

地区の消費市場を反映して80%以上が地区内で消費されており、いわば生産地兼消費市場として市場内で完結している。梱包材という特殊商品とその消費構造に規定され、その販売形態は大口直需材53%、小売店22%、とN・Z材製品の流通構造を特徴的なものにしてしている。

(3) 鹿児島県へのN・Z材輸入は北九州市とは大部遅れ、その本格化は41年からである。導入期が遅いだけに、その後の輸入量は急激な増大を示した。41年の7千 m^3 が45年には84千 m^3 と激増し、当県外材輸入量の20%を占めるに至った。

現在、N・Z材製材工場は9工場、うち5工場までが80%以上N・Z材が占めており、専門化がかなり進んでいる。これらの工場は過去には地松材を専門に構造材生産を行っていた。当地方の気象条件（湿気が多く、松材は白アリの被害が多い。）から松材の地場需要は少なく、ほとんど東京、大阪等の中央市場に出荷していた。

40年代に入り地松材の枯渇化とパルプ資本との競合、一方、中央市場におけるN・Z材の市場性（構造材として）の進展といった条件のもとで、製材工場は地松材不足の対応手段としてN・Z材を導入するようになった。こうした原木事情のもとに43年には木材団地の完成、この団地化（9工場のうち7工場が団地内立地）を契機とした機械設備の新設・充実が原木問題を一層深刻化させ、43年以後特に急激な導入をみた。N・Z材が製材経営で支配性をもつとともに経営方針も価値商品生産（役物生産）から量産体制に移行し、次々と専門化していった。

45年度のN・Z材製品生産量66千 m^3 （9工場の原木消費量から75%の歩止りで計算）のうち製品別生産割

合は、構造材79%、梱包材16%、土木用材5%で、その主体は構造材である。さてこれらの出荷先をみると東京大阪76%、北九州21%、県内3%で、特に構造材は93%が東京・大阪で占められている。こうした中央市場出荷に規定され、業態別販売先は北九州市とは対照的に付売問屋（41%）、センター問屋（20%）が主体となっており、小売店はわずか6%を占めるにすぎない。

外材の中央市場との結びつきが困難な今日の市場条件下で、このような中央直結という特異な流通構造の形成は、原木価格が比較的安く、また過去の地松材の流通ルートにそのままのれたこと、さらに消費市場においてN・Z材の生産体制が確立されていない（たとえば、昭和44年東京港へのN・Z材輸入量はわずか17千 m^3 にすぎず、また大阪港でも63千 m^3 である。）、等による理由が求められる。このようにN・Z材については一般外材とは違い（当県では米材は70%が県内需要であるといわれる）、当県は完全な産地市場として展開している。

(4) 以上のように、N・Z材は北九州では梱包材→地場需要（大口直需）、鹿児島県では構造材→中央市場（付売問屋）と、両地域とも特異な生産・流通構造を形成し、両地域の木材市場構造を特徴的なものにしていく。こうした構造はN・Z材の材質的特質と当地域の歴史的、経済的条件に大きく規定されているといえよう。九州地方におけるN・Z材の市場への対応展開過程をあとづけるならば、製材工場のN・Zの支配体制の確立と機械設備の充実による経営方針の転換、すなわち北九州市の構造材生産の進展と、鹿児島県のN・Z材専門化過程はN・Z材独自の市場確立、展開過程とみてよいであろう。

7. 外材供給増大化と国産製材の再編方向

九州大学農学部 岡 田 允

外材は、我国の総木材供給量の過半を占めている。今後の木材供給構造は外材が主導的位置を占め、国産材がそれを補完する型で推移するであろう。それは国産材＝原料を軸として展開してきた我国木材産業全体

を、外材を回転軸とする構造へと再編する過程でもある。加言すれば海外原木資源を不可欠の条件として再生産メカニズムに深く組み込むことを意味している。一方、国内原木生産構造は所謂「高度経済成長」過程

の楔としての熾烈な労働力の産業間移動によって、直接の衝撃を受けつつありながら、基本的には依然近代化していない。外材供給増大化過程は、そのような林業生産構造を如何に規定しつつあるのかを考察する必要がある。

外材供給の国内林業に与える影響の作用点は、価値実現過程である。林産物の価値実現過程は素材流通過程であるが、原料商品である素材の市場価値は、それに接続する商品生産＝製材過程を通じた製材品となることによって部門間競争＝生産価格法則の作用を経た後に、逆算的に規定されながら調整的市場価格として実現する。今、多くが独占的工業生産物である非木質系代替品を捨象すると、外材の参入は国内の社会的労働の消費なしの使用価値の増大という過程であるから国産材商品の一単位当りの価格低下として現象する。とはいえ、外材と国産材の使用価値が全く共通なものではなく、現実には両者の代替関係によって競争への参入の程度が規定される。ところが代替関係の強さは、総需要の大きさとその内での両者の価格較差の大きさに規定される。

こうして外材供給は

- ① 国産材価格を、外材価格との較差が一定以上になると代替関係が強まる→国産材需要減少、という関係においてチェックし、
- ② 国産材製品間において、外材との代替性の強いもの程外材価格に近づけるという関係によって国産材製品間の価格体系の跋行性を強める。
- ③ 景気変動等による総需要の縮小した場合、代替関係が強まることによって、安価な外材価格によってチェックされ、国産材価格の下落幅を拡大する。

以上の様な影響を与えている。事実、ヒノキは「スギより20～30%の高値となるのが通例」であったが、昭和36年までの木材価格高騰で「スギよりわずか5～6%高という格差に」^(注1)縮まっていたが、同45年にはヒノキ価格はスギより約74%^(注2)高と価格差が拡大している。

九州における製材工場数及び入荷量を見ると昭和38年～43年の間に157工場が減少しているが、ヒノキ取扱

工場は67の増加であり、また国産材入荷量の減少のなかでヒノキ材入荷量は増加した。これを地域的に見ると、臨海製材工場の立地県では、工場数においては減少していないが国産材入荷量は減少し、内陸製材工場立地県では、工場数の減少にも拘らず国産材入荷量では減少していない（熊本県を除く）。

今、九州の著名なヒノキ製材産地である人吉地方（人吉市及び球磨郡）を見ると、昭和43年～45年の間に国産材入荷量は約20万 m^3 で変化なく、外材も約6%で一定している。ところが、1工場当り出力数では44.3kw→54.1kwへと急激に集積が進んでいる。これはヒノキ材入荷割合が38%→46%へと増大していることによっていると見られるが、加工過程延長的と云えるような方向をとっていると考えられよう。それはまた原料集約的方向にもなっているが、熊本県のヒノキ素材生産量と入荷量との差が昭和38年には、まだ+16千 m^3 であったのが43年には-41千 m^3 に転じていることにも示されているように、原木集荷圏の拡大に迫られる状況を強めている。

ところがヒノキ価格水準の九州各市場間の比較を見ると、製品・素材共に人吉、福岡、日田、都城という順に低くなっており、昭和39年当時「北九州地域経済圏から遠くなるにつれて価格が低くなっている。」といった「理想的な型」^(注3)ではなくなっている。この事は、中央市場と直接結びついた内陸のヒノキ製材産地がより原木を集中しう条件となっているが、地域的な製材工業の集中化を促す条件ともなっているといえよう。前述した如く、一方における国産材製材工場の減少を伴っていることはいうまでもない。

国産製材工場は、生産量の増大による生産性の上昇という方向をとり得ず、一単位当りの価値上昇を目的とした合理化を中心として集積、集中を進めている。

(注1) 中央林業相談所「日本林業の現状」p28

(注2) 大阪市場における素材価格。等級込。「木材市況月報」の数値から算出。

(注3) 塩谷勉監修「木材の流通と関連産業」p131