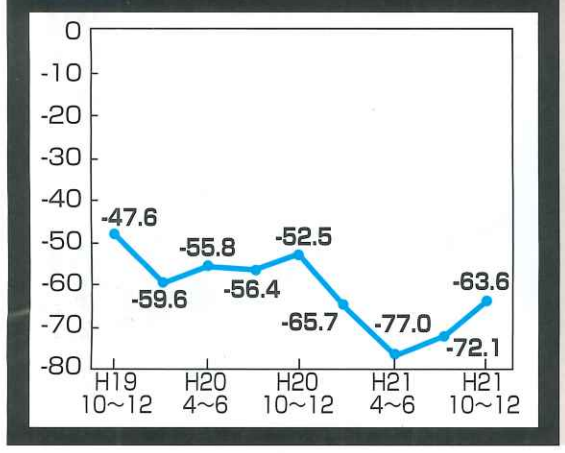
風をよむ
●ジャパン建材調査から



工務店・販売店需要予測、都市部に回復傾向

秋需・リフォームに期待感

ジャパン建材㈱（東京都江東区、大久保清社長☎03・5534・3711）は四半期ごとに取り引き先企業を対象に実施している需要動向予測調査の結果を発表した。今年10～12月の需要予測は、工務店は7月～9月と比べて8.5ポイント回復、販売店も7.7ポイント回復していた。

景気動向は、今年4～6月期の予想で▲77・0ポイントと過去最低となったのち、7～9月に▲72・1、10～12月に▲63・6と若干回復の兆しを見せており、低迷を続けた景況が底を脱したとする見方もできる。

地域別にみると、工務店の需要予測は関東で10ポイント、近畿で18ポイント、九州で14ポイント回復している一方、四国、中国、北陸は前期を下回り、市場規模の大きい都市部から回復基調を見せている。

これについてジャパン建材では「業界特有の秋需とリフォームへの需要が活発になりつつあることへの期待があるのでは」としている。

このほか住設機器メーカー10社では、「増加」あるいは「微増」と回答したのがゼロ、前年並が16・2%、「微減」あるいは「減少」は83・8%と、前期と変わらず厳しい結果となった。

無駄省いたシンプルな生き方提案する小さな家

「椙（すぎ）BOX・知足の家」シンケン［鹿児島］

［左］迫英徳社長、［上］「椙（すぎ）BOX・知足の家」。価格は提案時の参考価格で2050万円から

「椙（すぎ）BOX・知足の家」を提案し受賞したのは㈱シンケン（鹿児島市☎099・286・0088）。

社長の迫英徳さんは今回の提案のポイントについて、『無駄を省いたシンプルな生き方』を実現できる家だということ」と話す。

広い家は結局、不要なものの溜まり場になってしまう。「物ダイエット」したコンパクトな小さな家で、心豊かに暮らす。そんな生き方があってもよい―。提案したのはこんなライフスタイルだ。「知足の家」のネーミングには、「足るを知る」生き方を、という思いを込めた。

また、長期優良住宅法で関心が高まる住宅の長寿命化・資産価値についても、「コンパクトにすることによって、多くの住まい手に共通なものだけが残るといったこともある。コンパクトで長持ちする家をつくれば、その共通性ゆえ時代を超えて住み継ぐことも可能になる」と解を提示する。

迫さんが今回の提案で問いたかったこと、それは「小さな家・シンプルな生き方の可能性」だという。「大きな家に住んでいたり、たくさん物を持っていたりすることは、必ずしも真の豊かさには繋がらないことを多くの人が感じ始めているように思う。それは時流であるのか。市場の可能性はあるのか。これらを探るために応募を決めた」。

今回の提案のベースとなった小さな家「椙BOX」は、同社が今後の市場をにらんで開発した、スギ材をふんだんに使ったコンセプトハウス。すでに発売を開始しており受注も好調だという。

構造材は九州産のスギを使った集成材で、これにスギ間伐材の三層パネル「Jパネル」やモイスを組み合わせて内装とする。窓は木製サッシ。デッキで室内と庭をつなぐ。「メタボ化する生活を防ぎ、心地よさを感じてほしい。コンパクトでも日々の暮しを楽しむに足るクオリティーを追求した。だからこそ住み継ぎたい愛着の持てる住まいになる」。

シンケンでは今回の受賞を「認知度向上を図る良い機会」ととらえ、「これまで繋がりを持ちにくかった、品質にはこだわりながらも予算的に厳しかった層に、良質でありながらサイズも価格もコンパクトな家としてアピールしていきたい」とする。

Gデザイン賞工務店が受賞

50年以上「優れたデザイン」を選ぶ活動を続けるグッドデザイン賞（主催：㈶日本産業デザイン振興会）。住宅業界ではこれまでハウスメーカーや設計事務所、資材メーカーなどが受賞してきたが、数年前の受賞をきっかけに工務店の応募が増えており、2009年度も工務店の受賞者が出た。ここではそのうち2社の提案内容とコメントを紹介する（次号以降も紹介）。なお、受賞企業は一部有償だが、Gマークを使ったアピールができる。

地域工務店がつくる家のスタンダードを示す

「博多・現代町家」長崎材木店［福岡県］

［右］長崎秀人社長、［左］「博多・現代町家」の模型

「博多・現代町家」を提案、受賞したのは長崎材木店（福岡県古賀市、長崎秀人社長☎092・943・5724）。

「博多・現代町家」は、全国の地域工務店が取り組む「現代町家連盟」の一環。長崎さんは現在連盟の代表も務める。「現代町家」は、建築家の趙海光氏が考案した、標準化された住宅設計手法をもとに各工務店が地域固有の要素を加えてつくる家づくり。伝統的な町家の精神を受け継ぎながら現代の暮らしや建築法規に合った現代の町家をつくることを目指す。その思想を「現代町家憲章（9月20日号4面参照）」としてまとめ、参加工務店で共有する。

4m角、5m角、6m角という3種類の総2階のベース（母屋）と、ユニット化されたゲヤ（下屋）の組み合わせで構成。構造体の隅柱に120×240ミリの平角材を用いる、ベース幅の3分の1に耐力壁を設ける、といったルールをつくり耐震性能を確保する。設計をユニット部品とその組み合わせに整理することで建物の手間やコストを効率化できると同時に、性能・デザインともに一定のレベルを確保できる。また各ユニットを取り替え可能とすることで、メンテナンスが容易で、世代間で住み継ぐことができる可変性も持つ。

「博多・現代町家」では本体価格1800万～2000万円を想定。ターゲットは若い一次取得者とする。予算のあるなしに関わらず「余分な飾りや設備にお金を掛け、ず簡素であるけど美しくて住み心地のいい家に価値を見出す新しい感覚を持つ」、いわゆる「自分価値」に応える住宅をめざす。

コンセプトを明確化し設計ルールを順守する家づくりは、同社が以前から取り組んできたこと。今回の現代町家も「商品ラインアップのひとつ」と位置づける。

それでも「建築家やプロデューサーの努力もあって、模型や文章を使うことで住まい手によりわかりやすく表現できた」と、今回の商品としての完成度に手ごたえをみせる。

グッドデザイン賞受賞によって、地域工務店として新たな企業像を住まい手に提示できることは確実。「デザインに対する社内スタッフの意識向上と、社外の消費者の期待度アップとの相乗効果」を長崎さんは期待する。

GOOD DESIGN 2009