

ウッドショックと一材木屋の思いです。

1980年に小生は名古屋市に本社が有る日本一の複式市場の浜間屋に就職しました。当時の記憶をたどるとお世話になった会社のA取締役は周年記念市の個人の売上げがヒノキ材の管柱・通し柱だけで1か月に1億円の売上げをしていました。

その先輩から小生の送別会での一言『私が凄いのでは無く、私がやっている仕事が外部環境にマッチしているだけです。』は今でも忘れていません。

お世話になった会社は勿論ヒノキ・スギの国内産針葉樹だけでなく外国産針葉樹『有名な奈良県吉野に有った米スギ専門店の商品』も取り扱っていましたが、当時外材を扱うなんて馬鹿らしかった記憶が鮮明です。又ヒノキの55ミリ(寸八角)60ミリ(2寸角)が当時立方当たり70,000円。ヒノキの筋交い厚み30ミリ巾105ミリ長さ4000ミリが立方当たり75,000円くらいだったと思います。(A取締役は並材を殆ど扱わず役物が主体でした。)

木材産業は不況業種と呼ばれていますが、何故不況業種に落ち込んだのでしょうか。単純に言えば、40年間色んな要因が有るにしても、価格が下がり続けて来たのです。

確かに、当時の小生の思いの中にもこの好況が永遠に継続される事はないと感じていました。

とりわけ当時の先端プレカット工場を初めて見た時『就職後8カ月くらい経過していました。特別に極秘の工場を見ました。』は近い将来、ビジネスモデルの大きな変化が有ると感じていました。

就職した会社は、神奈川県丹沢山系の人工林の立ち木を三重県の有名な山主から買って、伐採業者に依頼し、自社の市で販売もしていました。単なる市の手数料稼ぎの会社では有りません。現実を知る事で森林に近い仕事に携わり自社の手数料商売の市売り業を営む為の会社理念に繋がっていると思います。



当時取り扱っている主なヒノキ製品の産地は【九州(熊本)九州(日田)・四国(愛媛県)四国(高知県)岐阜県・長野県・三重県・奈良県】でした。

各工場の材の原料調達をする方法が皆伐なのか、間伐なのかは記憶有りませんが、先ほど述べた三重県に有る有名な林業家がゴルフ場を作るために日本全国から 20 社程度の業者だけを集めて市を開催していました。その市に 1 回だけ展示していた原木を見に行く機会が有りました。江戸時代に植林した 80 センチを遥かに超えるスギ・ヒノキの原木が有ったと記憶しています。

その会社は江戸時代から続いている三重県の名家です。昭和の時代長者番付に常連でした。その名家の方も 5 年ほど前にトヨタ自動車に多くの三重県の森林を売却したのです。持ち続ける事が出来なかったのです。

トヨタに売却する事は賛成です。日本の排出権取引をするきっかけになると思います。又何時頃ウッドショックが終るか解りませんが、トヨタ以外の大企業も日本の荒れ果てた森林を買い付けて、手入れをして頂いて日本国民全体の為の排出権取引をして欲しいと思います。

ところで当時の相場と現在の相場を比較すると、単純に言えば現在の住まいに使われている木材の価格はウッドショックの現在でも決して高く有りません。

現在の住宅と40年昔の住宅を比べると、木材以外の非住宅部材が多少『ウォッシュレットは当時有りません。』多く使われてはいます。しかし一番違うのは材木を扱う業界の理念ではなかろうかと思えます。

小生が 24 歳の時岐阜県各務原市の大手材木屋の年二回の売り出しに参加したことが有ります。当時の記憶では建材メーカーのカタログは書庫においてはいましたが、各種構造材、銘木類は整然と並べられていました。又当時商いのお世話になった御客様は前回買った商品は良かった今回も有るか、と言う様な話をした記憶が有ります。

今から思えば肉体的に辛かった事も有りますが、楽しい思い出ばかり蘇ってきます。

小生は 3 年 3 か月の修行を終えた後は広葉樹の道に入りましたから、どんな感じで日本の林業が衰退していったのかは大よその事は解りますが、個別の事は解りません。

ところで、需要が無いのに価格は上がりません。価格は需要と供給のバランスによって決定されます。日本の森林が 40 年昔の健全な状況から一変して、全く不健全な森林に成り下がっているから価格が大幅に上がったのです。

と言う事は 40 年の間に木材も半導体と同じ様な状況に落ち込んだのです。昔の大工さんは住まいの建て方の大半を墨付けした木造軸組み工法でした。芯が有る柱で建築していたのです。当時一部で現在のプレカット工場が出来始めていました。集成材は使わず殆ど無垢の芯持ち柱を使用していました。当時から芯持ちの少しアテが入った材はソリが出て使えない材も有りましたが、その辺りは上手く処理して無駄は多く有りませんでした。それが時間の無駄を省く事を最優先に考えて集成材の柱をわざわざ作るようになってしまったのです。

森林からの恵みを頂く場合に、最近では皆伐ではなく、自伐型生産方式にと YouTube で盛んに取り上げられていますが、40年昔は所謂間伐型生産方式が主体でした。一本の立ち木を上手く使う

のではなく大きな森林を上手く使う事が主流だったのです。立ち木を太らす為に間伐作業を年中実施していました。

皮から野地板、筋交い、一等の柱、役物の柱、鴨井、破風板、廻り縁、天井竿、巾広い用途があり、森林から生産される恵は、残らず我々の役目を果たしたのです。それが日本国の強さでした。

ウッドショックは針葉樹だけで終わらないと考えています。何らかの影響は広葉樹にも遅れて影響が出てくると思います。針葉樹は主に構造材『見えない所』に使用されています。広葉樹は主に化粧『見える所』に使用されています。需要数量は針葉樹の 20 分の 1 くらいが広葉樹です。

近い将来、ウッドショックが日本の業界に与える影響は劇的に表れ、下記の様なダイナミックな事が起こる可能性が有ると思います。

- 1, ニトリがホームズを買収した様な業界の再編が起こる。
- 2, 大規模な無人に近い製材工場が日本の主要な針葉樹の産地に出来る。
- 3, 木材バイオマス発電・針葉樹合板を含む日本のベニヤ産業の再編。
- 4, 大手家具メーカーと大手住宅メーカーとの合併会社。
- 5, CLT(直交集成板)を含む工場生産から現場への直接取引によって中間マージンの削減。
- 6, 超工業化した家具工場から生産される商品と、小人数で生産される商品のすみわけが求められる。個性の有る作り手が求められる。

超零細な服部商店の生き方



- 1, より一層のはっきりした理念を持つ事。誰の為に商いをして、マーケットが望む貢献をする事を絶えず考え実行する。
- 2, 無垢なら何でも取り扱うと言う発想を辞め、自社オリジナルの商品群にする。オンリーワンの徹底。
- 3, 欠点を補うより、長所を伸ばす方が良いと思います。何が欠点で何が長所では無く、個性の有る物作り・人間作り・店作りだと思います。
- 4, 本当のマーケティングを実行する。御客様からご注文を頂ける時は既に商品が顕在化しています。それでは競争に負ける可能性が大きいと思います。従ってマーケティング本来の考え方になるべきだと思います。売れる物を追うのでは無く、欲しがられる物作りをより一層目指す。
- 5, ライバルは自分だと言い聞かせる。同業他社がライバルですが、それを念頭に考えるのではなく森林から見て持続可能な商いに徹する事だと思います。

ウッドショックでも住まいを建てたい方に

木材価格は昨年 2020 年 4 月頃の最も安い価格には戻らないと考えています。多少は上がり過ぎた商品は価格調整が行われて落ち着いて欲しいとは思いますが、木材が上がっているから鉄の工法にしようと考えても、鉄も 15%以上高騰しています。大事な事は下記だと思います。

- 1, どうしても住まいを建てたい方は施工業者を納得するまで考えて選ぶ事。
- 2, 設計図面と施行図面、両方もらえる業者を選択して下さい。
- 3, 納期遅れが十二分に考えられるので時間的・資金的にゆとりを持って頂きたい。

- 4, 住宅設備で床暖房の様な経年劣化で将来大きなお金が掛かる住宅設備より構造材(鉄・無垢材・CLT)にお金をかけて下さい。
- 5, 10年先に台風被害に有っても、修繕をしてくれる業者と契約して下さい。
- 6, 瓦・カラーベスト・ガルバリウム鋼板等の選択は塩害を考えて選択して下さい。服部商店本社事務所の入口の下屋は全く選択を間違えました。デザイン重視で選択したので25年間で2回やり変えました。
- 7, 近い将来住宅関係の経済対策は実施されると予想されます。それに対応して上手くお金を使って下さい。
- 8, 住まいを建てる時 ①日にちを変えて見に行くこと。②時間を変えて1日3回見に行く事。③できれば車で見に行く時、手前から歩いて15分の所で降り、1時間程度の時間をかけて周辺を見て下さい。そうすると全く違う景色が見えます。
- 9, できれば地鎮式を行って下さい。大工さんに心付けを配って下さい。そうする事で手抜きは最低限に納められます。
- 10, 手抜きは100%ないとは言いきれません。要は工務店さん、大工さん、他の職人さんに普通に接して下さい。そうする事で思いのほか素晴らしい住まいが完成します。

木材価格が下がらない理由

大建工業が北海道旭川近辺に新しい工場を建てると発表すれば、原木価格が上がり中小の工場から話が有ったと聞いていますが、これは当然の事です。北海道も戦後植林されたカラマツ・トドマツ等の針葉樹の価格は、植林した当時国の約束した価格より遥かに下がっています。そんな中で新しい挑戦を大建がするのです。

20%位の原料価格が上がるのは承知していると小生は想像しています。外国材より国内産で賄えれば、為替リスク・フレートリスク・カントリーリスクはほぼ解消されると思います。

今後このような動きが加速して、より良い日本国内の木に携わる方達が、マーケットに貢献した対価に合う報酬を得られ、新しい業界に生まれ変わり、早く構造不況業種から抜け出したいと考えています。



服部商店からのお中元感謝セール

2021年7月1日～7月31日

服部商店のホームページに掲載しています商品全体が
対象商品です。

お得意先様向けのキャンペーン

毎週先着にて、30,000円以上（木材代金のみ・消費税・諸経費を除いて）御
買い上げの5名様に、アマゾンギフト券5,000円を差し上げます。

新規のお客様限定のキャンペーンを実施

50,000円（木材代金のみ・消費税・諸経費を除いて）以上お買い上げの全員
に、アマゾンギフト券10,000円を差し上げます。

