



- CONTENTS**
- ご来場・お買上げ御礼!...p.1
 - 建設業の働き方改革③...p.2
 - トップ対談...p.3
 - 38th ジャパン建材フェア「住まい方・暮らし方コーナー」...p.4
 - 38th ジャパン建材フェア 緊急開催!「スーパー工務店の経営戦略」...p.5
 - 38th ジャパン建材フェア 初登場の Bulls 商品...p.7
 - 商品情報
 - おかげさまで 80 YEARS
 - 合板天気図



JK ホールディングスの創業 80 周年の本年、おかげさまでジャパン建材フェアも通算 80 回目を数えました。これも、ひとかたならぬ皆様のご支援・ご賛同の賜物と心より感謝申し上げます。

全国各地よりご来場賜りました皆様に厚く御礼申し上げます。

第 38 回ジャパン建材フェア開場式 平成 29 年 8 月 25 日

出展メーカー様代表ご挨拶



TOTO 株式会社
代表取締役 社長執行役員
喜多村 円 様

第 38 回ジャパン建材フェアを盛大に開催され、また JKHD 様創業 80 周年を迎えられますことをお祝い申し上げます。住まいは、「我が家」「住処」「夢のマイホーム」といった言葉で表現されるように、人の生活に欠かせない大切な場所だと思えます。私たち住設機器メーカーは、住まいに必要な価値「安心・安全・清潔・健康」を、IoT や AI といった技術を借りながら、寛げる、心が休まる住まいのための商品を生み出すことが使命であることをしっかりと心に刻み、ジャパン建材さんと一緒にさまざまなお客様のニーズを汲み上げ、邁進していきたいと思えます。

ジャパン建材より挨拶



代表取締役社長
小川 明範

第 38 回ジャパン建材フェアのテーマ「住まい方・暮らし方-Road to 2020-」に基づき「コト売り」の一環として、今後のビジネスの現場では特に建築に有効活用できるといわれている VR を取り上げます。売り上げ目標 537 億円、動員 2 万 5000 名を予定し、ご出展企業の皆様に「ジャパン建材フェアに出展して良かった」、来場いただくお客様に「はるばる展示会場に来て良かった」と思っていただけよう頑張ります。出展企業様にも、それぞれの立場で「コト売り」に繋がる高付加価値商品をおおいにご提案・PR いただけるようお願い申し上げます。



「第 38 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
永大産業株式会社	代表取締役社長	大道 正人 様
ケイミュー株式会社	代表取締役社長	野浦 高義 様
ダウ化工株式会社	代表取締役社長	有友 完 様
TOTO 株式会社	代表取締役 社長執行役員	喜多村 円 様
YKK AP 株式会社	代表取締役社長	堀 秀充 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
ジャパン建材株式会社	代表取締役社長	小川 明範

建設業の働き方改革 ③ マルチクラフター(多能工)の必要性、育成方法

建設業で働く高齢者の大量離職が見込まれる中、担い手確保と生産性向上が極めて重要な課題となっています。国土交通省では、若年層の入職促進・就労継続のために労働環境の整備や建設キャリアアップシステムが有効な対策と考えています。

また限られた人材を効率的に活用できる環境の整備を図り、生産性を向上させるために、マルチクラフター(多能工)の育成が重要です。

マルチクラフターを育成する利点・留意点

【経営者】

利点

- 工種の入替えないことによる工期の短縮、手戻りの縮小、コスト縮減
- 人材の有効活用による繋閉調整、受注機会の拡大
- 一連の工事で同一の者(適切な能力と資格を有する者)を配置できることによる品質の向上、法令順守の徹底、施主・元請からの信頼の向上、業務改善範囲の拡大
- マルチクラフターは、リフォーム工事など小規模な工事において「工種の入替えないことによる工期の短縮、手戻りの縮小、人材の有効活用、コスト縮減」といった効果が大きく発現する
- 教育費の抑制、人材の有効活用を図る観点からは、前後工程のスキルを身に付けたマルチクラフターを育成すると効果的

留意点

- 社員であることが前提であり初期費用が必要(教育費等)
- 複数職種にわたる建設業許可の取得の必要性
- 育成しても、給与等において適切に評価(処遇)しないと、離職される可能性
- マルチクラフターを前提とした発注システムがないと活用されない可能性
- 経営者はマルチクラフターの育成にあたっては、上述の点等を踏まえつつ、マルチクラフターが担う役割を明確化し、外注した場合のコストと比較する等、総合的に判断することが重要

【技能者】

利点

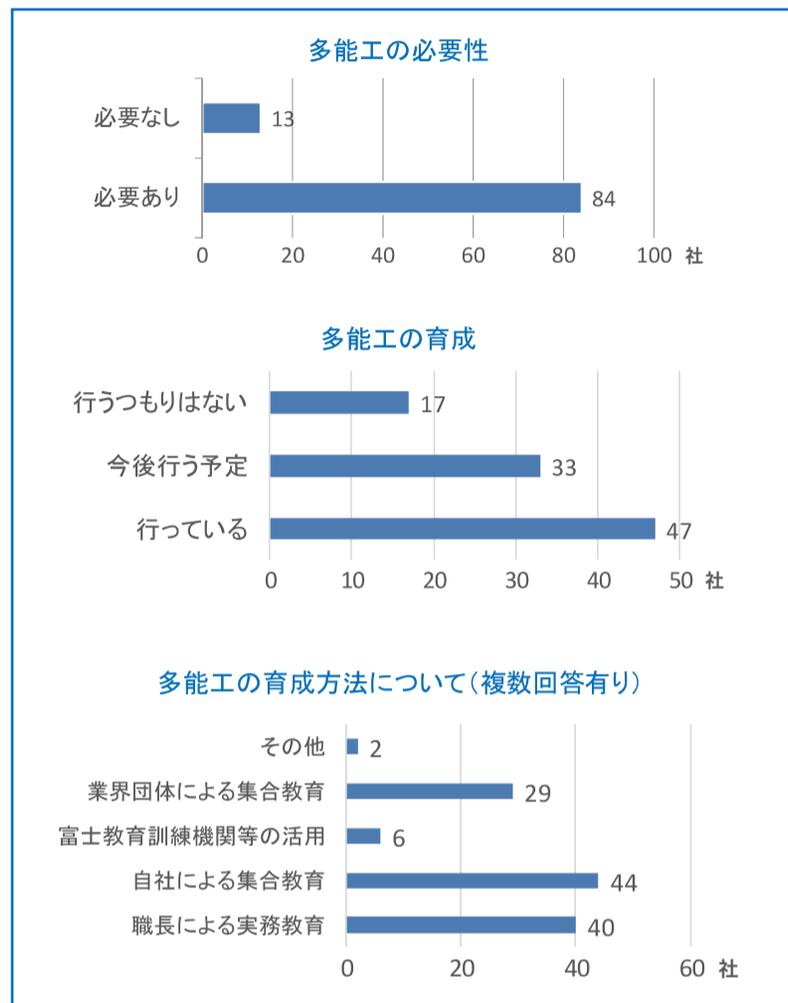
- 活躍できる場所の拡大による雇用の安定
- 適切な評価システムの下では、取得した資格等に応じた給与・地位の向上が望める

留意点

- 一つ一つのスキルを熟練するという点に関しては不利になる可能性

●約5割の企業が多能工を育成しており、約9割の企業が多能工が必要と回答

●多能工の育成方法については、約7割が自社または職長による教育



出典：栃木県建設産業団体連合会 建設生産システム委員会 専門工事業部会資料

マルチクラフター化による効果が得られるには時間がかかり、初期費用・投資費用を負担する体力と覚悟が必要になります。国土交通省のHPでは、マルチクラフター育成・活用の好事例集を公表しています。また育成コースを用意している教育訓練施設もありますので上手に活用しましょう。

詳しい内容は、国土交通省 HP まで http://www.mlit.go.jp/totikensangyo/const/totikensangyo_const_tk2_000099.html

株式会社 中野屋銘木店

【会社概要】

本社 愛知県豊橋市東松山町 65
 創業 1912 (大正元) 年
 設立 1964 (昭和 39) 年
 資本金 1,000 万円
 従業員数 39 名
 年商 26 億 3,968 万円 (2016 年度)



代表取締役社長

中野 峰宏 様

なかの みねひろ

【プロフィール】

1983 (昭和 58) 年 愛知県に生まれる
 2008 (平成 20) 年 日本大学理工学部建築学科卒業
 住友林業株式会社入社
 木材建材事業部営業管理部に配属
 株式会社中野屋銘木店入社
 2012 (平成 24) 年 取締役副社長に就任
 2014 (平成 26) 年 取締役副社長に就任
 2015 (平成 27) 年 代表取締役社長に就任



愛知県東三河を拠点に地元工務店様を支え、ともに発展する地元密着企業です。

木質燃料から住宅資材へ

小川 ご創業の頃からお話を聞かせていただけますか。

中野 大正元 (1912) 年に、私の曾祖父である中野峯治が、中野屋の屋号をもって木炭の卸業を始めた時を創業としています。今年で創業 105 年になります。

その後、昭和 18 (1943) 年に祖父、峰男が二代目を次ぎましたが、間もなく戦時下の物資統制のために昭和 22 (1947) 年まで業務停止。その間、祖父は徴兵されましたが、無事に戻ることができました。戦火で焼け野原になった豊橋に住宅を建てなければいけないという強い使命感をもって、昭和 23 (1948) 年に業務を再開。その時点で木質燃料の卸業は止め、設楽や新城など主に愛知県北部地域の木材を豊橋地区や田原地区の若い大工さんたちに供給する事業を始めました。この時に屋号も中野屋銘木店とし、株式会社中野屋銘木店としたのは昭和 39 (1964) 年です。

小川 住宅建設用木材の供給から徐々に住宅関連資材の扱いを拡充されたのですか。新建材の取り扱い、いつ頃からですか。

中野 当社に残っている最も古い旧松下電工さんの新建材カタログが 1975 (昭和 50) 年版。その頃に始めたのだと思います。

建材、プレカット、太陽光、工事

小川 三代目が中野社長のお父様ですね。

中野 はい、昭和 30 (1955) 年生まれのお父、峰孝は、大阪の建材問屋で修業し、28 歳で家業に入りました。平成元年 (1989) 年に本社に住設ショールームを開設、住設機器の販売を始めました。同年、豊橋市明海町で東三河地域ではいち早くプレカット工場「中日プレカットワークス」を開設、会社の浮沈を賭けたプレカット事業を実現しました。

父が社長に就任したのは平成 6 (1994) 年ですが、父が家業に入った頃が、業績拡大への転換点だったと思います。その頃から社員数も増えていきました。

小川 過去を振り返ってみて、売上ピークはいつ頃でしたか。

中野 私が入社して 2 年後、2013 年度に年商 36 億円に達しました。その理由はただ一つ、太陽光発電システムの受注に取り組んだことです。

先代が、建築資材営業のことがまだわからなかった私に「太陽光発電システムを売るぞ、みんなゼロからのスタートだからお前が専任でやれ」と言い出しましてね。太陽光発電システム専門の「株式会社おひさまのチカラ」を立ち上げ、8 億円余りを積み上げることができました。

小川 太陽光は盛り上がりましたからね。

中野 また、工事業への取り組みにも力を入れています。

小川 中野社長の代になってからですか。

中野 父の代から大工・工務店様の困りごとを引き受け、お手伝いするために動き始

め、取り組み始めたのが約 20 年前。当時は職人さんにほぼ丸投げでしたが、10 年ほど前に現場監督ができる体制を整え、ここ 7 年間は専務である私の三歳下の弟、真吾が、工事部責任者として、職人さんとの協力関係づくりや現場監督のできる人材育成に頑張ってくれて、余裕をもって受注できる体制を確立しました。

直近では、木工事・内装・ボード貼り、軽天工事、内装仕上げ工事などを主力にゼネコンさんから請負う工事業を伸ばしたこと、さらに一部設備工事も始めて、業績向上に繋がっています。

それぞれの得意技で支える

小川 中野社長は、物心ついた頃から「家業を継ごう」と思っていましたか。

中野 かつては社員 5、6 名の家族経営で、現在の本社がある場所に自宅兼社員の住み込み寮があり、2F が自宅と寮、1 階が仕事場という環境でした。現在の本社事務所に建て替わったあとも、学校へ行く前に倉庫番の人と遊んだり、事務員さんが伝票計算するのを手伝わせてもらったり、頻りに会社へ来ていました。ですから、後を継ぐことを周囲から期待されているという空気はうすうす感じていました。

大学では家業を継ぐことを前提に建築を学びました。ですが、同じ大学で建築を学んだ専務のほうが建築に向いていたので、私は経営を担うために住友林業(株)木材建材事業部営業管理部に入社しました。

小川 そこまで具体的なプランをもって就職されたのですか、目的意識が高いですね。

中野 というより、役割分担すれば、仲良く家業を支えていけると考えてのことです。営業管理部で 1 年半ほどは与信業務、決算資料の作成、支店監査などを経験させていただきました。その後、住友林業(株)と東洋プライウッド(株)の事業統合に向け、M & A チームとして出向して人事・労務管理、工場の安全管理など、組織づくりを一からお手伝いさせていただきました。

小川 そこで、経営に必要なことを具体的な形で一から学ばれたということですね。

中野 その経験を当社の組織づくりに活かせましたし、今の自分があると思います。

育てていただいたお客様に恩返し

小川 帝王学を学んだ記憶はおありですか。

中野 60 歳で他界した父と一緒に仕事をしていた期間は、闘病生活に入る前のわずか 2 年ほどでしたが、「工務店様が生き残っていくのが大変な時代になる中で、当社をここまで育ててくれたお客様に恩返しをしなければいけない。今後も良いお仕事を続けていただけるよう支援していくのが当社のなすべきことだ」と、一番に言われました。これが、父から教わった帝王学だと思います。

小川 お父様の遺志を継ぎ、今後も工務店様サポートを第一に、とお考えですね。

中野 はい。当社のお客様の 8 割～9 割は、年間 1、2 棟を手掛ける工務店様です。こうしたお客様に「中野屋に頼めば資材から工事まで何でも揃う」というワンストップサービスを提供することで、安心感をもってお仕事を続けていただきたいと思います。

もう一つ、東三河で家づくりに真剣に取り組む工務店様を「家守人 (いえもりびと)」として紹介したり、「家守人の住まい展」を開いたりして地元工務店様の魅力を PR することにも力を入れています。

また、営業が苦手といわれるお客様に、ホームページづくりや現場見学会の必要性を繰り返し提案してきました。今では毎週どこかで現場見学会が開かれ、お客様の進化をお手伝いできていると実感しています。

小川 素晴らしい成果ですね。



中野 また 2 年に 1 回、地元工務店様主催の形で開いている「家守人の住まい展」に工務店様 35 社前後のブースと、メーカー様の展示をしていただき、エンドユーザー様を集めて PR しています。これは、3 年前に父が、「工務店様とお施主様との接点を創らなければいけない」と、最後の仕事として道筋を作ってくれた父の遺志を継ぐイベントで、来年 3 月に第 3 回目を迎えます。

小川 働きかけに応じていただくと、さらに頑張ってお手伝いしていこうという気持ちになります。非常に良い形で、お客様との絆が太く、強くなっていますね。

地域でブランディング化

小川 今後のビジョンについて、お聞かせいただけますか。

中野 この先 15 年間で 3 分の 2 まで減少するのが新築住宅市場であり、同時に工務店様の数が、それ以上の割合で減少と言われていました。5、10、15 年後の中長期的なビジョンが工務店様に見えにくいことが、事業の継続を難しくしていることがあるかと思いますが、でも、工務店様が自分の代で看板を下ろすのは苦渋の選択だと思いますし、私たちにとっても非常に悲しいことです。ですから、当社のお客様が一社も欠けないように主力である建材卸業以外のあらゆる部分も積極的にお手伝いし、提供サービスの数を増やしたいと思っています。

小川 廃業の理由には、解決可能なこともあるでしょうね。手前味噌になりますが、資金が不足しがちな工務店様には、JKHD グループのハウス・デポ・ジャパンが運営す

る [ハートシステム] も活用いただけます。中野 やはり、一番苦労していらっしゃるの資金繰りと人の確保なので、当社が「大工さんは夢のある仕事」という情報を発信していくお手伝いもし、大工さんになりたい若い人を増やし、待遇改善にも取り組んでいくべきだと思います。

私たちの存在意義は、工務店様に代わってできることに取り組んでいくことなので、やるべきことは、まだ沢山あると思います。小川 そのとおりですね。それを自社だけでなく、地域の同業者と連携して取り組んでいけば、馬力も違ってくると思います。そういう関係づくりをコーディネートさせていただくのも私たちジャパン建材の大事な役割の一つと考えています。

中野 私も、同業者をライバル視するのではなく、むしろ地域の工務店さんを一緒に盛上げていかないといけない時期に来ているのではないかと考えています。

小川 住設機器工事の取組みはいかがですか。当社の JK エンジニアリング課が全国的にカバーできるようになって、私たちにもお手伝いできると思いますか。

中野 我々も、工務店様の苦手な部分をお手伝いするものとして、当社の女性チームが第三者的にお施主様と工務店様の間に橋渡しをし、現場管理も、機器説明もできる人材育成を進めているところです。小川 住宅を建てた後の家歴管理や、メンテナンス、リフォーム等々でも、私たちにできるお手伝いは限りなくあると思います。ぜひ協力させていただければと思います。

中野 会社規模は違っても、ジャパン建材さんと考え方を一にしていることは、とても頼もしく感じますし、勉強になります。

もう一つ、基本的に BtoC をしない当社は、お施主様向け PR をほとんどしていませんでした。でも、会社の名前を地元で周知していけば、そこ取引のある「家守人」なら安心して頼めると思っていただけるのでは、と思うようになりました。そうなるように「中野屋銘木店」も「家守人」もブランディングしていきたいと思っています。

小川 地元の工務店様と一緒に、その地域に根ざしたブランディングができれば、共に繁栄できるでしょうし、ひいては町おこしにも繋がるのではないのでしょうか。

中野 さらにもう一つ、非住宅への取組みです。すでに木質系の文教施設工事を、設計士さんとの打合せから納材+木工事まで行っています。特に幼稚園や保育園などは、木質系で建てられることが非常に増えてきており、地域産材活用も増えてきています。我々は、県産材活用も含むご提案に加え、材料と木工事一式を受注していける体制を強みに、積極的に受注していきます。

また、ゼネコンさんの現場監督不足も多くの会社で言われていますので、現場監督ができ職人も確保できる当社を頼っていただけるのではないかと思います。これを大きな武器にして進んでいきたいです。小川 先を見据えた興味深いお話を聞かせていただき、ありがとうございました。

38th ジャパン建材フェア

ジャパン建材からの提案
住まい方・暮らし方コーナー

今回の住まい方・暮らし方コーナーでは前回の温熱環境からテーマを変え「VR」を工務店様の提案ツールとしてご紹介しました。

VR で建てる前に建てられる!?

工務店様がお施主様にご提案をする方法は、今まで図面やパースが主で実際の暮らし、光の入り方や部屋の広さなどは、イメージしにくいものでした。

しかし最近では、CADソフトを通して自分で設計した建物をVR空間で手軽に建てられるようになり、実際に住まいの中に入ったよう感覚とともに、自由に歩き回って、高さや奥行など、図面やパースでは確認しきれない細部まで確認できます。またVRを体験したエンドユーザの約98%が「住宅検討時にVRを利用したい」というアンケート結果も出ています。



VR体験中



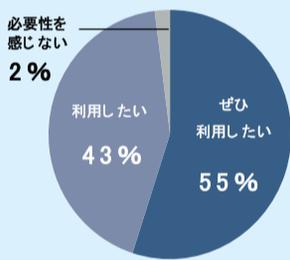
『建築知識 ビルダース』誌面連動企画! スーパー工務店物件紹介



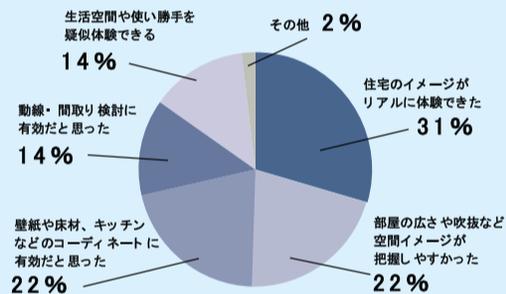
パノラマ内観体験中

VRを体験したお施主様の98%が「住宅検討時にVRを利用したい!」と回答

・今後、住宅を検討する際には、VRを利用してみたいですか?



・VRを体験したご感想をお聞かせ下さい



「住スタイル TOKYO (2017年6月)」一般来場者アンケート結果

N値=150

特別企画 建築家 西方氏の自邸を再現

福井コンピュータアーキテクト社協力のもと建築家西方里見氏の自邸をVR空間で再現しました。

エコ住宅設計の第一人者である西方氏は、昨年の12月に秋田県能代市に自邸を新築しました。能代は毎年冬になると、前が見えなくなるほど吹雪いて雪が積もります。そのような厳しい環境の秋田県ではヒートショックで亡くなる方が多いそうです。西方氏自身はもちろん、家族や友人たちの命を守るためにも温熱環境の整った家づくりをしたいという思いがあります。



西方里見氏

38th ジャパン建材フェア 緊急開催！

「スーパー工務店の経営戦略」 ～ハウスメーカーに勝てる家とは～



エクスナレッジ社発行『建築知識ビルダーズ No.30』の特集「スーパー工務店のスゴ技 30」で紹介され、第38回ジャパン建材フェア「住まい方・暮らし方コーナー」でもエコハウス建築事例をご紹介したオーガニックスタジオ新潟の代表取締役社長 相模 稔 氏、ならびにSUDOホーム会長 須藤 正広 氏によるセミナーを開催。これからの工務店像となる“スーパー工務店”とは？、その具体的な取組みについてのポイントを本誌面でご紹介します。

● スーパー工務店とは？



株式会社エクスナレッジ
建築知識ビルダーズ 編集長
木藤 阿由子 (きとう あゆこ) 氏

次の6つのポイントを高い水準で備えていることを前提条件とする。

- 1 設計力 (人材・プラン・性能・意匠)
- 2 施工力 (人材・コスト・品質管理)
- 3 営業力 (人材・商品・システム)
- 4 持続性 (経営・アフターメンテ・顧客管理・事業継承)
- 5 公共性 (地域貢献・業界貢献)
- 6 先進性 (業態・商品)

そのうえで、さらに大事なことが、家づくりに「思想をもっている」こと。「住宅はかくあるべし」と思想(理想)を掲げて住宅をつくり続けていることが必須条件である。

● コンテンツの創造



株式会社オーガニックスタジオ新潟
代表取締役社長
相模 稔 (さがみ みのる) 氏

40歳まで大手住宅会社に勤務。その間に出会った西方里見氏の著書『「外断熱」が危ない!』を読んで衝撃を受けたのをきっかけに高断熱・高気密住宅に興味を持って独立。エクスナレッジ社発行の『建築知識』を読み、独学で建築知識を習得、建築に関する資格は全くもっていないが、とにかく建築と仕事が好き。建築で面白いことができていることが評価され、パブリシティ効果にも繋がっているという。氏の経営戦略は、年収の5倍を住宅に費やすことができるという地域経済の実態をベースにターゲットを安定的なパイを維持する層に絞り込む。

◆生き残るための3つの取組み

1 WEB活用で顧客創造

ブログを基本に、Facebook、instagramを情報発信ツールとする

2 強みを持つ

自然素材の活用、1台のエアコンで冬もポカポカの住まい、建築家とのコラボで高い水準の建築を実現、同時に社内スタッフ活性化の刺激とする

3 工務店の実力UP (設計力の向上と経営力向上)

スタッフ7名が有能な人材である、日本の優秀工務店の経営を研究して近代経営を推進



「住まい方・暮らし方コーナー」内の物件紹介パネル「T邸」



SUDO ホーム
会長
須藤 正広 (すどう まさひろ) 氏

北海道伊達市に本社を置く須藤建設を母体とする。住宅建設ラッシュ期に千葉に東関東支店を開設、2004年に北海道で育んだ高断熱・高気密住宅をスタート。パッシブハウスへの挑戦として千葉市土気のオフィスを手始めにSUDOブランドで自然素材の家を展開。マルチコンポートハウスを2400万円で作くり、快適・健康・省エネ住宅で社会に貢献していこうという社内プロジェクト「MCH24」の2030年完成を目指している。

傍ら、地元工務店が互いに足を引っ張り合うのではなく、「競争から共創へ」をテーマに地元工務店の地位向上と、工務店が束になれば工務店数倍の集客力をもつことになる。その力を活用してチームとして切磋琢磨しながら大手に対抗できる力を高めていこうと、「千葉good工務店会」を発足。昨年は、八千代市内でチーム各社が体験型モデルハウスを建てて宿泊体験できる展示場を展開して1100人を集客するなど、「工務店がつくる家」の地域ブランド化にも取り組む。さらに、今年5月～7月の間にチーム各社が2、3回(トータル13回)の現場見学会を実施。これを恒例イベントとし、日本一の工務店チームを目指す。



「住まい方・暮らし方コーナー」内の物件紹介パネル「kai gan」

多彩な個性に応える表情豊かな木製ブラインド

VENEWOOD IDEA ベネウッド アイデア

トーソー株式会社

従来のシリーズにはなかったカジュアルでポップなカラーリングを、ユーズド感を加えて表現した木製ブラインド。



【こだわりの新素材】

スラットからボトムに至るまでユーズド感のあるこだわりの新素材。特別な塗装を行うことでリアルティのある風合いを実現しました。個性的な6色のスラットカラーに、やさしいウィッシュグレーのボトムカラーの組み合わせが特長。同色スラットをヘッドボックスにあしらうことで、よりすっきりとしたデザインになりました。



【漂うビンテージスタイルの空間に】

ベネウッドアイデアの特長であるユーズド感のあるデザインは、木製家具とコーディネートすることで主役にも脇役にも自在に変化。これまで以上にウッドブラインドを身近に楽しめます。



【広がるショップスタイルへの提案】

店舗・商業施設など幅広い応用が可能。木の持つ風合い・優しい印象が店舗など、非住宅の内装にも対応します。自然と会話がふれる落ち着いた空間を演出。ヒカリとヒトとモノをつなぐ温かみのあるショップをつくりだします。



木を育てている会社がつくる無垢の木のキッチン

Su:iji (スイージー)

株式会社ウッドワン

「su:iji (スイージー)」は、無垢材を扉に使用し、木材の持つ優しさやあたたかみを引き出したシステムキッチンです。

木は使い込むほどにしっとり落ち着いた色に変わっていきます。木の使い方や置かれる環境によって色の変化もさまざま、わが家だけの色になっていくのは無垢の木ならではの楽しみです。「su:iji (スイージー)」は、本物の木ならではの豊かな表情を活かす扉デザインを豊富に取り揃えています。扉だけでなく、キッチンの表情をつくる取手も多彩に用意しました。

また、ウッドワンのドアや床材などの内装材とトータルコーディネートが可能で、無垢の優しさに包まれる暮らしを演出します。

【無垢のぬくもりを感じる4樹種】

ニュージープイン®、オーク、メープル、ウォールナットの4樹種を用意し、それぞれの木が持っている豊かな表情を活かした扉デザインを豊富に取り揃えています。



【無垢の木でも汚れに安心】

「su:iji (スイージー)」は木の風合いをそこわれない塗膜で守られているため、汚れは乾拭きや水拭きでサッと拭くだけでOK。しつこい汚れも中性洗剤を含ませた布で拭き取ることができます。



【コンパクトタイプも新発売】

間口1,500～2,100mmのコンパクトタイプの「ちっちゃいsu:iji (スイージー)」も新発売しました。ワンランク上の賃貸物件やマンションリフォーム、リノベーション物件など、幅広い物件に対応可能です。



ハートシステム

住宅完成保証の新しい常識

施主様の建築資金を
全額保護

家づくりに必要なお施主様の建築資金をすべて直接お預かりし、建築中の工事の中断や事故の有無にかかわらず取引会社さん・職人さんへ直接支払される唯一のシステムです。

株式会社ハウス・デポ・ジャパン
www.heart-system.org



ハウス・デポ・パートナーズは
家づくりを住宅ローンと各種保険で応援します。

【フラット35】と【団信】が一つになってリニューアル
(平成29年10月1日【フラット35】申込受付分から取扱開始)

リニューアル 団信特約料の別払いが不要になります

現在	平成29年10月～
月々の【フラット35】の支払いとは別に機構団信の特約料を年1回支払う必要がある	月々の【フラット35】の支払いに団信加入に必要な費用が含まれ特約料の支払いが不要

リニューアル 保障内容が充実します

現在	平成29年10月～														
<table border="1"> <tr><td>機構団信の保証範囲</td><td>高度障害</td></tr> <tr><td></td><td>死亡</td></tr> </table>	機構団信の保証範囲	高度障害		死亡	<table border="1"> <tr><td>新機構団信の保証範囲</td><td>身体障害保障</td></tr> <tr><td></td><td>死亡</td></tr> </table>	新機構団信の保証範囲	身体障害保障		死亡						
機構団信の保証範囲	高度障害														
	死亡														
新機構団信の保証範囲	身体障害保障														
	死亡														
<table border="1"> <tr><td>3大疾病特約機構団信の保証範囲</td><td>3大疾病</td></tr> <tr><td></td><td>高度障害</td></tr> <tr><td></td><td>死亡</td></tr> </table>	3大疾病特約機構団信の保証範囲	3大疾病		高度障害		死亡	<table border="1"> <tr><td>新3大疾病特約機構団信の保証範囲</td><td>介護保障</td></tr> <tr><td></td><td>3大疾病</td></tr> <tr><td></td><td>身体障害保障</td></tr> <tr><td></td><td>死亡</td></tr> </table>	新3大疾病特約機構団信の保証範囲	介護保障		3大疾病		身体障害保障		死亡
3大疾病特約機構団信の保証範囲	3大疾病														
	高度障害														
	死亡														
新3大疾病特約機構団信の保証範囲	介護保障														
	3大疾病														
	身体障害保障														
	死亡														

お問い合わせ・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 尾崎、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

38th ジャパン建材フェア 新登場の **Bulls** 商品

今回ジャパン建材フェアで新登場した製品の中でも特に注目の高かったエンドユーザーの満足度をアップさせる商品2点をご紹介します。



再配達問題対応商品

Bulls 宅配ボックス

大型郵便の受け取りはもちろん荷物の発送まで可能となる宅配ボックスが新登場しました。据え置きタイプから壁掛けタイプ、門柱ユニットまで充実した商品ラインナップ。会場では実際に使い方を体験していただきました。

Bullsの宅配ボックスが再配達の問題を解決する

Bullsの宅配ボックスは、「届く」「送る」をあたりに。荷物の受取 + 荷物の発送 + 書留郵便の受取

門柱ユニット KS-GP10A 据置タイプ SMART KS-TLU160-S500 据置タイプ REGULAR KS-TLT240-S500 据置タイプ BIG KS-TLT450-S600

「届く」を、あたりに。 家にも、いなくても、いつでも**対面無し**で荷物が受け取れます！

注文
宅配ボックスがあればポストに入らない荷物がいつでも受け取れます。

配達

受取
不在時でも荷物が受け取れ再配達の面倒な手続きも必要ありません。
※印鑑ケース付き

「送る」を、あたりに。

！ Bullsの宅配ボックスなら！
家にも、いなくても、自宅から簡単に**対面無し**で荷物の発送ができます！
※サービスの利用方法は各配達業者にお問い合わせください。

書留郵便も受け取れます！

！ Bullsの宅配ボックスなら！
宅配ボックスで**対面無し**で受け取れます！
※日本郵便株式会社への申請が必要です。
※床面のアンカー固定が必要です。
※配達通知票を受け取るための簡便可能な郵便受箱(ポスト)が別途必要です。

クローゼット内収納

Bulls ノエルセレクション

高い意匠性、耐久性、収納力を備えたクローゼット内収納プランが新登場しました。高耐久 EB コート仕様でキレイが長持ちします。スタンダードに使いやすいシェルホワイトに加えて、部屋の景観に馴染む木目調(アッシュウォールナット、ブライトウォールナット)をラインナップしました。

木目調は扉が無くても空間に溶け込むおしゃれな生活空間を提案することが可能です。



おかげさまで
80
YEARS**ジャパン建材フェアの裏側ご紹介!**

この度は、第38回ジャパン建材フェアにお越し頂き誠にありがとうございました。ジャパン建材を代表して、お礼申し上げます。



事務局代表 生水

事前準備

例年8月の展示会は、3月の展示会が終わってからすぐ準備にとりかかります。4月は出展社のとりまとめ、5月は会場図面・印刷物の作成、6月は出展社向けの説明会、7月は備品等の発注、8月は当日に向けての最終チェックをします。その他にも、出展企業様200社以上、展示会に関わる協力会社様20社以上、そして社内と、細かい打ち合わせを行います。

当日の運営

主に会場内・外のトラブルや問い合わせに対応します。突発的なトラブルとして、雨天時の対応があります。バスで来場されるお客様用に傘の用意、アテンド動線の変更、変更した動線を警備と全営業マンへ周知、不足分の人員手配などを行います。今回は、雨雲だけだったので問題にはなりませんでした。一年前は大雨の中を上司と私が走り回っておりました。展示会当日は、終日走り回れる体力とトラブル時の迅速な判断力が必要です。

展示会でいちばん大変なこと

事務局の基本的な仕事なのですが、全体の意見を聞くことがいちばん大変だと感じています。Aさんは案1だけど、Bさんは案2…。ベストな対応は、一方の意見を潰すことなくAさんとBさんの両方を納得させるための案3を出すこと、要はプレゼン力が鍵となります。このような意見の調整を社内・社外間で行います。

最後に一言

今回は、動員カウントシステム導入、インフォメーションセンターの設置など、新しいコンテンツを導入しました。次回の展示会も反省点を踏まえて進化・発展するよう努めますので、アドバイス・改善案などございましたら、お気軽にご連絡下さい。引き続き、ジャパン建材フェアを宜しくお願い致します。



次回、第39回ジャパン建材フェアは、2018年3月16日(金)・17日(土)開催予定です。

**合板
天気図****晴れ**

ジャパン建材 合板部
部長 猪爪 清和

新設住宅着工戸数

2017年6月度は87,456戸(前年同月比1.7%増)で2カ月ぶりの増加となった。その内、木造住宅については47,786戸(同比5.9%増)で18カ月連続前年から増加。季節調整済年率換算値は100.3万戸で前月比0.6%増となった。

利用関係別では持家が26,037戸(前年同月比3.4%減)で3カ月ぶりの減少、貸家は35,967戸(同比2.6%減)で20カ月ぶりの減少、分譲は24,976戸(同比15.5%増)で先月の減少から再びの増加に転じた。分譲の内訳はマンションが12,942戸(同比27.1%増)と再びの増加となり、戸建ては11,817戸(同比4.8%増)で20カ月連続増加と好調を維持している。持家及び貸家は減少したが、分譲住宅が増加した為全体で前年同月比1.7%の増加となった。建築工法別ではプレハブが12,487戸(同比6.3%減)で3カ月ぶりの増加、2×4は10,851戸(同比3.1%増)で2カ月連続の増加となっている。

国内合板

6月の生産量は27.8万㎡(前月比109.2%、前年同月比104.6%)と発表された。その内、針葉樹合板の生産量は26.6万㎡(同比109.4%、105.7%)となり、出荷量は26.3万

㎡(同比109.4%、103.0%)となった。過去最高の出荷量となり、在荷量も10.3万㎡と昨年から比べても少ない状況である。

国内針葉樹合板は堅調に推移している着工数を背景に高水準の出荷が続いており、増産体制は維持されると思われる。10月以降も着工数の推移によっては商品も更に不足感が出てくると思われる為、先行きの仕事状況の把握と早目の手配をすることを勧めたい。

輸入合板

6月度入荷量は21.8万㎡(前月比84.4%、前年同月比94.4%)となった。国別では12mm品中心のマレーシアからの入荷量が7.7万㎡、インドネシアが7.4万㎡、中国が5.3万㎡となっている。マレーシアに関しては、近年にないほど低い数字になっている。

輸入合板については、現地価格の上昇や入港遅れで流通在庫は少ない状況が続くと思われる。まだ原木供給が安定して出て来ない事から、価格的に強気姿勢を崩すことは考えにくく、先行き仕事が見えている分は早め早めに手配し、玉を確保する事が肝要と考える。

国内・輸入共に晴れの状況が続くと思われる。

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 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>