

京都府南部における素材流通構造 —原木市売市場の分析を中心に—

岡野 竜馬・赤尾 健一・藤原 三夫・坂野上なお

Distribution of Logs in Southern Area of Kyoto Prefecture

Ryoma OKANO, Kenichi AKAO, Mitsuo FUJIWARA, Nao SAKANOUÉ

要 旨

本研究では、素材供給者および素材需要者両方の経営行動の分析を通じて、京都の素材市場構造を明らかにした。分析結果は、第一に、素材生産業者数の減少とその雇用労働者の高齢化が進行しているが、まだ彼らは地域内の素材生産を担うだけの経営能力を有しており、その中心的位置を占めること。第二に、原木市売市場は集出荷能力を増大させており、素材流通過程において素材生産業者との分業体制を確立していること。そして第三に、素材需要者としては、①買方数が多いものの多様な樹材種の素材を小量づつ需要する地元京都府の製材業者と、②買方数は少なく仕入れ樹材種も限定されているものの、素材を安定的にしかも大量に仕入れる奈良県桜井市をはじめとする府外の製材業者（および転売業者）がみられる。そして、地域産材の流通のためには後者の存在が不可欠となっている。全国的傾向とは異なり、先進林業地である北桑田郡周辺で近年、素材生産量が維持されてきたのは、このような流通体制が維持されているからである。とはいえ、経済的に合理的で効率のよい木材生産・流通・加工体制を整備し、国内の森林資源の活用を図るという課題は、依然残されている。

1 章 課題と方法

現在、世界的な規模で自然環境の悪化が叫ばれているが、森林資源開発は間違いなく悪化要因の一つを構成している。日本はこれまで、東南アジア、北米などから大量の丸太を輸入しており、世界の森林資源の消費によって大きな利益を享受してきた。一方、日本の森林をみると、数字の上では国内の木材消費量を賄えるほどまでに成熟している。今後、日本の森林資源の活用を図り、世界の森林資源問題に対処することは非常に重要な課題である。

これまで、外材支配体制下での日本林業再構築の視点から、国産材供給システムの構築¹⁾、銘柄材産地化²⁾、地域林業形成³⁾、粗放林業化⁴⁾などの様々な主張がなされている。これらの主張の目指すところは個別経営の安定化であり、そのためには国産材供給と需要の拡大とその安定化の根拠が、素材供給・需要双方にかかわる経済主体の経済的動機と経済基盤の分析を通して検証されなくてはならない。

以上のような問題意識のもと、今回分析の対象とし、明らかにしようとするのは、京都市を中心とする京都府南部（以下、京都と略述）の素材市場構造である。つまり、京都府南部の4原木市売市場を中心に、売り手と買い手の経営行動の分析から、いかなる市場構造がなぜ成立しているかをみたい。具体的には、京都府北桑田郡およびその周辺に所在する素材生産業者と京都府内原木市売市場の買方を対象とし、北桑田郡周辺で生産されたスギ・ヒノキ素材（以下素材と略述）の流通と加工について分析する。なお、北桑田郡は古くから山国林業と称された農民的集約林業地帯として長い育林生産の歴史を持つ地域であり⁵⁾、また京都の原木市売市場の買方には、わが国有数の製材産地である桜井地域の製材業者が含まれている。

以下第2章では京都府南部における素材流通の概要、第3章では府内原木市売市場の買方分析、第4章では京都府及び奈良県の製材業者の経営行動の分析、第5章では北桑田郡およびその周辺の素材生産業者の経営行動について分析し、最後に第6章でそのまとめを行う。

2章 京都府南部における素材流通の概要

（1）北桑田郡における素材生産の現況

北桑田郡の素材生産水準をみるために、全国の素材生産量に占める北桑田郡のシェアと京都府全体の素材生産量に占める北桑田郡のシェアの推移をみたのが図1である。北桑田郡の対全国

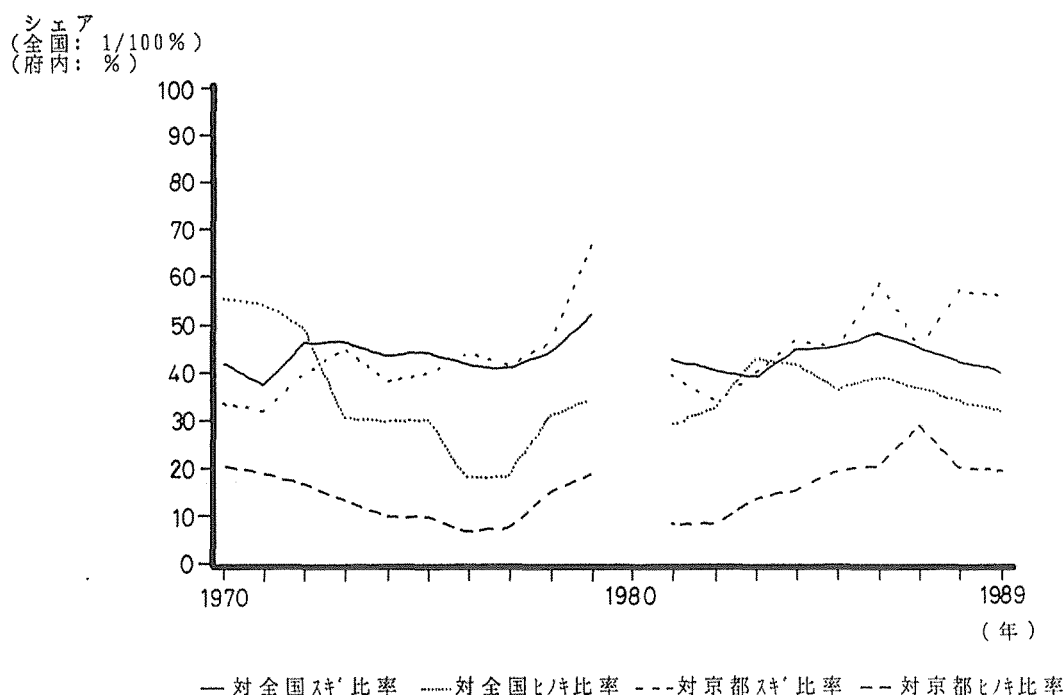


図1 北桑田郡素材生産量の全国および京都府に占めるシェア

資料：農林水産省統計情報部「木材需要報告書」および京都府京北振興局「北桑の林業」より作成。

注1 全国、京都府の素材生産量は、私有林・公有林のものである。

注2 全国、京都府の1980年の数値のみ資料が無いため欠落している。

シェアは、スギではほぼ0.4%強、ヒノキも1970年代前半は落ち込むもののその後回復し、0.4%弱の水準を保っている。近年民有林においては、中四国・九州の新興産地が素材生産量を急速に増大させ、シェアを伸ばしているため、先進林業地のシェアは相対的に低下傾向にある。こうした中において北桑田郡がシェアを維持していることは、北桑田郡の素材生産水準が相対的に維持されていることの現れであり、注目に値しよう。一方、北桑田郡の京都府生産量に占めるシェアは上昇傾向にあり、最近はスギで50%台、ヒノキで20%前後である。北桑田郡の森林面積は京都府の15%を占めるに過ぎないことを考慮すると、このシェアは非常に高い。したがって、北桑田郡はスギを中心に府内で最も活発な素材生産活動が行われている地域といえる。

図2は、全国の民有林および丹中（亀岡市・船井郡）・丹南森林計画区（北桑田郡）のスギとヒノキの人工林齢級別面積構成を示している。スギ人工林の場合、全国的傾向と同じくⅣ～Ⅶ齢級の間伐期面積が64%もあり（この中に磨丸太林分は含まれていない）、ヒノキの場合には初期保育が必要なⅠ～Ⅲ齢級の面積が4割弱を占める。その一方で、慣行的な伐期に入るⅪ齢級以上の面積比率もスギ10%、ヒノキ18%であり、スギとヒノキとも素材生産可能な資源の賦存量も相対的に多い。

面積(全国: 千ha)

(京都: ha)

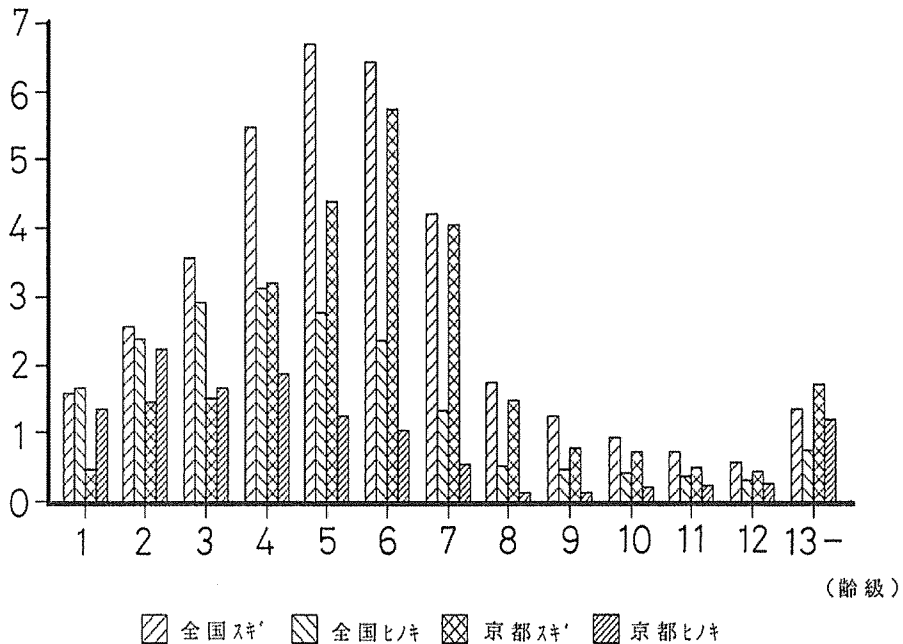


図2 民有林スギ・ヒノキ人工林の齢級別面積構成

資料：全国値は林野庁「森林資源現況1986年」、京都の値は、京都府「地域森林計画書」（丹波南部1988年、丹波中部1989年）による。

注1 京都とはここでは北桑田郡、船井郡および亀岡市を合わせた地域を指す。

(2) 京都の原木市売市場の素材集荷状況

京都府で生産された素材を集荷・分配する原木市売市場として、京都府下に5市場がある。そのうち1市場は福知山市に所在するが、そこには福知山市周辺および丹後、兵庫県北部地方の買方（製材業者と素材転売業者）が多く集まり、他の4市場とは流通状況を異にする。そこで以下の分析では、この市場を除き4市売市場（北桑木材センター、八木木材センター、塩恵商店、辻井木材市売）のみを対象にする。

4市場の年間素材販売量は、1989年度で上記の順に45,000m³、19,800m³、14,000m³、29,350m³である。京都府の1989年の針葉樹生産量は16万1000m³であり、単純に計算するとこれら4市場でその49%の取扱シェアを持つことになる。次にこれら市場の取扱量のうち、京都府下の素材生産業者から出荷される素材の材積比率は、北桑木材センターで95%、八木木材センター60%、塩恵商店35%、辻井木材市売では64%となる。4市場の中では北桑木材センターの京都府内からの集荷率が際だって高く、さらに北桑田郡からの集荷率に限ってみても71%になる。他の3市場がやや規模が小さく関西周辺産材の集散市場の性格を持つのに対して、北桑木材センターはほとんど北桑材のみを集荷する山元市場として存在している。なお、北桑木材センターの素材販売量は、1979年の37,657m³から1984年の41,983m³、さらに1989年には45,299m³へと増加を示しており、北桑田郡周辺地域の活発な素材生産を支えているといえよう。

3章 原木市売市場の買方構成と仕入素材の特徴

(1) 使用データの内容と性格

本章では、上記4原木市売市場の売上げ伝票を用い、その買方を通して市場構造の分析を行う。つまり、京都の原木市売市場で、①どの地域の買方が、②どのような形質の素材を、③いかなる価格水準で購入し、④どの程度のシェアを確保しているかを分析することになる。なお、ここでは純京都府産材と少量存在する他府県産材とは特に区別せず分析を行っている。市場構造の分析を行う前に、ここで使用する原木市売市場のデータの内容と性格を検討し吟味しておく。

使用するデータは4市売の売上げ伝票を単純集計したものである。対象にした伝票の市日は、北桑木材センターが1989. 10. 26市および1989. 9. 26市、八木木材センターが1989. 10. 20市、塩恵商店1989. 8. 4市、そして辻井木材市売が1989. 10. 11市および1989. 10. 18市である。本来ならば分析には一年分のデータを集計して用いるべきだが、それには膨大なデータ入力および処理作業を要する。したがって、本論文では一年を通じて最も出材量の多い8～10月の一回市ないし2回市分のデータを用いた。この方法を用いた場合、使用するデータが当該市場の平均的な姿を表しているか否かが問題となる。そこで、各市場の年平均価格に対する当該市の平均価格の比を見ると、辻井木材市売0.7、塩恵木材センター1.2、八木木材センター1.3、北桑木材センター2.2である。また、スギ・ヒノキに限ると北桑木材センター取扱分が材積の6割前後を占めている。つまりこのデータでは、4市場のうち取扱い量のもっとも多い北桑木材センターの、相対的に高価格材が多く集荷された市の影響を強く受けることになる。したがってこのデータを使用すれば、高価格材の分析に偏る恐れがあることに配慮しなければならない。ただ、素材仕入れにおける買方間の競争関係を知る上では、有効ではあると考える。このデータでは京都4原木市売市場の取扱樹種はスギが5割、ヒノキ3割、マツ2割弱といった構成になる。なお、このデータに登場する買方数は、スギ材に関しては京都府の製材業者73、奈良県の製材業者10、奈良県以外の府県の製材業者26（以後他府県という場合、京都府と奈良県を除く府県を指す）、転売業者10、ヒノキ

材に関しては同じく86, 17, 30, 12である。そして重複する買方を除くと、買方数はスギ・ヒノキ材全体で京都府111, 奈良県20, 他府県38, 転売業者13となる。

(2) 買方地域からみた仕入素材の特徴とシェア

買い手が素材を仕入れる際の判断基準は第一に規格, 第二に品質である。まず各地域の買方が仕入れた素材を, 長さと末口直径の点から区別してみる。その結果は表1に示してある。おおま

表1 樹材種別の買方地域別仕入構成(材積比)

(%)

樹材種	長級	京都府	府外計	府外の内訳			合計	材積 (㎡)
				奈良県	他府県	転売		
スギ								
9 cm下材	3 m	17	84	66	18	—	100	15
	4 m	17	84	65	18	—	100	64
小径材	3 m	77	23	21	2	—	100	53
	4 m	54	46	37	8	—	100	129
柱材	3 m	62	38	20	4	15	100	169
	4 m	72	28	8	15	5	100	190
中目材	3 m	44	56	36	4	16	100	62
	4 m	47	53	18	12	22	100	999
尺上材	4 m	36	64	8	23	34	100	711
計 (㎡)								2392
ヒノキ								
9 cm下材	3 m	38	62	62	—	—	100	12
	4 m	17	83	70	12	—	100	49
小径材	3 m	57	43	27	16	—	100	94
	4 m	41	59	52	7	—	100	74
柱材	3 m	57	43	13	21	9	100	270
	4 m	63	38	9	8	21	100	70
中目材	3 m	45	55	28	12	15	100	197
	4 m	37	63	27	7	30	100	353
尺上材	4 m	38	62	38	4	20	100	58
計 (㎡)								1177

資料：府内4原木市売市場の売上伝票より作成。

注1) 小径材とは末口径級10-13cmの素材のこと。以下柱材は14-18cm, 中目材の3mは20cm以上, 4mは20-28cm, 尺上材は30cm上の素材のこと。

2) 地域不明の買方がわずかに存在するが, 京都府のシェアの中に含めた。

3) 本売極, 長級込み極は除外した。

4) 他の長級径級の材も含めた全体の材積は, スギ2875m³ヒノキ1659m³である。

かにみて京都府の製材業者のシェアが高いのは、スギ・ヒノキ材ともに小径材、柱材の部分に限られ、その他の径級の材は府外の製材業者の仕入れる量が多くなっている。特に中目以上の材では径級が大きくなるほど府外製材業者の仕入れが増大し、スギの場合は転売業者と他府県製材業者、ヒノキの場合は奈良県および他府県製材業者のシェアが高い。また9 cm下材に限ってみると、奈良県製材業者が大きなシェアを持っている。このことをもう少し詳しくみるために、表2から、市売市場では本売りされている材も含めた小径木全体の流通をみると、奈良県製材業者は小径木での仕入シェアが高いが、なかでも特に径級が小さくなるほど圧倒的なシェアを持つことが分かる。なお、表1には記していないが、スギ6 m以上の長尺材はほとんどが府外製材業者および転売業者によって仕入れられている。

表2 小径木の買方の所在地域別購入量
(単位：本)

	本売分	9 cm 下	10～13cm	計
合計	4,718	3,788	7,389	15,895
京都府	950 (9)	734 (16)	3,905 (52)	5,589
奈良県	2,838 (2)	2,506 (2)	2,722 (6)	5,589
他府県	391 (7)	548 (5)	670 (13)	1,609
転売業者	—	—	28 (3)	28
不明分	539 (2)	—	64	603

資料：府内4原本市売市場の売上げ伝票から作成。

注1) () 内の数値は各地域の買方数。

次に素材の品質を単価が表現していると考え、地域別の買方の間で仕入れに特徴がみられる樹材種について各地域の買方の仕入れ材を極単価の側面から分析する。まずスギ材についてである。図3で府外の買方の仕入比率が高いスギ4 m尺上材で買方地域別の極単価分布をみてみよう。特に高価格帯で府外の買方のシェアが高くなっている。これは転売業者、北陸の割角製材業者などの競争力の強い買方が市場に参入しているためである。m³当たり9万円以上の単価の極になると、大部分が転売業者によって仕入れられ、奈良県の原本市売市場へ再出荷されている。一方、小径材・柱材では、京都府製材業者が一般材を中心に仕入れており、高い仕入シェアを持っている。ただし、図4でスギ3 mの柱材における上位買方5社の仕入れた極の単価分布をみると、京都府製材業者A・Bは単価1～2万円の極を集散的に仕入れているのに対し、奈良県製材業者Bと転売業者Aの業者はm³当たり3万円以上の高価格帯の極を独占する一方で、奈良県製材業者A・Bの業者は低価格帯でも多くの極を仕入れている。

次にヒノキ材についてみていこう。図5から、府外の買方の仕入比率が高いヒノキ4 m中目材についてみると、低価格帯で転売業者の仕入極数が特に多くなっている。また高価格帯では奈良県製材業者の購入シェアが高くなっている。京都府製材業者の仕入単価分布曲線は低価格帯でピークを持つとともに、高価格帯でもかなりの極が仕入れられていることを示している。ただし、京都府製材業者の場合一社当りの高単価の仕入極数は少なく、奈良県製材業者のそれははるかに多い。また図は掲げていないが、ヒノキ4 m中目材における上位買方5社の仕入極をみると、奈良県製材業者2社が高価格帯の極を独占している。なお、表1で京都府製材業者のシェアが高かつ

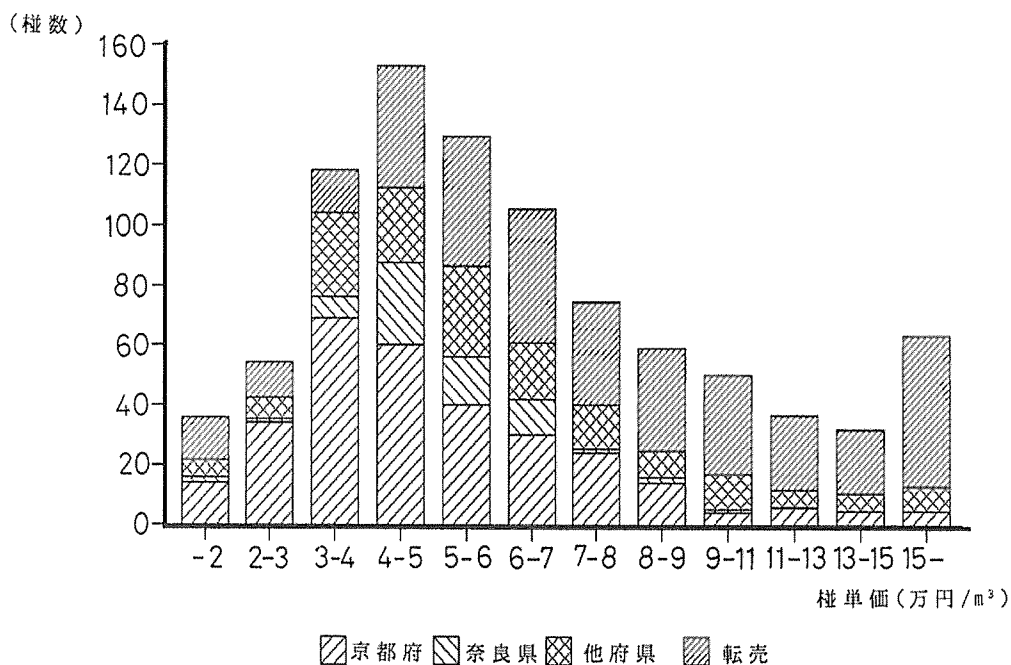


図3 買方の所在地域別の単価別仕入れ棧数の分布：スギ4 m 尺上材（30cm上）
資料：前掲表1に同じ。以下の図も同様。

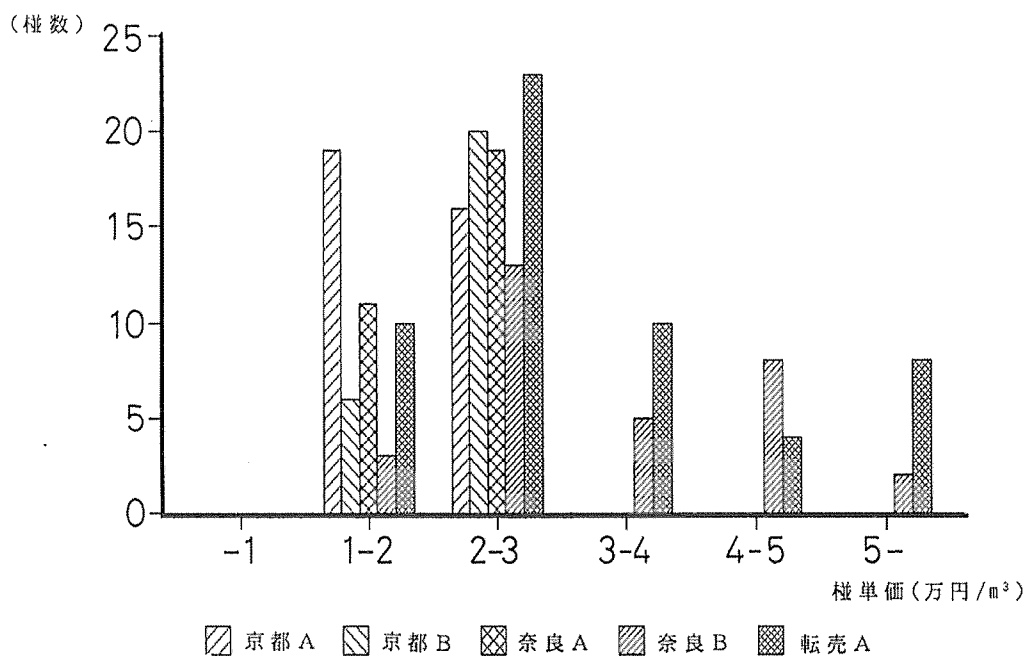


図4 上位買方別の単価別仕入れ棧数の分布：スギ3 m 柱材（14-18cm）

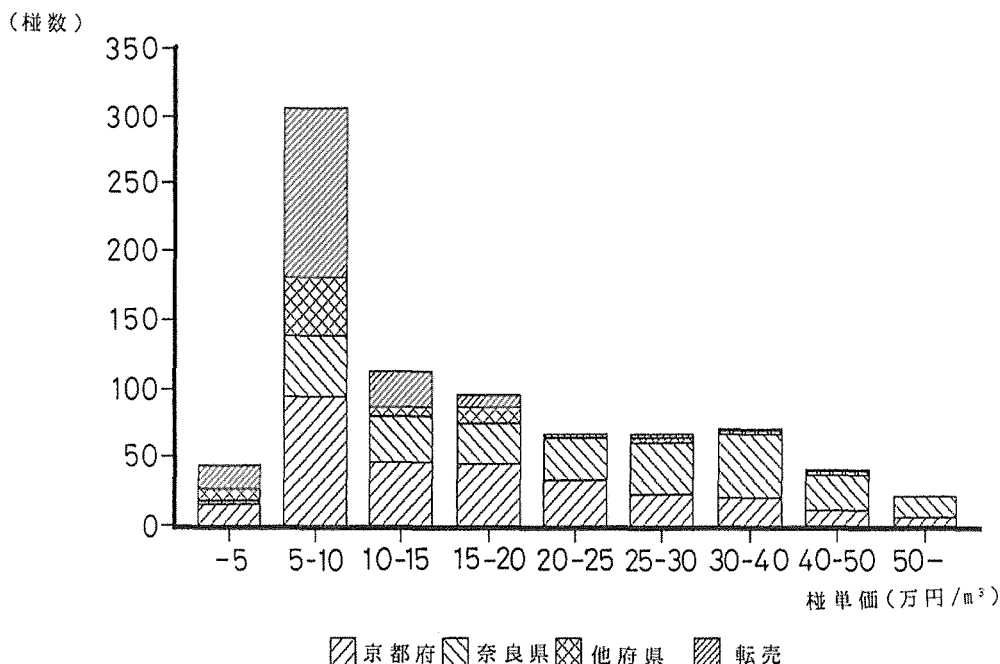


図5 買方の所在地域別の単価別仕入れ極数の分布：ヒノキ4 m中目材（20-28cm）

たヒノキ3 m柱材でも、低価格帯では転売業者と京都府製材業者の仕入極数が、高価格帯では京都府製材業者の仕入極数が多い。

以上でみたように、スギ・ヒノキの高価格材では転売業者や京都の原木市場へ参入した府外製材業者のシェアが高く、多くが直接・間接に奈良県製材業へ供給されている。特にスギ高価格材での京都府製材業者の競争力は非常に弱いとみることができよう。一方、ヒノキ高価格材については、京都府製材業者の仕入極数の多さが読み取れた。しかし、この事実はただちに京都府製材業者個々の購買力の高さを証明するものではない。むしろ、小売製材の性格をもつ業者の、少量仕入れの集積によってもたらされた結果である。ところで奈良県および他府県の製材業者が仕入れる素材は何も高価格材だけではない。表2では小径木に対して奈良県製材業者2社が、図4ではスギ一般材に対して奈良県製材業者2社が、そして図5ではヒノキの低価格帯の極で京都府以外の買方（特に、松阪地方に拠点を持つ転売業者2社と松阪の製材業者1社）が、大きな購買力を発揮している。以上をまとめると、スギの6割、ヒノキの5割もの素材が府外へ流通している。

ところで転売業者にとっては、市場間の価格差による利潤獲得が経営の基礎なのだから、京都の素材市売市場での仕入価格が出荷先での販売価格より十分安ければいい。このことが顕著に現れているのがスギ尺上高価格材（良質大径材）で、転売業者の活動が最も活発である。京都市場ではスギ良質大径材を仕入れる製材業者は府内製材・府外製材ともに少ないが、一方の桜井・吉野の製材産地にはスギの役物需要が存在する。そのため桜井・吉野の原木市売市場に比べ京都の原木市売市場のセリ値は充分低いと考えられる。また、転売業者が取り扱うのは何も高価格材に限らない。例えば三重県松阪市は角類一等製材の産地として知られ、当地域の製材業者は一般材を仕入れ、製品を市売市場向けに量産出荷している⁸⁾。このため生産コストは、後にみるように地場小売向けの経営である京都府の製材業者より低い水準にあると考えられる。そしてこのこと

がこの両地域の価格競争力に差を生み、ヒノキ一般材で転売業者に参入機会を与えていると推測できる。しかし、ヒノキの良質材では転売業者の活動は余り見られない。ヒノキ良質材は一般材ほど量的に出材されないことに加え、奈良県や一部の京都府製材業者が有力な買方として登場するため、他地域の市売市場と比較して転売業者にとっては魅力的（充分安い）な価格が形成されないことによる。一方、奈良県に代表される府外の製材業者は、ヒノキ高価格材のみならず、スギ一般材や小径木仕入れにおいても高いシェアを持っている。奈良県製材業者がなぜ高価格材で強い価格競争力を持つかはもとより、なぜ一般材についても京都の原木市場で大手の買方たりうるのか、非常に興味のもたれるところである。一般材については、全国的に市場間の価格差が縮小する傾向にある上に、一般材の輸送コスト負担能力は低いとされるため、彼らの購買力は転売業者のように流通過程で生じているのではなく、製材加工過程の中で生みだされていると思われる。以下、京都府製材業者と京都原木市場に参入する府外製材業者の経営内容に分析を加え、両者の経営行動の違いを通じて、京都の原木市売市場での価格競争の構造を考察する。

4 章 製材業者の経営行動

（1）京都府製材業の特徴

これまでみてきたように、京都の原木市売市場には府外の製材業者が多数参入し、中でも奈良県の製材業者の仕入シェアは高かった。本節では、京都府製材業の特徴を、統計資料を通じ全国および奈良県と比較することで明らかにする。まず京都府の製材用素材入荷量に占める国産材の比率は大きく減少しており、「木材需給報告書」によれば1989年の国産材率はわずか11%に過ぎない。この比率は奈良県や全国の国産材率に比べると大変低く、外材中心の素材需要という京都府製材業の特徴の一つを示している。また、京都府では1989年の国産材主体の製材工場（仕入れ素材に占める国産材の割合が5割以上の製材工場）の数は74にとどまり、奈良県の356工場の2割弱と非常に少ない。しかもここ10年間で減少率は全国・奈良県のいずれと比べても大きい。さらに一工場当り製材用素材入荷量を比較しても京都府の製材工場の値は小さく、特に国産材専門工場が目立っている。1989年の京都府の国産材専門工場一工場当りの素材入荷量889m³に対して、全国は1783m³、奈良県は1322m³である。

では、京都府製材業は地元京都府産素材を素材消費面でどのように位置づけているのか。表3に府産素材の消費状況を示している。この表から、①国産材需要は府産素材ではほぼ賄われていること。しかし、②京都府における製材用素材生産量に大きな減少がみられるにも関わらず、府産

表3 京都府産製材用素材の府内消費状況の変化

(単位：千m³，%)

		1970	1975	1980	1985	1986	1987	1988	1989
原産材生産量	(a)	309	228	211	149	135	136	126	110
国産材入荷量	(b)	293	199	143	103	94	100	104	80
うち府内生産材	(c)	271	185	135	100	89	93	95	72
自然材消費率	(c/a * 100)	87.7	81.1	64.0	67.1	65.9	68.4	75.4	65.5
自給率	(c/b * 100)	92.5	93.0	94.4	97.1	94.7	93.0	91.3	90.0

資料：農林水産省統計情報部「木材需給報告書」より作成。

素材の自県内消費率は低下し、最近では6～7割しか消費されていないこと、が読み取れる。つまり、京都府製材業にとって京都府産素材は明らかに供給過剰となっているのである。そしてこのことが、京都の原木市売市場に他府県製材業者などの参入が必要になる要因である。

最後に、府内製材工場の国産材素材の仕入れ先、および製材品の販売先について検討する。農林水産省統計情報部「木材流通構造報告書 S59」によると、京都府製材業の国産材素材の仕入れ先は木材（原木）市売市場が82.3%と大半を占めており、全国平均の34.2%を大きく上回る。これは全国4位の数値であり、京都府製材業は国産材素材仕入において全国でも原木市売市場に依存する度合の高い地域であることがわかる。こうした素材仕入れ構造は奈良県（92.8%で第1位）でも同様である。一方、国産材製品の販売先については、京都府製材業の場合、直接需要者つまり大工・工務店への小売りが最も多く、これだけで44%を占める。そして卸売業者と小売業者への卸売りがこれに次ぎ、この3者を合わせると約80%という高い比率になっている。これに対し奈良県では、木材市売市場（製品市売市場）と木材センターへの販売が半分弱に達し、製材品の販売構造が大きく異っている。ただし、昭和55年の報告書と比較して、京都府でも直接需要者への販売比率が低下し、製品市売市場や木材センターへの販売比率の上昇する傾向がみられる。

以上のことから、京都府製材業の特徴をまとめると次のようになる。

- ① 製材用素材の需要は外材が中心で、国産材需要は小さい。
- ② 国産材製材工場数が少ない上に製材規模も小さく、一工場当りの年間素材入荷量は900m³弱に過ぎない。
- ③ 国産材製材工場は素材市売市場で素材を仕入れ、製材品の多くを大工・工務店に販売し、問屋・小売業者への販売がこれに次いで多い。

つまり、京都府での国産材製材の地位は低く、しかもその多くが小規模小売製材の性格を強く持つのである。

（2）京都府国産材製材業の諸類型と素材仕入行動

京都府の製材業者は、大工・工務店や小売店を主な製品販売先であることを指摘した。しかし、中には製材品のほとんど、またはその一部を製品市売市場へ出荷する製材業者もみられる。製材品の販売先・販売方法は製材経営の生産体制に大きな影響を与え、さらに、素材仕入れをも強く規定するであろう。そこで本節では、聞き取り調査を行った製材業者を主な対象に、販売方法の違いに着目して、①製品市売市場への出荷に主体をおく業者（以下、市売型）、②問屋、小売店への卸売主体の業者（卸売型）、③大工・工務店への小売主体の業者（小売型）に類別し、素材仕入を中心に製材業者の経営行動を分析しよう。なお、①と②の販売方法を併用する経営については市売市場への出荷を重視し、市売型に類別した。

今回聞き取り調査を行った23社を分類すると、①8社②3社③12社となる。表4に、このうち市売型と卸売型の典型事例の経営内容を、各々7社、2社について示している。これら9社の製材規模は700m³～3000m³であり、先述の京都府国産材主力工場の平均規模を上回っている。製材樹種をみると、いずれも特定の樹種に専門化している。しかし生産品目をみると市売型製材は柱角、あるいは板、小割のいずれかのウェイトが高く、卸売型製材に比べ加工面でも専門化が進んでいる。

まず、市売型製材についてみていこう。市売型はスギ専門製材3社、ヒノキ専門製材3社、スギ・ヒノキ兼用製材1社である。しかし、市場出荷に特化しているのはDとEのわずか2社だけである。他の5社はいずれも地元大工・工務店や問屋向けが販売金額の3～6割に達している。

表4 類型別京都府製材業者の経営内容

業者 記号	類型 番号	所在地	原木仕入量 (m ³ /年)	取扱樹種	平均単価 (千円/m ²)	生産品目 (多い順)	販売方法
A	①	北桑田郡	1,400	スギ専門	68	板100	市場出荷50 卸売50
B	①	北桑田郡	1,000	スギ専門	26	小割90	市場出荷70 小売30
C	①	北桑田郡	700	スギ専門	20	間柱 柱 板	市場出荷40 小売60
D	①	北桑田郡	1,800	スギ40 ヒノキ60	スギ23 ヒノキ55	柱50 小割20 板15	市場出荷100
E	①	亀岡市	2,100	ヒノキ専門	160	柱60 フローリング フリッチ	市場出荷100
F	①	京都市	2,000	ヒノキ専門	3 m 65 6 m 196	柱60 板30 フリッチ他10	市場出荷40 卸売60
G	①	京都市	600	ヒノキ専門	272	柱60 板18 フリッチ12	市場出荷50 小売50
H	②	京都市	3,000	スギ専門	21	板30 小割30 柱30	卸売100
I	②	京都市	2,400	スギ専門	24	板40 柱30 小割30	卸売80 小売20

資料：聞き取り調査結果から作成，平均単価は府内4原木市売市場の売上伝票より作成。

今回の調査の範囲で得た情報では，このスギ専門3社と兼用1社以外には市売型でスギを挽く製材は見あたらない。しかもそのうちの2社までが，製材規模1000m³以下と小さく，さらに直需者からの受注生産の割合が高いという特徴を持っている。さらに補足すると，スギ専門市売型製材3社はともに京都ではスギ製品を売りにくいとしており，今後ヒノキ製材への転換や大工・工務店相手の小売りへの販路の転換を計画し，一部は実行に移している。このように，京都府ではスギ製材業者と製品市売市場との結び付きは弱い。なおA社は，京都府製材業者の中ではスギ良質大径材を挽く数少ない経営の一つである。

一方，ヒノキ材については，柱角製品を中心に府内外の製品市売市場へ出荷する業者が存在し，製材規模も比較的大きい。そしてE・F社に代表されるように，高単価の素材を手当てる業者もみられる。このようにヒノキ市売型製材は，京都産ヒノキの良質材部分の消費についてある程度のシェアを占めている。しかし市売型製材とはいっても，例えばE社は地元での仲間売りの比重が高く，そのためヒノキ一般材の仕入れが多い。F社も工務店などからの注文に応じており受注生産の割合が高くなっている。すなわち，市売型へと純化する傾向はヒノキ製材においてもなお，弱いものがある。京都府では，市売型製材とはいっても地場への小売や仲間売り（卸売）に依存する性格を持つ。したがって，製材加工の専門化の進展はみられるものの，規模の拡大をなお図れずにいるのが現実である。

次に卸売型製材について検討する。表4に示した製材業者の中では，京都市に立地するH・Iの2社が卸売型製材で，いずれもスギ製材に専門化しており，一般材主体の仕入れを行っている。しかし，このタイプの製材の仕入素材は小径材から柱材，尺上材に至るまで実に多様で，また生産品目も柱，板，小割類と多品目を生産している。京都市にはこの他にも特注に応じるスギ一般材の専門製材1社が存在し，これら卸売型製材3社のスギ材，それも一般材の仕入量は，京都府の中ではトップクラスである。ところで，同じく京都市内に立地する前述のヒノキ市売型2社も，一般材を仕入れ地場向けの受注生産を行っていた。これらの製材は主に京都市内に立地し，多規格製品の注文に応じる生産体制を持っている。そして，こうした受注生産の中で京都産一般材の加工消費を担っているのである。

さて，3番目の類型である小売型製材は，数の上では京都府の中で多数を占めている。その製材規模はごく小さいものから月間5000m³ほどの工場まであり，経営内容も様々である。従ってここでは個々の経営の特徴をみるのではなく，今回聞き取り調査などで情報を得た10数社の経営内容から，小売型製材の一般像を描写するにとどめる。まず，小売型製材の素材仕入は特定の樹種に専門化していない。ほとんどの業者が米材の素材ないし半製品と国産材素材を仕入れており，

国産材もスギ・ヒノキ・マツなど多様な樹種構成をとっている。さらに併せて多様な製品仕入れを行い、自社生産品と仕入製品を組み合わせる住宅部材一式を品揃えする。こうした小売型製材の中には自社生産品のウェイトを下げ、小売業者化していくものもみられる。小売型製材の販路は、ほぼ地元の大工・工務店に限られる。しかし、地域によって需要の性格が異なるため、製材業者の立地する地域毎に仕入素材の樹材種に一定の傾向が現れる。すなわち郡部、地方都市では農家建築需要が存在し、ヒノキ良質材、地マツが需要される一方、スギはあまり消費されない。反対に京都市周辺の小売型製材は、スギ・ヒノキの一般材を中心に仕入れている。

これまで京都府製材業者の経営行動を類型別にみてきたが、製材経営の素材需要について樹種別に要約すると以下ようになる。まずスギ材については一般材に限って京都市内にまとまった需要がみられ、これに京都市内の卸売型製材、小売型製材が対応している。スギ高価格材については市売型1社と、特殊需要（茶室など）に応じる一部の小売型製材が仕入れている。スギ材の加工消費に関して、市売型製材の果たしている役割はあまり大きくない。一方、ヒノキ一般材は小売型製材が仕入れているほか、まとまった量を仕入れているのは卸売の性格を持つ市売型製材1社と並材専門の市売型製材1社である。高価格材については市売型製材数社が仕入れており、その製品は主として府外の製品市売市場へ出荷される。ヒノキ高価格材の仕入れはほかに、農家建築需要を背景にした郡部の小売型製材でみられ、その仕入単価はかなり高い水準にある。総じていえば京都府の製材業者は、製材類型を問わず地場からの注文を無視できず、それに大きく規定されながら樹材種を選択し、加工を行う性格が強い。さらに府内の建築に消費される国産材製材品は、化粧材・見隠材に係わらず、規格品は府外の製材産地から多くが仕入れられている⁹⁾。つまり、京都府製材業は特殊材需要への対応を基本的なパターンとして持っている。地場需要と関わりなく製品販売を行っている製材業者は、市売型の数社を数えるに過ぎない。もちろん、消費市場において小売型製材の性格を持つことは個別の製材経営にとって不合理なことではない。しかし、京都産素材の樹材種構成と府内製材の素材需要とが必ずしも一致しないため、京都産素材の流通が府内では完結しえないのである。そのため、京都で生産された素材は、原木市売市場を通して府外の需要と結び付くのである。しかし、ではなぜ奈良県に代表される府外の製材業者は京都の原木市売市場で大きな購買力を発揮できるのだろうか。次節では、このことを奈良県製材業者からの聞き取り調査結果を基に考察する。

（３）奈良県製材業者の経営行動

表5に掲げたのは奈良県桜井市および吉野郡大淀町の製材3社の経営内容である。この3社の年間素材入荷量は非常に大きい。本章第1節（表4）では京都府内の大手の製材業者の経営内容を示したが、それをさらに上回る規模である。また素材は複数の地域から調達している。製品販売面では製品市売市場への出荷に特化しており、販売地域も広域にわたる。以下、彼らの京都府原木市売市場での高い競争力を生み出している経営要因と産地要因について検討する。さて、経営要因の一つは規模の経済性である。京都府の製材経営が小規模で受注生産を中心とするのに対して、この3社は専門の加工ラインを複数稼働させ、素材を効率よく製材加工できている。一方販売面でも規模の経済性は有効に働いている。彼らは、量産した製品を梱包単位に仕訳し、まとまった運送量を確保しながら、全国的に形成した市売市場出荷網の中で製品の選別出荷を行っている。このような経営行動は、京都府の製材業者が地場からの注文に応え、中小規模の製材工場少量かつ多規格の製品を生産しているのとは対象的である。製材品の選別、適所への出荷はある程度まとまった量の製品を生産して初めて効率的に行われるのである。このように生産と販売

表5 奈良県製材業者の経営内容

業者	素材購入量 (m ³ /年)	仕入地域 (%)	取扱樹種	製材設備 (台)	出荷製品市売 市場の所在地域
A 桜井市	6,000	京都90 桜井10	スギ ヒノキ小径材	帯鋸盤 6 ツインバンドソー	名古屋, 静岡, 九州
B 吉野郡	9,000	和歌山50 京都30 吉野20	スギ	帯鋸盤 3	北陸, 東山, 関東, 東北
C 桜井市	8,400	京都, 三重, 鳥取 岐阜, 愛知	ヒノキ	帯鋸盤 5	関東, 東山, 東海 近畿, 四国, 九州

資料：聞き取り調査結果から作成。

の両面で規模の経済性が発揮できるため、京都の原木市売市場ではA社は小径木・一般材を中心に、B社はスギ一般材から良質材まで、C社はヒノキ良質材を中心に大きな購買力を発揮しており、いずれも各々の樹材種では最大手の買方として登場している。またB社は大量仕入の中に良質材を含めることによって、一般材の運送コストの吸収を可能にしている。ところで、C社は系列企業に集成材工場を持ち、経営多角化の中で利益を拡大させる経営構造も有している。そしてこれが第2の経営要因に他ならない。

競争力を生みだしている産地要因は集積のメリットである。桜井は端材加工業者までを含む多様な業種が存在し、素材利用率の高さが特にヒノキ製材業者の採算性に有利に働いている。また、集成材用フリッチ需要が製材産地桜井の多様な需要の一環として存在しており、このことが背後部分の採算性を著しく向上させ、奈良県の買方のヒノキ高価格材での競争力の強さを生む要因となっている。

5章 京都の素材生産業者の経営行動

(1) 立木仕入行動と素材販売行動の変化

前章までは原木市売市場から川下へ向かう素材の流通を分析したが、本章では素材生産業者の経営行動に注目し、原木市売市場へ向かう素材の流通を規定する要因について考察を加える。京都の素材生産業者に関するこれまでの研究において、まず、北川は⁷⁾1970年代以降の京北町の素材生産業者の展開過程を分析し、規模拡大による経営基盤の強化、磨丸太生産への転換、および廃業の3つの方向を摘出した上で、事業規模の拡大を伴いながら①立木の確保、②労働力の確保と組織化、③資本装備と技術の高度化、④素材の販売戦略、に成功した業者が今日まで存続していることを明らかにした。そしてこの事業規模拡大の鍵は、町内の森林所有者との顧客関係の強化に加え、隣接地域での立木購入網の形成であるとしている。また小池も⁸⁾、昭和50年代初頭の京北町の素材生産の主要な担い手は、①「組」を専属化させた上層素材生産業者、あるいは②「組」の発展形態である伐出専門請負業者と、③これと固定的取引関係にある大手素材生産業者であり、これら素材生産資本の存続の基盤は北桑田郡内外での事業規模の拡大であるとしている。

素材生産業者にとって、立木を確保し、最も高価格で販売できる市場を選択することが経営の

最大の課題である。したがって、北川・小池両氏が論証したように、生産過程における事業規模拡大が存続の必要条件だとしても、立木仕入れ・素材販売の両面にわたる情報収集能力と出荷市場選択能力、さらに素材の仕訳能力が一連のものとして要求されているはずである。以下では、このことに留意しながら、全国的にも京都府でも素材生産活動が低迷する中で、一定の生産水準を維持している北桑田郡およびその周辺地域で、素材生産業者は近年、いかなる経営行動を採っているかを聞き取り調査結果から明らかにする。ここで対象としているのは、北桑木材センターの主要な出荷者である8素材生産業者（うち2業者は共同経営のため、以下では7業者とする）と2森林組合である。また、これらの素材生産業者および森林組合を所在地別にみると、京都市1、亀岡市1、北桑田郡5、船井郡2となる。なお素材生産業者の市場選択行動をみるため、原木市売市場への出荷伝票を併せて利用する。

素材生産業者の経営行動をまず立木入手面からみよう。表6は、聞き取り対象の素材生産業者を年間伐採量で階層区分し、各階層ごとに生産活動の内容をまとめたものである。これら業者の規模はすべて1000m³以上で、最大手の業者の年間伐採量は1万m³におよんでいる。ちなみに、農林水産省統計情報部「林業動態調査報告書1985年」によると、近畿の中で1000m³以上の生産規模をもつ素材生産業者の数は全体の27%にあたる390人であり、2000m³以上になると近畿全体で210人（14%）しかいない。また京北町の素材生産業者を対象に、1978年に行われた悉皆調査⁹⁾によれば最大手の業者の規模が6000m³、次いで4000m³だった事を考え併せると、表5に掲げた素材生産業者の規模の大きさが分かるだろう。これらの聞き取り対象業者・森林組合の総生産量は4万m³弱であることから、京都府全体の1989年の生産量（農林水産省統計情報部「木材需給報告書」）の45%のシェアを占めていると考えられる。しかし彼らの立木仕入地域をみると、規模が拡大しているにも拘らず素材を広域に集荷する活動はみられない。各業者とも所在地周辺での集荷が大半を占めており、1業者が周辺地域外から、1業者が府外から補完的に立木を仕入れているにとどまる。彼らの立木仕入れの対象は圧倒的に民有林で、しかも個人との相対取引がほとんどであ

表6 階層別素材生産業者の経営内容

階層 区分	業者 数 (人)	売上 金額 (億円)	立木購入地域			伐出労働力			平均 年齢 (才)
			管内 (人)	府外 (人)	府外 (人)	家族1) (人)	直傭1) (人)	請負せ2) (%)	
1000—2000m ³	2	0.6	2				8	100	61
2000—3000									
3000—4000	2	1.5	2			2	20	60	54
4000—5000	3	2	2		1	2	27	100	57
5000—7000	1	1.6	1				27		55
7000—10000				1					
10000m ³ 以上	1	4					17	15	60
計	9	17.9	7	1	1	4	99		57

資料：聞き取り調査結果から作成。

注1) 伐出労働力のうち家族または直傭の人数は各階層の累計人数で表している。

注2) 伐出労働力の請負せが見られた業者は4階層に1業者ずつで、ここでの数値は各1業者の素材生産量に占める請負せ生産の割合を表わす。

る。また、仕入れ山林の大きさは1 haが標準で、細々とした山林の集積でこれだけの生産規模を確保しているのである。次に、最近の素材販売行動についてみていく。

京北町の素材流通についての森田の分析によれば¹⁰⁾、1978年の総素材生産量38千m³の実に5割までが桜井市の原木市売市場に出荷され、また6%が三重県に流通するという、府外出荷中心の素材販売構造が明かにされている。この分析から10数年の間に素材販売構造はどのような変化をとげてきたのだろうか。表7は、上記報告書(1978年調査)と今回の調査データに基づいて出荷地域構成の変化をみたものである。今回調査した業者・組合の素材生産量38千m³は1978年調査とほぼ同じであり、調査対象地域の構成に違いはあるものの十分比較にたえうる数量だと思われる。この間の明かな変化は、域内の素材市売市場への出荷比率の増大と、桜井方面の原木市売市場への出荷比率の激減である。この動きは1978年調査の対象の京北町の素材生産業者にもみられるため、単に調査対象の違いによってもたらされたものではない。そして、今回調査対象とはならなかった京北町の他の素材生産業者の多くにも共通する傾向とみて大きな間違いはないだろう。また、桜井市に所在する原木市売市場などの関係者の見方とも一致している。

表7 素材生産業者の素材出荷先別材積

(単位：m³，%)

		年間素材		出 荷 地 域			
		販売量	府内	奈良県	三重県	その他	
1978年調査	計	37958	15211	18337	2352	2058	
	(構成比)	100.0	40.1	48.3	6.2	5.4	
1989年調査	計	38460	30170	2640	3060	2590	
	(構成比)	100.0	78.4	6.9	8.0	6.7	

資料：1978年の数値は林野庁「地域林政推進調査報告書」からの引用。悉皆調査による京北町28素材生産業者のデータである。1989年の数値は北桑木材センターの主力出荷者である7素材生産業者からの聞き取り調査結果により作成。いずれの業者も京北町周辺を活動拠点としている。

(2) 素材生産業者にみられる経営行動の変化の要因

前節では最近の素材生産業者の経営行動とその変化をみてきたが、立木仕入れ地域は素材生産規模が拡大しているにも拘らず地域内へ収斂する傾向をみせており、素材販売地域も地元の比重が著しく高まっていることをみた。つまり地域内集荷・地域内出荷型の素材流通形態をとるのであるが、この要因をまず素材販売面から考察する。

今回対象にした素材生産業者のうち、府外への素材出荷がみられる3業者の出荷伝票から、京都府南部、奈良県、三重県への出荷材の内訳をみたものが表8である。まず出荷素材の径級からみると、三重県へは小丸太(本売り扱いの素材も殆ど小丸太である)を中心に出荷されていること、これに対して奈良県への出荷材は20cm以上の径級のものが中心で、一本で一極を構成するものが多い(これは競り売りで吟味の対象になる良質材であることを意味する)ことが分かる。また各市場への出荷材の平均価格を京都の原木市売市場への出荷素材を基準としてみると、バラツキはあるものの、スギ・ヒノキとも奈良県出荷材は5割から2倍も高く、三重県への出荷材は3

表8 地域別出荷樹材種構成

府県	本売分 (本)	樹種	m³売り分 径級構成 (本数比)							計	注 1)				
			構成比 注 1)	7-9 (%)	10-13 (%)	14-18 (%)	20-24 (%)	26-28 (%)	30- (%)		概平均本数 (本/概)	材積比 (指数)	m³平均単価 (千円)	m³平均単価 (指数)	
京都	2,900	スギ	66	10	23	35	18	7	7	100	5.0	100	68	39	100
		ヒノキ	24	10	30	38	15	4	3	100	2.7	100	21	121	100
奈良	100	スギ	69	0	4	43	27	11	15	100	2.9	58	67	53	136
		ヒノキ	25	0	4	38	34	14	10	100	1.8	64	23	249	205
三重	4,400	スギ	64	5	24	39	21	6	4	100	7.6	151	75	30	77
		ヒノキ	30	11	40	40	7	1	0	100	6.3	229	20	65	53

資料：府内3素材生産業者の原木市売市場売上伝票から作成。

注1) スギ、ヒノキとも3, 4, 6m以外の長級の素材は除外した。したがって合計は必ずしも100%にならない。

割から5割低い。すなわち、奈良市場が京都市場と比べて平均的に良質な素材を出荷する市場と位置づけられるのに対し、三重市場は京都市場の平均価格を下回る価格の材が出荷されているのである。府外市場に出荷される素材は必ずしも良質ではなく、京都市場では価格の形成されにくい材が、良質材であろうといわゆる一般材であろうと府外市場に出荷されていると推測される。したがって、現在でも素材の選別出荷は何らかのメリットを持つものと考えることができよう。

ではなぜ、府外への出荷は大きく減少しているのだろうか。前掲「林業動態調査報告書1985年」から、近畿の1000m³以上の規模階層の業者の労働力雇用状態をみると、1業者平均15.5人を擁している。一方聞き取り対象業者についてみると、100%請負せ形態をとる2業者を除く7業者の平均は14.7人であり、それほどの違いをみせない。しかしその内実においては、雇用の拡大を図ろうにもそれが難しいどころか、雇用を維持することすら困難な労働力事情がうかがわれる。雇用労働者の平均年齢(表5参照)から簡単に察しがつくように、高齢化が著しい。5年後の労働力確保のメドがまったく立たない素材生産業者は数業者を数え、労働力確保のため共同化を図る業者も現れている。つまり、素材生産業者の経営においての問題は、もはや業者間の競合をとまなう森林資源の不足ではなく、自らの経営維持にかかわる人的資源の欠乏なのである。このことは素材選別仕訳労働力の不足をもたらし、また出荷市場の選択において、府外出荷の減少→府外市場の情報欠落→府外出荷の減少、という循環を創り出している。

一方、立木入手面については、労働力不足や高齢化に伴って広域集荷は実現不可能になると推測される。しかし、素材生産業者にとって立木確保が困難になるといった問題に直面している様子は見受けられない。まず、地域内山林所有者との旧来からの安定した顧客関係は維持されている。しかも、山林所有者側の立木販売回数は減少しているものの、素材生産業者の淘汰(立木市場からの撤退)が進んでいるため、現存する素材生産業者にとってみれば立木仕入れ競争は厳しくない。むしろ、これまで多くの素材生産業者が維持してきた顧客関係が崩れ、相手からの取引持込みが増える傾向が強いとすらいわれている。こうした状態において、わざわざ立木の集荷域を域外に拡大するだけの経営上のメリットは少ない。さらに経営の内部に注目すると、素材生産業者自身、労働力の点でその余力をもたない。また最近入札による立木仕入を増加させている業者が存在するが、それは競争力が強化されたためではなく、立木仕入れに関する情報収集能力の低下が最大の理由だと言う。立木仕入れは素材生産業経営における最も本質的かつ最重要な要素であり、この事実、高齢化の問題が労働者に限定されるのではなく、経営者自身にとって

も深刻化していることを示している。

以上のように、広域集荷、広域出荷が行われなくなった最大の要因は労働力問題であると考えられる。その他聞き取り調査の中からは、森林資源上の問題としてまとまった量の良質材（高価格材）生産が困難になってきたことを挙げる業者が多く存在した。これは素材生産業の経営上、素材仕訳労働力の不足とあいまって、良質材の単位生産量当りの伐出コストが上昇していることを意味する。また、運賃の上昇・輸送量の減少・交通事情の悪化などによる運送コストの上昇、第3章でみた京都の原木市売市場への桜井製材業者や、奈良、三重県の素材市売市場に転売する業者の参入、それに伴う市場間価格差の縮小などにより、以前と比較して府外出荷によって利益を揚げられる部分が狭まっていること、なども要因の一つであろう。これらは相互に関係しあい、素材生産業者の経営行動を律していると思われる。しかし、労働者および経営者の両方に及んでいる労働力不足・高齢化の問題が、経営の利益獲得の源泉である情報収集活動を大きく後退させ、素材の販売行動にも大きな支障を与えてきたのである。

ただ最近では、地元出荷が素材生産業者にとって必ずしも経営的にマイナスとはいえないようである。先に市場間の価格差は縮小傾向にあると述べたが、これは北桑木材センターを中心とした原木市売市場の経営努力（例えば府外の製材業者を買方として呼ぶとか。ただし良質材が大量に出材された場合などは桜井の製材業者の買い手市場となり、競り値が伸び悩むなどの問題はある）によるものであり、さらに北桑木材センターでは、素材出荷を奨励するために、素材生産業者に対して出荷量に応じた歩戻しも行われている。素材生産業者にとって素材の選別出荷による利益獲得は困難になりつつある。しかし、これらの市場側の経営努力の結果、素材生産業者は地元へ素材を出荷し、原木市売市場がこれを府内外の製材へ販売するという原木市売市場との分業体制が成立していると考えられる。そしてこの体制の中で、素材生産業者にとって新たな利潤の源泉が生み出されていると推測される。

6章 まとめおよび残された課題

本論文では、原木市売市場を中心とした素材供給と素材需要の両面の分析を通じて、京都府南部の素材市場の構造分析を行った。まず、素材供給側からみると、近年労働力の不足と高齢化を最大の理由に、地元京都が素材出荷先として急速に重要になってきている。つまり、素材の選別・市場選択によって利潤を得ることが困難になっているのであり、今日の素材生産業者の経営は、地元の原木市売市場の経営に大きく左右されることになる。このような視点から最近の原木市売市場の経営行動をみると、京都府の製材業者だけでは素材仕入れ量に限界があるため、府外の製材業者（例えばスギ一般材専門製材業者やヒノキ最良質材専門製材業者）の市場への参入を促し新たな需要を創出するなど、価格形成と市場拡大のための努力を払っている。素材生産業者の経営にとってみれば、原木市売市場が素材の仕訳・選別・販売機能を担うことによって、素材販売に係わる情報収集のためのコストを負担せずに済むのであり、両者の分業体制が成立していると考えられる。つまり、地元で立木を仕入れ地元に出荷する地域密着型の素材生産経営への転換の根拠が示されている。

一方、京都市場における素材需要は、京都府製材業者と府外製材業者および転売業者によって形成されている。京都市場においては、京都府製材業者の購入量だけでは素材の需給バランスがとれず、府外からの需要を必要としたのである。需給の不均衡が最も顕著に現れていたのはスギ材であった。京都府製材業の中では卸売型製材など3、4社で比較的まとまったスギ材需要がみ

られ、また小売型製材による小口仕入れも多くみられるが、府内市場での流通材の過半を占めるスギ材の消費先としては甚だ不十分である。そのため、スギの一般材について、原木市売市場の経営努力などにより府外の大型製材業者の買方の参入がみられる。またスギ高価格材に対する京都府製材業者の購買力は全く弱く、転売業者が大部分を仕入れている。ヒノキ一般材は京都府製材業にとってやはり供給過剰となっており、転売業者などの参入がみられる。ヒノキ高価格材については府内の小売型製材に加え市売型製材数社も仕入れており、京都府製材業者の価格競争力も強い。しかし、桜井の製材業者が集成材フリッチ生産を背景にきわめて強い価格競争力を有しており、ヒノキ良質中目材の最大の買方となっている。また、スギ・ヒノキ小径木についても、府外の製材業者が大部分を仕入れている。

このように、樹材種によっては京都府製材業者の競争力は全く弱く、府外の大型製材業者あるいは転売業者は、高い価格水準での競争をせずに京都市場での素材仕入れが可能となっている。京都府と府外の製材業者の競争力の差を生んだのは、両者の生産構造の差であった。つまり、京都府製材経営では利潤を揚げることできぬ価格水準でも、府外の製材経営は利潤を揚げうるのである。この根拠となるのが規模の経済性であり、経営の多角化であり、産地の集積のメリットであった。比較的大規模な消費市場を背後に控える京都府の製材経営が地場を主要な販路とし、少量多規格生産の受注生産に応じるのはむしろ当然である。しかし、それ故に京都府製材経営にとって量産化を図るための製材設備投資を行う動機は生まれにくい。対象地域の素材生産業者は、府外の製材業者の存在によって安定経営が可能なのであり、このような市場構造を成立させているのが京都の原木市売市場なのである。

今回の研究は、現在の京都市場で原木市売市場を中心に素材流通の組織化が進んでいることを明らかにした。しかし、このことは生産された素材の流通機構が整備されたことを示すに過ぎず、今後の林業生産の維持あるいは拡大ということを検討するためには、現在の素材流通構造が素材生産体制に及ぼしている影響、つまり素材生産経営の山側（立木入手）への対応面の分析が必要となる。視点を山側に移しながら、素材生産経営の行動を中心とした素材生産構造の分析が、次の課題である。

引用文献および参考資料

- 1) 日本林業協会：林業白書（平成54年度）pp40, 1980
- 2) 赤井英夫：木材需給の動向とわが国の林業, 1980
- 3) 野村 勇：国産材の生きる道 林業技術 no. 461 pp 2～6, 1980；赤井氏の“並材重視の供給シテム”論への再批判 林業技術 no. 468 pp 2～6, 1981
- 4) 熊崎 実：林業経営読本, 1989
- 5) 村尾行一：育林の生産構造, 1969
- 6) 坂野上なお：京都産スギ・ヒノキ製品の流通分析：第百二回日林論 未刊
- 7) 北川 泉：素材生産業者の経済構造, 1984
- 8) 小池正雄：林業労働の研究 pp71, 1988
- 9) 京都府：地域林政推進調査報告書 pp31～36, 1979
- 10) 京都府：地域林政推進調査報告書 pp83～97, 1979

Résumé

This study examines the structure of the log market in the Kyoto area by analyzing the business

activities both of log-suppliers and log-buyers.

The results are as follows:

① There are many problems on the log producers of the local area. Large problems are the decrease of wakers, the tendency to grow old of workers and also the decrease of the number of log-producers. However, at present, they still have produced sufficient logs in the local area to supply the needs of the Kyoto and Nara and other area.

② The ability of the log auction market to both acquire logs and distribute logs is now increasing. Furthermore, the log distribution process has been more specialized.

③ Log-buyers consist mainly of local sawmillers and sawmillers in Nara area. The former is large in number and purchase various logs, but they usually purchase in small lots. On the other hand, the latter is small in number and purchase limited ranges of logs regularly. They are indispensable as buyers of the logs produced in the Kyoto area.

The volume of logs produced in the Kitakuwata district, Kyoto prefecture, has remained stable, while the general nationwide trend has been steady decline in production. The stable, local production is the result of the local marketing system mentioned above.