

新年あけましておめでとうございます 皆様のご多幸をお祈り申し上げます



ジャパン建材株式会社
代表取締役社長 大久保 清

強いジャパン建材の“再生”へ

一昨年後半から地球的規模で広がってきた厳しい経済環境は、昨年大きく好転することなく推移しました。住宅業界・住宅建材業界では「新設住宅着工 100 万戸時代が近い将来やって来る」と言われてきましたが、昨年はそれを飛び越える年換算 80 万戸に満たない需要縮小に直面しました。この状況は、年が改まったからといって一挙に好転することは、残念ながら、期待できない状況にあります。しかしながら、この厳しい環境をチャンスととらえ、チャレンジを続けていく努力こそが明るい将来に繋がる唯一の道ではないかと思えます。

弊社は、創業 72 年を迎えた昨年、創業後初めての危機的な状況にあるという認識をもち、“身の丈に合った経営”と、問屋としての本来の機能を存分に発揮できる体制に再構築し、「強いジャパン建材の再生と改革」を実現することを平成 21 年度の経営方針とし、全社一丸となって取り組んでおります。

おかげさまで、昨年 4 月にスタートしたこの取組みは功を奏し、“再生”への道筋をつける改革を順調に進めることができました。今年は、この改革を土台に「強いジャパン建材の再生」を目指して参ります。

問屋本来の姿を目指す

最近の展示即売会でもよくお話しさせていただいていますが、ジャパン建材は問屋としての本来の機能を発揮して販売力向上をより一層強

化していかなければならないと考えております。

その具体的な方法の一つは、問屋である我々自身が、住宅建材メーカーの皆様が丹精こめて開発された製品の特長を的確に把握し、販売店の皆様にその良さを充分にお伝えしてご商売に役立てていただくこと。そのためには、ジャパン建材の社員一人ひとりが汗を流し、知恵を絞り、日々努力を積み重ねて販売力を磨いていくことが何よりも重要だと思います。販売店様と仕入れ先様の架け橋としての機能を充分に発揮していくことこそが、ジャパン建材の一番の使命であり、また、存在意義でもあるという認識に立って、皆様のお役に立つ「強いジャパン建材の再生」を目指して参ります。

ジャパン建材の“原点”を核に

仕入先様のご支援と、販売店様の多大なるご愛顧をいただき、現在はありとあらゆる住宅建材を扱えるようになっておりますが、ご承知のとおり、弊社は、合板販売を原点とする問屋です。この原点に立ち返り、合板・LVL・集成材・パーティクルボード・石膏ボード製品といった、安全に安心して暮らせる快適な住宅の建築に欠かせない優れた素材製品の販売にも、なお一層力を入れて参ります。

加えて、優れた機能・特色をもつ商材を開発することによって、プライベート商品である『Bulls 商品』の品揃えをより多彩でインパクトある商品群に育てていきたいと考えております。これが、ひいてはメーカー様各社の優れた製品を拡販する商品知識向上の礎となり、販売店様や大工・

工務店様、さらに施主様の目を向けていただく相乗効果を生み出すと確信しております。メーカー様のなお一層のご理解とご協力を賜りますようお願い申し上げます。

サポート体制と人づくりを推進

生涯で一番高価な買い物とも言われる日本の住宅。それだけに施主様の期待に応える良質で安全に快適に暮らせる住宅の供給が、今、住宅業界に強く求められています。これを制度の面から支えるのが住宅建築にかかわる数々の新しい法律です。【住宅瑕疵担保履行法】はじめ、【長期優良住宅法】【宅地建物取引業法】【建設業法】【消費者契約法】【省エネ法】などへの対応も複雑化しています。その中で受注を獲得するには、法制度を十分に理解して的確に対応できるノウハウが不可欠です。

また、住宅需要が減少傾向にある中でも健全経営を貫いていくには、一棟当たりの納材比率を高めることが非常に重要だと思います。

弊社では、販売店様の納材比率の向上に繋がる大工・工務店様の受注活動をソフト面から支援する『JK サポートセンター』をすでに全国 8 箇所に配置しました。ここでは、「長期優良住宅」はじめ各種補助金・税制優遇も受けられる住宅リフォームに積極的に取り組んでいただくためのワンストップサービスを実施しております。

加えて、環境に配慮した住宅建材・最新の情報をお客様に迅速にお届けする「地域密着型の営業展開」を強化する営業拠点の統合や生産性向上、皆様のご商売に役立つご提案ができる営業担当一人ひとりのスキル UP、人づくりにも取り組んで参ります。

本年は 2012 年の辰年に迎えるジャパン建材 75 周年に向けたスタートの年と位置づけ、お客様と仕入先様とのパイプ役をおおいに果たし、皆様と共存共栄することによって日本の住宅業界を明るく元気にし、さらに社会貢献にも繋げて参りたいと存じます。

平成 22 年元旦

平成 21 年度第 4 四半期（1 ～ 3 月）見通し

JK 情報センター

工務店様・販売店様での需要予測

平成 21 年度第 4 四半期（1 ～ 3 月）に向けての需要予測がまとまった。

今年度最悪のスタートとなった第 1 四半期（4 ～ 6 月）から少しずつ回復傾向を見せていた工務店・販売店様の需要予測だが、残念ながら平成 21 年度の締めくくりは前回第 3 四半期の需要予測より工務店様段階で 7.7 ポイント、販売店様段階で 4.2 ポイントのダウンと大変厳しい結果になってしまった。

平成 20 年後半からのサブプライム問題に絡む金融危機が長引き、平成 21 年は大変厳しい一年だった。工務店・販売店様の需要予測のグラフを振り返っても、過去 2 年間は一時的な仕事量の回復はあるものの、総じて減少傾向となり、平成 22 年もこの厳しい状況がしばらく続くと思われる。

しかし住宅版エコポイントがどの位影響を与えるかは期待すべき点とも言えるので、今後共我々は JK サポートセンターの充実を計り、お客様のお役に立つ営業活動を推進していく。

主要メーカー様による販売予測

下記で示す通り、前回第 3 四半期で改善が見られた合板メーカー様による販売予測が、今回は逆に減少予測 86.8%とかなりのダウンを予測しており、転じて住設機器メーカー様は前回の第 3 四半期増加予測 0%に比べると、5.6%が増加予測をしており、さほど大きな数値とは言えないが、注目すべき点と言える。

合板	増加予測 10.8%	前年並予測 2.4%	減少予測 86.8%
木質建材	増加予測 2.2%	前年並予測 14.4%	減少予測 83.4%
窯業・断熱	増加予測 8.9%	前年並予測 14.4%	減少予測 76.7%
住設機器	増加予測 5.6%	前年並予測 19.4%	減少予測 75.0%

リフォームの現状

今回初めて工務店様における仕事量に占めるリフォームの割合についてのアンケートを行った。工務店様の仕事量の中でリフォームが 25%位との回答が 687 件、26%～50%がリフォームとの回答が 947 件、51%～75%とリフォームの方が多いとの回答が 827 件もあり、全体的にかなりリフォームの仕事量の比率が多いことが解る。

1 物件当りのリフォームの売上も 51 万円～100 万円位との回答が 1000 件以上も有り、今後リフォーム向け商品に期待が出来る状況が伺える。

調査の目的

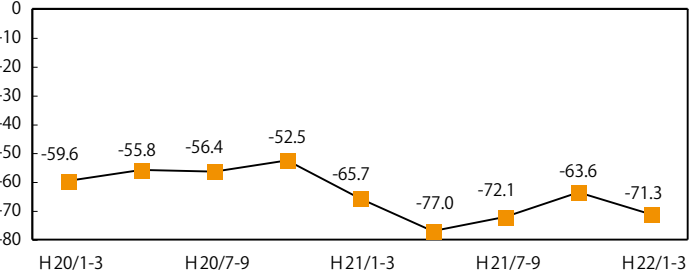
この調査は、ジャパン建材(株)のお取引先における販売動向及び、景況判断を把握し、今後の適切な販売指針に資することを目的として実施しました。

調査の時期・方法

この調査は平成 21 年 11 月下旬から 12 月上旬までを調査時点として、お取引先 2800 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。
(前回調査は 2884 社・97.1%)
※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

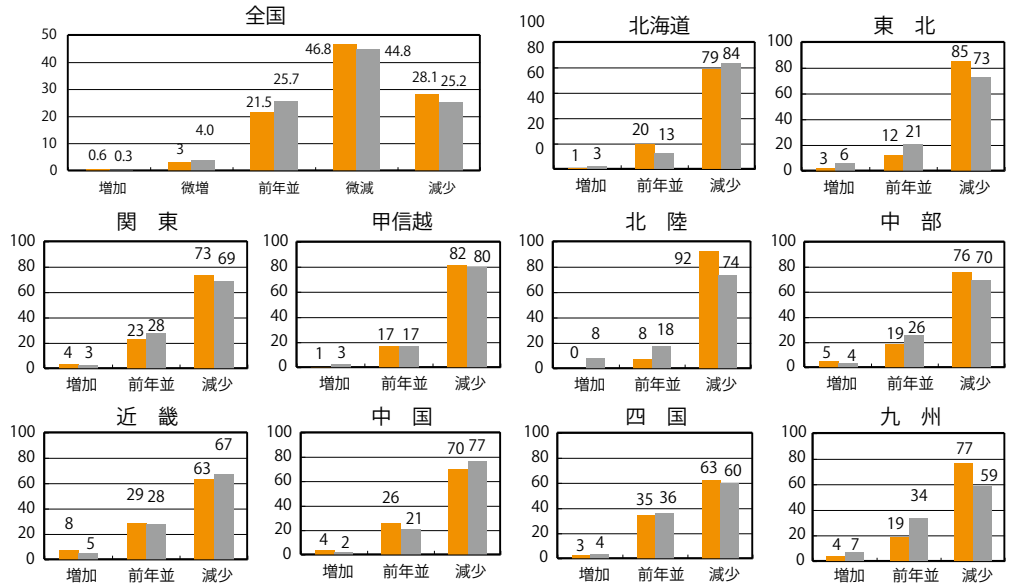
「増加」「微増」「前年並」「微減」「減少」の中から選び頂き、総回答数よりそれぞれの割合を算出致しました。単位は、「%」となります。

平成 21 年度 第 4 四半期
平成 20 年度 第 4 四半期

有効回答数

全 国 2,774

北海道	149	中部	214
東北	278	近畿	299
関東	983	中国	148
甲信越	206	四国	80
北陸	52	九州	365



最近の売れ筋商品 (全国)

キッチン	
1 位	クリンレディ
2 位	ラクエラ
3 位	リビングステーション S クラス

ユニットバス	
1 位	La・BATH
2 位	サザナ
3 位	ココチーノ S クラス

フローア	
1 位	一般カラーフロア (ミラージュ) 系
2 位	その他
3 位	N クラレス

外装材	
1 位	モエン M 14・W 14
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	ハウスキット アトリア
3 位	リビエ

トップ対談

代表取締役

東 英則 様

あずま ひで のり

〔プロフィール〕

1965（昭和40）年、三重県松坂市に生まれる。1歳のときから愛知県東海市で育つ。1982年に大学を卒業後3年間の材木店修業を経て家業に入る。1990（平成2）年に代表取締役就任、現在に至る。



株式会社 名東木材

〔会社概要〕

本 社 愛知県東海市富木島町池下 10-3
会社設立 1977(昭和52)年
資 本 金 1,000 万円
従業員数 20 名
年 商 12 億円(2008 年)
グループ年商 (21 億円)
創業者は現社長の実父・東安夫氏。三重県紀伊長島町（現在の紀北町紀伊長島区）の漁師の家に生まれ、学業を終えて名古屋市内の材木店で修業、木材市場勤務を経て独立。1967（昭和42）年に木材販売業を個人創業、1977（昭和

52）年に株式会社名東木材を設立する。1990（平成2）年、創業社長の急逝に伴い、30歳の若さで東英則氏が代表取締役に就任。独自の経営を実践するなかで木材店の将来性に危機感を抱く。工務店経営をより深く理解するために建設事業部・不動産事業部を立ち上げ、価格競争から脱却するための現金販売店『圓屋』事業を始める。さらに、新築・リフォームのための住空間を提案するショールーム『HOUSE THE GARDEN』を開設。木材・建材販売店という既成の枠にとらわれない事業展開を積極的に進め、工務店様支援策の強化に邁進している。

『お客様第一』をモットーに、今、何をすべきか日々追いかけています。

「住宅コンシェルジュ」として

大久保 名東木材さんの社名からは昔ながらの材木店をイメージしますが、ご商売の内容は、かなり先進的ですね。

東 時代と共に材木、建材、建物だけでなく、生活全体を提案していかなければいけないという気持ちが強くあります。

大久保 本社に隣接するモダンな建物が『HOUSE THE GARDEN』ですか。

東 ももとは、倉庫を建ててストックヤードの効率を良くしようと思っていたのですが、工務店様がストックを持たない時代になり、我々販売店もキャッシュフローを考えなければなりません。また、家を建てる主体が施主様に替わり、工務店様の在庫に物足りなさを感じていらっしゃる施主様を間近に見ておりますので、充実したメーカーさんと問屋さんのデリバリー機能を活用させていただいて、私どもはライフスタイルに合う快適な住空間のご提案をしていこうと、2007（平成19）年にオープンしました。



大久保 各地で販売店様のショールームを拝見しますが、こちらのような住空間提案型のショールームは珍しいです。

東 ショールームは年数が経つと倉庫になってしまいう危険性もあります。それだけは避けたいと思ってこの形にしました。一棟丸ごとリフォームのゆとりある施主様を中心に新築も含めて、施主様と建築士・インテリアコーディネーターとの話し合いの中からアイデアを出していくスタイルをとっています。

大久保 どこにでもできるものではない“独自性”が売りですね。

東 はい、オリジナルキッチン、オリジナル家具も作ります。お施主様には、名東木材の工務店様支援の部分と、自社で請け負う部分を明確に分けてご提案し、施主様に選択していただく形をとってまいして、「最後まで名東木材・HOUSE THE GARDEN が責任を持ちます」という話をさせていただいています。

大久保 施主様の疑問や不安を大工・工務店様に代わって解消して差し上げると

いうことですね。大工・工務店様への遠慮から受注活動に踏み込めない住宅資材販売店の方々にとって大きなヒントになる素晴らしい取り組みです。

東 数を追うのではなく、一棟一棟丹念に仕事をしていくことを目指しています。

新たな取り組みに挑戦を続ける

大久保 ユニークな発想で大工・工務店様支援を進め、新しい取り組みにも積極的に挑戦していってほしいですね。

東 十数年前、この先も既存の販売スタイルのまま商売を続けていけるだろうかということに疑問をもち、工務店様の悩みや気持ちを理解して力になれば木材・建材の販売に活かせるだろうと、別法人で建設事業部を立ち上げて、年間5棟～10棟を受注できる体制を確立しました。ちょうど消費税5%導入前の駆け込み需要があった時期でした。

大久保 とても良いタイミングでしたね。

東 でも、この状況がいつまでも続くわけではないし、お客様との持ちつ持たれつの関係が薄れて価格競争が激化し、経営は難しくなるのではないかと、そんな危機感から現金販売を考え始めました。

その頃ちょうど話題になっていた『建材市場』も見学させていただきました。

大久保 その時点では「これだ!」という結論は出なかったのですね。

東 はい、一般向けという点で躊躇しました。その後、現金販売で成功しているダイコクの社長・山内様と私どもの部長との縁で『ダイコク堺店』を見学させていただきました。こちらは、リピーターも望めるプロ向けだったのでグループへの加盟を決め、半年間の準備を経て2002年に名古屋市内に『圓屋』1号店をオープンしました。

大久保 東社長の新しい取り組みへの意欲を後押しする出会いがあったわけですね。

東 おかげさまで開店1カ月目の売上400万円、2カ月目は900万円超え、3カ月で1,000万円を突破しました。

大久保 もの凄い売上率アップでしたね。

東 最初は「名古屋という土地柄で、現金払いで配達もしない商売が成り立つの?」と言われて始めましたが、徐々に固定客が増え、自信とノウハウもできて2号店、3号店をオープンしました。2010年には4号店を開く計画です。

大久保 挑戦した甲斐がありましたね。

ところで、『圓屋』とされた理由は。

東 「現金」と「人の縁」という意味を

合わせた命名で、敢えて難しい漢字で上品な雰囲気を出しました。

大久保 初めて看板を見た人に「何のお店?」と思わせる効果もありますね。

東 今は時代の後押しもあります。名東木材としての販売も、いずれは『圓屋』に移行し、名東木材は工務店様への正確・迅速なデリバリーを核に、「完成保証」で工務店様が施主様にさらなる安心感をもっといただけるハウスメーカーグループの「ハートシステム」活用を促進し、工務店様支援をワンストップサービスで提供する会社にしたいと考えています。

大久保 ハウスメーカージャパンに加盟されたのは、現金販売を始めてからでしたか。

東 はい、ダイコクグループ加盟が縁でハウスメーカーを知りました。さらに詳しく知れば知るほど工務店様支援に役立つという手応えを得まして、163号店としてスタートしました。後発ではありますが、すでに「ハートシステム」を累計45棟で採用しました。これを我々販売店が持てる唯一の武器として、ジャパン建材さんと共に工務店様支援に力を尽くしていきたいと思います。

大久保 そう言っていただけると、問屋冥利に尽きます。ありがとうございます。

ネット事業『じゅうたま』

大久保 洗練されたホームページも開設していらっしゃいますね。

東 私どもは、住宅資材販売の「名東木材」、新築・リフォームの住空間をご提案する「HOUSE THE GARDEN」の2つのホームページと、工務店様支援の「ハートシステム」を柱に据えたポータルサイト「じゅうたま（住宅玉手箱）」を開設し、全て自社のスタッフで作っています。

大久保 工務店様の現場見学会なども紹介していらっしゃいますね。

東 「じゅうたま」は、私どもが事業の柱の一つに据えているネット事業で、WEB上で工務店様の代わりに広報活動をして「工務店様と施主様の架け橋」役を担うものです。現場見学会情報は、その中で工務店様にご提案して活用いただいている企画イベントの一つです。

大久保 施主様が「じゅうたま」にアクセスすれば、「ハートシステム」を活用している工務店様の情報や、現場見学会の予定もチェックできるわけですね。

東 はい。まず、工務店様に「ハートシステム」を自社物件に必ず採用することを条件に「じゅうたま」会員になってい

たきます。入会費用は〈工務店様のホームページ作成初期費用＋「ハートシステム」加盟料の合計10万5,000円〉、〈月額利用料1万円〉で自社PRや建築実績・事例がご紹介いただけるシステムを私どもが開発しました。

大久保 工務店様が自社のホームページを作っても、有効活用されないケースがけっこう多いですからね。



東 また、せっかく自社の会社名でホームページを立ち上げても、一般の施主様がヒットするケースは稀だと思います。工務店様のホームページにはブログ形式を採用し、いつでも新しい情報に簡単に書き換えられる、しかも安価で利用できることが、このシステム最大の特長です。この「じゅうたま」を本部機能として、新たに「じゅうたまモバイル版」の「圓屋」用と「ダイコク」用を作り、ダイコク用は全国展開を開始しました。

大久保 どんな情報を発信するのですか。東 一般の施主様と工務店様の携帯電話メールにお得情報を月2回発信します。これは、「圓屋」には営業担当がいないので、その代わりになるものを考えたのが、そもそものきっかけです。

大久保 パソコンで情報を見るのは大変ですが、携帯ならどこでもキャッチできますからね。受け手の身になって情報を発信することに着目されたわけですね。

東 やはり、モバイル版は反響が大きく、お得情報にも即反応があります。従来はファックスで流していた情報をモバイル版にしてコスト削減効果も出ています。さらに詳しい情報はパソコンの「じゅうたま」で見いただく形で構成し、こちらで「ハートシステム」[フラット35]などをご紹介させていただいています。

大久保 東社長は、あらゆる場面で発想の転換を試みていらっしゃるんですね。

東 最終的には人と人とのコミュニケーションが重要ですが、一律に情報を流して、確実に見てもらうには、使い勝手の良いものを活用すべきだと思います。

大久保 東社長のお話から全国の住宅資材販売店様も数多くのヒントを得られたと思います。興味深いお話を伺わせていただき、ありがとうございました。

住宅のエネルギー源を考えよう！

地球に降り注ぐ太陽光を有効活用する「太陽光発電システム」

太陽から地球に届く膨大な光エネルギー

太陽から地球に降り注ぐ光エネルギーの量は、何と18万テラワット。といっても、ピンとこないに違いない。テラ＝兆なので、途方も無く大量の光エネルギーということはわかりただけと思う。

もっとも、地球を覆っている大気や雲がその30%ほどを反射するので、残りの12

万6,000テラワットが地表や海まで届いている計算になる。これだけでも100%利用できれば、毎秒約30兆キロカロリーのエネルギー源になる。つまり、「1時間の日射量で全人類が1年間に消費するエネルギー」が賄える。

①太陽電池パネル（モジュール）

太陽電池は、乾電池のように電気を貯める装置ではなく、“発電装置”。住宅に太陽光発電システムを搭載する場合、数枚～数十枚の太陽電池パネルが必要。この一枚一枚を〈モジュール〉という。その中に太陽電池の本体「セル（厚さ数ミリ・10センチ四方の板）」が数十枚並べられている。



② 接続箱

太陽電池で発電した電気を〈パワーコンディショナ〉に送り込む。雷などの過電圧から保護する機能もある。

③ パワーコンディショナ

太陽電池は直流電流を発電する。これを家庭用や、電力会社へ流すために交流電流に変換する。
発電表示モニター（オプション）

④ 分電盤

インバータで交流に変換された電気を家庭内の電気製品に送る。

⑤ 買電用メーター

夜間や雨天の日などに電気会社から供給される電気をどれだけ買ったかを計るメーター。

電力会社

⑥ 売電用メーター

太陽電池で発電して家庭内で使いきれなかった電気をどれだけ電力会社へ売ったかを計るメーター。

JKサポートセンターでは、地球に優しいecologyと家計に優しいeconomyに貢献する「太陽光発電システム」導入のサポートも行っています。ぜひ、ご相談ください。

● 地球に優しいエネルギー源

太陽の寿命は残り50億年と推測されている。無尽蔵とはいえないが、地球上のどこでも使えるエネルギー源として、今、世界が注目している。

しかも、「太陽光発電システム」の場合は、太陽の光エネルギーを直接電気に変えて利用するので、化石燃料を利用する場合と違い、二酸化炭素や硫黄酸化物、窒素酸化物など、地球温暖化・酸性雨の原因になるガスを排出しない。“クリーンな自然エネルギー”である。

一方、快適な住空間を保つために家庭での電力消費量に占める空調関係での使用割合が高くなっている。一般家庭で太陽の光エネルギーを直接電気エネルギーに換えて利用すれば、火力発電所から排出される温室効果ガス削減にも繋がる。

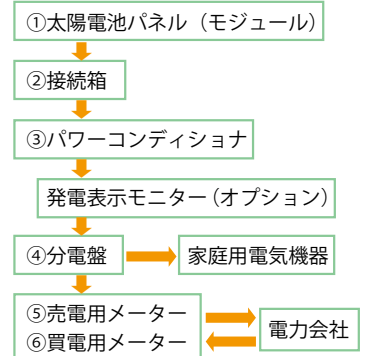
また、太陽の光さえあれば電気が得られる「太陽光発電システム」は、緊急用電源としての活用も期待されている。

● 太陽の光で発電する

「太陽光発電システム」は、太陽の光エネルギーを電気に換える。この発電システムは〈太陽電池パネル（モジュール）〉〈接続箱〉〈パワーコンディショナ〉〈分電盤〉〈売電用メーター〉〈買電用メーター〉。さらに、オプションで

家庭で発電量が確認できる〈発電表示モニター〉を付けることもできる。

太陽光発電システムの流れ



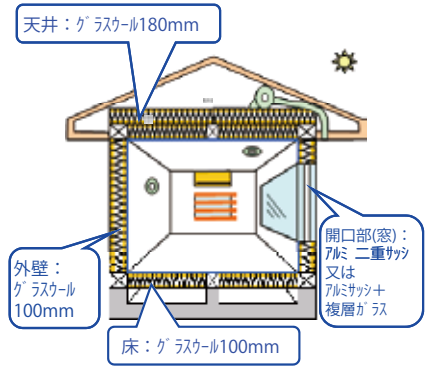
期待される
【住宅版エコポイント制度】

2009年5月15日に始まって話題を集めた「グリーン家電普及促進事業エコポイント」と同様のエコ住宅の普及促進を後押しする【住宅版エコポイント制度】が動き始めた。
2009年12月8日、制度の創設が閣議決定されて、まず、新築住宅について「2009年12月8日以降に建築着工した住宅で補正予算の成立日以降に工事完了し、引き渡されたものを対象」に制度がスタートした。

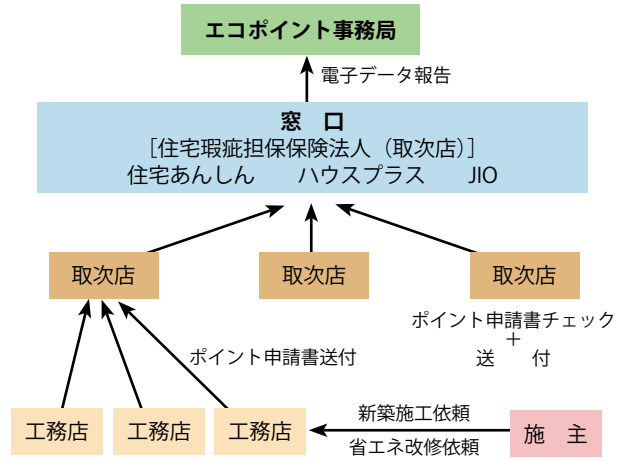
POINT ①
エコポイントの発行対象

- ◆エコ住宅の新築
 - 【省エネ法】のトップランナー基準
省エネ基準+α〈高効率給湯器等〉
 - 木造住宅：省エネ基準を満たすもの
- ◆エコリフォーム
 - 窓の断熱改修
内窓設置（二重サッシ化）
ガラス交換（複層ガラス化）
 - 外壁、天井または床の断熱材の施工
※これらに合わせてバリアフリーリフォームを行う場合、ポイントを加算。

省エネ基準を満たす
戸建て木造住宅のイメージ
（東京都の例）



POINT ② 申請方法



2009年2月12日（金）

13：00～14：00
木造戸建 20 万戸、2 万社時代の工務店像を炙り出す
～工務店業界媒体／各紙編集長の「これからの工務店業界展望」と「応援メッセージ」
コーディネーター：住宅評論家 佐中 敦 氏
パネラー：株式会社エクスナレッジ「ビルダーズ」編集長 木藤阿由子 氏
日経ホームビルダー編集長 安達 功 氏
日本住宅新聞社編集長 富澤 秀雄 氏

パネル
ディスカッション

14：30～15：30
工務店・ビルダーが知っておきたい
「住宅裁判事件ファイル」
株式会社米澤設計 代表 民事調停委員 米澤 榮三 氏

2009年2月13日（土）

13：00～14：00
リフォーム提案必須時代～トラブル回避で積極リフォーム営業
コーディネーター：アーキプレソリューション株式会社
代表 小橋 勝成 氏
パネラー：川目法律事務所 代表 川目 武彦 弁護士
社団法人全国中小建築工事業団体連合会
次世代委員会

パネル
ディスカッション

14：30～15：30
地域密着戦略で生き残る
工務店に必要な集客手法
アーキプレソリューション株式会社 代表 小橋 勝成 氏

●主催：(株)日本住宅新聞社・ジャパン建材(株)

長期優良&リフォームでecoなくらし

ジャパン
建材
フェア

出展メーカー200社以上!!
住宅建材
総合展示即売会

第23回
通算65回

特価市場開催!
タイムサービス実施

2010.2.12 金 9:30am - 5:30pm / 13 土 9:00am - 5:00pm

東京ビッグサイト東展示棟 4・5・6ホール

『第23回ジャパン建材フェア』は、“長期優良&リフォームでecoなくらし”がメインテーマ。【住宅版エコポイント制度】も動き始め、施主様の心をつかむ「長期優良住宅」「省エネリフォーム」による「地球に優しい ecology と家計に優しい economy」が実現できる各種住宅資材を一堂に集めて開催します。 お見逃しなく！！

同時開催
最新の情報と様々な疑問に対応した
パネルディスカッション&セミナーを開催!!

人体を経由した通信で認証・解錠ができる、最新式の入退室管理システム。 『人体通信エントランスシステム／TH』

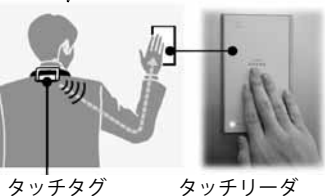
株式会社イトーキ

かつては“治安大国”ともいわれた日本だが、窃盗・強盗などの犯罪が増加している。また、個人情報の漏洩が犯罪に直接繋がる危険性もあり、住宅や事務所などのセキュリティ性を高めることが日本社会でも常識になっている。
『人体通信エントランスシステム／TH』は、従来型のカード式、静脈認証、指紋認証などとは異なり、人体を経由した通信で認証・解錠ができる、最新式の入退室管理システム。タッチタグを身に付け、パーティションなどに設置したタッチリーダに「触れるだけ」でID認証を行い、通行可否を瞬時に判別する。
衣服の下に装着でき、手袋をしていても認証が可能なので、オフィスに限らず、これまで導入しづらかった病院、研究所、工場などにも利用でき、高

- い利便性とセキュリティ性を保つことができる。
- 他システムとの違い
 - ◇「ICカード認証方式」と違いカードをかざす操作が必要ない。タッチリーダに手で触れたり、衣服を着たまの腕や肩で触っても認証できる。
 - ◇「無線方式」と違いタッチリーダに近づくだけでの誤動作の心配がない。
 - ◇「指紋認証方式」や「静脈認証方式」と違い、手袋をつけたままでも認証操作ができる。

- 想定される使用シーン
 - 〈オフィスの場合〉
認証時にカードなどを使用しないため、カードを出して近づけるという操作が不要となり、簡単でスピーディな認証が可能。打合せなどで来社したゲ

- ストも、操作に迷うことなくお使いいただける。
- 〈工場の場合〉
手袋や手の油污れも認証には影響しないので、工場のセキュリティを高めるシステムとして最適。
 - 〈病院や研究所の場合〉
タッチタグは白衣やクリーンウェアなどの着衣の下に装着でき、手袋をつけたままでも認証が行える。クリーンルームなどでは清潔な状態を維持しながら、セキュリティを高めることができる。



- システムの原理
タッチタグを身につけてタッチリーダに触れると、人体表面に微弱な電界が発生し、通信回路が形成される。この回路に個人認証データを載せることで、パネル側で認証処理を行う。

新感覚!! 熱くないのに、たっぷりの汗 ナノミストサウナ『ナノリッチ』

株式会社コロナ

近年の健康志向や美容への関心の高まりにより、家庭や温泉施設、スポーツジム等で注目を集めている「ナノミストサウナ」。コロナのナノミストサウナ『ナノリッチ』は、低温・高湿度で、通常のみストよりも更に細かいナノサイズの水粒を発生させ、身体をあたためる。高温のドライサウナに比べ、身体への負担が格段に少なく快適に入浴できる。



2人用 外観

- 低温で身体への負担が少なく、高湿度でたっぷりの汗
浴室内は体温に近い温度（38～40℃）なので身体への負担が少なく、ゆっくりと入浴を楽しむことができる。また、湿度も90%～100%と非常に高く、汗をたっぷりかくことができる。そして、入浴後も湯冷めしにくく、身体の温かさが持続する。



2人用室内（ヒノキパネル仕様）

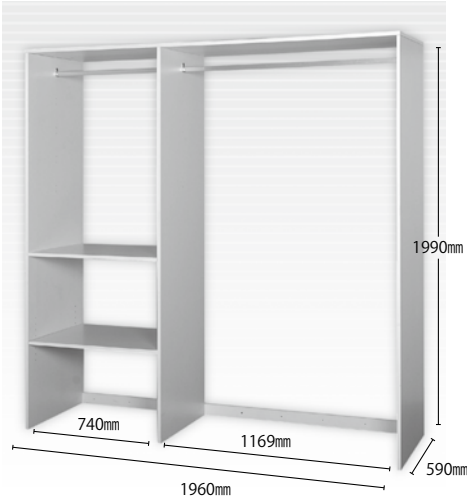
本社 TEL：0256-32-2111 <http://www.corona.co.jp/>

- 目に見えない、水濡れ感のない超微細ミスト
浴室内に放出される10ナノ（10万分の1ミリ）の水粒は目に見えないほど細かく、水濡れ感もなく、入浴中に読書ができるほど。これまでにない安らぎの空間が身体を包み込む。
- レナード効果でマイナスイオンを発生
独自の超微細水破碎方式によるレナード効果で浴室内にマイナスイオンを発生させる。これまでのミストサウナでは実現できなかった、心地よい空間を創りだす。
- 体験ルームをご用意！
コロナでは『ナノリッチ』のナノミストが実際に体験できる空間『ナノリッチ体験ルーム』を用意。ご用命の際は事前に電話でご予約ください！。

イチ押し
Bulls

クローゼット内収納

型番：BIO-1960



【商品特徴】

クローゼット内収納は、間口寸法に合わせて幅をフリーカット可能。

基本セットを用意することで簡単にクローゼット内に収納を設けることができる。

- パイプハンガー 2 本、棚板 2 枚付。(可動棚、固定棚各 1 枚)
- パイプの耐荷重…20kg
- 側板から仕切板までの間隔が 740mm で、横幅 730mm のウッドトップチェストが組み込み可能。(2 段、3 段、4 段引出しタイプを選択可)
- 表面材には低圧メラミンを使用している為、傷がつきにくい。
- 施工が簡単で左右兼用。

サイズおよび板構造

板材	構造	枚数	縁材			板サイズ	
			厚み	長手	短手	縦	横
天板	18mmベタ芯	1枚	0.75mm	1	2	1,960	590
側板	17mmフラッシュ	2枚	0.75mm	1	1	1,962	590
仕切板	17mmフラッシュ	1枚	0.75mm	1	1	1,962	585
可動棚	17mmフラッシュ	1枚	0.75mm	2		580	740
固定棚	17mmフラッシュ	1枚	0.75mm	2		580	740
巾木(長)	18mmベタ芯	1枚	0.75mm	2		1,960	60

※表面材には低圧メラミン(白)を使用しています。

740幅部に
ウッドトップチェストが入ります。

ウッドトップチェスト	型番	色	引出数	横幅	高さ	奥行
	HG-722B	天板・ベアー 引出し:ホワイト	2段	730	420	415
	HG-723B	天板・ベアー 引出し:ホワイト	3段	730	615	415
	HG-724B	天板・ベアー 引出し:ホワイト	4段	730	810	415



※ウッドトップチェストの表面はポリプロピレンを使用しています。

業界

2009 年11 月16日～12月15日

インデックス

シャープ▶ウイルスや細菌の活動抑制効果があるとされるプラズマクラスターイオン発生機の新機種をデンソーと共同開発、『IG―BC15』（カーアダプター対応型）、『IG―BA15』（AC アダプター対応型）2 機種各 3 色を 12 月 15 日発売と発表。／LED（発光ダイオード）が光源の『LED 電球』の売れ行き好調、ブランド別でシャープの製品が人気を集める。／11 月に液晶テレビの新機種『LED AQUOS（アクオス）』を発売、家電販売店で専用コーナーを設置して性能差を PR。／液晶パネルの廃ガラスを塗料原料に再利用する技術を開発、まず、LED（発光ダイオード）防犯灯の塗装に使う予定と発表。／手早く本格的な料理ができる高機能オープンレンジ『ヘルシオ』シリーズが消費者の健康志向をとらえ、根強い人気を集める。

パナソニック電工▶バス・システムキッチンなど水廻り事業の製造機能を 2010 年 4 月に子会社に集約すると発表。／蛍光灯 1 本で 2 本分の明るさの非住宅用『W

エコ環境配慮型照明器具』の 2009 年度の販売台数が 30 万台超（前年度比 7 割増）の見通しを発表。

サンテックパワージャパン▶2010 年初めに新築住宅向け太陽光発電装置を中堅ハウスメーカー 10 社程度と契約締結して発売し、注文住宅・建売住宅への販売網拡大へ。

文化シャッター▶2010 年 3 月期、2 年連続の最終赤字を計上する見通し。

イトーキ▶2010 年 1 月 1 日付で建材事業部を統括する建材事業本部新設、事業展開を効率化。

オーデリック▶2013 年度に LED（発光ダイオード）照明器具の売上高を 100 億円に引き上げる計画を発表。

住友林業▶100％子会社の木質建材製造事業の住友林業クレストと、住宅機器・建材製造販売の孫会社東洋プライウッドを 2010 年 3 月に合併へ。

国土交通省▶10 月の新設住宅着工戸数 6 万 7,120 戸（前年同月比 27.1％減）、1965 年の統計開始以来 10 月として過去最低水準）、11 カ月連続の減少。構造別の木造は 3 万 8,945 戸（前年同月比 10.6％減）。

INAX ▶これまで特注品で販売していた 2 連型が選べる車椅子対応洗面台『NEW ドウケア・カウンター』を 12 月 21 日発売を発表。

ダイキン工業▶全額出資子会社ダイキンファインケミ

カル研究所とダイキン化成品販売の 2 社を 2010 年 4 月 1 日付で吸収合併。／空気清浄機フィルターに使う抗体が新型インフルエンザウイルス活動を抑制することを実証したと発表、強毒性の鳥インフルエンザウイルス抑制効果もあるとしている。

新日本石油▶国内で備蓄している原油を緊急時にニュージーランド政府との間で 2010 年 1 月から 1 年間、融通する契約を締結（今回で 3 回目）。

非製造事業者▶【改正省エネ法】が 2010 年 4 月に施行され、小規模店を多く持つコンビニや外食チェーン、銀行などがエネルギー使用量の報告対象になることから、エネルギー計測・制御、LED（発光ダイオード）など省エネ型照明器具を導入するなど、対応を急ぐ。

TOTO ▶日本 IBM に IT システムの開発・運用・保守（期間は 2009 年 10 月～2015 年 3 月まで）委託したと発表。

ノースリツ▶2010 年 1 月 1 日付で国内の商品別事業部制から機能別組織に変更する改革実施。

太陽電池メーカー各社▶家庭で使用している電力量をわかりやすく表示することで太陽光発電システムのエコ度を実感できる「見える化」システム（シャープ『カラー電力モニター』、三菱電機『エコガイド TV』、京セラ『エコノナビットツ』、三洋電機『エネステーション』）を発売。



JK グループネットワーク

ジャパン建材株式会社
東日本グループ
首都圏第一営業部
城北営業所



新年あけましておめでとうございます。平素は販売店様はじめ仕入先様には格別のお引き立てを賜り心より感謝申し上げます。

城北営業所は首都圏第一営業部に属し、埼玉県八潮市に拠点を置いております。昭和48年1月に榎丸吉の中央営業所（現 東京中央営業所）の城北出張所として開設し、営業範囲は東京23区の北東部、埼玉県南東部、千葉県西部で活動しております。埼玉県八潮市は平成17年8月につくばエクスプレス八潮駅が開業（秋葉原まで17分）し、近くには越谷レイクタウン、ららぽーと新三郷などの大型ショッピングセンターなどの出店により急激に活性化している地域です。メーカー様の物流の拠点も近くに多く、引き取りなど便の良い場所となっております。



つくばエクスプレス 八潮駅

大手のハウスメーカー・ビルダーの競合激しい分譲地などが目立つ中、地域密着で地元の工務店様、販売店様サポートという形で日々活動を進めております。お客様サポートの提案として、JKサポートセンターの活用により、受注支援（商談用図面・プランボード・見積り、実行予算書の作成）、住宅ローン支援（フラット35S取次ぎ・資金計画アドバイス等）、法令対応支援（品格法・長期優良住宅・瑕疵担保保険取次）などをご提供し、セミナーも数多く開催しております。また年2回、メーカー様のショールームを活用させて頂いてリフォーム商談会を行っています。

私たち城北営業所は総勢スタッフ10名の若手中心でまだまだ未熟者の集まりですが、常に知識の習得、向上心を持ち、至らぬ点は日々改善努力し、エンドユーザーのお施様の目線に立って気持ちが理解できるように営業展開していきたいと考えております。工務店様・販売店様・仕入先様の皆様、今後とも一層のご愛顧を賜りますようお願い申し上げます。

合板天気図

【晴】

明けましておめでとうございます。本年もよろしくお願い致します。

昨年は100万戸割れが現実になり、それどころか昭和40年以前の水準である70万戸台後半の77～78万戸の新設住宅着工戸数となった。100万戸前後の予想が多かっただけに、急激な市場の冷え込みに業界は慌て企業のリストラ、再編等が新聞紙上を賑わす状況になった。

合板については木造住宅の着工が全体と比較して、落ち込みが少なかったことで、国産針葉樹合板の出荷については決して悪い状況ではなかったように思う。但し、メーカーの供給量の調整はバラツキが見受けられ、春先からは各社が減産を緩めた。その結果、供給量が増え年間通して低位安定の市況に終わり、商社、流通共に大きく売上を落とすことになった。各メーカーの採算も悪化の一途をたどり1工場数億円規模の赤字計上を余儀なくされているとも言われ、需給バランスを整える課題は本年に持ち越されている。

輸入合板については現地在第3国への供給が好調なことで、日本離れが進んだ。世界情勢に左右されながらも、供給量の調整は順調に行われたが、低い水準の市況に終わった。

さて今年は新設住宅着工戸数が85

万戸前後とすると、出荷量については昨年より増加することになるだろう。ただ上半期は型枠関係の仕事量は極めて少ないことが予想されており、輸入合板については今年以上に供給は絞られるため、必要なボリュームの確保は自らのリスクで行わなければ、使用に障害が出る場面もあるだろう。

次に、国内針葉樹合板については今までとは異なる使用用途なども出てくることで、出荷量は増えてくる。そして主要用途である住宅においては垂直面の対応が、将来需給バランスを良好にする鍵となる。また、春先の各メーカーの生産量と内容が重要な要素となり、それによっては採算割れの長期化も考えられる。

厳しい市況が予想される中ではあるが、この2年間需要面、価格面の両面から低迷の続いた合板業界にとっては、最悪期を越えた認識を持っている。減り続けた合板売上にも歯止めがかかり、思いのほか早い段階でメーカーの採算ベースに乗る価格帯になるだろう。但し、ユーザー目線の商品開発、価格体系、販売経路他を行うことが最重要課題であることを、携わる人間すべてが忘れてはならない。

合板部 部長 小柳 龍雄

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>