

課程博士学位請求論文要旨

論文題目 『近代日本の石油市場と石油産業』

氏名 内藤 隆夫

本稿は明治期から第一次大戦期における、日本の石油市場と石油産業の展開過程を併せて検討する。方法論的には石炭産業における隅谷[1968]、産銅業における武田[1987]のそれに基本的には依拠している。しかしそれに加え、①日本石油・宝田石油が採用した一貫操業体制とそれ以外の生産のあり方との対比を行う、②他の鉱山業との労資関係の違いに注意する、③国内に直接進出した外資と国内資本との競争関係を具体的に分析する、④主要会社各々の個性的な活動それ自体を意識的に描く、という4点を念頭において検討する。

第1章「明治前期の石油輸入と石油政策」は、第2章以下のための歴史的前提を示した。幕末開港とともに開始されたと見られる石油輸入は1870年代以降急増したが、その理由は従来の灯火に比しての石油ランプの明るさと経済性、従来の灯用源に比しての石油の低価格に求められる。石油輸入の急増に対し、政府は国内鉱業振興のため諸策を講じた。端緒は大鳥圭介の石油地調査で、この後石油鉱業官営が目論まれた。しかし、政府が十分な資金的援助をもって取り組んだのはお雇外国人ライマンによる石油地調査のみであり、しかもその調査方法は後に通説となる背斜説を排した、露頭の調査中心であった。そしてライマンの調査結果の影響を受けたと思われる、1880年前後以降の工部省試掘、鉱区選定と再度の試掘は、何れも中途半端に止まった。かくして石油供給はその大部分を外油に仰ぐ時代が続き、また国内石油産業は政策的保護を受けない民間資本によって勃興する。

第2章「石油市場の展開と国内資本の勃興」は、主に1880年代末から90年代を対象とし、外油2社の競争関係の明確化と、それとは切り離された形ながら国内資本も勃興過程に入ったこととを示した。第1節「外油2社の競争開始」では、1893~94年のサミュエル商会によるタンカー輸入開始とソコニー日本支店設立、及び居留地外商の石油取扱から

の撤退を通じて、米油＝ソコニー、露油＝サミュエル商会、の日本市場における競争関係と、ソコニー＝マーケットリーダー、サミュエル＝チャレンジャー、という市場地位との明確化をまず示し、次いで内地雑居が不可能な当該期には両社とも流通・販売への取り組みを積極化することも、それを市場競争に生かす可能性も限定されていたとした。第2節「国内資本の勃興」は、日本石油・宝田石油の事業開始とその成功、及び新潟県の原油採掘量急増に伴い叢生した採掘・製油専業者を中心とした取引の連鎖による石油生産・流通の仕組みを見た。まず日石は、山口権三郎を中心に新潟県中越・下越地方の資産家を糾合して発足し、次いで綱式機械掘を導入・成功した。機械掘成功は、石油採掘業の生産過程の枢要部を機械化したこと、それが同社の資本蓄積開始の槓杆となつたという意味を持つ。但し、機械掘成功後に採掘業と精製業が相互に拡充しあう関係も生まれたとは言え、同社の製品は外油と台頭に競争する＝「混ぜ物」から脱却するには未だ不十分であった。次に宝田は、日石とは異なり長期的資金見通しのない中小規模の会社として発足したが、当初の採掘業の成功と、合併に基づいた成長戦略の形成によって事業規模を拡大した。石油採掘業における合併は、リスクの軽減と規模の経済性の発揮を可能にする意義があり、同社は採掘業の成功→高収益→高配当→増資→株式交付による合併→事業拡大、をなし得た。しかし同社にとっても、当該期には製油・販売業への進出は容易でなかった。また専業者間の取引の連鎖による生産システムは、採掘地と製油所を媒介する送油に関しての採掘業者と鉄管業者との取引、採掘業者と製油業者との値立会を通じた原油取引、製油業者と問屋商人との製品取引、からなった。送油業を担う鉄管は採掘地に対し特殊な資産であり、採掘一送油一精製が一連の経路となっての長期安定的関係の成立が望まれたが、採掘業者と製油業者に互いに機会主義的行動をとる余地があり、更に有力製油業者の製品を群小業者のそれと同様外油の混ぜ物にしてしまう商人のモラルハザードも問題であった。以上の意味で、この生産システムは非効率であった。

第3章「日本近代石油産業の確立と内外4社競争構造の展開」は、日本石油・宝田石油が全国的市場で外油に対する競争力を獲得することで日本の近代石油産業が確立し、外油2社間の競争激化を含め、内外4社の競争的な市場構造が形成・展開されたと論ずる。第1節「日本近代石油産業の確立」は、それを後押しした輸送網の整備から説き起す。即ち、鉄管敷設の進展、北越鉄道の開通及び信越線・日本鉄道との連絡輸送開始、タンクカー輸送の導入といった鉄道を中心とした輸送網整備が、越後油輸送の円滑化・低コスト化・安定化・大量化をもたらし、地域的な石油供給を目的に採掘業から出発した新潟県の石油産業が、その製品を東京市場に進出させるための基盤を提供した。これによって新潟県産石油は東京方面に活発に移出されたが、その中には投機的な中小製油業者の製品を多く含んでいた。このような越後油の脆弱さが1900年の日清戦後第二次恐慌とその後の不況において露呈する中、精製能力の質的・量的拡充に努めた日本石油の製品は他の国産石油と差別化され、その結果として同社は自社商標「蝙蝠」を確立した。それは対外的には外国資本との競争力獲得を示し、対内的には越後油一般に対するレントの獲得を示す。これに対し宝田石油は、所謂大合同を通じて自社商標を確立した。1901～02年に敢行された第1回大合同の同社にとっての意義は、原油採掘量の急増、送油業統合による採掘一送油の効率化、浅野総一郎の石油関連事業の入手による製油・販売業への進出、それらを含めた業容の充実により他の群小業者と区別され、日石と並ぶ国内の二大資本へと成長したこと、

に見出すことができる。日石・宝田の両社による、一貫操業体制（乃至はそれに近い形）の構築と自社商標確立の意義は以下の2点である。まず、一貫操業即ち採掘一送油一精製一販売の各取引の内部化＝統合形態は、日石・宝田という少数の企業の私的利害に基づいて構築されたが、それが両社の再生産を保証する効率的なシステムとして機能し、そして両社が主導的企業へと成長するに及んで、当該期における支配的な生産体制として制度化されたと言える。但し、それは日本石油産業が採掘業を基軸とした第一次大戦期までの時期においてのみ妥当する。次に自社商標確立は、対外競争力獲得の指標となる。国産油が外油の混ぜ物として使われていては、生産量自体が増加してもそれは外油の競争の中に吸収されてしまうからである。シェアにおいて外油を上回り得なかつた日本石油産業においては、対外競争力の獲得こそが発展史上の画期となるのであり、これをもって日本の近代石油産業は確立した、と考える。

第2節「確立期日本石油産業の労資関係」は、1900年代以降の時期における、斯業の主導的部門たる鉱業部門の労資関係を新潟県の事例から検討した。石油産業が存在しなければ他県へ出稼ぎ乃至は流出したであろう者達を含め、石油鉱業に「喜ンデ」就労した労働者は、労働争議は起こさず移動率は低く勤続年数は長く、出勤率も高かつた。一方機械化の進展により労働力需要が急増しないことを背景に、労働力を近傍から調達し、また賃金を比較的低水準に止め得た日石・宝田は、鉱夫救済制度の早期導入乃至は拡充策を講じた。以上の背景のもとで、階級対抗関係が決して発現しない協調的労資関係が持続した。

第3節「内外4社競争と競争制限の展開」は、ここまで見てきた日本石油産業の勃興・確立過程の考察を前提とし、1900年代以降の石油市場を、内外油の販売網形成活動を含めて検討した。まず、条約改正後間もなくの1900年にサミュエル商会は日本における販売会社ライジングサンを設立し、ソコニーは西海岸よりのカリフォルニアで一貫操業を開始するとともに日本でもインターナショナル石油を設立した。そして既述の如く内油2社が台頭し、内外4社の競争的な市場構造が成立した。1900年代半ば以降ソコニーは油槽所を大量建設してバラ積み灯油「虎印」を市場に投入し、更に08年から販売競争も展開された。この時期、同社は排他的販売網形成を進めたが、それは最高級品「チャスター」のブランドイメージ維持には適合的でも、廉価品「虎印」の大量販売とは戦略的に矛盾し、結果としてシェアを下げた。一方、ラ社は関西で「タンク石油連合」を自滅させる等自社主導の販売網形成には固執したが、指定販売人の他油取扱は黙認し、蘭印石油輸入とタンク油の価格面での優位性と相俟ってシェアを向上させた。一方、当該期台頭した内油も1900年代後半から末には宝田の成長戦略が限界を来す等純益率低下に悩み、既述の販売競争を経た、宝田の内部整理開始後の1910年に所謂「内外4社協定」が締結された。これは7ヶ月で破綻するがその後再編され、大戦期を通じて継続された。1910年代を競争制限期とする所以である。但し、大戦期には価格協定は締結されたが数量協定は確認されない。当該期の外油の供給力不足を利用して、内油はシェア向上と価格上昇による収益増加を実現した。この大戦期における内油の好調は、ロータリー式機械掘導入による採掘量増加、宝田石油の成長戦略の転換、そして日石の事例における石油販売業新規開業者との契約、外油の系列店への割込、旧3次店の特約店への昇格という、販売窓口の増加を目指す販売網形成策、にもよっていた。