

異分野とのコラボレーションを進める

滝澤ベニヤ株式会社 滝澤 貴弘



滝澤ベニヤ株式会社（以下、滝澤ベニヤ）の「ペーパーウッド（写真1）」は、デザインの新規性・多様性が注目され、国内はもとより海外での利用も進んでいます。「ペーパーウッド」の特徴、製造技術の開発経緯、および製品の使用例などについては当誌¹⁾をはじめ、他でも紹介されています²⁾。それらの記事、および滝澤ベニヤのホームページを読む中で印象的なのは、積極的な展示会への出展です。そして、モクコレに代表されるような木材を主体とする展示会とは異なる場への出展も少なくありません。

「設計事務所やデザイン事務所を一軒一軒回る」²⁾ 営業と、多分野の展示会出展による知名度向上の両輪がペーパーウッドの拡大を支えたことと思われます。そこで、出展する展示会の選択、出展の効果などについて、ペーパーウッドの開発・販路拡大を陣頭指揮された滝澤社長にお話しを伺いました。



写真1 ペーパーウッド

■ペーパーウッドの現状

現在、ペーパーウッドは5シリーズ・各シリーズ3種類の計15タイプの製品をラインナップし、当社の合板事業に占める割合は、年変動は大きいものの5～10%になっています。ペーパーウッドは店舗什器類であるテーブルや棚板として用いられる例が比較的多く、最近では、ドコモショップ、ソフトバンクショップでのGoogle Pixelの展示什器に青、赤、黄のグレーブルカラーを挟み込んだペーパーウッドが使用されています。

ペーパーウッドの単板には、道内産のシナもしくはシラカバを用いています。もともと当社では、看板製

品である全層シナ单板のシナ共芯合板、シラカバ单板のecoシラ合板などに道産・国産のシナ、シラカバを利用していました。

■ペーパーウッドの販路拡大

ペーパーウッドの営業・展示会出展は、建築関係者から始めました。しかし、ペーパーウッドは建築材としてまとまった量を使える価格設定ではありません。そこで、デザイン性が高いことを生かすため、インテリアやプロダクト系の展示会に出展の幅を広げていきました。さらに、ホルマリンフリー接着剤を使った環境配慮型合板として環境系展示会にも出展してきました。木材系や建築系と違う展示会に出展すると、木材関連企業が当社1社だけのこともあり、目立つことができます。

ここ10年間での出展展示会の例を表1に示します。たとえば2023年に出展した「ニューエナジー東京」^{*)}は、デザイナー、アーティストなどが対象の、木材がまったく出展されたことのないような展示会でした。

*：ファッションやファッション雑貨、ライフスタイル雑貨、エシカル商品、ビューティー、フード、アート等、様々な分野の注目デザイナーやアーティスト、企業がジャンルを超えて一同に集結するクリエイティブの祭典（HP・展示会コンセプトより）

この展示会で情報・デザインサービス系の企業と知り合い、1～2年先の事務所移転の際にペーパーウッドの什器を導入してもらうことになりました。この例が示唆するように、異分野とのコラボレーションがこれから鍵になると想っています。地方創生や環境貢献をテーマとして一緒に何かをやりましょうというお誘いも増えていて、例えば、ファンションブランド系企業と服飾以外のインテリア商品関連の商談が進んでいます。

ペーパーウッドは完成製品を販売するのではなく、たとえば何かの記念品といった特注が狙られます。“今までにないものが欲しい”，“当社のコーポレートカラーを入れて欲しい”というマーケットがあり、そ

こに入り込んでいくことを狙っています。販売先はB to Cではなく、B to Bになります。ペーパーウッドに興味を持っていた企業の訪問と展示会出展を通じて新しい出会いを見いだすことを営業の基本としています。

■海外展開

現在、出荷先は国内が多くを占めていますが今後の日本市場の動向を考えると、海外展開の強化が必要になります。ヨーロッパは運賃やコンテナ船での輸送時の高温による品質への影響が課題となります。一方、シンガポールや台湾といったアジア地域であれば輸送時の品質への影響は比較的低いことが見込めます。**表1**には台湾への出展例を示していますが、これ以外にも、2016~2019年に、シンガポール、マレーシア、ベトナム、中国、韓国の展示会に出展しています。

2025年12月には台湾での展示会出展を予定しております、そこでは代理店を探すことも目的としています。ペーパーウッドは他にない素材なので、サンプルが欲しい、1枚買いたい、という問合せが多くあります。国内であれば何ら問題ありませんが、海外は簡単ではありません。通関に手間がかかるし、運賃も高くなります。海外に代理店を持ち、そこに在庫を置くことができれば格段に営業がしやすくなります。12月の台湾の展示会はその足がかりになることを期待しています。そして、海外展開のスピードアップを図るため、2025年3月には海外経験者を採用しました。

表1 近年の多様な展示会への出展例

展示会	時期（年）	都市・国
つづくつなぐマーケット vol.8	2025	東京都
みなどモデル二酸化炭素固定認証制度展示会	2025	東京都
MAISON de HOTEL	2024	札幌市
台北国際建築建材及び産品展	2024	台湾
ニューエナジー東京	2023	東京都
みなどモデル二酸化炭素固定認証制度展示会	2023	東京都
台北国際建築建材及び産品展	2023	台湾
台北国際建築建材及び産品展	2022	台湾
ジェトロ海外 Web 展示会	2020	アメリカ、フランス
ショップオブジェ	2019	アメリカ
北洋銀行ものづくりテクノフェア 2019	2019	札幌市
ニューヨークナウ	2018	アメリカ
北洋銀行ものづくりテクノフェア 2018	2018	札幌市
メゾン・エ・オブジェ	2016~2019	フランス

海外の販路拡大は始まったばかりですが、今後も注力する考えです。

■これから

現在、当社では「3つの100%」を目標に掲げ、その実現に取り組んでいます。

- ①北海道産原材料使用100%
- ②再生可能エネルギー使用100%
- ③材料の100%有効活用

このうち北海道産原材料の使用割合は90%以上にまで進んでいます。これを100%にしたい。しかしながら、道内大手企業が多量のシラカバを集荷し始めたことなどの影響により、必要な量のシラカバを確保することが課題となっていました。このため、現在、ecoシラ合板などペーパーウッド以外のシラカバを用いた合板の新規営業は控えています。さらに、将来の原材料事情を見込み、シナ、シラカバ以外の道産広葉樹の利用を検討しているところです。

再生エネルギーの使用、材料の有効活用に関する目標も着実に進め、経営理念のひとつに掲げている「社会・環境によし」を実現していく考えです。

参考資料

- 1) :瀧澤貴弘：ECOシラ合板とペーパーウッド、ウッディエイジ2011年10月号, pp.4A-5A.
- 2) :オンライン展示会出展で落ち込みをカバー：
https://j-net21.smrj.go.jp/special/covid-19/20210720_01.html.