



「非常事態宣言」のもと緊急対策本部を立ち上げ、全国各地より情報を収集、復興資材供給に最大限の努力をして参ります。

3月11日に発生したマグニチュード9.0という日本の観測史上最大の東北関東大震災は、東北・北関東を中心に広範囲にわたって未曾有の被害をもたらしています。震災を受けている地域の皆様には、謹んでお見舞い申し上げます。

3月14日時点では、まだ被害状況も不明な地域が多く、先の見通しが立たない中、ジャパン建材(株)も全国各地より情報を収集するとともに、復興資材の最大限の供給に努力していくため、代表取締役社長 大久保清を本部長として緊急対策本部を立ち上げました。

同日、大地震発生後も断続的に地震規模の大きい余震が続き、その影響が展示会場周辺にも及んでいることを重く受け止め、来場予定のお客様や出展メーカー様の安全確保の観点から、週末に迫っていました『第25回ジャパン建材フェア』を

急遽中止することを決定致しました。

皆様には事前の前売り活動はじめ、展示会準備に多大なるご支援ご協力をいただきながら、展示会開催に至らなかったことにつきまして何卒ご理解のほど宜しくお願い申し上げます。

日を追うにつれ、被害状況、震災規模の甚大さが明らかになり、同時に陸路のみならず、海上、空輸を駆使した被災地へ支援物資を運ぶルート確保が図られてきました。すでに、応急仮設住宅を2カ月で少なくとも約3万戸の供給を目指して、建設も開始されています。

平成23度ジャパン建材標語
頑張ろう！ JAPAN
元気で 明るく 前向きに

さらに3月24日には、物流の大動脈となる東北自動車道が全線開通し、一般車両の通行が可能になり、少しずつではありますが、明るい兆しも見え始めています。

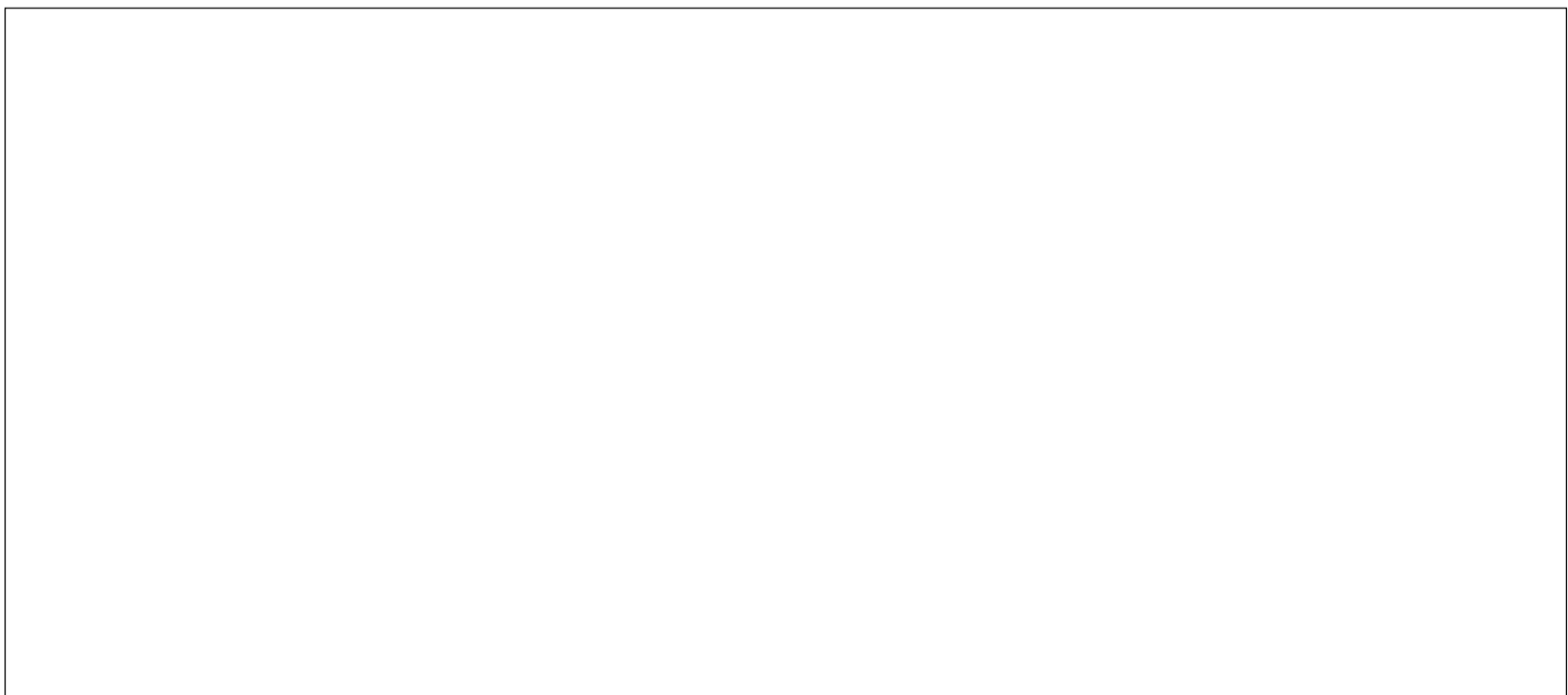
しかしながら、過去に例のない広域に及ぶ被害は、津波に見舞われた沿岸部だけでなく、内陸部にも及んでいるとみられ、私ども緊急対策本部では、その状況等も詳しく入手しながら復興に向けた活動に取り組んでいます。

今回の被災から復興を遂げるまでの年月は測り知れないとも言われています。こうした中、復興資材の入手困難な状況も起こり得ると思われませんが、迅速な情報の収集に努め、全国の同業の皆様と手を携えて被災地の復興に最大限の努力を続けて参ります。

「東北地方太平洋沖地震の被災者救済金」を募集

業界3団体(日本合板工業組合連合会・日本合板商業組合・日本木材輸入協会)が呼びかけ、東日本大震災被災地の皆様に支援!

日本合板工業組合連合会・日本合板商業組合・日本木材輸入協会は、これまで資材供給の恩恵を受けてきた東北地方太平洋沖地震の被災地の一日も早い復興を願い、「東北地方太平洋沖地震の被災者救済金」を募集。集まった義援金は、日刊木材新聞社を通じて日本赤十字社に寄託されます。この呼びかけに応え、JKグループ各社単位での義援金募金を開始しました。東日本大震災被災地支援に皆様のご協力をお願いいたします。



JK情報センター 平成23年度第1四半期(4~6月)見通し

この調査は平成23年1月下旬から2月中旬を調査時点として、お取引先3000社に面接調査を行い回収したものを一括集計したものです。 ●最近の売れ筋商品(全国)

工務店様・販売店様での需要予測

平成23年度第1四半期(4~6月)に向けての需要予測がまとまった。平成22年度の締め括りである前回の第4四半期(1~3月)の需要予測から更なる仕事量の増加回答が寄せられた。

過去2年間のグラフからも判る通り、どん底だった2年前、つまり平成21年度第1四半期(4~6月)から比べると、工務店・販売店共80ポイント以上の回復となった。特に今回の上昇で仕事量の見通しポイントがついにプラスポイントとなり、平成23年度は好スタートが切れそうだ。

長期優良住宅は、フラット35S金利1%引下げ等金融優遇効果もあり、昨年10月には認定住宅が累計で10万戸を突破し、また、2010年の新設住宅着工戸数は81万3126戸と2年ぶりに前年を上回った。住宅エコポイント等国の住宅政策の効果もあり、数字の上では回復基調といえる。が、しかし住宅着工としては依然低水準にあり、今後も厳しい状況には変わりはなく、予断を許せないと言えるので我々は気を引き締め来期に臨みたい。

主要メーカー様による販売予測

下記で示す通り主要メーカーによる販売予測も、かなりの増加回答が表れた。グラフを見ても判る通り、合板、木質建材、窯業/断熱、住設機器とほとんどのメーカーが増加傾向と回答している。増加傾向とはいっても10%未満という回答が一番多く、慎重さが伺えるが、平成22年度第4四半期の1~3月と比べると合板、木質建材メーカーは大幅な増加傾向を示し、窯業/断熱・住設機器メーカーは微増を示している。

住宅版エコポイントも延長され、更に対象も追加され、本来のリフォームの中心である水回りが増加すれば、より一層活気付く事は間違いない。

	増加予測	前年並予測	減少予測
合板	58.8%	37.1%	4.1%
木質建材	60.3%	31.7%	8.0%
窯業・断熱	65.4%	32.6%	2.0%
住設機器	62.6%	26.1%	11.3%

リフォームの現状

工務店における月のリフォームの仕事量の割合は、平成22年度第4四半期(1~3月)とほぼ同じで、ここ半年あまり大きな動きはない。

しかし150万円以上の案件が割合的に増加しているという傾向もあり、今後も注目しておかなければならないのがリフォームといえる。住宅版エコポイントの対象が拡充された事で、住設機器メーカーは提案の幅も広がり、リフォーム市場拡大の為に色々な策を打って来ている。

エコポイントの申請も月を追うこと増加し、断熱改修を行う事が条件になるが、新設の住宅着工は大方の予想で85万戸と依然低水準のため、今後リフォーム物件の獲得が最大のカギになる事が予想される。

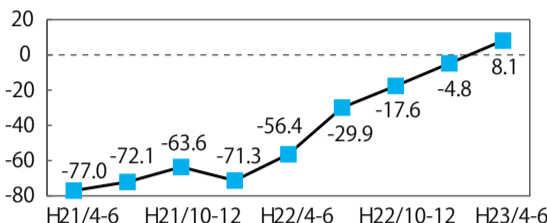
調査の目的

この調査は、ジャパン建材(株)のお取引先における販売動向及び、景況判断を把握し、今後の適切な販売指針に資することを目的として実施しました。

※通商株式会社、株式会社ミトモク、物林株式会社にも調査依頼をしております。

●工務店様での景気動向の推移

過去2年間の仕事量の見通しをポイントで表したグラフ。



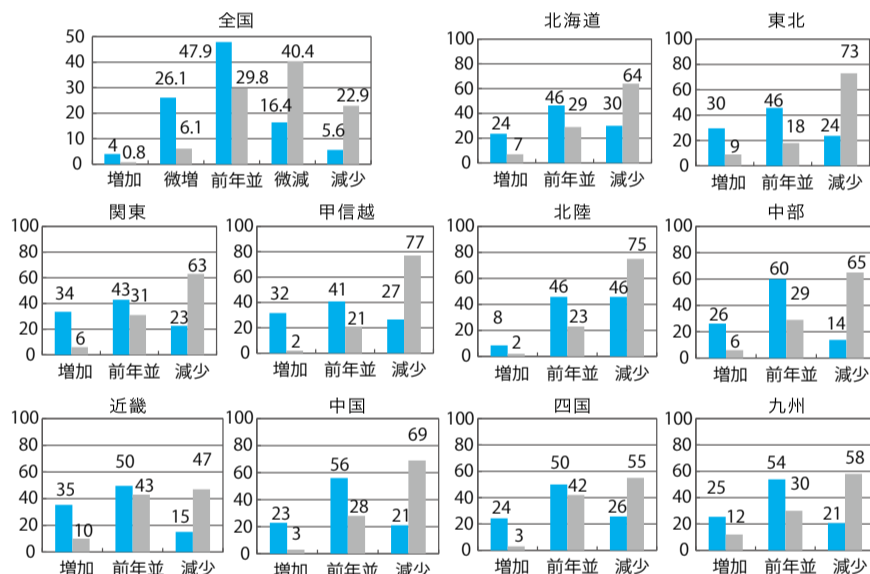
●工務店様での需要予測

「増加」「微増」「前年並」「微減」「減少」の中からお選び頂き、総回答数よりそれぞれの割合を算出致しました。単位は、「%」。

有効回答数	
全 国	2,971
北海道	140
東北	304
関東	1,146
甲信越	177
北陸	59
中部	210
近畿	365
中国	166
四国	70
九州	334

平成23年度 第1四半期 (青)

平成22年度 第1四半期 (灰)



キッチン

1位	ラクエラ
2位	クリンレディ
3位	リビングステーション Sクラス

ユニットバス

1位	サザナ
2位	ラ・バス
3位	hairo

フローア

1位	一般カラーフロア(ミラージュ)系
2位	Nクラレス
3位	クラックレスフロア

外装材

1位	モエンM14・W14
2位	モエンエクセラード
3位	エクセレージ

造作材

1位	R IIIシリーズ
2位	リビエ
3位	アトリア

Bulls

1位	接着剤
2位	キッチンパネル
3位	ケイカルブルズボード

トップ対談

代表取締役

島崎 兼男 様

しまぎ かねお

【プロフィール】

1949（昭和24）年、埼玉県秩父市尾田時に生まれる。総合建築資材問屋、ホームビルダー、建材商社での斯業経験を積んだ後、銘木店で2年修業して独立。1983年に材木店の個人営業開始。1984年に協林を設立し、代表取締役に就任。



株式会社 協林

【会社概要】

本 社 神奈川県藤沢市遠藤 2006-24

創 業 1983（昭和58）年

資 本 金 3,000万円

年 商 39億5,000万円（2010年）

従業員数 37名

周囲からことごとく起業を反対されるなか、ただ一人「今なら資金がなくても起業する好機」という先輩の言葉に励まされ、現代取締役が30歳で個人創業。藤沢市内を中心に売り先を開拓。1984年に藤沢市内に本社を構えて株式会社協林を設立。以後、建築資材販売、不動産取引業務、建設業一般も手掛

けて業容を拡大し、着実に業績を上げて経営基盤を固める。

同時に、施主様のライフスタイルや住環境に対する地域的特異性を考慮し、施主様の望む個性的な住まいを実現できる地場工務店や地場の職人が優れた仕事の質・技術を発揮するのに欠かせない「信用力」を獲得するためのサポートに力を入れる。フリーペーパー「湘南に住まう人が読む本」（現「湘南Select」の前身）を創刊、および設計支援業務としてCADセンターの業務開始。地場産業であるが故の強みを、より効果的にアピールする為のツールとして地場工務店様に活用されている。「各工務店の技術、自らの仕事に対する強い想いを施主に伝える。」という意識改革をもつ地場工務店として変換できるよう支援にも乗り出し、成果を上げている。

施主、工務店、設計事務所、各種建設関連協力業者、地域内の「住まうものづくり」に携わる人々のパートナーとして「総合力」をもった住空間創出のアドバイザーを目指しています。

業界不振をバネに成長

大久保 30年前に創業された当時の従業員さんの数は何名でしたか。

島崎 当初6カ月間は私一人で、次の年に今の会社のすぐ近くに小さな事務所と屋根もない資材置き場を構えて会社を設立しました。

大久保 そして今は従業員数37名の規模にされ、順調に業容拡大されましたね。

島崎 当時は材木が売れなかった時期で、問屋さんに納品を頼むと、翌日には11tトラックに満載した檜の役物をドサッと届けてくれましたね。

大久保 荷物が届いたら、とにかく売れるしかないということですね。

島崎 試しに売ってみる、ということでしょうね。木材市場でも、全落コーナーの檜の役物が容易に手に入りましたので、支払期限までの60日間、とにかくセッセと売り歩きました。

健全経営に邁進

大久保 これまで、ご商売は順風満帆でしたか。

島崎 材木店を始めも売れないだろうといわれた時期にあえて商売を始めましたが、赤字だったのは1期だけ、まだ年商1億5,000万円の頃で、その後は全期黒字できています。

大久保 どこの業界でも好調のときに起業する人が増えるものですが、その業界が悪いときに起業したほうが良いと、私も思います。好況のときに始めても景気が悪くなると、良かったときの数字が全ての判断基準になって気持ちが落ち込んでいくばかりです。逆に悪いときに始めると、創業当初に比べれば今はまだ良いほうだと思えて努力もできます。

島崎 おかげさまで私どもは、バブル崩壊後、姉歯ショック後、リーマンショック後にも必ず売上を伸ばしています。

大久保 その要因として、どのようなことが考えられますか。

島崎 問屋さんと違って市場占有率が小さいので、1社でも業績の好調なお客様が加わるだけで売上が大きく伸びます。また、競争力強化のために接客サービスの質を高めたり、特色あるものを扱うようになったりすることで売上を伸ばす大きな力になります。

大久保 業界が不振のときには必ず売上

を伸ばす努力をされ、それが成果となって現れているということですね。

これまで不良債権が発生するようなこともなかったのですか。

島崎 それはありましたが、不良債権を0%に抑えようとすると商売ができなくなりますから、売上の1%くらいは許容範囲とし、限りなく0%に近くしていくという気持ちで取り組んでいます。

大久保 そこそ、島崎社長が実践する健全経営の大きなポイントですね。

何よりも人間性を重んじる

大久保 私ども問屋の場合は、せっかく積み上げた利益を一気に失いかねない不良債権を発生させないことが一番です。

不良債権を防ぐには、日頃からお客様と密にコミュニケーションをとり、何かあればご相談いただける信頼関係を築いていくことが何よりも大事だと、管理者研修の場でも、いつも話しています。



島崎 確かにこの仕事は人間関係が基本ですから、私が一番大事にしていることは「人間性」です。社員が仕事で失敗するのは許せますが、人を傷つける言葉は絶対に許さない、これが私の哲学です。

お互いに気持ちよく仕事ができる職場環境は、社員の人間性で形成されていると思います。また、情報や自分の考えを社内だけでなく、お客様に対しても的確に伝えられるような人でなければ、この仕事はできないと思います。その点で当社の社員は質的に高いと思います。

社員全員が経営を担う

島崎 私どもは、経常利益が3%を超えることを理想としてきましたが、実際にそれができたのは今までに3回だけです。

大久保 弊社も2%は欲しいと思いますが、大幅なスリム化を図った結果、今は1%を超えたところですね。経常利益が3%というのは立派な数字ですね。

島崎 ありがとうございます。そのときの臨時賞与は、社員の持ち株に充ててもらって資本金の充実を図ってきました。

大久保 ほう、創業者は島崎社長ではあるけれど、協林という会社は社員の皆さんが力を合わせてここまで育ててきたということですね。

島崎 はい。どこまでオープンなのが良いかはわかりませんが、当社では月次決算はじめ、会社の経営状況を把握できるデータは全て公開しています。また、社員から役員まで全員の職能等級を査定した結果も社内で情報を共有化しています。

また、営業担当に仕入・販売の決裁権を持たせて、私は営業担当から上がってくる数字で管理しています。

大久保 月次決算さえも社内に公開しない経営者もいるこの業界で、そこまで徹底して現場に任せている販売店さんは全国でも珍しいと思います。一歩も二歩も先を行く取組みですね。

リーマンショック後、グリーン・スパン氏が「百年に一度の不況」と表現したことが功を奏して世界中の人が気持ちを引き締めたと思います。また、政府の内需拡大策がプラス要因になり、一時は80万戸割れした新設住宅着工数が昨年は82万戸近くまで回復しました。さらに「住宅エコポイント」も、ストック需要の引き上げに繋がったと思います。今後もリフォーム振興策が実施されるようなので不況業種の一つとされている我々の先行きも捨てたものじゃないと思います。



島崎 残念ながら、私どもでは新築需要が中心で、ストック需要の恩恵は今のところ受けていません。

大久保 リフォームが少なくとも、これだけの売上がある、素晴らしいことです。

独自に確立した評価制度

大久保 協林さんの職能評価制度は、仕事のできるレベルに基づく等級ですね。

島崎 はい、まず1等級～4等級までのレベルがあります。1等級は入社1年、2等級は入社2年、3等級後半～4等級は総合職で社内のことは何でもわかる、係長クラスのスキルが必要です。今、営業担当は7名いますが、営業になるには5年～10年かかります。営業能力がないと4等級に上がれないというハードルも設けています。さらに、課長クラスの5等級、部長クラスの6等級の上級レベルがあります。

評価は、本人査定と、同僚査定・先輩査定2名・上司査定2名で本人を含め5名の平均値で出します。この査定結果を誰でも閲覧できるオープンな査定ですので、誰がどう査定しても良いことになっています。

大久保 これは良い仕組みですね。

島崎 本人査定より本人以外の査定が高いことも、その逆もあるわけですが、査定に2ポイント差が出た場合には、自己主張できない人は営業でもやっていけないという観点から、面接の上2ポイントの差異について談義する決まりがあります。

大久保 確かに、自己主張できるかどうかは非常に大事なことです。

島崎 ですから、自分に不利になる査定結果になるとしたら、自己PRにつながるような新しい査定項目を加えることもできます。

大久保 ほお、本人の工夫次第で評価が高まる、ユニークな仕組みですね。私どもも成功報酬的なものもあり、生産性ランキング・営業所ランキングなどもあって協林さんと同じような査定を行いますし、査定ポイントに差が生じたときに話し合うようなルールはあります。

島崎 それぞれの立場で自己主張して査定項目を出していけば、徐々に共通項目になるものがまとまるということで創業3期目より始めました。今、3等級の査定項目は30を超えます。仕事を通じて図面を見る力はできますので、建築基準法や宅建業法の理解、二級建築士資格、設計CADが使えることなどを目標に掲げています。

4等級以上は、経理用語必須、決算書や借対照表・損益計算書を見る力。課長・部長クラスには「新規事業が企画できるか」「新しいビジネスモデルに取り組んだか」などの査定項目もあります。

この仕組みを通じて自己主張ができる、人としての器が育つ企業風土になっていると思います。

大久保 当社の成績の良い営業所に共通するのは、デリバリー担当と営業の連携で現場に則した配送ができています。ここが我々に求められる役割だと思います。島崎 連携がしっかりしていると、2倍、3倍の力を発揮します。当社では営業をバックアップする態勢はすでにできていますので、これから営業をより強化していこうと思っています。

大久保 私どもも、今以上に現場に則した配送ができるよう努力して参ります。

不況に強さを発揮する秘訣、職能評価制度など、興味深いお話を聞かせていただき、ありがとうございました。

在来の壁面や天井面に貼り付ける独自の新工法でスピードUP!

断熱パネル『サニタリーゾーンパネル』『バスミュール』

フクビ化学工業株式会社

フクビの断熱パネル「サニタリーゾーンパネル」「バスミュール」をお使いになれば、ユニットバスの入替えよりもローコストでスピーディに、1日で浴室リフォーム完了。翌日には入浴が可能。(条件により)



【安心の低価格】

ユニットバス入替え費用の約 1/5 程度の価格でリフォームできる。

【浴室の断熱性能を大幅UP!】

断熱パネルを貼るだけで、最大温度差 7℃ の断熱効果を発揮。(評価試験結果)

【在来浴室を簡単改装】

壁面は直接貼付し、天井面は木下地を組んで、釘打施工が可能。

【スピード施工】

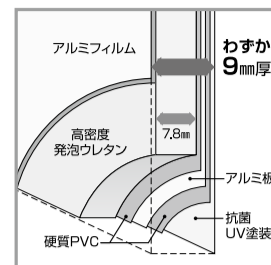
ユニットバスの入替え工事は約 3～7 日。フクビの断熱パネルなら 1～2 日で完了。

【パネルは清潔な抗菌仕様】

UV 抗菌加工で汚れがつきにくく、汚れを簡単に洗い落とせる。

【バツグンの断熱効果!】

断熱パネルはわずか 9mm 厚で、一般的な断熱材 (30mm 厚のグラスウール) 同等の断熱効果を発揮する。



商品情報

シンプル&スマート 簡単が一番

クボタ浄化槽『KJ型』

クボタ浄化槽システム株式会社

新築住宅はもちろん、今やリフォーム市場がにぎわいをみせている。キッチンやユニットバスも水廻りの施工とセットで環境に貢献してみてもは。

「今一度、環境・エコに注目」

【全人槽が全高 1,550mm の浅型設計】

5 人槽・7 人槽・10 人槽ともに全高 1,550mm の浅型設計。地下水位が高いなど施工しにくい現場にも対応しやすくなった。

【流入・放流の管底差わずか 50mm】

従来品より流入管底を 50mm 浅く設計。嵩上げ工事と放流ポンプ槽の不要なケースが増え、施工メリットが拡大。

【環境に優しい高度処理機能を付加】

窒素除去性能 (T-N ≤ 20mg/L) と浮遊物質除去性能 (SS ≤ 15mg/L) を備えている。(全浄協に高度処理型として登録)

【駐車場の下でも支柱レス施工 OK】

放流ポンプ槽付でも駐車場下での支柱レス施工に対応。※車両重量 2 トン以下

【ブロワは省エネタイプ、空気配管は 1 系統】

消費電力が少なく経済的な省エネブロワを採用。※ 5・7 人槽 (5 人槽 39w・7 人槽 57w)

【オリジナル部品で保守点検が容易】

メンテナンス性を重視して、その形状・仕様を工夫したオリジナル部品を採用。保守点検業務が一段と簡単に行える。





ここがポイント!

ナチュラルの木目柄シートで美しく仕上げたマンション用防音フロア

Bulls マンション用直貼りシートフロア LL45 L45 直貼りシートフロア



●表面は汚れや擦り傷に強い EB オレフィン
表面に EB コーティングされたオレフィンシートを使用。EB (電子線) コーティングの特長は、その高架橋密度の膜により、擦り傷・汚れ・日光に強い表面性能を実現したこと。また、製造工程での省エネルギー化や CO2 削減、無溶剤塗工が可能な次世代環境・健康対応型の技術です。

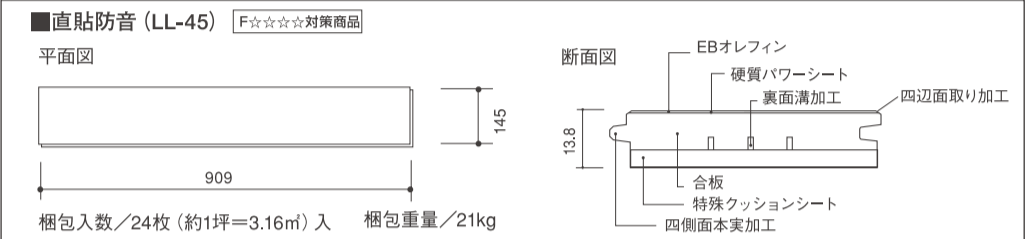
●凹み傷に強い硬質パワーシートを複合
硬質パワーシートを複合することにより、従来の木質フロアに比べ凹み傷が付きにくくなっています。

●EB オレフィンで発揮される性能
◇耐塗膜凹み傷性 ◇耐塗膜白化傷性
◇お手入れが簡単 ◇日焼けに強い
◇ワックス不要 ◇耐摩耗

●硬質パワーシートで発揮される性能
◇耐落下傷性 ◇耐静荷重傷性
◇耐キャスト傷性

L45 直貼シートフロア

BLA501L4	EB オレフィン	チェリー柄
BLA502L4	EB オレフィン	ナット柄
BLA503L4	EB オレフィン	メイプル柄
BLA505L4	EB オレフィン	クリアロマン柄
BLA506L4	EB オレフィン	ホワイトマロン柄
BLA507L4	EB オレフィン	スモークマロン柄



「Bulls CATALOGUE Vol.4」出ました!

最新 Bulls カタログの特長

①商品を使用部位ごとのカテゴリーに分類した目次を採用

必要な商品が
素早く見つけれられる!

②商品紹介のフォームを統一

スペックも一目瞭然で
商品比較も容易にできる!

③商品の「品番」から
探せる索引を採用

品番がわかれば、
掲載ページが即わかる!



新しくなりました!

「Vol.27 ジャパン建材株式会社 住宅機器・住宅部材総合カタログ」

ジャパン建材の取扱商品を満載。

これ1冊あれば、お客様からのお問合せ、施主様のニーズ把握にも即座に対応。ご商売の効率・生産性 UP につながります。



★「Bulls カタログ」「総合カタログ」最新版のご用命は、ジャパン建材(株)各営業担当にお気軽に声をかけてください!



めざせ
地域活性化隊

ジャパン建材株式会社
東日本グループ
首都圏第二営業部
相模原営業所



所長 加藤 雄司

3月11日に発生しました『東北地方太平洋沖地震』により被災された皆様には、心よりお見舞い申し上げます。また、一日も早い復興を心からお祈りいたします。

営業マン4人体制で木目細かいサービスで 地域密着の営業を目指しております！

平素は、販売店様はじめメーカー様、商社様には
格別のご支援、ご協力を賜り厚く御礼申し上げます。

相模原市は、橋本・相模原・相模大野を中心とした商業エリアと相模湖や陣馬山など美しい自然に囲まれたエリアと2つの顔を持つ地域です。

また、昨年は、4月に全国19番目の政令指定都市になり、6月に帰還した小惑星探査機『はやぶさ』のカプセルを分析している宇宙航空研究開発機構（JAXA）や昨夏の甲子園準優勝の東海大相模高等学校もあり活気にあふれ、東京都心まで約30分程度である為、ベッドタウンとしての人気も高く人口が増えています。

相模原営業所は、営業マン4人体制で木目細かいサービスでの地域密着の営業を目指しております。そのうち3人が2・3年生と若さ溢れるフレッシュなスタッフです。

その為、未熟な面ありますが、仕入れ先様のご支援を頂きながら、元気で明るく『サッサ、サッサのジャパ建』をモットーに、より皆様のお役に立てるよう努力していきます。

相模原のシティセールスコピー“潤水都市さがみはら”

1. 相模川の豊かな流れや相模湖など首都圏の水がめを有している。
2. 清らかな水・豊かな自然に恵まれ、市民の心も潤い満ちている。
3. 戦後生まれ初の政令指定都市で若く活気にあふれていることから「純粹」という言葉にかけている。

◆最新情報

相模原市では、今年4月より『住宅リフォーム助成事業』が行なわれます。また、他の地域の助成事業の情報もご提案し、皆様とリフォーム需要の取組みをさせて頂きたく思います。是非、弊社展示会をご利用ください。

◆今年もやります。『神奈川・静岡合同ジャパン建材フェア』今年も11月に開催します。

地元のお客様に、より良い商品を、この日、ここだけの価格でご提供します。旬な情報のご提供、話題の商品のご提案、セミナーもやります。是非、ご来場ください。



東北関東大震災のため通常の「合板天気図」を休ませていただきます。

3月11日に発生した東北地方太平洋沖地震により被災された方々、依然、行方が分からない従業員やご家族の皆様に対しまして、深くお見舞い申し上げます。一日も早く普通の生活に戻れますよう、皆様のご無事を心よりお祈り申し上げます。

国内合板は震災の影響で供給は混乱している状況で、改善には時間を要すると思われます。今後の展開については不透明な状況ではありますが、今こそ業界皆の力を結集して助け合い、紳士的な商売をしていく事を望みたいと思います。

合板部 内藤裕之

イベント暦 2011(平成23年)度 上半期予定

5月		
14日(土)	第11回	鹿児島ジャパン建材フェア 鹿児島営業所
6月		
4日(土)	第3回	山陽ジャパン建材フェア 広島営業所
11日(土)	第8回	北九州・山口ジャパン建材フェア 北九州・山口営業所
"	第13回	名古屋ジャパン建材フェア 名古屋営業所
17日(金)	第13回	宇都宮ジャパン建材フェア 宇都宮東・西営業所
18日(土)	第13回	長崎ジャパン建材フェア 長崎営業所
24日(金)	第18回	姫路ジャパン建材フェア 姫路・京都西営業所
25日(土)	第25回	関西ジャパン建材フェア 関西営業部
7月		
2日(土)	第3回	山陰ジャパン建材フェア 島根・鳥取営業所
8月		
26日(金)	第26回	ジャパン建材フェア 全国営業所
27日(土)		

*都合により、イベント開催予定は変更になる場合がございます。

JK お客様
センター

お聞かせ下さい。お客様の声！
フリーダイヤル 0120 (563) 568 受付時間：平日 8：30～17：20
土曜日・日曜日・祝日・年末年始・夏季休暇は、受付を休ませていただきます。

企画
発行

ジャパン建材株式会社 JK 情報センター

〒136-8405 東京都江東区新木場 1-7-22
TEL:03-5534-3711 (代) FAX:03-5534-3855 (代)
URL:http://www.jkenzai.co.jp