

## 「世界を変えるための17の目標」SDGsってなあに？

SDGs (SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS:持続可能な開発目標) とは、国連やその加盟国などが2030年までに、人類及び地球の持続可能な開発のために達成すべき課題とその目標を整理したものです。今、私たちの業界でもSDGを知り、取り組むことが求められており、そのため「建築関連産業とSDGs委員会」(委員長村上三東京大学名誉教授)が検討を重ね、「建築産業にとってのSDGs導入のためのガイドライン」(日本建築センター発行)としてまとめられました。

「11.住み続けられるまちづくりを」や「12.つくる責任つかう責任」のほかにも健康、気候変動、エネルギーなどいろいろな目標が、私たちの普段の仕事に関わっています。また、小中学校でもSDGsが授業に取り入れられており、これからはお客様に営業する際にも、アピールできるポイントとなりそうです。JBN委員会や講習会などを通じて引き続き情報を提供して参ります。

### SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS 世界を変えるための17の目標



SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

2030年に向けた  
世界を変える  
「持続可能な開発目標」です

「SDGsの17の目標」私たちの仕事と様々な関わりがあります。



町で最近見かけるSDGsピンバッヂ：色々な人々がSDGsをアピールしています。

## JBN会員工務店に役立つ書籍の紹介

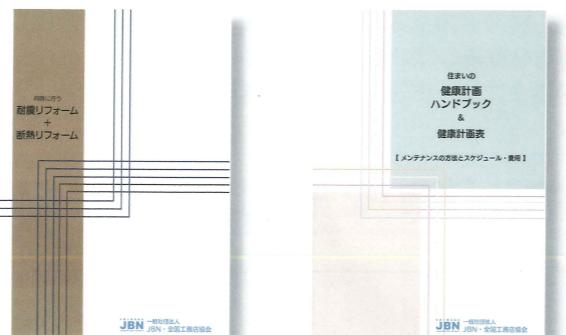
①リフォーム工事が始まる前の心構えや確認事項、施工との向き合い方や近隣との対応、現地調査の注意事項など現地監督に向けて一連の流れがわかるような内容となっております。実際のトラブル事例を基にした対応方法も掲載しています。トラブル対応に困った際、本書を利用していただき参考にしていただければ幸いです。落ち着いた対応方法を身に着けて納得のいくリフォームを実現いたしましょう。

2012年に策定された「中古住宅・リフォームトータルプラン」では、リフォームを行うことで住宅ストックの品質を高め、中古住宅の流通によって循環利用されるストック型の住宅市場に転換し、リフォーム市場を倍増化するとされています。既存住宅は、適切なリフォームを行えば住宅の使用価値は何度でも回復し、向上する仕組みへと変化しています。建物の性能を高める事や劣化の修復・メンテナンスは建て主にとっても大きなメリットになります。

②性能向上の中でも特に知識と経験が必要な「耐震」と「省エネ」改修については「同時に耐震リフォーム+断熱リフォーム」で実際の実例や具体的な手法を紹介し一連の流れ



①リフォーム現場の  
トラブル回避ノウハウ  
(準備編)



②同時に耐震リフォーム+  
断熱リフォーム

がわかるようになっております。

③「住まいの健康ハンドブック&健康計画表」では、住宅の各部位におけるお手入れ・メンテナンスの方法とスケジュールと費用の目安、ライフサイクルコスト提案には欠かせない維持管理計画の手法が掲載されております。

これらの工務店に役立つJBN書籍を、住宅の価値向上・受注獲得のツールとしてご活用ください。

この三冊は今年度7回開催予定のリフォーム講習会にて配布致します。講習会の詳細は決まり次第お知らせいたします。ぜひご参加お待ちしております。

**JBNは様々なご相談(技術、法律、支援等)をお受けしております。**

**ホームページ(トップページの最下欄)のお問合せフォームをご利用いただくか、下記へお問合せください。**

# JBN REPORT

Japan Builders Network

2019  
vol.34  
5月号

## JBNの基本理念

「私たちJBN・全国工務店協会は、全国の地域工務店とその関連業界の持続的発展に尽くし、地域の住生活環境の向上を通して、社会に貢献します。」

## 令和元年JBNの新たな動き

JBN・全国工務店協会の第12期がスタートしてひと月、時代は変わって「令和」となりました。今期の基本方針「変わりゆく社会情勢の中、地域工務店への実効性ある支援を通じ、JBNの存在感を高める」とおり、常に会員の皆様に役立つサービス・ご支援を心がけて参ります。3月8日の第11期最後の理事会で承認された新年度事業計画には、次のような活動が含まれています。

- 経営問題対策委員会の新設し、変化に対応する工務店のために、営業力、設計力、施工力、働き方対策、事業継承の備えなどについて、さまざまな知恵や経験を持ち寄り、提供いたします。
- これまでの環境、国産材、大工育成、中大規模木造、既存改修、情報調査の各委員会では、よりオープンに会員の皆様が参加し易い運営を心がけ、会員の皆様の声を反映するとともに、その成果を皆様に還元いたします。
- JBNレポートを毎月発行して、工務店に身近な、役立つ情報を届けいたします。皆様のご期待に応えられる内容とするため、ご意見ご要望をお寄せ下さい。

## 令和元年11月26日・27日「JBN全国会員交流会2019 in 熊本」を開催します

全国3000社の会員の皆様に交流してネットワークをつくって頂く機会でもあり、多くのみなさまにご参加頂ければ幸いです。次のようなプログラムを準備中です。詳細は、ホームページなどでお知らせいたします。

- 26日火曜午後「会員交流会」 会場「シアーズホームホール」
- 26日火曜夕刻「会員懇親会」 会場「ホテル日航熊本」
- 27日水曜午前「JBN委員会分科会」 会場「シアーズホームホール」
- (オプション) 25日月曜「交流ゴルフ・コンペ」(あつまるレークカントリークラブ)
- (オプション) 観察「熊本地震木造応急仮設住宅等」(予定)

## 平成30年度 第二回 JBN連携団体事務局長会議(ご報告)

平成最後の連携団体事務局長会議が、3月20日水曜60名の参加者を得て都内で開催され、JBN第12期の事業計画(案)等に基づき、具体的な活動について意見交換されました。また、4月から導入される「建設キャリアアップシステム」や新年度の国土交通省の住宅施策および同予算などについて情報共有がなされました。次回新年度第1回の事務局長会議は、令和元年7月19日金曜日に開催されます。



60名が参加したJBN連携団体事務局長会議

## 動き出した「建設キャリアアップシステム」

4月から、建設事業の扱い手確保と処遇の改善などを目的として、国が主導する「建設キャリアアップシステム」の導入が始まりました。建設技能者は日々の就業履歴や保有資格、社会保険加入状況などをシステムに蓄積します。また、事業者も会社や現場の情報を登録し、現場には技能者のICカードを読み取るためのカードリーダーを設置等が求められています。着々と対応を進めている大手ゼネコンに対し、戸建て住宅の現場を持つハウスメーカーや工務店には戸惑いもあり、JBNが加盟する一社) 住宅生産団体連合会でも国土交通省等に対して、手続きや機材の設置などが負担とならないよう必要な措置を要望しています。先ずは、どういうシステムなのか知る必要がありますね。

JBNでは、「建設キャリアアップシステム」や関連する資格となる「登録基幹技能者制度」についての講習会を近く開催する予定で、詳細は追ってホームページやFAX等でご案内いたします。

## 委員会紹介

## 第2回 国産材委員会

田邊喜範 委員長

## 国産材の新たな価値を掘り起こす

田邊喜範委員長  
(田辺工業㈱社長)

ながら、山側と川下側の関係をより深めるとともに、国産材の利用価値をさらに高めるための活動を展開していきたいといふ。

田邊委員長は、昨年度までの同委員会の活動を振り返り、4代目の榎本崇秀委員長までの時代を「国産材の知識を工務店に伝える」期間、5代目の木村司委員長の時代は、それに加えて「消費者に、国産材の良さをうまく伝える方法」にも重きを置いた期間だった、と位置付けている。今年度も、工務店の実務に役立つ情報の提供、消費者への伝え方は継続して扱いながら、「センスの良い国産材の使い方」を新たなテーマのひとつにしたい、と話す。

近年、家具やキッチン、洗面台などを造作で製作する工務店が増えている。また、マンションのリノベーションや、店舗・事務所といった非住宅分野も注目を集めている。工務店の市場が、戸建住宅以外にも拡大していく中、木材の「見せ方」が重要になっている、と田邊委員長は説く。

木材に品質以外の要素が求められている中で、工務店と

2月13日開催の恒次祐子・東京大学大学院准教授講演  
「木の良さをデータで表す」

して、どのように国産材の「見せ場」ともいえるものをつくれるのか。田邊委員長は、デザインや樹種による色合いの違い、あるいは中・大規模建築用の新工法といった要素に目を向けることが、国産材の新たな利用価値を生むと考えており、さっそく今年度第1回目の研修会からこの考えを反映。5月22日、国産材による家具づくりに取り組んでいる(株)ワイス・ワイスの佐藤岳利社長を訪問する。

7月にもデジタル工作機メーカー・VUILD(株)の見学を予定しているので、造作家具などに興味のある会員工務店には、ぜひ参加していただきたい。

## ●山と工務店の関係をより深めたい

田邊委員長はJBN以外にも、日本木材青壮年団体連合会、日本林業経営者協会の活動にも長年関わっており、山側、川下側のいずれの事情にも詳しい。双方への関わりの中で見えてきたのが、山側と川下側のミスマッチだ。両者のミスマッチを解消し、国産材をより効率よく利用できるようにすることも、田邊委員長がこれから取り組みたい事項のひとつだ。

林業、製材業、工務店が国産材に求めるものは、それぞれ違う。林業家にとって出荷しやすい木が、川下の製材業や工務店の国産材に対するニーズと合致しているかというと、必ずしもそうではない。「山側と川下側には、意見の行き違がたくさんある」(田邊委員長)。山側からも、ユーザーである工務店の意見を聞きたいという声が少なからず上がっているという。

国産材を最も利用しているのは、JBN会員のような中小の工務店。だからこそ、山側、川下側のどちらにもメリットがある国産材の流通体制を構築することも「国産材委員会の役割」であり、「JBNにとっても財産になる」。そのための「橋渡し」役が、6代目委員長としての役割だと田邊委員長は語る。山側との結びつきも強い田邊委員長だからこそできる、もっと国産材を使いやすくなる環境整備への期待も膨らむ。

林業をテーマとした映画「WOOD JOB」の撮影地  
三重県美杉町を視察

## JBN連携団体・工務店紹介

## 一丸となって“工務店”的存在をアピール (一社)広島県工務店協会



加度周治会長（左）と塩田崇副会長

員工務店が集結し、県内の工務店の存在を県民に訴求すべく活動を続けている。

『優しい木の住まい』という雑誌がある。実はこの雑誌の発行元は同協会なのだ。工務店や行政はもちろん、消費者にも協会の活動を広報する目的で創刊し、年2冊を発行。会の活動紹介、家づくりのための情報や、会員の施工事例などを掲載している。

同じ団体に属していても、工務店同士は競争相手でもある。そうした意識を捨て「ライバルは工務店ではなく大手住宅メーカー」と考えることが大事、と話すのは塩田崇副会長。横の連携を深めていくにも、雑誌という媒体での情報発信を重視しているという。

同協会には、同誌の発行を担当する広報委員会、そして

中古流通、工務店力向上の3委員会がある。中古流通委員会は、インスペクションや、安心R住宅をベースにした「ひろしまR住宅」の普及に取り組む。工務店力向上委員会では、建築士会と連携し、気候風土適応住宅の“広島型”的研究を続けてきた。

どの活動も「工務店だからできること」を意識している、と加度会長は語る。インスペクションやひろしまR住宅では、床下や小屋裏の点検、リフォーム費用の見積など「工務店目線で評価し、住むための提案をする」ことを重視しているし、気候風土適応住宅の研究も「工務店だからできる家づくり」を示すためだ。

昨年は、全木協広島県協会として、平成30年7月豪雨の被災地での木造応急仮設住宅の建設を担ったが、職人も木材も、ほぼ100%の地元率を達成。会員同士の連携の強さを証明した。加度会長は「工務店同士のJVなども模索していきたい」と、工務店の存在感、存在意義を強く意識した活動を続けると語った。



書店売りされている『優しい木の住まい』

## 顧客と「想いを一つ」にして住まいをつくる (株)大喜 (広島市)



柿田勝司 (株)大喜社長

広島県工務店協会の会員である(株)大喜(広島市安佐南区)は、2代目の柿田勝司社長を筆頭に、12人の社員で年間15棟から20棟を手掛けている工務店だ。

同社のコンセプトは「帰楽(きらく)の家」。『帰楽』は、その名の通り「帰るのが楽しくなる家」という意味だ。家族一人ひとりの要望を、プロの目線で共有し

「想いを一つにした住まいづくり」を心掛けている。ただし「〇〇すべき」という押しつけはNG。「一緒につくっていく」という感覚を、柿田社長は特に大切にしており、内装の左官工事では顧客によるDIYを取り入れたりもしている。

顧客と直接接する営業担当者には、「暮らしアドバイザー」の名称を与えている。服装にもルールがあり、スーツではなく、普段から着ている私服を着用する。「暮らしをアドバイスするんだから、普段の服装がいい」(柿田社長)。

2018年4月には、中古住宅をリノベーションした「暮らしLabo」を開設した。DIYができるスペースや木材、珪藻土などの体験・体感コーナー、カフェ、そして庭

には畠と、さまざまな要素が盛り込まれた場だ。もちろんショールームとしての機能もあり、本社ではなくここで打ち合わせをするケースも多い。

暮らしLaboでも、定期的にイベントを開催しており、OB顧客と、商談中の顧客に絞って招いている。OB顧客が新規の顧客と、進んでコミュニケーションを取ってくれるので、見込み客の同社に対する理解が深まり、成約に結び付くという好循環が生まれている。

集客手法はホームページと紹介のみ。紹介受注は、顧客満足度が高くなれば成立しないが、イベント等を通じて顧客同士の交流を促していることも、満足度向上に一役買っているのだろう。「お客様の喜びが明日の糧になる」と話す柿田社長だが、ビジネスとしても「お客様の喜び」が重要なことを示している。



顧客参加型の家づくり



「暮らしLabo」の内観