

カラマツ・乾燥材とともに 北海道乾燥材普及協議会副会長

よし　ざわ　はる　き
吉　澤　春　峰　氏

聞く人
(社) 北海道林産技術普及協会専務理事 北村 維朗



依然として厳しい木材業界

北村：テレビや新聞の報道によりますと、景気指標の上昇過程が岩戸景気をすでに上回ったとか、日経平均も漸く2万円台を回復したとか、好材料が出ているようですが、われわれ庶民の実感としては、まだなかなかそれを感じ取れないのですが、事業をやっていらっしゃる方々は、どのような兆しのようなものを感じられますか。

吉澤：それはないといった方がいいと思います。実は、「景気がいい」といっても、北海道の経済というのは、5%経済とか4%経済とか言われておりますように、中にはいい業種も少しはあるでしょうが、全体的にはまだまだというところではないでしょうか。

北村：そのいい業種というのはどんなところでしょうか。

吉澤：ハイテク関連とソフト産業でしょうが、それとてリストラが成功してどうやらということですから、実情はまだまだ大変のようです。

われわれの木材業界を全般に見てみると、去年は

住宅着工件数が伸びたということで、その点は良かったのですが、原木高の製品安という状況は依然変わっておりません。海外製品との競争等を含めて、依然厳しい状態が続いています。

今年の春、製材工場のいろいろなデータを見せていただきましたが、針葉樹の製材品売値を調べてみると、高い時、低い時がありますが、一年を平均するとマイナスだったというところが多いですね。

9社調べた中で、プラスになったと答えたのはわずか1社で、それも1立方メートル当たり、650円です。その他8社は皆赤字で、1立方メートル当たりの赤字幅は千円から2千円で、4千円というところもありました。

現実的には原木高の製品安、とくに木材業界だけ集まって、値上げ交渉ということもやっておりますが、使ってもらう人たち、例えば積算してくれる建築協会さん、土木協会さん、地域産業に指定してくれる北海道、開発局、各市町村、そういう人々に認知をしていただかないと、製材価格の改善は成功しないでしょうね。

木材屋さんだけ集まって、いろいろ会合を開いてみても、一時的な効果はあったとしても、決して長続きはしないでしょうね。

明日を信じて

北村：吉澤さんの、いつも駆け回っていらっしゃるご様子をはたから見ておりますと、私はあの坂本龍馬を思い出します。幕末の動乱の時期に、日本中を駆け巡って、日本の近代化を説いて回った、あの姿を思い浮かべるのであります。

よくいわれるよう、1997年の今は、維新前の幕末の状況に非常によく似ていますね。この先に何がある



カラカン（カラマツ乾燥材）応接セット
道産カラマツ心去り乾燥材を利用した高級感のある応接セット

のか、皆目見当がつかないわけです。

そこで、何をやつたらよいのかさっぱり分からぬ
ということで、いわゆる世紀末的風潮になってきてい
るというわけです。

坂本龍馬は明日の日本に夢を持って信じていたはず
です。風潮に流されないで、龍馬と同じように明日の
日本を信じるならば、今やらなければならないことは
山ほどあるはずです。

日本社会はすっかり成熟してしまっており、これから
先は衰退か破滅しかないといった、絶望的な議論が
よくされるわけですが、本当にそうでしょうか。

現実にわれわれの周りを見てみると、まだまだ成
熟どころか、不満だらけの社会ですね。具体的に木材
製品を考えても、まだまだ完全無欠な製品は現れてい
ません。利用者としての私たちはまだまだ不便をこら
えなければならないわけです。

これから先にやってくる社会を考えてみると、ユーザーサイドの選択権はどんどん拡大して行くことでしょう。そうすると、サービスの供給サイドは自分たちが供給するサービスについて確実なギャランティーを付加しなければならないということになってきます。そこで、もっともっとキメ細かなサービスをするための技術の改善が必要になってくると思われます。

このことを、私たちの木材関係で考えますと、たとえば、まだまだ完璧な木材乾燥のシステムはでき上がっていないわけです。製材の乾燥材比率はまだ15%くらいだといわれています。

吉澤さんが道内の皆さんに呼びかけて、全国に先駆けて、「北海道乾燥材普及協議会」というボランタリーな研究会のようなものをお始めになったのは、昭和60年のことでしたか。



新技術による道産材利用住宅

住宅の構造材・製作材に道産カラマツ（高温乾燥処理材）・トドマツを利用した高断熱・高気密住宅

乾燥材普及協議会の存在意義

吉澤：全道から48の企業の方々が集まりまして、針葉樹製材も工業化製品にしなればならない。狂わないものを提供して、信頼を得なければならぬという論議がされました。従来までは、私どもの業界、針葉樹業界では、挽いたら直ちに販売するというのが先輩から引き継いだやり方でしたが、家具屋さんとの取り引きが始まりまして、これが問題となるようになりました。

うすき 家具関係に臼杵良太郎さんという方がいらっしゃいました。この方は家具の塗装関係の方で、インテリアセンターにも関わっていましたが、この方と知り合うようになって、「良友会」という、ひとつの異業種交流会に参加しました。

その会合で、いろいろな異業種の方々とお話しした時に、臼杵良太郎さんが「木材というものは乾燥が基本なんだ」とおっしゃいました。旭川は家具の町として、評価を得ようとしている。「だから家具用の木材はビシッと乾燥が決まっていなければならぬ。それによって初めて狂わない、丈夫な家具ができ上がるのです」と言われるわけです。

一方、住宅建築部材に使われる木材は生でそのまま使われているのが当時の現状でした。北海道は自然条件が厳しい中で、冬場の透き間風、ドアの建付けの狂い、床鳴りなどのトラブルがあとを絶ちませんでした。これらは全部、木材の乾燥不足が原因なんだということを教えられたわけです。

そして「家具の親分が住宅である。家具なみの乾燥をすれば住宅も狂わないものができる」と言わされたわけです。



それまでは、針葉樹の乾燥はサービスの一環と考えられていました。乾燥経費というのは誰がやってもかかる費用ですね。今から30年ほど前には、建て主の方が2年3年かけて天然乾燥したものを大工さんに使ってもらって建てたものでした。

その時代を過ぎると、今度は建築屋さんが、1年分なり2年分のストックをしながら天然乾燥をし、それで建てた住宅を建て主さんに使っていただいたわけです。その時代はそれなりに建築の時間も十分にあった時代だったのですが、今の時代になりますと、すべてスピードが上がってきておりまして、乾燥業務を木材屋がしなければならなくなってきた状態が生まれてきました。乾燥経費は誰がやっても同じだけかかるわけですが、このことを世の中の人々に、とくに木材を使って下さる方々には、ぜひとも認知していただきなければならぬのです。

乾燥経費キャンペーン

吉澤：そういうことで、ユーザーに「乾燥」を認知してもらう運動を始めようとして、昭和60年に準備を始めて、61年に正式にスタートしました。今年で12年目になります。

当初はなかなか乾燥経費というのは認知されなかつたのですが、平成元年になって初めて、これが認められることになりました。

それでも、しっかりした乾燥製品ができて、これを旭川市に持ていって、「乾燥経費を認めてください」と陳情しても、「北海道が認めていないから」と断られ、北海道の住宅都市部を持って行くと、「国が認めていないから」と断られるという状況でした。

3年ほど活動を続けた結果、北海道でようやく認知にこぎ着けたわけです。はじめは北海道もなかなか理解してくれなかつたんですが、国が定めていないものは認められないという原則があるものですから、北海道も認められないわけです。

「建築工事仕様書」という内閣官房で出している營繕仕様書があります。その仕様書の中に「乾燥材」という規定があることを知りました。残念ながら、その中には、A種・B種だったか2種類に分かれた乾燥材が規定されていたのですが、それぞれ20%以下、24%以下ということで、古いアメリカの基準をそのまま写したものだったわけです。そういう規定はあるものの、

検査機構はないし、納入業者の木材屋もほとんどこれを知らなかつたわけで、ほとんど死文化していたわけです。

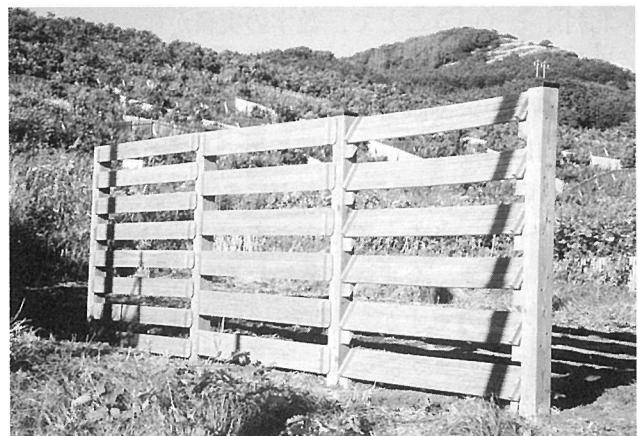
それやこれや勉強して行くうちに、だんだん分かつて来たのは、乾燥経費の中には人件費を含めていろいろな経費があり、複雑な構造を説明して理解してもらうのは非常に大変だということがわかりました。

また、せっかく営繕仕様書にうたわれているのに、私たちの木材業界が、実際にそれを守っていないという負い目もあるということです。また、含水率基準があつてもそれをチェックする機関がないということも大きな問題だといったことが分かつてきました。

以前は、施主の方が自分で製材を納屋の中に入れて2年なり3年かけて天然乾燥したものを使っていました。その次には建築屋さんが木材業界から木材を仕入れて、それを天然乾燥して付加価値を高めて、建主さんに売りました。そういう経緯で乾燥経費を木材価格に上乗せするということは、なかなか一般の理解を得にくいことです。したがって国も、乾燥経費はなかなか認めてくれないわけです。また、木材業界も、せっかくある基準を守っていないという状況で、木材製品の流れの実情が、数字の合理性と相当違ったものになつていているということが分かつてきました。

そんな中で昭和63年、当時の住宅都市部の齊藤英二部長さんが、「乾燥材がそんなに丈夫で長持ちするのであれば、それを取り入れましょう」ということになり、平成元年から乾燥経費が認められるという状況になったわけです。

59年の乾燥材は北海道で確か2万7千立方メートルでした。それが10年経った平成7年では26万立方メー



防風柵（有）ヨシザワ、（株）北陽道支社、林産試との共同開発
カラマツ間伐材を利用した防風・防雪大型柵（小平町に設置）

トルぐらいになってきております。アウトサイダー等を含めるともっと多いと考えられます。

北村：そういう皆さんの草の根的なご活動の結果だと思いますが、国の方がこれに影響をされて、平成3年に構造用製材の日本農林規格に乾燥材規定が盛り込まれるようになったわけです。アメリカでは国家(US)基準ができる前に業界が自主的に作ったボランタリースタンダードができるのが普通だと聞いていますが、北海道の乾燥材普及協議会という民間のグループが先に自主的に基準を作って、国の方が後からJAS規格を作ったという例は、日本では珍しい事なのではないでしょうか。

吉澤：ただ、乾燥経費を認めていただいた場合もそうだったのですが、PR活動は非常に大事ですね。私たちの木材業界はPRが少し下手なのかなという感じも致しますが、私たちは新聞広告なども活用しました。また、木材屋さんばかりではなく、乾燥機メーカーとか、いろいろな異業種の方々に応援をお願いしました。それらがあって初めて、4～5年のPR活動でJAS化に成功したんだと思っております。

協議会は48社で始まったのですが、年々会員は増えてきまして、現在賛助会員をいれて150社ほどになっています。

乾燥材の普及率の方も、針葉樹製材の22%ほど（平成7年）になっているという状況です。

乾燥経費の積算は当初、エゾマツ・トドマツ・スプルースといったところが主体でしたが、平成7年からは、カラマツも乾燥経費を認めていただけるようになります。今年の総会では広葉樹も乾燥経費を認めていただけるようにということで、それに向けて活動を開始しているところです。

北村：そういうことで、数字の実績から評価すると、乾燥材普及協議会の活動は相当の成果を上げておられるわけですが、協議会として、これから活動はどちらの方向に向けられて行かれるのでしょうか。

吉澤：乾燥材を使っていただけるようになりました、ハウスメーカーさん、工務店さんに非常に喜んでいただいております。今まで乾燥に基づくクレームが非常に多かったのですが、今ではそれがすっかり影を潜めてしまっています。

この段階はひとつの通り道に過ぎないと思っています。今後は本当に工業製品として恥ずかしくない精密な人工乾燥、またいろいろな2次製品の用途にきめ細

かに対応できる乾燥技術の時代に入って行くのだと思っております。

カラマツの吉澤さん

北村：吉澤さんのもうひとつの面は「カラマツの吉澤さん」です。ずいぶん古くからカラマツの良さを認識されていらっしゃって、PRに努めて来られましたが、カラマツへの興味はいつごろからお持ちになったのですか。

吉澤：カラマツと私は、先代の社長のもとで今の仕事の手伝いを始めたころからのつき合いです。先代の社長は鶴舎の材料としてカラマツを納めていました。その関係で、カラマツの丈夫さをよく知っていました。腐れにくいし、なかなか強度もある。欠点としてはねじれやすさがあるということを知っていました。

私は昔は造材現場に行ったり、運材もしていましたが、カラマツ製材は鶴舎の材料として納めておりました。

そういう経験が根底にあって、いろいろ考えて見ると、北海道に豊富かつ、手近にある原材料としてはカラマツが非常に有望だと考えました。カラマツの節と木目は大変奇麗だという側面がありますし、強度もあります。ただ加工は非常にむずかしい。そして一番の問題は「乾燥」技術だったということです。

ちょうどそのころ製材工場を止めておりましたので、よそからカラマツの製材を分けていただきまして、それを乾燥室に入れてみましたが、そのままではプロペラのようにねじれてしまい、これではどうも使い物にならないということになりました。

私はそのころから、林産試験場にいろいろと相談に通っていたのですが、乾燥科でいろいろご指導受けた中に圧縮乾燥という乾燥技術があり、早速これを導入しました。

10年ほど前のその当時は、製材を頼みますと心持ち材が非常に多かったのですが、それを乾燥室に入れると、ねじれはある程度収まるのですが、表面割れがたくさん発生してくるわけですね。表面に使うものであればこのように割れてくるのでは使えないわけで、心去り製材を考えたわけです。

その製材はサシミの部分ということになります。そこでカラマツ製材工場さんに「サシミの部分はそれなりに高く買います。残った部分を梱包資材として売っ

てください」というお願ひを聞いてもらいました、それからある程度良い乾燥ができるようになってきました。割れない、狂いも少ない製材です。そういうものからいろいろ加工して行ったわけです。

異業種交流から

北村：また随分たくさんの商品を考えられましたね。「雪囲い」から「ポール」、「自転車用のラック」、「フラワーボックス」、「集成ブロック」、「ログハウス」、「内装材」「外装材」、「景観材」…と、ありとあらゆるものがありますね。アイデアの豊かさにはまったく感心してしまいます。

アイデアというものは頭を抱えて、一生懸命考えても出てくるものではありませんから、多分、吉澤さんのことですから、フットワークよろしく、あちらこちらと飛び回ってアイデアを足で稼いでいらっしゃるのだと思いますが。

吉澤：確かに、先ほど申しました臼杵良太郎さんの良友会、この方が交通事故でお亡くなりになった後で、きた、「北北海道工業人クラブ」で異業種の方々と交流し、勉強会をやりながら、いろいろな方から情報をいただいているわけです。

私たちの業界の商品が、かつて他の業界の商品に取つて代わられた歴史があります。たとえば、今コンクリートや金属で作られている普通のフェンスなど、かつては木材が使われていたのではないだろうか、これをもう一度、新しい技術を利用して、木でできないものだろうか。そういう話題を異業種のクラブで持ち出して、いろいろな人々から意見や情報を取り入れてみると、といったことを心がけております。

また、今は木の良さが見直されている、そういう時期に入っていると思います。ですからいろいろな商品を開発するのにいい機会が来ていると思っています。それで、開発した商品を次々とパンフレットに加えているうちに、いつの間にかこんな形になってしまったということです。

北村：アイデアまでは出ても、それを直ちに商品化してしまうということは、実は大変難しいことです。やはり異業種交流が力になっているのでしょうか。異分野のさまざまな人々から、アイデアをもらったり、実務的なチャンスをいただいたり、得ることは多いでしょうね。

研究開発ということ

吉澤：確かにそれはありますね。

私はせっかく頭で考えたことは、致命傷にならない限り作ってみようと思っております。私たちはどうしても弱いところがありまして、「こんな事を人に言つたら笑われてしまうのじゃないか」と思つて、頭の中で考えた事を頭の中でボツにしてしまう事が非常に多いんです。

せっかく考えたこと、デザインしたことは、まず作つてみるという姿勢を大事にしたいと思います。この姿勢が新製品の開発に次第につながつて行つてゐるんだと思います。

北村：これは傾聴に値するお話を。

ところで、吉澤さんの会社の概要を見ますと、事業内容として「道産カラマツ材の研究開発」ときちんと「研究開発」という事を謳い上げていらっしゃいます。これは立派な事だと思います。

「小なりと言えども、わが社は研究開発型」ということで、しっかりとした会社の姿勢を示しておくことは、社員意識の高揚に役立ちますし、大変大事な事だと思います。

吉澤：研究開発といつても、私たちの業界は零細企業が多いわけで、資金的に余力がありませんし、独自に研究開発に専念することは困難です。私のところでは林産試験場を活用しながら、いろいろと、科学的なバックデータを集め、私たちの木製品、商品開発したもののが信頼性を高めるのに役立てようとしています。



KARAKANシリーズのエクステリアウッド
(木製デッキ、パーゴラ、フラワーボックス、ログ風ハウスなど)
道産カラマツ材の強度と腐食しにくい特徴を生かし、地球環境に優しい生活に潤いのある新商品を提案

ひとつの新製品ができた時に、これをユーザーに理解してもらうためには、仕様書や、その製作工程表なりが、誰が見ても分かるようにできていなければなりません。カラマツなり間伐材なりを信頼してもらうためには、「こういう方法で作ってますから十分に使えますよ」と説明できなければなりません。強度的なデータも必要です。防腐剤など加圧注入したものの効果も説明できなければなりません。そういう科学的・工学的数据を取りそろえながらPRして行けば、新しい製品も使っていただけるようになるのかなと感じております。

北村：最近はカラマツの評判も大変上がってきたように思います。私たちの「木と暮らしの情報館」にも「カラマツを使いたいのだけれど、どこに行けば買えるのですか」といった相談が結構あります。一般に若い層なのですが、カラマツの「明るさ」と「自然さ」が受けているようです。

現在、そういったフリーのクライアントに対応できるようになっているのでしょうか。

吉澤：確かにご指摘のとおりです。カラマツにしてもトドマツにしても、一般市民の方々がもっと買いやすくなっています。

すいような仕組みができていなければなりません。それができていないのは、私たちの業界の怠慢だと言われても仕方ありません。またカラマツ材がきちんと乾燥されて、市民の方々が使いやすい商品になっていなければなりません。しかし、まだそういう態勢もでき上がっていないわけです。われわれの業界はもっと努力しなければならないと思います。

家具関係で「木の街マップ」というのを作ったことがあります。日曜大工向けのマップを配るというのも一つでしょうし、「木と暮らしの情報館」のなかにそのような即売コーナーを設けるというのも一つではないでしょうか。

本当に若い人の「木離れ」をつなぎ止めるのは「カラマツ」だと思います。このチャンスを逃してはならないと思っています。

北村：先ほど、林産試験場のご紹介などもいただきましたが、吉澤さんは試験場のことを大変よくご存知で、時々お見えになりますが、試験場のことを皆さんに大変よく紹介して下さっていらっしゃいます。大変にありがとうございます。これからもよろしくお願いいたします。

(平成9年6月11日取材)

吉澤氏の略歴

1948年 雨竜郡妹背牛町生まれ
1968年 北海道自動車短期大学卒業
旭川トヨタ自動車株式会社入社
1970年 有限会社吉澤木工場入社
1975年 有限会社ヨシザワ専務取締役
1986年 同社代表取締役専務

1988年 有限会社ヨシザワ代表取締役社長

北海道工業人クラブ幹事
旭川乾燥材加工協同組合 理事長
北海道乾燥材普及協議会 副会長
住所：旭川市永山11条1丁目3号
TEL：0166-23-6333

特別講演会のお知らせ

当協会では、11月21日（金）開催される第33回通常総会に引き続き、下記の通り特別講演会を開きます。是非ご参加ください。

記

日 時：11月21日（金）午後3時～5時
場 所：ニュー北海ホテル 天人の間（3F）
(旭川市5条通6丁目 TEL 0166-24-3111)

テーマ：きたぐに しょうがい 北国の生涯住宅
講師：北海道大学工学部助教授
野口孝博氏

お詫びと訂正 前号（9月号）の特別講演会テーマ：北国のケアつき住宅は上記のとおり変更します。謹んでお詫びし訂正いたします。