



○ 財政委員会、意見を集約

賦課金の算定について、慎重な検討を

財政委員会（尾上貞次委員長・天竜木産協）では、連合会の財政全般を高い次元より見つめ直し、財政状態の改善を検討するため、四回にわたる熱心な会議が開催された。

一、各種の有料セミナー、長期の実習シリーズ等を計画的に行うこと。
一、木材需要の喚起、技術開発等、業界のニーズに沿った事業に対する補助金を積極的に取り入れること。
一、消費者および会員向けの資料を作成し、収入源とすること。

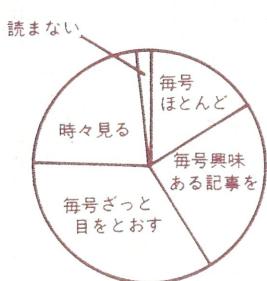
お祝いを受けられた方々	
☆ 熱五等双光旭日章(春)	柿澤初司 清水港木協
☆ 同	山本巖 県チップ
☆ 熱五等瑞宝章(春)	松井謙一 裕野木協
☆ 黄綬褒章(秋)	是永積次 清水港木産
☆ 静岡県知事表彰	秋津三郎 田方木連
同	稻勝哲夫 気田川木協
同	大畑寅男 天竜木協

Q 1. いつ頃お手元に？

毎月10日前後に単協にお送りしている「もくれん」。意外(?)にも20日頃までには50%の会員のお手元へ。「わからない、届かない、無回答」というその他30%がちょっと気になる。

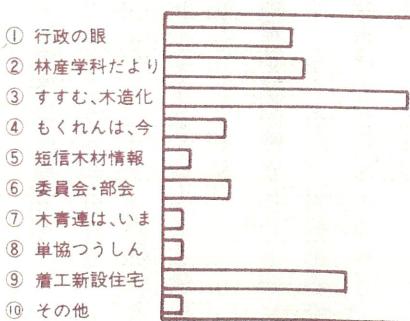
Q 2. 読んでますか？

「毎号ほとんど」のシンパ16%、「ざっと目を」「時々見る」が計82%と大半。この読者層の掘り起こしが今後の課題。



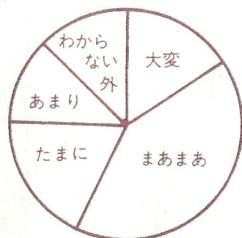
Q 4. 興味を持った記事は？

昨年1年間、12回の全掲載記事に対する質問。第1位は「すすむ、木造化」36%、次いで「着工新設住宅戸数」「林産学科だより」これが上位3。会員は事例研究、需要予測、先進技術がお好み。



Q 3. 役立ってますか？

本会の活動内容や業界情報入手に対する質問。「大変役立つ」「まあまあ役立つ」の計57%で過半数の会員のお役には……？



本会では、去る十二月二十四日(土)、静岡市「日興会館」において、永年にわたり業界ならびに地域社会に貢献した功績により、六十三年春・秋、各章の受章者の栄を受けた方々の受章者祝賀会を開催した。当時は、菊池県農地森林部技監をはじめとする来賓、業界関係者など約七十名が出席、受章者の栄誉を称えた。

受章者を代表して謝辞に立った柿澤氏は、「今後も業界の発展に尽力したい」と御礼の言葉を述べられた。

この後、全員で記念撮影を行い、新聞伊津平顧問の乾杯の音頭で祝宴に移った。



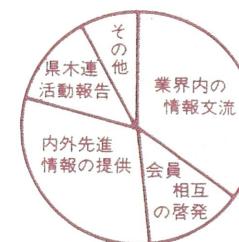
受章者祝賀会開く。

会員の皆さん
ありがとうございました。
アンケートに
ご協力いただいた
ありがとうございます。



Q 7. 最大の役目は？

「団体報もくれん」の使命を質問。46%が「業界内の情報交流」をあげトップ。次いで「業界内外の先進情報の提供」「県木連の活動報告」「会員相互間の啓発」と続く。我が内なるPRはやはり重要。



Q 5. 話題になることは？

地域業界(組合)での掲載記事への反響を質問。「ならない」66%は「なる」の2倍強。「単協コーナー」等身近な地域記事の強化が必要か？

Q 6. 投稿いただけますか？

どんなコーナーがあれば、紙面づくりに参加いただけるかを質問。本会事業等への「提言コーナー」39%を頭に、自社PRを含めた「会社紹介」、会員撮影写真等を掲載する「特撮コーナー」が続く。やはり、一方的な情報発信よりも相互交流が大切。

Q 8. 「もっくん」ご存じ？

一般消費者が業界に一層の親しみをいだくよう、県の鳥サンコウチョウをイラスト化したキャラクター(本紙第1面参照)の公募愛称の業界浸透度をチェック。「知らない」約8割で、愛称を決定した広報委員会もガックリ。

テーマ

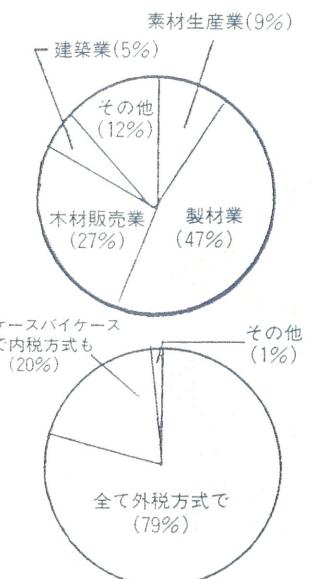
↓消費税導入後

四月一日から「消費税」がスタートして約一ヶ月経過後の四月下旬、同税導入後に焦点を絞つて会員企業一〇〇社にご意見を伺い、六十六社から回答願いました。さて、その結果は……。

聞きました②

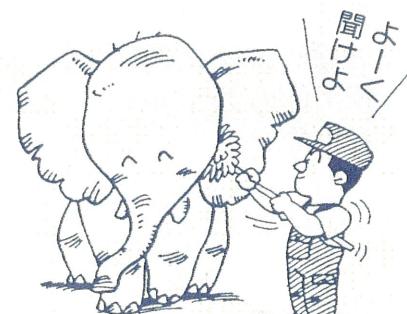
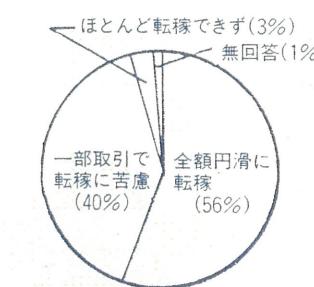
Q 1. 貴社の業態は?

回答者の約半数が製材業。その他8社は木工業、集成材製造業、木材チップ製造業、木材注葉業、建設業など。



Q 2. 転嫁は外税方式?

約8割が全国申し合せの外税方式。場合によっては内税方式の13社は、製材業7、素材生産業4、木材販売業2の内訳。その他1社は免税業者から仕入れる免税の素材生産業者で同税を転嫁せず。



Q 3. 転嫁は円滑?

一部転嫁に苦慮の26社は製材業14社、木材販売業7社、建設業とその他(木工業)が各2社、素材販売業1社。

前問同様、建築材の地場製材、小売業では見積り合せの段階で、消費税が値引きの対象に。因に、ほとんど転嫁できないのは、素材販売業、木材販売業の各1社。



企て、起こす、人材育成を

平成元年度県木青連会長 真田善秋

木青連は、いま。

去る五月七日、清水市・木材ビルにおいて、会員約一〇〇名が参加し、県木青連の第三十二回通常総会が開催された。本紙では、平成元年度会長に選任された真田善秋(清水港緑友会)氏に紙上インタビューを行った。

材に関わる多くの人々の働きかけと県木青連の先輩方からの地道な努力が認められ、平成五年度より全国の中学校において、男女とも木工が必修科目になることが決定しました。このこと一つをとつてみても、木材需要拡大に掛ける不断の努力がいかに大切かを私達に教えてくれます。仕事をしながら世の中に作為していくことは難しいものです。

県木青連が十年以上の長きにわたって児童生徒木工工作コンクールを主催していることをご存知でしょうか。昨年度は島田市の小学生の作品が全国大会で文部大臣賞を獲得しました。

これに加え、これまでの木

業界を、そして商品の良さをアピールするのはそれを提供する側の当然の義務です。

日本木青連では木工を教え

正しい方向へ船の舵を

と結び付けて開催したいと思っています。

る先生方に資格を与え、木をよく知った上で教えていただいくよう各方面へ働きかけています。その材料については材木屋が、できたら県木青連などまとまつた組織が提供できます。それぞの地域の特色ある材料を使用することができます。なぜなら、その地域の特色ある材木を通じて学校施設の木製化を働きかけ、教育の中に木のある環境を作り出すことができるからです。二十一世紀における木の時代はまず教育から始めるべきでしょう。

さて、御存知のとおり日本においては、その利用木材資源の七十%を外国から輸入しています。しかしながら近年地球を取り巻く環境保全の問題、そして資源を金持ちの先進国が独占することの南北問題など、輸出国の将来における供給能力に不確定な要素が出てきました。木材に絞つてウムを内地材、特に杉の並材

と結び付けて開催したいと思っています。

今や大企業では週休二日が常識となり、中小企業の固まりのような私達業界には夢のようあります。しかし、労働時間の短縮や消費税導入に伴う経営環境の変化は、企業体質の近代化や生産販売のシステム化、そして商品の高度化による高付加価値化を求めています。そしてこれらを為し遂げ二十一世紀につなげる企業としては、リーダーシップを取る人間の資質がすべ

てといつてよいでしょう。

県木青連の目的とするところは業界の明日を担う「一人づくり」にあります。バラエティに富んだ業態の県木青連会員相互の交流を活発にし、自己を鍛え合い、この難しい時代に正しい方向へ船の舵を定め、「くわだて」、「おこす」とのできる人材の育成をめざしたいと考えています。

皆様方のご指導と、ご協力をよろしくお願い致します。

会員100人に聞きました③

テーマ ↓ 消費税、その後

本紙第七十九号にて、消費税導入約一ヶ月後のアンケート調査結果を掲載しました。

今回は、導入六ヶ月後の同税をテーマに会員企業100社にご意見を伺い、七八八社から回答をいただきました。さて、その結果は……。

スムーズ…?

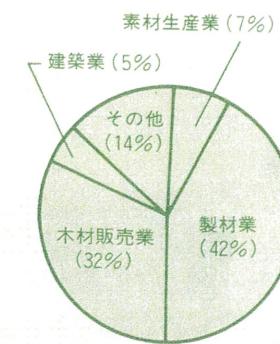
YES!



端数値引きが
なくなつたよ。

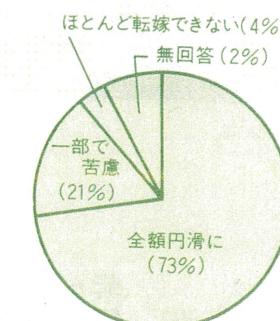
Q 1. 貴社の業態は?

回答者の4割強が製材業、次いで木材販売業が約3割。その他11社は木工業、建設業、梱包・木箱製造業など。



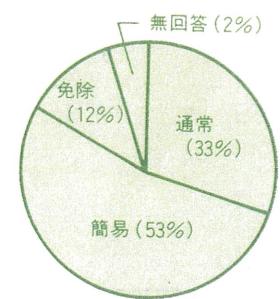
Q 2. 転嫁は円滑?

一部転嫁に苦慮の16社は製材業6社、木材販売業5社、建築業1社、その他4社。ほとんど転嫁できずの3社は製材業、木材販売業、木工業の各1社。導入1ヶ月後では、全額転嫁が56%、一部苦慮が40%であったが、今回の調査では各々73%、21%と心配された転嫁は、好景気の反映か、税の定着傾向かはともかく、比較的順調。



Q 3. 貴社の税額計算方式は?

仮受消費税がストレートに国庫に入らないのでは?と、何かと批判のある中小企業の特典=簡易課税方式が、5割強でトップ。



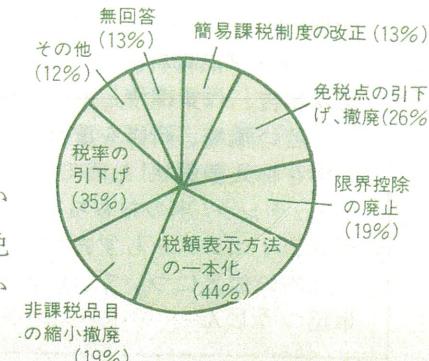
Q 5 の業界の見直し要求の結果と照らし合わせてほしい。

ご協力いただいた
会員の皆さん
ありがとうございました。



Q 5. 「見直し」に何を望む? (重複回答)

政府自民党のいう「大幅、抜本的な見直し」への業界の意向を質問。要望のトップは「税額表示方法(外税、内税)の一本化」で44%、次いで「現行3%の税率の引下げ」35%、さらに課税売上3千万円以下の「免税点の大幅引下げや撤廃」26%と続く。因にQ 3との関連からも明らかのように、「簡易課税制度の改正」要求は13%と低率。



転嫁は

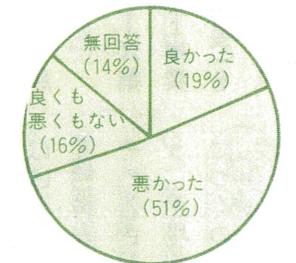
NO!



計算が
めんどうだよ。

Q 4. 導入による影響は?

「悪影響があった」が5割。その内容は、「経理事務が複雑で手間が掛かり、コストアップにつながった」が34社でトップ。次いで「消費税の端数値引きが増えた」が9社。一方、「良かった」15社にとっては、前者とは逆に「端数値引きがなくなった」がトップ。「何の抵抗もなくスムーズ」、「特に影響なし」、「所得税の減税」等をあげている。



因に、この15社の内訳は、川上の素材生産業、川下の建築(設)業等はゼロで、製材業7社(簡易課税5社、通常課税2社)、木材販売業8社(簡易・通常課税共に4社)の川中産業だけであった。しかし、本設問と選択課税方式との間に際立った相関関係は認められなかった。また、「悪影響があった」40社についても同様の傾向であった。

(注) 重複回答の場合、合計は100%にならない。



BOOKS · ·

Q 6. 税の問題点は?

- 【導入前に他にやるべきこと】
 - ・税金の無駄使いをなくす。(3)
 - ・医師優遇税制、特殊法人控除の廃止。(3)
 - ・国家予算の1割をカットし、蓄積する。

【定着のために努力すべきこと】

- ・税率3%の維持に努める。
- ・マスコミと婦人層に理解を求める努力を。

【見直すべきこと】

- ・あらゆる面で公平に。(5)
- ・内税方式に。(3)
- ・消費税の廃止を。(2)
- ・税率の引き下げを。(2)
- ・免税業者の撤廃を。(2)
- ・事務の簡素化を。(2)
- ・卸売り段階での課税に。
- ・老人世帯の工事費には特別枠の導入を。
- ・非課税品目の廃止を。
- ・非課税品目を明確に。
- ・定着しつつあるので、多少の見直しを。
- ・一度見直したら、当面そのままに。
- ・消費税の運用面での見直しに充分時間を。

【その他】

- ・導入時の自民党の単独採決は民主主義に反する。(3)
- ・物品税廃止は一般には気持ちよくない。(2)
- ・生活必需品の低額商品が値上がりした。(2)
- ・公約違反の政府は直ちに解散し、新政府の元で検討を。
- ・所得税減税は不要。
- ・簡易課税方式の帳簿の付け方がわからない。
- ・消費税は必要。

なぜ日本が世界最大の熱帯木材の消費国となつたのか、その経済構造を解明し、熱帯木材の必要のない分野については針葉樹の利用を増やすこと、消費者の使い捨て習慣の抑制など、今、日本政府、木プロジェクトチームがまとめた画期的なレポート。

地球環境問題に関心が集まり、日本への指摘の厳しさが増す中、木材業界人として、一日日本人として必読の書。

(築地書館・二、九八七円)

関心事は、人工乾燥、



会員100人に聞きました④
テーマ「新技術・新商品開発」

Q 8. その他新技術・新商品開発に関する意見は?

【推進派】

- 企業発展の原動力は新技術・新商品の開発。
- 新技術の開発により利のある事業にしたい。

【慎重派】

- 新技術により新商品を開発しても、小規模ではダメ。価格がネックになる。
- 新商品を軌道に乗せるまでが一苦労。
- 新商品を開発しても、定着するのには10年位はかかるのではないか。
- 新商品の開発も良いが、製材所では、これまでの製品について、乾燥、仕証を良化してユーザーに提供する努力をすべき。

【否定派】

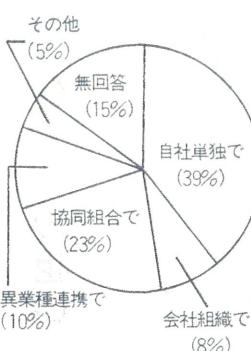
- Q 4 の①②③④⑤については、基本的に大反対。①自然乾燥し、②旬時にのみ伐採し、③在来工法で、④素材をそのまま使用し、⑤もし火事になれば燃えても仕方がない。また、年を経て腐るのが天然素材の良さ。
- 天然素材としての木材の性質を変えてしまうような材質改良は感心しない。木材の性質を有効に利用することを考えるべき。

【要望】

- ユーザーは10年経っても新築時と同じ状態にあることを望んでいる。白木の集成造作材の日焼け防止と強度付加のための仕上げ面の表面加工またはコーティングを行う方法、薬品の開発を。
- キズが付かず、コスト安のフローリング用等、多目的の新素材の開発を。
- 「広報もくれん」に新商品のPR欄を。
- 各種の情報提供を。

Q 6. 事業化の形態は?

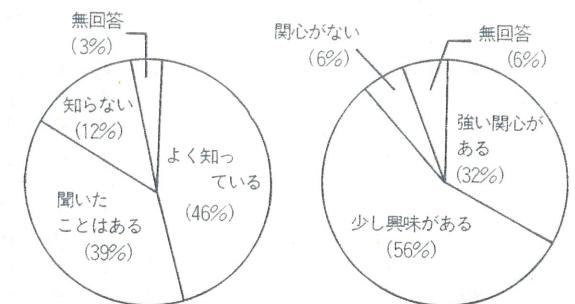
Q 4 の事業化を考える場合、望ましい形態を質問。全体では4割が「独立独歩」の自社単独、次いで同志による協同組合組織で。異業種連携(協業化)と同志による会社組織は共に1割未満。因に協同組合組織でのうち、3割強が国産材。



Q 7. 県木連の材質改良事業は?

本会が昭和61年度より产学研共同で進めている難燃性、耐久性向上等の材質改良事業への関心事をチェック。

広報もくれん等でよく知っているが46%、次いで40%が聞いたことはある。また事業への関心については、少し興味があるがトップで56%。強い関心を示したのは約3割。Q 4 の関心ある技術テーマの回答からも当然の結果か?



造作材加工、プレカット

昨年来、日米両国間の懸案となってきた木材製品の市場解放問題。当然ながら製材業を中心とする我が国木材加工業の在り方にも、早晚大きな影響が……。そこで今回は、新技術・新商品をテーマに会員企業100社(製材中心)にアンケートし、87社から回答願った。さて、その結果は……。



なんとも言えない派



Q 4. 最近の関心事は? (複数回答)

木材加工に係る技術テーマを質問。トップは人工乾燥で全体で約4割、中でも南洋材で67%と高率なのは、家具、木工など取引業界の要求性能によるものか?

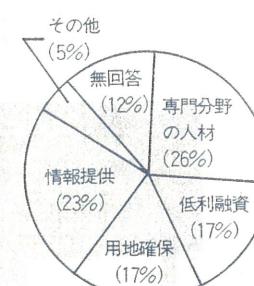
因に米材は34%でこれと好対照。次いで、造作材等の二次加工、建築材のプレカット加工と続き、化学加工は18%にとどまった。その他では、内装用杉加工壁材(国産材)、端材の炭化と利用開発(米材)、木材商品のデザイン化(南洋材)など。

(注) 複数回答の場合、合計は100%にならない。

Q 5. 前問(Q 4)を進めるのに何が必要か?

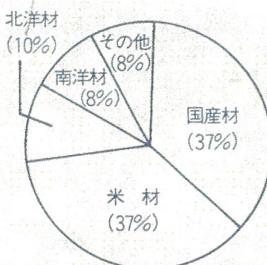
関心技術テーマを具体化するための必須要件を質問。

新規事業には、まずマンパワーが? 専門分野の人材確保が第1位、次いで関連分野の技術、市場動向などの情報提供と次ぎ低利融資と工場用地の確保が17%でこれに続く。



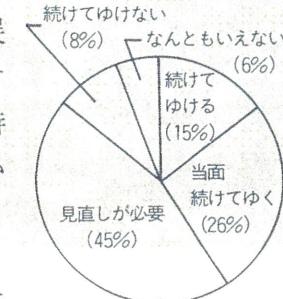
Q 1. 貴社の業態は?

国産材、米材製材業が各々4割弱、その他8%は床板加工業、木材チップ業など。



Q 2. 現在の業態を続けてゆくか?

製品輸入等国際化が一層進行する中で、将来展望を質問。続けてゆける自信派15%、当面維持派26%、続けてゆけないと悲観派8%、なんともいえないとの未定派6%で、残りの4割強が近い将来見直しが必要と回答。見直し派の内訳は、国産材28%に対し、資源問題、製品輸入の進む米材、北洋材、南洋材で各々60、45、71%と高率なのが特徴的。



Q 3. 前問(Q 2)の当面維持派、見直し派、悲観派の今後の対応策は?

加工の高度化、高付加価値化がトップで34%、次いで業態の多角化。その他は北洋材で労働力問題で廃業もやむなしや、国産細丸太製材への転業など。南洋材では海外への進出意見も。





阻害因子は何か?

会員100人に聞きました⑤

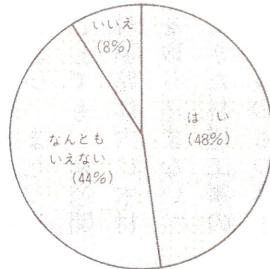
テーマ「労働時間短縮」

Q 7. 時短は人材確保対策の主要な柱か?

「YES・48%」

「NO・8%」「なんともいえない44%」となっている。

業態別特徴を見ると、製材業に「なんとも……」の戸惑い派がやや多く見受けられる。



昭和63年4月の労働基準法改正後、3年間の猶予措置を経て来たる4月1日より法定労働時間は週46時間(原則週44時間だが、木材業界のほとんどは平成5年3月末までこの猶予措置の対象となる)に移行する。そこで今回は、カウントダウンに入った「労働時間短縮」をテーマに会員企業100社にアンケートし65社から回答願った。さて、その結果は……。

Q 8. 「労働時間短縮」にあたって

1. 行政や組合に望むこと

- ① 低金利の設備投資の融資を
- ② 人材確保についての具体的な施策の確立を
- ③ 組合や行政の一層の努力、指導を
- ④ 労働時間短縮に限らず、もっと情報提供を

2. 自助努力すべきこと

- ① 能力開発や作業方法の改善
- ② 顧客の理解を求める努力
- ③ 日給月給制等、給料体系の見直し

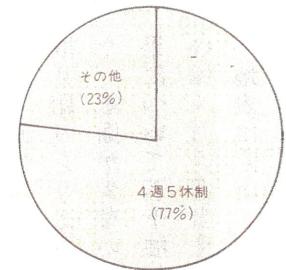
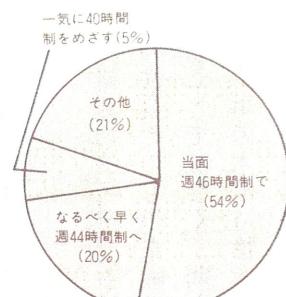
3. 困っていること

- ① 実質的な賃上げとなるが、それが製品値上げに結びつかない
- ② 他社よりもサービス、価格面で優れていないければ生きて行けない
- ③ 企業にとって何が利益になるのか、具体的に知りたい

時短が重荷で……

Q 6. 今後の時短スケジュールは?

4月1日以降の時短導入意欲を質問。54%が当面4週5休制を中心とする「週46時間制を」。次いで「なるべく早く44時間制へ」が20%。「一気に40時間制を目指す」は3社、5%。その他の中にただ1社「既に40時間制導入」の木製スケール製造業も。総じて製材業よりも販売業の方に時短導入意欲が。



週46時間制の手法は?

(注) 複数回答の場合、合計は100%になりません。

製材業 → 生産・売上高の減少
販売業 → 取引先の理解が得られない

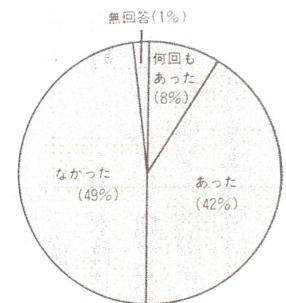
準備万端OK

調査期間: 平成3年1月23日(水)~2月9日(土)



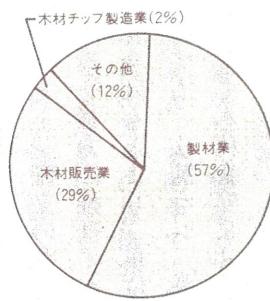
Q 4. 木協や労基署からの情報提供、指導は?

「なかった」が49%、他方「何回もあった」と「あった」が計50%と、半ばば。4月1日まで2ヶ月足らずの調査時点からすると「なかった」という約半数の対応はちょっと不安も……。



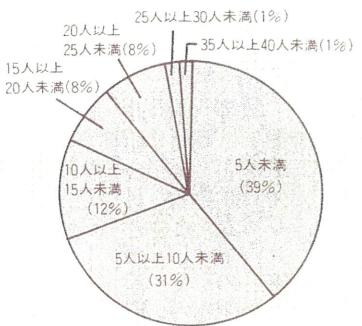
Q 1. 業態は?

製材業が6割弱。木材販売業が約3割で、その他12%は素材生産業、集成材製造業、木工業など。



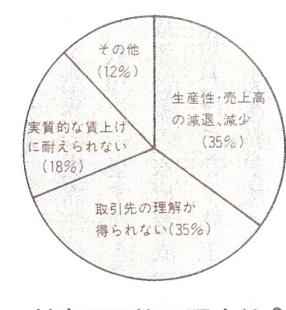
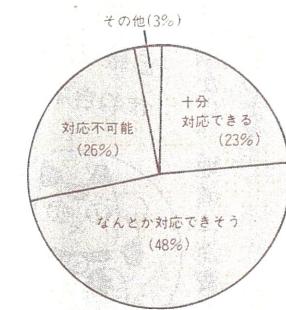
Q 2. 従業員数は?

5人未満が約4割、次いで5人以上10人未満が約3割で、計70%が就業規則の届出義務を有さない業界の平均像。ちなみに1社当たりの単純平均は8.9人。



Q 5. 4月1日からの週46時間制移行への対応は?

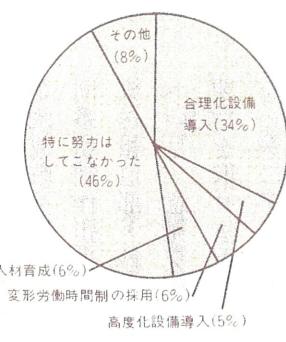
「対応不可能」が26%。その主な理由は「生産・売上高の減少」を製材業が、また「取引先の理解が得られない」を販売業が時短阻害因子として指摘。一方「十分対応できる」「なんとか対応」が合計7割強で、Q3の疑問(?)は「準備万端派」と判断できるのかも。



対応不可能の理由は?

Q 3. 63年労基法改正後3年間、46時間制に向け努力したことは? (複数回答)

トップが「特に努力なし」の46%でちょっと気になる。これは既に対応済みの「準備万端派」か? それとも対応不可能の「お手上げ派」なのか? 次いで「合理化設備導入」の34%と続く。





総合利用に苦慮。

会員100人に聞きました⑥

テーマ「工場残材」

Q 4. その他の意見を。

- 本テーマに関連した自由意見を伺った。
- 畜産業の鋸くず需要が多いため処理には困らないが、コスト面の折り合いがつかない。
 - 引取り料を払って、木協の未利用資源工場で処理しているが、これを無料にしたい。
 - 端材は、自社焼却しており、炭の処理に困っている。再利用の方法はないか。
 - 市街地では残材焼却の際、周辺から苦情が出る。共同焼却場を建設してほしい。
 - 市町村と協力して、残材焼却を公共施設の発電等の熱源に利用できれば……等々。

Q 3. 残材活用のアイディアは?

- 製材工場残廃材から生まれた木材チップ、土壤改良材、オガライト等に代わる新用途を質問。具体的なアイディアは次のとおり。
- 鋸くずとセメントによる軽量で切断しやすい不燃ボードを。
 - 合板等の下地材として。
 - 樹皮、プレーナーくずを燃料とし、組合単位の乾燥施設建設へ。
 - 温水の熱源として……等々。

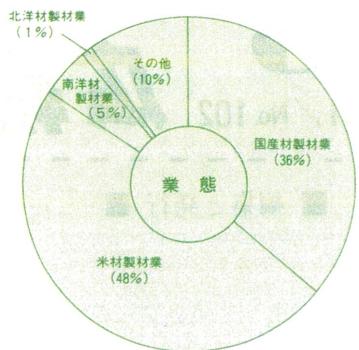
鋸くず → 畜産・燃料

背板・端材 → 小幅板・チップ

樹皮・プレーナーくず → 焼却・廃棄

調査期間：平成3年1月23日(水)～2月9日(土)

(図A)



Q 2-②. 背板・端材は?

背板・端材については、予想どおり、小幅板・木材チップ用が約8割。次いで焼却、燃料用等が続く。因に「オガ粉に加工」「畜産用」は共に国産材製材業であった。

また取り扱い業者は、自社、木材業者の7割強と協同組合向けの一部が、上記の小幅板・木材チップ仕向け用に重なっている。詳細は、図Cのとおり。

Q 1. 貴社の業態は?

約半数が米材製材業、次いで国産材製材業36%と続き、その他10%は、木質パネル製造業、組立家具製造業、木工業など図Aのとおり。

Q 2-①. 鋸くずは?

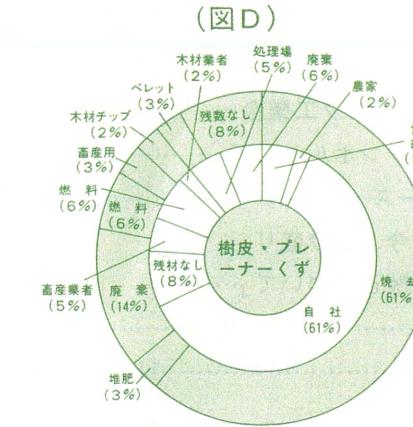
図Bでおわかりのように、鋸くず(オガ粉)は、豚舎等の畜産用敷材として最も多く利用されており、次いでボイラーの燃料、焼却処分、堆肥、オガライト製造用と続き、しめじ栽培の菌床用が少々。国産材製材業で畜産用途比率が高いことが、業態別特徴のひとつ。

また、これに関連して取り扱い業者は、畜産業者と燃料組合(オガライト、ペレット、ボイラー)が共に30%、焼却・廃棄等の自社、肥料・しめじ栽培の農家と続き、協同組合扱いの8%は畜産仕向けとなっている。

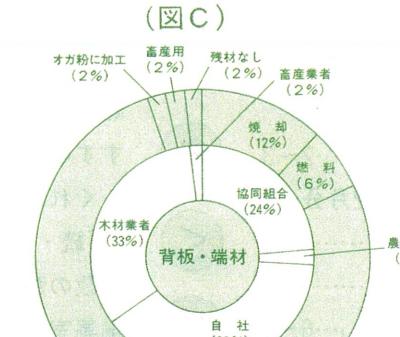
Q 2-③. 樹皮・プレーナーくずは?

焼却と廃棄の合計が全体の4分の3を占め、現時点では樹皮・プレーナーくず共うまく換金できずに苦慮する各社の様子が一目。腐朽しにくい国産針葉樹の樹皮は肥料には不向き、一方、プレーナーくずは鋸くずに比べ目粗で、畜産用としては、なかなか単独ではと、各所で苦戦の結果が図Dのとおり。

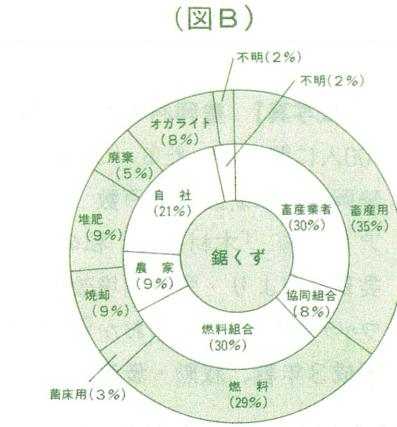
(図D)



(図C)



(図B)



(注)複数回答のため、用途(仕向け)の合計は100%になりません。
図C、Dも同様。

平成2年12月～3年2月分 静岡県着工新設住宅戸数									
(単位:戸)									
市町村名	12月	1月	2月	市町村名	12月	1月	2月	市町村名	12月
静岡市	413	372	448	藤枝市	128	121	180	志太郡	23
浜松市	631	454	393	御殿場市	106	75	52	榛原郡	97
沼津市	181	131	152	袋井市	73	55	82	小笠郡	97
清水市	137	180	129	天竜市	10	7	11	周智郡	14
熱海市	41	382	204	浜北市	51	52	67	磐田郡	119
三島市	68	84	80	下田市	24	20	73	浜名郡	38
富士宮市	97	73	107	裾野市	54	49	38	引佐郡	74
伊東市	553	492	196	湖西市	19	45	45	県計	3,853
島田市	45	70	71	賀茂郡	122	267	68	市計	3,083
富士市	191	163	225	田方郡	144	213	122	郡計	770
磐田市	59	67	95	駿東郡	31	47	42	東部計	1,614
焼津市	128	120	147	富士郡	2	3	9	中部計	980
掛川市	74	51	73	庵原郡	9	89	19	西部計	1,259
									1,199
									1,060
									1,368
									1,212
									1,163

静岡県住宅課・着工新設住宅統計より

独自PR、実態と必要性にギャップ。



会員100人に聞きました⑦

テーマ 「木材PR」

調査期間：平成3年5月13日～31日

Q7. 木材PRについてのご意見は？

1. PR手法は、

- ・商品PRは個別企業で、一般消費者への木材PRは共同で。（3）
- ・製品の質により価格が違うのだから、共同PRなどできるわけがない。
- ・建築材取扱い業者が少ない組合では、単協を核としたPRは、組合負担となりできない。
- ・できるだけ組合員の負担が少ない方法を。
- ・良いと思うことを、できることから。
- ・積極的なPRを。

2. PR対象は、

- ・設計士へのPRが不足している。一般消費者のみにPRしてもダメ。

3. PRする内容は、

- ・木材の効用、大切さ。（3）
- ・日本建築の良さを具体的に。
- ・比較宣伝広告を（湿度の高い日本では、鉄、コンクリートなどの木材以外の素材は不適格である等）。
- ・公共建築物木製化の推進を。
- ・求人（新卒者の採用が非常に困難。県木連が募集し個別企業に支援を）。
- ・消費者のニーズに合ったPR。PRの内には情報の収集ということもある。
- ・「一般消費者が木に親しみをもてるようになること」が基本。

4. これまでの効果は、

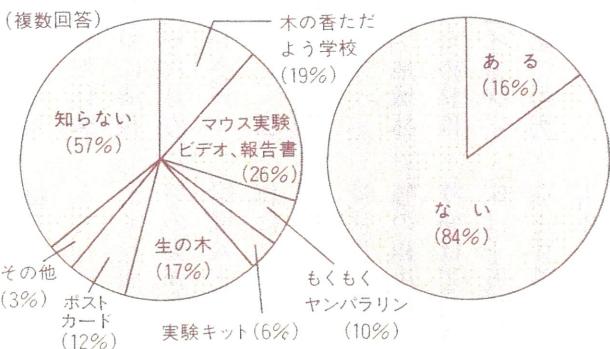
- ・木造の公共建築物が多く見られるようになってきた。

Q5. 県木連製作のPR資料は？

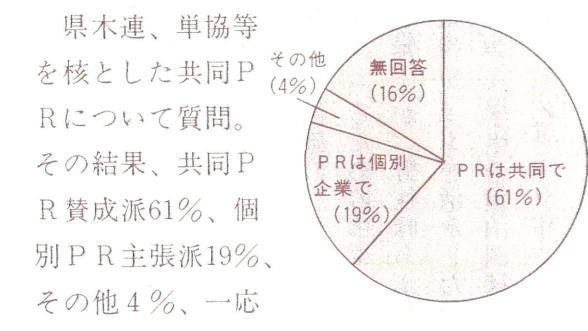
過去10年間に製作してきたPRツールの認識度、活用度をチェック。情報の発信者、受信者、仲介者、どこに問題があるにせよ、結果は喰驚！世間では、あれほどの話題となつたマウス実験結果ビデオとレポートでさえ認識度26%。消費者に向かたPRの前に、まず我が内なるPRが必要。

因に活用資料のトップスリーは、ビデオ「マウス実験」「木の香ただよう学校」と木造建築写真集「生の木」(ki no ki)。

ご存知の資料は？ 利用したことは？



Q6. 共同PRについては？



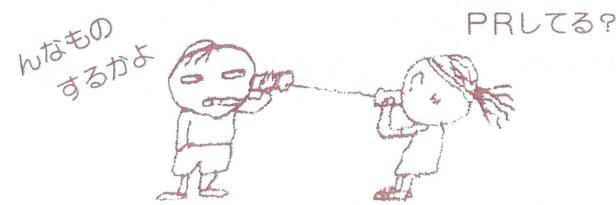
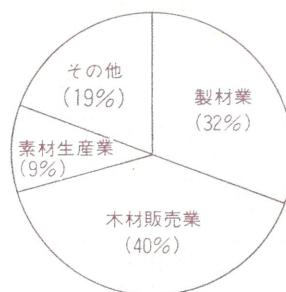
(注) 複数回答の場合、合計は100%になりません。

必要性にギャップ。



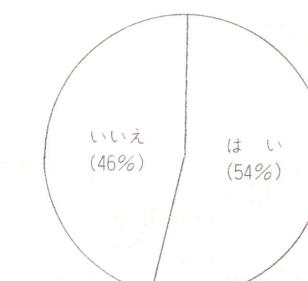
Q1. 貴社の業態は？

4割が木材販売業、次いで3割強の製材業と続き、その他19%は、家具・木工業、集成材製造業、建設業など図のとおり。



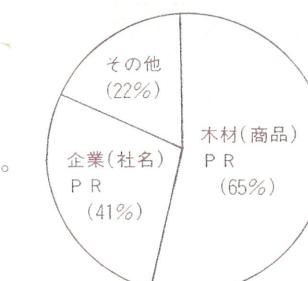
Q3. 現在の業態でPRの必要性は？

全体では54%が「必要である」との回答。業態別では木材販売業の64%から製材業の41%まで大きなバラツキはないが、前問Q2の独自PRの実態と必要性のギャップは大きい。



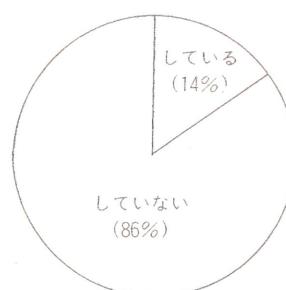
Q4. 貴社のPR目的は？ (複数回答)

前問Q3で現在の業態でのPRの必要性を回答した54%、37社に質問。全体では65%が木材(取り扱い商品)PR、次いで企業(社名)PR41%で、その他22%には製造技術、開発商品、品質の良さなどの正統派(?)PRや世相を映した求人対策のためのPRも。



Q2. 貴社独自のPR活動は？

全体では86%が独自のPR活動なし。業態別には、製材業の95%が「独自PRなし」、一方その他業態の31%が「独自PRあり」との回答。最終商品やカタログ販売で差別化できる(しなければならない)業態の違いがクッキリ。



また、全体で14%を占めた「独自PR組」10社の内容に立ち入れば……。手法は、カレンダー、求人雑誌、電話帳から新聞折り込み、イベント(展示会)、テレビ・ラジオスポットまで様々。経費は1社当たりの単純平均113.6万円/年であった。

Q 7. 新JASの普及には何が重要?

使用者側のままでJA
S製品の生産、流通を
求める行政の声。一方、
官公庁使用の義務付け
を求める業界側の声。
これまでのJAS運用
でもよくあった「卵とニワトリ」の議論がこ
こでも。施行1ヵ月で既に25%が消費の実態
にあわせ制度改善を求めていることは注目す
べき点。(複数回答のため、100%になりません。)

施行1ヵ月、求め

今回のテーマ ▷ 新JAS



会員100人に聞きました⑧

調査期間: 平成3年8月20日~30日

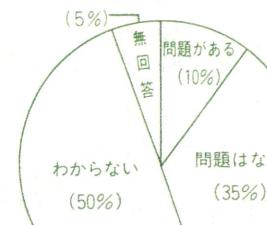
Q 8. その他、ご意見は?

- 認定工場では
 - (新JAS制度は…)
 - ・名目だけに終わらないよう、現実的な段階からの規格制度に。
 - ・木材に対する新JASが別途望まれる。(JAS製品の普及を…)
 - ・官公庁、公的資金での工事発注には、JAS製品の使用を義務付けることが必要。
 - ・製材品が他の工業材料のように品質、強度を規定しても、使用者の意識次第で過去のJAS同様、形だけのものになる。
 - ・特別な建築物を除き、現状の木材流通の状況では実施が困難。(認定工場の特典は…)
 - ・認定工場の特典は? 規格化のために経費をかけるだけの効果があるのか?(制度決定の前に…)
 - ・新規格を決定する前に、もっと多くの業界の意見を聴いてほしかった。

- 非認定工場では
 - (今後の必要性は…)
 - ・新JAS認定工場の申請に対する内容、手続き等を知りたい。
 - ・木材が工業化された建築材料を目指すことにより、規格にあいにくい和室等の材料を排除していくことを危惧している。
 - ・地場消費の受注製材のため、これまで必要がなかった。今後必要かどうか。
 - ・今後必要な制度と思う。

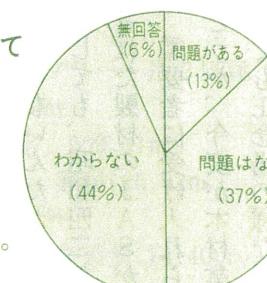
(3) 乾燥区分について

全体集計はグラフのとおり。なかでも(1)~(4)の新規格の問題点を聞く4項目の設問中「わからない・50%」は最高。日常の商売で「総論賛成、各論尻込み」の木材乾燥に対する業界スタンスの顕著な一例(?)が。



(4) 表示の方法について

問題点の最終設問には「なるほど」と合点の意見が多い。
 ①星印はわかりにくい。それも級数とは逆の星数表示。シンプルに1、2、3級の表示が良い。
 ②甲、乙の表示は時代錯誤。若い人材を希求する業界がこの意識では…。
 総じて、より簡素でわかりやすい表示を求める声が数多い。

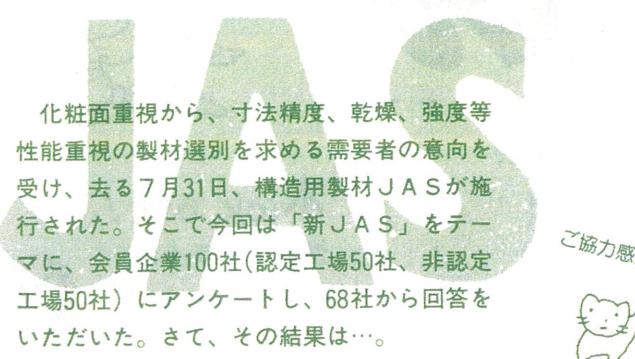


Q 6. 新JAS認定工場の申請は?

「申請する」と「検討中」をあわせ約8割。わかりにくい点や問題点は色々あるが、ともかく新JAS認定工場の手続きはしておく、というのが本設問の結論か(?)

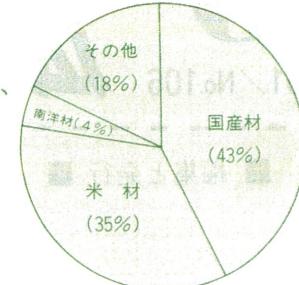


られる普及努力。



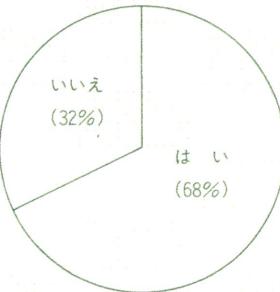
Q 1. 貴社の業態は?

4割強が国産材製材業、次いで米材製材業、この両者で約80%。その他18%の内訳は、木製品製造業、木製パレット製造業など。なお北洋材製材業からの回答はなかった。



Q 2. 貴社はJAS認定工場ですか?

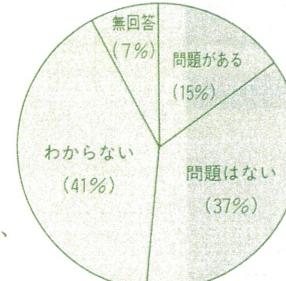
ごらんのとおり回答願った68社中約7割が認定工場で、新JAS認定等を考慮してか(?)回答率は高い。因に、アンケート回答68社の内訳は認定工場46社、非認定工場22社である。



Q 5. 新JAS規格に問題点は?

(1) 使用部位別の格付けについて

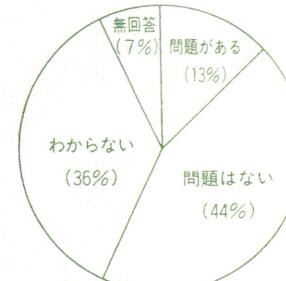
全体集計はグラフのとおり。ここでは「問題あり」の15%に注目し、問題点や意見を拾ってみると、



- ①横架材の格付けが厳しすぎる(特に横架材の米材の節)。
- ②芯持ち材と芯去り材では強度が異なる。
- ③新規格では、1、2、3級とも「丸身」が許容される。実際の売買では「丸身なし」が一般的でクレームにつながる。

(2) 規定寸法について

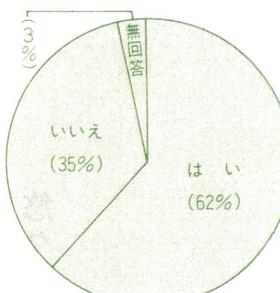
結果はグラフのとおり。前問同様「問題あり」の意見を拾えば、



- ①関東地域では母屋角85%が主流。規定寸法90%となれば、北米の3% SQR (90%角)と競合、コスト面で国内製材は太刀打ちできない。
- ②「役物の柱」には適用しにくく、無垢の木材を排除して集成材の使用を促すことになる。との非認定工場の意見に代表される新JAS制定の背景への無理解、裏を返せば新規格の1月告示以降6ヵ月間の絶対的なPR不足もクッキリ。

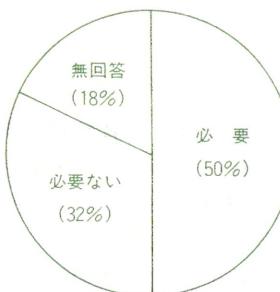
Q 3. 新構造用JASをご存知?

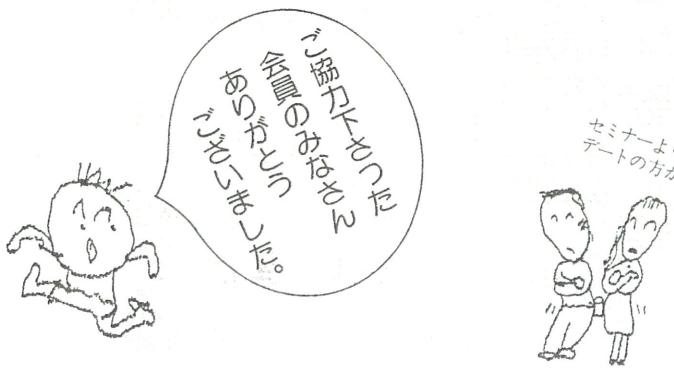
全体では3分の2強が新JASを知っていると回答。前問同様、認定工場の67%が非認定の50%を上回り、新たな規格制度への関心を示している。



Q 4. 構造用に役物表示は必要か?

今回の新JAS施行に伴う混乱の極みがこの設問結果に。本来性能本位の構造用とは関係のない役物表示を半数が必要と回答。製材登録格付機関でもある全木連が別途「製材化粧基準」を作成せざるを得なかった背景がここにある。

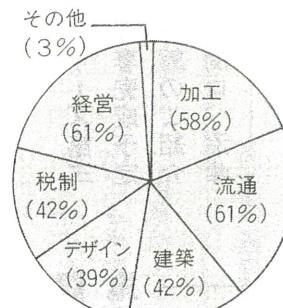




まず、経営者に

Q 8. 興味あるテーマは? (複数回答)

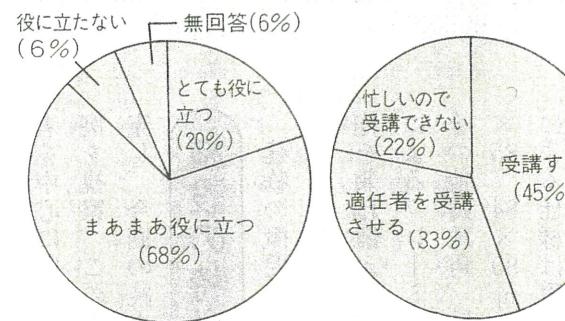
全体では販売戦略などの「流通」、帝王学、消費者対策など「経営全般」、木材乾燥、プレカットなど「加工」がトップスリー。
個別には、造作部材の高次加工、在来木造のパネル化、インテリアデザインなど高附加值指向のテーマにも強い関心が。



企業は人なり。経営環境の変化が著しい今、人材の育成は大切な課題。本会でも木材コーディネーター、経営塾など総合的に研修事業を実施している。そこで、今回は「セミナー」をテーマに会員企業100社にアンケートし、62社から回答をいただいた。さて、その結果は…。

Q 6. 団体で行う研修事業は?

県木連や単協で実施するセミナーへの評価をチェック。「とても役に立つ」と「まあまあ」の好評が約9割。セミナーには45%が経営者自身が参加。多忙を理由の受講不可は約2割。



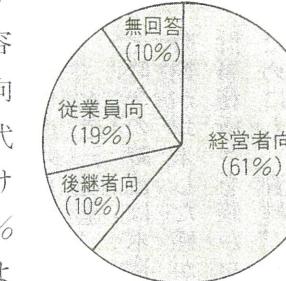
Q 9. その他セミナーに関するご意見は?

(テーマは…)

- ・21世紀への問題として、今使用されている建築部材の功罪について考える
 - ・エコロジー素材の研究、開発等について
 - ・10年後の製材業界について
 - ・事業の将来見通しについて
 - ・外国人労働者について
- (実施方法は…)
- ・零細企業が多いので、実情に即した問題とテーマを
 - ・県内を3地域程に分けて実施を

Q 7. セミナーの対象は?

全体で約6割が経営者対象の内容を希望。従業員向19%に対し、次代を託す後継者向けの希望は僅か10%とは。先のことより今日の経営に全力投球の体。



向けたテーマで。

会員100人に聞きました⑨

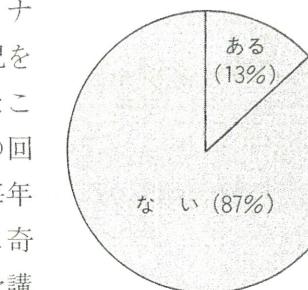
テーマ「セミナー」

調査期間: 平成4年2月6日~28日



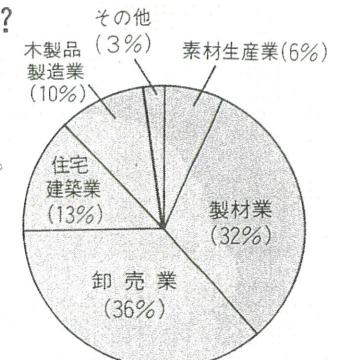
Q 4. 県木連実施のセミナーには?

本会主催セミナーへの参加状況を質問。参加したことが「ある」の回答は前問の「毎年実施」の13%に奇しくも符合。受講組は住宅建築業を筆頭に流通を含めた川中、川下業の会員。



Q 1. 貴社の業態は?

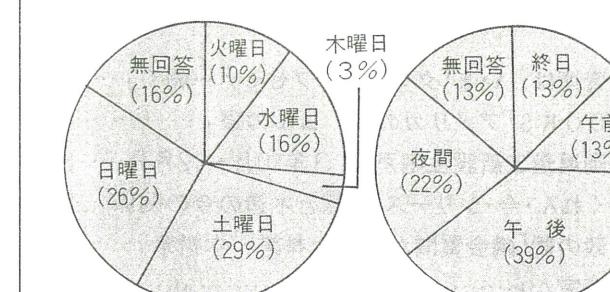
卸売業と製材業で全体の約7割、次いで住宅建築業。木製品製造業の内訳は簡易組立家具製造、その他は森林組合外。



Q 5. 参加しやすい日は?

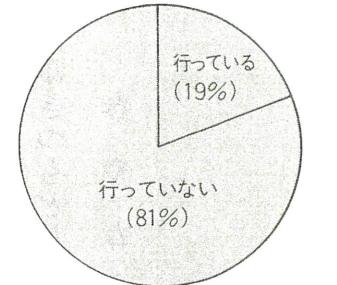
1週間のうちでセミナーに都合のよい日をチェック。週明けの月曜日と締めの金曜日はNO!! 卸売、住宅建築業は火~木の週中に希望したもの、全体では55%が土日の週末を。

また、時間帯では6割強が午後と夜間を希望。時短が言われる中、経営者はともかく、従業員に週末、夜間セミナーはちょっとツライところか。ともあれ、本質問の結果に業界の現状がクッキリ。



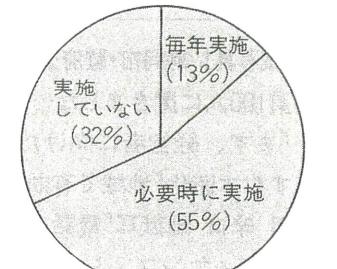
Q 2. 社内研修は?

全体では81%が何も実施していない。残る約2割の実施組は住宅建築や木製品製造のいわゆる川下業種。



Q 3. 単協でのセミナーは?

地域木協での研修事業の実施状況を質問。必要に応じてが55%、実施していないが約3割。受講者数と経費バランスからか(?)毎年実施は僅か13%。





組合のリストラは、

○ 単協に広報委員会の設置を ○

あわせて、Q4では、各々の選択肢の具体的な取り組みを質問した。その結果は次のとおり。

■ 個別企業を支援する情報活動

⇒新商品開発や素材の地区別価格などのFA Xサービス。

■ 対外的な広報活動

⇒マスメディア等による森林、木材、木造住宅の良さのPR。そして、この推進母体としての「単位木協ごとの広報委員会の設置」。

■ ニーズに即した新商品等の研究開発

⇒新JAS推進上も欠かせないKD(乾燥)材生産。建材、金物など異業種メーカーとのタイアップによる新商品・新工法開発。廃材利用の商品開発等木材の総合利用化やそのための产学研共同研究の推進。

■ 研修会などの人材育成

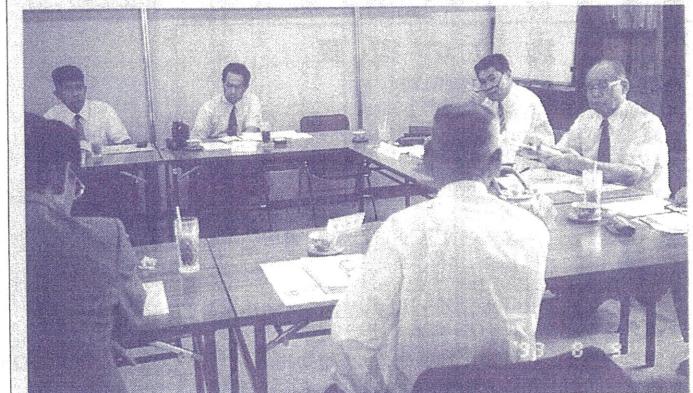
⇒東中西各地区にて月1回の研修会の開催をはじめ、その対象も経営後継者、中間管理職向け等多様に。

■ 异業種との交流、連携活動

⇒まずは消費者と最も近い業界との連携、新規事業の模索等を。

■ その他の意見

⇒組合の広域化再編による財政力の確立と行政との連携強化、事務局の充実、組合組織を自覚した役員の努力、組織の前にまず個々の企業の再構築、3Kへの対応、公共事業における仮設材等への地域材利用の積極PR、植林運動の輪を広げる、何か1つ工夫がほしい(具体案はわからない)など。



組織の再編と強化策は……(昨年度委員会より)

○ まず、対外的な広報活動を ○

Q4. 組合が進めるべきことは? (複数回答)

組織再構築に関し、今後、特に組合が核となって進めねばならぬことを質問。

「対外的な広報活動」が29%でトップ。次いで「異業種との交流、連携活動」が27%、ニーズに即した新商品等の「研究開発」が26%を占めた。製材業等のメーカーが研究開発を、川下に近い卸売業、住宅建築業等では広報活動の重要性を指摘したのが、業態別のひとつの特長か。

川上の素材生産業が広報活動を第一に選択したことは「森林を守り育てる人づくり基金」がスタートした今、注目されるところ。



(注) 複数回答の場合、合計は100%になりません。

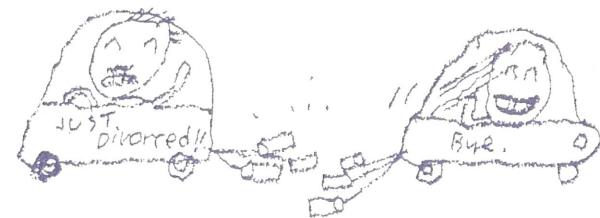
資源問題、労務問題、国際化の進展など加速する構造変化に対し、組合はいかに対応すべきか。そこで今回は「組織再構築」をテーマに会員企業100社にアンケートし、62社から回答をいただいた。総会月の5月、このアンケート結果を新年度にどう生かすか…。

まず新たな合意形成か。

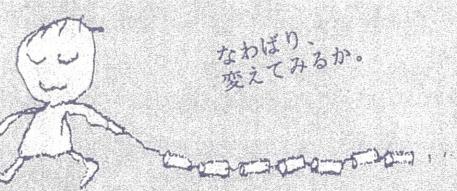
会員100人に聞きました⑩

テーマ 「組織再構築」

調査期間： 平成6年2月10日～3月10日



リストラされた。
さよなら。



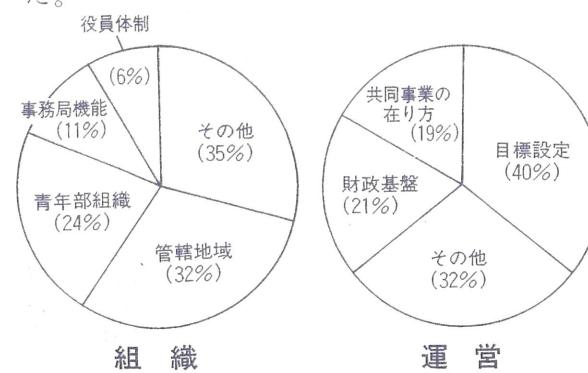
○ 目標設定と異業種融合 ○

Q3. 見直すべき点は? (複数回答)

見直すべき点を組織、運営の両面について質問。

まず組織については、全体集計で住宅建築、木工など関連業者を含めた異業種連携・融合等を求める「その他」が35%でトップ。次いで広域化再編等の「管轄地域」が約3割、「青年部組織」の24%と続く。特長的なことは、卸売業の6割が「その他」を、住宅建築業の6割が「青年部組織」を見直し項目として選択したこと。

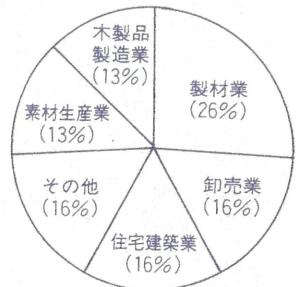
次に運営面では、全体集計で4割が組合員の新たな合意形成等「目標設定」をあげ、次いで業態別協同組合への再編成等の「その他」と続く。「財政基盤」や「共同事業の在り方」等今日の現実問題は各々約2割となった。なお業態別回答に顕著な特長は認められなかった。



○ 建築関連の川中業が4割 ○

Q1. 貴社の業態は?

川中の製材業と卸売業で全体の4割強、次いで住宅建築業の16%。木製品製造業13%の内訳は、木製教材メーカーなど、その他16%は内装工事請負業や土木・造園などの事業転換会員や近郊の開発行為に伴う造成伐採絡みの新会員など。



○ 製材業の7割は「見直し必要」○

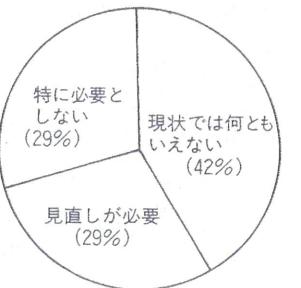
Q2. 所属木協の現行組織や運営は?

現在の組合を構成員がどう評価しているかを質問。

「現状では何ともいえない」が約4割を占め、「見直しが必要」

「特に必要としない」

が各3割ずつとほぼ3分割の結果に。しかし業態別の集計に大きな特長が。製材業の7割強が「見直し必要」に対し、住宅建築業の100%(回答10社全員)が「何ともいえない」、卸売業の6割が「見直しを必要としない」と回答。これは、業態が多様化している、構造変化への対応は個別企業問題、さらには(組合が)何をやっているのか詳しく知らない等「何ともいえない」「見直し不必要」の各理由からも合点のゆく回答結果か。



自肃とコストアップの間で、



● これからが問題 ●

Q5. その他の意見

- 現在の状況は。
 - ・コストアップ分を転嫁できない。
 - ・積載量半減による売上減少。
 - ・製品単価の安いものでは採算がとれない。
 - ・配達回数の増加により経費がかかり過ぎる。
 - ・遠距離の場合、量の多少にかかわらず1日1回しか動けず、運賃値上げを飲まざるを得ない。荷動きがよくなつた場合が問題。
 - ・今後仕入れ先がコストアップ分をどうするかが問題。
 - ・全ての物流に言えることなので、物価高となるのは時間の問題。
 - ・規制緩和の時代に規制強化は理解できない。
- 改正法に即し、過積自粛を。
 - ・過積みしないよう心がけていく。事故ゼロには必要なこと。

■ 軽量化に向け木材乾燥の徹底を。

- ・運賃体系をm³でなく「重量」にし、乾燥努力を促す。
- ・葉枯らしの啓蒙活動。
- トラックの大型化、買替、台数増等による対応を。
- トラックの改良を。
 - ・表示積載量しか積込みできないように改良。
 - ・ブレーキ改良(ディスク化)等による積載量のアップ。
 - ・簡便で安価な計量器の開発。
- 免許制度の改革を。
 - ・10t車まで普通免許で運転できるように。
- 業界として配達料有料化の徹底を。

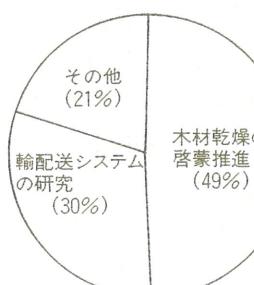


▲ステッカーを貼り、安全輸送を励行

● 第1に木材乾燥の推進を ●

Q4. 県木連等が努力すべきことは?

今後、全木連、県木連、単位木協等組合組織が努力すべきことを質問。トップは「木材乾燥による軽量化の啓蒙推進」で約5割。3割を占めた「新たな輸配送システムの研究」には、帰りの空車活用をはかる情報センター設立、花の宅配のような同業者間の商品納入の体系の検討等、具体的なアイディアが寄せられた。



(注)複数回答の場合、合計は100%になりません。

問題あり、7割越す。

会員100人に聞きました⑪

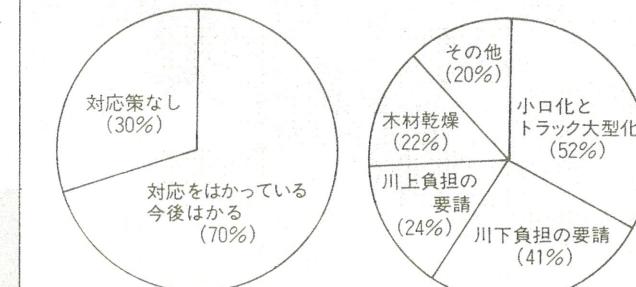
テーマ 「過積載対策1ヶ月」

調査期間：平成6年5月27日～6月18日

回答数：66名(66%)

● 当面は小口化、トラック大型化で ●

Q3. 対応中の対応策は? (複数回答)



そこで問題点に対し各社の実施している、または実施しようとしている対応策を質問。対応必要なしの「悠々派」と打つ手なしの「当惑派」をあわせ3割が「特に対応策なし」。残る7割が「対応中、対策検討中」となった。特に木造建築業ではQ2の回答結果と対応の状況がピタリ符合。

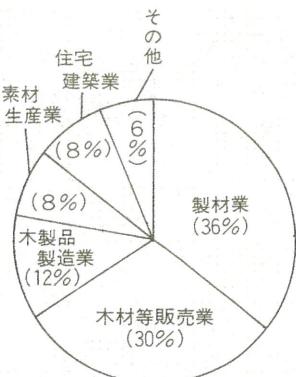
さらにこの対策の内容を質問すると、「輸配送小口化、トラック大型化」が5割強でトップ。「アップ運賃の川下、川上転嫁」が各々41%、24%と続き、「木材乾燥による軽量化」は22%にとどまり選択肢中最も低率となった。

また、業態別の対応内容には大きな違いが見受けられた。素材生産業の75%が「木材乾燥」、製材業の61%が「小口化、トラック大型化」、木材販売業と住宅建築業が「小口化、大型化」「アップ運賃の川下転嫁」を各々約50%回答し、現時点での対応方法に業態別の特色がクッキリ。

● 建築関連の川中業が6割強 ●

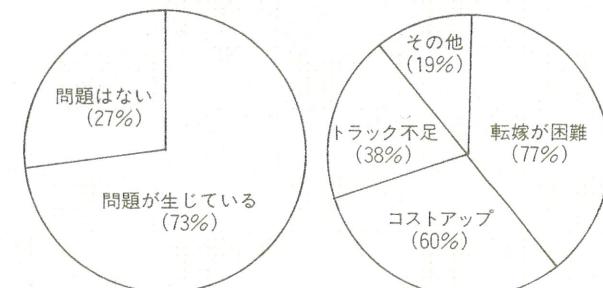
Q1. 貴社の業態は?

製材業が3分の1強、素材生産業これに木材販売業を加えると3分の2を占めた。その他6%の内訳はパレット・梱包材製造業、フローリング製造業、木材チップ製造業など。



● 73%が問題あり ●

Q2. 1ヶ月後の問題点は? (複数回答)



特に「問題はない」が27%、「問題が生じている」が70%強となり、業態別の集計にひとつ特長が見られた。製材業の80%強、木製品製造業の90%近くが「問題あり」の回答。これに対し素材生産業、木材等販売業は共に60%代、住宅建築業では40%へと減少。

さらにこの「問題あり」の内容を見てゆくと、運賃込みが商慣習たる我が業界ゆえ、業態に関係なく「値上げ運賃の転嫁困難」がトップに。「トラック不足により輸配送スケジュールに支障が出ている」は約4割。





関心度、基本事項

製造物責任とは?

製造物責任 (Product Liability = PL) とは、製造あるいは販売された製品の欠陥が原因となって、第三者が身体にケガをしたり第三者の財物が壊れたりした場合に、製造業者や流通業者にかかる損害賠償責任のこと。

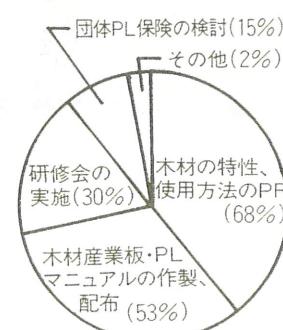
○ まず、特性・使用方法のPRを ○

Q4. 県木連等が努力すべきことは?

今後、全木連、県木連、単位木協等組合組織をあげて努力すべきことを質問。

全体集計のトップは「木材の特性・使用方法のPR」で約7割。この点については、既に全木連でも警告表示を含めユーザー向けのPR資料を計画中。次いで「木材産業版・PLマニュアルの作成・配布」で5割強。この点も「マニュアルと対策Q&A」を4月に刊行すべく既に全木連で準備中。「PL対策研修会」「団体PL保険の検討」は各30%、15%と低率にとどまった。

さて、業態別の特長に立ち入ると……。木材販売業をはさんで川上の素材生産業、製材業と川下の住宅建築業、木製品製造業では、団体組織への要望事項が大きく食い違った。川上業では「木材特性・使用方法PR」を、川下業では「PLマニュアルの作成・配布」が強く求められる結果となった。



○ トップはPL関連資料の入手 ○

Q3. 実施中の対応策は?

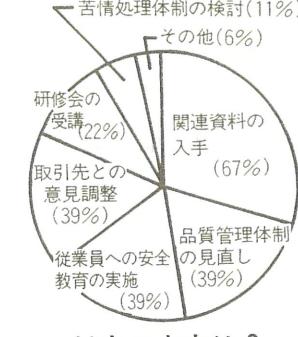
(複数回答)

会員各社の実施している、または実施しようとしている対応策を質問。

全体集計では、「現時点での対応策なし」と「対応中、今後対応する」がほぼ6対4の割合。業態別にみてみると、素材生産業、木材販売業で83%、75%が「対応策なし」。物づくりに関わる製材業、木製品製造業で54%、60%が「対応中、今後対応」と回答。

そこでさらに具体的な対応の内容を質問すると……。「PL関連資料の入手」がトップで約7割、次いで、「品質管理体制の見直し」、「従業員安全教育の実施」、「取引先との意見調整」が各々約4割と続き、「PL研修会の受講」は2割強にとどまった。

業態別の特長は、木材販売業と木製品製造業で各々50%、67%が「取引先との意見調整」を対応策の最上位に取り上げたことが注目される点だ。



対応は?

対応の内容は?

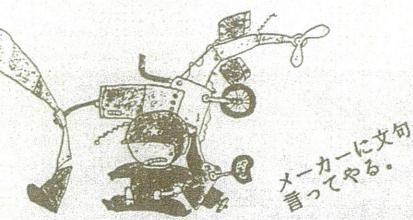
(注) 複数回答の場合、合計は100%になりません。

の理解、いまひとつ。

会員100人に聞きました⑫

テーマ「製造物責任(PL)法」

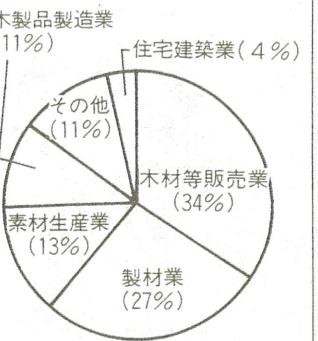
調査期間: 平成7年2月9日~20日



▲95木材産業・経営塾-PL対策セミナーより

○ 建築関連の川中業が6割強 ○

Q1. 貴社の業態は?



○ 先取り派は木製品製造業 ○

Q2. PL法の概要をご存知?

概要を知っているの「先取り派」と、聞いたことはあるの「認知派」が各4割。業態別には、最終製品を製造する木製品製造業では「初耳・無関心派」ゼロ、「認知派」2割、「先取り派」8割と合点のゆく回答結果が。

これに対し製材業、木材販売業では「先取り派」38%、31%、「認知派」38%、50%、「初耳・無関心派」24%、19%となり、PL法への関心度、熟知度はガクンと下がり、最終製品と直結しない、中間素材、原材料として取引される川中業の実態を反映した恰好だ。

また、PL法の対象除外たる不動産を取り扱う住宅建築業では、「初耳・無関心派」と「先取り派」とに回答が2分された。これは住宅は民法の規制下でとの「割切り派」と部材仕入先との調整を含め検討中の「慎重派」とも読み取れようか。

一般的には、加工を伴わない素材生産業で、8割強が「認知派」、2割強が「先取り派」で、「初耳・無関心派」がゼロの意外な回答結果も。

○ まだ基本的な部分が… ○

Q5. その他のご意見は?

回答数が多い割りにその他の意見があまり寄せられなかった。

数少ない回答の中からピックアップしてみると……。「原木は製造物とは異なる点が多いのでは?」(素材生産業)、「部材や機器の製造メーカーと施工業者の間で当社の責任は?」(製材品・建材・住設機器販売業)、「分切れ等隠れた欠点をチェックすることをどこまで要求されるのか?」(木製品製造業)などの意見が。これらの意見からすると、PL法の目的、定義、免責事由など、まだ基本的な部分の理解が得られていないことが、回答数の減少となったものと考えられる。