

建材 マンスリー

No.594 **4** APRIL
2015

特集

住宅設備の省エネは 「給湯」が鍵

ここでちょっと一息 Coffee Break

中古市場での建物価格表示、 市場拡大のステップとなるか

注目企業を訪ねる

株式会社 フォトクリエイト



住宅設備の省エネは「給湯」が鍵

2014年度補正予算成立を受け、住宅市場の活性化策とされる

「省エネ住宅ポイント制度」がスタートした。

新制度では過去に実施された「住宅エコポイント制度」の内容が一部見直され、

指定のエコ住宅設備3種類以上をリフォームによって新設した場合もポイント発行の対象となる。

さらに、エコ住宅設備には、従来制度で対象となっていた太陽熱利用システム・節水型トイレ・

高断熱浴槽に加えて高効率給湯器と節湯水栓が加わった。

住まいの省エネ化はなぜ必要なのか、

そしてこの2つの設備が省エネにどのように貢献するのかをまとめた。



●巻頭インタビュー

家庭のエネルギー消費量は「冷暖房よりも給湯」が多い

「住宅の省エネ」と聞くと、多くの人が夏場に使うエアコン、すなわち「冷房」の温度設定や使用を控えることを考えます。ところが、実際に住宅のエネルギー消費量の割合を見てみると、実は冷房が占める割合はごくわずか。大きな割合を占めているのは、「動力・照明」や「暖房」。そして、浴室や台所で使うお湯、つまり「給湯」なんです(図1)。

気候やライフスタイルの変化に伴って変化はするものの、冷暖房が必要なのは限られた期間のみ。ところが、給湯の場合は一年中エネルギーを消費して水を加熱しなければならず、中でも風呂の湯の使用量が多い。日本人はシャワーだけでなく浴槽に湯を張って浸かる習慣があるため、4人家族の場合、欧米の浴室での1日の湯消費量は平均250リットルであるのに対し、日本の場合には450リットルと倍近い量となっているのです。

住宅の省エネを考える際には、年間を通しての総量に着目しなければなりません。「動力・照明」も一年中

燃料の消費低減はCO₂の減少を実現し、地球温暖化の緩和に役立ちます。

住宅の省エネ化には給湯設備が重要

従来のポイント発行対象のエコリフォームでは、窓の断熱改修または外壁、屋根・天井、床の断熱改修のいずれかという、建物本体への大掛かりなリフォームが必要でした。

今回の省エネ住宅ポイント制度では従来までの太陽熱利用システム、節水型トイレ、高断熱浴槽というエコ住宅設備に、新たに高効率給湯器



東京大学 工学系研究科 建築学専攻 准教授

前真之氏

利用することから、エネルギー消費量が一番多くなっています。LED照明や節水型の水回り設備といった、光や水など目に見える省エネ設備は施主の意識が高くなっています。一方、目に見えにくい給湯に対する意識はまだ低いといえます。住宅の省エネを考える上では、目に見えにくい給湯の問題は不可欠なのです。過去5年間に新築住宅を購入した人に、その満足度についてアンケートを実施したところ、間取りや耐震性能などについては満足していると答えた人が多かった。一方、満足していない項目では、光熱費に直結する室内温熱環境や省エネ性能が非常に多かったのです。がっかりしない家づくりのために、大前提として断熱・気密に配慮したエネルギー効率のよい住宅をつくること。その上で、最適な省エネ設備を選ぶことが重要です。

と節湯水栓が加わりました。そして、3種類以上のエコ設備を設置すれば、窓や外壁の断熱改修をしなくても、ポイントが発行されます。施主が自由に選択できる設備が加わり、省エネに取り組む上でのハードルが下がったことで、住宅の省エネが推進されると期待できます。

とりわけ、日本の住宅でおよそ3分の1ものエネルギー消費量を占める給湯については、高効率給湯器と節湯水栓の省エネ効果は極めて高い(図3)。メーカー各社が様々な商品販売しているため、家族構成やライフスタイルに合ったものを選ぶと良いでしょう。

図1. 1世帯あたりの用途別エネルギー消費量

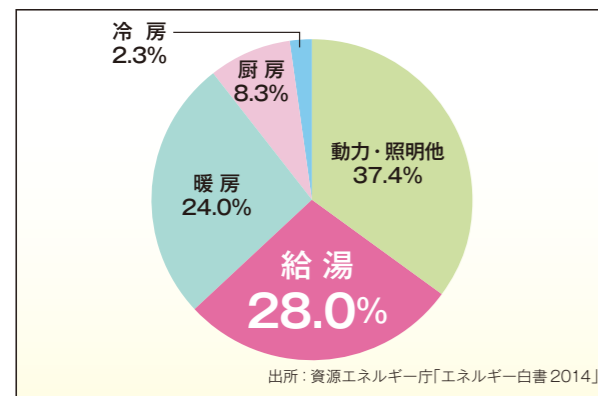


図2. 日本のエネルギー消費量の推移

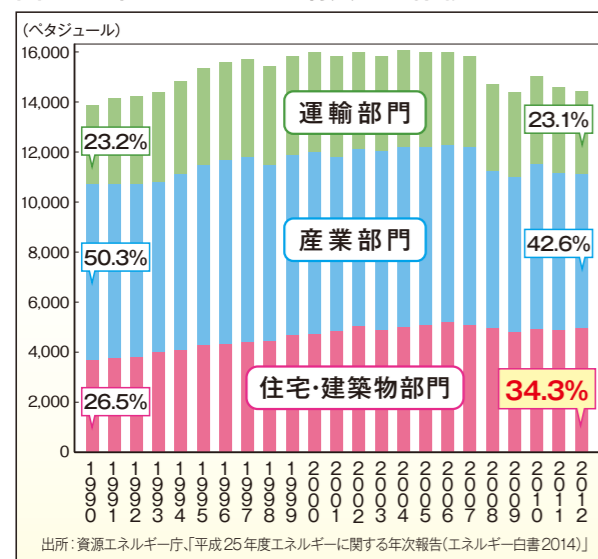
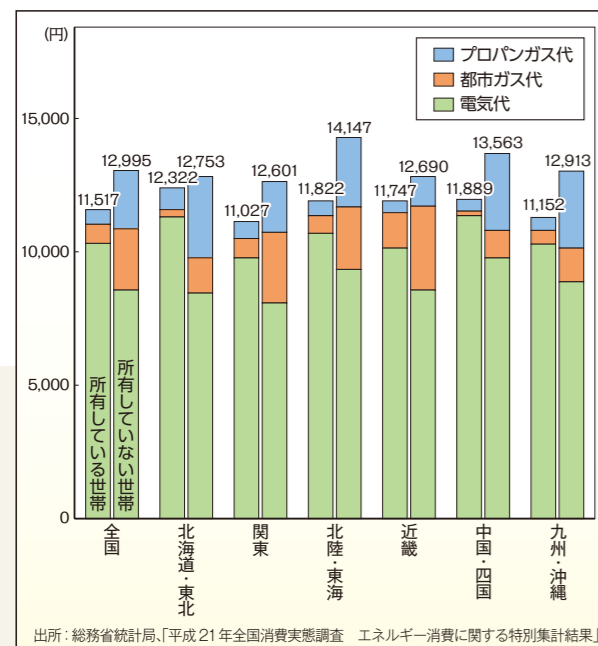


図3. 省エネ・高効率タイプ給湯設備の所有の有無別電気・ガス代 (2人以上の世帯、2009年)



家庭でのエネルギー消費量は増加傾向に

省エネ住宅ポイント制度の復活によって、住宅の省エネを考える機会が増えています。省エネ化が必要があるのでしょうか。日本全体のエネルギー消費の推移を見てみると、産業部門ではオイルショック以降から省エネが徹底され、1990年以降はほぼ横ばい減少傾向にあります。ところが、これと逆行するように家庭部門でのエネルギー消費量は増加を続けています(図2)。その背景には、生活の利

便性や快適性を追求するライフスタイルの変化や、世帯数の増加などの影響があると考えられます。

住宅を省エネ化することは、以下の三つに大きく貢献します。一つは、「家族のため」。消費エネルギーの無駄を省くことは、光熱費の節約に直結します。また断熱性に配慮した省エネ住宅は健康や快適性をもたらします。二つめは、「日本のため」。ガスや石油などの化石燃料の消費を低減する省エネは、日本の貿易赤字の削減にも役立ち、海外への依存を抑えて外貨流出の抑制にもつながります。そして三つめは「地球のため」。化石

① 高効率給湯器

従来型よりも少ない エネルギーで湯を沸かす

省エネ住宅ポイント制度で、初めてポイント発行対象になった高効率給湯器。今回は、その中からエコジョーズの性能と提案方法について、株式会社ノーリツの曾田健策氏に話を伺った。



株式会社ノーリツ
営業本部 企画推進統括部
企画室 企画グループ 主事
曾田 健策氏

省エネ住宅ポイントの対象で 取り替え需要に弾み

今回の制度でエコリフォームの対象となる高効率給湯器は、エコジョーズ（潜熱回収型ガス給湯器）、エコキュート（電気ヒートポンプ給湯器）、エコフィール（潜熱回収型石油給湯器）、エコウィル（ガスエンジン給湯器）、ハイブリッド給湯器（ヒートポンプ・ガス瞬間式併用型給湯器）の5つ（図1）。いずれも従来の機器に比べて少ないエネルギーで湯を沸かすことのできる給湯器だ。

中でもガス給湯器メーカーは業界を挙げて高効率給湯器の普及に力を入れており、エコジョーズの出荷台数は年々増加している（図2）。社団法人日本ガス石油機器工業会と日本ガス体エネルギー普及促進協議会が主体となり、2013年にエコジョーズスタンダード化を掲げて課題整理を行ない、低炭素社会の実現に向けてエコジョーズの普及促進に取り組んでいる。

「エコジョーズの中でも、追いつき付きや暖房付きの給湯器は順調に普及が進んでいます。一方で、マンションやアパートなど設置場所によって給湯器の取り替えや省エネ化がまだ進んでいないので、普及促進に取り組みたいと考えています」と曾田氏は語る。

今回、省エネ住宅ポイント制度の対象となったことは、従来機器からの取り替え需要開拓に、大きな弾みとなると期待されている。

「高効率」「環境性」「光熱費の節約」を備えたエコジョーズ

少ないガス量で効率よくお湯を沸かす省エネ性の高い給湯器がエコジョーズだが、まず注目すべきは「高効率」であること。これまで捨てられていた排気熱を利用することで、従来型では約80%程度だった給湯熱効率が、エコジョーズでは95%に向上している。熱効率とはガスを燃焼させたときの熱を測る数値。熱効率の数値が高いほど、水と同じ温度にまで熱するのに使用するガス量を減らすことができるというわけだ（図3）。

図1. エコリフォームの対象となる高効率給湯器

	仕組み	メーカー希望小売価格の例(税別)*1	性能基準
エコジョーズ	〈潜熱回収型ガス給湯器〉 ガスの燃焼によって発生する高温の排気を回収し再利用することで熱効率を高める	(ノーリツ) GT-C2452AWX-2 BL 419,000円	給湯部熱効率が94%以上
エコキュート	〈電気ヒートポンプ給湯器〉 外気熱を利用して湯を沸かす「ヒートポンプ」を用いた電気給湯器。電気料金安い夜間に湯を沸かし貯湯タンクためる仕組み	【水道直圧給湯】(ハウステック) フルオートタイプ・一般地仕様標準タンク 460リットル BHP-F46PDHT 965,000円 370リットル HP-F37PDHT 885,000円	JIS C9220に基づく年間給湯保温効率、又は年間給湯効率が3.0以上(ただし寒冷地仕様は2.7以上)
エコフィール	〈潜熱回収型石油給湯器〉 排ガス中の熱を回収して再利用し、熱効率を高めた石油給湯器	(ノーリツ) OTQ-C4704AY BL 405,000円	連続給湯効率が94%以上
エコウィル	〈ガスエンジン給湯器〉 都市ガスやLPガスを燃料とするガスエンジンで発電を行い、その際に発生する排熱を利用	(ノーリツ) 東京ガス 829,000円 大阪ガス 757,800円 *ガス事業者によって異なる	JIS B8122に基づく発電及び排熱利用の総合効率が、低位発熱量基準(LHV基準)で80%以上
ハイブリッド給湯器	〈ヒートポンプ・ガス瞬間式併用型給湯器〉 ガスや灯油から取り出した水素と空気中の酸素を化学反応させて電気を作りだすシステム。発電時に出る排熱を給湯に利用する	(ノーリツ) ハイブリッドGT 一式 765,000円	電気ヒートポンプの効率が中間期(電気ヒートポンプのJIS基準に定める中間期)のCOPが4.7以上かつ、ガス機器の給湯部熱効率が94%以上

*1 施工費別。スペックにより価格は異なる。価格は2015年4月現在のもの
*2 省エネ住宅ポイント制度の事務所に登録された型番の商品を使用した工事のみが対象

図2. 高効率給湯器の普及実績(出荷台数)

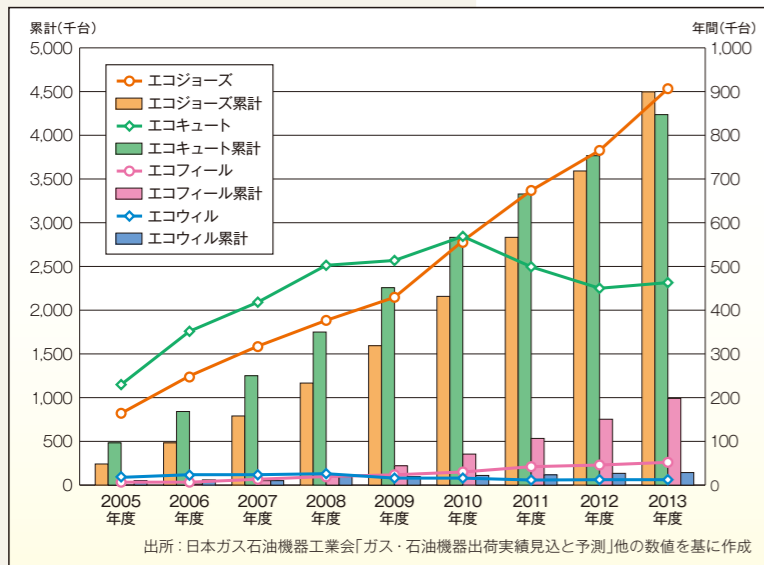


図3. 従来型とエコジョーズの違い

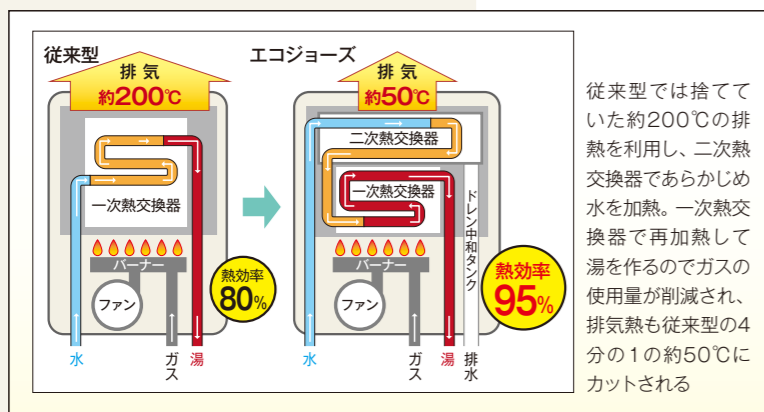
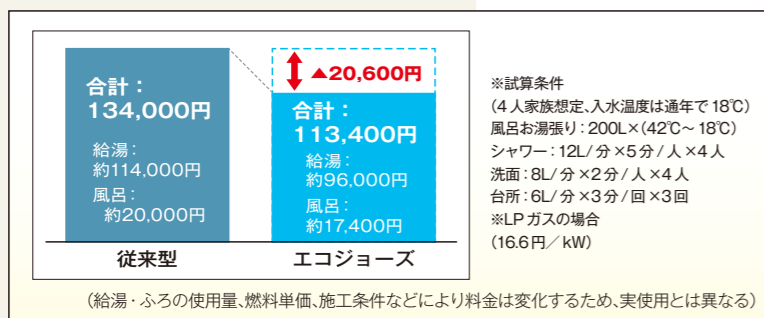


図4. 高効率給湯器の年間ランニングコストの比較



を年間40%削減でき、ガス代も年間40%節約できる。XFシリーズ1台で、エコ住宅設備のうち太陽熱利用システムと高効率給湯器の2種類をクリアできるため、あと1種類の設備を加えるだけでポイントが付与されるのだ。

「エコジョーズを普及させるとともに、今後はハイブリッド給湯器の拡大にも力を入れていきたい。サイズが大きく高額ですが、高効率給湯器の中で一番一次エネルギーの消費を少なくできるメリットがあります。家計の出費も削減し、CO₂削減に貢献する高効率給湯器は、今後スタンダードになると思います」



*給湯能力16号以上の屋外設置型強制排気式(RF式)、屋内設置型強制排気式(FF式)が対象。既築集合住宅の取り替えや特定物件用など取り付けが困難なもの(バランス型ふろがまや小型湯沸かし器等)については、従来品の製造も継続

② 節湯水栓

快適に湯の無駄使いをカットする

高効率給湯器とともに、今回初めてポイント発行対象となった節湯水栓。家庭でのエネルギー消費が一番大きい給湯の節約効果を高めるだけでなく、使い心地にも重点を置き、各メーカーが商品を展開している。今回は株式会社 LIXIL の西村正紀氏に話を伺った。

図 1. 節湯水栓の種類と機能

※ 省エネ住宅ポイント制度の事務所に登録された型番の商品を使用した場合のみポイント発行が可能

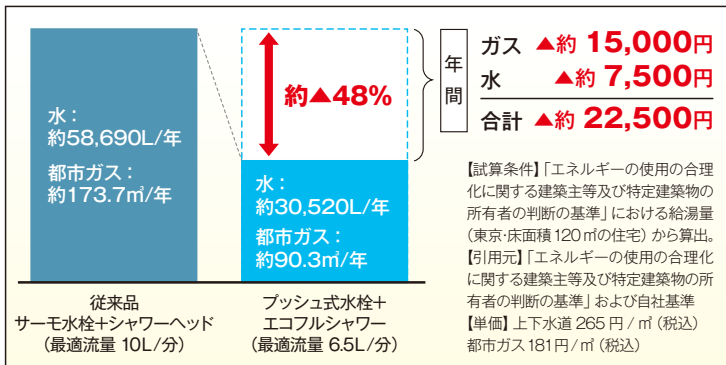
住宅・建築物の省エネ基準		具体的な機能	設置場所		
節湯種類	効果		浴室	洗面	台所
手元止水機構 時間	節湯 A1 台所水栓：9%削減 浴室シャワー水栓：20%削減	<吐水時間を短くする> ・手元で容易に止水できる			 ナビッシュ (エコセンサー付)
小流量吐水機構 流量	節湯 B1 浴室シャワー水栓：15%削減	<吐水流量を減らす> ・流量調節はジョグダイヤルなどで設定 ・シャワー内の圧力を増幅	エコフルシャワー (スイッチ付)	プッシュ式サーモスタット水栓	
水優先吐水機構 温度	節湯 C1 台所水栓：30%削減 洗面水栓：30%削減	<吐水温度を下げる> ・無意識に使用している湯の使用を抑制 ・水と湯の使い分けが簡単にできる		エコハンドル水栓	 ナビッシュ (エコセンサー付)

【試算条件】「エネルギーの使用の合理化に関する建築主等及び特定建築物の所有者の判断の基準」における給湯量(東京4人世帯・床面積120㎡の住宅)から算出
写真提供：すべて株式会社 LIXIL

毎日使う水回りは節約の積み重ねが重要
「温度」の点では、正面を向けて使われることの多い水栓のレバーハンドルは、従来品だと水と湯の混合が吐水され、湯を使うつもりがなくても給湯器

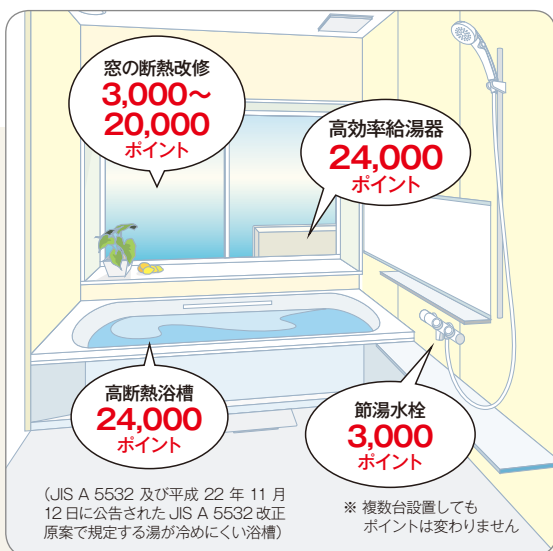
「時間」と「流量」と「温度」の3つのポイントで節湯を実現
「時間と流量、そして温度という3つのポイントでお湯の節約を可能にする節湯水栓は、今後標準仕様となるべきです」と西村氏は語る。
例えば、吐水の「時間」を短くする機能。浴室用の「スイッチシャワー」はシャワーヘッドに吐水・止水のボタンがあり、ハンドルに手を伸ばして湯を止めるまでの無駄使いが省ける。ハンドルをひねることなくワンタッチで吐水・止水が可能な「プッシュ水栓」は、流量をジョグダイヤルであらかじめ設定できる機能もついており、さらに節湯効果が望める(図1)。

図2. スイッチシャワーとプッシュ水栓による節湯効果



は燃焼していた。同社の「エコハンドル」は正面の位置では水のみを吐水、湯に切り替える際にはカチツツと感触があり、無意識に湯を使ってしまう無駄が省かれている。
「節湯と聞くと、満足な使い心地が得られないのではと考える方もいますが、例えば「エコフルシャワー」なら

図 3. 省エネ住宅ポイントの獲得例



シャワー内の圧力を増幅させることで十分な浴び心地を実現し、「流量」を抑えることに成功しています。1回1回はわずかな節約でも、毎日使うキッチンや浴室に節湯水栓を導入すれば、大きな省エネにつながります(図2)。省エネ住宅ポイント制度を利用するには、高効率給湯器や高断熱浴槽などとともにエコ設備3種類以上の設置が必要。または内窓設置など窓の断熱改修とともに設置するなど、浴室での導入が勧めやすいだろう(図3)。



株式会社 LIXIL
デバイスビジネスユニット
デバイス商品部
フロントマーケティンググループ
西村 正紀氏



藤井繁子

『月刊 HOUSING』編集長、リクルート住まい研究所主任研究員などを経てフリーの住生活ジャーナリストに。自治体や市民団体と街づくりに関わりながら、国内外で取材・コンサルティング活動などを行っている。

中古市場での建物価格表示、市場拡大のステップとなるか

建物価値評価への挑戦 [SumStock (スムストック)]

2008年に設立された、優良ストック住宅推進協議会[スムストック]が活動報告を兼ねたシンポジウムを実施しました。同協議会は住宅メーカー10社(旭化成ホームズ・住友林業・積水化学工業など)とその流通グループ会社によって構成。各社の建築住宅を対象に、50年以上の長期点検・補修を実施する住宅履歴管理によって優良なストック住宅(スムストック)を普及させるべく活動する団体。その証として中古売却時には、建物残存価額を明示して販売する取り組みが注目されています。この7年間で、どんな取引実績となっているのか、その数字が公表されました。

まずは、スムストック住宅を売る資格「スムストック住宅販売士」の数、2014年12月末で2,216人が登録済み。売却成約数は累計3,644棟(15年6月末見込)、今年度1,200棟/年(同)と前年比倍増の勢い。スムストック住宅の平均像は、経過年数:15.1年・延床面積:128.96㎡・建物成約価格:1,113万円。興味深いのは、今まで0円と評価されていた築年数21年以上物件が約30%あり、その平均価格は517万円もあったこと(グラフ参照)。購入者へのアンケートでは半数が「建物がきちんと評価され、建物価格が明確」という点をスムストックの評価に挙げ、土地・建物価格の別表記販売は概ね消費者に受け入れられたようです。

協議会としては、自社施工物件のグループ流通会社による中古販売捕捉率は約9%※とまだ低く、今後グループ各社の不動産・リフォーム部門との連携を強化していくとのことでした。

中古住宅流通政策もアクション・モードに

スムストックのように大手企業による先導的な活動も、自社物件に限られたシステム。結果、リフォーム・仲介を含めた大手各社の顧客囲い込みは進むものの、工務店施工の物件など社

会全体にどう効果を出せるのか。国の政策も確認しておきます。

国交省で検討が進められてきた[中古住宅市場の活性化]。現在、自民党政務調査会[住宅土地・都市政策調査会]での検討による政策提言が待たれるところ。今後、建物価値の鑑定評価方法見直しを行い、中古住宅の取引ルールの変革など具体策を提示することで、国も中古住宅市場を本格的に動かそうとしています。

宅建業者が中心の流通市場においては「戸建住宅価格査定マニュアル」(不動産流通近代化センター)を今年度に改訂予定。スムストック同様に、20年以上の長期耐用年数採用、リフォーム効果を反映するなど改善される予定です。一般流通市場においても建物価値の再評価が推進されます。

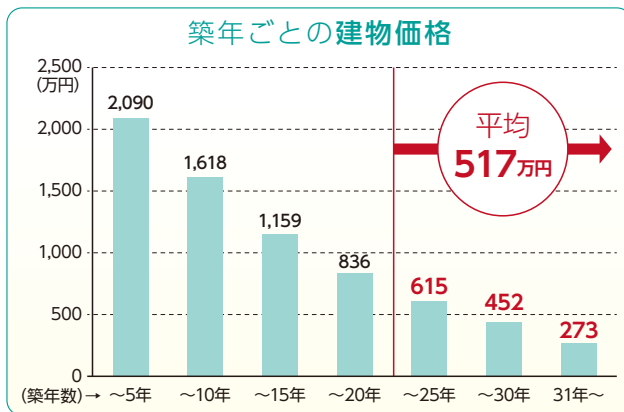
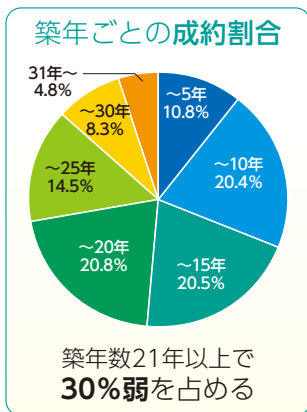
既存住宅の価値が生む、豊かな住生活

一方、建物評価をしたところで金融機関の担保評価もリンクしなければ、消費者の自主的な住宅履歴管理やリフォームの努力も進みません。日本の住宅ローン融資は、担保価値を物件(ましてや建物)でなく、人(収入)で見の方が手間もかからず確実という歴史。サラリーマン・終身雇用社会の日本が、ベンチャー・転職社会の米国のようにとなるとは考え難いですが、そろそろ日本も“人”ではなく、“良い住宅に融資は付くが、価値のないものには付かない”という市場であるべきです。

また、精緻な不動産鑑定評価が定着すれば、金融市場でも期待されているリバースモーゲージの普及(約56兆円の市場推計)にもつながります。高齢社会において家を担保に融資を受けることが容易になれば、住宅所有者はその価値を高めるべく積極的にメンテナンスに励むことでしょう。

日本人が何世代にもわたって、住宅ローンや家賃のために働き続けることの不条理に気づいた今。住宅が社会資産として評価され、その資産を受け継いでいくことによって、豊かな住生活を実現する時が近づいてきたようです。

スムストック成約物件について(事例件数2,502件)



[参加企業 10社(50音順)]
 旭化成ホームズ株式会社・住友林業株式会社・積水化学工業株式会社・積水ハウス株式会社・大和ハウス工業株式会社・トヨタホーム株式会社・パナホーム株式会社・ミサワホーム株式会社・三井ホーム株式会社・株式会社ヤマダ・エスバイエルホーム

注目企業を訪ねる

付加価値創造に挑戦

「今では、スポーツイベントだけでなく年間5000件ほどの撮影実績があります。また、同業他社も増えてきましたが、これは非常に喜ばしいことです。我々のサービスが社会的に認知された証拠ですから。パイオニアである当社は、実績やオリジナリティは他社に負けないと自負しています。現状に満足することなく、新しい取り組みも進んでいます。それは、幼稚園や学校などのイベントを中心に撮影を行う地域の写真館に、当社のシステムを利用してもらう事業です。写真館からデータをお預かりし、当社が運営するWebサイトに掲載し、保護者等に販売しています」

「このビジネスは、写真館はインフラを利用するだけで写真データ管理や販売作業などの雑務がなくなり、撮影に集中できると評判は上々。運動会などの大き

「創業の翌年、社交ダンスの競技会が同社のサービスを利用してくれたことをきっかけに、口コミで少しずつイベントの獲得数も増えていった。そして2007年、営業努力が実を結び、東京マラソンというビッグイベントを獲得し、公式のネット写真販売を実施。現在も同社は、東京マラソンのオフィシャルパートナーとなっている。」

地域の写真館との
共存共栄を図る

人生の貴重な一瞬をプロが切り取る インターネット写真販売の パイオニア



代表取締役社長

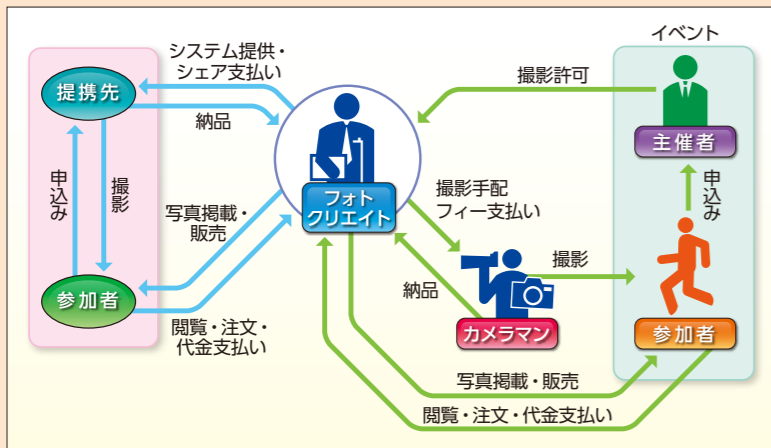
大澤 朋陸 氏

本社 ● 東京都新宿区西新宿6-16-6
タツミビル3F
創業 ● 2002年
資本金 ● 2億4830万円
従業員 ● 153名
事業内容 ● インターネット写真サービス事業、フォトクラウド事業、広告・マーケティング支援事業

「写真メーカー」という
日本にはなかったサービス

「2002年創業の株式会社フォトクリエイティブのビジネスは、「写真メーカー」がキーワード。マラソンやサッカーなど各種のアマチュアスポーツ大会や様々なイベントの主催者と提携し、プロカメラマンを派遣する。撮影された写真は同社が管理するWebサイトにアップロードされ、参加者は専用パスワードなどを入力し、写真を閲覧・購入できるという仕組み。セキュリティ対策も万全だ。」

「当社誕生のきっかけは、アメリカで始まっていた、プロカメラマンが撮影した写真のネット販売というサービスを知ったこ



各教育機関で行われる行事をプロカメラマンが撮影し、保護者がWebサイトから閲覧・購入できる。写真は保育園の卒園式の撮影風景



その瞬間にしかない臨場感を写真という目に見えるカタチで届ける。データまたはプリントで受け取ることができ、注文期限はイベントごとに異なる。教育写真領域 120円～、スポーツ領域 2,160円～

ここが注目ポイント

プロの撮影によるイベント写真をインターネットで販売

地域の写真館にシステムを提供し、共存共栄を目指す

新しいビジネスモデル成功の鍵は“チェンジ・チャレンジ・スピード”

とでした。日本でもネットの普及は徐々に進んでいたものの、写真と絡めたビジネスはまだなかった。遠足や運動会などの学校行事では、撮影された写真が廊下に貼り出され、これを保護者や生徒が見て、欲しい写真の番号を封筒に書いて、代金を入れて申し込むという方法が取られていました。こんなアナログなやり方がずっと続くはずはない。ネットというインフラは必ず伸びると確信していたし、ネットでの写真販売は日本でもまだ誰もチャレンジしていないビジネスだったため、やらない手はないと考えました」

「だが、未知のニュービジネスはすぐに受け入れられたわけではない。写真撮影を行うイベントがなかなか見つからず、ネットという新しいインフラに拒絶反応を示す主催者から門前払いされることもあった。」

「カメラマンは、スポーツイベントなどで撮影している一人ひとりに声をかけ、スカウトしていきました。しかし、肝心のイベントが獲得できないことが最初の壁でした。それでも、雑誌やネットでイベントを調べ、主催者に地道に営業しました。素人には撮れない一瞬をプロが撮影し、その写真をネットによってどこからでも購入できるというこのサービスは、必ず受け入れられる時代が来ると信じていたので、モチベーションが下がることはありませんでした」

「イベントだけでなく、通常の授業など日常風景を撮影できる時間も増えるため、販売できる写真のバリエーションが増えて売上の増加にもつながる。さらに、どの写真が売れたかを簡単に集計できるので、カメラマンの技術力向上にもひと役買う。同社は、同業他社のシェアを奪うのではなく、共存共栄を目指しているのだ。」

「我々の理念は、『感動をカタチにしてすべての人へ』という「フォトライフ構想」。人生の節目となるシーンをプロが撮影し、Webアルバムとして当社が管理していくというものです。当社の事業が写真データの蓄積につながり、より多くの方に写真を届けることにつながります。2011年の震災以降、写真をなくされた方々から以前購入した写真をもう一度買えないかというお問い合わせが相次ぎました。写真とは、一度と戻らない思い出の結晶。そんな写真の持つ力を痛感させられ、再プリントをして無償で提供させていただきました」

「大澤氏は、新しいビジネスを根付かせた鍵は、チェンジ・チャレンジ・スピードであったと振り返る。まずは失敗を恐れずやってみる。スピード感を持って取り組み、たとえ失敗しても素早くリカバリーできる。同社は今、スポーツイベントの写真データを活用した、マーケティング支援事業も開始し、新たな挑戦を続けている。」

2014年度補正予算による「長期優良住宅化リフォーム推進事業」 「インスペクター講習団体」を公表

2014年度補正予算による「長期優良住宅化リフォーム推進事業」のインスペクション(現況検査)の実施者に対する講習を行う団体の公表が始まっている。同事業でのインスペクションは、一定の要件を満たしたことが確認され公表された「インスペクター講習団体」の講習を受講し、修

了考査に合格して登録されたインスペクターによる実施が必須。「インスペクター講習団体」は継続的に届出を受け付け、要件に適合していることが確認できた団体は同事業事務局のHP(http://www.kenken.go.jp/chouki_r/)に追加掲載される。

【登録団体リスト】2015年3月25日現在

	受験資格		講習実施団体
	建築士	建築施工管理技士	
「長期優良住宅化リフォーム推進事業」のインスペクター	○	○	一般社団法人住宅瑕疵担保責任保険協会 一般社団法人住宅管理・ストック推進協会 一般社団法人日本住宅リフォーム産業協会 (JERCO) 特定非営利活動法人「人・家・街 安全支援機構」 特定非営利活動法人住宅長期保証支援センター 特定非営利法人日本ホームインスペクターズ協会 一般社団法人日本木造住宅産業協会

(補足)なお、2月号で特集したインスペクションの代表的な資格である既存住宅現況検査技術者の概要は以下のとおり。

	建築士	建築施工管理技士	講習実施団体
既存住宅現況検査技術者*	○	—	一般社団法人住宅瑕疵担保責任保険協会

* 中古住宅の売主が個人の場合、検査技術者の行う現況検査や、既存住宅の瑕疵保険加入時に保険法人が行う現場検査として取り扱うことができる。ただし、住宅瑕疵保険法人の「登録検査事業者で、かつ建築事務所登録をしている事業者」に限る。

わが社のイチオシ

抜群の加工性が自由なデザインを可能にする 建具・家具づくりに適した「N.P.ウッド」

徳島県 株式会社水谷産業 ^{ひなこ} 毛利日向子さん

木質パネルなどを扱うわが社で私がイチオシする商品は、MDFの「N.P.ウッド」です。ニュージーランドの植林木100%の木材チップを原料にした環境にやさしい木質ボードで、四国地域の総代理店として主に住設部材メーカーや家具メーカーに販売しています。

お客様からは、癖が少なく加工性が抜群によいので自由なデザインができる。強度や安定性に優れているので安心して使える。にもかかわらずリーズナブルだ、という声を多くいただいています。

ご注文いただいた商品を間違いなくお届けするのが

私の仕事ですが、ときにはカットや貼り合わせのご相談を受けることがあります。そんなときは周りの先輩や営業担当に相談し、素早く的確に対応できるよう心がけています。これからはもっとカットの仕方などの知識を身につけ、お客様に自分なりの提案ができるよう努力したいと思います。



環境にやさしいMDF「N.P.ウッド」

編集室より

- 弊社ホームページに特集ページのみを掲載中です。
<http://sfc.jp/mokuzai/kenzaimonthly/>
- 誌面に対するご意見、ご感想は
建材マンスリー編集室専用アドレスまでお寄せください。
kenzai-monthly@sfc.co.jp

住友林業株式会社 木材建材事業本部 事業開発部

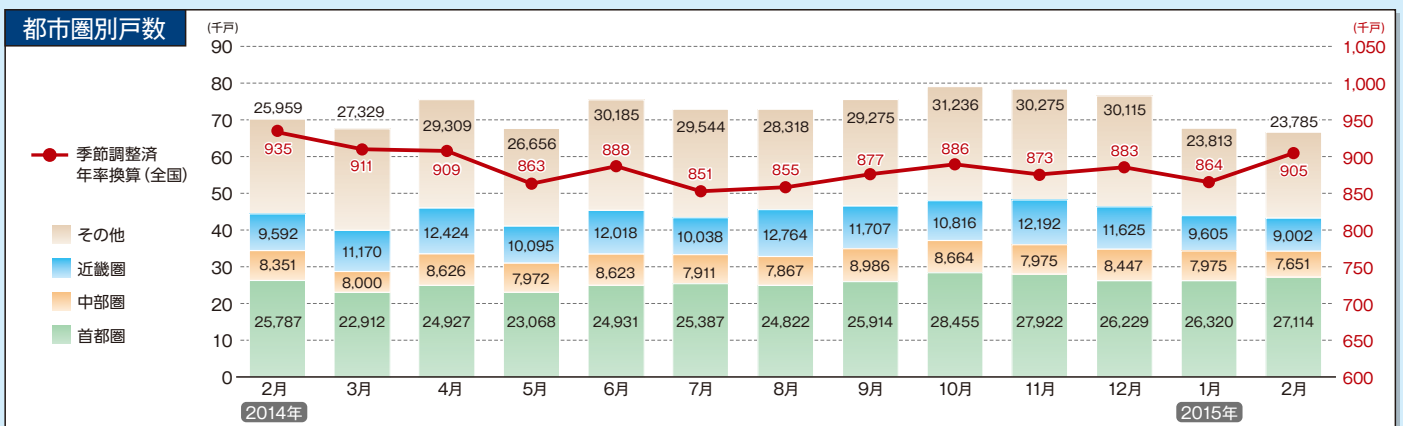
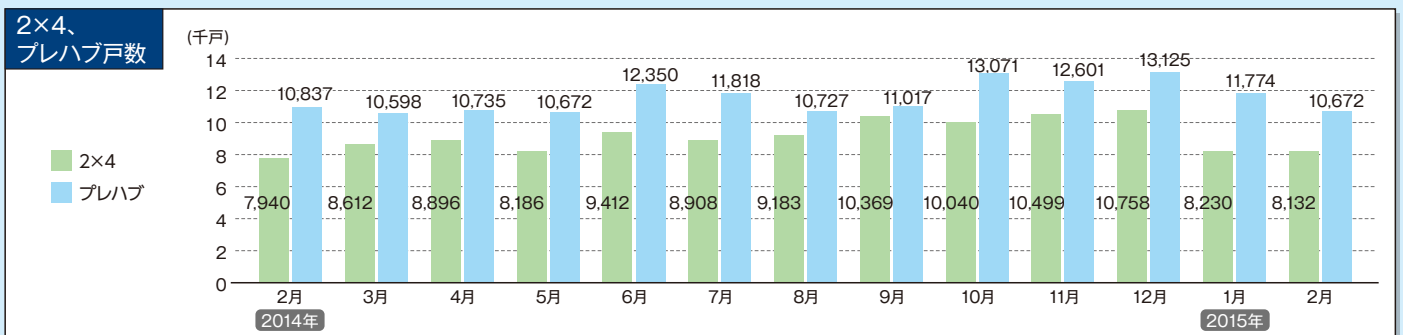
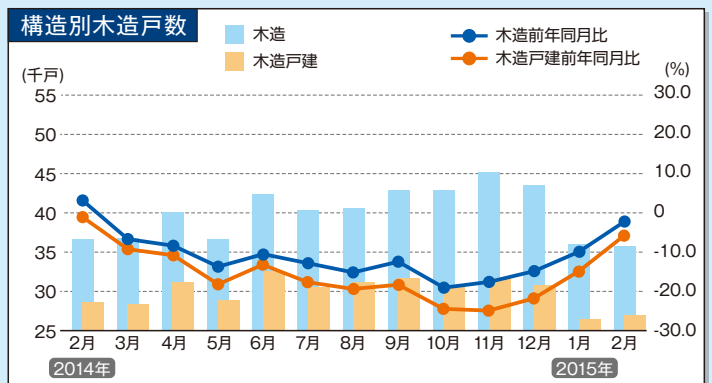
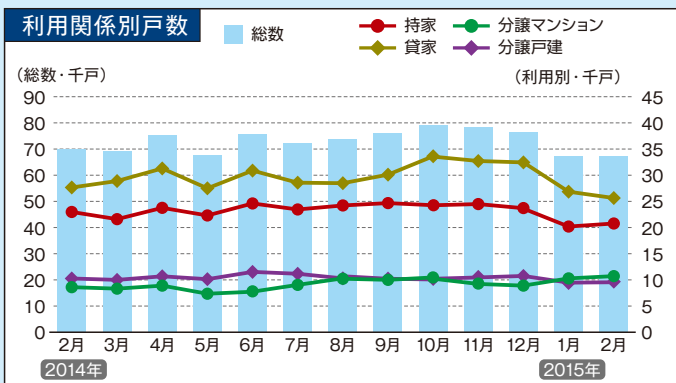
編集後記 毎年11月にチューリップの球根を植えています。花が咲くまでに3~4カ月かかるため、種類も色もすっかり忘れており、春には新鮮な気分でお花見です。今年はどういうわけか、しばらく咲いていなかった木に花芽がつくなど、庭全体が賑やかです。新年度のスタートに、元気をもらっています。(S)

表紙：住友林業(株)住宅事業本部 西九州支店 佐賀イエス展示場

2015年2月の新設住宅着工戸数 単位：戸 ▲は減

※ 今号より、対前々年同月比を掲載しています。

		2月				1月	12月	11月	
		対前年同月比		対前々年同月比					
新設住宅計		67,552	▲ 2,137	▲3.1%	▲ 1,417	▲2.1%	67,713	76,416	78,364
建築主別	公共	1,039	▲ 790	▲43.2%	200	23.8%	1,099	1,705	1,589
	民間	66,513	▲ 1,347	▲2.0%	▲ 1,617	▲2.4%	66,614	74,711	76,775
利用関係別	持家	20,813	▲ 2,078	▲9.1%	▲ 2,174	▲9.5%	20,282	23,725	24,462
	貸家	25,672	▲ 2,072	▲7.5%	3,415	15.3%	26,856	32,478	32,655
	給与住宅	622	▲ 47	▲7.0%	135	27.7%	533	607	1,247
	分譲住宅	20,445	2,060	11.2%	▲ 2,793	▲12.0%	20,042	19,606	20,000
	うちマンション うち戸建	10,693 9,630	2,019 ▲ 24	23.3% ▲0.2%	▲ 2,350 ▲ 524	▲18.0% ▲5.2%	10,377 9,511	8,709 10,763	9,255 10,602
資金別	民間資金	59,947	▲ 2,022	▲3.3%	▲ 1,016	▲1.7%	61,095	68,117	70,275
	公的資金	7,605	▲ 115	▲1.5%	▲ 401	▲5.0%	6,618	8,299	8,089
	公営住宅	723	▲ 1,044	▲59.1%	▲ 60	▲7.7%	1,007	1,557	1,155
	住宅金融機構融資住宅	3,207	▲ 107	▲3.2%	▲ 949	▲22.8%	2,917	3,594	3,463
	都市再生機構建設住宅	245	245	—	245	—	54	0	375
	その他住宅	3,430	791	30.0%	363	11.8%	2,640	3,148	3,096
構造別	木造	35,999	▲ 758	▲2.1%	272	0.8%	36,196	43,846	45,101
	非木造	31,553	▲ 1,379	▲4.2%	▲ 1,689	▲5.1%	31,517	32,570	33,263
	鉄骨鉄筋コンクリート造	310	162	109.5%	52	20.2%	259	480	416
	鉄筋コンクリート造	18,863	▲ 1,412	▲7.0%	▲ 2,995	▲13.7%	18,217	17,744	18,556
	鉄骨造	12,258	▲ 105	▲0.8%	1,229	11.1%	12,946	14,215	14,160
	コンクリートブロック造 その他	75 47	▲ 17 ▲ 7	▲18.5% ▲13.0%	12 13	19.0% 38.2%	45 50	64 67	60 71



(出典：国土交通省ホームページ http://www.mlit.go.jp/statistics/details/jutaku_list.html)

NEW

4月発売

気密スペーサー

SK2-100-L100 / 内基礎用:SK2-H100-L04

2mm厚
タイプ



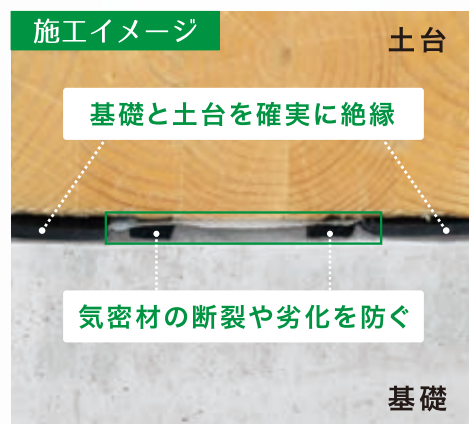
気密材(EPDM)

2mmの硬質樹脂

基礎断熱工法にも 城東テクノのこだわりを。

床下空間の気密をとるスペーサー材に、
キソパッキング工法で培った
「基礎と土台を確実に絶縁させる」という
Jotoのこだわりを。

2mmの硬質樹脂が基礎と木部を確実に絶縁し、
土台の腐れを防ぎます。
また、2mm分のスペースが気密材の逃げ込み代となり、
気密材の断裂や劣化を防ぎ、床下空間の気密化を、
長期に渡り維持します。



施工イメージ

土台

基礎と土台を確実に絶縁

気密材の断裂や劣化を防ぐ

基礎

1503.h