

建材 マンスリー

No.612 **10** OCTOBER
2016

特集

今注目の「ZEH」を知る

ここでちょっと一息 Coffee Break

木で表現した近未来
—HOUSE VISION展—

注目企業を訪ねる

リンカーズ株式会社



今注目の「ZEH」を知る

年間の一次エネルギー消費量がネット(正味)でゼロになる住宅、いわゆるZEH(ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス)は、家庭部門におけるエネルギー需給の抜本的改善の切り札として期待されている。2014年4月に閣議決定した「エネルギー基本計画」では、住宅については2020年までに「標準的な新築住宅」で、2030年までに「新築住宅の平均」でZEHの実現を目指す政策目標が設定されている。この目標達成に向けて昨年「ZEHロードマップ検討委員会」*1が設置され、ZEHの定義・評価方法と普及のための方策が検討された。

年々注目度が高まり、ハウスメーカーや工務店ではラインアップ化されつつあるZEHの現状を考察する。



●巻頭インタビュー
経済産業省の「ZEHロードマップ検討委員会」委員長を務められた秋元孝之氏に、ZEHの今後の展開についてうかがった。

断熱基準など ZEHの要件を統一

— ZEHの定義が決まりました。
「ZEHロードマップ検討委員会」で昨年12月、ZEHの定義と評価方法などをとりまとめました。昨今ZEHに向けての取り組みが盛んになってきましたが、外皮性能の数値や一次エネルギー消費量削減率などの細かい要件が統一されていないなど、明確な定義がありませんでした。そのため、事業者によって独自の判断がなされ、消費者にZEHをアピールしにくいという状況がありました。それを今回、躯体の高断熱化と設備の高効率化などにより一次エネルギー消費量を現行の省エネ基準よりも20%以上削減し、さらに太陽光発電などの再生エネルギーによる、いわゆる「創電」で、一次エネルギー消費量をネットでゼロまたはマイナスまで削減した住宅をZEHと呼ぶことにしました(図1)。外皮基準のUA値は省エネ基準より若干厳しいですが、高性能断熱材やアルミ樹脂複



秋元 孝之氏
芝浦工業大学工学部
建築工学科教授

合サッシ、Low-E複層ガラスなど高効率建材の採用でクリアできます。また、市街地に建つ狭小住宅など屋根面積や日照時間が限られている住宅で、75%~100%未満の省エネしか達成できないものは、ZEHを見据えた先進住宅として「Nearly ZEH」と定義して評価しました。支援制度の対象に含めるかなどは、今後の検討課題となっています*2。
— 高効率設備の基準は?
一次エネルギー消費量の対象となる設備は、暖冷房、換気、給湯、照明の四つですが、それぞれの設備でクリアすべき数値は設定していません。必要な太陽光発電の容量も決めていませんが、ZEHの場合、敷地内であれば自家消費分に加えて売電分も再生可能エネルギー量の対象に含めます。ただし全量買取の場合は

助を受けられます(*3 *4の併用は不可)。また神奈川県などの地方自治体でもZEH補助事業を実施しており、国の補助金と併用できてとても人気があるそうです。
今後、ZEH化のための高断熱外皮や高性能設備の標準採用が進めば、資材の量産化によるコスト削減も十分に見込め、イニシャルコストも下がっていくと考えています。そこまでは補助事業で普及に弾みをつけるということです。
2020年に向けての準備
— エネルギー基本計画では、「2020年までに標準的な新築住宅でZEHの実現を目指す」とされています。
ここである「標準的な新築住宅」とは「戸建て新築注文住宅の過半数」と読み替えてもよいでしょう。これを達成するには、日本中のハウスメーカーや工務店が施工する戸建て新築住宅の過半数が、ZEHを目指す必要があります。
具体的な施策として国は、補助事業などでインセンティブを高める、中小工務店の技術者育成支援、そして民間事業者にはZEHの技術や商

認めません。また、再生可能エネルギーを発電時間以外にも使えるように、蓄電池の活用が望まれています。これらの基準は新築戸建て住宅の設計段階に評価します。
— 今までZEHは消費者にどの程度理解されてきましたか。
一般消費者だけでなく住宅事業者にも「ZEHとは何か」「ZEHに住むとどんな良いことがあるのか」があまり理解されていないと思います。住宅のZEH化は、光熱費の削減といったコストメリットのほか、さまざまなベネフィットが考えられます。

例えば、災害時の自立したエネルギーの確保、快適かつヒートショックなどの心配の少ない健康な生活の実現、地球への環境負荷の低減などです。こうした光熱費削減以外のベネフィットを明確にし、一般消費者に伝えることも大切だと思います。
ただZEHはイニシャルコストが大きいために普及の足かせになっています。そこで国の補助事業でコストをある程度補填する動きが活発で、経済産業省の支援事業*3のほか、国土交通省の「地域型住宅グリーン化事業」の高度省エネ型*4でも補

図1. ZEHの定義と基準イメージ

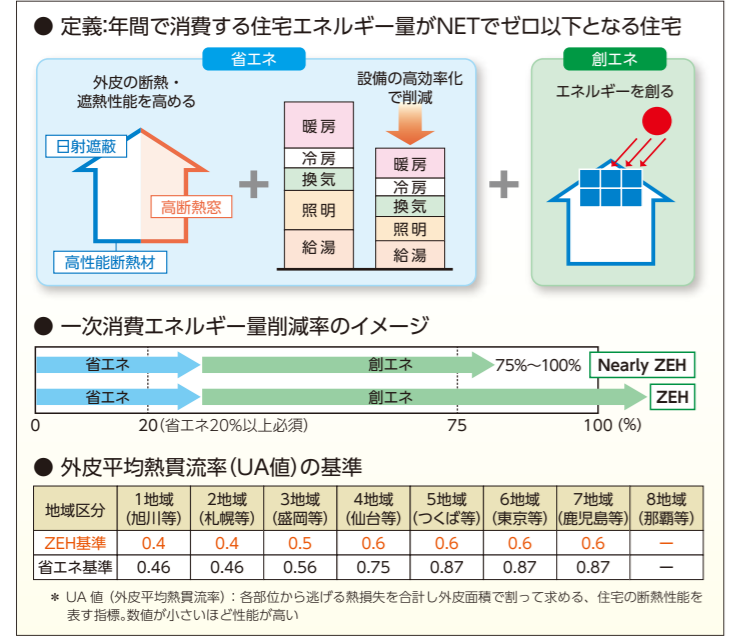
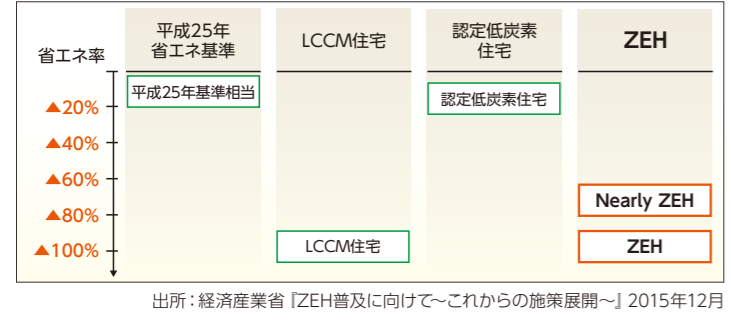


図2. 省エネ住宅の指標



業などでインセンティブを高める、中小工務店の技術者育成支援、そして民間事業者にはZEHの技術や商

*4 高度省エネ型(ゼロ・エネルギー住宅:木造、新築および改修):165万円/戸
*5 ZEHビルダー制度:2020年度までにZEH(Nearly ZEHを含む)が占める割合を50%以上とする事業目標(ZEH普及目標)を宣言したハウスメーカー、工務店等を「ZEHビルダー」として登録。ZEHビルダーのみが「ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス支援事業(ZEH)」の補助対象となる

ZEH、実践の道しるべ 夏の日射対策と顧客ニーズ対応がカギ

— 有限会社山岸建設(福島市)



有限会社山岸建設
代表取締役

山岸 睦雄氏

ZEHの推進が決まり、戸建て住宅のZEH化が加速することが予測される。そこで、ZEHにするための設計や設備について、住宅事業者はどう取り組めばよいのか。20年以上前から高断熱・高気密の家づくりを行い、今回ZEHビルダー制度にも登録した有限会社山岸建設の山岸睦雄氏に話を聞いた。

まずは 日射遮蔽と暑さ対策

一次消費エネルギー量の年間収支をネット上で「ゼロ」以下にするためには、高効率エアコンや高効率給湯器、熱交換換気システム、LED照明などの省エネ設備を使用しながら、太陽光発電によりエネルギーを創出し、HEMS*1でエネルギーを効率よくマネジメントする必要がある。

ただしパッシブデザインという設計手法を取り入れることが大前提だ。設計の段階から太陽や風を考慮したプラン作成を進め、自然エネルギーを受動的(パッシブ)に利用。さらに、建物外皮の高い断熱性と気密性により、外気温に左右されにくい室内環境を実現すれば、冷暖房の消費量を

最大限に抑える低燃費の住宅が実現する。

「冷暖房負荷軽減のためには、まず日射取得と遮蔽をどうするか大きなポイントになります。とくに考えなければならぬのが夏の日射遮蔽と暑さ対策です。例えば福島市の場合、高断熱・高気密の住宅は日射取得および暖房設備の通常使用で冬を快適に過ごせます。しかし、夏の猛暑日に備えるには、軒や庇、バルコニーなどの設計によってしっかりと日射遮蔽を図る必要があります。これが不十分だと、いざ住んだときに冷房による二次エネルギー消費量がかさみ、エネルギー収支ゼロが達成できないという可能性があります」

とくに注意したいのが、住宅の向きだという。完全に南を向いている複数設計し圧迫感を減らすなど、デザイン力も必要になります」

開口部に用いる建材を工夫することで、ある程度の外皮性能は確保できる。しかしZEHの場合、壁一面の大きな窓などは作りにくい。開口部は小さく、少ないほど外皮性能は高く維持できるためだ。

山岸建設が手掛けたゼロエネルギー住宅



「性能を維持できても、窓が少ない住宅では、施主様が圧迫感を感じてしまいます。そこで、小さめの窓を

「施主様が吹き抜けにこだわりを持っていた場合、ZEH実現との落としどころを見つけて出せるか。高性能で数値が優秀なだけでなく、施主様の希望も最大限実現するためには、住宅事業者が高い提案力やコミュニケーション能力が求められます」

「ZEHの数値だけを見ると、開口部に使用するのは遮熱ガラスよりも断熱ガラスが優位です。しかし、すべてを断熱ガラスにすると夏の暑さに対応しにくくなります。日射角度が低い東と西の開口部には遮熱ガラス、南と北には断熱ガラスを使うな

住宅ばかりとは限らず、南東や南西に向いていることも多い。

「この場合、太陽光の進入角度が変わってくるため、軒や庇、バルコニーだけでは日射を効率的に遮蔽することは難しい。そこで、外付けのブラインドやロールスクリーンなどを活用する必要も出てきます」

また、気象庁のデータから建物計画地の年間最多風向(卓越風)を読み解き、開口部の位置を考慮した風通しのよい設計を行うことも重要だ。

「ただし、風がまったく吹かない日や、隣接する建物などとの位置関係によってはシミュレーション通りの通風が得られにくいケースもあります。その場合には、早朝と夕方以降の涼しい時間帯に冷たい空気を取り入れ、日中は空調を使うなど、施主様が快

ど、使い分けをするとよいでしょう」

ZEHは長期的な視点も大切

省エネ設備等を選ぶ際には、性能だけでなく長期にわたりメンテナンスのコストがかかりにくく、一般に流通しているものを選ぶのが望ましい。

「意外と見落としがちなのが、設備の音です。高気密であるZEHでは設備の音が反響しやすく、人によっては耳障りに感じることもあります。そのため、設備選びでは音が静かなものという視点も必要です。また、室内に吸音効果の高い建材を提案することもお勧めです。天井に吸音板を使ったり、壁に漆喰や珪藻土を用いる、あるいはカーテンをかけるようにすることで、吸音効果が期待できます」

新築住宅だけでなく、中古住宅のZEHリフォームでも補助金対象となる。ただし、コストの面からZEHリフォームの拡大は難しいのではないかと山岸氏は言う。

「リフォームが行われるのはほとんどが古い家です。耐震工事が発生する場合も多い上に、ZEHリフォームでは外皮性能を上げるため、スケルトンから工事をすることが高くなります。さらに、太陽光パネルを

適に過せるとともに二次エネルギー消費を抑えられる暮らし方のアドバイスも必要です。ZEHでは、住宅の性能に加えて、個々の住宅の立地環境なども考慮しながら設計と提案を行うべきです。さらに工務店は、自社の建物の性能をきちんと把握して、どのような窓をどれくらい使えるかなど、感覚的に認識しておく必要もあると思います」

施主のニーズと性能維持を どうマッチングさせるか

ZEHには断熱性能および気密性能の確保が不可欠だが、それは難しい問題ではないと山岸氏は言う。

「当社の場合、遮熱性能や経時断熱性能に優れたキューワンボード*2を用いたり、開口部にはトリプルガラスの樹脂サッシの使用などで性能を保っています。問題は、性能を満たす設計と、施主様のデザインに対する希望が合致するかどうかです」



キューワンボードを使った外断熱による壁(左)と屋根の断熱(上)の施工例



*3 間仕切り壁や扉などがなく、水平方向および垂直方向に空間が連続する場合、一つの室とみなされる。そのため吹き抜けやリビング階段に続く廊下やホールなどは一つの室として扱い、居室の床面積として算入する

*1 Home Energy Management Systemの略。電力の消費と発電・蓄電設備をリアルタイムで管理し節電を行う設備
*2 高性能硬質ウレタンフォームボード

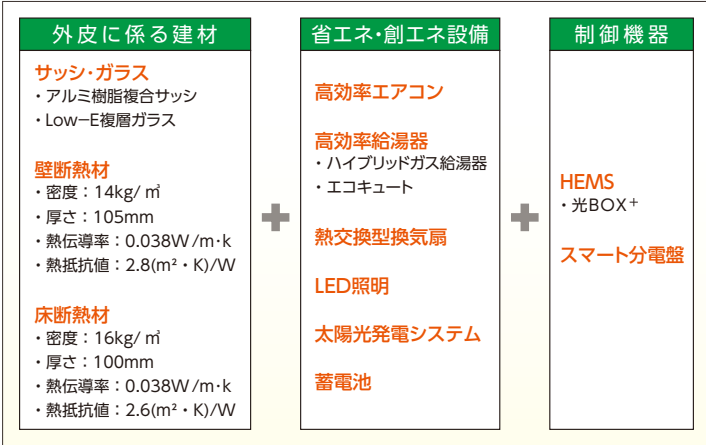
今注目の「ZEH」を知る

住友林業(株)木材建材部が展開する「ZEHパッケージ」

住友林業株式会社木材建材部では、今年7月からZEH基準に適合する外皮に係る建材や電気設備の商品パッケージを流通店に提案する取り組みを始めた。「ZEHパッケージ」開発担当グループに内容の詳細を聞く。

互換性エンターテインメント性のあるHEMSを採用

「ZEH基準に適合するとさまざまな商品群から選定の手間を省くために



パッケージ化すれば、流通店も工務店もZEHに取り組みやすくなるのは、ということから『ZEHパッケージ』を展開することになりました」と、中健グループマネージャーは語る。

商品群は三つに分かれる。①建物自体の省エネ性能を上げる高性能のサッシ、ガラス、断熱材の「外皮に係る建材」②高効率エアコン・給湯器、LED照明、太陽光発電システムなどの「省エネ・創エネ設備」③「制御機器」としてHEMS機能を搭載した「光BOX+」*の三つだ。図1はスタンダードなパッケージの一例で、性能のレベルアップやメーカー選定などのオーダーも可能で、オーバースペックにならないように物件の価格差にもフレキシブルに対応する。

HEMSにNTT西日本の「光BOX+」を採用し、パッケージの核に

据えている。「光BOX+」は、家電メーカー系HEMSと違い、ZEH

用設備機器との互換性が非常に多く、流通店が使用したい設備機器とマッチングする。また、価格が安い、遊びの機能があるなどの利点も持つ。HEMSの情報はテレビやスマートフォン画面に映し出され、同時にインターネット・動画・ゲームなども楽しめる。従来品のように電力量を見るだけに終わらず、消費者にとつてなじみやすく、活用しやすいHEMSとなっている。

申請サポートサービスを実施

ZEHは、支援事業の補助を受ける際、外皮計算や一次エネルギー消費量算定など、申請に手間がかかる。これに対応しきれない工務店に対して、ZEHパッケージ商品と共に「申請サポートサービス」も行っている。流通店を通して評判の良いサポート



市場開拓グループ
佐々木 隆一



木材建材事業本部 木材建材部
市場開拓グループマネージャー
たけし
中 健



市場開拓グループ
山下 雅也



営業推進グループ
納富 宏敏

会社を工務店に紹介する仕組みで、流通店が主体となった工務店サポート体制構築への応援の一環だ。

また流通店主催の工務店向けZEH講習会の講師として、開発グループの面々が全国を回り、啓蒙活動を行っている。さらにZEH化による「年間光熱費シミュレーション」を作成。長期的にどれだけ光熱費が削減されるか効果を見える化し、工務店の販促ツールとして、ZEH普及の一助にしてほしいということだ。



「光BOX+」とその画面。スマートメーターおよびスマート分電盤接続に対応したHEMSとしての機能に加えて、ゲームやインターネットなども付属のリモコンを操作してテレビで楽しむことができる

*「光BOX+」：NTT西日本が提供するAndroid搭載のセットトップボックス。製品の利用には「フレッツ光」等のブロードバンド回線が必要

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宅生活ジャーナリストに。マンション購入・戸建建築・リフォームと自邸で実践しながら、国内外で取材・コンサルティング活動を行う。



木で表現した近未来 —HOUSE VISION展—

グローバルを見据えた、住宅展@東京・お台場

2013年に初開催した「HOUSE VISION」展が今夏、東京・お台場で2回目を開催。【家】を社会や産業のプラットフォームとして捉え、展覧会テーマ「Co-dividual 分かれてつながる 離れてあつまる」を12のパビリオンで具現化。“企業×建築家/クリエイター”の協働で、近未来の住まいや暮らしを提案しました。並行して中国・インドネシアなどアジア版HOUSE VISIONの活動も実施しており、国際的に情報発信。今回は多くの外国人が「Webサイトを見て関心を持った」と、来場する場面に遭遇しました。

会場全体を構成したのが“杉105角材”。建築家・隈研吾氏によってデザインされた井桁組の角材は、前回開催後に様々なイベントでリユースされ、この場に戻って来たもの。角材の提供に関わった住友林業・木化営業部の杉本副部長は「平常時にはイベントなどで使い、震災や非常時に角材をバイオマス発電の燃料として活用する“美蓄(備蓄)”を提案しています」と、木材利用の可能性を語ってくれました。今回、住友林業の展示は家ではなく、緑とともに足湯ならぬ水辺空間を提案。都会で癒やしと潤いをもたらす展示に、外国人も大喜びで涼んでいました。

IoTと木の相性

今回の展示は、テクノロジーを家はどう活用できるのか？に答えるものが増えました。パナソニックはIoTによって実現する近未来のイメージ映像を紹介、LIXILは水まわりや窓ドアを自由に移動・開閉できる家、TOYOTAはプラグインハイブリッド車があれば、どこでも居住空間が生まれることを見せてくれました。

印象に残ったのは、奈良県吉野町が関わった【吉野杉の家】。屋根・外壁から内装、家具に至るまで木で造られた家。その美しさに魅せられるとともに、吉野町で活用する計画にもHOUSE VISIONのテーマを感じるものでした。ハイテク機能が進化すると、木や自然素材がより恋しくなるのも、ハイテク×木の相性の良さを再認識した展示会でした。



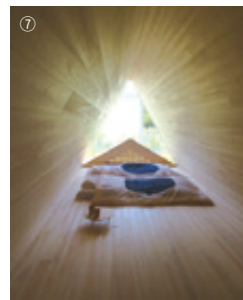
① 既成の角材だけで構成したエントランス・デザイン。上部に伸びた庇も、木々の間の隙間により圧迫感がなく親しみやすさを感じた
② 各展示の解説が流れるモバイルアプリをダウンロードし、見学することができる



③ 住友林業が展示した【市松の水辺】。プラントハンター・西島清順氏は「隈研吾デザインの器に入れた盆栽」と、2色の楓で植栽を構成した



④ 私も素足になって水辺を体験！1.5m四方の空間に腰掛けると、緊張感なく人と触れ合える最適なスケールだと実感する



⑤ 凸版印刷の【木目の家】。こちらの木目は全て印刷。印刷技術の進化で表面の質感まで本物の木と見紛う、プリント化粧板。光や電気を透過させたりセンサーなどハイテクとの相性も良く、その活用例も展示された
⑥⑦ 民泊サイトを世界で展開するAirbnbと、建築家・長谷川豪氏が提案した【吉野杉の家】。会期後、奈良県吉野川のほとりに移築され、Airbnbに登録予定。地元コミュニティが運営にあたる地域活性の拠点に。1階が地域に開放されるリビングのような場、2階が宿泊施設。寝室の三角窓から夜空の星が見えると思うと…ロマンチック！

注目企業を訪ねる

付加価値創造に挑戦

「最初の成立案件は、現在ネットを中心に大人気商品となっている段ボール製の防音室「だんぼっち」だ。バンダイナムコグループが開発を進めていたが、技術

——最初の成立案件は、現在ネットを中心に大人気商品となっている段ボール製の防音室「だんぼっち」だ。バンダイナムコグループが開発を進めていたが、技術

「最初の成立案件は、現在ネットを中心に大人気商品となっている段ボール製の防音室「だんぼっち」だ。バンダイナムコグループが開発を進めていたが、技術

「最初の成立案件は、現在ネットを中心に大人気商品となっている段ボール製の防音室「だんぼっち」だ。バンダイナムコグループが開発を進めていたが、技術

「最初の成立案件は、現在ネットを中心に大人気商品となっている段ボール製の防音室「だんぼっち」だ。バンダイナムコグループが開発を進めていたが、技術

「最初の成立案件は、現在ネットを中心に大人気商品となっている段ボール製の防音室「だんぼっち」だ。バンダイナムコグループが開発を進めていたが、技術

「最初の成立案件は、現在ネットを中心に大人気商品となっている段ボール製の防音室「だんぼっち」だ。バンダイナムコグループが開発を進めていたが、技術

「最初の成立案件は、現在ネットを中心に大人気商品となっている段ボール製の防音室「だんぼっち」だ。バンダイナムコグループが開発を進めていたが、技術

「最初の成立案件は、現在ネットを中心に大人気商品となっている段ボール製の防音室「だんぼっち」だ。バンダイナムコグループが開発を進めていたが、技術

「最初の成立案件は、現在ネットを中心に大人気商品となっている段ボール製の防音室「だんぼっち」だ。バンダイナムコグループが開発を進めていたが、技術

「最初の成立案件は、現在ネットを中心に大人気商品となっている段ボール製の防音室「だんぼっち」だ。バンダイナムコグループが開発を進めていたが、技術



代表取締役 CEO

前田 佳宏 氏

- 本社 ● 東京都千代田区霞が関3-2-5 霞が関ビルディング5階
- 創業 ● 2012年
- 資本金 ● 2億5,798万円
- 従業員 ● 30名
- 事業内容 ● 専門家提案型メーカーマッチングサービス「Linkers(リンカース)」の運営

リンカース株式会社

“暗黙知”を知るコーディネーターを介し 製造業の大企業と 中小企業をマッチング

中小企業の技術情報発信で 東北地方の復興にも貢献

——大手製造業が新しいモノづくりを行う際、技術やニーズがマッチするパートナー企業を探し出せるかが大きなカギとなり、これができなければ計画が頓挫することもあり得る。一方、中小企業が唯一無二の高い技術力を持っていても、限られたリソースの中で営業活動を行うことは容易ではなく、また技術を守るためにはすべての情報をオープンにはしにくい。これが、日本の製造業が抱える大きな悩みだった。

「中小企業を持つ技術の中には、暗黙知と呼ばれる言語化しにくい情報もあり、北の復興に尽力されていたため定款上できない業務提携を結んでいただけました。1年かけて約500社を訪問し、技術や製品をWeb上でPRできるサイトを構築しました」

1年間見つからなかった パートナー探しは2週間で決定

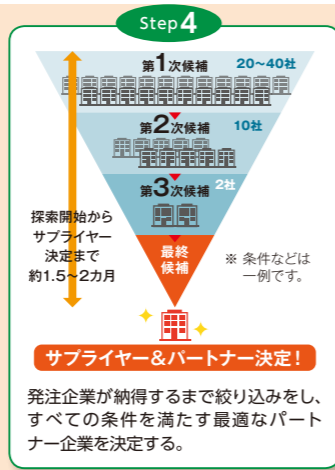
——大手メーカーと中小企業を結びつけるこのサービスには需要があるはずだったが、当初はなかなかマッチングが進まなかったという。その理由が、暗黙知の存在だった。

「このことに気づいたのが、ここには知っている情報しか載っていないね」という東北経済連合会の方のひと言でした。いくらWeb上に情報をまとめたサイトを作っても、コアの情報がなければマッチングは進みません。そこで、暗黙知を知り尽くした専門家(コーディネーター)を介して企業をマッチングするシステムに変更。自身の前職の人脈などもフル活用し、全国のコーディネーター約1500人と契約を結び、2014年より本格稼働しています」

個人用ダンボール防音室 **だんぼっち™** Linkers成功レポート

今、各メディアで話題のダンボール防音室「だんぼっち™」の“開発パートナー選定”を Linkers が行いました!

最初の成立案件、段ボール製の防音室「だんぼっち」



Step 3

【コメント】弊社では××××××の分野において○○と△△の実績を有しており、本件の□□開発におきましては○○の観点から開発のお役に立てると思います。要件2の△△におきましては○○の実績が役立つかと思えます。

※画像はイメージです。

- ✓ 選定をスムーズに進める独自システム
- ✓ 質問に対する回答・コメント
- ✓ 選定機能
- ✓ 会社情報の確認 など

発注企業と受注候補企業との間で、案件に対する条件と、それに対する回答のやり取りを専用システム上で迅速に進める。

Step 2

リンカースが全国350以上の産業機関と密接に協力、守秘義務契約を結んだ1,700名以上の産業目利きコーディネーターと情報交換し、要件に合いそうな企業をとりまとめる。

Step 1

条件	必須	任意
条件1	✓ 必須	×
条件2	✓ 必須	×
条件3	×	✓ 任意
条件4	×	✓ 任意

リンカースが発注企業のニーズをヒアリングし、具体的な要件を決めていく。要件は製品や情報が漏れないよう、細心の注意を払い取り扱う。

ここが注目ポイント

産業支援機関等に所属する 専門家が暗黙知を言語化する コーディネーターとして活躍

「技術を欲する大企業」と 「技術を持つ中小企業」を マッチング

—— 今後は、1つの案件を複数社で対応できる仕組みや、中小企業の暗黙知を発掘して発信できる仕組みを作りたい。困難なことではあるが、これまでの経験やコーディネーターとの人脈を生かし実現させたいと語ってくれた。モノづくり大國日本の産業構造のさらなる変革に挑む構えだ。

「現在は、募集開始から商談成立までの平均期間は1カ月半〜2カ月。今までの約150案件が扱われ、契約率は90%近く、顧客満足度は90%以上に達しています。メーカーとパートナー企業およびコーディネーターでNDA(秘密保持契約)を結び、事業戦略や製品企画などの機密情報が漏れることを防ぎ、またメーカーは稟議の必要な初期費用を払うことで本気度も高まるため、ビジネスに直結しているのだと感じています。また、契約まで至らなかった中小企業に対しては、その理由をフィードバックし、単なる選考で終わらせないように心掛けています」

「300業界の分析を生かし、中小企業の技術情報をWeb登録するサイトの開設に乗り出しました。当時は東日本大震災の復興支援に向けて東北地方の中小企業を紹介してくれそうな団体に片っ端から営業をかけました。ベンチャーですから最初はまったく相手にされず、唯一興味を持ってくれたのが東北経済連合会でした。東

を持つパートナー企業が1年経っても見つからず、リンカースに依頼。すると、福島県のコーディネーターがリストアップした、老舗段ボールメーカーにして特殊加工や音響研究にも優れた地元企業の神田産業とわずか2週間でマッチングに至ったという。このサービスがなければ、生まれなかった商品ともいえる。

「前職で大手製造業を中心としたコンサルティングを行っていた前田氏は、製造業のマッチングの難しさを目の当たりにし、日本の未来に危機感を覚えたという。「日本の産業構造を変えたい」。そんな思いから起業を決意し、手始めに産業別に細分化した300業界のバリュー・チェーンを分析。Web上で各業界の技術者などが情報交換できる場を構築した。

「ピンポイントでアクセスすれば引き出すことは可能でも、そこに至る接点が無ければ暗黙知を知ることは不可能です。そこで当社では、このような限定された情報も含めて、大手製造業と中小企業を結びつけるマッチングサービスを提供。特徴はコーディネーターと呼ばれる専門家を核としていることで、地元中小企業との強固な関係を持つ全国の経済連合会や産業支援機関などの公的機関、中小企業診断士などを介し、彼らだからこそ把握している開示されていない高度な技術と案件を結びつけています」

「前職で大手製造業を中心としたコンサルティングを行っていた前田氏は、製造業のマッチングの難しさを目の当たりにし、日本の未来に危機感を覚えたという。「日本の産業構造を変えたい」。そんな思いから起業を決意し、手始めに産業別に細分化した300業界のバリュー・チェーンを分析。Web上で各業界の技術者などが情報交換できる場を構築した。

「前職で大手製造業を中心としたコンサルティングを行っていた前田氏は、製造業のマッチングの難しさを目の当たりにし、日本の未来に危機感を覚えたという。「日本の産業構造を変えたい」。そんな思いから起業を決意し、手始めに産業別に細分化した300業界のバリュー・チェーンを分析。Web上で各業界の技術者などが情報交換できる場を構築した。

「地域型住宅グリーン化事業」に130億円 国土交通省など「平成29年度予算概算要求」公表

■ 国土交通省は8月29日、「平成29年度予算概算要求」を発表した。このうち住宅局関係予算は前年度比1.17倍の2,068億円。「少子高齢化・人口減少に対応した住まい・まちづくり」、「災害等に強い安全な暮らしの実現」、「良質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つの分野において、施策事業に重点的に取り組む。「少子化」と「ストック」の施策である「地域型住宅グリーン化事業」は130億円、前年度比1.18倍を計上している。

〈平成29年度国土交通省住宅局の主な事業（金額は国費）〉

- 「スマートウェルネス住宅等推進事業」376.2億円
- 「地域型住宅グリーン化事業」130億円
- 「長期優良住宅化リフォーム推進事業」45億円
- 「耐震対策緊急促進事業」140.6億円
- 「インスペクションの活用による住宅市場活性化事業」3.5億円
- 「住宅ストック維持・向上促進事業」12.0億円

- 「環境・ストック活用推進事業」131.42億円
- 「省エネ住宅・建築物の整備に向けた体制整備」7.0億円
- 「地域に根ざした木造住宅施工技術体制整備事業」5.5億円
- 「空き家対策総合支援事業」30億円
- 「先駆的空き家対策モデル事業」1.5億円

■ 経済産業省の概算要求では、省エネルギーに向けた支援補助を引き続き推進するため1,140億円を計上した。住宅関連では、ZEHビルダーが設計・建築・改築するZEH導入の支援、既存住宅の断熱・省エネ性能向上を図るため高性能建材・設備を用いた改修の支援が上げられている。8月2日に閣議決定した「未来への投資を実現する経済対策」に「ZEH普及加速事業」が盛り込まれており、2016年度第2次補正予算案の「ZEH普及加速事業費補助金」（100億円）に引き続き、2017年度のZEH補助事業は継続される見通しだ。

わが社のイチオシ

地元のお役に立つ展示会を 全社を上げて年2回開催

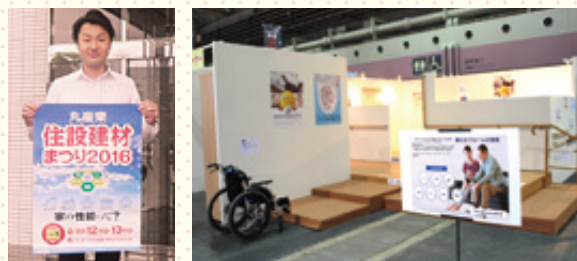
株式会社丸産業 ハウジング特販課 係長 高田 智之^{ともゆき}さん

丸産業は多くのメーカーが出展し、選りすぐりの商品が集結する展示会を開催しています。近畿一円の住宅会社・工務店とのお客様が、一堂に会した建材や住宅設備を実際に見て触り質問できる場となっており、住宅づくりに役立てていただいています。今春、滋賀と奈良で開催した「すまい展」には、5,000人を超えるお客様にご来場いただきました。

11月12日・13日にインテックス大阪で開催予定の「住設建材まつり2016」のテーマは、「家の性能って？」です。展示会のために各部署・営業所からプロジェクトメンバーが20名ほど選ばれ、半年も前からテーマ決めや出展メーカーへの依頼、展示方法などを検討してきました。中でも一番大変なのは「テーマを見える化」したブースの設営です。家の模型や説明

のPOPなど、すべてメンバーの手づくりです。まずお客様の視覚に訴え、興味を持っていただけるよう、工夫を凝らしています。

今回は56社の出展予定ですが、一企業がこれだけの展示会を開催することはあまりないと思います。社員全員が一つの目標に向かって力を合わせる、まさにイチオシのイベントです。



昨年の展示風景

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

住友林業株式会社 木材建材事業本部 事業企画部

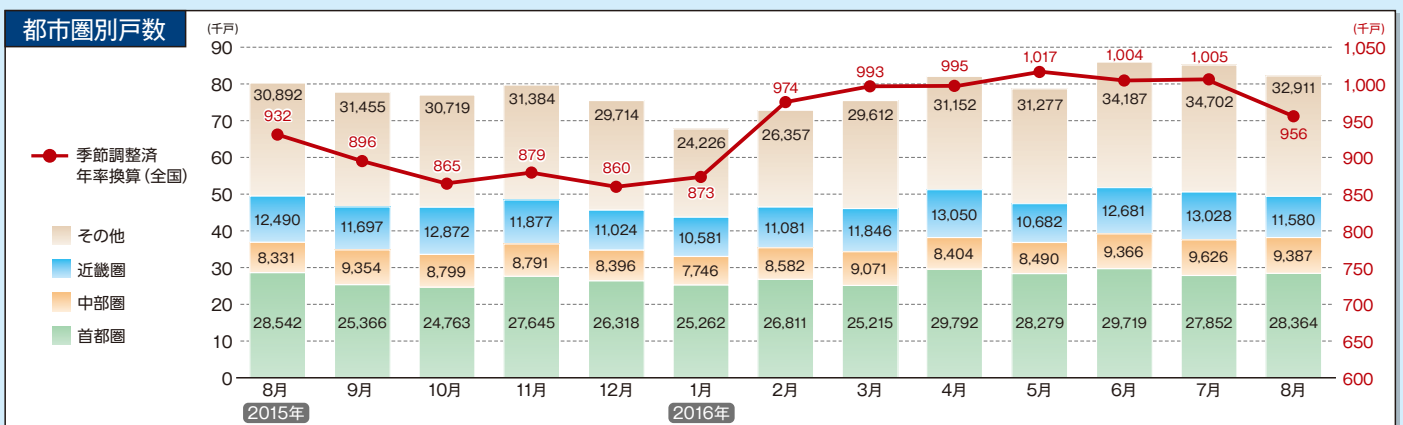
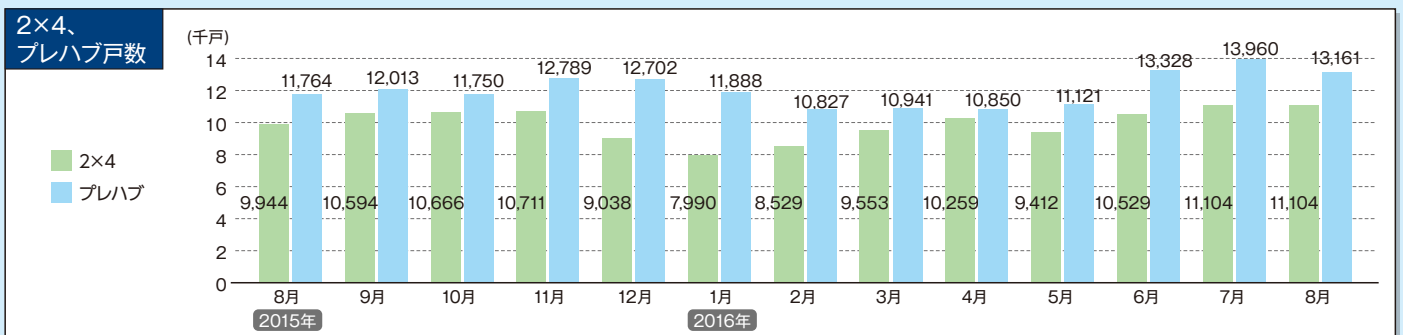
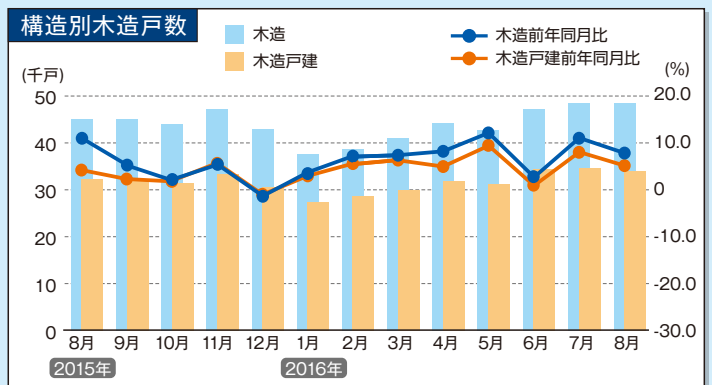
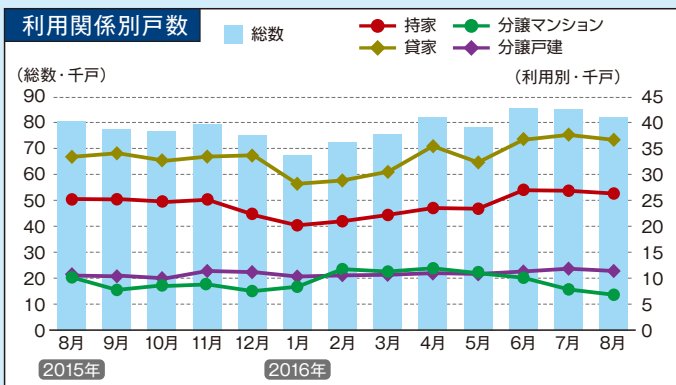
臨時編集長となったTです。田舎の両親が家を新築したので、この夏2人の子ども（7歳、4歳）と帰省しました。想像以上に立派な平屋で、細部の仕様にまでこだわった家でした。最新の水周り機器、窓は高性能ガラス、エネファーム、太陽光パネル、HEMS・・・？ ZEH・・・ではないのですが、ZEHが身近になる日は近いのかもしれませんが。ただ、2人の子どもはそんなことよりも掘りごたつの中に入って遊ぶことに夢中でしたが。(T)

表紙：住友林業（株）住宅事業本部 北陸支店 県庁東第一展示場

* 家具などのインテリア品は実際の展示と異なる場合があります

2016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		82,242	1,987	2.5%	8,471	11.5%	85,208	85,953	78,728
建築主別	公共	1,512	148	10.9%	125	9.0%	1,621	2,172	1,372
	民間	80,730	1,839	2.3%	8,346	11.5%	83,587	83,781	77,356
利用関係別	持家	26,341	1,096	4.3%	2,091	8.6%	26,910	26,944	23,501
	貸家	36,784	3,314	9.9%	8,349	29.4%	37,745	36,910	32,427
	給与住宅	608	280	85.4%	191	45.8%	656	482	587
	分譲住宅	18,509	▲ 2,703	▲ 12.7%	▲ 2,160	▲ 10.5%	19,897	21,617	22,213
	うちマンション うち戸建	6,815 11,401	▲ 3,374 633	▲ 33.1% 5.9%	▲ 3,373 1,102	▲ 33.1% 10.7%	7,863 11,863	10,185 11,279	11,236 10,796
資金別	民間資金	73,300	1,844	2.6%	7,399	11.2%	76,160	75,962	69,139
	公的資金	8,942	143	1.6%	1,072	13.6%	9,048	9,991	9,589
	公営住宅	1,000	47	4.9%	▲ 270	▲ 21.3%	1,114	1,595	1,159
	住宅金融機構融資住宅	3,740	▲ 154	▲ 4.0%	407	12.2%	3,868	4,149	4,035
	都市再生機構建設住宅	296	▲ 26	▲ 8.1%	190	179.2%	328	475	0
	その他住宅	3,906	276	7.6%	745	23.6%	3,738	3,772	4,395
構造別	木造	48,717	3,577	7.9%	8,050	19.8%	48,693	47,502	42,794
	非木造	33,525	▲ 1,590	▲ 4.5%	421	1.3%	36,515	38,451	35,934
	鉄骨鉄筋コンクリート造	181	▲ 657	▲ 78.4%	▲ 211	▲ 53.8%	455	650	1,310
	鉄筋コンクリート造	17,437	▲ 2,564	▲ 12.8%	▲ 2,907	▲ 14.3%	20,278	22,671	21,703
	鉄骨造	15,796	1,700	12.1%	3,524	28.7%	15,631	14,975	12,760
	コンクリートブロック造 その他	60 51	▲ 14 ▲ 55	▲ 18.9% ▲ 51.9%	6 9	11.1% 21.4%	81 70	77 78	58 103



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

銘樹 irodori 彩

MEIJYU

彩り豊かな銘木で
自分らしさをデザインする。

選りすぐりの銘木の美しさと、樹種のコンビネーションによるコントラストの
美しさを兼ね備えた彩色兼美のフローリング、「銘樹irodori」。
まるでインテリアを選ぶように、好みに合わせて自由にチョイスすることで、
自分らしさが光る個性的な空間コーディネートが完成します。



リズム

波打つような模様は、貼り上がるとラグのような大きなダイヤ柄を描きます。
モダンなラグを思わせる連続柄は、リビングのような広めの空間によく映えます。

クラフト

職人の技が冴える伝統工芸、箱根細工をイメージ。正方形の中に3種類の樹種を組み込んだ、端正で美しいパターンです。和の空間はもちろん洋風のしつらえにも。



スティック

かつて、オークやサクラといった色の美しい単一樹種で楽しまれてきたデザインを現代風にアレンジ。
人気の銘木をミックスしました。



バー

ラグやタイルなどではおなじみのデザインをフローリングに。幅違いの2樹種を組み合わせた幅広のデザインで、ゆったりとしたテンポを刻みます。



ドロップ

軽快さを床にちりばめたドロップ。主張しすぎず、それでいて楽しく上品なアクセントになります。派手を抑えながら遊びを取り入れたい場所におすすめ。