



社会と時代に 必要とされる工務店を目指し 共有価値の創造を実現していく

インタビュー

安成工務店 代表取締役
安成 信次

山口県下関市に本社を置く安成工務店が創業65周年を記念しCSVレポートを発刊した。CSVとは、Creating Shared Value(共有価値の創造)という意味。他業界ではCSVレポートを公表する企業が目立ってきているが、住宅業界ではまだ少ない。地域工務店である安成工務店が業界に先駆けてCSVレポートを発刊した狙いや想いについて、同社の安成信次社長に聞いた。

——今回、業界に先駆けてCSVレポートを発刊した狙いなどをお教え下さい。

当社は、今年1月で65周年を迎えましたが、創業以来、先代の社長が理念としてきた「社会に生かされていることを自覚し、真に社会のためになる事業を行う」という考え方を大事にしてきました。この考え方は、まさに地域や社会と価値を共有しながら事業を展開していくというものです。

そこで、65周年を記念し、CSVレポートとして、安成工務店グループの共有価値の創造に向けた取り組みをとりまとめ、具体的な成果とともに広く知ってもらおうと考えました。

——CSVの実現に向けてどのような取り組みを行っているのでしょうか。

先ほど説明しました先代が掲げた理念にのっとり、「社会と時代に必要とされる工務店」を目指しています。そのためには、「どれだけ儲かるか」で判断するのではなく、社会や地域の人々のためになる住宅を供給していく必要があります。

私が先代から会社を引き継いだ当初、「地域工務店はどのような住宅を供給すべきなのだろうか」と悩みました。地域のコミュニティが形成され、豊かな暮らしが営まれる社会を実現するために何ができるのか。そのようなことを考えるなかで、シックハウス問題が起きました。

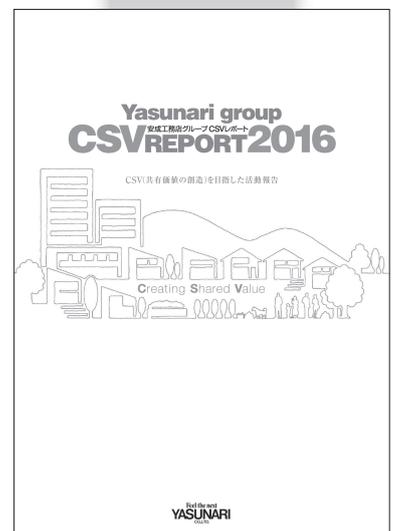
効率性を追求するなかで、工業化された建材を多用するようになり、その結果として居住者の健康を害するような住宅を作ってしまった。当社でも当然のように工業化された建材を利用していました。シックハウス問題が表

面化するなかで、「これは違う」と考えるようになりました。

その一方で地球環境問題が世界的に問題視されるようになり、できるだけエネルギーを使わずに快適な住宅を実現していくことも求められるようになってきました。

快適かつ健康的で、なおかつ環境負荷も少ない住宅を実現するには、どうしたらいいのか。そう考えるなかで、OMソーラーに出会いました。建築地の気候風土を設計に活かし、太陽や風などの自然の恵みを暮らしに取り入れながら、快適な住環境を実現するというOMソーラーのコンセプトを知り、1988年から自社で供給する住宅に取り入れはじめました。昨年12月末時点で1062棟のOMソーラーを搭載した住宅を引き渡しています。

1996年には大分県上津江村の第三セクター林業会社であるトライ・ウ



安成工務店が発行したCSVレポート

ツドと提携し、林山地と連携した地域型木造住宅の取り組みを開始しました。トライ・ウッドでは、伐採した杉材を玉切りし、井桁に組んで1年間かけて太陽と風のみだけで乾燥させる「輪掛け乾燥」を行っています。これにより、木材の色や艶、そして香りを十分に活かした構造材に仕上げることが可能です。こうした取り組みこそ、地域工務店だからこそできることではないでしょうか。当社で使う構造材は、大分県産材と山口県産材で、林山地の活性化にも貢献しています。

1997年にはセルロースファイバー断熱材の吹き込み工法「デコスドライ工法」を開発しました。「デコスドライ工法」で使用するセルロースファイバー断熱材「デコスファイバー」は、

新聞紙をリサイクルしてつくる断熱材です。2011年には建築用断熱材として日本で初めてカーボンフットプリント認証を取得しています。

下関市菊川町では、NPO法人「e小日本きくがわ」と協働し、市民の方々から新聞紙を回収し、地域通貨を支払うという取り組みも行っています。地域通貨は菊川町での買い物に使えるので、地域経済の活性化にも貢献しています。

——そのような取り組みを進めるなかで、今の安成工務店の住宅が形づくられていった訳ですね。

先代の頃、コンクリートやレンガ造りの建築を手がけたこともありまし

その後、先代も木造へと回帰していったのですが、私の代では2×4工法の輸入住宅などに取り組んだ時期もありました。また、プレハブ住宅のようなデザインを真似たこともありましたが、しかし、やはり「何か違う」という思いがあり、地域工務店からできる住宅を模索してきたのです。そして、出来るだけ自然素材を使い、近くの山で採れた木材を活用し、OMソーラーによって自然エネルギーを最大限に活用する、工業化の対極にある住まいへと辿り着いたのです。

こうした住宅こそが社会や地域を豊かにするという自負もあります。

最近の若い世代の方々は、闇雲に有名なブランド品を買うのではなく、自分の身の丈にあったものを選ぶという意識が高いようです。また、工業製品ではなく、手作り感が残っているものを好む傾向も強いようです。それだけに、地域工務店がつくる住宅が評価される可能性は高いのではないかと思います。

——今後の目標などをお聞かせ下さい。

地域を元気にしていくためには、地元企業が元気でなくてはなりません。お蔭様で当グループ全体の売上は、この30年間で10倍にまで成長しました。しかし、まだまだ足りません。地域に

良質な住宅を提供し、なおかつ雇用を生み出していくためには、まだまだやるべきことが沢山あります。

住宅以外の部分で地域を豊かにしていくための事業も展開していきたいと考えています。現在、ショッピングモールや医療モールなど開発事業も行っています。現時点では力不足で実現できていませんが、将来的には我々のような地元企業がこうした不動産開発事業を行い、完成したモールに地元の商店などが出店するといった形を実現したいと思っています。

さらに言うと、今後、コンパクトシティ化を進めるうえで、地域を再構築する必要が出てくると予想しています。チャンスがあれば、地元企業として地域を再構築していくような事業にも関わっていききたいですね。

よく「安成さんは事業家ですね」と言われますが、「事業として成立するのか」という視点で新たなチャレンジに踏み切ったことはありません。「地域や社会のために必要か否か」という視点で、常に我々のような地域工務店がやるべきことを考えているつもりです。そういった視点で事業を考えていくことが、地域企業が存続できる秘訣ではないでしょうか。まさに、近江商人の「三方よし」の精神こそが、CSVの実現へとつながっていくと考えています。



下関市の中尾友昭市長にCSVレポートを手渡す安成社長