

北いわて木炭産業振興協議会による首都圏ニーズ調査

1 調査の目的

岩手木炭の実需者や消費者が使いやすい木炭の製造・販売方策を検討するため、久慈・二戸地域の連携により、同協議会の木炭生産者と「日本一の炭の里構想づくり推進協議会」の合同で、12月に首都圏の下記の3箇所でニーズ調査しました。

2 都内3箇所の調査概要

(1) 東京燃料林産株式会社

先ず、中央支店の倉庫を視察。ここは都内の薪・木炭・灯油を扱っており、薪は全て福島県産から中部地方産に仕入先を変更。木炭取扱量は約3,000tで、輸入炭は1割まで半減し、国産木炭の8割は備長炭、1割強が黒炭、その他はオガ炭。黒炭の大半は岩手木炭で在庫は品薄でした。

本部の社長からは、夏場・冬場にかかわらず岩手県だけで生産地価格が乱高下することから、価格安定を強く要望されました。また、岩手木炭はバーベキューに最適ですが、初心者には火の付け方が難しいので、着火方法や着火剤などの容易な着火の情報提供、更に少量梱包やエコ商品にPRも必要との意見がありました。



(2) 株式会社白鳥

かつて、東京燃料林産(株)と同様に薪や木炭の間屋を行っていましたが、現在は縮小して木炭燃焼機器と一緒に木炭や灯油を扱っています。岩手木炭は全商品の2割程度、その他ニーズにより住宅調湿炭、消臭炭、オブジェなど多様な商品をインターネットでも販売しています。

岩手木炭は火鉢用の炭として評判が良く、根強い人気があるが、近くのお客さんには6kgでは大きいので2～3kgの商品があってもよいとか、産地の価格安定の要望がありました。



(3) 株式会社秋吉グループ東京本部

秋吉は福井県に本社のある炭火焼の焼き鳥チェーン店で関東に12店舗を展開。木炭は全て東京燃料林産(株)が供給し、主な産地は岩手県と北海道ですが、求められる品質は跳ねたり火が飛び散らず、岩手木炭と逆の柔らかくてすぐに灰になる炭で、生産増が望まれました。

3 今後の取組み

調査結果を踏まえ、産地の安定価格と供給体制づくり、多様なニーズへの対応など、今後の販売プランの検討を行っていきます。