



# 「木」のパワーと産官学の連携で 岐阜県産材利用の根を広げる

## ヤマガタヤ産業株式会社

### はじめに

近年、気候変動や格差拡大といった地球規模の問題に対する危機感から、持続可能(サステナブル)な社会の形成を模索する動きが世界全体で広がっている。

こうした動きに対し、より多くの企業がこれからの一歩を考え踏み出すために、本シリーズでは本業を通じてサステナブルな社会の実現に向け挑戦する先行企業を取り上げる。

第13回は、岐阜県岐南町に本社を置く建築資材総合商社、ヤマガタヤ産業株式会社(以下、ヤマガタヤ産業)を紹介する。同社は、岐阜県産木材の普及を目指す組織「ぎふの木ネット協議会」を立ち上げた。また、木が人に与えるプラスの効果を大学とともに研究し、快適な住まいづくりに役立つ商品の開発につなげている。岐阜に根ざし、「日本一の材木屋」を目標に掲げる老舗の挑戦を追った。

### ぎふの木ネット協議会

全国2位の森林率を有し、「木の国・山の国」とも称される岐阜県。しかし、その豊富な森林資源は十分に利活用されておらず、森林の荒廃や災害リスクの増加、林業従事者の減少、木材に関わる産業や地域の衰退など、多くの課題が表出している。

こうした現状に立ち向かうべく、2019年4月、県産材の活用を推進するネットワーク組織が誕生した。その名も「ぎふの木ネット協議会」(以下、ぎふの木ネット)。事務局を務めるのは、岐阜の地で105年にわたり建築用木材を扱ってきた老舗、ヤマガタヤ産業だ。

4代目社長の吉田芳治氏は、岐阜生まれ岐阜育ちの、いわば生粋の「岐阜人」。「岐阜の材木屋として、愛する岐阜の役に立ちたい」とずっと考えていたという。

そんな時、「県産材活用のためにやりたいことがたくさんあるのに、行

政だけでは限界がある」と岐阜県からの課題を相談される。それならばと、ヤマガタヤ産業が中心となって発足したのが、ぎふの木ネット協議会だ。

### ぎふの木ネットの活動とメリット

ぎふの木ネットの活動の中心は、住宅への県産材の活用だ。掲げるのは、「岐阜の木を使って健康で快適な暮らし空間を創造する」こと。この理念に賛同する企業や団体であれば、だれでも参加できる。

加盟する企業や団体は、林業関係、製材、建築だけでなく、設計、不動産、金融、商社、IT関連、自治体、大学と産官学にわたり、実に多種多様で、発足当初は100ほどだったが、現時点では230を超える。

ぎふの木ネットでは、会員の県産材利用を後押しする様々なメリットを設けている。例えば、資材の共同購入。会員の要望を事務局がまとめて地元メーカーや事業者から買い付けることにより、通常よりも安く資材を購入できる。

また、柱・梁・土台など、建物の構造を担う材料「構造材」に使えるおすすめ県産材のパッケージ化も行っている。これにより家を建てる一般ユーザーや住宅建築業者が県産材を選びやすくなるほか、使用する県産材があらかじめ決まっているため、製材工場も仕入や在庫管理がしやすくなる。

### デジタル展示場「モクタウン」

ぎふの木ネットを代表する活動の1つが、2021年5月にオープンしたデジタル展示場「MOKU TOWN(モクタウン)」の運営だ。

地元工務店による県産材を利用したモデルハウスの内外装をVR(仮想現実)で再現している。新型コロナが猛威を振るうなかでの開設となったモクタウンは、自宅にいながら内見ができると好評で、順調にアクセス数を伸ばし、実際に成約にもつながっている。

ITの活用は、ぎふの木ネットが掲げるテーマの1つであり、「住宅産業は歴史的に古いためか、デジタル化

が遅れている部分もまだ多いです。ITをきっかけに業界にイノベーションを起こせたらと思います」と吉田社長。

今後はモクタウンの内容をさらに充実させていく予定だ。「モクタウン内でのイベントの開催や、限定商品の販売などができたら面白いですね」と吉田社長は構想を膨らませる。

### 木材のローカルサプライチェーン～「見える化」による安定供給

ぎふの木ネットがこれから力をいれていくのが、木材のローカルサプライチェーンの最適化だ。

県産材を含め、国産材利用が進まない原因は、日本の木材流通の仕組みの複雑さや、安価な輸入材(外材)の存在などがある。

これらの弊害が浮き彫りとなったのが、2021年春から始まった「ウッドショック」だった。米国などにおける旺盛な住宅需要に対し木材供給が追いつかず、外材の価格が高騰。流通する木材のおよそ6割を輸入に頼る日本も深刻な打撃を受けた。代替として国産材が目されたものの、川上から川下まで様々な事業者が複雑に絡み合う現状の木材流通の仕組み

では、急な増産の要求に足並みを揃えて対応することが難しく、結果として国産材の価格も暴騰した。

最近は新たな懸念も浮上している。欧米等における利上げに伴い住宅ローン金利が上昇。海外の住宅需要が減退し、外材の価格が下落する「逆ウッドショック」とも称すべき現象が起きつつあるという。昨今はインフレにより木材以外の材料の価格が高騰しているため、住宅建築業者はコストを抑えようと価格の安い外材を選ぶ可能性が高く、こうした外材利用への揺り戻しは、国産材利用の大きな妨げとなる。

「外材に振り回される現状を打開するためにも、国産材を安定した価格で安定的に供給できる仕組みを整えなければなりません」と吉田社長。そしてその安定価格・安定供給を実現するには、木材に関わる各事業者間の情報の「見える化」が重要だと指摘する。

「例えば、住宅建築業者が年間で何棟の家を建てる予定なのかを事前に知ることができれば、林業側も年間でどれだけの木を切ればよいか判断できますし、製材工場も在庫をどれだけ持っておけばよいか分かるので、木材の供給量も価格も安定します。このように岐阜における木材流通の川上・川中・川下の情報を集め、適切に開示していく『見える化』の仕組みが必要です」。

現在、ぎふの木ネットではIT企業と連携し、川上・川中・

川下の各事業者が互いに情報共有できるようなシステムを整えつつある。



川下の各事業者が互いに情報共有できるようなシステムを整えつつある。

「発足後まもなくコロナ禍に見舞われたこともあり、ぎふの木ネットの本格的な活動はこれからです。サプライチェーン最適化の他にも、脱炭素や健康に暮らせる住まいづくり、地方創生など、様々な取り組みを行ってまいります」と吉田社長は意気込む。

### 木の塗り壁Mokkun開発秘話～失敗と挫折の第1フェーズ

ヤマガタヤ産業の県産材利用の取り組みは、ぎふの木ネットの運営にとどまらない。県産材を原料とした塗り壁材「Mokkun(モックン)」がその1つだ。

今から18年ほど前、岐阜のブランド材である東濃松の端材を有効活用できないかという吉田社長のアイデアから誕生した。ところが、塗った壁が鉄分と反応して黒く変色する「鉄汚染」のトラブルが続出。端材の仕入れを見直し、施工時の注意事項を徹底したうえで仕切り直そうとしたが、吉田社長の父である会長(当時)に猛反対され、販売は縮小していった。



岐阜のまちをイメージしたデジタル展示場「MOKU TOWN」。地元工務店等のインタビュー映像や木材の加工の様子を紹介した動画なども公開している。

## アピールポイントの発掘 ～実験と新発見の第2フェーズ

それでも吉田社長はあきらめなかった。「私の自宅には試験的にMokkunが塗ってあるのですが、木の良い香りでリラックスできるし、結露が起きにくい。自らの経験から、皆さんにおすすめできる商品だと思っていました」。

それから数年がたった2014年、Mokkun事業を再始動。Mokkunの販路拡大というミッションは、戦略企画室の鷺見亜希子室長に託された。

鷺見室長が取り掛かったのは、Mokkunのアピールポイントを目に見える形で示すことだった。「Mokkunはエコで天然素材100%。なんとなく『いいものである』というのが社内での認識だったのですが、それを科学的に証明するようなデータはありませんでした」と鷺見室長。Mokkunについて科学的なエビデンスを集めようにも、社内に実験設備はない。そこで鷺見室長は岐阜大学をはじめとする研究機関を訪ね、協力を仰いだ。

実験により明らかとなったのは、Mokkunや原料のヒノキが持つ驚きの効能だった。その1つが「抗菌性」だ。「当社内でヒノキのMokkunを塗った試験体を作って大学の先生にお渡ししたんです。その後先生から『この試験体はどこで作ったんですか』と聞かれて、『すみません、会社の倉庫の中で作りました』と答えると、『Mokkunはものすごい抗菌性がありますね。普通なら付いているはずの常在菌すら付いていません』と言われて、びっくりしました。自分たちの扱っている木材ってこんなにもすごかったんだ、と興奮

しましたね」と鷺見室長は振り返る。

他にも、調湿性や蚊の忌避効果、香りによるリラックス効果や快眠効果など、優れた効能が次々と明らかになり、実験にのめり込んでいったという鷺見室長。ついには独自に社内でも実験をするようになった。「例えば、Mokkunを塗った部屋で『どれぐらいリラックスできているのか』を測るために唾液の成分を調べました。防カビ実験の際は社長が嬉々としてカビコレクションを用意してくれたこともありました。うまくいかなかった実験もありますが、それでも楽しかったですね」と鷺見室長は笑う。

## 眠れる森の塗り壁

発売した当初のMokkunは、未利用資源を活用していることや、100%天然素材であることをアピールポイントにしていた。しかし、数々の実験の結果を踏まえ、現在はリラックス効果や快眠効果といった「健康への寄与」を前面に出している。「エコという視点 فقطですと、当時は一部の環境意識の高い人にしか響きませんでした。でも健康であれば、どんな人にも自分のこととして感じてもらいたい。そこで『眠れる森の塗り壁』をキャッチコピーにしたところ、お客様の反応が良くなりました」と鷺見室長。

そして最近では、健康だけでなくエコという側面からも注目されるようになってきたという。「SDGsなどに対する世間の関心が高まっていて、エコと健康の両方でMokkunを評価してくださるお客様が増えました。思えば社長はこうした時代の変化を想定してMokkunを開発したのですから、

すごい先見の明ですね」と鷺見室長は話す。

## 進化を続けるMokkun

同社では建築資材や環境関連の展示会などにMokkunを出展しているほか、Mokkunに関するシンポジウムを開催している。また、展示会を訪れた事業者から「自分たちの地域材もMokkunの材料にならないか」と相談を受けたことから、全国各地の地域材から作った「ご当地Mokkun」も誕生した。さらに、韓国や中国など海外への販売も進めている。

今後について、吉田社長は「岐阜にはまだ効能の知られていない木がたくさんあります。現在Mokkunの主原料はヒノキやスギですが、大学の先生と一緒に実験を重ねながら、様々な樹種のMokkunに挑戦したいと思います。また、Mokkunは粉末状にできるものなら何でも材料になります。試しに抽出後のコーヒーの粉を原料に使ってみたら、なかなか面白



▼ 20分後



社内で行ったMokkunの調湿性能実験。他にも様々な社内実験を行っており、その様子はMokkunのHPに公開されている。

い壁ができました。Mokkunは多くの可能性を秘めています。まだまだこれからの商品ですよ」と意気込む。

## 日本一特徴のある材木屋

吉田社長がかねてより社内に呼びかけてきた言葉がある。それは、「日本一の材木屋になろう」というものだ。日本一といっても、売上や規模のことではない。ヤマガタヤ産業が目指すのは、日本一特徴のある材木屋だ。吉田社長は「特徴があるということは、それ自体が付加価値になり、他企業との差別化につながります」と話す。

また、吉田社長は、差別化には3つの方法があると指摘する。1つ目は商品の差別化で、自社オリジナル製品であるMokkunがこれに当たる。2つ目は仕組みの差別化で、ぎふの木ネット協議会が該当する。そして3つ目は人材の差別化で、「これが最も難しい」と吉田社長。「一騎当千のスーパー人材は滅多にいません。平凡な人の集まりでも勝っていける会社にならないといけません。そのためには、社長として会社の方向性をしっかりと示しつつ、社員一人ひとりと向き合っていくことが必要です。蒸気機関車のように先頭車両だけで全体を引っ張る

のではなく、新幹線のようにそれぞれの車両にモーターがついていて、皆で走っていくような組織が理想です」。

特徴のある材木屋を目指す同社の取り組みには、遊び心やユーモアがあふれている。例えば、ぎふの木ネットがアップしている動画では、童話「3匹の子ぶた」になぞらえ、耐熱や耐震などあまり知られていない木の機能を、分かりやすく、ユーモアたっぷりに伝えている。吉田社長は「あの動画は私のおすすめです」と笑う。「どんな取り組みでも楽しみながらやるのが一番です。新しいことや面白いことにチャレンジできる会社なら、社員も希望が持てるし、夢も描けると思います」。

こうした吉田社長の考えに対し、鷺見室長は「社員から『チャレンジしてみよう』という言葉がよく聞かれるようになった」と話す。吉田社長は「私自身のテーマにしているのが、『ノーチャレンジ・ノーライフ』です。人生はチャレンジの連続ですし、失敗するリスクより、挑戦しないリスクのほうが大きいと思います。だから失敗しても立ち上がってもう一度チャレンジができるような、そんな企業文化にしたいです。チャレンジを重ねていき、『なんかあの会社って存在感があるね』と言われるような材木屋を目指します」と力を込める。

## おわりに

日本では、山から切り出された木が家や家具等の商品になるまで、多くのプレーヤーが関わる。そのため、地域材の利用が進まない現状について問題意識を持っていても、個々の努力だけでは限界があった。そうしたなか、「誰かがやらなければならない」(吉田社長)とヤマガタヤ産業が音頭を取り、思いを共有する仲間を集め、ぎふの木ネット協議会を立ち上げた。住宅への県産材利用を進めるため、多種多様な企業・団体が手を取り合い、ITの力も駆使しながら、様々な取り組みに挑戦している。これから広く深く根を張り、太く大きく成長していこう。また、地域材活用の問題を抱えるのは岐阜だけではない。ぎふの木ネットが先行モデルとなり、全国へと枝葉が伸びていくことを期待したい。

ぎふの木ネットをけん引するヤマガタヤ産業は、日本一の材木屋を目指している。今回お話を伺うなかで、新しいことや面白いことは自ら率先してやって見せる吉田社長の「懐の深さ」が印象的だった。創業100年を超える老舗ではあるが、こうしたチャレンジ精神とユーモアが社風として今なお息づいていることが同社の「特徴」であり、目指す日本一の形なのだ。

岐阜の地に根ざし、個性豊かな取り組みで森と人々の暮らしを支え続けるヤマガタヤ産業。木が持つパワーと同じく、そこに秘められた可能性は無限大だ。

(2023.5.15)

OKB総研 調査部 梅木 風香



Mokkunを施した壁。  
(大垣共立銀行ぎふ県庁支店)



ぎふの木ネット協議会で公開しているアニメーション。  
分かりやすく伝えるためのストーリー構成やイメージ等を、社内で話し合っている。