

建材マンスリー

The KENZAI Monthly

3

暮らしを支える基礎資材「合板」

特集／いま、改めて考える

For The Future

稲垣 純平さん

FRONT RUNNER

喜久屋

顧客と企業 双方の満足
追求し切り拓いた活路

+Biz Topics

業界ニュース

住友林業ニュース

建材マンスリー資料室

暮らしを支える基礎資材

合板

マグニチュード9.0という日本観測史上最大の東日本大震災。地震と津波によって東北地方太平洋沿岸の合板工場は甚大な被害を受け、合板の国内生産量の約3割が一時的に失われた。応急住宅建設計画などもあり需給は一時逼迫し、新聞やニュースなどでもその動向が報じられた。それはまた、合板が生活や産業に欠かせない基礎資材であることを私たちに再認識させる出来事でもあった。東日本大震災から1年。暮らしを支える基礎資材である合板を、いま改めて考えてみる。

基礎知識

Q1 合板とは？

合板とは、丸太を大根のカツラ剥ぎのように剥いた薄い板(単板、ベニヤ)を乾燥させ、接着剤で複数枚を貼り合わせた板のことである。通常は奇数枚の単板を用い、1枚ずつの単板の繊維方向が直交するように貼り合わせる。木材の優れた特性を活かしながら、さらに木材の持つ欠点を製造技術で補正してつくられている。

合板の特長

- 強度があり、かつ軽量
- 反りや縮みが少ない
- 幅の広い板が得られる
- 切断、接合などの加工が容易
- 木材だから視覚・触感にやさしい

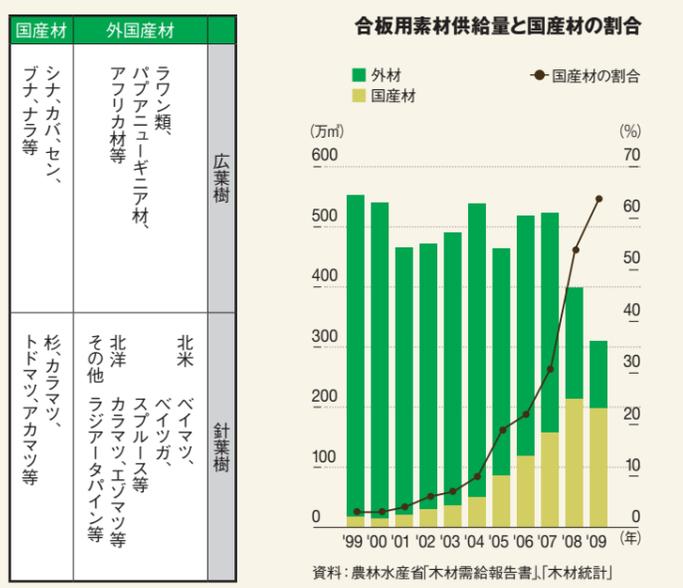
Q2 合板の歴史は？

合板の歴史は古く、古代エジプト時代にも薄く剥いた板を貼り合わせたものが見られるという。丸太を単板に切削するベニヤレースが開発され、欧米で近代の合板が製造されるようになったのは1830~40年代のこと。日本の合板の歴史は、1907年に名古屋の浅野吉次郎氏が独自に開発したベニヤレースの実用化によってはじまった。日本では当初、膠などの

接着剤を使用していたが、1950年頃に尿素系接着剤が開発され接着剤の耐久性・接着性が飛躍的に向上した。

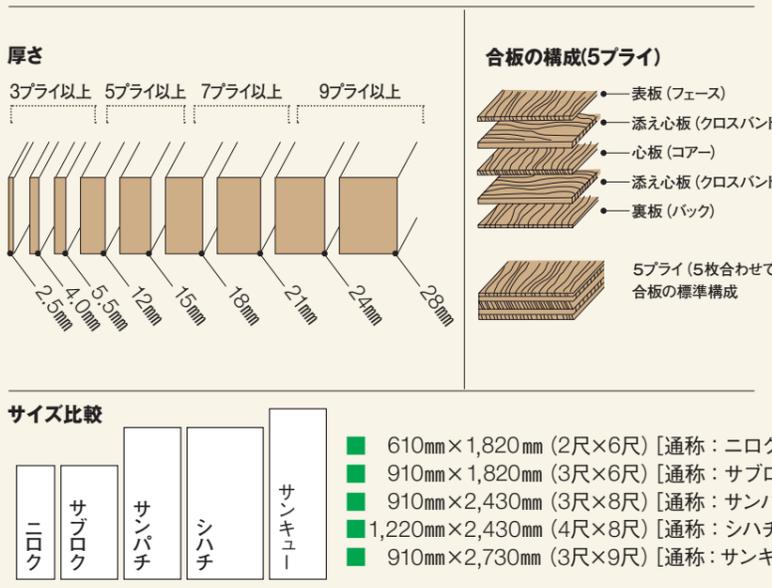
Q3 合板に使われる樹種は？

従来、合板の原材料には、たくて節が少ないラワン材などの熱帯産広葉樹が用いられてきた。しかし1990年代以降、熱帯林保護の観点から産出国による伐採制限が設けられその輸入総量も減少傾向にある。そうした状況を背景に、広葉樹から植林によって持続的生産・安定供給が確保しやすい針葉樹へ、また外国産材から国産材への転換が進められている。



国産材	外国産材
シナ、カバ、セン、ブナ、ナラ等	ラワン類、バブアニューギニア材、アフリカ材等
北米、ベイマツ、ベイツガ、スプルース等	広葉樹
針葉樹	北米、ベイマツ、ベイツガ、スプルース等
その他、ラジアータパイン等	針葉樹
核カラムツ、トドマツ、アカマツ等	針葉樹

Q4 標準的な寸法は？

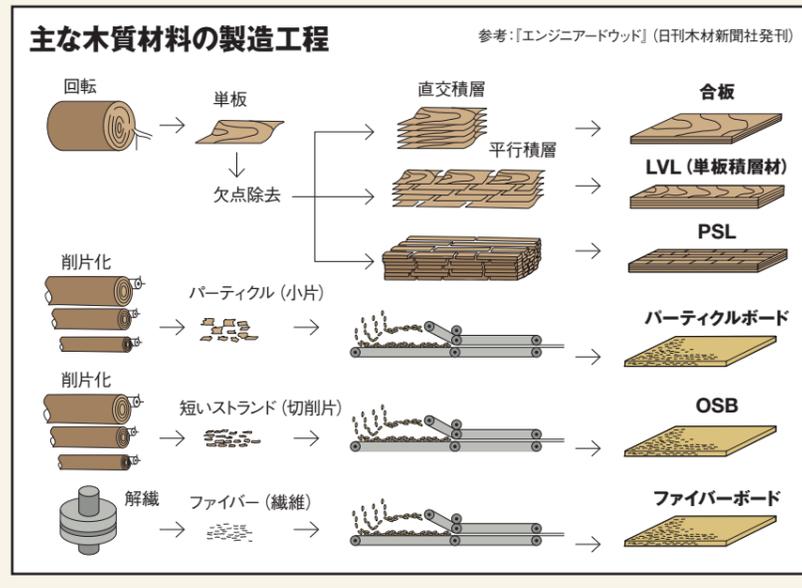


Q5 木質パネルの種類には他にどんなものがある？

木質パネルの種類・用途

- LVL: 家具・建具の芯材、建築構造用など
- パーティクルボード: 建築構造用、家具など
- OSB: 建築構造用など
- ファイバーボード: 畳床など
- MDF: 住宅内装部材用など
- ハードボード: 自動車内装用など

素材の種類、大きさ、繊維方向や表面仕上げなど製法の違いによって、さまざまな木質パネルに分けられる。各特性によって様々な用途に広く使われている。



Q6 合板に刻印されているJASマークの意味は？

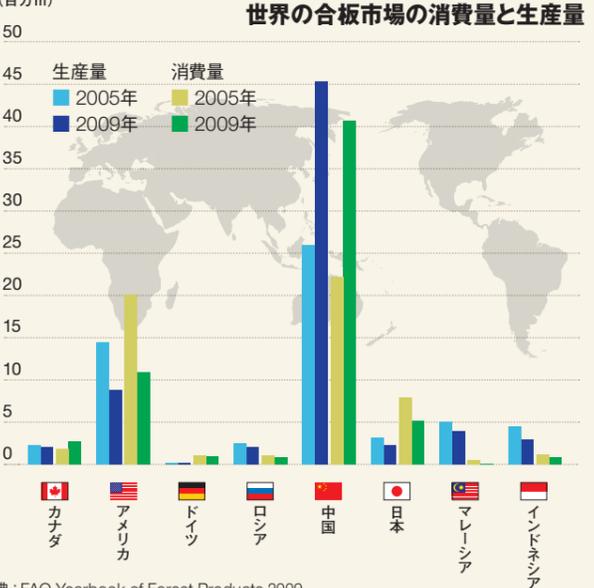
合板のJASマーク表示例

構造用合板(1級)

- ホルムアルデヒド放散量: ホルムアルデヒドの放散量を表しており、最上位等級のF☆☆☆☆からF☆までがある。接着剤にホルムアルデヒドを含まない場合は、「非ホルムアルデヒド系接着剤使用」と表示できる。
- 接着性能: 接着性能の分類には「特類(フェノール樹脂接着剤など)」「1級(メラミン樹脂接着剤など)」「2級(ユリア樹脂接着剤など)」がある。構造用合板は「特類または1級の基準に適合すること」と定められている。
- 強度性能: 構造用合板の強度等級には「1級」と「2級」がある。高度な構造的利用は1級、壁や床、屋根の下地板など表面品質がそれほど要求されない用途は2級として基準がつけられている。
- 板面の品質: 表板・裏板の板面の品質をA~Dのアルファベット2文字で表記したもの。先頭のアルファベットが「表面の品質」、2番目が「裏面の品質」を表している。

Q7 世界の合板市場の動きは？

経済成長を続ける中国の合板生産量・消費量は伸張を続けており、現在世界第一位。アメリカと比べても生産量は5倍以上、消費量は3.7倍と圧倒的な伸びである。対外輸出量でも、1位中国、2位マレーシア、3位インドネシアと続き、その存在



東北・合板工場

復興と未来への取り組み

国産合板の一大産地である東北地方太平洋沿岸―。岩手県宮古市や宮城県石巻市には大型の合板工場が建ち並び、全国の合板生産量の約3割を担う。東日本大震災は、それら工場群にも甚大な被害を与えた。あれから1年、東北の合板工場は復興に向け力強い歩みを続けている。石巻市にあるセイホク株式会社の合板工場を訪ねた。



セイホク株式会社

- 本社：東京都文京区本郷1丁目25番5号
- 事業内容：合板・LVL、パーティクルボードの製造・販売
- <http://www.seihoku.gr.jp/>



地域別にきちんと分別管理することで、地域産材の合板供給が可能となる

貯木場。産地や樹種、サイズによって仕分けされている



最終検査される合板。各工場で1日約2万枚の製品が製造される



津波によって外壁が倒壊した第3工場

単板や製品が散乱した工場内

7月26日、震災後はじめて合板が出荷された

甚大な被害を受けた合板工場

東京都文京区に本社を置くセイホク株式会社は、石巻市に薄物合板専門工場を設立したのは1966年。以来、合板やPB工場などを設立し、1991年にはグループ会社である西北プライウッド株式会社も東京都江東区から石巻市へと工場を移転した。セイホクの第1工場、PB・MDF工場、西北プライウッドの合板・LVL工場と、グループとしては3カ所の生産拠点を石巻市に構えていたが、それらの工場すべてが東日本大震災によって甚大な被害を受けた。

工場群を津波の第1波が襲ったのは午後3時40分ごろのことだ。10分後にはより大きい第2波が襲来し、その高さは最大6mにも達した。

「原木はすべて流され、工場内に積み上げていた単板や合板は道路にまで散乱し、土砂や古紙、車などが工場内に流れ込んでいた。まさに惨憺たる状況でした」と同社の相澤秀郎専務は振り返る。

復興までの道のり

3月下旬、電気もガスも水道もストップした中、社員たちは復興作業を開始した。敷地内の瓦礫撤去や浸水した機器の補修はもちろん、民家などに流れ込んだ大量の原木回収も進められた。

「震災後は仙台市から依頼を受け、津波被害に遭った松などを使った合板製造も行いました。今後は、震災復興の一環として、東北地方の間伐材などを活用した合板を『東北復興合板』として販売していきたいと考えています」

国産材の需要拡大を通じて林業と地域経済の活性化を

日本で生産される合板の原材料は以前はロシア産の北洋カラマツが多くを占めていたが、設備・技術の進歩などにより国産針葉樹への転換が進み、2009年には国産材合板の割合は64%を占めるまでとなった。しかし、日本の木材自給率はいまだ30%に届かず、森林資源の有効活用を通じて日本の森林再生はまだ有効に機能していない。

そんな中、2011年7月に「森

ければならない。重機が入れない場所では原木にロープを結わえ、数人がかりで運び出した。そうした地道な作業を2カ月ほど続けた結果、約6割の原木を回収することができた。

6月初旬、臨時の移動変電所による電力供給がはじまり、セイホクではまず木材リサイクルを担う環境テクノセンターの運転を再開。県の要請に応え、震災で発生した膨大な木質瓦礫の受け入れをはじめた。瓦礫は合板や柱、瓦などさまざまな用途で、社員たちがひとつひとつ分別し、木材は燃料チップとして再生した。



東北地方の間伐材などから製造した「東北復興合板」

セイホクと西北プライウッドを合わせた震災前の月間製品出荷数は160万枚で、現在は約8割の130万枚にまで回復した。また、西北プライウッドのLVL工場は3月5日27日に、塗装型枠合板工場は3月5日にJASの再審査を通過し、セイホクのPB工場は6月に再開に漕ぎつける予定だ。

東北復興の基盤を支える合板を

セイホクでは、震災前から国産材を使った製品づくりに積極的に取り組み、なかでも杉の活用を力を入れてきた。地域林業の復興と森林再生のためには、日本の人工林の約4割を占め、とくに東北地方での生産量が多い杉を活用することが重要と考えてのことだ。杉100%の合板は、そうした考えから開発された。

「全般的に見れば、杉の強度はカラマツの70%程度です。そのため、杉とカラマツの複合合板は広く流通していますが、杉100%の合板はまだ受け入れられていません。しかし、最新の検査・仕分けシステムを用いることで、強度の高い杉を組み合わせることも可能となり、JAS規格で定める基準の約4割も強度の高い合板ができるのです」

現在は宮城県はもちろんのこと青森県や山形県と契約を結び、各県産の木材自給率50%を目指す」と掲げ、国産合板のさらなる需要拡大を図っています。そうすることで林業復興はもちろんだが、東北地方の経済活性化にも貢献していきたいと思っています。また、石巻市も今年2月、「みなと森と水ネットワーク会議」に参加し、東京都港区と「間伐材をはじめとした国産材活用促進に関する協定」を締結しました。これは、都市部と豊富な木材資源を有する地方自治体が連携し、森林資源の活用を通じて森林再生と地域活性化の促進を目的としたもので、当社も積極的に取り組みたいと考えています」



相澤秀郎氏
セイホク株式会社
専務取締役

案内していただいた
西北プライウッド
合板・LVL事業部
LVL工場工場長の
安部敏光氏(左)と
合板工場工場長の
佐々木浩氏(右)。

合板のできるまで

1 ディパーキング(皮剥き)
原木を蒸煮(じょうしゃ)した後、樹皮を剥ぎ取るディパーキングを行う。長さ4m、直径200mmほどの原木なら、15秒程で1本の処理が可能だ。

2 3 原木切削・裁断
樹皮を剥ぎ取った原木をロータリーレーズで直径30～50mmの芯棒になるまで切削して薄い単板をつくり、クリッパーで指定サイズに裁断する。直径200mmの原木から、およそ15枚ほどの単板ができる。

4 5 単板乾燥
単板を単板乾燥機(ドライヤー)で乾燥させる。単板乾燥機は、約180℃に熱せられた2本の鉄の棒が回転している間に単板が通っていく仕組みだ。杉の場合、蒸煮後の含水率(※)は最大200%ほどになるが、これを約8%まで乾燥させる。

6 含水率・強度・品質検査
熱せられた単板を20℃ほどになるまで冷却した後、含水率と強度を測定。その後、カメラで単板1枚1枚の品質を検査する。写真は品質検査の結果が表示されたモニター。抜け節や割れなどの欠点から、寸法、色味まで検査できる。

7 選別
含水率・強度・品質検査によって選別された単板。検査に合格したもの、抜け節や割れがあり加工工程に回すもの、含水率が高く再度乾燥が必要なものに選別されている。

8 接着剤塗布
検査に合格した単板に接着剤を塗布し、所定の枚数に組み合わせ合板の形にする。

9 冷圧・熱圧
常温で20分ほど冷圧した後、120～135℃の熱と圧力をかけて圧縮(あつてい)し、接着剤を熱硬化させて成形する。写真は、合板を熱圧しているところ。

10 裁断・仕上げ検査
合板の四方の端を切断して所定の寸法にし、表面を平滑に研磨する。その後、有資格者が合板を枚1枚検査し、不良品を取り除く。合格品にはJASマークを印字し、出荷する。

チップは工場の電源及び熱源としても再利用されています

※含水率(%) = $\frac{\text{木材の乾燥前の重量 [g]} - \text{乾燥後の重量 [g]}}{\text{乾燥後の重量 [g]}} \times 100$

株式会社ジューテック

- 本社：東京都港区芝5丁目26番24号 東京機械本社ビル5F
- 事業内容：住宅総合資材および工業用資材の販売、並びに施工付販売
- <http://www.jutec.jp/>
- FSC-C005361

持続可能な社会の構築に向け、

認証材合板の普及促進へ

国産材合板の動向と並んで注目したいのが、**植林材や森林認証材(※)**を使用した合板である。いち早くFSC®・PEFCといった森林認証材の取り扱いを本格化した株式会社ジューテックの門間伸治氏に、認証材合板の現状と展望についてお話を伺った。



もんま しんじ
門間 伸治氏
株式会社ジューテック
仕入開発本部
仕入統括部
合板担当 副部長

—— FSC、PEFCの森林認証(※)取得の目的は？

当社では2005年12月のISO14001取得、翌年4月の「改正グリーン購入法」施行を契機に環境配慮商品の取り扱い強化を図り、2009年3月にFSCのCOC認証を、11月にはPEFCのCOC認証を取得しました。

環境配慮商品の普及に努めることはグループの環境方針にもなっていますが、流通としての当社の考えや位置づけをさらに明確化するために、それらの認証取得に取り組んだわけです。もうひとつの目的は「差別化」です。基礎資材である合板は差別化が非常に難しいので、価格面はもちろん、より付加価値を高められた商品販売することで他社との差別化を図っていきたくと考えています。

—— 取り扱っている認証合板は？

FSC認証材合板としては、当初インドネシア産の一般用、型枠用、構造用合板が中心でしたが、昨年にはマレーシア産の型枠用、構造用を加え、昨年11月からは国産針葉樹合板の販売も開始しました。

PEFC認証材合板としては、チリ産のラジアータパイン構造用合

板、マレーシア産のラワン構造用合板などを主に扱っています。

—— 流通として認証材合板を扱ううえで、もっとも留意する点は？

認証材は、生産者や製材、流通、小売など最終消費者に商品が渡るまでのトレーサビリティが確保されていることが重要です。そのなかの流通を担う当社としては、認証材合板と非認証材合板の分別管理にもっとも注意を払っています。海外から入荷した合板を仕分け・配送するセンターについてはもちろん、全営業所において徹底した分別管理を行っています。

—— 認証材合板の供給・需要動向は？

海外では、FSC・PEFC認証を取得するメーカーが確実に増えています。国内で認証を取得している合板メーカーはまだわずかですが、東日本大震災の影響で認証取得を見送っていた合板メーカーが取得へ向けた動きを再開するなど、国内の供給も拡大していくと思います。

需要面では、認証材合板を指定した発注はまだ少なく、当社における認証材合板の受注は全体の数%にすぎません。ただ、認証材合板の付加価値を積極的にアピール

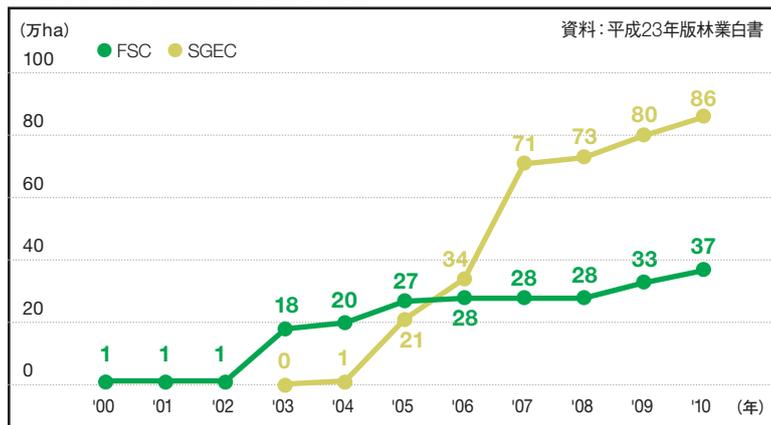
することで、それを認めてくれる人は着実に増えており、受注も右肩上がりになってきているのは事実です。また、家具メーカーがFSC認証材のみを使った木工家具を販売するなど、認証材を使用したアイテムも増えてきています。当社では認証材合板をはじめとする認証材の種類をさらに拡充し、幅広いニーズに応えていきたいと考えています。

—— 今後の展望は？

地球環境問題を解決していくためには、やはり持続可能な社会を構築することが重要です。生産者から最終消費者までのトレーサビリティを確保することで、森林の持続的な利用を目指す森林認証制度もそのひとつ。今後もお客様向けの講習会を開催するなど、認証材合板の普及に積極的に取り組んでいきます。

※森林認証制度とは、適正に管理された森林から産出される原木や木材製品に認証マークをつけることにより、森林の持続的な利用を目指す制度。国際的には主に「森林管理協議会(FSC)」と「PEFC森林認証プログラム(PEFC)」の2つがあり、日本では両制度のほかに独自の制度として「緑の循環」認証会議(SGEC)がある。

■ 日本における認証森林面積の推移



■ 主要国における認証森林面積とその割合

	FSC (万ha)	PEFC (万ha)	合計 (万ha)	森林認証の割合(%)
オーストリア	0	196	196	50
フィンランド	0	2,079	2,079	94
ドイツ	38	738	776	70
スウェーデン	1,030	763	1,793	64
カナダ	3,886	11,332	15,218	49
米国	1,422	3,339	4,762	16
日本	37	0	37	1

資料：FSC、PEFC、FAO「世界森林資源評価2010」

注1：各国の森林面積に占めるFSC及びPEFC認証面積の合計の割合。なお、認証森林面積は、FSCとPEFCの重複取得により、実面積とは一致しない。

注2：計の不一致は四捨五入による。

価値ある製品を安定供給し、
トップメーカーとしての使命を果たす



木材建材業界の
未来を担う人材に
クローズアップ。

For The
Future
フォーザフューチャー



吉野石膏株式会社
東京支店 営業2課
副主任

いながき じゅんぺい
稲垣 純平 さん

千葉県出身。2005年入社。特販1課でマンションなどの野丁場向けの営業を半年間経験後、ハウスメーカーを顧客とする営業2課へ。首都圏の大手建材商社や問屋計8社を担当。趣味は野球。会社のチームだけでなく学生時代の仲間で作るチームにも所属し、投打で活躍中。

甲 子園を目指し、マウンドに立った高校時代。ヒジの故障後はマネージャーとしてチームを支えた大学時代。稲垣さんは青春時代のほとんどをダイヤモンドの中で過ごした。愛する野球から、礼節やチームワークの大切さを学んだ。就職活動に励んでいた大学4年の夏、吉野石膏を知り、晴れてその一員になった。待っていたのは「新入社員テニス合宿」。稲垣さんは「この会社を選んで良かった」と思った。「運動部出身ですから体を動かすのは大好きですし、そして何より、コミュニケーションを大事にする社風が気に入ったんです」。

首 都圏の建材商社や問屋と手を携えつつ、大手ハウスメーカーに石膏ボードを拡販する稲垣さん。窓口は本社の資材部や購買部であるため、ひとたび採用されれば全国の支店に波及するなど、やりがいは大きい。

しかし、かつてのように高水準の住宅着工戸数が期待できない中で、取引を拡大するのは容易ではない。稲垣さんも最初の3年間は手ごたえを掴めずにいた。そんなある日のこと。先輩からこんな言葉をかけられた。

「お前は何をどうしたいんだ？」

稲垣さんは言葉に詰まった。「考えてみれば、当時の自分は会社の言い分とお客様の言い分を双方に伝えるだけの存在でした。いわば、何の考えも持たない、“伝書

鳩”になっていたのです。お客様の事情に合わせた自分なりの考え、そして営業の「いろはの『い』」である、お客様の声を聞く姿勢が決定的に欠けていました。お客様と会社をつなぐパイプである営業として大いに反省しました」。

以来、稲垣さんは変わった。あるとき「建築現場で出るゴミを減らしたい」とのお客様の声を耳にした。そこでもう一步踏み込んで聞いてみると、既製品のサイズではやや大きいため、余りが廃棄となっていることがわかった。そこで稲垣さんは、余り分を事前にカットして現場に合ったサイズで納品し、お客様の作業効率を高めるとともに、サイズダウンによるコスト削減にも貢献した。「お客様の事情全てに対応するのは難しいことです。しかし、お客様と会社の間立つ営業として、知恵を振り絞って妥協点を模索する。その姿勢がお客様との信頼関係につながると信じています」。

現 在、稲垣さんは住宅展示場にも足を運び、来場者の声を直接ヒアリングしている。住まい手の声を開発部隊にフィードバックするためだ。「まずは営業としてさらに経験を積んだ上で、将来的には自分自身も商品開発に携わりたいです」と稲垣さん。ヒアリングを続けるうちに、住まい手の声を形にする商品開発の仕事に魅力を感じるようになったという。

また、空気環境を改善する商品の拡販も自身の大きなテーマだ。特に「シックハウス症候群」の原因であるホルムアルデヒドを吸収分解する『ハイクリンボード』は、さらなる引き合いが期待できる。

「シックハウス症候群の患者さんは100万人を超すともいわれ、住まいに不安を覚える方は少なくありません。そうした方々のためにも『ハイクリンボード』など当社製品の価値をお客様にしっかりアピールし、一人でも多くの方に安心して住まいを建てていただくことが、トップメーカーである当社の使命と自負しています。遮音や調湿といったニーズも今後さらに高まるでしょう。これらのニーズを満たす製品を安定供給することで、木材建材業界がさらに活性化すれば、これ以上うれしいことはありません」。

10年後の木材建材業界を予想!

耐震、そして空気環境に対する住まい手の関心は、一段と高まっていると予想します。その点、当社はこれらのニーズはもちろん、遮音や調湿にも対応できる商品を取り揃えていますので、自信を持っておすすめしていきたいです。また、住宅着工戸数が伸び悩む中、ボリュームの確保が課題となっていますので、新たな機能を持つ商品の開発がこれまで以上に大事になると思います。(稲垣さん)



- 本社(本部): 東京都足立区保木間1-5-4
- 事業内容: クリーニング一般加工及び衣類の保管、リフォーム
- 従業員数: 170名
- 売上高: 12.1億円(2011年4月期)
- http://www.kikuya-cl.co.jp/

■喜久屋

顧客と企業 双方の満足 追求し切り拓いた活路

社名から外した「クリーニング」の文字

労働人口の減少、衣料のカジュアル化で市場縮小が進むクリーニング業界。バブル期の1992年度に約8,170億円だった市場規模は、2011年度に半分を割り込む約3,900億円にまで落ち込んだ。その中で、喜久屋は最長半年間保管料無料のクリーニングサービス「e-closet」や、17時から23時までの間で希望時間帯に集配する「Moonlight Delivery23」大規模

マンションの管理会社と提携したクリーニング受付サービス「FCS(フロントコンシェルジュサポート)」など、時代のニーズに合致したサービスを次々に打ち出し、成長を続けている。売上高は2005年から、リーマンショック後を除き、対前年比プラスと快走中だ。

1956年に(有)喜久屋クリーニングセンターとして創業し、東京23区や埼玉県を中心に現在約150店を展開している同社。1992年、29歳で父親から事業を引き継いだ中島社長は、毎年売上高が前年割れする厳しい状況に直面していた。「価値観が変化し、洗ってプレスする従来のビジネスモデルの価値が認められなくなっていました。最終的に大切なのは、創業事業を守るのではなく生活者であるお客様にどう喜んでいただくかではないか。同年、「クリーニング」の文字を社名から外し、時代の変化に適応した企業を目指していく。

生産性を追求して 見えた真のニーズ

デフレが進行する中、業界では値下げに走る企業が相次いだ。喜久屋はその流れとは一線を画し、生産性の向上と新たなサービスの提供で生

き残りを模索してきた。

クリーニング店に持ち込まれる衣類の量は、曜日や季節による変動が激しい。週の売上高の50%は土曜・日曜に集中。季節衣類は4月と10月が最も多くなる。逆に2月と8月は閑散期で、同社でも4月の第一土曜日と2月下旬の平日の売上高は実に14倍もの開きがあった。

業界では繁忙期のピークに合わせて設備投資を行い、閑散期には赤字を抱えるという構造的な課題が固定化。さらに、客離れ対策に「即日仕上げ」のサービスが広まり、週明けに仕上げなければならぬ衣類が集中する事態を招いていた。

「10年ほど前には、喜久屋でも翌日仕上げで翌々日までの引き取りなら割引というサービスをしていました。しかし、期日に遅れたお客様が『ごめんなさい』と申し訳なさそうに来店された姿を見て、とても違和感を覚えました。自分たちがかなり大変だと思っていました。実は私たちの都合をお客様に押しつけていたのです」

ワイシャツから季節衣類のダウンジャケットまで、お客様は預けた衣類が本当に翌日必要なのだろう

代表取締役兼CEO
なかはた 中島 信一 さん

か。2002年には、そんな疑問から、業界では珍しく、お客様に直接希望日時を聞き、その「納期」に合わせて仕上げることにした。意外にも「翌日希望」と答えた割合は2割にとどまり、「来週の同じ曜日」いつでもいい」が合わせて4割を占めた。納期に合わせて仕上げることで、一週間の中で業務の平準化が実現できた。

さらに、オフシーズンに季節衣類を預かる「おまかせサービス」を開始。仕上げまで二カ月間をかける代わりに不織布包装と防虫剤をつけて返却する加工を通常料金で行う特典をつけた。この納期指定とおまかせコースの併用で、4月の繁忙期でも取扱量は安定。売上が伸びていた時期にもかかわらず、5つあった工場を3つに減らすことができた。

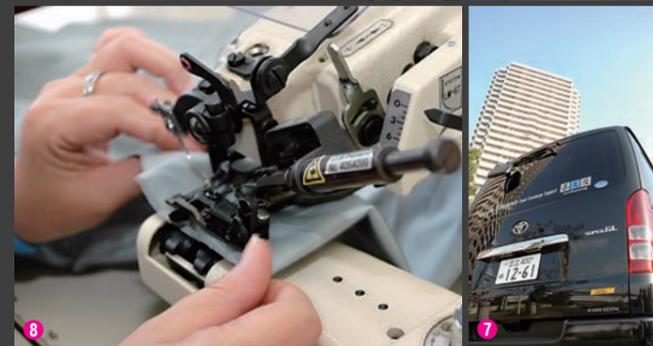
その後、おまかせコースは、03年に開始した「e-closet」へと発展し、売上高が約1億8,000万円の新規事業の稼ぎ頭へと成長。インターネットの活用で、管理コストの削減に加え、店舗のエリア外の顧客を獲得し、季節衣類を中心に全国から年間10万点以上の衣類が寄せられている。

「住空間の活用」という 新たな価値を提案

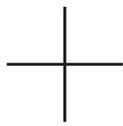
今年の5月には、店舗での保管サービス「City-Closet(仮称)」を始める予定だ。預けている衣類や期間満了日などの情報をPCやモバイル端末で確認でき、店舗が自宅のクローゼット代わりに使える。前日に連絡しておけば、翌日店頭で受け取れる。「マンションなど収納の少ない部屋にお住まいの方が増えています。保管サービスを提供し、今後は住環境の改善という価値を提供していくことも大切な役割になってきています」

さらに、これに伴って衣類をはじめとする不要品を引き取るサービスも開始。国内で寄付するほか、状態のいい日本製の衣類は、「ジャパン・ユーズド」と銘打ちFacebookを通じて海外で販売し、会員は1カ月で2,000人を超えた。

これらの新規事業の背景には、喜久屋の経営理念である「三方よし」の精神がある。事業活動を通じて、お客様と喜久屋、取引先や地域社会のいずれも喜びを得られる。その結果、「喜久屋でよかった」と思ってもらえるように努めていく。「理念の本質からずれることなく、お客様のお役に立てる企業であれば、百年、二百年と続いていくはず。モノの売れない時代と言われますが、私たちは一人ひとりの心を豊かにするようなサービスをこれからも提供していきたいと思っています」。



- 1 e-closetで保管する季節衣類は、温度・湿度に加え、照明がコントロールされたウエイティングルームで保管される
- 2 City Closetの管理画面。保管期間や引き取り希望日などを管理する
- 3 新規事業の新たな柱として4月から販売する「保管付*宅配クリーニングパック」。アイテムを問わず10着を入れて送れば、クリーニング、保管サービスを利用できる。不要になった衣類を処分することもできる。キットはクリーニング店だけでなく、コンビニなどでの販売も想定
- 4 顧客から預かった衣類は、洗濯前にシミやボタンが取れるなどの異常がないかを確認し、責任者名を記した検査ラベルをつける
- 5 工場内に設けられたキッズルーム。従業員の小学生以上の子どもたちが放課後安心して過ごせる場所だ
- 6 Moonlight Delivery23での集配の様子。ウェブと電話で希望時間を聞き、17~23時の間に集配を行う。2006年には携帯サイトでも集配受付ができるようになった
- 7 大規模マンションを対象にしたクリーニング受付サービス、FCS。フロントに預けられた衣類を喜久屋が回収し、高品質のクリーニングを提供することでフロント機能の充実に役立っている
- 8 顧客からの希望があれば、衣類のリフォームも手掛ける
- 9 2011年12月にタイ・バンコクに出店した1号店。日本製の衣類を「ジャパン・ユーズド」と銘打って販売。店舗で取り扱うのはオフシーズンになった新品で、毎週最高売上を更新
- 10 女性が活躍する喜久屋の職場。子どもの看病などでの突発的な休みも相互に補い合う仕組みがつくられている。現在では幹部職6人のうち、半数が女性を占め、そのうち2人はパートタイマー出身



Biz Topics

プラス ビストピックス

ビジネスにプラスになる情報を、お届けします。



業界ニュース

国内出荷が100万KWを超える

2月15日、太陽光発電協会は2011年の太陽電池の国内出荷量が前年比30%増の約129万KW(発電能力ベース)となり、2011年通年実績で初めて100万KWを超えたことを発表した。

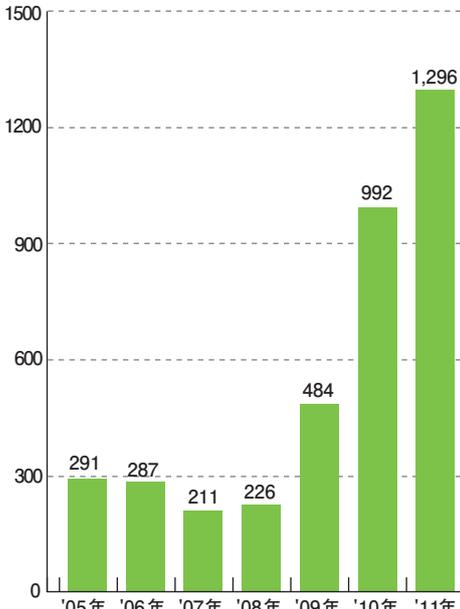
国内出荷量のうち住宅用は前年比37%増の約110万KW。これは、09年に復活した補助金制度の寄与が続いたほか、東日本大震災後の電力不足により不測の停電時に使用する電源として太陽電池を購入する家庭が増えたことが考えられる。また、10年度までに補助金が事実上打ち切られた非住宅用は前年比3%増の約19万KWにとどまった。

太陽電池の輸入量については、海外製品の流入が拡大、前年比209%の約26万KWと伸びた。また、輸出は前年より1%増の146万KW。総出荷量における輸出比は昨年の59.3%から53%と下がっており、欧州市場の落ち込みや、歴史的な円高、主要国の太陽光発電導入支援策が縮小傾向にあることが原因とみられる。

今年7月からは全量買取制度がスタートする。この制度は、発電事業用の太陽光発電で作った電気を買い取るもの。これにより、メガソーラー(大規模太陽光発電所)向けが伸び、今後の輸入品との競争に大きな影響を与えることが予想される。

太陽電池の国内出荷推移

(単位:千KW)



参考:太陽光発電協会出荷量調査



住友林業ニュース

住友林業のスマートハウス「Smart Solabo (スマートソラボ)」を新発売

住友林業は2月3日より、自然の恵みを活かした木の家そのものが持つ省エネルギー機能に、スマートハウス技術を搭載した「Smart Solabo」を発売した。

この商品は、「住友林業の家」の特長である「木」の良さを活かしながら、エネルギーの効率的な活用を実現している。太陽光発電システムによりエネルギーを創り、ホームエネルギーマネジメントシステム(HEMS)でエネルギーを見える化。さらに、12kWhの家庭用蓄電池システムによって電気を蓄えるスマートハウス技術を搭載。電力消費とCO₂排出量を抑え、経済性と環境負荷低減を両立する暮らしを提案している。

東日本大震災を経て、消費者の安全や省エネルギーへの関心は一層高まり、住まいに求められる性能、役割は重要度を増している。快適さを維持しながらも、環境にも配慮し、節電を実現するスマートハウスへの関心は一層の高まりをみせている。

商品の5つの特長

- 1 再生可能な資源である木を活かし、自然の恵みを活かす省エネルギーな住まい。
- 2 太陽光発電システムにより、日中CO₂を排出することなく電力を創る。
- 3 住宅用としては最大級となる12kWh(定格容量)の家庭用蓄電池システム。「HEMS」により家庭内の電力使用状況をリアルタイムにチェックすることが可能。
- 4 電気自動車、プラグインハイブリッド車対応、充電専用コンセント標準装備。



「Smart Solabo」概念図

商品概要

- 発売日:2012年2月3日
- 販売エリア:全国(沖縄、および一部地域を除く)
- 構造:マルチバランス構法、ビッグフレーム構法、ツーバイフォー構法
- 搭載システム:
 - ①太陽光発電システム、
 - ②家庭用蓄電池システム(蓄電池容量12kWh<冷蔵庫200W、液晶テレビ150W、照明100Wを約24時間継続使用可能>)
 - ③ホームエネルギーマネジメントシステム(HEMS)

お問い合わせ先

住宅事業本部 営業推進部 TEL:0120-21-7555

編集後記

from editor



先日、銀座の某有名寿司屋で修行中の友人のところへ、食事に行きました。友人によると、握りの技術だけでなく、道具の手入れや、店内に使われている材木をはじめとする内装部材の仕様など、その店の環境までじっくり学んでおり、人前で握れるようになるまで7~8年かかるそうです。些細な

ことと丁寧に向き合い、来店されるお客様と時間をかけて関係を築く毎日是非常に満たされていると充実顔でした。震災から1年。人と人との繋がり、日々の行動一つひとつを改めて考えずにはられません。周囲の「人」と、目に見えない「コト」を大事に今を生きていきたいと思ひます。

編集室より

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。

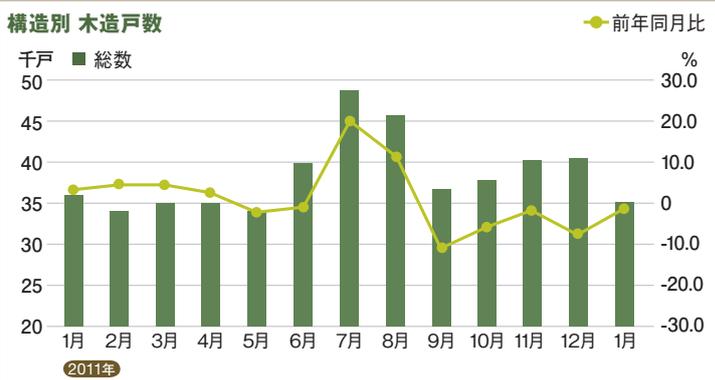
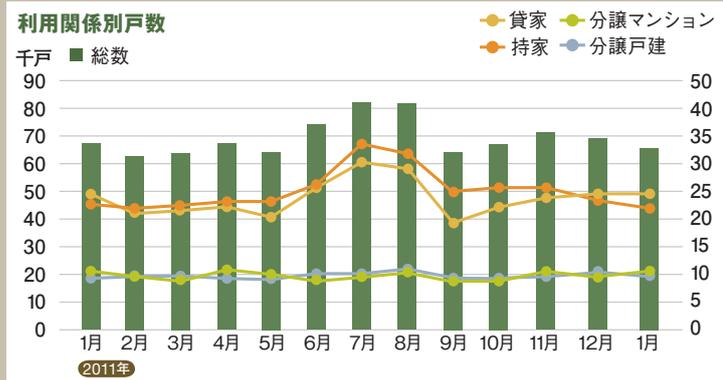


kenzai-monthly@sfc.co.jp

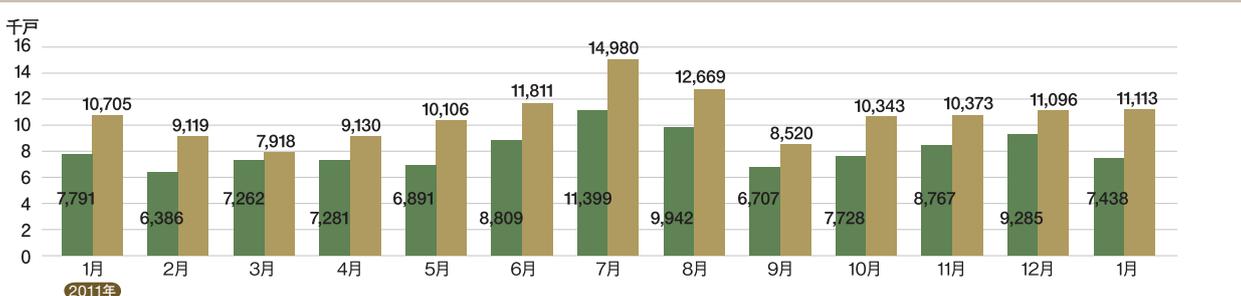
住友林業株式会社 木材建材事業本部 事業開発部 (片岡・齋藤)

【2012年1月の新設住宅着工】 △は減

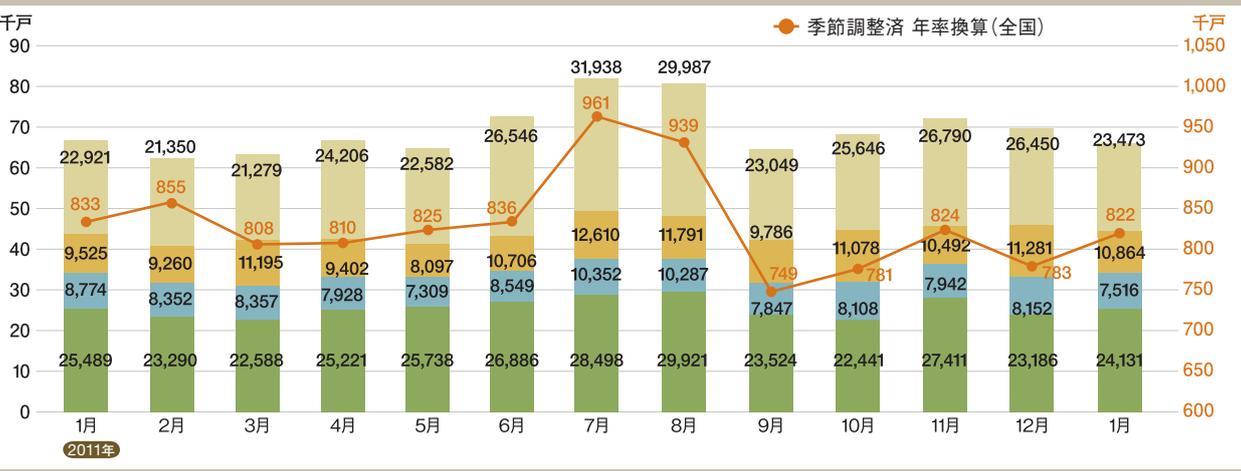
		1月				12月	11月	10月	
		対前月比 (戸) (%)		対前年同月比 (戸) (%)					
新設住宅計		65,984	△3,085	△4.5	△725	△1.1	69,069	72,635	67,273
建築主別	公共	905	416	85.1	△201	△18.2	489	1,674	894
	民間	65,079	△3,501	△5.1	△524	△0.8	68,580	70,961	66,379
利用関係別	持家	21,687	△2,809	△11.5	△612	△2.7	24,496	25,849	25,581
	貸家	24,256	△424	△1.7	267	1.1	24,680	24,446	22,904
	給与住宅	228	△142	△38.4	△290	△56.0	370	1,355	342
	分譲住宅	19,813	290	1.5	△90	△0.5	19,523	20,985	18,446
	うちマンション	10,167	985	10.7	△268	△2.6	9,182	11,105	8,775
	うち戸建	9,594	△667	△6.5	217	2.3	10,261	9,751	9,530
資金別	民間資金	57,476	△2,036	△3.4	1,069	1.9	59,512	61,709	57,827
	公的資金	8,508	△1,049	△11.0	△1,794	△17.4	9,557	10,926	9,446
	公営住宅	883	458	107.8	△37	△4.0	425	1,500	794
	住宅金融機構融資住宅	4,649	△809	△14.8	△1,581	△25.4	5,458	5,046	4,833
	都市再生機構建設住宅 その他住宅	0 2,976	0 △698	- △19.0	△97 △79	△100.0 △2.6	0 3,674	0 4,380	12 3,807
構造別	木造	35,117	△5,421	△13.4	△623	△1.7	40,538	40,128	38,075
	非木造	30,867	2,336	8.2	△102	△0.3	28,531	32,507	29,198
	鉄骨鉄筋コンクリート造	388	194	100.0	△187	△32.5	194	698	329
	鉄筋コンクリート造	18,593	2,619	16.4	553	3.1	15,974	19,518	16,928
	鉄骨造	11,792	△469	△3.8	△465	△3.8	12,261	12,191	11,845
	コンクリートブロック造	66	△5	△7.0	15	29.4	71	66	60
	その他	28	△3	△9.7	△18	△39.1	31	34	36



**2×4、プレハブ
新設住宅戸数**



**都市圏別
新設住宅着工数**





住友林業の有料老人ホーム

●株式会社フィルケアは、住友林業グループの有料老人ホーム運営会社です。

フィルケアは「グランフォレスト」、「エスペランサ」という2つのブランドで、現在、関東圏と関西圏の各地に10箇所の「住友林業の有料老人ホーム」を運営しております。「本当の家族のように寄り添う介護」を理念に、プライバシーをきちんと尊重しながらも我が家のようにほっとする安らぎで、その方らしい毎日をお届けしております。

●安心と充実のサービス

フィルケアでは、きめ細やかな介護サービスをご提供するため、健康管理やお食事、その他サービスを一貫しておこなえるユニットケア体制をとっています。皆様ひとりひとりの安心で生き生きとした毎日のために、フィルケアは、細やかで家庭的なケアでお手伝いいたします。

●あなたの街の住友林業の有料老人ホーム



グランフォレスト目白

池袋からほど近い好立地。
活気溢れる街でゆとりある日々をお届けします。

所在地 東京都豊島区南長崎 2-19-7
総居室数 30室 全室介護居室 / 個室 30室
交通 西武池袋線「椎名町駅」徒歩4分



グランフォレスト神戸六甲

雄大な六甲山を仰ぎ見る神戸らしい街で
快適な日々をお届けします。

所在地 兵庫県神戸市灘区中郷町 3-3-7
総居室数 59室 介護居室 / 個室 40室
一般居室 / 個室 19室 (全室2人入居可能)
交通 JR神戸線「六甲道駅」徒歩8分



グランフォレスト水川台

温かみのある木材をふだんに使用。
共有スペースは木のぬくもりを感じられ
健やかにお暮らしいただけます。

所在地 東京都練馬区水川台 4-46-12
総居室数 46室 全室介護居室 / 個室 46室 (うち2室2人入居可能)
交通 東京メトロ有楽町線「水川台駅」徒歩7分



グランフォレストしずおか葵の森

広大な自然に囲まれ、歴史的情緒が漂う街。
豊かな住環境の中で生き生きとした日々をお届けします。

所在地 静岡県静岡市葵区柳町 185-2
総居室数 63室 介護居室 / 個室 42室 (うち6室2人入居可能)
一般居室 / 個室 21室 (うち3室2人入居可能)
交通 「静岡駅」バスで約15分「柳町」「安西5丁目」バス
停から徒歩5分



エスペランサ相模原

日常に彩りをもたらす自然に囲まれたのびやかな街でぬくもりある日々をお届けします。

所在地 神奈川県相模原市南区下溝 343-1
総居室数 50室 全室介護居室 / 個室 50室
交通 JR相模線「原当麻駅」徒歩14分



エスペランサ武蔵小杉

快適な都市空間と彩り豊かな自然が融合する街でつづろぎの日々をお届けします。

所在地 神奈川県川崎市中原区下沼部 1894-2
総居室数 40室 全室介護居室 / 個室 40室
交通 JR南武線「向河原駅」徒歩約5分



エスペランサ川崎

豊かな住環境に包まれた新しい魅力が輝く街でゆとりある日々をお届けします。

所在地 神奈川県川崎市川崎区榎町 2-2
総居室数 40室 全室介護居室 / 個室 40室
交通 JR東海道本線「川崎駅」徒歩10分



エスペランサ南小岩

活気ある商店街と緑豊かな街で
生き生きと潤いに満ちた日々をお届けします。

所在地 東京都江戸川区南小岩 4-17-6
総居室数 18室 全室介護居室 / 個室 18室
交通 JR総武本線「小岩駅」徒歩15分



ふじロマンス (小田原)

温暖な気候と豊かな文化の街で、のびのびと笑顔あふれる温かい日々をお届けします。

所在地 神奈川県小田原市多古 712
総居室数 60室 全室介護居室 / 個室 60室
交通 伊豆箱根鉄道大雄山線「五百羅漢駅」徒歩5分



エスペランサ登戸

周辺には緑あふれる公園があり、
四季折々の豊かな自然環境は穏やかで安らぎのある日々をお届けします。

所在地 神奈川県川崎市多摩区登戸 3262
総居室数 38室 全室介護居室 / 個室 38室
交通 小田急小田原線・JR南武線「登戸駅」徒歩5分

お電話での
お問い合わせは
フリーダイヤルへ



0120-546-366

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

sumirin

住友林業グループ

株式会社フィルケア

〒226-0011 神奈川県横浜市緑区中山町219 ル・チードビル5階
TEL: (045)937-1205 FAX: (045)929-3779



ミックス
責任ある木質資源を
使用した証
FSC® C017982