



CONTENTS ●ポイント解説! 「住宅市場活性化策」～平成26年度補正予算・平成27年度予算～…p.1～2
●第33回ジャパン建材フェア「住まい方・暮らし方コーナー」ご紹介…p.4

●トップ対談…p.3
●木構造事業部施工事例ご紹介…p.5

●合板天気図 ●地域活性化隊
●商品情報 ●イチ押しBulls

ポイント解説! 「住宅市場活性化策」

～平成26年度補正予算・平成27年度予算～

次の3つの事業に注目しよう!

- ① 省エネ住宅ポイント制度 平成26年度補 平成27年度予
- ② 地域型住宅グリーン化事業 平成27年度予
- ③ [フラット35S]の金利引下げ幅の拡大 平成26年度補

平成26年4月以降、住宅市場の低迷が続いたことから、平成26年度補正予算、さらに平成27年度予算でも住宅市場活性化策が決定されました。新築・リフォームの受注に即お役立ていただける、3つの住宅市場活性化事業の注目ポイントをご紹介します。

平成27年3月13日(金)・14日(土)
第33回ジャパン建材フェア
(通算75回)

住まい方・暮らし方「くつろぎ」

東京ビッグサイト東展示棟1・2・3ホールで開催!
多数のご来場を心よりお待ちしております。

ひとくちメモ

省エネ住宅に関するお施主様の関心も近年とても高まっています。
ポイント対象住宅証明書の取得をJKサポートセンターがお手伝いします。

1

省エネ住宅ポイント制度

平成26年度補

平成27年度予

従来制度との主な違い

事業の目的: 一定の省エネ性能を持つ住宅に対して支援を行うことで、省エネ住宅の建設や省エネリフォームの普及を図るとともに、消費者の需要を喚起し、住宅投資の拡大を図る。

事業の内容: 一定の省エネ性能を有する住宅の新築や、エコリフォームに対して様々な商品等と交換できる「省エネ住宅ポイント」を発行。

対象: ①エコ住宅の新築

所有者が自ら居住するもので、次の省エネルギー基準を満たす住宅

- a. 一次エネルギー消費量等級4の性能を有する住宅
- b. 断熱等性能等級4の性能を有する住宅
- c. 省エネルギー対策等級4の性能を有する住宅

②エコリフォーム

次のa、bまたはcを含むリフォーム

- a. 窓の断熱改修
 - b. 外壁、屋根・天井または床の断熱改修
 - c. 設備エコ改修工事(エコ住宅設備のうち、3種類以上を設置する工事)
 - d. その他の工事等
- 上記3つのいずれかの工事と併せて行う次の工事等を対象とする。
- 1) バリアフリー改修
 - 2) エコ住宅設備の設置(3種類未満を設置する工事)
 - 3) リフォーム瑕疵保険への加入
 - 4) 耐震改修

ポイント: ①30万ポイント/戸

②最大30万ポイント/戸

(耐震改修を伴う場合 最大45万ポイント/戸)

		従来制度 (復興支援・住宅エコポイント)	新制度 (省エネ住宅ポイント)
対象期間		H23.10～H24.10に着工	閣議決定日(H26.12.27)以降に契約(着工は契約締結日～H28.3.31)
対象住宅		新築、リフォーム	新築、リフォーム、 完成済新築住宅の購入
対象種別		持ち家、借家	持ち家、 借家(リフォームのみ)
新築		トップランナー基準相当(木造住宅は等級4)	トップランナー基準相当(木造住宅は等級4)
対象住宅の性能要件等	リフォーム	(1)窓の断熱改修 (2)外壁、屋根・天井、床の断熱改修 +上記(1)又は(2)にともなう以下の工事等 [1]バリアフリー改修 [2]エコ住宅設備の設置(太陽熱利用システム、高断熱浴槽、節水型トイレ) [3]リフォーム瑕疵保険への加入 [4]耐震改修	(1)窓の断熱改修 (2)外壁、屋根・天井、床の断熱改修 (部分断熱可) (3) 設備エコ改修(エコ住宅設備3種類以上) +上記(1)～(3)のいずれかにともなう以下の工事等 [1]バリアフリー改修 [2]エコ住宅設備の設置(太陽熱利用システム、高断熱浴槽、節水型トイレ、 高効率給湯機、節湯水栓) [3]リフォーム瑕疵保険への加入 [4]耐震改修
ポイント数	新築	被災地:30万ポイント、 その他:15万ポイント	30万ポイント
	リフォーム	最大30万ポイント (耐震改修を行う場合:最大45万ポイント) (工事内容に応じ2千～10万ポイント)	最大30万ポイント (耐震改修を行う場合:最大45万ポイント) (工事内容に応じ 3千～12万ポイント) (既存住宅購入を伴うリフォームはポイント加算)
交換商品	地域産品、商品券等 (被災地支援にポイントの半分以上を充当)	地域産品、商品券等	

ポイント解説！「住宅市場活性化策」(1 ページのつづき)

② 地域型住宅グリーン化事業

住宅生産課 木造住宅振興室

平成 27 年度予

事業の目的：地域における木造住宅の生産体制を強化し、環境負荷の低減を図るため、資材供給、設計、施工などの連携体制による、省エネルギー性能や耐久性等に優れた木造住宅・建築物の整備に対して支援を行う。

事業の内容：①流通事業者、建築士、中小工務店等からなるグループによる、『地域型住宅』生産の基本方針』及び『地域型住宅』生産の共通ルール』に関する提案を募集。
②優れた提案に対し、これら提案内容に基づく活動を行うことを要件として国土交通省が提案を採択。
③採択されたグループに所属する中小工務店によって供給される、木造の長期優良住宅、ゼロエネルギー住宅及び認定低炭素住宅並びに認定低炭素建築物等の一定の良質な建築物（非住宅）の整備に対して支援。

補除対象・補助率：①長寿命型

長期優良住宅にすることによる係り増し費用相当額
1/2：建設工事費の1割以内の額で、上限100万円/戸
★地域材使用の場合は上限120万円/戸

②高度省エネ型

ゼロエネルギー住宅または認定低炭素住宅にすることによる係り増し費用相当額

1/2：建設工事費の1割以内の額で、
・ゼロエネ住宅 上限165万円/戸

★地域材使用の場合は上限185万円/戸

・低炭素住宅 上限100万円/戸

★地域材使用の場合は上限120万円/戸

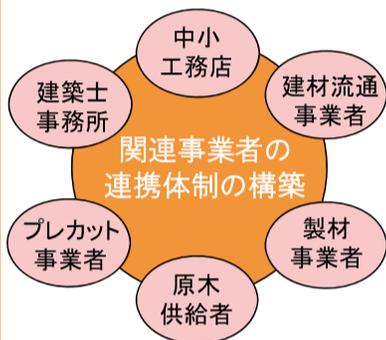
③優良建築物型（非住宅）

地域性に配慮した木造の認定低炭素建築物（非住宅）等の、一定の良質な建築物にすることによる係り増し費用相当額

1/2：床面積1㎡当たり上限1万円

事業のイメージ

グループの構築

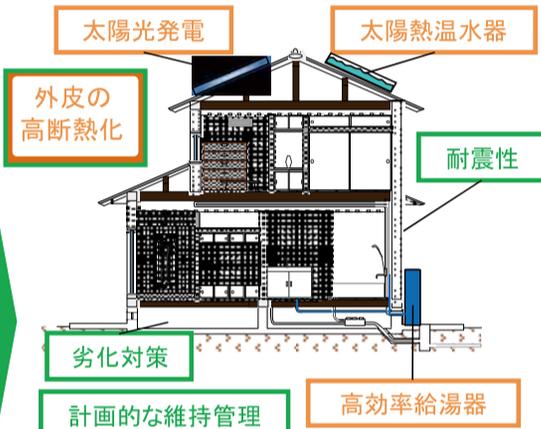


共通ルールの設定

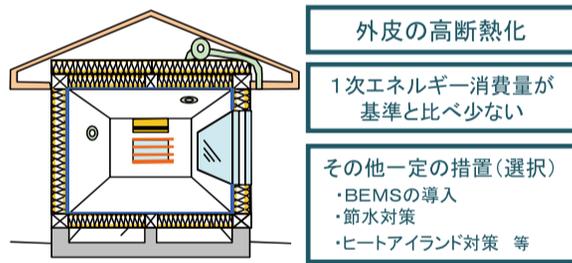
- ・地域型住宅の規格・仕様
- ・資材の供給・加工・利用
- ・積算、施工方法
- ・維持管理方法
- ・その他、グループの取組

地域型住宅・建築物の整備

補助対象(住宅)のイメージ



補助対象(建築物)のイメージ



長寿命型

長期優良住宅

1戸当たり
補助対象費用の1/2かつ
100万円を限度に補助

高度省エネ型

ゼロエネルギー住宅 認定低炭素住宅

1戸当たり
補助対象費用の1/2かつ
(ゼロエネ住宅) 165万円
(低炭素住宅) 100万円
を限度に補助

優良建築物型

認定低炭素建築物等 一定の良質な建築物

補助対象費用の1/2かつ
床面積1㎡当たり1万円を
限度に補助

ひとくちメモ

補助金をお施主様へのアピールポイントとして最大限に活用しましょう！
グループのお手伝い、長期優良住宅や認定低炭素住宅の申請など JK サポートセンターが全面的にバックアップします。

③ 住宅金融支援機構の [フラット 35S] の金利引下げ幅の拡大

平成 26 年度補

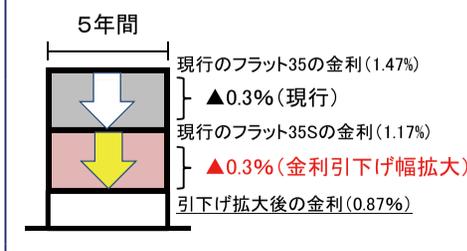
事業の目的：住宅取得者の住宅ローンに係る負担を軽減することにより需要を喚起し、住宅投資の拡大を図る。

事業の内容：①住宅金融支援機構の [フラット 35S] 金利引下げ幅の拡大
現行△0.3% → △0.6%まで拡大
②フラット 35（買取型）の 9 割超融資について金利引下げ
③住宅融資保険事業の保険料率の引下げ

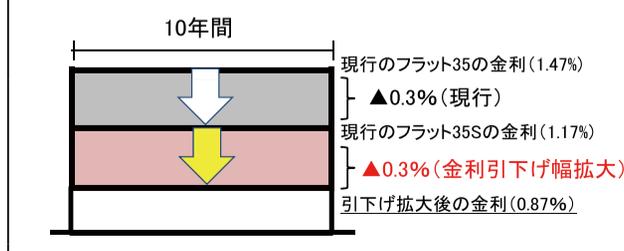
ひとくちメモ

受注の鍵は資金計画から！
お施主様の資金計画のご相談、
住宅ローンのご提案など、
JK サポートセンターがお手伝いします。

優良な住宅※1



長期優良住宅等※2



※1 省エネルギー性、耐震性、バリアフリー性及び耐久性・可変性のうちいずれかの性能が優れた住宅

※2 長期優良住宅、認定低炭素住宅等の特に優れた住宅

※3 図の金利は、平成27年1月5日時点のフラット35(返済期間21年以上35年以下・融資率9割以下)の最低金利であり、融資実行時の金利が適用されることに留意

株式会社 タカムラ

代表取締役社長

高村 昌秀 様

たかむら まさひで



【プロフィール】

1965 (昭和 40) 年 世田谷区生まれ
1987 (昭和 62) 年 明治大学法学部卒業
富士重工業株式会社入社
株式会社ノーリツ入社
1993 (平成 5) 年 株式会社タカムラ入社
1996 (平成 8) 年 株式会社タカムラ入社
2000 (平成 12) 年 代表取締役社長に就任

【会社概要】

本社 東京都世田谷区代田 5-7-6
創業 1928 (昭和 3) 年
会社設立 1950 (昭和 25) 年
資本金 2,868 万円
従業員数 45 名
年商 43 億 7,000 万円

現社長の祖父が福井県から上京して建材業を創業、風呂釜の扱いを開始したのを機に水廻り商品の扱いを拡大。1974 (昭和 49) 年に二代目社長就任。2000 (平成 12) 年、現社長が三代目社長となる。積極的な新規開拓、絶えず時代の一步先を行くため日々新しい企業であり続ける努力を続けている。

商品・情報の提供により健康で安全・快適な住宅づくりに貢献しています。

旧建材から水廻り機器へ

小川 ご創業の経緯からお聞かせいただけますでしょうか。

高村 私の曾祖父が福井で織物の商売をしていまして、第一次世界大戦後の不況のときに失敗したのだと思います。それで祖父が東京で、先に出てきていた兄と一緒に、家賃がもたないといふ屋も夜も働いて曾祖父の借金を返済し、その後、建材業を始めました。

小川 ご苦労されたご創業者ですね。

高村 はい。最初は砂利・砂など、いわゆる旧建材からスタートし、昭和 20 年代にはコンクリート製品なども扱い、昭和 26 年に創業されたノーリツさんが関東進出されたときに風呂釜のお取引が始まりました。

小川 砂利・砂から風呂釜へという、分野が全く違うような印象を受けますが。

高村 当時、風呂は今は違って浴室に風呂釜を置いてその周りをタイルやモルタルで施工する形態もありましたので、当社のように砂利・砂を扱う建材店や、タイル建材ルートが最初にノーリツさんの代理店になりました。実は、当社は、関東初の代理店の一つです。

小川 かつては非常に関係の深い業界で、そこにアプローチされたということですね。

高村 はい。次がヤマハさん、今のトクラスさんで、昭和 49 年に祖父が急逝して父にバトンタッチしたときには、ほとんどの水廻りメーカーさんとお取引がありました。

小川 その頃の売上比率はいかがでしたか。

高村 売上額で見ると、昭和 50 年頃には旧建材のほうが少し多かったのですが、昭和 50 年代半ばで完全に逆転しています。

小川 ちょうど新設住宅着工戸数も伸びている頃ですね。その頃から新建材、木質系建材の扱いも始められたのでしょうか。

高村 それは、十数年前くらいからです。

小川 平成に入ってからということですね。

異業種を経験し、家業に入る

小川 高村社長が富士重工にお勤めされたのは、車がお好きだったからですか。

高村 はい。当時は西新宿のスパビルが本社で、1 年間は製造管理部という生産計画などを立てる部署にいました。次に人事の教育部、その後、営業部署を経験して 5 年半勤めました。それから 3 年間、ノーリツさんで商品などの勉強をさせていただいて、タカムラに入りました。

小川 三代目社長になられたのは入社 4 年後だったんですね。

高村 35 歳のときです。父は、何の準備もなく祖父の後を継ぐことになって経営者としての苦労があったのでしょうか。父が体調を崩していたこともあって早めにバトンタッチしておこうと考えたようです。私が引き継ぐにあたっては、パプルの頃に 60 億円近くが増えていた売上を 30 億円規模に、従業員数も漸減し、面倒なことは全て整理した状態でバトンタッチしてくれました。

小川 ダウンサイジングされたとはいえ、会社を担っていく立場になられたとき、どのようなお気持ちでしたか。

高村 いずれはそうなるだろうという気持ちがありましたのですね。

小川 帝王学を受けながら育てられて、覚悟はできていたということですね。

バラエティに富む販売先

小川 平成に入って木質系製品を扱い始めたというお話でした。

高村 はい。当社は、大手ガス会社やハウスメーカーへの納材の売上げが多かったのですが、相手先の施策や納材メーカーの採用の影響を受けやすかったため、自分たちの営業努力で何とかできる分野を育ててい

く方向へ転換を図りました。

また、その少し前頃から「これからはリフォームだ」と盛んに言われていたもので、タカムラに入って 1、2 年間は、私は新規開拓を専門にしました。

リフォームに使われる一つひとつの材料は少量ですが、いろいろな材料が使われます。それをまとめてお届けするためには、当社の扱い商材の種類を増やしておかなければいけないと、木質系製品、主に内装用建材を扱うようになりました。

小川 従来とは大きく変わりましたか。

高村 得意先はだいぶ変わりました。それまでは主に水廻りの住設機器を販売されるお客様が中心でしたが、新しいお客様が増え、今は工務店さんもあれば、リフォーム店さんもあり、デパートや不動産会社など、バラエティに富んでいます。

特に意図しているわけではありませんが、用途別で見ると、今は新築向けが 3 分の 1、リフォーム用が 3 分の 1、残り 3 分の 1 が機器取替えという構成比になっています。

小川 非常にバランスが良いですね。

従来お付合いのなかったデパートなどの新規開拓はどのようにされたのですか。

高村 営業をしていくなかでメーカーさんからご紹介いただいたり、前例ができて他にも飛び込みで行ったり、その両方ですね。

専門のチームを作って新規開拓できたところを営業に渡していくのが良いのか、全員が既存のお客様への営業をしながら新規開拓を進めていくのが良いのか、正解がどちらかはわかりませんが、当社は、基本的には営業担当全員が新規開拓するというで進めています。

小川 それぞれ一長一短があるのですか。

高村 そうですね。ベテラン、あるいは、センスのある人が新規開拓をすれば効率は良いかもしれませんが、ある程度数字ができたときにお客様の担当を移さないといけません。新規開拓した当人は、そこに至るまでに苦労もあって対応にも力が入りますが、担当を移した後に関係がうまく続かないケースもあります。

小川 そういう意味では、営業担当全員が新規開拓できるように育ててくれたほうが、力としては大きいということですね。

高村 確実に取り組めれば、それが一番良いと思います。

小川 新築需要は先々どんどん減るだろうと言われています。リフォームのほうは、中古流通も含めると現状 10 兆円市場。それを、政府は 2020 年までに倍増して 20 兆円規模にすると言っていますし、施策も出されています。どこまで思惑どおりになるかはわかりませんが、高村社長は、将来への成長セグメントをどこにおいて注力すべきとお考えでしょうか。

高村 基本的に新築住宅が建たなくなるのは人口が増えないことに問題があるわけですが、人が増えなければ、リフォームも増えないと私は思っています。

ただ幸いなことに、当社の営業エリアは他所に比べると減少幅が小さく、恵まれています。ですから当社は、今後もエリアの中でシェアを高めていく戦略を続けていこうと考えています。

小川 タカムラ様の本社は都内でも人気の高い城南エリアにあります。営業エリアは東京 23 区外も含む東京全域ですか。

高村 東京全域と横浜、川崎ですね。このエリアでのリフォーム、リノベーションは、マンションが圧倒的に多いと思います。

小川 タカムラ様で手掛けていらっしゃるリフォームもマンションが中心ですか。

高村 基本的にはマンションで、グレードを維持したいという案件を手掛けるお客様が多いので、当社の営業担当としても、手伝っていただけるメーカーさんと作戦を立てて進めている。当社のお客様を通じて、

エンドユーザーの方々に当社のご提案が届くような仕事ができているので遣り甲斐も感じていると思います。

小川 住宅を取得される方に質も含めて満足していただけるような住まいづくりでないと、仕事の遣り甲斐がないというのは確かにあります。営業担当の皆さんが商品の勉強もされているということですね。

高村 得意、不得意の商品はありますが、少なくとも水廻り商品については、かなり知識があるほうだと思います。ですから、水廻り商品をお客様に選定していただくにあたってメーカーさんに説明を任せるのは非常に恥ずかしいことである、という意識はもっています。

先輩から後輩へ伝授

小川 タカムラ様は、皆さんが、とにかくモチベーションも、志も高くもお仕事されていると聞いています。資質や能力が優れていることもあるでしょうが、研修はどのように実施していらっしゃるのでしょうか。

高村 入社後の新人に対しては、社内の先輩が自分たちで商品研修をし、一定のレベルに達した時点でメーカーさんをお願いする形をとっています。フローリングや、ユニットバスがどういふものかわからないのに、新製品と従来品の比較説明を聞いても理解できませんからね。その後、現場や打ち合わせに行く先輩に同行させ、新人が一人でできるまで必ず誰かが付いています。

小川 今日は良いヒントを頂きました。当社でもいろいろなメーカーさんの研修を受けさせているのですが、それを実際の仕事に役立てる前に日々の業務に追われてしまいがちです。「得意先向け商品研修」で自分たちが勉強したことを活用できますね。

実は、私たちの仕事は評価が非常に難しいものなので、今、人事考査の評価制度を根本的に見直そうと考えています。例えば、本人の今年の目標を書かせ、進捗度で考査すべきではないかと。その目標値の一つに商品研修開催回数も設定できますね。

高村 各項目の目標数値を本人が具体的に書かせれば、できたか、できなかったかが明確に出ますので評価される側も納得できると思います。

小川 本人が評価に納得できないと、その後のモチベーションにも大きく影響します。

高村 当社では、幹部には年の初めに課全体の目標と個人目標、担当している部一



人ひとりに対しての数値的な目標をかなり細かく書かせ、期が終るごとに幹部本人と面談して確認する作業をしています。

小川 幹部ではない営業担当の皆さんのモチベーションの高さは、どのようにして実現されているのでしょうか。

高村 仕事の進め方について、それが先輩であれ、後輩であれ、周囲から評価されます。仕事にプライドをもって取り組む環境がある、ということでしょうか。

小川 新入社員への方向付けが DNA として伝播していくとともに、互いに高めあう企業文化、それが、タカムラ様の強さの源になっているということですね。

高村 工務店様から「新商品のプレゼンを自社の駐車場で開きたい」とお声がかかれれば、当社営業担当が出向いて実演をします。小川 営業担当の皆さんが自分たちでプレゼンをされるのですか。そこまでできると、

仕事が面白いでしょうね。

高村 効率面からするとマイナスもあるでしょうが、仕事の中に遣り甲斐を見出してもらえらと思います。また、そのプレゼン一つすることによってお客様とのパイプも太くしていける、と考えています。

情報を提供してより安全・快適に

高村 私が社長に就任してから「商品・情報の提供により健康で安全・快適な住宅づくりに貢献する」という企業理念を掲げています。

例えば、ボタン一つでお湯がはられて保温もする全自動給湯器が今では当たり前ですが、私がノーリツにいた頃もそうなりつつありましたが、ある現場で、昔ながらの風呂釜タイプと、台所に湯沸かし器をつけるプランが業者サイドで決められていました。私は「全自動のほうが良いのではないですか」と言ったのですが、「年配者のお宅なのでこれでいい」と。でも、実際にお施主様に尋ねたら、全自動を選ばれたかもしれません。

また以前にシックハウスが問題になった時も、内装材にシックハウス対応品を使ったとしても、住宅全体に占める材料費の違いはわずかなものだと思います。お施主様に「少しお金はかかりますが、どちらにされますか」と尋ねてみれば、対応品を要望されるかもしれません。そういった情報にエンドユーザーさんは詳しいわけではありませんが、なるべく詳しい情報が伝わるような努力を我々はしていかないといけないと思っています。それは社員にも常々言っています。

小川 それは、エンドユーザーさんへの配慮が大事だということですね。そういう意識をもって取り組んでいくことが、地域で信頼を得る原動力になるということですね。

高村 信頼ということ言えば、当社のお客様は、少なくとも発注ミスや発注漏れにはタカムラが気づくはずだ、という前提でお取引いただいていると思います。

例えば、組み合わせられない商品の注文を頂いていたたり、給湯器の注文にリモコンが入っていなかったり、先に注文いただいたキッチンはプロパンガス仕様で、後に頂いた給湯器の注文は都市ガス用品番になっていたりすれば、お客様に確認する必要があります。そうしたことに当社が気づかなければいけないと思います。

小川 それが、私たち流通の機能であり、存在する価値でもありますね。

当社は木建ルートが中心の問屋ですのでフランチャイズの「リフォーム DEPOT」展開も、どちらかという木質系の方たちの使い勝手を考えて始めました。ここからさらに、大工・工務店様に機能と価値を発揮していただけるよう私たちジャパン建材が支援する形で、木工事のからむ耐震・断熱改修を手掛けようとお考えの販売店様のお手伝いもしていきたい、と考えています。

また新たに、水廻り工事前製化の「JK エンジニアリング」を立ち上げました。こちらは、タカムラ様のよう水廻りのノウハウを蓄積されている販売店様から指導いただくことも多いかと思いますが、補完的にご利用いただければと思っております。

これからは、日本人の生活が質的にも良質になって豊かになっていく、そこに住まう人のために私たちがどのような仕事ができるかという視点をもって進んでいくべきだろうと思います。私たちジャパン建材は、そこに向かっていられる皆様のお手伝いをさせていただきます。今後とも宜しくお願い申し上げます。

流通業としての高い誇りと高い意欲を育むタカムラ様の企業文化について詳しく聞かせていただき、ありがとうございました。

ジャパン建材 × 建築知識ビルダーズ

「建築家・造園家に学ぶ くつろぎの風景」

住まい方
暮らし方
コーナー

3つのみどころをご紹介します。

みどころ

1

コンセプトムービー

コーナー入口の巨大スクリーンで、住まいづくりにおける「くつろぎ」の考え方やコンセプトをご紹介します。伊礼氏と荻野氏の対談、二人のこれまでの作品を交えて、今回の展示の見どころをお伝えします。



建築家
伊礼 智 氏

造園家
荻野 寿也 氏

「住まい方・暮らし方コーナー」は、一人ひとりが思い描く理想の住まいと夢の暮らしについて、考えていただく場です。今回は「くつろぎ」をテーマに、ジャパン建材が建築専門雑誌『建築知識ビルダーズ』と協力し、建築・造園のプロとともに考えた心地よい住まいづくりのアイデアやヒントをご提案します。建築の演出は、住み手の暮らしを考えた居心地のよい家の設計に定評のある伊礼智氏、造園は自然本来の美しさを生かした庭づくりを得意とする荻野寿也氏が担当。工務店に絶大な人気を誇る両氏が匠の技を大公開します。

みどころ

2

2014年 グッドデザイン賞受賞

「守谷の家」 躯体展示



設計：伊礼智設計室 施工：自然と住まい研究所

伊礼氏の設計で2014年グッドデザイン賞を受賞した「守谷の家」の実寸大の躯体を展示します。

延床面積約30坪の小さな家ですが、心地よく暮らすための工夫が随所に散りばめられています。内部を見学できますので、ぜひ間近で見て、触って体感してください。

みどころ

3

住まいを演出する造園

躯体の周囲は、荻野氏の手で庭の演出を行います。山から切り出した樹高5メートル前後の樹木や自然の石などを実際に配し、本格的な庭を再現。住まいと街並みに調和する庭の作り方、そこから得られるくつろぎや心地よさを解説します。工務店や建築家との協働の多い荻野氏ならではのプロの技をぜひその目でお確かめください。



家族みんなが大好きな場所やなぜか落ち着ける空間…。
住まいの中の「くつろぎの風景」には実は法則があります。
今回の展示では建築・造園のプロの目からそうした法則を紐解き、住まいの作り手である工務店や職人が実際に現場で使えるアイデアやヒントをまとめました。
ぜひ、住まい方・暮らし方コーナーにご来場ください。

セミナーのご案内

伊礼氏・荻野氏によるセミナーも開催いたします。
参加ご希望の方は、快適住実セミナー会場までお越しください。

建築家 伊礼 智 氏

3月13日(金) 12:30～13:30

1959年沖縄県生まれ。1982年 琉球大学工学部建設工学科計画研究室卒業。1985年東京藝術大学美術学部建築科大学院修了。丸谷博男+エーアンドエーを経て、1996年伊礼智設計室開設。2005年日本大学生産工学部建築工学科「居住デザインコース」非常勤講師。2012年住宅デザイン学校校長。2013年建築知識700号記念号にて日本の住宅を変えた50人+αに選ばれる。

造園家 荻野 寿也 氏

3月14日(土) 12:30～13:30

1960年大阪府生まれ。1999年自宅アトリエが、第10回みどりの景観賞(大阪施設緑化賞)を受賞。以降独学で造園を学ぶ。2006年設計部門として荻野寿也景観設計を設立。2013年長野県松本市景観賞受賞。原風景再生をテーマに造園設計・施工を手がける。建築家との協働多数。

第17回東京ジャパン建材会 総会

平成27年1月16日、ホテルニューオータニに702名が集いました。

東京ジャパン建材会は、首都圏・関東地区に31支部を有し、正会員494社・賛助会員49社を擁する全国で最大規模のジャパン建材会です。新年恒例の総会に、今年は総勢702名が参加。第一部 講演会、第二部 総会、第三部 懇親会の三部構成で新春を祝い、親睦が図られました。

第一部 講演会 テーマ『諦めない一歩ずつ～オンリー・ワンを目指せ～』

アドベンチャー・スキーヤーとして世界的に知られ、行動する知性派、教育者としても国際的に活躍中、プロスキーヤー・クラーク記念国際高等学校校長でもある三浦雄一郎氏が、2013年に世界最高齢の80歳にして3度目のエベレスト登頂を成功させた陰には、歩くことから始めた地道な努力があったといいます。



スキー滑降するという目標をもって頑張る父と、スキー選手として活躍する息子の存在。メタボ脱却を目指し、通勤・仕事では左右の足首に負荷をかけ、出張の際には錘を入れたリュックを背負って東京駅まで歩いて運動量を高めたそうです。これに父から伝授されたバランスの良い食生活・鼻呼吸・ヨガの下出しポーズを続けて、前人未到の80歳でエベレスト登頂に成功。「人生は今から、今日から」という気持ちで夢・目標をもって、努力の成果を实らせた三浦氏の貴重な体験談に元気づけられました。

60代前半でメタボと狭心症という生活習慣病に陥っていた三浦氏を奮起させたのは、99歳でモンブランを親子4代です

第二部 総会

副会長挨拶
株式会社コバヤシ
代表取締役社長 池田昭義 様



「昨年、特に首都圏における新築持家は、4月以降20%以上の対前年割れが11月まで続き、大変厳しい年でした。一方で株価は、昨年終値17450円、一昨年の終値16608円。株価だけは順調に大きな伸びを示しました。今年初日の終値は42円下がりましたが、1月15日終値は17108円に戻し、乱高下していますが、年後半は2万円台に乗せるのではないかと期待しています。それに連動して景気も良くなっていくことを期待したいところです。」

今年は「未年」。この文字にはさまざまな言われがありますが、私は、今年を「未来の未年」ととらえて今年1年、未来に向けて開いていけるように邁進して参りたいと考えています。相場の世界では「未年は辛抱の年」と言われるようですが、今年は左手に「辛抱」、右手に「希望」をもって力強く、明るく邁進していかなくてはなりませんか！」と力強いメッセージを頂きました。

開会の辞
つくば支部長
株式会社竹屋
代表取締役社長 磯貝 努 様



閉会の辞
副会長
株式会社トーイツ
代表取締役社長 沼田允利 様



JKホールディングス株式会社 挨拶
代表取締役社長 青木慶一郎



「今年は、金融緩和が進んでいるなかで株価も上がってお金は流れていることを実感。今年も消費税増税後の需要ダウンがなかなか回復されない中で見通しにくいところですが、さまざまな住宅市場活性化の施策が出され、市場最低金利が一段と進みます。中長期的には住宅着工数60万戸の時代はいずれやってくるだろうと思います。それにどのようにして対応していくかは難しいところではありますが、住宅業界も環境の変化が起きていますので、我々の一番のお客様である販売店様のご売のお手伝いをするハウス・デポ・ジャパン、ハウス・デポ・パートナーズ、そしてJKサポートセンターなど、皆様をサポートできる体制を整えつつあります。時間はかかっていますが、使いやすさや改善に努めるなど、我々のやるべきことは沢山あると思います。そういったことにJKホールディングスグループ総力を上げて頑張ってみようと思います。」と東京ジャパン建材会でJKホールディングスグループ代表者として初の挨拶を述べました。

賛助会員代表挨拶
大建工業株式会社
代表取締役社長 億田正則 様



「昨年は4月1日の消費税増税による想定を上回る需要減だったのではないかと思います。ただ、新設住宅着工数2014年は約89万戸、2013年は98万戸、2012年は88万戸。一昨年の駆け込み需要増を除けば別段大きい落ち込みではなかったのではないかと思います。今年の成人126万人、昭和45年の246万人から半減という現実。10年後の日本の人口は600万人減るといわれ、うち500万人は30歳～44歳の第一次住宅取得者層。これは我々業界にとって大きな懸念事項ではないかと思えます。反面、私も含めた高齢者人口は増えていくということですから、建て替えやリフォームによって今の住まいよりもより良い機能・環境に暮らしたいという希望をもっているはずですので、より機能性の高いものが提案できるのではないかと思います。そういう環境の認識のもと、いろいろと努力と工夫を重ねることによって我々業界も変化しつつ、今後も楽しみな業界ではないかと思っております。」と挨拶されました。

ジャパン建材株式会社 挨拶
代表取締役社長 小川明範



「今年は住宅関連業界にとっての節目の年。それに向けて2012年から「サナギ3カ年」と位置づけ、変わる業界環境に備える準備に取り組んでいますが、まだ事業に育ってはいけませんので、これからしっかり育てていくことが2015年以降の私たちの課題だと思えます。未年の今年は、10年後の2025年には人口の4分の1が高齢者という超高齢化社会を迎え、第一次住宅取得者層が大幅に減る、住宅着工数は60万戸台になるともいわれています。先々起こりうることをスケッチし、本日で参集賜っています皆様と一緒に何をすべきかを考え、商売の強化を核としてリフォーム、内装・構造も含めた非住宅の木質化、シルバー市場対応の準備、海外への取組みを、ジャパン建材、JKホールディングスグループは、Bullsマークが示すように失敗に臆することなく果敢にチャレンジしていきたいと思えます。」と新年の決意を述べました。

第三部 懇親会



JKホールディングス株式会社 代表取締役会長 吉田繁の挨拶から懇親会が始まり、城北支部長 早川住建株式会社 代表取締役社長 早川淳 様による乾杯、ニチハ株式会社 取締役 専務執行役員 営業本部長 杉崎四郎 様の中締めを頂きました。

私たちは、非住宅木造にも取り組んでいます！

ジャパン建材 木構造事業部 受注事例

社会医療財団法人天心堂 関連施設

「ケアモール天心堂」 “老人ホーム”

大分で医療関連を展開されている、社会医療財団法人天心堂の関連施設ケアモール天心堂の“老人ホーム”が木造で建設されました。

主要構造材料及び一般造作材料の約半数は大分県産材活用が条件となり、その杉材料を製材品・集成材・BP材(2～3段重ね材)として製造し、2階建木造物を建設した次第であります。

大スパンの居室・ホール等については構造材が現わしとなり、安らぎの空間を感じる造りになってお施主様

からも好評を頂いています。

作業工程の中で材料加工は特に難易度の高い技術も取り入れられておりNC機械加工・手加工・一般プレカット等、現場入場までには苦労した面もありましたが、お陰様で現場入場後はこれだけの大規模建築物でありながら約1か月で完了させ(屋根仕舞を含む主要構造部分)、全体工事竣工も本年2月末を予定しており、1か月前倒しで引き渡しができる事となりました。

(物件情報)

事業主：社会医療法人財団 天心堂
設計者：東九州設計工務株式会社
施工者：株式会社 佐伯建設
物件所在地：大分県大分市内
木質構造部材：製材品・集成材・BP材(重ね材)
使用樹種：杉・からまつ
使用材積：220,0m³
延床面積：1,702,0m²
担当 木構造建築課 西日本担当 松岡



未来へ受け継ぐ新世代外装材

モエンエクセラード 16



ニチハ株式会社

従来の塗料をさらに進化させた超高耐候塗料を採用した『フュージェ』は、およそ 30 年相当 (18,000 時間) の耐久性を確立。10 年から 15 年ごとに必要であった再塗装工事の期間を大幅に延ばすことが可能となり、ランニングコストを格段に抑えることができます。

【上下四方に実がある四方合いじゃくり】

シーリング目地に比べて外壁材どうしの継ぎ目が目立ちにくい

上下四方に実がある四方合いじゃくりなので、サイディングの左右接合部にシーリング目地が入らないため、一体感のあるフラットな壁面を演出。

【専用部材でシーリングレス仕様】

「ドライジョイント工法」で黒ずみ汚れを気にしなくてすむシーリングレス仕様

専用部材を用いることで出入隅部や窓まわりなどにシーリングを使わずに施工できるドライジョイント工法。開口部まわりの外壁表面に釘頭が露出しない新工法も開発。

※換気口周りなどシーリング目地が必要となる部位があります。
※サッシの形状、寸法、位置等によりドライジョイント工法が適用できない場合があります。

【美しさ+ロングメンテナンス】

超高耐候「プラチナコート」によりメンテナンスコストで大きく差をつける仕上りの美しさとロングメンテナンスを実現した『フュージェ』は、新世代外壁材。これからの住宅市場を牽引する質感・意匠・機能・新工法などにニチハの最新技術を兼ね備え、一体感のある壁面で、より上質な住まいを実現。さらに『フュージェ』採用の際に「ドライジョイント工法」もしくは「プラチナシール」をセットで使用すれば、「変色・褪色 15 年保証」対応も可能。



超高耐候「プラチナコート」が
ロングメンテナンス化を実現。

フュージェは従来の塗料よりも進化させた超高耐候塗料を採用。フュージェは従来の塗料よりも進化させた超高耐候塗料を採用。フュージェは従来の塗料よりも進化させた超高耐候塗料を採用。フュージェは従来の塗料よりも進化させた超高耐候塗料を採用。

10年保証 15年保証 30年保証

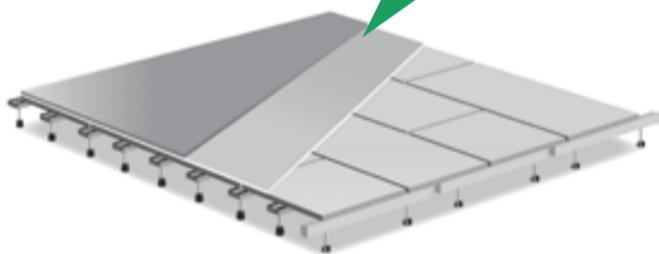
プラチナコート 10年保証
プラチナシール 15年保証
W プラチナ 15年保証
4年保証
金推奨 四方

◆ラインナップ：7柄 37品番

商
品
情
報

「環境と安全」という品質 施工性に優れる 万協フローシステム ECO Specs

「万協エコボードTG」を搭載した
三重床システム YPE-TGタイプ



万協エコボード TGは……

- 遮音性・寸法安定性・耐水性・不燃性・価格安定性・安定供給・耐虫害性・床剛性などに優れています。
- 製造時におけるCO₂放出量は、合板と比べて大幅に低減し環境に配慮した商品です。

製造元 **有限会社 泰成電機工業** ☎ 0265-83-1138
〒399-4102 長野県駒ヶ根市飯坂2-8-34 (飯坂工業団地内)

販売元 **万協株式会社** ☎ 03-5424-0707
〒141-0021 東京都品川区上大崎2-12-2 ミズホビル
URL <http://www.bankyo.co.jp/> ●ISO 9001審査登録 ●ISO 14001審査登録(万協株式会社)

“勝ち残る会社づくり”を一緒に進めましょう!

ハウス・デポ加盟店募集

私たちは、全国の建材流通に携わる販売店をあらゆる面からサポートします。

青年部会の活動で“次世代の経営”を目指す！ 研修会でパナソニックセンター東京を見学

(株)ハウス・デポ・ジャパンでは、加盟販売店の若手経営者や幹部が全国から集まり、将来に向けた会社づくりの為に研修会や交流会を実施中。



株式会社 ハウス・デポ・ジャパン 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

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 【リフォームローン】

リフォームローン始めました！！
リフォーム工事全般に対応しております。

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 伊東、北野、荒谷
登録番号 東京都知事(3)第30759号

第33回ジャパン建材フェア

フェア情報 **Bulls** コーナー

『ブルズパック』コーナー

Bulls 商品 2 点を 1 パックにして、お値打ち価格で販売致します！
当日限り、早い者勝ち、売り切れ御免!! 今回も選りすぐりのラインナップ、是非お立ち寄り下さい。



『Demonstration』コーナー

展示だけではわからなかった特徴を実演を交えて説明致します！
新築住宅はもちろん、リフォーム住宅にも採用頂ける商品が登場します。



『シマウマ・コレクション』コーナー

住宅の悩み事ランク上位の収納を解決致します！
売れ筋ベスト5を展示、手に触れて体感下さい。



イチ押し



乾電池式オートロック錠

GATEMAN
Advanced Digital Door Lock

新製品

指紋認証型

GATEMAN F10



解錠方法(2通り)

- スマートパッドに手のひらタッチで暗証番号解錠
- 指紋スキャンによる指紋解錠



【リモコン本体】
(オプション)



【室内側本体】

製品仕様 (GATEMAN V10・V20・F10 共通)

構成	品	仕様	備考
室外部(フロントボディ)	【V10・V20】	19(D)×64.6(W)×160.2(H) 亜鉛ダイカスト	定格電圧: DC 6V 動作温度: -15~55°C 高温センサー動作温度: 55°C
	【F10】	33(D)×67(W)×170(H) 亜鉛ダイカスト	
室内部(メインボディ)		36(D)×85(W)×158(H) 強化プラスチック	
乾電池		1.5Vアルカリ単3電池 4個 1日10回使用基準、1年使用可	

※使用可能期間は、乾電池の寿命・ご使用の環境により差が出る場合があります。 ※取付方法、加工位置は3機種ともに共通です。



めざせ
地域活性化隊

ジャパン建材
西日本グループ
関西営業部
大阪営業所



所長 西岡 広志

黒門市場



道頓堀

平素はお得意先様、仕入先様には、格別のご高配賜りまして、厚く御礼申し上げます。

大阪営業所が所在する大阪市住之江区は、市内から南西に位置し、大阪市24区内で最も広い20.77㎢の面積を有します。元々は、海であり江戸時代の新田開発、明治時代以降の埋め立てによって、現在の陸地が形成されています。

総人口は、大阪市内全体で268万人であり、住之江区では12万3千人と市内では8番目となります。

元々は、1943年の大阪市行政区境界見直しに伴い、隣町である住吉区に属しましたが、1974年に住吉区の西部地区を分離し、住之江区が誕生しました。

その住之江区海側の南港と言う場所には、当営業所も御座いますが、新都心のシンボルとして、平成7年建設完成時には、西日本一の高さを誇っておりましたワールドトレードセンタービル（現大阪府咲洲庁舎で現在は日本で4番目に高い高層ビルです。ちょっと微妙…）や国際展示場インテックス大阪等もあり、企業としても、日立造船(株)・(株)ミズノ、業界では永大産業(株)も本社を置かれている場所であり、数多くの各界著名人も輩出しております。（若干、芸人さんが多いですが…）

南港から西に進むと、隣町の港区と大正区に位置する築港と言う場所があり、そこ築港には、定番観光スポットのユニバーサルスタジオジャ

パンや海遊館等があります。ところで、大阪と言えば何を連想されますか？たこ焼きやお好み焼に串かつ・きつねうどん？もしくは、お笑いの吉本興業や松竹芸能等…ご当地にて有名な食べ物等も御座いますが!! くだおれの街大阪では『何でも美味しい!』ですよ～、お店の方々もサービス精神旺盛でおもしろい（面白い）ので、味以上に美味しく感じる事間違いなし!他にも、日本一長い商店街天神橋筋商店街に標高4.53mと日本一低い山天保山や大阪の台所黒門市場等あまり知られていない穴場観光スポットも、まだまだ色々御座いますので、散策されては如何でしょうか。皆様是非こそ大阪に、『いらっしゃい!』

大阪営業所は、営業5名営業業務5名倉庫担当者2名の総勢12名のスタッフとトラック3台にて、大阪市内中心に南は堺市内・東は八尾・東大阪・西は西淀川まで営業・配送しております。いつも笑顔で元気に明るく、お客様のお役に立てるをモットーに、所員一同精進して行く所存で御座いますので、今後共、より一層のご指導・ご鞭撻また、ご愛顧頂きますよう、何卒宜しくお願い申し上げます。

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

2014年11月の新設住宅着工戸数は78,364戸（前年同月比85.6%）と9か月連続で前年同月比減少となっている。持家・貸家・分譲の利用関係別においてもすべてで減少となっている。季節調整済年率換算値は88.8万戸で4か月ぶりに減少に転じた。

消費増税前の駆け込み需要の反動で昨年3月以降新設着工戸数は減少傾向を辿り、その傾向は今年3月頃まで続くことが推測される。比較対照される2012年とはほぼ同水準となっている。

国内合板

国内針葉樹合板については大手メーカーグループが11月に値戻しを打ち出したことで受注が大量に入り、そこに年末の配送トラック不足が追い打ちをかけたことで、その受注残の消化に1月中旬ごろまでかかることになった。

その後の流通側での新規発注も価格の居所を探りながらになっており、荷動きに勢いはまだ感じられていない。針葉樹合板の生産量が出荷量を上回った状況が続いており、在荷量も増加してはいるが出荷量に対して1か月位の22万㎡程度であり、「多い」という水準には至っていない。冬場に入り生産量も減少することは間違いないので、需給バランスが取れるよい時期ではないかと考える。

輸入合板

円安に進んだ10月末以降に契約した商品が入荷してきている。荷動きも12月は少し停滞気味であったが、1月中旬から上向き始めている。産地も原木事情の悪化などにより強基調を維持しており、各輸入業者も新規契約に慎重になっているので、今後の入荷量も減少することが推測され、価格も上昇傾向を辿ると見込まれる。

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