



建築と木材の接点（続）

株式会社 ドット・コーポレーション
代表取締役 松木一浩



先月号に引き続き、昨年10月28日に開催された松木一浩氏の講演会での話題を紹介します。木材産業にかかわる多くの問題提起と提言が、豊富な建築での経験から語られています。木のことなら誰よりも知っていると考えていらっしゃる方々にこそ御一読いただき、木材に対する認識を新たにしていきたいと思ひます（編集委員会）。

再び品質保証について

品質保証という問題をもう少し考えていった時に、その品質保証というものを誰がするんだという問題が必ず出てきます。木材の場合には山で木を選ぶところからスタートすれば何人もの人たちが品質を保証するのに関与していきます。設計者はちょっと真面目な人と木材検査というのをやります。しかし大半は大工さん任せでしょう。ですけど少なくとも設計図にペイマツとかジマツとか書くのは設計者なんです。でもそう書いても、入ってきたものを見ても区別が付かない。それでも書いてるんです。そんなインチキがいっぱいこの世の中にあるんですね。品質を保証する人は木材屋さんもそうでしょうし、工務店も設計者もそうでしょう。でもどれ一つとっても無責任な体制で最終ユーザーにわたっている。そんなのは多分アメリカでは絶対に許されない仕組みだと思います。彼らはそういう事に対しては大変神経質です。保証を考えた上で更に万一の場合を考えて保険という制度をちゃんと持っています。そういう社会的な仕組みで品質を保証しています。

日本の住宅産業の特殊性

サラリーマンが家を1軒建てるっていうのは一生に一度の大仕事だといわれます。実際問題として、まず土地のことから考えますと今私の住んでいる新百合が丘あたりで家1軒建売を買おうと思うと、8千万から1億です。8千万から1億なんてたら一生働いて稼ぐ額の2分の1から3分の1ですよ。家1軒とってみても千5百万から2千万のお金をやっぱり投入する。それだけの買物っ

ていうのは自動車を一遍に10台買うようなもんですけれど、自動車の場合にはまだ中古車がある程度適当な値段で引き取ってくれます。でも建築の場合にはなかなかそういう事もないのです。

それはなぜかという日本の場合には非常に特殊な例として注文住宅が横行していることに原因のひとつがあります。注文住宅と建売といいますが、建物を買うというのに建ったものを眺めて買うのと、訳も分からずに図面から始めるというとの比率をみると、日本は最高に注文住宅が多い。紙一枚のところからスタートして、紙の上で建物を評価して家を買ってるんです。本当に今の最終ユーザーがそんなに建築図面が読めるとは思いません。最終的にできるものが十分に想像ついて家を買っている、あるいは注文を出している人っていうのは大変少ないんです。そういう買い方が日本人は平気なんですけれども、これはなぜかという造る人を信用しているからなんです。こうした購入方法が続く限りは、それを信用されるに値するような生産供給の仕組みを、造る側で用意しとかないとまずいんだらうと思うんです。大変難しいことを建築家はやらされているんです。やらされているんだからいろんな所に助けを求めたいんです。

例えば超高層1軒を建てる時設計者はいろんなメーカーに相談を持ち掛けて建物を設計します。ですけど住宅1軒の設計のためにとてもそんな事はやってられません。ですから何をやるかというカタログを信用してやる訳です。ですけどそのカタログに建築家側が理解できるところまでの記

載がなければ、何の役にも立たない。ましてや木材の場合には現物との対応関係がはっきりしない。これが木材の大変な特徴なんです。そのところを十分に我々も考えなくちゃいけないし、皆さんも考えていただく必要があると思います。

木材業の第一次ユーザー

皆さんは今まで多分第一次ユーザーをユーザーだと強く意識し過ぎてこられたと私は思います。一つの例を挙げますと、なぜ日本の額縁は3cmから2cmへ減ってしまったんだろう。西洋建築が入ってきた時には3cmくらいの厚みがあったんです。なぜこんな事が起きたかという、明らかにコストダウンをどうやってやるかと、大工さんと製材業者さんか、あるいは問屋さんといった方がいいかもしれませんが、お互いの話し合いで「じゃあまあこのへん2cmに減らせれば少し石数が減りますよ」てな形で2cmになっちゃった。2cmになって何が悪い。やっぱり2cmになったらなつたで窓回りの強度は落ちます。サッシの狂いが早く出てきます。多分皆さんと建築の業者との間には何段階も道があるんだろうと思うんですけど、そういうあたりのどこで決まったか分からないけれど第一次のユーザーに過ぎない工務店あるいは設計者との話し合いだけでものがどんどんコストダウンの方向へいったというのが一つある訳です。屋根にしても、壁の材料にしてもそうです。ユーザーにわたるまではすべて協同関係にある生産者側だという意識が希薄だったのです。

リハビリの兆し

そういったものがかろうじて最近徐々に厚くなっている。例えば床が12mmから徐々に15mmになりつつある。しかしまだまだアメリカのリッチなツーバイフォーなみの25mmあるいは30mmという合板が使われる時代はいつになったら来るんだろうという感じがします。それはいろんな問題があるかもしれませんが、でもとにかく皆さんも一緒になって15mmを18mmにし21、24というように段々と上げていっても別におかしくないんです。当然その方が耐久性はあるし遮音性もある。25mm合板くらいになりますと多分それだけでなかなか燃えないですよ。

そういった薄く薄くという道を多分歩いてこられて、今になって徐々に徐々にこう膨らましていらっしゃる。これはもう一種のリハビリの課程に入ったといえるかもしれません。壁もそうです。壁も一時期モルタルに駆逐されてしまって、今はサイディング全盛です。これももういい加減飽きましたね。そうすると次はやっぱり木がいいなあなんていう話がどっかにはあるんです。ですけども、どうやって具体的に木がいいかということを実証するというオペレーションブレイクスルー*の体制ができていない。まあ徐々にやられているとは思いますが。防火の問題あるいは居住性の問題なんかを中心にそういう努力がされています。ただそれでもやはり問題は建築屋さんとの接点でそれが行われているかどうか。まして大工さんたちをどうやって巻き込んでいるかということなんじゃないかと思うんです。

生産体制の変化

それから生産体制が変わってきているという問題、これは割と北海道なんかは元々新しい生産体制ですからそれなりに対応してらっしゃるのかもしれませんが。北海道の経済だけで成り立っているのならさほど問題ないはずですが、そうじゃなく北海道から内地へ何かを出すというようなことを仮に考えるとしますと、そこには当然その内地の事情を少し考えたものの流通なり製品化なりということを考えていただかなくてはなりません。

何が変わってきているかといいますと、先ほどいいましたように戦後社会構造として都市への人口集中が起きたということが一つあります。それから最近になって2所帯化が進み始めたということがあります。そういうものにに応じていける能力をもつ工務店というのはやはりだんだんと組織を大きくしていきます。多様な情報のある社会をうまく処理して新しい流行を創り出す、あるいは最終ユーザーのニーズを考えに入れて物を供給していく人たち、これはプレハブ屋さんほどの規模じゃ

*「突破口を切り開く」という意味を持つが、ここでは米国の住宅工法開発プロジェクトのチーム名にちなんで用いている。

ないにしてもいくつか地方に育ってきています。年間 500 くらいの数をやっている最近はやりの言葉でいえばホームビルダーというのは各県に 1 個ずつくらい生まれてきています。まあ各県単位まではいかないかもしれませんが。

それから都市への人口集中というのは住宅の共同住宅化というのをかなり促進しました。ですから東京なんかではとにかくマンションといわれる共同住宅がかなり増えています。その共同住宅も最近では内装が木になってきています。学校建築も木造で造ろうあるいは鉄筋コンクリートで造っても内装は木造にしたいというような運動が徐々に浸透しています。

北海道は広葉樹をおもちですからかなり有利ですが本州の方の植林をした林ってのはほとんどが針葉樹です。今「森がだんだん育っています」といっても建築屋の観点からいいますと、「柱がだんだんできてきました。梁ができるのはいつでしょうかなあ」というのが正直な感想なんです。それをどうやってカバーするかといったら、やはり集成材とかいろいろな手を考えざる得ません。そんなことをどう認識していくかということ、「柱は育ってきたけど梁がない。そうしたら集成材だ」というふうな道にいくか、「いやそれだったら面倒だからアメリカからベイマツ買ってこようよ」という方向にいくのか。今のところベイマツを買ってくる方向にいったる訳です。そういう意味でいえばベイマツと集成材との価格の競争になる。価格の競争だとなかなか向こうに勝てません。そうすると何か別のメリットをそこにくっつけなくてはなりません。どういうメリットがあるか私にも直ぐには分かりません。ですけど必ずあるはずなんです。例えばベイマツを徹底的にやっつけるとすれば、「あのヤニはどうするんだ」というようなことを問題にし始めている人もいる訳ですから、それはそれで道がある。

研究開発の現状

いろんなケースがありますが、製品の細かい規格というものが必要になってきていると思うんです。それは情報を集める能力のある人たちがこれ

から生き残っていくということと同時にその情報に対する目利きが生まれてきますよということなんです。そういう意味ではホームビルダークラスと十分に対向できる技術力といえますか商品説明力といったものを身に付けていく必要があると思うんです。これは工業化系の製品の人たちは優秀な社員をいっぱい集めてそういうことをやった訳で、皆さんの場合には若干苦しいところがあるかもしれませんが。そうだとすればそれなりにもっとうまく共同化して何かを研究していくことが多分必要になってくるだろうと思うんです。例えばプレハブ住宅、展示場に 1 軒商品として建てるのにいろんなケースで金額は違いますが、私の付き合った中でいいますと最高で 5 億円位の金を使います。最低でいえば 2, 3 千万の化粧直し程度の商品開発というのもありますけど、やはり 1 軒の住宅をまとめるまでに彼らはそれくらいのお金を使います。そしてそれが回収できないで困っている例も沢山ありますが、いずれにしろ木造の世界では研究開発投資といったことがどういう形で行われているかというのが非常に疑問なんです。ある時大工さんたちにもそういう話をした。そうしたら「俺たちは食うのに精いっぱい一銭の余分のお金もないよ」とこう言われちゃったんですね。考えてみれば確かにそうなんです。

設計事務所の多くは毎日一所懸命設計をして、しかも施主さんと夜ももちろん日曜日も打ち合わせをして家 1 軒を造って、年間まあ 4, 5 棟造って生活をしている。そういう連中は多分研究開発費を出せたって出ないと思います。それは年間の売り上げが 1 件の設計料仮に 200 万もらったとしても 5 棟で 1 千万です。それじゃあ「ちょっと研究開発費を出せよ」と言っただけ、まあ精々 1 人頭 5 万円出せりゃ良い方だろうと思います。でかいトヨタ自動車みたいな企業になると年間の売り上げが 5 兆円ですから、1 千億出すのもどうってことないんです。そういう社会の仕組みの中で、弱者ばかりが集まって出来ているのが建築なんです。弱者ばかりを相手に研究開発ということをやるといっては大変なんです。その大変な所に

いるんだからどうするかが非常に難しい。例えば東京なんかの材木の流通業者の人たちってのは、ほとんど今何で食っているかと思ったら賃貸業です。材木の流通ではほとんど食べていない。業種転換もはなはだしいですけど、それはやっぱりそうもいかないとなると、やはり何か新しい工夫が必要ですね。

内需拡大策

旭川の街今日一日ちょっと見ただけでこんなこと言ったら怒られるかもしれませんが、まああと数回建て替えても別に問題はないような建物しか建ってないんです。ヨーロッパと比べたらと言っておくのが無難だと思いますけれど、そういう建物を建て直すきっかけをうまく作るなんてのも深慮遠謀かもしれません。中曽根首相じゃないですけども、内需拡大なんてのはどうやってお祭をするかということにあるし、冗談話ですけど、ある東京大学の助教授が私とたまたま同級生なんですが「江戸幕府ってのは時々火を付けてたんだよ」って言うんですね。「江戸の大火ってのはあれは内需拡大策だ」と言って、まあこれは冗談か本当か分かんないですけども、とにかく「火が付きゃ材木屋がもうかった」。火を付ける訳にもいきませんが、要するに建築業関連でメシを食おうとしていっしょとすれば、ここ当分のところ内需しかないんです。大手のゼネコンはもう海外へどんどん出ています。例えばシンガポールへ行ったら西松建設、台湾へ行ったら熊谷組なんてものすごい有名です。熊谷が台湾へ出て台湾で出来た会社がアメリカへ進出して工事やってます。そういうふうには大手の工務店はもう海外進出をどんどんやってます。ですけど主に木材業界の相手方である大工、工務店というスケールの所はまあなかなか国の外へ出ていくのは難しいだろうと思うんですね。

大阪の街で築城400年祭なんてのを一所懸命やっている一番の理由ってのは何かというと内需拡大なんです。彼らはいろんなことを考えています。今度花と緑のなんとかっていう万博をやる。その時に高速道路の裏側のきたないのを全部綺麗にしよ

うと。それが一つのコンセンサスになれば大変なものですよ。仮に今まで何の気もなしに見てきたものに全部タイルを張るとしたらタイル業界一所懸命作ったって間に合わないでしょうね。それくらい大変なことをうまく作っていかようとしている。私は札幌でも旭川でもそして北海道全体でもいろんな形でそういうものをもっと仕組むべきだと思います。

そうしなかったら今までのようにユーザーは全く誤解したままで木造を理解していく一方なんです。もうなかなか回復できませんよ。そういう意味で皆さんだけでなくホームビルダークラスあるいはプレハブ企業というような人たちとどうやって連携を取って、例えば旭川の街があと2回化粧直しするためにはどうすれば良いか。こういうことを発想していけば幾らでも内需は拡大していきます。そういうことを誰がやるかと思ったら、別に市長さんがやる事でも何でもありません。多分これは皆がやらないとうまくいかないんです。そして北海道全体でそういう雰囲気をもっと作り上げていくのも、木材っていう忘れられた存在、皆忘れてはいないんですけど事実上忘れられた存在というものをもう一度認識させるという意味から必要なことだろうと思います。

他分野とのコミュニケーション

木造建築研究フォーラムはある種の研究者集団があって、その人たちが設立をしますって旗上げをした訳です。そしてその後に入ってきて下さった方というのは、まず学者系統でいうと林業系統といいますが林産系統の人たち、そういう人たちがたくさん参加を表明して下さいました。それから木材業者の人それから工務店、設計者なんです。建築の学者はほとんど増えなかった。今、700人くらいの会員なんですけれど、色分けするとその5通りくらいの人たちがおり、その人たちが今までそれぞればらばらにコミュニケーションをしていた訳です。それを一堂に集めてコミュニケーションしようというんだからよほどまい司会者がいないと成立しないんです。ですからなかなか今うまくいっているとは言えません。ですけども少

なくとも皆他分野の情報に飢えているというのが実情だと思います。設計者は木のことを大変知りたいと思っています。ユーザーはなんとなく木は良いと思っている。そういう中でもう一回世界一流の木造国に成れるかどうかは分かりませんが、チャンスはまだまだあるんじゃないかと思うんです。

木造文化の保存

それから保存という問題で、それに値する所はやっぱり徹底的に保存をし始めています。例えばポーランドの昔の首都であるクラクウという街では一つの市街地の住民を全部追い出してこれから化粧直しをするんだというようなことを平気でやっているんです。それからパリで見たので驚いたのは、80年くらいたっている6階建てのマンションです。これは日本でいうと江戸時代の長屋と全く同じなんです。階段の踊り場に共同の便所と洗場があるだけなんです。そういう生活をしている人たちがパリで200万所帯あるんです。町並みを保存するためにそれを改装、改造して使おうとしているのです。東京にはもう木質アパートで共同便所、共同炊事場なんていうのはありません。昭和30年代にはまだありましたが、もう20年もたないうちにそんなものはもう全部消えてしまいました。それだけ日本は確かにストックがないとか何とか言われますけど、フローの力でどんどん新しいものを作り出している。旭川あるいは北海道はまだ多分フローの力を発揮できるようにしなかったら多分どうしようもないと思うんです。今はストックをどうのこうのという発想は絶対やめた方が良い。

ストックすべきものに対してはストックをするという世代が一方では育ち始めています。多分北海道でも時計台のように開拓史の一つの象徴であるようなものは皆が一所懸命保存をしていくと思います。にしん御殿の中でも優れたものがあれば、それは必ず皆がお金を出し合っても保存していくと思うんです。ですけれどその保存と耐久性とかそういうものは余り短格的に考えない方が良いです。木材では耐久性なんてものをかなり気にさ

れていると思います。法隆寺は何年もつというような形でものを考えてきた一方で伊勢神宮というのは20年ごとに建て替えるということで一つの形を守り通してきた。

木の使命

保存というものはいろんな手法があるんです。それはあくまでも後に生まれてくる人たちがそれに価値を求めるようなものでなかったら絶対に保存されないって事です。そういう価値のあるものを生み出すそのための提案というのが木にはできるんです。化学製品化してしまったものが保存の対象になるとは今のところちょっと思えないです。まあ集成材くらいなら感覚的に保存の対象になるかもしれないと思います。ですから本当に良いものを作ると同時にもう一方では日本全体のフローの中でどうやって泳いでいくか。その時に大事なのはユーザーの気持であり、品質の保証であると同時に木が持っているもう一つの使命というのは良いものを提案する使命です。この使命をどうやったら実現できるか。これは相当長い時間をかけていただいてもいいし、何でもいいと思います。ある一つのアイデアがパッとひらめいた時にそれを実行されてもいいと思います。

良い提案というものが木から出てこない。これが戦後40年の姿です。今までほとんどといっていいくらい木の側から建築側に提案がなされた事はないんです。木を知らない建築側がいろんな提案をして、それに応じていただいたおかげで建築というのはガタガタになっちゃったんです。木を本当に知っている人たちが木の良さをちゃんと提案して下さいというのが、やはり私の一番言いたい点なんです。建築家側は知りません。もちろん協力はできます。ですけれど本当の意味で木の良さを生かす方法を知らされていないのです。

その時に最低限の努力としては、もう少しユーザー側へのコミュニケーションの道をつけるという事と、近代産業のメーカーが歩んできた道の中で品質というものに対する観念それだけは絶対に身に付けていただきたいというのが一つの結論じゃないかと思っております。(文責 前田典昭)