



CONTENTS	●第41回ジャパン建材フェア ご来場・お買上げ御礼!...p.1	●第41回ジャパン建材フェア『快適住実の家』コーナー...p.2	●消費税率引き上げに伴う住宅取得対策について...p.3
	●ジャパン建材株式会社 2019 年度 組織図／JK 情報センター 需要動向予測調査 平成 31 年度第 1 四半期 (4 月～6 月) 見通し...p.4	●トップ対談...p.5	●商品情報...p.6
	●イチオシ! Bulls...p.7	●ブルズ木材会メンバーご紹介②／●合板天気図...p.8	

第41回ジャパン建材フェア ご来場・お買上げ御礼!

総売上: 546 億円 総来場者数: 20,306 名

平成 31 年 3 月 15 日 開場式

出展メーカー様代表ご挨拶



ニチハ株式会社

代表取締役 社長執行役員 山中 龍夫 様

第 41 回ジャパン建材フェア開催お祝いの言葉をいただき、出展メーカー各社それぞれが展示ブースに力を入れ、来場者への訴求に努力することによって売上目標・来場数達成の一助になるように「頑張りましょう」と、心強いエールをいただきました。

ジャパン建材より挨拶



ジャパン建材株式会社

代表取締役社長 小川 明範
(4 月 1 日より代表取締役 社長執行役員)

不慣れな西棟開催への不安の大きさを超えて余りある素晴らしい展示設営、大勢の皆様の開場式参加にお礼を述べ、中期経営計画『DJ2018』の最終年度目標に掲げた過去最高の 2,800 億円達成を確実なものとするため今回の目標達成への後押しをお願いしました。



目標達成に向け、株式会社ノダ様による V コール

これまで年 2 回開催してきましたジャパン建材フェアですが、開催予定地である展示棟が 3 月時点で未完成のため、2019 年 8 月の開催を順延することを決定しました。
次回、第 42 回ジャパン建材フェアは 2020 年 3 月 13 日(金)・14 日(土)に開催の予定です。



「第 41 回ジャパン建材フェア」開催記念のテーブルカット

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
株式会社ウッドワン	代表取締役社長	中本 祐昌 様
ニチアス株式会社	代表取締役社長	武井 俊之 様
ニチハ株式会社	代表取締役 社長執行役員	山中 龍夫 様
吉野石膏株式会社	代表取締役社長	須藤 永作 様
株式会社 LIXIL	代表取締役社長 兼 COO	大坪 一彦 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 様 (4 月 1 日より代表取締役 社長執行役員)



開場式に先立ちジャパン建材若手社員による木遣りを披露

第41回ジャパン建材フェア 『快適住実の家』コーナー

今回は、「困った！そんな時の駆け込み寺は、『快適住実の家』へ！」というテーマのもと、主に3つの企画を行いました。当記事ではそれぞれのブースの様子をお伝えします。

① “快適あんしんリフォーム”ご紹介ゾーン

昨年12月より開始したリフォーム向けサービスをご紹介しました。支援メニューの一つである、各種帳票やツール類を確認している事業者様も多く、リフォームに対する意識が高まっていると感じました。



② FP相談体験ゾーン

ファイナンシャルプランナーによる「住宅資金計画」を事業者様に実際に体験していただきました。体験していただくことで、FPへの理解が深まり、お施様に提案するメリットを感じていただけたようです。



③次世代住宅ポイントミニセミナーゾーン

制度の目的から対象住宅の要件まで、専門スタッフによって開催されたセミナーは各回とも大盛況でした。ポイントをまとめたチラシも、「工務店様に配るため」と言って販売店様がもらってくださるなど、制度に対する関心の高さを感じました。



トークセッション ☆地域密着型工務店に聞く“受注獲得”のポイント

アトリウム内イベントステージでは、西日本エリアのリーディング工務店様7社によるトークセッションを2日間に渡って開催しました。両日共にたくさんのお客様にお集まりいただき、大盛況となりました。家造りに対する想いから、大手ハウスメーカーに対してどのような差別化をしているか等、普段、事業者同士ではなかなか聞けないようなトーク内容となり、お客様も熱心に耳を傾けていました。



■「LIFULL HOME'S」WEBサイトに 西日本リーディング工務店 掲載開始！

不動産・住宅総合サイト「LIFULL HOME'S」の注文住宅ページにて、『快適住実の家』西日本リーディング工務店に関する特設ページの掲載を開始しました。

工務店様の魅力をより広く知ってもらうため、西日本エリアのリーディング工務店8社をピックアップし、工務店の選び方・アドバイスや、家造りのモットーを語っていただきました。

『快適住実の家』を代表する、リーディング工務店の家造りのメソッドがぎゅっとつまった紹介ページになっているので、是非「LIFULL HOME'S」注文住宅のWEBサイトをご覧ください。



注文住宅ページを開いて、トップページ右上のバナーをクリックしてください。
(バナーはランダムに表示されます)

クリック！



8社のリーディング工務店をご紹介します。

「LIFULL HOME'S」WEB サイト

<https://www.homes.co.jp/iezukuri/> までアクセス！（PCのみ対応）

■「住宅建築実務に役立つ基礎・応用研修」開催のご案内

住宅建築実務にお役立ていただける研修を開催いたします。

住宅保証機構(株)様、(株)住宅性能評価センター様にご協力いただき、二日間研修を行います。一日目は基礎編、二日目は応用編と題して、各界の専門家が分かりやすく説明させていただきますので、是非この機会にご参加ください。

【開催日時】

- ①一日目 2019年4月22日(月) 13:00～17:00(予定) 定員100名
- ②二日目 2019年5月17日(金) 13:00～17:00(予定) 定員100名

【開催場所】

ジャパン建材株式会社 新木場タワー1階 大ホール
東京都江東区新木場1-7-22 TEL: 03-5534-0651

【受講料】

各回1,000円/人 当日払い
※お申込を希望される事業者様は、『快適住実の家』事務局
(TEL: 03-5534-0651) までご連絡ください。



「工務店で建てたい！」というお客様を

一人でも増やすため、集客に関するサービスを起点に、引き渡し後のアフターメンテナンスまで、ご用意しています。次のお客様へとつながる、一貫したサポートサービスを提供します。



公式WEBサイトも随時更新中！



ジャパン建材株式会社『快適住実の家』本部事務局
東京都江東区新木場1-7-22 新木場タワー11階 TEL 03-5534-0651

消費税率引き上げに伴う住宅取得対策について

① 住宅ローン減税の拡充 [住宅ローン控除期間を3年延長]

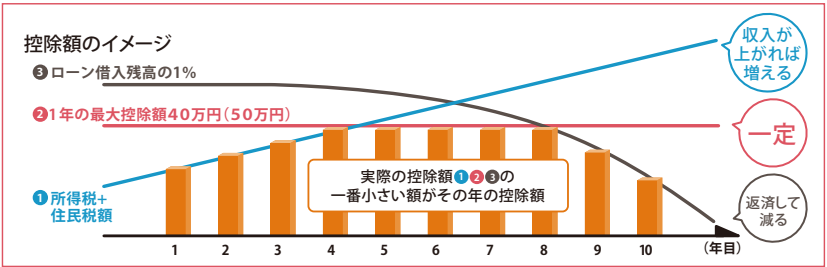
■本制度の概要

「住宅ローン減税」とは、住宅を新築・取得した場合に、年末の**住宅ローン残高の1%**を所得税から**10年間控除**する制度のことです。所得税から控除しきれない場合には、翌年の住民税から控除を受けることが可能です（上限は136,500円）。10年間継続して控除を受けることができるため、大きな減税効果があります。

■変更内容

今回、消費税率10%へ引き上げ後の住宅取得を支援するため、住宅ローン減税が下記のように拡充されます。

- 現行の住宅ローン減税について、控除する期間を3年間延長します（10年から13年）。
 - 11年目から13年目までの控除限度額については、以下のいずれか小さい方の額とします。
 - ・ 住宅借入金等の年末残高（4,000万円限度※1）の1%
 - ・ 建物購入価格（4,000万円限度※1）の2%÷3年
- ※1 長期優良住宅・認定低炭素住宅の場合は5,000万円が限度額
- 対象となるのは消費税率10%が適用される住宅の取得などをして、2019年10月1日から2020年12月31日までの間に入居した場合



※ あくまで3つの額の最も小さい額が控除対象になることをわかりやすく表現したイメージです。

控除対象借入限度額	控除率	控除期間	最大控除額
4,000万円 (5,000万円)	1.0%	10年間	400万円 (500万円)

※ 控除しきれない場合、翌年の住民税から控除（13.65万円を上限）

（ ）内は長期優良住宅・認定低炭素住宅の場合

■主な要件

- ① 自らが居住するための住宅である（引渡しから6ヶ月以内）
- ② 床面積が50㎡以上
- ③ 年収が3,000万円以下
- ④ 住宅ローンの借入期間が10年以上 等

出所：国土交通省 2018年資料より

② すまい給付金 [対象となる所得階層を拡充、給付額の引き上げ]

■本制度の概要

「すまい給付金」とは、前回の消費税率引き上げ（5%から8%に引き上げ）に伴う負担を緩和するために導入された制度です。新築住宅・中古住宅ともに対象で、給付額は収入と持ち分割合で決定します。また、その住宅への居住が確認できる人が対象となります。

■変更内容

今回の消費税率10%への引き上げ後の住宅取得を支援するため、本制度も延長・拡充されます。対象となる方が大幅に増えることが想定されます。

- 収入額の目安が775万円までに拡充されます（従来は510万円以下）
- 給付基礎額の上限が50万円に増額されます（従来は30万円が上限）
- 対象となるのは消費税率10%が適用される住宅の取得などをして、2019年10月1日から2021年12月31日までの間に引き渡しを受けて入居した場合

1. 給付金

【消費税率8%時】

(参考) 収入額の目安	住民税（都道府県）所得割額 注	給付額
425万円以下	6.89万円以下	30万円
425万円超 475万円以下	6.89万円超 8.39万円以下	20万円
475万円超 510万円以下	8.39万円超 9.38万円以下	10万円

【消費税率10%時】

(参考) 収入額の目安	住民税（都道府県）所得割額 注	給付額
450万円以下	7.60万円以下	50万円
450万円超 525万円以下	7.60万円超 9.79万円以下	40万円
525万円超 600万円以下	9.79万円超 11.90万円以下	30万円
600万円超 675万円以下	11.90万円超 14.06万円以下	20万円
675万円超 775万円以下	14.06万円超 17.26万円以下	10万円

注：都道府県住民税率4%の場合の住民税（都道府県）所得割額

2. 給付対象

【住宅を新築又は新築住宅を取得する場合】

- ① 住宅ローンを利用する場合の要件
 - ・ 床面積50㎡以上の住宅
 - ・ 施工中等に検査を実施し、一定の品質が確認された住宅（例：住宅瑕疵担保責任保険への加入、建設住宅性能表示制度を利用等）
- ② 現金購入の場合の追加要件
 - ①に加え以下に該当する住宅とし、50歳以上で650万円以下の収入額（目安）の者が取得する場合に限る。
 - ・ 省エネルギー性に優れた住宅など一定の性能を満たす住宅（フラット35Sの基準に適合する住宅）

【中古住宅を取得する場合】

- ① 住宅ローンを利用する場合の要件
 - ・ 床面積50㎡以上の住宅
 - ・ 現行耐震基準を満たす住宅
 - ・ 中古住宅売買時等に検査を受け品質が確認された住宅（例：既存住宅売買瑕疵保険への加入等）
- ② 現金購入の場合の追加要件
 - 50歳以上で650万円以下の収入額（目安）の者が取得する場合に限る。

③ 住宅取得等資金に係る贈与税の非課税措置等 [非課税枠最大3,000万円に拡充]

■本制度の概要

「住宅取得等資金に係る贈与税の非課税措置等」とは、父母や祖父母から住宅購入等の資金を贈与された場合に一定額の贈与税が非課税になる制度です。住宅の取得に限らず、先行取得する敷地の資金やリフォームなども対象となります。

また、下記の性能要件をクリアした住宅の場合（質の高い住宅）には、この非課税枠が更に拡大されます。

【質の高い住宅】とは？

- ・ 省エネルギー性の高い住宅…断熱等性能等級4、一次エネルギー消費量等級4以上
- ・ 耐震性の高い住宅…耐震等級2以上、または免震建築物
- ・ バリアフリー性の高い住宅…高齢者等配慮対策等級3以上

■変更内容

今回、消費税率10%へ引き上げ後の住宅取得を支援するため、本制度も拡充されます。消費税率10%が適用される場合、2021年末まで契約年に応じて右記のとおり非課税措置を受けることが可能です。

ポイント

- 父母や祖父母から、住宅の購入等の資金を贈与された場合に、一定額の贈与税が非課税に
- 消費税率10%で住宅を購入等される方は、最大3,000万円まで非課税（それ以外の方は、最大1,200万円）
- 2021年12月までに取得等に係る契約を締結した住宅が対象

契約年	消費税率10%で住宅を購入等される方		左記以外の方（※2）	
	質の高い住宅（※1）	左記以外の住宅（一般住宅）	質の高い住宅（※1）	左記以外の住宅（一般住宅）
2016年1月～2019年3月			1,200万円	700万円
2019年4月～2020年3月	3,000万円	2,500万円	1,200万円	700万円
2020年4月～2021年3月	1,500万円	1,000万円	1,000万円	500万円
2021年4月～2021年12月	1,200万円	700万円	800万円	300万円

※1 一定の耐震性能、省エネ性能又はバリアフリー性能等を有する住宅

※2 消費税率8%の適用を受けて住宅を購入等した方のほか、個人間売買で中古住宅を購入等した方。

■主な要件

- ① 受贈者が贈与者の直系卑属であること、20歳以上であること、年収2,000万円以下であること
- ② 自ら居住するための住宅（贈与年の翌年3月15日まで）、床面積が50㎡以上240㎡以下 等

出所：国土交通省 2018年資料より

「消費税率引き上げに伴う施策＝次世代住宅ポイント（住宅エコポイントとは呼びません）」という方程式が成立している方が多いと思いますが、実は「すまい給付金」も侮れない存在のさいごに… 施策となっております。しかも、「すまい給付金」は現金還付（次世代住宅ポイントは商品券や現金は現時点ではNGの予定）なので、お施主様に喜ばれることは間違いありません。実際、問い合わせが増えてきております。このような施策を上手に活用し、競合相手との差別化につなげてはいかがでしょうか？



J-GREEN®

日本初！

FSC® 認証ファルカタ& 南洋材コンビ合板

普通合板 T1 G1 (ファルカタコンビ合板)



森林の環境保全に配慮し、地域社会の利益にかなない、経済的にも継続可能な形で生産された木材に与えられるFSC認証。インドネシアジャワ産を主産地とするファルカタをコアに使用しており、軽量性、加工性も備わっています。表裏フェイスバックは選別された南洋材単板を使用して美観性を有し、センターコアにも南洋材ロングコア単板を使用することで合板の有する強度、粘りを保持しております。

構成材料	ファルカタ単板 南洋材単板（表裏・センターコア）
認証・認定	JAS 普通合板 F★★★★ FSC®-COC
性能・品質	T1 G1
規格	4.0mm × 910 × 1820 5.5mm × 910 × 1820 9.0mm × 910 × 1820 12mm × 910 × 1820
特長	植林ファルカタ（インドネシア）
主な用途	内装・押入・木工他

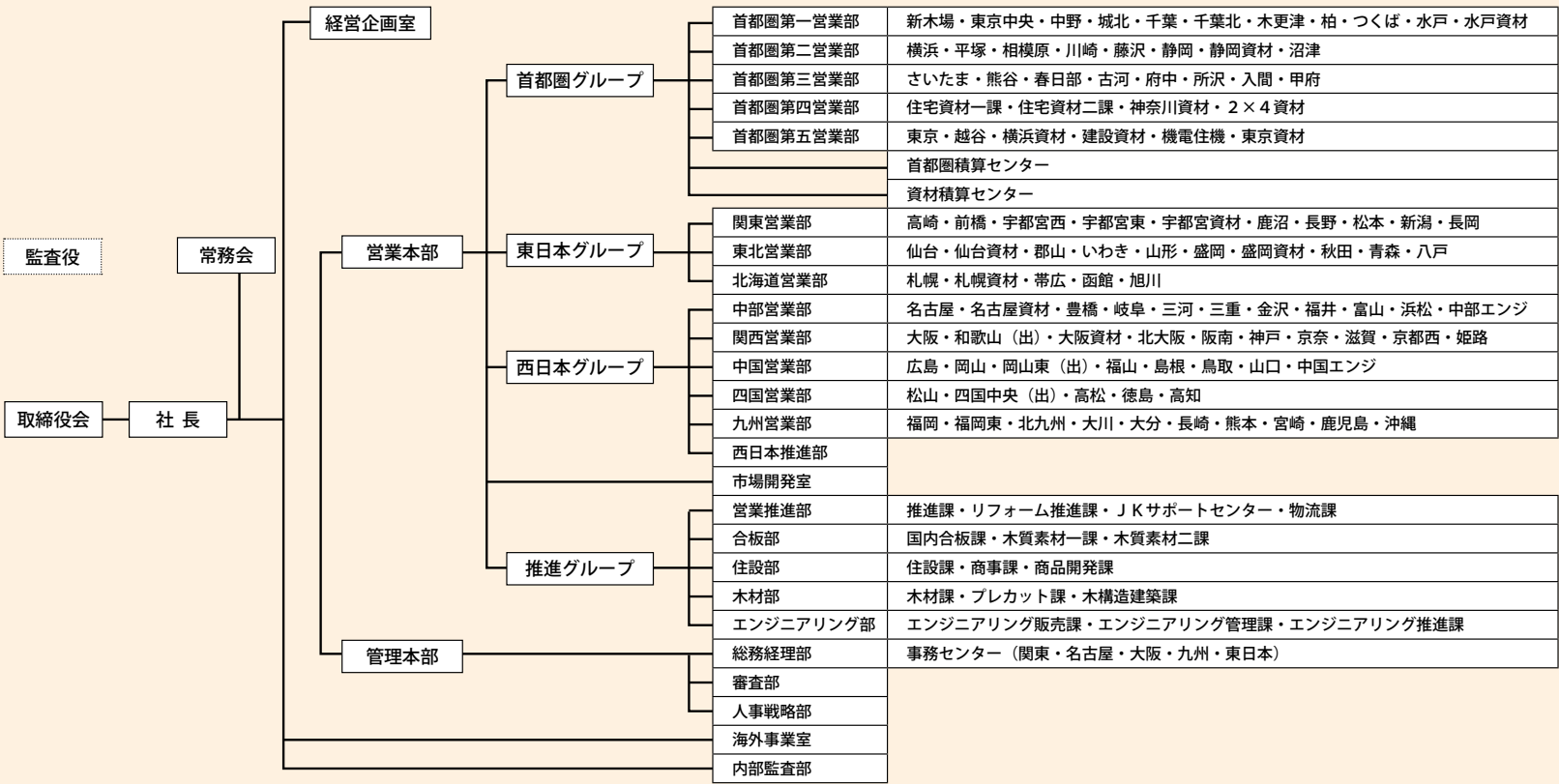
環境配慮型商品

- 自然環境に配慮した製品を「J-GREEN」として選定し、提案いたします。
- 国内および海外においても拡大するグリーン製品需要に応えるべく、広く世の中への普及を目指します。



ジャパン建材株式会社は、
2019 年4月1日より新組織で活動します！

2019 年度に新たな中期経営計画をスタートするに当たり、これまで営業本部内の産業資材・特販分野で培った知見やネットワークを既存のルート分野で最大限に活用することを目的に、営業本部を事業分野別から地域別の組織に変更します。地域の皆様とより密接に協業しながら新たな機能強化を図り、事業拡大することで新設着工依存型の事業から脱却を図るとともに潜在需要の喚起とその対応に努めます。



JK 情報センター 需要動向予測調査

平成 31 年度第 1 四半期 (4 月～6 月) 見通し

調査の時期と方法

この調査は平成 31 年 1 月下旬から 2 月中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、株式会社銘林にも調査依頼をしております。

●工務店による需要予測

国土交通省より発表された平成 30 年の年間新設住宅着工総数によると、総数で 94.2 万戸（前年比 97.7%）と約 2.3 万戸の減少となった。昨年も前年比 99.7%であったので 2 年連続で減少した事となる。利用関係別では貸家が前年比 94.5%、分譲マンションが同 96.2%と大きく前年を割っている。この 1 年を振り返ると当アンケートでも貸家分野に纏わるコメントが多かったが、某大手業者による建築基準不正の発覚など、昨年のサブリース問題に続き、業界へのマイナスインパクトは大きいと見る。消費税増税を控えた本年はより多くのユーザーの目が向けられる。住宅は金融商品ではなく住まうものであるというトレンドが強くなるのではないだろうか。

さて、誰もが駆込み需要を予想する平成 31 年度第 1 四半期 (4 月～6 月) の需要予測がまとまった。工務店の動向予測は前年同期比+ 1.0 ポイントと増加傾向の見通しとなった。約 3 年振りと報告申し上げた前回調査に続いてのプラス回答となった。ただ、このプラスの山が高いか低いかは意見が分かれるのではない。エリア別みると九州・中国エリアを中心に西日本エリアは大きくプラス予想、一方で全人口の 1／3 が集中する関東エリアはマイナス予測と総じて西高東低の様相となった。

1 月のフラット 35 申請件数は 7,632 件と前年比 108%の伸び、35S の占有率も 87%と高水準である。持家分野と分譲戸建住宅の伸長に期待して次回の調査に臨みたい。

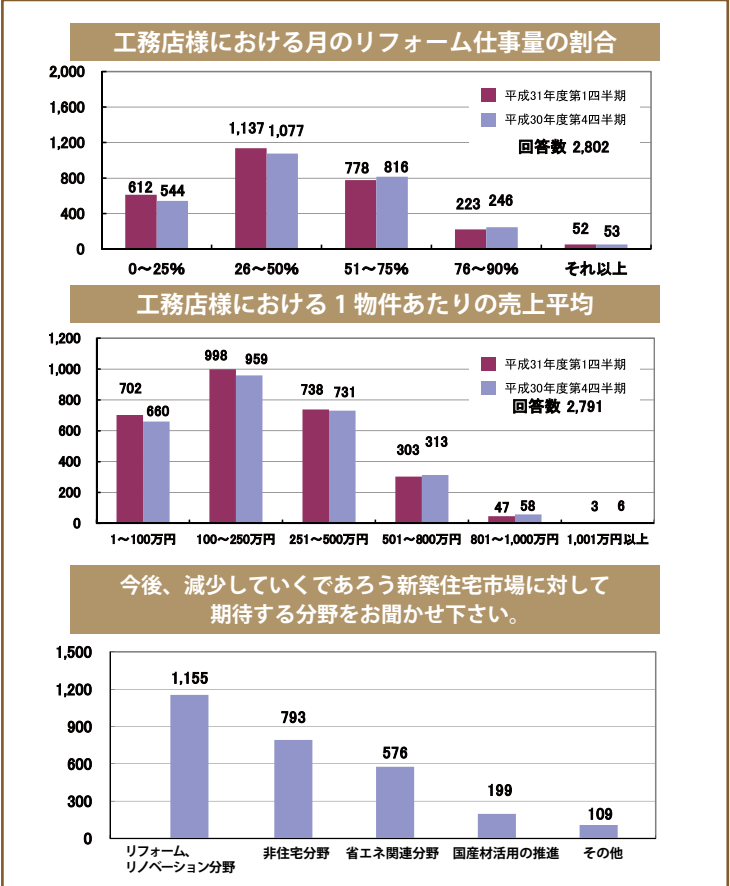
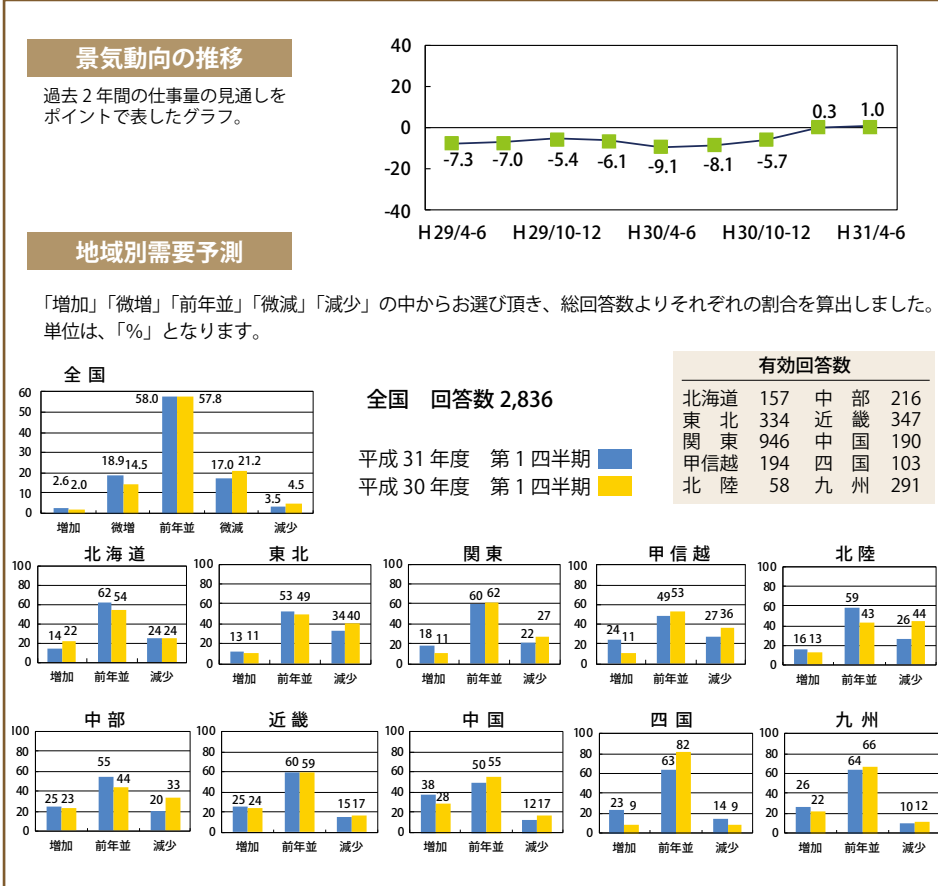
●主要メーカーによる販売予測

主力メーカーの販売予測は全分野において+ 20 ポイント以上のプラス回答。特に住設機器においては半数からプラス回答をいただいた。工務店の控えめなプラス予測との微妙なギャップの理由は、非住宅分野やリフォーム分野などへの見立てにあるのか。

	増加予測	前年並予測	減少予測
合板	33.3%	58.4%	8.3%
木質建材	43.8%	34.9%	21.3%
窯業・断熱	34.2%	55.0%	10.8%
住設機器	50.0%	38.9%	11.1%

●リフォームの現状

リフォーム・リノベーションの動向は全国レベルではプラス回答が多く集まったのだが、前回調査時よりは若干弱含みに見える。物件単価も低価格層が増加。エリア別でも西日本が需要旺盛と見えるが、巨大マーケットの関東エリアにおいてマイナス回答が大きく減ったことは明るい材料と言える。次回調査での一番の注目点はこのリフォーム分野ではないか。



マルフジ建材株式会社

【会社概要】	1970 年（昭和 45）	業容拡大に伴い本社・工場を埼玉県へ移転
本 社	埼玉県加須市西ノ谷 803-2	1980 年（昭和 55）静岡工場を設立
創 業	1962 年（昭和 37）	1982 年（昭和 57）住宅用化粧造作部材『プレフォーム』を発売
設 立	1964 年（昭和 39）	内装工事の受注を開始
資 本 金	3,700 万円	1987 年（昭和 62）プレフォーム部を設立
年 商	92 億円（グループ全体）	1992 年（平成 4）九州マルフジ建材株式会社を設立
従業員数	160 名（単体）	1997 年（平成 9）非塩ビ製品に移行
		1999 年（平成 11）藤の台工業団地内へ本社・工場を移転
		2017 年（平成 29）埼玉工場内にショールーム開設

代表取締役 社長

佐藤 圭一郎 様

さとう けいいちろう

【プロフィール】	
1965 年（昭和 40）	神奈川県に生まれる
1989 年（平成 1）	明治大学を卒業
	株式会社伊勢丹に入社
1997 年（平成 9）	マルフジ建材株式会社に入社
2009 年（平成 21）	専務取締役役に就任
2013 年（平成 25）	代表取締役社長に就任



私たちは常に暮らしを見つめ、木が人のために果たす役割を考え、技術を開発し育てていきます。

化粧板製造事業を引き継ぐ

小川 まず、ご創業の経緯から聞かせていただけますか。

佐藤 創業者は現会長、私の父である佐藤尚武です。会長は秋田県雄勝郡雄勝町（現・湯沢市）で育ち、卒業後に上京。東京都荒川区で主に建材用の化粧シートやセルロイド板を扱う問屋に勤務していたそうです。その問屋で化粧シートを取り扱っていたのが縁で、21 歳の時に取引先のビニル化粧板製造会社の事業を引き継ぎ、1962 年（昭和 37）に個人創業しました。その 2 年後に会社設立する際、「マルフジ建材株式会社」としました。

小川 佐藤尚武会長は、若くして起業されたのですね。ご創業当時、ビニル化粧板はどのようなものに使われていたのですか。

佐藤 流し台などの家具木工、天井・壁用建材、店舗内装・棚板などに使われていました。当時は合板などの素材メーカーが、付加価値につながる表面化粧技術に着目して化粧合板事業を立ち上げるケースが一般的で、当社のように表面にラミネートする化粧材を販売していた個人が化粧板製造事業を始めたというケースは珍しかったそうです。

小川 その後、埼玉へ移転されたのですね。

佐藤 新たな工場用地を探していた父が、埼玉県北埼玉郡騎西（きさい）町に約 1,000 坪の土地を取得して本格的な工場を建設し、1970 年（昭和 45）に移転しました。

その頃から、テレビや音響機器の普及で需要が高まっていた弱電業界への、主に合板やパーティクルボードを基材とする化粧板の供給が増えていきました。

その後、弱電メーカー各社が音響製品の小型化でキャビネットを樹脂成形品に切り替え、さらに生産拠点の海外移転を始めました。ちょうどその頃、大手ハウスメーカーさんや住宅内装建材メーカーさんが台頭し、内装ドアや収納、窓枠・ドア枠・巾木などの造作部材をカラーコーディネートすることが始まり、当社も徐々にそちらにシフトしていきました。

独自の縦 V 溝加工で道を開く

小川 弱電分野に代わる需要先が建材分野だったということですね。

佐藤 はい。弱電分野で厳しい品質要求に応える努力を続けてきたおかげで品質向上・生産性向上の伝統を今に伝えています。実は、当社の起死回生に大きな力となったのも、弱電分野のキャビネット用化粧板生産で培った V 溝加工技術でした。当社はそれをさらに発展させて、住宅用造作部材生産に特化した縦 V 溝加工設備を機械メーカーと共同開発して静岡工場に導入し、『プレフォーム』を製造発売。住宅内装建材分野への供給を事業の核に据えました。

小川 建材需要の拡大に歩調を合わせた事業へ大きく舵を切ったことが、今日のベースになっているということですね。

縦 V 溝加工の特長、メリットについて、もう少し教えていただけますか。

佐藤 V 溝加工製品は、今でこそさまざまな造作材に使われていますが、住宅業界では大手ハウスメーカーさんに耐水性・耐久性を必要とする開口部材、ドア枠や窓枠に採用されたのが最初です。

合板や MDF などの素材にそのまま化粧用シートを巻くことを「ラッピング」といいます。対して「V カット」とは合板などの芯材に化粧板を巻き付けていきます。具体的には化粧板基材の裏に V 形状のカットを入れて合板等の芯材に巻き付けることにより造作部材が完成します。



小川 V 溝加工は日本の独自技術ですか。

佐藤 海外ではラッピング手法が主流なので、V 溝加工機メーカーはないと思います。

ラッピング手法は大量生産を効率的にこなせますが、特に当社の縦 V 溝加工製法は、V 溝を入れる刃物の移動だけで簡単にサイズ変更できるので、スピーディに多品種少量の需要に対応できることが最大のメリットになっています。

マーケットインをベースに

小川 佐藤社長ご自身のお話を聞かせていただけますでしょうか。

佐藤 私は 3 兄弟の長男ですが、学業を終えた後、株式会社伊勢丹に入社して 8 年間勤務してから当社に入社しました。

実は、第 2 人の当社入社のほうが私よりも早く、現在は九州マルフジ建材の社長を務める 3 番目の弟の佐藤剛が大学卒業後すぐに入社。すぐ下の弟の佐藤孝嗣はアメリカ留学を終えた後、入社と同時にインドネシアに赴任して、現在は P.T マルフジ建材インドネシアの社長を務めています。グループのモノづくり全体を私が主管し、上の弟が海外を担当、下の弟は九州マルフジの社長兼グループ全体の営業統括の役割を担っています。

小川 佐藤社長が、まず他業界に入社されたのは、どのような理由からですか。

佐藤 私が指向していたのは衣食住に関するモノの流れや、どういったニーズやウォンツがあるのかを直接お客様と話し、商品化していき販売に結びつける世界でした。

小川 市場の声を商品開発に反映するマーケットインの世界を見てみようと思われたのですね。

佐藤 はい、実際にお客様ニーズを引き出しながら、モノづくりの現場に足を運んで

新商品に反映したり、品揃え充実のために直輸入したりする仕事なども経験しました。

小川 どこかの時点で、佐藤会長から、ゆくゆくはご長男に本丸を任せたい、といったお話はありましたか。

佐藤 私が入社した頃も、父はまだ 60 歳前の現役バリバリで、率先垂範でしたからね。直に言われたことはありませんでしたが、その気持ちは感じていました。

小川 帝王学を学んだご記憶はありますか。

佐藤 入社するまでは特にありませんでしたが、入社直後からモノづくりを一から叩き込まれました。

4 工場の持ち味を高付加価値へ

小川 現在の売上に占める化粧板事業の割合はどのくらいですか。

佐藤 今も約 6 割は化粧板事業で、3 割が部材事業のラッピングや V カット造作材の販売、残り 1 割は P.T マルフジ建材インドネシアや協力会社様の完成品を購入して販売する事業です。

当社は、ここ埼玉工場と、次いで操業した静岡工場、さらに九州マルフジ建材を加えて 1992 年（平成 4）に 3 工場体制になりました。埼玉工場は生産品目の多様化にともない、たびたび増築を重ねていましたが、老朽化が目立つようになり、1999 年（平成 11）に現在地に新設しました。これによって、化粧板・ラッピング・V カット造作部材を主体とする工場に生まれ変わり、生産性向上を遂げて高付加価値化と製品開発に注力しています。

加えて 1996 年（平成 8）に合板産地であるインドネシアを生かしていきたいとの思いから新たに工場を立ち上げ、収納建具やテレビ台・収納キャビネットを販売し、現在の 4 工場体制を確立しています。

小川 化粧板事業の主な販売先は、国内の主要建材メーカーさんですか。

佐藤 はい、加えてハウスメーカー様や水回りメーカー様向け化粧板の加工も受注しています。

小川 マンション内装のトレンドを先導するディベロッパーさんから受注されることはないのですか。

佐藤 実は、縦 V 溝加工工場を立ち上げて『プレフォーム』を発売した今から 30 年ほど前に、当社のマンション内装材を工場から一括して納入できるメリットを生かしたプレフォーム部を設立しました。この部隊が建具工事・造作工事一式を材工で受注できるような体制を作り、売上を伸ばしてきました。

小川 現在は、いかがですか。

佐藤 当社が得意とするのは化粧板や造作材等の製造なので、現時点では事業をメーカー機能に特化し、内装工事事業は九州地区で継続しています。

常に「会社之永續」を考える

小川 今後の売上規模や事業領域について、お考えを聞かせていただけますか。

佐藤 会長は創業以来「倒産させて人に迷惑をかけないこと」「社員を大事にすること」を一番に考え、そのために実践すべきは「会社之永續」と言いつづけています。そこで、父が会長に、私が社長に就任した時に、この社是に「会社とは公器（社会的責任がある）」であり、存在自体が無限でなくてはならない。無限であるためには、環境の変化に柔軟に対応するために会社の体制や個人の動きも変えていく。」という具体的な説明を加えました。その実現に直結するのが「創業視点」「顧客目線」「共創視点」に基づく「売り手よし、買い手よし、世間よし」を目指す“三方よし”の考え方です。

私たちにとって、お客様や仕入先様、協力会社様は、無形の資産です。皆様の力を有効活用させていただいて“三方よし”を実現したいと考えています。

小川 お取引のある皆様と知恵を出し合い、力を合わせ、新しい付加価値を生み出し、共に繁栄しましょうということです。

佐藤 はい、ここにショールームを設けたのもその一環です。私どもが生産している化粧板やラッピング・V カット部材だけをお客様にプレゼンするよりも、製品化したものを空間にして展示しないと説得力に欠けることが課題としてありました。そこで弊社製品だけでなく、協力会社様とのコラボレーションを行い、お客様にご提案もできるショールームを 4 年前に九州マルフジ建材内に開設しました。その評判が良かったものですから、さらにバージョンアップしたものを本社工場内にも開設しました。

ですから、このショールームの展示内容は、あくまでもイメージ先行です。P.T マルフジ建材インドネシアや協力会社様から提供してもらった完成品や、当社オリジナルのキッチン用隙間家具、リビングのニッチ収納、テレビ台などを、テイストの異なる空間を想定して設置しています。

さらに、こんな製品を作ってみてはどうかという当社からお客様へのご提案もしています。それと同時に、お客様とのコミュニケーションをショールームで行うことにより、そこからお客様のニーズやウォンツを掘り起こし、かつ使用目的に合わせて当社が取り組むべき改良点にも気づけるような、新商品開発に関するさまざまなヒントを見つける場と位置づけています。おかげさまで、皆様にはたいへんご好評いただき、受注にも結び付けることができています。

小川 お客様が新商品開発されるよう積極的に働きかけていらっしゃるのですね。

佐藤 はい。お客様や協力会社様と一緒に商品開発のヒントを探り、付加価値を高めるものをどんどん生み出してもらいたいと思っています。

さらに、現状は目に見えるところに使われている化粧板を、省エネや不燃といった目に見えない機能に生かすような用途拡大にも取り組んでいきたいと思います。

小川 化粧板用基材の供給でご愛顧いただいている当社も供給責任を果たし、末永くお役に立ちたいと思います。

本日は、ありがとうございました。

毎日使いたくなる圧力鍋はフィスラーです フィスラー代表商品『圧力鍋』

フィスラージャパン株式会社

【フィスラー代表商品『圧力鍋』】

一台何役もの幅広いレパートリー「煮る、炊く、蒸す、ゆでる」のほかにも、解凍や瓶詰めなどの保存食作りなど何役もの働きをこなす圧力鍋。バラエティ豊かなメニューがスピーディーに作れ、料理ビギナーの方にも心強いパートナーです。

また、付属の蒸し器を利用すると、2段調理で一度に数品の献立作りも可能に。魚の骨まで柔らかく調理スジ肉、スネ肉はもちろん、短時間で魚の骨も柔らかく食べられるように調理。小魚の苦手なお子様やカルシウム不足が気になる方の強い味方になります。

安心・安全の設計鍋の中の温度が上がり

過ぎた場合、自動的に蒸気を排出する仕組みなので、鍋の中の温度は常に一定に保たれます。

フタは、安全レバーまたはスライドロックを動かさないと開かない構造になっており、内部の圧力が抜け切るまでは開かない仕組みです。そして、フタが正常に閉まっていないときは圧力がかからないようになっています。お手入れも簡単すべてのフィスラー圧力鍋は、簡単に洗うことができます。お手入れしやすく衛生的です。

フィスラーでは10年の長期保証を実施しています。世代を超えて安心してお使いいただけます。



フィスラー社は、たゆまぬ技術革新と熱いクラフトマンシップ、そしてその創り出すデザインの美しさにより、「made in Germany」の代表格たる調理器具ブランドとして認められています。私たちは170年余の長きにわたり、家事を簡単にそして楽しく調理し、食卓に笑顔を生み出すお手伝いのできる調理器具をご提供し続けております。

地震・火災・湿気に強い モイスTM 耐力面材 / 調湿建材モイスでつくる健康な住まい モイス NT 内装材材

AICA

<http://www.aica.co.jp>

アイカ工業株式会社

【モイス TM 耐力面材】

MOISS は天然素材の鉱物が主成分。

主に、天然素材のみで造られているため、有害物質を含みません。

モイス TM は無機素材なので火災に強く、木のような粘り強さで地震の揺れや風圧なども受け止め、建物を守ります。

不燃耐力面材

モイス
Moiss TM



【モイス NT 内装材】

湿度は高すぎても低すぎても不快なもの。また建物にとっても、過度の湿気や乾燥は傷みの原因になります。

モイスは多孔質で湿度をコントロールし、カビやダニの繁殖を抑制。爽やかで快適な室内環境を生み出します。

多機能けい酸カルシウム板

モイス
Moiss

結露を
軽減

消臭
機能

カビに
強い

シック
ハウスにも
効果



ハウスデポ・リフォーム技能者育成スクール ハリス (HRIS)

Housedepot Reformginousha Ikusei School

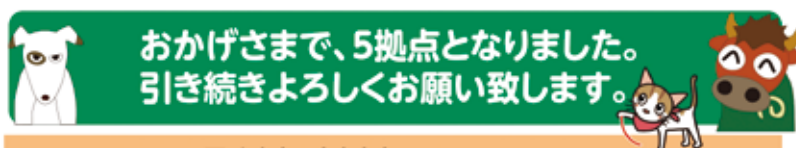
新設住宅着工数は人口減少に伴い年々減少しつつある反面、リフォーム事業は需要の拡大が見込まれています。しかしながら、職人の高齢化と人材不足が問題視されています。

ハウス・デポ・ジャパンは中小工務店様への支援を目的とした『多能工の育成』ハウス・デポ加盟店の社員育成を実現するためハウスデポ・リフォーム技能者育成スクールを開校いたしました。



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 URL : <http://www.housedepot.co.jp>



○本社	〒103-0023 東京都中央区日本橋本町1-1-8 KDX新日本橋ビル9階
○札幌営業所	〒064-0821 北海道札幌市中央区北1条西20-1-27 井門札幌N120ビル3階C号
○名古屋営業所	〒461-0005 愛知県名古屋市東区東桜2-5-11 シェーネルビル402号室
○大阪営業所	〒530-0047 大阪府大阪市北区西天満2-6-8 堂島ビルディング705号室
○福岡営業所	〒810-0042 福岡県福岡市中央区赤坂1-5-11 アバンダント89 501号室

★ハウス・デポ・パートナーズ電子契約 始めました！

★つなぎ融資用短期国信W保証プラン 始めました！

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 荒谷 北野

伊坂 村田 網田

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

イチオシ! Bulls

2019年3月1日 発売開始

Bulls サニタリー消臭パネル

気になる匂いを壁面で消臭する新発想!

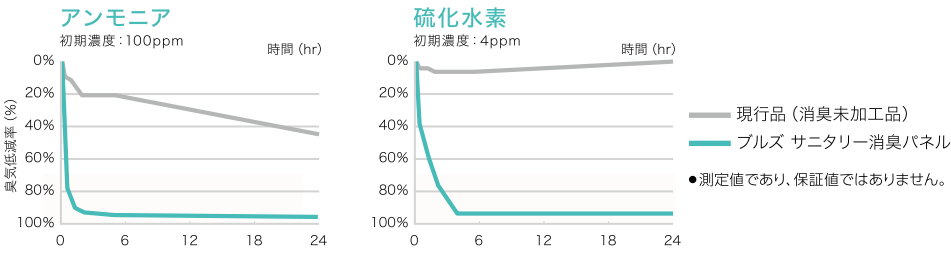
壁面が消臭の役割を果たすので、
排泄臭の低減と換気回数の低減も期待できます。



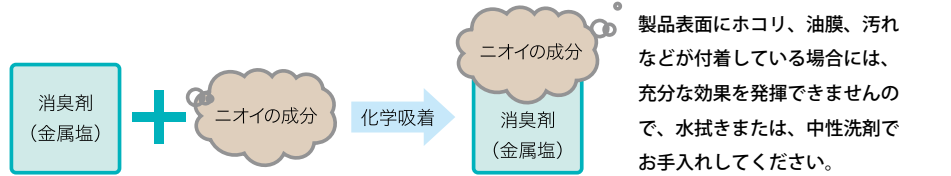
■気になるニオイの成分を効果的に抑えます。

生活空間の中で特に気になるニオイには、アンモニア、酢酸、硫化水素などの成分が共通しています。
ブルズ サニタリー消臭パネルはそれらを低減することで効果的に消臭*します。

※消臭：当社従来比。消臭効果は臭いを消滅させる効果ではなく、低減させる効果です。



■ニオイの成分が表面層の消臭剤に接着し、化学吸着



2019年3月15日 発売開始

Bulls 災害対策シリーズ

備えあれば憂いなし! 用途に合わせて様々な種類から選べます

地震や津波などの自然災害は、いつ起こるかわかりません。
緊急時に「用意しておけばよかった」とならないためにも、
オフィスや住まいに、今から備えておきましょう。

家庭用リュックセット
HRS-14M

はっ水加工

500ml
メッシュ
ポケット

リュック
容量
約 11L

14点
セット



防災
マニュアル
付き



情報・照明	●スマートフォン対応ラジオライト	衛生用品	●除菌ウェットティッシュ ●ゴミ袋 ●携帯トイレセット(3回分) ●マスク7枚入 ●やわらかからだ拭き ●ティッシュ
防寒・寝具	●非常用保温アルミシート ●貼るカイロ10個入	その他	●ウォータータンク ●ブルーシート ●リュック
移動用品	●軍手 ●レインコート		

家庭用リュックセット
O-HR-22K

22点
セット

リュック
容量
約 33L



分離できる
サブリュック!

キャリーバック
にもなる!



避難セット 5人用
O-HSY5N

10点
セット

水の保管が
60L
できる

積み重ねて
保管が
できる



※O-HSY5Nを3個使用

2019年2月21日 発売開始

Bulls 施設向け育児機器用品シリーズ

作りたい空間に合わせて、3つのシリーズをご用意

トイレスペース (TS) シリーズ

個室トイレから多目的トイレまで対応。取付ビスが付属で、製品到着後すぐに施工できます。

オムツっ子 V1 スタンドセット



ガススプリング採用で、赤ちゃんを抱いたままでも楽々ワンタッチ開閉が可能です。

ベビールーム (BR) シリーズ

37色から選べる張り地カラーと、5色から選べるメラミン化粧板で空間を演出できます。

フェアリーチェア 50・90



授乳姿勢を楽に保てる授乳専用チェア。
1人掛けと1.5人掛けの2タイプをご用意しています。

キッズスペース (KS) シリーズ

大規模商業施設にも設置可能なしっかりタイプ。特注サイズも製作可能です。

スクエア D300 レイアウトプラン



パーツの奥行きが3000mmなので、お子さまが遊ぶスペース(内寸)を有効活用できます。

※各シリーズ、他にも様々な商品をラインナップしております。

お問合せは、ジャパン建材各営業所までお願いします。

ブルズ木材会メンバーご紹介 ②

ブルズ木材会は、日本国内の地域ごとに特色ある木材・製材品をより多くの皆様に適材適所に
ご活用いただきたいの思いから発足した国産材のスペシャリストのグループです。



株式会社 ザイエンス

代表者 代表取締役社長 荒井浩
本 社 東京都千代田区 広島県広島市
営業所 東京（営業本部） 北海道 東北 北関東 大阪 広島 大野 九州
工 場 群馬（製造本部） 室蘭 仙台 新潟 千葉 大阪 広島 熊本

1922年に創業、古くは鉄道枕木、電柱の生産にはじまり、住宅の土台づくりで木材保存の技術を培ってきました。現在、そのノウハウは住宅用資材のみならず、公園の遊具やウッドデッキなどにも活かされています。

業界最多となる全国8つの生産拠点から、安定的に高品質の製品を供給する体制を整えています。



第41回ジャパン建材フェアに出展

○ランバー部門

業界トップシェアを誇る防腐防蟻処理土台をはじめ、約100年にわたる歴史が積み上げてきた実績に多くのお客様から信頼を頂いております。数ある保存処理方法のなかでも深浸潤処理は油性薬剤を用いた当社独自の保存処理方法です。自社研究から生まれたこの技術は、寸法精度が高く、臭気やベタつきも少なく安全性に優れた高品質の製品を生産することができます。ジャパン建材様のブランドJ-GREENには国産ひのきKD材にこの方法でさらに耐久性を高めた土台「OP ドライスケヤーひのき」をラインナップしております。

○ケミカル部門

防腐、防蟻薬剤のリーディングカンパニーとして、大きなシェアを誇る薬剤の生産販売、シロアリ工事を行っております。ラインナップする薬剤は高い効果を有するとともに環境に配慮したものです。安心へのニーズが高まっている近年では薬剤散布を伴わない防蟻シート、シール材や粒剤、シロアリキャッチャーなど様々な施工方法のご提案も行っております。

○エクステリア部門

遊具、サイン、ベンチ、東屋などの公園施設やデッキ、木橋などの景観施設を中心とした木製の屋外製品を設計、製造、施工までを一貫して行っています。国産の杉材や桧材に屋外用の木材保存処理薬剤を加圧注入することで、15年～20年の屋外耐久性をもった製品を納品しています。今回の第41回ジャパン建材フェアでは、大阪北部地震によるブロック塀倒壊事故を受け、注目されている木塀を展示いたしました。規格品だけでなく、お客様の要望にお応えした製品も提供いたしますので、是非お声掛けください。

合板 天気図



晴れのち曇り

ジャパン建材 合板部
部長 猪爪 清和

新設住宅着工戸数

2019年1月は67,087戸（前年同月比1.1%増）で2カ月連続の増加となった。その内、木造住宅は38,121戸（同比2.2%減）で先月の増加から再びの減少となった。季節調整済年率換算値は87.2万戸で前月比9.3%減、4カ月ぶりの減少となる。

利用関係別では持家が20,925戸（前年同月比3.3%増）で4カ月連続の増加、貸家は24,776戸（同比12.3%減）で5カ月の連続の減少、分譲は20,911戸（同比19.8%増）で6カ月連続の増加となった。分譲の内訳はマンションが9,368戸（同比43.6%増）で6カ月連続の増加、戸建ては11,190戸（同比4.2%増）と2カ月連続の増加となった。貸家は減少したが、持家及び分譲住宅が増加したため全体で前年同月比1.1%の増加となった。

国内合板の供給量

1月の国内合板生産量は25.8万㎡（前月比97.6%、前年同月比100.7%）と発表された。その内、針葉樹合板の生産量は24.8万㎡（同比97.9%、100.8%）となり、出荷量は27.1万㎡（同比105.1%、107.6%）で在荷量は13.3万㎡と4カ月連続で減少し、出荷量も4カ月連続で前年を上回った数字となった。

輸入合板の供給量

1月度入荷量は25.7万㎡（前月比112.8%、前年同月比93.9%）となった。国別入荷量はマレーシアが9.3万㎡、インドネシアが7.6万㎡、中国が6.5万㎡となっている。生産から船積までのリードタイムが短くなっている。

今後の見通し

国内針葉樹合板の市況は若干落ち着いた動きになっているが、需給バランスは取れている。在荷量は8カ月ぶりに13万㎡まで少なくなっており、フロー台板など生産アイテムが多様化する現状では決して充分でなく、生産量の0.54カ月分しか無い状態であるのでメーカーが売り急ぐ必要もなく、相場は維持されると思われる。

輸入合板は産地価格・為替・国内需要が絡み合い、決算に向けて輸入業者による現物在庫削減のための安値が散見される状況となっていた。全国的には在庫は減少傾向にあるが需給バランスが未だ取れていないアイテムのみ弱含みの相場が続いている。現状、輸入業者は採算割れの商いを続けているが、それがどこまでも続くことは無く、現地オファー価格に準じて市況相場が進むと思われ、注意が必要な時期にあると思われる。

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>