

パラマウントニュース

Vol.14 2014 秋号

スマートウェルネス住宅等推進モデル事業 特定部門の募集内容

1. 提案事業の種類と補助率等

提案事業は、住宅関係者が医療や福祉関係者等との連携による推進体制のもと、既存住宅の改修工事、及び改修工事前後の居住者の健康状況の変化等に関する調査への連携・協力などにより、高齢者等の健康の維持・増進に資する住宅の普及を図るため、次の①及び②に掲げる事業を行うものとする。

①日常生活に必要な住生活空間における省エネルギー改修工事

【補助率等】
・一定基準以上の省エネルギー性能にするための改修工事等に要する費用 (補助率：1/2)
※補助の上限：100万円/戸 (併せてバリアフリー改修工事を行う場合は120万円/戸)

②事業成果の情報提供及び普及啓発

【補助率等】
・事業成果の情報提供及び普及啓発に要する費用 (補助率：2/3)

2. 提案事業の主な要件

次の①から③に掲げる要件をすべて満たす必要がある。

- ①住宅の改修工事を実施する事業者（住宅改修事業者）又は住宅改修事業者を構成員として含む協議会等の団体が医療や福祉関係者等と連携体制を整備すること
- ②住宅において日常生活に必要な住生活空間における省エネルギー改修工事を行い、一定基準以上の省エネルギー性能とすること
- ③次のイ及びロの取組みを行うこと
 - イ 改修工事前後の居住者の健康状況の変化等に関する調査に連携・協力すること
 - ロ 医療や福祉関係者等と連携して、改修工事による健康の維持・増進に資する効果に関して普及啓発に取り組むこと

既存住宅の性能向上リフォームが大きな注目を集めるなか、省エネルギーリフォームに対する国の後押しがさらに広がっている。これまで省エネルギーリフォームなどについては、減税を始めとする支援策が行われてきたが、今年度は性能向上リフォーム支援の視点から大きな新施策が相次いで打ち出された。

その一つが「長期優良住宅化リフォーム推進事業」だ。この施策は、「劣化対策」、「耐震性」、「維持管理・更新の容易性」、「省エネルギー対策、可変性」、「バリアフリー性」の6つの項目について、一定の水準を

満たす工事に対し補助する。ここで言う一定の水準とは、国土交通省が今年1月にまとめた「性能向上・長期優良化リフォーム基準案」のこと。同基準案はリフォーム版の長期優良住宅認定制度と言えるもので「劣化対策」、「耐震性」、「省エネ対策」、「維持管理・更新の容易性」など9つの評価項目について、「長期優良リフォーム」(クラスS)と、これより水準を低く設定した「性能向上リフォーム」(クラスA)の2種類の基準を設けた。

補助事業では、こうした性能を満たすことを要件として求め、省エネルギーリフォームで、もう一つ注目される施策が「スマートウェルネス住宅」だ。昨年閣議決定された「日本再

普及に向け、本格化する国の後押し

省エネルギーリフォームへの注目が高まる

省エネルギーリフォームの拡大に向け、国の後押しが加速している。国土交通省はリフォーム版の長期優良住宅認定制度の基準案をとりまとめ、この評価項目をクリアするリフォームに対する補助事業を実施。また、「スマートウェルネス住宅等推進モデル事業」でも、省エネ改修に対する補助事業を開始した。省エネルギーリフォームに対する注目がさらに高まっていきそうだ。

興戦略」で打ち出されたもので、最新のICT技術の導入やコミュニティとの連携によって省エネ・創エネ・蓄エネといったエネルギーサービスや、高齢者の見守り・ケアサービス、医療・介護サービスなどを実現、高齢者や障がい者、子育て世帯など多様な世帯が交流し、安心して暮らすことができる住宅を目指している。

窓の遮熱性能の評価方法がJIS化

測定と計算の方法が規定

窓やドア、窓にブラインドや障子などの日射遮蔽物を付属した場合の遮熱性能の評価方法がJIS化された。これまでブラインドなどの窓まわりの製品の遮熱性能については、メーカーごとのデータはあるものの、定量的に評価できる規格が存在しておらず、ユーザーにとって遮熱性能を比較するのが難しかった。

今回のJIS制定により、これらの製品の遮熱性能を共通のものとして評価することが可能になった。

今回、JISが規定されたのは日射熱取得率の測定方法及び測定方法の2規格。具体的には窓及びドアの熱性能「日射熱取得率の測定」(JISA 1493)と「窓及びドアの熱性能「日射熱取得率の計算」(JISA 2103)。

「窓及びドアの熱性能「日射熱取得率の測定」(JISA 1493)では、窓とドア、窓に

ブラインドなどの日射遮蔽物を付属する場合の日射熱取得率について、測定原理、日射取得量の測定項目、測定装置の構成及び試験体、測定方法を規定した。「窓及びドアの熱性能「日射熱取得率の計算」(JISA 2103)では、窓やドア及びブラインド、窓にブラインドなどの日射遮蔽物を付属した場合の日射熱取得率の計算方法、日射熱取得率を計算する際の夏期条件と冬期条件などを規定した。

国土交通省

中小ビルダーの省エネ基準適合率は43%に

「中小工務店・大工業界の取り組み状況に関する調査結果」

国土交通省は、中小工務店・大工業界に対して業務体制をはじめ「住宅の省エネ基準適合義務化」や「長期優良住宅」に関する取り組み状況を調査、その結果を発表した。

調査は、中小工務店・大工技能者の実態を把握するため、今年1～3月に全国建設労働組合総連合、全国中小建築工事業団体連合会、JBN、(一社)日本木造優良住宅協会の会員を対象に実施。2,794社から回答を得た。

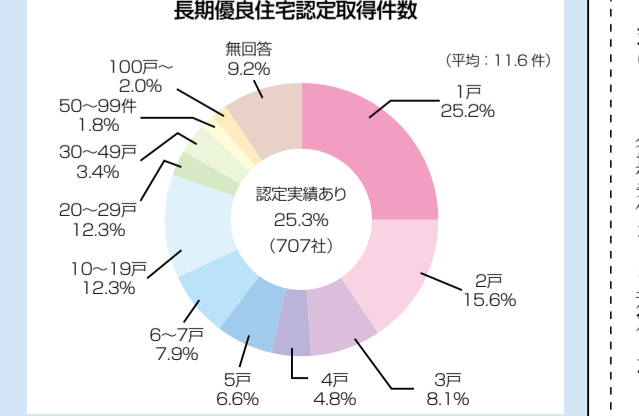
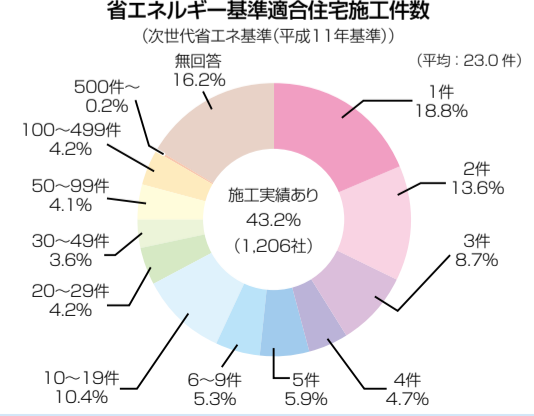
それによると、平均雇用社員数は4.4名。年間の新築住宅の受注戸数は平均5.3戸。「1件」が最も多く18.5で次いで「0件」が15.6%、「2件」が12.0%の順。

一方、2020年までに省エネ基準への適合が義務化されたこ

とへの認知度は8割と高い。「詳しく知っている」が12%、「概要は知っている」が46%、「聞いたことがある」が31%。詳しい人を含め、概要を知っている人は、社員10名以上の工務店では8割に達している。

また、平成11年省エネ基準適合住宅を施工したことがあるのは全体の43%と4割強。社員が4名を超えると「ある」と回答した工務店の数は半数を超えた。

一方、長期優良住宅認定取得の実績が「ある」のは25%で、平均11.6件だった。今後の取り組み意向については「長期優良住宅仕様の受注増加を目指す」のは20%で、「認定取得増加を目指す」は16%にとどまった。



高気密・高断熱に部材のフリーチョイス ハード・ソフトを追求し、夢は1000棟



「女性が考えた、女性のための家」が石井工務店のコンセプト

福島県郡山市の石井工務店は、高気密・高断熱や耐震性など高い性能を持つ躯体にフリーチョイスシステムなどソフト面でもユーザーニーズを満たす注文住宅を展開する。「女性のため」を考える細やかな提案がユーザーから大きな支持を集めている。

経営者に必要なことは 夢を伝えていくこと。



株式会社石井工務店
石井 一男 代表取締役社長
福島県郡山市田村町
守山字三ノ丸33
TEL 024-955-3447
<http://ishiikomuten.jp/>

石井工務店は、福島県、栃木県でプレジデントホームのブランドで注文住宅事業を展開し、1〜2年待ちのお施主様もいるほどの人気ビルダーだ。

同社の注文住宅の魅力で、まずあげられるのが高い性能である。断熱性能は、Q値1・34と、H11年省エネ基準Ⅲ地域の基準のQ値2・4を大きく上回り、C値も0・3程度と非常に高い。また、一棟ごとに凍結深度を調べたうえで基礎断熱も行う。「単に断熱材を厚く入れれば暖かくなるわけではありません。細かな部分まできっちり計算してはじめて冬暖かく夏涼しい温度差のない家ができるのです」。

この躯体に太陽光発電システムを搭載すれば光熱費を「マイナス」とすることさえ可能だ。



光熱費マイナスも実現する高気密・高断熱

もちろん高い性能は断熱・気密だけではない。全棟地盤調査を行い、基礎は耐震性・耐久性を高めたスーパードベタ基礎工法。4寸の柱にはハイブリッド柱を、梁にはハ

イブリッドビームを用い、これらを耐震性強度金具で緊結する。また、開口部は差鴨居式工法により強度を増している。これらにより高耐久・高耐震性能を実現しているのである。

女性のアイデアを取り入れ フリーチョイスも導入

石井工務店の注文住宅の魅力は、もちろんハード面の性能に限らない。

同社の大きな一歩となったのが、平成12年にオープンした郡山展示場だ。

この出展に当たり、石井社長は「差別化できる住宅とは何かを必死で考え、メーカーのコーディネーターを集め、どんな住宅がほしいかなどをヒアリングしたところ「例えば、キッチンならこうした小物入れが欲しいなど、実際の生活にもとづく非常に細やかな提案を多く頂きました」という。

これらの提案を踏まえてオープンしたモデルハウスは、高い性能に加えて設備などをフル装備しながらも価格を抑えた住宅となった。

この低価格・ハイグレード住宅は大きな話題となり一日40〜50組という来場者を集めた。オープン1年間で約50棟の受注、完工も30棟に達したという。

こうした反響を受け、同社は「女性が考えた女性のための家」を家づくりの基本のコンセプトに置く。

さらに「アップル装備」を押し進め、ドアやサッシなどの建材も

含めて「フリーチョイス」を導入。これも女性からのアイデアだったという。「様々なメーカーの多くの商品から、無垢であっても塩ビであっても、どれを選んで良いという形にこだわったのです」と、高額な仕様の商品もフリーチョイスの対象としている。

人づくりにも 力を注ぐ

「女性が考えた女性のための家」を掲げる石井工務店では、設計やインテリアコーディネーターの専門家を「女性ライフプロデューサー」と呼ぶ。

理想のマイホームの実現を目指し、積極的にプランを提案している。

「男性に比べ、細かなところまで目が届き、気配りができます。何より、キッチンなど、一番長く家において、そこで生活をしているのは女性ですから」と、積極的に女性を活用している。

同社ではライフコンセプトシリーズ、ニューコンセプトシリーズと銘打つ生活提案型の商品開発を行っている。これは、ゼロから作り上げていく住宅に比べ、打ち合わせなどの時間が短縮されるというメリットを持つが、石井社長

の狙いはそれだけではない。「ライフプロデューサーの技術向上が大きな目的。自分が住みたい、世の中に出したいと思う住宅を形にし、お客様にプレゼンテーションしてほ

いのです」と話す。人材の育成には、日頃からの取り組みが欠かせない。同社では、ライフプロデューサーだけでなく営業担当者なども毎月、外部講師を招いての研修会を行っている。

3年間で33支店 1000棟を目指す

モデルハウスを建て、チラシを配布して来場を促す―石井工務店の販売方法はオーソドックスである。

しかし、「まず、他社の施工現場をみて頂きます。一般のお客様は基礎や断熱材などの違いはよく分からないかもしれませんが、実際に比べて頂ければ一目瞭然。一生に一回の買い物ですから、こだわりの持ち家づくりについてしっかりと分かっていたら受注につなぐことができます」と、品質と性能の高さを強く打ち出して、アピールしている。

また、基本的に口コミによる来場者が多く、紹介受注も33%前後と高いのも特徴だ。それだけOB顧客の満足度が高いということだろう。

現在、福島県、栃木



県で年350棟程度を販売しているが、埼玉県で70棟規模の会社、群馬県で150規模の会社のM&Aが決まっている。福島県から南下しながら商圏を広げてきた石井工務店であるが、次は北側へのエリア拡大を考えている。そのために「ずば抜けた断熱性能の実現に向けて技術開発に取り組んでいます」と、その準備を進めている。

目標は「今後3年間で33支店・1000棟」。

「経営者に何が重要かといえれば、夢を伝えていくことにつきます。今年よりは来年、来年よりは再来年と、夢をもって取り組めば、それは現実になります」と語る石井社長は、目標の実現に向けて一歩一歩進んでいる。