



エコハウス研究会季刊紙

そらどま

2021年
春号

第5号

2021 . S P R I N G v o l . 5

CONTENT

丸谷 博男(代表理事)

丸谷博男の開発NOTE

- ・ EARTH TUBE
- ・ DIRECT GAIN の恩恵を北側居室にも
- ・ ポット式石油ストーブによる空気循環煙道熱交換式床暖房システム
- ・ 土中熱を使うー自然のリズムは応答する
- ・ パンプとアクティブは2元論に陥らないこと

建具で躍進する株式会社イマガワの仕事

磯貝 左千夫(事務局担当・理事)

最新 SEO とことん極めた内容が最も重要

田村 洋二(流通担当・鋼鉄商事株式会社)

そらどま仕様の狭小地3階建て「瑞江の小住宅」の進捗状況

写真・牧ヶ谷の住宅(設計・永田章人、酒井信吾)

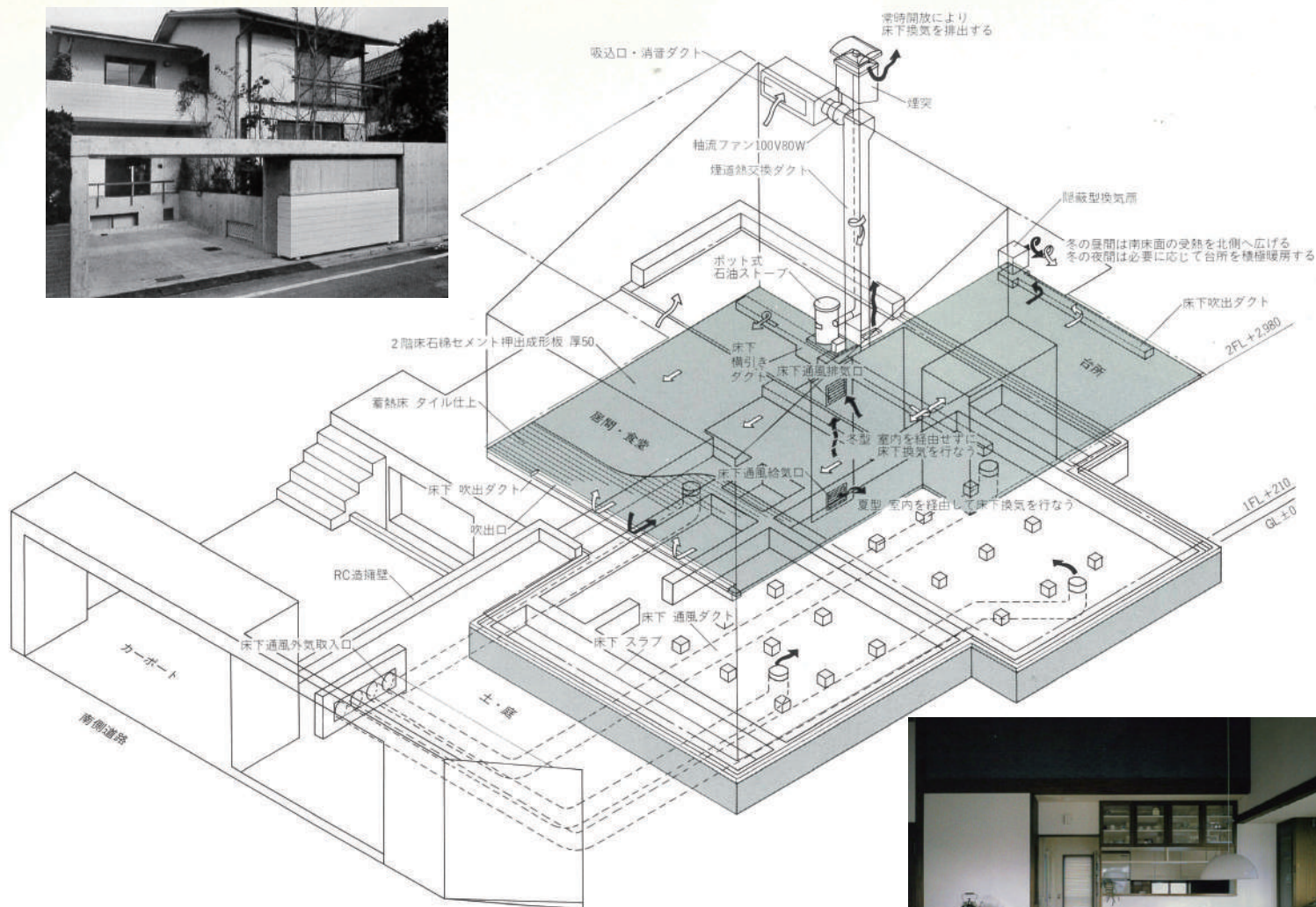
丸谷博男の開発 NOTE

代表理事 丸谷 博男

EARTH TUBE

初めに取り組んだのは、独立前の最後のプロジェクト「赤堤の家」1982年4月～10月設計、1983年6月竣工現在、住んでいる「梅ヶ丘の家」からも徒歩圏内、道路と敷地との段差は+1M。その段差を利用して、床下・ベタ基礎内に地中熱で夏冷冬暖の外気を取り入れ、家の中心部に設けた縦ダクトの煙突効果により、外気を誘導している。

Ans. 住まい手の奥様からは、夏の涼しさの実感が寄せられていました。



DIRECT GAINの恩恵を北側居室にも

2階リビングの冬の暖かさは、申し分ありません。ダイレクトゲインのお陰です。もちろん景色も良い、道を歩く人々との目線を気にならない・・・良い事づくしです。同じ「赤堤の家」では、階上床をアスロック60厚を用いて、3尺ピッチの梁に直接載せました。根太なしで、防音にも優れています。築熱効果も抜群。さらに、北側にファンを設けて、オーバーヒートした南側から空気を導き、北側の居室に引っ張りこんだのです。南北差を無くし、快適化を計る知恵でした。床仕上げは、コルクタイル、磁器タイル、そしてジュウタンでした。



建具で躍進する株式会社イマガワの仕事 丸谷 博男

木製建具製造(業界)の事業所統計データは、下記の通り、その後も急速な現象傾向は歯止めが効かない。平成20年(2008年)事業所数：11,609社、従業員数：38,489人、出荷額：3725億4300万円から、平成26年(2014年)事業所数：9,801社、従業員数：29,098人、出荷額：2631億8600万円と大きく減少しています。

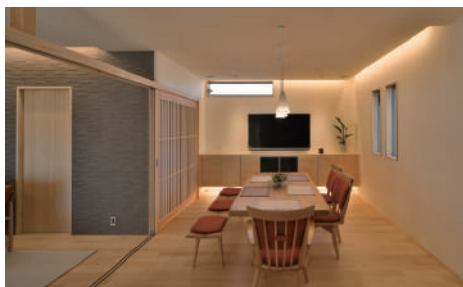
昭和31年に「全国建具商工連合会」が設立し、昭和45年6月に「全国建具組合連合会」と改め、平成27年に創立60周年を迎えました。その会員も、昭和51年には15,131名の会員数ピークでしたが、平成27年では1,843名まで減少しています。

これは、建具産業を支えてきた住宅環境の変化や新築住宅着工数の減少とともに、無垢材の建具から、MDFやフラッシュの建具の製造は、大規模な工場生産が多くを占め、手加工の

職人的な需要は縮小し、多くの零細手工業であった木製建具製造所は経営難、高齢化、後継者不足などを抱える現状となっています。

一方、建具職人の技能、技術は木工加工の中でも最高峰といわれ、非住宅のホテル、公共施設、店舗等での空間や家具、インテリアなど広がりを見せるなど明るい側面もあります。2006年「地球温暖化対策の推進に関する法律」、住宅や公共施設等への地域木材利用の推進、同年の「住生活基本法」「森林吸収源対策としての住宅への地域材利用促進」。2008年の「長期優良住宅の普及の促進に関する法律」。2010年の「木材利用促進法」によって、木材利用抑制政策から、地球温暖化対策の一貫として、積極的木材利用促進が図られる事になっています。

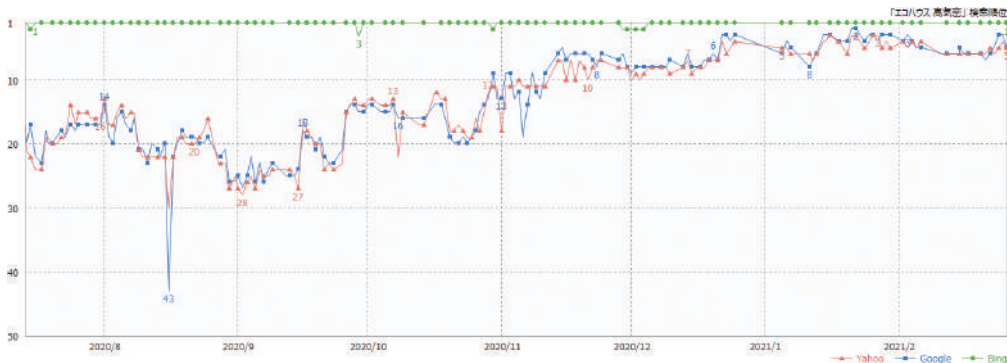
こうした状況の中で、新しい技術を使い、地域材にこだわりながらも、新しい建具の世界を開きつつある製作所が、「株式会社イマガワ」です。斬新なデザインは、まさに建具の革新を形にしています。今後ますます注目される企業です。



最新SEO とことん極めた内容が最も重要

理事 磯貝 左千夫

2020年5月に開設した、エコハウス研究会の一般向けのホームページ「エコハウナビ」は、開設してまだ9ヶ月ですが、Googleの検索ランキングが上昇し、問合せも7件入りました。7件の内6件が家を建てたいという方で、もう1件がNHKの取材依頼でした(2月4日放送高校講座)。成約には至っていませんが、上々の滑り出しと言えるでしょう。



このグラフは、Googleでキーワード「エコハウス高気密」で検索した時の、検索順位の全国ランキングを調査したものです。「エコハウナビ」では、ブログを書いていません。更新も月に1回程度です。検索ランキングが上がることで、問合せが入るようになったのです。ブログも書かず、更新も月1回程度で、SEO対策費用も使っていないにも関わらず、どうして検索ランキングが上がるのでしょうか。それは、ページの内容が充実しているからです。

右の図は「エコハウナビ」の壁のページです。1ページに、壁の情報が徹底的に記載されています。壁だけではなく、屋根、基礎と構造、空気循環と換気、冷暖房、採光、室内抗菌化など、作成した全てのページは、縦に長く、情報が徹底的に記載されています。Googleの検索人口知能は、このニッチな情報を評価してくれているのです。

とことん極めた内容が最も重要

Googleの検索エンジンの性能は、人口知能を搭載したことによって、飛躍的に向上しています。文章に書かれている内容も、読み理解し、優れているか否かを判断できるレベルまで来ていると予想できます。画像に写る人の認証までできるわけで、画像から場所の特定もできるようになっているのではないのでしょうか。数年前までは、更新頻度が高いことが、高い評価を得ていました。このため、ブログを書くことが必須でした。しかし、2020年の始めごろから、更新頻度の評価が下がりました。ブログを更新することで、ページ数を増やし、検索順位を上げることは、人口知能が発達したことで、意図的なテクニックと解釈されてしまったのです。

ニッチな情報も含めて、とことん極めた内容を、どれだけ盛り込むことができるかが最も重要です。注意していただきたいのは、「エコハウナビ」のページをコピーして、ホームページに掲載すると、反って順位を下げることになります。2011年パングアアップデートにより、コピーで作られたページや、プログラムによって自動生成されたコンテンツは、検索上位から一斉に排除されるようになっているからです。

コロナ禍にあってホームページの閲覧数が増えています。同時に、お問合せの件数も増えています。住宅建築ブームと言っても過言ではありません。ホームページからの集客を今一度検討してみてください。

ホームページに誘導する手法は3つ

ホームページからの集客は、必要不可欠になっていますので、見込み客をホームページに誘導する方法をお伝えしておきます。ホームページに誘導する手法は3つに分類されます。

名称	ペイドメディア	アードメディア	フリーメディア
内容	有料広告	SNS・口コミ	SEO対策
手段	不特定多数に発信して認知度を上げる	ファン層を増やして評判を上げる	検索エンジンを無料で使い不特定多数に発信
ツール	・リスティング広告 ・バナー広告 ・SNS広告	・Instagram ・YouTube ・Facebook ・Twitter ・外部ブログ	・Google ・Yahoo
初期費	○	◎	△
維持費	×	◎	◎
人件費	◎	×	◎
時間	◎	×	×

費用をたくさん掛けられるのであれば、手間も時間も掛からないペイドメディアになります。この方法を使うと、広告が掲載されると同時に、検索エンジンのランクも上昇します。ただ、広告を止めた途端、集客できなくなりますので、永遠に広告掲載が必要になります。

SNSや口コミを使うアードメディアは、無料でできますが多くの手間と時間が係るため、兼任スタッフだけでは対応できず、専任スタッフが必要になります。

フリーメディアは、ホームページの制作費がかかります。SEO対策が一度旨く動き出すと、その後無料で集客することができます。注意したいのは、SEO対策に有料の成果報酬型のサービスを使わないことです。



そらどま仕様の狭小地3階建て「瑞江の小住宅」の進捗状況

鋼鉄商事株式会社 田村 洋二

① 遮熱シート

薄型の遮熱シートを使用。屋根は通気層に弛ませて張り、壁はジグザグ張り2重通気としています。



② 木質繊維断熱材ウッドファイバー

断熱材はウッドファイバーを使用。出来るだけ継ぎ目がないように入れていくと、端材が結構出るなという印象です。端材は防音目的でトイレ周りにも入れています。



③ 可変透湿気密シート

夏の逆転結露対策で可変透湿気密シートを採用しています。夏場に壁体内の湿度が室内より高くなると、室内側へ湿気を逃がします。



④ 調湿タイプの石膏ボード

防火の関係で壁は強化石膏ボードですが、3階天井など使用可能な部分には、調湿機能のある石膏ボードを使用しています。(調湿建材認定品ではありません)



⑤ 光ダクト

南側敷地が現在は駐車場ですが、将来建物が建つ可能性も考慮し1階南側に光ダクトで採光しています。今回はこのダクトを上下階の空気の循環ダクトと兼用しています。静電気式空気清浄機と光ダクトパネル表面に塗布した光触媒で空気の浄化も行います。



⑥ 金属防水

ルーフバルコニーには金属防水を採用。遮熱効果のあるエコタイプとなっています。FRPと比較するとトップコートの塗り直しが不要なのでランニングコストもかからず、10年の防水保証がついています。



竣工は4月中旬の予定で、完成見学会を実施します。

プロ向け ▶ 4月9日(金)

<https://ws.formzu.net/dist/S95752294/>



一般向け ▶ 4月10日(土)・11日(日)

<https://navi.ecohouse.ac/ecohouse-event/2021/210410/>



次回以降は空調、換気設備関係、竣工後は住み心地や空気質のデータなどをレポートしていく予定です。

一般社団法人エコハウス研究会

本部 東京都世田谷区代田3-48-5 梅ヶ丘アートセンター
事務局 東京都国立市富士見台2-12-32

代表理事 丸谷 博男(株式会社エアーアンドエー・セントラル代表取締役)
理事 若原 一貴(日本大学芸術学部准教授)
理事(事務局長) 磯井 左千夫(株式会社ジェイボックス代表取締役)

幹事

東北エリア 高木 正基(高木電気管理事務所) 北陸エリア 永森 裕章(株式会社ジュープラス)
関東・沖縄エリア 菅原 律子(菅原律子設計事務所 +itS) 関西エリア 上原 弘一郎(ウイズダムデザイン)
静岡エリア 永田 章人(株式会社永田デザイン) 関西エリア 新堂 雄美(A.S.A.P. デザインラボ)
浜松エリア 大石 智(有限会社大石設計室) 九州エリア 金子 知史(金子工務店)
中部エリア 稲垣 憲子(株式会社ハウスジャパン)