

第18回テーマ
国産スギでDo It Yourself!!
～「大径木利用」と「カフェ板」～

中国木材株式会社（広島県呉市）
新谷 光生（しんたに こうせい）



いま、日本中の山林には戦後植林された杉や桧が成長しすぎた状態にあります。理由は海外からの輸入材に押されて需要を得られず、長く伐採植え替えの機会を失ったためです。成長しすぎた植林木は花粉症の原因にもなり、台風の際に倒れたりもします。



その植え替えを急ぐためには、地産地消ではなく
巨大な消費力を持つ都市部に新たな木材の需要が必要。

「カフェ板」

DIY市場ではよく使われています。

SNS Instagram, YouTube

「#カフェ板」を検索すると・・・

特にYouTubeでは、いろいろな使い方でDIYを楽しまれています。

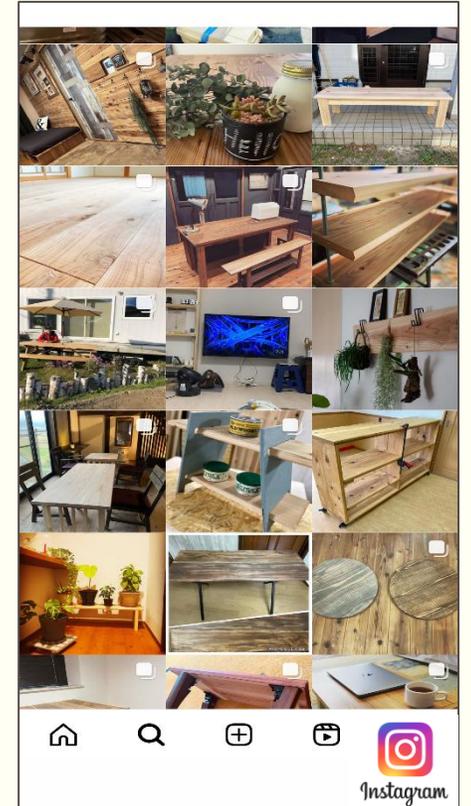


カフェ板は国産スギの大径木を素材として生産しています。

2022年度実績

11,000立方メートル 約8億円

91～92万枚



開発担当者の思い

キーワードは

「一緒にやりましょう」

「あなたにもできますよ」

国産材を素材にした、
小さなベンチャーがどのような過程を経て
年間8億円の売り上げ実績となった
人気商品を生み出したのか
というお話をさせていただきます。



「カフェ板とは？国産材ベンチャーのススメ」



カフェ板はスギの大径木の側板を素材とした、DIY向けの製品です。

長さは2 m厚み30mm×幅200mm

含水率 中央値15%

←専用な形状（凹凸）を施しています。

- 開発経緯 ① 「悔しかった」
- 開発経緯 ② 「花粉症」
- 開発経緯 ③ 「一般意識とのギャップ」
- 開発経緯 ④ 「先入観や固定概念」

当事者になる方法「自分が動き出す」

スギの大径木を活用しましょう

などと、口で言っても何も変わらない

自分でやることにした



実現させる方法

アイデア
マーケティング
(情報・才能) × 資本 = 価値創造
ヒト・モノ・カネ



↑
個人にはこれが無い

だから

資本と接続する ための実績作り
「マイクロスタート」

自分にできる規模から、徐々に背伸びしつつ周りを巻き込む

資本と接続する第二段階 「ドブ板営業」

新しい価値の提案において、広報がとても重要だが広告はとてもコストがかかります。

小規模なマイクロスタートだからこそ、広報の規模も小規模で済みます。

最小規模におけるもっとも効果的な広報展開

「ドブ板営業」

自分の生活している周囲の身近なひとすべてに、直接会い活動について伝えました。

友人、知人、地元でよく行く飲食店、SNS、趣味のつながり



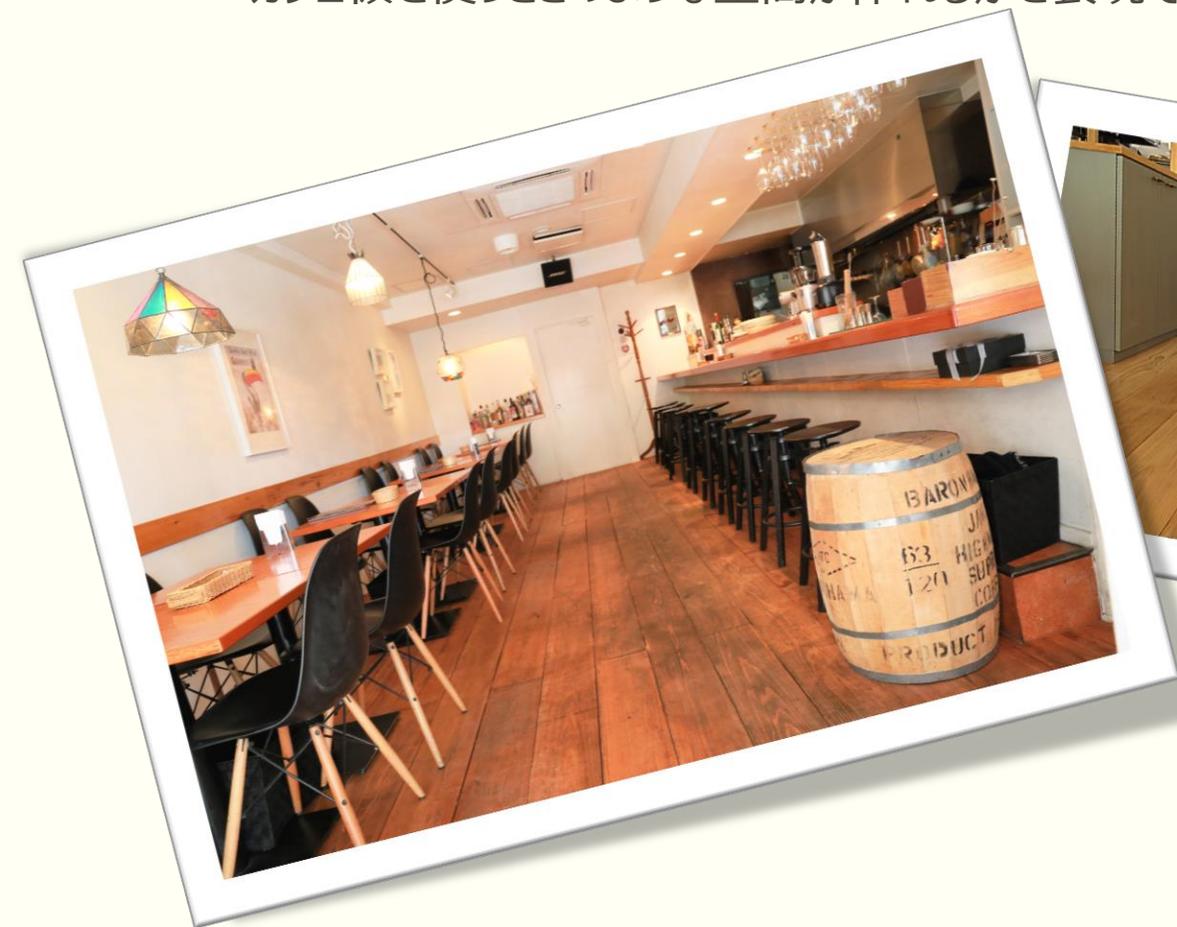
欲しかったものは、プロトのカフェ板を実用してくれる
実際の建築物

資本と接続する第三段階 「わかりやすさ」

ドブ板営業で、地元の同年代の店舗オーナーが、お店の改装をしてくれた結果、カフェ板を使うとどのような空間が作れるかを表現できました



建築資材である以上、「実際に使っている物件」が最も説得力を持ちます。実際に存在する実物の写真や、現地において、直接見て触ってもらうこともできます。良さがわかれば、話を聞いてくれる人が増えてきます。



ベンチャーの基本ルール

「挑戦は恐れないが、失敗は恐れろ」

資本力がない＝些細な失敗が致命傷に至り活動が継続できなくなる

- ・考えることは基本的にタダ。時間のある限り考え抜くこと
- ・一か八かの選択は絶対にしないこと

選択肢が少ない＝やってはダメなことを決めてゆく

資本力があるなら、選べる手段は多く、失敗を覚悟したデータ取りもできる
資本がないなら、考え抜いて打ち手を選ぶ



勝つための準備 その1

「ランチェスター戦略はベンチャーの基本」

- ・戦うべき戦場を限定する① ⇒ 輸入材（2×8、2×10）の床板用途市場での品質優位性
- ・戦うべき市場を限定する② ⇒ 無垢無地フロアや高品質な建材フロアと競合しない価格設定での距離感
- ・スギを活かす専用デザインで展開する ⇒ 自分の信じるデザインを市場に提案する
- ・輸入材に勝てる品質 ⇒ すでにある構造材生産の技術や設備を流用する
- ・輸入材に勝てるコスト ⇒ サイズを1種類に集約し製造ラインによる連続生産

負けないための選択を考え抜いた

選択肢が少ない＝特定ユーザーになりきる

自分自身が特定のユーザーになりきる

ユーザーの欲しいものは何か？

ユーザーはなぜそれを選ぶか？



木材にありがちな勘違い

マーケティングの格言

「顧客がドリルを買い求めに来た際、顧客が欲しいものはドリルとは限らない。

欲しいのは穴を空ける術または穴である」



ホームセンターで木を買う人は、ツブ材が欲しいわけではありません。

「木を使った空間やそれによってもたらされる利便性」を求めています。

ヒント；ユーザーは乾電池を買うときに、産地を指定したりしません。

乾電池は便利だが、欲しいのは乾電池そのものではありません。

見えてきた勝ち筋

現在の木材業界は習慣と先入観だらけ

乾電池の利便性と、輸入品であるツーバイ材の利便性は似ています。

ユーザーはいつでも、どこでも必要な時に「いつもの機能」が手に入ります。

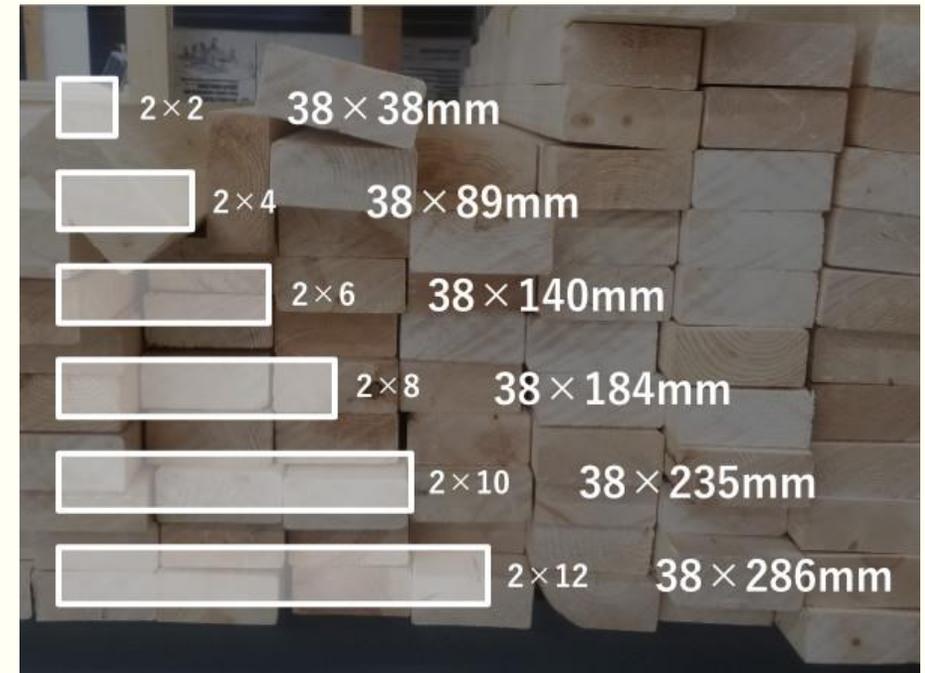
ツーバイ材との競合とは、規格での競合

スギが樹種として劣っているわけではありません。

相手の土俵で不得手な用途に使われることで、劣っているように見えているだけです。

2×8は38mm×184mm

2×10は38mm×235mmメートル法の国においては使いやすくない



世の中の失敗例に学ぶ

木材業界にありがちな失敗例「ユーザーを想像せずに物を作る」こと

高級路線；他者とは異なる希少なものが欲しい富裕層向け。少量であることが価値



汎用路線；一般に親しまれ、売れるために必要なのは、安定供給とコストパフォーマンス

木材ベンチャーにおいては、このふたつの狭間がデスゾーンになりがちです

手間やコストがかかり高い値付けにせざるを得ない「いいもの」を、高級品として大量に作ってしまう

⇒高級品の差別化市場こそ競争が激しい

冷静な消費者は、生産者の自己満足に対価を払う価値を見出さない

カフェ板の優位性

品質；素材も生産も100%メイドインジャパン。住宅構造用材と同等の品質管理。

規格；厚さ3cm 幅20cmメートル法の国で使うのに計算しやすいサイズ

コスト；品種を1種類に限定し、生産ラインを構築することで効率を高め、コストダウン

デザイン；杉の厚板のための専用デザイン（特許；1607544）

ユーザーが板材として使う用途において、負ける要素をすべて排除しました。

輸入ツーバイ材よりも、ユーザーに身近に使っていただくための準備が完了！



DIY市場の特殊性

DIY趣味は、コストダウンのためという一面のほかに、新たな価値を持ち始めています。

「心地よい不足感」をSNSなどを通じてコミュニケーションでクリアしてゆくエンタメ性

「唯一の価値を自分の手で作り出す」という満足感と価値観の共有

「時間と手間の結果」を認め合うコミュニティの存在

ブランド品と、自分で手作りしたもの。身の回りにあるとしてどちらが趣味人か立場のある方が、時間や手間というコストをかけるという意味が価値として海外の富裕層においてもDIYは見直されています。

そのため、DIY用の木材は、手をかけるに値する存在でありたい

お仕着せの使い方や、お節介な加工は余計であり、木材の魅力を低下させる場合もあります。

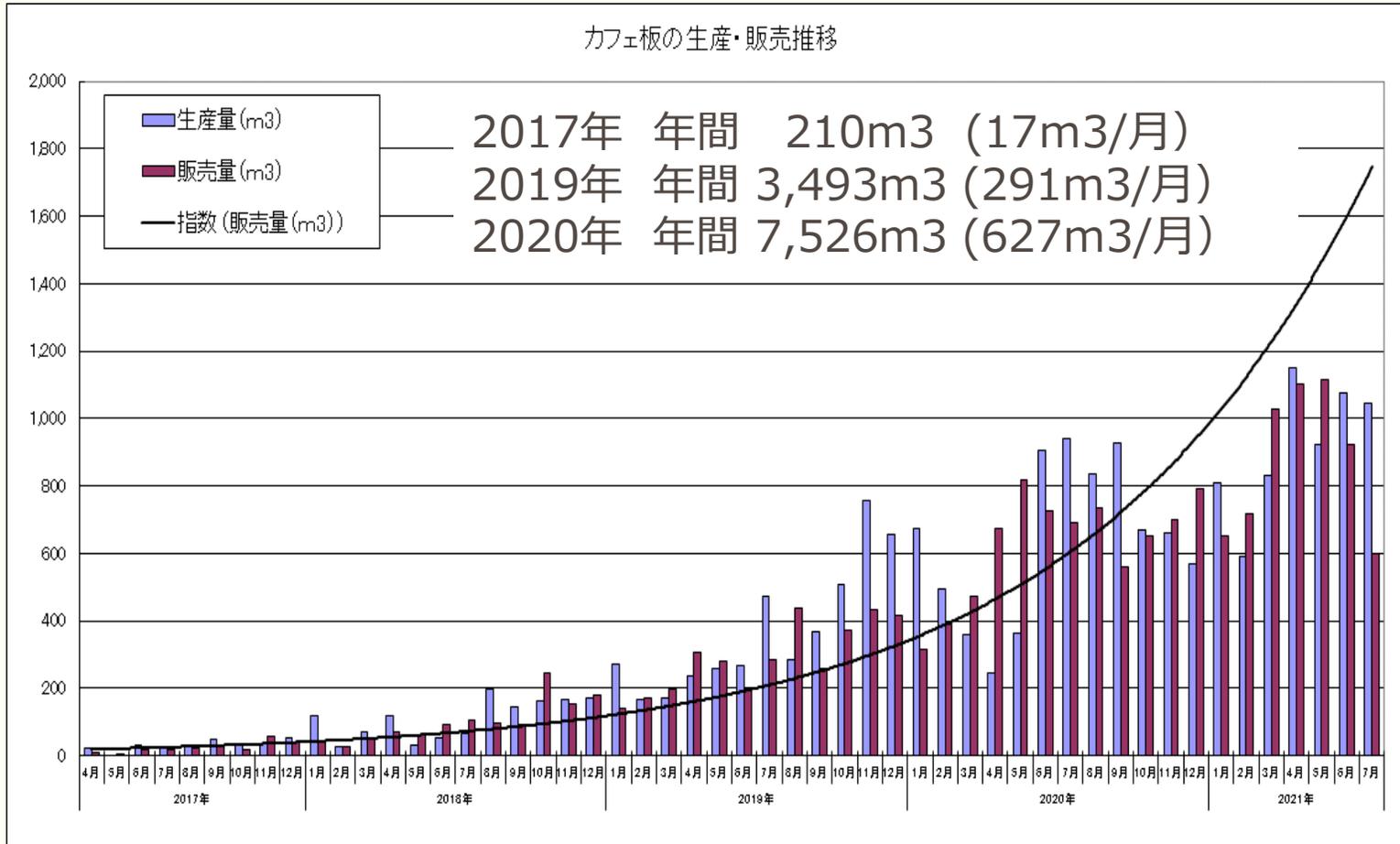
最小限の加工による余白。自由度こそが価値となります。



「実績」を作り活動を継続することが大事

こうやって継続してきた、2016年に「マイクロスタート」した小規模ベンチャー。
カフェ板は「ドブ板営業」により以下の実績を得ることが出来ました。

カフェ板の生産・販売推移



- ・日本DIY・HC協会
商品コンテスト2017金賞受賞
- ・ウッドデザイン賞 2019 受賞



ウッドデザイン賞受賞
JAPAN WOOD DESIGN
AWARD 2019

- ・グッドデザイン賞 2019 受賞



GOOD
DESIGN
AWARD
2019

- ・日本DIY・HCショウ2020
来場者人気投票部門 第1位 受賞

目的と手段の確認

自分の目的は、「大径木の活用」の当事者になること。

アイデアの実現のために資本との接続が必要であり、その手段として実績が必要でした。

実績があれば、その取組を継続することができ価値創造が実現します。

ベンチャーマインドのススメ

会社員や組織に属していても、老若男女、どんな立場であっても挑戦は可能です。一步踏み出せば景色が変わります。

山の木々を需要とつなげるアイデアがありましたら、動いてみることをお勧めします。

おわりに

木材は産地差も個体差もある、自然素材です。

産地やさらにはグレードが違えば全く別物のような特性です。

今日お話しした「カフェ板」は、九州南部の杉を得意な用途で活かすことが出来たことも、競争力になりました。

日本の山林は活用し、植え替えられるのを待っています。

50年後の日本人のために今できることがあります。



DIY × SNS で 山林応援アクション

#カフェ板で 日本の山 応援企画!!



#カフェ板と写真をつけてSNSに投稿しよう!

あなたの DIY は日本の山の植林につながります!
日本の山林の問題解決には、だれでも参加可能です!

【参加方法】

Instagram

YouTube

Facebook

Instagram、YouTube、Facebook にハッシュタグ「#カフェ板」をつけて
国産材を活用したDIY写真や動画を投稿してください
公式キャラクターがあなたの投稿に必ずうかがいます!

中国木材は持続可能な開発目標 (SDGs) を支援しています

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

7 エネルギーをみんなに
そしてクリーンに



12 つくる責任
つかう責任



13 気候変動に
具体的な対策を



15 陸の豊かさも
守ろう



中国木材の植林累計本数
405,595本



公式キャラクターのご紹介
山林とDIYと木材メーカーである中国木材を
つないでいきたいと日々考えています

あなたの投稿が日本の山林応援につながります!

人と環境のことを一歩進んで考えています

中国木材株式会社

中国木材とは



本社工場（広島県呉市）
敷地面積：139,752m²
（42,275坪）





1955年、創業当時のチップ工場と先々代社長



現在もアメリカから米松の原木を輸入し、加工している

2003年に国産材事業を開始。
 米材で培ったノウハウを国産材事業に活かしています。
 以降、佐賀県、広島県、宮崎県、茨城県、岐阜県
 と工場を拡大し、全力で取り組んでいます。
 そして来年の春、秋田県に国産材の大型工場を
 稼働予定です

