

建材 マンズリー

No.654 **4** APRIL
2020

特集

住宅業界も例外ではない!
これからの共通言語“SDGs”

ここでちょっと一息 Coffee Break

ハード・ワークからスマート・ワーク、
変化の中にチャンス

注目企業を訪ねる

株式会社 食一



図1. SDGs 持続可能な17の開発目標



特集

住宅業界も例外ではない！ これからの共通言語“SDGs”

SDGs*1とは、2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標。

17のゴール（意欲目標）と169のターゲット（行動目標）、

232のインディケーター（進捗を計る指標）で構成されている。

本誌では、2018年10月号でSDGsの概要について紹介した。

今回は住宅産業がSDGsに取り組む意義やメリット、取り組みの進め方を考察する。

工務店業界へのSDGs導入のためのガイドラインをまとめた

「建築関連産業とSDGs委員会」委員長である村上周三東京大学名誉教授に

住宅産業のSDGsへの関わり方をうかがい、

すでに取り組みに着手している住宅関連企業の実践事例を紹介する。



これは企業にとって非常に大きなデメリットになるでしょうし、企業ブランドもダメージを被るリスクがあります。

一方、取り組むメリットは、世界の大きなSDGsコミュニティの一員になれることです。そこにはSDGsに積極的に取り組んでいる国や企業の莫大なノウハウが蓄積されています。その知的資産を共有できるメリットは、とても大きいと思います。

——住宅産業にとってSDGsは、どのような意味を持ちますか。

地球上のすべての人が貧困や飢餓のない「人間的な生活」を送れるように、というのがSDGsの大きな枠組みの一つです。その意味で、生活の基盤である「住まい」をよくすることは、SDGsの目指すところとよくマッチします。

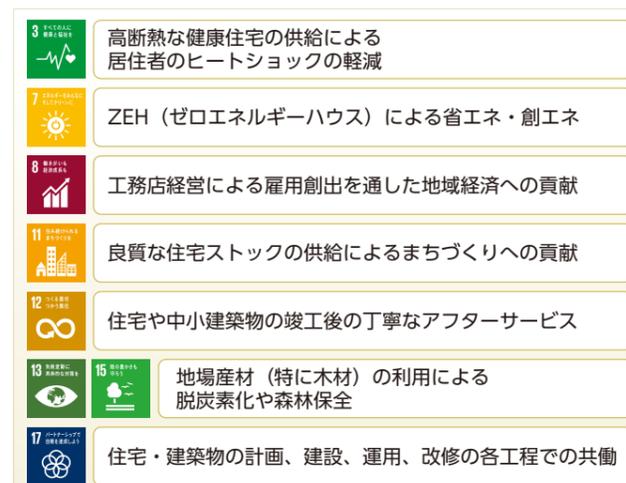
例えばゴールの3番目に、「すべての人に健康と福祉を」という大きなテーマがあります。断熱性を高めることでヒートショックを予防できるなど、住まいの良し悪しは健康に大きな影響を与えるので、よりよい住まいづくりはSDGsの目指すところと重なるのです。住宅産業を担う企業は、地球と人類の持続可能性に

図2. 工務店におけるSDGs導入の背景



出所：「これからの工務店経営とSDGs」、日本建築センター

図3. 工務店経営とSDGsの関係



工務店経営はSDGsの様々なゴールの達成に貢献し得る

出所：グリーン建築推進フォーラム、「第11回シンポジウム これからの工務店経営 SDGsガイドライン及び実践例の紹介」、一般財団法人建築環境・省エネルギー機構、2020年

SDGsに取り組むことは 人類の責務

——SDGsとは、どのような内容ですか。

世の中を持続可能な社会に変えるための開発目標であり、行動計画です。2015年の国連サミットで採択された「2030アジェンダ」*2に17の「持続可能な開発目標（SDGs）」というゴールが掲げられ、世界の国々は2030年までにこのゴールに向かって全力で取り組み、目標を達成することを合意しました。ゴールには、貧困、飢餓、健康、教育、ジェンダー、経済成長、まちづくり、気候変動、海や陸の豊かさなどの問題解決が挙げられ、「人類」と「地球」の持続可能性を追求しています。

SDGsは環境問題が主だと考える人がいますが、環境だけではなく、地球環境の持続可能性とともに「人類の持続可能性」というテーマも非常に重視しているのです。「2030アジェンダ」には、すべての人々の人権の実現や、すべての女性のジェンダー平等享受*3など、新しい人権宣言といってもよい、非常に高邁な理念が謳われています。



一般財団法人建築環境・省エネルギー機構（IBEC）理事長
東京大学名誉教授

村上周三氏

——国や企業はなぜ取り組む必要があるのでしょうか。

貧困や飢餓に終止符を打ち、地球を破壊から守り、地球上の誰一人置き去りにしないためには、地球上のすべての人が力を合わせ、取り組む必要があるからです。SDGsの達成は、あらゆる国、あらゆる組織、そしてあらゆる人の責務である、と考えていただいよいと思います。

SDGsと関連が深い 住まいを担う住宅産業

——企業がSDGsに取り組むと、どんなメリットがありますか。

まず、取り組まなかった場合のデメリットを考えてみましょう。SDGsはすでに英語と同様に世界の共通言語になっています。SDGsの理念や進め方、評価方法などがグローバルスタンダードになっているので、取り組まないと世界の流れから遅れることになりかねません。そ

貢献するSDGsを導入し、経営に生かしてほしいのです。

取り組まないことのデメリットがとて大きいといえます。学校ではすでにSDGs教育が広く行われ、若い世代は子どもの頃からSDGsに慣れ親しみ、SDGsネイティブ*3が増えています。彼らは将来、住宅を購入する消費者予備軍であり、企業にとってかけがえのない人材でもあります。社会の規範になりつつあるSDGsに無関心な企業は、遅れた魅力のない会社との判断をされ、若い人材の採用も不利な立場に立たされる恐れがあります。

工務店にとって独自の シナリオづくりを進める

——工務店向けのガイドラインを作られたのは？

素晴らしい理念を掲げたSDGsですが、実は目標を並べているだけで、達成に向けた具体的な手順は示されていません。そこで皆さん、どう取り組んでいいのかが分からず、困っている方が多いようです。

SDGsが提起する問題をどのように受け止め、解釈し、目標として行動するのか。そのためには、自分たちにとって独自のシナリオを作ら

*3 SDGsネイティブ：ミレニアル世代（1980年～2000年ごろの生まれ）以降のSDGsに対して感度の高い若者たちのこと

*1 SDGs：Sustainable Development Goals（持続可能な開発目標）

*2 「2030アジェンダ」：2015年9月25日に第70回国連総会で採択された「我々の世界を変革する：持続可能な開発のための2030アジェンダ」

住宅業界も例外ではない！
これからの共通言語“SDGs”

なければなりません。そのシナリオ作りをサポートするため、今年2月に『これからの工務店経営とSDGs』*4というガイドラインを出版しました。昨年2月にすでに『建築産業にとつてのSDGs』を出版していますが、人々の住まいづくりを主に担っているのは地域の工務店なので、工務店に特化した一冊新たに作ったのです。工務店向けのガイドラインでは、SDGsに取り組むための方法が、事例を含めて非

常に細かく、具体的に書かれています。住まいの提供やメンテナンスなどの住宅産業を担う地域の工務店は、コミュニティの中核となって地域社会を支える大切な存在です。SDGsに取り組むことで体質の近代化を図り、会社を強くできると考えています。住宅産業が今後とも元氣よく継続していくためにも、ぜひSDGsへの取り組みを始めていただきたいと願っております。

*4 建築関連産業とSDGs委員会編、『これからの工務店経営とSDGs（持続可能な開発目標）』、日本建築センター

図4. 工務店がSDGsに取り組むための5つのステップ



出所：『これからの工務店経営とSDGs』、日本建築センター

住宅業界も例外ではない！
これからの共通言語“SDGs”

SDGsにより経営の軸を強化

——エコワークス株式会社（福岡市博多区）

ZEHやLCCM住宅の普及はもちろん、企業としても省エネを推進し「ゼロエネカンパニー」を目指しているエコワークス。地域ビルダーとしていち早くSDGsへの取り組みを宣言した同社に話を聞いた。

SDGsは目標明確化のツール

2004年の創業当時から省エネや健康に配慮した住まいを届けてきた同社は、2018年頃からSDGsに本格的に取り組む始めたという。「社名の通り、環境活動を軸にした当社の取り組みが、SDGsの概念に重なることを知ったのがきっかけでした。企業としても戦略的に取り組む価値があると判断し、まずは当社の事業をSDGsのゴールと照らし合わせるところから始めました」

事業とSDGsの紐付け（後付けマッピング）を行い、これをもとにより力を入れるべき事業の優先順位を決めた（先付けマッピング）という。ほとんどの項目が創業当時より取り組んできたことだったが、特に13番目のゴールに関連する「脱炭素化」を最重点項目とした。

「当社が得意としてきたZEHは、SDGsの観点で解釈すると『人と地球にやさしい住まいを届ける』となつて、13および7、3、12のゴールにも当てはまります。これをもとに2030年までの長期経営計画に落とし込み、KPI*を設定しました」

KPIを設定することで目標がより明確化するという。さらに、女性活躍も優先項目として経営計画に加えた。もともと制度はあったものの、明確な数値目標もなく社内での共通認識が弱かった。現在は、優先項目として社内に発信し、風土を改革中であるという。

「SDGsの取り組みを社内に発信することは非常に重要です。これにより社員の意識が変わり、ボトムアップでSDGsに関連付けた目標が上がってくるようになったほどもです。先日は20名の社員が自発的に海岸のごみ拾いをしたと聞いて、私の方が

SDGsに寄与する「きこりんウッド」が目指すこと

住友林業

住友林業では、売り上げの一部を植林事業に還元し、植林木を活用することで天然林の負荷を低減する高品質合板「きこりんウッド」を2009年に商品化しました。環境負荷を減らし、持続可能な商品供給を行うことをコンセプトとしています。用途は一般の合板と同じですが、使うことが社会貢献につながるというαが「きこりんウッド」の価値なのです。



住友林業株式会社
木材建材事業本部
国際流通部兼産業資材営業部
チームマネージャー
むなかた 宗像 大五郎

合板材料の天然南洋材は近年減少傾向にあり、環境配慮や商品の安定供給の点から、伐期の短い植林木の活用が模索されていました。そんな中、インドネシア・ジャワ島でアグロフォレストリー*のコーヒー農家などに対し、5〜7年で伐採できる早成樹の苗木を無料提供。育て方や伐採時期の指導を行い、成長した木を市場価格で買い取つて、合板を製造するプロジェクトを始めたのです。農家では得た収入を子どもの教育費に充てるなど、生活を豊かにする手助けにもなりました。また、農地の日陰づくりのための植林が収入になるため、一

石二鳥と積極的に植林が実施され、出材も増加。それに伴って植林木を活用した新たな木材加工ビジネスが創出されるなど地域雇用創出にもつながっています。

発売以来、農家への苗木提供は10万本以上、植林面積は約160ヘクタールで東京ドーム34個分に達しました。植林↓育林↓伐採↓合板製造↓販売↓再植林という循環の仕組みが、これからも森林の持続可能性と地域社会の発展に寄与することを目指しています。

当初は、サステナブルな取り組みへの理解はまだでしたが、現在はSDGsなどが後押しとなつて、ビルダーさんや施主さんなどの意識も変わってきています。今後は、現地視察や植林体験など価値を体験していただける取り組みをしたいと考えています。



エコワークス株式会社
代表取締役社長
おやまたかし
小山 貴史氏

の経営を持続可能にしていけることにもつながると思っています」

「SDGsは経営の軸を強くする取り組みでもあり、ブレない経営につながります。生活の基盤を支える建築産業はSDGsに関連が深く、私たちがSDGsの中核を担うべきだと考えています」

17のゴールすべてに取り組む必要はない。一つでもいいので自社の事業やミッションに重ね、重点的なものから事業計画に落とし込む。そして社員に共有していくことが大切だという。「流通店には今後、模範となる取り組みをすることで工務店にSDGsを普及する存在となつてほしいですね。SDGsへの取組みは、工務店

図. エコワークスのSDGs中期経営計画とKPI (抜粋)

ゴール	関連ゴール	方針と指針	目標期限	KPI
13 気候変動に具体的な対策を	3 気候変動に具体的な対策を	気候変動リスクに備えて持続可能な企業づくりを目指す	2020年	全事業所において再エネ100%
			2040年	CO ₂ 排出量実質ゼロカンパニー
	7 住まいる暮らしを豊かにする	住まいる暮らしを通じて、脱炭素社会実現へ貢献 未来の子どもたちのために今の地球を残そう	2020年	新築住宅ZEH達成率：95% ZEHの普及促進活動
			2025年	新築住宅平均ZEH達成率：150%*2
			2025年	新築住宅平均LCCM住宅達成率：100%*3 LCCM住宅の普及促進活動
			継続目標	BELS表示率：100% (建築物省エネルギー性能表示制度)

*1 KPI：Key Performance Indicator、重要業績評価指標。組織や事業、業務の目標の達成に向け、どの程度進捗しているかを測る指標のこと
*2・3 同社独自の定義に基づき算出

* アグロフォレストリー：樹木を植栽し、樹間で家畜・農作物を飼育・栽培する農林業のこと。インドネシア・ジャワ島の植林はこれが主体となっている

SDGsで社員の自信を育てる

株式会社北洲（宮城県富谷市）

住宅メーカー・建設資材販売の北洲は、「寒さの厳しい東北にこそ温かい住まいを」という想いから高性能な家づくりや、サイディングプレカットの導入で年間廃棄物排出量の削減などに取り組んできた。同社にとってSDGsの宣言はどのような意義を持つのか、話を聞いた。

**SDGsのためにやるのではなく
経営に生かすために活用する**

「2018年、メーカーとのご縁でSDGsの勉強会に参加する機会がありました。その中で、当社が行ってきた事業がSDGsの延長線上にあることを知り、経営理念とも一致していることが分かったことが取り組みへの後押しとなりました」

急に高い目標を設定するのではなく、自社の商品や事業が17のゴールのどこに当てはまるのかを整理し（後付けマッピング）、提供価値を再認識するところから始めた。さらに、その中から優先項目を決め（先付けマッピング）、「ヒートショックを予防する温度差がない住宅の提供」や「サイディングプレカットの導入で端材をリサイクルする」などを優先項目とした。そして、その価値を社

内で共有し、いかに社員に浸透させていくかに力を入れたという。

「北洲の歴史をSDGsに当てはめ、その観点と合致することを社員に伝えるため、社内ウェブなどで発信し続けました。トップが発信することで、本気の取り組みであることが社員にも強く伝わります。自社の事業がSDGsのゴールに重なり社会貢献につながることを理解することで、社員一人ひとりが仕事に誇りを持ち、自信にもつながりました。社員アンケートでは、お客様に発信していこうという社員が増えており、自発的な行動にもつながっています」

宣言をして以降、自治体などから環境イベント出展や連携の話が増えたことも大きな成果だという。また、名刺にSDGsのロゴを記載したところ、顧客とのコミュニケーションのきっかけにもなったそうだ。



株式会社北洲
代表取締役社長

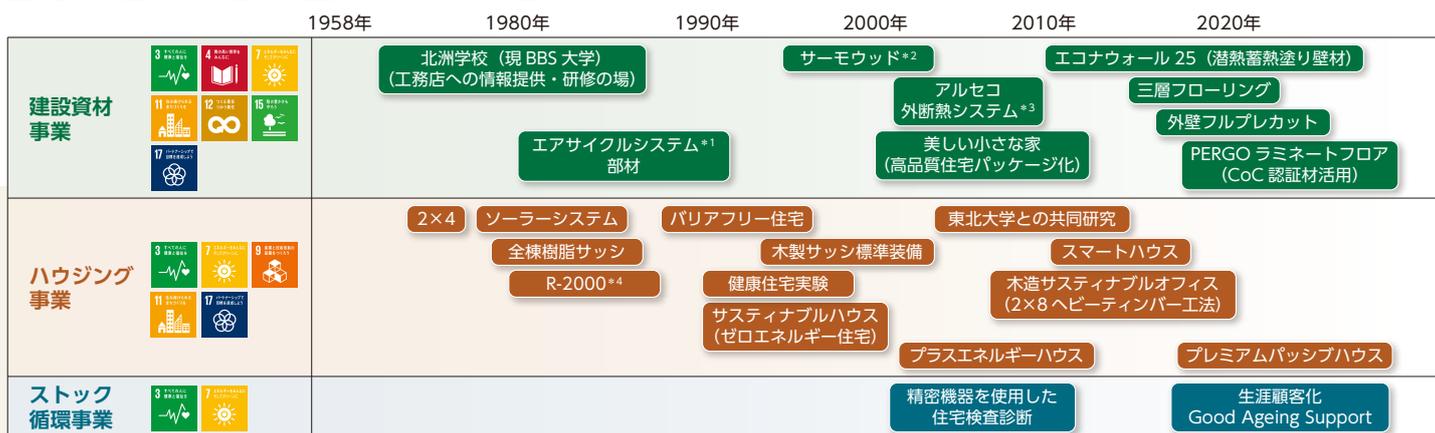
村上 ひろみ氏

「SDGsに貢献するためにやるのではなく、あくまでも自社の経営に生かすためにSDGsをどう活用できるかと考えることが重要です。SDGsは経営そのものであり、どうやって事業を、社員を成長させていくかの指標にもなり得ます。非上場の企業にとつては、情報開示は経営を律するために重要なこと。社会に認められる高性能な住宅を継続的に提供する企業であり続けるためにも、世の中に求められていることが整理されているSDGsを活用することは、大きな意義があると感じています」

人材不足が叫ばれる建築業界では、今いる社員が活躍できる土壌をつくるのが事業継続の鍵となる。SDGsを活用し数値目標を設定することで、より踏み込んだ対策も可能になるといふ。

「今後も積極的に啓蒙し、SDGsという視点を生かしながら、新しい建築資材等の開発にもつなげていければと考えています」

図 北洲の主な取り組みの歴史とSDGsの関連



*1 エアサイクルシステム：夏涼しく冬暖かい外断熱の家づくりをする工法
*2 サーモウッド：「高熱」[水蒸気]のみを使用し、木材高熱乾燥技術で薬剤を一切使用せずに普通の木材を腐りにくい高耐久性を持った木材に変える技術
*3 アルセコ外断熱システム：不燃、高い通気性などを備えた外断熱システム
*4 R-2000：カナダ国家プロジェクトの省エネ住宅建築プログラム



Coffee Break

Vol. 75

住宅業界の旬な話題をお届けします!

住生活ジャーナリスト 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ジャーナリストに。マンション購入・戸建建築・リフォームと自邸で実践しながら、国内外で取材・コンサルティング活動を行う。



ハード・ワークからスマート・ワーク、変化の中にチャンス

原稿執筆中の今は、オリンピックの延期が決まったコロナ騒動の真っ只中。ホットスポットとなってしまったミラノでは4月の国際家具見本市 [通称] ミラノ・サローネも延期され、イタリアからはこんなメールが届きました。

「私たちはテレワークで仕事を続けています。SkypeまたはGoogleハングアウトで打ち合わせも可能です」と。



国内外でつながるテレワーク

ミラノ・サローネは結局中止、テレワークで活動中のイラストでアピールするイタリア広報会社からのメール。日本の働き方改革が皮肉にもコロナで加速する事態

求められる“動画コミュニケーションカ”

プレス発表会も次々と中止になる中、2020年経営方針説明会を予定していたYKKグループはオンライン動画会見へ変更。事前登録記者のみにURL・ID・パスワードが送られ時間限定で視聴する内容は、一般非公開でありプレス記者にも意味ある形式。72カ国に事業所展開するYKKではWeb会議は常、また東京都などが連携しオリンピック期間の準備として行っている「テレワーク・デイズ」にも参加。2019年度は約2,200名の社員がテレワークを実施するなど、会社としてITリテラシーを高めています。



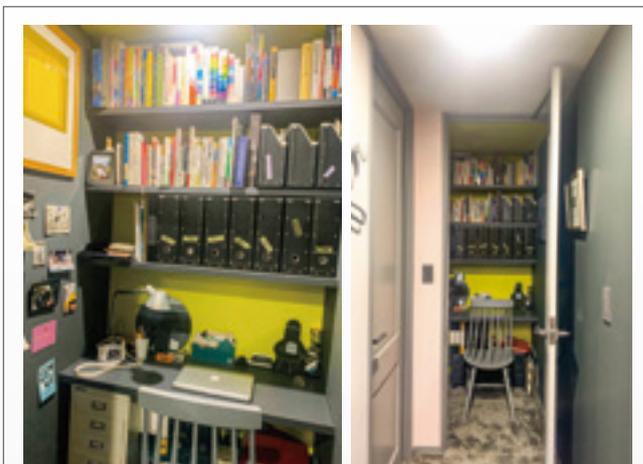
YKKグループのオンライン会見@自宅PC視聴

堀YKK AP社長は、国内初となる樹脂窓の内外観ブラックを4月に発売するなど2020年の事業戦略を発表。カメラ目線を入れながら、初めての試みに登壇者も試行錯誤

その動画会見を私は自宅で視聴。経営方針発表では資料画面を大きく出し、発表者は小さく2分割画面。ペーパーレスで合理的なオンライン会見を体験し気付いたのは、リアル会見では発表者のパッションを目力やボディランゲージから感じますが、動画の場合は声による効果が大きいこと。今後は経営者だけでなく営業マンも顧客とオンライン会議になれば、好感の持たれる話し方や動画映りをYouTuberに習う時代が来そうです。

ホームオフィスなどリモデル需要は高まる

テレビ会議に自宅から参加すると、家庭環境によっては問題も。子どもが騒ぐ声、犬の鳴き声などが入ってしまい、リビングやダイニングでは会議や仕事に集中できません。今後テレワーク普及により、ホームオフィスのニーズは増えるでしょう。写真は、友人のマンション・リモデル例。収納スペースがミニ書斎に大変身!扉を締めれば、お籠りホームオフィスで超集中できそうです。



窓のない納戸を素敵なワークスペースにするのは“色”使い
カラーワークス社の秋山千恵美さん自邸。カラーペイントした壁にシェルフ&デスクを造作しホームオフィス完成!

今回の行動自粛により、ワークライフバランスの意味を実感した人も多いでしょう。ホームオフィスや、リタイア生活への準備としてホームジム、シアター、アトリエなど“仕事+趣味”を備えた自宅へのリモデルニーズは高いはず。時間を費やし成果を挙げてきた従来のハード・ワークから、ICT技術を活用した上で人間としての能力を最大限に活かすのがスマート・ワーク。それによって、家族や友人との豊かな時間が増えるのです。その舞台は“ホーム(家)”。住宅産業へのチャンスはまだ膨らみます。

注目企業を訪ねる

付加価値創造に挑戦

株式会社 食一

“珍魚”の流通を通じて 漁業に新たな可能性を 生み出す



代表取締役

田中 淳士 氏

本社 ● 京都府京都市下京区大宮通
高辻下ル高辻大宮町121
カンメン2ビル4階

創業 ● 2008年
資本金 ● 500万円
従業員 ● 4名

事業内容 ● 全国100カ所以上の漁港から直送する海産物卸、お店オリジナルの水産加工品の製造請負、通販サイト「魚魚っとネット」の運営、産地に眠る旨い地魚ブランド「海一流」ブランドの運営

捨てられてきた珍魚を
居酒屋の差別化に生かす

「豊かな水産資源に恵まれてきた日本。一方で、水産物の流通過程では漁獲量が少なくロットがまともでないなどの理由から、流通しない、未利用魚」という存在があった。そんな、市場に出回ってはいないが、実は「うまい珍魚」を新鮮に流通させる仕組みをつくり、漁業の新たな売り上げと販売先に差別化をもたらしているのが、食一である。

「漁協や漁師から水揚げされた珍魚を買い付け、居酒屋などの飲食店に産地直送する。珍魚のマッチングが当社のビジネスです。飲食店からの問い合わせに対し、この漁港で獲れるこんな魚がおいしいのでは、と提案することもあります。多くの珍魚を扱

であり、マンネリ化しやすかった。差別化を図りたい飲食店にとっては、珍魚が新しい価値としてフィットしたようです。当社も調理法やメニュー提案で飲食店が珍魚にトライしやすいよう工夫も行き、販売先を増やすことができました」

流通ビジネスで
漁業の活性化に貢献

「流通の役割は、仕入れ先と販売先双方の文化を理解し、潤滑油的存在としてお互いのニーズをうまくマッチングさせることだと田中氏は言う。」

「漁業の世界は信頼関係が命で、この人いいもの売ってあげたい」という関係構築が鍵になります。現地に足を運び、顔を合わせてコミュニケーションをとる地道な営業を行ったのもそのため。魚の生育環境や水揚げの状態などもチェックできるし、珍魚の扱いやおいしい食べ方など知識の蓄積にもなり、新鮮な珍魚の流通と多彩なメニューの提案が可能になりました。今では、漁港や漁師からの新しい珍魚の提案も増えています。」

「こうしたコミュニケーションによりトレーサビリティが明確になることで、信頼を持って供給できる魚を『海一流』と名付けてブランド化した。珍魚へのハードル

ここが注目ポイント

世に出回ることがなかった珍魚を、飲食店に流通させる仕組みを構築

産地に足を運びコミュニケーションをとることが新鮮な珍魚流通やメニュー提案につながる

適正価格での買い取りや加工品製造で漁港に安定的な収益を確保



産地の安定的な収益を確保するため、時期や気候により獲れすぎた珍魚を使ったオリジナルの加工食品やOEMも手掛ける。右は月白貝のオイル漬け(上)とカタボシイワシの酢メの盛り付け(下)イメージ



取り扱い魚種は約500種。写真はミシマオコゼという珍魚。従来は1kg10〜30円の値しかつかなかったが、同社では1kg500〜800円で買い付ける



創業からこれまで数百回以上漁港に足を運び直接コミュニケーションをとる。食一では、魚を送ってくれる人の内面まで知ることも含めて取引と考える

「その特徴を把握し、産地とニーズをマッチングできることが当社の強みです」

「同社の出発点は、田中氏が大学のビジネスコンテストで優勝したことだ。当初は一般的な魚で産地直送のビジネスを手付けようとした。しかし、小ロットで仕入れるにはコストがかかる上に、産地直送だけでは差別化が難しかった。」

「知人のアドバイスもあり、漁業の現場を見て回ることにしました。そして、連日漁港に足を運ぶ中、多くの見たこともない魚が水揚げされる様子を目の当たりにし、ほとんどが捨てられている事実を知りました。しかも、漁師さんに頼み込んでそれらの魚を食べさせてもらうと驚くほどおいしい、珍魚を飲食店で出せたら差別化につながるのではと考えたわけです」

「早速、仕入れ先の開拓のため、全国の漁港に足を運んだ。しかし、今まで捨てるのが当たり前だった珍魚である。買ってどうするんだと笑われたこともあったという。」

「信頼関係を構築するまで何年も通い詰めた漁港もありますが、現在は、全国100カ所から仕入れていきます。販売先も地道に開拓しましたが、実は珍魚に興味を示してくれる飲食店は意外に多かったんです。市場に集まる魚は、その地域で売れやすい魚

を下げ、知らなかったけれど食べてみよう、と感じてもらうことにつながったという。さらに同社が産地から信頼を得ているもうひとつの理由が、起業の背景にあった漁業の活性化への思いだ。

「珍魚を安く買い付けるのではなく、産地での売り上げや漁師の所得が向上することも同時に目指しています。獲れすぎた場合にも廃棄することがないよう当社で買い取り、加工品にして販売しています」

「適正価格で珍魚を買い付ける同社のビジネスにより、魚価の上昇も起きているそうだ。評判を聞いて他の仲間も適正価格で購入するようになった。漁業の活性化を考えれば、同業他社の参入もウェルカムだという。」

「当社が次のステップに進む力をつけられただけです。具体的には、漁船を持って実際に漁に出ることを考えています。加えて、漁業にもう一本の収入源をつくりたいんです。漁船での婚活パーティやポートレース、漁港にバーベキューやグラウンドの施設をつくらせて漁船で獲れた魚を食べてもらおうのもいいですね。産業を盛り上げていくためには、お金を回すことが必要。漁港に人が集まりお金が落ちる仕組みを構築し、漁港の街を活性化させていきたいと思っています」

「再エネ特措法」(電気事業者による再生可能エネルギー電気の調達に関する特別措置法)の一部改正でFIT制度導入へ

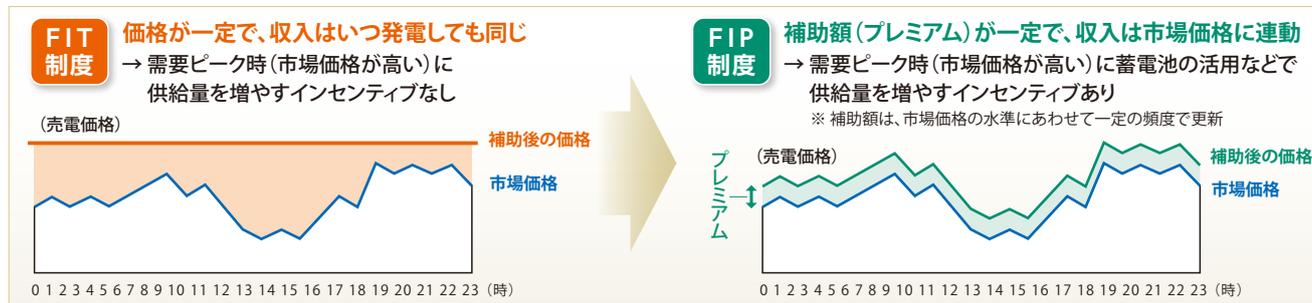
2月25日に、電気事業法等の一部を改正する法律案が閣議決定された。電気供給を巡る環境変化を踏まえ、強靱かつ持続可能な電気の供給体制を確立するための法改正だ。

【主なポイント】

①「電気事業法」の一部改正

- 災害時の連携強化 …… 災害時連携計画／災害復旧費用の相互扶助
- 送配電網の強靱化 …… プッシュ型のネットワーク整備／既存設備の計画的更新

■ FITとFIPの違い



- 災害に強い分散型電力システム …… 配電事業者の創設／分散型電源を束ねて供給力として提供する事業者(アグリゲーター)の創設
- ②「再エネ特措法」の一部改正
- 市場連動型の導入支援 …… 市場を意識した行動を促すため、固定価格での買い取りに加えて、新たに、市場価格に一定のプレミアムを上乗せして交付する制度(FIP制度)を創設。対象電源は「競争力のある電源への成長が見込まれるもの」とし、詳細は導入状況などを踏まえ、今後決定する予定

わが社のイチオシ

社屋のリノベーションで 展示場にミニブルワリー*を併設

わが社は住宅設備・建材の流通だけでなく、リフォーム・リノベーション、エクステリアの製造などを手がけています。現在、東京・目黒区にある社屋の大幅なリノベーションを行っており、オフィスを中心に2階に集中させ、1階を展示場にする予定です。展示場といっても商品を陳列するのではなく、お客様が希望する商品をバックヤードから持ってきて、ご覧いただけます。展示場は当社が扱う資材を中心にリノベーションしているので、フロアから扉まで、すべてがショールームのようになっています。空間づくりの事例として、お客様によりリアルなご提案ができるようにと考えました。

そしてわが社のイチオシは、展示場にビールの醸造所を併設したことです。目黒の地ビールを醸造す

株式会社トーシンコーポレーション
企画推進室(東京都)

小淵 仁さん

るミニブルワリーです。当社はBtoBの取引がメインなので、もっと地域に開かれた場をつくりたいという思いから、今、話題のミニブルワリーをビール醸造家の方の協力を得てつくりました。もちろん地域住民の皆さんに、できたての地ビールを飲んでいただきます。バーカウンターと20席くらいを想定しており、バーは夕方5時頃からの開店で、4月末オープンを目指しています。このミニブルワリーの分野では、同様の取り組みを考えている他社にも、設備づくりや運営ノウハウなどを提供していきたいと思っています。



* ミニブルワリー：小規模でビールを生産する醸造所

編集室より

- 弊社ホームページにPDF版を掲載中です。
<http://sfc.jp/mokuzai/kenzaimonthly/>
- 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 業務企画部

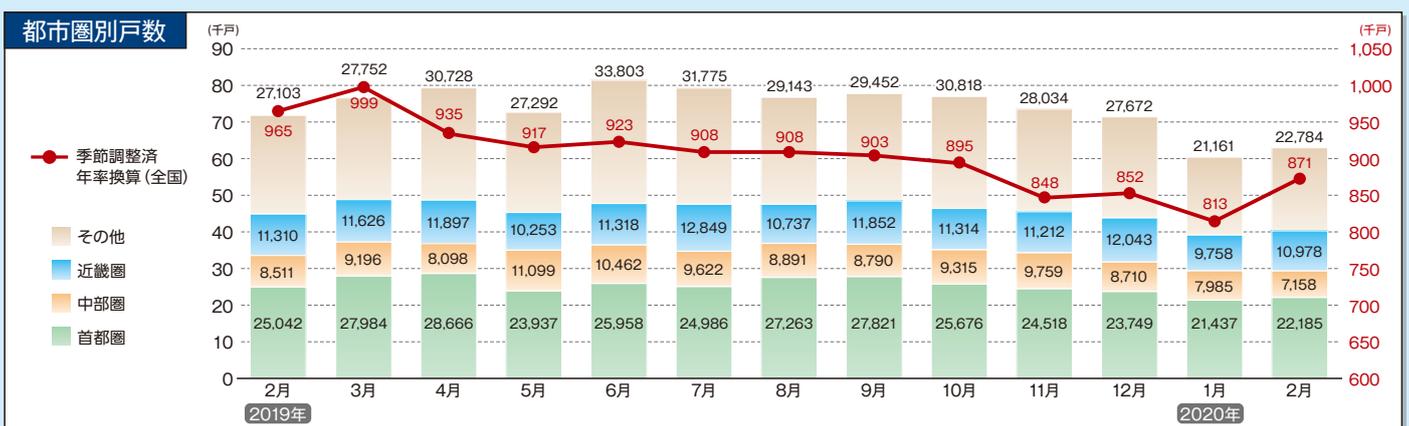
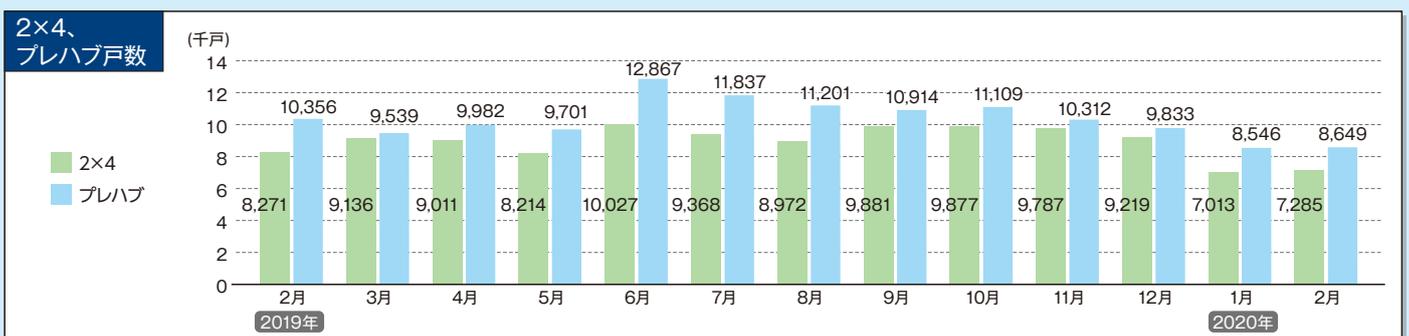
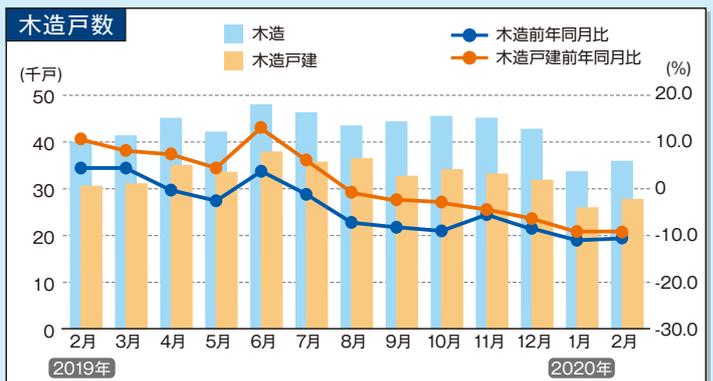
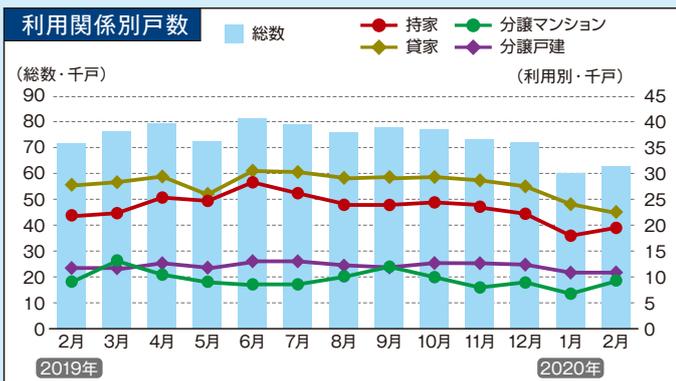
新型コロナウイルスの感染拡大を受け、電車に乗る際は不特定多数の人が触る手すりやつり革につかまらないようになりました。揺れる電車内では、人にぶつからないよう自然と体幹トレーニング。テレワークの増加で“ホームオフィス”の必要性を実感するとともに、“電車通勤”が意外と運動になっていたことを思い知る日々です。外出自粛でしばらくは運動不足が続きます。この混乱が早く収束することを願いつつ、テレワークしながら体幹トレーニングできないか模索中です。(E)

表紙：住友林業(株)住宅・建築事業本部 福岡支店 ふくおか中央展示場

* 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

2020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		63,105	▲ 8,861	▲ 12.3%	▲ 5,966	▲ 8.6%	60,341	72,174	73,523
建築主別	公共	1,058	▲ 609	▲ 36.5%	▲ 525	▲ 33.2%	1,330	576	1,022
	民間	62,047	▲ 8,252	▲ 11.7%	▲ 5,441	▲ 8.1%	59,011	71,598	72,501
利用関係別	持家	19,557	▲ 2,435	▲ 11.1%	▲ 456	▲ 2.3%	18,037	22,294	23,655
	貸家	22,638	▲ 5,283	▲ 18.9%	▲ 6,782	▲ 23.1%	24,147	27,611	28,779
	給与住宅	548	▲ 315	▲ 36.5%	▲ 67	▲ 10.9%	301	676	270
	分譲住宅	20,362	▲ 828	▲ 3.9%	1,339	7.0%	17,856	21,593	20,819
	うちマンション うち戸建	9,353 10,907	221 ▲ 937	2.4% ▲ 7.9%	1,086 347	13.1% 3.3%	6,789 10,881	8,957 12,427	7,995 12,705
資金別	民間資金	56,269	▲ 7,728	▲ 12.1%	▲ 5,243	▲ 8.5%	53,656	64,624	65,412
	公的資金	6,836	▲ 1,133	▲ 14.2%	▲ 723	▲ 9.6%	6,685	7,550	8,111
	公営住宅	866	▲ 44	▲ 4.8%	▲ 48	▲ 5.3%	664	504	855
	住宅金融機構融資住宅	3,419	▲ 135	▲ 3.8%	143	4.4%	3,305	4,299	4,376
	都市再生機構建設住宅	142	▲ 541	▲ 79.2%	▲ 282	▲ 66.5%	660	0	0
	その他住宅	2,409	▲ 413	▲ 14.6%	▲ 536	▲ 18.2%	2,056	2,747	2,880
構造別	木造	35,824	▲ 4,176	▲ 10.4%	▲ 2,516	▲ 6.6%	33,849	42,822	45,326
	非木造	27,281	▲ 4,685	▲ 14.7%	▲ 3,450	▲ 11.2%	26,492	29,352	28,197
	鉄骨鉄筋コンクリート造	621	341	121.8%	29	4.9%	220	412	404
	鉄筋コンクリート造	17,490	▲ 2,718	▲ 13.5%	▲ 845	▲ 4.6%	16,955	18,201	16,795
	鉄骨造	9,106	▲ 2,287	▲ 20.1%	▲ 2,607	▲ 22.3%	9,249	10,625	10,863
	コンクリートブロック造 その他	33 31	▲ 19 ▲ 2	▲ 36.5% ▲ 6.1%	▲ 29 2	▲ 46.8% 6.9%	38 30	46 68	75 60



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

三協アルミ

建材マンスリー

NO.654

APRIL
2020

4

昭和39年8月創刊 第56巻 令和2年4月1日発行 (毎月1日発行)
発行人/笹部 茂 発行所/建材マンスリー編集室 〒100-8270
住友林業株式会社 木材建材事業本部 業務企画部

通巻654号

東京都千代田区大手町1-3-2 (経団連会館)

TEL 03-3214-3280 FAX 03-3214-3263



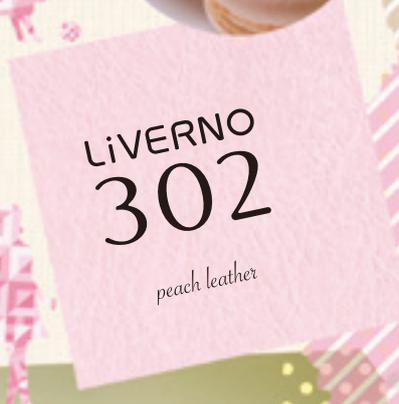
POP & COLORFUL

インテリア建材

LIVERNO

リヴェルノ

ポップなカラーが加わり、カジュアルからモダン空間まで多彩なインテリアスタイルを演出。毎日の暮らしを楽しむオンリーワンの室内ドア！



三協立山株式会社 三協アルミ社

<https://alumi.st-grp.co.jp/>

