

KITAKEI-Report

No.204
August2026

発行：北恵株式会社 〒 541 - 0054 大阪市中央区南本町 3 - 6 - 14 TEL.06 - 6251 - 6701
<https://www.kitakei.jp/>

室内空気環境の新課題「香害」 その実態と住宅環境への影響

過敏症・香害を正しく知る委員会は6月、衆議院第二議員会館においてパネル展「不安虫ちゃんの参加型パネル展 香害ってなあに？」を開催しました。この展示会は、柔軟剤や芳香剤などの合成香料を含む日用品によって引き起こされる健康被害「香害」の実態を伝えるために企画したものです。

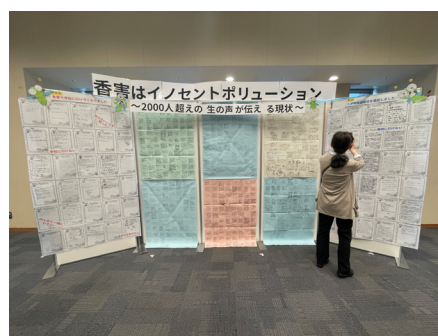
会場では、化学物質過敏症の当事者や、学校での香料に苦しむ子どもたちなど、2000人分を超える切実なメッセージが公開されました。住宅産業においては、かつて建材から発生するホルムアルデヒド等の揮発性有機化合物(VOC)によるシックハウス症候群が社会問題となりましたが、2010年頃からは住まい手が室内に持ち込む日用品の香料や抗菌成分などの化学物質による新たな被害が顕在化しています。

香害の主な要因として、香料を長時間持続させるためのマイクロカプセル技術が挙げられます。これは合成香料や除菌成分を微細なカプセルに閉じ込め、それを時間差で弾けさせることで、長時間にわたって化学物質を放出し続ける仕組みです。

この過程で放出される物質を吸引することで、頭痛、吐き気、咳、めまい、呼吸困難といった具体的な身体症状が引き起こされる可能性があります。さらに、微量な化学物質への曝露を繰り返すことで、日常生活に支障をきたす化学物質過敏症(CS)を発症するリスクも報告されています。

この問題は、製品を「買う」、「使う」という日常的な行為が、無意識のうちに他者の健康を損なう加害者的な側面を持つことから、本パネル展の主催団体によって「悪意なき汚染(Innocent Pollution)」と名づけられました。

香料を日常的に使用している人は自らのニオイに慣れて感覚が麻痺する傾向がある一方で、無香料のユーザーや被害者はその変化を鋭敏に察知



柔軟剤の匂いで頭痛がするの、親も教師も自己管理不足だと信じてくれない——。周囲の不理解に苦しむ切実な実態が、パネル展には数多く寄せられた。

特に共有空間で過ごす子どもや、嗅覚の鋭いペットへの影響は深刻です。学校現場では、周囲が使用する香料によって子どもが集中力の欠如や体調不良に陥り、学習機会を失う、あるいは登校自体が困難になる事例が発生しています。

また、人間よりも化学物質を代謝する能力が低い犬や猫などのペットにとって、合成香料は皮膚の痒み、嘔吐、呼吸困難などを引き起こす負担となる可能性があります。

住宅の設計や施工に携わる実務者の中には、自らが軽度の化学物質過敏症を発症した経験から、室内空気環境の重要性を発信している例も見られます。住宅における空気の質は、建材の選定というハード面だけでなく、入居後の生活用品による影響も大きいです。効率的な換気計画の策定や、施主に対する日用品が室内環境に及ぼす影響についての情報提供は、住まい手の健康を維持するための客観的な判断基準の一つとなっています。法的な基準の遵守に加え、入居後の生活習慣を含めた空気環境の管理が、現在の住宅品質を構成する要素となっています。

するという感覚の乖離が存在します。そのため、被害を周囲に訴えても「心理的な問題」や「過剰な反応」と受け取られ、社会的に孤立しやすい構造があります。

リフォーム工事の受注金額 住宅・非住宅とも過去最高

国土交通省は6月12日、令和7年度第4四半期および令和7年度計の建築物リフォーム・リニューアル調査報告を公表しました。

令和7年度第4四半期の受注高は3兆7037億円であり、対前年同期比で10.3%の増加となりました。そのうち、住宅に係る工事の受注高は1兆1655億円で同比27.0%の増加、非住宅建築物に係る工事の受注高は2兆5381億円で同比4.7%の増加でした。

なお、今回は四半期別統計を開始して以来過去最高のリフォーム・リニューアル受注高を記録しており、これは合計、住宅、非住宅ともに過去最高となっています。

工事種類別の受注高については、住宅において増築工事が65億円で同比49.2%減、一部改築工事が302億円で同7.5%減となった一方で、改装・改修工事は9122億円で同27.5%増、維持・修理工事は2167億円で同38.1%増と大きく伸びています。

また、非住宅建築物における工事種類別の受注高は、増築工事が1094億円で同比8.5%増、一部改築工事が533億円で同19.7%減となり、改装・

改修工事と維持・修理工事の合計は2兆3754億円で同5.2%の増加でした。

住宅の業種別受注高に目を向けると、最も多いのが元請けを指す建築工事業の6617億円で同比1.0%増となっており、次いで専門的な工事を請け負うとびや大工など職別工事業が3666億円で同112.0%増という顕著な結果を示しています。

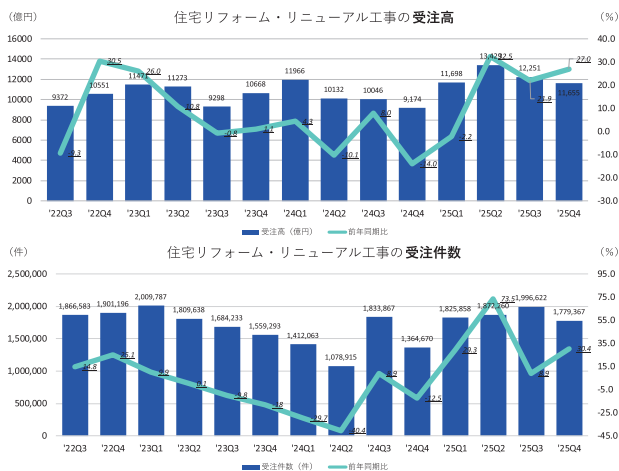
その後、令和7年度計の受注高について取り上げます。受注高の合計は16兆4104億円で、対前年度比で18.7%の増加となりました。このうち、住宅に係る工事の受注高は4兆9033億円で同比18.7%の増加であり、非住宅建築物に係る工事の受注高は11兆5071億円で同18.6%の増加となっています。

さらに、この年度計の受注高についても過去最高を記録しており、第4四半期と同様に合計、住宅、非住宅のすべてにおいて過去最高の水準となっています。令和7年度計の工事種類別の受注高を見ると、住宅においては増築工事が338億円で同比39.0%減、一部改築工事が1316億円で同8.8%減とそれぞれ減少しています。

しかし、改装・改修工事は3兆8164億円で同17.4%増、維持・修理工事は9215億円で同35.4%増となり、全体の受注高を力強く牽引しました。

非住宅建築物における工事種類別の受注高は、増築工事が3744億円で同比6.5%減となったが、一部改築工事は2228億円で同9.3%増となり、改装・改修工事と維持・修理工事を合わせた受注高は10兆9099億円で同20.0%の増加でした。

最後に、住宅の業種別受注高を確認すると、建築工事業が2兆7502億円で同比0.0%増と横ばいであり、それに次いで職別工事業が1兆3612億円で同48.5%増という結果になっています。



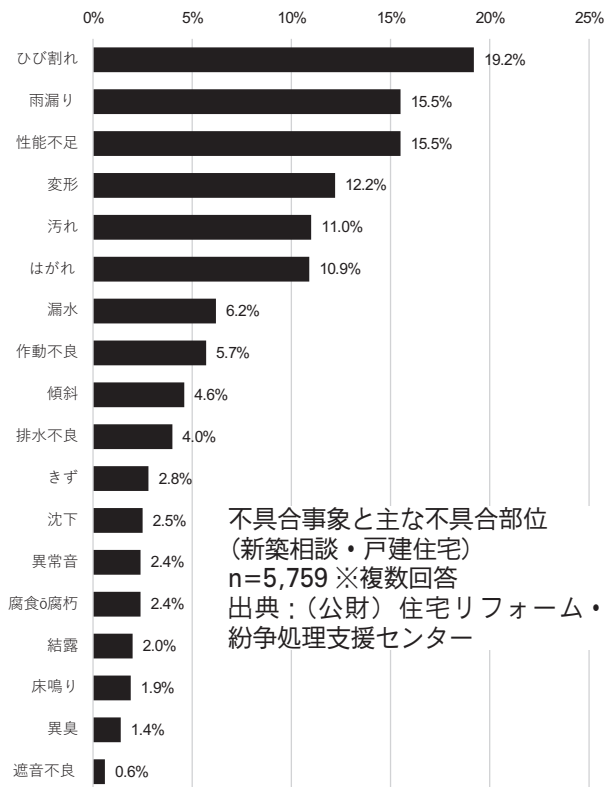
雨と正しく付き合う防水対策

(公財)住宅リフォーム・紛争処理支援センターが住宅相談と紛争処理の集計・分析をまとめた「住宅相談統計年報2025」によると、住宅形式別の不具合事象と主な不具合部位について、雨漏りが2番目に位置しています。トップのひび割れは1105件、雨漏りは893件となっています。

注目すべきは同センターが触れている「当該事象が多く見られる部位」です。雨漏りの発生部位は外壁、屋根とあります。読者工務店への取材でも雨漏り原因の特定には非常な労力がかかるとの声が多いです。

「施主から相談を受けた時点で私が4社目だっ

Report



た」という工務店もあり、いくつかの工務店に打診をしてもなお、雨漏りが特定できないケースもあるようです。しかし、その工務店は長年の勘から雨漏り箇所を特定し、それがきっかけとなり「信頼できる」と施主から認識されるに至ったといいます。

これが本当に「長年の勘」なのか、技術力に裏打ちされたものなのかは分かりません。しかし、雨漏りというトラブルが時に工務店の技術力を試す「踏み絵」となることは間違いなさそうです。

雨漏りの特定を技術面からいえば、見えない壁体内に見える化する赤外線サーモグラフィの活用が上げられます。室内と外気の温度差が少ない時期や、強い直射日光が当たっている時間帯は、正確な判別が難しくなるものの、職人の「カンコツ」に頼るしかなかったところを、誰が見てもわかるようにできる上では有用なツールです。

しかし、自社のOBならば雨漏りの発生は即、信頼を失いかねません。やはり新築段階から防水・気密の対策を徹底するのが一番の近道であることは言うまでもありません。

従来の高性能が当たり前の時代に 次の一手は+αの機能建材

2020年以降の住宅業界はコロナ禍に加え建築基準法の改正、物流問題、中東情勢の緊迫化など、その不安定要因は枚挙にいとまがないです。これは建築費の高騰という形で業界を襲っています。

こうした世界情勢の流れは避けられないため工務店には「インフレ時代においても支払う価値がある」と思わせる住宅の提供力が必要です。デフレ型経営は大手の決算に注目しても限界を迎えているといえます。

断熱・気密性能の訴求による「高性能住宅」だけでは大手と差がつけづらいです。法改正によって横並びになりつつあるこれらの性能だけではなく、プラスアルファの付加価値提案が必須です。

それは社会課題の解決です。一定の商圈内から工務店が撤退しつつある今の時代、生き残った工務店が確実に集客を契約へと導く必要があります。例えば香害や騒音問題は住まい手の精神に重大な負担を強いるリスクがあります。

こうしたリスクの解消に前向きな姿勢を見せる商品を自社のラインアップに追加するだけでも、契約率の向上につなげることが出来ます。

交通量が多い道路、隣家からの生活音、あるい

は激化する気候変動に伴う激しい雨音。こうしたノイズが絶えず室内に侵入する環境では、たとえUA値やC値が優れていても、心理的な安らぎを得ることは難しいです。

例えば壁体内の構成を設計する際に、断熱材にロックウールのような建材を用いるのも手段のひとつです。熱を逃がさないという基本機能だけでなく、その多孔質な繊維構造が音のエネルギーを減衰させる吸音材としての側面も併せ持っています。

構造材や外壁の組み合わせにこうした素材を「適材適所」で組み込むことは、カタログ上の数値には現れない「住み始めてからの静けさ」を担保する有効な手立てとなります。

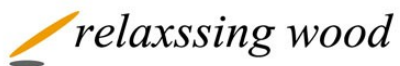
工務店が提案すべき価値は、性能を数字で積み上げることではありません。資材価格という外部要因で住宅価格が上がる中で、住まい手に「この価格を出しても手に入れた環境がある」と思わせる説得力が必要です。断熱性能という基礎のさらに先に、音や心の健康といった価値を見出すことができれば、価格競争から離れた選ばれる工務店としてのブランドが確立できるでしょう。

キタケイの提供する2つのプライベートブランド
 環境・ぬくもり・素材をテーマとした各種住宅資材 “ スプロートユニバーサル ”
 天然木にこだわったフローリングや壁材 “ リラクシングウッド ”
 企画・製造から販売までトータルにプロデュース、心からご満足いただける住まいづくりを
 バックアップします。



[www. sprout-univ. com](http://www.sprout-univ.com)

環境 こちよい住環境	ぬくもり 住まう人のために	素材 長く使ってほしいから



[www. relaxssingwood. com](http://www.relaxssingwood.com)

抗ウイルス・抗菌加工 フローリング
 ウイルスガードコートシリーズ

北恵だからできる。企画・製造・販売までトータルプロデュース。