

一般財団法人大阪科学技術センター 住宅産業フォーラム21
平成24年度 第3回フォーラム活動記録

テーマ：『住宅産業の新しい動き、これからの『地域住宅』のあり方を考える』

趣旨：近年、新築着工戸数が80万戸まで下がり、現在の住宅産業を維持する市場規模として危険水域に入りつつあります。このように業界全体が冷え込んでいる中、事業エリアを限定し、地域性に特化した住宅『地域住宅』を供給する中小地場ビルダーの台頭が目立っています。このような住宅産業の新しい動きについて、『地域住宅』に関する議論の歴史を振り返りながら、現在、地域密着型で着実に実績を上げている企業、全国ネットワークの構築で新しい展開に挑戦している企業など、『地域住宅』の供給最前線における経営戦略を学ぶことで、これからの『地域住宅』のあり方について再考したいと思います。

開催日時：平成24年10月26日（金）13:30～17:20（フォーラム）17:30～18:00（アフターディスカッション）

開催場所：大阪科学技術センター4階 401号室

参加人数：45名

時間	プログラム・内容
13:30～13:35	開催挨拶・趣旨説明 企画WG委員 生川 慶一郎氏
13:35～14:35	基調講演（60分） 「これからの木造住宅・木造建築との取組みについて考える～地域に根ざした すまいづくりとまちづくり」 (株)アルセッド建築研究所代表 / 芝浦工業大学名誉教授 三井所 清典 氏
14:35～15:15	講演（40分） 「工務店ネットワーク（JAHBnet）がつくる地域住宅の現状と今後」 ～アキュラグループの経営戦略～ (株)アキュラホーム 代表取締役社長 宮沢 俊哉 氏
15:15～15:30	休憩
15:30～16:10	講演（40分） 「ゼロ・コーポレーションの選択」 (株)ゼロ・コーポレーション 代表取締役社長 金城 一守 氏
16:10～17:10	討論・質疑応答（60分） テーマ「地域性を重視した住宅産業のあり方を考える」 パネリスト 三井所清典氏、宮沢俊哉氏、金城一守氏 積水ハウス(株) 設計部 設計部長 角本 茂氏、 大和ハウス工業(株)住宅事業推進部 商品開発部 技術戦略グループ 主任技術者 森 晋樹氏 コーディネイタ 企画WGリーダー 赤崎盛久氏
17:10～17:20	まとめと閉会の挨拶 大阪大学名誉教授 柏原 土郎氏

開会挨拶・趣旨説明

生川 慶一郎氏（企画WG委員）

住宅産業自体が厳しい時代を迎えている中、地域に焦点をあてて頑張っているビルダーや工務店等があり、それらの動きについて皆で考えたい。

まずは、地域住宅を語る上で基本となる HOPE 計画に、建築士としてずっと関わっておられる三井所先生にご講演頂く。次に、独自の住宅建設合理化システム「アキュラ

システム」を導入して、全国的に地域のビルダーとネットワークをつくって活躍しておられるアキュラホームの宮沢社長、そして京都を中心に地域を限定して事業を展開し業績を伸ばされているゼロ・コーポレーションの金城社長にお話して頂きたい。後半は、企画委員の赤崎氏にコーディネーターを務めて頂き、「地域性を重視した住宅産業のあり方を考える」というテーマで、パネルディスカッションを行う。

以上を通じて、急進する『地域住宅』市場を住宅産業の中でどのように位置づけられていくのか、その戦略について議論を深めたいと考えている。

基調講演

「これからの木造住宅・木造建築との取り組みについて考える～地域に根ざしたすまいづくりとまちづくり」

三井所 清典氏(株式会社アルセッド建築研究所代表/芝浦工業大学名誉教授)

小事務所で住宅を設計している人や、工務店、職人等は、基本的に“非組織人間”だと思っている。その人達は自由に自分の技術を活かしながら生きていて、人に拘束されたくないと思っている。これまではそれで良かったが、街並みを整えたり、美しい風景の集落をつくらうとする時や、震災復興で、それが60年後にいい街並みであるためには、非組織人間のままではどうにもならない。

美しいまちづくりのためにはそういう人達が組織的に動く必要がある。それがその意識で「地域住宅とまちづくり」というテーマでずっと活動してきた話である。



写真1 三井所先生の講演

有田町 焼物に負けない修景まちづくり

有田町に確認申請を出しているすべての設計事務所と工務店に、焼き物に負けない美しいまちづくりをしようと呼び掛けて運動を始めた。勉強会では、有田のまちにふさわしい設計の方法、材料の使い方などを話し合った。それぞれが設計した住宅を見て廻ったり、まちを見に出かけて、デザインの方向性を話し合い、それを基本にしてまとめたものがHOPE計画策定書になった。“外はみんなもの、中は自分のもの”という考えで、街並みや集落の景観を整えていく。

その後、有田HOPE研究会を作りその活動は15年以上続き、そのメンバーの設計事務所や工務店に仕事を頼めば、まちに調和したい家ができていくということが町民に分か

るようになった。研究会メンバーの工務店や設計事務所がつくった建物が町内にあるので、それを見に行き、こういうことをしたいと話せる。その繰り返しで町の中が次々によくなり、地域の専門家の緩やかな組織化ができた。



写真2 有田町における修景まちづくりの事例

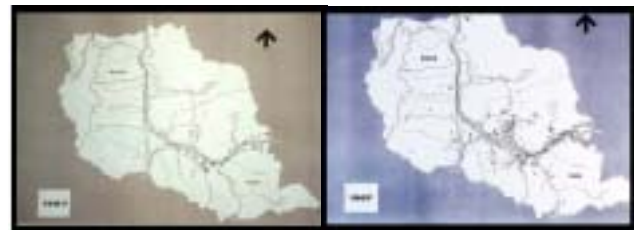


図1 有田町における修景まちづくりの実績分布

富山県優良住宅協会 富山型住宅の共同開発

施工件数の少ない工務店の勉強会が8年程続いた。初年度目は講演会を行った後に、グループに分かれて話し合い、さらに自分がこれからどうするかという意見を出すところまで、一日で行う活動を一年間行った。次の一年間は、小さな工務店20数社を4つのグループに分けて、共同設計を行い、その発表会も行った。はじめは、工務店同士が商売仇なのでなかなかうまくいかないけれど、だんだんうまくいくようになった。自分たちの仕事が減ってきていることを考えると、一緒になって勉強して、自分たちはこういう家をつくるんだ、ということをやって、在来構法のシェアを確保するという努力を皆でしなければならぬと考えた。4つのグループに一人ずつ建築家をつけることにしたが、この時に推薦を願った県庁には、大工の仕事に敬意を持ち、かつ大工にばかにされない建築家を選ぶように頼んだ。この時、建築家と工務店の人がお互いに方言で話せて、しっかりと話し合いができることに気付いた。4つの提案のうち、3つを建売で建てることを実現した。「ハウスメーカーのまねをするのはやめよう。自分たちにできることをしよう」とすると、自然と“地域型”になっていく。工務店全体がグループで活動し始めると、テレビ局や新聞社が興味を持って取り上げてくれた。

南砺市 旧上平村 集落・人のいる風景づくり

合掌造りの集落で、昭和30年ぐらいに合掌をおろし、2階建てに作り替えたが、高くなった2階の屋根の雪下ろしをしている時に人が落ちると危険なため、雪下ろしの必要のない屋根を考えるよう村長に頼まれた。雪割棟と軒の下

に池をつくって、地下水を入れて、雪を溶かすようにした。

万が一水が枯れてもいのように軒下にたまる積雪を計算して軒高を決めたがその完成した家を見ると、最初は腰高で格好悪いと思った。別の豪雪地域で HOPE 計画をやった時に、これぐらいの高さがあると安心して住めることが分かって、次第に美しく見えるようになった。温暖地や都会の住宅では考えられないことでも、村の生活を考えて、今までの思い込みや美意識を変えることは大変だが、地域型をつくる上で大切なことである。



写真3 雪下ろしの必要のない屋根の実証実験



写真4 南砺市(旧上平村)集落・人のいる風景づくり

長岡市 旧山古志村 中山間地の復興景観づくり

切妻が目立つ中門造りという民家の多い地域である。そういう風景を再生できるかと思った。復興に取り掛かる前に村長に二つの提案をした。一つ目は、半分くらいは改修し、半分くらいは新築しなければならないが、将来同じ山の木工達がメンテナンスしなければいけないので、木造軸組を原則としたい。二つ目は、未完成の復興住宅にする。完成してしまうと、十分の間、木工の仕事がなくなって、後継者も育たないし、30年、40年経った時に誰も修理を頼む人がいなくなってしまうからだ。山に人が戻ってきて、色々な仕事が始まって、落ち着いてきたら、増築したり、間仕切りをつけたりする仕事をだすようにする。こういうことを「生業の生態系の保全」と言っている。戦後の日本は技術がどんどん革新が進み、古い技術は意味がなく、新しい技術にこそ意味があると思って、常に技術を変えてきて、人の手仕事が無くなっていくことに無頓着だった。古い住宅も新しい住宅もメンテナンスが必要だとすると、動植物の生態系が保全されないといけないように、住宅にかかわる人間の生業も保全されなければならない。

復興住宅をつくりたい住民をどのようにグループ化す

るかも重要である。バラバラに注文を出されては、効率よく、はやく、安くつくることができない。山の木工は改修工事に時間がとられ、新築に手が回らない。色々検討した結果、隣の長岡の建築協同組合に協力をお願いした。設計は我々の設計事務所と地元長岡から、富山と同様に、「木工の仕事に敬意を払い、かつ木工にばかにされない建築家」を4人選んでもらい設計支援というものをつくった。さらに資材メーカーに、安く資材を入れるように相談した。民間の仕事なので、市は直接的には関係ないが、復興という公的な支援の部分があるので市も積極的に取り組まれた。

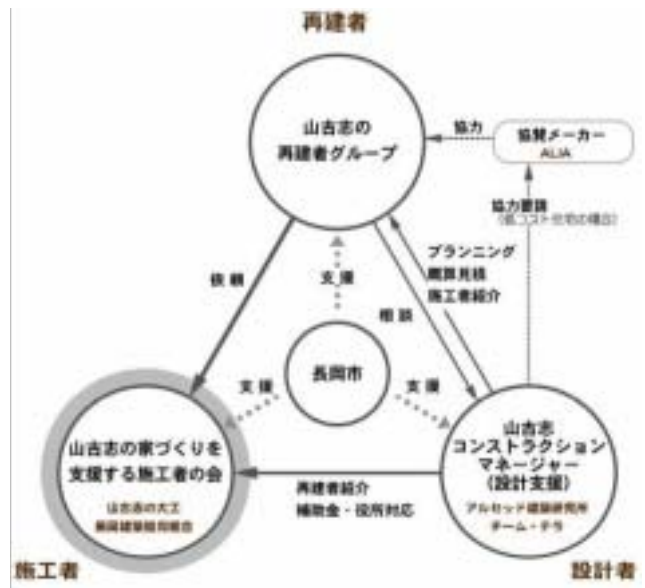


図2 旧山古志村における復興住宅再建スキーム



写真5 実現した中山間地型復興住宅の例

岩手県 宮城県 福島県 東日本大震災 復興住宅供給
ある町で、平常時には新築需要の6割を地元の工務店、4割をハウスメーカー等が建設しているとすると、非常時に需要が10倍になった時、ハウスメーカーはなんとか全国的な組織力で供給できても、工務店は非組織人間だから

せいぜい2倍ぐらしか供給できない。在来構法のシェアを確保するためには、工務店はチームをつくらないといけないし、他の地域にも頼まないといけない。ただし、将来の維持管理については、地元の工務店に任せる。

地域住宅はそれぞれの文化、気候・風土にあったもので、それに長期優良住宅の話が加わる。そのためには工務店は連携していく必要があり、地域型住宅ブランド化事業につながっていく。こういうことを意識しながら、復元力のある復興住宅づくりをしなければならない。

日本の木造建築の復権

低層の公共建築は原則木造で造ることになった。工務店が住宅をつくる一方で公共建築にも参加できるように地元の自治体が仕組んでくれたら、魅力あるいい仕事として後継者も増えるのではないかと考えている。

講演

「工務店ネットワーク（JAHBnet）がつくる地域住宅の現状と今後～アキュラグループの経営戦略～」

宮沢 俊哉氏（株式会社アキュラホーム 代表取締役社長）

アキュラホームでは自ら住宅を作りながら、一方で全国の工務店に発信し、一緒に学び合いながら、「理想の家づくり」を目指して活動をしている。その中には地域住宅に関わっている部分があるので、我々の活動を紹介したい。アキュラホームは、北は埼玉・茨城から南は広島まで、主に東阪名を中心に活動している。いい家をつくるにはある程度会社の力も必要だと思っている。事業内容としては、「くらし提案事業」にこだわっていて、注文住宅が主になっている。その他に、我々の活動を全国の工務店に発信する「工務店近代化事業」、「研究・開発事業」を行っている。



写真6 アキュラホーム宮沢社長の講演

工務店ネットワーク JAHBnet は約 300 社が加盟していて、累計棟数は 95000 棟である。一時は、色んな縁があれば誰でも参加できるとしていたが、現在は優良工務店のみでやっていこうということで進めている。理念としては、「日本の家づくりを変える」ということで、家づくりを適正価格にすることを目指している。



図3 工務店ネットワーク（JAHBnet）の実績

戦前は大工・工務店が何代も住める家をつくりながら、工務店自体も何代も続いていき、技を伝承・継承していたが、現在では家づくり文化は崩壊したのではないかと考えている。戦後、量の追及を行うことで、工務店は出でなくなり、元来の匠の心がなくなったのではないかと始め、「匠の心ルネサンス」「家づくり文化復興」と言っている。

日本の住宅の資産価値は 20 年、30 年経つと、ゼロどころかマイナスになる。住宅の価格も欧米に比べて安いわけではなく、1994 年頃には 3 割から 4 割高いと言われた。お客様の幸せを真に考えたら、家だけが人生ではない。単にイニシャルコストが安いということだけでなく、将来に渡って住み継げる資産価値が重要である。そのためには、利用価値がないといけない。例えば、家族が変われば間仕切りが変えられたり、ライフスタイルが変われば模様替えができることである。一方で、少子化で一人暮らし、二人暮らしが多くなってきている中で、コンパクトな家もいいのではないかと考えて、550 万の家をつくった。

日本の住宅づくりは、坪請け制度や材工一式など、あまりにもドンブリ勘定である。元凶は部位別単価がなく、業種別積算になっていることである。これは供給者論理であって、消費者の立場になっていない。結局、住宅のどこにお金がかかっているかということが不在になることによって、どこに無駄があるかが分からない。こういった供給者論理がまかり通っていき、供給者優位な高度成長期時代に行ったことによって、元来の匠の努力や家づくりの本質

が失われた。そこで、ムダをいかに削るか、合理的とは何かということを追及してきた。

コストに続いて、丈夫で長持ちであることが重要である。長期優良住宅でいかに無駄を排除し、性能も落とさず、一般の方々が求めやすい価格にしていくかということを考えて。次に、普及型の省エネ住宅である。光熱費ゼロということで、創エネ、省エネあるいは蓄エネといっているが、欧米や北米をみていると、機械に頼らなくても、自然をうまく取り入れた形でもできる。しかし、どちらかに偏ってはいけないと考えて、太陽光発電、太陽熱温水器などを使い、一方で自然を利用するエコ暮らしというものを考えている。スマートハウスとしては、創エネ、蓄エネ、節エネを合わせたものを考えている。節エネとは自然を利用した設計の仕方や先人の知恵を含めた考え方である。

グッドデザイン賞への提案は、木でもこれだけできるということを主張している。デザインについても、昔の棟梁はしっかりシンメトリーにしたり、デザインの原則を守っていた。今は価格や敷地の形状、建物の形状を優先してしまっている。絶対守らなければならないデザイン原則を守ろうというのがデザインコードである。それを中心として、様々な調和を図っている。

お客様に幸せになってもらおうと、入居時の記念樹を植えたり、成長を記録する柱をつくる等「しあわせデザインプロジェクト」というものもやっている。

一方で、コンペやプロポーザルにも参加しながら、我々の考えを発信している。また公職をしながら、色んな住宅関連あるいは異業種の方々と触れ合いながら、理想の住まいづくりを追及している。

JAHBnet では、アクュラホーム自体がやってきたことを全国の工務店に広めていっている。



図4 JAHBnetによる地域密着性とネットワークの強み

ただし、我々がオープンにしているのは、本質を極めていき、全国に共通する部分である。共有できるものだけを共有していき、あとは地域性・独自性のある住宅づくりを行う。住宅には“つくって楽しい”“住まい手が喜んでくれてうれしい”という想いが必要である。想いがあるから、工夫をしたり、家族や地域のことを考えることができる。の方が大きい。住宅も重要だが、会社自体がしっかりした体制をつくらないといけない。「名経営者=名棟梁」だと言っている。昔の棟梁は、先のことを考えて事業を行っていた。現在の作ったら作りっぱなし、2,30年後には建てて直さないといけないというのはおかしい。工務店自体も、倒産して家守りをしないということではいけない。そういうわけで、「永代家守り」ということを言っていて、そのためには永代続く優良ビルダーでないといけない。



図5 工務店近代化を支える永代ビルダー塾

アクュラシステムは、コストダウンよりも経営の合理化地域に貢献するということが、お客さんに喜んでもらって、その対価をもらい、企業が存続するために勉強し、そして地域に税金を払ったりすることではないかと思っている。長期優良住宅等の技術をジャープネットの事務局にきて勉強し、共有できるものは賢く学んで、自分独自に置き換え、地域性に合わせて住宅を作ることが上手な工務店がある。アクュラホームもハウスメーカーと呼ばれる時もあるが、一方で支店長は工務店の棟梁であると言っている。支店長もビルダー塾でジャープネットの会員工務店と一緒に学び、支店ごとに地域性を盛り込む。共有するところは共有しながら、後はそれぞれが地域性に合わせて住宅をつくっていく。

東日本大震災の応急仮設工事ではアクュラホームとして宮城県に仮設住宅をつくりにいき、一方で福島では地元の人たちで連合をつくって復興住宅をつくることを手伝った。地域住宅ブランド化事業にも全国で挑戦した。



図6 JAHBnetにおける地域住宅への取組事例

東京都のまちづくりのプロポーザルにも提案している。住まいづくりへの挑戦とは当たり前のことを当たり前にする事で、奇手奇策はない。これからはまちづくりが大事だと思っている。単に工務店が連携しても作り手だけではなく、行政や大学、住宅関連の方々協力することによって、シナジーがあると思う。JAHBnetでも、同じモジュールやディテールでやれば、共同仕入れができるということで、賢い人たちと連携する必要がある。モデルビレッジをつくって賢い住民が集まってシナジーを働かせたまちづくりの事例があちこちでできれば、古い廃墟となっている町が再開発できるのではないかと考えている。

講演

「ゼロ・コーポレーションの選択」

金城 一守氏(株式会社ゼロ・コーポレーション 代表取締役社長)

もともとは不動産事業をやっていて、住宅販売については土地を購入して工務店に建ててもらったものを販売するスタイルだった。しかし販売した住宅にひどい不具合が起きる事件があり、このようなことではいけないと考え、工事を丸投げするのではなく直営に転換し、徹底して工事内容を透明化しようと考えた。



写真7 ゼロ・ホーム金城社長の講演

その時期に木造住宅について深く勉強し、きちんとした施工と維持管理を行えば、100年でも長持ちさせることができると気がついた。

住宅のつくり方

1) 100年住宅をつくる

住宅性能表示の制度をベースに独自の視点を追加した評価システムを採用。軸組みと基礎をスケルトンと考え、他の部位はインフィルとしてそれぞれに応じたタイムスパンでの維持管理・交換を行う独自のスケルトンインフィル方式の考え方を採用している。点検口や基礎の人通口のサイズなども、数十年後の改修の際に本当に使えるような寸法で設計するといった工夫をしている。

1) 100年住宅をつくる

- 住宅性能評価システムの採用

- 独自改善

- スケルトンインフィル
- 人通口・点検口・換気口等



図6 ゼロ・ホームのスケルトン・インフィルシステム

2) 品質を高める

性能は設計できるが、実際の品質を確かなものにするには現場の施工が確実に行われなければいけない。そのために、アフターの担当者を集めての営繕ミーティングを徹底して行い、なぜクレームが起こったのか、検証と改善を繰り返し行い、ディテール集等に明文化して蓄積している。

京都のまちなかは間口の狭い敷地が多い。外壁建て起こし工法は問題が多く、雨漏りを起こすと100年などとも持たないことになってしまう。独自の技術開発で、敷地境界線から15~20cm程度のセットバックで、長期優良住宅仕様の外壁を施工できるまでになった。

京都のまちなかはまちなみも大切に、デザインをおろそかにすると、住宅自体は長持ちしても、人に大切にもらえない。特に間口の狭い敷地はファサード勝負となる。

3) アフターの徹底

担当者によって説明が違ってしまうことの無いよう、徹底した情報共有を行っている。また160人程度の会社でアフター担当者を9名確保している。何も無い時は待機することになるが、その間はリフォーム、リノベーションの業務に当たっている。京都では古い家の改修の要望も多く、き

ちっと対応できる人材は重要である。アフターの記録は住宅履歴書として作成および保管している。

4) 価格訴求を徹底

大手のハウスメーカーのお客様とは違い、建物本体の価格帯はおよそ 1500 万円程度である。そのニーズに対応できるように努力を重ねている。

5) 会社の中身を見せる

訴訟案件以外はほぼ完全に情報公開している。雨漏り件数や、お客様アンケート、クレームの内容、ディテールや現場の状況に至るまですべてである。情報公開を始めたのは、お客様向けというよりも、社員の意識改革のほうが目的だった。少々雨漏りしても仕方が無いという雰囲気や、現場の汚さなどが、情報公開によって変化した。こんな情報を公開しても、当時のゼロのような規模の小さな会社では、特に注目を集めていなかったように思うが、最近では、逆に情報公開していることで予想以上にきちんとやっているとお客様に思ってもらえるようになってきた。

今後の経営方向

京都の特性をふまえ、時代に適合した住宅会社を目指す。地域の信頼を得ること、伝統的な建物、町家の再生を担えるだけの技術力を保持すること、安定した経営基盤を持つことが重要と考えている。そのためにも、自分の手の届く範囲で仕事をしたいという自分の性格的なものによるかもしれないが、事業範囲を拡大することは考えていない。

他には、今年 1 月から始めたタテ材全てへの国産材使用を継続・拡大や、スマートハウス事業の展開を今後の課題と考えている。

2) 時代に適合した住宅会社を目指す

- 地域の信頼を得ながら
建築、修繕、リノベーションできる会社
- 伝統的建物、町家群を蘇生させる
技術能力の保持
- 安定した経営基盤、
京都地域建築を
一手に担えるボリューム



図 7 時代に適合した住宅会社

討論・質疑応答

テーマ「地域性を重視した住宅産業のあり方を考える」

パネリスト

三井所清典氏、宮沢俊哉氏、金城一守氏

角本茂氏(積水ハウス㈱ 設計部 設計部長)

森晋樹氏(大和ハウス工業㈱ 住宅事業推進部

商品開発部 主任技術者)

コーディネーター

赤崎盛久氏(企画 WG リーダー)

赤崎：加わった 2 名の方々から、講演された 3 名の方々に対して、意見や質問等をお願いしたい。

角本：地域密着型の木造住宅づくりには、「供給手法」と「デザイン手法」の二通りの手法があるように感じた。積水ハウスは年間約 4 万戸を供給している。今日の話聞いていて感じたのは、例えば山古志のように伝統的な文化がしっかりとある地域での住宅のデザインに対して、ニュータウンのような新たにつくられた場所では、その地域の住宅のデザインをどのように考えればよいのかお聞きしたい。

三井所：言葉とデザインは似ていると思う。方言も民家も地域の風土と文化の反映である。言葉が異なる場所には異なるデザインがある。しかし、自分が学生の頃は世界中同じ「インターナショナルスタイル」というデザインが大きく注目された時代だった。今は違う。島根県の石見地方でしばらく勉強会をしたことがある。その地域は赤瓦の屋根が特徴的であるが、他地域の黒い瓦に憧れる人も確かにいた。そういう人が増えると赤瓦の風景が危機に瀕する。方言のような地域の個性ある建築をつくって欲しいと思う。



写真 8 パネルディスカッション

宮沢：アキュラホームやジャープネットでは、住宅づくりの原理原則のようなものについてはある程度共通するものがある。その上で、それぞれが状況に応じて変化をつけて、地域に協調していくようにすればよいのではないかと考えている。

赤崎：その考え方は大いに共感するものである。日本の戦後の木造住宅は、基本をきっちりと固める前に地域性の議論に移ってしまったところがあるのではないかと。その点について三井所先生にご意見伺いたい。

三井所：学校にしても住宅にしても、戦後の復興期には標準設計といって、全国的に一定レベルの設計技術の普及が推進された。その後、それぞれの場所や地域ごとに気候風土に応じた多様化を求める時代へと変わった。いきなり地域性の議論に入ったわけではない。

金城：京都以外の地域はほとんど扱っていないので地域性がよくわからない。ただ、大阪と京都を比べると、確かにかなり違うと感じる。大阪は何でもありなところがあるが、京都はそうはいかない。

赤崎：森さんは、今日、急遽有吉さんの代わりに来ていただいた。感想や意見などお願いしたい。

森：三井所先生の、非組織人間の集まりを組織化する活動をやってこれたというお話を聞いて、地域住宅づくりの推進にはコミュニティの存在が重要なのではないかと感じた。もともとのコミュニティのない場所ではどうすればよいのか。

三井所：確かに有田の例などはもともと小さなまちで、研究会の活動を続ける中で、メンバーと地域の方々の関係がさらに深まっていく様子が見られた。ハウスメーカーの方々が住宅団地をつくるのは都市近郊が多いと思う。そういった団地をつくる時も、関係各社で集まって話し合う場があった上でつくっていくのではないかと。例えばこれから仙台の郊外や、石巻なんかで住宅地やまちの復興にあたって、東北弁を話している地域で標準語のような家ばかりが並ぶことの無いよう、関係者で話し合っただけでつくっていただきたい。場所の雰囲気を読む力が必要となる。

宮沢：東北の被災地で会員工務店同士が協働する場面がある。三井所先生が冒頭に指摘されたように、基本的に非組織人間が多いので、まとめるのは難しい。小さなことではなくむしろ大きな目的を共有するほうがうまくいくように感じている。住宅団地づくりに関わることもあるが、むしろ建ててから後が課題である。あるコンペでは、入居後10年間は無償で緑地の管理をすると提案したことがある。放っておくと勝手に切られてしまうことも多い。首都圏のマーケットの規模の

大きさを活かして、緑の多い暮らしが好きだという価値観の人を集めれば、将来にわたって維持される住宅地に育っていくと思う。

金城：戸建住宅団地でも、20軒以上程度になる場合は、「まちづくり憲章」を合わせて販売している。犬小屋についてや塀について、シンボルツリーについてなどをルール化したものである。お客様の抵抗はあまり無い。むしろご近所同士の安心感につながるのではないかと。

赤崎：フロアのほうから質問やコメントお願いしたい。

Q：講演していただいた3人の先生方への質問をさせていただく。住宅づくりにおいて、国産材と外材の使用比率はどの程度か。もう一点は、工業化住宅について、本当は最後のまとめで言おうと思っていたが、先に質問したい。三井所先生のお話にあった「方言」という言葉について、一時バナキュラーという言葉がはやったがまさに直訳すると「方言」という意味となる。方言的な建築は、地域の気候・風土・材料に適合するものであり、地域ビルダーはそれらを熟知している。では、逆にこれからの量産住宅の存在意義はどこにあると考えるか？

赤崎：柏原先生の1点目の質問に対して、3人の講演者の方々に伺いたい。

三井所：日本の山は、現在は伐採期を迎えて国産材を十分に使えるようになってきたので、できる限り国産材を使ってほしい。以前ある大手のハウスメーカーに聞いたとき、国産材比率は1%未満とのことだったので、宮崎と一緒にいって、育てている杉林を見せたことがある。

宮沢：アキュラホームとしては、柱材に国産材を少し使っている支店がある程度で、全体としてはほとんど使っていない。社員は大手ハウスメーカーからの転職組も多く、社内全体の雰囲気として、乾燥に対する不安がある。また関東ではなかなか供給が安定せず、アキュラの供給戸数に対してコストも量も不安がある。

金城：3年くらいかけて国産材の現状について調査を行い、今年の1月1日からタテ材については全て宮崎の杉を使うことにした。ひび割れ、背割れ、死に節、含水率、強度といった内容について調査し、お客様にきちり説明できるのかどうかという視点から課題をつぶしていった。価格と供給の安定性については確かに不安があり、宮崎だけではなく他の産地も開発しようと考えている。

赤崎：続いて、角本さん、森さんに、柏原先生の2点目の質問に対してお答え願いたい。

角本：弊社の様な住宅メーカーを選ぶお客様と、在来木造

住宅を選ぶお客様とは住居に対する考え方が違うように思う。震災後3ヶ月仮設住宅設計の為、被災3県をまわり、被災地で残って建っている積水ハウスの家を何軒も見た。平時は十分すぎる設計ではないかと思うほどの基礎や、標準の何倍もの性能を求めてテストをして品質を高めている構造は住居を守った。この点は、自社の大きな特徴である。品質の面では、シックハウス対策は世の中ではまだまだ課題があり、弊社鉄骨住宅では「エアキスシリーズ」で法的基準の半分以上を目指している。また地域の文化やまちなみに対しては、外構、エクステリアのしつらえで風土に合わせるよう努めている。

森：基本的な方向性は角本さんと同じである。また、方言というキーワードがあったが、言葉は変わるものであり、現代の方言は近代以前とかなり異なっているのと同様に、住宅も変わって良いと思う。また地域性を打ち出す際に、産という表現が良くされるが、その範囲は地名、県名、地方名、国名と様々にある。では地域というのは一体どの範囲を地域と呼ぶのか。われわれメーカーは、標準家族を対象にした大量供給を行ってきたが、社内でも全国一律的な標準設計からローカルな視点へという考え方もある。しかし、地場の工務店ほどフットワークが軽くないのは事実である。ある程度広域のエリアを対象に、特色を出してあげたらと考えている。またまちなみについては、先ほど角本さんが言われたように、外構の影響がかなり大きい。特に魅力的な住宅地のまちなみは、家本体よりも、街路樹や、外構、エクステリアの美しさが大きく寄与していると思う。

赤崎：事前の打合せにおいて、コーディネーターはあまり意見を言わないようにと言われたが、パナホームですと工業化住宅に携わってきたことから、一言言わせていただきたい。たとえばアメリカは90%以上が2×4。西海岸でも東海岸でも住宅本体自体はそれほど変わらないが、住宅地のまちなみがきたないかと言えばそんなことはない。宮沢社長、金城社長とも、コスト面での努力が卓越しているが、日本の住宅は高いという意識があったと思う。例えばコンピュータの価格が下げられるのは、世界的にモジュール化が進んだからといえる。日本の住宅も、部品のモジュール化はかなり進んでいるが、施工についてはまだまだではないか。アメリカの住宅生産は、大工さんのグレード分けなどにより仕様や施工単価がかなり決まっているなど、かなりの合理化が進んでいる。そういった技術の合理化、モジュール化といった基本ができた上に地域性の確

保があるのではないかと私は思っている。と少し別の視点からの意見を述べたが、最後に三井所先生にコメントいただきたい。

三井所：新築の年間着工件数が120万戸時代から70万戸時代へと変化した現在も、ハウスメーカーのシェアは20~25%程度、かなりの絶対数が存在している。地域住宅の推進は、分ち合いとしては地域住宅のシェアを維持してほしいと思うからで工業化住宅をなくせというわけでは決してない。例えば環境共生住宅の研究チームでは、大和ハウスと積水ハウスの2社はトップランナーだと認識している。ハウスメーカーにも、ちょっとなまった標準語でもいいので方言をまねして話す努力、地域らしい風景をつくる努力、地域の特色を出す努力を望みたい。

以上