

[設計・施工]の力を[営業・経営]につなげる

新刊 **ハウジング**  
THE SHINKAN HOUSING

月刊

# アーキテクトビルダー

Monthly ARCHITECT BUILDER

6  
2024

この企画のビジョン・目標(60文字で)

異業種のビジネスモデルや	12
商品企画、マーケティング	24
の考え方や手法から、住宅	36
分野のビジネスに活用でき	48
そうな要素を抽出して紹介	60

## 異業種の手法を60字で学ぶ **超**住宅ビジネスヒント集

特別抜粋版

FREE

特集

工務店のための  
法制度・補助金活用ガイド

工務店が知っておきたい  
国の主要な法制度トレンド おさらい解説

2024年度 家づくり支援策  
(トレンドはわかり)(早見表)

先進的窓リノベ事業 活用事例  
～アフターサービス戦略で受注率向上～

月刊 アーキテクトビルダー  
オンライン  
解説動画  
デジタルブック



本特別抜粋版は、「月刊アーキテクトビルダー 6月号」(2024年5月30日発行)に掲載したコーナー「異業種の手法を60字で学ぶ 住宅ビジネス[超]ヒント集」の一部を抜粋・再編したものです。

# 異業種の手法を60字で学ぶ 超住宅ビジネスヒント集



## 04 【総論】注文住宅氷河期の到来 「ニッチ力」強化で生き残れ!

事例

- 12 ① H&A brothersから 異業種を複合化する手法を学ぶ  
[不動産・建築・まちづくり業]
- 39 ③ ヴァレイから ニッチ企画とマーケティングを学ぶ  
[衣料品製造業]

## 34 究極のニッチビジネスの可能性を探る コミュニティビジネスはなぜ成り立たないのか

公立鳥取環境大学 准教授 倉持 裕彌

● mother toolのすごさを60字で学ぶ

デザインプロダクト系のモバイルメーカーと  
しては世界で唯一。オンリーワンだからこそ  
できる徹底したプロダクトアウトの製品展開

「60字で学ぶ」とは？

各事例の冒頭に、その企業のすごさを60字にギュッと凝縮した文章を入れている。その一文を念頭に置きつつ、異業種のビジネスモデルやマーケティングの考え方等を読み込み、住宅分野のビジネスに応用するヒントとしてほしい。



ケンジ

ツキノワグマ 4歳♂。工務店数社に（勝手に）出入りしている。現場監督兼多能工らしい。性格は好奇心が強く飽きやすい。尊敬する建築家は比賀健二（縄文人）。趣味は睡眠。暖かいとうたつた寝、寒くなると冬眠



松太郎

シバイヌ 3歳♂。なぜか建築全般に詳しい。設計を生業としていようだ。性格は几帳面でマイペース。尊敬する建築家は辰野金吾。趣味は世界の犬小屋の模式や工法の変遷を探ること

マンガ・イラスト:黒沢 明世

AB拡張機能

編集部による  
「家づくりのリアル」  
解説動画

※本誌発行日に  
新建ハウジング公式  
YouTubeチャンネル  
で公開予定



住宅営業の効率を劇的に加速させる **住宅用3次元CAD** をお探しの工務店様へ

イオグランツの

# Walk in home



住宅用3次元CAD

は

# ココまで

# 進化しています!

ぜひ当社にお任せください!

採択率

# 99.8%

# 1/2

のコストで導入できる

# IT導入補助金

2024

をご活用ください!

## お急ぎください! 締切迫る【4次募集締切】2024年6月19日(水)

※採択率:2017年~2022年3次までの実績(過去利用等の特定要件がある場合を除く)



デザインも性能も同時プランニング!



最終利益を意識した連動積算・プランニング!



プレゼンデータをそのまま申請図書に!



ついにここまで来た! 超高精細フォトリアルCGが、業界初のクラウドレンダリングで驚きのスピード処理!

### 一気通貫で生産性が劇的にUP!

プレゼン、見積り、申請...あらゆる工程で大活躍! 1つのCADデータを全業務で連動できるので、手戻りを削減! スピードUP! 業務効率UPを実現します。

高機能プレゼン	追客	外皮計算	一次エネ
ZEH	耐震等級3	基準法準拠	自動積算

### 業界初! V-Rayクラウドレンダリング

さらに、「V-Ray for Walk in home」を導入すれば、Walk in homeから直接V-Rayクラウドレンダリングが可能に。ワンクリックで超高速&高精細レンダリングを可能にします。

レンダリングスピード4倍 複数枚同時レンダリング

「IT導入補助金2024」について、製品についてなど、お気軽にお問い合わせください

TEL **06-6120-4007** 受付時間 9:00~20:00 (日・祝を除く)

専用ハガキ 別添の専用ハガキをご利用ください

WEB **イオグランツ** <https://eog.co.jp/>

創業22年・数々の受賞実績が「信頼」を証明!



## 株式会社イオグランツ

本社:大阪市中央区久太郎町3-1-29 本町武田ビル9階  
名古屋支店:名古屋市中区錦2-18-5 白川第6ビル3階  
埼玉支店:さいたま市浦和区仲町1-12-1 カタヤマビル4階



# TOSTEM



今の日本は、最適な窓を選んでいるのか。

100周年を迎える私たちは、未来につながる窓を考え直しました。

断熱性能のみを追及し続けると、未来の窓は小さく閉鎖的な家になるのではないか。

日差しを取り込み自然とつながることが、より健康で快適な暮らしにつながるのではないか。

長く使い続けること、リサイクルができることが地球の未来につながるのではないか。

100年先の未来につなぐために、私たちができること。

「今」も「未来」も、日本に最適な窓を。

GREEN WINDOW

GREEN  
WINDOW



## 注文住宅氷河期の到来

# 「ニッチカ」強化で生き残れ!

物価上昇しても収入は増えない時代。大借金をして家を建てる人は減る一方。わずかに残った高収入かつスマートな見込み客に我も我もと群がり大混戦。そんな時代に押し潰されないための強い力が「ニッチカ」。異業種の取り組みをヒントに、ニッチカを最高レベルに高めよう。

文：大菅 力

### 「注文住宅氷河期」の要点を60字で拾い読み

注文住宅が冷え込んだ結果、	①競合数が増加	20
、	②市場成長率が低下、	40
③住宅の差別化要因		
が効かない、	となり価格も上げにくい状況に	60

**ケンジ** 注文住宅市場は冷え込むばかり。当然、競争は激化するわな

**松太郎** まったくだね。一般に市場競争が激しくなる原因は表1のように言われるけど…

### 表1 価格競争が激しくなる要因

- ①競争企業の数が多い → 企業規模と商品力や営業力が同等 → 競争企業が多数かつ  
経営資源の質や量が同等
- ②産業の成長率が低い → 椅子取りゲームになる
- ③製品の差別化が効かない → どの商品でも得られる結果に差がない

**ケンジ** 全部が注文住宅市場に当てはまるな。退場したくなるな

**松太郎** それができるならそれも手だろうね

**ケンジ** …いつになく辛口だな (俺とキャラかぶる…)

**松太郎** 今の不況はそれくらい深刻だ。特に多くの中小工務店は事業戦略の見直しが必要だろうね

**ケンジ** なぜ中小工務店は特に厳しいの？

**松太郎** まずは表2のつくり手別の顧客属性から見てみよう

### 表2 住宅会社の種別と顧客の収入

- ①建築家の主な顧客：富裕層 (市場占有率：小)
- ②大手ハウスメーカーの主な顧客：準富裕層 (市場占有率：中)
- ③中小工務店の主な顧客：一般層 (市場占有率世帯数：大) ←激減
- ④大規模工務店 (ビルダー) の主な顧客：準低所得層 (市場占有率：大) ←激減

**松太郎** 昨今の不況で最初に家を建てなくなったのが表2の③、次いで④だ

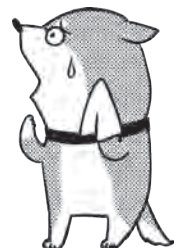
**ケンジ** 中小工務店のメイン顧客である一般層が激減しただけでなく、少し遅れてローコストも需要が減ったよな

今や注文住宅の顧客が準富裕層と富裕層に集中している。  
状況はかなり厳しくなっているよ

**ケンジ** 打つ手がなさそうだな。やっぱり退場するか

**松太郎** それができるならそれも手だろうね

**ケンジ** …それはもういいって (気に入ってるのか?)



「ニッチ商品とはなにか」の要点を60字で拾い読み

今	ま	で	の	「	な	ん	ち	ゃ	っ	て	ニ	ッ	チ	商	品	」	を	脱	却
し	て	、	大	手	や	競	合	と	争	わ	な	い	本	格	的	な	ニ	ッ	チ
商	品	の	開	発	や	ニ	ッ	チ	市	場	の	確	立	に	力	を	入	れ	る

20  
40  
60

- ケンジ 現状は大体わかった。今後に向けてどうすべきなんだ？
- 松太郎 本格的なニッチ商品、ニッチ市場の開発に向けて動くべきだろうね
- ケンジ ニッチ商品？ それくらいは取り組んでいるんじゃない？
- 松太郎 表3のレベルならね。これをニッチ化と言うにはかなり弱いね

表3 工務店の一般論なニッチ化

- ①特定の志向に専門化する：平屋や高性能、自然素材、大工、デザイン住宅など ←切り口は各社共通
- ②特定の予算に専門化する：ローコストや富裕層向け ←既存顧客に合わせているだけ

- ケンジ 確かにそうだな。というより住宅の商品を整理すると、たった2項目に集約されるんだね
- 松太郎 しかも表3の②は、顧客の属性が準富裕層と富裕層、かつリテラシー高めに絞り込まれた昨今だと無意味だしね

多くの工務店が客のざっくりとした志向に合わせた家づくりをしているのか

- 松太郎 もっと根本的にニッチ商品やニッチ市場の開発が必要なんだよ
- ケンジ となるとニッチ市場そのものをまずは理解しないと
- 松太郎 一般には表4のように考えられているね



表4 ニッチ市場に求められる条件

- ①適度な規模と購買力（大手が無視かつ利益が得られる規模） ←多くの工務店がハウスメーカーなどと被っている
- ②潜在的な成長率
- ③経営資源の独自性が発揮可能 ←ほぼ重視されていない

- ケンジ 内容には全部同意だな。だけど表3程度の取り組みだと表4の項目はまったく満たせないな
- 松太郎 そうなんだよ。まず表4の①だけど、工務店の顧客は大手ハウスメーカーと完全にかぶっているよね
- ケンジ 表4の②について考えている工務店は少数だしな
- 松太郎 表4の③も厳しい。表4の③はそもそも経営資源に独自性があることを前提としているからね

経営資源というとヒト、モノ、カネ、情報が。そこに独自性がある工務店はそれほど多くないな



- 松太郎 というより経営資源は普通そのまま、仕組みやDXでなんとかしようと考えている工務店のほうが多いだろうね
- ケンジ ニッチ商品を開発する前提を整理すると、いろいろ見えてくるな。今までの対症療法だと生き延びられないぞ

「住宅分野はニッチ市場が不在」の要点を60字で拾い読み

今	の	住	宅	市	場	で	正	し	く	ニ	ッ	チ	企	業	と	言	え	る	の
は	、	性	能	向	上	リ	ノ	ベ	ー	シ	ョ	ン	の	専	門	店	程	度	。
大	手	が	参	入	で	き	な	い	理	由	を	す	べ	て	備	え	て	い	る

20  
40  
60

- ケンジ ニッチ商品とかニッチ市場に話を戻すけど、じゃあ大手が無視する市場ってどんなもの？
- 松太郎 一般的には次頁表5のように言われている

## 表5 大手が市場を無視する理由

- ①市場規模が小さい ②顧客ニーズが特殊 ③市場動向が不透明

**ケンジ** この分析は納得だ。こんな時期に元気のいい工務店はこの項目を押さえているしな

**松太郎** 注文住宅の分野では「表5の①=表5の②」と考えられる。ニッチ商品を開発するときに②をどう掘り起こせるかが大事だね

**ケンジ** 高性能とか自然素材、デザイン住宅くらいだとざっくりしすぎていて駄目だということだな

**松太郎** その通りだ。では次に市場に大手が参入できない理由を考えてみよう。それは表6のような理由になるね

## 表6 大手が参入できない理由

- ①市場が専門化（習熟効果が効く） ②ニッチ企業の製品の選好度が確立 ←性能向上リノベが  
③ニッチ企業が原料や技術、チャンネル、人的資源などの絶対的な障壁を築いている これらを満たす

**ケンジ** 表6の①～③を満たしている場合、ニッチ企業が先行者として地位や流通、技術を築いていることになるな

**松太郎** これをできている工務店は少数だね。わかりやすいのは実績の長い性能向上リノベーションの専門店くらいだ。「リノベもやろう」ということは「ニッチを強化しろ」ということなんだよ

性能向上リノベは表6の①～③のすべてを満たしているな。  
リノベ専門店はニッチ市場創出のお手本でもあるんだな



### 「ナノ工務店はニッチ企業」の要点を60字で拾い読み

ニ	ッ	チ	企	業	と	な	っ	て	生	き	残	る	に	は	、	大	手	が	模	倣	で	き	な	い	商	品	力	、	営	業	力	を	身	に	つ	け	て	、	大	手	が	無	視	し	て	い	る	市	場	を	占	拠	す	る	必	要	が	あ	る
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

**松太郎** これらを踏まえて、今度は企業のほうから問題点を見ていこう

**ケンジ** ニッチ企業の条件ってことだな。より傾向が明快に出そうだな

**松太郎** すごくシンプルになるよ。表7がその条件だ

## 表7 ニッチ企業の条件

- ①大手が無視している市場を占拠（大手だと採算が合わない）  
②大手が模倣できない商品力／営業力（経営資源や戦略の独自性が高い）

これからの中小工務店は少なくとも  
表7の①②を満たしているのが理想なわけなんだな



**松太郎** 現状でも元気のある工務店は、戦略的に行動していなくても、結果的にこれらを満たしているよな

**ケンジ** 次に考えたいのが時間軸を加えたときだ。仮に企業が表7を満たしたとして、それをどう維持すればいいのかな

**松太郎** いい質問だね。それをまとめたのが表8だ

## 表8 ニッチ企業がとるべき戦略

- ①市場規模を大きくしない ②売上規模を大きくしない ③利益率を高くしない  
④市場成長率を高くしない ⑤売上変動を吸収する方策を確立



## 林業と自然環境を、同時に考える。

チャンネルオリジナルは、世界遺産の島屋久島で有効活用されないままとなっていた人工林の活性化を通して「林業と生物多様性の源である森林の両立」＝「自然環境との共生」を目指した取り組みを2015年から行っています。島内で一次加工を担う製材所の設立・運営をはじめ、島外の加工所と連携を図りながら、人工林で育った杉の活用を進めてまいりました。

その杉の名は、屋久島地杉（やくしまじすぎ）といいます。

ひと月に35日も雨が降るといわれるほど降水量の多い特異な環境で育った屋久島地杉は、高い油分と独自の含有成分バランスによる優れた耐久性・耐候性が特徴です。この強みを活かした構造材やデッキ材、艶のある木肌の美しさが引き立つ床材や羽目板、さらにお客さまのご要望に沿ったカスタム製品開発まで、様々なニーズへの対応が可能です。

素材も、林業も、自然環境も。

わたしたちはこの取り組みを通じて、森とお客さまとの繋がりを創造します。

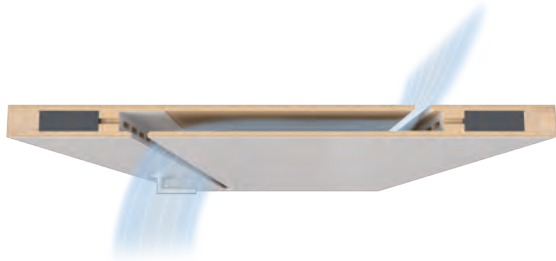


「屋久島地杉プロジェクト MOVIE」  
ぜひフルスクリーン、音有りでご覧ください。

**Yakushima  
Cedar  
Project**







特徴1 AIRFLOW PATHWAY  
ドアそのもので通気経路を確保



特徴2 SOUND PRIVACY  
優れた吸音性能

## 空気環境のことも、考える。

チャンネルオリジナルは、自然素材と世界標準の省エネルギー建築に必要な設備・製品のご提案を通して「エコロジーとエネルギーを両立する住宅」＝「グリーンビルディング」の広がりを目指した取り組みを 2013 年から行っています。温熱環境に関わる商品提案を続けながら、2021 年には室内の空気環境を改善するプロダクトの販売をスタートいたしました。

その名も、通気室内ドアの VanAir（ヴァンエアー）です。

ドアの両面に設けたスリットによって、一般的なアンダーカットドアよりも約 2 倍の通気量を有しているため、これまで換気が難しいとされてきた居室間の空気環境を飛躍的に改善します。また、吸音性能を持ちあわせているため、十分な換気量を確保しながらプライバシーを守ることも可能です。

素材も、温熱環境も、空気環境も。

わたしたちは家づくりのすべてをサポートいたします。



「換気比較実験レポート」  
VanAir の優れた通気性能を可視化しました。

換気と吸音を叶える新発想ドア

**VanAir**



ケンジ これもいくつかのナノ工務店の顔が浮かぶ内容だな

松太郎 ニッチであることの優位性を保つには、大きくしないことは重要な戦略だからね

ケンジ この業界のベンチマーク工務店は規模が大きめのところが多いけど、ナノ工務店もベンチマーク対象になるんだな

注文住宅氷河期は過当競争の時代。適者生存の原則に忠実なほど強い。その方針を徹底しやすいのがナノ工務店だよ



「異業種から学ぶ重要性」の要点を60字で拾い読み

新たなニッチ商品を開発する場合、工務店を	20
ベンチマークするだけだとありきたりになる	40
。異業種のニッチ市場の捉え方が参考になる	60

ケンジ 一般論はつかめたけど、どうやってニッチ商品、ニッチ市場をつくり出し、どうやってニッチ企業に変わればいいのか

松太郎 大事なのは需要や市場の見方だね。注文住宅固有のマーケティング的な分類で議論してもニッチな需要はつかめない

ケンジ そんな気はする。今までみたいに業績のいい工務店をベンチマークしてるだけでは駄目だろうね

松太郎 それだと性能向上リノベーション専門店など、わかりやすいモデルに収斂(しゅうれん)してしまうね

ケンジ 新たなニッチ商品、ニッチ市場をつくり出す場合には最適ではないわけだね。とはいえ考え方のお手本がほしいな

それが異業種だね。異業種のニッチ企業のニッチ市場の押さえ方を見ることで、ニッチ市場の創出のヒントになるよ



ケンジ なるほどね。まずはどのへんを見ればいいのか

松太郎 住宅や建築に近いところで、異業種同士の境界かな

ケンジ たとえば不動産とか？

松太郎 そうだね。後は市場と呼ぶと不適切かもしれないが、まちづくりもその1つだね

ケンジ 48頁から紹介するH&A brothersの事例が参考になりそうだな。建築と不動産、まちづくりを複合化させている

松太郎 まさにニッチ企業で本当に参考になるよ

ケンジ 具体的に言うとどのへん？

まちづくりというか野そのものがニッチをということだ。  
41・42頁の表4-1 復興建設(SUDC)の6項目をすべて音んでいる  
伊達市]



ケンジ 中小工務店とまちづくりは相性がいいのかな？

松太郎 昔はね。今の多くの工務店は新築事業に最適化させているから、相性はそれほどよくないよ

ケンジ まちづくりはニッチな仕事を生み出しやすいという話だけど、どんな仕事をイメージすればいい？

松太郎 大事なのはまちづくりの当事者になることだね

ケンジ …話が核心に近づくと話が抽象的になるな。怪しいコンサルみたいだな

「まちづくりを仕事につなぐ」の要点を60字で拾い読み

まちづくりを仕事に生かすには、まずは勉強	20
会に参加して知識を習得。次に行政のまちづ	40
くり事業に当事者として関わり、情報を得る	60

松太郎 別に煙に巻くわけじゃない。もう少し説明するね。前述したように、まちづくりは純粋なビジネスの場ではないよね

ケンジ 新築やリフォームの業界とは違うよな。こちらは旗を上げて受注すれば自動的に当事者になれるけど

松太郎 そこなんだよ。まちづくりは「起業＝当事者」にはなれないんだよね

ケンジ わかりにくいな。当事者になるってどういうことなの？

松太郎 まちづくりは行政が中心になって進める。民間と民間が直接つながる一般ビジネスとはそこが違う

ケンジ むしろ民間同士のビジネスからこぼれた需要というか「お困りごと」が取り組む対象だよな



その通り。だからこそ「丸ごとニッチ」なわけだ。そのニッチの詳細、すなわち「需要＝お困りごと」を知るには行政と接点をもつ必要がある

ケンジ それが当事者になるということか。確かに「お困りごと」を役所に問い合わせても教えてくれないよな。で、どうすれば当事者になれる？

松太郎 まずは勉強会に参加することだ。住宅に関わる分野なら空き家とか中心市街地活性化とかのテーマがいいね

ケンジ そのあたりはどの地方都市にも共通するテーマだな

松太郎 繰り返し勉強会に参加して、その分野に関心がある人たちと人脈をつくっていくといいよ

ケンジ 地道な作業だな。とはいえ、その分野にある程度詳しくないと仕事に発展させることはできないだろうしな

松太郎 参加してその分野の情報に触れていると、ニッチな仕事のアイデアが出るようになるよ

ケンジ どんな情報が得られるの？

松太郎 A地区には状態のよい古民家の空き家があるとか、B地区だと大学に近い場所に空き家があるとかね

ケンジ なるほどね。不動産市場に出てこないお宝物件に出合えたりするわけだ

松太郎 今の空き家物件の話で注意したいのは、よい物件と出合えてもそれを自分が扱えるわけではないということ

ケンジ 所有者がいるもん。それを行政の信頼を使って説得して活用の方角にもっていくわけだな

それらの地ならしが終わって、行政から活用提案や改修、運営などを委託されればビジネスになる



長い道のりだな。格好いい写真を撮ってSNSで毎日投稿するほうがよっぽど楽だな

松太郎 それで顧客がくるならそのほうがいいよね。まちづくりはリアルな付き合いが中心だから効率はよくないよ

ケンジ でも、これからは「紋切り型の新築企画＋ウェブマーケティング」だと家は売れなくなっていくわけだしな



### 「まちづくりで役立つ技能習得」の要点を60字で拾い読み

まちづくり活動から得た情報を事業化するに	20
は、それに先立って自分でリノベ店舗などの	40
事業を手がけ、ニッチな技能を獲得しておく	60

ケンジ 話を戻すけど、行政から空き家活用などの仕事を委託してもらうには？

松太郎 その分野の技能と実績だね。その事業に必要な法的資格を備えているほか事業企画や工事、運営などの技能と実績が必要だ

ケンジ 実績？ まちづくりのビジネスの種は「お困りごと」だから、最初は誰もそれをビジネス的に解決した実績はないでしょ

松太郎 言いたいことはわかる。行政から委託されないと得られない仕事の実績をどうつくるのかってことだよな

ケンジ そうそう。そういうこと

松太郎 それは当事者になるしかない

ケンジ また当事者か。まちづくり分野のキーワードだな

松太郎 自分ごととして関わるのがまちづくりの基本だからね。金銭でつながる民間のビジネスとは少し違う

ケンジ ここでいう当事者ってというのはどういうこと？

松太郎 物件オーナーとか店舗やイベントの主催者になることだよ

# IT導入補助金でお得にDX

注文分譲クラウドDXのご導入で

最大 **450** 万円の補助

※ IT導入補助金2024 通常枠で申請する場合の上限金額です

## 補助対象

- ご利用料金 (最大2年分)
- 初期費用
- 研修費用 等

## 注文分譲クラウドDXとは？

顧客管理から見積もり、実行予算、発注、アフターフォローまでクラウド上で一元管理できる基幹システムです。住宅会社の業務を標準化・効率化して、働きやすい職場づくりを後押しします。

住宅会社向け基幹システム

注文分譲クラウドDX



### ▼業務の一元管理・ペーパーレス化に



顧客管理



商談管理



見積作成



契約管理



実行予算



電子受発注



原価管理



アフター管理



タスク管理



詳細情報



株式会社 **ダイテック**

クラウド営業部 東京事業所

〒140-0013 東京都品川区南大井 6-16-19 大森MHビル 4F TEL: 03-5762-8660

H&A brothers について知りたい人は本誌62頁を読んでください。ほかの事例もこの項と同じく、前半が解説、会社紹介が後半になっています

# 01

異業種

## H&A brothers から 異業種を複合化する手法を学ぶ

不動産・建築・まちづくり業 / H&A brothers

H&A brothers は兄の半田啓祐氏と弟の半田満氏の兄弟で運営する会社。まちづくりから不動産管理、店舗内装など幅広い分野で事業を行っている。同社独自の活動について、半田啓祐氏と半田満氏の両名に取材。住宅ビジネスへの生かし方とともにまとめた。

|取材協力| H&A brothers 半田 啓祐・半田 満 |取材・文: 大管 力

### H&A brothers のすごさを60字で学ぶ

集	合	住	宅	の	入	居	率	改	善	の	な	か	で	生	み	出	し	た	コ
ミ	ュ	ニ	テ	ィ	化	手	法	や	D	I	Y	リ	ノ	ベ	手	法	を	用	い
て	、	ま	ち	づ	く	り	関	連	の	建	築	企	画	に	広	げ	て	い	く



H&A Apartment  
の周りにはぎやかだな

建物とまちが繋がった効果だね



ここを学べ!

まちづくりと不動産、  
建築をまたいで活動

学びのポイントを60字で

建	築	と	不	動	産	を	包	含	す	る	ま
ち	づ	く	り	に	関	わ	る	こ	と	で	、
両	者	が	つ	な	が	り	や	す	く	な	る
。	ま	ち	づ	く	り	自	体	は	収	益	に
な	ら	な	い	が	重	要	な	取	り	組	み

まちづくりは行政やNPOなどに個人として参加する人が多い

つまり  
こういうこと

- H&A brothers (以下、H&Ab) はまちづくりと不動産、建築をまたいで活動。啓祐氏が不動産、満氏が建築の仕事を主に担う
- そのなかで思い入れが強いのがまちづくり。久留米移住計画の中核メンバーとして長らくイベントなどに関わっている
- 最も利益にならないのもまちづくり。ただし、まちづくり活動を振り返ると、ビジネス面でのメリットも得られている

ここを学べ！  
まちづくりは利益を生まないが  
つながりをつくる

学びのポイントを60字で

まちづくりとは、まちの問題を解決していくこと。このような取り組みに価値を見出せる人たちは、ビジネス的にも優秀な傾向がある

まちの問題は継続的な取り組みになりやすく、人脈が広がっていく



久留米移住計画のセミナーだな



まちづくりの取り組みは継続すると信用を生むね

- まちづくりというのは行政が中核になって行う非営利な取り組みだ。その関連業務を民間に委ねるのが最近の傾向だ
- 民間委託の対価は知れており、深く関わるほど収支は合わない。一方で地域で活発に動いている有力者とつながれる
- 有力者は常にコミュニティ活性化につながるビジネスに関わっている。彼らと関係ができると仕事に発展しやすい

つまり  
こういうこと



賃貸住宅オーナーと職人のリノベ打ち合わせだな



家主

家主の勉強会を経てH&Abに依頼したそうだ

ここを学べ！  
まちづくりのつながりは  
仕事を生み出す

学びのポイントを60字で

「まちづくり的な仕事」は非常にニッチで、まちづくりの現場にいないと情報が得られない。まちづくりに関わりを続けることが重要

情報を事業化するには多様な技能が必要。技能がないと仕事が目の前を流れていく

- まちづくりというのは場をつくるあらゆる職種が必要になる。まちづくりに関わる人は必然的に多方面の人脈を求める
- 上記よりまちづくり当事者は職種や立場は違ってても例外なく顔が広い。その彼らとつながるのは営業的な利点も大きい
- ただし、まちづくり関連で仕事になるのは、行政による民間委託部分ではない。まちづくり的な性格を帯びた民間の仕事

つまり  
こういうこと



H&Abが手がけた  
プレツェル屋だな



まちづくり関連の知人  
からの依頼だとか



ここを学べ！  
「まちづくり的」な仕事で  
収益を確保する

学びのポイントを60字で

まちづくり的12  
な仕事はたく  
さんある。た24  
だし、それぞ  
れの仕事は非36  
常にニッチな  
ので、実際48  
に事業化するに  
は特有の技能60  
が必要になる

まちづくり的な仕事の例が空き家対策。DIYリノベ  
や空き家仲介など、ニッチな経験と技能が必要

- 「まちづくり」と「まちづくり的」な仕事は異なる。前者の仕事は空き家で店をやる人を見つけること。主体は行政
- 後者の仕事は、前者で発掘した店を始める人の店舗内装。主体は民間。前者に関わらないと後者の情報は得られない
- H&Abの店舗内装系の仕事の多くは、まちづくり活動で得たつながりから得ており、まちづくり的な仕事と言える

つまり  
こういうこと



プレツェル屋のショーケースまわり。施工は後述するBASEの職人が中核になっている



プレツェル屋の客席背面の壁はテクスチャペイントが塗られている



テクスチャペイントはオーナーが中心となりDIYで仕上げられた



H&Abの手がけたカフェの内観。住宅をリノベーションした。奥の壁に床の間の雰囲気が残っている



カフェの営業中の様子。既存の欄間付きサッシを生かしている



カフェの外観。デッキを新設して内外のつながりを強めた

JSP

限界を超越した断熱性能

ST7フォーム

押出法ポリスチレンフォーム  
JIS A 9521 (XPS3aD)

熱伝導率  
**0.022**  
W/m・K (23°C)

建材トップランナー制度対象製品

押出法ポリスチレンフォーム断熱材  
2030年度目標値0.03036W/(m・K)

ZEH ゼロエネルギーで、暮らそう。

「高断熱性能」と「効率化」を  
望むなら、この組み合わせ!!

ムダなくスッキリ効率的な  
施工を実現!!

対応製品 ST7フォーム & ST7フォームA  
大引間割付断熱工法

CADデータ対応!!  
「CEDXM」、「DXF」形式

必要なだけの「断熱材」を  
プレカットしてお届け

詳しいお問い合わせは

株式会社 JSP

建築土木資材事業部

www.co-jsp.co.jp

〒100-0005 東京都千代田区丸の内3-4-2(新日石ビル)  
TEL 03-6212-6363 FAX 03-6212-6369

札幌 011-231-2681 大阪 06-6264-7903  
仙台 022-262-3271 広島 082-568-0566  
名古屋 052-962-3225 福岡 092-411-6854

ダクトレス  
熱交換換気システム

今秋発売予定

せせらぎ® S400

常にクリーンな空気を循環させて、  
すごしやすい室内環境を維持しつつ、  
冷暖房の効率低下を防ぎ  
省エネに貢献します。



岡山県岡山市M様邸

新潟県新潟市A様邸

「せせらぎ®」S400は、一般住宅、賃貸マンション、そして大型施設を含む、室内の空気質を向上させる効果的なソリューションをお求めの方、同時に熱交換換気システムによりエネルギーとコストの削減を望むすべての方に適しています。

エネルギークラスA+  
熱交換効率は93%(最大時)

低消費電力:1.6W  
年間電気料金:約200円

静音設計:9.2dB(A)(風量レベル1)  
木の葉の擦れる音より静か!

風量:80m3/h  
少ない設備投資で導入可能

室内空気質の向上:  
CO<sub>2</sub>・湿度・臭気の効率的な低減  
危険なカビの発生を防ぐ

GOOD DESIGN AWARD 2017  
2017年に当社は品質マネジメントの国際規格「ISO9001:2015」を全社で取得しました。

パッシブエネルギー・ジャパン株式会社

03-6433-2831

〒140-0001 東京都品川区北品川3-6-13 FAX:03-6433-2839  
Mail: otoiawase@passivenergie.co.jp URL: http://www.passivenergie.co.jp

PASSIV ENERGIE JAPAN

現場発泡ウレタンフォーム断熱材  
フォームライトSL®

断熱等級  
最高水準7  
に対応

UA値  
0.23  
実現

高気密・高断熱住宅には  
フォームライトSL®で  
快適な暮らしを。

Smart & Long life



マッシュマロ断熱の特長

- 1 高気密・高断熱で  
気になる光熱費も削減!
- 2 空気の泡で  
隙間のない高気密施工!
- 3 2日以内の  
スピード施工が可能!

詳しくはコチラ



BASF INOACポリウレタン株式会社



ここを学べ！

## リアルでのつながりは SNS 効果を軽く超える

学びのポイントを60字で

ま	ち	づ	く	り	に	長	年	取	り	組	む	12
と	、	多	く	の	顧	客	が	リ	ア	ル	の	24
知	り	合	い	に	な	る	。	ウ	ェ	ブ	マ	36
ー	ケ	テ	ィ	ン	グ	に	よ	り	、	新	規	48
顧	客	を	獲	得	す	る	必	要	が	な	い	60

建て主DIYを必ず組み込むなど、通常と違う  
取り組みの説明のみホームページにあればいい



お互いを知っていると計画もまとまりやすいね

- まちづくり有力者たちはウェブでの本業の発信が極めて少ない。理由はウェブで見込み客と知り合う必要がないためだ
- H&Abの場合、店舗内装の見込み客はリアルで直接つながっている人か、共通の知り合いがいる人がほとんどだ
- 会う前にお互いを理解しているため、ほぼ受注する。見込み客がリアル起点になるとウェブマーケティングは不要になる

つまり  
こういうこと

久留米市から依頼された空き家調査だ



ここから空き家リノベに発展するんだね

## ここを学べ！ まずはまちづくりの輪に入る ことが重要

学びのポイントを60字で

ま	ち	づ	く	り	人	脈	と	つ	な	が	る	12
に	は	、	建	築	や	不	動	産	の	技	能	24
に	加	え	、	ま	ち	づ	く	り	に	特	有	36
の	D	I	Y	や	空	き	家	、	移	住	に	48
関	連	す	る	経	験	が	あ	る	と	よ	い	60

最初は勉強会など学ぶ側から関わる。次にまちづくり  
イベントなどの主催を経験。徐々に中心的存在に

- まちづくりから人脈を得るには、その輪に入る必要がある。それにはまちへの思いが重要。ビジネス意欲だけでは続かない
- H&Abの場合、久留米移住計画という移住促進ツアーやセミナーを長年主催。近年は同市の委託で空き家調査も実施
- 上記は空き家対策に関わりたくて長年発信した成果。そこから発展して1棟の空き家を学生向けシェアオフィスに再生

つまり  
こういうこと



マルシェは年2回程度やってるね



積み重ねた経験値は強みだね

ここを学べ！  
まちづくりは取り組み  
当事者になることが大事

学びのポイントを60字で

まちづくり的ビジネスの具  
現化には特殊な技能が必要  
。それらは当事者となり学  
ぶしか身につかない。マル  
シェであれば主催者になる

主催前には、いくつものマルシェに足を運び、  
出店し、話を聞いて学ぶ

- H&Ab はまちづくりに関わることで建築や不動産の仕事を得ている。それは、コミュニティ化などの技能があつてのこと
- コミュニティ化とは、賃貸住宅の住人同士や集合住宅の住人と近隣住人の良好な関係性をつくり上げることを指す
- H&Ab はコミュニティ化の手法を、父親の集合住宅の入居率回復の取り組みや集合住宅の敷地でのマルシェの実践で学んだ

つまり  
こういうこと

ここを学べ！  
会社の売り上げは  
新規ビジネスで伸ばす

学びのポイントを60字で

まちづくり的な仕事の案件  
は多い。それらを事業化す  
る技能を1つひとつ身につ  
けて、毎年1件程度の小さ  
な新規事業を立ち上げる

まちの問題をビジネス的なかたちで解決できる  
能力の高いソーシャルビジネス会社に成長できる

見  
学  
会

空き家活用の取り組みから  
生まれたリノベ案件だね

**学生シェアハウス** 入居者募集

暮らしながらともに学ぶ。シェア圏内で繋がる。学外に活動が広がる。学生時代にたくさんの出会いと経験を重ねてみませんか。建物は平屋の一軒屋、個室3部屋と共用のダイニングキッチン、リビング、庭付き。敷地に隣接するシェア圏内では庭活ラボメンバーに交じって野菜づくりも体験出来ます。

<こんな学生さんにおすすめ>

- ・ 共同生活に興味がある
- ・ DIY やリノベーションに興味がある
- ・ 色々な世代の人たちと交流したい
- ・ 色々な働き方を体験したい

**庭活ラボ** 会員募集

庭をつまく活用することで暮らしがもっと楽しくなる。庭活ラボは「ウメコワ」の一室を拠点とし、庭の活用を考え実践する「緑」が好きな人の

<こんな方におすすめ>

- ・ 自宅の庭の活用に悩んでいる方
- ・ 菜園を使って野菜を作ってみたい方

学生向きシェアハウスになるようだね

つまり  
こういうこと

- H&Ab の建築分野の売り上げは読みやすい。管理物件の退去率から住戸のリノベ件数が予測でき、店舗内装も実績から読める
- 不動産管理も安定した売り上げとなる。ではどの部分で成長するのか。それがまちづくり的な新規ビジネスである
- ニッチなまちづくり的な案件は多数あるが、技能不足で手を出せないものが多い。少しずつ技能習得を進めて事業化する

ここを学べ!

## 小コミュニティの形成には リノベよりDIY

学びのポイントを60字で

都市部では**個性的な部屋に**  
**リノベすれば家賃回復が可**  
**能。一方、郊外では個性的**  
**な部屋は入居者に避けられ**  
**る。当然、家賃も据え置き**

DIYで壁の色や棚を自由にできるくらいが  
丁度よい



H&A Apartmentの  
DIYリノベの様子だね



原状回復程度まではDIY費用は大家持ちなのか



- ここからH&Abが父親の集合住宅(H&A Apartment)の入居率改善で有効だった手法を見る。まずはDIYリノベ
- 入居者は自由に壁を塗り、棚を付ける。DIY予算は原状回復程度。新規住人のDIYを既存住人が手伝うように仕向ける
- 郊外では部屋をリノベしても家賃は上げられない。DIYは空間刷新の効果はそれほど大きくないが、確実に入居に結びつく

つまり  
こういうこと

### 久留米市の賃貸住宅におけるリノベーションの評価

- ◆2年で約7室をリノベーション
- ◆投資300万円前後に対してUP家賃0~3,000円

家賃が上げられない!

というも...

福岡市の人口 約160万人  
 久留米市の人口 約30.5万人

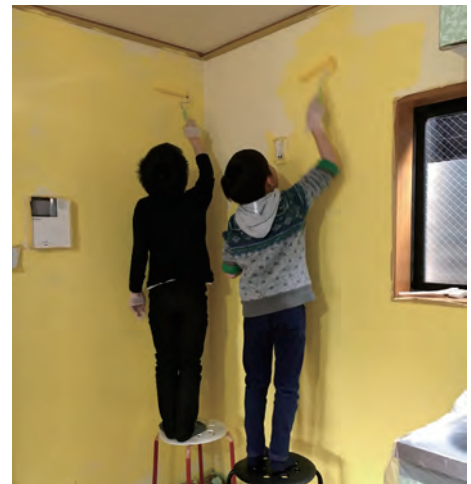
福岡市と市場規模が異なる

賃料をローンとして払えば新築が建つ

リノベーションは効果的ではない!



注 写真は「地域性を活かしたデザインがあつまる団地リノベーションプロジェクト」  
(コーポ江戸屋敷)



塗装はDIYで実施



H&A Apartmentの費用を抑えたDIYリノベ例。壁をDIYで塗装し、キッチンの収納扉にカットिंगシートを貼った

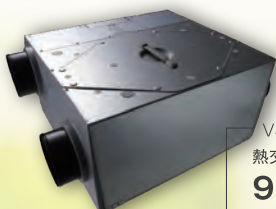


壁の一部にガチャ柱を埋め込み開放棚を設けた

すばらしい換気



24時間換気システム  
**sumika**  
澄家



VS90  
熱交換率  
**90%**

室内の空気を排気し、新鮮な空気を取り入れる。そんな当たり前に必要なことをsumikaは24時間365日働き続けます。

排気する空気から熱と湿度を取り戻す「熱交換システム」で高い省エネ性。「床面排気」で、ハウスダストや花粉も吸い取る。特殊な給気経路「給気ダクトレス」でダクトの汚れは気にならない。「フィルター」はメンテナンスしやすい工夫をほどこす。

大切なあたりまえに+αの「すばらしい換気」をお届けするために、マーベックスでは日々研究開発が行われています。

詳しい内容は  
ホームページをご確認ください。



**MAHBEX**

本社

〒579-8013  
大阪府東大阪市西石切町1丁目11-30  
新石切駅前ビル5階  
TEL: 072-943-1825  
FAX: 072-943-1826  
mail: info@mahbex.com

営業所

大阪/東京/九州/名古屋/仙台/広島

外壁・屋根を  
最高級の  
プレミアム仕様で

エスケー  
プレミアム無機  
シリーズ



エスケー  
プレミアム無機

一液水性 外壁用



エスケー  
プレミアム無機マイルド

二液弱溶剤 外壁・鉄部用



エスケー  
プレミアム無機ルーフ

二液弱溶剤 屋根用

建築仕上材の総合メーカー  
**エスケー化研株式会社**  
SKKAKEN 本社: 大阪府茨木市中穂積3丁目5番25号 ☎072-621-7733

詳しくはホームページをご覧ください  
<https://www.sk-kaken.co.jp>



好評発売中

## 伊礼智の 住宅設計作法 シリーズ

伊礼智の住宅設計作法III  
心地よさのものさし

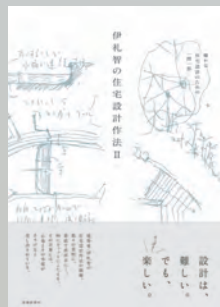


自身の設計について文章・イラストともに書き下ろした一冊。近年の住宅設計では欠かせない「性能と意匠」を両立させた8軒の住宅を、写真と図面、ポイント詳細図、性能まで紹介。

A5判・192頁  
定価: 3,080円 発行: 2021年1月



伊礼智の住宅設計作法II



数々の質問に素直で真面目に、時にウィットにこたえる。その言葉には心地よさの本質がさりげなく差し出されている。その居心地よさを生み出すための住宅設計作法とは…。Q&A形式でわかりやすく解説。

A5判・280頁  
定価: 2,970円 発行: 2017年10月



伊礼智の住宅設計作法  
小さな家で豊かに暮らす



住宅設計のスタンスとプロセスを、豊富な写真と図面とともに解説した、作品集でもなく図面集でもない、まるで対話しているかのように設計の基本が学べる新しい住宅設計の教科書。

Kindle版のみ  
定価: 1,600円 発行: 2020年4月



お問合せ 新建新聞社 住生活メディア事業部  
support@shinkenpress.co.jp

# 彩木<sup>®</sup> AYAGI

## ガーデンデッキ

NEW

# DGX

原価高騰で従来の彩木デッキDGの  
原価が上がる中構造を見直し、  
DGより10~15%価格を抑えました。

板材は193mmの幅広になり、油污れも落ちる  
防汚性、耐候性も大幅にアップした新デッキです。



### 彩木の5つの特長

- 特長1 型枠成型で天然木の質感と手触りを再現
- 特長2 彩木は熱さを感じにくい素材です  
※中でも白茶色は表面温度も上がりにくいため、30℃直射日光時でも  
様定で歩けます
- 特長3 優れた耐候性で20~30年後も使い続けられる
- 特長4 割れやささくれが無く安心安全
- 特長5 水を含まないので腐らない



サンプルプレゼント  
“木の質感”を他社と  
比較してみてください!!

詳しくはこちら



製品のお問合せは

## MINO 株式会社

(業務センター/平日 8:30~17:30)

TEL 042-700-0099

<https://nuan.jp/> MINO 検索

## 多機能耐震パネル

# タフボード

4号建物・許容応力度  
計算可能!

国土交通大臣認定  
《国住指第2867号》



タフ900  
壁倍率  
4.5倍

タフ600  
壁倍率  
3.8倍

タフ455  
壁倍率  
3.5倍

売れてます!!

近日発売! 乞うご期待!



簡単に「立ち」「対角」が出せる!  
水平構面にも使える!

# タフトライ

### 代理店募集

※権利金、保証金、加盟金不要

株式会社 **ビスダックジャパン**

〒587-0022 大阪府堺市美原区平尾2392

TEL.072-361-8880

FAX.072-363-0376

タフボード

検索

<https://www.visdac.co.jp/>

# 動画で学ぶ 手描きパース 初級講座

講師

一般社団法人 日本パーステック協会  
会員・協会認定講師  
藤田 享氏

26本の動画収録 (約7時間)



手描きパース初級講座 USBメモリ版  
新建ハウジング特別価格 55,000円 (税込)

動画形式: MP4・WMV

資料: PDF (36P)

付録: パース検定2級・3級公式テキスト  
(一般社団法人 日本パーステック協会 発行)

お問い合わせ

新建ハウジング

TEL.026-234-2215

新建ハウジング 手描きパース 検索





ここを学べ！  
DIYリノベは  
コミュニティを育てる手法

学びのポイントを60字で

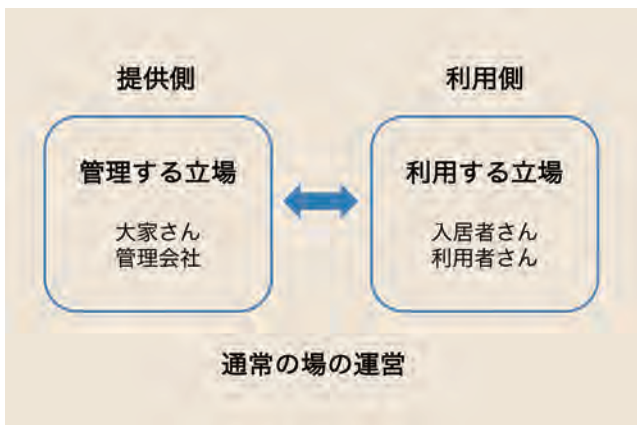
DIYは空間刷新の効果は  
低い、DIYというフィ  
ルターにより自立心が強い  
入居者が得られる。DIY  
で新旧住人の交流もできる

工事費は原状回復程度だが管理側の手間が  
多少増える。またDIY好きは良質な客層

つまり  
こういうこと

- DIYリノベで募集すると自立心が高めの人たちが集まり、入居者の同質性が高まる。それがコミュニティ化の第一歩
- DIYを手助けし合ってお互いを知り、交流の土台ができる。そこにイベント行くと適度な距離感のコミュニティとなる
- DIYリノベは空間刷新の手法ではなく、住人が日々当たり前に交流するコミュニティに育てる手法で、入居率向上に有効

一般的な賃貸住宅における管理者と入居者の関係



コミュニティ志向の賃貸住宅における管理者と入居者の関係



DIYリノベや住人参加イベントなどにより、こうした関係が築かれる



H&A Apartmentと隣地の境界となる板塀をつくるDIY。住人が多数参加



住人主体で庭の植木を刈り込んでアーチ状にして隣地とつないだ。隣地の所有者に話をして使用の許可をもらっている



住人による食事会の様子。庭が整備されると住人の交流を促進しやすくなる

ここを学べ!

## 小コミュニティの醸成に 共用部リノベを活用

学びのポイントを60字で

共用部は賃貸住宅の住人全  
員に関係する。その場所を  
快適で使える空間にリノベ  
する提案は、賃貸住宅の価  
値を高める上で非常に有効

リノベに際してDIYを組み込めば住人同士の  
交流が深まる。維持管理もイベント化できる



塗装は住人によるDIYだな

- コミュニティ化には外部空間の整備も有効だ。最初の取り組みは菜園の整備。園芸好きの住人や近隣住人と交流が生まれた
- 次に菜園周辺を使いやすく整備。その際に柵やベンチを住人DIYで製作。作業の成果を皆で共有できるのが外構DIYの特徴
- さらに前面道路手前にDIYで木製テラスを設置。建物背後の庭と合わせてマルシェを開催。近隣との交流を深めた

つまり  
こういうこと



ウッドデッキがあるとDIYの作業場にもなる



ウッドデッキに置いてあるベンチもDIYで作成



板塀のDIYの様子。並べた幕板に住人が塗装を施す



家庭菜園で収穫する住人。奥にDIYで設けた塀が見える



住人による食事会の様子。庭が整うとイベントがやりやすくなる



住人参加のバーベキューは定番のイベント。庭で行う

H&A Apartment  
のウッドデッキだね





H&A Apartment  
のパン屋は人気だな



飲食店は建物とまちを  
つなぐ効果が大いね

ここを学べ！  
賃貸住宅の1階には飲食店  
を入れてまちとつなげる

学びのポイントを60字で

飲食店は多様な属性の人たち  
が利用する。近隣住民が  
賃貸住宅1階の飲食店を利用  
することで、賃貸住宅の  
住人と近隣住人が交わる

12

24

36

48

60

賃貸住宅の付加価値化という意味でも、  
飲食店が入る効果は大きい

つまり  
こういうこと

- 賃貸住宅の1階は直接まちとつながる。1階に誰もが利用できる飲食店などを入れると、まちとのつながりが強化される
- H&A Apartmentの場合、スタートアップの空間として1階部分を位置づけており、起業する人を優先的に誘致している
- 飲食店の入居者はH&Aが面接により審査。飲食店とは定期的に会議を実施。一緒にやれることはないか話し合う



H&A Apartmentの1階は飲食店中心。広いウッドデッキやベンチと相まってさまざまな行動が誘発される



テイクアウト主体のコーヒー店のファサード。 commonspaceの浴室をリノベーションした



コーヒー店のカウンター。週3日程度営業



Commonspaceの様子。住人の共用の部屋。右奥にコーヒー店のカウンターが見える



パン屋の施工中の様子。開店の告知を兼ねてDIYに使えるような廃材を提供



パン屋のショーケース。奥に厨房がある



# 基礎断熱の優位性とシロアリ対策



左から、デュポン・スタイロ代表取締役の有友完さん、青山ブリザーブの青山達哉さん、丸三ホクシン建設の首藤一弘さん、松尾設計室の松尾和也さん、デュポン・スタイロ営業本部長の市川卓さん

2025年省エネ基準適応義務化、省エネ上位等級の新設など、脱炭素社会の実現に向けた動きが加速している。住宅の高性能化を目指すうえで関心が高まっているのが、木造住宅における基礎断熱工法だ。そこでデュポン・スタイロ(株)では、3月22日、「基礎断熱の優位性とシロアリ対策」と題したセミナーを開催。(株)松尾設計室 代表取締役の松尾和也さん、(株)青山ブリザーブ 代表取締役社長の青山達哉さん、(株)丸三ホクシン建設 代表取締役の首藤一弘さんによる講演が行われた。



▲全国各地から100人が参加  
▼施工方法は模型で解説



## 基礎断熱でなければ低気密と結露リスクから逃れられない!!

(株)松尾設計室 代表取締役  
松尾 和也さん

私は現在、年間30棟ほどの住宅を設計しています。そのうちほぼすべての住宅で採用しているのが基礎断熱です。この傾向は2003年ごろからなので、延べ400棟くらいにのびります。

もともと大学時代から基礎断熱の研究をしており、卒業後に入社した工務店でも標準となっていたので、私の中では基礎断熱というのは「当たり前」「常識」という認識でした。

しかし、実際には他の工務店の方と話をしてみると、まだまだ床断熱の現場が主流。この業界に入って20年以上が経過していますが、本州では基礎断熱の採用率は20~25%程度というのが実感です。

### 基礎断熱を採用するだけで気密性を高められる

いま、住宅の高性能化の波は全国に及んでおり、ここ数年は、高気密に取り組む工務店も増えてきています。そうした「気密初心者」からよく聞くのが「C値が上がりにくい」という悩みです。

その理由の多くは床断熱を採用していること。基礎断熱に変えたら、簡単に0.3くらいは数値が改善できるはずですよ。

そもそも気密を考えると、みなさん壁や屋根・天井を意識しますが、床にどれだけ気を使っているでしょうか。床は柱や給排水管が貫通しているうえに床下点検口もあります。それぞれきちんと気密処理

をしなければなりません。「面」で処理しないといけないので、床断熱で気密を確保するのは実は相当な手間がかかるのです。

### 床下の夏型結露のリスクは今後高まっていく

一方、基礎断熱は外周部の基礎に沿って、「線」として気密施工すればいい。床断熱と比べたら圧倒的に施工は楽になります。そして基礎の内側で断熱すれば、断熱材の使用量、施工手間も床断熱より大幅に減らすことができます。

住宅の性能が上り、施工手間や材料費が削減できるという大きなメリットがあるのに、なぜ基礎断熱の普及がなかなか進まないのでしょうか。

ひとつには「基礎断熱は床下を密閉するので結露やカビが心配だ」という誤解もあるようです。これについてはすでに建築学会の査読論文で「竣工初年度は基礎のコンクリートからの水分がこもるが、2年目以降は床断熱の家の方が結露が発生しやすい」と結論が出ています。

確かに基礎のスラブからは初年度は約1トンもの水分が放出されます。ですから、基礎断熱の場合、床にスリット上の換気口を10か所ほどバランスよく配してやるのが大切。自然に湿気が抜けていきます。

対して、床断熱の場合は床下に通気はあるものの、夏場などは湿度の高い外気



が入ってくることに。それが断熱材の隙間をぬって、エアコンで冷たくなった床の裏に触れた瞬間、空気に含まれた水分が結露となってしまいます。

今後、世界的に気温が上昇し、海に囲まれた日本では水蒸気が増えて、湿度も高くなっていきます。床下の夏型結露のリスクはこれまで以上に高まっていくはずですよ。

### 高気密・高断熱は工務店選びの第一条件に

これからの家づくりでは、基礎断熱は必要不可欠。いまはお施主様のほうでも、「高性能住宅を建てられるかどうか」というのが、工務店を選ぶ第一条件になってきているように感じます。「許容応力度計算による耐震等級3」、「G2レベルの断熱性能」と同じレベルでマストの要素になってきている。

基礎断熱でなければ、高気密・高断熱は実現できないし、結露のリスクも低減できない。プロであるなら、地球温暖化の進む現状に対応して家づくりをするべきだと考えます。



## 基礎断熱におけるシロアリ被害の現状

(株)青山プリザーブ 代表取締役社長  
青山 達哉さん

当社は北海道札幌市のほか、旭川、十勝、函館にも拠点を持ち、木造住宅の防蟻・防蟻施工と、FRP 防水住宅空気環境の調査、虫やネズミの防除などを主な業務にしています。

シロアリ被害は当地でも5～6年前から増加傾向にあります。2023年には当社で行った駆除件数はここ20年でもっとも多いものとなりました。

### シロアリ被害があると 両隣5～6軒に影響が及ぶ

シロアリは産卵に専念する生殖階級、

エサをとってくる職アリ階級、巣を守る兵役階級に分かれており、職アリ階級は巣のコロニー全体の90%を占めると言われています。職アリ25匹から巣が再生したという研究結果もあるので、駆除するためには職アリ階級を全滅させないといけません。

シロアリのエサは木に含まれるセルロースなど。目が見えないので嗅覚に頼って行動する性質があり、空気の流れに敏感です。振動や紫外線を嫌がるので、地上を移動するときには「蟻道」と呼ばれる通路をつくります。シロアリ被害のある家の基礎にはこの蟻道がよく見つかります。ヤマトシロアリは行動範囲が約30m、

イエシロアリは約100m。基礎のベースの下まで地中を掘り進んで侵入してきます。1軒被害があると両隣の5～6軒くらいまで被害が広がることも。

基礎断熱の場合、蟻道をつくる代わりに断熱材を食い破ってその内部を通るといった被害例が発生しています。「スタイロフォームAT」のような防蟻性能を備えた断熱材が有効ですね。

当社では、シロアリの習性を利用して最小限の薬剤で巣を根絶させるシステムも採用しています。「スタイロフォームAT」とともにそうした薬剤予防を併用することをお勧めします。



## 北海道の断熱施工とシロアリ対策

(株)丸三ホクシン建設 代表取締役  
首藤 一弘さん

当社は北海道札幌市で父の代から50年にわたって地域の住宅需要に応えてきました。現在も15人の大工を擁する技能者集団です。

「手づくりの家をお客様に」をモットーに、大工をはじめとする職人さんとお客様、設計企画スタッフが、力を合わせて一軒の家を作っていくことがわが社の基本姿勢です。

北海道では冬季は地面が凍結するのでベタ基礎が難しく、いまだに布基礎が中心。当社では布基礎に鉄筋を入れた土間コンを敷いて、地中からの湿気を抑え、基礎の強度を高めるという仕様をしています。

### 基礎断熱にはシロアリを防ぐ 「スタイロフォームAT」を標準に

札幌市内にある最近建築した住宅はUA値0.26、C値0.12cm<sup>2</sup>/m<sup>2</sup>。外周の基礎に「スタイロフォームAT」の100mmを外張りして、断熱としての連続性を大事にしています。

「スタイロフォームAT」の上には薄くモルタルを塗布。設備業者が穴を開けたときには、AT-02という防蟻剤の入った専用のコーキング剤で処理することも重要です。

こうした取り組みは2年前から。それまでは「札幌圏内にはシロアリはたいしていないだろう」「しっかり乾燥させた木なら食われないだろう」と思い込んでいたので

す。しかし、近年は当地でもシロアリ被害が報告されるようになり、「これはいけない」ということで、シロアリの食害を防ぐ「スタイロフォームAT」を標準仕様に取り入れるようになりました。

北海道の生活は、冬でも家の中は温かくて、ご主人はよく冷えたビール、奥様やお子様はアイスクリームを楽しむというスタイルです。そんな暮らしができるように、当社の家づくりでもなるべく性能を高くしたいと考えています。

窓の面積が抑えられてしまうので断熱等級7までは無理をしない。できるだけ快適な温熱環境がつけられるように、等級6を標準にして、日差しがちゃんと入る家を建てていきたいと思っています。

公益社団法人日本木材保存協会認定品 認定番号 C-4024 防蟻処理非木質系製品

# スタイロフォーム<sup>TM</sup> AT

シロアリから家を守る  
防蟻機能付き断熱材

基礎断熱工法では、断熱材がシロアリの蟻道になることがありました。スタイロフォーム<sup>TM</sup> ATを使用する事で、シロアリが生息する地域でも安心して基礎断熱を行う事ができます。

詳しくは  
Webで



防蟻断熱材専用接着剤AT-02、断熱目地の防蟻措置に



\*断熱等性能等級6・7仕様もご相談ください。

## デュポン・スタイロ株式会社

〒100-6111 東京都千代田区永田町2丁目11番1号 山王パークタワー  
フリーダイヤル ☎ 0120-113210 (イミズイロ)

デュポン<sup>TM</sup>、デュポンオーバルマーク、並びに<sup>TM</sup>、<sup>SM</sup>、及び®表示のあるすべての標識は、米国デュポン社の関連会社の商標又は登録商標です。

ここを学べ!

## 建物をさわらずに コミュニティを変える試み

学びのポイントを60字で

節度あるコミュニティは居心地がよい。そうしたコミュニティを意図的に作り出せれば、部屋が古くても入居者が集まるのかを検討

管理業務の延長でコミュニティの質を変えられるのか検証



種まきイベントは住人の参加率が高いな



コーポ江戸屋敷は住人の意識が育っているね



つまり  
こういうこと

- H&A ApartmentでDIYを軸としたコミュニティ化により、入居率を90%まで高めたH&Abは、新しい試みに取り組んだ
- それがコミュニティデザイン(CD)。コミュニティデザイナー(CDr)の活動により節度あるコミュニティに近づける
- 具体的には、CDrが集合住宅に出向き、管理業務により共用部などを好ましい状態に保ちつつ、住人と交流。彼らの自発性を促す

コミュニティデザインの時系列的な流れ

管理者として不動産の共感価値を高めるには (共感デザインシート)

建物へ	入居者へ	入居者同士へ	地域へ
場のデザイン	関係性のデザイン	時間のデザイン	まちのデザイン
アフォーダンス	自分ごと化	なかま化	ひとりひとりの主役化
<b>修繕</b> 外灯交換 ポスト、掲示板交換 階段室修繕 駐車場整備  <b>外構・コモン</b> 植樹、小道、ウッドデッキ	<b>参加の機会づくり 入居者とイベント</b>  小道と花壇づくり たねだんご(花植え) シンボルツリー植樹 緑のカーテン 入居者食事会	<b>入居者主催イベント</b>  パン屋・コーヒー屋さんが大学の先生が職人が  ウッドデッキで ・ヨガ/ハンドメイド販売 ・ベンチ制作WS ・隣人まつり	<b>エリアへ拡散</b>  ・産学連携DIYカレッジ  ・くるめ暮らし会議  ・職人のまちづくり参加
共感度→ビジョンの浸透			
管理者の役割	入居者が徐々にフェードイン コミュニケーション・内外への発信 ・ニュースレター、SNS、取材・視察対応 管理者は徐々にフェードアウト		



ここを学べ！  
コミュニティデザインは  
切れ味はよくないが最強の刀

学びのポイントを60字で

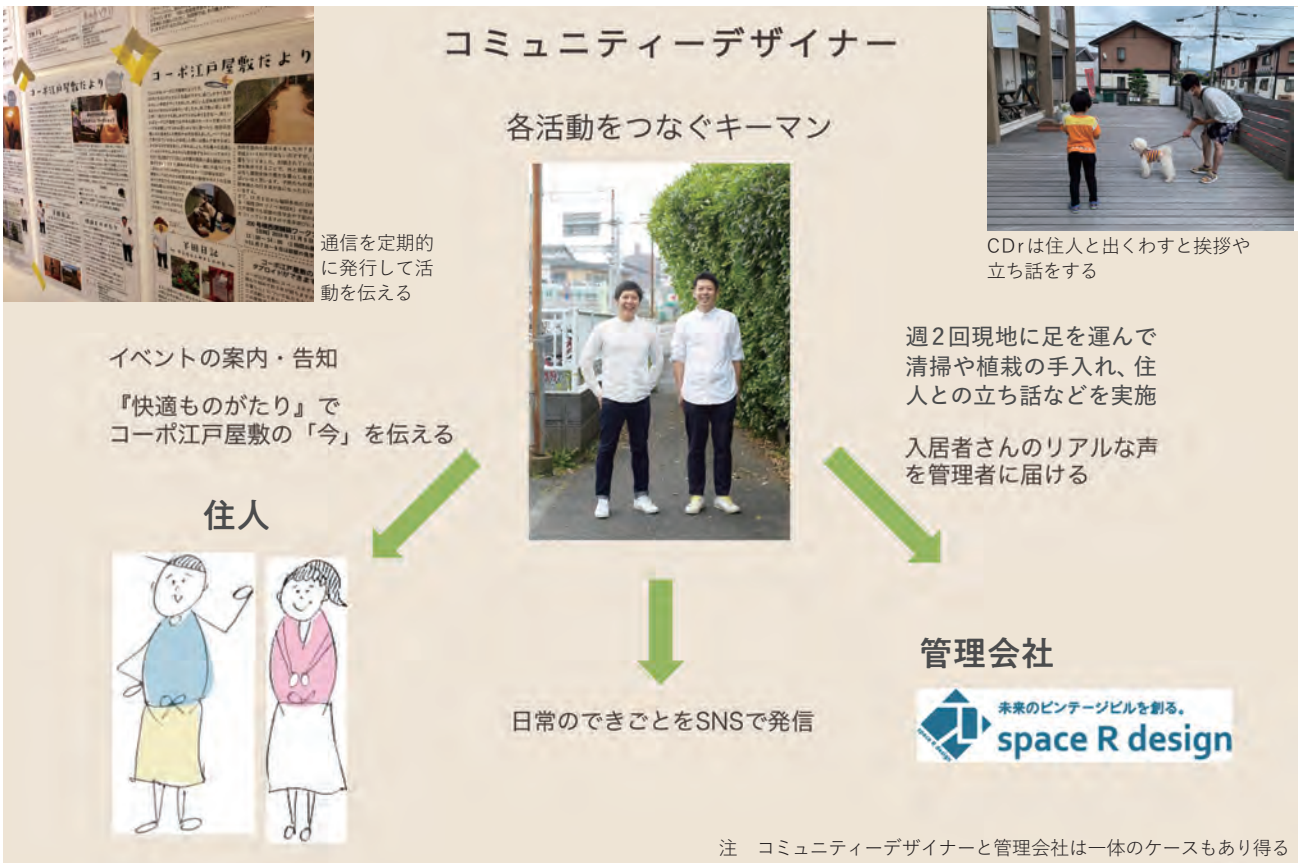
入居率改善のためのリノベ  
は、建築からコミュニティ  
を変える手法。同じくDI  
Yは住人同士を交流させて  
コミュニティを変える手法

CDはコミュニティを直接触って変える手法。劇的に  
変える力はなく、時間はかかるが費用対効果はよい

つまり  
こういうこと

- H&Abは管理会社のスペースRデザインの依頼によりコーポ江戸屋敷でCDを実践。下図のような作業を週2日程度実施
- CDrと住人が多少なじむころに参加しやすい外構のイベントなどを実施。さらにCDrが立ち話で得た情報などから住人主催のイベントへつなげる
- 住人に対して、自分が能動的に行動することで集合住宅の環境が変わり、生活も豊かになることを体験させる

コーポ江戸屋敷におけるコミュニティデザインの関係図

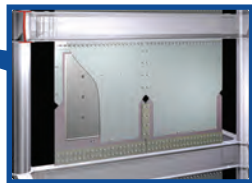


超制震住宅  
住宅まるごとダンパー



## 高層ビルの制震装置を木造住宅へ

制震テープ®は、高層ビルの制震装置に用いられる粘弾性体を、木造住宅向けに両面テープ状に加工したものです。建物全体の柱・梁と面材の間に分散配置し「家をまるごとダンパー」にします。



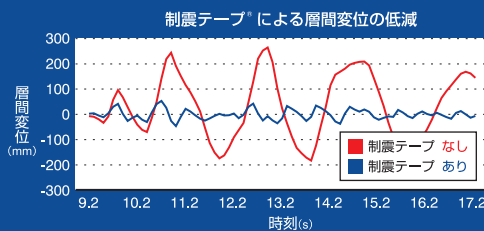
高層ビル用制震ダンパー



制震テープ® (100mm巾・30mm巾)

### 揺れ幅 80% 低減

兵庫県南部地震を何度も与えた振動実験において、制震テープ®を使用した建物の揺れが最大80%低減されることを確認しています。バランス良く配置された制震テープ®によって、建物そのものが制震装置として機能します。



兵庫県南部地震を再現した振動実験



コミュニティデザインの流れ

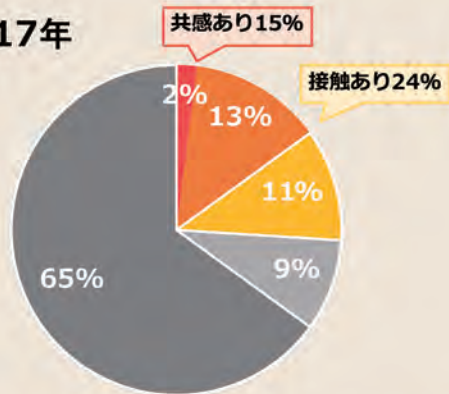


コーポ江戸屋敷の例

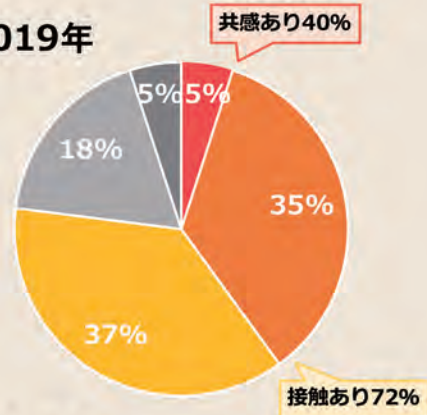
コミュニティデザインの効果

CDrが4年かけて95%以上の住民と何らかのかたちでコミュニケーションを取った。活動の結果、住民とCDrとの間に少しずつ共感が生まれている。CDrがじわじわと住民を巻き込み、こゆるやかにコミュニティ意識を形成していることが伺える

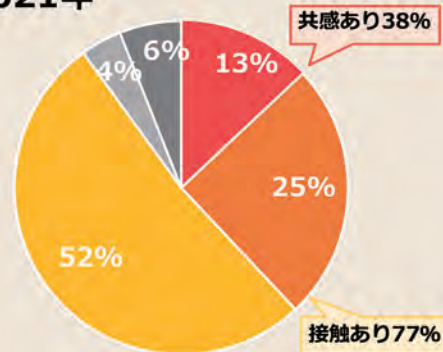
2017年



2019年



2021年



- 日常の手伝いをしてくれる (管理協力)
- イベント参加
- 声かけや会話がある
- 顔と部屋が一致する
- 接触がない

※コミュニティデザイナーへのヒアリングをもとに作成

注 コーポ江戸屋敷における住人の聞き取り調査の例



ここを学べ！  
まちづくり的ビジネスにおける副業の可能性

学びのポイントを60字で

まちづくり的ビジネスは非常にニッチ。それを扱う技能をもつ人が少なく、技能をもつ人もそこに特化するには売り上げが小さすぎる

その技能をもつ、もしくは学ぶ意欲がある人が副業として携わる方法には可能性がある

- CDはコーポ江戸屋敷のように約50室程度の集合住宅までは有効だ。ただし手間が通常の管理業務の約2倍かかる
- 一般的な物件オーナーにCD導入の理解を得るのは難しい。またCDr 専業で生計を立てるのも収入面から現実的ではない
- 可能性があるのは副業だ。近隣コーヒー店のオーナーなどが副業としてCDrを行うと、移動時間も最少で済み効率的だ

つまり  
こういうこと

ここを学べ！  
職人と設計者による横連携のコミュニティ

住宅ビジネスへの応用を60字で

H & A b は当事者としてもコミュニティづくりに関与。それがH & A b と職人の横連携BASE。下請けと異なる仕事のあり方を模索

各自が持ち寄った仕事をBASE内でチームを組んで対応する考え方

ピラミッド型じゃない組織は稀だね  
2017年7月～現在7年目  
職人業界が抱える課題を、職人自らが解決する場



つまり  
こういうこと

- H&Abは職人シェアオフィスBASEを結成。コーポ江戸屋敷の一室を事務所としている。今までにない横連携の組織のあり方を模索
- 当初はBASEによる受注を目指した。このやり方だと職人ごとにBASEへの関わり方や売り上げが異なり、不満が出た
- BASEの仕事をどれだけ重視するかも職人ごとに異なる。BASEの仕事にほぼ不参加の職人がいると仕事に支障をきたす

ここを学べ!

# BASEは学びの場と考えて 収益は期待しない

学びのポイントを60字で

B	A	S	E	で	は	毎	月	メ	ン	バ	ー	12
に	よ	る	食	事	会	を	実	施	。	そ	の	24
ほ	か	2	カ	月	に	1	回	、	会	議	も	36
行	う	。	そ	こ	で	事	業	継	承	や	経	48
理	な	ど	に	つ	い	て	も	話	し	合	う	60

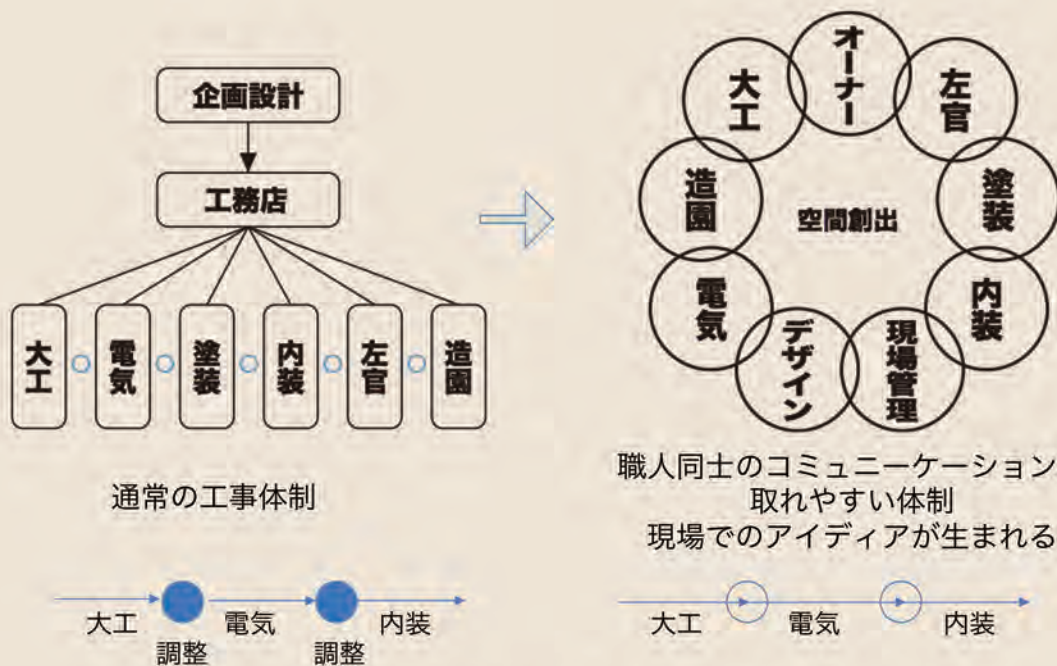
お互いをよく知る人間同士なので  
情報をオープンにできる



つまり  
こういうこと

- BASEは相談や情報交換を行う学びの場とし、BASEとしての営業はやめた。メンバーが持ち寄る案件に個々の判断で参加するかたちに
- 案件を多数紹介するのはH&Ab。同社の店舗内装などの仕事は満氏が設計と施工管理を担い、BASEの職人中心に施工
- H&Abの設計施工の面では職人との横連携が生きる。材料や施工方法、納め方の提案などを取り入れて無駄のない設計に

## 一般的な設計施工体制とBASEの体制



職人同士のコミュニケーションが  
取れやすい体制  
現場でのアイデアが生まれる

他職種間のコミュニケーションがとれていることで工事がスムーズになる

自ら考え動く職人が増えることでより職人の仕事は作業ではなく、  
クリエイティブな仕事になる (D.I.Y.精神)



# 幸せになる断熱材 デコス



## 長期断熱性能 + 高い付加価値

安心・安全、性能劣化しない断熱材品質と確実な断熱施工品質。  
木の家には木質繊維系断熱材、優れた調湿性や吸音性で快適な温熱環境を実現。

自然の理にかなった設計施工ノウハウで結露を防ぎます。  
また、SDGs・脱炭素時代、製造エネルギーが非常に小さく、省CO<sub>2</sub>性能も優れます。住まい手が心地よく健康で、長持ちする木の家・木造建築。

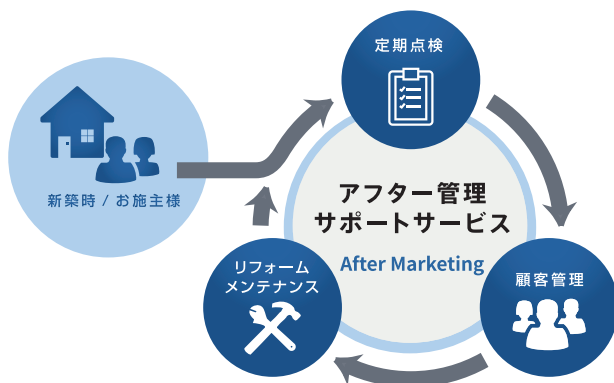
「安心と心地よさ、そして高い満足度=幸せになる断熱材」、それがデコスです。



## 戸建て住宅お引渡し後の定期点検代行サービス

### アフター管理サポートサービスで住まいは経年進化する

【アフター管理サポートサービス】 — お施主様と工務店様の持続関係性を築く —



ビルダー・工務店の  
経営者様 必見!

**導入実績約300社!!**

※関東・東海での実績です。

人手不足・人材確保が困難な状況下で、生産性を高めたいという課題をお持ちのビルダー様から多数賛同いただいている、「定期点検」・「維持管理情報の蓄積」が自動的に実行される「住まいのアフターマーケティング」システムです。



ビルダー様・工務店様のアフター体制構築支援なら

同封のハガキでお気軽に資料請求もできます

お問い合わせは  
こちらから▼



東京事業本部 TEL 03-3400-7517  
東京都渋谷区渋谷1-17-2 TOKYU REIT渋谷宮下公園ビル10F  
【mail】 builder@ig-corp.jp



# 地震に強い家になる!

- ▶ 住みながら耐震補強できる
- ▶ 施工箇所に合わせて使い分け可能な2種類のボード「MDF」「モイス」

壁基準耐力  
**8.8kN/m**  
(MDF大壁仕様の場合)

(一財)日本建築防災協会住宅等防災技術評価取得

自治体の耐震補強補助金対象

天井・床を壊さずに施工できる  
耐震リフォーム用キット

## かべつよし

既存木造住宅を現行の耐震基準以上に!!

### WEB動画版 設計施工研修会

時間・場所を  
選ばず受講可能

無料  
開催中



詳細・お申込み  
はコチラ

受講者には修了証を発行します



エム株式会社  
☎ 048-224-8160

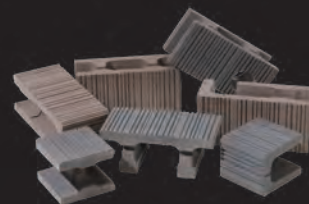
〒332-0002  
埼玉県川口市弥平2-20-3 エムWingビル  
<https://www.aimkk.com/> かべつよし 検索

施工動画を  
公開中!



## 国土交通大臣認定擁壁「RECOMシステム」用ユニット RECOM イージス

- 正味厚さ150・200mm
- 認定擁壁3~5・7~9段対応
- ランダムスリットデザイン
- 2色ラインアップ



安心な製品の提供と安全な施工のサポートに邁進します  
NBIC エスビック株式会社



本社 〒370-1207 群馬県高崎市綿貫町1729-5 TEL:027(384)4190 FAX:027(384)4790

## Column ● 究極のニッチビジネスの可能性を探る

# コミュニティビジネスはなぜ成り立たないのか

過疎地におけるコミュニティビジネスは究極のニッチビジネスと言える。そもそも成立しうるのか、成立させるためにはどのような条件が必要なのか。地域経営論に詳しい公立鳥取環境大学の倉持裕彌准教授に話を聞き、ポイントをまとめた。

取材協力 | 公立鳥取環境大学 准教授 倉持裕彌

### POINT コミュニティビジネスは「発生」するもの

- 前提として、本稿における「コミュニティビジネス」は、「地域の課題を地域住民が主体的に解決するビジネス的な取り組み（ボランティア的な活動も含む）」と定義する
- コミュニティビジネスと一般的なビジネスは分けて考える必要がある。ただし、前者のほとんどは後者の枠内に収まる
  - 唯一残るのは、過疎地における限られた人々が成り立たせる「ビジネスに近いもの」
- 分かりやすくするために例を示す。コンビニが撤退するような人口の少ない地域には誰も出店しない。とはいえ買い物できる場所が必要な人たちはいる。その小さな需要を拾い上げて日用品や食品を購入できる小売店を始めると、コミュニティビジネスが「発生」する
- 実際にはリスクを負ってまで上述したビジネスを手がける人は少ないため、ほとんどの場合、コミュニティビジネスは「発生」しない。過疎地は人口が減り続けており需要がさらに減るのは自明であることを併せて考えると、「コミュニティビジネスは成立しない」という結論に行きつく
- 同様に過疎地では生活する上で不可欠な建物や設備の修繕、庭の手入れなどを行うのも難しくなってくる。だがこれらは過疎地の外から業者に来てもらえば済む
- 逆に過疎地に中小工務店があった場合、地元では上述の仕事以外は得るのが難しくなる。この場合、過疎地の外に仕事を求めて経営を成り立たせることはできる
  - 上記2点より、建築関連のビジネスは狭義でのコミュニティビジネスとはなり得ない

### POINT コミュニティビジネスの存続条件

- 少数だが過疎地ではコミュニティビジネスが「発生」する。それはどのくらい長続きするのか。コミュニティビジネスは担い手が高齢者であることが多く、本人自身が数十年後まで担えるとは思っておらず、長期的な持続性や成長拡大などは見据えていない
  - 一方で、5年間など短期的に見れば、地域住民にとっては価値のあるコミュニティビジネスになりうる
- 同氏が見てきた事例のなかで、5年以上事業が続いているのは、年間100万円単位の持ち出しを覚悟して取り組んでいる“特殊な人”が手がけるケースが多い
  - 年金収入がある人物が無給で小売店を運営する、職業を別に持つ移住者が地域に溶け込むために小売店を経営する、なども可能性がある
- 今後、移住者がコミュニティビジネスを担うケースは増えると考えられる。この場合、観光者向け（地域住民はついで）の一般ビジネスの店として運営して収入を確保しつつ、一般的なビジネスに付加する「地域サービス」の一環としたほうが自然で無理がない

### POINT 車社会がコミュニティビジネス不成立の要因に

- 過疎地でビジネスが成り立たなくなる大きな理由の1つは車社会になっていること。高齢者でも自力で運転できる人が多く、近くのコンビニがなくなったら隣のコンビニまで買い物に行く。車移動が可能な人にとっては、少し不便になった程度の問題となる
- そこに小売店を出しても利用する人は限られている。そもそも店が小さくなるほど商品の仕入れ値は上がり、在庫も抱えられない。限られた商品で勝負するしかなくなる
- 結果、社会的意義を見出してその店を利用してくれる住民と車に乗れない住民のみが利用することになり、

その限られた人数を相手に商売が成り立つかを検討する必要がある

→事前に現地でニーズ調査をしている場合もあるが、質問内容が「ここにお店があったら使うか」とだけ尋ねていることが多い。答える側は、過去にあったコンビニのような店ができると考えて「○」をつける。実際にはまったく異なる店ができるため、車に乗れる人は商品の充実した遠くのコンビニを利用するようになる

●遠くのコンビニを利用している層を引き戻すことは極めて難しい。前述のような観光地化や、その店でしか売っていない特産品をつくれればありうるかもしれないが、いずれも手間やコストを投入しないと実現できない

→そもそも事業継続性が問われている事業において、目玉商品をつくるような投資は現実的ではない

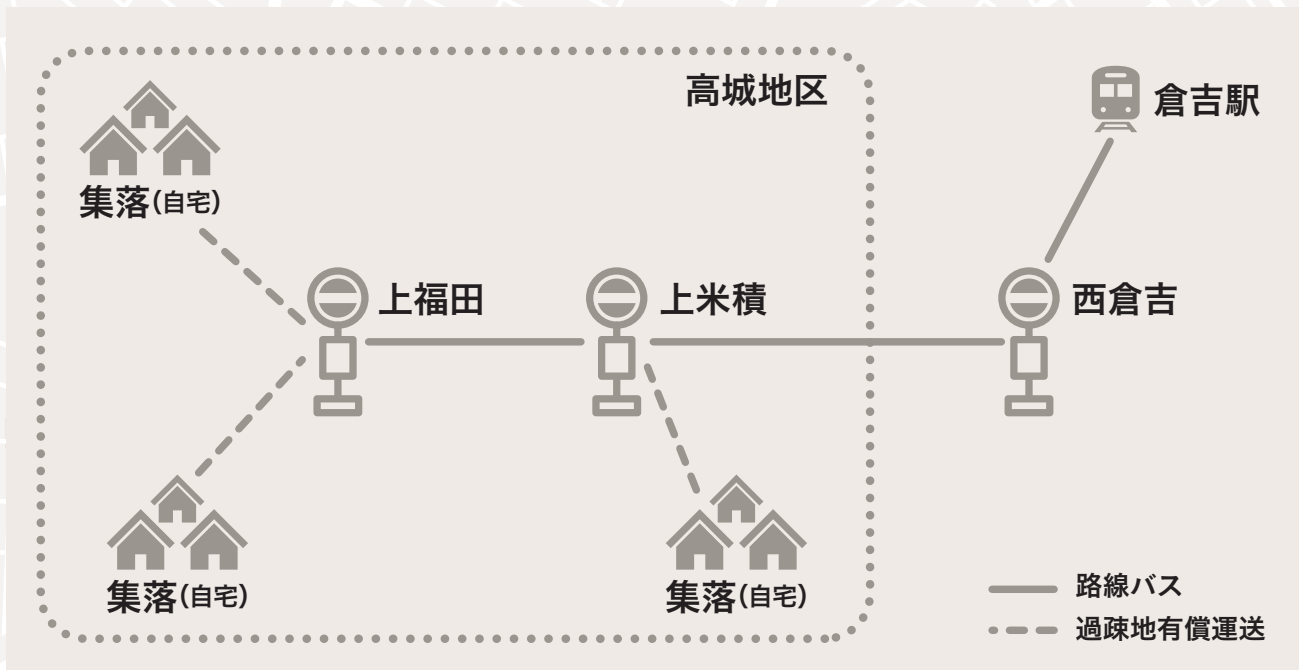
### ■ NPO 法人たかしろの変化

	2006年	2018年
利用者(月平均)	約100人	10~15人
会員数	60人	37人
運転協力者	37人	13人
運行日	1日4便	1日1便

同法人の変化をまとめた表。事業創立に近い時期(2006年)が最も多く、2018年には減少していることがわかる

出所：NPO 法人たかしろ提供資料を元に倉持氏が作成した図表を編集部にて再編

### ■ 高城地区の過疎地有償運送



鳥取県内で初めて過疎地有償運送に住民主体で取り組んだ例。住民有志によるNPO 法人たかしろを設立し、各集落から高城地区内のバス停までの送迎ルートを整備した。民間バス事業者が複数ルートの便を運航している 出所：倉吉市資料を参考に倉持氏が作成した図表を編集部にて再編

### POINT 「公営」になることで終わり方が難しくなる

●近年はコミュニティビジネスに行政が入るケースも増えてきた。公設民営スタイルが大半。入れ物(枠)だけ行政が用意し、そこに第三セクターが入って運営する。一見、行政と切り離されているように見えるが、実態としては同セクターの理事長が元市役所の職員など、実質的に「公営」となっているところも少なくない

→「公営」となる理由は民間の後継事業者がないため。人口が減少している地域には後継事業者もおらず、このようなかたちになりやすい

●「公営」となったときの問題点やめどきだ。民間であれば事業採算性で判断されるが、「公営」の場合、仮に採算が取れずに事業を撤退した場合、撤退後に取り残される少数の「弱者」は「公営」の都合が生み出した、という構造になってしまう。今後問われる課題となるだろう

## POINT コミュニティビジネスの範囲なら「信用」を活用できる

- コミュニティビジネスには、一般ビジネスにはない特殊性がある。それが「信用（顔の見える関係）」だ。地域住民が性格や家族構成などを把握し合うことで、他ではできない商売が成り立つ
  - 店主が家庭の事情で家を空けられず、〇～〇時まで他の人が店番しているなど。コンビニで行うとクレームが来るが、小さい店かつ信用のある店ならそれも可能
- 例えば沖縄にある共同売店では、「つけ帳」と呼ばれるノートに記入すれば「つけ払い」で買い物ができる。風土的な名残で、現金が沖縄に入ってきたときに貧しい人は現金を持っていなかったため“つける”ように。それが今も文化として残っている
- こうした特殊な商売のあり方が観光的な価値につながり、効率化などの経営を改善させる可能性がある。この需要を受け止めきれぬほどの余裕やセンスをもつところはほぼないと言ってよい
  - こうした店は需要が高まりすぎると一般ビジネス化する。そうなると「信用」によるもののやり取りはできなくなる



上：同売店周辺の様子。謝名城は山に囲まれた小さな集落

下：同売店の内観。地域住民の生活に必要な商品を選んで取りそろえてある。地域住民の交流の場としても機能している

沖縄県国頭郡大宜味村謝名城に戦前からある共同売店の外観

## POINT “アマチュア感”を残したまま低空飛行を続けられるか

- 前述した「信用」の延長でいうと、コミュニティビジネスとしての小売店は利用者の警戒心も薄く、「お金を支払ったら終わり」という関係性ではないのも特徴だ
- 例えば、糖尿病を患っている人が甘いものを買おうとしていたら、コンビニなら止めずにお金を支払ってもらい商品を渡す。一方で小売店では、購入者のことを思って購入をやめさせるところに違いがある
- この気使いは、商売抜きにやっているからこそその良い意味での“アマチュア感”。これを意図的に含ませると、逆にあくどさが出てしまうことが多い
  - アマチュアで一生懸命やっているからこそ、このお店で買いたいと思ってくれる応援的な利用者もいる。商売っ気を出してしまったとたん応援する気がなくなり、二度と買わなくなることもある
- このようにコミュニティビジネスは、ぎりぎりのところで成り立つ特殊なビジネスだ。それらの存立条件やコミュニティビジネスならではの「信用」が機能する点など、一般ビジネスを展開する上でも参考になる点は多い

# 施工・粗利管理、受発注をツールで挑む シームレスなデータ経営

クロダハウス(石川県金沢市)は、福井・石川・富山の3県を商圏に年間約70棟以上のペースで受注を確保している。コロナ禍やウッドショックなどの波にも影響を受けることなく、安定した業績を上げ続けている。今回、社長の東一寛さん、総務企画部 部長の八本木真澄さん、設計部 課長の黒澤雄介さんに2018年から導入した「ANDPAD」について、これまでの経緯や自社における活用法について話を聞いた。

DXに着手する以前の自社について、東さんは次のように語る。「年間70～80棟にもなる新築案件について、それぞれの現場監督や営業担当者に聞かないと、工事の原価管理や業者との連絡内容はおろか、進行状況さえわからない。粗利をまとめようとすると、担当の部長がひとり数字をとりまとめて1週間かけないと全体の数字が見えてこない。非常に効率が悪いし、経営判断が後手に回りかねない状態でした」(東さん)。

そこで2018年からANDPADを導入することに。「以前は別の施工管理アプリを使っていました。しかし、生産性を高めるには、現場の効率アップだけでなく、その前後の業務についても一気通貫にデータが流れるようにしたい。そこでANDPADに切り替えることにしたの

です」(東さん)。

## データをすべての業務でシームレスに利用する

導入・運用にあたって尽力したのが、八本木さんと黒澤さんだ。「ANDPAD導入前は、各部署でそれぞれ異なるシステムを使っていました。ひとつの案件についてデータがつながっていないので、部署ごとに必要な情報を入力し直すなど、作業が重複していました。またデータが複数存在することで、どのデータが最新かわからず、その都度担当者に確認するのも大変でした」。八本木さんはこのように振り返る。

黒澤さんは導入時には工務、その後、設計の部署に異動して、同サービスが社内で浸透するよう、旗振り役を務めた。

特に「工務では、地図や図面、見積書などをANDPADで共有すると、現場での確認作業や情報の共有がスムーズになり、会社と現場を往來する頻度を大幅に減らせるということがわかってもらえたタイミングで、一気に利用が増えましたね」(黒澤さん)。打ち合わせなどで外出しているときでも、スマホを通じて正しいデータを入手できる。これは北陸3県に拠点のある同社では、移動時間の短縮は大きなメリットとして受け取られた。

## 現場管理だけでなく、総務・経理なども劇的に改善

「ANDPAD施工管理」に続き、「ANDPAD引合粗利管理」、「ANDPAD受発注」が導入されると、総務・経理

### この会社に聞きました!

#### 株式会社クロダハウス

1945年創業。北欧輸入住宅による新築住宅事業、不動産事業、リノベーション・古民家再生事業などを手掛ける。社員は101人。石川県金沢市を本拠に、福井、富山でも事業を展開し、地域の住宅需要に幅広く応えている。

<https://kurodahouse.jp/>





代表取締役社長 東 一寛さん

「煩雑な作業を仕組化できれば、作業時間は短縮でき、判断のスピードも早くなる。よりクオリティの高い仕事に結びつけられたらいい」と語る



総務企画部 部長 八本木 真澄さん

「ANDPAD に顧客情報を登録しておくことで、お客様のライフステージの変化状況に合わせてお住まいの提案をしていきたいですね」と語る



設計部 課長 黒澤 雄介さん

「ツールの導入は便利になると理解していても、使い始めようとすると億劫になるもの。社員や協力会社向けに何度も勉強会の機会を設けることが浸透への近道」と振り返る

などの社内業務も劇的に改善された。「紙で受発注していた頃は、担当者に渡して確認してもらい、押印されるまで相応の待ち時間がありました。目を通していかのかわからないし、紛失してしまうというリスクも。でも、ANDPADでオンライン化されてからは、書類の処理状況の進捗がわかるので、電話をかけて確認する手間が激減しました。改正電子帳簿保存法やインボイス制度への切り替えで手間がかかる時期だけに、少しでも効率よくなるのはありがたいですね」（八本木さん）。

協力会社も約8割がANDPADを利用してできるようになったという。「やはりデータを共有できれば、コミュニケーションも円滑になりますし、行き違いもなくなっていきます。オンラインで受発注すれば印紙も不要になります。お互いにメリットがあるというのは大きいですね」（黒澤さん）。

### 履歴データを活用して 顧客情報を会社の財産に

導入して6年目に入り、引き渡し後のOB顧客管理にもANDPADが活用されるようになってきた。「お客様のお宅

の仕様や図面のほか、お問い合わせの履歴も記録しているので、それを見れば担当者でなくてもすぐに対応できるようになりました。以前のようにその都度、お客様のファイルを探す時間もなくなり、スピーディーに対応できるので、お客様にも安心していただけます」（八本木さん）。

顧客情報は会社全体の財産。同サービスを活用していくうちに、そうした考え方が社内に広がりつつあるという。

### 煩雑な作業をDXで仕組み化し 人材育成も促進する

東さんは経営者としての観点からもANDPADの効果を高く評価している。「まず粗利がリアルタイムで把握できるのは助かります。ウッドショックの頃などは毎日のように資材の見積もりが変わっていたので、部長からの報告を待っていたのでは致命的な損失を出しかねない。今もさまざまな資材の価格が高騰しているので、私だけでなく、社員みなさんでお互いの数字を確認しながら、粗利を確保できるよう、先手を打って対処しています」（東さん）。



ANDPADで地図や図面など共有しておけば、スマートフォンで確認作業が可能になり、作業者の負担が軽減される

また、東さんは人材育成という点でも同サービスに多大な期待を寄せている。「ANDPADを利用すれば、業務の流れをスムーズに把握できる。新人でも達成感や成功体験を重ねていくことで、自らの成長を感じることができ、やりがいも得られるはず」（東さん）。

近年、法規や制度の面でも変更が多々生じている。そうした変化についても同サービスはいち早くシステムに反映させて、協力会社側でもスムーズに対応できるようにしている。

クロダハウスは、ANDPADを通じて、現場管理から営業、総務・経理などすべての業務の効率化を図るだけでなく、人材の育成と底上げまで視野に入れ、会社の未来を導こうとしている。

現場の効率化から経営の一元管理までDX戦略をワンプラットフォームで

# ANDPAD

導入企業数  
6年連続シェア  
**No.1**  
利用社数  
**18**万社  
ユーザー数  
**47**万人



## DXのお役立ち資料を無料でプレゼント!

建築・建設業界に特化したクラウド型建設プロジェクト管理サービス「ANDPAD」。業業種や工種、事業形態や課題に合わせて最適なDXをご提案します。



資料のダウンロードはこちら



株式会社アンドパッド

03-6831-4551 info@andpad.jp 営業時間 平日10:00~19:00

※「建設業マネジメントクラウドサービス市場の動向とベンダシェア(ミックITレポート2023年10月号)」(デロイトトーマツミック経済研究所調べ)

# 03

異業種

## ヴァレイから ニッチ企画とマーケティングを学ぶ

衣料品製造業 / ヴァレイ

小ロット・高品質に特化した衣料品の製造で注目を集めるヴァレイ。各地の職人とネットワークを組み、著名なアパレルブランドにつないでいる。同社のものづくりやマーケティングの手法について、同社代表の谷英希氏に取材。住宅ビジネスへの生かし方とともにまとめた。

取材協力 | ヴァレイ代表取締役社長 谷 英希 取材・文：大菅 力

### ヴァレイのすごさを60字で学ぶ

全	国	の	職	人	と	つ	な	が	り	、	高	い	技	術	を	要	す	る	仕	事	に	副	業	的	に	関	わ	る	仕	組	み	を	構	築	。	小	ロ	ツ	ト	・	高	品	質	に	特	化	し	た	衣	料	品	製	造	を	可	能	に	し	た
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---



腕のよい職人は健在だけど存在が見えにくい



工場の廃業などで休業中のことが多いからな



ここを学べ！

腕のよい職人を束ねて強みを発揮

住宅ビジネスへの応用を60字で

腕	の	よ	い	職	人	を	社	員	化	し	て	12
困	い	込	む	。	多	能	工	化	し	て	も	24
よ	い	。	高	価	格	帯	寄	り	の	物	件	36
に	シ	フ	ト	し	て	手	間	賃	を	上	げ	48
る	方	法	も	あ	る							60

不況下で職人確保はさらに困難。彼らを囲い込む方法を考える

- 日本の縫製工場は6.3万社から6000社に減少。小ロット対応が主流に。小ロットを強みにできるのが独立系ブランド
- この種のブランドの服は高額で、コアな洋服好きが支持している。縫製に技術が必要であり、つくる人の強みを出せる
- 同社は腕のよい職人をまとめ上げ、独立系ブランドにつなぐ「MY HOME ATELIER (マイホームアトリエ)」に取り組み、成長を続けている

つまり  
こういうこと



ここを学べ!

服を売る手法はすでに飽和している

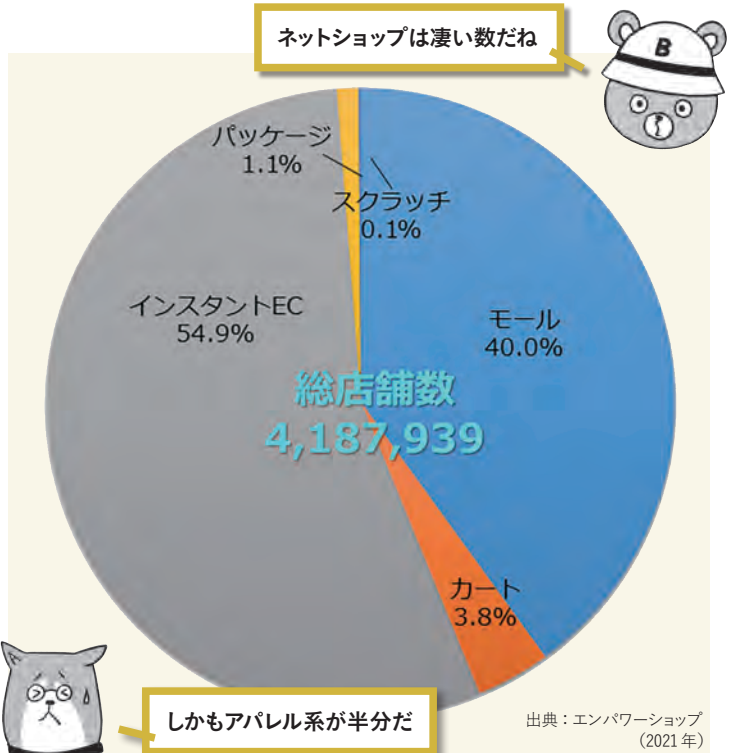
住宅ビジネスへの応用を60字で

注文住宅もウェブマーケティングなどの売る手法は飽和状態。建築家物件やCLT造など高難易度物件の下請けに特化する方法もある

下請けで儲かる可能性があるのは別荘地の高額物件や中規模木造など



しかもアパレル系が半分だ



つまり  
こういうこと

- アパレル業界の歴史を見ると、「つくる」より「売る」が難しいと言える。ただし、現状は「売る」が過当競争に陥っている
- 日本のネットショップ約420万社の半数はアパレル。縫製工場が服を製造販売して生き残ろうとする例もあるが、難しい
- そのため同社は「つくる」ことに特化するほうに舵を切った。それが上述した「MY HOME ATELIER」という仕組みだ

独立系アパレルの服は高い技術が必須だな



ここを学べ!

手のかかる高級品の小ロット対応に活路

住宅ビジネスへの応用を60字で

ニッチかつ高額で手がかかる仕事が本格的な性能向上リノベーション。その分野に長けた腕のよい大工がいれば安心して現場を回せる

性能向上リノベに長けた大工を囲い込み、下請けに特化する手法もある



小ロットだから依頼先を常に探している

出典：Ruimeme

- 日本の縫製工場の多くは小規模で設備も古い。一方で技能的には、世界的に見てもトップレベルの職人が存在する
- ただし、品質と数を同時に求められると海外の工場が強い。日本の強みが出るのは、上述した小ロットの高級品限定
- 縫製の最小ロットは100着程度。同社は20着程度のオーダーが多い。技術的に難しい仕事が多く、試作にも柔軟に対応

つまり  
こういうこと

ここを学べ!

## 衰退市場で強いのは ファンビジネス

住宅ビジネスへの応用を60字で

住宅分野で最もファン化に  
成功しているのが建築家。  
独自性が高く、かつアイコ  
ニックな空間にまとめる設  
計力はファン化には不可欠

設計コンセプトを明快に伝える彼らの  
プレゼンかもファン化に貢献



独立系アパレルの販売支援をしているのか



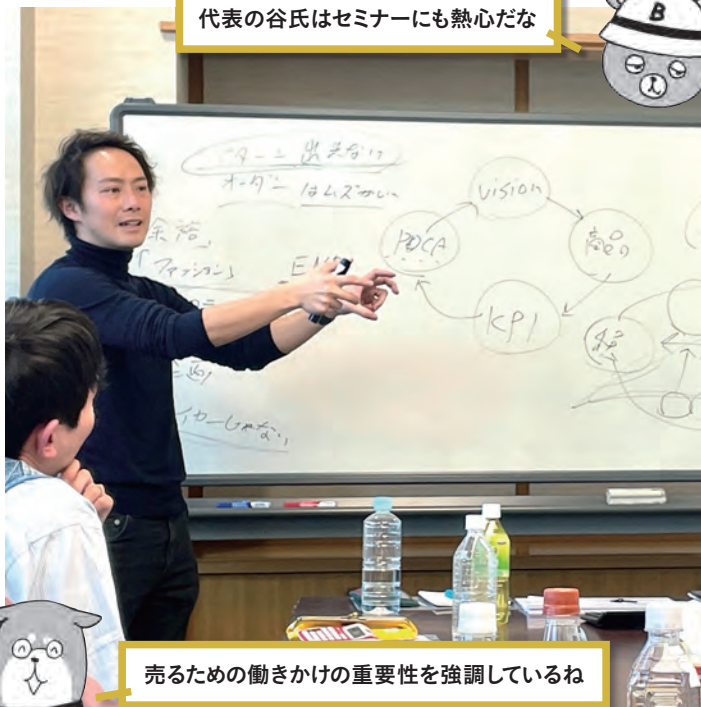
発送まで同社が受け持つ仕組みだね



つまり  
こういうこと

- 日本の服の需要を見ると、日本が貧しくなるのを反映して少しずつ減っており、服の購入に使う金額も下がっている
- そのなかで堅調なのが、小ロット生産と相性のよい独立系アパレル。値段は高いが熱心な顧客に支えられている
- 独立系アパレルの顧客の購買動機は、アパレルの世界観や理念への賛同なので、長らく購入し続ける。実態はファンビジネスだ

代表の谷氏はセミナーにも熱心だな



売るための働きかけの重要性を強調しているね

ここを学べ!

## 熱心なファンをつないで 「ファンダム」化

住宅ビジネスへの応用を60字で

SNSなどで熱心なファン  
を育て、顧客となって引き  
渡し後も維持管理などで関  
係を保ち、建物に関して何  
でも相談できる間柄になる

職人に熱心なファンになってもらい、  
助け合う関係になるのは意外に難しい

つまり  
こういうこと

- ファンダム=熱心なファンによる緩いネットワーク。たとえば決算月に仕事を出してくる10人をファンダムという
- ファンダムをつくる作業は、ファンのなかから実際に仕事を受発注してくれる人を見つける作業とも言える
- ファンダムの前提となる熱心なファンは、ブログやSNSの文章で生み出す。加えて谷氏は各種セミナーを継続的に実施



ハイブリッド給湯・暖房システム  
**ECO ONE**

NEW

## 家庭からカーボンニュートラルに貢献する、 「ECO ONE」という環境対策。

新しいECO ONEは、年間給湯効率148.1%を達成、従来のガス給湯器に比べて、CO<sub>2</sub>排出量を56%削減。  
各家庭が毎日の暮らしを通して、カーボンニュートラル実現に貢献します。

年間給湯効率<sup>\*1</sup>

給湯使用時の  
CO<sub>2</sub>排出量(1年間)<sup>\*2</sup>

**148.1%**達成 **56%**削減

※1: JGKAS A705-2020に基づく年間給湯効率160Lタイプ、6地域給湯負荷16.6GJ/年の場合、RTU-R1602

※2: 国立研究開発法人建築研究所(協力: 国土交通省国土技術政策総合研究所)による「建築物のエネルギー消費性能に関する技術情報」で公開されている平成28年省エネルギー基準に準拠した「エネルギー消費性能計算プログラム(住宅版) Ver.3.5.0」(6地域)による算出(2024年2月現在)。年間給湯おしだき負荷18.3GJ。電気: 電気事業者別排出係数(特定排出者の温室効果ガス排出量算定用)一令和3年度実績一R5.5.26環境省・経済産業省公表代替値。LPガス: 温室効果ガス総排出量算定方法ガイドラインVer1.0平成29年3月環境省。従来型ガス給湯器(給湯暖房タイプ)との比較。

ハイブリッド給湯器へのお取り替えに  
補助金 **今なら最大**

**150,000円**

経済産業省、令和5年度補正  
「高効率給湯器導入促進による  
家庭部門の省エネルギー  
推進事業費補助金」として



ECO ONEについて  
詳しく知りたい方はこちら



# Rinnai



# いつも窓辺は、家族の特等席

樹脂窓で、夏は涼しく、冬は暖かく

新築用



高性能樹脂窓  
APW® 330

高性能トリプルガラス樹脂窓  
APW® 430

リフォーム用



かんたん マドリモ  
断熱窓戸建用

かんたん マドリモ  
内窓 プラマードU

縫製を副業にしたい人は多いんだな

在宅の職人

代表の谷氏



ここを学べ!

## 職人を副業的にフル活用する

住宅ビジネスへの応用を60字で

職	人	や	監	督	不	足	を	副	業	で	埋	12
め	る	こ	と	を	検	討	。	ま	ず	は	経	24
験	者	の	シ	ニ	ア	を	活	用	。	将	来	36
的	に	は	副	業	ス	ク	ル	を	開	設		48
し	て	養	成	す	る	こ	と	も	視	野	に	60

DIY愛好家のセミプロ化としてモリフォームや外構工事などの副業化は可能性がある



縫製だけやれば良い仕組みが必要だけどね

- 縫製業界には「受け取り」という休日などに職人が取っ払いで受ける仕事がある。「内職さん」という業態も一般的だ
- 「受け取り」「内職さん」などの副業的な関わり方をしている職人を生かすと、小ロット対応でも採算が取りやすい
- 小ロットの仕事は縫製専門の職人だと少額過ぎて手が出せない。副業収入を得たい人と空いた時間が使えて歓迎する

つまり  
こういうこと

ここを学べ!

## 外部職人+自社工場で利益を出す

住宅ビジネスへの応用を60字で

大	工	な	ど	職	人	を	社	員	化	し、	12	
自	社	で	そ	の	工	事	を	担	う	と	利	24
益	率	が	高	ま	る	。	ま	た	木	工	事	36
な	ど	を	自	前	化	す	と	そ	の	部	48	
分	の	コ	ス	ト	削	減	が	し	や	す	い	60

廃業した建具工場を借りて建具を製造するなど自前化の取り組み手法は多岐にわたる

効率化のために社員研修を行っているのか



さまざまな部署の社員が情報共有を図るんだね



- 「MY HOME ATELIER」はアパレル会社から委託された服の製造を、外部の職人たちに分離発注してまとめ上げる仕組み
- 一般に服の製造を請け負う手数料は総額の20%。10着だと数千円程度と割に合わないため同社は50%に設定している
- その上で縫製を外部職人と自社工場に振り分け、効率化できる作業は自社、手仕事の部分は職人に振って利益を確保

つまり  
こういうこと

ここを学べ!

スタートアップ系の人たち  
と積極的につながる

住宅ビジネスへの応用を60文字で

将来顧客の開拓としては、  
土地なし客などを対象にし  
た無料住宅相談や空き家相  
談、新築やリノベのセカン  
ドオピニオンが考えられる

オンラインによる無料相談は  
営業に活用する余地がまだまだある



何人かに1人は  
実際に起業するようだ

つまり  
こういうこと

- 小ロット対応の需要先として、これからアパレルを起業したいスタートアップ系の新規顧客と積極的につながっている
- スタートアップ系含む新規顧客の割合は今期で65～70%。ネット通販の普及でアパレル会社が起業しやすくなった
- スタートアップ系の人たちにZoomで無料コンサルを実施。早期の依頼には結びつかないが、将来顧客の開拓になる



1項目=約60字で要約  
ヴァレイを [超] 早わかり

ヴァレイの取り組みや特徴について、  
ポイントを抽出して紹介する。

### ①どんな会社?

衣料品の小ロット・高品質生産に特化した会社。国内の職人による手仕事を生かした縫製と顧客の要望への柔軟な対応が特徴

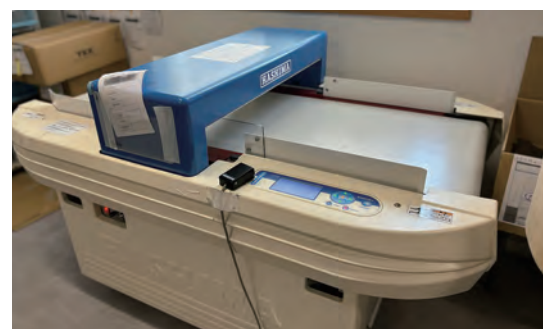
→自社工場のほか、外部の腕のよい職人と高い技術を求めるアパレル会社をマッチング



同社の事務所兼工場の外観。鉄骨造3階建てで1・3階が作業場、2階が資材置き場。使用している面積は1・3階が各350㎡程度、2階は175㎡程度

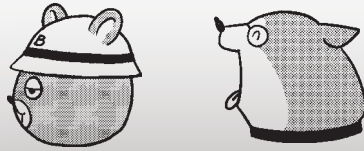


裁断時に使用する延反機。裁断する生地を真っすぐに伸ばしつつ重ねていく「延反」という工程を自動で行う。工場の設備の1つ



工場の設備の1つである検針機。磁気を利用して縫製品などに混入したミシンの折れ針やまち針などを検出する

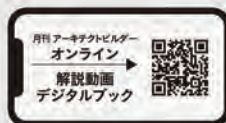
# 全編は新建ハウジングの 定期購読でご覧いただけます!



この企画のビジョン・目標(60文字で)

異業種	の	ビジ	ネス	モデル	や	12						
商品	企画	、	マー	ケ	ティ	ング	24					
の	考	え	方	や	手	法	から	、	住	宅	36	
分	野	の	ビ	ジ	ネ	ス	に	応	用	で	き	48
そ	う	な	要	素	を	抽	出	し	て	紹	介	60

異業種の手法を60字で学ぶ **超**    
住宅ビジネス **超** ヒント集



特集  
工務店のための  
法制度・補助金活用ガイド  
工務店が知っておきたい  
国の主要な法制度トレンド おさらい解説  
2024年度 家づくり支援策  
(トレンドはやわかり)(早見版)  
先進的意リノベ事業 活用事例  
～アフターサービス戦略で受注率向上～

新建ハウジング別冊付録/2024年6月号

月刊 **アーキテクトビルダー**

〈発行〉新建ハウジング(新建新聞社)

2024年5月

©Shinken Press 2024

無断での複写、複製、転載、ネット掲載を禁じます。