

“緑のくらしプロデュース業” として新たな可能性を 開拓する

[宮城県南三陸町] 木材製材加工

丸平木材 株式会社

代表取締役 小野寺 邦夫氏



Before

- ・林業家や工務店等と連携した「南三陸山の会」として南三陸杉のブランド化に取り組み農林水産大臣賞を受賞した直後に東日本大震災で壊滅的な被害を受ける。
- ・「地木の力を輝かせる」という事業定義に基づき製品開発に軸足を置いて取り組んでいた。

After

- ・事業定義を「緑のくらしプロデュース業」として、都市部の大手企業の店舗やオフィスへのブランド展開、生活雑誌や異業種とのタイアップによる都市部のマンションリノベーションやセルフビルド可能なオンラインルーム等のプロデュースを手掛ける。

■ 自社と私

自社の始まりは、明治時代に岩手県出身の初代が東京での修行後に、「杉の良材の産地」で「東京と岩手県釜石の鉱石船の渡航による地の利がある」この南三陸にやってきたことがきっかけです。私もまた、木材問屋での修行後に入社し、「海の町」と呼ばれていたこの町が、実は77%が森林という「山の町」でもあることに魅せられ、当時の組合長と「南三陸杉」と命名して、「森林見学会」など様々な取り組みをしながら、ブランド化に取り組んでいました。そして、2011年3月1日の全国林業コンクールで農林水産大臣賞を受賞し、全国的に南三陸杉が知られるようになり、「海の町」として知られていたわが町を町民も「杉もあるのか?」と気づいた機会でもありました。ところが、「これからだ!」と思っていた矢先の受賞10日後の2011年3月11日に東日本大震災が発生し、大津波に町は飲み込まれ、自社の社屋も工場も全流失してしまいました。

そこからしばらくは「もう一度できるのか?」と自問自答する日々でしたが、社員からの「社長、もう一度やってください!」という声に後押しされて、事業再開を決意しました。また、103年続いた歴史が一度被災によって止まった中で、「単なる事業

の再開と継続」を目的化するのではなく、以前に宮城県中小企業家同友会(以下、同友会)で学んでつくった「経営理念」に立ち返ろうと考えたことも事業再開の決意のきっかけとなりました。そして、地元の建設会社の方々の協力もあって、2012年4月11日に事業再開を果たしました。

■ 木の本来持つ良さを引き出す製品開発に尽力

震災後の冷え込みや昨年の消費増税、そして今回のコロナ・ショックでは、私自身もこれまで経験したことがないような状況が続いていますし、業界においても「将来が見通せない」と廃業が始まっています。しかし、これは「もともと分かっていたこと」でもあります。日本における住宅着工数は100万戸から半数の50万戸に減少し、もはや量は追求できない中で、大規模な木材会社に価格面では中小木材会社は対抗できません。市場が縮小しているのに量を求めて拡大成長しようと思ったら当然「価格競争」になり、資本金がある大規模な会社しか残らないわけですので、既存市場の中で生きようとするだけではなく、「新しい市場をつくる」ことが最重要です。となると、建築資材の一つとして「木でなくても良い」ではなく「木だからこそ良い」という「価値を深掘りする」ことがポイントとなります。



▶ 会社概要

[創業] 1908年
[設立] 1966年
[資本金] 1,000万円
[従業員数] 26名

[事業内容]

木材製材・加工・販売、建築資材販売
①県内向け
②県外向け

売上構成比

①80% ②20%

▶ 地域概要(宮城県南三陸町)

[都道府県人口] 228万1,769人

[市町村人口] 1万747人

▶ 産業構成の特徴

沿岸部に位置した
漁業及び水産加工業及び
農業の町



したがって、震災後は地元の復興を進めるための木材の供給に努めながら、経営理念にある「地木の力を輝かせる」に込めた「木の本来の良さを引き出していく」ことに取り組んでいきました。酵素を殺すことなく精油成分が失われぬまま輝きと香りを放つ乾燥材にできる特別な低温乾燥機の導入や、大量生産とは真逆の一本一本がどのような用途に適しているかの色味等の見極めをしながら挽いていく製材加工に取り組むとともに、震災後に世界初の「FSC国際森林認証」と「ASC養殖場認証」、つまり林業と漁業の両方の国際認証を受けた南三陸町全体をブランド化するという考え方で歩んできました。

■ 事業定義を見直しコロナ・ショックでも活路を見出す

コロナ・ショックを受けて、それまで考えていた事業定義やビジョンを見直しました。それまでは「地木の力を輝かせる」ということで一生懸命「製品づくり」をしていました。しかし、現在は「緑のくらしプロデュース業」と自社を位置づけて、独自の強みを持つ中小工務店へ南三陸杉の良さを発揮した木材を提供することはもちろん、最近はSDGsの考え方の一環として、県外の都市部の大手のカフェ店舗やオフィス空間に南三陸杉を

導入してもらえるようにもなっています。また、同友会の会員仲間の留学支援会社とタイアップして、「オンライン留学」の際にセルフビルドで「南三陸杉」でできた快適なオンラインルームをつくることのできるパネルの展開や、生活雑誌とタイアップしたマンションリノベーションの提案等を実施するなど、新たなプロデュースを通じて関係するユーザーや企業の輪を広げているところです。ただし、ここで重要なのは「ビジョン連携」で、単に「一緒に儲けよう」ということではなく、「実現したい社会のイメージを共有できる仲間と連携する」ことに軸足を置いています。

震災の時もそうでしたが、このコロナ・ショックでも「社員を減らす」ということは経営者として絶対にしないと決めています。逆に、「今こそやらなくてはならない」と強く感じていることは、「自ら動いて様々な人たちと交流を持つこと」です。震災の時を振り返ると、内に閉じこもらずにいろいろと動いたことが、その後の事業再開や様々な取り組みに繋がりました。今後も、積極的に自ら動きながら、この苦境を突破していきたいと思います。

まとめ

- 1 自社の市場縮小とその原因を把握し進むべき方向性を見出して実行してきた。
- 2 「事業定義の見直し」の必要性に気づいて「製品開発」から「プロデュース」へと脱皮した取り組みを実行した。
- 3 異業種その他とのタイアップにおいても単なる「共同で

- 4 震災やコロナ・ショックのような危機においても「社員を減らさない」と固く決意している。