

102号 東京港の姿

東京港の位置づけ

中央区の隅田川から大田区の羽田空港の南北約13キロメートル、港区田町から江戸川区の荒川河口までの東西約10キロメートルの区域だ。

水域は5448ヘクタール、陸域1045ヘクタール、海岸の延長長さは、荒川～多摩川間で191.6キロメートル、係留施設延長：27058.8メートル（197船席）東京港には年間3万2千席の船舶が入港、乗り降り客は1日平均4千8百人だ。東京港の役割として、環境面では、明治時代より千代田区の約5倍の面積に相当する5700ヘクタールの土地を埋め立ててきた。東京23区から発生する全ての一般廃棄物（ゴミ）が埋め立て処分されており、今までに1億トンの廃棄物が埋め立て処分されました。残された最後の廃棄物処分場として、中央防波堤外側埋立地と新海面処分場と呼ばれる最終処分場（全体面積：794ヘクタール東京ドームの168個分）がある。全体の受け入れ量は、1億7千万立方メートル（うち廃棄物量は約8千万m³、浚渫土等は約9千万立方メートル）だ。地震防災・防潮堤としては、大規模地震直後の緊急物資搬入や帰宅困難者の搬送に役立つ耐震強化壁が5箇所あり、また124平方キロメートルあるゼロメートル地帯には、約160万人の市民の生命財産と守るための高潮対策として、延長32キロメートルに及ぶ防潮堤がある。物流（外貿）、外貿貨物の9割以上がコンテナで取り扱われる。一日あたりのコンテナ取扱量は1万個、その取扱量は336万TEU（TEUとは20フィートコンテナ）で7年連続日本一だ。コンテナをトレーラーに乗せて並べると、東京一御殿場間と同じ長さの120キロメートルある。東京港への輸入貨物は生鮮食料品、日用品が多い、輸出貨物はコンピューター、電気機械、自動車部品などだ。輸出貨物のうち77%が首都圏で集荷され、輸入貨物の92%が首都圏で消費されている。物流（内貿）では、トラック輸送に比べ、大量かつ安価で効率的に貨物を運ぶことができる海上輸送だ。東京港には、13定期航路が開設されており、内貿ユニットロッド対応の岸壁が32バースある。毎日国内長距離輸送のためのRORO船（トレーラーが船に乗り込み直接降ろす）やフェリーが離発着している。

細田通信 103号

ホームページの細田通信も103号を出すことができた。当初はいつまで続くかと不安もあったが、ネーバーギブアップの精神で100号にたどり着くことができた。FAX細田は260号を来週発行する。CEOメッセージも83号になりました。これも読者の皆様方の、拙文にお付き合いくださったおかげさまと心得、感謝申し上げる次第でございます。細田通信は今回から、リ・フォームについて、ランダムに、整合性もなく思うがままに、日ごろから考えていること書き綴り、発信していく所存でございます。なにとぞ、お付き合いくださいますようお願い申し上げます。

拡大する市場・5年で1兆円増の見通し

野村総合研究所の予測によれば、2005年の7兆円のリフォーム市場が、2010年には8兆円に拡大する。木建材・住設機器メーカーが市場を拡大するために、1. 営業体制と品揃えの見直し2. 異業種とのコラボレーションを提案している。

築35年以上がターゲット

調査によれば、住宅活用率の減少により築後25年~35年の住宅の半数以上は大掛かりなるリフォームを行っている。そのご使われているが、築50年経てば、半数が建て直されるか空き家になっているのが現状だ。

図-1 住宅リフォーム市場の見通し

野村総合研究所

臨時号深川祭り

深川富岡八幡宮の大祭は3年に一度、旧盆の8月15日を中心に、氏子50数町余の神輿が連合同時に会し練り歩く渡御と言ひ、別名水かけ祭り言われている呼ぶ有名な大祭だ。大祭は3年に一度、大祭と大祭のあいだの二年間は、大祭を本祭りと言ひ、あいだの二年間をかげ祭りと言う。かげ祭りの年は、祭りもなく大半の町内は、静かな旧盆夏休みとなる。町内の役員、神輿総代、若睦などの世話役は、本祭りの年には、年が明けると話題は、祭りのことばかり、祭りのための準備に忙殺され、休日返上で準備することになる。大変な、ボランティアだが、もともと祭り好きのものが集まっているので、当日までにああでもないこうでもない、「隣の町にまけてたまるか」など氣勢をあげて議論伯仲、時には口論、ケンカまで飛び出す騒ぎだ。しかし、これもご愛嬌でいうならば、落語の出でくる、はっさん、熊さんのやり取りのような展開で、これも愉快なものだ。これが、三年に一度の本祭りの話である、しからば、空白の二年間はどうするのかといえ、これも町内によってさまざま、予算のある町会、観光と販売促進の売り出しにかねてかげ祭りでも、本神輿、子供神輿、山車の町内巡幸を実行する町会と、黙って何もしない町会とがある。

前後するが、江東区はこの十年人口が10万人増えて今43万人、このままでは50万人も手が届く数字だ。こんな状況から新たらしい人が江東区に編入して新住民となるわけだが、

古くからいる住民と、この忙しい世の中、なかなか交流の機会がなくなじみが薄いのが偽らざる現状だ。何となく隣は何をする人ぞ、お互いに疎外感が生まれ、下町の向こう三軒両隣り昔から伝統の下町のよさが失われつつあるのを残念ながら認めざるを得ない。この閉塞感、疎外感を打ち破るのが祭りである。地域の祭りは、家族の祭り、家族の祭りは、子供の祭り、地域になんとなくなじめない人も、祭り囃しや、わっしょいわっしょいの威勢のよい掛け声、50数台が繋がって巡幸する連合渡御などから、興味がわき、特に子供たちが、学校の友達と一緒に子供神輿、もっと幼い年代は、お母さんと一緒に山車をひきたい子をたたく、これに見せられて地域に溶け込んでいく、コミニティーを形成するおおきなきっかけとなると信じている。ともあれ、今年は八幡様本宮からでる、重さに2トン、担ぎ棒6本担ぎ手200人の、大神輿が3年に一度のお出ましとなり、各氏子町内を巡幸する、担ぎ手は巡幸地元町内がかつぎ、次の町に手渡しする豪快で勇壮で目出度い祭りだ。

私も年がいなく、一丁触らせて元気をいただいたことをご紹介します。

リフォームー2

拡大するリフォーム市場

各調査期間の発表によれば、2010年にはリフォーム市場は現状の7兆円から、1兆円増えて8兆円の膨大な市場に成長するとしている。大きな要因は、第一に、団塊世代が定年退職を迎えること、2. 高度成長時代に建てられた建築後25年～30年（昭和50年～昭和55年）住宅が、リフォームの時期に差し掛かること、3. 1981年（昭和56年）施行の建築基準法改正に伴う新耐震基準以前に建築された住宅の耐震改修工事が増加すること4. 何よりも住民の、健康でより快適に生活を向上させようとするニーズの高まり5. 加えて安心・安全・省エネなどの諸条件が重なり、大きな需要が発生すると予測している。

ニーズの中心は、建築後35年（昭和46年）以上の住宅の市場規模が、現状の1兆9千億円から2兆8千億円規模に拡大すると見ている。

リフォームー3

新築からリフォームへ住宅ストック時代の幕開け

新設住宅着工戸数の推移を見ると1987年度の172万9000戸をピークに落ち込み平成17年度120万戸台である。調査機関によれば2015年には100万戸を割り2020年で80万戸にまで落ち込むとの中長期予測だ。世帯数の増減、空き家の増加建替え戸数などを考慮した推計値は、2003年では4708万世帯、住宅数5300万戸、空き家659万戸、空き家率12%に達している。これらから予測すると、新設住宅はよくて100万戸、最悪80万戸まで落ち込むことになり、新築需要は望めない。新築中心に住宅市場は、今や構造的な変化の波が、押し寄せてきており「住宅ストック時代」の幕開けを迎えていることが裏付けられている。8兆円規模に拡大する住宅リフォーム市場では、木材、建材業界は、営業体制や、販売流通面を見直す大きな節目だ。

住宅生活基本法ー1

国土交通省は、「住宅生活基本法」の成立を受けて、住生活基本計画を了承した。計画によれば、平成18年度から10年間に達成する数値目標が定められており、国・地方・業者の3レベルで豊かな国民の住生活を向上すべく共通理念・共通意識のもとに実現に向かって住生活の基盤づくりを進めることが求められている。

戦後一貫して住宅の量の拡大を主眼としてきた住宅政策は住宅数が世帯数を上回った時期からそれぞれの時期に策定された5カ年計画には、量から質への向上が定められるようになった。さらに最近になって、少子高齢化の急速な進展、人口減少社会の到来を踏まえ抜本的な改革が求められ、今回の住生活基本法が制定され住宅政策が「ストック重視」「市場重視」の方向へ本格的に転換したものだ。

108号 リフォームー5

住宅生活基本法ー2

住宅生活基本計画の基本路線は、全国計画をもとに都道府県レベルでも今年度中に数値目標を盛り込んだ基本計画を立てる。この基本計画により、平成18年度から10年間に達成すべき目標が全国レベル・地方レベル、それぞれ数値かきさえているのが特徴だ。その上、市町村レベルでも計画策定を推進し、補助金などを含めた今後の住宅生活の具体的な方向性を示す指標ともいえる。

109号 リフォームー6

住宅生活基本法ー3

「ストック重視」「市場重視」の方向から基本計画では、住宅市場の環境整備をとして、良質な住宅の供給、良好な居住環境の形成、ニーズに応じた適切な住宅の選択等を、市場機能を通じて実現するため、適正な取引と、住宅の円滑な流通が可能な、市場環境の整備を目指す。特に、住宅取引における正確・適切な情報の提供、既存住宅の売買や賃貸、リフォームを推進するとしている。なかでも、欧米の住宅市場と比較すると、リフォーム市場、中古住宅市場は低水準である。計画ー4 適切な維持管理（リホーム実施率）では、平成11年～15年までのリホーム実施戸数の住宅ストック戸数に対する割合の、平均実績「2.4%」を、目標値では、10年後の平成27年には、2.08倍の「5%」を目標としている。

11年～15年まで5年間 $4500 \text{ 万戸} \times 2.4\% \times 5 \text{ 年} = 540 \text{ 万戸} = \text{年 } 108 \text{ 万戸}$

18年～27年まで10年間 $4500 \text{ 万戸} \times 5\% \times 10 \text{ 年} = 2250 \text{ 万戸} = \text{年 } 225 \text{ 万戸}$

細田通信 110号 リホーム

木造戸建ての建て替え需要は30年分ある

関東集成材懇談会では、10月15日第十二回木造建築物に関する研究会を東京新木場ホールにて開催した。当日の講師は国土交通省・・・局木造住宅振興室長小川・・・慶応大学教授で木造耐震の第一人者坂本 功先生、・・・小畑・・・先生のご講演を頂いた。

いずれもタイムリーな企画、充実した講師陣に期待した参加者が会場を埋め尽くした。なかでも、注目すべきは、小川室長による住宅の現状なかでも、木造住宅にかんする位置づけ、昭和56年建築基準法改正に伴う以前の木造住宅は、「戦後の雨露をしのぐ」思想の延長でとにかく多くの住宅を供給し、国民の住まいを確保するのが先決として、建設してきた。これら耐震基準に満たない木造住宅が、統計調査によれば約1千万戸ある。国としても、これら耐震基準に満たない住宅の建て替えが急務であり、数々の施策を用意しているこの事実を認識の上民間でぜひ建て替えを実行して欲しい。

一方新設住宅着工数は平成17年125万戸のうち戸建て木造住宅は約30万戸である。単純に計算しても、木造戸建て住宅の需要は30年分あることになる。国の施策に協力願いたい、皆様のビジネスチャンスが広がっている。このような見方からすれば、30年分の需要があるわけで、我々はしっかりこの需要をもぎ取らねばならぬ。

前号で耐震条件に満たない木造住宅が1100万戸あり新築の木造住宅35万戸／年間に置きなおせば30年分仕事あり書いた。

- ・ しかれば、仕事はあるが、作る人がいる人はといえば、20年間で大工さんの人数は、100万人から50万人に半減、しかも50歳以上が、全体の約半分を占めている。
- ・ 規模別では年間建設50戸未満の大工さんが全体の60%を占め、
- ・ 更にプレカットのシェアは平成16年の統計では76%になった。
- ・ 一方各種の調査によれば、木造住宅に住みたい人が60%を占めており、しかも国産材を使いたいと回答しており、木造住宅にたいするニーズと期待が大きい。
- ・ 仕事があるが対応できるか？
- ・ 地震がくれば、倒れる恐れのある住宅が、全住宅4700万戸のうち、1100万戸全体の1/4ある。建て直そうとしても作り手がいない、肝心の大工さんがいない、いったいどうするのか？ぞっとする話で、これは何とかしなければならないと、問題解決のため国土交通省が異例とも言うべき木造住宅支援策を打ち出した。目標の通り実行せねばならない 次号へ

前号で、地震が来ると倒れる恐れのある住宅が全体の4/1の1100万戸ある。建て直そうとしても大工さんがいない。この難問解決のため、国土交通省が数々の施策をしているが、その中身について簡単にレポする。

木造住宅振興施策

- ・耐震化目標

10年間の耐震化目標として、住宅総数4700万戸のうち耐震性のない1100万戸を約半分の500万戸にする。

- ・住宅生活基本法 良好な居住環境の形成

1. 国・地方公共団体の責務
2. 技術の継承・向上
3. 住宅ストックの形成・継承
4. 地球温暖化防止・森林吸収源対策地域材の利用促進
5. 住宅市場の環境整備
6. 性能水準 環境性能 断熱性能 エネルギー効率の向上・解体処理・リサイクル

- ・補助事業 木造住宅総合対策事業

1. 住宅生産者の団体 研究会 技術開発 後継者の育成 大工養成学校
2. 地域住宅交付金 提案事業 地域材活用説明会 パンフレットの育成

- ・調査研究

1. 性能検証

10ページの図？

2. データベースの整備 部材 接合部 構造計算

- ・規制の合理化

国土交通省では、耐震化元年、地球温暖化防止、国産材の活用、地域材の活用、技術の継承、住宅ストックの継承、データの検証、データベースの整備など、木造住宅に関する異例とも言うべき数々の施策を打ち出している。業界にとってフォローの風だ問題は、業界が活用できるかどうかであるが、なんとしても活用しなければならない。

113号 リフォーム10

第一回日経リホームレポ

日本経済新聞は昨年が続いて、第二回リフォームリホーム展をビッグサイドで開催した。昨年は8万人が来場し熱心に質問などで大いに盛り上がった。リフォーム理由は、快適に暮らしたいがコンセプトだが、具体的には、小は棚がここに、ドアが開かない閉まらないから始まり、床に暖房をしたい、キッチンを明るくしたい、お風呂を取り替えたい、地震が来ても倒れないような家になりたいなど様々な理由があるが、いざリフォームしようと思いついても、どこへ頼んでよいのやら、予算もわからない、そんなときの手助けとしてリフォーム専門店があるが、その前に、少しでも知識が欲しい、予習をしておきたい、こんな快適に暮らしたいのヒントを提供し、ニーズにこたえるのがリフォーム展だ。

第一回平成17年の9月には、総花的に建材メーカーの出展による住設機器、中小の部品メーカー、リフォーム専門店、相談コーナー、セミナーなどを中心にブースが形成され、訪れる来場者にそれなりの情報を提供し8万人の来場者であった。

114号 リフォーム13

第二回日経リフォーム2006年レポ

入り口のパネルは漫画ストーリー風に組み立てられており、悪徳リホームには乗らぬようそれには、信用ある大企業に頼みなさいといわんばかりだ。大企業は個別出展せず、ダイケン、YKK、トートーなどそれぞれ専門分野を持ち寄ってのコラボレーションでブースを形成し、マンション60m²改装100提案と称して1. 家族中心2. パーティー用3. ガーデン付4. 和洋折衷など縮小模型を展示し、美しいモデルが説明に大童だ。ここでの仕掛けは、悪徳業者に注意の裏返しは、大企業に頼めば安心の仕掛けである。次は、積水、住林、大和、ミサワ、東急アメ等住宅メーカー中心の一角にブースを集合させ、アンケート記入、しつこい説明で売り込んでくる。そこには居たくないほどの売り込み方だ。それだけお客さんを確保したいからだ。ジェルコほか中小は、隅に追いやられている。担当者は、初日の、お名前を頂いた来場者は19人で昨年の半分とのこと、これは大企業の影響だ。力を入れているのは、新築需要が落ち込む。団塊世代の大量退職者の需要など。大きなトレンドは、リフォーム仕事はある、大企業が乗り出してきた。中小小手の仕事を・・・した戦略と見た。我々中小小手は、大企業に対抗できるビジネスモデルを早急に作り出さねばならない。