

青森県内の素材生産と製材の現状に関する調査

津軽森林管理署金木支署 ○堀部 公平 齋藤 健治

1. はじめに

青森県は全国で第4位のスギ人工林面積を有しており、スギ人工林の成長とともに、年々、スギ丸太の素材生産量が増加し、年間70万 m³ を超える素材生産量の4分の3を占める状況となっている。

そのような中で青森県内には、大型の製材工場や集成材工場等の立地もなく、県内で生産されているスギ丸太の販売先の確保が重要な課題となっており、今回、関係団体の協力を得て、素材生産業者及び製材業者を対象としたアンケート調査を行い考察することとした。

2. アンケート調査の方法

平成24年度の状況等を主体にアンケート調査することとし、青森県内の素材生産業者等81社と製材業者70社にアンケートを送付した。

素材生産業者等へのアンケートの内容は、

- ・立木の購入量と生産した素材の販売量
- ・スギ丸太の販売状況と意見

などとし、30社から回答が得られた。また、製材業者へのアンケートの内容は、

- ・丸太の消費状況
- ・スギ丸太の受入状況
- ・スギ製材品の出荷状況

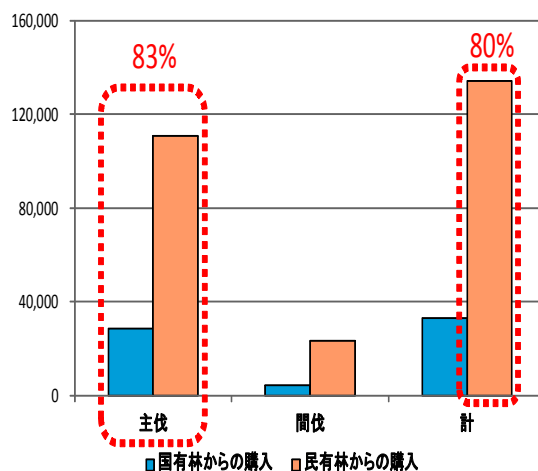
などとし、22社から回答が得られたので、集まったデータを分析することとした。



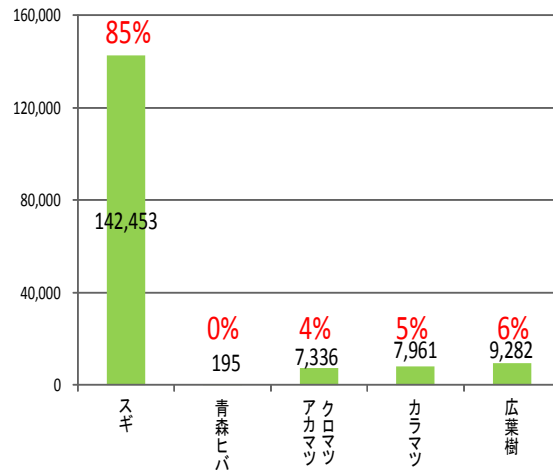
3. アンケート調査の結果

(1) 素材生産業者等のアンケート調査の結果

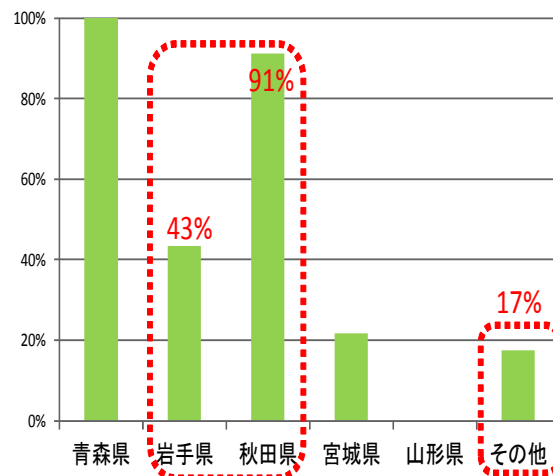
① 「立木の購入量」は、30社で16万7千 m³ となり、国有林・民有林別では民有林からの購入が80%の13万4千 m³、主間伐別では主伐が83%の13万9千 m³ になった。また、1社当たりでは5千6百 m³ の購入量となった。



② 「立木の樹種別購入量」は、スギが85%の14万2千 m³ を占めており、スギ以外ではアカマツ・カラマツ・広葉樹が、それぞれ5%前後の7千から9千 m³ となった。

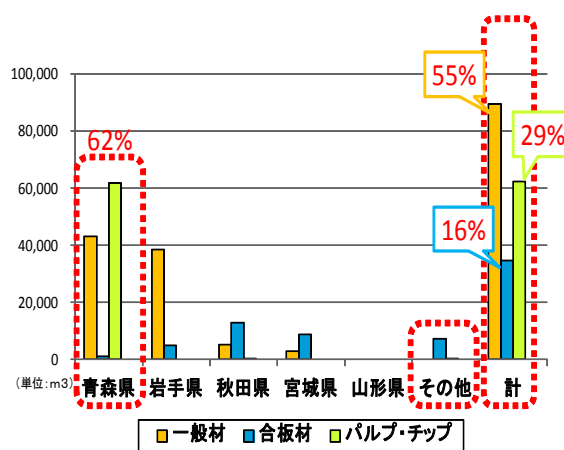


③ 「県別の丸太販売状況」は、青森県での取引者数を100%として、秋田県へは91%、岩手県へ43%と隣接県への販売が活発で、東北以外の地域には17%販売していた。

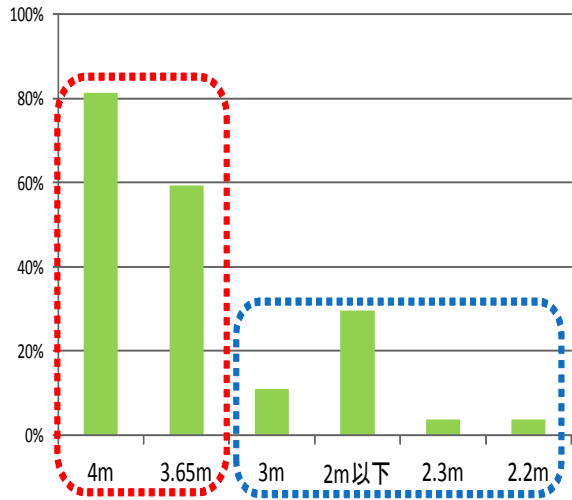


④ 「丸太の販売数量」は、全体で21万9千 m³ となり、85%に当たる18万6千 m³ は各工場等へ直送し、15%に当たる3万3千 m³ が市場等で販売されていた。また、55%が一般製材用、16%が合板用、29%がパルプ・チップ向けとなった。

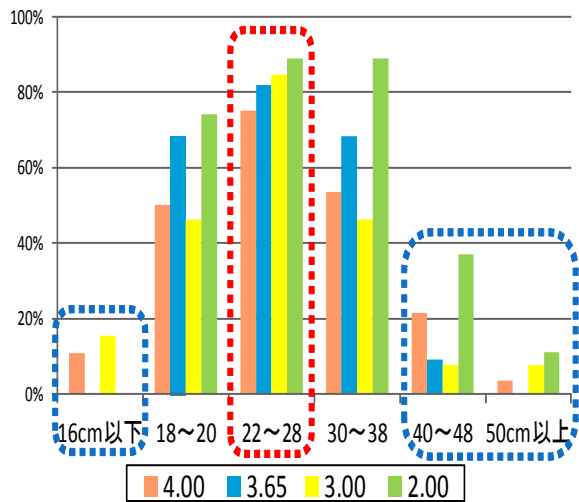
県別では青森県内で62%の丸太を販売、県外では秋田県、岩手県、宮城県のほか、海上輸送による遠距離販売も行われていた。



⑤ 「スギ丸太の長級別の販売状況」は、4mで81%の22社、3.65mで59%の16社で販売しやすい結果となり、反面3mと2m以下で販売しにくいとの回答が半数を超え、3m採材を行っていない意見も多数あった。

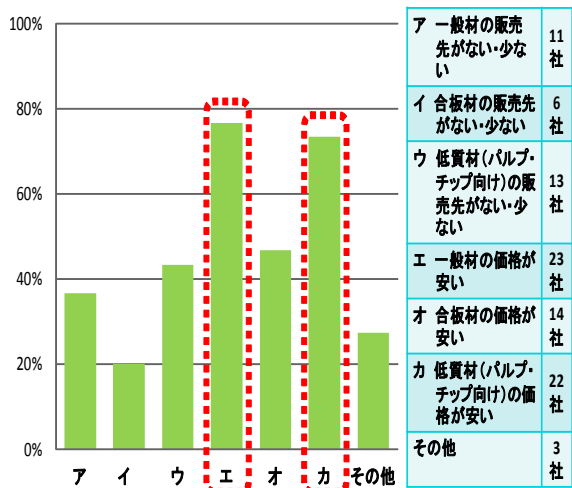


⑥ 「スギ丸太の長級別の販売径級」は、材の長さによる違いは少なく、全般的に22cmから28cmの径級の材は販売が容易である反面、16cm以下の細物と40cm以上の太物で販売に苦慮している結果となった。

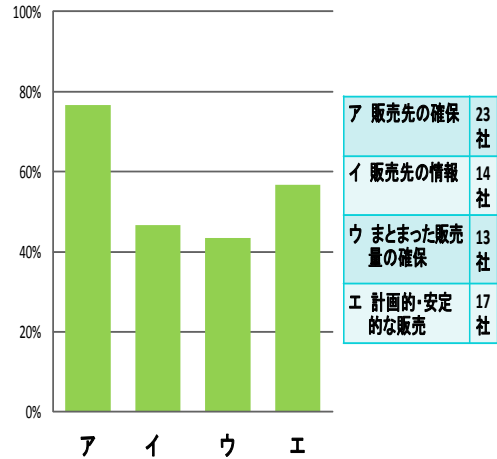


⑦ 「丸太販売の問題点」は、販売先の確保より価格面での問題が大きい結果となり、特に、「エ 一般材の価格が安い」、「カ 低質材の価格が安い」は、70%以上の回答となった。

その他の回答として、大型工場の受け入れ制限や径級30cm以上の丸太の販売に苦慮しているといった意見も寄せられた。



⑧ 「丸太販売に重要と思われるもの」は、「ア 販売先の確保」が77%、「エ 計画的・安定的な販売」が57%と高い結果となった。

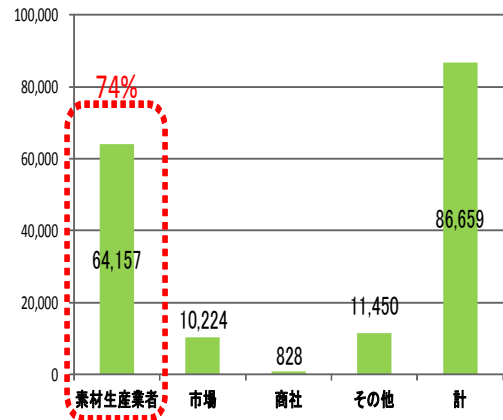


- ⑨ 「丸太販売に関する意見」は、
- ア 青森県内に大型製材工場・合板工場の立地を要望
 - イ 丸太のストックヤードの確保
 - ウ 県外だと丸太の運搬経費の負担が大きい
 - エ 買い手市場で丸太価格が安い
 - オ 細物・太物が売りづらい
 - カ 国有林の立木価格が高い・歩止まりが悪いなどがあった。

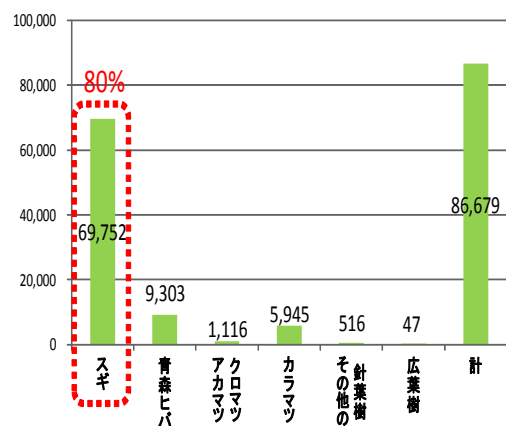
(2) 製材業者等のアンケート調査の結果

① 「丸太消費量」は、22社の合計で8万7千 m³、1社当たり3,917 m³ となり、消費量が1,000 m³ に満たない製材業者が10社あった。

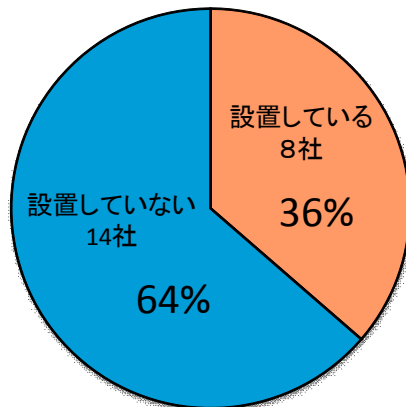
「丸太の購入量」は、丸太消費量とほぼ同じ数量で、購入先は素材生産業者等から74%に当たる6万4千 m³ となり、このほかでは、「市場」と「その他」でそれぞれ1万 m³ 程度の購入となっていた。



② 「丸太の樹種別購入量」は、80%の7万 m³ がスギ丸太で、スギ丸太以外では、青森ヒバが11%の9千 m³、カラマツが7%の6千 m³ でスギ主体の購入となっていた。

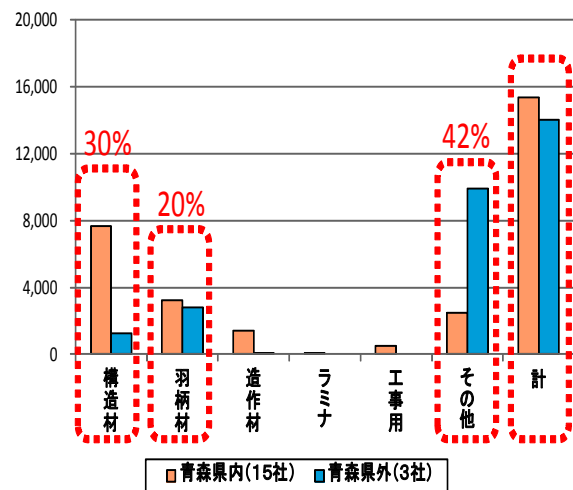


- ③ 「乾燥施設の設置状況」は、36%の8社で設置しているが、未設置の工場は今後の設置について、1社を除く13社で未定という結果となった。



- ④ 「スギ製材品の分類別出荷状況」では、出荷数量全体では2万9千 m³ 出荷され、県内が1万5千 m³、県外が1万4千 m³ となり県内が若干多い結果となった。

分類別では、その他が42%の1万2千 m³、構造材が30%の9千 m³、羽柄材が20%の6千 m³ となり、その他のほとんどが梱包・パレット材でした。分類別での県内外へのお荷状況では、構造材、造作材、工事用材が県内での出荷比率が高く、その他と羽柄材が県外での出荷比率が高い傾向となった。



- ⑤ 「スギ製材品の納入先」は、41%の1万2千 m³ が工務店、38%の1万1千 m³ が商社となり、県内では工務店、県外では商社という結果となった。

- (3) 「国有林で実施しているシステム販売との連携」について、「必要」の回答が、素材生産業者では58%に対して、製材業者は36%となった。

必要とする理由は、素材生産業者では、

ア まとまった販売量の確保が可能になり計画的・安定的な販売が可能

イ 価格面での有利販売

ウ 販売できなかった材の販売先の確保

製材業者では、

ア 仕入れ価格の安定により経営が安定などの意見が寄せられた。

不要とする理由は、素材生産業者では、

ア これまでの取引先から購入を断られる

- イ これまでの取引先に迷惑をかける
 - ウ 丸太販売に時間がかかり土場敷の確保が必要になる
- 製材業者では、
- ア 民有林材は森林組合でまとめている分で十分
 - イ 丸太購入の様々な選択肢が必要
 - ウ 素材生産業者からの直接購入で十分
- といった意見のほかに、両者から小規模な企業には向かないとの意見があった。

4. 考 察

素材生産業者は、丸太の販売先の確保に苦慮、製材業者は、製材品の販売先の確保に苦慮していることから、

- (1) 丸太販売における素材生産業者と製材業者間の情報・連携の体制整備と強化
- (2) 中規模・大規模な製材・集成材・合板工場などの立地
- (3) 製材品販売先の情報整備
- (4) 羽柄材を主体とした製材品の首都圏への流通体制の構築
- (5) 木質バイオマス施設との連携による林地残材や背板チップの有効活用
- (6) 青森県内でのスギ製材品の利用拡大

などの対策のほか、県外へ出荷するスギ等の丸太については、複数のストックヤードを設けて自動選別機による選別巻立、入荷計画の情報発信と受注システム、陸上・海上輸送など流通構造の確立による効率化と計画的な販売を行うことで、スギ丸太の販売における問題の解決と製材品の需要拡大や販売の円滑化により、素材生産業者や製材業者の育成・整備が図られ、平成32年までに国産材の供給量倍増による国産材自給率50%の実現が可能になると考えられる。

