

平成22年度長期優良住宅先導事業とりまとめ

—アンケート調査等による長期優良住宅先導事業の実施状況の把握について—

平成23年3月

独立行政法人 建築研究所

平成22年度長期優良住宅先導事業とりまとめ

平成20年度「超長期住宅先導的モデル事業」
平成21年度「長期優良住宅先導的モデル事業」
平成22年度「長期優良住宅先導事業」

－アンケート調査等による長期優良住宅先導事業の実施状況の把握について－

| | |
|---|----|
| 1. とりまとめの趣旨 | 1 |
| 2. 3カ年の先導事業の実施状況 | 2 |
| (1) 応募及び採択件数 | 2 |
| (2) 3カ年の提案内容の動向 | 2 |
| 1) 新築部門（戸建て）の3年間の動向 | 3 |
| 2) 既存住宅等の改修部門の3年間の動向 | 5 |
| 3) 維持管理・流通等のシステム整備部門の3年間の動向 | 6 |
| 3. 長期優良住宅先導事業への取り組みと効果　－アンケート及びヒアリング調査から－ | 7 |
| (1) 新築部門（戸建て） | 8 |
| 1) 採択提案者の分類別に見る本事業への取り組みと効果 | 8 |
| ①大手住宅メーカー | 8 |
| ②地域の中規模工務店 | 9 |
| ③中小工務店グループ | 10 |
| 2) 住まい手への普及効果 | 12 |
| 3) 長期優良住宅認定制度への対応 | 13 |
| (2) 既存住宅等の改修部門 | 14 |
| 1) 既存住宅等の改修部門における本事業への取り組みと効果 | 14 |
| ①提案者の広がりの実施体制の充実 | 14 |
| ②既存住宅流通市場への影響 | 14 |
| ③取り組み内容の広がりとの充実 | 15 |
| 2) 住まい手への普及効果 | 15 |
| 4. 今後の展開について | 17 |
| (1) 新築部門戸建て | 17 |
| (2) 既存住宅等の改修部門 | 17 |
| (参考資料) | |
| 1. アンケート調査結果概要（国交省資料より） | 20 |
| 2. ヒアリング調査結果概要 | 38 |

1. とりまとめの趣旨

長期優良住宅先導事業は、「いいものをつくってきちんと手入れをして長く大切に使う」というストック社会における住宅のあり方について、具体的内容をモデルの形で広く国民に提示し、技術の進展に資するとともに普及啓発を図ることを目的に、平成 20 年度から平成 22 年度の 3 年間にわたり、6 回の公募を行ってきた。

公募に当たっては、新築部門（戸建て・共同）、既存住宅等の改修部門、維持管理流通等のシステム整備部門、技術の検証部門、情報提供・啓発部門の 5 つの部門が設定された。

この 3 年間で最も積極的に提案がなされたのは新築部門であり、提案された応募案件の 4 分の 3 を占め、その大半が戸建て住宅であった。こうした積極的な提案の結果、提案者相互の情報交流が活発化し、本部門にあっては、全体の提案内容が急速に充実する傾向がみられた。また、長期優良住宅の普及の促進に関する法律（以下、長期優良住宅普及促進法とする。）に基づく「長期優良住宅の認定制度」についても、平成 22 年度後半には新築する戸建て住宅の約 25% が同認定を取得するなど、普及が進んでいる。このため、部門によって、違いはあるものの、新築部門・戸建てについては、住宅の長寿命化への取り組みを深化させ普及・波及させることを目的とする本事業が、一定の役割を果たしたと言えよう。

こうした状況を踏まえ、国土交通省は、本事業の実施状況や長期優良住宅に関する取り組み状況等を把握するため、平成 20 年度及び平成 21 年度の採択提案者を対象として平成 22 年 7 月にアンケート調査を行った。また、新築部門・戸建て及び既存住宅等の改修部門については、より詳細な実施状況や普及の状況、事業における課題等を把握する必要があると考え、このたび、独立行政法人建築研究所において、提案者の業態・規模・地域バランス等を考慮しつつ選定した採択提案者に対しヒアリング調査を実施した。

本とりまとめは、この 3 年間で採択提案者が本事業に取り組んできた実情の一端を明らかにするとともに、長期優良住宅への取り組みに関する定量的又は定性的な広がり状況を明らかにすることを目的として、上記調査結果の分析・整理を行ったものである。

長期優良住宅への取り組みを行おうとする関係者の方々に、大いに参考にさせていただきたい。

2. 3カ年の先導事業の実施状況

(1) 応募及び採択件数

| | 平成20年度 | | | | 平成21年度 | | | | 平成22年度 | | | | 3年間累計 | | |
|-----------------|------------------|-----|-----|-----|--------|-----|-----|-----|--------|-----|-----|-----|-------|------|-----|
| | 第1回 | | 第2回 | | 第1回 | | 第2回 | | 第1回 | | 第2回 | | 応募 | 採択 | |
| | 応募 | 採択 | 応募 | 採択 | 応募 | 採択 | 応募 | 採択 | 応募 | 採択 | 応募 | 採択 | | | |
| 住宅の新築 | 計 | 507 | 29 | 245 | 29 | 232 | 58 | 134 | 24 | 152 | 57 | 116 | 24 | 1386 | 221 |
| | 戸建て | 476 | 24 | 225 | 26 | 220 | 54 | 131 | 24 | 146 | 55 | 113 | 24 | 1311 | 207 |
| | 木造等循環型 社会形成部門 | | | | | 100 | 24 | 69 | 14 | 88 | 32 | 65 | 16 | 322 | 86 |
| | 維持管理流通 強化部門 | | | | | 37 | 13 | 21 | 5 | 19 | 10 | 4 | 2 | 81 | 30 |
| | まちなみ・ 住環境部門 | | | | | 22 | 7 | 9 | 1 | 10 | 6 | 13 | 4 | 54 | 18 |
| | 自由課題部門 | | | | | 61 | 10 | 32 | 4 | 29 | 7 | 31 | 2 | 153 | 23 |
| | 共同 | 31 | 5 | 20 | 3 | 12 | 4 | 3 | 0 | 6 | 2 | 3 | 0 | 75 | 14 |
| 既存住宅等の改修 | | 29 | 4 | 26 | 7 | 43 | 9 | 22 | 8 | 27 | 14 | 20 | 8 | 167 | 50 |
| 維持管理・流通等のシステム整備 | | 48 | 5 | 29 | 8 | 22 | 6 | 27 | 6 | 13 | 4 | 8 | 0 | 147 | 29 |
| 技術の検証 | | 13 | 2 | 8 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 24 | 4 |
| 情報提供および普及 | | 53 | 0 | 18 | 2 | 12 | 2 | 7 | 0 | 7 | 1 | 9 | 0 | 106 | 5 |
| 合計 | | 603 | 40 | 325 | 48 | 311 | 75 | 190 | 38 | 200 | 76 | 153 | 32 | 1782 | 309 |

※下線がある部分は、同一提案で複数部門へ提出された件数を差し引いた件数である。

※平成21年度以降の新築戸建ての各部門への応募数は、評価にあたって適切な部門に振り分けた後の件数を示す。

3年間の応募および採択状況を見ると、新築部門・戸建てが最も多く、応募の約7割、採択の約8割を占めている。次いで、既存住宅等の改修部門が応募の約1割、採択の約2割を占め、維持管理・流通のシステム整備部門がその後に続く。

新築部門・共同住宅は平成20年度には一定数の提案があったものの、景気動向の影響などから2年目以降、提案数が減少した。

全ての部門を通して、初年度から提案数は減少してきているものの、提案内容のレベルは向上し、採択数は大きくは変動しておらず、結果的に採択率は上昇している。

(2) 3カ年の提案内容の動向

新築部門・戸建て及び既存住宅等の改修部門においては、平成20年度は長期優良住宅普及促進法に基づく認定基準が未制定である中、言わば手探り状態で様々な手法、工法、価値観の提案が積極的に行われたが、それらの多くはハードの技術に偏った提案であった。

平成21年度は、同法に基づく認定基準が示されたことや、建築研究所が新築・戸建てに関する採択事業のとりまとめ結果を公表したこと等から、認定基準の趣旨に沿った提案に収斂する傾向がみられ、内容が整理された提案が増加した。一方で、独自性の高い提案は減少した。

平成22年度は、新築・戸建てを中心に、過去に採択された提案者による内容を深化させた提案や、過去の採択提案の内容を参考とした新たな提案者による提案などが行われ、内容がより緻密なものが多くなったが、過去の内容を大きく超えるような斬新な提案はほとんどみられなくなったことから、現時点での先進的・先端的な提案はおおむね出揃ったのではないかと感じる。

一方、新築・共同については、一度に多くの住宅を供給するため周辺への影響が大きく、建て替

え等に困難を伴うことから、積極的な取り組みが期待されたが、平成 20 年度にはある程度積極的な提案がなされたものの、その後は提案が減少するとともに、3 年間を通じて内容の深化や展開がほとんどみられなかった。

維持管理・流通システム部門では、平成 20 年度は住宅履歴情報にかかるシステムをどう構築するかという視点からの提案が多かったが、平成 21 年度以降はそれらをどう利用していくかという視点からのビジネスモデルを含む提案がなされるとともに、共同住宅や改修に関するものに広がり、また、平成 20 年度にはなかった多様な主体から自らの特徴を活かした提案がなされるなど、この分野に関しての急速な進展がみられた。

技術の検証部門では、平成 20 年度には共同住宅、戸建て住宅ともに長寿命化へ向けた課題抽出・整理に係る積極的な提案があったが、平成 21 年度以降は、景気動向の影響もあってか、提案は少数に止まった。

情報提供及び普及部門においては、平成 20 年度の提案件数は比較的多く、時間の経過を改修という方式で見せるなど、展示内容に工夫があるものが採択されたが、単なる住宅展示の範囲を超えないものが大半であった。平成 21 年度以降では、住宅展示、工務店を対象とした講習会による情報交換の場の創設、住まい手への情報提供サービスなど、現在既に一般的に行われているような内容の提案が多くを占めた。

以下の 1)～3) に、特に新築部門（戸建て）、既存住宅等の改修部門、維持管理・流通のシステム整備部門について、3 年間の提案内容の具体的な動向を示す。

1) 新築部門（戸建て）の 3 年間の動向

新築・戸建ては、平成 20 年度においては、詳細な部門による提案区分が設定されていなかったこともあり、提案者が従来の取り組みをもとに自由に提案を行う傾向が強かった。そのため、住宅を長期にわたり維持するという側面よりも、各提案者が過去に取り組んできた初期性能を向上させる工法などを前面に押し出す「ハード面の技術に偏った提案」が多くみられた。ただし、これらの中にも、地域の工務店を中心に地域材の利用促進に係る提案や、大手住宅メーカーを中心に維持管理や流通にも配慮した総合的な提案がみられ、その内容が高く評価され採択された。平成 20 年度第 2 回の応募においては、第 1 回の採択提案を参考とした結果と推測されるが、前回と比較して、住宅としての全体のバランスに配慮した提案が増加し、また、募集要項に、複数の事業者が連携して住宅の供給等を行っているフランチャイズ等の場合はできるだけグループとしてまとめて提案すべきであることを記載したこともあり、今後の普及・波及について期待できるグループでの提案が増加した。しかし、全体としては初期性能重視、工法重視の傾向は続いた。

平成 21 年度には、長期優良住宅普及促進法に基づく認定基準が示されたこと、新たに「木造等循環型社会形成部門」「維持管理流通強化部門」「まちなみ・住環境部門」「自由課題部門」の 4 つの特定部門による提案区分が設定されたことから、初期性能を必要以上に高める等の偏った提案は減少し、各部門の設定の趣旨に沿った、まとまりのある提案が増加した。特に、まちなみ・住環境部門を設定したことで、工法・技術による性能重視のみの提案を求めている訳ではないことが提案者に理解され、この部門を中心に設計上の工夫などの計画面の提案が増加した。ただし、この年度の募集においては、新たに設定された 4 つの特定部門の趣旨が必ずしも提案者に十分に

伝わらず、提案された部門と内容に相違がある提案が多くみられた。

平成 22 年度には、提案内容を充実させるために全ての特定部門の要素を採り入れる提案が急増し、特定部門間の提案内容の差が小さくなる傾向がみられ、新たな提案要素が示されることは少ないものの、全体の提案内容が総合的なものとなった。また、性能向上に関わる提案内容については、前年度の採択提案が非常に高い水準にまで達しており、住宅性能の部分での更なる上乗せは難しくなっていたためか、維持管理の仕組み、住まい手サービスなどのソフト面を重視する取り組み、普及・波及効果を求める取り組み等が提案に追加される傾向がうかがえた。

以下に、平成 21 年度から新築部門の戸建てに設けられた、4 つの特定部門ごとの提案内容の 3 年間の動向等について示す。

ア)木造等循環型社会形成部門

新築戸建ての特定部門が設定されていなかった平成 20 年度においても、本部門の趣旨に合致する提案はなされていたが、平成 21 年度からは、従来から地域材利用等の本部門に係る取り組みを進めていた地方の工務店やグループからの提案が急増した。しかし、これらの提案の中には地域材の利用に係る取り組み内容等の説明に始終し、肝心の長期優良住宅に関する住宅像について内容が薄いものも多くみられた。

平成 22 年度においては、本部門の趣旨に合致する取り組みが、単に地域材、認証材を使用するというにとどまらず、住宅供給側の情報を木材供給側にフィードバックするような取り組みや、木材以外の建材にも持続可能性を求める取り組みなど、広がりがみられた。提案者としては、大手の住宅メーカーやフランチャイズによる取り組みが加速し、普及・波及効果が増大した。また、地域の工務店やそれらのグループからの提案は、地域性等を加味した具体的な住宅像のある提案に変化した。特に、平成 22 年度第 2 回の応募においては、それまでごくわずかであった設計上の工夫等にも言及した提案が増加し、各提案者の取り組みがより深く検討され具現化された状況が確認できた。

イ)維持管理流通強化部門

維持管理流通強化部門が設定されていなかった平成 20 年度においても、本部門の趣旨に合致する提案が主に大手住宅メーカーからなされていたが、平成 21 年度からは、フランチャイズ、建材メーカー等が中心となったグループからの提案も増加した。提案内容としては、保険会社や金融機関との連携による維持保全費用積立金制度や、住み替え支援などの取り組みなど、その後一般的となる提案要素がほぼ出された。また、平成 21 年度第 2 回の募集では、これらの内容が中小工務店やそのグループにも広がりを見せるようになり、この傾向は平成 22 年度でも継続した。

平成 22 年度には、前年度までの提案要素に加えて、新たな提案要素を盛り込んだものは少なくなったが、過去に採択を受けて事業展開を始めた提案者を中心に、維持管理を実施する場合に発生するコストや手間をどのように低減するかといった視点からの提案が増え、提案内容を実施に移した際の課題を解消していこうとする動きも垣間みられた。

ウ)まちなみ・住環境部門

本部門においては、大手住宅メーカーだけでなく、地域の中規模工務店が意欲的な団地開発の提案を行う他、既存市街地における地域の実情に合わせた個々の住宅に対する取り組みもみられた。具体的な団地開発の提案では、既に計画が進んでいるプロジェクトで応募する例が多く、ま

ちなみ・住環境の部門に関しては、新築戸建ての他の部門でみられたような、前年度の採択提案を参考にして提案内容を充実させていくといった傾向はみられなかった。しかし、既存市街地における個々の住宅に対する取り組みについては、地域の実情を把握し、解決策を示すといったアプローチが有効であり、平成 22 年度にはこれらの手法を取り込んだ提案が増加するなど広がりが見られた。また、新築・戸建ての他の特定部門や既存住宅等の改修部門などでも、本部門で示された価値観を重視した提案が増加するなど、部門を超えた広がりが確認できた。

工)自由課題部門

本部門においては、大手の工務店や住宅メーカーからの住宅性能重視の提案が多くみられたが、募集回数を重ねるにつれ、設計上の工夫等を取り込む提案が増加した。例えば、省エネの分野ではパッシブ的な手法の提案が、耐久性の分野では地域の気候に合った設計・仕様等についての提案があった。ただし、これら提案要素も平成 21 年度ではほぼ出揃った感があり、単なる技術的要素の組み合わせでなく、耐震性と可変性のようにトレードオフの関係にある諸性能に関する提案要素の整合性が確保され、コンセプトが明確な住宅としてのまとまりがあるものが評価された。その傾向は平成 22 年度も同様であった。

2) 既存住宅等の改修部門の3年間の動向

平成 20 年度は、住宅メーカーや工務店による戸建て住宅の改修を対象とした提案がほとんどであり、耐震性、耐久性、省エネ性等の向上のための個々の改修技術が示されてはいるものの、住宅全体の価値を向上させる提案や、改修の機会を捉えて行う住宅履歴の整備、維持管理の仕組みの構築等をも含んだ総合的な提案は少なかった。

平成 21 年度は、共同住宅の改修の提案も出され、提案者も、住宅メーカーや地域の工務店、またそれらのグループだけでなく、工務店支援を行う主体や、大手不動産会社、共同住宅の管理組合等へと広がった。前年度に比べ、改修技術だけでなく、調査・診断、人材育成、住宅履歴等の流通促進に向けた取り組みなど幅広い提案要素が示され、それらを組み合わせた総合的な提案が多くなった。技術面での取り組みについては、この年度ではほぼ主な提案要素は出そろったと言える。また、地域の工務店からの提案等では、地域の実情に合わせた提案がみられるようになった。ただ一方では、総合的な提案となったために改修範囲も広くなり改修費用が増大する傾向があり、これをどう抑えるか、市場からの信頼をどう得るかが評価において課題として指摘された。

平成 22 年度は、前年度と同様に総合的な提案が多かったが、大規模な全面改修では実施する案件が少なく、市場性も低いと判断されたためか、過去に採択された提案者を中心に、段階的改修や、部分的改修であっても住宅全体の価値や性能を上げようとする提案が増加した。ただし、段階的改修の提案については、将来の改修をどう担保するかが評価において課題として指摘された。また、普及を図るために、ローン斡旋や仮住まい提供等、多様なニーズに対応するきめ細やかなサービスを含む提案が増加した。これらを充実させるためには、異業種との連携が必要となる場合が多く、そのような連携の動きやグループを組織しての提案が増加した。

3) 維持管理・流通等のシステム整備部門の3年間の動向

平成20年度は、確実な住宅履歴情報の作成・保存を行うためのシステム開発に関する提案が主であり、これらの実現に向けて、ITを活用したシステム整備が活発に行われた。その多くは新築戸建て住宅を対象とするシステムであったが、一部には、共同住宅や既存住宅の改修を対象とした提案もみられた。また、これらに加え維持管理に関する工務店サポートサービス等を含んだ提案もみられた。これらの提案のいくつかは、平成21年度以降、新築部門・戸建ての提案の中に取り入れられた例があった。

平成21年度は、前年度には少なかった共同住宅や既存住宅の改修を対象としたシステムの開発の提案も増加した。また、建売・分譲業者の団体や、賃貸住宅管理事業者の団体、建材・住宅設備機器の卸売り業者などの前年度にはみられなかった主体からの提案が増加し、これらが得意とする流通促進や維持管理の質の向上に資する仕組みの提案もあり、提案内容が広がった。また、単に履歴情報を保存するだけでなく、エンドユーザーに向けての一步進んだ新たなサービスを構築しようとする動きがみられ、例えば、不動産情報の提供とともにその診断や改修計画・費用の提示を行う提案や、新築・改修時の設備施工図から維持管理情報やリコール情報を的確に住まい手と施工者に配信する提案などがあった。

平成22年度は、住み替え支援や、ファシリティーマネジメント等の分野の主体からの提案があり、一層の広がりが確認できた。提案内容としても、既存住宅の流通を活性化するために、改修工事と金融サービスを組み合わせる等の新たな仕組みの提案もみられた。ただし、新しいビジネスの芽は確認できたものの、新たなマーケットを創出するまでには具体性に欠け、実際の運用・試行を通して息の長い検証が必要と思われるものが多かった。本部門においては、過去に採択された提案者が続けて提案している例は少なく、アンケート調査からは、現在は、採択提案を実現するために様々な検証、試行が行われている段階であると推測でき、今後の展開が期待される。

3. 長期優良住宅先導事業への取り組みと効果

－アンケート及びヒアリング調査から－

本章では、主要部門である新築部門・戸建て及び既存住宅等の改修部門について、先導事業への取り組みの状況やその実施効果を明らかにするために採択提案者を対象として行ったアンケート調査及びヒアリング調査の結果をとりまとめた。

アンケート調査は、国土交通省が、平成 20 年度及び平成 21 年度に採択された新築部門（戸建て・共同）、既存住宅等の改修部門、維持管理・流通システム部門の提案者を対象に、平成 22 年 7 月に実施した。アンケート調査の結果については、本資料の「参考資料 1. アンケート調査結果概要（国交省資料より）」に掲載する。

ヒアリング調査は、独立行政法人建築研究所において、平成 20 年度から平成 22 年度に採択された新築部門・戸建てと既存住宅等の改修部門の提案者の中から、提案者の業態・規模・地域、提案内容の分野、採択回数等を考慮して選定し、平成 22 年度 11 月から平成 23 年度 1 月にかけて実施した。ヒアリング対象者は新築部門・戸建てで 16 社（うち 3 社はグループ提案者の会員）、既存住宅等の改修部門で 7 社である。ヒアリング結果のうち、各事業者の取り組み内容や長期優良住宅の認定取得、顧客の長期優良住宅に対する理解度の進展状況など、先導事業による長期優良住宅の普及等に対する効果について概要を整理したものを、本資料の「参考資料 2. ヒアリング調査結果概要」に掲載する。

(1) 新築部門 (戸建て)

先導事業の取り組み内容とその実施による効果は、採択提案者の業態等により異なるため、採択提案者を、①大手住宅メーカー、②地域の中規模工務店、③中小工務店グループの3つに分類しとりまとめた。また、顧客(住まい手)への普及効果や長期優良住宅普及促進法に基づく認定制度への対応に関する効果については、本事業全体の効果として別途にとりまとめた。

| | | |
|------------|---|------------------------------|
| ①大手住宅メーカー | 取り組み内容の中小工務店等への普及・波及効果 (特に、維持管理、既存住宅流通等に関する仕組み) 休眠状態にあった維持管理、既存住宅流通等に関する仕組みの再構築とサービス展開の実現 コストアップを伴う長寿命に寄与する仕様等の実現 地域材利用等の新たな取り組みの実現 | 住まい手への普及効果 住宅の長期的な質向上への寄与 |
| ②地域の中規模工務店 | 技術力・提案力・設計思想の工務店相互間の共有化の進展 長期優良住宅認定基準の標準仕様、オプション仕様化 認定制度等への対応能力の向上 営業担当者等への長期優良住宅に関する人材育成効果 維持管理への取り組みの充実とそれに伴う既存住宅を対象とした事業の展開 | |
| ③中小工務店グループ | 中小工務店の技術力向上 中小工務店の認定制度等への対応能力の向上 中小工務店向けサポート事業の立ち上げと展開 長期優良住宅認定基準の標準仕様、オプション仕様化 中小工務店における技術開発の支援効果 | |

図 採択提案者・業態別の先導事業による効果項目

1) 採択提案者の分類別に見る本事業への取り組みと効果

①大手住宅メーカー

・大手住宅メーカーが果たした役割

大手住宅メーカーは、従来、様々な工法開発や各種サービスについて、組織力と技術力を生かし業界を先導するとともに、国の各種の制度や基準への対応もいち早く行ってきていた。本事業においても、平成20年度から積極的な提案を行っている。性能面での工法の工夫などには各社独自のものがあり同様の取り組みを他社が行うのは困難な面もあるが、その考え方や技術要素項目が情報公開されたことを通じて、これらの中小工務店等への普及・波及に本事業が貢献することとなったものと考えられる。また、顧客管理システムを利用した住宅履歴や点検システム、既存住宅流通に関する取り組み等についても、本事業を通じて、大手住宅メーカーの取り組みの考え方が公開され、中小工務店等へも広がりを見せるようになったと考えられる。

・取り組みと効果

平成 20 年度は、他の主体と同様に、大手住宅メーカーにおいても、本事業への提案を通じて過去の様々な試みや取り組みを長期優良住宅という一つの価値観に沿って整理するという意味合いが強かったことが、ヒアリング調査から明らかとなった。平成 21 年度以降は、全体の提案内容が急速に充実してきたこともあり、常にプラスアルファの提案内容とする必要に迫られたが、大手住宅メーカーにおいては組織が大きいこともあり、短期間に全く新たな取り組みを始めることには困難を伴うため、社内で過去に検討または実施したものの休眠状態になっていた仕組みや取り組みを掘り起こす作業が行われた例がヒアリングで確認された。具体的には、維持管理にかかわる顧客への情報提供サービスや、既存住宅の流通にかかわるサービスにそのような例がみられた。これらの取り組みは、必要性は認められながらも、新築住宅の顧客や営業担当者の意識には上りにくく、本事業を通して、はじめて広く認識されるに至ったと言える。

また、ある先進的な仕様や工法が実現されるためには、開発部署だけでなく営業も含めた社内全体の合意が必要となるが、耐久性に係る仕様の変更等でコストアップを伴うものについては、それが難しい場合がある。本事業は、社内で検討されていたこれらの先進的な取り組みについて、補助制度の活用による顧客の負担軽減という直接的な効果で障壁を取り除き、実現化させるきっかけとなったこともアンケート調査やヒアリング調査で確認された。

大手住宅メーカーが主な提案者ではなかった木造等循環型社会形成の分野においても、本事業を通して、取り組みを充実させていった例が散見された。特に、枠組壁工法では、過去に検討されたものの実現には至らなかった国産材利用の取り組みが、本事業において実現化するなど、その効果は大きかったことがアンケート調査やヒアリングで確認された。

②地域の中規模工務店

本事業で採択を受けた工務店は、年間供給戸数が 100 戸から 300 戸程度の規模のものが多かった。これらの工務店の営業エリアは、多くが 1～2 の県内であり、その地域の市場、気候風土等に対応した特徴のある提案を行っていた。ただし、供給戸数が多く営業エリアが広がるほど、提案内容の地域性が薄れ、大手住宅メーカーと同様の、総合的な内容のものとなる傾向があった。

・取り組みの過程の効果

平成 20 年度においては、他の主体と同様に、過去の試みや取り組みを、住宅の長寿命化という視点で整理しつつ更なる提案内容を検討するという側面が大きかったようであるが、具体的にどのようなものが求められているのかについて迷う部分も多く、性能や工法に偏った提案になった例や、計画やソフト面での提案は求められていないと考えて提案自体を見送った例などもヒアリング調査によって確認された。採択された提案者の多くは、自社の取り組みが評価されたことに自信を深め、さらなる取り組みを進めることができたようである。一方、不採択となった提案者や応募自体を見送った工務店においても、情報発信された採択提案を参考に、自社の提案を見直し、平成 21 年度以降に応募してきた例が多く、技術力や提案力、設計思想等の競争・共有が進んだことがヒアリング調査から明らかとなった。

木造等循環型社会形成の分野に係る提案では、主な提案者は地域の工務店であった。この分野での取り組みは一朝一夕に構築できるものではなく、従来から行ってきた取り組みを整理し充実したものとなる傾向が特に強いが、平成 21 年度以降は、提案内容を深化させるために、新しい取

り組みを実施する、グループによる連携体制の構築を行うなどの進展がみられた。

・長期優良住宅認定基準への対応

本事業の応募に当たり、長期優良住宅普及促進法に基づく認定基準へ対応するために、住宅の仕様を上げる必要があったかどうかをヒアリング調査において確認したところ、ほとんどの主体で、省エネルギー等級または耐震等級（躯体の倒壊防止）等への対応が必要であったことが明らかとなった。しかし、これらの対応によるコストアップは新しい仕様に慣れるに従って低減する傾向があり、結果として、本事業への取り組み後には、ほとんどの主体で、長期優良住宅認定基準が標準仕様またはオプション仕様として設定されている。

認定取得への対応については、ほとんどの提案者が顧客の希望に合わせて行うこととしていたが、全棟取得方針の工務店も一部に存在した。認定取得の手続き等に関しては、本事業への取り組みを通じて、自社内または外部の設計者と連携する方法で対応できる体制を構築したところが多くみられた。

・住まい手への理解の促進に対する効果

住宅の長寿命化を実現するためには、住まい手の理解が不可欠であるが、アンケート調査では、維持管理の必要性等については理解を得るのに苦慮するという回答が多かった。このような状況を打開していくためには、顧客と直に接する営業担当者が制度やその意図の説明をしっかりと行うことが有効であるが、アンケート調査では、社内の担当者に研修等を行い対応した例が多くみられた。

ヒアリング調査においても、本事業への取り組みによって営業担当者の理解が深まり意識も大きく変化したという回答が多くあり、その結果、本事業に参加されない顧客への説明内容にも変化が生じ、長期優良住宅認定の取得希望者が増加するなどの効果がみられた。

地域に根ざした工務店の場合、地域住民とのつながりも深いため、住まい手への情報発信やアフターメンテナンスの面では、住宅メーカーとは異なるアプローチが可能である。従来行ってきたサービスのみならず、本事業を実施していく上で、維持管理体制の見直しや強化を行い、新たに取り組んだサービスもみられた。例えば、住まい手に対する維持管理関係の体験講習セミナー等は、住まい手の反応が非常に良好で、本事業終了後もそうしたサービスを広げていく動きがヒアリング調査によっていくつか確認された。また、点検・訪問サービスを強化する取り組みも同様に確認できた。工務店としても既存住宅の補修・改修の事業にもつながる重要な取り組みであり、今後の展開が期待される。

③中小工務店グループ

中小工務店を対象としたグループの提案は、規模で分類した場合、全国を対象としたものと地域を限定したものの二つに分けられる。

全国を対象としたグループには大きな普及・波及性が期待される場所であり、これらには建材・部材メーカーや資材流通業者が運営主体となり工務店支援サービスを実施するグループも含まれるが、今回は業界団体や行政、大手工務店等が運営主体となるグループを中心に取上げた。

地域を限定したグループには、地域特性等を生かした取り組みが期待される場所であり、これらにはコーディネーターとなる工務店や設計者が運営主体となるものが含まれる。

ア)全国系のグループによる提案者とその会員

・全国系グループ提案者の特徴

全国系のグループ提案においては、所属会員間の技術対応力や国の各種の制度や基準に対する取り組みに大きな差があり、それらを同等の水準にまで誘導することが必要となる。また、地域による気候や材料流通の特徴等を考慮すると、具体的な仕様や取り組みを限定して示すことも難しい。このような中、この全国系グループ提案者は、会員の対応力を考慮しつつ実現可能な取り組みのレベルを設定することに苦勞したことがヒアリング調査から把握できた。

・長期優良住宅認定基準への対応

グループの会員の多くは住宅性能表示制度に対応した経験がないため、本事業で求められる長期優良住宅普及促進法に基づく認定基準への対応には、設計や書類作成等のサポート体制を早急に構築し、その運用を軌道に乗せることが必要であった。

当初は、会員とサポート側双方の不慣れもあり、手間やコストの面で問題があったようだが、会員の対応が慣れてくると、サポート側の負担も減少し、運用コストも採算ベースに乗るようになったことがヒアリング調査で確認された。会員が自社等で認定書類の作成作業が可能となった後も、人的資源を施工と施工管理に集中するためにグループのサポートを利用する例が多かったようである。

長期優良住宅認定基準へ対応するために、住宅の仕様を上げる必要があったかどうかをヒアリング調査において確認したところ、多くの会員において各種等級への対応が必要であったとのことであった。ただし、これらの対応によるコストアップは新しい仕様に慣れるに従って低減してきており、結果として、本事業への取り組み後には、長期優良住宅認定基準を、標準仕様またはオプション仕様として設定した例が多いと推測される。

以上のとおり、本事業は、中小工務店において長期優良住宅認定制度への理解が広がり、それらを実現する社会的体制を整備するきっかけになったとも考えられる。

・中小工務店にとってのメリット

工務店支援を目的とするグループの提案者には、様々なパターンが存在し、会員となる中小工務店は、これらの工務店支援サービスを自社の経営方針に照らし合わせて自由に選択することができる（平成 21 年度「長期優良住宅先導的モデル事業提案内容とりまとめ」（平成 22 年 2 月）参照）。本事業においても、複数のグループに所属して事業に取り組んだ工務店もあった。その中には、自社の今後の方向性を考える上で、あえて考え方の違うグループの提案を数棟ずつ試行したという例もあった。これらの例は、様々な取り組みを試行し、自らの強み・弱みを分析しつつ今後のあり方を検討するという開発的行為が、本事業を通して、中小工務店においても効率的に行われたことを示している。

また、本事業に取り組んでいる実績を示すことで顧客の信頼を得られる等の効果もみられた。

イ)地域系のグループ提案者とその会員

・中小工務店による先導的取り組みへの効果

地域を限定したグループには、工務店支援を目的としたもの、地域材等の調達合理化を目的としたもの、土壁や特殊な木質材料等を用いた工法や設計手法の普及を目的としたものなど、様々なタイプがある。これらのグループは、本事業に取り組む以前より活動を行っていた例が多く、

本事業は、会員の増加や各種の取り組みを拡大・強化させる絶好の機会になったことがアンケート結果から読み取れた。

これらのグループの中には、ある工法や設計手法の普及を目的とし、地域の特徴を生かした仕様（材料含む）やデザインに関する提案を行ったグループがあり、大手では実施困難な仕様での先導的な取り組みを行い、また、その工法等に対応するため会員の技術力の向上にも継続的に取り組んできていた。これらのグループでは、該当する工法の設計・施工が可能な会員を短期間で増やすことは難しいが、従来よりも一歩進んだ仕様や工法に新たに挑戦する例があった。例としては、木造住宅の省エネと居住性向上を実現するために断熱・気密の他、蓄熱効果をねらい地域の左官職人の技を利用した土壁仕様の展開を試みた提案などがある。

このようなグループは、設計者や中小工務店の経営者がコーディネーターとなり運営されている例が多く、長期間にわたりモチベーションを保ち続けるにはかなりの労力が必要で、本事業に採択されたことが、対外的なアピールになっただけでなく、取り組み内容への自信を深めることとなり、活動の活性化につながったものと思われる。

国土が南北に長く気候風土に多様性のあるわが国においては地域の実情に合わせた住宅仕様が必要であるが、耐久性や省エネ性能などの時代のニーズにも合わせて発展・改良させていくことが求められる。本事業は、これらを担う地域の小規模な工務店の先導的な取り組みを後押しすることとなったものと考えられる。

2) 住まい手への普及効果

住宅の長寿命化を実現するためには、耐久性の高い仕様の採用等設計上の工夫を講じるほか、適切な維持管理を継続的に行うことが重要であり、そのコストを負担することとなる住まい手の理解と積極的な関わりが不可欠である。

本事業で住宅を建設または取得した住まい手（顧客）は、直接的に本事業の趣旨、内容を理解する機会があったが、大多数を占める一般顧客が長期優良住宅認定制度等に関する詳しい情報に触れる機会があるとは限らない。

しかしながら、この点について、間接的な普及効果があったことがヒアリング調査において確認された。

維持管理に関しては住まい手自らが担うべき部分も多く、平成 22 年度の提案において住まい手への啓発に関する取り組みが増加したが、提案時は、本事業による顧客に限定したサービスとして用意されたものであった。しかし、これらのサービスに対する顧客の評判が非常に高かったため、今後は一般顧客へも展開する等の広がりが確認された。

また、本事業を実施する上で営業担当者が顧客に丁寧な説明を行う必要があることから、社内教育等を通じて、営業担当者の理解の促進と説明能力の向上が図られる例が多かったことがアンケート調査から把握できた。本事業を通じて、営業担当者等の住宅の長寿命化についての人材育成が行われ、住まい手への啓発を行う役目を担うことになったと言え、その普及・波及効果は、本事業が終了した後にも持続することが期待できる。この効果は、特にトップの意思が社員に浸透しやすい中規模以下の工務店において大きいことが確認された。

3) 長期優良住宅認定制度への対応

本事業の新築部門においては、平成 21 年度から、長期優良住宅普及促進法に基づく認定を取得することが補助要件となっており、同制度の普及に大きく寄与している。

ヒアリング調査の範囲では、中小工務店による住宅性能評価書の取得は、従来限定的であったが、本事業を通じて、社内の体制整備や、小規模な工務店を対象としたサポート事業等の整備が進んだことが確認された。また、地方の評価機関においては、過去に住宅性能評価書を取得する工務店がなく、慣れていなかったこともあり、最初期には長期優良住宅普及促進法に基づく認定制度の運用に不安が見られたが、本事業への対応を通じて急速に運用が安定化したことがヒアリング調査で確認された。

長期優良住宅の認定については、多くの採択提案者が「顧客の要望があれば対応する」としているが、採択提案者が同制度を積極的に説明していく必要性を感じていることがヒアリング調査で確認され、今後、認定取得率は高まっていく可能性が高いと考えられる。

また、長期優良住宅認定基準へ対応するために、住宅の仕様を上げる必要があった工務店が多かったことがヒアリング調査で明らかとなったが、本事業の実施後には、長期優良住宅認定基準を標準仕様またはオプション仕様として設定する工務店が多かった。このことは、認定の取得率には直接反映されないものの、長期優良住宅認定基準と同等以上の性能を持つ住宅が増加することを意味し、住宅全体の質の向上に大きく寄与できたと言えよう。

住宅の維持管理についても、長期優良住宅の認定取得時に求められている維持保全計画書を作成するだけでなく、本事業をきっかけに、社内の維持保全体制を見直し、顧客のニーズを汲み取りながら改修等の事業を充実しようと動きがヒアリング調査によって多数確認され、ストック社会に向けた体制構築にも寄与できたと考えられる。

（２）既存住宅等の改修部門

既存住宅等の改修部門は、新築部門と比べ過去３年間の採択提案数は少なく、現段階では既存住宅の改修に関する取り組みとそこで得られる効果等の蓄積は、必ずしも十分とはいえない状況にある。

そのため、ここでは、本事業の開始から現時点までに確認することができた本事業の取り組み内容とその効果について、これまでの提案の傾向等も含めてとりまとめた。

１）既存住宅等の改修部門における本事業への取り組みと効果

①提案者の広がりの実施体制の充実

本事業の開始当初、既存住宅等の改修部門の提案者は、改修工事を手掛けるリフォーム事業者、大手住宅メーカーやその関連企業などが中心であったが、募集の回を重ねるにつれ提案者の属性に広がりが見られた。

具体的には、新築住宅の供給を中心とした工務店からの改修部門の提案が増加したほか、大手不動産会社、集合住宅の管理組合や管理会社、改修工事を支える主体（例：診断事業者）からの提案、また、これらの単独の提案者の他に、グループからの提案など、多様な主体による提案が見られるようになった。グループの提案者には、業界団体などが会員工務店・リフォーム事業者等を支援する同業種による水平連携タイプと、異なる業態の主体が連携しネットワークを組む異業種連携タイプがあった。

いずれのタイプの提案者においても、本事業を契機として改修の取り組みを行うようになった例があることがアンケート調査から確認され、特に、異業種連携タイプのグループ提案者においては本事業をきっかけに、仲介事業者や情報・通信会社、保険会社、金融機関、地元 NPO などの改修事業に従来関与してこなかった主体が、工務店・リフォーム事業者等と連携し提案を行うようになった。

アンケート調査によると、本事業に取り組む過程で、担当部署の人員配置を手厚くする、新たな部署を設置するなどの体制の充実を図る採択提案者が多かった。

グループ提案者においては、従来ゆるやかな連携関係や取引関係にあった関係者が、本事業を契機に新たなグループを設立した例や、既存のグループの中に新たな組織を設置した例が見られるが、このような体制整備を行うことで、関係主体間の連携や調整がスムーズになるといった効果や、顧客への事業内容の説明が容易になり、信頼を得やすくなったというような効果も確認できた。

このような採択提案者の取り組み体制の充実や改編は、提案の採択を契機として極めて活発に行われるようになっており、それに伴う運営の効率化や顧客からの信頼向上等の効果も出てきている。本事業はこれらを後押ししているものと考えられる。

②既存住宅流通市場への影響

アンケート調査やヒアリング調査からは、本事業に採択されることによって、技術者、営業担当、協力会社などを含む関係者全体の社会的使命感や責任感が大きく向上し、顧客への普及啓発に、より積極的に取り組むようになる効果もあったことが確認できた。

また、本事業を契機に、既存住宅流通市場における新たな取り組みを一定地域内で集中的に実

施したことにより、地域内の他の不動産流通業者等の認識が変化し始めた例も一部ではあるが確認でき、本事業が既存住宅市場の活性化へ影響を及ぼしていることがうかがえた。

③取り組み内容の広がりと充実

既存住宅の長寿命化に向けた改修においては、劣化対策や耐震性能・断熱性能の向上等の住宅性能向上技術を重視する傾向が強く、本事業においても開始当初は「ハード面の技術に偏った提案」が多かった。しかし、募集の回を重ねるにつれ、これらの住宅性能向上技術に加え、顧客からの信頼確保や改修工事の円滑な実施などに関する取り組みを含んだ総合的な提案が増加した。（具体的な提案要素については、平成 21 年度「長期優良住宅先導的モデル事業提案内容とりまとめのⅡ．既存住宅等の改修部門に関する提案内容とりまとめ」（平成 22 年 2 月）参照）。

ただし、アンケート調査からは、これらの提案内容を実施する過程で、様々な課題が明らかになった例も確認された。特に、水平連携タイプのグループ提案者においては、会員の技術対応力や各提案内容に対する理解の程度に差があることから、提案内容の実施のためには、一定の底上げが必要となる。その対応策として、ガイドラインの策定や講習・研修等の取り組みが行われていることがアンケート調査やヒアリング調査から数多く確認でき、当初は採択提案を実施する能力やノウハウ等がなかった会員工務店・リフォーム事業者等が講習会等による研鑽を重ねて事業実施に至った例も確認できた。

このように、提案内容についても広がりが出てきただけでなく、本事業を通じて、改修工事を担う主体の能力向上につながる動きもみられるようになり、今後の一層の広がりが期待される。

その一方で、アンケート調査やヒアリング調査では、提案内容（例：耐震改修、修繕積立金計画、履歴情報の蓄積）と実際に顧客が求めるニーズや費用負担の考えが一致しないため取り組みに苦慮している様子もうかがえた。しかしながら、採択提案者の中には、顧客ニーズとのズレを解消するために顧客への説明方法や信頼確保についての取り組みを強化する、性能を確保しつつ提案内容の改善を検討するといった市場性を確保するための動きも確認できた。

改修工事の普及に関する課題が明確になり、それらを解消しようとする動きが出てきたことは、本事業の大きな成果であるといえる。

2) 住まい手への普及効果

改修事業に対する顧客の理解の促進は、既存住宅市場を活性化していく上で不可欠であり、そのためには改修に携わる事業者の積極的な取り組みが極めて重要となる。

本事業では、現場見学会の実施を要件としているが、アンケート調査の回答によると、この他に、セミナーや講習会による意識啓発、パンフレット・チラシ、インターネット等を通じた情報発信を行う例が多かった。TVニュースや一般雑誌等を含め様々なメディアに取り上げられた取り組みも多く、問い合わせが増えている例もあった。

住宅性能を高めることの重要性を十分に説明することで、性能向上を伴う大規模な改修を選択する傾向が強くなったという例もヒアリング調査から確認できた。また、点検・補修の際に、顧客にも劣化や不具合を確認してもらい、実際の補修現場を見せることで、簡易な補修は顧客自ら行うようになったという例もあった。

なお、ヒアリング調査によると、採択提案でのアピールポイントとなる試みや取り組みは、顧

客の新規獲得や信頼性向上に結びついているという回答が多い。ヒアリング調査においては、採択提案者であることが顧客の一つの安心材料となっているという意見も聞かれ、本事業への採択が顧客の事業者選定の判断材料の一つになっていることがうかがえた。

4. 今後の展開について

(1) 新築部門戸建て

本事業も今回で3年目の第2回（通算で6回目）の公募となり、通算で約300件の採択提案が実施に移された。また、長期優良住宅促進法に基づく認定制度も開始以来一年半が経過し、戸建て住宅の新築のうち約25%が同認定を取得するなど、普及が進んできている。

このような中、長期優良住宅への対応については、社内体制の整備だけではなく、工務店向けの支援サービス等の整備が進み、業界全体として環境が整ってきており、また、ヒアリング調査では、これらの工務店向け支援サービスを利用し、認定等への対応能力を向上させた小規模工務店の存在も確認できた。（これら工務店向け支援サービスについては、平成22年2月の「長期優良住宅先導的モデル事業提案内容とりまとめ」において、平成20年度・21年度の本事業において見えてきた「住宅産業の新しい動き」として情報提供を行った。）

また、先導的な取り組みについては、提案者同士の切磋琢磨もあり急速にレベルが向上した結果、現段階で対応可能な提案内容についてはほぼ出揃ったものと推測できた。

こうした動向は、これまでの評価結果の詳細や採択提案の概要に関する情報提供を受けて、意欲ある事業者が長期優良住宅に関する先導的な取り組みを進めてきた結果であると考えられ、少なくとも新築部門の戸建て住宅については、住宅の長寿命化への取り組みを深化させ普及・波及させることを目的とする本事業が、大きな役割を果たしてきたとすることができる。また、小規模な工務店における長期優良住宅への対応についても、本事業を通じて整備されたものを含め、各種の工務店支援サービス等を活用することなどにより、対応が可能な状況が創られつつあると考えられる。

本事業の新築部門は平成22年度をもって終了となるが、今後は、採択提案の内容等、本事業を通じて得られた知見をより広く情報提供し、長期優良住宅の一層の普及促進を図っていくことが望ましく、当研究所としても情報提供に努めたい。また、長期優良住宅への対応が不十分な小規模工務店等に対しては、長期優良住宅を実施するに当たり初期のコスト増加等に対応できるようにするため、一定の支援を行っていくことが望まれる。

また、本事業の新築部門・戸建てで得られた知見や取り組み内容は、既存住宅等の改修や維持管理においても応用できるものも多いと考えられ、ストック重視社会の構築に有効に利用できるよう、来年度以降の本事業のみならず、関係各所において普及・展開に努められることが期待される。

(2) 既存住宅等の改修部門

既存住宅等の改修や維持管理・流通の促進に関しては、未だ十分な提案がなされたと言えるまでの状況に至っておらず、普及を図る上で解決していくべき課題も残されている。このため、これらの分野に関しては、引き続き、本事業により先導的取り組みを促進していくことが望まれる。

本事業の今後の具体的な展開としては、既存住宅の改修に係る先導的要素の大きな柱である改修技術とそれらに市場性を持たせるための仕組みづくりが期待される。前者については、既存住宅の多様性を考慮し、対象となる既存住宅に適した技術を選択する工夫や、費用を抑えながら技術的な信頼性を確保する等の工夫が求められる。後者については、改修費用のわかりやすい提示、

工事中の仮住居の提供、改修に関する住宅ローン等、ユーザー支援や金融面の支援など、ユーザーの視点に立った社会的な取り組みが重要である。これらの内容を含み、流通促進等に寄与するような新たなビジネスモデル等の提案が期待される。さらに、デザインや計画上の工夫、生活サポート等との連携などを通し、ユーザーが改修後の住生活に新たな楽しみや期待を持てる仕組みや、社会的ニーズに対応するような仕組みを構築することも市場の広がりにも有効と考えられる。

その具体的な内容として想定されるものを、これまでの評価委員からの意見や提案傾向などをもとに、以下に整理した。

・先導的な診断・改修技術、設計等に関する提案

改修工事を効率的に実施し、信頼性を確保するためには、調査・診断技術、改修工事技術の充実が不可欠であるが、その条件としては市場性を獲得するために費用を実現可能なレベルに抑えることが重要となる。診断・調査では非破壊による簡易な手法、改修工事では工期短縮や居ながら改修の実現など顧客の視点に立った取り組みが例として挙げられるが、こういった視点を重視した新たな技術開発が期待される。

また、既存住宅の改修においても地域材の活用、周辺環境との調和などの視点が重要であり、地域性を重視した手法を含む取り組みや改修によるまちなみの維持効果を重視した取り組みなどが期待される。

・住まい手支援や顧客の信頼確保に関する提案

既存住宅の改修を普及させるには、改修工事を円滑に進めるための住まい手に対する支援方策の充実も求められる。特に、改修に関する基礎知識の乏しい住まい手に対して工事内容や費用についての説明や提示方法の工夫、大規模改修を行うための資金調達支援、既存住宅の購入選択時からの相談サービスの展開や安心して取引ができる保証の仕組みなどが求められる。中でも資金調達は、改修を進める上での居住者の大きな課題であり、それを解消するためには事業者間でグループを組んだ上でサービス提供者と連携するなどの効果的な取り組みも期待される。

・既存住宅の流通促進に関する提案

既存住宅市場の一層の活性化を図るため、既存住宅流通の促進（例：改修後の資産価値・残存価値を判断する価格査定方式、改修後の品質の見える化）や空家活用等に資する新たな社会システムやビジネスモデルの構築に関わる提案が期待される。

・体制整備・事業者支援に関する提案

改修工事の効率的な実施や改修分野全体の質の向上を図るため、技術者の育成が必要不可欠であるが、改修には新築とは異なる知識・技能が求められることから、既存住宅改修の実務内容に対応した人材育成の取り組みが行われることが望まれる。教育機関との連携などにより、人材育成等の実施体制の整備や基盤構築を行うことは住宅産業を支える観点から極めて重要であり、今後も意欲的な提案が期待される。

・共同住宅（分譲マンション・賃貸住宅）に関する提案

共同住宅については、採択された提案自体が少なかった。特に分譲マンション共用部分の改修に関しては、合意形成等において困難な点があることは十分予想されるが、非常に重要な分野であり、今後は積極的な提案が期待される。

また、賃貸住宅についても、同様に重要な分野である。既存住宅の長寿命化に関する意識を広く普及・啓発していくためにも、今後の積極的な提案が期待される。

(参考資料)

1. アンケート調査結果概要 (国交省資料より)

アンケート調査は、国土交通省が、平成 20 年度及び平成 21 年度に採択された新築部門 (戸建て・共同)、既存住宅等の改修部門、維持管理・流通システム部門の提案者を対象に、平成 22 年 7 月に実施した。次ページよりアンケート結果を示すが、これらは、平成 22 年 9 月 6 日に行われた「長期優良住宅先導事業シンポジウム」で国土交通省から発表されたものである。

アンケート方法

○対象

- ・平成20年度、21年度に長期優良住宅先導事業に採択された提案主体
- ・新築(戸建て・共同)、既存の改修、維持管理・流通システムの3部門

○方法

アンケート票を提案主体に送付。複数回採択された主体については、提案内容が類似の場合は1のアンケート票で回答。

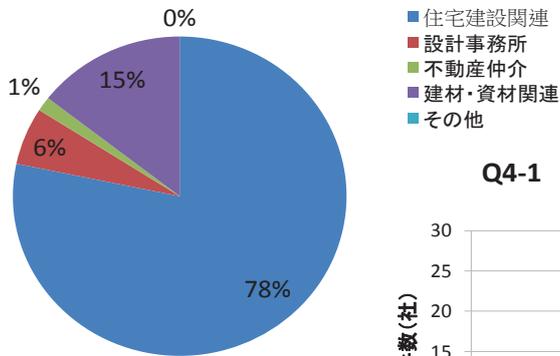
○回収率等

| 部門 | 協力頂いた企業数 | アンケート回収件数 | 回収率 |
|-------------|----------|-----------|-------|
| 新築戸建 | 94社中64社 | 69件 | 68.1% |
| 新築共同 | 8社中6社 | 6件 | 75.0% |
| 既存の改修 | 21社中12社 | 12件 | 57.1% |
| 維持管理・流通システム | 26社中16社 | 16件 | 57.7% |

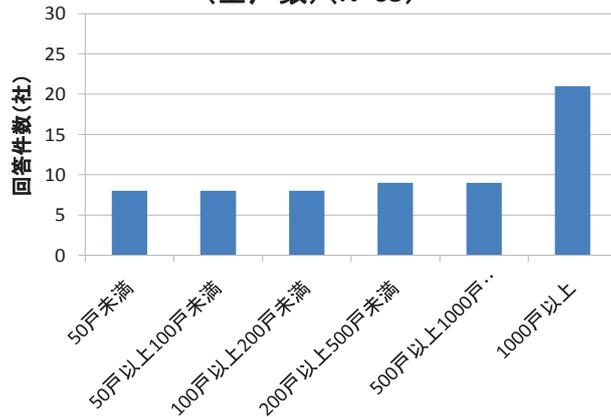
※「その他」の回答については、個別に内容を判断し、分類したものがあ

アンケート結果 (新築戸建)

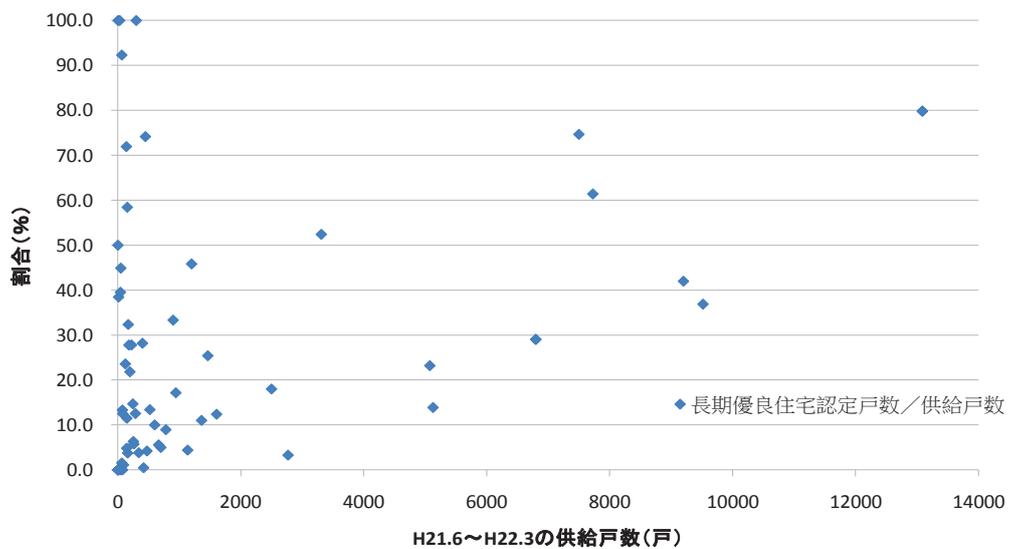
Q2 代表提案者の主たる業種(N=69)



Q4-1 過去3年間の平均供給戸数(全戸数)(N=63)



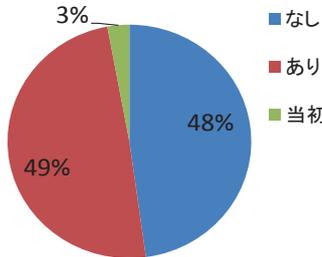
Q4 供給戸数に対する長期優良住宅認定戸数の割合(全戸数)



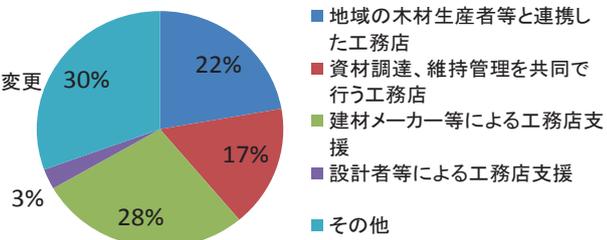
共同提案者の有無とその特徴

アンケート結果(新築戸建)

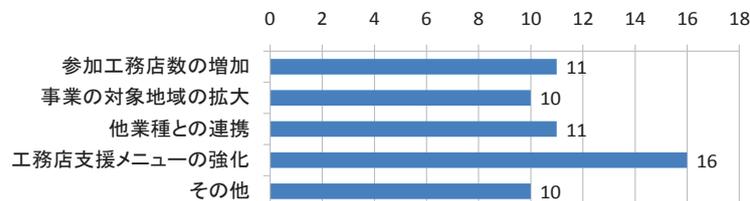
Q3 共同提案者の数(N=69)



Q5 取り組み体制の特徴(N=37)



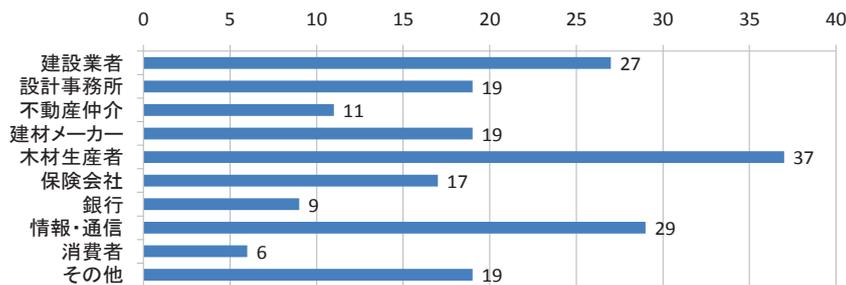
Q6 取り組み体制の強化で実現した内容(N=34;複数回答)



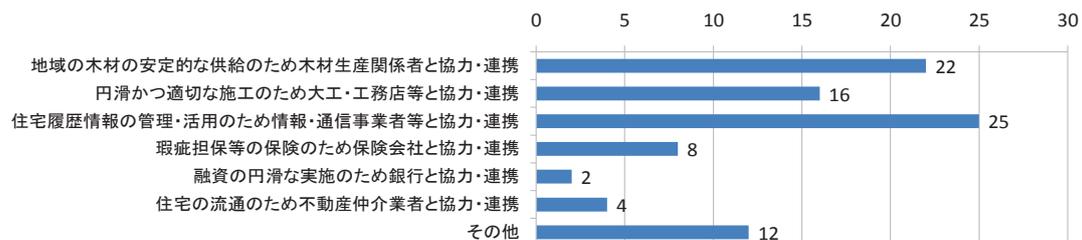
共同提案者以外の関係者

アンケート結果(新築戸建)

Q22 共同提案者以外の関係者(N=51;複数回答)



Q23 団体と協力・連携体制を作った理由(N=52;複数回答)



工務店と木材生産者との連携

- ・ 強化内容: 商圏、連携先、参加工務店の拡大
- ・ 反省点: 採用工法の現場での納まりの困難さ(仕様検討不足)
地域材限定→エリアによって木材の確保が困難

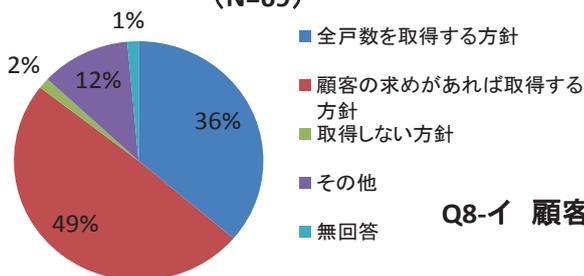
資材調達・維持管理等での工務店連携

- ・ 強化内容: 金融機関等との連携、各種システムの構築
- ・ 反省点: グループ内での情報伝達の遅れ、普及活動の遅れ

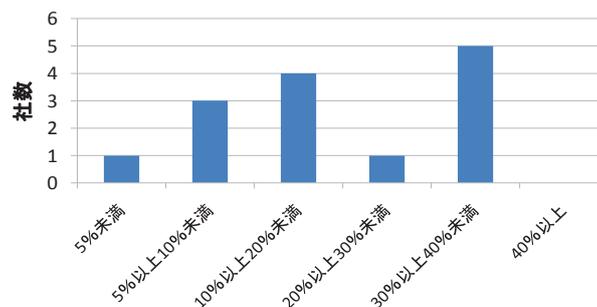
建材メーカーによる工務店支援

- ・ 強化内容: 商圏、会員工務店の拡大、サービス内容の充実
- ・ 反省点: 会員拡大等に伴う情報伝達の遅れ
会員間の意識・能力の差の顕在化・拡大

Q8 長期優良住宅認定への取り組み方針 (N=69)



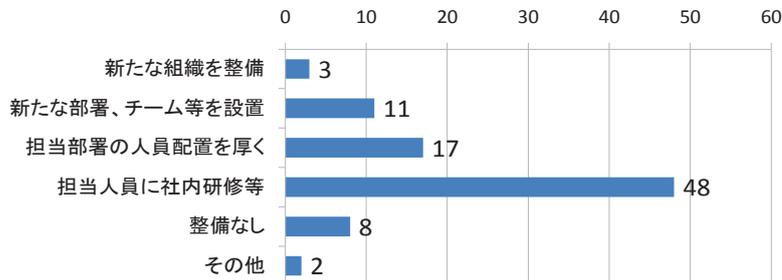
Q8-1 顧客の求めで認定を取得する割合 (N=14)



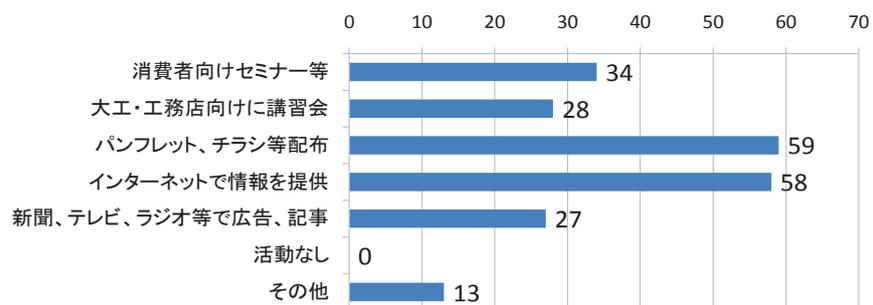
提案に係る社内整備、普及活動について

アンケート結果(新築戸建)

Q10 社内・団体内の整備(N=69;複数回答)



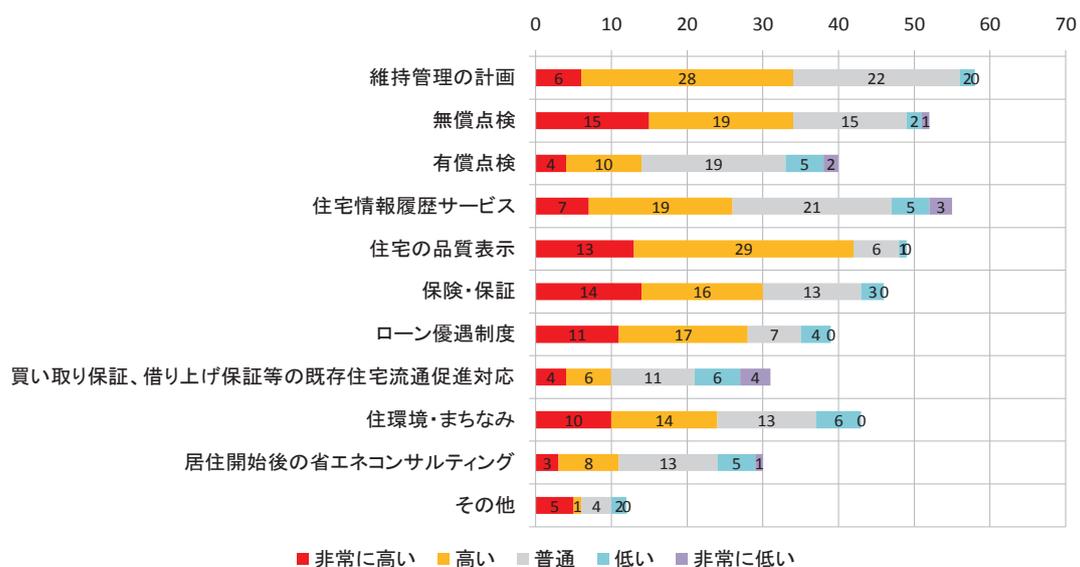
Q11 普及のための活動(N=69;複数回答)



提案のアピールポイント(ソフト面)と顧客の関心

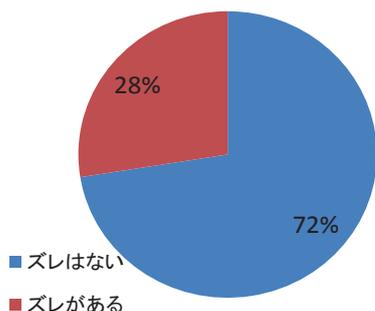
アンケート結果(新築戸建)

Q13 ソフト面でのアピールポイント(N=69;複数回答)



ズレの多くは維持保全、住宅履歴関係

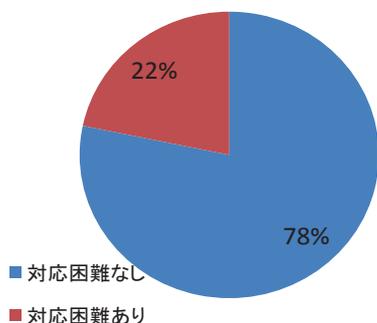
Q14 ソフト面でのアピールポイントでの顧客ニーズとのズレ(N=69)



- 維持保全や住宅履歴について、そもそも関心が低い。
- 住宅履歴の必要性を理解していない、または、費用がかかるなら必要ないと考える施主が多い。
- 点検やメンテナンスは、有償ならば必要ないとする顧客も多い。
- 耐久性が高い住宅なのに、なぜ維持管理が必要なのかという認識がある。
- 点検のサービスをイコール住宅の保証ととらえる顧客もいる。

困難だった取り組みの多くは維持保全、住宅履歴関係

Q16 ソフト面でのアピールポイントで困難だった取り組み(N=69)

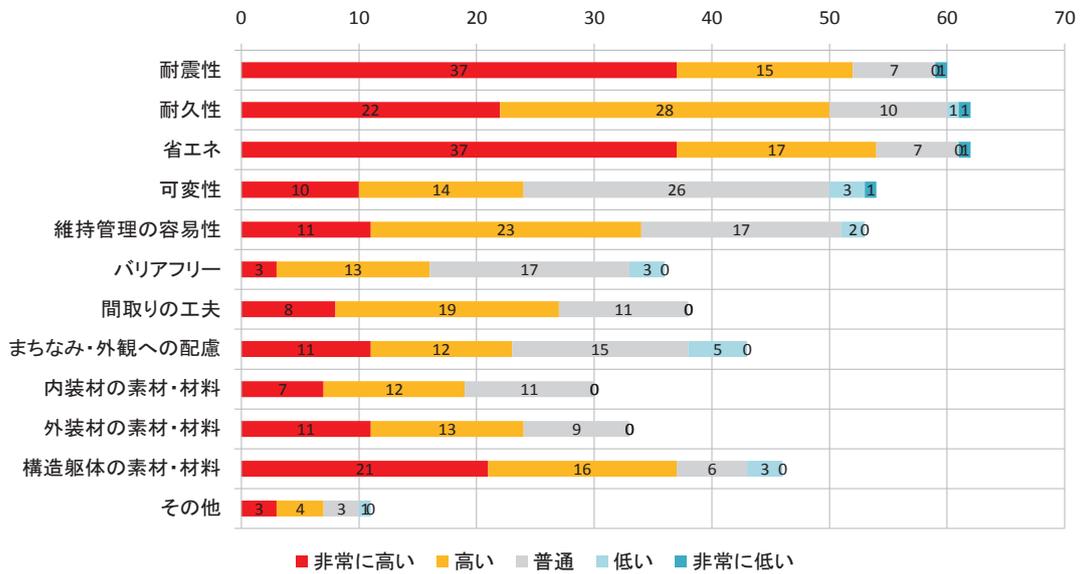


- 新しいシステムなので、実施体制の構築に苦労した。
- 住宅履歴に入力する内容の精査、または入力のための作業が膨大となり、対応に苦労した。
- 点検やメンテナンスの業務を、現在の体制の中で組み込むことに苦労した。
- 想定した修繕積み立て制度について、顧客の理解を得るための対応に苦労した。
- 点検のサービスをイコール住宅の保証ととらえる顧客がおり、苦労した。

提案のアピールポイント(ハード面)と顧客の関心

アンケート結果(新築戸建)

Q18 ハード面でのアピールポイント(N=66;複数回答)

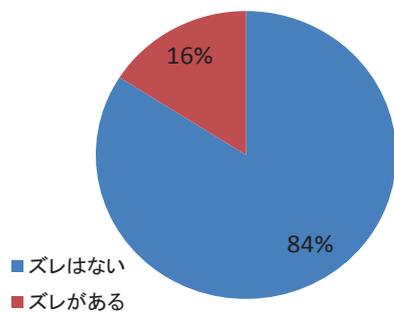


顧客ニーズとのズレ(ハード面)

アンケート結果(新築戸建)

ズレの多くは耐震性について、その他、コストとのバランスも問題

Q19 ハード面でのアピールポイントでの顧客ニーズとのズレ(N=69)



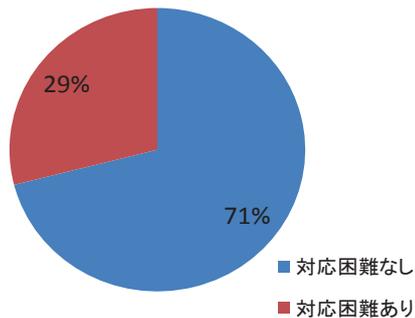
- 耐震性、耐久性、省エネのスペックの向上のため、コスト高となった。
- 必要な耐震性(等級2)を確保すると、大開口や吹き抜けを望む顧客には対応できない。
- 耐震性、可変性確保のために、耐力壁の位置を確定するプランとしたが、顧客の要望と合わないことがあった。
- 森林認証や、地域材の利用に対する顧客の意識が弱くアピールにならなかった。

困難だった・苦労した取り組み(ハード面)

アンケート結果(新築戸建)

困難だった取り組みの内容は様々だが、設計仕様の現場での施工性や納まりに苦慮していることは共通。

Q21 ハード面でのアピールポイントで対応困難な取り組み(N=69)

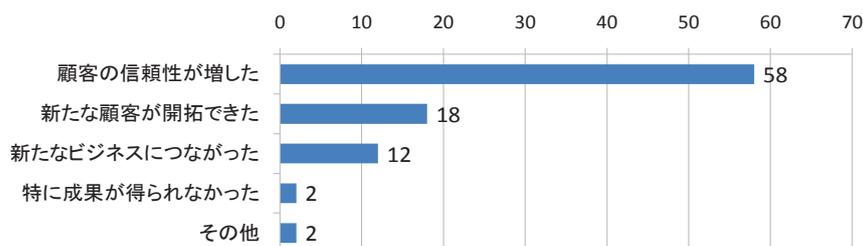


- 可変性や耐久性の確保から、基礎、外壁の工法の変更や工夫を行う例が多いが、現場での納まりや施工性に苦慮する例が多い。
- 国産材、地域材の利用を試みたが、必要な材(JAS材、規格外寸法)の確保に苦慮している。
- 提案した設計の仕様等が、地域によっては敷地条件等で対応できないことが多い。
- 省エネ性能(等級4)等を確保するための制約が多すぎて、他の性能のための工夫が難しい。

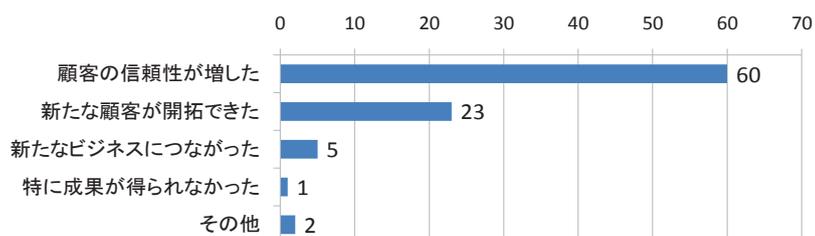
アピールポイントで得られた成果

アンケート結果(新築戸建)

Q15 ソフト面でのアピールポイントで得られた成果(N=68;複数回答)



Q20 ハード面でのアピールポイントで得られた成果(N=69;複数回答)



アンケート結果 (既存の改修)

代表提案者の種別 等

アンケート結果(既存の改修)

- 回答12件のうち、

| | |
|-----------|----|
| 戸建てを対象 | 8件 |
| 共同・戸建てを対象 | 2件 |
| 共同を対象 | 2件 |

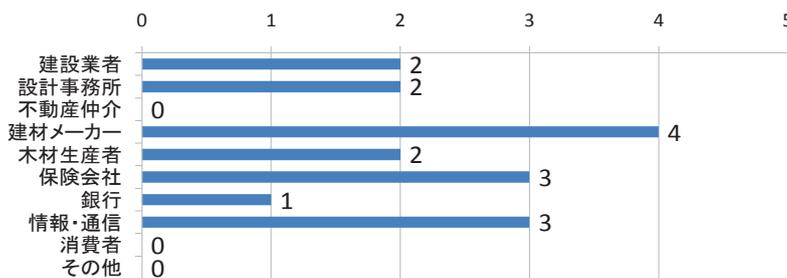
- 代表者の主たる業種は、建設業が8社、その他が4社
- 共同提案者はありが7社、なしが5社
- 戸建て住宅(10件)の対象工事

| | |
|--------------------|----|
| 新築時に自社が施工した住宅のみを対象 | 2件 |
| 工法・工事範囲を限定 | 2件 |
| 対象を定めない | 3件 |
| その他 | 2件 |

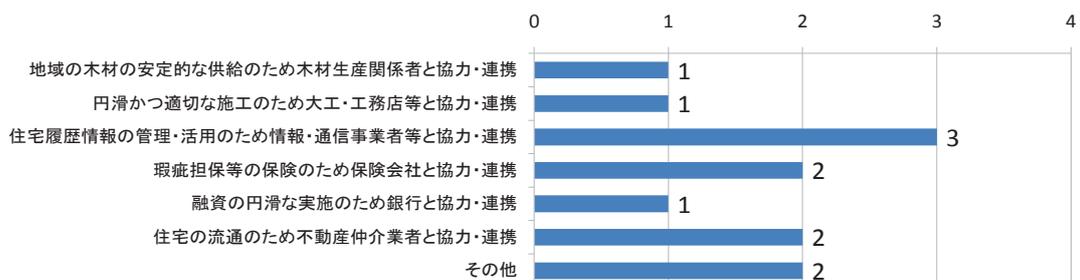
共同提案者が存在する提案者(7社)において、

- **体制強化で実現した内容**
 他業種との連携、参加工務店の増加
 事業の対象地域の拡大、工務店支援メニューの強化
- **成果**
 会員の施工会社の意識、技術の向上
 広報活動により消費者の理解が深まり、需要が顕在化する傾向
 他分野との連携により、知識や技術の向上と共有が前進
- **反省点**
 会員の施工会社の業務・技術面で格差が露呈し、調整が難航
 流通のことまで考慮すれば連携が必要な不動産業界との関係を構築できていない

Q23 共同提案者以外の関係者(N=6;複数回答)



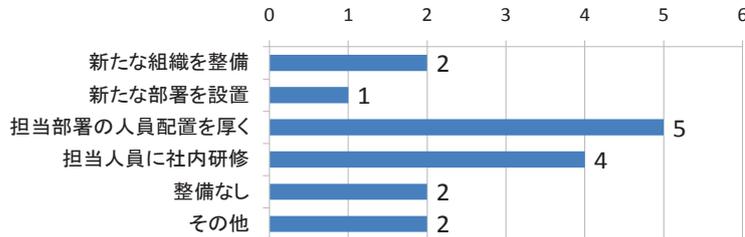
Q24 団体と協力・連携体制を作った理由(N=6;複数回答)



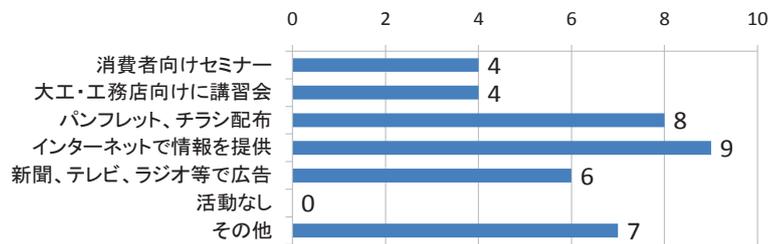
提案に係る社内整備、普及活動について

アンケート結果(既存の改修)

Q11 社内・団体内の整備(N=12;複数回答)



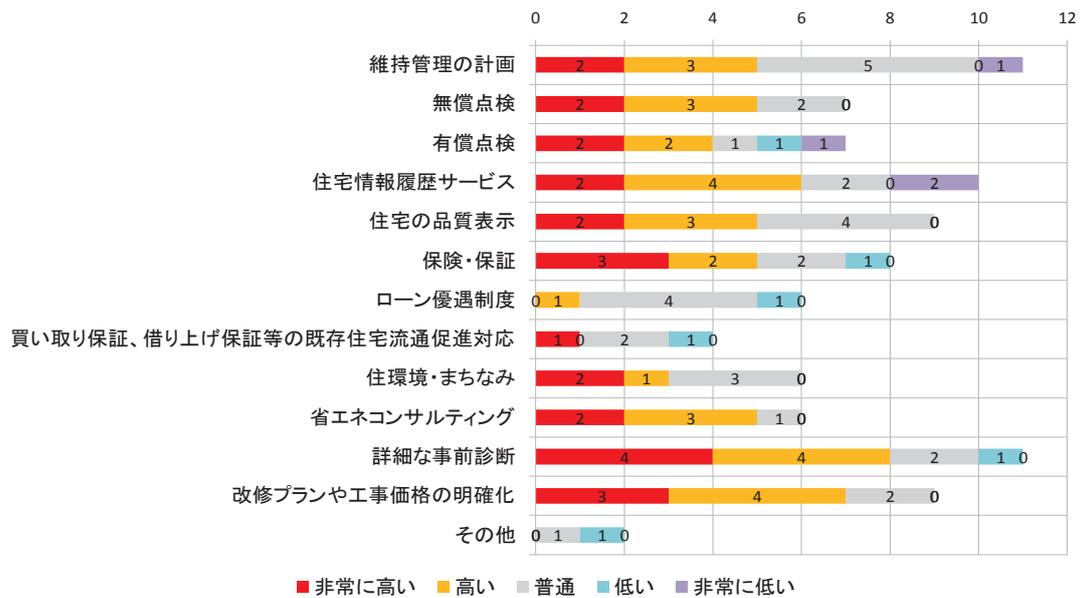
Q12 普及のための活動(N=12;複数回答)



提案のアピールポイント(ソフト面)と顧客の関心

アンケート結果(既存の改修)

Q14 ソフト面でのアピールポイント(N=12;複数回答)



ソフト面のアピールポイントでの消費者ニーズとのズレがあると回答した提案者は12社中3社

【ズレの内容】

- 住宅履歴情報や維持保全計画の作成、記録、保存に対するユーザーの関心が低い。
- 改修後の住宅の性能が向上したことを示す客観的な基準がないため明確に示せない。
- 改修後の品質表示や性能を示すための体制を用意したが、ユーザーがそれを確認、活用するまでの関心には至っていない。

ソフト面で取り組みが困難なものがあったと回答した提案者は12社中4社

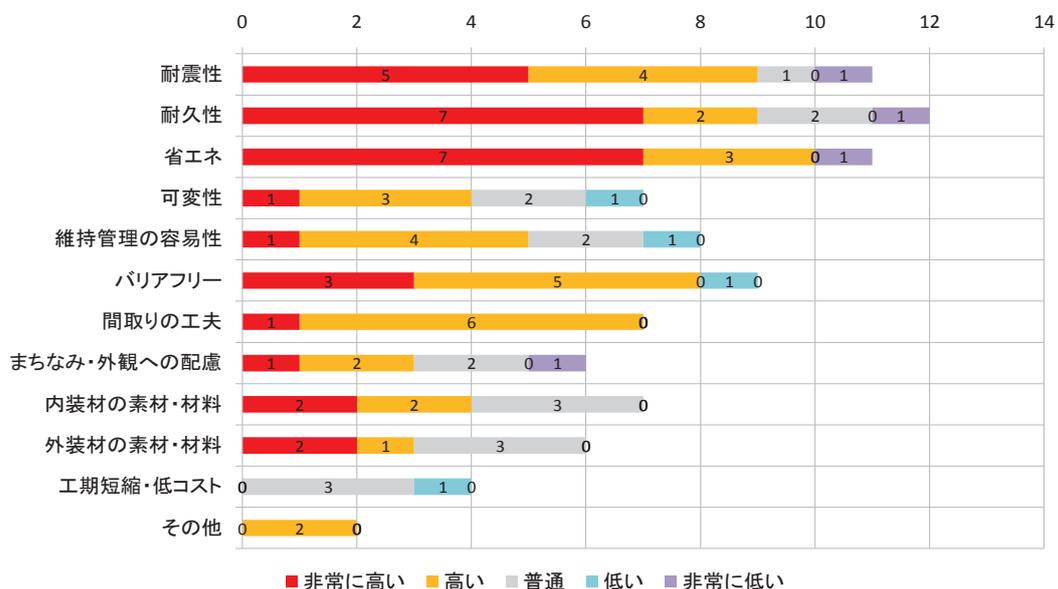
【困難な取り組みの内容】

- 改修履歴を蓄積する際、対象となった工事以前に行われた改修工事内容の確認が困難だった。
- 補助事業は原則的に全面改修が条件だが、実際の工事は、ユーザーの資金工面の面等から、ほとんどが部分改修になってしまった。
- 検査、報告・評価を実施するための資格制度の運用を始めたが、人材の能力のばらつきがあった。

提案のアピールポイント(ハード面)と顧客の関心

アンケート結果(既存の改修)

Q19 ハード面でのアピールポイント(N=12;複数回答)



顧客ニーズとのズレ(ハード面)

アンケート結果(既存の改修)

ハード面のアピールポイントでの消費者ニーズとのズレがあると回答した提案者は12社中5社

【ズレの内容】

- ・ 耐震補強に対するユーザーの費用対効果の意識とのズレ
- ・ 可変性や設備の交換の容易性に対するユーザーの費用対効果の意識とのズレ
- ・ 想定した改修後の保証(防水・躯体)の条件と、ユーザーが望む改修工事の内容とのズレ
- ・ 地域産材の内装材の利用におけるユーザーの好みとのズレ

ハード面で取り組みが困難なものがあった
と回答した提案者は12社中7社

【困難な取り組みの内容】

- 提案において新築同様の基準を目標としたため、コストへの影響が大きく、ユーザーニーズともズレがあった。
- 提案において設定した基準が高く、会員の施工レベルに差がある中では、実現が難しかった。
- 改修後の性能、品質が、担当する会員の技能レベルに左右されてしまった。

アンケート結果
(維持管理・流通システム)

代表提案者の種別 等

アンケート結果(維持管理・流通等システム)

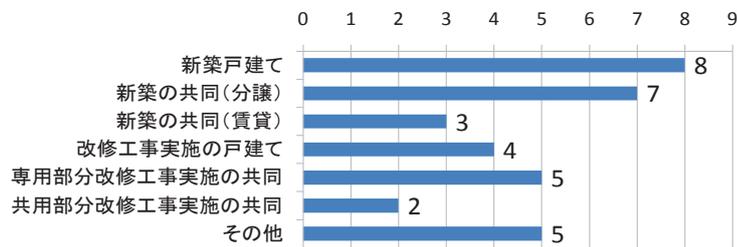
代表者の主たる業種

| | |
|--------|-----|
| 建設業 | 2件 |
| 設計事務所 | 1件 |
| 不動産仲介業 | 1件 |
| 建材メーカー | 1件 |
| その他 | 11社 |

共同提案者はありが3社、なしが13社

対象となる住宅・工事

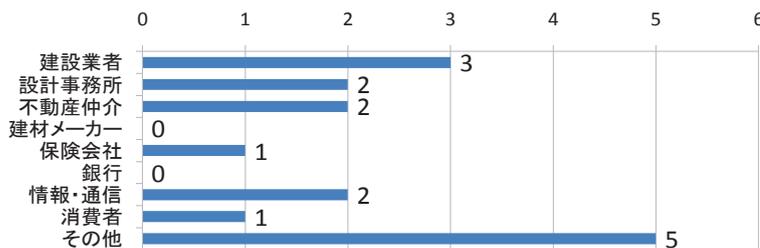
Q8 提案システムの対象となる住宅情報 (N=16; 複数回答)



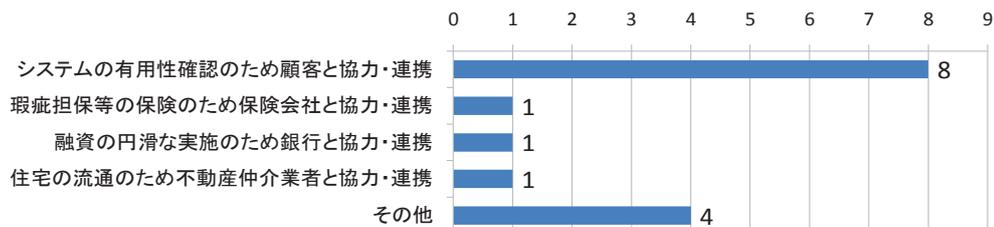
共同提案者以外の関係者について

アンケート結果(維持管理・流通等システム)

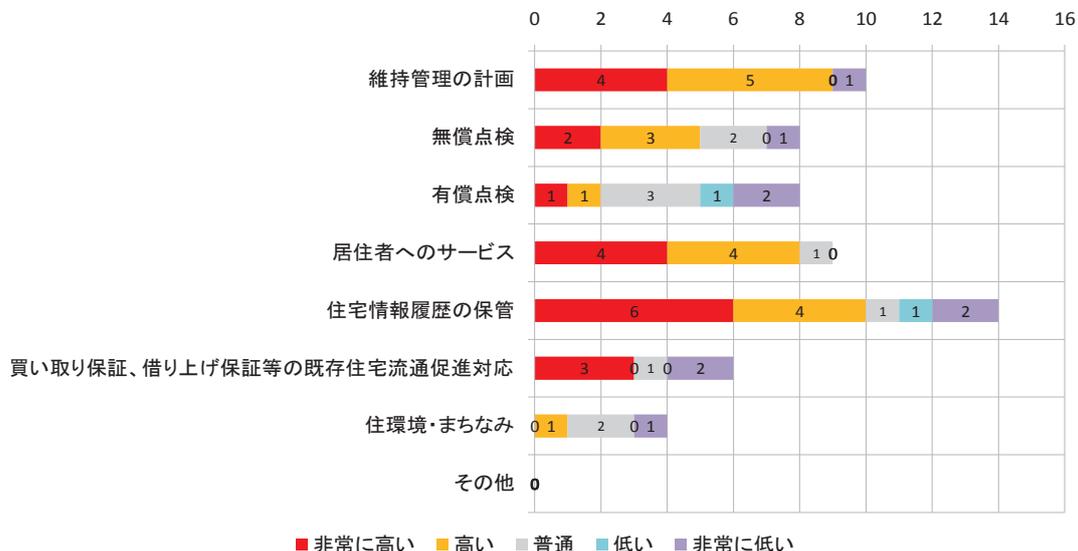
Q16 共同提案者以外の関係者 (N=8; 複数回答)



Q17 団体と協力・連携体制を作った理由 (N=10; 複数回答)



Q13 ソフト面でのアピールポイント(N=14;複数回答)



アピールポイントでの消費者ニーズとのズレがあると回答した提案者は16社中7社

【ズレの内容】

- ・ 消費者も工務店も、履歴情報の蓄積に対する意義を感じておらず、作業やコストを負担したがない
- ・ 賃貸住宅の情報整備・開示のシステムで、オーナーが公開しても良いとしている情報と賃借人との求める情報の内容とのズレが大きい
- ・ 共同住宅の共有部分と専有部分の維持管理に関しての内容(住宅履歴書)を一元管理するシステムにおいて、デベロッパー(管理会社)や購入者が意義を感じていない

取り組みが困難なものがある
と回答した提案者は16社中9社

【困難な取り組みの内容】

- 今後の住宅履歴の活用方法が必ずしも明確でないため、それへの対応の意義やコスト増となる可能性について、ユーザーに認識してもらえなかった。
- 情報系のシステムを構築する際に、今後のIT技術の進歩を見越した対応をすることが求められるが、それが困難だった。
- 流通に寄与する情報をWEB上で公開することに関して、管理組合などの承諾を得ることが難しかった。
- 市況の悪化で、想定していたデベロッパーへのシステムの普及が進まなかった。

2. ヒアリング調査結果概要

ヒアリング調査は、独立行政法人建築研究所が平成 20 年度から平成 22 年度に採択された新築部門・戸建てと既存住宅等の改修部門の提案者から、提案者の業態・規模・地域、提案内容の分野、採択回数等を考慮して選定し、平成 22 年度 11 月から平成 23 年度 1 月にかけて実施した。ヒアリング対象者は新築戸建て住宅部門 16 社（うち 3 社はグループ提案者の会員）、既存住宅等の改修部門 7 社であり、その詳細を以下のリストに示す。次ページよりヒアリング内容の概要を示すが、これらは、各事業者の採択事業による取り組み内容や、長期優良住宅の認定取得、顧客の長期優良住宅に対する理解度の進展状況など、先導事業による長期優良住宅の普及等に対する効果について要約してまとめたものである。

新築戸建て住宅部門 ヒアリング対象

| | ヒアリング対象 | 提案者の業態 | 地域 | 採択部門 | 実施日時 |
|----|---|-----------------|----------|------------------------|---------------------|
| 1 | 三井ホーム株式会社 (長野中央ホーム、新四国ホーム、三井ホーム 鹿児島、三井ホーム北海道) | 大手住宅メーカー | 本部:東京→全国 | 新築戸建 維持管理流通 木造循環 | H22/11/19 13:00~ |
| 2 | 山佐産業株式会社 | 地方の工務店 | 鹿児島県 | 新築戸建 木造循環 | H22/12/10 9:30~ |
| 3 | 新産住拓株式会社 (熊本の杉・天然乾燥研究会) | 地方の工務店 →グループ | 熊本県 | 新築戸建 木造循環 | H22/12/9 9:30~ |
| 4 | 三交不動産 | 地方の工務店 | 三重県 | 木造循環 | H23/1/6 13:30~ |
| 5 | 株式会社ひまわりほーむ | 地方の工務店 | 石川県 | 新築戸建 木造循環 | H22/12/13 13:30~ |
| 6 | 株式会社土屋ホーム | 地域の工務店 | 北海道 | 自由課題 維持管理流通 | H22/12/3 9:30~ |
| 7 | 石友ホーム株式会社 | 地方の工務店 | 富山県 | まちなみ | H22/12/14 9:30~ |
| 8 | アサヒグローバル | 地方の工務店 | 三重県 | まちなみ | H23/1/6 9:30~ |
| 9 | 株式会社玉家建設 | 地方の工務店 | 石川県 | まちなみ | H22/12/13 9:30~ |
| 10 | オダケホーム株式会社 | 地方の工務店 | 富山県 | まちなみ | H22/12/14 13:30~ |
| 11 | 一般社団法人工務店サポートセンター | 工務店グループ | 本部:東京→全国 | 新築戸建 木造循環 | H22/11/25 13:00~ |
| 12 | 武部建設株式会社 | グループ・会員 | 北海道 | — | H22/12/3 13:00~ |
| 13 | 株式会社シアーズホーム | グループ・会員 | 熊本県 | — | H22/12/9 13:30~ |
| 14 | 日本木造住宅産業協会 | 工務店グループ | 本部:東京→全国 | 新築戸建 木造循環 | H22/11/18 10:00~ |
| 15 | MBC開発株式会社 | グループ・会員 | 鹿児島県 | — | H22/12/10 13:30~ |
| 16 | 協同組合東濃地域木材流通センター | 工務店グループ | 岐阜県 | 木造循環 | H22/12/17 11:30~ |

既存住宅等の改修部門 ヒアリング対象

| | ヒアリング対象 | 提案者の業態 | 地域 | 採択部門 | 実施日時 |
|----|---|--------------------|----------|--------|---------------------|
| 17 | 丸山工務店 | 地方の工務店 | 東京都 | 既存:戸建て | H22/12/17 10:00~ |
| 18 | 一般社団法人工務店サポートセンター | 工務店支援グループ | 本部:東京→全国 | 既存:戸建て | H22/11/25 13:00~ |
| 19 | 住宅医ネットワーク | 設計者+工務店グループ | 岐阜県 | 既存:戸建て | H22/12/17 15:00~ |
| 20 | 北海道R住宅先導的モデル事業推進協議会 →北海道R住宅事業者ネットワーク | 地方の工務店+業界 団体+行政 | 北海道 | 既存:戸建て | H22/11/24 13:30~ |
| 21 | 一般社団法人良質リフォームの会 | リフォーム事業者グループ | 東京都 | 既存:共同 | H22/11/18 10:30~ |
| 22 | インテリックス | リフォーム事業者グループ | 東京都 | 既存:共同 | H22/12/9 10:00~ |
| 23 | LOHASGROUP | リフォーム事業者 | 東京都 | 既存:共同 | H22/12/24 10:00~ |

| |
|---|
| 事例01 三井ホーム株式会社 |
| <p>【基本情報】 枠組壁工法住宅を供給する住宅メーカー。供給数 年間約 5000 戸。 ★先導事業の実績： 平成 20 年度第 1 回 145 戸、平成 21 年度第 1 回 134 戸・第 2 回 41 戸、平成 22 年度第 1 回 150 戸。</p> |
| <p>平成 20 年度第 1 回新築戸建て：<u>三井ホーム超長期住宅システム</u> 平成 21 年度第 1 回維持管理流通：<u>三井ホーム「暮らし継がれる家 LM-120」先導的モデル住宅</u> 平成 21 年度第 2 回木造循環：<u>長野中央ホーム「信州の人と自然につながる家」、</u> <u>四国産木材でつくる『伝統を受継ぐ快適住宅…四国の家』、</u> <u>自然と共生し伝統と暮らす住まい「暮らし継がれ、語り継がれる南九州の家」、</u> <u>道産木材と道産エネルギーでつくる『暮らし継がれる家』プレミアムエコ北海道</u> 平成 22 年度第 1 回木造循環：<u>森の循環と共に「暮らし継がれる家」</u></p> |
| <p>1) 本事業への取り組み内容とその実施効果</p> <p>■平成 20 年度第 1 回</p> <ul style="list-style-type: none"> 平成 20 年度第 1 回の提案内容は、三井ホームの基本的仕様に上位仕様を盛り込んだ。まちなみへの配慮の項目は、一部の拠点にて対応を行っていたものを、先導事業では全戸必須とした。 維持管理に関して、10 年再保証システム「リ・ブライト」、買取保証システム「売却安心システム」は、既に仕組みが整備されていたが、特に買取保証システムは認知・活用度が低かったため顧客への説明を積極的に行った。 <p>■平成 21 年第 1 回(高耐久仕様の追加等の取り組み)</p> <ul style="list-style-type: none"> 長期優良住宅の認定制度が施行されたが、住宅性能表示への対応等、社内で既に態勢が整っていたので対応可能であった。 この回に提案した高耐久仕様については、技術部門で従来から検討していたものである。インシャルコストが 1 戸につき 70～80 万円ほど上がるが、先導事業ではこのコスト増分を補えるので、提案に盛り込んだ。 この回に追加で示した、住宅履歴情報等の双方向活用システム「三井ホーム倶楽部.com」は、既に類似のシステムが整備されていたが、より有効活用するために再整備し、提案に盛り込んだ。また、前回提案した再保証システムや買取保証システム、点検システムをパッケージ「Good Stock」として示し、顧客に対してよりわかりやすい態勢を整えた。 <p>■平成 21 年度第 2 回(木造循環分野への取り組み)</p> <ul style="list-style-type: none"> 新たな取り組みとして、この回より地域材活用にチャレンジし、地域材をたて枠材に使用する取り組みを実施した。地域材活用については、平成 5 年ごろから、国産材を本格的に使用するための試験は継続的に行ってきたものである。 木材を供給できる拠点が限られているため、北海道、長野、四国、鹿児島での提案となった。提案・採択当時、国産 2×4 材を生産する JAS 工場は北海道と熊本の 2ヶ所しかなかったため、北海道ではトドマツの製材を、他の地域では 2×4 で使用できる JAS 品を製作するために、集成材工場（JAS 工場）を活用するしかなく、国産材の集成材を使用した。 地域材の利用については、たて枠の材料そのものが高コストであるだけでなく、反りを防止するために施工時に横桟を入れる等の工夫を追加で実施したため、さらにコストアップとなった。 また、その他の仕上げ材等でも、地域の材料・技術などを使用することをテーマとして提案した。それまでは、当社の各地域会社は、本社設定の仕様等に基づき設計を行っていたが、本事業をきっかけに、各社独自に地域に目を向けて取り組み、非常に良い経験となった。 <p>■平成 22 年度第 1 回(木造循環分野の取り組み変更)</p> <ul style="list-style-type: none"> 前回の取り組みの結果、JAS 製品の調達や反りの問題等、壁用スタッドへの地域材使用には多くの課題があることが判明した。このことから、たて枠材以外の部位への使用を検討、国産材を合板や土台に使用することが現実的と考え提案内容を変更した。 <p>2) 長期優良住宅への対応</p> <ul style="list-style-type: none"> 長期優良住宅の認定は、先導事業の案件を含め 30%強である。但し、本事業をきっかけに長期優良住宅の割合は多くなった。 長期優良住宅認定仕様による税制優遇等を顧客に積極的に説明しているが、現在の仕様は全て長期優良住宅認定仕様であり、アフターメンテナンスも同様にを行うので、手続きのコストを上乗せして認定を取得したいという顧客は多くはない。 |

事例02 山佐産業株式会社

【基本情報】

営業エリアは鹿児島県内限定（離島を除く。一部、県境のみ県外あり）。木造軸組工法の注文住宅を供給。年間供給戸数180戸。

★先導事業の実績：平成20年度第1回29戸、平成21年度第1回23戸、平成22年度第1回29戸

平成20年度第1回新築戸建て：MY CUBE「SI工法」

平成21年度第1回木造循環：I WILL「経年美家」、MY CUBE「経年美家」

平成22年度第1回木造循環：MY CUBE「+（プラス）」

1) 本事業への取り組み内容とその実施効果

■各年度の対応

- 平成20年度第1回は、平成20年の6月が当社の60周年であることもあり、今までやってきたことの集大成として応募した。
- 平成21年度第1回は、「MY CUBE」と「I WILL」の2つに分けて提案した。前者は前年度の続きで、根太レス仕様など、合理化が進んだ工法で、後者は、従来からの工法をベースとしたものである。構造体では県産材90%であったが、「I WILL」では、県産材普及促進として内装材にも県産材を取り入れた。また、本事業の顧客に対するメンテナンスユーザーセミナーを実施することにした。
- 平成22年度第1回は、提案に盛り込んでいなかった仕様や取り組みを明記すると共に、エコモニター等の試みを追加した。

■体制整備：履歴情報の保管

- 履歴情報の管理は、社内のシステムで行っている。来年から顧客がWEB上で可能な仕組みとする予定である。

2) 長期優良住宅認定への対応

- 施主にとっては、申請料が必要となるので、性能は同じであっても認定はしないという場合もある。認定を取得するかどうかは顧客の判断による。ただ、補助金が出なくても認定を取得する顧客が出てきている。
- 営業がローン減税などのPRをうまくできれば、認定を取得する方が増えるのではと考えている。また、実際に、引き渡し後、確定申告時には顧客に対して税理士を呼んで確定申告の申請方法についての勉強会を数年前から実施しているが、近年は長期優良住宅の優遇制度内容についても改めて説明をしている。今後は、見込み客にも税金関連の勉強会が必要であると感じている。

3) 長期優良住宅対応のコストアップ低減

- 当初、本事業の仕様では300万円プラスでかかるうち、200万円を補助金で賄い、工務店が50万円、施主が50万円負担する計画としたグレードのために販売には苦勞。平成21年の仕様は一部を標準化する中でも、坪5万円程度のアップで計算している。基礎のグレードアップ、木材を3.5寸角から4寸角にしたことがコストアップ要因。今後、採択基準を担保しながら標準仕様とオプション仕様との選択や現在の仕様も選択できる様にする。
- 標準レベルのアップとトータルコスト削減に努め、本事業仕様で、現在（平成22年12月）は坪3.5万円のアップでできるようになった。

4) その他の効果等

- メンテナンスユーザーセミナーが好評で、本事業以外の新築の顧客からの要請があったので、実施を計画中である。
- 維持管理を含むアフターサービスを行うスタッフを「お客様係」と称して対応。3年前から、本社周辺（1時間で回れる範囲）のOB客の多い地域からリフォーム工事の対応も専任者を配置した取組を始めた。結果、顧客からの改修・維持管理の要望が出てきている。

| |
|---|
| <p>事例03 新産住拓株式会社</p> |
| <p>【基本情報】</p> <p>営業エリアは、熊本県が中心。木造軸組工法住宅を提供。年間供給戸数130戸。地域での供給累積戸数4300戸。</p> <p>★先導事業の実績：平成20年度第1回24戸（別途ちきゆう住宅が9戸）、平成21年度第1回26戸（ちきゆう住宅は22戸）、平成22年度第1回29戸。</p> |
| <p>平成20年度第1回新築戸建て：<u>熊本木材流通産直システム(森林認証の住まい)</u></p> <p>平成21年度第2回木造循環：<u>九州の木材流通産直システム(森林認証の住まい)</u></p> <p>平成22年度第1回木造循環：<u>LCCMを目指す九州における産直型森林認証の住まい(農商工連携による100%国産材、天然乾燥・森林認証50%以上の住まい)</u></p> |
| <p>1)本事業への取り組み内容とその実施効果</p> <p>■各年度の対応</p> <ul style="list-style-type: none"> 平成20年度第1回は、基本的に今まで社内で行ってきたことを整理して提案内容としたが、新たに、CASBEEと次世代省エネ、住宅性能表示制度の活用推進に取り組んだ。苦労した点は、住宅性能表示制度への対応である。それまでも、希望があれば対応していたが、体制は十分でなかった。この部分を担ってもらえる設計事務所を探したが、当時熊本ではほとんどおらず、特に構造設計事務所を探すのに苦労した。3年間の先導事業を通じて社内グループの体制が整備され、当たり前に行えるようになった。 平成21年度第2回の大きな変更点としては、製材所、設計事務所、系列の工務店で形成する「熊本の杉・天然乾燥研究会」でのグループ提案としたことである。この研究会は、以前よりNPO活動を行うために、農商工連携していたものであるが、本事業を実施するに当たり、前年度に参画した設計者グループの位置づけ等を明確にし、整理したものである。 台風時の相互協力体制も提案に新たに加えたが、以前より行っていたことであり、それを明文化した。 その他の変更点としては、県が推奨していたスパン表を取り入れたこと、アフターサービスに省エネナビ（エコナビ）を初めて取り入れたこと、省エネラベル表示に取り組んだことである。 平成22年度第1回では、大きな変更はなく、地域性を意識した提案をいくつか加えた。チャレンジングな取り組みとしては、今まで多くて30%であった森林認証材の使用率を50%としたことである。木の家整備促進事業の補助金の基準が50%だったため、この値を目標とした。 ユーザーメンテナンス勉強会も追加したが、これは、鹿児島県の山佐木材さんからアイデアをいただいた。先導事業を利用した顧客を対象に新築後2年目で実施したが非常に好評で、今後も続けていく予定である。 <p>■体制整備：履歴情報の保管</p> <ul style="list-style-type: none"> ちきゆう住宅の先導事業の分のみ、工務店サポートセンターのサーバーに保管しているが、その他は、自社の先導事業分も含め、社内の顧客管理システムで管理・保管している。履歴情報の重要性は以前から認識していたが、これがないと改修を効率よくできない。特に仕様が大事で、確認申請書だけでは分からない情報である。工事管理情報など最終履歴が分かることも重要である。 <p>2)申請側の体制</p> <ul style="list-style-type: none"> 住宅性能評価書の申請を行った場合、評価機関も不慣れなためか、以前は、取得するのに1ヶ月もかかることもあり、また、告示上では求められていない資料を求められる等の混乱もあったが、現在はかなり改善され、場合によっては1週間程度で下りることもある。 <p>3)長期優良住宅認定への対応</p> <ul style="list-style-type: none"> 会社として取り組んでいる住宅の性能の高さを顧客に的確に説明する手法として、この事業は大いに役立ったと思う。また、3年間で長期優良住宅が当たり前に行えるようになった。今までオプションだった使用が標準仕様に行えるような体制になった。 今回は補助金を活用して認定を取得したが、今後、長期優良住宅の認定を取得するかどうかは顧客の判断による。当社の営業担当者で、補助金がなくても、長期優良住宅の性能から流通までのメリットを顧客に説明し、認定希望の受注を取った者もいる。当社が広告を出したこともあり、熊本県内の工務店が刺激を受け、ちきゆう住宅の採択分を活用するようになったと思われる。大手との競合の中、中規模の工務店も「長期優良住宅ができます」と言うようになった。 <p>4)その他の効果等</p> <ul style="list-style-type: none"> ホームページ1日あたりのアクセス数は伸びた。着工数が減少している昨今でも、当社の年間供給戸数は微増。これらは、先導事業の影響であるとも言える。マスコミでも、熊本日日新聞に掲載される等、影響はあったと思う。21年度ぐらいまでは、顧客、他の工務店ともに長期優良住宅認定制度の認知度は低かったが、ここへきて、かなり認知度が高まったと考えられる。 |

事例04 三交不動産株式会社 三交ホーム部門

【基本情報】

営業エリアは三重県、愛知県（展示場は13店舗、三重10店舗、愛知3店舗）。木造軸組工法の注文住宅を供給。（以前、枠組壁工法も行っていましたが、現在はなし）。年間供給戸数300戸。分譲住宅13000戸を合わせて約2万棟の供給実績。

★先導事業の実績：平成21年第2回10戸（別途平成21年度1回の木住協枠で2戸）、平成22年第1回15戸。別途平成20年第2回の木住協枠で1戸。

平成21年度第2回木造循環：三交ホーム「緑の資源を活かした住まい」プロジェクト

平成22年度第1回木造循環：三交ホーム「緑の資源を活かした住まい」推進プロジェクト

1) 本事業への取り組み内容とその実施効果

■平成21年度第2回

- ・ 木造循環（木造等循環型社会形成部門）の採択提案の内容を見ると、当社でもやっている内容が散見された。そこで、その内容を提案図書にきちんと示し、仕様等について現在行っていることを整理した。プレカット工場は平成5年に補助を受け平成6年から稼働しているが、当時から県産材を使っていた。それまで、県産材でコスト高となるなど否定的な意見が多かったが、先導事業により日の目をみた形となった。

■平成22年度第1回

- ・ 前回の採択提案からの伸びしろとして、県産材による合板製造を新しく構築し、県の認定を受けた。これは、平成20年ごろから準備を始めていた。その頃合板の価格が不安定な時期でもあったこともあるが、先導事業がなければ、取り組む構想はなかっただろう。スギで合板が可能だとは知っていたが、実際に取り組むまでには至ってなかった。
- ・ 以前は、三重の木を60%使用すると県からの補助金が受けられたが、現在は、県と金融機関が連携し0.1～0.2%の金利優遇に変わった。県産材の合板が実現すると、60%の達成が無理なくできるようになった。それまでは、小屋組、床組材にベイマツを使用するところを、設計を変更するなどして県産材のスギ、ヒノキにするなど多少無理をしていたが、適材適所で県産材とそれ以外のものを使い分けできるようになった。

■体制整備：履歴情報の管理

- ・ 先導事業が始まった頃は、Web上で確認できる住宅履歴システムも開発途中であった。紙ベースの情報をデータ化し始めており、先導事業の提案に取り入れた。現在は、使い勝手等の面から、構築したシステムの修正を行っている。

■体制整備：維持管理体制

- ・ 30年の無償点検を構築した。今までは10年で終わっていた。平成12年以降新築した物件については、30年無償点検を自動延長とした。先導事業でなくても、今後新築される全物件で30年無償点検を行う。

2) 長期優良住宅への取り組み

- ・ 長期優良住宅の仕様を標準としたため、顧客の希望があれば、申請料のプラスのみで取得できる。平成22年には累計125棟の認定を取得した。制度がはじまってからは、全体の30%程度となっている。三重県よりも愛知県での取得率が高い。建て売りの分譲住宅を不動産部門で行っており、平成22年から全棟を認定長期優良住宅とした（それまではゼロ）。
- ・ 長期優良住宅への対応は、劣化対策と維持管理対策の等級を上げる必要があった。
- ・ 長期優良住宅への対応は概ね標準仕様のものであったため、それほど大きなコストアップはなかったが、先導事業仕様では、柱と筋交いをヒノキとすること、外断熱工法（ネオウッド）とすることで、80万円程度のコストアップとなった。

3) その他の効果等

- ・ 本事業に取り組んだことによって、水道設備関係の電子化などを取り入れることができた。
- ・ 先導事業の説明をするためには、長期優良住宅についての説明も行う必要があり、社内の営業等の社員の理解も進み、説明能力は向上した。その結果、耐震等級など、お客様が性能評価のレベルに関心を持つようになり、理解を得られるようになってきた。

事例05 株式会社ひまわりほーむ

【基本情報】

営業エリアは首都圏（東京、神奈川、埼玉、千葉）、石川、富山。木造軸組工法の注文住宅を供給。年間着工戸数130～150戸。全戸について、認定長期優良住宅、住宅性能評価書（設計・建設）を取得。

★先導事業の実績：平成20年度第1回 24戸（別途ちきゆう住宅50戸）、平成21年度第1回24戸（ちきゆう住宅は15戸、QBC・優良工務店の会の枠で30戸）、平成22年度第1回24戸（ちきゆう住宅は17戸程度）

平成20年度第2回新築戸建て：じゆうじざい・『家族のきずなをはぐくむ家』先導的モデル事業

平成21年度第2回木造循環：『じゆうじざい・家族のきずなをはぐくむ家』先導的モデル事業

平成22年度第2回木造循環：「じゆうじざい・家族のきずなをはぐくむ家」+自然に耐える家+人の心が育つ家+品質にこだわる家

1) 本事業への取り組み内容とその実施効果

■各年度の対応

- 平成20年度第2回の募集時には、申請書の書き方など、他グループと情報交換を行った。ただし、以前から性能表示を実施していたため、仕様や取り組み内容の部分での苦労はなかった。
- この際の仕様は、社内での取り組みをほぼそのまま反映したものである。省エネ等級4のみが、新たに対応したことであるが、さほど苦労はなかった。まちなみについても、金沢市では条例が厳しかったことから既に取り組んでいた。
- 履歴の管理については、以前から住宅長期保証支援センターでの第三者の保管（CD保存）は行っていたが、先導事業の応募に当たり、サーバーでの長期保存のサービスを利用することとした。
- 平成21年度第2回の応募時には、一部、基礎まわりの仕様を変更した他、金融機関との連携や国産材利用についての取り組みを深めた。また、契約済みの顧客向けに木材を見に行くツアー（丸太を選び、製材を行うところまで見学）を組んだ。
- 平成22年度第2回の応募時には、仕様としては、これ以上盛り込むことが出来ず悩んだが、CASBEEへの取り組みを盛り込んだ。

■体制整備：履歴情報の保管

- 当社は全戸長期優良住宅対応としたので、住宅長期保証支援センターのサービスを利用することを標準としている。自社でも顧客管理システムを持っており、工事データ、点検情報などを管理・保管している。長期優良住宅対応となった現在は、住宅長期保証支援センターと二重にデータ履歴保存を行っている。
- 現在、日本住宅建設産業協会の履歴管理システムの活用も検討している。
- 長期優良住宅では、顧客自身もデータを管理していくことになっているところが今までと異なる点である。営業では、顧客に対して、住宅履歴管理により住宅の資産価値が上がると説明しており、理解度が上がっているはずである。

2) 顧客の反応等

- 長期優良住宅と先導事業の違いについては顧客の認識は低いが、先導事業によって長期優良住宅への理解が広がったと思う。
- 定量的に広がりを感じられる点は、完成見学会への参加者数の増加である。2日間の実施で東京10組、石川30～40組になった。以前は東京で2組程度だった。東京は住宅展示場が多いため、あまり完成見学会には来ない傾向があるのだが、それが増えた。石川県の参加者も増えている。木材を選ぶツアーは顧客からの評判がよい。10組の見学者募集を行うが、希望者で全て埋まる。

3) 審査側の体制

- 当初、長期優良住宅の適合証申請への市の体制が整っておらず、時間がかかった。当社始め、大手ハウスメーカーも一緒になって、市と対応について話しに行ったことで変わった。今ではスピーディに処理してもらっている。その後、型式認定を取ったので、楽に認定取得できるようになった。

4) 長期優良住宅への対応

- 住宅性能表示は社の方針で必須としていたため、申請料のみ顧客からいただいていた。住宅性能表示を取得したくないという顧客は断っていた。長期優良住宅認定も全戸取得することとした。
- 長期優良住宅認定以前の等級は、耐震等級2以上、維持管理容易性・耐久性が最高等級、省エネ等級2～3の間であった。長期優良住宅認定後、省エネ等級のみ等級4に上げた。

事例06 株式会社土屋ホーム

【基本情報】

株式会社土屋ホーム：営業エリアは北海道、関東、北信越が主。木造軸組工法の注文住宅を供給。年間供給戸数 500 戸。

株式会社土屋ツーバイホーム：営業エリアは北海道が主。枠組壁工法の注文住宅を供給。年間供給戸数 120 戸。

株式会社土屋ホーム東北：営業エリアは東北地方が主。木造軸組工法の注文住宅を供給。年間供給戸数 110 棟

★先導事業の実績：平成 21 年度第 2 回 51 戸、平成 22 年度第 2 回 48 戸。

平成 21 年度第 2 回省エネ : H&H サスティナブルシステム

平成 22 年度第 2 回維持管理強化：永持ちの MIERU 家

1) 本事業への取り組み内容とその実施効果

■各年度の対応

- 平成 21 年度第 2 回は、元々行っていた顧客の訪問や大工の養成学校、不動産部門の関連会社との連携について、長期優良住宅というキーワードのもと整理し、提案内容に盛り込んだ。長期優良住宅は標準仕様で認定が取得できるので問題はなかった。
- 平成 22 年度第 2 回は、当社がやってきた仕様や取り組みで、十分住宅を長持ちさせる自信があったが、初期性能だけは提案内容をこれ以上充実させることは難しく、維持管理関係の取り組みを考えるようになった。

■仕様などへの対応

- 現在、長期優良住宅の認定を受ける住宅では、Q 値の計算や希望によってシミュレーションを行うこととしている。（先導事業の対象となる住宅は、ランニングコストシミュレーションを行うこととなっている。）
- 平成 21 年度 2 回の提案において、コンクリート強度 $36\text{N}/\text{cm}^2$ の条件を入れたが、平成 22 年度第 2 回の提案においてはこの仕様が長寿命に寄与するのかも疑問でもあり、提案内容に入れず、維持管理を重点とする提案に変更した。
- 耐久性の向上を考え、平成 21 年度第 2 回の提案では庇、霧除け庇、軒の出を仕様に入れたが、デザイン上で拒否される施主が多いので、これも提案内容に入れなかった。北海道地域では無落雪屋根が多く、落雪屋根や庇等が付いている住宅は古いデザインのイメージが強い。

■体制整備: 履歴情報の保管

- 元々は社内の顧客管理システムで管理しており、外部で管理するイメージが先導事業初期の段階ではなかったが、200 年というスパンを考えた場合、持続可能性のある維持管理システムを重視するようになった。現在、社内の情報管理システムとの相性が良く、連携が容易なシステムを構築中である。
- 土屋ホームと土屋ホーム東北、土屋ツーバイホームの 3 社での運用を行うため、対応は事業会社によってばらつきがある。システムが完全に構築されて、スムーズに運用するには、まだ少し時間がかかりそうである。システムを構築すれば、先導事業に限定せず利用可能であり、全戸で情報管理ができるように考えている。
- 維持管理や履歴サービスについては支店の人間を通して顧客の反応を判断することになるが、営業担当や支店長の反応は良かった。これは、意外な反応であった。

■体制整備: 修繕積立金

- 平成 21 年度第 2 回の提案において、修繕積立金（お手入れ貯金）を条件とした。こういった仕組みの必要性は感じており、やってみて良かったと思うが、家族の人数で金額が変わるなど保険の改正があり、使い難くなったため取りやめた。

2) 長期優良住宅への対応

- 現在、3 割で長期優良住宅認定を取得しているが、先導事業があったため増えたと思う。先導事業以外にも単独で長期優良住宅の認定を取得するケースもある。
- 先導事業に採択になったということが販売にプラスになった。パンフレットを作製し、顧客に長期優良住宅制度の認定基準を具体的に説明したことでアピールになった。長期優良住宅の認知度が高くなり、社内の理解度も上昇した。民間単体での採択は北海道では土屋ホームのみだったため、そのアピール度は大きかったと思う。

3) その他の効果等

- ホームページで先導事業専用のサイトを平成 21 年 2 月から開設した。累積のアクセスは 9000 件弱ある。
- 新聞や雑誌など、約 6 社から取材を受けた。

| |
|--|
| <p>事例07 石友ホーム株式会社</p> |
| <p>【基本情報】 営業エリアは富山、石川。木造軸組工法の注文住宅を供給。年間供給戸数180戸、改修数十戸。 ★先導事業の実績：平成22年度第1回15戸</p> |
| <p>平成22年度第1回省エネ：<u>北陸型・超長期省エネ住宅モデルプロジェクトⅢ</u></p> |
| <p>1) 本事業への取り組み内容とその実施効果</p> <p>■仕様等への対応: ジオサーマルシステム</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 提案には高額のジオサーマルシステム(地中熱利用の冷暖房給湯システム：地中補強用の基礎鋼管杭または井戸の中に採熱配管を設置し、ヒートポンプで地中熱を交換して冷暖房と給湯を同時に可能としたシステム)を盛り込んでおり、ここで顧客が絞られる。補助金があることを説明しても、その分がほとんどシステムや認定取得にかかってしまうので、顧客が興味ないと採用されない。 ・ このシステムは平成18年から実用段階に入り、平成20年に実用化した。 ・ 先導事業に取り組んだおかげで、機器製作会社等が慣れ、コストダウンが図られた。現在は、機器本体で240万～250万円であるが、2～3ヶ月で40～50万円程度下げられるだろう。井戸掘り、杭打ちで100万円かかるため、約300万円で設置可能となる。電力やガスを使用する通常の冷暖房給湯システムと比べ、約100万円高い程度である。太陽光発電の一般物件とは差がなくなる。 ・ 北陸ではジオサーマルシステムが太陽光発電よりも有利であるため、当社の標準としたい。 <p>■仕様等への対応: その他</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 提案の仕様はほとんどが標準仕様やオプション仕様として既に用意していたものを採用した。 ・ 平成21年から、オプションで家全体の木材の防蟻処理を行っている。プレカット工場と防蟻工場を当社で持っていたことから、この仕様を開始した(オプション仕様)。 ・ 地域産材使用も以前から行っていた。土台への「あて(能登ヒバ)」を利用する件は特殊材であるため、先導事業のみとした。 ・ パイプスペースの設置は以前から標準仕様で採用している。壁点検口の設置は今回新たに追加したが、標準仕様としたい。 <p>■体制整備: 履歴情報の保管</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 長期優良住宅が始まる時に、履歴管理について検討し始め、エポシステムを採用した。しかし、将来的に、当社の全ての物件の履歴情報を第三者機関に預けるのは、難しいと考えている。 <p>■体制整備: 維持管理・再保証</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 1、3、10年の点検を以前から行っており、15、20、25、30年の有償点検を先導事業で追加採用した。 ・ 一般の顧客の場合、1、3、10年無料点検を行い、その後は有償補修を条件に20年の再保証を行っている。保証の条件となる工事は、FRP防水の再施工と外壁シーリングの打ちかえが主であるが、足場設置が発生すると100万円以上かかることになる。10年前から保証の仕組みを立ち上げて、去年、今年あたりから20年再保証の検討対象物件が出てきた。どのように説明・提案すれば顧客が再保証を選択するか、社内で検討中である。 <p>2) 審査側の体制</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 審査側が不慣れで、適合証が下りるまでの時間の見当がつかなかった。1戸目は50日かかった。審査機関に、不動産協会や主事会を通じて改善を要請したこともあり、9月、10月には少々改善され、現在は約30日～2週間で適合証が下りる。 <p>3) その他の効果等</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ これから完成する先導事業物件で現場案内会を行う予定である。平成23年3月以降に実施できる見込みである。 |

事例08 アサヒグローバル株式会社

【基本情報】

営業エリアは三重県内（桑名、四日市（本拠地）、鈴鹿、若干郡部もあり）。木造軸組工法の注文住宅がメインで、枠組壁工法も供給。年間供給戸数200戸。

★先導事業の実績：平成21年第1回19戸。

平成21年度第1回まちなみ：アサヒグローバル泊山崎長期優良住宅システムプロジェクト

1) 本事業への取り組み内容とその実施効果

■採択提案の対象となった宅地開発の経緯

- ・ 通常は、注文住宅を主に手がけており、宅地分譲は機会があれば手がける程度である。社長が、まちなみの重要性を感じていて、それを実現する団地の計画をあたためていた。
- ・ 今回の計画では、車道を周囲にめぐらすことで通常の宅地割に比べ、分譲宅地が5つ以上減ったことになる（分譲価格1,000～2,000万円/戸）。住んでゆとりを感じるまちなみにすることと、まちなみ自体が継続する方法を考え、景観、デザイン、生活環境、継続性を重視した。本事業では、用地の取得から計画まで8ヶ月かけた。
- ・ 現在では、宅地開発は、このような方向性であれば、今後も行っていこうという社内体制が固まりつつある。
- ・ 本事業では、まちなみの企画構想が固まってきた時期に、社長から先導事業への応募を指示された。共用部分の用地代や外構の造成・施工費用は、補助金では追いつかないが、元々、補助金を目当てでスタートした企画ではなかった。

■仕様等への対応:まちなみ等の維持

- ・ 修繕積立金（管理費用）は、管理法人との契約時に月7,000円と決められている。その金額で管理するのは、公園や庭など土地・外構の手入れである。一部有料になるケースもある。
- ・ 契約書に、外壁、屋根の補修に関しては、顧客が費用を用意すれば、団地内の複数の顧客が同時に補修工事を実施するなどの工夫をして、効率的に廉価で保全を行うことが可能と記載している。

■体制整備:維持保全計画(住宅部分)

- ・ 以前は維持保全のために積立しようという施主はおらず、また、長期間もつ製品も少なかった。10年目に修繕するために積立が必要であると顧客に対して発信できる環境が整ったと思う。

2) 本事業への顧客の反応

- ・ 補助金の有無は、本事業の情報が顧客になかったため、直接の購入動機にはならなかったと思う。顧客の購入動機としては、まちづくりの魅力があることが大きいと思う。
- ・ 勉強熱心な建築関係者からの注目は高まり、問い合わせや見学希望、資料請求があった。大学の先生を含め累計で10社程度見学に来ている。

3) 長期優良住宅への対応

- ・ 最初は、1件毎にオプションとして見積もり、標準仕様と比較してコストアップ分を確認する方法を取っていたが、現在は長期優良住宅の性能が標準仕様となったため、コストアップとの考えはない。また、ハードのスペックアップによるコストアップはさほど無かった。認定を取得する際には申請料のみ別途いただいている。現在、約1割の顧客が認定を取得している。

4) その他の効果等

- ・ 3年前は、購入者側も工務店側も先導事業や長期優良住宅についての知識が少なかった。住まい手へ長期優良住宅のメリットが認識されてきたのは最近である。
- ・ 当社でも、昨年からは長期優良住宅を標準仕様とした。（低コスト商品の1～2割を除く）
- ・ 気をつけなくてはいけないのは、長期優良住宅仕様という意味と、認定まで取得する意味を顧客にきちんと説明することだと思う。竣工後、減税対象かどうか（認定を取得しているかどうか）税務署から話をきく顧客も多く、トラブルの元になる可能性がある。
- ・ 流通を担う不動産業者は相変わらず住宅本体は築年数だけで評価をし、建物価値を評価しないので、自社に流通部門を設けるなど流通のことも手がけ始めた。長期優良住宅や住宅性能評価などは設計事務所にとってメリットも少なく、長期優良住宅の認定取得が出来るところはほとんど無い状況だが、ようやく動き出す人も出てきた。

事例09 株式会社玉家建設

【基本情報】

営業エリアは、石川県、富山県。木造軸組工法の注文住宅を供給。年間着工戸数140戸。供給累積戸数4000戸。

★先導事業の実績：平成21年度第1回26戸、平成22年度第1回25戸。別途平成20年第1回に、ちきゅう住宅を1戸実施。

平成21年度第1回まちなみ：憧れと地域特性を活かした原点回帰住宅によるうるおいある街並みづくり

平成22年度第1回まちなみ：地域特性と現代の生活様式に適し、近隣配慮による連帯感ある北陸の街並みづくり

1) 本事業への取り組み内容とその実施効果

■まちなみへの取り組みについて

- ・ 当社では、各地域にはそれぞれ根付いた固有の文化があり、各地域でサポートできる住宅づくりが大切であるという考えをもってしている。つまり住宅産業は地域産業であると位置付け、その考えのもと街並みづくりに取り組み、金沢市都市美文化賞も数多く受賞している。1邸1邸の住まいづくりでは、界限や近隣に配慮していく事が魅力(価値)ある街並みづくりに繋がり、街の活性化にも繋がっていく事を意識している。当社では住宅と外構をセットで企画設計することが大前提で、その思いを受注前に説明し、お客様にご理解を頂いている。
- ・ 先導事業に採択された事で、当社が取り組んできた事は間違いがなかったと認識でき、社員に、こうした意識を再度徹底した。

■各年度の対応

- ・ 工務店サポートセンターの先導事業枠で平成20年に1件取り組んだ。先導事業の募集があることは知っていたが、平成20年はハードの提案を求められており、まちなみを中心テーマに考えている当社にはそぐわないと考えて応募しなかった。
- ・ 平成21年度からまちなみ部門ができたため応募した。応募に当たっては特別に性能を上げることはしていない。
- ・ 平成22年度はビルトインガレージの提案を取り入れた。ビルトインガレージは、まちなみを重視する場合、非常に有効な手段であるが、当社でも様々な点で実現するのが難しく、最近減ってきている。しかし、やはり大切な考え方だと認識しており、またそれらを顧客にも理解していただきたいと考えた。5年ぐらい前までは、平均して58~60坪の敷地面積があり、ビルトインガレージにするのが主だったが、最近45坪程度でカーポート設置が増えてきている。
- ・ ビルトインガレージは敷地面積が広くないと難しいのはもちろんのこと、耐震等級をクリアするのが難しい。金沢市内は地域的に短冊形状の細長い敷地が多く、まちなみを考えると、街路に面した正面はなるべく軒を低くし、後ろを高くし、容積を確保するデザインが有効である。しかし、そうすると前面を中2階にしたり、下屋から段上に2階を設けたり、スキップフロアのような形状になり床の剛性を確保すること(長期優良住宅の認定が取れない)が難しい、というような事がある。

■体制整備:履歴情報の保管

- ・ 社内の顧客管理システムで履歴情報を管理している。21年度の応募にあたっては、第三者機関に保存することにしたが、コストや使い勝手を考えると、第三者機関で保存することのメリットはほとんどないと考え、22年度の応募では社内対応とした。

2) 認定長期優良住宅への対応

- ・ 平成21年度は、全物件のうち45%が認定取得、平成22年度は60%が認定取得、先導事業分を除くと50%が認定取得となっている。
- ・ 基本性能として長期優良住宅の認定基準を満たしており、認定取得することが基本であり、顧客が不要と言われない限り認定を取得する方針である。金沢市では、まちなみ住宅に対する補助金(住宅性能評価取得必要)があり、以前から対応していた。
- ・ 住宅の性能は最初の予算立ての際に決定する。途中で性能を上げようとするにはコストがかかるが、それが無いため問題はない。認定取得の手続き面は、慣れていることもあり、特にコストはかからない。
- ・ 長期優良住宅とすることで、今後、不動産価値が変わるということを説明し、顧客に勧めている。

3) その他の効果等

- ・ 採択されて、提案内容がオープンになったことで、当社の考え方に似せたものが出てきたと感じている、街並みづくりの考え方が広まるのは良いことだと感じている。
- ・ 補助事業としては有効な手法だと思うが、戸当たりの補助額を減らして配分戸数を増やしてもらえると、街並み・住環境部門の場合、より有効であったと思う。

事例10 オダケホーム株式会社

【基本情報】

営業エリアは富山県、石川県。木造軸組工法のうち主に注文住宅を供給。年に数件、10区画程度に分譲住宅も供給。住宅部門で宅地開発し、販売は各事業所となる。供給累積戸数6500戸

従業員数はグループ全体で241名（住宅部門164名（新築も改修も取り扱う。）、営業約40名（不動産の営業も兼ねる。）、その他は設計工事及びインテリアコーディネーター（平成22年12月1日現在））

★先導事業の実績：平成22年度第1回20戸

平成22年度第1回まちなみ：オダケホーム「エバーグリーン夢ヶ丘」サステナブルな住まいプロジェクト

1) 本事業への取り組み内容とその実施効果

■ 宅地分譲プロジェクトについて

- 生活者の満足度が高く、長く住んでいただける、人口減になった時にも人が残る住宅団地にしたいと考えた。良い物は残り、住み継がれるだろうと考えて企画し、基礎インフラにコストをかけた。まちなみが完成するまでは、設計者が計画の良さ等をいくら説明しても顧客には伝わらないため、社外からの評価を得たくて応募した。
- この分譲地は4期に分けて販売を始めており、現在3期まで販売中で全てが先導事業の対象である。弊社では初めての大規模な宅地分譲プロジェクトであり、このプロジェクトを始めて3年目だったことから、まちなみ・住環境部門で応募した。
- 住宅のハード面の仕様は概ね当社の標準仕様が長期優良住宅の認定基準と同等であったことから、顧客からすると補助金分で内装や設備関係の仕様を上げることができ喜ばれた。

■ 体制整備：住み替え安心システムについて

- 住み替え安心システムは、グループ会社の不動産部門と連携して5年前から始めたシステムであり、提案書に盛り込んだ。住み替えにおいて、ローンや仲介といったサービスの他、生活に密着した片付けサービスや敷地境界整備などの煩わしい問題への対応をトータルで行うものである。

■ 体制整備：維持管理

- 10年目に有料メンテナンスを行い、10年間の再保証を行っているが、防水や外壁のメンテナンスが主で200万円弱になるため、再保証を選択される方は少ない。ただし、有料メンテナンスを行わなかったからと言って、放置するわけではなく、その後も訪問する。10年目のメンテナンスを行い、再保証した物件は、より頻繁に訪問する。
- 定期訪問は、3、6、12、18ヶ月、以降10年目まで毎年行う。建築して3ヵ月目から、住みこなしの不具合が出てくるため、アドバイスや調整を行うために伺う。北陸では2年目で積雪の関係から建具調整が必要になる。
- 点検する際に的確に不具合を判定するために、社内に判定基準と点検士制度を設けた。社内基準で工事部門や設計部門の2級建築士等が点検士を取得する。これにより、判定が人によって変わることがないようにしている。

2) 顧客の反応等

- 採択されてから、宅地販売の売れ行きが好調になった。1期はほぼ売却済み、3期も販売が進んでいる。なお、2期分は店舗物件部分である。顧客に伝わりにくかったまちづくりの思想が、先導事業に採択されることによって伝わり、評価につながっているのだと思う。
- 社内でも、当たり前になっていたことが評価されたことで、他部署等からの評価も上がり、モチベーションが上がった。
- 顧客については、先導事業の補助金が付くからこの宅地を選んだという方は少なく、この団地が良いと判断して購入されている。補助金はおまけのような感じだが、その分で家の仕様を上げられると顧客は大変喜んでいて。

3) 長期優良住宅への対応

- 平成22年12月現在までに2~3戸の実績がある。施主の希望があれば対応する。

4) 審査側の体制

- 当初、審査側が慣れておらず、認定長期優良住宅の適合証を受けるために、申請から2ヵ月弱かかる場合もあった（早い機関でも1ヵ月）。また、北陸は、積雪で12月下旬~3月の着工ができないことも不利である。

事例11 一般社団法人工務店サポートセンター

【基本情報】

社団法人全国中小建築工事業団体連合会（全建連）の都道府県単位の会員団体に所属する工務店経営者を正会員とし、様々な業務を支援することを目的に設立。2007年4月から会員登録を開始。正会員以外に、協力会員、情報会員があるが、入会条件はセンターの役割に賛同した団体、組織等であること。

※2010年11月現在、正会員1,673社、協力会員105社（うち情報会員31社）※会員の年間平均供給戸数は約5戸。

★先導事業の実績：平成20年度第1回499戸、平成21年度第2回500戸、平成22年度第1回500戸。

平成20年度第1回新築戸建て：全建連地域木造優良(ちきゆう)住宅先導システム国産材モデル提案

平成21年度第2回木造循環：全建連地域木造優良(ちきゆう)住宅先導システム国産材モデル09提案

平成22年度第1回木造循環：長期・ちきゆう(地域木造優良)住宅国産材先導モデル2010(街なか型)提案

長期・ちきゆう(地域木造優良)住宅国産材先導モデル2010(地域環境配慮型)提案

1)本事業への取り組み内容とその実施効果

■仕様等への対応：その実施効果

- ・当初は、設定した仕様や性能評価制度等に不慣れで難しいイメージや手続きが面倒ではないかと敬遠する会員が多く、採択枠を消化するのに時間がかかったが、回数を経る毎に対応力が向上し、3年目は多くの工務店が参加し、採択戸数を予測の倍を超えるエントリーがあり、急速「木のいえ整備促進事業」に切り替えた会員様も多い。
- ・補助事業がなかったら長期優良住宅が広まらなかったと思う。現在では、地方にも長期優良住宅が浸透し始めた実感している。
- ・先導事業があったからこそ、工務店の対応能力が上がり、100万円補助「木のいえ整備促進事業（長期優良住宅普及促進事業）」も軌道に乗ったのではないかと。
- ・2回目に盛り込んだCASBEEの普及にもなった。ほとんど知られていなかったが、先導事業の住宅ではない物件でも実施するようになった工務店もある。競合する大手等と差別化ができるようになった。先導事業がなかったら厳しかっただろう。
- ・先導事業の物件は、構造と竣工時の2回の見学会を開催しなければならない。構造見学会を見た見込み客の信頼を得ることができ、次の仕事につながっているようだ。零細規模の工務店は、今まで現場見学会をやってなかった所が多かった。見学会がきっかけで大手から顧客を取り返したところもあったようだ。工務店の方から、「先導事業をやってよかった。」との感想をいただく。
- ・長期優良住宅の認定については、施主の要望により取得する工務店もあるし、全戸で実施する者も出てきており、先導事業以外の物件でも増加している。
- ・最近、センターとして長期優良住宅の技術的審査をスムーズに取得するために型式認定を取得した。平成23年2月まで5箇所講習を開始し、4月から本格的に推進していく。今まで長期優良住宅について取り組めなかった工務店に推進し、業界全体の底上げを図っていく。

■体制整備：工務店サポートセンターの変遷

- ・センター構想は平成9年からあり、平成19年から事業として立ち上げた。平成21年に社団法人化した。
- ・会員全体に向けて先導事業でも提案した各種の取り組みを提供している。先導事業が終わっても事業を多角展開していく予定である。先導事業の効果で会員数は増加した（平成21年7月末約950社→平成22年11月現在約1700社。）と思われるが、先導事業が終了しても会員数が減るわけではないだろう。

■体制整備：作図支援(設計)サポート・戸別の性能審査等

- ・当初は、必須条件とした性能評価制度に取り組んでいる者はほとんどなく、手探り状態であった。作図支援サポートを受けるには、年会費以外に費用が必要である。センターは設計業務を行っておらず、会員の設計事務所を紹介した（1社から4社に増加）。
- ・作図支援なしの自社一貫設計タイプや自社+外注設計のタイプも用意しているが、多くの工務店がセンターを利用している。
- ・平成22年現在では、3つの地域（富士地域、長野地域、東海地域）にて、地域サポートセンターが稼働しはじめた。現在、各県連でサポート体制を整えつつあるところもあり、今後、全建連で75団体の地域サポートを展開する計画である。

■体制整備：住宅履歴等について

- ・当初、基本仕様の作成と履歴書整備（CD-ROMで保存）を行いの普及に取り組んだが、工務店側は、住宅履歴書自体が聞き慣れない単語であり、電子データで残していくということが理解できなかった。
- ・第2回の採択案でデータベースへの30年間保存の仕組みを構築した。その際に工事記録システムも整備した。
- ・住宅履歴書は60年間保管する予定で、30年目になった時に更新料を決定する予定である。住宅履歴書の保管サービスを利用する

には、工務店サポートの会員は建物毎の物件登録費のみ。会員外は登録費に加えて住宅履歴会員年会費が必要となる。施主が直接負担する住宅履歴書管理料はなく、30年分の登録費を工務店が一括で支払う。

2) その他の効果等

- ・ 先導事業の採択を受けてから、会長取材が累積で30～40件あり、今までの倍以上である。また、HPアクセス数は約8倍になった。長期優良住宅支援、先導事業情報、講習会情報を検索しているようである。
- ・ 現在、消費者からの問い合わせは、補助金関係や工務店の紹介依頼等で月に10件程度有る。

事例12 シアーズホーム株式会社(工務店サポートセンター会員)

【基本情報】

営業エリアは、熊本県内が中心。木造軸組工法住宅を供給。

年間供給戸数グループ全体で計180戸。

★先導事業の実績：工務店サポートセンターの会員として、ちきゆう住宅を平成20年度第1回1戸、平成21年度第2回2戸、平成22年度第1回5戸実施。

1) 本事業への取り組み内容とその実施効果

■各年度の対応

- ・ 平成20年度第1回：国産材100%の条件や、次世代省エネ、住宅性能表示制度への対応のため、1戸のみの実施となった。
- ・ 平成21年度第2回：長期優良住宅の知名度が上がり、希望者も前回より増加した。
- ・ 平成22年度第1回：戸数の増加により、性能面や施工技術の向上、維持管理しやすい家造りなど、事業の効果はあったと思う。

■体制整備：履歴情報の保管

- ・ 自社顧客管理システムで管理・保管を行っているため、先導事業分のみ、サポートセンターのサーバーにて保管している。

2) 長期優良住宅への対応

- ・ 長期優良住宅対応仕様を標準仕様とするかは検討中である。

3) 顧客の反応等

- ・ 仕上げや設備等に費用をかけられる方から、温熱環境の快適性や、空気質環境など性能に費用をかけたいという方が増えてきた印象がある。
- ・ 先導事業を行ったことによって、顧客に長期優良住宅が認識されるようになった。長期優良住宅対応であるとの広告やCMを見かけるようになったことが大きいと思う。

事例13 武部建設株式会社（工務店サポートセンター会員）

【基本情報】

営業エリアは北海道三笠市・岩見沢市周辺。年間供給戸数は、新築で10数件程度、改修で30件程度。

★先導事業の実績：工務店サポートセンターの会員として、ちきゆう住宅を平成22年度第1回1戸実施。その他、北方型長期優良住宅推進協議会枠で各年度2戸計6戸、ミサワインターナショナルの枠で平成20年度、平成22年度に各1戸計2戸実施。

1) 本事業への取り組み内容とその実施効果

■各年度の対応

- ・ 3組織の先導事業に参加したのは、今後の当社の方向性を検討する上で、あえて考え方や取り組み内容の異なる事業を経験するためである。住宅のこれからあるべき姿は「性能」「構造（頑丈）」「国産材」に重点を絞っていかねばならないと考えた。性能を高めるという点で北方型、「構造（頑丈）」という点でミサワインターナショナル、「国産材」という点で「ちきゆう住宅」の先導事業に取り組んだ。
- ・ 初年度から北方型を実施した。こちらの仕様は高断熱高気密住宅をベースとしており、北海道の工務店としては得意分野であり使いやすい。ほぼ自社の標準仕様と同じ仕様で建てるのが可能である。ただし、戸数の割り当ては、広く浅く多くの工務店が参加することをねらっているため、多くても1社につき2戸である。
- ・ 北方型の割り当てが少なかったこともあり、平成22年第1回採択分で「ちきゆう住宅」に取り組んだ。平成20年度第1回から採択されていることは知っていたが、条件が煩雑で大変だったため、参加しなかった。北海道では、国産材がそれほど流通していないため、国産材100%をクリアする事が難しい。
- ・ 認定等は全て自社内で対応しているが、事務量の多さに辟易している。事務手数料をお客様から頂いていないが、これほど事務作業がわかるとは思っていなかった。この分を現場に注力したい。北海道では対応可能な設計事務所がほとんどないが、設計事務所がこれらのサービスを始める動きがあっても良いのではないかなと思う。

■体制整備：住宅履歴情報

- ・ 履歴の保管方法はそれぞれの採択先によって違い、使い勝手も異なる。使いやすいところとそうでないところがある。先導事業以外は、第三者で保管していない。

■体制整備：維持管理と改修

- ・ 先導事業への取り組みをきっかけに、社内の定期点検制度を立ち上げた。定期点検は1、3、5、7、10年で行う予定。
- ・ 今までは、竣工後1年目点検と、年1回当社で実施するお祭りの案内を郵送していた。当社の手がけた住宅では、転売は少なく、何かあれば相談があり、それ以上の働きかけはしていなかった。
- ・ この点検が改修につながっており、改修の仕事が増えた。点検報告書を作成し維持保全計画について説明も行い、それに合わせて改修提案を行っており、それが見積もり依頼につながっている。補修等の必要性を感じていても、問い合わせが面倒な顧客が多かったと思われる。定期点検が良い機会になり、その際に指摘されれば「やはり」と思うようだ。

2) 申請側の体制

- ・ 長期優良住宅の認定に関しては、不慣れなためか、行政側の対応に時間がかかりすぎて、様々な問題が生じた。特に、町の場合、町から知事へと上げるのに時間がかかり、今でも2週間近くかかってしまう。なおかつ瑕疵担保責任保険の手続きも別にあり、手続きが多すぎる。これらをワンストップで対応してもらえる仕組みを望む。

3) その他の効果等

- ・ 建設まではできるが、どう維持管理をしていくかが重要と考える。北方型住宅の場合は性能重視の提案であるため、点検のあり方を含め、維持管理の方法を当社で考えていく必要がある。
- ・ まだ長期優良住宅認定制度に慣れていない。業界全体としては、補助事業が終われば一般的にはモチベーションが下がるかもしれないが、当社ではそうならないようにしたい。
- ・ 北海道で長期優良住宅に取り組めるのは1600社中200社程度ではないかな。

事例14 社団法人 日本木造住宅産業協会

【基本情報】

木造軸組工法住宅を供給する事業者を会員とする社団法人。現在の1種会員（木造住宅を生産供給する法人）は計367社（11/18現在）
1種会員 A正会員（資本金5,000万円以上）94社、 B正会員（資本金5,000万円未満）273社

★先導事業の実績：平成20年度第2回62戸、平成21年度第1回77戸、平成22年度第1回100戸

平成20年度第2回新築戸建て：日本木造住宅産業協会ながい木の家モデル地震に強い設(しつらい)の家

平成21年度第1回木造循環：日本木造住宅産業協会ながい木の家モデル地域に根ざす装いの家

平成22年度第1回木造循環：「木住協ながい木の家モデル」～持続可能な選(よりどり)の家～

1)本事業への取り組み内容とその実施効果

■仕様等への対応:耐震性・可変性(耐震性は等級3を条件)

・ 初回の採択案では、将来、室内側より耐力壁を補強できるように外断熱工法とし、可変性実現のため高倍率耐力壁を外壁と階段まわり等に設置することを条件とした。（施主の要望等に沿えないことがあったために、二年目以降はこれらの条件を外した。）その仕様の実現に当たっては、木住協超長期住宅センターにて、参加工務店（住宅性能表示制度を活用したことのない事業者も含む）に対して、設計段階の指導、構造図チェックを行うなど、大変な手間がかかった。また、施工段階で施主の希望や現場でのミス等で耐力壁位置が変更になるなど、この条件に適合することが難しい物件が多くみられ、現場で耐力壁の施工のやり直しなども発生した。ただし、これらの試みで、参加工務店の実力が目に見えて向上した。現場の施工管理だけではなく、設計段階での施主への説明能力等、総合的な質の向上が見られた。

■仕様等への対応:まちなみ景観

・ 平成20年度から「まちなみ景観審査会」を設けるなどの活動を行っており、2年目の提案で、「木住協まちなみ景観チェックリスト-木住協まちなみ配慮コード-（必須項目を含めて5項目以上）」を提案した。地域産材（国産材に限らず、県花、県木、地場産品、特産品等）の活用、色彩調和、緑化、特定行政庁の環境基準など個別設計で対応可能な項目を盛り込んだ。
・ これらの試みで、周辺のまちなみに配慮して外壁の色を検討する等、当たり前だが住宅メーカーや工務店があまり認識してこなかった部分に、皆が気づくという効果があった。また、景観の保持や防犯との関係等、今まで認識してなかった現実的な問題に気がつくという効果もあった。

■仕様等への対応:持続可能性への配慮

・ 3回目の採択案で、「木住協持続可能性配慮コード」を設定し、「サステナブル建材・設備カタログ」を整備した。これまで長期優良住宅の分野にあまり関わることのできなかった2種会員（住宅用機器、部品、部材等の生産・供給）にとって、自社の取り組みが評価されたことに対する喜びが大きかった。

■体制整備:木住協超長期住宅センターの設置と今後の展開

・ 設計性能評価と長期優良住宅適合証の取得支援を15万円にて行っている（一部の業務の外部委託有）。
・ 当初は申請の経験がない事業者が多かったため指導が大変だったが、回を重ねる毎に依頼者のスキルが上がり、採算も合うようになった。依頼者が自ら申請できるようになっても、手間を省くために、センターを利用するケースが多いようだ。
・ センターは補助事業がなければ立ち上げなかった。センターでの取扱い件数は、平成21年度120件、平成22年度200件程度であるが、先導事業の案件は約半分で、残りは他の長期優良住宅認定であることから、先導事業が終わっても需要はあると考えている。

■体制整備:データ管理センター(履歴情報管理・保管)の設置と今後の展開

・ 当初、履歴情報の保管は紙ベースで、施主の住宅内部を想定していたが、その後外部委託によるデータ管理センターを設置し、ダブルで管理することとした。センターの電子データは、木住協本部、北千住、沖縄の3個所で保管している。
・ 履歴保存は10年間一括、15万円にて行っている。履歴保存の料金は色々検討したが、毎年費用がかかる場合、顧客（住まい手）が拒否する可能性があるため、10年一括とした。10年後に、費用を支払うと延長が可能だが、それが利用されるかどうかは、顧客の意識次第ではないかと考えている。

2)その他の効果等

・ 中小企業にとって、先導事業に採択されることは非常に嬉しいことであり、公募時の共同提案者の数も、最初の28社から毎回増加して22年度は51社になった。協会としては、全ての会員がついていけるようにするのが基本方針であるが、先導事業のように、選ばれたという事実で補助金を付けて技術などを誘導する手法は、顧客への説明を行う立場の工務店の自信につながり、顧客への説得力も増すので、どちらの意識を変えるためにも非常に効果的であると思う。

事例15 MBC開発株式会社(木住協会員)

【基本情報】

営業エリアは鹿児島県内（離島を除く）。木造軸組工法住宅を供給。年間供給戸数は、木造戸建住宅70戸、賃貸マンション、老人ホーム、コンビニ、その他複合施設30棟。戸建の場合、基本は注文住宅を扱う。

★先導事業の実績：木住協の会員として、平成21年度第1回7戸、平成22年度第1回4戸実施。

1) 本事業への取り組み内容とその実施効果

■各年度の対応

- ・ 木住協の先導事業は平成20年度第2回からであったが、外張り断熱、階段コアでプラン上の制約が大きかったことから、実施しなかった。
- ・ 平成21年度第1回：当社は住宅性能表示制度への対応は可能な状態だったが、先導事業への対応は慣れておらず、設計・建設時期が集中したこともあり、1件は木住協のサポートを利用した。
- ・ 平成22年度第1回：木住協の先導事業は1社当たり最低2戸の枠があったが、それ以上枠を得られるかはわからない状況だった。申請作業等にも慣れ、10戸以上要望したが木住協自体も採択枠が何戸になるのか分からない状況だった。最終的には要望より少ない枠となり、残念であった。

■体制整備：履歴情報の保管

- ・ 先導事業分は木住協のシステムを使用するが、その他は自社システムで対応している。今後の社内の履歴情報の保管について、第三者サービスを使うか検討したが、変更時の連動などを考え、自社のシステムで履歴を保存することとした。日々改善しつつ整えていく体制が必要なので、融通が利く状態にしたい。

2) 長期優良住宅への対応

- ・ 長期優良住宅はほぼ標準仕様となりつつあるが、補助金の利用ができれば要望したい。平成22年12月現在の仕様であれば少しの変更で対応可能であり、手続き手間はかかるが全戸で取り組みたい。
- ・ お客様の要望が高まってきたこともあり、大手住宅メーカーだけでなく地元ビルダーも対応しつつある為、費用はかかる（15～20万円増）が長期優良住宅認定を取得していきたい。

3) その他の効果等

- ・ 自社での研究開発力不足の為、大手を始めとする他社の動向を参考にして地域性等を加味しつつ、自社の仕様の開発を行っている。そういった面では、先導事業からの情報は意味があった。

事例16 協同組合東濃地域木材流通センター

【基本情報】

グループの年間供給戸数 80～100戸

協同組合東濃地域木材流通センター（通称：木KeyPoint）は、木造住宅建築の安心と満足のために、平成6年度国産材産地体制整備事業の一環として、「国」「岐阜県」「恵那市」の協力によって設立された。

★先導事業の実績：平成21年度第1回10戸、平成22年度第1回20戸。その他に平成20年度第1回でちきゅう住宅をグループ代表の金子建築工業(株)が1戸実施。

平成21年度第1回木造循環：土塗壁木造住宅の高断熱化普及促進事業

平成22年度第1回木造循環：土塗壁木造住宅の高断熱化普及促進事業Ⅱ

1) 本事業への取り組み内容とその実施効果

■各年度の対応

- 14年以上前から、省エネルギーやパッシブソーラー等に取り組んできている。その中で、地域に根ざした土壁の技術を使ったパッシブソーラーの良さを実感し、そのテーマで提案を行った。提案内容は、今まで培ったものを整理したものである。
- 平成22年度第1回は、会員が増加したこともあり、施工性やコストを考慮して仕様を若干変更した。150角柱を120角以上の柱に変更し、その関係上、メーターモジュールを尺モジュールに変更したが、これは、失敗だったと思う。4寸角ではギリギリQ値1.6超である。5寸角であれば、土壁を厚くできるためQ値も抑えられ、材のボリュームもあり、耐久性も向上する。
- 平成22年度先導事業の提案では点検回数等の記述をやめた。施主との関係は、このようなルーチンの対応で築けるわけではない。常に、何かあったら連絡してもらえたい関係を、設計時から構築することが重要と考えてのことである。

■仕様等への対応:コスト

- コストは通常の仕様よりも15%程上がる。しかし、パッシブの効果を家全体に行き渡らせるために、廊下がないオープンプランとするため、延べ床面積は減少する。どうしても区切る必要のある部屋は簡易間仕切りを使用している。面積が少なくなると、総工費は抑えられ、エネルギーコストも低くなる。そうした住宅が資産になると考えている。

■体制整備:工務店へのサポート

- 提出前の書類の作成支援やチェック等を行っており、工務店支援の地域拠点の一つになっている。この活動により、この地域の長期優良住宅の先導事業への取り組みが多い。
- 当グループでは、皆で一緒になって考え積み上げてきた技術の延長線に今回の先導事業があり、さらに挑戦するために、一緒になってもう一段のレベルアップを図ったものである。
- 今後も工務店に対し勉強会を実施するが、賢い消費者を育てるための事業も行っていく。家づくり勉強会を設ける予定である。

■長期優良住宅への対応

- 長期優良住宅の認定取得は、先導事業の対象のもののみだったが、顧客の要望があれば対応する。

2) その他の効果等

- 10戸建つと、工務店や顧客の意識が変わってくる。全国でも一番暑いと言われる多治見市で取り組んだ例では、工務店が200万円の補助金と先導事業の仕様に興味を持ち、施主に頼み込み実施した。その工務店が初めての工事だということもあり、施主は不安そうだったが、今年の夏は6畳間用のエアコン一台で家全体を冷房することができ、この冬（平成22年12月初頭時点）もまだ暖房を入れていないという。こういったことは、施主が非常に自慢げに宣伝する。このような体験をすると、工務店はもとの低い仕様で家を建てるのが難しくなり、後戻りしなくなる。
- 先導事業以前も、様々な形で情報発信はしてきた。しかし、講習会や見学会でも興味を持って行動を起こす方は参加者の1%程度である。普及するためには、より多くの人に伝え、見せる必要があり、その点で先導事業は情報発信の意味があった。

事例17(既存) 株式会社丸山工務店

【基本情報】

営業エリアは江東区、墨田区、葛飾区、江戸川区の4区。本事業はリフォーム部門である(株)マルハウジングサービスが実施。
(株)マルハウジングサービスの社員は4名。専門工事業者(49社)、資材設備流通業者(40社)、丸山大工職協議会とともに協働体制の「丸工会」を組織し改修事業等に取り組んでいる。

★先導事業の実績：平成21年度第1回5戸

平成21年度第1回：既存住宅資産化リフォームシステムモデル

1)本事業への取り組み内容の効果とその実施効果

■提案採択による効果

- ・ 提案が採択されたことによって、これまで取り組んできた事業の到達点が確認でき、今後の事業展望を見通せるようになった。また、事業採択によって、関係者の意識が高まり、責任感の向上や自主的な能力向上が行われるようになっていく。
- ・ 本事業で採択された「資産化リフォームシステム」は、新たに行った取り組みも含めて今後本格的に事業展開する予定である。

■仕様等への対応：建物診断シート・評価表の作成・提示

- ・ 工事の品質向上を図るとともに、顧客自身が改修への理解を深めていくため、調査・診断等の結果の記録(建物診断シートへ)と、改修後の性能評価結果の記録(評価表へ)を行い、顧客に提示している。
- ・ 改修や維持保全の重要性は顧客にもっと理解してもらう必要がある。今後は顧客が住まいの状況等を客観的に把握することが可能となるビジュアルな資料作成等を行う予定である。

■仕様等への対応：品質・施工管理チェックシート

- ・ 品質・施工管理チェックシートは、前工事・後工事を含めて、施工業者が現場でチェック(検査)するためのものである。元々、新築住宅用で使用してきたものだが、本事業の提案を契機としてこれを改良し、新たに改修工事版を作成した。
- ・ 新築工事で行ってきたことをリフォーム工事にも反映したことで、リフォーム工事の品質向上につながっていると実感することができた。

■体制整備：全体リフォーム計画の作成

- ・ 段階的な改修を行っていく場合、「全体リフォーム計画書」を作成した上で、将来の改修実施やその間の点検・維持管理の実施を確約した「維持管理契約書」を顧客と締結している。これにより将来的な改修工事の実施を実現している。

■体制整備：定期点検の実施

- ・ 定期点検は34年前から実施している当社の取り組みを提案したもので、年2回の無償点検を実施しているが、当初は点検への理解が少なく非常に苦労したが、今では顧客の理解も深まり相互に欠かせぬものになっている。
- ・ 定期点検前には顧客へ自主点検シートを送付し、自主点検の実施を促している。現在では自主点検を行った上で定期点検に臨む顧客が増えており、継続して取り組むことによる効果が現れている。顧客が自ら点検を行い、その後に補修作業等を見ることで、サッシの調整程度は顧客自身で行えるようになる等の効果もある。
- ・ 一方、定期点検の実施は、自社技術の状態把握や改善、建材・設備メーカー等の質の検証にも繋がっている。

■体制整備：価値持続積立金システム

- ・ 地元信用金庫との連携により積立金のシステム構築を行い、普及啓発も行っているが、実際にはほとんど利用されていない。その一方で、資金計画に難がありリフォームを諦めてしまう顧客は多く、今後は気軽に相談できる体制等を検討したい。

2)本事業への顧客の反応

- ・ 営業エリアでは既存不適格建築物も多く、建替えた場合は、建ぺい率等の関係から現在の住宅規模を確保できない場合もある。性能向上リフォームにより従前の広さのままで性能向上が図られることが施主のニーズに合致している。
- ・ また、旧耐震基準の住宅などの古い住宅が多く、改修工事による耐震強度の改善をはじめ、様々な変化が顧客に理解されやすい。
- ・ その一方で、顧客にはまだスケルトンリフォームの必要性が浸透しているとはいえない。引き続き普及を図っていきたい。

事例18(既存) 一般社団法人工務店サポートセンター

【基本情報】

社団法人全国中小建築工事業団体連合会(全建連)の都道府県単位の会員団体に所属する工務店経営者を正会員とし、様々な業務を支援することを目的に設立。2007年4月から会員登録を開始。正会員以外に、協力会員、情報会員があるが、入会条件はセンターの役割に賛同した団体、組織等であること。

※2010年11月現在、正会員1,673社、協力会員105社(うち情報会員31社) ※会員の年間平均供給戸数は5戸

★先導事業の実績：平成21年度第2回9戸、平成22年度第2回100戸

平成21年度第2回：全建連・ちきゆう住宅既存改修システム先導モデル事業

平成22年度第2回：全建連・ちきゆう住宅既存改修システム先導モデル2010事業

1) 本事業への取り組み内容とその実施効果

■仕様等への対応: その実施効果

- 平成21年度は100戸の採択枠に対しエントリーが118戸であったが、建築主の確定後の着手申請が54戸、最終の交付申請まで到達したものは10戸であった。これは、提案内容のレベルが高すぎたこと等が原因と思われる。
- 既存の改修については、図面作成等はちきゆう住宅検査員S、Lが行うため、サポートセンターで行う設計サポート等の作業はないが、実施していく上で様々な課題が出てくると考えられるため、木造住宅耐震改修適正化委員会(5~6人)を組織内に設置し、相談がまわってきたものについて最終確認を行う。

■仕様等への対応: 既存住宅性能表示制度の実施

- 提案の条件としていた既存住宅性能評価を引き受けてくれる検査機関が少なく、実施に困難な面があった。性能評価の実績がある機関でも、平成21年当時は、既存の住宅性能評価は過去に1~2回行っただけという状況であった。
- また、改修後に既存住宅性能評価を実施しても、制度の仕組み上良い結果が得られないため、工務店が取り下げることが多かった。これは、改修工事が終わってから最後に現況検査を受ける仕組みであるため、仕上げ材等で隠れた部分が評価対象とならず、低い評価となることが、工務店のやる気を損なってしまうようだ。
- しかし、第三者性を持った評価として既存住宅性能表示制度は広めていく意味があると考えており、率先してやらなければならないと考えている。

■仕様等への対応: 無筋コンクリートの補強

- 平成22年度の提案では無筋コンクリートの補強について提案している。愛着があつて建て直したくない方や、様々な問題から建て直しが困難な既存住宅への対応であるが、コスト面等で課題が多く、実施に向けての検討が必要と考えている。

■体制整備: 人材育成

- ちきゆう検査員Sは、(財)住宅リフォーム・紛争処理支援センターの講習を受けた増改築相談員で、かつ、(財)日本建築防災協会の「木造住宅の耐震診断と補強方法」の講習を受けた建築士の資格を持つ検査員である。ちきゆう検査員Lは、ちきゆう検査員Sで「耐震診断改修施工指導者講習会((財)日本建築防災協会と共催)」を受講した検査員である。
- ちきゆう検査員S、Lは平成20年度より育成を行ってきており人数は問題ない。現在も、ちきゆう住宅の検査員の資格者(建築士で5年以上の実務経験が必要)を対象に、耐震改修診断などについて2泊3日で実践的な講習会を開いて人材育成を行っている。

2) その他の効果等

- 平成21年度採択事業の実施には困難さはあったが、平成22年度提案でも仕様を落としていない。現段階では、工務店にとってハードルの高い取り組み内容になっているとは思いますが、新築の提案において、取り組むことで工務店の対応能力が向上していったように、こちらも、根気よく続けることが重要と思う。実際に、前回あきらめた会員でも、再度挑戦したいという者もいる。

| |
|---|
| <p>事例19(既存) 住宅医ネットワーク</p> |
| <p>【基本情報】 岐阜県立森林文化アカデミー、木匠塾、町の工務店ネット等と協力関係にある任意団体。年間着工戸数20戸、 ★先導事業の実績：平成20年度第2回4戸（岐阜3戸、京都1戸）、平成22年度第1回15戸</p> |
| <p>平成20年度第2回：<u>木造建築病理学・「既存ドック」システム</u> 平成22年度第1回：<u>段階別改修メニューの確立ー木造建築病理学・「既存ドック」システム2</u></p> |
| <p>1)本事業の取り組み内容とその実施効果</p> <p>■体制整備:グループの立ち上げ</p> <ul style="list-style-type: none"> 岐阜県立森林文化アカデミーの木造建築スタジオでは、以前から実務を学びながら詳細調査や改修計画を行っていた。それらの成果を整理し提案しようと考え応募した。森林文化アカデミーでは提案内容のような考え方で既に活動を行っていたが、実務や補助事業への申請を考えると、フットワークが軽く動きやすい組織が必要と考え本会を立ち上げた。 本会の参加者は、地域で活動している工務店や設計者で、丁寧に改修しながら不明点を工学的に検証し明らかにしていく手法に共感し賛同をいただいた方々である。 <p>■仕様等への対応:既存住宅性能表示制度</p> <ul style="list-style-type: none"> 本会の代表で仕様を相談し、新築以上の性能を目指すことに決定した。既存住宅の性能表示制度を条件としているが、自己評価は別として、会員で実際に取得したところはない。 平成20年度は16戸中4戸実施した。問い合わせは16戸あったが、レベルの高い仕様（性能評価の取得、耐震等級3）、それによるコストアップや工期の関係で見送る方が多く、提案内容の仕様では既存改修での実施に限界があると感じた。 室内空気質の性能について、改修を行わない部分をどう判定するかで悩んだ。改修した部分は新しい材料となり仕様がわかるが、既存部分の材料の判定には限界があった。 他に既存改修で厳しい点は、耐震等級、維持管理対策等級、劣化対策等級の絡みであった。耐震等級3を目指す上屋があるままベタ基礎へ改修する例が多いが、配管スペースが限られ等級に見合った床下高さの確保が難しい。ベタ基礎の下に配管を通すわけにもいかず、わざわざピットを作るか（その場合、せっかく安定している地盤を掘り起こすのもどうか）、建物を上げると予算アップにもつながる等、様々な問題があった。 既存住宅性能表示の耐震等級の取得については、森林文化アカデミーやグループ内に対応できる構造事務所があり、協力が得られたため可能であった。 改修に特有な納まりで、建築基準法の現行基準には適合しないが、構造的にはある程度の性能が期待できそうな仕様がある。こういった仕様を整理していかなければ、既存の改修は進まないと考え、実験を行い、性能を確認する活動も実施予定。 <p>■仕様等への対応:2回目の応募</p> <ul style="list-style-type: none"> 平成22年度は、長期優良住宅（新築）の認定基準が出ていたため、それに仕様を揃え、耐震等級は3から2に変更した。 平成22年度は、平成20年度の構成員に加え、住宅医スクールという講習会の参加者で賛同された方が加わったため、構成員が34社から50社に増加した。 平成22年度は、全面改修に加え、居住スペースのみの改修といった予算を抑えた部分改修にも対応した提案としている。工事範囲は部分的であっても、合理的と判断される性能を複合的に向上させる改修である。コストをなるべく抑えることも既存の改修を進める重要なポイントだと考えている。 <p>■体制整備:人材育成について</p> <ul style="list-style-type: none"> 当初、「木造建築病理学講座」を、岐阜県（森林文化アカデミー）のみで行っていたが、名古屋市においても「住宅医スクール」として実施するようになった。来年は東京で開催する計画を進めている。 <p>2)その他の効果等</p> <ul style="list-style-type: none"> 先導事業をきっかけに、以前から設計者や工務店が行っていた事をまとめることができた。 先導事業の補助金が営業にも役立った。全国レベルから見ればごく一部の地域での取り組みだが、知り合いやネットワーク内での広がりは生まれた。 先導事業により、既存住宅の住宅性能表示制度に触れる機会に繋がった。今までは、性能をどの程度上げるかはその時の設計者の勝手な判断だった。しかし、先導事業に提案する事によって、一定の基準が必要であるという認識が芽生え、それを実現し、施主にも説明する機会になった。 |

| |
|---|
| <p>事例20(既存) 北海道R住宅事業者ネットワーク</p> |
| <p>【基本情報】</p> <p>「北海道R住宅推進協議会」が提案・構築した長寿命化リフォームと既存住宅流通に関する支援体制・必要情報等の仕組み・ツールである「北海道R住宅システム」を活用し、改修工事に取り組んでいる工務店・リフォーム事業者等のネットワークグループ。</p> <p>※2010年11月現在、参画する事業者は67社。会員全体としての年間平均供給戸数は162戸（長寿命化リフォームの戸数のみ）</p> <p>★先導事業の実績：平成21年度第1回112戸、平成22年度第1回200戸</p> |
| <p>平成21年度第1回：<u>北海道R住宅先導的モデル事業</u></p> <p>平成22年度第1回：<u>北海道R住宅システム・プロジェクト</u></p> |
| <p>1)本事業への取り組み内容とその実施効果</p> <p>■各年度の対応：取組み体制</p> <ul style="list-style-type: none"> 平成21年度は北海道R住宅推進協議会・北海道・北海道立北方建築総合研究所が中心となって、住宅改修事業者・不動産事業者の参加を募り「北海道R住宅先導的モデル事業推進協議会」を立ち上げ、先導事業の実施・普及等を進めた。 平成22年度は、上記実績・成果を踏まえ、北海道R住宅システムのさらなる発展・市場定着化等に向け、事業者の参加拡大と連携強化を図るため、事業者自らが呼びかけた「北海道R住宅事業者ネットワーク」を立ち上げて活動を推進している。 <p>■仕様等への対応：耐震性能確保・省エネ性能向上を中心としたフルリフォーム（長寿命化リフォーム）</p> <ul style="list-style-type: none"> 長寿命化のためのリフォーム性能として、「新耐震設計基準への適合」・「C値(相当隙間面積)2.0cm²/m²以下」・「Q値(熱損失係数)1.6W/m²・K以下」を義務づけている。「気密性能の向上」としてC値を2.0cm²/m²以下とし、現場単位での確かな現況把握、適正な気密・断熱計画、精度高い施工を行っているが、実態として担当する技術者のレベルに差があることを否定できない。 このため、今後、事業対象とする既存住宅の実際の施工現場を利用し、「既存状態・解体途中」・「施工段階」・「完成後の性能測定結果」等を公開し、参加事業者向けの施工技術のレベルアップを図る講習会等の設置を検討している。 <p>■体制整備：インスペクションの仕組み(北海道住宅検査人登録制度)</p> <ul style="list-style-type: none"> 「北海道住宅検査人登録制度」を平成21年6月から実施。住宅検査人の登録者数122人（平成22年12月24日現在）。 住宅検査人による第三者性をもった現地調査・診断に対する消費者の評価は高い。住宅検査人は現地調査を通して「住宅現地調査結果報告書」を作成するが、その報告内容レベルは住宅検査人による差異がある。そのため、講習会等において調査結果報告内容の留意点を解説した。また、講習会は現状、机上の解説であり、実地研修の必要性が指摘されており、継続検討課題である。 <p>■体制整備：維持管理計画・履歴情報の保管</p> <ul style="list-style-type: none"> 履歴管理システム(北海道R住宅サポートシステム)に、「改修後の維持管理計画」として30年間の維持保全計画を作成し、記録。 システムにより履歴情報が管理され、どのようなリフォームが実施されたかがわかり、他事業者や顧客への説明根拠となっていくが、現状、顧客は住宅履歴情報の必要性の認識は低い。そのため、自宅売却時の資産価値向上の観点から普及啓発を行っている。 <p>■体制整備：改修工事における長期住宅ローン</p> <ul style="list-style-type: none"> 地元銀行(株)北洋銀行と連携し、既存住宅の性能向上リフォーム資金またはリフォーム済み住宅の購入資金に対する新築住宅同様の最長35年長期住宅ローン(北海道R住宅専用ローン)を商品提供することができた。 融資実現の背景には、既存住宅の検査から始まりリフォーム後住宅の品質・性能を評価し記録する総合的な仕組みの実現と、補助事業として各種申請・報告を要し、それを第三者が審査する手続きへの信頼性がある。平成22年度分で9件の融資実績がある。 <p>■体制整備：改修後の住宅品質表示</p> <ul style="list-style-type: none"> 平成21年度には、改修後住宅の性能レベルを自動判定し表示する「住宅品質カルテ(A4版片面1枚)」の運用をスタートさせた。 平成22年度には、新たに「北海道R住宅性能認定マーク」を提案し、改修工事後の性能がより分かり易くなるよう努めている。 <p>2)本事業への顧客の反応</p> <ul style="list-style-type: none"> 本事業を通じて、どの程度の費用をかければ、どの程度のリフォームができるかを、適切に説明することが可能となった。長寿命化リフォームのノウハウも蓄積された。また、リフォームの施工現場を公開することで、顧客の反応もよくなっている。 リフォームによる性能向上とその流れに関する事業者説明の裏付けを、国や事務局が担保してくれるという環境になった。ユーザーにとっての安心感は大い。これによって、性能向上された既存住宅が選択肢の一つとして位置づけられるようになった。 <p>3)その他の効果等</p> <ul style="list-style-type: none"> 本事業(北海道R住宅システムによる取り組み)を通じた不動産事業者にとってのビジネス・メリットの周知・理解が行き渡らず、事業への参画が少ないことが分かった。今後は不動産業界の理解・協力が広がるよう普及啓発に取り組むこととしている。 |

事例21(既存) 一般社団法人良質リフォームの会

【基本情報】

リフォーム業界の業務品質を向上させ、あるべきリフォーム会社を育てるためのグループとして設立。元々は会員内でのセミナーや研修会、勉強会などを継続的に実施してきた組織。近年は事務局のOZONEに顧客生活者向けの相談窓口を設置。

※2010年11月現在、会員企業27社(うち施工業者は20社程度)。年間平均供給戸数は58戸。

★先導事業の実績：平成21年度第2回12戸(持家を改修9戸、購入住宅を買主が改修3戸)、平成22年度第2回78戸

平成21年度第2回：中古マンションを超！新築に再生する「リノマンション」システム

平成22年度第2回：中古マンションを超！新築に再生する「リノマンション」システム Ver. II

1) 本事業への取り組み内容とその実施効果

■各年度の対応：取り組み体制

- 平成21年度は、提案の採択により会員企業間の技術力の違いなどが明らかとなり、調整しきれなかった部分があった。そのため、会員企業全てが事業を実施する体制とせず、工事実績等を評価して本事業を実施する事業者を決めた。
- 一方で、団体内研修及び共通仕様書の作成等を実践したことにより、会員企業間でのスキルアップや啓蒙効果が上がり、平成21年度には本事業を実施する会員が7社であったものが、平成22年度には10社にまで増えた。
- 本事業の実施により、書類手続き等の手間・負担は増えたが、経験を積むことで会員の制度等に対する理解が進んだ。
- また、採択されたことによって、担当者自身が業務に対して社会的使命感を持つようになり、積極的な普及促進活動を行うようになった。
- さらに、採択をきっかけに団体事務局に相談が来るようになり、新たな受注窓口として機能するようになった効果もある。

■仕様等への対応：第三者によるインスペクション

- 平成21年度は、①購入前の簡易診断、②スケルトン段階での診断、③工事の中間・完了時点での検査を提案し実施している。
- 平成22年度は、調査・診断の精度を高めるため、既存劣化診断基準や工事検査基準を作成するとともに、5年間のリフォーム瑕疵保険加入を追加、さらに工事内容に関する特記仕様書の作成を行うなどの取り組みを行っている。

■体制整備：履歴情報システムの整備

- 履歴情報システムへのデータ登録を行うことで施工会社内での業務改善が行われ、成果品に関する質の向上が実現した。具体的には、住宅履歴情報システムで、どの時期にどのような打ち合わせや調整、図面作成を行っているかが、後から確認することができる他、蓄積された履歴情報によって、どう効率的に業務を展開するか検討ができ、事例集等の営業ツールとしても利用できるメリットがあることが分かった。
- その一方で、住宅履歴情報を蓄積することに関する顧客の理解度は低く、今後の課題である。

■共用部分との取り合いについて

- マンションの住戸専有部分の改修工事であるが、外壁や屋上床の劣化の影響が住戸専有部分に見られる場合、管理組合に連絡している。劣化状況等を写真にした上で管理組合に補修等の必要性を説明し、管理組合の了承後に住戸内からの補修(防水処置等)を行っている。外壁や屋根等は、大規模修繕の機会に対応するように提案するなど管理組合への啓発を行っている。

2) 本事業への顧客の反応

- 本事業の実施により、スケルトンリフォームの効果等の説明がしやすくなっており、現場見学会の実施により、顧客の改修に対する積極的な動機づけができ、仕事の依頼も増えている。
- 顧客は、内装等のリフォームについては詳しいが、住宅性能のことはわからない場合が多い。しかし、きちんと性能向上を図る意味や第三者検査の必要性等を説明することで、本事業の性能向上を伴うリフォームを選択するようになってきている。
- また、団体事務局主催のセミナーやパンフレット・WEBサイトを通じた啓発効果として、顧客のリフォームに対する基礎知識が向上してきていることが感じられるようになった。

3) その他の効果等

- 本事業は内需拡大施策としての効果もみられる。当社ではゼネコンを退社した高齢の現場監督を2名雇用することができた。
- 採択されたことでテレビニュースや一般誌での取材が増え、これを通じた顧客からの反響もみられるようになっている。

事例22(既存) 株式会社インテリックス

【基本情報】

営業エリアは首都圏。中古マンションの流通を円滑にするため、仕入れた物件の設備や内装の状態を検査し、必要なリノベーションを施したうえで、アフターサービス保証をつけて供給するビジネスモデルを構築して事業展開している。※年間販売実績1,113戸(2009年6月～2010年5月)。

★先導事業の実績：平成20年度第2回19戸(一棟リノベーションによる住戸改修が18戸、個人で改修を行った住戸が1戸)。

平成20年度第2回：リノヴェックスーインフィル超長期システム

1) 本事業の取り組み内容とその実施効果

■体制整備：長期点検サポート

- ・ 提案以前より住宅履歴情報の蓄積やアフターサービス、保証に組み込んできたが、本事業を契機に、新たに35年後までの長期点検サポートにチャレンジした。但し、長期点検サポートシステムを今後も当社の事業スキームに組み込むかは、本事業の実務的検証等を踏まえ、今後議論を要するところである。

■体制整備類似仕様の構築

- ・ 本事業は、住宅金融支援機構・フラット35の「適合証明」の取得物件を対象としていたが、この要件を満たさないため補助事業として取組めなかった案件があり、同様の内容の事業を4戸実施した。
- ・ そのような案件にも対応できるよう、同様の工法を採用した対外的商品を新規に開発した。この商品では、定価制を採用することで価格ならびに工事内容の透明化を図るとともに、設備内容や住設機器の選択性を採ることで顧客ニーズに応えている。

■共用部分との取り合いについて

- ・ 躯体部分にクラックやジャンカ等が確認された場合、管理組合へ現状説明を行い、状況に合わせた補修工事を行っている。
- ・ サッシの交換やスリーブ開口に関しては、管理組合の理事会が最終決定権を持っていることが多いが、理事会がこれらのことを認知していないのが現状であり、今後、一層の働きかけや啓発等を行っていく必要を感じている。

2) 本事業への顧客の反応

- ・ 顧客には、提案の主要部分である断熱性能の向上や価格の透明性の面が受け入れられたものがあつた。また、性能向上のコストアップ分に補助金が活用できる点も好評であつた。
- ・ 仕上げによって見えなくなるインフラ部分については、本事業のスキームが顧客に安心感を与えたようである。また、長期点検サポートも、顧客に対して安心材料として機能しているようである。
- ・ 事業実施期間が短く、PRは半年程度しかできなかったが、「デザイナーズリフォームEXPO2009」に出展したところ200件程度の問合せがあつた。補助金がエンドユーザーへのメリットとなるため、顧客へのPR効果は大きかつたといえる。マスメディアからの注目度も高かつた。

3) 既存住宅市場や業界全体への波及効果

- ・ 本事業の存在は、事業者として新たな取組みを行う姿勢を呼び起こすものであり、本事業を通じて改修に関わる事業者の裾野の拡がりなど新たな機運が生み出された。
- ・ 既存住宅の業界全体としては、まだ補助事業に不慣れな面もあるが、事業が継続すればチャレンジする者も増えるだろう。ぜひ継続して実施してもらいたい。

| |
|---|
| <p>事例23(既存) LOHAS GROUP</p> |
| <p>【基本情報】 LOHAS GROUPは、株式会社OKUTAが培ってきたノウハウを共有化し、リフォーム工事とメンテナンス等を行うグループ。首都圏12の直営拠点を展開し、全国17社のリフォーム事業者がビジネスパートナーとして事業展開している。 ※年間供給戸数（株OKUTAのみ）約7,000件（2009年度分）。 ★先導事業の実績：平成21年度第2回5戸（持家を改修4戸、購入した住宅を買主が改修1戸）</p> |
| <p>平成21年度第2回：<u>ロハス価値向上プログラム：L-V. I. P(ValueImprovementProgram)</u></p> |
| <p>1)本事業の取り組み内容とその実施効果</p> <p>■仕様等への対応：省エネの見える化</p> <ul style="list-style-type: none"> 顧客に対して環境配慮への効果を分かりやすく伝えるよう、CO2削減量を見積書に表示し、価格と併せて比較検討できる製品提案を行った。各メーカーの製品のCO2削減量を統一基準で評価するこの仕組みは、マスコミ取材を受けるなどの反響もあった。 <p>■体制整備：人材育成システム</p> <ul style="list-style-type: none"> 人材育成として、オクタリフォームカレッジにて、営業から施工、維持管理まで含めた教育（最大2年）を実施している。ビジネスパートナーも受講することができる仕組みとしている。 「住宅の長寿命化」に対する意識の教育を現場レベルから行っていくのは大変なことで、会社自体で目標とするミッションを変えていかなければならないが、今回の補助事業を通じて、社員へ「いいものをつくり、きちんと手入れをして長く大切に使う」という今後のあり方について意識教育ができた。また、それぞれの部署で知識や技術向上を図る教育体制がより強化された。 採択提案者とその社員にとっては、採択されたことで自身の業務に対する社会的使命感を持つことにも寄与している。 <p>■共用部分との取り合いについて</p> <ul style="list-style-type: none"> 躯体部分については、今回の提案内容として、目視検査を行い管理組合に現状の報告を行ったうえで補修工事を行うこととしており、クラックやジャンカ等が確認された場合は検査機関へ問い合わせ・状況報告を行い、非破壊検査を実施する体制としている。 <p>2)既存住宅市場や業界全体への波及効果</p> <ul style="list-style-type: none"> 本事業の存在は、改修分野に関係する事業者にとって、新たにチャレンジしたいという機運を生み出している。 特に、これまで改修分野には、「物さし」がなかった。そのため、提案が採択されることが一定の水準をクリアしているバロメーターとしての機能を果たしていると思う。このことは、単に事業者が評価されたという以上に、顧客にとっての安心材料にもつながっている。既存住宅市場全体にとってプラスの効果となっていると思う。 <p>3)その他の効果等</p> <ul style="list-style-type: none"> 国からの補助金が顧客へ届くという意味は大変大きく、還付金よりもよっぽど有効であり、事業者にとっても社員の意識が高まる契機となる。少額でも構わないので、国には今後も継続的に実施して欲しい。 |