

特集 元気な中小企業訪問記16

第5章

薪ストーブは地球を救う

高知県 株式会社おのストーブ



濱田 健嗣

埼玉県中小企業診断協会

会社名:株式会社おのストーブ
代表:代表取締役 小野 正敦
資本金:300万円
従業員:2名
所在地:高知県須崎市浦ノ内東分2948番地
TEL:0889-59-2619
URL:https://ono-stove.com/

「アタマ、大丈夫か。ここ高知やで」

高知県須崎市、夫婦2人で薪ストーブを製作・販売する株式会社おのストーブ。薪ストーブづくりを始めてから、販売のために初めて県内のイベント会場に薪ストーブを持ち込んだ際にかけられた言葉だ。高知県といえば、「温暖」、「南国」といった印象が強い。そこから出た言葉だったのである。

同社の工場は、周囲を森に囲まれた山の中腹にある。目の前には海が広がるが、工場を建てた当初は目の前にも樹木が生い茂り、まるで「秘密基地」のような場所だったという。そのような場所で作られる薪ストーブは、薪の種類を選ばず、すぐに着火し、すばやく部屋を暖めることができるのが特徴である。

お客様と会話しながら一点物の薪ストーブを製作し、取り付け、アフターサービスまで一貫して行い、同社は多くのファンを獲得してきた。本章では、自社製薪ストーブの開発から今後の目指す姿まで、同社の小野正敦社長と小野直美氏に話を伺った。

1. 薪の種類を選ばない薪ストーブ

(1) 「自分でも作れる」

そもそも、なぜ薪ストーブを自ら作ろうと思ったのだろうか。きっかけは、ログハウスを建てようと思い、その中に設置する薪ストーブを探していたときのことだ。調べてみると、薪ストーブには燃やせる薪の種類や燃焼温度に制限があることがわかった。また、デザインも含め、気に入ったものが見つからなかった。

そこで、鉄工所での勤務経験がある小野社長は、薪を選ばず、デザイン性の高い薪ストーブを自分の手で作ろうと考えた。

「オレ、あれやったら作れる」

「それなら、作ったらどう？ ストーブ屋、やったら？」

ここから、自分たちの手による薪ストーブづくりが始まった。2012年のことである。



おのストーブの小野直美氏（左）と小野正敦社長（右）



小野社長が手がける薪ストーブ。
美しい炎ができるように日々、改良を続けている

(2) すべてが手探り

薪ストーブの製作を始めてから商品化まで、1年の歳月を要した。もっとも、この頃の小野社長は建築会社に勤務しており、仕事を終えた帰宅後と休日に製作時間が限られていたことも理由の1つである。

「試作品を作って、火をつけて焚いてみるの繰り返しで。1年かかりました」

苦労を重ねて薪ストーブは完成したものの、どうやって販売していけばいいのか。もともと薪ストーブの製作を始めたときから、取り付け、煙突の清掃、薪の販売など、すべてを自分たちでこなしていかないと無理だと考えていた。今でこそ薪ストーブは人気が高いが、当時は「なぜ高知県で薪ストーブなのか」という雰囲気だったという。聞く相手もおらず、自分たちで調べて対処するしかなかったのである。

「ほぼ全部、手探りでした。やったこともないし、教えてくれるところもない。何もなかったのです」

たとえば、薪ストーブの設置に必要な煙突は業者から仕入れているが、薪ストーブの注文が重なると煙突を仕入れるためのお金に苦勞することが多かった。「だったら、前金をいたごう」とか、注文を受けて作ったものの納品直前でキャンセルされたこともあり、「契約書というのは大事だ」とか、身をもって知ったことである。煙突掃除の依頼も薪ストーブを売る前に受けている。

「当時は煙突掃除屋さんもいなかったから、自分たちがやるしかないではないですか」と

小野社長は語る。

ほかにもさまざまな経験を重ね、薪ストーブの製作、販売と会社運営のノウハウを習得していった。

現在の販路は、自社ホームページのほか、購入されたお客様や工務店からの紹介が主となっており、今後は高知県主催の展示会へも出展を予定している。

2. お客様との長い付き合い

(1) お客様との関係

薪ストーブは、メンテナンスをしっかりと行えば、20年以上も使用することができる暖房器具である。したがって、薪ストーブを販売した後も、長期にわたってお客様との関係が継続することになる。

「毎年1回、清掃などメンテナンスの時期になると、お客様にお手紙を出しています。最初ははがきでしたが、最近では書きたいことが増えて封書になりました」

お手紙を受け取ったお客様からのメンテナンス依頼は、毎年1割から3割程度だという。

「ご高齢の方からはよく依頼をいただきますが、煙突清掃はそれほど難しいことはありません。1年目にメンテナンスに行くと、『清掃のやり方を教えてください』というお客様が多いため、清掃のやり方を丁寧にお伝えしています」

もっとメンテナンスの依頼があったほうがよさそうにも思うが、すべて2人で対応しているため、これ以上依頼が増えるとやりきれなくなってしまうとのことだ。

「清掃はお客様ご自身でやってもらって、4～5年に1度、『たまに呼んでください』というのが理想です」と小野社長は言う。

メンテナンスのほかにも、炎が美しく見えるように改良したり、薪ストーブの上オープンを後から取り付けたり、高齢のお客様から「歳をとってかがむのが大変になってきたから、薪ストーブの脚を長くしてもらえないか」といったリクエストにも応えられるという。

「自分で作っていますから、どうにでもできるのです」

(2) 薪の生産・販売

同社が薪の販売も始めたのは、比較的、最近のことだ。

「ここ数年、特に寒かった時期に薪が売り切れてなくなったのです。ですから、私たちのお客様が困らないように、サポートの一環として始めました」

しかし、薪を作り継続的に販売していくのも、決して簡単ではない。時間もかかり、製造コストも抑えなければならない。

「山から木を切り出すのは、素人の自分たちではできませんし、そうなる和林業をやっている方から仕入れるか、分けてもらうしかないわけです。ナラヤカシの木は値段がつかますが、間伐材であるスギやヒノキは、とにかく安く手に入れたいのです」

林業従事者は、遠くの処分場へ持って行くよりも、近くにある同社に持ってきてくれる。林業従事者にとっては処分費用が抑えられ、同社にとっても薪の原料となる木材が安価で手に入る。間伐材もただ焼却処分されるのではなく、薪ストーブの燃料として有効活用される。まさに理想的な形だ。

「木材が調達できるようになったら、薪づくりのためにシルバー人材を採用したいと思っています。そのためにも、自分たちがもっと薪づくりに力を注がないといけません」

(3) 後継者の確保・育成

販売した薪ストーブを長期にわたり安心して使い続けていただくためには、お客様が困らない体制を整えておく必要がある。そのため、後継者の育成も検討しているという。

「後継者となる人は雇いたいと思っています。工場を広くしたのは、1人しか入れないような広さだった所を、もう少し人が入れるようにするためです」

では、どのように進めていくのだろうか。

「後継者ではありませんが、初めに鉄工所

を退職されたシルバー人材に来てもらおうと考えています。その次に、若い方だと思っています。いきなり若い方だけだと、社長の手が止まって、何もできなくなると思います。まずは、1つひとつ教えなくても『これ、やっというて』でわかる人からです」と直美氏は言う。

なお、後継者の雇用はあくまでもお客様が困らないようにという目的であって、規模を拡大するための採用ではないとのことである。

まだシルバー人材となる方の発掘、声かけは行っておらず、今後はホームページなどを通じた情報発信も重要になりそうだ。

3. 他社製品の取り扱い

同社では、自社で薪ストーブを製作・販売するほかに、他社メーカーの薪ストーブも取り扱っており、ホームページも別のものが用意されている。

※こうち薪ストーブ <https://stove-kochi.jp/>
別のホームページにしているのは、ターゲットが違うからだと言います。

「おのストーブを購入されるのは、どうしても『小野さんの薪ストーブでないといやだ』という、日本全国にいらっしゃる何らかのこだわりをお持ちの方たちです。一方、他社メーカーの薪ストーブを検討される方は、薪ストーブ全般に興味がある方や、すでに欲しい機種がある方だと思っています。お客様も高知県の方がほとんどだと思います」

他社メーカーの製品を取り扱うからには、こちらも積極的に販売していきたいが、販売には苦勞している。

「他社メーカーの製品を売ることは、とても難しいと感じています。お客様から『この薪ストーブが欲しい』と言われたら『ご用意します』と言うことはできますが、『薪ストーブを見にきました』と言われて、どれをお勧めするかとなると、やはりなかなか難しいところがあります。それぞれの製品の良いところ、悪いところをお伝えしたとき、どうしても自社製品の話に力が入ってしまうからです」

と直美氏は反省を込めて語る。

自社展示場には、自社製薪ストーブのほかに、他社メーカーの製品も展示されている。さまざまな製品をお客様にも見ていただきたいし、自分たちでも見てみたいと考えているからだ。

薪ストーブは、決して安い買い物ではない。お客様自身の目で見て確かめて、いろいろと比べて納得したうえで購入してほしいという思いもあると思われる。

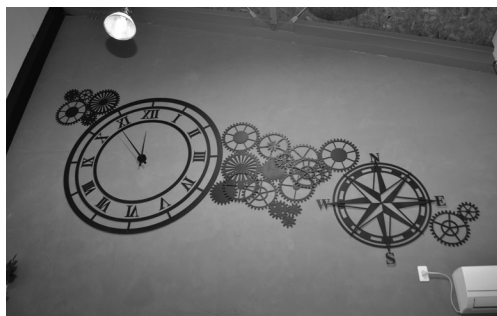
4. 現代社会の課題解決へ向けて

(1) 「やりたいことは山ほどある」

自社製品の販売拡大、薪の販売以外にも2人がやりたいことは山ほどあるという。

「当社のコンセプトは『鉄と火』です。鉄と火にかかわるものだったら、すべて作れます。薪ストーブ以外でも、焚き火台やサウナストーブ。ギャラリーにある鉄製品も、全部自分たちでデザインしています。さまざまなことができますので、やりたいと思っています」

しかし、2人でできることには限度があり、なかなか手を上げられない。薪ストーブを一から作って販売するのは大変で、仕入れて売るほうが楽だということは2人も認識している。自社で製作する薪ストーブの受注台数を減らして余力を確保しつつ、他社メーカーの薪ストーブの販売台数を増やす。そして、まだ手をつけられていないことに取り組んでいくことが同社の課題といえる。



ギャラリーの壁面に付けられた鉄製のモニュメント。
時計も稼働している

「ここに来れば、薪ストーブのことなら何とでもなる」という拠点づくりに向け、おのストーブの取組みはまだまだ続く。

(2) 地球環境に貢献する

同社で作られる薪ストーブは、使う薪の種類を選ばないため、薪を身近で調達できれば、ほかの暖房器具より燃料消費量は少なく済み、高知県だけでなく、全国の森林保全にも役立つ。近年、地球環境問題のキーワードとして「カーボンニュートラル」、「SDGs」という言葉をよく耳にする。薪ストーブがエコな暖房器具として広がれば、地球環境にも良い影響が及ぶのではないだろうか。

また、薪ストーブの炎は心も穏やかにしてくれる。これはほかの暖房器具にない特徴であり、小野社長は美しい炎ができるよう、薪ストーブの改良を重ねている。薪ストーブで「体」と「心」が暖まると、明日もまた頑張ろうという気持ちになれる。

昔から、人間は火のあるところに集い生活をしてきた。薪ストーブの近くに集まり、楽しく会話をすると、癒される。高齢化が進む中、シルバー人材が活躍する場が提供され、森林の保全も進む。数量は決して多くはないが、ここで作られる薪ストーブは、現代社会の課題を解決する可能性を秘めている。

そのようなことに思いを馳せながら、筆者は「秘密基地」を後にした。

濱田 健嗣

(はまだ けんじ)

大学卒業後、鉄道会社に入社。主に経理・財務を担当し、再開発事業やショッピングセンターの運営にも携わる。「〇〇で地域を元気に」をモットーに活動中。2021年中小企業診断士登録。

