

建材 マンスリー

No.644 **6** JUNE
2019

特集

空き家を“生きた資産”に 変えていくために

ここでちょっと一息 Coffee Break

AI・ロボティクスに沸き、木に収まる [ミラノ・デザインウィーク2019]

注目企業を訪ねる

まくら株式会社



空き家を“生きた資産”に変えていくために

社会問題化している日本の空き家。その数が増え続けている。
 「平成30年住宅・土地統計調査」の「住宅数概数集計結果」*1によると、5年前の前回調査で820万戸だった全国の空き家数は、26万戸(3.2%)増加して846万戸となった。総住宅数に占める空き家の割合(空き家率)も13.6%と過去最高を記録した。
 しかし、活用方法によっては、空き家は“邪魔者”ではなく、新たな価値を生み出す“生きた資産”に変えられるはずだ。
 そのための課題と解決法は何か。
 地方自治体や事業者にも、その様々な施策やアイデアを聞いた。



空き家の現状と施策 — 東京都の場合

81万戸に及ぶ全国一の空き家が存在する東京都

「平成30年住宅・土地統計調査」(詳細はP10「今月のニュース」参照)によると、全国の空き家数846万戸の中で東京都の空き家数は81万戸、空き家率は10.6%。前回(平成25年)調査に比べると空き家数・空き家率ともに若干の減少はあったが、空き家の数では相変わらず日本で一番多い地方自治体となった。

「前回調査から8000戸ほど減っていますが、戸数は全国一の81万戸なので、東京都としては、空き家問題解決は大きな課題の一つであると捉えています」

ただし東京23区やその周辺地域は借り手希望者が多いので、特に賃貸マンションなどの共同住宅では、空き家となっても比較的利活用されやすいという。

一方で、前回の調査で約2割の16万戸に上るのが「腐朽・破損あり」の利活用しにくい空き家だ。

「老朽化して倒壊の恐れがあるので解消してほしい、という苦情や要望が区市町村に多く寄せられます。東京は人口密集地域なので影響を受け



東京都住宅政策本部住宅企画部
空き家施策推進担当課長

磯山 稔氏

る人が多く、この「特定空き家」*2は大きな問題です」

空き家問題を解決する ワンストップ相談窓口を設置

約8割を占める利活用可能な「腐朽・破損なし」の空き家も、所有者に売却や賃貸などの希望があっても、具体的な方法が分からないためそのままになっているケースが多い。こうした状況に対処するため、東京都では空き家についてどのようなことでも相談できる体制作りの充実に図っている。空き家対策を総合的に実施するためには、空き家所有者等の抱える様々な課題に 대응することが必要だという。その一環として、不動産・建築・法律などの専門家団体や金融機関と協力・連携し、区市町村に「専門家による相談窓口」を順次設置している。

また、2018年度からは空き家

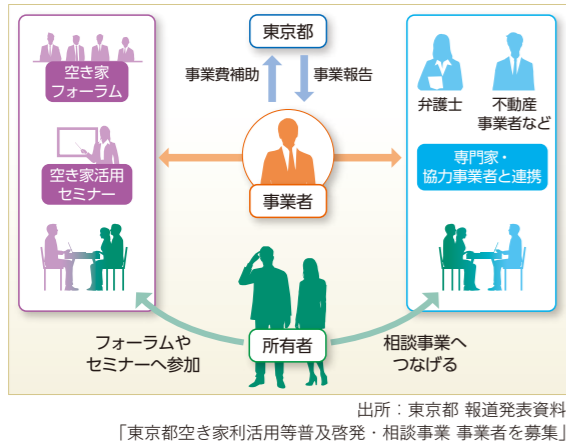
利活用の意識を高める普及啓発とワンストップの相談を一体的に行うため「東京都空き家活用等普及啓発・相談事業」を実施。公募を経て、不動産事業者や鉄道会社など5事業者が選定され、セミナーの開催、空き家利活用についてのワンストップ無料相談業務を行っている(図1)。

「空き家対策は発生抑制・有効活用・適正管理などが大切ですが、行政だけでは当然対応できないので、民間の活動を支援していこうということです。空き家になる経緯では、相続によるものが多く、施設入居、転居などが続きます(図2)。相談内容としては、土地や建物に関する

こと、お金に関わること、そして権利関係など人に関することなどです。相続人が確定しないので処分ができない、敷地が狭くて活用が難しいなど、様々な相談が寄せられています。東京都が選定した事業者であることや、窓口で専門家からのアドバイスがワンストップで受けられることなどが好評です。今までどこに相談してよいか分からなかったという方々に、安心して利用していただいていると思います。昨年度事業での相談件数は334件でした」

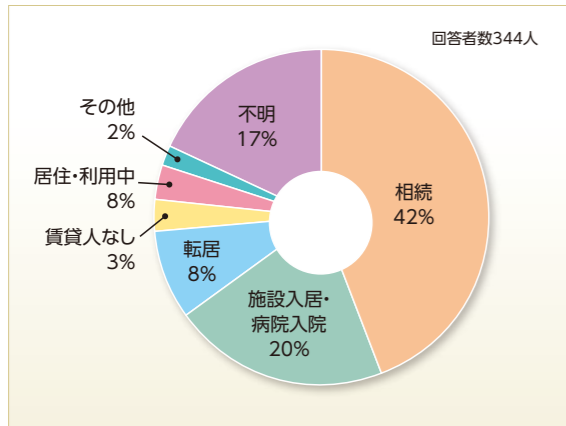
東京都では支援事業などで収集した空き家の「解決事例」と「空き家問題の基礎知識」をまとめて『東京空

図1. 「東京都空き家活用等普及啓発・相談事業」の概要



出所：東京都 報道発表資料
「東京都空き家活用等普及啓発・相談事業 事業者を募集」

図2. 空き家になる経緯



出所：東京都『東京空き家ガイドブック』

図3. 東京都が発行する『東京空き家ガイドブック』と空き家の解決事例



課題	解決策
① 老朽化した古い家で、なかなか売れない	解体などの費用を負担して買い取りを希望する不動産業者を見つけた
② 借地権付きの空き家が売れない	売却にこだわらず、賃貸での活用に変更
③ 道路に接していないので建て替えられない	解体などの費用は買い主負担で、隣地所有者に売却
④ 空き家に残置物が多い	現金化を優先して、残置物を残した状態で売却
⑤ 敷地が狭く活用が難しい空き家	通常の売却は難しいので、交流のある隣家へ相場価格よりも安い金額で売却
⑥ 自分に一番適した利活用の方法が不明	選択可能なプランの収支をシミュレーション、賃貸併用住宅へ建て替え
⑦ 空き家を賃貸にしたいという希望	予算の範囲内で収まる残置物処理やリフォーム試算を行い、定期借家契約賃貸へ
⑧ 傷みの激しい空き家に苦情が	修繕の初期費用負担が難しいため、コインパーキング事業者による借り上げ

空き家は「負債」ではなく「生きた資産」になりうる

東京都ではそのほか、空き家の利活用促進のための「区市町村支援事業」で、空き家の実態調査や対策計画作成、改修、除却などへの支援を

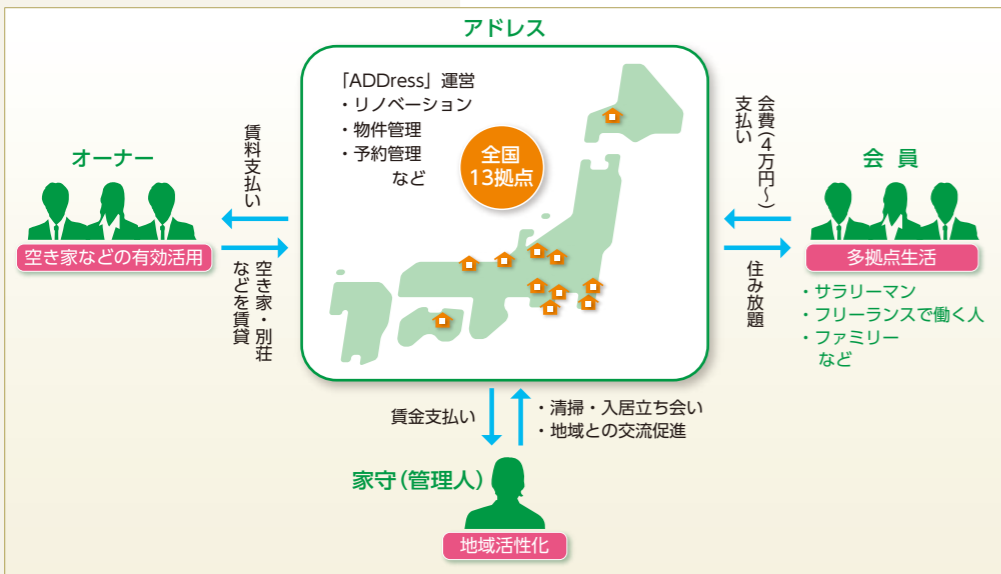
さらに東京都産業労働局による「起業家による空き家活用モデル事業」では、戸建ての空き家を活用した事業プランを考える起業家を支援するなど、局を横断して空き家を利活用する対策を検討している。空き家という側面に起業家や高齢者、福祉といった側面を掛け合わせ、様々な切り口で対応しようとしている。「空き家を「負債」ではなく、「生きた資産」にする」という視点は、東京都の空き家対策にも息づいているようだ。

「空き家の利活用は民間が主役であり、私たちはそれを支援するという立場です。その中で東京都がどのように関わっていけるか。東京都にサポートしてほしいことをご提案いただければ、できることは最大限お手伝いしたいと思っています」

*2 特定空き家：そのまま放置すれば倒壊など著しく安全上危険となる恐れのある状態、または著しく衛生上有害となるおそれのある状態、適切な管理が行われていないことにより著しく景観を損なっている状態、その他周辺の生活環境の保全を図るために放置することが不適切である状態にあると認められる空き家

*1 「住宅数概数集計結果」：5年ごとに行う「住宅・土地統計調査」の結果を早期に提供するため、住宅総数、空き家総数などの概数を、確定数の公表に先がけて公表

図1. 「ADDRESS」の概要と効果のイメージ



特集

空き家を“生きた資産”に変えていくために

全国の空き家を定額制の多拠点コリビングに変える

株式会社アドレス(東京都千代田区)

ライフスタイルの多様化に伴う多拠点居住の資源として、「空き家」を活用しようという動きが始まっている。定額制の多拠点コリビングサービス「ADDRESS」を提供する株式会社アドレスに話を聞いた。

全国住み放題サービスで空き家活用を推進

定額制で全国の拠点にどこでも住み放題という、サブスクリプション型のコリビング(Co-Living)*1サービスが、「ADDRESS」だ。拠点となる住居は、空き家やほとんど利用されていない別荘など遊休資産で、必要に応じて同社がリノベーションを行い、家具やアメニティを揃える。リビング、キッチンなどは共有となるが、光熱費、Wi-Fi・家具・アメニティの利用料、共有スペースの清掃費込みで、個室利用料が月額4万円からという低価格になっている。

2019年4月からスタートし、現在、全国に13拠点、年内には50拠点の展開を目指している。初回の会員登録では年会員の定員30人に対し、1000人以上のエントリーがあった。

特集

空き家を“生きた資産”に変えていくために

オーナーの費用負担ゼロで空き家を再生

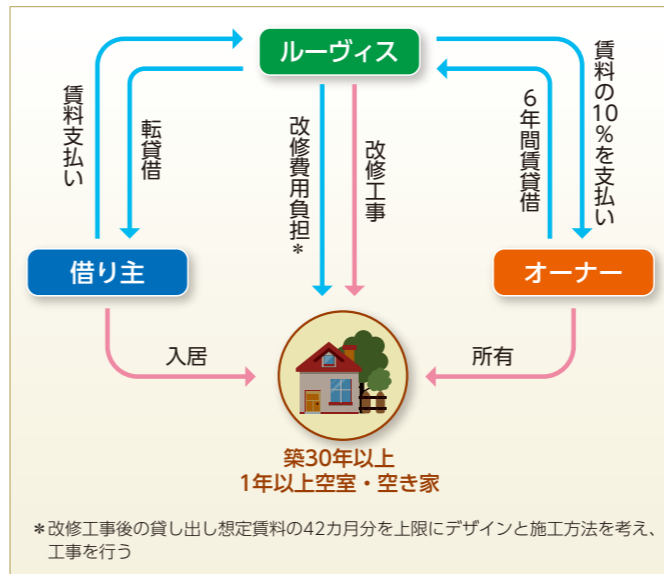
株式会社ルーヴィス(神奈川県横浜市)

築古で放置されてきた空き家を安く借り上げ、オーナーの自己負担なしで資産価値を向上させて市場に流通させる。従来になかった住宅ストックの循環に挑むのが、リノベーションに定評のある株式会社ルーヴィスだ。

古い素材が新しい価値になる

空き家を借り上げてリノベーションを施したのち、6年間サブリースするサービス「カリアゲ」を2015

図1. 「カリアゲ」のビジネスイメージ



*改修工事後の貸し出し想定賃料の42カ月分を上限にデザインと施工方法を考え、工事を行う

年より展開する同社。賃料の9割を得る代わりに、リノベーションにかかる費用のオーナー負担をゼロにする(図1)。築年数が古く、状態が悪い空き家ほど借り手を見つけるのが難しいが、カリアゲの物件は築30年以上という築古の戸建てがメインだ。「6年間借りてもらうためには、目先のデザインだけではなく、耐震やシロアリ対策など構造についても適切に改修することが重要です。物件選択はコストも勘案して選定しますが、実際に改修してみると予想と違うこともあります。その場合は、仕様変更など臨機応変に対応していくことが不可欠です」

同社は2005年にリノベーションの設計・施工会社として設立。その経験値があるからこそ、費用を先

出ししても回収できる費用内で、物件の状態に応じた改修が可能だ。物件の募集開始後3週間ほどで借り手がつき、稼働率は100%という。

「当社では供給が足りている新築物件に寄せるのではなく、需要はあるが供給数が少ないものを供給したいと思っています。具体的には、古いものを生かすこと。元の空き家にあった建具や素材はできるだけ使います。特に若い層には、何となく懐かしさを感じても今の日常にはないものが新しい価値や個性となる。そういうものを生かした改修を行うことで、他の物件との差別化につながります」

一方、設備に関しては新築同様のものに入れ替え、暮らしやすさも大切にします。さらに、子育て世代に人気の学区周辺や、駅から遠くても間取りに余裕があるなど、長期にわたり借りてもらいやすいエリアや物件を選別することも、稼働率が上

「カリアゲ」によるリノベーションの例



建材や構造など古いものも生かしつつ、新しい設備などと調和させて、1点ものの価値を生み出している

空き家を活用した拠点の一例



千葉県南房総の物件は、海が一望できる好立地。かつて民宿だった空き家をリノベーションし、共有スペースや個室を充実させた

会員は若年層から中高年層まで幅広い。「東京などに人口が集中する一方、地方は人手不足や空き家の増加といった問題を抱えています。多拠点生活者が増えることによって都心部と地方が人口をシェアリングできるとよいと思っています。ハードルが高い移住ではなく、例えば週末だけのプチ移住で生活拠点を気軽に変更する。そうすれば空き家の有効活用や、地方活性化の役にも立つと思います」

コンセプトは、会員と地域住民とのコミュニティの場となることだ。そのため、交流の場となる共有スペースを設けており、コワーキング*2スペースとしての利用も可能だ。また各拠点には、その地域で生活する人(家守(管理人))となつてもらい、清掃などの他、地域情報の提供や地域との交流イベントを行っている。

事業のポイントは、独自の魅力が



株式会社ルーヴィス 代表取締役

福井 信行氏

がる要因となる。

「地域ごとに空き家の特性は異なります。賃料が高いエリアは『カリアゲ』のビジネスモデルが可能ですが、賃料が低いと回収が難しい。しかし、空き家問題の深刻な地方からの問い合わせも多いため、借り主による改装OK賃貸『ソノママ』など、関連会社で空き家活用のプラットフォーム作りも行っています」

空き家改修は、薄利多売の住宅とは分けて考えるべきだと同社。オリジナルな一点ものとしての強みを生かすことが、空き家活用の鍵となりそうだ。



株式会社アドレス 事業開発部

明尾 知洋氏

あるエリアで、いかに良い物件を見つめられるかだ。空き家探しは不動産事業者からの紹介や空き家オーナーからの同社サイトへの応募などが主で、一部の地方自治体との連携も行っている。オーナーには同社の事業を理解し、地域とのコミュニティのあり方を一緒に考えてもらえるような関係性を築くことが事業の安定化につながるかと考えている。また今後、リノベーションの施工などで地域工務店との連携ができれば、拠点整備のスピードアップにつながるかと期待している。

同社では、2030年までに拠点20万件、会員数100万人を目指すとしている。

「多拠点で暮らすことが珍しくなくなるなど、これからは家のあり方が変わってくると思います。10年前は今ではあたりまえのシェアハウスが珍しかったように、これからは仕事も住まいも“二つ”という概念がなくなり、多拠点居住もスタンダードになっていくのではないのでしょうか」

*1 コリビング：居住スペース、ワークスペース、リビングなどのシェアスペースが用意され、居住者のコミュニティを重視した居住空間

*2 コワーキング：事務所や会議室、打ち合わせスペースなどを共有して、独立した仕事を行うスタイルのこと

空き家の古材をレスキューし新たな商材に

——株式会社 ReBuilding Center JAPAN(長野県諏訪市)

解体された空き家から出る古材を買い取り、一般向けに販売する。アメリカのポートランドで根付くこの文化を日本に浸透させるべく設立された株式会社 ReBuilding Center JAPANの取り組みは、空き家となる古い家屋の価値向上策として期待される。

古い空き家や古材を再利用する文化を根付かせたい

床材をはじめとする無垢の板ものを中心に販売している同社。プロ用ではなく一般向けであるため、DIYに扱いやすいことがポイントだ。

「日本での古材活用のハードルを下げたいんです。古い家には建材とし



古材のストック。板材がメインだが、再利用できるものであれば柱や梁なども扱う



併設されているカフェの店内。置いてあるテーブルや椅子は購入することができる

て残すべき価値のあるものが多い。

今レスキューしないと廃棄されて永久になくなってしまいうものもあります。古材を再利用する仕組みを根付かせることができれば、建物が積み重ねてきた歴史や文化を後世につなぐことにもなると考えています」

「代々引き継いできた家を自分の代で解体するのは悲しい」という空き家

の持ち主も少なくないという。しかし、建材の一部でも再利用されること分かれば、解体の後押しにもなる。「建材の“仕入れ”は9割以上が家主からの依頼で、毎月20件ほどあります。解体の現場では、買い取りできる材を我々が選別しています」

同社は販売している古材を眺められるカフェを併設しており、ショールームの役割も果たしている。古材を活用した床や机などが配されており、古材活用がイメージできるよう工夫されている。さらに、古材を使ったDIYワークショップも開催。古材活用のレクチャーも行っている。

「活用のイメージができれば、その分ハードルも下がります。また、古材販売だけでなく、空き家のリノベーションもデザインしています。古い空き家でもこんなふう生まれ変わる、ということを理解してもらえれば、空き家自体の価値も高まる。古いものの活用は格好良くて難しくないと感じてもらえれば、それが文化として広がっていくのではと期待

しています」

古材の使用用途は幅広く、自宅の内装材としてはもちろん、カフェなど店舗の内装材としても人気だという。また、机や椅子など自作家具の材料として、あるいは陶芸や絵画などの作品の土台や額縁の材料として活用する人も少なくないそうだ。

「古材には、時間でしか作れない味わい深い表情がある。その面白さに惹かれる人も増えていると感じます。また、使っていた人の思い出などストーリーがあるのも古材の価値です。モノそのものだけでなく、モノが持つストーリーも大きな価値となる。今、古材の可能性はもっと広がると思っています」

今後は、同社のような古材店を運営するためのスクールも開講したいという。古材店が増えれば、空き家のレスキューにもひと役買うはずだ。「流通店や工務店などは空き家の情報も入ってきやすいはず。古材という商材の活用にも、大きな役割を果たすことができるのではないのでしょうか」



株式会社
ReBuilding Center JAPAN
なつみ
千葉 夏生氏



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。



AI・ロボティクスに沸き、木に収まる [ミラノ・デザインウィーク2019]

デザインの世界にもAI (人工知能)

世界最大級のインテリア見本市「ミラノサローネ」を核に、街全体がデザインの祭典 Milan Design Week として賑わう4月の1週間。今年も世界から50万人近くがミラノに集まりました。中国やロシア・中東などの成長市場や、米国からの注目も高く、ミラノに出展する日本企業も増えています。

今年、目に付いたのは、センサー技術やAIをインテリアデザインの分野で活用しようとする具体的な試み。イタリア人気家具ブランドのKartell社は、AIによってデザインされた椅子を披露。ムービーで自動デザインするプロセスを紹介しました。

また、あのGoogle社が、生体センサーによって空間の快適性を計測し可視化する Johns Hopkins University との共同プロジェクトをミラノで実施。IT企業が本格的にインテリア・デザイン分野へも仕掛かっています。



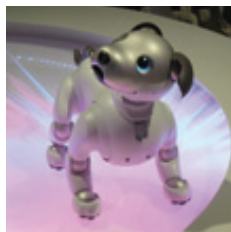
AIがデザインした椅子 (Kartell) ④
 プレゼンターがフィリップ・スタルクとあって注目を集めた。AI技術は3D 技術を使ったデザイン・設計ソフトの AUTODESK 社 (米国) とのコラボ。スタルク曰く「AIにデザイナーの仕事が奪われる? いや有能な友だちができた気分さ」

Googleの体験型 インスタレーション ⑤

デンマークの家具ブランド Muuto を使って、インテリアが異なる3部屋をデザイン。生体測定リストバンドを付けた参加者は3部屋滞在後、リストバンド (写真: ピンク) をパッドに載せると、感じた快適性などが色付きで現れ客観的に比較できる。写真は私の結果。真ん中の部屋が快適だったよう



LEXUS ⑥
 〈LEADING WITH LIGHT〉ではダンサーと4輪ロボットたちが、光の自動追従を受けながら生演技。テクノロジーアーティスト集団ライゾマティクスの演出



SONY ⑦
 〈Affinity in Autonomy - 共生するロボティクス - 〉と題した展示の中で、人気の『aibo』の感情が、下のモニターに現れ (紫色=怒り) ると、コミュニケーションが楽しくなることを体験

木で表現した日本企業@ミラノ

デジタルな世界と共存することで、さらに注目が高まる素材が木。今年、初の独自出展をした住友林業の展示は、木が空間や人に与える効果・効用をアピールしながら調査する企画。2万5,000人以上が来場した調査結果は、筑波研究所が分析・研究しながら、今後の『W350計画』※にも活用するそうです。



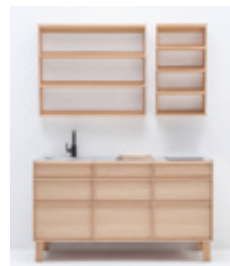
住友林業 ⑧ (REEVALUATING WOOD)
 卓上パーテーションや天蓋など木のオブジェを会場に展示。デザイナーの荒木宏介氏。住友林業佐藤副社長 (左) と中嶋筑波研究所長 (右) もミラノ入り、在ミラノ雨宮日本国総領事も見学し祝辞を述べられた (ミラノ市内トルトナ地区にて展示)

Panasonicはスイスの有名家具ブランド Vitra 社にて、木製枠で作られた透明ディスプレイをコラボ展示。空間に溶け込むデジタル家電の可能性に挑戦しました。また、日本企業同士の珍しいコラボレーションも、木のプロダクトで見られました。サンワカンパニーのキッチンを、家具ブランドの Karimoku New Standard がデザインするというもの。国産ナラ材を使った木工技術による、家具のように美しいキッチンが生まれました。

このような木の素材感、ITとの共生に今後ますます欠かせない要素となりそうです。



Panasonic ⑨
 『VITRINE: 透明ディスプレイ』見本市会場 Vitra 社のブース内に展示。映像を流さないときは透明で、中のオブジェが現れる。京都にあるパナソニックデザインのプロジェク



サンワカンパニー ⑩
 コンパクトキッチン『CH 01』 Karimoku New Standard とコラボレーションし、Christian Haas がデザイン (プロトタイプ)

注目企業を訪ねる

付加価値創造に挑戦

“安眠の前に安心を売る” ネット通販で新たな風を 吹き込む枕の仕掛け人



代表取締役
河元 智行氏

本社 ● 千葉県柏市柏4-8-14
柏染谷ビル4F
創業 ● 2004年
資本金 ● 1,000万円
従業員 ● 31名
事業内容 ● 枕を中心とした寝具のインターネット販売、オリジナル枕の企画開発、卸売販売、OEM受託開発、睡眠情報データベースの解析・サービス開発など

まくら株式会社

「安心」を提供することで
顧客の信頼を獲得

「よい睡眠を得るために重要な役割を担う枕。そんな枕という商品を、実物に触れることができないインターネット通販で取り扱い、右肩上がりの成長を遂げている企業がある。その名も、まくら株式会社だ。

「新しく購入した枕が合わずに苦労した経験から、消費者目線で枕に関する情報を発信するサイトを立ち上げたことが発端です。客観的な意見が好評で人気サイトになり、いつしか寝具メーカーからも一目おかれる存在になっていました。そこで、枕の通販会社を立ち上げ、各メーカーの商品を販売することにしたわけです」

終了した。しかし枕をレンタルできる新たな形態のサービスを予定しているという。

「寝具を超えた枕の可能性を追求

「現在、枕だけで800商品を取り扱う企業に成長した同社。在庫を持たないという経営方針を貫いている。これを実現しているのが、自社プログラマーの導入だ。

「注文が入ったらメーカーに発注し、納品され次第お客様に発送するという流れは創業当時から変わっていません。しかし、マンパワーには限界があるため、社内システム開発部門を設けて積極的に自動化を図ってきました。そこで開発したのが自動予測受注システムです。蓄積されたデータから時期や数を予測し自動発注。リードタイムが短縮されることで、現在でも在庫レス経営を実現しています。他にも170以上の業務効率化ツールを開発しており、これらは離職率低下にも貢献しています」

「自社プログラマーの導入で、寝具業界のIoT化やWeb展開のコンサルティングも可能になり、メーカーや協力工場とのパイプも強化された。また、自動化したことで、卸売販売にとどまらず、オリジナル商品の企画や開発にも取り組めるようになった。

「自社商品の開発も活発になっていきます。」

ここが注目ポイント

“枕の返品OK”という画期的な
販促術でネット通販を成功

自社プログラマーの導入で
業務効率化と在庫ゼロを実現

“枕で実現できること”を
追求した商品開発



MOGU 胎児姿勢になれる抱き枕 ストレスや腰痛を軽減。背中を丸め、ひざを曲げた胎児姿勢になれる大きさ（直径約37cm）にこだわった



- ① ザ・ピロー ビューティー 「眠っている間のビューティーケア」をテーマに開発。炭繊維の温熱効果で女性に最適な美人体温36.7℃のキープをサポートする
- ② CHIQ CHIQ (チクチク) 刺激まくら 寝ている間に頭皮や皮膚を適度に刺激。表面を覆っている1万本以上の毛先が心地よい刺激を与える
- ③ MAG-RA (マグーラ) 血行を改善し、こりを緩和させる。首・肩こりのポイントに広範囲に届くよう磁石を配置

「枕は触らずして売れるわけがない。誰もがそう思っていた中、河元氏はネットが枕の販売網になり得ると確信していた。

「本当に合う枕は好みと感覚でほぼ決まります。だからこそ自宅の寝慣れた布団で試すことが重要なのです。実際に店舗で手に取ったところで、良しあしの判断は難しいと思っています。しかも枕サイトへのアクセスは22時から24時に集中していたので、この時間のお客様をターゲットにすれば、ネット通販のニーズは必ずあると思いました」

「自分に合う枕を見つけてほしいという想いから画期的な戦略も打ち出した。20日以内であれば返品可能というサービスだ。衛生品である枕は、一度使用すれば返品不可能なのが常識。返品制度は同社にとってリスクにも成り得たが、結果として顧客の信頼を勝ち取ることに繋がった。

「返品制度をつくり、安心」を付加価値とすることで、顧客獲得につながりました。その後、購入前に3つの枕をレンタルできるサービスも開始したところ、数種類を同時に試せると非常に好評に。枕に悩む人がいかに多いかを実感しました」

「残念ながらこのレンタルサービスは、あまりの人気で待ち時間が長くなり、宅配便の値上げなども重なって、昨年末に一旦も反映しています」

「枕を通じて何を提供できるか」をモットーに、肩こりが楽になる枕など年間約20商品を発表している同社。今後は、寝具の域を超えたIoT枕の開発も進めていくという。

「枕という言葉のポテンシャルは高く、高付加価値なものが売れる傾向にある。同じ使い方でも名前がクッションになった途端、低単価になるのが面白いところ。枕は100年後もなくなりません。枕は毎日使い、顔という重要な部位の近くにある。これにIoTが組み合わされば、生活を支えたり、健康を管理したり、涙で枕を濡らせば相談に乗ってくれるかもしれない(笑)。つまり、枕は最強のインフラになり得るわけで、その可能性を追求しながら、販売数や取扱額で1位を目指していきたいですね」

※ パウダービーズ：直径1mm以下の粒子の細かい発泡スチロールビーズ

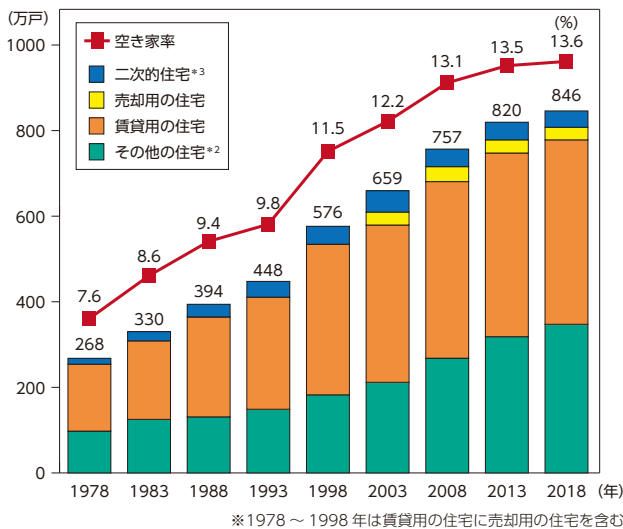
5年前に比べ総住宅数は6,242万戸と3.0%の増加 「平成30年住宅・土地統計調査」 — 総務省統計局

「平成30年住宅・土地統計調査」の住宅数概数集計結果によると、2018年10月1日現在における我が国の「総住宅数」は6,242万戸と、2013年の前回調査と比べ179万戸、3.0%の増加となっている。

一方、「居住世帯のない住宅」*1のうち空き家は846万戸と、26万戸（3.2%）の増加となっている。総住宅数に占める空き家の割合である「空き家率」は0.1ポイント上昇し、13.6%と過去最高を記録した。

また、空き家の種類別割合の推移をみると、2003年以降、「賃貸用の住宅」の割合が低下を続ける一方で、「その他の住宅」*2の割合が上昇を続けている。空き家のうち、「二次的住宅」*3を除いた空き家率が最も高いのは、和歌山県の18.8%で、次いで徳島県が18.6%、鹿児島県が18.4%、高知県が18.3%、愛媛県が17.5%などとなっている。

■ 空き家数および空き家率の推移



*1 「居住世帯のない住宅」：普段そこに居住している人が一人もいない住宅。空き家、建築中の住宅、一時現在者のみの住宅（昼間だけの使用など）がこれに該当する

*2 「その他の住宅」：「賃貸用の住宅」「売却用の住宅」「二次的住宅」以外の人の住んでいない住宅。転勤・入院などのため居住世帯が長期にわたって不在の住宅や、建て替えなどのために取り壊すことになっている住宅のほか、空き家の区分の判断が困難な住宅などを含む

*3 「二次的住宅」：別荘や、普段住んでいる住宅とは別にたまに宿泊する人がいる住宅

空き家などを改修してセーフティネット住宅とする事業者を支援 「住宅確保要配慮者専用賃貸住宅改修事業」の募集を開始 — 国土交通省

住宅に困窮する子育て世帯や高齢者世帯などの「住宅確保要配慮者」の増加に対応するため、新たな住宅セーフティネット制度の枠組みのもと、国と地方公共団体は改修費補助などで民間事業者を支援。既存住宅などを改修して住宅確保要配慮者専用の住宅とする事業に対し、国による直接補助となる事業者募集が開始された。なお、地方公共団体を通じた補助については、直接地方公共団体へ問い合わせを。

■ 支援概要

(1) 主な要件

- ・住宅確保要配慮者専用の住宅として登録すること
- ・公営住宅に準じた家賃の額以下であること
- ・住宅確保要配慮者専用住宅としての管理期間が10年以上であること など

(2) 補助の内容（青字は2019年度「拡充」部分）

補助対象 工事	① 共同居住用の住居とするための改修・間取り変更 ② バリアフリー改修（外構部分のバリアフリー化含む） ③ 防火・消火対策工事 ④ 子育て世帯対応改修工事 ⑤ 耐震改修 ⑥ 居住のために最低限必要と認められた工事 など
補助率・ 限度額	改修工事 1/3（上限 50万円/戸） （ただし、上記①②③④⑤のいずれかを実施する場合、上限 100万円/戸）

■ 応募方法

2020年2月28日までに事務局に申請書を郵送にて提出。交付申請要領・様式などは、事務局 URL から入手するか電話で問い合わせ

【事務局】 スマートウェルネス住宅等事業推進室
〒101-0051 東京都千代田区神田神保町3-25 精和ビル5階
TEL：03-6265-4905 FAX：03-6268-9029
URL：http://snj-sw.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

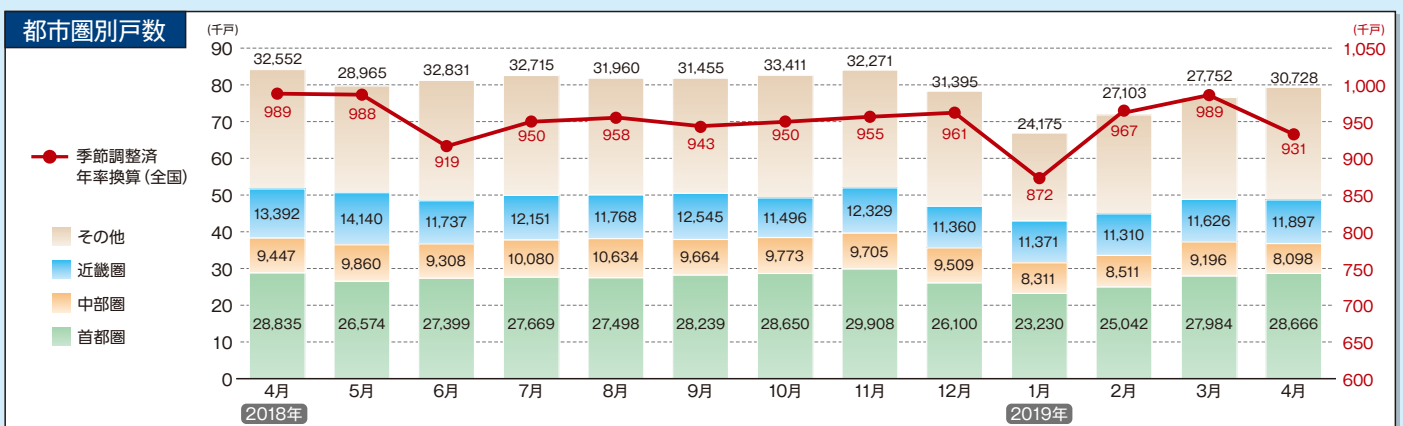
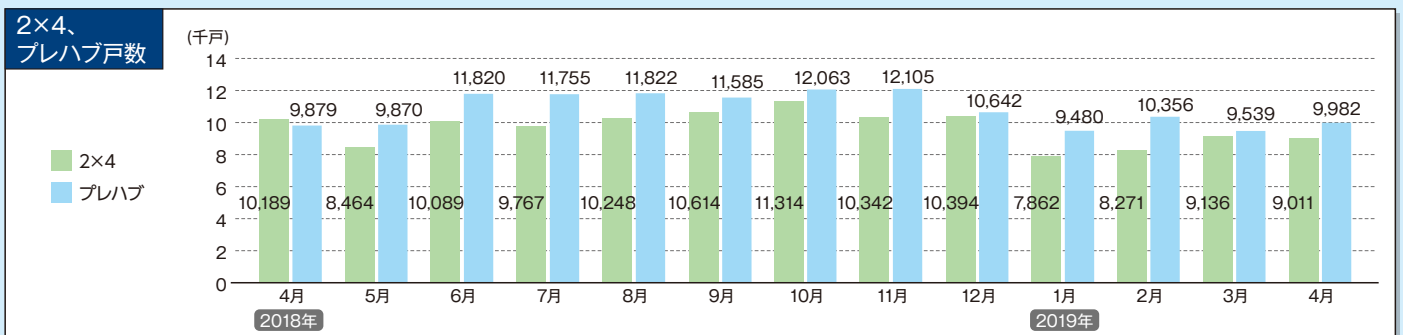
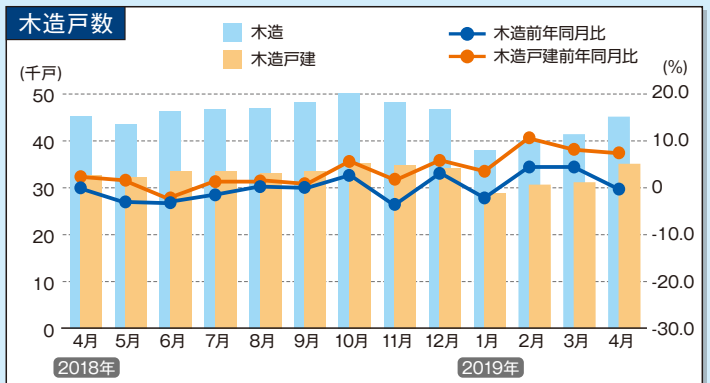
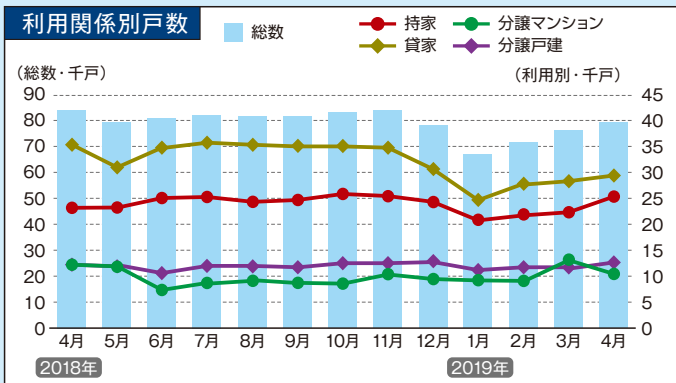
「この世に重力と二足歩行と睡眠欲がある限り、枕の需要は尽きない！」今号の注目企業、まくら（株）の河元社長のお言葉です。価値観や技術の進化で消えゆく商品が多い中、普遍的なニーズを持つ強さを痛感しました。帰宅後、二匹の犬が旦那様の枕に顔をのせて爆睡している姿を発見。思わず「飼い主の匂い付き枕！」四足歩行への需要拡大と枕ビジネスの可能性を考えてしまいました。しかし中年オジサン枕、その殺傷力に耐えうる犬の嗅覚にはあっぱれです。(M)

表紙：住友林業（株）住宅・建築事業本部 水戸支店 水戸第二展示場

* 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4月の新設住宅着工戸数 単位：戸 ▲は減

		4月					3月	2月	1月
		対前年同月比		対前々年同月比					
新設住宅計		79,389	▲ 4,837	▲ 5.7%	▲ 4,590	▲ 5.5%	76,558	71,966	67,087
建築主別	公共	1,448	▲ 156	▲ 9.7%	▲ 179	▲ 11.0%	1,011	1,667	939
	民間	77,941	▲ 4,681	▲ 5.7%	▲ 4,411	▲ 5.4%	75,547	70,299	66,148
利用関係別	持家	25,436	2,147	9.2%	1,685	7.1%	22,404	21,992	20,925
	貸家	29,511	▲ 5,936	▲ 16.7%	▲ 6,683	▲ 18.5%	28,413	27,921	24,776
	給与住宅	1,031	445	75.9%	705	216.3%	440	863	475
	分譲住宅	23,411	▲ 1,493	▲ 6.0%	▲ 297	▲ 1.3%	25,301	21,190	20,911
	うちマンション うち戸建	10,480 12,698	▲ 1,870 374	▲ 15.1% 3.0%	▲ 1,617 1,194	▲ 13.4% 10.4%	13,330 11,738	9,132 11,844	9,368 11,190
資金別	民間資金	71,087	▲ 3,660	▲ 4.9%	▲ 4,100	▲ 5.5%	68,744	63,997	60,244
	公的資金	8,302	▲ 1,177	▲ 12.4%	▲ 490	▲ 5.6%	7,814	7,969	6,843
	公営住宅	1,312	▲ 202	▲ 13.3%	92	7.5%	979	910	849
	住宅金融機構融資住宅	4,032	▲ 39	▲ 1.0%	517	14.7%	3,448	3,554	3,310
	都市再生機構建設住宅	108	63	140.0%	▲ 244	▲ 69.3%	0	683	36
	その他住宅	2,850	▲ 999	▲ 26.0%	▲ 855	▲ 23.1%	3,387	2,822	2,648
構造別	木造	45,179	▲ 34	▲ 0.1%	▲ 26	▲ 0.1%	41,428	40,000	38,121
	非木造	34,210	▲ 4,803	▲ 12.3%	▲ 4,564	▲ 11.8%	35,130	31,966	28,966
	鉄骨鉄筋コンクリート造	367	▲ 490	▲ 57.2%	▲ 141	▲ 27.8%	318	280	284
	鉄筋コンクリート造	22,005	▲ 3,595	▲ 14.0%	▲ 3,197	▲ 12.7%	23,280	20,208	17,911
	鉄骨造	11,726	▲ 688	▲ 5.5%	▲ 1,197	▲ 9.3%	11,456	11,393	10,685
	コンクリートブロック造 その他	37 75	▲ 24 ▲ 6	▲ 39.3% ▲ 7.4%	▲ 3 ▲ 26	▲ 7.5% ▲ 25.7%	40 36	52 33	41 45



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

Bb



昭和39年8月創刊 第55巻 令和元年6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 東京都千代田区大手町1-3-2 (経団連会館)
住友林業株式会社 木材建材事業本部 業務企画部

通巻644号

東京千代田区大手町1-3-2 (経団連会館)

TEL 03-3214-3280 FAX 03-3214-3263



機能もデザインも、
スタンダードの基準を
Bbが変えてゆく。

インテリアティスト：エリゾンナチュラル



インテリアティスト：ナチュラル



インテリアティスト：モントーンラシック

トクラス株式会社

〒432-8001 浜松市西区西山町1370 TEL.053-485-1309 <http://www.toclas.co.jp>