

山陰の住宅関連産業の現状と展望

(株)山陰経済経営研究所

調査役 雑賀 誠 司

はじめに

住宅需要を支える住宅関連産業は裾野が広く、多数の産業が関わりを持つとともに全国各地に中・小規模な卸や工務店などが散在する業界である。

しかし、最近、規制緩和や住宅政策の方向転換、住宅のローコスト化などに伴って業界内の動きは激しさを増してきており、住宅関連産業は新たな時代を迎えようとしている。

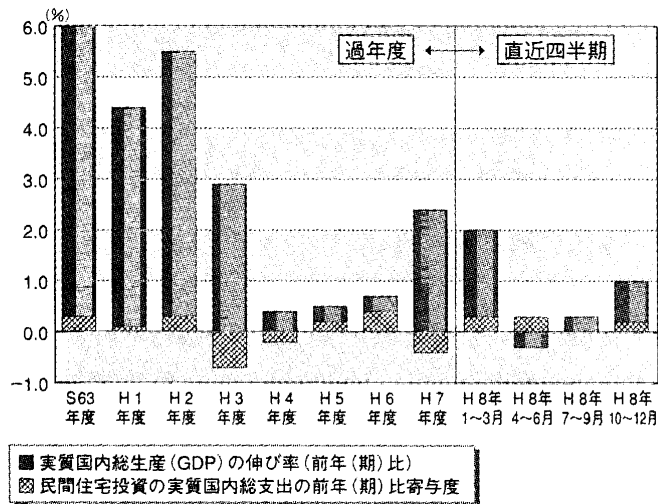
ここでは、住宅関連産業について概観し、山陰地方と住宅関連産業の関わりや、特徴的な住宅関連産業の現状や課題を整理するとともに、住宅関連産業の今後の事業展開について考えていきたい。

I. 住宅市場の現状と動向

1. 住宅需要と国内経済

住宅需要は、国内経済と密接な関係を持っている。GDPの前年比伸び率と民間住宅需要の寄与度の推移をみると、低成長経済下にありながら住宅需要はそれなりの影響力を持っており、特に平成8年は消費税率引上げ前の駆け込み需要から、GDPを押し上げた形となっている。

図1 実質国内総生産（GDP）の伸び率と民間住宅投資の寄与度の推移



資料) 経済企画庁 (平成8年4~6月以降は暫定計数)

2. 住宅市場の趨勢と市場環境

(1) 新設住宅着工戸数の趨勢

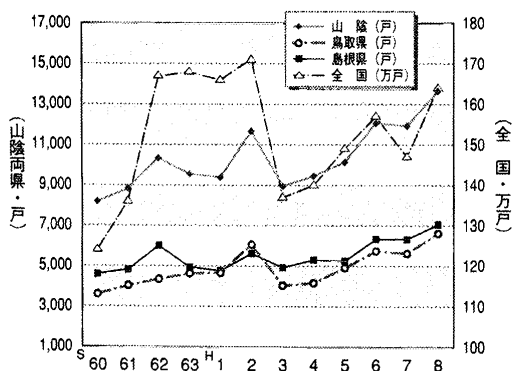
近年の全国の新設住宅着工戸数は、バブル経済期に年間160万戸以上の高水準を記録した後落ち込んだが、最近では金利水準の低下や土地価格の下落などから回復傾向を示し、特に平成8年は消費税率引上げ前の駆け込み需要から164万戸と高い水準を記録した。

一方、山陰両県の新設住宅着工戸数は、バブル経済期の需要の盛り上がりは少なく、着実に伸びており、平成8年には過去最高を記録、鳥取県、島根県とも過去最高を更新した。今後は、一時的に消費税率引き上げによる駆け込み需要の反動が避けられそうにないが、過去のトレンドからみれば、両県合計で9千戸～1万1千戸台の水準で推移するものと考えられる。

(2) 住宅のストックの状況

住宅のストック面をみると、平成5年時点の全国の総住宅数は既に総世帯数を上回っており、量的な面からは不足していない。一方、山陰両県の総住宅数は約46万戸で、量的に不足していないが、全国ベースと比較した場合、総住宅数の伸び率は低調である。山陰の特徴としては築後年数を相当経過した住宅が多く、既存住宅の潜在的建て替え需要が依然あり、ストックとしての量（数量）からクオリティ（質）への流れが新設需要につながるの見方がある。

図2 住宅着工戸数の推移（全国・山陰）



資料)「住宅着工統計」(建設省)

表1 総住宅数の推移

(単位:%)

	昭和58年	伸び率	昭和60年	伸び率	平成5年	伸び率
全国(百万戸)	3,861	8.9	4,201	8.8	4,594	9.4
山陰(百万戸)	4,135	6.4	4,356	5.3	4,555	4.6
鳥取県	1,802	9.0	1,898	5.3	2,012	6.0
島根県	2,333	4.4	2,458	5.4	2,543	3.5

資料)「住宅統計調査」(総務庁)
伸び率は対前回調査(5年毎)比

(3) 住宅の構造別・タイプ別の状況

新設された住宅について構造別、建築工法別（以下タイプ別と呼ぶ）の状況をみると、まず、構造別には、山陰両県の特徴として次のことが挙げられる。

- 木造住宅比率が高い（鳥取県54.8%・島根県62.7%・全国45.9% [平成8年]）。
- 鳥取県では鉄骨造（軽量鉄骨含む）の割合が全国より高く（鳥取県31.6%・全国23.1% [平成8年]）、近年増加傾向にある。
- 島根県では木造住宅比率が高いが、鉄筋コンクリート造（マンション等含む）の割合

が高く（鳥根県20.6%・鳥取県12.6%・全国23.3% [平成8年]）、増加傾向にある。

次に、タイプ別に山陰両県の特徴みると、次のようなことが挙げられる。

- 木造住宅比率は、近年、両県とも低下傾向がみられる。
- ツーバイフォーは、両県とも横ばいないし微減の傾向がみられる。
- マンションは、鳥取県では、年によってばらつくが、鳥根県は微増で安定している。
- プレハブ住宅のシェアは伸びてきており、この傾向は鳥取県で顕著である。

(4) 居住専用建築物の建築単価等の状況

住宅分野でも高コスト構造が指摘され、海外の住宅に比べて日本の住宅は割高であると指摘されている。居住専用建築物の工事費予定額でみると、山陰両県では、床面積の拡大基調にともなって1棟あたりの工事費予定額は上昇傾向を示し、建築単価も全国を上回る水準で推移、全国と比較した場合でも、割高傾向となっている。

(5) 住宅の市場規模

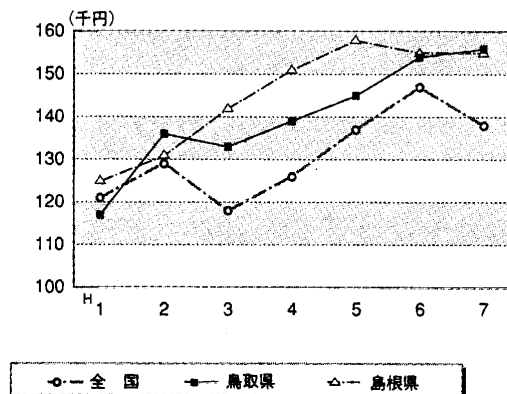
住宅の市場規模について、国民経済計算年報（経済企画庁）などから、民間住宅の需要をみると、全国ではここ数年21～25兆円台で推移している。一方、山陰両県は鳥根県が鳥取県をやや上回る水準で、それぞれ7～10百億円前後で推移している。

(6) 金利と地価動向

住宅取得の際には金利動向や地価動向が重要な要素となる。まず、最近の金利動向をみると、住宅金融公庫の融資金利は史上最低水準に引き下げられ、銀行の住宅ローン金利も低水準が続いている。そのため、最近では、過去に融資を受けた住宅金融公庫の高金利借入分を銀行の低金利な住宅ローン等に借り換える動きが活発化している。

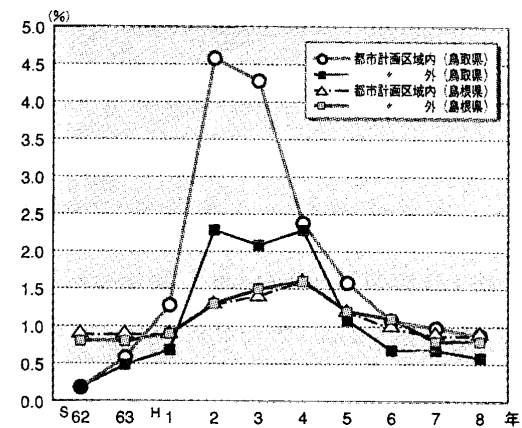
一方、地価動向については、全国的にバブル崩壊の影響が依然残っており、住宅地も

図3 建築物1㎡あたり単価（居住専用建築物／全国・山陰）



資料) 「住宅着工統計」(建設省)

図4 宅地の対前年変動率の推移（山陰）



資料) 「鳥取県の土地価格」・「鳥根県地価ハンドブック」
(社)日本不動産鑑定協会両県支部

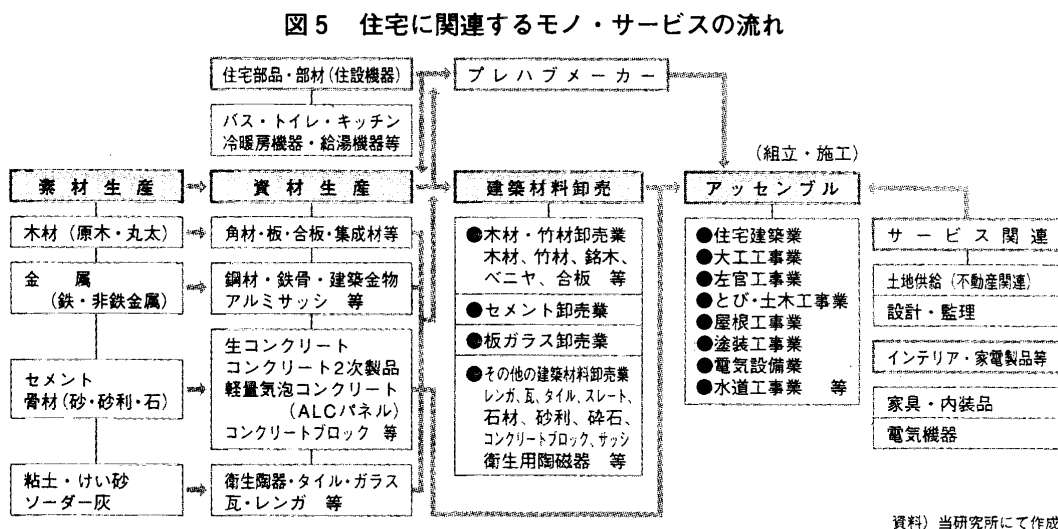
落ち着きをみせてはいるものの、下落傾向が続いている。山陰両県ではバブル経済期の影響がそれほどでもなく、住宅地の対前年変動率はマイナスに転じることなく安定した地価動向を示しているが、都市部の一部には住宅地の高騰がみられた。

II. 住宅関連産業の枠組み

住宅関連産業は、様々な産業が関連しているが、どの産業が住宅関連産業に該当するかは必ずしも明確でなく、運送業など住宅そのものとは直接関係しない業種も考えられよう。ここでは、直接的に関わりを持ち、目に見えるモノや直接的なサービスといった視点からその枠組みを明らかにし、全体像を考えていくことにする。

1. モノ・サービスの流れからみた住宅関連産業

住宅関連産業を川上から川下に追ってみると、「素材（原材料）生産」から「資材生産」、流通の主体である「建築材料卸売」を通じて「アセンブル（組立）」に向かう一連の大きな流れがみられる。この流れに多種多様な産業が関わり、複数の事業者の手を経ることで初めて住宅が出来上がる仕組みとなっている。



2. 産業連関表からみた住宅関連産業

住宅関連産業の枠組みを「建設部門分析用産業連関表（建設省・平成2年）」でみると、『住宅全体』では「サービス関連」との取引額（消費額）が最も割合（投入係数）が大きい。住宅の構造別にみると、「木造在来住宅」は「木材・木製品関連」の割合が高く、「非木造住宅（鉄骨造、コンクリート造等）」では、「金属製品関連」「窯業・土石関連」の割合が高い。また「木造量産住宅」では、「木材・木製品関連」のうち「建設用木製品」

の割合が突出しており、プレハブ住宅にみられるように各部材の規格化などの住宅の工業化の影響が推察される。

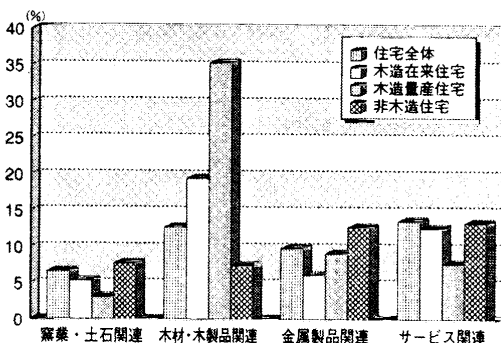
付加価値部門では、賃金俸給等（人件費等）及び営業余剰（利益）が全体の半分近くを占めている。住宅取得費にはこのようなアッセンブル（組立）段階を中心とする人件費や企業の利益が大きな割合を占めており、こうしたことが海外に比して割高といわれる一因となっているものとみられる。

表2 住宅の産業連関投入係数表

産業連関部門	住宅の種類			
	住宅全体	木造在来住宅	木造農産住宅	非木造住宅
建築用材料				
板ガラス等	0.4	0.5	0.4	0.4
生コンクリート	2.2	1.2	0.6	3.0
セメント同製品	1.5	0.7	0.7	2.1
建設用陶磁器	1.0	1.8	0.7	0.4
建築用木材				
製材	6.2	11.0	3.6	2.4
合板	1.5	1.4	0.8	1.6
建設用木製品	2.1	3.0	28.8	1.5
木製建具	2.8	3.9	2.0	1.9
家具関連	1.0	1.1	0.8	1.0
紙・パルプ関連	0.9	1.2	0.9	0.7
出版・印刷関連	0.1	0.1	0.1	0.2
化学工業関連	1.0	0.9	1.4	1.2
石油製品関連	0.2	0.1	0.1	0.2
プラスチック製品関連	1.2	1.2	1.1	1.2
ゴム製品関連	0.0	0.0	0.0	0.0
ゴム・皮革・同製品関連	0.0	0.0	0.0	0.0
鉄鋼関連	2.8	1.5	0.9	3.9
非鉄金属関連	0.2	0.1	0.1	0.3
建築用金属製品				
建築用金属製品	7.8	4.7	6.5	10.2
一般機械器具関連	0.4	0.1	0.1	0.6
電気機械器具関連	1.2	1.2	0.7	1.3
その他製造	0.0	0.7	0.0	0.0
金融・不動産				
金融関連	1.3	1.4	1.3	1.2
不動産関連	0.4	0.4	0.3	0.4
土木・建築サービス	4.3	4.4	1.2	4.3
内生部門計	53.0	52.7	62.5	53.1
賃金俸給等	28.6	29.4	22.0	28.0
営業余剰等	18.4	17.9	15.5	18.8
粗付加価値部門計	47.0	47.3	37.5	46.9
合計	100.0	100.0	100.0	100.0

資料) 「建設部門分析用産業連関表」(平成2年・建設省)により作成

図6 産業連関表からみた産業別・住宅の構造別投入係数表



資料) 表2に同じ

Ⅲ. 住宅関連産業の現状と山陰の特徴

1. 住宅向け素材、資材生産と住宅関連産業

(1) 木材関連産業

① 木材需給の現状

全国の木材供給量は51百万 m³（平成7年）だが、既に外材の供給量が国産材を上回り、外材の半分近くを米材に頼っている。これらの木材は71.9%が製材用に、14.3%が合板用に使用されており、住宅との関わりが深い。

山陰両県をみると、自県内での素材生産（県産材）は鳥取県で全国シェアの0.8%、島根県で1.8%で、比較的島根県での素材生産が盛んである。また、木材需要量では島根県が全国シェアの2.0%と高いが、全国に比して外材の割合が高くなっている。

② 製材業の現状

次に、製材業の現状をみると、島根県が比較的盛んであり、製材品の出荷量は全国で34番目（鳥取県は39番目）に位置している。

③ 合板製造業の現状

合板は丸太（主に外材）を薄くはいて作った単板を張り合わせたもので、表面に化粧などの加工を施した特殊合板と、一般的な普通合板があり、住宅用の構造材（屋根材、壁材、床材など）のほか、家具にも使われ、住宅との関係が深い産業である。

全国と山陰の合板製造業を比較すると、合板用素材需要量で島根県は7番目となり、外材の需要量では6番目と高くなっている。

表3 山陰両県の素材生産・需要の現状

	鳥取県		島根県	
	素材生産量(千m ³)	全国シェア(%)	素材需要量(千m ³)	全国シェア(%)
素材生産量	192	0.8	—	—
素材需要量	319	0.6	100.0	2.0
国産材	145	0.3	45.5	0.8
外材	174	0.3	54.5	1.2
素材生産量	402	1.8	—	—
素材需要量	990	2.0	100.0	2.0
国産材	386	0.8	39.0	0.8
外材	604	1.2	61.0	1.2

表4 山陰両県の製材業の現状

	鳥取県		島根県	
	工場数(所)	従業者数(人)	製材品出荷量(千m ³)	全国シェア(%)
工場数(所)	141	1.0	222	1.5
従業者数(人)	1,061	1.0	1,721	1.7
製材品出荷量(千m ³)	150	0.6	259	1.0
建築用材	136	0.7	209	1.1
家具・建具用材	1	0.1	11	1.4
その他	3	0.1	18	0.4

表5 山陰の合板製造業の現状

	鳥取県		島根県	
	工場数(所)	従業者数(人)	合板用素材需要量(千m ³)	全国シェア(%)
工場数(所)	4	0.9	11	2.4
従業者数(人)	177	1.8	1,132	11.8
合板用素材需要量(千m ³)	41	0.6	433	5.9
国産材	0	0.0	1	0.4
外材	41	0.6	432	6.1

資料) 表3・4・5ともに「木材需要報告書」(平成7年・農林水産省)

(2) 生コンクリート関連産業

生コンクリート（以下生コン）は、住宅でも関係が深く、特にマンション等の鉄筋（鉄骨）コンクリート造の住宅には欠かせないものである。

しかし、山陰両県の生コン総出荷量のうち、民間住宅向けのシェアをみると、鳥取県0.3%、島根県0.4%といずれも低く、山陰の生コン製造業は住宅との関係が希薄である。山陰ではマンション需要が少ないこと（マンションのシェア〔平成8年〕全国12.0%、鳥取県1.6%、島根県3.5%）がその一因になっているとみられる。

(3) 製造業の中の住宅関連産業

① 業種別にみた住宅関連産業

製造業の中で多くの産業が住宅と関わりあっているが、特に関わりの深い「木材・木製品」「窯業・土石製品」「金属製品」関連の業種を製造品出荷額等でのウエイトでみると、「木材・木製品」関連業種は、両県とも全国を上回り、特に島根県で高く、中でも「合板製造業」が3.5%と高いウエイトを占める。「窯業・土石製品」も島根県で特に高く、「生コンクリート製造業」「粘土瓦製造業」のウエイトが高い。一方、「金属製品」関連では、両県ともに全国のウエイトを下回っている。

表6 製造業における住宅関連業種の現状（全国・山陰）

	製造品出荷額の割合				生産額の割合				生産品出荷額の割合			
	全国	山陰	鳥取県	島根県	全国	山陰	鳥取県	島根県	全国	山陰	鳥取県	島根県
木材・木製品製造業(家具を除く)	16.373	326	105	221	212,178	4,963	1,369	3,594	4,215,044	9,001,975	2,102,030	6,899,945
一般製材業	8.913	239	82	157	92,235	2,457	879	1,578	1,575,440	3,086,883	1,149,167	1,937,716
合板製造業	1.116	18	3	15	32,380	1,465	145	1,320	857,301	3,927,259	263,313	3,663,946
建築用木製組立材料製造業	575	7	3	4	13,764	86	86	x	368,152	158,208	158,208	x
窯業・土石製品製造業	19.419	267	74	193	429,023	5,131	1,458	3,673	10,168,744	9,820,261	2,640,979	7,179,282
生コンクリート製造業	3.952	87	29	58	71,492	1,457	539	918	2,096,886	3,447,507	1,246,346	2,201,161
コンクリート製品製造業	3.265	63	21	42	79,923	318	318	x	1,496,052	611,254	611,254	x
粘土瓦製造業	718	29	1	28	10,817	1,162	x	1,162	161,587	2,080,880	x	2,080,880
金属製品製造業	47.668	227	105	122	816,694	4,336	2,157	2,179	17,646,484	7,639,899	4,187,105	3,452,785
建築用金属製品製造業	5.853	37	16	21	130,065	661	284	397	3,466,843	1,420,626	563,481	857,145

資料) 「工業統計表」(平成7年・通商産業省)

② 主な生産品目別にみた住宅関連産業

生産品目別でみると、やはり「木材・木製品」関連でウエイトが高く、特に島根県で「普通合板」生産と「木製建具」生産が盛んであり、「窯業・土石製品」関連では島根県の代表的地場産業である石州瓦（うわ薬瓦）が、瓦全体のなかの「うわ薬瓦、塩焼き瓦」に限定した品目ながら、愛知県に次ぎ全国2番目となっている。

「金属製品」関連では、鳥取県で「建築用金物」が、島根県は「アルミニウム製ドア」の出荷額が多くなっている。その他の製品では、鳥取県で「畳、畳床」の生産が比較的盛んである。

表7 山陰両県の住宅関連製造業における特徴的な生産品目（全国シェア）

(単位：%)

品目	鳥取県		島根県	
	事業所	出荷金額	事業所	出荷金額
▶ 木材・木製品				
板ガラス	1.0	0.8	2.1	1.1
セメント	0.9	0.6	1.9	0.9
板ガラス	1.0	0.9	2.0	1.3
板ガラス	—	—	1.3	1.1
板ガラス	—	—	2.6	7.6
板ガラス	—	—	0.9	1.0
板ガラス	0.6	0.6	—	—
▶ 家具・装備品				
家具・装備品	0.7	0.4	1.0	1.4
▶ 窯業・土石製品				
窯業・土石製品	0.7	0.6	1.5	1.0
窯業・土石製品	—	—	16.3	21.8
▶ 金属製品				
金属製品	0.7	0.9	0.7	0.7
金属製品	—	—	0.7	1.6
金属製品	0.4	0.6	0.4	0.7
▶ その他の製品				
その他の製品	0.7	1.0	0.7	0.6

資料)「工業統計表(品目編)」(平成6年・通産省)により当研究所作成

2. 卸売業における住宅関連産業

平成6年の「建築材料卸売業」の年間商品販売額は両県とも約1,330億円で、そのうち住宅との関わりの深い「木材・竹材卸売業」「板ガラス卸売業」「セメント卸売業」「その他の建築材料卸売業」の4業種をみると、「その他の建築材料卸売業」が最も高い全国シェアを示している。また、「建築材料卸売業」の卸売業全体に占めるウェイトをみると、山陰両県合計で、商店数、従業者数、年間商品販売額とも全国を上回り、大きなウェイトを占める産業であることが分かる。

表8 卸売業における住宅関連業種の現状（全国・山陰）

業種	商店数(単位:件)				従業者数(単位:人)				年間商品販売額(単位:億円)			
	全国	山陰	鳥取県	島根県	全国	山陰	鳥取県	島根県	全国	山陰	鳥取県	島根県
建築材料卸売業	50,152	642	287	355	405,654	4,743	2,261	2,482	32,841,155	26,566,530	13,255,819	13,310,711
木材・竹材卸売業	15,937	147	57	90	101,447	1,012	425	587	7,726,639	5,271,971	2,351,174	2,920,797
セメント卸売業	1,284	17	8	9	12,530	155	101	54	2,210,147	1,177,449	760,545	416,904
板ガラス卸売業	2,219	24	14	10	17,360	182	110	72	716,353	396,944	265,376	131,568
その他の建築材料卸売業	30,712	454	208	246	274,317	3,394	1,625	1,769	21,988,166	19,720,066	9,878,724	9,841,442

資料)「商業統計表」(平成6年・通産省)

3. 建設業界における住宅建設

(1) 建設業の中の住宅建築関連業種

建設業を6業種に分類し、「元請工事完成工事高のうちの建築住宅」「下請工事完成工事高のうちの建築住宅」でみると、平成6年の住宅に関わる元請完成工事高は鳥取県で880億円、島根県で911億円となり、平成6年度の両県の県民経済計算の民間住宅の額（鳥取県945億円、島根県1,099億円）に近い規模となる。そのうち、「建築工事業」と「木造建築工事業」の2業種で元請完成工事高が多く、この2業種が建築住宅に占めるウェイトは鳥取県90.3%、島根県75.5%と、全国74.9%を上回っている。

表9 建設業の分類について（日本標準産業分類から）

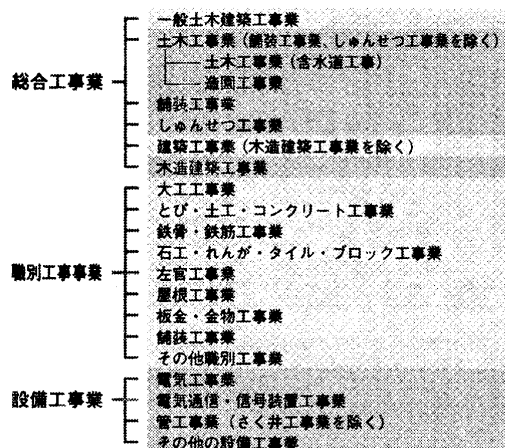


表10 建設業の業種別完成工事高（全国・山陰）

（単位：数、億円）

業種	全国		山陰	
	数	億円	数	億円
総合工事業	8,558	282,649	144	1,172
土木建築工事業	74,404	271,017	1,347	1,772
造園・水道施設工事業	59,407	321,308	762	1,271
職別工事業	35,622	48,925	411	231
設備工事業	52,303	274,559	214	434

業種	全国		山陰	
	数	億円	数	億円
業者数	8,558	282,649	144	1,172
完成工事高計	282,649	1,834	662	1,172
元請完成工事高	249,361	1,504	571	933
うち建築住宅	37,722	1,033	113	162
新設工事	36,063	183	42	141
維持・修繕工事	1,659	15	2	13
下請完成工事高	33,288	330	91	239
うち建築住宅	2,290	18	5	12
業者数	74,404	271,017	1,347	1,772
完成工事高計	271,017	3,134	1,362	1,772
元請完成工事高	134,516	1,957	813	1,144
うち建築住宅	24,222	113	8	9
新設工事	2,222	13	4	9
維持・修繕工事	322	2	0	2
下請完成工事高	136,501	1,177	549	628
うち建築住宅	2,130	18	15	18
業者数	59,407	321,308	762	1,271
完成工事高計	321,308	2,465	1,194	1,271
元請完成工事高	243,463	1,829	892	937
うち建築住宅	12,291	129	37	12
新設工事	116,967	909	484	425
維持・修繕工事	12,324	140	53	87
下請完成工事高	77,845	636	302	334
うち建築住宅	3,157	45	16	17
業者数	35,622	48,925	411	245
完成工事高計	48,925	530	299	231
元請完成工事高	38,785	456	263	193
うち建築住宅	3,185	182	43	19
新設工事	31,051	332	196	136
維持・修繕工事	4,434	102	62	40
下請完成工事高	10,140	74	36	38
うち建築住宅	1,399	19	31	24

資料）「建設工事施工統計調査報告書」（平成6年度・建設省）
 主たる営業所（いわゆる本店・本社）の所在する都道府県別に申告された結果を集計したもの

図7 業種別工事依存度（全国・山陰）

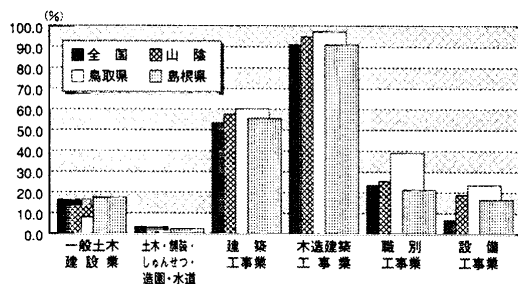


表11 住宅建築完成工事高に占める下請工事の割合

業種	(単位：%)			
	全国	山陰	鳥取県	島根県
総合工事業全体	17.9	17.0	15.6	18.2
一般土木建設業	10.2	8.8	10.2	8.3
土木・建築・しんせつ・造園・水道	36.8	54.5	55.6	54.2
建築工事業	19.6	19.4	17.8	21.1
木造建築工事業	17.2	11.8	10.7	13.3
職別工事業	86.3	87.4	89.3	85.7
設備工事業	69.7	63.9	64.7	63.4

資料) 図7・表11ともに「建設工事施工統計調査報告書」(平成6年度建設省)

(2) 山陰の住宅建築関連業種の特徴

次に、住宅工事依存度（元請完成工事高に占める建築住宅の割合）を業種別にみると、「木造住宅建築工事業」が最も高く、次いで「建築工事業」で高い。また鳥取県では「職別工事業」も依存度が高い。また、下請依存度（住宅工事の元請完成工事高と下請完成工事高の比率）では、全国・山陰両県とも「職別工事業」が突出しており、「設備工事業」も高い。

以上のことから考えると、住宅建築では、「建築工事業」や「木造住宅建築業」が発注者（ユーザー）から仕事を請負い（元請）、「大工工事」「左官工事」や「塗装工事」などの「職別工事」及び、「電気工事」などの「設備工事」に関わる部分をそれぞれ専門の下請に外注しているという構造が推察できる。

IV. まとめ（中間）

山陰両県の住宅関連産業の現状をみると、総じて、全国レベルという視点で見れば、山陰両県の経済規模や住宅市場そのものが小さいこともあり、全国シェア自体が小さな産業が多い。しかしながら、山陰という視点から見ると、当地の経済に及ぼす影響力や雇用確保といった点で非常に重要な産業として位置づけられる。

V. 山陰の特徴的な住宅関連製造業の現状と課題

1. 木材をめぐる動向

(1) 国内の森林資源と国産材

国土のおよそ2/3、約25百万haに及ぶ森林（林野）は、戦後、国内各地に植林されたスギ、ヒノキ等の人工林、約1,000haを含んで豊かな木材資源を形成している。この資源の中には既に伐期を迎えているものも少なくないが、早くから外材主導型のマーケットが形成され、林業経営をはじめとする国産材に関連した産業は厳しい環境が続いている。

(2) 外材に依存した国内需給

平成7年の木材(用材)の国内需給状況(全量丸太換算)をみると、国内需要1億12百万 m^3 に対し、供給側で国産材が23百万 m^3 、輸入材が89百万 m^3 と、既に外材依存度は79.5%に達している。また国内需要の約5割は製材用で、うち住宅向けが約7割を占め、その主体は外材に移っている。

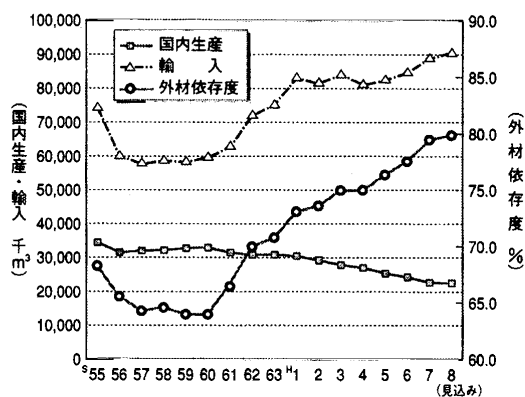
(3) 増加する製品輸入

また、最近では、外材の中で、素材(丸太)輸入が減少する一方、製材品や合板などの製品輸入が増加している。

(4) 価格競争力の弱い国産材

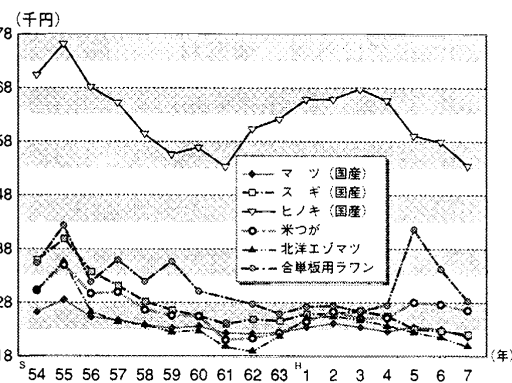
国内の木材(素材)価格動向をみると、外材の輸入量増加や円高の進行とともに総じて低下傾向がみられ、国産材価格は低迷している。国産材は元来、急峻な山に囲まれた国土での伐採搬出費用や伐採後の造林費用により総じてコスト高であり、商品価値を高めるための枝打ち、間伐などの負担も強いられることから、外材主導の国内マーケットでは価格競争力に劣っているのが実情である。

図8 木材(用材)輸入と外材依存度の推移



資料)「木材需給表」(林野庁)
輸入材の製材、合板、チップ、パルプ及びその他は丸太換算材積

図9 木材(素材)価格の推移(全国、1 m^3 あたり)



資料)「木材需給報告書」(農林水産省)

2. 山陰の素材(丸太)生産と木材需給

(1) 素材生産の現状

山陰両県の林野面積は鳥取県が約26万ha、島根県が約52万haで、それぞれ県土の約74%、約78%を占める。そこから伐採される素材(丸太)生産量(平成7年)は、鳥取県で19万2千 m^3 、島根県で40万5千 m^3 と、林野面積にほぼ比例しており、樹種別には、鳥取県のほとんどが針葉樹でスギが半分近くを占める一方、島根県は約3分の2が針葉樹で、約3分の2をマツが占める。また、島根県では合板向けの南洋材需要から、外材移入(輸入)量の多さが目立つ。

(2) 自県材需要の減少

素材（丸太）需要を時系列でみると、全体の素材需要量は減少傾向を示し、中でも自県材（県産材）需要の減少が激しい。これは、外材主導の国内マーケットになったことに加え、山が険しく冬場の積雪によって素材生産が妨げられるなど他地域に比して不利な環境にあること、さらにマツ資源が松くい虫によって荒されたことや林業従事者の高齢化等もその減少に拍車をかける結果となっている。

図10 鳥取県の木材需給状況（平成7年）

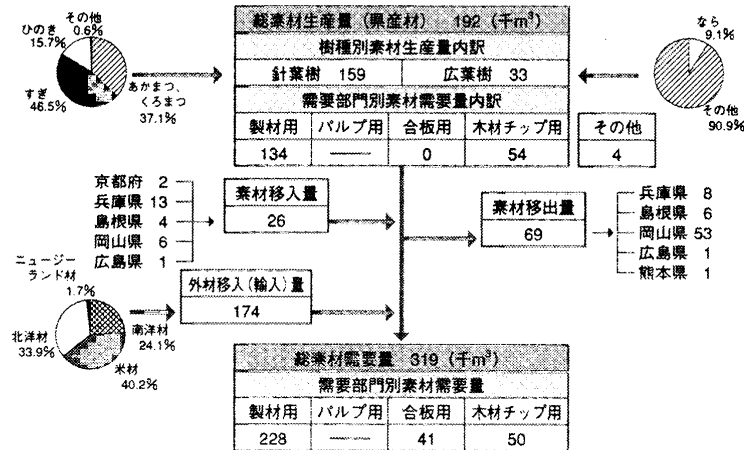
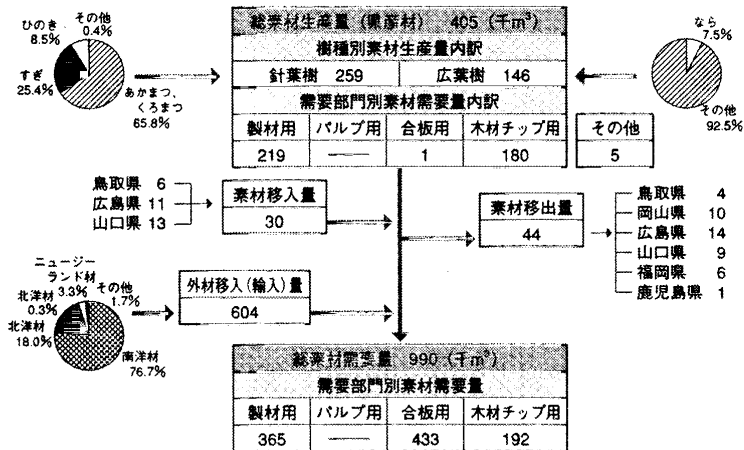


図11 島根県の木材需給状況（平成7年）



資料) 図10・11とも「木材需給報告書」(農林水産省)

3. 山陰の製材業の現状と課題

(1) モノの流れからみた製材業

製材業は、素材（丸太）を建築用材として製材（加工）するが、生産する製材品は全国でその約8割が建築向けで占められ、山陰の場合も鳥取県で約9割、島根県で約8割と、住宅との関わりが深い産業である。

山陰両県の製材業をみると、まず、製材所への素材（丸太）入荷状況（平成7年）は、鳥取県の総入荷量が228千m³で、そのうち米材、北洋材等の外材素材が6割弱を占める一方、島根県では外材の入荷量は5割弱にとどまり、南洋材、ニュージーランド材の割合が高いといった特徴がみられる。

製材品の出荷状況（平成7年）は、鳥取県の総出荷量は145千m³で、自県内への出荷が2/3を占めるが、関西方面への出荷も多く、鳥取県東部の「智頭・若桜のスギ」の一部は大消費地向けに出荷されているものと推察される。一方、島根県の総出荷量は252千m³で、うち3/4が自県内向けで、それ以外は隣接県向けが主体で、遠方への移出が少ない。

図12 製材用素材の材種別構成（鳥取県）

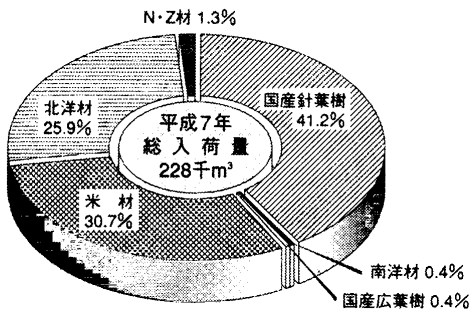
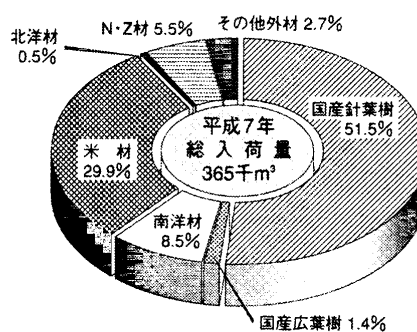


図13 製材用素材の材種別構成（島根県）



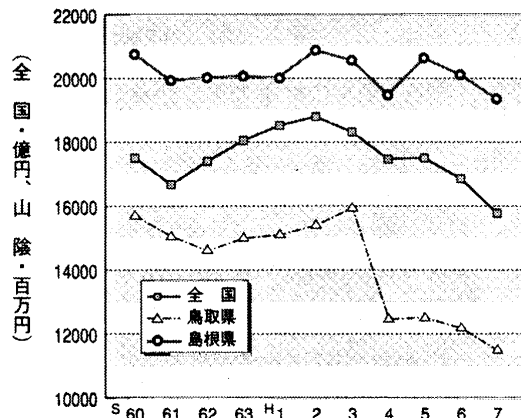
資料) 図12・13とも「木材需給報告書」(農林水産省)

(2) 過去からの流れでみた製材業

山陰両県の製材業の趨勢をみると、事業所数、従業者数、製造品出荷額とも全国と同様に減少傾向で、特に鳥取県での減少が顕著である。

工場数も減少傾向が続き、特に鳥取県で強い減少傾向がみられる。動力階層（製材機を動かすモーターの能力）別では、小規模な工場ほど淘汰が激しい。

図14 製材業の製造品出荷額の推移（全国・山陰）



資料) 「工業統計表」(通商産業省)

建築用材の製材品の出荷量をみても、総じて減少傾向がみられ、特に鳥取県で減少傾向が強い。用材種類（ひき角類、ひき割類、板類）別には、柱材などに使われるひき角類が最も減少傾向が強いようである。

(3) 山陰の製材業の課題

山陰の製材業は、経営環境の変化の中、苦境に立たされており、自県材の減少や外材の増加に加え、大手建材メーカーや木材販売業者（卸・小売）から均質で安価な外材の製材品等の調達が可能であり、販売先の主力である地元の工務店（地元ビルダー）でさえ、製材所を利用しなくなりつつある。

また、大手ハウスメーカー（プレハブ住宅メーカー）の住宅の増加により、地元からの木材調達が細っており、特に鳥取県でプレハブ住宅の増勢が目立つことと、製材業の衰退傾向が強いことは少なからぬ関係があると推察される。

さらに近年、山陰各地でも複数のプレカット工場が稼働し、「木造在来工法（木造軸組工法）住宅」に使用する木材供給ルートも変化してきている。最近のプレカット工場は単に賃加工するだけでなく、販売と加工を一体的に行う工場（販売加工型工場）が少なく、木材市場や製材所、木材販売店等を経由しないルートで木材が供給されている。また、当地にもプレカット工場を併設する有力製材所がみられ、中小製材業にとって生き残りは容易でないのが現状である。

4. 山陰の合板製造業の現状と課題

(1) 合板の概要

国産合板は、木材の薄板（単板）を原則として3枚以上（奇数枚）、繊維方向を直角に接着剤で張り合わせたもので、合板の表面にプリントなどの加工を施さない「普通合板」と表面加工を施した「特殊合板」に分類される。山陰で生産される合板は約9割が「普通合板」であり、主に家具向け等の「薄物（厚さ3ミリ未満）」とコンパネと呼ばれコンクリート型枠用合板や住宅の構造用合板などの「厚物（厚さ12ミリ以上）」の生産が多い。

また、原料丸太は以前は南洋材（ラワン）が圧倒的に多かったが、ここ数年は、環境問題（熱帯雨林減少）や原産国の輸出規制などから、一部で針葉樹（北洋材等）への切り替えが進んできている。

(4) 合板業界の動向

近年の国内合板市場は、輸入物が国産合板の供給量を上回ることが恒常化してきている。その要因はマレーシア産合板の急激な輸入増加である（図23）。以前は、マレーシアのサラワク州やサバ州などから大量の南洋材丸太（ラワン等）を輸入し、国内で合板に加工したが、近年、現地の生産技術が向上し、自国内で生産した製品が日本農林規格（JAS）認定製品として日本に輸出されるようになってきている。

さらに、合板に代替する製品の増加も合板メーカーにとっては脅威となっている。代替品には、MDF（木質（中質）繊維版）やOSB（オリエンテッド・ストランド・ボード）、石膏ボード等があり、住宅の壁・床や屋根の下地材等といった用途で、いずれも国内出荷量を増やしており、合板の強力なライバル商品となっている。

(3) 山陰の合板製造業の動向

山陰の合板製造業は、製造品出荷額等で鳥取県が26億円、島根県が366億円と、特に島根県で盛んであるが、近年は減少傾向をたどっている。平成8年の消費税率引上げ前の需要増大での上向きや、平成5年のマレーシア（サバ州）の南洋材輸出規制による生産の落ち込みの反動で一時的に増加したことはあったが、最近も漸減傾向となっており、合板を取り巻く環境変化は厳しいものとなっている。

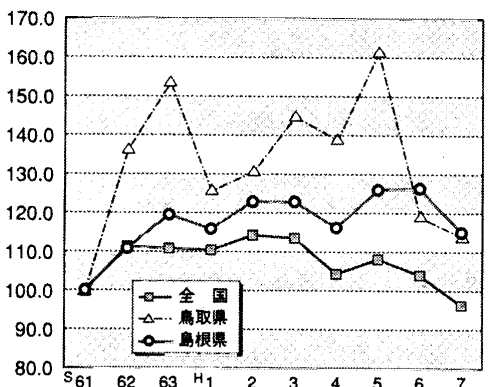
(4) 合板製品の流通と課題

山陰の合板製造業からの流通は、全出荷量の約8割が商社経由、2割が一次卸を経由しており、特に大手商社経由が多いため、地元への直接販売は、1～1.5%にとどまる。

また、販売面で市況変動に激しく影響される一方、原料（南洋材丸太）調達面も、為替動向、国際情勢等に左右されるケースが多く、安定した原料調達とライバル商品である輸入合板や代替品に対する価格競争力を持つことが課題となっている。

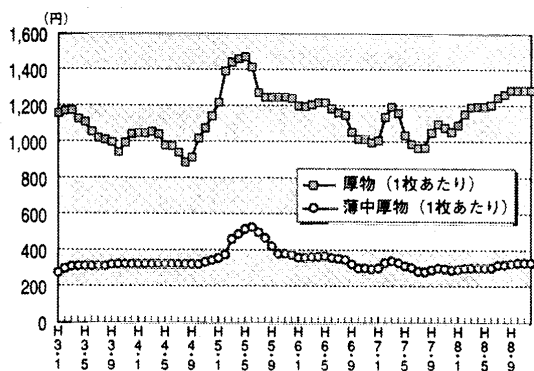
図15 合板製造業の動向（製造品出荷額等）

(S61=100とした指数)



資料) 「工業統計表」(通商産業省)

図16 合板の市場価格の推移



資料) 「日経商品情報」(日経産業消費研究所)

(5) 針葉樹合板生産への動き

このような課題を克服するため、国内合板メーカーでは、南洋材伐採の問題（環境問題）や製品の価格競争力、適正利潤の追求といった観点から、針葉樹合板生産へシフトしつつあり、島根県でも浜田市で針葉樹合板製造工場が稼働している。既に国産合板の1/3が針葉樹合板に取って代わったとも言われており、今後もさらに高まるものと予想される。

5. 木製建具製造業の現状と課題

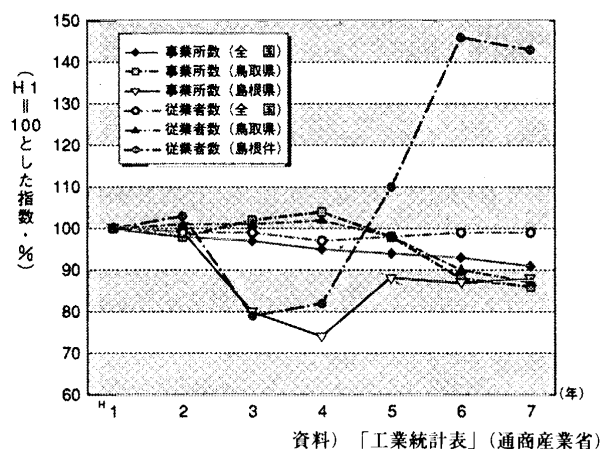
(1) 木製建具製造業の現状

山陰両県の木製建具（金属製建具除く）は、製造品出荷額（平成6年）で、鳥取県が約24億円、島根県が約79億円と、島根県で盛んで、平成5年以降増加が激しい。これは一部の県外資本による建具関連品目（木製ドア等）の生産が増加したことや、大手企業の下請的加工（金属製ドア等）が増加していることなどによる。

(2) 木製建具製造業の課題

木製建具製造業は、住宅の間取りの変化や洋間の増加、クロス張りの増加など、和風建築離れが進んでいる上、金属製建具（アルミ製の障子や襖等）の普及などから、新規需要は減少傾向である。また、この業界は零細企業が多く、営業力や機械化が課題に加え、職人の高齢化や後継者問題など職人養成、事業継続対策も課題となっている。

図17 建具製造業の事業所等・従業者数の推移（全国・山陰）



6. 畳製造業の現状と課題

(1) 畳製造業の現状

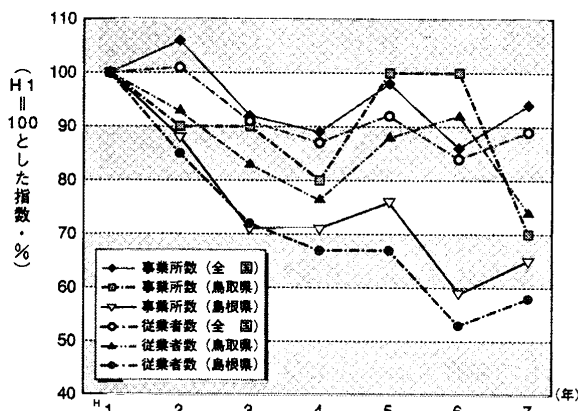
山陰両県の畳製造業は、製造品出荷額（平成6年）で鳥取県が約8億6千万円、島根県が約5億2千万円と、鳥取県で盛んであるが、両県とも事業所数、従業者数は減少傾向を示している。鳥取県で生産された畳は一部県外へも出荷されているが、ほとんど地元向けである。

(2) 畳製造業の課題

山陰の畳製造業は、昭和30年代後半から、旧来の「わら畳（畳床がわら製）」に代わって「化学畳（畳床が繊維板および発泡ポリスチレン製のもの）」の生産を手掛け、最近では、生産工程の機械化や畳にセラミック加工を施した商品に取り組むなど、特に鳥取県の畳製造業で積極的な姿勢がみられる。

しかし、和風建築の減少やフローリングの床が好まれる傾向などから畳製造業にとって厳しい環境となっており、より消費者ニーズにマッチした商品の開発・普及が望まれるとともに、潜在的な畳の更新需要掘り起こしが重要な課題となっている。

図18 畳製造業の事業所数・従業者数の推移（全国・山陰）



資料) 「工業統計表」(通商産業省)

VI. 山陰の建築材料卸売業の現状と課題

1. 山陰の建築材料卸売業の現状

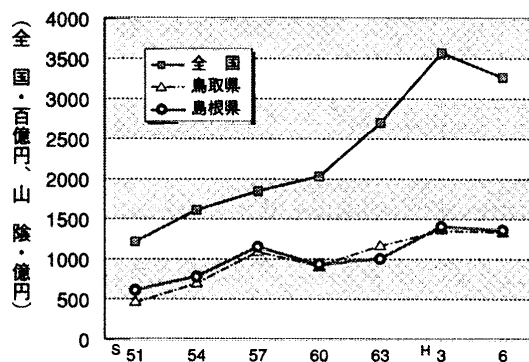
(1) 山陰の建築材料卸売業の特徴

山陰の建築材料卸売業（以下「建材卸」という）は、年間販売額（平成6年）で見ると、卸売業全体に占めるウェイトが高く、両県合計で12.5%と全国（6.5%）を大きく上回っている。

(2) 建築材料卸売業の動向

年間販売額の動向をみると、全国では平成3年以降、減少傾向だが、山陰両県には年間販売額では明らかな落ち込みはみられず、山陰の新設住宅着工戸数が全国に比べ堅

図19 建築材料卸売業の年間販売額の推移（全国・山陰）



資料) 「商業統計表」(通商産業省)

調に推移していることが影響しているものと思われる。

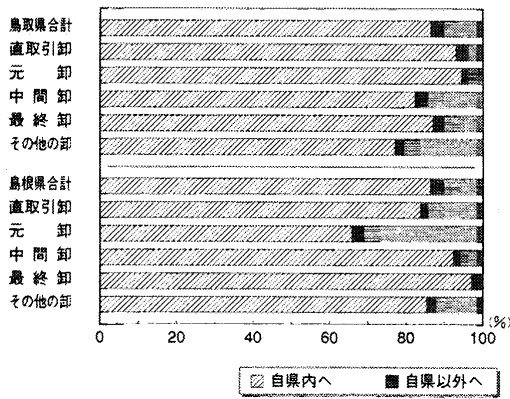
(3) 山陰の建築材料卸売業の流通

建材卸はその取扱品目が多様で、流通ルートも取扱商品によってまちまちであり、その流通も一次卸とされる直取引卸、元卸、二次卸とされる中間卸、最終卸と様々である。山陰では元卸や中間卸が多く、その約9割が「卸から仕入れ→卸へ販売」する流通形態であり、「メーカー→元卸→中間卸→(最終卸)→販売店・地域ビルダー」というモノの流れが主流となっている。また、仕向先としては8割以上が自県内への販売で、一次卸、二次卸とも地元密着の性格が強く、地元の実情に精通した有力建材卸などの中間卸を経て流通するパターンが多い。

また、建材卸業者は、複数のメーカーの販売代理店や特約店になっている場合が多く、特に住設機器、アルミサッシ、新建材などでは多い。メーカーの支配力が強い商品ほど専売式的（排他的、独占的）流通チャネルの傾向が強いようだ。

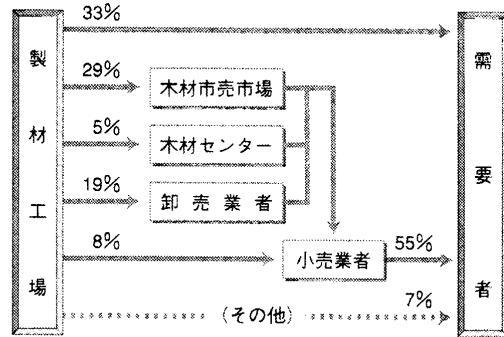
木材等の流通は、国産材と外材とではその流れが異なり、山陰では、国産材は地元の製材業者や木材市場を経由して、小売業者や需要者に製材品として流れる。外材は、商

図20 建築材料卸売業の流通段階別・販売先別構成比



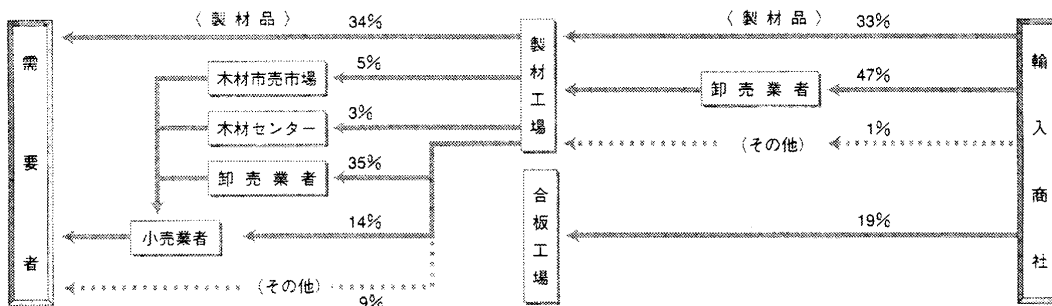
資料) 「商業統計表」(通商産業省)

図21 国産材製材品の主要流通経路



資料) 「木材需給と木材工業の現況」(林野庁)

図22 外材の主要流通経路



資料) 「木材需給と木材工業の現況」(林野庁)

社から県外の大手木材卸売業者を経て当地の製材工場に入荷する場合と、県外の大規模製材工場から直接製材品が当地へ入ってくる2つの流れがあり、プレカット工場では後者のパターンが多く、その取扱量が増加してきている。

2. 山陰の建築材料卸売業の課題

(1) 住宅市場の変化

建材卸が扱う住宅向け建材は、ほとんど地元の工務店（ビルダー）を需要者としており、山陰の住宅市場で大手ハウスメーカー等のプレハブ住宅が勢力を拡大することは同業界にとって脅威である。特に平成7年の阪神大震災以来、ユーザーの「木造在来工法（木造軸組）住宅」離れが進んだともいわれ、一層厳しい市場環境となってきた。

(2) 流通構造の変化

建設省の「住宅建設コスト低減に関するアクションプログラム」では、西暦2000年度までに、標準的な住宅の建築コストを2/3程度にすることが目標とされ、「流通の合理化」も目指されている。山陰でも中堅ビルダーはメーカー直接取引の建築資材調達に積極的であり、今後も仕入れコスト低減への動きは強まっていくものと考えられる。

(3) 地元ビルダーとの連携強化

地元ビルダーにとって、建材卸は貴重な情報提供者であり、特に、建材の中には施工ノウハウとともに商品を供給している場合が少なくない。建材卸にとっても地元ビルダーへの有益な情報提供、施工ノウハウ等の側面的サポートによる連携強化が重要となっている。

Ⅶ. 山陰の住宅建築業界の現状と課題

1. 山陰の住宅建築業界の現状

(1) 住宅をめぐる最近の動き

政府の住宅政策は住宅のストック（量）からクオリティー（質）へ転換されてきており、住宅金融公庫融資の中にも「バリアフリー」「高耐久」「省エネルギー」が盛り込まれ、優良な住宅ストック形成が目指ざされている。

また、建築規制体系の見直し等の規制緩和により、従来の「仕様規定」から「性能規定」化が進められ、部材の種類や寸法に関わらず、達成すべき性能が満たされていれば建築基準をクリアできるようになってきている。このような動きを背景に「輸入住宅」や「スチール住宅」など、住宅の選択肢は拡大しつつある。

さらに、建設省の「住宅建設コスト低減に関するアクションプログラム」によって、生産性向上や流通の合理化、適切な市場競争の環境整備など、住宅のローコスト化に向けた総合的な施策が動き出しており、消費者に開かれた住宅政策が進められている。

(2) 山陰の住宅建築業界の動向

住宅をめぐる動きが激しく変化中、山陰の住宅建築業界は、平成8年までは新設住宅着工件数が堅調に推移し、全体としては順調にその市場が拡大してきている。

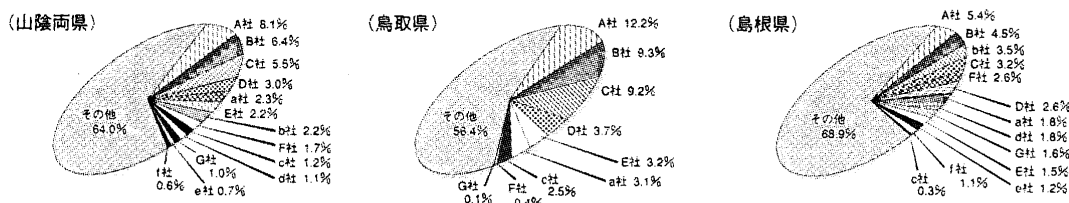
(3) 山陰の住宅市場の勢力図

堅調な動きを示す山陰の住宅建築業界だが、その市場をめぐる業者間の競争は厳しさを増している。山陰は木造住宅比率が高いが、近年の木造住宅は地元ビルダーによるものばかりでなく、木質系プレハブ住宅を扱う大手ハウスメーカーや、木造軸組工法（在来工法）を大手ハウスメーカーのフランチャイズに加盟して建築する場合もある。

また、木造以外では軽量鉄骨のプレハブ住宅やコンクリートパネル住宅がシェアを拡大しつつあり、住宅を取り巻く環境変化に即応している県外資本或いは県外に本拠を置くFC等の勢力が拡大してきており、この傾向は鳥取県で強くみられる。

その様子を、平成8年の建築確認申請件数からみると、山陰の主要企業13社のシェアは鳥取県で43.6%、島根県で31.1%となっており、建築確認が必要な市部を主体とした地域では、大手プレハブメーカーや地元有力ビルダーなどのシェアが高い。また、鳥取県では島根県に比較して大手プレハブメーカーのシェアが高く、上位3社だけで30%を超えている。

図23 建築確認件数に占める主要企業の割合



資料) 当研究所調べ

建築確認総数は昨年1年分を基準とし「住宅」「共同住宅」「貸家」「店舗兼住宅」など住宅と関係の深い用途のみ対象としている。企業名のローマ字は大文字が県外資本或いは県外資本系列、小文字が地元資本企業。その他は、山陰両県合計で年間建築確認件数が25件以下の企業（両県別ではこの限りではない）その他には施工業者未定分を一部含む

2. 山陰の住宅建築業界の課題

(1) 強みを発揮する大手プレハブメーカー

山陰でかなりのシェアを有する大手ハウスメーカーは、強力な営業力や住宅地とともに販売できる資金力など、地元ビルダーが及ばない強みを有し、消費者にとっても、大手プレハブメーカーの安心感やクレームの少なさが大きな購買動機になっている。

一方、弱みについて強いて挙げれば、現場での施工を地元の大工等に発注していることから、今後の大工不足や高齢化対策が課題となつてこようが、既に課題克服に向けて多能工と呼ばれる現場での複数の作業工程をこなす作業者の養成が始められている。

(2) 地元ビルダーの課題

一方、地元ビルダーは資金的にも弱く、営業力もない。しかし、消費者は安価で洗練されたデザイン、機能的に優れた住宅などを求めており、1地域ビルダーだけで対応することは容易ではない。そのため、大手F Cの傘下でそのノウハウを活用するケースやプレカット工場と提携するケース、県外の産直住宅のグループに参加しているケースなど、外部の経営資源を活用した生き残り模索への動きが活発化している。

VII. 山陰の住宅関連産業の展望

1. 「広域市場型産業」と「地域密着型産業」

山陰の住宅関連産業を大きく2つに分けると「広域市場型産業」と「地域密着型産業」に分けられる。「広域市場型産業」とは地元エリア、山陰両県域を超えて広範囲な地域に製品や商品を出荷している産業で、比較的川上に多く、「合板製造業」や「瓦製造業」、一部の「製材業」などにみられる。

一方、「地域密着型産業」は、商品の販売先や顧客の殆どを地元の有する産業で、「素材（丸太）生産」、大部分の「製材業」、大半の「木製建具製造業」、「畳製造業」、「建築材料卸売業」、大手ハウスメーカーを除く「住宅建築業」が該当する。

2. 「広域市場型産業」の今後の展望

(1) 合板製造業

鳥根県で生産が盛んな合板製造業は、当地にとって重要な産業だが、「広域市場型産業」のため、国内はもとより、世界を相手にしなければならない。現在、当地でも「針葉樹合板生産」が手掛けられ、価格、品質などの面で当面アドバンテージを稼ぐことが期待されるが、長期的には再び海外勢（特に北米産）の攻勢も懸念される。

そのため、市場拡大が期待され合板製造と加工工程が近いL V L（単板積層材）生産などへの進出も視野に入れながら、効率的な生産技術開発等を検討すべきである。また、技術面の高度化では、行政サイド（工業試験場等）や地元高等教育機関のサポート（産官学連携）も積極的に行うべきであろう。

また、販路を商社に頼っている現状から、合板メーカーによる販社設立など、自力の販路拡大策も検討に値する。

3. 「地域密着型産業」の展望

(1) これからの住宅関連産業

「地域密着型産業」は、当地のマーケットを主体とした産業だが、川上、川下を問わず厳しい経営環境に直面している。こうした状況を克服するには、プレハブメーカー等にみられる「垂直的流通システム」の発想が参考となろう。「垂直的流通システム」とは、

住宅建築に必要な資材や部材の調達、住宅の設計、さらには現場への物流や施工などを集中的にプログラム化し、統合化したシステムで、効率制、合理性に優れる。

当地の「地域密着型」住宅関連産業は、現在でも「伝統的流通システム」とでもいふべき旧態依然としたシステムで成り立っており、低コスト化が進みにくい上、非効率で工期が長く、クレームも出やすいなど、弱点が克服できない。今後は「垂直的流通システム」を取り入れた複数の事業者のタテの系列・統合化による事業展開を目指すべきであろう。

(2) 急がれる垂直的な系列化・統合化

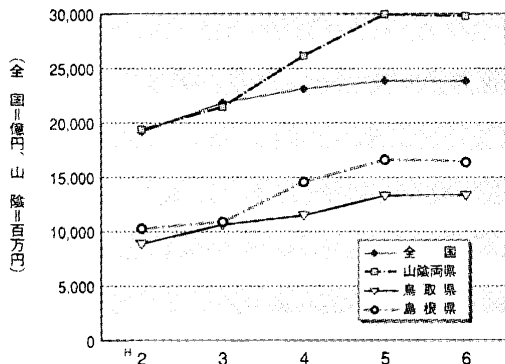
現在、FCに加盟している地元ビルダーや県外の産直住宅グループに加盟している地域ビルダーのように、川下のビルダーでは「垂流通システム」志向が強いものの、素材生産や製材業、建材卸などではまだこうした動きが弱く、対応が急がれる。

そのため、まず、川上の素材生産事業では、従事者の雇用環境整備や林道・高性能林業機械の導入など効率的な伐採・搬出体制の整備が必要であり、行政と一体となった取り組みが望まれる。製材業では、製材品の規格化や徹底した品質管理を目指した事業の共同化、専門化などが求められよう。建材卸においても川上から川下をカバーする幅広い事業展開の視点が求められる。「木製建具製造業」や「畳製造業」もこうした系列・統合化の流れに上手く乗る必要がある。

(3) 期待されるリフォーム分野

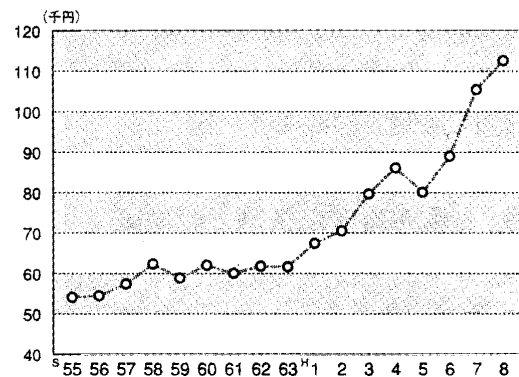
今後期待できる市場として、リフォーム分野が挙げられる。高齢化を反映したバリアフリーに対応できるとともに、大手プレハブメーカーの弱い分野であり、今後、地元ビルダーや建材卸にとって重要な市場となりうる。実際、最近の住宅の維持・修繕工事の完成工事高は、山陰でも高い伸びを示しており、家計における設備の維持・修繕費支出も増加傾向にある。なお、リフォーム業務推進に向けた事業システム構築にあたっては、

図24 住宅の維持・修繕工事の完成工事高の推移



資料)「建設工事施工統計調査報告書」(平成6年度・建設省)
完成工事高は全業態(建築工事業、職別工事業者)の合計

図25 家計支出にみる住宅の設備修繕・維持支出(全国・年間)



資料)「家計調査年報」(総務省)

「垂直型流通システム」に沿った方向性が求められよう。

おわりに

山陰には多数の住宅関連産業が存在したが、いずれの産業も激しい経営環境の変化の中で新たな方向を模索している。その中で重要なことは、あくまで消費者の立場に立つこと、マーケットイン（顧客志向）の発想によることである。住宅は生涯に一度の高価な買い物であり、誰もが満足できるモノを求めている。その理想のハードルをクリアできるモノやサービスを供給できるかどうか、今後の住宅関連産業の生き残る最も基本的な条件である。