

戦前期日本における 紙・パルプ製造企業の成長と協調（下）

四 宮 俊 之

主要目次

はじめに

〔1〕 紙・パルプ製造企業の成長と競争

- (1) 王子製紙の成長と技術・市場の態様
- (2) 富士製紙の台頭と競争
- (3) 樺太工業の参入と追随 (以上を前号に掲載)

〔2〕 紙・パルプ製造企業による協調行動(以下を本号に掲載)

- (1) 日本製紙連合会によるカルテル活動
- (2) 共同洋紙によるカルテル活動

結論

〔2〕 紙・パルプ製造企業による協調行動

(1) 日本製紙連合会によるカルテル活動

1. 製紙所連合会の設立と価格協定

日本における洋紙製造を中心とした近代的な紙・パルプ工業は、既述のように有恒社を最初として1874（明治7）年から1879年までに民営企業5社（5工場）と官営2工場が相次いで創業し発達の緒についた。これら初期の工場は、技術的な不慣れや洋紙需要の少なさなどで、当初ほぼ一様に操業の不調と業績

の不振を余儀なくされた。しかし、政府がたまたま技術的に抄造の容易な地券状用紙を1876年から国内の各社・工場へ大量に分散発注したため、未だ創業前の神戸製紙所(三菱製紙の前身)や洋紙製造に着手する前の大蔵省抄紙部工場を除く各社・工場では、収益的に一息つけた。但し、こうした官需も1877年末頃から次第に減少した。そこで、各社は製品・市場戦略を民需向けへ切り換え、1879年頃からの対外国為替相場下落による輸入紙の価格競争力の低下にも助けられ、新たに民需を中心として国内市場で3分の2以上のシェアをどうにか確保していくようになったのである¹⁾。

このような国内の民間企業を主体とした近代的な紙・パルプ工業の創始と自立化から間をなかつた1880(明治13)年12月、日本の近代鋳工業分野で最初の同業者団体として製紙所連合会が前述の民営5社により設立された。加盟企業が翌年1月には6社となり、大蔵省の直営工場を除く全国の洋紙製造業者を網羅した。製紙所連合会の設立にリーダーシップを行使したのは、神戸製紙所創立者のアメリカ人貿易商ウォルシ兄弟の一人、兄のトーマス・ウォルシ、それと製紙会社社長の洪沢栄一であった。とりわけ、トーマスは、1880年に洪沢へ外国製洋紙に対する輸入税引き上げの必要を提議し、その際に政府への働きかけと絡めて国内の洋紙製造業者による団結に話が及んだようである。そのため、この二人を中心に同業者団体の結成が企図されていった。ウォルシは、自分の母国アメリカに製紙業者のカルテル的同業者団体が1878年設立されたことを例に出し、日本にも同様の団体が必要と製紙所連合会の設立準備会で主張した。それに洪沢やアメリカから帰国して間をなかつた製紙会社副支配人の大川平三郎などが賛同し、各社の代表者により設立の合意がなされたのである。

製紙所連合会の主たる設立目的は、その創立条規²⁾と実際の活動内容から見ると、加盟企業各社による洋紙の販売価格協定の実施、とりわけ輸入圧力の未だ強くなかつた新聞用紙や印刷用紙などの「下等品」を対象とした最低価格協定により国内企業間の価格競争と市価の低落化を抑えることにあった。だが、

この日本で最初の近代的なカルテル的共同行為³⁾としての最低価格協定の実施は、その直後から新たにベルギー製下等印刷用紙の低価格輸入が増加し、また加盟企業による違反行為も少なくなかったため、協定価格の相次ぐ引き下げを直に余儀なくされ、所期の成果をあげるまでに至らなかった。さらに、それと併せて実施されたイギリス製上等印刷用紙など「上等品」の輸入防遏を目的にした最高価格協定も、輸入紙の中心が下等印刷用紙へ移ったのと、上等品の多くが技術的に未だ国産化出来なかったために殆ど意味をもたず、やがて自然消滅したと見られる。その上、ベルギー製下等印刷用紙などの輸入価格は、製紙所連合会による同等品の最低協定価格を先行的に下回った。そこで、下等印刷用紙の最高協定価格を輸入価格以下にまで下げて、新たな輸入防遏策とする余裕もなかったのである。

こうして1882年頃になると加盟企業間に製紙所連合会の価格協定をめぐる利害の対立が生まれた。前号で述べたごとく、その頃に稲藁パルプ製造の企業化などによる技術革新や経営の合理化で製紙コストの削減を曲がりなりにも進めつつあった製紙会社などは、製紙コストが概して割高な他の弱小加盟企業の存続を前提にせざるを得ない最低価格協定の存在が輸入紙との競争で次第に足かせとなったようである⁴⁾。ちなみに、製紙会社は、1882年に国内の洋紙製造高総計の約40%、神戸製紙所との2社合計で70%近くを既におさえていた。他方、それ以外の弱小企業の側でも、市価の低落防止に目立った効果がなく、製紙会社などの有力企業の意向で輸入紙対策としての価格引き下げを繰り返す最低価格協定のあり方や意義に疑問や不満を持ち始めていたようである。そこで、翌1883年1月に加盟企業の全会一致で価格協定の廃止が決議されたのである。

かくして、製紙所連合会は、日本の近代鉱工業分野で最初の人為的な市価の統制を目的としたカルテル的活動に取り組んだが失敗した。その結果、同業者団体としての存在意義がやがて問われるようになり、1883年中に2社が脱会し、別の1社も前年既に業績の不振から廃業していたので、製紙会社や神戸製紙所

など残る3社だけの単なる親睦的かつ半ばローカルな同業者団体に一旦性格を変えていくようになった。

- 注 (1) 拙論「製紙所連合会の設立と価格協定—日本におけるカルテル的活動の嚆矢—」(『文経論叢』第15巻第2・3合併号、弘前大学人文学部、1980年、43-47頁)。以下の製紙所連合会による初期のカルテル的活動の詳細についても、同論文を参照されたい。
- (2) 「製紙所連合会条規」(日本製紙連合会『明治二五年前後書類—自明治二六年至三一年営業景況』所収。紙の博物館所蔵。以下の日本製紙連合会や紙・パルプ製造企業の経営史料についても、ほとんどが同館所蔵である。)
- (3) ここでのカルテルの概念は、市場独占の有無を判断基準とした独占の一形態ではなく、独立企業による市場の自主的統制をめざす共同行為として広義に一応解釈している。(漢利重隆編『経営学辞典』東洋経済新報社、1967年、140-141頁。伊従寛、他編『独占・公正取引』ダイヤモンド社、1965年、157-159頁などを参照)。
- (4) 各期『製紙会社考課状』。ところで、前号の(上)では、次のような誤記があった。6頁7行目の「抄紙社会」を「抄紙会社」、17頁23行目の「オーストラリア人…各1名」を「オーストラリア人…など」29頁4行目の「1937年」を「1932年」と訂正する。

2. 日本製紙所組合、日本製紙連合会としての組織と機能の模索

製紙所連合会は、新たな親睦的団体への性格の変容に合わせて、1884(明治17)年に年4回の総会開催数を半減させるなど組織と活動の縮小を決定した。そのため、1886年には神戸製紙所が「宴会」中心の総会を無益であると申し入れ、翌年に総会への欠席を申し出るようになった。そこで、残る2社の加盟企業だけでは意味がなくなっただけでなく、総会の開催が見送られた。神戸製紙所の欠席理由は、社主のウォルシ兄弟が同業者団体のあり方をアメリカに当時多く見られたカルテル的団体に求めていたためと推察される。但し、神戸製紙所も、製紙所連合会の将来的な存在意義まで否定的に考えていたようではなく、1890年に当番幹事として当時新設されたばかりの富士製紙や四日市製紙の加盟を勧誘・実現し、その後2年7カ月ぶりに総会を再び開催させたのである¹⁾。

こうして製紙所連合会は、全国的な同業者団体としての復活がはかられ、それとともに親睦以外の活動にも再び取り組むようになった。1890年に先ず大蔵大臣へ大蔵省直営工場の製造した洋紙の民間向け販売の停止を求める嘆願書を、次いで翌年に帝国議会の貴衆両院へ洋紙輸入紙税の引き上げを求める嘆願書を提出した。また、1892年には当番幹事の製紙会社が洋紙販売価格協定の復活を総会に提議した²⁾。もっとも、この復活案をめぐるのは、総会で実施を一旦仮決議したが、神戸製紙所などが最終的に反対へ回って本決議までに至らなかった。神戸製紙所の反対理由は、表向き「円滑執行スルノ見込ミ無シ」³⁾であったが、それだけでなく生産調整などを欠いた単なる価格協定の効果をアウトサイダー企業の存在などを考慮し疑問視したためと思われる。

神戸製紙所は、翌1893年に再び当番幹事としてアウトサイダー企業3社の加盟を実現し、その後に紙価引き上げ策の協議を目的とする臨時総会の開催を企てた⁴⁾。だが、この頃になると国内市場における洋紙の需給関係が好転しつつあり、加盟企業間における成長・競争戦略の違いなどから総会の開催に合意が得られず、定期総会も含めて総会の開催が見送られていった。1894年には洋紙商からも販売価格引き上げの要望が出されたが、その協議を目的に当番幹事の富士製紙が総会を招集して開催させたものの、今度は神戸製紙所などが欠席し、出席定数の不足により総会として成立せず、販売価格の自主的引き上げを申し合わせたに止まった⁵⁾。こうして製紙所連合会は、再び1896年まで総会の開催を見送り、半ば休眠化していくようになった。

しかるに、日清戦争後に国内の紙・パルプ製造業界と新聞業界の間で洋紙輸入税をめぐる政治的対立が表面化し、製紙所連合会は新たに対政府・対議会活動の早急な強化を迫られた。それまでのような活動の限界を同連合会が最初に痛感させられたのは、1899年2月の帝国議会における新聞業界系議員による新聞用紙などの輸入税全廃化法案の予期しない上程であった。この法案は、衆議院の審議で与党側が最終的に反対し、未成立のまま会期満了で廃案になったが、

政府や議会向けの反対運動に従事した紙・パルプ製造業界関係者の間では、その上程を事前に全く予測・予知できなかった製紙所連合会の対政府、対議会機能の弱さに危惧が高まった。その結果、同年5月に製紙所連合会が日本製紙所組合に改称され、それとともに輪番幹事の増員と任期の延長、重要問題に関わる「委員」制の新たな導入、また1890年以来強められていた総会運営上の諸制限の緩和、予算制や信認金制の採用などの組織と機能の強化が図られたのである⁶⁾。

しかし、このような日本製紙所組合への改組による組織や活動の強化策も、具体的な成果になると乏しかった。1899年に先ず洋紙輸入税問題の担当委員として王子製紙（製紙会社を1893年に改称・改組）など5社を選出した後、1900年に洋紙市況の統制を目的として新聞用紙を対象にする共同販売機関の設立案、次いで翌1901年に洋紙の共同輸出機関の設立案が相次いで提議された。だが、そのようなカルテル機能の復活案については、依然として総会による「多数決」を至上とした組織運営のもとで、当時12社を数えていた加盟企業間の意見が一致せず最終的な承認を得られなかった。かくて、日本製紙所組合になってもカルテル機能の復活などを具体化していくまでに至らず、1902年以降になると再び活動の沈滞化を余儀なくされていった⁷⁾。

しかるに、日本製紙所組合は、その後1906年に再び洋紙輸入税問題に直面した。政府が帝国議会へ上程した関税定率法改正案に一般印刷用紙の国定輸入税率引き上げを盛り込むと、新聞業者が逆に新聞用紙輸入税の大幅な引き下げを要求し始めた。日本製紙所組合は、そこで政府案を支持して議員に意見書を送付するなどの対抗策をとったが、議会に対する影響力の劣勢により新聞用紙輸入税の引き下げを結局阻止できなかった。そのため、対議会運動に関与した王子製紙や富士製紙などの有力企業間では、再び日本製紙所組合の対政府・対議会活動の弱さが問題視され、総会宛に組織と機能の一層の強化を求める要望が出された。その結果、同年に日本製紙所組合を日本製紙連合会へと再度改称す

るとともに、従来の各社輪番による幹事制と別に有力企業を中心とした常務幹事制が新設されるなど、有力加盟企業によるリーダーシップ確保と活動の強化が図られた。また、連合会による機関誌の刊行化や洋紙商の準会員としての加盟承認なども併せて決定されたのである⁸⁾。

だが、それでも依然として新聞業界に比べ対政府・対議会機能や活動の劣勢を免れなかった。日本製紙連合会では、前回の失敗を教訓に1907年から洋紙輸入税問題を協議し、常務幹事3社を含む6社の調査担当委員を選出して即応体制を整え、1909年末に政府が関税改正法の草案として新聞用紙輸入税の倍増化などを内定すると、それを支持する運動にすぐ取り組んだ。しかし、政府が翌1910年に帝国議会へ上程した関税定率法改定案は、洋紙輸入税の一部引き上げを盛り込んでいたものの、新聞業界の反発と運動により新聞用紙輸入税を据え置くとしており、それを議会も大きな修正などを加えずに可決して1911年に施行された⁹⁾。

こうして日本製紙連合会は、洋紙輸入税問題で再び新聞業界の政治力に押し切られた。そのため、同連合会の組織や機能の不備が加盟企業の間で依然として痛感され、1906年以来常務幹事を務めていた王子製紙や富士製紙、九州製紙を中心として社団法人化による組織改革が新たに検討されていった。かくて、1913（大正3）年の社団法人化に合わせて、従来の幹事制に代わる常務理事や理事を主体とした「役員」制や、洋紙商やパルプ製造専門企業を除いて紙・パルプ製造企業のみで構成する最高意思決定機関としての商議員会の新設、信認金制に代わる出資金制の導入などが行われた¹⁰⁾。その結果、少数の有力加盟企業による合議を中心とした指導・運営体制が一段と強められ、日本製紙連合会が第一次世界大戦後に本格的なカルテル活動を再開していく組織的・機能的基礎が整えられていくようになったのである。

注（1） 製紙所連合会の1884年以降の親睦的同業者団体としての組織と機能の強化については、日本製紙所組合、次いで日本製紙連合会への改組を含めて、拙論「第一

次大戦期前の日本製紙連合会—近代日本製紙業における同業者団体の組織と機能の変遷—(『経営史学』第16巻第3号、経営史学会、1981年、1-24頁)を参照されたい。

- (2) 1892年4月「製紙会社議案書」(『自明治13年至明治31年旧連合会重要保存書類』所収)。
- (3) 1892年5月18日「神戸製紙所書簡」(同上書類所収)。
- (4) 1893年1月10日「二見昇書簡」(同上書類所収)。
- (5) 1894年2月、洋紙商有志「趣意書」(浅野家有恒社『製品売捌約定書』所収)。同年2月15日付、加盟各社宛「富士製紙書簡」(前掲「自明治13年至明治31年旧連合会重要保存書類」所収。以下、同じ)。同年日付不明、関西地区加盟4社宛「富士製紙書簡」。同年2月27日、関東地区加盟5社宛「富士製紙書簡」など。
- (6) 1899年5月「日本製紙所組合同規約」、「日本製紙所組合同事務章程」(『日本製紙所組合、日本製紙連合会 総会決議録』所収)など。
- (7) 1900年春季、1900年秋季、1901年春季、1902年秋季、1903年春季「定時総会議事録」(同上書類所収)など。
- (8) 1906年春季「定時総会議事録」(同上書類所収)など。
- (9) 1907年秋季、1908年春季、1908年秋季「定時総会議事録」(同上書類所収)。1910年1月『印刷用紙ノ関税改正ニ付全国製紙業者陳情書』日本製紙連合会、など。
- (10) 1912年春季、1912年秋季「定時総会議事録」(同上書類所収)。「社団法人日本製紙連合会定款」(『定款改正及出資金還付及定款原本』所収)など。

3. 第一次世界大戦期のカルテル活動

王子製紙と富士製紙は、既述のように第一次世界大戦前までに当時の最多需要品であった新聞用紙と印刷用紙に重点をおく製品・市場戦略による生産の拡大と合わせて、パルプ材資源の自社による掌握化などの垂直的統合戦略を展開した。全国の洋紙製造高とはほぼ見做しうる日本製紙連合会加盟企業の製紙高総計に占める両社の比率は、1913(大正2)年に王子製紙が32%、富士製紙が29%にまで高まった。また、洋紙の国内自給率(輸出分を除いた衡量)も、同年に78%となっていた。だが、それでも王子製紙など有力大企業の市場支配力は、前述のような新聞用紙輸入税の据え置きなどで海外からの輸入圧力を依然無視できず、その上に、有力新聞社など大口需要者の取引交渉力も高まってい

たため未だ強くなかった。パルプ材資源の掌握も、良質安価なパルプの輸入が可能であったため、それだけでは他社との競争に未だ特段のメリットを生まなかった。また、卸売商を通じた洋紙流通機構の自社系列化による掌握も、取引形態の複雑多岐性などから未だ十分でなかった。

ところが、1914年7月の第一次世界大戦勃発で生じた国内外における洋紙需給関係の変化は、国内の有力な紙・パルプ製造企業が市場支配力を著しく強める好機となった。開戦から僅か6ヶ月ほどで新聞用紙需要が40%増えるなど、洋紙需要が急増したのに対して、国内生産の早急な拡大には限度があった。日本製紙連合会加盟企業の製紙高総計は、1914年以降に対前年比で毎年10%台の伸びを見せたものの、需要の急増に追いつかなかった。洋紙の輸入も、ヨーロッパにおける戦乱の影響を受けて1913年を100とする指数で1914年に68、1915年に34へと急減した。その結果、洋紙の市場価格は、日本銀行大阪支店の調査によっても1914年3月を基準とする指数で同年末に110、1915年末に127、1916年末に200、1917年末に284、大戦終了直後の1918年末に498へと急騰した¹⁾。

但し、このような洋紙市価の上昇は、必ずしも市場における需給関係の逼迫化だけによるのではなく、日本製紙連合会や後述する共同洋紙会社のカルテル活動による市況の統制が絡んでもたらされたものであった。すなわち、日本製紙連合会は、大戦が勃発した翌8月に臨時商議員会を開催し、新聞用紙を除いた洋紙出荷価格の随意的な引き上げを早々と協定した。次いで、翌1915年にもやはり随意実施を条件にしながら価格の引き上げを順次協定した²⁾。こうした協定による出荷価格の人為的引き上げが、需給の逼迫や思惑取引の影響などと相まって洋紙市価の急騰につながったのである。

だが、このような紙況の人為的な統制や投機性の高まりに対しては、需要者側からの批判や反発があった。1916年には、新聞業者を中心に印刷用紙と製紙用パルプの輸入税撤廃と輸出許可制の実施を求めて、衆議院へ法案の上程をめ

ざす動きが表面化した。そこで日本製紙連合会は、洋紙の製品別最高卸売価格を協定・公表して紙価の急騰を抑制したり、値上げの自粛化で法案上程の動きを鎮静させるように努めた。こうして法案の上程を見送らせた後で、再び一般紙価の価格協定による一層の引き上げに取り組んだ³⁾。その結果、前述のような洋紙市価の急騰が見られたのである。

但し、共同洋紙会社による共同販売の対象であった新聞用紙の価格は、前述した輸入税撤廃運動に窺われた新聞業者の政治力を依然警戒しなければならなかった上に、取引が通常1年単位の長期契約で期間の中途における価格改定が難しく、また有力新聞社を中心とした取引拮抗力もあって引き上げがかなり抑制された。1912年の上限価格を基準とした指数でも1918年に196でしかなく、一般洋紙価格に比べると値上がり率が半分以下に止まった⁴⁾。

こうして一般洋紙と新聞用紙の価格上昇率に相当な差があったものの、洋紙全般の市場価格は、日本製紙連合会や共同洋紙によるカルテル活動の効果が需給の逼迫化などと相俟って第一次世界大戦期に著しく上昇した。そこで、紙・パルプ製造各社は、既にパルプ材資源を自社で掌握していた王子製紙や富士製紙を筆頭として、一様に高利益を得ていったのである。

注 (1) 日本銀行調査局編『紙及紙料ニ関スル調査』1920年、1-3頁。

(2) 「日本製紙連合会庶務理事書簡」、1915年8月協定メモ、梅津製紙宛「日本製紙連合会書簡」(以上、日本製紙連合会『往復書 自大正元年』所収)。1915年10月「秋季総会議事録」(『日本製紙連合会総会決議録 自明治44年至大正10年』所収)など。以下の日本製紙連合会による第一次世界大戦期以降のカルテル活動については、拙論「第一次大戦以降の日本製紙連合会と製紙業経営の展開—三大製紙企業の合同による「大」王子製紙の成立まで—」(『文経論叢』第18巻第1号、弘前大学人文学部、1982年、1-48頁)を参照されたい。

(3) 1916年7月17日、「日本製紙連合会書簡」、「大正五年九月二〇日決議」(以上、前掲『往復書 自大正元年』所収)。1917年6月19、20日「商議員会決議」(日本製紙連合会『自大正二年至同一年 理事会・商議員会決議録』所収)など。

(4) 富士製紙『販売関係ノート』手書き、22頁目。日本新聞連盟編『日本新聞百年史』1962年、572頁。

4. 第一次世界大戦後のカルテル活動としての生産制限協定

第一次大戦期に暴騰した国内の洋紙市価は、1918（大正7）年11月の大戦終結とともに反落を見せ、1920年になると一挙に急落した。洋紙需要は、戦後も一応の増勢を示したが、次第に伸びが鈍化した。だが、王子製紙や富士製紙などの有力企業は、戦後も需要の安定した伸びを確信していたため、増産優先の経営戦略を変えなかった。そこで、1920年末までに印刷用紙や模造紙を中心にかなり大量の滞貨を抱えるようになった。日本製紙連合会は、1919年より市価下落が著しかった製品の出荷協定価格を順次引き下げていったが、1920年7月に1カ月間だけの生産制限協定を試験的に実施した後、12月から加盟12社の生産制限協定による本格的な共同減産を開始した¹⁾。

この日本製紙連合会による第一次生産制限協定は、共同減産の対象を印刷用紙・模造紙類、新聞用紙類、包装用紙類の3グループに分け、それぞれのグループごとに各社総計の標準生産能力を査定し、それを基準に各社一律の減産率を定めたものであった。その内で特に重視された第一グループの印刷用紙と模造紙の減産率は20%であった。但し、実質の減産率になると、有力企業が生産性の劣る旧型の抄紙機を主に休転させながら新鋭機をフル稼働させたようで、目減りが多かった。しかし、それでも洋紙需要が1921年から再び増勢を示したために、かなりの減産効果があった。そこで、1922年3月には印刷用紙などの減産率が引き下げられたほか、王子製紙など少数の有力企業に生産の集中していた新聞用紙を当該企業間の独自の共同減産に切り換えて、生産量の少なかった包装用紙類と共に連合会の管掌する共同減産の対象から除いた。次いで、同年末には所期の目的を達成したとして印刷用紙などの共同減産も打ち切った²⁾。

日本製紙連合会は、こうして第一次の生産制限協定を廃止した後、直ちに印刷用紙と模造紙の価格協定を再開し、あらためて出荷価格の引き上げに取り組んだ。しかし、この新たな価格協定は、洋紙需要の長期的な拡大を見込む富士製紙などによる生産拡大の続行で1925年から再び生産過剰が表面化したため、

1926年になると崩壊した。そこで、同年に再び印刷用紙と模造紙を対象とする日本製紙連合会の第二次生産制限協定が開始された。また、一旦打ち切っていたと思われる王子製紙などによる連合会と別の独自の新聞用紙の共同減産も1927年に再開された³⁾。

だが、日本製紙連合会による第二次生産制限協定の効果は、当初から十分とは言い難かった。国内の洋紙需要が依然10%台の伸びで年々増加していたため、王子製紙や富士製紙などの有力加盟企業は共同減産を実施しながら、他方で工場の増設や生産性向上による生産拡大を執拗に競った。また、共同減産をめぐる有力企業間の利害関係も、それぞれの成長戦略や思惑の違いなどから必ずしも一致せず、やがて減産緩和の賛否をめぐり対立していくようになった。かくして、印刷用紙と模造紙を対象とした第二次生産制限協定は、市況の立て直しを待たずに加盟企業間での意見の違いなどから減産率が順次引き下げられ、その後1928年末に廃止されたのである⁴⁾。

しかるに、その廃止直後に王子製紙が富士製紙の株式を買収し経営権の掌握に成功したため、それまでの両社間における競合・対立関係が融解した。そこで、1929年5月に再び印刷用紙と模造紙を対象として日本製紙連合会の第三次生産制限協定が開始されたのであるが、それでも市場における生産過剰状態を依然解消できなかった。そのため、何度か減産率の引き上げが繰り返された。また、1930年の政府による金輸出解禁政策の強行で市況が一層悪化すると、同年11月から減産後における実際製紙高の2カ月相当分を超える在庫の全部を封印し、それを以後2年間にわたり共同管理して出荷を止めるようになった。また、生産制限を各社一律35%の義務減産に強化し、1926年から中断していた出荷価格協定も紙価の引き上げをめざして復活した⁵⁾。

但し、この「前代未聞の法」とされた在庫共同管理を含む日本製紙連合会による多面的なカルテル活動の展開をもってしても、国内の洋紙市況は、需要の減少による市場の供給過剰状態から抜け出せずに低迷を続けた。そこで、1931

年には共同減産と在庫共同管理の対象品目を筆記用紙や図画用紙にも拡大し、共同減産率や在庫の封印率を一層引き上げた。ちなみに、共同減産率は同年末までに最高で55%となり、また各社の手持ち在庫も実際製紙高一カ月分の108%まで圧縮し、残りの在庫を全て封印・共同管理していくようになったのである。

しかし、それでも市況の統制には限界があった。王子製紙の藤原は、共同減産の実行が製紙コストの上昇をもたらし、在庫の共同管理も弊害が多くて市況の立て直しに限界を持つと1930年の社員向け訓示で述べた。また、王子製紙が主力製品とした新聞用紙の収益力も次第に低下していった。その結果、同社の営業成績も1930年下期以降低迷を示し、1931年末には工場の一部休業や社員職工の整理を余儀なくされるまでになったのである⁶⁾。

- 注 (1) 日本製紙連合会『自大正二年至同一二年 理事会・商議員会決議録』など。
 (2) 同上書類など。
 (3) 同上書類。日本製紙連合会『自大正十三年至昭和四年 商議員会・理事会決議録』など。
 (4) 同上書類。前掲『販売関係ノート』など。
 (5) 王子製紙『藤原社長報告要領』1929年6月。前掲『自大正十三年至昭和四年 商議員会・理事会決議録』など。
 (6) 成田潔英編『日本紙業総覧』王子製紙、1938年版、759頁、付録19頁。王子製紙『藤原社長歳末訓示』1930年12月、など。

5. 日本製紙連合会によるカルテル効果の検討

先に結論から述べると、日本製紙連合会によるカルテル活動が国内の近代的な紙・パルプ工業経営¹⁾における市況対策として切り札的な意義をもつようになったのは、1930（昭和5）年以降であった。日本製紙連合会は、既に見たごとく1880年より1883年まで最初の価格協定を実施して失敗した後、1914年から印刷用紙や模造紙を中心とした一般洋紙の本格的な価格協定を数度にわたり実

施し、1920年からは生産制限協定による共同減産も開始した。しかし、有力加盟企業の間では、こうしたカルテル活動をめぐり1929年の前半頃までしばしば意見の対立があった。言い換えれば、加盟企業間の国内洋紙市場における企業者的機会の認識状況などに小さからざる差異があったため、カルテル活動の効果や意義をめぐる利害の対立が見られたのである。

日本製紙連合会によるカルテル活動を市場動向との関連で再度振り返ると、先ず第一次世界大戦期には、価格カルテルの実行に最も有利な経済的機会として需要の急増に増産の間に合わない事態が見られた。そこで、当時の洋紙市価の急騰は、市場における需要の急増を主因とし、それに日本製紙連合会の価格カルテルの作用が加わって引き起こされたのである。

このように第一次世界大戦期のカルテル活動が市況の過熱化に便乗したものであったのに対して、戦後のそれは悪化した市況の立て直しをめざした点で行為の次元を異にしていた。戦後の市場では、国内の紙・パルプ製造各社が生産拡大を依然として続けた結果、慢性的な生産過剰傾向が引き起こされた。日本製紙連合会は、そこで市況の悪化に応じて協定出荷価格の漸次引き下げを余儀なくされ、印刷用紙などの一般洋紙を対象とした生産制限協定による共同減産をやがてカルテル活動の新たな機軸としていくようになった。但し、それでも洋紙の需要がほぼ毎年拡大の傾向を見せたため、加盟各社は、共同減産を実施しながらも常に自社の市場シェアを保つべく生産の拡大を競った。かくして、生産制限協定による共同減産は、その効果を削がれざるを得なかったのである。

このように、日本製紙連合会が第一次世界大戦後に実施した生産制限協定の効果は、1928年末まで未だ不徹底なものであった。それでも、有力加盟企業などは、国内における洋紙需要の伸びが生産の拡大を下回りながらも1922年以降依然として増勢を見せたほか、生産の拡大による製紙コストの引き下げや、需要全体の40%以上を占めた新聞用紙の需給関係が後述のような共同洋紙会社の共販活動などで概して安定していたため、総資本総利益率で年10%か、それを

上回る安定した収益を一応維持できたのである。

しかし、このような紙・パルプ製造業の経営的要件は、1929年頃から大きく変化していくようになった。とくに1930年における金輸出の解禁後、国内の洋紙需要が大きく落ち込んだ。また、生産の拡大や合理化による製紙コストの引き下げは、減産の強化とともに頭打ちとなった。また、新聞用紙の市況も、外国からの対日輸出の増加や国内企業間の価格競争の激化で一段と低迷していくようになった。

そこで、日本製紙連合会によるカルテル活動の強化が各企業にとって不況対策の切り札となった。一般洋紙についての共同減産の強化や在庫共同管理の実施に新聞用紙の共同減産が相まって、市場における洋紙の流通量を大きく減らしたことは想像に難くない。1931年末の『経済雑誌ダイヤモンド』では、印刷用紙などの一般洋紙について「完全に統制が付き²⁾」と評された。翌1932年の金輸出再禁止で需要が稍回復を示すと、共同管理在庫の一部開封も行われるまでになったのである。

但し、この日本製紙連合会による一連のカルテル活動は、紙・パルプ製造業界における企業間の競争関係を根底から緩めるものではなかった。それは、非有力企業の競争力を温存させていくことで、却って有力企業に長期的な競争圧力と協調のコストを意識させるようになった。また、王子製紙の営業成績も、総資本総利益率が1930年以降に年率で10%を大きく下回り始めるなど一段と悪化を見せた。同社の藤原銀次郎社長は、そこでカルテル活動を上回る強力な市場統制手段として国内の最有力企業3社による大合同を新たに企図していくようになったのである。かくて、日本製紙連合会によるカルテル活動は、後の「大」王子製紙の成立に先立つ「地ならし」の役割を事実上はたしたと言えるであろう。但し、その場合に新聞用紙分野で共同洋紙のカルテル活動が果たした意義や役割なども軽視できない。それらについては次節で検討していく。

- 注 (1) 国内の近代的な紙・パルプ製造業界では、日本製紙連合会のほかに、ボール紙分野で1918年に日本板紙連合会が設立されて、独自のカルテル活動に取り組んでいた。富士製紙などは、ボール紙も製造していたために、両方の有力加盟企業となっていた。
- (2) 「金再禁止と各事業界の前途」(『経済雑誌ダイヤモンド』1933年5月15日号、ダイヤモンド社、69頁)。

(2) 共同洋紙によるカルテル活動

1. 共同洋紙の設立と新聞用紙の共販活動

日本における最初の新聞用紙製造は、抄紙会社(製紙会社、王子製紙の前身)が1875年の創業とともに開始したと見られる。前述した製紙所連合会の設立が「新聞用紙即普通印刷用紙」の価格協定を目的にしていたことから、1880年頃には業界の主要製品となっていたように思われる。抄紙会社は、早くから新聞用紙を民需向けの主力製品として生産拡大を進めながら、最初に新聞業者への直売、次いで洋紙商への委託販売、その後は洋紙商への特約販売により新聞業者向け販路の開拓と販売の拡大に取り組んだ¹⁾。新聞用紙として、当初には平判紙のみであったが、1890年からは巻取紙の生産を開始した。1899年には新聞用紙製造を専門とする中部工場も竣工させた。

ところで、国内の新聞業者は、1894年からの日清戦争期に新聞発行部数の急増で生じた新聞用紙の不足分をドイツやアメリカよりの輸入で補ったため、1899年になると新聞用紙輸入税の引き下げ運動に取り組み始めた。そこで、国内の紙・パルプ製造業者は、既述のごとく製紙所連合会による反対運動で対抗した。また、製紙所連合会を日本製紙所組合へと改称し、1900年には当時低迷していた市況の人為的な立て直しを目的として新聞用紙共同販売機関の設立も検討した²⁾。

だが、この新聞用紙共販案は、当時既に特約洋紙商と連携し新聞業者への売り込みに鎬を削っていた王子製紙や富士製紙など一部有力企業の利害を専ら反

映していたため、その他の紙類を製造する中小加盟各社の反発で結局実現までに至らなかった。そこで、東京の有力洋紙商であった岡田来吉が新聞用紙製造企業間の売り込み競争による新聞業者側の買い手優位を見かねて、新聞用紙共販機関の設立を新たに仲介した。彼は、それ以前から板紙共販機関の設立と経営に関与して、不首尾ながらも乱売競争の收拾化による市況の立て直しを試みていた³⁾。そこで、彼の仲介を得て、当時新聞用紙を製造していた王子製紙と富士製紙、四日市製紙（1890年創業）の3社が日本製紙所組合と別の独自の新聞用紙の共販機関として、1901年に資本金15万円で共同洋紙合資会社を設立したのである³⁾。

共同洋紙は、岡田を業務執行無限責任社員として出資3社の製造した新聞用紙の全量を一旦買い取り、それを協定建値で全国の特約販売店に売り渡し、新聞業者へ若干の口銭を加えて販売させることで、新聞業者側の買い手優位切り崩していこうとした⁴⁾。しかし、この共同洋紙による新聞用紙の共販カルテルとしての活動は、海外からの輸入圧力のほか、東京や大阪の有力新聞社が1年契約の大量買い付けで取引拮抗力を高めつつあり、また出資3社も裏で受注競争を依然続けたため、具体的な市場統制効果を生むまでにはならなかった。その上、新聞業者は、1906年に新聞用紙輸入税の引き下げを実現し、共同洋紙による共販活動を牽制してくるようになった。

注 (1) 日本紙パルプ商事編『百三十年史』同社刊、1975年、80頁。島田林太郎『思いのまま』島田商会、1960年、8-15頁、など。

(2) 成田潔英『王子製紙社史』第2巻、王子製紙、1957年、121-123頁。

(3) 以下の共同洋紙による共販カルテルとしての活動の詳細については、拙論「戦前期日本における新聞用紙共販カルテルの展開—共同洋紙会社の活動について—」（『経営論集』第31巻第4号、明治大学経営学部、1984年、67-81頁）を参照されたい。

(4) 前掲『王子製紙社史』第2巻、121-138頁。

2. 国内新聞業者による新聞用紙輸入税の引き下げ運動

既述のごとく、抄紙会社を初めとして国内の紙・パルプ製造企業は1870年代から新聞用紙の製造に取り組んだが、未だ品質などに難点が多かった。それに比べると、当時イギリスなどから輸入された新聞用紙は、寸法の違いを除くと一般印刷用紙との製品区分などが未だ必ずしも明確でなかったものの、品質などで優れていた。また、周知のように徳川幕府が欧米各国と結んだ1850年代の修好通商条約に付属した貿易章程や、1866年の改税約書と付属税目で定められた輸出地の市価を基準とする従価5%相当の低率な輸入税を賦課されただけのため、価格競争力も強かった¹⁾。そこで、国内新聞業者の多くが輸入紙を新聞用紙として早くから使っていたが、有力新聞でも当初の1日当たり発行部数が未だ1万部以下に過ぎなかったので、新聞用紙としての全体的な使用量は、それほど多くなかったように思われる。

国内の新聞業は、1870年代における政論新聞の勃興に続き、1880年代になると大阪朝日などの通俗的の記事を中心とした新聞が発行部数を2～3万部へと伸ばし、それ以後新たに中庸的な記事を中心とする本格的な商業紙の時代を迎えていくのである²⁾。このような新聞業の発達に言わば雁行させながら、国内の主要な紙・パルプ製造企業も、新聞用紙を戦略的な主力製品のひとつとしていったのであるが、他方で外国製新聞用紙への低率の輸入税にやがて不満を抱くようになった。既述のごとく、1880年に神戸製紙所のウォルシヤ製紙会社の渋沢などが国内における紙・パルプ製造業の保護を目的として輸入税問題を論議し、それを契機に設立された製紙所連合会は、1882年に政府の外務卿や大蔵卿へ、次いで帝国議会が開設された直後の1891年初めには貴族院や衆議院に、それぞれ下等印刷用紙などの輸入税引き上げを求めて請願書を提出した。

なお、政府でも1870年代に関税改定の試案として洋紙輸入税の引き上げを既に検討しており、このような紙・パルプ製造業界からの請願に特段の異論がなかったと思われる。しかし、洋紙輸入税を含む片務的な協定税率の改定には、

欧米諸国との修好通商条約で喪失させられていた日本の関税自主権回復が先ず不可欠であった。ちなみに、日本が関税自主権の原則的な回復に一応の目途をつけたのは、1894年にイギリスやアメリカと調印した改定通商航海条約によってであり、その発効に合わせて1899年から施行すべく1897年に関税定率法が公布された。この関税定率法では、各種の輸入税引き上げと輸出税の廃止を定めており、印刷用紙などの輸入税も従価15%まで引き上げるとしていた。

但し、政府は、改定通商航海条約の調印に際し、それと別にイギリスやドイツなどの4カ国と重要輸入品を対象に依然片務的な期間12カ年の新たな協定税率の締結を追加条約として余儀なくされていた。そのため、1899年における印刷用紙などの輸入税引き上げは、新たな協定税率の適用により実質で従価10%程度に抑えられた。日本の完全な関税自主権の回復は、この追加条約が失効する1911（明治44）年まで待たねばならなかったのである。

ところで、1880年代までは新聞用紙として平判紙が使用されていたが、1890年の帝国議会開設とともに東京朝日新聞などが輪転印刷を開始し、新たに巻取紙の需要が生まれた。そこで、製紙会社などが新聞用巻取紙の生産に取り組んだものの、需要の伸びに生産が間に合わず、不足分を海外からの輸入に仰がねばならなかった。国内の新聞業者は、そこで有力新聞を中心に国産と輸入の新聞用紙を臨機応變的に併用しただけでなく、それを日清戦争後になると国内の新聞用紙製造各社へ値引きを求める手段として使うようになった。輸入紙への過度の依存は、海外市況の動きに大きく左右されやすいなど、新聞用紙の長期・安定的な確保に難があったものの、一定の限度内では経済的なメリットが少なくなかったのである。そのため、新聞業者は、前述のような1899年からの新聞用紙を含む印刷用紙などの輸入税引き上げに対しても、その上げ幅が新たな協定税率の適用で一応抑えられていたものの不満を強めていた。

このような新聞業者側の不満を背景に突如として具体化したのが、関税定率法の施行直後における帝国議会での新聞業界系議員による印刷用紙輸入税の全

廃を求めた関税定率法一部改定案の上程であった。この法案は、議会の会期満了により結局未成立のままで廃案となったが、その上程と審議に新聞業界からの強い支持が見られた。そのため、国内の紙・パルプ製造業界では、新聞業界に比べて弱体な対政府・対議会活動についての危惧が高まり、既述のように製紙所連合会の日本製紙所組合への改称・改組などがなされた。また、新聞社との取引における劣勢を挽回し、低迷していた市況を立て直すために、新聞用紙共販機関として共同洋紙会社が設立されたのである。

だが、このような紙・パルプ製造業界による対応も、その後の新聞業者による新たな新聞用紙輸入税の引き下げ運動に比べて著しく非力であった。新聞用紙を含む洋紙の輸入動向は、1899年以降需給の緩急を反映し一進一退の状態を見せたが、日露戦争による新聞発行の活況から1905年に再び急増を示した。アメリカからの輸入が当初多かったが、1906年に入るとヨーロッパからの輸入が増えた。

こうした折りに、洋紙輸入税のあり方が再び政治問題化したのである。政府は、1911年に予定された欧米各国との協定税率の適用満期に先立って、新聞用紙を含む印刷用紙の国定税率を引き上げようとし、この1906年に関税定率法と付属輸入税表の改定法案を議会に上程した。新聞業界は、それに反発して逆に新聞用紙の輸入税引き下げを求める意見書を議員に配付して対抗した。そこで、国内の紙・パルプ業界は、日本製紙所組合を中心として政府案支持の運動に取り組んだ。しかし、議会や議員に対する影響力では、新聞業界の方がはるかに強大であった。その結果、新聞用紙の輸入税は、政府側の不賛成にも係わらず、新聞業界の意向を反映して、さらに協定税率よりも引き下げられたのである。

国内の紙・パルプ製造業界は、こうして関税定率法の改定が新聞業界の意向に沿って決着した直後に、日本製紙所組合を日本製紙連合会へ再び改称・改組し、大蔵省からの関税問題に関する諮問などに対応しながら輸入税引き上げへの新たな機会を探っていくようになった。だが、それも具体的な成果になると

乏しかった。新聞業界は、1909年の秋になると政府が新たな関税改定案として国内産業保護の観点から再び新聞用紙輸入税の引き上げを内定したとし、首相や農商務相へ新聞業界系の衆議院議員などを介して反対を申し入れたり、一段と強力な対政府・対議会工作を展開した。その結果、政府が1910年1月に帝国議会へ上程した関税定率法の再改定案は、洋紙輸入税の一部引き上げを盛り込んでいたものの、新聞用紙の輸入税を現状通りに据え置くとしており、議会も特段の異論なしに可決し、翌年から施行された。

かくして、国内の紙・パルプ製造業界は、新聞用紙の輸入税問題に関して言論機関である新聞業界の政治力に対抗し得る方策を見い出せず、その後は直接的な対立を避けていくようになった。但し、このような一連の関税定率法や付属輸入税表の改定が、必ずしも業界の産業的存否を根底から律するものにならなかったのも事実である。新聞用紙などの一部について輸入税額の引き下げや据え置きがなされたものの、その他の紙類になると、政府原案を下回りながらも旧来の国定率に比べて多少とも引き上げられたものが多かった。また、新聞用紙については、既述のように王子製紙や富士製紙が1910年までに北海道工場を新設・稼働させて、輸入新聞用紙に対する製造面からの競争力の強化を図っていたのである。

注 (1) 以下の新聞用紙輸入税問題をめぐる国内紙パルプ業界と新聞業界の対立関係の経緯については、拙論「近代日本の製紙業と新聞業の洋紙輸入税をめぐる対立関係－新聞用紙輸入税問題を中心に－」（『弘前大学経済研究』第11号、弘前大学経済学会、1988年、14-34頁）を参照されたい。

(2) 日本新聞連盟編『日本新聞百年史』同刊、1962年、569頁。前掲『王子製紙社史』第2巻、149-151頁。

3. 第一次世界大戦期における新聞用紙の共販活動

1910（明治43）年頃における国内の新聞用紙需要が巻取紙に限ると1カ月に600万ポンド位と言われたのに対して、同年末に操業を開始した王子製紙若小

牧工場は、月産能力が350～400万ポンド（1912年から550万ポンド）に及んだ。また、1908年末から操業していた富士製紙の江別工場は同180万ポンドであった。これら両社の北海道工場製新聞用紙が国内市場へ出回った一方、ドイツやオーストリア、ノルウェーなどからの低価格での新聞用紙の対日売り込みがヨーロッパにおける木材パルプの値上がりで困難となったため、1911年には新聞用紙の輸入が一旦途絶えた¹⁾。

ところで、王子製紙と富士製紙、それと四日市製紙の3社による新聞用紙の共販機関としての共同洋紙会社では、王子製紙と富士製紙の北海道工場新設による新聞用紙の大幅な増産化への対応として、1908年以降新聞用紙生産標準能力を前もって3社ごとに査定し、それまでのような無制限の全量買い取りを止めて、査定分だけを計画的に買い取ることにしたようである。また、巻取紙だけを共販の対象として管掌し、平判紙の販売を製造各社に一任し、その取引の決済だけに関与していくようになった。だが、このような共同洋紙による共販方式の手直しも、国内における新聞用紙の大幅な増産で強まった製造企業間の競争関係を緩和出来なかったようである。新聞用紙製造各社は、共同洋紙による共販に参加しながらも、大口需要先であった有力な大新聞業者への納入になると非公式な直接商談を常態とし、秘密割戻金の支払いなどの便法も使って自社品の売り込みに鎬を削った。そのため、共同洋紙による共販は1910年頃から形骸化が著しくなったのである²⁾。

但し、このような共販の形骸化は、王子製紙や富士製紙にとっても不本意であったらしく、やがて両社を中心に共販の立て直しをめざして協議がなされた。その結果、1912年に当時新たに新聞用紙製造を開始した大川平三郎系の九州製紙と中央製紙を共販に参加させ、他方で、製造各社からの製品買い取りを中止し、受託販売による共販へと切り換えた。また、王子製紙や富士製紙の間では、新聞社との直接商談による非公式な受注競争の自粛化も申し合わされたようである。かくして、共同洋紙による共販の立て直しが図られた後の1914年に第一

次世界大戦が勃発し、国内における新聞用紙需要の未曾有な拡大が引き起こされたのである。

共同洋紙は、大戦の勃発とともに、それまで抱えていた新聞用紙の過大な受託品在庫を一掃しただけでなく、製造各社による増産が需要の増加に追い付かなかったため、販売をやがて規制していくようになった。他方、欧米各国からの新聞用紙輸入も世界的な需給関係の逼迫化により見込み薄となった。そこで、新聞用紙の取引においても、需要者側に対する製造業者の優勢が表面的ながら目立ち始めた³⁾。その結果、1915年以降に新聞用紙の国内一般市場価格が急騰した。

しかし、それでも共同洋紙による共販価格は、有力新聞社を中心とした新聞業界の取引拮抗力や圧倒的な政治力への配慮から1916年末まで据え置かれ、その後の上げ幅も市場価格の実勢よりかなり低く抑えられた。なぜなら、新聞業界が、戦時期に印刷用紙や製紙用パルプの輸入無税化や輸出禁止の法的措置を求めて新たな政治運動を画策し、その運動中止と引換えで共同洋紙側に価格引き上げの申し入れを撤回させたりしていた。したがって、新聞用紙の共販は、カルテルの目的が共販価格を市場の実勢以上へ人為的に引き上げることであったとすれば、第一次世界大戦期にもカルテルとして依然さほど見るべき効果がなかったと言える。

注 (1) 前掲「近代日本の製紙業と新聞業の洋紙輸入税をめぐる対立関係」28-29頁。

(2) 以下の共同洋紙による共販活動については、前掲「戦前期日本における新聞用紙共販カルテルの展開」70-72頁を参照されたい。

(3) 前掲「近代日本の製紙業と新聞業の洋紙輸入税をめぐる対立関係」30-31頁。

4. 第一次世界大戦後の1920年代前半における新聞用紙の共販活動

国内の洋紙市況は、1918（大正7）年11月に第一次世界大戦が終結した後、1920年の戦後恐慌を契機に需要の伸びが落ち込んで悪化に転じた。新聞用紙の

市価も1920年以降に下落した。前節で論じたように、日本製紙連合会は、そこで1920年末から1922年まで新聞用紙類についても各社合計生産標準能力の15%に相当する共同減産を実施し、滞貨の削減などに効果を上げた。だが、その一方で1921年頃になると戦時期に途絶していたヨーロッパからの新聞用紙輸入が再開され、国内の新聞用紙製造各社からの有力新聞社への割戻金支払いなどによる共同洋紙建値からの値引きが一段と目立ち始めた。前述のごとく大戦期に市場の実勢よりも共販価格を低く抑えてきた共同洋紙は、その建値を1920年に一旦引き上げて市価との値開きを解消したが、輸入紙との競合や有力新聞社を中心とした需要者側の取引拮抗力の高まりなどで、1922年より1924年まで建値を再び順次引き下げねばならなかった¹⁾。したがって、その共販カルテルとしての効果は、市況の統制に関して言えば依然あまり目立ったところがなかったと考える。

但し、新聞用紙の市況は、新聞購読料の引き下げなどで新聞の発行部数が戦後も1925年上期まで依然かなりの増勢を見せたため、一般洋紙の市況に比べると悪化の度合いが緩やかであった。そこで富士製紙や王子製紙などは、前述した共同減産の実施後、1922年末頃から再び新聞用紙の生産拡大を図ったのである。

ところで、共同洋紙は、1923年の関東大震災で大量の受託巻取紙在庫などを焼失し、巨額の損失を被った。そのため1925年に合資会社形態を一旦解散し、有限責任の株式会社として再発足した²⁾。また、その際に共販参加各社の新聞用紙生産標準能力に準拠させて1908年から実施していた共販受託量の制限を撤廃し、再び無制限の引き受けに戻した。ちなみに、共販参加各社は、新聞用紙需要の長期的増勢を見込んで1924年頃から一層の増産化に取り組み始めていた。しかし、新聞用紙需要の伸びが1925年から大きく落ち込み始めたため、新発足した共同洋紙では、直ちに過大な滞貨を再び抱え込んだようで、翌1926年になると共販量の3カ月分相当までの在庫保有を限度として共販受託量の制限を再

び実施せざるを得なくなった³⁾。

なお、このような共販受託量の新たな制限は、王子製紙と富士製紙、それに九州製紙や中央製紙を合併した樺太工業の3社だけとなっていた共販参加企業間に生産制限協定の必要に関して論議を生んだ。これら3社は、1927年2月に共同洋紙による共販と別の独自の非公表の自主協定として新聞用紙共同減産の再開を決定し、共同洋紙における受託量の制限も一旦撤廃させた。こうして実施された3社による自主的な共同減産は、共同洋紙への各社ごとの販売委託持ち込み量と別途輸出分の合計に対して減産率を取り決めており、その際に各社ごとの工場拡張状況や当面の需要見通しも勘案・考慮したようである。ちなみに、その減産率は3社平均で14.7%に及んだ⁴⁾。しかし、この共同減産も、各社合計の新聞用紙製造高が共同洋紙の共販実績高を依然上回っていたため、生産過剰の解消に十分な効果がなかったと思われる。新聞用紙市況の悪化が依然続き、共同洋紙の共販価格はさらに引き下げられていった⁵⁾。

ところで、こうして自主的な共同減産に取り組みながらも、富士製紙や王子製紙は、新聞用紙需要の長期的増勢を見込んで工場の拡張を強行した。そのため、共同洋紙は同じく1927年の7月に共販参加各社が共同減産の対象としていた合計基準量を一律に引き上げ、それを以後10年ないし20年間の共同洋紙向け販売委託「権利量」にすることを一旦内定した。但し、新聞用紙の生産過剰が依然解消されなかったためであろうが、その数カ月後には新たに共同洋紙の毎月における共販実績や在庫の増減に対応する2段階の適用比率を設定した按分比率の「権利量」を各社への販売受託割当量とし、それと共販の対象外であった各社ごとの輸出と手持ち在庫の合計量までに新聞用紙生産量を自主的に抑えさせるようにした。各社の按分比率は、共同洋紙における共販量の合計が1カ月4000万ポンド未満で在庫が2カ月分を超える場合、王子製紙48%、富士製紙36.5%、樺太工業15.5%であった。このような共販実績に応じた受託量の製造各社別割当による実質的な減産の強化は、翌1928年に新聞用紙需要の伸びがや

や持ち直してくるのと相まって、生産過剰の解消にかなりの効果をもったと考える。新聞用紙市価の急落は1927年に一旦下げ止まりの観を見せたのである⁶⁾。

こうして、共同洋紙による共販に参加する3社は、既存の工場設備における自主的な生産調整を実施しながらも、工場の新增設による生産能力の拡大を依然として規制の対象にしなかった。その理由としては、3社にはほぼ共通した新聞用紙需要の長期的な拡大への確信に加えて、共同洋紙の共販に対する最初の国内アウトサイダーとしての北越製紙による1927年頃からの新聞用紙生産への進出や、1925年以降弱まりながらも依然続いた輸入紙との競合関係への配慮などが考えられる。また、当時業績の低迷に苦慮していた樺太工業は、新聞用紙市況の小康化を見て1928年から新聞用紙生産能力の拡大による業績の立て直しをめざし、共同洋紙へ自社の販売権利比率の引き上げまで求めるようになった。そこで、樺太工業に対する按分比率の累進的な引き上げが1929年まで2回行われたのである⁷⁾。

- 注** (1) 以下の共同洋紙による共販カルテルとしての活動についても、前掲「戦前期日本における新聞用紙共販カルテルの展開」73-81頁を参照されたい。
- (2) 「共同洋紙の組織変更決定」(『紙業雑誌』第19巻第4号、1924年6月、27-28頁)など。
- (3) 「新聞用紙も供給過剰」(『経済雑誌ダイヤモンド』1926年9月1日号、17-18頁)。前掲『販売関係ノート』2、5-7、11、13、29-30、32、78頁目、など。
- (4) 「減産後の洋紙界」(『東洋経済新報』1926年10月30日号、東洋経済新報社、28頁)。前掲『販売関係ノート』12-13頁目。
- (5) 同上ノート、22、28-29、40、43-44、78頁。
- (6) 同上ノート、16、28、30-31、36-37、43-44、45-46、49-50、77-78頁目。
- (7) 同上ノート、36、54-57、62-63、65-67、69、71、76、79、81-82、84-85、88-89、95頁目。

5. 1920年代後半からの新聞用紙の共販活動と旧平価による金解禁の影響

既述のごとく、第一次世界大戦後に見られた国内新聞業者による輸入新聞用紙使用の動きは、共同洋紙や国内の新聞用紙製造各社の対抗的な価格引き下げや、関東大震災を契機とした日本の対外為替相場下落などで1924年の後半に一旦収まったが、1926（昭和元）年頃から再び目立ち始めた。なかでも、報知新聞社による輸入新聞用紙の併用化は、国内の新聞用紙市況に少なからぬ影響を与えた¹⁾。

報知新聞社は、それまで富士製紙や王子製紙から共同洋紙経由で新聞用紙を購入していたが、1925年末に折からの対外為替相場の上昇などで新聞用紙輸入が増加の気配を再び示すと、それを引き合いに出して富士製紙へ割戻金の増額などによる共同洋紙建値からの値引きを要求し、その交渉の傍らで輸入紙の併用を開始した。当時の富士製紙では、報知新聞社が最重要な需要先ではなかった。だが、報知を先駆けに再び有力新聞社間に輸入紙使用の動き広がることを懸念したためであろう、1928年まで代金の割戻などによる何回かの値引きに応じたのである²⁾。富士製紙は、また1928年読売新聞社による輸入紙併用化の動きにも直面した。その際には、輸入紙の見積り価格までの値引きだけでなく、読売新聞社が既に締結した輸入契約の破棄に必要とした仲介輸入商への違約金支払いまで自社の負担としたのである³⁾。

なお、国内の新聞用紙製造各社による共同洋紙共販価格からの秘密割戻金などでの値引き分を差し引いた個々の新聞社との実質的な取引価格は、双方の最高幹部クラスを交えた個別交渉で過去の取引実績や当年度の希望数量、それに輸入紙や国内他社との競争関係などを考慮して取り決められた。だが、その取引価格や数量などを双方が秘密にして公表しなかったため、当事者以外になると容易に知り得なかった。但し、時には共同洋紙の共販参加各社間や日本新聞協会の役員会などで価格交渉に関する討議がなされており、双方の業界で多少の情報交換がなされたのを否定できず、報知新聞社などによる輸入新聞用紙の

併用が当時の国内市価下落の一因になったと思われる⁴⁾。

ところで、既述のように王子製紙、富士製紙、樺太工業の3社は、日本製紙連合会による印刷用紙や模造紙などの共同減産に参加しながら、それとは別に1927年から共同洋紙の共販活動に連係させて独自に生産過剰の抑止を目的とした新聞用紙の共同減産を非公表で実施していた。そのため、1928年の後半から国内の新聞用紙市況が小康状態を示した。また、翌1929年に王子製紙が富士製紙の資本的支配権と経営権を掌握したため、両社の協調的行動が従来の共同洋紙による共販の枠を超えて一層緊密化した。しかも、樺太工業の大川平三郎社長が富士製紙の社長を依然兼務し続けたので、樺太工業を加えた3社の協調関係までが一段と強まったと言われている⁵⁾。そこで、当時既に予期されていた日本の金輸出解禁による国内の紙・パルプ製造業への打撃を軽微と見る向きも少なくなかった⁶⁾。

しかし、1930年1月の政府による100円を49米ドル強とした旧平価での金輸出解禁の断行は、それに先立ち外国為替の実勢相場と見られた38米ドル台を大きく上回る円高誘導政策であったために、外国製新聞用紙の輸入増加が当初より懸念された。事実、先ず北欧からの輸入が増加し、翌1931年になると新たにカナダからの輸入が急増した。そのため、王子製紙、富士製紙、樺太工業の3社は1924年以来一応据え置いてきた共同洋紙の共販建値を1930年に引き下げ、また状況に応じた割戻や値引きの実施も申し合わせたが、それでも対抗できずに採算を度外視した一層の値引きや輸入分の買い取りなどを行なっていかなければならなかった⁷⁾。

ちなみに、このような金輸出解禁後の新聞用紙輸入の増加は、今日まで通説となってきた「ダンピング」⁸⁾によるものではなく、北欧やカナダの紙・パルプ製造企業側の対日輸出意欲もさることながら、それ以上に日本側の実勢を上回る旧平価での金輸出解禁政策による対外国為替相場の円高誘導にあったと考える。日本の政策的な円高を利用した外国製新聞用紙の対日輸出攻勢によって、

国内の共同洋紙による共販体制だけでなく、王子製紙などの有力紙・パルプ製造企業も一層の経営的苦境を余儀なくされたのである。

- 注 (1) 以下、1920年代以降の共同洋紙によるカルテル活動の詳細については、拙論「昭和初期日本の新聞用紙カルテルと外紙輸入—外紙ダンピング論の再検討を含めて—」（『経営史学』第23巻第3号、経営史学会、1988年、1-13頁）を参照されたい。
- (2) 前掲『販売関係ノート』2、4-5、8、12、16、18-19、20、22、24、27、33、48-50、57、64頁目。
- (3) 同上ノート、50、61-62、67-70 頁目。など。
- (4) 日本新聞協会編『日本新聞協会二十年史』同刊、1932年、49頁。
- (5) 前掲『販売関係ノート』69、71-72、75-77、82頁目。前掲『王子製紙社史』第3巻、1958年、408頁。
- (6) 「金解禁と製紙会社」（『経済雑誌ダイヤモンド』1929年7月11日、31-32頁）。「紙屑籠」（『紙業雑誌』第23巻第10号、1928年、18頁）。
- (7) 前掲『販売関係ノート』88-89、92頁。
- (8) 前掲『王子製紙社史』第3巻、168-169 頁。宮崎泰治「カナダB、C 州における紙パルプ産業の動向」（『興銀調査月報』第121号、日本興業銀行、1966年、50-52頁）。

6. 金輸出再禁止後の新聞用紙共販活動と外紙のダンピング輸入

前述した旧平価での金輸出解禁の実施による国内紙況の悪化と外国製新聞用紙の対日輸出攻勢に影響されて、当時既に国内最有力の紙・パルプ製造企業となっていた王子製紙では、主力工場である苫小牧工場の操業度が1931年に50%台まで低下し、全社的な人員整理に着手せざるを得なくなった一方、前年に樺太工業から打診された富士製紙を含む3社の企業合同を具体的に検討していくようになった。その結果、1932年3月に3社の大合同を内定し、同年末に3社間の仮調印にまで進むが、それに先立つ1931年12月に日本政府が金輸出を再禁止したため、1931年に平均で100円当り48.871米ドルであった対外為替相場が1932年に平均で28.120米ドルまで40%以上急落した。そこで外国製新聞用紙の

輸入も1932年の後半に途絶すると大方の関係者が予想した。だが、新たな対外為替相場における急激な円安の進行にも係わらず、1932年以降もカナダからの新聞用紙輸入が増加を見せた¹⁾。

こうしたカナダからの輸入増加は、カナダ太平洋岸の紙・パルプ製造企業や工場からの新たな対日ダンピング輸出によるものであった。そこで、読売新聞社を先駆けとして報知新聞社や都新聞社なども再び輸入紙の使用を開始した。読売新聞社によるカナダ製新聞用紙の使用は、1933年に王子製紙からの自社買い付け価格が朝日新聞社や毎日新聞社と比べて割高なことを偶然知り、王子製紙に同額の値引きを要求して断られたためである。王子製紙が何故に読売新聞社の値引き要求を拒否したのかは不明である。但し、王子製紙では、この年に富士製紙や樺太工業と企業大合同して新聞用紙の国内生産をほぼ独占していくので、対外為替相場における円安の進行も考慮し、カナダ紙のダンピング輸入に対する直接的な価格競争を早計と判断したように思われる。事実、王子製紙の高島菊次郎専務取締役は読売新聞社からの値引き要求に対し、1931年には自社が「潰れるかどうかの瀬戸際」であったが、「今は幸いに経営も立ち直ったから、安い外紙を買って下さっても一向差支えはございません」とまで答えていた²⁾。

ちなみに、読売新聞社の新聞用紙輸入価格は、当時の1リーム(500枚相当)当たり重量を50ポンドと見做し1933年の対米ドル平均の円相場100円を25.227ドルで換算すると、1トン当たり28ドルもしくは27ドル台であった。しかし、同年の王子製紙における新聞用紙1リーム(標準重量48ポンド)の「製造費」も同じ円相場による換算で1トン当たり18~23ドル台、1934年の100円を29.511ドルで換算しても21~27ドル台に相当し、国際的な価格競争力を一応回復していたと見られる³⁾。勿論、このような価格競争力の回復化には、それ以前からの国内紙・パルプ製造各社による製紙コスト引き下げ努力の成果を軽視できない⁴⁾が、この時期に限ると対外為替相場における円安の進行でもたらされた面が

大きかったのである。

かくして、王子製紙が静観したカナダ製新聞用紙の対日ダンピング輸出は、カナダの主たる市場であったアメリカの紙況が1934年から立ち直りを見せると鎮静化に向かったのである。

- 注 (1) 「洋紙貿易はどうか」(『経済雑誌ダイヤモンド』1932年3月11日号、10-11頁)。
- (2) 前掲『王子製紙社史』第3巻、173-174頁。
- (3) 読売新聞社編『読売新聞八十年史』同刊、1955年、280-281頁。『藤原社長歳末訓示』1935年12月。前掲「カナダB. C州における紙パルプ産業の動向」50頁。前掲『販売関係ノート』105頁目。王子製紙「(各)工場決算報告書」1933年。
- (4) 前掲「第一次大戦以降の日本製紙連合会と製紙業経営の展開」20頁。

7. 共同洋紙によるカルテル効果の検討

第二次世界大戦前の国内洋紙市場において一般印刷用紙を上回る最多需要品の新聞用紙については、既に見たように王子製紙や富士製紙などの有力な紙・パルプ製造企業が設立した共同洋紙による共同販売が1901年より実施された。共同洋紙は、出資元の紙・パルプ製造各社が製造した新聞用紙を当初全て買い取り、後になると委託を受け一定の共販建値で特約洋紙商に売り渡し、新聞業者へと販売させる方法で市況の人為的統制をめざした。

但し、新聞用紙は、商品として製造企業ごとの形状や品質の違いがあまり大きくない非差別的な標準品に近かったものの、需要者である新聞業者による発注が製造企業ごとに違う個別銘柄を指定してなされた。製造企業は、そこで共同洋紙による共販を実施しながらも、他方で共販価格からの秘密割戻などによる値引きや安定・大量供給の保証化などをともなう直接的な売り込み競争を辞さなかった。また新聞業者側も、有力新聞社を中心として長期・大量購入の見返りに何らかの値引きなどを製造企業へ直接要求した。つまり、共同洋紙による共販は、製造企業間における売り込み競争を止揚し、新聞業者側の買い手優

位に対抗していくためであったが、製造各社では、自社銘柄に対する有力新聞社からの受注をめざして、事前の売り込み競争を半ば公然と続けたのである¹⁾。

国内の新聞業者は、さらに紙・パルプ製造業界を凌ぐ強力な政治力で新聞用紙輸入税の引き下げを実現した。新聞業者にとって新聞用紙の全面的な輸入依存化は、輸入量や価格の長期・安定性などでリスクが高かった。そのために、輸入紙の使用も多くが断続的あるいは補完的に止めたが、その併用を梃として国内製造企業との購入商談をしばしば有利に進めることが出来たのである。

したがって、結論的に述べると、共同洋紙による共販活動は、第一次世界大戦期まで未だあまり見るべきカルテル効果がなかった。第一次世界大戦期には、新聞業者の政治力などから共販建値を却って市場の実勢に比べるとかなり低く抑え込まれさえした。また、戦後も1925年上期まで新聞用紙の需要が一応の増勢を保ったため、一般洋紙に比べると市況の悪化が軽度であったことにも助けられながら、それほど見るべきカルテル効果が依然なかったように思われる。それでも共同洋紙の共販活動が続けられたのは、少なくとも洋紙商による新聞用紙の販売競争を製造企業が統制するのに有効な手段となったほか、製造企業が共同洋紙に販売を委託する際、必要に応じて売上代金の支払い手形による前払いを受け得たためなどによると考える。

なお、新聞用紙需要の伸びが1925年下期から大きく落ち込んだため、共同洋紙は、1927年から毎月の共販実績量に応じた共販受託量の製造各社別割当制を実施した。その結果、需要動向に合わせて新聞用紙製造各社による減産が進み、生産過剰の緩和による市況の人為的な安定化を一時的ながら実現したのである。

だが、このようなカルテル効果も、共同洋紙の共販活動に対するアウトサイダー企業として北越製紙（1908年創業）が1927年頃から新聞用紙生産に進出し始め、さらに1930年の旧平価での金輸出解禁の実施で生じた日本の対外為替相場の上昇を契機とした輸入紙の新たな低価格攻勢で著しく非力となった。そこで、王子製紙、富士製紙、樺太工業の3社は、王子製紙による富士製紙の株式

取得を背景に既述のような一般洋紙分野における日本製紙連合会のカルテル活動を凌ぐ一層強力な市場統制手段として、また新聞用紙分野における輸入紙の攻勢や新聞業者側での取引拮抗力の強大化への一層協力的な対抗策として、やがて、3社の大合同を構想、検討していくようになったのである。王子製紙の高島専務は、朝日新聞社との商談で輸入新聞用紙並みの価格にまで値引きを余儀なくされた際、「三社が鼎立しては、新聞社から思うように操られる。・・・時機を見て三社は合同し、強大な大会社を作る必要がある²⁾」と考えたことを後に語っている。

ちなみに、既述した日本製紙連合会と共同洋紙によるカルテル活動の効果を時系列的に対比すると、そのカルテル統制が国内の紙・パルプ製造業の企業経営を支えるひとつの要件にまでなった第一次世界大戦後において、一般印刷用紙と新聞用紙の2大製品・市場分野で先ず日本製紙連合会、次に共同洋紙、さらに再び日本製紙連合会という順序でカルテル効果の発現が見られた。その上、この2大分野でのカルテル活動に深く関わり、また短期的ながらも企業間競争の制限や市場の統制による利益を最も得たのが、王子製紙、富士製紙、樺太工業の3社であった。したがって、これらのカルテル活動が、輸入紙との競合に加えて、参加企業間の長期的な競争関係の温存化につながる協調の限界を孕みながらも、第二次世界大戦前の3社による寡占体制の形成と巨大独占トラストとしての「大」王子製紙の成立に寄与したことを留意しなければならないであろう。

注 (1) 以下の共同洋紙によるカルテル効果をめぐっても、前掲「昭和初期日本の新聞用紙カルテルと外紙輸入」23頁、および前掲「戦前期日本における新聞用紙共販カルテルの展開」78-79頁を参照されたい。

(2) 前掲『王子製紙社史』第3巻、167-172頁、東北パルプ編『社史-東北パルプ』同社刊、1952年、14-15頁。

〔結論〕

先ず、前号の第一章では、第二次世界大戦前の国内で最有力かつ主導的な紙・パルプ製造企業であった王子製紙、富士製紙、それに樺太工業を中心とする大川系企業の生成と台頭を相互の競争行動を含め検討、考察し、その要件としての企業行動の特徴や個性などを技術や市場の態様、企業間の競争関係などと絡めて論述した。その場合、結論的に述べると、王子製紙は1870年代に創業された後、木材パルプ技術の企業化などで常に先行した欧米企業を半ば手本として成長をめざしたものの、1890年代から1910年代までは後発の富士製紙との競争に劣勢を余儀なくされた。他方、1880年代に設立された富士製紙は、欧米からの木材パルプ技術の導入などで先行した王子製紙への対抗・競争を早くから意識し、王子製紙の1890年代以降における経営的な躓きや混乱もあって、やがて優位に立った。

第一次世界大戦期までの王子製紙と富士製紙の有力企業としての生成と台頭は、ともに経営者の人材の交代を伴いながら、両社の競争・対抗関係が経営戦略や経営理念に少なからず反映、意識しもたらされたことに留意しなければならない。両社は、競争相手として相互の企業行動を注視し合い、しばしば経営戦略などにおいて模倣・追随したのである。それが木材パルプ技術の導入・企業化だけでなく、北海道への工場進出や新聞用紙を重視した製品・市場拡大化戦略の選択・遂行などに十分窺える。但し、両社は、それでも完全に模倣・追随し合ったのでは勿論なく、王子製紙が碎木パルプ製造技術の導入・企業化に出遅れ、富士製紙も樺太へのパルプ工場進出を当初見送ったりもした。そうした企業行動の個性やタイミング、方法、それらに付随もしくは関連した意思決定や行動、環境的諸条件の違いなども、両社の競争・対抗関係における優劣を少なからず分けたのである。

ところで、1910年代になると新たに創業された樺太工業を中心とした大川系企業の成長が見られた。大川は不本意ながら王子製紙をかって退社していたた

め、個人的な心情としても王子製紙への競争・対抗をかなり意識していたと見られ、第一次世界大戦期の高収益を背景に王子製紙と樺太におけるパルプ工場の建設を競いつつ、紙・パルプの経営統合を含む事業の拡大化に努めた。その結果、樺太工業を中心とした大川系企業が王子製紙と富士製紙の競争関係に参入し、やや大川系企業の劣勢が目立ったものの、半ば三つ巴の寡占的な競争関係が新たに形成された。その上、大川は富士製紙の株式を取得して1919年に富士製紙社長となり、一旦は大川系企業と富士製紙の企業連合関係まで築いた。しかし、その後、樺太工業のもつ主力2工場の火災や不況下に強行した事業拡大化などが大川系企業の財務的な疲弊を表面化させた。また、王子製紙が極秘裏に富士製紙の株式買収に成功し経営権を掌握した。そのため、王子製紙を最有力企業とした国内の紙・パルプ製造業界における競争的優位の序列化がやがて確定したのである。

このように、近代日本の紙・パルプ工業経営史での王子製紙と富士製紙、それに樺太工業を中心とした大川系企業による競争・対抗行動を通じた有力企業としての生成と台頭は、欧米からの洋紙輸入への対抗策を含めて、相互の競争・対抗関係の激化を背景として市場的リスクの緩和や回避などを目的とした協調行動の機会をもたらした。本号の第二章で分析、検討した日本製紙連合会と共同洋紙会社によるカルテル活動は、こうした協調行動の端的な現れであった。日本製紙連合会は、未だ富士製紙や樺太工業が創業される以前の製紙所連合会時代に洋紙販売価格協定を一度試みて失敗した後、日本製紙所組合、次いで日本製紙連合会へと改称・改組しながら洋紙輸入税問題で新聞業界と対立していったが、新聞業界の政治力に十分対抗出来なかった。だが、第一次世界大戦期に価格協定を復活させ、戦後新たに一般印刷用紙を主たる対象として生産制限協定も実施し、市況の人為的な統制に取り組んだ。王子製紙、富士製紙、樺太工業は、日本製紙連合会による一連の協調行動に有力加盟企業としてリーダーシップを行使した。

また、王子製紙や富士製紙、それに樺太工業なども後になると、共同洋紙会社による新聞用紙の共同販売を主導し、有力新聞社による市場での買い手優位の形成に対抗した。共同洋紙は、1901年に設立された後、当初専ら新聞用紙の価格カルテルとして機能したが、1910年代からは共販取扱量を調整・規制することで製造各社による生産調整を誘導する役目もはたした。その結果、第一次世界大戦後における一般印刷用紙と新聞用紙の2大製品・市場分野で日本製紙連合会、共同洋紙、次いで再び日本製紙連合会の順に短期的ながら企業間競争の制限や市況の統制などによるカルテル効果の発現が見られた。

但し、これら3社による日本製紙連合会や共同洋紙会社の活動を通じた協調行動は、他方で相互の長期的な競争関係を解消できずむしろ温存化した。そこで、3社の寡占的な競争・対抗関係における優劣の序列が次第に判然化してくると、企業間の協調行動における共通利害に齟齬を生ずるようになった。3社は生産制限などに取り組みながらも、市場の長期的な拡大を独自に確信して生産規模の拡大を競い、潜在的かつ長期的な競争圧力を依然強めていった。また、相互の協調行動による市況の統制も、外国からの新たな輸入攻勢や国内アウトサイダー企業の出現などもあり、必ずしも所期の成果を恒常的にもたらずものとならなかった。

こうした寡占的な有力3社間の競争・対抗関係と協調行動の歴史的な帰結が、相互の間での企業淘汰の進行ではなく、経営当事者間における何らかの合意を踏まえた企業合同の選択であった。かくて、3社は企業間競争による疲弊からの回避策として、また協調行動よりも一段と強力な市況統制手段として、王子製紙を中心とした3社の大合同を構想し、最終的な意思決定までに多少の紆余曲折を見せながらも、それを実現していくようになった。つまり、近代日本の紙・パルプ製造業における有力企業を中心とした歴史的な競争・協調関係において選択されたのが(大)王子製紙の成立であった。

（付記）本稿で利用した紙・パルプ製造業関係の経営史料は、ほとんどが財団法人・紙の博物館（東京都北区）所蔵のものである。これまで史料の検索、閲覧などで同館の職員の方々に大変お世話になった。あらためて厚く御礼申し上げます。