



CONTENTS ●概要 平成26年の住宅施策 [補助事業]…p.1~2 ●トップ対談…p.3 ●平成26年度上期ジャパン建材フェア / 第13回雙環フォーラム / 第3回ウッドマスター講習会…p.4 ●Bulls 新商品 ●地域活性化隊
●ソーラーデカスロンに挑戦 / リフォーム専門店「リフォーム DEPOT」始動!…p.5 ●ジャパン建材木構造事業部が誕生 / VOICE overseas : ベトナム駐在員事務所…p.6 ●合板天気図

概要 平成26年の住宅施策

平成26年度および平成25年度補正予算による 補助事業

消費税率8%導入後の景気後退対策であり、同時に優良な住宅ストック形成を後押しする各種補助事業が相次いで公表されました。その概要を1面・2面にまとめてご紹介します。

住宅のゼロ・エネルギー化 推進事業

●詳細情報は <http://zero-ene.jp/zeh/>

●特徴

中小工務店に対して行う補助制度
※中小工務店=年間の新築住宅供給戸数50戸未満の事業者

●対象住宅

住宅の躯体・設備の省エネ性能の向上、再生可能エネルギーの活用等で年間の一次エネルギー消費量が概ねゼロになる住宅

●補助対象費用

- ①住宅の省エネルギー化に係る建築構造、建築設備等の整備費用（ゼロ・エネルギー住宅とするための掛かり増し費用相当額）
※建築主が分離して購入可能なものは対象外（ブラインド、カーテン等）
- ②調査設計計画に要する費用（審査委員会が認めるもの）
- ③効果の検証等に要する費用（審査委員会が認めるもの）

●補助額

住宅1戸当たり上限165万円(補助対象費用の2分の1以内)

●募集受付

平成26年4月21日(月)～6月6日(金) ※私書箱必着

ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス 支援事業

●詳細情報は <http://zero-ene.jp/zeh/>

●特徴

建築主・所有者に対して行う補助制度

●対象住宅

高断熱性能、高性能設備機器と制御機構等との組み合わせによるゼロエネシステムの導入により、年間の一次エネルギー消費量がネット（正味）でゼロとなる住宅

●補助対象費用

- 材料費・設備費
事業の実施に必要な高性能断熱材・高性能サッシ、空調設備、給湯設備、換気設備、照明設備等の購入費用
- 工事費
上記の材料、設備の設置工事費（一部対象外あり）

●補助額

住宅1戸当たり上限350万円(補助対象費用の2分の1以内)

●募集受付

平成26年4月21日(月)～6月6日(金) ※私書箱必着

地域型住宅ブランド化事業

●詳細情報は <http://www.chiiki-brd.jp/>

●特徴

地域経済活性化や木材自給率向上による森林・林業を再生するために地域材等資材の供給から設計・施工に至るまでの関連事業者が綿密な連携体制を構築し、地域資源を活用して気候・風土に合った良質な「地域型木造住宅」供給の取組みを支援

●応募グループの要件

- ①～⑥の業種は、原則として1事業者以上により構成
 - ⑥施工については中小住宅生産者5事業者以上により構成
 - ①原木供給
 - ②製材・集成材・合板製造
 - ③建材流通（木材を扱う事業者であること）
 - ④プレカット加工
 - ⑤設計
 - ⑥施工
 - ⑦木材を扱わない流通
 - ⑧その他
- ※中小住宅生産者=原則として元請の年間新築住宅供給戸数50戸程度未満

●補助金額

1戸当たり上限100万円
(ただし、対象住宅建設工事費の1割以内の額)

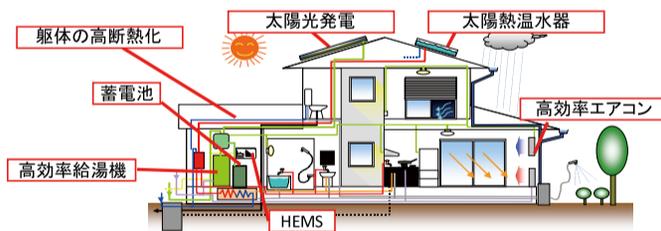
●対象住宅

- ①～③の全てを満たす地域材を活用する木造住宅。
 - ①採択されたグループ毎の地域型住宅の共通ルール等（グループの採択時に指定する内容）に則して、グループの構成員である中傷住宅生産者等により供給されるもの
 - ②長期優良住宅の普及の促進に関する法律に基づき、所管行政庁による長期優良住宅建築等計画の認定を受け、グループに対する採択通知発出後に着工するもの
 - ③住宅の省エネルギー技術に関する講習の修了者が、その設計、施工、または工事監理にかかわるもの

●募集受付

平成26年5月12日(月)必着

ゼロ・エネルギー住宅のイメージ



概要 平成 26 年の住宅施策

平成 26 年度および平成 25 年度補正予算による 補助事業

既築住宅・建築物における 高性能建材導入促進事業

● 詳細情報は <http://zero-ene.jp/material26/>

● 特徴

高性能建材の市場拡大と価格の低減により既築住宅の省エネ改修を促し、省エネ性能の高い建材を用いた改修を行う者に補助金を交付

● 期間

交付申請（一次）受付開始 平成 26 年 5 月 14 日
 公募説明会 平成 26 年 5 月 15 日
 ～ 5 月 23 日
 工事完了期限 平成 26 年 12 月 19 日
 補助事業実績報告書 締切 平成 27 年 1 月 19 日
 補助事業終了 平成 27 年 3 月 31 日
 ※補助事業申請の合計額が予算額に達した場合、補助事業申請期間内であっても予算額に達した日の前日をもって公募を終了し、予算額に達した日に到着した申請分は原則受理されない。

● 補助金額

1 戸当たり上限 150 万円（補助対象費用の 3 分の 1 以内）
 ※集合住宅の全戸改修でも 1 戸当たり
 ※集合住宅の共用部である非住居部を改修する場合、非住居部のロビー、集会所、管理室等を合わせて 150 万円

● 補助対象製品

・定められた要件を満たし、予め SII に登録されている製品であること
 ・未使用品であること
 ※リース製品も補助対象として認める

● 申請者の資格

①戸建住宅・集合住宅（分譲）の所有者
 ②集合住宅（分譲）の管理組合、集合住宅（賃貸）の所有者

● 申請受付

一次 平成 26 年 5 月 14 日（水）～ 6 月 30 日（月）

定置用リチウムイオン蓄電池 導入支援事業

(H25 年度補正予算)

● 詳細情報は http://sii.or.jp/lithium_ion25r/

● 特徴

電力供給対策の一環として、一般家庭及び事業所等で定置用リチウムイオン蓄電池の導入を補助し、電力使用の合理化の取組みを支援

● 補助対象機器

SII が補助対象機器として認めたリチウムイオン蓄電システム
 ※補助対象機器は、未使用品に限る
 ※補助対象機器は「補助対象機器一覧」を参照

● 補助対象者

日本国内において補助対象機器を設置する個人（個人事業者含む）、法人

● 補助金額

個人・法人 1 住宅当たり 上限 100 万円
 法人 1 事業所当たり 上限 1 億円

● 申請方法

「予約申請」と「交付申請」の 2 段階
 ・予約申請：契約・購入・設置前に申請する
 ・交付申請：設置・引渡し完了、及び補助対象費用の支払いが完了した後に申請する

● 予約申請

平成 26 年 3 月 17 日（月）～ 12 月 31 日（水）必着

● 交付申請

平成 26 年 3 月 17 日（月）～平成 27 年 1 月 31 日 c 必着
 ※予算額に達した場合、申請受付期間内であっても予約申請受付を終了する。

長期優良住宅化リフォーム 推進事業

● 詳細情報は http://www.kenken.go.jp/chouki_r/

● 特徴

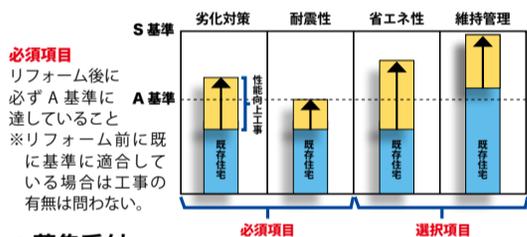
インスペクション、性能向上のためのリフォーム等による住宅ストックの超寿命化を図る優良な取組みを支援

● 事業要件

①リフォーム工事前にインスペクションを行い、工事後に維持保全計画を作成すること
 ②住宅の性能向上のためのリフォーム工事のための工事を行うこと
 ③リフォーム工事後に少なくとも劣化対策と耐震性について一定の基準を満たすこと

● 公募内容

下記の(1)～(3)に分けて公募予定
(1) 評価基準に基づく長期優良住宅化リフォーム
 劣化対策、耐震性については、リフォーム後に A 基準に達していること
 ・補助額 1 戸当たり上限 100 万円（補助率 3 分の 1）
(2) 提案による長期優良住宅化リフォーム
 ・主旨
 必ずしも評価基準では評価できない先導的・汎用性・独自性等の高い長期優良住宅化リフォームの実現手法の提案
 ・審査・採択
 ・学識経験者によって構成された検討委員会にて審査を行う
 ・先導性・汎用性・独自性等の内容に応じて、(1) の提案よりも優先的に採択
 ・なお、耐震性については A 基準以上を満たすことを必須
 ・補助額 1 戸当たり上限 100 万円（補助率 3 分の 1）
 すべて S 基準なら 1 戸当たり上限 200 万円
(3) 全ての評価項目において S 基準を満たす長期優良住宅化リフォーム
 ・補助額 1 戸当たり上限 200 万円



● 募集受付

◆平成 26 年 4 月 25 日（金）～ 5 月 30 日（金）18：00 必着
 (1)評価基準に基づく長期優良住宅化リフォーム
 (2)提案による長期優良住宅化リフォーム
 ◆平成 26 年 7 月中に開始予定
 (3)全ての評価項目において S 基準を満たす長期優良住宅化リフォーム

平成 25 年度民生用燃料電池 (エネファーム) 導入支援

● 詳細情報は <http://www.fca-enefarm.org/subsidy25/outline/index.html>

● 特徴

住宅等に家庭用燃料電池システム「エネファーム」導入を予定、またはリース等で提供する場合、購入費用の一部を支援

● 補助金額

1 台当たり 上限 固体分子形 (PEFC) 38 万円
 固体酸化物形 (SOFC) 43 万円

$$\text{補助対象機器費 (税抜)} - \text{従来型給湯器の機器費 23 万円} \times \frac{1}{2} + \text{補助対象工事費 (税抜)} \times \frac{1}{2}$$

● 募集期間

平成 27 年 1 月 30 日（金）17：00 まで

● 設置工事完了・補助事業完了期限

平成 27 年 2 月 27 日（金）

● 補助事業完了報告書提出期限：

補助事業完了日から起算して 30 日以内または
 平成 27 年 2 月 27 日（金）17：00 のいずれか早い日 必着

HEMS 機器導入支援事業 (H25 年度補正予算)

● 詳細情報は <http://sii.or.jp/hems25r/>

● 特徴

民生部門の省エネルギー対策の一環として、家庭内においてエネルギー使用状況を見える化し、エネルギー使用を制御して省エネ化を可能とする HEMS（ホーム・エネルギー・マネジメントシステム）の導入費用の一部補助し、HEMS 機器の普及を図りながら家庭部門での省エネ化を推進

● 補助対象機器

SII が指定した HEMS 機器
 ※補助対象機器は、未使用品に限る
 ※補助対象機器は「補助対象機器一覧」を参照（随時追加）

● 補助の対象者

日本国内において自ら居住する民生用住宅に補助対象機器を購入、設置する個人

● 補助金額

定率 3 分の 1（上限 7 万円、下限 1 万円）
 1000 円単位とし、100 円単位以下は切り捨て

● 受付期間

平成 26 年 3 月 17 日（月）～ 6 月 30 日（月） 必着

木材利用ポイント (H25 年度補正予算)

● 詳細情報は <http://mokuzaai-points.jp/>

● 特徴

消費税引上げによる駆け込み需要の反動減を回避するため、木造住宅の建築や木材製品の購入等にポイントを付与する

● ポイント発行の対象

・木造住宅の新築・増築・購入
 ・床・壁・天井の木質化工事（内装・外装木質化）

● 対象期間

平成 25 年 4 月 1 日～平成 26 年 9 月 30 日までに工事に着手するもの
 ・新規外壁材 平成 26 年 3 月 31 日まで
 ・天井材 平成 26 年 4 月 1 日～9 月 30 日まで
 ※対象樹種、対象工法によって対象となる工事着工期間が異なるものがある。

● ポイント発行申請期間

平成 25 年 7 月 1 日（月）～平成 27 年 1 月 31 日（土）まで
 ・新規外壁材については平成 25 年 7 月 1 日（月）～平成 26 年 7 月 31 日（木）まで

早川木材株式会社

代表取締役社長

早川 雄治 様

はやかわ ゆうじ

【プロフィール】

1960（昭和35）年 神奈川県横浜市生まれ
1982（昭和57）年 関東学院大学卒
1991（平成3）年 早川木材株式会社入社
1997（平成9）年 副社長に就任
2002（平成14）年 代表取締役社長に就任



トップ対談

【会社概要】

本社 神奈川県横浜市旭区市沢町 1058
創業 1967（昭和42）年
資本金 5,000万円
従業員数 17名
年商 9億円

現社長の実父である故早川昌孝氏が材木店から独立して創業。1967（昭和42）年に横浜市旭区で木材販売を始める。1973（昭和48）年に現本社所在地に移り、早川木材株式会社を設立。当時独立し始めた工務店様支援に注力しながら経営基盤を固める。1994（平成6）年、現社長が建材・住設機器販売に着手、営業に専念して取扱商品の幅を拡大して木材に次ぐ二本目の柱とする。現在は、木材・建材・住設機器の販売を中心に、国産材の普及やリフォーム工事受注にも取り組み、工務店様・一般エンドユーザー様・工務店のOBエンドユーザー様に対する「お役立ち」を推進している。

「お役立ち」を基本に、私たちはお客様の幸せのために心を込めた良い仕事をします。

記憶に残る創業時

小川 私がトップ対談でお話を伺うようになって、この5月1日発行の5月号で12回目となります。

早川 私の誕生日も5月1日です。

小川 おめでとうございます。

早川 ありがとうございます。

小川 ご創業は昭和42年ですね。

早川 私の記憶にあるのは、明け方に空トラックで出かけて行く姿です。木材産地や製材所から問屋さんに運ばれて来た木材・製材品を分けてもらい、トラックを満載にして朝方戻って来ていました。

小川 時代背景としては高度経済成長時代の売り手市場でしたでしょうか。

早川 当時は販売よりも仕入れが大変だったそうです。また、東北出身の大工修業を積んだ、父と同年代の方たちが独立して工務店を新たに立ち上げはじめた頃でした。皆さん5、6人の若い人を住み込みで抱え、絶え間なく新築を建てていまして、その応援をさせていただき商売でした。

小川 当時、早川社長様はお幾つでしたか。

早川 6歳で、幼稚園の年中から年長に上がる時に今の本社の近くに移転しました。

小川 それでお父様の仕事ぶりも強く印象に残っているんですね。

建材・住設専任、業務・営業を担う

小川 社長ご就任は12年前ですね。

早川 はい、41歳の厄年に就任しました。その前の約5年間は副社長として業務・営業を任せられ、資金面は父がみていました。

といたしまして、基本的には全員が営業も配送もする昔ながらのスタイルで、私が入社するまで営業専任1名。副社長時代も、営業は私を加えて2名だけでした。

当社で本格的に建材や住宅設備機器を私が専任で扱うようになったのは、入社後2、3年間配送を経験した後です。父が「右」と言えば、私は「左」、父への反発心から新しい分野に取り組んだという面もあります。

小川 木材をメインに扱っていた早川木材様に新風を吹き込まれた。そこにはご自分の力で認めてもらいたいという気持ちもおありだったのでしょうか。

早川 ええ。ですが木材が扱えるようになるには数年かかるのに対して建材は扱いやすかったことも理由の一つです。逆に木材について学ぶのがおろそかになりました。

創業者の遺志を汲み「お役立ち」を

早川 事あるごとに父に反発していましたが、社長に就任したときは「この会社をいかにして変えるか」という視点で新しいものに取り組んでいましたが、会社設立から間もなく50年を迎えるにあたり、早川木材の存在理由は何か、3年前に他界し、残念ながら生前には聞けなかったが、創業者がなぜこの早川木材を創ったのか、を考えるようになりました。

今となっては創業者の遺志を確認することはできないので想像の域を出ませんが、父は、お節介すぎるくらいに面倒見の良い人間で、工務店様の立て直しにも注力しましたので、会社を通して周りの人を幸せにしよう、としたのではないかと思います。

3年前に、そうした父の思いを反映したいと思ってまとめた「お役立ちを基本に、私たちはお客様の幸せのために心を込めた良い仕事をします」を経営理念の一番に入れました。

私は「お役立ち」という言葉が好きで、この「お役立ち」があって会社が成り立っていると思っています。一人の人間として人のお役に立つことをし続けたい、私自身はもちろん、社

員にもこの気持ちを持ち続けてもらいたいと思っています。

良材を知り、その普及に努める

小川 国産材はじめ木材についての知識を今は完璧に習得されていますでしょうか。

早川 父の頃に比べるとまだまだですが、木材を扱う面白みがわかってきたような気がします。また、見積のための設計図面を見ると、住設機器についてはトイレの品番まで事細かに記入されているのに、家を建てるのに一番大事な構造材となる木材については特に記載されていない、おろそかにされていることを強く感じます。

小川 その理由は、設計事務所様にも、工務店様にも拘りが無いということですか。

早川 特に当社が、材木店として工務店様に対し、木材を選ぶことの大切さをお伝えしていなかったということが、大きいと思います。

今から10年ほど前のことですが、ある研修会で国産の良質の松材を加工する製材所様と出会う機会を得て以来、耐久性のある素晴らしい木材を一般の方々にもわかる形で販売していこうとブランド化してカタログも作り、工務店様へのPRを始めました。また、山林や製材所の見学会も定期的に行っておりまして、

小川 木材の良さを前面に打ち出した販売方法を始められたということですね。

早川 はい。ですが、まだまだ単価重視で選択されることも多く、全てのお客様に活用いただくまでには至っていません。

小川 木材利用ポイント事業の継続もあり、国産材の需要を伸ばすフォローの風が吹いていますが、いかがですか。

早川 内装材に木材を使うことは増えていますが、構造材に関してはまだまだです。ブランド松をご活用いただいている工務店様には、当社が応援しますので構造見学会を開いていただくをお願いをしまして、見学会に参加された一般ユーザーの方々からのご質問に私たちが答え、より深く理解いただけるように努めています。

小川 そういった草の根的な普及活動も大事ですが、国産材のみで、あまねく日本の住宅を建てることは難しいのが実態ですから、国として産地から国産材がスムーズに市場へ届くようなシステムを確立して業界をあげて取り組んでいかないと、国産材活用は一朝一夕には進まないだろうと思います。

私たち流通に携わる者も、国産材に限らず、木材に対する意識を高めていきたいと思っています。

工務店様の高齢化も見据えて

小川 元請も手掛けていらっしゃいますか。

早川 父の代から建築工事業の許可をもってまして、現在はリフォーム専任者1名を配置して、本社や私の自宅近くの方、早川木材だということでも来られる方から受注することもありますし、工務店様が対応しきれない仕事のお手伝いもしています。

小川 新築もリフォームも受注できる態勢になっているということですね。

早川 はい。ですが、工事の売上の現状は売上全体の5%程度なので20%くらいまで伸ばしていきたいと思っています。

小川 年商10億円、リフォーム2億円という規模感でしょうか。

早川 そうですね。資材販売のほうも今は新築向けに比べてリフォーム現場向けが圧倒的に多くなっています。中でも多いのはリフォームを受注している不動産会社から、まとめて受注されるリフォーム店様です。さらに、ポータルサイトで受注される方や、個別営業で仕事を受注されている方もいらっしゃいます。

小川 今後の方向性について、お聞かせいただけますか。

早川 会社の方向性の中にもあるのですが、当社がどこに対して「お役立ち」をしていくか

ですが、それは三つあります。

一つは工務店様・工事店様に対して、これは本業である木材・住宅資材の販売の部分です。1、2名で仕事をされている工務店様の「営業サポート」という形でのお役立ち、特にリフォーム工事を受注する営業サポートを本気で、おこがましい言い方もかもしれませんが、お客様の経営を左右するという覚悟をもって取り組みたい、と思います。

小川 お客様との役割分担や棲み分けをどうするかということもあると思いますが、存在意義がどこにあって、何をすべきかを明確に打ち出されているんですね。

早川 二つ目は、当社の元請化、一般ユーザー様へのお役立ちである「家守り」です。工務店様の高齢化とも関連して、今まで頼んでいたところに頼めない、どこに頼めば良いかわからない、そうした方々の住まいを建てるだけでなく、守っていく「家守り」は、地元密着の工務店様にしかできないことだと思います。高齢化で対応できない、後継者がいない工務店様に代わって当社が「家守り」を担っていきたく思います。

小川 住まいを建てることからメンテナンスまで地場密着でずっとお付き合いできる“住まいの萬相談窓口”ですね。



早川 実は、入社以前に私の自宅のリフォームを父に頼みました。そのとき早川木材のトラックで資材を運んで来たのをご近所の方がご覧になって、「早川さんの実家は材木屋さんの？」という話からリフォーム工事を頼まれてまして、今も自宅前のお宅の耐震工事を受注するなど、過去1年間にこの一角だけで7軒のリフォーム工事の受注を頂いています。どこに頼もうかと迷っている方々が、目の前にある材木店にまず声をかけられるような接点を多くもてるようにしていきたいと思っています。

三つ目は、高齢になられて元請工事ができなくなったお取引先工務店様のOB施主の方々に対しての家守りです。これについては、どのように進めていくべきかを現在模索中です。

小川 明確なビジョンをお聞かせいただきありがとうございます。

早川 ただ、二つ目、三つ目は、一般のエンドユーザー様やOB施主様相手に工事を手掛けていくということですから、お客様にこの仕組みをどのように活用いただくかを伝えるには、さらに勉強が必要です。提案力を磨く必要があります。

小川 お施主様とのコミュニケーションについてはいかがですか。

早川 リフォームの場合は施主様が住んでいらっしゃる場所で工事をしますので、技術力プラス施主様から言われたときに臨機応変に対応できることも重要です。それができると、また「お願いしたい」と指名で任せてもらえます。小川 工務店様の接客力という視点でレポートにつながるかどうか分かれるという事は、皆さん異口同音に仰います。また元請に対する工務店様の反発は、いかがでしょうか。

早川 首都圏では比較的やりやすいですが、一昔前だったら反発を受けたでしょうね。

当社は、オール電化を扱い始めたときに、工務店様に「オール電化の工事を手掛けることでノウハウを蓄積していきたい」と説明をして一切反発はありませんでした。それが、今は完全にリフォーム工事部門とし、「リフォーム相談お受けします」と謳っています。営業も、受注も当社が担い、逆にお客様である工務店様

に施工をお願いするケースも出てきています。

店舗設計ノウハウも生かす

小川 木材利用ということでは、学校や保育園、老人保健施設など、ジャパン建材でも非住宅分野での内装や構造の木質化にも取り組み始めていますが、新たな市場開拓として取組まれるお考えはありますか。

早川 店舗などの非住宅に携わってきた人間との出会いがあり、飲食チェーン店の店舗改装工事の受注獲得を進めています。そのなかで先日、電気床暖房の上には貼るフローリングを石と組み合わせたい、というアイデアが出てきました。

小川 確かに斬新な発想ですね。

早川 我々が考えていた「使い勝手の良さ」「便利さ」といった発想とは全く違うセンスを住宅リフォームにも入れると、幅も広がり、面白いものが提案できるのではないかと考えていて、工事部門の中で新しい事業にしていきたいと考えています。

「横浜で一番」を目指す！

早川 今期のスローガンは「横浜で一番のお役立ちができる会社になろう」で、行動指針に「全社員がお客様のために、もっと良い方法はないかを考えよう」を掲げています。お客様が何を求めていらっしゃるかを察知して行動するためには「相手の立場で見て考えることができなければいけない」のですが、これは難しいことです。

これまでは私自身がみんなを引っ張っていかねば良いだろうと思っていましたが、まず私自身が、社員一人ひとりの立場で見て考えることが必要だと思い、一人ひとりと腹を割って話をするように努めています。

小川 腹を割って話ができる、車座で話をする場をつくり、社員一人ひとりの琴線に触れる話ができること、そこが大事ですね。

早川 それには、配送に同乗していくのが一番だと思い実行しています。この方法は、現場で仕事をしている大工さんと言葉を交わす機会にもなっており役立てています。

小川 それは良い方法ですね。

職場は人間としての修行の場だと思いますし、一人でも多くの仲間と達成感を共有していくことで自己実現していくか、自分の生きがいにもつながっていますね。

お互いに経営レベルの話し合いを

早川 右肩上がりの市場の中で創業した父の口癖は、「現場の大工さんを待たせるような配送ではいけない」で、配送の機動力を上げてきました。翻って、量より質が言われている現代は、「配送の機動力」に加えて「価値」を売る、その価値を生み出していかなければいけないと思います。これについては早川木材一社でできることではないので、メーカー様や仕入先様のご協力もいただいで工務店様に提供していく、さらに工務店様も巻き込む形の価値を創り出していくことが必要ではないかと感じています。

お付き合いさせていただいている皆様と同じ時代に生まれて、同じ空間にいるのは貴重なことで、これは縁があってのことだと思いますので、この縁を大事にしたいと思っています。相手を思いやる関係のなかで本当の信頼関係が築け、「お役立ち」の関係ができてWIN-WINの関係ができれば、社会人として、一人の人間として、生きてきて良かったと思えます。

2年前からは経営計画に仕入先様にも来ていただいて、早川木材はこういうことを考えている、というのを皆様へ伝えるようにしました。さらに今期からは、当社に対する売上目標も設定していただきたいというお願いもしてスタートしています。

小川 それは私たちには願ってもないことです。至らぬ点多々あるかと思いますが、今後とも宜しく願い申し上げます。

平成 26 年 4 月 17 日 (木)

「第13 回雙環フォーラム」を開催

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開催してご好評をいただいている雙環フォーラム。演台もなく、ステージを歩きながらパワーポイントを駆使するスタイルは今までの雙環フォーラムにないもので、ライブ感を大切にしたい迫力ある講演となりました。

その中で、外資系企業を次々と渡り歩いて培った世界標準のビジネススタイルと、日本企業の昔からある常識や慣例に縛られたビジネススタイルを比較し、会議で発言もせず、寝てばかりいる日本人を痛烈に批判し、耳の痛い話が続きます。

今回の講演ゲストは元アップルジャパン社長の山元賢治氏、題目は『天国の스티ーブに贈る感謝の言葉』元アップルジャパン社長に学ぶ人生観・ビジネス論でした。

さらに、アップルとスティーブ・ジョブズがたどってきた経緯と、氏が関わってきたビジネスに触れ、最近 20 年の技術の進化とそれに伴う世界の移り変わりがどれほどのものだったのか、そして、いつの時代も変化に対応できる人間が求められていく、とお話されました。

奇しくも最近、山元氏が出版された本の題名が『情熱を注いで働く』。そして今年度当社スローガン冒頭が『いつも心に情熱を』と、偶然とは思えない“情熱”というキーワードで両者はつながっていました。そして来場の経営トップ

の方々にも、これから先の日本をもっともっと刺激して、元気にしていこうと熱く語られました。

講演終了後の情報交換会も大いに盛り上がり、お得意様、仕入先様ともに、熱のこもった談義が繰り広げられました。



平成 26 年度上期 各地で開催するジャパン建材フェアへのご来場をお待ちしております !!

『快適で豊かな住環境の創造』を企業理念に掲げるジャパン建材から、各地の皆様へ国策や市場の変化を踏まえた住宅の省エネ化に有効な工法および建材・住設機器、職人不足を解消する省施工商品・工法、住まいの健康に焦点を当てた商材等々に実際に見て触れていただく展示即売会をお届けします。

展示会名	開催日	開催場所	参加営業所
第 11 回秋田ジャパン建材フェア	5 月 10 日 (土)	秋田テルサ	秋田・秋田東
第 14 回鹿児島・宮崎ジャパン建材フェア	5 月 10 日 (土)	オロシティセント ロメッセ	鹿児島・宮崎
第 16 回宇都宮ジャパン建材フェア	5 月 23 日 (金)	マロニエプラザ	宇都宮東・宇都宮西・鹿沼・宇都宮資材
第 11 回北九州・山口ジャパン建材フェア	5 月 24 日 (土)	西日本総合展示場 本館	北九州・山口・大分
第 12 回仙台ジャパン建材フェア	5 月 24 日 (土)	サンフェスタ仙台	仙台・石巻・仙台資材
第 16 回長崎ジャパン建材フェア	6 月 7 日 (土)	長崎営業所倉庫内	長崎
第 29 回高崎ジャパン建材フェア	6 月 13 日 (金)	ニューサンピア	高崎西・高崎東・太田・前橋
第 16 回名古屋ジャパン建材フェア	6 月 14 日 (土)	ポートメッセなごや	名古屋・岐阜・三河・三重・浜松
第 14 回郡山・いわきジャパン建材フェア	6 月 21 日 (土)	ビッグパレットふくしま	郡山・いわき
第 10 回山梨ジャパン建材フェア	6 月 28 日 (土)	アイメッセ山梨	甲府
第 16 回函館ジャパン建材フェア	6 月 28 日 (土)	函館総合卸センター 流通ホール	函館
第 10 回青森・八戸ジャパン建材フェア	7 月 5 日 (土)	青森産業会館	青森・八戸
第 16 回盛岡ジャパン建材フェア	7 月 11 日 (金)	盛岡地区労働者共同福祉センター	盛岡・盛岡資材
第 2 回中国ジャパン建材フェア	7 月 12 日 (土)	ビッグローズ	広島・岡山・福山・山口・島根・鳥取
第 11 回山形ジャパン建材フェア	7 月 19 日 (土)	山形ビッグウィング	山形
第 32 回ジャパン建材フェア	8 月 22 日 (金)～23 日 (土)	東京ビッグサイト	全国営業所

第3 回ウッドマスター(基礎)講習会

平成 26 年 4 月 15 日 (火)～19 日 (土) までの 5 日間にわたり、木材・合板博物館主催による【第 3 回ウッドマスター(基礎)講習会】を新木場タワーの一階大ホールで開催しました。受講者は博物館の賛助会員企業を中心に合計 115 名でした。

この(基礎)講習会の目的は、林業や木材産業に携わっている企業の人材育成を側面から支援し将来のビジネスに役立てるために、主には新入社員の方々を対象に森林・林業・木材産業に関する川上から川下までの基礎知識を身につけていただくための講義及び現場・実習を行うものです。しかし、これまでの実績では、実務経験のある方々にも普段は接する機会が少ない幅広い分野の基礎的な情報を取得する機会として利用して頂いています。

今回の座学は、初日(15日)の松本講師による「温暖化

防止と森林・林業・木材」の講義に始まり、立花講師による「木材需給と貿易」、渋沢講師による「木質建材の基礎知識」の 3 講座、2 日目(16 日)は岡野講師による「樹木と木材」、平川講師による「木材と放射線の基礎知識」、青木講師による「これからの木造建築」および淡中講師による「木材流通の仕組み」まで合計 7 講座について講義が行われました。

また、3 日目(17 日)と 4 日目(18 日)には林地見学及び工場見学を行いました。千葉県森林組合君津支所の山林において、手入れの行き届いた造林地とそうではないものとの違いやスギの A,B,C 材の丸太形状、価格や利用方法の違い、スギの黒心の見学などを行いました。また、株式会社キーテックの木更津工場にて LVL や合板の製造ラインなどを見学するとともに、ボラテック株式会社の坂東工場のプレカット加工及び越谷の本社ウッドスクエアビルの見学などを行いま

特定非営利活動法人

木材・合板博物館

TEL : 03-3521-6600 FAX : 03-3521-6602
Email info@woodmuseum.jp



した。さらに最終日の 19 日には、資格認定試験に続いて杉山講師による実際に木材サンプルを観察する「樹種識別実習」を行いました。

5 日間の長丁場でしたが、受講された方々からは「面白かった」、「勉強になった」などの感想を頂き無事日程を終了することができました。

★ご興味のある方は、木材・合板博物館へお気軽にお問合せください。

リフォーム専門店

「リフォーム DEPOT」始動！

少子高齢化や省エネ思考、ストック型社会構造への転換など様々な影響により今後新築住宅着工戸数は減少傾向にあると推測されております。そこで既存住宅への対応策が急務となります。しかし、リフォームやリノベーションといった取組みは、一筋縄にはいきません。エンドユーザーのニーズは多様化し、情報も様々な媒体から簡単に得ることが出来ます。



そこで、弊社は、リフォームビジネスで最も必要とされる、安心で地域密着サービスを可能とし、統一ファサードを活用したブランディングチェーン「リフォーム DEPOT」を提案させていただきます。

店舗の立地相談からエクステリア・インテリアの設計及び対エンドユーザー対策に求められる営業マニュアル、販売促進に必要とされる各種グッズなどをご用意させていただきます。また、必要に応じ専門のコンサルテーションを実施し、開店後のサポートも万全を期します。

相談窓口の必要性

①エンドユーザーは、リフォームの相談をどこにすべきか悩んでいます

地域で活躍される建材店・材木店様が今後も住まい・暮らしをサポートしていただき、リフォームにお困りの方々へ地域密着の安心感を提供していただけます。

②エンドユーザーは、リフォーム金額に不安を抱えています

リフォーム DEPOT は、明朗会計を義務付けます。（※詳細は別途）

③エンドユーザーは、良質なリフォーム工事をする事業者の情報開示を求めています

ジャパン建材は、一般社団法人日本住宅リフォーム産業協会・一般社団法人ベターライフリフォーム協議会（他多数）など様々な団体の会員となり、リフォーム DEPOT 加盟店も参加メンバーとして登録してまいります。

また、良質な工事を行って頂く為の研修や情報発信などサポートしてまいります。

将来性

- ①日本全国にリフォーム DEPOT 店舗網を構築し、お客様が地域の住宅ニーズをしっかりと確保して頂くお手伝いをさせていただきます。
- ②リフォーム DEPOT オリジナル商材の開発を進め、より高品質で安全設計の商品を提供してまいります。当然より魅力ある価格で。
- ③リフォーム DEPOT 店舗網は、さまざまな事業展開が期待出来ます。全国に展開するサポートセンターの機能を活用することで、長期優良住宅化リフォーム事業のサポートやリフォームローン、住宅履歴の活用、点検代行サービスなどご活用いただけます。

状況

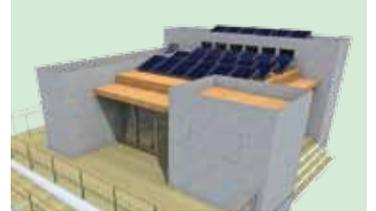
- ①加盟募集エリア 2014年：東日本エリア 2015年以降順次拡大
- ②トライアル実施期間のため、全てのサービス適用は本年度下期を予定

ソーラー・デカスロンに挑戦

ソーラー・デカスロンとは、世界の大学が太陽光住宅の技術や性能など10項目の得点を争う、欧米では一般的な国際競技と位置づけられ、学生が主体となって設計、施工、プレゼンなどを行うものです。

これまでアメリカ・スペイン・中国で開催され、今年はフランスで開催されます。世界各国から集められた太陽光住宅を実際に建設し、国際審査団、専門家や一般市民など20万人以上に披露します。国の威信をかけた技術競争として欧米では認知されていますが、まだ日本では十分ではありません。しかし、2012年より日本から唯一千葉大学が出場しており、2014年も挑戦します。

今大会よりジャパン建材を中心に、グループの総力を上げて千葉大学の取組みをサポートしております。国内で主要部分は、建築し14フィートコンテナ（延べ15本）にバンニング、フランスへ持ち込む一大プロジェクトです。輸送方法など緻密な計画を重ね、4月末、フランスに向け無事出航しました。



[当プロジェクトで設計・資材サポートさせて頂くアイテム]

- KEYLAMSS パネル（キーテック：LVL ストレストスキンパネル）
- 大断面集成材（秋田グルーラム）
- オリジナル木製トリプルサッシ（クリプトンガス仕様）
- 特注真空断熱材（内壁全体に採用）/ 高性能ポリスチレンフォーム断熱材（ポードー・熱橋部）
- 気密・防湿・防水各資材（BULLS 仕様）
- 床、壁、天井材、照明、換気部材等（メーカー提供）
- 他建築資材、素材全般
- 躯体建築・内外装工事一式・電気工事一式



ソーラー・デカスロンの歴史

- 2002年にアメリカ・エネルギー省によって組織
- 以下の目標と目的を達成するために創設
 - ①太陽光利用の技術革新：自然エネルギーの効率利用
 - ②再生可能エネルギーの披露：再生エネルギーの購買意欲拡大
 - ③消費者の教育：高効率機器への買替促進
 - ④一つの場所を集める：一つの場所での実証し、皆で学ぶ
 - ⑤教育：世界の学生に実践的な経験を与える

みんなでソーラーデカスロンを見に行こう！！

フランス大会を記念して、フランスでソーラー・デカスロン大会見学、さらにフィンランドでの住宅事情視察ツアーを企画しました。“最新の省エネ技術や北欧の住宅事情”を視察しませんか？

旅行日程 7月8日～7月14日（7日間）

※費用・スケジュール等の詳細は、営業担当よりご案内申し上げます。

キッチンの3大価値“お手入れ、収納・作業性、デザイン”が、さらに進化したシステムキッチン **サンヴァリエ(アレスタ)** を新発売

株式会社 LIXIL

2014年5月から全国で受注開始。使い手の要望に応えるスタンダードクラスの新たなシステムキッチンが登場した。

【お手入れ】

お手入れが面倒な2大要素、レンジフードと排水口の清掃性がさらに進化。

●よごれんフード

フード内部に入る油分を約9割ブロックするオイルスマッシャー機能の搭載により、最も面倒なファンのお手入れを不要にしたレンジフード。

●くるりん排水口

水を流すたびにうず状の水流が、シンク排水口の汚れを洗い流す。

ヌメリ抑制の抗菌コーティングのゴミカゴで、さらに清掃性向上。



よごれんフード

参考価格
壁付I型 255cm(奥行65cm) 扉グループ1
カスタムベースプラン 648,000円～(税別)

【収納・作業性】

●ひろびろシンク

最近ニーズが高い横幅を広げたシンク。オプションのシンク用サポートにより、さらに作業性が向上。

●フロアユニットの収納力

奥行きも高さもムダなく収納、収納底面積が約30%アップ(当社従来品比較)。

●対面キッチンユニット サポートカウンター

家事参加する男性“カジメン”が、お手伝いしやすいプラン。

【デザイン】

扉カラー45色と取手10種類のコーディネートは324通り。同社の室内建材やタイルとコーディネートできるカラーもご用意。

扉の分割ラインを減らした「Simple Style」でもうひとつの新しいスタイルをご提案。

平成26年4月1日

ジャパン建材 木構造事業部が 誕生しました！

木構造事業部は、「木材課」「プレカット課」「木構造建築課」の3部署からなります。それぞれの業務について、ご説明致します。

●木材課 木材製品販売

国産材・輸入材・ランバー材・フリー板・銘木等、木材製品販売に関する部署。今後は特に、国産材の拡販に注力していきます。



●プレカット課 構造材プレカット

小・中規模の戸建て住宅、アパート、店舗などのプレカット。在来工法、金物工法、2×4工法などの対応。また、羽柄、建築金物、N値計算、構造計算、制震ダンパーなども提案。



●木構造建築課 大規模木造建築

大型木造建築物の部門。道の駅や教育施設、大型店舗などの木材躯体の構造設計から部材の手配・施工まで、幅広くサポート。JK木構造グループで検索頂ければ、施工事例もご覧頂けます。



木材製品から躯体まで、「木」に係わる事なら、なんでもサポートします(一部クローズ工法を除く)。「木」についてのお問い合わせがありましたら、まず、弊社営業担当者にご連絡ください！
私たち木構造事業部のノウハウを結集してサポートさせていただきます。

VOICE overseas

JKホールディングス(株)海外事業室は、国際分業が進む住宅建材・素材の動きやトレンドをグローバルな視点でキャッチ。JKグループ各社のビジネスをバックアップしています。

JKホールディングス 海外事業室 ベトナム駐在員事務所

当地に駐在員事務所を構え、約1年が経ちました。ビジネスに直結する最新のビジネス情報の発信に努めていく所存です。

ベトナムシフトで現在最も注目を浴びている国、それがベトナムです。日本企業進出も活発で、最近、イオンモールが開業。来年には高島屋もオープン予定です。

ベトナムは南北2000kmに広がり、首都ハノイと、最大の商業都市ホーチミンとは多少文化も異なります。しかし、フランス料理、中華料理、タイ料理の影響を受けたベトナム料理は、大変美味しく多くの日本人に愛されています。

我々の業界で「ベトナム」と聞くと「梱包用合板」が一番上げられると思います。残念ながらデータベースが開示されにくい国ですのであくまでも推測値ですが、約100工場とされています。その工場での生産アイテ

ムは梱包用4×8、土留用3×6、その他家具用途の寸寸に分類されます。

合板というと、ついつい「JAS」を基準に考えてしまいがちですが、2014年3月末現在で「JAS」取得合板工場はありません。今後、他工場との差別化を図るため取得に動く工場が出始めると予想はしております。そうした合板は日本、中国、韓国、アセアン諸国、アメリカ、EU諸国に輸出されています。当然その一部は家具、木工加工工場に販売され同様に輸出されています。

農業漁業がメインの産業ですが、木材加工を始め、プラスチック、鉄、アルミ等の加工工場の進出も続いており、中国に続く「加工立国」を目指している様子が見えます。

今後も様々な情報収集と共に、皆様にご提案できる商品群の開拓に努力して参ります。美食の国ベトナムへ是非お越しください！



ホーチミン市内 ドンコイ通り
手前：市民劇場 奥の高いビル：
ピンコムセンター(オフィス、
アパート、ショッピングモール
の複合施設)



朝の渋滞



合板工場



単板 天日乾燥



一般的な合板工場

■ベトナム情報

国名：ベトナム社会主義共和国
面積：331,689km²(森林面積：約139,000km² 41.9%)
首都：ハノイ
人口：約9000万人(ハノイ：約700万人 ホーチミン：約800万人/2013年)
進出日系企業数：約1500社
日本商工会加盟企業：ハノイ(700社) ホーチミン(555社) ダナン(65社)
非加盟企業：約200社—推定値
進出企業の傾向
製造業：725社(48.3%)、卸売業：319社(21.3%)、サービス業：236社(15.7%)、IT業：71社(4.7%)

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。



株式会社ハウス・デポ・ジャパン
代表取締役社長 木戸 保行

就任ごあいさつ

平成26年4月1日付で代表取締役社長に就任いたしました。建材業界に入り建材流通（販売店グループ）での経験と副資材メーカーでの経験がありますが、この異質な環境変化には、経験にもまして環境対応力を付ける事が必須であると思います。住宅市場はアベノミクス、消費増税を基軸として着工数も回復しましたが、様々な職種で人手不足が表面化しており、労働人口の減少も始まっています。その中で、ハウス・デポグループは3月末で327社の加盟店があります。どんな時代でも経営者の悩みはあり、拡大、成長の中でも疑問点があります。その環境に建材販売店として他社比較ができ、また多くの成功事例や失敗事例を知ることができるのはハウス・デポ社長会です。26年度より社内に経営戦略室を設けました。経営戦略上での営業戦略、財務戦略、また管理面も含めて教育ライブラリーを設置します。今後はジャパン建材との現場コラボレーションを強化していきたいと思っております。今後も引き続きご指導ご鞭撻のほど宜しくお願いいたします。



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: 三浦(司)
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

ブルズ Bulls ロールスクリーン

- 豊富なカラーバリエーション
標準タイプ20色 遮光タイプ10色

空間を選ばず、幅広くフィットするナチュラルカラーから、パステル調の淡いカラー、空間アクセントになるカジュアルな色合いまで、多彩なカラーをご用意しました。

- 安心・安全のスクリーン
全て防炎&F☆☆☆☆認定品

防炎性能はもちろん、ホルムアルデヒドの放散量が少なく安全とされるF☆☆☆☆認定品。どんな場所にも安心してご使用いただけます。

- リビングや寝室から、子供部屋、
玄関まで幅広くご利用いただけます。

カラーも機能も充実、さらにお求めやすい価格設定で、生活の中のさまざまなシーンにご提案いただける製品です。



BUR-0017 カナリアイエロー

【部品カラー】

部品カラーは全て（ホワイト）となります。

透過度の目安

時間帯	プライベート	ミディアム
昼間	外から室内にある物の形はほとんどわからない。	外から室内にある物の形はほんやりとわかる。
夜間	外から室内にある物の形はわからないが、影はほんやりとわかる。	外から室内にある物の形はほんやりとわかる。

透過度の目安

遮光1級	遮光率99.99%以上 人の顔が識別できないレベル
遮光2級	遮光率99.80%以上99.99%未満 人の顔あるいは表情がわかるレベル
遮光3級	遮光率99.40%以上99.80%未満 人の表情はわかるが、事務作業には低いレベル

■品名 BUマイテック/BUマイテックループ カラー品番 BUR-0001~0030

標準タイプ ポリエステル100% F☆☆☆☆ 20色

遮光タイプ ポリエステル100% F☆☆☆☆ 10色



ジャパン建材
東日本グループ
北海道営業部
旭川営業所



所長 小西 友也

北の大地より皆様へ④

平素はお得意様をはじめ関係各位の皆様には、格別なるご厚情賜り心より感謝申し上げます。

弊社、日本最北端の営業所として所在しております旭川市は、人口約35万人、北海道第二の都市であります。ほぼ北海道の中心に位置し、冬は内陸特有の極寒地域で富士山頂の記録よりも寒い氷点下41.0度を明治35年に記録し日本一となっております。

上川地方は人口約52万人、その中心の旭川市は明治23年上川郡に旭川村が置かれ、屯田兵により本格的な開拓が始まった地域です。

神奈川県とほぼ同面積の大雪山系から豊富に流れ込む水は水稲収穫量約4万トン、その地名に「川」が付くだけに旭川には759本もの橋が四大河川等に架けられており、街のランドマーク・道標的存在にもなります。

また、旭川家具は日本の主要家具産地のひとつとして、そのブランド力、品揃えは高く評価されており、3.11震災日に生まれた福島の新児へ贈呈し、木のぬくもりを心の支えにと活動もされております。

現在、東京航路7便・名古屋・台北を結ぶ



大雪山連峰

最北の玄関口、旭川空港のそばにはもうひとつの日本一、旭山動物園があります。空港開設翌年の昭和42年に開園し、「ほっきょくぐま館」、水中トンネルのある「ぺんぎん館」など、全国に類がない展示で平成16年7・8月は上野動物園を抜いて日本一、年間入園者300万人突破、研究や飼育にも高いレベルを誇っております。市民は皆年間パスポートを持っていて週末は家族レジャーに来ており、中には出張中ビジネスマンもいらっやいます。

ドラマ「北の国から」などで有名な(北海道のへそ)富良野市、最近JALテレビCM「嵐・五本の木」になった(パッチワークの丘)美瑛町など、美しい・美味しい・楽しいをお約束致しますので、皆様も旭川空港2500メートルの滑走路へ着陸してみたいかがでしょうか。

シリーズ『北の大地より皆様へ』①札幌②帯広③函館④旭川を御覧頂きましてありがとうございました。どのPRも寒さをアピールしておりますが、その分心は暖かい人が多い北海道です。是非一度おいで頂き、実際に見て肌で感じて頂ければと思います。

春本番、旭川総勢9名のスタッフはいつも心に情熱を持ち、地域一番問屋目指し日々奮闘しております。

販売店・工務店様のお役に立てる情報共有をJKサポートセンターと進め、省エネ関係の新素材も御提案させて頂きながら、所員一同今後も邁進して参りますので、更なる御指導の程宜しくお願い申し上げます。



ジャパン建材 合板部
部長 畑野 昌俊

新設住宅着工戸数

2月の新設住宅着工戸数は69,689戸(前年同月比101.0%)となり、前年同月比で18カ月連続の増加となった。季節調整済年率換算値では91.9万戸。持家は22,891戸(同比99.6%)で18カ月ぶりに減少し、貸家は27,744戸(同比124.7%)と12カ月連続増加、分譲は18,385戸(同比79.1%)と3カ月ぶりの減少となった。

分譲の内訳はマンションで8,674戸(同比66.5%)と大きく減少し、戸建も9,654戸(同比95.1%)と2カ月連続の減少となった。木造住宅は36,757戸(同比102.9%)で木造住宅比率は52.7%となった。

また地域別では首都圏(同比101.1%)、その他地域(同比108.5%)と増加したが中部圏(同比98.6%)、近畿圏(同比86.7%)では減少となった。4月以降の着工数も前年と比べて減少傾向だが、実際の工事自体はまだ継続しており、足元の状況は悪くないと思われる。

国内合板

2月の国内合板生産量は23.0万㎡(前年同月比106.9%)と発表された。そのうち針葉樹合板の生産量は21.5万㎡(同比109.1%)、針

葉樹合板出荷量は22.1万㎡(同比107.8%)となり5カ月連続で出荷量が生産量を上回り、針葉樹合板在庫量は9.1万㎡まで減少した。4月は3月までの反動もあってなのか、落ち着いた出荷状況となった。

メーカーの在庫量も増加したと予想されるが、まだまだ適正には程遠い低水準な状態が継続しており、一部アイテムによっては依然として入手にくい商品もあった。5月以降は連休明けから住宅着工が本格化してくると、針葉樹合板の出荷も堅調に推移していくと思われる。

輸入合板

輸入合板は2月の入荷量が25.9万㎡と前月から大きく減少したが、1~2月平均は31.3万㎡となり需要に見合った量と考えられる。4月の動きは、国内同様に3月までの反動の影響なのか静かな状況となった。インドネシアの皆伐転換林伐採課税により現地メーカーが値上げを打ち出し、マレーシアサイドも原木事情を理由に強気姿勢を崩していないことから、5月以降も価格は上昇基調をたどるとと思われる。

国内・輸入合板ともに出荷が活発化し、晴れの状態が続くと思われる。

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