



- ジャパン建材 平成 25 年度下期 イベントフラッシュ……p.1
- 『第 30 回ジャパン建材フェア』特集……p.4 ~ p.5
 - ・ トップ対談 ・ 商品情報 ・ Bulls 商品 ・ 地域活性化隊 ・ 合板天気図

ジャパン建材 平成 25 年度下期イベントフラッシュ

最新の商材、売れ筋商品、Bulls 新商品、木材製品を豊富に揃えて日本各地で開催します！

ジャパン建材フェア日程

2013 年 10 月 11 日 (金) ~ 12 日 (土)

第 9 回 九州ジャパン建材フェア

会場：福岡国際センター

九州全営業所が総力をあげて開催します!!

2013 年 10 月 19 日 (土)

第 8 回 四国ジャパン建材フェア

会場：サンメッセ香川

今回は香川県高松市で開催！四国の 4 営業所合同による総合建材展示即売会です。

2014 年 2 月 15 日 (土)

第 15 回 神奈川・静岡合同ジャパン建材フェア

会場：産易ホール

横浜・藤沢・川崎・平塚・相模原・静岡・沼津の 7 営業所が結集して開催します！

2014 年 3 月 12 日 (水) ~ 13 日 (木)

北海道ジャパン建材フェア

会場：アクセスサッポロ

札幌・旭川・帯広・函館・札幌資材合同による総合建材展示即売会です。

2014 年 3 月 14 日 (金) ~ 15 日 (土)

第 31 回 ジャパン建材フェア

会場：東京ビッグサイト

ジャパン建材が総力を上げて開催する日本最大級の総合建材展示即売会！

販売店様、工務店様の
リフォーム受注を応援します！

ブルズフェア・リフォームフェア

開催中!!

詳細は、お近くの営業所へ
お問い合わせください。



第 12 回 雙環フォーラム

◇ 2013 年 12 月 20 日 (金) 16:00 ~

会場：新木場タワー 1F 大ホール

講演者 小説家 百田 尚樹 (ひやくたなおき) 氏

プロフィール：1970 年代後半から放送作家として活躍。

2006 年に「永遠の 0」で小説家デビュー。

2013 年「海賊とよばれた男」で本屋大賞受賞。

2013 年 12 月 21 日 (土) 映画「永遠の 0」公開予定。

ユニークなコメントで注目され、情報番組にも出演。



JK 木構造グループ主催

快適住実セミナーでも人気!! 安藤直人氏による

安藤塾 成長戦略セミナー

「人と木と建築」

木と木質構造を長年研究、開発してきたトップランナーであり、「都市に木の建築をつくること=都市に森をつくること」を提唱する東京大学名誉教授 農学博士 安藤直人氏による「安藤塾 成長戦略セミナー」がスタート。「人と木と建築」の関係についてシリーズで学ぶセミナーです！

◇ 2013 年 11 月 1 日 (金) 14:00 ~ 17:00

会場：新木場タワー 1F 大ホール

テーマ：「公共建築物木造化・木質化の推進と営業戦略」(仮)

◇ 2013 年 12 月 6 日 (金) 14:00 ~ 17:00

会場：東京大学 弥生講堂

テーマ：「平成 26 年度の予算概要と方向性、林野庁 & 国交省」(仮)

JK 情報センター

平成 25 年度第 3 四半期 (10 月～12 月) 見通し

工務店様・販売店様での需要予測

平成 25 年度第 3 四半期 (10 月～12 月) に向けての需要予測がまとまった。高い数値を示した第 2 四半期をさらに上回る結果となった。

工務店段階では前回の第 2 四半期 (7 月～9 月) より 7.3 ポイントアップの 43.9 ポイント、販売店段階でも 7.8 ポイントアップの 44.5 ポイントと、いずれも仕事量の更なる増加回答が推量された。ほぼすべての地域において増加回答が大きな伸びを示している、さらに注目すべきは、低迷期が長かった北海道、北陸、四国、九州の伸び率が大きいことである。

このデータの背景には、6 月度上昇した金利が一転、7 月、8 月と下がり、住宅購入 (ローン申込み) に結び付けたものと思われ、2014 年の 4 月から 8% にアップするであろう消費税増税など、あらゆる景気上昇への期待感が大きく影響していると思われる。また、25 年度の補助事業として行われている地域ブランド化事業については、8 月 6 日に採択結果が出ており、今期秋以降の利用が見込まれている。7 月に開始された木材利用ポイント事業との併用も想定されており、本格的な秋需を迎えるであろう。こうなると懸念されるのは資材不足による供給遅れや仮需による価格上昇であるのだが、今のところ大きな混乱は起きていない。しかし、これからの本格的な秋需を迎え、引き続き動向には細心の注意が必要である。

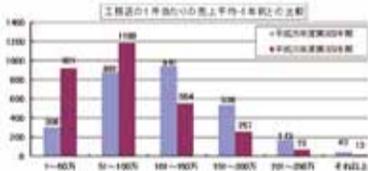
主要メーカー様による販売予測

主要メーカー様による販売予測においても、その好況感が引き続いてデータに現れた。前年の販売状況も決して悪いものではなかったはずだが、それにも増して上昇傾向との回答が多く寄せられた。各ジャンル減少予想に関しては限りなくゼロに近く、さらに窯業・断熱と住設機器メーカーにおいては前年並回答さえ少数意見となっていて、各社、本格的な秋需に向けてかなりのバックオーダーを抱えていることがうかがえる。

	増加予測	前年並予測	減少予測
合板	78.2%	21.8%	0.0%
木質建材	86.3%	11.2%	2.5%
窯業・断熱	95.1%	4.9%	0.0%
住設機器	94.5%	5.5%	0.0%

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は、除々にではあるが確実に増えている。先期同様、全国的に見てもこの景気状況に引っ張られる形で引き続き増加回答が増えている、首都圏だけでなく、各地方が大きく増加数を伸ばしているのが特徴的である。ところで、『工務店における 1 物件当たりの売上平均』を、今回のデータと 5 年前 (平成 21 年度 - 第 3 四半期) のデータとで、比較して下表に示す。



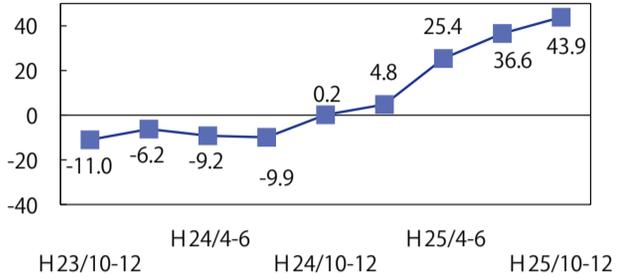
見てのとおり、リフォーム売上の価格帯が、この 5 年の間に低価格帯のものが減り、1 ランク上へシフトしていることがわかる。これを踏まえ、近年、一般のリフォームへの価値観が少しずつ見直され、魅力あるものへと変化を遂げつつあると言えるのではないだろうか。

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。

調査の時期と方法
この調査は平成 25 年 8 月中旬から下旬までを調査時点として、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。
※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。



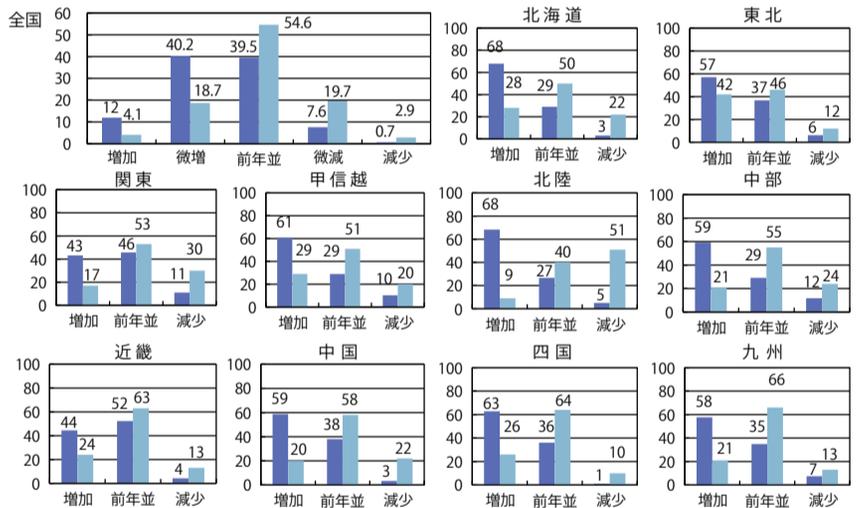
●工務店様での需要予測

「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、「%」となります。

全国 回答数 2,913

有効回答数	
北海道	131
東北	340
関東	1,058
甲信越	214
北陸	60
中部	230
近畿	308
中国	179
四国	86
九州	307

平成 25 年度 第 3 四半期 (Dark Blue)
平成 24 年度 第 3 四半期 (Light Blue)



●最近の売れ筋商品 (全国)

キッチン	
1 位	ラクエラ
2 位	アミィ
3 位	クリンレディ

ユニットバス	
1 位	サザナ
2 位	キレイユ
3 位	ユアシス

フローア	
1 位	Nクラレス
2 位	フォレストピア
3 位	クリアシルキー

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	エクセラージ・セラディール

造作材	
1 位	R III シリーズ
2 位	アトリア
3 位	リビエ

Bulls	
1 位	接着剤
2 位	エコブルズケイカル
3 位	キッチンパネル

株式会社カヤノ

代表取締役社長

茅野 与志樹 様
かやの よしき

トップ対談

【プロフィール】

1952 (昭和 27) 年、新潟市に生まれる。
大学を卒業後、23 歳で渡米。その後、建築・インテリアデザイン設計事務所 SDA (スペース・デザイン・アソシエイツ) 勤務を経て、(株)茅野材木店入社。
1994 (平成 6) 年、代表取締役社長に就任する。

【会社概要】

創 業：1921 (大正 10) 年
本社住所：新潟市中央区美咲町 1-23-1
資本金：1,000 万円
年 商：20 億円
従業員数：35 名

現社長の祖父・茅野与作氏が、現在は HOUSE & GARDEN がある新潟市中央区上大川前通 2 番町 (旧・川端町) で創業。1953 (昭和 28) 年に与一郎氏が(株)茅野材木店を設立。1956 年に製材工場を併設、1959 年に新建材、1965 年にはアルミサッシの取扱を開始。1981 年、本社を新潟市網川原 (現在の本社所在地) に移転する。1984 年、「生活を楽しむモノ、コト、スペース」をコンセプトに(株)カヤノハウジングプロジェクトを新潟駅南に、生活雑貨

クワッソンの店を笹口に開設し、住宅部門を併設。さらに 1994 (平成 6) 年には生花販売店 WE LOVE WOOD を西堀に開店、増設・プレカット・2×4 事業部を設立する。与志樹氏が社長就任後の 1995 年に社名を(株)カヤノとし、組織を変更。ライフスタイルの提案に基づく住まいづくりから、生活を楽しむための多彩な商品提供に積極的に取り組んでいる。

“生活を楽しむ、モノ、コト、スペース”を提案しています。

住まいの基本は「生活を楽しむ」

小川 カヤノ様の「生活を楽しむ情報満載！かわらばん」を発行されたのは 30 年前ですか。

茅野 当社は、住宅資材販売、住宅・リフォーム事業だけでなく、生活雑貨の店、花屋、食材店をもっておりまして、その情報を「かわらばん」に掲載し、毎月 2 万部をこれまで店舗に来ていただいた方々に全国発送しています。

小川 住宅はもちろん、インテリア用品、生活雑貨、季節の花、ワインや食材等々、文字通り「情報満載」。しかも全て手描きで作っているというのも凄いですね。

茅野 一時期、全国各地から同業の方々も見学に来られ、この「かわらばん」で住宅が受注できるという目で見えちゃった。でも、これがあるから受注できるというのは大きな間違いだと思っています。

30 年前に私が思っていた「生活を楽しむモノ・コト・スペース」をコンセプトに、私自身も生活者の一人という視点をもって、生活者一人ひとりのためになることをする、生活に必要なものを何でもお届けしようと、取り組んでいます。そうした多種多様な店舗を利用いただいている方々に「かわらばん」を通して「カヤノは住宅の資材販売もやっているし、また、住宅も建てている、リフォームもできる」ことも知っていただける、さまざまな取り組みの相乗効果で集客力を上げていると思います。

小川 さまざまな形でクオリティライフをご提案されている、それらを凝縮した情報媒体が「かわらばん」ですね。

茅野 はい。でも最近は、当社で探してきた商品がどこにでもあふ、インターネットを使えば、海外の製品も簡単に手に入るようになってきています。また、カヤノの住まいの鑑賞会&相談会をたびたび利用された方々でさえ、実際に自宅を建てるときには鑑賞会に協力できないと仰る方もいます、防犯のことも考えられるのでしょうか。そういう意味では、この情報媒体は古くなっているかもしれません。

小川 そんなに変化してきているのですか。
茅野 大きく変わっています。一つのもので集客するのは難しい時代になっています。ですから、今までの一般的な情報媒体だけではなく、クリエイティブなコマースに挑戦してみようと思っています。

トランペッターから建築設計へ

小川 茅野社長様は実に自由な発想で、住まいをライフスタイルから提案する取り組みに意欲的にチャレンジされていますが、もともとは、家業を継ぐお気持ちはあまりなかったそうですね。

茅野 現監査役の叔父がジャズ好きで、その影響もあり、中学校に入学してプラスバンド部に入りました。なおかつ中学の同級生のお兄さんが持っていたマイルス・デイビスのレコードを聴いてからは「ジャズ・トランペッター、カッコいい」と、憧れるようになりました。

小川 私は小学校 6 年生のときにビートルズに衝撃を受け、小遣いは全てビートルズのレコード代になりましたが、中学 1 年でジャズですか。かなり早熟でしたね。

茅野 そのうち「大学対抗バンド合戦」というのがあって、これに出たみたいと、法政大学経営学部に進学して、ニューオーレンヂ・

スウィング・オーケストラで活動しました。そのために高校時代には山岳部に入り、少林寺拳法の道場にも通い、槍投げにもチャレンジしました。

小川 全てはトランペッターとしての肺活量を増やし、技量を高めるためですか。

茅野 そう。さらに大学 4 年のときに山野楽器主催「ビッグ・バンド・ジャズ・コンテスト」で優秀賞を獲得。勝因は、オーソドックスな楽曲ではなく、ジョン・コルトレーンの遺作「至上の愛」を組曲にアレンジするという企画力で勝負したこと。これで自分もプロでやっていけると、23 歳のとき、ずっと憧れの街だったニューヨークへ行きました。でも、街角で演奏している人でさえ凄腕、プロを目指す人がひしめく厳しい現実を思い知らされました。

ご縁があり、建築・インテリアデザイン設計事務所 SDA (スペース・デザイン・アソシエイツ) で 4 年間、設計図面のコピー取りや模型造りをしながら、建築設計とはどうなのか、インテリアデザインでは手触りにまで配慮することが大切など、多くを学びました。建築設計というものに出会ったことをきっかけに、家に戻ることにしました。

創業 100 年を目指す

小川 今、事業に取り組んでいらっしゃる、目指すところはどこですか。

茅野 初代の祖父はケヤキなどの丸太を挽く木挽き職人で、「〇に力」の字を染め抜いた半纏をトレードマークに商売を始めました。第二次世界大戦後に(株)茅野材木店として材木の販売を始めた父が二代目、私は三代目、今年で創業 92 年になります。

これまでずっと、この商売をなぜ続けているかを考えてきて、**「生活者のためになること、生活を楽しむために」**ということが明確になってきましたので、これを柱に創業 100 年を目指していきたいと思っています。

小川 日本の場合、高度経済成長期から住宅だけでなく、何でも作る側だけの論理で動いてきた、購買層が必要とするものを必要な量だけ作る「マーケットイン」ではなかった、と思います。

茅野 全ては「プロダクトアウト」で、昔の木材業界では「川上から川下」という表現が当たり前のように使われ、原木を扱うところが一番上。小売業の我々は川下でも最下流の存在とされ、ましてや消費者の思いなど考えもしない。過去 40 年間、それは逆だと、この思いを持ちつづけてきました。その状況が、ここ 10 年間に IT の普及で変わってきています。絶対に「消費者ありき」でなければ、将来は有り得ないです。この傾向は、さらに強まっています。

小川 でも、施主様の琴線に触れるような住まいづくりができる人は、まだまだ少ないのではないのでしょうか。

茅野 だからこそ、小川社長が言われている「住環境」が、果たして住宅だけで良いのかどうか。

小川 私たちジャパン建材は、家族が住み始めた家が、終の棲家になるために、例えば 20 年後には修理をしましょう、そのための資金計画のことも提案できれば、施主様の期待を超える「住環境」が提供できる、と考えています。

8 月に開催した新生ジャパン建材として初の『第 30 回ジャパン建材フェア』では、将来に向けて地域の販売店様・工務店様に

住生活に価値あるものを提供し続けることでメリットを発揮していただきたいの思いで「住まい方・暮らし方」ブースを設け、提案させていただきました。ご覧になって、いかがでしたか。

茅野 当社で注文住宅の設計をしている設計士と一緒に伺い、ゆっくり見させていただきました。この設計士は、ソーラー・デカスロンのこともよく知っていて、非常に興味をもって話し込んでいました。

小川 そうでしたか。ありがとうございます。昨年は大敗した日本代表の千葉大学ですが、来年 1 月の日本大会、そして 7 月の「ソーラー・デカスロン・ヨーロッパ 2014」に向けて準備を進めている最中です。そのスーパーバイザーをされているのが伊勢神宮の式年遷宮記念「せんぐう館」を設計された栗生明氏です。

茅野 この記念館で過去の式年遷宮の工事に使われた道具なども公開していますね。

小川 はい。私が千葉大出身という縁もあり、ジャパン建材が千葉大チームを全面的にサポートして産学連携で競技に挑むことにしました。

人の心を打つのはハート

茅野 私は、ジャパン建材さんは魅力ある会社になる可能性を秘めている、トップがその可能性をもっていると感じています。

ものづくりの世界は、音楽も、建築も同じだと思います。何人かがチームを組んで創作するチームプレーですが、基本になるのは一人ひとりが専門的なスキルをもつ独立したプレーヤーであること。メンバーの一人ひとりがしっかりと立ち、各セクションにしっかりとリーダーがいること。

小川 ジャパン建材で言えば、エース級の営業マンですね。



茅野 そう、そのリーダーがいなければ、ファンができません。17 人ほどで編成するジャズバンドと会社組織というのは全く同じだと思います。コンサートマスターは、会社で言えば戦略を立てる人、バンドマスターは CEO で組織のまとめ役。チームにこの二人がいないと巧くまとまりません。かつコンサートマスターとバンドマスターの曲想は同じでなければならぬ、これが難しいところですよ。

バンドの構成メンバーが多ければ、曲想を的確に伝えることが非常に重要になります。会社で言えば、考え方・方向性を明確に打ち出すこと。そうしないとチームは動けないし、チームプレーは成り立ちません。

小川 そういう意味でも、ジャパン建材の企業理念『快適で豊かな住環境の創造』を前面に打ち出して良かったと思います。

日本人として生まれて、日本の住宅にま

だ粗末な部分がある現状を打破しようという考え方、この根幹の部分がしっかりしていれば、そこに皆が枝葉をつけてくれると思います。

茅野 大学のジャズバンドで優秀賞を獲得した楽曲の編曲を依頼した山本幸三郎氏は、オリジナル曲だけでも約 500 曲、編曲もする日本のジャズ界を代表するギタリストであり、日本のジャズオーケストラ育成にも貢献している方ですが、作曲や編曲をするときの心情を聞いたところ、「テクニックだけでは駄目、ハートが大事。この曲を書いたら、あいつが驚くぞ」と、対象を特定して曲の山場から作り始めるそうです。

結局、音楽でも、スポーツでも、商売でも同じで、ハートが一番。JK ホールディングス若手の木遣りもそう、ハートが感じられるようになりましてね。

小川 最初は真似事だったのが、だんだんと魂が入ってきました。聴く側に魂が入ってくると、唄う側もそれに応えようとするからでしょうね。

茅野 そういう積み重ねが伝統を作り、徐々に歴史になっていくのでしょうか。音楽と共に生きる。生活を楽しむために音楽も、欠かせない存在だと思います。

同時に自分自身がプレーヤーでもあり続けること。私は自分が熱くなれるものに出会えたら、人生最高だと思っています。

小川 それが「生活を楽しむ、モノ・コト・スペース」の提案にも通じる原点ですね。

茅野 先日のジャパン建材フェア招待状にも、小川社長の将来に向けた取組みが書かれています、この人は本気だ、と感じました。その本気が、人から人へ伝わっていくのではないのでしょうか。機会あるごとに小川社長の考え方を伝える話をしています。

小川 ありがとうございます。さまざまなお考えをもつ方が、言葉にして発していくことで響く人には響く、そう信じています。

コミュニティづくりが不可欠

小川 茅野社長様は近隣の同業の方との連携にも取り組んでいらっしゃいますね。

茅野 同じ県内の同業者でも、商圏が異なれば連携はできないと思います。今までは独立独歩でも生きていたと思いますが、これからはコミュニティが必要だと思います。

小川 私たち問屋間でも、同時にカヤノ様はじめ小売業の皆様にもコミュニティづくりをしてもらうことが大事だと思います。

そのためにジャパン建材がコーディネーターになって、皆様のコミュニティづくり、あるいは、ある販売店様が始めたビジネスモデルを全国的なブランドに育てていくような、地域を限定しない同業者のコミュニティづくりもできれば、と思っています。

茅野 小川さんが副理事長をされている合板・建材流通の同業者 976 社を擁する日本合板商業組合もその一つ。当初は、勧められるままに入りましたが、今回の【木材利用ポイント】の認定供給業者になったことで、ようやく意味がわかってきました。

昔は大同団結なんてとんでもないことでしたが、市場も流通のあり方も変化していますので、たとえビジネスではライバルでも、通じ合う相手とは協力関係を築いていくべきですね。

小川 このトップ対談を通じて茅野社長様の業界連携についてのお考えを、全国の皆様にお伝えできると幸いです。

本日は、ご登場ありがとうございました。

『第30回ジャパン建材フェア』特集

新生ジャパン建材からのご提案第一弾！

将来に向けて「快適で豊かな住環境の創造」を可能にする支援サービスを提供。

日本の住環境を欧米先進国並みにボトムアップしたいとの思いのもと、新生ジャパン建材の情報発信スタイル「住まい方・暮らし方」ブースを初展示しました。



JK 木構造グループが手掛けた、木の香りがする、初登場の展示場入り口のアーチ

1000名の来場者にアンケートを実施。

施主様と、販売店様・工務店様との意識の違いが明らかに。

「ライフプラン」提案をベースにした地域工務店様の受注支援を構築！

今回のアンケートの分析結果から「施主様がマイホームを建てるにあたり考えること」と「販売店様・工務店様が住宅を受注するにあたり重視すること」に大きな違いがありました。これを踏まえ、施主様が強く求めている「マネープラン」「ライフスタイル」を柱とするソフト面から、地域工務店様が受注につなげられる、価値ある情報の発信を進めていきます。

2014年3月14日・15日開催『第31回ジャパン建材フェア』の「住まい方・暮らし方」ブースにぜひお立ち寄りください！！

前年比2割増のご来場・お買上げ 木材・プレカットコーナー

ジャパン建材の“木材”に対する認知度は、ジャパン建材フェア開催ごとに高まってきています。

おかげさまで『第30回ジャパン建材フェア』では、ご来場・お買上額ともに前年比2割増の実績となりました。

今回は、JKグループに加わった銘林もブースを構え、ご来場の皆様に豊富な床材と、独自商品のシャワーブースを展示即売し、グループ企業として初のお披露目の機会にもなりました。

また、東京ビッグサイトと東京中央木材市場（浦安）との間にシャトルバスを走らせ、“無垢の宝庫”と銘打って開催した今回の木材コーナーの大きな目玉にもなりました。

プレカットコーナーで構造躯体を展示し、大きな反響

プレカットコーナーでは、出展各社に構造躯体の展示をお願いし、ジャパン建材が扱う構造部材・木材プレカットをはじめ、金物・制震ダンパーへの関心も一段と高まりました。

さらに上を目指して、日本各地で開催するジャパン建材フェアでも、木材製品の扱い量を増やしていきます。次回もぜひお立ち寄りください！！



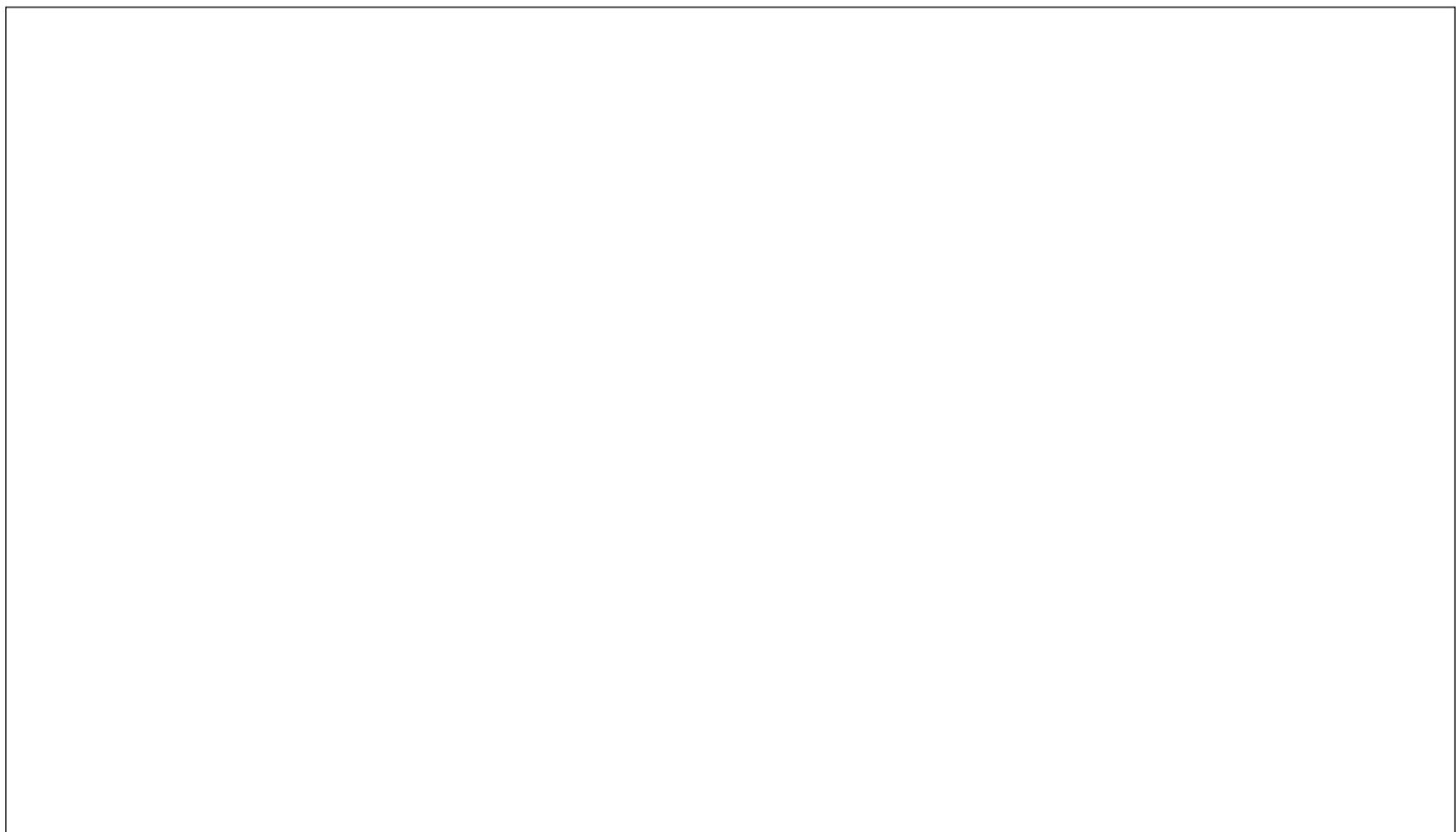
『第30回ジャパン建材』で初展示した「住まい方・暮らし方」ブース

- アンケート結果
〈販売店様・工務店様〉
- 1 省エネ
 - 2 リフォーム
 - 3 スマートハウス
 - 4 健康
 - 5 マネープラン

- アンケート結果
〈施主様〉
- 1 周辺環境
 - 2 マネープラン
 - 3 ライフスタイル

「ソーラー・デカスロン・ヨーロッパ2014」に展示する千葉大学“日本の未来を担う住まいづくり”を
ジャパン建材は、千葉大学を全面的にサポートし、産学連携による競技に挑みます。

太陽エネルギー利用や省エネ性能、デザイン性、社会性などの10種目について世界レベルを目指す“日本の未来の住まいづくり”を展示・解説。2014年1月の日本大会、7月の世界大会に向けたプレゼンテーション力UPの場となりました。



収まりや細部の施工方法が見ていただいでわかる!! 『第30回ジャパン建材フェア』に初登場 Bulls 実演コーナーが大好評

カタログや展示商品だけではわかりにくい「商品の特長、収まりや施工方法、ちょっとした扱い方のコツが非常にわかりやすい」と好評。実演の最後に各商品の展示ナンバーへ誘導する工夫もあって、集客力もUPしました。

次回も、ぜひ特設ステージにお集まりください。

なかでも壁塗りコンテストの実演で会場を沸かせた Bulls 新商品『ゼオライトウォール』は、調湿力・脱臭力に優れ、VOCを低減、現場練りが不要で誰でも簡単に塗れ、オリジナル意匠の壁、健康で快適な空気環境が作れる、売れ筋商品になりました。また特設ステージ前に敷設した『Bulls 人工芝』も好評で外構商材への関心の高さが伺えました。

バリアフリー、介護関連商材の取扱も、これから徐々に増やしていきます。乞うご期待!



木の魅力を再発見いただいた Wood for Living ブース

持続的な森林育成と木材資源の有効活用により“木と人が共生する新しいライフスタイル”を創造する「Wood Innovation Project」を掲げ地域産材利用を推進する電通と、木質構造学研究の大家・東京大学の安藤直人名誉教授、間伐材利用の飲料製品「カートカン」の普及に努めるもりかみ協議会がコラボして国産材利用とその意義についてPR。また、ジャパン建材のPBブランド『Bulls』から、木材利用ポイントの登録建築材料となっている「四季の床」「Jフロア eco」の2アイテムを現物展示。エンドユーザー向けには、施策概要とポイント交換対象商品について説明しました。



国内有数の木材産地「信州」と「高津川」の木材製品を中心に私たちの生活を豊かにしてくれる“木の多彩な魅力や活用法”と、【木材利用ポイント】も併せてご紹介。樹種によって異なる木の色合い・表情、手触り感や温もり感にも違いがあること、木材製品の利用で健康で快適に暮らせる住空間が創造できることを実感いただきました。

信州の木材製品

冷涼な気候によって年輪幅が緻密で高い強度を誇る建築材を生産・出荷。強度があり木目が美しい「ヒノキ」、日本で最もポピュラーな「スギ」、味わいある空間を作る「アカマツ」や「カラマツ」の4樹種が揃う。民間と行政の連携で積極的な技術開発を推進し、無等級のスパン表や壁耐力試験、木製防火外壁構造、国産2×4、国産木製サッシなどを実現。建築材はもちろん、内装材、家具・建具、外構材・他、用途はさまざま。木を長持ちさせる技術や木を有効利用する技術によって、エクステリアに、公共施設に、さらに包装資材、バイオマス燃料用ペレットとしても活用されている。

高津川の木材製品

水質日本一に選ばれている島根県の清流「高津川」が生み出す奥深い山々で育つ、銘木とはまた違った風合い、四季を通じて感じられる柔らかな温もりをもつ。その特性を生かし、森林管理の過程で大量に出る小径材に集成加工を施して内装材や家具・建具などへの利用価値の高い製品の開発にも取り組んでいる。民間でも公共建築物の木造化、内装の木質化が進むなか、高津川流域内の製材業者が、民間・公共施設を問わず連携して製品を供給、将来に向けた森林資源の循環利用を図りながら安定した供給を可能にしている。

合板コーナー

国内合板ブース

国産材の利用を促進する国内合板、高壁倍率を可能にする JAS「12mm 国産構造用合板」、針葉樹構造用合板一長尺、国産 LVL、認証材合板など、国内合板メーカー各社の製品情報と、最新の合板に関する情報を発信して、認証材を用いた針葉樹合板、国産 LVL 等の国内合板活用を促進。製品ごとの「木材利用ポイント」表示も実施、合板の「木材利用ポイント」について

のご相談にも対応しました。耐震性に優れた JAS「厚さ 12mm 構造用合板」の具体的な施工方法がわかる

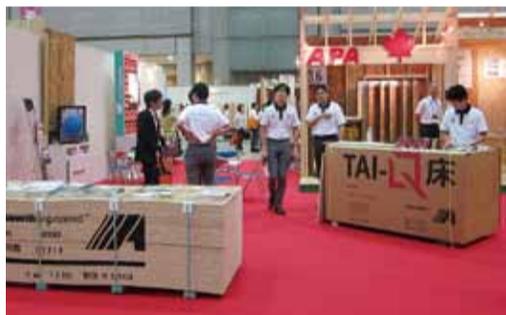
模型展示は今回も好評!



輸入合板ブース

森林資源の有効活用につながる、環境配慮型の多彩な合板と、認証材を活用した OSB をご提案しました。

★同時開催された【木質実践セミナー】では「OSB のメリット、OSB 製品の活用法」をテーマにご紹介しました。このセミナーを通じて OSB 製品の特性について理解を深めていただくことができました。



心地よい自然の風と光を暮らしに 安心と快適の外付ブラインド サンシャディ

オイレス ECO 株式会社

夏は強い陽射しを8割ほどカットして室温の上昇を抑制、冬は全閉状態の『サンシャディ』と窓の間にできる空気層で断熱して冷たい外気を外で遮断し、室内で温めた空気を逃さないの

エコな暮らしを実現。さらに昼はブラインドに、夜はシャッターに早変わりしてプライベートを守る、防犯面でも安心できる。



【昼はブラインド、夜はシャッター】

窓の外側に付ける『サンシャディ』最大の特長は、何とんでもブラインド機能。ルーバーの角度を自由に調節することで、通風・採光ができ、外からの視線も遮る。

【夏と冬の使い分けでエコ】

日中はルーバーを全開放して、冬の太陽の温かさを感じることができる。夜は全閉にして『サンシャディ』と窓との間の空気層で断熱。エアコンを使うまでもない季節や、エアコンが苦手な方も、さわやかな自然の風が感じられる心地よくエコな暮らしができる。

【電動だから、操作も簡単】

外からは操作できない頑丈な作りだが、電動タイプはボタン一つで昇降とルーバー角度調整が可能で操作は簡単。手動タイプと電動タイプが用意されているが、大型の掃きだし窓には電動がオススメ。

高耐候性外壁材光セラ・親水セラシリーズにお勧めの超耐久シーリング スーパー KMEW シール

ケイミュー株式会社

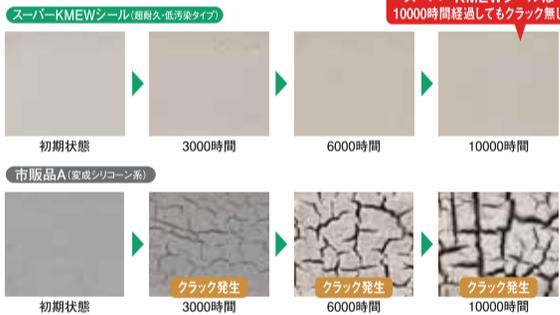
美しい住まいの外壁にとって紫外線は大敵。UVカット機能をもったセラミックコート（光セラ・親水セラシリーズ品に採用）は、紫外線から着色層を守り、長期間、外壁の色あせ・日焼けを抑える。一方、シーリングについては、一般的に10年程度で打ち替えのメンテナンスが必要となっており、お施主様にとっては、シーリングのメンテナンス対応が潜在的なコンプレインとして存在していた。そこで今回おすすめするのが、光セラ・親水セラと同様の高耐久性能を実現した『スーパー KMEW シール』。



【スーパー KMEW シールの特長】

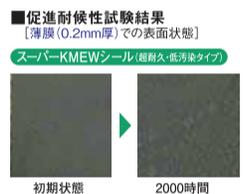
- 長い間、表面にクラックが入りにくいため、優れた防水性を発揮
促進耐候性試験（JIS A 1415）にて10000時間を経過しても、表面にクラックが発生しませんでした。

■促進耐候性試験結果 [厚膜(5mm厚)での表面状態]



※促進耐候性試験（JIS A 1415）：促進耐候性試験約250時間が約1年に相当します。（施工場所、使用条件等により異なります）

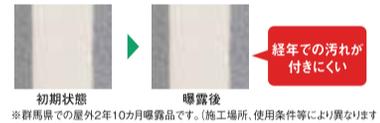
- 色あせしにくく、きれいが長持ち
促進耐候性試験（JIS A 1415）にて2000時間を経過しても、著しい変退色がありませんでした。



- 低汚染機能を有しているため、経年での汚れの付着を抑える

■屋外曝露試験結果

スーパー KMEW シール(超耐久・低汚染タイプ)



市販品A(変成シリコン系)



※促進耐候性試験（JIS A 1415）：促進耐候性試験約250時間が約1年に相当します。（施工場所、使用条件等により異なります）

経年での汚れが付きにくい

ハウス・デポ・ジャパンは
全国の建材店をネットワーク化することで
工務店との家づくりお手伝いをしています。



ハウス・デポ・ジャパンとは
日本最大の販売店集団です。

ハウスデポジャパンは加盟販売店さまと、健全なる
地場住宅産業を支援、育成する事により、住宅購入者に
「安心と信頼の家づくり」を提供する為、経営ノウハウと、
地場住宅産業を活性化する為の支援ノウハウを活用し、
ハウス・デポ・ジャパン、加盟店さまの長期的な繁栄と
提携関係を保持する事を目的として進めています。
また、月一回全国社長会、分科会を開催し、地区社長会も
開催しており、問題点を互いに相談解決をしております。
将来の販売店作りに皆様奮ってご参加下さい。

お問合せ・お申込みは

株式会社ハウス・デポ・ジャパン

〒136-0082 東京都江東区新木場 1-7-22 新木場タワー 5F
TEL: 03-5534-3811 FAX: 03-5534-3819 担当: 松本
ホームページ: <http://www.housedepot.co.jp/>

ハウス・デポ・パートナーズは
工務店と家づくりを住宅ローンと各種保険で応援します。

最長35年
長期固定金利住宅ローン

ハウス・デポ
【フラット35】

ハウス・デポ【フラット35】 全期間固定金利で安心!

- 業界最低水準の金利で、最高8,000万円までご融資いたします。
- 保証料・保証人は不要です。
- ご返済口座は自由に選択できます。

ハウス・デポ【土地つなぎローン】 確実につないで安心!

- 土地購入金額を最大100%まで低金利でご融資いたします。
 - 担保・保証料・保証人は不要です。
- ※フラット35の土地部分借入額が最大融資額となります。

お問合せ・お申込みは・・・



[三井物産・JKホールディングスグループ企業]

株式会社ハウス・デポ・パートナーズ

フリーダイヤル: 0120-887-800

Mail: kikaku@housedepot-p.co.jp

担当: 営業部 国本

登録番号 東京都知事(3)第30759号



手摺りセレクトシリーズ

手摺り

<p>シート</p> <p>品番 STB-01 カラー チェリークリア 材質 強化LVL+オレフィンシート 設計価格 ¥6,000/本</p>	<p>シート</p> <p>品番 STB-02 カラー チェリーブラウン 材質 強化LVL+オレフィンシート 設計価格 ¥6,000/本</p>
<p>タモ</p> <p>品番 T354000 カラー タモクリア 材質 タモ無垢集成 設計価格 ¥7,000/本</p>	<p>ゴム</p> <p>品番 K-1 カラー ネオハニー 材質 ゴム無垢集成 設計価格 ¥6,500/本</p>
<p>ゴム</p> <p>品番 K-3 カラー シルキーホワイト 材質 ゴム無垢集成 設計価格 ¥6,500/本</p>	<p>ゴム</p> <p>品番 K-4 カラー モカブラウン 材質 ゴム無垢集成 設計価格 ¥6,500/本</p>
<p>ゴム</p> <p>品番 K-6 カラー ランドホワイト 材質 ゴム無垢集成 設計価格 ¥6,500/本</p>	<p>ゴム</p> <p>品番 K-7 カラー ホワイト(木目塗演し) 材質 ゴム無垢集成 設計価格 ¥6,800/本</p>

■ 共通規格

サイズ φ35×4000
入数(箱) 5本入(各1本袋入)

手摺り受け金具

<p>手摺ブラケット 壁受・丸</p> <p>品番 UB35WR-□ 入数(個) 小箱: 2 大箱: 120 設計価格 ¥900/個</p>	<p>手摺ブラケット 直受</p> <p>品番 UB35S-□ 入数(個) 小箱: 2 大箱: 120 設計価格 ¥900/個</p>
<p>手摺ブラケット エンド</p> <p>品番 UB35E-□ 入数(個) 小箱: 1 大箱: 80 設計価格 ¥1,100/個</p>	<p>手摺ブラケット コーナー</p> <p>品番 UB35C-□ 入数(個) 小箱: 1 大箱: 80 設計価格 ¥1,500/個</p>
<p>フリージョイント</p> <p>品番 UB35ZFJ-□ 入数(個) 小箱: 1 大箱: 120 設計価格 ¥1,700/個</p>	<p>接続金具</p> <p>品番 KT35J 入数(個) 小箱: 20 大箱: 200 設計価格 ¥920/個</p>

※別途運賃がかかります。詳しくは弊社営業担当までお問い合わせ下さい。

■ 共通規格

カラー	シルバー S	ゴールド G
	ブラウン B	ホワイト W

カラー見本

シルバー S	ゴールド G	ブラウン B	ホワイト W
--------	--------	--------	--------

お役立ち!
快 適 住 実 の 家

- メリット1 住宅履歴管理サービス(住宅履歴の図書館)
- メリット2 パッケージ住宅のご提案(予定)
- メリット3 JKサポートセンターご利用料金の優遇
- メリット4 住宅瑕疵担保責任保険の割引
- メリット5 地盤情報・相談サービスのご提供
- メリット6 国策に対する支援と情報配信

ジャパン建材が工務店様の認定取得をサポート

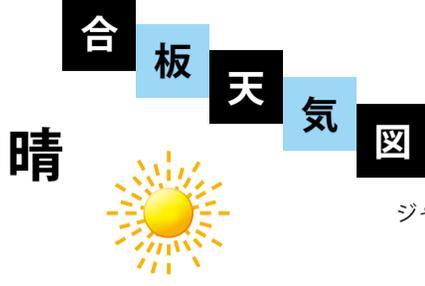
会員様特典! 「認定低炭素住宅パンフレット」を配布(予定)
 ジャパン建材が会員様専用の「認定低炭素住宅パンフレット」を作成しています。

- 【パンフレットの内容】**
- ◆認定低炭素住宅とは◆認定低炭素住宅のメリット◆メリットの試算例
 - ◆認定低炭素住宅の基準◆サンプル物件のご紹介◆対応商材のご紹介
 - ◆『快適住実の家』の活用法 など

平成24年12月に公布され、本年10月1日に施行された新たな省エネ基準(略称:H24基準)。これより省エネ性能の高い「低炭素基準」が制定されました。

低炭素基準をクリアして認定を取得した「認定低炭素住宅」には、施主様にとってのメリットが4項目。今後の物件受注に役立ちます。

- 施主様メリット**
- ①住宅ローン減税 (平成29年12月31日まで)
 - ②登録免許税の優遇 (" ")
 - ③容積率の緩和
 - ④フラット35Sにおける金利優遇 (平成26年3月31日まで)



ジャパン建材 合板部
 部長 畑野 昌俊

新設住宅着工戸数

7月の新設住宅着工戸数は84,459戸(前年同月比112.0%)となり、前年同月比では11ヶ月連続の増加となった。先月同様に持ち家・貸家・分譲すべての区分での増加となった。

分譲の内訳はマンション分譲が9,977戸(同比100.6%)で、戸建分譲が11,305戸(同比108.4%)となった。地域別総着工数も前年同月比で首都圏5.2%増、中部圏21.4%増、近畿圏11.6%増、その他地域15.6%増とすべてで増加となった。

木造住宅は46,520戸(同比109.4%)で着工数全体における木造比率は55.1%で前月から1.6ポイント減少した。消費増税前の駆け込み需要の影響で8月度以降も増加が見込まれる。

国内合板

7月の国内合板生産量は24.7万㎡(前年同月比122.3%)と発表された。そのうち針葉樹合板の生産量は23.1万㎡(同比124.2%)で過去最高の生産量となった。針葉樹合板の出荷量も22.7万㎡(同比105.6%)と過去2番目の実績となり、10カ月連続で20万㎡を超

える好調な出荷となった。

7月の針葉樹合板在荷量は前月から0.3万㎡増え14.1万㎡となったが出荷量の約0.6ヶ月分と低水準な状態に変わりはない。8月度は盆休みの関係で生産量は減少と思われるが、次月からの値上げのアナウンスにより月末にかけて受注が集中し配送しきれないなど好調な出荷状況で終わったようである。

着工戸数の増加、在荷量の少なさを考えると、今後も国内合板需要は堅調に推移していくことと思われる

輸入合板

輸入合板の7月度の入荷量は31.3万㎡となった。フロアベースの入荷が増加した一方、コンパネ、構造用は前月比で減少した。首都圏の港の在庫は調整段階であるが、地方港の在庫はバランスが取れている。出荷は好調に推移しており、入荷量の減少とともに在庫調整は進むと思われ、バランスのとれた市場環境になると思われる。

国内合板、輸入合板ともに今後も堅調な相場展開が続くことが予想される。