

木材 建材 業界の“今”を知る

建材マンスリー

The KENZA Monthly

August
2010
No.539

8

特集

物流合理化によるCO₂削減と地域貢献を目指す
ホームエコ・ロジスティクス株式会社始動

物流システムの 業界常識に変革を!

Coffee Break

行政もユーザーも注目の“木”

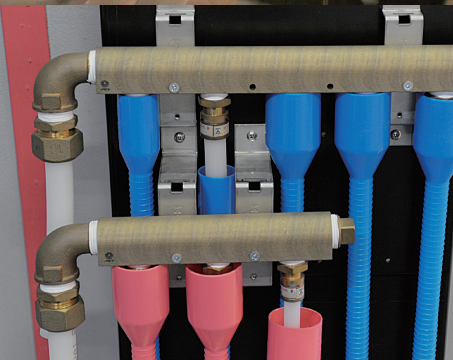
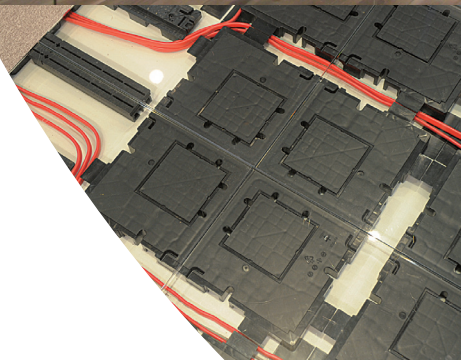
FRONT RUNNER

未来工業株式会社

+Biz Topics

News pick up! 住友林業ニュース

建材マンスリー資料室



特集

物流合理化によるCO₂削減と地域貢献を目指す ホームエコ・ロジスティクス株式会社始動

物流システムの 業界常識に 変革を

新築着工戸数が80万戸を切る中、あらゆる部分での合理化が求められている住宅業界。物流費用などの固定費の削減は、資材メーカー、流通業、住宅メーカーにとって大きな課題となっています。住友林業では、住宅資材の物流合理化・効率化による原価低減を実現する「ホームエコ・ロジスティクス株式会社（以後、エコロジ社）」を今年4月に設立。独自の住宅資材物流システムを提供することでコスト削減を実現すると同時に、住宅資材物流分野におけるCO₂排出量の削減にも寄与、社会および地域経済の発展に貢献することを目指しています。今回の特集では、エコロジ社が提供する物流システム運営事業の仕組み、導入のメリットなどについてのポイントを紹介いたします。

Chapter 1

坂社長が語る 「エコロジ社が提案する 物流システム」とは？



坂直

住友林業株式会社
執行役員 木材建材事業本部 副本部長
兼 同本部 事業開発部長
兼 ホームエコ・ロジスティクス株式会社
代表取締役社長

『建材の宅配便』で 共同配送を実現し、 物流コストと CO₂を削減

エコロジ社が提供する物流システムとは、どのような仕組みなのでしょう。坂社長が、事業内容、設立の背景、物流システムの仕組み、今後の展開などについて語ります。

迫られる物流のコスト削減

現在の住宅物流システムにおける問題点について教えてください。

これまで、資材メーカーが建築現場に資材を納入する際、工事現場同士がごく近隣であっても、住宅会社が異なる場合は別々のトラックをチャーターして直送していました（左図参照）。そのため、効率が悪く、余分なコストが発生していました。また、工事現場の進捗状況と配送スケジュールのミスマッチも以前から問題視されてきました。例えば天候不良で工期が遅れることはよくありますが、現場としては工事進捗からずれたタイミングで資材を納入されても受けることができません。その場合は一旦資材メーカーが引き取らざるを得ませんでした。そうすると保管のコストがかさむだけでなく、破損などのロスも発生し、資材メーカーにとって大きな負担となっています。加えて、着工

数の減少、顧客ニーズや仕様の多様化による受注単位の細分化、運賃の高騰などの市場の変化により、資材メーカーや地域の流通店、住宅メーカーにとって、受注から現場納品に至るまでのコスト削減が急務となっていました。

イメージは「建材の宅配便」

「エコロジ社はそれらの問題に対して、どのようにアプローチしましたか。」

ひと言で言うと「建材の宅配便」です。つまり、資材メーカーから現場へ直送されている資材を、地域ごとに設置した「中継センター」で一旦荷受けし、現場工程に合わせて必要な資材を計画的に納品できるようにしたのです。

2006年、住友林業の住宅事業本部では、NAOSs (Network Aided Construction Support System・2001年から運用開始) という資材メーカー発注から納品管理に至る建築現場の工事工程全般を管理するシステムを基盤に、全国27拠点の中継センター網を通じて複数のメーカーの資材を集約し、建築現場へジャスト・イン・タイムで配送する新しい物流システムを構築しました。今般の事業は、これまで当社内で培ってきたこのスキームを、広くご提供していくものです。中継センターから、複数のメー

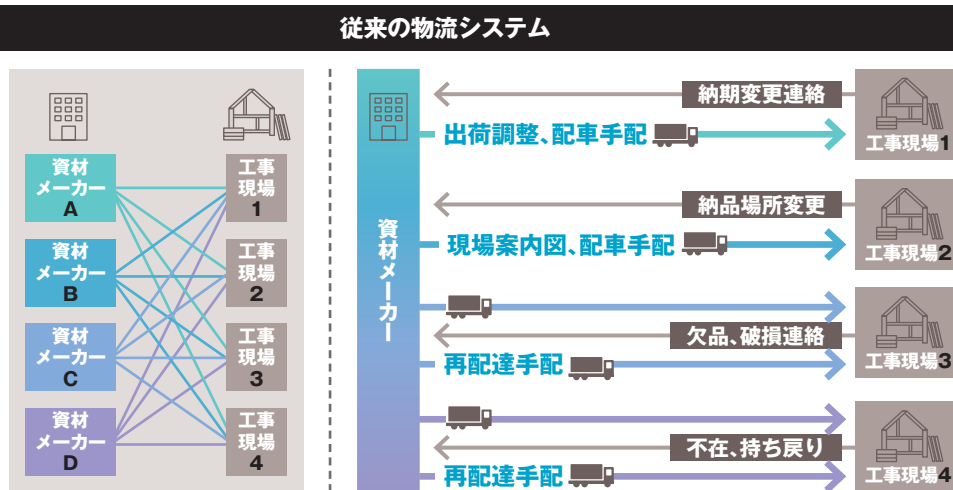
カーの資材を積み合わせて各現場まで配送することが可能になりました。同時に、現場からの納入指示も大幅に削減できます。住友林業の住宅事業では2008年度までの3年間の運用で、完工棟数の約98%がこの仕組みを利用して納入されています。構造部材の一部から木質内装部材、住設機器、衛生陶器などに至るまで、各資材の特性に合わせた積載・配送方法のノウハウも蓄積してきました。工事スケジュールと連携して「必要な資材を、必要な時に、必要な量だけ」納品することを可能にし、すでに住友林業の住宅向けに活用している仕組みに、資材メーカーや他の住宅会社の物流も乗せ、全体の効率化を図ります。このスキームは、住友林業が建材商社事業と住宅事業の両方を有しているからこそ実現できたものと考えています。

「中継センターはどのような仕組みになっていますか。」

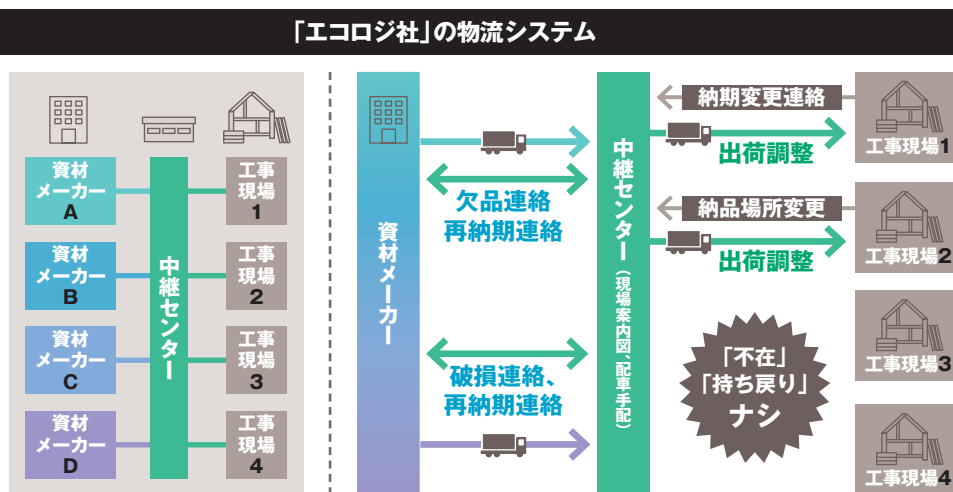
住資材物流の合理化と CO₂削減で 経済・環境・社会に貢献

中継センターは全国21社、27拠点を有しています。「現場の代理荷受け場所」であり「現場作業待ちとなる資材の一時保管場所」という位置づけです。工務店などからの納品指示に従

エコロジ社の物流システムの仕組み



各資材メーカーが工事現場ごとに納品。天候などにも左右され、非効率、高コストだったが……



中継センターを経由して、共同配送とジャスト・イン・タイム納品の実現で、原価低減！

います。

今後のエコロジ社の展望についてお聞かせください。

損益面では、初年度からの黒字を目指します。当初は建具や洗面化粧台、システムキッチンなどの住宅資材の物流事業からスタートしますが、将来的には取り扱い品目を拡大していく予定です。すでに、流通

店や住宅メーカーには、効率的な物流戦略の企画立案、物流システムの構築を提案中。今後も業界各社のビジネスをサポートできる分野を開拓し、果敢に挑戦していきます。この事業により、各建築現場への配送回数全体で削減されて、CO₂排出量削減にも寄与し、地域社会経済の発展に貢献していきたいと考えています。

物流システムの 業界常識に「変革を！」

Step 3: 解決策

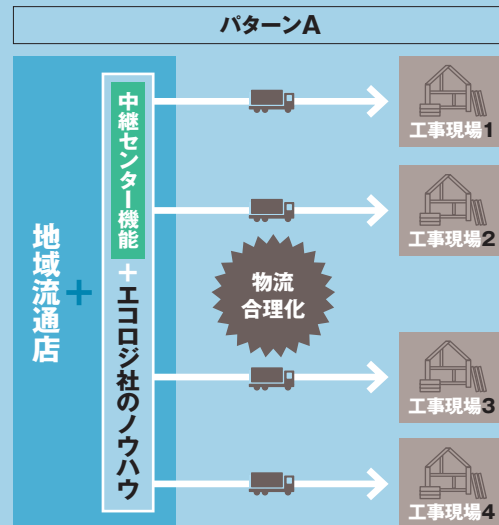
改善プランを提案

現状に関する分析を踏まえ、受注から納品までの合理化プランや物流事業化サポート事業を提案。

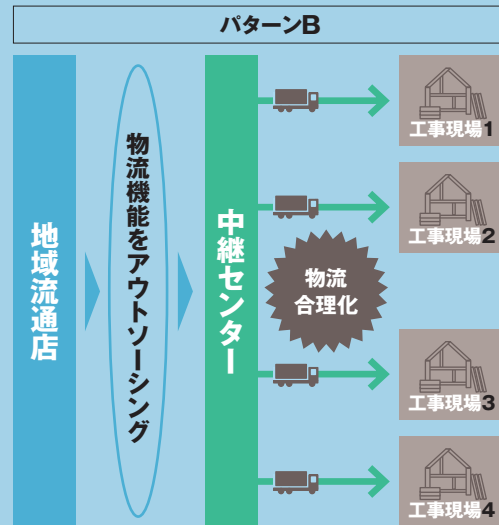


X社を分析した結果、計4台の減車が可能です。これは年間約20,000千円のコストダウンにつながり、仮に営業利益率を3%とした場合は、約7億円の売上げ増と同義になります。

【提案例】



物流事業化により自社配送におけるコスト低減を図る一方、新たな物流収益を確保。



物流機能をエコロジ社にアウトソーシングすることで、物流が合理化。

具体例

地域流通店 「物流業務合理化」提案

地域流通店における課題はエコロジ社の物流システム導入でどう解決できるのでしょうか。「物流業務合理化」提案の具体例を紹介します。

Step 1: 課題

物流費を削減したい!

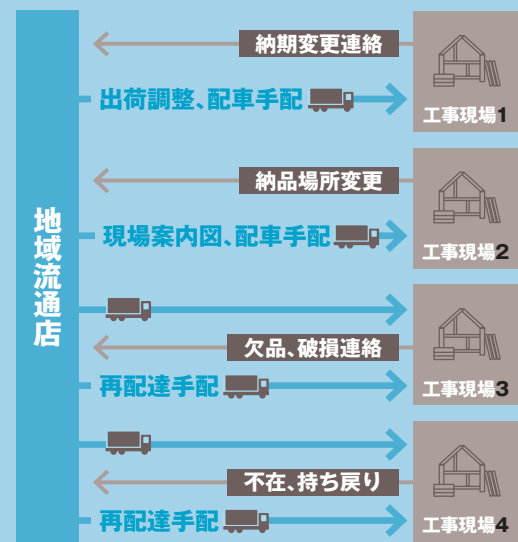
市場が縮小する中、自社配送部材の物流業務を改善したいのだが、具体的にどう取り組んだら良いのか? X社

Step 2: 現状分析

現場配送業務の整理・分析

「地域条件」「受発注から配送までの業務フロー検証」「配送原価の把握」など、現状に関する分析を実施。

業務フロー、配送原価、配車基準など 現状を分析



配送実績を明確化。エリアごとの配車効率を分析。

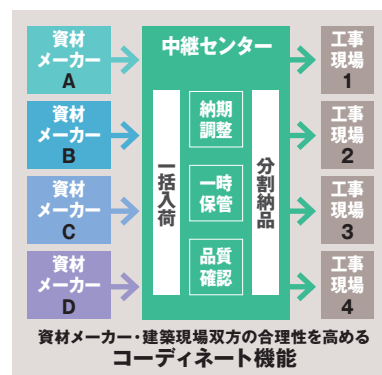
分析結果	エリア-1 計12台	エリア-2 計10台
Area 1	12	10
Area 2	10	10

Point 2

「コーディネート機能」による合理化

複数メーカーの納入資材を中継センターへ「集約」し、建築現場との間に立ち、保管機能を活かしながら現場納品日を「調整」、適時での搬入を実現する「コーディネート」として機能します。一般的な建築現場において、各メーカーから直送されて来る資材便の総数は実に約40台、60台/棟に上ります。現場では荷受の都度作業を中断しなければならず大変な負担です。また現場での車両往來の多さが近隣クレームの原因に繋がる場合も多く、作業効率低下の要因にもなっていました。また、その配送業務も従来はいわゆる一般の配送業者さんが運搬するケースが大半で、決して建材専門ではない

ことから、どうしても荷扱いが荒くなってしまう問題点もありました。さらに、破損が生じると、そこからの再手配となり、その間現場作業がストップしてしまいます。独自の「中継センター」網を活用するエコロジ社のシステムでは、メーカーからの納品は、これまでの「各現場配送」から、中継センターへの「定点配送」となるため、出荷側でのデリバリー業務が削減されます。メーカーからの荷受・品質確認業務は中



継センターで行いますので、例えば万一破損があった場合、現場着予定日の数日前に把握でき、工事進捗への影響を最小限にできます。中継センターから現場へは「分割納品」が可能で、中継センターは、現場と密接な連絡を図りながら、天候等と変わりがちな工程とのミスマッチを解消。適時に、必要な資材を、必要な

Point 3

CO₂排出量を削減

前述(P.2、3)の通り、エコロジ社では物流の合理化と同時に環境共生も大きな事業目的の一つとしています。資材配送の効率化に伴うCO₂排出量の年間削減量を試算

CO ₂ 排出量削減の試算		想定対象数
年間削減量 (ton-CO ₂)		
資材メーカー	約3,000	約12%
住宅会社	約2,800	約30%
合計	約5,800	約17%

※上記試算は、「住友林業の家」の建設現場への資材配送実績に基づくものです。

Chapter 2

エコロジ社の
物流システムに迫る!



萩平 潔

住友林業株式会社
木材建材事業本部
事業開発部
マネージャー

エコロジの 物流システムで 実現する 3つのポイント

エコロジ社が提案する住宅資材の新しい物流システム。そのポイントを紹介します。

Point 1

物流費を「変動費化」

資材メーカーのケースを例にとってみましょう。一般的に、資材メーカーが生産する資材の価格には、現場配送にかかる「デリバリー」及び関連業務コスト、いわゆる「物流費」が含まれています。あくまで標準的なケースですが、商品価格を100とした場合、「製造費」が50%、広告宣伝費や販売促進費を含む「取引流通費」が35%、そして「物流費」は15%を占めるといわれています。もちろん実際には商品によって割合は異なりますが、販売価格の5~20%程度の物流費がかかっているようです。また、その物流費自体、倉庫にかかる賃借料や運送にかかる人件費などが「固定費」として発生していることが多いのが現状です。

以前のよう住宅着工数が百数十万戸の時代であれば、荷量によって全体でコストは薄まりますが、市場が縮小し、絶対数量が減少する中で、固定費としての物流費は負担が重くなります。繁忙期、閑散期にかかわらず定額を負担し続ける方式では、利益部分を圧迫します。もちろんすでに各資材メーカーにおいても独自にコストダウンを推進されていますが、受注単位が細かくなると、単独での改善は限界に近づいてきているのが実情です。

資材価格のコストイメージ

利益	UP	利益
物流費	DOWN	物流費
人件費他		人件費他
設備費		設備費
材料費		材料費

生産原価

物流費を変動費化し、コストダウンを図れば、削減分が利益に直結

物流システムの 業界常識に**変革を!**

Chapter 3

よくある質問にお答えします

もっと聞きたいエコロジQ&A

本物流システム運営事業について、ニュースリリース後、多くの質問をいただいています。ここでは、よくある質問をまとめてみました。

Q 取り扱い対象品目は?

A 基本的に住宅資材全般を対象としています。まず建具や洗面化粧台、システムキッチンなどの物流事業から開始し、将来的には取り扱い品目を拡大する予定です。

なお、このビジネスモデルは「建築資材の現場搬入管理システム」として特許を出願しています。

Q エコロジ社に費用を払って委託するより、自前で仕組みを作った方が、よりリーズナブルなのでは?

A もちろん、自前で構築した配送システムによるコストダウンも可能です。ただ、一社単独での改善には限界もあるのも実態ではないかと思えます。エコロジ社では、中継センターから建設現場配送を行う際、中継センター独自の荷物と「相積み」を行うことによるコストダウンが可能になると考えています。また、エコロジ社は、ノン・アセット型の3PL(※)事業会社です。で、車両や倉庫は自社所有のものはありません。当社は一般運送事業者や地域流通店の皆様との業務委託契約によって中継センター網を構築しており、その委託先の経営資源をベースに運用を行います。荷量の変動に応じて規模の変更が可能な理由もここにあります。エコロジ

社では、資材の商品特性に基づき、部材ごとの運賃設定を行います。運送事業者や地域流通店の皆様にとっても車両や倉庫といった固定費のかかっている経営資源をより有効活用いただけるのではないかと考えています。資材メーカー、流通店、運送事業者、そして弊社がWIN-WINの関係になれるシステムを目指しています。

Q なぜこれまでこのような住宅資材の物流インフラが定着してこなかったの?

A 中継センターでの資材保管に費用がかかるのではありませんが、建築現場の工程と密接に連携を図った上で資材メーカーからの荷受と現場配送を行うため、コストは最小限に留めることができると考えています。取り扱う部材の特性に応じて、例えば「断熱材」や「合板」など汎用性が高く預かり在庫としての運用を行う方がメリットが大きい商材と、「建具」や「住設機器」など保管期間に規定を設けて運用を行う商材とに分けるなど、細かい条件設定を個別に行い、原価低減に繋げて行く考えです。

Q 中継センターでの資材保管に費用がかかるのではありませんが、建築現場の工程と密接に連携を図った上で資材メーカーからの荷受と現場配送を行うため、コストは最小限に留めることができると考えています。取り扱う部材の特性に応じて、例えば「断熱材」や「合板」など汎用性が高く預かり在庫としての運用を行う方がメリットが大きい商材と、「建具」や「住設機器」など保管期間に規定を設けて運用を行う商材とに分けるなど、細かい条件設定を個別に行い、原価低減に繋げて行く考えです。

※3PL: サードパーティロジスティクス (Third Party Logistics)。荷主に対して商品の受発注・在庫管理情報まで包括的な物流改革を提案し、一括して物流業務を受託する者。物流関係事業者のみならず、商社などの進出も増えている。

Q 食品業界やアパレル業界等では、ずっと以前から共同配送が取り組まれていました。住宅業界において取り組みが進まなかった理由は、いくつかありますが、まずその荷姿がイレギュラーで積載効率が悪いという元来住宅建材の持つ、特性が挙げられます。最終的な荷受人である建設現場の都合によって納期が安定せず、輸送中に発生する傷等のクレームも多く高額になるなど、他の荷物と比較して住宅資材が従来の物流インフラから敬遠されてきたのです。また、住宅の建築現場が、建物の仕様や自然条件などの影響を受けやすいという点も挙げられます。私たちは、これらの背景やマイナスイメージを取り込みつつ、住宅事業で構築したノウハウを活用し、効率的な物流インフラへと改善する余地があると考え、検討、事業化を進めてきたわけです。

エコロジのビジネスは
物流業界からも
注目されています!



月刊
「ロジスティクス・
ビジネス」
2010年8月号
「CASE STUDY」



エコロジ社の物流システムに関するお問い合わせ先はこちら

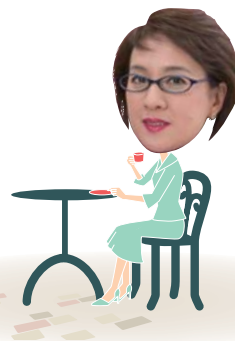
ホームエコ・ロジスティクス株式会社

TEL 03-3214-3311

ご相談事例

- エコロジ社の物流システムについて、さらに詳しい説明を聞いてみたい
- 流通店として物流コストの削減を検討したい
- 現状の受注から配送までの業務フローを分析してみたい
- エコロジ社の物流システムを導入したら、自社の物流はどのように変わるのかイメージしてみたい

など



【藤井繁子Profile】
『月刊HOUSING』元編集長、現在リクルート住宅総研 主任研究員や神奈川県総合計画審議会委員も務める住生活ジャーナリスト。ブログ「Vivien研究員の暮らしと住宅業界裏話」更新中!

vol.19

行政もユーザーも注目の“木”

政府の成長戦略に森、林、木!

12月閣議決定された新成長戦略に「森林・林業の再生、木材自給率50%以上」「地域材等を利用した住宅・建築物の供給促進」が掲げられ、林野庁も“コンクリート社会から木の社会へ”をキャッチフレーズに低炭素社会実現の重要施策として、勢い“木”が脚光を浴びています。5月には[公共建築物等における木材の利用の促進に関する法律]が制定されるなど徐々に現実味も増してきました。これを勝機と日本ツーバイフォー協会は耐火建築による大規模建築でも市場拡大を図るべく支援体制を整備するなど住宅業界の動向も今後活発化しそうです。

エンドユーザーの関心は?

住宅建築者となるエンドユーザーにも新しい動きが見られます。『月刊HOUSING』が4-5月に実施した読者（現在住宅建築を検討している/全国1,000件）調査では、[希望の建築工法]で「木造軸組」が55.1%と昨年比で7ポイントも増えており、その要因が気になりました。年齢などのプロフィールに目立った変化が無く、建築予算も微増しているので“不況＝低予算＝木軸工法”という構図でも無い。

そこで[検討重視点]全56項目を見ると、「木をふんだんに使った家である」39.9%（5.7ポイント増）が昨年比で最もポイント増の大きかった項目になっており、加えて「天然素材を多く利用している」41.3%（3.6ポイント増）も増加上位5番目と、木の素材感を重視する傾向が木造軸組工法の希望につながっているようです。

最新商品トレンドにも“木”

4月のミラノ・サローネでもアンティーク風の古材をキッチンのラックに使うなど、大人のカンントリーっぽい演出が見られ、すでにトレンドに敏感なブランドからは写真のような商品がリリースされています。シンプルモダンに飽き、何か自分らしさを求める時、木の素材感に立ち返る時代。木・天然材の風合い＝使い込んだ良さ＝自分のもの・愛着＝ヴィンテージ…と価値が展開していきます。

このように、行政も消費者も関心が高まる“木”。大きな波になるかどうかは国の政策と各社の商品企画・プロモーションとが噛み合うかどうかにかかっています。“木”の価値が環境的にも感性的にも評価される今、日本の森林・

林業、“木”死回生のターニングポイントが2010年であったと、後世で語られるよう取り組みたいものです。



伊antoniolupi社のミラノ・サローネ展示にて、流線形の新作バスタブを引き立てるのは無垢木製床のクラシック・カンントリーな空間



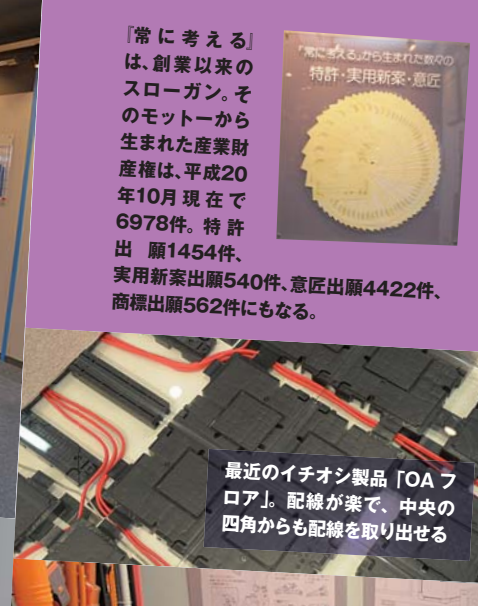
トーヨーキッチン&リビング社が5月に発売した Pot au feu (ポトフ) は仏プロバンスから輸入するヴィンテージ加工が美しいキッチン。ビーチ材のキャビネットはスクラッチや地肌を見せる表面加工で使い込まれた風合いを造り出す



企業が成長する力は常識にとられないこと。挑戦し続ける優良企業からビジネスヒントを学びます。

FRONT RUNNER
先端企業に学ぶ

本気で考える人が本物の感動を生む



社員の「考える力」を育てる施策の数々

- 1 残業禁止&公休140日**
残業をさせず、多くの公休を設けるのも、そこで自分の人生を豊かにしてもらいたいから。それが仕事上の日々のアイデアや工夫につながると思う。
- 2 営業ノルマは一切なし**
ノルマを課しても、できない人は諦める。できる人は数字を作った手を抜く。それに目先の売上を追うと、売先の間屋さんにしか行けない。すぐ売上にならなくても、工務店などの需要先に向き、生の情報をフィードバックした方が、会社にも間屋さんにもメリットがある。
- 3 給与は年功序列**
未来工業では、人間にはさまざまな能力があり、一概に判定できるものではないと考えている。「同じ釜の飯を食う」仲間として、感謝し、助け合う精神を育てている。
- 4 小さな倹約、大きな浪費**
例えば、大きな設備投資はムダにしないよう知恵を絞るが、小さなムダは心が痛まないのも何も生まない。必要な経費は惜みず、細かい倹約の工夫にも日々励む。

本社：岐阜県安八郡輪之内町
楡保1695-1
事業内容：電気設備資材、給排水設備およびガス設備資材の製造販売
代表者：瀧川 克弘
売上高：207億円（2010年3月期）
従業員数：775名
HP：http://www.mirai.co.jp/

「常に考える！」を軸に、「社員のやる気」に徹底的にこだわる。年間の公休は140日、基本的に残業なし、ノルマなし、定年は70歳、給料は地域の平均以上。従業員にとっては夢のような労働条件を実現している企業がある。電線管やスイッチボックスといった電設資材、樹脂管や継手といった給排水設備の中堅メーカー、未来工業だ。同社は産業財産（特許や実用新案、意匠出願など）の多さと収益の高さでも知られる。平成18年度には特許庁から「産業財産権制度活用優良企業」として表彰された。また、昨今厳しい建材業界にあって2009年度の営業利益率が、

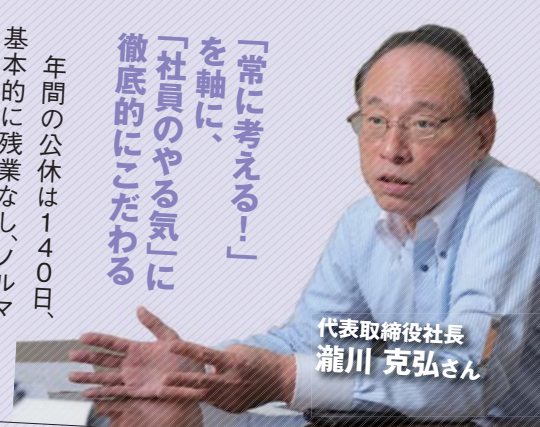
「人は規制をかけるからこそ逃れようとする。結局はたちここになって、規制する方が必ず負けます。これらはコスト増にしかつながらないのでやらないです。私たちが普段常識と想っていて、検証してみると不合理なことは少なくない。こうした発想の転換が、未来工業の真骨頂だ。」

もう一つ、提案制度を見ても。これはどんなアイデアでも、一つ提案するたびに500円の参加費が支給される制度。もちろん大きな成果には、別途賞金が出る。「内容に関しては一切否定しません。社員は少しでも否定されるとアイデアを出さなくなります。それに、簡単そうに見えて意外とすぐにネタが尽きてしまうものです。常に考え続けなければ、提案を出し続けることはできません。」

提案の中心よりも、「常に考える」風土づくりに力点を置いているからこそ、アイデアが集まる。この制度によってあがる提案は、今年年間1万件を越えるという。

獲得したアイデアや工夫は積極的に特許や実用新案、意匠登録を出願して守る。さらに豊富なライナップを揃えてシェアを獲得し、その分野では他社の追随を許さな

未来工業株式会社



「常に考える！」を軸に、「社員のやる気」に徹底的にこだわる。年間の公休は140日、基本的に残業なし、ノルマなし、定年は70歳、給料は地域の平均以上。従業員にとっては夢のような労働条件を実現している企業がある。電線管やスイッチボックスといった電設資材、樹脂管や継手といった給排水設備の中堅メーカー、未来工業だ。同社は産業財産（特許や実用新案、意匠出願など）の多さと収益の高さでも知られる。平成18年度には特許庁から「産業財産権制度活用優良企業」として表彰された。また、昨今厳しい建材業界にあって2009年度の営業利益率が、

「私たちが人間の可能性にかけているだけと瀧川社長は言う。しかし、そこには考え抜かれた、極めて合理的な発想がある。」

例えば、未来工業にはタイム、

カードがない。社員食堂の支払いも自己申告、資材などの購買も140億円も仕入れながら、チェックは最小限。瀧川社長は、よく「性善説ですか？」と聞かれると苦笑する。

「私たちが普段常識と想っていて、検証してみると不合理なことは少なくない。こうした発想の転換が、未来工業の真骨頂だ。」

もう一つ、提案制度を見ても。これはどんなアイデアでも、一つ提案するたびに500円の参加費が支給される制度。もちろん大きな成果には、別途賞金が出る。「内容に関しては一切否定しません。社員は少しでも否定されるとアイデアを出さなくなります。それに、簡単そうに見えて意外とすぐにネタが尽きてしまうものです。常に考え続けなければ、提案を出し続けることはできません。」

提案の中心よりも、「常に考える」風土づくりに力点を置いているからこそ、アイデアが集まる。この制度によってあがる提案は、今年年間1万件を越えるという。

獲得したアイデアや工夫は積極的に特許や実用新案、意匠登録を出願して守る。さらに豊富なライナップを揃えてシェアを獲得し、その分野では他社の追随を許さな

「私たちが人間の可能性にかけているだけと瀧川社長は言う。しかし、そこには考え抜かれた、極めて合理的な発想がある。」

例えば、未来工業にはタイム、



News pick up! 住友林業ニュース

住友林業とNECが住宅業界向けクラウドサービス事業で協業 住宅事業の業務全般を支援する クラウドサービス「JHOP（ジェイホップ）」スタートへ

7月20日、当社は日本電気株式会社（以下、NEC）と協業して企画・開発したITサービス「JHOP（※1）」の販売活動を開始いたしました。

サービスの概要

JHOPは、住宅関連事業者向けの業務システムを、インターネット経由で提供するクラウドサービス（SaaS型（※2））です。

本年10月から、JHOPは物流システム・簡易プラン作成CAD（「JHOP CAD」）の提供を開始する予定です。その後、バーチャル展示場・電子カタログ・プラン集などの情報提供や、構造設計CAD・実行予算・販売管理・工事／資材発注・工程管理などの業務システムを順次提供する予定です。当社とNECは、JHOPを2014年度で10万棟に展開することを目指しています。

なお、JHOPのパートナーとして、IT企業数社が参加を表明しています。今後、さらにパートナーを増やし、サービスのライ

ナップを拡充していきます。

主な特長とメリット

JHOPには、クラウドサービスの利点を生かした、次のような特長があります。

1. 豊富なサービスメニュー

NECやJHOPパートナーが持つ住宅業界向けのアプリケーションを、データセンターに設置したクラウドサービス基盤から提供します。また、住宅建築の各プロセス（プラン作成／概算見積、設計、工事工程計画／積算、施工、アフター／リフォーム）に必要なシステムを順次提供します。

2. きめ細かな単位の価格設定

利用者が、「必要なときに、必要な分だけ」利用できるよう、伝票や棟単位の従量課金制を設定。高度なシステムを安価に利用できます。

3. 地域密着型のサービス展開

地域の建材納材店が地域ごとの商習慣や事業者構造に

て、必要なサービスと役務を最適な組み合わせで展開できます。

利用者の業務効率化や事業拡大を支援

JHOPは、住宅関連事業者の業務の効率化と、新たなビジネスマーケットの創出による住宅関連業界の活性化に貢献します。

住友林業は、地域の工務店や取引先の業務効率化や事業拡大を支援し、当社の木材建材事業の強化を目指します。加えて、戸建住宅の原価低減につながることで潜在的な需要を喚起し、業界の活性化に貢献します。

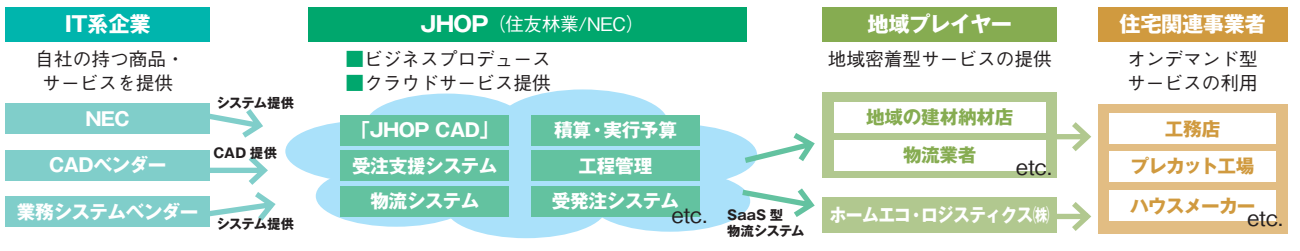
当社の関連会社で、住宅資材の物流サービス事業者であるホームエコ・ロジスティクス株式会社（本誌特集参照）は、JHOPの物流システムを活用した物流事業を展開していきます。

「JHOP」については、
次号で詳しく特集いたします。

※1：Japan Housing Open Platformの略称。
※2：Software as a Serviceの略称。ユーザーが必要とするソフトウェア機能を、「サービス」としてインターネット経由で利用できる形態。

JHOPの概要

各プレイヤーが持つ経営資源を組み合わせ、新たなビジネスモデルを構築



JHOPの詳細はこちらから <http://jhopp.jp>

編集後記

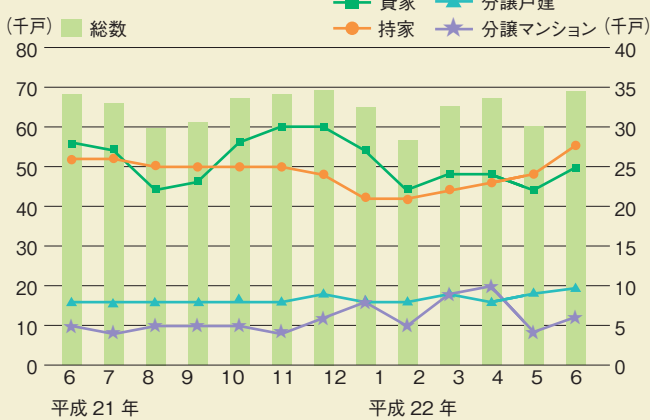
今号の特集「物流システムの業界常識に変革を！」はいかがでしたでしょうか。「情報」と「物流」を一元管理し、合理化する「ロジスティクス」。もともとは軍事用語で「必要な物資をタイミングよく補給する仕組み」を意味するそうです。ロジスティクスではITが重要な役割を果たします。次号ではその物流システムを含めた住宅関連業務システムを「クラウド」の仕組みを活用して提供する、「JHOP」を特集します。要チェックです！



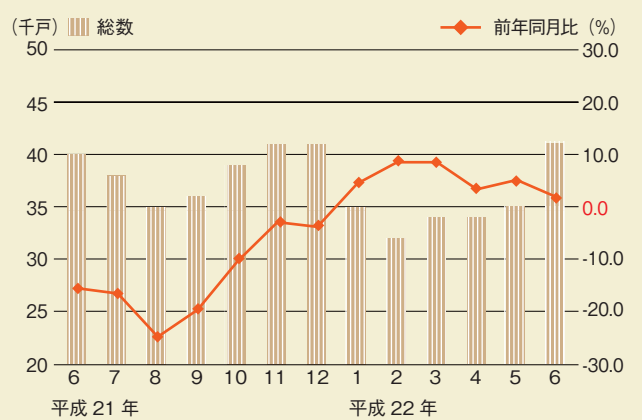
平成22年6月の新設住宅着工 △は減

		6月					5月	4月	3月
		対前月比 (戸) (%)		対前年同月比 (戸) (%)					
新設住宅計		68,688	8,777	14.7	420	0.6	59,911	66,568	65,008
建築主別	公共	906	△1,430	△61.2	△979	△51.9	2,336	2,632	3,034
	民間	67,782	10,207	17.7	1,399	2.1	57,575	63,936	61,974
利用関係別	持家	27,656	3,413	14.1	1,162	4.4	24,243	23,496	21,981
	貸家	24,871	3,112	14.3	△3,049	△10.9	21,759	24,425	24,055
	給与住宅	456	△280	△38.0	△794	△63.5	736	564	1,661
	分譲住宅	15,705	2,532	19.2	3,101	24.6	13,173	18,083	17,311
資金別	民間資金	58,715	9,010	18.1	△683	△1.1	49,705	55,639	54,667
	公的資金	9,973	△233	△2.3	1,103	12.4	10,206	10,929	10,341
	公営住宅	636	△1,518	△70.5	△355	△35.8	2,154	1,878	1,867
	住宅金融機構融資住宅	5,287	1,125	27.0	1,827	52.8	4,162	4,683	4,328
	都市再生機構建設住宅	34	34	—	△147	△81.2	0	278	502
	その他住宅	4,016	126	3.2	△222	△5.2	3,890	4,090	3,644
構造別	木造	40,748	5,789	16.6	675	1.7	34,959	34,425	33,947
	非木造	27,940	2,988	12.0	△255	△0.9	24,952	32,143	31,061
	鉄骨鉄筋コンクリート造	150	△359	△70.5	△228	△60.3	509	798	1,499
	鉄筋コンクリート造	14,304	1,270	9.7	△39	△0.3	13,034	19,098	19,080
	鉄骨造	13,345	2,046	18.1	91	0.7	11,299	12,133	10,361
	コンクリートブロック造 その他	60 81	17 14	39.5 20.9	21 △100	53.8 △55.2	43 67	41 73	36 85

利用関係別戸数



構造別 木造戸数



プレハブ新設住宅戸数

構造別	戸	対前月比		対前年同月比		利用関係別	戸	対前月比		対前年同月比	
		(戸)	(%)	(戸)	(%)			(戸)	(%)	(戸)	(%)
合計	11,417	1,557	15.8	876	8.3	持家	4,831	459	10.5	399	9.0
木造	1,283	338	35.8	30	2.4	貸家	6,154	1,030	20.1	526	9.3
鉄筋コンクリート造	338	123	57.2	216	177.0	給与住宅	37	△89	△70.6	△98	△72.6
鉄骨造	9,796	1,096	12.6	630	6.9	分譲住宅	395	157	66.0	49	14.2

枠組壁工法 (ツーバイフォー) 新設住宅戸数

利用関係別	合計		持家		貸家		給与住宅		分譲住宅						
	戸	対前月比		戸	対前月比		戸	対前月比		戸	対前月比				
		対前年同月比	(%)		対前年同月比	(%)		対前年同月比	(%)		対前年同月比	(%)			
木造	8,842	2,036	29.9	2,594	409	18.7	4,901	1,523	45.1	8	4	100.0	1,339	100	8.1
		521	6.3		243	10.3		△23	△0.5		0	0.0		301	29.0



NEW



新しい空間の提案



鏡面ラッピングドア
 業界初となるフルフラットの鏡面ラッピングドア。鏡面塗装のような高級感のある仕上がりになっています。



グランドハイト
 ドアの高さを天井一杯まで伸ばすことにより、明るく開放的な空間を演出します。



オールファインモーション
 全ての扉にファインモーション機構を標準装備。静かでゆっくり閉まるので、生活音に対するユーザーの不満を軽減します。

木を活かし、よりよい暮らしを

EIDAI
 www.eidai.com

EIDAIショールーム 営業日、営業時間はショールームにより異なりますので、事前にご確認のうえお越し下さい。

札幌 011-879-5746	新宿 03-3349-1971	梅田 06-6346-1011	沖縄 098-864-2810
新潟 025-382-3311	金沢 076-252-5302	岡山 086-241-7641	
仙台 022-782-1788	名古屋 052-354-4310	広島 082-278-7110	
静岡 054-237-8372	京都 075-623-0294	博多 092-641-6036	

お客様相談センター

☎0120-685-110
 E-mail:cs@eidai-sangyo.co.jp
 受付時間 平日 9:00~19:00
 土曜日 9:00~18:00
 休業日 日曜日、祝日、年末年始