

建材 マンズリー

No.621

7

JULY
2017

特集

空き家・空き部屋 ×
リノベーション = 民泊?
～民泊は空き家を救うのか～

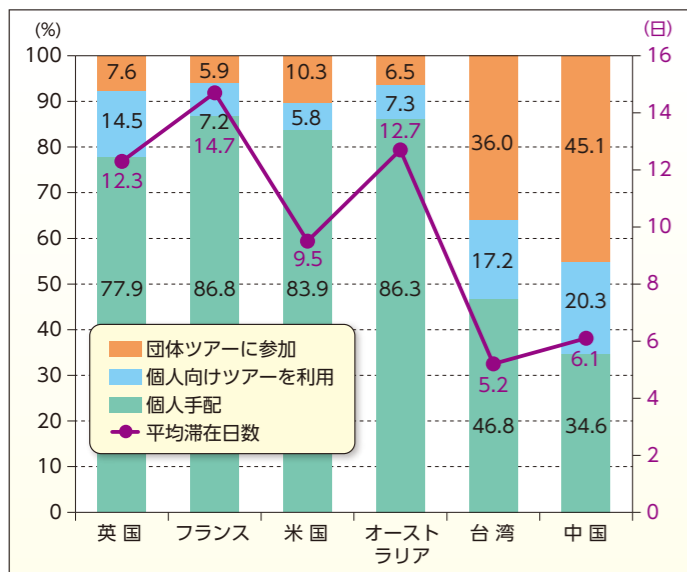
好木心

日本最古の木造洋式燈台
「旧堺燈台」

注目企業を訪ねる

株式会社アグリメディア





出所:観光庁 訪日外国人消費動向調査(平成28年)



飛騨高山にある古民家宿「白乗(はくぐり)の宿」

■ 田舎における体験型民泊 (例)

① 食体験		
・山菜採り	・栗拾い	・味噌作り
・お茶摘み	・焼き芋	
・こんにゃく作り	・餅つき	
② 自然体験		
・里山散策	・紅葉狩り	
・川遊び	・雪遊び	
③ 農林漁業体験		
・田植え・稲刈り	・魚釣り	・間伐
・野菜・果物の収穫	・芋掘り	

「今から民泊のモデルルームを作るのもいいかもしれません。民泊イノベーションのノウハウを持った工務店が増えれば、2019年、2020年に向けた民泊需要に対する供給も加速するでしょう」

インバウンドニーズは東京オリピックを契機にさらに高まるというわ
れているが、上山氏はこれより1年
早く民泊を整備するべきだとい
う。「2019年、日本でラグビーの
ワールドカップが開催され、会場は
東京や大阪、福岡など全国にわた
ります。つまり、ラグビー人気が高
いヨーロッパから多くの観光客が日
本にやってくるわけです。ヨーロッ
パ諸国の観光客を取り込みきれいな

い日本には大きなチャンスなんです」
ヨーロッパ人にとって日本は極東
であることから、短期ではなく長期
滞在型の旅が一般的だ。そのため、
低価格かつ宿泊施設にはキッチンと
洗濯設備が望まれる。これらが揃
えば民泊は長期滞在型の旅行者にと
って最適な宿泊施設となり得る。
「彼らは旅行のリテラシーが高く、
日本の郷土色の強い文化や古民家に
興味を持つ傾向があります。民泊も
洋風ではなく、日本の住まいの特色
が表れている方がいい。木をふん
だんに使った日本ならではの住まいな

どは、特に人気が出るでしょう」
ただし、価格を低く設定し過ぎる
ことには注意が必要だ。「ヨーロッ
パの旅行者にとって、民泊を活用した
旅のスタイルにはバリエーションがあ
る。民泊事業はサービス業であることを
理解して、サービス内容にふさわし
い価格設定を考えるのが望ましい」
と上山氏はアドバイスする。
**地方との連携で
ビジネスチャンスをつかむ**
「民泊+地域体験(祭りなども含
む)で地域住民とのコミュニケーション

ションが得られるような形ができ
れば、日本の新しい旅のスタイルと
して受け入れられ、インバウンドニ
ーズはますます高まるはずだ。翌年の
オリンピックにも、さらなる集客効
果を生むだろう。
「今回の新法は、投資対効果を考
えれば都市部よりも地方のメリッ
トが大きいです。空家が
家となって手つかずの住まいを活
用し、収益化できれば、地方創生に
つながります。中でも、ほとんど
使っていないような別荘は、民泊と
しては最優良物件です」
地域の工務店にとっても、空き家
の民泊イノベーションが今後のビ
ジネスチャンスとなるはずだ。ヨー
ロッパの観光客のニーズを把握し、
インテリアも含めた提案ができれば、
新しい顧客をつかむこともでき
る。新法を熟知して物件を持つホ
ストにアドバイスができれば、大き
な強みとなるだろう。

特集

空き家・空き部屋 × リノベーション = 民泊?

～民泊は空き家を救うのか～

インバウンドニーズの高まりで宿泊施設不足が深刻化し、民泊が注目を集めている。
2013年に制定された国家戦略特別区域法第13条により、特区内での一定要件を満たした民泊には
旅館業法の適用除外を規定するなど、規制緩和が行われてきた。
そして今年6月、住宅宿泊事業法(民泊新法)が成立したことで、早ければ年明けには民泊が全面解禁となる。
今号では、空き家対策としても一役買うことが期待される民泊にスポットライトをあて、
民泊の現状や課題、今後の展望について紹介する。



「ヤミ民泊」の淘汰で 民泊自体が不足する

民泊新法の成立はビジネスチャンス

2020年の東京オリンピック・パ
ラリンピックを控え、宿泊施設の不
足を解消する切り札としても注目さ
れている民泊。法令上の定義はない
ものの、戸建てや共同住宅等の全部
または一部を活用し、宿泊サービス
を提供することを指すのが一般的だ。
民泊の予約サイト「STAY JAPAN」
を運営する株式会社百戦錬磨は、民
泊運営者(ホスト)と旅行者(ゲスト)
をつなぐプラットフォームとして
のみならず、民泊の「ルール作り」に
奔走し、法制化にも働きかけてきた。
「シェアリングエコノミーという世界
的な経済の潮流の中で、2012年
の創業当初より日本の成長戦略にお
ける民泊の果たす役割に着目してき
ました。しかし、旅館業法などの規
制により民泊の許可を得る条件など
のハードルが高く、許可を受けてい
ない違法な営業(いわゆる「ヤミ民
泊」)が多いのが現状です。ヤミ民泊
では、近隣への事前の説明・周知等が
不十分のため、近隣住民とのトラブ
ルも多く、ルール作りが急務である



株式会社百戦錬磨
代表取締役社長
かみやま
上山 康博氏

と考えてきました」
新法では、年間営業日数180日
という制限や宿泊者の名簿作成、ト
ラブル防止のための説明対応なども
義務付けられている。「違反が見つ
かった場合には業務停止命令や罰則
といったペナルティが科せられるた
め、行政には指導強化を期待してい
ます。ヤミ民泊を告発するための窓
口の設置も有効な手段でしょう」
同社が運営する予約サイトを取り
扱っているのはすべて合法民泊だ
が、その数はまだ600件ほど。現
在日本にはおよそ5万件の民泊物件
があるが、その多くがヤミ民泊であ
ると上山氏は言う。新法によりこれ
らを撲滅することができれば、市場
はそのままに民泊自体が不足する。
「ようやくルールができたことで、
新たなビジネスチャンスの到来が期
待できます」

民泊・短期賃貸への効果的な リノベーションを考える

「民泊新法」施行に向けて

社員大工により既存住宅の付加価値を上げるリノベーションを行い、様々な活用法を提案し、運営までサポートするエイムズ。同社がすすめる投資対効果が高まるリノベーションとは。

空き家・空き部屋の価値を高めて民泊や短期賃貸で運用

当社では主に築年数の経った物件をリノベーションしてその価値を高め、一般賃貸や短期賃貸(マンスリー)、民泊用物件として有効に活用することをオーナーに提案しています。

例えば、原宿駅徒歩8分のマンション(40㎡)を当社でリノベーションした場合、マンスリーでは月額36万円(1日1・2万円相当)で市場に出せます。これは一般賃貸の約2倍の賃料であり、運用の出口戦略の一つとして特におすすめしています。ただ最近では、民泊もマンスリーも一般賃貸同様、ニーズに対して供給量が増えており、すでに市場淘汰が

始まっています。こうした状況を乗り切るには、お客様に選ばれる空間に変えるリノベーションやインテリアコーディネートが、非常に重要となってきます。

選ばれる部屋にリノベーションするための差別化ポイント

民泊やマンスリー用の部屋は、白い壁紙やカラーフロアといったありふれた内装では、お客様の目に留まりません。部屋の雰囲気や素敵、インテリアが面白い、こんな部屋なら泊まってみたい、と思ってもらうには、他の物件との明確な差別化が必要です。そのためには、リノベーションの際にいくつかのポイントがあります。実際に当社がリノベ

ションをして、反響が大きかったケースから、そのポイントを探ってみましょう。



エイムズ株式会社
代表取締役
松島 力氏

① 立地によって間取りを決める

物件の立地により間取りを工夫することは、意外に大切なことです。例えば、原宿などの人気エリアなら、宿泊人数が2名でも高単価の設定ができます。天井と間仕切りを取り払い、部屋を広く見せるワンルームに改修し、オリジナルカラーを高めめます。逆にあまり人気のないエリアなら、間取りは変えず寝室に2名、リビングに2名の宿泊定員4名などとなります。ファミリーなど多くの人数で宿泊したい層をターゲットにすることで、賃料を高く設定できます。

② コンセプトを決めて魅力的な空間にする

差別化を図るには「カフェ風」「スタイリッシュ」などの非日常的なコンセプトが重要になります。そのためには最終的にどのようなインテリアにするかを見据えた上で、リノベーションは受けません。主なマンスリー利用者は、研修のため1カ月使いたいとか、自宅のリフォームの間利用したいという個人となります。ホテルより広く快適な生活が送れる、使い勝手の良さが支持されているようです。ただし民泊もマンスリーも、立地がかなり重要です。特に民泊は8割が外国からのお客様で、彼らの民泊選びはガイドブックが頼りです。ガイドブックでは、新宿や渋谷、池袋、六本木、浅草といった人気エリアを中心に物件が掲載されています。そのため、それ以外のエリアでの民泊経営はなかなか難しく、一方、人気エリア周辺の繁華街から一歩入った住宅地などは、民泊にも適した地域といえるでしょう。

民泊経営を目指すならマンスリーとの二足の草鞋がおすすめ

来年は、いよいよ民泊新法が施行されます。しかし、新法によって民泊が爆発的に増えることはあまり期待できないと、私は考えています。それは、営業日数上限が180日と限定され、ビジネスとしては厳しい条件となっているからです。そこで当社は、民泊を考えているオーナーに、基本はマンスリーで運営し、年間の半分を民泊として使う方法を提案しています。

1カ月単位で貸し出すマンスリーは賃貸借契約となるので、旅館業法

ションを計画するのが大切です。室内改修が終わった後にインテリアを揃えると、デザインに統一感が欠けがちなので、最初から家具の配置等を意識し、家具と内装の素材感を合わせてインテリアを作りこみます。無垢フロアを敷き、水回りは高品質の機器を備え、厳選した家具やグリーン、装飾用オブジェなどを配置すれば一見ただでグレード感が漂う空間に仕上がります。そこまで手

③ 築年数が経った建物は古さを生かす

築年数が経った物件は、新築では味わえない内装に仕上げ、という方法があります。天井を張らずに小屋裏現しにして、梁や垂木をデザインの一つにするなどです。柱の年季の

入った凸凹はそのままに昔の面影を残すといったリノベーションは、逆に古さが生きて新築とは違った趣を醸し出します。こうした設えは外国人にも好まれる傾向にあります。昔の下宿屋も、古い要素を残したまま1、2階の上下をメゾネットに変更し、ウッドデッキの設置などで、人気の民泊やマンスリーに変身しました。

④ 戸建てを新築と差別化する水回りデザイン

木造戸建てを転用する際は、特徴をアピールし



西荻窪の物件 (東京都杉並区)
● 古い木造アパートをメゾネットタイプに ● ブロック塀を外してウッドデッキを設置 ● 古材調に塗装した梁を出してインテリアアクセントに ● キッチンや洗面はオリジナルを造作



日本橋小伝馬町の物件 (東京都中央区)
● 築10年の1LDK ● 幾何学模様の壁紙、家具、照明をモダンテイストにして統一感を出す



原宿の物件 (東京都渋谷区)
● 40㎡の1DK ● 部屋を広く見せるため間仕切り、天井を外す ● 室内インテリアはビンテージ家具、グリーンやオブジェを置いてカフェ風に

「民泊新法」の概要

「民泊新法」が6月に成立。
施行は年明け以降

「民泊新法」の対象となる民泊事業は、あくまでも既存住宅を活用した宿泊の提供であり、一定の要件を満たせば「旅館業法」の対象外となる。

◆ 民泊新法のポイント

POINT 1 誰でも住宅（空き部屋、空き家）を有料で旅行者に提供できる（「届出制」）

POINT 2 低層住居専用地域などの住宅街での開業も可能に

POINT 3 年間提供日数の上限は180日（泊）（各自治体は条例でさらに日数を制限できる）

POINT 4 法令違反には業務改善や停止などが命じられ、罰則規定がある

◆ 民泊新法と民泊条例、旅館業法との違い

	民泊新法		民泊条例	旅館業法
	ホームステイ型	ホスト不在型	特区民泊	簡易宿所
概略	ホストが住宅内に居住しながら住宅の一部を提供 ※不在時に提供する場合はホスト不在型となる	ホストが生活の本拠としない住宅を提供し、管理は登録された管理者に委託が必要 (別荘・空き家など)	国家戦略特区内で認定を受けた外国人滞在の為の施設	多人数で宿泊する施設 (民宿・ペンション・山小屋・カプセルホテルなど)
営業日数上限	180日	180日	なし	なし
目的	文化交流	休眠地活用	収益	収益
行政申告	届出	届出	認定	許可
宿泊日数制限	なし	なし	2泊3日以上*1	なし
床面積制限	なし	なし	25㎡以上	3.3㎡/人以上*2
住居専用地域での営業	○	○	△*3	×
苦情受付	家主	管理者	事業主	事業主

民泊新法は3種類の業者が対象となる

◆ 民泊新法規制の対象

	住宅宿泊事業者 (民泊ホスト) 民泊事業を営む者	住宅宿泊管理者 (民泊運営代行会社) 民泊ホストから民泊の管理・ 運営業務を委託された者	住宅宿泊仲介業者 (民泊仲介サイト運営会社) 民泊ホストと宿泊者に代わり 契約を締結し取次ぐ者
届出・登録先	都道府県知事、市町村長 (届出制)	国土交通大臣 (登録制)	観光庁長官 (登録制)
主な業務	<ul style="list-style-type: none"> ・ 宿泊者の衛生・安全の確保 ・ 外国人宿泊者の快適性と利便性の確保 (外国語での案内など) ・ 宿泊者名簿の備え ・ 周辺環境へ配慮の説明 ・ 周辺住民からの苦情等の処理 ・ 標識の掲示 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 民泊の管理・運営業務の代行 ・ 業務に関する帳簿の備え付け ・ 従業員の証明書の携帯 ・ 委託者への契約書面の交付 ・ 委託者への定期報告 ・ 標識の掲示 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 約款の届出 ・ 仲介業務料金の公示 ・ 契約前に宿泊者へ書面の交付 ・ 標識の掲示

*1 大田区：6泊7日以上
*2 宿泊者数が10人未満の場合
*3 自治体により制限は異なる

「旧堺燈台」 日本最古の木造洋式燈台

大阪府堺市堺区
大浜北町



写真：公益社団法人堺観光コンベンション協会



海

と港で栄えた町、大阪府堺市の歴史は古く、室町時代から海外貿易が盛んであった。種子島から伝わった鉄砲や千利休が築いた茶の湯など、文化の発信地としても有名だ。

そんな堺の繁栄に一役買った港のシンボル「旧堺燈台」は、建設当時の場所に現存する日本最古の木造洋式燈台として国の史跡に指定されている。ペリー来航にともなう開国の影響から、1877（明治10）年に当時としては珍しく市民の寄付と補助金で建設され、約一世紀にわたり船の航海の安全を守ってきた。

旧堺港の突端にたたずむ燈台は、高さ約12メートルの六角錘型で、柱には杉が用いられ、基壇には石が積まれている。備前国出身の石工と堺在住の大工らが建設に携わり、投光部は技術協力を得ていた英国人技師によりフランス製のレンズ*が取り付けられた。そこから放たれる緑色の光は沖まで照らしていたという。

しかし、臨海工業地帯の造成で海岸線が沖合いになったため、1968（昭和43）年に役目を終えることとなる。その後、老朽化により2001（平成13）年から始まった保存修理工事で、当時の姿に復原された。

現在では夏の一定期間のみ建物のライトアップが行われ、光に照らされたレトロな木造外観が楽しめる。また、時計台、もなか、マンホールなど市内のあちこちで、モチーフになった旧堺燈台を見つけることもできる。こうして一度は役目を終えた「旧堺燈台」は堺市のシンボルとして今も活躍しつづけている。

* 現在は堺市博物館に展示されている

注目企業を訪ねる

付加価値創造に挑戦

課題が多い都市農業を「シェア畑」というアイデアで活性化する



営業部 マーケティング・広報
マネージャー

武藤 弘樹氏

本社 ● 東京都新宿区西新宿2-6-1
新宿住友ビル41階
創業 ● 2011年
資本金 ● 2億9,800万円
従業員 ● 288名
事業内容 ● サポート付き市民農園「シェア畑」、
農業分野に特化した求人広告・人材
紹介「あくりナビ」、地元野菜を活
用した「農家食堂」等

株式会社アグリメディア

地域振興と農業振興で
一石二鳥の効果を狙う

株式会社アグリメディア(代表取締役 諸藤貴志氏)では、2012年より都市の遊休農地を活用した貸農園「シェア畑」を一部三県と関西で展開している。自治体が運営する市民農園と異なり、シェア畑では道具一式をレンタルできるため、利用者は手ぶらでOKだ。さらに付加価値となっているのが、プロ級の知識を持つ菜園アドバイザーが付くこと。素人でも気軽に野菜づくりができるとして、人気を博している。

「代表の諸藤は、前職では大手不動産会社で土地開発に携わっていました。そこで、都市農地が活用されていない現状を目

発に従事してきたプロフェッショナル。積み重ねてきたノウハウがあった。

「しっかりと手続きを踏み、農地を農地として管理できることなどが評判となり、様々な自治体から遊休農地の活用に関する相談が後を絶ちません。改めて、日本の農業が抱える課題の多さを痛感しています」

農業にまつわるニーズは多様
学校事業も検討中

「「シェア畑」は1区画6〜8帖、月額およそ8000円で1年契約だ。一般的な市民農園は年間1万円程度であり、これに比べると割高感があるが、価格に見合う付加価値を提供し、持続可能なビジネスとして成り立たせている。」

「特に『何から始めたらよいかかわからない』『この初心者には菜園アドバイザーの存在は貴重です。彼らは週4〜6回は畑に出向き、農業のノウハウをアドバイスしています。そして野菜の状況管理はするものの、基本的に手は出しません。足が遠のいている場合には、電話で畑の状況を連絡するなどして、利用者に農業の醍醐味を味わってもらっています。』

「現在、登録しているアドバイザーは1800名ほど。9〜7割は50〜60代以上で、

ここが注目ポイント

“シェア畑”を展開し、
遊休農地を有効活用

近隣・菜園アドバイザー・
道具レンタルで農業を身近に

郊外では“農業×レジャー”で
集客力を高める



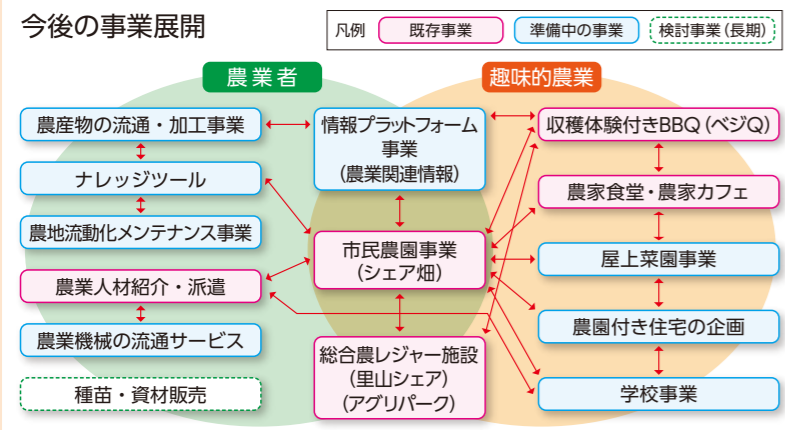
郊外では、手ぶらで行ける無農薬野菜収穫体験付きバーベキュー「ベジQ」も展開



道具一式をレンタルできる



栽培経験豊富な菜園アドバイザーも勤務



の当たりしに、社会貢献性が高く課題の多い事にビジネスチャンスを感じたといえます。多くの地主が、代々受け継いだ土地を簡単には手放せない。しかし放置すれば土地が荒れて近隣の迷惑になるなど、維持管理の悩みを抱えていたのです」

「そんな悩みを解決すべく、地主と一般ユーザーをつなぐサービスを模索すること1年、諸藤氏は農業の現状を知るため数百軒の農家を訪ねた。途中、協力してくれる農家との収穫体験イベントも開催したが、これだけではビジネスにならない。継続的に農地を活用できるビジネスを立ち上げたいと考え、起業2年目に「シェア畑」が誕生した。」

「地主にとって高収益にはなりません、投資は少なく農地のままで維持が出来ます。また新たな趣味や食育の場として『近場で気軽に農業に触れたい』という利用者のニーズともマッチしたようです。実際、畑に通ってくるのは3km圏内の地域住民がほとんど。地域振興と農業振興の一石二鳥で興味を示す地主さんが増加し、現在シェア畑は65カ所、利用者は45000世帯にのぼります」

「農地でビジネスを行うには、役所などへ認可を求める手続きが複雑だ。同社にとっても苦労はあったが、諸藤氏は土地開元農業従事者はほとんどいないという。趣味で家庭菜園や市民農園を手掛け、そこで培った知識を伝えることをセカンドライフに求めるシニアは、非常に多いのだ。」

「農業の手法は様々ですが、栽培計画は本社で考案し、各地域のアドバイザーリーダーを集めて月一回ミーティングを開催。これを地域でトップダウンしてもらい、ルールの統一化などのマネジメントを行っています」

「郊外の遊休農地活用の新規事業として、「農業×レジャー」で集客力を高め、農業体験をしつつ採れたて野菜でバーベキューが楽しめる「ベジQ」もスタート。地元農家と提携し、採れたて野菜が味わえる「農家食堂」も展開している。同社が追求するのは、農業と消費者をつなぐことで、新鮮な野菜を味わえる場をつくり、農業の活性化にも貢献したいという。」

「今後は、就農までは行かずとも家庭菜園を極めたいという人のための、学校事業も考えていきたい。菜園アドバイザーには元シェア畑の利用者も増えており、学びのニーズが高いことがわかります。消費者も農業従事者も含め、農業にまつわるニーズは幅広い。今後モシェア畑をコアとしながら、農業をレジャー化できる新ビジネスを提案していきたいですね」

2017年5月20日「クリーンウッド法」施行

「合法伐採木材等の流通及び利用の促進に関する法律（通称「クリーンウッド法」）」が施行された。同法は木材関連事業者に対し次のような努力義務を課すもので、合法に伐採された木材およびその製品の流通と利用の促進が狙いである。

①第一種木材事業者（輸入業者・丸太搬入者など）は、国内海外の生産者から樹種や伐採地、証明書などを収集し、

合法性を確認、納品書などに記載し流通させる。

②第二種木材事業者（製紙・家具・流通・建築業者など）は購入先から発行する書類に基づき合法性を確認、その旨を納品書などに記載して流通させる。

なお、これらの措置を適切かつ確実に行う事業者は、登録により「登録木材関連事業者」という名称を用いることができる（登録申請は今年の秋ごろ開始予定）。

■ 対象物品（グリーン購入法の対象物品をベースに対応可能な品目を拡充）

木材・木材製品	木材	家具	パルプ	紙	その他
対象物品案	丸太 単板 突き板 木質ベレット チップ状又は小片状の木材	対象物品案以外の家具 家庭用の下記物品 オフィス用のいす 机 棚 収納用什器 ローバーティジョン コートハンガー 傘立て 掲示板 黒板 ホワイトボード ベッドフレーム	木材パルプ	対象物品案以外の紙 トイレトペーパー ティッシュペーパー コピー用紙 フォーム用紙 印刷用紙 インクジェットカラープリンター 用途工紙	対象物品案以外のその他物品 サイディングボード フローリング 木質系セメント板
グリーン購入法	製材 集成材 間伐材 合板 単板積層材				

出所：農林水産省、経済産業省、国土交通省「合法伐採木材等の流通及び利用の促進に関する法律（クリーンウッド法）の運用案について」

わが社のイチオシ

独自の断熱パネルを販売し 省エネ住宅の普及に努める

光和建材株式会社
パネル事業部 係長 坂井 博高さん

地域住宅の省エネ化に貢献するため、2000年よりウレタン断熱パネルを独自開発するとともに、2カ月に1度、工務店に向けた勉強会も開催しています。「高性能住宅に興味はあるが取り組み方がわからない」という工務店は少なくありません。そこで「健康省エネ住宅推進協議会」の福島県事務局でもある弊社が、省エネ住宅のメリットや光熱費のシミュレーション、そして高断熱と健康の関係など、勉強会で様々な情報を提供。工務店の提案力向上に役立てていただいています。

弊社のある福島県郡山市は盆地であり、夏は暑く、冬は非常に寒い気候が特徴です。しかし高気密の省エネ住宅では必要最低限のエネルギーで冷暖房ができ、夏涼しく冬暖かく快適に暮らすことができます。

これが施主様の満足感となり、おのずと住まいに対するクレームの減少につながっているようです。

弊社では補助金の申請などソフト面の取り組みも強化し、工務店が受注活動に専念できるようサポート体制も整えています。省エネ住宅の普及のため、私たちにできることは何でもやっていきたいと思っています。



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

住友林業株式会社 木材建材事業本部 事業企画部

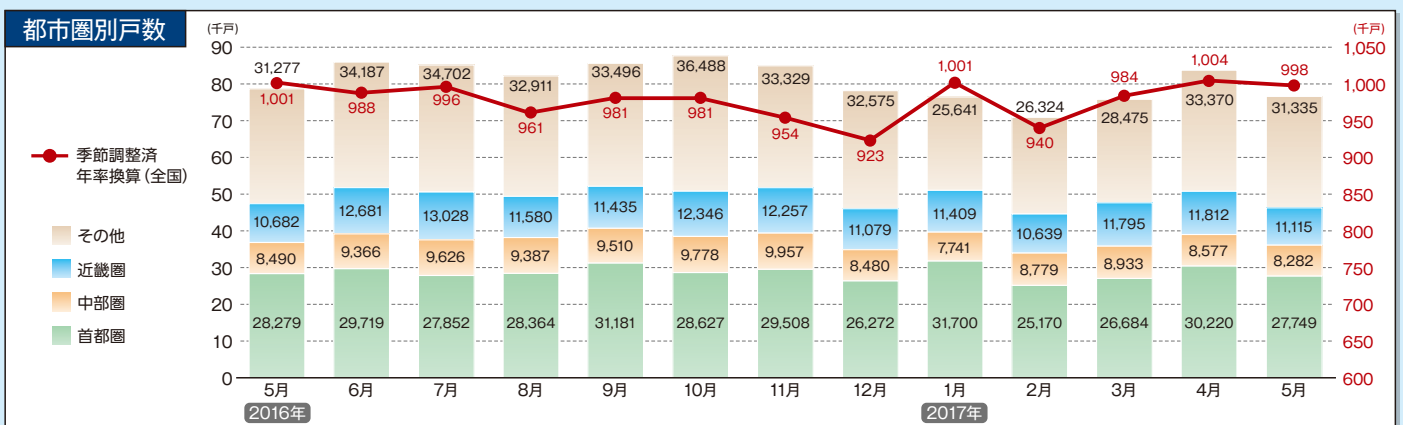
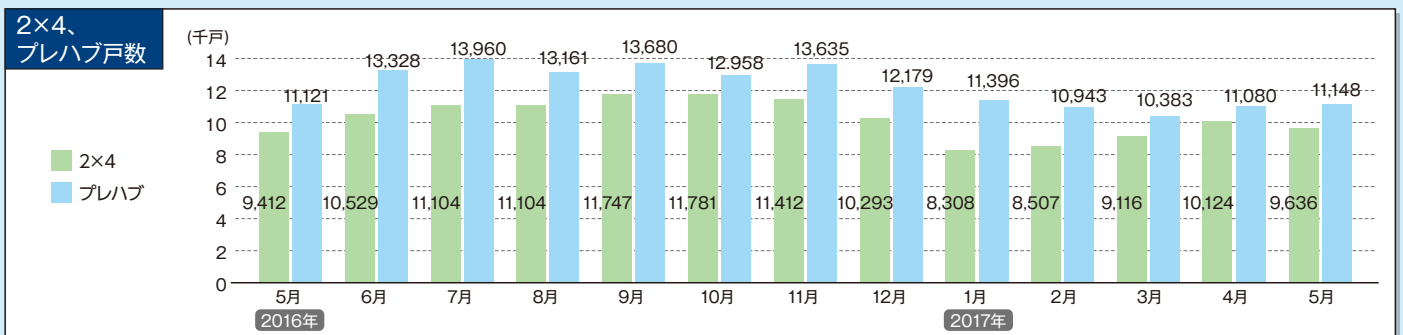
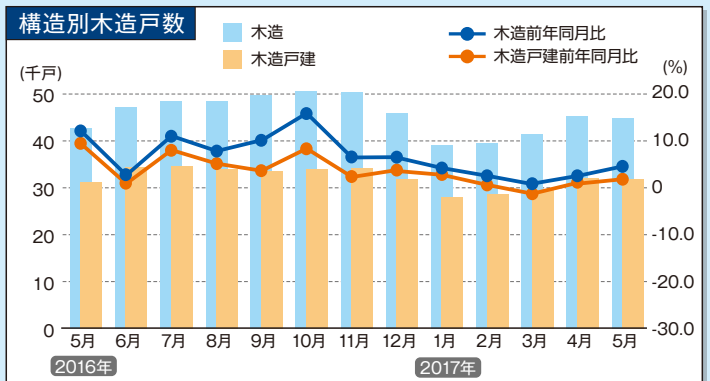
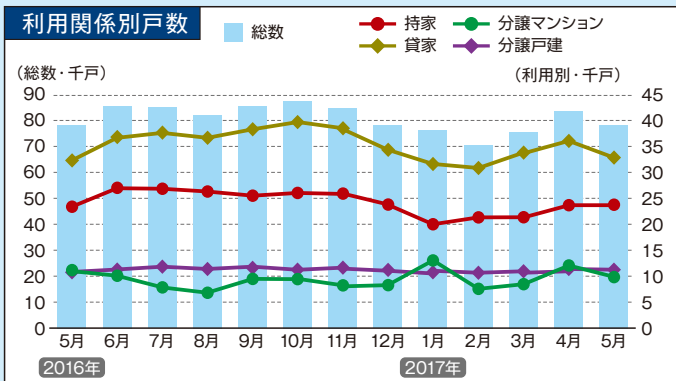
老朽化したものを原状回復するのがリフォーム。新たな機能や価値を向上させるのがリノベーション。意外と知られていないこの違いご存知ですか？
編集後記 先日、「女性で例えるなら、化粧で美しくなるのがリフォーム、体質改善で美しくなるのがリノベーション」という話を耳にしました。体質改善は精神面を含めて人の価値が向上すると考えると妙に納得。老朽化した我が家（私）もリノベーションが必要な気がします。（M）

表紙：住友林業（株）住宅事業本部 豊橋支店 豊橋南第一住宅展示場

* 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

2017年5月の新設住宅着工戸数 単位：戸 ▲は減

		5月					4月	3月	2月
		対前年同月比		対前々年同月比					
新設住宅計		78,481	▲ 247	▲ 0.3%	6,761	9.4%	83,979	75,887	70,912
建築主別	公共	926	▲ 446	▲ 32.5%	▲ 359	▲ 27.9%	1,627	1,255	777
	民間	77,555	199	0.3%	7,120	10.1%	82,352	74,632	70,135
利用関係別	持家	23,846	345	1.5%	1,304	5.8%	23,751	21,468	21,322
	貸家	32,956	529	1.6%	4,748	16.8%	36,194	33,937	30,842
	給与住宅	332	▲ 255	▲ 43.4%	▲ 44	▲ 11.7%	326	755	350
	分譲住宅	21,347	▲ 866	▲ 3.9%	753	3.7%	23,708	19,727	18,398
	うちマンション うち戸建	9,823 11,287	▲ 1,413 491	▲ 12.6% 4.5%	▲ 1,499 2,139	▲ 13.2% 23.4%	12,097 11,504	8,549 11,041	7,562 10,696
資金別	民間資金	70,551	1,412	2.0%	6,415	10.0%	75,187	67,957	62,873
	公的資金	7,930	▲ 1,659	▲ 17.3%	346	4.6%	8,792	7,930	8,039
	公営住宅	885	▲ 304	▲ 26.2%	▲ 15	▲ 1.7%	1,220	1,212	663
	住宅金融機構融資住宅	3,563	▲ 472	▲ 11.7%	168	4.9%	3,515	3,643	3,553
	都市再生機構建設住宅	6	6	—	▲ 318	▲ 98.1%	352	21	26
	その他住宅	3,506	▲ 889	▲ 20.2%	511	17.1%	3,705	3,054	3,797
構造別	木造	44,761	1,967	4.6%	6,610	17.3%	45,205	41,536	39,587
	非木造	33,720	▲ 2,214	▲ 6.2%	151	0.4%	38,774	34,351	31,325
	鉄骨鉄筋コンクリート造	246	▲ 1,064	▲ 81.2%	▲ 24	▲ 8.9%	508	382	512
	鉄筋コンクリート造	20,091	▲ 1,612	▲ 7.4%	▲ 555	▲ 2.7%	25,202	21,375	17,769
	鉄骨造	13,237	477	3.7%	698	5.6%	12,923	12,478	12,937
	コンクリートブロック造 その他	40 106	▲ 18 3	▲ 31.0% 2.9%	▲ 20 52	▲ 33.3% 96.3%	40 101	58 58	52 55



(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。派手さを抑えながら遊びを取り入れたい場所におすすめ。

