

台風の倒木被害

近年、建築業界でプレカット工法がシェアを伸ばしつつある。この工法を手掛ける企業は全国に多くあるが、年商二〇億円を上げひととき注目を浴びているのが株式会社ハルキだ。代表取締役社長の春木芳則さん（六九歳）はハルキの経営理念に「地材地消」を掲げる。

現在、ハルキで扱う木材は全て地域材（道産材）で、トドマツが六割強、道南スギが三割、残りがカラマツだ。その時々々の需要と供給のバランスを考え、国有林、道有林、民有林から原木を購入し、製材から乾燥加工、集成材加工、プレカット加工、販売まで一貫して行う。

自社一貫体制だからこそ可能であるトレスサビリティの実践と高いプレカット技術、さらに高付加価値商品開発などの取り組みにより、住宅建築資材として道内のハウスメーカーや工務店に販売するだけでなく、オフィスビルや商業施設などの非住宅建築物での木材の利用を拡大した。

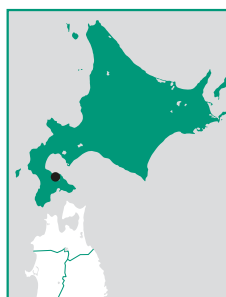
売り上げの大半はこのような建築材だが、建築材として利用できない部分は、牛舎の敷料として地域畜産家から高いニーズが見込め

経営紹介

道産材を活用した「地材地消」 もくいく 木育とアイデアで価値を創造



道産材に真摯に向き合う姿勢はぶれることがない



北海道茅部郡森町
株式会社ハルキ
代表取締役 春木 芳則

創業 ● 1960年
設立 ● 1989年4月1日
資本金 ● 3000万円
事業内容 ● プレカット加工販売、製材業、建築資材販売、
土木資材販売
URL ● www.mori-haruki.co.jp

るオガクズを生産・販売したり、燃料費や廃棄物処理にかかる費用を削減するため自社の木質バイオマスボイラー向けのチップとして活用している。一本の原木を文字通り余すところなく活用し、輸入木材に対抗する。

安価で供給が安定しているロシアからの輸入材を原材料の中軸としていたハルキが、全量、道産材に切り替えたきっかけがある。それは、二〇〇六年に地域を襲った台風一八号だ。猛烈な勢いの風に多くの木が根こそぎ倒された。

当時、道産材は原木で九州など別地域へ向けて販売されるのが主流であり、特に道南スギに関して北海道内で活用される商習慣もなかった。そのため伐期に達していない風倒木の取り扱いに山林所有者は困り、販売先や使い道を模索していた。春木さんはこれらでできる限り購入した。「自社所有林では父が植えた木がたくさん倒れました。私自身も山の木は財産と思い、心の支えにしているので、山林所有者の気持ちが痛いほど分かりました」とその理由を語っている。

道産材の価値を見直す

とはいえ、それまで規格が統一

された材を主に扱っていたハルキでは、太さ、長さもさまざまな風倒木をいかに販売するかが大きな課題だった。

そこで「待っているだけでは道は開けない」と三〇センチメートル以下の細い材でも手間を惜しまず、乾燥、集成材加工、プレカット加工を的確に施して、住宅メーカーなどに営業を開始。販路を広げるため大都市である札幌市内にも営業所を構えた。

住宅メーカーや工務店に周知が進むと、商品の質の高さが評価され受注が増えていった。「塞翁が馬で、風倒木によって道産材の価値が見直され始めたんです」と春木さんは笑顔を見せる。

道産材への需要を確信した春木さんは、二〇〇七年にロシアが丸太輸出関税を引き上げることを見明したこともあり、原材料の原木に積極的に道産材を採用していく。

ハル壁を開発、販路拡大

道産材のさらなる価値向上のために春木さんはオリジナル商品の開発に取り組んだ。

具体的には、二〇一三年、地域資源活用事業として北海道より認定を受け、建築材として使用できる

道南スギでの内・外装・デッキ材の開発に取り組み、「ハル壁」を開発した。これによって構造物から内・外装材まで住宅建築に関するほとんどの部材がそろった。

「ハル壁」は弾力性に富み、断熱効果、芳香によるリラクゼーション効果もあるという。住宅リフォームにも対応でき、需要が高まったことからそれに対応するため「ハル壁」専用工場を建設した。

さらに春木さんは内装に防火制限が適用される建築物への利用を広げようと考えた。耐火性木材の研究を重ね道南スギを使った「準不燃材・難燃材」を北海道で初めて開発した。難燃材であれば病院やホテル、旅館、百貨店などの居室などに利用することができる。

非住宅建築物への木材利用の例として、函館空港内にあるキッズスペース「Hako Date Hiroba」や商業施設「エスタハコダテ」内にある「無印良品」店舗内装、函館最大の総合病院「函館中央病院」の病室などがある。

「現在、国が国産材利用を推進しており森林環境譲与税（仮称）も来年度より都道府県・市町村に譲与されます。さらに二〇年のオリンピック会場となる新国立競技場の

建設にも国産材がふんだんに使われるなど、時代という風が吹いています。この追い風に乗り道産材の普及をさらに推し進めます」と意気込む。

木育から新事業の展開へ

ハルキのもう一つの特長は「木育」（注）活動を展開していることだ。子どものときから木を身近に使っていくことで国産材の大切さや素晴らしさを啓蒙できると春木さんは考えており、将来の道産材の消費につなげる取り組みだ。

具体的な内容は、道南スギを利用したブロックやジャングルジムなど遊具の開発や、園児、小学生らを対象にした杜有林での植林体験といった木育教室の開催など多岐にわたる。

さらに木育活動からヒントを得た新事業を展開予定だという。地元の小学校では、机の天板に道南スギが使われている。軟らかい材質の道南スギの天板は傷がつきやすいため、天板を小学生自身がやすりがけなどのメンテナンスをする「木育教育・天板交換プロジェクト」を開催している。

これらの取り組みは大変好評で、小学生からは「机に寝そべると前

の天板より温かみがある」やすり掛けをしている時、スギのすくいいい香りがした「などと、うれしい感想が聞かれた。この様子を知った春木さんは、来年度より道南スギを原料に家具事業への参入を決意したのだ。

家具には、丈夫さや耐久性の高さからナラやブナなど堅い木質の広葉樹が使われることが多い。一方、春木さんは軟らかい道南スギならではの温かみを感じられる家具になると考えている。「メンテナンスを購入者自身に行ってもらうことで家具を大事にし、愛着を持っていたけると自負しています」

さらに家具であれば購入層が広がりが購入機会も多いため日常的に道南スギの魅力を感じてもらえる。家具事業は道産材の可能性を引き出し、地材地消をより推進させる新たなチャレンジである。

（札幌支店 宮崎諒）



（注）木育という言葉は北海道の『木育プロジェクト（二〇〇四年九月発足）』が発祥。「子どもをはじめとするすべての人が「木とふれあい、木に学び、木と生きる」取組」で「子どもの頃から木を身近に使っていくことを通じて、人と、木や森との関わりを主体的に考えられる豊かな心を育むこと」が狙い。

金子 春雄さん

青森県上北郡七戸町
有限会社金子ファーム 代表取締役

酪肉複合経営に照準を置き規模拡大 畜産クラスターで近隣酪農支援も



肉用牛肥育、酪農を連結した酪肉複合経営は、大きな流れだ。しかし現実問題として制約もあり、なかなか踏み切れない。そんな中で青森県の子牛ファームは、肥育素牛価格高騰に対応するため、酪肉複合経営に乗り出しメガファームを運営する。肥育素牛の生産、そして品質重視の生乳生産という二つの経営目的達成に向け、生産性の向上に努めている。

子牛の自社生産ニーズが契機

——肉用牛肥育と酪農をスケール大きく行い、メガファームを運営しています。

金子 現在、肉用牛が一万二〇〇〇頭、乳用牛が一五〇〇頭です。

規模拡大経営によってここまで来ましたが、肉用牛の肥育に必要な素

牛価格が上昇する流れの中で素牛確保のために、二〇一二年、酪農とリンクした素牛自社生産に踏み切りました。

私たちの場合、もともと乳用種のホルスタインのオスを肉用牛として肥育していましたので、比較的にスムーズに複合経営に入れました。

——というと、肉用牛の大半はホルスタインですか。

金子 そうです。七〇〇〇頭がホルスタインで、三〇〇〇頭が和牛と乳用牛を掛け合わせた交雑種、二〇〇〇頭が黒毛和牛種、あとは出産経験のあるホルスタインのメス、ジェラート原料の生乳のためにジャージー牛が少し、という構成です。

——肉用牛肥育の場合、和牛にこだわる畜産農家が多いです。ホルスタ

イン牛を主体に、というのはユニークですね。

金子 一九九一年に牛肉の輸入自由化が決まった際、大半の畜産農家や企業は自由化対策として、競争力ある和牛肥育に比重をかけました。しかし私たちは、当時、和牛肥育はコストが高く、とても採算が取れないと判断し、ホルスタインの規模拡大を目指しました。結果は、ピンチをチャンスにしようと思い組んだことがプラスに働きました。

——といいますと？

金子 規模の経済を追求、コストを削減したこと、むしろ経営の安定につながったのです。

——BSEのときもピンチをチャンスにとの想いで取り組まれたことがあるとか。

金子 二〇〇一年にBSEが発生したときは、全国の畜産農家が危機にさらされたと言えるでしょう。

私たちはその際、今後はより安全・安心の追求が必要になると考え、ホルスタインに「健育牛」というブランド名を付け、抗生剤などを一切使わず安全・安心に徹し、肉質改良のためにオリジナルの配合飼料作りなど工夫に努めました。

その結果、「健育牛」ブランドが消費者の方々の評価を得て、ピンチをチャンスに活かしました。

——今、肉用牛向けの子牛価格が上がっているのは事実ですが、事態は深刻のようですね。

金子 価格高騰は和牛だけでなく、交雑種やホルスタインのオスの市場価格も同様で、肥育農家にとっては



いつも「牛さん」の愛称で肉用牛などに接する金子春雄さん

Profile

かねこはるお

青森県生まれ。六七歳。一九七〇年青森県立三本木農業高校卒業後、家業の畜産経営に携わる。九四年より現職。二〇一二年に全国農業コンクールで農林水産大臣賞受賞など。全日本畜産経営者協会理事長。青森県農業法人協会理事。経営モットーは「自分たちが食べたいものを生産し消費者にお届けする」。妻と子ども三人。

Data

有限会社金子ファーム
青森県上北郡七戸町に本社。金子春雄代表取締役社長。資本金三〇〇万円。一九七一年創業。九四年法人化。肉用牛の子牛育成では北海道の一〇農場などと提携。牧場周辺の地域との共生の一環から牛馬などと遊べる、ふれあい牧場「ハッピーファーム」をつくり、牛肉料理レストラン、ジェラート店を併設。年商はグループ企業NAMIキーデリーファームを含め七〇億円。従業員はグループでパート従業員を含め一五〇人。

一大事です。異常事態です。

——肉用牛二万二〇〇頭肥育となると、市場出荷されたあとの肥育用の子牛を安定的に確保するのが最重要ですね。

金子 その通りです。酪農との一貫生産の課題もそこにあり、安定的に子牛を確保できるかどうかが重要ポイントです。肉用牛は一年六カ月の肥育期間を経て常に市場出荷されるので、肥育用の子牛の確保が切れ目なく必要です。

そのために、私たちは酪農との一

貫生産によって子牛の自社生産をするのです。資金繰りが大変ですが、金融緩和が続けば金利で金利負担が軽減され、とても助かっています。

——規模の拡大は現在も進められている？

金子 私たちの地域には、高齢化や事業継承者が見つからないなどの理由で離農する酪農家が多いのです。そこで、地域で畜産クラスター事業に取り組んで酪農家を支援しています。

事業の一環として、地域で離農した

人たちの牛舎七棟を引き取り、搾乳牛も二二〇頭ほどを引き受けました。牛は生き物ですので、飼いが離農しても放置するわけにはいきません。

離農される農業者のうち、意欲ある方には私たちの社員になっていた

だき働いてもらっています。また、農地中間管理機構を通じて自給飼料生産用の農地二五〇畝を確保し、デントコーンを栽培しています。地域への貢献にもつながる取り組みです。

——酪肉複合経営では、取り組み課題も多いのでは？

金子 その通りです。肉用牛肥育と酪農は、それぞれ単体の事業として取り組むだけでも大変です。それを両立させるのですから、決して生易しいものではありません。

当初は酪農経営で試行錯誤

——どんなご苦労が？

金子 私は長年、肉用牛肥育一本でやってきました。牛と呼ばず「牛さん」という呼び名にこだわるほど愛着を持って接し、自信があります。しかし、酪農に関しては経験が少なく、当初は試行錯誤で、苦勞の連続でした。

幸い、長男と次男が北里大学獣医学部を卒業し、酪農のさまざまな課題に関しても意欲的で助かりました。また遠縁の若者が外資系情報システム企業の日本オラクル株式会社から私たちの酪農経営に参画、乳用牛に付けたセンサーで得たデータをクラウドコンピューティングで活用してくれています。

——というところ、当初の課題は酪農経営だったのですか。

金子 酪農経営に関しては専門特化が必要でしたので、株式会社NAMIキーデリーファームというグループ会社を立ち上げ、長男と次男に経営を委ねました。

現在、一日三五トンの生乳を生産す

ると同時に、子牛を育成牛として育て、肉用牛の肥育にあてます。この二つを同時並行するには専門的な取り組みが必要です。

酪農でICTを活用

——酪農に関して、機械導入で搾乳効率を上げる努力をされているとか。

金子 NAMIKIデリーイファームではスウェーデン企業デラルのロータリーパーラーという新型の搾乳機械で成果を上げています。搾乳能力は二〇〇頭分あり、近いうちに日量五〇ト体制に持つていけるかな、と思っています。

——クラウドコンピューティングの活用はどのように？

金子 IT企業の株式会社ファームノートホールディングスが開発したものを取り入れています。

牛の首にセンサーデバイスを付け、得られるデータをクラウドコンピュータにため込み、スマートフォンで随時それらデータを現場で引き出して牛群管理をしたり牛の発情時期などをチェックするのです。

すごいシステムです。私は経営者の立場で方向付けをするだけで、専門人材に委ねています。

——酪農や畜産現場はこれらのシステム活用で、生産性を上げる？

金子 昔は勘と経験だけでやっていましたが、今やあらゆる機材やシステムを使って科学的に農業に取り組む時代になったことは間違いありません。

——デントコーンなど、自給飼料を使った生乳の評価が高いとか？

金子 実はそうなのです。明治乳業などに出荷していますが、私たちの場合、量ではなく品質重視を考えており、飼料などに関してこだわる生産をした結果かと思っています。

品質管理は、生乳温度を瞬時に四度に下げて冷やす装置を導入しています。従来手法だと五、六時間かけて温度を下げるのですが、それだと品質低下を招きかねないので、工夫を重ねたのです。

牛乳は、JR東日本の周遊型寝台列車（クルーズトレイン）である「TRAIN SUITE 四季島」でも採用され、市場価値が上がりました。

地域対策で牧場評価アップ

——生乳は牧場内のジェラート店でも人気とか？

金子 ジャージー牛の生乳を使った手作りのフレッシュジュラートを牧場内の店で売り出したら、若者の間でおいしいと評判で、大人気となりました。

——牧場内のレストランやジェラート店は六次産業化対策と同時に、周辺の地域対策もあつたとか？

金子 その通りです。私たちが抱える肥育牛や乳用牛の数は桁外れに多いため、臭気などが公害にならないように、さまざまな対策を講じています。同時に、愛着や親しみを持つていただくためにも対策が必要と考え、あえて牧場内にレストランなどを作ったのです。

また、牛馬と遊べる「ハッピーファーム」も、その一環で作りました。ヒマワリや菜の花なども数多く植え、リラックス環境にもなりますので、入場者数は多いです。

——入場者数はどれぐらいなのか。

金子 年間二〇万人の方々が来てくださっています。

牧場のレストランやジェラート店で、牧場で生産したものや加工したものを食べていただくことで文字通り六次産業化が実現します。同時に私たちにとっては、牧場が地域の憩いの場になってもらうのが望みです。

——周辺農家との共生策として、牛のふん尿を堆肥化し提供も？

金子 堆肥化して近隣の野菜生産農家に提供、ものによっては販売しています。これも重要な地域共生策だ

と思っています。

TPPには鮮度いい生乳で対抗

——TPP（環太平洋経済連携協定）の発効により、海外の農産物との競争が現実化しますが、どのようにお考えですか。

金子 私たちは、これまでも「ピンチをチャンスに」という気持ちで難局を乗り切ってきましたので、TPPに関しても悲観しておりません。

確かに、バターやチーズに関しては、ニュージーランドや豪州との競争で厳しい戦いを強いられることが考えられます。しかし、鮮度が生命線の生乳などに関しては、私たちも餌や品質管理の面で工夫を凝らしており、十分に国産の強みを発揮できていると思っています。肉用牛に関しても同じです。

——酪肉複合で積極経営をされてきました。今後の経営目標は？

金子 経営課題は多いですが、酪肉複合経営への判断は正しかったと自負しています。

今後は、NAMIKIデリーイファームの伸びが期待できそう。本業部分の肉用牛肥育を含め、五年後には現在の年商七〇億円から一〇〇億円規模を目指したいと思っています。

（経済ジャーナリスト 牧野義司）