

ECOシラ合板とペーパーウッド

滝澤ベニヤ株式会社 取締役営業部長 滝澤 貴弘

<http://www.takizawaveneer.co.jp/>

はじめに

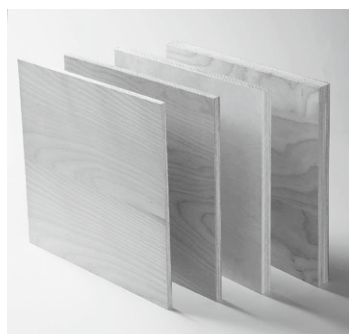
当社はシナ、カバなどの広葉樹を材料とした単板、合板の製造を得意とするメーカーです。昭和11年の創業以来、原木1本1本について、どのように加工すればより付加価値を高めることができるのかを重視し、多品種少量生産で事業に取り組んできました。

単板では家具や楽器用単板、スタレなどのインテリア用単板、体育館等の床に使用される厚物単板、合板用単板を製造してきました。合板では学校の下駄箱やロッカー、図書館の本棚、牛乳パックなどの箱を作る時に使用される抜型向けの合板がかなりの割合を占めています。

なお、製造時に使用される接着剤にはシックハウス症候群の原因物質とされるホルムアルデヒドを一切含まないものを使用し環境にも配慮してきました。

元々は芦別市の豊富な資源(面積約9万haのうち約9割が森林)を背景に操業を開始しました。戦後の伐採による地元の森林資源の減少や丸太の内外価格差の拡大などから外国産丸太の扱いが増加し、原木調達における道産材の割合は約4割程度にまで低下しました。しかし、近年は外国産材の価格上昇などを契機に、原点回帰を掲げ道産木材活用に力を注いでいます。

道産の白樺材を使用したECOシラ合板



道産材を使用するに当たり、一番重要なポイントは循環型であることです。その点で当社が注目したものは白樺間伐材です。白樺は他の広葉樹に比べ成長が非常に早く、道内の広葉樹で最も資源量が増加している樹種ですが、今までは商品価値がないものとされ、パルプ用として使われるか、山にそのまま放置されることが多かった樹種

です。

日本ではこの白樺を合板にするという発想はあまりありませんでしたが、海外では白樺を使った合板は広く認知されており、日本にもフィンランドやロシアから大量に輸入されています。また、日本では高級合板として広く出回っていたので、道産の白樺でも高品質な製品を作ればかなりの需要があると判断し、2009年から商品開発を開始しました。これまでに培った技術に加え、単板選別、仕組みに今まで以上の気を配り、海外の白樺合板よりも美しい断面をもった合板が完成しました。

白樺の原木は細いものが多く、合板として使用できる品質の原木が1伐区から出材する量が少ないので、集荷が困難という問題もありましたが、協力業者との細かい打ち合わせによりこの問題を解決することができ、コストを抑えることができたため2010年3月にECOシラ合板という製品名で販売を開始しました。現在、主に店舗什器、テーブル天板用、住宅部材用、音響用、公共建築物内装用などの分野で使用されています。

また、昨年10月に施工された公共建築物等木材利用促進法の後押しもあり、現在需要が高まっています。

道産木材にデザイン性を加えた新たな合板ペーパーウッド

ECOシラ合板と同時期に販売を開始したもう一つの新商品ペーパーウッドは「合板＝単板と単板を貼り合わせて作った板」という概念を超えて、板の間に色の着いた再生紙を挟み込んでできた全く新しい合板です。今までは着色した板を使って木口に色を見せた合板もありましたが、途中で色が剥げる、あまりきれいな色に染まらない、色むらがあるなどの問題で市場に広まりませんでした。しかし、ペーパーウッドはその点を解消しました。また、切削方法を工夫するとデザイン性を飛躍的に高めることができるのも特徴の一つです。(例えば斜めにカットすることで360°どの角

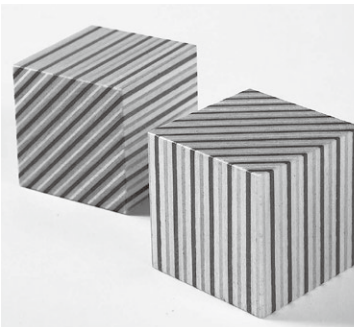


度から見てもきれいなストライプを見せることができ、くり貫くと曲線模様に見せることも可能です。）

種類は、白さが特長のシナ積層合板との組み合わせでカラフルさ

を際立たせたシリーズや、上記のECOシラ合板と組み合わせたシリーズがあります。従来は30mm、24mmといった厚物のみの販売でしたが、棚板などに利用したいという声も多く、現在17mmと10mmの新シリーズも試作を終え、今年中に販売を開始する予定です。

開発のきっかけとなったのは2009年東京ビッグサイトで開催されたインテリアライフスタイル展です。合板研究所(ドリルデザインとフルスィングというデザイナーとで作ったユニット)が展示していたペーパーウッドで作った家具に目を引かれ、合板(素材)としての共同開発を働き掛けました。合板研究所ではフルスィングの工房



で小物家具などは製造できましたが、大きな製品は作ることができませんでした。また合板研究所でも合板としてのペーパーウッドの可能性も考えていたので、すぐに当社で試作をすることになりました。

合板開発で苦労した点は、設定した厚みにすることです。ペーパーウッドは普通の合板に比べて薄い単板を用いた層の細かい合板であるため、1枚1枚の単板の精度がないと最終的な厚みが大きく変わってしまいます。また、間に挟む紙が接着剤の水分を吸収し、膨らむことで理論上の厚さと実際の厚さに誤差が生じる



などの問題がありました。実験を重ねることで、これらを解消し品質を安定させました。また、紙を使うことで強度の問題や反りの問題も

ありましたが、紙と単板ではなく紙と合板を挟むことでこれらの問題を解決しました。林産試験場での曲げ強度実験でも普通合板と同じだけの強度が出るということがわかりました。

環境に配慮した合板であることや、優れたデザイン性を認められ、雑誌やテレビで紹介され、また昨年度、合板では史上初のグッドデザイン賞を受賞したことで認知度は高まっています。

輸入合板との差別化で新規需要を創出

これらの2製品の販売はこれまでの商社、問屋を通じたルートに加え、「環境」や「デザイン」を切り口に展示会などを通じ、建築設計事務所などにPRし新たな販路開拓に取り組んでいます。現在国内では、住宅需要の低調さなどを背景にした木材需要の伸び悩み、環境保護や自国産業育成に向



けた原木輸出国の規制強化（外国産丸太の価格の上昇）、新興国の加工技術向上による競争激化、急激な円高により輸入製品の低価格化などから、事業環境は激しさを増していますが、当社では循環資源の有効的活用により、安定供給と循環型資源の育成を図ることで、仕入れ価格を安定させ、更に付加価値向上に力を注ぎ、輸入合板との差別化で新規需要を創出し、販路拡大を目指していこうと考えています。

北海道は日本の中でも木材資源に恵まれた土地であり、道内経済活性化に向けてはその有効利用は欠かせません。今後も道産木材に新たな付加価値を付け、全国、そして世界に北海道産木材をPRし、販路拡大を目指したいと思えます。

※ご希望の方には、資料・サンプルを差し上げますので、ご連絡ください。