

基礎研 レポート

まちづくりレポート | 古材と一緒に 家主のこころをレスキュー

リビルディングセンター・ジャパンが信州諏訪にもたらした幸福な状況

社会研究部 准主任研究員 塩澤 誠一郎
(03)3512-1814 shiozawa@nli-research.co.jp



1—はじめに

IDEA R LAB¹を主宰する大月ヒロ子さんの著書「クリエイティブリユース—廃材と循環するモノ・コト・ヒト」の中で、米国オレゴン州ポートランドにある、「リビルディングセンター (THE REBUILDING CENTER)」が紹介されている。増改築などの際に必要なくなった、建材、部材、設備といったものを受け入れ、ストックし、地域の中で再利用を促進するよう価格を市価より低く抑えて販売している。

古い窓枠を再利用した建物、たくさんのランプやバスタブが並ぶ写真を見て、このようなところが近くにあるといいなと、ひととき興味を魅かれた。というのは、身近にあった素敵な建物が、ある日突然なくなってしまうことをこれまで何度も経験していたからだ。

その中には、年月を経た、現在では容易に建築することができないような立派なお屋敷や、個性的で味わいのある佇まいの建物があった。そのまま残せないとしても、解体するなら処分する前に再利用できるものもたくさんあっただろうにと、更地になった現場を見て心の中で嘆くしかなかった。

ところが、昨年SNS上で、「信州諏訪にリビルディングセンターをつくる！」という見出しのクラウドファンディングを募集するリンクが目にとまった。なんと、日本で始めた人がいるのだ。しかも場所は長野県の諏訪。筆者にとっては幼少期から何度も訪れた馴染みのあるまちだ。

ウェブサイトを見ると、そこに写っているのはまだ20代ではないかと思われる若者たちだった。そして、次のようにプロジェクトを説明している。

「私達の経営理念は『ReBuild New Culture』。世の中に見捨てられてしまったものに、もう一度価値を見出し世の中に出していく。ゴミだと思っていたけど、磨いたりちょっと違う使い方をしたりしてみたら、すごく素敵になるんだ。そんな体験をひとつ積める場所に、リビセンがなればいいなと思っています。そういう文化をつくりたい」

なんという志の高さだろう。そのために、古材をレスキューして販売し、デザインを通じて古材の

¹ 基礎研レター「日本初の『クリエイティブリユース』の拠点とは？—倉敷玉島のまちに息づく“創造の源”を訪ねて」参照

活用方法を提案して、カフェを併設することで古材に興味を持ってもらうきっかけをつくとある。
筆者は今年、期待を胸に諏訪に出かけた。

2——レスキューする意味とリビルド・ニューカルチャーという理念

1 | リビルディングセンター・ジャパン内部の様子

リビルディングセンター・ジャパン²は2016年9月末にオープンした。JR中央本線上諏訪駅から歩いて10分ほどの市街地の中にある。建設会社の建物を改装したというその場所は、外観こそ「事業所」という佇まいであるが、中に入ると1階はカフェで、居心地のいい空間とBGM、おいしいコーヒーが出迎えてくれる。古材だけを目的に訪れると、いい意味で裏切られるはずだ。

カフェから窓越しに、古材の販売スペースを眺めることができる。床や壁の下地や建具の造作に使われていたと思われるたくさんの板材や柱材が整理され並べてある。2階には、建具、家具、雑貨、金物など古道具の類いが、所狭しと並んでいる。



(写真) 上段左：リビルディングセンター・ジャパン入り口、上段右：古材販売スペース、下段左：1階カフェ、下段右：2階の古道具類、いずれも筆者撮影（以下同じ）

² 長野県諏訪市 <http://rebuildingcenter.jp/>

2 | レスキューする意義

古材はすべて建物が解体される過程でレスキューされたものだ。代表の あずのただふみ 東野唯史さんは、解体される建物から古材を得ることを、「レスキュー」と呼ぶ。まだ十分使い、年月を経た味わいのある古材を、廃棄処分されることから救出する。それを販売し、購入した人が再利用することで古材は生きながらえる。事業としてはとてもシンプルに見える。しかし、そこには次のような深い考えがある。

東野さんは、レスキューは誰も損をしない仕組みで健康的だという。「古材を廃棄せずに使えばごみが減り、その分廃棄にお金を掛けずに済みます。地球の環境にとっても健康的だし、レスキューされる方も、レスキューする僕らも精神的な面で健康的で、誰も損をせずに気持ちのいい関係性で回る経済が成り立つと感じます」

建物を解体する場合通常は、専門の解体業者に廃棄物処理も含めた費用を支払う。つまり解体して、処分するにはお金が掛かる。しかし、解体する建物の持ち主は、レスキューすることでその分お金を掛けずに済む。むしろリビルディングセンター・ジャパンが買い取ることでわずかながら収入になる。

解体された建築廃材は、法令でリサイクルが義務付けられている。木材の場合、粉碎してチップや繊維にし、それを固めて木質ボードという建材にリサイクルされることが多い。しかし、古材としてそのまま再利用すれば、リサイクルのためのエネルギーは必要ない。

レスキューした古材を、東京など地域の外から来た人が購入すれば、域外のお金が地域の中に入ってくる。例えば、域外からデザインの仕事を受けた際に、施工に使う古材の製材を地域の製材所に頼めば、地域の中に仕事を生み、仕事を通じたつながりをつくることができる。

さらに東野さんは、「古材を使えば、ホームセンターで販売している新しい木材を使うより絶対にかっこよくなります。それだけで部屋がよくなり、暮らしが楽しくなる」と、古材利用者にとっても利点があるという。

このように、環境にも、レスキューを依頼する人、引き受ける人、古材を使用する人、そして地域にとってもウィンウィンの関係が成り立つ。古材は誰にとっても健康的な状況をもたらす「資源」なのだ。リビルディングセンター・ジャパンは、建物の解体現場を資源が湧いている場所と見ている。

古材を日常の中で普通に使えるようにする。そのような文化をつくりたい。それが、古材をレスキューする意味であり、リビルド・ニューカルチャーという彼らの理念が意味するところである。

3 | 理念の先にある社会

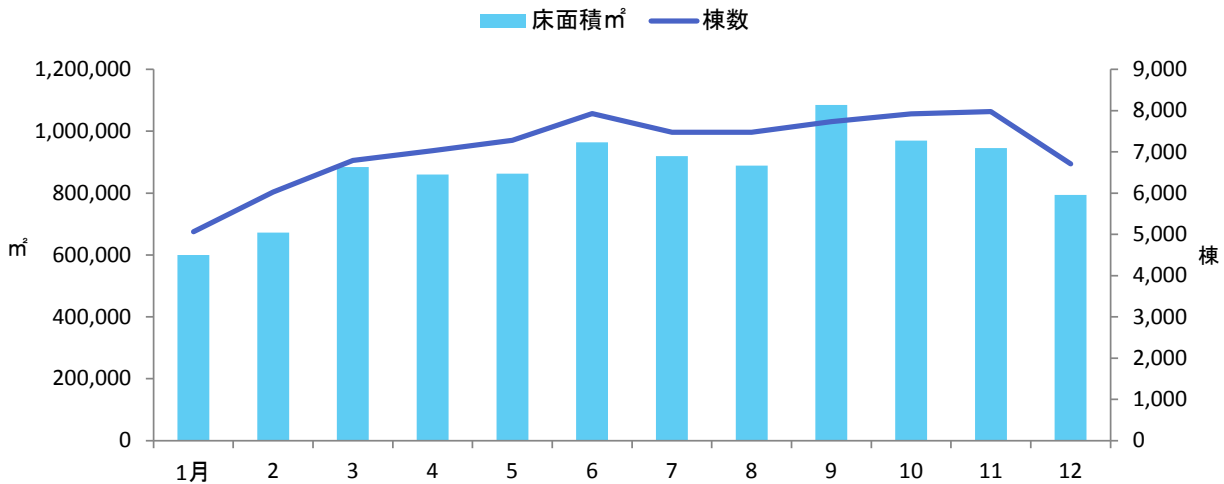
だから、リビルディングセンター・ジャパンだけで完結しようとはしていない。東野さんは、「古材の利用が増え、古材をレスキューする人が増えて、古材の取り合いみたいな状況が生まれることは悪いことではない。古材が循環し、多くの古材が再利用されることになるので、その状況まで持っていければ僕らは辞めてもいいかなと思うようになるかもしれません」と事業の先を見通す。

「建築物滅失統計調査」(国土交通省)によると、2016年の1年間に全国で除却された木造建築物は8万5,398棟、床面積の合計は1,044万6,048㎡である。毎月平均7,100棟以上、約87万㎡が解体され除却されていることになる。

また、2012年度の「建設副産物実態調査」(国土交通省)では、解体に伴う建設発生木材の年間排出量は、138万5,369トンである。(以上図表1, 2を参考に示す)

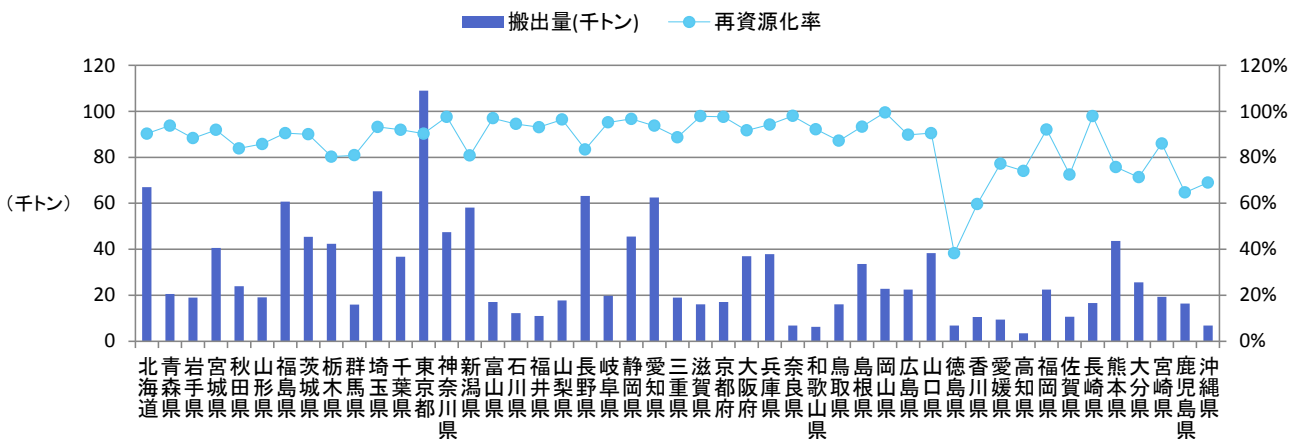
仮に、リビルディングセンター・ジャパンが年間 120 棟、240 トンをレスキューしたとしても、除却建築物全体のわずか 0.14%、年間排出量全体の 0.017%に過ぎない。多くの古材が流通し、再利用されるようにするには、リビルディングセンター・ジャパンに続く人たちが必要なのだ。東野さんたちは、そこさえも意識している。

図表 1 2016 年月別木造建築物減失棟数、床面積合計



(資料)「建築物減失統計調査」(国土交通省)を基に筆者作成

図表 2 都道府県別解体に伴う建設発生木材の年間排出量、再資源化率



(資料)「平成24年度建設副産物実態調査」(国土交通省)を基に筆者作成

3——レスキューの実際

1 | 依頼主に向き合う

これまでにレスキューした建物は 50 軒。週に 2 軒ほどのペースだという。電話などで依頼があると、まず、依頼主に詳しく話を聞く。場所や建物の状況はもちろんだが、家族全員がレスキューすることに同意しているか、レスキューしたものを販売することに同意できるかといったことも確認する。特別に思い出があるものがないかどうかどうかも問いかけ、あれば、優先的にレスキューし、それを材料に

何かの品物にしてお返しすることも行う。レスキューは、依頼主一人ひとりに向き合うところから始める。

2 | 解体業者と良好な関係をつくる

レスキューに行けるのは概ね片道1時間程度までの範囲。電話で確認が取れば、まず、現場に行き建物の規模を見て、スタッフの人数や必要な車両の大きさを見積もる。その上で解体業者とスケジュール調整を行う。解体作業と重ならないようにするためだ。レスキューは解体業者が入る前に行うことが重要で、重なってしまうと解体業者の作業に支障を来す。それは避けなければならない。先に入ったとしても、解体業者の手間が増えてはいけないので、例えば、解体作業に床があった方がよければ、床板を剥がしていいタイミングを調整する。

レスキューを増やすためにも解体業者との関係を良好なものにしておくことは大切なことだ。

3 | 次の世代に残したいものをレスキューする

リビルディングセンター・ジャパンは、今のところ重機が必要な柱や梁などの構造材は扱っていない。それ以外の部分を手作業でバラしていく。技術的に難しいこともあるが、大型の梁などは一般の人には扱えないことから、ストックヤードが限られる中で優先度を下げている。

構造材以外であれば何でもレスキューするのでもない。東野さんは、「次の世代に残したいものを基準にレスキューする」と話す。具体的には、ベニヤやプラスチック類は基本的にレスキューしない。無垢の木材や古い金物類、それらに該当する建具、家具などをレスキューする。その基準を依頼主に説明し、現場でジャッジしながら作業を進める。

4 | 依頼主の気持ちもレスキュー

実は、レスキューには、資源としての古材のレスキューと、依頼主の気持ちのレスキュー、2つの意味がある。

10年前先祖代々続く家を解体した経験があり、その事で夢にうなされるほど、先祖に申し訳ない気持ちを抱え、家を守れなかったことを悔やんでいた人から依頼があったという。今回も事情があって別棟を解体せざるを得なくなった。

しかし、「僕たちを知り、また同じ思いをしたくないのでレスキューに来てほしいということでした。全てをレスキューできる訳ではないのですが、結局その人が最後の最後までその建物と向き合える、そこまでやればご先祖さまに胸を張って会えるという状態まで持っていければよいと考えてレスキューに行ってきました。非常に喜んでくれました」

その人の気持ちもレスキューしたのだ。レスキューを依頼する人は、「僕たちがやっていることに対してしっかりと価値を感じてくれている人が多いような気がします」と東野さんが話す。依頼する人は、古材の救出とそれによる心の救済、そこに価値を感じているのであろう。

4—理念を実現するための取り組み

1 | デザイン

東野さんはこれまで、妻の^{かなこ}華南子さんと、「メヂカラ (medicla)」というユニットで空間デザインの仕事を請け負っていた。リビルディングセンター・ジャパンとなった現在も、県外を含めて店舗やゲストハウスなどのデザインを請け、その中で古材の活用を提案している。また、古材を使ったオーダー家具や建具の製作も引き受けている。

東野さんは、デザインの仕事の重要性を次のように説明してくれた。

「ここに来ないと古材を使った空間の体験ができないのではなくて、東京に飲食店を造れば東京に住んでいる人はそこで古材の空間が体験できますし、そのような場所が全国に増えていけば、古材の良さを理解してくれる人が増えて、家のリノベーションやお店を出すときに、少しでも古材を使ってくれるようになる。それだけ捨てられる量が減ることになります」

そしてデザイン的前提となるのは、皆がまねしたくなるレベルの「格好良さ」だという。多くの人が使いたいと思えるものにしなければ広がっていかない。格好良くて気持ちのいいデザインで、多くの人を惹きつけ、共感を得ることで古材の利用を促していく。



(写真) リビルディングセンター・ジャパン内部の様子。古材がふんだんに使われている。

2 | カフェ

カフェもリビルド・ニューカルチャーという理念の実現にとって必要なものだという。

「もっと日常に溶け込む感じで普通に古材、廃材が使える文化をつくりたいのです。そのためには

プロだけが集まる場所では全然駄目で、一般の人が気軽に来られる場所である必要があります。このように古材を使ったテーブルでお茶を飲んだりする場所が欲しかったので、カフェは絶対に必要でした」

実際に、地元の方はカフェ目的で訪れることが多く、グループ客は、男性陣が古材に夢中になっている間、女性陣はテーブルでお茶を飲んでおしゃべりしていることが多いという。古材でテーブルを作ろうとして来たカップルは、「ここに座ってこのテーブルのサイズを測ったり、向こうに行って材料を測ったり、紙を広げて絵を描いたり、コーヒーを飲みながら2人で検討して、いよいよ決めて買って帰った」そうだ。

ここにカフェがあるからこそ、実際に古材を見て想像を膨らませ、購入するかどうかを一緒に考えることができる。2人にとってその時間も楽しいものに違いない。その営みが、店内に楽しい雰囲気を作り出しているはずだ。



(写真) カフェの様子

3 | ワークショップ

リビルディングセンター・ジャパンでは、月に1回ほどワークショップを開催している。これまで、木箱づくり、ベンチづくりなどを行ってきた。毎回SNSで告知すると3日ほどで募集人数に達する。

「古材は自分で手を動かさないと取り入れづらいので、ワークショップを開いて古材の扱い方や、

道具の使い方などを教えるわけです。スキルをここで身につけてもらって、自分で何かを作るきっかけにしてもらう。何かを作るときに古材を選んでくれれば古材の使用量が少しずつ増えていき、需要が増えることによってレスキューしようという人が増えていくと思います」と東野さんが説明してくれた。ワークショップを行うことも、リビルド・ニューカルチャーにつながっている。

4 | 相談と依頼

客から様々な相談や依頼を受けることも多い。リビルディングセンター・ジャパンに持ち込まれる相談や依頼は、東野さんに言わせると「皆さん自由」だそうである。「思い出深い樽を、何かにして兄弟みんなに配りたい。提供するから何か作ってくれ」と頼んで来た人がいたという。そうした仕事をするとはまったく告知していないのにもかかわらず。

古材×デザイン×カフェという機能が、ちょっとしたモヤモヤを抱える人々を引きつけるマグネットになっているのではないか。店内に感じる何となく朗らかな雰囲気や、東野さんたちの人柄もあるのだろう。そのようなニーズが地域の人々にあるとしたら、それに応えることができるリビルディングセンター・ジャパンは、地域にとってなくてはならない場所になっていくだろう。



(写真) ベンチワークショップで作るベンチの見本

5—地域との関係

リビルディングセンター・ジャパンの建物は、地元建設会社が所有するものだ。東野さんは、リビルディングセンター・ジャパンを運営する上で理想的な物件だったと言う。東野さんが借りる前は、20年くらいほとんど使われていない状態で、取り壊そうとしていたのだそうである。東野さんがオーナーに事業の理念と構想を伝えると、すぐに理解を示してくれ、取り壊しを取り下げて貸してくれた。会社設立に必要な税理士も紹介してくれ、税理士から融資先の紹介もあり、すぐに融資が決まった。この時点で地元からは既に一定の支持を得ていたのだろう。

クラウドファンディングを活用したのは、融資の不足分を調達することに加え、ここでやろうとしていることに対し、世間からどの程度反応があるか知りたかったことと、やろうとしていることを自分の文章でしっかり説明できるからだ。結果的に多くの人の共感を得て、目標額を上回る約540万円を集めた。

オープンしてからは、多い日で40～50組が訪れる。おおよそ半数は県外からだという。地域への経済的な波及効果も小さくないはずだ。

最近スタッフを3名採用し、現在は東野さん夫婦を含めて7名で運営している。20年間空きビルだったところに店を開き、毎朝店の前を掃除し、スタッフ皆が地域の人と顔を合わせれば笑顔であいさつをして、イベントの前には近所を回ってお知らせする。夜は店舗に灯りがともり通りを照らす。このようなことを当たり前に行うことで、今では、地域の人に好ましく思われている手応えを感じている。

6—おわりに

リビルディングセンター・ジャパンが米国のリビルディングセンターと異なるのは、非営利組織ではないことだ。だがこうしてみると、同じことを株式会社として行っているように思える。東野さんたちは、社会的に意義があることを自身でリスクを取り、人々の共感を得て始めた。その取り組みは地域経済に貢献し、地域の人々の支持を得て進んでいる。非常に健全な事業の形であり、地域にとっても理想的な創業のあり方ではないか。

古材の目利き、古材を扱う技術、それを人に伝える力、古材を使用したデザイン力など、リビルディングセンター・ジャパンと同じことをするには、一定のスキルの習得が必要であろう。しかし、東野さんたちの後に続く若者が増えていくことを期待したい。

東野さんが思い描くように、このような取り組みが全国各地で行われ、古材の流通が文化として根付けば、更地になった現場を眼にして嘆くこともなくなるはずだ。筆者と同じように考える第三者の心もレスキューされることになるのである。

