

# 戦後における繊維流通と「取引所問題」

黄 孝 春

- 1 日本における繊維産業の生産流通と取引所の位置
  - (1) 繊維品における生産流通の特徴
  - (2) 綿業における生産流通の実態
  - (3) 繊維産業における取引所の位置
- 2 綿業関連業者の取引所利用実態
- 3 不況期に繰り返される「取引所無用論」
- 4 受渡共用品の圧縮をめぐって
- 5 いわゆる「取引所問題」
- 6 当業者主義について
- 7 終わりに

日本では、繊維の生産流通に関する研究文献は枚挙にいとまがない。日本資本主義における繊維産業の地位から考えれば、当然のことである。しかし、そのおびただしい文献の中に繊維産業における繊維取引所の役割に関する研究がきわめて少ない。一方、つい最近まで日本の商品取引所の大半を占めたのは繊維関係の取引所であった。日本における先物取引の歴史は繊維取引所のそれとかなり重なっているといっても過言ではない。

一体繊維取引所は繊維の生産と流通にどのような形で介在し、またどのような役割を果たしてきたのか、その実態解明は繊維の生産流通だけでなく、日本の先物取引ひいては日本経済の特質に分析の糸口を開くものと考えられる。本稿は戦後取引所のあり方をめぐる繊維関連業者間の確執に焦点を当て、この課題への接近を図りたい。具体的にはまず日本の繊維産業における生産流通の特徴を概観し、繊維産業における取引所の位置付けを確認する。次に1970年代中頃まで繊維関連業者による取引所利用の実態を明らかにしたうえで取引所無用論や受渡供用品の圧縮、取引所問題、当業者主義の順に当時繊維関連業者の間で争点となったテーマをとりあげ、それぞれの立場について述べ、問題の所在を析出する。最後に若干の結論と展望を行い、本稿を終える。

## 1 日本における繊維産業の生産流通と取引所の位置

### (1) 繊維品における生産流通の特徴

一般的には繊維生産は原料-糸-織物-染色までのプロセスと、染色済み織物-縫製-小売のプロセスとに分けることができる。前者はテキスタイルの分野、後者はアパレルの分野として

区別されている。原料を加工して最終製品化するまでのプロセスが長く、日本では多くの業者の手を経由しているため、産業内の垂直統合が進まなかった。またテキスタイル段階における紡績加工、燃糸加工、織布加工、編み立て加工、染色・整理加工など工程間のアンバランスが顕著にみられ、大規模な紡績企業を除けば総じて企業規模は小さく、労働集約的である。

## (2) 綿業における生産流通の実態

綿業の事例をみよう。1880年代相次ぐ近代的紡績工場の稼働にともない、紡績企業にとって不足する原料綿花の調達を国内から海外へ切り替え、それに伴って従来の国内産綿花流通ルートに変わって海外綿花の輸入機構の構築が急務となった。紡績企業は当初直接輸入を手がけたが、やがてその方針をあきらめ、商社にゆだねることにした。ただ外国綿花の輸入体制を整えつつあった外国商社を積極的に利用せず、自国商社主義の原則を選んだ。そして神戸の居留地で外国商から直接あるいは国内綿花商を通じて現物綿花を買付ける購買方針にかわって日本商社による直輸入（先物委託）を始めたのである。

日本の綿花輸入商社に主役の交替が見られたが、3社中心の体制が長く続いて最盛時全綿花輸入の70%を占めていた。具体的には最初は三井物産、日本綿花、内外綿が中心であったが、20世紀初頭に内外綿は転落し、かわりに江商が頭角をあらわし、また三井物産から東洋棉花が独立するというように業界における浮き沈みが激しかった。他方、紡績企業は綿花輸入において系列的取引関係を見せながらその強化を求めず、また自らの直接輸入あるいは共同一手買付け機構の設置なども念頭に置かず、あくまでも日本商社の上位3社を軸とする競争的輸入体制を堅持し、それによって綿花輸入の独占による弊害を防ぎながら、集中買付けによる規模の経済性を享受しようとしたのである。

「綿花商と紡績企業の売買はほとんど紡績企業の営業所で行われ、売買方法は銘柄による相対取引で普通5ヶ月先物まで契約した<sup>1</sup>」といわれるように、綿花商同士の綿花売買がほとんどなく、日本には集散地としての綿花市場が形成されなかった。

ところで、近代紡績工場の設置にともない、綿糸の販売が大きな問題となった。機屋は規模が小さい上、各地域に分散していた。最初紡績企業は各需要地の地方商人と特約を結び、手数料を与えて委託販売する方法をとったが、やがて綿糸の輸入販売ですでに全国流通網を整備した大阪、東京、名古屋など大都会の洋系問屋に国産綿糸の販売を一本化した。

綿糸の中心市場は大阪で、これに次ぐのは東京と名古屋であった。大阪の大手綿糸商は大体国内には東京、名古屋、国外には上海に支店を設けていた。紡績企業は大阪、東京、名古屋の綿糸問屋に売るのは普通で、需要家に直接販売するのは稀であった。

昭和初年当時における紡績会社と綿糸商との取引は銘柄又は商標による相対取引で、先物を主とし、限月は1ヶ月ないし3ヶ月が普通であった。一方、綿糸商の間における綿糸の売買、つまり「仲間取引（オッパ取引）」は頻繁に行われ、綿糸市場としての集散地が形成されたのである。なお、綿糸の需要は輸出と国内向けに分けられるが、輸出は第1次大戦頃ピ

<sup>1</sup> 日本綿糸布輸出組合『日本綿業貿易小史』1957年4月、31ページ。

ークを迎えた。それ以降紡績企業による兼営織布が増え、それに伴って綿布の輸出は急速に拡大していった。一方、綿糸の国内販売は中小企業の機屋向けが主流であった。

戦後、統制経済の足かせを外された日本の繊維産業は再び世界市場に君臨し、経済復興の原動力となったが、産業構造の転換に伴い、経済全体に占める地位は50年代の「3割経済」から70年代の「1割経済」に低下した。また合成繊維の台頭や発展途上国の追い上げ、円高など相次ぐ経済環境の変化で日本の繊維産業は構造的再編を余儀なくされ、それまで日本の輸出をリードしてきた繊維製品の輸出は急速に縮小した。1970年代半ばに日本政府は垂直的提携を中心とする繊維産業の構造改善を推進し、アパレル産業の振興を打ち出したが、その後円高もあって繊維企業の海外進出にともない、衣料品の輸入が連年増大している。

### (3) 繊維産業における取引所の位置

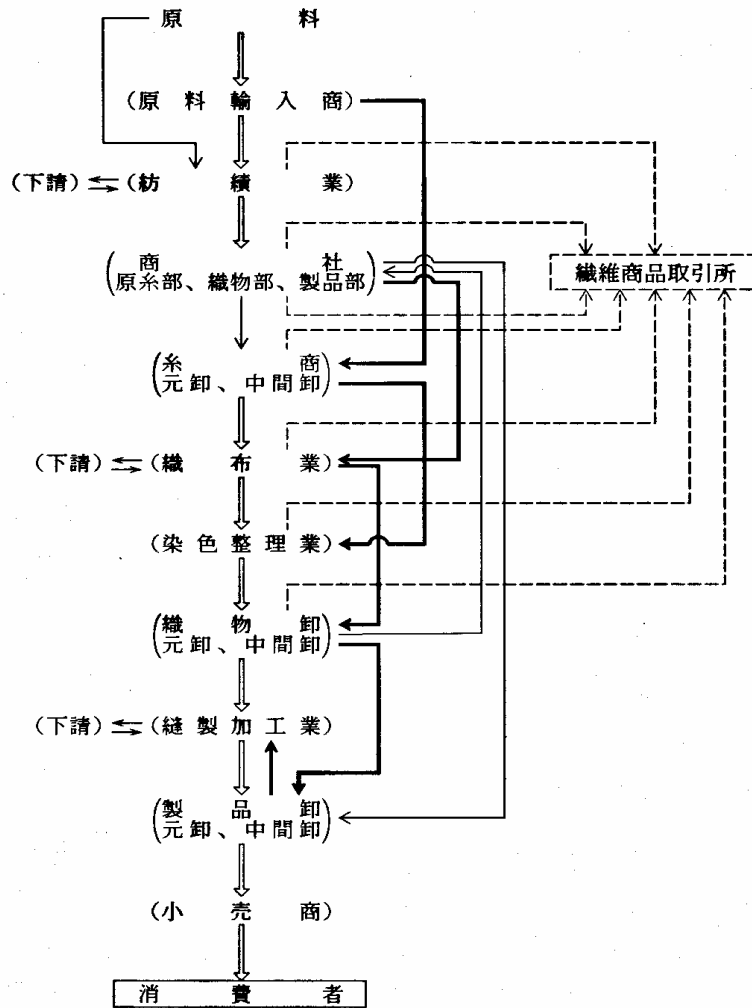
以上、綿業の例からわかるように、原料が海外からの輸入に依存していること、最終製品化まで多段階の業者が水平分業し、見込み生産体制をとっていることなどから日本の繊維産業は価格変動によるリスクを受けやすい。繊維取引所（銘柄、受渡供用品、差金決済、資金導入のための投機家の参加等）は関連業者がそのリスクヘッジを行うために設計された組織である。

図1が示されるように取引所はテキスタイル段階に位置している。綿花、糸、織物などの商品とそれに対応する綿花商、紡績、糸商、機屋などの業者がそれに関連している。19世紀末に開所した大阪三品取引所は当初から文字通り綿花、綿糸、綿布の三商品の上場を目指していた。しかし、実際は綿花、綿布がその取引不振で早くから取引停止になり、唯一綿糸の取引が活発でその取引価格は公定相場として遠く海外においても影響力があったといわれる。これは同じ綿花の輸入に依存し、その消費地であったイギリスと様相が大きく異なっていた<sup>2</sup>。

---

<sup>2</sup> 黄孝春「戦前期日本の綿業関係者による取引所利用の実態分析」『先物取引研究』第5巻第1号No.9、2000年9月。

図1 繊維流通チャネルと商品取引所の位置



資料出所) 財団法人流通経済研究所『繊維流通における商品取引所  
価格の形成に関する研究』1974年、39ページより作成。

戦後、大阪化学繊維取引所の新設（1950年）を皮切りに東京繊維商品取引所、名古屋繊維取引所、福井人絹取引所、大阪三品取引所など5つの繊維取引所が相次いで設立された。上場商品は綿花、綿糸、毛糸、人絹糸、スフ糸のように糸中心になっていた。大阪三品取引所を例にみると、同社1951年再建されるときに綿糸と綿布、そして1962年に綿花を上場させたが、綿布は1956年に立会休止、68年に上場廃止、綿花は1964年に立会休止、76年に上場廃止になっている。綿糸については最初20番手、後に30番手、40番手が追加上場している。他の繊維取引所も似通った状況であったが、1980年代以降における取引所の統合と上場商品の変更で脱繊維化が進み、いま取引所の名称に「繊維」という文字が残っているのは一つもない。

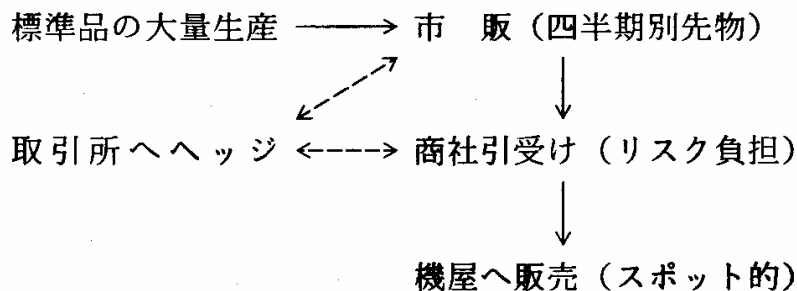
## 2 綿業関連業者の取引所利用実態

綿業が典型的な市況産業であるため、原料（綿花）から半製品（綿糸）、完成品（綿布）に至るまでの多段階における輸送、加工、在庫期間にかかわる価格変動のリスクが発生し、これを費用として誰が、いかなる形で負担するかが重要な問題である。

戦前綿花の輸入価格は年に3、4割程度変動するのは普通であった。「日本の紡績は本来原料棉花の生産地から遠く離れておる関係上、そしてまたイギリスとかアメリカあるいはインドのように国内に棉花の現物市場がないために、一定の操業を続けていくためには常に綿花の現物を平均3か月分位は持っているなければならない」。そして「この3か月分を維持するためには、更に3か月分位の先物の買約定を持ってなければならない」<sup>3</sup>といわれるように当時日本の紡績企業にとって綿花の輸入契約は長期先物予約の形をとらざるを得なかった。また紡績企業は綿花の購買と綿糸の販売の両契約を直結させ、その相場変動の危険を綿花商と綿糸商に転嫁するという方法があるが、綿花、綿糸と綿布の三者価格はさまざまな事情により一致して変動しない場合もしばしばあったので、きわめて不完全なものであった。

戦後になってもこの基本的状況は変わらなかった。図2が示されるように紡績企業が原料を先物で買い、その価格変動リスクの一部を回避するために、糸を4半期ごとに先物売りする。紡績から3ヶ月分の先物の糸を受けた糸商は、機屋へはせいぜい2ヶ月までしか売ることができないために、差し引き1ヶ月分以上は商社が手持ちでそのリスクを被っている。一方、機屋は、一部を除いて注文に応じて糸を仕入れているためにヘッジの必要度は少ない。

図2 綿糸の販売における取引所利用



資料出所) 財団法人流通システム開発センター編『繊維価格とヘッジング』1997年、70ページ。

一般的には綿業関連業者はそのリスクの回避手段として、原料レベルでは平均買いのリスク分散、加工レベルではヘッジ機関としての取引所、オッパ市場の利用、流通レベルでは高マージン政策などを用いられる。綿業関係業者のいずれも商品取引所取引に関わっているが、その主役は紡績企業と商社である。

<sup>3</sup> 関桂三『日本綿業論』東京大学出版会、1954年、181ページ。

ところで、綿紡績メーカーと商社との間の取引方法には相対で数量と価格とを決めて取引する「ジャン決め」と四半期ごとに単価を決めずに数量だけを決め、価格は取引所の相場を利用して各自の判断で行う「ベース取引」、の二つがある。商社が機屋に代わって価格リスクを先物市場に売り繋いでおくのは「ジャン決め」の特徴であるが、当事者間で価格交渉が折り合わない場合、商品取引所の相場変動状況を利用して売買価格を決めていくのはベース取引である。具体的には四半期ごとにおける売買数量を決める際に、製品により標準品との格差を決めておき、メーカーは相場が高いと思うときに売り（その時の相手は誰だかわからない）、商社は相場が安いと考えた場合に買いたてる。売買数量が一致したときに建て玉は相殺され、製品はメーカーから商社に渡されるのである。

表1が示すように取引の少ない綿糸30番を除けば、20番と40番はかなり異なる様相を呈している。20番は大阪三品取引所だけで取引され、紡績企業と商社はベース取引を同程度に利用しているが、商社は紡績企業より売りつなぎをよく利用している。全体的にはヘッジ玉とベース玉の合計は55%に達し、投機的玉の45%を超えていた。一方、40番については3取引所に上場しているが、大阪三品取引所では20番と類似の動きが見られる（ただし、ヘッジ玉とベース玉の合計は34%にとどまっている）。名古屋繊維取引所と東京繊維商品取引所では紡績企業と商社によるヘッジ玉とベース玉はいずれも少なく、逆に投機玉（一般顧客とその他自己玉）の比率が高く、それぞれ80%、90%を超えていた。これは取引所有害無用論の根拠となってしばしば非難された。なお、機屋の取引所利用はたいへん少なく、しかもほとんど大阪三品取引所に限定している。

表1 繊維商品の売買取引実績（1975.4.1～1976.3.31）

(単位：枚)

商 品	規 格	主 体 取 引 所	ヘ ッ ジ 的 玉					ベ ー シ ス 玉				投 機 的 玉			合 計	
			ヘ ッ ジ 自 己 玉	生 産 者	商 社	ユ ー ザ ー	小 計	生 産 者	商 社	ユ ー ザ ー	小 計	そ の 他 自 己 玉	専 業 取 引 員	一 般 顧 客		小 計
綿 糸	20 S	大阪三品	79	18,808	66,881	12,353	98,121	81,492	83,039	3,501	168,032	74,525	209	150,107	224,841	490,994
	30 S	大阪三品	-	67	683	95	845	217	191	-	408	4,374	-	77	4,451	5,704
	40 S	大阪三品	58	17,348	104,622	21,119	143,147	33,807	31,652	2,342	67,801	112,158	2,492	299,832	414,482	625,430
		名古屋繊維	47	1,966	20,093	2,181	24,197	408	586	109	1,103	44,720	197	70,547	115,464	140,764
		東京繊維	64	13,720	97,128	254	111,166	4,820	-	-	4,820	480,630	4,352	1,323,890	1,808,872	1,924,858
	計	169	33,034	221,753	23,554	278,510	39,035	32,238	2,451	73,724	637,508	7,041	1,694,269	2,338,818	2,691,052	
	綿糸計	248	51,909	289,317	36,002	377,476	120,744	115,468	5,952	242,164	716,407	7,250	1,844,453	2,568,110	3,187,750	

(注) 数字は、売買高を示す。したがって出来高はこの数字の半分となる。

資料出所) 通商産業省「売買取引の実態調査」(1977年2月)

### 3 不況期に繰り返される「取引所無用論」

以上綿糸の事例に見られるように繊維産業の市場構造に規定され、関連業者は程度の差こそあれ、価格変動リスクを解消するために取引所を利用してきた。ところが、紡績設備の慢性過剰、在庫と輸入の増加などにより糸価が大幅に下落すると、業界から取引所無用論は決まって飛び出した。たとえば、

- ・ 1952年に綿糸相場の急激な下落に対して関連業界より、輸出貿易に支障をきたすも

のとして「三品有害無用論」が流布された。

- ・ 1957年に人絹糸大暴落の際に取引所無用論が囁かされた。1958年に入り、繊維市況の悪化に伴い、織布業界を代表する「綿工連」（綿スフ織物工業組合連合会）は危機突破のための対策の一つとして、綿糸の建値制による共同購入を提案して業界に一大波紋を投げかけた。
- ・ 1964年に毛糸相場の暴落で毛紡績業界から取引所批判が行われた。
- ・ 1975年に石油危機によって引き起こされた狂乱物価で綿紡績と毛紡績企業から取引所廃止論が強まった。毛紡績の大手は定期市場向けの供用品生産を停止し、毛糸取引所から撤退するとの意向を表明し、市場関係者を驚かせた。

紡績企業が取引所無用論を強固に主張する理由として、「工業製品の価格を不安定な取引所に委ねるのは理に反している」とか、「いまの取引所は公正な価格形成の機能を果たしていない」というように大衆投機家による過当投機、換金売り等によって異常な取引所価格が形成され、市況の乱高下をもたらしたことが挙げられている。

もっとも紡績企業は取引所の機能を一概に否定しているわけではない。その基本姿勢は取引所の必要性を一応認めるが、積極的に利用せず、そのリスクを商社などに転嫁すればよいということに要約できる。紡績企業にとって取引所でのヘッジは必ずしも成功する保証はないし、また受渡代金の現金決済や委託証拠金の預託、委託手数料の徴収などの負担もある。しかし、価格決定権を市場に委ねた紡績企業は価格暴落が起きると座視するわけには行かず、市場管理の強化に動き出すことになる。また長期的には紡績糸の生産販売は次第に紐付きとなり、市販量は漸減傾向にあるから綿糸の流通段階における取引所の使命はさほど重要でない時代がやってくるとも考えている。

一方、商社（糸商）は基本的に取引所の有用性を強調し、かつ積極的に利用してきた。価格変動は市場の動向を反映したものであり、たとえ一時的に行き過ぎがあっても必ず正常な状態に戻るので、人為的な市場介入は止めてほしいと考えている。

機屋は相対的には取引所の利用が少ない上、取引所は紡績企業と商社に牛耳られ、被害を蒙っている意識が強く、また取引所の必要性にも懐疑的である。

取引所自身は関連業者に取引の場を提供する市場組織として糸商の立場ときわめて近いと考えられる。ただ相場が極度に低迷に陥ると取引が減少し、手数料を収入源とする取引所の存亡にかかるので、紡績企業の市場管理対策（市場振興策）に姿勢を傾けやすいが、逆に相場が暴騰するとき、政府が物価政策の見地から取引所に規制を要請することがある。つまり取引所は売買単位、委託手数料、委託証拠金、受渡供用品などの調整によって相場の乱高下を是正しようとする。過熱時に上限値段の設定まで行い、操縦の排除や大衆の締め出しに苦心するが、逆の場合相場の持ち上げにあらゆる対策を施そうとする。このように取引所は関係業者の言いなりに振り回され、独自の立場が発揮されず、振興策と規制とを交互に実施する追随者となったのである。

いずれにせよ、取引所批判の焦点は価格形成の方法に当てているといつてよい。否定的姿勢をとる業者は、相場価格の乱高下を指摘し、どちらかという各段階の上位企業に多く見られ、流通段階で確実な需要者を押えているので、価格の安定的供給を第一義的に考えてい

る。これに対して、肯定的姿勢をとる業者はどちらかという製品、価格の安定的供給というよりも、価格変動に応じて需要を刺激し、商取引活動を進めていくという考えを持っているのである。

#### 4 受渡供用品の圧縮をめぐる

ところで、紡績企業は大手紡績企業と新紡、新々紡など中小紡績企業に分けられる。大手紡績は販売力が強いことや、資金力があることから必ずしも取引所を利用しない。また利用しようにもその際の売買量が大きいため、取引所相場が動かされ、利用できないとも言われている。戦前日本代表的な紡績企業の経営者の中には綿糸の定期取引すら否定するものがいた。一方、中小紡績企業は大企業のように価格変動準備金を引き当てて対処する余裕がなく、競争構造上の規定から取引所を利用しようとする。実需に直結しない定期市場における荷渡しの生産、いわゆる換金売りがその一つであった。

たとえば、綿糸市況が低落した1969年では、現物取引の沈滞によるもので期近限月の商内はほとんど行わず、現物相場と取引所相場（離パイ相場を表示）の間に著しく遊離を来しているため、ベース取引が遅れ、取引所のベース取引が後絶えている状況であった。財務事情が悪化する中小紡績は取引所での換金売りを強め、相場下落に拍車をかけた。その対策をめぐる三品取引所では受渡供用品の圧縮が大きな争点となった。

大手紡績は取引所についての基本的な考え方として、三品の標準品銘柄は東洋紡「金魚」であって価格表示は標準品同格品の価格が形成されるべきであるが、現実はこれとかけ離れた離パイ相場をつけているので、適正な価格が表示できるよう改善する必要があるという。その具体的方策として受渡供用品の縮小が必要なこと、供用品の格付けは品質に重点を置くこと、供用品の生産数量基準を上げること、格の基準による供用品除外を考慮すること、供用指定の際は紡績の同意を得ること、供用品期限を短縮することなどが挙げられた。「大幅な格下げ綿糸が取引所という桧舞台で大量に流通しているから、公正な価格形成が阻害されるのであって、生産された綿糸は実需に直結させることを目的として、まず市中浮動玉を取引所から締め出すべきである」<sup>4</sup>というのはその真意である。

一方、新紡および新々紡は受渡供用品の圧縮問題について綿糸相場暴騰対策として採用された供用品枠拡大措置が市況低迷時には対策前の状態に戻すことは妥当とし、また綿糸の公正な価格を生み出すための供用品整理問題については大手紡績の提案になる一定以下の格下げ品の除外は合理的縮小という原則的な方向では合意に達したが、格の基準による供用品除外案は影響が大きく、自社銘柄が除外された場合の現実論には強い抵抗が示された。実際問題として供用品から外される銘柄については格付けがなされないため、値決めがしにくい状態になることがネックとなっていた。

大手紡績の供用品縮小問題が表面化するのを受け、綿糸商業組合は紡績業界で検討されている格差による供用品圧縮の方向については問題がありすぎるという理由で反対決議をなし、

---

<sup>4</sup> 『大阪三品取引所80年史』（非公刊）、93ページ。



生産量によりチェックすべきであるとし、受渡供用品の縮小は本来好ましくないが、現在の300梱の生産数量を500梱に引上げる程度はやむをえないと主張した。

これに対して、綿工連は「綿布業界としては紡績が良質の綿糸をより多く供給することを歓迎しているのであって、市場対策としての取引所のルール改正とは話しが別である。供用品問題は格付けの厳格化によって解決できるものだ」とし、糸価上昇の要因となるいかなる措置に対しては反対であるとの立場を鮮明にした<sup>5</sup>。

## 5 いわゆる「取引所問題」

以上のように取引所のあり方をめぐって繊維関連業者の利害衝突が絶えなかったが、それがピークを迎えたのは石油危機の反動不況時である。

1972年後半から天然繊維ブームを背景に繊維価格は一斉に急騰した。繊維取引所は市場正常化対策として臨時増証拠金の徴収、上限価格設置、新規売買停止、受託者別建て玉数量の届け出、受託数量の制限、取引員の自己玉数量の制限、仕手の排除など、あらゆる措置を講じ、相場の鎮静化を図った。

ところが、1974年に異常な仮需の膨張と綿製品の大量輸入の結果、綿業界の需給は均衡を失い、反動による大不況に突入した。各取引所は逆に上限値段の撤廃、臨時増証拠金の大幅減額など価格の凋落を食い止める対策を実施したが、効果は上がらなかった。同年1月4日に綿糸40番手の相場は469.5円（当限）であったが、10月9日に165円にまで暴落した。

1975年8月日本紡績協会は繊維不況を打開するために他の繊維産業団体との連携、繊維品の輸入対策(関税率の是正など)を考える一方、繊維取引所(綿糸上場のあり方は問題が多く、運営の抜本的改革案を早期に練るために、取引所問題小委員会を設けて紡協としての意見を纏めることにした。紡協が取引所問題に関して正式機関で取上げて意見の一本化を計るのは初めての試みであった。1975年9月「商品取引所問題についての要望」という題の要望書を通産省に提出し、その中で「商品取引所への綿糸上場の可否について将来の検討事項とし、当面は商品取引所の運用の改善を要望したい」との基本姿勢を明確にしたうえで急激な価格変動、異常な価格水準、過当投機、当限換金市場化などを市場管理を発動すべき状況として提案した。

通産省は紡協の要望書を受理し、綿工連と綿糸商業組合に対しても取引所問題に関する意見書を求めた(表2参照)。綿工連は海外の先進国においても糸の取引所は設置されておらず、まず場違い筋が多数参加し、過当投機化し、相場の乱高下をもたらす場となっている東京繊維商品取引所を廃止すべきとの基本姿勢を示した上で、それが早急な実現が困難であれば、需要者側の意向を十分に反映させ、取引所の適正な運営を期するため、繊維取引所への理事会に織布業者代表を相当数参加させることを要望した。その背景には繊維取引所が従来会員組織により大企業たる紡績業者、商社等売り手の一方的運営に委ねられ、需要者の意向が無視されてきたとの思いがある。

---

<sup>5</sup> 同上、95ページ。

表2 取引所問題をめぐる各方面の見解

日本紡績協会「商品取引所問題についての要望」1975年9月  
綿スフ織物工業組合連合会「繊維取引所問題についての要望」1975年10月  
日本綿糸商業組合「商品取引所(綿糸)運営に関する件」1975年10月  
ゼンセン同盟「繊維不況対策の一貫としての取引所対策」1975年8月  
大阪三品取引所、東京繊維商品取引所、名古屋繊維取引所『「商品取引所問題についての要望」(日本紡績協会)に対する取引所の見解』1975年10月  
大阪三品取引所、東京繊維商品取引所、名古屋繊維取引所『日本綿スフ織物工業組合連合会の「繊維取引所問題についての要望」に対しての見解』1975年10月  
日本綿糸商業組合「綿糸取引所の存続方要望について」1976年9月  
全国商品取引所連合会「繊維取引所の必要性和存続に関するお願いについて」1976年10月  
繊維工業審議会「新しい繊維産業のあり方について(提言)」1976年12月

一方、日本綿糸商業組合は現在の市場構造と取引形態が存続する限り、取引所が有用であり、公正な価格形成を行う市場については現在とくに修正されるべき点はなく、むしろ人為的な措置をとれば弊害を招きかねないとの見解を示した。

またゼンセン同盟は別個に取引所問題を取り上げ、繊維品の上場をしている取引所が正常な価格形成機能を果たしていない場合、繊維品の上場を廃止すべきである。当面廃止が困難であれば価格安定帯を設けるなど弊害を取り除く措置が必要との要望書を通産大臣に提出した。

上述紡協と綿工連の要望書に対して大阪三品取引所を始めとする繊維取引所は回答を発表し、基本的には現在実施中の市場管理対策を各団体に対して公開し、その理解を求めるとともに取引所を高度に利用するよう一層の協力を呼びかけることにした。なお、綿工連所属の組合がその後大阪三品取引所の会員に加入し、その理事会に代表を送ったことが直接の成果であった。

ところで、1975年11月通産省の諮問機関である繊維産業基本問題懇話会が繊維工業審議会(政策小委員会)を設け、その政策小委員会において構造改善、設備、転廃業、輸入および流通に関する対策を検討し提言の作成に取り組むことになったが、「流通の改善」という項目に「取引所問題についての考察」を設けて関連団体に意見を求めた。これに対して紡績協会は「基本的には綿糸定期市場の機能は漸減する傾向にあると思われるが、現時点においては依然多数の利用者が存在している事実から見てこれを人為的に廃止することはできない。ただし、これが運営においては適正な価格形成の場となるよう当事者の十分な配慮が望ましい」との消極的な存続論を展開した。

羊毛紡績会は「現在の取引所は投機として利用されるケースが多すぎる。ヘッジ機能および需給調節機能を十分果たし得ない取引所は廃止すべきであるとの声が高まっているが、これを一挙に廃止に持っていくことは難しい。各企業自身が生産流通のチャンネルを整備し、実需に結びついた生産を行うよう努力しながら取引所を必要としない方向へ段階的に進むべ

きである」という漸進的廃止論を説いた。

綿工連は「商品取引所における糸の上場は繊維産業の市況性を助長するものであり、知識集約化産業への脱皮を困難ならしめ、また業界の指導的立場に紡績業界の横割りの性格を温存する結果となって、織布業界の異業種結合を阻害することになるので速やかに廃止すべきである」との即時廃止論を主張した。

従来の取引所無用論と異なり、今回は通産省の諮問機関である繊維工業審議会内で起き、これを同省生活産業局原料紡績課が肯定する形になっている。繊維工業審議会で「今回の構造改善にあたっては厳しい生産規制を有効に実施すべきであり、実需に見合った生産の原則を貫くには市況の不安定に介在する商社・問屋等を含むグループ・系列は保護の対象から排除すべきであり、さらに市況性や仮需要を増幅、助長する取引所は即時廃止するか、もしくは改善事業の実があがるまで3年間立会停止せよ」との見解が有力委員から開陳された。また今回の廃止論の論拠となったのは原料紡績課の委託を受け、財団法人流通経済研究所によってまとめた『繊維流通における商品取引所の価格形成に関する研究』（1974年3月）である。このような廃止論の盛り上がりに伴い、各政党も見解を発表し、国会でも取上げられた。

このような意見を受け、全国商品取引所連合会は「今般の取引所廃止論の起因は従前の価格乱高下の場合のそれと性格を異にし、日本繊維産業の今後のあり方は垂直方式への移行を基本線とし、その線に沿って構造改善と流通機構の近代化を進めていかねばならぬとの考え方から生じたものである」と判断し、取引所の存亡の危機として位置付けた。そこで現在の繊維流通機構に介在しての取引所の実情、すなわち当業者(紡績、商社、機屋その他の需要者)の取引所利用状況についての説明書に調査資料を添えた陳場書を作成し、綿糸商業組合代表者による要望書に合わせて通産当局に提出するとともに、答申案起草委員、国会議員、織工審委員にも理解を深めてもらうよう積極的な行動を起こした<sup>6</sup>。

廃止論がようやく下火になったのは1976年10月14日に当時の河本通商大臣が参議院商工委員会で「軽々に廃止をすべきものとは考えない」との答弁を行ってからである。結局、繊維工業審議会で廃止論が後退し、取引所改善等の強化の協議段階に入っていた。まとめられた「新しい繊維産業のあり方について」を題とする提言の中で、まず繊維取引所の現状において弊害となっている二つの現象、過度の投機による相場の乱高下と取引所での換金売りをあげ、構造改善との関連において取引所の存在そのものが弊害となりかねないとの見解を示し、業界内部で繊維品の上場を廃止すべきだとの強い意見があることを紹介している。次に仮需に依存せず、実需に沿った生産・販売を行い、次第に取引所に依存しない、業界の長期展望に関連して取引所存廃の方向を示唆しつつも、「当面の問題としては、生産された糸の相当部分が商社を通じて市販されている現状が改められない限りヘッジ機関としての取引所での繊維品の上場を直ちに廃止することには多くの困難が伴う。したがって当面は過度の大衆投機が相場の乱高下を招き、業界の混乱を引き起こすことのないよう監視と規制を強めるとともに、当業界の利用度の少ない取引所については関係者間で検討の場を設けて期限と目

---

<sup>6</sup> 全国商品取引所連合会は取引所有用論の理論武装として『繊維価格とヘッジング』（流通システム開発センター、1977年）を公刊した。

標を定め、大衆玉の比率の引下げの指導を行うなど、運営の健全化に努める。これでもなお効果がない場合には需給両業界をはじめとする関係者間で上場廃止をも含めてそのあり方を根本的に再検討すべきである」との結論に達した。

このように取引所問題はとりあえず最悪のシナリオが避けられたものの、取引所側にとってなお厳しいものであった。なお、各界の意見を取り入れたこの取引所に関する提言部分に論旨の矛盾が含まれていることもたしかである。当面の問題としては改善の必要があるが、たとえ改善されたとしてもそれによって業界の取引所依存体制が強まることとなれば、長期展望としてはかえって余計に構造改善の妨げとなりかねないというのはそれである。

## 6 当業者主義について

繊維関連業者や取引所、官庁、国会議員、学者などを巻き込んだ「取引所問題」は一応繊維取引所の条件付存続という方向へ決着したが、関連業者の利害構図がより鮮明になった。

よくいわれるように需要と供給を反映する価格形成と価格を安定化すること、また繊維関連業者間の取引を公正にするとともに商品の生産および流通を円滑にすることが繊維取引所に期待される主な機能である。そういう意味で繊維取引所は繊維関連業者のために設立されたものであるといえる。戦前の取引所、また戦後再開直後の取引所ではこれを利用するものは当業者オンリーといってもよいぐらいであった。すなわち、当業者がその必要に応じてヘッジ機関として利用し、経済の先行事情を見越して投機するといった具合でヘッジも投機家もほとんど当業者であった。戦前には「将軍田附」とよばれた田附政次郎など有名な投機家を輩出させ、戦後にも伊藤忠商事の越後正一社長や林紡績の林茂社長などの相場師が活躍したが、しだいに主舞台から姿を消した。

会員組織である取引所は会員、すなわち当業者のための取引所である以上、基本的には当業者主体に利用され、当業者の便益のためにひいては業界発展のために運用される。それは当業者主義の原則である。しかし、日本の繊維業界では主役の紡績企業は取引所の利用が少ない。それにはいくつかの理由が考えられる。まず、一般的には保険繫ぎを完全に行うために、取引所相場と現物相場が平行移動していること、一般投資家の行動様式に基づく投機資金の導入が必要であることおよび現物市場が買い手市場であることの三つの条件が前提でどんな状況でもできるとは限らない。次にヘッジングの攪乱要因として取引所側において過当投機による乱高下や市場管理の不徹底、繊維産業において過小過剰のように需給を反映しない生産体制や原料と糸と連動性の不一致、繊維企業においてヘッジ、ベシス取引の知識と技術の未熟、そして行政側において物価安定のための価格維持政策などが挙げられる。つまり、商品市場におけるヘッジングにもかなりの危険が伴うので、先物市場で現物市場とは反対の取組関係を保有し、一方の市場における損失を他方の市場における利益で相殺することによって、いわば自動的な形で危険を回避できると単純に考えることは正しくない。最後に受渡代金の現金決済や委託証拠金の預託、委託手数料の徴収などのようにヘッジを行うにはコストがかかる。実際、戦前日本の紡績企業は原綿の変動リスクを「原綿投資」という形で自己負担し、原綿の操作による大きな商業利潤を獲得する時期があった。当時のイギリス研

究者は日本の紡績企業の競争力を安い綿花の使用に求め、その安い綿花を調達した理由を「日本の場合はヘッジセリングを利用しないのでそれに要する費用が節約でき」<sup>7</sup>たとしている。戦後日本の紡績企業は戦前ほどの資金力がなかったので、原綿の価格変動リスクをもっぱら商社に転嫁したのである。

ところが、戦後通信技術の発達で相場を左右する強弱材料の入手がほとんど同時であり、また考え方にも大して相違が見られなくなるにつれ、当業者だけの取引所利用、また当業者の中でも相場師の役割の減退で相場は一方に偏りやすく、操作にも円滑を欠き、ことにヘッジ玉の場合は長期に居座る性格のためだけにこれに立ち向かう一般の投機玉の導入がなければ手仕舞うことも容易ではなくなり、当業者の玉だけでは取引所の大量取引は成り立たない状態になってきた。全体的には当業者の利用も減少している。それは取引所の財政面からも自主的に採算が取れるよう、何らかの方策により速やかに市場進行を図ることが切実な問題となっていた。

1955年頃から急速に伸展した投資信託を通じて大衆の証券に対する興味と関心が深まるにつれて商品取引所にも同じような大衆投資家の導入が盛んになってきた。1964年頃より商品取引に専門系仲買人が相次いで東京に進出し、まず穀物取引所を中心に加入し、漸次繊維その他の取引所に及んだが、これらの仲買人は一般の投機家を対象として積極的に大衆資金の導入に力を注いで売買高の増加を図った。東京繊維商品取引所における投機玉の増加はその頃からとされる。

これに対して大阪三品取引所は当業者取引を中心に運営されており、紡績企業と商社間のベース取引はとくに20番手にその利用度が高く、取引高の80%程度を占めていたが、一般投資家の資金導入で先行する東京、名古屋との競合関係もあって一般投資家の参加を促進させることも検討事項となった。そこで1965年に設立した綿糸市場対策委員会で確認した方針はやはり「大衆の利用もさることながら、三品は当業者が利用しやすいようにすべきである」というものであった。原則はともかくとして日本の産業資本があまりにも強く作用する経済社会機構の中であってそれぞれの上場商品業界の理解と認識を深め、業界の中に生き、当業者<sup>8</sup>とともに発展するとの判断があったからである。

しかし、当業者主義に立脚し、当業者の取引を軸としての取引が行われるが、当業者の利用が活発ではないので、当業者の利用においては適正な外部資金の導入がなければ円滑に取引所の機能は発揮されないという落とし穴がある。一方、過度の資金流入による過当投機が行われると、紡績企業、機屋から取引所への非難を招き、その結果、極度の人為相場介入が入るといったそれまでのサイクルが繰り返されてきた。

このように一般投資資金の導入は取引所の基本的あり方に関わることで業界としての立場が明確にする必要があった。商品取引審議会は商品取引所に関する諸問題を検討した結果、

---

<sup>7</sup> 前掲『日本綿業論』193ページ。

<sup>8</sup> 当業者とは本来紡績企業や商社、機屋などを含んだ概念であるべきだが、多くの場合、紡績企業だけを指している。それを露骨に指摘したのは通産省原紡課である。「当業といってもメーカー側こそ真の当業者で商社、糸商などは被告側」である。『商品トリビュン』1976年9月28日、第234号。

1971年11月に「制度と運用に関する意見書」をまとめた。その中で一般投資資金の導入については、商品取引事故発生背景には大衆資金動員による市場規模全体が膨張するとともに、商品取引全体の運営に付き「当業者主義」が崩れてきたことにその原因が存在し、商品取引の運営が商品の公正な価格形成と流通の円滑化をはかるという取引所本来の運営から外れているとし、取引所の運営、市場管理の面において当業者主義が強く貫く体制に戻すことが肝要であると強調した。そこで過当投機を未然に防ぐための市場管理が模索され、当業者玉と大衆玉との比率が問題になり、織工審ではそれは50対50が望ましいと具体的な数字まで言及されるようになった。

他方、取引所が会員組織であるとはいえ、公設機関である。その公共性のために国民経済に何らかの形で寄与することも当然である。この見地から一部のマスコミは取引所が綿業のためにあるという見方も適切ではなく、むしろ国民経済の安定のためにあるものと主張した。したがって需給の実態、先行きの見通しを基にした自由な売りと買いが競合してその結果である形成価格が示すところを業界は汲み取って動くのは順序で、市価の低迷期に必ず紡績企業から取引所不用論が飛び出すのは思うように浮上しない取引価格への苛立ちをもっともぶっつけやすい対象として取引所が存在するからである。取引所の規制等は中立公正な価格形成の場という取引所の姿を損ない、結果的に取引所無用論にまでつながりかねないと断定した。

一方、取引機能論に立つ論者は当業者のための市場規制が投機妙味を損なうもので、商品取引員が取引所運営の主導権をとり、大衆投機資金の導入を積極的に行うべきだと論陣を張った<sup>9</sup>。

## 7 終わりに

繊維産業は日本の基幹産業であった。その競争力のコアをなしたのは近代的紡績企業で、川下における多層的中小企業に比べ、その規模が大きく、原料が輸入に依存し、また製品（糸と兼業織布）は輸出向けが多かった。

このような市場構造に規定され、繊維産業は仮需が発生しやすく、典型的な市況産業であった。そのため、繊維取引所が早くから設立されたが、上場商品は綿糸、毛糸、スフ糸のように糸中心で、国際相場商品の原料である綿花や羊毛などの上場は再三に試みられたものの、うまく行かず、結局廃止せざるを得なかった。

ところで、価格決定権を市場に委ねた紡績企業は取引所を積極的に利用しないが、そこで形成された価格、とくに相場が下落するときに高い関心を持ち、市場管理という名の下で市場介入してくるのがしばしばであった。戦後産業企業の地位が一段と強くなり、また政府の産業企業寄りの政策もあって繊維取引所の運営は本質的には紡績企業中心の当業者主義という原則の下で行われてきた。

---

<sup>9</sup> その代表的なものとして、立川政弘「当業者主義の虚妄とその帰結」『商品トリビューン』1976年9月10日連載。

よく取引所が市場経済のシンボルといわれるが、日本の繊維取引所は伝統の刀とされる市場主義の原則を強く貫くことが出来ず、結局紡績中心の当業者主義に立脚し、当業者の取引所の円滑利用という範囲内で外部資金の導入の適正化に留意しつつ、市場管理についてとくに配慮し、市場の安定を確保するための万全の方策を施す、いわば取引所の運営について理想と現実との間にギャップのあることを認めざるを得なかったのである。これは取引所にとって自縛行為に等しく、またその零細的規模と上場商品の単一化はその立場をさらに強めたと考えられる。

1975年から76年にかけて起きた「取引所問題」は繊維産業における地位低下、輸入の増加とアパレル産業の台頭など繊維産業の構造的変化と相俟ってそれまでに累積されてきた矛盾の総決算であった。と同時に、取引所における経営方針転換の契機であったと考えられる。その結果、一方において、綿糸の取引では三品取引所の流れを受け継ぐ大阪商品取引所だけが行い、しかもその取引高は2001年における全日本商品取引高の0.16%にまで低下した。他方において、繊維取引所を含む取引所間の統合は1980年代以降盛んに進められ、現在繊維という名を冠した取引所は一つもなく、各取引所は新しい商品を積極的に上場させるようになった。中にはガソリンのように当業者の理解を得ないまま上場され、大衆投資資金の取り込みで大成功を収め、当初無視を決めこんだ石油元売会社は少しずつ取引に参加するようになった事例も報道されている。

【謝辞：本研究に対し日本商品先物振興協会の2000年度「商品先物取引に係る研究調査助成金制度」による助成を受けた。また資料の収集にあたって全国商品取引所連合会にお世話になった。ここに改めて記し感謝に代えたい。】