



◀木製玩具のオルゴールバス
▶(同)ミニキッチンセット



我が社の商品開発

丸紅木材(株) (大阪市)

1本の木を無駄なく使いきる



▲林地残材・未利用材を利用する同社ビジネスモデルの概要

丸紅木材(株)(商社の丸紅とは別会社)は来年70周年を迎える大阪の木材専門商社。現社長の清水文孝さんは5代目にあたる。27歳で

**新しい事業モデル
林地残材の活用**

事業転換のきっかけは友人経由で知った森林の荒廃と「林地残材」の存在。木を伐採するときに出る枝や曲がり材は使い道がなく残材となつて放置される。「まだ使える木材もあるのに、もったいない。この残された木材を利用して荒廃した山を再生できる事業はできないだろうか」そう考えた。(※実はこのとき情報をくれた志水正文

承継したとき、会社は7期連続の赤字で経営危機の状況にあった。それから17年の間に、事業の立て直しを図った清水社長は、新たに木製玩具ブランド「IKONIH」(アイコニー・逆から読むとひのき)を立ち上げる。わずか7年で売上は10億円超にまで成長。NHKの朝ドラ「おかえりモネ」でも商品が紹介されるなど、注目の企業である。時代の追い風はもちろんのことそれ以上に経営者としての手腕が光る清水社長。その商品開発について尋ねた。



◀▲ベトナム工場の外観と工場での仕上前のヤスリ掛け



▲中央が清水社長

さんとは、のちに原木供給会社「松丸」（八代市）を共同出資で設立。「IKONIH」が誕生するきっかけとなる。）

程なく清水社長は国産ひのきを使った「IKONIH」事業を立ち上げることを決める。

住宅用建材として使える木の真ん中を欲しがるのが各社当たり前の中、丸紅木材はあえて残材を買ってそれを廃棄することなく使い切る新しい事業モデルを作った。

例えば製材の時に出るおがくずからは精油を抽出して「ひのきミスト」という香り製品にする。そ

こから子供用家具、おもちゃ、ノベルティ、サシェという風に「前行程」で余ったものが次の製品になり、最終的には捨てるものはいっさいないというのだ。（※後日談として「ひのきミスト」は奈良県立医科大学の分析で新型コロナウイルスを不活化する効果があることが確認された。）

ベトナムに巨大工場

現在、製品を作っているのはベトナムにある自社工場だ。東京ドーム2個分という巨大な工場に、130人程のベトナム人スタッフが働いている。なぜ日本ではなかったのか。当初からグローバルなビジネス展開を想定していたため、ベトナムが流通のハブとして利便性の高い立地であったこと。また大手資本のように工業化された製品ではなく、中小企業が「手仕事で作る丁寧なものづくり」を考えていたため、ベトナム人の手先の器用さが必要だった。もちろん自社工場をもたない方が有利なことはわかっていたが、それで

は本当のメーカーにならない（作りたいものが作れない）と大きな決断をしたという。

現在、本社社員は25名。そのうち10名が女性スタッフでこのプロジェクトを推進する主要な業務を担っている。例えば、プロジェクトのリーダー的存在、田淵優さんは元々経理担当として入社していたが、現在は展示会や屋外イベントなど、売るためのインフラ整備に手腕を発揮。これまでの丸紅木材では考えられなかった商品開発や企画、販売や広報といった業務も外注することなく、全て自社の社員が行っているという。

そこには北海道から九州まで全国に9社ある正規代理店の存在も外せない。代理店の仕事は3つ。①山にある使えない材料など素材になるものを地域の山から調達。②地域で商品を販売してもらう③消費者の意見を吸い上げて、次の商品企画にも参画してもらう。

代理店になるための仕入れや販売ノルマなどは設けていないが、唯一「必ず専任の担当を置くこと」

を求めた。片手間ではなく、真剣に取り組むことが条件なのだ。

環境教育と木育 もくいく

国産ひのきの響叫「IKONIH」はすべて無塗装で仕上げられている。本来、木製のおもちゃは傷や汚れが付きやすいため、塗装するのが一般的でコストもその方が安いのだが、子供が口に入れるリスクなども考え、あえてやめた。

そして製品に必ずついてくるのが、お手入れ用の「紙やすり」だ。傷や汚れがついても、磨けばまた本来の香りが蘇り、汚れもとれる。モノが溢れている時代。何でもすぐに廃棄するのではなく、親子で「こうすればまた新しくなるよ」と会話しながら、モノを大切にすることを養ってほしいと清水社長は語る。

丸紅木材ではこれまで環境教育として1000人以上の小学生に「木育」の授業を行ってきた。きっかけは教育委員会からの依頼。せっかくなら「山の話聞くだけでなく、木にも触れてもらいたい」



▲小学校での木育授業の模様

と「スツール（椅子）」を作るワークショップも考えた。

授業の最初にいつもする質問がある。「木は伐つても良いか、悪いか」とするとほとんどの生徒が「環境破壊になるからダメ」と言う。最後にもう一度同じ質問をすると「木は伐らないとダメ」と皆が答えるのだという。森林伐採はそれ自体悪いことではない。木を伐つて使い、新しい木を植えることで本来の森林が育つことを知って欲しいのだ。

「IKONIH」はまだまだ知名度が低いと語る清水社長は、

色々な企業とのコラボも進めている。広告宣伝にもつながるからだ。日清紡テキスタイル(株)とのコラボ第一弾は「ヒノキおしぼり」。きっかけは新幹線のグリーン車だ。日頃から厚手で使い勝手のよい新幹線のおしぼりがお気に入りだ。これにひのきの香りがすればと閃いた。早速日清紡の担当者を訪ね、打合せを重ねる。おしぼりも端材を使い、おがくずから採れるひのきの精油で環境にやさしい商品が生まれた。

JALとは「JALひこうき整備士セット」で大人も欲しくなるような木製の飛行機を作り、博多阪急（百貨店）とは「オリジナルの積み木」をコラボで作った。

SDGsなノベルティ

丸紅木材で作られるノベルティは、1本の木を使い切る過程で出る「より小さな端材」が使われることが多い。依頼する企業にとってもSDGsへの意識の高さが付加価値になる。すべてオーダーメイドでこれまで作って好評

だったのは「木の感謝状」や「木製のSDGsバッジ」など。ひと味違ったもので差別化を図る。

品質へのこだわりは、ブランドへの信頼性に通じる。妥協のない「品質管理」の一例として問題のある商品がひとつでもたら、すべて回収することがある。回収した先には新しいものを送って、すぐに問題の原因を分析するという。10個作ると1万個作るのは不良品の比率は当然変わってくるが、世界へ向けてブランド展開を考える清水社長にとって、安定した品質維持は欠かせないのだ。

これからは高齢者やハンディキャップをもった人達にも使ってもらえるものづくりを考えている。大学（桃山学院大学や大阪芸術大学）のゼミ生と組んで商品企画したり、色々な専門性をもった人たちと組んでものづくりを進めていきたいと考えている。

そこには、ひのきの森林を自ら管理し、伐採・加工・販売・植林まですべてを手掛ける丸紅木材ならではの盤石な土台がある。