

# 伝統・適価・本物の吉野材を高次元加工でサプライする

川上さぶり（川上産吉野材販売促進協同組合） 奈良県吉野郡川上村

川上さぶり（川上産吉野材販売促進協同組合）は、「山守<sup>やまもり</sup>」と呼ばれる林業従事者を中心として設立され、川上産木材の近代的高次元加工と流通までを手がけることで、木材の高付加価値化と流通の円滑化を図り、地域の伝統的産業である林業・木材加工業の活性化を目指す。

地元産材を地元で加工から販売まで一貫して行うことで、輸送費等のコストダウンが図れると共に、高付加価値化により地元の収益向上に繋がり、村内事業者の一貫体制による、共存共栄の途が拓かれた。近年は「吉野材」というブランド、あるいは「自然志向」への理解者も着実に増え、ユーザーは徐々に増加している。



## 林業から製材加工・流通へ県内初の試み

平成10年（1998年）9月の台風7号により、吉野林業地帯は激甚災害指定を受ける大きな被害を蒙り、この時をきっかけに林業・木材加工業が一層の低迷を見ることとなった。

そこで平成12年、林業の活性化を目指して、「山守<sup>やまもり</sup>」と呼ばれる林業従事者を中心とする16名の組合員（うち1名は法人）により、高次元加工と流通まで一貫して手がける川上産吉野材販売促進協同組合「川上さぶり」が設立された。

「山守」とは、川上村など吉野林業地域独特の制度で、村外の資本家（山林所有者）から委託を受け、山林の植栽や保護手入れ、間伐等の指揮管理などを代行する現場責任者である。

仕える人の傍らに常に控え、いざという場面で働く「さむらい」の語源「さぶらう」者達を標榜する山守が、伝統・本物の吉野材を適価でサプライ（供給）する事業に乗り出したことから、「川上さぶり」の呼称が生まれたという。

停滞する国内の林業・木材加工業であるが、木材が流通して初めて林業地域も活性化する。このまま何もしなければ沈滞するばかりとの懸念も強く、「変化の無い進歩は無い」との決意で、山林からの原木の切り出しに携わってきた山守が、加

### 会社概要



会社名：川上産吉野材販売促進協同組合  
所在地：奈良県吉野郡川上村東川758-1

電話：0746-53-9988  
FAX：0746-53-9888  
設立：平成12年  
代表者：代表理事 上嵐 逸平  
資本金：1,710万円  
従業員：10名 組合員：16名  
事業：川上産吉野材原木・製材  
品販売人工乾燥等高次元  
木材加工 他

URL：<http://www.yoshinosugi.net>



経営理念・製品情報や川上村林業の歴史も詳しいHP

高周波木材乾燥機  
と自社製品の  
施工例



工から製品販売にまで進出した。

もちろん奈良県内では初めての試みである。

### 地域内製材業との共存共栄で高付加価値化

それまでは、山から木を切り出すことが専門で、最終ユーザーである建築物の施主の声は届かず、また、価格は原木市場任せで不安定であった。さらに、村内の製材業も、原木を角材や板に加工する一次加工が中心であり、村内での高付加価値化が急務であった。

そこで、地元の原木市場から購入した原木を、製材事業者により一次加工し、その後「川上さぶり」で、工務店やハウスメーカーがすぐに使いやすいように加工する二次加工、そしてさらに機械乾燥による高次元加工を施す。これにより、含水率20%以下、強度の指標であるヤング率は平均70以上を目標として、住宅建築材向けに安定した品質の木材を提供できるようになりつつある。

近年、住宅の性能保証を求める声の高まりで、木材の性能の安定性についての要求が厳しくなり、国産材の需要低迷の一因、ひいては林業地域の過疎化にも繋がっていた。

同組合設立により、地元産材を地元で加工から販売まで一貫して行うことで、輸送費等のコストダウンが図れると共に、高付加価値化により地元

の収益向上に繋がり、村内事業者の一貫体制による、共存共栄の途が拓かれた。

### 手探りで山の文化に協調する顧客開拓へ

平成12年の組合設立後、国の林業構造改革事業の支援を受けて、二次加工設備、高周波木材乾燥機を導入し、平成16年度に本格稼働を開始。従業員は未経験者であったが、30歳代、40歳代の働き盛りの人材で、精力的に取り組み、組合員も積極的に協力した。しかし、当初は、試行錯誤する苦しい時期もあったという。

既存の販売ルートに頼ってはい将来的に難しくなっていくことは明らかで、新しい販売ルートの確立と、消費者ニーズや社会的ニーズへの対応が一番の課題であった。

他方、直接的な需要家である工務店やハウスメーカーでも、少子化の進行などで住宅着工が減少するなか、変革が必要と考えているところも多くなり、新しい方向性を模索していた。

そのため、高級材として知られる「吉野材」というブランド、あるいは「自然志向」を前面に押し出した営業展開を行いたいとする工務店、ハウスメーカーもみられた。山の文化への理解者が着実に増えるなか、同組合の取り組みとの連携も深まり、同時に販売も徐々に増加した。

### ブランド化で2代目が残れる地域づくりを

植林事業発祥の地として古くからの歴史を誇る川上村には、手入れの行き届いた樹齢100年を超える木もまだまだ豊富である。これらは、耐久性などの品質に優れることから、同組合では、いずれは「川上産」「100年梁」などの言葉を前面に押し出したブランド構築を視野に入れている。

また、自然環境の保護に関しての意識が世界中で高まるなか、再生できる資源としての木材の意義は大きい。上畷代表理事は「環境意識の高まりという追い風が吹いている。しかし、帆を張らなければ受けることはできない」として、今後も、製材・加工部門の集約化、販売の積極化を図り、林業・木材業の振興はもちろんのこと2代目が残れる地域づくりを目指す。

(山城、島田)