



CONTENTS	●社会課題の解決と企業の発展へ。私たちジャパン建材は、2020年4月SDGs達成に向けた取組みを発表しました。…p.1	●トップ対談…p.3
	●ネット・ゼロ・エネルギー・ハウスの推進に向けた取り組みと令和2年度の支援事業の動向…p.4	
	●ジャパン建材株式会社は、2020年4月1日より新組織で活動します！／●JK情報センター 需要動向予測2020（令和2）年4月～6月期見通し…p.5	●商品情報…p.6
	●イチオシ！Bulls…p.7	●カタログ2020年版発行！／●合板天気図…p.8

社会課題の解決と企業の発展へ。 私たちジャパン建材は、2020年4月 SDGs達成に向けた取組みを発表しました。



ジャパン建材株式会社
代表取締役 社長執行役員
小川 明範

今、世界中の人々が安心・安全、そして快適で豊かな暮らしを送るために解決しなければならない課題は山積しています。

地球温暖化による気候変動などの環境問題をはじめ、人権、貧困、飢餓、教育など、そのテーマは実に様々です。また、こうした課題は他国で起こっている他人事ではなく、まさに日本国内においても企業や個人が真摯に向き合わなければならない重要なテーマです。

私達は「快適で豊かな住環境の創造」を企業理念に掲げ、全ての人たちが

幸せを感じられる住まい方や暮らし方を追求して事業活動を続けています。事業活動に基づく経済的な発展と共に、社会的な課題を解決していくことは、我々の使命とも言えます。

私達は、持続可能な開発目標としてグローバルスタンダードとなりつつあるSDGsに取り組むことで、パートナー企業様とも連携しながら、企業としての発展と社会的課題の解決に努めて参ります。

ジャパン建材は以下の項目を特定し、持続可能な開発目標(SDGs)の達成へ取り組んでいます。

1. 地球環境保全への貢献

私たちは木質系建築資材を主力取扱商品としており地球環境保全には積極的に取り組むべきと考えています。計画的に管理された森林から生産された木材の利用・流通の普及を促進し、同時に環境負荷の少ない環境配慮型商品を市場に浸透させることも積極的に取り組んでいます。

基本戦略

- 1-1 森林資源に対する積極的な情報発信
- 1-2 エネルギー使用量、廃棄物の削減
- 1-3 非住宅の木質化
- 1-4 環境配慮型住宅、商品の市場への浸透



3. 働きがいの創出と生産性向上 ～すべてのパートナーとともに～

私たちは社員育成に力を入れ、新しい働き方にも挑戦します。そして多様な人材が活躍できる働きがいのある職場づくりを推進していきます。今後もすべてのパートナー、地域のコミュニティと健全で公平な連携や交流を活発に行い、ともに成長していきます。

基本戦略

- 3-1 行動指針「住」道の実践
- 3-2 ダイバーシティ推進
- 3-3 企業価値向上と企業倫理、コンプライアンスの徹底
- 3-4 取引先の活性化と連携



2. 新たなビジネスモデルの構築

私たちは従来のビジネスモデルを継承しつつ、環境の変化に適応しながら発展していくために、市場に新たな価値（イノベーション）を創造していきます。業種を超えた連携も含め、新たなビジネスモデルの構築にも積極的に挑戦していきます。

基本戦略

- 2-1 IoTを利用した快適な暮らし方の提案
- 2-2 DX(デジタルトランスフォーメーション)の推進
- 2-3 異業種、異分野企業とのイノベーション



4. 持続可能な資源調達

私たちはサプライチェーンを長期的かつ安定的に維持し続けるために、当社が関わる事業活動に起因する環境や社会への負の影響を抽出し適切に管理して軽減します。経済成長と環境保護を両立し、サステナブルな社会の実現に貢献していきます。

基本戦略

- 4-1 責任あるサプライチェーンの構築
- 4-2 管理された森林資源（森林認証材、J-GREEN）調達と人権保護



SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

世界を変えるための17の目標



今だから知っておきたい。SDGs の基本。

2020 年 4 月、ジャパン建材を含めたグループ 6 社（JK ホールディングス、ジャパン建材、銘林、物林、キーテック、ハウス・デポ・ジャパン）は SDGs 達成に向けた取組みを発表いたしました。
今後当社およびグループ各社は、選定した目標と基本戦略達成に向け、全社一丸となって取り組んでまいります。

そもそも SDGs って何？

SDGs（エスディージーズ：Sustainable Development Goals）とは、2015 年 9 月の国連サミットにおいて全会一致で採択された 2030 年までに達成すべき国際社会共通の「持続可能な開発目標」です。地球上の誰一人として取り残さないという理念のもと、環境や経済、社会を持続可能にするための 17 のゴール（目標）と 169 のターゲット（具体化したもの）から構成されています。国連に加盟している 193 の国、地域が達成を目指し、日本政府も“オール・ジャパン”で SDGs に取り組むことを表明しています。企業活動においても積極的にコミットしていく姿勢が求められています。

17 のゴール（目標）って、具体的にどんなもの？

「SDGs の 17 のゴール（目標）には、それぞれに具体的な年限と行動目標が書かれた 169 のターゲットとその成果を測るための 232 の指標が設定されています。今回は、皆さんがよく目にするロゴと一緒に、その意味を解説します。

JKホールディングス株式会社

ジャパン建材株式会社

銘林株式会社

Butsurin

KEYTEC

株式会社 ハウス・デポ・ジャパン



1 貧困をなくそう
あらゆる場所のあらゆる形態の貧困を終わらせる



4 質の高い教育をみんなに
すべての人々への包摂的かつ公正な質の高い教育を提供し、生涯学習の機会を促進する



7 エネルギーをみんなに、そしてクリーンに
すべての人々の、安価かつ信頼できる持続可能な近代的エネルギーへのアクセスを確保する



10 人や国の不平等をなくそう
各国内及び各国間の不平等を是正する



13 気候変動に具体的な対策を
気候変動及びその影響を軽減するための緊急対策を講じる



16 平和と公正をすべての人に
持続可能な開発のための平和で包摂的な社会を促進し、すべての人々に司法へのアクセスを提供し、あらゆるレベルにおいて効果的で説明責任のある包摂的な制度を構築する



2 飢餓をゼロに
飢餓を終わらせ、食料安全保障及び栄養改善を実現し、持続可能な農業を促進する



5 ジェンダーの平等
ジェンダー平等を達成し、すべての女性及び女児の能力強化を行う



8 働きがいも経済成長も
包摂的かつ持続可能な経済成長及びすべての人々の完全かつ生産的な雇用と働きがいのある人間らしい雇用（ディーセント・ワーク）を促進する



11 住み続けられるまちづくりを
包摂的で安全かつ強靱（レジリエント）で持続可能な都市及び人間居住を実現する



14 海の豊かさを守ろう
持続可能な開発のために海洋・海洋資源を保全し、持続可能な形で利用する



17 パートナリーシップで目標を達成しよう
持続可能な開発のための実施手段を強化し、グローバル・パートナーシップを活性化する



3 人々に保健と福祉を
あらゆる年齢のすべての人々の健康的な生活を確保し、福祉を促進する



6 安全な水とトイレを世界中に
すべての人々の水と衛生の利用可能性と持続可能な管理を確保する



9 産業と技術革新の基盤をつくろう
強靱（レジリエント）なインフラ構築、包摂的かつ持続可能な産業化の促進及びイノベーションの推進を図る



12 つくる責任つかう責任
持続可能な生産消費形態を確保する



15 陸の豊かさを守ろう
陸域生態系の保護、回復、持続可能な利用の推進、持続可能な森林の経営、砂漠化への対処、ならびに土地の劣化の阻止・回復及び生物多様性の損失を阻止する

さらに詳しく詳細を知りたい方は、下記 URL をご確認ください。
国連広報センター <https://www.un.org/ja/activities/>
外務省ホームページ <https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/oda/sdgs/>

第25回 雙環フォーラム



株式会社小西美術工芸社 代表取締役社長

デービッド・アトキンソン 氏

『国連の分岐点』著者
待望の講演！

人口減少時代を
勝ち残る
『経営戦略』

日 時

6月9日（火）

講演会の部 15:30～17:10
情報交換会（懇親会） 17:20～18:50

会 場

JK ホールディングス株式会社
新木場本社ビル 1F 大ホール
〒136-8405
東京都江東区新木場 1 丁目 7-22
TEL. 03-5534-0651 / FAX. 03-5534-3855

ミヤモリ株式会社

【会社概要】

本社 長野県佐久市岩村田 3113
創業 1915 年（大正 4）
設立 1963 年（昭和 38）株式会社宮森材木店
1969 年（昭和 44）ミヤモリ株式会社に改称
資本金 1 億円
年商 16 億 4,076 万円（2018 年）
従業員数 24 名
【業務内容】
木材・建材・住宅設備販売、環境エネルギー事業、住宅建築事業

代表取締役 社長

宮森 伊智朗 様

みやもり いちろう

【プロフィール】

1964 年（昭和 39） 佐久市に生まれる
1986 年（昭和 61） 株式会社大京観光に入社
1989 年（平成 1） ミヤモリ株式会社に入社
1998 年（平成 10） 専務取締役役に就任
2014 年（平成 26） 代表取締役社長に就任



住環境創造企業。すべてはお客様の笑顔のために。

創業から 105 年目を迎えて

小川 ご創業は 1915 年（大正 4）でしたね。
宮森 はい、私の祖父・宮森伊作が、志賀村（現・佐久市志賀）に生まれたのが 1900 年（明治 33）、15 歳で宮森材木店を創業しました。カラマツ丸太を自分で山から伐り出し、杭丸太、電柱、枕木用材木として東京に出荷したそうです。その後の第二次世界大戦、木材統制令を経て、1946 年（昭和 21）に現在の本社地・岩村田で事業を再開しました。

小川 二代目社長は、宮森社長のお父様、伊八郎ミヤモリグループ会長ですね。

宮森 はい、父は 1937 年（昭和 12）生まれ。大学を卒業して家業に入ったのが伊勢湾台風の翌年、1960 年（昭和 35）だったそうです。その台風で出た大量の風倒木を買い付けて被災地の復興需要に応えたと聞いています。

小川 その頃からお父様が陣頭指揮をとっていらっしゃったのですか。

宮森 はい、祖父は 60 歳になった頃から会社は全て父に任せていました。

私が生まれた 1964 年（昭和 39）は、木材輸入が自由化された年で、佐久の林業は衰退期を迎えました。そんな中、いち早く従来の木材販売から建築資材全般の販売に重点を移し、さらに株式会社宮森材木店に改組、現社名のミヤモリ株式会社に改称して建材事業を拡大したのも父です。

長く専務だった父が社長に就任したのは 1976 年（昭和 51）。1987（昭和 62）に父の弟・宮森武久現相談役が三代目社長に就任。私が四代目社長に就任したのは 2014 年（平成 26）です。

小川 ご創業から 105 年、長い歴史ですね。

ニーズの変化を多角化へつなぐ

小川 現在の事業概要をお聞かせください。
宮森 ミヤモリ株式会社の核となる木材・建材・住宅設備販売事業、そのほかの 3 事業を展開しています。

まず、2006 年（平成 18）にスタートした薪ストーブ設計・施工の『ファイヤーワールド軽井沢』。次いで 2010 年（平成 22）に環境エネルギー事業として始めた『太陽光情報館』、これは今の『京セラソーラー FC 佐久平』です。さらに 2018 年（平成 30）に営業を開始した、超ローコスト住宅専門店『ハロー！マイホーム』です。

こうしたミヤモリグループ 4 社の事業を前進する 7 つの力と位置づけています。

小川 グループ会社 3 社についても、お聞かせいただけますか。

宮森 1974 年（昭和 49）にミヤモリの一事業部として土地の分譲・建売を始めた『ミヤモリ不動産』を 1995 年（平成 7）に分社独立した、賃貸住宅運営管理・分譲地企画販売・仲介等のミヤモリ不動産株式会社。1982 年（昭和 57）に上下水道設備工事・水廻設備工事・浄化槽設備工事のミヤモリ株式会社サクスイを創業。これは、佐久市の下水道が整備されて、トイレの水洗いが

始まったのを契機に開業しました。そんな中で徐々にエンドユーザーさんと接点をもつノウハウを学びつつあり、建材の売上が落ち込んだ時期に旧松下電工さんのリファインショップにも挑戦しました。

そして、2007 年（平成 19）に、新築・リノベーション設計・施工のコーギーホーム株式会社を設立しました。

小川 ビジネス環境の変化に応じて挑戦を繰り返し、そこから現在の多角経営につながっているということですね。

お父様ご兄弟、宮森社長ご兄弟、従兄弟の皆様が力を合わせ、それぞれのお立場でグループ隆盛に貢献していращやる、とても素晴らしいことです。

宮森社長ご自身は、幼い頃から後を継ぐものだと思っていられしていましたか。

宮森 そうですね、私が物心ついた時には、周囲から父が「専務」と呼ばれていたので、父の名を宮森専務と勘違いしましてね、幼稚園児の頃には、私も父と同じように専務になると思っていた。



小川 では、学業を終えて直ぐに家業に入られたのですか。

宮森 当時はバブル景気で、就職先はいくらでも選べましたが、父が「大京へ行け」と言うものですから、何も考えずに株式会社大京観光に入社しました。そこで 3 年間、毎日、朝から夜まで電話と飛び込みのマンション販売を経験しました。その後、子供が生まれるタイミングで戻ってきました。

小川 こちらに戻られて最初のお仕事は、どんなことでしたか。

宮森 ミヤモリ本体の建材事業部の管理で仕入や伝票整理を担当しました。その後、ミヤモリ不動産で賃貸物件の管理を中心に、宅地分譲も手掛けた後、再びミヤモリ本体に戻って営業を担当しました。

小川 グループの全体像を徐々に把握し、経営を担う準備をされたということですね。経営に参加されたのはいつ頃ですか。

宮森 まだ役員ではなかったのですが、役員会議に出るようになったのが 1995 年（平成 7）です。この年、長野オリンピックに向けて上信越自動車道が小諸まで開通し、1997 年（平成 9）には長野新幹線も開業しました。この頃から佐久周辺の開発が進んでいろいろな建物が建ちました。オリンピック後も都会の人たちが軽井沢へ来やすくなり、今も当グループはその恩恵に浴しています。

小川 長野オリンピック前の 1990 年代半ばからオリンピック後、さらに今日も、軽井沢需要は持続してあるということですか。商圏に占める軽井沢の割合は大きいのですか。

宮森 はい、軽井沢では 7 月～8 月は工事

を自主規制していますが、この時期以外は、当社から軽井沢へ配達に行かない日はありません。軽井沢には昔からお客様が多くいらっしやって、売上の約 3 割を占めます。リーマンショック時は冷え込みましたが、以降、消費税増にもあまり影響されることなく、順調に推移しています。

小川 軽井沢が近いのが強みですね。

ところで、リーマンショック前後に別荘地価格が乱高下しましたが、その影響はありませんでしたか。

宮森 不動産に関しては佐久界隈の地元物件しか扱っていないので、その影響は受けませんでしたが、次の手の打ちようがなく、出費を抑えるしかない時期はありました。

挑戦・創造・好奇心を行動指針に

小川 社長に就任され、特に決意されたことはありましたか。

宮森 基本的には、「挑戦・創造・好奇心」をグループの行動指針としました。同時に、エンドユーザーにも徐々に近づいていきたいと考えています。太陽光発電システムの販売・施工もその一環で、売価価格が 1kW あたり 46 円の時に始めました。それが大当たりしましてね。その後、京セラ FC になってからは野建てタイプも始め、それも爆発的に売れました。

小川 遊休地の有効活用向けですね。

宮森 自社建物の屋根に載せる企業も数あり、リーマンショックの冷え込みから一気に息を吹き返しました。かつてはショッピングモールのテナント店でしたが、今は、私が社長になって立ち上げた『ハロー！マイホーム』と同じ場所にコーナーを設けて、スタンプラリーなど定期的なイベント開催で集客を促しています。

小川 今、お話に出た『ハロー！マイホーム』は、コーギーホーム株式会社がある中で営業を始めた住宅事業ですね。どう棲み分けているのですか。

宮森 簡単に言いますと、高級住宅のコーギーホーム、超ローコスト住宅の『ハロー！マイホーム』です。

小川 どういう発想から、超ローコスト住宅を始められたのですか。

宮森 コーギーホームの社長は私の弟・建次郎で、ミヤモリの常務でもあり、毎月一緒に雑談を交わす程度の役員会を開いています。

そこで住宅価格の話が出ました。高級価格帯のコーギーホームは 2,500 万円前後。すでに 2,000 万円前後の価格帯はレッドオーシャン。それ以下の価格帯が可能なら、競合のないビジネスができるのではないかと。またちょうど、ローコスト住宅セミナーを受講する機会に恵まれて、 「ローコスト住宅とは、低予算でもしっかりしたものを作って、お客様に喜んでもらうもの」ということを初めて知り、それなら取り組んでみる価値はあると判断して始めました。

小川 年間着工棟数はどのくらいですか。

宮森 昨年は 15 棟でしたが、今年は目標の 30 棟を達成したいと思っています。

小川 住宅建築事業を始められることに対して、お客様の反発はありませんでしたか。

宮森 実は、リファインショップを始めた時は、「ミヤモリは工務店になるのか？」と言われましたが、コーギーホームを始めて取引がなくなったお客様は 1 社だけでした。

とはいえ、ミヤモリ本体としての事業なので、主要なお客様には挨拶に行きました。すると、そこまでローコストに取り組む方はいらっしやいませなので、逆に激励されたくらいです。また、お客様ご自身で受注するのが難しくなっていますので、当社が受注して、お客様に施工をお願いするケースも増えてきています。

小川 今、材販と住宅建築の売上のバランスはどうですか。

宮森 建材販売が約 6 割を占めています。しかも、住宅建築事業のほうも確実に入金されますので、健全経営を支える柱の一つになってきています。

変化に柔軟に対応、挑戦を続ける

小川 今後の事業展開については、どのようにお考えでしょうか。

宮森 一番に見えている問題は、職人さん不足、これは深刻ですので、しっかり確保していきたいと思っています。そのためには、まず会社に来てもらうことですが、その段階まではクリアできています。その繋がりです。入社して定着してくれているので、配送担当には若い社員が増え、当社の大きなパワーになっています。

小川 それは嬉しいことです。

宮森 これを、職人さん不足解消にもつなげられるようにと考えています。

小川 働き方改革やホワイト物流推進運動など、建材流通業界にも国による規制の影響が出てきそうですが、いかがですか。

宮森 当社は残業時間がほとんどなく、働き方改革すべきところが見当たらないというのが、正直な気持ちです。

小川 お客様ニーズと社員さんの能力・人数が合致しているということでしょうね。働き方改革は、生き方改革とも言われます。ミヤモリ様では社員皆様は心身ともにあるべき姿で健全ということでしょうね。

宮森 ただ、この先も、お客様やエンドユーザーが順風満帆で右肩上がりに進んでいただけるだろうか、という不安もあります。

私たちグループは木材に始まり、需要の変化に合わせて徐々に事業を変化させ、住まいに関する全てを取り扱うようになりまし。さらに質の高いサービスをお客様にお届けできるよう、何かのタイミングでこれが良いという事があれば、果敢にチャレンジして、新たなサービスを加えていきたいと思っています。

小川 これからどのような変化が起きるかは予想もつきませんが、私たちジャパン建材は、お役立ちできるように、ニーズの変化に的確に対応できるご提案を続けていきたいと思っています。

本日は、貴重なお話を聞かせていただきありがとうございました。

ネット・ゼロ・エネルギー・ハウスの推進に向けた取り組みと令和 2 年度の支援事業の動向

2014 年 4 月に閣議決定された「第 4 次エネルギー基本計画」等において、「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住宅の年間の一次エネルギー消費量が正味（ネット）でゼロとなる住宅（以下、「ZEH」という）の実現を目指す」とする政策目標が掲げられました。

■ ZEH（Net Zero Energy House）とは？

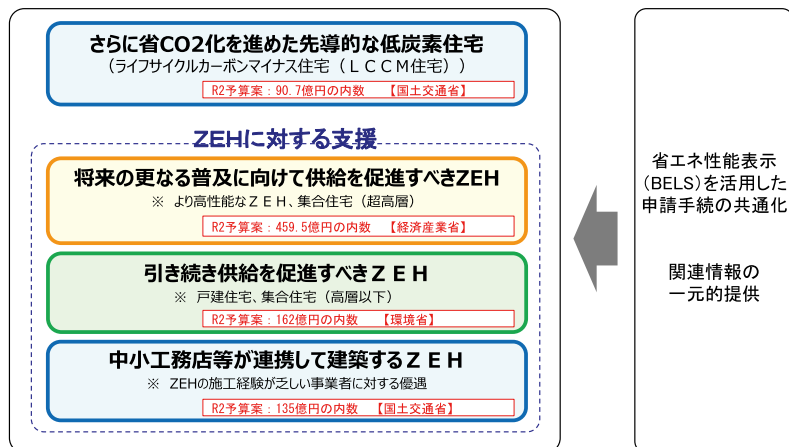
ZEH ロードマップ※においては、「ZEH の定義」として下記 4 項目全てに適合することとされています。

- ① 強化外皮基準に適合していること（数値に関しては、下記参照）
- ② 再生可能エネルギーを除き、基準一次エネルギー消費量から **20%以上の** 一次エネルギー消費量を削減していること
- ③ 再生可能エネルギー（太陽光発電など）を導入していること
- ④ 再生可能エネルギーを加えて、基準一次エネルギー消費量から **100%以上**の一次エネルギー消費量を削減していること

※ ZEH ロードマップ…「2020 年までにハウスメーカー等の建築する注文戸建て住宅の過半数で ZEH を実現する」という政府目標の達成に向け、課題と対応策を整理したもの（経済産業省が関係省庁等と共に策定）

■ ZEH 等の推進に向けた取り組み

2018 年度より行っている「住宅の省エネ・省 CO2 化に向けた経済産業省・国土交通省・環境省による 3 省連携の取り組み」では、ZEH に対する支援事業が行われています。「ZEH」という言葉こそ同じでも、役割や内容・補助金額については各々執り行う事業で異なります。



① 将来の更なる普及に向けて供給を促進すべき ZEH（経済産業省）

ZEH+

【補助対象】
『ZEH+』
Nearly ZEH+（寒冷地、低日射地域等に限る）
【補助額】
105万円/戸
【採択方式】
事前枠付与方式（枠の公募は年度初めに 1 回を想定）

② 引き続き供給を促進すべき ZEH（環境省）

ZEH

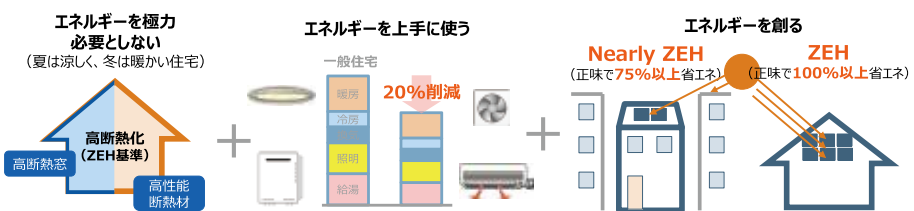
【補助対象】
『ZEH』
Nearly ZEH（寒冷地、低日射地域に限る）
ZEH Oriented（都市部狭小地の二階建以上等に限る）
【補助額】
60万円/戸
【採択方式】
先着方式（公募は 4 回に分けて行うことを想定）

その後、2018 年 7 月に閣議決定された「第 5 次エネルギー基本計画」では、より具体的な目標として、「2020 年までにハウスメーカー等が新築する注文住宅の半数以上で、2030 年までに」新築住宅の平均で ZEH の実現を目指す」としています。

ZEH につきましては本誌 2018 年 6 月号でも取り上げましたが、今回改めて「ZEH のおさらい」として新年度（令和 2 年度）の支援事業などについてお話ししたいと思います。なお、支援事業については現時点での内容となっておりますので、実際発表される内容と異なる場合があることを予めご了承ください。

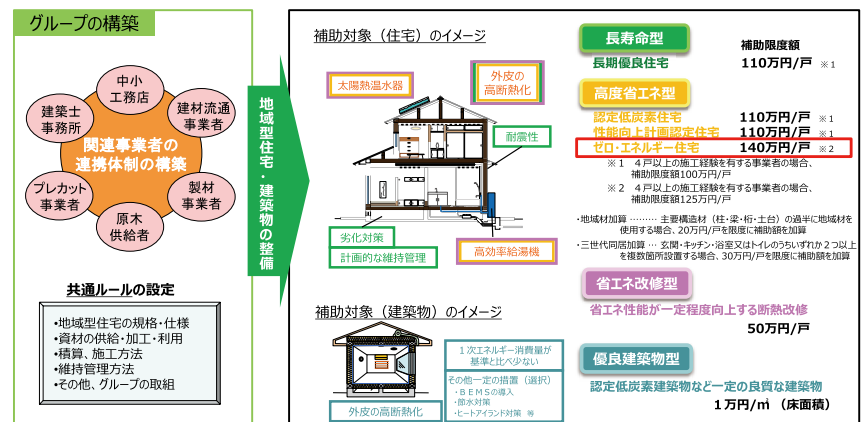
外皮平均熱貫流率（UA 値）の基準

値域区分	1 地域	2 地域	3 地域	4 地域	5 地域	6 地域	7 地域	8 地域
ZEH 基準	0.40	0.40	0.50	0.60	0.60	0.60	0.60	-
省エネ基準	0.46	0.46	0.56	0.75	0.87	0.87	0.87	-



③ 中小工務店等が連携して建築する ZEH（国土交通省）

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り、地域材を用いて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、住宅の省エネ改修の促進を図るとともに、当該木造住宅の整備と併せて行う三世帯同居への対応等に対して支援を行う。



注）上記支援事業の内容については制度設計中のものであるため、大きく変更される可能性があることをご承知おきください。

それぞれの支援事業で求められる数値は、以下のように異なります。

戸建 ZEH 基準比較表

基準	外皮性能	基準値からの削減率（再エネ除く）	基準値からの削減率（再エネ含む）	備考
ZEH+	さらなる強化外皮	△ 2 5 %	△ 1 0 0 %	
NearlyZEH+	さらなる強化外皮	△ 2 5 %	△ 7 5 %	
ZEH	強化外皮	△ 2 0 %	△ 1 0 0 %	
NearlyZEH	強化外皮	△ 2 0 %	△ 7 5 %	
ZEHoriented	強化外皮	△ 2 0 %	△ 0 %	狭小地のみ

外皮基準比較表

基準名	1 地域	2 地域	3 地域	4 地域	5 地域	6 地域	7 地域	8 地域
さらなる強化外皮	0.30	0.30	0.40	0.40	0.40	0.50	0.50	—
強化外皮	0.40	0.40	0.50	0.60	0.60	0.60	0.60	—
2020 年基準	0.46	0.46	0.56	0.75	0.87	0.87	0.87	—

単位はW /㎡・K 単位はW /㎡・K

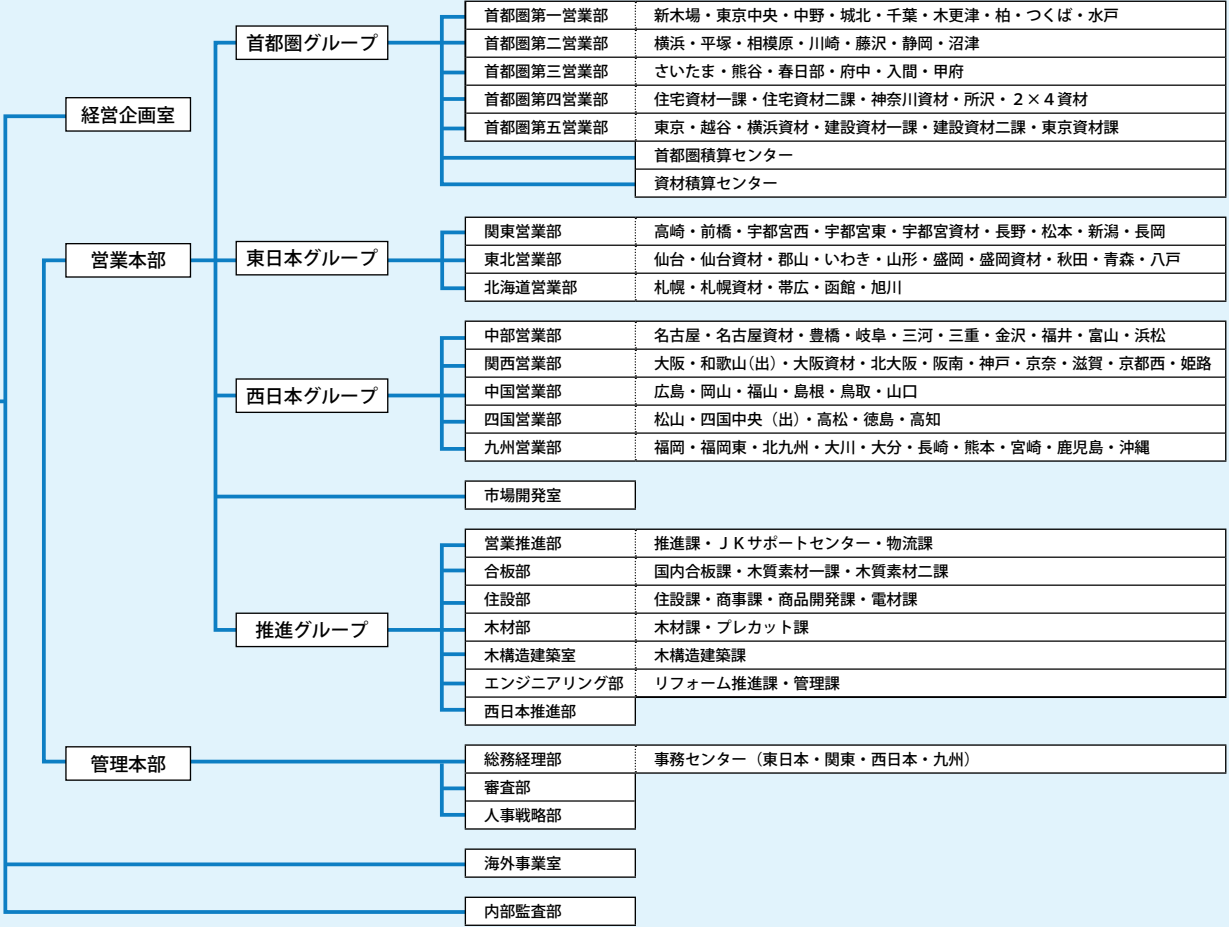
このように「ZEH」という言葉こそ同じでも、求められる外皮性能や削減率が大きく異なります。当然ですが、良い数値を取得するためには設備関係にお金がかかります。

お施主様は補助金額に着目し事業者様に訴えてくると思いますが、事業者様としてはこれらの相違点をしっかりと把握し、お施主様の要望に対してメリット・デメリットを含め説明・提案ができるような体制づくりをしておく必要があります。そのためにも、まずは事業者様自身が「取り組むこと」「目標とすること」を明確にしていけることが重要になってくるのではないのでしょうか。

ジャパン建材株式会社は、
2020 年4月1日より
新組織で活動します！

組織変更の目的

ジャパン建材株式会社は、中期経営計画に掲げた「強くしなやかな組織づくり」の一環として、昨年4月1日の組織変更を嚆矢として、事業分野別から地域別の組織への変更を図るなど次代を見据えた組織のアップデートを行ってまいりました。この一環として今般、首都圏エリアの配送ネットワークの充実強化や、営業所・課の機能の強化および規模の適正化を図ることなどを目的に組織変更を行います。併せて、管理部門についても、合理化・効率化を進める観点から一部組織変更を行います。



JK 情報センター 需要動向予測調査

2020 (令和 2) 年 4 月～ 6 月期見通し

●工務店による需要予測

国土交通省より発表された令和元年（1月～12月）の新設住宅総着工戸数は、90万5,123戸（前年比96.0%）となり2年連続で前年を下回った。利用関係別の1月～12月累計では、貸家が16ヵ月連続前年割れもあり前年比86.3%と着工数を押し下げたが、持家は前年比101.9%、分譲住宅は前年比104.9%と前年を上回った。しかし、持家は7月から前年を下回り始めており、月を追うごとに落ち込み幅が大きくなっている。

そのような中で、令和2年4月～6月の需要動向予測がまとまった。工務店調査段階で－18.3ポイントの回答と、前回調査を更に下回った。消費税8%の増税後と比較してみると、同時期調査（2014年10月～12月）では工務店調査段階で－39.5ポイントと、駆け込み需要と反動減の高低差は前回増税後より緩やかに見て取れる。エリア別では前回までプラスポイントであった中国・九州エリアもマイナスに転じ、全エリアがマイナスポイントとなった。その中で東北エリアは前回よりもマイナスポイントが改善している。

フラット35の申請件数は、9月から12月まで4ヵ月連続で1万件を超える高水準で推移し、1月単月でても8,065件と前年比106%の伸び率となっているが、需要の減少予測との今後の動向に注視したい。

調査の時期と方法

この調査は2020（令和2）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。

●主要メーカーによる販売予測

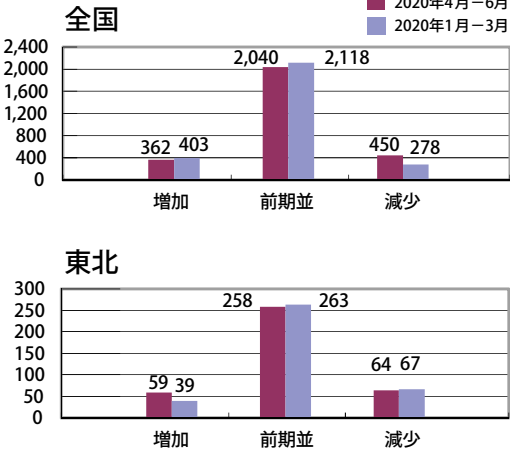
主要メーカーの販売予測では、需要予測を上回る大幅な減少予測となった。全社平均でマイナス50.4ポイントと前回のマイナス16.4ポイントから減少予測幅が増えた。新型コロナウイルスの感染が拡大している状況で、商品の生産や納品の遅延も発生しており、主要メーカーの厳しい予測が伺える。

	増加予測	前年並予測	減少予測
合板	5.3%	33.4%	61.3%
木質建材	5.0%	21.2%	73.8%
窯業・断熱	6.7%	26.7%	66.6%
住設機器	12.5%	58.3%	29.2%

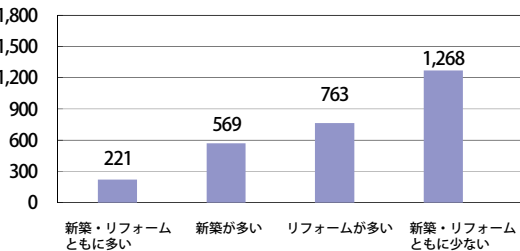
●リフォームの現状・各種調査

前期（2020年1月～3月）と比較したリフォーム事業の増減は、全国では減少予測が増えたが、東北・関東エリアでは増加予測が増えた。次世代住宅ポイント制度は、1月迄の累計申請戸数が187,026戸、内訳は新築80,600戸、リフォーム106,426戸となった。リフォームは1月単月で44,473戸を占めており、3月末迄の申請となるが、ポイントを利用したリフォーム工事は増えると考えられる。

前期（2020年1月～3月）と比較したリフォーム事業の増減

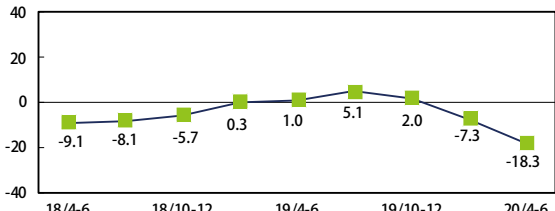


次世代住宅ポイント制度の申請（利用者）について



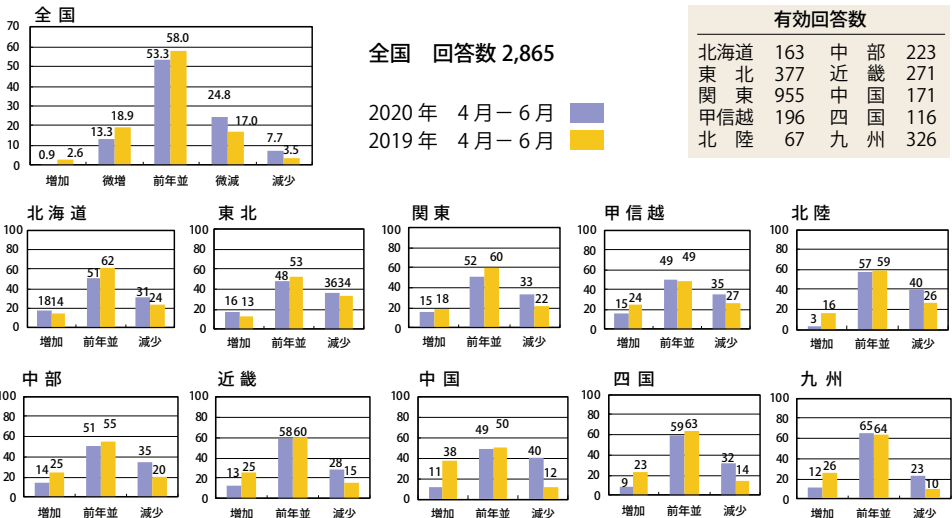
景気動向の推移

過去2年間の仕事量の見通しをポイントで表したグラフ。



地域別需要予測

「増加」「微増」「前年並」「微減」「減少」の中からお選び頂き、総回答数よりそれぞれの割合を算出しました。単位は、「%」となります。



吸音と遮音のダブル効果 防音フェルトボード(+吸音)

ドリックス株式会社

【特徴】

吸音と遮音のダブル効果

フェルメノンの裏側に遮音シートを組み合わせることにより、吸音と遮音のダブル効果。より防音効果が高まりました。

施工性

既存の壁の上に貼ることができるため、工期を短縮できます。大がかりな工事にならないため、在宅リフォームでも導入しやすい商品です。

加工性

一般的なカッターで現場カットができます。専用面取りカッターで、45度の面取りや出隅、入隅もきれいに納められます。

デザイン性

端部が面取り加工しているため、立体感のある仕上がりになります。厚みが10mmのため、部屋が狭くなることもありません。

低コスト

定価約¥8,300/㎡と導入しやすい価格帯です。

その他

F☆☆☆☆基準

防災

実用新案取得済み

原着の繊維を使用しているため、色落ち、色移り、色あせがありません。

硬質吸音フェルトボード「フェルメノン」シリーズから新商品「防音フェルトボード(+吸音)」を昨夏より販売開始しました。



発売して間もないですが、住宅、非住宅問わず導入実績を伸ばしてきております。本格的な防音工事は難しいが、何か対策したい！という現場にもってこいの商品です。

高性能ノンフロン断熱材 カネライトフォーム® FX

(製造) 株式会社カネカ (販売) カネカケンテック株式会社

ZEH、HEAT20 など、ますます高まる断熱要求に対応する“高性能断熱材”カネライトフォーム®の3大特性は、

- 高性能だから壁の厚みを抑えられます
- 外張り、充填どちらの断熱工法にも使えます
- 吸水・吸湿性がほとんどありません



独立した小さな気泡の中に気体を閉じ込めることにより、熱伝導の三要素として知られる「伝導・輻射・対流」を抑制し、熱を効果的に遮断します。



押出発泡ポリスチレンフォーム断熱材 XPS3bD(3種 bD)

【一般物性】(試験法 JIS A 9521)

密度 25 kg/m³以上
熱伝導率 0.022 W/(m・K) 以下
圧縮強さ 20 N/cm²以上
曲げ強さ 25 N/cm²以上
吸水量 0.01 g/100cm²以下
透湿係数 145 ng/(m²・s・Pa) 以下(厚さ 25mm)
燃焼性 合格
ホルムアルデヒド放散区分 F☆☆☆☆等級
※燃焼性の規格は「3秒以内に炎が消えて、残じんがなく、かつ燃焼限界指示線を超えて燃焼しない」ことです。

【規格】

幅 910mm
長さ 1,820mm
厚さ 35・40・45・50mm

※「カネライトフォーム」は、株式会社カネカの登録商標です。

勝ち残る会社づくり 5本柱事業



スマイルが生まれる住まい
JKHDグループ

全国加盟店
(2019.3月現在)

368社

建材プラットフォーム



ハウスデポ・商店街 会員交流サイト



金融サービス



ハートシステム



ハウスデポ・リフォーム 技術者養成スクール



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

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

加盟店募集中!
お問い合わせは経営戦略室まで

イチオシ! Bulls

充電式レーザー距離計 NEW

コンパクトでポケットに入る充電式レーザー距離計
いつでもすぐにピツ!と測れます

世界最小・最軽量



セット内容
本体
USBケーブル
ストラップ

測定精度 ±3mm
測定単位 メートル/インチ/フィート
測定範囲 0.03 ~ 30m
測定時間 0.3秒 ~ 0.4秒
バックライト 白色LED
内蔵電池 200mAh 充電式リチウムイオン電池
定格電流 3.7V 充電時間約2時間
使用可能回数 約3,000回 (フル充電時)
動作温度範囲 0℃ ~ 40℃
本体サイズ 幅26mm×高さ62mm×厚み15mm
重さ 25g



USB でいつでも充電

チップソー切断機 160 NEW

鉄・アルミ・ステンレス・塩ビ・樹脂等を
きれいに切断します!

高品質サーメット採用チップソーを標準装備

外径 160mm
刃厚 1.5mm
刃数 56
穴径 20mm
本体寸法 H350 (固定時 240) × D170 × W360mm
スピードコントローラー付



電動丸鋸チップソー 神業 NEW

超静音・超制振チップソー (木工用チップソー)

世界初クッションサンドブレード (0.5mmの超薄合金2枚の間に、樹脂を挟んで圧着する構造) は、切断時に刃先で受けた衝撃を本体全体で緩和します。そのため、チップの欠けを抑える効果が従来チップソーと比べ、耐久性が2.5倍に向上しました。衝撃・振動の低減は静音効果がある他、持ち手への負担も軽減します。



耐力面材モイス NEW

耐震性に優れた不燃材料

豊富な防火構造個別認定を取得しています

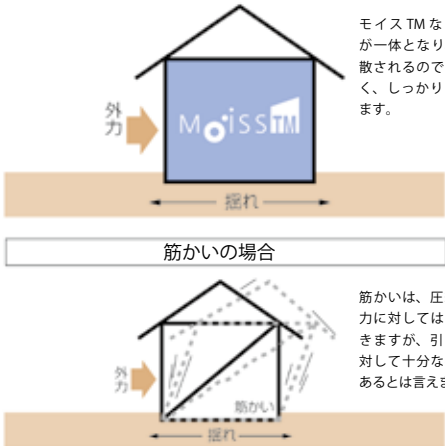
MOISS は天然素材の鉱物が主成分となっており、有害物質を含まない耐力面材です。木のような粘り強さで地震の揺れや風圧なども受け止め、建物を守ります。さらに、調湿性にも優れているので、カビの発生や木材の腐食を抑制し、耐久性のある住まいを実現します

国土交通大臣認定 NM-8578
ホルムアルデヒド発散等級 告示対象外
(ホルムアルデヒド等の VOC13 物質は原材料として不使用)。



豊富な壁倍率で外力を分散

モイス TM の場合



モイス TM なら、壁面が一体となり、力が分散されるので地震に強く、しっかり受け止めます。

筋かいは、圧縮方向の力に対しては有効に働きますが、引っ張りに対して十分な抵抗力があるとは言えません。

お問合せは、ジャパン建材各営業所までお願いします。

いつもお世話になっております。
本年度も引き続き、サービスの拡充を図って参ります。

- 〇 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
- 〇 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
- 〇 仙台営業所 〒981-3133 宮城県仙台市泉区泉中央3-2-1 ルーセント21ビル 3階
- 〇 名古屋営業所 〒461-0005 愛知県名古屋市中区東桜2-5-11 シェーネルビル402号室
- 〇 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
- 〇 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!
★つなぎ融資用短期団信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
登録番号等 関東財務局長(2)第01508号
日本貸金業協会会員 第005893号



カタログ 2020 年版発行！

『住宅機器・住宅部材総合カタログ NEXT STAGE』『Bulls カタログ』の 2020 年版が完成しました！それに加え、電材専用の新カタログ『E.COLLE』も新登場！ぜひ一度ご覧ください。

住宅機器・住宅部材総合カタログ NEXT STAGE vol.36

当社の取扱商品が盛りだくさんのカタログ。各メーカー様の紹介ページに QR コードを配置し Web 媒体との連動性を持たせるなど、情報をより簡単に収集いただけるつくりになっています。また、これまで以上に当社の取り組みや機能の紹介に力を入れました！



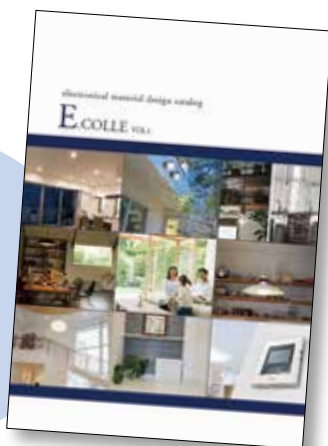
Bulls カタログ vol.13

ジャパン建材のオリジナルブランド Bulls 商品専用カタログも、おかげさまで vol.13 となりました。38 種のアイテムを新しく迎え、品質・機能・価格などあらゆる面でお客様のニーズに沿える情報が満載です。



E.COLLE

電気設備資材をまとめた新カタログが登場！最新機種を機能別にわかりやすく、またリーズナブルな商品をご提案するカタログです。商品提案のヒントとなる豆知識なども掲載しておりますので、ぜひご活用ください。



合板 天気図



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

2020 年 1 月は 60,341 戸（前年同月比 10.1% 減）で 7 カ月連続の減少となった。その内、木造住宅は 33,849 戸（前年同月比 11.2% 減）で 7 カ月連続の減少。季節調整済年率換算値は 81.3 万戸で前月比 4.6% 減、先月の増加から再びの減少となる。

利用関係別では持家が 18,037 戸（前年同月比 13.8% 減）で 6 カ月連続の減少、貸家は 24,147 戸（同比 2.5% 減）で 17 カ月の連続の減少、分譲 17,856 戸（同比 14.6% 減）で 3 カ月連続の減少となった。分譲の内訳はマンションが 6,789 戸（同比 27.5% 減）で 3 カ月連続の減少、戸建ては 10,881 戸（同比 2.8% 減）と 2 カ月連続の減少となった。持家、貸家及び分譲住宅が減少したため、全体で前年同月比 10.1% の減少となった。

国内合板の供給量

1 月の国内合板生産量は 26.8 万 m³（前月比 95.9%、前年同月比 103.6%）と発表された。その内、針葉樹合板の生産量は 25.8 万 m³（同比 95.6%、104.2%）となり、出荷量は 25.7 万 m³（同比 97.7%、94.6%）で在荷量は 12.9 万 m³と若干増加した。

輸入合板の供給量

1 月度入荷量は 24.2 万 m³（前月比 111.9%、前年同月比 94.0%）となった。国別入荷量はマレーシアが 6.3 万 m³、インドネシアが 8.9 万 m³、中国が 6.7 万 m³となっている。

今後の見通し

国内針葉樹合板は 2 月に引き続き 3 月も低調な荷動きである。メーカーは相場の下落を避けるように働きかけているが、現実としては依然安値が聞こえており、弱基調は払拭されない。

特に木建ルートは落ち込みが大きい状況となっている。直需関係では仕事量が増えつつあるが、まだ相場を引上げる勢いではない。在荷量が増加し需要の手ごたえが薄いことから先安観につながり、市場は様子見となっているので、メーカーが建値をしっかりと維持出来るかが焦点になっている。

輸入合板は産地価格が高止まりする中で、為替が動いていても積極的な購入が難しい状況である。港頭在庫も決して多くはないが、年明けからの荷動きが停滞しているため、供給以上に需要が薄く盛り上がりが想定しづらい厳しい状況が続いている。