

(21) 空知単板工業株式会社 砂川工場

ア. 事業者の概要

空知単板工業(株)砂川工場は、三井物産(合)砂川木挽工場に起源を持ち、サンモク工業(株)砂川工場から2006年に経営主体が変わった。砂川工場は、空知単板工業の売り上げの40%を占め、従業員数は全社で190名、砂川工場としては15名(4名が事務・管理、11名が工場従事)である。

平成22年度と平成23年度の生産量は約20万㎡/年であり、その前の15万㎡/年より3割余り増加した。その理由は、中国四川大震災を契機に、日本でも学校関係の耐震補強工事で建て直しが増えたことが挙げられる。学校数は児童数の減少により減っているが、学校の統廃合による改築もあって受注は増えているのである。内容としては、文教関係の床材需要では年々に大きな変化はなく、数量も安定しているので生産計画も立てやすい。受注の7割が下期であり、上期には見込み生産を行っている。

販路としては関東が主体で、東北を併せると8割に達する。営業部門が都内にあり、2名の営業社員がそれらを担当している。当社は材料販売であり、設計図面に反映してもらうことが必要なため、下地メーカーや施工屋との取引がメインとなる。学校の体育館向けが主体であり、下地メーカーへの納入の方が割合としては多い。体育館は木質資材が主であり、教室や廊下もここ10~15年に木質系が増えている。下地メーカーと施工屋が主たる販売先である。関東や東北の地場工務店の需要もあり問屋ルートでの販売も稀にある。

イ. 合法木材ラベリングの実施状況

一部の仕入れ先が中国であるため、合法性を証明できない部分が残っている。樹種別には、カバ材は100%合法木材となっているが、ナラ材などは合法木材と証明できない場合がある。輸入に当たっては、仕入れ窓口が合法木材の証明書を添付してもらっている。北米や欧州(東欧を含む)から輸入する材料は、FSC等の森林認証を取得している。

合法木材を仕入れるのが基本であり、それを加工したものを供給している。将来的には全て合法木材としたいが、樹種によっては証明できないものもある。特に、中国の小さな製材工場でスポット買いをするような場合がそれに当たる。

ラベリングについては、梱包用のパッケージに印刷する方法を採る。カバ材の製品に対しては全て印刷する。出荷時の合法性証明への要求は年に数件と少ない。販売先(下地メーカーや施工業者)がゼネコンから合法性証明を求められる。要求がある場合に、合法性証明書を発行する。

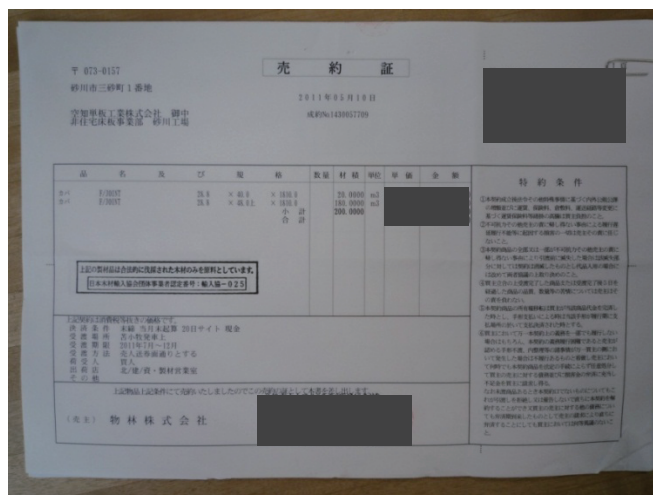


写真2 (21) 1 合法材証明の印字された売約証



写真2 (21) 2 合法材シールを貼付した製品
(空知単板工業砂川工場提供)



写真2 (21) 3 合法材シールを貼付した製品の積み込み
(空知単板工業砂川工場提供)

ウ．原料の調達と合法性の証明

砂川工場で用いる原料は、表面にカバ材（8割）、ナラ材（2割弱）、他に特注でブナ材やメイプル材を用いる。2,000 m³/年の仕入れ量である。カバ材の殆どは中国材であり、中国材の価格上昇を理由に2010年から北米材やロシア材、東欧材も仕入れ始めた。空知単板工業砂川工場の前身のサンモクが12～13年前に道産材から中国材に原料調達先を変え、砂川工場はそれを踏襲している。ナラ材は北洋材が主流で、道内で製材したものを仕入れている。足りない場合は中国材を使う。ブナ材はなかなか手に入れにくいいため、欧州のビーチ材を仕入れようとしている。メイプル材はカナダを主体に北米から仕入れている。8割はカバ材で、合法木材である。8割を占めるカバ材は、サプライヤーや自らが合法性証明を確認している。

輸入材は基本的に自社で仕入れている。子会社の空知アメリカを介したり、砂川工場の担当者がバイヤーと取引したりする。ロシアからの仕入れはウラル山脈の東側の地域からであり、品質の高い製品を作る工場を見つけて取引が始まり、今年度も現地工場に2度足を運んで状況を確認している。

表面材の調達には、商社ルートと現地工場からの独自の仕入れルートの2通りがあり、商社ルートが全体の7割（1,000 m³）を占める。6～7割を道産カラマツ合板にしている。生産者は道内の大手合板メーカーであり、一部を秋田等のメーカーから調達する。ラワン合板の高騰があり、3年前から下張り合板としてカラマツ合板を使っている。3～4割を占めるラワン合板は全て商社（5～6社）経由で輸入する。ユーカリ合板はラワン合板より価格が15%ほど安い。

分別管理・文書管理に関しては、樹種により分別して管理し、年度別に書類を保管する。取り組んで2～3年目の書類は全て保管している（何年間の保管にするかは未定である）。

エ．合法木材表示の問題点と課題

シール貼付の作業は人手で行い、1人が200枚余りを貼った。梱包費用は300万円/年であるが、その中に占める印刷費用は大きくない。こういった表示にするかの工夫をすれば、過度の負担にはならないと考えられる。保管や管理のための費用が大きくなる。その都度のラベリングよりは、恒常的に行う方が楽になると考えられる。

販売先から求めがあれば証明を出すことにしているが、上述のように要求は少ない。エンドユーザー段階で合法木材に関する認識が広がっていないことを痛感している。問題は「合法木材」の認識が広がっていないことで、合法木材への要求がないならば、やっても意味がないことになる。

欧米では森林認証の取得が進んでおり、合法性は認識されている。だが、中国では合法木材のことを認識してもらうのは大変である。中国では「合法」の認識は薄く、新たな取引先に関して合法木材表示を認識してもらうまでには何度も説明することが必要となる。

オ．製品取扱企業A社東京支店

A社は、本社を茨城県に置く企業で、業務内容としては建材用及び一般型鋼の製作・加工・販売、鋼材・鋼管等の加工・販売、機械部品の加工・販売、内装仕上げ工事及び設計事務を行っている。内装仕上げ工事では、主に公共物件の体育館やスイミングプールの建設を行っており、体育館については年間15万m²を扱っている。また、学校の校舎のフローリング工事も行っている。

同社は合法木材の認定事業体ではないが、フローリング材の調達先である空知単板工業の要請もあって、4～5年前から合法木材も含め、できるだけ環境に配慮した資材を使おうとしている。これは、認定事業体が積極的に川下に働きかけ、成功した例として参考になるのではないかと思う。

なお、体育館などは基本的にゼネコンの物件であるが、それらの物件を設計した設計事務所が環境

に配慮するところで、さらにその設計事務所が施工管理も行うような場合には、合法木材が使われることが多い。

しかし、反面、特に市町村の物件の場合、こちらから合法木材や県産の認証材の使用を提案しても、「わざわざ面倒なことをしなくてもいい」といわれることが多い。グリーン購入法で地方公共団体も一定の義務を負っており、また、公共建築物の木造化の動きはあるが、市町村レベルまで行くと合法木材や県産認証材に対する理解はまだまだというのが実態である。積極的な PR が必要なのではないかと思う。

今後、合法木材へのラベリングが一般化した場合、同社の営業にとっても有効だと思われるし、また、積極的に PR もしていきたいとしている。