



CONTENTS ●第36回ジャパン建材フェア ご来場・お買上げ御礼!...p.1 ●第36回ジャパン建材フェアを振り返って「住まい方・暮らし方コーナー」...p.2
 ●トップ対談...p.3 ●第36回ジャパン建材フェアを振り返って「住まいづくりサポートゾーン」 おさらいしましょう! ZEH(ゼロ・エネルギー住宅)...p.4
 ●第36回ジャパン建材フェアを振り返って「ママ目線の工務店づくりコーナー」ママのリアルな声 TOP 3 / ●JK木構造・木質化グループ 受注事例ご紹介...p.5
 ●商品情報 ●イチ押し Bulls: 36th ジャパン建材フェアに初登場の新商品 ●地域活性隊 ●合板天気図

第36回ジャパン建材フェア ご来場・お買上げ 厚く御礼申し上げます!

総売上: 528 億円 総来場者数: 25,084 名

開場式 平成 28 年 8 月 26 日 9:00 ~

消費税増税の延期決定後の開催となりましたが、おかげさまで売上目標 520 億円、来場予定 25,000 名を上回る大盛況のうちに終了しました。見どころ盛りだくさん+魅力満載のジャパン建材フェア開催にあたり多大なご支援・ご協力を賜り厚く御礼申し上げます。

出展メーカー様代表ご挨拶

アイカ工業株式会社
代表取締役社長
小野 勇次 様



小川社長はじめジャパン建材さんの若いパワーが我々メーカーをぐいぐいと牽引していただけると、私は信じています。我々メーカーも一致団結してこの期待に応えるように良い商品を出して業界に貢献していきたい、そのためにまずは、この日本一のジャパン建材フェアを大成功に収めたいと思います。

ジャパン建材より挨拶

代表取締役社長
小川 明範



私たちジャパン建材は、「売り手の論理ではなく、買い手は何を欲しているのかを見極める」「自分の強みをどこでどう発揮してどういう立ち位置で仕事をしていくかを明確にする」「誰に選ばれることを目指すか」という三つを肝に銘じ、中間流通の間屋としての機能をしっかりと発揮し、使命を果たしていきたいと思えます。



「第36回ジャパン建材フェア」開催記念のテープカット



東京ジャパン建材会会長 株式会社シノザキ	代表取締役社長 篠崎 務 様
アイカ工業株式会社	代表取締役社長 小野 勇次 様
クリナップ株式会社	代表取締役社長 井上 強一 様
株式会社ノーリツ	代表取締役社長 兼 代表取締役執行役員 國井 総一郎 様
マグ・イソペール株式会社	代表取締役社長 フランシス・ショレー 様
吉野石膏株式会社	代表取締役社長 須藤 永作 様
JKホールディングス株式会社	代表取締役社長 青木 慶一郎 様
ジャパン建材株式会社	代表取締役社長 小川 明範



「第36回ジャパン建材フェア」目標達成に向け、タカラスタンダード株式会社様によるVコール



開会に先立ちジャパン建材若手社員による「和太鼓の演奏」と「木遣り」を披露

『第37回ジャパン建材フェア』は平成29年3月17日(金)・18日(土)に開催を予定しております。次回も皆様のお役に立つ展示会を企画させていただきます。

第 36 回ジャパン建材フェアを振り返って

「住まい方・暮らし方コーナー」 快適な住まいへの道のり

- 温熱編 -

東京大学准教授 前真之氏監修のもと住まいの温熱環境について解説する展示を行ないました。建築家の伊礼氏が監修した設計編から一変し、“サーモカメラ”を駆使したコーナーとなりました。自分の姿が大画面に投影されたサーモビジョンやプロジェクションマッピングで住まいの弱点を解明したミッションボードなど来場者が楽しみながら学んでいただける場となりました。

① サーモビジョン

ご来場の皆さまから放射される熱をサーモ映像で生放送



② サーモ写真ギャラリー

誰もが知っている有名建築物をサーモカメラで撮影し、美術館風に演出



③ ミッションボード

ジャパン建材フェア初の試みとなるプロジェクションマッピングで住まいの温熱の悩みを解析



④ レクチャーボード

前氏のキャラクターが「気密・断熱」「頭上の放射熱」「開口部」について研究データをもとに解説



⑤ 体感ゾーン

実際の窓に熱や冷気をあて、性能による違いを体感いただき、また東西面と南面の日差しの違いを実験映像で解説



サーモカメラ体験コーナー

前氏特別セミナー

『目で見える住まいの熱と空気』

目で見ることができない遠赤外線や、太陽光の約半分を占める近赤外線の仕組み、それが住まいの温熱環境にどのような影響を与えるか、など。前氏による講演でわかりやすく解説いただきました。



～あとがき～

より多くの人を幸せにする住まいを考えると「美・快・実」が重要だと前氏は考えています。“美”しければ住み手は家に愛着を持つことができます。また、“快”適性を守る基礎性能の高さも、永く住もうためには大切です。そして“実”利。省エネで光熱費が抑えられる点も、住み手が生活するうえで重要になります。住む人の幸せを考えてこそ「快適な住まいへの道」が開かれるのではないでしょうか。

トップ対談

パナソニック株式会社 代表取締役専務 エコソリューションズ社 社長 吉岡 民夫 様

よしおか たみお

【プロフィール】

1955 (昭和 30) 年 大阪府に生まれる
1977 (昭和 52) 年 大阪府立大学 経済学部卒業
1977 (昭和 52) 年 松下電工株式会社 入社
以後、同社執行役員、取締役を歴任
パナソニック株式会社 エコソリューションズ社 常務
2012 (平成 24) 年 同社 専務
2013 (平成 25) 年 パナソニック株式会社 取締役 エコソリューションズ社 社長
2014 (平成 26) 年 パナソニック株式会社 代表取締役専務 エコソリューションズ社 社長



【会社概要】

1918 (大正 7) 年 松下電氣器具製作所を設立創業
1923 (大正 12) 年 砲弾型電池式自転車ランプを開発
1947 (昭和 2) 年 「ナショナル」の商標を制定
1935 (昭和 10) 年 松下電器産業株式会社に改組
2004 (平成 16) 年 松下電工(株)およびパナホーム(株)、および傘下の子会社を連結子会社化
2008 (平成 20) 年 松下電器産業株式会社がパナソニック株式会社に社名変更
更松下電工株式会社がパナソニック電工株式会社に社名変更
2012 (平成 24) 年 パナソニック株式会社がパナソニック電工株式会社を吸収合併
事業再編により9ドメインと1マーケティング部門で構成する新事業体制へ移行
2013 (平成 25) 年 ドメインを解消し、事業部制を軸とする新パナソニックグループ基本構造に移行



創業者の精神を受け継ぎ、時代が求めるトータルソリューションで、社会の、世界の発展に貢献し続けます。

「家」への高い志を受け継ぐ

小川 本日のTOP対談に先立ち、パナソニックミュージアム 松下幸之助 歴史館で勉強させていただきました。同時にさまざまな日本初、世界初を成し遂げてこられたご創業者のバイオニア精神に触れることができました。ありがとうございます。

吉岡 松下幸之助が大阪市大開町で1918年に松下電氣器具製作所を創業、配線器具「アタッチメント二股ソケット」の製造からスタートし、2018年に創業100年を迎えます。松下幸之助の経営者としての考えやエピソードは、いろいろなところで語られ、よく知られていると思います。出版された本も日本のベストセラーの歴史を塗り替えるほど多くの方々に関心されていますが、一般に松下幸之助＝松下電器産業＝家電のイメージが非常に強いと思います。実は、創業者は「家」に対して強い思いがあり、住宅業界には深い関係がありました。

小川 確かに、ご創業者の経営や人づくりに関する本は、私もいくつ読ませていただきましたが、住宅業界との関係については初耳です。このお話は、ぜひ本誌の読者の皆様にもお伝えしたいと思います。

吉岡 松下幸之助は、25年を一代、それを10世代積み重ねると250年になるという「250年計画」を1932年から言い始めました。これは、だれ一人不幸な人がいない未来を夢見て、10世代に夢を託した壮大な計画です。

また、「私たちの使命は、生活者に良質な住まいと優れた住環境を提供し、生涯にわたるご満足をお届けすることにある」という思いから、「住まいというものは心身の置きどころであり、また、人格の成長をはかる場所でもあり、人間が生活していくうえで、最も大切なもの。それにふさわしい良い家をつくりたい。」という言葉も残っています。さらに、「日本の家」、つまり日本人の家。豊かな四季が巡る日本、その風土とともに快適に暮らせる家。「日本人のくらしに本当に合った家」をつくり、日本人のくらしに貢献したい…という高い志を発信し、直筆の書も残しています。

小川 日本の住まいと暮らしを豊かにするということですね。メーカーと流通、立場の違いはありますが、当社が掲げる企業理念『快適で豊かな住環境の創造』と、パナソニック様の目指す方向性は同じですね。

「良家」「日本の家」を形に

吉岡 私たちエコソリューションズ社の前身は、1945年の財閥解体で松下電器産業が16社に分割されて誕生した松下電工で、住宅関連事業に携わってきました。

小川 その初代社長が丹羽正治氏ですか。

吉岡 正確には三代目社長ですが、創業者から全てを任せられ、礎を築いた社長です。その子会社として1963年にナショナル住

宅産業（現パナホーム株式会社）ができ、今日につながっています。

実は、松下幸之助はパナソニックグループ各社の役職を退いてからも旧松下電工の会長だけは最後まで続けていました。それは、やはり住宅関連事業への思いが強かったからだと思います。

小川 私も大なり小なりご創業者の本を読ませていただいていたのですが、本日、改めて、ご創業者が何よりも大事にされていた「人づくり」の意味を深く知ることができました。企業に必要な人を育てるだけでなく、万人の人格形成を図るために必要な生活インフラの向上、住まいを豊かにするソフトとハードをどうするかということまで考えて取り組まれたのですね。

吉岡 家電商品でどんどん生活を豊かにしよう、住宅関連商品で良い家をつくり、暮らしを豊かにしようとする取り組みでできた経営者であり、思想家です。その熱い思いは、現在のパナソニックのブランドスローガン“A Better Life, A Better World”につながっています。因みにこの「A」には、「一人ひとりの」という意味を込めています。

オールパナソニックで成長しよう！

吉岡 2004年、それまで独立して歩んできたグループ各社を総合的な一つのブランドとして強く押し出していくため、松下電器産業が松下電工に資本金51%を出資する新しい資本関係で再スタートを切りました。創業者の思いをどちらも強く引き継いでいたのですが、両者は異質でした。これは創業者が常に身近にいて陣頭指揮に当たった会社と、一方で、松下電工の丹羽社長が、「親父だったらどうするだろう」ということを常に自問自答し、全社的に自由闊達に意見を言わせて汲み上げて結論を出していた会社の違いではないかと思っています。

小川 簡単に言えば、トップダウンで進んできた会社と、ボトムアップで進んできた会社の違いでしょうか。

吉岡 そうだと思います。ワンパナソニックという現在の姿が誕生したのは、パナソニック、パナソニック電工、三洋電機の3社が一つになった2012年です。

ところが、2011年～2012年はちょうど家電の激しい価格下落があり、それまで稼ぎ頭だったテレビや携帯電話の収益が著しく悪化するという危機的な業容の変化があり、2年連続の赤字となりました。

そこで2013年からは構造改革に取り組み、赤字脱却の体質に戻ってきました。でもそれは、あくまでも不採算事業の中止や人員削減、工場閉鎖といった構造改革の結果でした。そのような状態のまま先へ進んでいけるはずはなく、2015年から「次の成長に向けて頑張ろう」という方向性を打ち出しました。また、同時に「住宅」については「ホームズ&リビング」という事業ブランドを創りました。

現在のパナソニックには、エコソリュー

ションズ社、アプライアンス社、AVC ネットワークス社、オートモティブ&インダストリアルシステムズ社の4カンパニーがあります。各社各様に強く創業者の思いを受け継ぎ、それぞれに培ってきた良いものがバランスよく混ざり合っていると思っています。このオールパナソニックの成長軸を「車」と「家電」と「住宅」に置くことを決めました。

車関係は、ハイブリッドカーや電気自動車用のリチウム電池の大きな需要が見込めること。自動運転の実現などで、車そのものの姿がここ3年～5年で大きく変わるとしています。バッテリーをはじめ、さまざまなセンサー、ヘッドライト、コントロール機器などの技術を投入していくことで成長機会が生まれます。

家電は今まで培ってきたDNAで海外では白物家電がまだまだ大きく成長できるだろうと思います。一方、国内は成熟市場で成長は見込めないと思っていましたが、他社の撤退で、パナソニック98年の歴史の中で白物家電全般が過去最高のシェアを記録しています。

小川 素晴らしいですね。



お客様の求める「ホームズ&リビング」

吉岡 人口減とともに住宅着工戸数は減っていくかもしれませんが、暮らしに焦点を当て、住空間の価値を高めていくことで、成熟した日本でも住宅の空間の価値は求められる、家電の更新もあるでしょう。また新興国でも、これからどんどん住宅が建っていくでしょう。「家」を切り口に見ると、パナソニックグループは、そこに必要なものを全てもち、それらを活用して空間を作れる世界的に極めてユニークな企業グループです。

もう一つの成長軸は、介護関連事業。この分野に取り組んで19年目ですが、介護関連施設の中でサービス付き高齢者住宅や、ショートステイ付き介護サービスセンターが主流になってきていることから、そういった施設は「高齢者の住まい」であり、これからの成長が見込める分野です。

小川 私たちジャパン建材は、高齢者向け施設も『快適で豊かな住環境の創造』の延長線上にあると考え、取り組んでいます。

同時に、日本の「住環境」はもっともっと向上させる余地があるという思いがあります。住宅着工戸数には限りがあるかもしれませんが、住宅の質や高齢者どう共存するかということも含めて、私たちが真剣

に考えています。

パナソニック様は、藤沢スマートシティにも取り組んでいらっしゃいます。当社のお客様は、地域密着で良い家建て、建ててからも住まいの町医者的な取り組みをされている工務店様に住宅資材を供給されていますが、個別の大手・工務店様の活躍する場には限界があります。そこで、ジャパン建材としては、住宅と商業施設や医療施設などが一体化して暮らしやすい街づくりそのものから自治体やディベロッパーさんと一緒になって取り組んでいきたいと考え、産学協同の可能性なども研究しているところです。それを実現する際に、パナソニック様に大きな後ろ盾になっていただけることを期待しています。

もう一つは、住まいの質を上げる家電のビルトインや家電を収納できる壁一体型の収納キャビネットなど、空間づくりが日本ではなぜできないかという思いがあります。

吉岡 まさにそこです。パナソニックは多種多様な製品群をもっていますが、残念ながら「足し算」で販売してきたのがこれまでの実態です。そこを変えるために、パナソニック全体で住宅関連事業にフォーカスしていくことを強く打ち出し、「掛け算」で考えていく機運が一気に高まってきて各社の歩み寄りが進んでいます。オールパナソニックとしてのシナジーも出てくると思いますのでご期待いただきたいと思います。

方向性としては、お客様から見ればパナソニックは一つ。それを実現するために「掛け算」で考えて、「良い家」「日本の家」の実現を目指しています。

小川 パナソニック様のこれからのお取り組みに住宅関連業界の期待感がますます高まると思います。

吉岡 それを目指しています。日本の経営は固定費＝投資が膨らむことを恐れるあまり、成長も頭打ちになっていくという悪循環に陥りがちですが、投資をしなければ、成長のための新しい価値は生まれないとの思いからショールームを2018年までに69箇所を増やし、空間づくりの価値ある提案を増やし、パッケージ化の質を上げて、売上増につながる体制強化に取り組んでいるところです。

小川 世の中のニーズにミートできる商品やサービスを提供・提案できることが何よりも大事ですね。空間、もっと言えば、住まい方のソフトもパッケージにして、日本人が豊かな生活を送るための提案もできるのではないのでしょうか。

吉岡 お客様が価値と感じてくれる価値を提供し、お客様が求める価値を大きくしていかないと事業は成長できないと思います。

小川 多くの方々が期待していらっしゃると思いますので、私たちも住まいの空間づくりという視点からおおいにPRしていきたいと思います。業界のリーディングカンパニーとしてぜひ引っ張っていただきたいと思います。

本日は貴重なお話を聞かせていただきましてありがとうございます。

第 36 回ジャパン建材フェアを振り返って

ZEH (ゼロ・エネルギー住宅) づくりに 必要なポイント

おさらい
しましょう！

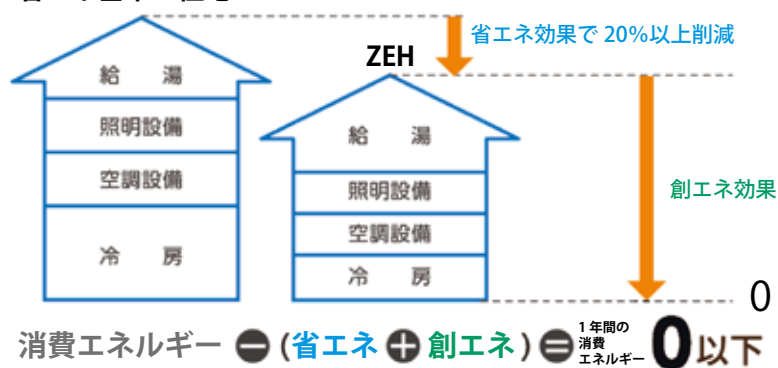
2020 年 ZEH が新築の標準になる！

2014 年 4 月に閣議決定された「エネルギー基本計画」において、「住宅については、2020 年までに標準的な新築住宅で、2030 年までに新築住宅の平均で ZEH の実現を目指す」とする政策目標を設定しています。第 36 回ジャパン建材フェア会場の ZEH 躯体展示およびセミナーでもご紹介した ZEH づくりの基本と重要なポイントを当誌でおさらいしましょう！

ポイント① ZEH とは？

外皮の断熱性能などを大幅に向上させるとともに、高効率な設備システムの導入や、再生可能エネルギーを導入することにより、年間の一次エネルギー消費量の収支をゼロとすることを旨とした住宅。

省エネ基準の住宅



ポイント② ZEH にするには？

「省エネ」「創エネ」「蓄エネ」「HEMS」を組み合わせる必要があります。太陽光発電システムを載せただけではできません。

断熱

断熱性能を向上させ、エネルギーロスを最小限とする住宅を建てる。
(夏は涼しく 冬は暖かい住宅)

省エネ

HEMS や省エネ性能の高い機器・照明等を取付け、家で消費する電力量を減らす。

創エネ

太陽光発電などで、家で消費するエネルギーよりも多くのエネルギーを創る。

+蓄エネ



第 36 回ジャパン建材フェアで見て、実感いただいた ZEH

ポイント③ ZEH のメリットは？

省エネルギーで家計にやさしく地球にもやさしい住宅です。長期間払い続ける住宅ローン相応の価値ある住まいにします。

メリット 1 経済的！

効率の良い設備を設置し、断熱性に優れ、太陽の光を上手に取り入れた住宅は、経済的で家計にやさしい住まいです。

メリット 2 快適！

暑さ寒さから住もう人を守り、真夏や真冬でも少ない暖冷房エネルギーで、過ごしやすい快適な住まいです。

メリット 3 健康！

結露によるカビやダニの発生をおさえ、身体が受けるさまざまなストレスをシャットアウト。住もう人の心身を健康にするやさしい住まいです。

メリット 4 長持ち！

地域の気候風土に配慮し、結露の発生しない省エネルギー住宅は、結露による木材などの腐朽や劣化を抑制し、長持ち住宅。地球環境にもやさしい住まいです。

ポイント④ 屋根・床・壁の断熱性能を高める！

省エネ基準よりも 20%以上の省エネを ZEH 基準と設定しているため、躯体を高断熱化しなければなりません。

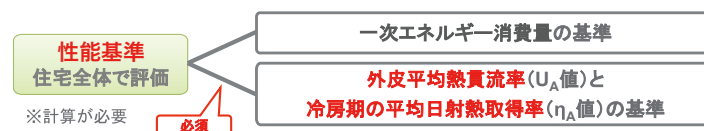
地域区分	1地域 (旭川等)	2地域 (札幌等)	3地域 (盛岡等)	4地域 (仙台等)	5地域 (つくば等)	6地域 (東京等)	7地域 (鹿児島等)	8地域 (那覇等)
ZEH基準	0.4	0.4	0.5	0.6	0.6	0.6	0.6	-

表：外皮平均熱貫流率 (U_A値) の基準

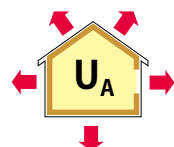
ポイント⑤ 性能基準をしっかり理解する。

計算によって【使うエネルギー】と【創るエネルギー】が差し引きゼロになることを示す必要があります！

ゼロ・エネルギー住宅(ZEH)を建てる際には、性能基準しか使えません。

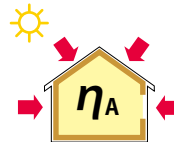


U_A 値：外皮平均熱貫流率



単位温度差当たりの
外皮熱損失量
外皮平均熱貫流率 $U_A = \frac{\text{外皮熱損失量}}{\text{外皮等面積の合計}}$

η_A 値：冷房期の平均日射熱取得率



単位日射強度当たりの
冷房期の日射熱取得量
冷房期の平均日射熱取得率 $\eta_A = \frac{\text{冷房期の日射熱取得量}}{\text{外皮面積の合計}} \times 100$

ジャパン建材が ZEH への取組をサポート致します。

1. ネット・ゼロ・エネルギー・ハウスの仕様提案
2. 一次エネルギー消費量の計算

JK Support Center

ジャパン建材(株) JK サポートセンター

〒136-8405 東京都江東区新木場 1-7-22 新木場タワー 10 階 TEL : 03-5534-3713 FAX : 03-6738-8917

第 36 回ジャパン建材フェアを振り返って

初登場

ママ目線の工務店づくりコーナー

住まいに対するママたちの率直な意見が聞ける当コーナーでは、「トークセッション」や「相談コーナー」が大変賑わいご好評をいただきました。



トークセッションの様子

「持ち家&検討中のママ 200 人に聞いた」住まいに関するアンケート結果

質問		答え
1	家が欲しくなったきっかけは？	1 位 家族が増えたので部屋が狭くなったから
		2 位 住みたい地域の土地や家の情報を見たから
		3 位 それまでの家賃が高かったから
2	家を建てる時の不安は？	1 位 金銭面（ローン・金利・メンテナンス・サポート）
		2 位 立地（周辺環境・利便性・地盤）
		3 位 近所付き合い（どんな世代が住んでいるか・トラブルはないか）
3	新しい家に住んでみて意外に気になることは？	1 位 収納量
		2 位 風通しの良さ・悪さ、湿気
		3 位 家事導線
4	家を建てる・リフォームするコトで何を手に入れたい？	1 位 子育てしやすい生活（常に子供の様子を見守れるキッチン・学習机になるリビングカウンター・ベビーカーを収納できる玄関など）
		2 位 家事のしやすいデザイン（家事導線・収納）
		3 位 耐震・免震

（一般社団法人 ママ脳総合研究所調べ）

JK 木構造・木質化グループ 事例ご紹介

JK 木構造・木質化グループは、総合力を発揮する「トータルシステム」で、皆様のお手伝いをしています!!
ジャパン建材では、木構造建築課を中心に、木構造建築物の構造計画から施工までを手掛けています。
詳細につきましては、各営業所または木構造建築課までお問合せください。

埼玉工業大学 ものづくり研究センター

“ 自然エネルギーを最大限活かした ECO 研究センター ”

木の造形を構造に活用

在来軸組工法を応用した中大規模木造建築です。建物中心に据えた樹状柱が 22mx25m の大空間を創造、樹状は第三枝まで延びて鉛直支持要素となっています。可能な限り一般流通材の規格を採用してロングスパンを桁梁架構で構成する等、コストを考慮した設計になっています。
ラチス格子耐力壁は、秋田グルーラムの工場組立品、壁倍率 9 倍の耐力壁として構造の一部を担っています。

設 計 監 理：株式会社松田平田設計
構 造 監 修：稲山正弘 東京大学大学院教授
施 工：竹並建設株式会社
所 在 地：埼玉県深谷市
用 途：展示スペース・実験室・ゼミ室
構造・規模：木造・地上 1 階
延 床 面 積：981.44㎡
使用 材 料：スギ、ヒノキ、オウシュウアカマツ
 ベイマツ / 集成材・製材



デザイン、機能、コーディネートまで 一人ひとりのこだわりを叶えるキッチン **L - CLASS**

パナソニック株式会社エコソリューションズ社

パナソニックならではの先進の機能に加え、部材の納まりや素材、手ざわりにいたるまで、機能的でありながらもインテリアに美しくとけ込むスタイリングを両立します。

【デザイン】

従来よりスリムになったカウンタートップや、家具のような足元の納まりによって空間に美しく溶け込み、さらに100柄の扉や29柄のカウンターなど、インテリアに合わせて多彩なコーディネートが可能です。



【グラリオカウンター】

美しい天然石の表情を再現した有機ガラス系人造大理石カウンター。汚れや傷がつきにくく、お掃除もラクラク。



【マルチワイドIH】

4つのお鍋を同時に加熱・保温でき、すべての料理はアツアツの状態でお食卓へ。大鍋やオーバル鍋も使えて、料理の幅が広がります。



【ほっとクリーンフード】

ファンのお掃除が10年不要（※2）で普段はサッと拭くだけ。お手入れがぐっとラクになりました。

※1. ファンは10年に1回、ラクウオッシュプレートは年1回のお手入れが必要です。使用状況によりお手入れ頻度は変わります。
※2. 10年使用相当の汚れ付着での基本性能試験の値（当社調べ）



スタイリッシュで圧倒的な存在感 ガラスで仕切るポーチ **オールガラスポーチ** (引戸タイプ)

株式会社タカショー

全面にガラスを用いたデザインで、ラグジュアリーな空間を創る『オールガラスポーチ』。ガラスをすべて閉じれば、景観を取り込みながら、空間を仕切ることのできる間仕切りとなります。すべてのガラスを開けば、庭と部屋をつなぐ開放的な空間になります。『オールガラスポーチ』で家にホームリゾート空間を創れば、リゾートライフが楽しめます。



【自在にプランニング】

- 本体が4本柱の仕様なので、家側に寄せても、独立でも使えます。
- 内天井を取付けられ、照明を入れることでより部屋としての空間をつくれます。（オプション）
- 専用網戸もあり、ガラス戸解放時の虫の侵入を防ぎます。（オプション）

【商品仕様】

サイズ：間口 ガラス4枚（3036mm）～6枚（4440mm）
出幅 ガラス3枚（2475mm）～ガラス4枚（3176mm）
高さ H2300mm、H2500mm
カラー：7色 ※本体フレーム色
ガラス：厚さ10mmの強化ガラス
屋根：ポリカーボネート



ハウスデポ・リフォーム

加盟店募集

ハウスデポ・リフォームは
大工・工務店様のリフォームの取組みを支援し
「独立したローコスト経営」を応援いたします。

費用を抑えた
リフォーム事業の
取組み

WEBサポート
による
企業紹介

全国に広がる
ハウスデポ
グループ組織

各種チラシの
作成

グループによる
イベントの開催

共通ロゴによる
販促ツール

株式会社 ハウス・デポ・ジャパン

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。

「住宅ローン借換の絶好のチャンス」です！

**あなたの住宅ローンを
見直しませんか？**

長期固定金利住宅ローン
**ハウス・デポ
【フラット35】**

※過去最低水準の金利となったことで、ご利用中の
住宅ローンの借換メリットが出る可能性が高くなりました。
ぜひお問い合わせください!!

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: hdp@housedepot-p.co.jp
担当：営業部 伊東、北野、荒谷、伊坂、村田

貸金業登録番号 関東財務局長(1)第01508号
日本貸金業協会会員 第005893号

36th ジャパン建材フェアに 初登場の新商品



作業環境と地球環境にやさしい 木造住宅用省力化パネル

Bulls 壁ドン 床ドン

ZEHに
イチ押し



●使用箇所

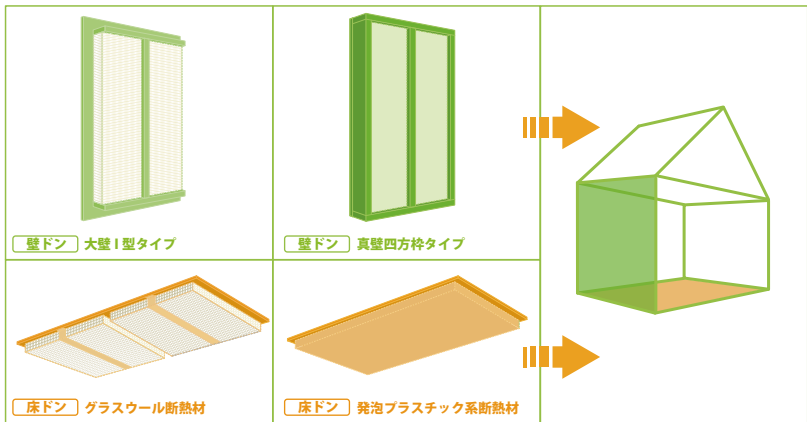
『壁ドン』⇒外壁面、袖壁、妻壁（小屋壁）
『床ドン』⇒1F床、2F床、小屋床

●特徴

- ①省施工・工期短縮：「壁ドン」の施工は1日で完了し、5～10%の工期削減に繋がります。
- ②高断熱化：お客様が求める断熱性能や条件に対して様々な断熱材を提案することが可能です。
- ③耐震化：お客様が求める耐震性能に応じて様々な素材の耐力面材を選ぶことが可能です。

●セールストーク

構造プレカット図面をもとにすべてジャストサイズで製造し、工場で作成する「フルオーダーメイド」。パネルに使用する材料やパネルの形状も自由に選べます。工事現場では予め施工されたプレカット躯体の中にこのパネルをはめ込み、釘留めをするだけで複数の工程を一度に施工することが可能です。



壁面をグリーンで装飾したい！ 生グリーンの設置が難しい壁に！

Bulls

Lock Plants

ロックプランツ



●用途

- ・壁面をグリーンで装飾したい時にご利用ください。
- ・生グリーンの設置が難しい壁面にご利用ください。

●特徴

- ①フェイクグリーンなので枯れることがありません。
- ②グリーンがセット済みの完成品なので簡単に取り付け出来ます。

●セールストーク

フェイクグリーンなので衛生面や周囲の環境により生の植物では対応できない場所でも簡単に緑化することができ、完成品なので、壁面に取り付けるだけでグリーン装飾がお楽しみ頂けます。また、設置後のメンテナンスも市販の化学モップ等でホコリを拭き取るだけなので手間がかかりません。



省施工シンプルなデザインの ラッチ機能付きドアストッパー新登場

Bulls

DOOR STOPPER Neo

ドアストッパー ネオ



●使用箇所

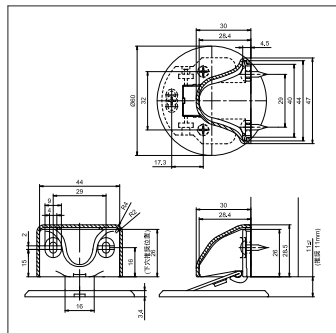
一般戸建用開き戸

●特徴

- ・強力なマグネットによる係止機能
- ・ラッチによる仮キャッチ機能を有し、扉が勝手に閉まることを防止
- ・床金具の厚みが薄いため、蹟くことが無く、掃除の邪魔にならない
- ・洗練されたデザインによる高い意匠性
- ・ドライバー一本で簡単施工

●セールストーク

一般的な戸当たりでは、開けた扉が跳ね返り、その扉に体をぶつけて怪我につながってしまうことも考えられます。ドアストッパーネオは、ラッチによる仮キャッチ機能を有しているため、装置の位置まで開いた扉を係止し、その位置に扉を保持しておくことができます。扉金具、床金具共に、デザイン性の高いカバーをかぶせるため、ネジを露出することなく、優れた意匠性を提供できます。また、床金具の厚みは3.4mmと薄く、足をぶついたりつまずいたりせず、掃除機をかける際にも邪魔になりません。耐久性も連続開閉テストは20万回をクリアしているため、安心してご使用頂けます。



◎入数：10個入り
◎材質：【床側金具】カバー/ABS 床金具/SPCC
【扉側金具】カバー/ABS マグネット本体/ナイロン・POM
◎仕上：クロムメッキ、塗装

お問合せは、ジャパン建材各営業所までお願いします。

めざせ
地域活性隊



ジャパン建材
西日本グループ
四国営業部
高知営業所



所長 高橋 真司

高知営業所が所在する高知県は、県面積 7,105 平方キロメートル、総人口 722,355 人。幕末の偉人達の故郷、よさこい祭り、四万十川、また、食文化では鰹のたたきが有名です。

高知県民の情熱が舞うよさこい祭りは、毎年 8 月 9 日～ 12 日の 4 日間開催。高知市内 9 箇所の競演場・7 箇所の演舞場で約 200 チーム、約 19,000 人の鳴子を持った踊り子さんが、工夫を凝らし、地方車には華やかな飾り付けをして市内を乱舞する高知のカーニバルです。また札幌で YOSAKOI ソーラン祭りが開催されたのを契機に、全国に波及した祭りとしても有名です。

「最後の清流四万十川」は全長 196 キロメートルで、四国では最長の大河です。3 年前にフジテレビ系列で、主演は生田斗真『遅咲きのひまわり〜』が、四万十市でロケされ、沈下橋がより一層クローズアップされ、四万十川の風物詩となっています。

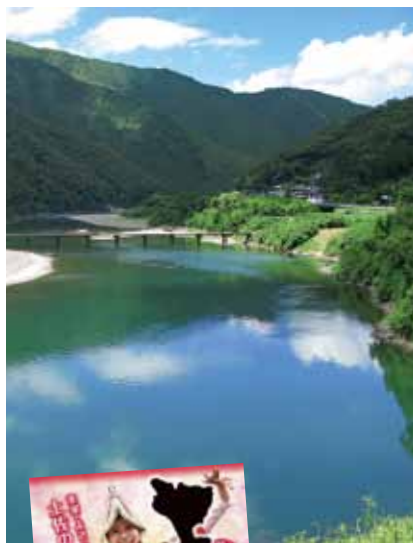
最後に高知と言えば、鰹のたたきです。鮮度抜群の鰹を薫焼し、表面は香ばしく、中はジューシーに仕上げた一品で、ニンニクやネギをたっぷり添えて、酢を効かせた醤油タレか、岩塩を掛けて頂きます。

この様な、魅力いっぱいの高知県です、ぜひ一度お越しになり、本場のよさこい祭り・清流・鰹を体感してみてください。

平素はお得意様をはじめ仕入先様には、格別のご高配を賜り心から御礼申し上げます。

高知営業所は、営業 4 名、業務スタッフ 3 名、倉庫業務 1 名、デリバリー業務 1 名の計 9 名で太平洋に面し、東西に伸びる高知県全域を営業エリアとして日々活動しております。

高知と聞くと「坂本龍馬」を思い浮かべる方は多いと思いますが、実は日照時間が、全国 1 位です。そんな日照時間と比例するかのように元気で明るい、お得意様、仕入先様のお役に立てる営業所を目標に日々精進していく所存で御座いますので、今後ともご指導、ご鞭撻の程宜しくお願い申し上げます。



四万十川



よさこい祭り



晴れ時々曇り

ジャパン建材 合板部
部長 畑野 昌俊

新設住宅着工数

2016 年 6 月度の新設住宅着工数は 85,953 戸（前年同月比 97.5%）で 6 カ月ぶりの減少となった。その内、木造住宅については 47,502 戸（同比 102.9%）で 6 カ月連続の増加。6 月度の季節調整済年率換算値は 10.04 万戸で 6 カ月ぶりの減少となっている。

利用関係別では持家が 26,944 戸（同比 101.1%）で 5 カ月連続の増加、貸家は 36,910 戸（同比 103.7%）で 8 カ月連続増加、分譲は 21,617 戸（同比 84.8%）で 5 カ月ぶりの減少となった。分譲の内訳はマンションが前年同月比 71.9%で減少、戸建は 101.1%と 8 カ月連続増加と好調を維持している。分譲マンションの大幅な減少が着工数全体減少の要因となった。

国内合板

国内針葉樹合板の 6 月度生産量は 25.1 万 m³（前年同月比 117.9%）となり、大手メーカー工場火災前の今年 3 月に記録した過去最高生産量に次ぐ 2 番目の生産量。出荷量は 25.5 万 m³（同比 102.8%）となり、過去最高の実績となった。

生産量としては火災工場分を十分にカバーしたものとなっているが、現状は引き続いて品薄状態のままとなっている。特に厚物合板、メーターサイズ

や実加工などの特殊品の品薄感が強くなっている。好調な住宅着工による需要増加と納期が不明確な為に重複発注する仮需が発生していることが要因と考える。

メーカー側には見込みでも納期を提示してもらい、流通側は適正な発注を心掛けることで状況は改善すると思われる。

輸入合板

依然として弱含みの市場展開となっている。そのような中、マレーシアのサラワク木材協会（STA）から異例の減産声明が出された。産地は原木価格高止まりや最低賃金上昇に伴う人件費増加により生産コストが上昇を続けている中、日本からは契約数量の減少と価格下げ圧力に晒されているが、とても応じられる状況にはない。減産により更に生産コストはアップするものの、背に腹は代えられず、日本市場回復まで減産を続けるとのことであり、産地側の切迫した状況が感じられる。

このような産地側の悲鳴を真摯に受け止め、仕入先あつての商売であることを再度認識し、各社が過度な価格競争を慎むなどの対応をすることで市場の回復に努めることで応えていくしかないと考える。

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 営業推進部

〒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>