

地域連携と情報共有の全国ネットワーク

『建築市場』

・基本的なコンセプト

- ・地域地場産業の担い手である中小工務店の経営基盤の再構築と地域経済の活性化を図る
- ・中小工務店がITを使った共通のシステムにより共生・供創のネットワークによる地域連携を形成し、設計、施工、調達、物流等を共同し協業・分業による高付加価値の住宅供給システムを実現する

・実現の為のシステム

情報共有と地域連携による全体最適の「建築市場システム」による自立・分散・協調ネットワーク

・実現を可能とする人づくり

建築市場協議会(地域リーダー造り)参加のメンバー

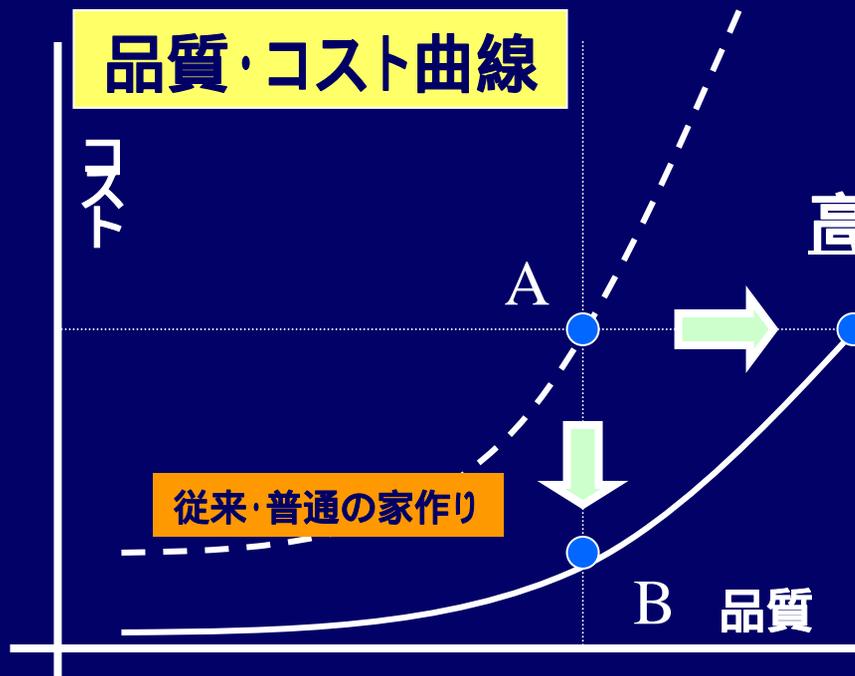
職人組合・匠塾(技能・技術者養成)参加のメンバー

早稲田建築市場研究会(学術研究・研究者育成)参加のメンバー

建築市場は品質・コストで顧客満足の家作り

(同じ品質だとコストが安く、同じコストだと品質が良い住宅を目指す家作り)

性能等級表示と積算書提出



設計段階で計画されたソフト・ハードの品質を工事段階で工事の品質が建設性能として担保される高品質・適正価格の生産システムが求められる

建築市場の目指す家

高品質・適正価格の住宅

生産システム改善

(SCMによる統合建築EDIシステム利用)

近代化から遠い処にいる木造住宅の担い手である中小工務店を近代的生産システムへと変革し、生産・流通の近代化、合理化により透明性の高い住宅生産のシステムを確立する事が必要とされている。

生産性向上と高品質・適正価格の競争力を持つ全体最適化による住宅生産システム

工務店経営のコスト構造の高度化・一般管理費の見直しと高付加価値CS経営の実現

サプライチェーンマネジメントによる統合建築EDI

建築市場というアウトパートナリングプラットフォーム

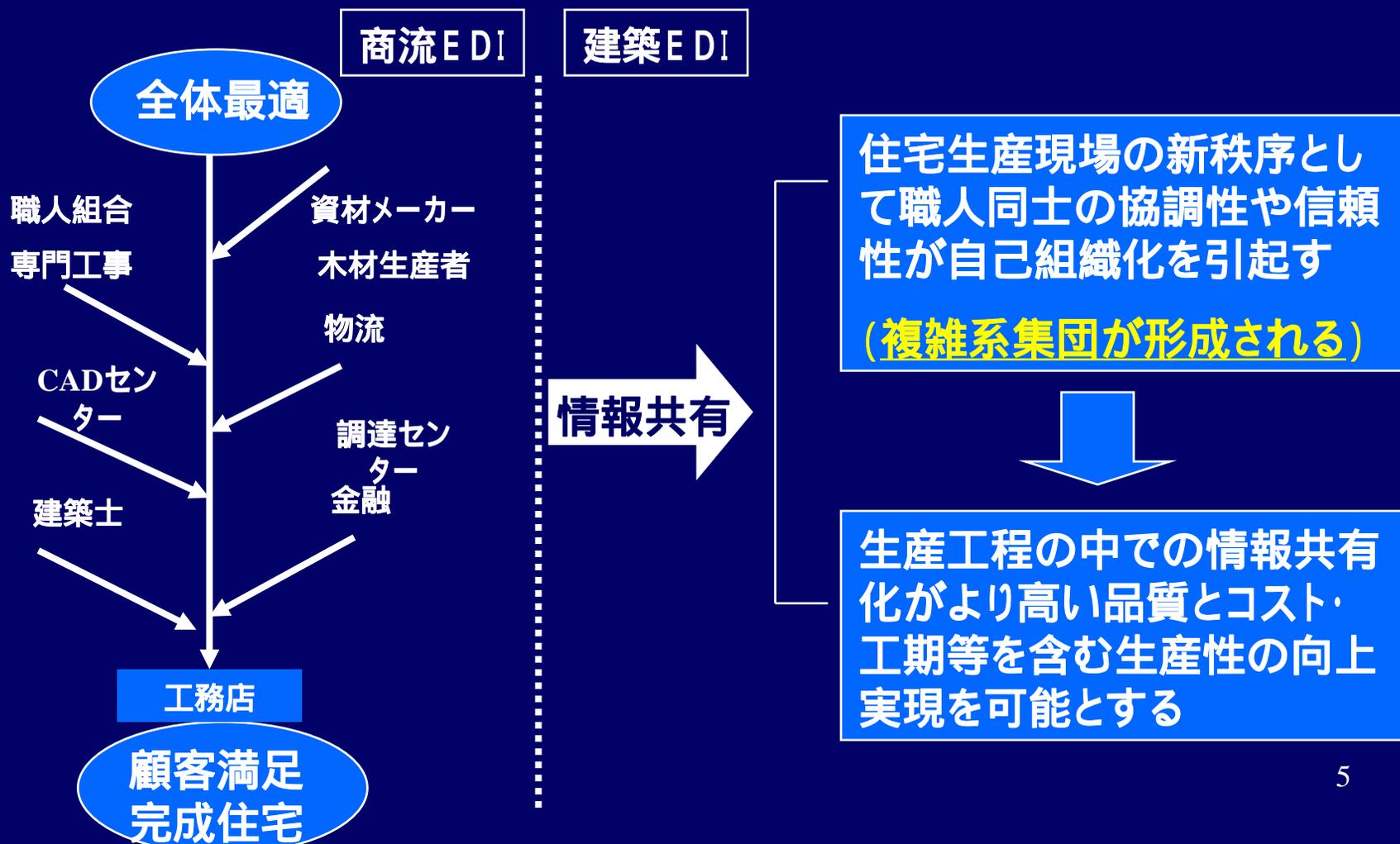
情報共有の仕組

地域連携の仕組

新しい住宅供給システムの構築

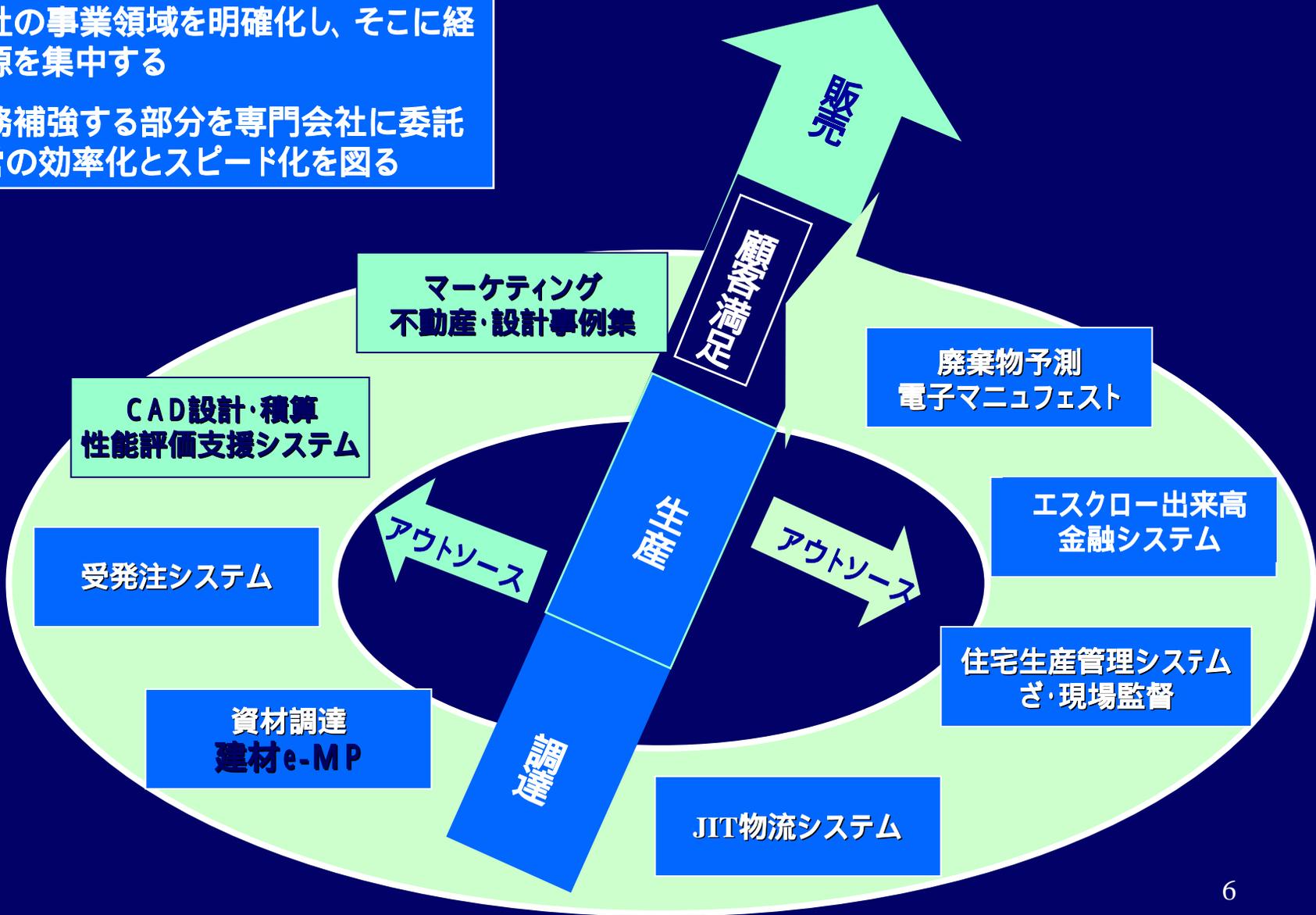
SCM(サプライチェーンマネジメント)

サプライ(供給)のチェーン(鎖)で繋がる全ての関連企業が生産管理情報を統合・共有し、全体最適の経営システムを共創し顧客の満足度をもたらす



アウトパートナーリング機能の利用と水平協業

自社の事業領域を明確化し、そこに経営資源を集中する
業務補強する部分を専門会社に委託し経営の効率化とスピード化を図る



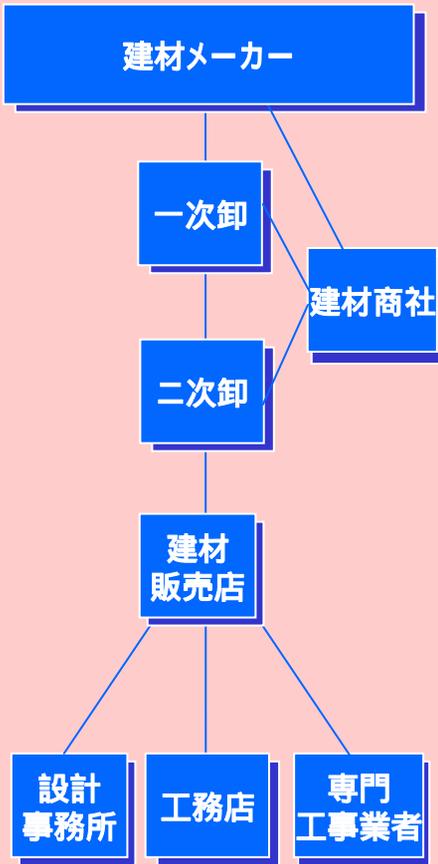
アウトパートナーリングプラットフォームと建築生産EDI



建築市場とe-MPの連携

建築市場集団の目指すe-MPのスキームは下の左端図から右端図への移行である。

現状



<課題>

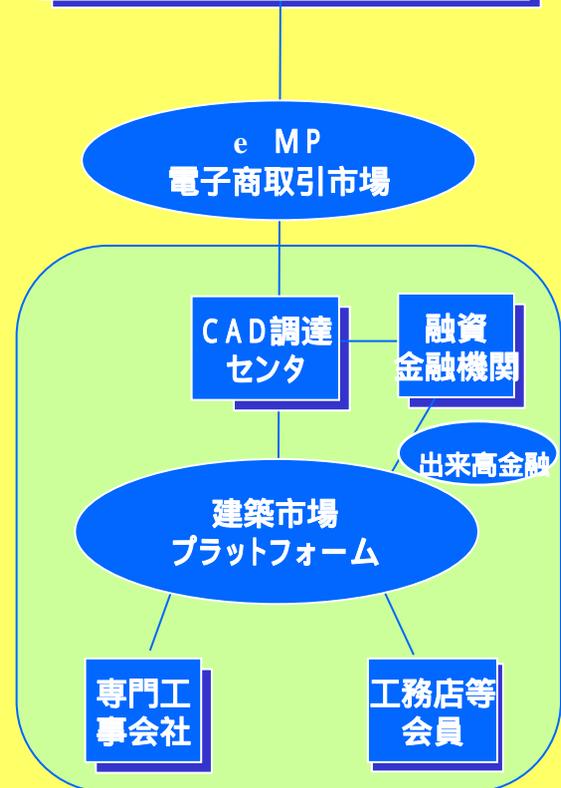
既存商流(商社・問屋等)の既得権移行を行う必要がある。

メーカー主導のロジスティック(物流)の分離・分割が必要となる。

既存金流に替わる金融決済機能を完備する必要がある。

SCMによる建築EDI

生産者・木材・建材・OEMメーカー



建築市場(商流・金融EDI)

< 建築市場 >

各地域毎の事情に合わせアライアンス可能な
金融機関・金融システムと地域資金環流の確保

< CAD調達センター >

適正価格での資材購入
建築市場内の資金繰りの健全化

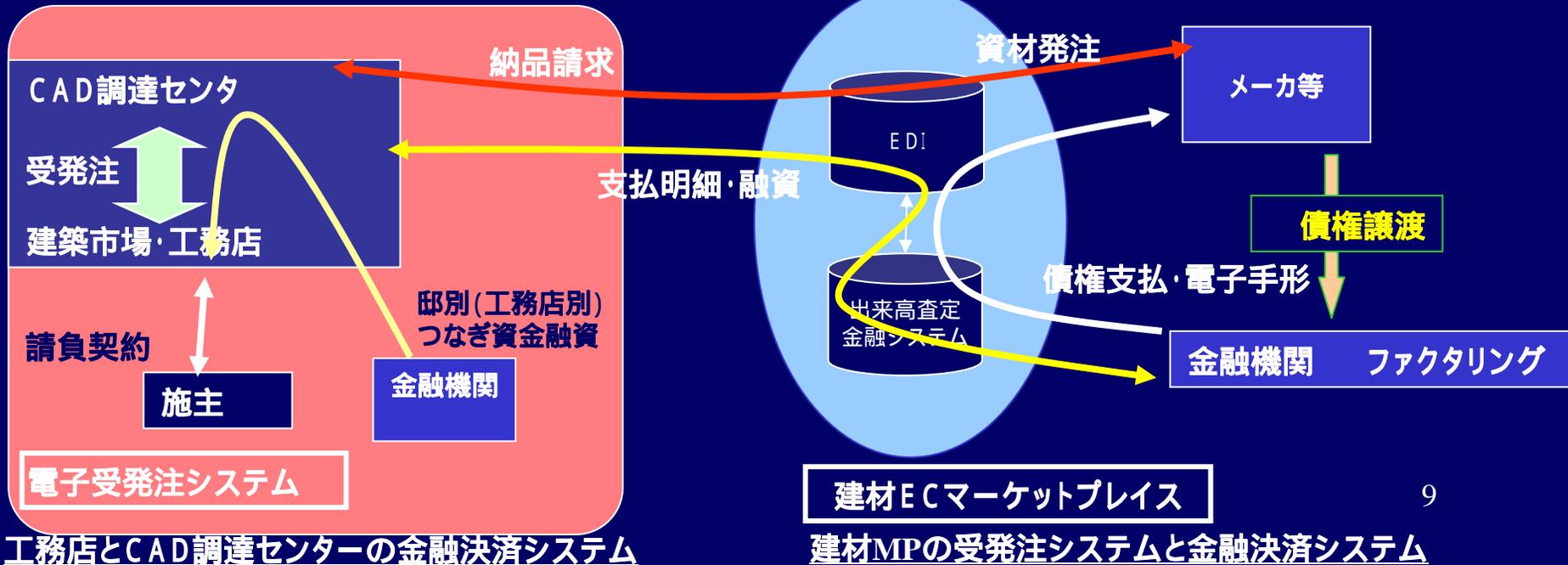
< 建材メーカー >

与信を意識することなく、注文に対応

エスクロー、ファクタリング締結

地域内の邸別・エスクロー出来高金融システム

対メーカーの発注単位与ファクタリング金融システム



事業を再構築する「**建築市場**」の住宅生産システム

国の性能評価機関である第三者機関による公式検査済証発行

坪単価ではなく積算明細の付いた価格の見える家づくり

住宅の性能・品質が見える性能評価書が付いた家づくり

情報共有
地域連携

WEBカメラから生産工程の見える家づくり

住宅生産履歴の電子カルテ化

CADセンター

建築士会の
監理建築士による自主性能評価

住宅カルテ

職人組合 & 管理建築士自身での工程別納品検査

住宅カルテ

建築市場情報処理システム

安心 透明な家づくりで顧客満足のCS経営が実現

IT高度利用の現場管理

CADセンターが工務店経営を完全サポート