

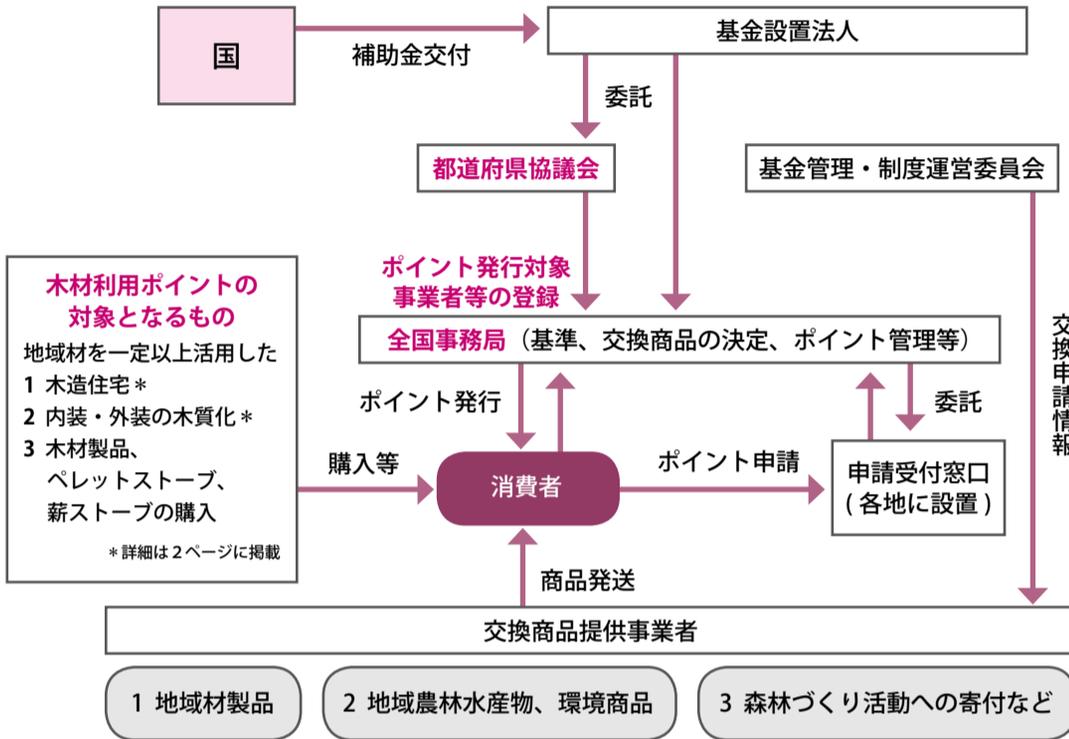


知っていますか？

【木材利用ポイント】

平成 24 年度補正予算で
410 億円が投入される
【木材利用ポイント事業】。
そのしくみをご紹介します。

【木材利用ポイント】のしくみ



- ポイント申請に必要な書類：**
- 1 木造住宅の新築・購入、増築**
- 1) 工事、購入の確認書類
 - ・登録工事業者の工事証明書 (事務局指定様式)
 - ・建築工事届の写し
 - ・供給業者の納品証明書 (事務局指定様式)
 - ・工事請負 (売買) 契約書の写し
 - ・確認済証の写し
 - ・検査済証の写し
 - ・地域材の産地・樹種の表示写真
 - ・竣工写真
 - ・領収書の写し
 - 2) 申請者の本人確認できる書類
 - 3) 特定被災区域の申請者は罹災証明書または事務局指定の必要書類

- ポイント申請に必要な書類：**
- 2 内装・外装木質化工事**
- 1) 工事、購入の確認書類
 - ・登録工事業者の工事証明書 (事務局指定様式)
 - ・供給業者の納品証明書 (事務局指定様式)
 - ・工事請負 (売買) 契約書の写し
 - ・施工図面
 - ・施工写真
 - ・領収書の写し
 - 2) 申請者の本人確認できる書類 (運転免許証等)
- 木材利用ポイント事務局ホームページ
<http://mokusai-points.jp>

第11回雙環フォーラムのご案内

平成 25 年 7 月 16 日 (火) 16:00 開始

会場 ジャパン建材(株) 新木場本社ビル
新木場タワー 1 階大ホール

平成 20 年に立上げた当フォーラムは、今回で第 11 回目となります。毎回、時代に即したゲストをお招きし、業界に一石を投じることができればと考えております。本趣旨をご理解頂き、奮ってご参加頂きたくお願い申し上げます。

今回の演題 「人は仕事で磨かれる」

前伊藤忠商事会長が語る、

仕事もたらす喜びの人生とは

講師：丹羽 宇一郎 (にわういちろう) 氏

●【木材利用ポイント】の目的

◆国産材の供給・利用量の増加

2,005 万 m³ (平成 23 年度)



2,800 万 m³ (平成 27 年度)

◆地域材の需要喚起による木材関連産業の活性化と木材価格の安定

●「地域材」とは

◆次のいずれかに該当するもの

- ◎都道府県により産地証明制度等により認証される木材・木材製品
- ◎FSC、PEFC、SGEC 等第三者認証機関により認証された木材・木材製品
- ◎「合法性・持続可能性の証明のためのガイドライン」により証明された木材・木材製品

◆資源量が増加していると国・基金が認めた樹種

◆林野庁が指定した樹種 (国産)

- スギ、ヒノキ、カラマツ、
 - トドマツ、アカマツ、クロマツ、
 - リュウキュウマツ、アスナロ
- (工法ごとに対象樹種が決められている)

●木材利用ポイントの対象となるもの

1 木造住宅：30万ポイント

- 1) 平成25年4月1日から平成26年3月31日までに工事に着手
- 2) 主要構造材（柱・梁・桁・土台）及び間柱、構造用合板（壁・床）において過半に相当する基準以上の地域材を使用しているもの
- 3) 一定の工法（木造軸組工法・丸太組工法・枠組み壁工法）によるもの。
- 4) 使用する地域材の産地・樹種を表示するもの。

◎建売住宅の場合はポイント予約

◎工法別使用樹種

木造軸組工法	スギ、ヒノキ、カラマツ、トドマツ、アカマツ、クロマツ、リュウキュウマツ、アスナロ
丸太組工法	スギ、ヒノキ、カラマツ、トドマツ
枠組壁工法	スギ、ヒノキ、カラマツ、トドマツ

2 内装・外装の木質化：上限30万ポイント

- 1) 平成25年4月1日から平成26年3月31日までに工事に着手（工事請負契約の締結時）
- 2) 地域材を一定面積以上使用
内装：9㎡以上（室内に面する床と内壁）
外壁：10㎡以上
- 3) 登録建築材料または対象地域材を使用するもの
- 4) 内装工事は室内に面する部分の床と内壁工事

●木材利用ポイントに関する手続き

◆主役は消費者

購入した消費者が申請受付窓口のポイント申請・交換申請する（代理人も可）

◆施工・製造業者は登録事業者認定が必須

◎施工する工務店等は

全国事務局または**都道府県協議会**が認定 ➡ **全国事務局**が登録

◎木材・木材製品の製造業者は

全国事務局が認定・登録

◆供給業者はデータベースへの掲載・届出が必須

◎各種認証制度で認定された事業者が、木材利用ポイント事務局ホームページより**登録**し、事務局へ**申請**

↓
木材利用ポイントの「**納品証明書**」が発行できる

地域材使用量を延べ床面積ごとに規定

延べ床面積	主要構造材・間柱等、地域材の量
80㎡未満	4㎡以上
80㎡～95㎡未満	5㎡以上
95㎡～110㎡未満	6㎡以上
110㎡～125㎡未満	7㎡以上
125㎡以上	8㎡以上

間柱の条件：厚み27mm以上

構造用合板の条件：壁…12mm以上、床…24mmおよび28mm以上

●内装・外装木質化で付与されるポイント

床	新築	9㎡ 2.1万ポイント 以降3㎡増えるごとに7000ポイントを加算
	リフォーム	9㎡ 3万ポイント 以降3㎡増えるごとに1万ポイントを加算
内壁	新築	9㎡ 1.5万ポイント 以降3㎡増えるごとに5000ポイントを加算
	リフォーム	9㎡ 2.1万ポイント 以降3㎡増えるごとに7000ポイントを加算

外壁	木質系外壁材	10㎡ 1.5万ポイント 以降10㎡増えるごとに1.5万ポイント
	新規外壁材	10㎡ 7000ポイント 以降10㎡増えるごとに7000ポイントを加算

ポイントの交換

1ポイント = 1円相当

交換商品

- 1) 地域の農林水産品（お米券など）
 - 2) 農産漁村及び森林の体験型旅行
 - 3) 商品券（全国商品券、地域商品券）
 - 4) 森林づくり・木つかいに対する寄付
 - 5) 即時交換（ポイント対象以外の工事費用に充当）
- *3) の全国商品券と5) は、最大交換率50%。

株式会社 タカキ



代表取締役

高木 裕 様

たかぎ ゆたか

【プロフィール】

1959(昭和34)年、東京都小金井市に生まれる。大学を卒業後、商社勤務を経て(株)タカキに入社。バブル経済崩壊後の1992(平成4)年に代表取締役就任する。時代の流れの中で変化しながら、目標の明確化、やり甲斐のもてる評価制度を整備して人を育て、永続する企業を目指す。

トップ対談

【会社概要】

創業：1956(昭和31)年
本社住所：東京都東大和市中央1-1-5
資本金：9,016万6,000円
年商：44億8,793万円
従業員数：139名(内11名は関係会社へ出向)

創業社長はかつて林業が盛だった奥多摩檜原村で木材業を営む家に育ち、深川の材木問屋で修業した後、西荻窪の材木店に勤務。1956年に独立、小金井市で創業し、創業者夫妻と同郷出身の番頭他と4名で材木店を始めた。1960年に(株)高木材木店の名で会社を設立。1975年に社名を(株)タカキに変更。1977年、現在も本社を置く東大和市中央にそれまで分散していた本社・材木・建材・サッシ・住設機器の各部門を集約して「総合資材流通センター」構想に着手、現在の体制のベースが完成。さらに1985年に社名を(株)タカキに変更、現在に至る。

地域に暮らす人の『良い住まい』づくりをお手伝いしています。

全員が実行する「お約束」

高木 社長就任おめでとうございます。

小川 ありがとうございます。気持ちを新たに取組んでまいりますので宜しくお願い申し上げます。

こちらに掲げていらっしゃる「お客様と取組先様へのお約束」は、本年度の標語ですか。

- 気持ち良い仕事環境をつくるために、いつも明るい挨拶を実行します。
- 関係する全ての人々の安心のために、いつも安全作業を実行します。
- 約束通りの正確な仕事をするために、いつも確認作業を実行します。
- お客様の望みを実現するために、いつも最適の提案を目指します。
- 永続的な共存共栄を実現するために、いつも共に考え行動します。

高木 タカキの企業目的は「地域に暮らす人の『良い住まい』づくりをお手伝いすること」です。その目的を目指すうえで、お客様と取組先様にお約束出来ることをメッセージとしてまとめたものです。

お約束をする限り、これを破ることのないように社員全員にどのような約束ができるかを投げかけ、現場からの声を吸い上げ、さらに何度かのやり取りをして時間をかけて考えました。

小川 トップダウンではないのですか。

高木 部門ごとに少しずつ内容が違って出てきたものを集約する形でまとめ、「何のために」というところは私に加え、これを今年4月1日から今後のタカキの「お約束」としました。

これが普通に、当たり前になるようになってくればレベルを上げていけば良いと思います。ご覧のように全て基本的なことですが、きちんとできるようにすることが大切だと思います。

小川 明文化することで「やります」と宣言するわけですから、どんなに簡単なことであっても明文化することに大きな意義がありますね。

高木 ここに掲げ、全員の名刺の裏にも入れ、私も事あるごとに話をするようにしています。繰り返し私が話すことで社員の意識も高まると思います。

小川 ボトムアップで出てきたものをさらに揉んで出来上がった成果物であるところに重要な意味があると思います。素晴らしいですね。

高木 明文化して有言実行していくと、全員がやるという意識をもちますし、同時に、お客様や取組先様から見て、できていないことがあればチェックしていただきながら実行力を高めていこうという意味もあります。

「目的」があって、この「お約束」があった、具体的な行動計画があって、そういうことを社員が共有していく、同時に数字やさまざまな情報を社内でも共有することを経営の方向性としています。

『良い住まい』づくりとは

高木 タカキの「目的」は「地域に暮らす人の『良い住まい』づくりをお手伝いすること」と表現しています。地域とは、我々が自ら責任の持てるエリアと定義していま

す。『良い住まい』というのは、それぞれのご要望に合う住まいのことです。

小川 実に多種多様な住まいが求められていますが、その一つひとつにきめ細かに対応した住まい、ということですね。

高木 はい。その主役は、そこに住むお施主様、それを造る工務店様は準主役。「お手伝い」というのは、主役や準主役をサポートすることが我々の立場だという考えに基づいています。これを、ここ数年間言いつづけていますが、タカキはどのような考え方の会社なのか伝わるように「お約束」をまとめた。

タイトルに「お客様と取組先様へ」としたのは、ジャパン建材さんや金融機関の皆さん、会計事務所さん等、タカキが事業推進上のパートナーと考えている取組先様にも同じことを「お約束」をしようという意味合いからです。

参画意識を育み、組織で動く

高木 もう一つ、2000年から取り組んでいるのがQC活動です。QC活動自体は昔からあるものですが、たまたま当時の副社長が金融機関主催の視察旅行で訪れたアジアで盛んにQC活動に取り組んでいるのを目にし、触発されて始めました。タカキでは現場の問題意識が具体的に話し合われて本当の改善に向かっていく、そういう方向感覚を進めています。

小川 私も営業本部長のときからQC活動のベースになる「PDCAの徹底」を言いつづけています。成果はいかがですか。

高木 当初は半期ごとに、数年前からは12月スタートで発表が10月。毎年4月と10月の年2回開いている「事業計画発表会」の下期発表会で各サークルのQC活動を発表し、表彰します。実質10か月のサイクルで、徐々に重たいテーマを取り上げるようになっていきました。

現場ごとにサークルを作って考えるので、事業そのものと完全につながって、現場で考えたことが実際に具体的に行動に移され、品質にも反映されるようになって、社員の参画意識の向上にもつながっていると思います。

小川 そここ大きなメリットですね。

高木 さらに個人についても目標管理シートを半期ごとに掲げ、どこまでできたかを自己評価、一次評価、二次評価等を調整して総合評価します。これは賞与や給与、昇格に関係します。

管理者によって運営に若干の差はありますが、これによって管理者レベルも上がります。

小川 実は、ジャパン建材には今年4月1日まで企業理念がなかったんです、これは私が絶対にやらなければいけないことだと思っていました。

企業理念をまとめるに当たってはボトムアップ方式にすべきか、トップダウンでいくべきかで悩みましたが、ここはまず私が大きく示すべきだろうと「快適で豊かな住環境の創造」を掲げました。

何故ならば、日本の「衣食住」を概観したとき、「住」の部分はまだまだ成長過程にある、でも、質より量を追いかけてきた住宅の残り香があるわけです。

ですが、住まい方、家族形態が多様化していて、求めるものバラバラ、多種多様

です。そういう施主様にきめ細かく対応することによってみんなの生活が本当に豊かで快適になると思います。

私も高木社長様のお考えと同じで、同舟の人間がどこをゴールに向かっていくのかを明文化してわかることによってベクトルが凝縮されて一枚岩になれる、と思います。

住宅を建てることは、地域密着でなければなりません。ですが、それを徹底することは全国問屋の私達には自ずと限界があり、タカキ様のように地域密着で活動される会社のご支援を、私たちが黒子としてしっかりやっていく、この棲み分けをして進めることを、改めて企業理念の中に盛り込みました。

高木 ビジョンを示し、決定するのはやはり我々トップの役割です。実は、私が社長に就任した時も、いろいろな標語はありましたが、理念としてまとめたものがなかったため、タカキの「目的」は、数年前に私が決めたものです。

小川 そうでしたか。

高木 でも、現場にやるべきことの要素が沢山あると思いますので、机上で考えてこうしろというのは、具体的な課題を見つけ出して取り組んでいくのは現場の役割が大きい、社員のやる気だと思います。

会社の永続性を追及

小川 地域密着で活躍されている販売店様は一般的にオーナー色が強く、従業員さんの働き甲斐やモチベーションUP、評価等の取組みはトップダウンを進めるケースが多いと思います。高木社長様のお話で非常に印象深いのは、対お客様密着である、と同時に、あるいはそれ以上に社員密着で見ていらっしゃるって、現場の社員さんたちとトップマネジメントとの距離がとても近いという点です。



高木 先代は創業社長で、役員であれ、社員であれ、おそらく「社長に付いて行けば間違いない」という気持ちがあっただろうと思います。代が変わった平成4年当時、私は33歳で創業者のようなカリスマ性はありませんでしたし、企業の永続性を考えると、みんなの力で組織を動かすべきではないかと。そのためには目標が明確になることで社員やる気になることが大事です。そもそも人間の力にはそんなに差はない、やる気や当事者意識があるかどうかの違いだと思います。

小川 それは、私も同感です。

高木 私が社長になってから入社し、工場・設計・業務・営業などの各部署で実務を経験して育ってきた今40歳前後の「組織として動いていく」という会社の価値観を共有する人たちが、各部門の責任者となり、実質的な最重要会議である「役員部長会」のメンバーに入ってきました。

小川 それは心強いんですね。

高木 彼らが下の世代も引っ張り上げてくれていますので、階層を超えてお客様とつながっている関係づくりができています。中小企業の経営は、人が育っていることが継続性、永続性のベースになると思います。小川 私も、そう思います。高木 小川社長は今年43歳ですか、これから20年という長いスパンで考えられるのは良いことですね。

小川 実は、今やらせていただいている「雙環フォーラム」は、私と同じような世代の人たちが20年後もこの業界で生きていくために、経営者として何を学ばなければいけないのか、どうやって資質を高めれば良いかを共に考える場をもちたいと、平成20年に立上げ、20年先の長期ビジョンを考えるという意味と、当時盛んに言われていた「200年住宅」に因む、二つの環という意味の「雙環フォーラム」と命名しました。立上げ当初から「いずれは丹羽さんが呼べるような会にしたいね」というのが目標で、それが、社長就任後初のフォーラムで実現できることになり感無量です。

高木 実は、私が社長に就任して昨年11月で20年。この間、体質改善に重きを置いて成果を上げ、人も育ってきましたが、売上は当初より減っています。企業には成長力が必要ですので今年54期は少しでも売上を上げていこうと思います。

小川 高木社長様のお考えには非常に共感できます。私のミッションは二つ。一つは企業価値の向上、もう一つはゴーイングコンサーン、永続性の追求です。

企業価値の向上は、ステークホルダー（従業員、お客様、仕入先様、株主様）の期待以上に応えられる企業にしておくこと。もう一つは、いかに成長するか、ボリューム感を出していくか、そのための成長戦略を描かなければならないと思います。高木社長様お考えのボリューム感をジャパン建材と一緒にやっていけるか、そこは私たちの使命にもつながると思います。

共に考え行動する時代の到来

高木 「共に考え」と言うと、やや綺麗事に聞こえるかもしれませんが、お客様と一緒に現場の需要にたどり着くためにはどういふことをすれば良いか、そういうことを一緒に考え、一緒にやっていくということ。特にここ数年はそういうことが可能になってきたと、強く感じています。昨年度に実施された「地域型住宅ブランド化事業」で、まさしく地域の工務店様と共に取り組んでいく環境が生まれたわけです。

さらに、リフォームをターゲットとした協働の体制も出来つつありますので、そのような中で川下側の流通で工務店様に寄り沿う当社の役割も大きいのだろうと考えています。これもタカキ一社だけでできることではありませんのでジャパン建材さん、メーカーさんにも手伝っていただいて進めればと思っています。私自身、工務店様と一緒に何かに取り組んでいくことが一番好きなのところでもありますので今後の展開を期待しているところです。

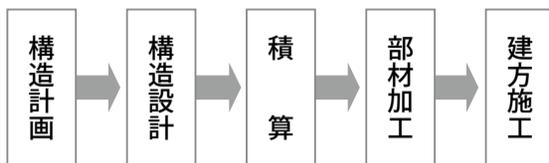
小川 本日は私自身ヒントをいろいろと頂きました。全国のジャパン建材のお客様にも参考にしていただけたらと思います。お忙しい中、トップ対談にご登場いただき、ありがとうございました。

私たちは「21世紀は木質構造の時代」を確信し、皆様の木質構造づくりをサポートしています。

ジャパン建材木構造建築事業室

●業務内容

木質構造建築躯体工事の意匠に基づく構造設計から施工管理までのトータルシステムにより、新たな木質構造建築の可能性を創造します。



●用 途●
 教育施設／体育施設／事務所／保育所／幼稚園
 集会施設／共同住宅／宿泊施設／老人ホーム
 展示施設／店舗／教会／社寺／プール／木造橋／畜舎

【受注事例】

ひみ番屋街・総湯

「氷見の寒ブリ」で有名な富山湾西部に位置する氷見市。「ひみ番屋街・総湯」は富山湾越しにそびえる立山と氷見市沖に浮かぶ唐島（からしま）が一望できるロケーションに生まれた32の専門店・飲食店が一同に集まる「ひみ番屋街」と総合温泉施設「総湯」から成る。

コメ ント：本物件は、8棟と渡り廊下で延べ床面積が4000㎡を超える物件で、工期が短く、コスト的にも大変厳しい物件でしたが、工程を遅らせることなく、予算内でしっかり納めることが出来ました。

受 注：材工（建方施工まで）

木質構造部材：ベイマツ、オウシュウアカマツ集成材（秋田グルーラム、他）413.9㎡
 カラマツ LVL（キーテック）10㎡
 製材（西澤材木店、オノツカ、岸田）87.2㎡

■ DATA

所 在 地：富山県氷見市北大町
 施 主：氷見まちづくり株式会社
 用 途：水産物市場および温泉施設
 建築述べ床：4000㎡超



食都の街・新鮮館棟



渡り廊下



回転寿司棟



総湯棟



番屋街

ご活用ください!!
**木質構造建築
 施工事例案内**

これまでJK木構造グループが実際に手掛けた事例の具体的内容を一冊にまとめた施工事例集です。



JK 木構造建築事業室が取扱を開始!! Jパネル (国産材三層クロスラミナパネル)

構造用面材でありながら化粧部材として見せることができる意匠性を兼ね備え、床・壁・天井などに使える魅力ある木質構造商材です。

対応樹種は国産のスギ、ヒノキ。なかでもスギ材仕様が多く出ています。

全国各地の地域材を供給いただければ、各地域産の「Jパネル」として出荷が可能で、「地域型住宅ブランド化事業」向けや、「木材利用ポイント利用制度」向けの素材としても利用可能です。



取扱に関する詳しい情報のお問合せは、
JK 木構造建築事業室 TEL：03-5534-3719

JK Support Center

ポイント解説

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〉

住宅履歴(家歴)の管理は、今後「ストック型住宅市場」へ移行するために、とても重要な取組みとなります。

当会では、低料金で長期間お客様の住宅情報および点検・修繕内容をお預かりし、定期訪問のスケジュール管理のお手伝いをさせていただきます。

お引き渡し後も、工務店様が「住まいのお医者さん」として未永く施主様とお付合いただけるコミュニケーションツールとしてご活用いただけます。

《主なサービス》

- ・住宅履歴の管理アドバイス
- ・履歴管理シートのご提供(点検・修繕チェックシート)
- ・長期間の履歴管理(10年更新)
- ・住宅履歴情報登録証明書の発行
- ・ポータルサイトのご利用で自由に物件情報の閲覧・追加・管理が可能
- ・定期点検情報の自動発信
- ・住宅所有者向けのダイレクトメール発信
- ・図面・書類などの電子化
- ・お役立ち情報の発信

豆事典



住まいの耐久性・耐震性を蝕む虫害を食い止めるには、まず敵を知ることが大切。特に春から初夏に多いヒラタキクイムシ被害の実態を知り、「防虫処理合板」や「保存処理木材」活用による予防策をお勧めします!

「JAS 認定防虫処理合板」で被害を防ぐ

JAS 認定防虫処理合板の正式名称は「JAS 認定防虫処理普通合板」で、JAS 規格で認められている防虫処理剤・処理法に基づいて製造される確かな品質の防虫処理合板である。

防虫処理剤・処理法は JAS 規格で決められており、「ほう素化合物」を使用する場合は単板処理法で、「フェニトロチオン」「ピフェノトリン」「シフェノトリン」を使用する場合には接着剤混入処理法によって防虫処理される。

例えば、大新合板工業(株)の JAS 認定防虫処理普通合板『D ガード』や(株)キーテックの JAS 認定防虫処理普通合板『虫ヨラズ』にはシフェノトリン薬剤が使用されている。これら 2 製品は、ヒラタキクイムシには高い即効性を発揮して虫害をシャットアウトするが、人には優しい F☆☆☆☆。防虫効果 5 年保証も付いている。

★詳しい内容のお問合せ先★
ジャパン建材 合板部 国内合板課
TEL 03-5534-3717

問い合わせ先事務局		TEL
本部事務局	JK サポートセンター	03-5534-3713
北海道事務局	JK 北海道サポートセンター	011-837-1888
東北事務局	JK 東北サポートセンター	022-284-2769
首都圏事務局	JK 首都圏サポートセンター	03-5534-3815
関東事務局	JK 関東サポートセンター	048-864-2081
中部事務局	JK 中部サポートセンター	052-758-6877
関西事務局	JK 関西サポートセンター	06-4702-8151
中四国事務局	JK 中四国サポートセンター	082-250-5051
九州事務局	JK 九州サポートセンター	092-761-7138

ハウス・デポ協定工務店様
ご入会無料キャンペーン

ハウス・デポ協定工務店様の
入会費兼初年度会費無料!

キャンペーン期間：平成26年3月31日
当会入会分対象

安全で快適な環境づくり 防音・遮蔽材 TN シート

東京鉛 株式会社

医療施設の需要に応える放射線遮蔽性能、近隣や隣接空間への高い防音効果も期待できる。さらに加工も容易で施工性に優れ、リサイクル性もあるロングセラー商品。



【放射線遮蔽性能】

(用途：レントゲン室、CT室等)

- 鉛は原子番号が高く密度が大きいことから、放射線の遮蔽に特に優れている。
- 柔らかく加工が容易鉛シートは施工性が高く、放射線施設の遮蔽材として欠かせない。

【高い遮音効果】

(用途：防音室・音楽室・スタジオ等)

- 遮音材としても鉛板は非常に優れた特性をもつ。
- 鉛は他の材質に比べ、密度の高さから同じ透過損失を得る為の厚みが薄くて済む。
- 鉛は特定の周波数の共振現象による透過損失の減衰（コインシデンス効果）が発生しない為、遮音性が安定している。



- 高密度で柔軟な鉛の特性が、振動エネルギーを効果的に吸収する。

【リサイクル性】

- 鉛はリサイクル率の高い、循環型金属。
- 環境的にあまりよくない印象のある鉛だが、正しく管理し、使用することにより、環境を保全することができる。

内装材の新シリーズ Archi-spec

パナソニック株式会社 エコソリューションズ社

「Archi-spec」は、限られた空間でも広く住め、空間構成の自由度が高いという、今の建築主が抱く住宅への願いを反映したパナソニック内装材の新シリーズ。



【自然の風や光を活かす上吊り引戸】

同シリーズのコア製品となるのが、上吊り引戸「Archi-spec HIKIDO」。取り込んだ自然の風や光を住宅内で上手く活かすために、従来の内装建材の規格寸法に比べて大型化を実現した（2,500mm×1,200mm）。

【大胆なプランニングも可能】

このサイズなら、「壁を引戸にする」という発想で、大胆なプランニングも可能。たとえば、リビングの一角をL字形に仕切り、寝室や和室のスペースとしたり、シーンによって空間の用途を変えるという使い方もできる（写真1）。引戸でここまで空間構成を操作できるのは、大型ならではの。



写真1

【自由に演出できる「収納システム」】

その他、無垢材の表情の美しさを追及した高性能「床材」。環境にやさしく、心地よい空間をご提案する、空間に合わせて自由に演出できる「収納システム」を取り揃えている。

Bulls 天然素材の呼吸性内装材

ゼオライトボード

健康住宅 / 結露防止 / VOC低減 / ニオイ吸着 / 防カビ・防ダニ / 省エネ

自然のチカラが作り出す、
安心で心地いい空間を。

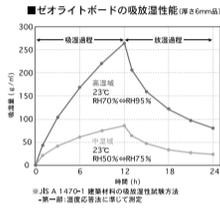
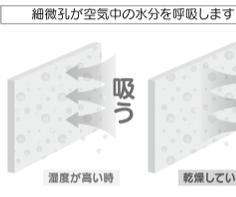
住宅の高気密化が進む現代。
湿度調整ができない、ニオイがこもる、シックハウス症候群...など
憩いの空間であるはずの家が、
様々な問題を抱えるケースが増えています。
Bullsゼオライトボードは、
国産天然ゼオライトが原料の、安心・安全な呼吸性内装材。
優れた能力で、これらのトラブルを解決し、
健康で快適な暮らしをお手伝いします。



※画像はイメージです

ゼオライトボードとは?

ゼオライトボードの原料となる天然ゼオライトは、極微細な空洞を数多く持つ無機の多孔質素材です。調湿、脱臭、化学物質吸着に優れた能力を発揮します。この能力を活かして作られたのがゼオライトボード。快適で健康的な住まい環境をつくる呼吸性内装材です。



こんな場所におすすめ!

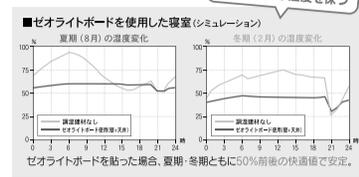


■製品物性 (フラット6mm品) JIS A 5430 に準ずる

見かけ密度	0.98	g/cm ³
曲げ強さ	9.44	N/mm ²
曲げ強さ	96.32	kgf/cm ²
吸水率	53.31	%
長さ変化率	0.21	%
収縮率	0.07	%

ゼオライトボードのチカラ1 優れた調湿力

湿度が高い時は湿気を吸い、乾燥した時は水分を吐き出す「呼吸」をみずからくり返し、快適な湿度を保ちます。



一年中さわやか

夏はジメジメを防ぎ、寝苦しい夜も快適に過ごせます。冬は乾燥しすぎを防ぎ、窓や壁などの結露も抑えます。

防カビ・防ダニ

梅雨時期もジメジメすることなく、一定の湿度を保つためカビやダニの発生を防ぎます。

省エネ

室内の湿度を一年中快適な状態に保ちますので、エアコンの使用頻度を軽減。冷房負荷を制御でき省エネ効果が期待できます。



ゼオライトボードのチカラ2 強力な脱臭力

気密性の高い建物は、室内にさまざまなニオイがこもりがちです。ゼオライトボードは気になる生活臭を吸着し、さわやかな空間を作ります。特に悪臭の代表であるアンモニアの脱臭には大きな効果が期待できます。

- ペット
- タバコ
- 生ゴミ
- トイレ



ゼオライトボードのチカラ3 VOCを低減

建材や家具に使われる接着剤や塗料などから発生するホルムアルデヒドなどのVOCと呼ばれる化学物質を吸着。室内の空気をキレイに保ち、シックハウス症候群などのアレルギー発症を予防します。



知って納得 Business

エインズワース社製 **Ainsworth**
OSB (Oriented Strand Board)

TAI-Q 床 とは...その1

日本の住宅で最もシビアな品質を求められるのが床
新品質 TAI-Q 床では、100%イソシアネートを使用し、
吸水膨張率低下に成功。



浸漬試験



実を運搬中のダメージから防ぐ為に、ダンボール製プロテクターを採用。

★お問合せ先★
ジャパン建材 合板部 輸入合板課 TEL : 03-5534-3733



ジャパン建材株式会社
東日本グループ
東北営業部
いわき営業所



所長 柳沼 洋之

『いわきの復興を第一に行動』

地域密着・問屋としての王道を走り責務を果たす！

当営業所は福島県の浜通りに面し、いわき市内と北茨城の一部をエリアとして活動、営業2名と倉庫とデリバリー兼務1名、事務員2名の総員6名の少数精鋭で業務をこなしております。お客様のニーズに沿った豊富な在庫商品と機動力のある物流体制を整え、お客様のお役に立つ商いを心掛けて縦横無尽に行動しております。また、様々な国策に対応すべく各種申請のサポート、建築行政の流れを踏まえた住宅造りのお手伝いまで幅広いサービスをご提供いたします。

原発事故で『第2のチェルノブイリ』というイメージがあるかもしれませんが、そんな事はまったくありませんよ。福島第一原発から60km離れており放射線濃度も低く、市内は活況に呈しています。雪も降らずオールシーズンを通じて温かく大変生活しやすい環境です。安心して遊びに来て下さい。老後はいわきでのんびりとセカンドステージを過ごすのも悪くありません、お奨めですよ！

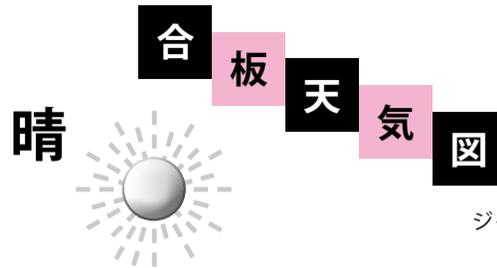


アロハ〜 日本のハワイへようこそ！
『フラガール』の映画で有名になったスパリゾート・ハワイアンズです。大震災で建物の被害と原発事故で風評被害を受けながらも、昨年見事に再オープンしました。フラガールが踊るポリネシアンダンスは一見の価値あり!! 東京駅から直通の専用バスが運行していますので、是非遊びに来て下さい。



本誌5月号に掲載「平成25年度上期 ジャパン建材フェア開催予定」

お詫び・訂正 ●7月12日(金)第15回盛岡ジャパン建材フェアの会場に誤りがありました。正しい会場名:「盛岡地区勤労者共同福祉センター」 お詫び・訂正いたします。



ジャパン建材 合板部
部長 畑野 昌俊

新設住宅着工戸数

3月の新設住宅着工戸数は71,456戸(前年同月比107.3%)となり、前年同月比では7ヵ月連続の増加となった。持ち家、貸家は増加となったが、分譲は減少した。分譲の内訳はマンション分譲が9,576戸(同比91.7%)と減少したが、戸建分譲は10,495戸(同比108.2%)と増加した。

地域別で見ると着工数全体では首都圏、中部圏、その他地域で増加となったが、近畿圏では減少した。特にマンション分譲は先月リーマンショック以後の最高を記録したこともあり、首都圏、中部圏、近畿圏で減少に転じた。

木造住宅は39,637戸(前年同月比111.3%)で着工数全体における木造比率は55.5%で前月から3.7ポイント増加した。被災3県の着工は依然として増加している。

国内合板

3月の国内合板生産量は23.1万㎡(前年同月比110.9%)と発表された。そのうち針葉樹合板の生産量は21.6万㎡(同比114.1%)と5年9ヶ月

ぶりの高い生産量となった。出荷量も21.9万㎡(同比135.0%)と高水準で、針葉樹合板の在荷量は13.4万㎡と出荷量の0.6ヶ月分となり、低水準な在荷状況が続いている。4~5月も在荷量の増加は無いと思われ、この状況は今後しばらくの間、続くことが予想される。

輸入合板

輸入合板は3月までの堅調な出荷状況の影響で、4月に入り一部地域で一服感も見られたが、商品によっては未だ不足感の続いているものもある。産地からの入船が重なったこともあり港頭在庫は一時的に増加している。しかしながら現地の原木状況は不足状態が深刻化しており、今後のメーカー提示価格の上昇は避けられないと思われ、さらに為替も円安が進行しており、5月価格も上昇しており、今後も上昇していくと思われる。

国内・輸入合板共に現在在庫・出荷状況と大きな需要期が控えていることを考えると、当分晴れ間が続いていくのは間違い無いと思われる。

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