



第4回 雙環(ふたわ)フォーラム 東京で2回目のセミナーを開催



テーマは「成長か、衰退か 建材流通の明日を問う」

ジャパン建材東日本グループ東北営業部のお客様からの提案で産声を上げた「雙環フォーラム」。住宅建材流通の次世代を担う経営者・後継者の皆様とジャパン建材が将来について語り合い、より一層強い絆を育んでいこうと始まったこの活動を、さらに全国的なものへ発展させる第一歩として昨年10月の「第3回雙環フォーラム」から会場を東京に移して、初の講演会・情報交換会を開催。今回の「第4回雙環フォーラム」は東京での第二弾、前回のフォーラムに参加された皆様からのご要望に

基づいて、住宅建材業界の今日の大きな課題をテーマにパネルディスカッション形式で実施した。

テーマは“成長か、衰退か 建材流通の明日を問う”。ジャパン建材のお客様である住宅建材販売店様のなかでも独自の取組みに邁進していらっしゃる方々をパネラーにお迎えして、具体的な成長戦略・成功事例を、また、住宅建築業界に対する国の施策や制度、業界の動向等に詳しい方々から最新情報なども合わせてご紹介いただいた。

パネルディスカッションメンバー

コーディネーター

(株)日本住宅新聞社

編集長

佐中 敦 様

パネラー

(株)荒木建材店

代表取締役社長

荒木 光廣 様

(株)斉藤材木店

代表取締役社長

斉藤 章 様

中央ベニヤ(株)

取締役 建材部長

早川 勝 様

(株)名東木材

代表取締役社長

東 英則 様

ハウスプラス住宅保証(株)

杉原 広央 様

ジャパン建材(株)

専務取締役 営業本部長 小川 明範

パネルディスカッション概要

パネルディスカッションの論点

新設住宅着工戸数80万戸時代を迎えた。今後さらに元請工務店は5万社、持ち家木造戸建て住宅の新設着工戸数が年間30万戸くらいに収斂していくであろうとされている中で、住宅建材販売店はどうなっていくであろうか。その公的なデータが出ているわけではないが、設計・施工および流通というのは、マーケットがどのように変貌しようとも必要な機能である。ただ、その機能・役割には進化が求められている。「住宅基本法」に基づく新たなステージに入ろうとしている住宅業界における住宅建材流通の機能を炙り出してみよう。



全国各地でそれぞれ独自の取組み

今回、パネラーとしてご登壇いただいたのは、ジャパン建材のお客様である山形県河北町の(株)荒木建材店代表取締役社長・荒木光廣様、茨城県鹿島市の(株)斉藤材木店代表取締役社長・斉藤章様、山梨県甲府市の中央ベニヤ(株)取締役・建材部長・早川勝様、愛知県東海市の(株)名東木材代表取締役社長・東英則様の4名の方々と取り組

む成長戦略の具体的な内容をお話いただいた。

さらに、全国各地のJKサポートセンターによるワンストップサービス提供にご協力をいただいているハウスプラス住宅保証(株)杉原広央様からは、保険法人の立場から工務店様支援策として「住宅瑕疵担保保険」「長期優良住宅」「住宅版エコポイント制度」について、建材販売店様との連携セミナーで成功している例が紹介された。

また、「長期優良住宅」「住宅版エコポイント制度」に前向きに取り組んでいこうという意欲の有無が、建材販売店様が大工・工務店様を見極めるポイントにもなるというお話もあった。今年4月に始まった「住宅リフォーム瑕疵保険」については、大工・工務店様に対して「まず保険法人の登録事業者になることが、信頼できるリフォーム業者の証になることをお伝えいただきたい」というアドバイスもいただいた。

.....

差別化・材工・マッチング事業

.....

木材・建材販売でまず課題になるのが差別化。他社との違いを出すということで、荒木建材店様は、ハートシステム（完成保証と入出金管理）と、ある年代以上の工務店様でマイペースに仕事をやられる方を対象にしたニューハートシステムも立ち上げた。また、工務店様へのつなぎ資金の提供や集金の代行システム、住宅ローンのサービスも行っている。名東木材様は、ノーサービスで配送なしの現金ショップ『圓屋』の取り組みに成功している。

材工販売への取り組みとしては、齊藤材木店様が工務店様とのコラボレーションを実現して 1000 万円規模の大掛かりなリフォームを手掛けている。齊藤様からは、「正確な積算ができなければリフォーム事業は成功しない」という厳しい指摘もあった。

直販店を始めたのをきっかけに工務店様から「リフォーム受注もできるのではないか」という声が上がって『デポ市場』を始めたという荒木建材店様。住宅建材を単品で販売するのではなく材工販売することによって、当初予定されていた以上のものが売れる可能性もある、と分析する。

ローコスト住宅の激戦区になっている山梨県甲府市で、お施主様と工務店様とのマッチング事業に取り組む中央ベニヤ様。これまでお取引いただいていた工務店様と一心同体で人口が減少傾向にある山梨の経済発展と、工務店様の発展に貢献していきたいというモットーに基づいて、この新しいサービスに取り組んでいる。

この事業のキーポイントは、施主様に住宅建設用地を取得あるいは仮契約いただいてからマッチングに入ること。これで土地の条件に合う現実的なプレゼンテーションができる。また、この事業を始めて工務店様の高いプレゼンテーショ

ン力や説明力を知った、という。

具体的には、3 社の工務店様にそれぞれ 1 時間ほどのプレゼンテーションを施主様にしてもらい、施主様のニーズ・感性に合う工務店様 1 社を選んで決めてもらう。休憩時間を挟んで 3 時間半かかるプレゼンテーションを楽しみ、感動されている施主様の反応に大きな将来性を感じている、という。

因みに、このマッチング事業は、ジャパン建材が問屋として住宅建材販売店様の支援のために立ち上げたハウス・デポ・ジャパンの FC 事業をさらに強化するハウスデポ・パートナーズのモデル事業。ハウスデポ・パートナーズが消費者へのテレビ・ラジオコマーシャルを打ち、将来的には消費者への訴求機会をさらに増やしてナショナルブランド化する。そのテストケースとして中央ベニヤ様にマッチング事業に取り組んでいただいている。

ハウスデポ・パートナーズの最終的なゴールは、「新築、リフォームで、ジャパン建材のお客様である住宅建材販売店様が、最終的には施主様とのやりとりの窓口になり、施主様への土地の手当てからローン付けなど、家を建てることに関する全てがワンストップサービスで提供できるようになること」。これは一気に実現できるものではないので、まず山梨県限定で賛同いただいたハウスデポ加盟店の皆様に取り組んでいただいている。

名東木材様は、中央ベニヤ様とは異なるスタイルのマッチング事業に取り組んでいる。具体的には、本社敷地内のストックヤードを取り壊し、建坪 250 坪のショールーム『ハウス・ザ・ガーデン』を開設し、ハイレベルの住まいづくりを提案。その広告をリクルート系の情報誌や地元フリーペーパーに掲載し、インターネットでも情報を発信して一般消費者に PR。ショールームを訪れる注文住宅見込み客に対して工務店様・設



早川 勝

東 英則



杉原 広央

小川 明範

計士様・インテリアコーディネーター様とのマッチングを行っている。加えて、工務店様情報発信のためのポータルサイト「じゅうたま」を運営し、地元工務店様 11 社の最新情報を紹介している。

.....

建材問屋と住宅建材販売店様の補完関係

.....

「快適で充実した住環境の創造」を企業理念とするジャパン建材は、問屋と住宅建材販売店様との垣根を設けず、互いに補完しながら川下のニーズに応えていくことが使命と考えている。その具体的な方向性は、本日ご登壇いただいた住宅建材販売店様 4 社だけでもこれだけバラエティに富む独自の取り組みを進めていらっしゃることを見ても、“これが決め手”ということは一概に言えない。

我々は、全国問屋として提供できる機能を發揮し、住宅建材販売店様にも機能を 100% 發揮していただいて、この業界の活性化に努めていきたい。そういう意味でも、仕入先様のご協力を仰ぎながら、日本の住環境がより良くなっていく努力を続けていきたい。

※誌面に限りがあり、パネルディスカッションの内容すべてをご紹介することはできませんでしたが、「雙環フォーラム」に参加してみたい、あるいは、今回のパネラーとしてご登壇いただいた住宅建材販売店様の成功事例について詳しくお知らせになりたい方は、ジャパン建材の各営業担当にご用命ください。

「雙環フォーラム」

平成 20 年に発足し、短視眼的ではなく 20 年先の長期的視野でモノを考える場とし、また当初国策として謳われ、長期優良住宅のベースにもなった「200 年住宅ビジョン」の考え方にもしっかり対応していきたいとの意味を込めて、「2＝雙／0＝環」と名付けました。
二つの輪が並んで『∞（無限）』を表すように、当フォーラムが秘めた無限の可能性を、皆様と共に育んで参ります。

トップ対談

代表取締役 社長

野田 章三 様

の だ しょうぞう

〔プロフィール〕

1951（昭和26）年、静岡県生まれ。1976年慶応義塾大学経済学部卒業後、1980年石巻合板工業㈱に入社。1989年石巻合板工業㈱代表取締役社長に就任し、2003年㈱ノダ代表取締役副社長就任、2006年12月より代表取締役社長。現在に至る。



株式会社 ノダ

〔会社概要〕

会社設立 1938（昭和13）年
本 社 東京都台東区浅草橋 5-13-6
資 本 金 21 億 4,100 万円
年 商 453 億円（2009 年連結）
従業員数 1,339 名（連結）
1902（明治35）年、静岡県庵原郡（現：富士市）において初代社長野田幸作氏が野田材木店を開業、1938（昭和13）年に合板の製造・販売を事業目的とする株式会社野田製材所を設立して事業を拡大、1942年に社名を「野田合板株式会社」に変更。1964年、ハードボードを素材とした住宅用外壁材「ノ

ダサイディング」を発売、サイディングブームを巻き起こす。1976年、モルタル下地材「ノダラスカット」を発売、耐震性能が評価され業界屈指の長寿商品へと成長。その後、MDF工場、フロア工場、建具工場、造作材工場、階段工場等を新設し、1989（平成元）年、社名を「株式会社ノダ」に変更。1990年、インドネシアに木材ムク製品製造会社「スラインダー社」を設立、1995年、東京証券取引所市場第二部に上場。2006年、4代目の野田有一氏が代表取締役会長に、野田章三氏が代表取締役社長に就任、「優れた建材製品の製造・販売を通じ、より良い快適な住空間の創造につとめ、もって社会の発展に寄与し、強い総合建材メーカーとなる」を掲げ、邁進している。

理想の住空間をめざして新しい可能性を追求しています。

大久保 「利は元にあります」と言われますが、我々のように製品を作っていない建材流通の商売は、仕入先様から素晴らしい商材をご提供いただいて成り立っています。私どもは、お客様である建材販売店の皆様と仕入先様の架け橋としての役割を果たしていくことが大きな使命と考えています。この「トップ対談」で伺った全国各地のお客様の声、またメーカー各社の社長様にお話いただいた今後の経営方針や商品開発の方向性などを、全国約2万のお客様にお届けします。

合板の進歩と共に前進

大久保 ノダさんは合板生産、木質建材開発の先駆でいらっしゃいますね。

野田 創業当時は野田材木店、さらに野田製材所、昭和9年に合板工場を造り、野田合板として稼働を始めました。日本の合板工場はほとんど同じ時期に造られ、当時、全国に20工場ほどありました。その中で一番早かったのは丸玉産業さん、その流れで今も残っているのは、当社と丸玉産業さんくらいでしょうか。

大久保 野田合板株式会社を設立されたのが昭和13年ですね。

野田 はい。戦前、合板工場が続々と増えたのは、ラワン丸太が入るようになって大量生産が可能になったこと、大豆グルーの接着剤が出てきたことも大きく影響したようです。

大久保 私どもの前身の一つ、旧興国ハウジングの発祥が大豆産地の帯広で、大豆グルー接着剤メーカーとしてスタートしています。合板が飛躍的に普及したのは接着剤の進歩によるところが大きかった、と聞いていますが。

野田 そうですね、戦後は耐水性のあるユリア系樹脂接着剤が使われるようになり、これにメラミンを混ぜたメラミン・ユリア樹脂系接着剤で一段と合板の耐水性が高まりました。その後、フェノール樹脂系接着剤も開発され、最近ではホルムアルデヒドを含まないイソシアネート系木材接着剤が目立つなど、合板の製品も、用途も、接着剤によって変化してきました。

大久保 かつてフィリピンから輸入されたラワン丸太は、六尺（約2メートル）のチェーンソーでも切れないくらい太い良材だったそうですね。

野田 私が子供の頃は富士川の合板工場近くに住んでいまして、水面に丸太を浮かべてチェーンソーで切っている光景をよく見ました。水に浮く良材で径が大きかったこともありますが、歯を入れたときに割れ目が入るのを少しでも防ぐためだったのですね。高価なものだった

ので大切に扱っていたと思います。

続々とヒットを飛ばす

大久保 戦後、日本の外貨獲得に輸出合板が貢献しましたが、野田合板さんの米国向けドア用合板の輸出量がトップの時期があり、ハードボードでは圧倒的シェアを占め、『ノダサイディング』という画期的な製品も開発されましたね。

野田 ハードボードの生産は、合板工場の廃材を活用するために昭和38年に始めましたが、工場のキャパシティに見合う需要がなく、『ノダサイディング』を自社生産することになりました。

その後、消防法の規制で外壁に使えなくなりましたが、風雨に晒される外壁へのハードボード用途を技術的に可能にし、これが旨く回ったことは、その後につながる大きい力になったと思います。

大久保 モルタル下地用のラスをパネル化した『ノダラスカット』では、モルタル壁施工の省力化を促進されましたね。

野田 開発までには相当の年月を費やしましたが、合板の需要が伸びせるという考えで研究を積み重ね、合板が好調ではなかった昭和51年に発売し、耐震性という点でも高い評価をいただきました。

大久保 昭和48年に始まった第一次オイルショックで大変な時期でしたね。

野田 どん底でしたからね、これで活路を見出すことになりました。その後、乾式工法の外壁が普及して需要は減りましたが、蒸気が発生する場所にも使えるので、今も店舗改装や住宅リフォーム、また、玄関周りやバルコニーなどにも部分的に使っていただいています。

大久保 その後、『ノダラスカット』にMDF技術を加えた『ノダラスカットM』、高性能耐力壁が得られる『ノダ構造用ハイベストウッド』も発売されましたね。

野田 当初はハードボードのラインを一部改造してMDF生産を始めました。実は、我々のハードボードは乾式でMDF用にラインを改造しやすかったのですが、生産能力に限りがあり、それまでの経験を生かして昭和59年に新しいMDF工場を清水で立ち上げました。

大久保 MDFは表面にアール加工もでき、非常に汎用性の高い素材ですね。

野田 とにかく加工性が良いので床材を含めほとんどの木質建材に使われています。

ハイレベルな「建材メーカー」へ

大久保 現社名にされたのが平成元年。

野田 はい。本業がある程度確立し、節目、節目で先を見ながら業態を変えてきました。祖父は製材から合板へ、昭和

61年に祖父が他界した後を継いだ父の時代に合板から総合建材メーカーへ転換しました。これは特に大きい節目でした。

そして昭和63年の「輸入合板元年」、インドネシアに続々と合板工場ができて輸入合板の時代に入ったわけです。

大久保 絶妙のタイミングで事業転換されたのですね。その最初の製品が、我々も頑張って売らせていただいた『ノダハウスキットフロア』でしたか。

野田 丸吉さんには新しい建材を大々的に扱っていただき、ちょうどバブル経済期だったこともあって、右肩上がりで需要を伸ばすことができました。

もちろん、それまでもOEM生産の床材、下駄箱、収納、天井材を出してはいましたが、昭和61年以降、床、ドア、階段などを自社生産できる体制を本格的に確立していきました。

大久保 今、ノダさんの国内工場は富士市と清水市の2箇所ですね。



野田 富士川の合板工場は平成元年に閉鎖してフロア・クローゼットの生産を始め、今は自社開発製品の工場があります。

清水の合板工場は平成10年に閉め、今は造作材・建具・階段・MDFの生産拠点として稼働しています。

さらにグループには国内の石巻合板工業、型枠合板製造のサンヤン社がマレーシアに、ムク製品製造のスラインダー社がインドネシアにあります。

互いの得意技で最大限の効果を！

大久保 ノダさんではプレカットも手掛けていらっしゃいますね。

野田 住宅建設部門の関連会社ナフィックスが、特に地震の危険性が言われている静岡の遊休地に70棟ほど家を建てました。その経験から、構造用MDFや構造用合板などの素材を生かすプレカットを始めました。ここから、構造部材はもちろん、合板、MDF、建材などがどのように使われるのか、より現場に近いところでニーズをつかむことで、より高い施工性や使い勝手の良い施工法の開発に取り組めます。ここがメーカーにとっては

非常に重要なポイントなので収益面でも努力しながら、今後も継続して一軒の家に必要な機能を評価いただいて使っていただける、実際の生活に密着した部分で世の中のためになる新しい製品開発を続けていきたいと思います。

また、総合建材メーカーとして製品開発を続けて約20年を経ました。今ある製品の競争力をさらに強くするためにグループ内で生産している合板やMDFを総合的にいかに利用するか、これが我々の課題になっています。

建材も車と同じでモデルチェンジしながら利益を維持しなければならない宿命を背負っていますので、膨大な品番が必要になってしまったシリーズを整理・統合し、2年半前に『ATELIA アトリア』を投入して新しいものを加えやすくしました。その効果が出てきています。同時に我々の会社のイメージも変えていけるのではないかと、思います。

大久保 家一棟に使われる木質建材の割合が、今、かなり増えてきています。また、内装壁の仕上げに塗り壁や木質建材を使うなど、多様化も進んでいます。品質の良さやリーズナブルな価格はもちろんですが、機能や特色がわかりやすい、選びやすいことも大事です。お客様にご提案する我々にも非常に有難いことです。

5月に発売したノダさん開発の『Bulls 腰壁』も、施主様の木質志向に応えられると思います。『Bulls』商品は、「自分たちの商品は自分たちで売る」ために個々の商材を深く理解して、プロを納得させられる販売力を育てようと、アイテム数を拡大しているところなんです。これが、ひいてはメーカー様からご提供いただく素晴らしい商材にも発揮できるようになると確信しています。

野田 ジャパン建材さんからご提案いただければ、特徴ある商品をさらにご提供できると思います。

大久保 ノダさんのお立場から、住宅建材流通に携わる我々に期待されていることを、ぜひ、お聞かせください。

野田 我々の販売費のウエイトはかなりの額を占めています。それを製品開発に向け、販売に関しては流通の皆様にお任せしたほうが能率も良いし、皆様に還元できる部分も増えると思います。

大久保 当社の前身である丸吉、興国ハウジング、TMC、江川ベニヤ等々、いずれもノダさんからの商材に力を入れてきた間屋ばかりですので、野田社長が仰る我々流通の販売力を住宅建材販売店様との連携で最大限に発揮し、仕入先様と運命を共にする覚悟で取り組んで参ります。

本日は、数々の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。

ジャパン建材おススメ ハウスプラス住宅保証(株)の【リフォーム瑕疵保険】

新築住宅と違って建設業法の規制を受けないリフォーム工事。それが、悪徳な業者の参入も可能にしていることから、住宅リフォームのトラブルから消費者を金銭面から守る制度として、今年4月から【リフォーム瑕疵保険】が始まった。この制度は、良心的なリフォーム工事業者が、得体の知れない業者と一線を画す“信頼性 UP”にもつなげられる制度だ。

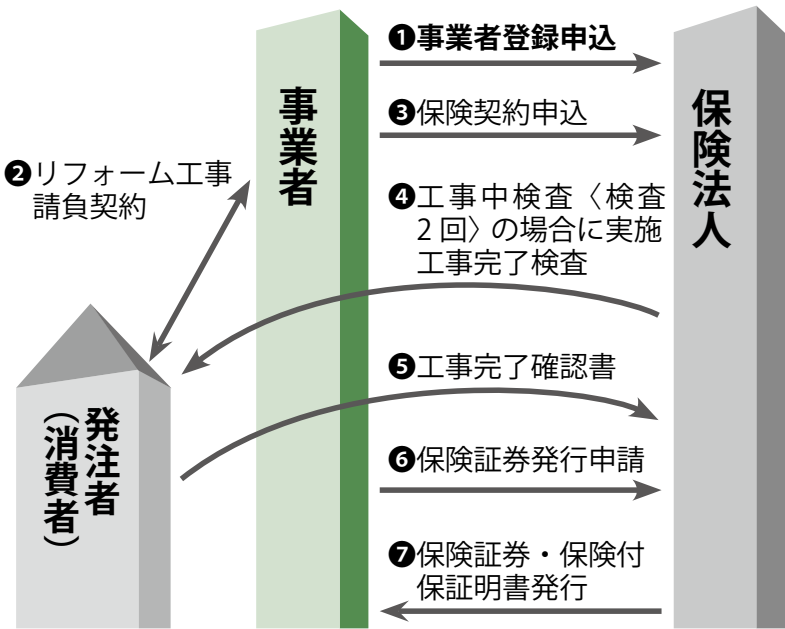
JKサポートセンターでは、住宅リフォーム請負事業者の皆様に、ハウスプラス住宅保証(株)の【リフォーム瑕疵保険】の事業者登録をおススメしている。

●リフォーム請負事業者は、まず「登録」を

【リフォーム瑕疵保険】に加入するかどうかは、実際に受注したリフォーム物件の発注者のご要望しだい。施主様の加入希望があれば、リフォーム請負事業者が保険加入の手続きをしなければならない。

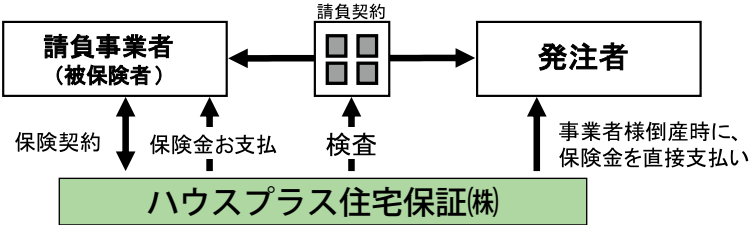
保険加入手続きをするには、事前に【リフォーム瑕疵保険】を扱っている保険法人の登録事業者になっておく必要がある。

■【リフォーム瑕疵保険】運用の仕組み



●ハウスプラスの【リフォーム瑕疵保険】

■保険のイメージ



■事業者登録

- ◇事業者登録料 (税込み) 12,600 円
更新料 (//) 10,500 円
- ◇事業者登録に必要な書類
建設業の許可を受けている場合
「事業者登録申請書」「建設業許可証の写し」「口座振替依頼書」
建設業の許可を受けていない場合
・法人の場合 「事業者登録申請書」「登記簿謄本」「口座振替依頼書」
・個人事業主の場合 「事業者登録申請書」「個人事業開業届出書」「口座振替依頼書」

※「建設業許可証の写し」「口座振替依頼書」については、すでにハウスプラス住宅保証(株)への事業者届出または大規模修繕向け保険の事業者登録で提出済みの場合、再提出不要。

■保険の対象

被保険者 (請負事業者) が、発注者と「工事請負契約」を締結した改修工事を行った部分。

- ◇建築延べ床面積の増加または減少を伴わない工事に限る
- ◇外構、庭工事など、住宅建物事体に付帯しない、一体をなさないリフォーム工事は、原則、保険の対象外

■保険の特徴

- ◇リフォーム工事
リフォーム工事
住宅保証(株)標準
- ◇一定の条件のもと
被保険者となる
瑕疵担保を履行
- ◇検査付き保険
ハウスプラス住
の検査を行う。

■保険期間

保険金支払
構造耐力上主要な部分 な構造耐力性能を満た
雨水の浸入を防止する 防水性能を満たさない
保険の対象となる部分 必要とされる性能を

■保険料・検査料

- 1 保険契約の保険料等＝対象改修等工事の
- ◇請負金額の区分ごとの「支払い限度額」

請負金額	支払限度額 (保険金額)
100万円未満	100万円
100万円以上200万円未満	200万円
200万円以上300万円未満	300万円
300万円以上500万円未満	500万円
500万円以上700万円未満	700万円
700万円以上	1,000万円

- ※①保険料等は、申込1件につき補助金 (4,000円)
- ※②補助金対象は平成22年4月1日～平成22年3月31日
- ※検査の実施時点で、工事実施部分について計

◇追加検査

工事	
① 構造耐力上主要な部分の新設・撤去を伴う工事	(3)
② 防水層の新設・撤去を伴う屋根工事 (足場および点検口が設置されている場合に限定)	
③ 防水層の新設・撤去を伴う外壁工事	

■保険契約申込に必要な書類

	保険契約申込書
工事図書	① 付近見取図 (現地の状況がわかる案内図)
	② 図面・仕様書 etc 対象改修等工事のわかる書面
	③ 構造図 (対象改修実施部分に構造上主要な部分が含まれる場合のみ)
	工事請負契約書 (写)

NEWS LETTER

『JKサポートセンター』便り

各地の JK サポートセンターが工務店様の【住宅版エコポイント】申請のためのお手伝いをします！

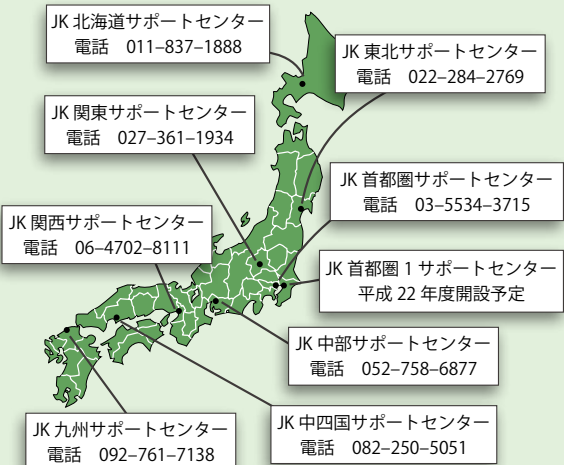
- ◆サービスの対象：新築工事のみ
- ◆エコポイント対象住宅証明書発行サービス申請図書一覧
- 1 エコポイント対象住宅証明書発行サービス 申込書★
- 2 エコポイント対象住宅証明依頼書
- 3 エコポイント対象住宅証明 設計内容説明書
- 4 仕様書
- 5 各階平面図
- 6 二面以上の立面図
- 7 断面図または矩計図
- 8 基礎伏図 (一部でも基礎断熱施工する場合のみ)
- 9 各種計算書 (必要な場合)
- 10 カタログ等
- 11 委任状
- ★：ハウスプラス住宅保証(株)への申し込みの際に必要なものです。

『明日の安心と成長のための緊急支援対策』による【住宅版エコポイント制度】による“木造新築建て住宅”のエコポイント対象住宅証明書発行サービスのお手伝いをさせていただきます。

- ◆サービス内容：性能評価機関への技術審査・エコポイント対象住宅証明書発行まで
※その後の各県事務局への申請に関する書類作成・申請業務は含みません。
- ◆料金：52,500 円 (税込み、性能評価機関への技術審査料 (33,000 円) 込み)
- ※1 性能評価機関は、ハウスプラス住宅保証(株)となります。
- ※2 【省エネ基準】に該当する新築住宅を対象とします。
【省エネトップランナー基準】に該当する際は、別途ご相談ください。
- ※3 エコリフォームの場合、上記申請は必要ありません。別途お問合せください。

「JK サポートセンター」ネットワーク

ご相談・お問い合わせは、各地の「JK サポートセンター」へ、お電話ください！



〈本部〉東京都江東区新木場 1-7-22
新木場タワー 11 階
電話 03-5534-3713

の施工に起因する瑕疵を担保
の請負事業者が、発注者に対して負担するハウスプラス
保証書に基づく瑕疵担保責任を補償する。
と、発注者から保険金の直接請求が可能
請負事業者が倒産等を含め相当の期間を経過してもなお
しない場合は、発注者はその損害を請求することが可能。

住宅保証(株)がリフォーム工事のうち保険の対象となる部分
検査に合格することが、当保険の契約条件になっている。

事由	保険期間
分が基本的 さないこと	対象改修等工事終了から 5年間
部分が こと	
が社会通念上 満たさないこと	対象改修等工事終了から 1年間

の請負金額に応じた保険料＋検査料
(保険金額)」と「保険料等」

保険料	通常検査料 (全体完了時)	保険料等 (合計)
19,600	14,700	34,300
23,000		37,700
24,200		38,900
29,800		44,500
34,400		49,100
38,500		53,200

00円)を差し引いた額。
3年3月31日までの申込分。
請負事業者側で写真撮影してハウスプラス住宅保証(株)に提出。

検査時期	該当する工事が含まれる場合は 別途追加検査を実施し、①～③ の対象数にかかわらず保険料・ 検査料に加算する。
左欄の工事完了時 当該工事箇所の内装の復旧前)	
防水層の新設工事の完了時	

※昭和56年5月31日以前に建築確認を
受けた住宅の場合は別途ご相談ください。

第2回「木と合板」写真コンテスト

主催：特定非営利活動法人 木材・合板博物館

2007年、日本で「合板」が誕生して100年を記念して、世界で唯一の「木材」と「合板」をテーマにした「木材・合板博物館」はオープンしました。開館2周年を迎えて来館者も2万名を超え、多くの人たちに“木材と合板の素晴らしさ”を知っていただけるように、これからも活動を続けていきたいと思います。そこで「木材・合板博物館」では、私たちの生活の身近にあり、さまざまな分野で利用されている「木材」と「合板」に改めて気づいていただきたいとの願いを込め、『「木と合板」写真コンテスト』を開催します。たくさんのご応募をお待ちしております。

- ◆作品募集期間
2010年7月1日(木)～8月31日(火)まで
- ◆募集部門
①一般の部 ②学生の部(小学生～大学生)
③フォト5・7・5の部(小学生～一般)
- ◆作品テーマ
①一般の部、②学生の部
「木」や「合板」を、以下のキーワードのいずれかでとらえて表現してください。
・「ふれあい」 ・「夢」 ・「我が家」
③フォト5・7・5の部
①、②と同じ「木」や「合板」というテーマであなたが撮影した写真に収めた世界に、5・7・5の言葉で表現した川柳をつけてセットで応募してください。
※「合板」については博物館にもヒントがたくさんあるので、探してみてください。
- ◆応募資格
年齢・職業・国籍は問いません。どなたでもご応募できます。
- ◆作品規格
・作品はカラーまたは白黒のデジタルデータのみとし、JPEG形式の画像フォーマットでメディア(CD-Rなど)にて応募・送付してください。
・応募者本人が撮影した未発表の写真作品で、他のコンテストに応募していないものに限ります。
・組写真や、合成などの加工処理がされた写真での応募はできません。
- ◆応募方法
・応募作品数は一人5点を上限とします。
・応募用紙は一作品に1枚添付してください。
・応募作品の裏に必ず住所・氏名を明記してください。
・応募用紙に必要事項を楷書で記入のうえ、応募写真とともに郵送してください。
・応募用紙は「木材・合板博物館」に設置しています。ホームページからもダウンロードできますのでご利用ください(6月下旬から公開)。
- ◆審査方法
応募作品は「木材・合板博物館」のある新木場タワー1階の「エントランスギャラリー」に約1カ月間展示し、一般の方々による投票を行います。この結果を踏まえ、「木材・合板博物館」関係者と、特別審査員の巨樹カメラマン吉田繁氏によって構成される選考委員会が厳正に審査し、入賞作品を決定(入

賞作品決定後も約1カ月間展示)します。
*展示にあたって、応募作品多数の場合は厳選させていただきます。
※結果発表は2010年10月20日にウェブサイトに掲載。入賞者には2010年10月20日～24日の間に通知。

- ◆賞
①一般の部
最優秀賞 1作品
賞状・副賞(3万円分の商品券)
優 秀 賞 1作品
賞状・副賞(1万円分の商品券)
佳 作 10作品
賞状・副賞(2千円分の商品券)
②学生の部(小学生～大学生)
最優秀賞 1作品
賞状・副賞(2万円分の商品券)
優 秀 賞 1作品
賞状・副賞(5千円分の商品券)
佳 作 10作品
賞状・副賞(1千円分の商品券)
③フォト5・7・5の部(小学生～一般)
最優秀賞 1作品
賞状・副賞(3万円分の商品券)
優 秀 賞 1作品
賞状・副賞(1万円分の商品券)
佳 作 10作品
賞状・副賞(2千円分の商品券)
◎特別賞 部門の区別なく、全ての応募作品を対象に選出。
理事長特別合板賞 1作品
賞状・副賞(5千円分の商品券)
館長特別賞 1作品
賞状・副賞(5千円分の商品券)
- ◆応募先・お問い合わせ先
特定非営利活動法人 木材・合板博物館
〒136-8405 東京都江東区新木場1-7-22 新木場タワー4階
電話：03-3521-6600 FAX：03-3521-6602
ホームページ：http://www.woodmuseum.jp
E-mail：info@woodmuseum.jp
開館時間：10：00～17：00(入館は閉館の30分前)
休館日：月・火曜日、祝日、年末年始

ペットのいるお宅でも安心の堅牢性と、高い耐久性 玄関ドア用ハイグレード通風スクリーン『リリーブ』

セイキ販売株式会社

ペットと暮らす家の壁、床、窓、扉に一工夫加えると、より快適な住まいになる。ペットが引っ掻いたり、じゃれついたりすることも想定して開発された商品が、今、注目を集めている。セイキ販売の『リリーブ』も、そんなペット対応型商品の一つ。堅牢で高い耐久性を発揮する玄関ドア用の通風スクリーンだ。

●ペットが引っ掻いても、
じゃれついても傷まない堅牢さ
ネット部分にアルミパンチングパネルを採用することにより破損の心配を解消。内側に簡易ロックもあるため、玄関用網戸に比べて外部からの人の侵入抑制効果が高く、玄関ドア開放時も安心感がもてる。



●耐久性が高く、
破れない・歪まないから張替え不要
合成繊維を使用した従来タイプの網戸よりも清掃がしやすく、耐久性に富むので張替え不要。強風時のたわみも発生しない。

●自然の風を通して
虫の侵入はシャットアウト
穴径 1.5mm、微細な間隔で繊細に打ち抜かれたパンチングは、従来の網戸同様に自然の風を心地よく通し、かつハエや蚊の侵入は許さない。ドア開放による心地よさを倍増させる。

●玄関ドアに合わせて選べる
扉タイプは、折戸タイプの「V タイプ」、折戸＋小扉タイプの「VF タイプ」、折戸 2 枚タイ

プの「VV タイプ」の 3 タイプを用意。親子ドアや両開きタイプの大開口部への取り付けも可能。オプションでドアクローザーカバーも用意されているので、ドアクローザーがある場合も取り付け可能。

●カラーは 5 色
色は、「ステンカラー」「ホワイト」「艶消しブロンズ」「艶有りブロンズ」「ブラック」の 5 色をご用意。

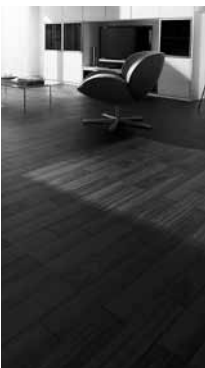
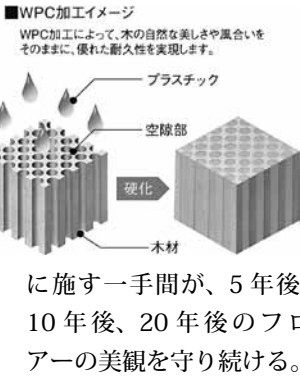


40 年の伝統と挑戦から生まれた、時が経っても変わらぬ美しさ。時が経つほど深まる満足感。 『WPC フロアー エクオスシリーズ〈エクオスロッツ〉〈エクオスミラー〉』

大建工業株式会社

いつまでも変わらない美しさ、時が経つほど深まる満足感をキーワードに開発された『WPC フロアー エクオスシリーズ〈エクオスロッツ〉〈エクオスミラー〉』は、長期優良住宅に象徴される住まいの長寿命化に貢献するフロアーだ。

● 40 年の歴史に培われた高い品質
『WPC フロアー』の歴史は 40 年に培われた伝統と信頼感が抜群の商品である。
◇木材には導管とよばれる小さな穴が無数にある。そこにプラスチック樹脂をしっかりと注入・充填することを WPC（ウッドプラスチックコンビネーション）という。もちろん低 VOC 化されたフロアーである。
◇ WPC 注入は表面化粧単板に行う。表面化粧単板は 0.3mm しかないが、このたった 0.3mm



●低炭素社会の実現にも貢献
フロアーが長持ちすれば、木材の中の CO₂ を固定化し続けることになる。『WPC フロアー』は丈夫で長持ちするので、地球環境にもやさしいフロアー（エコ）である。

●『WPC フロアー』の強さ＋趣深い表情
『WPC フロアー』の強さをそのままに、トレンドの最先端技術による銘木単板を使い、趣深い表情を実現させたのが『WPC フロアー「エクオスシリーズ」』。「エクオスシリーズ」には 9 種類の個性的な銘木柄をラインナップ、かならずやご満足いただける空間を演出するフロアーである。
〈エクオスロッツ〉は、“天然木の優雅な木肌感”にこだわった WPC フロアー。
〈エクオスミラー〉は、“鏡面のような美しい光沢感が魅力”の WPC フロアー。
いずれもワックス不要で日ごろのお手入れが簡単。ぜひ手にとってご覧いただきたいフロアーである。

話題の商品

イチ押し
Bulls

ブルズ

Bulls

イノヴァーフロア

INOVAR
FLOOR

F★★★★

簡単施工で工期を短縮、しかも環境にやさしい。
「イノヴァーフロア」は、接着剤・釘いらずの
新フローリングシステムです。

「Bulls イノヴァーフロア」は 4 層構造により下記 10 項目の優れた特性を持った新しいフロア。
住宅は勿論、店舗、アパート、マンション、幼稚園、ホテルなど室内・土足また新築・リフォームを問わず、あらゆる用途で使用可能。
スウェーデンで国際特許を取得した実形状により、接着剤・釘を必要とせず、はめ込むだけの簡単施工で下地は合板に限らずスラブへの直接施工も可能。
施工の際には不陸調整のための専用シート(2～3mm厚)が必要。全 9 柄の豊富なバリエーションで対応、室内コーディネートに合わせて自由な柄を選べる。

①オーバーレイ
酸化アルミニウムコーティングにより
磨耗・引っ掻き傷、汚れなどを防ぐ。

②メラミン樹脂含浸層
木目調で天然木のような自然な質感を
演出。

③HDF（高密度繊維板）
広葉樹を繊維化し成型した基盤により
耐衝撃性、伸縮性、耐水性において優
れた効果を発揮。

④バランスフィルム
形状安定性と防湿性を保持するための
フィルム。

KG

耐衝撃性

防汚性

傷防止加工

耐紫外線性

衛生的で掃除
が簡単

耐タバコ性

耐家庭用薬
品性

耐摩耗性

ダニ類を寄せ
付けない

耐水性

業界

2010年4月16日～5月15日

インデックス

トステム▶高機能窓製品の開発・製造・販売で旭硝子との業務提携を発表。

経済産業省▶東京都内で「環境・エネルギー政策に関する国民対話」を開催、原子力発電や再生可能エネルギーの導入推進・廃棄物削減に向けた政策などを紹介し、一般参加者約 250 名と意見交換。

パナソニック▶シンガポールで 8 月に開催される「第 1 回夏季ユース五輪」で環境プログラムのパートナーになった、と発表。

INAX▶名古屋市のショールーム一部の照明を LED(発光ダイオード)照明に切り替えた、と発表。

／上海国際博覧会(上海万博)の日本産業館の“世界一のトイレ”というコンセプトに沿って最上位機種『レジオ』に金箔を使った塗装をしてコーティング処理した万博用に特別開発した「黄金のトイレ」を 6 月 11 日からの日本ウィークに合わせて設置、日本式トイレの使用方法を説明する係員も配置するなど、日本のトイレ文化を発信。／壁面から便器の先端まで 71cm に奥行きを縮小、狭い空間にも設置可能にしたトイレ『ASTEO(アステオ)』の 6 月 1 日発売を発表。

京都市▶建物の色・形を規制する景観デザインの基準を、従来の市が定める方式から地域ごとに住民主体で基準が作れる制度に 2011 年度からの実施を目指して変更、住宅や店舗デザインを統一しやすくして各地域の特性に合う町並み実現へ。

YKKAP▶マンションなどの集合住宅・低層オフィ

スビル向け窓を全面リニューアル、ガラス間の空気層を 12mm に広げて断熱性能を高めた複層ガラスを標準装備し、4 月 27 日から順次発売。

国土交通省▶ 2009 年度の新設住宅着工戸数 77 万 5,277 戸（前年度比 25.4%減）、うち持ち家 28 万 6,993 戸（前年度比 7.6%減）、分譲住宅 16 万 3,590（前年度比 40.0%減）で 2 年ぶりの減少。1967 年度から 41 年間続いた 100 万戸台を割り込み、1964 年度以来 45 年ぶりに 80 万戸台を下回ったと分析。／ 3 月の新設住宅着工戸数 6 万 5,008 戸（前年同月比 2.4%減）、うち持ち家は公的資金によるものが増加して 2 万 1,981 戸（前年同月比 3.2%増）の 5 カ月連続の増加、分譲住宅一戸建てが 8,504 戸で 3 カ月連続の増加。構造・建て方別では軸組木造が 2 万 5,921 戸（前年同月比 7.0%増）で 3 カ月連続の増加。

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
鹿嶋営業所



所長 福島 幸雄

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

鹿嶋営業所は平成20年7月茨城県神栖市に産声を上げ、今年の7月で満2歳を迎えます。皆様方のお陰をもちまして、赤ん坊で言えばようやく、よちよち歩きから普通に歩けるようになってきているところです。

当営業所周辺には、鹿島神宮があり、創建は皇紀元年（紀元前660年）と伝えられ、東国三社のひとつにかぞえられています。古くからの禊の場である御手洗や、地震を起こす大ナマズの頭を押さえているといわれる要石などがあり、宝物館には国宝の「直刀」も展示されています。徳川秀忠公より奉納された社殿は桃山期の建築美が見られるものです。

境内には奈良の鹿とゆかりのある鹿園もあり、訪れる人たちの人気スポッ



トになっています。実は、Jリーグ「鹿島アントラーズ」のアントラーとは鹿の角のことを意味し、鹿島神宮の鹿にちなんで命名されました。ちなみに「カシマサッカースタジアム」は鹿島神宮の程近いところにあります。

今年に入り、木造住宅の住宅着工数は回復の兆しも見えてきております。これを追い風とするためにも「JKサポートセンター」がご提供する

- ①受注営業支援「商談用図面・商談用見積書」「実行予算書の作成サポート」
 - ②住宅ローン支援「フラット35住宅ローン取次窓口」「資金計画アドバイス」
 - ③法令対応支援「瑕疵担保保険団体窓口」「長期優良住宅および性能表示申請サポート」「住宅版エコポイント（新築工事）証明書発行サービス」
- などを是非ともご活用頂きたいと思っております。

当営業所は、従業員総勢6名体制で展開しております、営業エリアは神栖、鹿嶋、潮来、行方、千葉県の香取、銚子、旭が主な営業エリアになります。地域密着、きめ細やかなサービスをモットーに従業員一同邁進していく所存であります。

皆様方には今後とも益々のご高配を賜りますよう宜しくお願い申し上げます。

合板天気図
【晴】

丸太や接着剤といった原材料の値上げもあり、国産針葉樹合板は長期にわたる採算割れを断ち切るためメーカー主導の値戻しが順調に進んでいる。ここ数カ月メーカーの在庫水準はいたって少なく、5月の期末在庫も生産量・出荷量に見合った在庫量であると推測できる。供給側主導の価格の底上げであるが、戸建て分譲を中心にプレカットの堅調が続くなど、実需面も力は弱いながら回復の兆しが見え始めている。

現状はまだ厳しさも見られるため、買い手が高値を追いかける勢いは乏しいと思われるが、メーカーの強い姿勢は崩れそうになく、手持ちがなくなり次第、新値に着手せざるを得ない状況になっている。ルートの価格が浸透してきたことでハウスメーカー、ビルダー等の直需関係も遅ればせながら値上げ価格を呑み、全体に値上げが通ってきている。

しかし、現場ではピッチが早すぎる値上げを売値に転嫁しきれず採算が悪化しているケースも見受けられる。原材料高でメーカーの製造コストも引き上がってくるが、製品価格の値戻しで採算ベ

スに近づいており、今後はより一層、需給に見合った供給が求められる。各メーカーは需給バランスと共に合板価格の安定にも注意を払っているようだ。

また、輸入合板はマレーシア大手シッパーが更なる高値を提示し、契約も難航している。今回も足並みは揃っており、価格の上昇は避けられない状況になってきている。背景としては、他国向けを含めなかなか受注残が解消されないことや、原木不足、接着剤・フレート高等、製造コスト高が強烈になっており、製品値上げ姿勢も明確だ。特に塗装合板の不足感は依然として続いているが、現地価格が上昇しており今後も入荷量は当面増加傾向になりにくい事で、供給過剰になる様子はない。それにもかかわらず、国内販売価格にはなかなか反映されていない状況が続いていたが、それも解消されるだろう。

当面は国内価格、輸入価格とも強気の相場が続くものと考えている。今後も需給バランスを見ながらの展開になるが、合板業界は当分晴れ間が続くと思われる。

合板部 部長 内藤 裕之

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>