

シリーズ

# 新・林業人

青木 亮輔 さん

あおき りょうすけ

株式会社 東京チェンソーズ 代表取締役

東京に「小さくて強くて面白い」林業  
木を伐り、根っこを売り、おもちゃをつくる  
都市と森をつなぎ、山村に人を呼び込む



株式会社 東京チェーンソーズ

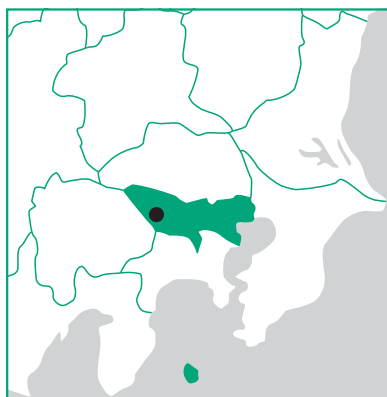
所在地 ● 東京都檜原村

創業 ● 2006年

経営内容 ● 森林の整備・管理、素材販売、  
木材加工・販売、森林空間での  
各種体験の提供など

従業員 ● 正社員、アルバイト含め30人

URL ● <https://tokyo-chainsaws.jp/>



檜原村おもちゃ工房で (中央が青木さん)。木のおもちゃのほか、日用品も製造

## 若者4人で始めた

東京チェーンソーズは、代表の青木亮輔氏を含めた20〜30代の若者4人が、2006年に東京都檜原村<sup>ひのはら</sup>で起業したベンチャー林業会社だ。昨年創業15周年、法人化10周年の節目を迎えた。現在、スタッフは総勢30人、平均年齢約35歳の活気ある林業経営体に発展している。

東京都には7万90000畝の森林があるが、20年の丸太生産量は全国43番目の2万8000立方メートルで、林業の規模はとても小さい。だが、東京都内という国内最大消費地にあるメリットを生かすことで、他とは異なる林業の経営モデルを実現できる可能性に満ちている。

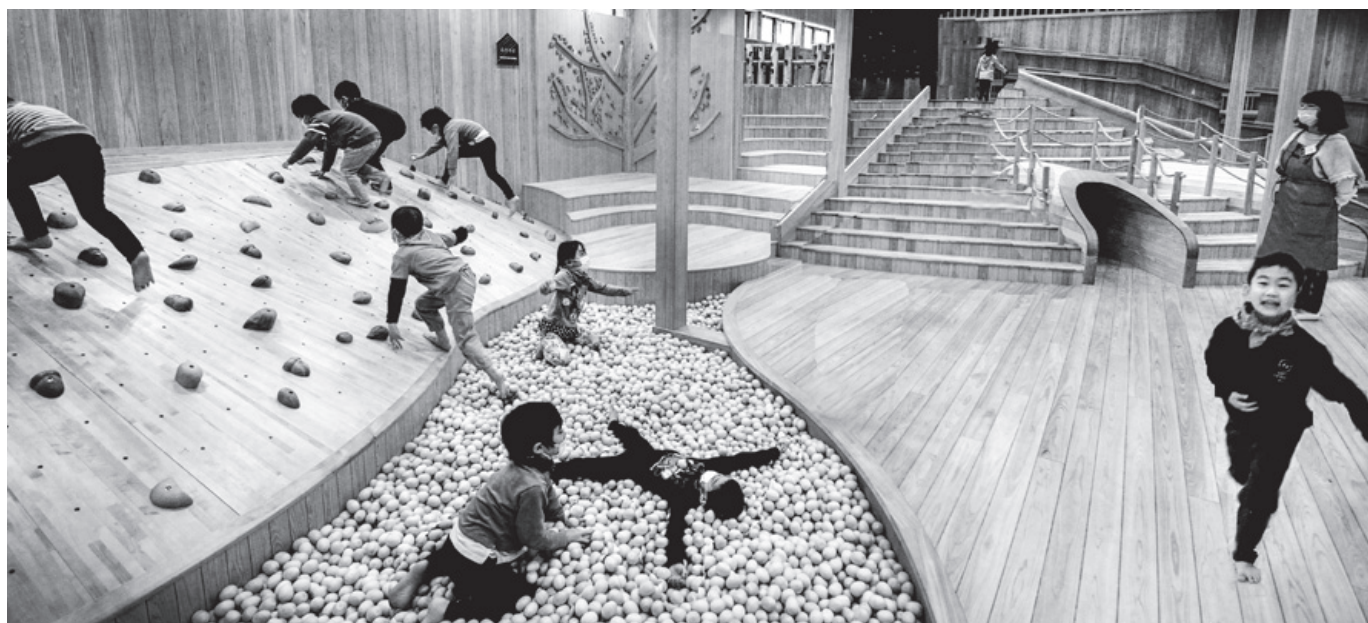
東京チェーンソーズの起業は、その可能性にかけた挑戦だった。規模は小さいが、都心に近いゆえの利点を生かし、「情報を発信して山の現状を知ってもらおう」「顔の見える林業をする」「自立できる林業を確立する」という目標を掲げ、新しい林業をめざして、当時勤めていた東京都森林組合から独立した。

東京都森林組合に合併する以前の檜原村森林組合で働いていた縁で、檜原村に拠点を定め、山の中の古民家を借りて事務所を開いた。

組合出身とはいえ実績のない林業会社が仕事を受注することは難しく、組合の下請けからスタートした。09年に東京都の林業事業者の認定を受けてからは元請けの仕事も徐々に増え、一方では独立の目標の一つだった「情報発信」も進めていった。ただ、HPを作成したりSNSを更新したり、メディアの取材を受けたり、森林で遊ぶイベントを開いたりするなかで、「もっと林業に集中したい」という想いのなかで、東京チェーンソーズから独立し、違う立場で協力し合う人が出てきたり、目標に共感して新たに参加する人があったりと、しばらくは流動的な状態が続いた。

理想や目標がぶつかりあい、なかなか現実には落とし込めないジレンマが続くなか、初めて目標と現実がつながる手ごたえを感じられたのが「東京美林倶楽部」の取り組みだった。その内容は、一般消費者に植林や育林の体験と30年後に伐る間伐材を提供し、集まった会費で再造林をおこなうというもの。構想時には、同業者から「入会金が高いし30年は長すぎる。参加者が集まらないのでは」と心配され、そんな雲をつかむようなプロジェクト





上:2021年開館した「檜原森のおもちゃ美術館」。木のおもちゃ、遊具に直接触れて遊べる体験型ミュージアムで、トイビレッジ構想の核となる施設  
下:木を余すことなく使い切る「1本まるごと販売」を進める東京チェンソーズ

トより足元の林業に力を注ぎたいという社内の声もあった。

しかし、2014年に1期目を募集すると、定員の100組がすぐに集まり、これが自信につながった。創業時から続けてきた情報発信も募集の周知に役立ったと実感できた。その後も6期まで常に満員で、現在300組が参加している。目標としてきた「顔の見える林業」や「自立できる林業」が形となって見えてきた。それだけでなく、檜原村を訪れる人が増えたことで地域にお金が落ち、林業の仕事がやりたいと移住してくる人まで出てきたというから驚きだ。

### 木を一本まるごと売る

次の大きな転機は、18年から始めた、木を一本まるごと売る試みだ。始めたきっかけは、17年に国際のな森林認証制度の認証を社有林など25<sup>ヘクタール</sup>で取得したこと。適切に森林を管理していることは認められたが、生産できる木材が年間生長分の80立方メートルに限られるようになった。一般的な販売方法では売り上げは年間100万円程度で、自立できる林業からは遠ざかってしまう。そこで、木を一本まるごと、余すことなく全てを売ろうことを思





東京チェンソーズの取り組みを通じて、檜原村の森を訪れる人が増えている

いつき、「一本まるごとカタログ」を作成した。

カタログには一般的な丸太や製材品とともに、通常は山に置かれたままになる葉付きの枝や根っこ、樹皮まで商品として写真入りで紹介されている。始めた当初はなかなか売れず、集めた枝葉が朽ちて無駄になったりしていたが、コツコツと営業を続けるうちに、デパートのディスプレイやクリスマスイベントなどさまざまな場所です

われる実績ができてきた。3年目から目に見えて問い合わせが増え、売り上げという目に見える成果に結び付いてきたことで、スタッフのモチベーションも上がってきた。

### 木の価値を高め、森の空間を使う

一本まるごと売るために、枝や根っこを拾い集め、きれいに洗って出荷する作業は手間がかかる。効率化が求められる時流とは異なるが、その手間は、捨てられていたも

のに付加価値を生み、檜原村の住人の雇用にもつながっている。

檜原村では以前から公共施設の木質化を進めていたが、青木さんの提案をきっかけに、村を木のおもちゃ作家や職人が集まる「トイビレッジ」にしようという構想を立ち上げた。その一環で2019年におもちゃ工房がオープンすると、東京チェンソーズが集めた細い幹や枝が工房でも使われるようになり、木をまるごと売る取り組みも加速。その結果、木材販売は3000万円の売り上げが出るようになった。

木を売って収益を出し、その収益で再び植林して育てるのが自立できる林業の基本だ。その実現に向けて、一本まるごと売る試みが軌道に乗り始めた。とはいえ、足場を固めるにはもう一押しほしい。

そこで次の一手として、昨年10月、社有林を中心に、森林の空間をキャンプ場として提供する新事業をスタートした。キャンプ場を利用する年会費と、テレビなどへの撮影協力、ワークショップの開催などで年間1000万円程度の収入を見込む。新事業の背景には、最近、「森林を所有しているが、固定資産税などの出費がかさむだけで収入がない。なんとか活用できな

いか」という相談が増えていることがある。木材販売だけでは応えきれないが、空間を活用して収入を得る事業が拡大できれば、こうした要望に応え、森林の手入れも進めていけると考えている。

こうして、森林組合の下請けから始まった事業は、森林整備、木材の加工販売、森林空間を活用した体験の提供という3本柱に広がった。21年6月期の実績は売上高約1億3400万円で黒字を確保するなど、経営も安定してきた。

東京チェンソーズの林業を一言で表現するなら「多様性」がふさわしいだろう。青木さんは「多様性がなくなると産業は縮こまってしまふ。多様化してこそ産業は発展する。年商100億円の大会社が1社あることも重要だが、年商1億円の家社が100社あって、それぞれに成長していくことが、その産業を強くし発展させていく。林業にも多様性が不可欠だと思う。小さくて強くて面白い林業が各地で出てくるように、まずは、自分たちが檜原村で成功例を示したい」と語る。成功例の誕生まであともう一歩、か。

(日刊木材新聞社 林貴和子／文  
河野千年／撮影)