地域材活用

「TOKYO WOODの家」で環境大臣賞

木材の需要つくる、山と一体の取り組みに評価

小嶋工務店［東京都小金井市］

10年以上にわたり、「TOKYO WOODの家」を掲げて林業・製材所や、他の工務店とも連携しながら、東京都多摩地区で産出される木材の地産地消に取り組む小嶋工務店（東京都小金井市）がこのほど、環境省の第9回グッドライフアワードで環境大臣賞優秀賞を受賞した。社長の小嶋智明さんは、受賞を「次のステージの第一歩」ととらえ、ウッドショックをはじめコロナ禍で露呈した問題も踏まえながら、より山側と一体化した家づくりを目指す。

小嶋工務店社長 小嶋智明さん

ヤング率や含水率を厳しく検査し質を追求した「TOKYO WOOD」

多摩地区で産出する木材は、一般的に多摩産材と呼ばれるが、小嶋さんらの取り組みでは「TOKYO WOOD」のブランドを冠している。天然乾燥とグレーディング（ヤング係数はヒノキE>90、スギE>70、含水率20%以下）により品質の高さを担保している。

TOKYO WOODの普及活動には、同社以外にも多数の事業者が関わっているが、今回は、関係者の意見もあり「TOKYO WOODを代表して」、工務店1社の取り組みとして応募。環境大臣賞の受賞に至った。

小嶋さんは、応募の目的を「自社の地球環境に対するアプローチが正しいのか、世の中にどう評価されるか確かめたかった」と話す。経営上も「毎年の受賞件数2～3」を指標の1つにしているという。

山の利益には需要が不可欠

山側との関係構築において、小嶋さんが最も重要だと、考えているのが「山が儲かることを考え、提案すること」。

生活者にTOKYO WOODを訴求する取り組みも長年に渡って継続。産地バスツアーで、木材生産の現場を五感で感じてもらう

小嶋さん自身は、他社の資金繰りにまで関わっている。

しかし、木材の需要家である工務店がすべきは「（木材の）出口をしっかりつくる」こと、つまり市場や需要を創出することに尽きる。天然乾燥も、当初は渋られたので、小嶋さんが全量買い取りを約束して実現にこぎつけた。

誰しも、新しいことには抵抗を感じるが「切り口を示せば、動こうというスイッチが入る」。「きちんと需要がある、つくれることを示す」ことで、工務店のビジョンを林業や、製材所に伝えることができたという。

「捨てる部分」に価値を

現在、構想中の新しいプロジェクトも市場の創出に重きを置いている。構造材などに適したA材は高値が付くが、それ以下、特にC材以下の木材はかなり安く取引されている。小嶋さんは、これらの材を、家づくりに必ず活用することで、一定の需要量を確保して市場創出を目指す。

一定の木材需要を家づくりで確保し、市場をつくるのが工務店の役目

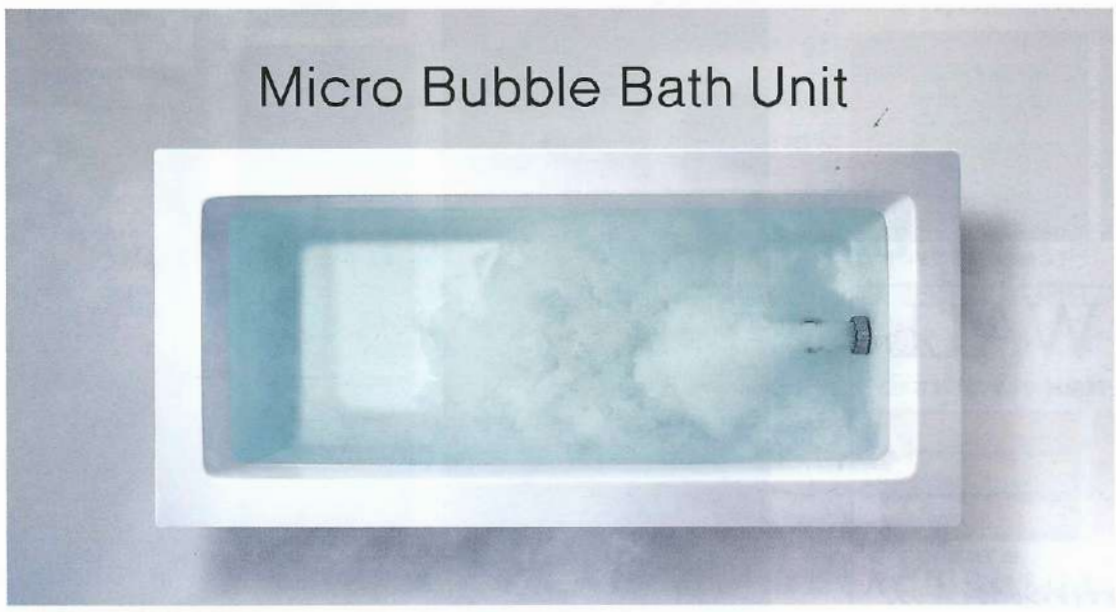
具体的には、建具や窓枠、屋根垂木、胴縁などの部位や部材を、C材以下の木材で製作する。TOKYO WOODの家をつくることで、A材以外も建築用材としての価値を高めていく考えだ。

工務店は確かに木材の需要家だが、実態は「木のいいところだけ使う」と小嶋さん。「捨てる部分」の価値づけこそ「山が儲かること」になると説く。

将来は自社製材も視野に

小嶋さん自身は、将来的には製材業にも進出したい考えを持っている。自社で製材までを手掛けることがTOKYO WOODの1つのゴールと位置付け、「その暁には社名もTOKYO WOODに変更したい」とする。

ウッドショックや資材ショックを経て、流通の都合に左右されてしまう今の家づくりのもろさも実感した。自社で製材までをカバーしてTOKYO WOODの供給を拡大し「（未だウッドショックの影響を受けている）仲間の工務店を助けたい」（小嶋さん）。



圧倒的な泡の量で、
自宅にいながら、極上の入浴体験。

白濁の湯でリラックス
圧倒的な泡の量が、まるで温泉のような極上の白濁の湯をつくり、
心地よさも感じられます。

温浴効果としっとり感
緩やかに温めるから、温浴効果が持続。
肌がしっとりするなど、保湿への感想もいただいています。

給湯器を交換するだけ
給湯器と一体型だから、交換するだけで簡単に導入できます。
浴槽の取り替えは必要ありません。

マイクロバブル
バスユニット内蔵ふろ給湯器
RUF-ME2406AW

Rinnai

リンナイ株式会社
本社／〒454-0802 名古屋市中川区福住町2番26号 https://www.rinnai.co.jp