

マンケランバーの独占販売権獲得

米松製品の取扱いトップに

インターフォー

インターフォー(カナダBC州バンクーバー、ダンカン・デイビス社長CEO)がマンケランバー(米国ワシントン州、チャールズ・マンケ社長CEO)の日本・中国における独占販売権を獲得した。マンケランバーは年間製材生産能力2億PF(約47万立方尺)規模の中堅製材企業だが、日本向け取引の歴史は長く、米松製品ではコロンビアピスタと並び最大手の一角だ。マンケランバーの独占販売権を獲得したことでインターフォー(東京都、岩見尚浩支社長)は、北米産米松製品では4割超のシェアを取り扱う突出したトップサプライヤーとなる。



ホフアー シニアバイスプレジデント

売分から、マンケランバーの日本向けの独占販売権を取得する。マンケランバーは、ワシントン州タコマに拠点を置く家族経営の中堅製材企業。ワシントン州に、製材工場のタコ

マとサムナー、加工のシエルトンの3つの製造拠点をもち、日本向けはサムナー工場から出荷している。日本向け出荷品目は、米松小角(90、100、120ミル角)が55%

、残りは割物(45X90、105ミル)、タルキ(45ミル角)などで、すべてKD材。インターフォーのエンジニアリングやコロンビアピスタの日本向け米松製材は、小角が中心だった

め、販売権取得はインターフォーがマンケランバーに譲り、米松割物という新市場獲得のチャンスともなる。また今後、市況次第だが、タコマ工場からの平角の日本向け出荷も検討する。

マンケランバーの月間日本向け供給能力は約9000立方尺だが、14年第2・四半期以降は日本市場の低迷もあり成約が大幅に落ち込んでいた。そのため、日本事務所に常駐スタッフを置き、米松製品を専門に取り扱うインターフォーがマンケランバーの販売窓口とすることで、シェア回復を狙う。

インターフォーは、2009年に米国の北西部沿岸の製材大手、コロンビアピ

スタの独占販売権を獲得し、以来、コロンビアピスタの日本向け輸出を大きく伸ばした。そうした実績も評価されたものと見られている。

「日本市場と米材製品を熟知した当社ならではの独自販売戦略を展開していく。供給・品質の安定化はもちろん、最終需要家のニーズに適った製品づくりも進める。それがブランド戦略につながると思っている」と語った。

販売権獲得に尽力したインターフォーのステューブ・ホフアーは、「インターフォーとマンケランバーは今後、原木購買でも協力体制を敷き、丸太調達で効率化を図る。日本、中国市場の拡大を目指し、協力してニーズを開拓していく」と述べている。

万立方尺規模となる見通し。原板やディメンションランバーを加えると、日本向け米松製品の4割超を同社が担うことになる。

インターフォーは、岩見尚浩支社長は、「日本市場と米材製品を熟知した当社ならではの独自販売戦略を展開していく。供給・品質の安定化はもちろ

年M&Aを積極的に行っており、北米の製材会社としては、キャンフォー、ウエストフレーザー、ウエアーハウザーに次ぐ4位の生産規模に位置している。

販売権獲得で、インターフォーがマンケランバーの日本向け米松製材の供給量は、エ

「日本市場と米材製品を熟知した当社ならではの独自販売戦略を展開していく。供給・品質の安定化はもちろ

販売権獲得に尽力したインターフォーのステューブ・ホフアーは、「インターフォーとマンケランバーは今後、原木購買でも協力体制を敷き、丸太調達で効率化を図る。日本、中国市場の拡大を目指し、協力してニーズを開拓していく」と述べている。

インターフォーは、