

建材 マンスリー

No.643 **5** MAY
2019

特集

自然を感じる住まい ～「家×アウトドア」の新潮流～

好木心

木を味わえる体験型施設 「果夢林の館」

注目企業を訪ねる

株式会社バカン



自然を感じる住まい ～「家×アウトドア」の新潮流～

最近、自然を感じさせる空間をコンセプトにした住宅を
ハウスメーカー各社が商品化している。

大開口のリビングから室外につながる広いウッドデッキの提案や、
アウトドアメーカーとのコラボレーションによる新しい暮らし方の提案などだ。

こうした家づくりに、人々の注目が集まっている。

好調なアウトドア市場を背景に、増えつつある自然志向の潮流に対応するには、
どのような住まいの要素が必要なのか。

今号では、自然を楽しみたい人にとっての理想の住まいについて、
そのトレンドと具体的な事例を探る。



自然志向に対応した住宅を ハウスメーカー各社が提供

——消費者のアウトドア志向や自然志向は高くなっていますか？

アウトドア用品の国内市場は年々拡大しており、消費者のアウトドアや自然への関心は確実に高まっていると思います。矢野経済研究所「アウトドアビジネス2018」では、アウトドア市場を分野別に見ると、4400億円市場の57%を占めるのがキャンプやハイキング、野外フェスといった「グライトアウトドア」の分野となっています。最近のアウトドアのイメージは昔と比べてずいぶん変化しており、専門的な道具や知識が必要な登山などではなく、おしゃべりで気軽に楽しめる「グライト」なものが増えているように感じています。

その変化のきっかけは、90年代後半以降の野外ロックフェスティバルではないかと私は考えています。現在も夏になると全国各地でロックフェスが開かれますが、音楽を聴きながら自然の中で友人たちと楽しむことを経験した若者が、30代、40代になってアウトドアや自然を好む大人になったのではないかと。そして音

楽やファッションなどの文化と結びついた「外で楽しむ」ことが、一般にも浸透していったという背景があると思います。

——住宅にも自然を感じることを求められているのでしょうか。

少子化など世帯構成が変化するなか、住宅に対する価値観が変わってきており、建物にあまり大きさを求めなくなり、家を小さくした分、敷地を有効に使うという発想が目立ちます。リビングにつながるウッドデッキなど、室内とボーダーレスになった室外空間を生活の場にする方向性が出てきました。つまり建物の中だけが住空間ではない、と考えるようになったのです。

——ハウスメーカー各社がアウトドア志向や自然志向の家の開発をしています。

生活空間に自然を取り入れる設計手法は、昔から多くの建築家が試みてきました。ここ4～5年顕著なのは、大手ハウスメーカーがアウトド



株式会社住宅産業研究所
TACT編集部 編集長

布施 哲朗氏

アや自然を意識した商品を開発していることです。アウトドアメーカーとのコラボレーションも盛んに行われています。

例えば、空間の用途を限定せず住む人が自由に使うという設計コンセプトで、外と中の空間を大きく一体化させた商品です。ウッドデッキをリビングの一部にしたり、あるいは外でバーベキューなどを楽しむダイニング空間として使ったりできます。こうしたアウトドアリビングの発想の家は、最近いろいろと出てきました。

リビングの開口部を天井いっぱいまで高くして、そこからつながる広いテラスに軒やシェード、オーニング（可動式の日よけ・雨覆い）をかける。ハンモックをついたり、アウトドアで使うベンチを置いたりする。室内と室外が一つの空間となるアウトドアリビングへの関心は、ますます高くなってきているという感じがします。

2階のバルコニーや屋上を アウトドアリビングにする

——取り入れ方も本格的なものからライトなものまであるようですが、本格的に取り入れるならログハウスを選んだり、無垢材など木質感到こだわるのもあります。敷地に余裕があれば、庭にテントを張るスペースや、バーベキュー用のかまどを設置することもできます。

敷地があまり広くない場合は、リビングを2階にしてその一部を半屋外空間にしたり、屋上を利用してアウトドアリビングにするなどの方法が考えられます。細長い敷地に建てられた京町家などでは、中庭や坪庭を利用して、光と風を通して自然を感じる工夫をする設計も多く見られ

ます。

最近、玄関スペースを広く取り、土間を様々な用途の空間として使うのがトレンドになっているようです。玄関を入り口の場所としてだけでなく、例えば趣味の自転車のメンテナンス作業場などに活用するので、このように、テラスや玄関スペースなど、外と中をつなぐ中間領域を広げようという流れがあるような気がします。

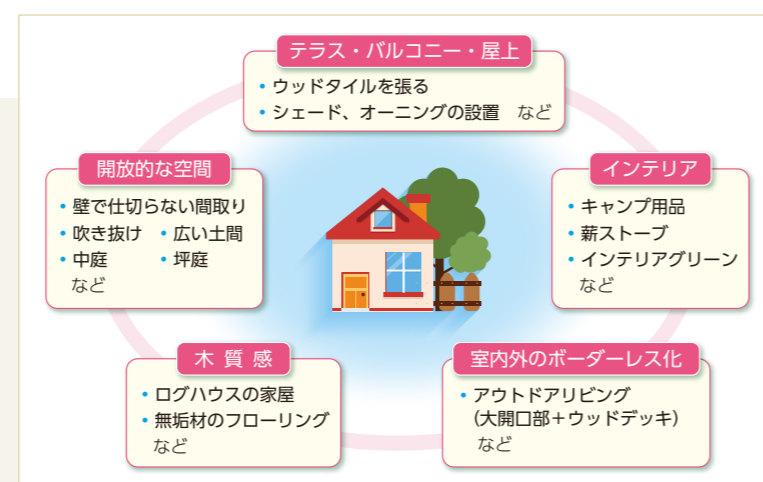
自然を感じるもつとライトな方法としては、インテリアをアウトドア感のある家具や道具で整える、インテリアグリーンを配置するなどもあります。最近ではボルダリングの壁を設置した住宅も登場しています。

さらに戸建て住宅だけでなく、マンションでも自然志向が見られるようになってきました。広めのバルコニーなら、アウトドア用の椅子とテーブルを置いて外で食事をしたり、植物を育てたりして、あたかも庭のあるような暮らしを実現できます。

——「外」の活用で、暮らし方などのコト提案ができますね。

住宅会社の営業の方が家を売るとき、家の中だけでなく外での過ごし方も提案できれば、営業にとって大

図. 自然を感じる住まいの要素



きな武器になるでしょう。これからはモノの説明ばかりではなく、外とつながることで自然を感じられること、そしてその外ではどんな暮らし方が実現できるかなどのコト提案が大切になると思います。

また、自然を感じさせる重要なアイテムであるウッドデッキなどは、塗装など継続的なメンテナンスが必要です。住宅を供給する側が定期的なメンテナンスを請け負えば、顧客との関係性がより継続しやすくなるなどのメリットがあります。



写真：住友林業「GRAND LIFE Terrace Style」(詳細は6ページを参照)

家とは暮らしを楽しむ道具

株式会社アールシーコア

「住む」より「楽しむ」のブランドスローガンのもと、自然派個性住宅「BESSの家」を全国展開し、国内のログハウス市場でトップシェアを誇るアールシーコア。日本の住まいにログハウスという市場を切り開いたパイオニアに、商品開発のポイントや自然を感じる住まいの特徴などについて話を聞いた。

内と外の境界線を曖昧にする

1986年、「衣」「食」だけでなく「住」の市場でも「好き嫌い」という感性で家を選ぶ時代が到来することを把握え、当社のBESS事業はスタートしました。そして、利便性

や機能性を特徴とする家ではなく、「自然体で自分らしい暮らしを楽しむための道具」としての家づくりを追求。ログハウスを出自としたベリックでありながら個性的な5つのラインアップを展開してきました。例えば、大きなベランダ空間であ



ログハウスと日本の木の文化が融合した「G-LOG」。2階の軒下スペース「NIDO」

るNIDO(二ド)を備えた「G-LOG(ジーログ)」シリーズでは、2階の軒下を新たな暮らしスペースとして提案しています。三角屋根の軒下に風通しのよい10畳ほどのベランダ空間を設け、家の内と外をひとつながりにし、移り変わる季節と自然を感じながら暮らす楽しみを提供。「NIDO」とはイタリア語で「巣」のこと。軒下を空中とつながるもう一つの部屋として捉える家となっています。

しは現実的ではありません。ならば、自然を感じ、人間が自然体でいられる理想的な暮らしに家をどう近づけていけるのか。それがBESSの目指すところです。

自然を感じる住まいにするためには、外とつながる暮らし方ができること、つまり、暮らしの境界線をあいまいにすることがポイントです。柱が少なく吹き抜けがあるなど、縦横が広がる開放的な空間や、玄関スペースを設けず扉を開けるとすぐにリビングが広がっていることなどが挙げられます。床材には柔らかい無垢材を使い、室内でも足の裏で自然を感じられることで、デッキなど外の空間との行き来の抵抗もなくなります。

手間を楽しむ
長期愛着住宅へ

私たちは、「大切なのは、家そのものではなくその先にある暮らしである」と考えています。家は買うことがゴールではありません。買ってか

ら長い付き合いがスタートします。愛着を持てるか、大事にしたくなるかという要素がとても重要なのです。

自然材を用いるBESSの家は経年変化があり、メンテナンスフリーというわけにはいきません。デッキは年に1回セルフ塗装を行うのが理想です。また、薪ストーブを設置すれば、煙突掃除が欠かせません。しかし、これらの手間を楽しみ、経年変化を味わいと捉えることで、BESSの家の魅力は増していきます。引き渡し時の家は70点でもよく、経年変化や手をかけた分だけ価値が高まり、暮らしてから120点にもなる。そんな「長期愛着住宅」の提供を目指しています。

当社ではもともと自然派志向でアウトドア好きな施主が多いのは確か



無垢材を組み上げたログ壁が特徴の「カントリーログ」。(上)木質感ある開放的な吹き抜け。(下)広い土間は趣味の場として活用できる

です。一方、アウトドア未経験でも、BESSの家の暮らし方を知ること

で、DIYやバーベキューを楽しむながら自然体で暮らしたいという欲求が引き出されるケースも多くあります。子どもを自然の中で育てたいという若い世代、あるいは長年の都心のマンション暮らしから変わりたいという熟年世代も増えていきます。以前よりも自然回帰的な人、普通の暮らしや便利な暮らしに物足りなさを感じている人が増えているという実感があります。

実際に、BESSの家に住んでから、アウトドアに目覚める人も多いうです。施主に対して行った暮らしに関する調査では、BESSの家に住み始めてから新しく始めたこととして、DIYや薪集め・薪割りを

挙げる方も多く、新たなライフスタイルにつながっています。

LOGWAYコーチャー制度で暮らしの楽しさを発信

全国のBESSでは、「LOGWAYクラブ」という会員制度を昨年秋から始めました。手間をかけて自分の家を育てていくことを面倒だと感じる人には、BESSの家はお勧めできません。そこで、ミスマッチをなくし、本気で検討している人をサポートするため、用地の紹介や割引特典がある会員制度を設定(会費1万円/年)。中でも好評なのが、LOGWAYコーチャー*とのパートナー。当社では、実際にBESSの家に住んでいる人がメンテナンス



「ワンダーデバイスGANG」の間取り。「軒下リビング」というコンセプトが特長

やDIYなど暮らしの楽しさを発信するコーチャー制度を設けています。元々、ユーザー同士が家を行き来したり、SNSを通じて暮らしを発信するなど、当社では予想していなかったつながりが生まれていた中、コーチャー募集をしたところ、一年で約530組の方に登録いただきました。

4月からは、LOGWAYクラブ会員だけの限定モデル「ワンダーデバイスGANG」を発売。小さく建てて大きく暮らす「ガングセプト」で、暮らしの中心がウッドデッキによる軒下リビングという画期的なスタイルです。今後も、BESSのファンの要望に応え、自然の中の遊びの基地のような、「住む」より「楽しむ」を実現できる様々な暮らし提案をしていきます。

*コーチャー：暮らしの楽しさをボランティアで伝えるBESSの先輩オーナー



株式会社アールシーコア
広報企画
木村 伸氏

庭とつながるテラスリビング

—住友林業株式会社

「いい木と住むこと」をコンセプトに木を生かした住まいづくりをしている住友林業では、自然とつながりのある暮らしを実現するため、庭とつながる空間を大切に商品展開を行っている。

テラスリビングで理想の暮らしを

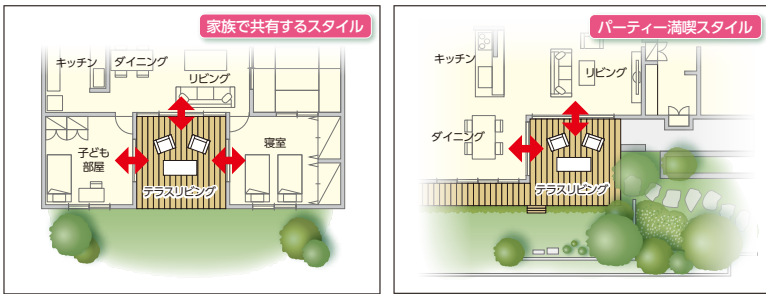
住友林業では、平屋建て住宅ブランド「GRAND LIFE」シリーズに、ウッドデッキで庭とつながる空間と

してテラスリビングのあるスタイルを昨年4月に加えた。

「平屋建ては地面に近いので外との一体感が強く、庭にも出やすいので、外とつながるウッドデッキは親和性があります。さらに、テラス



「The Forest BF」の無垢角材を使用したウッドデッキ



2タイプのテラス例。(左)テラスを寝室や子ども部屋などで囲み、家族の共有スペースに。(右)大人数のゲストを招き入れるL字型の広いテラス



住友林業株式会社
住宅・建築事業本部 営業推進部
技術商品開発部
マネージャー

中野 邦彦



住友林業株式会社
住宅・建築事業本部 営業推進部
営業戦略グループ マネージャー

岡本 陽一

リビングは、家族や友人とのふれあいの場になり、コミュニケーションを深められるという提案です。東日本大震災以降、家族の絆を大切にしよう、という流れも背景にあります」(中野邦彦)

テラスリビングのパターンを選択することにより理想の暮らしを実現できる。

「リビングからもダイニングからも出入りができるL字型にすれば、人を招いてバーベキューパーティーなどを満喫できます。各部屋に囲まれた設計なら、周囲からの視線を気にせずに家族だけの特別な空間になります」(岡本陽一)

自然志向の若いファミリー層にも人気で、フラットな家事動線の利点とともに、付加価値のある休日をごせるテラスリビングが好評だ。

また、「日本の四季を愉しむ」がコンセプトの「The Forest BF」では、四季をさらに細分化した七十二候*に着目し、繊細な季節の移ろいを暮らしに招き入れる提案をしている。

風や香りなど五感で受け取るための大開口、季節を感じる植栽のある庭と一体化する無垢角材のウッドデッキなどだ。無垢角材のウッドデッキは、1、2年おきに施工自身に塗装のメンテナンスをしてもらうことをコンセプトに含めている。これは、「メンテナンスも家族の行事として愉んでもらいたい」という思いからだ。

住友林業ではフローリングの幅に揃えることが可能なウッドデッキ商品も扱っており、揃えることでより内と外の一体感が増す。サッシをフラットレベルにすれば、段差がなく外に出やすいテラスとなる。さらに同社オリジナルのビッグフレーム構法により高い天井と最大7.1mの大開口を設計できるので、外をより感じられる空間にすることが可能だ。

展示場では、日除けのタープやハンモック、テーブルやイスなどを設置し、どういった暮らしができるのかのヒント提案を重視している。暮らしを疑似体験し、より魅力を感じてもらえることが付加価値を高めるのだ。

*七十二候：季節を表す方式の一つ。約5日ごとに変わる時々の気候や事象の兆しを伝えるもの。古来日本人が大切にしてきた人と自然の結びつき、健やかに暮らすための知恵が宿っているとされている

【こうき-しん】

好木心

vol.40

木を味わえる体験型施設

「果夢林の館」



写真提供=果夢林ショップ運営協議会



北

北海道北見市留辺蘂町にある道の駅「おんねゆ温泉」。その一角に、木とふれあい、木に学ぶ体験型パビリオン「果夢林（かむりん）の館」がある。国内有数の経木*

生産量を誇り、森林の町として昔から木材加工が盛んなこの町にふさわしい人気の観光施設だ。

エゾマツやトドマツをふんだんに使用した木造平屋建ての館内は、地元の木工芸品などを展示販売している「果夢林ショップ」、常駐の指導員の下で木工体験が楽しめる「クラフト体験工房」、木製遊園地「果夢林ワールド」の木に関連した三つの施設で構成されている。「果夢林ワールド」では大型の木の宮殿やらせん滑り台、木の砂場、木のつり橋などの遊具が配されている。大人から子どもまで遊びを通じて木の感触やぬくもり、木の美しさを体験することができる木育の場となっており、来館者を楽しませている。「果夢林」の由来は、「果てしなく、夢が広がる、林（木）の町であることを願い、多くの人たちが訪れる（COME）町であるように」との意味。一般公募の中から町内の中学生が応募した名称が採用された。

敷地内には、世界最大級のからくりハト時計塔「果夢林」がシンボルとしてそびえ立つ。時報ごとに森の妖精たちがメロディを奏で、演奏が終わると平和の象徴であるハトが時を告げる。町の平和と繁栄を願い、時を刻み続けている。

※ 経木：スギ・ヒノキ等の材木を紙のように薄く削ったもの

注目企業を訪ねる

付加価値創造に挑戦

「混雑」あるところにビジネスチャンスあり！ 待ち時間から人々を救う 新サービス

株式会社バカカン



代表取締役

河野 剛進氏

本社 ● 東京都新宿区揚場町 2-20 嶋田ビル5F
創業 ● 2016年
従業員 ● 25名
事業内容 ● IoT・AIを活用した空席情報検索プラットフォーム 開発・提供

リアルタイムで空き情報を提供し
無駄な時間を徹底排除

「外出先で、レストランやカフェは満員、デパートや駅ビルではトイレが混雑して空きが見つからないという経験を、誰もが一度はしたことがあるだろう。そんなイライラをIoTとAIの力で解消しているのが、株式会社バカカンだ。無駄な時間」に注目し、様々な場所の「空き情報」をリアルタイムで提供している。

「アイデアの原点は、私自身に子どもが生まれたことにあります。家族で食事に出かけた際、店を探し歩き行列で待たされたことで子どもがぐずって泣き出し、楽しかった時間が大変な思い出になったことがありました。忙しく働く現代人にとって、家族と過ごす時間が貴重であることを身を持って

「これらのサービスでお客様のイライラを解消し、顧客満足度の向上が期待できます。また噴水効果やシャワー効果*が望め、混んでいるから帰ろう」の客を逃しません。実際にスローンとバカカンの両方を導入している大手百貨店では、半年で来場者数3%、滞在時間4分アップしたというデータもあります」

「混雑」が存在するところなら
どこにでもニーズがあるはず

「これまで、混雑場所の人の出入りは管理されていないか、オペレーターなどが介在していた。しかし同社は、人を介さず瞬時に情報提供できる。また、見守りなどでIoTを活用した競合も現れ始めているが、「混雑」に特化したサービス展開は同社だけ。さらに時間の無駄を解消し、快適を提供したいという同社のサービスは導入側のニーズにも合致している。」

「混雑状況に合わせてサインージ表示を最適化する」VDO (Vacant-driven Display Optimization) による独自技

ここが注目ポイント

トイレや飲食店の空き状況をリアルタイムに「見える化」

利用者の満足度と導入側の利益を両立

「混雑」に特化したインフラサービスを目指す

「VACAN」の導入メリット

- 今、空いているカフェやレストランが「1秒」で見つかる
- 予約ではなく「暇も夜も」[今]の空き状況が分かる
- ビルの入り口で高層階や地下など離れた場所もひと目で
- 「AI」による自動の空き状況判定で店舗オペレーションを自動化
- スマホを使うのが苦手な方でも、看板を「見るだけ」で分かる
- 特許技術*に基づいて、混雑状況に合わせ、最適な表示を

利用者を便利に。そして、店舗や施設の集客力アップに寄与

* VDO (Vacant-driven Display Optimization) と呼ばれる特許技術群

「VACAN」「Throne」の仕組み



VDO技術：デジタルサインージの表示を混雑状況に合わせて最適化



満席時は「×」の代わりにクーポンを表示

「知り、空き情報が簡単に分かるサービスがあれば無駄な時間を減らして楽しい時間を過ごすことができるのに……と考えるようになりました」

「自分の時間を大切にしたい」という思いは、誰もが感じる普遍的なニーズ。モノに満たされた今は、ますますその傾向が強くなっている。ならば、「時間」をキーワードに技術の力で社会の課題を解決しようと思いついた河野氏。最初に手掛けたのは、トイレの空き情報が分かる「Throne」というサービスだ。トイレの個室にセンサー（IoT）を取り付け、人の有無を判別し、トイレの空き状況をリアルタイムでデータ送信する。

「デジタルサインージやパソコン、スマホでの確認も可能です。オフィスに導入すれば従業員のストレスが軽減し、生産性の向上にも役立ちます。ただし、開始当初はどの環境でもセンサーが正常に作動するか、電池の減りはどうなのかなど、ハードウェアを安定稼働させることに苦労しました。試作品が1度だけうまく稼働すると、それを維持させるのは難しさがケタ違いです。何度もブラッシュアップを重ねながら、現在の安定稼働に至っています」

「2018年には、飲食店の空席状況が分かる「VACAN」を開始。センサー——客が空いている店から検索できるポータルサービスも提供していく。これまでは店を検索してから空き状況を確認していたが、その逆の発想だ。自分のいる位置の近くから空いている店をピックアップし、その中から選ぶほうが満席だった場合の再検索の手間が省ける」

「プロセスを変えるだけで効率化し、時間を無駄にしないようになるわけです。このサービスは「混雑」が存在するところならどこでもニーズがあるはず。公共施設や医療機関などからも引き合いが来ています。オリンピック関連も同様で、数が多い多目的トイレへの導入も検討中です」

「今後は海外へも進出していく。すでに中国への本格参入が決まっている。」

「このサービス自体をインフラにしていきたいんです。あらゆる場所の空き状況が分かることが、意識すらしないくらい当たり前になれば、時間と心に余裕が生まれる。そして、今よりもっと心地よい世界になるはず」

* 噴水効果：商業施設などで下層の施設を充実させて下から上へ客の流れをつくること
シャワー効果：同様に上層の施設を充実させて上から下へ客の流れをつくること

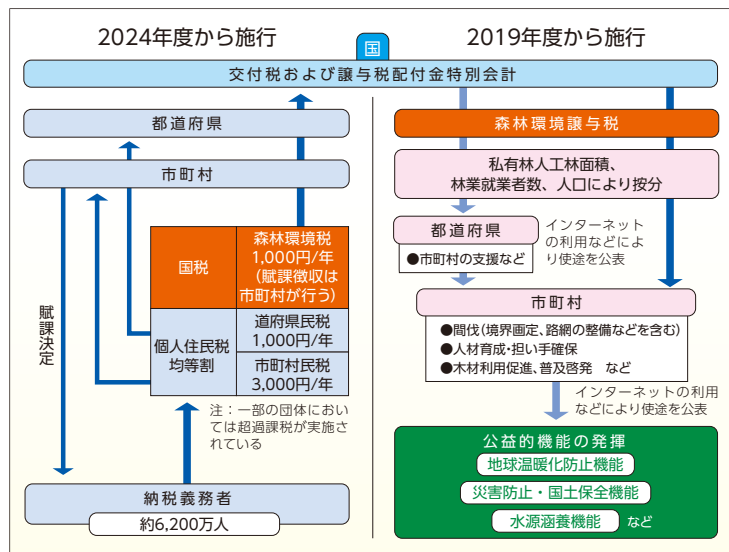
「森林環境税」と「森林環境譲与税」を創設 — 林野庁

日本の温室効果ガス排出削減目標の達成や災害防止を図るため、森林整備などに必要な地方財源を安定的に確保する観点から、2019年度税制改正において「森林環境税」と「森林環境譲与税」が創設された。

2024年度から適用される「森林環境税」は、国内に住所を有する個人に対して年額1,000円を課税する国税で、個人住民税と併せて徴収される。それに相当する額を「森林環境譲与税」として、森林整備などを実施する市町村や都道府県に譲与（配分）する仕組みだ。税収は間伐や人材育成・担い手の確保、木材利用の促進や普及啓発などの森林整備およびその促進に関する費用にあてられる。

なお、「森林環境譲与税」は2019年度から前倒しで開始し、2024年までの譲与は、暫定的に交付税および特別会計における借入により対応する。

森林環境税および森林環境譲与税の制度設計イメージ



新商品紹介

栗原はるみ氏監修のオリジナルキッチン 「harumi's kitchen」を発売 — トクラス

トクラス株式会社、株式会社ゆとりの空間、東邦ガス株式会社の3社は、オリジナルシステムキッチンを開発し、2019年4月から販売を開始した。開発にあたって料理家・栗原はるみ氏監修のもと、豊富な料理経験に基づく「料理を楽しむ」ためのアイデアが織り込まれている。

発売に伴い、「料理をもっと楽しもう」の輪を広げるプロジェクト harumi's kitchen ambassador (アンバサダー) を立ち上げた。販売網のプランナーやセールス担当などで構成されたコミュニティとして、料理を楽しむ文化を広げる「コト」提案により販売を促進していくという。

■ harumi's kitchenの主な特長

- ① 収納できる可動式のワークトップワゴン
- ② 広々使える、奥行700mmの人造大理石カウンター
- ③ 跳ね上げ式扉をアクセントにしたカラーリング
- ④ 収納物がひと目で分かる引出し式のオープンストッカー



① ワークトップワゴン ④ オープンストッカー

栗原はるみ氏

料理家。家庭料理を中心としたアイデアあふれるレシピは、年代を問わず幅広い層から支持されている。現在は、レギュラー番組「きょうの料理」(NHK Eテレ)、「Your Japanese Kitchen」(NHK WORLD TV)などで活躍中。

お問い合わせ先

トクラス株式会社 秘書広報室 (TEL: 053-485-1561)
harumi's kitchen公式サイト <http://harumi-kitchen.toclas.co.jp/>

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 業務企画部

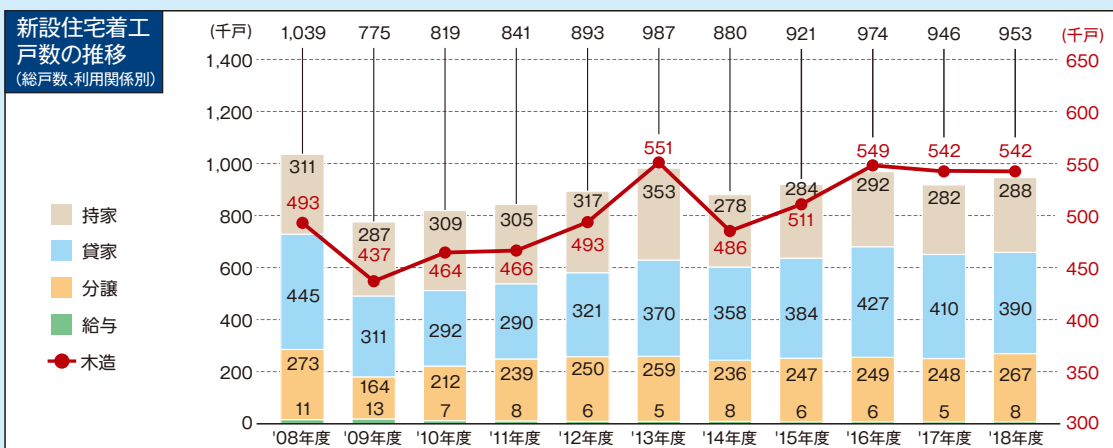
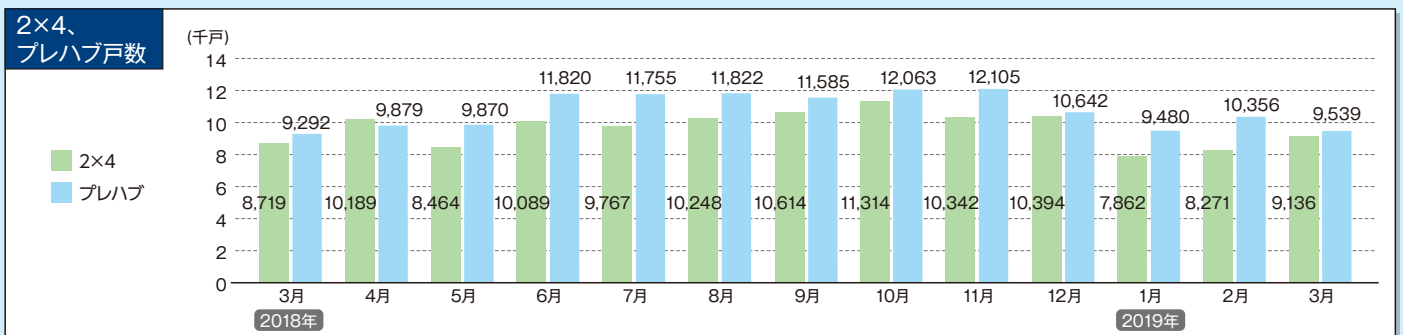
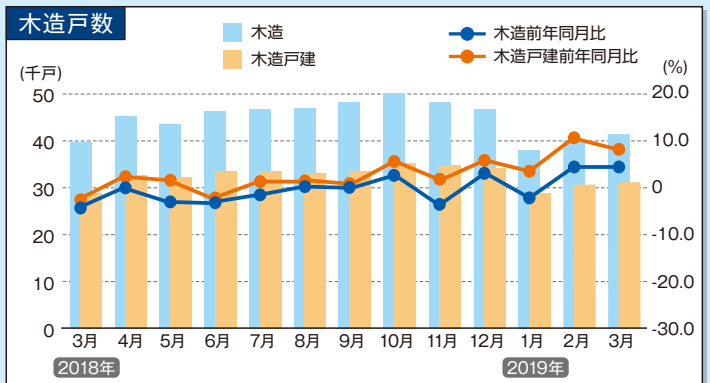
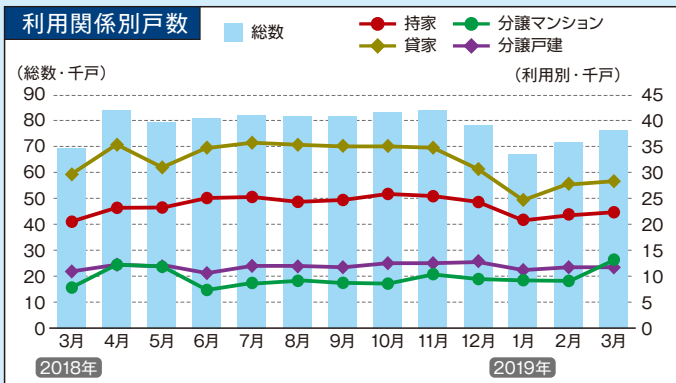
令和元年、新たな時代の幕開けです。移りゆく時の中で、地にしっかりと根を張り、時代の行く末を見極めていけるような媒体でありたいと思います。さて、商品紹介に掲載した「harumi's kitchen」の発売記念イベントが4月17日に開催されました。当日は栗原はるみさんも登壇され、「自分らしいキッチンを楽しんでほしい」と思いを語られました。栗原さんはキッチンを楽しむために、好きなものを並べるコーナーを作っているそうです。そんな発想に「いいね」スタンプです。(E)

表紙：住友林業(株)住宅・建築事業本部 多摩支店 立川第一展示場

* 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

2019年3月の新設住宅着工戸数 単位：戸 ▲は減

		3月					2月	1月	12月
		対前年同月比		対前々年同月比					
新設住宅計		76,558	6,942	10.0%	671	0.9%	71,966	67,087	78,364
建築主別	公共	1,011	▲ 258	▲ 20.3%	▲ 244	▲ 19.4%	1,667	939	531
	民間	75,547	7,200	10.5%	915	1.2%	70,299	66,148	77,833
利用関係別	持家	22,404	1,828	8.9%	936	4.4%	21,992	20,925	24,415
	貸家	28,413	▲ 1,337	▲ 4.5%	▲ 5,524	▲ 16.3%	27,921	24,776	30,788
	給与住宅	440	169	62.4%	▲ 315	▲ 41.7%	863	475	405
	分譲住宅	25,301	6,282	33.0%	5,574	28.3%	21,190	20,911	22,756
	うちマンション うち戸建	13,330 11,738	5,465 781	69.5% 7.1%	4,781 697	55.9% 6.3%	9,132 11,844	9,368 11,190	9,546 13,006
資金別	民間資金	68,744	6,201	9.9%	787	1.2%	63,997	60,244	69,960
	公的資金	7,814	741	10.5%	▲ 116	▲ 1.5%	7,969	6,843	8,404
	公営住宅	979	▲ 216	▲ 18.1%	▲ 233	▲ 19.2%	910	849	499
	住宅金融機構融資住宅	3,448	191	5.9%	▲ 195	▲ 5.4%	3,554	3,310	4,285
	都市再生機構建設住宅	0	▲ 61	▲ 100.0%	▲ 21	▲ 100.0%	683	36	6
	その他住宅	3,387	827	32.3%	333	10.9%	2,822	2,648	3,614
構造別	木造	41,428	1,692	4.3%	▲ 108	▲ 0.3%	40,000	38,121	46,815
	非木造	35,130	5,250	17.6%	779	2.3%	31,966	28,966	31,549
	鉄骨鉄筋コンクリート造	318	232	269.8%	▲ 64	▲ 16.8%	280	284	362
	鉄筋コンクリート造	23,280	4,516	24.1%	1,905	8.9%	20,208	17,911	18,662
	鉄骨造	11,456	532	4.9%	▲ 1,022	▲ 8.2%	11,393	10,685	12,387
	コンクリートブロック造 その他	40 36	▲ 25 ▲ 5	▲ 38.5% ▲ 12.2%	▲ 18 ▲ 22	▲ 31.0% ▲ 37.9%	52 33	41 45	74 64



**2018年度
新設住宅着工戸数：
952,936戸**

前年度比+0.7%

↓

昨年度の減少から
再びの増加

外壁下地用耐力面材 木造軸組

タイガー EXボード

新製品
9.5mm

硬質せっこう板に、防水性、防カビ性を付加し、
外壁下地用耐力面材としての使用を可能にしました。

シンプルな防火構造

小屋裏などは、面材を省略可能

火に強い

不燃認定材料だから燃えない
(不燃認定 NM-4127)

寸法安定性

面材のあばれが非常に小さく、
反りが生じにくい

優れた施工性

加工が容易で工期短縮

優れた透湿抵抗

透湿抵抗は非常に低く、
壁内部の結露防止に有効

寸法・重量

- 幅 : 910mm×3030mm
- 厚さ : 9.5mm
- 重量 : 26.2kg (標準品)

耐力壁

地震や台風から住まいを守ります。

タイガー EXボード
9.5mm

木造軸組

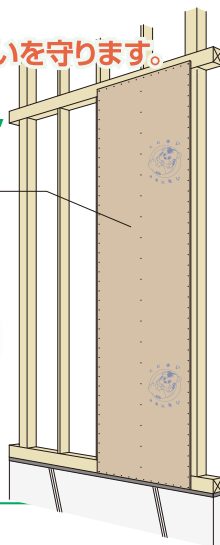
壁倍率

2.3

認定番号

FRM-0534-1

屋外側



防火構造 優れた不燃性で、火災に強い住まいを創ります。

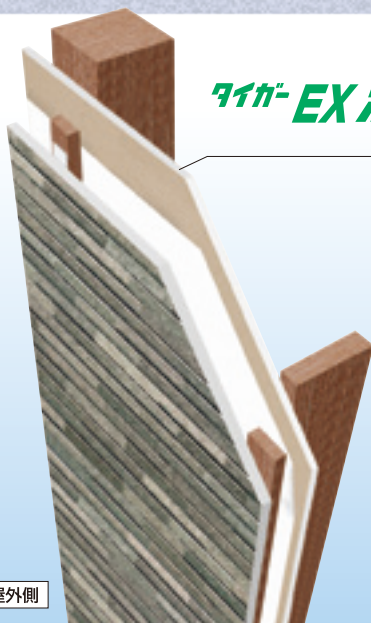
吉野防火
EX-Y15

窯業系サイディング 15mm
以上を用いた防火構造

防火構造 認定番号【木造軸組】
PC030BE-3553-1

タイガー EXボード
9.5mm

屋外側



吉野防火
EX-Y14

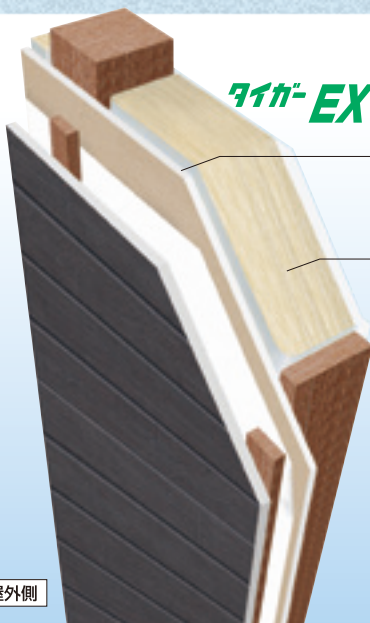
窯業系サイディング 14mm
を用いた防火構造

防火構造 認定番号【木造軸組】
PC030BE-3565 PC030BE-3576
PC030BE-3564 PC030BE-3580

タイガー EXボード
9.5mm

防湿外被付き
グラスウール

屋外側



屋内側はタイガーボードの他にタイガー防水ボードなども可能。／ 小屋裏等は面材を省略できます。

※詳細は、耐力壁、防火構造の認定書、施工指導書をご確認ください。



YOSHINO
安全で快適な住空間を創る **吉野石膏**

本社 / 〒100-0005 東京都千代田区丸の内3-3-1 新東京ビル
ホームページ / <http://www.yoshino-gypsum.com/>
●お問い合わせは：吉野石膏DDセンター 03-3284-1181

タイガー EXボード 9.5mm

検索

