

資源構造の変化に伴う製材産地の展開方向

—人吉・球磨地域を事例として—

九州大学農学部 遠藤 日雄
堺 正紘

1. はじめに

最近、林業における産地形成に関する議論が、地域林業の具体的な在り方の処方箋作成というすぐれて実践的な課題と結びついて、活発に展開されている。

ところで戦後のわが国の復興期における驚異的な木材の需要増加によって、旧来のいわゆる先進林業地のほかに新たな木材生産地が編入されたが、これらの多くは、高度経済成長過程でその存立基盤を崩された。山村からの労働力の流出と外材輸入量の増加がその大きな要因であったことはいうまでもない。しかしこうした状況のなかでも、一部の産地は活発な生産活動を維持し、産地形成力を強化していった。いわゆる良質林産地がそれであり、ヒノキ材やスギ大径材、磨丸太のような外材と競合しない製品をベースとして産地の規模拡大が進行した。しかしヒノキ製材産地に限って言えば、こうした産地の形成が、当初は地域内の森林資源＝林業生産と結びついて展開するが、次第に資源の枯渇化によって、原木の地域外集荷が進展していく。こうした状況のなかで成立している有名なヒノキ製材産地として東濃と勝山の両産地があげられる。

本稿では、上記のヒノキ製材産地の一角を形成していたが、資源の枯渇化に直面している人吉・球磨地域（以下球磨地域）を対象として、今後の産地の展開方向を探ってみたい。

2. 球磨地域の林業の概要

1) 沿革

当地域は、日本3大急流の1つに数えられる球磨川が急に緩やかになる人吉盆地とその周辺地域からなっている。具体的には人吉市、錦町、上村、免田町、岡原村、多良木町、湯前町、水上村、須恵村、深田村、相良村、五木村、山江村、球磨村である。ここでの林業の歴史は古く、既に幕藩期から豊富な天然林（モミ、ツガなどの針葉樹やブナ、シイ、カシなどの広葉樹）を対象とした木材生産が行なわれ、球磨川を利用して河口の八代に運ばれていた。戦後も坑木業者やパルプ業者によって、天然林の買い付けが盛んに行われてい

たが、これらは主として国有林を対象として展開された。

こうしたなかで昭和30年頃、県有林の一部から「ピンク色の挽肌をもつ」ヒノキが出材され、製品として出荷したところ大阪、名古屋などで多大の好評を呼んだといわれる。出材の地名にちなんで「紅取（べんとり）材」と呼ばれたが、その材質は幹が通直で材はピンク色を呈し、さらに芳香に富み、光沢があったという。それまでも球磨地域は、ヒノキの土台角や柱を中心とした製品出荷が行われていたが、これに「紅取材」が加わり「球磨産」の呼び名が高くなった。

2) 森林資源と山林所有

球磨地域の森林資源の特徴は、第1に「球磨産」の銘柄が示すように、ヒノキの占めるウエイトが大きいことである。すなわち総森林面積12.7万haの約82%に当たる10.3万haが民有林であるが、さらにこの64%の人工林の内訳をみると、面積で42%、蓄積で34%がヒノキ林分である。しかしその年齢構成は、伐期に達しない40年生以下の若齢林が多い。すなわちⅧ齢級以下のヒノキ林分は面積で97%、蓄積でも85%と圧倒的な割合を占めている。これからもわかるように、従来の「球磨産」は主として国有林材を基幹とし、これを公有林材が補完する形態で成立してきた。しかし国有林の資源も枯渇化が進行し、最近では40～50年生のヒノキ材が多く出材されるようになったのが現状である。第2にこれらを山林所有の視点から整理すると、民有林の82%を占める私有林では、5ha層が約8割にものほり、5～20haの農林複合林家が約1.5割、残りのわずか0.5割が20ha以上層であり、零細所有者が圧倒的に多い。

3) 素材の生産・流通構造

現在球磨地域の素材生産量は、28.9万 m^3 （うち針葉樹は63%、18.1万 m^3 。昭和59年の数値）であるが、このうち針葉樹の生産量に匹敵する17万 m^3 が地域内の84製材工場によって製材されている。スギ・ヒノキを主体とした針葉樹の4割弱は球磨地域の森林組合の素材生産（林産事業）によって占められている。前述の森林資源構成からも明らかのように、間伐材の生産量が

増加しており、森林組合の小径木加工処理施設も含めた間伐材専門工場がフル回転しているのが現状である。当地域に入荷されるヒノキの原木量は約6.5万 m^3 であるが、これを入荷形態別に示すと、市売市場から46.8%、その他県内から42.2%、県外から11.0%となっており、少なくとも見積もっても5割強は地域外集荷に依存していることになる。

3. 球磨地域におけるヒノキ製材の展開

以上述べたような森林資源構造の変化、換言すれば国有林から民有林への資源の基盤の移行に対応して、球磨地域には次のような2つのタイプの製材工場が存在している。すなわち1つは、旧来の役物柱や土台角、それに敷居、鴨居などの造作材中心の製材工場であり、もう1つのタイプは間伐材の大量出材を背景に生まれた構造材中心の工場である。両者の差異は、基本的には原木の径級に照応している。つまり14cm以上の材は前者の工場、13cm以下の材は後者の工場それぞれ製材されている。事例をあげてみよう。①多良木町のK製材工場は3~4mの役物柱と土台角を挽く小規模工場（年間原木消費量約2.4千 m^3 ）である。原木手当は地域内の市場を中心とし、不足分をえびの（宮崎県）や大口（鹿児島県）から入手している。製品の出荷先は、大部分が名古屋と東京の製品市場である。当工場は生産量こそ少ないが、品質の管理には細心の注意が払われており、特に乾燥、修正挽きは念入りに行われている。こうしたなかで東京、名古屋との取引をめぐる信用関係が形成、維持されてきた。しかし最近、原木、とくに柱材向きの14~18cm径の良質材の入手が困難になっており、いさおい地域外集荷に依存せざるをえない状況に陥っているという。②湯前町のN工場もヒノキ専門工場で、年間約6千 m^3 の原木を消費している。主力製品は3m柱、土台角、敷居である。ここでの製材経営のポイントは、18~22cmの中目材からいかにして多くの役物を挽くかであり（丸太の20%とれば良）、そのため最初のノコ当てに時間を要し、大量生産が難しいという。製品の4割は首都圏の製品市場へ、6割は九州内へそれぞれ出荷している。ここでも原木の地域内集荷の困難性が指摘されており、これに対応して山陰地方から原木を入手し始めているという。また出荷製品も、東濃ヒノキなどに押され気味であり、原木と製品の両面で窮乏をきたしているのが現状である。③これに対して、人吉木材団地で稼働しているD木材は、徹底した合理化を基礎とした小径木の大量生産を行なっている工場である。現在10.5cm角、9cm角の並材製品（乾燥なし）を年間1.3万 m^3 挽いているが、製材品の歩留りは85%というから、前例のN工場とは対照的である。近い将来新たに設備を増設し、

現在の製品コスト1万円/ m^3 を外材なみの6千円/ m^3 へもっていく計画である。このように当製材工場は、いかにコストダウンを実現できるかが勝負であり、そのために製材ラインの設定から人員配置に至るまで徹底的な吟味が加えられている。なお原木入手は、小径木主体のためほとんど地域内で賄うことができる。

4. 「球磨檜」の商品性

球磨地区で生産されたヒノキ製品の約7割にあたる3.5万 m^3 が県外へ出荷されているが、その特徴は芯持ち柱が関西、中京、関東方面へ、割り柱は主として北九州へ出荷されている。そこで当地域のヒノキ製材品がどのような評価を受けているのか、つまり「球磨檜」の商品性について図-1及び図-2に依拠して浮き彫りにしてみよう。その前に両図について若干の説明を加えておこう。両図は昭和60年に実施した市場（福岡、佐賀、長崎3県の27市場。ただし項目によっては無回答の場合もある）調査の結果を整理したものであるが（詳細については熊本県林業振興課：『熊本県産材流通実態調査報告書（堺正敏筆）』、昭和61年を参照）、その方法は①商品性の要素について北部九州の木材市場に産地ごとの評価を求める方式をとったこと。②産地は熊本県では球磨材のはかに小園材をとり、大分県では日田・玖珠材、福岡は浮羽・朝倉材を、宮崎、鹿児島両県については1県1産地としてそれぞれ採用し、林種ごとの価格調査及び品質、取引条件についてのイメージ調査を行なった。③なお図の読み方は次のとおりである。横棒の黒く塗った方がマイナス・イメージであり、逆に白い方がプラス・イメージを表わしている。中間の実線はニュートラル、つまり普通のイメージしか抱いていないことを示している。

まず図-1から球磨材（スキ製品も含む）に対するイメージとして、次のことが明らかである。①「年輪幅」は「細かい」をプラス、「粗い」をマイナス、「普通」をニュートラルで示しているが、球磨材はマイナス・イメージはわずか1市場だけ、プラスが11市場、ニュートラルが10市場となっており、かなり評価が高い。②「材の色」は「良い」、「普通」、「悪い」がそれぞれプラス、ニュートラル、マイナスとして図示されているが、産地全体としてはニュートラルの評価が多いなかで、日田材とは対照的にかなり強いプラス・イメージを獲得している。③「材のつや」は「ある」、「普通」、「ない」をそれぞれプラス、ニュートラル、マイナスとして示しているが、ここでも球磨材の評価は高い。④「曲がり、そり、ねじれ」は「少ない」、「普通」、「多い」を順にプラス、ニュートラル、マイナスとしているが、球磨材のプラス・イメージは強い。しかしマイナス・イメージをもつ市場も

それぞれ数市場ある。⑤「挽き肌」は「良い」、「普通」、「悪い」をそれぞれプラス、ニュートラル、マイナスとしているが、全体的にマイナス・イメージは少ないが、そのなかでも球磨材に対するプラス・イメージが目立っている。⑥「分切れ品」の評価は、球磨材については「ない」とする市場が多い。⑦球磨産地の看板であるヒノキの役物についてのイメージの一端は、「スギ、ヒノキの役物」の項目で知ることができる。すなわちここでは「多い」、「普通」、「少ない」をそれぞれプラス、ニュートラル、マイナスに対応させているが、ここでも球磨材のプラス・イメージが強く出ている。⑧「スギ、ヒノキの」並以下は「多い」をマイナス、「少ない」をプラスで示しているが、この点ではニュートラル、つまり普通のイメージが強い。

次に図-2によって球磨材に対する取引条件の評価をみると、以下のように整理できる。①「等級区分」は「厳しい」、「普通」、「ない」をそれぞれプラス、ニュートラル、マイナスとしているが、球磨材にはマイナスはなく、プラスとニュートラルがほぼ同じ比率で存在している。②「等級区分」と密接な関係にある「梱包内の材の均質性」に関しては、回答群は「良い」、「普通」、「悪い」の順にプラス、ニュートラル、マイナスとなるが、球磨材にはプラスのイメージが強い。③「乾燥の程度」は「良い」、「普通」、「悪い」の回答をそれぞれプラス、ニュートラル、マイナスとして示しているが、ここではプラス・イメージがきわめて少ないのが特徴である。④「在庫中の曲り、割れ」はやはり「多い」、「普通」、「少ない」をマイナス、ニュートラル、プラスとして示しているが、「乾燥」についてはマイナス・イメージが強かった球磨材もプラス・イメージを獲得している。⑤「出荷能力」は「大きい」、「普通」、「小さい」をプラス、ニュートラル、マイナスとして示しているが、ここでは球磨材の評価は低い。⑥「出荷の安定性」は「安定的」、「普通」、「不安定」をそれぞれプラス、ニュートラル、マイナスに対応させているが、結果は球磨材にはニュートラルな評価が多く、またマイナスの評価もある。⑦以上の結果をふまえて総合評価をみると、「上の上」、「上」、「中」、「下」の4段階に区分しているが、結果は図のように球磨材は「上」以上のウェイトが圧倒的に多い。

このように市場における球磨材の評価は高い（もっともこれらの調査が九州内の市場を対象としていることから、球磨材、とりわけ芯持ち柱や土台角の主要な出荷先である京阪神、中京、首都圏での評価が不明な点はあるが、球磨材に対する評価としては一定の信憑性があるとみてさしつかえない）。しかし商品の取引条件としてきわめて重要な「出荷能力」及び「出荷の

安定性」に関しては問題があり、今後の課題となるだろう。

5. 球磨地域の木材市場の現状

現在、当地域には5つの木材市場（人吉木材市場、上球磨木材市場、湯前木材事業協同組合、県森連球磨共販所、人吉素材流通センター）が開設されており、年間の取り扱い量（原木及び製品）は18.6千 m^3 に達している。国有林への依存度が低下している球磨地域では、市売市場の果たす役割は今後ますます増大していくことはまちがいない。

ところで熊本県の木材市場は、昭和40年代後半以降2つのタイプに分化していった。すなわち1つは、人吉木材市場のように原木市場化への道をたどったものと、上球磨木材市場のように地場消費製品市場としての性格を強めていったタイプの市場である。人吉木材市場の昭和61年の取り扱い量は4万 m^3 弱であったが、これを樹種別の割合でみると、スギ4割弱、ヒノキ3割弱、マツ及び広葉樹3割弱となっており、ヒノキの占めるウェイトは大きくない。事実市場は、広葉樹の銘木の集荷・販売を看板にしている側面が強い。これに対して上球磨木材は、昭和50年代に入ってヒノキ製品の集荷に力を入れている。製品の取り扱い量も年々増加し、現在では3千 m^3 /月となっている。製品の出荷者は球磨地域の製材工場が大部分を占めている。一方買方は九州内が圧倒的に多く（87%）、残りの15%は関西・中京方面へ出ているという。また素材は、ヒノキの割合は35%（この他スギ55%、モミ、ツガ及び広葉樹10%）とそれほど多くはなく、しかも間伐材が65%を占めている。素材の出荷者は地域内の素材業者と森組が7割を占め、残りの3割を郡外及び宮崎県（西都、小林など）の業者が埋める形になっている。

このように球磨地域における代表的な木材市場の現状をみると、「球磨検」を支えるヒノキの原木の集荷力は大きくない。むしろ現在ではヒノキの原木は熊本市へ集まっているし、こうした傾向は今後も続くものと考えられる。このなかで、従来の「球磨検」の銘柄も「熊本検」という名称に転換されつつあるのが現状である。

6. むすび

これまでみてきた球磨地域のヒノキをめぐる動向を、球磨産地の崩壊過程とみるのか、あるいは球磨産地の県レベルへの外延的な単純拡大（「球磨検から「熊本検」への変化」と位置づけるかは議論の分かれるところであるが、次の点だけは確かである。すなわち球磨地域が地域産の良質な人工林ヒノキに依拠した形で、それを製品化（「球磨検」）出荷するシステムが地域

内で完結することが困難になり、森林資源の側面から崩されつつあることである。

もし当地域が、地域特化商品である「球磨松」を軸として展開していこうとするならば、木材市場による原木（ヒノキ）の地域外集荷力を強化せざるをえないし、製材工場もこれまでの分散的な生産活動から、2

次加工工場（良質ヒノキをより集約的に加工するものとして）の開設も含めた地域一体となった製材組織へと再編せざるをえないだろう。

こうしたなかで、先述の「球磨松」の高い評価を維持し、ヒノキ資源の成熟に対応すべきであろう。

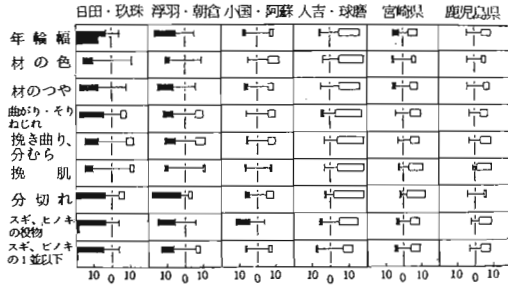


図-1 産地別の製材品の商品性（品質）

出所：熊本県林業振興課『熊本県産材流通実態調査報告書』，昭和61年3月，56頁。

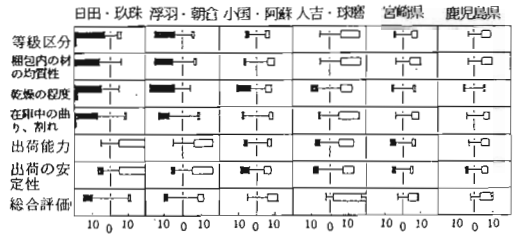


図-2 産地別の製材品の商品性（取引条件）

出所：前掲『報告書』，59頁。