

日本の産地中小企業

—木製家具の需給構造を中心として—

黄 完 晟

はじめに

本稿の課題は、木製家具工業を取り上げ、統計的な検討を行い、その特徴と意義を明らかにすることであるが、本稿ではさしあたり、今後の産地中小企業論研究の足がかりを作ることをめざしている。

地場産業、あるいは産地産業の研究は1970年前後から盛んになってきた。以来、一連の研究の一つの焦点は地場産業、産地の定義の問題にとらわれてきたように思われるが、最近になって、この問題は整理されつつある。つまり、中小企業庁は、地場産業を、「地元資本による中小企業群が一定の地域に集積し、原材料、労働力、技術などの地域内の経営資源を活用し生産、販売活動を行っており、これらを地場産業と呼ぶ」と定義している¹⁾。また、産地、産地産業というものは、「こうした地場産業の中で、同一業種の中小企業群が特定の地域に集積しているものはとくに産地と呼ばれており、市場を広く全国あるいは海外にまで求めた活動を展開している」²⁾と定義している。しかし、産地産業・産地中小企業の存立条件に関する研究は非常に少なく、いまだまとまったものはないといえよう。そこで本稿では、この課題を念頭に置きつつも、それには直接触れず、産地生産の代

表ともいえるようになった木製家具の需給構造について分析していくことにする。

家具工業は、自動車、造船、電気産業のように規模を拡大し、発展する産業ではなかったせいなのか、それについての研究は、量的にも少なく、かつ質的にも家具産業の全体像を描くのにはかなり物足りない感がある。その中で、いまから約20年前の西端敏・国狭武己氏の研究があるが³⁾、この研究は、家具の需給構造の特徴について、需要が伸びる傾向にあり、供給面では特に50人以上の規模に急速な成長が見られ、上位集中が進んでいたことを指摘している。このようなことが1960年代の状況であったとすれば、その後の家具の需給構造は、どのように変化してきたのであろうか。その他の従来の研究は、家具工業の零細性を強調したもの、産地内における分業関係の事実を取り上げたもの、情報化との関連性、デザインの側面から論じたもの、等がある⁴⁾。

ここでは、以上のような研究史を踏まえて、まず世界の家具工業の中における日本の家具工業の位置と特徴を統計的に整理する。次に、日本の家具需給について、需要側の消費者の消費行動と供給側の家具工業の実態の変化を統計的に分析することにする。

註

- 1) 2) (財) 中小企業総合研究機構『地場産業の経営戦略(その1) 木材家具製造業』1993年。中小企業庁『地場産業の再発見—その現状と課題』1981年。1985年、1991年の『中小企業白書』参照。
- 3) 西端敏・国狭武己「九州地区における木製家具製造業に関する分析・調査」九州産業大学『産業経営研究所報』第6号1975年。
- 4) 百瀬恵夫「地場・産地産業に関する研究—家具・インテリア産業の情報化への対応を事例として—」(『明治大学社会科学研究所紀要』第28巻第1号1989年10月)。江口傳「大川市の家具木工業」(久留米大学商学部附属産業経済研究所紀要第21集『筑後川流域圏の経済研究所紀要』1993, 3月)。奥田仁「北海道家具工業の経営と労働」(『北海道経済調査』1991年3月。高木直人「家具」(『九州地場産業の

現状と課題』1988年)その他に、資料的な意味では各産地の組合の資料(歴史と現状)として、例えば、大川家具工業組合、東京家具組合、府中家具工業組合、等多数ある。

2 世界の家具貿易構造

(1) 世界の家具貿易の特徴

1990年における世界の家具の輸入額(部品含む)は305億ドルである¹⁾。これは世界の輸出総額(3兆3900億ドル)²⁾からみると、1%弱の水準である。家具輸入は、1983年の105億ドル、1987年の204億ドルからみると³⁾、80年代に入って急速に伸びていることが窺われる。その以前の家具貿易は、家具がもつ特徴によって少額であったのに対し、1980年代入ってから激増しているのは、家具も国際商品としての位置を高めつつあることの証であるといえる。その理由は運送業の発展、製造法等の発達、その他に内外価格差などがあげられよう。

輸出については、表1、表2にみられるように、アジアはやや増加傾向を示し、ヨーロッパは減少、アメリカは増加傾向を示している。椅子関連製品の場合、ヨーロッパは輸入が50~75%、輸出が70~90%台を占めているが、その地位は低下している。それに対し、アジアは10%前後の比率を占めているものの、増加傾向を示している。その他の木製家具製品では、アジアの輸出は微増傾向に、ヨーロッパの輸出は横ばい、アメリカの輸出入は増加傾向を示している。輸出国は、輸出金額の多い順にイタリア、ドイツ、米国、台湾⁴⁾、フランス、デンマーク、ベルギー、カナダ等であり(表3)、輸出国のほとんどはヨーロッパ諸国とアメリカ、カナダで構成されている。それには生活パターンから見て家具の使い方の類似性、運送の利便性、高い所得水準などの影響があげられる。ここではヨーロッパと

(単位：億ドル，%)

表1 イス及びその他の座席およびその部品

| 年 | 輸 入 | | | | | 輸 出 | | | | | | |
|-------------|------|------|------|------|------|-------|------|------|------|------|------|------|
| | 1981 | 1986 | 1987 | 1988 | 1989 | 1990 | 1981 | 1986 | 1987 | 1988 | 1989 | 1990 |
| 国名 総額 (億ドル) | 38.8 | 41.8 | 53.6 | 63.7 | 86.0 | 103.4 | 26.0 | 36.8 | 46.5 | 58.9 | 65.5 | 85.7 |
| 地 域 別 (%) | | | | | | | | | | | | |
| アフリカ | 1.0 | 1.1 | 0.9 | 0.9 | 0.7 | 0.7 | 0.1 | 0.2 | 0.2 | 0.2 | 0.2 | 0.1 |
| アメリカ | 36.6 | 15.8 | 14.4 | 16.0 | 32.5 | 29.1 | 3.0 | 1.5 | 0.7 | 4.8 | 11.1 | 17.2 |
| アジア | 7.3 | 8.0 | 7.7 | 9.4 | 8.7 | 9.3 | 5.2 | 5.3 | 6.2 | 10.5 | 10.6 | 9.3 |
| ヨーロッパ | 53.5 | 72.8 | 75.0 | 71.7 | 56.3 | 59.6 | 91.5 | 92.7 | 92.7 | 84.2 | 77.9 | 73.1 |
| 米 国 | 35.3 | 14.1 | 12.6 | 9.7 | 26.9 | 23.4 | 27.5 | 28.0 | 28.5 | 27.0 | 25.1 | 22.8 |
| フランス | 11.1 | 16.7 | 16.8 | 15.8 | 11.9 | 12.4 | 19.3 | 23.3 | 23.3 | 19.8 | 18.5 | 17.1 |
| ドイツ | 11.6 | 13.9 | 14.5 | 14.0 | 11.7 | 13.2 | 8.0 | 7.9 | 7.9 | 7.1 | 7.1 | 7.0 |
| オランダ | 6.7 | 7.6 | 7.9 | 7.2 | 5.4 | 5.9 | 8.2 | 6.1 | 6.0 | 5.2 | 4.5 | 4.5 |
| 英 国 | 5.0 | 6.6 | 6.6 | 6.4 | 4.5 | 4.2 | 4.8 | 4.4 | 4.1 | 3.9 | 3.4 | 3.7 |
| ス イ ス | 4.2 | 6.2 | 6.3 | 6.0 | 4.5 | 4.6 | | 0.1 | 0.1 | 4.1 | 5.4 | 8.3 |
| ベルギー | 4.3 | 5.0 | 5.4 | 5.6 | 4.9 | 5.6 | 4.3 | 4.5 | 4.1 | 3.4 | 3.0 | 2.8 |
| 日 本 | 1.4 | 2.7 | 3.4 | 5.1 | 5.1 | 5.5 | 5.5 | 4.5 | 4.0 | 3.3 | 2.7 | 2.2 |
| カナダ | 0.5 | 1.0 | 1.0 | 4.9 | 5.1 | 5.1 | 1.3 | 1.2 | 1.2 | 4.3 | 3.5 | 2.9 |

出典：『国際連合・貿易統計年鑑』1990年版。

(単位：億ドル，%)

表2 木製家具（イス関連除く）

| 年 | 輸 入 | | | | | | 輸 出 | | | | | |
|-------------|--------|------|------|------|------|-------|---------|------|------|------|------|------|
| | 1981 | 1986 | 1987 | 1988 | 1989 | 1990 | 1981 | 1986 | 1987 | 1988 | 1989 | 1990 |
| 国名 総額 (億ドル) | 58.1 | 55.0 | 69.2 | 76.9 | 90.5 | 107.8 | 61.7 | 52.6 | 64.6 | 74.7 | 79.0 | 96.3 |
| 地 域 | アフリカ | 1.6 | 1.6 | 1.6 | 1.6 | 1.4 | アフリカ | 0.3 | 0.4 | 0.6 | 0.6 | 0.3 |
| 域 別 | アメリカ | 5.8 | 17.6 | 15.5 | 14.3 | 21.8 | アメリカ | 2.2 | 2.1 | 5.4 | 6.5 | 6.7 |
| 別 | アジア | 20.7 | 13.9 | 12.2 | 11.2 | 10.4 | アジア | 5.4 | 5.5 | 6.4 | 6.1 | 5.3 |
| (%) | ヨーロッパ | 67.3 | 66.0 | 69.9 | 72.0 | 65.2 | ヨーロッパ | 91.6 | 91.6 | 87.4 | 86.5 | 87.5 |
| 国 | ドイツ | 15.2 | 13.5 | 15.0 | 15.7 | 14.5 | ドイツ | 25.1 | 24.9 | 24.0 | 24.8 | 24.5 |
| 別 | 米 国 | | 13.8 | 12.1 | 10.8 | 18.2 | ドイツ | 21.5 | 21.2 | 20.5 | 20.0 | 19.7 |
| | フランス | 13.5 | 12.1 | 12.2 | 12.4 | 11.1 | フランス | 9.6 | 9.2 | 8.7 | 8.5 | 9.3 |
| | 英 国 | 7.8 | 9.9 | 9.5 | 10.5 | 9.3 | ベルギー | 6.6 | 6.8 | 6.3 | 6.2 | 6.1 |
| | オランダ | 8.1 | 6.6 | 7.3 | 7.6 | 6.7 | フランス | 4.9 | 5.0 | 5.4 | 5.5 | 5.6 |
| | ス イ ス | 4.9 | 6.1 | 6.9 | 7.2 | 6.4 | 英 国 | 5.7 | 5.8 | 4.5 | 4.5 | 4.5 |
| (%) | ベルギー | 6.3 | 4.2 | 4.5 | 4.8 | 4.7 | スウェーデン | 5.8 | 5.5 | 5.0 | 4.1 | 3.8 |
| | オーストリア | 3.5 | 3.9 | 4.2 | 4.0 | 3.7 | ネーデルラント | 3.0 | 3.2 | 3.1 | 3.2 | 3.5 |
| | 日 本 | 2.4 | 3.3 | 4.1 | 3.4 | 3.4 | ユーゴスラビア | 3.0 | 3.0 | 2.7 | 2.7 | 2.6 |
| | ノルウェイ | 2.4 | 4.0 | 3.7 | 3.0 | 2.1 | カナダ | 0.1 | 0.1 | 3.6 | 3.2 | 2.9 |

出典：『国際連合・貿易統計年鑑』1990年版。

アジアの代表的な家具輸出国であるイタリアと台湾について概観してみよう。

まず、イタリアの家具工業はデザインと技術の面で世界の最高の水準にある。イタリアの家具の生産額は1986年には13兆2千億リラ⁵⁾ (約1兆5千億円)であり、その約32%を輸出し、残り約68%を国内で消費している⁶⁾。イタリアはその他の国より輸出比率が高い方である。イタリアでは家具製造に携わっている建築技士出身の専門の技能人力が豊富で、クラシック家具から多様な現代的な家具まで世界家具産業を主導している。日本をはじめアジアの家具産業は、先進的なデザインと技術を有するイタリア家具のデザインを研究し取り入れる努力をしているのが現状である。イタリアの家具製造は300人以下の規模がほとんどであり、部品加工などで小工場間の分業が盛んである⁷⁾。製品は高価、高級品であり、テーブル、椅子、ベッドなどの脚物が中心である。

次に、台湾の家具産業は輸出主導型といえる。つまり、国内家具生産は、26.3億ドル (1987年) で、その内61%に相当する16.1億ドルを輸出した⁸⁾。輸出家具は木材家具が50%以上、籐、竹材が6%、金属材が約33%を占めており⁹⁾、事務用、食堂用、応接用などの脚物が中心である。1987年の輸出先はアメリカが65%、日本が15—18%水準、欧州が8%、オーストラリアが2%である¹⁰⁾。アメリカにおける台湾製家具は、輸入額からみて最大の比重を占めている。主にベッド、ベッドボード、椅子、棚、テーブル、籐家具などが中心である。しかし、アメリカにおける販売は低価格品が中心である。つまり表4にみられるように、アメリカ市場における台湾とイタリアの製品は、椅子16.73ドル対44.32ドル、コーヒーテーブル31.18ドル対88.50ドルであることから窺えるように、イタリアやデンマーク製などが高級品で台湾製の輸出は低価格品を中心に伸びている。

台湾の家具工業は、6,000社余りあって組合などに登録されているのが

表3 家具及び部品の輸入・出表 (1990年) (単位：億ドル)

| 輸出国 | | イタリア | ドイツ | 米国 | フランス | デンマーク | ベルギー | カナダ | オランダ | 英国 | 日本 | タイ | インドネシア | 香港 | フィリピン | 韓国 |
|---------|------|------|-----|------|------|-------|------|------|------|------|-----|-----|--------|-----|-------|-----|
| 輸入国 | 総額 | | | | | | | | | | | | | | | |
| 米 | 55.0 | 5.9 | 2.5 | 19.3 | 17.5 | 13.9 | 13.6 | 13.1 | 10.0 | 10.0 | 4.7 | 3.0 | 2.8 | 2.7 | 2.4 | 2.2 |
| ドイツ | 43.2 | 11.1 | | 0.5 | 2.7 | 4.6 | 2.7 | 0.1 | 3.1 | 1.1 | 0.1 | 0.1 | 0.7 | 0.3 | 1.3 | 0.7 |
| フランス | 34.6 | 13.3 | 5.9 | 0.4 | | 0.6 | 4.9 | | 0.6 | 0.9 | 0.2 | 0.2 | 0.1 | | 0.1 | |
| 英国 | 20.3 | 3.9 | 3.9 | 0.9 | 1.8 | 1.5 | 0.6 | 0.1 | 1.2 | | | | 0.1 | | 0.1 | |
| オランダ | 18.7 | 1.6 | 9.0 | 0.1 | 0.5 | 3.5 | | | | 0.8 | | | 0.2 | | | |
| スイス | 16.3 | 3.4 | 7.1 | | 1.8 | 0.5 | 0.3 | | 0.2 | 0.1 | | | | | | |
| ベルギー | 14.9 | 2.2 | 5.2 | | 2.5 | 0.1 | | | 3.0 | 0.4 | | | | | | |
| 日本 | 14.8 | 1.4 | 1.2 | 2.3 | 0.2 | 0.1 | | | 0.1 | 0.2 | | 1.2 | 1.1 | | 0.1 | 1.2 |
| カナダ | 11.1 | 0.9 | 0.2 | 7.4 | 0.1 | | | | | | 0.1 | | | | | |
| オーストリア | 9.6 | 1.5 | 6.1 | | 0.1 | | | | 0.1 | | 0.1 | | | | | |
| スウェーデン | 8.2 | 0.7 | 1.3 | | | 1.8 | | | 1.9 | 0.3 | | | | | | |
| イタリア | 5.9 | | 1.8 | 0.1 | 1.1 | 0.1 | 0.1 | | 0.1 | 0.3 | | | | | | |
| スペイン | 5.6 | 1.2 | 1.0 | 0.1 | 1.0 | | | | | 0.5 | | | | | | |
| ノルウェー | 5.0 | 0.2 | 0.3 | | 0.1 | 1.6 | | | | 0.1 | | | | | | |
| 香港 | 4.9 | 0.4 | 0.1 | 0.2 | | | | | | 0.1 | 0.2 | 0.1 | | | | 0.1 |
| サウジアラビア | 3.8 | 1.3 | 0.1 | 0.5 | 0.1 | | | | | | | | | | | |

出典：『国際連合・貿易統計年鑑』1990年版。

表4 アメリカにおける輸入家具の単位当りの価格 (単位：ドル)

| 区 分 | ①木製机 | | イス | つくえ | コーヒー卓子 | ベッド |
|-----------|------|------|-------|--------|--------|--------|
| | 1985 | 1988 | | | | |
| イ タ リ ア | 100 | 178 | 44.32 | | 88.50 | 203.68 |
| カ ナ ダ | 281 | 212 | | 245.28 | 71.22 | 97.40 |
| 英 国 | 248 | 155 | | | | |
| デ ン マ ー ク | 72 | 84 | | 79.72 | | 155.84 |
| 韓 国 | 106 | 144 | | | | |
| 台 湾 | 108 | 105 | 16.73 | 105.67 | 31.18 | |
| 日 本 | | | | | | |
| シンガポール | 104 | 111 | | | | |
| 平 均 | 96 | 95 | 23.05 | 106.51 | 35.18 | 74.31 |

出典：①は金承範『韓国家具産業の競争力強化方案』（大韓家具工業協同組合聯合会編刊行，1991年）193頁（元資料；U.S Dept of Commerce）。
その他の資料は同書，207頁（元資料は Furniture/ today，1987年10月19日）。

3,000社余りあり，そのうち80%が中・南部に位置している¹¹⁾。規模は50人以下が83%を占めている。この点は日本と同じ傾向である。特記すべきことは，戦後，アメリカ軍用の洋家具生産が台湾の家具産業の発展の契機となった点である。同じように，日本においても進駐軍用の洋家具の生産が戦後の家具工業の発展に重要な役割を果たしていた。また，台湾の場合，家具工業に関係する教育，研究が充実している。つまり，大学，単科大学，工業高校が35もあり，その他の試験場，各種研究所，家具協会などが多く活動しているのが特徴である。

輸入については，表3にみられるように，輸入金額の多い順に，アメリカ，ドイツ，フランス，英国，オランダ，スイス，ベルギー，日本の順になっている。輸入も同じくヨーロッパが中心になっている。

他方、アメリカは、表3に示しているように、世界一の家具輸入国である。すなわち、1991年には55億ドルも輸入している。これは他の国の輸入額（1991）がドイツ43.2億ドル、フランス34.6億ドル、英国20.3億ドル、オランダ18.7億ドル等であることから（表3）、アメリカの輸入の多さを窺うことができる。輸入製品（1987）は家庭用品が66%と中心になっており、事務用品、その他が34%を占めている¹²⁾。輸入国は台湾31%、カナダ20%、イタリアが10%で、この3カ国で60%強を占めている¹³⁾。そして主要国製品の単位当り輸入価格を見ると、表4のようである。

アメリカの家具市場はその規模が膨大であり、地域別に需要のパターンが異なっている。従って、家具製造も地域市場を中心に形成されている。そのことを補うために、隣接の地域間の流通を支援する代理店制度が進んでいる。つまり、家具代理店は、専門化している販売組織（百貨店、チェーンストア、大型家具専門店、割引販売店等）と製造業とを連結させているのである。アメリカ家具工業の規模は、従業員数が約30万7千人で、そのうち木製家庭用工場に13.8万人、内装製家庭用に10.2万人、また、事務用品に6.8万人で、そのうち木製に2.5万人、非木製に4.3万人が携わっている¹⁴⁾。日本の木製家具工業の従業員は、約11万人であることから見ると、アメリカの木製家具工業の規模の大きさが窺われる。

家具の貿易は、商品自体が嵩ばることから遠隔地の貿易には適していなかった。したがって、ヨーロッパ諸国間の輸出入が中心になっている。ただし、アジアにおいては輸出では台湾、輸入では日本がかなりの比重を占めている。

以上、世界家具貿易の動向について要約すると、次のようである。

1、1980年代の世界家具貿易の特徴は輸出入の額が急増していることである。このことは家具が国際貿易商品としての地位を上げていることを意味

する。

2, 世界の家具貿易は欧米が中心になっている。そのうちで特にイタリア, ドイツ, アメリカが家具産業と貿易の中心である。

3, アジアの家具貿易は欧米に比べかなり低水準であるが, 急速に成長している。

4, 家具貿易において, 木製の家具が中心であり, 製品はテーブル, 椅子, ベットなどの脚物が多い。

(2) アジアにおける家具貿易の地位と特徴

アジアの家具輸入額は世界家具輸入額の約10%を占めている(表1, 表2)。アジアにおける家具の輸入は, 1980年代の前半まで中東の産油国, 香港, シンガポール, 日本などが中心である。そして製品は脚物(椅子, テーブル, ベッド及びその部品)が中心であり, しかも, 欧米からの輸入が多かった。80年代におけるアジアの家具貿易の動向を見ると, 椅子は輸出, 輸入共に増加傾向にあり, その他の製品は減少傾向を示している。欧米製品は, 各輸入国の需要のごく一部を占めていて, 富裕な消費者あるいは公共の場所などに用いられて展示効果をもたらす役割を果たしてきた。

1985年の円高以降, アジアにおける家具貿易の特徴は, 欧州とアジア間の貿易よりアジア内部での貿易の拡大である。日本の場合にも欧州からの家具輸入も増加したが, それよりも東南アジアからの輸入が急増した。それは従来のアジア内部での家具貿易に大きな影響を及ぼし, 構造変化を起こしつつあることの証である。つまり, タイ, アレーシア, インドネシア, フィリピン等からの日本への輸出の増加である。このような変化の要因として1985年の円高以降, 日本の家具製造者, 問屋, 大型専門店などが東南アジアから開発輸入を始めたことをあげることができる。日本からは技術,

機械，デザイン，資本を投資して，現地における原木などの豊富な資源と労働力を利用した形で東南アジアにおける家具産業が急速に拡大してきた。一般的に家具の輸出には，輸出先の消費者のニーズ，好みを熟知していない場合が多くて，輸出は伸び悩むのが一般的であるが，日本の東南アジアからの家具の開発輸入は，その点がクリアーできて，急速に伸びてきた。最近では日本の家具需要の約4%が東南アジアから輸入されているが，今後はもっと増加することはまちがいないと思われる。

欧米への家具輸出は台湾，日本，韓国，インドネシア等が行っているが，前述したように台湾の家具輸出は突出しており，その他の国の家具輸出は1億ドル前後の微々たるものである。今日，アジアの家具輸出先は欧米より，日本，香港，シンガポールなどが中心地域として浮上しつつある。

ここでアジアの主要家具工業国について概観しておくと，以下のようなことが指摘できる。日本の家具工業は産地型家具産業であり，各産地で多数の中小企業と少数の大手（150—600人）が中心になって生産活動が行われている。各産地は，高級品の産地と普及品の産地に区分されていて，いずれの産地も規模が縮小傾向にあり，産地間の競争が激しい。その上，輸入品との競争が加わって一層厳しくなりつつある。

これに対し，韓国の家具産業は1,000人から3,000人規模の超大手の家具製造会社と100人以下の中小の家具製造会社の2本立てで成立している¹⁵⁾。輸出は大工業を中心に米国，中国，香港，日本などへ輸出している。日本への輸出は仏壇等の特殊な物が多く，脚物，箱物などは小額であった。しかし，最近，韓国の大手メーカーによる輸出が増加している。それは，日本の建築会社や百貨店向けの輸出である。

東南アジアの家具産業は輸出型の家具産業が中心になっている。タイとマレーシアは木製家具工業が輸出の中心になっている。それは日本からの

投資によって80年代から急速に発展してきた結果である。家具部品が急増しているのが特徴である。これに対して、インドネシアとフィリピンは籐製品の家具工業が発展し、輸出も籐製のものが中心になっている。

以上、アジアの家具貿易の動向について要約すると、次のようになる。

- 1, アジアにおける家具貿易の動向は、ヨーロッパからの輸入よりアジア内部での貿易へと転換しつつあるといえる。いままでは、欧米から高級家具が主に日本と中東の産油国へ輸出されてきた。しかし、日本が家具の大輸入国として急浮上してきたので、アジアから日本への輸出が拡大しつつある。
- 2, 東南アジアの家具産業の発展が最近の特徴である。それは、日本の家具産業からの投資が集中し、技術、デザイン、販路が確保できたことによる。
- 3, アジアにおける家具の輸出製品は中低価格品が中心である。しかし、品質の面ではかならずしも低級品を意味しない。従って、輸出先の消費市場において新しい需要層を形成しつつあるといえる。

註

- 1) 『国際連合・世界貿易統計年鑑』1991年版, 1212頁。
- 2) 『世界統計年鑑』1990/91年, VOL. 38, 857頁
- 3) 『国際連合・世界貿易統計年鑑』1991年版, 1212頁。
- 4) 金承範「韓国家具産業の競争力強化方案」(大韓家具工業協同組合連合会編刊行, 1991年), 192頁。台湾は国際連合加盟国ではないので、統計に載っていないが、家具輸出の規模から見て輸出国の中に入れた。
- 5) 同上, 215頁, (『世界統計年鑑』1015頁によると, 1リラは0,113円)
- 6) 7) 金承範「前掲」, 215～219頁
- 8) 9) 10) 金承範「前掲」, 204～214頁
- 11) 呉仁植, 金仁中, 朴繁句著『我が国の家具産業の現況と課題』産業研究院, 1987年, 166頁
- 12) 13) 14) 金承範「前掲」, 181～203頁
- 15) 大韓家具工業協同組合連合会編『韓国家具組合名簿』参照。

3 日本の家具需要構造

日本における家具の需給は、表5のようである。国内需要は、1991年に約2兆2千億円で、そのうち、国内生産が95%、輸入が5%である。1986年以降、円高の影響で輸入品が急速に増加してきた。ヨーロッパの製品の輸入は、完成品が中心であり、イタリア（52億円）、アメリカ（25億円）、スペイン（15億円）、英国（19億円）、ドイツ（7億円）の順であるが¹⁾、家具部品はイタリア（7億円）、アメリカ（3億円）、ドイツ（3億円）、スウェーデン（2億円）、の順である²⁾。アジア製品の輸入は、完製品が台湾（96億円）、タイ（55億円）、韓国（38億円）、中国（15億円）、マレーシア（14億円）、インドネシア（9億円）、の順であるが³⁾、部品は、タイ（47億円）、台湾（25億円）、韓国（24億円）、マレーシア（6億円）、イン

表5 木製家具の需給（単位：10億円）

| 区分 | 生産 | 輸入 | 輸出 | 内需合計 |
|------|-------|----|----|-------|
| 1986 | 1,563 | 35 | 9 | 1,589 |
| 1987 | 1,640 | 47 | 5 | 1,682 |
| 1988 | 1,786 | 55 | 7 | 1,834 |
| 1989 | 1,959 | 74 | 4 | 2,044 |
| 1990 | 2,074 | 93 | 5 | 2,162 |
| 1991 | 2,113 | 91 | 5 | 2,199 |

出典：生産は『日本工業統計表（産業編）』，
輸入，輸出は『日本貿易統計月表』より作成。

ドネシア（4億円）の順である4）。アジアからの部品の輸入が多いのが特徴である。

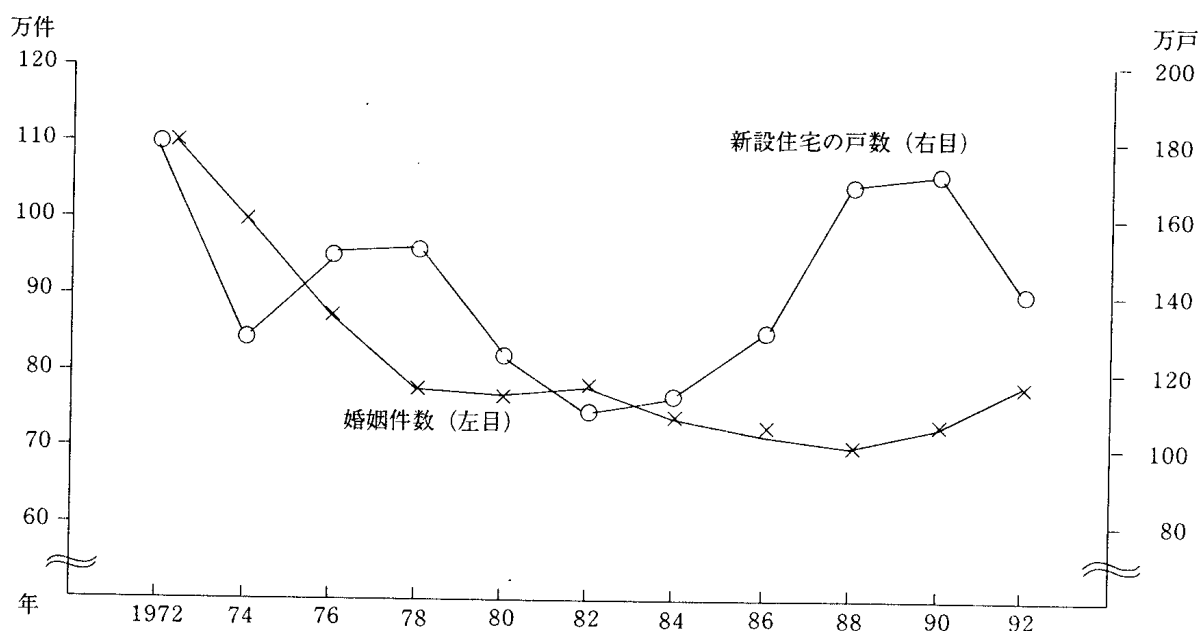
家具の需要構造：家具需要は非常に停滞している。例えば、一般家具に対する1世帯当たりの年間支出は、1975年に12,670円、1988年に14,648円であり5）、伸び悩んである。さらに、この数字は、アメリカ315ドル（1987年：約45,561円）と比べても⁶⁾、かなり低い水準になってある。日本における家具需要の停滞は、家具の保有率が高く、かつライフスタイルやライフステージの変化による需要の増加もほぼ終わり、また、住宅の狭さが制約的な要因として作用しているからであろう。そのような動向の中で、20代や30代の若年層を中心に家具需要が多様化しているのが新しい傾向であるといえる。

家具購入のきっかけは結婚、子供の増加等の生活の変化と住宅建設（新増築）や引越しの場合が多い。

結婚需要は家具需要における最大の比重を占めてきた。ところが、表6のように、結婚は年々減少してきている。したがって、家具の結婚需要の絶対数が減少しているといえる。さらに、従来、結婚需要は7点セット、5点セットとして主に箱物が中心で購入量も多かった。今日では、購入量が減った上、箱物の比率が減り、脚物の比率が上がったパターンになっている。それは、新婚世帯の大部分は都市生活を営んでおり、都市生活の空間的制約性、家具付きアパートなどの増加から家具離れが進んでいるからであろう。今後も、このような傾向はさらに進むと思われる。

住宅建設に伴う家具需要は、最近増えており（表6）、それは収納家具としての需要と据え付け家具としての需要とに分けられる。最近は据え付け家具（建築会社が建築と同時に家具を据え付けるもの）の需要が増加している。その代わりに、増築の場合には収納家具、つまり古い家具との買い

表6 婚姻件数及び新設住宅の件数の推移



出典：建設省『建築統計年報』及び厚生省『人口動態統計』の各年。

替えの需要が増えている。

その他に、基礎的な家具の需要は、子供の増加、引っ越しによる家具購入、入れ物の増加、などがあげられる。

最近の家具需要動向のうち、家具選択権が両親から若者へと移ってきて、若年層の好みや嗜好に合う家具供給が増加している。それに対応して、デザインが多様化し、製品の種類も多様化している。

さらに、木製家具の需要が長期間低迷しているのは、鉄、プラスチック、籐、その他の材料による家具が伸びているからである。この傾向は、所得水準の向上によって木製家具へと需要がシフトしつつあるとはいえ、低価格指向の需要は根強いものがある。特に、事務用の家具は非木製がほとんどを占めていることからみると、木製家具の需要を掘り起こす余地があるといえよう。

家具購入するときに重視する点：消費者が家具を購入するときに重視する点は部屋との調和、大きさ、デザイン、素材、材質などであり、その次に

価格が考慮されている⁷⁾。これは消費者の家具選択基準であるとはいえ、価格面の考慮が優先順位からみて低いというのは価格はどうでもよくて、購入できるということの意味ではない。家具の選択においても若年の消費層では同じ条件であれば、安価な物を選んでいく。それがよく表れているのが輸入家具の増加であり、高級品より低価格品の販売の好調である。つまり、家具は基本的に機能の面、価格の面、次に上記したことが考慮されているとみるのが合理的な視角である。また、収納家具等の耐久年数の長いものには素材や耐久性を重視しており、リビング家具は色や柄が、ダイニング家具は使いやすさが重視されている。年齢別には20代のブランド志向が特徴的であり、所得においては高所得層ほど素材や耐久性（高級品）にこだわっている⁸⁾。

家具に関する情報源：消費者の家具に関する情報源として、家具専門店で実物を見ることや店員の話が50%と最も高く、次に百貨店やスーパー等の大型小売店で、実物を見ることや店員の話が44%となっており、この二つの情報源が中心であり、これを補う形で、新聞広告や新聞折込、雑誌、メーカーのカタログなどである⁹⁾。このパターンに慣れているのは40代以上が多く、その以下の若年層では、情報源が多用化していて、テレビを通じてカタログ雑誌などが相対的に多い。いずれにせよ、専門店をよく利用している。専門店へよくいく理由は品揃えが豊富、邪魔されなくゆっくり見られる、価格が適切で近所にある、アフタサービスが良いことなどをあげている。年齢別には30、40、50代が多い。これに対し、百貨店は10、20代が多いのが特徴である。要するに、家具の新しい需要を掘り起こすのには、消費者への広告・宣伝等を一層工夫する必要がある。

家具の保有状況：家具の保有状況について、中小企業『需要動向調査報告書（その4 木製家具）』1989年を通じてみると、食器棚・水屋89.5%、食

堂テーブル70%，洋・整理ダンス80%，本棚72.2%，和ダンス65.5%，ダイニングセット67.5%，等と普及率が高いのに対し、ベッド40%，リビング・応接セット34.3，ソファ40.5%，等は相対的に低い水準を示している¹⁰⁾。このような保有状況は家具需要の停滞性を示すものでもある。また、1985年の同調査と比べて、ダンス類（85%）の比率がやや落ちていて、本棚（55%）、食器棚類（72%）、ベッド（34%）、ダイニングセット（54%）、リビングセット（40%）等の脚物類の比率が上昇している¹¹⁾。この間の家具需要の伸びも脚物の方が大きかったことを示している。かつ、今後の家具の潜在的な需要はどの方向へいくのかの需要予測についても参考になるであろう。

家具の潜在需要：かなり高い家具の保有率からも示唆されることであるが、アンケート調査からも、家具の需要者はほしい家具がないことが明らかになっている¹²⁾。その理由は必要な家具が揃っているのが最も多く、次は部屋が狭くなったため、置く場所がないなど新しい家具への需要の限界を示している。しかし、家具の使われ方は、空間を有効利用する収納への指向が強いこと、家具の本来の用途とは異なって他の多様な用途として兼用したいこと、若い世代を中心にフロアライフ志向が強いことがあるので、このような条件を満たすような家具作り、つまり需要の発掘が要求される。

実際において最近(1989年)購入した家具は、タンスなどの収納家具20%、子供部屋の学習机やベッド16%、リビング用のテーブルやソファ14%、ダイニング用のテーブルや椅子12%等になっている¹³⁾。もし予算が許せばという前提のもとで購入希望が多かった家具は、ユニット家具、食器棚、応接・リビングセット、寝室、ダイニングの順であり¹⁴⁾、かつこの種類の潜在需要も大きいことを意味しているのである。購入を仮定した場合の予算は、婚礼セットが74万円、ユニット家具と応接セットが25万円、その他

のダンスや脚物の家具は10万円前後の水準であった¹⁵⁾。

生産者側からみた市場構造の変化と対応：1985年の円高・バブル経済の進行以来、都市の家具需要は高級化と共に多様化してきた。これに対応して製品のデザイン、作り方、カラー、材料などの多様化と高級化で応えてきた。そこには、生産者側のコスト上昇の問題が生み出されている。

流通側からみた市場構造の変化と対応：流通の経路は短縮されてきたけれども、消費者のニーズを把握し、それへの対応は、問屋の方がやや遅れがちであり、大型専門店やボランタリーチェーン等では進んでいるように思われる。また、小型の家具店等では家具以外の雑貨等との兼業の形が多い。

要するに、木製家具の需要は、バブル景気期に高級化・多様化によって上昇してきたが、新規需要（結婚、子供数の増加、新築等）と買換需要が伸び悩んで、停滞的である。それは、家具の場合、耐久年数が長い上、保有率も高く、さらに、木製家具の代用品が多くなりつつあること、家が狭いこと、若年層の家具離れ等が主要な要因である。

註

- 1) 2) 3) 4) 日本貿易統計表(1990年)参照。
- 5) 中小企業『需要動向調査報告書(その4 木製家具)』1989年, 53頁
- 6) 金承範「前掲」, 190頁
- 7) 中小企業『需要動向調査報告書(その4 木製家具)』1989年, 79頁
- 8) 東京都家具商業組合『平成元年度活路開拓ビジョン調査事業報告書』1990年, 100頁
- 9) 中小企業『需要動向調査報告書(その4 木製家具)』1989年, 84頁
- 10) 同上, 70頁~77頁
- 11) 中小企業『需要動向調査報告書(その4 木製家具)』1985年, 43頁
- 12) 同上, 1989年, 59~70頁
- 13) 同上, 75頁
- 14) 東京都家具商業組合『平成元年度活路開拓ビジョン調査事業報告書』1990年102頁~104頁。
- 15) 同上, 108頁

4 家具工業の基本構造

統計の分類上、木材・木製品と家具・装備品に分けてみることにする。木材・木製品と家具・装備品とは、出荷額の伸び率で大きな差を示している（表7）。家具・装備品は1966年から1991年の間に約8倍の伸びを示しているのに対し、木材・木製品は約3.7倍の増加にすぎない。しかし、木材関連の産業の中には木材・木製品の方がいまだに大きいし、今から30年前の1960年代には圧倒的に大きいものであった。その伸び率が鈍化した原因は、合板工業と製材業にある。合板工業は1981年頃まで増加したが、その後生産の拠点を東南アジア地域へ移転することによって日本国内での生産が減少している。次に、製材業でも80年代以降停滞しているのは、国内

表7 家具の出荷額（4人以上）

（単位：10億円）

| 年 | 1966 | 1971 | 1976 | 1981 | 1986 | 1987 | 1988 | 1989 | 1990 | 1991 |
|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 木製・木製品 | 1,242 | 2,257 | 4,066 | 4,485 | 3,881 | 4,042 | 4,241 | 4,372 | 4,622 | 4,624 |
| 内) 製材 | 800 | 1,340 | 2,386 | 2,495 | 2,036 | 2,139 | 2,239 | 2,341 | 2,390 | 2,344 |
| 合板 | 246 | 597 | 1,179 | 1,389 | 1,304 | 1,370 | 1,410 | 1,439 | 1,586 | 1,605 |
| 家具・装備品 | 495 | 1,095 | 2,148 | 2,812 | 2,934 | 3,096 | 3,453 | 3,740 | 4,064 | 4,234 |
| 内) 家具 | 339 | 776 | 1,489 | 2,016 | 2,093 | 2,190 | 2,437 | 2,658 | 2,894 | 3,005 |
| 木製 | 237 | 524 | 1,139 | 1,550 | 1,563 | 1,640 | 1,786 | 1,959 | 2,074 | 2,113 |
| 鉄製 | 90 | 232 | 325 | 436 | 504 | 527 | 626 | 673 | 785 | 854 |
| 建具 | 103 | 188 | 368 | 385 | 384 | 415 | 456 | 496 | 533 | 561 |

出典：工業統計表（産業編）各年。
備考：1976年までは4人以下も含む。
1981年以降は4人以上のみ。

木材の調達量の減少と輸入原木の減少による。一方、家具・建具からなっている家具・装備品工業は増加傾向を示してきている。そのうち、家具工業は輸入品の比率が非常に低く、国内製品で国内需要を賄うという構造であったために、生産額は伸びてきた。家具のうち、鉄製より木製家具の方が著しく増加してきた⁶⁾。

家具及び装備品工業の出荷額 (4.2兆円)¹⁾は、全製造業の出荷額 (340兆円)²⁾の1.2%弱 (1991年) を占める。それは1966年1.4%、1976年1.2%、1986年1.2%と比べると³⁾、70年代以降ほとんど変化していない。それは家具工業の在来産業的な性格によるものと思われる。また、その数字は、木材・木製品1.4%、衣服・その他の繊維製品製造業1.4%、精密機械・器具製造業1.6%、ゴム製造業1.1%、なめし革・同製品・毛皮製造業1.4%と同じ水準であるが⁴⁾、石油製品・石炭製造品工業2.6%、パルプ・紙・紙加工品2.6%、繊維工業2.3%より低い水準である⁵⁾。このように家具工業の地位が低いことは、家具は最終消費財である上、他の工業との関連性、つまり前方連関効果が少ないからである。

家具工場の出荷額、事業所数、労働者数について見たところ (表7、表8)、鉄製家具工業はいずれも増加傾向を示しているのに対し、木製家具工業は、事業所数・労働者数は減少したものの出荷額は増加してきた。このような木製家具工業の変化には常に、生産の機械化、生産方法の改良などによって付加価値の増加を図ってきたからであろうが、出荷額の増加には材料になる木材価格が上昇したことにもよるとと思われる。

家具工業の規模別の動向についてみると、表9のようである。規模別の事業所数は30人以下の層が88.7%であり、50人以下では94%と圧倒的な比重を占めている。これは、従来から指摘されて来たように木製家具工業の小規模性を示すものである。家具工業の機械化・近代化が進んできたにも

表8 家具工業の事業所数及び労働者数 (単位：社、人)

| | | 1981 | 1986 | 1988 | 1990 | 1991 |
|-------------|-------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 事業所数 | 家具・装備 | 19,232 | 17,589 | 17,517 | 17,093 | 16,942 |
| | 家具 | 8,705 | 8,235 | 8,086 | 7,997 | 7,993 |
| | 木家具 | 7,672 | 7,089 | 6,955 | 6,853 | 6,844 |
| | 鉄家具 | 958 | 1,096 | 1,081 | 1,093 | 1,095 |
| | 建具 | 7,350 | 6,317 | 6,288 | 6,053 | 5,995 |
| 労働者数 (人) | 家具・装備 | 251,612 | 223,568 | 228,675 | 231,350 | 229,605 |
| | 家具 | 161,533 | 142,766 | 144,788 | 147,622 | 146,844 |
| | 木家具 | 136,896 | 116,439 | 117,426 | 116,966 | 115,401 |
| | 鉄家具 | 23,035 | 25,015 | 26,089 | 29,187 | 29,885 |
| | 建具 | 52,272 | 44,464 | 45,263 | 45,179 | 44,954 |

出典：工業統計表（産業編）各年。

備考：4人以上の集計。

表9 家具工業の規模別内訳

| 区分 | | 事業所数(社) | | | 従業者数(百人) | | | 生産額(10億円) | | |
|------|---------|---------|-------|-------|----------|-------|-------|-----------|-------|-------|
| | | 1981 | 1986 | 1991 | 1981 | 1986 | 1991 | 1981 | 1986 | 1991 |
| 階層区分 | 4-9 | 4,484 | 4,368 | 4,144 | 264 | 255 | 244 | 181 | 204 | 254 |
| | 10-19 | 1,487 | 1,298 | 1,335 | 205 | 177 | 183 | 190 | 194 | 263 |
| | 20-29 | 728 | 629 | 593 | 178 | 154 | 144 | 190 | 196 | 240 |
| | 20-49 | 452 | 388 | 371 | 176 | 150 | 143 | 202 | 203 | 260 |
| | 50-99 | 347 | 263 | 271 | 233 | 176 | 184 | 306 | 277 | 388 |
| | 100-199 | 129 | 109 | 95 | 174 | 143 | 131 | 242 | 240 | 295 |
| | 200-299 | 31 | 20 | 20 | | 46 | 47 | | 70 | 144 |
| | 300-499 | 10 | 8 | 9 | | 28 | | | 96 | |
| | 500-999 | 4 | 6 | 6 | | 31 | | | 80 | |
| 計 | | 7,672 | 7,089 | 6,844 | 1,230 | 1,160 | 1,076 | 1,550 | 1,563 | 2,113 |

出典：工業統計表各年

かかわらず、小規模の家具工業が圧倒的に多い理由として、その存立条件、つまり分業関係、階層間の生産性、注文・販売関係等が究明されなければならない。

ここでは、規模別の出荷額、事業所数、従業員数の変化の中で、特に30～90人層に注目したい。なぜならば、この層は、その他の層とは異なる、目立った動きを示しているからである。つまり、a)この層の出荷額は、1986～1991年の間伸び率と絶対額の方で高い。b)事業所数は、全体の10%弱を占めているけれども、1986～1991年の間、その他の層が減少しているのに比べ、増加している。c)従業員数は、10～19人と50～99人層が増加し、その他の層は減少している。要するに、30～90人層と200人以上層がやや異なった変化を見せ、両層に生産が集中しつつある。ここでは、この30～90人層を適正規模層と呼ぶことにする。つまり家具工業は、適正規模化か、大規模化へ向けて構造変化しつつあることを示しているといえる。

なぜ、この層を適正規模と決めるのか。上記の統計的な事実以外に、家具工業のアンケート調査及び個別企業の訪問面談調査でも同じような結果をえることができた⁶⁾。それによると、箱物は40～60人規模、脚物は30～40人規模が家具工業の適正規模だと選んだものが最も多く、次が、同様、60～80人と40～60人である。これは、工程、分業関係、機械化の程度、流れ組立式の生産方法、注文の方法等を考慮した上での回答である。

一方、150人以上の大企業では、30～80人の生産ラインを組んで生産活動を行っている場合が多い⁷⁾。つまり、この規模の事業所・工場をいくつか同時に経営しているのが大企業である。このことから見ると、適正規模の工場と大企業との生産性の格差は基本的に生じていないと見なしていいだろう。生産の技術においても、同じことがいえる。すなわち、20人前後の加工工場との分業関係が進んでいる大川の家具工業の場合を例としてあ

げると、大川でNCルーター導入の以前には、家具の複雑な前面加工には熟練工の技能に頼っていたので、大企業、中規模企業、小企業間の技術の格差が顕著で、生産性や製品の質・価格等に区別がついていた。ところが、最近、熟練工の技能の代わりとして用いられているNCルーターの機械は大企業のみならず、中規模の企業と部品加工の小工場でも導入している。従って、規模間の製品の質は同じようなものができあがる。ただし、デザイン等の製品開発力や販売力では企業間の格差が依然として存在している。結果的に、規模間の生産性や品質の格差は基本的に生じない構造になっている。その他に、従業員1人当たりの年間加工高は1～20人層、21～50人層、51～100人層、101人層以上に分けてみると、各々785.4万円、603.7万円、778.4万円、647.2万円である⁸⁾。生産面での比較の上では適正規模・小規模の家具工業が有利な立場にあるように見える。このようなことが家具工業の大規模化を妨げているものと思われる。

ここで、家具工業の経営面についてみると、家具工業は製造原価に占める原材料費の比率(49.6%)が高く、かつ人手が多くかかることから人件費の比重(外注工賃9.8%を含めて36.3%)も高い⁹⁾。これに比べて、製材業は同比率が68%対13.1%、合板業は同比率が70.7%対14.1%であることから¹⁰⁾、家具工業の付加価値がより高いことが窺われる。また、売上高営業利益率は、家具工業が6.1%に対して、木製建具製造業が5.3%、製材業が3.4%、製造業平均が5.5%であることから¹¹⁾、あるいは売上高総利益率は、家具工業が27.7%、製材業と合板業が18～19%、製造業平均が25.3%であることから¹²⁾、家具工業の経営上の特徴が理解できよう。

いままでは、家具工業の全体(全品目を一括したもの)について一般的な動向と特徴を見てきた。しかし、家具には、表10のようにかなり多様なもので、これを一括して論じてもやや無理がある。この点を補うために、品

表10 家具工業の品目別・規模別の内訳

(単位：社，10億円)

| 事業所数 (社) | 箱物 脚物 その他 | たす ん棚 テール・イス ベツ 流し 音響キャビネット 特殊建築家具 その他 | 4-9人 | | | 10-19人 | | | 20-99人 | | | 100人~ | | |
|-------------|-----------------|---|-------|-------|-------|--------|-------|-------|--------|-------|-------|-------|------|------|
| | | | 年 | 1981 | 1986 | 1991 | 1981 | 1986 | 1991 | 1981 | 1986 | 1991 | 1981 | 1986 |
| 計 | 箱物 脚物 その他 | たす ん棚 テール・イス ベツ 流し 音響キャビネット 特殊建築家具 その他 | 6,024 | 6,819 | 6,579 | 2,075 | 2,059 | 2,153 | 2,093 | 2,078 | 2,044 | 275 | 271 | 265 |
| | | | 84 | 26 | 29 | 92 | 33 | 40 | 368 | 166 | 193 | 189 | 74 | 81 |
| 計 | 箱物 脚物 その他 | たす ん棚 テール・イス ベツ 流し 音響キャビネット 特殊建築家具 その他 | 1,323 | 1,367 | 1,225 | 435 | 458 | 432 | 463 | 403 | 425 | 74 | 72 | 68 |
| | | | 83 | 95 | 100 | 66 | 62 | 56 | 82 | 97 | 95 | 9 | 9 | 14 |
| 計 | 箱物 脚物 その他 | たす ん棚 テール・イス ベツ 流し 音響キャビネット 特殊建築家具 その他 | 329 | 467 | 457 | 131 | 158 | 158 | 133 | 167 | 177 | 21 | 21 | 29 |
| | | | 84 | 81 | 60 | 52 | 35 | 32 | 92 | 67 | 51 | 23 | 20 | 8 |
| 計 | 箱物 脚物 その他 | たす ん棚 テール・イス ベツ 流し 音響キャビネット 特殊建築家具 その他 | 543 | 1,825 | 1,709 | 183 | 562 | 597 | 161 | 473 | 463 | 30 | 57 | 57 |
| | | | 643 | 643 | 231 | 231 | 128 | 128 | 128 | 128 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 計 | 箱物 脚物 その他 | たす ん棚 テール・イス ベツ 流し 音響キャビネット 特殊建築家具 その他 | 12 | 49 | 61 | 11 | 49 | 68 | 35 | 127 | 149 | 42 | 80 | 148 |
| | | | 12 | 49 | 61 | 11 | 49 | 68 | 35 | 127 | 149 | 42 | 80 | 148 |
| 計 | 箱物 脚物 その他 | たす ん棚 テール・イス ベツ 流し 音響キャビネット 特殊建築家具 その他 | 161 | 178 | 223 | 175 | 177 | 240 | 657 | 660 | 857 | 489 | 474 | 694 |
| | | | 161 | 178 | 223 | 175 | 177 | 240 | 657 | 660 | 857 | 489 | 474 | 694 |

出典：『工業統計表（品目編）』各年より作成。
備考：事業所数は『工業統計表（産業編）』と異なる。ここでの事業所数は出荷事業所の総数である。

目別に区分してみていくことにしよう。日本の家具工業は、箱物が中心で脚物、その他の家具類はそれに次ぐものであったが、表11でみるように、生産額の方では1980年代前半に脚物工業が中心になりつつある。

A) 箱物は、事業所数では規模が大きいほど減少率が高い。出荷額は20～99人層が最も中心的である。1工場当りの生産額やその伸び率も低い方である。さらに箱物は生活の近代化、都市化によってますます需要されるような性質ではないので、今後も伸び悩んでいくと思われる。ダンスより棚の方が一層伸びる可能性が大きい。特に、小規模生産が多い分野である。主な産地は大川、府中、旭川、秋田、都城、静岡などである。

B) 脚物はテーブル、椅子、ベッド、ソファ等が中心であるが、生活の近代化、都市化と共に成長してきた。したがって工場の規模は拡大してきて、生産の中心は100人以上の大規模層である。世界の貿易の中心も脚物であったことはすでに見てきた。主な産地は東京と名古屋の周辺、飛騨の高山、日田、等である

C) 流し台は木製家具とはいえ脚物や箱物とは性格を異にするものであり、主要な生産地域も名古屋、大阪、東京などの都市とその近郊である。また規模が大きいところの生産額が多い。また建築、改築との関係で伸びている。

D) 音響キャビネットは音響機器のケースとして木製のものをを用いていることで、主に都市の週辺、特に名古屋での生産額が多い。1981年までは事業所数でも、かつ生産額がベッドのそれを上回ってきたが、その代用品としてガラス製品などの高級品が使用されるようになってからは伸び悩んでいる。

E) 特殊建築家具は、注文を受けて、場所や大きさに合わせて製造したもので、都市の小さな店やオフィス等の需要が圧倒的に多い。したがって、

その規模は零細である。

要するに、家具工業は、産地生産が中心であり、その適正規模は30～90人層であることが浮き彫りにされた。その以上の層においても、生産ラインの規模は30～90人で組まれている。したがって、家具工業における規模別の生産性の格差は基本的に生じていないといえる。すると、適正規模の層とそれの以下と以上の層間の存立条件はどのように異なっているのかが問題になる。

註

- 1) 通産省編『雑貨工業統計』は従業員50人以上を対象としたものであるが、木製家具の出荷額より鉄製家具の出荷額がより大きい。これは、鉄製家具工業が規模が大きいところの生産が支配的であるのに対し木製家具の場合、50人以下の小規模の工場数が圧倒的に多いからである。
- 2) 3) 4) 5) 通産省『工業統計表—産業編』1991年、参照。
- 6) 7) 私の実態調査（アンケート調査（1993、2～3月）及び1993年における工場訪問調査、対象は大川、府中、高山、都城、日田等の産地企業）による。
- 8) 中小企業庁編『中小企業の原価指標』1990年、99～108頁
- 9) 10) 11) 12) 中小企業庁編『中小企業の経営指標』1990年、176～186頁

4 おわりに

本稿では、家具の需給構造を中心に統計的な分析を行ってきた。それについての要約は各節毎にまとめてあるので、ここでは、日本の産業構造の変化と国際化の中で、国際商品としての地位を高めてきた家具貿易は、今後日本の家具産業にどのような影響を及ぼすのかについて展望を行うことにする。日本の家具の生産構造の特徴、つまり適正規模化と大規模化は国内需要の変化、輸入品との競合過程で再編成されることが予測される。国内需要は景気変動にも左右されやすい面もあるが、基本的に一部の高級品

志向と多数の低価格品志向に分かれている。前者は、国内の大企業のブランド製品、あるいは欧米からの輸入品を需要する。後者は、国内の適正規模・小規模企業の製品、あるいはアジアからの輸入品を主に需要する。このような構造のなかで、アジアからの輸入品の増加は、適正規模・小規模企業の製品との競争が激しくなる。すると、日本の家具生産の中心的な役割を果たしてきた適正規模・小規模の企業はかなりの数が淘汰される結果、さらに産地の生産構造も再編成されることが考えられる。輸入品による影響は、国内の大企業にも及ぼされることが予想されていたので、ほとんどの大企業は、すでに1990年前後からアジアからの製品・部品の加工輸入を増加させてきた。しかし、適正規模・小規模の企業は、そこまで営業の活動範囲を延ばしていないのが現状である。