

<グループ別 課題と方策について> テーマ 「省エネ住宅の設計・施工など事業参画する際の課題と方策について」

■Aグループ (建設2名、設計4名、不動産1名、行政職員1名)

(1) コスト

個別の事業(設計、施工)ではコストの面で限界がある。



- ・定期借地契約によるトータル価格での低減
⇒毎月発生する地代に対する理解が必要。(エンドユーザーの持家に対する意識を変える必要がある)
- ・ブロック単位で受注することで設計・施工で行いスケールメリットを出し低減。

(2) 技術面

- ①パッシブ設計は何が必要か?
- ②エコ住宅は設備に頼りがち(住宅単体でのエコ設計の推進)
- ③CASBEEという言葉が広く知られていない。
⇒パッシブ設計等やCASBEE、長期優良等広く知られていない。



一般的になっていないため、広く周知(アピール)が必要。(市民、事業者共に)

(3) MINA GARDEN 十日市場について

- ①エコ住宅が消費者ニーズに合うか。(コストが高いイメージ)
- ②全体の規模として今回の規模以上の場合、成り立つのか。
- ③実証実験等購入者に理解が得られるのか。
- ④柵が無く、敷地境がはっきりしない。
- ⑤共用庭等街のルールについて、世代が変わっても守られるか。



- ・定期借地契約などの一般的にわかりづらい内容等については、コーディネータを活用するなど市民の理解を得ていくことが必要。
また、お住まいになった後もエコ意識を継続してもらえるような仕組みが必要。
- ・設計、施工の単体では今回のような事業を行うのはコスト面や実証実験、共用庭等課題も多く厳しいため、エンドユーザーに受け入れられる仕組みを構築できるコーディネータ的なまとめ役が必要。
- ・コミュニティが形成され、住民の顔がわかることで、日本人によくある縄張り意識的なものは薄れ、防犯面でもお互いで見守ることにより柵が無くても、敷地境がはっきりしなくても意識が変わることでクリアできると考える。
また、共用庭等のルールの遵守についても同様にコミュニティ形成が重要。

■Bグループ (建設4名、設計2名、不動産1名、一般人1名、行政職員1名)

(1) エコの売り方とは?

- ①「エコ住宅」の魅力を引き出す『売り方』とは?
- ②エコ=ecologyという売り方しか出来ないのではないかな?
- ③コストがかかっても、それを販売価格に上乗せすることが出来ない。



エコ住宅の『売り方』(販売手法等)が変わるのではないかな?
⇒販売時に「環境意識」を購入者に高めてもらう等



(2) コミュニティを持続させる仕組みとは?

- ①自主管理が今後うまくいくという確証がないのでは?
- ②管理規約(マンションとは違う)をつくる方法とは?
- ③建替えや転売などで住人が変わった場合はどう対処するか?



- ・コミュニティ形成を事業当初から持つことができれば、規約の組立や合意形成がうまく出来るのではないかな。(例:コーポラティブハウス等)
- ・共用部を借地権以外の方法で成立させられないかな
(例:建築協定や補助など、行政側の後押しも必要となる)。

(3) 定期借地型の分譲事業を民間で展開するには?

- ①購入者は定期借地型の分譲に、まだ抵抗がある。



土地所有権に対する意識改革を図るべきではないかな。



■Cグループ (建設6名、設計2名、不動産1名)

(1) イニシャルコスト

建設コストにおける初期費用に負担がかかってしまい、手が出しにくい状況にある。



(2) ランニングコスト

商品が新しいため、機器の故障やメンテナンスに関わる情報が少なく、引渡し後の費用がかかることが懸念される。

(3) 費用対効果

建設費や広告費をかけても、お客様の関心が低い場合は、良いものだと分かっているにもかかわらず購入対象にならない場合がある。(中には関心を持っている方もいる。)



(1) 建設費をかけて事業をする場合

①お客様のエコへの意識を向上させる

住宅ごとにエコに対しての点数化を行い、一般のお客様にも分かりやすく提示し、エコについて理解していただくとともに、行政のホームページやエコ団体などのホームページに掲載することで、集客活動の一部を担っていただく。

②CASBEEの評価を簡素化する

現在の評価が複雑で分かりづらいので簡素化して、エコに対する理解をしていただく。



(2) 建設コストを抑える場合

①定借の活用

定借にすることでイニシャルコストが下がり、お客様の購入範囲も広がる。

②パッシブ設計

機器に費用がかかるため、パッシブ設計を売りにすることで、エコな住宅でありながら、コストを抑えることが出来る。

③業者間同士の連携

建設会社の連携によって資材調達費を抑えたり、不動産会社同士で連携を取る事によって、広告費を抑える事で、エコでエコロジーな住宅を建設する。



■Dグループ (建設1名、設計4名、不動産1名、管理会社1名)

(1) コスト

- ①省エネ基準の目標設定とコストとのバランスが難しい。
- ②コストがかかりすぎる。



コストについては、4棟を実施することによるスケールメリットを出すなど、使用するメーカーとも設計段階で価格交渉を行った。



(2) パッシブ設計

太陽光発電などの機器は、技術の進化があるため、すぐに入れ替えるものではない。機械に頼らないパッシブ設計が最も望ましい。



その土地の風向きや地形を利用しながら、出来る限り機械に頼らない設計とする。

(3) MINA GARDEN 十日市場について

- ①誰でも通れる敷地のため、防犯面が気になる。



防犯に対しては、入居者自身で課題を認識し、対応することが必要である。また、自転車の通り抜けに対しては、プランターで遮るなどで、対応が可能。



- ②植栽や草刈などの維持が大変ではないか。



コミュニティが維持されているからこそ対応が可能。実証試験を通して交流を深め、その結果、草刈も住民自ら行っている。高齢化などにより、将来、維持管理ができない場合については、造園屋に委託をするための積立金を組んでおくのがよい。

- ③住替えなどもあるため、コミュニティの維持が可能なのかどうか。



入居者が入れ替わると、公社にも届出をすることから、公社が関わることによりコミュニティの維持は可能である。

- ④今回の事業は、市有地だからできた。民間では、定期借地50年間というリスクはとれない。



市内の民間事業者でも100年定期借地の事業は行っている。市有地だからということではない。

- ⑤大学の先生が入ると、結果として坪単価が3万円はあがる。先生に学部指定はなかったもので、建築系でなくてもよかったのでは。



建築の先生ではなく、他の学部の先生でも検討してもよい。

■Eグループ (建設3名、設計3名、不動産1名、管理会社1名、エネルギー供給会社1名)

(1) 環境・省エネ・脱温の知識・技術不足

- ・関連企業（設計・施工・エネルギー供給会社、メーカー等）での連携・勉強会の実施。
- ・本当の意味でのパッシブ設計・パッシブデザインの習得。
- ・エンドユーザーに対して損の無いよう、補助金制度などを勉強する。
- ・住宅としての資産価値を高めるために「長期優良住宅」、「CASBEE 戸建」を勉強し、活用していく。 ※「長期優良住宅」、「CASBEE 戸建」は有効。

(2) 費用

- ①イニシャルコストの増加分はランニングコストの減額分ではまかなえない。
- ②コストがアップした分が販売価格に転化できない。
(事業性が合わない)



- ・メーカー・エネルギー供給会社によるコストの削減。
- ・エネルギーを一括供給。 ※群として整備した場合。
- ・インフラへの補助制度やマネジメント会社に対する補助制度の確立。

(3) 先行するハウスメーカーとの違いをどう打ち出すか

- ・具体的な良さがわかる住宅モデル。
- ・ハウスメーカーとの違いを打ち出す。
- ・ハウスメーカーとの差別化のためには地域企業のメリット、特徴等を市民に対してアピールし、企業・異業種連携を図っていく。
- ・(地域・立地特性を活かした) コミュニティを育むしかけづくり。

(4) 市民への啓発

- ・エコ住宅は将来において環境・人に良いものだと理解していただく。
- ・通常より初期費用がかかることも含めて理解していただく。 ※高くてもいいもの。
- ・今回の十日市場の取組や分析詳細データを定期的に公開・公表した方がよい。
- ・信頼度、注目度が高くなるため、行政主導の事業展開もしくは行政のバックアップがあると良い。

(5) その他 今後の事業展開の必要性⇔事業に参画することによるメリット

- ①事業に参加することにより環境・省エネ・脱温に関する技術・知識の蓄積ができた。
- ②建設企業としての提案(営業)メニューが構築された。



■Fグループ (建設4名、設計3名、不動産2名)

(1) コスト削減

長期優良住宅等認定を受ける為、設備機器の設置が現時点では必要不可欠になっており、設備投資が増える中、どうコストを削減していくか。

- ・各種メーカーとの共同事業を推進する。
- ・機械に頼らない省エネ住宅の提案。(パッシブ設計)



(2) 市民への普及活動

環境配慮について、行政よりさらなる普及活動を続けていかなければ、民間で事業推進は困難である為、さらなる普及活動を活発していく必要がある。

- ・現時点では、常に同様の事業を行政より進めていく必要がある。

