

建材 マンズリー

No.610

8

AUGUST
2016

特集

国産材の魅力を伝える

ここでちょっと一息 Coffee Break

木のトレンド@HOME [Milan & Japan]

注目企業を訪ねる

寺田倉庫株式会社



国産材の魅力伝える

戦後、経済成長期の木材需要の高まりとともに、山々の木が伐採された。それと並行して、拡大造林政策^{*1}により多くの木が植えられ、今、収穫期を迎えている。日本の森林蓄積^{*2}は、2012年には、経済成長期である1966年の2.6倍となった(図1)。一方、1950年代には9割前後あった木材自給率は、輸入材の増加などにより低下。2000年には2割弱まで落ち込み、2014年にようやく30%台に回復するといった状況だ。

森林資源は、伐採しながら植林するという適切な管理を行えば、貴重な再生可能資源として、次の世代へ受け継がれる。そのためには国産材を積極的に利用し、需要を高めることが求められる。今号では国産材利用の取り組み事例と、アイデアいっぱいの国産材商品を紹介。国産材の魅力とその可能性を探る。



広告入りの国産材割り箸をコンビニエンスストアに提案

ハートツリー株式会社は、企業のマーケティング活動の企画や、木材を使った商品の企画・販売を行っている。同社は、長年、プロダクト・マーケティングに携わってきた服部進氏が、9年前に立ち上げた会社で、最初に手がけたのは、国産材の割り箸を普及させる取り組みだった。

「国産材、特に間伐材の利用が停滞していると知り、間伐材を使った商品をつくって間伐材が売れるようにすればいい」とシンプルに考えました」

明治時代から端材などを活用して生産されてきた割り箸は、2010年には97%が輸入製品となっている(図2)。



ハートツリー株式会社 代表取締役

服部 進氏

り、香りがとても良いんです」

国産材割り箸の需要を増やし、林業を活性化させる。こうした趣旨に賛同した食品メーカーなどが、広告出稿に応じてくれた。7年間続いたプロジェクトは広告がないと値段が上がることから昨年いったん休止したが、「今後は国産材を使った割り箸工場をつくり、コストダウンできる生産体制を盤石にして再スタートしたい」と語る。

2010年の国内における割り箸の年間供給量のうち、国産材を使用した国内生産は約2%。国産材割り箸の安定供給体制を構築し、輸入製品とのコスト差を縮められれば、間伐材の大きな需要が期待できる。

木のストーリーを提示し 木への興味を喚起

同社では、間伐材を利用したノートやブックカバーなどのステーションナリーをはじめ、様々な商品の企画

国産材PRには木に触れる機会をつくるのが大切

売れる商品づくりにはブランド化が必要だ。木の良さを伝え、木を好きになってもらえば、自然と木の商品に手が伸びる。それが「木をブランドイングする」ということです」と服部氏は語る。

主なマーケティング手法として、機能的ベネフィット^{*3}と情緒的ベネフィット^{*4}に訴える方法があるが、木の商品PRには、情緒的ベネフィットに訴えかけるのが効果的だという。木というブランドは爽快感や安心感、心理的な満足感などを与える情緒的ベネフィットがあるからだろう。まずは、「木ってなんか良いなあ」という感性を養ってもらうため木に触れる機会をつくるのが大切だ。

また、木の商品PRには驚きが必要という。

「例えば、折ったり切ったりできる薄い木の紙。木糸^{もくいと}を使った手ぬぐいやポーチ。こんなものも木でできるんだという木の概念を覆すような驚きをつくり、売っていくのが次の仕事だ



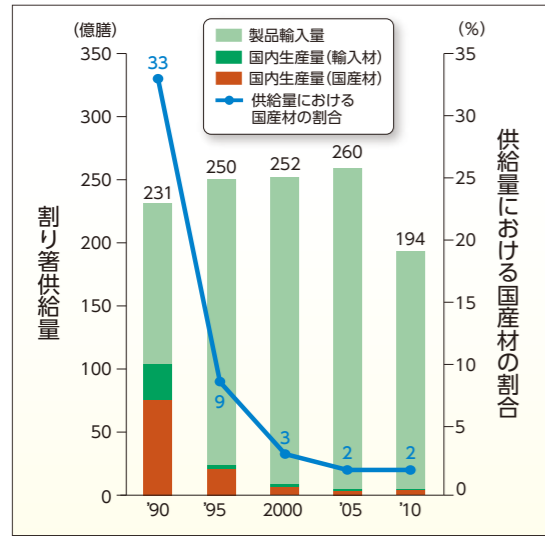
同社が企画・販売する商品例。間伐材を使った熨斗袋、マスクングテープ、ブックカバーとしおり、木からできた糸「木糸」を使ったハンカチ、天然木の扇子は扇面に本物の木でできた「きのかみ」を使用している

と語っています」

国産材の利用拡大には、まず需要をつくること。そのためには、一般消費者が木に触れ、木を身近に感じることができる機会をつくり、「木って良いなあ」というベースをつくる必要がある。例えば、企業ノベルティを木でつくったり、また、子どもの頃から木の良さを知ってもらうため、保育園の内装材を木にする、木のボールプール^{*5}をショールームに置くなど良いだろう。積極的に一般消費者へ木の良さをPRし、興味を喚起することは、木造住宅の受注にもつながっていくはずだ。

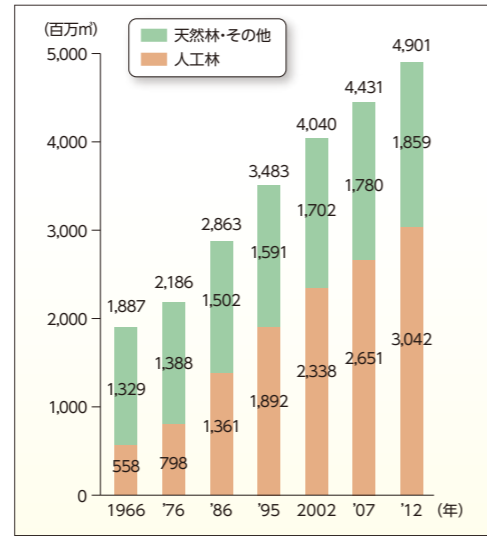
*3 機能的ベネフィット：商品を利用したり所有したりすることにより得られる便りさや効用
 *4 情緒的ベネフィット：商品によって得られる安心感や心地良さ、心理的な満足感などを与えることができる便益
 *5 木のボールプール：木枠などの中に、砂場の砂のように木玉を敷き詰めた木製遊具

図2. 割り箸供給量の推移



出所：林野庁木材産業課調べ

図1. 日本の森林蓄積の推移



出所：林野庁「森林・林業統計要覧2015」

・販売を行っている。手触りが良く、良い香りのする木の商品の需要を見込んでのことだ。ところがこれらの商品が、消費者の心にもあまり響

かない。

「売れないのは、消費者にとって木である必要がどこにもないからだ」と気づきました。木への興味が薄れていて、木の商品の良さに気づかない。日本人が木の文化の中で生きてきたことを思い出し、再び木を好きになってもらうことが最優先だと考えました」

縄文の時代から森とともに生きてきた日本人には、木の素晴らしさを感じるDNAがあるはずだと、服部氏はドキュメンタリー映画をプロデュースした。木のストーリーを提示することで、木への興味を喚起するということだ。

2015年2月公開の映画『うみやまあひだ』は、約1300年間続けられている伊勢神宮の式年遷宮を通し、日本人と森の関わりを12人の識者とともに探るドキュメンタリーだ。

「隈研吾さんや北野武さんなどにインタビューして、日本人はどのよう木と付き合ってきたかを語ってもらいました。観てくださった方からの評判は上々で、この映画を観たらみんなきつと木を好きになつてくれる、と僕は確信しています」

こんなものができる!

国産材を使おう

木の可能性を教えてくれる数々の製品の中から、編集部が見つけた“驚き”製品をご紹介します。



復興の願いを届ける郵便ポスト 「小田原ぼすと君」

東日本大震災被災地の福島県相馬市に、応援メッセージの書かれた1000通の木製はがきと共に贈られた郵便ポスト。かねてから森のプロジェクトで親交のあった小田原市が木の文化を通じて復興の願いを届けた。小田原檜材を使って轆轤職人が木地挽き*技法で作上げたポストは、実際に相馬市で使われている。



株式会社ラ・ルース

問い合わせ先:03-5728-6731
URL:<http://la-luz.co.jp/>

* 木地挽き: 木材を轆轤(ろくろ)を使って荒挽きする

ボディやパーツに木を採用した自動車 「SETSUNA」

“人とクルマの新たなつながり”を、「木」を用いて具現化したトヨタ自動車のコンセプトカー。外板は住友林業と共同開発した。ボディは杉、フレームは樺、ステアリングは檜など、用途に応じて樹種を選定している。組み立てには釘やネジを使用しない伝統技法を取り入れている。



住友林業株式会社

問い合わせ先: 03-3214-2270
URL: <http://sfc.jp/>

無垢の風合いを感じるキッチン 「栗のオーダーキッチン」

堅くて丈夫、水に強くて腐りにくい、東北で育った栗の無垢板を使ったオーダーキッチン。独特な木目が特徴で使い込むほどに深みのある色合いに変わる。塗装は木にも人にも優しい植物性オイル仕上げにすることで木本来の自然な風合いを生かしている。

株式会社駿河屋(店舗名:頑固おやじ)

価格:185万円(税込)(W2600×D950×H850・設備機器は別売)
問い合わせ先:029-241-2931
URL:<http://www.gankooyaji.net/archives/4310>



自然の魅力を感じる心を育む ブロック 「もくロック」

山形県産の未利用材を使用した木製ブロック。桜や楓など6種類の広葉樹で作られたブロックがランダムに入っており、それぞれ違う色合いや手触り、香りなどを子どもたちが自然と感ずることができる。薬品類は一切使っておらず、安全にも配慮されている。

株式会社ニューテックシンセイ

価格:2,000円(税別)(24ピース入り)~
問い合わせ先:0238-21-3155
URL: <http://mukulock.com/>



ボディ全体が木材で形作られた ヘッドホン 「Konohazuk H3」

木ならではの高品質の響きを追求したヘッドホン。耳にのせる部分(ハウジング)は、岩手産のブナの無垢材からまるごと削り出し、丁寧に磨いた。木の鳴りを引き出すため、熟練エンジニアによるチューニングがなされている。

合同会社コノハズク

価格:34,800円(税別)(2016年冬一般発売予定、希望小売価格)
問い合わせ先:050-5583-5134
URL: <http://www.konohazuk.com/>



しなやかに折れる折り紙 「きのかみ 正方形」

奈良県吉野の杉端材を薄くスライスし、紙と貼り合わせた「木の紙」。特に表面のコーティングはしていない。本物の木の香りと木目を残したまま、紙のようにしなやかに折ることができる。木々たちの小さいいびきを感じ、木を好きになってほしいという想いから作られた。

ハートツリー株式会社

価格:580円(税別)(14.5cm角<2枚>、10cm角<3枚>計5枚入)
問い合わせ先:03-6268-8328
URL: <http://heart-tree.com/kinokami/>



電源いらすのタブレット用スピーカー 「Smart Horn.Tab(スマートホルン.タブ)」

iPhone、iPadに最適な木製スピーカーボックス。スリット部分にタブレットを置くだけで、デジタル音源がアコースティックのような自然な音で増幅する。電源不要なので、どこでも使える。音を柔らかく共鳴させるため、素材の柔らかさが均一な樹齢150年以上の国産栗の木を使用。

株式会社ビートソニック

価格:26,000円(税別)(2016年8月発売予定、希望小売価格)
問い合わせ先:0561-73-9000
URL: <http://www.beatsonic.co.jp/>

県産材の活用で林業活性化へ

— 征矢野の
征矢野建材株式会社（長野県松本市）

長野県の林業創生を目指し、製材から内装材などの製造・販売、バイオマス発電まで担う大型木材加工施設の建設や、県産材の商品開発などを手がける征矢野建材株式会社に話を聞いた。

生産性向上が 林産業活性化の第一歩

「日本の林業は、欧州の林業先進国に比べて後れを取っています。例えば、日本と同じく急峻な地形を持つオーストリアの林業・木材産業の

GDPに占める割合は7%以上ですが、日本は1%にも満たない」と、櫻井秀彌氏は嘆く。林業活性化のために、まずは生産性向上への意識改革や林業に夢を持つことが必要とい

う。そこで5年前、長野県の林業関

係者を連れて、大型機械の活用や整備された林道、技術者の育成システムなど、オーストリアの林業現場を視察し研修を行った。視察・研修活動はその後県が引き継ぎ、意識も変化しつつあるという。

次に、循環型資源として木を余すことなく使い利益を山側に還元したいという想いから、木材のカスケード利用を目的とした大型施設「ソヤノウッドパーク」を操業。貯木場、製材工場、造作材・床材加工工場、2018年稼働予定の未利用材・端材を燃料とするバイオマス発電施設がある。

工場は最新鋭の機械導入で、省人化と生産性を両立させた。特に床材加工工場の生産ラインは、割れや寸法などを検知してグレード分けし、自動的に適材を仕組めるオリジナル仕様だ。そのため通常、数十名が必要

な作業を3名で行えるようになった。

「製材から加工・販売までの集約化と生産性向上で、県産の無垢床材のコストも2〜3割下げることができました。この取り組みを、同業他社にあとに続いてもらえる成功例にしたいと思っています」

赤松など県産材の魅力をPR

征矢野建材株式会社では、脂が多
い・曲がり強いなどの理由から扱
いが難しく、積極的な利用がされて
こなかった県産赤松の製品開発を10
年以上前から行ってきた。

「赤松は木柄が非常にきめ細かく、
経年変化でべっこう色になるなど、
魅力的な素材です。赤松製品をト
ータル提案するなどしてPRしてい
ます」

その他、県産材普及のため、さま
ざまな試みを行っている。例えば、
プレカット工場事務所併設のショ



征矢野建材株式会社
代表取締役

櫻井 秀彌氏

ルーム「Wood Gallery」は、県産のヒノキや赤松の無垢床材・テーブルが設けられており、実際に触れることができる。工務店や施主が打ち合わせなどで自由に利用でき、木の良さを知ってもらう場となっている。また、木材産業への理解を深めてもらうため、工場見学も実施しているという。「自然を感じられる住まいという点で、木はとても良いものです。国産材利用拡大のために、生産性の向上と価格の最適化によって林業を活性化させることが必須だと思います」



同社のショールーム「Wood Gallery」

2015年4月操業開始の「ソヤノウッドパーク」（長野県塩尻市）。10ヘクタールの敷地内に製材から最終製品までの加工施設、2018年稼働予定のバイオマス発電施設がある



藤井 繁子

『月刊 HOUSING』編集長・リクルート住まい研究所主任研究員などを経てフリーの住生活ジャーナリストに。マンション購入・戸建建築・リフォームと自邸で実践しながら、国内外で取材・コンサルティング活動を行う。



木のトレンド@HOME [Milan & Japan]



前回6月号でレポートしたミラノサローネは、技術革新によるキッチンの進化を紹介しましたが、今回はデザインについて。特に今年は木の存在感を強調したものが印象的で、その傾向は家具でも見ることができました。

Rustic (ラスティック) Nostalgic (ノスタルジック)

キッチンの空間デザインで新鮮だったのは、写真のようなダークブラウンの木を基調に、メタルや石を組み合わせたもの。デコレーションは錆びたアンティークのバケツや古い瓶などの小物を使いNostalgic(郷愁)な仕上げに。シェルフやレンジフードにメタル素材を使うことでモダンデザインが加味され、野暮ったくないRustic(田舎っぽい、荒造り)な空間が、古くて新しい素敵なデザインでした。



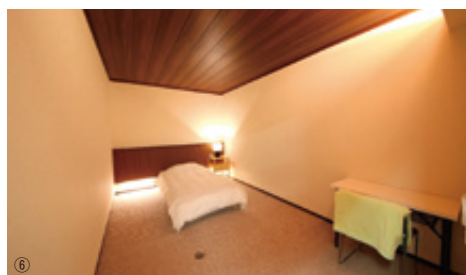
無垢+αの価値提案! 木の色はダーク調へ

Boffi社(写真②③)で目を引いたのは、特殊な“木”を使った扉。何と、1000~3000年前の古代木を沼・川底から掘り起こしたオーク材。永い眠りから覚めた自然木をキッチン扉に活用するというハイエンド向け商品。同じく数千年堆積した大理石に匹敵する、超高級な素材の登場に圧倒されました。



一方、木工製品で有名なイタリア家具メーカー・Riva1920社の新作にも面白い木を発見。“Volcano(火山)”仕上げと名付けられたシリーズは、「日本の古い伝統技術」と解説が(外壁に用いる焼杉のことだ)。炭化させた風合いを、テーブルや椅子にまで活用する発想がスゴい。これも、単なる無垢材から特殊加工によって、他にない存在感をアピールする今年の木のトレンドでした。

- ① キャビネットやテーブルはヴィンテージ・オーク材のアンティーク仕上げで深みのある色調 (Ernestomeda社)
- ② 古代木を主役に、レンジフードや石テーブルの脚を細いメタルでシャープに仕上げ洗練された空間に
- ③ 「Bog oak」と称された超高級オーク材。IHコンロ内蔵でシームレスのカウンター (②③Boffi社)
- ④ “Volcano”仕上げのテーブル、焼き入れの様子 (Riva1920社)



⑤ 深澤直人デザインのヒット商品「HIROSHIMA」チェアに今年はスタッキング・バージョンが発表された。無垢木から削り出す技術によって生まれる美しいライン(マルニ木工) ⑥ 寝室の天井をダークな木製にし、間接照明の反射板として利用。就寝前に適した副交感神経を優位な状態に移行させ、睡眠の質を改善し疲労を軽減する機能性を有することが認められキッズデザイン賞を受賞(住友林業)

日本でも、ミラノから帰国したデザイナー深澤直人氏が「木の色調は、白っぽいビーチからオークへ、さらにウォールナットへと濃い色調に移行している」とマルニ木工で講演。濃い色の木は、高級感とともに落ち着きのある空間を形成してくれるもの。住友林業が提案する、寝室に木の間接照明を利用する快眠効果も注目されています。ダーク・ウッドの住空間が大人の暮らしを演出してくれます。

注目企業を訪ねる

付加価値創造に挑戦

「市場を変えるような面白い発想だと感じたら、実績がなくても積極的にコラボレーションしています。弊社の資産を活用することで、新たなビジネスを生み出したかと思っただけです。アウトドア用品を預け、出先まで運ぶ「Minata trunk」、美術品のレンタル・購入・保管などを請け負う「ART STAND」、プロのスタイリストがコーディネートした普段着のレンタルを行う「Fair Closet」*など、様々なコ

ベンチャー気質の高い同社では、新たなビジネスの可能性を広げるため、他社とのコラボレーションも積極的にやっている。自社の取り組みを情報発信することで、コラボレーションのオファーが来るのだという。

事業を続けていくには変化することが不可欠

「minikura」周知のため、昔の恋人とのお揃いの品を預かる「minikulove」など、ユニークなキャンペーンも展開した。このキャンペーン自体の売り上げは少なかったものの、同社ホームページへのアクセス数は一気に上がり、以降の周知に大いに役立ったという。「minikura」開始から4年、利用者は年次150%で増加し、会員数は20万人、保管登録アイテム数は1400万点を超えている。

“ニッチな山”を作り 様々なチャレンジで 新たなビジネスを創造



執行役員
月森 正憲 氏

本社 ● 東京都品川区東品川2-6-10
創業 ● 1950年
資本金 ● 1億円
事業内容 ● 保存保管業、保存保管関連事業

他社がやらないことにチャレンジし画期的な収納サービスを生み出す

「本や洋服、思い出の品など、捨てることはできないが自宅に置いておくには場所を取るモノたち。これらを預かり、保管する「minikura」は、寺田倉庫株式会社が2012年より開始した個人向け収納サービスだ。空間を借りるトランクサービスとは異なり、段ボール箱一つから預けることができ、最適な保管環境で管理される。中でも、預けたモノが1点ずつ写真撮影され、専用のWebページで確認、必要な時に1点から取り寄せできるという画期的なシステムで人気を集めているのが、「minikura」だ。

寺田倉庫株式会社

ここが注目ポイント

預けたものをWebで
写真管理できるminikuraを展開

他社との積極的なコラボレーション
で新規ビジネスを生み出す

保存保管業という軸をぶらさず
資産を活用し付加価値を提供

「minikura」のサービス



写真=Higa Kenichiro

倉庫に保存されているものを“利用する”という発想の「TERRA CAFE BAR」。店内で販売している世界の保存食をその場で食べることができ、保存食の楽しみ方を提案している



収蔵庫そのものを“見せる”という発想からできた「建築倉庫ミュージアム」。建築模型を保管・展示している。月森氏は「日本の精巧な建築模型を多くの人に見てもらうことで文化の底上げにつなげたい」と話す

「一人の命と同様、会社の命も未来永劫続くわけではありません。事業を続けていくには、変わっていくことが必要です。我々の強みである保存・保管という軸はしっかりと守りつつ、軸の周りやその先で何ができるのかを常に精査してトライする。ミュージアムやカフェは、保存・保管から一歩進んで「見せる」利用することにチャレンジしています。他社とのコラボレーションも、対等な立場でビジネスを考えることで、互いの強みを掛け合わせた新たな道が開けます。我々は変化を恐れず、市場を1から1に開拓する会社であり続けます」

「他にも同社では、設計士がコンペなどで作成した建築模型を預かり、展示しながら保管する「建築倉庫ミュージアム」や、保存食を扱うコンセプトショップ「TERRA CAFE BAR」など、倉庫＝保管という枠を超えた事業も展開している。

「保存保管業としては、B to Bは規模が大きいのので、1件当たりの売り上げも多くなります。しかし、波も大きいのが現実。一方で、B to Cを地道に拡大していけば、波を最小限に抑えることが可能です。とはいえ、個人向けの収納サービスで、箱を開けることはタブーへの挑戦でした。破損のリスクや作業手間を考えると、預かった箱は開けないのが業界の常識だったからです。しかし、当社にはB to Bで、お預かりした工業部品などを個品管理するノウハウがあった。他社がやらないことにチャレンジすることこそ、ニッチな山を作る第一歩に成り得ると考えました」

「従来のトランクサービスでは、何を預けたか分からなくなったり、預けたこと自体を忘れてしまう利用者もいた。物置代わりに預けっぱなしになるのでは、利用者とモノの関係にもよくない。そこで、預けているモノの可視化を付加価値とすることを考えた。

「創業60年を迎えた頃から、当社では大手倉庫会社との価格競争に行き詰まりを感じ、巨大な山のてっぺんではなく「ニッチな山」を自ら作ることでナンバーワンを目指すべく、次世代の収納ビジネスを模索しました。そうして生まれたのが、「minikura」のサービスです」

*「建材マンスリー 2016年3月号・注目企業を訪ねる」で紹介

2020年の住宅リフォーム市場規模は7.3兆円の予測 「住宅リフォーム市場に関する調査2016」 — 矢野経済研究所

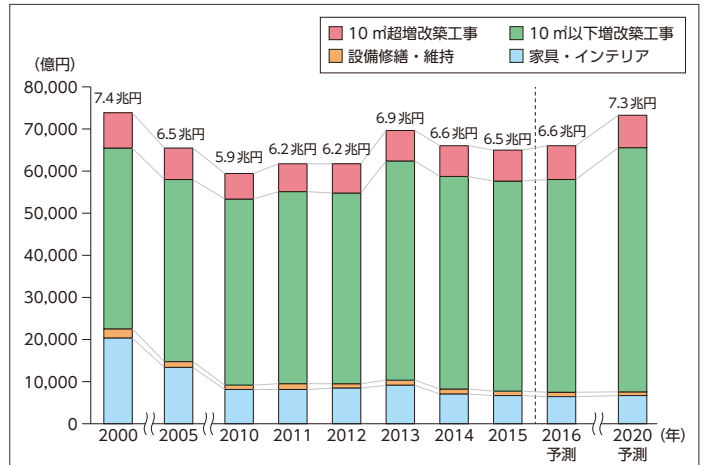
矢野経済研究所の調査によると、2015年の住宅リフォーム市場規模は6兆4,851億円(前年比2.0%減)と、微減にとどまった。2016年の市場規模は消費税の駆け込み需要の反動も先延ばしになり、6兆5,542億円(前年比1.1%増)で、ほぼ横ばいの推移となる見込みだ。

2020年の市場規模は7.3兆円(2015年比約12%増)と予測される。住宅リフォーム市場の主要分野である「設備修繕・維持関連」が住宅ストック数の増加に伴い拡大し、市場全体も成長すると考えられるからだ。さらに、国の政策の後押しやリフォーム事業者の提案強化による単価アップに加え、2020年開催予定の東京オリンピック・パラリンピックに向け、国内の景気が堅調に推移することを前提とした見通しである。

さらに、2025年の市場規模が7.4兆円、2030年は7.3兆円と予測。2020年以降は世帯数減少が強く影響し、市場は縮小基調に向かうが、リフォーム市場の活性

化を成長戦略の一つとして掲げる政府による政策的後押しや、提案強化による単価アップがあるなどを加味した。

住宅リフォーム市場の市場規模予測



再生可能エネルギー「固定価格買取制度」が、2017年4月1日から変更 「FIT法等の一部を改正する法律」公布 — 経済産業省

「電気事業者による再生可能エネルギー電気の調達に関する特別措置法(FIT法)等の一部を改正する法律」が6月3日に公布された。本法律は、再生可能エネルギーの最大限の導入と国民負担の抑制の両立を図るため、固定価格買取制度(FIT制度)の見直し等を行うもの。

[FIT制度の見直しポイント]

(1) 認定制度の見直し

- * 系統接続の確保など実施可能性や内容等を確認した上で認定する、新たな制度を創設。
- * 既存の認定案件は、原則として新制度での認定の取得が必要。
- * 事業開始前の審査に加え、事業実施中の点検・保守や、事業終了後の設備撤去等の遵守を求める。
- * 事業者の認定情報を公表する仕組みを設ける。

(2) 買取価格の決定方法の見直し

- * 買取区分ごとに中長期的な買取価格の目標を設定。

- * 入札制を導入(事業用太陽光を対象とし大規模案件から実施)。

- * 数年先の認定案件の買取価格まであらかじめ提示可能。

(3) 買取義務者の見直し

- * 買取義務者を小売電気事業者等から一般送配電事業者等に変更。
- * 原則として市場経由とするが、場合によっては小売電気事業者等への直接引渡しも可能。

(4) 賦課金減免制度の見直し

- * 電力多消費の事業者に対する賦課金8割減免制度は、申請事業者の国際競争の状況や省エネルギーの取り組み状況を踏まえて認定。

■ 施行期日:2017年4月1日

(賦課金減免制度の見直しは、2016年10月1日)

■ 本法律の詳細や概要資料は、資源エネルギー庁HP参照。

http://www.enecho.meti.go.jp/category/saving_and_new/saiene/index.html

編集室より

■ 弊社ホームページに特集ページのみを掲載中です。
<http://sfc.jp/mokuzai/kenzaimonthly/>

■ 広告掲載・誌面に対するご意見、ご感想は
建材マンスリー編集室専用アドレスまでお寄せください。

kenzai-monthly@sfc.co.jp

住友林業株式会社 木材建材事業本部 事業企画部

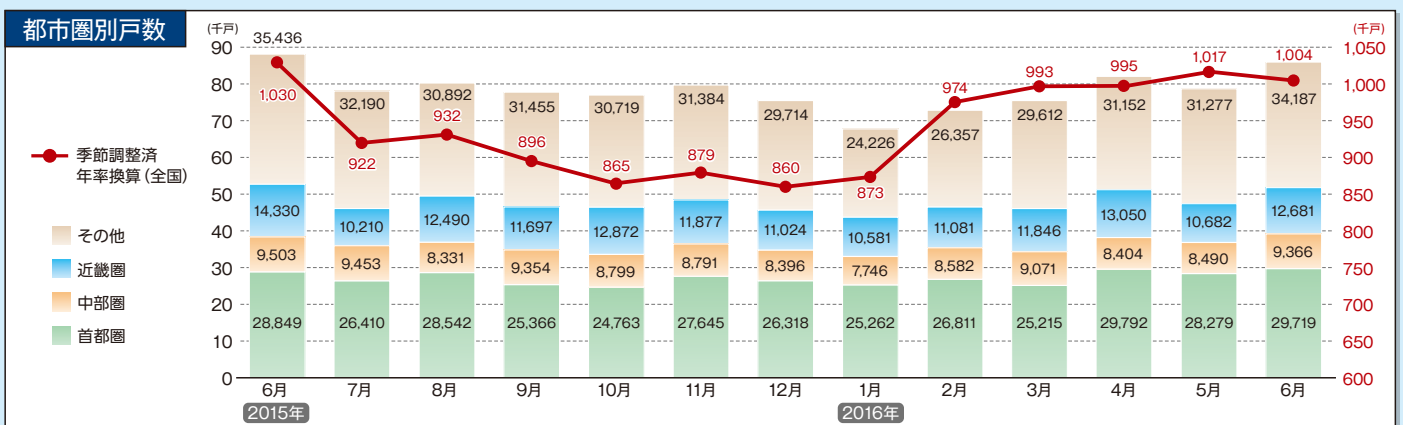
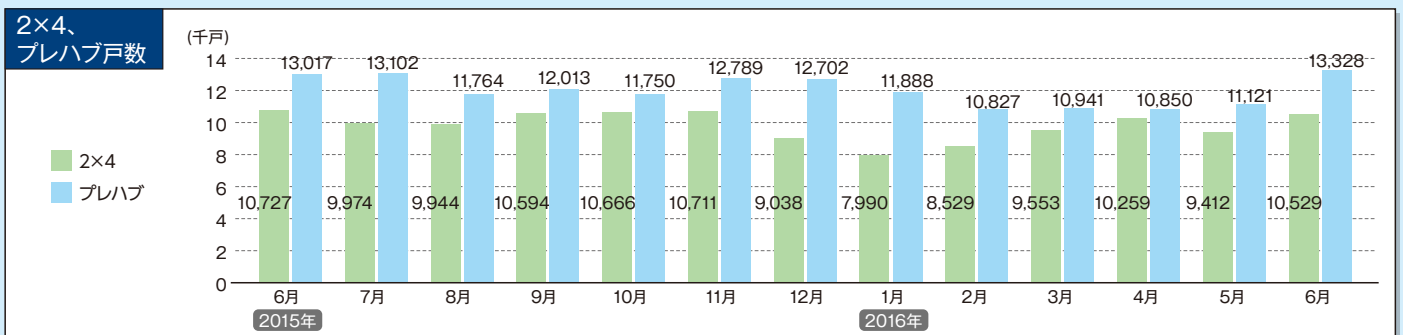
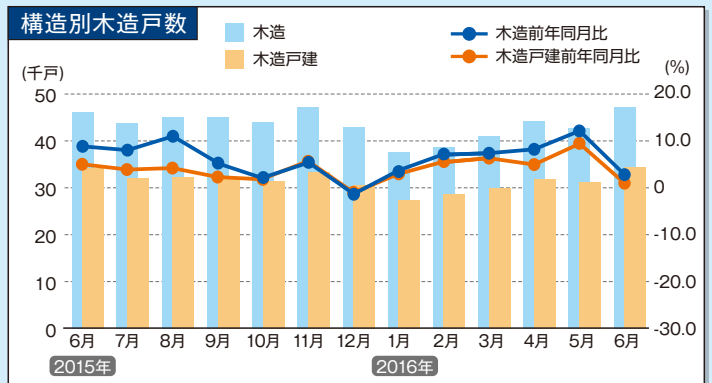
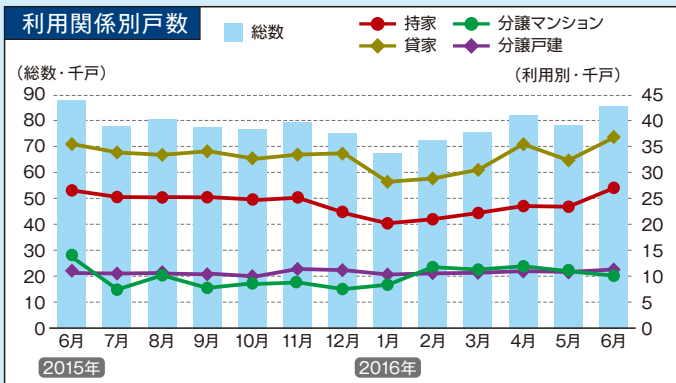
編集後記

建材マンスリー編集室に戻ってまいりました。今後ともよろしくお願いたします。さて、当社では、出産祝いに積み木をもらえるのですが、積み木1つひとつの樹種が異なり、それぞれ樹種名が書いてあります。木肌の色・香り・重さなどの違いを感じて何だか心が和みます。そんな積み木で遊べるのはとても良いことだなあと改めて実感し、「わが社のイチオシ」と思うわけです。(E)



2016年6月の新設住宅着工戸数 単位：戸 ▲は減

		6月				5月	4月	3月	
		対前年同月比		対前々年同月比					
新設住宅計		85,953	▲ 2,165	▲ 2.5%	10,196	13.5%	78,728	82,398	75,744
建築主別	公共	2,172	666	44.2%	▲ 31	▲ 1.4%	1,372	2,522	1,289
	民間	83,781	▲ 2,831	▲ 3.3%	10,227	13.9%	77,356	79,876	74,455
利用関係別	持家	26,944	301	1.1%	2,080	8.4%	23,501	23,567	22,274
	貸家	36,910	1,310	3.7%	5,853	18.8%	32,427	35,504	30,572
	給与住宅	482	96	24.9%	61	14.5%	587	298	773
	分譲住宅	21,617	▲ 3,872	▲ 15.2%	2,202	11.3%	22,213	23,029	22,125
	うちマンション うち戸建	10,185 11,279	▲ 3,988 119	▲ 28.1% 1.1%	2,431 ▲ 212	31.4% ▲ 1.8%	11,236 10,796	11,936 10,933	11,290 10,678
資金別	民間資金	75,962	▲ 1,727	▲ 2.2%	8,858	13.2%	69,139	72,545	66,876
	公的資金	9,991	▲ 438	▲ 4.2%	1,338	15.5%	9,589	9,853	8,868
	公営住宅	1,595	222	16.2%	▲ 401	▲ 20.1%	1,159	2,135	1,100
	住宅金融機構融資住宅	4,149	▲ 265	▲ 6.0%	767	22.7%	4,035	3,987	3,699
	都市再生機構建設住宅	475	407	598.5%	475	—	0	0	0
	その他住宅	3,772	▲ 802	▲ 17.5%	497	15.2%	4,395	3,731	4,069
構造別	木造	47,502	1,351	2.9%	5,123	12.1%	42,794	44,091	41,154
	非木造	38,451	▲ 3,516	▲ 8.4%	5,073	15.2%	35,934	38,307	34,590
	鉄骨鉄筋コンクリート造	650	382	142.5%	174	36.6%	1,310	218	536
	鉄筋コンクリート造	22,671	▲ 4,213	▲ 15.7%	3,730	19.7%	21,703	25,336	21,680
	鉄骨造	14,975	308	2.1%	1,146	8.3%	12,760	12,591	12,145
	コンクリートブロック造 その他	77 78	1 6	1.3% 8.3%	25 ▲ 2	48.1% ▲ 2.5%	58 103	97 65	46 183



(出所：国土交通省ホームページ http://www.mlit.go.jp/statistics/details/jutaku_list.html)

2016 DOOR&FLOOR
NEW COLOR
DEBUT

REAL FACE typeB/BeRiche SIST S-J

REAL FACE typeBと
ベリッシュ シストS-Jに新柄登場。


洗練されたデザインとリアリティへのこだわりが
これまでにない多彩な表現を可能にします。



[DOOR] EJ OAK × [FLOOR] TJ OAK



[DOOR] PT WALNUT × [FLOOR] OAK / WALNUT

 住友林業クレスト株式会社

営業本部 〒460-8428 愛知県名古屋市中区錦3-10-33 錦SISビル2F TEL 052-205-8451 <http://www.sumirin-crest.co.jp/>