

建材マンズリー

Kenzai Monthly

特集

注目！ 高齢者向け住宅市場

ここでちょっと一息

Coffee Break

住宅のコモディティ化を
見据えた
チャンネル展開

付加価値創造に挑戦！注目企業を訪ねる

塩野香料株式会社

今月のニュース

JHOP通信

建材マンズリー資料室

特集 注目! 高齢者向け住宅市場

新しい高齢者住宅のモデルとされる「サービス付き高齢者向け住宅」がスタートして1年半が経過した。国は10年間で総戸数60万戸の供給を計画している。高齢者向け住宅・施設の市場は今後どのような推移をたどっていくのか。市場動向と参入のポイントを専門家に解説していただいた。また、集客や収益で結果を出している新しいビジネスモデルの事例を紹介する。



みずほ情報総研株式会社
社会政策コンサルティング部
チーフコンサルタント
宇都隆一氏

需要が伸びる「高齢者住宅」参入のポイント

高齢化が進む日本では、高齢者向け住宅・施設の需要が拡大し、その供給が求められている。中でも異業種からの参入が相次ぐ「サービス付き高齢者向け住宅」を、収益性のある事業とするには、何がポイントになるのか。事業参入のポイントを、高齢者向け住宅・施設の現状に詳しいコンサルタントにうかがう。

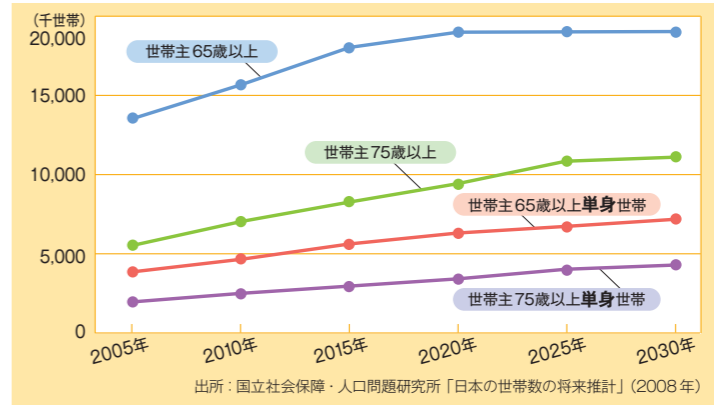
すでに需給ギャップが生まれている

世界に類を見ないスピードで高齢化が進む日本では、今後、中長期的に、高齢者向け住宅・施設の需要が伸びていくと思われています。2011年には65歳以上の人口割合(高齢化率)が23%を超えました。2035年には、3人に1人が高齢者になるとの予測も出ています。

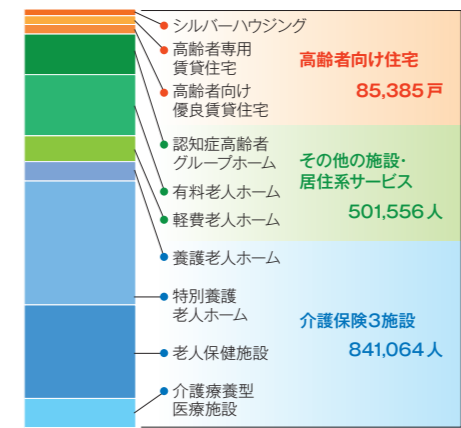
特に介護の認定率が高くなる75歳以上の人口割合は、2060年頃まで増え続け、要介護認定者数も、増加が続く見込みです。加えて、一人暮らしの高齢者世帯数がどんどん増えています(図表1)。もし重度の要介護になった場合、一人暮らしでは在宅介護は難しくなります。介護サービスや生活支援の付いた高齢者住宅・施設の、いっそうの充実が求められていくでしょう。

現在の高齢者向け住宅・施設の状態を見ていきましょう。2008年度時点で、医療や介護のサービスを受けられる住宅・施設の総定員数は約143万人で、これらの潜在的な利用者である要介護認定者の数は約500万人。介護度が高い要介護3以上に限定しても、約184万人となります。つまり、今現在、すでに需給ギャップが生まれているということです。

図表1 一人暮らしの高齢者世帯が増加



図表2 「高齢者向け住宅」が少ない



*高齢者専用賃貸住宅、高齢者向け優良賃貸住宅の制度は2011年10月に廃止になり、サービス付き高齢者向け住宅に変更となった。
出所: 厚生労働省「社会保障審議会介護保険部会資料」(2010年)

順調に戸数を伸ばす「サ高住」

図表2の高齢者向け住宅・施設のストック数を見ると、「特別養護老人ホーム(特養)」や「有料老人ホーム」に比べて、「高齢者向け住宅」の数が少ないことが分かります。そうした状況を踏まえ、国は「高齢者住まい法」を改正し、国土交通省と厚生労働省が共管する「サービス付き高齢者向け住宅

図表3 サービス付き高齢者向け住宅の概要

登録基準	住宅	床面積(原則25㎡以上)、便所・洗面設備等の設置、バリアフリー
	サービス	サービスを提供する(少なくとも安否確認・生活相談サービスを提供) サービスの例(食事の提供、家事援助など)
	契約内容	高齢者の居住の安定が図られた契約である(長期入院を理由に一方的に解約できないなど) 前払家賃などの返還ルール及び保全措置が講じられている
税制による支援措置*	所得税・法人税	5年間 割増償却 40% (耐用年数35年未満28%) 【要件】 専用部分床面積25㎡以上/戸 10戸以上 *2015年度に取得したものの割増償却率は半分
	固定資産税	5年間 税額を2/3軽減 【要件】 共有部分を含む床面積30㎡以上/戸 5戸以上 耐火構造・準耐火構造 サ高住の建設費補助を受けている
	不動産取得税	家屋 課税標準から1200万円控除/戸 土地 家屋の床面積の2倍に当たる土地面積相当分の価額等を減額 【要件】 固定資産税の要件と同じ
		*2013年度、2014年度中に取得した、新築で入居者と賃貸借契約を結ぶもの

図表4 「サービス付き高齢者向け住宅整備事業」の補助

要件	<ul style="list-style-type: none"> 「サービス付き高齢者向け住宅」として登録 10年以上登録 地域内の同種の住宅の家賃を大きく超えない 家賃などが前払いに限定されない 事業資金の調達が確実
補助率	<p>住宅</p> <ul style="list-style-type: none"> 新築 1/10 (上限100万円/戸) 改修 1/3 (上限100万円/戸) *改修はバリアフリー化に係る工事に限る <p>高齢者生活支援施設</p> <ul style="list-style-type: none"> 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・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

休地があるので、今度はマンションではなくサ高住を建ててみようか」といった発想で、建設に乗り出す事業者も多く見られます。そうした「サ高住」はあまりうまくいっていない例が多いようです。

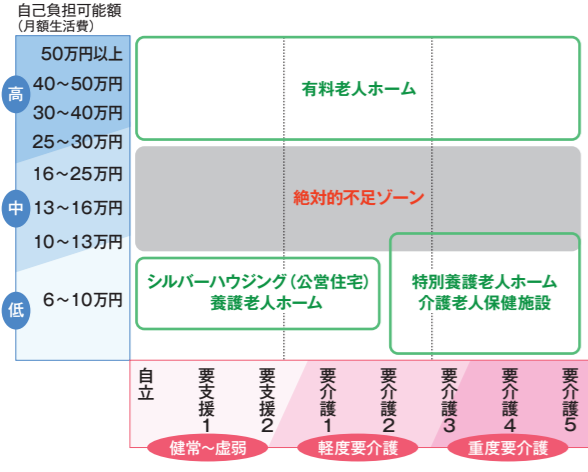
賃貸住宅事業は、地域に即した企画を立てないと、うまくいきません。日本全国で供給が足りないといっても、地域差があり、所得階層もニーズも違います。事業化を目指すには、まず「地域」にプレクタウンすることが大切です。地域の特性をしっかりとマーケティングした事業計画が必須といえます。

また、利用者のニーズを知ることも欠かせません。ある高齢者向け住宅事業者が行った住宅・施設に関するアンケート調査では、高齢者は「医療・介護の安心」、「24時間の生活支援体制」を求めています。今後は、一定の家賃水準の中で、良質な医療サービス、介護サービスが受けられることが、利用者の住宅選びで大きな要素になると思います。

図表5 主な民間の高齢者向け住宅・施設

種類	監督官庁	入居対象	介護サービス
介護付き有料老人ホーム	厚生労働省	要介護	内部・外部
住宅型有料老人ホーム	厚生労働省	自立・要支援・要介護	外部
健康型有料老人ホーム	厚生労働省	自立	なし
サービス付き高齢者向け住宅	国土交通省 厚生労働省	自立・要支援・要介護	内部・外部
グループホーム(認知症対応)	厚生労働省	要支援・要介護	内部

図表6 不足する価格ゾーンを「サ高住」で補う



少ない投資で収益性を上げる ビジネスモデル

「サービス付き高齢者向け住宅」 ご隠居長屋 和楽久

株式会社シスケア | 東京都新宿区西新宿7-15-1



「2010年開業の和楽久しらかわ」



1Kバス・トイレ付きの居室

入居要件	自立・要支援・要介護 (原則60歳以上)
居住の権利形態	賃貸借契約
部屋数	18~23室程度
部屋の広さ	原則 25㎡
入居時費用	敷金 (家賃の2ヵ月分~)
月額家賃	5万5000円~
月額食費	4万5000円~
月額管理費	2万5000円~

(一人入居の標準モデル)

「和楽久」は少ない投資で採算の取れる「サ高住」の建設・運営システムとして評価され、市場の競争に勝つ施設建設・運営の仕組み

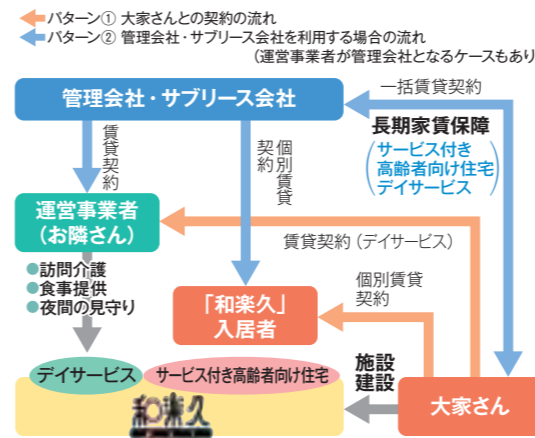
建設は、主にシスケアの会員となつて地域の工務店が請け負う。また「和楽久」の標準モデルには、「お隣さん」と呼ぶサービス事業所が併設されるので、地主には介護事業者の紹介も行う。最近では、「サ高住を建てたい」という地主からの要望が非常に多く、対応しきれない状態だ。こうしたビジネスモデルを作った背景には、「300坪前後の土地を高齢者向け住宅に有効活用したい」という声があったからだ。投資規模が小さくても収益性の高い事業モデルを作れないか、という要望が強くなりました」と、シスケア代表取締役の太田裕之氏は語る。

関東を中心にすでに25棟が開業された。今年には西日本エリアも含めて7棟がオープン予定だ。大家さん(土地所有者)に向けて「和楽久」のメリットを①②③④⑤⑥としている。

- 1 利便性の低い土地の有効活用...敷地300坪程度での開設が可能。交通の便が良くないなどピンポイントには向かない土地や低容積率の土地の有効活用ができる。
- 2 レンタブル比が高い...住戸面積は25㎡と、「有料老人ホーム」や「サ高住」で一般的な18㎡より広い。レントブル比は70~75%で、50%程度の他の施設と比較して高い。
- 3 少ない部屋数で採算が取れる...延床面積は250~360坪で、部屋数は18~23室程度だが、レントブル比が高いので、採算の取れる事業モデル。
- 4 木造建築のメリット...建物は木造準耐火構造なので、初期投資金額が低く、アパート建設程度。またRCなどに比べ、固定資産税評価が低く、減価償却費率が高い。
- 5 利回りが高い...想定利回りは8~12%程度。
- 6 事業開設・運営をサポート...事業計画から開設までサポートがあり、施工業者、介護事業者の会員ネットワークを利用できる。

バス・トイレ完備の広い住戸という商品価値は、今後、激化が予想される「サ高住市場」で大きな競争力になると太田氏は予測する。「サ高住の住戸は今18㎡が主流ですが、10年後を考えると、自立の方にも入っていた方がいい住戸にしておくことが大切だと思います。また、利回りについても、建築費の坪単価を安くするのではなく、建物構成を工夫して、高いレントブル比を実現した点に、和楽久の優位性があります」と、太田氏は事業のコンセプトを説明する。

「ご隠居長屋 和楽久」の運営の仕組み



新しい可能性を秘めた、 木造一戸建ての老人ホーム

「住宅型有料老人ホーム」 リリーフセコンド

株式会社アソシエ | 愛知県岡崎市茅原沢町字梁野111-1

入居要件	自立・要支援・要介護
居住の権利形態	利用権方式
部屋数	17戸(27名)
部屋の広さ	27~61㎡ +ウッドデッキ
入居時費用	110万~140万円
月額居室・管理費	10万~15万円
介護度に応じた月額生活支援費(1名)	1万5750~3万1500円
食費(オプション)	3食で1890円



2ルームタイプの寝室



管理棟のコミュニケーションルーム

暮らしを楽しむ 新しい形の有料老人ホーム

「リリーフセコンド」がオープンしたのは、今年の1月。全国でも珍しい、各居室が木造一戸建て平屋で構成された「住宅型有料老人ホーム」だ。1000坪の広い敷地に9戸の住宅が点在し、8戸の二期工事が7月から始まる。南欧風の洒落た管理棟と白壁の住宅群は、リゾートホテルのコテージを思わせ、これが有料老人ホームの施設とはとても思えない。

前例がほとんどない木造戸建てにこだわったわけを、株式会社アソシエ代表取締役の中根正和氏は次のように語る。中根氏は生花販売などの異業種からの参入だ。

「日本の気候・風土を考えると、やはり木造となります。そして地べたに足を付けて生活が出来る、戸建てにこだわったんです。戸建てにすることで、施設型の老人ホームではあまり考慮されないプライベートを保障しました。自由な私生活が保たれた中で、利用者が暮らしの楽しさを味わい、必要があれば介護や生活支援を受けられる場所を目指しました」

夫婦のどちらかが要介護となったときでも、一緒に暮らせるよう2ルームタイプも多く揃えた。一期工事分は約5ヵ月で満室と

なった。

「選ばれた理由」を見れば 利用者のニーズが見えてくる

入居者にとって、この「リリーフセコンド」で暮らすメリットは①②③④⑤だ。

1 自宅のような暮らし...家族の宿泊もOK。外出時は管理棟に声をかけるだけでよく、食事は各自の部屋で取る。ペット可で、庭でガーデニングを楽しむ人もいます。

2 もしものときの安心...緊急コールのときは、室内のカメラでまず安全を確認。また、ベッドルームで8時間以上動きがない場合、センサーが作動し、管理棟に知らせる。提携医療機関が定期的に健康をサポーターし、市民病院まで車で5分と、医療面でも安心。訪問介護事業所が併設しており、ヘルパーのスタッフは6名。

- 3 細やかな生活支援...布団干しなど声がかかればお手伝い。市民病院やスーパーへは、週1回チャトルバスを運行。希望すれば栄養士による献立の食事サービスも受けられる。
- 4 介護付き有料老人ホームへの住み替え...自立が困難になった場合、グループ施設の「特定施設介護付き有料老人ホーム喜楽の里」へ優先的に住み替えができる。
- 5 法律や暮らしのサポート...入居者は入金金なしで、弁護士や会計士などからなるNPO法人「清流の会」のサポートを受けられる。法律問題から、各種手続き、遺言状作成、自宅の管理まで頼める。

「住宅型有料老人ホーム」の場合、一般的に入居している利用者の医療依存度が高くなってきた場合、退去を求められることが多い。「特定施設介護付き有料老人ホームとの提携がなければ、入居者に対し最後まで責任を持つことができないと考え、この事業を始めなかつたでしょう」と中根氏は言う。このあたりのリスクマネジメントは、事業を始めるに当たっての注意点だ。

また「リリーフセコンド」は、設備の高級感にもかかわらず、入居時費用や月額居室費がかなり低く抑えられている。これで事業の採算が取れますかという質問に、「採算は取れている」との答え。適切なコストで土地が用意できれば、イニシャルコストがRCに比べ安い木造の在来工法なら、事業として十分成り立つという。

今後の施設拡大については、需要があれば、拡げていきたいとのこと。「ただ、新しい事業形態なので、採算ベースをしっかりと考えて、前に進みたい」と中根氏は語る。

住友林業の取り組み

住友林業では、2011年4月より木化推進室を新設。「木化宣言」というテーマを掲げ、「MOCCA」の愛称のもと施設系、非住宅系の中・大規模木造施設の受注活動を行ってきた。本年度からは木化営業部と名称を改め、高齢者住宅マーケットにも積極的に参入している。その取り組みと今後の展望を聞いた。

一昨年には、住友林業が設計と施工を請け負った、東京都大田区の有料老人ホーム「グランダム摩川・大田」が完成しました。東京23区内では業界初となる、木造耐火構造3階建ての有料老人ホームです。入居者の安全を守る優れた耐火構造を実現しながら、外装、内装の随所に木を活用。窯業系サイディングに、可燃材料に認定された国産杉を貼り

住友林業木化営業部では、今後ますます需要が高まる高齢者住宅に対し、住友林業ならではの「木の良さを活かした住まい」を提供していきたいと考えています。病室の代替となるような施設的なものではない商品提案することで、高齢者住宅マーケットへの参入を図っていきます。

東京23区初となる木造耐火の有料老人ホームを施工



住友林業株式会社
住宅事業本部
木化営業部
マネージャー
奥田 寿史



住友林業株式会社
住宅事業本部
木化営業部
マネージャー
谷本 雅信



有料老人ホーム「グランダム摩川・大田」。外壁は施工後も着脱可能でメンテナンス性も高い

2013年5月現在、木化営業部

設計手法の工夫でコストダウンの提案も

合わせた外壁材を採用し、エントランスから続くホールには国産ヤマザクラの無垢フローリングを使用するなど、心地よく安らぎ溢れる有料老人ホームとなっています。

2014年2月には、大阪府四條畷市に、準耐火構造の介護付き有料老人ホーム「チャーム四條畷」が完成予定です。一般建築よりも高い耐火性能を求められる準耐火構造ですが、本物件では住友林業が開発した「木造準耐火真壁構造」と「梁現し構造」を採用しています。耐火性能を確保しつつ、室内には柱や梁による木質感を演出できるのが、住友林業が作る高齢者住宅の特徴といえます。

が設計や施工に携わる進行中の木造施設案件は、7件。そのうち、介護付き有料老人ホーム、住宅型有料老人ホーム、サービス付き高齢者向け住宅など的高齢者住宅は、4件となっています。

木造施設は、メンテナンスや改修など、増改築の対応力に優れています。一方で高齢者施設の場合、建築基準法では「耐火建築物または準耐火建築物としなければならぬ」という特殊建築物に該当します。また、都市計画で指定される準防火地域では、延べ面積が1500平米を超える木造施設は、必ず耐火建築物としなければなりません。事業者にとっては、耐火建築にした場合コストが高くなるというデメリットもあります。

来年2月に完成予定の介護付き有料老人ホーム「チャーム四條畷」。テラスにもふんだんに木を使い癒しの空間を演出する



今年度中には、進行中のすべての木造高齢者住宅が完成予定です。実際パンフレットなどによる視覚的なアピールをすることで、高齢者住宅の建設をお考えの事業者に対し、木造の提案を進めていきたいと考えています。木化営業部で地主と事業者のマッチングも行えますので、ご興味のある方はぜひお問い合わせ頂きたいと思えます。

日本の高齢者人口は2042年にピークアウトを迎えます。高齢者住宅作りを考えた場合、投資回収年数を鑑みれば、着工の最終ラインは2025年あたりではないかと考えられます。土地活用モデルの構築も含め、住友林業ならではのノウハウで、暮らしがより充実する高齢者住宅作りのお手伝いをしてまいります。



MOCCA

木造・木質の中・大規模建築物作りにご興味のある方は、ご相談ください
● 住友林業株式会社 木化営業部 ●
03-3214-2535



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生活ジャーナリストに。自治体や市民団体と街づくりに関わりながら、国内外で取材・コンサルティング活動などを行っている。

住宅のコモディティ化を見据えたチャネル展開

今年のGWは東西で注目の施設がオープンし、住宅業界も盛り上がりを見せました。東京ではJR山手線環内で唯一となる総合住宅展示場「TBSハウジング渋谷 東京ホームズコレクション」、大阪ではJR大阪駅前の「グランフロント大阪」に住宅関連ショールームが続々と出店。アクセスの良い都心に顧客接点を持つ動きは、日本の住宅市場が新築偏重からリフォーム、インテリア（デコレーション・模様替え）へと移行する流れに即していると言えます。

住まいが一生に一度の買い物となるイベントではなく、コモディティ（日常的な商材）になれば、顧客の行動は“たまたま見かけた”“いつも気になっていた”店やブランドから始まります。その時代に向け超都心で、ターゲットを広げた集客ができる新たなチャネル展開が始まっています。

青山らしさを競う『東京ホームズコレクション』

同じ時期オープンした展示場「スマートハウジング豊洲まちなみ公園」（17棟）が低価格帯で集客を図る動きもあり、「東京ホームズコレクション」（16棟）では青山の客層を意識したモデルハウスとなっています。2つの展示場が、消費税UP前に動く二極の顧客層に巧くターゲットインしました。

青山らしさを感じたのは都心向けの多層階住宅に加え、何と云ってもハイグレードな内装。アートギャラリーを併設したモデルなど、インテリア感度の高い人達が立ち寄っても納得できるプレゼンテーションもあり、住宅展示場へはわざわざ足を運びそうにない新たな顧客も呼び込めそうです。

『グランフロント大阪』には多様な住関連ショールーム

大阪ではパナソニックが、家電～住宅設備建材を統合した運営としては初めてとなる「パナソニックセンター大阪」を、最も近い南館3フロア（約5000㎡）で展開し、地元ブランド“大阪の顔”としてのポジションを確保しています。

一方、北館の産学連携プロジェクト「ナレッジキャピタル」に参加した積水ハウスは、「SUMUFUMULAB（住ムフムラボ）」という一般生活者との接点を高めることを目的にした新しい試みに挑戦。家づくりの敷居を下げた仕掛けのチャネルです。

逆にコモディティ産業から住宅に参入してきた「無印良品の家」。住宅もMUJI商品アイテムの一つとして捉え、WEBを中心にコミュニケーション頻度を高めることで住宅取得意欲を醸成し、2015年には年間500棟目標を掲げるまでになってきました。今回の「グランフロント大阪」ではGW前半6日間で5618組が“家センター”に来場（記名908組）という勢いです。

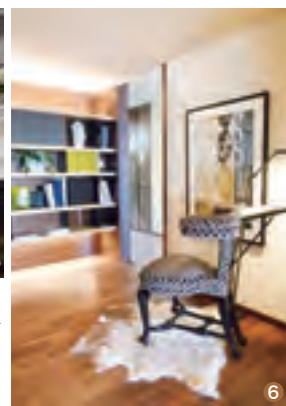
他にも「HDC（ハウジング・デザイン・センター）大阪」合同ショールームとしてヤマハリビングテックなど9社が展示、8月にはLIXILグループが2フロアにわたる旗艦ショールームをオープンするなど、続々と住関連企業が集結。生活者が日常的に“住”サービスと接する機会が増える期待感が高まります。



大阪駅北側に誕生した「グランフロント大阪」の南館・北館。初日から4日間で約140万人が訪れた



①「無印良品の家」有楽町店のように実物大モデルではなく[1/2スケール]で展示された「木の家」モデルは、リアル素材で細部インテリアまで作られていて、ジオラマ的面白さもある。②「SUMUFUMULAB」以前本誌で紹介した「ダイアログ・イン・ザ・ダーク」が併設されるなど住生活にまつわる体験展示や、本を寛ぎながら読めるスペースも提供。



③「東京ホームズコレクション」5階建て住宅（左）はじめ多層階モデルハウスが立ち並ぶ。向こうには超高層マンションが見える都心・青山ならではの光景 ④代官山「IVY PLACE」を手掛けた長崎健一氏がデザインした空間が魅力的（積水ハウス） ⑤「都会で開口部が取りにくい立地でも鏡や光る素材を使った演出で明るくできる」と町田ひろこ氏のインテリア（東急ホームズ） ⑥オスカー・デ・ラ・レンタがデザインした独創的な読書チェア、スプーンカットの木壁と共に空間のグレードを高める（住友林業）

生活に「香り」という潤いを提供する
江戸時代から続く老舗の香料会社

塩野香料 株式会社

薬種商が日本で初めて
国産レモンエッセンスを生み出す

サイダーなどの清涼飲料に加えられる、レモンの香料。爽やかな風味を加え、美味しさを引き立たせるための工夫として、今ではごく当たり前用いられている。香料が日本人の生活に彩りを添えるようになったのは、明治維新以降である。ただし、当時の日本にはまだ生産する技術も設備もなく、すべては海外からの輸入に頼っていた。大正時代に入って初めて、国産のレモンエッセンス（水溶性の香料）作りが成功した。江戸時代から続く薬種商の流れを汲む、塩野香料の努力の結晶だった。

調香師たちは、約5年の実践経験で1500~2000の香りを嗅ぎ分けられるようになる



「江戸時代、丁子や肉桂、茴香などの輸入薬種を扱う薬種商が、大阪の道修町に集まっていた。塩野香料の歴史は、江戸時代後期の1808年、初代塩野吉兵衛がこの町に薬種商・塩野屋を創業したことに始まります。しかし、黒船来航と明治維新



代表取締役社長
塩野秀作 さん

によって洋薬が輸入されるようになり、漢薬の取引は減少してきます。塩野家は、芳香原料を扱う香料商と、洋薬を扱う薬種商へと分かれていきました。香料商は一見すると新規事業への参入に思えますが、漢薬は芳香原料、つまり香料としても利用されていたので、これはごく自然な流れでもありました。そして1907年に海外からジンジャーエール香料を輸入し、大阪のラムネ製造業者に販売、本格的に香料商への転換を図りました」

薬種商創業から100年、香料商という新たな商売に漕ぎ出した塩野香料だったが、その7年後の1914年、第一次世界大戦が勃発。海外からの香料輸入は、ほぼ不可能という状況に陥る。

「終戦後には香料の輸入も再開されましたが、またいつ同じような事態が起こるか分からない。この頃、柑橘類の輸入エッセンス

1921年の春、日本で初めての国産レモンエッセンスを誕生させたのです。しかし、当時は国産品の地位は低く、メイド・イン・ジャパンが避けられる時代でした。そこで、公の第三者機関（大阪市立工業研究所）に鑑定評価を依頼。舶来品と比べて遜色のない優良な製品」との証明を受け、販売を開始しました」

成功体験が人材育成の鍵

日本の食品香料の歴史は、同社の歩みと共にあったと言っても過言ではない。現在塩野香料では、食品香料を開発する調香師であるフレバリストと、化粧品香料を作るパフューマー、計20数名が活躍している。調香師には、優れた嗅覚が必要とされるが、本当に大切なのは「感性」と「探究心」であると塩野社長は教えてくれた。

「形のない、香り」を創造するのは、本当



オーダーメイドで製造される香料の種類は膨大。レモンの香料ひとつでも200~300種になる

に難しいことです。例えば、イチゴの香りひとつとっても、依頼主であるお客様には、甘い、ジューシーな、もぎたての、などさまざまなイメージがあるわけです。調香師はその言葉から連想し、求められる香りを生み出さなければなりません。つまり、優秀な調香師に必要なのは、イメージをどう表現できるかという「感性」や、簡単には満足しない「探究心」なのです。そして、お客様と調香師をつなぎ、お客様のイメージを最大限に引き出す役割を担う営業職にも、同じことが言えます。若い社員にこれらの素養を身に付けてもらうには、先輩社員のバックアップを受けながら、成功体験をさせることが重要です。イメージを膨らませ、試行錯誤を繰り返して、ようやく生み出した新しい香りが商品に採用される。自分の香りを使った商品が店頭に並び、お客様に買われていく様子を見に出かける社員も多いんです（笑）。その喜びこそが、彼らを成長させます。香料は商品の裏方の存在で、塩野香料の名前が表記されることもありませ



1~2年で商品化される香料は約1000種。厳しい官能試験を突破した、サンプルの上位5%の製品が世に送り出される

ん。しかし、よい香りは人を豊かな気持ちにさせます。そんな香りの魅力を実感させることが、人材育成の肝ではないでしょうか」

1990年、大阪で開催された「国際花と緑の博覧会」で、当時としては珍しい「環境フレグランス」を提供した。ヒノキやスギから抽出した精油を用い、森の香りを独自に調合してパビリオン内に漂わせ、来場者に森林浴を体験してもらったのだ。

「木の香りは入浴剤やお香などにも用いられ、癒しのご提供に役立っています。木の香料は樹木から香り成分を抽出して作るため、コストが高くなるのがネックとなる部分ではありますが、家や家具を作る木材に香料を加えたり、室内に木の香りを循環させるなどの工夫によって、木の香りに包まれた癒しの家を作るお手伝いができるかもしれません」



「香りがなくても、生きていくことはできる。しかし、それは何とも味気ないものになるはずだと、塩野社長は言う。」

「形のないところから始まる香り作りは、すべてがオーダーメイドで、お客様からの要望も厳しいものです。競合他社に負けなためには、依頼通りの的確な香り作り

加えて、お客様の意表を突くような斬新な香りを併せてご提案したり、原料の確保に努めて急ぎの依頼にも最大限お応えするなど、柔軟性とスピードが不可欠です。とはいえ私たちは、利益よりも人々に必要とされる物づくりを続けていきたいと思っています。塩野香料の社章は扇の印ですが、会社を発展させるときには大きく広げ、しかしそうでないときは小さく誠実に商売をして行こうという思いが込められています。香りを作り、売るといふ仕事は、暮らした潤いをご提供すること。その誇りを忘れず、100年後、200年後も、日本人の生活を豊かにするための香り作りに貢献していきたいと思っています」



塩野香料による日本初の国産レモンエッセンスの宣伝ポスター



大阪市の道修町にあった塩野香料の旧本社。創業200年という老舗の風格を漂わせている

塩野香料 株式会社

- 本社 大阪府大阪市中央区道修町3-1-6
- 創業 1808年
- 資本金 3億100万円
- 売上高 84億150万円(2012年3月期)
- 従業員 215名
- 事業内容

香料の製造・販売・輸出入
化粧品・飲食品およびその諸原料の製造・販売
医薬品・工業薬品その他化学製品の製造・販売

住友林業
新しい住まい方を提案する
シェアハウスを発売



外観イメージ (テーマ: サーファー向け)

住友林業は新しい住まい方を提案する賃貸住宅「ForestMaison Sharehouse (フォレストメゾン シェアハウス)」を発売した。
シェアハウスとは、それぞれが専用個室を持ちつつも、キッチンやリビングなどを共用することで生まれるコミュニケーションを付加価値とした新しい賃貸住宅。若年層のライフスタイルの変化にもない、急激な成長を見せている。
本商品は木の魅力を最大限に引き出した空間を生み出すべく、リビングだけでなく各個室にも無垢床材を設定。設備仕様も同社の注文住宅と同じ水準のものを用意するなど、従来の賃貸住宅とは一線を隔したハイグレードな住まいを



1階間取り

2階間取り

提供する。また自由設計により、入居者の趣味・ライフスタイル、または立地条件に合わせたコンセプト提案も可能。物件の競争力を更に高める。
物件の一括借上げ(※一部エリア除く)を行う住友林業レジデンスチャルに加えて、シェアハウス専門の提携管理会社がお客様の安定経営をバックアップする。

商品概要

- 発売日: 2013年4月27日
- 販売エリア: 東京近郊 (1都3県: 東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県)
- 価格: 3.3㎡あたり59.5万円から(税込)
- 構造: ツーバイフォー構法 / ビッグフレーム構法

お問い合わせ先

住宅事業本部 フォレストメゾン営業部
TEL: 0120-666-000

JHOP
通信

3 「通風」や「採光」をリアルに確認してもらえる
株式会社新栄クリエイト

新栄クリエイト (山口県光市) は、建築家とお客様が共に考える、コストを抑えたクオリティの高い注文住宅づくりを目指す。

家づくりで、お客様が理解しにくいのが、通風や採光の環境条件だ。設計意図を理解してもらうため、今までいろいろな

工夫をしてきた。例えば採光は、季節ごとの太陽高度に合わせて模型に照明を照らしながら、日照や影の移り変わりを説明していた。しかし、JHOP CAD Proの「環境シミュレーション」の利用で、お客様によりリアルに理解してもらえるようになったという。

「風がこのように抜けていきますとか、各部屋の陽当たりは季節ごとにこういう変化がありますなど、視覚的にお見せできます。お客様により付加価値のあるご提案ができるようになりました」と、設計担当者は

語る。

「通風シミュレーション」は、湿気や結露の不安を解消するツールとなる。「採光シミュレーション」は、すべての部屋の採光を確認できる。設計段階でのこうした提案は、お客様との信頼関係を増すことにも役立つ。

また、地域条件や季節、隣家や外構の状況などを入力するだけなので、パソコンを使ったことのない人でも十分操作が可能。なお利用料は、通風・採光シミュレーションともに、315円/3日より。



新栄クリエイト
JHOP
導入の成果

“風の流れ”や“陽当たり”を視覚的に提案

操作が簡単で、資料が作りやすい。しかも、低料金

*このコーナーに登場して下さる方募集中。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 事業開発部 (三枝・齋藤)

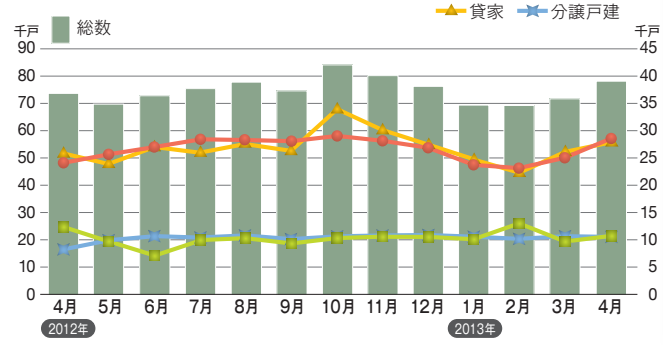
編集後記

先日、友人の子供とゲームをしました。ジャンケン的一种で後から出したほうが負けないといけないうルールであり、勝敗を左右するのは脳の柔軟性です。子供はやはりすこいです。私は見事に完敗しました。悔しくて脳について少し調べてみると、脳は行なうとおりに固まっていき、何を見て、何を考えるかがとても重要なようです。この脳をほぐしてこそ柔軟な考え・発想が生まれてくるし、心が願うとおりに体が行なうことができようになるということです。私もこのこり固まった脳をほぐすことに挑戦しようと思います。そしていつかリベンジを。(編集員SS)

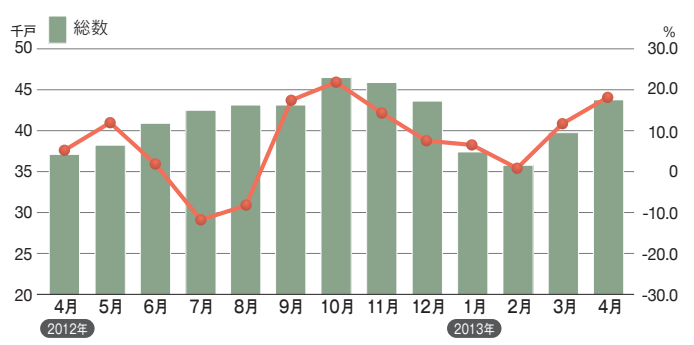
2013年4月の新設住宅着工戸数 △は減

		4月					3月	2月	1月
		対前月比 (%)		対前年同月比 (%)					
新設住宅計		77,894	6,438	9.0	4,247	5.8	71,456	68,969	69,289
建築主別	公共	2,172	341	18.6	136	6.7	1,831	839	672
	民間	75,722	6,097	8.8	4,111	5.7	69,625	68,130	68,617
利用関係別	持家	28,357	3,478	14.0	4,220	17.5	24,879	22,987	23,561
	貸家	27,842	1,856	7.1	2,019	7.8	25,986	22,257	24,649
	給与住宅	307	△100	△24.6	△411	△57.2	407	487	285
	分譲住宅	21,388	1,204	6.0	△1,581	△6.9	20,184	23,238	20,794
	うちマンション	10,718	1,142	11.9	△3,016	△22.0	9,576	13,043	10,067
	うち戸建	10,559	64	0.6	1,412	15.4	10,495	10,154	10,561
資金別	民間資金	68,227	6,309	10.2	3,893	6.1	61,918	60,963	60,957
	公的資金	9,667	129	1.4	354	3.8	9,538	8,006	8,332
	公営住宅	1,881	197	11.7	276	17.2	1,684	783	636
	住宅金融支援機構住宅	3,992	△440	△9.9	△145	△3.5	4,432	4,156	4,303
	都市再生機構住宅	4	△76	△95.0	4	-	80	0	0
	その他住宅	3,790	448	13.4	219	6.1	3,342	3,067	3,393
構造別	木造	43,761	4,124	10.4	6,649	17.9	39,637	35,727	37,307
	非木造	34,133	2,314	7.3	△2,402	△6.6	31,819	33,242	31,982
	鉄骨鉄筋コンクリート造	325	△65	△16.7	△69	△17.5	390	258	271
	鉄筋コンクリート造	21,920	1,594	7.8	△3,218	△12.8	20,326	21,858	19,117
	鉄骨造	11,747	803	7.3	841	7.7	10,944	11,029	12,473
	コンクリートブロック造	92	18	24.3	33	55.9	74	63	36
	その他	49	△36	△42.4	11	28.9	85	34	85

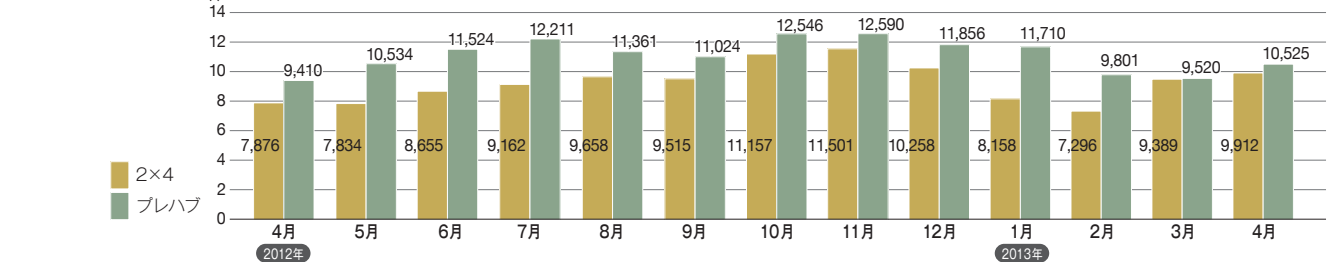
利用関係別戸数



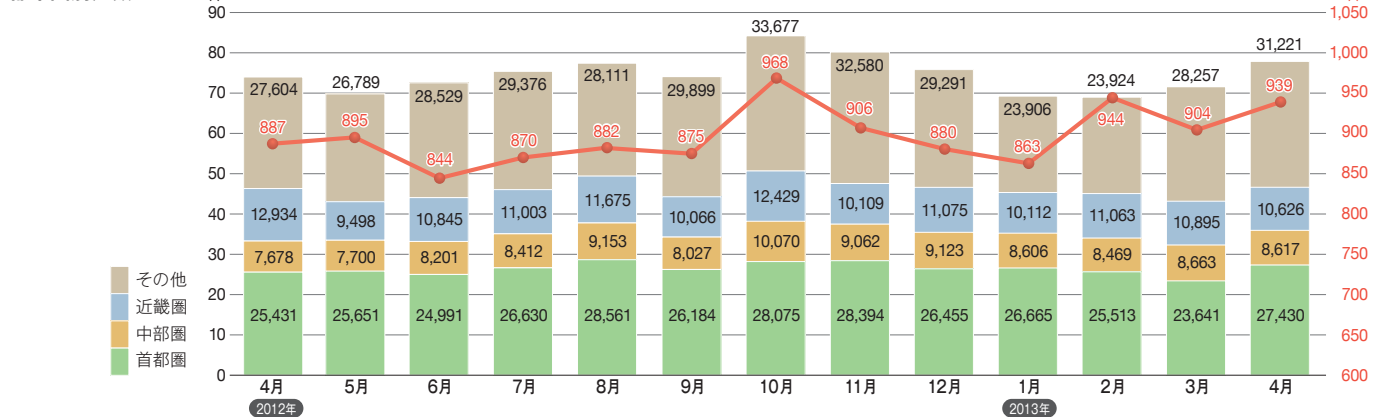
木造戸数



2×4、プレハブ戸数



都市圏別戸数



熱伝導率

0.022
W/m·K (23°C)

- 熱伝導率0.022W/m·Kを実現。吸水性が低く安定した性能を発揮。
- ノンフロン・ノンホルムアルデヒド・4VOC基準に適合。
- ミラフォーム同様 曲げ強度(靱性)に高い性能を発揮。



必要なだけの「断熱材」をプレカットしてお届け

対応製品

ミラフォーム[®] & ミラフォーム[®]ラムダ

大引間割付断熱工法

ムダなく
スッキリ施工!!

お客さまはプレカット図面をご用意していただくだけ!!

JSPへ

専用ソフトで
割付図面を作成。

承認・発注後、
断裁加工をします。

お客さまへ

ご指定場所へ納入。

- カット作業が不要!!
- 端材が出ないので産廃費用削減!!
- ケース・坪単位購入ではないので余りがなく費用削減に!!
- 施工時間の短縮が図れます!!
- 施工工程の簡略化で人件費を削減!!

株式会社 JSP 第一事業本部 建築土木資材事業部

〒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

ホームページ <http://www.co-jsp.co.jp>