

# 住宅の長寿命化リフォーム シンポジウム

## 令和2年度 シンポジウム概要 [10/7 Web 配信]

「住宅をきちんと手入れして、長く大切に使う」＝ストック時代にふさわしいリフォームについて、住宅リフォーム推進協議会では「長寿命化リフォーム」と称し、普及を目指しています。「住宅の長寿命化リフォームシンポジウム」は長寿命化リフォームの普及と啓発を目的に、2012 年より毎年東京・大阪にて開催。本年度は新型コロナウイルスの影響から、Web で配信いたしました。

## 基調講演「住宅業界における SDGs の取り組み」

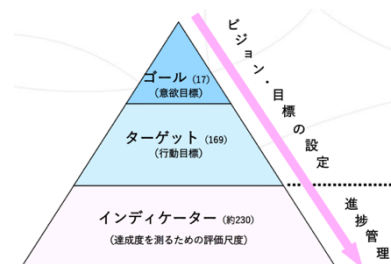
川久保 俊先生（法政大学デザイン工学部建築学科 准教授）



## SDGs の「ゴール」と「ターゲット」

国連で採択された「2030 アジェンダ」は30 ページぐらいたる文書ですが、そのうちの 1/3 強を占め、2030 年に向けてこういうことをしていきましょうという形で書かれているのがSDGs です。

SDGs の枠組みは、17 個のゴールと、169 個のターゲットで構成されています。ピラミッド図で言うところの上の2つまでが、正確に言うとSDGs です。「ゴール」は理念的な、意欲的な目標。「ターゲット」は行動目標とか達成目標というふうに言われたりもします。目標達成に向けた計測尺度として、インディケーター（指標）が設けられています。



## 工務店がSDGsに取り組むべき理由

今年2月、日本建築センターから「これからの工務店経営とSDGs」が出版されました。本日は工務店業界を例に、何故SDGsに取り組むべきなのか、取り組むとどのようなメリットがあるのかについて本書の内容を紹介したいと思います。

今、工務店の経営環境は激変しており、各社が特徴を生かしたビジネスをしていかないと生き残れない状況になりつつあります。そのときにSDGsの17のゴールの中で、例えば我が社はSDGsのゴール3番に関連して「健康住宅を作るのが得意です」やSDGsのゴール7番に関連して「ZEHの建設を得意としています」など、それぞれの強みを17のゴールに乗せて発信することで、SDGsが自社の取り組みをうまく発信するツールにもなるということです。

## SDGs は「コンパス」と「エンジン」

SDGs には、長期的な視点を指し示してくれる「コンパス」の役割と、持続的な経営を推進するための「エンジン」の役割があります。日本は100 年を超えて存続している企業数が全世界で一番多いということですが、恐らくそのような企業の皆様は無意識にSDGs 的な活動をされているのだと思います。その結果として顧客の皆様、地域の皆様から愛され、生き残っていると私は理解しております。

## 自社の経営方針を見つめなおすツールに

SDGs は、経営方針を考える際にも活用可能なものです。実務の設計とか建設とか調達などさまざまな分野で、ここはこうしておいたほうがいいかな、ここは将来を見越してこうしておこうというときにSDGs 的な発想ができると、いろいろな面でベネフィットが生まれてくると言われています。このメリットは工務店だけでなく、施主の皆様や地域社会のメリットに

もつながり、近江商人の「三方良し」の経営に通じるものです。こういうことを意識されているところが100 年企業とか、200 年企業という形で生き残っているということだと思いますし、これをこの住宅産業でどういうふうに生かしていくか考えていかなければならないのだと思います。さらにそこに「時間軸」を加え、将来の施主や住まい手、将来の地域社会などまで思いを巡らせていただき、将来の地域やお客様に求められるのは何だろうというふうに考えていく。このようにして「三方良し」×「現在と将来の二時点」＝「六方良し」の経営につなげていくことが各社の持続可能性を高めると思います。



## SDGs の取り組み方法例

SDGs の取り組み方法のルールは決まっています。ここではあくまでも取り組み方法の一例ということでご紹介します。

ステップ1 は、SDGs を理解すること。ステップ2ではこれまで取り組んできたことをリストとして羅列し、それぞれの取り組みがゴール何番に関連するか検討する。このひもづけ作業を「後づけマッピング」と言います。

1 個1 個をひもづけていくと、自社のどのような点に強みがあるのか、逆に課題があるなど、必ず“気づき”が得られるはずです。社員の皆様と一緒にこの作業を実施していただくと、自社の業務が社会や世界のために貢献していることを認識でき、モチベーションアップやプライドの醸成にも貢献し、次のアクションにもつながっていきます。

その後、ステップ3 では「先づけマッピング」として、世の中の動向や地域の皆様のニーズなどを踏まえて今後優先的に取り組む事業を検討します。

世界が、地域が、お客様が何を求めているのかという視点から、自社が何をすべきかを見つめなおすのです。「世の中からどんなことが求められそうか。お客様が今は何を求めているか」という視点から考えていくこのようなアプローチ方法を「アウトサイドイン・アプローチ」と言います。現行の事業とのギャップを認識し、どう埋めていくかを考えることが重要です。

ステップ4 で様々な計画を実行し、成功事例を生み出されたら、ステップ5 としてぜひその情報を発信してください。

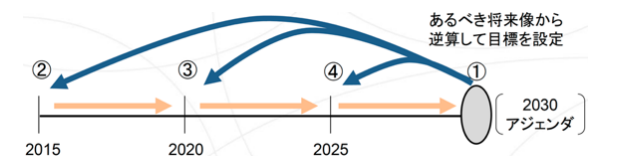
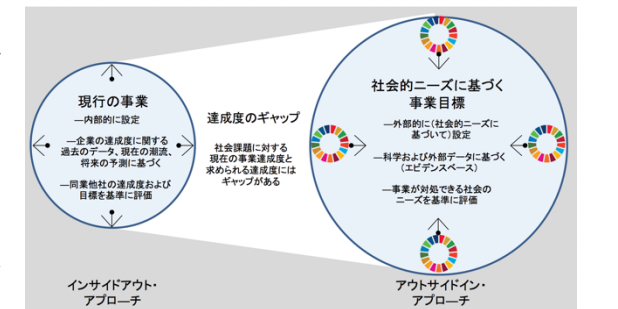
皆様の取り組みをSDGs という世界共通言語で共有し、世の中にいい取り組みの輪を広げていくことによって、世界を変えていきましょう。

## まとめに代えて

SDGs の上手な活用によって得られるメリットはたくさんあります。ただ経験上申し上げると、実際に行動に移していただくまでなかなかそのメリットを実感できません。とにかく不安なところがあったとしてもまずはSDGs への取り組みを開始してみてください。スモールスタートでもいいと言われています。

まずは自分の会社で何ができるかを少し考え、ちょっと取り組んでみる。場合によっては、自分たちだけでできない場合は、少し関係者の皆様にお力添えをいただきながら一緒に取り組んでみる。そうしていくと、その活動の輪がだんだん広がっていきます。

SDGs に取り組むことで、皆様のビジネスもうまくいって、結果的に地域社会にも、世界にも貢献するというふうな形になっていくといいのでは、思っております。



## 事例発表会／ディスカッション

パネリスト： 川久保俊先生（法政大学 デザイン工学部 建築学科 准教授）

宮森剛氏（国土交通省住宅局 住宅生産課 企画専門官）

発表者： 杉村喜美雄氏（株式会社育暮家ハイホームス 会長）

西川敏行氏（株式会社ビバハウス 代表取締役）

村上ひろみ氏(株式会社北洲 代表取締役)

小山貴史氏（エコワークス株式会社 代表取締役）

モデレーター：安達功氏（株式会社日経 BP 社 執行役員、日経 BP 総研 所長）

### モデレーターからの主旨説明

（安達）川久保先生の基調講演で、SDGs は経営を示す「コンパス」であり、また「エンジン」の役割があるという話がありました。シンポジウムの後半は、ここをターゲットにディスカッションしていきたいと思います。SDGs は、ゴールに向かってどう目指していくかについてのルールがなく、曖昧だという話がありました。そこでまず事例発表という形で、現在進行形で SDGs を経営に取り組んでいるリフォーム事業者の皆さんの話を聞きながら、我々もどういうふうにかこの有効なツールを使っていけばいいかディスカッションしていきましょう。

### 事例発表① 株式会社育暮家ハイホームス「事業継承こそ SDGs である」



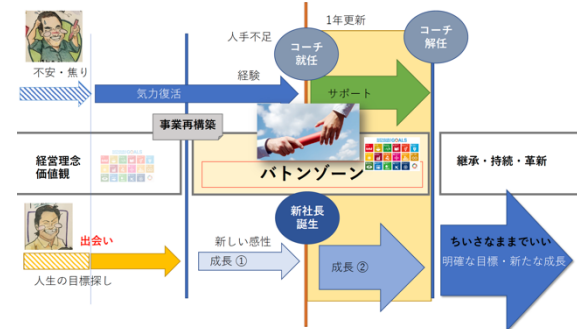
（杉村）新築をメインにやっていましたが、品質の改善をしなければ、とりフォームにも入っていきませんでした。当初リフォームと新築は別のもと考えていました。しかしリフォームをしていくうちに、自然に「ライフサイクルリノベーション」という言葉が生まれてきました。

新築住宅をつくり、メンテナンスや小さなリフォームを経て、やがて大型リフォーム、だんだん朽ちていって建替え、新築に…。これを何年サイクルで回していくのかは我々次第ですが、そう考えたらリフォームそのものの自体が SDGs であると、社内で浸透していきました。

2 年前に事業承継しましたが、SDGs が非常に役に立っていたと最近になって分かってきました。次代に渡していくためには一定の時間が必要であると考え、「バトンゾーン」をつくりました。つなぐ人、渡す人、そしてそれをつないでいく人、価値観と目標をしっかりと共有できるという SDGs の役割がありました。

SDGs の価値観を共有することによって、社員や職人さんたち、さらには新しく会社に入りたいという人も生まれてくるかもしれない。経営計画の中に SDGs を落とし込むことによって、未来が見えてきたなと思います。

（下図について）上が私で、下が今の社長です。当時、60 歳の頃、不安と焦り等もあり、社を廃業してしまおうかとも考えていたとき、人生の目標探しをしていた新社長との出会いがあって、気力が復活してきたのです。そうすると事業の再構築にも夢が広がっていき、2 年間のバトンゾーンを経て一昨年バトンを渡しました。



しかしバトンゾーンを決めて渡すだけではなく、その後をきちんとフォローしなければいけない。そのときの私の役割を考え、行き着いたのが「コーチ」です。先ほど「会長」と紹介されましたが、実は私はコーチなのです。明確な目標、新たな成長を今、新社長が描いています。それをフォローし、コーチングする立場です。

全国には事業承継に悩んでいる方が大勢おり、SDGs を共有しながら、名コーチを増やしていきたい。それが持続する企業づくり、全国コーチ



の会として成り立ったらいいなと思っています。それが SDGs の 17 番目のゴール、パートナーシップをつくるということにつながっているのではないかと思います。

技術コーチ  
杉村喜美雄 一級建築士

（安達）SDGs と事業承継を結びつけることをどうやって思いついたのですか。

（杉村）「事業承継」と「起業」は違うと思っていて、現社長には「自分のやりたいことをしたかったら起業しろ。事業承継は社の持っているポテンシャルや価値観をつなぐことだ」と言っていました。それが SDGs に出会うことによって、17 のゴールのかなりの部分で共有できました。目標と価値観も含めて共有できたことが、多分、現社長が社員にも自信を持って言えているのではないかと思います。

### 事例発表② 株式会社ビバハウス「建築と福祉の融合で新たなビジネスをつくる」

（西川）弊社は 1991 年に創業、2006 年、総合リフォームに参入しました。2017 年度より空き家対策事業と福祉事業もスタートさせています。SDGs と絡めて、本日は「空き家を再生しながら住み続けられるまちづくり、環境配慮に対する取組み」「リフォームと福祉の融合で健康と福祉を提供する取組み」「雇用創出による働きがいと経済成長」という、3 つの取組み事例を発表させていただきます。

ご存じのように今、全国的に空き家が増えています。私どもの社のある東松山市でも空き家対策事業を行っていますが、空き家物件には諸条件、特に立地の問題で、リフォーム費用を投下してもなかなか活用しづらいという現状があり、全ての空き家が流通するのは難しい状況です。ところが対照的に福祉施設、特に小規模の福祉施設は今、全国的に非常に不足している状況です。こういったことから私どもは空き家をリノベーションして福祉施設として転換することで施設の充実を図りつつ、まちづくりと環境配慮となるような活動をしております。



この事例は、ご高齢のオーナーが息子さんご夫妻と同居するため、処分しようと地元の不動産業者数社にお話ししましたが、最寄駅から車で約 30 分離れているうえ駐車場もなく、汲取り式トイレということで取り扱っていただけなかった物件です。我々のところに情報が来たので購入し、外壁を含めて外構をリフォームし、福祉施設に転用しました。

普通のリフォームをただけではなかなか流通できない物件だと思っています。ただ、これを今、地域で不足しているグループホームに転用することで、非常に効果的に活用できるのではと考えています。長期優良化助成金を活用できるとより効果的かと思います。

持続可能な社会のためには当然、収益も必要になってきます。この活動ではリフォームの売上費用だけでなく、リフォームした物件を賃貸に回しますので、賃料、さらに私どもは福祉事業も同時並行で行っておりますので、そこから得られる介護報酬費の 3 点で収益化させています。

2 つ目の「全ての人に健康と福祉を」ですが、日本は高齢化社会に向けて医療費の問題などがあり、病院が中心だった介護、福祉の形態がこれからは在宅、ご自宅でのケアに変わっていきます。こういった状況から、弊社では 2019 年から訪問看護事業を確立しました。1 年弱ですが、現在の利用者が約 60 名、300 名弱の医療提携とも獲得しており、今後介護リフォームの展開を進めていきたい。私どもは医療情報をしっかり持てますので、利用者様にダイレクトにリフォーム提案が可能になります。

ケアマネジャーを介した介護リフォームは、修繕的なものが多かったと思います。ただ、実際は共用部や水まわりの拡張工事、特に浴室は現状のバスタブは深すぎて使えない、狭いというお話がかなり多いと聞いております。私たちは医療情報から得られる介護状況と身体状況を踏まえた直接提案で、他のリフォーム店との差別化をしていきたいと考えています。

3 つ目、「働きがいも経済成長も」です。私どももそうでしたが、建築だけの事業だとどうしても資格や経験がないとなかなか活躍が難しかったと感じ



建築士×看護師からの提案  
お客様の同意を得ることで医療従事者との連携が可能になります。  
建築だけでなくお体のこと将来の事をより専門的に提案することができます。  
高齢化社会に向けた新しいリフォームのカたちです。

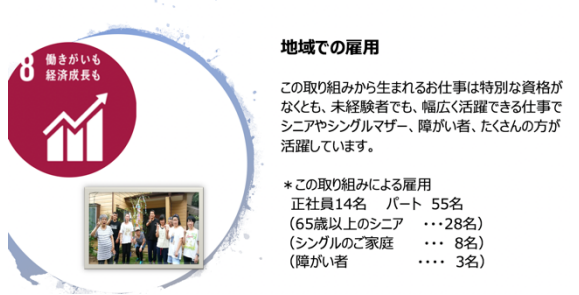
ています。しかし、福祉事業と融合すると、高齢者や障がい者を含めた多くの地元の方と事業を進めることができます。見守りや身の回りのお世話など「日常生活援助」という仕事が多く発生するので、可能になっていくわけです。

私たちは建築という概念だけではなく、地域共生を創造する企業として活動していきたいと考えています。いくつかの事業を複合化することで、規模的には小さいですが地域の問題を結構カバーできるのではないかと考えています。

イベントにしても、リフォーム店のそれとは違い、福祉事業から見るとこのイベント自体が事業になってきます。国からお金も頂け、一緒にやってくれた方にしっかりと報酬を支払うことができます。地域の皆さんに楽しんでいただいて事業が進められるというのは、とても価値があることなのかと考えています。

(安達) 空き家・高齢者・障がい者を単体で見るとそれぞれ社会課題ですが、それらを組み合わせることでビジネスにされています。SDGs の 17 番「パートナーシップ」は重要ですが、リフォーム事業者から医療やまちづくりと連携することは、なかなかハードルが高いと思います。西川さんはどうクリアしていったのでしょうか。

(西川) 地元のボランティア団体をやっていたので、行政の接点も多く、その中から地域課題を聞いたり一緒に解消していました。それほど大都市ではないので、職員にも知り合いがあり、そういった形から接点をつくりました。



### 事例発表③ 株式会社北洲 「『命と健康を守る』を掲げ、断熱リフォームに注力」

(村上) 我が社は 1958 年に岩手で創業しました。建築資材の流通業と 2 × 6 の注文住宅のハウジング事業部門、そしてリフォームのストック循環事業部の大きく 3 つの事業です。

北洲のリフォーム事業は、自社の新築オーナー様のメンテナンスやリフォーム部門と、非住宅のリフォームの部門のほか、既存住宅のリフォーム事業も行っています。2005 年に既存住宅検診センターを自社でつくり、精密機械を使ったインスペクションを事業化、2015 年、本格的な大型リノベを主軸に



事業を展開しました。「命と健康を守る」リフォーム、「あなただけの」暮らしリフォーム、「数値で示す」真正直なりフォームの 3 つがリフォームのコンセプトとなります。

SDGs について詳しく伺ったのは 2018 年でした。わが社は“志”の会社であり、60 余年の挑戦の歴史があるわけです。その取り組んできたことを SDGs のマッピングに、17 のゴールに当てはめて考えてみました。これがその時間軸になります。

今から 35 年前の 1985 年に、全棟樹脂サッシを標準採用しました。これは本州で初めてのことです。また建材流通事業では、端材のリサイクルを可能にした外壁プレカット事業など、わが社の取組みが SDGs の観点と合致していると、後づけマッピングを行ったことで自信を得られました。

これ (左図) は SDGs に本格的に取り組みだした 2019 年 9 月の KPI 設定をしたマッピング図です。リフォームについて、2 つ、ご説明させていただきます。

まず、室内 18 度を維持する「フル断熱改修」を 2020 年度末までに前年度比 200% という目標を掲げました。019 年度が 21 件でしたので、その倍という目標です。室温 18 度を実現する断熱改修については、2015 年から具体的に進めていました。



本格的に SDGs を開始した 2019 年度から、第 2 ステップの SDGs を踏まえた商品開発ということで、ゴール 3 「全ての人の健康と福祉を」を目的に『BACE18』をつくりました。これは WHO が強く勧告する「室温 18 度」を実現化したりフォームの商品パッケージで、坪 40 万円前半で U A 値 0.56 という性能を実現させています。

室温 18 度を実現する断熱改修はお客様の声も大変よく、おかげさまで家の中全体が暖かくて、北側の部屋でも家の中どこでも暮らせる、動ける、高齢のおばあさまも喜んでいるという、ありがたい声を頂戴しています。

もう 1 つは、月に 2 回の住まいと健康の関係の情報発信です。1 年間宮城県 のタウン誌に掲載するとともに、WEB でも「健康ラボ」として発信しました。こうした活動の成果でリフォームのお問合せをいただき、また「健康ラボ」を経由したお客様のほうが実際に受注につながるというありがたい成果も出ました。

(安達) 17 のゴールに自社の取組みを時間軸で当てはめる「後づけマッピング」で自信を得て、翌年 KPI 目標設定し、3 年目には先づけマッピング的な形で「BASE18」をつくるという、まさにホップ・ステップ・ジャンプで進んでいる、非常に分かりやすい事例でした。事業への効果は出ているようですが、社内への効果についてはいかがでしょうか。

(村上) 若い社員が大変多いのですが、彼らが自社を説明する際に SDGs を用いて話すと、分かりやすいだけでなく、社会に貢献していることで自信につながっています。社の経営理念を理解するだけでなく、SDGs で共通言語化されていることに自信を持ち、外のお客様に伝えられるということが大きいと思います。

### 事例発表④ エコワークス株式会社 「CO<sub>2</sub> 排出量実質ゼロと断熱リノベを最重点ゴールに」

(小山) 私どものリノベーション部門では「長寿命化に資する」リフォームを中心に、平均単価で 2000 万円程度の概ねスケルトンにするような、また長期優良住宅化リフォームに相当するようなりフォームを年間約 30 棟請け負っており、ZEH 改修なども手掛けています。

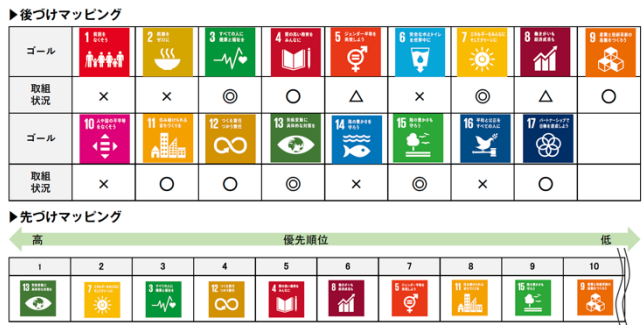
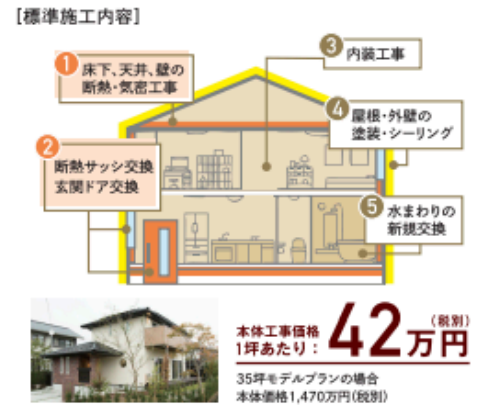
社名のとおり、創業からエコという課題を事業化に取り組んできました。当初は健康のエコが中心でしたが、2007 年ぐらいから環境のエコにさらに進化し、今日のテーマのような社会課題の解決がフォローの風となり、成長しています。

SDGs への取組みはちょうど 2 年前で、基調講演の川久保先生にご指導いただき、今日紹介のあった「これからの工務店経営」という書籍の執筆にも参加させていただきました。その中で勉強する機会もあり、書籍内で紹介いただいている方法論に基づいて SDGs に取り組んでいます。

まず後づけマッピングは、今、わが社が取り組んでいる事業を SDGs の 17 のゴールに照らし合わせて、とてもよく取り組んでいるものを◎、まあまあ取り組んでいるものを○、それほどでもないものを△、ほとんど取り組んでいないものを×というふうに、後づけマッピングという形で社員と一緒に共有しました。

時間軸が 2030 年までの時間軸ですので、現状と比較してこれから 2030 年に向けて会社として何を重点的に取り組むかということを経営として議論し、優先順位を 1 から 17 まで順番に検討したというのが先づけマッピングになります。「今までやってきたもの」が後づけマッピングで、「これから 2030 年に向けての優先順位」が先づけマッピングとお伝えできると思います。

13 番の「脱炭素」、7 番の「エネルギー」、3 番の「健康」、12 番の「つくる責任 使う責任」を会社として最重点ゴールと位置づけています。13 番と 7 番に関しては、CO<sub>2</sub> 排出量実質ゼロカンパニーへ向かうということを KPI として位置づけたり、「健康」や「つくる責任 使う責任」については、既存住宅の断熱改修リノベーションでの取組みを改めて目標設定しています。



SDGs を社内に取り入れていろいろな波及効果が生まれています。社内と社外に分けて御説明いたします。まず社内については、経営として月間目標というものを掲げて毎朝、朝礼のときに唱和するのですが、その月間目標については全て SDGs とひもづけて、例えば今月は8番のゴールの働きがいにも経済成長にも関連して我が社の目標を設定し、それに対して社員1人1人が朝礼でコメントするというようなことで落とし込みを図っております。

また、SDGs は取組みを公開することとても重要と位置づけられていますので、H P で公開しています。

社外に向けての波及効果としては、広報的な効果として大学との連携が挙げられます。また外務省H P にSDGsに取り組む事例紹介サイトがありますが、そこを見た中学校からウェブでの取材を受けました。人材確保の観点からインターシップなどでSDGsと一緒に勉強していますが、とても意識の高い方が多く、求人面で採用レベルの向上に役立っています。

| 優先課題       | 17のゴールとの関連<br>(左側マッピング)                                           | 方針と指針<br>(169のターゲットとの関連)                                                  | 目標期限             | KPI<br>(評価指標)                 |
|------------|-------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|------------------|-------------------------------|
| 最重要<br>ゴール |                                                                   | 気候変動(温暖化)を社会、企業問題と捉え、<br>環境問題に取り組み、持続可能な企業づくりを目指す<br>【ターゲット】13.1/7.2/12.8 | 2040年            | CO <sub>2</sub> 排出量実質ゼロカンパニーへ |
|            |                                                                   | 住まいづくりを通じて、脱炭素社会実現へ貢献<br>住む人々の健康的に暮らせる住まいを創る<br>【ターゲット】13.1/7.3/3.d/12.8  | 2020年            | 全事業所・建築物の使用電力再エネ100%          |
|            |                                                                   |                                                                           | 2020年            | 新築住宅のZEH達成率:95%               |
|            |                                                                   |                                                                           | 2025年            | 新築住宅の平均ZEH達成率:150%            |
|            |                                                                   |                                                                           | 2025年            | 新築住宅の平均LCC住宅達成率:100%          |
| 2025年      | 中小施設建築物におけるZEB:累計10棟<br>継続目標<br>BELS表示率:100%<br>(建築物省エネルギー性能表示制度) |                                                                           |                  |                               |
| 本日のトピック    |                                                                   | CO2排出量実質ゼロカンパニーへ                                                          | 既存住宅の断熱改修リノベーション |                               |

(安達) エコワークスさんは経営理念も運営もしっかりしている会社ですが、SDGs という強力な共通言語ツールを使ったことで、社内的にも社外的にも効果が出ているということだと思います。朝礼で17の項目を掲げ、社員の皆さんに何をやるか言わせるのはとても面白いと思います。

(小山) エネルギーをテーマに取ると、営業系だけではなく事務系や技術系の方も含め、全社員で太陽光発電や再生可能エネルギーを広げることが社会にとって必要だということと一緒に考えます。1カ月後に何かしたかを報告するため、友人・知人に話したという具体的な実践を伴ってPDCAを回すボトムアップの取組みになっています。

## ディスカッション

### ■SDGs を自社の取組みにどう生かすか

(安達) 事例発表をベースに、このシンポジウムを視聴している方々がSDGsにどう取り組めばいいか、参考になるような話をしていきたいと思います。まず、「後づけマッピング」において、SDGsの17のゴールや169のターゲットと自社の取組みをすり合わせるうえでの注意点や、やり方等をお聞かせいただけますか。

(杉村) 僕はSDGsについて最初すごく構えていました。ただ、学んでみると全然特別なことでないことが見えてくる。17のゴールを1個1個社員と追ってみると、後づけマッピングが簡単にできていきます。

(西川) 小規模な事業者は、まず収益や企業存続といったことが気になるもの。当初、SDGsの崇高な取組みは乖離したイメージがすごくありました。ただ、SDGsの取組みが、私たちの利益にも跳ね返ってくることに気づけば、社会的な取組みと自社の利益追求を同時に実施しやすいのではないのでしょうか。

(村上) まず自社の強みは何だということを明らかにして、その強みをより強化にSDGsを利用するということでしょうか。SDGsは経営そのものであって別に分けて考える必要はなくて、自社の経営に利用するというか、目標を3年後、5年後、中期、長期の目標設定に利用するというか、そういう感覚でいいのではないかなと思った次第です。

(小山) 先ほど「SDGs 疲れしているのでは？」と聞かれましたが、1人ひとり参画する仕組みをつくっていけば、苦もなく継続できるのではないかなと思います。

### ■SDGs をどう深化させていくか

(安達) 皆さんはSDGsを社内や外部のパートナー等に浸透させていく「深耕」は、既に成果を出しているフェーズだと思っています。これまでのプロセスを振り返って、工夫や失敗点についてお聞かせください。

(杉村) コンパスを描くとき、17のゴールだけでは総花的な描き方になってしまいがちですが、その下の169のターゲットを見ていくと、具体が見えて来やすいように思います。例えばターゲットの1つに「農業を使わない、除草剤を使わない」とあります。空き家が増えていくと草も増えますが、田畑をつくっている横で除草剤を使うことになる。なら、空き家が出たらどうやって草が生えないようにするか考えることも、コンパスになり得るわけです。コンパスが決まったら、草が生え

ないよう何をするかということがエンジンです。コンパスとエンジンを区別して整理していくと、若い経営者の次のステップや未来が描けるのではないかと、と今日すごく思いました。

あと、我々には2人のお施主様がいます。今、家を建てたりリフォームを依頼してくださるお施主様と、その先にリフォームや建替えを依頼してくださる、次やその次の世代、という意味です。SDGsの中で言われている「将来のニーズを損なわずに現代のニーズを満たす開発」をなさないとよく話しています。

(西川) お金は大事ですが、所得が得られれば幸せかというと、そうでもない。得たお金をどうするかを突き詰めていくと、SDGsが示しているようなものがあって、充足感につながっていく。そのことをずまず会社で、私から発信できるようにしていけないかなと思っています。

(村上) 先ほど、室温18度を保つ大型リノベーションを19年度比200%が目標と申し上げましたが、コロナ禍でお客様との接点が弱くなったり、工期が伸びるなど、決して順調ではありません。新築状住宅部門については、目標を変えた部分もあります。必要だと思うSDGsのゴールは経営目標の戦術として利用していきますが、こうしたほうがいいなと思えば柔軟に変えていくなど、社員が一致団結する方向にどんどん変えていけばいいと考えています。

(小山) 安達さんが「深耕」とおっしゃいましたが、耕し方は各社によって深さはまちまちでいいと思っています。SDGsが2030年を一つの区切りとして設定していますので、自社の目標設定のちょっとしたきっかけにされてもいいし、深掘りされてもいい。各社にそれぞれの深掘りの仕方があるということを学んでいるような気がいたします。

### ■“掛け算”で新しい可能性を発見する

(安達) 時間も迫ってきました。最後に、国交省の宮森さんにこれからの持続可能な住宅と、それを支えるまちについて、どういう方向で考えているかをお聞きし、皆様からコメントをいただいてシンポジウムの結びにしたいと思います。

(宮森) 住宅のハードのスペックはこう。でも住み続けられなかったら意味がないのでコミュニティも大事。あるいは災害リスクが高い場所に供給するのはどうなのだろうなど、いろいろな掛け算が思いつきます。そういう意味で、1つのきっかけとしてSDGsを利用していろいろな気づき、あるいは掛け算を考えていき、そこに新しい未来の可能性を発見することが重要ではないかなと思っています。

(杉村) 高経年のストックについて、残すべき建物が残らず、残さなくてもいい建物が無理やりリフォームされるような状況があります。残すべき家を未来の子供たちに残していく、残してはいけない建物は解体といったジャッジを、SDGsの共通言語が果たしてくれそうな気がすると思っています。

(西川) リフォームはクレーム産業などと言われていますが、現場がしっかりと回っているとクレームはほとんど起きません。現場を担っているのは職人もっとクローズアップされるよう取り組んでいきたいと思っています。

(村上) 健康の話といえば食べ物や運動のことばかりで、健康と住まいが結びついていないのが現状です。ハードを一生懸命つくるとともに、地域の皆様やいろいろなところで啓発や発信していくことが、我が社のやるべき仕事だと思っています。

(小山) 今日はSDGsと長寿命化リフォームということがテーマでしたが、リフォーム産業そのものがSDGs11番の「住み続けられるまちづくり」や12番の「つくる責任 つかう責任」にダイレクトに関係します。リフォーム産業があつてこそ、11番、12番が成り立つと言っても過言ではないかなと思っています。長期優良住宅の概念である「いい物造って、きちんと手入れして、みんなで賢く長く使う」にSDGsが集約していく気がして、ここをきちんと私どももリフォームビジネスとして深掘りしないといけないと思いました。各論で言うともっとインスペクションをきちんとして、どのようにして経済合理性を有しながら長く使っていただくかのインスペクション力を会社として高めていきたいと、今日は改めて思いました。

(安達) 当初SDGsをとっつきにくいと思っていた方も、多分今は「明日からやろう!」と感じていると思います。川久保先生の基調講演で何回もお話ありましたが、リフォーム産業はSDGsと非常に親和性が高いものです。この強力な武器を、我々でしっかり使いこなしていきたいものです。今日はパネリストの皆様、貴重なお話をどうもありがとうございました。

