

“いい家を作り長持ちさせる” 小嶋工務店が取り組む TOKYO WOODの家造り

建築に関わる数多くの受賞・採択歴を持つ小嶋工務店。
その代表的な取り組みである「TOKYO WOOD」に込めた思いとは。

Interview
What kind of work style and business does a construction company do?

取材●森文希 Ayahi Mori 文●伊藤将史 Masahumi Ito 撮影●樫井勇弥 Kazuya Kashi

小嶋工務店 代表取締役社長

小嶋 智明

Tomooki Kojima

Profile

小嶋工務店 代表取締役社長。2009年に社長就任後、経営改革を推進。「根拠のある家づくり」をモットーに掲げ、国土交通省の長期優良住宅先導事業への採択、「TOKYO WOOD」ブランドの立ち上げなどを通じて、地産地消の家づくりを推進。長期優良住宅の認定や社内改革を進め、持続可能な住宅づくりと地域貢献に尽力している。

——まずは貴社の事業について教えてください。

小嶋 小嶋工務店は1965年に私の父が創立し、1972年に現在の所在地である小金井市に社屋を構えて以来、東京多摩エリアに根ざした工務店として営業してきました。過去60年で4500棟を超える木造住宅を建築し

ていて、現在はほぼ木造注文住宅の建築とリフォームをメインに営業しています。

——「TOKYO WOOD」とはどのようなものですか？

小嶋 地元である多摩の山で育った木材から独自の基準で選び抜いた高品質なものを、こだわりの天然乾燥で仕上

げた木材ブランドです。

——メディアでも数多く取り上げられて高評価を受けていますが、立ち上げるまでの経緯を教えてください。

小嶋 実は私が社長に就任した2009年以前、バブル崩壊やリーマンショックなどの影響によって、会社の経営状況は非常に悪化してしまし

株式会社 小嶋工務店



【東京都小金井市にある住宅展示場】

オリジナルのブランド材「TOKYO WOOD」を内装・外装にふんだん使い、ソーラーサーキット工法を採用した快適な住み心地の木の家。玄関の土間から木の“うんてい”で洗面脱衣室・洗濯室や浴室へとゲーム感覚で移動できる楽しい仕掛けや、中庭に面したリゾートのような円形の浴槽を配した浴室など、遊び心がたっぷり盛り込まれた展示場。

た。そこで私が経営改革を押し進めるにあたって、国や東京都などの第三者機関から評価を得ようという方針を立てたのです。そして、当時行われていた国土交通省の「長期優良住宅先導事業」への採択を目指して企画提案を始めました。実は「長期優良住宅先導事業」には過去2度も落選していたのですが、3度目のチャレンジでTOKYO WOODの原型ともいえる「多摩の木で造る家」いえともプロジェクト2010」が採択されたんです。

——地元の木材を使うという発想はどのように生まれたのですか？

小嶋 今まで自分たちが培ってきた経験と技術を生かし、地元のネットワークを活用した新しい家造りのビジネスモデルを作ったということですね。

Good
House 
Maker #2



自分たちや関わっている人が
真面目に取り組んでいて、
それが良いものだという自信があるから、
そのプロセスをお客様に堂々と見せられる。

き受けてくれる方があらわれて、「今から始めます」と野積みにした木材の写真を送っていただいたときの感動は今も忘れられません。

それに「無垢の木」と呼ばれる、自然の木をそのまま使用する資材は、含水率や強度にはばらつきがあります。「いい家を作り長持ちさせる」ためには、品質検査を行う必要があるんです。それ自体も手間がかかりますし、我々は厳しい基準で検査するので20%程度が不合格になってしまいます。品質検査ではじかれた木材を製材所から我々がすべて買い取る体制を整えるなど、本当にたくさんの苦労がありました。多くの製材所や林業家にご協力いただき、なんとか実現できたものなんです。もともと多摩の木材は、戦後復興の



【一般社団法人TOKYO WOOD普及協会】

地元の林業家・製材所・プレカット工場・工務店・建築士が一つになり、一貫工程で住宅を供給出来る体制を作りあげ、東京・多摩地域の木材を使った地産地消の家造りに取り組んでいる団体。住宅や家具の製造販売、情報発信、消費者参加型バスツアーの企画・開催などに取り組み、東京の森林の健全な木材生産サイクルと自然環境の維持にも貢献している。



HP

それに個人的な体験として、小さい頃から小嶋工務店の創業者である父が大工をしている姿を間近で見ている、木を削っていると、物凄くいい匂いがしていたんです。それは、自然から切り出したままの無垢の木の匂いでした。しかし、多くの住宅で使われる、高温乾燥釜で乾燥させる木材は、そういう匂いがありません。高温で乾燥させる人工乾燥だと、木のなかの水分や油分を飛ばしてしまうからです。当時、住宅展示場を回っているときに「ヒノキを使った家」と謳っていても、実際にはヒノキの香りがしないものも多かったんです。

そこで経営を立て直すというタイミングで、せっかくなら自分が本当にやりたいことをやろうと、「地産地消」の精神で地元の木材を使い、それを天然乾燥させて、一本一本の木材にまでこだわって家を作りたいという思いが、このチャレンジの根本にありました。

日本の住宅の多くは安い海外産の集成材を使っていますが、それと異なる取り組みをするのは大変だったのではないでしょうか？

小嶋 「人工乾燥なら7日で出荷できるものを、天然乾燥にして半年も在庫を抱えることになるのはいやだ」とよく言われました。それでもようやく引

は何ですか？」と問い合わせが相次いだんです。

「取り組みの一つである「TOKYO WOODバスツアー」とは何でしょうか。」

小嶋 TOKYO WOODでお住まいをお考えの方を対象に、自分の家に使われる木が林業家によってどのように育てられ、原木市場を経て製材業者でどう加工されていくのかという過程を、間近に体感できるツアーです。

小嶋工務店は、「根拠のある家造り」をモットーにしています。自分たちや関わっている人が真面目に取り組んでいて、それが良いものであれば、そのプロセスをお客様に堂々と見せられます。長く住む大切なお家が、どういう過程で作られているのかをツアーを通じて、見ていただきたいです。

最後に、今後の事業の展望を教えてください。

小嶋 端的な言い方になってしまいましたが、今までもこれからも「いい家を造りたい」だけです。そして、そのためには会社としてしっかりと利益を上げ続けなければいけません。先ほども言ったとおり、経営面では過去にピンチを迎えています。だからこそ、いい家を造り続けるためにしっかりと利益を上げて、お客様も社員も皆を幸せにしていきたいですね。



【住宅施工事例】

上から順に、「デザインにこだわる家」「趣味にこだわる家を建てる」「ナチュラルな雰囲気の家」。お客様の生活に合わせた居住空間を細部にこだわって提案している。