

## 巻頭言：木材と他産業との関係に興味をもちよう

きのこ産業は、林業生産額の中では巨大産業である。長野県、新潟県には巨大なきのこ生産販売企業がある。元々、原木栽培から始まっていることから、きのこ原木生産量や原木生産者は押さえられている。しかし、現在は菌床栽培が主流になり、こちらにも菌床栽培生産量や生産者はわかっている。しかしながら、この菌床に使われているオガ粉は自家で生産しているかと言うとそうではなが、どこでどれだけと言うと「う～ん」と言うことになる。数年前からオガ粉実態調査が行われているが全体を把握しているかと言うと、どうかなという気がする。何故ならオガ粉生産者が木材関連企業とは限らないから、網羅できないのである。しかし、産業として膨大であることは間違いない。現在、原木市場や製材工場でもオガ粉やバークも処理に困っている人は少ない。聞くと、家畜用の敷ワラ代替や果樹のマルチングに有価で利用されている。こちらにも数量は大体しかわからない。ましてや自分で作って使っていれば全くわからない。とある会社はシラカバの枝を集めて、デパート等のショーウィンドのディスプレイ用に販売している。こうなるともうお手上げである。

少なくとも巨大産業であるきのこ菌床用のオガ粉の生産流通は、利用者がわかっているので産業として、林業の中に位置付けを明確にしたい。

## トピックス1：公共の発注は？ ～問題解決マニュアルは？～

公共建築物等木材利用法ができて、いよいよ本格的発注が始まっている地方公共団体も多い。以前から木造に取り組んでいるところは、発注の問題点も理解しているが、初体験のところには十分なアドバイスが必要である。

問題は、非木質系材料と比較すれば、材料の調達に時間が必要なことにある。まず、公共の発注時期が四月にスタートしないことにある。単年度予算で議案を予算が通過、公告期間を経て発注されるとお盆明けが多い。基礎工事から始めれば、木工事は更に後半にずれ込む。そこで、起こると想定されることは、（１）伐期時期が制限されるため乾燥が間に合わない。（２）特注材を探しては間に合わない。（３）大量に同一サイズを発注すると均一の林分から供給できない。（４）一般的にいう秋需と重なり仕事の順番が狂う。のような問題である。また、どこの建築会社が落札するかわからないので、事前に準備をしても落札者が注文するかわからない、注文の価格では納入できない。との問題も生じる。

特に、他資材の価格は、メーカー小売希望価格で、木材は価格変動型の卸売価格である。見積もり時とは異なる場合も多い。

解決するには、材料を別途発注が最もリスクが少ないが、地域の建築会社と木造・木材調達の勉強をしておくことが重要である。他資材と違って、同じものを大量発注すると高くなることや流通寸法で設計すると安くなること等事前の共通の情報共有が重要である。いつでも木造の発注をしていれば、皆さん慣れるので問題は少なくなる。早くそうなりたいものである。それでも、発注者側の地方自治体もなるべく早く発注することを始めとして発注マニュアルを整備しておく必要があり、こうした冊子（事例紹介を含む）をとりまとめることも大切な鍵である。

それにしても、一番最後は、建具工事とフローリング工事である。この忙しさが年度末に集中してしまう。このことをよく理解して配慮しなくてはならない。大量のフローリングは在庫が難しく、更に実加工がメーカーで統一されていない。フローリングだけが、変に色合いが違う建物が多いのには、その影響があるのかと心配してしまう大きな課題である・・・。

## トピックス2：業界は何故大同団結できないのか ～組織率の低さの意味を考える～

先日の報道で、防腐木材の生産量がプラスにとの記事があった。しかし、防腐工業組合の組合員の生産量と防腐木材の生産量には大きな差がある。防腐工業組合も十分承知していて、非組合員への生産量の調査の協力を呼びかけて実施している。いわば、防腐木材を生産している会社の三割位しか組合に加入していないのである。通常は、自ら携わっている品目が大量に使われている、伸びていることはうれしいことである。自らの業界をわざと小さく見せる必要はないと思うのだが・・・かつて、電柱・枕木生産が主だった時代の会員と防腐土台、外構材等の現在の会員とは違ってしかるべきだろう。同様に機械プレカット業界の組織率も極めて低い。元々機械プレカット部材としてA Q認証を受けていたグループをもって会が発足したからだ。

その一方で、軸組工法の約九割を機械プレカットが占める現在、加工企業数は膨大であり、四国、関西などの地域のプレカット協議会が設立されている。業界団体は、自ら所属する産業の共通の問題点を解決するために、一社では困難なことを実現するためにあると思うがなあ～。その一步は、共通の問題点を把握することにある。優良といわれる会社のみが会員となれば、問題が起きたとき、それは会員外ですといっても、その存在する仕事への評価は下がることとなる。行うべき対応は結果としては同じになるのではないかと思う。もちろん、とんでもない品質のものを作っている会社は別としてだが。その一步を踏み出すのに決意はあるが、木材を安全安心して需要を伸ばして循環型社会を作るといった目的は共有したいものである。

特に期待しているのは、統計の精度を高めること、木材の需給動向を正確に、速やかに反映すること、技術の開発のスピードを上げること、C A Dや防腐の技術者のスキルアップにつながることである。技術者の育成には取り組んでいるが、更に求めれば、もっと自分の仕事の誇りが高まるのでは！

## 課題1：取引単位の不思議 ～消費者は比較できるのか？～

木材の取引は通常立法メートルである。素材産業では、鉄等の金属はトン、石油等の液体はリットルである。こうしたものから出来る製品は、消費者に渡るときには、物干し竿1本〇〇円、アルミサッシ1枚〇〇円、テーブル1個〇〇円、イス1脚〇〇円となる。スーパーで見ても、1個〇〇円、1袋〇〇円がほとんどで、時々違うのは生鮮食品にグラムあたり〇〇円とあり、量り売りの名残がある。

一般の人には、立法メートルの大きさがわからないし、高いのか安いのかと比較できない。この木は良い木なので立法メートル5万円の物と比較すると立法メートル20万円しますと言って、わかるかというところ全くわからない。よく木材はいくら良い木を使っても建築費の10パーセント程度と言っても、1,500万円/軒で150万円の木材費なので高くないですと言うが、それでは、ここだけを高い木にしてもどれ位かがわからない。住宅展示場には、システムキッチンやバスのように比較する柱や梁も展示されていないし、1本あたりどれ位違うのか見て実感することもできない。少なくとも1本〇〇円と聞くと納得できると思うのだが・・・

しかしながら、木材でも集成管柱価格の表示は1本〇〇円でありムクの柱の〇〇円/立法メートルと異なる。厚板も1枚〇〇円である。集成管柱は消費者に近くて、ムクには遠いのかと勘違いしてしまう。市況を掲載する業界紙も普通に使っている。原木でも穴あきの大径木だと1本〇〇円、小径木だと1本〇〇円の本数売りが起きる。

杭丸太や造園用支柱は最終取引が1本〇〇円でなされる。そのため立法メートルに換算すれば、えっという高い値段になる。取引単位が途中で変わると物の価値が一変する。立法メートル→平方メートル→枚、本と成る程、木の価値を高めることとなる。灯油代と薪代が簡単に比較できないのは、誰が得くかということになる。床板でも1枚幾らと坪あたり幾らでは難しい。

消費者は鉄をトンあたりで買う人はいない。石だっていない。漬物用の石は1個幾らである。消費者が比較できる取引単位にすることが必要であるが、少なくとも比較する説明資料は重要である。ちなみにメーターモジュールの長さが持てはやされたが、未だに尺貫をメーターに直した長さが基本である。窓やカーテンレール、クーラーまで、今の長さに合わせてあるから簡単ではないし、メリットも少ない。海外に輸出しても、インチもあり、メーターは残念ながら世界中では一般的ではないし。

## 課題2：ゴミかビジネスチャンスか

林地残材、製材残材という言葉がある。林地に残った木材、製材したときに残った木材という意味だが、残ったとってしまうと、それは価値のないものとの意味ともなる。何故残ったとするかとすれば、「今の私には役に立たないもの」ということになる。

役に立たないものが増えれば、当然換金されない部分が増加するので採算性は低くなる。逆に採算性が低いから利用されないともなる。本当に価値がないのかといえば、「今の私には」がキーワードである。カナダから輸入されるカズノコだって、カナダではゴミだったし、ヨーロッパのマツタケだって同じである。ところ違えば、人違えば価値のあるものも多い。

製材残材というが、丸太すべてから作ったチップとは何が違うのかというと、ほとんど変わらない。チップ製造者は主製品、製材業者は副製品としているだけの違いである。

一方、林地残材はというと、中身は種々雑多である。本当に利用できないかということそうでもない。しかし、近くに利用する人がいない、出材しても採算が合わないというのが事実だろう。搬出用の路網整備や機械の導入等のコスト削減はちょっと横に置いて（横におくと怒る人もいるかもしれないが、それは別の機会にということ）。「今の私には」には、柱角林業としては径や長さが足りないとか、節が大きすぎて板材にはとか、短すぎてパルプチップにはとか、こんな広葉樹は使う人は周りにはいないとか言うことである。具体的に事例を見てみると、白樺の加工品が輸入されている。フォークリフトでなくバケツなら1.8メートルでなくてもチップになる。（フォークリフトもうまく乗せれば1メートルでも大丈夫らしい。）クリなら16センチメートルから原木市場で売っている。合板も3×6尺合板が主流なので、4メートルでなくても2メートルあれば十分である。米用の袋は強度があるので、カラマツのチップが重用される。腰板材は最後には1.2メートルが多い。花火産業にはバーク炭が無いと成立しない。薪の価格はチップ用よりうんと高い。

使う人がいなければゴミになるが、使う人がいればビジネスになる。逆に使う人の少ない木を使う用途と技術を身につければ競争相手のいないビジネスチャンスとなる。残念ながら、二番手企業は儲かるのが、日本の木材産業の歴史ではあるが・・・。

ビジネスにして、残材を死語にしたい。

## 先進企業紹介

### (株) 金山チップセンター (岐阜県下呂市)

昭和44年に設立。前身は昭和36年の河尻林業。工場は中京圏の水がめである岩屋ダムの近くにある。チップ生産だけでなく森林整備、広葉樹販売、薪販売と手広く事業を実施。年間約15,000立方メートルを扱う。

単にチップとするだけでなく、広葉樹の「森の郷」ブランドとして様々な製品を扱う。ホームページには、「低質材とみなされていた木に銘木に劣らない、実に多くの色と肌触りがある。このような木を十把一絡にチップ化することなく、敢えてそのまま素材として利用し、付加価値のある何かを創りたい」とある。薪販売の出色で、ナラ、サクラ、広葉樹混合、ヒノキ、アカマツの区分がある。自身も山林経営していることもあり、林業に幅広い見識を有する。

### けせんプレカット事業協同組合 (岩手県住田町)

木材の町づくりを目指す住田町に本社を構える。他に東日本大震災の被害を受けた陸前高田市の高台にも高田工場を有する。軸組工法プレカット、2×4プレカットの双方ができる。とりわけ、国産材2×4の加工を某大手賃貸住宅メーカーと取り組みをする等の先進的取り組みを実施。

高田工場を拡張し、従業員数125名を有し、復興にも雇用面でも貢献している。スギ、カラマツの羽目板加工も行い、オガ粉製造器からの木質ペレットも製造している。

## 編集後記：薪の規格への提言

薪の業界では、薪ストーブの性能評価及びサイズ等の規格を決めてほしいとの要望が多く寄せられている。とりわけ、薪が広域流通していること、販売単位がバラバラであること等を考えると消費者への分かり易さが緊急に求められている。とすれば、早急にこれだけはという企画を提案してみよう。

### 1 利用用途を表示する

- ・ピザ、パンの石窯用
- ・薪ストーブ用
- ・陶芸窯用
- ・かつおぶし乾燥用
- ・燻製用
- ・アウトドア用
- ・たき付け用

### 2 樹種区分を表示する

- ・サクラ薪
- ・ナラ薪
- ・L込薪
- ・アカマツ薪
- ・N薪（樹種名をカラマツ、ヒノキ、スギと書く）

### 3 加工度を表示する

- ・長材丸太薪（1. 8メートル～2. 1メートル）  
メートルを書く
- ・短材丸太薪（30センチメートル～50センチメートル）  
センチメートルを書く
- ・短材割薪（30センチメートル～50センチメートル）  
センチメートルを書く

### 4 販売単位を表示する

- ・立法メートル
  - ・トン（キログラム）
  - ・束
- この際、各単位の換算率表を添付する。

### 5 乾燥薪と未乾燥薪を表示する

- ・乾燥薪
- ・未乾燥薪

薪の長さや径を規定するには、関係するストーブ、暖炉、石窯、陶芸といった各種業界のコンセンサスを得る場を設定しなければならず、かつ同じストーブであってもサイズがバラバラ等の利害関係もあることから、次の課題としてはどうだろうか。

取りあえず、何もない状況から、せめてこれくらいは定めて、賛同する者で共通のホームページを作ってみてはどうだろうか。同じ土俵で議論することが極めて大事で、統計の確実性が増して、買い手に安心感を与え、かつ取引がオープンになることが重要である。今求められているのは趣味ではなくて、産業として薪を認知させることにある。