

「ヘーベルウォールテクノ」の仕組み

な住宅。これをローコストで実現する同社の取り組みを、高橋社長は「スマートでキュートな家づくり」と表現する。

同社の家づくりのベースになるのは、4年前の05年に同社が実用新案を取得したオリジナル工法、「ヘーベルウォール工法」。「最高の木造住宅」を目指し、高気密・高断熱・高遮音を追求した工法だ。

国が定めたC値基準よりさらに厳しい気密性能

現場発泡の吹付け断熱材「フォームライトSL」と外壁材「ALCヘーベルパワーボード」を用いたダブル断熱構造が大きな特長の一つ。第三者機関により気密性能を表すC値を測定し、これが同社の定める基準である1平方分の平方メートル以下でなければ引き渡さないという徹底した姿勢を貫いている。

C値とは、家全体にある余分な隙間の大きさの数値のこと。ちなみに、国が定める次世代省エネルギー基準は、首都圏エリアで5平方分の平方メートル以下。同社ではさらに厳しい社内規定を設けていることになる。徹底して隙間を無くしたということは、高い気密性・断熱性とともに遮音性にも繋がった。ピアノの音などが外に漏れないという。「ヘーベルウォール工法」のもう一つの特長は、新技術の「透湿する屋根+外壁」。透湿とは湿度を逃がすことだ。透湿するルーフィング材の連続した使用によって、湿度を屋根から外部へ逃がすことができるようにした。「奈良の正倉院の校倉造のように、何もしくなくても木材に良好な環境を作れるので、その健康状態を保つことができます」(高橋社長)

こうした特長によって「ヘーベルウォール工法」による家は、比較的温暖な神奈川県において、寒冷地仕様の気密・断熱レベルを実現している。それが「無意識の省エネ」と「意識の省エネ」に繋がるといふ。

まず住んでみると、従来と同じライフスタイルでも



高橋 幹雄 社長

減や省エネルギーなどの社会的要請がある現在、生活

者や居住者の双方の視点から、住宅の省エネルギーを推進することが極めて重要となっている。これを従来以上に効果的に行うには、建物とエネルギー設備機器をセットとして捉え、住宅のトータルとしての質の向上を目指す必要がある。

「ハウス・オブ・ザ・イヤー・イン・エレクトリック」でダブル受賞

「ハウス・オブ・ザ・イヤー・イン・エレクトリック」は、こうした考えから2006年に創設された。オール電化住宅を対象として、省エネルギーの観点でのトップランナーを表彰し、一層の省エネルギー(オール電化)住宅の発展や普及を促進する狙いだ。

08年度の受賞企業は全国

から22社。大手ハウスメーカーが名を連ね、供給量実績も重点審査される中で、唯一の有限会社がベスト・プランニングだった。

「住まいの省エネは、日本が目指している温暖化ガス25%削減には不可欠です。そんな中で50%削減、それ以上を現実にする住宅を、

一部の高額所得者だけではなく多くの方に実現してもたえる家づくりが評価されたと自負しています」

と話す高橋社長。「ハウス・オブ・ザ・イヤー・イン・エレクトリック」がテーマとする「躯体と設備をセットで考えた、トータルでスマート(省エネルギー)

民 民主党は、その政権公約(マニフェスト)で「2020年までに温暖化ガスを25%削減(1990年比)する」ことを掲げている。しかし、達成が非現実的な環境政策だとし、否定的な意見も多い。「難しそうとされていますが、私は不可能とは思いません。むしろ50%削減も夢ではないと考えています」

そう断言するのは、有限会社ベスト・プランニングの高橋幹雄社長。同社は神奈川県全域(一部地域を除く)と東京都町田市を施工

可能エリアとして自由設計の家づくりを展開する、一級建築士事務所であり住宅メーカーだ。

今年2月23日、同社の住まいのブランドの一つである「ヘーベルウォールテクノ」が、「ハウス・オブ・ザ・イヤー・イン・エレクトリック2008」の優秀賞と地域賞をダブル受賞した。これは、主務官庁が国土交通省である財団法人日本地域開発センターによる表彰制度。同法人は、経団連・学界的代表による民間からの発意によって、地域・都市・環境など国土政策全般にわたる調査研究を目的として1964年に設立された組織だ。

二酸化炭素(CO₂)削減や省エネルギーなどの社会的要請がある現在、生活

者や居住者の双方の視点から、住宅の省エネルギーを推進することが極めて重要となっている。これを従来以上に効果的に行うには、建物とエネルギー設備機器をセットとして捉え、住宅のトータルとしての質の向上を目指す必要がある。

「ハウス・オブ・ザ・イヤー・イン・エレクトリック」でダブル受賞

「ハウス・オブ・ザ・イヤー・イン・エレクトリック」は、こうした考えから2006年に創設された。オール電化住宅を対象として、省エネルギーの観点でのトップランナーを表彰し、一層の省エネルギー(オール電化)住宅の発展や普及を促進する狙いだ。

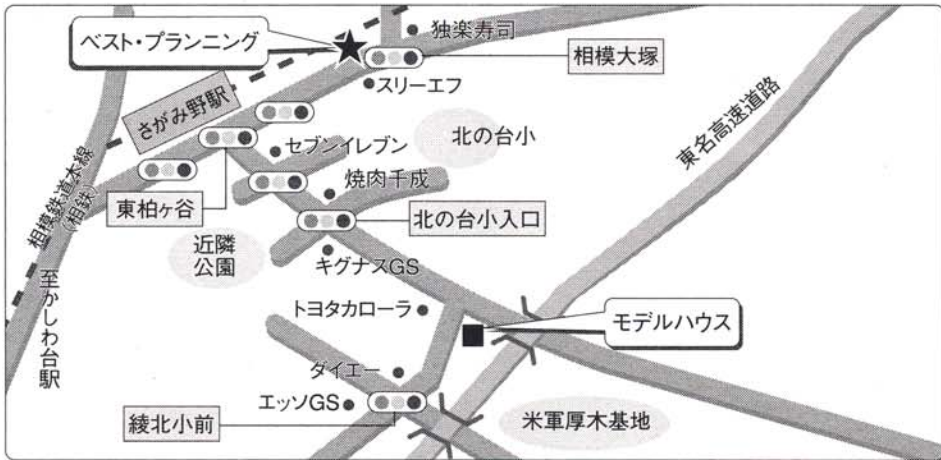
08年度の受賞企業は全国



神奈川県綾瀬市にある同社モデルハウス

ベスト・プランニング
環境政策応える「ヘーベルウォール工法」の家
理系男性が妻に薦める性能とコストを実現!

(神奈川)



同社とモデルハウスの地図



高橋社長には著書もある。「家づくりの極意」(ハウジングエージェンシー)

【会社概要】
 本社 神奈川県海老名市東柏ヶ谷6-23-12
 ☎ 046-234-2206
 設立 1998年5月
 資本金 1200万円
 事業内容 注文住宅の新築・リフォーム
 建設業許可番号 神奈川県知事 第616991号
 一般建築士事務所登録 神奈川県建築士事務所登録 1067号
 宅地建物取引業免許 神奈川県知事 第23476号
<http://b-planning.co.jp>

「ヘーベルウォール工法」の誕生には、高橋社長のつらい記憶が背景にある。10年ほど前、イタリアで開催された住宅の展示会に参加した時のことだ。
欧米人から冷やかされた悔しさから生まれた家
 「日本は車や家電は良いものなのに、住宅はどうして30年ほどしか持たないものしか作れないのか」と疑問を投げかけられました。すぐには理解できませんでしたが、確かに「日本の家はただの小屋で、インドの家より暑く、ロシアの家より寒い」と欧米人から冷やかされることもある。悔しい思いました(高橋社長)
 原因は、1950年に制

定された日本の建築基準法が定めた住宅で商売することにあると気付いた。そこで高橋社長は、建築基準法の基準を「から見直し」「賢い建材」だけを使って家づくりをすることを目指した。たどり着いたのが、「ヘーベルウォール工法」による家づくりだった。木造の法隆寺は1000年以上の歴史を超え、現存する。コンクリートや鉄骨では難しい。木造は本来こうした材質だ。木の健康を保つ同社の家づくりなら、「200年住宅」といった長寿命が実現できるという。この取り組みが評価され、同社は設立から12年間増収増益を続けている。高

橋社長は、次のように展望を話す。
 「政治も変わり、日本の国は良い方向に行くと考えています。日本人として誇りを持って生きられるようになれば嬉しいですね。そして、子供は国として育てなければ。そうすれば、ただの経済大国ではなく本当の先進国になれると考えます。当社はそうした日本人の土台となる家を、責任を持ってつくっていきます」
 「会社の流儀」が選ぶ家。それはこんな家だ。(亀)

冷暖房費の効率が大幅に上がるので、意識しなくても自然と省エネになる。これが「無意識の省エネ」。そして、住んでから1年が経つと、性能の違いを肌で感じられるようになる。しっかりと断熱された住宅では、室温と床・壁などの表面温度と体感温度が近いので不快感を覚え、少しの冷暖房で快適に感じられるからである。
 違いに気づいた瞬間。これまで以上に居住者の省エネ意識は高まり、ライフスタイルにもさらに工夫もたらされるといふ。これが「意識の省エネ」だ。

「ハウス・オブ・ザ・イヤー・イン・エレクトリック」2008」の優秀賞と地域賞をダブル受賞した「ヘーベルウォールテクノ」は、こうした性能を出す「ヘーベルウォール工法」をベースにして、電気代ゼロを実現させる「高い躯体性能+電気代0円」の家だ。
 目玉となるのは、太陽光発電システムと、24時間全館を温める土壌蓄熱式輻射

床暖房システム「サーマ・スラブ」を装備したこと。「サーマ・スラブ」は、建物の地下部分にヒーターパネルを埋設し、昼間の電気料金の約3分の1である深夜電力を利用して地中に熱を伝える仕組みを持つ設備。この地中の熱が大きな蓄熱層を形成し、床面を通して輻射熱を24時間照射する。輻射熱は人体を直接温めるのではなく、周囲を全体的に適切に温める熱の種類なので、快適な環境が生み出されるのだ。
10年間もし電気代かかれは同社が負担するシステム
 「サーマ・スラブ」で電力を大きく節約し、太陽光発電システムで売電まで踏まえて発電をする。「ヘーベルウォール工法」のもとでの躯体性能にこうした設備が合わさることで、電気代ゼロが実現する。という。「万が一、1年を通して電気代の持ち出しがあった場合は、当社が負担します。これを10年間、責任を持ちます。これが当社の設定

した「10年間電気代保障システム」です(高橋社長) ちなみに、ガスは使用しなくて済むようになる。当然ガス代もゼロになる。高橋社長が可能であると信じて疑わない、温暖化ガス50%削減。同社がつくるような家が広まれば、確かにそれも夢物語ではない。ただ、気になるのはこうした家づくりに対してのコストだ。太陽光発電の導入などは高根の花という見方もある。
 「当社のような「技術系工務店」なら、その不安を解消できると思います」と高橋社長は説明する。
 同社には営業マンは一人もいない。売りは技術だ。逆に、技術は持たず営業力に頼って広告費を高い価格に反映する「営業系工務店」が存在するという。

同社では広告費を大きく削って、良い材料と適切な労務費で丁寧な施工をすることを追求している。ここまでやって「営業系工務店」よりは安く済むという。住宅業界にとって、テレビCMやチラシなどの広告費は高価なものなのだ。さらに同社では、土地を探している顧客を不動産仲介手数料ゼロでサポートしている。値引き交渉もなし。「宣伝を多くしていない分、ホームページから当社を知ってお客様が多いですね。傾向としては理系の一部上場



「サーマ・スラブ」の施工風景