

建材 マンズリー

No.624 **10** OCTOBER
2017

特集

高付加価値・ 高機能建材を探せ!

ここでちょっと一息 Coffee Break

住生活月間に考える、
木造住宅とビルダーのこれから

注目企業を訪ねる

スズキ機工株式会社



高付加価値・高機能建材を探せ!

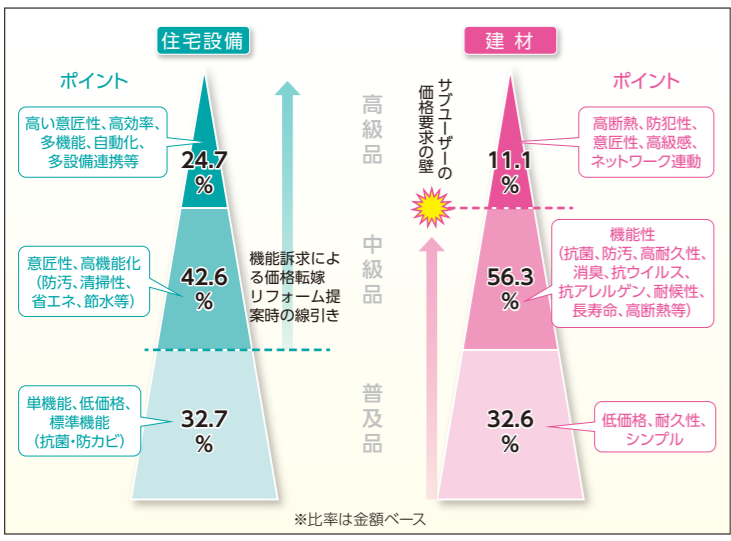
住宅市場は、少子化による住宅一次購入層の減少などで、新設住宅着工戸数の減少がこれからも予想される。建材の流通業者の今後の方向性の一つとして、

高付加価値・高機能製品（すなわち、各メーカーが定義する中・高級品）の販売強化が進むことが考えられる。これらの市場を調査した、富士経済の報告書「2017年版 住設建材マーケティング便覧」によると、市場規模約5兆円（2016年）のうち、高級品が67%を占めている。

今号では、この調査に携わったお二人方に住宅設備とそれ以外の建材（以下、建材）の市場動向をうかがい、後半は編集室が目にする「高付加価値・高機能製品」を紹介する。

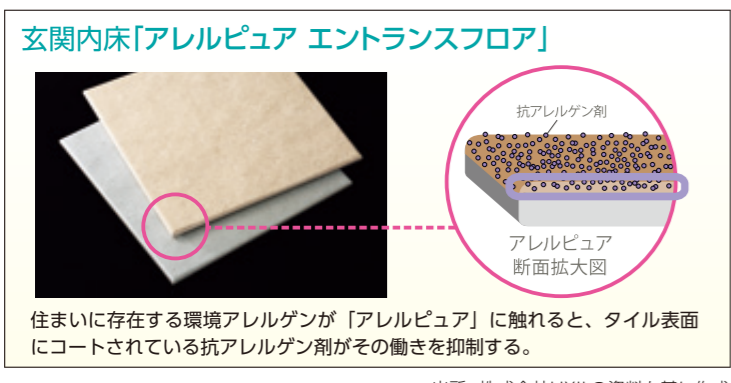


図1. 住宅設備とそれ以外の建材のグレード別市場特性



出所：株式会社富士経済の資料を基に作成

図2. 機能性素材の一例



高級品志向が強い住宅設備

― 住設・建材商品の高付加価値化・高機能化は進んでいるのか。

石井：住宅設備と建材の市場規模は、2016年実績で5兆1046億円です。今後、新設住宅着工戸数の減少に伴い、市場は横ばいから縮小傾向に推移していくと予測されます。そうした中、住宅設備と建材の高付加価値化・高機能化が進んでいます。

グレード別市場構成比では、住宅設備も建材も普及品は32%台と同じなのですが、高級品だけを見ると住設は24・7%、建材は11・1%と、約2倍の差が生じています（図1）。

― 高級品比率に差が付く要因は？

石井：住宅設備は建材に比べて目に見えやすい価値や機能を商品に付けやすく、かつユーザーに分かりやすい機能は価格に転嫁できるので開発が進みます。さらに、主要設備機器メーカーは設備機器の素材・原料開発も行っており（TOTOやLIXILのセラミック、パナソニックの有機ガラスなど）、原料を製品に落とし込む垂直統合展開で訴求力を高めています。また、リフォームでの需要も多く、その際エンドユーザーに直接、高グレードの商品提案・訴求ができて

ほとんど質な製品に仕上がっています。

土屋：外壁のサイディングも印刷技術の向上で、レンガやメタリックな質感まで再現できるようになり、本物の風合いに近いものになってきました。

― 住宅設備のイチョンは？

石井：衛生設備機器周辺では、新しいスタンダードを作ろうとするイノベーション志向がずっと続いています。例えば、30年以上前のTOTOのウォシュレット、今なら、SPAを意識したLIXILのスパージュなどです。これらの商品は地続きで機能を上げる方向性ではなく、まったく座標軸の違う価値提案を行っています。こうしたチャレンジは非常に面白い動きですが、新しい価値や提案の浸透には時間がかかるので、よりの長いプロモーション活動が必要となります。

また、排便したときにバイタルチェックができる「インテリジェントトイレ」も有望株です。「あなたの今日の健康指数を評価する」といったアプローチや開発は、継続的に行われています。

― 売れる商品のキーワードは何か。

石井：ユーザーが求めるデザインや機能性に対し、「高すぎない」価格、「納得感」のある価格で提供できる

ことが大切です。ただ住宅関連に限らず、自分のこだわりにはお金をかけることを厭わない人も増えていきます。欲しい人に鋭く突き刺さるコンセプトや機能を持った商品は、ヒットしやすい傾向があります。その意味で高付加価値品の訴求力は高いといえるでしょう。



株式会社富士経済 大阪マーケティング本部第三部主任

土屋 研二氏



株式会社富士経済 大阪マーケティング本部第三部主任

石井 優氏

ることや、商品の宣伝・広告のプロモーションを打ちやすい点も高級品が伸びる理由です。

一方、建材は価格要求の強い新築向けの比率が高いので、高付加価値品を作っても、サブユーザー（ハウスメーカーや工務店）の価格要求の壁が厚く採用されることが多いのです。そのためなかなか高級品の比率を上げることができません。

機能性素材の応用に期待

― 注目される高機能建材とは？

土屋：建材に関しては、機能性より意匠性が重視される傾向があると思います。しかし機能性素材の開発が進み、それを採用した高機能建材も

いろいろ出てきています。最近注目されているのは、「抗菌機能」を一步進めた、「抗アレルギー機能」の壁紙や床材などです。アレルギー疾患への対応ニーズは増えており、抗アレルギー剤のコーティングやフィルム貼りで、花粉やダニなどのアレルギーの働きを抑制します（図2）。

出所：株式会社富士経済の資料を基に作成

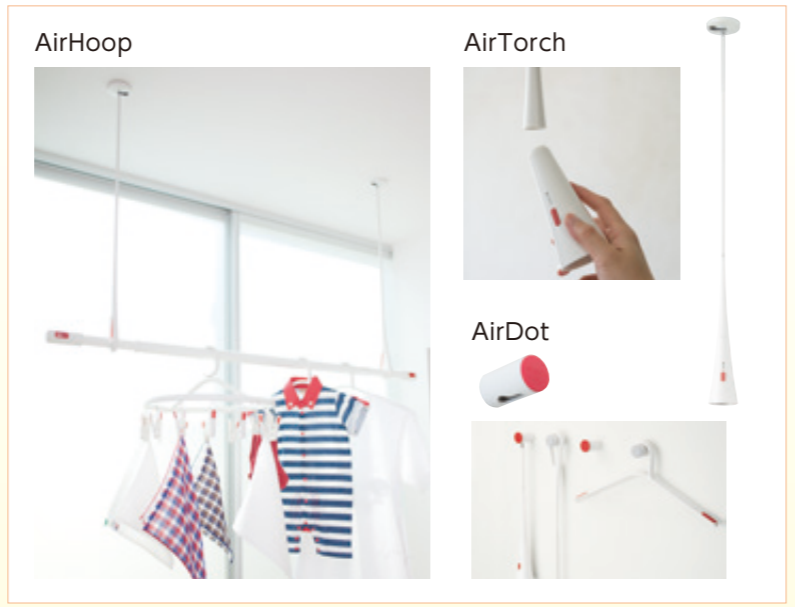
デザイン性

お洒落に天井を有効活用
「Airシリーズ」

天井に取り付けたベースの穴にポールを差し込み、天井空間を活用するアイテムを同一デザインでシリーズ化した。「エアフープ」はシンプルなデザインの室内物干し。「エアトーチ」は天井から吊す補助照明だけでなく、いざというときは懐中電灯として防災用品の役目も果たす。また、これらは壁付けの「エアドット」で壁掛け収納もできる。

注目ポイント

- ① 未使用時でも内装と統一感のあるデザイン
- ② 簡単な着脱で天井空間を有効活用
- ③ 観葉植物を吊したり、使い方はアイデア次第(エアフープ)
- ④ 照明部分は着脱可能(エアトーチ)



株式会社ナスタ お問い合わせ 03-6779-8775(本社) URL <http://www.nasta.co.jp/>

デザイン性

「黒の鉄×無垢の木」でデザインされたキッチン
「フレームキッチン」

黒の鉄フレームと無垢材の棚板を組み合わせ最小限のパーツで構成した、シンプルでスタイリッシュなシステムキッチン。異なるマテリアルを融合させるトレンドを先取りした新発想のデザインである。

注目ポイント

- ① 黒の鉄と無垢材の組み合わせが斬新
- ② 引き出しや扉などの収納をほとんど省く
- ③ 独立ユニットと連結ユニットの組み合わせで多彩なプランニングが可能
- ④ 無垢材のワークトップは4層のウレタン塗装で耐水性に優れている(ステンレストップも選択可)



株式会社ウッドワン お問い合わせ 0120-641-265 URL <http://www.woodone.co.jp/>

高級志向

色褪せない強さと美しさを持つワークトップ
「リシェルSI セラミックトップ」

熱やキズ、汚れに優れた耐久性を発揮するセラミックは、理想的な次世代のワークトップ素材といえる。焼きものならではの繊細な味わいは、キッチンに今までにない上質なインテリア空間をもたらす。加工の難しい大判の一枚板を、伝統技術と最新のセラミック加工技術で仕上げた。



注目ポイント

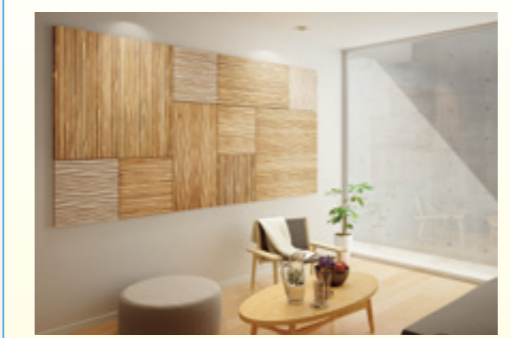
- ① 味わい深い表情を持つ焼きものならではの高級感
- ② 高温にさらされても変形や変色が起こりにくい丈夫な素材
- ③ 表面が硬質でキズや汚れが付きにくく、美しさが保たれる
- ④ 調味料などが染み込みにくく、お手入れのしやすさも魅力

株式会社LIXIL
お問い合わせ 0120-190-521
URL <http://www.lixil.co.jp/>

編集部が注目する
高付加価値・高機能の
建材・住宅設備

高級志向

木の素材感を心ゆくまで堪能できる国産材パネル
「壁材クールジャパンシリーズ」



国産材の杉・桧の素材感を生かした凹凸加工のデザインを施し、木の美しさ、温もり、肌触り、香りを堪能できるぜいたくな壁材。「スクエアタイプ」や長尺の「ボーダータイプ」、薄型の「スリムタイプ(天井にも施工可)」で空間を演出できる。

注目ポイント

- ① 木肌の風合いや表情を楽しめる、素材感を生かした凹凸加工
- ② 「スクエア」「ボーダー」「スリム」の3タイプを用意
- ③ 独自の加工技術で杉・桧の調湿機能を最大限に引き出した調湿建材
- ④ 経年による色変化は自然素材ならではの味わい

朝日ウッドテック株式会社
お問い合わせ 06-6245-9505
URL <https://www.woodtec.co.jp/>

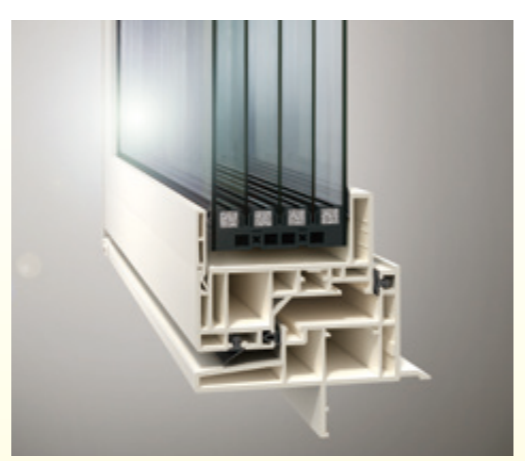
高機能性

高性能5層ガラスで高断熱の窓を実現
「レガリス」

世界初の「高性能5層ガラス」を開発。遮熱性の高いLow-Eグリーンガラスと透明性の高いLow-Eクリアガラスを適所に多層化してアルゴンガスを投入。独自の技術で軽量化、透明性、耐久性の確保など、従来の高断熱化における課題をクリアし、窓の開放性はそのままに壁とほぼ同等の断熱性能を実現した。

注目ポイント

- ① Low-Eガラスの最適な組み合わせで断熱性と透明性を確保
- ② 特殊薄板ガラスを使用し、トリプルガラスと同等の軽さに
- ③ フレームを約10%スリム化して、ガラス面積を5%拡大
- ④ 独自のフレーム構造の開発で断熱性と耐久性を向上



株式会社LIXIL
お問い合わせ 0120-126-001
URL <http://www.lixil.co.jp/>

高機能性

冬の冷えを伝えない心地よい天然の床暖
「桐床“桐暖”」

桐独特の気泡構造は、天然の発泡スチロールと比べてよいくらい断熱・保温効果に優れ、さらに柔らかく安全で、温もりと安らぎを与えてくれる。柁引きしたAグレードの桐板を、その特性と質感を生かす特殊塗装で手入れの簡単な床材に仕上げた。

注目ポイント

- ① 断熱効果、保温効果に優れ、結露も発生しない
- ② 桐材に多く含まれるタンニンが抗菌効果、防虫効果を発揮
- ③ 独自開発の撥水性塗料で調湿効果を保つ
- ④ 復元力があるためへこみなどは水とアイロンで修復できる
- ⑤ 製品加工はMADE IN JAPAN



株式会社イシモク お問い合わせ 0256-53-4111 URL <http://www.ishimoku.co.jp/>

高機能性

“子ども導線”に注目した
「子育て生活応援住宅」

規則正しい「生活習慣」や「学習習慣」を子どもに身につけやすくするための導線計画と各種収納アイテム。子どもの行動と持ち物に合わせて「場所」と「収納」を配置することで、効率よく片付けや整理整頓、学習ができるようになることを応援し、また習慣化を促す。

注目ポイント

- ① 内装建材「ただいま収納シリーズ」などで子どもの規則正しい習慣付けをサポートする
- ② 家庭教育の専門家*、建材メーカー、住宅会社が共同で開発

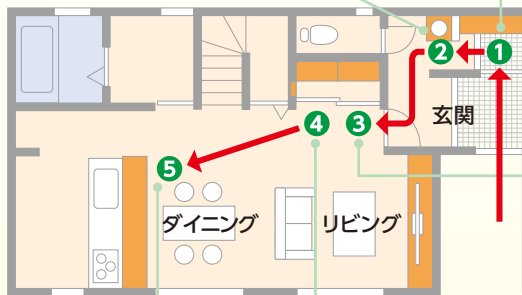
*子ども導線 監修・アドバイザー
家庭教育プロデューサー
酒井 勇介氏

住友林業クレスト株式会社
お問い合わせ 052-205-8405
URL <http://www.sumirin-crest.co.jp/>

② ただいま手洗い
手洗いがいをする



① ただいまクローク
靴をしまおう



③ ただいま
クローゼット

ランドセルをしまおう、
服を着替える、
明日の準備をする



⑤ ただいまカウンター

カウンターに収納した辞書などで宿題をする



④ ただいまPOST

連絡帳、宿題を出す



高機能性

見まもりの安心とキレイの安心
「給湯器GT-C62 プレミアム」

従来の給湯器にはなかった「見まもり」「キレイ」という視点で2つの安心をサポートする。給湯器本体にセンサーを内蔵、浴室リモコンに人感センサーを搭載。これらがヒートショックやのぼせなどの入浴事故発生の対策をサポートする。給湯器に搭載したUV除菌ユニットで浴槽のお湯を除菌するなど新たな機能が追加された。

注目ポイント

【見まもりの安心】

- ① 設定温度よりぬるめに沸き上げ、浴槽に入ると設定温度まで「ゆるやかな追っだし」を開始
- ② 「入浴タイマー機能」で入浴時間をお知らせし、長湯によるのぼせを対策
- ③ 「浴室モニター機能」で浴室、浴槽への出入りを台所リモコンにお知らせ
*必ずしも入浴事故の発生を防ぐ機能ではない

【キレイの安心】

- ① 99.9%除菌*のUV除菌ユニットで浴槽のお湯を除菌
*条件によっては十分な効果が得られない場合がある。
詳しくはホームページ、カタログで要確認。
- ② 追っだし配管は熱洗浄配管クリーン機能



株式会社ノーリツ お問い合わせ 0120-911-026 URL <http://www.noritz.co.jp/>

高機能性

湯はりに合わせて排水栓を自動で閉める
「わすれま栓」

台所などに設置された給湯器リモコンのスイッチを押すだけで、自動的に浴槽の排水栓が閉まり、湯はりスタート。排水栓の閉め忘れを防ぎ、家事の合間に湯はりができる便利な機能。

注目ポイント

- ① 湯をはるとき、給湯器リモコンで排水栓が自動で閉まる
- ② 排水栓の“うっかり閉め忘れ”を解消
※ HA端子付きリモコンに対応



トクラス株式会社
お問い合わせ 053-485-1561
URL <http://www.toclas.co.jp/>



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。



住生活月間に考える、木造住宅とビルダーのこれから

10月は「住生活月間」。子どもから大人までを対象に、国交省や関連団体による住教育などの住まい関連イベントが全国で開催されます(ちなみに10月18日は「木造住宅の日」)。そのイベントの一つとして、日本木造住宅産業協会(以下、木住協)が主催する【「木の家・こんな家に住みたい」作文コンクール】の表彰式も10月28日(東京)に行われます。木の家への愛着などが子どもらしい視点や表現で綴られた作文は、読み手の心を温かくしてくれます。受賞者の作品は木住協ホームページで公開されますので、業界の方々にはぜひ読んでいただきたいです。



昨年の表彰式、市川木住協会長を囲んだ受賞者他。作文コンクールは小学生対象で今年は20回記念(応募総数22,778点)

56.4%、特に共同住宅では18.1%と木造が着実に増加しています。また、グラフのように、今回初めて木造の戸建住宅における木住協シェアが20%になりました。地域ビルダーが協会組織に加入し、国の政策情報の共有や技術教育を受けることで、大手だけでなく日本全体の住宅の質を担保することにつながる数値といえます。

自主統計は他にも、木住協会員の戸建住宅に占めるZEH(ニアリー-ZEH含む)【10.8%】なども調査されています。

既存住宅分野では、インスペクターの拡充

既存建物取引時の重要事項説明において、既存住宅状況調査を実施したかどうかの説明の義務を負うこととなります。木住協ではリフォーム支援制度として、すでに診断員(インスペクター)の講習を実施し約1,000名を養成してきました。その実績を引き継ぐ形で国交大臣より「既存住宅状況調査技術者講習機関」の登録を受け、リフォームから不動産売買にも活躍できる人材育成が進んでいます。

事業と人材のマルチ化で、地域No.1を！

木住協同様に建築工法別に設立された、プレハブ建築協会(1963年設立223社)、日本ツーバイフォー建築協会(1976年設立854社)。プレハブは早くから学校など住宅以外の建築物での利用が多く、現在は商業施設・物流・オフィスなどにも拡大しています。ツーバイフォーも北米同様、多様な建築物を前提にした工法。今や日本でも6階建の実験棟が建ち、非住宅分野が着実に増えています。どちらも「住宅」とは協会名に入っていません。木造建築が多様化する今、日本木造住宅産業協会の名前が変わる日が来るかもしれません。

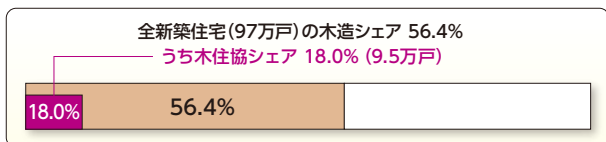
新築住宅の需要が先細る今後、大手企業だけでなく地域ビルダーも事業の多角化は必須。木住協などの組織を活用しながら一人何役も担うマルチ人材を育て、建築・家に関わるマルチサービスの地域優良ビルダーとして信頼を得ることが、一つの生き残り戦略ではないかと考えます。

木造住宅の実績と動向、木住協シェア20%に

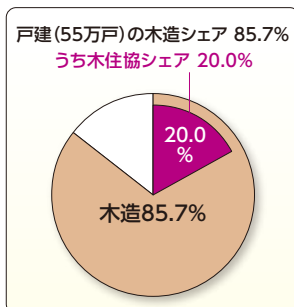
その木住協は、木造軸組工法住宅の普及と木造住宅産業の発展に寄与することを目的に、1986年に設立された団体(会員597社)。毎年実施される自主統計結果が9月に発表され、その内容と活動について考えてみました。

自主統計は木住協会員の建築実績を国交省発表資料などと照らし合わせて分析するもので、木造住宅の動向を確認できます。新築住宅全体における木造住宅のシェアは

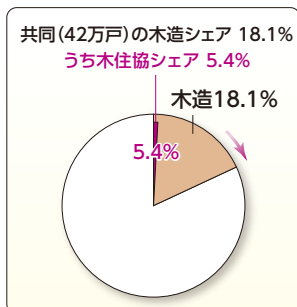
<新築住宅>



<戸建住宅>



<共同住宅>



*木住協シェアは、木住協会員が建てた「在来木造住宅」のみの数



【小学校(宮城県東松島市・住友林業施工)】コンセプトは「森の学校」。無垢材をふんだんに使い、木のぬくもりと大開口のある明るい教室。公共施設の木造化は着実に進んでいる。木造耐火構造についても、2時間耐火含め大臣認定の取得が進む

注目企業を訪ねる

付加価値創造に挑戦

スズキ機工株式会社

取り引き先との「距離」を厳守し 信頼関係の構築から 新事業を生み出す



代表取締役

鈴木豊氏

本社 千葉県松戸市松飛台316-3
創業 1971年
資本金 3,000万円
従業員 16名
事業内容 オーダーメイド産業用自動機械の
設計・制作、極圧潤滑剤LSベルハ
ンマーの製造・販売等

忙しいけれど儲からないの
打開策は距離的な非効率の排除

「年間10万本を売り上げる工業用潤滑剤「ベルハンマー」を生み出したヒットメーカーのスズキ機工。年間100社以上の企業が視察に訪れ、マスコミ各社からも取材が殺到する注目の企業である。だが、かつては倒産の危機に追い込まれ、屈辱を味わったこともあったという。そんな苦い経験から生み出されたのが、「片道1時間圏内の顧客に絞る」という事業戦略だ。

「もともとは18ヶ缶製造機械の製造業で父が創業しましたが、バブル以降は業績不振が続いていました。そこで食品関係の商社勤務だった私が引き継ぎ、商社時代の人脈で

の排除こそ最優先事項という答えを導き出していったからだ。

「結果、機械トラブルでも部品一個の取り換えでも、即日駆けつけが可能になりました。顧客との濃厚な関係が構築され、売り上げは数カ月うちに回復しました。そして、業務や経営の悩みなども話してもらえるようになり、提案型の営業も可能になっていきました」

「1時間圏内」への絞り込みにより
全国展開できる新事業が誕生

「社員間のコミュニケーションを強化するためにやっている食事は、終業後の拘束になるため残業代を支給。社員のスキルアップのための費用も全額支給するなど、綿密な経営計画書に基づく社内改革にも着手した。苦境にあっても社員教育にかけるコストは節約しないのが鈴木氏のポリシーだ。

「8時半の就業開始から30分間を費やしての整理整頓も実施しました。探しの排除を徹底することで、作業効率や安全性をアップさせるためです。かつては道具が散乱していることもありましたが、今ではショールームのように整頓されていると自負しており、商談に訪れる顧客からも褒めの言葉をいただいています。地域に密着

ここが注目ポイント

「片道1時間圏内」に顧客を絞り
濃厚な関係構築を実現

綿密な経営計画書を作成し
社員全員で理念やビジョンを共有

顧客の声をヒントに「商売の本質」
をつくる新事業を展開



社会福祉法人まつど育成会の生活介護事業所「あゆーる」に事業の一部を委託している



いつもの道具がいつもの場所にあり、すぐに作業にとりかかれる



社員全員が携帯して共有している経営計画書



工場見学では、同社を代表する商品「ベルハンマー」を実際に使いながら説明

「食品メーカー向け製造装置の設計・販売に転換。2002年頃までには一応の危機は脱しましたが、忙しいばかりで儲からない。事業の新しい方向性を模索していたときに、当社にとって転機となる大事件が起きたんです」

「ある日、大手食品メーカーから至急の装置設計依頼が舞い込んだ。大急ぎで先方に駆けつけ、その日のうちに設計図面を提出したという。ところが翌日、計画中止の連絡が入る。そして、しばらくして同社を訪ねた鈴木氏は我が目を疑った。何と自身が設計したものとそっくりの装置が稼働していたのだ。

「相手を問い詰めたけれど、どうしようもなかった。せめてもの意地で、同社との取り引きは一切引き上げましたが、落ち着いてからなぜこんなことが起きたのかを考えてみました。同社は車で2時間以上かかる距離に位置し、頻繁に訪ねることが時間的に不可能だった。そのため、人と人との心の距離も遠かったことに気づいたのです」

「この事件をきっかけに、スズキ機工は「車で1時間圏内」の顧客にすべてを集中。どんなに大きな取り引き先も、この条件から外れていれば整理を断行した。結果、売り上げも一時的に下落したという。しかし、鈴木氏に迷いはなかった。忙しいのに儲からない原因を徹底分析し、非効率

し、会社と社員が運命共同体となって成長する。そんな理念やビジョンが明文化された経営計画書を、社員全員が携帯して共有することを徹底した成果もあり、この6年間で離職者ゼロを達成しています」

「1時間圏内」の実行で生まれ変わった同社は、事業規模の拡大にも余念がない。顧客の声をヒントに、「商売の本質をつくもの、つまり食品のように継続的に消費されるものの商品化に着手。こうして誕生したのが、食品製造装置を使う現場に欠かせない消耗品である潤滑剤の「ベルハンマー」だ。

「距離の制約を受けず全国展開が可能なこの商品は、インターネットでも販売しています。またSNSなどを活用すれば低コストで消費者にアピールできます。テレビや新聞広告を打つのがコスト的に困難な中小企業にとってインターネットの進化は追い風であり、新事業展開には千載一遇のチャンスです」

「弱者の戦略（選択と集中）」である顧客の「1時間圏内」への絞り込みと、そこから拾い上げたヒントで生み出した「ベルハンマー」を武器とした「強者の戦略（全国・海外展開）」を巧みに使い分けるスズキ機工。トップの強い思いと決断力、そして柔軟な発想の転換があれば、中小企業が大きく飛躍できるという希望を与えてくれる。

省エネ化促進予算を経済産業省、国土交通省と連携で新設 —環境省2018年度予算概算要求

環境省は2018年度予算概算要求で、新たな成長につながる気候変動対策として、経済産業省、国土交通省と連携して省エネ化促進のための予算新設を計画。

■ 経済産業省・国土交通省連携事業

「ZEH化等による住宅における低炭素化促進事業」(62億円)

【事業概要】

- ① 戸建住宅において、ZEHの交付要件を満たす住宅を新築・改修する者に定額の補助を行う。
- ② ZEHの要件を満たす住宅に、低炭素化に資する素材(CLT、CNF^{*}等)を一定量以上使用し、又は先進的な再エネ熱利用技術を活用した戸建住宅を建築する際に定額の補助を行う。
- ③ 分譲集合住宅及び賃貸集合住宅(一定規模以下)において、ZEH相当となるものを新築又は同基準を達成するように既築住宅を改修する場合に、追加的に必要となる費用の一部に定額補助を行う。

^{*}CLT:直交集成板(Cross Laminated Timber)
CNF:セルロースナノファイバー(Cellulose Nanofiber)

【事業スキーム】

- ・対象:住宅(賃貸、分譲集合、戸建)を建築・改修する者

- ・補助率:①及び③定額(70万円/戸)
②定額(上限額90万円/戸)
※蓄電池3万円/kWh(上限額30万円)を別途補助
- ・実施期間:①は2018年度~2019年度
②及び③は2018年度~2022年度

■ 経済産業省連携事業

「太陽光発電の自立化に向けた家庭用蓄電・蓄熱導入事業」(84億円)

【事業概要】

住宅用太陽光発電設備(10kW未満)が設置されている新築又は既築の住宅に①一定の要件を満たした家庭用蓄電池、②蓄電池と合わせて導入する蓄熱設備を設置する世帯に対し設備費と工事費の一部を補助。

要件:①家庭用蓄電池/②家庭用蓄熱設備

【事業スキーム】

- ・対象:戸建住宅を新築・改修する者
- ・補助率:①設備費:定額(3万円/kWh、上限1/3)/工事費:定額(上限5万円/台)
②設備費及び工事費合わせて定額(上限5万円/戸)
- ・実施期間:2018年度~2019年度

わが社のイチオシ

作業時間とコストを削減する サイディングプレカットシステム

建設資材を総合的に扱う弊社では、外壁材を中心とした建設工事業にも力を入れています。約5年前、弊社長野工場でサイディングプレカットシステム「FBシステム」を開発し、さらに2年前に採寸とCAD入力の手作業をデジタル化した革新的な「FBシステムデジタル」にバージョンアップしました。

今まで手作業だった外壁の形や位置の測定を、高性能レーザー「三次元測定器」で行います。計測データはモバイルで転送し、専用CADに読み込むことができるので、誰でも容易にCAD入力できます。

このシステムのおかげで計測ミスや数字の写し間違い、CADへの入力ミスがなくなり、その結果、作業時間とコストの削減が可能になりました。現在、弊社

富国物産株式会社 棚橋 俊公さん
としゆき
外装部 施工技術グループリーダー

の長野工場のほか、全国の建材店など18社のユーザーが利用しています。

ユーザーからは、作業時間の短縮や正確さなどを喜んでいただく一方、「CADの操作性を工夫してほしい」などの声もいただいています。そうしたご要望に迅速に対応するのが私の仕事です。皆様のご期待に応え、性能のグレードアップを図り、ゆくゆくは日本全国に「FBシステムデジタル」の名前が広がることを願っています。



建物を正確に計測する三次元測定器と、それをコントロールするタブレットPC

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

もう5年半前になりますが、それまで14年間各地で建材のルート営業に携わりました。数多くのメーカーと取引がある中で、特に住設機器メーカーの新商品発売は、どんな商品が出てくるのかワクワクして楽しいものでした。今では当たり前のシステムキッチンの引き出し収納や、システムバスのバリアフリー仕様発売などは、とても衝撃的だったことを覚えています。ただ残念なのは、長年賃貸住宅に住む私は、まだそのような商品を使う機会に恵まれていないということです。(T)

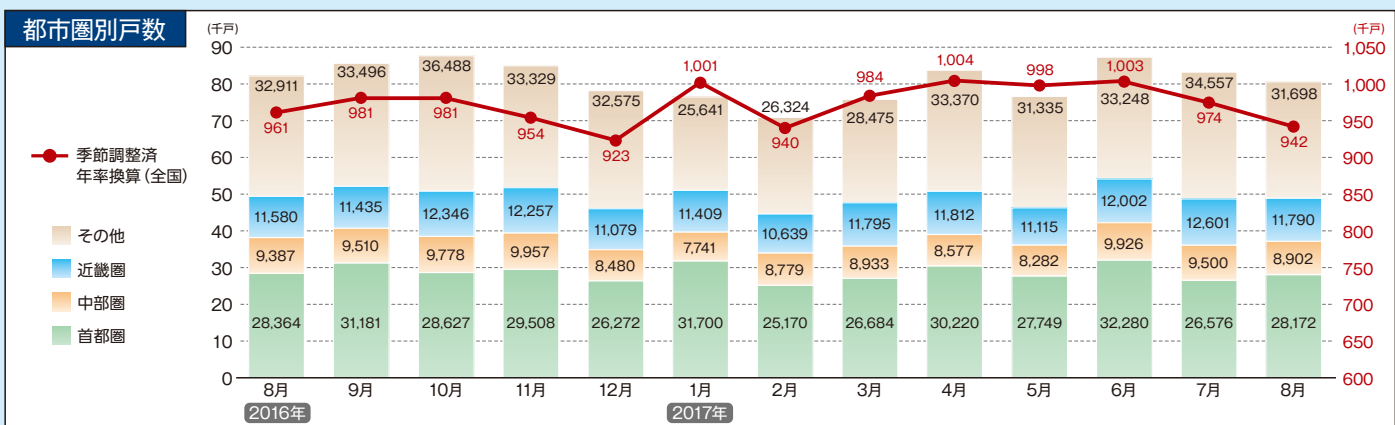
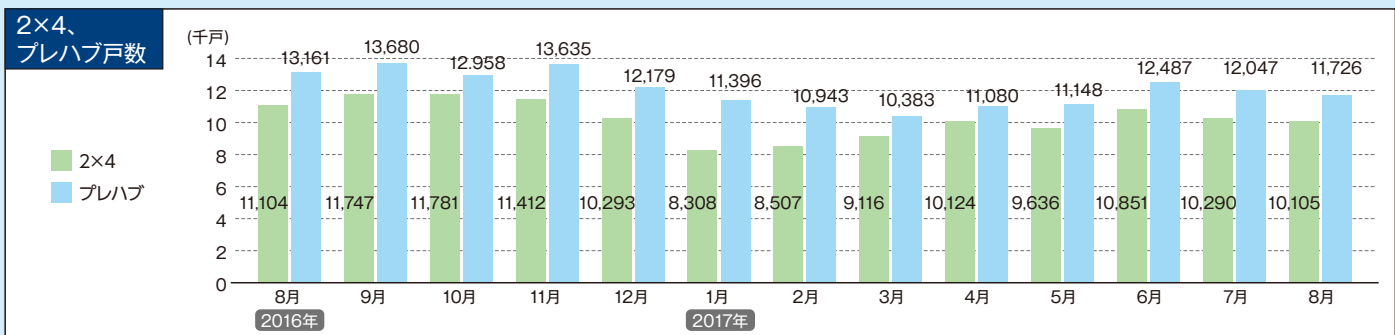
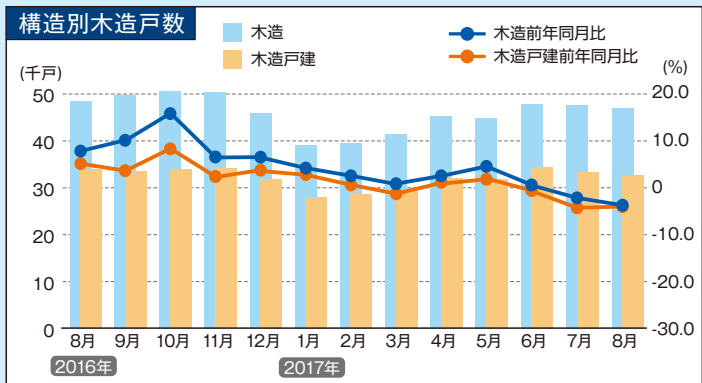
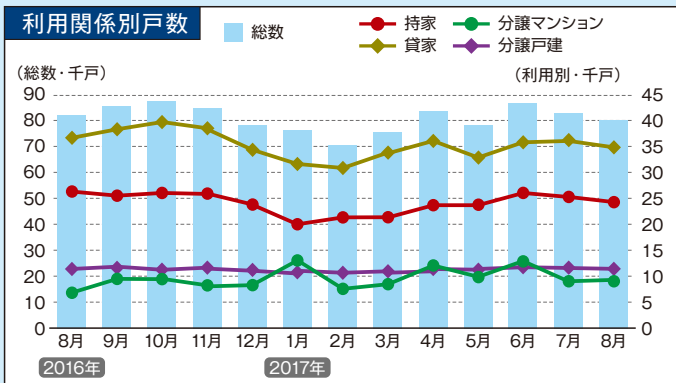
表紙:住友林業(株)住宅事業本部 埼玉東支店 新越谷住宅展示場

* 家具などのインテリア品は実際の展示と異なる場合があります

KENZAI MONTHLY OCTOBER 2017 10

2017年8月の新設住宅着工戸数 単位：戸 ▲は減

		8月				7月	6月	5月	
		対前年同月比		対前々年同月比					
新設住宅計		80,562	▲ 1,680	▲ 2.0%	307	0.4%	83,234	87,456	78,481
建築主別	公共	634	▲ 878	▲ 58.1%	▲ 730	▲ 53.5%	1,696	1,491	926
	民間	79,928	▲ 802	▲ 1.0%	1,037	1.3%	81,538	85,965	77,555
利用関係別	持家	24,379	▲ 1,962	▲ 7.4%	▲ 866	▲ 3.4%	25,370	26,037	23,846
	貸家	34,968	▲ 1,816	▲ 4.9%	1,498	4.5%	36,365	35,967	32,956
	給与住宅	487	▲ 121	▲ 19.9%	159	48.5%	462	476	332
	分譲住宅	20,728	2,219	12.0%	▲ 484	▲ 2.3%	21,037	24,976	21,347
	うちマンション うち戸建	9,109 11,493	2,294 92	33.7% 0.8%	▲ 1,080 725	▲ 10.6% 6.7%	9,059 11,708	12,942 11,817	9,823 11,287
資金別	民間資金	72,877	▲ 423	▲ 0.6%	1,421	2.0%	74,665	77,575	70,551
	公的資金	7,685	▲ 1,257	▲ 14.1%	▲ 1,114	▲ 12.7%	8,569	9,881	7,930
	公営住宅	536	▲ 464	▲ 46.4%	▲ 417	▲ 43.8%	1,623	1,252	885
	住宅金融機構融資住宅	3,607	▲ 133	▲ 3.6%	▲ 287	▲ 7.4%	3,637	4,039	3,563
	都市再生機構建設住宅	21	▲ 275	▲ 92.9%	▲ 301	▲ 93.5%	0	0	6
	その他住宅	3,521	▲ 385	▲ 9.9%	▲ 109	▲ 3.0%	3,309	4,590	3,506
構造別	木造	46,912	▲ 1,805	▲ 3.7%	1,772	3.9%	47,685	47,786	44,761
	非木造	33,650	125	0.4%	▲ 1,465	▲ 4.2%	35,549	39,670	33,720
	鉄骨鉄筋コンクリート造	330	149	82.3%	▲ 508	▲ 60.6%	253	814	246
	鉄筋コンクリート造	19,004	1,567	9.0%	▲ 997	▲ 5.0%	20,062	22,577	20,091
	鉄骨造	14,177	▲ 1,619	▲ 10.2%	81	0.6%	15,060	16,111	13,237
	コンクリートブロック造 その他	60 79	0 28	0.0% 54.9%	▲ 14 ▲ 27	▲ 18.9% ▲ 25.5%	85 89	70 98	40 106



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

健康

快適

省エネ

家族にやさしい高断熱の家

ZEHはアクリア^{アルファ}αで実現!!

Net Zero Energy House



ZEH(ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス)は、一次エネルギー消費量をゼロ以下にする未来標準の住まいです。



Safe & Clean
Aclearα
アクリア アルファ

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

NON
ホルムアルデヒド

Zero

ホルムアルデヒド
ゼロ

シックハウスの原因となるホルムアルデヒドを含まない材料を使用しています

Easy

施工が容易

壁には防湿気密シート付き、床にはピンを使わず施工できる商品ラインアップ

High

断熱性能が高い

世界初!!*
超細繊維による世界最高水準の断熱性能を達成

※住宅用グラスウール断熱材(成型品)として、旭ファイバーグラス調べ。2014年7月1日発売時

充実の商品ラインアップであらゆる地域の高断熱住宅[ZEH]をサポート!!



アクリアウールアルファ
Aclear wool α

アクリアUボードピンズアルファ
Aclear U-board pins α

アクリアネクストアルファ
Aclear next α

アクリアマットアルファ
Aclear mat α

36kg/m³
タイプ

20kg/m³
タイプ

約3ミクロンの超細繊維により熱伝導率**0.032W/(m·K)**を実現
105mmの厚さで熱抵抗値**3.3(m²·K/W)**を達成
寒冷地におけるZEHや省エネ住宅づくりに対応できます。

高性能グラスウール**40kg/m³**と同等の熱伝導率**0.034W/(m·K)**を実現
本州以南の認定低炭素住宅、ZEH(ゼロエネルギー住宅)など、より高性能な断熱性能を求めの方におすすめです。

FIBER + GLASS

吉野石膏グループ

旭ファイバーグラス

●お問い合わせは **カスタマーセンター** 営業時間: 9:00~12:00 13:00~17:30 (平日のみ)
TEL.0120-99-6388 FAX.0467-74-1761 E-mail:nandemo@afgc.co.jp