



明けましておめでとうございます。
皆様の御多幸と御健勝をお祈り申し上げます。
平成 26 年元旦



ジャパン建材株式会社
代表取締役社長 小川 明範

平素より格別のお引き立てを賜りまして誠にありがとうございます。衷心より御礼申し上げます。本年もどうぞ宜しくお願い申し上げます。

お取引先様との連携をより強化

さて、平成 25 年を振り返りますと、住宅関連業界については、総じて活況を呈した 1 年であったと言えるのではないのでしょうか。これは、消費税増税前の駆け込みによる影響をはじめとして、空前の低金利、住宅取得促進のための諸施策などが要因であると考えられます。お陰様でジャパン建材もそうしたフォローの風に乗ることができ、平成 25 年度の業績は第 3 四半期の段階で、売上については過去最高を記録する見通しです。

一方で職人不足が深刻となり、現場が思うように進んでいない状況が続いています。また、地域によっては建材不足が出始めるなどの影響も出ています。そしてこの影響は、今年もしばらく続くものと思われませんが、お得意様、仕入先様としっかり連携しながら、問屋としての安定供給に努めて参る所存です。

住宅取得の落ち込みは限定的

今年 4 月には、いよいよ消費税 8% が導入されますが、これが今後の住宅投資にどの程度影響を及ぼすかがやはり気になるところです。

年初については、前述のとおり工期遅れの影響もあることから、暫くは忙しさが続くものと推察されますし、事実、弊社の需要動向調査によれば、第 4 四半期の販売店様・工務店様の仕事量はいずれも第 3 四半期比プラスとの結果が出ております。

4 月以降の見通しについては、アベノミクスによる諸施策の効果により、日本全体の景況感が引き続き高揚していくと考えられ、住宅投資もある程度までは継続していくと考えられること、及び引き続き住宅取得促進策により、かつて経験したような急激な着工数の落ち込みは回避でき、その影響は限定的と言えるのではないのでしょうか。そうなれば、新設着工数は暦年ベースで 90 万戸程度になることも十分考えられることになります。

今年は変革完遂の年

このような環境の下、今私たちがやらなければならないことは 2 つあると考えています。

THE CONTENTS

- 新年のご挨拶…………… p.1
- JK 情報センター「平成 25 年度第 4 四半期（1 月～3 月）見通し」… p.2
- JK 木材課 INFORMATION file No.15「国産材って？」…………… p.4
- ハウス・デポ・ジャパン ハウス・デポ・パートナーズ ご案内『快適住実の家』メリット紹介…………… p.7
- トップ対談・商品情報・Bulls 商品・地域活性隊・合板天気図・豆事典

1 つは目先の需要にしっかり応えていくことです。これは引き続き、お得意様・仕入先様としっかり連携を取りながら我々の持つ機能を最大限に発揮していくことで実現していきたいと考えます。

そしてもうひとつは、中長期的な展望の下、こうした一定の景況感があるうちに然るべき変革を推進していくことです。弊社では平成 24 年度から『サナギ 3 カ年』を合言葉に、あらゆる変革や新たな取り組みに着手しています。今年は 3 カ年目となる最終年です。当初より掲げている目標・計画の完遂に向けて不退転の覚悟を持って取り組んでいく所存です。

今年の干支は『甲午(きのうま)』

今年は十干のうちの『甲』。これは、固い殻をつけた草木の芽が、春になってその殻を破って頭を出した象形であり、革新や突破という意味を持つそうです。また、十二支は『午』。まさに駿馬の如く、ただひたむきに掲げた目標に向かってこの 1 年を駆け抜けたいと思っています。

来年には更なる増税、そして世帯数の減少が始まるなど、住宅関連業界においては潮目を迎えることになりそうですが、それまでにしっかりやるべきことをやるという意味において、今年は大変重要な年であると考えています。

お取引先各社様としっかりスクラムを組み、全力で邁進していく所存ですので、本年も旧年に倍するご愛顧並びにご指導・ご鞭撻の程宜しくお願い申し上げます。

JK 情報センター 平成 25 年度第 4 四半期（1 月～3 月）見通し

工務店様・販売店様での需要予測

平成 25 年度第 4 四半期（1 月～3 月）に向けての需要予測が出揃った。第 1、第 2、第 3 四半期と伸び続けたグラフをさらに押し上げる結果となった。

仕事量の見通しとしては、工務店段階では前回の第 3 四半期（10 月～12 月）より 6.6 ポイントアップの 50.5 ポイント、販売店段階でも 7.6 ポイントアップの 52.1 ポイントと、いずれも更なる増加回答が推量された。傾向としては先期同様、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て、中でも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が特筆に値する。

このデータの背景には、言うまでもなく、2014 年の 4 月から 8%にアップするであろう消費税増税と住宅ローン金利の下落が大きく影響している。また、10 月後半から 11 月末にかけ、合板その他素材の動きが活発化しており、7～9 月までの住宅着工（確認申請）が本格的に動き始めたと言える。一方で職人不足による現場の遅延や商品の欠品等による工期、納材等の遅れが既に出始めており、今後の動向に注意する必要がある。

大方の予想では、今年度の住宅着工は 90～95 万戸台が見込まれており、久々の大幅な伸びに活気づいてはいるが、一方で大手ハウスメーカーなどでは、この調査をしている 11 月段階では、ほぼ受注は落ち着いてしまっているとの見解も示されており、目の利益にとらわれ過ぎず、次年度以降への対策を練る必要もあるのではなかろうか。

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。先期同様、各ジャンル減少予想に関しては限りなくゼロに近く、かなりのオーダーを抱えている様子がうかがえる。

各社、フル生産の情報は入ってきているが、一部欠品はあるものの、現在、資材供給における大きな騒動は起きていない。昨年からの増産や在庫など、確実に過去の消費税増税からの教訓が生かされ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	68.5%	31.5%	0.0%
木質建材	73.8%	22.4%	3.8%
窯業・断熱	93.3%	6.7%	0.0%
住設機器	91.7%	8.3%	0.0%

リフォームの現状

工務店様における月のリフォームの仕事量も、全国的に見て好調である。この景況感に引っ張られる形で引き続き増加回答が増えていて、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。

先にも記したが、現在、工務店様の新築住宅の受注に関してはだいぶ落ち着きを見せているようである。一方で今年は台風や突風、洪水など、自然災害による被害が多い年であった。屋根や外壁などの外装の修復は至急の依頼が多く、思わぬ恩恵を受けた方も見えるのではないだろうか。

地球温暖化は確実に環境に影響をもたらし、思わぬリフォーム需要を引き起こす可能性もある。工事に関してはもちろんのこと、資材供給の面においてもより柔軟な対応が信頼をつかむ要素となりうる時代が来つつあると言える。

調査の目的

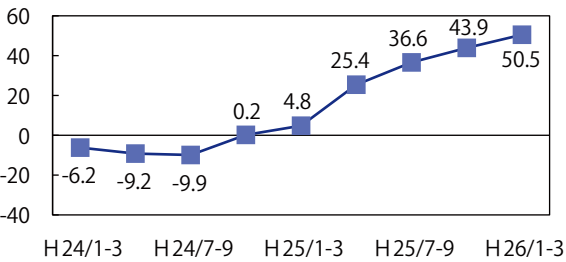
この調査は、ジャパン建材(株)のお取引先における販売動向及び、景況判断を把握し、今後の適切な販売指針に資することを目的として実施しました。

調査の時期と方法

この調査は平成 25 年 11 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。

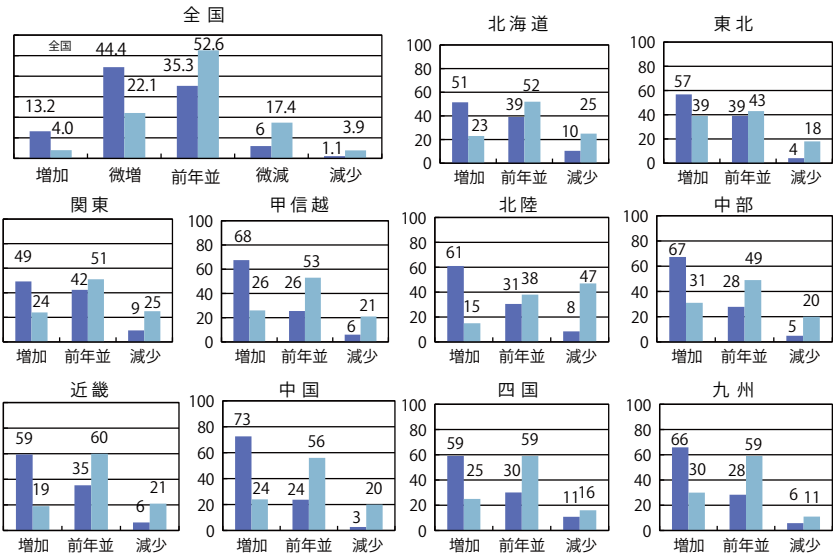


工務店様での需要予測

「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 2,847

	有効回答数			
北海道	134	中 部	205	
東 北	338	近 畿	303	
関 東	1,046	中 国	186	
甲信越	200	四 国	83	
北 陸	59	九 州	293	



株式会社 トーイツ



代表取締役社長
沼田 貢一 様
ぬま た こういち

【プロフィール】
1967 (昭和 42) 年 東京都大田区生まれ
1985 (昭和 60) 年 世田谷学園高校卒
1995 (平成 7) 年 株式会社トーイツ入社
2008 (平成 20) 年 代表取締役社長に就任

【会社概要】
本 社 東京都大田区東糎谷 2-6-17
創 業 1917 (大正 6) 年
資 本 金 1,000 万円
従 業 員 数 19 名
年 商 16 億円

城南・羽田地区で唯一の製材工場をもって住宅総合資材販売に邁進しています。

両親から多くを受け継ぐ

小川 まず社名の由来をお聞かせください。
沼田 祖父はアマチュア相撲日本一になった人で、材木屋を“統一する”という気概をもって、この社名にしたそうです。
小川 強いリーダーシップをもった「俺がやる」というタイプの方だったんですね。
沼田 はい、ですから当初、周囲からは厳しい目で見られていたようです。
二代目社長の父は職人気質で真面目。糎谷の商家で末娘として育った母は、商人としての勘が鋭く、初対面の方とも平気で接することができ、男女を問わず誰からも慕われ、従業員や奥さん方の相談にものっていました。私は、両親から受け継いだものに恵まれた、というのが正直な気持ちです。
小川 まさにご両親のハイブリッドですね。
沼田 文字どおりの家族経営で、それが今も、当社の根本にあります。
小川 幼少時には、従業員さんに遊んでもらったでしょう。
沼田 はい。父はいつも仕事だったので遊んでもらった記憶はほとんどありませんが、従業員から「今日は動物園に行くぞ」と言われて付いて行った先が競馬場だった、なんてこともよくありました。
小川 土地柄自体がオープンなものですものね。
沼田 この辺りの人は、思ったことをはっきり言いますが、良い人たちばかりです。

城南地区唯一の製材工場をもつ

沼田 当社が営業エリアとしている蒲田・大森・羽田地区には、かつては 60 軒もの材木店がひしめき、羽田地区住人の 3 人に 1 人は職人と言われていました。
小川 職人の町だったんですね。
沼田 それだけの住宅が建っていたことも驚きですが、林立する材木店の商売が成り立っていたのも凄いことだと思います。
でも今も残っているのはわずか 8 社。少し前まで 5 軒あった製材工場も、音と埃、焼却炉の問題でマンションになってしまいました。当社は産業道路沿いという立地で、本社に隣接した製材工場を今日まで残してもらったおかげで、城南・羽田地区で唯一住宅用部材の製材・加工ができる会社として独自性を発揮しています。
小川 昨年スタートした木材利用ポイントや、林野庁がオリンピック用施設にも国産材を使ったドーム型体育館などを建てたいと思っているなど、私たちの琴線に触れるような話も出ています。実際に木材利用の機運は高まっていますか。
沼田 おかげさまでリフォーム向け造作材の需要が伸びていまして、造作部門がドル箱になっています。といいますのも、大工さんたちが現場ではめ込むだけで施工できるところまで当社の製材工場加工し、納期対応も小回りが利くことが差別化につながって、長年ご愛顧いただいているお客様との絆が大きな武器になっています。

適材適所の木材利用も PR

小川 本社建物に併設された「住まいの相談室」は、入口を入ると木の香りがして、玄関土間のコンクリートに年輪が見えるように輪切りの木材が埋め込まれ、対面キッチンと赤い鏡面扉を配した明るいリビングのしつらえになっていますね。
沼田 これを造ろうと思ったきっかけは、

施主様の信頼を得るには、接客の窓口となる打合せ場所が工事現場の延長のような事務所ではいけない、と感じたからです。斬新な赤い扉もその一つですが、私たちの発想から抜けている部分を補う形でデザインしてもらいました。
同時に当社の木材を適材適所に使っていたきたいという思いもあり、国産ヒノキを活用しています。昔ながらの日本の木材利用の技術も、素材も、もっと活用しないと、もったいないと思います。
小川 その思いを凝縮した空間ですね。
木材利用ポイントは、申請手続きが複雑、木材の使い方も細かく規定されて使いづらい。施主様にもメリットを感じてもらいにくいものになっているようです。
沼田 ところが施主様にお話しすると、「国産材を使ったフローリングにしたい」「それがエコにつながるなら」という意識が非常に高いです。防火性能が問題視されるので無垢材は使いづらいので、建築基準法を無垢材も使えるように変えてもらいたいです。
小川 そのハードルを下げようという動きも出てきている、と聞いています。
内装の木質化対応も含め、日本の林業活性化を目指す国産材の有効活用を一段と進めるには、産学官の新たな連携を深めるべき局面にきているのかもかもしれません。
沼田 私たちも、大工・工務店様に木材利用ポイントを使ってもらえるように説得していくと同時に、施主様に対して私たち自身が直接 PR していくべきだと思います。
今日は、ここに来られる施主様にお見せして説明しているものを用意しました。
小川 興味深いですね、是非お願いします。
沼田 このスギ材は 10 年生、木は 15 年生までに風雨に打たれ、さまざまな環境の中で強くなります。15 年以前に伐ると、腐りやすい、まだ子供の木だからです。こういう木は柱に使えません。これは樹齢 100 年を超えるヒノキの柱材見本、重いでしょう。木の密度が高いからです。木は早く育つと密度が粗く、ゆっくり育つと密度が密になります。こうした木の違いや強さを理解して適材適所に使うことが重要です。
小川 そういったお話が施主様にできるのも、トーイツ様ならではの強みですね。

BtoC で知った “ 住まい ”

沼田 実は、この相談室を工務店様に使ってくださいとアピールしましたが、完成後 3 カ月間全く使ってもらえませんでした。
小川 それはまた何故ですか。
沼田 大工さんたちにしてみれば、今までどおりで良いじゃないか、ということです。私の「施主様の信頼獲得のためにどんどん使ってください」という思いがしっかり伝わっていなかったようです。
小川 なるほど、認識の違いですか。
沼田 当社でも請負を多少は手掛けていたのですが、「住まいの相談承ります」の大きい看板を通りに面して掛けたら、それまではトイレや照明の取替え程度のリフォーム受注でしたが、従来とは全く違う層の施主様が来られるようになりました。
小川 建売を始められたのはいつ頃ですか。
沼田 私がこちらに戻ってきてからです。材木店も元請に乗り出そうという空気が出てきた頃に、父から「やってみろ」と課題を投げつけられる感じでスタートしました。まだ【品確法】施行前のことで、納期第一で建てては売る、そこから不動産会社との

お付き合いも徐々に広がり、販売いただいていました。
小川 パブル経済崩壊後のことですね。
沼田 その頃でも建売は売れ、売残りはほとんどありませんでした。
小川 建売を始められた当初、大工・工務店様からの反発はありましたか。
沼田 当時、工務店様には「建売は自分たちの仕事じゃない、注文の木造住宅を建てる」という気持ちが強くありましたが、心無い人に「トーイツは危ないらしいぞ」と、デマを飛ばされたことはありました。
でも父は、「そういうこともあるだろうけど、慌てるとかえって根も葉もない噂が広がるから、ドンと構えろ」と。その一言で持ちこたえられました。
その頃から材料を当社が提供し、施工を協力工務店様をお願いする形をとり、この時の経験が今に生きています。
ただ、施主様と直接やりとりするまでは、住宅に対する考え方は今とは全く違っていました。それを変えてくれたのは他でもない、施主様でした。
小川 私たちはどうしても建築資材、施工方法など、プロ目線に陥りがちですからね。
沼田 施主様とのコミュニケーションの場として「ふれあい祭り」も開くようになり、自分たちの目が届く範囲で、木の良さもアピールできる木材・建材の販売も含めた住まいづくりのお手伝いをしていくべき、という思いを強くしました。



小川 本当の意味での住まいを追求する、そして住宅に木をもっと使ってほしい、という方向に大儀が変わってきたということですね。材木店出身の販売店様には、それを最大の武器にしてほしいと思います。
沼田 特にマンションは密閉された空間ですので、そこで育つ子供たちの心身の健康的な発育のためにも、今一度、和室を復活させて「和」を入れて、内装材としての木材を使っていきたいです。それが大工・工務店様支援にもつながっていくのではないかと思います。

接客の基本姿勢を学ぶ

沼田 さらに気づかされたことは、私たちの接客姿勢です。高額の契約をいただいたお施主様の中に、接客とはどういうことかをアドバイスくださる方がいまして、目から鱗が落ちる思いを痛感しました。
打合せする人の身だしなみで「本当にこの人に頼んで良いだろうか」、特に女性からはそういう目で私たちは見られています。
小川 それはあるでしょうね。
沼田 その最たるものが、この相談室のスリッパ。「高級車を販売しているディーラーの接客姿勢はどうか、一生のうちで一番高い買い物といわれる住宅にお金を出すのですから、それに相応しい接客をすべきでしょう」と。たかがスリッパですが、お客様にとっては第一印象を決める大きな要素になることなどをアドバイス頂いて、一

新築・改修など、多種多彩なお客様への木材・資材販売を行いながら、新規得意先様開拓を地道に続ける。
2008 (平成 20) 年、允利氏が会長に、三代目社長に貢一氏が就任する。
2016 年の創業 100 周年の節目に向けて、木材販売からスタートした会社の原点に戻り、その強みを発揮して木材や国産材を住まいに活用する提案に力を入れている。
つずつ変えてきました。
小川 これは、同業の皆様が非常に興味をもたれるお話だと思います。
沼田 当社では 5 年の月日をかけて徐々に改善してきましたが、まだまだです。
実際、イタリア料理のシェフから転身し、職人さんの時間厳守・挨拶・靴下の汚れや臭い、車の中も変え、完璧な接客と提案で業績を上げている会社があります。それが究極の目標です。
小川 私が聞いた話では、施主様と大工・工務店様のマッチングのために設計案を出したけれど、その一つは内容ではなく、タバコ臭で候補から外されたそうです。意識を変えるきっかけが必要ですね。また、それが当たり前前の業界と見られている、そこを見直していく必要もありそうです。
BtoC では、例えば木の目利きの方、腕のたつ大工さんたちの豊富な経験や専門的な知識を施主様ニーズにいかにもットさせるか、この視点も重要だと思います。
沼田 まさに、そこです。さらに、ここを収納にしたい、といった主婦目線が理解できる生活感が必要だと思います。そういう意味では、この業界に女性の進出を促すことも必要になっていると思います。
小川 リフォームは、今後取り組むべき課題ですが、材木や国産材の活用、さらに耐震改修や断熱改修が必要な住宅ストックが数多くある、そこに出ていくべきなのは私たち木建ルートだと思います。

地域の総合建築の相談所を目指す

小川 ご創業 100 年に向けたビジョンをお聞かせいただけますでしょうか。
沼田 これまでの経験から、住宅は安さを追求すべきではない、という思いを強くしています。しっかりとした接客で、良いものを提案し、それが施主様に納得されれば、お金を出してくれます。それが実感です。
小川 住宅の量から質への転換が言われてきましたが、“今がその時”でしょう。
沼田 この地域は高齢化がますます進み、リフォームが中心になると思います。住宅で困っている部分で地域の皆様を手助けするという意味でも、バリアフリー化、耐震化を地域限定で進め、当社は「おもてなし」を磨いて営業力強化、大工・工務店様には木材の施工技術を遺憾なく発揮してもらってリピートにつなげたいと思っています。
小川 大工・工務店様は技術者としての自分を発揮いただける役割分担をされるということですね。因みに意匠性を伴う設計・照明に関してはいかがですか。
沼田 そこはまだ弱い部分です。
小川 その分野を得意とする建築家集団もありますので、エキスパートの力を取り入れて提案力を高めることも可能です。
沼田 創業 100 年までに成果を出す不退転の覚悟で臨みたいと思います。
小川 2014 年は、私たちジャパン建材が取り組むべき『サナギ 3 カ年』の最終年に当たり、私たちも改革・変革の一定の成果を上げなければいけない年です。
東京オリンピック開催が決まったことで市場が大きく変化していく転換点が先送りされたと考えることなく、景況感が良い今だからできることに取り組んで参ります。
また、このトップ対談を通じて志を同じくする全国の木材・建材販売店様の連携につなげていただける情報発信にも努めます。
本日はご登場ありがとうございます。

国産材って？

国産材って、どこまでが国産材で、どんな種類のことなのよ！
“わかっているよ！”と言いながら、はっきりわかっている人、
意外に多くないのでは？

使用の用途、等級区別のライン、材種によって生かし方と使用する場所が違ってきます。

国内でも地域によって、同じ入母屋造りでも、使用する材が違ったり、加工の方法が異なったりします。

銘木と呼ばれるグループがあるし、また杉ひとつとっても、葉枯材の用材と上具材では原木の径が違ってくるし、材のグレードも変わります。広葉樹には、絶対に広葉樹でなければならない用途がありますし、松やヒバにも絶対にはずせない用途があります。

また、松と一口に言っても、美作、日田、木曾、土佐、吉野、……と数え上げれば、いくらでも産地ごとにそれぞれの材の特質を備えた松が挙げられます。



ということで、各地の歴史と知識をよく知る国産材の製材・生産業者と、付加価値をつけて使用する人々による話し合いの場を立上げ、国産材使用を前に向いた戦略で進めていって、国産材のより発展的な使用方法、そして販売のラインづくりに、会社として取り組んでいきたいと思います。

ただ直近では、国産原木丸太の急激な値上りと、丸太材の不足で日本各地の製材所が不安を抱いている現況があります。また少しのインパクトで価格が不安定になるというのも、昔から国産材が抱える悩みでもあります。

プライスリーダーになるには長い時間がかかりますし、半端な立ち位置では成しえないことではあると思いますが、少なくとも、杉や松の加工業者と常に良好な関係を築いていくには、安定した取引と情報の交換がとても大事です。

今後、ジャパン建材としても、国産材の情報を発信していきます!!





防草・砂利下シート

ポリプロピレンの太い繊維が縦横無尽にクロスし、その各繊維同士が熱圧着されたとても強靱なシートです。

- 特長
- ①薄くて軽量でありながらも高い強度がある。(1m×30m巻ロール直径は15cm未満で重量はわずか7.5kg)
 - ②土中での加水分解がなく、酸・アルカリ・微生物に対して耐久性がある。
 - ③紫外線による劣化防止加工で耐久性がある。
 - ④厚みが薄く土壌粒子による目詰まりがしにくく、抜群の透水性を保ち続ける。

雑草の抑制効果

砂利の沈下防止効果

高い耐久性

約8年経過写真

水はけ効果

強靱な素材

環境にやさしい素材

商品名	品番	仕様	梱包数	設計価格
Bulls 防草・砂利下シート240J 強力タイプ 2m幅 プラピン100本入	GV-240J2.0PB	2000mm × 30M	1本	¥35,600
Bulls 防草・砂利下シート240J 強力タイプ 1m幅 プラピン 50本入	GV-240J1.0PB	1000mm × 30M	1本	¥18,100
Bulls 防草・砂利下シート136J スタンダードタイプ 2m幅 プラピン100本入	GV-136J2.0PB	2000mm × 50M	1本	¥36,800
Bulls 防草・砂利下シート136J スタンダードタイプ 1m幅 プラピン 50本入	GV-136J1.0PB	1000mm × 50M	1本	¥18,400
Bulls プラピン	EDG-PP-50B	25mm × 114mm	50本入/袋	¥1,900
Bulls 防草ワッシャー	WS-GR50B	φ80mm × H7mm × (L)2mm	50本入/袋	¥2,300
Bulls アンカーピン 15cm	P-150-50B	φ4mm × 40mm × 150mm	50本入/袋	¥2,000
Bulls アンカーピン 20cm	P-200-50B	φ4mm × 40mm × 200mm	50本入/袋	¥2,350
Bulls アンカーピン 30cm	P-300-50B	φ4mm × 40mm × 300mm	50本入/袋	¥2,800
Bulls 砂利下シート見切 プラピン3本・ストレートジョイント3本入	EDG-PV2-3PB	2000mm X 3本 (6M分)	3本入/セット	¥4,500



かんたん施工



■施工中



■施工後



～特殊製法～
ポリプロピレン4層スパンボンド不織布ですので抜群の透水性を備えており紫外線劣化防止加工により長期間防草効果を持続させます。
クロスシートと違い、ほつれる心配が無く、どのようなカットでも対応できます。
強靱なシートの理由は繊維が太く1本1本交差した箇所が熱融着されている事であり、高い引張強度を保ちつつ抜群の透水性を維持することが可能です。
カッターやハサミで簡単にカットできます。



■シートの上に最適な景観材
5号砕石、玉砂利、砂利、レンガ、ブロック、ウッドチップ 等
■主な施工場所
庭、ウッドデッキ下、駐車場、犬走り、果樹園、花壇 等

新築中心の住宅市場から、リフォームによって住宅ストックの品質・性能を高め、中古住宅流通で循環利用される住宅市場に転換し、2020年までに中古住宅流通・リフォーム市場の規模を20兆円まで倍増させることを目指す「中古住宅・リフォームトータルプラン」(平成24年3月)。その中に中古住宅流通を促す市場の環境整備のための施策の一つとして「インスペクションの普及促進(ガイドラインの策定)」が掲げられている。

インスペクション (inspection) という言葉の意味は、誤りや欠点の有無を専門的立場から綿密に検討しながら調べること。住宅

豆事典

ホームインスペクション

住宅診断

業界で使われているインスペクションとは、住宅診断・住宅検査のこと。すでに中古マンションや中古住宅の売買時だけでなく、新築入居時やリフォーム前のインスペクションサービスが民間事業者によって実施されているが、現場で

検査を行う際の技術力や検査基準等は事業者ごとに異なる。

国土交通省が平成25年6月17日に公表した「既存住宅インスペクション・ガイドライン」は、中古住宅売買時や住宅取得後の維持管理時(定期的な検査)で行われる既存住宅現況検査(=既存住宅に係る一次的なインスペクション)が対象。適正なインスペクション業務が客観性・中立性を確保して行われることで、既存住宅インスペクションに対する消費者の信頼確保と、円滑な普及を図ることを目的として、検査方法やインスペクションサービスを提供する際の留意事項等の指針が示されている。

感性に響く、暮らしに融ける日本の伝統色 キッチン ベリー シャインカラーシリーズ (鏡面塗装扉)

トクラス株式会社

110 余年におよぶピアノ塗装を継承したトクラスならではの技術による「手塗りグレード」。インテリアのテイストに合わせて選べるキッチンには長く使える安心感も、プラスされている。



【手塗りグレードの上質感】

木材を熟知した熟練職人が、将来の経年変化までを考慮して丁寧に塗り上げ、磨き上げた。深みのある色合い、滑らかな表情と手触りが特徴の鏡面塗装扉が上質感を醸し出している。

【日本の伝統色 114 色】

日本人ならではの美意識・感性から生み出された繊細な色合いを質感豊かに表現。お客様のお好みやインテリアのテイストに合わせて選べる、圧巻の 114 色をラインナップしている。

【ワークトップは安心と信頼の人造大理石】

トクラスのキッチンはカウンター・シンク共、全て自社開発の人造大理石製。スキマ・段差の無いなめらかな仕上げで毎日のお手入れがとても簡単。汚れ、キズ、熱、衝撃にも強く、毎日のお料理に気兼ねなくお使いいただける。30 有余年の開発実績を持つ、安心と信頼の素材である。

からだの深部から、やさしく広がる温熱効果。 超短波治療器 セルウォーム DX

株式会社マルタカ

セルウォーム DX は医療機関で使用されている「超短波治療器」をご家庭で気軽に安全かつ効果的にご利用できるよう開発された商品。医療機関と同様の治療をご自宅で可能に。あきらめていた痛みなどの悩みを解消してくれる。

【超短波治療】

超短波治療は、内臓や筋肉、関節などの身体の深部を温める。これは超短波が人体を透過するときに細胞に共振運動を起こし、摩擦熱が発生するから。この温熱効果が血液の循環を促し、身体の疲れや神経痛の痛みを和らげる。筋肉のこり、筋肉痛の痛みの緩和にも。さらに胃腸の働きを活発にする。

【スタートボタンを押すだけ】

セルウォーム DX は治療部位に合わせた高速自動同調で、わずらわしい調節はいらない。スタートボタンを押すだけで、あとはお任せ。首や肩、ひざ、腰など、どこでも効率よく治療効果が得られる。



【セルウォーム DX の主な仕様】

区分	管理医療機器
一般名称	家庭用超短波治療器
販売名	セルウォーム DX
医療機器承認番号	21100BZZ00681A01
業務名称	UWM-02M
標準小売価格	336,000 円 (税抜価格 320,000 円)
電源電圧	AC100V
周波数	50-60Hz
消費電力	約 135W
質量	約 5kg (本体)
外形寸法	高さ 430mm×巾 170mm×奥行 340mm (本体)
主な機能	自動同調機能 出力調整 (8 段階) 急速スタート機能 室温 - 出力補正機能
安全装置	タイマー、安全停止機能 温度過昇防止機能、過電流保護回路

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をお手伝いしています。

ロゴマークの 由来

金槌と矩尺を持つ**ビーバー**。
その黄色は「**元気**」を、
背景の水色は川やダムを現しています。
ビーバーは、川やダムなどで枝を拾い集め、
巣(家)を作り、**家族で暮らす**動物です。
家族のために安心と信頼の家を作る元気なビーバー。
その「**元気**」を**応援**していきたい、
そんな意味と願いがこめられています。

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。

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】

お問合せ・ご相談はコチラへ



[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

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3

JKサポートセンターご利用料金の優遇

メリット5

地盤情報・相談サービスのご提供

メリット2

企画住宅のご提案(予定)

メリット4

住宅瑕疵担保責任保険の割引

メリット6

国策に対応するための支援と情報配信

メリット6 国策に対応するための支援と情報配信

業界の旬な情報に加え、国の政策に対応するための支援を会員様にご提供いたします!

情報配信

メールマガジン

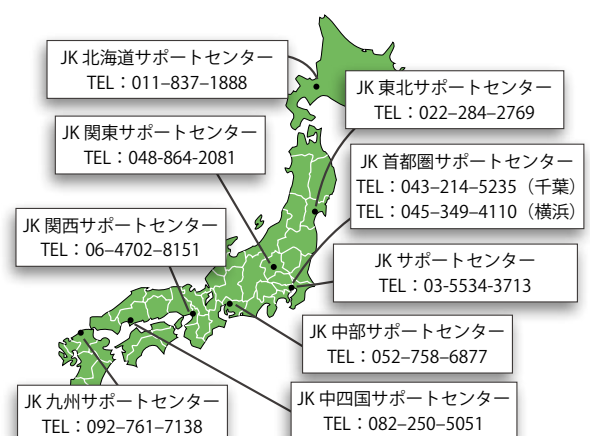
ご入会時にEメールアドレスをご登録頂きますと、
約1カ月に1度のペースで旬な情報についてご連絡させていただきます。

配信情報

- 旬な国策情報
- 今月の住宅ローン金利
- 住宅着工統計
- 認定住宅の認定状況
- Bulls Business (当誌) 記事紹介
- 等

旬な情報をいち早くメールにてお送りしますので、
◆情報のキャッチ ◆社内での情報共有 等に非常に便利です!
是非ご活用ください。

『快適住実の家』事務局



是非、『快適住実の家』に
ご入会ください!!
お問い合わせは担当営業まで。

セミナー・勉強会

会員様向けに、国の政策に対応するための情報提供としてセミナーを開催いたします。
近年、住まいづくりに直結する補助事業が多くなっておりますので、情報配信と勉強会にて
より綿密なサポート体制を目指します。



めざせ
地域活性化隊

ジャパン建材
東日本グループ
東北営業部
八戸営業所



所長 鈴木 正貴

To The Next Stage お客様満足度 No.1 を目指します！

新年あけましておめでとう御座います！ お得意様はじめ仕入先様には、平素より格別のご支援を賜り心より感謝申し上げます。

当営業所が所在します八戸市は、太平洋に臨む青森県の南東部に位置し、夏は偏西風（ヤマセ）の影響を受け冷涼で、冬は北東北にありながら降雪量が少なく晴天が多い、とても住み心地の良い地域です。

臨海部には大規模な工業港、商業港、漁港が整備され、その背後には工業地帯が形成されており、全国屈指の水産都市であります。八戸港に水揚げされる主な魚種は、イカ、サバで数量は全体の約8割を占めています。特にイカは長年にわたって水揚げ日本一を誇っています。当然、イカ刺し、シメサバはお勧めです。

こうした水産物の他に最近では2012年B級グルメ日本一になりました、八戸せんべい汁はお勧めです（当営業所管内 十和田バラ焼きも美味しいのでお勧めです）。

また青森と言えば「ねぶた祭り」は

全国的に有名ですが、八戸三社大祭は日本一の山車祭りと称され国の重要無形民俗文化財に指定されています。

このような環境と、温かいお客様、仕入先様に支えられ、北は日本3大霊場の一つである恐山、大間のまぐろで有名な下北半島から、南はNHK朝の連続小説「あまちゃん」のロケ地となりました久慈市まで、そして秋田県大館市を含めました地域を5人の営業マンを中心に総勢14名のスタッフが日々活動しております。

今後もお客様のお役に立つよう、常に情報の発信源になれるよう所員一同邁進して参りますので、ご指導、ご鞭撻を宜しくお願い致します。



三陸復興国立公園は三陸地域の復興に貢献するために平成25年5月に創設された国立公園です。八戸市の種差海岸もその指定を受けています。自然の恵みや暮らし、文化を体感できる三陸復興公園にぜひお越しください。

合板天気図

ジャパン建材 合板部
部長 畑野 昌俊

新設住宅着工戸数

10月の新設住宅着工戸数は90,226戸（前年同月比107.1%）となり、前年同月比で14カ月連続の増加、季節調整済年率換算値では103.7万戸ベースとなった。

持家33,967戸（同比117.6%）、貸家35,059戸（同比103.3%）と増加し、分譲は20,502戸（同比97.3%）で6カ月ぶりに減少した。分譲の内訳はマンション分譲が8,509戸（同比82.3%）で6カ月ぶりに減少、戸建分譲は11,766戸（同比110.4%）で14カ月連続の増加となった。地域別では首都圏で減少したが、中部・近畿・その他地域は増加となった。

木造住宅は53,217戸（同比114.8%）で過去10年間での最高着工数となり、全体に占める木造比率も59.0%で前月から3.5ポイント増加した。

国内合板

10月の国内合板生産量は25.3万㎡（前年同月比107.3%）と発表された。そのうち針葉樹合板の生産量は23.8万㎡（同比111.1%）、出荷

量は24.6万㎡（同比111.9%）となり、過去最高の生産量・出荷量となった。10月の針葉樹合板在庫量は13.7万㎡と前月から減少し、出荷量の0.56カ月分と低水準のまま推移している。

10月以降、直需ルート of 旺盛な出荷状況に加え、木建ルートの実需も顕在化しており、11、12月には配送面での遅れも生じた為、混乱をきたしてきている。1月以降もこの状況は続くと思われ、早めの手配を心がけたい。

輸入合板

輸入合板の10月の入荷量は27.4万㎡となり、3カ月連続で30万㎡以下となった。11、12月も堅調な出荷状況となり、全体の在庫量も減少し、アイテムによっては欠品も出てきた。

1月以降も入荷量の急激な増加は無く、12月同様の状態が続くと考えられ、価格についてもジリ高で推移していくと思われる。

1月以降も国内・輸入合板ともに晴れの状態が続くと思われる。