

パリ協定実現のカギを握るのは、
企業や自治体といったプレイヤーたちの
率先行動と、それを支える低炭素技術である。

第3回

積水ハウス(株)(後編)

積水ハウス(株) 常務執行役員 環境推進部長 兼 温暖化防止研究所長 石田 建一氏

聞き手 WWFジャパン 気候変動・エネルギープロジェクトリーダー 小西 雅子

健康で快適な住環境を追求 住宅産業の総力で世界の変動に立ち向かう

住宅メーカーの責任としてエネルギーや地球環境問題といった社会課題に対峙してきた積水ハウス(株)。新築戸建て住宅のスマートハウス化は進み、ネット・ゼロ・エネルギーハウス(ZEH)は実に全契約数の7割を超えた。一方、取り組みのりしろが大きいものの、転換が難しいのが既存住宅やマンションなどの集合住宅。社会のあり方を問いながら住環境を追求するこれからの積水ハウス(株)と業界の未来を展望する。

ストック市場へのアプローチ

小西 既存住宅への取り組みは進んでいるのですか。

石田 戸建て住宅の着工棟数はプレハブ住宅メーカー1位となる1万2570戸、ZEHの累積受注棟数も日本で最も多い2万6840戸(いずれも2016年度実績)を達成しています。将来的に人口減少が予想される中、今後は「ストックビジネス」と称される既存住宅のリフォーム事業が重要になると見えます。リノベーションの価値が上がるような社会システムの変革も求められますが、パリ協定の実現で求められる2030年に業務・家庭部門からの4割削減は既存を含めての目標ですから、ここをいかに攻めていけるかが、社会全体の脱炭素化に大きな影響をもたらします。また賃貸住宅や集合住宅など、これまで環境配慮型住宅の選択肢に乏しかった分野でも、新たに市場をつくって



右から石田氏、小西氏(大阪万博イズロイエ展示場の前にて)

いきたいと思っています。

小西 貴社の活動が市場拡大など社会に及ぼす影響は大きいと思います。

石田 実は私は代々大工の家系である工務店の長男として生まれました。建一という名前もそこに由来します。名前に導かれるように、住宅用熱負荷シミュレーションやエネルギーの収支計算など10年くらい研究してきましたが、ある時ふと、「たくさん論文を書いてもそこで示した理論や技術は社会にまったく普及していないじゃないか」と気付きました。そこで研究と共に、顧客に向けていかに流通させるかというマーケティング

を徹底することになりました。

数を増やして 社会的インパクトを植えつける

石田 例えばホームエネルギーマネジメントシステム (HEMS：家庭で使うエネルギーを節約するための管理システム) の開発によってエネルギーの見える化ができるようになりました。しかし設置し数字を見ながら生活することが理想の住まいとはいえません。住まいのZEH化はCO₂排出量と光熱費の大幅削減とともに、より快適な暮らしと住まい手の健康長寿にもつながるもの。HEMSはあくまで家をより快適にするツールです。こうしたメリットをお客様に訴求し、付加価値の高い住宅商品の販売拡大を図っていきたい。新築も既存住宅も市場をつくるとは、数を増やす、普及させるということなのです。

小西 WWFジャパンで脱炭素化に向けた長期シナリオとして100%自然エネルギーシナリオを発表しています。省エネと自然エネルギーの活用で燃料費が節約され、経済性にお得になることを示しています。環境性をコストパフォーマンスで語ってしまいがちですが、違う切り口から訴求していく必要があるのかもしれない。

石田 例えば太陽光発電は経済的には有利でも快適性には反映されません。一方、断熱性は経済的なメリットが分かりにくいものの、快適性を大きく向上させる要素となります。環境性を経済性で示すことは重要ですが、それを指標のすべてとしたマーケティングでは本質を見誤ります。

小西 ところで石田さんは温暖化防止研究所所長も兼務されていますね。

石田 快適でありながら温室効果ガス排出削減を実現する住環境を追求する機関です。ミッションは「住宅のプリウスをつくること」でした。

弊社のCEOの口癖は「従来の発想を超えた取り組みで社会問題を解決せよ」です。住まいは社会の中心だから、と。それには、



屋根には瓦型の太陽電池モジュールが設置される。エネルギー収支ゼロの家「グリーンファースト ゼロ」

事業を通じた企業価値の創造が不可欠です。

小西 今後どんな取り組みで企業価値の創造を進めていかれますか。

石田 これは弊社のCEOの言葉ですが、『「激動」が日常になる時代、私たちはどのような判断基準を持ち、未来を見据えていけばいいのか。その一つのキーワードになるのが「オールジャパン」』です。

弊社ではパリ協定の際に「GLOBAL ALLIANCE BUILDINGS AND CONSTRUCTION AT COP21」という建物および建設部門におけるグローバルアライアンスに署名しています。20カ国を含む世界70の機関と情報交換し、世界動向を見極めながら世界のマーケットを見据える。世界で成長するために「一企業、自社だけが利益を上げればいいのか」という発想ではありません。住宅産業全体で時代の潮流を先取りする総合力を発揮していきたいですね。

収録日：2017年3月14日

取材後記

省エネ行動としては家電の買い替えより窓など住宅そのものの断熱化を進めるほうが効果的です。WWFシナリオでもそう指摘していますが、石田さんに「断熱化された家は快適で健康に過ごせる。省エネのために家を買う人はいないが“快適性”なら人は動く」と言われてハッとしました。地球にも人にも優しいZEH♥
(小西 雅子)

(前編は2017年5月号10、11頁に掲載)