芦葉工藝舎（株式会社 芦葉建設）
現代の「家守」として、美しい木の家づくりを継承する地域工務店

芦葉工藝舎
quality and design factory

芦葉工藝舎（株式会社 芦葉建設）
代表取締役　**芦葉　武尊** 氏

住宅業界は近年、これまで需要を牽引してきた若い世代の減少と業界を支えてきた職人の担い手不足という苦境にあえいでいる。昨今ではローン金利上昇や建築費高騰といった逆風にもさらされるなか、業界を挙げたさまざまな課題への対応が急務となっている。

こうしたなか、木造注文住宅を手がける芦葉工藝舎は、職人の技術力を強みに、何事も臆せず“よし、やってみよう”という社風のもと、幸手市を地盤に努力と挑戦を重ねている。2代目となる芦葉武尊社長は、2013年の代表就任以降、「芦葉工藝舎」ブランドの立ち上げやギャラリーの新設、コンセプトハウスによる住まいの提案やリノベーション事業強化、積極的な新卒採用と技術者の育成など、次々と新たな取り組みにチャレンジしている。そうした同社の取り組みや経営方針、今後の目標などについて、芦葉社長にお話しをうかがった。

LEADER'S PROFILE

1973年、埼玉県生まれ。中学・高校時代には剣道に打ち込み、中学では全国ベスト8、高校では県大会準優勝の成績を収める。千葉工業大学工学部建築学科へ進学後、建築設計事務所での実務経験など経て、父が創業した芦葉建設へ入社。先輩職人らに指導を仰ぎながら、現場にて大工棟梁として実績を重ね、2013年4月より現職。一級建築士、一級施工管理技士取得。埼玉県商工会青年部連合会会長を務め、若手経営者のリーダーとして活躍。

愛読書は現パナソニック創業者・松下幸之助氏の著書。繰り返し書籍を手に取り、物の考え方や心の持ち方などを整理し、基本に立ち返るよう努めている。座右の銘は「日進月歩」。日々の成長を自らに課しながら、休日にはさまざまな閃きをもたらしてくれるキャンプやアウトドアスポーツを、家族や仲間と楽しんでいる。

父の仕事ぶりと恩師の指導から、建築の伝統美と奥深さを学ぶ

―― まず御社の創業の経緯について教えてください。

創業者である父は、終戦直後の1947年、市制に移る前の旧幸手町の農家の家に生まれました。苦しい家計の事情により、父は中学校を卒業すると、すぐ隣町の工務店で丁稚奉公として勤め始めました。厳しい上下関係のもと、朝から晩まで連日働き、その合間には飯炊きの手伝いなどもしていたそうです。そうした環境のなかで大工仕事をイチから修得し、22歳を過ぎた頃に幸手に戻り、一人親方のような形で大工として独立しています。

当時は高度経済成長期でしたので、幸手周辺にも家を建てる人が増えていた頃です。ひとつひとつ地域の方々から仕事を任せてもらえるようになり、68年に「芦葉工務店」の屋号を掲げています。父は「まずお客様を喜ばせてあげたい」との一心で、お客様の期待に応えるため、時に利益を顧みず仕事を受けていたそうです。

―― 当時のお父様のお仕事ぶりをどのように見ていましたか。

私が子供の頃は長屋に住んでいて、父はその長屋の一角を作業場として仕事をしていました。ノコギリやノミ、カンナなどで木を加工する、カンコン、カンコンという音が毎日響いていたのを今でも憶えています。母も建築士の資格を取り、父をサポートしながら家事に勤しんでいました。

作業場には毎日多くの職人さんたちが出入りして

時間の経過とともに、美しさの深まる家を

木や石、和紙や土、自然素材を現代デザインに多用

いて、父はその職人さんたちを束ねる棟梁として手腕を振るっていました。仕事が終わると、墨で真っ黒になった手で、美味しそうに日本酒を飲んでいた姿がとても印象に残っています。昔ながらの頑固で人間味ある職人さんたちの中で、私は家造りへのあこがれを抱いていたのかもしれません。

―― そうした環境から、社長ご自身も建築の道に進まれたのですね。

私自身は中学、高校と剣道部に入部していました。とても厳しい部活でした。勝負で勝つことも大切でしたが、先生からは人として困難に向き合って打ち勝つ、強い心を教えていただいたように感じています。幸いに中学時代は全国大会に、高校時代は関東大会に出場することができました。「文武両道」の高校生活を送り、運よく現役で、まぐれでが正しいのかも知れませんが、千葉工業大学に合格することができたのです。大学では時間を見計らって、東京都内の建築設計事務所でアルバイトをしながら学校の授業という日々で、そうしたなかで、建築の基礎やその魅力について学んでいきました。

大学での恩師として今でも記憶に残っているのは、熱心に教えてくださった日本建築史の先生です。その先生は理系の教授としては珍しく、職人の世界の現場目線で講義してくれるような方でした。ある時、父が手掛けた住宅の写真を見せたところ、「これは素晴らしい。伝統の工法を継承しながら、しっかりと現代の家づくりに落とし込んでいる」と褒めてくれたのです。私は涙が出るほどうれしかった事を憶えています。父の墨で真っ黒い手も、創作した住宅も心から誇らしく思いました。

地域工務店のあるべき姿を考え、経営改革に着手

―― 入社後はどのようなことに取り組まれたのでしょうか。

大学を卒業し、建築設計事務所でのアルバイト経験などを経て、当社へ入社しました。先代から徐々に経営を任されるようになってきた頃、今後の当社の在り方や、工務店の在り方というものをいろいろと考えるようになっていきました。当時はリーマン・ショックの影響で景気もあまり良くありませんでしたので、当社が将来的にどのように生き残っていくか、より明確な戦略を打ち出していく必要性を感じていました。そこで、当社の伝統の技術、工法、文化を守り、さらに進化させていくため、埼玉県の中小企業支援制度である経営革新計画の作成にチャレンジすることにしました。

具体的には、「低アレルギー住宅『木と土壁と土佐和紙の住まい』の提供」というテーマを設定し、無垢の木材、土佐和紙、天然土壁など、自然素材を活かし、美しいデザインにもこだわり抜いた家づくりを行うことを企画しました。併せて、当社が建築に取り組む姿勢や考え方、地域への貢献や人材育成などについても盛り込み、「このビジネスモデルで評価を得られなければ、社長に就くことも諦める」くらいの強い覚悟をもってエントリーしたのです。

―― 改めて御社の強みである技術について教えていただけますでしょうか。

森の木の強さを家の強さに変える。これは一流の

美しさ、住みやすさの観点から平屋の受注が増えている

大工棟梁にしかできない技法です。木を見て木の癖を読み解き、正しく強く墨を打っていくこと。これが在来軸組工法の伝統です。

当社では、先代より手刻みを中心とした技法を大切に、山から木を購入し、素材と向き合って乾燥度合いを見極め、自社加工しています。大工棟梁ならではの美しい加工作業は、林場と工房で見学することができ、最近ではインスタグラムやホームページでも頻繁にご紹介しています。

そうした伝統技術を大切にした上で、「不易流行」に基づき、社内研修を行いながら環境問題や性能への取り組みも柔軟に取り入れています。多少時間のかかる工法ですが、誇りをもって、大切に手間をかけて、ひとつひとつ丁寧に創作させていただいています。

埼玉県の経営革新計画にチャレンジしたことで、冷静に自社を分析することができ、より当社の特長を際立たせることができたと思います。最終的に250社ほどエントリーされた経営計画の中から、「彩の国 経営革新モデル企業」全８社のうちの１社として指定されることとなりました。

―― 技術力をベースに改革を進め、新ブランドの立ち上げにも挑戦されたのですね。

新ブランドである「芦葉工藝舎」は私が社長就任の時に立ち上げた、いわば新社名です。かなり強い意志を持って決意しました。工藝舎の"工藝"とは、ものづくりの創作を藝術の域にまで高めるということを意味し、学舎などのイメージで"舎"を組み合わせました。私は、大工棟梁という仕事は知的藝術職であると考えています。もともと職人である私にとっては、世の職人の価値や魅力をもっと高めていきたいという想いもブランド名に込めています。横文字ではなく漢字で表現したことで、より当社らしい創業の精神を表現できたと感じています。

「社長塾」で企業理念の共有と浸透を図る

―― 社長に就任されたことでのご苦労などもあったのでしょうか。

私が社長に就任することは、私の中では当社の第二創業という位置づけでした。父から受け継ぐものはしっかり感謝の心で受け継ぎ、変化が必要なことはリスペクトを忘れず、変えさせていただく。社長就任は、新ブランドを立ち上げるのと同じくらい強い意志で臨みました。

もちろん、社員たちからの反発もありましたし、固定観念の中での空理空論もありました。しかし、私の情熱とリーダーシップで応援をいただき、成功への光明が見え出したのです。

―― 人材育成に対してはどのような観点で取り組まれていますか。

「創業の精神」から始まる当社の企業理念はまさに当社のものづくりの命、存在意義であると考えています。新人社員も含めて全員が暗記のうえ唱和できます。そして大切な現場にも企業理念を掲げています。

新人に対しては月２回、「社長塾」という勉強会を実施しており、私が塾長として、会社の存在意義や人として社会で働くことの意義というものを中心に、しっかりと伝えるようにしています。また、高

地域の家守であること、ものづくりへの情熱を高めていくこと

い技術を持った大工棟梁が中心となり、若手に講義する「大工塾」という場も設けています。専門知識や日々おこる現場での問題点など、適宜テーマを考えて指導してくれています。若手に教えることで、先輩自身のスキルや経験値の向上にもつながりますので、みんなで成長しやすい環境をつくれればということで継続しています。

その他にも、挨拶向上委員会、理念と経営勉強委員会、現場環境委員会など、社風を良くしていくために、各委員会活動も実施しています。誰でも意見を提言できる環境を作り、「愛ある社風」を本気で作り上げています。

―― 一人前の職人になるまでには、学ばなければならないことがたくさんありそうですね。

一人前になるまでに幅広い建築知識を身に付けていくことで、最終的にはお客様とのヒアリングから完成引渡しまで、すべてのプロセスを習得したワンストップ技術者を育成することを目指しています。社長塾や大工塾、月末のみんなの会議、各委員会活動をはじめ、京都研修旅行や若手の情報交換会、芦葉工藝舎 NETWORKS など、人や技術と触れ合う機会をたくさん作っています。

私は職人時代にとても孤独を感じたことがありました。「どうやったらいいのか？」と毎日その連続でした。今の時代には「見て学べ、自分で理解しろ」では通用しません。先輩と一緒に学び、実践をこなしながら、しっかりと結果を残していく。そしてお客様と感動を共有していく。ものづくりに天職と世の使命を感じる、そうした経験をたくさん準備して成長欲求を高めていきます。

先代の家づくりに対する情熱は受け継がれてゆく

現場こそ最強の営業ツール

―― お客様の新規開拓に向けた取り組みなどはどのようにお考えでしょうか。

当社では、SNSや街なかの看板広告などを活用して自社の PRを行なっていますが、先代の頃はいわゆる営業的な活動を一切行っていませんでした。それは先代の考えとして、「現場こそ真実」という、現場で働く職人たちの仕事ぶりがすべてで、それが最大の PRになるという信念があったためです。そうした考えは今でも大事にしながら、どの現場でも丁寧に心を込めて作業を行っています。そうした行動が浸透していくと、次第に地域での当社に対する期待値も高まっていきます。また、当社のシンボルでもあるギャラリーでは、地域の人との繋がりを広げていく、カルチャースクールやイベント、コンサートなど、多彩なジャンルの交流の場を定期的に提供しています。

また、地域交流という観点では、新築の際に執り行われる上棟式（じょうとう）も大事にしています。今では目にする機会も減りましたが、上棟式の後に屋根などから餅投げを行う風習があり、近隣の方に感謝を表すといった意味合いがあります。「おかげさまの心」で、施工主であるご家族が地域の方々と絆を深める大切な儀式として、地鎮祭などとともに後世に伝えていきたい祭祀です。

―― 最近のコンセプトハウスやリノベーションといった取り組みについて教えてください。

最初にコンセプトハウスを建てたきっかけは、長年空いていた家や土地をとても残念に感じ、生かして、新しい風景をつくりたいという想いからでした。未来のお客様のことを想像しながら、「豊かに、楽しく、心地よく」をキーワードに、毎回次に建てる家を企画しています。これまでに 5 棟完成し、今 6 棟目に着手しているところです。ポピュリズム的なモデルハウスとは違って、例えば 5 棟目の物件では、鉄筋コンクリート住宅をリノベーションし、スカイデッキやサウナを設えるなど、個性的かつ現代的な提案にチャレンジしています。

同社の最大の魅力は社員一人一人の人間力

丁寧を重ね、心を込めて。全てはお客様の感動のために

また本格的な利活用的リノベーション事業は、2016 年よりスタートさせています。新築ともリフォームとも異なる独特の難しさや、リノベーションならではの魅力や面白さがあり、中古住宅や持ち家を素材として、居住空間をつくり直すことが可能です。今あるその家でできること、できないことを分析した上で、新しい価値や機能性を与え、新たな暮らしを再構築していくことが求められ、すでにある住宅の構造や設計意図を読み解く力が非常に重要になってきます。そこで大きな強みになるのが、当社の大工棟梁の技術とデザインの提案力なのです。

日本ではまだまだ新築志向が強く、大手メーカーを中心に次々に“つくっては売る”というビジネスが広がっていますが、空き家問題なども深刻化するなか、環境問題を踏まえ、使える建物を大切に活かす時代になってきていると感じています。そのため当社では、お客様の現在の家屋を拝見した後、新築とリノベーションの両面からプランを提案することも大切な責任であると考えています。これからの時代は、少子高齢化にともない新築は減少していきます。しかし、現存する技術力が高い木造建築は、移築も含めて大切に再興すべきであり、それは過去の職人衆や年輪を重ねてきた木材への畏敬の念でもあります。

新築した住まいと同社の社風を感じることができる完成内覧会

―― 未来へ残していくという取り組みは、とても時代に合ったものですね。最後に、会社のこれからの目標について教えていただけますか。

昨年当社は、「私たち地域工務店 10 年ビジョン」を作成いたしました。どんなに技術を追求し、心を込めた創作を心掛けていても、「必要とされるのか？」を考えなければ、お客様の感動にたどり着くことはできません。今の技術力やデザイン力をさらに追求し、社会のニーズを敏感に感じる工務店を目指します。美しい木の家を創作すること、店舗やオフィスなどの非住宅への積極的な参入、今ある建物を最大限利活用するリノベーション事業、そして純木構造で梁スパン 20 mを可能にする大規模木造施設の建造など、工務店の新しいビジョンを見据えています。

そして最も大切なことは次の担い手の育成です。今の若手社員をしっかりと育成し、一人前に育った彼らが目指す、工務店の新しい未来像がとても楽しみです。会社も木と同じで、急激に成長させても強くは育ちません。やはり年輪を刻むように、少しずつ、少しずつ成長していく「年輪経営」が大事ではないでしょうか。

当社が継承してきた日本の在来工法や伝統は、これからの時代にも大きな可能性を秘めています。そのため、代々受け継いできた家づくりを、次の世代

空き家の再利用や魅力増進を促進

へと継承していくことが重要です。私たちの仕事は「家を建てて終わり」ではなく、その建てた家を守り続けていくという「家守（いえもり）」が使命です。お客様の家へ毎年必ず伺ってご挨拶し、何か気になる箇所などがあれば、調整や手直しを提案したり、点検やメンテナンスに対応したりと、家を通じたお付き合いは長い年月をかけて続いていくものです。

当社はこれからも困ったときに頼りになる工務店、必要とされる地域工務店として、しっかりとその使命を果たしてまいりたいと考えています。

取材後記

武蔵野銀行 幸手支店
河西　高志　支店長

芦葉工藝舎（株式会社芦葉建設）様は、1968年の創業以来、地元の工務店として堅実に成長を遂げられてきました。

２代目となる現社長の芦葉武尊氏は、新しい工務店像を描き、半径50km圏内をエリアに業務を拡大されてきました。伝統的な日本建築の技術を継承し、現代のライフスタイルと調和させ、“工藝”と呼ぶに相応しい美しさを備えた「木の家」を提案し続けることで知名度を確立され、その地位を確固たるものにしつつあります。

「創業の精神」の根幹を成している“技術”と“情熱”をもって丁寧に作り上げた家が、人と人とをつなぎ、心に響いたお客さまから更に大きく社会に情熱を響かしてゆく…「技術と情熱で信用をカタチに積み重ねてゆくこと」は、今後もずっと変わることのない芦葉工藝舎様の基本姿勢であり、どんなに経営環境や住宅市場が変化しても、持続的な成長と安定した経営（年輪経営）を実現されていくことでしょう。当店が様々な場面で芦葉工藝舎様のお役に立てるよう、これからも尽力していく所存です。

■芦葉工藝舎（株式会社芦葉建設）概要

本社所在地：埼玉県幸手市上宇和田227-2
創　　業：1968（昭和43）年4月
設　　立：1994（平成6）年6月
資 本 金：2,000万円
従業員数：21名（2024年6月時点）
事業内容：木造注文住宅の新築、リフォーム、住宅建材販売
取 引 店：武蔵野銀行 幸手支店