

(4) 星野工業株式会社

ア. 事業者の概要とラベリング製品の内容

星野工業株式会社は、栃木県鹿沼市にある木工加工業者である。昭和 20 年に設立され、昭和 55 年に株式会社となった。現在の資本金は 3,000 万円である。

創業当時は、地元の木材を使って桶などの製品を生産してきた。しかし、時代とともに需要が変わり、需要にあった多様な製品を生産してきた。現在は、家庭用木製品を中心に木製のエクステリア製品、木製遊具などの製造と販売を行っている。

合法木材ラベリングの対象とした製品は、まな板、しゃもじ、すのこ、風呂イスの内などで、国産スギ・ヒノキによる製品である。これらの製品に対して合法木材のシールの添付とともに、納品書に合法木材を使用した製品であることを明記して出荷している。

ただし、現地調査の際に、当社工場で確認できたのは国産ヒノキ製すのこ製品であった。その理由として、合法木材ラベリングのために用意したシールは 1 万枚で、シールを添付して出荷をはじめたのが 11 月中旬であった。現地調査時の 12 月中旬にはほとんどのシールを使い切った状況であったと考えられる。

イ. 合法木材ラベリングの実施状況

合法木材ラベリングの対象としている製品は、まな板、しゃもじ、すのこ、風呂イス、足付きすのこ、ベンチなどの国産スギ、ヒノキ製品である。これらの製品のみ合法木材のシールを貼り、納品書に「合法木材による製品である」ことを明記して出荷している。当社ではアラスカ産スプルースの製品も製造している。しかし、アラスカ産スプルース製品は合法木材ラベリングの対象外である。

今回の合法木材ラベリング事業を契機に調達先に対してすべての原料に合法証明を求めるようにした。商売に関わることでもあるので、需要者側である当社が合法証明を要求すると調達先の生産者はしっかり対応してくれる。今後は、すべて合法木材としていく方針である。

今回の合法木材ラベリング事業では、製品に直接合法木材のシールを手作業で貼った。これまではすでに間伐材シールと木づかいニッポンのシールは貼ってきた。間伐材と木づかいニッポンのラベルは 1 枚のシールにいっしょに印刷して、1 枚のシールで貼れるようにしている（写真 2（4）1）。

今後、合法木材ラベリングを継続するとしたら、合法木材のマークを間伐材、木づかいニッポンのマークとともに 1 枚のシールで貼れるようにラベルのデザインを変えることが 1 つの対応策として考えられる。さらに、シールの添付作業が増加すると、シール添付作業を外注することが考えられる。製品への刷り込みを外注した過去の実績から考えると、シールの添付作業を外注した場合に、5 円/枚のコストが見込まれる。



写真2(4)1 ヒノキ製すのこ
間伐材、木づかいニッポン、合法木材のシールが貼られている。

ウ. 原料の調達と合法性の証明

星野工業で用いる原料は、原木と製材品の両方である。ヒノキとスギの原木は、栃木県森林組合連合会の鹿沼共販所から調達している。ヒノキとスギの製材品は、栃木内の3つの製材所から調達している。原木と製材品を合わせて全体ではヒノキが9割、スギが1割という割合である。これらの国産材の調達に関しては、今後、合法性の証明を求めていく(写真2(4)2)。

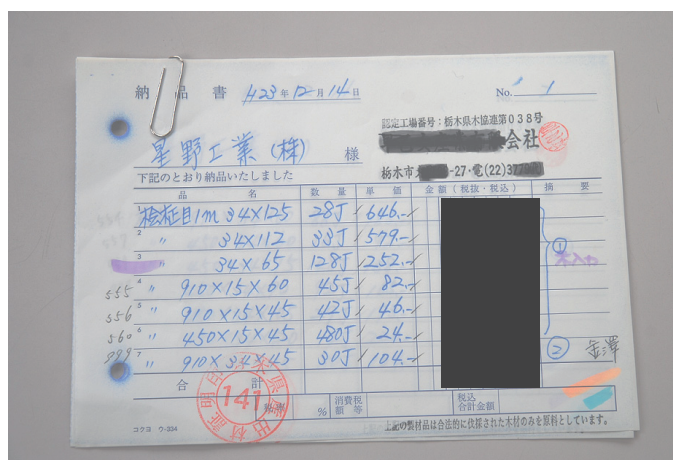


写真2(4)2 製材工場からの製材品の納品書
県産出材証明の赤い丸い印と合法材である旨の印が押されている。

当社では、アラスカ産スプルースも使用している。これに関しては合法証明の対象外としている。しかし、アラスカ産スプルースも実質的には、合法木材であると認識している。なお、原料全体の消費量で国産材が70%で、スプルースが30%である。

エ. ラベリング製品の販売と合法木材表示の意義

星野工業の製品の販売先は、ホームセンターが中心で全体の60%を占めている。その他、20%が量販店(スーパーを含む)で、20%が専門店、小売店および通信販売である。ホームセンターへの出荷は、問屋を通す取り引きと直接取り引きの2通りである。今回ヒアリングを行なったホームセンターB社の取り引きは問屋を通しており、他のホームセンターは直接取り引きを行っている。今回の合法

木材ラベリング事業の実施に際して、合法材の意義、ラベリングについて当社の営業担当を通じて販売先に説明を行ったとしている。また、出荷する製品の納品書と売り上げ伝票に合法的に伐採された木材を原料とする製品であることが示されている（写真2（4）3）。

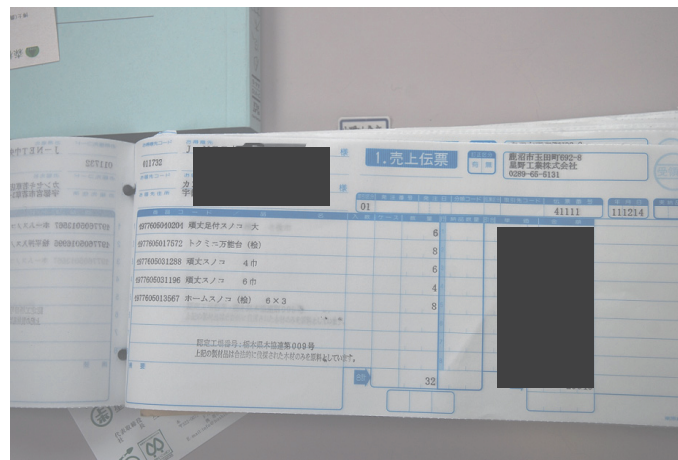


写真2（4）3 ホームセンターへの売り上げ伝票

星野工業では、合法木材のラベルがある方がよいと考えている。それは、商品の差別化が期待できるためである。また、実際に合法木材を取り扱うことで、「間伐材」、「木づかいニッポン」について実施している経験から次のような効果があるとしている。すなわち、商談の時に顧客にこれらのマークの説明を行う。その説明に対して顧客側も納得してくれ、商談を進めやすいという効果がある。

一方で、次のような懸念もあるとしている。ホームセンターなどの売る側は、扱っている商品の中で、合法木材のラベルが付いたものだけが合法で、それ以外は違法となると顧客に誤解を与えることを危惧しているのではないだろうかという懸念である。そのため、合法木材ラベリングのパンフレットもなるだけ店頭には出したいのではないだろうかと推測している。

実際には、ホームセンターでは合法木材ラベリングの対象となった商品をどのように捉えているのであろうか。星野工業の販売先の1つであるホームセンターB社の事例をみることにする。

B社の調達販売担当者によると、合法木材について以前は知らなかった。知る機会となったのは、2年ほど前に幕張メッセで開催されたDIYショーでの出品者であり、B社との取引相手であった星野工業から説明を聞いたのが最初であった。

B社の担当者は、合法性証明の方針は正しいことと考えている。お客さんに対して、合法性証明や産地証明のようなものを示してゆきたいとの方針である。B社の基本方針は、「安全、安心、便利」であり、合法性証明は「安心」に繋がると考えられるからである。ただし、現時点ではお客さんからの反応はほとんどないと言っていい状況である。間伐材については以前、パンフレットに間伐材製品の説明を載せたこともあった。しかし、反応らしい反応はなかった。このような状況のため、今のところ、合法性証明の必要性の優先順位は低いと認識している。

また、B社では、取り扱う木材製品は二極化してゆくと考えている。中国などからの加工品のように安価で合法証明などない商品と国内製品で合法証明のある製品の両方扱うことになると推測している。ただ、長期的には、輸入製品にも同様に合法証明がなされることが望ましいと考えている。

B社で販売している木材（主に製材品）の現在の調達ルートは大きく3ルートある。第一は国産材（青森、福島、八溝）、第二は中国からの木材（中国産スギ、マツ類）、第三はカナダ産 SPF である。

ほとんどが問屋を介して調達している。ホームセンター業界では、違法伐採材の可能性のあるものは、極力排除するようになってきている。例えば、東南アジア産のラミン材は代替品へ転換した。ラワン材については、売り場を縮小している（もっとも、ラワン材は需要も減っている）。ラミン材に関しては、環境NPOによるホームセンター告発のような事例があり、それを機にラミン材の排除が強まったと聞いている、とのことであった。



写真2 (4) 4 ホームセンターB社の店舗



写真2 (4) 5 星野工業の製品のヒノキ製のすのこ



写真2 (4) 6 シールの部分の拡大

オ. 合法木材表示の問題点と課題

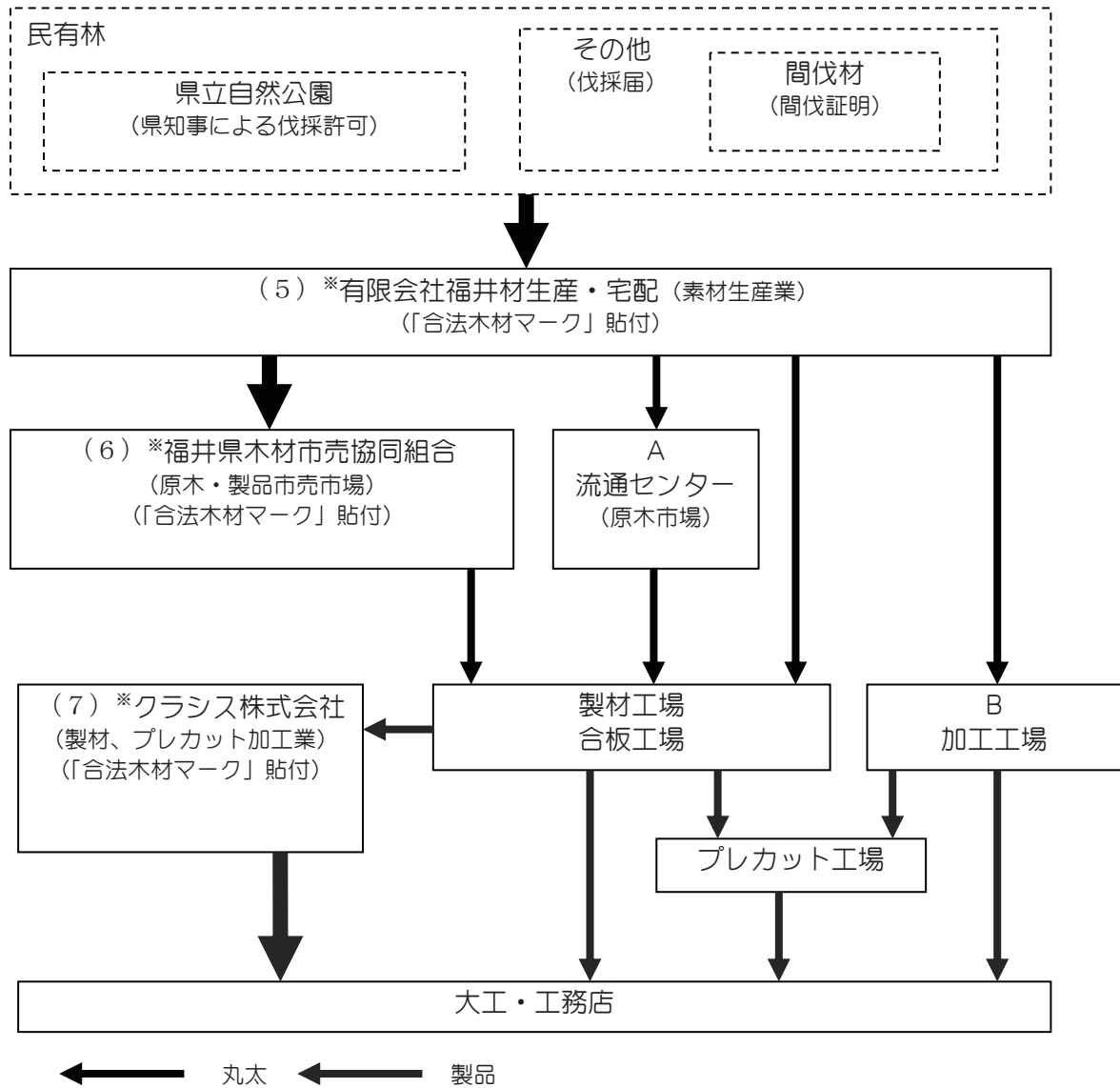
合法木材のラベリングに関して、とりたてて問題はないと考えている。ただし、ラベリングにコストをかけるのであれば、コストに見合う効果、例えば、高く売れるとか、売れ行きがいいなど他の商品と差別化できるなどといった効果を期待したいところである。しかしながら、当社では、差別化による効果を今のところ感じていない。

また、当社では、前述のように「間伐材」、「木づかいニッポン」の条件に合う木材製品にラベリングを実施している。このようなラベリングを行うための認定業者となるために、登録料やマークの使用料が発生する。これらの登録料やマークの使用料がいくつも重なるとそれなりにコスト高となってしまう。登録料、マーク使用料が高いのは好ましくない。

福井県内のラベリング事業者

調査対象

福井県における調査対象範囲は、有限会社福井材生産・宅配が生産した原木及びその原木で加工した製品の流通経路の内、主に福井材生産・宅配、福井県木材市売協同組合及びクラシス株式会社を結ぶ流通経路である。これら3社は、今回の「合法木材マーク」を商品に貼付する実験に参加している企業であり、面接調査対象企業でもある。



※印は、面接調査対象事業者