

建材マンズリー

Kenzai Monthly



特集

「部屋の表情は 床」で決まる

好木心

文明開化の象徴だった旧済生館本館
(山形県山形市)

付加価値創造に挑戦! 注目企業を訪ねる

ハルナビバレッジ株式会社

今月のニュース

JHOP通信

建材マンズリー資料室

部屋の表情は床で決まる

床は、住む人の個性を表す魅力的な住まいの空間づくりに、床材はどのような作用をもたらすのか。インテリアコーディネーターの草分け的存在である林柳江さんにお話を伺う。



一般社団法人 日本インテリアコーディネーター協会 専務理事
林柳江デザインオフィス代表

林柳江氏

■ ■ ■ カラースキームによって床材が決められていた時代

日本の住まいは長い間和室が基本で、ちゃぶ台や箆筒、棚などの家具を、コーディネートして使うという発想はほとんどありませんでした。ところが、団地の普及や生活スタイルの洋風化などが進むにつれて、女性視点での住まいづくりが少しずつ増え始めます。家長や大工さんなど男性視点での住まいづくりが当たり前だった時代から、家事を預かる女性による、快適な生活や自分らしい暮らし方を考える住まいづくりへと

変化していったのです。そして、1980年代になると、インテリアという概念や、それをコーディネートするという考え方が普及。私たちのようなインテリアコーディネーターが生まれたわけです。

自分らしさや個性を追求した住まいづくりが進むことで、かつては板の間と呼ばれていた木の床は、フローリングと名を変えます。そして、それまでにはなかった、美しく着色した床材が求められるようになりまし。とはいえ、当時はまだ色のバリエーションも多くはなく、床材に使われる樹種もオーク(ナラ)材がほとんどでした。私たちインテリアコーディネーターが施主に

■ ■ ■ 床は一度貼ってしまつと簡単に取り替えられない

現在、インテリアコーディネーターが住まいの空間づくりに最初にご提案するのが、床材選びです。部屋の中の床の比重は思いのほかに大きいもので、部屋の表情は床で決まると言っても過言ではありません。家が完成してから、部屋の雰囲気やイメージとは違う、と違和感を覚えるとき、その原因は床にあることが多いのです。しかし、家の土台となる床は、一度貼ってしまつと簡単に着替えることはできません。

無駄なく、賢くインテリアを選ぶには、選択肢の少ない建材から選んでいくことが、インテリアの基本となります。例えば、壁ならば色の多さもさることながら、漆喰や木、ビニールなど様々な材質から選ぶことが可能です。扉でも、色やデザインのバリエーションが豊富です。一方、床材には今、床暖房対応や耐傷性などの機能が求められています。色や樹種に加えて、これらの機能を併せ持った床材を選ぶとすると、選択肢はそう多くはないはず。後悔しないインテリアコーディネートには、床材選びが基本であることをお分かり頂けると幸いです。

また、予算の場合上、家中の床材にこだわるのが難しい場合は、家の中で一番長い時間を過ごすリビングや、家の顔になる玄関の床材を優先的に選ぶことをお勧めします。

■ ■ ■ チェリーやチークなど赤みのある樹種の床材が人気

カラースキームで床材が決められていた時代から、今では樹種にこだわる時代へと移り変わっています。色のバリエーション

日本では今、チェリー材やチーク材のように赤みのある樹種が好まれているように感じます。また、かつてはイエロー系のナチュラルな色の床には同じ色の幅木や扉をあわせていたのに対し、まったく別色の組み合わせも好まれています。赤みの強いチェリー材の床に、ウォルナット系の濃いこげ

茶色の扉をあわせたり、幅木をホワイトにするなど、デザインをいかした個性豊かな室内空間づくりが行われています。

カラーに加えて樹種のバリエーションも増えてきた床材ですが、一点残念なのが、消費者が自然素材を求める一方で、その自然素材に対する寛容度がまだ低いことです。つまり、材色の濃淡や節などの違いは自然素材ならではの個性ですが、これが拒否されクレームにつながるケースもあるのです。個性を愛し、受け入れてもらえるよう、ハウスメーカーはじめ工務店や私たちインテリアコーディネーターが、消費者の啓発に力を入れて行く必要があると思います。そして、施主が納得し、心から気に入った材を選ぶことができれば、住まいに愛着が湧き、手入れも苦にならずに続けられるでしょう。自然素材を余すことなく使えるサイクルが出来れば、材自体の価格も下がり、良い品が広く普及して、日本の住まいがもっと豊かになるはず。

朝日ウッドテック株式会社による床材(フローリング) 意匠史

| 時代 | 床材 |
|-----------|---|
| 初期ナチュラル時代 | 1962年 1×6尺市松デザイン チーク |
| | 1969年 チーク大市松 さくら小市松 |
| オーク時代 | 1977年 サクラ ナラ |
| | 1983年 エレガント・ブラウン カジュアル・イエロー ミストグレー |
| ポストオーク時代 | 1998年 1×6尺乱デザイン アメリカンウォルナット イノセントビーチ |
| | 2002年 2007年 2012年 メイプル ウォルナット フビンガ カリン ウエンジ オーク ブラックウォルナット |
| 新ナチュラル時代 | |



■ ■ ■ 床材の変化によるシミュレーション

同じ間取りの部屋でも、樹種、幅の違いで雰囲気が大きく変化する。床もインテリアの大切な要素であることが分かる
(写真提供:朝日ウッドテック株式会社)

部屋の中で占有面積が広く、空間の表情を決定つける大きな要素となるのが、床材(フローリング)である。インテリアコーディネーターを考えると、まず最初に自分の好み、イメージから床材を決めることで、失敗のない、長く住み続けられる住まいづくりが可能になる。トレンド、そして注目の床材とその開発秘話などを探っていきたい。

朝日ウッドテック株式会社

大阪市中央区南本町4-5-10 ● お問い合わせ ☎06-6245-9505

住む人の記憶に残る床を、その思いから生まれた無垢材挽板の床材

銘木商のこだわりが生んだ「ライブナチュラル」

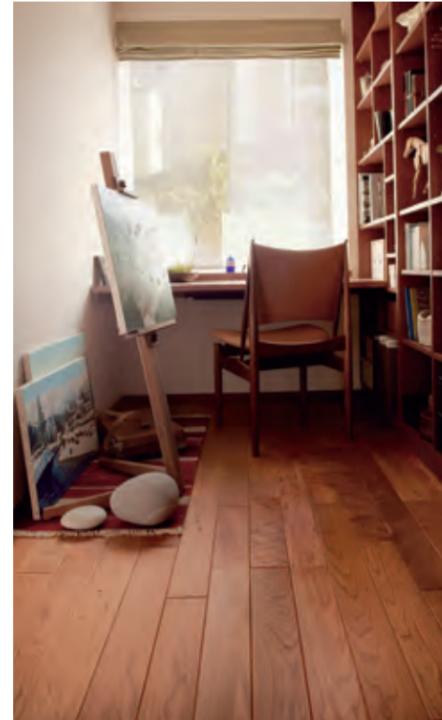
1913年に銘木商「霜寅商店」として創業以来、銘木の 대중化を理念としてきた当社が、日本初となる突板貼り1×6床材を発売したのが1962年のこと。以降、業界初の技術を採用した床材を数多く開発してきました。

1970年代から80年代頃には、床材にバリエーション豊かなカラーが求められるようになり、扉などの建具と同じ色でコーディネートできるカラーフロアを多数発表しました。洋風住宅に合わせたエレガントなブラウン系や、新しいテイストのカジュアルなイエロー系やベージュ系など、その色数は2000種にも上りました。

このような時代が20年ほど続いた頃、銘木商としてのルーツを持つ当社では、原点回帰すべきでは、という声がかかるようになります。木が本来持つ温かみや質感を生かした床材の良さを、もっと消費者にアピールしていく必要があるのではないかと。そこで2002年、社運をかけて開発したのが、突板化粧フロアの「ライブナチュラル」です。ナチュラル志向、本物志向が広がりはじめた当時のトレンドを背景に受け入れられ、徐々に



| ●製品 | |
|----------------------|---|
| ライブナチュラル | ラインナップ(1×6乱尺タイプ、ネダレス95ニューフォルタイプ) ブラックチェリー、シカモア、ハードメイプル、ブラックウォールナット、オーク、バーチ、ビーチ、孟宗竹 |
| ライブナチュラルリミテッド | ラインナップ(1×6乱尺タイプ) チーク、カリン、ピンガ、ウェンジ、サペリ、ゼブラ |
| ライブナチュラルプレミアム | ラインナップ(1×6乱尺タイプ) ブラックチェリー、ハードメイプル、ブラックウォールナット、オークN-45° |



無垢の質感を感じられる天然木複合フローリング(ブラックチェリー)

床の素材感を追求する「ライブナチュラル」にも変化が

木材の木目を際立たせ、みずみずしく深みのある色を引き出すよう煮沸や蒸煮などを施す「木味活性化処理」。ライブナチュラル

に樹種・デザインバリエーションを拡大していきました。そして10年経った現在、単体ブランドで年間12万坪を超える商品になっています。



朝日銘木株式会社
取締役
朝日銘木製造部長
永見義広氏



マーケティング部
プロモーション推進チーム
リーダー
西村公孝氏



大阪ショールーム
ラルの持ち味は、このような独自の技術によって、0.3mmの突板でありながら無垢に限りなく近い質感を実現した意匠性にあります。

中高級住宅市場においてライブナチュラルが浸透していくなかで、住み手のインテリアへのこだわりが向上し、木そのものの素材感を持つ無垢フローリングの要望が高まりつつあることを私たちは実感しています。そこで昨年、当社60周年を機にライブナチュラルシリーズの最高ラインとして発売したのが、「ライブナチュラル プレミアム」です。表面化粧材には、無垢材から鋸で挽き出した2mm厚の無垢材挽板を使用。独自の基材構成によって、寸法安定性を無垢の10分の1に抑え、床暖房にも対応しています。この商品は、無垢の素材感と複合フローリングの機能性を併せ持った点が評価され、昨年天然木複合フローリングとして業界初のグッドデザイン賞を受賞しています。

部屋の中でもとくに広い面積を占める床にこだわって選ぶことで、暮らし方にも変化が表れます。例えば、上質の家具を選びたくなったり、扉や階段など床以外の建材にもこだわりたくなります。インテリアをコーディネートするうえで大切なのは、これを持って上質な床を選ぶこと。これによって、そこに住む人の暮らしに対する向き合い方にも変化をもたらすはずですよ。

永大産業株式会社

大阪市住之江区平林南町2-10-60 ● お問い合わせ ☎0120-685110

国産材へのこだわりに加え日本の伝統色を採用した独自の空間演出を実現する

震災を乗り越えて誕生した日本にこだわった床材

国土のおよそ70%を森林が占める日本では、戦後に植林されて伐採の適齢期を迎え

た木材が利用されず、森林の循環を妨げているという問題が起きています。木質建材メーカーとして、森の荒廃を防いで美しい里山を残すことに貢献できないか。このよ

●製品

| 日本の森 活性化フローリング「里床」 | |
|---------------------|--|
| ●1×6製品 | 表面突板(国産材100%) 合板基材(約100%) 高密度繊維板(約70%) |
| ●無垢製品 | 無垢基材(国産材100%) |
| ●日本の伝統色を採用(1×6製品のみ) | |
| ●無垢は素地色(栗、樺) | |

うな思いから誕生したのが、「里床」です。基材には国産針葉樹を100%使用し、フローリングの適性を向上させる高密度繊維板には国産針葉樹を約70%使用。そして表面の突板にも、木目の明瞭な国産材と、木肌が均一で照りのある国産樺材を使用しています。実は、3年ほど前に一度製品化されたのですが、突板の安定供給を考慮した結果、外材を選択しようという結論になり、突板には国産材を使っています。2011年2月の展示会に参考を出展を行いました。しかしその翌月、東日本大震災が発生。契約していた合板業者が被害を受けてしまい、発売が一時ペンディングとなりました。



商品一課長
小池浩敬氏



商品一課
手塚裕氏

日本の伝統的な色が日本人の暮らしにマッチする

木材利用ポイントの影響もあり、建材業界では国産材を採用した床材が増える傾向が強まっています。当社としては、その中でも差別化を図るため、床材に日本の伝統色を用いています。

日本の住まいづくりでは、床材はオーク材やバーチ材など、落ち着いた柔らかみと温かみのあるカラーが好まれているようです。家具とのコーディネートもしやすく、室内空間づくりがしやすいカラーです。一方の「里床」は、栗突板では栗皮色、栗梅色、紺鼠色と素地色。樺突板では桜色、利休白茶色と素地色の、計7色を採用。床をインテリアのひとつとして考えた場合、様々なコーディネートが考えられる床材になっています。

20〜30年前までは、床材の色と扉や幅木、そして家具の色は統一するのが当たり前でした。しかし、2000年頃からは色だけでなく樹種にもこだわる消費者が増え、同時にコーディネートでも床材とその他の建具や造作材などを敢えて別の色に変え、住まいづくりの個性を表現する時代になってきました。実際、「里床」は設計事務所、インテリアコーディネーターに大変評判がよく、空間デザインの自由度が高まったと声をいただいています。

「里床」の日本の伝統色は、私たちの暮らしに馴染みながら空間を個性的に演出できる、新しい世界観を持った床材となっています。



日本の伝統色を採用した「里床」。①紺鼠色(栗突板)、②利休白茶色(樺突板)、③桜色(樺突板)、④は栗の木肌が持つ色を活かした栗素地色

約1年後、ようやく再スタートの運びとなったとき、もう一度「日本」に徹底的にこだわろうと、突板にも国産材を用いることを決定しました。そして床

床の性能とデザイン

カラーや樹種以外にも、生活スタイルによって床材には様々な性能やデザイン性が求められる。

■ 床に求められる性能

| | | |
|--------------------------------|-----------------------------|--|
| 耐クラック性 耐熱性 | 電気カーペットやファンヒーターなどの温熱機器に対応 | <ul style="list-style-type: none"> ● 単板、基材の繊維方向をクロスさせる。 ● 特殊シートを挟み、基材の動きを伝わりにくくする |
| 耐摩耗性 耐傷性 耐凹み性 耐キャスター性 | 物の移動や歩行頻度の高い場所、椅子やワゴン、車椅子対応 | <ul style="list-style-type: none"> ● 基材にタフテックベース（高密度繊維板）を使用 <small>突板</small> ● 各種表面塗装 ● 表面硬質フィルム ● セラミックス仕上げ <small>合板 タフテックベース</small> |
| 耐水性 耐アンモニア性 | キッチン、洗面所、トイレ、ペット対応 | <ul style="list-style-type: none"> ● 水分の浸入を防ぐために溝部にもフィルム加工 ● 特殊防滑シート仕上げ |
| 衝撃吸収性 | 転倒時のケガ軽減 | ● 特殊緩衝材 |
| 遮音性* | 食器を落とした時などの比較的軽い「軽量床衝撃音」を軽減 | ● 特殊緩衝材 |

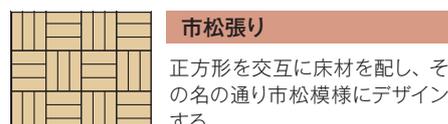
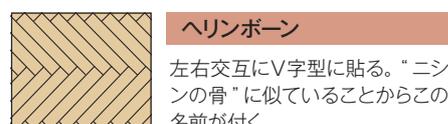
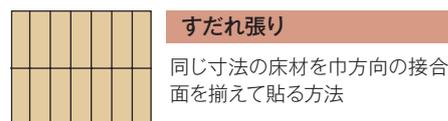
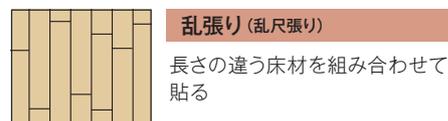
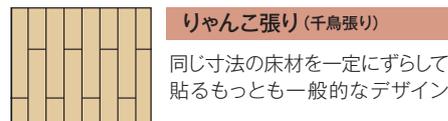
※子供が飛び跳ねたときなどに生じる、重くて鈍い「重量床衝撃音」は建物の構造そのものに影響される。

<突板> 木材を0.2~0.6mm程度に薄くスライスしたもの。単板とも。同じ木材から均一な単板を大量生産が可能。

<挽板> 回転する鋸刃で切り出した板材。スライスでは難しい厚みのある板をつくる事が出来る。

資料提供：永大産業株式会社

■ フローリングデザインのバリエーション



ナチュラルで自然なイメージを提案する「STYLE green」



時を経て味わいを醸す寛容な暮らしをイメージする「STYLE Timeless」

| BeRiche (ベリッシュ) | |
|-----------------|--|
| 発売日 | 2013年6月1日 |
| 販売エリア | 全国 |
| 主な製品 | <ul style="list-style-type: none"> ● 床材 (銘木挽板フロア、銘木突板フロア、突板カラーフロア、シートフロア) ● 室内ドア (開き戸、引き戸、アウトセット引き戸) ● 収納建具、玄関キャビネット、階段セット、化粧造作材 ほか |

住友林業クレストの BeRiche

暮らしをもっと豊かに、をテーマに6つのインテリアスタイルを提案

2013年6月、住友林業クレスト株式会社は、木本来の表情と質感にこだわり、ナチュラルなコーディネートと可能にした「BeRiche (ベリッシュ)」を発表した。フローリングやドアなどの住宅関連部材のみにとどまらず、ファブリックや家具とのコーディネートもあわせて、6つのインテリアスタイルを提案している。

例えば、「STYLE green」は、自然と触れあい植物に囲まれた暮らしを、落ち着いたオーク色のフローリングやドアでコーディネートして提案している。

また、「STYLE Timeless」は、古いものと新しいものが共存するスタイル。時と場所を超えた寛容な暮らしを、チェリーのフローリングなどを組み合わせて表現して



しなやかでキラキラしたイメージの「STYLE Flare」

いる。

木の本来持つ温かみを最大限に引き出し、インテリアをトータルにコーディネートできる製品を提案しながら、住む人のイメージを具体化し、より豊かで素敵な暮らし方を提案していく。

山形県
山形市

文明開化の象徴だった 旧済生館本館

山形県山形市

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

写真すべて：Toshiyuki Tsukamoto



中3階へ上る螺旋階段



J

R 山形駅の北にある霞城公園の片隅に、塔屋のあるユニークな木造の洋風建物が建っている。明治時代の日本は近代化を目指し政治経済や社会政策の仕組みを欧米から学び、その器となる建築も洋風化した。

この建物は1878年に山形県公立病院済生館として山形市七日町に建てられた。老朽化が進んでいたが、1966年に国の重要文化財に指定されたのを契機に現在地に移築復元。現在は山形市郷土館として公開されている。明治初期、大工の棟梁らが欧米のデザインを真似つつ、持てる技法を駆使した擬洋風建築だ。山形の宮大工と300人の職人達によってわずか7カ月で完成させた。

高さ約24mの塔屋の外観から、人々は「三層楼」と呼び慣わしていたが、2階と3階の間には中3階とバルコニーがあり、4階建てとも言える。

1階は8角形、2階は16角形、3階は小さな8角形で、2階は室内径約10mの柱のない講堂だが、当時の最新技術だったトラス構造を利用して上階を支えている。床には樺や黒柿など山形県産の銘木が使われた。2階から中3階へ上る螺旋階段の柱には樺が用いられ、階段側面には唐草の彫刻が施されており、和のテイストが感じられる。

塔屋の背面には中庭を囲む14角形の平屋建築が続き、そのドーナツ型の回廊に沿って設けられた8つの部屋は診療室などに利用されていた。屋根は赤い釉を施した葺瓦葺きである。外壁は一部の漆喰壁を除いては、雨水が入らないよう木板を横に下から順に重ねた下見板張りが基本となっている。2階以上のドーム屋根は亜鉛板で葺かれ緑色を呈している。亜鉛板やドアの蝶番などはドイツから輸入されたもので、文明開化到来の雰囲気は今に残っている。

生産ラインの見える化で
人とITによる品質管理を徹底する
新興飲料メーカー

ハルナビレレッジ株式会社



代表取締役社長
青木麻生氏

ハルナビレレッジ 株式会社

- 本社 東京都中央区日本橋 3-8-4 日本橋さくら通りビル
- 創業 1996年
- 資本金 4億2090万円
- 売上高 183億円 (2013年3月期)
- 従業員 318名
- 事業内容

飲料製品の企画・製造・販売・輸出・研究開発等



飲料に使用する地下水の質の良さや水量、そしてロジスティック面を考慮して工場を群馬県に決めたという

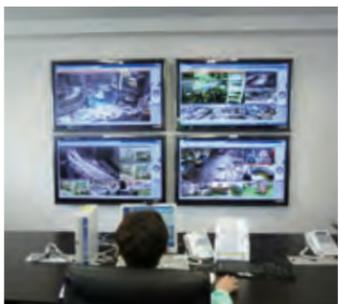


上はスウェーデンからの輸入商品「マイスムージー」ブランド。右は茶系自社ブランド「ルカフェ」

⊕ ウェブカメラの導入で トラブルにも迅速に対応

関東平野の西北、美しい水と緑を抱く風光明媚な群馬県榛名山麓に、飲料メーカーであるハルナビレレッジの製造工場がある。1996年創業の同社は、業界では最後発でありながら、品質の向上を実現し、年々業績を伸ばして注目を集めている。中でも積極的に取り組んでいるのが、2年前から開始した、工場の見える化だ。

「2011年の夏から、当社の生産ラインのうち3ラインに、計21台のウェブカメラを設置しています。工場内の作業の様子をリアルタイムで確認できるシステムで、ウェブカメラの映像を集中管理センターで一括してモニタリングできる他、各ラインの責任者や本社幹部がスマートフォンやタブレット端末から、24時間稼働する工場の様子をいつでも確認することができます。遠隔操作で、ウェブカメラの角度調節や、最大40倍のズームも可能なため、生産工程のトラブルを見逃すことなく、万が一の事故の際の情報共有や、スピーディな対応にも役立っています。今後は残りの2ラインにも導入し、合計100台ほどのウェブカメラを設置する



各ラインに約15台設置されているウェブカメラが、製造工程の不具合を漏らさずチェックする。設備投資費はおよそ5000万円

な工程があり、猛スピードでラインを流れていきます。そして、その工程のただの1カ所でも不具合が生じればライン全体が停止してしまいます。現場で人が直接見ることも不可欠ですが、そればかりに頼っているのは緊急時に対応し切れないときが来る。もちろん、機械の力だけに頼っていても、人の対応が遅れてしまいます。しかし、人とITの相乗効果が発揮できれば、より正確で手厚い品質管理が可能になります。ウェブカメラに任せられる部分は任せてしまえば、その分、商品開発など人でなければできない部署を強化することにもつながるわけです」

医療機器や濃縮果汁の原料などを取り扱う貿易会社を定年退職した後に創業した。当時は、流通業による飲料のPB（プライベートブランド）市場が活性化しており、その将来性に着目しての起業だったという。

品質管理には大いに役立つ同システムだが、実際に現場で働く社員たちは、どのような反応を示したのだろう。

「ウェブカメラで24時間チェック」と聞いて、社員たちからは「監視されているようだ」という声が始まり、しばらく経つと、しかし、稼働し始めるとむしろ、しつかりと取り組んでいる姿をラインの責任者や本社の幹部が見てくれている」と、プラスに受け止めてくれるようになりました。社員たちのモチベーションアップにもつながっています」

⊕ 下請けから提案型企業への 脱却を図る

ハルナビレレッジは、青木さんの父が、



人の目による丁寧な管理も高品質で安心・安全な飲料を作るために欠かせない

「しかし、最後発の飲料メーカーですから、PBだけでなく、大手飲料メーカーからNB（ナショナルブランド）の受託生産を引き受けることで飲料の世界の勉強ができると思えました。あの頃、積極的に受託生産を経験したことが、非常に役立っています。現在、お客様と共同開発したPB商品は、当社の販売総数量の50%を占めるまでになっています。また、自社ブランド飲料の企画も強化しています。原料の調達からラベルのデ

ザインまで、お客様や消費者のニーズを汲んでトータルパッケージで関わることで、提案型の企業へと変革を進めているところです」

同社の強みは、多品種小ロットの生産に対応できる点にもある。1日10アイテム、20アイテムの飲料を作るためには、装置の型替えや洗浄などが不可欠で、効率は非常に悪い。大手飲料メーカーであれば、少品種大ロットで効率化を図ることが常識だ。

「しかし、飲料業界のベンチャーである当社が大手と同じことをしているのは、生き残ることはできません。そのため、いかにロスをなくして多品種小ロット生産ができるのかを、何年もかけて試行錯誤してきました。そのノウハウは、現場で問題点を洗い出し、改善して実行しながら培ってきたものです。当社では、各部門の幹部が情報を共有する「1週間経営」を行っています。営業からはお客様のニーズの変化や苦情までを、製造現場からは設備の稼働率やライントラブル

ウェブカメラ導入の大きなきっかけとなったのが、東日本大震災だったという。幸い、群馬県の同社工場に大きな被害はなかったものの、品質管理の徹底や緊急時のリスクマネジメントには、現場で何が起きているのかを随時チェックできるシステムが必要だと痛感したためだ。

「原料の調合からペットボトルへの充填、殺菌やラベル貼りなど、飲料の製造には様々

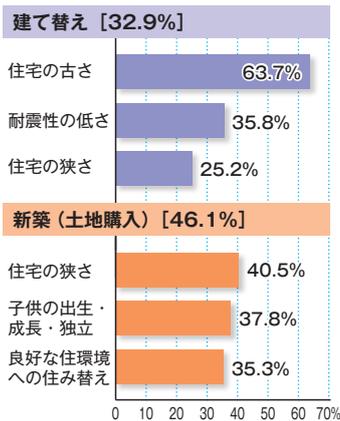
ルの報告など、1週間分のあらゆる情報を徹底的に報告してさらけ出します。このような会議を行うと、全社員が緊張感を持って業務にあたるようになり、問題点などが洗い出されて、不可能も可能になるんです。多品種小ロットも、こうして実現できました」

同社では、東南アジアを起点に積極的なグローバル展開を行っている。今年4月には、タイの首都・バンコクに子会社を設立。「HARUNA Asia」で、現地の小売り大手とPB商品の開発を行っているところだ。

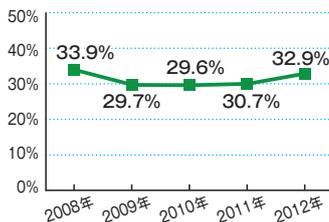
「ヘルシー志向が根付いた日本とは異なり、東南アジアではまだまだ、砂糖や着色料がたっぷりの甘い飲料が主流です。しかし、タイなどは少しずつ可処分所得が増えていて、同時に健康志向の方も増えてきました。そこで、お腹の健康を助ける乳酸飲料や、無糖のすっきりとした味わいの飲料を提案、販売していきたいと考えています。ペットナムやシンガポールなどの展示会にも参加し、当社を知ってもらい、東南アジアでの足場を作っているところです。大手の飲料メーカーのように、日本で販売しているNB商品を現地に持つていくのではなく、現地の企業と共同で、現地の嗜好や気候風土、健康意識などにあった商品を提案して製造する。フットワーク軽く、独自性のある飲料を商品化できるのが、私たちの強みと言えますね」

新耐震基準以前の「建て替え」が増加
——「戸建注文住宅の顧客実態調査」

■ 新築の動機 (複数回答)



■ 立て替え率の推移



(社)住宅生産団体連合会では、2012年度の「戸建注文住宅の顧客実態調査」報告書を公表した。この調査は2000年から毎年行われており、3大都市圏(東京、名古屋、大阪)と地方都市圏(札幌、仙台、広島、福岡、静岡)が調査対象エリア。調査結果によると購買世帯主年齢は30歳代の減少傾向が続く一方で、60歳代、70歳以上は昨年度からの増加傾向を維持し、60歳代は10%を超えた。世帯主年齢の平均は42.1歳となった。世帯主平均年収は810万円で、昨年度より7万円減少し、建築費も3054万円と昨年度より低下した。住宅延べ床面積は129㎡で、建築費の1㎡単価は23.7万円と、昨年度から0.1万円の低下を示した。

前年度増加に転じた「建て替え」の割合はさらに増加し、32.9%に。一方で「新たに土地購入・新築」の割合は減少した。建て替え前の平均築年数は36.4年で、築35年以上が50%を超え、1981年の新耐震基準以前に建てられた住宅の建て替えが進んでいる。そのこととはまた、世帯主年齢が60歳以上の建て替え割合が70%を超えていることから推察できる。60歳以上のシニア層の建て替え需要が増加していると言える。

建て替えの主な動機には「住宅の古さ」に次いで「耐震性の低さ」が上げられている。建築費を見ると「建て替え」のほうが「新築(土地購入)」などに比べて高くなっており、認定長期優良住宅も6割以上を占める。このことから、築年数の経った耐震性などに問題のある古い住宅が、耐震・断熱性能の高い住宅に建て替えられていることが分かる。

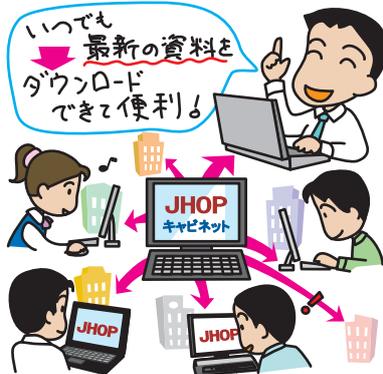
JHOP 通信

7 キャビネット経由で取引先と情報共有
株式会社北洲

株式会社北洲(宮城県黒川郡富谷町)の建設・資材事業部 企画業務部の高橋一博さんは、取引先である工務店やビルダーとの情報共有に、「JHOP キャビネット」を活用している。

「全国住宅産業地域活性化協議会の東北優良住宅研究会で事務局長を務めており、数十社の会員に対してJHOP キャビネットを経由して地域型住宅ブランド化事業などの情報を提供しています。申請に必要な書類や、国の事業に対して研究会がどのように取り組むかなど、最新の情報をいつでもアップできる。また、会員の皆さんがいつでも好きなときに情報を取り出せるところが、便利ですね」

かつては、書類などをメールに添付して



各会員に送信していたこともあるという。だが、あまり容量の大きなデータを送るのは相手の迷惑になるため、何通にも分けるなど手間がかかった。しかし、JHOP キャビネットなら容量を気にせずデータを入れておくことができる。「以前は、書類が欲しいという会員から電話が来ると、その都度私が送る、という作業もしていました。私が不在の時には待たせてしまいタイムロスもあった。それらが解消できたことも使って良かった点のひとつです」

北洲 JHOP 導入のメリット

大容量のデータも気軽に保存しておける

取引先との情報共有がスムーズになった

*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)

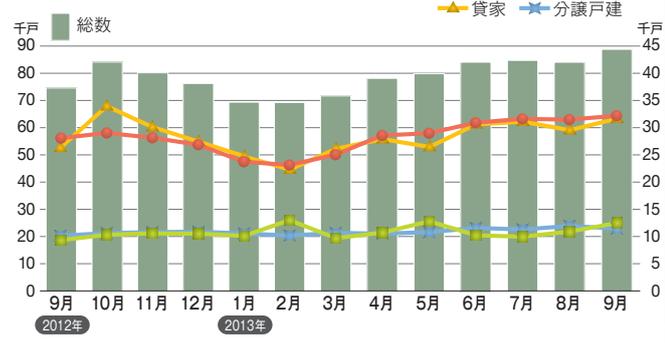
編集後記

先日、自宅の玄関引戸と勝手口ドアをリフォームしました。隙間が広がってしまい、鍵もかかりにくくなっていたのですが、今度はしっかり閉まるだけでなく、静かにもなりました。うれしいおまけでした。色もデザインもショールームで確かめて選んだので満足です。すでに建物価値はゼロですが、住み心地と安心・安全だけはアップさせようと、長期計画を立て、毎年少しずつ直しています。さて、このツギハギの中古住宅もいつか再評価されるときがくるのでしょうか。(編集員S)

2013年9月の新設住宅着工戸数 △は減

| | | 9月 | | | | | 8月 | 7月 | 6月 |
|--------------|-------------|---------------|--------------|------------|---------------|-------------|---------------|---------------|---------------|
| | | 対前月比 (%) | | 対前年同月比 (%) | | | | | |
| 新設住宅計 | | 88,539 | 4,196 | 5.0 | 14,363 | 19.4 | 84,343 | 84,801 | 83,704 |
| 建築主別 | 公共 | 1,540 | 369 | 31.5 | 726 | 89.2 | 1,171 | 2,148 | 1,854 |
| | 民間 | 86,999 | 3,827 | 4.6 | 13,637 | 18.6 | 83,172 | 82,653 | 81,850 |
| 利用関係別 | 持家 | 32,128 | 749 | 2.4 | 4,003 | 14.2 | 31,379 | 31,475 | 30,699 |
| | 貸家 | 31,892 | 2,344 | 7.9 | 5,639 | 21.5 | 29,548 | 31,012 | 30,504 |
| | 給与住宅 | 551 | 177 | 47.3 | 163 | 42.0 | 374 | 610 | 472 |
| | 分譲住宅 | 23,968 | 926 | 4.0 | 4,558 | 23.5 | 23,042 | 21,704 | 22,029 |
| | うちマンション | 12,497 | 1,568 | 14.3 | 3,278 | 35.6 | 10,929 | 10,320 | 10,274 |
| | うち戸建 | 11,396 | △587 | △4.9 | 1,261 | 12.4 | 11,983 | 11,305 | 11,651 |
| 資金別 | 民間資金 | 77,710 | 2,605 | 3.5 | 12,238 | 18.7 | 75,105 | 74,548 | 73,784 |
| | 公的資金 | 10,829 | 1,591 | 17.2 | 2,125 | 24.4 | 9,238 | 10,253 | 9,920 |
| | 公営住宅 | 1,314 | 441 | 50.5 | 644 | 96.1 | 873 | 1,530 | 1,395 |
| | 住宅金融支援機構住宅 | 4,121 | △389 | △8.6 | △347 | △7.8 | 4,510 | 4,274 | 4,381 |
| | 都市再生機構住宅 | 57 | △204 | △78.2 | 57 | - | 261 | 341 | 363 |
| | その他住宅 | 5,337 | 1743 | 48.5 | 1,771 | 49.7 | 3,594 | 4,108 | 3,781 |
| 構造別 | 木造 | 49,118 | 1,217 | 2.5 | 6,101 | 14.2 | 47,901 | 46,520 | 47,474 |
| | 非木造 | 39,421 | 2,979 | 8.2 | 8,262 | 26.5 | 36,442 | 38,281 | 36,230 |
| | 鉄骨鉄筋コンクリート造 | 167 | △78 | △31.8 | △128 | △43.4 | 245 | 317 | 234 |
| | 鉄筋コンクリート造 | 25,130 | 2,675 | 11.9 | 6,662 | 36.1 | 22,455 | 21,952 | 21,737 |
| | 鉄骨造 | 13,955 | 455 | 3.4 | 1,677 | 13.7 | 13,500 | 15,846 | 14,097 |
| | コンクリートブロック造 | 94 | △26 | △21.7 | 29 | 44.6 | 120 | 83 | 84 |
| | その他 | 75 | △47 | △38.5 | 22 | 41.5 | 122 | 83 | 78 |

利用関係別戸数



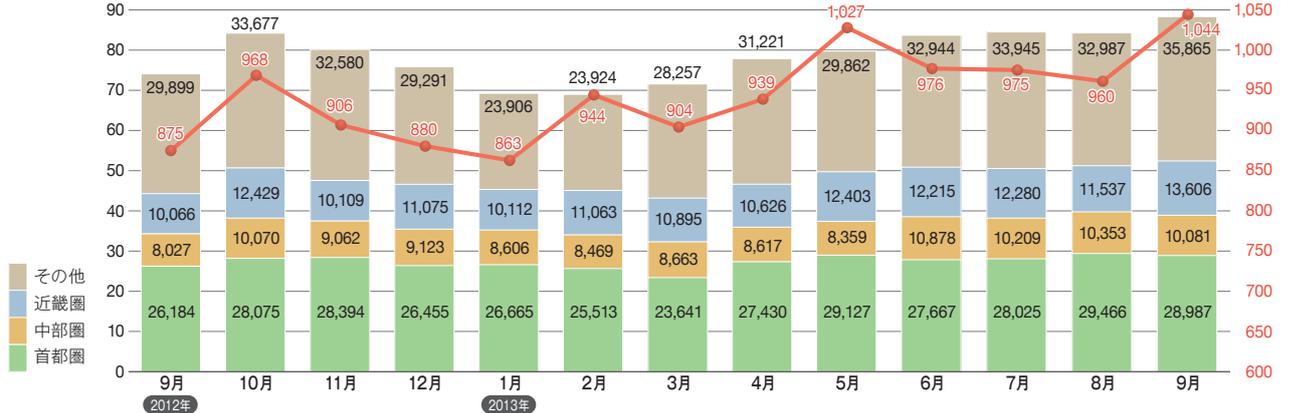
木造戸数



2×4、プレハブ戸数



都市圏別戸数



外断熱用耐震断熱パネル

KITOTETUパネル



「誰でもできる!」

断熱材+耐力壁+胴縁+間柱がセットされたパネルで
工期短縮と施工品質を一挙に解決!

誰でも同レベルの
施工と性能を保てます。

あたたかい家

外を断熱材で覆う…外断熱だから、
冬でもぼかぼか!夏は涼しく…快適空間。

強い家

木が支える、鉄がねばる……だから
地震に強い家。壁倍率5倍以上を確保。

やさしい家

再生、再利用可能です。
だから、地球にやさしい3Rできる家。

住宅性能をデザインする会社です。



製造元 株式会社トーア
関東支店 〒351-0014 埼玉県朝霞市膝折町4-21-22
株式会社トーア www.toa-gr.com



企画・販売元 株式会社ハウスギア
〒277-0044 千葉県柏市新逆井2-1-18
www.house-gear.net

建材マンスリー
November
2013
No.577

昭和39年8月創刊 第50巻 平成25年11月1日発行(毎月1日発行)通巻577号
発行人/梅本孝徳 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 (総団連会館)
住友林業株式会社 木材建材事業本部 事業開発部 TEL.03-3214-3280 FAX.03-3214-3282