

建材 マンズリー

No.727

5

MAY
2026

特集

人とのつながりが価値になる!
“互助”を育む住まい

脱炭素リユーション

もうゴミにならない!
ポストに返却できる梱包材

注目企業を訪ねる

COUXU株式会社



人とのつながりが価値になる！ “互助”を育む住まい

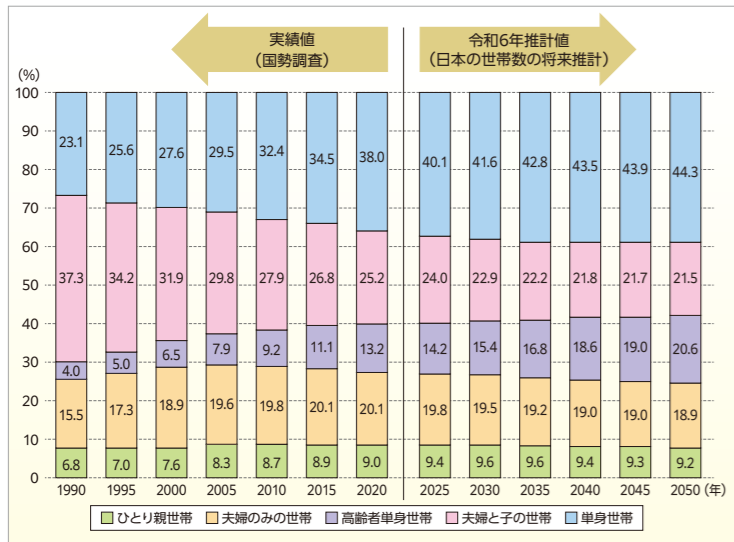
少子高齢化の加速、単身世帯*1や共働き世帯の増加など、日本における家族の様相は大きく変化している。従来の「家庭内で完結する支え合い」が難しくなるとともに、孤独・孤立化といった社会課題も顕在化している。

このような状況の中、子どもから高齢者までが豊かな暮らしを送るために、
住まいはどのように寄与できるのか。

今号では、「互助」をキーワードに、コミュニティのある住まいに着目。
社会環境の変化と住まいのあり方を識者に伺いながら、取り組み事例を紹介する。



図1. 一般世帯における世帯構成の推移と見通し



出所：総務省統計局「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計（全国集計）」
／令和6（2024）年推計

と同居するという流れを辿ることで、家族が増えていくものという考えが当たり前でした。しかし、現在は家族の形が多様化しており、さらには性能不足による改修費用の高額化などによって、空き家の活用が困難になる事例もあります。若い世代にとって住宅は「生涯住み続ける場所」ではなく、高い性能などを考慮した、将来的にも売れやすい家を購入する傾向も見られます」

人口構成や世帯構成、ライフスタ

“互助”を実現する 住まい方が注目

このような中、互助を実現する住まい方を模索する事例が生まれている。例えば、「協働の生活を送る」というスタイルの「コレクティブハウス」だ。

「20世紀初頭、スウェーデンでは女性の社会進出に伴い、家事を担う人を共同で雇う形態で複数の世帯が暮らす『コレクティブハウス』という形が生まれました。その後、富裕層のみの住まいであると批判されたことで、徐々に住人同士が家事を協働するセルフワーク型へと変化し、日本にも取り入れられている事例があります」

2050年には夫婦と子ども世帯が約2割にまで減少

国立社会保障・人口問題研究所が発表した「日本の世帯数の将来推計（全国推計）」によると、2050年までに単独世帯*2や夫婦のみ世帯がおよそ6割を占めるようになり、1970年代には4割強を占めていた夫婦と子ども世帯は約2割に減少すると予測されている（図1）。

「未婚率や離婚率の上昇に伴い単身世帯やひとり親世帯が増加するなど、家族の形は多様化しています。かつて多くの政策の指標に用いられてきた夫婦と子ども2人という「標準世帯」は減少し、ライフスタイルも多種多様となっています」

高齢者のひとり暮らしも、男女ともに年々増加傾向にある。65歳以上の独居率は、1980年には男性4.3%、女性11.2%だったのに対し、2050年には男性26.1%、女性29.3%になると見込まれている。高齢者人口の増加だけでなく、生涯未婚率*3の上昇や、65歳以上の親世帯と子ども世帯の同居率の低下などが影響を及ぼすと考えられている。

「グループリビング」という住まい方も注目される。特に高齢の単身世帯で、日常に不安を抱えるものの自立した生活を営みたいといった高齢者が、複数世帯と一つ屋根の下で、お互いの気配を感じながら暮らすスタイルだ。プライバシーや生活の自由は担保されつつ、孤独・孤立化への対策にも有効な暮らし方と言えるだろう。

「コレクティブハウスやグループリビング以外にも、様々な住まい方が生まれています。住み慣れた自宅を暮らす高齢者に対し、介護ではなく見守りやちょっとした手伝いなど暮らしをサポートするコーディネーターを配置する地域もあります。また、地域共生という観点から地域コミュニティの場として新たに公共施設をつくるのではなく、既存建築物の一部を地域に開く取り組みも注目です。例えば、子育て中の母親が集まる場所がないという課題に対し、休診日の小児科医院を開放したり、高齢者がひとりで暮らす住宅の一部をリフォームしたりするなど、地域の人が集まるサードプレイスにする事例があります」

暮らし方の多様化に伴い、地域の



大妻女子大学 社会情報学部
社会情報学科 環境情報学専攻 教授
松本 暢子氏

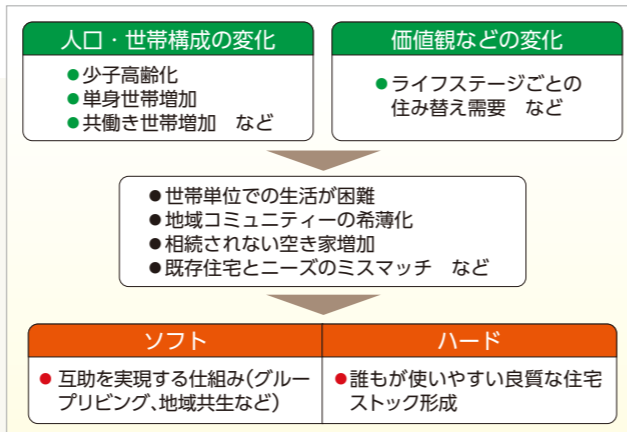
住まいへのニーズと 既存住宅がミスマッチ

このような世帯構成の変化に伴い、空き家の増加や、既存住宅とニーズがミスマッチするといった問題も生まれている。

「単身世帯が増え、家を相続する人がおらず、空き家が増加するという事態が起こりやすくなっています。また、相続したとしても、かつての標準世帯向けに建てられた住まいが必ずしも暮らしやすいとは限りません」

単独世帯の割合が半数を占める東京などの都市部では、中古住宅を購入したいというニーズが増えても、求める住まいと既存住宅とのミスマッチにより、成約に至らないというケースもある。

社会背景の変化と住まいの在り方のイメージ



- 人口・世帯構成の変化
 - 少子高齢化
 - 単身世帯増加
 - 共働き世帯増加 など
- 価値観などの変化
 - ライフステージごとの住み替え需要 など

- 世帯単位での生活が困難
- 地域コミュニティの希薄化
- 相続されない空き家増加
- 既存住宅とニーズのミスマッチ など

- ソフト
 - 互助を実現する仕組み(グループリビング、地域共生など)
- ハード
 - 誰もが使いやすい良質な住宅ストック形成

*1 単身世帯：ひとりで住宅を構えて暮らしている人。寮や寄宿舎に居住している人も含む
*2 単独世帯：世帯員がひとりだけの世帯
*3 生涯未婚率：生涯を通して結婚をしない人の割合

事例 ①

居住者同士で価値を“育てる” 協働型賃貸住宅「コレクティブハウジング」

独立した住戸と、居住者が共同で運営管理するコモンスペースから構成される「コレクティブハウス」。各居住者が自立した生活を営みつつ暮らしの一部を共同化し、世代を超えた互助を実現できるというメリットがある。全国でコレクティブハウスを企画し、運営を支援するNPO法人コレクティブハウジング社に、考え方や仕組みについて話を聞いた。

場所だけでなく モノや家事まで共有

コレクティブハウジング*は、各世帯の独立した住戸と居住者の暮らしを支えるコモンスペースを持ち、食事・育児などを居住者同士で協力し合う共同居住スタイルです。コモンスペースの一つとして大きなキッチン・ダイニングがあります。ハウスによって様々ですが、当社が支援する20戸の住戸がある「コレクティブハウス聖蹟」（東京都多摩市）では、プロ仕様のオープンや業務用食洗機などの設備を導入し、月に1回は当番制で全居住者のために食事を作り、それ以外でも他の居住者が作った食事を食べられるコモンミール（共同の食事運営）に対応

しています。居住者同士の交流のきっかけになるとともに、コモンミールのおかげで顔の見えるあたたかい食事ができるなどの声があり、大変好評です。共用のランドリールームでは、各戸に洗濯機置場が不要となり、専有部を有効活用できるというメリットがあります。洗濯槽清掃など共同で行う作業があり、自然なコミュニケーションの機会にもなっています。他にも、掃除機や工具、かき氷機といった季節の道具などを共用物として購入することでそれぞれが持つ必要がなく、住まいの省スペース化にも役立ちます。それ以外にもコモンスペースでは、個々の居住者の趣向で購入したピザ窯やワインセラーなどを共有する場合があります。

多様な人々が住まうと居住者の専門性が生かされることもメリットの一つです。例えば、建設関係の経験者が専門知識を生かして建物の維持管理を先導し、ベランダの木製の柵を居住者全員で塗り替えたこともあります。また、多世代の支え合いもコレクティブハウジングがもたらす大きな価値です。子育て中の親にとっては、子育て経験者に悩みを気軽に相談できるだけでなく、子どもの服や玩具などのお下がりを循環できるという良さもあるようです。さらに、高齢の方が身近にすることで、実験に基づいた知恵や知識が自然と若い世代に受け継がれています。日ごろから築かれていく協力体制は発災時にも機能しやすくなっています。実際に、東日本大震災時には帰宅が遅くなった居住者のための食事準備や子どもの代理お迎えなどが

「多様な人々が住まうと居住者の専門性が生かされることもメリットの一つです。例えば、建設関係の経験者が専門知識を生かして建物の維持管理を先導し、ベランダの木製の柵を居住者全員で塗り替えたこともあります。また、多世代の支え合いもコレクティブハウジングがもたらす大きな価値です。子育て中の親にとっては、子育て経験者に悩みを気軽に相談できるだけでなく、子どもの服や玩具などのお下がりを循環できるという良さもあるようです。さらに、高齢の方が身近にすることで、実験に基づいた知恵や知識が自然と若い世代に受け継がれています。日ごろから築かれていく協力体制は発災時にも機能しやすくなっています。実際に、東日本大震災時には帰宅が遅くなった居住者のための食事準備や子どもの代理お迎えなどが

居住者のつながりが生む 支え合い・防災・地域連携

「多様な人々が住まうと居住者の専門性が生かされることもメリットの一つです。例えば、建設関係の経験者が専門知識を生かして建物の維持管理を先導し、ベランダの木製の柵を居住者全員で塗り替えたこともあります。また、多世代の支え合いもコレクティブハウジングがもたらす大きな価値です。子育て中の親にとっては、子育て経験者に悩みを気軽に相談できるだけでなく、子どもの服や玩具などのお下がりを循環できるという良さもあるようです。さらに、高齢の方が身近にすることで、実験に基づいた知恵や知識が自然と若い世代に受け継がれています。日ごろから築かれていく協力体制は発災時にも機能しやすくなっています。実際に、東日本大震災時には帰宅が遅くなった居住者のための食事準備や子どもの代理お迎えなどが

ており、周辺環境との調和や居住性を考慮して木造を選択しました。竣工は2028年1月頃を予定しており、現在は入居希望者を募ってワークショップをしながらコミュニティの立ち上げを行っています。

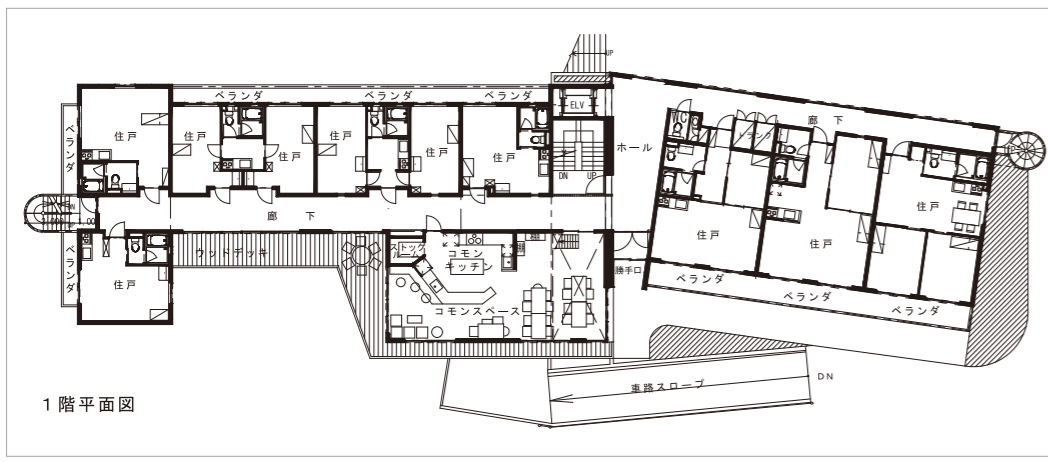
建物づくりから始める賃貸住宅

コレクティブハウスは、居住者が主体的に関わる「共創」の住まいと考えており、自主運営が基本原則となります。管理会社や大家ではなく、居住者自身が暮らしのルールや共有スペースの運営管理方法を話し合いながら決めていきます。コレクティブハウス聖蹟の場合、月に1回定例の会議があり、自分たちの暮らしを快適にできるように3〜4時間の話し合いをしています。共創が無理なく機能する背景には、居住者参加による空間づくりというプロセスにも鍵があります。当社が運営・支援するコレクティブハウスは、プロジェクトの初期段階から入居希望者を募集し、設計士など

専門家の力も借りながら30回ほどのワークショップを重ね、コストを含めてどのような空間にしたいのかを設計に反映させています。これにより居住者には「自分たちの手で創り上げた」という当事者意識が育まれ、建物への愛着とともに自主運営への主体性が生まれます。賃貸でありながら持ち家のような意識となり、「自分たちで創り上げる」主体的な住まい方が実現可能です。

近年は、入居希望者だけでなく運営を横断する行政や事業者からの問い合わせも増加し、コレクティブハウスへの注目度の高まりを実感しています。一方、この住まい方は、コミュニティでのコンセンサスのプロセスこそが単なる顔見知りを超えた深いつながりを生む本質であるため、共

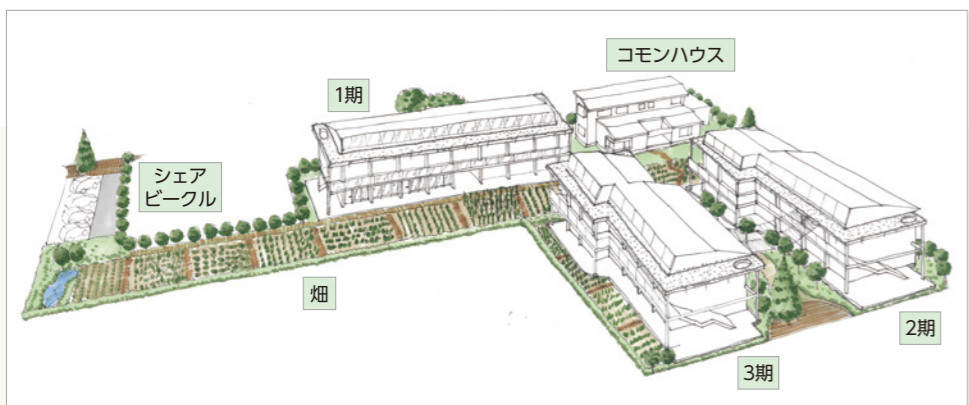
コレクティブハウス聖蹟



ワンルームから家族で暮らせるタイプまでバリエーションがある



居住者の様子



現在進行中の木造2階建て畑付きのコレクティブハウス「札幌新琴似プロジェクト」



NPO法人
コレクティブハウジング社 理事
狩野 三枝氏

自然と行われ、コモンミール用に食料や備品を日常的に備蓄していた点も役立ちました。コレクティブハウスは居住者同士の関係を築くだけでなく、地域コミュニティとの新たな関係構築にも役立ちます。多世代が居住していると地域の幅広い年齢層とのつながりが育まれたり、地域ネットワークの拠点として活用されたりします。

新築やコンバージョン、 農園一体型も

コレクティブハウスの建築形態は多様で、新築はもちろん既存ストックの活用も可能です。当社の場合、新築物件の他、元社員寮や児童館をリノベーション、あるいはコンバージョンした事例など様々で、介護施設との合築例もあります。現在、北海道で進行しているのが、先祖代々の農地を維持・活用したいという地主の思いを、コレクティブハウスをつくることで実現しようとするプロジェクトです。農園と住まいが一体となっ

創に伴う「手間」を価値と捉えられるかが普及の鍵であると感じています。手間を取り払い効率重視に向かえば、コレクティブハウジングの暮らしの安心感や創造性は生まれません。「百聞は一見に如かず」。ぜひ見学会にご参加いただき、体感していただきたいと思います。

*コレクティブハウジング：住まい方の定義・概念
コレクティブハウス：実際の住まい・建物

“ちょうどよい距離感”を実現する 多世代交流型賃貸住宅

神奈川県藤沢市にある「ノビシロハウス亀井野」は、単身向けアパート（住居）・コミュニティスペース・訪問診療所の拠点が一つになっている「ごちゃまぜアパート」。多世代居住を実現し、居住者同士がほどよくつながる仕掛けづくりで、見守りや助け合いの関係を育むことができる。

私たちが企画・管理する「ノビシロハウス」は、居住資格に年齢制限を設けない多世代型の賃貸住宅で、

一般的な賃貸住宅と異なるのが、居住者のうち2割に「ソーシャルワーカー」と呼ばれる人がいる点です。ソーシャルワーカーは若者を想定しており、居住者同士が仲良くなるためのきっかけづくりとして週2回の声かけや月1回のお茶会開催の役割を担う代わりに、家賃が半額になります。高齢者が安心してひとり暮らし

しができるよう、バリアフリーや見守り用の人感センサー設置などハード面の工夫もしています。

かつて不動産仲介業に従事していた頃、単身高齢者が賃貸住宅を借りるのは困難という実態を目の当たりにしてきました。これは物件オーナーが孤独死や認知症による徘徊といったトラブルを危惧しているため、たとえば借りられたとしても、築古でバストイレ同室など条件が悪い物件がほとんどです。ここ30〜40年で核

家族化が進み、高齢になれば老人ホームやサ高住など高齢者専用施設に入るしかないというケースも増えてきました。しかし、施設で決められたメ

ニューをこなすような生活は嫌だという、高齢者のニーズがあることも事実です。そこで、高齢者も住まいを自由に選べて、賃貸でも楽しく安心して暮らせる選択肢をつくりたいと考え、ノビシロハウスを企画しました。

コミュニティづくりの役割を居住者が担うことが重要

地域や近隣同士のつながりが希薄化する中、誰もが最期までのびのびと暮らせるようにするためには、「ご近所さん」とのつながりが大切だと思っっています。そこで、居住者同士がつながるための仕掛けとして、ソーシャルワーカーという役割を取り入れました。声かけなどの交流から親しくなれば、自然と見守りたくなる関係性が生まれます。ソーシャルワーカーは、居住者と雇用関係はなく介護を強制されるわけでもありません。互いに居住者同士だからこそ、家族のように、困ったことを助け合える良い関係をつくりやすくなります。コミュニティはほぼ居住者同士で構築しており、お茶会以外にも自主的に夕食会などを開催しているようです。このようなつながりが苦になる人はノビシロハウスには

向かないため、入居希望者には居住前に数回の面談やお茶会への参加などを実施しています。特にソーシャルワーカーに対しては、弊社の思いに共感できるかをしっかりと判断した上で選定させていただいています。

現在の居住者はソーシャルワーカーを除くと全員が高齢者で、こんな住まいを探していた、多世代交流で知らなかったことを知れるのが楽しいなど、好評をいただいています。現在は東京の東久留米市で2棟目を計画中ですが、沖縄や福岡といった遠方からの入居希望者もあり、ノビシロハウスで実現できる暮らし方に魅力を感じてもらっている結果だと感じています。

ノビシロハウスは“住まい方”に価値があるため、建物の築年数が経過しても賃料を下げる必要がなく、地主から見ても優良な投資商品です。2030年までに100棟の計画策定を目指し、「ノビシロハウス」という考え方を広げていくためにも運営してくれるパートナーも増やしていきたいと考えています。



ノビシロハウス亀井野。左はアパート（住居）、右は地域住民も利用できるカフェやコインランドリー、訪問診療事業者が入居する



お茶会の様子。居住者だけでなく、地域住民や関係者なども参加



株式会社ノビシロ
代表取締役CEO

鮎川 沙代氏

脱炭素 リユーション

Vol.11

ECストアでの買い物は便利な一方で、梱包に使われる大量の段ボールはリサイクルの過程で多くのCO₂を排出し、環境負荷となっている。そこで、この課題解決に向けて開発されたのが、繰り返し使えるリユース型の梱包材「シェアバッグ®」だ。段ボールでの梱包と比較してCO₂排出量を85%以上削減できるという。



株式会社 comvey
代表取締役CEO

梶田 伸吾 氏

もうゴミにならない！ポストに返却できる梱包材

100回リユースできる梱包材

2022年に創業した「comvey」が開発した「シェアバッグ®」は、リサイクル可能なポリエチレン素材でできた、リユース可能な梱包材。100回以上利用できる耐久性を持ち、主要宅配便の各サイズに対応している。そして最大の特徴が、荷物を受け取ったECサイトのユーザーが全国各地にある郵便ポストに投函することで、梱包材を返却できるという点だ。

「日本における段ボールのリサイクル率は高い水準にあるものの、トラックによる頻繁な回収や、リサイクルの過程で多くの水や電気が使われるなど、CO₂排出の課題は残されています。私自身、前職の商社で物流ビジネスに携わっていたこともあり、欧米では梱包材のリユースや郵便ポストに返却するサービスがあることを知っていました。そこで、日本でも同様のサービスを展開したいと考え、近所の郵便局に飛び込みで営業をかけました」

梶田氏の提案が、取り扱い郵便物の増加、社会インフラである郵便ポストの有効活用、そして脱炭素化推進という日本郵便のニーズと合致し、公式連携が実現した。両社で共同開発した特殊な返送ラベルを使用することで、ユーザーは切手不要で返却できる仕組みだ。

「梱包材は耐久性・防水性・軽量性を考慮し、国内最大手の合成繊維メーカーである萩原工業の国産ポリエチレンシートを採用しています。リユースされて使用限度に達した梱包材は同社に返却され、独自技術によって素材の95%が水平リサイクルされて再び「シェアバッグ®」として生まれ変わります」

●シェアバッグ®のライフサイクル



シェアバッグ®は各種サイズをそろえる

二次元コードで累計CO₂削減量を管理

comveyのビジネスモデルでは、アパレルブランドなどのEC事業者に梱包材を貸し出す際のレンタル料が利益となる。Sサイズの「シェアバッグ®」を例に挙げると、EC事業者は1回330円のレンタル料が発生するが、ECサイトのユーザーが配送方法選択時に「シェアバッグ®」を選択すると250円が上乗せされるデポジット形式になっている。ユーザーにはポスト返却後に500円分のクーポンが付与されるため、実質的に250円お得になる仕組みだ。この仕組みにより、バッグの回収率は98%と高水準を維持している。

「ECサイトのユーザーには段ボール廃棄の手間やストレス軽減、クーポン取得によるお得感の他、梱包ゴミによる環境負荷への罪悪感をなくせるなどのメリットを感じてもらえます。EC事業者にとってのメリットは、顧客満足度の向上によるリピート率の上昇や購入単価の増加、環境配慮による企業価値の向上などが挙げられます。また、組み立てやテープ貼りなどの梱包作業が不要になるため、物流現場の作業工数を削減できます。加えて、段ボールと比べて梱包資材の保管スペースも削減できます」

さらに、独自のトラッキングシステムを構築し、一つひとつのバッグにつけられた二次元コードにより、梱包材の現在地の追跡やリユース回数、累計CO₂削減量を管理できる点も画期的だ。

「10回梱包材を使用した場合、新品の段ボールと比較してCO₂排出量を85%以上削減可能であるという調査結果も出ています。将来的には、脱炭素化と物流を構成する送り手、買い手、運び手全ての関係者が対等に協力し合う『美しい物流＝フェアトレード・ロジスティクス』を実現したいです」

注目企業を訪ねる

付加価値創造に挑戦

「自治体が地域の中小企業に向けた行政サービスの一貫として『セカイコネクト』を利用するケースも増えていきます。料金は初期費用30万円＋月額利用料5万円が基本です。商談用資料の準備から商談時の通訳、貿易実務に関するアドバイスまで多岐にわたるサービスを提供しており、ご支援内容によって利用料は変動します。また、海外事業をそのまま委託できる『セカイコネクトアライアンス』も展開しています。そして、海外進出の成功に欠かせないのが持続的に海外営業できる人材の育成です。そこで『セカイコネクトアカデミー』では、海外営業の実務スキルや現地マーケティングなど、当社のノウハウを体系化し、社内の人材育成するプログラムも提供しています」

海外企業の“買いたい”をリアルタイムで提供し日本企業の海外進出をサポート



代表取締役
大村 晶彦 氏

本社 ● 東京都中央区日本橋堀留町1-4-2 日本橋ノーススクエア4階
創業 ● 2013年
資本金 ● 300万円
従業員 ● 26名
事業内容 ● 世界バイヤーの調達代行・調達支援業務、海外展開支援サービス

海外企業の“買いたい”と日本企業をつなぐマッチングプラットフォーム

「少子高齢化や人口減少により国内市場の縮小が進む中、海外市場への進出は多くの企業にとって重要な選択肢の一つとなっている。しかし、人的リソースやコストなどを考えるとハードルは高い。そんなジレンマを抱える企業の海外進出を支援するプラットフォーム『セカイコネクト』を展開するのがCOUXUだ。特にユニークな点が、日本企業の『売りたい』ではなく海外企業の『買いたい』からアプローチし、成約率の高い商談機会を創出していることだ。」

「前職ではEコマース企業に勤務し日本企業の海外進出サポートに従事していました。そのときに感じた課題が、日本企業の海外向け営業が想像以上にうまくいっていない

日本製品を海外に売るためのインフラとなるサービスを展開

「海外進出を検討する場合、一般的に海外企業の営業リスト作成に始まり、提案資料を作成し海外企業の担当者にコンタクトを取れるまでに2〜3カ月を要する。『セカイコネクト』なら、仕入れ希望のある企業にクリック一つでアプローチできるため、最短5分で提案が可能。現在、東アジアや東南アジアの企業を中心に30カ国約2300案件の『買いたい』が掲載され、日本の利用企業は年間400社ほどだ。」



インフルエンサーと盛り上げた海外のポップアップストア

国	欲しいカテゴリ	調達依頼内容	企業としての強み
India	健康	下記の健康製品を探しています。 a.健康サプリメント b.更年期用サプリメント c.湿布 ※自社工場を保有している企業を希望します。	2020年に創業しました。現在は自社のオンラインストアを通して、B2Bで医薬品関連製品を卸売しています。また、中国の工場とOEMで自社製品の製造も行っています。これからはB2Cのeコマースプラットフォームも展開する予定で、商品ラインナップの拡大に力を入れています。
Singapore	食品・飲料	特徴的な飲料製品を探しています。	1922年に創業しました。当社の販売チャネルは、マレーシアとシンガポールのスーパーマーケット、eコマースです。食品の流通、スーパーマーケットの日用消費財の小売、ブランド管理における50年以上の経験と専門知識を持っています。多くのブランドの代理店として活動してきましたが、最も長く取り扱ったブランドは93年にわたって代理店をしています。
South Africa	美容	下記の美容製品を探しています。 a.業務用のヘアケア製品 b.業務用の美容製品	2017年に創業しました。自社のオンラインストアを通して、多種のスキンケア、ヘアケア、ネイルケア製品などを販売しています。加えて、アフリカのあらゆる美容のお店に卸売しています。

海外企業の“買いたい”情報が一覧化されている。取引においてキーマンとなる決済者まで記載。事前に提案書を登録しておけば、ワンクリックで自社商品の提案が可能



COUXUの事業内容

ここが注目ポイント

わずか5分で
自社商品を海外企業に提案できる
「セカイコネクト」を運営

海外企業からの“買いたい”情報を
掲載し商談に係る時間と手間を削減

海外との商談ノウハウを体系化し、
自社単独で海外進出できるよう
人材育成を支援

ことです。海外企業のリアルタイムなマーケット情報が少なく、海外企業と商談できる人材がおらず、商談のための資料などもそろっていない。また、海外向けの営業にはコストがかかり、展示会では1回出展するためにブース設置費用や人件費などで200万〜300万円を要します。これは中小企業にとっては、大きな支出です」

「日本企業の海外進出に並走するサービスをつくりたいと、2013年に起業。当初は営業代行サービスを行っていたが、売りたいものは別の商品に興味を持たれるケースが少なくなかった。」

「実は『売りたい』を中心にした営業は効率が悪い場合がある一方、『買いたい』を中心にすると流通可能性が高いという気付きがありました。そこで、日本企業から商品を仕入れたい」と希望する海外企業の支援という視点でサービスを再設計。こうして誕生したのが『セカイコネクト』です。このサービスでは、海外企業の要望をリスト化して日本企業向けに提示しています。例えば、タイの企業が日本の健康食品を仕入れたい、ベトナムの企業が日本の美容雑貨を取り扱いたいといったニーズが可視化されており、これに対して日本企業がプラットフォーム上で提案できる仕組みです。明確な仕入希望が登録されているため、双方にとって商談に係る期間や工数を短縮できるメリットがあります」

「海外からの日本製品へのニーズは、食料・飲料や美容品、日用雑貨、ベビー・キッズ用品と幅広い。省スペースの住宅建材へのニーズも高まっている。同社の強みは、海外企業に直接出向いて二社二社開拓し、創業から13年かけてネットワークを蓄積してきたことにある。人的手間をかけて正確な情報収集をすることで、商談も成立しやすくなる。」

「海外で取引を成功させるポイントは、日本での商談と同様のアプローチをすることが本場に適切なのかを疑うこと。消費者ニーズによってパッケージや価格を変更することはよくあることです。日本のオリジナルティが重視される商品もありますが、海外進出に成功している企業は、顧客のニーズを読んで柔軟に改良を加えています」

「今後は、海外企業に『売る』ためのインフラ構築に注力していくという。海外の百貨店などに日本の商品の売り場を設け、インフルエンサーと共にSNSを活用した商品PRなども行っている。」

「消費者に売れる実績をつければ、バイヤーは買ってくれます。『売りたい』ではなく、『買いたい』からのアプローチ同様、先に海外の消費者に日本企業の商品を認知してもらい、マーケットをつくってから売る流れをつくりたい。そして、海外からの日本製品のニーズを、より一層高めていきたいですね」

「ライフサイクルカーボン評価制度」創設～「建築物のエネルギー消費性能の向上等に関する法律」の一部を改正する法律案を閣議決定～ ―― 国土交通省

改正法律案では、建築物の資材製造から解体までのライフサイクル全体の脱炭素の取り組みを評価するため「ライフサイクルカーボン評価制度」を創設するとともに、省エネ基準の引き上げを見据え、進展する省エネ技術に対応するための措置を講じる。

【法案の主な概要】

① 建築物のライフサイクルカーボン評価制度

- 建築主、建築士、建設業者、建築材料・建築設備の製造事業者などの責務を努力義務と位置付け、関係者の役割を明確化。
- 建築物のライフサイクルカーボン評価の指針（統一の算定ルール）を策定。
- 一定の建築物の新築などについて、建築主は着工前の建築物ライフサイクルカーボン評価結果を国に届け出る。

② 先導的な省エネ技術の評価する大臣認定

- 先導的な省エネ技術を用いた建築物において、国土交通大臣が個別にZEH・ZEB水準適合を認定し、容積率の特例などを受けることを可能とする。

③ 上位住宅トップランナー制度

- 概ね市場の4分の1を占める住宅供給事業者を上位住宅トップランナーとして指定し、高い省エネ性能を有する住宅の供給に関し中長期計画を策定し、取り組み状況を毎年度報告することを義務付ける。

④ 建築物の環境性能の第三者認証・表示制度

- 建築主などは、建築物のライフサイクルカーボン評価結果及び省エネ性能など建築物の環境性能について、登録機関による第三者認証を受け、標章を表示できることとし、紛らわしい表示を禁止する。

⑤ 法律名の変更

- 法律名を「建築物のエネルギー消費性能の向上及び脱炭素化の促進に関する法律」に改める。

株式会社木環の杜 四倉工場が操業開始

～製材・木材加工品で国産材の活用拡大、木材コンビナート始動～ ―― 住友林業株式会社

住友林業のグループ会社、木環の杜（本社：福島県いわき市）がいわき市に新設した四倉工場が操業を開始、国産スギを中心に製材や木材加工品の製造に着手した。住友林業の長期ビジョン「Mission TREEING 2030」では、木材の付加価値最大化と国産材の利用促進につながる「木材コンビナート*」の設立を掲げ、2030年の木材コンビナート国産材使用量100万㎡達成を目指しており、今回の取り組みはその第1弾となる。

四倉工場は輸入材使用比率の高い住宅部材について国産材を積極的に活用し、その比率を高めていくことを目指す。特に国産材比率が低い構造用製材（ディメンション材）の国産材化を推進し、安定的に構造材を供給できる体制を構築する。

■ 四倉工場概要

福島県産スギの中大径木を主要原料とした製材・加工を担い、主にツーバイフォー住宅で利用する構造用製材を製造。「原木置き場」、太さ・長さなどが異なる丸太を自動で測定、仕分けし皮をむく設備の「選木リングバー

カー」「製材棟」「天乾材置場」「乾燥機・ボイラー」「加工棟」「チップ・おがヤード」の各施設で構成され、原木受け入れから加工まで一貫した生産体制を備えている。3Dスキャナーでスギ丸太の太さを測定して切断面を決定、木材を切り出す工程を全自動化するなど、最新鋭の設備の導入により効率的な生産が可能となる。



株式会社木環の杜



* 木材コンビナート：木材利用からエネルギー利用、ケミカル利用まで価値を高める木材活用を行い、長期の炭素固定を実現する。具体的には原木を余すことなく使いきるカスケード利用や低級材や端材の価値の最大化を実現するための木材加工事業の立ち上げを進める

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

住友林業株式会社 木材建材事業本部 業務企画部

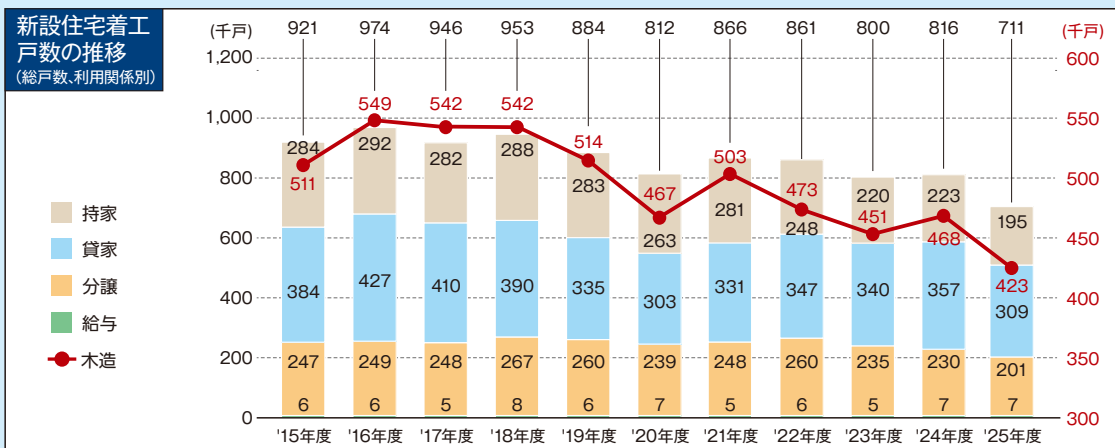
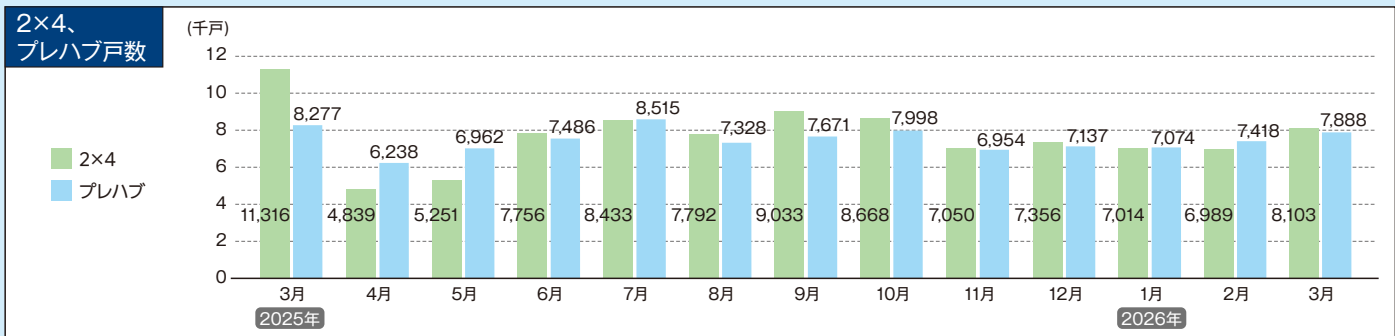
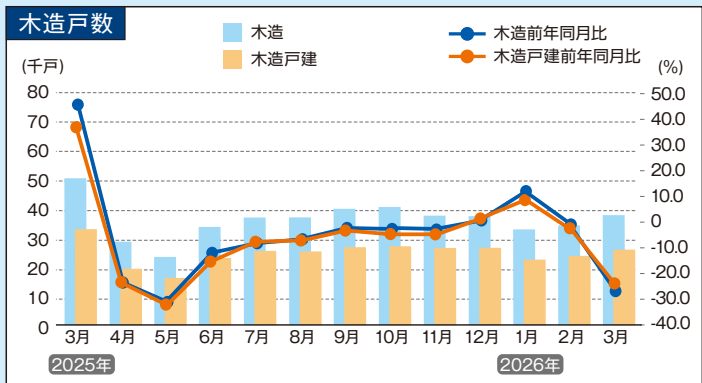
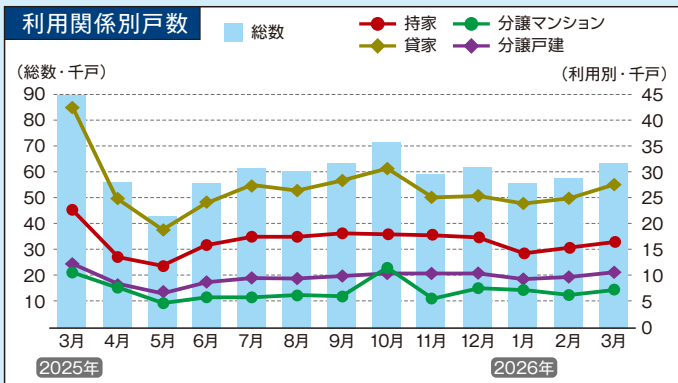
とあるクリエイターのインタビューで「アイデアが浮かぶときは散歩をしていたり、ぼーっとしているとき」という話を聞いたことがある。面白い企画やアイデアが、決められた会議だけで生まれるわけではないことを実感する日々。何気ない会話や、ふとした気づきの積み重ねこそが、新しい発想の源なのかもしれない。効率や生産性が重視される時代だからこそ、あえて「余白」を持つことの大切さを忘れずにいたい。今日もどこかで誰かが散歩をしながら、世界をあとと驚かせる名案を生んでいるかもしれない。(S)

表紙：住友林業（株）住宅事業本部 富山支店 富山住宅公園展示場

* 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

2026年3月の新設住宅着工戸数 単位：戸 ▲は減

		3月					2月	1月	12月
		対前年同月比		対前々年同月比					
新設住宅計		63,495	▲ 26,307	▲ 29.3%	▲ 813	▲ 1.3%	57,630	55,898	62,118
建築主別	公共	1,584	489	44.7%	596	60.3%	541	470	716
	民間	61,911	▲ 26,796	▲ 30.2%	▲ 1,409	▲ 2.2%	57,089	55,428	61,402
利用関係別	持家	16,659	▲ 6,296	▲ 27.4%	15	0.1%	15,501	14,418	17,496
	貸家	27,678	▲ 15,028	▲ 35.2%	▲ 562	▲ 2.0%	25,042	24,032	25,518
	給与住宅	628	159	33.9%	393	167.2%	474	413	582
	分譲住宅	18,530	▲ 5,142	▲ 21.7%	▲ 659	▲ 3.4%	16,613	17,035	18,522
	うちマンション うち戸建	7,463 10,806	▲ 3,344 ▲ 1,767	▲ 30.9% ▲ 14.1%	▲ 1,514 693	▲ 16.9% 6.9%	6,440 9,893	7,370 9,482	7,735 10,638
資金別	民間資金	57,035	▲ 24,446	▲ 30.0%	▲ 1,902	▲ 3.2%	52,519	51,252	56,730
	公的資金	6,460	▲ 1,861	▲ 22.4%	1,089	20.3%	5,111	4,646	5,388
	公営住宅	1,495	545	57.4%	524	54.0%	534	435	605
	住宅金融機構融資住宅	1,229	▲ 718	▲ 36.9%	▲ 681	▲ 35.7%	1,096	1,118	1,464
	都市再生機構建設住宅	0	▲ 119	▲ 100.0%	0	—	0	0	0
	その他住宅	3,736	▲ 1,569	▲ 29.6%	1,246	50.0%	3,481	3,093	3,319
構造別	木造	37,883	▲ 13,955	▲ 26.9%	2,269	6.4%	34,341	32,986	37,539
	非木造	25,612	▲ 12,352	▲ 32.5%	▲ 3,082	▲ 10.7%	23,289	22,912	24,579
	鉄骨鉄筋コンクリート造	287	▲ 1,038	▲ 78.3%	12	4.4%	216	182	343
	鉄筋コンクリート造	17,844	▲ 9,333	▲ 34.3%	▲ 2,261	▲ 11.2%	15,193	15,644	16,715
	鉄骨造	7,462	▲ 1,950	▲ 20.7%	▲ 795	▲ 9.6%	7,854	7,046	7,498
	コンクリートブロック造 その他	13 6	▲ 23 ▲ 8	▲ 63.9% ▲ 57.1%	▲ 19 ▲ 19	▲ 59.4% ▲ 76.0%	14 12	21 19	13 10



**2025年度の
新設住宅着工数:
711,171戸
前年度比12.9%減**

↓

**昨年度の増加から
再びの減少**



心惹かれる感覚が、かたちになる場所

美意識を、確かな手触りへ。

キッチンという枠を超え、あなたの内なる理想が
一つの空間として息づき始める場所

TOCLAS SALON TOKYO

Address 東京都中央区京橋 2丁目4-12 (第一生命京橋キノテラス4F)
TEL 03-6696-9425 営業時間 10:00 ~ 17:00 定休日 水曜日

