

建材 マンスリー

No.690

4

APRIL
2023

特集

リフォームビジネスの 可能性

好木心

雄大な自然と一体化
北淡路の森に浮かぶ空中座禅道場

注目企業を訪ねる

ジェイフロンティア株式会社

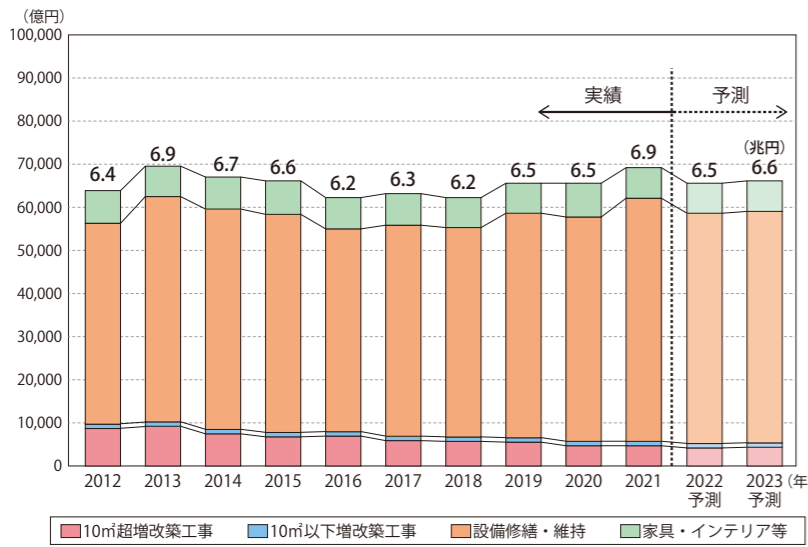


リフォームビジネスの可能性

新設住宅着工数が長期的な減少傾向にある一方、住宅リフォーム市場はここ20年で6兆円から7兆円の間で推移しており、今後も微増減しながら高水準の横ばい傾向が続くと予測される*1。2023年は団塊ジュニア世代の多くがリフォーム適齢期に突入するなどリフォーム事業への期待は高く、中長期的に一定のポテンシャルが期待できるリフォーム市場に参入、あるいはリフォーム事業を拡大する事業者が増えると予想される。今号ではリフォーム事業*2を取り巻く環境や注目しておきたいポイントと、リフォームにおける様々なビジネスモデルについて紹介する。



図1. 住宅リフォーム市場規模推移と予測



注1：国土交通省「建築着工統計」、総務省「家計調査年報」、総務省「住民基本台帳」、矢野経済研究所調べ
 国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計（全国推計）」をもとに矢野経済研究所推計
 注2：2022年以降は予測値

うかで収益が大きく変わるため規模を拡大しにくいなど、「おいしいビジネス」に見えても、成功するのはそう簡単ではないと考えられているのです。リフォーム事業成功のポイント

専門性や顧客ストックが重要

リフォーム事業を成功させるには、いくつかのポイントがあります。まず、①**専門性を高める**ことが第一のポイントです。すでに成熟期に入っているリフォーム事業では、専門

態がカギとなります。団塊の世代がメイン顧客だった成長期には「何でもやります」という総合リフォームが全盛でしたが、現在は専門性の高い事業者が顧客が集まります。自社の専門性を生かし、どういう「コト」を解決できるのか、という「コト売り」の事業コンセプトをしっかりと立てて、その強みを打ち出した事業の展開が重要です。自社の専門性を生かせるリフォームゾーンを、「リフォームのピラミッド」の平均単価で見極めるのもよいと思います(図2)。

また、新しいターゲット層となる②**団塊ジュニアの消費行動を把握**し、対応していくことも大切なポイントです。彼らは目が肥えていて、最低限これくらいは当たり前と考える下限品質があり、さらに専門性を求めています。消費に厳しく、自分が納得したものにしかお金を出しませんので、そうした消費行動を押さえておく必要があります。

③**顧客ストックをきちんと持っている**ことも重要です。昔からリフォームといわれるリフォームでは、潜在的需要を掘り起こすため、どれだけ顧客をつなぎ止められるかがカギとなります。リフォーム事業はそ

住宅リフォームを巡る現状

新たな顧客層が市場をけん引

世帯数がピークアウトを迎えても、住宅リフォーム市場はここ20年、高水準で推移しており、この流れは今後10年から15年は続くと思います。なぜならリフォームを求める新たな顧客層が登場したからです(図1)。

日本で住宅のリフォームが盛んになったのは、第1次ベビーブームの「団塊の世代」*3が50歳に差し掛かった2000年ごろからで、市場が急速に拡大しました。その団塊の世代もすでに70歳を超えてリフォーム需要も一巡したと考えられています。

一方、50代になった彼らの子どもたち「団塊ジュニア」*3が、親世代に代わってリフォーム需要をけん引するようになってきました。団塊ジュニアが住宅一次取得者層となる30歳を迎えたころ、彼らをターゲットとしたパワービルダーが台頭しましたが、20年経った現在、彼らの購入した住宅がリフォーム市場に回ってきたと考えています。

安定した需要は大きなチャンス

近年、リフォーム市場には家電量の地で住み続けたい人が地域内で依頼することが多いため、地域のインフラを整える事業ともいええます。よって地域密着が強みになります。商圏を明確にし、そのエリア内でOB顧客へのアプローチや新規顧客獲得へのプロモーションを行っていくとよいでしょう。またこれからの集客はWeb中心になることは間違いのないと思えます。イメージを共有する展示場などの場も少ないため、VRなどのデジタル活用もよいと思います。

さらに、完成後の生活を想像しにくい断熱リフォームや耐震リフォームなど、需要が顕在化しにくい分野は、次のリフォームにつながる④**「商品の階段」**を作るという提案方法でうまくいく可能性ががあります。比較的単価が低いプチリフォームから始めて、快適な空間を提供するリフォームにつながるのです。

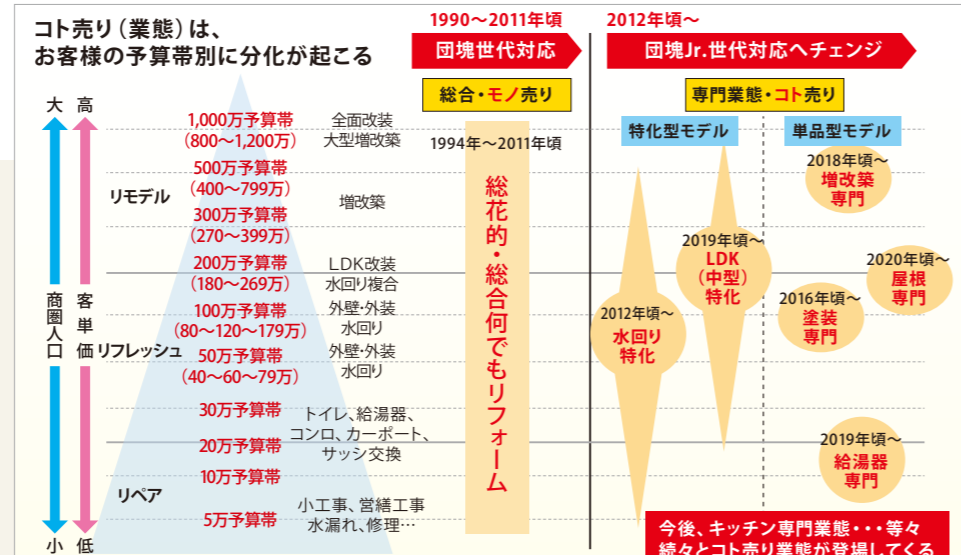
そして、顧客の要望にスピーディーかつ柔軟に応えられるためのポイントとして、⑤**工事の体制、職人の態勢**をしっかりと築き上げておくことも欠かせません。

こうした成功ポイントをしっかりと



株式会社船井総合研究所
 上席コンサルタント
南原 繁氏

図2. リフォーム業界の時流認識



*1：矢野経済研究所「住宅リフォーム市場に関する調査2022年」による
 *2：不動産仲介、売買を絡めたリフォームを除く
 *3：団塊世代は1947～1949年生まれ(2023年・74～76歳)、団塊ジュニアは1971～1974年生まれ(2023年・49～52歳)

リフォーム拡大のための新しいビジネスモデルを紹介

ここ10~15年は堅調に推移するといわれるリフォーム市場だが、課題も散見される。その解決のための新しいビジネスモデルやサービスを展開する企業を紹介する。

株式会社TSUDA CONSTRUCTION COMPANY 工務店と顧客とのリアルな接点をつくる 体験型DIYスペース「トコクラフト」

工務店と顧客とは、5~10年の間隔で関係が途絶えてしまう場合が多いという。また街の工務店は用事がないと近寄りづらいという課題もあった。そこで地域の顧客とのリアルなつながりをつくるためにリフォーム事業を行う同社が運営するのが、体験型DIYスペース「トコクラフト」(TCCO CRAFT FACTORY)だ。「トコクラフト」では、DIYワークショップなどのイベントも定期的に開催し、お店に足を運んでもらうことで地域の顧客との新しい出会いや継続的な付き合いを生み出している。これにより新築やリフォーム、メンテナンスなどを施主から直接依頼される元請けの受注機会の増加につながっている。

ここではプロが使う本格工具と工房を完備しており、建築で余った建材を再利用して廃棄ロスの削減に貢献しながら、地域顧客のDIYをサポートしている。3年前のオープン以降、DIY会員・ワークショップ参加者・リフォーム工事の依頼者を

含めて延べ100名以上の顧客とのつながりが生まれた。

この実績を生かし、フランチャイズ展開も行う。工務店以外にも内装設備、材木など建築関連業者を対象に各地で加盟店を募集しており、同社は加盟店に対して①店舗Webサイトの提供 ②予約システムの提供 ③広告代行 ④ワークショップレシビ ⑤運営の相談などのサービスを行っている。



メガソフト株式会社

ビフォー&アフターの比較でイメージを共有 「3D住宅リフォームデザイナー10」

施主に対しリフォームプランや施工後のライフスタイルを明確に伝えるには、3DCGでの提案が大いに役立つ。リフォームに特化した建築デザインソフト「3D住宅リフォームデザイナー10」は、すぐに使いこなせる簡単な操作性でスピード的な提案を可能にする。

リフォームのビフォー&アフターの3Dイメージを同じ視点で比較・プレゼンできる「2画面リンク」機能を搭載。リフォーム後のイメージを施主と共有ができ、トラブル回避にもつながる。また、リアリティを出すため、キッチンや浴室などの水回りを中心にリフォーム前の住宅を再現する「昭和パーツ」を約1000点収録している。さらに、エイジングなどの機能で3Dイメージに使い込んだ風合いを施せば、リフォーム前後の違いを明確にアピールすることが可能だ。他にもリフォーム箇所を3D上で説明する「吹き出し表示」機能など、施主へのアピールに効果的な機能が充実している。基本操作はプリセットされている

部屋を基に間取りを作成するだけ。その後1クリックで部屋が立体化される。後は打ち合わせをしながら豊富に収録されている建具や住宅設備、壁紙、床材などの3D素材を配置するだけで、イメージに近いプラン作成が簡単にできる。作成した3Dイメージはウォークスルーで確認でき、打ち合わせツールとしてはもちろん、施工者とのイメージ共有など、幅広い活用が可能だ。また、一般的なノートPCで使用できるため、導入運用の費用も抑えられ、外注費の削減にも寄与する。

その後1クリックで部屋が立体化される。後は打ち合わせをしながら豊富に収録されている建具や住宅設備、壁紙、床材などの3D素材を配置するだけで、イメージに近いプラン作成が簡単にできる。作成した3Dイメージはウォークスルーで確認でき、打ち合わせツールとしてはもちろん、施工者とのイメージ共有など、幅広い活用が可能だ。また、一般的なノートPCで使用できるため、導入運用の費用も抑えられ、外注費の削減にも寄与する。

■ 2画面リンク



片方を回転させるともう1つも回転する

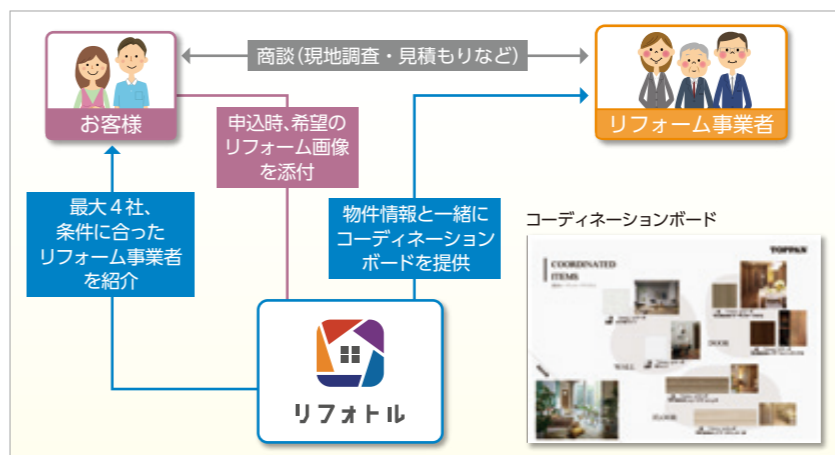
凸版印刷株式会社

手軽にリフォームプランを検討できる マッチングサイト「リフォームトル」

快適さやデザイン性を追求したりリフォームには専門的な知識が必要となり、また数多くの商品が掲載されているカタログから選ぶのも時間と手間がかかる。リフォーム事業者の比較・紹介サイト「リフォームトル」では、Web上から顧客がリフォームのイメージ画像を添付して申し込むと、その画像を基に顧客のイメージに合わせた内装のコーディネーションボードを作成。併せて「住宅リフォーム事業者団体登録制度*」の登録事業者を最大4社マッチングするサービスを行う。

顧客はサイトから申し込み後、紹介されたリフォーム事業者と直接商談を実施。事前にリフォーム事業者へ提供されたコーディネーションボードを基に、リフォーム内容や予算について納得いくまで比較検討ができる。リフォーム事業者側はコーディネーションボードによって推奨商品のメーカー名、品番が提供されるため、リフォームプラン検討にかかる時間と手間を短縮できる。

ターゲットは30~40代の共働き世帯を中心とした、忙しくてなかなかリフォーム会社探しに時間が割けないユーザー。特に内装などのデザインへの関心が強い顧客層をメインとしている。



* 消費者が安心してリフォームできる環境の整備を図るため、国土交通省によって創設された制度

株式会社トレス

オンラインで集客を行い全国の職人と協業 「キッチン取付け隊」

住設機器の販売・施工を行う(株)トレスは、エンドユーザーを対象に見積もりから施工・アフターサービスまで一貫して行う「キッチン取付け隊」を展開している。取り扱う商品は、キッチン、レンジフード、水栓浄水器、食洗機など水回りに特化。実店舗を持たずオンラインで受注、全国で提携しているパートナーの職人が施工するというビジネスモデルだ。

住設機器商社として卸を中心に事業を行ってきたが、エンドユーザーの声が届きにくく、また工務店の後継者不足などの課題を感じ、BtoC事業に着手。ホームページなど接点となるツールを強化しながら集客を行うとともに、全国から施工パートナーを募った。現在では北海道から沖縄まで、キッチンのノウハウを持つ施工業者・メンテナンス会社、LPガス店など82拠点と提携している。キッチン業界20年以上の豊富な知識を基に、独自の商品を含むお買い得商品の提案や、キッチン機器5年保証などのアフターフォローも充

実させる。自社eコマースサイトの運営のほかFacebookやInstagramなどのSNSの活用で認知度向上を図り、年間1100~1200件の受注に対応している。

年に1度施工パートナーの全国大会を開催し、リフォーム利用者アンケートを元にした職人の表彰を行うなどモチベーションアップにも努めている。

■ 様々なECサイトで展開 ■ 2パターンの仕入れルートで商品も取り揃える



リフォーム拡大のための新しいビジネスモデルを紹介

株式会社スミレナ

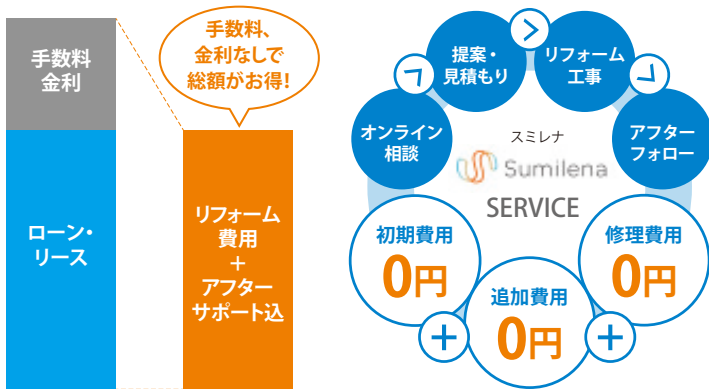
ガス機器、水回りリフォームの 月々定額プランを提案

コスト面がネックとなり手が届かない最新の住宅設備も、初期費用を抑えることで、より豊かな生活を提供できるのではと考えているのが東京ガス発のベンチャー企業スミレナだ。ガス機器・水回りを中心としたリフォームを行っており、その費用を月々定額の分割払いとするサービスを提供している。

一般的なローンやリースと違い、初期費用0円、分割手数料0円かつ金利手数料もかからず利用できるため、家計に負担をかけずにリフォームが可能だ。現在、取り扱っている商材は給湯器、コンロ、レンジフード、食洗機、キッチン、浴室、洗面台、トイレの8つ。月額料金には商品代金と撤去や設置の工事費、10年間の長期修理保証のアフターサポート費などがすべて含まれており、追加費用や修理費用もかからない。

この「価格の安心」に加えて、LINEやメールで手軽に相談できる「相談の安心」を保証し、相談内容に適した専門家がどんな疑問にも答

えてくれる。さらに経験豊富なメーカー認定施工店と連携しており、長期修理保証も充実させて「工事後の安心」も保証。この「3つの安心」を基本に顧客の暮らしに合わせたリフォーム提案から販売・施工、メンテナンス、長期保証、付帯サービスまで、ワンストップでの提供を行っている。



※ 詳細な契約条件につきましては、スミレナWebサイト内のサービス利用規約をご確認ください

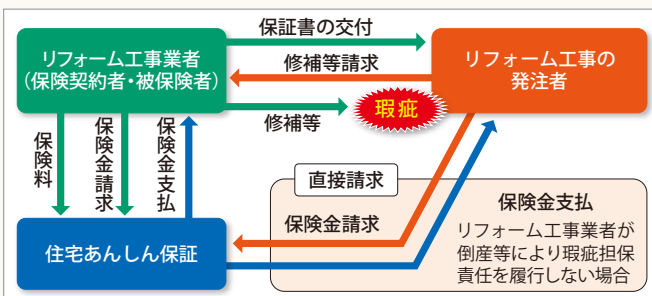
リフォーム瑕疵保険

リフォーム瑕疵保険は、住宅のリフォーム工事を請け負う工業者が発注者に対して負う、瑕疵（不具合や欠陥）担保責任の履行をバックアップする保険。第三者による「検査」と「工事後の保証」がセットになっており、保険による確実な補償や、検査による品質の担保などを顧客にアピールできる。保険加入により、リフォーム工事に関する紛争・トラブルが生じた場合に専門家相談や紛争処理制度が利用可能だ。加入するには住宅瑕疵担保責任保険法人*への事業者登録などの手続きが必要で、現在5法人が指定されており、この中からそれぞれに合った保険会社を選択する。

* 国土交通省が指定した住宅専門の保険会社。(株)住宅あんしん保証、住宅保証機構(株)、(株)日本住宅保証検査機構、(株)ハウスジューメン、ハウスプラス住宅保証(株)の5社。詳細は保険会社ごとに異なるため要問い合わせ。

「あんしんリフォーム工事瑕疵保険」 (株式会社住宅あんしん保証の場合)の概要

保険の対象となるリフォーム工事の完了後に瑕疵が発見された場合、修補に要する費用などを保険契約者・被保険者であるリフォーム工業者に支払う。リフォーム工業者が倒産した場合は、発注者が直接保険金を請求できる。



保険対象リフォーム工事

以下のすべてを満たす改修工事。

- ① 工事請負契約書に基づき施工する住宅に対する改修工事、改築工事、増減築工事
- ② 新築工事ではない
- ③ 管路または設備の解体、撤去、分解または取片づけを対象とする工事ではない
- ④ 清掃作業のみを対象とする工事ではない

保険対象リフォーム工事の種類

- ◎ 既存住宅部分の工事
既存住宅に対する工事で、改修・改築・減築工事（基礎の面積を変えない増床工事を含む）を実施した部分が保険対象
- ◎ 増築工事
同一敷地内にある既存住宅の基礎の外周部の外側に、基礎を新設し床面積を増加させる工事。増築工事を実施したすべての部分が保険対象

保険金の支払い対象となる事由と保険期間

- ① 構造耐力上主要な部分が基本的な耐力性能を満たさない。
 - ② 雨水の浸入を防止する部分が防水性能を満たさない。
 - ③ 保険対象部分が社会通念上必要とされる性能を満たさない。
- 保険期間は保険対象リフォーム工事の工事完了日から始まり、損害の区分に応じて変わる。

【保険期間】

- ①、②によって生じた損害：5年間（一部の工事は10年間にできる）
- ③によって生じた損害：1年間または2年間

雄大な自然と一体化 北淡路の森に浮かぶ 空中座禅道場



瀬

戸内海最大の島・淡路島。「古事記」による天地開闢の神話で最初に誕生することから「国生みの島」とも呼ばれるパワースポットだ。人智を超えた力が宿るこの島に、2022年、雄大な自然を感じながら禅体験ができる禅リトリート*「禅坊靖寧」が誕生した。

見渡す限り広がる森の中、橋のように細長く伸びる全長約100mの架構。木造と鉄骨造のハイブリッド構造で、そのうち約半分が、南側の斜面にせり出している。せり出している部分は2カ所の柱脚で支えられており、空中に浮かんでいるように見えるのが特徴的だ。1階では宿泊、2階のオープンエアデッキでは、まさに森の中を浮遊するような座禅を体験できる。

設計に当たっては、「自然に溶け込み、建物に在ることを忘れてしまうような建築」を目指したという。それを可能にしたのが、空中に浮かんでいるような構造と、十分な強度と美しさを併せ持つ国産材の活用だ。1階部分の窓枠格子や鉄骨の化粧材として使われているのは、宮崎県産の鉄肥スギから製材した高耐久赤身材。樹脂をふんだんに含むため弾力性と強度に富む鉄肥スギは、古くから造船に利用されてきたという。直接木の肌触りを感じるデッキには、傷つきにくいよう表層部に圧密加工を施した材を採用。中心部の密度は変わらないため、針葉樹特有の温かみや歩行感はそのままに、山中深いロケーションを考慮し、メンテナンス性も高めている。

デッキからは360度の絶景が望めるが、視線が山の稜線を超えないよう計算されている。景色を眺めるのではなく、大自然の一部となって非日常を味わうことを追求した結果だ。降り注ぐ陽光や鳥のさえずり、四季の香りを運ぶ風を感じながら座禅を組む時間は、忙しさをストレスから解放される究極のマインドフルネスになりそう。

* 非日常的な場所で心身をリラックスさせることを目的とした時間の過ごし方

注目 企業を訪ねる

付加価値創造に挑戦

「オンライン診療でよくあるトラブルは、時間になっても医師が現れないということ。多忙な医療現場ではオペレーションがうまくいかず、こうした問題がたびたび起るといいます。そこで当社では診療時間前に医師に確認の電話をするなど、マンパワーを使い医療現場を手厚くサポート。指定薬局に薬がなければ他の薬局を探すが、フォロワーも行うという。また、処方薬を届けるついでに薬局にある日用品を同梱する「ついで買い」サービスも展開しており、利用者からも好評だ。

「現在、全国の病院の約7割は赤字経営であり、オンライン診療への関心は高いものの初期投資が負担となり普及の妨げとなっています。そこで当社では、病院側の導入費用をゼロにすることで負担を軽減し、利用者から1件150円の利用料を徴収するのみで運営しています。また、保健診療に関しては広告を打たないという規制があり、オンライン診療基盤を整備しても集客できません、利用されないケースも少なくありません。そのため当社では、薬の当日配送」というTVCMを流して利用者の認知度を高めています」

医療資源の不足した地方で医療の質の向上にも貢献する

「U」はこれらをワンストップで行うためですが最短30分で完了。特許も取得した日本唯一のプラットフォームとなっている。

DXで日本の医療が変わる！ 自宅にしながら診療・処方・薬の配送まで ワンストップで完了する時代へ



代表取締役社長執行役員
中村 篤弘 氏

本社 ● 東京都渋谷区渋谷
2-9-9 SANWA
青山bldg.8階
創業 ● 2008年
資本金 ● 1億6,000万円
※2022年11月末時点
従業員 ● 369名
事業内容 ● SOKUYAKU事業、
D2C事業、B2B事業

**面倒な待ち時間がなくなる！
最短30分で処方薬が届くサービス**

「病院を受診する際に負担となるのが、診療までの待ち時間。その間、処方薬をもらうまでに長い時間がかかる。誰もが感じてきた不便さを解消するため、自宅にしながら診療を受け、その日のうちに自宅に薬が届くという新たなビジネスモデルを構築したのが、ジェイフロンティアである。

「オンライン診療から処方箋医薬品のオンライン服薬指導、そして薬の配達までをワンストップで提供する国内唯一のサービス『SOKUYAKU』を展開しています。アプリをスマホにダウンロードし、日付や時間帯、診療内容などからオンラインで受診したい病院と薬局を選択。指定の日時にアプリ上で医師によるオンライン診療と薬局薬剤師によるオンライン服薬指導を受け

ジェイフロンティア 株式会社

ここが注目ポイント

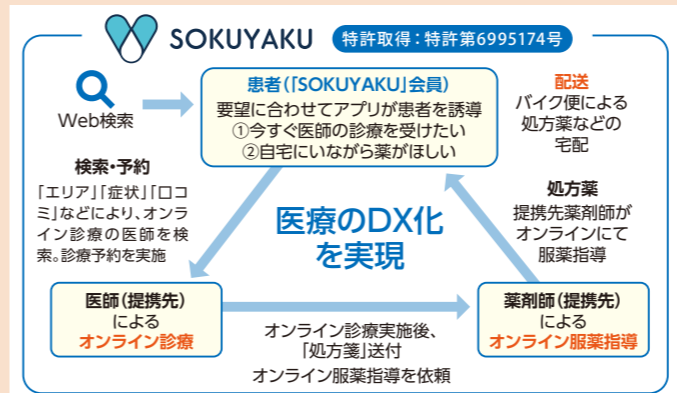
オンライン診療から
処方薬の配達までをワンストップで
行う「SOKUYAKU」を開発

患者の利便性を高めるとともに
病院や薬局の負担を軽減

地域の様々な物流業者と連携し
新たな収益モデルを構築



オンライン診療 アプリTop画面



患者のニーズに合った薬や病院の紹介、オンライン診療・オンライン服薬指導、処方薬の宅配までをワンストップで提供するプラットフォーム「SOKUYAKU」



処方薬の配送網を構築

「その後、最短30分で薬が宅配されます」

「中村氏は家族に要介護者がいた経験から、薬が処方されるまでの拘束時間に強い課題感を持っていたという。一方、前職では薬剤師のマネジメントやECPプロモーションなどを経験したことから、薬の販売に関するリアルとバーチャル両方の世界を知っているという強みを生かし、第3類医薬品や漢方薬のオンライン販売を展開。

「医療業界には様々な規制があり、以前は処方箋により調剤された薬剤を販売する際には対面での服薬指導が必要でした。しかし、2018年の診療報酬改定でオンライン診療科が新設されたあと、コロナ禍で非対面のニーズが高まりオンライン服薬指導の規制も段階的に緩和されました。当社ではこのタイミングを逃さず、2020年4月から電話による服薬指導と処方箋医薬品の宅配事業に参入。2021年2月にはオンライン診療とオンライン服薬指導、そして薬の宅配をワンストップで提供するアプリ『SOKUYAKU』のリリースに至りました」

「同社が展開するサービスは、一貫していかに早く患者に薬を届けるか」という目標で考えられている。例えば、他社のサービスではオンライン診療から薬の宅配までそれぞれを別のシステム・別の企業が請け負っており、結果として薬を受け取るまで数日を要する場合がある。『SOKUYAKU

「現在の登録医療機関は約5000件、薬局は約3000件で、利用者数は80万人と急伸びしています。医師にとってもオンライン診療を導入するメリットは大きく、往診が不要になるなど負担軽減につながっています。また、地方では地域に薬局がないケースもあり、市の職員が処方箋を集めて各家庭に薬を配るエリアもあるほど。そこに『SOKUYAKU』の端末を設置すれば、遠隔地にいる専門医のオンライン診療が可能になります。不足している診療科の開業と薬の宅配で、地域医療の質の向上にもつながります」

「今後の課題は物流であるという中村氏。現在は地域に強いバイク便や新聞宅配、牛乳配達、シニア向けの弁当を宅配する会社などと連携を進めている。時間によってはリソースが空いており、新たな収益モデルになるとして歓迎されているという。さらに、宅配エリアや利用者の拡大に伴い、新たな担い手も模索中だ。

「日本の皆保険は優れた制度ですが、少子高齢化で崩壊寸前であることも事実です。そのため、オンライン診療をしっかりとできる医師を増やす取り組みや、国に対する制度設計改正の呼び掛けなども行っています。患者の利便性向上はもちろんだ、医療従事者の負担も減る『SOKUYAKU』の普及で、日本の医療が抱える問題の解決に貢献していきたいですね」

* 副作用等のリスクが比較的低い医薬品

「空家等対策の推進に関する特別措置法」の一部改正案が閣議決定 — 国土交通省

近年、空き家の数は増加を続けており、空き家対策の強化が急務となっている。こうした状況を踏まえ、空家等の活用拡大、管理の確保、特定空家等*の除却等に総合的に取り組むための「空家等対策の推進に関する特別措置法の一部を改正する法律案」が閣議決定された。

【法律案の概要】

1. 活用拡大

① 空家等活用促進区域

市区町村が区域や活用指針などを定め、用途変更や建て替えなどを促進し、所有者に対し指針に合った活用を要請する。その場合、接道に係る前面道路の幅員規制や用途規制などを合理化する。

② 財産管理人による所有者不在の空家の処分

③ 支援法人制度

市区町村長がNPO法人、社団法人等を空家等管理活用支援法人に指定。所有者等への普及啓発、市区町村から情報提供を受け所有者との相談対応をし、市区町村長に財産管理制度の利用を提案する。

2. 管理の確保

① 特定空家化を未然に防止する管理

放置すれば特定空家になるおそれのある空家（管理不全空家）に対し、管理指針に即した措置を、市区町村長から指導・勧告する。勧告を受けた管理不全空家は、固定資産税の住宅用地特例（1/6等に減額）を解除。

② 所有者把握の円滑化

市区町村から電力会社等に情報提供を要請。

3. 特定空家等の除却等

① 状態の把握

勧告等を円滑化するために市区町村長に報告徴収権を付与。

② 代執行の円滑化

命令等の事前手続きを経る余裕がない緊急時の代執行制度を創設。所有者不明時の代執行、緊急代執行の費用は、確定判決なしで徴収。

③ 財産管理人による空家の管理・処分（管理不全空家、特定空家等）

市区町村長に選任請求を認め、相続放棄された空家等に対応。

* ①倒壊など著しく保安上危険となるおそれがある状態、②著しく衛生上有害となるおそれがある状態、③著しく景観を損なっている状態、④周辺的生活環境を乱している状態のいずれかに該当する空き家

オリジナルクロス下地合板「S（エス）ガイナー」大臣認定取得 最大壁倍率3.7倍、設計の自由度拡大 — 住友林業株式会社

住友林業はこのたび、オリジナルクロス下地合板「Sガイナー」大壁床勝ち仕様で壁倍率3.7倍、大壁床勝ち入隅仕様で3.5倍の大臣認定を取得した。クロス下地と耐力壁を両立した合板で、幅広い設計要望に対応できる。

【Sガイナーの特徴】

◎ 針葉樹特有の節の抜けや割れを平滑にした上で、ライナー紙を貼った合板。台板に国産桧・杉複合の針葉樹構造用合板を使用し、表面に特殊な目止め処理を施している。手摺、エアコンの取り付け部、壁掛けテレビ下地など、ビス保持力と壁耐力が必要な箇所の部材として最適である。

◎ 構造計算上、JAS構造用合板の表面にライナー紙を貼るとJAS規格外となり耐力壁とは見なされないが、大臣認定を取得した「Sガイナー」は内装の仕上げ下地材の機能を有しながら、耐力壁として構造計算

が可能だ。

◎ 耐力壁にそのままクロスを貼ることができるため、従来よりも設計の自由度が広がる。また、2025年には4号特例の縮小*が予定されており、確認申請には構造関係規定などの提出が必要となる。壁倍率の大臣認定を取得している「Sガイナー」は設計者のニーズを満たす商品である。



注意点) 防耐火性能を求められる壁には使用できません。

* 建築基準法の改正により、一部の小規模建築物を除いたすべての物件で構造規定に関する審査が必要となる

編集室より

■ 弊社ホームページにPDF版を掲載中です。

住友林業 建材マンスリー

検索



■ 送付先の変更、広告掲載・誌面に対するご意見などは以下までご連絡ください。

メールアドレス: kenzai-monthly@sfc.co.jp

FAX: 03-3214-3263

住友林業株式会社 木材建材事業本部 業務企画部

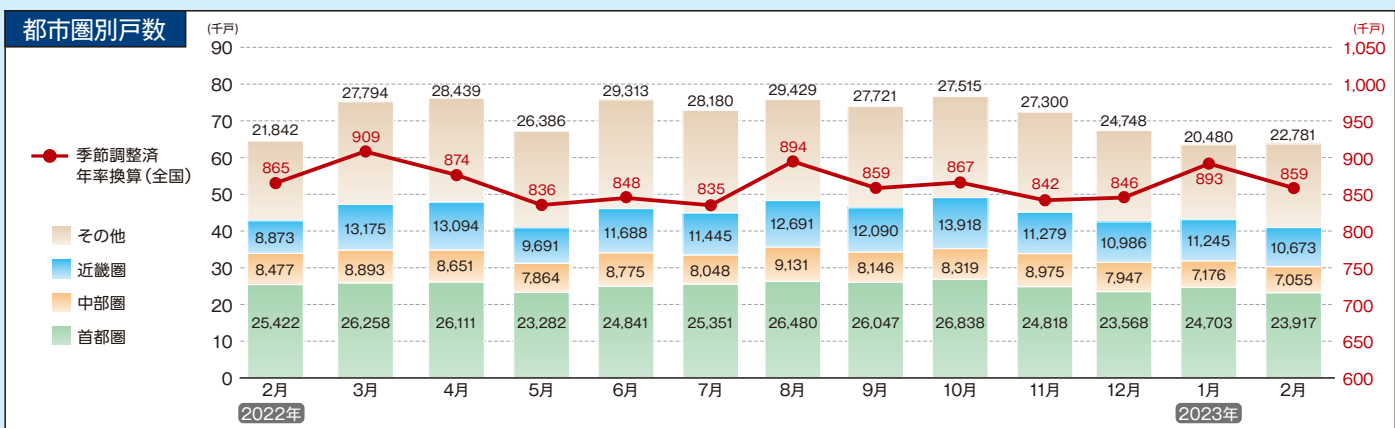
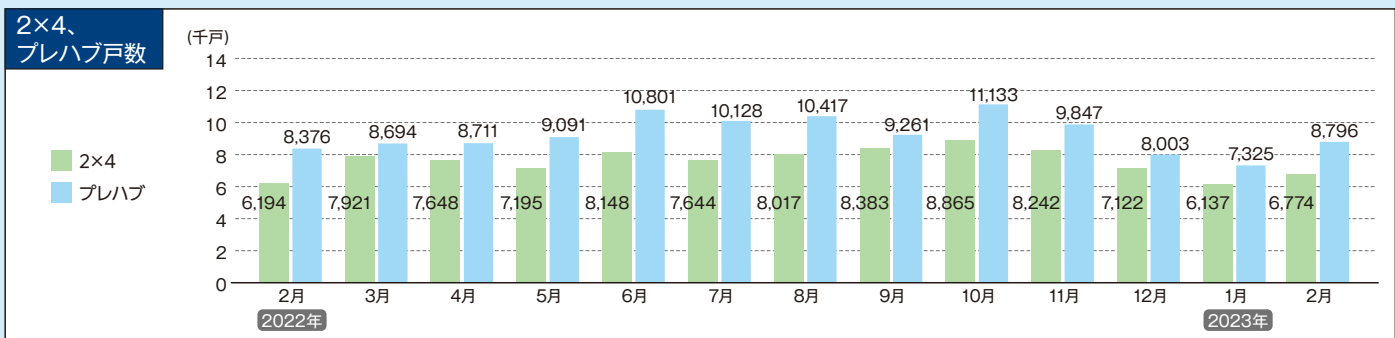
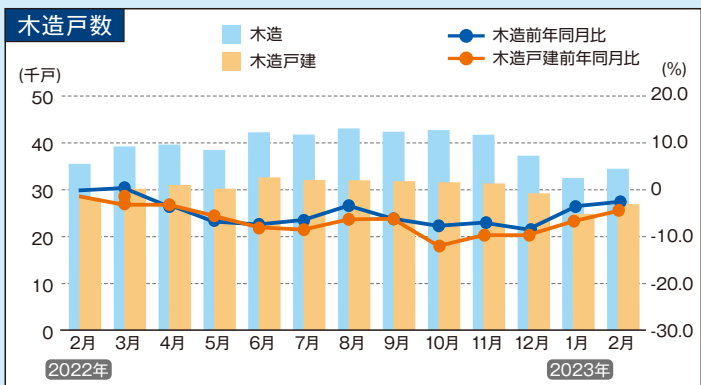
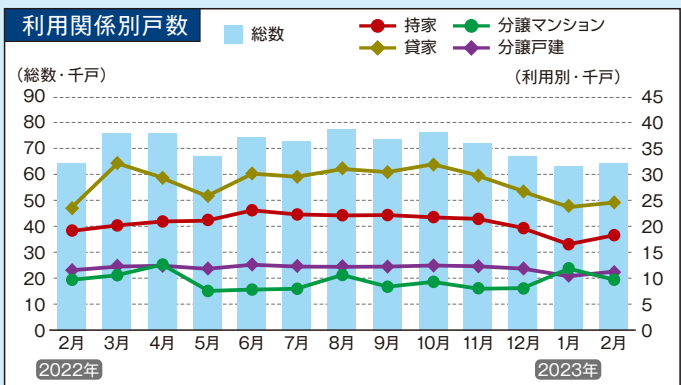
新年度が始まりました。街中を見渡せばピカピカのランドセルを背負った1年生や、新入社員らしい方が緊張の面持ちで歩いています。「ガンバレ！」と心の中で応援しつつ、なぜか涙が。最近何でもない場面でもうっとすようになった私。これは慈愛の心が持てるようになったに違いないと友だちに話すと「加齢だ」と一蹴され、昔ベテラン女優が選挙速報でも泣けると言っていた話を思い出しました。その域に近づきつつあるようです。(S)

表紙: 住友林業(株)住宅事業本部 松山支店 タビス天山展示場

* 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

2023年2月の新設住宅着工戸数 単位：戸 ▲は減

		2月				1月	12月	11月	
		対前年同月比		対前々年同月比					
新設住宅計		64,426	▲188	▲0.3%	3,662	6.0%	63,604	67,249	72,372
建築主別	公共	251	▲136	▲35.1%	▲579	▲69.8%	264	636	1,027
	民間	64,175	▲52	▲0.1%	4,241	7.1%	63,340	66,613	71,345
利用関係別	持家	18,368	▲890	▲4.6%	▲2,022	▲9.9%	16,627	19,768	21,511
	貸家	24,692	1,109	4.7%	2,136	9.5%	24,041	26,845	29,873
	給与住宅	304	▲16	▲5.0%	▲116	▲27.6%	238	436	346
	分譲住宅	21,062	▲391	▲1.8%	3,664	21.1%	22,698	20,200	20,642
	うちマンション うち戸建	9,750 11,202	23 ▲388	0.2% ▲3.3%	2,971 732	43.8% 7.0%	11,990 10,576	8,117 11,977	8,092 12,370
資金別	民間資金	59,570	188	0.3%	4,806	8.8%	56,284	61,093	65,376
	公的資金	4,856	▲376	▲7.2%	▲1,144	▲19.1%	7,320	6,156	6,996
	公営住宅	227	▲159	▲41.2%	▲602	▲72.6%	136	491	624
	住宅金融機構融資住宅	2,041	▲279	▲12.0%	▲584	▲22.2%	1,904	2,306	2,418
	都市再生機構建設住宅	0	0	—	0	—	122	70	375
	その他住宅	2,588	62	2.5%	42	1.6%	5,158	3,289	3,579
構造別	木造	34,490	▲917	▲2.6%	▲958	▲2.7%	32,509	37,378	41,751
	非木造	29,936	729	2.5%	4,620	18.2%	31,095	29,871	30,621
	鉄骨鉄筋コンクリート造	485	64	15.2%	367	311.0%	705	232	572
	鉄筋コンクリート造	19,654	21	0.1%	3,797	23.9%	22,245	20,582	19,131
	鉄骨造	9,728	669	7.4%	455	4.9%	8,095	8,968	10,752
	コンクリートブロック造 その他	43 26	0 ▲25	0.0% ▲49.0%	19 ▲18	79.2% ▲40.9%	27 23	36 53	104 62



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



クールモダンのブラック、エレガントなホワイト。
憧れのインテリアスタイルを演出する新色登場。

スリムでシンプルなデザイン、アルミの優美な素材感。

ドア・引戸・間仕切・階段と多彩なアイテム。

さまざまなインテリア空間をトータルコーディネートする
インテリア建材AMiSに、「ブラック」&「ホワイト」新色登場。

AMiS

インテリア建材

