

# 建材 マンズリー

No.705

7

JULY  
2024

特集

## 事例に学ぶ マッチングビジネス

ここでちょっと一息 Coffee Break

オリンピックから宇宙まで、  
社会の木造化に向けて

注目企業を訪ねる

赤坂水産株式会社



# 事例に学ぶ マッチングビジネス

近年、様々な分野で目にするマッチングビジネス。住宅関連業界においても建設事業者と職人といった人・企業・モノなどを“つなぐ”ビジネスが登場している。今号では、“新しい”“業界の課題解決”という視点から、編集室が注目したマッチングビジネスを紹介する。

事例 1

## 既存のEC事業の強みとノウハウを駆使し 施主と施工会社をつなぐ「店舗設計施工.com」

住宅設備や業務機器、リフォームのEC事業を18年間にわたり運営してきた株式会社ライフワン。ネット住設業界トップクラスの実績と経験を生かし、施主とデザイン設計・施工会社との出会いを実現するマッチングサービス「店舗設計施工.com」を2023年7月よりスタートしている。

「当社は創業当時からB to C向けに住設機器販売やリフォーム工事などのEC事業を展開してきました。新規店舗の改装等を検討している個人事業主や企業などからの依頼も増え、B to B向けのEC事業もできないかと考えたことがこのサービスのきっかけです」

新規店舗を開業するに当たって重要な要素の一つとなるのが、魅力的な店舗空間を実現できるデザイン設計・施工会社（以下、施工会社）と出会うこと。しかし、インターネットを活用しても多くの情報があふれるので、どの会社に適しているのかの判断は難しい。

「既存の顧客からは工事のコストを抑えたいという声が多く聞こえてきました。一方で、安くてもデザイン性は重視したいという施主の思いは普遍的なものです。そこで、様々な

マッチングビジネスが台頭してきている状況に着目し、得意分野であるWebを活用して、施主と施工会社とのよりよい出会いを実現できないかと考えたのです。当社のノウハウがあれば、これらのニーズを両立できると思い、このマッチングサービスをリリースしました」

### 「デザイン性」「安心」「安い」を提供するマッチングサービス

「店舗設計施工.com」では、まず施主が案件情報を登録する。次に、公開された案件情報を閲覧した施工会社が入札。施主は、入札した施工会社とのやり取りを経てプラン提示を受け、1社を選ぶ仕組みだ。

現在、登録施工会社はおよそ320社で、8割以上が新規募集した施工会社だという。サービスの開始により、今まで取引がなかった施



営業部 営業1課 課長  
ふるかわ 康夫氏



執行役員 営業推進部 部長  
福留 佑輝氏

株式会社ライフワン

「デザインを得意とする施工会社を中心に地道に営業を行い、サービスリリースまでの半年ほどで約200社にご登録いただきました。開始から1年間で、登録施工会社はさらに120社増えていきます。掲載案件が多くなったことで、現在は施工会社から応募が来るようになりました。登録前に実績などの厳正な審査をしていますので、安心してお任せいただけます。さらに、全ての案件に對

用はすべて無料だ。まずは施主と施工会社の出会いの場を提供し、「店舗設計施工.com」を認知してもらうためだという。サービスの意義が広く理解されたのちは、施工会社から入札時と成約時に手数料をもらい、特典がある有料会員も設定していく予定だ。

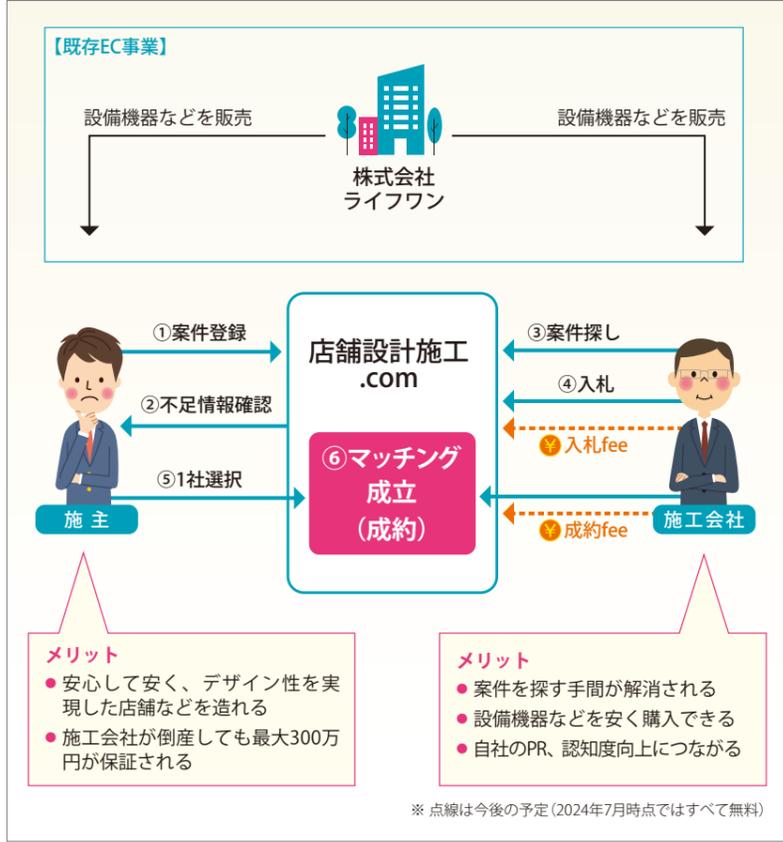
して最大300万円を保証する『案件あんしん保証サポート』を提供し、倒産などが一の場合にも備えています」

同サービスの魅力は、工事を安く提供できる点も挙げられる。これは、同社の既存流通事業から設備機器などを安く購入できることや、競争入札という仕組みがあるからだ。

「案件ごとに入札可能な施工会社は5社までとしています。入札件数が

多過ぎると施主にとっては施工会社を選ぶのが大変になります。施工会社にとっても、何十社からではなく、5社から1社を選んでもらう方が成約率が高くなるため、案件に対する本気度もアップして、よりよい提案につながるはず。また、案件の詳細情報を公開しているため、施工会社は対応可能か判断しやすくなり、マッチも起こりにくくなります。一般的には詳細の情報公開が制限され

●「店舗設計施工.com」のビジネスモデル



「当社には、Web広告や検索エンジンで上位に表示するノウハウがあるため、『店舗設計施工.com』を施主に見てもらい確率を高め、案件数確保につながっています。また、登録施工会社にとっては、事例などを掲載したサイト内のマイページを検索エンジンで上位に表示できるため、『店舗設計施工.com』のユーザー以外への認知度向上にもつながります」

**ユーザー双方のメリットを追求しサービスの満足度向上へ**

サービス開始以降、施主からも好評で、案件申し込み数は順調に増加。施主・施工会社への設備機器販売も増えているという。また、2024年7月時点で、サービス利

の強みを生かすことが大切だという。「ユーザー双方のメリットを追求したシステムを構築すれば、サービスの継続性も高まるはず。今後も、施主と施工会社のミスマッチをなくし両者の満足度をより向上させるため、サービスを改善していきます。また、地域の不動産業者とも連携していく予定です。物件を探しに来た施主にこのサービスを紹介してもらうことで付加価値を提供し、契約確率を高め、空き物件の解消と地域の活性化に貢献していきたいです。開店後の求人サービスなど、店づくりに関わる企業の出会いの場としても、関係者をうまくつなげていきたいですね」

# 煩雑だった建材選びとサンプルの取り寄せを ワンストップで行える「Material Bank® Japan」

— DesignFuture Japan株式会社

様々なメーカーの多種多様な建材を一つのサイトでまとめて検索してサンプルを発送でき、最短翌日には取り寄せ可能という「Material Bank® Japan」。建築・インテリア業界のデザイナーと建材メーカーをつなぐサービスの、業務効率化や環境負荷低減など様々な効果をもたらしている。

DesignFuture Japanが2023年から運営する建材サンプルの無料調達サイト「Material Bank® Japan（以下MBJ）」では、Webサイトに掲載している約230ブランド・5万品以上の建材サンプルを物流拠点にストックしている。デザイナーが

らの注文に応じて専用トレーにパッケージし、最短で翌日受け取れるよう、発送までをワンストップで行っている。「デザイナーの業務のうち3割もの時間を費やしているといわれるのが、建材選びとサンプルの取り寄せ作業です。一つの建築に用いられる建材は

床材、壁材、天井材など様々あり、材質も木質やタイルなど多岐にわたります。これらのサンプルをメーカーごとに調べるのは大変な労力がかかります。紙のカタログ、Web、見本帳など掲載

## ● サイトイメージ



先が異なり、取り寄せ方法もメール、電話とバラバラで非常に煩雑な作業です。このような業務負荷を解消するのがMBJなのです」

同サービスは2019年にアメリカでスタートし、日本は世界で2番目の展開先だ。「デザイナーがデザイナーとしての力を存分に発揮し、様々なデザインの楽しみを享受できる世界をつくりたい」という基本的なコンセプトはアメリカでのサービスと同様だが、商習慣や建材のカテゴリーなどを考慮し、日本版としてシステムを作り込んでいる。サービス開始から1年半でデザイナーの会員数は1万人を突破し、予想以上の反響で業界からの期待を感じるといふ。

## デザイナーの仕事効率化し 建材メーカーの マーケティングにも貢献

デザイナーのMBJ利用のメリットとして挙げられるのが、建材の選

## ● デザイナーに届くサンプルのイメージ



## ● 倉庫内でロボットがピッキングをサポートする様子



定にまつわる作業がシンプルになること。これにより様々な相乗効果が生まれている。

「煩雑な作業がなくなれば、デザイナー本来の仕事であるデザインに集中でき、質のアップも期待できます。例えば青いタイルを探したいと思ったら、これまでは選定・サンプル取り寄せの作業としてせいぜい5〜6社程度から探すのが限度でした。しかし、MBJを利用すればフィルター検索により数秒で20社以上の青いタイルを見つけられ、選定を諦める必要がなくなり、選定に注力できます。また、選んだサンプルはすぐに届き、不要になったら返却できるので廃棄の手間もありません。さらに、施工事例や色、産地など建材の検索方法も多様で、インスピレーションを得る場としても役立てられます。結果としてデザイナー性がアップし、施主のメリットにもつながるのです」

建材メーカーにとってもメリットは大きい。MBJに掲載することで

自社商品を目にしてもらい機会が増え、認知度向上だけでなく営業の機会創出にもつながる。従来、メーカーはデザイナーとのつながりが薄く、案件情報はほぼ分からない状態だった。しかしMBJでは、サンプルが発注されるとメーカーに案件情報が届く。そのため、用途・エリア・竣工時期などを知ることができ、工程

に合わせてタイムリーなアプローチがしやすくなる。さらに、蓄積された情報はマーケティング分析にも活用可能だ。

「メーカーは自社の建材がどんな案件に使われ、なぜ選ばれたかなどを分析でき、商品開発や品質改善などに役立てられます。サンプル送付に割く手間を省けるというメリットも大きいでしょう」

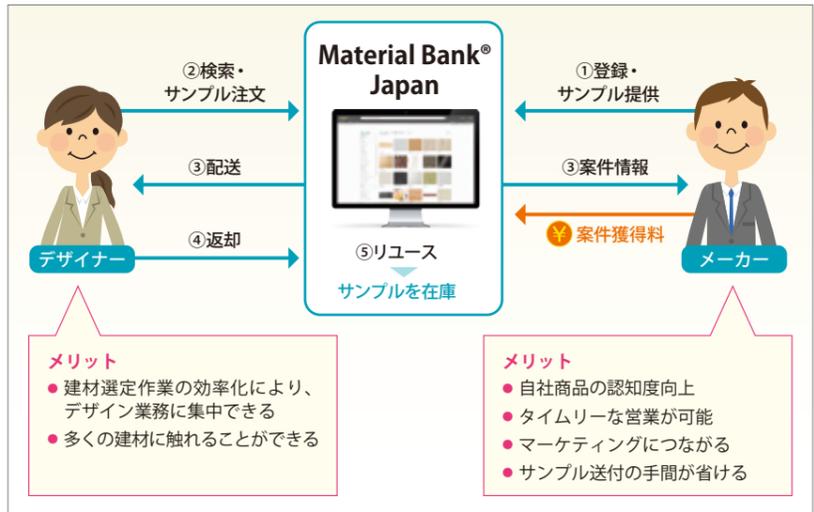
## 一括発送で環境負荷を軽減し サンプルの廃棄ロスにも取り組む

同社の強みの一つが、18時までのオーダーなら日本全国翌日に（一部地域を除く）届く配送システムだ。その鍵は産業用ロボットを導入した自社倉庫にあり、ピッキングからパッキングまでロボットを活用して効率化を図っている。さらに、物流会社と連携し、スピーディーな配送を実現している。

建築材料とデザイン工程の2つの面からサステナブルを実現している点も強みだ。

「現在は、デザインにもサステナブルの視点が欠かせません。掲載しているサステナブル建材は1万点を超えており、詳細にカテゴリ別として

## ● 「Material Bank® Japan」のビジネスモデル



- メリット**
- 自社商品の認知度向上
  - タイムリーな営業が可能
  - マーケティングにつながる
  - サンプル送付の手間が省ける

- メリット**
- 建材選定作業の効率化により、デザイン業務に集中できる
  - 多くの建材に触れることができる

いるため検索しやすくなっています。また、従来は使い終わった建材サンプルはゴミになっていましたが、返却していただくことが可能です。返却されたサンプルを品質チェックしたのち、可能なものはリユースしています」

従来とは異なり、複数のサンプルをまとめて配送できるため、パッケージや配送回数も削減している。MBJのサービス自体がサステナブルの実現につながっているのだ。

「何かを我慢してはサステナブルな取り組みは持続できません。関係者全員のメリットにつながる仕組みだからこそ、継続できると考えています。今後も掲載品目を増やし、MBJのみで建材選定を完結できるサービスに成長させてデザイナーの業務

時間短縮に貢献していきたい。これからも、ユーザーの声をくみ取りながら改善を続けていきます」

アメリカではすでに同サービスがスタンダードになっており、日本の後に展開されたヨーロッパでも急速に浸透しつつあるという。

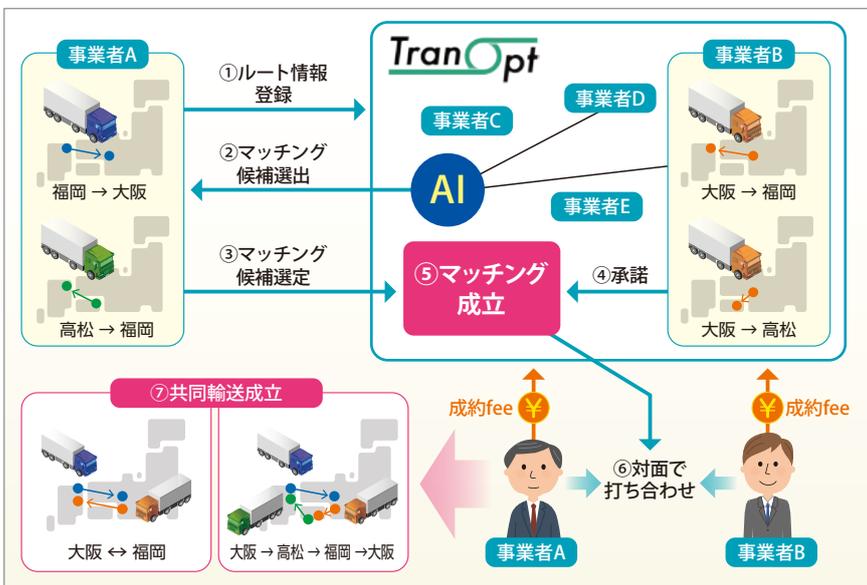
「日本でもこのツールをスタンダードにしていけないと、いつまでも煩雑な作業に追われてデザイナーの成長が世界に後れを取ることにになりかねない危険があります。不定期ではあるものの当社主催の展示会も開催しており、デザイナーとメーカーを直接つなげる場を提供しながら認知度を高める取り組みも行っています。まずはシンプルに便利になるとお伝えしながら、新しい建材選びの方法を浸透させていきたいですね」



執行役員  
武藤 孝之氏

# 異業種とのマッチングで 物流の効率化を実現する「TranOpt」

——日本パレットレンタル株式会社



「TranOpt」は、物流に課題を抱える企業の輸送ルートをデータベース化し、AIによって異業種同士をマッチングして共同輸送を成立させるプラットフォーム。幹線ルートの帰り便利用や混載などにより物流効率化を実現する。

ドライバー不足やCO<sub>2</sub>排出量削減など、物流業界は様々な課題を抱えている。特にトラックの積載効率\*

は4割に満たず、国内を走るトラック荷台の6割は空いているという。

「行きは満載、帰りはカラというケースもあり、もったいない話です。当社はパレットの貸し出しなど物流に関わっており、このような現実を何とかしたいと共同輸送の検討を進めてきました。共同輸送は、同業者同士では以前から行われていたのですが、物流波動\*2が似通っているためメリットを見いだすのが難しい状態でした。そこで、異業種間の幹線輸送でのマッチングで解決できないかと考えたのです。2021年10月にサービスを開始し、現在では会員数は約200社、積み荷の商品カテゴリーは23種類となっています」

共同輸送成立の流れは、自社のルート情報を登録し、「帰り便を埋めたい」などの目的を選択して、発着地や出荷・納品時間、荷姿など28

項目の設定を行うと、AIがマッチング候補を探し出す。

「数万本のルートデータから総当たりで効率の良い共同輸送の組み合わせを選ぶには膨大な時間がかかりました。そこで、AIを活用した『共同輸送マッチング技術』を群馬大学と共同開発しました。この技術により、最適なマッチング候補をすぐに提案することが可能です」

出力された候補からマッチング先を選び、共同輸送の申し入れをする。先方からの承諾を得ればマッチング成立となる。その後、直接顔を合わせながら打ち合わせを行い、共同輸送が成立する。サービス利用は無料で、共同輸送が成立した場合に手数料が発生する。新聞輸送の帰り便に鋼材製品を積載するといった意外な業種間の共同輸送も成立しており、着実に実績を積み重ねている。

## 課題を共有し、話し合う「コミュニティづくり」が大切

会社では課題ごとにコミュニティを形成し、当事者同士がオフラインで情報交換することで共同輸送を促進する取り組みも行っている。

「知らない会社同士が共同輸送を進



デジタルロジスティクス事業開発部  
DLソリューションズグループ長

渡邊 安彦氏

めるには、遠慮なく意見を交わせるコミュニティづくりも重要になります。それには各社の課題を押しさえ、共同輸送が実現しそうなメンバーを集めることが必要です。当社は、これまでの取り組みで共同輸送の需要が高いルート等の知見を持っていますので、より良い場を提供することが可能なのです。また、当社が調整役となり、課題共有などをスムーズに行うことで共同輸送を促進しています。例えば、積み荷の大きさや形状が様々で、異業種との共同輸送は難しいとされる家具・家電・住設機器のメーカーや物流会社5社のコミュニティでは、2件の共同輸送が成立しました」

また、「TranOpt」のシステムを企業にライセンス提供して、企業内の物流効率化をサポートする「プライベート利用」も実施している。会社では、「共同輸送マッチングによって、2024年問題の先を見据えた持続可能な物流の構築を果たしていきたい」という。

\*1 積載効率：貨物を運ぶトラックの許容積載量に対して実際に積載する貨物の割合

\*2 物流波動：季節や施策、社会情勢の移り変わりなどの影響で、物流量が変動して波が生まれる状態



# Coffee Break

Vol. 90

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。



## オリンピックから宇宙まで、社会の木造化に向けて

### パリオリンピックに大阪・関西万博、見どころ満載!

いよいよパリ2024オリンピック・パラリンピックが始まります。競技だけでなく、フランスの建築や都市開発に関心があるのは私だけではないでしょう。木造建築で注目は、「グラン・パレ・エフェメール」を会場にした〈シャン・ド・マルス・アリーナ〉。柔道、レスリング競技会場なので楽しみです。

#### 【シャン・ド・マルス・アリーナ (グラン・パレ・エフェメール)】



建築家ジャン・ミシェル・ヴィルモット設計。木とガラスが調和した、縦 51m、横 33mの十字架のようなデザイン

一方、2025年4月開催の大阪・関西万博では、会場のアイコンとなる〈大屋根リング〉の姿が現れました。会場デザインプロデューサーの藤本壮介氏(建築家)は、大屋根リングについて「多様な世界がつながる、という大きなメッセージを直感できるように会場をデザインした」と言います。本万博の目的“持続可能な開発目標(SDGs)達成への貢献”もかなえ、「大規模木造は持続可能ゆえに世界規模で『未来の素材』といわれている。最先端の工法と1000年以上の伝統を誇る日本の木造を融合して世界に発信する意義は大きい」と藤本氏。ぜひ、現地で実感したいものです。

#### 【日本国際博覧会 (大阪・関西万博)】 提供: 2025年日本国際博覧会協会



2025年4月13日~10月13日@大阪 夢洲 (右) 全周約2km大屋根リングの下、迫力ある木組みの空間。国産材として柱材の約50%程度に四国産のヒノキ、梁材には福島産のスギを採用(大林組JV施工工区)

### 住宅業界でも多様な木造化を展開

木造建築の新たな取り組みは商業建築やオフィスビルでも続々と展開されています。エヌ・シー・エヌ社とMUJI HOUSEが共同で建設中の大規模木造店舗(佐賀県唐津市、2024年9月オープン予定)は国内初2,000平方メートル以上の『ZEB』認証を取得。三菱地所設計らが進める高層木

造プロジェクト(東京海上グループ 新本店ビル、2028年度竣工予定)は、地下3階・地上20階建ての国内最大規模となる予定。AQ Group(旧アキュラホーム)では、耐震純木造の8階建て新社屋(埼玉県さいたま市)を5月にお披露目しました。坪145万円とRCコンクリート造の約3/4を実現し、普及型の中大規模木造建築のプロトタイプとして地域のゼネコンや工務店が導入できるよう組織化も進めています。

#### 【AQ Group 新社屋】



木造軸組工法による耐震構造、施工面積: 6165.95㎡、高さ: 最高高さ 30.93m (右) 組子格子耐力壁が現しのエントランスホール

工業化を推進してきた大手企業にも木造軸組工法シフトが見られます。採算性に加えてSDGsなど社会的ニーズからも、より多様な顧客獲得へ向け木造住宅に取り組みます。積水ハウスは木造住宅ブランド「シャーウッド」とは別に、積水ハウス ノイエ社を設立し在来工法での木造住宅を推進しています。大和ハウス工業でも戸建て住宅の7割を木造化していく方針を打ち出しました。中でも驚いたのは、ヘーベルハウスの旭化成ホームズが新ブランド「Asu-haus(アスハウス)」を立ち上げたこと。1990年代に撤退した木造住宅、旭化成の「スクラムハウス」や積水ハウスの「ONE'S ONE」(2×4工法)を知る者にとって、やはり住宅市場には木が必要なのだと確信する潮流です。

さらに住友林業から、世界初の木造人工衛星(Ligno Sat)完成というニュースが入りました(京都大学とのプロジェクト)。世界初、宇宙での木材活用が公式に認められたというもので「環境木化都市」の実現を掲げた、その可能性は宇宙へもつながっています。

#### 【「Asu-haus」旭化成ホームズ】



宿泊体験ができるモデルハウス(東京都日野市)。断熱等性能等級7、エアコン1台の全館空調方式など導入で坪単価135万円~

# 注目企業を訪ねる

付加価値創造に挑戦

「白寿真鯛0はさばいてから数日後でもおいしいのですが、それを伝えるため光センサーを当て、旨味成分であるアミノ酸量を計測する技術を開発中です。これができるなら「旨味等級」などのアピールが可能になり、出荷した魚のアミノ酸量分析で地域別に好まれる味も分かるかと期待しています」

—— 物流問題を見据えた挑戦も進める。

「AIの活用により、新たなシステムも実証中だ。海中で魚の大きさなどを識別して成長評価を行い、適切なタイミングでの出荷につなげて生産性向上を図る。また、おいしさを消費者に伝えるために、旨味の見える化にも取り組んでいる。」

**地域の養殖業者とタッグを組み  
大規模化や技術の高度化を促進**

「サステナブル」という価値を付与された白寿真鯛0は、環境意識の高いアメリカなどでも好評だという。販路拡大を目指し、新しい価値をアピールできる魚を提供したいという同社の思いも実現している。

ことで、ゼロ魚粉でも食いつきを良くし、食べ残しによる飼料の無駄も省けます。従来と比較して魚粉の使用量を3〜4割減少させ、飼料コストの安定にもつながるサステナブルな養殖システムを確立しています」

## 植物性原料で真鯛を育てる！ サステナブルな先進的生産モデルで 業界の変革に挑む養殖企業



取締役  
赤坂 竜太郎 氏

本社 ● 愛媛県西予市三瓶町  
周木6番耕地  
112番地2  
創業 ● 1988年  
資本金 ● 500万円  
従業員 ● 16名  
事業内容 ● 真鯛養殖、ヒラメ養殖、  
活魚運搬・卸販売

**「ゼロ魚粉飼料」の活用で  
養殖業の課題解決に挑む**

「水産物の世界的な消費量は過去50年でおよそ2倍に跳ね上がり、天然水産資源の枯渇が懸念される中、需要を満たす方法として期待されているのが養殖業だ。一方で、養殖飼料には魚粉が用いられており、環境負荷や飼料高騰などの課題も残されていた。このような状況に危機感を抱き、植物性原料を用いたゼロ魚粉飼料による真鯛の養殖に成功したのが、愛媛県西予市の赤坂水産だ。」

「養殖業では主にカタクチイワシをすりつぶした魚粉を飼料として用いますが、真鯛を1kg成長させるためには4kgものカタクチイワシが必要であり、これでは養殖業が持続可能と言えるのか疑問です。また、飼料代は生産コストの7割を占め、近年は不

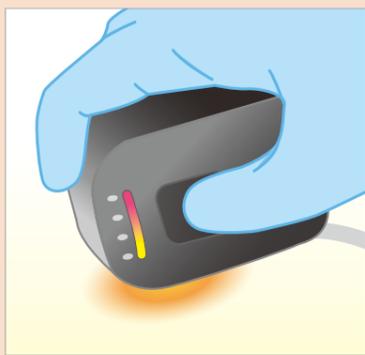
# 赤坂水産有限公司

### ここが注目ポイント

ゼロ魚粉飼料を開発し  
持続可能な養殖業に挑戦

AIを導入したスマート養殖で  
無駄を省き生産効率を向上

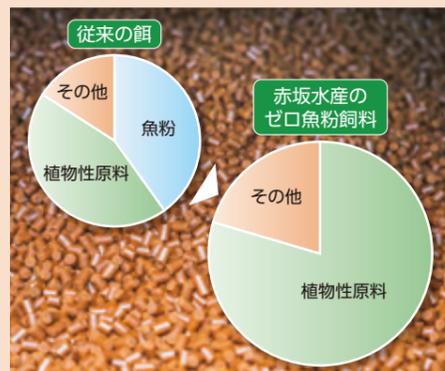
地域の同業他社と連携した  
先進的な取り組みで  
日本の養殖業を底上げ



鮮度や旨味の数値化技術を開発中。近赤外線センサーで反射光をとり、魚を傷つけることなくリアルタイムに品質が分かる



AI給餌機「餌ロボ」と給餌中の画面。餌ロボにソナーを搭載し、真鯛の群れがいる深度により給餌をコントロールする



魚粉を全く使用せず、植物性たんぱく質を原料としたゼロ魚粉飼料で真鯛を仕上げる



天鯛のような上品さと魚特有の苦みや雑味のない爽やかな後味が特徴の「白寿真鯛0」

魚や乱獲により価格も高騰し、現在の生産モデルでは日本の養殖業の存続は危ういと感じていました。そこで、真に持続可能なものにしたと取り組んだのが、魚粉を使わない飼料による養殖です。白ゴマや大豆などの植物性原料を用いて真鯛の品質を保つゼロ魚粉飼料を飼料メーカーと共同開発し、これを一定期間与えた真鯛を「白寿真鯛0（ゼロ）」のブランド名で2021年から全国に出荷しています」

「魚特有の臭みがなく甘みが強い白寿真鯛0は鮮度を長期間維持でき、時間の経過とともに熟成した深みのある旨味が楽しめる」と高評価を得ている。しかし、ゼロ魚粉飼料による養殖に切り替えるまでの難易度は非常に高かった。魚粉を使った従来の飼料は匂いも強く魚の食いつきもよい。対してゼロ魚粉飼料は子どもにサラダだけを食わせるようなもので、雑食性の真鯛でも食いつきが悪い。真鯛を1匹ずつ観察しながら餌やりをする必要があり、現実的ではなかった。

「そこで導入したのが、AI給餌機です。養殖魚は、空腹時には海面に上がり満腹になると海底に潜るという習性があります。これを生かし、いけすの中で真鯛がいる深さを検知して自動的に飼料を投入できるようにしました。真鯛が海面にいる間はどんどん給餌し、海底に移動したら給餌をストップする。空腹のタイミングで給餌する

活魚の輸送は大型の水槽が必要になるうえ、真鯛の可食部はおよそ30%と決して高くはなく、大量消費地の首都圏など遠方に輸送するには効率が悪い。

「産地加工後に出荷すれば、現在の20倍の量を輸送可能です。とはいえ、1社ではできないことに限りがある。そこで、養殖の先進化に取り組むべく、2022年から当社と地域の養殖業2社が連携して株式会社「ABURO」を設立しました。今まで交流がなかった養殖企業が事業規模や販売網などそれぞれに異なる強みを生かしてタッグを組み、養殖の大規模化やゼロ魚粉飼料の改良、冷凍や加工技術の高度化などに取り組んでいます」

「日本は水産先進国として世界をけん引してきたが、現在養殖業で最も成功しているのはノルウェーだ。同国のサーモン養殖業者の売り上げは1兆円規模と、日本の小規模経営とは雲泥の差があると赤坂氏は危機感を抱く。」

「このままでは日本の養殖業は衰退してしまふ。先進的な取り組みに挑戦しながら生産性を高めるとともに、水産物の価値を向上させることで現状を変えていきたいと思っています。地域の産業である養殖業の価値を高めることは地域の豊かさにもつながるはずですよ」

## 「令和5年度森林・林業白書」を公表 特集は「花粉と森林」―農林水産省

「令和5年度森林・林業白書」が6月4日に公表された。「森林・林業白書」は、森林・林業の毎年の動向と政府の施策について記述しており、令和5年度版のポイントは以下。

### ●トピックス

- ①「森林環境税」の開始と森林環境譲与税の取り組み状況
- ② 合法伐採木材などをさらに広げる「クリーンウッド法」の改正
- ③ 地域一体で取り組む「デジタル林業戦略拠点」スタート
- ④ G7広島サミットで持続可能な森林経営・木材利用への言及
- ⑤ 令和6年能登半島地震による山地災害等への対応

### ●特集

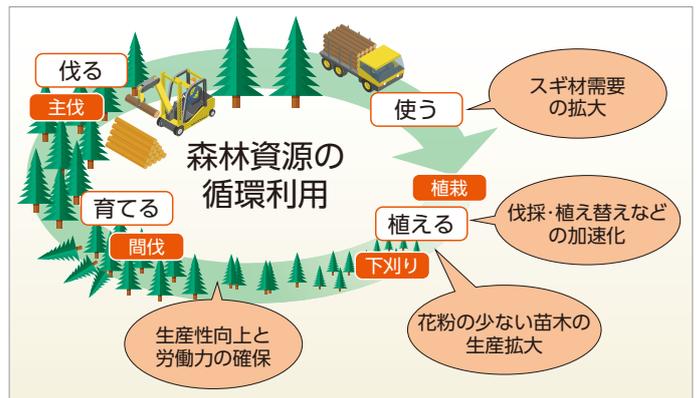
特集テーマは「花粉と森林」。スギ等の花粉症が顕在化してきた経緯や、これからの花粉発生源対策および森林整備の方向性などが記述されている。

花粉発生源対策の目標として、10年後には花粉発生源となるスギ人工林を約2割減らし、花粉量の多い年でも過去10年間の平均並みの水準まで減少させる効果を期待。将来像として約30年後に花粉発生量を半減させるために、伐採・植え替えなどの加速化、スギ材の需要拡大、花粉の少ない苗木の生産拡大、生産性向上と労働力確保等の対策

を総合的に推進するとしている。

また、森林は多様な恩恵を国民にもたらす「緑の社会資本」であり、森林の多面的機能を高度かつ持続的に発揮させるため、多様な森林がバランス良く形成されるよう取り組みを進める必要がある。そのために長期的な視点を持ち、花粉発生源対策を含め国民の多様なニーズに対応した森林を育み、人と森林のより調和した状態を目指すことが重要としている。

### 【花粉発生源の減少に向けた取り組み】



## 「木造ハウジングコーディネーター」講習会および資格試験申し込み開始 ―一般社団法人日本木造住宅産業協会

日本木造住宅産業協会は、「木造ハウジングコーディネーター資格制度」の講習会ならびに資格試験の申し込みを開始した。講習会是对面型とWeb型があり、日程は下記の通り。本資格制度は、木造住宅のスペシャリストとして理想の住まいをコーディネートできる住宅営業職・技術職の人材育成を目的として2001年度より実施している。今年で24回目を迎え、資格取得者も延べ7,130人となった。

講習会では木造住宅の基礎知識から設計・施工・営業にわたる幅広い知識を学べる。初級者にとっては基礎知識の習得に、上級者には知識強化に役立つ。

なお、今年度より講習会および資格試験に新たに学生コース(学割適用)が設けられ、木造住宅・建築業界を目指す学生もいち早く実践的な知識を得られるようになった。

### ●費用 ※会員の場合

- ・資格試験のみ テキスト有り/24,200円、無し/13,200円
- ・講習会+資格試験 38,500円

### ●講習会

<対面型> 申し込み締め切り：8月21日

- ・大阪会場 (9月5日～6日)
- ・愛知会場 (9月9日～10日)
- ・東京会場 (9月11日～12日)

※Web型の受講も可能

### <Web型> 申し込み締め切り：10月31日

- ・配信期間 (10月10日～11月30日)
- ※配信期間中は繰り返し受講可能

### ●資格試験 申し込み締め切り：10月31日

- ・日程：12月3日または4日
- ・場所：全国テストセンター

### ●問い合わせ先

一般社団法人 日本木造住宅産業協会  
研修企画推進部



### 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

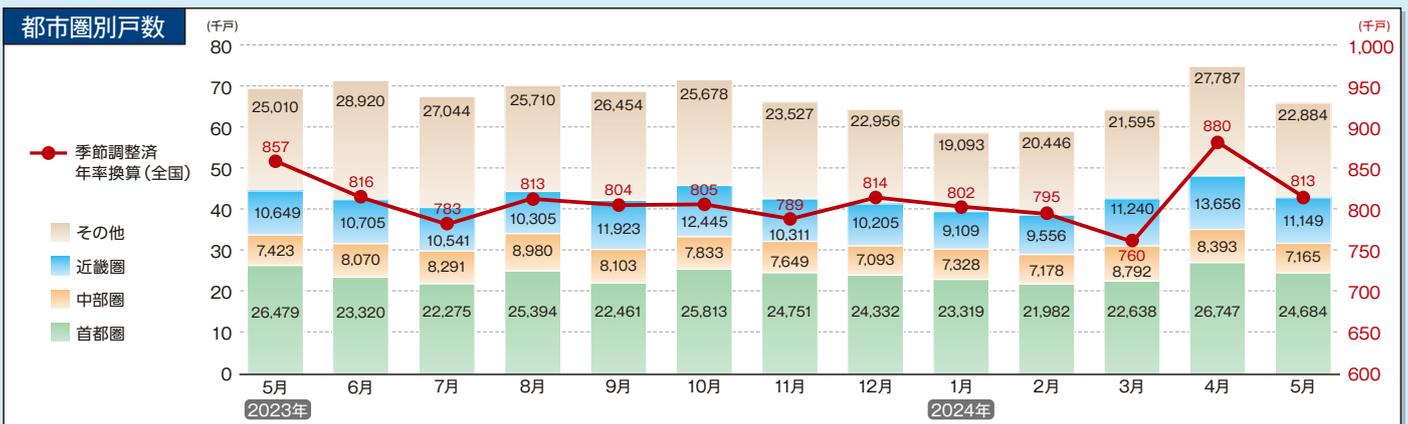
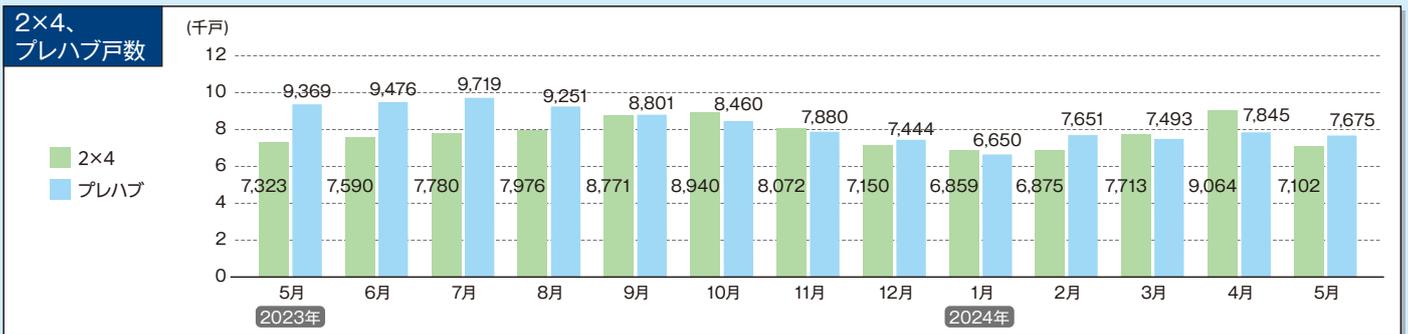
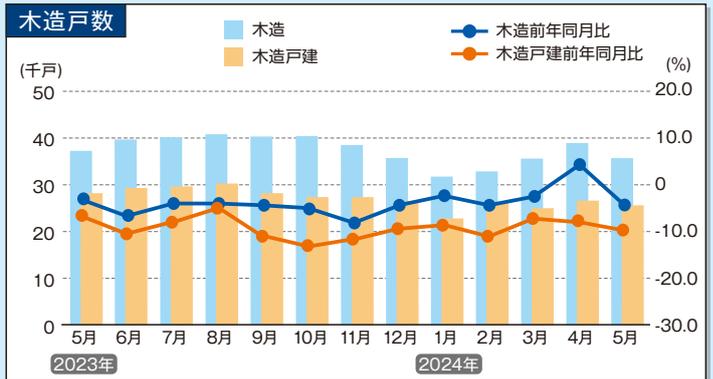
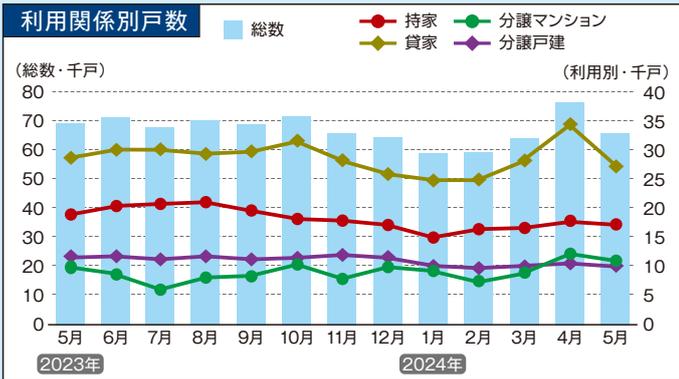
先日、とあるお店にてドラえもんにそっくりな声で有名な店員さんに遭遇しました。彼女は深夜番組に頻りに登場しており、声を聞いた瞬間に同一人物と判明。しかし一緒にいた若者はピンときていない様子でした。これをうけて、若者のテレビ離れを嘆いていると「そもそもこの世代は水田わさびでしょ」と友人から指摘されハッとしました。今月から紙幣も一新されます。大山のぶ代ドラえもんが通じない寂しさとともに、時代の流れを噛みしめる今日この頃です。(M)

表紙：住友林業(株)住宅事業本部 姫路支店 姫路展示場

\* 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

## 2024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>65,882</b>	<b>▲ 3,679</b>	<b>▲ 5.3%</b>	<b>▲ 1,341</b>	<b>▲ 2.0%</b>	<b>76,583</b>	<b>64,265</b>	<b>59,162</b>
建築主別	公共	396	▲ 543	▲ 57.8%	▲ 288	▲ 42.1%	984	953	547
	民間	65,486	▲ 3,136	▲ 4.6%	▲ 1,053	▲ 1.6%	75,599	63,312	58,615
利用関係別	持家	17,217	▲ 1,636	▲ 8.7%	▲ 4,097	▲ 19.2%	17,878	16,637	16,307
	貸家	27,175	▲ 1,520	▲ 5.3%	1,212	4.7%	34,598	28,204	24,934
	給与住宅	283	▲ 341	▲ 54.6%	▲ 66	▲ 18.9%	1,152	235	594
	分譲住宅	21,207	▲ 182	▲ 0.9%	1,610	8.2%	22,955	19,189	17,327
	うちマンション うち戸建	10,976 10,105	1,276 ▲ 1,510	13.2% ▲ 13.0%	3,407 ▲ 1,802	45.0% ▲ 15.1%	12,226 10,579	8,977 10,113	7,483 9,710
資金別	民間資金	61,001	▲ 2,846	▲ 4.5%	▲ 701	▲ 1.1%	70,712	58,930	54,711
	公的資金	4,881	▲ 833	▲ 14.6%	▲ 640	▲ 11.6%	5,871	5,335	4,451
	公営住宅	387	▲ 307	▲ 44.2%	▲ 275	▲ 41.5%	976	936	490
	住宅金融機構融資住宅	1,573	▲ 386	▲ 19.7%	▲ 789	▲ 33.4%	1,910	1,910	1,552
	都市再生機構建設住宅	0	▲ 148	▲ 100.0%	0	—	0	0	0
	その他住宅	2,921	8	0.3%	424	17.0%	2,985	2,489	2,409
構造別	木造	35,629	▲ 1,630	▲ 4.4%	▲ 2,802	▲ 7.3%	38,809	35,606	32,929
	非木造	30,253	▲ 2,049	▲ 6.3%	1,461	5.1%	37,774	28,659	26,233
	鉄骨鉄筋コンクリート造	378	14	3.8%	▲ 171	▲ 31.1%	529	275	151
	鉄筋コンクリート造	21,461	▲ 579	▲ 2.6%	3,286	18.1%	27,728	20,070	18,038
	鉄骨造	8,372	▲ 1,419	▲ 14.5%	▲ 1,581	▲ 15.9%	9,459	8,257	7,994
	コンクリートブロック造 その他	26 16	▲ 14 ▲ 51	▲ 35.0% ▲ 76.1%	▲ 23 ▲ 50	▲ 46.9% ▲ 75.8%	35 23	32 25	30 20



(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))

ニュートラルな自分に戻るバスルーム。



日常の疲れを解放し、心と身体をリセット。  
 広がりを感じながらほっと一息つく時間。  
 心地よい素材に彩られた場所。  
 泡と音にほどけてゆく感覚。



詳しくは公式ホームページをご覧ください

トクラス株式会社