

材木屋はもう必要ないかもしれない。

日本人として生まれて育っていくのに必ず木材は、必要な資源である事は今後も変わらないと思います。しかし材木屋と言う商売は、日本人全体の市場から必要とされるのか、疑問に思っています。と言うのは、日本国内で必要な住い作りに大事な構造材の用途のスギ・ヒノキは使いきれない位の量を持っているにも拘わらず、何故日本の気候風土に合わない木（ホワイトウッド）を大量に使うのでしょうか。この事は何度も取り上げましたが本当に不思議ですよ。

それでいて日本国内に無くなった広葉樹原料は世界のどこかの国（主にアメリカ・ロシア・中国・ヨーロッパ）で調達しているのです。凄く無理な事を行なっているように思えるのです。

少し前の木材業界は、世界の森林で木材資源を調達するとき、他の外国勢より高く買い付け出来ましたし、上級材から下級材まで幅広く買い付けしていました。しかし現在日本のマーケットはその工夫が出来なくなってきたと思います。

木材輸出国も仕入れの工夫をしてくれない日本に売るのは、余り嬉しくないと言筋から聞いています。但しお金の値打ち（ドル建ての商売ですが、円の値打ちがウオン・人民元よりは数段優れているので）で日本に販売しているのが実情ですが中国・韓国も日本並み以上の条件提示を行なうようになってきているとも聞いています。

今の日本のマーケットは完全に成熟しています。と言う事はある意味要らないと言う事ではないかと思えます。必要としている木材資源はごく一部の材だけ（上級材）ではないかと思えます。

そうなればなるで、国内の木材の流通も凄く変化がくると思えます。今までは、流通段階である程度材木屋がストックを持っていたお陰で何とかなってきたのです。しかしこれからは今までのようには行かなくなると予想します。

売れないから在庫を持たない。注文が来たから探して取り次ぐ。こういう事を二十年位前から徐々に行なってきた結果、ホームセンターにて販売している合板と合板を扱っている材木屋の販売価格を比較すると、ホームセンターの方が安い場合が発生してきているのだと思えます。これは在庫機能が材木屋に無くなって来ている証拠では有りませんか。在庫を持たないから儲けは少なくなる。これが現実なのです。在庫が無かったらお客が来ない事は、材木屋自身解っているのだと思えます。しかし他人の事は解っても自分の事が解らないのは世の常かも知れません。この先に来る世の中は、想像したくは有りませんが材木屋と言う業種が無くなる可能性は有るかもと、私は思いません。

材木と言う資源だけでなく、全ての資源は本来高く買って安く売らなければ合わない物なのです。車を大量に生産している日本の自動車企業は多くの鉄を使用します。鉄の買い付け価格は発展途上国の旺盛な需要によって高値で推移しています。しかし車一台当たりの価格は鉄の高騰分以上には上げていません。車一台分の鉄の使用量を減らしたりして合理化して、凄く企業努力をしています。血の滲むような努力をしています。

結果として原料を高く買い、製品を安く売れる仕組み『徹底したコストダウン・車一台に使う塗料を数ミリ単位で節約しコストダウンを図っています』を作れたから凄く世界に貢献して、数年前まで巨額の利益を生み出したのです。

材木は石油・石炭等の特徴の違いをもっと積極的に情報公開し、木材の特徴（同じ物が作れない事が欠点と言うより長所である）は一体何かを深く考え、鉄・プラスチック等の工業化商品が絶対真似出来ない木しかなし得ない、癒しとか安らぎと言う非常に表現しにくいサービスを、数値に置き換えたり、様々な**木材の良さを消費者の皆様に届ける方法**を考えたりして行動する以外には材木屋は存在出来なくなると思えます。

材木は他の資源と違い単純なコストダウンは凄く難しい作業です。そうかと言って材木屋流の『高く買い安く売る仕組み』を作れないと材木屋と言う商いは無くなるかも知れません。材木屋の本分とは何かをもう一度原点に戻り見つめ直し新しい価値を見つける必要が有ると思えます。

新しい取り組み

材木屋は木材を販売するだけの存在です。しかし本来ただ木材を販売しているのでは無いのです。材木と言う形の中に存在する価値『お客様の要望に合わせた材を提供する。狂いが起きにくい事が要求される部材なら柾目で提供する。木目を要求される部材なら、目切れの無い木目が真ん中に有る板目材を提供する』を提供しているのです。

しかしながら現在の木材を販売している方の多くは、お客様からの引き合い内容を吟味もせず、仕入先の業者にそのまま伝えているだけなのです。この事が材木屋の地位の低下に結びつき、材木屋の価値その物を抹消している様に思えてならないのです。

そこで考えました。どうしたら木材の良さを理解し良い木材製品を使って頂けるかを真剣に考えました。そして一つの仮説に到達しました。エンドユーザーの消費者の方々は木に関する事は難しく理解出来ていないし、材木業者も情報提供の仕方が解かっていないから、本当の消費者のニーズを汲み取れないのではないかという考え方です。この仮説を裏付ける証拠があります。それが工業化した木製品の乱売合戦です。具体的に言えばフリー盤（集成材 EX 長さ 4200 ミリ厚み 20 ミリ巾 500 ミリの商品）の安売り合戦です。ここで乱売の話は割愛します。

服部商店は凄く色々な物作りをしている方達に材木を販売しています。業種の種類は数えきれない位あります。その数え切れない木工所のネットワークを建築士さんに是非使っていただけないかとの思いから今回の新しい取り組みを試みました。建築士と施主様と一緒に弊社のお客様の木工所に案内して、物作りの現場を見て頂き、色々な要望を聞いて、木製品を作るプロの方から、お話を『この要望は実現可能ですが、この要望は作れますが直ぐ狂いが生じて実用ではないですよ。』をしていただくのが、新しい木製品の提供の仕方ではないかと思えます。

上記の仕事をする事も材木屋の本来の仕事だと思えます。造作材等は材木屋が分担するべき部材ですが、キッチン・備え付けの家具等は木工所の仕事です。その木工所に木材を販売しているからこそ知るノウハウは凄く多くあります。材木屋の元来持っているノウハウと木工所の持っているノウハウを上手いこと合わせる事が出来れば、適正な価格で一ランク上の木製品を消費者の方々に提供出来ると思えます。



材木置き場を案内する



木取りの現場を案内する



木工機械の使い方見ていただき物作りの現場を案内



組み立て現場を案内し要望を聞く

本当に必要な木製品を必要な形で納める事は、木の関係者にとっては極当たり前の仕事だと思えます。

超原木高の超製品安

先月の7月27日に名古屋にて今の時期にしては珍しく広葉樹の銘木市が開催されました。私も参加しましたが、驚くほど原料が高いのです。何故こういう動きになるのか、冷静に分析を試みました。

消費者に近ければ近いほど値上げ圧力は少ないけれど、逆に山に近ければ近いほど値上げ圧力が多く掛かる傾向が有るように思えました。原木が商売上絶対的に必要な立場の方（ツキ板業者）は、商売するのに原木と言う原料がどうしても必要です。それが無かったら商いは出来ません。その必要としている原木が今年は上手く買えなかったし、来年の広葉樹原料が伐採されるシーズンも、仕入れの方は不透明感が付き纏っているのではと思います。そうした雰囲気が必要以上に価格を上げているものではないかと思えます。

しかし高く付いた原料を消費する建築のマーケットは凄く冷え込んでいます。私の友人が5月の末にマンションを建てかけたのですが、工事費は凄く下がっています。下げの金額は凄く大きな数字です。デベロッパーが持ってきた2年前の見積もりは1億6500万円ですが今年着工した時は1億5000万円に下がっているのです。木材以外の建築資材も多く有りますが、全て値上がりしています。そう言う状況にも拘わらず工事代金が1500万円も下がっているのです。

以上の様な環境に有って高騰した原木を買ってお客様に上がったから、直ぐ上げてくださいとは言えない環境に有る事は重々解かっています。日本国内の景気が最悪なのは解かっています。

又物は絶対に値上がり続きません。必ず価値以上に上がった材は必ず先で下がっています。木材も他の資源と同じで相場商品です。需給バランスによって価格が決定されます。もし、半年先に中国国内の景気が減速すれば、木材価格が大幅に下がるかも知れません。私は安定して木材価格が推移してくれれば嬉しく思いますが、これだけは解かりません。

広葉樹の主な樹種はナラ材とタモ材です。両方共外国産材が主体です。国産材の占める割合は凄く低いです。又両樹種とも国内産原木は量的にも凄く限りがあり品質も全く良く有りません。外国産（ロシア産・中国産）と国内産を比較するのは難しいけれど、私のプロの感覚で言えば外国産を10点とすれば国内産は5点位です。



約1年前と比較すると50%値上がりしているタモ

広葉樹主力樹種の中でタモ・ナラの価格動向はタモ原木の方の値上げが現在は顕著に見えていますが、今年の秋以降はナラ原木の方が、値上げが顕著に見えるようになってくると私は予想しています。その理由はナラが多くあるロシアの伐採エリアはシベリアタイガーが多く生息し大幅に伐採は制限されています。又ナラ材とタモ材を比較するとタモ材の方が量的にも現在は多く有り扱い方もタモ材の方が扱い易いです。ナラ材の方が扱いは難しいです。理由はナラ材の方はヤケが入り易いし、又割れ易い、乾燥も難しいです。タモはナラ材ほど難しく有りません。

ところで広葉樹の仲間で国内産の事は触れていませんが、それは日本国内しかないカツラ・ホオ・セン・マカバ・エゾヤマサクラ・シュウリサクラ等の樹種の価格は高値で張り付いています。量的に余りに少ないのでタモ・ナラと供給・価格動向を比較するには比較は事実上不可能なのです。

日本国内しかないカツラ・ホオ・セン・マカバ・エゾヤマザクラ・シュウリサクラはナラ・タモ以上の値上がりになる可能性は無いとは申せません。しかし価値以上に値上がりする事は無いとは思いますが、一部の特選原木クラスは昨年以上買い付けが困難になる可能性は有りますが、利口に買い付けるのが仕事だと思っています。

当たり前の事ですが、仕入れが困難になるのは競争ライバルも皆同じです。しかし材木屋の目利き技術『キズの無い原木の競争は激しいが、キズが有ってもそのキズを上手く料理する技術を持って買い付けし製材すること以外お客様満足度を高めるチャンスはないので。』をより発揮するチャンスだと思い頑張ります。

お墓参り

私は毎月ご先祖様の供養に服部家の墓地の有る石切霊園にお参りに行っています。年に12回つまり毎月欠かさず行っています。お墓参りを欠かしていない理由など特に無いですが、何となく習慣となっているのだと思います。

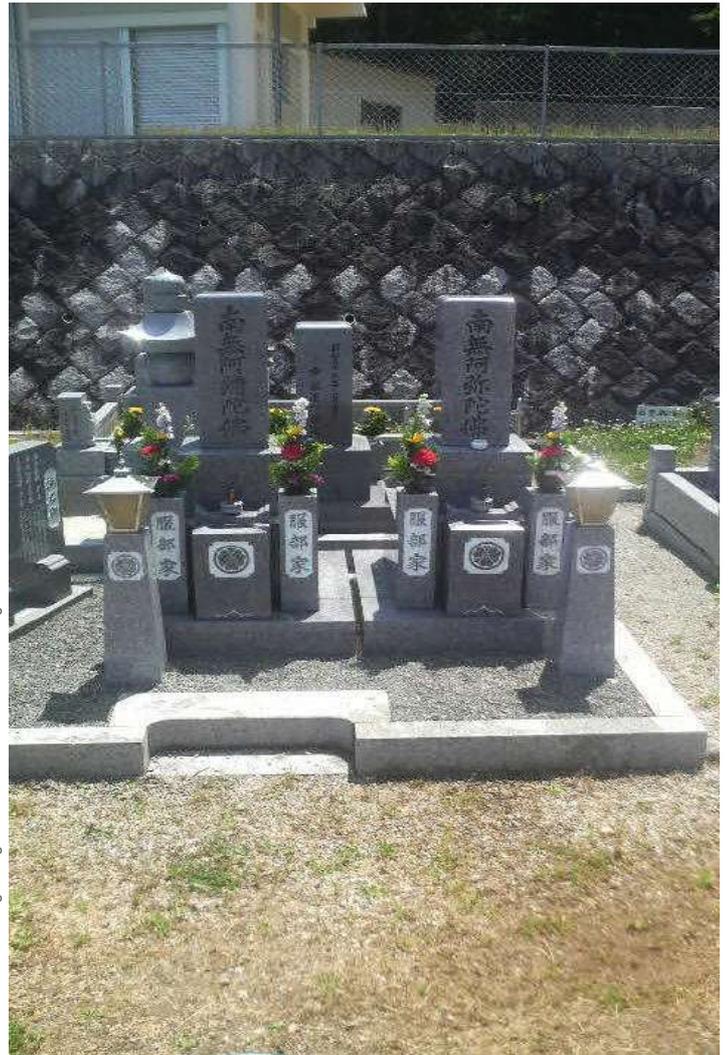
お墓に悩み事を報告しようとか、家族の状況等々報告しようとか何時も思って出かけるのですが、いざお墓に到着すると、ご先祖様に報告しようとか頭の中に入っている事は全く伝えてられていません。これは本当に不思議な現象とも言えることです。

お墓に到着すると、全く何も考えずに雑草抜きを最初にして、それから墓石の清掃（雑巾で汚れを落とし綺麗な布で拭く）をします。

墓石のお水入れを清掃し、花をたむける所を清掃します。そしてお水を入れ、花をたむけ、ロウソクに火を付け、線香に火をつけます。最後に、服部の墓は3つの墓石が有るので、全てに南無阿弥陀仏を10回唱えて帰るのです。

お墓と言う施設と申しましょうか、何と申しましょうかここは何時行っても一体どう言う場所なのか分かりません。

ご先祖様は何も話を向こうからは絶対にしてくれません。又こちらから話をしても聞いてくれているのかどうかは、全く分かりません。しかしその空間とかその時間帯に何も無いのかと考えれば、何かはあるのです。多分それは無と言う空間かも知れません。



消費税 10%について別の角度から

消費税の議論が与野党を問わず論議されていますが、何か忘れてはいないかと思います。消費税の導入以前は法人税を、服部商店は払っていました。しかし消費税導入以後法人税の納税金額は減りました。消費税の仕組みは貰った消費税から払った消費税を引いた分を納税しますが、それは損金扱いです。損金扱いと言う事は利益が減る事を意味していると思います。儲からなければ法人税は発生しません。幾ら法人税を減税してくれても、今の儲からない中小零細企業は、全く恩恵は有りません。

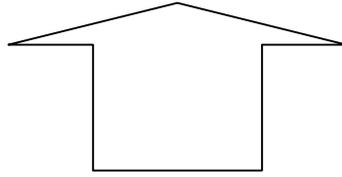
今商売をしていて5%の消費税を払うのに皆様は四苦八苦していませんか。10%になればもっと四苦八苦しますよ。実際私は5%の消費税の支払いで四苦八苦しています。

現在服部商店の支払いは全て現金です。現金でなければ仕入れをさせてくれない仕入先は増えています。それで皆様に現金回収を御願ひしているのですが、それでもお手形を頂いている場合もまだまだ有ります。手形を頂くのは良いのですが、税金分は最低でも別途現金払いを義務つけるようにして欲しいと思います。そして毎月納税出来る仕組みが出来ないのか検討して欲しいと思います。そうしてくれたら経理が凄く楽になります。

私の知人で駐車場経営をしている方がいますが、その経営者は、毎月の消費税分は全額別の口座に移しています。これは全ての売り上げが現金回収だから出来ると職種だと思いますが、消費税分を現金にさせていただいたら少しでも経理が楽になります。こんな考えを持った方は少ないかも知れませんが、私の一つの思いです。

消費税を上げる事は理解出来ますが、少しでも国民が納税をしやすい仕組みも是非作って欲しいと思います。

FAX 072-422-8577



アンケートを御願ひ致します。

1、 当社のもつ木工所のネットワークに興味がありますか。

はい

いいえ

2、 服部新聞に貴社の案内・商品の案内のチラシを入れて読者にアピールしたいと思ひますか。(服部新聞は全国の建築士・工務店さん等を含めて毎月1700部送っています。)

はい

いいえ

3、 2の質問ではいとお答えした方にお聞きします。1部当りのご負担金額をお聞きします。

原稿はそちら様負担で

1部当り

20円

30円

会社名	
ご担当者名	
ご住所	
電話番号	
FAX 番号	

大阪府岸和田市木材町16-1

(株) 服部商店

TEL 072-438-0173