

旭川木材青壮年経営者協議会会長

上 坂 勝 司 氏

聞く人

(社)北海道林産技術普及協会専務理事 北村 維 朗



「行動こそ真実だ」

北村：木材青壮年経営者協議会（以下、木青）の会長という大役ご苦労様でございます。会長としての抱負などを伺いたいのですが、まず読者の皆様に木青の概要など、ご紹介いただきたいと思います。

上坂：道北には、旭川、富良野、上川、美深、宗谷のそれぞれに協議会がありまして、旭川では45企業が参加しております。会員は2代目社長が中心となりますが、年齢を50歳までとして、幹部社員はどなたでも参加できるようにしています。50歳を超えた方にもOBとして参加していただいております。建築、教育、家具、「木（気）になる委員会」という4つの委員会がありまして、それぞれユニークな活動を行っております。

北村：木青の役割をどのようにお考えでしょうか。

上坂：まずは会員間の親睦第一と考えております。ただし、最近の変化の激しい経済・社会の情勢に対応しなければならないということから、会員の間で学習意欲と研究心は非常に高まっております。これまでの木材経営者は、独自の世界に閉じこもりがちで、異業種のことを知らな過ぎたという反省もあります。

こういった会員の要望を踏まえて、各種の勉強会を開き、さまざまな行事に積極的に参加してゆきたいと思っております。今年、木青の二大事業として、「学童に木製の机の天板を贈る事業」と、「建築の木質化を推進する事業」を進めていますが、こうして木材を盛んにPRしているのに、実は私たちはさっぱり木材のことを知らないのです。どうして木がよいのか、ムード的にしか分かっていないわけです。人々に「木の良さ」を主張する以上、それを正確に説明できなければなりません。私たちは、木材に関連して、すべてのことを勉強しなければならないのです。5月に林産試験場の幹部の方々と懇談会を持ちましたが、これ

もその勉強会のひとつでした。5月には旭川市長との対談を持ち、「駅裏再開発」問題を話し合いました。今までは、私たちの内輪での勉強会という性格のものが多かったのですが、このような形で、今年は外に出て行き、外の知恵を取り入れることを積極的に考えてゆこうと思っております。この次は、行政の人々と話し合いの機会を持ち、木青の建築委員会を中心にして、例えば旭川市の都市建築部の皆さんとか、いろいろな方々をお呼びして、「街造り」をテーマにした勉強会を考えております。ここには東海大学の先生方もお呼びするなどして、「木の良さ」を総合的に、本質的に学習し、理解して、これを木材のPRに役立ててゆきたいと思っております。

変わりつつある木材産業

北村：今、なかなか難しい経済情勢の中にあって、木青が、大健闘されている様子をお伺いしたのですが、現在の景気についてはどのように見ておられますでしょうか。産業全般では、動向指数が50%前後を上昇したがり下がったりで、危ない綱渡りのような状況だと聞いておりますが、周囲を見渡すと、住宅の建築現場があちこちに見られますし、リフォーム工事も盛んなようですが。

上坂：来年の4月1日に消費税が5%に上がりますね。住宅金融公庫の利率も上がってくるのは確実です。そこで今年中に建ててしまおうという力が働きますから、昨年よりは住宅着工は若干伸びるだろうとみております。建設省の予測でも、155万戸と予測しております。去年が143万戸ですから10%程上がると見てもよいでしょう。

ただし、私どもの木材産業が、住宅着工数が伸びたからといって、そのままの率で伸びてゆかかという、それははなはだ疑問です。なぜかという、昨年の例

でいいますと、北海道の住宅着工数は10%縮小しました。しかし、その中であって、2×4住宅は15.3%伸びているのです。ということは、在来構法住宅でいえば、住宅着工数の低下率よりはるかに落ちていることを意味しているわけです。したがって今年度は住宅着工数は10%伸びても、在来構法は前年度並みか、悪くゆけば前年を下回るのではないかと。そういう厳しい状況が現実であります。

それから、価格破壊ということで、流通の簡略化が急速に進行しておりまして、大手のハウスメーカーもある程度以上のロットがあれば、自分で直接アメリカとかスウェーデンとかに行き、部材を買ってくるという時代になっているわけです。2×4の部材などは、ハウスメーカーさんが、直接海外から買入れて、木材屋の出番がないという状況になっているわけです。こういう現実を見ますと、このまま、今まで通りのことをやっていたのでは、事業はだんだん縮小に向かわざるを得なくなってしまうのではないかと思うわけです。

木材産業はどこに行くか

北村：今年1996年、次のオリンピックは21世紀の開幕で飾られるのですが、21世紀に向かって、産業構造も社会構造もすっかり変わったものになってゆきそうに見られるわけですが、木材産業という、ある意味で特殊な産業はどのように変化してゆくと見ておられますか。

木材産業というのは、その特徴として、ひとつには、地域の資源、つまり地域資本、天然資源、マンパワーに根差していること、2番目に、技術力、資本力、マーケティング力が、大企業に比べて弱い中小企業によって、という要素があると思いますが、これらの要素についてどのような対応が考えられますか。

上坂：地元にある資源は、現状を見ますと確かに減ってきているわけですが、決してなくなるわけではありません。地元にある資源の利用をいかに効率化してゆくか、ということと、外材が入ってくる間は外材をどのように組み合わせてゆくか、という問題になると思います。

地元資源といえば、カラマツですが、ヤニが多いだとか、狂いやすいだとかいろいろな問題があるのかとは思いますが、資源がだんだん減ってくれば、技術は既に出て上がっておりますから、産業資源として確実に利用されるようになってくると思います。ただしそ

の使われ方が、今までの在来構工法といった、固定観念ではなく、例えば、パネル工法でどのようにやるかといったことになると思います。間伐材も、今、新得の方で、2×4の部材として製品を考えておられるということで、既に工場も稼働していると聞いておりますが、そのように利用の形はどんどん変わってゆくと思いますが、地元資源は、技術を開発しながら使われ続けてゆくと思います。小径材も「角」で使うのではなく2×4の「板」で考えれば、十分に可能性があるわけでありまして、正しい乾燥が不可欠ですが、構造用集成材として当然利用できるわけです。

現状では、まだいくら太いものが山元であり、海外からやって来たりしておりますから、海外産の大径材に指向する傾向がありますが、この状況はいつまでも続くとは思われません。現に、今も円安になっておりますし、この先どのようになるか分かりません。地元資源は必ず利用されるようになるのが、自然の流れだと思います。ところが、今は円レートや海外事情に大きく左右されているわけでありまして。例えば、広葉樹についていえば、ついこの間まで、中国から原木が大量に入っていたものが、今年、ナラ、タモはほとんど中国から入ってきていません。ロシアがこれに取って代わっております。こうして状況は時代と共に刻々と変わっているのです。それは一気に変わる変化としては認識されませんが、5年、10年のスパンで見れば確かに動いております。こういうことで、外材にしても、産地が次々に変わってゆくということになるでしょう。こういう中で、どのように対応してゆくか、という問題になると思います。

それから、私たち中小企業としての、最大の課題は、労働力の高齢化を含めたマンパワーの問題だと思えます。私たちの工場の年齢構成を見ると、確かに高齢化が進んでおります。これに対しては、工場を明るくするとか、暖かくするとかの対策が必要になります。そのためには新規の設備投資は必要ですが、それによって働きやすい環境を整備してゆかなければならないわけでありまして。こういう地道な努力を続けてゆけば、マンパワーの問題もクリアされてゆくと思っております。ただ、製材工場は一般に低付加価値分野ですから、収益が上げにくいだけ、設備投資が難しいわけでありまして、行政からの支援が不可欠だと思えます。今、行政も「山づくり」を真剣に取り組んでくれますが、山に木を植えた後、製材工場がないと、良

い山にはならないわけですから、「山づくり」の一環として製材工場の環境改善に支援していただきたいと思います。

地域と共に

北村：木材産業にとって、これから先も地域との関係は大変に重要になってくると思います、地域の活動に積極的に参加して、地域の文化を住民と共に築き上げてゆくというスタンスが重要になってくると思います。地域の特産材を活用した施設の建設に協力したり、各種のイベントに参加したり、公共の福祉事業に協力したりすることは、企業活動にとっても重要な要素になってきそうです。こういったことが、新しい需要の形成につながってゆくのではないかと思うわけです。木青が学童に木製の机を寄贈するという事業は、こういったことのひとつだと思われるわけですが、この事業のことをもう少し詳しくご説明願えないでしょうか。

上坂：これは、私たちのメンバーのひとりである高橋秀樹氏（昭和木材社長）が、上川円卓会議のメンバーでして、この会議のヘッドは前の鷹栖町の町長さんで、上川支庁長さんもそのメンバーになっていただきましたが、その会議の中で、地域の活性化に貢献するために、具体的に何をしようかという話になりまして、その出発点として、学校に目を向けたわけです。学校の教室の中にもっと木を使ったら、それも地元の木を使ったら、教育、文化、経済等、いろいろな側面から見て大変よい結果を生むだろうという話になり、学童机の考えが出てきたわけです。

実は、こういうアイデアは以前にも一度出てきておりまして、昭和62年に旭川地方木材協会が、旭川市の近文小学校にかなり数の木製の学童机を寄贈しております。ところが、この事例を検討してみたところ、机の価格に問題があることが分かってきたわけです。その当時、机と椅子のセットで、3万円から3万5千円ぐらいだったはずですが、今、普通の学童机と椅子のセットは7千円ぐらいですから、なんといっても高い。いくら慈善事業だといっても、同じ金額ならば、受ける対象は多い方がよいわけで、何とか単価を安くする工夫はないものかと考えたわけでありました。

そこで出て来たのが「天板」の寄贈です。机の天板が本当の木に変わっただけで、子供たちは「木の良さ」を認識し、楽しむことができます。この天板は取り外しができ、1年生から6年生まで進級の時に自分のも

のとして持ってゆくことができます。傷みがひどくなれば、裏返しをして使えるようにしました。このような工夫が、モノへの愛着の心を育み、木材への理解を育てることにつながってゆくだろうという発想です。また別な面で見ると、単価が1万円以上のものは、事務管理上、備品として取り扱わなければならないので、学校でも市役所でも、取り扱いが煩雑になるので、単価は1万円以下にしようということになりまして、1個当たり9千5百円ということになりました。

それから、私たちの木材業界はどうも内部に閉じこもりがちで、外に広がってゆかないということを感じます。それは行政や異業種の方のおつき合いが少ないというのがその理由だと思います。そういうことから、旭川の「街づくり」の話も木材業界には中々入って来ないというのが現実です。そういうことから、木材業界が行政の人たちと接触するのは、困っている時だけで、「困った時の神頼み」ならぬ「困った時の官頼み」で、景気が悪くなって、製品が売れなくなると、始めて、役所に行って、「フローリングを使って下さい」とか「木材をもっと使って下さい」とかいった陳情になるわけです。そうじゃなくて、普段から行政を含めた外部の方々との交流を広げて、業界の情報力を高めてゆかなければならないと思っていますところ。

こんな理由から、木材業界もいろいろなイベントに積極的に参加してゆくことが必要ではないかということから、そのために、まず第一歩として、行政や異業種のかたがたやできるだけ広い範囲の人々と交流する、勉強会を始めたということです。

中小企業は有利

北村：さて、難しい中小企業の問題ですが、中小企業は全ての点で、大企業に比べて不利を免れ得ませんが、「小回りが利く」という点では中小企業の方が有利で、この利点を十分に活用できるかどうか、中小企業の生死の別かれ目になるといわれておりますね。

小回りを利かせて、いつも他の企業がまねのできないユニークな技術を持ち続けることがどうしても必要になってくるわけです。そのためには、中小企業も、「1企業1技術」をモットーにして、積極的な技術開発に努めてゆくことが大事だと思います。

それから、情報化時代がいよいよ本格化してくる情勢ですが、例えば、中小企業がインターネットをフルに活用できるようになれば、ホームページで世界中に

PRができるようになり、世界中の情報が瞬時に手に入るようになり、大商社の手を借りなくても世界中と直接取り引きができるようになるわけで、大企業となんら差がなくなってくるとも考えられます。このことについてどのようにお考えですか。

上坂：その通りだと思います。私たちの木材産業は大変特殊な産業だと思っています。木材産業は中小企業にぴたりと合った産業だと思っております。それぞれの特定の地域の木材について、きめ細かな情報が不可欠なのが、木材産業ですから、これはそれを専門的に行っている中小企業でなければ、とても処理しきれものではありません。

例えば、どこの産地の、何という樹種の、どの部分はこういう性質で、こちらの部分はこういう性質だといった細かい情報は中小企業の最も得意とするところ。また、谷をひとつ越えれば違う性質を持ち、木の一本一本でも違う、一本の中でさえも、部分によって違うということですので、大企業ではとても扱い切れません。なおかつ相場があって、値段の上り下がりがある。エンドユーザーも細かい要求をしてくる。つまり「小まわり」を利かせないとやってゆけない業種だと思います。木材に関しては中小企業は生き残れる条件を持っていると私は思っております。

それから、情報の国際化についていえば、もう既に相当進んだ状況にあると思います。私たちの仲間もそうなのですが、皆さん積極的に海外に出て行っておりまして、海外との直接取り引きは常識的になっております。こういった状況は既に10年程前から盛んになっておりまして、原木取り引きに関していえば、ほとんどの方が海外に行って直接取り引きをやっているという状況です。直接取り引きは、ロシアのように今のところ、禁止されている国もありますが、中国もかつては友好商社だけに取り引きが認められていたのですが、いまでは自由化されています。いずれロシアも自由化されるはず。木青の会員の皆さんも、商社抜きで、直接一人で海外に出かけて行って、現地で自分でLC（信用状）を切って、通訳を雇い、取り引きをまとめてくるということをやっています。このように、取り引きは昔に比べて非常に短絡化しております。インターネットでの製品の紹介や取り引きはまだやっていないと思いますが、いずれはこれが普通になってくると思っております。

木材は永遠の材料

北村：木材は人々が本能的に求めている、特別な材料であり、健全な地球が存続する限り、供給を続けられ永遠の資源であり、人類にジャストフィットした基本的材料だと私は思っているのですが、この木材を扱う木材産業の将来をどのようにお考えですか。

いろいろなアンケート調査の結果を見ますと、ほとんどの場合、「できれば木材を利用したい」という解答が大勢を占めております。木材はヒトが本質的に求めている材料だという見方があります。素人でも、子供でもある程度の加工ができる便利な材料です。資源として考えた場合は、地球上にまずまず普遍的に存在する材料で、建築材料として不可欠な要件である「安い」という条件は備わっていると思います。

建築材料としての木材は「安く」なければならぬのであって、そうでなければ他の材料に移ってってしまうのですが、ただ「安い」というのはどこに目をおくかによって変わってくる概念です。生のままの製材を見た時に「高い」と感じて、これから先の加工の手間やコストを考えると「安い」かも知れないし、耐久性を考えれば「安い」かも知れないし、曲げ剛性といった性能指標で比較すれば「安い」かも知れないし、満足感といった精神的な価値が指標化できれば、その満足感あたりの値段が「安い」のか「高い」のということになります。

消費者がどこで「安さ」を感じるのか、消費者の研究も必要だし、観念の誘導といった情報戦略も必要になってくると思っております。

上坂：わたくしの私見をいわせていただきますと、一般に、住宅を建ててローンを払い終わるまで、25年かかります。その25年から30年の間には一般に家族構成が変わります。5歳の子供は30歳になって結婚して、出ていったり、2世代同居になったりします。

そうした場合、RCの建物では間取りの変更は容易にできません。壊すにしても容易ではありません。この点、木造住宅、とくに在来構法の住宅は間取りの変更が容易です。このように、木材が「手直し」がきくというのは大変好ましい長所だと思います。こういった長所のアピールは今まであまりなされていなかったように思います。家族構成の変化は必ずあるものであり、これに対応できるのは何ととっても木造住宅です。その中で構造はしっかりとした状態が維持されるのか、断熱性はどうか、といった保証を与え担保

するだけの技術と情報がしっかりしていなければならないということになると思います。こういうものさえあれば、木造住宅というものは、人が住む建築物としては、最も優れたものだと思います。

また、エンドユーザーの方々々に聞いてみますと、たくさん木を使いたいというのが本音のようです。しかし、私たち木材産業は、木材を素材として提供しているのであって、「商品」として提供する場合が非常に少ないのです。素材として大工さんに提供する、大工さんは「手間がかかるから高いんだよ」と施主にいいます。それならば工場ラインで切削して、塗装までして商品化すれば、エンドユーザーも納得しやすいわけです。それが、現在の私たちの木材業界は工務店には目を向けていても、エンドユーザーである施主さんにはほとんど目を向けていないという状況です。エンドユーザーの皆さんの「木は良いものだ」という認識は私たちよりも強いものだと思っております。そして「木を使いたい」と思っております。ただし彼らは「木は高いものだ」と思っております。

しかし、現状はというと、今1戸の住宅を建てた場合、木が使われている部分は決して多いものではありません、構造材部分が全部木材だとしても、建物の金額の5%から10%といった程度のものでしょう。ところが、一般の認識は「木が高いから住宅が高い」というものです。現実には木材の単価は昭和49年より下がっているのです。それをいうと一般の人は驚きます。それにしても住宅は高くなっているからです。高くなっているのは、システムキッチンになったり、窓が高級になったり、建物全体が高級化しているのがその原因です。一般の人々にはまだまだ誤解があるようです。

私たちの木材産業のサイドにも問題があります。エンドユーザーがフローリングはムクのものを使いたい、外壁も木材でアクセントを付けたいと要求しても、それにすぐ応えられる態勢ができていないかといえば、そうはなっていないのが現状であり、消費者への情報活動とともに、業界自体の努力が足りないところではないでしょうか。

これまで、北海道で製材を^ひ挽いている場合、消費地がすぐ近くの建築現場にあるため、輸送などのコストを考える習慣が育たなかったと考えられます。そこでほとんどマーケットという概念がなく、工務店にだけ目が行っていたということではないでしょうか。消費者に目を向ければ、足元にPRすべきこと、研究すべ

きこと、技術開発すべきことがたくさんあるはずですよ。こういったことが、今後私たちがやらざるを得ない課題だと思います。

木材産業の「先端」化

北村：ところで、コンピューターが常識的な世の中になってきましたが、一般に木材業界の中でのコンピューターの利用状況はどんなものですか。

上坂：非常に一般化していると思います。コンピューターといっても、経理システムとか、在庫システムなどが中心でして、数量化された、経営上の確な情報を得たいということで利用するわけです。

北村：林産試験場のPRになりますが、試験場の経営科で「製材業の経営分析支援システム」というソフトを発売しております。大変使いやすいという評判なのですが、実践の舞台で使ってみなければ本当のことは分かりません。どちらかで実際に使っていただけるといいと思っているのですが。経営科に行きますと実際に運転して見せてくれます。ぜひこれを木青の会員の皆さんにPRして見てください。

それから、私は林産試験場で化学関係の仕事をしてきた期間が長かったのですが、いつでも、木材工業が化学的な事業を取り入れることを期待して仕事をしてきたのですが、なかなかそういう時代がやって来なかったわけです。

北大の名誉教授の笹谷先生に、木材中に含まれる有用な化学成分について解説をお願いして、近いうちに、当協会の機関誌の「ウッドイエージ」に掲載させていただこうと思っております。木材中の役に立つ成分に着目して、これを商品に持ってゆくことは木材産業の将来の課題だと思いますが、この点についてどのような見通しを持っておられますか。ファインケミカル技術の導入、異業種との融合、といったことになるわけですが、将来を考えるとそろそろ関心を持たれてもよいころだと考えますが。

上坂：私たちは普段木材を扱っていても、いろいろな意味で知らないことがたくさんあります。その意味で勉強会に力を入れている訳ですが、先日も林産試験場の幹部の方々との懇談会でいろいろと学び取ることでも多かったと思います。例えば、木材は多孔質で、その中に空気が一杯詰まっているから、暖かみを感じられるのだといった知識を得たわけですが、私たちは木材はよいものだという認識は確かに持っているのです

が、「どうしてよいものなのか」を問われた場合、それに答えられる知識を持ち合わせていないわけです。そこで今、資料を積極的に集めて、いろいろな側面から見ての木材のよさを勉強し、PRに利用してゆこうと思っているわけです。その中には、有機物としての木材のよさや、放射能を吸収することだとか、いろいろあります。そういった中でバイオテクノロジーや有機化学の知識を高めてゆきたいとも思っております。オガコやパークがどんな機能を持っているか、中にどんな機能性物質が含まれているか、おおいに知識が求められるところです。世界の人口が57億とか58億とかいわれておりますが、人口増加の趨勢を見ても、世界が求めるものはどんどん変化してゆくでしょう、5年先10年先の世界が求めるものは今とは非常に違ったものになっていることを予測しなければなりません。その時、木材に求められるものは、今とは随分違った形になっていることを覚悟しておかなければならないと思います。

北村：産業の将来性を考えた場合、どうしても研究開発努力というものが必要だと思われませんが、地域の中小企業の研究開発努力を支援するという目的で、林産試験場のような公設研究機関があるわけですが、公設研究機関の活用についてどのようにお考えですか。

研究開発活動が、個々の企業としては、負担が大き過ぎるとすれば、木青のような団体がまとまって、研究機関と連携するとか、個別企業に活用を支援するといったことも考えられますが。

上坂：研究開発努力の土壌づくりのようなことを、私たち、木青協が中心になって始めているという段階だと思っております。

今回始めて、木の天板の事業で、道の補助金をいただきました。また、木材普及協会の事業ということで、研修費の補助がいただけるというご案内を道庁の方からいただきましたので、これを利用していただいて、私たちの会からも資金を出して、講演会を持とうと企画しているところです。こういった形での勉強会や研

究会を今後、積極的にやってゆきたいと思っております。私たちの親団体として、木材協会などがあるわけですが、フットワークという点で、私たちの方がやりやすい面がありますから、こういった方面の仕事は木青の仕事と考えて積極的にやってゆきたいと思っております。「行動こそ真実だ」というのが私たちのモットーです。

北村：最後に、私たちの林産技術普及協会のことで、私たちの努力が足りないせいか、業界の中でどうも存在感が希薄のように思います。もっともっと業界から、ご提案をいただくなり、何か主体的に協会の事業に参加していただくなりを期待しておりますが、その中で木青が積極的な役割を果たしていただきたいものだと思っております。その方面も、木青の会長として、ひとつ研究をしてくださいますようお願いいたします。

明日から、木青の全国会議があって、大阪にご出張、その後すぐにロシアにお出かけと伺いました。大変お忙しいスケジュールの中を、ご無理願ってインタビューをお願いいたしました。本当にありがとう御座いました。旭川木青がよい仕事をたくさんされるように期待させていただきます。

(平成8年6月3日取材)

上坂氏の略歴

昭和30年10月4日	旭川生まれ
昭和49年	旭川西高等学校卒業
昭和53年	東京理科大学理工学部卒業
昭和54年	上坂木材株式会社入社
昭和58年	同社取締役就任
平成3年1月	同社社長就任
