

建材 マンション

No.636 **10** OCTOBER
2018

特集

今、注目の「SDGs」

ここでちょっと一息 Coffee Break

消費増税前後の住宅市場、
テーマを探る

注目企業を訪ねる

株式会社 温泉道場



図1. SDGs 持続可能な17の開発目標



特集

今、注目の「SDGs」

2015年9月に開かれた「国連サミット」で採択されたSDGs*1。

持続可能な開発*2のための2016年から2030年までの目標だ。

「貧困をなくそう」「働きがいも経済成長も」「気候変動に具体的な対策を」などの「17のゴール」と、具体的な「169のターゲット」で構成されている。

顕在化する経済・環境・社会の諸問題に対処し、持続可能な世界を実現するために、世界193カ国が合意した共通目標でもある。策定から4年目を迎える現在は、まだスタートアップの段階だが、企業や地方自治体の中には、すでにSDGsを経営や政策に組み入れる動きが出ている。

企業や地方自治体にとってSDGsはどのような意味を持つのか。今号ではSDGs研究の第一人者である蟹江憲史氏に解説していただき、SDGsの優れた取り組み事例を紹介する。



掲げても、それを実現するためのルールを作っていないことです。ルールによる規制ではなく、やりたい人が自由にソリューションを見つけ出すという、非常にポジティブな形をとっています。国が「これでいこう」と合意したのなら、それを先取りすることは、ビジネスにも大いにプラスになると思います。

—— 中小企業はどのように関わればよいでしょうか。

中小企業にはSDGsはまだあまり浸透していません。しかし大手企業がSDGsという流れに舵を切れれば、数年後には商品の調達もSDGs対応のものが選択されるようになるでしょう。そうするとSDGsへの流れは、中小企業にもどんどん広がっていくと思います。

SDGsへの対応は、実はそんなに難しいことはありません。例えば、神奈川県にある株式会社大川印刷は、FSC認証紙の使用を推進したり、あらかじめ自社の印刷事業における年間のCO₂排出量全量をカーボンオフセットに基づいてゼロカーボン化したり、社員全員でアイデア出しミーティングを持って経営計画を策定するなど、SDGsへ

全世界が合意した 持続可能な開発目標

—— SDGsとは何でしょうか。

2015年に期限を迎えた「ミレニアム開発目標(MDGs)*3」は、発展途上国の開発が主な課題でした。その後を継ぐ形で採択されたSDGsは、国連に加盟するすべての国が2030年までに達成する「持続可能な開発」の目標です。

持続可能な開発は、変化する経済・環境・社会のバランスがとれていないとうまくいきません。例えば、熱中症対策のためペットボトル飲料を積極的に消費すると、今度はペットボトル製造で温暖化を助長することになります。そこで経済・環境・社会の課題を総合的に解決するため、「17のゴール(目標)」「169のターゲット(達成基準)」「169のターゲットをとりまとめ、2030年に向けての方向性を明確に示しました。

—— 現状でのSDGsの認知度はどれくらいでしょうか。

日本での認知度は、まだそんなに高くありません。ただ、経済界や地方自治体での認知度はかなり上がってきていると思います。特に大企業

図2. 169のターゲットの例

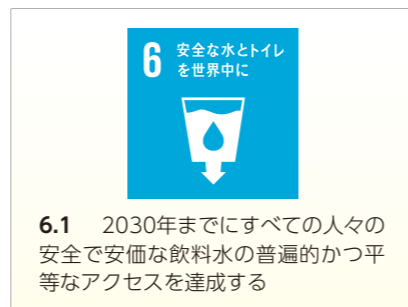


図3. 企業活動とSDGsのつながりの例



の取り組みを熱心に行っています。そして取り組みをきっかけとして、組織や社風が変わってきたといえます。中小企業はフットワークが軽いので、取り組みやすいと思います。世界の目標に向かって仕事をしているという意識は社員の意識高揚にも役立つのではないかと思います。またブランディングという意味でも、SDGsへの対応は飛躍へのチャンスになると思います。

—— 建築や木材・建材関連産業も、環境や人に優しい家づくりや災害に強い家づくりなど、SDGsの目指すところと深い関わりがあるので、ぜひ興味を持っていただきたいと思っています。

—— 何から始めたらいいのでしょうか。

まず自社事業の棚卸しから始めてください。そうすると、SDGsの目標にかなったことを結構やっている

ことに気がきます。例えばエネルギーの使用量削減や転換に取り組んでいるなら、それはSDGsの目標「7 エネルギー」や「13 気候変動」に紐付けされます(図3)。そしてそこから別の切り口が見えて、新たな目標が紐付けされるかもしれません。紐付けされた2030年の目標から逆算して、現在の事業計画や戦略を練ったり、まず具体的な行動をとったりしていくとよいと思います。目標からスタートして考えると、実現するためには今、何が足りないのか、これから何をすればよいのかが見えてきます。このような思考法をバックキャストといいます。目標を達成するには有効なやり方です。

—— 自社の2030年の姿を想像し、今、新たに何をすべきかを考えるきっかけとして、SDGsをぜひ活用していただきたいと思っています。



慶應義塾大学 大学院 政策・メディア研究科 教授 かに え のりちか 蟹江 憲史氏

—— ビジネスにも関係しますか。

SDGsが示すのは、いわば「未来の骨格」、2030年の「目指すべき世界の姿」です。そして解決しなければならぬ課題が具体的に169項目も提示された、「課題の宝庫」ともいえます。目標と現実には大きなギャップがあり、そのギャップがあるからこそ、ビジネスチャンスが生まれ、ギャップを埋めるために技術革新が進むのです。

SDGsの特徴の一つは、目標は

を中心に積極的にSDGsに取り組むところが出てきています。まだ本格化には至っていませんが、取り組みがようやく緒についたといえます。SDGsには反対のしようがない、倫理的に正しいことばかり書いてあるのですが、その中に「経済成長も大切」とあり、経済界がポジティブに捉える要因の一つになっています。

—— 自社の事業を棚卸してSDGsの目標に紐付ける

*1 SDGs: Sustainable Development Goals (「持続可能な開発目標」) エスディー・ジーズあるいはエスディー・ジーと読む
 *2 持続可能な開発: 将来世代のニーズを損なわずに、現代世代のニーズを満たす開発のこと
 *3 「ミレニアム開発目標」: Millennium Development Goals (MDGs) 2000年策定。極度の貧困と飢餓の撲滅など、2015年までに達成すべき8つの目標を掲げる

SDGsをツールとして活用し 持続可能な地域社会の実現へ

第1回ジャパンSDGsアワードで、多数の応募の中からSDGs推進本部長（内閣総理大臣）賞を受賞した北海道下川町。約20年にわたり「持続可能な地域社会の実現」を目指してきた、同町の取り組みについて話を聞いた。

自然資源を持続的に活用する 地域再生への独自の取り組み

下川町は北海道北部に位置し、冬にはマイナス30℃を記録するなど、日本でも特に寒い地域です。加えて、町の総面積のおよそ90%が森林という特徴があります。町の歴史は1901年の開拓者入植に始まり、農業や林業、鉱業を基幹産業として発展し、最盛期の1960年の人口は1万5000人を超えていました。しかし、基幹産業の衰退などにより人口減少が進み、1980年代には人口が約半数にまで激減。地域の活力は著しく失われていきました。そこで下川町では、町の財産であり自然資源でもある森林を持続的に

活用しながら、過疎化や少子高齢化、そして地域産業の衰退という問題を解決する取り組みに着手し、2001年には「森林共生のグランデザイン」を策定、森林資源を余すところなく使う町づくりを進めてきました（図1）。

循環型森林経営を基盤に、林業におけるコスト削減と高付加価値化の取得、道内初となるFSC森林認証の取得、公共施設への森林バイオマスボイラーの導入など、森林の総合的利活用に向けた様々な取り組みが展開されています。具体的には、高性能林業機械の導入や高密度路網整備による施業効率の向上、ICTによる加工流通コストの削減などが挙げられます。

また、現在11基のバイオマスボイラーから30の公共施設に熱エネルギーを供給し、2016年時点での下川町の熱エネルギー自給率は49%となっています。原料は、町内の製材工場で排出される端材や林地残材などを使用しており、未利用資源の有効活用を図っています。森林資源を余すことなく活用するため、炭、チップ、木工品やエッセンシャルオイルの生産などの林産業の充実も進めています。さらに、森林文化創造のため、地域の子どもたちに対して森林環境教育なども行ってきました。

そして、超高齢化社会に対応する集落再生を具現化しているのが、森林バイオマスエネルギーを核としたコンパクトタウン「一の橋バイオリッジ」です。過疎化と高齢化が進んだ集落に熱エネルギー自給システムを核として、高性能な集住住宅を整備するとともに、地域資源を活用した起業や若い移住者が住み始めて

図1. 下川町の森林資源活用



おり、未来の担い手が育っています。2010年におよそ50%だった高齢化率は、2016年には27%にまで低下しています。



北海道下川町
政策推進課 SDGs推進戦略室
室長
みのしま たけし
荻島 豪氏

図2. 2030年における下川町のありたい姿(下川版SDGs)



SDGsを取り入れることが 課題発見や気づきにつながる

こうした取り組みが評価され、2017年12月には下川町が第1回ジャパンSDGsアワードで内閣総理大臣賞を受賞しました。先進的な都市や企業が数多くある中で、これは大変光栄なことです。

SDGsは、経済・社会・環境の三つの側面から統合的に課題解決を目指すなど、下川町がこれまで進め

てきた取り組みと非常に親和性の高いものであると感じています。また、森林保全や農業、エネルギー、健康、教育など、SDGsに掲げられているゴールの多くは下川町が重要課題と位置付ける分野と関連が強く、今後下川町が目指すべき方向性に対するヒントとなり得るものです。

下川町が進めてきたこれまでの取り組みに、さらにSDGsを取り入れることには、次のようなメリットが考えられます。一つは、SDGsの17目標から、地域を見つめ直すことに役立ち、新たな課題の発見や気づきにつながるという点です。これまでは気が付かなかったことが、17の目標との関係を考えることで、より広い視野で再検討することが可能になります。

また、SDGsの策定プロセスの特徴の一つに、バックキャストینگが挙げられます。これは、未来のある時点で目標を設定し、そこから振り返って現在何をすべきかを考える手法です。下川版SDGs（図2）による「2030年における下川町のありたい姿（2030年ビジョン）」を策定することで、その実現へ向けての総合計画作りが進んでいます。

SDGsでブランドを高め 多様なつながりを構築

当町のような地方の小規模自治体の場合、都市と比較して知識や技術、ノウハウ、資金の不足が大きな課題となります。そこで、地域外の多様な企業や団体とのパートナーシップの構築を進めています。2017年には三井不動産と「持続可能な地域社会創造に係る包括連携協定」を締結。2018年には吉本興業と連携

協定を結び、例えば下川町にイベント会場を設置してお笑いライブを開催したり、特産品のPRに協力していただくなど、ローカル力とエンタメ力をかけあわせ、これまでにないSDGs推進モデルを創っていく考えです。

さらに、1982年に国内初の本格的コールセンターサービスを開始したベルシステム24と、愛知県で障害者が働く事業モデルを創出し多様な就労支援事業を展開している久遠チョコレートとの連携協定により、当町内の廃校を利用して障害者雇用のできるチョコレート製造事業に着手。SDGsの推進と持続可能な地域づくりのモデル事例を創出しながら、商品の一部はフェアトレード*による原料調達を実施していく予定です。今後は、地域内外の連携をさらに促進していくため、「しもかわSDGsパートナーシップセンター（仮）」を創設する予定です。地方自治体と企業が、SDGsを共通のツールとして使いこなし、持続可能な地域社会の実現・持続可能な経営の実現が達成できるよう、双方にとって有益な連携を進めていきたいと考えています。

* フェアトレード：開発途上国の原料や製品を適正な価格で継続的に購入することで、開発途上国の生産者や労働者の生活改善と自立を目指す貿易の仕組み

バリューチェーンを通じて 持続可能な生産と消費を目指す

株式会社伊藤園

「茶畑から茶殻まで」の一貫した生産体制の中、SDGsの幅広い目標に貢献したことで、「第1回ジャパンSDGsアワード」の「パートナーシップ賞」を受賞した伊藤園。その取り組みについて話を聞いた。

取り組みの結果がSDGsにつながった

「長い間行ってきた弊社の取り組みが、結果としてSDGsにつながっただけです」と石田寿氏は語る。

伊藤園グループではISO 26000を活用したCSRの推進に加え、社会課題の解決と事業成果の実現を目指すCSV（共有価値の創造）を実践してきた。こうした素地があつたからこそ、事業とSDGsとの関連付けがうまくいったといえる。

図 バリューチェーンごとの取り組みとSDGsとの関連の例



調達・製造・商品開発・営業というバリューチェーンの流れの中で、どのような事業が同社の強みを生み出し、SDGsに紐付けられていったのか、具体的事例で見えてきたい。

【調達】茶産地育成事業

高品質な茶葉の安定

した獲得のため、調達の一部で茶農家との契約栽培と、耕作放棄地などを利用した大規模な茶畑造り（新産地事業）を実施。茶農家には機械化やIT化などの生産技術指導やノウハウ提供などを行い、茶葉の全量買取契約で経営の安定化を図っている。

「農業サイドが潤い、我々も原料調達を確実にするのがこの事業の一番の基本です。2001年から開始し、現在は九州5県で広大な茶産地を育成しています」

【製造】茶殻リサイクルシステム

茶殻の多くは堆肥や家畜の飼料に利用されるが、もっと有効な利用法はないかと模索し、様々な製品の原材料の一部に使用するリサイクルシステムを開発。畳材や床下材などに利用される「茶配合ボード」や「茶殻入りデザインウオール」などの建材、茶殻を配合したプラスチック樹脂、茶入り紙製品など100種類以上の製品を生み出している。

「茶殻には消臭効果や抗菌効果があるので茶殻を原料に加えるリサイクルを、02年頃から始めています。様々な企業と協働で開発しており、最近では温度上昇を抑制する人工芝用のチップを開発しました」

【営業】ティーテイスター制度

緑茶市場の活性化を図るため、1994年より「ティーテイスター社内検定制度」を設け、お茶のプロ集団による営業・販売力強化を図る一方、「大茶会」といったイベントでお茶を振る舞うなど、お茶文化の普及に努めている。

「ティーテイスター制度は、厚生労働省の社内検定認定制度に認定されました。お茶の入れ方セミナーは毎年2000回くらい行っています。弊社の取り組みはすべてグループの経営理念である『お客様第一主義』に基づいた実践です。SDGsという遠くの目標から始めるよりも、自社の社是などを基に、自分たちが大事にしてきたものが何かを考えれば、おのずと取り組みの道筋が見え、SDGsとつながると思います」と、SDGsとの関わり方のヒントを語ってくれた。



株式会社伊藤園
執行役員 管理本部 副本部長
コミュニケーショングループ担当
兼CSR/ESG推進部長
ひさし

石田 寿氏

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。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。



消費税増税前後の住宅市場、テーマを探る

消費税10%へのアナウンスが住宅営業の現場で聞かれ、駆け込み需要争奪戦が始まります。5年と短期間での再増税、上げ幅2%は前回より小さい分、2013年ほどではないものの、度重なる自然災害への不安からも需要は湧いています。価格に敏感な若年層だけでなく、金額が大きい建替層や賃貸住宅オーナーも増税に反応します。消費税増税前後の、住宅市場を乗りきる戦略&テーマを探ります。

大手住宅会社のシェアダウン？

8月に発表された、日本木造住宅産業協会（木住協）の自主統計とプレハブ建築協会（プレ協）の完工戸数実績調査に、興味深い数値がありました。昨年度は市場全体の新築住宅着工戸数が減少する中、木造戸建てにおける木住協シェアは一昨年度の20.0%から18.7%へダウン。新築住宅着工戸数全体に占めるプレハブ建築の割合も17.3%から16.9%と3年連続で減少。賃貸住宅の減少が大きかったことなどもあり、大手企業が属する協会の占める割合が減少していました。

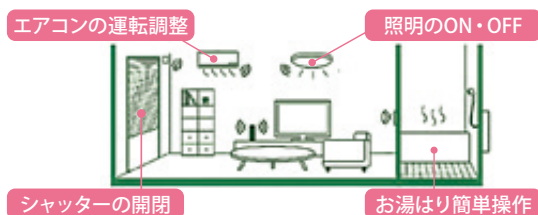
今後、縮小する新築住宅市場において、シェアアップを図るためには、工務店市場＝低価格帯に大手も本格参入せざるを得ません。積水ハウスではグループの積和建設18社による木造在来工法の商品を10月に全国統一化し強化する予定など、プレハブ大手も在来木造部隊で駆け込み需要に対応します。

一方、本流では棟単価を上げる戦略が取られ、昨年度のZEH比率は、木住協20.5%、プレ協32.6%とともに増加、付加価値要素の一つとして定着。多層階化や長期優良住宅を含めた高性能住宅をベースに、次なる差別化のテーマへも展開しています。

スマートホームは、一歩先へ

差別化の一つの方向性がスマートホーム。センサーやモニター、AI（人工知能）などIoT技術を持つ企業と、住宅会社のアライアンスが世界的にも活発です。日本ではエネルギー管理から始まったスマートホームでしたが、今年は住まい手の利便性を高めるサービスへと広がっています。

9月にパナソニックホームズが披露した賃貸住宅「Sm@rt



① パナソニックホームズのIoT賃貸住宅／スマート設備コントロール
パナソニック製AiSEG2を活用し、照明・エアコン・シャッター・お湯ほりを外出先からもスマートフォンで操作



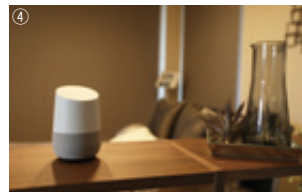
② スマートキーシステム エントランスのオートロックや玄関ドアで、スマートフォンのアプリをONしておくで施錠が自動（靴の中でも）



③ スマート宅配システム 宅配ロッカーに荷物が届くとメールでお知らせ。宅配だけでなく、クリーニングの受け渡しも可能に。宅配問題は社会的課題でもあり、LIXILからも戸建用のIoT宅配ボックス付ポストが9月に発表された

Gran（スマート・グラン）荻窪は、パナソニック製AiSEG2を活用して住宅設備をコントロールするなど、スマート技術によって入居者の利便性を高め、賃貸オーナーへ差別化を提案します。

スマートホームで先行する大和ハウス工業は昨年11月から、スマートスピーカー「Google Home」を活用したコネクテッドホームを戸建住宅展示場で展開。大和リビングが管理している賃貸住宅には「Google Home Mini」の導入が約4万件決まったようです。入居者はWi-Fiインターネット環境に加えて、「OK Google!」と語りかける、あのハンズフリー操作を楽しむことができます。



④ 大和ハウス工業のコネクテッドホーム「Daiwa Connect」音声で動作する「Google Home」（写真左）を活用。住宅内の設備コントロールだけでなく、様々な企業と連携したセキュリティーやエンターテインメントなどのサービス提供を検討中

住宅に人間が生かされる時代

IoT技術とともに各社が研究開発するのは、それによって住み手にもたらされるサービス・ソフト。住友林業筑波研究所は、木・緑が人の感性に及ぼす影響を定量化し、快適な空間デザインによって人のパフォーマンス向上を目指す研究を進めています。生活空間を【和む・集う・働く・治す】に分類。脳科学の専門家とも連携し、どのように人の感性に働きかければ、ストレスの解消やコミュニケーション促進につながるかを研究します。積水ハウスでは『幸せ』を研究する「住生活研究所」を設立、河崎由美子所長は「健康」「つながり」「学び」をテーマに、家が最も幸せな場所になるよう研究し、商品にも反映していきます」と。AIやIT技術によって空間だけでなく、人間もコントロールされる？そんな時代がやってきそうです。

注目企業を訪ねる

付加価値創造に挑戦

“おふろから文化を発信する” 温浴施設の 再生請負いベンチャー



代表取締役社長

山崎 寿樹氏

本社 ● 埼玉県比企郡ときがわ町 玉川3700
創業 ● 2011年
資本金 ● 5,000万円
従業員 ● 238名
事業内容 ● 温浴施設の開発および運営、地域行政と連携した地域活性化など

株式会社 温泉道場

ゆったり過ごす空間を
集客の肝と考える

「日本人が愛してやまないおふろ。一方で、経営不振により閉鎖を余儀なくされる温浴施設も少なくない。そこで、おふろ×カフェ」というスタイルにユニークな特徴を付加して施設の再生を果たすビジネスを行っているのが、株式会社温泉道場だ。現在、埼玉県を中心に6つの温浴施設を運営するが、注目すべきはすべての施設でコンセプトが異なる点だ。

「前職ではコンサルティング会社で温浴施設のコンサルトを行っていました。その中で、温浴施設には市場性はあるものの、似通った形態の施設が多いことも感じていました。そこで、徹底したマーケティングと綿

おふろに入らずドライエリアだけ利用する客も少なくないという。

「コンセプトは決めるものの、最初からつくり込まず施設のブラッシュアップは柔軟に行えるようにしています。私自身が施設を利用しながらお客様を観察して声を拾い、変化させるべき点を探っています。これは、顕在化していないニーズを形にするため。温浴施設は旅館やホテルと比べて来店頻度も高いため、飽きさせないための進化をさせることが不可欠なんです」

おふろを通して文化を発信し
地域に貢献

「ゆったりできる空間」を重視して、採算は取れるのか。実は、もう一つの特徴が、経営不振の温浴施設を譲り受け、居抜きで活用するという戦略だ。

「温浴施設で最も改修コストがかかるおふろはできるだけ元の状態を生かし、過大な設備投資を行わないようにしています。そのため、回転率に頼らずに入場料だけでも経営が成り立ちます。結果、ゆったり過ごす空間を長時間提供できることにつながるわけです」

「料金体系も様々。レジャー感覚で訪れる観光客用の1日コースや、地元客用のおふろ利用のみなどがある。また、同社の施

ここが注目ポイント

おふろ×カフェ×ローライズされた
コンセプトで温浴施設を再生

“居抜き物件”と“ゆったり過ごす空間”
で回転率に頼らない経営を実現

地元企業とのコラボレーションで
地域活性化と文化の発信にも貢献



ポルダリングウォールを完備した「おふろ café bivouac」（埼玉県熊谷市）
入館料金（入浴含む）フリータイム：大人1,380円、時間制：60分 大人430円～



ゲストハウスをコンセプトにした「おふろ café utatane」（埼玉県さいたま市北区）
入館料金（入浴含む）フリータイム：大人1,260円、時間制：60分 大人500円～

地域密着、地域活性で「おふろ」のその先へ

現代の芝居小屋

昭和レトロな温泉銭湯
玉川温泉

3世代で遊べるおふろ

株式会社 温泉道場 おふろから文化を発信する

家族向けレジャー施設

北欧風ゲストハウス

靴・健康・地産地消

地域固有の魅力を発掘し、この場所でしか生み出せない価値を届ける

密な事業計画の立案を行い、それぞれの施設と地域に合ったコンセプトを持つ施設づくりに着手しました。例えば、さいたま市にある「おふろ café utatane」は、駅前の立地を生かした「ゲストハウス」をコンセプトとし、訪れた人が我が家のようにくつろげる施設づくりを目指しました。木をふんだんに使い、寝転がって漫画を読んだりハンモックに揺られて昼寝することのできる空間をつくったのもそのためです」

「一方、熊谷市にある「おふろ café bivouac」では、遊び」をコンセプトにポルダリングウォールを完備し、流行のグランピング※の雰囲気も楽しめるなど、趣の異なる温浴施設となっている。同社の施設再生の特徴の一つが、ドライエリアの改築に力を入れている点だ。

「通常の温浴施設再生というと、おふろ部分を改築するか、エステや食堂など、お金が落ちる設備」を強化しがちです。しかし利用者にとってある意味贅沢な「ゆったりできる空間」が必要で、それが集客につながると思うからです」

「これは、山崎氏が2000カ所以上の温浴施設を視察して導き出した答えであるという。何もせずにゆったりできる空間づくりは、思い思いにくつろげるお洒落なカフェというスタイルにつながった。実際、

設はコンセプトを絞ってはいても客層は幅広い。四口市の「おふろ café 湯守座」は大衆演劇が楽しめる温浴施設。館内のデザインや館内着を変えたことで若い世代の利用者が増え、彼らが古い文化に触れるきっかけづくりにもひと役買っているからだ。

「湯守座は60代、70代の既存客も利用するハイブリッド型の施設に生まれ変わっています。黒字化だけ目指すよりも、施設が持つ役割などを再提示できるようにしたい。当社では、収益を狙う部分と採算を考えずにやる部分とのバランスが大切だと考えています」

「地域に根差し商品のストーリー性も大切に地元企業とのコラボレーションにも力を入れる。「おふろ café utatane」では川越地ビール、「おふろ café bivouac」ではアウトドア用品のスノーピークなど、コンセプトごとにコラボ先を厳選し、付加価値を提供する。

「埼玉県比企郡に誕生した『ときたまひみつきちCOMORIVER』は、スパイス&ハーブをテーマにしたカフェ、BBQ場、宿泊の複合レジャー施設となっています。当社初となる温浴施設ではない施設ですが、地域活性化と文化の発信に貢献できると考え、オープンに踏み切りました。今後こそ施設ならではのストーリーやコンセプトを持つ施設を手がけていきたいと思っています」

※ グラマラス（魅力的な）とキャンピング（キャンプ）を組み合わせた造語。自分でテントの設置などをすることなく自然の中でホテルのようなサービスが受けられる新しいキャンプスタイル

住宅低炭素化の促進継続

— 2019年度予算概算要求 (環境省、経済産業省、国土交通省)

2019年度予算の各省庁からの概算要求が8月31日に公表された。一般会計の要求総額は102兆円台後半に上り、5年連続で100兆円を超えた。環境省・経済産業省・国土交通省では引き続き住宅の低炭素化を促進する。住宅関連の主な重点項目は以下の通り。

【環境省】

● ZEHへの支援継続

戸建のZEH建設・設計を促進するための支援を継続、定額70万円/戸の補助を行う。また、高性能建材による住宅の断熱リフォームの支援も継続。さらに低炭素性能の優れた先進素材や再エネ熱活用などに、定額の支援を新たに行う。

【経済産業省】

● ZEH+実証事業継続

現行のZEHより省エネをさらに向上させ、太陽光発電の自家消費率拡大を目指したZEH+の実証を支援する。また、既存住宅の断熱・省エネ性能の向上を図るため、工期

短縮可能な高性能断熱建材や、快適性向上にも資する蓄熱・調湿材の次世代省エネ建材などの効果の実証を支援。

【国土交通省】

● 災害等に強いまちづくりの支援強化

「平成30年7月豪雨」による被害を踏まえ、災害により被害を受けるおそれがある住宅の移転や改修などに対する支援が強化される。また、密集市街地における建築物の耐震化・不燃化をさらに促進する。

● 地域型住宅グリーン化事業増額

地域における木造住宅の生産体制を強化し環境負荷の低減を図るため、省エネ性能や耐久性などに優れた木造住宅・建築物を支援する「地域型住宅グリーン化事業」は、今年度比1.22倍の140億円を計上した。

● 建設業の人材確保・育成、魅力ある職場づくりを強化

建設産業の働き方改革の推進、安心して働き続けられる環境整備、多能工化の推進などの取り組みを引き続き継続。中長期的に人材確保・育成を進めていく。

わが社のイチオシ

強みは、商品売るだけでなく 提案力と工事力を持つ営業

株式会社フジコー 宇都宮支店
工務部

石川恭子さん

わが社の強みは「工事力」だと思います。社員みんなが工事にとっても強いのです。私は営業担当ですが、給排水の設備工事では役所に申請する配管図面を引いています。工業高校で勉強した図面を引く技術が役に立ち、営業成績も上がってきました。他の営業担当も、足場工事や外壁工事に強い人など、それぞれが独自の得意分野を持っています。

建築資材の商品を売るだけでなく、「工事力」や「提案力」という付加価値も売ることによって、お客様に満足していただけるように心がけています。そのためには、商品や施工工事の知識に加えて住宅に関連する補助金や制度についても学ぶ必要があり、勉強の毎日です。

次々に新製品が発売されるうえ補助金制度が多数あり、改正されることも多いので、お客様に役立つ

正しい情報をご提案するのはなかなか大変です。メーカーさんの勉強会に参加したり、社内の先輩から教えてもらったりしています。

最近、リフォームを希望されるお客様が多いので、お客様の要望に沿った満足していただけるリフォームの提案に力を入れたいと思っています。先日も、リフォームで飲食店を開きたいというお客様の工事に携わりましたが、配管工事はもちろん、どのような水栓を付けたらよいかなどをご提案したところ大変喜んでいただき、提案力の大切さを感じました。



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

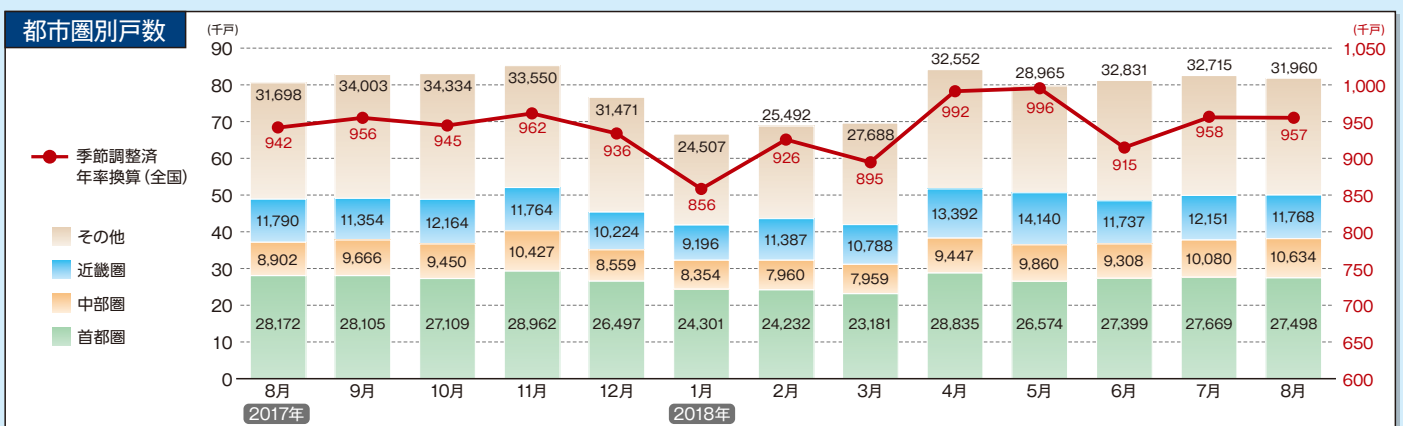
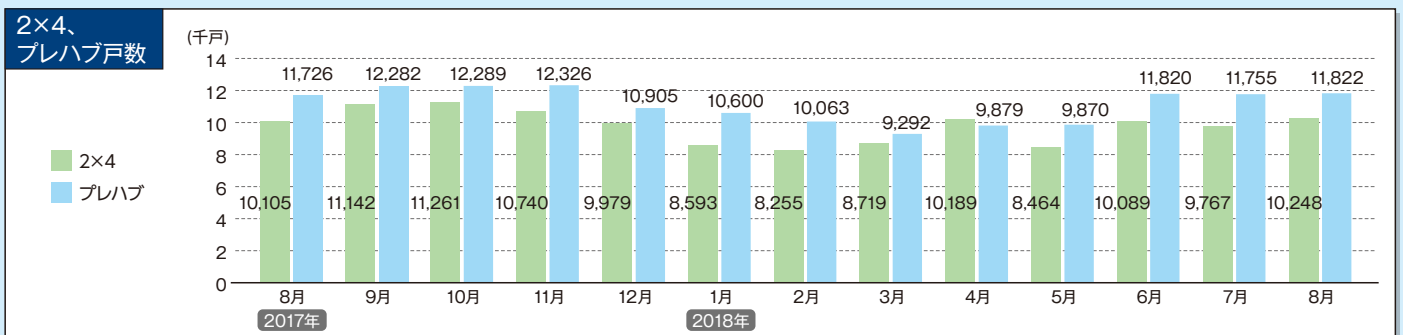
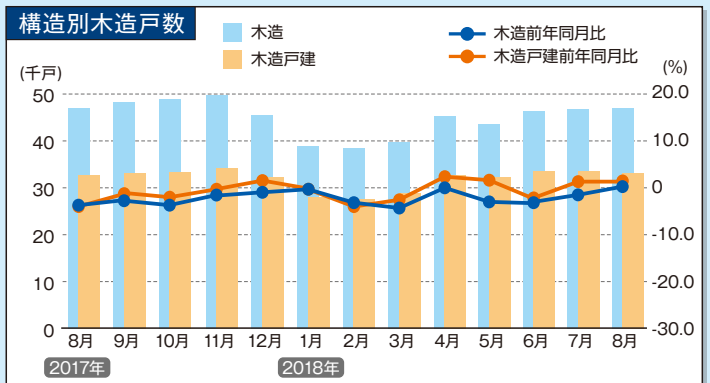
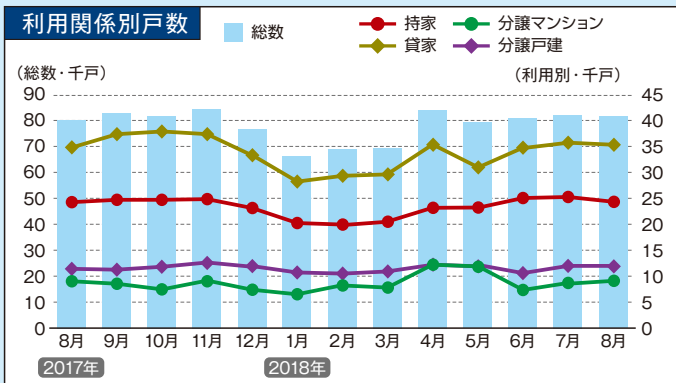
地震や台風など国内外で災害が続いています。被災された方々には心よりお見舞い申し上げます。今号で特集した「SDGs」、取材に伺った蟹江先生はあえて「SDG」と呼ばれているそうです。ただでさえ横文字で分かりにくいのでせめて文字を少なくしたいということでした。お話を伺い、一人ひとりの行動次第で豊かな未来にできるのだと目が覚めたような気分です。S（さあ始めよう、自分）D（できる）G（ゴールから）で私も頑張りたいと思います。（E）

表紙：住友林業（株）住宅・建築事業本部 水戸支店 水戸第二住宅展示場

* 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

2018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		81,860	1,298	1.6%	▲ 382	▲ 0.5%	82,615	81,275	79,539
建築主別	公共	904	270	42.6%	▲ 608	▲ 40.2%	1,393	1,510	1,070
	民間	80,956	1,028	1.3%	226	0.3%	81,222	79,765	78,469
利用関係別	持家	24,420	41	0.2%	▲ 1,921	▲ 7.3%	25,447	25,148	23,321
	貸家	35,457	489	1.4%	▲ 1,327	▲ 3.6%	35,847	34,884	31,083
	給与住宅	658	171	35.1%	50	8.2%	436	962	1,191
	分譲住宅	21,325	597	2.9%	2,816	15.2%	20,885	20,281	23,944
	うちマンション うち戸建	9,146 11,953	37 460	0.4% 4.0%	2,331 552	34.2% 4.8%	8,699 12,004	8,253 11,903	11,861 11,944
資金別	民間資金	73,327	450	0.6%	27	0.0%	73,250	72,130	72,040
	公的資金	8,533	848	11.0%	▲ 409	▲ 4.6%	9,365	9,145	7,499
	公営住宅	792	256	47.8%	▲ 208	▲ 20.8%	1,326	1,386	903
	住宅金融機構融資住宅	3,873	266	7.4%	133	3.6%	3,893	4,137	3,641
	都市再生機構建設住宅	48	27	128.6%	▲ 248	▲ 83.8%	20	0	18
	その他住宅	3,820	299	8.5%	▲ 86	▲ 2.2%	4,126	3,622	2,937
構造別	木造	47,010	98	0.2%	▲ 1,707	▲ 3.5%	46,932	46,283	43,399
	非木造	34,850	1,200	3.6%	1,325	4.0%	35,683	34,992	36,140
	鉄骨鉄筋コンクリート造	465	135	40.9%	284	156.9%	162	202	803
	鉄筋コンクリート造	19,624	620	3.3%	2,187	12.5%	21,002	20,298	22,898
	鉄骨造	14,620	443	3.1%	▲ 1,176	▲ 7.4%	14,419	14,372	12,338
	コンクリートブロック造 その他	55 86	▲ 5 7	▲ 8.3% 8.9%	▲ 5 35	▲ 8.3% 68.6%	49 51	71 49	59 42



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

JSP

建材トップランナー制度対象製品

押出法ポリスチレンフォーム断熱材
平成34年度目標値0.03232W/(m・K)

限界を超越した断熱性能

エクスラフォーム®

押出法ポリスチレンフォーム
JIS A 9521 (XPS3aD)
JIS A 9511



熱伝導率
0.022
W/m・K (23°C)

- ▶ 吸水性が低く安定した性能
- ▶ ノンフロン・ノンホルムアルデヒド
- ▶ 4VOC基準に適合
- ▶ 曲げ強度(靱性)に高い性能

「高断熱性能」と「効率化」を望むなら、この組み合わせ!!

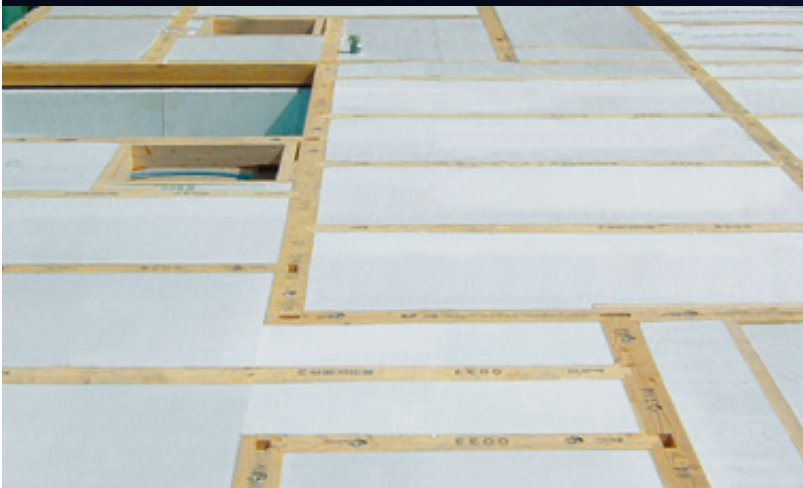
ムダなくスッキリ効率的な施工を実現!!

対応製品 エクスラフォーム® & エクスラフォーム®

大引間割付断熱工法

CADデータ対応!!
「CEDXM」、「DXF」形式

▶ 必要なだけの「断熱材」を
プレカットしてお届け



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 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

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

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)

建材マンスリー
NO.636
OCTOBER
2018

10

昭和39年8月創刊 第55巻 平成30年10月1日発行(毎月1日発行)
発行人/福田 晃久 発行所/建材マンスリー編集室 〒100-8270
住友林業株式会社 木材建材事業本部 事業企画部

通巻636号

東京都千代田区大手町1-3-2(経団連会館)

TEL 03-3214-3280

FAX 03-3214-3282

TEL 03-3214-3282