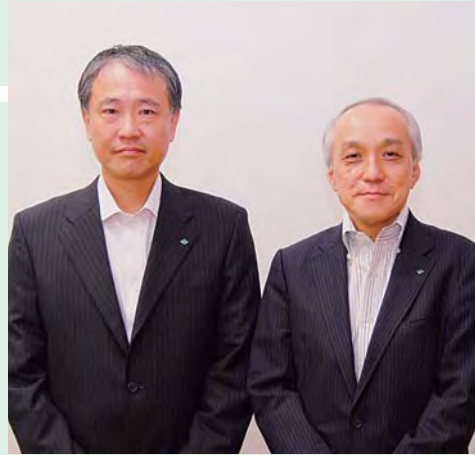


建材マンスリー

THE KENZA! monthly



10 No.529
2009



特集

どうなる？ 下期の木材・建材市場

住友林業(株)木材建材事業本部

関本木材部長、宮崎建材部長に聞く

1

トピックス

住友林業の山林経営面積拡大

住友林業(株)山林環境本部山林部

5

Coffee Break

民主党政権の住宅行政は？

10

製品紹介

ヤマハリビングテックのシステムキッチン「berry (ベリー)」

12

旭トステム外装の金属系外装材「ラグジェスブリック」

14

8月の新設住宅着工

38.3%減の6万戸割れ

16





強いWPCの床 選ばれ続けて40年!

時がたっても変わらぬ美しさ。
時がたつほど深まる満足感。

エクオスマラー



美しい光沢感の
スーパーファインコート仕上げ。

NEW
フェイス
登場!

エクオスロッソ



天然木の木肌感。
マットコート仕上げ。

カラーラインナップ

ビーチ・ホワイト / ビーチ・ライト / ビーチ・ブラウン / ビーチ・ダーク / ビーチ・ブラック /
アッシュ・ブラウン / アッシュ・ダーク

強い

さまざまな生活傷から
フローアを守ります。



床にうっかり食器や灰皿を
落としても傷つきにくい!



掃除機やイスの
引きずり傷も最小限に!



キャスター付イスも
ご使用いただけます!

長持ち

年数がたっても
最初の美しさを保ちます。

自然の風雨や日射を想定した過酷な条件で実験しても、
WPCフローアはほとんど変化しません。



WPCフローア
ほとんど、クラック・艶低下はみられません。



一般フローア
艶の低下とクラックが発生しました。

美しい

見た目はもちろん、
手触りも心地よいフローアです。

大建工業株式会社

DAIKEN のホームページアドレス <http://www.daiken.jp/>

本社 / 大阪市北区堂島1丁目6番2号 (堂島アバンザ22F) ☎(06) 6452-6000

2009年度（平成21年4月～22年3月）入りした4月の新設住宅着工戸数は前年同月比32.4%減（6万6,198戸）という4月としては昭和40年の調査開始以来の最低水準でスタート、5月以降も同30%超の減、7万戸割れが続いている。こうした状況下、果たして年度下期の木材・建材市場動向はどうか、住友林業株式会社木材建材事業本部の関本暁木材部長と宮崎龍一建材部長に聞いてみた。〔聞き手：同本部事業開発部（建材マンスリー編集室）〕



△市場動向について語る関本木材部長（右）と宮崎建材部長

市場動向の考察が肝要

流れは量から質の充実へ

〔住友林業(株) 関本木材部長、宮崎建材部長に聞く〕

ロシアの輸出関税に注目



——はじめに、今年度上半期の主だった動きと下期10月以降の動向を関本木材部長から。

関本木材部長 上期の一つの大きな動きは、住宅着

工の下落が需給全体に大きく影響した。新年度入りした4月の新設住宅着工数は前年同月比32.4%減、その後5～7月も30%超のマイナスで7万戸割れが続いて

いる。これが諸々の木材商品の下落につながったことが特徴的だった。

まず、原木では前年比1～7月で37.5%減、製品に関しては7%減という落ち込みになっている。輸入合板では23%減で、住宅着工の落ち込みにほぼ比例した形になっている。

特に大きく落ち込んでいるのはロシアからの原木で前年比68.4%減、南洋材原木も51%減、製品ではチリ材（ラジアタパイン）が54.7%減となっているが、逆にアメリカからの製品は19.7%増、ロシアからの製品は12%増とプラスになっている。

統計上ではヨーロッパ製品も対前年比で

30%増となっているが、これに関しては2008年1～7月がその前年の後半には非常に入荷が多く、その調整が生じたことによるもので恐らく一年を通して見れば、同じような輸入量になるのではと思う。

南洋材とロシアの原木の落ち込みは、合板用の需要が大きく落ち込んだのが要因で、逆にプラスになったロシアの製品は、原木に代って製品シフトの動きが出ているため。周知の通り、2009年1月1日からロシア原木の輸出関税が80%になるということで、今年の今ごろはそれを見越した買い付けが増加、その後も原木から製品への動きと現地での製品化の流れの中で、新しい工場も沢山出てきたなどでロシアの製品は今年に入っても増加している。

ただ、80%の関税が昨年度後半に1年延期になったものの、今後さらに一年延期されるかは、依然不透明であり、今後注目しているのが現状だ。

また、チリ材に関しては、日本の輸出が上向いてこない限り反転は見込めないとみている。

環境対応商品は着実に伸長



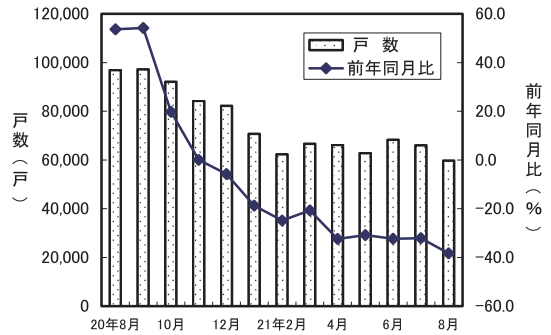
——建材の上期の需要動向について宮崎部長に。

宮崎建材部長 当社の今期の展望では、上期前半の需要動向については、前年比90%程度との予想をした

が、5月の落ち込みは20%減と予想を遥かに下回る最悪の展開となり、業界全体の雰囲気非常に暗いものとなった。

年初から大幅に落ち込んだ住宅着工環境では、短期間に大きな回復は期待は出来ないと理解はしていたものの、市場の収縮が予想以上に早く現実化したことにショックを受け

新設住宅（戸数・前年同月比）



た。

6月以降は緩やかではあるが建材の動きは回復傾向となっている。月毎の稼働日数により上下はあるが、メーカー、流通各社とも日割りの出荷が月毎に伸びてきている状況で荷動き量は、商品によりバラツキがあるものの前年比約10%減水準には戻って来た。

ただ、4月以降、新設住宅着工は前年比3割減が続いており、上期後半も全体の出荷量が前年の水準までに回復することは難しいのではと思っている。

新設住宅着工数の減少に対して、建材流通の落ち込みが少ないのは、大幅減となっている新築マンション着工が実際に影響を及ぼすのは1～2年後になるからであり、持ち家は現時点ではまだ比較的安定した市場となっているからである。

好材料があったのは、4月1日施行の改正省エネ法での環境対応商品への好影響、6月4日施行の「長期優良住宅普及促進法」による住宅の長寿命化の推進で、建材も量から質へ重点が移りつつあることである。

さらに、今年に入って太陽光発電システムの設置に対する国からの補助金制度が再開となった結果、その申請数は急増し、4月1日以降9月13日現在で約4万7千件に達し、昨年一年間の設置件数5万4千件に半年で迫ろうとする勢いである。出荷統計ベースでも4～6月で前年比180%超となっている。

上期の業界の動きについては、住生活グル

ープが再編の動きを活発化させ、サンウエーブ工業との資本・業務提携、さらに新日軽のグループ入りが発表された。

こういった背景の中でセグメント毎の動向を見ると、木質建材では複合フローリングの出荷量は6月以降少し持ち直してきている。商品の傾向として突き板貼りから表面に化粧シートを貼った複合フロアへと、急速にシフトしてきている。

このところ前年より20%近い減となっているが、需要減少する中で、大手中心に減産強化しながらも、各社それぞれにエコ基材採用、高級感、耐久性等を謳い文句に、特徴のある商品開発を進めており、ますます競争が激しくなる市場と言える。

窯業建材では改正省エネ法への関心の高さが断熱材の動きの上昇材料となっており、特に使用量の最も多いグラスウールは手ごたえが感じられる。窯業サイディングについては、底上げ材料が見当たらず、上期は前年より10数%のダウンとなっている。シェア争いも厳しく、昨年シェアを落としたメーカーが再びシェアを伸ばしてきている。

石膏ボードは、出荷量が前年より10数%のダウンとなっている。5月を底に回復基調が続いてきてはいるが非常に穏やかな上昇である。

住宅機器では新築需要が悪いとはいえ、リフォーム需要の取り込みもあり前述の木質や窯業建材などの商品群に較べると落ち込みは少ない。

ただ、本格的なリフォームよりもトイレ・コンロ等の“取り替え需要”が多いことや、マンション等の落ち込みなどから、バス・キッチンが苦戦した。

一方、エコキュート、エコジョーズといった高効率給湯設備は着実に伸長している。前述の太陽光発電は急激な市場の拡大により、生産体制、フォロー体制が追いつかない状態となっており、この整備が課題となっている。

期待される環境対応商品

——これから市場はどう推移するか、下期以降の展望について。

関本木材部長 下期で大きな関心は住宅着工がどの位まで回復するかだが、当初我々が予想していたレベルからみると大きく修正せざるを得ない状況にある。

上期よりも力強い回復が期待できないとするならば、その環境に対応できるような体制づくりをしていくことが肝要だと思う。

一方、海外に目を向けると中国、インド、中近東といった国々の右肩上がりの回復が鮮明になってきている。これが今後も続くかどうかについてはいろいろな意見もあるが、いずれにせよそうした国々の需要拡大が一つの大きなインパクトになってくると思う。

北米では回復の兆しもみられる模様だが、現地からの情報を総合すると来年後半からの回復が現実的な見方か。ヨーロッパからの情報では、さらに遅れて再来年に入って反転すると見ている人もいる。

現地工場はこの半年間生産調整や閉鎖などを急速にすすめたことによって、需給バランスはある程度は保たれてきていると思う。現地価格ということからすると、底を打った感はある。

ただ対日本ということになると、かつて日本はプライスリーダー的な大きな影響力もあったが、昨今では他国に奪われているのが現実。そして、その他国の動向によって日本の価格も決まってしまうという、非常に苦しい立場にある。

そうした中で、現地価格の上昇が日本価格にどれだけ受け入れられるのかが下期に向けてのカギになりそうだ。輸入品ゆえ、為替やフレートというファクターもある。またロシアの関税80%が、来年さらに延期されるのかといったいろいろな要因に左右される

が、どちらにしろ現地価格は現状よりも強くなっていくというのが、いま我々がみている動向だ。

今後期待される商品の一つには環境対応商品が挙げられよう。当社においても森林認証材や植林木を50%以上含む合板製品を、「環境共生型合板」としてPB化し、販売していくことも検討している。今後、差別化商品として強化を図っていききたい。

市場環境の変化に伴って、木材建材業界も今後ますます進んでいくと思うが、当社としても、その再編には積極的に携わっていききたいと思っている。

また国内市場のみでなく、三国間貿易についても強化・拡大していく。

今後も環境は厳しいと思われるが、お客様最優先の理念は決して変わらない。適材適所とニーズに合った商品をタイムリーに提案することによって、我々の持っている資材調達力等を活かして積極的に取組んでいきたい。

太陽光発電等への取組拡大

——下期の建材市場の展望及び建材部としての取組について。

宮崎建材部長 市況の回復はいつなのかが大きな関心事となっている。最近、首都圏に限っては新規の土地開発が活発化している話も聞く。みずほ総合研究所など7つの民間調査機関の2009・2010年度の住宅着工最新予測によれば平均で2009年度は84.6万戸、2010年度は94.3万戸となっている。

これによれば2009年度は前半からの押し上げは、後半で数万戸となる。低調ながら徐々に上向くという理解だが、ローン減税等による住宅着工数回復に期待はしたが、今の経済・雇用環境ではすぐの回復見込みは薄く、即効力はないということだと思う。

新設住宅着工が100万戸から70万戸に、市場は3割減となった。さらに直近（8月）の

統計では年率換算値で60万戸台という低水準にまで落ち込んだ。ビルダー・流通・メーカーとも慢性化した過剰供給体質の調整を、生き残りをかけ必死に行わなければ乗り切れないと思う。乗り切れない場合は、業界の再編がさらに進むと考えられる。

当社の下期取組については、太陽光発電等の創エネ事業へのさらなる取組拡大を図りたい。当社は10年以上前から太陽光発電の普及を図り、御取引先に事業化の提案をし続けてきた。御施主様に対する説明提案・都度の見積り・施工を要する・メンテナンスを要するなど、難しい点もあり、ネットワークづくりには苦労があったが、その甲斐があり、上期後半より前年比300%を超過勢いで実績が上がるようになって来た。

当面は150店の代理店づくりを目指しており、引き続き事業化の提案を展開し、当社建材部門の事業の柱にしていきたい。

現在、市場収縮の中、先行きの見えないという共通の不安を抱えているといった状況なのではないかと思うが、今後の流れをキッチリ掴むことによって我々流通の役割を果たしていけると思っている。

着工が減少する一方で、明らかに変化することは、「長期優良住宅」等、住まいを取り巻く制度、法律の施行・改正により、扱う建材商品も質の充実へ大きく方向転換して行くであろうし、また、環境意識の高まりから省エネ商品、エネルギーを作り出す創エネ機器等の付加価値商品の需要拡大、そして建物の長寿命化に伴う中古住宅の流通が活性化することによるリフォーム事業拡大等が考えられ、こういった中でのビジネスチャンスが生まれてきている。

我々は取り扱わせて頂いているメーカーさんと、販売させて頂いている得意先様にベクトル合わせ、今後も真剣に取組んで行きたいと考えている。

——ありがとうございました。



取得した都城市山林(約600ha)の一部山林を管轄する池田茂日向山林事業所長(左)と小林啓介住友林業フォレストサービス(株)九州事業部長(右)

住友林業の山林経営面積拡大 守りから攻めの経営へ

住友林業(株)山林環境本部山林部

住友林業(株)が、山林事業の強化を積極的に推進している。

住友林業の創業は1691年(元禄4年)、別子銅山の坑木、精錬用材を調達する山林事業が始まりである。1894年(明治27年) 鉾山地区の荒れた山を、後に第2代住友総理事になる伊庭貞剛による大造林計画(100万本/年)が現在の住友林業の原点。大正に入り九州、北海道の山林を取得、戦後には和歌山の山林を編入し同社の社有林は2009年4月現在41,532ha(日本の国土の約1000分の1)。山林事業は、住友林業の各事業のルーツであり、住宅の差別化、環境CSR等の企業ブランドの源泉と位置付けられている。

従来の社有林の森林経営の基本方針は、非皆伐による資源充実・高齢林化であったが、森林資源の保続を踏まえながら、利活用に注力し、小面積皆伐を導入、山林経営での損益の黒字化を目指すことになった。

また収益力の強化のため、約30年ぶりに本格的な山林購入を開始し、2008年には九州宮崎県都城市で約600ha、熊本県球磨郡山江村で約300ha、計約900haの山林を購入した。

以下に山林環境本部山林部の片岡明人山林部長と同岡田広行チームマネージャーの話をまとめてみた。



片岡明人山林部長(右)と岡田広行チームマネージャー

——山林経営面積拡大への転換の経緯は。

◆社有林の施業計画は基本的な経営方針に基づき、5年毎に立案される。第7次施業計画の最終年である2005年までの約15年間は皆伐を行わず、資源充実・高齢林化で山の品質を守っていくことを主目的として、伐採量は年平均4万m³程度であった。

しかし、第8次施業計画(2006~2010年)から社有林でも収益を改善する方針が立てられ、併せて2006年(平成18年)森林認証SGEC*1を取得することにより、環境に対する影響を勘案しながら、小面積皆伐を始めた。また伐採量を年平均7万m³に増やすこととし

ているが、さらに経営面積を拡大することで収益力を高め、第9次施業計画（2011～2015年）からトータルでの黒字化を目指している。

※1「緑の循環」認証会議。持続可能な森林経営が行われていることを第三者機関が証明する日本独自の森林認証制度。生物多様性の保全や、土壌および水資源の保全と維持など7つの基準に基づいて審査される。

——山林経営面積拡大の目的について。

◆①規模の経済を実現し、収益改善を図る。

新規山林購入による収穫量の増大、及び収益性の高い林分（成長力・集材条件）の割合が増え、生産性向上・コストダウンを図る。

②国産材需要への拡大

将来見込まれる国産材需要拡大への対応として、特に当社住宅事業にも有利になると考え、国産材資源を確保するという目的も存在する。

③他部門とのシナジー

現在子会社のフォレストサービスは年間50万m³の素材を取り扱っているが、これは、山林事業をベースとして成り立っていると考ええる。また環境ビジネス（J-VER*2、海外環境植林）には山林の管理ノウハウ、植林・苗畑管理ノウハウが利用できる。また、住宅事業では山林を保有していることでエンドユーザーへのアピール度が高く、北海道では200棟／年を道産材・森林認証材として、その大部分を社有林から供給している。住宅事業における全ての部材を社有林から賄うのは難しいが、社有林材は究極の顔の見える原材料ということもあり、可能な限り供給できる体制作りを進めている。

——経営面積拡大の方法は。

◆山林、経営面積拡大の方法には、社有林の購入だけでなく、全面管理受託、部分管理受託を加えた3つの方法を考えている。

・まず社有林の購入は、当社が保有して管理することとなるが、その対象としては10～20年間で投資を回収できる収穫可能な林分が中心の山林としている。（若い樹齢中心の山林は投資回収に時間がかかるため。）また新規に購入した山林の施業方針は、土地の生産力を最大限に生かすような循環型施業を前提と



都城山林内部

しており、成長力が高い方が良い。

・新規社有林の購入に加えて、経営面積の拡大の別な方策として受託管理も行う。

まずは公有林や民有林の委託を受け、当社の施業ノウハウで山林を管理し、管理料の収入を得る方式で、場合によっては素材の販売まで行い、販売収入も得たい。

その延長線として、金融機関と組んで森林ファンドを設立し、当社が林地の取得斡旋、山林の管理を行い、出た利益の一部を出資者に戻すビジネスモデルも検討中である。

もう1つは部分的な受託で、住友林業がこれまで培ってきた山林管理に関するノウハウを活用し、コンサルティングにより企業等の山林経営を支援する方法である。

どちらも山林所有ではないが、山林の受託管理が、様々な収益に繋がれば良いと考えている。

——これまでの実績と効果について。

◆2007～2008年度に四国、九州地区で約1000ha取得しているが、材価が低迷していることから、2009年度は未だ成約物件はない。

収益面での効果は今後徐々に現われるようになるが、併せて新規ビジネスにも繋がる可能性が出てきている。

具体的には、J-VER*2におけるカーボンオフセットクレジットの取得や環境林の管理受託等で、山林部としてはこれまで関係の薄かった金融機関、商社、広告代理店、飲料メーカー等との繋がりができ、新たなビジネスチャンスが生まれている。また林地残材の取扱いでエネルギー産業との関係も生まれ始めて



片岡明人山林部長

おり、大きなビジネスに発展するにはまだまだ時間が必要ではあるが、底辺での関係が拡大している。

——今後の計画と課題については。

◆受託管理を含め拡大面積1万ha（当初3カ年であったが延びる見込み）をひとつの目標にしたいと考えている。

しかし、山林購入に限れば、現在の木材市況が下落しているのに比べて、山林所有者は市況が良い時代のイメージや資産としての思い入れが強い場合が多く、結果購入金額の折り合いが付かないことから、売買が成立する割合が減ってきている。

このような状況の中で経営面積の拡大を進めてゆくには、山林から得られる収益に関する基本的な発想の転換が必要である。従来の山林経営は製材用原木を生産目標として施業を行ってきたが、今後は合板用や集成材用など産業用資材としての原木の生産を念頭に入れた、短期（35～45年）で伐採する、資本コストに見合った施業方針を一部導入しなければならない。

これにより購入対象となる山林が増え、社有林全体としても、短伐期、長伐期を組合せた、収益を最大化する施業が実現できると考えている。

また将来的には国産材の輸出を視野に入りたい。国産材の価格を上げるのに最も効果的な方法は国産材のシェアを回復することである。国産材のシェアは、現在20%強であるが、50%以上でないと価格のコントロールはできない。シェアを上げるためには生産量を増やし、売れないときは海外に輸出先を求め、生産の安定化を図るべきであるが、日本にはそのような仕組みが無い。国産材の海外での価値を高める商品開発・市場開拓が必要である。

——環境保全との関わりは。

◆社有林の半分近くを占めている天然材において、北海道では環境に配慮した抜き伐りを行っているが、四国・九州・北海道では伐採



岡田広行TM

を行っている。購入した山林における天然林も同様である。

また拡大した山林においては、環境を配慮した施業を行い、SGEC等の森林認証も取得することによって、森林認証材の供給を増

やすことができる。

さらに社有林をゾーニングし、経済林、非経済林を切り分けながら、経済林では収益の拡大を目指し、非経済林では必要最小限の維持管理を行っている。

——最後に読者に向けて何か一言を。

◆従来まで現有社有林の近辺に限定して山林経営面積の拡大を進めてきたが、今後は関東近辺でも一定規模の物件があれば紹介していただきたい。

山林経営は基本的に収益性が低く、面積を増やしたからといってすぐに高収益が実現できる訳ではないが、当社が行う収益の改善そのものが、日本林業の活性化、ひいては社会貢献、住友精神の発揮に繋がると考えている。

住友林業はその名が示すとおり、山林事業をルーツとする会社であり、今後は社有林を守り続けるだけでなく、国産材や環境の追い風を活かしながら、守りから攻めの姿勢に転じて事業を上げていきたいと考えている。

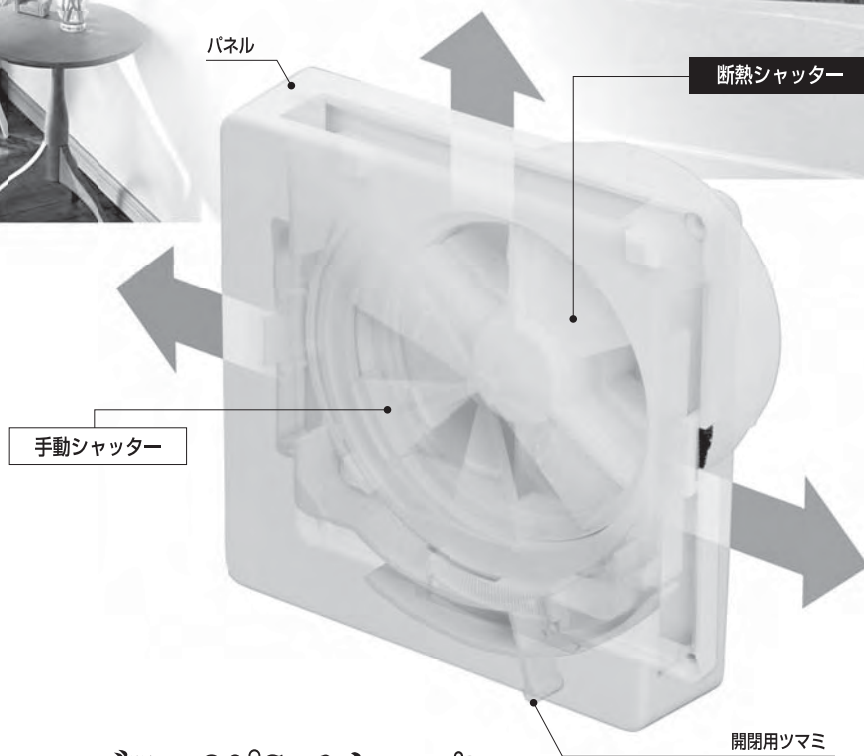
*2 J-VER制度：環境省が地球温暖化対策の1つとして推進する、国内の温室効果ガスの排出削減・吸収量を、自主的なカーボン・オフセット用のクレジットとして認証するオフセット・クレジット（JVER：Japan Verified Emission Reduction）制度で平成20年11月創設。平成21年3月林野庁と連携し森林のCO₂吸収量を増加させる森林管理プロジェクトが追加される。

住友林業が保有管理する宮崎県山瀬地区を対象とした住友林業株式会社社有林管理プロジェクトⅠがJ-VER認証・登録された。発行クレジットについては同社グループCO₂削減目標の充当、社外への売却、自社商品・製品のカーボン・オフセットを検討する。（住友林業株ニュースリリース7月8日より抜粋）

問い合わせ先は、

山林環境本部 山林部 岡田広行チームマネージャー Tel：03-3214-2311 Fax：03-3214-2312 へ。

「電源不要」の 自然給気口。



8℃でクローズ^{*1}～20℃でオープン。
外気の温度に応じて自動開閉する断熱シャッター機構付き。

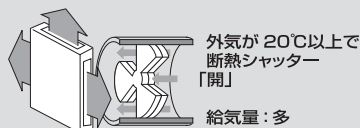
ダクトレス方式 24 時間換気システム

自然給気口 SKH(断熱シャッタータイプ)



電源不要の断熱シャッター。

●サーモエレメントにより外気温度に応じて断熱シャッターが自動開閉し、自然給気口からの給気量を調整します。



強風時には、手動シャッターが有効です。

●台風時や冬季の冷氣侵入時など、一時的に外気の侵入を防ぎたい時に手動シャッター開閉用ツマミを操作します。

花粉対応フィルターを標準装備。工具なしで簡単に取外せるのでお掃除も楽々。

●パネル・フィルター・手動シャッター・断熱シャッターなど本体以外すべて。



※1. 断熱シャッターがクローズしても、最低限の通気量を確保する設計です。／※2. コストパフォーマンスに優れた一般タイプ **SKG** (断熱シャッターなし) もラインナップ。



「いちばん使いやすい」は
「いちばんシンプルなカタチ」



調理がしやすく、インテリアにもとけ込むシンプルデザイン。

調理上手は収納上手から。ユーザー発想の収納設計。



シンク手前のスペースを活用したNEW包丁フラップ収納や、出し入れしやすいフルスライド収納を搭載。背の高いものから普段あまり使わないものなど、かたちや用途に応じてすっきり収納できる使い勝手の良さが魅力です。※ご好評の楽ドアプランもございます。

NEW
dino
MY HOME KITCHEN

株式会社ミカド

〒531-0075 大阪市北区大淀南1丁目10番9号
TEL(06)6455-2660

首都圏営業部 TEL(03)5977-0655

近畿営業部 TEL(06)6489-8200



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

ミカドのホームページ



ここで一息

Coffee Break



〔藤井繁子Profile〕

元「月刊HOUSING」編集長、現在

リクルート住宅総研 主任研究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!

民主党政権の住宅行政は？

～田原総一郎の一言に不安と期待～

国土交通省には前原大臣就任

怒涛の選挙戦、政権交代が実現した9月。昨日（16日）鳩山内閣が発足し、国土交通省には前原誠司大臣が就任しました。元党首で認知度も高いですが、47歳は閣内で最年少。課題山積の中、国交官僚とどう渡り合うのか期待を持って見守りたいところ。その課題、JALに始まりダムに高速道路にと緊急案件もあり、住宅政策が注目されることは当分無さそう。淋しい気もしますが、逆にこれまでの決定政策を粛々と進められる点では官僚も業界も良しとする気配？



田原総一郎：1934年、滋賀県生まれ。「朝まで生テレビ」（テレビ朝日）の司会は23年目に。近著「日本の政治の正体」

田原総一郎、新政権を語る

丁度内閣発足前夜にジャーナリストの田原総一郎氏の講演を聞く機会がありました（日本不動産ジャーナリスト会議主催）。田原氏は政権交代が起こった理由に「自民党は借金で景気づけをしてきたが、国民に夢を売ることができなかった」と将来展望の無さを上げました。そして国民は民主党の勝ち戦に乗ったのですが、マニフェストに景気対策が欠けている為、年末にかけて‘民主党熱’は下がり経済には大きなリバウンドがくると田原氏に脅されました。

また、民主党マニフェストに抜けているもう一つの視点が安全保障と指摘。日米関係の新たなフェーズは、日米中の三角形で米中が近く日本と米中に距離のできる二等辺三角形になる恐れと表現。「日本は日米関係を大切にしながら、アジアと米国の世話役に徹する」事で活路を見出すべきであり、日本としてはアジア圏を含めて内需と捉える必要性を説かれました。





《民主党 政権政策 Manifesto》

(2009年7月27日発行) 一住宅政策を抜粋一

44. 環境に優しく、質の高い住宅の普及を促進する

【政策目的】 住宅政策を転換して、多様化する国民の価値観にあった住宅の普及を促進する。

- リフォームを最重点に位置づけ、バリアフリー改修、耐震補強改修、太陽光パネルや断熱材設置などの省エネルギー改修工事を支援する。
- 建築基準法などの関係法令の抜本的見直し、住宅建設に係る資格・許認可の整理・簡素化等、必要な予算を地方自治体に一括交付する。
- 正しく鑑定できる人（ホームインスペクター）の育成、施工現場記録の取引時の添付を推進する。
- 多様な賃貸住宅を整備するため、家賃補助や所得控除などの支援制度を創設する。
- 定期借家制度の普及を推進する。ノンリコース（不遡及）型ローンの普及を促進する。土地の価値のみでなされているリバースモーゲージ（住宅担保貸付）を利用しやすくする。

そして田原氏から小沢幹事長について面白い話を聞かされました。「今の日本で本物の政治家と言えるのは小沢さんしかいない」と前置きしながら「彼は政策には全く興味が無い！」と断言し唾然とさせられたのです。政権交代や組織づくりに関心が高く、政策は無関心と。今回の連立政権も、社民党＝労働組合、国民新党＝郵便局という組織を取り込みたかった為で、今後は自民党をどうやってバラバラにするかを思案し、その為には民主党内分裂もいとわれないのだそうです。

住宅政策は環境&リフォーム

そんな小沢幹事長に党運営を任せ、政権政策を実行するのは鳩山内閣の政策通達。『暮らしのための政治を。』『生活が第一。』が謳い文句の民主党マニフェスト。国交省においても最も、そのテーマに関係するのが住宅政策であるはず。上に住宅政策が書かれた[44]項を抜粋してみました。

マニフェストでは地球温暖化対策としてCO₂等排出量、2020年までに25%減（1990

年比）を掲げているので、住宅政策においても省エネ改修の促進を中心にリフォームへのシフトが掲げられています。また高齢者や子育て世帯も住みやすい、優良で多様な賃貸住宅を整備し家賃補助や所得控除などで賃貸居住者に対する税制支援も創設するとあり、新築市場からの脱却が明らか（新築時に出るCO₂が大き過ぎると指摘）。唯一‘木材住宅産業’として地場の建築産業を育成するという項目が新築持家住宅に関わる政策です。

そんな中、私が提案したい住宅政策は、子育て支援が売りの民主政権だからこそ【二世帯同居】【親子近居】の普及です。経済環境が厳しい間は新築・建替え需要も停滞し、強いニーズが無い限り動きません。住宅取得需要の強い理由である‘子(孫)育て’を、親世代シニアの金融資産を活性化させる要因にし、合わせて子世代夫婦が親の支援により安心してゆとりある住空間で子育てができれば、保育所の待機児童問題にも一役買うのではないのでしょうか。暮らしのための政治、期待したいと思います。



もっと使いやすく、もっと美しく。

ヤマハシステムキッチン

berry ベリー

近年、キッチン従来の「設備機器」という位置づけではなく、料理を作る・食べる・集まる・くつろぐ、といった「家族の暮らしが営まれる空間」としてますます重要な役割を担う傾向にあります。キッチンに対しても調理の際の使い勝手だけでなく、美しさを保つための清掃性の高さや、人が集いにくつろぐための快適性が求められています。その中で、ヤマハにおいても人造大理石カウンターの比率は99%、人造大理石「マーブルシンク」の比率は95%を超え、料理をする際のメインステージであるワークトップにおいて、ヤマハの人造大理石カウンター&シンクの需要は高まっています。2009年春、berry(ベリー)は「マーブルシンク」を改良、清掃性を飛躍的に高めました。また調理時の使い勝手のよさを追及し、出し入れがしやすく調理効率を高める収納アイデアを盛り込みました。



料理がしやすく、キッチンを明るくキレイに保てる独自の技術力。
毎日の生活を、より美しく快適に

キッチン空間を明るくする、独自の人造大理石カウンター&シンク



カウンターから排水部分まで、隙間がないから汚れがたまらない



すりキズがついても、ナイロンタワシで研磨して手軽に補修できる



熱や衝撃に強いから、うっかりミスでも割れや変色が起こりにくい

ヤマハの人造大理石開発は30年以上前に遡ります。1976年国産メーカーとして初めて人造大理石カウンターのシステムキッチンを開発。以来、試行錯誤を重ねヤマハの人造大理石は、お手入れがとても簡単で使い勝手のよいものに進化してきました。カウンターから排水口まで隙間や段差が無く、汚れがたまらない成形。表面がとても密で汚れが入り込みにくく、拭くだけで簡単にキレイに。傷がつきにくいうえ中まで均質な無垢素材だから、万一すり傷がついてもナイロンタワシで研磨して手軽に補修可能。さらに熱にも強いから、うっかり熱い鍋を置いても、割れや変色が起こりにくい性能をもちます。ヤマハの人造大理石カウンターとシンクで、キッチンがもっと明るく快適な空間にかわります。

たっぷりしまえて出し入れしやすい収納で調理効率をアップ

キッチンで使う多くの物を、調理作業にあわせて出し入れできる、使いやすさを追求した収納です。ユーザー訪問を行い、本当に使いやすい収納を徹底調査。細部にまでこだわりのアイデアを盛り込んでいます。出番の多いまな板やラップ類は、小さく開けてサッと出し入れできる扉裏に収納。引き出しを開けると、手の届きやすい高さイン引き出しがあり、ザルやボウルなど下ごしらえの調理器具が入ります。引き出し本体には洗剤などの買い置き品が入るので、デッドスペースもつくりません。コンロまわりには手が届く位置に調味料をしまうことができ、調理器具やフライパンは取り出しやすく立ててしまうことができるので、料理の効率がアップします。



大きめの鍋もゆとりの収納。調理器具は扉裏に立ててサッと出し入れできる



扉裏には包丁やラップなど、よく使うものを小さく開けてサッと取り出せる



よく使うボウルや計量カップなどは、取り出しやすい高さのイン引き出しに



調味料は、取り出しやすいコンロまわりに収納



超深絞りシリーズ ラグジェスブリックSX (iD塗装品)



超深絞りシリーズ ラグジェスブリックX (スリートン塗装品)

Dan SIDING

取扱先：住友林業(株) 製造元：旭システム外装(株)

業界唯一※のセルフクリーニング機能が付いた金属系外装材「Danサイディング」超深絞りシリーズに新柄「ラグジェスブリック」を追加

※旭システム外装調べ(2009年8月現在)

外装建材総合メーカーの旭システム外装株式会社(本社：東京都江東区毛利1-19-10、社長：真田進也)では、業界唯一のセルフクリーニング機能が付いた金属系外装材「Danサイディング」超深絞りシリーズに、新しく「ラグジェスブリック」を追加し、9月1日から全国発売いたします。

今回発売する「ラグジェスブリック」は、意匠性を高めた彫りの深い超深絞りシリーズの新柄で、落ち着きと繊細な風合いをあわせ持つ最高級のブリックデザインです。

塗装は、繊細な色調の変化(グラデーション)を持たせた特殊塗装で自然な色合いを表現する「iD塗装品」と、3色を使い分け自然な風合いとより深い陰影を表現した「スリートン塗装品」の2タイプを用意しており、どちらのタイプも「塗膜10年保証」に対応しています。

新柄「ラグジェスブリック」は、上品さと高級感を感じさせるデザインながら防汚機能と塗膜10年保証を実現しており、新築からリフォームまで幅広くご提案いただけます。

今後も旭システム外装では、会社のビジョンである“きれいな壁”の実現に向け、塗膜保証と防汚機能が付いた窯業系ならびに金属系サイディングの商品ラインナップの充実を図ってまいります。

今回の発売商品

「ラグジェスブリックSX(セルクリンコート品)※」
(iD塗装品)

「ラグジェスブリックX」(スリートン塗装品)

「ラグジェスブリックSX(セルクリンコート品)※」
(スリートン塗装品)

※セルクリンコート/セルクリンコート・ライト：

自己親水機能の高い成分でできているので、表面に親水基が多くついており、これが空気中の水分子と吸着し表面に薄い水分子の膜を形成します。そのため汚れがついても雨と一緒に洗い流されます。

1) 超深絞りシリーズ

「ラグジェスブリックSX(セルクリンコート品)」
(iD塗装品)

落ち着きと繊細な風合いをあわせ持つ最高級のブリックデザイン。お住まいを優しく上品に演出します。

■素材：表面材/ガルファン鋼板

裏面材/アルミラミネート加工紙、内部に硬質発泡ポリウレタンを充填

■保証：塗膜10年保証

■カラー：「UWラグジェスブラウン+」「UWラグジェスホワイト+」「UWラグジェスハニー+」の3色

■サイズ：(厚さ)15ミリ×(長さ)3,788ミリ×(働き幅)370ミリ

■価格：約19,600円/坪(5,938円/㎡)

※価格には、役物、運搬費、施工費、消費税は含まれません。

2) 超深絞りシリーズ

「ラグジェスブリックX」 「ラグジェスブリックSX(セルクリンコート品)」 (スリートン塗装品)

金属を感じさせない、重厚な本物感覚のブリックデザイン。高級感を演出します。

- 素材**：表面材／ガルファン銅板
裏面材／アルミラミネート加工紙、内部に硬質発泡ポリウレタンを充填
- 保証**：塗膜10年保証
- カラー**：「SFハーモニーブラウン／SFハーモニーブラウン+」「SFハーモニーキャメル／SFハーモニーキャメル+」の2色
- サイズ**：(厚さ)15ミリ×(長さ)3,788ミリ×(働き幅)370ミリ
- 価格**：ラグジェスブリックX：
約16,700円／坪(5,071円／㎡)
ラグジェスブリックSX：
約17,600円／坪(5,339円／㎡)

※価格には、役物、運搬費、施工費、消費税は含まれません。

- 発売日**：2009年9月1日
- 販売地域**：全国
- 販売目標**：「ラグジェスブリックSX」
「ラグジェスブリックX」で発売1年後
に12万㎡の出荷をめざします。

同時発売商品

1) 深絞りシリーズ

「エトルタライン」 「エトルタラインSN(セルクリンコート・ライト品)※」 (単色ビーズ塗装品)

柔らかなラインで構成したプレーン柄、ライトカラーを取りそろえスタイルを選ばないコーディネートにおすすめるデザインです。

- 素材**：表面材／ガルバリウム銅板
裏面材／アルミラミネート加工紙、内部に硬質発泡ポリウレタンを充填
- カラー**：「ピーチベージュ／ピーチベージュ+」
「シェルホワイト／シェルホワイト+」
「アーモンド／アーモンド+」の3色
- サイズ**：(厚さ)15ミリ×(長さ)3,788ミリ×(働き幅)370ミリ
- 価格**：エトルタライン：約11,300円／坪(3,438円／㎡)
エトルタラインSN：約13,700円／坪(4,170円／㎡)

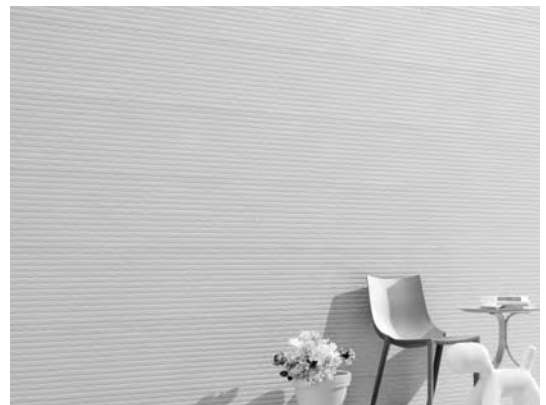
※価格には、役物、運搬費、施工費、消費税は含まれません。

2) ニュースタンダード12シリーズ

「T-ライン12」(ファインメタリック塗装品)

金属らしさを感じる新しいデザイン、ファインメタリック塗装でさらに金属の質感を表現しました。

- 素材**：表面材／ガルバリウム銅板
裏面材／アルミラミネート加工紙、内部に硬質発泡ポリウレタンを充填
 - カラー**：「インゴットシルバー」「シャイニープラス」「青鉄(せいてつ)」の3色
 - サイズ**：(厚さ)12ミリ×(長さ)3,048 / 3,658ミリ×(働き幅)228ミリ
 - 価格**：T-ライン12：
約11,700円／坪(3,560円／㎡)
- ※価格には、役物、運搬費、施工費、消費税は含まれません。



深絞りシリーズ エトルタライン(単色ビーズ塗装品)



ニュースタンダード12シリーズ T-ライン12(ファインメタリック塗装品)

商品に関するお問い合わせ先：

旭トステム外装(株) サービスデスク
(TEL：0570-001-117 [ナビダイヤル] または
03-5638-5111)

または 住友林業(株) 木材建材事業本部建材部
(TEL：03-6730-3548)へ。

平成21年8月の新設住宅着工

△は減

		8月					7月	6月	平成21年 5月
		対前月比		対前年同月比					
		(戸)	(%)	(戸)	(%)	(%)			
新設住宅計		59,749	△ 6,225	△ 9.4	△ 37,156	△ 38.3	65,974	68,268	62,805
建築 主別	公 共	1,671	△ 126	△ 7.0	740	79.5	1,797	1,885	1,775
	民 間	58,078	△ 6,099	△ 9.5	△ 37,896	△ 39.5	64,177	66,383	61,030
利用 関係別	持 家	25,147	△ 898	△ 3.4	△ 6,297	△ 20.0	26,045	26,494	23,139
	貸 家	22,141	△ 5,137	△ 18.8	△ 16,163	△ 42.2	27,278	27,920	25,167
	給 与 住 宅	191	△ 519	△ 73.1	△ 554	△ 74.4	710	1,250	1,433
	分 譲 住 宅	12,270	329	2.8	△ 14,142	△ 53.5	11,941	12,604	13,066
資金別	民間資金	52,507	△ 5,276	△ 9.1	△ 35,644	△ 40.4	57,783	59,398	55,586
	公的資金	7,242	△ 949	△ 11.6	△ 1,512	△ 17.3	8,191	8,870	7,219
	公営住宅	915	△ 518	△ 36.1	148	19.3	1,433	991	921
	住宅金融機構融資住宅	3,130	△ 110	△ 3.4	△ 759	△ 19.5	3,240	3,460	2,700
	都市再生機構建設住宅	417	289	225.8	347	495.7	128	181	405
	その他の住宅	2,780	△ 610	△ 18.0	△ 1,248	△ 31.0	3,390	4,238	3,193
構造別	木 造	34,757	△ 2,974	△ 7.9	△ 11,634	△ 25.1	37,731	40,073	33,282
	非 木 造	24,992	△ 3,251	△ 11.5	△ 25,522	△ 50.5	28,243	28,195	29,523
	鉄骨鉄筋コンクリート造	389	△ 640	△ 62.2	△ 2,215	△ 85.1	1,029	378	475
	鉄筋コンクリート造	12,083	△ 1,001	△ 7.7	△ 17,625	△ 59.3	13,084	14,343	16,551
	鉄 骨 造	12,369	△ 1,521	△ 11.0	△ 5,618	△ 31.2	13,890	13,254	12,336
	コンクリートブロック造	44	△ 15	△ 25.4	14	46.7	59	39	52
	そ の 他	107	△ 74	△ 40.9	△ 78	△ 42.2	181	181	109

プレハブ新設住宅戸数 —構造別・利用関係別—

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	10,719	△ 606	△ 5.4	△ 3080	△ 22.3	持家	4,662	△ 263	△ 5.3	△ 796	△ 14.6
木造	1,274	△ 180	△ 12.4	△ 331	△ 20.6	貸家	5,565	△ 405	△ 6.8	△ 1,833	△ 24.8
鉄筋コンクリート造	204	△ 116	△ 36.3	△ 326	△ 61.5	給与住宅	17	△ 14	△ 45.2	△ 155	△ 90.1
鉄骨造	9,241	△ 310	△ 3.2	△ 2,423	△ 20.8	分譲住宅	475	76	19.0	△ 296	△ 38.4

枠組壁工法（ツーバイフォー）新設住宅戸数 —利用関係別—

利用関係別	合計	対前月比		持家	対前月比		貸家	対前月比		給与 住宅	対前月比		分譲 住宅	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				
		戸	%		戸	%		戸	%		戸	%			
木造	6,957	△ 579	△ 7.7	2,461	55	2.3	3,541	△ 457	△ 11.4	17	△ 6	△ 26.1	938	△ 171	△ 15.4
		△ 2286	△ 24.7		△ 700	△ 22.1		△ 973	△ 21.6		7	70.0		△ 620	△ 39.8

38.3%減の6万戸割れ

8月の新設住宅着工

国土交通省がまとめた平成21年8月の新設住宅着工戸数（上表参照）は前年同月比38.3%減の5万9,746戸で9カ月連続の減少、前月比では9.4%減、戸数にして6,225戸のマイナスとなった。

利用関係別では持ち家は前年同月比20.0%減の2万5,147戸で11カ月連続減、貸家は同42.2%減2万2,141戸、分譲住宅は同53.5%減の1万2,270戸でともに9カ月連続の減、う

ちマンションは同71.7%減の4,577戸で8カ月連続のマイナス、戸建ても同24.3%減の7,642戸で11カ月連続の減少となった。

構造別では木造が同25.1%減の3万4,757戸で11カ月連続の減少で木造率は58.2%、前月比では1割増加した。

工法別ではプレハブが同22.3%減の1万719戸で10カ月連続のマイナス、2×4は同24.7%減の6,957戸で9カ月連続の減少だった。

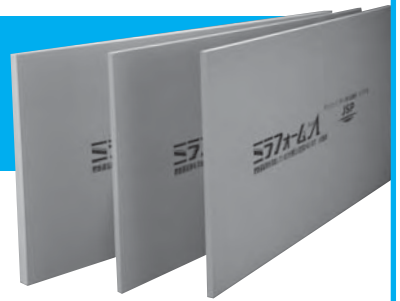
8月の着工は、月別データを出すようになった昭和40年1月以来、単月としては過去3番目に低い水準となった。



ますます進化し、使いやすくなったJSPの建築資材ボード。
高い断熱性能と優れた特性で、住宅の性能を向上させます。

高性能・新次世代型断熱材

ミラフォーム[®] ラムダ

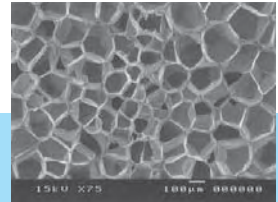


限界を超越した断熱性能!!

「ミラフォーム」に特殊技術を加えることで、今まで押出法ポリスチレンフォームでは
限界とされていた断熱性能をさらにレベルアップすることに成功しました。

〔熱伝導率0.022W/m・K(23℃)〕

住宅の高性能化が推進される中、画期的断熱材として期待が寄せられています。



ミラフォームH(ラムダ)の気泡写真

● 超高性能な断熱性

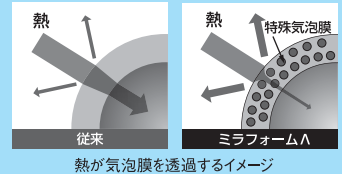
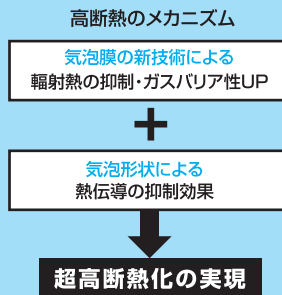
熱伝導率0.022W/m・K(23℃)を実現。
吸水性が低く安定した性能を発揮します。

● 環境・健康・安全対策

ノンフロン・ノンホルムアルデヒド・4VOC基準に適合。

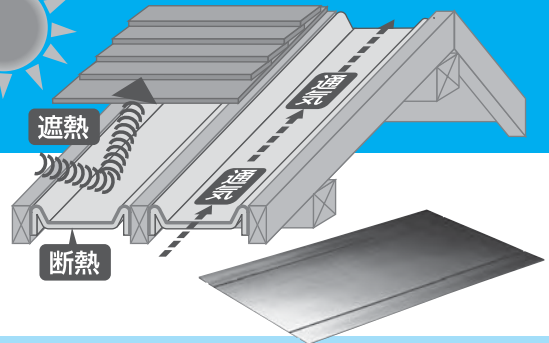
● 優れた機械物性

ミラフォーム同様 曲げ強度(靱性)に高い性能を発揮。



遮熱ボード 屋根通気・遮熱の決定版!!

ミラスル

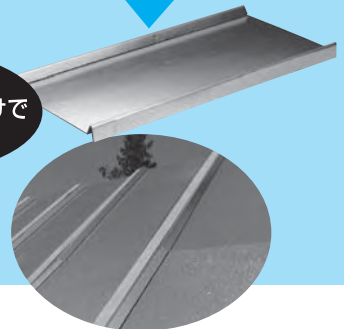


遮熱 + 通気 + 断熱

の三要素を兼ねそなえた総合部材。
屋根通気・遮熱のニューウェーブ登場。

- 1 アルミ蒸着フィルムを面材に採用し、赤外線の侵入を低減。
- 2 従来の通気用部材になかった断熱性能をプラス。
- 3 簡単折り曲げ形状により、垂木間への施工がラク。
- 4 剛性の高い発泡層と製品形状で通気層を確保。
- 5 野地板施工後やリフォーム等の後施工でも使用可能。
- 6 発泡ポリスチレンの独立気泡構造に高い断熱性能を長期保持。

折り曲げて、
垂木に押し込むだけで
通気層を確保!



株式会社 **JSP** 建築土木資材カンパニー

建築土木資材カンパニーホームページ <http://www.co-jsp.co.jp/kenzai/>

住宅資材部 〒100-0005 東京都千代田区丸の内3-4-2(新日石ビル) TEL 03-6212-6363 FAX 03-6212-6369

アイキューブ i-cube サイディングの持つフレキシビリティへの試み。

今までのサイディングのイメージではない、
だからこそ逆にサイディングらしいともいえるテクスチャーを丁寧に研ぎ澄ませていくことで、
私たちは一人ひとりの感性に訴えたいと考えました。
ニチハが、新しいサイディングの可能性をご提案します。



昭和三十九年八月創刊
発行人 上山英之
発行所 建材マンスリー編集室
第四十六巻 平成二十二年十月一日発行（毎月一日発行）通巻第五二九号

〒100-0127 東京都千代田区大手町一丁目二（経団連会館七階）
電話（03）3324-1318 住友林業株式会社 木材建材事業本部事業開発部



i-cube サイト
<http://i-cube3.jp>

住まいの外壁選び

検索

素晴らしい人間環境づくり

ニチハ ショールーム

営業日、営業時間を事前にご確認の上お越しください。

お客さま相談室

ニチハ

札幌 011-221-0250

仙台 022-292-8390

東京 03-3548-0191

☎ 052-220-5125

本社 052-220-5113

大阪 06-6532-2265

広島 082-568-7608

FAX 052-220-5157

福岡 092-436-8099

鹿児島 099-813-4118

受付時間 月～金 9:00～17:00

www.nichiha.co.jp