

北海道

9月から始まった本年度の旭川において開催される広葉樹銘木市は11月17日で3回目になります。例年でしたら毎月出かけているので相場観・モチベーションを市に合わせ高めていくのですが、10月の市をパスした為に、正直相場観は少しずれていました。出品数量は1,400M3です。

内容は良材が枯渇している状況から見るとまずまずかもしれませんが、小生に興味を持たせた原木は1本しか有りませんでした。

その原木は日本固有の樹種のカツラ原木（産地は足寄産）です。その原木は原木の半分（元の木口から半分は節が無い。末半分は節が出ている。しかし局部的に出る節ではなく、ばらっと出る。）は例えて言えば元は120万円、末は50万円合わせて170万円平均85万円と私は想定しました。しかしその見方では、木が年々悪くなっている環境の中では買えない事を十二分に解っているのです。95万円と小生は査定し、入札に向かいました。結果は105万円で他社に取られました。そういう相場で動いているのなら、この市に出品されている二番目に気に入るカツラ原木を取れば良いと（服部新聞を購読している方はプロからアマチュアまで）思われるのが一般的な考え方だと思いますが、小生に興味を抱かせる原木はこの一本以外に無いのです。

小生が服部商店に戻ってきたのが25歳です。来年60歳になるので35年間服部商店でカツラの原木と出会い製材をし、御客様に沢山お買い上げして頂いた経験から、この一本のカツラ原木を冷静に見れば、カツラ原木の怖さ（北海道産広葉樹原木の仲間が一番出来の悪い品質の原木で有る。）を人一倍承知しているので、取られた悔しさも有りますが、いい訳かも知れませんが、ある意味今シーズンも、欲しい原木は少々二番札との差が開いても取らざるを得ないと思いました。

しかしこの状況をエンドユーザー様に報告したって、そんなの知らない、服部さんは良い商品を相場場で我々に提供してくれるのが仕事でしょう。と言う言葉が何となく聞こえて来るような感覚が最近凄く有ります。

実際お金を御客様から頂くのでそうだと思います。言い訳をしても仕方のない世界だと感じています。服部商店は他社にない良質材が有るのか、それとも否かが問われているだけだと最近はごくシンプルに考える様にしていますし心がけています。

相場感とか現状報告を何の為にしているのか。本当に御客様の為にしているのか。それは言い訳ではないのか等、客観的な判断にするようにしています。その中で以下の様に思っています。

服部新聞は材木の世間話を正確に書くのは正しい情報公開が目的です。情報公開というとは単に産地情報・価格情報・今後の需給体制だけではなく、本当の森林の事を正しく報告する事が一番大事だと考えています。

日本固有の樹種はどうなっているのか、他の樹種はどうなっているのか等の本当の情報と現場の状況、それに元づいて我々はどう行動するのか。ユーザーさんに、どういう選択肢を提供するのか。それを服部雅章の行動と一緒に書く事で読み易い情報誌になるよう心がけて今後も書いていきます。



バグズオーダー・ウッドワーキングネットワーク

この度、私と私と志を同じくする専門家集団を作りました。それがバグズオーダー・ウッドワーキングネットワークです。

本音と建前。日本人のよく使うフレーズだと思います。この二つのフレーズで大事なものは前者だと理解している方が殆どだと思います。本音で生きるそれは理想です。亡き父は本音で小生を育ててくれました。小生は若い時は亡き父親に対する反発心もありましたが、本当に木材に対して堂々胸を張って世界中の森林に出かけても良い資格と才能を与えてくれました。本音で小生を仕込んでくれたと思います。

小生も亡き父親と同じ本音があります。それは人生の目標（小生は二番目の息子に仕事をバトナタッチできる、会社に仕上げる事です。）かも知れませんがやり遂げたいと思っています。

ところで今回の企画（バグズオーダー）は小生の人生の目標達成の為に考え作ったのでは有りません。本音（エンドユーザー様の本当に求められているニーズ・要求される木材の本当の価値）はどうしたら実現するのかを考えました。

服部商店は来年で90年を迎えます。1928年発足の服部製材所から戦争を経験し変化し続けることで対応してきたと思います。しかし人口の減少という日本人が戦争以外で経験する初めての試練が我々個人に色んな問題を提起しているのだと思います。日本経済だけでなく日本人全員に変化が求められてきているのを、日本人は理解してきていると思います。その中で小生の会社も変化してきました。

銀行・商工会議所等が斡旋する異業種交流会も何度も出かけました。そして色んな商いの方達と意見交換もしました。そしてその情報等の事も参考にして服部商店の構造改革にも取り組んできました。

異業種間でお金を出し合ってLLPと言う仕組み（消費者ニーズを正しく実現する挑戦）を利用した形も作り新しい時代に有った材木屋像を描きながら取り組んできました。しかし上手く行きませんでした。なぜ上手く行かなかったのかそれをずっと考え模索してきました。

- 1、皆がお金を出したのは間違っていないかも知れないが、お金を出した事で変な関係を生んだ。
- 2、参加して作ったメンバー構成が時代の要請に答えられなかった。
- 3、集まったメンバーの集め方に問題が有った。

1～3以外に問題が有ったかも知れませんが、大方3つの問題が有ったと思います。

色んなチャレンジをして一つ学んだ事が有ります。それは何をすることも木を見つめられる材木屋が必要な事だと言う事です。しかしこの材木屋の存在は、真剣に木と見詰め合い勝負出きる人間でないと時代の要請には答えられないと感じています。

木を見るだけでなく森林も見ることが出来る。昔の材木屋の言葉で言えば当たり前の仕事を出きる材木屋だけが存在を許されるのではないかと思います。最初に記事・北海道で取上げましたが、客観的に言えば、材木屋の存在価値を高めて行く以外に、成熟した人口減少社会の日本のマーケットに対応出来ないと考え今回のネットワーク構築を考えました。

ウッドワーキングネットワークのメンバーの建築士・工務店・木工所・家具製造業者は直接ユーザー様と触れ合う機会は圧倒的に我々より多いです。彼らが自由に動ける仕組みを提供する事が今回の仕組みです。4つの集団は各々が出来る仕事・二つ以上の集団でないと出来ない事、全ての集団でないと出来ない事等の仕訳がはっきりすれば、必ずユーザー様のニーズに対応出来て成果を上げられるはずで。しかもエンドユーザーが本当に欲しい価値を最大限実現し、出来る限りコストダウンも出

来、職人連中にも他社よりも少しでも多いお給金が出ることが実現したら、本当にユーザー様が欲しい価値を提供できていると思っています。

先に述べた環境で我々材木屋の仕事は100%完全な縁の下の力持ち的存在を突き詰める事だけだと感じています。日本人『工業化商品より無垢材の方が良い。』は解っています。しかし古いしきたりが有って何かしたくても、取りあえず明日のご飯を食べる事が優先するから、理想が有ってもそんな事は夢物語で有る。しかしこのまま行けばじり貧になる可能性が大である。こんな苛立ちが有るのも事実だし何とかしなくてはならないと言う思いも有る筈です。



バグズオーダーの紹介



サスティナブルを実現する木材資料



無垢の価値を理解して頂ける空間



参加メンバーの紹介

そんな環境の中で小生が考えたのは、お金を出すのは服部雅章だけ。次に集まる為に土台が必用。土台は基地を作る事。基地とは単なるショールームではなく、集る集団を全員が同じポジションで利用できる空間。その空間は固定するものでなく、常に動き続ける事が出来る事。

そして一番大事な事は、単に見て頂くのではなく、信頼感を得られる空間作り。そして見て頂いて利用して頂けるユーザー様に、従来の方法ではない、あくまで本音で言うと森林から見て本当に正しい提案方法を考え作りました。

ユーザー様にこの集団の思いがしっかり明確に伝わり是非利用しても良いかなと言う動機を起こして頂ける空間だと思ったからです。そうでないと単なる自己満足に陥ってしまう。単なる親睦会に陥ってしまう等過去の経験から学んだスタイルです。

木材を利用した全てのニーズ（住まい作り・店舗作り・リフォーム・家具の注文・造作家具の受注・設計から施行・家具木工教室・想定できるあらゆるニーズ）に対応出来る集団作りが出来たと思っています。必ず参加する方々がウイン・ウインの関係になる事も考えました。

そして注文を出して頂くユーザー様から見て、何処に出したら自分の要求を満たしてくれるのか。それは安心してしかも価格的にも満足いくのか。客観的に見て安心感が有るのか。こだわりの細かいニーズにも対応してくれるか。等の細かい所にも目配りが出来たと思います。

バグズオーダーの専門家ネットワーク

木材は削ってみれば、何処の会社の商品か解りません。良い木材とそうでない木材は、使ってみれば解ります。しかし現在の高気密化の環境では、難しい問題は有ります。無垢は長所も有れば短所も



有ります。狂いも出ます。ユーザー様から狂いが出やすいと言う理由だけで、現在の住い作りは所謂シート張りが、数年前より多くなってきていますし、ツキ板さえも使わない現場が多数を占めるようになって来ています。その事実を謙虚に受け止め。どうしたらユーザー様に本当の正しい情報を提供ができるのか。

この課題に堂々向っていこうというのが今回の目的です。

色々強調出来る事が有りますが、ネットワーク全体を見ればゼネコンを分社化した形に見えると思います。実際そうですが、全く違う点が最大の売りです。ゼネコンは注文が確定

してから材料を発注します。しかし我々のネットワークは、服部商店の在庫をフルに使えるのです。例えば本日施主A様とI工務店さんが建築請負契約を結びます。しかし積算段階で服部商店に在庫で有る物はしっかり押さえています。つまり納期が先でも、価格上昇が起きても、この契約にはなんら影響を与えないのです。服部商店の在庫はご使用日程が100%決定していれば、御客様の納期に合わせられます。合わせられないのは、相見積もり等で天秤にかけられている場合です。今回作ったネットワークに出荷する価格は同じです。違うのは服部商店の在庫の利用方法だけです。この方法は現在の服部商店の営業にも影響を与えません。現在服部新聞を購読して頂いている、一般ユーザーさんにも朗報ではないかと思っています。

服部商店の木材をご使用頂いているユーザー様は、色んな職業の方達がいらっしゃいます。服部商店では個人名等は把握していますが、職業等に個人情報把握していません。その方達の中にこだわりの設計等の要望を望んでいる方が必ずお見えになる筈です。現在の状況に満足していない方がいらっしゃると思います。そんな方々に、是非興味を持ってバグズオーダーが目指す方向をご自身の目で確認するため、是非一度大阪南港のATC9Fに出掛けて欲しいと思います。

詳しい事はグーグル・ヤフーにてバグズオーダーと検索してください。

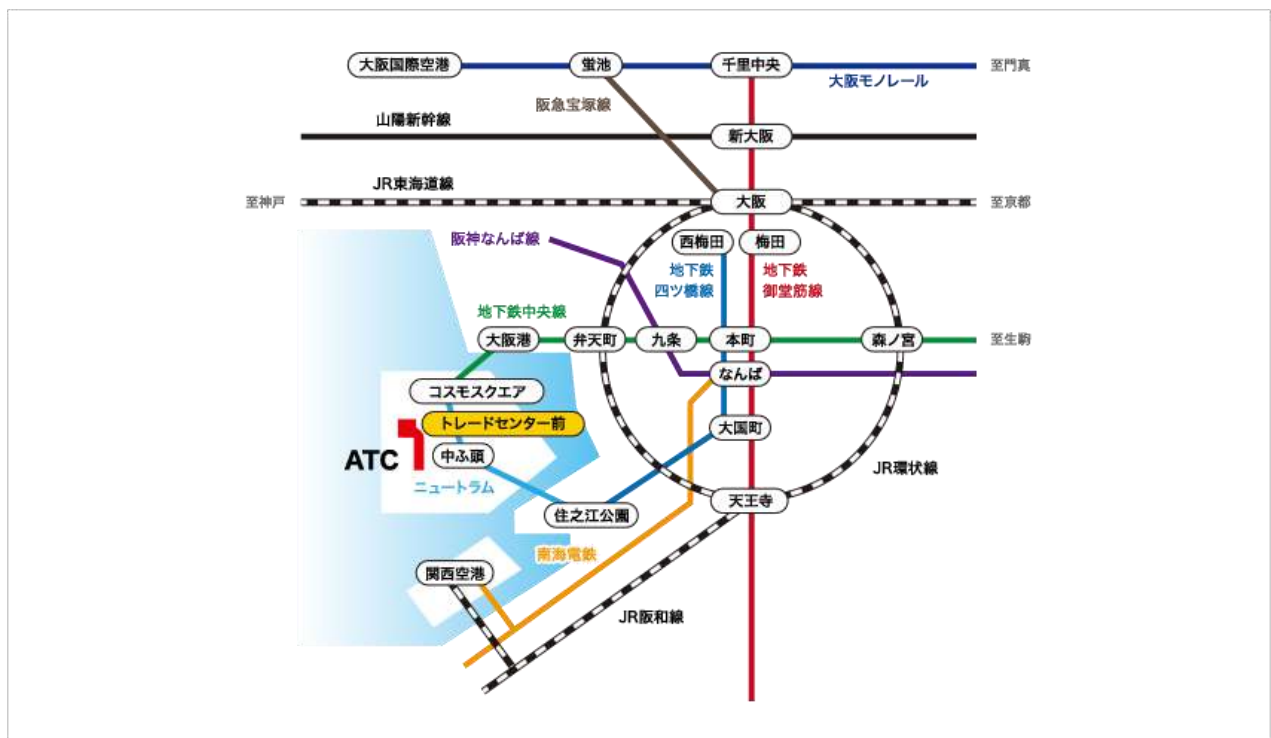
バグズオーダーのベースへ出かけて下さい。

アクセス

〒559-0034 大阪南港 ATC 輸入住宅促進センター（IHPC）内

大阪市住之江区南港北 2-1-10 ATC ビル ITM 棟 9F

電車の方は下の地図を参考に出かけて下さい。



車をご利用の場合

阪神高速湾岸線

神戸・大阪市内方面から「南港北出口」、泉佐野方面から「南港南出口」でお降り下さい。