

体験型ショールームに月50組 工務店の「木の家づくり」を強力支援

ウッドリンク[富山県射水市]

「ウッドリンクLABO」は、北陸3県の工務店を中心にプレカット事業を展開するウッドリンク(本社・富山県射水市)が4年前にオープンした人気の体験型ショールームだ。工務店が一般消費者を同行しながら、木造建築の快適性ととも、耐震や省エネ、耐久など性能の高さについても体感し学んでもらう施設。昨年6月に、40歳で社長に就任した原野剛行さんは「工務店を強力にバックアップしていきたい」と力を込める。

原野社長は「私たち(プレカット工場)の使命は、消費者への情報発信を通じて工務店を強力に支援すること」とし、LABO開設の狙いについて「単なる住宅関連情報の提供ではなく、木の家づくりのすばらしさを知ってもらうことで、工務店がさらに大きな成果を収めること」と話す。

北陸3県における(木造戸建て着工戸数に占める)同社のプレカット材のシェアは既に13%と成長の余地は限られており、今後は「付加価値の高い家づくりによって1棟当たりの単価アップを図ることが課題」という。

こうしたことから同社では4年前に、ウッドリンクLABOを本社工場隣地に完成させた。ここでは独自に開発した耐震・断熱パネル「プレウォール」の耐震性や省エネ性、耐久性を様々な実験や展示を通じて理解してもら

とともに、様々な木の体験ができる実験コーナーが並んでいる。

LABOでは、月に2回のセミナーと公開耐震実験を実施しており、毎月50組の家族が工務店とともに訪れている。地元富山だけでなく遠方の福井県からも参加者を集めるため、毎月バスツアーを企画し富山の観光をセットにして、ショールームのほか、プレウォールの工場の見学も行っている。

LABOの見せ場は「耐震ゾーン」。大スクリーンで実大モデルの住宅耐震試験を見ることができ、耐力壁や水平構面の強度や制震装置の効果を実験できるコーナーが設けられている。また、五感で省エネ性能や耐久性なども学べる一方、国の補助制度やZEH化へのポイント説明など、家づくりを考えている来場者の参考となる重要な情報も集約されている。ちなみ



原野剛行社長

に、プレウォールの年間販売量は施設が完成する4年前に比べ3倍の700戸相当に拡大したという。

原野社長は工務店の課題を「1に集客、2に営業、3に人材育成」と指摘する。「工務店は自社の独自性が明確に発信できない、追客しクローゼットする力

が弱い、人材教育体制が整っていないからマンパワーに頼らざるを得ない」と分析し、こうした課題をサポートするためにLABOの利用を勧める。一方、同社が事務局となって運営する「北陸型木の住まい研究会」では、消費者への情報発信を行っており、消費者に工務店を知ってもらうきっかけづくり



プレウォール実大構造モデルと制震装置震動実験コーナー。背面には耐力壁や水平構面の強度実験コーナーがあり、耐震、制震の効果を肌で感じることができる



「ウッドリンクLABO」の「省エネゾーン」の展示。住宅の省エネの大切さをパッシブ設計のシミュレーション模型や断熱材比較実験分かりやすく学べる場になっている

にも力を注ぐ。「9月よりLABOでは、VR(バーチャルリアリティ)コーナーを新設。自分の家のプランで活用してもらい、メーカー住宅では得られない家づくりの喜びを体験してほしい。これからは本当の意味で工務店の時代になる」と期待を言葉に込めた。