

建材 マンズリー

No.600 **10** OCTOBER
2015

特集

「地域型住宅 グリーン化事業」を考える

ここでちょっと一息 Coffee Break

住宅業界団体30年40年50年、その役割

注目企業を訪ねる

株式会社 エムスクエア・ラボ



「地域型住宅グリーン化事業」 を考える

2012～14年度の「地域型住宅ブランド化事業」を発展拡充させるものとして、
2015年度からスタートした「地域型住宅グリーン化事業」は2016年度も継続される見通しだ。

第一回の今年度は第1期、第2期の全体で、718グループが採択となっている。

地域の中小住宅関連事業者が供給する住宅の信頼性向上や、
省エネ化に向けた技術力の向上を目指し、地域経済の活性化や持続的発展、
木材自給率の向上などに寄与する同事業について、その意義と取り組み事例を紹介する。



ゼロ・エネルギー住宅を 補助対象として位置付け

地域型住宅グリーン化事業（以下、同事業）で補助対象となる住宅は、長期優良住宅と認定低炭素住宅、そしてゼロ・エネルギー住宅だ（図1）。二戸当たりの補助額の上限は100万円、地域材を活用する場合はさらに20万円が加算される。過去の地域型住宅ブランド化事業との大きな違いとしては、認定低炭素住宅やゼロ・エネルギー住宅という省エネ型住宅が対象として取り込まれたことが挙げられるだろう。

「ゼロ・エネルギー住宅を補助対象とすることで、グループ化された住宅関連事業者の間で、ゼロ・エネルギー住宅の設計・施工技術の共有が予測されます。これにより、中小工務店の生産体制がより強化されるとともに、最重要課題の一つである住宅の省エネ化への取り組みの裾野が広がるのが期待されています」と澁谷浩一氏は言う。

住宅性能の向上や施主の知識向上などにより、中小住宅関連事業者が個別に対応することはどんどん難しくなると考えられるため、個々が結



国土交通省住宅局住宅生産課
木造住宅振興室長

澁谷 浩一氏

束して対応することが必要となるだろう。その意味でも、グループ化を行うことには大きな意義がある。

同事業への取り組みが活発になることは、施主、中小住宅関連事業者、それぞれに大きなメリットが考えられる。①補助金に関しては施主に還元されることが採択の要件であるため、長期優良住宅や省エネ性能の高い良質な木造住宅の取得が容易となる。②中小住宅関連事業者にとっては、補助金の活用による施主への訴求力向上と、良質な木造住宅の受注拡大という直接的なメリットがある。さらに、グループ化によって技術力や営業力が向上し、高品質な住宅の生産供給が可能になる。

政策面でも、長期優良住宅や省エネ性能の高い住宅の供給が全国で進むことで、環境負荷低減が図られるとともに、地域における住宅生産供給体制の強化につながる。

図1. 補助対象となる住宅の概要

	長期優良住宅	認定低炭素住宅	ゼロ・エネルギー住宅
根拠法	長期優良住宅の普及に関する法律	都市の低炭素化の促進に関する法律	—
創設時期	2009年6月4日施行	2012年12月4日施行	2012年度(国交省補助開始)
概要	長期にわたり良好な状態で使用するための措置が講じられた優良な住宅	低炭素化のための措置が講じられた住宅	住宅の躯体・設備の省エネ性能の向上、再生可能エネルギーの活用等により、年間での一次エネルギー消費量が正味(ネット)で概ねゼロになる住宅
省エネ性	断熱性能:等級4レベル(※1)	・断熱性能:等級4レベル(※1) ・一次エネルギー消費量:省エネ基準レベルよりマイナス10%以上	・断熱性能:等級4レベル(※1) ・一次エネルギー消費量:正味(ネット)で概ねゼロ
その他性能	・構造躯体等の劣化対策 ・耐震性 ・可変性 ・維持管理・更新の容易性 ・一定以上の住宅規模 ・良好な景観形成への配慮等	以下のうち2つ以上を実施 ・HEMSまたはBEMSの設置 ・再生可能エネルギーと連系した蓄電池の設置 ・節水に資する機器の設置 ・雨水、井戸水または雑排水の利用設備の設置 ・劣化軽減対策 ・一定のヒートアイランド対策 ・木造であること等	—
累計認定実績	約60万戸	約5,000戸	約4,800戸(※2)
2015年度採択結果	6,677戸	603戸	1,400戸

※1 住宅の品質確保の促進等に関する法律(平成11年6月23日法律第81号)に基づく住宅性能表示制度の断熱等性能等級

出所:国土交通省住宅局住宅生産課資料をもとに作成

※2 2014年度までの補助事業の採択戸数

応募概要と採択のポイント

第一回の今年度の採択実績は、住宅で8680戸分に相当したという。

「全都道府県から申請があり、その規模は予算額の7倍超。そのため金額としては当初の予定通りとはいきませんでした。住宅関連事業者の関心の高さがうかがえました。また、2014年度までの地域型住宅ブランド化事業では、1グループ当たりの構成事業者数は延べで平均37・8社だったのに対し、今回は69・6社と2倍近い規模となっています」

構成事業者の4割近くを工務店が占め、また、製材・集材製造・合板製造事業者も増加した(図2)。事務局としては建材流通事業者が担うケースがもっとも多く、「最新の情報提供や住宅建設に関わるノウハウの共有を含め、調整役として機能しているようだ」という。

採択のポイントとして、地域の住宅関連事業者の連携体制構築による成果が挙げられる。「特徴ある地域型住宅の目標設定」や「効率的な住宅生産供給体制の整備」、「長期にわたるメンテナンス体制の整備」、「グルー

プの技術力の向上」、「地域の産業住文化、景観への寄与」などに役立つ取り組みが行えているかなどだ。

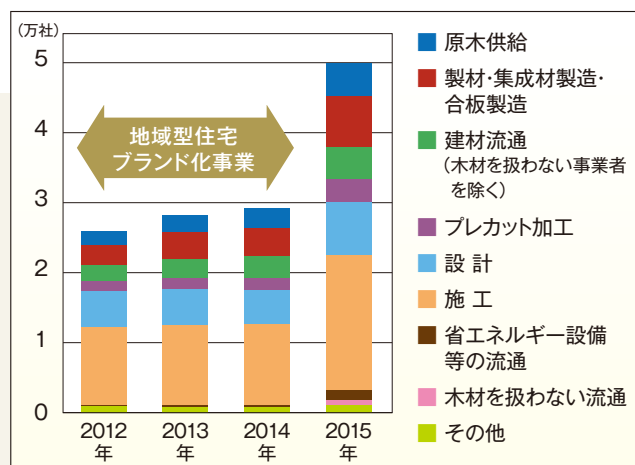
また澁谷氏によると、「住宅の省エネ基準やフラット35など、多岐にわたる住宅関連施策と制度への対応を通じた、施策対応力の向上に役立つ取り組みであるかどうかもポイントとなりました。また、住宅関連事業者全体の底上げを図ることを目指して、地域型住宅ブランド化事業等に採択されたことのない、未経験者に優先的に配分しました」ということだった。

2016年度予算概算要求にグリーン化事業が盛り込まれる

2013年に公布された住宅の省エネ基準が2015年4月から完全施行された他、建築物のエネルギー消費性能の向上に関する法律も2015年7月に制定されている。国が住宅・建築物の省エネ化に注力している今、中小工務店が省エネ基準を満たす住宅を的確に供給できるようになることは急務と言っている。

「国交省では、2012年度から都道府県ごとの地域協議会による住宅省エネルギー技術講習会*の実施を

図2. 採択グループにおける関連事業者数(延べ数)



* URL : <http://www.shoene.org/>

出所:国土交通省住宅局住宅生産課の資料をもとに作成

支援し、全国での受講を呼び掛けています。地域型住宅グリーン化事業でも、この講習の修了者が設計・施工または工事監理に関わることが要件の一つとなっています」

8月、国交省は2016年度の予算概算要求を公表。同事業については今年度比9%増の120億円が盛り込まれ、性能向上計画認定住宅や気候風土適応型住宅といった新しい対象を拡充することを求めている。同事業への取り組みは、住宅関連事業者にとって、ますます重要なものとなりそうだ。

採択事例 ①

信越地域快適家づくりの会「地域適合住宅促進部会」

グリーン化事業への取り組みで
地域の住宅関連事業者全体を活性化

——事務局／炭平コーポレーション株式会社（建材流通）

主に長野県全域および新潟県の上越・中越地域を営業エリアに持つ炭平コーポレーション株式会社（長野県）。2012年より地域型住宅ブランド化事業に取り組み、「地元の工務店を元気にしたい」という思いから、各種のセミナーや勉強会を実施し、グループ力の強化に挑んでいる。

信越地域快適家づくりの会の理事を務めるかつやま設計工房の勝山敏雄氏は、「地域の工務店が元気になる」と、地域の木材を使った特徴ある住宅が建ちます。まずはこの部分を実現しなくては、地域の流通店も生き残ることができません。そのため、地域の流通店が先頭に立って情報を提供しながら工務店を助けることは、必然だと思えます」と話す。

地域型住宅グリーン化事業（以下、同事業）における同グループの「信越地域 快適・安心 やすらぎの家」では、参加事業者の営業エリアが2県の広範囲にまたがるという特徴から、あえて統一したデザインルールを定めていない。一方で、柱や梁には信州木材・越後杉・合法木材のいずれか

を使用するなどの条件の他、雪と地震に強く、断熱性を十分に確保し省エネ化を図って温度差をなくし、リアフリーを考慮するなど、性能のみを規定している。

「他にも、畳を積極的に活用する、多雪地域を除き地域風土に根ざした和瓦を活用する、和室にとどまらず積極的に障子を取り付けるなどの方針も打ち出しています。これは、地域の職人たちに仕事が回ることを願っていることです。応募の目的は、地域の住宅関連事業者全体を活性化させることにもあるんです」（勝山氏）

炭平コーポレーション株式会社では、同事業への取り組み以外でも地域経済活性化のために住宅相談窓口を開設予定だという。

「一般消費者向けに土地も含めた住宅トータル相談に対応できる専門部署を準備中です。これによって、施主の困りごとに対応できる関連事業者をグループから紹介できるようになる。かゆいところに手が届く対応を目指し、地域関連事業者の受注を促進したい。今後は、ますます住宅トータルの省エネ性能を考えなければならぬ時代になりますから、さまざまな情報を持つている流通店がアドバイスできる体制を整えるこ



かつやま設計工房
一級建築士

勝山 敏雄氏



炭平コーポレーション株式会社
仕入企画部 次長
つよし

西 剛氏



炭平コーポレーション株式会社
東北信統括取締役 長野支店長

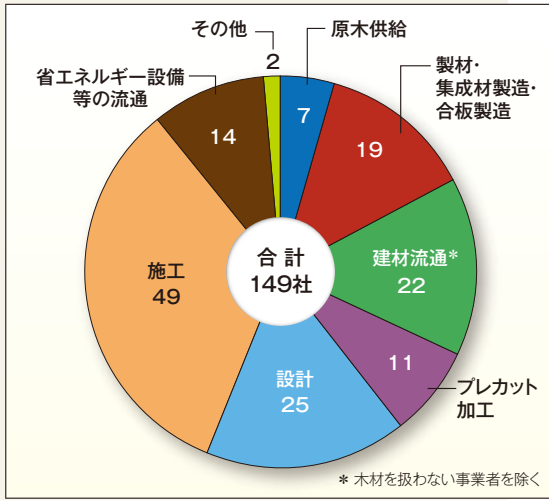
宮澤 正明氏

とが必要です」（宮澤正明氏）。同グループでは、少なくとも月に1回、さまざまな勉強会を実施している。住宅の性能は日々高度になり、常に新しい情報を仕入れておくことが必要である。ただ求められたものを運ぶだけでは商売にならない時代。より高度な提案を積極的に行うためには、学びが不可欠と宮澤氏は話す。

勉強会の開催で難しいのが事業者レベルの差があることだという。地域型住宅ブランド化事業に取り組んでいた事業者もいれば、省エネ住宅は未経験という事業者もいる。そこで、「今さら聞けない長期優良住宅」などの基礎的な勉強会から、「ドイツの建築家を招いての「パッシブハウス講座」など、幅広く企画している。

西剛氏は、「勉強会は関連するテーマを万遍なく網羅し、グループ全体のレベルアップを目指す必要があります。グループ内からの声も参考にしており、最近多いのが長期優良住宅と、省エネについて。基礎ばかりではレベルが高い事業者を満足させられないし、難しいものばかりではまだ学び始めたばかりの事業者を置き去りにすることになり、全体のレベルアップにつながりません。バラ

■ 信越地域快適家づくりの会
「地域適住住宅促進部会」の構成員



「面もありますね」と語る。同社では、運営するカルチャースクールで広く一般消費者向けに住宅づくりのセミナーなどを行っている。また、森林見学や木材加工、住宅づくりの現地見学会なども実施。地域



関連事業者向けに月1回実施している勉強会



一般消費者向けの住宅づくりの見学会などさまざまなイベントを実施

事業者による住宅づくりを身近に感じてもらう場作りも行っている。さらに、火災保険の代理店となり、工務店が火災保険の契約まで行えるようにしている。これらの取り組みを通して、グループの信頼性向上に努めている。

他にも同社では、他の都道府県にまたがる流通店とのネットワークづくりにも取り組んでいるという。その目的を宮澤氏は、それぞれの地域の木材や建材などについての情報交換や、住宅づくりに関わる地域ならではの取り組みや苦労を共有し、自社の取り組みを見直すためだと語る。地域独自の木材や建材を他地域で販売するなど

の取り組みも行っているという。

「同事業では地域の事業者が連携してレベルアップを図っていますが、流通店はそのから二歩進んで、他地域の流通店とグループ化を図ることが必要ではないでしょうか。競合だから助け合わない、という姿勢ではこれからはやっていけません。同事業によってグループになることの強みを感じている事業者は多いはずなので、今後は他地域にまたがってグループ化を推進し、学び合う場がますます必要になると思います」

採択事例 ②

「住まーとシティ岐阜」

グループ化の最大のメリットは
「社ではできない家づくりができること」

——事務局／ヤマガタヤ産業株式会社（建材流通）

1918年に材木店として創業以来、地元岐阜県産木材のエキスパートとして歩んできたヤマガタヤ産業（岐阜県）。情報とモノの組み合わせで付加価値を提供し続けている同社は、住宅関連事業者のグループ化に積極的に取り組んでいる。

岐阜県は森林率が高知県に次いで全国2位。さらに、大理石や美濃焼、和紙など、県産の素材も豊富なため、住宅のブランド化には有利であり、地域型住宅グリーン化事業（以下、同事業）にも積極的に取り組んでいきたいと吉田芳治氏は言う。

同グループの地域型住宅「ぎふナチュラル MOKUREN」の特徴は、柱の70%にぎふ証明材*1、または、ぎふ性能表示材*2を使用していること。さらに、土台や梁桁にはぎふ証明材または、ぎふ性能表示材、国内外の合法木材を使用している。地産地消の提案として、美濃焼のタイルなど、1種類以上の地産地消品を使用しているのも特徴の一つだ。

「当社では昨年までの地域型住宅ブランド化事業にも取り組んでおり、



ヤマガタヤ産業株式会社
代表取締役社長

吉田 芳治氏

その頃から、当社の強みである無垢の自然素材を生かした住宅の提案を行っています。同事業では、グループに加わった関連事業者はブランド化のときよりも2割程度増加しています。とくに、ゼロ・エネルギー住宅や認定低炭素住宅が加わったことで、外皮計算をはじめ住宅性能や設備性能を管理する役割を担う設計事務所への参加も増えました」

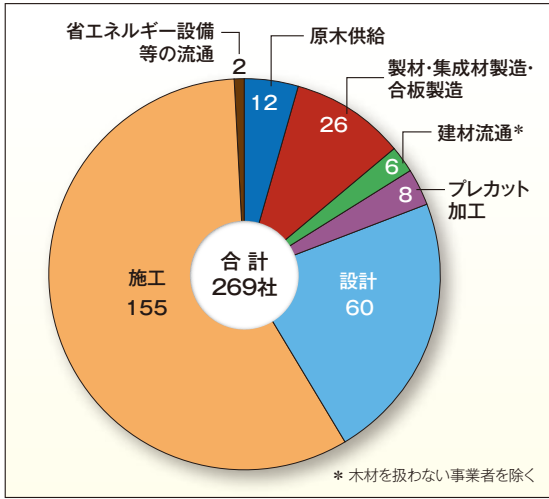
グループ化にあたり流通店が担う役割は、モノを流通させることだけではなく、各種のサポートを行うこ

* 1 ぎふ証明材：岐阜県産材かつ合法材であることを証明した材

* 2 ぎふ性能表示材：産地・合法性に加え、乾燥度合いや強さなどの品質・性能を表示した高品質なぎふ証明材

「地域型住宅グリーン化事業」
を考える

■「住まーとシティ 岐阜」の構成員



「グループ化を行うことの最大のメリットは、一社ではできないことができるようになることだと思います。地域が連携して取り組むことは岐阜県ブランドの施主への訴求力向上につながります。さらに、国交省の事業として行われるという点も施主の信頼度が高まります。こういう機会

とだと吉田氏。長期優良住宅などに取り組んだことがない、あるいはブランドがあり不安だという事業者に対し、研修会の実施や、省エネ性能の計算なども含めた設計のサポートをしていくという。情報とモノの組み合わせで付加価値を提案できるのが、流通店の強みだと語る。

がなければ、省エネやゼロ・エネルギー住宅などへの取り組みが進まない事業者もいますので、関連事業者全体のレベルアップにもつながるはずです」

また、グループ化は、地域の住宅関連事業者が大手ビルダーに負けなためにも大きな意味を持つと吉田氏は言う。

「地域の木材や素材を生かした住宅づくりは、中小工務店の得意技ではありませんが、一社単体では、コストや情報発信力などで大手に太刀打ちするのは困難です。しかし、グループ化することで、それが可能になります。そして、グループが最大限の力を発揮するためにプロデュースするのが流通店の役割だと思います」

一方、流通店にとっても、メリットがある。工務店などから、施主の声を聞きやすくなることはその一つだ。同社では長年にわたり岐阜県産の木材を取り扱ってきたが、施主からは「岐阜県にこんな素晴らしい木材があるとは知らなかった」という声が届いており、地域材の情報発信の必要性を実感したという。

また、グループ化を行ったことで、人手不足や得意分野以外に対応でき



「住まーとシティ 岐阜」のグループ説明会

ないなどの理由で、省エネなど時代が求める住宅づくりへの取り組みが進まない工務店があるということがわかったという。「そこで当社が、住宅開発を行い、共同で使えるモデルハウスなどを通じて一般消費者へのアピールを支援したいと思っています」。同社では、地域ブランド商品の一つとして、東濃ヒノキの端材を用いたオリジナルの壁材「MOKKUN」を開発。これにより、グループの工務店が地域のオリジナルティをアピールしやすくなった。また、グループ維持のために定期的に展示会



国内外から調達した無垢の一枚板でテーブルやカウンター用などに使われる。ショールームを設けており、地域の工務店などが自然素材を生かした住宅提案をする場としても活用されている

やセミナーなどを開催し、提案の幅を広げる情報提供の場として活用している。

「今後は、不動産事業者とのネットワーク化も重要だと感じています。同事業の構成員には入っていませんが、住宅を建てるには土地が必要ですから、地域密着の不動産事業者と協力することで、施主のニーズをくみ取った住宅づくりが進めやすくなるはず。また、金融機関や税理士などとも連携をとって、ローンの組み方や相続の問題などに対応できるような体制づくりも不可欠です」

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。



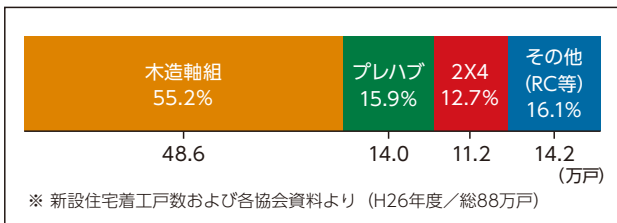
Coffee Break vol.49

住宅業界団体30年40年50年、その役割

節目を迎える、住宅業界団体

住宅建築関係の主な業界団体は、上位団体である住宅生産団体連合会の構成団体として9団体。中でも、プレハブ建築協会(プレ協)・日本木造住宅産業協会(木住協)・日本ツーバイフォー建築協会(2X4協)は大手住宅会社がリーダーとなって会員企業および業界を牽引しています。プレ協は一昨年創立50周年、木住協は今年30周年、2X4協が来年40周年を迎え、その役割も多様化してきました。

各々工法別の技術的な研究開発をはじめ健全な住宅の普及活動、昨今は応急仮設住宅建設支援などの災害対策においてもその役割は大きなものとなっています。長期優良住宅や省エネルギー基準など国の住宅政策を先導するのも各協会の会員企業。協会会員企業は、技術から経営に至るまで意識の高い企業ともいえます。そこで、良質な住宅ストック形成を進めるためにも期待されるのは、着工戸数に占める協会会員企業の建築戸数シェアの拡大。現在、工法別のシェアは以下のとおり。



グラフはアパートなど集合住宅も含むため、プレハブ工法のシェアが高めですが、戸建住宅約52万戸(長屋含む)に限ると全体の約84%が木造住宅。そのうち、木住協会会員の着工シェアは19.5%。残りは非会員、主に地場の工務店系が約35万戸を建築。戸建市場の7割近くが独立系の工務店という現状は今も変わらず、国の施策や指導が届かない事態も課題となっています。

将来に残したい家や街、業界団体の今後

毎年、プレ協は業界記者向けに研修会を企画、優良住宅地やプレハブ住宅の工場見学を実施しています。記者たちにその取り組みや品質をアピールして理解を深めてもらうという活動。これも協会の広報、啓蒙活動事業の一つ。

今回、9月に見学した住宅地は、千葉県「佐倉そめい野」。1992年に大林組によって第一期が開発・販売された1,100戸の街。『邸苑の思想』をテーマに、街並み形成に志高く挑んだ街が、23年を経てどのようなになっているのか？ 住民やコンサルタントの方による説明とともに見学させていただきました。60～300坪のゆとりある宅地に、ハウスメーカー各社が上物を建築。平均80坪という広い区画割りだけでなく、5mの生活道路の両側(住宅外構に沿って)50cmの植栽スペースが設けられているのが街の特徴。40cm高以下の植栽を条件にした低いグリーンベルトが街を巡り、緑豊かな景観と道路空間のゆとりをもたらしていました。これを維持するための建築協定・緑地協定の変更新には関係者の多大な努力があったというお話でした。

このような1970～80年代に大量供給された住宅も、残したい家とそうでない家が明らかになってきます。この先、不要となるような住宅は供給するべきではなく、業界団体としては広く業界の裾野にも影響力をもたらす活動が期待されます。また、高齢社会に対応する住まいを先導する試みや、グローバル展開への挑戦、住宅ハードからではなく、“住生活”暮らしソフトからの発想がますます求められてくる時代の牽引車となってほしいものです。

ストック政策にシフトする中でリフォームや中古流通については、住宅リフォーム推進協議会や優良ストック住宅推進協議会のように、既存団体の垣根を越えて協働する動きも活発です。今後、新築供給の減少とともに業界団体にも再編など変化を求められる時代が来るのでしょうか。



木住協30周年記念ロゴマーク協会入会金を無料にするなど会員の裾野を広げる施策も推進中



「佐倉そめい野」(千葉県)
大型街区の一画、[みかげ小路]には御影石が敷かれた歩道にベンチ風に配置された石も。初期に分譲され、街のシンボリックな風格のある和風住宅街区には、伝統的な木造住宅の他、鉄骨プレハブ住宅でも立派な瓦葺き和風デザインが見られた。格子戸の門扉や塗り壁など、誰もが残したい日本の街並みだ

「住まいの手引き」
(佐倉染井野建築協定/緑地協定運営委員会)
住民持ち回りで委員となり、規約による景観維持など住環境の保全を住民自らが担う仕組みづくり。その努力に脱帽。結果、住民自身が誇れる街になっている



株式会社エムスクエア・ラボ

農家と購買者の思いをつなぐ 「ベジプロバイダー」という 画期的な流通形態を構築



代表取締役社長

加藤 百合子 氏

本社 ● 静岡県菊川市堀之内110-1
創業 ● 2009年
資本金 ● 1,500万円
従業員 ● 4名
事業内容 ● 農業事業企画・運営、ベジプロバイダー事業(農業営業代行、仕入れコーディネート、青果販売)、農業情報システム開発等

農作物の直接取引を成立させる
つなぎ役を務める

— 政府の成長戦略においても重点分野とされ、いま大きな注目を集めている日本の農業。しかし、その現場は安定供給の難しさや後継者不足など様々な問題を抱えている。そんな日本の農業に、独自の流通の仕組みを構築することで革命を起こそうとしているのが、株式会社エムスクエア・ラボだ。

「生産者である農家と、購買者であるレストランや食品加工業者などの間で情報を共有し、ニーズをマッチングさせて直接取引を成立させるつなぎ役を務めるのが当社の『ベジプロバイダー』という事業です。これ

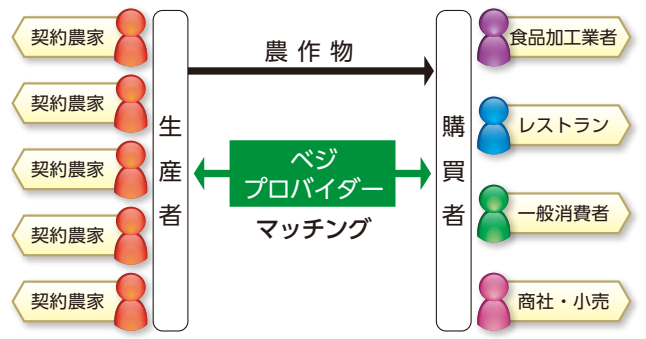
ここが注目ポイント

需給をマッチさせ
農作物の価値向上に貢献

成功の鍵は利益だけを追わず、
需給バランスを取ること

物流改善や学びの場の提供で
農家のレベルアップを支援

生産者と購買者をつなぐ流通の形



生産者と購買者の新たなつなぎ役となる「ベジプロバイダー」がWin-Winの関係づくりをサポート。農業システムを提供し、データに裏打ちされた農業技術の実証にも取り組む

— 農家が作ることに専念できるように営業代行や市場ニーズなどの情報提供、購買者に対するマーケティングなどを行うベジプロバイダー。2012年にスタートしてわずか3年、同社のある静岡県菊川市の農家90軒と契約し、購買者も50軒に達している。しかし、当初はほとんどの農家で門前払いを受けたという。

「農業は土に根付いた仕事で、簡単に土地を離れることができないため、強い信頼関係がないと情報の共有にもつながりません。私自身もすぐに受け入れてもらえん。私自身もすぐに受け入れてもらえん。は思っていますので、地道に一軒一軒の農家を訪ね、ベジプロバイダーの役割を伝え続けました。やがて、若い農家さんが興味を持ってくれたこと、そして大手食品メーカーの加工会社が参加してくれたことがきっかけで「コミ」が広がり、それからは契約数も順調に増えています」

注目企業を訪ねる

付加価値創造に挑戦

需給バランスを見極め、農家と
購買者のWin-Winの関係構築

——ベジプロバイダーの利益は、農家と購買者のマッチング料や、販売量に応じた手数料などだ。

「単に農作物の売買によって利益を得るといって従来のやり方ではないため、スタート当初はかなり厳しい状態でした。最近になってようやく利益が出るようになったところです。資本主義的に利益中心で考えると、何でもいから売るのが正解でしょう。でも、そうすると徐々に疲弊して立ちいかなくなるのが農業です。かといって、ボランティアでは利益が生まれません。長い目で見て、農家の技術を底上げしながら生産体制を整え、購買者にとっての価値を見極め、需給にマッチした農作物を適正価格で流通させる。そのバランスを取ることが農業ビジネスを成功させる鍵ではないでしょうか」

——ベジプロバイダーの契約農家は増えているが、需給のバランスを取るために、現段階ではやみくもに増やすことは考えていないという。購買者が求める品質と価格、納期と量の条件を満たした作物を作ることで、**「腕利き」**の農家をバックアップしたい。収穫できたものを、いま作っているものだけを流通させるのではない、攻めの農業を目指すためだ。



農家の現場で素材を確認。日本が得意としてきた「ものづくり」競争力強化を目指し、同社のノウハウを静岡県外でも活用する試みも模索している



地元スーパー、各地の市場、レストランなどに新鮮で品質にこだわった野菜を届ける



「価格はマーケットからかけ離れているとき以外は、基本的に農家の言い値で決めています。市場より高いときもあります。ベジプロバイダーを通じた農作物は生産者の顔が見える高品質なものばかりです。実際に、売上げが伸びたという声をいただいています。購買者には農家の現場にも必ず足を運んでもらいますので、素材が育つまでのストーリーを感じることができて、お客さんとの会話も弾むようです。ひと口においしい・高品質な野菜といっても、例えば加工用なら甘いより酸味があったほうが良い場合もあり、生産者と購買者が直接メニューなどの相談をすることもあります。農家からは、購買者から感想やニーズを聞くことで、作付や品目を増やそうという意欲が湧いた、農作物を作ることの自信が持ったという声をいただいています」

—— 会社では現在、同社スタッフの目利きで需給マッチングを行っているが、今後はIT化していきたいという。また農家のコスト削減を目指し、地域で物流をシェアする仕組みも構築中だ。農業の雇用確保や産業拡大、あるいは農家への転身を志す人に向けて、**「腕利き」**の農家の技術継承や拡大を目的に、学びの場を設ける構想もあるという。同社の情報と信頼のネットワークが、日本の農業に変革をもたらすに違いない。

ストック活用、長期優良住宅化リフォーム、住宅分野の国際展開などを推進 — 2016年度 住宅局関係予算概算要求

国土交通省は8月27日、2016年度予算概算要求を公表した。住宅局関係の予算では

- ① 少子高齢化・人口減少に対応した住まい・まちづくり
- ② 安全な住まい・まちづくり
- ③ 優良な住宅ストックの形成と流通促進による

住宅市場の活性化

の3分野について、緊急性と新たな投資を促す効果が高く、民間のノウハウを生かしながら既存ストックを有効活用するものについて、重点的に取り組むとしている。

2015年度同様、2016年度予算においても、予算の重点化を進めるための特別枠「新しい日本のための優先課題推進枠」が設けられている。住宅関連予算では右の表の事業などが特別枠として予算要求されている。

また、「住宅整備に係る官民協調型国際展開推進事業」(国費：1.5億円)を新たに創設し、住宅事業者の新興国への国際展開に対して支援を進める。民間企業が実施する

住宅建設や住宅設備・部品に関する技術提供、個別住宅プロジェクトへの技術提案の取り組みについて支援を行う。

■ 主な住宅関連予算「優先課題推進枠」

空き家対策総合支援事業	(国費：20億円)
新規。市町村が民間事業者等と連携して行う、空き家の活用・除却の取り組みに対し、新たに補助金を交付	
スマートウェルネス住宅等推進事業	(国費：348億円、うち特別枠：78億円)
継続拡充。このうち「サービス付き高齢者向け住宅」については、市町村の街づくり計画に沿ったものに対する支援を重点化	
長期優良住宅化リフォーム推進事業	(国費：61.2億円)
継続拡充。既存住宅の長寿命化を図る長期優良住宅化リフォームの支援に、今年度の約3倍の予算を要求	
地域型住宅グリーン化事業	(国費：120億円)
継続拡充。地域の木造住宅の生産体制を強化し、環境負荷の低減を図る住宅整備の支援事業を継続	

わが社のイチオシ

チーム一丸となって情報提供など 工務店の受注活動を支援

木材・建材、住宅設備機器の卸をメイン業務とするわが社の基本理念は、「地場産業の活性化」に尽力することです。建築資材をただ卸すだけでなく、様々な情報を地場の工務店さんに提供したり、工務店さんと一緒に受注活動をするなど、様々な側面から湘南エリアの地場産業をバックアップしています。

例えば省エネ基準への対応など、入手した情報を精査し、役立つ最新の情報としてお伝えしています。そのために職種に関係なく社員は毎週勉強会などで情報の共有に励んでいます。その結果、お客様からの問い合わせ対応や提案などを全員でこなす、チーム一丸の営業活動が実現しました。受注活動のサポートでは、お施主様に「材木屋」として説明したり、専門家の

株式会社協林 本社営業部 (神奈川県) 大塚 敬介さん

視点から設備提案をさせていただくなど、われわれ自身を工務店さんの受注のための“ツール”として使っています。また、社員・取引先と一緒にバーベキューをしたりして、交流を図っています。



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/>
- 広告掲載・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

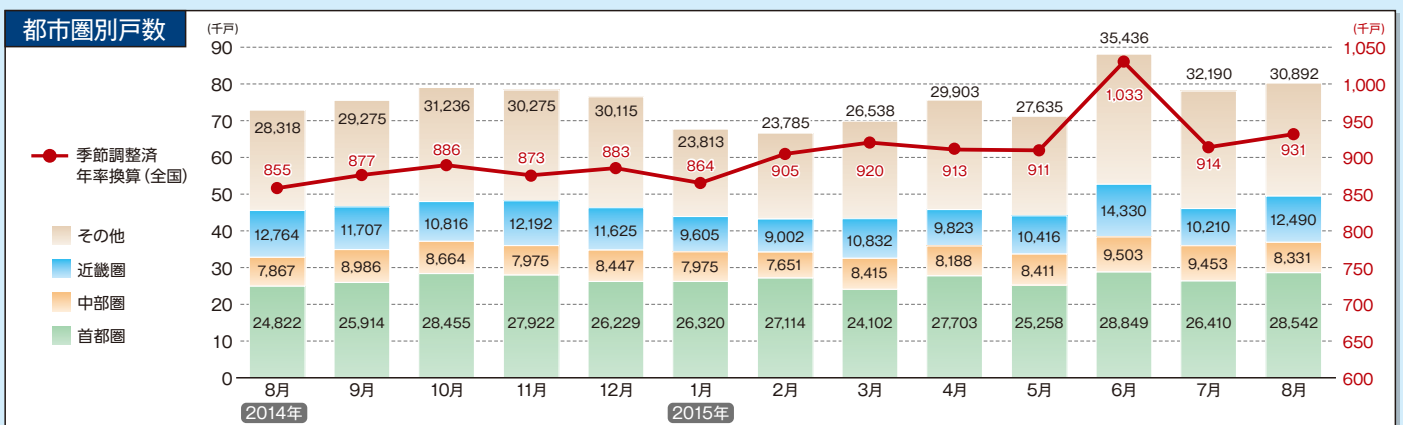
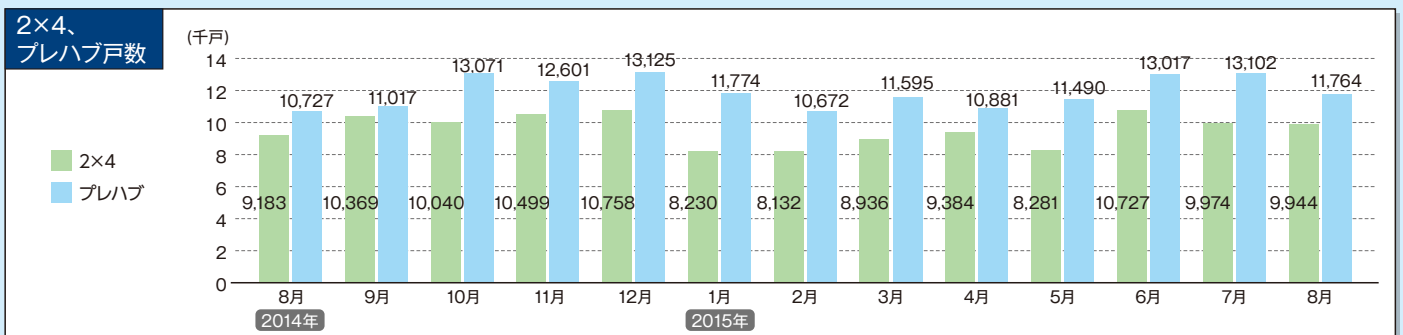
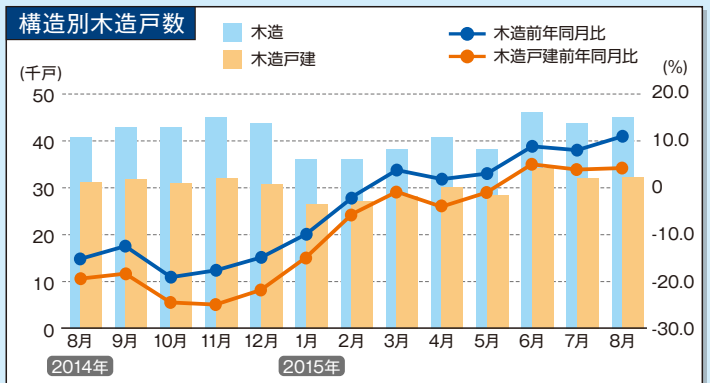
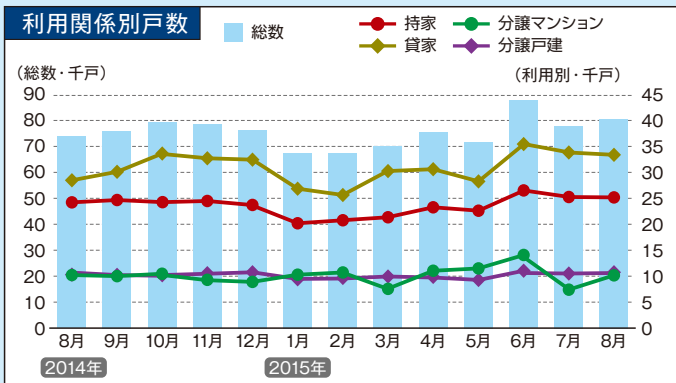
編集後記
今号で600号となりました。ひとえに読者の皆様のおかげです。心より感謝申し上げます。今後も皆様のお役に立つ誌面作りを心掛けてまいります。こんなテーマを取り上げてほしいといったご意見やご感想などを、ぜひお寄せください。(編集室一同)

表紙：住友林業(株)住宅事業本部 多摩支店 八王子展示場

住友林業株式会社 木材建材事業本部 事業開発部

2015年8月の新設住宅着工戸数 単位：戸 ▲は減

		8月				7月	6月	5月	
		対前年同月比		対前々年同月比					
新設住宅計		80,255	6,484	8.8%	▲ 4,088	▲ 4.8%	78,263	88,118	71,720
建築主別	公共	1,364	▲ 23	▲ 1.7%	193	16.5%	2,100	1,506	1,285
	民間	78,891	6,507	9.0%	▲ 4,281	▲ 5.1%	76,163	86,612	70,435
利用関係別	持家	25,245	995	4.1%	▲ 6,134	▲ 19.5%	25,396	26,643	22,542
	貸家	33,470	5,035	17.7%	3,922	13.3%	33,977	35,600	28,208
	給与住宅	328	▲ 89	▲ 21.3%	▲ 46	▲ 12.3%	651	386	376
	分譲住宅	21,212	543	2.6%	▲ 1,830	▲ 7.9%	18,239	25,489	20,594
	うちマンション	10,189	1	0.0%	▲ 740	▲ 6.8%	7,424	14,173	11,322
	うち戸建	10,768	469	4.6%	▲ 1,215	▲ 10.1%	10,587	11,160	9,148
資金別	民間資金	71,456	5,555	8.4%	▲ 3,649	▲ 4.9%	68,025	77,689	64,136
	公的資金	8,799	929	11.8%	▲ 439	▲ 4.8%	10,238	10,429	7,584
	公営住宅	953	▲ 317	▲ 25.0%	80	9.2%	1,612	1,373	870
	住宅金融機構融資住宅	3,894	561	16.8%	▲ 616	▲ 13.7%	4,153	4,414	3,395
	都市再生機構建設住宅	322	216	203.8%	61	23.4%	243	68	324
	その他住宅	3,630	469	14.8%	36	1.0%	4,230	4,574	2,995
構造別	木造	45,140	4,473	11.0%	▲ 2,761	▲ 5.8%	43,875	46,151	38,151
	非木造	35,115	2,011	6.1%	▲ 1,327	▲ 3.6%	34,388	41,967	33,569
	鉄骨鉄筋コンクリート造	838	446	113.8%	593	242.0%	144	268	270
	鉄筋コンクリート造	20,001	▲ 343	▲ 1.7%	▲ 2,454	▲ 10.9%	19,176	26,884	20,646
	鉄骨造	14,096	1,824	14.9%	596	4.4%	14,901	14,667	12,539
	コンクリートブロック造	74	20	37.0%	▲ 46	▲ 38.3%	61	76	60
その他	106	64	152.4%	▲ 16	▲ 13.1%	106	72	54	



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

木造住宅用充填断熱材

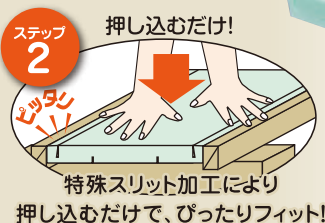
ミラネクスト® & ミラネクスト^{ラムダ}®

特殊形状で施工ラクラク、屋根・壁・床すべてに対応

熱伝導率
0.022
W/m・K(23°C)

- 独自の形状により垂木・根太にピッタリフィット!!
テーパ加工により作業性もUP!
- ミラフォームの独立気泡は吸水性がほとんどなく、
長期にわたり高い断熱性能を発揮し続けます。
- JSPの独自の発泡技術により割れ欠けが少なく、
施工時の破損を低減できます。

高機能で、しかもこんなに作業性がアップ!!



際根太に合わせて簡単に
カットできるようにスリット
を入れました。

対応製品 ミラフォーム® & ミラフォーム^{ラムダ}®

大引間割付断熱工法

必要なだけの「断熱材」をプレカットしてお届け

- カット作業が不要!!
- 端材が出ないので産廃費用削減!!
- ケース・坪単位購入ではないので
余りがなく費用削減に!!
- 施工時間の短縮が図れます!!
- 施工工程の簡略化で人件費を削減!!



ムダなく
スッキリ施工!!

お客さまはプレカット図面を
ご用意していただくだけ!!

JSPへ

専用ソフトで
割付図面を作成。

承認・発注後、
断裁加工をします。

お客さまへ

ご指定場所へ納入。

株式会社 JSP 第一事業本部 建築土木資材事業部

ホームページ <http://www.co-jsp.co.jp>

本社 〒100-0005 東京都千代田区丸の内3-4-2(新日石ビル) TEL 03-6212-6363

東日本建材統括部

札幌営業所 TEL 011-231-2681(代)

仙台営業所 TEL 022-262-3271(代)

住宅資材グループ TEL 03-6212-6363

西日本建材統括部

名古屋営業所 TEL 052-962-3225(代)

大阪営業所 TEL 06-6264-7903(代)

広島出張所 TEL 082-568-0566(代)

福岡営業所 TEL 092-411-6854(代)