

道産合板の市場構造

西村 勝美

はじめに

本道の合板工業は、典型的な資源立地型の輸出工業として北海道の産業経済発展の一翼を担ってきたが、その成長発展の根底には昭和20年代後半からの対米輸出振興策が支えとなってきた。もちろんその過程には、米国経済の景気動向に直接、間接な影響を受けて輸出量・価格の変動を伴い、かつ不況期における幾度かの輸出調整策を経験したが、傾向的には米国市場の需要拡大に支えられて推移したといえる。また一方では、国内経済の高成長に伴った内需の持続的な拡大をも見逃がしえない。

しかしここ数年来、内外市場への競合・代替品の進出は道材合板の相対的的需要減を招来し、またこれに伴う需要の構造的な変化、価格変動の激化 さらには国際通貨情勢の変化など、市場面の不安定要因が顕在化している。ここでは、かような市場構造の変化を、既稿した「合板工業の構造的変化」（本誌1974年1月号収録）との関連から、特に50年代以降に視点を据えて特徴的に述べることにする。なお、本稿は既稿の内容と同様に、第6回日本木材学会北海道支部大会の報告に若干加筆したものである。

1. 合板の海外市場

道産合板をその材種と出荷構成から大別すれば、輸出向を大宗とした道材合板と、内需向の外材合板となるが、後者は40年前後に生産が開始され、以降、専門工場の稼働と既存工場での外材合板生産によって急速な伸びを示してきた。したがって北海道の合板工業が本格的な発展段階に入った30年代前半からそれ以降、40年代初頭までは第1表のように総出荷量の60%前後が輸出向となって展開したが、40年代の輸出割合は相対的に減少を示している。また輸出量動向を第2表からみれば、30年代が比較的好況下で推移しているのに

第1表 道産普通合板の出荷量

年度	出荷量 (万m ²)	仕向先別構成比 (%)		
		道内 向	移 出 向	輸 出 向
30	1,426	69.6	8.2	22.2
31	2,096	54.8	21.2	24.0
32	2,437	33.4	17.5	49.1
33	2,678	22.3	18.4	59.3
34	3,197	16.6	13.4	70.0
35	3,317	27.8	19.7	52.5
36	4,072	30.9	18.0	51.1
37	4,468	10.4	22.9	66.7
38	4,965	9.7	23.7	66.6
39	5,897	22.9	15.5	61.6
40	5,684	15.7	17.0	67.3
41	7,739	18.1	30.6	51.3
42	7,906	14.2	30.1	55.7
43	9,328	10.6	25.6	63.8
44	10,027	20.2	29.4	50.4
45	11,054	26.3	32.0	41.7
46	13,218	33.0	21.4	45.6
47	13,200	33.7	24.9	41.4

- 注) 1. 30～34年度は北海道林業統計（道林務部）による。
 2. 35～40年度は北海道における合板業の現況（昭和39, 41年, 道林務部刊）による。
 3. 41～47年度は合・単板, 二次加工合板工場動態調査（道林務部）の個表による。
 4. 仕向先別構成比は、出荷総量を100.0%としている。
 5. 出荷量は4mm換算面積。

対して、40年代には絶対量的にも低迷傾向にある。かかる動向は、後述で明らかにされるが、仕向国経済の景気動向と密接な関連を保ってきているわけである。

道材合板の輸出先は、これまでドル、ポンド地域の10数カ国に及んでいるが、数量的には90%前後の比重で米国市場を対象としている。その意味では、輸出向を中心とした本道の合板工業は、米国経済に従属して展開したといえよう。

上記内容を具体化するため、35～47年度の対米輸出量と米国のGNP（国民総生産額）の相関分析を行えば、そこに相関係数0.96, 決定係数0.93と極めて密接な関連を保ってきたのが明示される。この結果をもとに第2表にみる35～36 - 40～41, 44～47年度の各輸出不振期を検討すると、これらの各期間はともに経済

成長率が停滞、もしくは下降を辿る時期にあるのが認められる。特に44年以降の慢性的な輸出不振は、米国経済のインフレ不況と、その後引き続きドル防衛政策、なかならず国際通貨情勢の激変に大きく起因している。

また上記期間の輸出量と民間住宅着工量の相関分析を試みれば、相関係数0.46、決定係数0.21と表わされ、両者間に直裁的な関係が明示されない。すなわち対米輸出量は、住宅着工動向にも影響を受けるが、むしろ住宅以外の建築投資、家具・調度品開拓などの需要動向などに大きく左右されてきたことを意味している。この傾向は、その計測値を省略するが、期間別の相関分析結果からいえば40年代以降により明確化され、そこに道材合板需要の構造的な変化がうかがえるのである。なお需要面での考察は後述するので、ここではその指摘のみに止めておく。

ともあれ対米輸出量が住宅着工量と直接的な関係を示さないことは下記内容からも端的に理解しえよう。すなわち米国の年間住宅着工量は、過去10数年来150万戸前後で推移し、200万戸台となるのが46年以降である。しかし輸出量はこの間、若干の年変動を伴うものの着実な増加を示してきたのである。

ところで米国市場での道材合板のシェアだが、上記のごとく輸出量は増加傾向にあったとはいえ、過去10数年間の最高時点でも全需要量の5%に満たないものである。いまここで米国市場での道材合板の位置を概略述べておこう。

米国の合板消費量（1971年）は約260億 ft^2 と推定され、広葉樹合板が30%、針葉樹合板が70%の構成である。また後者はほぼ国内生産で充当されるのに対して、約80億 ft^2 の広葉樹合板は、その約70%が輸入依存で、その10数%を日本が占めている。そして日本からの輸入量のうち道材合板が60数%に相当し、結果として米国市場でのシェアは僅かに1%強に過ぎないことになる。しかしその商品的価値は高く、既述のように米国の経済動向に左右されながらも一定の需要量を確保してきたのである。なお米国の輸入広葉樹合板に占める我が国のシェアは、1960年頃までは約70%

を占めていたが、以降、韓国、台湾、フィリッピンなどの発展途上国の抬頭によって1965年には約40%、1970年には約15%と激減を辿ってきた点を付言しておく。

以上の位置にある道材合板の需要先は、30年代までは家具を含むキャビネット関係、モビール・ホーム、ドアの3部門へ各々30%前後、ウォール・パネル用へ数10%が使用されてきた。しかし40年代以降には、住宅建築構造が従来の1戸建中心から集合住宅、工場生産住宅へ移行するとともに、各需要分野で多種多様な競合、代替品が急速に使用され、道材合板の相対的な需要減少と需要構成の変化が進行してきた。特にモビール・ホームの内装材は、ラワンを台板とした二次加工合板に代替され、現在では高級ホームの1部に使用されているに過ぎない。また比較的安定していたドア関係にあつては、道材とそれ以外の異樹種、異色の組み合わせ合板が出現しているといわれる。

上記と関連して最近における厚さ別合板の輸出動向を調査結果から要約してみよう。すなわち一般住宅向の内装用が中心となる薄物合板（3.3%未満）が漸次増加しているのに対して、中高級住宅向の内装用や、ドア、モビール・ホームなどに向けられる中厚物合板（3.3~6.3%）が相対的に減退してきている。また家具・調度品向としての厚物合板およびランバーコア合板、二次加工合板はほぼ横ばいの輸出割合である。かかる傾向はとりも直さず前述した需要構成の変化に規定されたものとみられよう。さらに第2表をもとに樹種別変化をみれば、30年代の輸出合板の主流をなしたセン合板から、漸次その中心をカバ合板におきながら樹種の多様化が進行している。

以上輸出量との関連で若干の考察を行ってきたが、米国市場での道材合板はそのブランドもほぼ確立しているため、将来とも一足の需要領を確保して展開すると思われる。しかし発展途上国の急速な追い上げ、特に二次加工合板の生産が軌道に乗るに伴い、米国市場でのシェア獲得競走はさらに激化するものと予想される。

本節の最後に輸出合板の市況について若干ふれてお

道産合板の市場構造

第2表 道産輸出合板の仕向国別・樹種別出荷量（普通合板）

年度	仕向国別構成比(%)				輸出量 (万平方 方尺)	樹種別構成比(%)				
	アメリカ	カナダ	イギリス	その他		セン	カバ	シナ	ナラ	その他
30	85.5	—	10.6	3.9	6,370	55.0	25.3	16.7	2.4	0.6
31	95.7	0.2	2.6	1.5	11,368	68.4	20.9	8.1	1.1	1.5
32	94.4	0.5	3.5	1.6	12,844	66.1	19.0	11.6	1.9	1.4
33	94.7	1.1	3.2	1.0	17,092	69.7	17.2	9.1	← 4.0 →	
34	93.3	2.2	3.2	1.3	22,366	67.7	21.7	5.2	← 5.4 →	
35	89.2	1.1	6.7	3.0	25,165	56.3	31.4	6.9	1.2	4.2
36	94.7	2.1	1.9	1.3	25,396	63.8	26.5	6.0	1.1	2.6
37	97.3	1.5	0.6	0.6	30,791	69.0	22.8	5.0	1.1	2.1
38	97.5	1.6	0.3	0.6	35,777	54.4	23.8	10.9	5.2	5.7
39	97.4	1.3	0.8	0.5	40,296	47.8	33.1	12.3	4.7	2.1
40	96.2	2.1	1.1	0.6	42,941	40.1	41.6	10.9	4.3	3.1
41	94.6	3.7	1.2	0.5	40,564	37.5	41.9	11.6	3.4	5.6
42	90.3	9.3	0.3	0.1	48,941	40.0	42.4	10.7	2.1	4.8
43	95.4	4.0	0.5	0.1	67,486	34.3	42.7	14.6	3.1	5.3
44	95.7	3.9	0.2	0.2	55,927	27.4	51.3	9.1	5.0	7.2
45	96.7	2.8	0.2	0.3	49,405	29.3	48.5	8.0	5.1	9.1
46	96.8	2.9	0.1	0.2	57,268	34.8	44.7	10.3	3.6	6.6
47	97.0	2.7	0.2	0.1	57,220	34.2	43.9	11.8	4.8	5.3

注) 1. 30～38年度は第1表の作成資料 注) 1, 2によるが, 35年度以降の
原資料は北海道合板工業組合調である。
2. 39～47年度は北海道合板工業組合資料による。
3. 構成比は輸出量(検査数量)を100.0%としている。
4. 輸出量は4mm換算面積。

第3表 合板・原木価格の推移(昭和39年1～12月=100)

年 期	セン		カバ		シナ		年 期	セン		カバ		シナ	
	合板	原木	合板	原木	合板	原木		合板	原木	合板	原木	合板	原木
38. 下	101	88	97	102	101	90	43. 下	93	101	95	112	117	127
39. 上	108	103	101	107	102	99	44. 上	101	172	89	117	119	190
下	91	97	100	93	98	101	下	78	117	76	113	113	138
40. 上	74	97	95	109	97	110	45. 上	94	110	81	115	115	137
下	74	89	95	113	96	113	下	83	110	76	115	98	120
41. 上	88	90	97	119	96	116	46. 上	107	109	91	109	109	124
下	86	92	91	127	99	122	下	85	102	80	102	101	121
42. 上	84	81	93	120	99	114	47. 上	93	105	83	102	113	140
下	88	79	97	119	103	112	下	99	125	89	208	125	159
43. 上	90	91	96	109	114	118	48. 上	124	181	108	230	179	246

注) 1. セン・カバ合板はDアーサイズでF.O.B 価格とし, シナ合板は
4 m/m, 3×6 尺で東京市場着値である。39年平均価格は, セン合
板=28.1円/ft², カバ合板=34.0円/ft², シナ合板=377.5円/枚
である。
2. シナ原木は径30～38cm, セン及びカバ(マカバ)は径40～48cm,
ともに長さ2.4m上, Ⅰ等材とし, 旭川市場価格である。39年平均
価格は, セン=10,450円/m³, カバ=18,750円/m³, シナ7,525円
/m³である。
3. 合板価格は北海道合板工業組合資料, 原木価格は道林務部資料に
よる。

く。第3表は主要な道材合板と合板用原木の価格動向を示したものである。表示のごとく原木価格の伸びは常に合板価格のそれを上まわっているが、その過程でもたらされた企業経営上の諸問題は既に前報で明らかにした通りである。ともあれ40年代の輸出合板価格は

ごく最近まで低迷を続けてきたし、またそのもとでの価格変動は、数量動向とほぼ類似した傾向を示してきたのが知られよう。しかもその価格変動は、特にセン合板に敏感に反映している。これはセン合板が米国市場では特異な樹種の合板であり、かつその需要先が中高級部門であるため、景気下降期にはいち早く代替品へ転換されるからでもある。

また樹種別合板の価格変動を詳細に検討すると、そこにセン輸出合板の市況が他樹種の輸出合板および道材の内需合板のそれを主導してきていることが理解しえる。つまりこれは道材合板が輸出偏重の出荷体制にあるため、

輸出市況が直接内需へ反映することを物語っている。すなわち輸出の好況期には内需への供給が減少し、その市況も上向きとなるが、不況期には国内市場へ集中出荷がみられ市況の低迷をもたらすことになる。

2. 合板の国内市場

道産合板の国内向出荷量は、47年度で約9千万m²(4%換算)で、うち外材(ラワン)合板が55%、道材合板が45%の構成となっている。既述のように外材合板の道内生産は40年代に入って急増したもので、従来までの道内需要はほぼ全面的に移入に依存してきた。しかしそれ以降にあっては、その数量は明確化しえないが相当量を移入に依存している。ともあれ通産のラワン合板は、これまで2.5～2.7m/mの薄物を中心とした一般の内装用が

約60%、コンクリートパネル用に15%、フロア合板用に25%が向けられているが、特に近年では、内装用中心の需要形態から構造用、外装用としての需要増が推測される。内需向の道材合板は、輸出動向に左右され数量的に

は変動を伴ってきたが、第4表のごとく、過去10数年来、東京、大阪、名古屋などの大消費地市場を中心とし、道内市場へはほぼ20%の出荷割合で推移している。しかしごく最近では、上記大消費地市場が相対的に低下をみせているのに対して、東北、北陸を含めた地方市場の拡大傾向が知られる。

また内需向の樹種は、圧倒的な比重でシナ合板であるが、種類別との関連からいえば、大消費地市場へは中高級家具・調度品の資材、内装用などとして一般的なサイズが中心である。これに対して近年その需要増が目目される地方市場では、高級塗物家具、仏壇、玩具などの加

工資材としてトモシン合板、ランバーコア合板の特殊サイズを中心としている。しかし以上のような需要部門も、これまでの内需向に対する供給の不安定という要因のほか、外材合板を台板とする代替品、合成樹脂・金属製品などの急激な市場進出によって、需要の不安定性を顕在化させている。

ところでこうした内需合板の流通経路だが、調査結果に基づくと、道内市場へはメーカーから商社、そして販売店に至る形態が、本州市場へはメーカーから商社ないし建材問屋へ、そして販売店へ至る形態が主流をなしている。このように商社がメーカーの直接的な取引先として重要な位置にあるが、これはもちろん、輸出合板の取引との関連をもつものの、むしろ合板中芯用としてのラワン原木を安定的に入手するという側面に大きく規定されている。すなわち合板流通面における商社資本の介入は、中芯用原木の道材から外材への樹種対換、そしてその消費拡大に関連し、40年代以降に確立した取引形態であるといえる。なお輸出合板の商社扱いは、これまで年間輸出量の約60%が大手5社の総分商社によって取扱われ、残りが大小15社前後となっている。さらにメーカーの取引商社は、40年代以降、ほぼ固定的であり、そこに取引関係を基底とした系列化の存在を認めることができるが、この面に

第4表 道材内合板の仕向先別・種類別・樹種別出荷量（普通合板）

年度	出荷量 (万m ²)	仕向先別構成比(%)						種類構成比(%)			樹種別構成比(%)			
		道内	道外市場					一 般	特 殊	ラ コ ン パ リ	シ ナ	セ ン	カ バ	他 道 材
			東京	大阪	名古屋	その他	小計							
35	1,313	21	45	23	5	6	79	(不明)		71	12	7	10	
36	1,302	22	44	23	6	5	78	← 86 →	14	74	11	6	9	
37	1,357	18	44	24	9	5	82	69	18	13	78	9	7	
38	1,359	20	42	22	9	7	80	62	24	14	75	11	6	
39	1,645	20	43	18	9	10	80	65	21	14	82	9	5	
40	1,350	21	36	21	11	11	79	67	23	10	80	9	5	
41	2,312	20	43	18	10	9	80	72	20	8	88	4	4	
42	1,933	21	39	21	9	10	79	69	22	9	82	3	6	
43	2,231	15	39	22	12	2	75	72	22	6	87	4	4	
44	2,649	22	33	20	13	12	78	67	27	6	83	4	4	
45	2,541	18	33	23	11	5	72	60	33	7	75	3	5	
46	2,950	20	32	20	11	17	80	47	46	7	86	2	4	
47	3,428	21	34	18	9	18	79	43	49	8	86	3	4	

注) 1. 北海道合板工業組合資料により作成。但し樹種別出荷量の41~47年度は合・単板、二次加工合板工場動態調査の個表にもとづいている。
2. 40~43年度の出荷量には外材合板を含んでいる。
3. 出荷量は4mm換算面積。
4. 構成比はすべて出荷総量を100.0%としている。

関しては既報の内容を参考にされたい。

むすび

本報告は、既報でふれた合板工業の構造的変化を大きく規定してきた市場動向について要約してみた。紙数の都合上、考察過程での問題点の指摘を割愛してきたが、これまで対米輸出偏重のもとで現出させてきた市場問題は、海外市場情報の的確な入手、内外市場の潜在的需要の開発、高次加工合板の市場開発、合板の出荷・販売面の組織化など、いづれにおいても未解決な分野が多いことである。内外市場が構造的に大きく変貌してきている今日、目下、実施段階にある構造改善事業も上記側面からの新たな方策と投資が強く望ま

文 献

- 1) 西村勝美：木材工業製品の市場構造に関する研究，第1報，「北海道農林研究」，第39号，道総研，昭和46年3月
- 2) 塚本鶴児：米国市場の動向と日本合板の問題点「林」北海道株協編，1970年3月
- 3) 北海道林産物振興会：米国における日本硬木合板市場について，「調査月報」，1965年4月
- 4) 疎株資協総合対策協議会：「グリーン・エージ」，1968~1973年の合板特集号
- 5) 日本開発銀行：発展途上の追い上げと合板工業，「調査月報」，1968年12月
- 6) 日本開発銀行：米国の主要産業の展望，1968~1972年版
- 7) 日本貿易振興会：合板市場調査報告会資料，昭和43，44年
- 8) 同上北海道支部：海外合板事情研究会資料，昭和48年
- 9) 経済企画庁編：海外経済動向指標1960~1973年各月報

- 北海道立総合経済研究所，第一部林業経済課 -
(原稿受理 49.4.10)