

新たな年の2015年初めに、木材に新たな気持ちで臨む人、企業を紹介します。

## 林業・林産業そして社会貢献への新たな展望

株式会社ニハイ 取締役 牧野康則

URL <http://www.nihei.co.jp> <http://www.e-makino.net>



年が新たになり、この一年を気持ちも新たに邁進する人・企業を紹介したいと思います。今回は、道央圏の胆振総合振興局管内伊達市で株ニハイ伊達牧野事業部に在籍する牧野康則さんです。

はじめに、牧野さんとはどのような人なのかを取り上げてみたいと思います。

**植杉：**牧野さん、新年明けましておめでとうございます。大変ご無沙汰しています。今年もよろしくお願ひします。

私が牧野さんにお近づきさせていただくようになつたのは、普及指導職員だった平成20年に道南スギを普及するフォーラムを開催するに当たって、第三者から道南スギに精通した方ということで紹介されて講師を依頼した経緯からです。その節は大変お世話になりました。そして平成24年には突然に、林産技術普及協会の会誌「ウッディエイジ」の取材をさせていただき、当普及協会の会員にもなつていただきまして誠にありがとうございました。

改めて、牧野康則とはこういう人とみなさんに紹介したいのですが、本人から自己PRしてもらえないでしょうか。

**牧野：**改めてそういうわるい言いづらい面もありますが、話してみましょう。

私は、昭和27年生まれの62歳です。最終学歴は神奈川大学法学部卒で、卒業後は国際港湾輸送会社に勤務しました。その後1978年（昭和53年）に、26歳の時ですが父の経営する牧野木材店に帰ってきました。この時は零細な木材店でした。

**植杉：**零細と言われましたが、会社をこのようにしたいという考えは色々あったと思います。

**牧野：**その経営基盤を改善しようと、それは本当に真剣に戦略を練りました。

同業者と同じようなことでは生き残れない。差別化戦略の一つとして、学卒後勤めた国際港湾輸送会社の経験を生かして北米からの製材輸入をはじめまして、おかげさまで順調でした。しかし、ある時、気が付くと当社と関連する道内の製材工場の淘汰があり大変ショックを受けました。その時に色々と考えた挙げ句気付いたのは、やはり北海道の木材を何とかしなければならない、何とかしようと道産材を販売する方法の研究をしました。

**植杉：**牧野さんはその当時会社を大きくするのに、相当な体力、エネルギーを使ったと思います。話は少し横道に逸れるかもしれません、その体力を維持するのに何か秘訣はありますか。

**牧野：**私は趣味が走ることで、マラソン大会にも時間の許す範囲で参加させていただいている。やはり健康でなければ何も出来ないと思ってのことです。爽快感を味わえるので大変良いと自分では思っています。これが明日への仕事の源かもしれません。

**植杉：**ありがとうございます。やはり健康第一かもしれませんね。牧野さんのバイタリティはそこから生まれていることがよく分かります。

さて、株式会社牧野では、道産材を販売するための方法を研究したと話されました、実際はどういうにしたのですか。

**牧野：**平成14年当時ですが、道内ではほとんど流通していない道南スギを外装材に加工して販売しました。この時は、スギ製材工場は勿論、加工工場も半信半疑で、社内ですら売れないと言わされたものです。ところが私は自信があったのです。



(10年前施工の無塗装道南杉サイディング)

**植杉：**スギの良いところ、特徴を良く理解しているからだと思いますが、少し前までは道南の地元でも使われず、ほとんどが本州への出荷と聞いていましたが、そういう中で牧野さんの決断、先見の明は凄いと思います。

**牧野：**それは、北米から製材を輸入している頃、学術的に木材を学び、建築現場に足を運んでいるときに、お客様が何を求めているのかを肌で感じ取っていた確信からです。おかげさまで、建築材料とし

ての道南スギ北海道内流通の10%前後を担わせています。

**植杉**：私はなぜか過去の勤務経験からも、道南スギが非常に気になります。道南スギの評価は、現在どのようになっていますか。

**牧野**：評価は凄く高いものがあります。今は北海道内に供給する製材工場も増えてきて、以前よりも使っていただけますようになりまして、スギの良さを分かっていただけて来たのかなと感じております。売上げは毎年、数%ずつ伸びてきています。しかし、一般的にはまだまだ道産材の良さ、使う意義を多くの人は分からぬと思います。これを説明するのは木材屋の責任です。ですから、毎年何度も何度も提案しなければならないと思います。



(パークゴルフ場チーク色仕上げ道南杉サイディング)

**植杉**：スギに限らず、道産材ではカラマツ、トドマツの針葉樹人工林が資源的に成熟し、伐期を迎えるものが多いですが、この樹種に関しての流通はいかがですか。

**牧野**：カラマツの3層パネルやカラマツのフローリングなどに取り組んできました。おかげさまで、評価は上々です。

**植杉**：トドマツはいかがですか。トドマツはこれから資源的に十分供給可能な量が出てくると思います。今までは建築構造材などにはほとんど使用されていなかったように思います、旭川近郊の8業者（製材所、家具、工務店、住宅メーカー、森林組合等）で組織している上川地域水平連携協議会では、トドマツに力を入れて利用促進を図っています。ぜひ、トドマツも利用に向けてよろしくお願いしたいと思います。

**牧野**：トドマツも我が社では主力商品の一つとして、3層パネル、2層フローリングの開発も手がけています。乾燥技術の向上によって好評を得ています。いずれの樹種もお客様は道産材を使って良かったと言つてくれています、非常にありがたく嬉しい限りです。

**植杉**：今話されたように、これまでの(株)牧野の事業は上向きに順調に推移してきたと見受けられますが、それでも牧野さんは常に前向きに事業を見据えていると感じています。そのようなことから、一つ大事なと

ころをお聞かせ願いたいと思います。

株式会社牧野は、平成26年3月に株式会社ニヘイに事業の一部を譲渡しまして、株式会社ニヘイ伊達牧野事業部として新たな事業展開をしています。なぜ、この経営スタイルになったのか、その辺りの戦略をお聞きすることは可能でしょうか。

**牧野**：基本的には株式会社牧野（以下牧野）の考え方と株式会社ニヘイ（以下ニヘイ）の考え方方が合致したことになります。お互いに協力し合って、より社会に貢献できる事業を目指すということと理解しております。その狙いは2つほどあります。

今までニヘイではオリジナル商品を持っていませんでした。牧野でのオリジナル商品をニヘイの力があれば、2倍も3倍にも販売できる可能性はあります。このことは、北海道の林業・林産業に貢献できます。社会的貢献もできるということになります。

もう一つは、中・大規模建造物の提案をしたいということです。新設住宅着工戸数は減少していますが、木材店や工務店はそれに対応する準備が足りないのではないかと思います。お世話になっている工務店さんには生き残ってほしいと思っています。そのためには、構法がちょっと分かれば普通の工務店さん、大工さんが中・大規模建築物を造れる仕組みを作りたいと思っています。

今まで牧野が積み重ねた実績とニヘイの95年に及ぶ木材業としての蓄積、そして親会社である住友林業の協力も得て提案したいと考えています。それには幾つかのポイントがあります、設計事務所、集成材、スパンを飛ばす技術などですが、そのためにはニヘイ、設計事務所、金物メーカー、プレカットメーカー等の関連する業者で仕組みを作るということが必要なのです。

今までニヘイの経営陣は、自社の成長、社会的貢献を目指していました。一方、牧野の経営理念は、「自分の力だけで何かができると思ったことはない。協力しながらお互いが良くなるように」との考え方でやってきました。このような考えを基本として、この度のニヘイへの事業一部譲渡という道を選びました。

私は今、「このような環境を与えていただいて幸せです」と思っています。

**植杉**：ありがとうございます。経営戦略の一端が分かったような気がします。牧野さんはニヘイの取締役として、今話されたように牧野で開発したオリジナル商品の販売促進、そして中・大規模建築物への新たな構法の仕組み作りなど、積極的に取り組みを続ける前向きな考えに圧倒されます。

今の話に関連あると思いますが、木材に関わる人の現状を見て、牧野さんはどのように感じていますか。

**牧野**：例えば、うちの社員たちは大変優秀なのですが自分たちが個々で勉強しており、木材を体系的に勉強する機会をもっと多くすることによりお客様へ貢献で

きるのではないかと感じてきました。もし集成材を売り込もうとするとき、一連の木材のことを知って初めて自信を持って売り込むことができます。要は木材のプロになるという意識を大きくすることと思っています。そのプロ集団になったときには、もっと道産材を売り込めるはずです。例えば、林務関係に携わっている人は当然道産材で家を建てようと思うかもしれませんのが、それ以外の人は道産材で家を建てなくても良いと思っています。そうではなく、意識統一して道産材でやろう、500坪の建物も道産材で、木造の本物の家を造ってくださいとアピールするプロ魂が必要です。それらを実現させるためにみんなで意識を高めようと勉強会を重ねています。

**植杉：**一般の施主の方々で道産材で家を建てようとする人は、一部の限られた人だと思います。工務店の考え方一つで使用される材料が決まってしまうとよく言われますが、実際はどうでしょうか。

**牧野：**そういうことは事実多いかもしれません。ですから、木材屋の意識、関係する方々のプロ意識でもっと工務店さんに理解していただけるよう努力する必要があります。

宣伝にしても、もっと効果的な方法でやる必要があります。北海道では広報などでアピールもしていますが、同じ金をかけるなら月1回くらいはテレビでPRするとか、真剣に考えるべきと思います。例えばビール業界は大変熾烈な競争をしています。宣伝費はものすごいものがあります。しかし、継続してPRしなければ生き残れないのです。そのための宣伝ですから、本当に効果的な宣伝の取り組みは必要と思います。

**植杉：**その木材利用については、平成22年の公共建築物木材利用促進法を受けて、木造の公共建築物が増えているのは事実ですが、牧野さんはどのように感じていますか。

**牧野：**確かに建ってきているのは散見されます。しかし残念ながらと言いますか、まだまだその法律を確実に把握していない市町村の理事者が多くいます。残念なことです。最近も、3,000m<sup>2</sup>未満のRC造りの老人ホーム、幼稚園等が建てられました。「なぜ木造にしないの」と私がいくら言っても、市町村担当者や設計事務所は法律の趣旨の理解、木造で造ることで入居者が快適に暮らせる等の感覚を持っていません。本当に残念なことです。

我々はもっと木材を使っていただけるように努力する必要があると痛感しています。ビジネスとして市場が使いやすい工夫を重ねながら木材を供給していく、自分で市場を作り出す提案が必要であり、中・大規模建築物を誰でもできるようにする構法、金物と組み合わせて使う構法提案等が必要であると考える理由です。

**植杉：**金物を使う構法は実際に用いられていると思いますが、牧野さんはもっと進んだ構法を考えているの

ですか。

**牧野：**5年以上前から、集成材メーカーと牧野では金物メーカーとの出会いがありまして、その構法での住宅、公共施設、店舗建設と一緒に取り組んでいます。今後は、(株)二ハイの主力商品として設計事務所、工務店さん、お施主さんへ新たな構法を提案したいと考えています。



(苫小牧なかの保育園ラーメン構造集成材架構)



(苫小牧なかの保育園遊戯室)

**植杉：**牧野さんは会う度に常にエネルギーに前向きに何かを考えています。話を伺っていると目覚めさせられます。ありがとうございます。

さて最後に、牧野さんが今一番言っておきたいことはなんでしょうか。

**牧野：**私は今、(株)二ハイの一員となりましたが、牧野個人としては次のようなことを常に頭に入れてあります。「自分一人でできることは限られている。そのため、技術を一緒になって考える建築家、応援してくれる金物メーカー、対応してくれる集成材及び木材関係者、それを意気に感じて使ってくれる工務店さんとユーザー、その橋渡しをするのが(株)二ハイの役割」ということです。お伺いする(株)二ハイの社員たちをこれからもよろしくお願い申し上げます。

**植杉：**牧野さん、本日はお忙しいところ本当にありがとうございました。この一年が素晴らしい年になるよう祈念しています。

今回は信念、情熱を持って突き進む牧野康則取締役を紹介させていただきました。取材ご協力誠にありがとうございました。

(文責：北海道林産技術普及協会 植杉雅幸)