

# 建材マンスリー

Kenzai Monthly

特集 2013年度

## 「地域型住宅ブランド化事業」 に向けて

好木心

大正生れの和建築、出雲の旧大社駅舎（島根県簸川郡大社町）

付加価値創造に挑戦！注目企業を訪ねる

株式会社ハッピー

今月のニュース

JHOP通信

建材マンスリー資料室



# 「地域型住宅ブランド化事業」に向けて

地域材を活用した「木造の長期優良住宅」を支援する「地域型住宅ブランド化事業」は、2013年度も実施が予定されている。今回の特集では、国の木造建築推進施策を踏まえ、「地域型住宅ブランド化事業」への取り組み方を考察する。

## 川上から川下までの連携が地域の住宅産業を活性化させる

### 「木造」躍進の時代へ

日本は太古の昔から木造建築と共に歩んできましたが、戦後は木造建築にとって不遇とも言える時代が続きました。木造建築の燃えやすさが、さまざまな規制を受けたのです。

木造建築に対する基準法などの緩和措置は、1987年の「建築基準法改正」から出てきました。「木造3階建て戸建住宅や共同住宅」の建設が相次いで可能となりました。

さらに大きな転機となったのは、2000年に改正された「建築基準法の性能規定化」です。その結果、必要な耐火性能が確保できれば、木造建築物であっても、延べ面積や高さが制限されることなく、建設することが可能になりました。

### 建築物の木造化の流れ

#### 規制の時代

#### 「官公庁建築物の不燃化」決議

火災消失の多かった官公庁は「不燃建築を原則とする」と、国会で決議される。1959年には日本建築学会も、「防火、耐風水害のための木造禁止」を大会決議として打ち出す。戦後40年間、木造建築物の不遇とも言える時代が続く。

#### 規制緩和の時代

#### 「都市部の木造3階建て戸建住宅」解禁

「建築基準法改正」で、一定の技術基準に適合する「木造3階建て戸建住宅」が、準防火地域で建設できるようになった。材料や部材に関する試験結果を積み重ね、実際の火災実験を行って得られた知見に基づいた規制緩和である。

#### 「木造3階建て共同住宅」解禁

建築基準法改正で、準防火地域で「木造3階建て共同住宅」の建設が可能になった。

#### 建築基準の「性能規定化」施行

「建築基準法改正」で、性能規定化が行われた。特定の工法・材料・寸法などの仕様による規制から、一定の性能を満たせば、多様な材料設備

構造方法を採用できるようになった。特に防火、避難関係規定を大幅に見直した。

#### 防火地域内での「木造4階建て」が可能に

2004年に枠組壁工法、2006年に在来軸組工法の「木造耐火建築物」が認定。防火地域内での木造共同住宅や4階建て建築物などの建設が可能になった。

#### 推進の時代

#### 相次ぐ「木造住宅推進事業」

地域の木造住宅市場の活性化を支援する「地域木造住宅市場活性化推進事業」(2008、10年)、木造の長期優良住宅の取り組みを補助する「長期優良住宅普及促進事業」(2009年)と「木造のいえ整備促進事業」(2010、11年)などの補助事業が相次いで実施される。

#### 「低層の公共建築物」は原則木造化

「公共建築物等木材利用促進法」が制定され、低層の公共建築物は原則すべて木造化し、内装も木質化すると定められた。これに伴い「公共建築物木造工事標準仕様書」が2013年に発行された。

#### 「大規模木造建築物」のための技術革新

木造化・木質化のための技術革新を促す事業が「木のまち整備促進事業」(2010、11年)、「木造建築技術先導事業」(2012年)で、木造化・木質化による掛かりまし費用を補助。

#### 「住生活基本計画」で木造住宅供給の促進

2020年までの「住生活基本計画(全国計画)」の中で、「良質なストックの形成」の一つとして「木造住宅供給の促進」が掲げられた。施策としては、「木材安定供給のための加工・流通体制の整備の推進」、「木造住宅の設計者、技能者の育成」など。

#### 「地域型住宅ブランド化事業」

地域の①原木供給、②製材・集成材製造、③合板製造、④建材流通、⑤プレカット加工、⑥設計、⑦施工の関連事業者が緊密な連携体制を作り、地域資源を活用した「地域型住宅」を供給する取り組みを支援。グループの共通ルールに基づいた「木造の長期優良住宅」の建設に補助金給付。



国土交通省住宅局 住宅生産課 木造住宅振興室 上森康幹氏

### 「木造の振興」は国の重要な施策

国土面積の2/3が森林に覆われた日本では、国土保全の面からも木材を適切に使用し、伐採・間伐・植林の「循環型サイクル」を構築することが大切です。また木材は断熱性が高く、調湿機能があり、製造時のCO<sub>2</sub>放出量が少ないことや、炭素貯蔵量が多いことなどから、人にも環境にも優しい材料と言えます。2011年の内閣府の調査では、国民の8割が「木造住宅を選びたい」と回答しています。こうした観点から、木材を有効に活用し、建物の木造化・木質化を図ることは、国の重要な施策であると考えます。

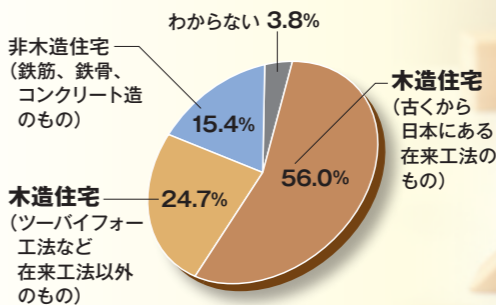
2011年に新たに定められた「住生活基本計画(全国計画)」でも、「木造住宅供給の促進」が謳われています。施策としては、木材の加工・流通体制の整備、設計者・技能者の育成、技術開発、地域材の活用などが挙げられています。

また、新築木造住宅の省エネ基準適合率を2020年までに100%とすることを目標に、「住宅省エネ化推進

### 「地域型住宅ブランド化事業」が果たす役割

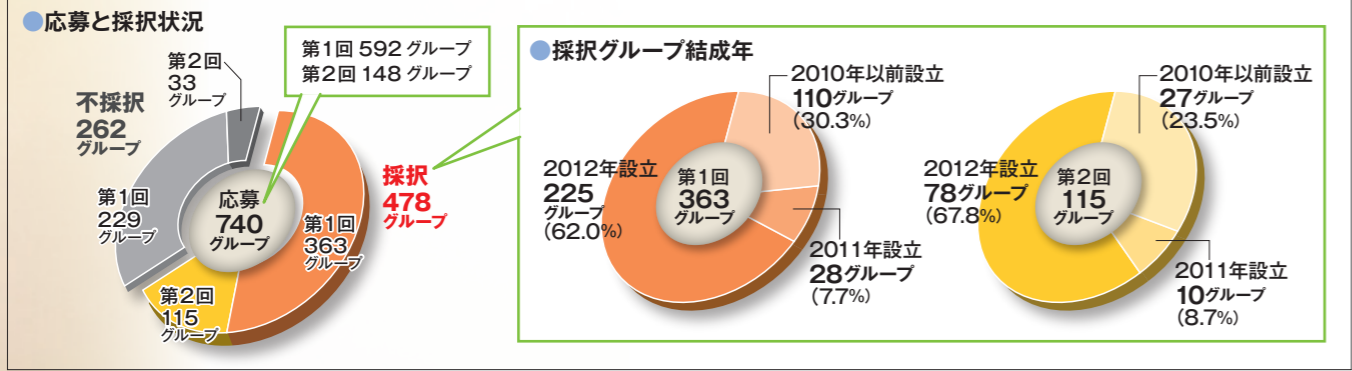
木造推進のためにさまざまな補助

#### 「新たに住宅を建てたり、買ったりする場合、どんな住宅を選びたいか」



出典：「森林と生活に関する世論調査」(2011年内閣府)

#### 「地域型住宅ブランド化事業」(2012年度)



#### 主な不採択理由

- 地域型住宅の特徴がはっきりしない
- グループ活動の特徴がはっきりしない
- グループの合意形成プロセスが不明確
- 規約や会則の内容が不十分で継続性に疑義
- 適用申請書の大部分が他のグループと同一
- 大手事業者の影響力が強く独立性を持たない
- グループ内の特定の1社が主導している
- 実績などから長期優良住宅の供給が疑わしい

出典：国交省資料

予算額で実施の予定ですが、公募の細かな内容については調整中です。昨年度からの変更点は、林野庁の「木材利用ポイント」と補助の対象が重なるため、地域材を主要構造部に過半以上に利用した際の20万円上乗せが、今年度は休止になります。

昨年度採択されたグループの要件については、現在、検討中です。

昨年度の採択評価において重視された視点の一つに、「グループ構成員の連携体制」があります。評価委員会が不採択の主な理由として上げているのは、グループ活動の特徴が判然としていない、合意形成プロセスが不明確、などです。応募に当たっては、グループとしての連携体制や役割分担、合意形成を明確にすることが、大切なポイントになると思います。

(本稿の内容は4月30日時点のものです)

### 2013年度は地域材利用の20万円上乗せ休止

昨年度は2回の募集で478グループを採択しました。採択グループの結成時期を見ると、2012年設立が303グループあり、ブランド化事業をきっかけに新たにグループ化が進んだことが分かります。補助金のあるしにかかわらず、今後も多岐にわたる住宅関連施策や制度への、グループでの継続的な対応を期待します。

今年度の募集に関しては、同程度の

# 1 「群馬すてきな家づくりの会」共通ルールにした「住宅性能表示」のバックアップ体制



●グループ代表  
株式会社瀧澤興業  
専務取締役  
瀧澤和也氏



●事務局担当  
平方木材株式会社  
取締役部長  
伊藤晃一氏



●申請・設計担当  
平方木材株式会社  
設計課  
駒田篤次氏

群馬の地域材を使用した「ぐんまの家」「優馬」で採択を受けた「群馬すてきな家づくりの会」は、瀧澤和也会長のもと、平方木材株式会社事務局を担当し、グループ運営を行っている。今回、一番大変だったのは、仕様に関する共通ルールに「住宅性能表示」の実施を加えたことだという。

## 成功のポイント1 確実な採択のために高いハードルを設定

「長期優良住宅だけでも大変なのだから、性能表示までではないだろうか、という声」が最初は多かったと伊藤氏。事務局がそこをあえて押し通したのは、「確実に採択されること」を最優先としたからだ。

事業募集当初、各都道府県で1〜2グループの採択といううわさが流れていた。県産材を使うだけでは、他のグループとの差が出ない。しかし、第三者機関のチェックを受ける性能表示をアピールすれば、差別化が図れると考えた。

「選ばれることが第一」と会員は納得できたが、実施には高いハードルが待ち構えていた。性能表示は長期優良住宅と同様、時間とお金、そして手間がかかるからだ。それをクリアするため、事務局はさまざまな準備を行った。

## 成功のポイント2 工務店の負担を軽くするサポート体制

今回の事業で申請・設計部門担当の駒田氏は、「性能表示で一番やっかいなのは現場写真が膨大になること」と言う。そこで撮影指示機能が搭載された「Doi Photo」を活用した。「Doi Photo」は会が所属する住活協（住宅産業界活性化協議会）の推奨するツールであり、そこに性能表示に必要な撮影箇所をプラスしていくことにした。撮影箇所を評価機関に問い合わせ、一覧表にしてブランド化事業参加会員に渡した。

また、審査機関手数料とブランド化事業に伴う手数料の一覧表を、会が委託する審

査機関ごとに作成。性能表示の実施にいくらかかるのか分りにくい、という工務店からの声に応えた。

さらに申請のサポート体制を整えた。約半数の工務店が長期優良住宅を手がけたことがない中、具体的な指導の時間がなかったため、申請関連は設計グループが受け持つことになった。図面などの提出で、長期優良住宅と性能表示の計算から書類作成、申請までを代行する流れが出来上がった。

## 成功のポイント3 長期優良住宅を推進する営業ツール

ブランド化事業で建てる住宅と一般住宅の手数料の差額は、45万円くらいだ。インシャルコストは若干かかるが、固定資産税や住宅ローン減税などでは、長期優良住宅

■「群馬すてきな家づくりの会」グループ構成員

原木供給者	1社
製材事業者	5社
建材流通事業者	2社
プレカット工場	2社
設計事務所	4社
中小工務店	42社



イベントなどで配布する会のパンフレット

のほうが有利となる。また、地震保険の割引もある。そこで、ランニングコストまで含めた長期優良住宅のメリットをエンドユーザーに適切に提案できるよう、会員の意識改革と営業ツールの確立を今後、目指していきたいという。それが実現すれば補助金なしでも、「ぐんまの家『優馬』」ブランドを推進できると見込んでいる。

## 成功のポイント4 グループ加入のメリットを打ち出す

グループ加入で会員にメリットがなければ、グループは継続しない。直接的には受注につながるのだが、それ以外にもグループ化によるメリットをさまざま作り出している。例えばショッピングモールでのイベントや製材工場見学、森林ツアーなど、消費者と触れ合うイベントを開催。1社では難しい催事も、グループで取り組めば可能となる。

会長の瀧澤氏は「横の繋がりが少ない建築業界で、みんなが同じ方向を向いて協力していることが一番の収穫」と語る。伊藤氏も「グループの構成員がエンドユーザーに直接発信できるコミュニティの場を作れたのが大きなメリット」と述べる。

# 2 「山陰すてきな家づくりの会」取り組みやすさを重視した共通ルールで応募



株式会社ミヨシ産業  
代表取締役社長  
谷野豊氏



●交付申請担当  
株式会社ミヨシ産業  
取締役環境事業部長  
谷野利宏氏



●事務局担当  
株式会社ミヨシ産業  
総務課課長  
奥野圭一郎氏

住活協の山陰地域支部として設立された「山陰すてきな家づくりの会」は、工務店だけで90社、全体で延べ153社が集まる大所帯だ。グループ内に「地域型住宅ブランド化対策委員会」を発足させ、ブランド化事業に応募した。

事務局の株式会社ミヨシ産業は、古くから地域活性化のためのグループ活動を活発に行ってきた建材流通会社だ。同社の谷野社長は、事務局担当者に指示を一つだけ出した。それは「取引先全員が参加できる共通ルールづくり」というものだった。

## 成功のポイント1 取り組みやすさにこだわらる

「共通ルールの内容をあまり複雑にすると、採択されても実施が大変になります」と谷野社長。「難しすぎる」と、工務店が補助金を利用してほしくないことが一番困る。共通ルールは会員が理解しやすく、使いやすいう形で設定することが大事だと考えた。

その一つが、地域材の選定だった。何度も検討を重ね、地域材は国の定める定義に従い、鳥取と島根の県産材、外材も含む合法木材とし、工務店はその範囲内で何を使ってもよいとした。

## 成功のポイント2 地域材は県産材にこだわらず施工者の選択に任せる

も「私たちのルールづくりのポイントには、参加者が理解しやすいものにするつもりです。ですから評価委員会の先生方には、つまらない内容だったかもしれないと（笑）」と語る。会員に確実に使ってもらうことにこだわったため、1回目の募集では採択されない可能性も覚悟していたという。

こだわりの背景には、鳥取・島根両県の長期優良住宅の認定実績が、全国でも低い水準にあるという事情もあった。ただ、低水準にあるという事情が低いので、制度利用促進を最優先にするという判断がある。

## 成功のポイント3 工務店が希望する建材流通・プレカット工場を仲間に

ブランド化事業に参加するに当たり、事務局では各工務店に「現在、どこからプレカットや建材を納入しているか」のヒアリングを行った。そしてグループに参加して欲しいプレカット工場、建材流通会社の希望を聞いた。工務店からの要望を元に、各

補助金配分額

4300万円
相当戸数 43戸
消化率 95%

## 成功のポイント4 「地域型住宅ブランド化事業」は100%通過点

社にグループ入会の声をかけた結果、多くの参加者が集まった。いつも利用している納入先の方が、工務店も仕事やりやすさという配慮から。グループ化による囲い込みは考えていなかった。その結果、本来ライバルとなる地域の同業者とさまざまなコミュニケーションが図れ、地域が活性化したことが、大きな収穫だったという。

「今回は6月初旬の応募締め切り、8月の採択決定、第1期の交付申請締め切りが10月初旬までと、非常にタイトなスケジュールでした。工務店さんも利用しにくい面があったと思います」と語るのは、事務局担当の奥野氏だ。応募時には多くの地域型住宅の供給希望があった。しかし実際には交付申請と受注や工期のタイミングが合わず、認可枠をこなすのに苦労したが、認可枠の95%となる41戸の交付申請を行った。

今年度もまた「地域型住宅ブランド化事業」には参加したい意向だが、グループ自体はブランド化事業の補助金を目的として作られたものではない。今後は、国の施策の情報を会員に流したり、勉強会や講演会を開いたり、地域活性化のため、活動の範囲と頻度を拡げていきたいという。

補助金配分額

2000万円
相当戸数 20戸
消化率 100%

# 「木材利用ポイント事業」スタート

2013年4月1日から、林野庁による「木材利用ポイント事業」が開始となった。木造住宅の新築工事やリフォーム時の木質化工事などに対し、施主にポイントが付与するもので、1ポイントを1円相当に換算して地域の農林水産品などと交換できる。林野庁林政部木材利用課長の阿部勲氏に、その概要をうかがった。



林野庁林政部木材利用課長 阿部勲氏

ポイント発行には  
事前の「事業者登録」が必要

「木材利用ポイント事業」は、地域材の需要を喚起することで、日本の森林の適正な整備と保全、地球温暖化防止に貢献するとともに、農山漁村地域の振興にも役立てていただくための取り組みです。ポイントの対象となる工事などの内容は、以下の3つとなります。

- ① 木造住宅の新築、増築または購入
- ② 床、内壁および外壁の木質化工事
- ③ 木材製品、木質ペレットストーブなどの購入

このうち、①と②については2013年4月1日〜2014年3月31日までに工事着手（工事請負契約の締結、あるいは根切り工事・杭打ち工事の着手を含む）したものの、

表1 対象地域材

産地などが証明される木材	
● 都道府県などによる産地証明	
● 認証された森林から産出	
● 「ガイドライン」(林野庁)で合法性が証明	
*合法木材であれば外材も含まれる	
あらかじめ定める樹種	事業目的に適切と認められる樹種
スギ、ヒノキ、カラマツ、トドマツ、アカマツ、クロマツ、リュウキュウマツ及びアスナロ	農山漁村地域の経済に対して大きな波及効果があることが明らかな樹種

表2 内装・外装木質化工事で付与されるポイント

床	新築	9㎡ 2.1万ポイント 以降3㎡増えるごとに7千ポイントを加算
	リフォーム	9㎡ 3万ポイント 以降3㎡増えるごとに1万ポイントを加算
内壁	新築	9㎡ 1.5万ポイント 以降3㎡増えるごとに5千ポイントを加算
	リフォーム	9㎡ 2.1万ポイント 以降3㎡増えるごとに7千ポイントを加算
外壁	新築/ リフォーム	木質系外壁材 10㎡ 1.5万ポイント 以降10㎡増えるごとに1.5万ポイントを加算
		新規外壁材 10㎡ 7千ポイント 以降10㎡増えるごとに7千ポイントを加算

\*床、内壁は9㎡以上、外壁は10㎡以上  
\*合計ポイント上限は30万ポイント

- 木造新築・増築、購入、リフォームで利用
- 工事着手は2014年3月31日までに
- 地域材を主要構造材に過半使用
- 木質化工事は床・内壁9㎡以上、外壁10㎡以上
- 取得できる住宅は「登録事業者」の施工に限定
- 申請は施主または登録事業者

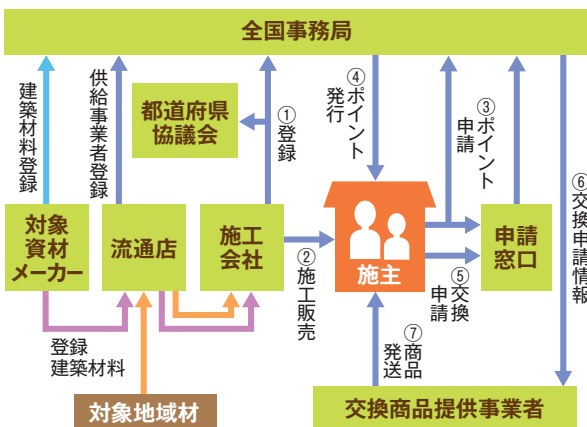
という期限を設けています。③に関しては、今年7月1日の購入から適用する予定です。また、対象となる工法として、対象地域材（表1）を主要構造材などに過半使用した「木造軸組工法」、「丸太組構法」、「枠組壁工法」を定めています。注意していただきたいのは、木材利用ポイントが取得できる住宅は、地域材の利用拡大等に取り組み「登録事業者」が施工したものになる点です。住宅施工事業者は、工事を行う都道府県の協議会（複数の都道府県で工事を行う場合は各都道府県の協議会または全国事務局）に、事業者認定申請を行う必要があ

申請には「地域材に関する表示写真」などを添付

ります。申請の受付期間は2013年5月31日までで、申請書は木材利用ポイント事務局ホームページからダウンロードできます。

取得できるポイントは、新築や増築、建て売り購入の場合で一棟当たり30万ポイント（特定被災地で一定の要件を満たすものは50万ポイント）。内装や外装の木質化工事の場合は、一定面積以上で最大30万ポイントとなります（表2）。つまり、新築・増築の場合、主要構造材と内装・外装に地域材を用いることで、最大60万ポイントなどがもらえます。ポイントの申請は、住宅の購入者である施主、あるいは登録事業者が代理で行うことも可能です。申請には、登録事業者が発行する「工事証明書」、主要構造材などを使用する対象地域材の「産地・樹種に関する表示写真」、「竣工写真」などの書類が必要となり、これらを郵送するか、各都道府県の申請窓口を持参する形になります。

## ● 木材利用ポイント事業の概要



ポイントを利用して森林保全や被災地支援にも利用可能

ポイントによって交換できる商品としては、地域の農林水産品や商品券、木材利用ポイント対象工事以外の木材を使用した工事費への充当（即時交換）などがあります。ただし、商品券や即時交換などは、ポイントの50%を上限としています。また、森林の利活用を推進する「森林づくり・木づかい活動」に対する寄附、被災地への寄附などにも交換が可能です。本事業に対する予算額は410億円となっており、1年という実施期限の中で反応を見極め、その後の取扱いが検討される予定です。地域材の需要拡大とともに、施主にとってはお得な、そして登録事業者にとっては販売促進につながる事業にしたいと考えています。

※本ページの情報は4月26日時点のものです。最新情報は随時木材利用ポイント事務局HPで公表されます。



旧大社駅外観

島根県  
簸川郡大社町大正生れの和建築、  
出雲の旧大社駅舎島根県簸川郡  
大社町

一般社団法人建設コンサルタンツ協会 会誌編集担当 塚本敏行

写真2点とも：Toshiyuki Tsukamoto



## 縁

結びの神で有名な出雲大社。神々が出雲へ出かけて留守になるという神無月（旧暦の10月）も出雲では神在月であり、全国の神様が集まり縁結びの会議が開催されるらしい。現在60年振りの遷宮の最中で、5月10日には新たな本殿へ大國主大神様が遷座され、後には祝賀行事が続く。

今ではここへの参拝には車を使う方がほとんどだが、ひと昔前までは鉄道が利用されていた。

当時、出雲大社の表玄関だった大社駅は、中央棟を中心に両翼を延ばした左右対称の細長い駅舎で、正面から見ると平等院鳳凰堂を彷彿させる純和風の建物である。横幅が約36m、奥行きが約12mの木造平屋瓦葺で、屋根裏の骨組みはトラス構造を採用。垂直な柱に筋交いを入れて三角形を組み合わせるトラス構造によって、この大きな屋根を支えている。

屋根には鴟尾、懸魚などの装飾が取り付けられ、瓦には亀や汽車の動輪が装飾されたものもあり、設計者丹羽光雄ら関係者の遊び心が楽しい。壁は漆喰仕上げで、腰下部分は板張りである。待合室の趣のある格天井には和風のシャンデリアが設置されている。格調高い駅舎には、鉄道で来る参拝者がくぐる最初の鳥居のような役割も果たしたのだろう。

1912年（明治45年）に国鉄大社線の駅として現在あるものの約半分の広さの木造平屋建て駅舎が開業し、1923年に山陰線が全通してからは利用者が大きく増大したため駅舎改築が決まり、翌年に完成。以後長らく活況を呈した。しかし、その後のモータリゼーションで鉄道利用者が減少し、大社線は1990年に廃止されたが、町民の思い出のこもった駅舎は地元の国鉄OB会に管理を任せられ、2004年に国の重要文化財に指定されている。築造から90年近く経つとは思えないほど状態が良く、今しも列車が到着し、人びとが降車する姿が浮かんで来る。

## ITをフルに活用し 作業品質を顧客満足につなげる

# 株式会社ハッピー



代表取締役  
橋本英夫 さん

### 株式会社 ハッピー

- 本社 京都府宇治市横島町目川 70-1
- 創業 2002年
- 資本金 5350万円
- 売上高 2億 5000万円
- 従業員 29名
- 事業内容 衣類再現加工



水中で疑似無重力状態を作る「無重力バランス洗浄機」

### 「クリーニングの常識を破る 「ケアメンテ」というモデル

衣服にダメージを与えることなく、汚れを落とすドライクリーニングの技術は、19世紀前半にフランスで発明されて以降、クリーニングという新しい産業を大きく発展させることになった。しかし、この方法では皮脂や化粧品などの油脂系の汚れを落とすことはできても、醤油やワインといった水性の汚れを落とすことは難しい。とはいえ、そうした汚れを水洗いで落とそうとすると、衣服を痛めてしまうことになる。

この難問に果敢にチャレンジしたのが、株式会社ハッピーの橋本英夫社長である。

「従来のクリーニング業は、いわば家事代行業です。衣類を洗ってプレスして返却するのがビジネスのすべてであり、仮に汚れが落ちなくても『落ちませんでした』と言えば済んでしまう。つまり、結果ではなく、作業で料金を頂いていたわけです。

私は「キレイになった」とお客さまに喜んでもらうことで、胸を張って対価を頂きたい、と思っていました。また、大事にしている服が美しく生まれ変わるなら、長く着られるようになるなら、きっとそれに見合うお金を払ってくれるお客さまは必ずいるはずだという確信もありました。

シャツを1枚洗ったら〇〇円という洗濯代行のままで、いつかその役割は労働単価の安い国に、あるいはロボットにとって替わられる。そうなったらこの業界に未来はない。この問題意識が10年という長い年月の試行錯誤につながりました。

洗浄方法を見直したり、洗剤を見直した

て、衣類をできる限り新品の状態に復元するサービスだ。その点で、クリーニングとは似て非なるビジネスだが、違いはそれだけではない。ハッピーは店舗を持たない。顧客は衣類を着払いの宅配便で送り、宅配便で受け取る。衣類一点当たりの平均単価は5千円程度で、客単価は2万円にもなる。一般的なドライクリーニングの単価が300円から500円だから、価格設定はクリーニングの10倍以上である。何から今まで常識破りのビジネスモデルだが、顧客からは強い支持を得ている。



水洗い不可の衣類も、無重力バランス洗浄なら繊維を傷めない



汚れの内容などお客様に丁寧にカウンセリングしたのち、メンテナンスに取りかかる

ストとは言えません。常に同じ結果をお客さまに約束すること、それが私たちが考えるサービスです。そこで全ての作業を分解すると同時に、各作業の量と質を徹底的に見える化することに取り組みました。

まず、すべての衣類は、電子カルテで管理されます。カルテには衣類の種類、素材、状態、届いたときの画像などが登録されま



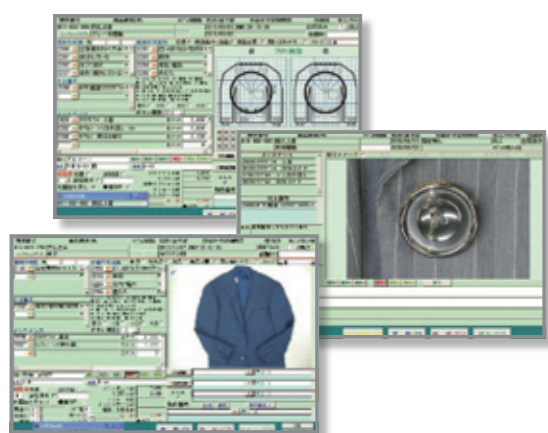
衣類だけでなく靴やカバンといった皮製品も美しく修復する

す。そのカルテをもとに、お客さまにお電話し、こだわりや好みをうかがいながら作業内容を確認、内容が決まったら実際の作業に入ります。採寸やボタン外しなどの工程を経て、衣類を洗浄現場に送ります。仕上げの段階では、洗う前の寸法や画像を見て、縮みや変形を丹念に補正します。検品の段階で少しでも問題があれば、戻してやり直しとなります。そのすべての作業がカルテに記録されます」

### 作業品質がサービス品質と顧客満足度につながる

高額にもかかわらず引き合いが絶えないのは、サービスの水準が極めて高く、かつ一定である点だ。そのサービス品質を支えているのが、ITによって徹底的に仕組み化された独自の作業工程である。

「その時々で結果が変わっては真のサービ

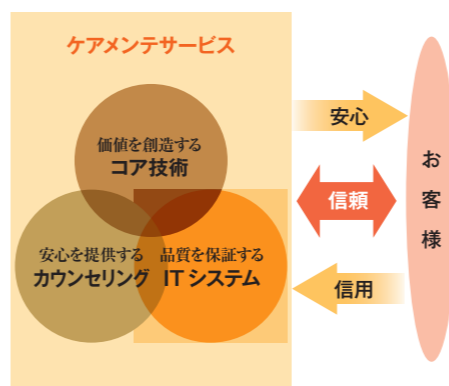


汚れの状態やサイズを「診察」し、カルテを作成する

### 「ケアメンテ」は、汚れを徹底的に落とすだけでなく、丹念な仕上げや補修によ

りとした様々なことを試した結果、「無重力バランス洗浄法」という独自の技術にたどり着きました。これは、一般の家庭のように洗濯ドラムで水洗いをしながら、衣服を一切痛めない、これまでになかった方法です。スーツも着物も、この方法で洗うことができます。「ケアメンテ」と私たちが呼んでいる独自のビジネスモデルは、この技術がベースになっています」

### ケアメンテグローバルスタンダード



従業員一人ひとりの作業も、ITによって徹底的に仕組み化されている。従業員には、作業内容、実績、習熟度に応じて、目標となる作業ポイントが個別に与えられており、作業現場で各人ごとにリアルタイムで表示される。また、作業の様子はすべてビデオカメラで撮影されている。

「労働管理のシステムだと思われるかもしれませんが、発想はむしろ逆です。作業を見える化することで、ベテランとの違い、昨日の自分との違いが明確になり、従業員にもともとある『向上したい』という気持ちを刺激するのです。そうすれば、技術もサービス品質も自然に向上していきます。もちろん技術が上がれば給料にも反映します。しかし、重要なことは従業員一人ひとりが目標を定め、それを達成することに喜びを感じるということです」

サービス分野の生産額は、日本のGDPの70パーセントを占めると言われている。サービス業の進化がこれからの日本の成長の鍵になると橋本氏は話す。

「サービスには形がない。それゆえにIT化、仕組み化することができない。それがこれまでの常識でした。しかし、私たちはサービスの仕組み化に成功しています。業務や時間を価格にするのではなく、価値をどう納得していただき、価格にしていかがそれがこれからの日本のサービス業には求められているのではないのでしょうか」

## 2013年度「サービス付き高齢者向け住宅整備事業」募集開始

「サービス付き高齢者向け住宅」は、国土交通省・厚生労働省所管の「高齢者住まい法」の改正により、2011年10月から登録制度がスタートした新しい高齢者向け住宅。バリアフリーなど高齢者の住まいにふさわしい構造を備え、ケアの専門家による支援サービスが提供される、高齢者が安心して居住できる賃貸住宅である。

登録基準には、住宅は床面積が原則25㎡以上、便所・洗面設備などの設置、バリアフリーであること。サービスは、少なくとも安否確認・生活相談サービスを提供すること。契約に関しては、高齢者の居住の安定が図られた契約であり、前払家賃などの返還ルールや保全措置が講じられていることなどが上げられている。

国土交通省では、「サービス付き高齢者向け住宅」として登録される住宅及び併設する高齢者生活支援施設の新築や改修（バリアフリー化など）に対して、費用の一部を補助する整備事業の今年度の募集を開始した。

応募に際しては、「サービス付き高齢者向け住宅」が登録済みであることが必須要件となっている。

募集期間は、2013年4月10日から2014年2月28日まで（2013年度予算成立後、正式確定）。応募申請書の受付、問い合わせは、サービス付き高齢者向け住宅整備事業事務局まで。

■ 問い合わせ先  
サービス付き高齢者向け住宅整備事業事務局  
〒113-0033  
東京都文京区本郷1-28-10  
本郷TKビル5階  
TEL: 03-5805-2671  
FAX: 03-5805-2678  
URL: <http://www.koreisha.jp/>

### 要件

「サービス付き高齢者向け住宅」として登録

### 補助率

#### ● 住宅

新築 1/10 (上限 100万円/戸)  
改修 1/3 (上限 100万円/戸)

※住宅の改修は、共用部分及び加齢対応構造など（バリアフリー化）に係る工事に限る。

#### ● 高齢者生活支援施設

新築 1/10 (上限 1,000万円/施設)  
改修 1/3 (上限 1,000万円/施設)

※高齢者生活支援施設の例：デイサービス、訪問介護事業所、居宅介護支援事業所、診療所、訪問看護事業所など

※高齢者生活支援施設を合築・併設する場合は、**新築・改修費にも補助**

JHOP  
通信

## 2 「外観・内観パース」で納得のプレゼン 美濃建設株式会社

「美濃建設（岐阜県中津川市）」は、JHOP CAD Proを1年半ほど前から利用している。導入の決め手は、コストパフォーマンスの良さからだ。

「一般の設計専用のCADシステムはかなり高額で、最低限の機能を揃えるだけでも120万~130万円はかかります。それなら必要なときに必要なだけ利用し、その都度課金されるシステムの方が、はるかに合理的だということで、導入を決めました」と語るのは、工事部一課長の田口重樹氏。

コストの面だけでなく、平面図や展開図の作成などが簡単にできるので、仕事のスピードもアップした。

設計と現場を担当する田口氏は、プレゼンテーション用のパース出力を頻繁に



リビングはこんな感じです

雰囲気もよく分かるねえ

美濃建設  
JHOP  
導入の成果

建物のイメージが一目瞭然のパース図でお客様も納得

最新のCAD機能が低価格で利用可能

利用する。「建物の雰囲気を具体的に確認したい」というお客様に、まず3Dの外観パースや内観パースを見ていただく。すると「イメージがとてもよく分かった」と納得され、仕事がスムーズに進むという。

さらに「JHOP CAD Proのよさは、新しい機能がどんどん追加され、それが利用できることです」と田口氏。一般のCADシステムのようにバージョンアップのたびにライセンス料金の発生がなく、いつでも最新機能が低価格で利用できる。このことも大きなメリットの一つだという。

\*このコーナーに登場してくださる方募集中。困りごと解決します! ● JHOPに関するお問い合わせ先：サービスサポートセンター TEL03-3769-2619

### 編集室より

広告掲載・誌面に対するご意見、ご感想は  
建材マンズ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](mailto:kenzai-monthly@sfc.co.jp)

住友林業株式会社 木材建材事業本部 事業開発部(三枝・齋藤)

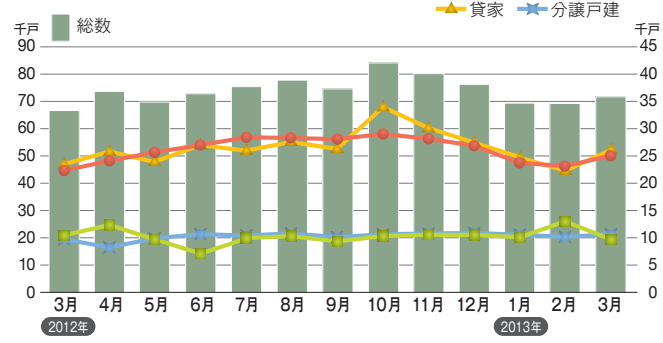
### 編集後記

ゴールデンウィーク初日、近所のホームセンターに出かけました。目的はグリーンカーテン用の苗木と土ですが、面白いものがあふれていて、私にとっては遊園地よりも魅力的です。結局目移りしすぎて時間切れ、出直すことにしました。2日目は図書館へ。予約していた本が届くとメールで連絡してくれるので、便利です。寝転がっての読書も休日気分を盛り上げてくれます。観光だけがGWじゃない、と行動半径2キロ程度の安上がりな休日を満喫しました。(編集員S)

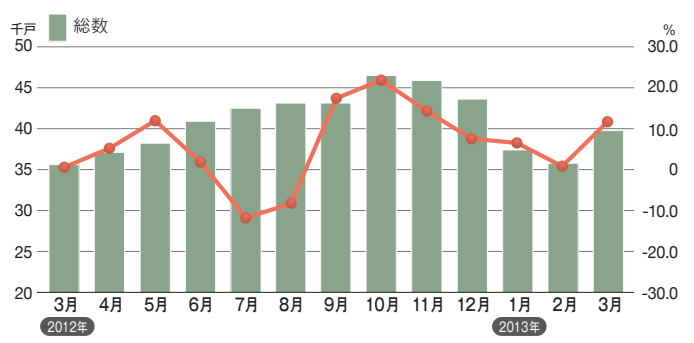
**2013年3月の新設住宅着工戸数** △は減

		3月					2月	1月	12月
		対前月比 (%)		対前年同月比 (%)					
<b>新設住宅計</b>		<b>71,456</b>	<b>2,487</b>	<b>3.6</b>	<b>4,859</b>	<b>7.3</b>	<b>68,969</b>	<b>69,289</b>	<b>75,944</b>
建築主別	公共	1,831	992	118.2	△79	△4.1	839	672	1,243
	民間	69,625	1,495	2.2	4,938	7.6	68,130	68,617	74,701
利用関係別	持家	24,879	1,892	8.2	2,544	11.4	22,987	23,561	26,748
	貸家	25,986	3,729	16.8	2,518	10.7	22,257	24,649	27,451
	給与住宅	407	△80	△16.4	△142	△25.9	487	285	301
	分譲住宅	20,184	△3,054	△13.1	△61	△0.3	23,238	20,794	21,444
	うちマンション	9,576	△3,467	△26.6	△865	△8.3	13,043	10,067	10,516
	うち戸建	10,495	341	3.4	792	8.2	10,154	10,561	10,858
資金別	民間資金	61,918	955	1.6	5,162	9.1	60,963	60,957	66,425
	公的資金	9,538	1,532	19.1	△303	△3.1	8,006	8,332	9,519
	公営住宅	1,684	901	115.1	△38	△2.2	783	636	1,208
	住宅金融支援機構住宅	4,432	276	6.6	38	0.9	4,156	4,303	4,791
	都市再生機構住宅	80	80	-	80	-	0	0	0
	その他住宅	3,342	275	9.0	△383	△10.3	3,067	3,393	3,520
構造別	木造	39,637	3,910	10.9	4,025	11.3	35,727	37,307	43,552
	非木造	31,819	△1,423	△4.3	834	2.7	33,242	31,982	32,392
	鉄骨鉄筋コンクリート造	390	132	51.2	△460	△54.1	258	271	301
	鉄筋コンクリート造	20,326	△1,532	△7.0	△174	△0.8	21,858	19,117	18,973
	鉄骨造	10,944	△85	△0.8	1,394	14.6	11,029	12,473	13,017
	コンクリートブロック造	74	11	17.5	30	68.2	63	36	50
	その他	85	51	150.0	44	107.3	34	85	51

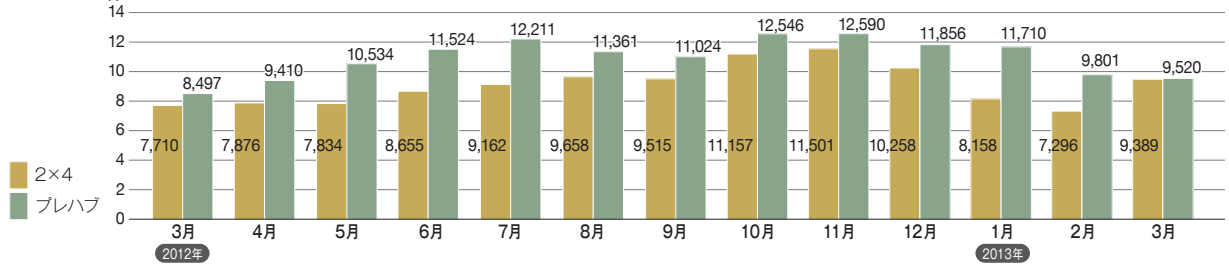
**利用関係別戸数**



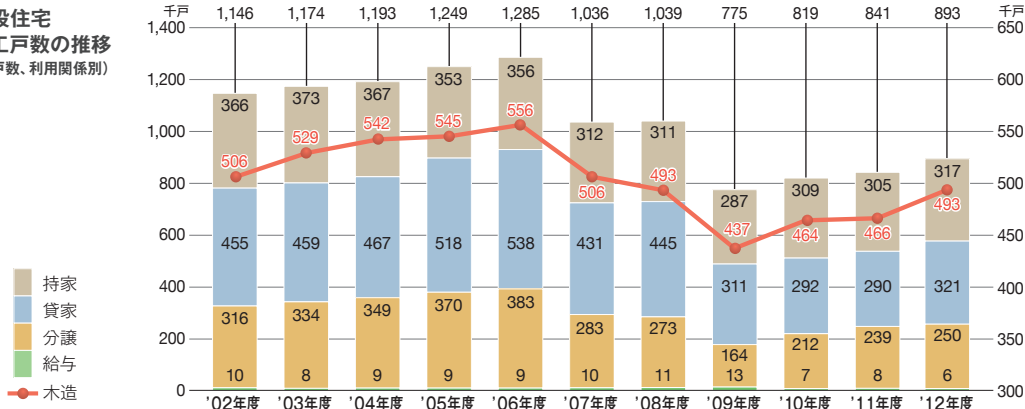
**木造戸数**



**2×4、プレハブ戸数**



**新設住宅着工戸数の推移 (総戸数、利用関係別)**



**2012年度  
新設住宅着工戸数  
893,002戸。  
前年比  
プラス6.2%で  
3年連続の増加。**

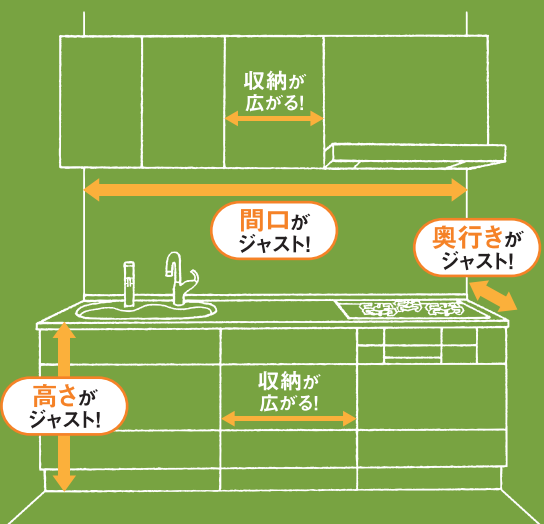


新しい幸せを、わかつこと。

**NORITZ**



# ベストは、あなたとあなたの住まいに寄り添うキッチンです。 ぴったりおさまるジャストリフォーム。



## ジャストリフォーム

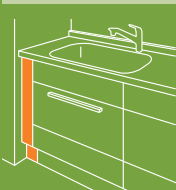
空間に、使う人に、さらにフィット!  
進化した「ジャストリフォーム」。

リフォームのさまざまな条件に対応する、ベストならではの柔軟性がさらに進化。オーダーメイド感覚で、あなただけのキッチンが手に入ります。

1cm刻みでキャビネットを伸ばし、  
空間にぴったり収めます。

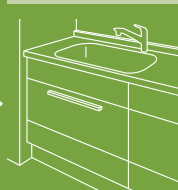
狭いスペースにもフィット!  
奥行き60cmのプランが新登場。

### 従来のリフォーム



「フィラー」と呼ばれる部材で隙間をふさぐため、裏側はデッドスペースに…。

### ジャストリフォーム



ベストなら、フィラーを使わず間口にぴったり、見た目もキレイ!



エコ\*  
リラ\*  
キレイ

# Beste

2013年5月  
発売!

システムキッチン ベステ

株式会社 ノーリツ ●商品・点検・修理についてのお問い合わせは…(ノーリツコンタクトセンター) 0120-911-026 通話料金無料 <http://www.noritz.co.jp>

建売スタイル  
kenzai Monthly

May  
2013  
No.571

5

昭和39年8月創刊 第49巻 平成25年5月1日発行(毎月1日発行) 通巻571号  
発行人/梅本孝徳 発行所/建売スタイル編集部 〒100-8270 東京都千代田区大手町1-3-2 (総回連会館) 電話 03-3214-3280  
住友林業株式会社 木材建材事業本部 事業開発部