

木材建材業界の“今”を知る

建材マンズリー

The KENZA Monthly

February
2011
No.545

2



特集

住まいとココロの健康学

Coffee Break

住宅建築検討者の動向
団塊ジュニア、第二波の予感

FRONT RUNNER

沢根スプリング株式会社

+Biz Topics

News pick up! 住友林業ニュース

建材マンズリー資料室



住まいとココロの健康学

今、住まいは「長寿命」の時代。構造や設備面で安心・安全が語られることが多い一方、「住育（じゅういく）」という言葉が注目を集め、「頭のよい子が育つ家」といったタイトルの書籍がベストセラーになるなど、間取りや素材等の視点からも、健康的でサステナブルな住まいのあり方が今見直され始めています。2月号の特集は「住まいとココロの健康学」。家づくりに正解はありませんが、住まいの主役である家族が、ココロもカラダも共に健やかに成長できる住まいのかたちについて、間取り・素材の両面から考えます。



Chapter 1

間取りから見た「住まいとココロの関係性」とは？

30年以上「家族の絆が強くなる家づくり」をコンセプトに活動されている、建築家の横山彰人氏。子どもが健やかに成長するための住まいのトレンドについて、お話を伺いました。



横山 彰人氏

株式会社横山彰人建築設計事務所 代表取締役

一級建築士。住宅建築、集合住宅を中心に、新築からリフォームまで、豊富なアイデアを提供し、家族のコミュニケーションを活かす家づくりを実践している。著書に「子供をゆがませる「間取り」」(情報センター出版局)、「危ない間取り」(新潮社)、「住まいに居場所がありますか?」(ちくま新書)などがある。

「子ども部屋中心主義」から「家族間コミュニケーション創造主義」へ

忘れられてはならない住まいの「本質」

近年、横山さんが住まいづくりをされている中で、問題視している部分は何でしょうか。

戦後、アメリカ型の「nLDK型」の住まいを形式的に取り入れ、いまだに続いているのが番の問題です。本来であれば、長い歴史の中で培われた日本人の気質を考えた住まいづくりをすべきですが、戦後の持ち家政策によって、画一的な間取りの住居が大量供給されました。学歴社会の風潮も手伝って、子どもの勉強部屋は必須という意識が自ずと広がっていった結果、気が付けば「勉強部屋を与えること」が親にとつてある種のステータスになっていったのではないのでしょうか。そして、子どもたちも「自分の

部屋中心」の生活になってしまったと考えています。その結果、ドアと壁で囲まれた個室が並び、リビングを通らなくても、家族全員が廊下から自分の部屋に行ける構造が主流になりました。家族の会話が減るのも当然の結果ではないのでしょうか。

接自由に入出入りできたり、玄関から親の目に触れずに入れるようになっていました。1988年から翌年にかけて発生した、「東京・埼玉連続幼女誘拐殺人事件」の犯人の自室は、家から離れた「別棟」に立地。6人家族にもかかわらずダイニングテーブルには家族分のいすがなく、全員で過ごす団らんの際はありませんでした。

昔よりもコミュニケーションが取りにくい家が多くなったということでしょうか。

一方、昔の家は家族がお互いに「気配」を感じられる間取りでした。「サザエさん」の家をイメージしていただくとわかりやすいと思います。茶の間を中心として生活の動線が考えられており、浴室、洗面所、台所は茶の間を通る構造になっているため、自然に家族とコミュニケーションが取れます。また、お父さんお母さん夫婦の寝室は、茶の間からでも気配を感じられる場所にあるのも特徴的です。

を育てられる」「家族全員が心身共に安心・快適に暮らせる」といった、本質的な部分が置き去りにされている傾向があるのではないのでしょうか。

オープンな空間が育てる協調性と創造性

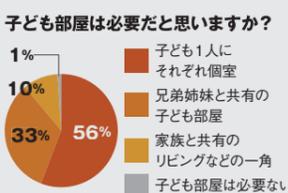
では、現代の住まいにおいて、どのような点を軸に置くべきだとお考えでしょうか。

子ども部屋のあり方です。「子どもには4〜6畳の部屋を与えておけば良いだろう」というある種盲目的な発想は、今一度見直すべきだと思います(グラフ参照)。近年の脳科学研究の進展とともに、子ども部屋の与え方によって、子どもの性格形成や発達状況に大きな影響を与えることが分かってきました。近年、指摘されはじめているのは「子どもは部屋に一人でいるよりも、家族と一緒に過ごすことで、協調性や創造性が高まる」という考え方です。脳科学者の澤口俊之氏は著書である『平然と車内で化粧する脳』(澤口俊之・南伸坊)で「個室でいくら勉強しても、自我や社会性を司る、前頭連合野が成熟できないので、小学生のうちに個室を与えない方がよい」と述べています。その子どもの性格、成長度合いなどによって、子ども部屋を与えるか、与えないか、親の見極めが必要です。

ただ、子どもは勉強に集中できないのではないのでしょうか。

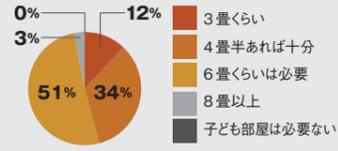
家づくりには、今後は、家づくりに携わる者として留意すべきことは何だとお考えでしょうか。

子ども部屋は必要だと思いますか？



参考：建築家情報サイト「すまいと」住まいのアンケート (2001年) (有効回答者数：177人) <http://www.sumaito.com>

どのくらいの広さが適当だと思いますか？



お父さんが風邪を引いて寝込んでしまったときでも、家族は気配を感じ、「起こさないようにテレビの音を小さくしよう」と自然と思いやりの心が育まれていくのではないのでしょうか。

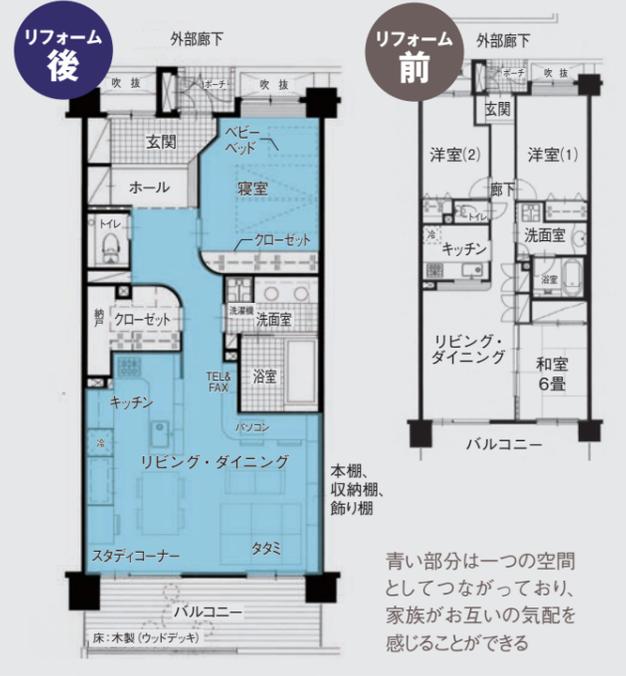
もちろん、これは画一的な話ではなく、密室化した子ども部屋で育った子どもが全員犯罪者になるわけでもありません。ただ、インターネットや携帯電話が浸透し、コミュニケーションのかたちが急激に変化する中で、今一度見直すべき住まいづくりの重要なポイントだと考えられます。

低ホルムアルデヒドの建材や空気清浄機、各種高効率機器といった新しい設備などの多種多様なハードは、健康面はもちろん、経済性や環境面において今後も大切な要素です。しかし、昨今、日本人はそういったモノにやや偏重気味で、「健やかに子ども

家のプロだからできる「住まい方提案」をすべき

横山さんが手がけられたY邸のリフォーム

横山さんが手がけられたY邸のリフォーム



青い部分は一つの空間としてつながっており、家族がお互いの気配を感じることができる

では、子どもの協調性や創造性を高めるために、どのような工夫が考えられますか。

リビングだけでなく、「家中を勉強部屋」と考えることもできます。一例として、夫婦に子どもが生まれ、一般的な3LDKの間取りから、当社で1LDKにリフォームしたマンションを見

てみましょう(図面参照)。子どもが成長しても勉強部屋はつくりやすく、リビング・ダイニングで勉強できるようにしています。子どもが大きくなったから、簡単なリフォームで両親と子どもの寝室を分けることも可能です。

「住まいとココロの関係性」とは？

chapter1では、間取りが生み出す家族のコミュニケーションについて紹介しましたが、素材は人にどのような心理的効果を与えるのでしょうか。ここでは、公共建築物における木造化・木質化の動きとともに注目されている「木材」に着目。木材の視覚特性を中心に研究されている、京都大学大学院農学研究科講師の仲村匡司氏に、人と木の「親和性」についてお話を伺いました。



仲村 匡司氏

京都大学 大学院農学研究科
森林科学専攻 生物材料設計学分野
講師

研究テーマは「木材の視覚特性（木目パターン、心理的イメージ、生理応答）」。著書に『木質の物理（日本木材学会編）』（共著・文永堂出版）、「ウッドライフを楽しむ101のヒント（日本林業技術協会編）』（共著・日本林業技術協会）などがある。

他にもまだある「木材がココロに及ぼす効果」とは？

高い快適感があるのは木材率45%の居住空間

木材率（※）の割合が異なる部屋で、生理面・心理面から評価する実験を行ったところ、木材率30%では脈拍数と拡張期血圧の有意な低下が認められ、リラックス状態になることが分かりました。さらに割合を増やした木材率45%では、主観的調査においても、高い快適感を生じさせていることが判明しました。

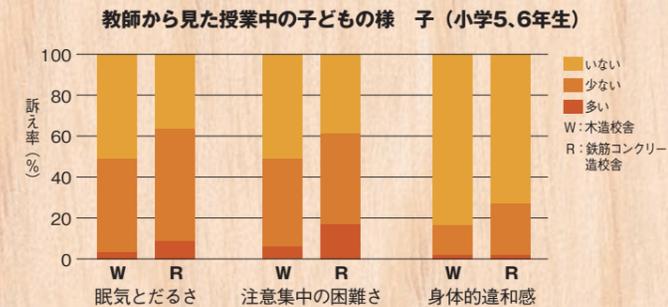
※室内に用いた木質内装材の割合

木質内装材のデザイン、コーディネートなどによっても異なります。農林水産省森林総合研究所・住友林業株式会社共同研究



木造校舎で学ばば子どもも 勉強に集中できる

木造校舎と鉄筋コンクリート造校舎で、子どもたちの「眠気とだるさ」「注意集中の困難さ」「身体違和感」を教師の目と、鉄筋コンクリート造校舎の方が「眠気とだるさ」「注意集中の困難さ」の訴えが多いようです。さらにこの傾向は、高学年



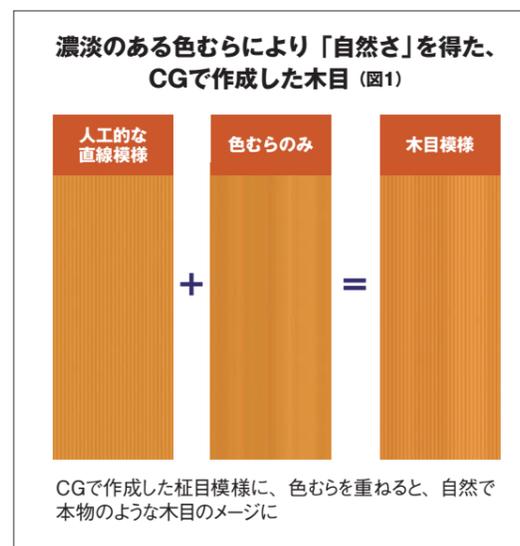
出典：高橋徹ら3名編 木材科学講座5「環境」海青社（1995）

木材が人に与える心理的効果を伝え、より多くの人に選ばれる素材にしたい

木材のビジュアルが与える心理的効果

— 仲村先生は、住まいを構成する素材の「木材」について、どのような点に特に興味をお持ちですか。

素材として居住者に「プラス」の効果を与えることです。皆さんご存知のように、木材には構造用材として吸放湿性能や断熱性能など、優れた性能があります。それらの性能に加え、木材はビジュアル、手触り、香りなどによって心理的・身体的効果をもたらす性能も持っているのです。私はその中でも、主に「視覚刺激特性」に関心を抱いており、木材



のビジュアルが人に与える心理的効果について研究をしています。

— 例えば、どのような効果がありますか。

木材は人に「優しい」印象の視覚イメージを与える効果があります。私はコンピュータ・グラフィック（CG）で作成した木目を使って視覚イメージの研究を行っていますので、実際に見てみましょう（図1）。一番左のよう年輪幅が一定で、かつ木目が直線の柱目は、人工的で不自然な印象があります。しかし、この柱目にその右のような濃淡のある色むらを重ねると、本物の木目に近づき、優しいイメージを与えます。人は濃淡のある色むらのような視覚刺激に敏感であり、この色むらが木目の自然さを形成しているのです。

木材しか持ち得ない「唯一性」を伝える

— 木材の視覚特性において、最近特に注目しているのはどのような点でしょうか。

木材の「節（ふし）」の見え方に関心があります。最近の研究では、大画面のスクリーンに、CGで作った節のある木材を映し、被験者がどこを見るのか視線追跡実験を実施しました。被験者に「アイマーカーコーダー」という装置を装着してもらい、視線の動きを計測（図2）。結果として、人の視線は節に集中することが判明。さらに被験者に「今見ている節は、どのような印象か」と質問し、目立つと感じるかどうかを調査。目

の留まった時間と、節が目立つと感じた主観の度合いを計測したところ、「節を見ている時間が長いほど、節が目立つと感じる」という結果になりました（図3）。「節を長く見ても目立つ」と感じるから「節を見ても目立つ」とは分りませんが、節が持つ視覚情報は非常に強いと言えます。

この研究結果をもとに、今後も節が与える心理的効果について研究を深めていきたいと思います。近年、節を活かしたナチュラルテイストな内装の家にご覧いただきたいという人も増えてきており、そういった住まいの開発につながるデータの分析を続けていきたいですね。一方で、節に対して違和感を持ち、「ビジュアルストレス」と感じてしまう方がいるのも事実です。木材の有効活用にもつながるような研究をしていきたいと思います。

研究されていて、人と木の関係性について、変化を感じることがありますか。

はい、特に若い世代に変化が生じてきているように感じます。近年、大学の講義で「節のある木目模様を描いてみてください」と学生たちに指示すると、「先生、『節』って何ですか」と尋ねられるようになりました。昨年、ある大学の授業で聞いたところ、2割弱の学生が節を知らず、大変驚いたこともあり。私の知り合いの研究者も、目隠しをした学生に木材の表面に触れてもらい、その素材が何かを答えてもらうテストを行ったところ、「段ボール」という返答があ

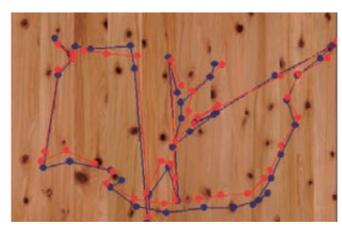
— では、どうしたら木に親しみを感じてもらえるとお考えでしょうか。

本来、日本人は木に対して親和感を抱く民族です。コンピュータグラフィックで行けば、わざわざ木目をプリントしたトレイに入った食品があるくらい、日々の生活に木に親しみを感じています。しかし、最近の若い世代は自然とふれ合う機会が少なくなってきたり、木のことを知らないのです。日常生活で木製品の低い家に住む機会が減り、木質率の低い家に住み続けてきたことも要因となっているでしょう。このままだと、木に対して親しみを感じなくなり、住まいを選ぶ際も、内装などで木という素材を選ばなくなる人が今後増えるかもしれません。

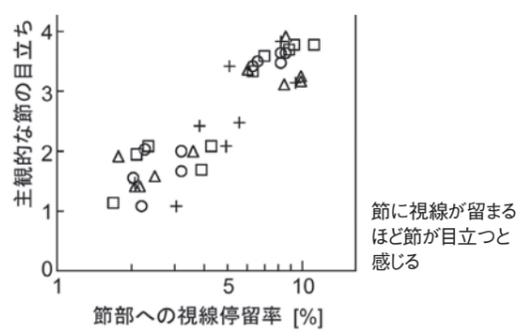
— 単純かもしれませんが、やはり木が人に与える効果を粘り強く業界全体で消費者に伝えていく以外にないと思いませんか。今回紹介した効果はむしろ、木目と同じものが一つとしてない「唯一性」も木の魅力の一つです。そういったことを親子ともに木の家を通して伝えれば、成長していく中で木に対する親しみが生まれます。

木材が与える心理的効果についての科学的なデータは、いまだ解明されていないことがたくさんあります。木造化・木質化の動きが活発化していくと共に、私たちの研究はさらに進み、新たな発見もあることでしょう。木の魅力をあらためて感じてもらうための裏付けのデータが立証され、さらに多くの方々に木材を使っていたことを願っています。研究者である私も研究データを積極的に発表していきたいと思っています。

有節パネルを見る被験者の視線の動き (図2)



節部に留まる時間の割合と、主観的な節の目立ちの相関図 (図3)





住友林業筑波研究所に聞く

安心・快適なキッズデザイン最前線

自然と人が共存できる快適な住環境の研究を進めている、住友林業筑波研究所。昨年第4回キッズデザイン賞(※)を受賞した、安心・快適に暮らすための住まいの研究事例2件について、苅谷健司主任研究員が紹介します。

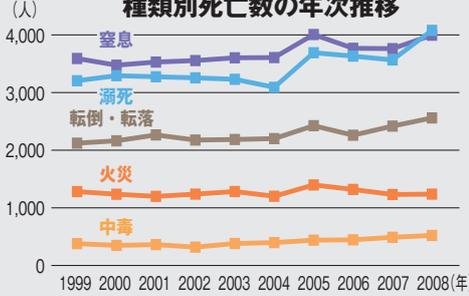


苅谷 健司

住友林業株式会社
筑波研究所
住宅グループ
主任研究員



家庭における不慮の事故の
種類別死亡数の年次推移



参考:「2009年度『不慮の事故死亡統計』の概況」厚生労働省



開発の背景として、毎年「不慮の事故」が多発し続けていることが挙げられます。住宅の性能は大きく向上しているにもかかわらず、家庭内での「窒息」「転倒・転落」「溺死」といった事故は長年横ばい状態。毎年同じような事故が繰り返

人の視線を計測して、階段の踏み外しを防止

『住友林業オリジナルEM階段』

本研究は、京都大学大学院農学研究科の仲村匡司先生(本誌P4ご登場)協力のもと実施されました。突板、無垢、オイル、シー

判断した床が一致。さらに「子どもが落ち着いて長時間滞留する床」と「子どもが気持ち良さそうに長時間寝転ぶ床」は、どちらも無垢のフロアが最もその傾向が強いという結果になりました。子どもの場合、発言や行動が不安定なため、一般的にはアンケート調査には向きません。しかし、今回は普段子どもたちと接している保育士が姿勢、表情などの様子を行動観察することで調査の有効性が認められ、リサーチ方法が評価されました。

『行動観察による子どももお気に入りの床調査』 姿勢、表情から判明した、子どもたちに人気の「無垢床」

研究結果を使えば、木の効果をユーザーに具体的にアピールすることが出来ます。しかし、床材によってなぜ好みが生じるのか、その物性の違いを明らかにしてデータの信頼度を向上させるなど、まだ改善点があります。今後は、研究を進めながらオリジナルの評価方法を構築し、木を使うことで生活にどのようなメリットが生じるのかを知ってもらい、木の住まいの優位性をさらに打ち出していきたいと思

返されています(グラフ参照)。そこで当社では、転倒・転落の未然防止のために、事故の起きやすい場所である階段に着目。子どもも高齢者まで、すべての人に配慮した階段の開発を目指しました。当研究所では、開発のために「視線追尾計測」実験を実施。被験者にはアイマーカーコーダーという視線を計測できる装置をつけてもらい、人がどこを見て階段を昇降しているのかを調査したところ、段差が見にくい条件下では、主に壁と階段の境界の輪郭で段

差部を認識していることが分かりました。その結果をもとに、側板(ササラケタ)をなくして階段の輪郭に沿った形状にすることで、踏み外し事故防止が期待できる商品にしました。また、さらに視認性を高めるために、階段の先端部分を塗装で色を変え、アクセントラインをつけることも選択可能です。

開発を進めるなかでは、デザイン性やコスト面を考慮しながら、安全性を高めることの難しさを実感しました。今後も、二つのバランスを取りながら、さらに視認性を改善し、危険の芽を摘み取れる商品にしていきたいです。



※キッズデザイン賞:良質な商品や施設、プログラム、調査研究活動などを対象とした、キッズデザイン協議会主催による顕彰制度。



【藤井繁子Profile】
 『月刊HOUSING』元編集長、現在リクルート住宅総研 主任研究員や神奈川県総合計画審議会委員も務める住生活ジャーナリスト。ブログ「Vivien研究員の暮らしと住宅業界裏話」更新中!

vol. 22

住宅建築検討者の動向 団塊ジュニア、第二波の予感

まだまだ動く、団塊ジュニア

リクルート社（月刊「HOUSING」）が毎年実施している「注文住宅に関するトレンド調査※」は、住宅建築を検討中のユーザーを対象に意向や行動状況を調べるものです。

※2010年10月・全国・回答数1,500件・インターネット調査

今回の結果で注目したのは世帯主の年齢が平均41.6才と40代になった事。これまで、04年37.5才→06年37.9才→08年39.3才と住宅取得のボリュームゾーンである団塊ジュニア世代（1971-74年生）の成長と共に世帯主年齢は上がってきましたが、彼らもアラフォーから堂々の40代に突入するのが2011年なのです。（ちなみに60才以上のシェアも7.8%と過去3年比で2～3%増、逆に35才未満が28.3%と同10～15%も激減）

団塊ジュニア世帯の持家率は約40%（H20年）、その上の40代の持家率は約60%にまで20%増加するので「新規住宅取得20%×400万人（男性人口だけで試算）＝80万戸」需要の皮算用。私自身、30才でマンションを買い、40才で注文住宅を建てた経験から女性施主世帯もあるはずなので、少なく見積もっても団塊ジュニアが40代で約80万戸住宅取得に動く5～10年が始まります。ただ30代の一次取得とは違う「40代の団塊ジュニア第二波」がもたらすニーズの変化をキャッチできるかどうか今後の住宅商品・販売戦略のカギになりそうです。

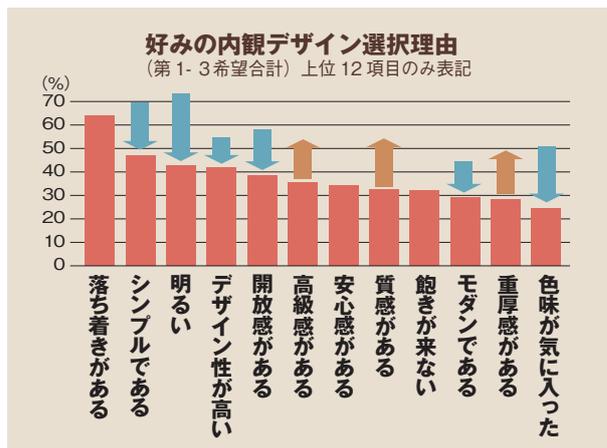
“プチ贅沢”は住宅にも来る？

当調査で変化が感じられたのは「好みの内観デザイン」について。写真のような上位3タイプの結果、昨年は2位の白木ナチュラル系が圧倒的1位だったのに、今年は1位の

カントリー系と3位の和モダン系がUPし人気分散。またクールモダン系が4位から8位へ転落。選択理由のグラフにそのキーワードが見られます。‘落ち着いたがある’ ‘高級感がある’ ‘質感がある’ といった大人の嗜好が上昇しているのです。昨年流行った“プチ贅沢”、衣・食分野では散見された動きですが住宅企画にも大人の団塊ジュニア向けには必要かも知れません。

パラサイトシングルで 1.5 世帯住宅

今回、2世帯以上の予定も26%と近年で最も多い数値。40代からの住宅となれば「親を呼んで」の新居も必然ですが、独立しない40代や出モドリが親と同居する「1.5世帯」型も今後増加することでしょう。そんな実家で同居のシングル団塊ジュニアに「家を建て替えて親孝行！」を促すのも一考。30代の低価格・シンプル志向とは違って40代からの家づくりには、本質的なクオリティを前提に人の心を動かすプロモーション力が勝敗を期す事になるでしょう。



好みの内観デザイン (9つの内観写真からの選択・第1希望の順位)

1位 17.7%



2位 16.1%



3位 13.7%



8位 7.3%



企業が成長するカギは常識にとられないこと。挑戦し続ける優良企業からビジネスヒントを学びます。

FRONT RUNNER 先端企業に学ぶ

チャンスの時ほど

次の手を



「ありがとうカード」。いつでも誰でも自由に書くことができ、書いた人も書かれた人も月ごとに1件あたり100円が支給される



製品群の一部。極小精密バネから大型コイルバネまで豊富なラインナップ



社内勉強会の様子。外部から講師を招くのではなく、社員自らが順番で講師を務めることで、進んで勉強する良いサイクルが回っている



1993年には中国第一汽車集団公司との合弁会社「無錫澤根彈簧有限公司」を設立



経営理念の一つ「人生を大切に」を実践する沢根スプリングの皆さん

沢根スプリング株式会社



代表取締役
沢根 孝佳さん

金融危機もなんのその 45期連続で黒字を計上

45期連続黒字の安定企業が浜松にある。自動車用バネなどの製造販売を手がける沢根スプリングだ。金融危機のあおりをまともに受けた2009年度。全国に2,000〜3,000社あるとされるバネメーカーは平均4割とも言われるほど売上を落とし、赤字に転落するメーカーが続出。そんな中であって同社も売上こそ2割減となったものの黒字を確保。翌2010年度には売上を金融危機以前の水準に回復するなど、業界の優良企業としての面目を保った。

初の通信販売を開始 消耗戦を避け、 ニッチ市場で勝負

同社の安定した収益を支えているのが、通信販売事業だ。同社は業界で初めて通販を始めたメーカーである。スタートは昭和62年。当時、業界は大口顧客である自動車や電機各社のおう盛な需要に支えられ、黙っていても注文がくる平穏な時代にあった。それだけに、わざわざ新規事業に着手する必要性は乏しく、沢根社長が通販の立ち上げを計画した際には社内から反対の声が上がった。それでも通販をスタートした理由を沢根社長はこう語る。「どの産業にも必ず成熟期が来ることは歴史が証明しています。ですから常に新たな市場を開拓しなければ生き残っていきません。また、事業が好調なときほど、次の一手を打つべきです。ジリ貧になってからでは遅いですから」。

通販を始めるにあたって、同



「自らの人生プランを立ててほしい」(沢根社長)との考えから、掲示板には100年カレンダーが貼ってある



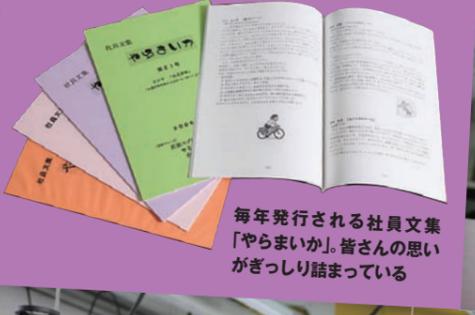
通販事業の開始にあわせてITインフラを整備。平成14年には日本IT経営大賞(日本工業新聞社主催)の特別賞を受賞



昭和62年の
通販スタート時の
最初のカatalog



安定企業に学ぼうと、国内はもとより海外からの視察団も



毎年発行される社員文集「やamaiか」。皆さんの思いがぎっしり詰まっている



忙しい部署を臨機応変に他部署が応援するなどして極力残業を減らしている

沢根スプリングに学ぶ安定企業の極意

- 1 好調時ほど次の手を打つ**
うまくいっている時ほど次の一手を考える。傾いた時に考えるのではもう遅い。決めたら速やかに実行を。
- 2 消耗戦を回避する**
不毛な価格競争から適正な利益は得られない。技術やノウハウを生かせる市場を自分で見つけ出す努力が不可欠。
- 3 収益は人が生む**
技術は人に宿るものであり、人があってこそ技術を発揮でき、収益が生まれる。人を大切にせずして、収益は生まれない。



本社：静岡県浜松市南区小沢渡町1356
事業内容：バネ及び関連製品の製造販売
代表者：沢根 孝佳
従業員数：51名
売上高：7億6,000万円(2010年12月期)
HP：http://www.sawane.co.jp/

安定経営で知られる同社だが、同時に「社員の幸せを追求するバランス経営」で、国内外から訪問を受ける会社でもある。一人当たりの

人を大切にこそ安定した業績がある

社はカタログに既存の大口製品ではなく、例えば自動車の製造ラインや金型の製造装置に使われるバネといった小口製品を重点的に掲載した。ライバルがひしめき厳しく、価格競争にさらされる市場ではなく、数量こそ少ないものの、その分一定の単価を保つことのできる市場で勝負するためだ。

満を持してスタートした通販事業。ところが最初の2年間で得られた売上は60万円と、極めて低調な滑り出しとなった。全国7万社に向けたダイレクトメール(DM)などに1,500万円を費やしていたため、損は小さくない。それでも地道にカタログを更新し続けることもDMを粘り強く送付。手間はかかるが、バネ一本からでも注文を受け付け、原則即日発送の姿勢も崩さなかった。

地道な努力が実り、手ごたえを感じられるようになったのは開始から5年が経った頃。現在では顧客数1万8,000社、アイテム数5,000種を数えるまでに成長し、売上全体の3割を占める屋台骨事業となっている。

月間平均残業時間が6時間以下と少ないのも、バランスを考えてのことだ。沢根社長は言う。「当社の経営理念に『人生を大切に』とあります。人生を大切にすることは、生き方のバランスを大切にすること。しっかりと働き、十分な休息を取り、そして自分自身や家族社会のために時間を使ってこそ、人生はより豊かなものになると信じています」。

人を大切にする同社らしい取り組みはまだまだある。例えば「社長だより」。これは、毎月給料袋に入っている社長から社員とその家族にあてたメッセージカードのことだ。社長以下、全従業員が1年に1回、思い思いのテーマで作文を書くのも沢根スプリングの習慣。全員の作文を1冊にまとめ、みんなを思い合っことで、仲間がどんなことを考えているかを共有する。仲間の良い行いを記入する「ありがとうカード」は、書かれた人だけでなく書いた人にも会社から100円が支給されるユニークな制度だ。

「いずれも私どものような小さな会社だからできることです。しかし、会社の大小にかかわらず、仲間同士を思いやりながら働ける環境がなかったら会社の存続はありません。今後も当社ならではの手作りの取り組みを続けていきたいと思えます」。45期にわたって安定経営を続けてきた同社の強さの秘訣は、こうした姿勢にこそあるのかもしれない。



News pick up! 住友林業ニュース

1月より提供を開始したサービス

● JHOP 3D 住宅展示場サービス	申込による受注制作
● JHOP ホームページサービス	申込による受注制作
● JHOP 住宅プラン紹介サービス	検索・掲載無料※
● JHOP CAD Pro (プレゼン・意匠)	ダウンロード販売
● PRESEN MAGIC for JHOP	ダウンロード販売

※6プラン以上の掲載は有料

JHOP 3D住宅展示場サービス (制作例)



※イメージは実際のものとは異なる場合があります。

JHOP ホームページサービス (制作例)



※イメージは実際のものとは異なる場合があります。

今すぐ
資料
請求を!

法人向けサービスのご利用には会員登録(無料)が必要です。まずは資料・会員登録用紙をご請求ください。

JHOP
Japan Housing Open Platform

資料請求先

最寄りの住友林業(株)木材建材事業本部 営業部・支店・営業所
もしくは JHOP ウェブサイト <http://jhop.jp>

住宅関連業界向けクラウドサービス JHOPサイトリニューアル 受注支援サービス本格スタート

住友林業とNECが協業する住宅関連業界向けクラウドサービス「JHOP」が1月27日、新たなサービスを開始した。「JHOP」サイトでは昨年10月から無償版の簡易プラン作成CAD「JHOP CAD Free」を提供しているが、今回、住宅関

連事業者向けの本格的な受注支援サービスおよび一般消費者向けの情報提供サービスをリリースした。「JHOP 3D住宅展示場」では、CADや手書きの図面からプランを立体化し、JHOPサイト上の住宅展示場に出展でき

る。また「JHOP ホームページ」では、一般的な価格よりも格安でホームページを制作・掲載できる。そのほか、自分で作成したプランをJHOPサイトのプラン集に掲載できる「JHOP 住宅プラン紹介」、10月より提供している無償版CADに環境シミュレーション等の高機能を付加した「JHOP CAD Pro (プレゼン・意匠)」やProで入力したプランから自動でプレゼン

ボードを作成できる「PRESEN MAGIC for JHOP」といった事業者向けサービスがある。一般消費者はこれらJHOPサイトに登録・掲載された情報を、業者選びやプラン検討等、家づくりに活用できる。現在は受注支援サービスのみだが、今後、構造設計や資材受発注等、幅広いサービスを順次展開していく予定である。

編集後記

今回の特集では「住まいとココロの健康学」と題して、間取りと素材の両面から健康的な住まいについて考えてみましたが、いかがだったでしょうか。「人はなぜ「木」を心地よく感じるのか」ということは研究が進められているところで、まだ立証されてはいませんが、だからこそ魅力的な素材といえるのではないのでしょうか。昨年10月の「公共建築物木材利用促進法」の施行に伴い、公共建築物の木造化、内装等の木質化が推進されています。今後の動向に引き続き注目していきたいと思ひます。



平成22年12月の新設住宅着工 △は減

		12月					11月	10月	9月
		対前月比 (戸) (%)		対前年同月比 (戸) (%)					
新設住宅計		74,517	1,679	2.3	5,219	7.5	72,838	71,390	71,998
建築主別	公共	1,116	28	2.6	△1,040	△48.2	1,088	1,276	1,632
	民間	73,401	1,651	2.3	6,259	9.3	71,750	70,114	70,366
利用関係別	持家	26,871	△364	△1.3	2,835	11.8	27,235	27,842	27,670
	貸家	27,115	412	1.5	△2,489	△8.4	26,703	25,140	23,696
	給与住宅	559	208	59.3	△589	△51.3	351	514	565
	分譲住宅	19,972	1,423	7.7	5,462	37.6	18,549	17,894	20,067
資金別	民間資金	62,840	1,089	1.8	2,808	4.7	61,751	60,681	61,176
	公的資金	11,677	590	5.3	2,411	26.0	11,087	10,709	10,822
	公営住宅	651	△282	△30.2	△600	△48.0	933	1,147	1,168
	住宅金融機構融資住宅	7,152	876	14.0	3,094	76.2	6,276	5,867	5,482
	都市再生機構建設住宅	47	47	—	43	—	0	0	309
	その他住宅	3,827	△51	△1.3	△126	△3.2	3,878	3,695	3,863
構造別	木造	43,600	2,146	5.2	2,945	7.2	41,454	40,991	41,141
	非木造	30,917	△467	△1.5	2,274	7.9	31,384	30,399	30,857
	鉄骨鉄筋コンクリート造	886	497	127.8	749	546.7	389	262	682
	鉄筋コンクリート造	16,678	△348	△2.0	2,164	14.9	17,026	16,854	17,837
	鉄骨造	13,227	△629	△4.5	△643	△4.6	13,856	13,186	12,226
	コンクリートブロック造	87	42	93.3	5	6.1	45	43	42
	その他	39	△29	△42.6	△1	△2.5	68	54	70

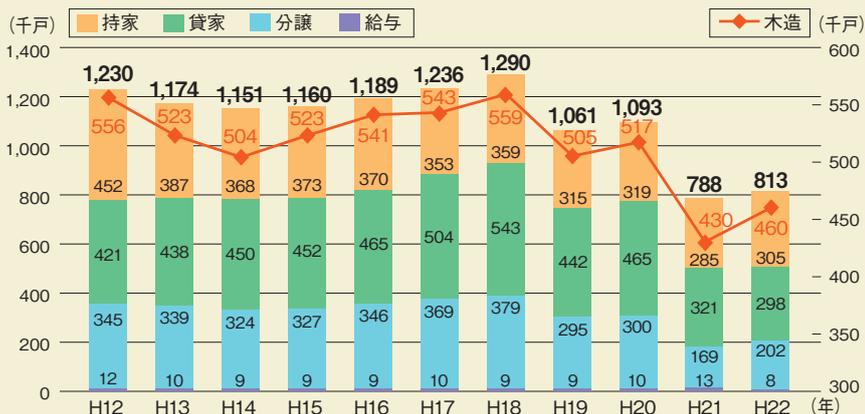
プレハブ新設住宅戸数

構造別	戸	対前月比		対前年同月比		利用関係別	戸	対前月比		対前年同月比	
		(戸)	(%)	(戸)	(%)			(戸)	(%)	(戸)	(%)
合計	11,677	1	0.0	990	9.3	持家	4,777	△219	△4.4	237	5.2
木造	1,453	164	12.7	124	9.3	貸家	6,448	146	2.3	773	13.6
鉄筋コンクリート造	161	△126	△43.9	44	37.6	給与住宅	31	△34	△52.3	△36	△53.7
鉄骨造	10,063	△37	△0.4	822	8.9	分譲住宅	421	108	34.5	16	4.0

枠組壁工法（ツーバイフォー）新設住宅戸数

利用関係別	合計	対前月比		持家	対前月比		貸家	対前月比		給与住宅	対前月比		分譲住宅	対前月比	
		戸	%		戸	%		戸	%		戸	%		戸	%
木造	10,170	979	10.7	2,869	82	2.9	6,069	829	15.8	6	1	20.0	1,226	67	5.8
		182	1.8		311	12.2		△193	△3.1		0	0.0		64	5.5

新設住宅着工戸数の推移（総戸数、利用関係別）



平成22年 新設住宅着工戸数

前年比プラス3.1%の813,126戸

2010年計（平成22年1月～12月）の新設住宅着工戸数は、813,126戸となり、史上最低水準を記録した2009年計（788,410戸）比で+3.1%、戸数で+24,716戸と、2年ぶりにプラスとなった。

金利優遇やローン減税、住宅エコポイント制度等、各種住宅取得促進施策の効果等により、首都圏をはじめとした大都市圏の分譲を中心に回復。分譲戸建が前年比20.9%増の110,358戸で4年ぶりにプラスとなったほか、分譲マンションが同18.2%増の90,597戸、持家についても同7.2%増の305,221戸と、いずれも2年ぶりに増加となった。貸家については同7.3%減の298,014戸となり、2年連続で減少となっている。

木造住宅用充填断熱材

さらに高断熱性能(熱伝導率**0.022W/m・K**)
《ミラネクストラムダ》も登場!!

高い断熱性と優れた施工性のミラネクストが
従来の床に加え、屋根へ対応部位を拡大!

ノンフロンタイプ

品確法省エネ対策
等級4対応

高性能と抜群の施工性!!

ミラネクスト



特殊スリット加工により
押し込むだけで、ぴったり
フィット!

木口のななめ加工により
垂木間にあわせやすい。



屋根

垂木に両端をあわせて
押し込むだけ!

気密補助材

室内側からの挿入も可能です。

スリット効果でピッタリ!
しかも軽量だから
作業もラクラク!!

■ 屋根用[規格品]

省エネルギー 基準区分	対応地域	厚さ (mm)	品種	垂木間隔/垂木幅 (mm)
新省エネ(等級3)	Ⅲ~Ⅵ地域	50	1種	455/45
	Ⅱ~Ⅴ地域	55	3種	
次世代省エネ(等級4) トレードオフ適用※1	Ⅲ~Ⅵ地域	55	ラムダ	

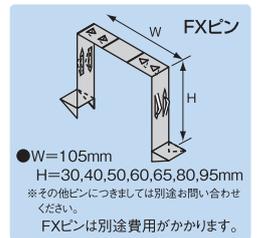
垂木内寸法 (mm)	品番	幅 (mm)	×長さ (mm)	入数/ケース (坪数)
45 410 455	W型	415 [内寸法410+5mm]	×1820	8枚/ケース (2坪分)

※1 開口部の熱貫流率(U値)をⅢ地域では、2.91W/(m²・K)以下、Ⅳ~Ⅴ地域では、4.07W/(m²・K)以下、Ⅵ地域では4.65W/(m²・K)以下とする必要があります。

押出法ポリスチレンフォーム断熱材

ミラフォーム

大引間割付断熱工法



断熱材もプレカットの時代! ゴミ削減と工期短縮に大きな効果を発揮!!

- 1 プレカット図面をご用意していただきます。
- 2 専用ソフトで割付画面を作成します。
- 3 承認・発注後、自社工場での断裁加工をします。
- 4 現場へ直接納入。すぐ施工にかかれます。

大引間割付断熱工法の
**4つの
メリット**

- 現場でのゴミ発生が大幅に削減でき、産業廃棄物処理費用等のコスト削減につながります。(3×6判で納入した場合、18~25%程度がロスとなります。)
- 施工工程が簡略化され、工期短縮によるコスト低減になります。
- 断熱材の切り屑・粉が風などにより近隣に飛散するのを防げます。
- 現場断裁による切り屑等の発生がなく、現場環境の改善・清掃手間の低減につながります。



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 <http://www.co-jsp.co.jp>
〒100-0005 東京都千代田区丸の内3-4-2(新日石ビル) TEL 03-6212-6363 FAX 03-6212-6369

