

# 建材 マンスリー

No.693

7

JULY  
2023

特集

## 進化する日本のキッチン

ここでちょっと一息 Coffee Break

コミュニティ・デザインの担い手が導く、  
地域活性から地方創生

注目企業を訪ねる

マクタアメニティ株式会社



# 進化する日本のキッチン

近年、ライフスタイルの多様化や様々なニーズに合わせて、キッチンの選択の幅が広がってきている。  
 また、「マイホームでこだわりたい箇所」の第2位\*1がキッチンであり、そのこだわりは増している。  
 かつては住まいの暗い北側に土間と板張りの床でつくられていた台所は、現在では家族が集う住まいの中心に配置され、料理を作る場所としてだけでなく、家族が集い楽しむ場所へ変化している。  
 今号ではキッチンの進化の歴史とともに、キッチンメーカーのおすすめ商品を紹介する。



図1. 蹲踞式で調理の様子



出所：花の屋胡蝶『素人料理年中惣業の仕方』(1893年) (静観堂)

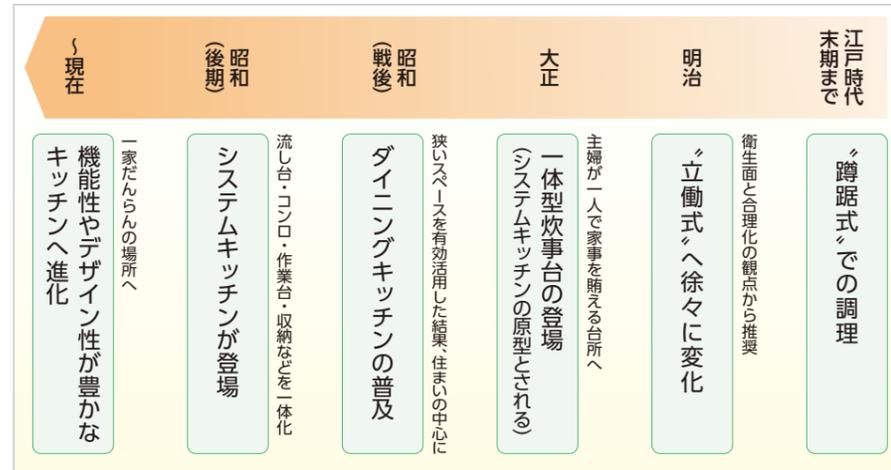
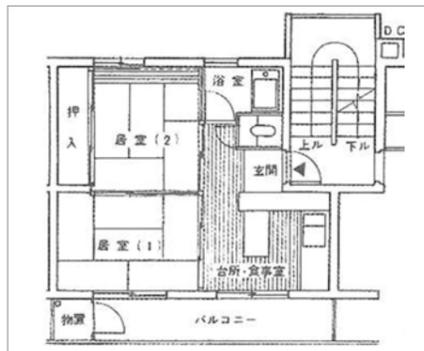


図2. 鈴木式高等炊事台と思われる一体型炊事台



出所：『現代家事 上の巻』(1926年) 提供：須崎文代

図3. 日本住宅公団の2DK (階段室型住棟 55-4N-2DK)



出所：UR都市機構

図4. 土間型キッチン



撮影・提供：須崎文代

などを隣り合わせに置いたシステムキッチンの原型とされる鈴木式高等炊事台(一体型炊事台)が、1922年に登場します(図2)。

**家族の憩いの場として 台所からキッチンへ進化**

1956年に日本住宅公団(現・UR都市機構)が手がけた最初の団地で採用したダイニングキッチン(DK)は、台所に対する人々の価値観やライフスタイルを大きく変えました。住宅不足の戦後復興期は、短期間に大量の住宅を供給しなくてはならず、また限られた狭いスペースを有効活用するため、食卓テーブルと椅子の隣に台所を配したDKが、標準型とされたのです(図3)。それ

までに和室で卓袱台での食事から一

気には洋式化し、キッチンが住まいの中心に置かれるようになりました。そして「男子厨房に入らず」ではなく、男性もDKという台所に入るようになったのです。

公団住宅の流し台には当時、新素材だったステンレスが採用され、台所の雰囲気が一変されました。ピカピカの流し台は主婦の憧れの的となり、団地の抽選には長蛇の列ができたといわれます。手作業のハンダ溶接から深絞りプレス加工技術に切り替わったことにより、ステンレス流し台は低コストで短期間に大量生産できるようになり、一気に普及しました。

その後、モダンリビングが追求される中で、リビングとDKを一体化するLDKというコンセプトが生まれました。今やLDKスタイルの空

間は、住まいの中心として一家だんらの場になっていきます。そして、流し台、調理台、コンロ、キッチン収納などを1枚のワークトップで一体化したシステムキッチンが1970年代に登場し、キッチンは機能性もデザイン性も豊かになりました。

現在のキッチンは、料理を家族で楽しむ場所に変容しています。その中で、今私が注目しているのは「土間型キッチン」です(図4)。入り口から広がる土間の一角をオープンキッチンにしたり、家庭菜園で採れた野菜を土間で洗ったりと、台所空間を自然環境にうまくなじませる試みによって、一昔前の土間のイメージとは違う、機能的で素敵な空間となっています。料理の場所であるキッチンも、原始の時代は火を囲みみんなで集う場所だったと考ええると、原点

**床の上での調理スタイルから 立ち働きに变化した台所**

日本の台所が大きく変わったのは、明治期以降のことです。黒船の来航で開国した日本は、新しい文明とともに海外の伝染病なども受け入れることとなりました。開国とともにコレラが流行を繰り返し、「衛生面の対策」が国を挙げての急務となったのです。特に食料を扱う台所の改善が重視されました。

その後、企業で盛んに取り入れられたティラーシステム\*2という「合理化の考え方」を、家庭内でも応用しようという動きが起きました。例えば家事動線を短くして、家事労働の負担を少なくしようという考え方は、「衛生面」と「合理化」という2つの流れの中で、日本の台所の形が大きく変化していったのです。

中世から近世にかけて長く続いた日本の伝統的な台所では、床の上になまな板を直接置き、膝を床についた姿勢で調理を行う「蹲踞式」と呼ばれるスタイルが主流でした(図1)。しかしこのスタイルは不衛生で無駄が多いと批判され、立つて調理をする「立働式」が政策的に奨励されたのです。そのため設備の高さや使い勝手が大き

く変わりました。さらに、土間と床に分かれていた台所は、その上下り下りにかかる負担が大きいとされ、床上だけに統一されていきました。そして床上にコンバクトに流し台、調理台、加熱調理器具をしつらえることが定型となり、現在のキッチンの基礎が生まれたのです。こうした台所の変化が一般の家庭に広まるのは、明治後期から大正期にかけてです。

**炊事の担い手の変化で 変わる台所**

日本では当時、庶民階級でも台所仕事に女性使用人がいて、主婦が自ら台所に立って料理をすることはほとんどありませんでした。そのため住まいの北側に配置された台所は窓もなく、暗くて働きづらい場所のまま放置されていました。しかし、政府の殖産興業政策が進む中で女性使用人のなり手が少なくなり、主婦が一人で賄える台所が目指されたのです。動線に無駄が多く、動きにくい台所を改善するため、流しや調理台



神奈川大学建築学部 建築学科准教授 須崎 文代氏

\*1 日本トレンドリサーチとナチュラルハウスによる調査  
 \*2 ティラーシステム：20世紀初めに、フレデリック・テイラーによって確立された、工場の作業者を効率的に管理するためのマネジメントシステム

# ここまで進化したキッチン

最新のキッチンはインテリアと調和するデザイン性が高いものや、使いやすいお手入れが簡単といった機能性に優れたものなど、個性豊かな商品がそろっています。そこでキッチンメーカー6社に、おすすめ商品とその開発秘話などについてお話を伺いました。

特集

進化する日本のキッチン

## 「marule (マルーレ)・メインセレクション」……株式会社ハウステック

### ここがおすすめ!

「ゴミ箱を見せたくない」という声に応えた「**ゴミ箱収納付きシンクキャビネット**」は、シンクの下にゴミ箱が内蔵されているので生ゴミもさっと捨てられる

### 商品コンセプト

「自分たちが本当に欲しいキッチン」というユーザー目線でつくった新しいキッチンのカタチです。

### 商品の特徴

生ゴミも捨てられる「ゴミ箱収納付きシンクキャビネット」や銅イオンの抗菌特性を利用して排水口のぬめりやニオイを防ぐ「除菌手間らくゴミカゴ」、コンロ周りで使う調味料やアイテムをまとめて収納でき、マグネットにも対応した「スライドマグネットラック」など、キッチンをもっと快適に使いやすくする工夫をちりばめました。

### 開発秘話

女性だけの7人のチームが、女性ならではの目線に立って、それぞれのアイデアを出し合い開発を進め誕生した商品です。例えば、「三角コーナーの生ゴミをゴミ箱に捨てるまでに水が垂れてしまう」といった、ごく普通の家庭で起こっている困りごとを解決したいという思いで、開発に取り組んできました。開発過程では、ゴミの捨て方や考え方も地域性や家族構成、生活環境で大きく違ってくと分かり、ゴミ箱のサイズを決めるだけでもかなり苦労しました。

### 将来の展望

ユーザーのちょっとした困りごとを解決し、驚きや感動を提供できる商品を、今後も提案し続けていきたいと考えています。

### 価格帯

I型255cm 約153万円~196万円(税抜)



## 「RICHELLE SI (リシェルSI)」……株式会社LIXIL

### ここがおすすめ!

熱やキズに強い**美しいセラミックワークトップ**は、耐久性があり、お手入れも簡単

### 商品コンセプト

美しい暮らしをキッチンから始められるよう、料理を楽しみ、暮らしを楽しむという思いをかたちにしたシステムキッチンです。

### 商品の特徴

人の心と体にフィットして使いやすさを高めてくれる快適な機能と、暮らしにフィットして心地よく過ごせる理想の住空間を実現するデザインが特徴です。

### 開発秘話

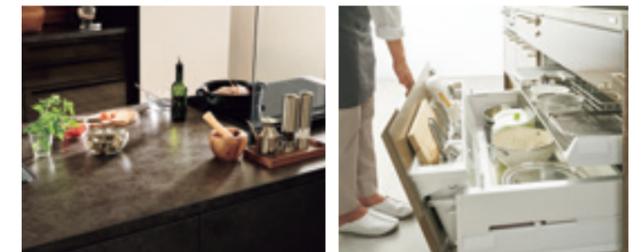
LIXILではお客様自身も気付いていないような潜在ニーズを見つける手法として、地道な「行動観察」に注力しています。今回も行動観察から得られた「キッチンからあまり離れずに効率よく調理をしたい」というユーザーのニーズに着目し、キッチンが収納物を差し出してくれるように引き出しが開く、独自の機構を組み込んだ「らくパッと収納」を実現しました。

### 将来の展望

LIXILキッチンのフラッグシップである「リシェルSI」は、これからも地道な「行動観察」などから得られた知見を生かし、お客様の期待を超える提案によって感動をお届けしていきたいと考えています。また、インテリア商材などとの連携も高めることで、キッチン空間だけでなくとどまらない、キッチンを中心とした快適なLDK空間を提案していきます。

### 価格帯

I型間口255cm 101万円~239万円(税抜)



## 「Collagia (コラージア)」……トクラス株式会社

### ここがおすすめ!

シンク上で調理作業ができる「**スムーズワークシンク**」機能と、マットな心地よい手触りと“くすみカラー”の**塗装扉「リュッケファープ」**でくつろぎの空間を彩る

### 商品コンセプト

忙しい日も、ゆったりしたい日も、食につながるすべてのシーンをもっと自由に、心地よく、家族の“ひととき”を楽しむキッチンを目指しています。

### 商品の特徴

“つくることを楽しむ調理性”、“好みの空間を演出できる意匠性”、“家族での暮らしを楽しむプランニング力”で、キッチンを家族の多様な“ひととき”を楽しむことのできる空間にするシステムキッチンの新シリーズです。

### 開発秘話

スムーズワークシンクは、シンクの上にプレート置き、シンク上での調理作業を可能としたアイテムです。プレートを置く部分をできるだけ滑らかに段差なくシンプルに仕上げるため、何度も試行錯誤を繰り返しました。プレートが止まるギリギリのラインにこだわり、デザイン面・清掃面の双方に優れた機能美を実現しています。

### 将来の展望

暮らし方の多様化に伴って、自分の暮らしにフィットする住まいを実現したいという方が増えており、その傾向は今後も増えていくでしょう。そのため、人々の暮らしたいイメージに応えられる商品やプランニングの開発提案を行っていきたく考えています。また、食の変化に対応する機能性の強化や、より上質なインテリアや環境配慮を求められる傾向に対しても応えられるよう開発を行っています。



### 価格帯

I型255cm 約116.1万円~(税抜)

## 「CENTRO (セントロ)」……クリナップ株式会社

### ここがおすすめ!

従来品より角R\*を極端に小さくした**新型「流レールスクエアシンク」**。水流でシンク内のごみを集める機能性はそのままに、スタイリッシュな形状に生まれ変わる

\*角R: コーナー部の半径

### 商品コンセプト

「憧れを、よろこびに変える。」をコンセプトに、これまでの機能性に加えてデザイン性を一層向上させ、2023年6月に大規模モデルチェンジ。オーダーキッチンに近い提案を可能にしました。

### 商品の特徴

ステンレスの骨組みを使ったクリナップ最高級グレードのシステムキッチン。シンク内のごみを自然に排水口へ集める「流レールスクエアシンク」や操作性が滑らかな最上位レール「レグラボックス」(ブルム社製)を標準搭載し、デザインも周辺収納もグレードアップしました。各種ワークトップや海外製水栓などが選択可能になり、規格品でありながらオーダーキッチンの世界観を取り入れたシステムキッチンです。

### 開発秘話

スタイリッシュで機能性と清掃性が高いシンクをより多くの方に使っていたくために、「流レールシンク」の角Rを極端に小さくすることを目指しましたが、難しい課題でした。しかしメーカーの矜持として、このデザインは標準搭載したいと考えました。それにはプレス製造で量産できることと低価格化が必須でした。何度も試作を重ねて実現した、クリナップのステンレス技術の結晶と言えます。

### 将来の展望

当社が日本初のシステムキッチンを発表した50年の節目に、現在の技術の粋



流レールスクエアシンク 角15R

を集めたフラッグシップキッチンが誕生しました。長期ビジョン「人と暮らしの未来を拓く」の思いの下、システムキッチンのパイオニアとして新たな食住空間の可能性を広げ、創造していきます。

### 価格帯

I型 B-style 255cm 基本プラン: 127万3,800円~(税抜)

## 「THE CRASSO (ザ・クラッソ)」 ..... TOTO 株式会社

### ここがおすすめ!

お手入れしやすく、丈夫で使いやすいオリジナルのカウンタートップ「クリスタルカウンター\*1」は、すりガラスのような透明感で、滑らかな手触りが特長

### 商品コンセプト

使う人のライフスタイルや空間と調和しながら、キッチンを中心とした多彩な暮らしを支える、「気持ち、まいにち、きらめくキッチン」です。

### 商品の特長

「美しい、使いやすい、きれい」を実現するアイテムを多数そろえています。“美しい”クリスタルカウンター、“使いやすい”タッチレス水ほうき水栓 LF、“きれい”をキープできるタッチレス「きれい除菌水」生成器、そしてスクエアすべり台シンクの4アイテムが、海外のデザイン賞\*2で最優秀賞を受賞しました。

### 開発秘話

「デザインとテクノロジーの融合によるリビング空間に美しいキッチン」を開発コンセプトに設定し、「美しい、使いやすい、きれい」をテーマに掲げました。中でも「美しい」を実現するため、よけいな凹凸や段差をそぎ落とす「ノイズレスデザイン」の進化を図り、「クリスタルカウンター」にも小口に斜めのカットと磨きを加え、エッジから光を取り込む“クリアエッジ仕上げ”を施しました。これによりシャープさが加わり、キッチン全体の統一感が生まれました。

### 将来の展望

キッチンは家の中でも中心となる場所です。TOTOでは、リフォームの入り口となる商品としてキッチン重要なアイテムと位置付けています。今後もお客様のニーズを反映して、半歩先、一歩先を見据えて、デザインとテクノロジーを融合させたキッチンを開発、製造、販売していきたいと考えています。

\*1 クリスタルカウンター：2004年にキッチン業界で初めてエポキシ樹脂を使用したカウンター

\*2 海外のデザイン賞:ドイツのノルトライン・ヴェストファーレンデザインセンターが主催する「レッドドット・デザイン賞2023」で受賞



### 価格帯

I型255cm 基本プラン78万円～(税抜)

## 「W1200フレームキッチン」 ..... 株式会社ウッドワン

### ここがおすすめ!

意匠性を考え、キッチンの前面に無垢一本芯を使用したコンパクトなフレームキッチン。W1200\*単体での使用はもちろん、その横に無垢の木の収納「ユカオキ」をつなげて作業スペースを広げることも可能

\* W1200：幅1200mm×奥行650mm

### 商品コンセプト

“W1200でもデザイン性のあるキッチン”、“シアターキッチン”を目指し、ワンルームマンションやリノベーションなどでの設置を想定しています。

### 商品の特長

フレームキッチンは昔の段落ちキッチンから発想を得ており、「水が出る所があって、火が使えるキッチン」という考え方から着想しました。セカンドキッチンとして「シアタールーム」に設置し、お酒をたしなみながら料理を温めるといった用途など、可能性は無限に広がります。

### 開発秘話

W1200の大きさの中に、加熱機器とシンク、調理スペースを確保しなければなりませんが、「シンクが大きければ調理スペースはいらぬ」と考える人、「一人暮らしなので調理スペースが欲しい」という人もいます。どのようなパターンが最適でちょうど良いかを考えるのに苦労しましたが、どういった暮らしをする人が使うのかなどを熟考し、機能的で「絶妙なバランス」を作り出しました。また、「フラット梱包」を採用し物流の搬入や取り付けなど、キッチンの流通から施工に関わる方々のことも考えた商品になっています。

### 将来の展望

無垢の木のキッチンは、経年による色合いの変化が顕著であり、無垢材の表面につく傷も使う人によって違います。それぞれの家族ならではの変化をキッチンとともに愛おしみ、育ててほしいと願っています。



### 価格帯

本体部分約30万円～ + 機器価格約10万円～ 計40万円～(税抜)





# Coffee Break

Vol. 87

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・戸建て建築・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。



## コミュニティ・デザインの担い手が導く、地域活性から地方創生

### スタートアップの行動力が大手企業を引きつける

6月に開催された国際見本市「インテリア ライフスタイル」展(東京ビッグサイト)。そのトークイベント『継承される地域をデザインする - Q0が考える地方の可能性』で、(株)Q0(キューゼロ)の活動に関心を持ちました。登壇したQ0社(2022年設立)の林社長・奥森取締役(兼、(株)日建設計取締役)・諏訪取締役(兼、(株)ロフトワーク社長)と秋田にある国際教養大学(AIU)工藤准教授によるセッションでは、都市を“動脈”、地方を“静脈”と表現。「動脈にあるのが効率重視のマーケット、静脈にあるのは自然から生まれた風土」と地方の可能性を示唆。それを生かして地域課題の解決にもなるプロジェクトに秋田や佐賀で取り組み、地方と都市の新たな関係構築に挑戦しています。

Q0社設立をロフトワーク社に持ちかけた日建設計は、都市づくりの大手企業。「地域のためのオープンプラットフォームをつくりたい」と、「FabCafe」などコミュニティづくりで成功していた同社との協働が始まったようです。

### 手間をかけ、地域コミュニティをデザインする

湘南エリアにも地方に波及する地域活性で注目の企業があります。不動産仲介・物件管理から始まった(株)エンジョイワークスは、古民家や空き家を活用したコミュニティの場づくりへと事業を展開。蔵を宿泊施設にコンバージョンした「The Bath & Bed Hayama」は大好評、そのブランディングを電通がかって出て、蔵→宿の全国展開をサポートしています。

### 共感投資ファンド「ハロー！ RENOVATION」

エンジョイワークスは「第1回 地域価値を共創する不動産業アワード」大賞を受賞。評価されたのは、まちづくりに特化したクラウドファンディング「ハロー！ RENOVATION」を運営し空き家などを再生する活動。地域再生事業に必要な資金の出資を“共感”投資ファンドとして、地域関係者や事業に共感する一般の人から小口(5万円〜)で募るだけでなく、事業プロセスへの参加型プラットフォームであるのが特徴。蔵を活用した「The Bath & Bed Hayama」のケースは、主に女性(利用者を想定)37人が総額約600万円を出資、15回の会議で各自得意分野からアイデアを出し合い事業を実現しました。ファンド自体も4年2カ月、利回り4%で償還。福田社長は「多くの人との協働は、面倒だけど成功率

が高まると確信している」と。これまで全国の物件を対象に18のファンドを運営し、調達額は2億9000万円、900人が投資に参加しているそうです(2023年5月現在)。

### 敷地のシェアが生む、景観と安心感

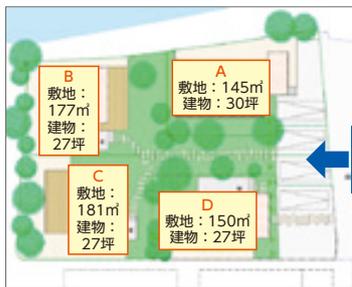
また、ユニークな宅地分譲プロジェクト「ENJOY VILLAGE」も湘南から全国に展開中。分割した敷地の一部をシェアしたマスタープランで、分譲時に暮らし方について価値観を共有。意識の高い住まい手同士が主体的にコミュニティを醸成します。建築住宅は「THE SKELETON HOUSE」として規格化。シンプルなボックス型で景観になじむレッドシダー張りの外観。スケルトンインフィルで価格を抑えるとともに、DIYによる内装仕上げは、より家に愛着が湧く効果も生み出します。

スモールビジネスでなければ手を掛けられない課題が、地方やローカルにはあります。アイデアフルで機動力のある起業家たちが、地域活性の担い手になっています。

#### 【宅地分譲プロジェクトENJOY VILLAGEの事例】

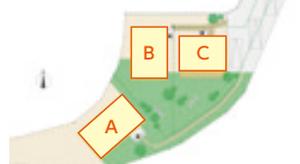


写真は左下のプラン。旗竿地の導入路をシェアし、幅約8mの芝生広場に。取材当日は広場を駆け回る愛犬と楽しむ姿が。右下は間口が狭く奥に広がる敷地を3区画にしたプラン。南側の大きな中庭を共有



#### —VILLAGE 3つの約束—

1. 塀をつくらない
2. 窓の位置に配慮する
3. 共有するものがある



#### 【ENJOY WORKS 福田社長@THE SKELETON HOUSE】



福田和則社長(49歳)。金融機関を経て2008年起業、70人強の会社に成長。ビーチサンダルにキャップが日常。スケルトンハウスの基本は、床は合板のまま、壁天井は構造体現しで引渡し。現在は外断熱構造に全館空調方式を採用。建築費30坪で坪約90万円(税込)

# 注目企業を訪ねる

付加価値創造に挑戦

「展示会などでPRしたところ、人による目利きが使われなくなるなどの理由で既存の流通などからは拒絶反応もありました。しかし、農作物の売り込みや改善を行いたい農家や仕入れ業者などからは大きな

「味の定量化技術はすでに存在しているが、粉砕による解析が必要なら高額の分析機器が必要だった。そこで当社が目指したのは、農家や小売店などが手軽に、そして既存の分析技術と比べて安価に使用できるシステム。すでに一人一台の時代になってきたスマホを活用し、使い勝手の良さを目指した。こうして実用化されたおいしさの見える化は、味の評価をリーダーチャートで表示し、短い文章とともにフィードバックする。一定の条件下で撮影すれば解析のバラつきもほとんどないという。

「おいしさの見える化」技術の活用で豊かな食文化への貢献を実現する

「当社が提供するものは、スマートフォンなどで撮影した画像を基に、AIが野菜や果物の甘味・酸味・うま味・塩味・苦味などのデータベースと照合し、味を瞬時に解析するというシステムです。元となるデータは、野菜や果物を粉砕して検査装置にかけた分析データ、実物を撮影した画像を

## 画像から野菜や果物の味が分かる?! 「おいしさの見える化」技術で 世界の農業の未来を支える



代表取締役  
幕田 武広 氏

本社 ● 福島県伊達市梁川町山舟生字高倉22  
設立 ● 1988年  
資本金 ● 2,000万円  
事業内容 ● 環境保全用微生物・有機農業資材の販売、生産流通システムの開発、農業DX開発

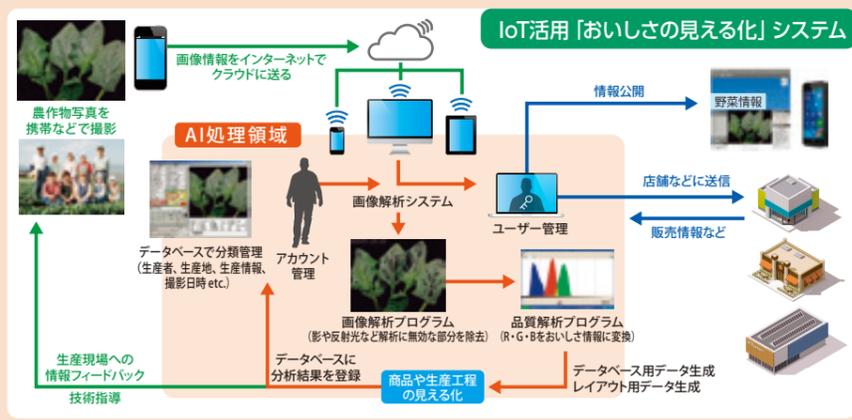
ビッグデータ解析で色データと味データの相関関係を導き出す

「スーパーに並ぶ色とりどりの野菜や果物。その見た目だけで味まで分かるという夢のような技術が実用化されている。開発したのは、福島県で農作物の生産流通情報支援システムを提供してきたマクタアメニティ。当社が「おいしさの見える化」に挑んだきっかけは、2011年の東日本大震災だったという。

# マクタアメニティ株式会社

### ここが注目ポイント

- 野菜や果物の画像から「おいしさ」を見る化する技術を開発
- 誰でも簡単かつ安価に使えるシステムを目指しスマホを活用
- 農作物の品質の適正な評価を可能にしフェアトレードにも寄与する



福島県の高校での講義風景

光の三原色に分解してヒストグラム化した画像データ、実食による味のデータです。このビッグデータを解析にかけて色データと味データの間の相関関係を導き出し、味の推定を行います。現在は18種類の野菜や果物に対応しています。」

「きっかけは農家向けに微生物資材などの販売を行う中で、高品質な農作物を作っても既存ルートで差別化を実現するのは難しいと言われたこと。見た目だけでなく、本当に美味しい農作物が適正な価格で取引される仕組みを構築したいと考えるようになったという。そこで、工業分野で活用されていたサプライチェーンマネジメントの考え方を応用し、農作物の生産から販売までの新たな流通システム「アグリSCM」を開発。これは、高級スーパーや百貨店といった小売店からの販売実績を元に福島県の農家が出荷計画を立てて直接納品するもので、高品質な農作物が生産情報とともに手に入ると高い評価を得ていた。それらの高品質な農作物の生産管理を支えていた技術の一つが「おいしさの見える化」のベースとなる画像解析技術だ。

「農業は一カ所集中では気候リスクなどがあるため、広範囲の農場の遠隔管理に役立つ画像解析技術を開発し、生産管理ができる仕組みを開発していたのです。しかし、東日本大震災が発生し、原発事故の影響で評価を受けました。農家は農作物の特性が分かることで生産改善につなげ、小売業者は販売する商品のおいしさを消費者に提示することで差別化になり、飲食店や加工業者は目的に合った仕入れに役立てています。」

「最近では果物の食べごろ判定の他、解析した野菜の最適な調理法を提案するなど様々なバージョンアップを図っている同社。企業と連携して茶葉の品質推定技術の運用を開始するなど、おいしさの見える化の技術を軸に幅広く事業を展開している。さらに国際協力機構（JICA）と連携しインドでの農業支援にも注力。機器や技術の供与にとどまらず品質の評価支援も行うことで適正な価格での販売が可能となりフェアトレードにも貢献する。また農業人材育成事業にも参画し、福島県の高校生向けにIoTを活用した農業の講義も行っている。」

「農作物が安く手に入ることは、消費者にとってうれしい反面、安売り競争が激化すれば農家は疲弊する一方です。当時はその流れを変えたいと思い、流通システムの一環として開発した技術でしたが、今では農作物の価値の適正な評価にもつながっており、新たな価値を生み出しています。農業は農場だけでなく完結するのではなく、食卓と直結した産業です。今後も豊かな食文化に貢献する技術を磨いていきたいですね。」

## 「花粉症に関する関係閣僚会議」で花粉症対策の全体像をとりまとめ — 内閣官房

花粉症対策に政府一体となって取り組むため、「花粉症に関する関係閣僚会議」が開催された。発生源、飛散、発症・暴露への対策を3本柱としており、このうち発生源対策では、花粉発生源となるスギ人工林を10年後に約2割減少させることを掲げた。将来的には花粉発生量の半減を目指し、次の取り組みを進めていく。

### ① スギ人工林の伐採・植え替えなどの加速化

スギ人工林の伐採面積を約5万ha/年から10年後に約7万ha/年まで増加させるとともに、花粉の少ない苗木や他樹種による植え替えなどを推進する。

### ② スギ材需要の拡大

国内の加工流通施設の整備支援、国産材活用の技術普及や安定供給体制の構築、JAS規格・建築基準の合理化などを行うことで、住宅分野におけるスギ材製品への転換の促進や、木造大型建築の新築着工面積の倍増などの需要拡大対策を推

め、スギ製品の需要を1,240万㎡から1,710万㎡(470万㎡増)に拡大する。

### ③ 花粉の少ない苗木の生産拡大

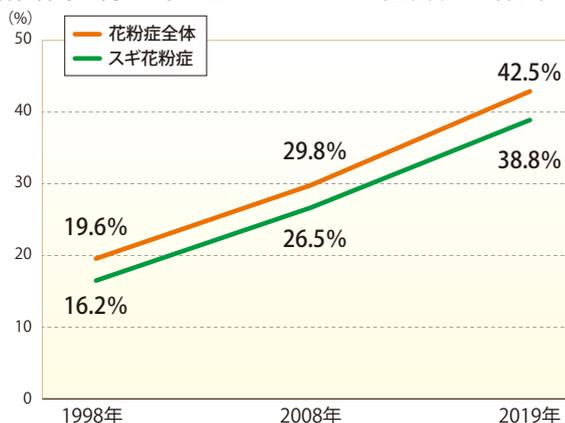
特定母樹などから原種苗木を生産する施設、都道府県等における採種園などの苗木生産体制の整備に短期的かつ集中的に取り組み、10年後には花粉の少ない苗木の生産割合をスギ苗木全体の9割以上に引き上げる。

### ④ 林業の生産性向上および労働力の確保

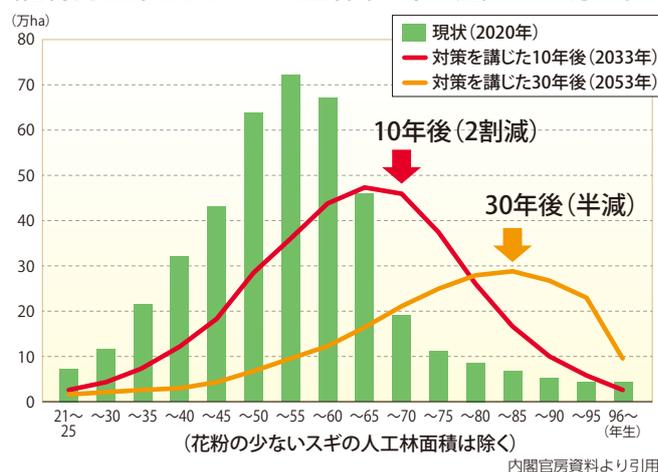
高性能林業機械導入などの支援により過去10年と同程度の生産性の向上を図る。また、10年後も現在と同程度の労働力が確保されるよう、外国人材の受け入れ拡大の他、新規就業者の確保・育成、処遇の改善などに取り組む。

上記の実現のため、年内に「林業活性化・木材利用推進パッケージ」(仮称)を策定し、林業の活性化や木材の利用を推進する。

〈有病率:約10年ごとに10ポイント程度ずつ増加〉



〈花粉発生源となるスギ人工林(20年生超)は431万ha〉



## 「断熱施工実技研修会」を開催 — 国土交通省

2025年度までに原則すべての新築住宅・非住宅に省エネ基準適合を義務化することを踏まえ、大工技能者を対象に、木造住宅の断熱施工技術の習得のための実地訓練を無料で実施する。講師指導の下、各地域の「実習モデル」を使用し、床・壁・天井の部位ごとの断熱方法・気密確保などについて、施工技術の習得を図るとともに断熱施工に関わる疑問や不安を解消する。

### 1. 受講対象者

断熱施工に携わる大工技能者(会場によって、設計者や施工管理者などの見学も可能)

### 2. 実施期間

2023年6月26日から15都県17カ所で順次開催。日時・会場は随時更新。

### 3. 申込方法

実施団体(一社)全国木造建設事業協会のホームページから申し込む。

### ● 問い合わせ先

一般社団法人 全国木造建設事業協会



### 編集室より

■ 弊社ホームページにPDF版を掲載中です。

住友林業 建材マンスリー

検索



■ 送付先の変更、広告掲載・誌面に対するご意見などは以下までご連絡ください。

メールアドレス: [kenzai-monthly@sfc.co.jp](mailto:kenzai-monthly@sfc.co.jp)

FAX: 03-3214-3269

住友林業株式会社 木材建材事業本部 業務企画部

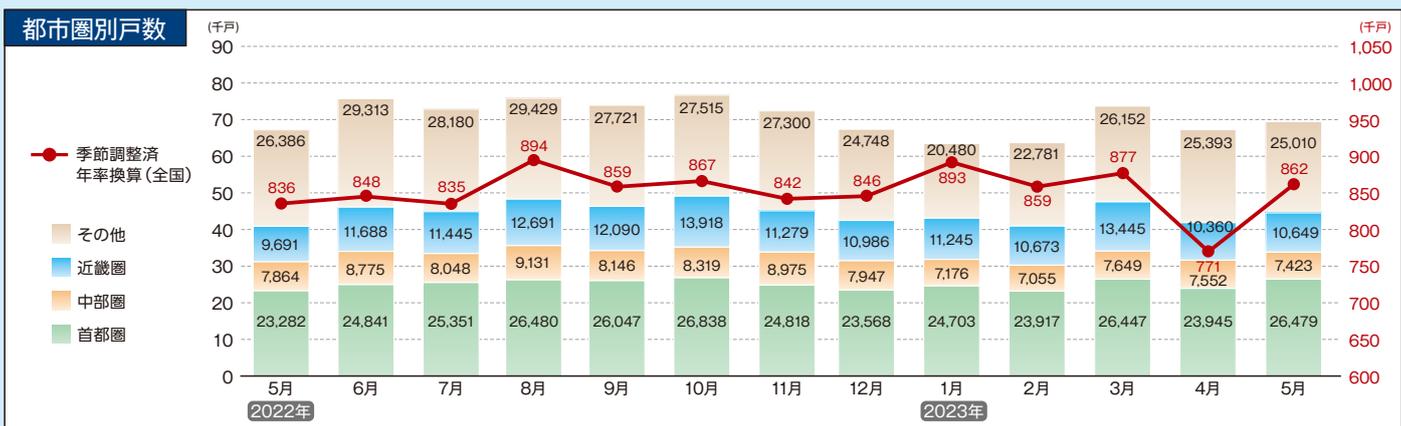
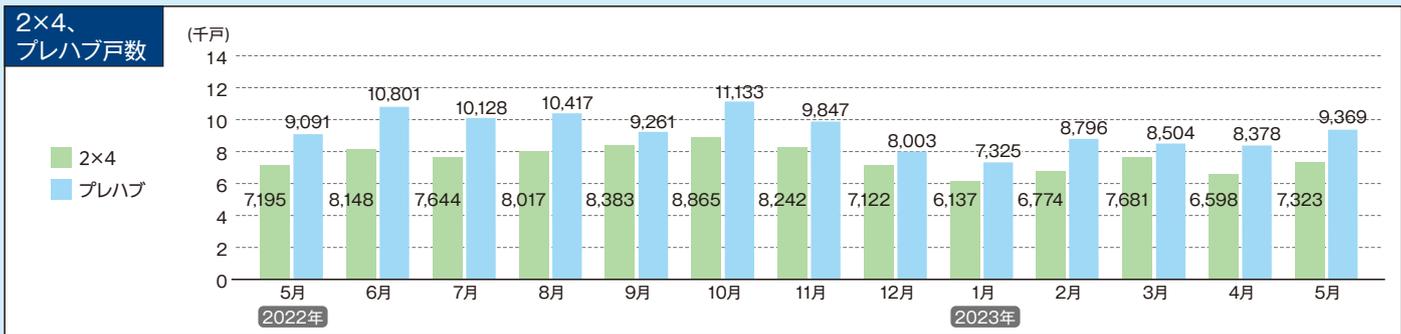
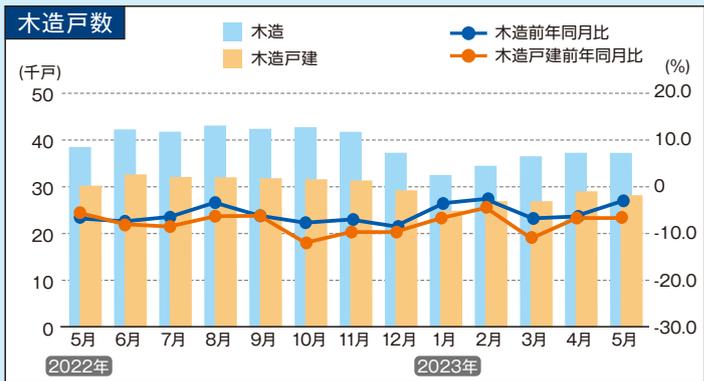
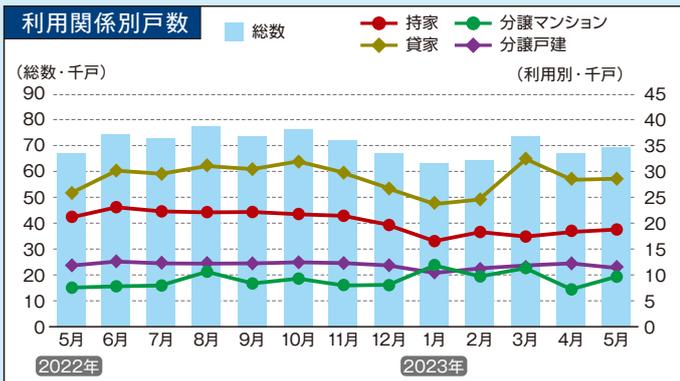
キッチン特集いかがでしたか? 私がキッチンを選ぶときに譲れないポイント、それは対面キッチンであること。家族の様子を見ながら料理するため、と思われるかもしれませんが違うのです。対面上に配置したテレビを見ながら料理するためです。テレビ好きな私にとって面倒な料理の時間が癒やしの時間に……。ごちゃついたキッチンが丸見えですが、これだけは譲れません。住む人の理想の空間をつくれるのも、家の中心にキッチンがある利点ですね。(S)

表紙: 住友林業(株) 住宅事業本部 神戸支店 西宮北口第二展示場

\* 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

## 2023年5月の新設住宅着工戸数 単位：戸 ▲は減

		5月				4月	3月	2月	
		対前年同月比		対前々年同月比					
<b>新設住宅計</b>		<b>69,561</b>	<b>2,338</b>	<b>3.5%</b>	<b>▲ 617</b>	<b>▲ 0.9%</b>	<b>67,250</b>	<b>73,693</b>	<b>64,426</b>
建築主別	公共	939	255	37.3%	▲ 478	▲ 33.7%	1,747	2,190	251
	民間	68,622	2,083	3.1%	▲ 139	▲ 0.2%	65,503	71,503	64,175
利用関係別	持家	18,853	▲ 2,461	▲ 11.5%	▲ 4,034	▲ 17.6%	18,597	17,484	18,368
	貸家	28,695	2,732	10.5%	3,621	▲ 14.4%	28,685	32,585	24,692
	給与住宅	624	275	78.8%	▲ 167	▲ 21.1%	267	571	304
	分譲住宅	21,389	1,792	9.1%	▲ 37	▲ 0.2%	19,701	23,053	21,062
	うちマンション うち戸建	9,700 11,615	2,131 ▲ 292	28.2% ▲ 2.5%	256 ▲ 182	2.7% ▲ 1.5%	7,233 12,362	11,378 11,583	9,750 11,202
資金別	民間資金	63,847	2,145	3.5%	632	1.0%	60,793	66,813	59,570
	公的資金	5,714	193	3.5%	▲ 1,249	▲ 17.9%	6,457	6,880	4,856
	公営住宅	694	32	4.8%	▲ 313	▲ 31.1%	1,729	2,177	227
	住宅金融機構融資住宅	1,959	▲ 403	▲ 17.1%	▲ 982	▲ 33.4%	2,139	2,131	2,041
	都市再生機構建設住宅	148	148	—	1	0.7%	0	0	0
	その他住宅	2,913	416	16.7%	45	1.6%	2,589	2,572	2,588
構造別	木造	37,259	▲ 1,172	▲ 3.0%	▲ 3,897	▲ 9.5%	37,177	36,531	34,490
	非木造	32,302	3,510	12.2%	3,280	11.3%	30,073	37,162	29,936
	鉄骨鉄筋コンクリート造	364	▲ 185	▲ 33.7%	89	32.4%	433	608	485
	鉄筋コンクリート造	22,040	3,865	21.3%	2,921	15.3%	20,085	26,863	19,654
	鉄骨造	9,791	▲ 162	▲ 1.6%	252	2.6%	9,483	9,622	9,728
	コンクリートブロック造 その他	40 67	▲ 9 1	▲ 18.4% 1.5%	▲ 3 21	▲ 7.0% 45.7%	40 32	35 34	43 26



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



昭和39年8月創刊 第59巻 令和5年7月1日発行 (毎月1日発行) 通巻693号  
発行人/田中 耕治 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 (経団連会館)  
住友林業株式会社 木材建材事業本部 業務企画部

表現する階段



UNICOLOR  
SELECTION  
ユニカラーセレクション



永大産業株式会社  
www.eidai.com

お客様相談センター  
☎0120-685-110  
受付時間 平日・土曜日 9:00~18:00  
休業日 日曜日、祝日、夏期休暇、年末年始

EIDAI  
ホームページ



EIDAI  
Instagram

