

# 林雅文さん

佐賀県  
株式会社伊万里木材市場

## 市場を木材コンビナートに 川中が林業六次化仕掛け



地方木材市場だった佐賀県伊万里木材市場が、今では木材の大コンビナートとして九州全土のみならず全国的に存在感を示している。これを

機能が中心でした。今でも毎月一日と二八日の二日を市日いちひにして、入札を行っています。

成功させるために大きな原動力となったのが、川中の林さんが働きかけて川上の山元と末端販売の川下までを一貫したシステムに仕上げたこと

しかし、これだけでは全国どこにもある地方木材市場でしがなく、新たなビジネスモデルづくりが必要と考え始めたのです。

だ。林業の六次産業化を川中主導で実現した点はユニークであり、その構想力はまだまだ尽きない。まさに変革の担い手だ。

主力事業分野はコンビナート事業、素材・製品売りや木材のプレカット事業、さらに原木システム販売事業、それに川上部分の素材生産事業、森林整備事業です。コンビナートは一つの事業として成果を上げています。

### 関心度が高く視察が殺到

——木材コンビナートというネーミングはユニークですね。

——コンビナートという場合、化学や製鉄などさまざまなプラントが林立する工業地帯のイメージです。

林 伊万里木材市場は本来、山元から集荷した原木や木材製品などを入札にかけて需給調整役を果たす市場

林 確かに、そのとおりです。コンビナートの形態で木材というのは、全国どこにもありません。私としては、や

るなら大がかりに、と考えると同時に、いい意味で注目され、関心を呼ぶためにも、この木材コンビナートという名称がいいかと思ったのです。

——反応はどうでしたか。

林 すごかったです。関心度は高く、全国から視察や見学の申し込みが殺到しました。それも山林を保有される山元や製材工場などの林業関係者だけでなく、行政や大学の研究者なども含まれていました。

### あるきっかけでシステム化

——どういったきっかけでこのビジネスモデルを発想されたのですか。

林 いくつかあるのですが、一つは、国の新流通加工システムに応募したことです。山元の原木から製材、加工、そして末端の販売までの新たな一貫

システムづくりは課題でしたからね。国も、われわれの事業はうまくいっている、と評価してくれたようです。

——ほかのきっかけは何ですか。

林 実は、広島県に本社を置く外材取り扱い大手の中国木材が拠点を九州にも増やし、それも伊万里に大規模な集材工場をつくる、という話を耳にしたのが第二のきっかけです。

——国産材主体の林さんらにとって、はライバル進出で危機感を強めた？

林 そうです。当時、私たちは木材市場を持っていましたが、ベースは末端の小売りまでの国産材の販売流通が軸。これに対して中国木材は米国から輸入した米マツを本社工場で製材し、そのうちのラミナの一部と国産材を伊万里工場で加工して、異樹種集材として全国に販売する。



伊万里木材市場の現場で経営を熱く語る林社長

Profile

はやし まさふみ

一九五六年佐賀県生まれ、五五歳。明治大学経営学部卒業後、親戚経営の木須木材に入社。七七年大東建託に転職し宅地建物取引主任者などの資格を得て現場で活躍するが、九八年に実家経営の伊万里木材市場に入社、常務を経て二〇〇一年に現職。この間、西九州木材事業協同組合代表理事など歴任。農林水産省森林・林業再生プラン推進本部検討委員会委員。

Data

株式会社伊万里木材市場  
 本社は佐賀県伊万里市。林雅文代表取締役社長。資本金一〇〇〇万円。一九六〇年に資本金五〇〇万円で設立、九五年度増資し現資本に。二〇〇三年に伊万里市内の工業団地に移転、素材や製品売りの新市場を立ち上げる。〇四年に西九州木材事業協同組合を設立。〇六年に木材供給システムコンクールで農林水産大臣賞を受賞。年商七〇億円。社員は六〇人。

そうだとすれば地元の木材を使ってもらえないので、メリットが生まれません。そこで、私たち伊万里木材市場が製材工場をつくり、事業連携したらプラス効果が働くのではないかと提案したら、連携が成立したのです。これがコンビナートへの出発点です。

——外材と国産材の融合は水と油とはならなかったのですか。

林 今、うまくいっています。でも、当初はすごく危機感がありました。外材大手の進出によって、私たちが手をこまぬいたままであれば国産材市

場がとられるのではないかと不安でした。だから手を組むという経営判断が出たのです。実は、そのことで笑話があります。

中国木材進出は黒船役に

——と言いますと？

林 進出まもない中国木材に対して、こちらは提携含みで会談を申し入れた際、あとで聞いた話ですが、中国木材の社長が「あの時は、地元の国産材企業が進出反対を申し入れに来たのか」と相当身構えたそうです。

——中国木材も九州市場への本格進出に国産材との連携が必要と判断？

林 この提案をきっかけに話がいろいろ進みました。二〇〇四年に木材関連の七社で西九州木材事業協同組合を立ち上げ、伊万里木材市場、中国木材が連携する枠組みができて、国産材の原木や製材品の供給を私たちが、外材のみならず国産材の加工や販売を中国木材が手掛ける形で事業の役割分担をしました。コンビナート事業の足掛かりがこれによってできたのです。

——中国木材の進出話がなければ、木材コンビナートはできなかった？

林 苦境にある木材事業の将来を見据えれば、この考え方は当然ありました。ただ、私たちにとっては、外材大手の中国木材の進出で背中を押し

れたようなものです。ある面で、中国木材は現代版の黒船です。この黒船の進出で国産材企業が奮い立ち、しかも連携した上、新システムづくりを踏み出したのですから画期的です。

神風期待の古い体質が不満

——このコンビナートのユニークさは一貫システムにしたことですね。

林 そうです。伊万里木材市場という事業体は、流れる川にたとえれば川中にあるのですが、このシステムづくりは、川中の私たちが川上の山元と末端販売の川下までを一貫したシステムにすることでした。

山元にあたる山林地主の人たちは、豊富な山林を抱えながらも、お山の大将的ところがあって、林業の将来に対してビジョンを持ち合わせていないし、川下の流通販売分野も力を生かすきれないまま競争で力をすり減らしているのが現状です。特に国産材の世界は古すぎるのです。

——と言いますと？

林 国産材をめぐる状況を考えれば、間違いなく大胆に発想の転換が必要だ、というのに、林業の世界の人たちは、国産材は守られる、保護されるという気持がベースにあり、神風がまた吹くという発想です。だから改革の発想が起きないのです。

——林さんが手掛けられた木材コンビナートの発想は、改革の一ステップとして当然だと思いますが、風当たりは強かったですか。

林 ええ、新参者が勝手なことをやる、という受け止め方が当初、多かったです。

私の場合、叔父が経営していた木材ビジネスを手伝ってくれと言われて決まっていた就職を止めて、かかわったのです。叔父が急死して事業を閉じた際、伊万里木材市場を立ち上げていた父親から「後を継げ」と言われましたが、業界の古い体質がいやで、大東建託という賃貸住宅大手のビジネスが面白そうだと考え、転身しました。不動産ビジネスの仕事は面白かったのですが、骨を埋めるつもりでした。——でも、結局、伊万里木材市場の後を継ぐことに？

林 父親から再三、頼むと言われ、やむを得ず、転職となりました。しかし経営を引き受けるからには面白いことをやるぞ、という意識でした。それに、林業の世界には長くないなかつたので、固定観念がなく何でも自由な発想でやれる、と自分を動機付けしたのがよかつたのだと思います。

## 外材企業の日本研究に学べ

——いろいろな改革へのチャレンジ

をなさっていますね。

林 国産材の山元も製材企業も自分たちが保護されて当然という発想を捨て、チャレンジすることが大事です。私もその一人としてがんばります。

——というのは、たとえば外材との競争は激烈ですが、外材のメーカーなどの日本市場研究は進んでおり、こちらが学ばねばならないことが多いのです。外材はフィート、インチをベースに世界中で販売するのですが、木材需要の多い日本市場が有望市場というところで、彼らは日本のサイズに合わせて一寸あるいはメートル、センチで対応します。日本の商社がアドバイスするとはいえ、戦略的です。

——確かに、供給システムも進んでいて、注文の翌日には出すとか。

林 彼らの動きは市場ベースで、素早いのです。実は、最近、中国や韓国で、木材住宅などの需要が増え始め、われわれ国産材企業にとっては、魅力的な話なのです。しかし、先ほどの外材メーカーの日本市場対応のためにモノサシを変える柔軟さとは対照的に、このままでは国産材は韓国などの有望市場を失う恐れがあるのです。

——どんなことが原因で？

林 韓国向け輸出がいい例です。韓国では木材の長さは住宅仕様などから二・四メートルの木材が求められているの

に、日本からの輸出は三尺サイズを変えない。しかも原木を生産する山元側も頑なに三尺にこだわる。これじゃ、韓国側は日本から輸入しても六〇センチがムダになりコスト高ともなるので、輸入を止めるとなりかねない。

外材メーカーと同様な現地ニーズに応えるという発想がない。さすがに韓国向けにバイパス流通ルートではサイズを変える動きがありますが、全体のシステム変革にはつながっていない。このやり方では新興アジアのニーズに対応できませんよ。

——新興アジア向けの戦略が必要？

林 韓国もさることながら、中国はわれわれにとって、もっと有望な市場です。その面で、輸出市場研究から始めて、戦略的な発想が大事です。

九州は、地理的な環境から見ても、東アジアをターゲットに輸出展開するチャンスです。

伊万里木材市場も輸出市場開拓をかなり進めています。最近では、電話やパソコンのEメールなどの問い合わせも含めて、かなり活発で、中国語、韓国語でビジネスができる人材の確保が重要になってきています。

## 森林資源を環境や観光に活用

——バイオマス燃料など新エネルギー分野にも取り組んでおられますね。

林 そうです。日本の山々は森林を軸に豊富な資源を持っており、環境ビジネスの面でもさまざまな展開ができると思っています。山元の人たちとも環境面で資源活用の話をする際、森林の評価を木材の価値で決めるのではなく、これからは社会のニーズで決めていくことになる。だから社会のニーズの見極めが大事になってくる、と進言しているのです。

——この森林分野は環境のみならずビジネス展開がありますね。

林 伊万里木材市場では、素材生産事業と同時に森林整備事業にも取り組んでいます。木材の伐採だけでなく、後世代のために植林、育林など森林の整備は当然、やるべきで、私たち自身も協力しています。

——森林を観光資源と見たり、バイオマス燃料にも対応しつつある？

林 そうです。豊富で美しい森林資源は観光にも生かれますし、またきれいな水資源を生み出す貴重な場所です。さらにはバイオマス燃料など新エネルギーにも活用可能です。私は今、そのからみでは投資ファンドに働きかけて、森林資源を育てながら、ビジネスにもつなげることができないか考えています。その延長線上で、産学連携もあります。

(経済ジャーナリスト 牧野義司)

