

木材 建材 業界の“今”を知る

# 建材マンズリー

The KENZA Monthly

October  
2010  
No.541

# 10

特集

## 今、あらためて探る 国産材の可能性

### Coffee Break

積水ハウス50周年、  
プレハブ住宅の行方

### FRONT RUNNER

太陽パーツ株式会社

### +Biz Topics

News pick up! 業界ニュース

建材マンズリー資料室



# 今、探る

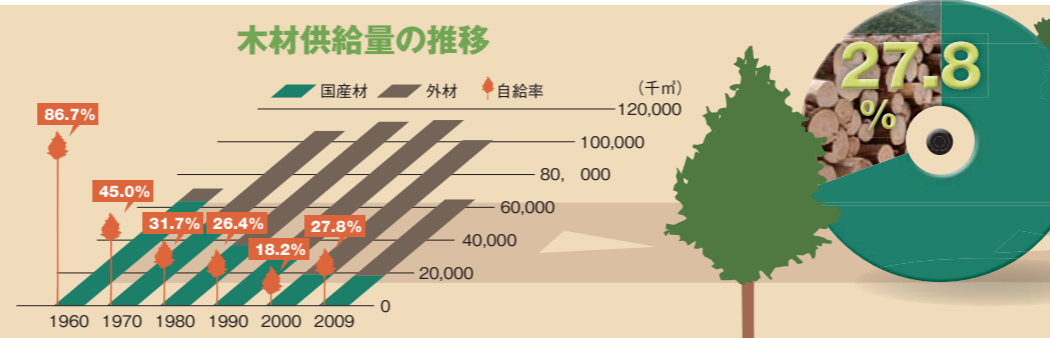
あらためて

# 国産材の可能性



今年6月、政府が掲げた新成長戦略に基づく「21の国家戦略プロジェクト」の一つとして掲げられた「森林・林業再生プラン」。その中で2020年目標として「木材自給率50%」が唱われています。これは国内の森林・林業を活性化させることにより、環境、経済、社会的成長を遂げることがねらいです。日本の国土の約7割が森林で、その蓄積量は実に44億m<sup>3</sup>に上ります。森林占有率もフィンランドに次いで世界第2位。しかし、昨年の我が国の木材自給率は27.8%です。数値を向上させるためにはどのような課題をクリアしなければならないのでしょうか。

供給側・需要側双方の見解・具体的取り組みを交えながら、国産材の可能性を探ります。



## 木材自給率向上のねらいは「地域経済活性化」

林野庁の統計によると、昨年の木材自給率は27.8%です。この数値に至った背景についてお聞かせください。

戦後、日本の木材自給率は90%以上でした。高度経済成長を遂げていく過程で新設住宅着工戸数が増

加。国産材の供給が追いつかなくなりました。そのうち、1960年に丸太材、1962年に木材製品の輸入自由化が決定。1973年には為替レートが固定相場制から変動相場制に移行し、国産材価格の4分の1ほどの輸入材が日本で使われるようになり、海外から木材自給率は一気に低下。さらに、海外から品質の安定した乾燥材が輸入される

加。国産材の供給が追いつかなくなりました。そのうち、1960年に丸太材、1962年に木材製品の輸入自由化が決定。1973年には為替レートが固定相場制から変動相場制に移行し、国産材価格の4分の1ほどの輸入材が日本で使われるようになり、海外から木材自給率は一気に低下。さらに、海外から品質の安定した乾燥材が輸入される

率50%という目標に対して、(社)日本プロジェクト産業協議会(JAPPI-C)内の森林再生事業化研究会は「次世代林業システム」という具体的なアクションプランを今年3月に農林水産省に政策提言を行いました。住友林業もこの会に参加していますが、提案の中でも特にどのようなことに注力すべきですか。

例えば、製材については、集成材に対するJAS規格の見直しを業界全体で提言していく時期に来ているのではないかと思います。現在、集成材は、材料となるラミナ一つひとつの厚みや接着方法など、その仕様についてJAS規格で細かく規定されています。従来、この規格によって品質確保・向上が促進されてきた訳ですが、一方で、いくら最終製品として強度が出ていてもその材料が仕様に合致しない場合は、認定は取得できないという状況が生じているのも事実です。国産材の活用向上を図るには、「仕様規定」だけではなく、「性能規定」の併用導入を検討すべきではないかと考えます。働きかけて見直しを実現すれば、木材自給率の向上に繋がっていくと思います。

製紙用のパルプチップにおいては、まだ自給率は13.5%と、未だ伸びしろがあると思います。「次世代林業システム」の提言でも、輸入チップから国産材チップへの転換を進めたいけば、倍にまで伸ばせるのではないかと試算しています。いくつかの製紙会社と情報交換をしましたが、現実的に可能な数値だと思います。エネルギー利用のための燃料チップも今後期待される分野です。搬出されずに山林に放置されていたり、丸太にする際に出る末木枝条、曲がり部分などの林地残材といった未使用資源の活用は、50%達成の鍵となると言われています。ただ、まだ実証試験段階であるため、コスト面などの課題を一つひとつクリアしていく必要があると思います。

※JAPPI-C「一産・官・学民の交流を通じ、民間諸産業の技術・経験及び活力を結集した業団体(公益法人)の立場から、「わが国のあるべき経済・社会システム」及び「豊かな国土づくり」を中長期展望し、政府等関係機関に働きかけ、国家的諸課題の解決に寄与することを目的とした社団法人。

需要に応じた安定供給体制の構築が大切

日本が2020年に「木材自給率50%」を達成するには、数値的にどのような取り組みが特に有効かと思えます。

日本は森林の所有形態が小規模分散であり、大きな問題となつていきます。そこに起因する施業効率の悪さを改善することが重要です。農林水産省が5年ごとに「農林業センサス」によると、5ha以下の森林所有者が全体の約4分の3を占めています。小さな森林をたくさん所有者が個別に管理しているのが現状であるため、近

## Chapter 1 国産材を取り巻く現状、自給率向上のための課題とは 着実な取り組みの推進が、自給率向上への近道

木材自給率を向上させるには、どのような点をクリアしていかなければならないのでしょうか。住友林業山林環境本部山林部の二人が、国産材を取り巻く現状を語りながら、自給率向上のための課題を分析。今、そして今後必要な取り組みを紹介していきます。



**片岡 明人** 住友林業株式会社 山林環境本部 山林部長

**長谷川 香織** 住友林業株式会社 山林環境本部 山林部企画グループ マネージャー

今年、「森林・林業再生プラン」が国家戦略の一つとして位置づけられたのは、どのような点があるのでしょうか。

わかりやすく言うと「儲かる林業」、つまり国産材の安定供給体制を構築し、輸入材に負けない強い木材産業を確立することが狙いです。路網を整備し、間伐や再造林、施業の集約化等を推進することで、森林の公益性の発揮と、林業を地域産業として再生することを目指しています。中でも「雇用創出」の点は重要です。そもそも、国土の3分の2が森林で占められている日本は世界有数の森林国で、1970年代には約20万人もの林業就業者がいました。しかし、2005年には約4万7千人と、約4分の1以下にまで減少してしまいました。

ようになり、グリーン材中心の国産材の存在感は希薄になっていきました。国や業界も、輸入乾燥材に対して有効な手立てができなかったことも自給率低下の一因でした。

近年は、環境意識の高まりを背景とした国産材活用の動きや、国内合板メーカーの国産材へのシフト、また中国を始めとした新興国の木材需要の増加による輸入材価格の上昇

隣同志でも個別に伐採のための機械を買ったり、別々に伐採・搬出して、丸太にする際に出る末木枝条、曲がり部分などの林地残材といった未使用資源の活用は、50%達成の鍵となると言われています。ただ、まだ実証試験段階であるため、コスト面などの課題を一つひとつクリアしていく必要があると思います。

また、国産材の需要側、供給側が互いに持っている「不信感」を試すことも重要です。過去、輸入材が供給不足に陥った際、国産材が注目を集めた時期がありました。しかし、突然の需要に対して、国内の供給側も十分な対応を取ることができず、そうこうしているうちに、また輸入材の供給が安定。何とか安定的な供給体制を整えた頃には、すでに需要側のニーズは減退してしまいました。このような事態を繰り返す中で、お互いに信頼がなくなつたのです。需要に応じた国産材の安定供給体制の構築を行い、価格、品質、そして供給のそれぞれにおいて輸入材に負けない競争力を持つことが求められます。



## Chapter 2

川上～川中・住友林業フォレストサービス株式会社

# 「木材自給率向上」のための 具体的アクションとは？

国産材の供給側は、さまざまな国産材の課題に対して、どのようなアクションを起こしているのでしょうか。住友林業の社有林の管理、原木の仕入・販売などを行い、国産材利用を積極的に進めている住友林業フォレストサービス株式会社の倉光社長が、現在進めている具体的取り組みを中心に紹介します。



**自給率向上の  
キーワードは、  
「団地化」「規格」  
「バイオマス」**

倉光 二郎

住友林業フォレストサービス株式会社  
代表取締役社長

**必要なのは長期的視点と  
具体的アクション**

「国産材利用促進のために、森林管理の側面から進めている取り組みについて教えてください。」

まず「目の取り組み」として、昨年「山林の「団地化」」を始めています。小規模な山林所有形態が従前課題となつていますが、団地化とは、ある一帯の山林で所有者が分散している場合、伐採、搬出などをそれぞれで行うのではなく、森林を集約化して効率良く森林経営をすることです（図参照）。一定エリア内において所有者の異なる1ha、2haといったごく小規模のものも含めた森林を集めて、当社が施業計画を立案、施業を請負います。路網を整備しな



に始めました。伐採現場に残された林地残材を集荷し、木質チップに加工して石炭に混入。石炭使用量を削減しながら、国産材利用を促進する取り組みで、年間12,500トンもの林地残材を利用する大規模な計画です。現在は補助金を受けながら進めています。今年メキシコで開催予定の国連気候変動会議（COP16）で2013年以降の温室効果ガス削減目標が決まれば、一気にビジネスとして加速するかもしれません。そうならば、同時に国産材利用も向上することでしょう。

（写真上）約1,000トン／月の安定的な集荷・供給体制の確立に取り組む

（写真下）「もう少し積載効率の良い搬出方法があれば」（山崎林業・山崎社長 [右端]）——林地残材利用の課題解決には、現場の声が大切



がら、高性能な林業機械を導入、まとめて間伐、主伐を行い、さらに植林まで行います。そういった連の流れにおいて、施業を効率的に行うことで、コストダウンを実現し、価格競争力のある国産材を生産するモデルの構築を目指しています。

現在は、森林所有者一人ひとりに計画の説明をして、承諾を得る作業をしている段階です。苦勞しているのは、団地化を行うにあたり、散在する多数の山林所有者に計画を承認してもらわなければならない点です。また、所有者が山林の価値を過大評価しているケースもあり、例えば、山林を伐採する段になって、その評価を理解しただけの場合、計画がなかなか進展しません。さらには、所有者が亡くなってしまった、所有者が全国に散らばっていて連絡が取れない、土地の境界線が分からないといったケースも多々あります。そういった問題は、一つひとつ地道に解決していくしか方法はありません。ただ、所有者の高齢化の問題もあり、計画を着々と推進していく一方で、スピードを高めるために法的な整備も必要だと感じています。

もう一つは、施業計画をより効率的なものに見直す取り組みです。日本には、昔から「木は太く育てるものだ」という考え方が根深くありました。しかし、現在の市場では集成材などの用途から、直径30cm以上のものよりも、30cm以下の比較的径級の小さなものニーズの方がむしろ高くなってきているのです。住友林業の社有林においても、一部を市場

傾向に適した径級で木材を生産するために、長伐期から短伐期へと施業計画を見直しています。ただ、言うまでもありませんが、森林は突然変化しません。10年、20年と長期的な視点で切り換え、国産材利用量増加につなげていきます。

**マーケットインの姿勢で  
供給・品質・価格面で  
国産材に、安心を**

「国産材は輸入材と比較して、品質やコストの面で競争力が弱いとされていますが、どのような取り組みを行っていますか。」

当社独自の規格として「FSGグレード」を開発し、国産材製材品に力を入れています。国産材の製材の問題点として、従来各社各様に独自に規格を決めていたことが挙げられます。例えば、製材品に同じ「特等」などと付けてあっても、それらを供給する会社や工場によって、寸法精度や含水率といった基準が違っていたため、客観的な品質にムラがありました。一方で、輸入材は規格が統一されており、高度な乾燥技術による品質と供給に安定性があることが需要側のニーズに合致。コスト面でも勝っていたため、国産材の競争力はなかなか輸入材を上回ることができませんでした。しかしその後、住友林業でも温度や湿度をコンピュータで自動調整する制御システム「MZDAS（ミズダス）」を開発するなど、年々乾燥技術が進歩。また、環境・社会的側面からも国産材に

**今後注目すべきは、  
林地残材のバイオマス活用**

「今後の国産材に関する取り組みについて、どのように考えていますか。」

コストダウンの観点から、流通の短縮は課題です。当社も今年1月に愛媛県・新居浜の原木市場を閉鎖しましたが、山土場仕分けによる製材工場への直送など流通短縮を検討していくべきです。また、木材の「カスケード利用」も積極的に進めていくべきでしょう。カスケード利用とは、木材などの資源を一回だけの利用ではなく、多段階に有効利用することで資源全体としての利用率を向上させること。特に、今後は「林地残材」の有効利用が必須です。当社は、経済産業省・林野庁の「林地残材バイオマス石炭混焼発電実証事業」を実施する住友共同電力(株)さんに林地残材を供給する取り組みを今年7月より本格的

住友共同電力株式会社

## 「林地残材」利用による バイオマス発電実証事業を推進

住友林業フォレストサービスと共同で林地残材を使ったバイオマス発電の実証事業を行っている、住友共同電力株式会社様。事業内容、今後の展開についてお話を伺いました。

### 運搬コストを下げる工夫で 環境時代の新たなビジネスモデル確立へ

当社は地球温暖化防止への取組みの一つとして、従来より、製材時に出るかなな屑、木質パレット、解体した住宅の廃材などの木質チップを石炭と混焼するトライアルを行ってきました。しかし、元々木質チップは製紙会社を始め需要も多く、なかなか安定調達が困難でした。そんな中、住友林業フォレストサービスさんとの繋がりの中で注目したのがこれまで利用していなかった林地残材です。しかし、急峻な伐採現場から搬出し、林道をトラックで運搬、チップに破碎し、混燃用の燃料として使用するに至るまでには、なかなかコスト面で難しい部分が多いのが現状です。しかし、これは環境問題も見据えた国としての課題でもあり、現在、経済産業省、林野庁の補助制度を活用しながら、実証事業に取り組んでいます。林地残材利用計画量は、12,500トン／年。計画を達成することで、石炭使用削減量2,900トン／年、CO<sub>2</sub>削減量6,900トン／年を目指しています。

最も大きな課題はやはりコスト面です。林地残材は、曲がり材や枝葉、樹皮等さまざまな部位が混ざっており、形状が一定ではないため、どうしても積載効率が悪くなります。また、山間に広域に点在する伐採現場からの搬出はロスが大きく、現在は効率的に運搬するのが難しい状態です。今後、林地残材を集荷できる現場が増えれば、複数の現場を集めて効率的な輸送体制を整えることも可能になり、1トンあたりの運搬コストを低減できるようになります。住友林業フォレストサービスの皆さんと協力しながら、早期にビジネスモデルを確立していきたいと思ひます。

土岐 正和さん

総務環境部 総務担当課長

亀井 洋介さん

経営管理部

### 林地残材が 燃料になるまで



回収された林地残材は、住友共同電力の発電所構内に収集。木の部位によって固さが違うので、様々な種類の材料を事前に混合して破碎機へ。



木質チップと石炭を混ぜる工程。林地残材の混入率は約2.5%。設備への影響を検証しながら、今後は3%まで増やせるよう現在検討中（写真は実験時）。



混ぜられた林地残材はラインを通じて、ボイラーへ。



## Chapter 3

川下・住友林業株式会社 不動産事業本部 アセットソリューション事業部

# 今後の「木造化」に向けた動向・課題とは？

10月1日に「公共建築物等における木材の利用の促進に関する法律」が施行され、業界では木材利用促進に向けた一層の加速が期待されています。住友林業では、今年4月に不動産事業本部アセットソリューション事業部内に特殊木造開発チームを設置。Chapter3では、非木造建築物における木造化に向けた動向や課題について、需要側の視点から紹介します。



## あらためて木の良さを伝え、国産材の「魅力」を確立

杉本 貴一

住友林業株式会社 不動産事業本部  
アセットソリューション事業部  
特殊木造開発チーム チームマネージャー



### 注目すべきは、「木造化」と「木質化」

——「公共建築物等木材利用促進法」とはどのような法律ですか。

原則として、低層階の公共建築物については、可能な限り、木造化、木質化を推進するという法律です。木造率が低く、潜在的な木材需要が期待できる国や地方公共団体が整備する建物や、「学校施設」「老人ホーム」などの公共性の高い建築物をターゲットに、国が率先して木材利用に取り組むことで、木材全体の需要拡大を図ることを目的としています。政府としては、公共建築物の木材化が進むことによって、民間

間事業者が手掛ける住宅、店舗、企業の事務所など一般建築物への波及効果もねらっています。木材利用促進を図り、林業を再生させ、ひいては木材の自給率向上まで見据えているのもこの法律のポイントです。

——この法律で注目すべき点はどこでしょうか。

施行されたばかりの法律で、まだ見えない部分が多く、はっきりと分かり辛いのが現状ですが、注目すべきポイントの一つとして、この法律が「構造だけ」の話ではないということが挙げられると思います。法令上の表現としては「主要構造部その他の建築物の部分の建築材料、工作物の資材、製品の原材料及びエネルギー源として国内で生産された木材その他の木材を使用すること」とあります。「見ると、主に建物の構造躯体部分の「木造化」のみにスポットが当てられているように感じますが、追記として「これらの木材を使用した木製品を使用することを含む」と記されています。つまり、低層の建築物についてはもちろん、例えば高層など構造上の木造化が困難な場合であっても、内装等の「木質化」が促進されるということです。これによって、構造部材関連の事業者だけでなく、内装関連の建材におけるビジネスチャンスも創出されていくのではないかと考えています。

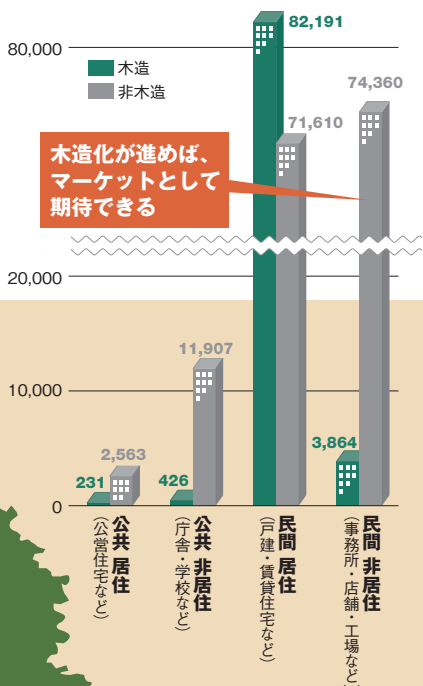
### 身近なところで木の良さを伝える

——民間への波及効果も期待されていますが、市場規模についてはどうでしょうか。

国土交通省「建築着工統計」(2007年度)によると、事務所、店舗、工場などの民間の非居住用・非木造建築物の市場規模は約7兆4,000億円です。法律が期待される効果を発揮し、同時に環境意識の高まりを背景としたさまざまな施策により、この部分の木造化が進めば、マーケットとして十分期待できると思います。一方、公共の建築物は民間と比較すると小さく、庁舎、学校などの非居住用は1兆1,907億円、公営住宅などの居住用は2,563億円となっています。直接的効果に加え、この公共建築物の木造化をきっかけとした、民間建築物市場への波及効果の方が、ビジネスの視点でも、木材自給率向上の視点で

### 全国の建築着工の内訳と市場規模

(単位：億円)

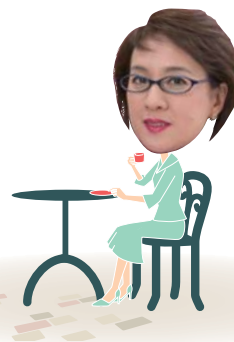


木造化が進めば、マーケットとして期待できる

も、期待が大きいと言えるでしょう。

——実際に木造化、木質化を進めていくとともに、国産材の利用を促進させていくには、業界としてどのような取り組みが必要だと思いますか。

基本的なことかもしれませんが、やはり「木の魅力」「国産材の魅力」を本気で伝えていくことが重要です。昔は「家を建てるなら檜」といった価値観がありました。時代の流れの中で希薄になりました。そこで今度、木や国産材の良さをエンドユーザーに伝える仕掛けが必要だと思っています。デザイナーとコラボレートした家造りも方法の一つです。九州新幹線「つばめ」の客室内装に国産材が使われている例もあります。家以外の「見える」ところで「やっぱり木がいいな」と感じ、それを多くの人々と共感していくことで、木に親しみを持ってもらうことが大切だと思います。



【藤井繁子Profile】  
『月刊HOUSING』元編集長、現在リクルート住宅総研 主任研究員や神奈川県総合計画審議会委員も務める住生活ジャーナリスト。ブログ「Vivien研究員の暮らしと住宅業界裏話」更新中！

vol. 20

## 積水ハウス 50 周年、プレハブ住宅の行方

### 開発に 3 年間かけた記念商品

今年8月が創立50周年となった積水ハウス。その記念商品として9月から発売された軽量鉄骨『Be Sai+e (ビー・サイエ)』と木造『The Gravis (ザ・グラビス)』。発表会でモデルハウスを見て感じたのは、業界のリーディングカンパニーとしての意気込みでした。

まず、ターゲットを中高級ゾーンの熟年層に置き、建替え市場に真正面から取り組もうという姿勢。昨今、30才代向け低価格の商品戦略が中心で、建替えは3階建て・二世帯と都市の一部需要で凌いできましたが、未だ活性化しない潜在需要に今回はド真ん中の“切り込み隊長”的な商品。建替え市場開拓には広告宣伝や営業教育にも相当な投資が必要と予想され、満を持しての投入に期待が高まります。

加えて感心したのは、構造躯体・生産の見直しにより、コスト削減を成功させ坪単価60万円～というリーズナブル価格を実現している点です。大開口を実現しながら強度を高めるための鉄骨を太くすると同時に、他の部分は細くするという工夫で最適化を図っています。鉄骨の種類を従来の4種類から6種類に増やしたコスト改善は、記念商品の開発に「3年かかった」という話を納得させるものでした。

### チャンス到来！プレハブ住宅

積水ハウスの50年は、「ミゼットハウス」を1959年に発売した大和ハウス工業と共に日本のプレハブ住宅の歴史でもあります。戦後、世帯数の急増という時代の要請もあり大量供給を続けてきたプレハブ住宅も、昨年度の建築数は12万戸強で着工戸数全体における割合も15.9%と低迷し、“ストックの時代”における工業化住宅の在り方を模索中（最高はH3年度の21.5%）。

阿部社長が「今年のCMは200万戸の積水ハウスオーナーへ向けてのメッセージ」と語るように、これだけの顧客があれば今後、世帯数が減少する国内では既存客に対しどのようなサービスで売上を上げて行くのかを考えれば良いということになります。

一方の海外では新興国中心に住宅の大量需要があり、性能の高い日本のプレハブ住宅が脚光を浴びています。既に積水ハウスだけでなく大手住宅会社は海外での開発事業案件や現地での住宅生産・建築に精力的。今後、日本

のプレハブ住宅メーカーが自動車メーカーなど輸出産業と同様に、世界での生産・販売による売上構成になるのも遠くない話でしょう。その上、世界での生産競争によって洗練されたシステムが逆輸入され、今まで中々安くならなかった日本の住宅価格が世界水準になる日が来るのかも知れません。とは言え、住宅は国や地域の文化そのものなので、そう簡単に日本のプレハブ住宅が世界を席卷するとは思えませんが、戦略と意志次第！ 未開拓の市場に夢を描くのは楽しいものです。



鉄骨系新商品『Be Sai+e (ビー・サイエ)』の外観。4寸勾配の切妻屋根や水平ラインは落ち着いた日本のデザイン



『Be Sai+e』の象徴的空間、3.2mの軒と大開口の“スローリビング（商標）”は大人のゆとりある人生を醸し出す



鉄骨造の弱点だった熱橋を克服する“ぐるりん断熱”を開発、軽量鉄骨系戸建の全商品に標準採用。これで外断熱への対抗も万全？

太陽パーツに学ぶ  
「チャレンジスピリッツ」

**1 リーダーこそ  
チャレンジャーたれ!**  
リーダーが挑戦し続けることで、メンバーのチャレンジ精神が育まれる。リーダーこそ失敗を恐れるなかれ!

**2 良い失敗と悪い失敗がある**  
自分前向きに取り組んだ結果としての失敗や、会社にノウハウ、自分自身に教訓をもたらした失敗は良い失敗。単なる準備不足や怠慢による失敗は言語道断。

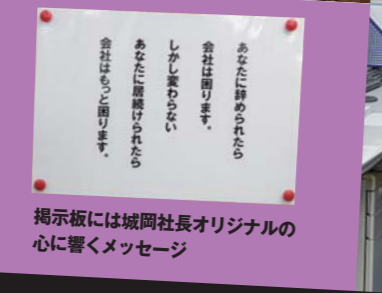
**3 無謀な行為は  
チャレンジではない**  
上司への報告、連絡、相談があって初めて挑戦の権利がある。基本が徹底されていない場合は、それは挑戦ではなく、単なる無謀な暴走行為である。



ミーティングでは物怖じすることなく、積極的な意見が飛び交う



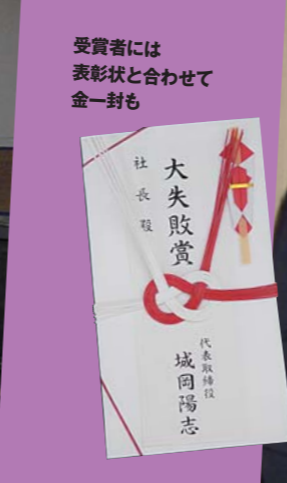
大阪府のものづくり優良企業賞を受賞するなど、技術力もお墨付き



掲示板には城岡社長オリジナルの心に響くメッセージ



「失敗を恐れずチャレンジし続けます」と意気込む太陽パーツの皆さん



受賞者には表彰状と合わせて金一封も



大失敗賞は、部長の推薦に基づき役員会で決定され、年2回の経営発表会に合わせて、全社員出席のもと表彰が行われる。「うつむいて受賞式に出る社員もいるため、何とか励まそうと毎回一発ギャグをやっているんだけど、シーンとなるほうが多いかも(笑)」と城岡社長



太陽パーツが誇る製品群の一部



シェア7割を誇る昇降機「スムーズダウン」。金型の失敗に奮起した社員が試行錯誤の末に開発した大ヒット作だ



太陽パーツのチャレンジ精神は、雑誌やテレビでたびたび紹介されている



大失敗を乗り越えた社員が中心となって立ち上げた上海工場



国内工場の様子

太陽パーツ株式会社

チャレンジが人を強くする



代表取締役 城岡 陽志さん

失敗とは新しいことに挑戦した証し

医療器具の部品やキッチン周りの住設機器などを製造・販売する太陽パーツの「大失敗賞」が話題を集めている。その名の通り、大きな失敗をした社員を表彰するものだ。金一封まで与えるという。ユニークな制度を立ち上げたのはなぜか。同賞の生みの親であり創業者でもある城岡社長はこう説明する。「失敗とは、新しいことに挑戦し

た証拠です。それに誰かが失敗すれば、他の人間が同じ過ちを繰り返さないですみます。つまり失敗をすることは、会社に何かしらのノウハウを残したということ。だから、「失敗した人はエラー」というわけです。

中国事業やシェア7割商品も失敗が原動力

創設から間もなく20年になる大失敗賞。失敗を讃えるという城岡社長の方針は、つねに社員のチャレンジ意欲をかきたててきた。例えば営業担当Aさんの場合、話は15年ほど前に遡る。Aさんは自社の金属加工の技術を応用し、自動車関連商品にも手を広げたいと提案。新規プロジェクトの中心メンバーに抜擢された。しかし、新規事業は結局、当時の会社1年分の利益に相当する5,000万円の損失を計上。会社の存続が危ぶま

れるほどの危機に直面した。この一件で、大失敗賞を受賞したAさんは、自身のマーケティングが十分ではなかったことを猛省するとともに、今度は練りに練って中国への進出を提案。自ら現地に赴き、工場の立ち上げに奔走。5年の歳月を経てついに中国事業を軌道に乗せた。現在は役員として陣頭指揮をとっている。

チャンスとばかりに金型を先行手配したものの、取引が破綻となり500万円の損を出したBさんも大失敗賞の受賞者の一人だ。失敗を挽回すべく、Bさんは、来る日も来る日も新しいビジネスを模索し続けた。そこで目を付けたのが、自社の技術が生かせる住設機器市場への進出だった。試行錯誤の末に生まれた昇降機は、今や国内シェア7割を獲得する同社の看板商品に成長。また、住設機器の売上は全体の6割を占めるなど、同社の屋台骨を担うビジネスとなっている。

「社長でも失敗するんや」と思ってもらえればいい  
「失敗したってええねん」というのがウチの方針ですが、かといって上司への相談もなしに無茶をして

失敗した社員には厳しいですよ。また、失敗にもいろいろあります。が、評価に値するのは前向きな挑戦の結果としての失敗と、会社にノウハウを残した失敗。この2つです」と城岡社長。  
かくい城岡社長も実は大失敗賞の受賞歴がある。設備投資したものの機械を使いこなせず、売却したのが受賞理由だ。「あの失敗を思い出すたびに冷や汗が出ますわ(笑)。ただ、あの時は会社として次の一手を打つべきだったし、何もなかったらチャンスは逃すだけでした。それに社長自ら、というよりも上の人間こそ率先して挑戦しなくてはならない。社員はつねにリーダーの姿を見ているし、仮にリーダーが失敗したとしても『あの人も失敗するんや』と感じ、失敗に対する恐れがなくなるからです。私どものような中小企業は、つねに何か仕掛けていかなかったら生き残れません。勇気のいることですが、それが大事なんです。人も一緒です。大企業と違って人材が限られています。失敗したからといって、代わりの人間を当てるわけにはいかない。一回失敗したくらいで見切るわけにはいかないんです。今いる人材を鍛え、強くなってもらわない。挑戦は人を育てます。だからチャレンジが大事なんです。」  
「失敗は成功のもと」。太陽パーツは、言い古されたこの言葉の重みを改めて感じさせてくれる企業だ。

## News pick up! 業界ニュース

### 住宅エコポイント制度 発行対象拡充へ 「太陽熱利用システム」 「節水型便器」「高断熱浴槽」 も対象に

政府は10月8日、5兆5百億円規模の「円高・デフレ対応のための緊急総合経済対策」を閣議決定。環境・エネルギー・大国戦略におけるエコ住宅の普及促進策として「住宅エコポイント制度」の対象拡充が盛り込まれた。

エコ住宅のリフォーム等に併せて設置する省エネ性能が優れた住宅システムの一體的導入を促進するため、「住宅用太陽熱利用システム（ソーラーシステム）」「節水型便器」「高断熱浴槽」が新たに住宅エコポイントの発行対象として加わる。住宅エコポイント制度については、新成長戦略に向けた経済対策の一環として、平成23年12月末までの1年間の期間延長が9月に閣議決定されていた。

エコポイント以外の住宅関連での経済対策としては、「住宅用太陽光発電システムの導入費用の一部補助」のほか、耐震化の合意形成が困難な「マンションの耐震診断への支援」「既存住宅ストックの耐震化、バリアフリー化等の改修費用の支援し、子育て世代・高齢者・障害者等に対する安心・安全な賃貸住宅の供給を促進」さらに「地域材等を活用した木造長期優良住宅の普及促進のための支援」などが盛り込まれている。

政府は、今後経済対策を盛り込んだ2010年度補正予算の成立を目指す。

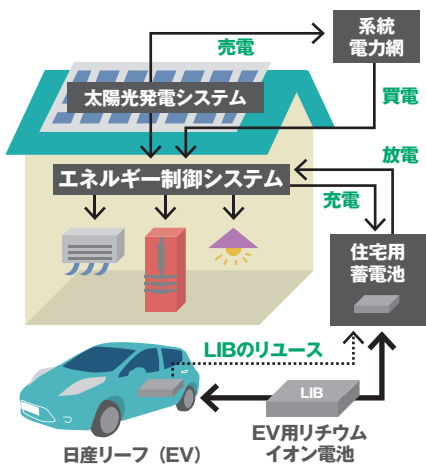
### 「日産リーフ」搭載のリチウムイオンバッテリー を活用した共同実証実験を実施 電気自動車用蓄電池を活用し、 CO<sub>2</sub>マイナス住宅の開発へ

住友林業は、「ライフサイクルカーボンマイナス（LCM）住宅※」において使用するエネルギーの自給自足に欠かせない技術として、日産自動車株式会社（以下、日産）が発売を予定する電気自動車「日産リーフ」に搭載されるリチウムイオンバッテリーを住宅用蓄電池として活用し、将来的な二次利用を視野に入れてLCM住宅の構築を目指すことを決定した。

住友商事株式会社と日産が合併で設立した、電気自動車用リチウムイオンバッテリーの二次利用の事業化を目的とする、フォーアールエナジー株式会社との間で、「日産リーフ」用リチウムイオンバッテリーを使用した実証実験を行う。平成23年中に「住友林業の蓄電池搭載住宅」を発売する計画。

※ライフサイクルカーボンマイナス住宅  
太陽光・太陽熱・バイオマスなどの再生可能エネルギー利用によってライフサイクルトータルでCO<sub>2</sub>収支がマイナスとなる住宅。

### 電気自動車用リチウムイオンバッテリーを 活用した蓄電池搭載住宅



## Product close up! 製品紹介

### AT-WALLガーディナル 「S-WALL neo」「カンシキくん」

シーリングを使わない・露出させない新しい工法を可能に！

#### 製品の特徴

シーリングレスを可能にした  
「三辺合じゃくり工法」の利点とは？

① 施工方法が従来の四辺合じゃくり工法よりも簡単で、出来上がりのバラツキを抑えられる！

② シーリング不要なので、継ぎ目が目立たず、壁面・出入隅も美しく保つことができる！

③ 専用施工部材「カンシキくん」で、窓廻り部分のシーリングを露出させないすっきりとした仕上がり！

業界待望の独自技術  
「窓廻り部分のシーリング  
を露出させない工法」  
が登場



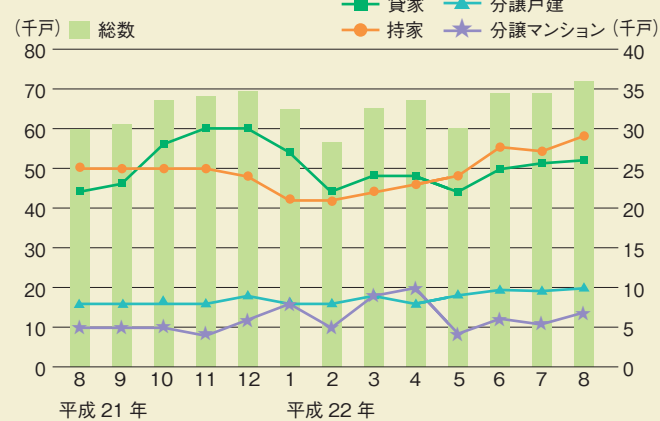
お問い合わせ 旭トステム外装株式会社  
TEL : 0570-001-117 (ナビダイヤル・市内通話料金のみでご利用いただけます)  
03-5638-5111 (PHS・一部IP電話等の場合)



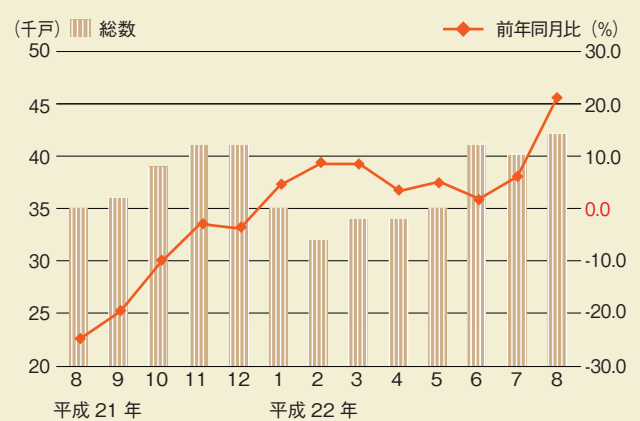
## 平成22年8月の新設住宅着工 △は減

		8月					7月	6月	5月
		対前月比 (戸) (%)		対前年同月比 (戸) (%)					
新設住宅計		71,972	3,187	4.6	12,223	20.5	68,785	68,688	59,911
建築主別	公共	1,231	△5	△0.4	△440	△26.3	1,236	906	2,336
	民間	70,741	3,192	4.7	12,663	21.8	67,549	67,782	57,575
利用関係別	持家	29,036	1,855	6.8	3,889	15.5	27,181	27,656	24,243
	貸家	25,892	219	0.9	3,751	16.9	25,673	24,871	21,759
	給与住宅	456	△274	△37.5	265	138.7	730	456	736
	分譲住宅	16,588	1,387	9.1	4,318	35.2	15,201	15,705	13,173
資金別	民間資金	61,367	2,446	4.2	8,860	16.9	58,921	58,715	49,705
	公的資金	10,605	741	7.5	3,363	46.4	9,864	9,973	10,206
	公営住宅	1,119	179	19.0	204	22.3	940	636	2,154
	住宅金融機構融資住宅	5,751	558	10.7	2,621	83.7	5,193	5,287	4,162
	都市再生機構建設住宅	0	0	-	△417	△100.0	0	34	0
	その他住宅	3,735	4	0.1	955	34.4	3,731	4,016	3,890
構造別	木造	42,073	2,028	5.1	7,316	21.0	40,045	40,748	34,959
	非木造	29,899	1,159	4.0	4,907	19.6	28,740	27,940	24,952
	鉄骨鉄筋コンクリート造	382	△9	△2.3	△7	△1.8	391	150	509
	鉄筋コンクリート造	16,480	707	4.5	4,397	36.4	15,773	14,304	13,034
	鉄骨造	12,894	423	3.4	525	4.2	12,471	13,345	11,299
	コンクリートブロック造	87	39	81.3	43	97.7	48	60	43
	その他	56	△1	△1.8	△51	△47.7	57	81	67

### 利用関係別戸数



### 構造別 木造戸数



### プレハブ新設住宅戸数

構造別	戸	対前月比		対前年同月比		利用関係別	戸	対前月比		対前年同月比	
		(戸)	(%)	(戸)	(%)			(戸)	(%)	(戸)	(%)
合計	11,043	△88	△0.8	324	3.0	持家	4,952	44	0.9	290	6.2
木造	1,286	△71	△5.2	12	0.9	貸家	5,622	△10	△0.2	57	1.0
鉄筋コンクリート造	351	27	8.3	147	72.1	給与住宅	58	16	38.1	41	241.2
鉄骨造	9,406	△44	△0.5	165	1.8	分譲住宅	411	△138	△25.1	△64	△13.5

### 枠組壁工法（ツーバイフォー）新設住宅戸数

利用関係別	合計		持家		貸家		給与住宅		分譲住宅						
	戸	対前月比		戸	対前月比		戸	対前月比		戸	対前月比				
		戸	%		戸	%		戸	%		戸	%			
木造	8,544	583	7.3	2,856	339	13.5	4,358	175	4.2	8	△9	△52.9	1,322	78	6.3
		1,587	22.8		395	16.1		817	23.1		△9	△52.9		384	40.9



**sunwave**  
meet happiness™

軽く、ひと目で、ラクに。  
直感的な使いやすさが、  
調理を変える。「らくパッと収納」  
軽いつまみで斜めに開き、調理道具がパッと取り出せます。どこに何があるか一目瞭然。必要な物が取り出しやすく、2階建ての立体構造だから、抜群の収納量を実現します。



形がキレイ、色がキレイ、  
キレイが保てる  
人造大理石製の「キレイシンク」  
排水口を奥に隠したスッキリデザイン。フラットなデザインは汚れがたまりにくく、毎日のお手入れも簡単。キッチンを彩るカラフルな9色の中からお気に入りが選べます。



SYSTEM KITCHEN SUNVARIE  
**RICHELLE**  
2010.9.1 Debut

それは、いつもキッチンから。

もっと素敵な、もっとたくさんの幸せと出会ってほしい。

それが、いつもキッチンからはじまることを、

私たちは心から願っています。

そして、使う人のことをいちばんに

考えたテクノロジーで、

新次元の使いやすさを届けます。

サンヴァリエ<リシェル>、誕生。

ホームページで動画を公開中！

ショールームやカタログで、「サンヴァリエ<リシェル>」を、実感してください。

くわしくは、☎0120-1905-21 または、www.sunwave.co.jp

※PHS・IP電話等でつながらない場合は、恐れ入りますが03-5283-8760におかけください。  
札幌 011-856-6618・仙台 022-218-3320・盛岡 019-635-3131・新宿 03-3370-7150・立川 042-535-3894・横浜 045-681-1490・厚木 046-221-8167・千葉 043-266-4510・さいたま 048-663-1124・宇都宮 028-632-3271・新潟 025-243-5256・長野 026-227-1887・名古屋 052-788-7851・金沢 076-224-6255・静岡 054-264-7407・大阪 06-6251-8276・京都 075-312-3401・神戸 078-361-3220・広島 082-832-5277・岡山 086-243-4460・高松 087-867-5953・福岡 092-472-6939・鹿児島 099-254-9807

※営業日、営業時間はショールームにより異なりますので、事前にご確認の上お出掛けください。

サンウエーブ工業株式会社 〒101-0064 東京都千代田区猿楽町2-6-10 Tel:03-3518-4311 (大代表)

**LIXIL** 住生活グループ

