

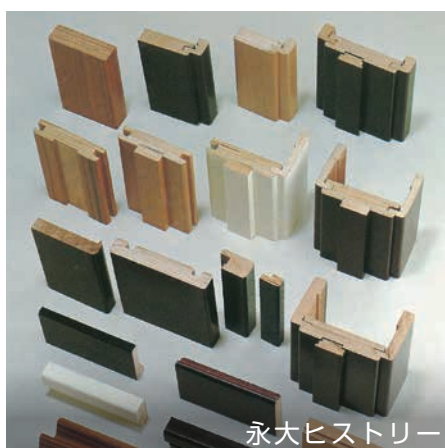
kigokoro

EIDAI Corporate PR Magazine

Winter 2022 / vol.10

kigokoro

Winter 2022 / vol.10



第10号 令和4年1月1日発行
編集・発行：永大産業株式会社 事業管理部 広報課
〒559-8658 大阪市住之江区平林南2-10-60 TEL:06-6684-3058 FAX:06-6684-3051



GRANMAJEST

グランマジェスト

DOOR | SHOESBOX

無駄を削ぎ落としたからこそ見た本質的なモノ。
その洗練された美しさをグランマジェストというカタチにしました。



木を活かし、よりよい暮らしを

EIDAI

お客様相談センター

☎ 0120-685-110

[受付時間] 平日・土曜日9:00~18:00 (休業日:日曜日、祝日、夏期休暇、年末年始)

永大産業株式会社

www.eidai.com

EIDAI ショールームでお確かめください。

EIDAI SR

検索



新製品紹介

Second Sanitary

セカンドサニタリー

健康志向に対応したコンパクトな手洗い

セカンドサニタリー

コロナ禍で急増した、「帰宅後にすぐ手を洗いたい」というニーズに応える製品が誕生。
2021年9月に発売した「セカンドサニタリー」は、玄関や廊下、2階などに設置できる
コンパクトサイズの手洗いです。



(G)石目調グレー柄 (CB)ショコラブラウン柄



(B)石目調ベージュ柄 (LN)ネイキッドライト柄



(W)石目調ホワイト柄 (WH)ハーモニックホワイト柄



円形状ボウル



センサー水栓と水はね防止パネル



プッシュオープン式の扉



扉に取り付けるタオルハンガー(オプション) マスクの箱やゴミ箱などを収納可能

横目・縦目も選べる家具調デザイン

開発者の声

玄関にもふさわしいデザインと 使いやすさを考え、「調和」を大切に

パブリックスペースに設置されるからこそ、こだわったポイントとは。
企画を担当した藤原と、その意図を汲んでカタチにした長戸が開発秘話を語ります。



配管の形状は、収納スペースをできるだけ広く確保できるように工夫して設計



洗面ボウルは、美しく見えて使いやすい高さや固定方法を何度も検証。カウンターの取付け穴にボウルを半分ほど沈め、コーキングで接着している



藤原 きつかけは、やはりコロナ禍ですね。これまでもサブ的な手洗いが欲しいという要望はあったのですが、コロナ禍で重要度がグンと上がりました。とくに玄関先で手を洗いたいというニーズが増えました。当社は玄関用のシューズボックスも作っていますので、その隣に並べた時にも美しく見えるようにと企画しました。また、廊下や2階にも設置されることを考えて、「調和」というコンセプトを大切にしました。さまざまな家具や、幅広いインテリアになじむように…との思いからです。

デザイン面や機能面で、それぞれのようなか
こだわりのあったのでしょうか。

藤原 まずサイズですが、間口はシューズボックスの扉の割付に合わせた400mmとして、奥行も揃えました。面材は、住まいの顔となる玄関にもふさわしい高級感や、素材感のある色柄で扉と側板を揃えています。ボウルや水栓は、全体の雰囲気と自然になじむシンフルなデザインを吟味しました。長戸さんには、いろんな検証をしていただいて大変だったと思います。

長戸 「ボウルが主張しすぎないように、半分くらいカウンターに沈んでいるイメージ」と聞いていたんですが、今回採用したボウルは真円形状。スクエアや楕円形状のボウルに比べると、設置時の水平が出にくいので、何度も設置方法を検証しました。

藤原 水栓も、3機種のうち一つはセンサー水栓にしたいと考えて、配線が必要でもコンパクトに納まるものを一緒に探しました。最終的に、乾電池で長期的に動く機種を採用しました。
長戸 これもボウルとの相性や、水のゆらぎな

こまめに手洗いできる空間づくりと
使いやすさで、健康的な暮らしを応援

新型コロナウイルスの拡大を経験し、人々の健康志向が高まっています。家の中に花粉やウイルスを持ち込まないよう、玄関脇にクロゼットなどを設けるケースも増えてきました。こうしたニーズを掘り下げて開発したのが、玄関や廊下、2階などに設置できる「セカンドサニタリー」です。帰宅直後に、こまめな手洗いを習慣づけることで、快適で健康的な暮らしを実現。インテリアに調和するデザイン性にも配慮しました。

サイズは、間口400mm×奥行395mmとコンパクトで場所をとりません。玄関のシューズボックス横はもちろん、プランによっては廊下や2階への設置も可能です。カラーバリエーションは、当社のブランド「Skism（スキスム）S」に対応した7柄のバリエーション。同ブランドの製品群とのトータルコーディネートもお楽しみいただけます。

また、カウンターは、大人から子どもまで家族みんなで使える800mmの高さに設定。手洗い時、隣接するシューズボックスや壁面への水がかりを防ぐため、カウンターと同柄の水はね防止パネルを標準設定しました。さらに、ハンドルに手を触れることなく吐水できるセンサー水栓をラインナップし、ミラーキャビネットやタオルハンガーといったオプションアイテムもご用意。長年にわたって、玄関まわりや水まわりの製品を開発してきた当社ならではの工夫が随所に見られます。



詳細はこちら

どにセンサーが反応して誤作動しないかどうかの検証を重ねました。水はね防止パネルも、実際に手洗いしてどれだけ水がはねるか、子どもにも検証に参加してもらうことで、家族の誰もが使いやすい仕様を検討しました。検証つくりでしたが、結果としてとても使いやすい手洗いになったと思います。

収納などにも、使い手のことを考えた提案が
ありそうですね。

藤原 普通の洗面室とは違って、玄関や廊下などに設置するとなれば、収納したいモノも変わってくるはず。たとえば、買い置きマスのケースや、小さな「ミ箱、掃除道具…。そういったモノから、収納スペースの大きさや棚の位置を考えていきました。

長戸 収納キャビネットの下を空けていることもポイントです。配管に必要なスペースは確保しながらも、蹴込みを設けているので、シューズボックスと同じように浮き上がって見え、さらに、一歩踏み込めることで、安定した姿勢で手を洗いやすくなっています。そういった美しさや使いやすさも、ぜひ実感していただきたい



内装システム事業部
住設商品部 商品課
藤原 李子

内装システム事業部
住設商品部 開発室
長戸 浩太郎

インタビュー

一品ずつ丁寧なもののづくりで、社会に貢献

永大産業では社会貢献活動の一環として、「車いすアメリカンフットボール（＝車いすアメフト）」の普及を支援しています。過去このコーナーでは、車いすアメフトの体験イベント（Kigokoro 3号）や推進団体代表のインタビュー（同6号）、Web上における情報発信（同7号）を通じて活動の模様をご紹介してきましたが、今回は、その車いすの分野で業界ナンバーワンのシェアを誇る株式会社松永製作所を訪れ、お話をうかがうことにしました。



松永 紀之社長

もののづくりで重視している点は、どういったところでしょうか。

車いすは一般的な製品とは異なり、お金があれば、ぜひ欲しいという類のものではありません。できればお世話になりたくない、使いたくないという製品なのです。さまざまな異業種から数多くの企業が、この車いすの

安全・安心、かつ快適であることは、福祉用具の世界でも重要視されると思いますが。

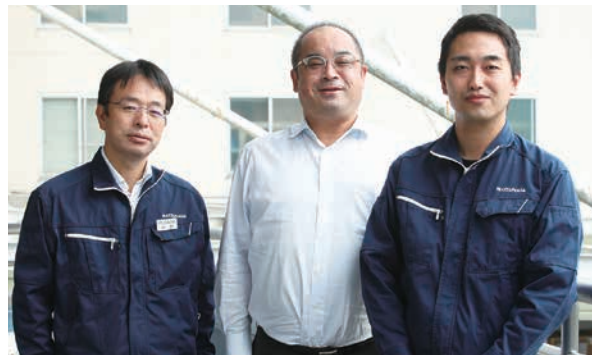
市場に参入してきました。しかし、そのほとんどが最終的に撤退されていきました。その理由は、前述した本質的な部分を十分理解されていなかったからかもしれません。私は社内で「当社は車いすを作るのが仕事ではない」と繰り返し述べています。車いすの使用は、あくまでも手段に過ぎません。私どもの本当の仕事は、こうありたいと思っている方々の要望を真摯に受け止め、これまで培ってきた技術力でそれに応えることだと考えています。また、それこそが当社の理念でもあるのです。

■一般の方がお使いになる車いす



「最新式には安定性向上のため、スタビライザーを設けました」と中村部長

安全という点については、不特定多数の方がお使いの車いすだと、JIS（日本工業規格）に沿ったもののづくりが基準となります。ただし、JISには明文化されてはいませんが、過去に



左:中村 慎吾企画部長 中央:松永 紀之社長 右:岡川 武和さん(海外営業部)

あった事故などを勘案して当社の場合、JISよりも厳しい社内基準を設けています。とはいえ、車いすを使いになる方は、症状が軽い方から重い方までさまざまです。ので、一様に「これが安全である」と定義づけるのは、正直なところ困難です。

また、車いすだけで安全性や快適性が確保できるわけでもありません。床が平滑であるとか、障害物がないとか、車いすをお使いになる方の周囲の環境も整備されなければ、実現は難しいでしょう。さらには、車いすに限らずメーカーによって、仕様がバラバラであっては困ります。過去には電動車いすでペダルを押す、あるいは離すというブレーキ操作があるメーカーと別のメーカーでは全く逆だった事例もありました。

コストは別として、快適性を追求するのであれば、

車いすのメーカーとして、喫緊の課題とは何でしょうか。

車いすをお使いになる人の要望を確実に拾い上げ（ヒアリング）、そのニーズに合った提案（マッチング）ができる人材を育てることです。前述したように、車いすとはできるだけ使いたくない製品です。良いものを作れば売れるものではありません。

また、車いす選びは、お使いになるご本人ではなく、ともすれば、介助する人の要望が反映されやすいことがあります。ですからその車いすは一体誰のためのものかを常に自問自答し、的確な判断と対応ができる人材が必要なのです。

時間はかかるでしょうが、こうしたスキルなしに当社の成長戦略は描けないと考えています。

一人ひとりオーダーメイドで作るのが理想的です。当社が生産している競技用の車いすは、全て選手個人に合わせた一点ものであり、汎用品は一つとしてありません。もっともこの場合は、快適性というより、選手のパフォーマンスを最大限に引き出すためのもの、というべきでしょう。

競技用といえば、イギリスの車いすバスケットボール代表チームとオフィシャルサプライヤー契約を締結しているとうかがいましたが。

高齢者のための車いすだけではなく、他の分野でも車いすは必要とされるはずだと考えていたところ、2017年、日本で開催された国際親善試合で、イギリス代表チームの競技用車いすを、コンペで決めるという話が舞い込んできました。仮に採用されなくても、外国の有名メーカー品との比較を教えてもらえるというので挑戦してみたところ、意外にも評価が高く、採用されることになりました。

ポジションによって選手の役割が異なるように、当

■競技用の車いす



「このボルト締めが適度なしなりを生みます」



「力を多く生み出す箇所は、パイプを太くして対応しています」と岡川さん

ざっくりとですが、わが国の車いすの市場は年間40万台、約250億円の規模と見られています。それが5〜6年ぐらいのスパンで新しい車いすに入れ替わっていきます。使い慣れているからと言って、修理を繰り返して使うことはありません。それは政府の支援制度があって、修理するよりも新しく買い替えた方が安いからです。車いすの需要は高齢者人口に比例しますが、将来的にわが国だけの需要を対象としても企業としての成長は望めません。

そこで、海外市場を視野に入れ、2001年、中国上海に車いすの製造工場を、また2014年にはタイに販売会社を設けました。タイでは2020年度のSDGsビジネス支援事業として、多機能車いすを導入し、要介護高齢者のQOL（クオリティ・オブ・ライフ）向上のための調査なども行いました。

会社概要

会社名：株式会社 松永製作所
所在地：岐阜県養老郡養老町大場484
設立：1974年1月
資本金：5,000万円
従業員数：187名
事業内容：車いす、ストレッチャーほか医療、福祉、介護にかかる製品の製造販売



詳細はこちら



同社の製品群

探訪

日本の原風景

第十回 宮城県 登米市
みやぎの明治村

明治時代の面影が色濃く残る街へタイムスリップ。

仙台市に県庁所在地が置かれる前、宮城県の中心は登米市だった。かつて繁栄していた街並みが今も残っている。

仙台市から北方へ車を走らせること90分。そこは米作りと林業が盛んな街、登米市。森林セラピーなども行われており、NHK朝の連続ドラマの舞台にもなったところである。

遡ること明治時代、廃藩置県により登米県（水沢県）に県庁舎が置かれていた。

ここには県庁舎をはじめ、洋風建築の尋常小学校、警察署などが当時とほとんど変わらぬ形で保存されており、現在は、資料館として内観も見学することができる。

明治を偲ばせる建物が数多く残っていることから、「みやぎの明治村」とも呼ばれている。

静寂な街並みを散策すると、藩政時代の武家屋敷や史跡、重厚な蔵造りの商家なども随所に残っており、

まるでこの一帯だけ時間が止まったかのような懐かしさを感じさせる。

近くには郷土料理の「油麴井」や「はつと汁」を食すことができる食堂もあるので、訪れた際には立ち寄ってみてはいかがでしょうか。



column 木と俳句

有名な俳人の句に詠まれた木についてご紹介します。

冬の梅 あたり払って咲きにけり

小林一茶



何も無い雪景色の中、いち早く咲き始めた梅の花

「梅」といえば春の季語ですが、「早梅」「寒梅」「冬の梅」などは晩冬の季語になります。あたり一面はまだ雪に覆われているのに、梅が開花していることに気づいた一茶。まるで周囲にあるものを、梅が自ら一掃して咲き誇っているように見えたのでしよう。たとえ一輪でも、一茶はそこに、小さな意思と確かな存在感を見出しました。春の梅とは違い、冬の梅は冷気とも相まって凛とした品格を感じさせます。

一茶が梅を詠んだ句の中でも深い強さを感じさせる一句

小林一茶は、信濃国柏原（現在の長野県信濃町）で生まれ、15歳の時に江戸へ出て俳諧と出会いました。やがて「一茶調」と呼ばれる独自の俳風を

確立し、江戸時代を代表する俳諧師となります。

生涯で詠んだ句は2万句以上とされるほど多作で、梅を詠んだ句は他にも「梅が香やどなたが来ても欠茶碗」「梅さけど鶯なけどひとりかな」があります。どちらも、江戸の両国の一軒家にいる時、貧乏で孤独なわび住まいを詠んだものです。

このあと一茶は、日本有数の豪雪地帯である柏原に帰りました。『冬の梅』の句は帰郷後に詠まれたもので、一茶は心機一転、新たな境地へと向かう自分の姿を冬の梅に重ね合わせたのかもしれない。

建築物に使われることは少なく工芸品などの用途が中心

一茶に限らず、梅は昔から数多くの俳句や短歌、日本画などのモチーフとなってきました。しかし残念ながら、幹の径があまり太くならないため、曲がりが多いせいか、木材として出回ることは稀です。住まいの中では、樹皮が付いたまま磨き、床柱として珍重されることがあります。他には数珠、そろばん玉、将棋駒、櫛、箸、印材、根付といった小さな工芸品に用いられるようです。身の周りで梅の木を使ったものを探してみてもいかがでしょうか。

ショールーム紹介 仙台ショールーム

お客様によりよい住まいづくりをご提案

当ショールームでは、主に東北六県のお客様を担当させていただいております。フローリングから水回りの製品まで、まんべんなく品揃えの充実を図っており、また、発売して間もない新製品についても、実際にデザインや機能をお確かめいただくことができます。

より多くのお客様に足を運んでいただけるようにすることが、私たちの最大の目標と考えておりますので、引き続き、地域に寄り添い、訪ねてよかったと思っていただけるショールームを目指してまいります。今後ともさらなるご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

住 所 〒984-0042 仙台市若林区大和町五丁目10-22
TEL 022-782-1788(代)
休 館 日 火曜日、水曜日、祝日、夏期、年末年始、5月連休
営業時間 AM10:00～PM5:00



◇仙台ショールームスタッフ◇
写真右から井上(マネージャー)、鷲尾、鈴木です。



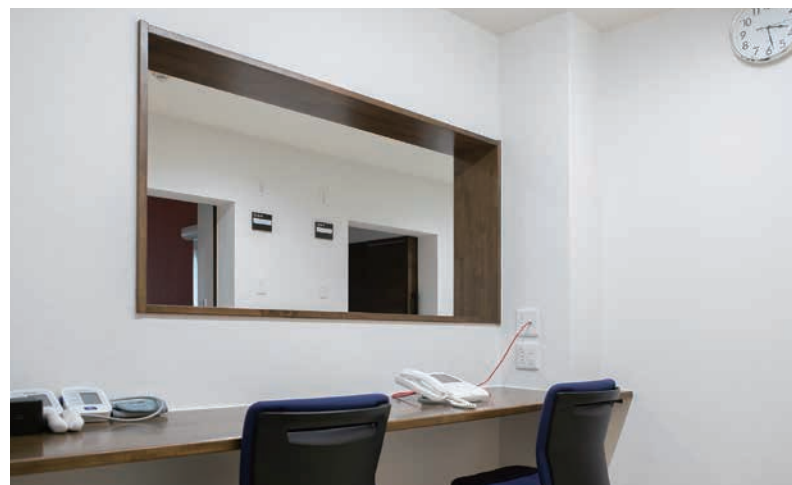
「大阪市人口ビジョン」(2021年3月更新)によると、大阪市の高齢化率は高齢者人口(65歳以上)の増加に伴い、2015年時点で25.3%と、1995年の14.1%から1.8倍になったと記されています。さらにこのまま推移すると、2045年には32.4%まで上昇し、実に「3人に1人が高齢者」という状態になると予測されています。



溝付き型の握りバーを装着したアウトセット吊り戸



収納(ファニチャータイプ)



スタッフルームの開口枠と集成材カウンター



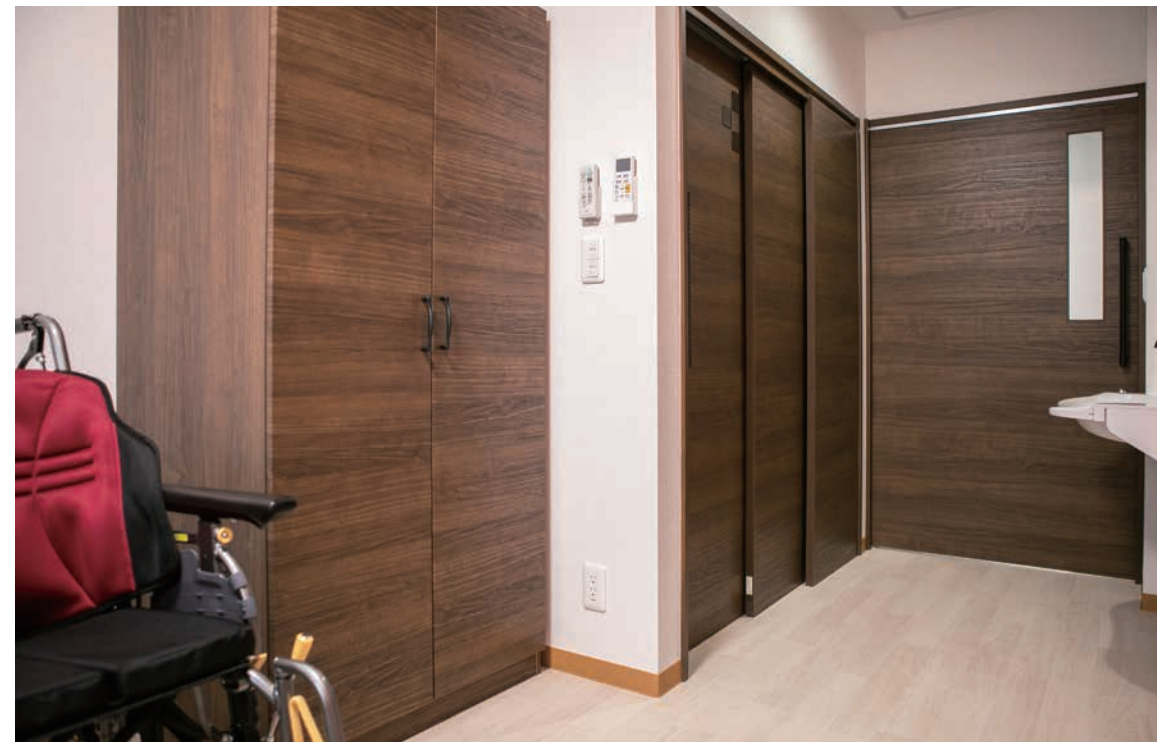
点灯・消灯を外から視認できるデザインYAスクエアパーツ

運営会社(株式会社ケントメディカルケア)様のご感想

「寿福の郷 今川」では、まだ入居者様を募集している段階ですが、トイレの吊り戸が軽い力でスライドし、空間を利用できる機能は、入居者様も介助する私たちにとっても快適であろうと期待しています。また、その吊り戸の上部に正方形が3つ(デザインYAスクエアパーツ)並んでいるのは、アクセントと思っていましたが、中央が半透明になっていて中の灯りを視認できると聞き、最近はこのような意匠の製品もあると知って驚きました。収納(ファニチャータイプ)は、適度に仕切りがあって、オンシーズン、オフシーズンの衣類などを分けて置ける点が重宝すると思います。ただ収納量を優先すれば、開き戸ですし、車いすの方にとっては、吊り戸が使いやすいので、今後その使い分けをご検討いただきたいと感じました。

施工：株式会社 ケーティアイ建設工業

セーフケアプラス



居室(約5畳)に設置された収納(ファニチャータイプ)、トイレ用ドア(2枚連動片引き吊り戸)、居室用ドア(片引き込み吊り戸)



全ての階の廊下や食堂などに設置された握りやすい手摺(マルポ21)



まもなくオープンする住居型有料老人ホーム「寿福の郷 今川」

当社の[※]「セーフケアプラス」製品群は、より高い安全性、快適性が求められる高齢者向けの施設で、数多くご採用いただいています。

関西でサービス付き高齢者向け住宅や介護付き有料老人ホームなどを営む株式会社ケントメディカルケア様(本社Ⅱ大阪市は先頃、大阪市東住吉区に新たな住居型有料老人ホーム「寿福の郷 今川」を完成させました。総戸数は75戸を数え、医療依存度の高い方も受け入れるというこの施設に、当社の「セーフケアプラス」製品群を多数ご採用いただきました。※「セーフケアプラス」とは、小さなお子様からシニア世代まで、安心・安全にご使用いただける高耐久製品として、当社が2011年から発売している製品の名称です。

おかげさまで広報誌「kigokoro」は本号でちょうど10号を迎えました。2019年7月の創刊時には、まだまだ暗中模索の状態にあった紙面構成も、回を重ねるにつれて固まるようになりました。けれども、興味を持っていただくための企画特集や、耳寄りな情報の選定など、よりよい紙面づくりに終わりはありません。一区切りを迎え、改めて今後も引き続き努力していかねば、と思う次第です。

情報は生鮮食料品と同じで、紙面やWebに上がった段階で劣化が始まります。ましてや「kigokoro」は季刊誌ですので、情報をストックしておくことはできません。取材活動が大きく制限された緊急事態宣言の最中にも、遅滞なく発刊できたのは、皆様の温かいご支援とご協力の賜物と、この場を借りて深く感謝申し上げます。

一括受注のオリジナルシステムを開発

建具、たとえば室内ドアを設置しようと思えば、必ず枠材が必要になります。窓も同様です。また、意匠性を高めるため、一般的に床と壁をつなぐ場所には幅木、床と天井については廻り縁という化粧材が用いられます。

このような枠材、化粧材のことを「造作材」と言いますが、当社ではそれをアルファベット2文字でIP（インテリアパーツ）と呼んでいます。

この呼称は1983年、当社が起死回生をかけて発売に臨んだ収納「ロイヤルシュノール」の納め部材に由来します。壁面を利用した「ロイヤルシュノール」は、当初から接する天井や床とのコーディネートを検討していましたので、当社はその納め部材に高級な塗装仕上げを施し、一般的な造作材と一線を画す「インテリアパーツ」という名称を付けました。

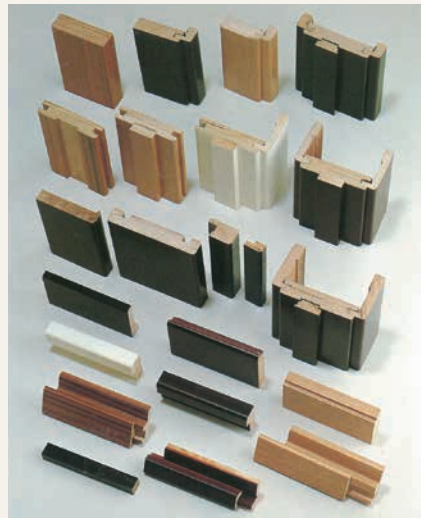
当時は第2次オイルショックの真っ只中にあり、各住宅会社は売れる住宅の一つとして「統一感のある室内空間」に着目し始めていました。

しかし、造作材や建具などの製品はさほど工業化が進んでおらず、大工技能者の腕に左右されないで、そのような空間を実現するには、かなりの困難を伴うと見られていました。

こうした中、1984年に当社はある住宅会社から、供給可能な住宅一軒分の製品を一括受注するという機会を得ます。

住宅部材を構成する製品（床、壁、建具、キッチン等）をコーディネートし、なおかつ積算、図面の作成と作業が多岐に渡ることが容易に想像できましたが、当時の当社にこれらの業務を統括する部門はありませんでした。なによりこうした一括受注を一過性のものに終わらせないためには、体系だったシステムの構築も不可欠でした。

前年に造作材をトータルコーディネートメントの重要な部材に位置付け、様々な室内ドアの開発に取り組んできた当社は、1984年10月、社内に住空間一括受注プロジェクト、通称TAP（トータル・アクセスブリ・プロジェクト）を組織しました。TAPでは、一括受注時に必要となる製品の拾



各種インテリアパーツ

2003年にそれまでメーカーごとにバラバラだったサッシの寸法基準が統一化されると、翌2004年、当社は「IPシステム」に窓枠の正寸プレカットを取り入れ、さらに他社との差別化を図っていました。

い出しから積算、施工納まり図の標準化を推し進め、3年後の1987年4月、ようやく標準図書を完成させました。

当時工業化が遅れていた造作材と建具を取り入れ、在来軸組工法、ツーバイフォー工法、そして中高層住宅などで一括受注できるようにしたこのシステムは、開発したプロジェクトの名前を受け継ぎ、「TAP S（トータル・アクセスブリ・プランニング・システム）」と名付けられました。

このシステムを中心に営業攻勢をかけたところ、大手の住宅会社を中心に採用が増え、また採用

された場合はその後、必ずと言ってよいほど再発注をいただきました。「TAP S」はその後、見積りの作成や生産指示などの機能加わり、名称も「IPシステム」に変更されました。

1990年は平成バブル期の真っ只中にあり、施工現場における人手不足の問題が浮き彫りとなりました。そこで当社は「IPシステム」に、邸別・部屋別にプレカットを施し、施工現場へ配送する仕組みを取り入れました。プレカットは特に窓枠材を対象としていましたが、大幅な省施工化につながるとして、多くの受注につながりました。

今回は建具製品をはじめ、トータルコーディネートシステムの先駆けとなった「TAP S」および「IPシステム」の概要についてご紹介します。

EIDAI HISTORY

第10回 内装材（建具・造作材製品）の開発

特別編1

Pro's Note by 住宅産業塾

監修：住宅産業塾／日菱企画株式会社 事務局
〒105-0001 東京都港区虎ノ門2-5-4 未広ビル4F TEL:03-3503-2867 FAX:03-3503-2869
E-mail: hbsg@jyutakujuku.co.jp URL: http://www.jyutakujuku.co.jp

これからの道筋は「環境」をベースに考える ～経営戦略にSDGsを取り入れよう～

1年延期されていたCOP26（国連気候変動枠組条約第26回締約国会議）では、平均気温の上昇を1.5度に抑える目標と、温室効果ガス削減目標の再強化要請が宣言に盛り込まれました。地球規模で環境を真剣に考え、脱炭素社会の実現に向け加速していきます。日本でも2050年カーボンニュートラル、そして2030年度までに46%（2013年比）の温室効果ガス削減目標を掲げましたが、環境とエネルギー施策に密接に関わる住宅業界はその重責の一端を担っています。これは世界の潮流として、業界全ての方たちに課せられたものであることを理解する必要があります。

「環境」への取り組みが企業評価に直結する

関連性のある動きとして、**建物の性能水準引き上げ**の道筋も見えてきました。国交省を中心に内容の検討が行われ、低すぎるものが問題視されていた省エネ基準について、**断熱等級6、7の設定を含む新基準について3月公布、秋施行の流れとなり、住宅性能を大きく引き上げる方向**が見えてきました。日本の住宅も、**ようやく世界水準に近づく**ことになります。

業界全体が**「環境」重視へ大きく舵を切っており**、既に、その取り組みが企業評価に直結してくるようになりました。もはや、取り組むべきというより、**どう取り組んでいるか、が問われる時代**になったと言えるでしょう。

この命題に関し、改めてクローズアップされるのが、**持続可能性のある社会の実現を目標に掲げたSDGs**です。

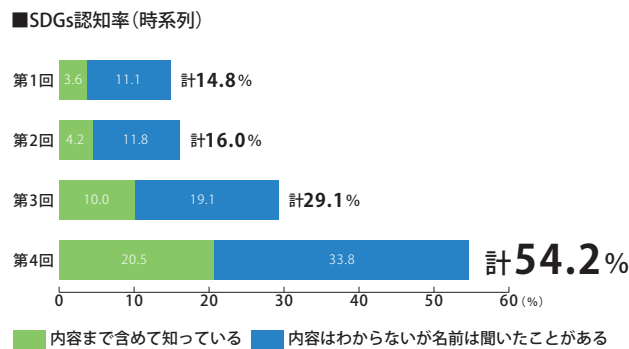
SDGsに取り組むのは今がチャンス！

過去にも一度、SDGsを本紙面でテーマにしました。それから1年以上が経過し、メディアに露出する機会がさらに増えてきました。電通の調査によると、その**認知率は2020年が29.1%に対し、2021年には54.2%とほぼ倍増**、というデータも出ています。学校教育にも積極的に取り込まれており、SDGsは中身についてはさておき、日本でも広く認知されるようになりました。**大手建材・ハウスメーカーはこぞってSDGsへの取り組みを会社の看板とし、「環境」対策を自社の重要テーマと位置付けていますが、中小、工務店の中で積極的な企業は未だに一部に留まっている**ようです。

「環境」を勝ち残りのための経営戦略に取り込むには、**世界共通の指針であるSDGsを積極的に取り入れ推進**することが、一番説得力があり有効であるのは間違いありません。高性能・省エネ住宅の推進、災害や住まい手の健康への配慮、生産性の向上、業務システムの構築、働き甲斐のある環境づくり等、今、やるべき住宅事業者の経営改善の大半がSDGsの各目標のいずれかに直結するものであり、まさに、住宅業界こそが最もSDGsに取り組みやすい職種の一つであると言えます。

改めて、**「環境」への認識を高め、経営戦略にSDGsを取り込み推進し、世間から環境、そして社会に貢献する企業として評価されることを目指していきましょう。**既に取り組んでいる方はもちろん、これからの方は今からでも行動に移してください。**機運が盛り上がりつつある今がチャンスです。**

次回、このテーマにさらに切り込んでいきます。



※SDGsを取り入れる際には、住宅産業塾までお問い合わせください。
<https://www.jyutakujuku.com/>

【本グラフについて】 出典：電通 Team SDGs・ソリューション