ZENIYAを展開

メーカー発掘、商品開発の機会にも

ナイス

ナイス（横浜市、杉田理之社長）のオリジナルブランド「ZENIYA」は、建材・住設メーカーなどが持つ商品をラインアップに入れていないことが特徴だ。

「仕入れ先があっての流通業だ。既存の市場で食い合いしない」（同社）との思いから、製造のプロが多い中小企業の営業面を同ブランドが担う形で、商品開発や商品群の拡充に取り組んでいる。

この一方、床下点検口や養生テープなど汎用品でありながら選択肢が多い商品については、資材のプロである同社の目を入れた厳選商品を同ブランドに取りそろえたうえで、性能の違いを明確に表示する。

例えば、養生テープでは弱・中・強といった粘着力別、あるいは布やビニールといった素材別で容易に選択できるようにしている。

これにより、顧客は膨大な商品のなかから選択する手間を省くことができる。

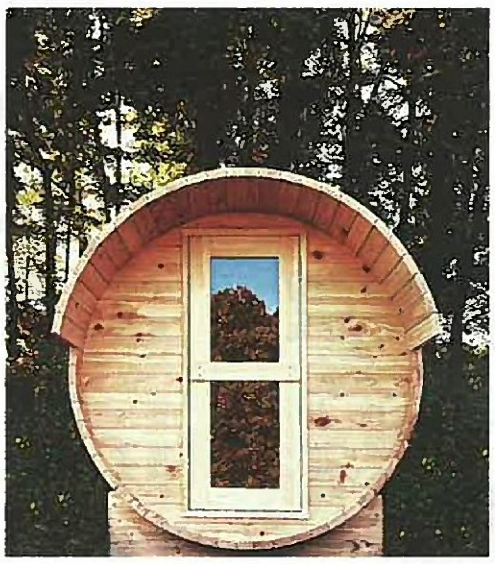
同ブランドの展開では、木と建材の融合も意識しているという。

11月には樽を転がしたようなデザインが印象的な木の小屋「Barrel Cabin（バレルキャビン）」の正式発売を予定している。また、同月にはホテルや宿泊施設需要の高まりをにらみ、日本伝統美を肌で感じられる桧浴槽「WOOD BATH」を公開する。

品目数が多いIoTドア・窓センター機器では屋外カメラやエアコン制御などの選択を可能にしている。

輸入建材は国内在庫に絞った提案をしている。短納期を求められる現場事情を考慮したものだが、ハンス・グローエの水栓とメイスイの浄水器を組み合わせた提案など、オリジナルブランドならではの提案も光る。

意外なものでは酸素カプセルなども取り扱う。福利厚生に活用でき、業界を問わず販売できる商品でもある。



木と建材の融合にもこだわり、新商品を発掘・開発している

「住実」ブランドを確立

商品企画も推進

ジューテック

ジューテック（東京都、花上稔社長）は、オリジナルブランド「住実」の売上高100億円が射程に入ってきた。同ブランドは2015年にスタートし、20年7月にリニューアルした。

リニューアル前は年間11億4000万円だった売上高が、今年4～9月で47億円を上回る見通しとなった。さらに、リニューアル前はトイレなど設備系のウエートが高く住実商品の4割ほどを占めていたが、リニューアルを機にした商品拡充や商品開発により、2割ほどに構成比率が下がったという。

単に商品アイテム数が増えているのではなく、同ブランドでは新たなニーズをくみ取った提案に力を入れている。この一例として、新たなカテゴリーに追加した「住実eco」が挙げられる。

カテゴリーを設け、顧客が商品選択をしやすくするだけでなく、カテゴリーを新設することで、環境配慮型商品市場の裾野を広げていく狙いもある。

9月には同カテゴリーの下、「シラカバフロア」を発売。同社初のアップサイクル商品で、シラカバの価値を見直し、有効活用する取り組みとなっている。また、床材商品では住実ブランド下で「グランプレシャス」「ネクストプレシャス」「シラカバフロア」の3品目を独自に展開することとなり、商品選択の幅が大きく広がった。

さらに、今月からはecoに「オールジャポン構造用合板」「FPベース」「防虫処理複合構造用合板」の3品目を追加した。

住実では「ZEH・レジリエンス」のカテゴリーも設けており、住実を基盤に社内で横断的な取り組みも進めている。各部署が連携しながら、断熱等級5、6への対応や太陽光発電設備導入などの提案を進めている。

9月15日付の「ジオリーブグループ」へのグループ名変更に伴い、住実商品のブランドロゴも全面的に刷新。ロゴの位置にまでこだわり、住実ブランドの構築に取り組んでいる。

新カテゴリー「住実eco」の商品も続々と追加している

解体工事へ参入を計画

アスベスト調査にも対応

ナカザワ建販

ナカザワ建販（大阪府和泉市、中澤秀紀社長）は、住宅ストックが増加している状況に対し、解体工事やアスベスト調査などの体制づくりを進めている。

同社は、都市部では更地での新築が難しくなっているため、解体工事を伴う建て替えが主流になっていくことを想定。また、1日から解体、改修工事時にアスベストの有資格者による事前調査が義務化された。同社はこれに対応するためハウスプラス住宅保証、東京電力ホールディングス100％子会社の東京パワーテクノロジーと連携し、アスベストを分析する体制をつくった。

ナカザワ建販は、アスベストを含有する建材を使っていると想定される物件5棟を購入し、アスベスト含有建材を含む解体工事に実際に取り組んで課題を抽出。石綿含有建材調査者の資格も社内で7人が取得した。

実際に壁の下地などにアスベスト含有建材が使用されている場合は、防護服を着て、剥離剤を使い壁を削る作業があり、足場空間を密閉するように養生して作業するなど、極めて慎重な作業を必要とする。さらに作業記録は40年間の保管義務がある。

同社は体制構築を進める一方で、住宅、不動産業界での認知が進んでいないことで、10月から取引先の経営者を訪問し、ヒアリングを行っていく。

まずは大阪から事業化を検討しているが、どれほどの需要があるのか見通しにくいという。同社は「アスベストによる健康被害は長い時間がたってから発症することもあり、衣服などに付着したものを家族が吸い込むなど、そのリスクは高い。アスベストに対する規制強化を知り、しっかり取り組んでいく必要がある」と話している。

このほか、大工不足を見越したパネル事業でも、ネックとなるサッシの重量化への対応を図り、サッシ付きのパネルである「ネオスマートパネル」などの普及に取り組んでいる。

パネル工法の施工現場

OSB makes... 和以美 SINCE 1932

since 1870 ikuta corporation 株式会社 イクタ

TOTO ようこそ、光のキッチンへ。 THE CRASSO ザ・クラッソ TOTOホームページ https://jp.toto.com

総合空間創造企業 VENICHU 株式会社 紅中

地球環境に配慮した化粧板の未来を創造する 株式会社クトクコーポレーション 株式会社クトクマーケティング http://www.kutok.co.jp/marketing/

合板加工の開発工場 SEN-EI 株式会社センエイ since 1973

北恵株式会社 キタケイ 快適な住まいづくりを応援する

木のぬくもりを暮らしの中へ WOODONE https://www.woodone.co.jp

地球を、クマなく想う。 FUKUVI FUKUVI SUSTAINABLE PRODUCTS Fukuvalue フクビ化学工業株式会社

暮らしの中に のぬくもりを 村上木材 1894 株式会社