的に決定されると考えられている）として理解されるごとく、その価格形成は一定のマージン（完全競争市場の場合よりは大きい）を得て、しかも安定的である。

戦後における問屋は荷主に対しても小売商に対してもその経済的地位は弱くなつてきている。この理由についてはすでに若干ふれたが、さらに詳述すると、① 産地市場側における荷主の資本力の増大、② 産地側における販売組織の強化—生産者が団体ないし組織を作つて問屋に対する価格協定などをはかつている。たとえば、天竜林業地帯にある竜川村の製材業者は会を組織して実際に問屋に対して価格協定をおこなつてゐる。かかるうごきは産地側における一つの独占化傾向のうごきである一。③ 産地ならびに消費地双方よりの中間商人排除運動の発生、これは荷主から小売業者への直接出荷のかたちとしてあらわれている。④ 問屋自体の資本力の脆弱化。⑤ 問屋全体の組織の不活動であること、つまり問屋全体の独占化傾向の弱いこと。⑥ 戦後における市売市場の新設発展、などの諸原因があげられよう。如上のような諸理由により問屋は荷主に対しても、また小売商に対しても戦前のような一方的独占的地位はうすくなり、漸次経済的に対等な関係における双方独占のかたちになつてきているわけであり、かかる双方独占は理論的にはボウレイ＝ヒツクス両氏の模型において指摘されているように、そこにおける価格形成は非常に不安定的であり、両者の取引上の巧拙などにより不安定的に変動する可能性をもつてゐる。かかる性格の変化が木材価格変動をして戦前より戦後の方をより激しくしている原因となつてゐるのである。

以上が問屋の手を通ずる木材流通機構の概況と、問屋対荷主との関係、別言すればそこで成立する着レール渡価格形成一時には、発駅レール渡で価格が決定されている場合もあるが、一般には着駅レール渡価格であらわされている一の性格と、問屋対小売商の関係いかえれば卸売価格形成の性格のあらましである。

19 つぎに、以上のような価格形成の性格をもった着レール渡価格ならびに卸売価格は、実際いかなる変動の態様をしめすものか具体的に考察してみよう。この考察にはいる前にいかなる種類品等の木材について検討したらよいかふれておくことが便利である。東京市場に入荷する木材について樹種材種ごとに分類した数量に関する統計数字は全くみられない。これについて大胆に推算をこころみてみると、杉 70 %、松 20 %、ヒノキ 10 %程度の割合であると考えられる。さらに杉について材種別にみると角材 60 %、板 40 %くらいであるとみられる。そこで東京の木材市況を反映すると思われる樹種としてはスギを選び、また、材種としては杉正角（長さ 13.2 尺、寸法 3 寸 5 分 × 3 寸 5 分）、杉柱角（10.0 尺、3 寸 5 分 × 3 寸 5 分）、杉小巾板（12.0 尺、5 分 × 3 寸 5 分）、杉薄板（6 尺、2 分 3 厘 × 7 寸）の 4 つの材種を選んだ。品等としては杉薄板を除いては比較的規格の正確な 1 等品を用いた。

まず、問屋と荷主との間に成立する着レール渡価格の変動の態様について考察しよう。

A. 着レール渡価格変動の態様

20 杉正角、杉柱角、杉小巾板、および杉薄板の着レール渡価格の変動の態様は、第 43 表および第 25 図にみられるとおりであるが、これらの価格の変動状況を数量的にあらわすために、各材種価格の平均値で偏差を割った変異係数を計算してみると、杉正角 0.057、柱角 0.019、小巾板 0.049、薄板 0.013 の値をしめしており、したがって、その変動の大きさは正角がいちばん大きく、ついで、小巾板、柱角、および薄板と漸次小さくなっていることを意味している。また、価格の点では石当り薄板がいちばん高く、ついで杉角、小巾板、正角の順である。

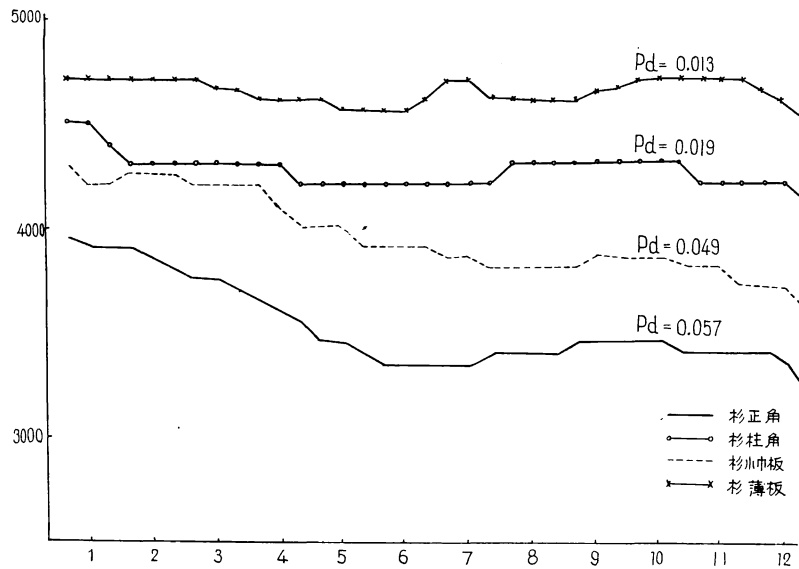
第 43 表 材種別月別着レール渡価格

材 種	産 地	長 (尺寸)	寸 法	等 級	1 月			2 月			3 月		
					上	中	下	上	中	下	上	中	下
杉 正 角	和歌山	13.2	3寸5分×3寸5分	1	3,950	3,900	3,900	3,900	3,850	3,800	3,750	3,750	3,700
杉 柱 角	"	10.0	"	1	4,500	4,500	4,400	4,300	4,300	4,300	4,300	4,300	4,300
杉小巾板	秋 田	12.0	厚5分 巾3寸5分	1	4,300	4,200	4,200	4,250	4,250	4,250	4,200	4,200	4,200
杉 薄 板	"	6 尺	厚2分3厘 巾7寸	2並	4,700	4,700	4,700	4,700	4,700	4,700	4,700	4,650	4,650
材 種	産 地	長 (尺寸)	寸 法	等 級	4 月			5 月			6 月		
					上	中	下	上	中	下	上	中	下
杉 正 角	和歌山	13.2	3寸5分×3寸5分	1	3,650	3,600	3,550	3,450	3,450	3,400	3,350	3,350	3,350
杉 柱 角	"	10.0	"	1	4,300	4,300	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200
杉小巾板	秋 田	12.0	厚5分 巾3寸5分	1	4,200	4,100	4,000	4,000	4,000	3,900	3,900	3,900	3,900
杉 薄 板	"	6 尺	厚2分3厘 巾7寸	2並	4,600	4,600	4,600	4,600	4,550	4,550	4,550	4,550	4,600

材 種	産 地	長 (尺寸)	寸 法	7 月			8 月			9 月		
				等 級	上	中 下	上	中 下	上	中 下		
杉 正 角	和歌山	13.2	3寸5分×3寸5分	1	3,350	3,350	3,400	3,400	3,400	3,450	3,450	3,450
杉 柱 角	〃	10.0	〃	1	4,200	4,200	4,200	4,300	4,300	4,300	4,300	4,300
杉小巾板	秋 田	12.0	厚5分 巾3寸5分	1	3,850	3,850	3,800	3,800	3,800	3,800	3,850	3,850
杉 薄 板	〃	6 尺	厚2分3厘 巾7寸	2並	4,700	4,700	4,600	4,600	4,600	4,600	4,650	4,650

材 種	産 地	長 (尺寸)	寸 法	10 月			11 月			12 月		
				等 級	上	中 下	上	中 下	上	中 下		
杉 正 角	和歌山	13.2	3寸5分×3寸5分	1	3,450	3,450	3,400	3,400	3,400	3,400	3,350	3,200
杉 柱 角	〃	10.0	〃	1	4,300	4,300	4,300	4,200	4,200	4,200	4,200	4,100
杉小巾板	秋 田	12.0	厚5分 巾3寸5分	1	3,850	3,850	3,800	3,800	3,800	3,700	3,700	3,600
杉 薄 板	〃	6 尺	厚2分3厘 巾7寸	2並	4,700	4,700	4,700	4,700	4,700	4,700	4,650	4,500

(注) 木材商工研究会調



第 25 図 昭和 29 年度 東京着レール渡仲値表

B. 卸売価格変動の態様

21 卸売価格は問屋と小売商の間において形成される

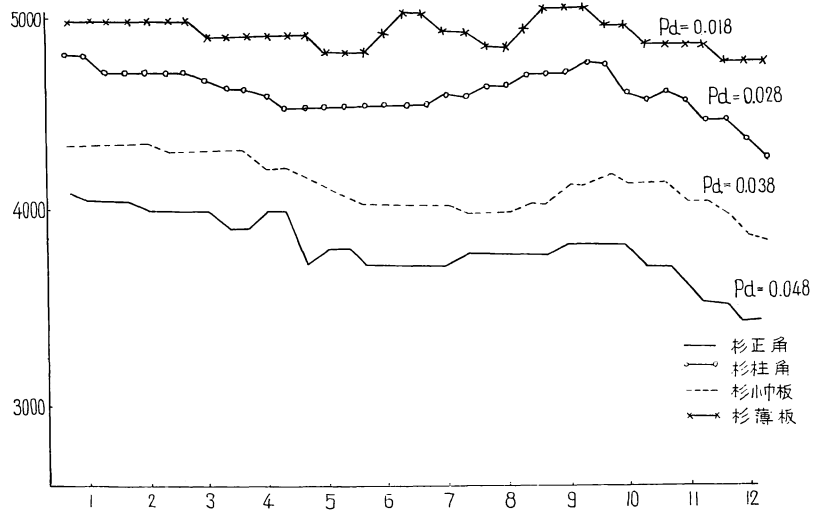
正角、柱角、小巾板および薄板の卸売価格変動のすがたは第 44 表、第 26 図にあらわされるとおりであるが、これを変異係数の大小順にみるといちばん大きい、いいかえると、最も変動の大きいものは、正

第44表 材種別月別卸売価格

材種	産地	長 (尺寸)	寸法	等級	1 月			2 月			3 月		
					上	中	下	上	中	下	上	中	下
杉正角	和歌山	13.2	3寸5分×3寸5分	1	4,100	4,050	4,050	4,050	4,000	4,000	4,000	4,000	3,900
杉柱角	"	10.0	"	1	4,800	4,800	4,700	4,700	4,700	4,700	4,700	4,650	4,600
杉小巾板	秋田	12.0	厚5分 巾3寸5分	1	4,350	4,350	4,350	4,350	4,350	4,300	4,300	4,300	4,300
杉薄板	"	6 尺	厚2分3厘 巾7寸	2並	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	4,900	4,900
材種	産地	長 (尺寸)	寸法	等級	4 月			5 月			6 月		
					上	中	下	上	中	下	上	中	下
杉正角	和歌山	13.2	3寸5分×3寸5分	1	3,900	4,000	4,000	3,700	3,800	3,800	3,700	3,700	3,700
杉柱角	"	10.0	"	1	4,600	4,550	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500
杉小巾板	秋田	12.0	厚5分 巾3寸5分	1	4,300	4,200	4,200	4,150	4,100	4,050	4,000	4,000	4,000
杉薄板	"	6 尺	厚2分3厘 巾7寸	2並	4,900	4,900	4,900	4,900	4,800	4,800	4,800	4,900	5,000
材種	産地	長 (尺寸)	寸法	等級	7 月			8 月			9 月		
					上	中	下	上	中	下	上	中	下
杉正角	和歌山	13.2	3寸5分×3寸5分	1	3,700	3,700	3,750	3,750	3,750	3,750	3,750	3,800	3,800
杉柱角	"	10.0	"	1	4,500	4,550	4,550	4,600	4,600	4,650	4,650	4,650	4,700
杉小巾板	秋田	12.0	厚5分 巾3寸5分	1	4,000	4,000	3,950	3,950	3,950	4,000	4,000	4,100	4,100
杉薄板	"	6 尺	厚2分3厘 巾7寸	2並	5,000	4,900	4,900	4,800	4,800	4,900	5,000	5,000	5,000
材種	産地	長 (尺寸)	寸法	等級	10 月			11 月			12 月		
					上	中	下	上	中	下	上	中	下
杉正角	和歌山	13.2	3寸5分×3寸5分	1	3,800	3,800	3,700	3,700	3,600	3,500	3,500	3,400	3,400
杉柱角	"	10.0	"	1	4,700	4,650	4,600	4,600	4,500	4,400	4,400	4,300	4,200
杉小巾板	秋田	12.0	厚5分 巾3寸5分	1	4,150	4,100	4,100	4,100	4,000	4,000	3,950	3,850	3,800
杉薄板	"	6 尺	厚2分3厘 巾7寸	2並	4,900	4,900	4,800	4,800	4,800	4,800	4,700	4,700	4,700

(注) 木材商工研究会調

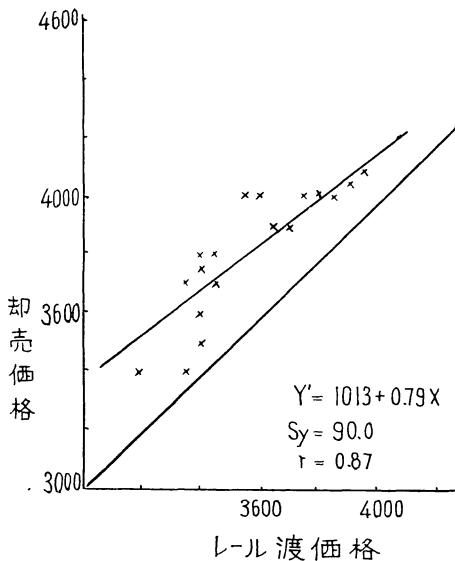
角 (0.048), ついで小巾板 (0.038), 柱角 (0.028), 最も小さいのは薄板の 0.018 である。この変動の大小の順位は, 着レール渡価格の場合と同一の傾向をもっていることはおもしろい。つぎに, 着レール渡価格と卸売価格との相関関係についてのべよう。正角, 柱角, 小巾板, および薄板における両価格の相関関係は第 27 図から第 30 図までにしめされる。相関係数は正角においては 0.87, 柱角 0.84, 小巾板 0.94, 薄板 0.44 であり, 正角, 柱角, および小巾板においては着レール渡価格と卸売価格との間に強い相関関係がみとめられるが, 薄板においてはみとめられない。以上は相関関係であるが, つぎにこの図よ



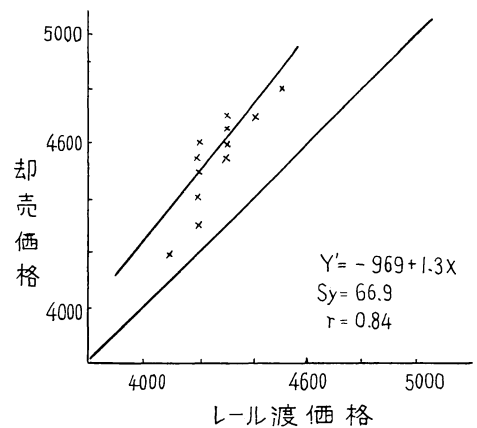
第 26 図 昭和 29 年度 卸売仲値表

り問屋のマーゲンの大きさをながめてみよう。問屋のマーゲンはレール渡価格と卸売価格との差としてあらわされる。以上の図より概観してつぎのことが知られる。

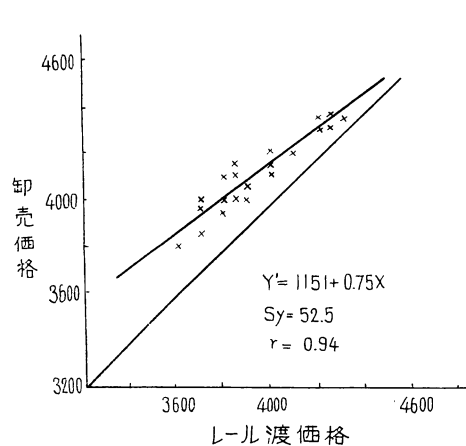
- ① 正角においては石当りマーゲンは 100 円—400 円くらいの巾をもち、価格の上昇するにつれてマーゲンは減少する傾向をしめす。また、大雑把にいつて、平均マーゲンは石当り約 270 円程度である。
- ② 柱角の石当りマーゲンは 100 円—400 円くらいの巾をもち、平均 310 円内外で、そのマーゲンの巾は価格の上昇とともに増大する。



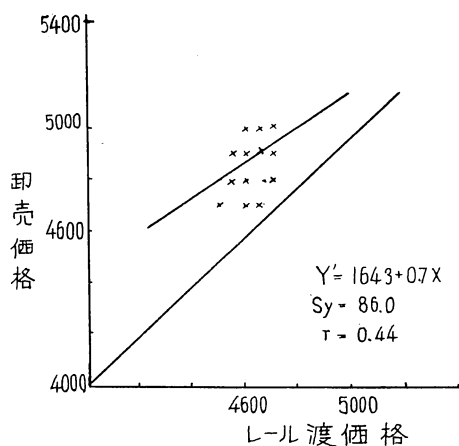
第 27 図 杉正角におけるレール渡価格と卸売価格との相関関係



第 28 図 杉柱角におけるレール渡価格と卸売価格との相関関係



第 29 図 杉小巾板におけるレール渡価格と卸売価格との相関関係



第 30 図 杉薄板におけるレール渡価格と卸売価格との相関関係

③ 小巾板の石当りマージンは平均 160 円くらいであり、100 円～300 円程度の巾をもち、価格上昇とともにそのマージンは減少する。

④ 薄板の平均マージンは石当り 240 円程度であるが、その巾は、100～400 円の巾をもっている。また、価格のうごきとマージンの関係については、着レール渡価格と卸売価格の間に相関関係がみられないので傾向を推定することはできない。

問屋の獲得するマージンの大きさは以上のように材種により、また価格の変動により異なっている。価格の変動により生ずるマージンの増減現象、その増減の大小は材種により相違しているが、この原因はこれらの材種のおおの需給の性格に起因しているものと考えられる。

ここで、石当り平均マージンを 240 円程度と考えて、都内の問屋の粗収益を概算してみよう。都内の問屋数は約 600 軒—羽柄材問屋 500 軒、原木問屋 30 軒、銘木問屋 50 軒—であり、これが素材換算約 500 万石の木材を取り扱っているわけである。したがって、1 軒当り年間 8,330 石、製材になおすと約 5,800 石余となる。平均石当り 250 円のマージンと考えると、粗収益は 1 軒当り 150 万円となる—平均石当りマージンを算出するにあたっては数量により加重平均してもとめた（加重平均としては角材 60、板 40 を用いた）—。

〔II〕 市売市場の機構と性格

A. 東京における市売市場の発展とその概況

22 戦後における木材流通過程に新しい性格をあたえたのは市売の新設である。市売は既述のように売方と買方によるせり売買による木材取引形式であるが、この市売は古くは大阪にあらわれたものである。まず、市売の起源について一瞥しておこう。

天正 11 年豊臣秀吉が大阪に城をきずいてからは、大阪は政治、経済の中心として隆盛をきわめるようになった。木材も基礎資材として盛んに需要され取引されるようになった。かくして木材の運搬上便宜な浜辺には材木商があつまり自然に市場を形成するに至った。その後元和末年の慶長元和の戦によってこれらの材木商は一時各地に離散したが、ふたたび世の落ちつくにつれて、材木商も漸次集まり木材取引も旧

に復するようになった。この復旧にあたり、さらに木材取引の迅速、円滑化をはかるために、当時最も多量の木材を移出していた土佐藩から幕府に出願して、木材市場を立売堀川に開く許可を得たのが市売の起源であるといわれている。開設当初の市場はあまり組織的な形態はあらわれていなかったが、承応3年には町奉行の命令で材木屋のなかから有力なものを10人選んで10人材木屋制度を作り、木材に関する一切の公用の取締りと材木商全般の取締りをおこなわしめた。この制度は慶応4年に廃止され、その後明治に至るまで、材木商は自分達の利益を守るために講とか仲間、あるいは組合とかの組織を作ってきたが、明治41年11月に至り、明治6年に結成された仲買組合および問屋組合を合して重要物産同業組合法によつて業態としての大阪材木商同業組合を組織した。これが今日みるがごとき市売の基礎をきずくにいたつたものと考えられている。このように大阪に発生し、発展した市売は大阪における木材流通のなかにおいては付売問屋—一般の問屋—よりも重要な位置をしめてきているのである。かかる発展過程をもつた市売は戦後になりはじめて東京にあらわれるにいたつた。すなわち、前述のように昭和25年ごろより関西の有力市売問屋が市場を開拓すべく東京に進出し、市売市場を開設したのをはじめとして、その後における市売の発展は全くめざましいものがあつた。その発展には幾多の批判を加えられながらも東京における木材流通過程にしめるウェイトは漸次高まりつつある。

23 東京都内における市売市場は、昭和28年度の東京都調査によれば、第45表にみられるように、市売を実施している会社、団体は合計22で、実際の開設市場数は34市場ほどである。これらの市売市場を通じての木材入荷量は素材入荷約27万石、製材380万石となっており、これを素材石数に換算すると約460万石で、総計490万石ほどであり、一般用材の都内入荷量1,200万石のうち約42%をしめている。

市売はその構成により単式複式の2者があるが、前者は1軒の集荷問屋が自己の資本力のみにより集荷ならびに販売などの業務をおこなっているものであり、市売集荷問屋が市売会社を兼ねているものである。後者は市売会社ないしは組合といくつかの市売集荷問屋ならびに買手たる小売商の3者より構成されている。市売会社ないし組合は、具体的な取引場所としての市場を提供し、またそこで成立する木材取引業務を管理実行するものである。まず両者の得失についてであるが、単式市場は1軒の問屋が自己の資本力のみで運営するものであるがゆえに簡単に開設でき、しかも機動的に時の流れにそうことができるが、1軒で集荷販売などいつさいの業務を担当するので、資本的にも労力的にも限度がある。これに対して複式市場は集荷販売については多数の集荷問屋がたずさわリ、木材取引その他の一般業務は市売会社ないし組合で担当するので、資本的にも労力的にも恵まれている。しかも複式市場は取引に対して中立的な市売会社ないし組合が介在しているので、取引に対して公正な立場を維持できる。大阪においては複式市場のみ介在しているが、東京では現在両市場が存在している。すなわち、複式市場7、単式市場14、併用1といった現況であり、数の点よりいうと単式が多いが、取引数量よりみると複式市場は素材127,560石、製材2,376,400石、素材換算石330万石、総計素材換算石340万石で市売総取扱量500万石のうち約68%と過半をしめており、市売市場は実質的には複式市場が指導的位置にあると考えられるであろう。そして経済界の不況とともに資本力の点で劣る単式市場は漸次淘汰され廃業ないし複式市場への併合にむかう傾向にあるという。

B. 市売市場の機構と性格

24 以上は市売の歴史ならびにその概況であるが、つぎに市売市場の性格について触れてみよう。市場の

第 45 表 東京都内市売市場調査表

会 社 名 (または国体名)	資 本 金 (千円)	市 場 数	単式複式 の 別	28 年 度 取 扱 数 量	
				素 材 石	製 材 石
三 井 農 林 株 式 会 社	50,000	3	単 式	36,000	240,000
東京新宿木材市場株式会社	5,000	3	複 式	—	384,000
株 式 会 社 木 場 市 売 会	1,000	1	単 式	—	36,000
東京中央木材市場株式会社	12,000	1	複 式	3,960	356,400
東京木材市場株式会社	10,000	2	複 式	72,000	720,000
東京山ノ手木材市場株式会社	1,000	1	単 式	1,500	16,500
株式会社東京木材相互市場	10,000	2	複 式	30,900	280,000
東 南 市 場 株 式 会 社	9,800	1	併 用	3,000	240,000
株 式 会 社 大 崎 木 材 市 場	1,000	1	単 式	18,000	90,000
株 式 会 社 王 子 木 材 市 場	5,000	1	単 式	18,000	90,000
吉 成 商 店	—	1	単 式	—	16,000
株 式 会 社 立 川 木 材 市 場	—	2	複 式	9,600	120,000
中山木材生産有限会社営業所	—	1	単 式	—	—
九 宇 木 材 市 場 株 式 会 社	20,000	2	単 式	42,569	208,565
株式会社京浜木材市売会	4,500	1	単 式	14,000	130,000
新東京木材商業協同組合	24,080	4	複 式	12,000	516,000
株式会社城北木材市場	5,000	2	単 式	600	216,000
株式会社千住木材市場	2,000	1	〃	6,000	150,000
株式会社十条木材市場	10,000	1	〃	—	9,000
四 国 市 売 木 材 株 式 会 社	5,000	1	〃	—	—
秋 北 木 材 株 式 会 社	2,000	1	〃	—	—
豊 島 木 材 株 式 会 社	2,000	1	複 式	—	—
計		35	複式 7 単式 14 併用 1	267,229	3,818,465
会 社 21 団 体 1					

(注) 東京都調査による

性格というのは完全な自由競争のおこなわれる完全市場の性格に近いのか、あるいは無知とか、その他の原因による独占の要素の混入した不完全市場に近いのか、ということを検討することにほかならない。これについては取引当事者間における取引方法についてその性格を吟味することにより達せられる。

市売市場における取引関係者は、集荷販売業務をおこなう市売集荷問屋および取引業務をおこなう市売会社ないし市売組合—単式の場合には集荷問屋と市売会社ないし組合は兼ねられている—ならびに出荷者である荷主、買手である小売商の 4 者である—単式においては 3 者、以下複式について説明する—。

まず集荷問屋についてであるが、集荷問屋はみずから産地に担当者を出張させるか、また通信などによ

り市場の状況を通報して出荷を生産者ないし荷主に勧告する。かくのごとくして出荷された木材は鉄道、船舶およびトラックなどにより送られ、到着駅または市場において数量などを確認された後、所定市場に移送され、所定の浜にならべられる。そして所定の市売日に集荷問屋ないし会社（あるいは組合）所属の売子と小売商の立会のもとに、せり方法により取引されてゆくわけである。集荷問屋の仕事はこのように原則として荷主の無条件依托により小売商に販売してゆくものであるが、それゆえ問屋の売るものは商品でなくサービスである。したがって、集荷問屋相互で競争する武器はサービスおよび手数料の面においてである。問屋の手数料は現在 5~7 % くらいの巾はあるようであるが、ほぼ一定している。それゆえ質的なサービスの面においては自由競争のおこなわれる可能性はあるが、サービスの代価である手数料の点においては自由競争が完全にはおこなわれない。すなわち、集荷問屋相互間ならびに集荷問屋対荷主間、問屋対小売商間などには自由競争はおこなわれない。同じようなことは市売会社にもいえる—市売会社は 2 分くらいの手数量を荷主よりとる— 以上のように集荷問屋ならびに市売会社は、ほぼ独占的な手数料をうることににより木材価格形成に参加し、この面においては市売市場の性格をして不完全市場的ならしめているが、この点を除いては木材価格形成に対して中立的である。

それゆえ市売市場における取引、したがって、そこでの価格形成が完全競争的であるか、または不完全競争的であるかは一にかかつて荷主と小売商との取引に対する態度にあるわけである。市売市場への出荷者は荷主個人であるか、または組合、団体あるいは木材移出商などのいずれかであるが、これらの荷主が市売市場において価格操作が可能であるかどうかにより、市場は完全競争市場か不完全競争市場であるかが判定される。もし価格操作の意志があり、しかも可能性があれば、市場は荷主の側より不完全競争の性格をあたえられる。東京市場における特定地域よりの入荷量は前述のようにきわめて少ない。しかも市売市場への出荷販売の点で共同化の傾向は産地にみられない—すくなくとも市場価格を支配するがごとき共同化の傾向はないものといえる—。以上のように荷主側からの価格操作の積極的意図もまたその可能性も現在のところみられない。

つぎに小売商の側からみた場合はいかがであろうか。市売参加者の小売商がみずから組合を作つて、そして組合員のみの間で市売に参加している市売もあり、したがって、小売商仲間の事前契約による価格操作の可能性も疑ぐられるような場合もあるが、しかし、現在のように相当数の市売市場の存在している状況においてはかかるうごきは不可能である。もし仲間の事前契約により安く相場を立ててゆくならば、荷主は以後他の市売にだすようになるからである。如上のように市売市場は、ほぼ 1 物 1 価の法則の貫徹する完全市場の模型にちかいものと考えられよう。

25 つぎに参考のため市売会社ならびに集荷問屋の粗収入についてのべてみよう。

市売会社の年間に取り扱う木材数量は最高は 90 万石から最低は 9,000 万石くらいまでの巾をもっているが、平均素材石にして 20 万石程度である。したがって、石当り大雑把に 2,200 円と仮定して年平均売上高 4 億円程度である。それゆえ集荷問屋の手数料を 5 % とみれば、総収入は 2,000 万円、普通 1 市場に問屋が 3 軒くらいあるとみて、1 軒に対して年間 70 万円余の収入があることになる。また、市売会社は 2 % の手数料をとるとして、年間約 800 万円くらいの収入を得ていることになる。

C. 市売価格変動の態様

26 市売市場の性格は、市売会社ならびに集荷問屋が比較的固定した手数料を獲得することにより価格形成に影響するといった点—この点を除いては両者とも価格形成に対しては中立的である—、を除いてはは

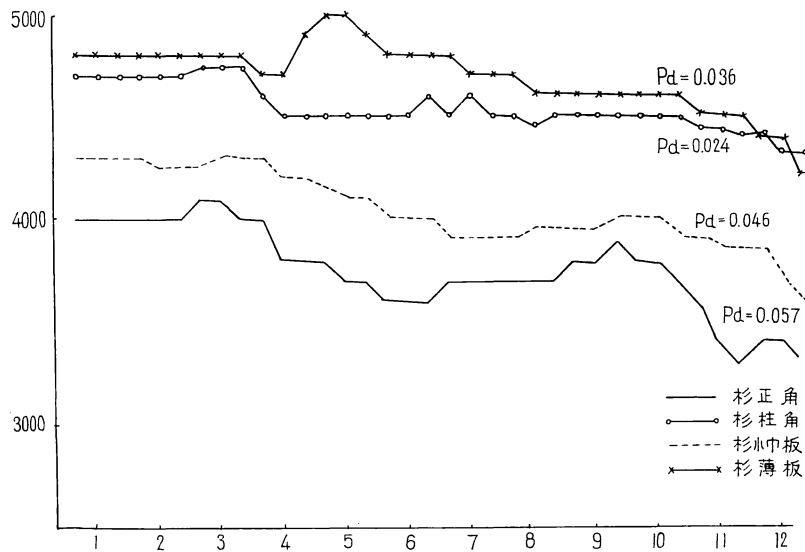
第 46 表 材 種 別 月 別 市 売 仲 値 表

材 種	産 地	長 (尺寸)	寸 法	等 級	1 月			2 月			3 月		
					上	中	下	上	中	下	上	中	下
杉 正 角	和歌山	13.2	3寸5分×3寸5分	1	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,100	4,100	4,000
杉 柱 角	"	10.0	"	1	4,700	4,700	4,700	4,700	4,700	4,700	4,750	4,750	4,750
杉小巾板	秋 田	12.0	厚5分 巾3寸5分	1	4,300	4,300	4,300	4,300	4,250	4,250	4,250	4,300	4,300
杉 薄 板	"	6 尺	厚2分3厘 巾7寸	2並	4,800	4,800	4,800	4,800	4,800	4,800	4,800	4,800	4,800
材 種	産 地	長 (尺寸)	寸 法	等 級	4 月			5 月			6 月		
					上	中	下	上	中	下	上	中	下
杉 正 角	和歌山	13.2	3寸5分×3寸5分	1	4,000	3,800	3,800	3,800	3,700	3,700	3,600	3,600	3,600
杉 柱 角	"	10.0	"	1	4,600	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,600
杉小巾板	秋 田	12.0	厚5分 巾3寸5分	1	4,300	4,200	4,200	4,150	4,100	4,100	4,000	4,000	4,000
杉 薄 板	"	6 尺	厚2分3厘 巾7寸	2並	4,700	4,700	4,900	5,000	5,000	4,900	4,800	4,800	4,800
材 種	産 地	長 (尺寸)	寸 法	等 級	7 月			8 月			9 月		
					上	中	下	上	中	下	上	中	下
杉 正 角	和歌山	13.2	3寸5分×3寸5分	1	3,700	3,700	3,700	3,700	3,700	3,700	3,800	3,800	3,900
杉 柱 角	"	10.0	"	1	4,500	4,600	4,500	4,500	4,450	4,500	4,500	4,500	4,500
杉小巾板	秋 田	12.0	厚5分 巾3寸5分	1	3,900	3,900	3,900	3,900	3,950	3,950	3,950	3,950	4,000
杉 薄 板	"	6 尺	厚2分3厘 巾7寸	2並	4,800	4,700	4,700	4,700	4,600	4,600	4,600	4,600	4,600
材 種	産 地	長 (尺寸)	寸 法	等 級	10 月			11 月			12 月		
					上	中	下	上	中	下	上	中	下
杉 正 角	和歌山	13.2	3寸5分×3寸5分	1	3,800	3,800	3,700	3,600	3,400	3,300	3,400	3,400	3,300
杉 柱 角	"	10.0	"	1	4,500	4,500	4,500	4,450	4,450	4,430	4,430	4,350	4,350
杉小巾板	秋 田	12.0	厚5分 巾3寸5分	1	4,000	4,000	3,900	3,900	3,850	3,850	3,850	3,700	3,600
杉 薄 板	"	6 尺	厚2分3厘 巾7寸	2並	4,500	4,600	4,600	4,500	4,500	4,500	4,400	4,400	4,200

(注) 木材商工研究会調

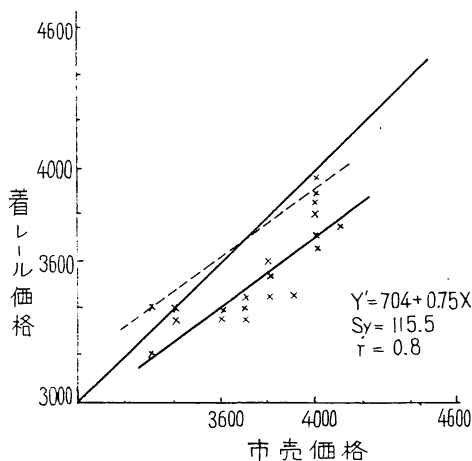
ば 1 物 1 価の法則の貫徹する完全市場であり、相対取引による問屋市場の場合よりも完全市場としての性格はより強い。

つぎに、かかる性格をもつた市場において成立する市売価格の変動の態様についてのべよう。前述した 4 つの材種における市売価格のうごきは第 46 表、第 31 図、ならびに変異係数の大きさにより知られるように一その変異係数は正角、柱角ともに 0.057、小巾板 0.046、ついで薄板 0.036—その変動の大きさは正角、柱角—両者の大きさは同じを最大に、ついで小巾板、薄板の順である。全般的にみて問屋において成立する着レール渡価格の変動よりもより大きいと考えられる。

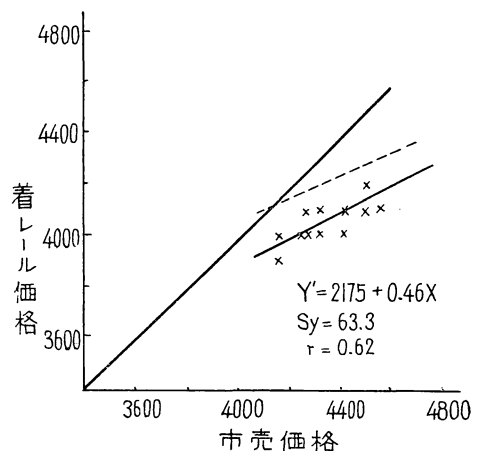


第 31 図 昭和 29 年度 東京市売中値表

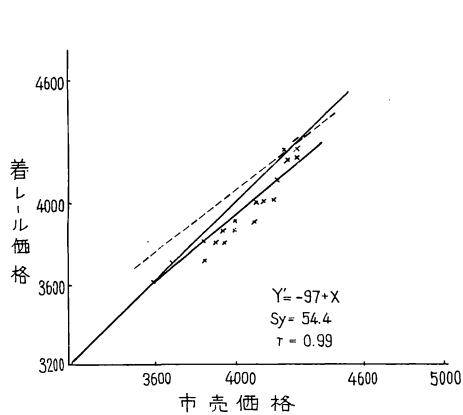
つぎに、市売価格のうごきは一体着レール渡価格または卸売価格のうごきのいずれと相関関係をもっているものなのか、を検討するために、市売価格と着レール渡価格、市売価格と卸売価格との相関関係をしらべてみよう。まず市売価格と着レール渡価格との相関関係は、第 32～35 図にあらわされるように、正角の相関係数 0.8、柱角 0.62、小巾板 0.99、薄板 0.22 であり、また市売価格と卸売価格の相関関係は、第 36～39 図までにしめされるように、杉正角の相関係数は 0.92、柱角 0.81、小巾板 0.95、薄板 0.99 であつて小巾板を除いては、圧倒的に市売価格のうごきは卸売価格のうごきと強い相関関係をもっていることをしめしている。ただし卸売価格は問屋が小売商に販売する価格であり、市売市場は小売商が主たる買手であるという事情からいづつとも両者の価格の間につよい関係のあることはうなずけよう。



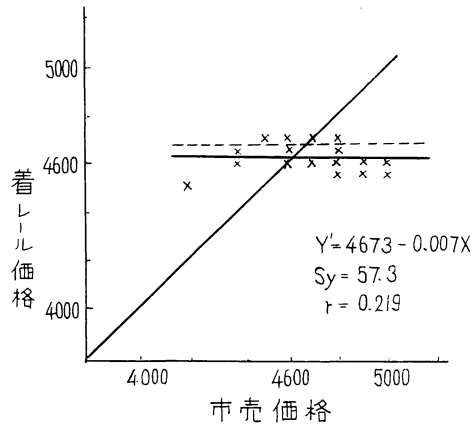
第 32 図 杉正角における市売価格と着レール価格の相関関係



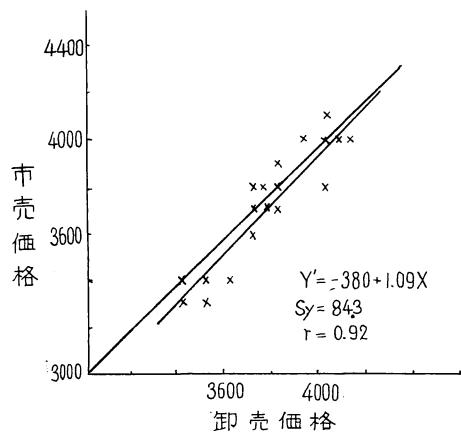
第 33 図 杉柱角における市売価格と着レール価格との相関関係



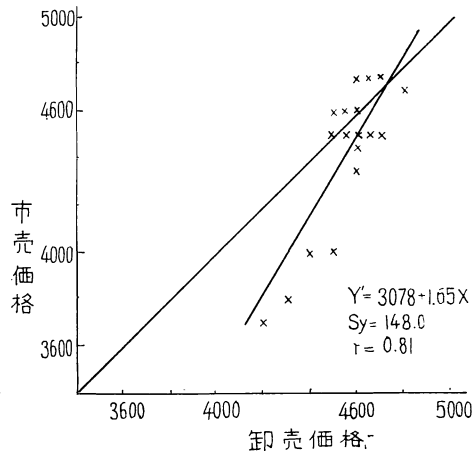
第 34 図 杉小巾板における市売価格と着レール価格の相関関係



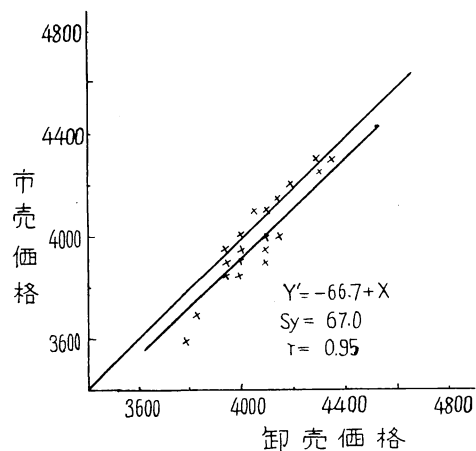
第 35 図 杉薄板における市売価格と着レール価格の相関関係



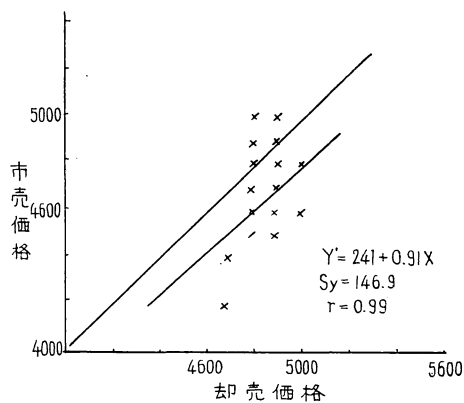
第 36 図 杉正角における卸売価格と市売価格との相関関係



第 37 図 杉柱角における卸売価格と市売価格との相関関係



第 38 図 杉小巾板における卸売価格と市売価格との相関関係



第 39 図 杉薄板における卸売価格と市売価格との相関関係

〔Ⅲ〕 卸売市場における問屋市場と市売市場との関係

27 つぎに上述の相関図を利用して卸売市場における問屋市場と市売市場との関係について検討してみよう。

まず荷主の見地より両市場を比較する場合にはどちらがより高値で購入してくれるかが一つの基準になる。つまり着レール渡価格と市売価格とはいずれが高値であるかである。両者の価格関係は第 32～35 図までによりしめされているが、これらの図より大雑把にみると、明らかに市売価格の方が着レール渡価格よりより高値になっているが、両者の価格関係を比較する場合に注意しなければならないのは市売にだす場合には荷主は前述のようにだいたい 7～8 分程度の手数料—5～6 分は集荷問屋、2 分は市売会社に支払う一を支払わなければならない、したがって、市売価格に 7～8 分の費用を加えて着レール渡価格と比較しなければならないということである。そこで、市売価格に 7 分の費用を加えた市売価格一図においては点線によりしめされている一と着レール渡価格との関係をみると次のことがしられる。

- ① 正角は、木材価格が約 367 円以上に騰貴すると市売価格の方が着レール渡価格より若干高値をしめしているが、それ以下にさがると逆に着レール渡価格の方が若干高値である。しかし全般的にみると、これらの両者の価格差はすくないといえる。
- ② 柱角は、市売価格の方が着レール渡価格より高値であり、しかもその価格差は木材価格の高騰とともに増大する。
- ③ 小巾板は約 4,300 円以上になると市売価格が高値となり、逆にそれ以下に下落すると着レール渡価格の方がより高値となる。図にあらわれた木材価格のうごきの範囲では、実際に着レール渡価格の方が高値を実現していたようである。
- ④ 薄板は約 4,600 円以上においては市売価格の方が着レール渡価格よりより高値をしめし、それ以下の価格では逆に着レール渡価格の方が高値となる。

以上のように柱角は全体的に市売価格の方が着レール渡価格よりより高値であるが、他の材種では一般に価格が高値傾向の場合には市売価格が高値をしめし、逆にある価格より安値の傾向をしめしている場合には着レール渡価格の方がより高値である。このように大雑把に両者の関係について結論すると、木材価格が高騰傾向をしめしている場合には市売市場に出した方が有利であり、逆に下落傾向をもっている場合には問屋に販売した方がより有利であると考えられる。したがって、荷主としてはどちらに出荷した方が有利であるかは、その時の木材相場のうごきにより左右されるので一概にどちらが有利であるともいえない。また如上の分析は事後的な分析であるから具体的にいくら以上になると市売が有利であり、それ以下になると問屋が有利であると判定できるが、これらの関係はすべて事前的には不確定であり、したがって現在いずれに出荷したらより有利であるかはなかなか荷主にとって困難な問題である。

また、第 2 の判定基準は第 1 の問題にも関係するものであるが、両市場における価格変動の大小の問題である。既述のように価格変動は全体的にみて市売価格の方が激しい。いいかえると、着レール渡価格の方がより安定的である。しかし一方変動しやすく、一方はより安定的であるからといって、一方が有利であり、より正しいと判定することはできない。それは一にかかつて荷主の選好による。荷主が投機的である場合には市売市場を好み、積極的に前述したような両者の価格関係を利用して巧みに市売市場を利用してゆくであろう。逆に投機的うごきを選好しない場合には安定的な問屋を利用する方がよりのぞましいであろう。

第 3 の両市場比較の基準として換金の問題がある。換金の早さについては問屋の中でも市売より早いものもあり個別的にはいえないが、全体的には問屋より市売の方が早いという。それゆえ換金の面よりいうと市売市場の方がより有利であると考えられる。

28 つぎに小売商の見地より両市場を比較してみよう。小売商としては、荷主の場合とは逆により安く購入できることがのぞましいわけである。そこで各材種について市売価格と卸売価格とを比べてみると、第 36～39 図にみられるように、全般的にみて価格変動のいかにかわらず明らかに市売の方が安く木材を手に入れることができる。それゆえ、価格の見地よりみると、市売市場の方が問屋市場より小売商にとっては有利であるといえよう。つぎに換金といった見地よりながめると荷主の場合とは逆に、小売商にとっては換金性の早さが市売市場の欠点となつてあらわれてくる。

つぎに小売商にとって市売が有利である点として、希望する材を希望の範囲内で買いうることなどがあげられているが、これは問屋の改善により問屋取引においても可能であり、必ずしも市売市場にとって絶对的に有利な条件であるとはいえない。

如上的ように卸売市場における市売および問屋市場の優劣の批判は、荷主と小売商の二つの立場からながめることができるが、この場合の両者の長短は荷主ならびに小売商自体の立場、選好および予想により異なつた結論もでる。両者の卸売市場における関係は、将来における両市場の整備発展の程度および荷主、小売商などの経済的条件の変化、選好の変化などにより決定されるわけで、ここでは両者の関係特徴は、現在の条件下で論ずることができても、その優劣については結論は出すことはできない。

〔Ⅳ〕 荷主より直接小売商に販売される流通過程

29 戦前においては荷主より直接大消費地の小売商に販売されるといつたことは非常にすくなかつたといわれる。戦後流通過程の変更とともに、かかる流通形態も相当重要なウエイトをもつてきている。特に近県よりの入荷にはかかる流通形態が多くなつてきている。かかる流通形態のあらわれは、中間商人排除という一つの市場合理化傾向のあらわれともみられる。現在東京市場は一般用材入荷量の約 16 %をしめているが、将来まだ増加する傾向があるのではなからうか。かかる流通過程においては、荷主が売手、小売商が買手として成立する市場を形成するが、ここでの木材取引は問屋の場合と同じく相対取引であり、したがつて同様の性格をもっている。しかし、そこで成立する価格は着レール渡価格より若干高めで、卸売価格よりは若干低めに形成されるという。したがつて、かかる市場は問屋市場ないし市売市場の両者よりも価格の点では荷主にとつても小売商にとつても有利である。ただ、かかる流通過程の欠点は、問屋ならびに市売に比較して小売商は資本的に劣弱なので大量の木材を一度に荷受けできないのと、また不況の場合などに生ずる危険性の多いこと、また問屋市場にくらべては日が浅いので人格的信用なども薄弱であること、また市売にくらべて価格高騰の際には高騰まで相当のタイム・ラグがあり、かかる場合には市売の方が有利であること一かかる性格は下落の場合は市売の方を不利にさせるが一、などが考えられる。それゆえ、かかる流通過程が将来どこまでのびるかは、中間商人排除という市場合理化の一つの動きが、如上の問題点をどこまで克服してゆくかにかかるであろう。

以上卸売市場の機構と性格について考察を加えてきたが、つぎに小売市場について検討しよう。

その 3. 小売市場の機構と性格

30 小売市場とは小売商と一般消費者の間に成立する市場である。この市場の性格は、小売商はその市場において部分的独占をもっているということである。この部分的独占の存在は木炭市場の場合と同様に、

①消費者の知識の不充分さ、②購入の場合の時間的距離的不便さ、③小売商と消費者の人格的結合などの諸理由に起因するものと考えられる。このように木炭ならびに木材両市場とも小売市場においては共通的性格をもっていると考えられるが、さらに両者を比較してみれば、木炭は一般に完全な消費財であり、小口で取引されているのに対して、木材は生産財であり、大量に取引されているがゆえに、消費者自身知識をもっているものも多く、また知識をもっていない場合でも購入の場合には充分価格をしらべ、ある程度の時間的距離的不便さを克服する傾向をもっていると考えられるので、木材の小売市場は木炭の場合より完全市場の性格は強いであろう。

ともあれ、大なり小なり地域的独占の性格をもつ木材小売市場における価格形成は、完全市場の場合とは異なった価格形成をおこなう。それは費用原理に立脚した価格形成をする。すなわち、各小売商は問屋なり市売市場を通じて仕入れた木材原価に一定の手数料を見込んだ価格をつけるわけである。しかもこの手数料は部分的独占のゆえに全能力をあげて仕事をする場合に要する費用より以上に手数料を引きあげることが有利になる。“けれども、かれらの独占は新業者がその仕事に参加することを妨げるまでにはいたらないであろう。そこで、高手数料に基く高利潤率が競争者を誘引し、各業者の事業量は減少して、もはや不当に多くの利潤が生じなくなるにいたるであろう”。

本岡武, 山本修訳 コーエン 農業経済学 97~98 頁一

31 さて、以上のごとき性格をもつた小売市場において成立する小売価格は、いかなるうごきをしめすであろうか。

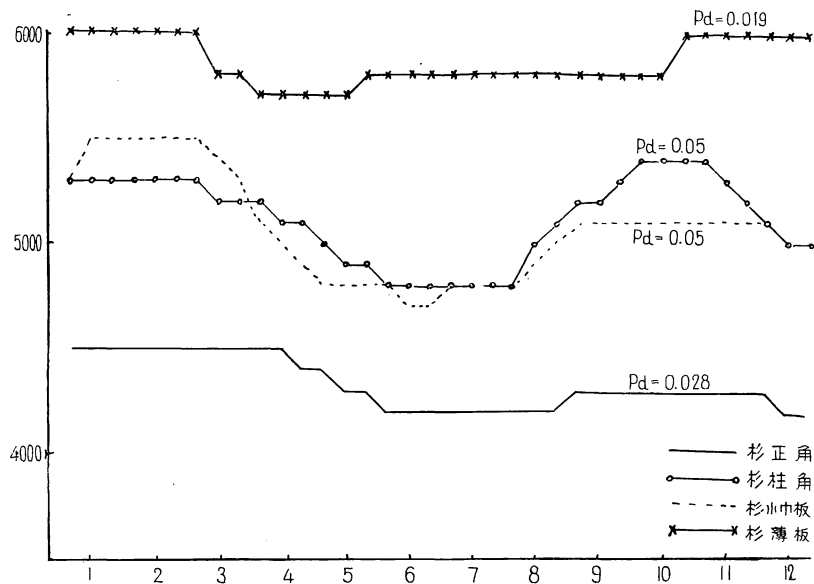
第 47 表 材 種 別 月 別 小 売 価 格 表

材 種	産 地	長 (尺寸)	寸 法	等 級	1 月			2 月			3 月		
					上	中	下	上	中	下	上	中	下
杉 正 角	和歌山	13.2	3寸5分×3寸5分	1	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500
杉 柱 角	〃	10.0	〃	1	5,300	5,300	5,300	5,300	5,300	5,300	5,300	5,200	5,200
杉小巾板	秋 田	12.0	厚5分 巾3寸5分	1	5,300	5,500	5,500	5,500	5,500	5,500	5,500	5,400	5,300
杉 薄 板	〃	6 尺	厚2分3厘 巾7寸	2並	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	5,800	5,800
材 種	産 地	長 (尺寸)	寸 法	等 級	4 月			5 月			6 月		
					上	中	下	上	中	下	上	中	下
杉 正 角	和歌山	13.2	3寸5分×3寸5分	1	4,500	4,500	4,400	4,400	4,300	4,300	4,200	4,200	4,200
杉 柱 角	〃	10.0	〃	1	5,200	5,100	5,100	5,000	4,900	4,900	4,800	4,800	4,800
杉小巾板	秋 田	12.0	厚5分 巾3寸5分	1	5,100	5,000	4,900	4,800	4,800	4,800	4,800	4,700	4,700
杉 薄 板	〃	6 尺	厚2分3厘 巾7寸	2並	5,700	5,700	5,700	5,700	5,700	5,800	5,800	5,800	5,800

材種	産地	長 (尺寸)	寸法	等級	7 月			8 月			9 月		
					上	中	下	上	中	下	上	中	下
杉正角	和歌山	13.2	3寸5分×3寸5分	1	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200	4,200	4,300	4,300	4,300
杉柱角	"	10.0	"	1	4,800	4,800	4,800	4,800	5,000	5,100	5,200	5,200	5,300
杉小巾板	秋田	12.0	厚5分 巾3寸5分	1	4,800	4,800	4,800	4,800	4,900	5,000	5,100	5,100	5,100
杉薄板	"	6 尺	厚2分3厘 巾7寸	2並	5,800	5,800	5,800	5,800	5,800	5,800	5,800	5,800	5,800

材種	産地	長 (尺寸)	寸法	等級	10 月			11 月			12 月		
					上	中	下	上	中	下	上	中	下
杉正角	和歌山	13.2	3寸5分×3寸5分	1	4,300	4,300	4,300	4,300	4,300	4,300	4,300	4,200	4,200
杉柱角	"	10.0	"	1	5,400	5,400	5,400	5,400	5,300	5,200	5,100	5,000	5,000
杉小巾板	秋田	12.0	厚5分 巾3寸5分	1	5,100	5,100	5,100	5,100	5,100	5,100	5,100	5,000	5,000
杉薄板	"	6 尺	厚2分3厘 巾7寸	2並	5,800	5,800	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000

(注) 木材商工研究会調

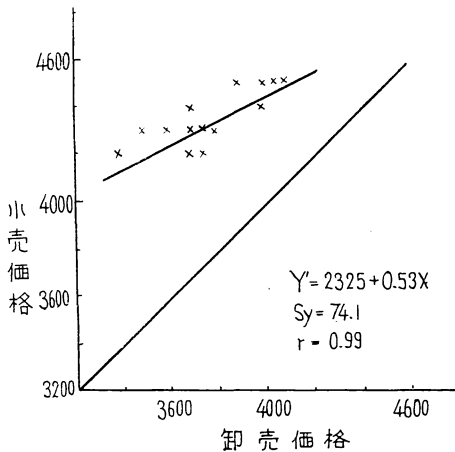


第 40 図 昭和 29 年度 東京小売価格表

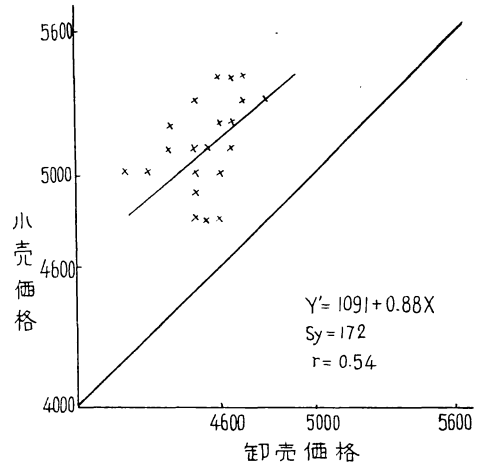
小売価格のうごきは第 47 表ないし第 40 図にみられるとおりであるが、計数的にみるために変異係数を計算してみると、柱角、小巾板はともに 0.05 でいちばん大きく、ついで正角 0.028、薄板 0.019 と順次に小さくなっている。全般的に概観すると、市売価格、および卸売価格の変動よりは小さく、また着レ

ール渡価格の変動にくらべると正角のみは小さいが、他はすべて若干大きくなっている。変異係数よりみた価格変動の大小については以上のとおりであるが、このほか他の価格変動に比較して特異なことは、その変動のすがたが他の市場の価格変動よりも断続的で、しかも1回の変動の巾の大きいということである。

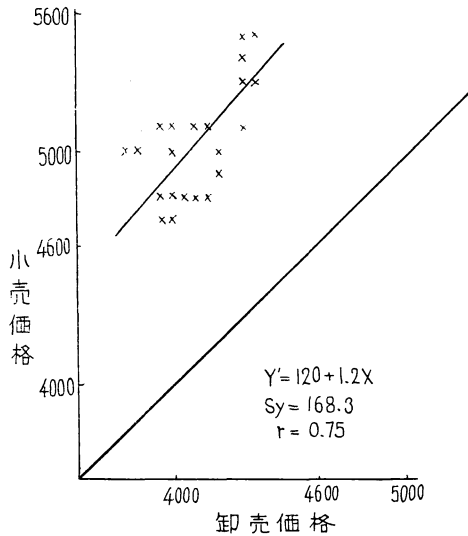
32 つぎに小売商のマージンについてみよう。小売商のマージンは小売商の仕入れ価格より販売価格を差引いた差として理解される。この場合小売商の仕入れ価格は問屋、市売市場あるいは産地の荷主よりの直接入荷により異なるわけであり、また仕入れ価格と販売価格の間には時間のずれがあるので、簡単に小売



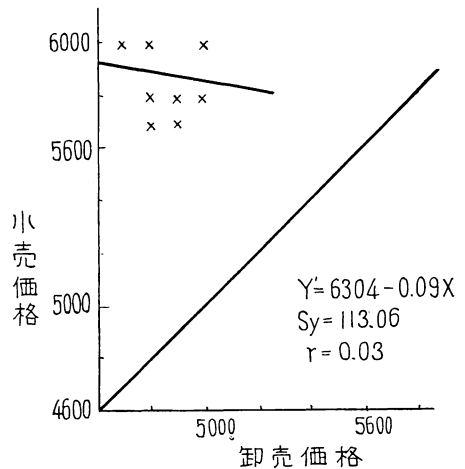
第 41 図 杉正角における卸売価格と小売価格との相関関係



第 42 図 杉柱角における卸売価格と小売価格との相関関係



第 43 図 杉小巾板における卸売価格と小売価格との相関関係



第 44 図 杉薄板における卸売価格と小売価格との相関関係

商のマージンについては知り得ないが、ここでは簡単に同時期における卸売価格と小売価格の差として理解しよう。各材種の卸売価格と小売価格の相関図は第 41～44 図までにあらわされている。

正角、小巾板および柱角においては両価格の間には相当の相関関係があり—柱角はすこし弱い—、したがって、これらの材種においては一定の傾向をよみとれるが、薄板においては全く相関関係なく一定の傾向をみることはできない—相関係数は図中の r により示される—。ともかく図より次のことを知りうる。

- ① 正角においては、そのマージンは石当り平均 540 円余で、400～800 円の中をもっている。そして、価格の上昇とともにマージンの巾は減少し、逆に下落とともに増大している。
- ② 杉柱角は、価格のうごきに関係なく石当りはば 540 円ほどのマージンをもっている。
- ③ 小巾板は、価格の上昇するにつれてマージンの巾が増大する傾向をいくぶん示しているが、だいたい価格の変動のいかににかかわらず石当り平均 900 円くらいのマージンを得ている。
- ④ 薄板においては前述のごとく、卸売価格と小売価格との間に全く相関関係がみられず、したがって一定の傾向の存在は知り得ないが、そのマージンは石当り平均 900 円くらいであり、その巾は 800～1,300 円である。

以上から大雑把に推定すると、平均マージンは石当り 680 円程度であると考えられる—前と同様に数量により加重平均した—。都内入荷量 1,200 万石のうち約 200 万石は他県へ移出され、のこり 1,000 万石のうち 100 万石は直接大消費者に販売されるので、約 900 万石が小売商の手にはいる。小売商は都内に概算 3,000 軒余あるので、1 軒当り取扱い量は素材にして約 3,000 石、製材に換算して約 2,000 石、したがって 1 軒当り粗収益は年間約 130 万円余となる。

その 4. 産地市場の機構と性格

33 東京市場に入荷する木材の生産地は既述のように、南は九州から北は北海道までにわたっている。しかし、特に生産量の多い県としては和歌山、秋田ならびに静岡の 3 県が多く、これらにつづいて奈良、福島、三重、岩手、長野、高知、大分、愛知などの諸県が多い。このように木材の入荷は木炭と異なつて特定生産県から大部分入荷するのでなく、全国津々浦々から相当分散的に入荷しているわけであり、したがって、厳密に東京市場の産地市場の機構ないし性格を理解するためには、すくなくとも主要生産県だけでも取りあげて、考察しなければならないわけであるが、このような産地市場の厳密な調査考察は他日にのこし、ここではわが国における主要な生産地の一つであり、比較的東京市場への入荷量も多い天竜林業をとりあげて、そこでの産地市場の機構と性格について考察してみる。天竜林業における産地市場の構造ないしその性格は、詳細には他の生産地のそれと幾多の相違を見いだせるであろうが、しかしまた一面、他の生産地にも共通的な普遍的な構造ないし性格も具有している。このような意味において、東京市場における産地市場として天竜林業の流通機構をとりあげることに意義はあろう。

34 天竜林業における流通機構の考察にすすむ前に、若干天竜林業の概況について触れておこう。

天竜林業地域は、広くは天竜川の本支流流域の林業を総称するわけであるが、一般には人工造林の最も発達している天竜川本流地域、気田川流域、および阿多古川流域の 3 流域をいうわけである。この 3 流域の林業の概況につき、静岡県林材新聞社編「天竜」より紹介すると次のごとくなる。

天竜川本流地域＝水窪町、城西村、山香村、佐久間村、浦川町、竜山村、竜川村、光明村、二俣町の 9 か町村が属し、4 万町歩の民有林と国有林とがある。地質はスギ、ヒノキの人工造林に最も適し、集約的

な人工造林経営地帯である。

気田川流域＝熊切村，犬宮町，気田村の 3 カ町村，民有林 18,000 町歩と気多村奥地に国有林がある。地味は他地域に比してやや劣り，人工造林とともに雑木天然林を経営し，薪炭，椎茸を生産し多角経営を営んでいる。

阿多古川流域＝熊村，上阿多古村，下阿多古村の 3 カ村で民有林 6,000 町歩，大森林所有者があり，比較的長伐期の林業を経営している。林業地から生産された木材は，地元の製材工場ないしは二俣，中の町あるいは浜松の製材工場地帯に集荷，加工されて消費地一主として東京一に出荷されている。

天竜林業における民有林の所有形態は第 48 表にあらわされているように，森林所有は非常に細分されており，一方土地集中現象が目だっている。このように所有者数においては非常に零細な森林所有者が多いが，これらの所有者の山林経営は農業用材給源か，またはただ単なる備蓄的なものであり，資本主義的な企業経営ではない。また，人数において少数をしめている大山林所有者の山林経営も同様に家業的な経営の範疇のうちからは逸脱していない。つまり，その経営は価格条件のもとで最大利潤を追求するものでなく，家計面のうごきより要求される所得の確保を目的として営まれている。以上は天竜林業の概況であるが，つぎにそこでの木材流通の機構について考察する。

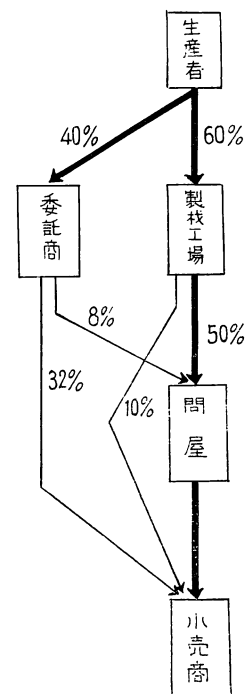
第 48 表 民 有 林 所 有 形 態

	5 反以下	5 反～1 町歩	1～5 町歩	5～20 町歩	20～50 町歩	50 町歩以上	計
森林所有者人	45.8	16.4	26.2	8.6	2.1	0.9	100.0%
面積	3.4	4.0	18.9	25.4	19.2	29.1	100.0%

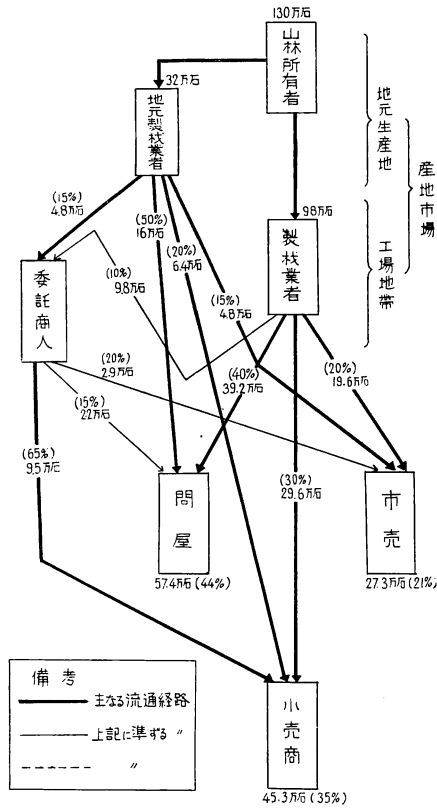
35 現在の木材流通の機構に触れるまえに，戦前の木材機構の概況について一瞥しておこう。戦前の木材流通の概要は第 45 図に示めされるように生産量を 100 % とすると，そのうち 60 % は製材工場に流れ，さらにそれは，主として大半は問屋を通じて小売商に流通するが，一部分は製材工場より直接小売商に直送されている。総生産量のうち 40 % は委託商を通じ大半はそこから小売商に流通されるが，一部分は問屋の手を通じて小売商に流通する。このように戦前においては委託商のウェイトが高く，また問屋機構が非常に重要な位置をしめていた。つぎに，現在の天竜林業における木材流通の概要について，第 46 図にもとづいて説明してみよう。図のうちで地元生産地というのは竜川，竜山，水窪，浦川および気多川などである。また工場地帯としては二俣，中の町ならびに浜松があげられる。総生産量は素材石に換算して約 130 万石，このうち 98 万石は二俣，中の町ならびに浜松などの製材工場に販売される一二俣に 28 万石，中の町に 42 万石，浜松に 28 万石の割合で販売されると推定される一。

98 万石のうち 40 % の 39 万石余は問屋に，30 % の 29 万石は小売商に，20 % の約 20 万石は市売に，残り 10 % の約 10 万石は委託商に販売される。

総生産量のうち 98 万石の残り 32 万石は地元生産地の地元製材業者に



第 45 図



第 46 図 産地市場（天竜林業）
における木材流通機構図

販売される。このうち 50 % の約 16 万石は問屋に販売され、20 % の 6 万石は小売商、15 % の約 5 万石の同量が市売と委託商に販売される。

委託商の手に入つた約 15 万石の 65 % の約 10 万石は小売商に販売され、20 % の 3 万石は市売、15 % の 2 万石は問屋に販売されている。全体的に問屋、小売商、および市売への販売量をみると問屋へは総生産量の 44 % の 57 万石、小売商には 35 % の 45 万石、市売には 21 % の 27 万石が出荷される。

以上のように、戦前と戦後における天竜林業における木材流通機構の間には非常に大きな差異がある。その相違点をあげると、まず第 1 に、① 市売市場の出現 ② 小売商への直送過程の木材流通におけるウェイトの増大、③ 問屋ならびに委託商の地位の低下などが考えられる。

以上のような流通機構の変化のほかには別の変化がある。それは木材輸送手段の変化ならびにそれに伴う変化である。

戦前における中心的な製材地であり、集荷地であつたのは天竜川の水利と東海道線陸運の要衝を占めた中の町であつた。工場数 30、組合員 40、馬力数 1,341 馬力で年産約 50 万石の木材を生産していた。

しかるに最近佐久間、秋葉ダムの建設により流筏は不可能となつたために、中の町は原木獲得上大きな痛手をうけるにいたつた。これに代つて原木獲得上有利な地位をしめるに至つた二俣が新興製材工場地帯として擡頭してきた。現在中の町について工場数、馬力をもつてゐる一組合員 34、馬力数 898。輸送系路の変革により若干不利になつた中の町とは逆に、有利となり盛んになつてきた工場地帯としては、さらに竜川村をあげることができる。二俣より 3 里ほど天竜川の上流にある竜川村は、強力な製材工場組合の団結—販売においてある程度の団結もおこなつてゐると、原木獲得上の利点とにより工場も気田川地域と同様 14 工場に増加し、天竜第 3 位の工場地帯にのしあがつた。

以上是天竜林業における木材流通の概要であるが、つぎに産地市場について触れよう。

36 木材生産地において成立する市場は、① 立木生産者と製材業者との間に成立する素材市場と、② 製材業者と委託商との間に成立する木材市場の 2 市場のみである。まず、前者より説明しよう。

立木の売買にあつては、立木生産地は売却せんとする材積を見積りし、それに市場価格より逆算した予定単価を乗じて売値を決定して交渉にあたる。また買手である製材業者は、立木生産者と同様にみずから材積を見積り、それに市場価格—3 カ月～半年くらい先の価格も予想した—より、搬出費、製材費、一定マージンなどを差し引いた購入価格を乗じて買値を決定して交渉にあたる。両者の取引は相対取引でおこなわれる。ここで成立する素材市場はほぼ 1 物 1 価の貫徹する完全市場であると考えられるが、両者

の取引における材積算定においては、掛物といつて、経験のみによつて定めうる係数を使用する五一法を使用するゆゑに、ややもすると計算のうとい立木生産者はごまかされて過少に算出された材積をおしつけられる可能性がある。こういった技術的問題とか、経済的信用あるいは人格的結合とかの理由により、立木生産者は信用の厚い製材業者との取引をのぞみ、新しい業者との取引を好まないといったことが普通であり、したがつて、かかる理由によりここに成立する市場は、不完全競争的な性格をもつようになる。また以上のはかに往々製材業者の商業資本により小山林所有者は束縛されている場合もあるが、かかる場合に両者の間に成立する素材市場はまったく完全市場の性格より逸脱する可能性が濃い。以上のように立木生産者と製材業者との間に成立する素材市場は一般的には完全市場の性格が濃い、時にしからざる場合があらわれる可能性もある。この市場においていかほど製材業者が実際にマージンをあげているかはなかなか把握しがたい。立木を購入したときの代金支払い方法は、だいたい購入約束の成立したとき1回、全部搬出するまでにのこり全部といった2回払いが一般的であるという。つぎに第2の産地市場である委託商と製材業者の間に成立する木材市場についてであるが、委託商は立木生産者から立木を購入してきて賃挽に出す場合と、木材を製材業者より購入する場合とがある。前者の場合は①と同様に立木生産者との間に成立する素材市場の形態に入り、後者の場合のみ①と異なつた木材市場が成立する。ここでの両者の取引は相対取引であるが、成立する価格は発駅レール価格から運搬費を差し引いた価格の高さであり、製材業者としては委託商だからといつて特に安くせず、問屋に販売する程度の価格で売っているわけである。したがつて、委託商のマージンは、注文をうけた小売業者ないしは時に一般需要者に販売することにより得られるわけである一素材購入をした場合には購入を通じてのマージンをふくめる一。このように委託商は、木材流通の整備され、発達した今日においては一般需要者あるいは小売商の注文品一比較的数量のすくない一を取りそろえるといつた点のみに生存の可能性を見いだしているわけである。以上のように委託商と製材業者との間に成立する木材市場には完全市場としての性格が比較的強いと思われる。

む す び

37 以上の木材市場構造に関する考察は、まず第1に選んだ樹種および材種の数のすくないこと、つぎに考察の模型が無時間的な静態の場であること、それに考察の期間が短期間であつたということにより決定的な欠点をもっているが、さらに、すでにまえがきで触れたように統計数字の不備は、若干でもつつこんだ考察の実行を不可能にしている。このことは「木炭市場構造の研究」の場合より激しかつた。もとよりわたくしはこのレポートの不完全さを統計数字の不備のみに転嫁するつもりはないが、林産物の流通過程の考察の重要性を強く感じているわたくしは、将来この面の統計の整備を関係方面に強く要望してやまない。

第Ⅳ編 パルプ材市場構造の研究

第1章 序 説

1 この研究の目的およびその分析の方法については木炭ならびに木材の場合と同一である。ただ、前2者と異なり、パルプ材需要は完全な派生需要であること、需要者が比較的資本力の大きな製紙、人絹およびパルプ会社であることならびにパルプ材の流通過程に木材問屋、仲買および小売商といった介在者が存在しないことなどといった特異な点をもっており、したがってその市場の構造、機能および性格の点で前2者と相当異なっている。

2 戦後における木材需要の大きな変化の一つは質的变化、つまり木材用途別需要割合の変化であり、それは特にパルプ材需要の異状な増加に顕著に認められる。かかる傾向はおそらく今後もつづくであろうし、しかも需要構造の変化が林業生産構造の変貌を指向するといった点において、パルプ材市場の構造の理解はきわめて重要である。

第2章 わが国におけるパルプ材市場の構造

その1. パルプ材需給の概況

3 パルプ材流通の前提であるパルプ材需給の概況について考察してみよう。最近におけるパルプ材の需給数量は第49表にみられるとおりである。昭和25年から28年度までは需要量が供給量を超過しているといった奇妙な数字を示しているが、これは両者の数字の出所が相違しているためである。しかし、傾向的なパルプ材需給の概況については窺知しうであろう。すなわち、需給ともにだいたいにおいて年々増加の傾向を示しているとみられ、また需給の差として需給の窮迫状態を推定すると昭和28年度が最も窮迫しており、そして29年度にいたって非常に緩和されてきていると考えられる。このようにパルプ材需給が29年になり緩和されたのはパルプ材価格の高騰に刺戟された需要減少によるのではなく、それにより刺戟された供給増加によるものと考えられる。この当時における価格変動の

第50表 東京卸売木材価格指数

年	月	松	中	目
昭和26年	平均	300.3		
	27年平均	362.7		
	28年平均	452.6		
	29年1月	507.2		
	2	515.3		
	3	515.3		
	4	483.1		
	5	446.9		
	6	434.8		
	7	454.9		
	8	487.1		
	9	503.2		
	10	507.2		
	11	—		

第49表 パルプ材需給表

年度	需給量	需 要 量	供 給 量
		1,000石	1,000石
昭和25年		11,707	10,286
26		16,322	15,683
27		18,440	14,147
28		22,038	19,903
29		23,000	23,511

日銀統計局

昭和23年1月=100

日本パルプ材協会調

状況を理解するために松中目丸太の価格指数のうごきを見ると第 50 表のごとく昭和 29 年にいたり激しく価格が急騰していることが知られる。

以上は経済的意味における需給の状況であるが、これを木材資源の点より考えた場合には、木炭および木材の場合と同様に、パルプ用資源の過伐、つまりパルプ用材の成長量以上に伐採し、パルプ材を生産していることになるわけである。かかる傾向は長期的にはパルプ材供給を減少させるわけであり、このような現象がパルプ材価格を急騰させている一半の理由を提供し、さらには現在紙パルプ業界に「原木高による利潤の著しい減少」という問題をなげかけているのである。

如上はパルプ材の需給概況であるが、つぎにパルプ材の需給について別々にヨリ詳細に検討してみよう。

その 2. パルプ材の需要

4 パルプ材需要はパルプ、さらに最終的には紙および人絹などの完成消費者財需要から派生的にあらわれる。つまりパルプ材需要は派生需要 Derived demand である。この点で木炭ならびに木材—木材需要も派生面な部分もあるが、パルプ材ほど完全に明確でない—などの需要とはその性格を若干異にすることは前にちよつと触れたとおりである。それゆえパルプ材需要の性格を理解するためには、紙および人絹などの最終消費者財との関連において考察することが必要である。おもなるパルプ製品としては紙と人絹とが考えられるが、それを製造するに用いたパルプ材のうち約 8 割と大部分は紙に使用されているので—昭和 29 年度におけるパルプ材需要 2,300 万 石のうち約 8 割の 1,480 万石が紙製造に使用された—、ここでは紙需要のみをとりあげて検討し、それとの関連においてパルプ材需要の性格を考察することにする。

5 紙需要は人々の嗜好ならびに生産技術などには大きな変化がなく、すなわち一定であると仮定すれば、価格、人口および所得変化により影響をうける。紙需要とこれらの諸要因との関連については本州製紙株式会社調査部の研究^{*1}があるが、この統計的研究の結論のみを要約すれば、

① 紙需要の価格弾力性は一定でない。いいかえると、価格を下げたら需要は必ず増加するというのでは必ずしもなく、また逆に価格を上げたら需要は必ずしも減少するとは考えられないといえる。統計的分析を通じてこのような結論がでたのは、おそらくこの研究において指摘されているように人口ならびに所得両因子の影響が紙需要に圧倒的に強く作用しているわけで、したがって、分析の対象としてとりあげた紙需要はすでにこの 2 つの要因の作用をうけているわけであり、それゆえ価格と需要との間には相関関係がみられず、したがって、一定傾向を読み取ることができない結果となつているのであろう。このようにこの統計的研究においては価格弾力性の計測ができないことを報告し、需要の価格弾力性係数の大小については論究していないが、一体紙需要の価格弾力性は弾力的なものであろうか、また逆に非弾力的なものであろうか。結論より先にのべれば程度の問題はあるが、比較的非弾力的であろうと推定される。その理由として次のことがあげられる。

i) ニューヨークアメリカ紙パルプ協会スチブンスン博士（1940 年）は紙需要の価格弾力性について用途別紙需要を分類して、非弾力的需要のものとして、包装用、知能向用、間接用、便益用をあげ、弾力的需要のものとして身辺用紙をあげている。この一般論からいって、わが国の紙需要をみると、量からみて問題なく非弾力的需要の性質をもつ紙需要が多く、したがって、わが国における全体的な紙需要は比較的

^{*1} 本州製紙株式会社調査部 紙の需要研究

非弾力的であると考えられる。

ii) 先の統計的分析において指摘されているように、価格と需要の間に一定の関係が見いだせないという結果は、従来紙需要の価格弾力性は比較的非弾力的であることをものがたっているものであろう。

② つぎに、人口と紙需要との関係であるが、両者の間には 0.92 と強い相関関係をしめし、その間に一定の傾向を読みとることができる。すなわち、人口 1 % の増加に対して紙消費は 3.3 % ほど増加するのである。

③ さらにまた、国民所得と紙需要との関連については、両者の間にも一定の傾向を見ることができる。すなわち、国民所得が 1 割増加すると、その国民所得の絶対値が比較的高い場合には 0.8 % 増加し、比較的低い場合には約 2.6 % ほど増加する。

6 以上が紙需要の概況であるが、つぎにおもにこの派生需要であるといえるパルプ材需要について、しかもその価格弾力性のみについて検討してみよう。一般に派生需要は直接需要よりもより非弾力的であるといわれる。したがって、比較的需要弾力性の非弾力的であると思われる紙の派生需要であるパルプ材需要はより非弾力的であると推定されるわけであるが、つぎに、実際に統計的に計測してみよう。

計測にあたっては人口増加の影響を除いた 1 人当りパルプ材需要と、物価の変動を除くために一般物価指数でパルプ材価格指数一特にパルプ材価格に関する統計数値がなかつたので、木材価格指数を使用した。したがって、厳密な意味におけるパルプ材価格の変動とは若干異なるであろうが、しかし木材価格と

第 51 表 パルプ材 1 人当需要量

年 度	需 要 量	人 口	1 人当需要量
	1,000 石	1,000 人	斗
昭和 5 年	4,646	64,450	0.72
6	3,753	65,371	0.57
7	3,582	66,285	0.54
8	4,031	67,318	0.60
9	4,274	68,272	0.63
10	4,413	69,254	0.64
11	4,360	70,258	0.62
12	4,802	71,258	0.67
13	5,511	72,223	0.76
14	6,900	72,876	0.95

第 52 表 パルプ材価率

年 度	A パルプ材価格	B 総平均物価	パルプ材価 率 A/B
昭和 5 年	72.5	88.5	0.82
6	72.6	74.8	0.97
7	80.4	83.0	0.97
8	93.1	95.1	0.98
9	93.9	97.0	0.97
10	100.8	99.4	1.01
11	105.1	103.6	1.45
12	132.6	125.8	1.05
13	166.4	132.7	1.25
14	213.9	146.6	1.46

第 53 表 パルプ材 1 人当り需要量およびパルプ材価率の正常値よりの偏差

年 度	log P	log P	$\frac{\log p}{\log P - \log P}$	log D	log D	$\frac{\log d}{\log D - \log D}$
昭和 5 年	-0.0862	—	—	-0.1427	—	—
6	-0.0132	-0.0375	0.0243	-0.2441	-0.2182	-0.0259
7	-0.0132	-0.0119	-0.0013	-0.2676	-0.2445	-0.0231
8	-0.0088	-0.0119	0.0031	-0.2218	-0.2300	0.0072
9	-0.0132	-0.0059	-0.0073	-0.2007	-0.2054	0.0047
10	0.0043	0.0508	-0.0465	-0.1938	-0.2007	0.0069
11	0.1614	0.0623	0.0991	-0.2076	-0.1918	-0.0158
12	0.0212	0.0929	-0.0717	-0.1739	-0.1668	-0.0071
13	0.0962	0.0939	0.0023	-0.1192	-0.1051	-0.0141
14	0.1644	—	—	-0.0223	—	—

パルプ材価格は同様なうごきを示しているので木材価格指数を使用しても一応の計測は許されるであろう—を除いたパルプ材価率を用いた。そして計測期間は昭和5年から14年までの10カ年を対象とした。パルプ材価率ならびに1人当り消費量は第51, 52表に示めされるが、これらの数値の対数を取り、しかも消費量および価率は各年の前年ならびに翌年の状況および予測に適応をおこなうものとして3カ年の移動平均 $\log \bar{D}$ および $\log P$ を求め、つぎにその観察値よりの偏差を計算すれば、ここに純粋な需要量対価率率の関係のみをふくむと思われる $\log d$ および $\log p$ をうる—第53表参照—。この2数列の相関図をみると、第47図にみられるとおりであり、そして両数列の相関係数を算出してみると0.5で予期したほど両者の関係がみられないが、一応参考のために回帰線の方程式を導出してみると、

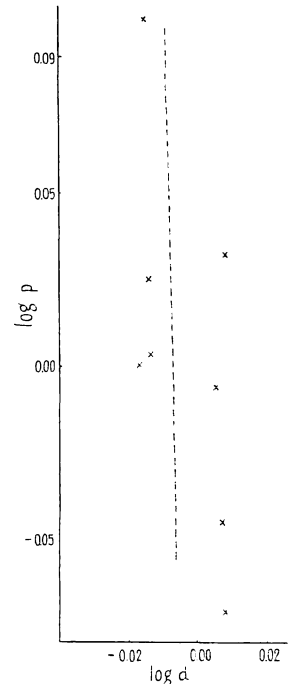
$$\log D = -0.0084 - 0.0112 \log P$$

またこれを変形して、 $D = -0.9809 P^{-0.0112}$ をうるであろう。したがって、この期間における需要弾性係数の値は(−)0.011であり、非常に小さい。つまりパルプ材需要の価格弾性は非常に非弾力的であると考えられる。しかしながら、この数値を算出するにあたって用いた統計数字の正確度については相当問題があり、しかも前述のように両数列の間に強い相関がみられないので、この数値は試算以上には出

ないかもしれないが、一応この数値を信頼すれば、パルプ材需要は非常に非弾力的であるといえよう。かかる性格がパルプ材供給の硬直性とあいまってパルプ材価格変動を激しくしているのである。

7 如上はパルプ材需要の全般的な経済的性格について述べたわけであるが、つぎにパルプ材需要の地域的状況について考察することにするが、このためにはまずパルプ材需要の主体であるパルプ会社の概況について観察を加えておくことがパルプ材の地域的状況を知る上に便利であろう。

わが国におけるパルプ生産能力の推移は第54表に示めされるように逐年増加してきている。これに対して工場数は昭和25年までは漸次増加してきているが、それを頂点として以降は連年減少してきている。このことは昭和25年以降パルプ産業は激しい自由競争を通じてふたたび戦前におけるごとく資本の集中現象をしめしてきていることを示すものであろう。現在におけるパルプ生産力の集中状況をうかがうために、昭和29年度の紙業年鑑よりパルプ生産能力1カ年当り6,000英屯以上の会社を抜き出してみると第55表のとおりであるが、これにより知られるように、紙パルプ会社中最大の生産能力を有しているのは王子製紙会社の23万英屯、第2位は十条製紙の22万英屯、第3位は国策パルプの12万英屯、第4位は11万英屯の本州製紙が占めている。以下の8会社は各10万英屯以下の生産能力を



第47図 1人当りパルプ材需要量と材価率の相関

第54表 パルプ工場数および生産能力

年 度	工 場 数	生 産 能 力 英屯
昭和21年	—	653,560
22	450	703,930
23	520	864,980
24	600	950,060
25	612	1,027,210
26	602	1,367,190
27	601	1,685,410
28	585	1,764,430

パルプ工業会調査

第 55 表 パルプ生産設備 600 英屯以上の会社

会 社 名	生 産 能 力	
	英屯	%
王 子 製 紙	231,900	9.9
十 条 製 紙	223,866	9.6
国 策 パ ル プ	120,424	5.1
本 州 製 紙	113,694	4.9
東 北 パ ル プ	94,143	4.0
北 越 パ ル プ	88,358	3.8
大 昭 和 製 紙	87,040	3.7
山 陽 パ ル プ	85,713	3.7
中 越 パ ル プ	71,650	3.1
興 国 人 絹	66,575	2.8
日 本 パ ル プ	64,307	2.7
小 計	1,247,670	53.3
全国総生産能力	2,339,610	100.0

昭和 29 年度紙業年鑑より集計

第 56 表

区 域	所 属 都 道 府 県
北海道	
東 北	青森, 岩手, 宮城, 秋田, 山形, 福島
関 東	栃木, 茨城, 群馬, 埼玉, 千葉, 東京
東 海	神奈川, 山梨, 長野, 静岡, 愛知, 三重
北 陸	新潟, 富山, 石川, 福井
近 畿	滋賀, 岐阜, 京都, 大阪, 兵庫, 奈良, 和歌山
中 国	鳥取, 島根, 岡山, 広島, 山口
四 国	徳島, 香川, 愛媛, 高知
九 州	福岡, 佐賀, 長崎, 熊本, 大分, 宮崎, 鹿児島

第 57 表 地域別生産能力および工場数

地域別	工場数, 生産能力		工 場 数		生 産 能 力		1 工場当り生産能力
				%	英屯	%	英屯
北 海 道			9	3.2	433,951	18.5	48,217
東 北			10	3.6	135,963	5.8	13,596
関 東			15	5.4	80,237	2.6	5,349
東 海			102	36.8	614,809	26.3	6,028
北 陸			21	7.6	273,689	11.7	13,033
近 畿			34	12.3	217,839	9.3	6,410
中 国			20	7.2	208,115	8.9	10,406
四 国			52	18.8	147,662	7.2	2,840
九 州			14	5.1	227,245	9.7	16,232
合 計			277	100.0	2,339,610	100.0	8,446

もっている。最大の生産能力をもつ王子製紙会社以下日本パルプ会社までの 11 会社で、合計 125 万英屯の生産能力を所有しており、わが国における総生産能力中その 53.3 %と過半をしめている。このようにパルプ産業は大会社に生産が集中されている。如上のような生産能力の大会社への集中状況ならびに集中化の傾向は、パルプおよびパルプ材市場にいかなる性格の変異をあたえ、どのようなパルプおよびパルプ材価格形成をさせるものなのかについては後述するとして、つぎにパルプ生産能力の分布を地域的にながめてみよう。

8 この考察をするにあたって、地域別を第56表のごとく分類する。地方的分布の特徴を探究する上において、工場数のみによることはなんら意味をなさないもので、生産能力を主体として、これと工場数との関係をあわせて観察する。

生産能力の点よりみれば東海が第1位で全生産能力の 26.3 %をしめている。第2位は北海道で全体の 18.5 %, 第3位の北陸はこれよりはるかに下つて 11.7 %, これにつぐは九州 9.7 %, 近畿 9.3 %, 中国 8.9 %, 四国 7.2 % 東北はさらに下り 5.8 %, 関東は僅かに 2.6 % の低位をしめている。この地域別生産能力に工場数を加味した 1 工場当り平均生産能力をみる

第 58 表 地域別生産能力および工場数

地 域 別	工 場 数		生 産 能 力		1工場平均
		%	英屯	%	英屯
北 海 道	8	5	390,190	33	48,774
東 北	8	5	67,278	6	8,409
関 東	12	7	42,257	4	3,521
東 海	45	28	180,885	16	4,019
北 陸	10	6	159,800	15	15,980
近 畿	32	20	105,435	9	3,296
中 国	10	6	40,930	3	4,930
四 国	27	17	37,470	3	1,398
九 州	9	6	132,500	11	14,722

と、北海道が 48,000 英屯で最高であり、ついで九州 16,000 英屯、東北 14,000 英屯、北陸 13,000 英屯、中国 10,000 英屯である。以上は全国平均よりも大きく、それ以下の近畿 (6,400 英屯)、東海 (6,000 英屯)、関東 (5,000英屯)、四国 (3,000英屯) は平均よりも小さい。以上は 29 年度の資料にもとづいたパルプ生産能力の地域的狀況であるが、昭和 25 年のそれと比較した場合いかに変わったであろうか。昭和 25 年調査資料にもとづく地域別生産能力および工場数は第 58 表にあらわされるが、これと第 57 表を比較すると、そこにいくつかの変化を見いだすことができる。まず第一に、昭和 25 年においては北海道が全生産能力の 33 %と相当の割合をもつて、最大生産能力をもつていたのに、29 年はこれに代つて東海が全体の 26.3 %を占めて最高になつている。さらにまた 25 年にくらべて中国、四国の全生産能力中に占める割合が増加してきている。このような傾向は戦後におけるパルプ工場の分布がパルプ原料により強く指向されてきていることを物語るものであろう。

つぎに現在の都道府県別生産能力関係を第 59 表により観察すれば、大工場の存在する都道府県ほど生産能力の順位の大きいことが知られる。すなわち、Ⅰ～Ⅱはいずれも著名なる工場所在地であつてⅢの大部分の都府県およびⅢ以下には全く細微な群小工場が存在するにすぎない。以上工場の地方的分布関係を総合すれば、

- (1) 内地は北海道に比較して工場規模著しく小さく、各地に広く存在している。
- (2) 工場の散在する内地にあつても、その分布状態は均等でなく相当の偏倚をあらわしている。内地にお

第 59 表 生産能力序列

階 層	都道府県名及び生産能力 (英屯)
Ⅰ (40万英屯以上)	静 岡 (471,499) 北海道 (433,951)
Ⅱ (40～5 万英屯)	富山 (150,525) 新潟 (84,644) 熊本 (79,350) 山口 (78,817) 愛媛 (74,487) 岐阜 (70,640) 愛知 (60,400) 秋田 (59,345) 広島 (52,038)
Ⅲ (5～1 万英屯)	福岡 (47,148) 兵庫 (43,680) 宮崎 (42,857) 島根 (41,760) 宮城 (37,000) 大阪 (36,100) 東京 (35,765) 山梨 (35,030) 栃木 (34,588) 高知 (31,675) 岩手、福島、石川、福井、長野、 三重、滋賀、京都、和歌山、鳥 取、岡山、徳島、香川、大分、 鹿児島
Ⅳ (1 万英屯以下)	山形、茨城、群馬、埼玉、佐賀、 長崎
Ⅴ	青森、千葉、神奈川、奈良 (いずれもなし)

いて生産能力の大きいのは、東海であり、戦後において急速な増加率をもつて増大し、25年に最高の生産力をもつていた北海道を29年には凌駕して、最高の生産力をもつに至っている。これについて大陸、近畿、中国、九州、四国、これよりかはるかに下つて東北、関東の順である。このうち昭和25年当時にくらべ中国、四国の生産力の増加は他地域にくらべて大きい。

(3) 府県別にみれば、東海地域の静岡、北陸地域の新潟および富山、九州地域の熊本、宮崎、福岡、近畿地域の岐阜などはいずれもその中心をなし、いずれも著名な大工場が存在している。

(4) 特別関係としては東北地域の秋田、および宮城はブナ材を主原木とする工場、山口は赤松を主とする工場の存在により重きをなしている。さらにこれを沿革的にみるに、北海道は別として内地における発達の第1期は静岡、岐阜、熊本の各県下工場にして、いずれも縦類の供給の比較的豊富なる地方である。第2期は富山、新潟の2県であつて主として北洋材の輸入材を原料とするものである。第3期は東北地域—秋田および宮城—のブナ材、山口のマツ材、宮崎の鉄肥杉材—現在はマツ材を主体とする—を主原料として成立した工場である。福岡は藁を主原料として企画されたのである。その他の諸県はG・P生産を目的とし、あるいは簡易ソーダパルプ工業または旧来の日本紙製造などと相関連して成立したものであつて、全く中小企業あるいは家庭工業的色彩をまぬがれなかつたものである。ここで工場立地的考察を加えてみよう。

i) 現存する大工場の設置当時の事情は上述のとおりであるが、内地の縦材を主原料として設置された工場も、その後生産の減退を招くにいたつたが幸に北洋材の輸移入がおこなわれたのでこれを利用することにより存続することができた。かくて一時北洋材に依存したが、これが輸移入の減少をきたすようになる時期までに原料としてマツ材利用の途が開け、ここに原料樹種として広くマツ材を利用するようになり、これにより今日なおその生命を保っているのである。

ii) 日本パルプは鉄肥のスギ材、高千穂は藁、東北振興はブナ材を主原料として企画されたのであるが、現在は全くマツ材に転換した。ただ東北振興のみ、現在ブナ材を主としマツ材を加えて使用している。

iii) 以上のような諸事情からみて工場の設立の際における立地条件は交通、動力、水力などの諸点も一応考慮に入れられることは申すまでもないが、北海道に巨大なる工場の設立せる点、内地における工場の分布状況、また前にちよつと触れたが、戦後から最近に至るまでの中国、四国における工場および生産力の急激な増加傾向、さらにまたその設立事情などから推して、もつとも強く工場の指向する要素は、やはり原料関係、すなわちパルプ原木の生産関係にあるということが出来る。

9 以上がパルプ生産能力の地域的分布状況であるが、つぎにこれらの生産能力よりみた場合のパルプ材原木所要量について地域別にながめてみよう。昭和29年度の都道府県別パルプ生産量—ここでは昭和29年度における予定稼働生産量を採用しているので、上述までの生産能力の数字とは必ずしも一致していない—および所要原木見込量は第60表にあらわされるが、パルプ原木需要量の大小の見地より都道府県を階層区分して考えてみると第61表にみられるごとく、年間需要量100万石以上の第Ⅰ階層に属するものは北海道の528万石を最高とし、2位は静岡の313万石、ついで富山(213万石)、山口(132万石)、秋田(111万石)、熊本(100万石)などである。第Ⅱ階層(100~50万石)に属する県は新潟の97万石をはじめとして宮崎、宮城、島根、愛知ならびに広島(6県)である。第Ⅲ階層(50~10万石)に属する都県は鳥取をはじめとする15都県、10万石以下の第Ⅳ階層に属する府県は大阪をはじめとする14府

第 60 表 昭和 29 年度パルプ生産および原木所要見込量

都 道 府 県			原 木 生 産 量	パ ル プ 生 産	原 木 所 要 量		
			単位千石	英屯	千石		
北 青 岩	海	道 森 手	5,290.7	388,010	5,284.1	+	6.6
			171.5	—	—		171.5
			414.9	8,210	73.8		341.1
宮 秋 山		城 田 形	114.6	49,000	833.0	—	718.4
			159.6	59,300	1,113.7	—	954.1
			112.9	800	7.2		105.7
福 茨 栃		島 城 木	355.9	24,800	348.0		7.9
			73.4	900	8.1		65.3
			55.9	23,200	302.8	—	246.9
群 埼 千		馬 玉 葉	48.5	—	—		48.5
			—	4,000	60.0	—	60.0
			19.7	—	—		19.7
東 神 新	奈	京 川 潟	—	35,840	336.4	—	336.4
			2.6	—	—		2.6
			142.3	68,460	975.4	—	833.1
富 石 福		山 川 井	3.7	145,300	2,131.7	—	2,128.0
			99.0	11,500	102.5	—	3.5
			127.3	4,500	40.0		87.3
山 長 岐		梨 野 阜	206.5	17,590	166.7		39.8
			397.0	5,500	63.5		333.5
			73.3	37,970	429.4	—	356.1
静 愛 三		岡 知 重	130.7	265,230	3,133.1	—	3,002.4
			4.9	39,100	618.5	—	613.6
			67.9	20,000	300.0	—	232.1
滋 京 大		賀 都 阪	170.1	6,700	60.3		109.8
			224.8	9,800	88.2		136.6
			38.2	8,300	94.2	—	56.0
兵 奈 和	歌	庫 良 山	152.6	32,800	459.2	—	306.6
			45.4	—	—		45.4
			133.2	25,000	375.0	—	241.8
鳥 島 岡		取 根 山	395.1	31,700	488.4	—	93.3
			567.0	41,200	727.8	—	160.8
			374.1	2,440	30.6		343.5
広 山 徳		島 口 島	596.8	34,200	502.0		94.8
			1,075.3	74,500	1,324.5	—	249.2
			18.1	2,750	33.0	—	14.9
香 愛 高		川 媛 知	21.3	8,860	109.5	—	88.2
			238.8	18,620	195.1		43.7
			754.2	18,490	256.8		497.4
福 佐 長		岡 賀 崎	26.0	26,180	354.2	—	328.2
			40.0	2,760	26.4		13.6
			259.8	2,000	18.0		241.8
熊 大 宮 鹿	児	本 分 崎 島	321.6	74,300	1,000.6	—	679.0
			372.1	25,150	477.6	—	105.5
			139.8	47,000	853.0	—	713.2
			1,041.6	5,000	75.0		966.6
合 計			15,028.7	1,697,960	23,877.3		

昭和 29 年度紙業年鑑より

第 61 表 パルプ材需要量別都道府県

第Ⅰ階層 100万石以上	第Ⅱ階層 100～50 万石	第Ⅲ階層 50～10 万石	第Ⅳ階層 10 万石以下
北海道 (5,284.1)	宮 城 (833.0)	福 島 (348.0)	山 形 (7.2)
秋 田 (1,113.7)	新 潟 (975.4)	栃 木 (302.8)	茨 城 (8.1)
富 山 (2,131.7)	愛 知 (618.5)	東 京 (336.4)	埼 玉 (60.0)
静 岡 (3,133.1)	島 根 (727.8)	石 川 (102.5)	福 井 (40.0)
山 口 (1,324.5)	広 島 (502.0)	山 梨 (166.7)	長 野 (63.5)
熊 本 (1,000.6)	宮 崎 (853.0)	岐 阜 (429.4)	滋 賀 (60.3)
		三 重 (300.0)	京 都 (88.2)
		兵 庫 (459.2)	大 阪 (94.2)
		和 歌 山 (375.0)	岡 山 (30.6)
		鳥 取 (488.4)	徳 島 (33.0)
		香 川 (109.5)	佐 賀 (26.4)
		愛 媛 (195.1)	長 崎 (18.0)
		高 知 (256.8)	鹿 児 島 (75.0)
		福 岡 (354.2)	岩 手 (73.8)
		大 分 (477.6)	
6	6	15	14
13,987.7	4,509.7	4,701.6	678.3
58.6%	18.9%	19.7%	2.8%
23,877.3		100.0%	

県である。総需要量のうち第Ⅰ階層で約 59 %と過半をしめ、第Ⅱ階層は約 19 %、第Ⅲ階層は約 20 %、第Ⅳ階層は約 3 %を占めているにすぎない。この観察でつぎのことが知られる。

- ① 全く当然なことであるが、生産能力の大きい地域はパルプ材需要が大きい。
- ② パルプ材需要は北海道、静岡、山口といった第Ⅰ階層に属するような特定地に比較的集中してあらわれている。

以上はパルプ材需要の主体である紙パルプ工場の概括的ならびに地域的概況、さらに地域別パルプ材需要についての考察であるが、つぎにパルプ材の生産および供給状況について触れよう。

その 3. パルプ材の供給

10 大平洋戦争の敗戦によりわが国は多くの領土を失ったが、この影響は紙パルプ産業にも甚大な結果をあたえた。それは原料パルプならびにパルプ材の有力供給地の喪失である。ここではパルプ材のみについて触れれば、戦前約 60 %余の原木供給をおこなっていた樺太を喪失したために、のこり約 40 %を供給するにすぎなかつた内地、北海道に全面的に依存することになった。かかる事情は前述したとき戦後における急速なパルプ生産の増加、したがってパルプ材需要の増加とあいまって内地ならびに北海道の原木事情を悪化させるにいたつた。いまこの事情を窺知するために、主要パルプ材である松材について生長量と伐採度合について考察してみよう。わが国における松材の生長量と伐採度合は、第 62 表のように成長量は 2 千万石余であるのに生産量はそれの約 2 倍強の 4,800 万石余であり、この数字の正確度については問題はあろうが、ともかく成長量に対して相当の過伐であることは明白であろう。このようなパルプ材の供給事情が、趨勢的にはパルプ材価格の高騰の原因となつているのであろう。つぎにパルプ材の地域別生産量についてであるが、これを観察するために、需要の場合と同様に第 60 表の資料にもとづいて第 63 表を

第 62 表 松の成長量と伐採度合

生産量 (B) 1,000石	成長量 (素材換算)			伐採度 $\left(\frac{B}{A}\right)$
	民有林	国有林	計 (A)	
48,047	1,000石 16,925	1,000石 3,276	1,000石 20,201	2.1

日本パルプ材協会調

作つてみると、1カ年当り生産量 100 万石以上の第Ⅰ階層に属するのは北海道の 530 万石を最高とし、山口 (108 万石) 鹿児島 (104 万石) の 3 地域、100~50 万石の第Ⅱ階層は高知 (75 万石) 広島 (60 万石) および島根 (57 万石) の 3 地域、50~10 万石の第Ⅲ階層は岩手の 41 万石をはじめとした 22 府県、10 万石以下の第Ⅳ階層に属する府県は茨城の 7 万石をはじめとする 16 地域である。第Ⅰ階層全体では 740 万石で総生産量 1,500 万石のうち 49.3 %をしめ、第Ⅱ階層は 192 万石で全体の 12.8 %、第Ⅲ階層は 500 万石で 33.7 %、第Ⅳ階層は 64 万石で 4.2 %を占めている。このようにパルプ材の供給はその需要に比較してより分散的な地域によりおこなわれていることが知られる。

第 63 表 パルプ材生産量別都道府県

第Ⅰ階層 100万石以上	第Ⅱ階層 100~50万石	第Ⅲ階層 50~10万石	第Ⅳ階層 10万石以下
北海道 (3,290.7)	広島 (596.8)	岩手 (414.9)	茨城 (73.4)
山口 (1,075.3)	島根 (567.0)	鳥取 (395.1)	栃木 (55.9)
鹿児島 (1,041.6)	高知 (754.2)	青森 (171.5)	群馬 (48.5)
		宮城 (114.6)	千葉 (19.7)
		秋田 (159.6)	神奈川 (2.6)
		山形 (112.9)	富山 (3.7)
		福島 (355.9)	石川 (99.0)
		新潟 (142.3)	岐阜 (73.3)
		福井 (127.3)	愛知 (4.9)
		山梨 (206.5)	三重 (67.9)
		長野 (397.0)	大阪 (38.2)
		静岡 (130.7)	奈良 (45.4)
		滋賀 (120.1)	徳島 (18.1)
		京都 (224.8)	香川 (21.3)
		兵庫 (152.6)	福岡 (26.0)
		和歌山 (133.2)	佐賀 (40.0)
		岡山 (374.1)	
		長崎 (259.8)	
		熊本 (321.6)	
		大分 (372.1)	
		愛媛 (238.8)	
		宮崎 (139.8)	
3	3	22	16
7,407.6	1,918.0	5,065.2	637.9
49.3%	12.8%	33.7%	4.2%

その 4. パルプ材交流の概況とわが国におけるパルプ材市場の構造

11 以上までパルプ材の需給概況についてのべてきたが、この需給にもとづいてパルプ材の交流がおこなわれ、市場が形成されるわけである。そこでまずパルプ材の地域的交流について考察するが、このまゝにパルプ材需給の観点よりみた場合の地域の特徴をさらに明白にするために、各都道府県ごとに需給の差を計算し、この数値により各地域の需給の特徴をしらべてみよう。需給の差の正負—正は需要より供給の多い地域、負は需要の方が供給を超過している地域—およびその差の大小より地域を整理すると第 64 表のとおりである。

第 64 表

余剰生産量および余剰生産県			超過消費量および余剰消費県		
50 万石以上	50～10 万石	10 万石以下	10 万石以下	50～10 万石	50 万石以上
1,000石 鹿児島 (966.6)	1,000石 高 知 (497.4)	1,000石 広 島 (94.8)	1,000石 鳥 取 (93.3)	1,000石 岐 阜 (356.1)	1,000石 静 岡 (3,002.4)
	岡 山 (343.5)	福 井 (87.3)	香 川 (88.2)	東 京 (336.4)	富 山 (2,128.0)
	岩 手 (341.1)	茨 城 (65.3)	埼 玉 (60.0)	福 岡 (328.2)	新 潟 (833.1)
	長 野 (333.5)	群 馬 (48.5)	大 阪 (56.0)	兵 庫 (306.6)	秋 田 (954.1)
	長 崎 (241.8)	奈 良 (45.4)	徳 島 (14.9)	山 口 (249.2)	宮 城 (718.4)
	青 森 (171.5)	愛 媛 (43.7)	石 川 (3.5)	栃 木 (246.9)	宮 崎 (713.3)
	京 都 (136.6)	山 梨 (39.8)		和歌山 (241.8)	熊 本 (679.0)
	滋 賀 (109.8)	千 葉 (19.7)		三 重 (232.1)	愛 知 (613.6)
	山 形 (105.1)	佐 賀 (13.6)		島 根 (160.8)	
		福 島 (7.9)		大 分 (105.5)	
		神奈川 (2.6)			
966.6	2,280.3	468.6	315.9	2,563.6	9,641.8
26.1%	61.3%	12.6%	2.5%	20.5%	77.0%
3,715.5 100.0%			12,521.3 100.0%		

差額の正値をしめす余剰生産県としては、50 万石以上の余剰を有している県としては鹿児島ただ1県であり、この県の余剰生産量の総余剰生産量に占める割合は 26.1 %と相当割合を占めている。50～10万石の余剰をもつ県は高知以下岡山、岩手、長野、長崎、青森、京都、滋賀、山形などの9県、これらの県の余剰生産量の総余剰生産量に占める割合は 61.3 %と過半をしめている。10 万石以下の県は広島以下の11 県であり、これで 12.6 %を占めている。このように10 万石以上の余剰生産地10 府県で総余剰生産量の約 87 %をしめている。また、差額の負値をしめす超過消費県として、50 万石以上の余剰生産量をもつ地域は静岡をはじめとする富山、新潟、秋田、宮城、熊本、愛知などの6県、50～10 万石の余剰生産地は岐阜以下の10 県、10 万石以下の余剰生産地は鳥取以下の6県である。総超過消費量中に占める各消費階層の割合は、50 万石以上の階層では約 77.0 %とその過半を、50～10 万石の階層では20.5 %、10 万石以下の階層はわずかの 2.5 %を占めている。このようにパルプ材消費はパルプ材生産にくらべて比較的集中的であることをしめしている。また当然なことであるが、多くの超過消費量をしめしている地域は巨大なパルプ生産力をもっている地域であり、50 万石以上の超過消費量をしめしている地域にはいづれも大工場が存在している。

12 以上は需給の差およびその大小より各地域の特徴を考察したのであるが、パルプ材の流通は理論的には余剰生産果から超過消費地にむかつておこなわれ、その流通の場に市場が形成されるのであるが、実際にはパルプ材流通はそんなに理論どおりにはおこなわれず、大量のパルプ原木を一方において移入するにもかかわらず、他方では大量の移出をするといった交錯的な交流現象をしめしている。このような地域間における交錯的交流現象は戦後逐年激しくなつてきている。このことは昭和 23 年度におけるパルプ材交流表と 29 年度上半期におけるそれとを比較してみるにより直ちに肯定できよう。そして地域的にみると、なかんずく九州地方と中国地方、北陸と東海においてこの傾向が著しい。

第 65 表 昭和 23 年度パルプ材交流表（パルプ材協会調）

生産地	需要地	北海道	東北	関東	北陸	東海	近畿	中国	四国	九州	生産量
北海道	100.0				13.9						39.9
	2,419,600				134,000						2,553,600
	94.8				5.2						100.0
東北		90.9	17.7	14.3	0.7						12.3
		611,900	33,200	138,000	4,600						787,700
		77.7	4.2	17.5	0.6						100.0
関東		5.5	72.8	3.6	0.9						3.4
		37,153	136,650	35,050	5,600						214,450
		17.3	63.7	16.3	2.7						100.0
北陸		3.6	1.8	22.4	0.9						7.4
		24,000	3,300	261,300	5,500						294,100
		8.2	1.1	88.8	1.9						100.0
東海			7.7	14.0	84.0	21.5					11.4
			14,500	134,950	518,550	74,250					742,290
			2.0	18.2	69.9	4.9					100.0
近畿				7.9	10.0	65.8					5.7
				76,250	61,750	228,750					344,750
				20.8	16.8	62.4					100.0
中国				18.8	3.5	11.1	82.9			9.7	10.1
				181,500	21,400	38,300	333,750			72,050	647,000
				28.1	3.3	5.9	51.6			11.1	100.0
四国						1.6	10.0	100.0	2.1	1.5	
						4,300	40,350	37,700	15,700	98,050	
						4.4	41.2	38.3	16.1	100.0	
九州			5.1				7.1		88.2	10.9	
			6,000				28,300		957,800	692,100	
			0.9				4.1		95.0	100.0	
需要量	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	
	2,419,600	673,050	187,650	967,050	617,400	345,600	402,400	37,700	745,550	6,396,000	
	37.8	10.5	2.9	15.1	9.7	5.4	6.3	0.6	62.2	100.0	

注 表中央数は割当石数、左上は総需要に対し右下は総生産に対する百分率とす。

第 66 表 昭和 29 年度上半期（4 月～9 月）パルプ用材交流表

単位：石

29. 12. 7（日本パルプ材協会）

生産地	需要地	北海道	東 北	関 東	北 陸	東 海	近 畿	中 国	四 国	九 州	計
北海道		3,181,485	149,538	—	101,643	309	—	—	—	—	3,432,975
	%	92.17	12.46	—	5.99	0.01	—	—	—	—	26.42
東 北		129,419	800,966	114,567	89,113	13,326	58	—	—	—	1,147,448
	%	3.75	66.73	38.36	5.25	0.54	0.01	—	—	—	8.83
関 東		—	49,197	96,017	26,717	36,472	—	—	—	—	208,403
	%	—	4.10	32.15	1.58	1.47	—	—	—	—	1.60
北 陸		—	85,088	4,834	284,938	43,120	305	—	—	—	418,285
	%	—	7.09	1.62	16.80	1.74	0.06	—	—	—	3.22
東 海		—	15,464	26,894	110,642	732,405	754	—	—	—	886,159
	%	—	1.29	9.00	6.53	29.58	0.14	—	—	—	6.82
近 畿		—	33,832	12,977	259,116	581,455	177,715	21,184	—	—	1,086,279
	%	—	2.82	4.35	15.28	23.48	33.80	1.21	—	—	8.36
中 国		—	35,308	13,024	560,099	718,649	87,616	1,306,119	7,081	90,674	2,818,570
	%	—	2.94	4.36	33.02	29.03	16.66	74.86	2.02	7.26	21.69
四 国		—	6,148	22,288	59,473	171,929	140,956	200,790	317,706	111,805	1,031,095
	%	—	0.51	7.46	3.51	6.94	26.81	11.51	90.44	8.94	7.93
九 州		2,565	24,393	4,413	160,951	98,834	29,534	204,840	22,871	1,047,563	1,595,964
	%	0.07	2.03	1.48	9.49	3.99	5.62	11.74	6.51	83.80	12.29
米 国		57,626	—	—	25,695	—	—	—	—	—	83,321
	%	1.67	—	—	1.51	—	—	—	—	—	0.64
不 明		80,700	397	3,631	17,717	79,655	88,832	11,920	3,617	—	286,469
	%	2.34	0.03	1.22	1.04	3.22	16.90	0.68	1.03	—	2.20
計		3,451,794	1,200,331	298,645	1,696,104	2,476,154	525,770	1,744,853	351,275	1,250,042	12,994,968
	%	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

注 通商産業大臣官房調査統計部繊維統計課調による。

各地域は地域間の原木交流状況をみて次のごとく分けて考えられる。

第1類 あまり原木交流は活潑でなく、比較的自分の地域内で自給している地域—北海道。

第2類 他地域と互に原木の交流をおこなっており、移出量に比較して移入量の多い地域—東北、関東、北陸、東海の諸地域、このうち特に東海、北陸は移出量にくらべて移入量が多い。また以上の4地域は、北海道あるいは第3類の中国、四国、九州より交流の範囲が広い。

第3類 他地域と互に原木の交流をおこなっており、移入量にくらべて移出量の多い地域—近畿、中国、四国、九州の諸地域、このうち中国、四国、近畿は移入量にくらべて移出量が圧倒的に多い。

13 以上はパルプ材の交流関係であるが、かかる流通の場に市場が形成されるわけであるが、ここで成立するパルプ材市場の性格は一体いかなる性格をもっているであろうか。

地域別交流状況をみてもパルプ原木の交流範囲も相当に広く、全国的に拡大されてきており、しかも遂

第 67 表 アカマツ、クロマツ市場価格の推移

調査地	年度	昭和25年	昭和26年	昭和27年	昭和28年	昭和29年
岩手		460 円	850 円	850 円	1,450 円	1,100 円
長野		550	850	880	1,500	1,000
島根		340	600	750	1,300	1,070
愛媛		450	620	800	1,350	1,100
鹿児島		330	600	610	960	900

林野庁林産課市況調査による 11 月の市場価格を採用した。

年この傾向が増大してきていることは、各紙パルプ産業会社とその原木購入機関を広く設立している事実と相まって、ビグーにならつて“無知というものの存在しない市場を完全市場”というならば、まさに完全市場の性格に近いものであろうということが推定される。この点について、さらに明白にするために各地における年度別アカマツ、クロマツの市場価格の推移をみると、第 67 表にみられるように昭和 25 年以降逐年価格差が小さくなつてきていることが知られる。そして昭和 29 年度にいたつては平均値 1,030 円に対して最大 100 円余の差を示しているにすぎない。需要地までの運搬費を考えると、このくらいの差はあるであろうからこの点からいっても、パルプ材市場は比較的一物一価の貫徹が考えられる完全市場の性格に近いことが窺知されよう。この点ではパルプ材市場は木材市場の性格に近いが、しかし、パルプ材需要の主体である紙パルプ産業の構造を考えると、木材市場の性格とは異なり、そこに独占的性格の存在することが推定されるが、以下この問題について若干の検討を加えてみよう。

第 3 章 パルプ材市場の構造と性格

その 1. パルプ材市場の構造

14 パルプ材需給の遭遇する場であるパルプ材市場の縦層的な構造は木炭、木材のそれに比較してより単純である。すなわち、そこには問屋、市売、仲買、小売などの流通担当機関はみられず、一般に紙パルプ会社が直接パルプ原木生産者から購入する場合が普通である。各会社には山林部、林務部などの担当部門が存在しておつて、全体の所属工場の山林部を指揮監督して原木集荷をおこなわしめている。各工場の山林部では主要な原木集荷地域に出張所において原木購入にあたらせている。最近原木不足のために購入競争が激化し、そのために各会社、工場の出先機関の数が増加してきている。このことはともかく、如上のようにパルプ材市場の縦層的構造そのものは木炭、木材などにくらべて全く単純なものであり、ここにあらためてその構造の説明に考察を加える必要もないほどである。

その 2. パルプ材市場の性格

15 前章においてはパルプ材の流通状況ならびに各地におけるパルプ材価格の大小をみることにより、その市場は比較的一物一価の貫徹する完全市場の性格の強いこと、そしてしかも紙パルプ産業の構造からみてたとえば大会社への生産の集中など一そこには独占的性格の存在が推定されることを指摘したが、ここでは歴史的な紙パルプ産業の展開過程を検討することにより、この問題に答えんとするものである。

16 わが国における紙パルプ産業の発展は次の時期に分けて考えることができよう。

第 1 期——紙パルプ産業創設期

第 2 期——紙パルプ産業発展期

第 1 次発展期—西南戦争より日清戦争まで

第 2 次発展期—日清戦争より日露戦争まで

第 3 次発展期—関税改正前後

第 4 次発展期—第 1 次世界大戦前後

第 3 期——企業連合化時代 ^{カルテール} —第一次世界大戦後より昭和元年ごろまで—

第 4 期——企業合同化時代 ^{トラスト} —昭和元年より昭和 15, 6 年ごろまで—

第 5 期——産業縮小時代 —昭和 15, 6 年ごろより 20 年まで—

第 6 期——復旧時代

第 7 期——発展時代 —昭和 25 年より現代まで—

以下この時代区分にしたがって考察してみよう。

第 1 期——紙パルプ産業創設期

17 わが国の製紙用パルプ工業は仏人ルイ・ローベルが抄紙機械を発明した 1789 年を製紙工業の紀元とするならば、それより 73 年遅れた明治 5 年をもつて嚆矢とすることができる。明治維新以後、西洋文明の輸入にともなつて文化的基础事業である洋紙製造業があらわれてきたのである。明治 5 年に旧広島藩主浅野侯が、英人技師の意見にもとづいて抄紙機を英国に注文し、日本橋区蠣殻町に工場を設け有恒社（後の王子製紙）と称して同 7 年 6 月操業を開始した。これと時を同じくして当時の大蔵省出仕であつた渋沢子爵の唱導で府下王子村に工場を建設し同 8 年操業を開始し最初社名を抄紙会社と称したが、後に王子製紙株式会社と改称した。つづいて直島襄一郎氏により大阪中之島製紙所が創設され、明治 9 年には米人ウォルシュ兄弟が神戸製紙所（現三菱製紙高砂工場）を設立し、また、同年京都府に梅津製紙会社が設立されドイツ式経営法を採用した。このように製紙会社が相つづいて各地に設立されたが、その製品は少しも売れず経営困難であつた。有恒社では製品を空しく浅野家の庫中に積置いて、はては一度抄いた紙を抄き返すなどその経営は七転八苦の状態であつた。しかしながら、このゆきづまりの難局を打開し得たのは、明治 9 年に有恒社が地券用紙の抄造を請負つたことと、同 10 年の西南戦役の 2 つであつた。

第 2 期——紙パルプ産業発展期

——第 1 次発展期——

18 西南戦役により喚起された紙需要の急激な増加はそのまま西南戦役後明治 14 年にいたるまでパルプ事業勃興の好景気を現出したが、その後財界の反動期にはいるや漸次生産過剰をきたし、一方輸入紙の増加とともに不況になつた。明治 18, 9 年ごろの財界の好転とともにパルプ事業も漸次景気回復し、明治 20 年には富士製紙会社、四日市製紙会社、東肥製紙会社、阿部製紙会社、千寿製紙会社など相ついで設立され、紙パルプ工業も逐年生産額を増加したが、明治 23 年の一大財政恐慌に遭遇し紙パルプ製造界も他産業と同様惨憺たる状態になつた。その後 3, 4 年を経て、日清戦役の勃発とともに急激に活況を呈し各紙パルプ会社は競つて生産設備の拡張を図つた。

——第 2 次発展期——

19 第 1 次発展期末期に非常に生産設備を拡充し、生産量を増大したのでふたび生産過剰をきたし、不況のうちに明治 37 年日露戦争が勃発した。これと同時に紙パルプ市場は急に隆盛となり新聞雑誌の用紙需要は旺盛となり事業はますます繁忙となつた。このころ王子、富士の両会社は広大なる原料木材（おもに

トドマツ、エゾマツ）と豊富な水利とを有する北海道に目をつけ、明治 39 年相ついで王子製紙会社は苦小牧に、富士製紙は江別にそれぞれ工場を建設し、わが国製紙パルプ事業上一転期を画した。しかし明治 41 年にいたり、財政政策の誤りと、それに拍車をかけた業界の新增設とによつて一大不況が襲来し、業界は不況にいためつけられた。この時期に紙価格維持政策としてはじめて輸出を若干ではあるが、おこなっている。以上のように紙パルプ産業は幾度かの不況の波にもまれたが、このように当業界が、当時において他産業よりもヨリ激しく不況にさいなまれた理由として*1

- ① わが国における関税が低いために、外国のダンピングと競争しなければならなかつたこと。
- ② 熟練不足に加うるに、木材価格が比較的高いこと、また機械、薬品が高価な輸入に依存していたこと。
- ③ 資本の金利が高くて、5 分ないし 6 分の配当では株主が満足しなかつたこと。
- ④ これを克服するために甲も乙もあらそつて生産設備を拡張したこと。

などの諸理由をあげているが、とりわけ最後の④の理由が最も大きな原因として考えられ、明治 42 年までに生じた不況は基本的にはこの理由により深刻化されたものであるといわれている。しかし、ともあれ④の方向は自由競争を前提とする資本主義経済においては、生存のための必然の方向であるといわなくてはならない。このような事情をみると、当時までの紙パルプ業界の競争は激しい自由競争の基盤の上に立脚しており、したがつて一物一価の法則の貫徹する、しかも大局的には独占の問題の顕著でない完全競争市場の性格が強く支配していたと考えてもよいであろう。

——第 3 次発展期——

20 以上のように不況に沈んだ業界も明治 44 年にイタリーとトルコの開戦、独仏間の競争、支那の擾乱、ポルトガルの王政党の侵入といった外国間の紛争により、輸出ものび若干好況のきざしがみえた。しかも明治 44 年 8 月に実施された関税改正により輸入紙が減少し、したがつて紙パルプ産業は好況を回復した。

——第 4 次発展期——

21 前期より一応好況の波にのつた業界はそのまゝ大正 2 年までつづいたが、大正 3 年にいたり相当の不況におちいつた。この原因は需要の減退によるのではなく、本質的には自由競争より要請される生産増加に起因したものといえる。かかる不況にしんぎんしていた業界は、大正 3 年夏東欧の 1 小国セルビアのサラエヴにおいて生じた事件を契機として発展した第 1 次世界大戦の勃発に遭遇した。明治 44 年より大正 2 年まで好況の波にのり、あるいは自由競争の激しい要請に答えて工場の有機構成度を高め、工場を拡張してきたために、ヨリ激しく不況の波にもまれていた業界もこの大戦の勃発により全く蘇生の思いをしたのである。

第 1 次大戦の好況の波にのつた業界は樺太大泊における王子製紙の創業—大正 6 年—などにより飛躍的な生産力の拡張とあいまって急激に発展した。世界大戦の勃発により独逸よりの輸入は杜絶し、しかも一方支那、インドなどよりの需要は増加し、わが国における紙パルプ業界はついに確固不動の地位を確立したのである。この時期に樺太で生産されたパルプの輸出もおこなわれている。当時の紙パルプ業界には、すでに弱小業者は激しい自由競争の波に淘汰されて三井系あるいは王子系、富士系、三菱系、大川系の 4

*1 本州製紙株式会社調査部：製紙業と景気変動

大系統があり、これが全生産力の 7~80 %の大半を占めて、お互に激しくせりあつていたのである。

第 3 期——企業連合化時代 ——第一次世界大戦後より昭和元年まで——

22 ともあれこの好況の波も大正 7 年 11 月に休戦条約が成立し、平和が到来するにおよんで終止符をうたれた。終戦当時はまだ欧州諸国の戦後の復旧により、需要は戦争中よりもかえつてヨリ激増し、大正 8 9 年は異状な好況をみせた。だが 9 年にいたり、これらの需要は激減し、ふたたび不況にみまわれた。このような事態に遭遇して、紙業界では大正 9 年 12 月から 10 年、11 年の 3 カ年間にわたつて紙製品 2 割の操短を開始した。2 割は義務休転とし、2 割以上におよぶものは若干の補償金が交付された。そしてその財源は各会社の生産高に応じて醸出された金があてられた。またさらに工場拡張の中止をお互に協定し合つた。このような行動は紙パルプ業界にとつては未曾有のことであつた。かかる行動は従来の比較的自由競争の性格の強かつた紙、パルプさらにはパルプ材などの各市場の性格を相当変質させているといえる。つまり市場に独占の要素を加味させることにより、これらの市場を不完全競争市場に変質させているものと考えられる。このような傾向は自由競争の激しくすすんだ場合ある程度の必然性をもつてあらわれるものであろうが、ともあれ紙パルプ業界におけるカルテル的性格をもつた対策は適確に効果をあらわし、激しい価格低落を阻止し得て、他の業界ほどの打撃はうけなかつたという。11 年には経済界の若干の上向傾向と、操短の効果とあいまつて紙パルプ業界は好転しはじめた。このため 11 年 3 月から 12 月まで 1 割操短に生産を緩和した。この後短期的にはわずかな好不況の景気変動をしめしたが、長期的には不況のまま昭和 5 年の大不況期にいたつている。如上のように大正 13 年以降の長期的不況期を通じて、業界には盛んに合併がおこなわれている。すなわち、王子製紙は大正 4 年に三井の樺太工場を購入し、5 年には大阪の帝国製紙を買収、同年印刷局抄紙十条分工場の払下げをうけ、さらに 10 年には朝鮮製紙を合併し、その他有恒社および北海工業を傍系に加えた。大正 13 年には小倉、大阪の東洋製紙を合併した。富士製紙は明治 44 年大阪の日本製紙の合併をはじめとして、大正 4 年に野田製紙所を買収し、大正 8、9 年に北海道興業、東京板紙および四日市製紙を、11 年には日本化学紙料を合併している。このように合併が頻繁におこなわれたが、他方業界は盛んに拡張されていつた。このように不況に遭遇して、操短により対応するとともに、一方、合併さらに拡張などの進展は産業の独占化傾向の明確なあらわれであり、またこのような方向はヨリ強固な独占の結成の間近いことを物語るものである。これはまた紙、パルプさらにパルプ材などの市場構造の性格という見地よりみればますます不完全競争化してゆくことをしめすものにはかならない。

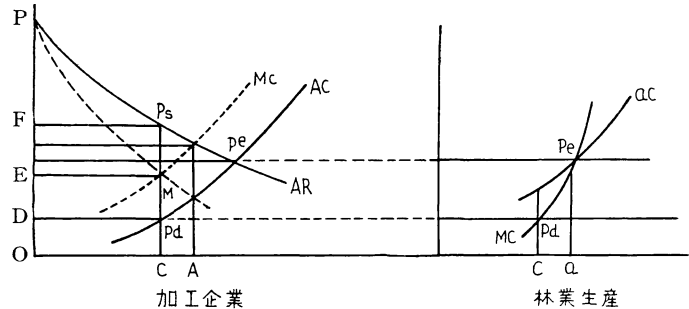
第 4 期——企業合同化時代 ——昭和元年より昭和 15、6 年まで——

23 昭和 2 年には大金融恐慌が発生した。しかしこの一般的不況は紙パルプ業界にはあまり大きな影響をもたず、その後 3、4 年は一般経済の若干の立直りにより、やや好況期を出現した。しかし、過剰生産設備をもつ業界はいかかわらず昭和 4、5、6 年と漸次強化した操短をおこなつている。昭和 5 年には同年 1 月の金解禁を契機にして、わが国には昭和 4 年のアメリカ経済の不況が激しくおし寄せて、わが国経済は未曾有の不況の谷におちこんだ。そしてこの不況は 6 年にはさらに激化した。このような連続的不況の襲来により、業界も操短程度の協定では不況に抗しきれず、昭和 8 年には王子、富士、樺太の 3 大製紙の大合併が実施された。この 3 大製紙工場の合併により、総生産高の 85 %を独占するにいたつた。かくて 3 大製紙の生産、販売協定は必然的になくなり、ヨリ強力な独占的抵抗力を具備するにいたつた。昭和 6 年を不況の底として、その後満州事変、上海事変の勃発により漸次好況の上向傾向をもつてきた一般経済の

波にのり、あわせて強力な独占的支配力により業界は整然たる統制により円滑な、また飛躍的發展をしていった。

24 以上のように紙パルプ業は昭和8年にいたつて強力な独占のもとに編成されたが、かかる独占力の樹立は、紙パルプないしパルプ材市場をヨリ不完全競争化させることにほかならないが、かかる市場においてこれらの商品価格はいかに決定されるものかいくぶん理論的に説明してみよう—これは経済原論にでているのでごくその概略を説

明する—。説明するにあつて、その独占会社は紙を販売し、パルプ材を原料として購入しており、しかも販売および購買の両面にわたつて完全独占であると仮定する。かかる条件下においてこの完全独占会社はい



第 48 図

かなる仕方では利潤の極大を実現するであろうか。それは限界収入と限界費用の交点により価格ならびに販売量を決定する。これを第 48 図にもとづいて説明してみよう。

会社が独占的企業でない場合には、価格は平均収入曲線 AR と平均費用曲線 AC との交点で定まるが、独占であるために前述したように限界収入曲線 MR と限界費用曲線 MC との交点 M を通る重線 MC が平均収入曲線をきる点 Ps が紙の販売価格を、また平均費用曲線をきる点 Pd がパルプ材の購入価格をそれぞれ決定する。この際の実売、購入量は OC であり、自由競争下の数量 OA より少ない。かくのごとくして、この紙パルプ会社は販売独占により利潤 MEFPs を、また購入独占により利潤 MEDPd を獲得する。そしてこの場合独占利潤の形成力は原料の供給弾力性と製品に対する需要弾力性の大きさによって決定される。すなわち、購入独占の利潤形成力は供給の弾力性係数を ε とすれば $-\frac{1}{\varepsilon+1}$ でしめされ、また、販売独占の形成力は需要弾力性係数を η とすれば $-\frac{1}{\eta}$ でしめされる。これらの数式をみて直ちに理解されるように需給いづれも非弾力的であればあるほど独占利潤は増大する。したがつて、紙パルプ産業は既述したときその需給の性格からして独占利潤の形成力は比較的大きいものであつたと推定される。事実昭和8年ごろより数度にわたり製品建値を引あげたために、臨時産業合理局は8年4月連合会に対し、①建値をあげないこと、②共同保管紙の解封または限産緩和について考慮するよう勧告している。

25 日華事変当初の昭和 12, 3 年ごろより、準戦時体制を取るにおよんで輸出工業も推進せられた。特に人絹輸出振興に伴い工業の画期的勃興を促がすと同時に国内にあつては棉花、羊毛の輸入を防ぐためその代用としてステープルファイバーの増産を急務としたのでその原料パルプの需要は激増し、その約3割は輸入に仰いだ。そこでこのパルプをも自給自足し、国際収支の調整を図るため政府は昭和 12 年 8 月、日満提携のもとにパルプ増産5カ年計画試案を作つた。これによると製紙用パルプは 13 年度から1年間に 5~6 万屯を生産して昭和 17 年までに 136 万屯に達せしめ、一方人絹、人絹用パルプは5年後に 48 万屯にしようとしたが、この案に対して、パルプ原木過伐の観点から林政当局側の反対意見強く企画院のパルプ委員会で審議せられた結果、製紙、人絹、人絹を含んで昭和 17 年に 135 万屯の生産計画が決定した。その年次別生産見込量は次のとおりである。

昭和 13 年	941 屯	昭和 16 年	1,276 屯
14 年	1,011 屯	17 年	1,351 屯
15 年	1,199 屯		

この生産見込量はわが国の数字だけで、このほかに昭和 17 年に満州国より約 30 万屯輸入可能のはずであるから総計 165 万屯の供給となる。

以上のように準戦時体制とともに紙パルプ産業は、パルプ自給を図るための先の計画を実施するために国策パルプ株式会社、東北振興株式会社、日本パルプ株式会社、山陽パルプ株式会社などの創立を見、パルプ生産量は 7 万屯余増加し、パルプの輸入量は 4 万屯余で昭和 12 年の 3 分の 1 に激減した。このように昭和 12 年ごろより生産量は逐年増加し、製紙用パルプをみると、昭和 16 年には 96 万屯、人絹用パルプを含んだ総パルプ生産量は約 126 万屯余と最高の生産量を示した。

第 5 期——産業縮小時代

26 昭和 16、7 年に最高生産量をしめた紙パルプ産業も戦争への進行とともに平和産業の名において制圧をうけ、商工省は 17 年、3 分の 1 休止案を紙パルプ産業に通牒し、369 会社、395 工場は昭和 18 年 3 月には 78 社となり、直接スクラップ化されたものでも全設備の 2 割強におよんでいる。王子製紙も亀戸、富士第一、荒川、京都、熊野、王子の 6 工場を閉鎖し、樺太、北海道も一部操短を余儀なくし、休転工場は飛行機の部品あるいはその他兵器生産にあてられた。このように急激な縮小をうけたまま昭和 20 年の敗戦をむかえた。昭和 20 年に製紙用パルプ生産量をみると 26 万余屯で、大正 9 年のパルプ生産額 27 万屯弱よりも下廻るほどになっている。

第 6 期——復旧時代

27 明治の創設以来急速に発展してきたわが国の紙パルプ産業も、敗戦の結果著しい生産低下をしめた。かかる激しい生産低下をもたらした原因は、まず第 1 に属領地の喪失、なかんずく樺太の喪失は紙パルプ産業界に対して致命的な打撃をあたえている。樺太における王子 8 工場および日本人絹パルプ工場と朝鮮ならびに台湾を含めて 46 %—そのうち樺太 39 %、台湾 3 %、朝鮮 4 %—69 万余屯となっている。しかも樺太は、原木についてはわが国随一の供給地であつて、わが国パルプ生産の大部分は樺太および北海道のエゾマツ、トドマツに依存しているわけであり、この面からもわが国紙パルプ業界の発展は大いに阻害をうけている。そしてこの大原木供給地の喪失が大きな原因となり、以後原木をめぐる問題が紙パルプ業界の最大の悩みの一つになっていることは周知のところであろう。第 2 の原因としては、戦災による設備の破壊および他の戦争遂行のための武器製造工場への転換などがあげられる。以上のような理由により敗戦後の生産力の激減ぶりは驚くべきほどであつて、昭和 21 年における生産高はわずか 24 万英屯と、最高生産年度である昭和 16 年の 130 万英屯にくらべて 5 分の 1 というきわめてすくない生産量となっている。また、紙の生産高も昭和 21 年には 46 万封度で、紙の最高生産年度である昭和 15 年の 340 万封度にくらべて 7 分の 1 程度の減少ぶりである。

28 敗戦直後においては、わが国経済は大いに攪乱されており、このために政府は「臨時物資需給調整法」を發布して経済統制をおこなったが、紙、パルプもこの法律の指定をうけて、生産は制約され、しかも公定価格実施により価格統制が実施された。このために企業の発展は相当抑圧されていたが、昭和 24 年に降漸次統制が撤廃され、一般経済も好転上昇するにつれて急速に生産も増大してきた。昭和 25 年における生産設備は 164 工場 116 万英屯であり、すでに戦前の昭和 14 年ごろの生産設備にまで復旧している。

第 68 表 紙パルプ工場階層別生産設備

階 層 区 分			工場数	%	生産能力（英屯）	%
I	200,000—150,000	(1)	3	1.8	390,700	33.8
	100,000—50,000	(2)				
II	49,999—30,000	(7)	20	12.2	475,605	41.1
	29,999—20,000	(7)				
	19,999—10,000	(6)				
III	9,999—8,000	(2)	13	1.9	78,310	6.8
	7,999—7,000	(4)				
	6,999—5,000	(2)				
	4,999—4,000	(5)				
	3,999—3,000	(5)				
IV	2,999—2,000	(14)	128	78.1	212,130	18.3
	1,999—1,000	(57)				
	999—500	(35)				
	499以下					
合 計			164		1,156,745	

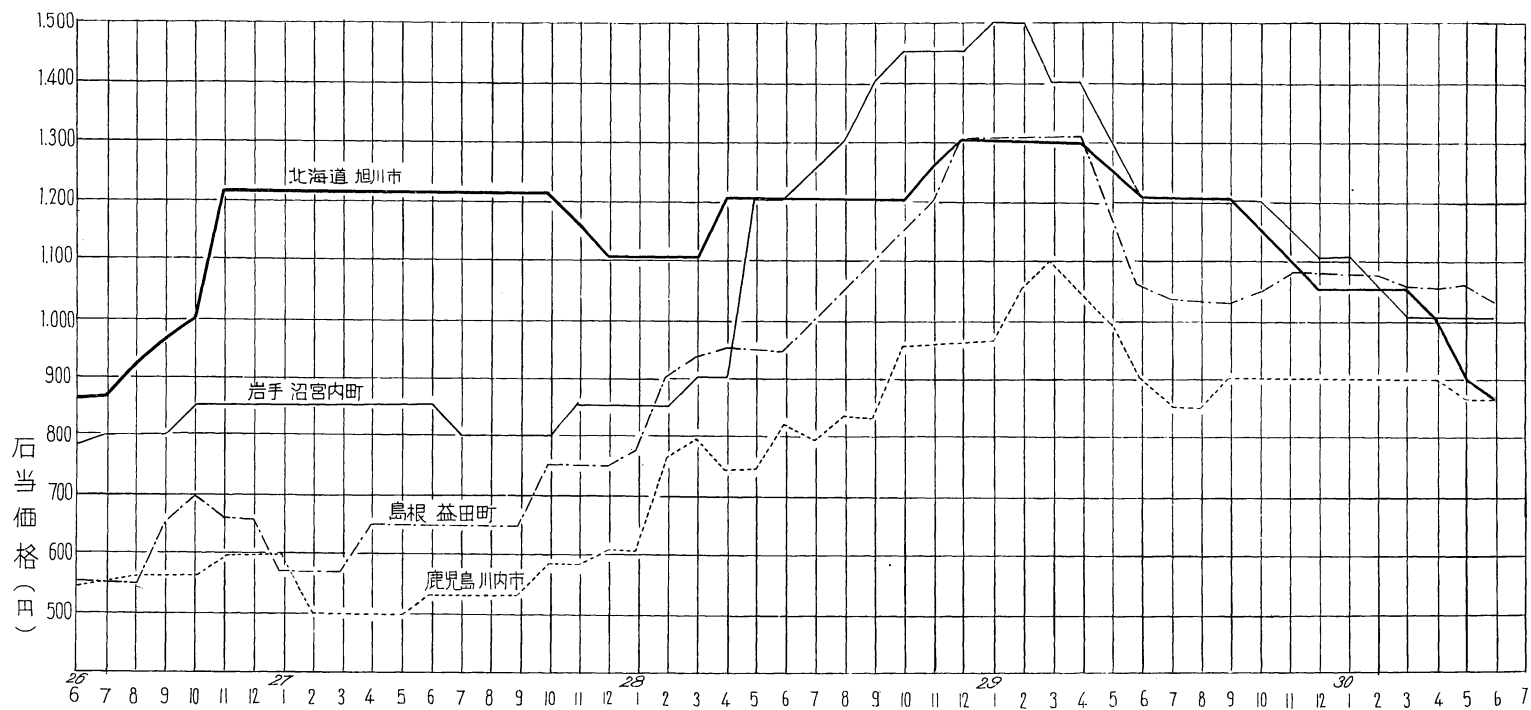
〔注〕 括弧内は工場数

昭和 25 年における生産構造をみると、第 68 表にみられるように第Ⅰ階層（20 万—5 万英屯）は工場数 1.8 %、生産能力 33.8%，第Ⅱ階層（5 万—1 万屯）では工場数 12.2 %、生産能力 41.1 %、すなわち数において、14 %を占めている第Ⅰ、第Ⅱ階層で全生産能力の 74.9 %と大半を占めている。これに対して工場数において 86 %を占めている第Ⅲ階層（1 万—4 千英屯）および第Ⅳ階層（4 千英屯以下）の両階層は全体の 25.1 %を占めているにすぎない。このように当時相当の生産の集中がみられ、戦前—昭和 8 年ごろにおける一の独占度までにはゆかないが、ある程度の独占化傾向の存在を窺知しうるであろう。

第 7 期——発展時代

29 昭和 25 年 6 月には朝鮮事変が勃発し、一般経済の好転とともに需要も急激に増大し、輸入も非常にのび、これに拍車をかけられて生産は急増した。昭和 25 年末から昭和 26 年 11、12 月ごろまでは激しい生産増加のためパルプ材価格も第 49 図にみられるように一路急騰に急騰した。そこで紙パルプ産業の収益減少と、輸出の問題とによりパルプ原木高騰が強く問題化するようになった。この対策として各会社は一応パルプ材価格の協定値段を定め合つた。かかる現象は戦前の操短に本質的には類似するものであり、ここに戦後の市場の性格の一端を窺知しうるのである。つまり、紙パルプないしパルプ材市場の性格は独占性格の加味されている不完全競争市場の性格をもちきつているということである。

パルプ材価格の高騰はその後昭和 26 年にいたつて朝鮮事変の休戦による一般経済界の不況の影響のため阻止されてきたが、28 年末期から 29 年初頭にいたつてふたたび一般経済界の好転により高騰をはじめた。それにもかかわらずパルプ製品の需要増大はパルプ材需要を増加させ、原木をめぐる各社の競争は激化した。そして原木価格協定は有名無実となつてしまつていた。このような激しい各社の原木ラッシュの後に、29 年初頭においてふたたび協定を強化し、パルプ材価格の高騰をできるだけ阻止するようにつ



第 49 図 パルプ用材価格表 マツ 径 10 寸以下 エゾマツ 10~12.5 寸 発駅ホーム渡 品等込 (林野庁林産課調)

とめた。以降現在においても原木をめぐる各社の競争は相当激しく、各会社はこの問題を中心に苦慮しているのである。そしてこの問題に対する対策として、①工業立地の再検討 ②原木価格の協定 ③会社有林の増設によるパルプ材価格の急騰阻止などが考えられているが、③の手持山によるパルプ材価格の急騰阻止は相当実現の可能性があるが、①、②の案はおそらく本質的にきびしい自由競争を前提とするわが国の経済制度からいって、その実現ないしはそれが目的遂行のための完全に有効な方策となるとはいえないのではなかろうか。あえて大胆な推定を下せば、現在の業界は戦前のごとく、本質的には幾多の問題に抗しながらも相当強い独占の方向にすすむのでなかろうか。

30 以上戦前戦後の紙パルプ産業の歴史的展開について説明してきた。これを要約するに、戦前までの業界の発展は自由競争から独占化達成への進展であると考えられ、しかも昭和初期に完全独占とまではゆかないが、一応強力な独占化の確立をみている。戦後は戦争中の打撃と戦後の独占禁止法の発令などにより戦前のごとき独占化の確立は崩壊したが、本質的には激しい競争を通じて、ヨリ強い独占化への達成に意識的にも無意識的にも進展せんとしている。そして現在は、いくつかの巨大な生産力をもつ会社が併立して総生産力の大半の生産力を占有しているといった多占的性格をもち、そして問題の焦点を原木問題にあわせ、それを通じてさらにヨリ強い独占化へと移行せんとする過渡的展開期であり、歴史的には戦前の第3期に相当すると思われるであろう。このように考えた場合、現在のパルプ材市場は完全独占の存在する不完全市場ではないが、ある程度の独占を含んだ不完全市場として把握できるであろう。

Theoretical Studies on Formation of Forest Products Prices. (IInd Report)

—Studies on the Market Structure of Forest Products in Japan.—

Isamu NOMURA

Résumé

Chapter I. The purpose of this research

Up to the present time I have seen few such reports as studied concretely the circulation of forest products. This paucity of reports may be explained by the fact that studies of forest economy hitherto have given prominence to the process which is confined to the phases of wood producing. But if our attention be given to the whole subject of forest economy from the manufacturing stage through the course of forest products to the consumer, there arise naturally the important distribution procedures which it is planned to take up here. Thus in this research I intend first to examine generally and theoretically the significance about the analysis of the market structure and the theoretical program of this analysis. More explicitly stated, I wish to make clear the market structure by citing practical models for charcoal, common-use timber, and pulp-wood.

Chapter II. The significance about the analysis of the market and the theoretical program of this analysis.

Dr. Keitaro FUKUDA divided the conception of “market” into two and gave it these definitions: one the concrete market, and the other the abstract market. The former comprises the same places or buildings that we call a market in daily life, and sometimes understood to mean a mass of people who meet together for business transaction. The latter is the place where a great many people representing demand and supply exchange their goods or otherwise trade in them. In other words, it is the place where demand and supply meet. When we go deeper into the matter of the market structure scientifically we find the former meaning of the concrete market so narrow that we define market as the latter meaning of the abstract market. And in such abstract market we can find two functions operating together. The one is the function of price formation and the other, merchandise distribution.

Now if we lay stress on the one, the market will be the place of price formation, and if we emphasize and extend the other, it is the organization of merchandise distribution. For the present the national economy has taken the market scientifically to be the former meaning, and commercial science has analysed it as the place of circulation. Therefore, to analyse the market structure, we can think of it as two methods in theory; that is, the economic method, or the method of commercial science. Then, how should we adjust practically the approach of these two methods, in analysing the concrete market structure of forest products? This problem may be based on each study object which the student wishes to clear up. So it is difficult to find an exclusive right way to approach this problem in general theoretically. But here, as applying to our object, we will establish our program as follows.

First we will examine concretely the market structure from the commercial scientific point of view. Specifically, we set the following four items as analyses of the commercial scientific standings; and next in this examination we consider it from the economic point of view.

1. the state of supply and demand movings, as the precondition for merchandise circulation.

2. the organization of the market which is divided by stages of merchandise circulation, and types of market.
3. the practical agents in this circulation and their actions.
4. the function of the market and the forms of dealing.

As to the analysis from the economic point of view, we take up the mechanism and character of price formation in each stage of circulation.

Chapter III. Studies on the market structure of charcoal.

I. The market structure of charcoal in our country

The fuel condition has been gradually rehabilitated from its worst state in and after the second World War, keeping in step with the recovery of our economic condition; and in September 1949 (24th year of Showa), the control of coal and coke, and on 15th March in the following year, the control of timber came to an end after a 10-year period of restrictions. All three controls were abolished.

Regarding the condition of charcoal supply and demand after the 25th year of Showa onwards, the first table shows that demand exceeds the supply a little in the 26th year of Showa only. But in other years the supply has always been over the demand. This phenomenon may be explained by these facts, namely, the

Showa				
14 th year	1939	Sept.		
15 th	1940	Dec.		
16 th	1941			
17 th	1942			
18 th	1943			
19 th	1944			
20 th	1945			
21 st	1946			
22 nd	1947			
23 rd	1948			
24 th	1949			
25 th	1950			
26 th	1951			
27 th	1952			
28 th	1953			
29 th	1954			
30 th	1955			

decrease in charcoal demand owing to the sudden price rise of charcoal from the 26th year onwards, and the utilization of substitute fuels and appliances such as briquettes, portable oil furnaces, gas furnaces, propanegas, electric heaters etc.

Table 1. Demand and supply of charcoal by year.

Year	supply (in 1,000 ton)	demand (in 1,000 ton)
Showa 25 th	2,002	1,967
26 th	2,131	2,156
27 th	2,049	2,033
28 th	2,135	1,895

(Reported by Section of Forest-Products, Forestry Agency)

The above gives the outline of charcoal demand and supply. Next, consideration will be given to the charcoal market in our country.

The important charcoal market centers in our country are these four; Tokyo market, Yokohama, Nagoya and Osaka markets. The remarkable feature of these markets is that they are independent of each other and have no competitive relation at all; furthermore, they have their own unique structure of demand and supply.

The relation between Tokyo and Yokohama market is interesting enough for us to take up in this place as a concrete example of the foregoing features. Notwithstanding their adjoining geographical situations, and that the Rokugo river running between Kamata and Kawasaki serves as a line of demarcation, they have clearly different structures and market

characteristics; the market price at Yokohama is based on charcoal from Shimane prefecture, and at Tokyo it is based on charcoal from Iwate prefecture.

When charcoal from Iwate goes to the Yokohama market, its price is always a little less than the Tokyo market figure, even though it is just the same article in both its kind and quality. But contrariwise, charcoal from Shimane is a little less in value at Tokyo than at Yokohama. Thus, charcoal the same in quality has two prices in these two markets, which is the very phenomenon of “division of market”, as ROBINSON said.

Restating this in other words, in these two markets charcoal is dealt in according to each consumer's choice for it. Together with this, the supplying prefectures each have been eagerly improving its respective charcoal quality to suit the consumers' choice at the special market, for a instance, the Yokohama market, and as a result, the higher wall has stood more and more firmly against the entry of other supplying prefectures. Seeing that the charcoal market lays strong stress on such phase, the differentiation of the market takes on the phenomenon of “differentiation of the product” as designated by CHAMBERLIN.

Obviously the charcoal market which has this differentiation as seen at the present time, prevents that charcoal market possessing the character of a complete competitive market, and moreover, it gives the character of an incomplete competitive market to them.

I have explained the characteristics among markets, taking the two markets of Tokyo and Yokohama as an instance. But such inquiry may apply to the relation of other markets, and so it can be said from both standpoints of ROBINSON's and CHAMBERLIN's that the charcoal market in our country actually possesses the incomplete competitive market characteristic, when we examine the market in the view of its plane relation.

Since, from the above, we are able to understand our whole charcoal to be the incomplete competitive market which consists of several dissimilar and independent markets, what features and structures can each market have? I will endeavor to explain that question and answer it by taking the Tokyo market as an example.

II. Structure of the charcoal market at Tokyo

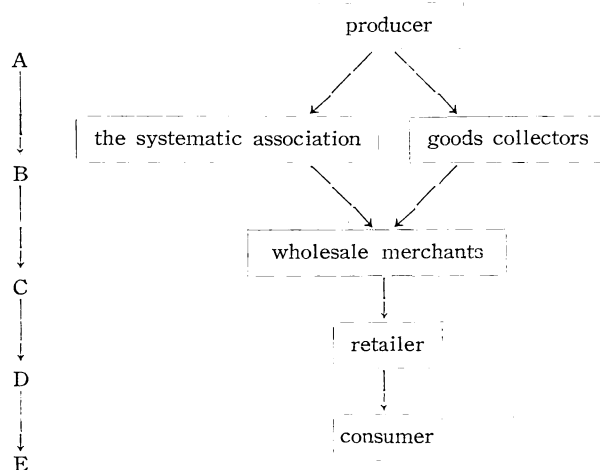


Fig. 1 The chief marketing channel of charcoal

A→B is the market at the producing district; (the forwarding to the systematic association is mostly performed on a consignment sale basis, so here does not exist any marketing of the product) B→C→D is the wholesale market. D→E is the retail market.

The annual amount of charcoal consumption in Tokyo is about 13,000,000 bales; 60 per cent of it comes from Iwate prefecture. The market price of charcoal is determined by the relation between Iwate the producing district, and Tokyo the consuming district. We might as well continue the inquiry, always considering Iwate the producing district on the other side, in deliberating on the mechanism of charcoal circulation at the Tokyo market. The main course of charcoal circulation at Tokyo is depicted in the diagram below.

Explaining first the wholesale market: this market includes the two stages which are $B \rightarrow C$ and $C \rightarrow D$. Viewed from the point of price formation, these two processes lead to the price formation at the wholesale and at the railway ends. The most important stage in the circulation of charcoal is the wholesale market; especially is this true at $B \rightarrow C$. Indeed, it is market which decides the price at the railway end.

Generally, the character of the wholesale market has in itself a more complete competitive character than any other of our charcoal markets in plane relation. But still there exists the character of an incomplete competitive market on account of the following two reasons: one is that the dealing is done on private quotations, and the other is the monopolistic inclination on the part of wholesale merchants and goods collectors. Therefore, the prices at railway ends can not but move irregularly on those. The wholesale price is formed by adding a regular margin of 30 yen a bale on the price at railway ends, this being the profit of wholesale merchants. Thus the wholesale merchants always have a regular margin without regard to fluctuation of market prices, occasioned entirely by that incomplete competitive character between wholesale merchants and retail merchants.

Next for consideration is the retail market. This is precisely one of those markets that ROBINSON called the incomplete competitive market. In this place the price is formed on the principle of cost. That is to say, each retailer decides the selling price, adding a regular margin and all expenses (100 yen average, a bale) on the prime cost as it comes from the wholesale merchants. The reason that such a method of price formation can be adopted can be traced to the above mentioned incomplete competitive characteristic. And this characteristic results presumably from the following causes:

1. defective knowledge of consumers
2. the problem of distance; this gives consumers pretty much inconvenience in buying
3. personal combinations grounded on the consumers' reliance on retailers.

Coming now to the market of producing districts. Here charcoal circulation takes three forms:

1. the first: the producers themselves sell charcoal
2. the second: the producers sell it through the systematic association
3. the third: the producers sell it through the hands of merchants.

In Iwate the first form comprises the producers who forward for themselves.....the enterprising charcoal makers.....and most of them are engaged in the collecting business, too. Dealing in this form is simple and its amount is not very large. Circulating charcoal by way of the systematic association, which applies to the second and third forms, cannot construct the market at producing districts. The collecting and forwarding through merchants in the third form handles the biggest volume in all three forms. In this case the market can stand, and there producers and broker merchants, especially producers, face collecting merchants in the relation of sellers and buyers. This market has a somewhat complicated character, which is, however, apt to become incomplete competitive, too. The

market between producers and buyers has such aptitude especially, and for the following reasons:

1. combination based on commercial capital
2. producers' defective knowledge about this market.

Besides, as producers have less funds than buyers, the market price in this form of dealing varies, and furthermore, there is certainly the adverse tendency to knock the selling price down.

Chapter IV Studies on the market structure of timber,

I. The market structure of timber in our country.

The circulation of merchandise goes through the mechanism of demand and supply, the essential pre-condition for circulation. The amount dealt in from the 24th year of Showa onwards has been increasing year by year, as is shown in Table 2. And it seems on the whole that demand is over supply, but this supply quantity includes such necessary stock as is held to ensure a smooth supplying process. So we cannot know exactly to what extent supply exceeds demand. But speaking generally, it would be safe to say that demand and supply of timber is balanced under the condition of a certain trim price. Viewed from the angle of timber resources, which is represented in other words by the amount of annual growth and volume consumed, we find there pretty much over felling. Such over felling is said to be responsible by half for the recent sudden rising of timber price.

Table 2. Demand and supply of timber by year.

year	supply 1,000 Koku	demand 1,000 Koku
Showa 24 th (1949)	103,236	80,735
25 th (1950)	108,207	88,314
26 th (1951)	124,071	97,700
27 th (1952)	126,796	101,641
28 th (1953)	133,414	106,604

(Reported by Section of Forest Products, Forestry Agency)

The foregoing summarize our timber transactions. Next I wish to give an explanation concerning the timber market in our country. If we center our considerations of the markets at the consuming places, we should cite the three markets at Tokyo, Osaka and Nagoya. As to the salient features of these three markets, they are tabulated in order in Table 3. We can now proceed to the competitive relation among these three markets having such features.

Table 3. Features of the three markets at Tokyo, Osaka and Nagoya

	Tokyo	Osaka	Nagoya
Timber amount dealt with.	14,000,000 log. Koku.	6,000,000 log. Koku.	4,700,000 log. Koku.
Type of goods entered	Chiefly lumber	Chiefly lumber	Chiefly log.
Producing district	Comparatively distant place.	Comparatively near place	Comparatively near place.
Wholesale agent	Wholesale dealer 60% Public selling market 40%	Wholesale dealer 25% Public selling market 75%	Wholesale dealer 70% Public selling market 30%
Transportation means	by railway	by ship	by railway

Now, this relation, it may be well for us to understand, throughly typifies on the whole the law of indifference, as is verified by the following state of the market.

1. the spreading tendency of the market circle, as is seen in the increasing number of timber forwarding prefectures to each market.
2. the reducing tendency of price differentiation. In short we may say that the timber market in our country which consists of each respective categories of timber market keeps a stronger inclination that the complete competitive market holds.

This inclination is contrary to the character of our charcoal market, where the law of indifference is much checked in its penetration.

The above outlines the whole structure and the main character of the timber market in our country; so we shall pass on to the vertical structure of the market, taking Tokyo market as an example.

II. Structure of the timber market at Tokyo

The constructive state of timber circulation at Tokyo follows the diagram in Fig. 2, and if we take the 28th year of Showa for one instance, all arrivals of common-use timber except that for special use, is about 12,000,000 Koku converted in log Koku. Of this, 42 percent or about 5,000,000 Koku, arrives at wholesale stores (700 stores are in the metro-polis). Of the total, 16 percent or 2,000,000 Koku, goes directly to retail stores (in the Old City there are 1,300 such stores), and the remaining 42 percent, about 5,000,000 Koku arrives at the market, to sell. A small quantity of the timber which arrives at both wholesale stores and the market, is directly sold to consumers, but most is sold to retail stores.

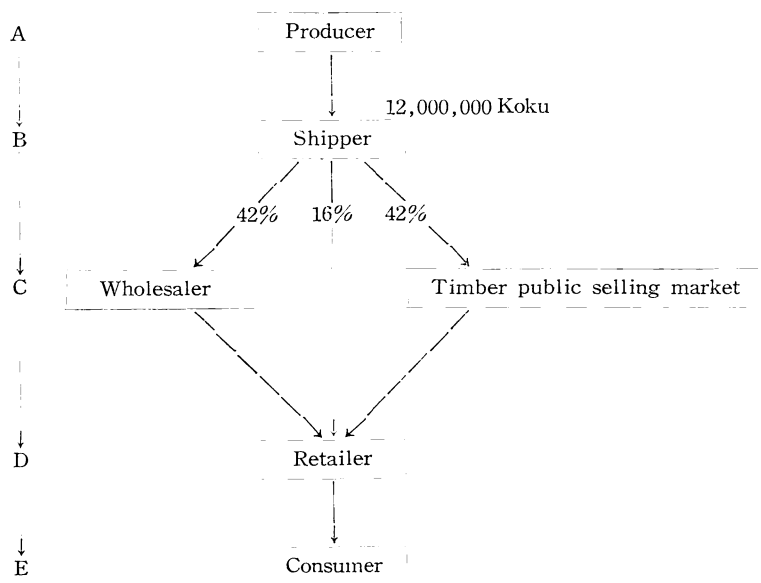


Fig. 2 The chief marketing channel of timber (common use timber) at Tokyo

We see from the above diagram, the mechanism of timber circulation at Tokyo market consists of three different steps; the first is A→B comprising the operation of the market at the producing district, and the second is B→D which covers the processes of the wholesale market, and the last is D→E applying to the retail market. Moreover, B→D, the processes of the wholesale market circulation, is divided into three circulating forms as seen in the diagram:

1. the process through the wholesalers
2. the process through the market transaction
3. the process of direct forwarding to retailers.

Thus, roughly speaking, the structure of the timber market consists of these three markets, that is, at the producing districts, the wholesale and the retail centers. But the wholesale market itself is the one that has the most important function in charcoal price formation; and I will turn now to a study of this wholesale market exclusively, and continue it into the retail market and the market at producing districts.

III. Structure of the wholesale market.

There are three circulating forms in the wholesale market of charcoal, as the foregoing shows. In these forms, 1 and 2 have larger parts than 3 has, so to facilitate clear explanation, first consideration must be given to 1 and 2 cases. And moreover, I shall examine their relations in the wholesale market, and finally lead my inquiry to the third circulating form, noting its connection with the former two circulating forms.

As for the wholesale market before World War II, the wholesalers held the supreme position in it; but after the war their position was encroached upon by the new establishment and development of market sales, the increasing instances of direct dealing between goods holders and retailers, and the decline in capital of the wholesalers themselves. Thus their position, formerly supreme and monopolistic, had to yield much of its mighty power to both goods holders and retailers. Here then happened to arise the new forms based on the bilateral monopoly in their co-ordinate relation about economic standing. This bilateral monopoly, theoretically at least, has in itself the unstable price formation factor, which is indicated in the model of BOWLEY and HICKS. And such price has the possibility of fluctuating according to the skill of both agents when transacting. This change of character has caused the fluctuation of timber price to stimulate its variable movements more severely after the war than before.

The above explanation covers the general state of the timber circulating mechanism through the hands of wholesalers, and the relation between wholesalers and goods holders. Briefly stated, they make up the character of price formation at railway ends and the relation between wholesalers and retailers, which is the character of price formation at the wholesale stage.

Proceeding now to the public selling market, which is the second circulating form, this is the new establishment of public selling that gives a fresh character to the process of late timber circulation.

Public selling is the auction dealing by sellers and buyers, in contrast to the wholesale dealing by private quotation. So we can regard this market as one closely resembling the model of a complete market where the law of indifference penetrates thoroughly.

Bearing in mind the relation between the public selling market, which has the above character, and the wholesale market which depends on the wholesale stores, we may make the following deduction.

If both markets are weighed from the standpoint of the goods holders, there appears but one criterion at first; namely, which of the two buys their goods at a higher price than the other.

Extending the study of the above problem, it is understood that when timber prices are showing an upward tendency, it is better to send goods to the public selling market, and

conversely, when the prices show a downward tendency, it seems better to sell forward to wholesalers. Yet nobody can make an exact antecedent decision about the concrete price so as to make public selling become more profitable, in the case of an upward tendency, or set the line where the selling forward to wholesalers becomes more profitable, in the case of a downward tendency. So, at present, it is simply decided by the goods holder's presumption as to which of these two markets is more suitable for their forwarding. And here appears the next factor in the appraisal.....the scale of the price fluctuation in those two markets. The price fluctuation of public selling moves more intensively on the whole. That is to say, the selling at that price at railway ends is more stable. From this scale of price fluctuation, however, one cannot always decide which course is better and more suitable than the other. Decision on this point always depends solely on the goods holders' choosing. If they regard speculation as the better course they will choose the public selling market and take advantage of it skilfully. Contrariwise, in the case of their not wishing to conduct speculative moves, they would choose the stabilized wholesale stores. There is still the point concerning the capacity of cash settlements as the last standard by which to judge these two markets. It is said commonly that the public selling market experiences quicker cash settlements than does the wholesale stores, therefore from this standard the public market seems to be better than the wholesale.

Next we will look at these markets with the eyes of a retail merchant. As a retailer, he hopes for the lower price at which to buy goods, in contrast to the goods holders. Generally speaking, and disregarding price fluctuations, he can surely get timber at a lower price at the public selling market than at the other.

Consequently, if viewed from the price angle, the public selling market should be naturally more convenient for retailers. But this market, when considered from the cashing angle, reveals that promptness of cashing is found to react as a defect of this market, for the retailers, conversely to the case of goods holders. Thus the comparison of the relative merits of these two markets can be done, for practical purposes, from those two standpoints, that of the goods holders and of the retailers. Each differing judgement in this comparison can be deduced by their own choice and situations.

The future relation of them in the wholesale market may be settled by the development and arrangement of both markets, by the changes of the goods holders' and retailers' economic conditions, and by the changes of their inclination to choose.

The above describes the general state of the two markets and their relation to the wholesale market.

Lastly I have now to explain the third circulating form, that is, the processes from the goods holders directly to the retailers. This circulating form has become conspicuous after the war, and nowadays it holds 16 percent of the total amount of common-use timber. Opinion is that the price obtaining here is a little higher than the price at railway ends, but a little lower than the wholesale price. So this market is more profitable for both the goods holders and the retailers than the wholesale market or the public selling market in the matter of price. But this has several defects in it, and we can count the following facts as such defects. They are that retailers have far less funds than wholesalers or the public market, and in consequence they cannot afford to receive a large amount of timber at a time; there is also much risk should depression come; and further, personal combination is not compact, as only a comparatively short time has elapsed since this form began, if we

judge it in terms of the wholesale markets existence. Again, if a sudden rising of the price occurs, this form may take a pretty long time lag before catching up. In such cases public selling is certainly better than this form.

So the future development of this circulating form will depend upon the extent to which subjugating the above defects can be accomplished, and it may be made by the movement which is based on market rationalization to exclude the medium merchants.

IV. Structure and character of the retail market.

The retail market is the market which exists between retailers and usual consumers. The character of this market is partially monopolistic in the same manner as the charcoal market. Broadly speaking, we may say that both the charcoal and the timber market have common characteristics in their retailing mechanism, but if we compare these two, some differences can be detected. Charcoal is usually a perfect consuming material and is dealt in by small lots, but timber is a productive material and is dealt in by large lots. In the case of charcoal the consumers invariably have a purchaser's basic knowledge of the product, or if they have not such knowledge they inquire into it always at buying; further, they are disposed to accept time and distance inconveniences to some extent, we may presume. So the complete competitive character is considered to be stronger in the timber market than in the charcoal market.

V. The character and mechanism of the market at producing districts.

The markets in the timber producing districts are generally of two kinds only, and they are:

1. The material market which stands between the stumpage producers and the sawmillers.
2. The timber market which stands between the sawmillers and the consignment merchants.

Now to explain the former market. At the start of selling stumpage, the stumpage producers estimate the total volume of stumpage for sale, and multiply this volume by a presumptive unit cost which is inversely reckoned from the market price. They then decide therefrom the whole selling value, and enter into the negotiation. The sawmillers, on the other hand, also estimate its volume for themselves as well as the stumpage producers do, and they multiply this volume by their own buying price which is made to provide for (subtracting transporting cost), lumbering cost and a regular margin, from the market price. Thus they decide the whole buying value, then enter into the negotiation.

The material market described above is roughly regarded as a complete market where the law of indifference penetrates.

But notwithstanding conditions being so, the personal combination or sawmillers, fettering control applied to small forest owners with their big commercial relations and similar influences like this, prevents this market occasionally from having the character of a complete market. As to the second market that is at the producing district: this market stands between the sawmillers and the consignment merchants, and seems to have the stronger character of a complete market than the former has.

Chapter IV. Studies on the market structure of pulp-wood.

The purpose and analysis method of study is the same as that for charcoal and timber. But the demand for pulp-wood is the complete derived demand and comes from the paper-pulp companies which have a comparatively large amount of capital. There are no agents such as timber wholesale dealers, and no broker and retailer in the marketing channel of pulp-wood. That is to say, the function, structure, and character of the pulp-wood market

is different from those markets previously described.

The third chapter in this report deals with the demand and supply of pulp-wood, the outline of the pulp-wood marketing and the structure of the pulp-wood market in our country. In the sense that the market without ignorance is called an imperfect market, according to PIGOU, the pulp-wood market may be said to be a perfect market in which the law of indifference is thoroughly fulfilled on the whole. But there we study the industrial structure of the paper-pulp wood industries and find that the market has the character of a monopoly.

In the third chapter we study the problem of monopoly in the industries of our own days by chronological investigation. And it is concluded that the character of the pulp-wood market is not so monopolistic as the situation of the market which we found to be existing in about the 8th year of Showa, but that the market has some monopolistic character, and that it is changing to take on a more monopolistic state.