

月刊

建材

ナビ

特集：安全・安心、節電・省エネ、
バリアフリーをキーワードに
高機能化を進める自動ドア市場

特集：マンション用玄関ドアの旺盛な需要に
支えられて2ケタ成長の
軽量鋼板ドア市場



6月号
No.187

さまざまな空間をつなぐ寺岡自動ドア

安心して通行できる自動ドアをめざして・・・



社会に貢献し未来をひらく・・・

寺岡オートドア株式会社
<http://www.teraoka-autodoor.co.jp>

ミルト出版会

〒182-0023 東京都調布市染地3-1-87

ト-1-407号

☎042-484-4507

FAX 042-484-4509

発行人 堤 祥行

年間購読料 30,000円 (送料・税込)

建材 navi 6月号-No.187 目次

特集 安全・安心、節電・省エネ、バリアフリーを
 キーワードに高機能化を進める自動ドア市場 6

特集 マンション用玄関ドアの旺盛な需要に
 支えられて2ケタ成長の軽量鋼板ドア市場 13

[環境・健康建材コーナー] 2

[新製品・新技術情報/業界の動き] 18

© Miruto Shuppankai Ltd.2014 無断転載・コピーを禁ず

建材市場動向、環境・健康・景観建材情報をお手元に!!

FAX:042-484-4509までお申し込みください

キリトリ

月刊「建材navi」購読申込書

月刊「建材navi」を平成26年(2014年) 号(月号)より1年間購読します。
 (年間購読料/送料・税込30,000円)

貴社名		部署		ご芳名	印
送付先				☎	
				FAX	

【環境・健康建材コーナー】

四国化成工業

「2014 空間デザイン
コンテスト」の応募作品募
集中、応募 10 部門に拡大、
締切 8 月 29 日 (金)

四国化成工業 (山下矩仁 専務
長・CEO) は、「2014 四国化成
空間デザインコンテスト」の応募
作品を募集中。21 回目となる今
回は、名称を「空間デザインコン
テスト」と改めて、応募部門も 10
部門に拡大された。応募締切は 8
月 29 日 (金)、結果発表は来年 1
月初旬の予定。

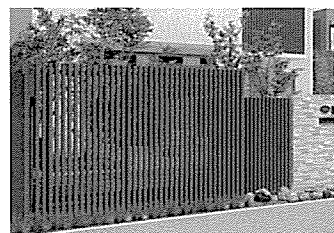
応募部門は、アードウォール、
車庫まわり、門まわり、庭まわり、
アーチウェイ、サイクルポート、大
型門扉、景観フェンス・手すり、
内装材、外装材・舗装材の計 10
部門。

住宅エクステリア分野、景観エ
クステリア分野、内装材・外装材
・舗装材分野からグランプリ (副
賞商品券 30 万円) 各 1 点をはじめ、
全部門から各 1 点ずつゴールド (同
10 万円)・シルバー (同 5 万円)・ブ
ロンズ (同 3 万円) を決定する。
そのほかにもグッドアイデア賞 (全
部門から 3 点)、エリア入選 (全部
門から 35 点) が選出されるなど、
これまで以上に受賞作品を増やし
ている。

応募資格は、エクステリア、外
装、舗装、内装の設計に携わる
法人・個人で、過去 1 年間に同社
商品を使用した現場。応募は We
b から可能。

木調フェンス「アレグ
リアフェンス」「アレグ
リアフェンス TL」新発売

四国化成工業は、住宅エク

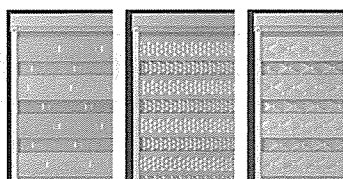


テリアの木調フェンス「アレグ
リアフェンス」「アレグリアフェンス T
L」を新発売した。

特長は、本体と支柱に木調ラ
ミネート加工を採用すると共に
キャップやネジも同色で統一した
ほか、フェンス裏面の仕上がりな
ど細部にこだわった意匠。

高さ 600～1200mm の「アレ
グリアフェンス」4 デザイン×各 3 色。
高さ 1600～2000mm の「アレ
グリアフェンス TL」5 デザイン×各 4
色 (木調 3 色+ステンカラー 1 色)。

独自のプレス加工で意匠化
されたルーバー材採用
「ルリエフェンス」
横ルーバータイプ追加



ルーバー材に独自のプレス加
工の意匠が施された「ルリエフェ
ンス」シリーズに、人気の横ルー
バータイプが追加された。サイズ
は高さ 600～1200mm の 4 サイズ
×幅 1998mm (自由支柱ピッチ
2000mm) で、多段支柱を使うと
高さ 3000mm まで対応可能。ステ
ンカラー・ブラックつや消しの 2 色。
ルーバー材のデザインは、スクエ
アドット・スクエア・ハンマートン・
ダイヤ・木目調の 5 パターン。

塀・門柱用壁掛けポスト
バリエーションを充実

壁掛けポストの上入れ上出しの
「アルメール WF 1 型」にパールシ
ルバー、パールホワイト、パール
ゴールド、ソフトブラウン、ソフト
グリーンを追加、ブラックと合わ
せて計 6 色のカラーバリエーショ
ン。また、上入れ前出しの「アルメ
ール WF 5 型」(化粧パネル付) には、
白色・炭色・藍色・山吹色・茜色・
栗皮色などのアクセントカラーを
品揃えする。

人気アコーディオン門扉「ALX
II」、高さ 5 サイズの品揃えに拡充

景観エクステリアの人気アコー
ディオン門扉「ALX 10 型 / 12 型
/ 14 型」を追加。H18・H16 に加
えて高さ 5 サイズのバリエーション
に拡充。

フラットレール、凸型レール、
キャスタータイプなど足回り 5 種
類のバリエーション。また、パン
タや格子下部に樹脂キャップを取
り付けたり、立ったまま操作でき
る落とし棒や大型ハンドルを採用
するなど、安全性と操作性を見直
した。

扉の先端にレールがないバリア
フリー対応の大型引戸「スタック
ライン NAL 型」。サイズ：高さ
1200～1800mm の 4 サイズ×開
口幅 3m～30m に対応。フラット
レールタイプと凸型レールタイプ。

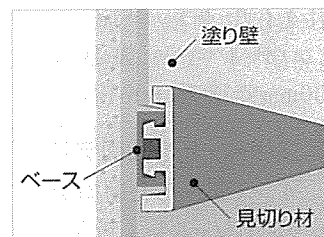
ハンドルレバーが握られていな
ければ本体が動かない独自のセ
イフティハンドルを採用した大型
引戸「ユニットライン GA」。新た
に 4 デザインを追加。高さ 1200

～1800mm の 4 サイズ。開口幅
3m～20m に対応。フラットレ
ールタイプと凸型レールタイプ。

* *
スタンダードな大型「ルーバ
ーフェンス ERF 2 型 / ERF 2S 型」
に 2 デザイン追加。それぞれカ
ラー 3 色・高さ 3 サイズ。

* *
手すり「セイフティビーム SB 型」
に、φ42.7mm に加えて φ38mm・
φ34mm の小径タイプ、2 段仕様
タイプを追加。

塗り壁の用途を広げる
「内装用見切り材」発売



「内装用見切り材」——塗り壁
の部分使いや額縁使いなど、従
来の塗り壁のイメージにない新し
い空間演出の提案ができる新ア
イテム。新築・リフォーム、一般住
宅からマンション、店舗などの見
切り材、出隅・入隅、

巾木に使用。カラーは、シルバ
ーつや消し・パールブラウン・ラ
イトブラウン・マロンブラウン・セ
ピアブラウンの 5 色。

アルミ製「サイクルポー
ト VF-R / V-R」に耐積
雪 50・100cm 相当追加

スタンダードデザインのアルミ製
「サイクルポート VF-R / V-R」
に、積雪 50cm 相当の 1500 N /
㎡と、積雪 100cm 相当の 3000 N
/㎡の高強度タイプを追加した。

本体カラー：ステンカラー・ブラッ
クつや消し・ブロンズの 3 色。目
隠しパネル付きのクローズタイプ
と開放感あるオープンタイプ。

LIXIL

「エクステリアコンテ
スト 2014」作品募集中
応募締切 7 月 22 日 (火)

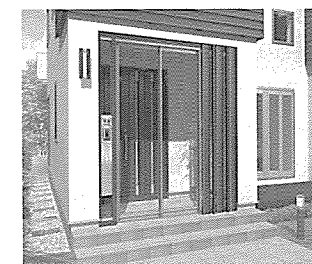
LIXIL (藤森義明社長) は、
「LIXIL エクステリアコンテスト
2014」の作品を募集中。応募の
締め切りは 7 月 22 日 (火)。

昨年は LIXIL のエクステリア
商品を採用した全国 2083 店の販
売施工店から 7129 作品の応募が
あり、大賞から入選賞まで計 337
作品が表彰された。

募集部門は、A：門まわり・車
庫まわり、B：自然浴エクステリア、
C：パブリック空間、D：エク
ステリアリフォーム、E：エク
ステリアと家族の幸せの計 5 部門。A～
D 部門の金賞の中から大賞 1 点
(副賞 30 万円相当) を決定するほ
か、各部門の金賞各 1 点 (同 10
万円相当)、銀賞 12 点 (5 万円相当)、
銅賞 22 点 (1 万円相当)、入選賞
多数 (グルメカタログ) が表彰され
る。E 部門は施主と応募店が対
象でニコニコ大賞 1 点、ニコニコ
賞 5 点が表彰され、応募者全員
に参加賞が贈呈される。応募は
インターネットまたは応募用紙から。
アドレス [http://www.lixil-
extcontest.com/](http://www.lixil-extcontest.com/)

風除室+α 空間を創造
エントランスルーム
「ツインガードⅢ」発売

LIXIL は、風除室にエント
ランス機能を付加しデザイン性を
高めた新空間を演出するエントラ



ンスルーム「ツインガードⅢ」を、
トステムブランドから 6 月 1 日全国
発売を開始した。

「ツインガードⅢ」は、玄関ドア
の開閉による風の吹き込みや花
粉、埃、冷氣などの室内への侵
入をふせぐだけでなく、自転車や
ベビーカーなどが置けるプラス α
空間が付加されたことが特長。

エントランスの形状・用途に合
わせた I 型・L 型・C 型・外付け
I 型の納まりを用意。バリエーショ
ンは、上吊りタイプに「袖付 2 枚
引」「ハンガー引戸」、スタンダ
ードなレール付タイプの計 3 種類。

「上吊り袖付 2 枚引」には、木
目調化粧材・デザインパネル木目
調にクリエカラー 4 色・形材色 5
色、格子デザイン 3 種類を用意。
オプションでファンクションパネル
の追加も可能。参考セット価格：
I 型納まり・ランマなし・MH
2606×W2000mm で 47 万 2300 円。

サインにディズニーの
「プリンセスクリスタル
サイン」や「江戸硝子サ
インナチュラルタイプ」

LIXIL
は、門まわり
商品「サイン」
のラインアッ
プを拡充し
た。



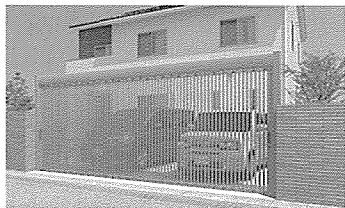
新日軽ブランドで人気の「ディズ

ニーシリーズ」サインに、大人のディズニーの世界観を表現した「プリンセスクリスタルサイン」(スワロフスキー・エレメント・LED照明の取り付けも可能) 3デザインと、「ミッキーシルエットサイン」(ステンレス) 4デザイン・2色を追加。

TOEXブランドから洋風テイストの「江戸硝子サインナチュラルタイプ」(3色)と、切文字フォントの「アルファベットサイン」(ステンレス・ブラック)を4月1日から発売を開始した。

三協アルミ

業界初の左右両方から開閉可能なダブルオープン式のスライディングゲート「ライアーレ」



三協立山株式会社・三協アルミ社(蒲原彰三社長)は、業界初の左右両方から開閉可能なダブルオープンタイプのスライディングゲート「ライアーレ」を新発売した。「ライアーレ」はダブルオープンタイプの採用により、扉たみ代の後方に駐車していたバイクの出入りをスムーズに行なえる、また2台以上駐車の場合にあった扉たみ代のデッドスペースを解消しゆったりと駐車できるといったメリットがある。

枠と扉のカラーは、サンシルバー・アーバングレー・ダークブロンズの形材仕様、トラッドパイン・チョコメイブルの木調仕様で組み合わせも可能。ガーデンスクリー

ン「M.グローリア」との直接連結も可能。標準1台用・ワイド2台用。手動タイプとリモコン電動タイプを用意。参考価格:1台用・形材仕様・手動タイプで63万円〜。

車庫前用の引戸門扉「ラグード」を新発売



引戸門扉シリーズの統廃合を行ない新たに車庫前用の引戸門扉「ラグード」を新発売した。

「ラグード」は、本体扉にアルミ形材タイプ・木調タイプの横細格子・縦細格子・横太格子・縦太格子など全9デザインを用意。片引き・両引き・開き戸付き・両引き親子の各タイプ。

特長は、ハンドルタイプの把手、道路側にディンプルキー・家側に着脱式ツマミサムターンの標準装備、扉の跳ね返りをふせぐラッチ機構、安定した走行のレールタイプ(ステンレス・スチール)、片引きタイプにリモコン操作可能な電動タイプの設定など、操作性と防犯性に配慮している。参考価格: I型(形材タイプ)・片引き・手動・スチールレール、W 2500×H 1200mmで22万1000円〜。

高意匠のガーデンスクリーン「エルファード」シリーズに高尺タイプや門扉フェンスを追加

2010年新発売以来、好調なガーデンスクリーン「エルファード」シリーズに、高さ3000・2550mmの高尺タイプ、正面からの視

線を抑える角度格子タイプ、またスクリーンとコーディネート可能な形材門扉・フェンスなどの新アイテムを追加しバリエーションを強化した。

その新商品体系は、1600・1800・2000・2550・3000mmの5サイズ。本体扉に形材・木調の全10タイプ。高尺タイプに対応したランマくぐり戸仕様を揃えた形材門扉(両開き・片開き)、ブロック納まりの形材フェンス(両面・間仕切り支柱)の「エルファード」などで構成する。耐風圧強度34m/s。「エルファード」M5型の参考価格:角度格子・片面・フリー支柱タイプ、トラッドパイン×アーバングレー、W 1996×H 1800mmで18万4600円。

屋根枠・桁を曲面デザインで統一した新型テラス「シャルレ」新発売



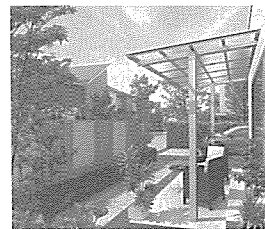
住宅ファサードにも調和する新型テラス「シャルレ」を発売した。屋根枠や桁を曲面デザインで統一し、シャープさと一体感あるフォルムが特長。

アルミ3色に木調色を設定して人工木デッキ「ひとと木2」とのカラーコーディネートも可能。屋根パネルは、ポリカーボネート板・熱線遮断ポリカーボネート板・熱線遮断FRP板。一般地域型(耐積雪20cm相当)600タイプ・積雪地域(50cm相当)1500タイプ。

オプションに「パッシブ日除け」や「前面パネル」「竿掛け」「雪除けカバー」を用意。

YKK AP

外壁工事不要のテラス屋根「エフルージュグランZERO」、サイクルポート「エフルージュグランミニZERO」発売



YKK AP(堀秀亮社長)は、外壁工事が不要のテラス屋根「エフルージュグランZERO」と、その展開商品サイクルポート「エフルージュグランミニZERO」を4月1日から発売を開始した。

「エフルージュGran ZERO」は、躯体から独立したT字構造で、どのサイズも柱の中心線からの張り出し量を1m以内に抑えているので、多くの地域で建築面積が不算入になることが特長。

また、用途が自動車車庫や駐輪場部分の場合、延べ床面積合計の1/5以内に限って、延べ面積の算入から除外されるので、容積率が少ない物件に有効。

屋根のフレーム形状やカラーバリエーションは、カーポート「エフルージュ」シリーズと統一されている。オプションにすき間ふさぎ材、独立型前面パネル・側面パネルを用意。屋根材にポリカーボネート板・熱線遮断ポリカーボネート板・熱線遮断FRP板(DR認定品)。耐積雪強度600N/m²(20cm相当)・耐風圧強度38m/s相当。

元旦ビューティ工業

断熱材の厚みを自由に選べ、簡単施工で職人不足解消に貢献する元旦化粧バリヤ「元張II」

元旦ビューティ工業(鈴木亮亮社長)は、建物の性能目的にあわせて断熱材の厚みを自由に選べて、簡単施工で職人不足の解消にも貢献する、元旦化粧バリヤ「元張II(ガンバリ)」の全国展開を4月1日から開始した。

すがもり対策の決定版高防水・高強度・キャップレス簡単施工の新縦葺き屋根「TRX 6型」



人手不足対策に最適な高防水・高強度・キャップレスの新縦葺き屋根「元旦TRX 6型」——アルミ押出形材製の左右対称吊子に、美しい直線ラインのTRX本体をワンタッチ施工できる新嵌合式技術を開発・採用した。屋根面からハゼの嵌合部が高い位置にあるほか、パッキングゴムとビス締めによりハゼの気密性を高めて融雪水の浸入を防ぐ、すがもり対応の高防水(寒冷地仕様)。

「元張II」は、熱変形を起こしにくい断熱材(ビーズ法ポリスチレンフォーム)を採用し、標準厚20mmを基本に性能要求に応じて厚60mmまで自由に選択できることが特長。熱貫流率:20mm仕様1.551W/(m²・K)、60mm仕様0.539 W/(m²・K)。

また、新築・改修の壁面・軒天などさまざまな部位に美しく簡単施工で納めることもできることも特長。出隅、入隅、役物が充実しているほか、表面意匠にリブ無し・リブ有り、オプションにドロ目・杉目などを品揃えする。

ALC改修(外断熱工法)にも対応し建物の耐用年数を延ばすことも可能。通常の塗装工法に比べて、大幅に建物の意匠と耐久性の改善を図れる。

本体:カラーガルバリウム鋼板0.5mm(オプション0.6mm)とカラーアルミ0.5mm。標準寸法:有効幅228mm・有効長さ

自由な発想・設計の最先端デザインを実現する「元旦軒先システム」

自由な発想・自由な設計に対応する「元旦軒先システム」——最先端の軒先デザインを実現可能にした物件対応型の新商品。これまで難しかった自由な発想・設計の軒先ディテールを元旦のノウハウを駆使して実現するもので、新開発以来、高い評価を得ている。元旦スチール防水樋を採用した横葺き屋根・縦葺き屋根の新軒天システムや化粧軒天仕様など。

安全・安心、節電・省エネ、バリアフリーを キーワードに高機能化を進める自動ドア市場

昨年度(2013年度)の産業用建築物着工床面積は、5625万7632㎡、前年比8.1%増加した。用途別には、事務所609万4000㎡(0.5%減)、店舗835万㎡(12.3%増)、工場及び作業場803万7000㎡(5.2%減)、倉庫702万8000㎡(8.5%増)、学校の校舎480万㎡(4.6%増)、病院・診療所415万3000㎡(11.5%増)、その他1779万4000㎡(16.9%増)の実績。

事務所が横ばいで推移した以外、店舗、病院・診療所が2ケタの伸び、倉庫もおおしく伸ばしている。用途別にみて、医療、福祉用建築物は1111万2000㎡と前年比20%増と拡大した。卸売業・小売業用建築物1020万9000㎡(前年比12.7%増)と共に非居住用建築物の増加を支えている。

* *

「全国自動ドア協会」は今年4月に創立40周年を迎えた。1973年に加盟10ブランドでスタート、1991年に生産台数(13ブランド)17万3942台、据付台数15万3710台のピークを迎えた。その一方でリーマンショックにより2008年前年比14.2%減少、翌年2009年にはさらに8.2%減少に見舞われた。2014年現在ブランド数も8ブランドに減少しているが、昨年度、今年度とも14万台をキープする見通しで、事実上、世界一の自動ドア大国に成長を遂げたとの見方を明らかにしている。

自動ドア業界は、バブルと不況を繰り返す市場の動きの中で新規用途開発に重点を置き、急激な縮小を回避してきた。こうした不況時への対応力の高さが自動ドア業界の特長のひとつであり、大きな強みとなっている。

**店舗、医療・福祉施設向けを中心に
微増つつも、リーマンショック以
前の水準回復にはまだ時間が必要だ**

「全国自動ドア協会」に加盟する8ブランドと製造/販売会社——◆アラビアン：北陽電機/北陽電機。◆ショウワオート：昭和オート/昭和オート。◆THUハシダ：橋田技研工業/橋田技研工業。◆テラオカ：寺岡オートドア/寺岡オートドア、寺岡オートドアシステム、寺岡ファシリティーズ。◆ドリーム：扶桑電機工業/扶桑電機工業。◆ナブコ：ナ

ブテスコ/ナブコシステム、ナブコドア、オリエント産業。◆ビスコ平安：平安通商/平安通商。◆ミリオン：昭和建産/三和シャッター工業の8ブランド。そのほかにも有力ブランドとして、◆日本自動ドア：日本自動ドア/日本自動ドア。◆ヤヌス自動ドア、◆ソリックらが市場を形成している。

* *

自動ドア業界は、「安全・安心」、「バリアフリー」対応、「節電・エコ」対応を大きな柱に事業を展開する。

「安全・安心」対策では、「自動ドア安全ガイドライン(スライド式自動ドア編)」の発行や安全対策の周知活動を進めている。最近の「バリアフリー」対応では、「多機能トイレ用自動ドア安全ガイドライン」の発行と研修会を通じての新商品開発に力を注いでいる。

東日本大震災以降、「節電・エコ」対策が業界全体の大きな関心事となった。とくに震災直後、節電対策と称して自動ドアの運転を取りやめるような事例が起きたために、自動ドアの運転は僅かの電気代で済み、手動式に変えることによって生じる開けっ放しによるエネルギーロスのほうが高くつくとのキャンペーンを実施している。

同時に自動ドアメーカー自体も、開閉装置自体の高性能・省エネ化をすすめると共に、不要な開閉を控える新たな制御システムの開発・採用を積極的にすすめている。そうした「節電・エコ」の視点立った新たなシステム商品が、自動ドアの潜在需要の掘りおこしに貢献しているといえよう。

**販売台数約15万台と微増、ナブコ
約8万台、テラオカ約3万台、ド
リーム1万3000台、ミリオン約1万
1000台、日本自動ドア約9400台**

2013年度の自動ドア販売台数は約15万~16万台と推定される。2010年度以降、前年比微増がつづいているが、2008年リーマンショック前の水準にはなかなか戻せていないのが現状。自動ドアの需要を喚起する新商品開発と、取替需要の取り込みが各ブランド共通のテーマになっている。上位ブランドの動きをみていく。

ナブコグループは、国内向け7万0500台、海外向け1万台の計8万0500台と、8万台の大台を堅持、シェア50%を超える。昨年8月、同社の生産技術とスーパーディーラー3社の販売・保守メンテナンスの強力なネットワークを背景に自動ドア生産200万台を達成した。とくに大型プロジェクトを含むビル向けではシェア70%を超え、その強さは際立っている。そのほかの店舗用、工場・産業用、海外向けでもトップシェアをキープし、世界ナンバーワンのポジションを強化しつつある。

テラオカグループは、国内向け3万0750台、海外向け3000台の計3万3750台と、3万台の大台をキープし、シェア22%を占める。テラオカもビル向けのシェア25%を占めており、ナブコと共にビル向けの大部分をカバーする。最近是一般店舗向けの販売拡大に本格的に取り組んでおり、その成果が期待される。

第3グループは販売台数約1万台で3社がほぼ並んでいる。ドリームは、国内向け1万2800台、海外向け200台の計1万3000台と推定される。特定用途向け自動ドアの工場・産業用を得意としているが、最近の用途別販売割合では一般店舗向けが40%を占め、工場・産業用、その他35%、ビル向け25%の比率。

ミリオンは、国内向け1万0830台、海外向け180台の計1万1010台と、1万台の大台に乗せると共に業界最高の前年比13.5%増の高い成長をみせた。三和グループ全体が自動ドアの営業を本格化させた成果が如実に表れている。とくに店舗向けの上位ブランドの一角を形成している。

日本自動ドアは、国内向け8940台、海外向け390台の計9330台と1万台の大台に迫る。一般店舗向けが65%と主力に変わりはなく、ビル向けが25%と増加し、マンション向けを含めると販売全体30%を超えていることが大きな特長といえる。キッズデザイン協議会のCSD認証を取得した安全・安心な開閉装置の設計・開発プロセス、施工・保守・メンテナンスの設計・開発プロセスを取り入れている。

THUハシダは、国内向け4340台、海外向け2340台の計6680台と、海外向けの販売比率が販売全体の35%に達している。また、用途別には工場・産業用が60%を占め、産業用自動ドア、重

量用自動ドアを主力商品として展開する。

**ビル用約51%、店舗用約36%、
工場・産業用約13%の比率、取
替需要の販売比率30%台に拡大
関東・甲信越圏向けに40~45%**

6社の販売傾向をみていく。用途別には、ビル用・その他(マンション等)が約51%、店舗用約36%、工場・産業用約13%の販売割合。マンションを含むビル向けが3ポイント減少し、店舗用が1ポイント、工場・産業用2ポイントそれぞれアップしている。ビル向けはナブコ、テラオカの2ブランドの動きに左右されるが、自動ドア販売全体の50%前後を占める状況は変わらない。

一般店舗向けのシェアは、ナブコ約40%弱、テラオカ約20%強、ミリオン約16%、日本自動ドア約12%を占める。上位2社との差がビル用ほど大きくないことが特徴。

工場・産業用は、ナブコ約36%、ドリーム約24%、テラオカ約18%、THUハシダ約15%のシェアを占める。また、海外向けはナブコが圧倒的におおく約62%を占める。テラオカが約19%、THUハシダ約15%で続いている。

各ブランドが力をそそぐ取替需要の販売比率は、ナブコが36%と、これまでの販売実績を活かして4割に迫っている。テラオカ、ミリオンも約30%と比率を高めている。施主との直接契約率をアップして、新設時のような価格競争を避けることが必要といわれる。

特定防火設備用自動ドアは、テラオカが業界随一の商品構成力を活かして約900台と圧倒的におおい。ミリオン約200台、ナブコ約100台強の実績。一方、防火設備用自動ドアは、ナブコが約1400台強と他を圧倒する。テラオカ、ドリーム、日本自動ドアがそれぞれ約300台、ミリオン約200台、THUハシダ約150台の実績。

地域圏別には、各ブランドとも関東・甲信越圏を軸にした展開で40~45%を占めている。そのほかの地域圏はブランドによって違いが出てくる。近畿圏と中部・北陸圏がそれぞれ15~20%、九州圏10%前後、中国・四国圏、北海道・東北圏がそれぞれ5~10%を占めるブランドおおいようだ。

三和シャッター工業／昭和建産

三和シャッターを軸にしたグループ 総合力を活かしたトータル受注活動で ビル用自動ドアの拡大に取り組む

【ブランド名：ミリオン】□重点商品——◆全開放型スライド式自動ドア（スライド式自動ドア機能に折りたたみ戸機能を組み合わせ戸袋側のスペースを最小限に抑えて大開口幅を実現）：「スペースメイクF」（アルミフロント内蔵納まり、重量30kg以下・幅350～750mm、片引き・引分け）／「スペースメイク」（アルミ・ステンレスフロント内蔵納まり、重量100kg以下×1枚・片引き、100kg以下×2枚、75kg以下×2枚・両引き）。

◆安全対策型自動ドア「SF×PD自動ドア」（昭和フロント）：室内側戸袋部に防護スクリーンを設置し安全性に配慮。スクリーンの戸先部には指挟み防止ゴムも取り付けられている。新設・既設対応。

◆ST制震オートドア「しずか君」（三和タジマ）：マンション等のエントランス向けの低振動タイプ。倉敷化工と共同開発したST制震アンカーを採用し、50～1000Hzの領域で発生する騒音を大幅に低減する。建物と自動ドアの固定部に使用されている制震ゴムが万が一、火災時に焼失してもドアの開閉に支障がないように設計されている。

◆特定防火設備：「ファイヤードオートドア」（耐熱板ガラス・ファイアライト5mm（8mm）+SUS304厚1.5mmヘアライン標準仕様）。◆防火設備：「アルミニウム合金製引き自動ドア」「耐熱板ガラス入り鋼製（スチール・ステンレス）自動ドア」。◆取替用：「M-フラット」（100見込対応。片引き・引分け、ドア重量40～120kgに対応）。

【最近の動き】自動ドア事業は、昭和建産を製造元に、三和シャッター工業を中心にした三和グループのトータル受注体制の一翼を形成する。そうした自動ドアを含むトータル受注として「愛知医科大学病院」がある。自動ドア350台をはじめ、SD1700枚、軽量鋼板引き戸「スムード」1800枚などが一括納入された。

「ミリオン」の用途別販売割合をみても、一般店舗向け75%、オフィス・病院・福祉施設等ビル向け10%、工場・産業向け10%、その他・居住向け5%と、一般店舗向けを主力に展開してきており、

今回の病院向け自動ドアの大量受注は初のケースといえる。

前年度の販売実績では1万1000台と、前年度比13.5%増の2ケタ成長で1万台の大台に乗せている。販売傾向をみると、最近重視されている取替需要の割合は販売全体の約30%、メンテナンス契約率12%の比率。また、防火設備用自動ドア約200台・特定防火設備用自動ドア約200台の計約400台と、前年度実績を大きく上まわった。

さらに地域圏別には、関東・甲信越圏の約45%を中心に、北陸・中部圏と九州圏15%ずつ、近畿圏と中国・四国圏10%ずつ、北海道・東北圏5%、海外向け僅少の比率。

寺岡オートドア

一般店舗フロアヒンジドアを自動 ドアへの改装ニーズに対応する「DDS ／100mm見付／新M3台板」新発売

【ブランド名：テラオカ】■新商品——◆「DDS／100mm見付／新M3台板」：コンビニエンスストアなど一般店舗のフロアヒンジドアを自動ドアへ改装するニーズに対応。既存のランマ部に配慮して無目の見付寸法100mmのスリムでコンパクトな納まりが特長。リニューアル需要向けの主力商品として拡販をすすめる。

■主力商品——◆「Fire Door 耐熱ガラス入りテラオカ特定防火設備」：自動ドア・扉・枠の開口部一式受注を展開する同社の主力商品のひとつ。業界屈指の商品バリエーションをセールスポイントに業界トップの実績を積みあげている。SUS304・スチール仕様、透明パイロクリア・透明ピラン仕様、自動ドア防火戸7機種・手動防火戸4機種・FIX3機種／「Fire Door テラオカ防火設備」（アルミ仕様）。

◆「テラオカオリジナルドア」：省エネ・空調・防音・気密・防犯などのニーズに対応する高機能自動ドア「スリムセナージ・ドア」。8mm厚強化ガラス+省エネシール（戸先・上フレーム・戸尻）仕様で気密性A-4等級が基本。縦フレーム見付25mmのI型／見付12mmのII型／バルガード装着のIII型／手指の挟まれにくいIV型／高さ3m超の大開口対応・縦フレーム見付20mmのV型を品揃え。

■重点商品（自動ドアに各種の起動装置を組み

合わせることで自動ドアの機能性を高めることを目的に開発されている）——◆ハンズフリー入退室管理システム「テラオカすいすいスルーS&M」：タグを携帯しドアに近づくだけで自動認証するハンズフリーシステム。病院や工場、倉庫など両手がふさがりがちな現場や、開口部のセキュリティを求めるマンションやオフィスビル向けに展開。「S」はハンズフリーアクセスとタッチアクセスの認証モード。「M」はハンズフリーモード・センサーモード・ボタンモードの3つの認証モード。

◆多機能トイレ用自動ドア「MFS-1」：角に丸みをつけた大きな曲面形状の優しいデザイン。パネル部LEDの発光と音で動作を確認できるスイッチサイン。操作手順・ドアの発光アシスト機能、抗菌塗装、操作音・点字表示などがバリアフリーに対応し設計が特長。

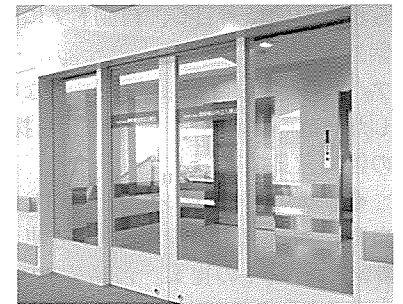
◆「SOVLCMシリーズ」：従来タイプよりも25%節電を可能にした新型エンジン。アルミフロント（70・100mm）向けの軽量タイプとビル向けの中量タイプを品揃え。◆アルミストアフロント用自動ドアユニット「ENTRARD（エントラード）」：従来タイプよりも30%節電できるアルミストアフロント向けの主力機種。冬場に開口幅を狭める設定や多目的トイレなどの人為的開閉の設定、ドアの開閉頻度が高まった場合、全開時間を自動延長する設定など、最新の制御システムを搭載している。

【最近の動き】自動ドアと各種の起動装置を組み合わせることで機能性にすぐれた最新の自動ドアシステムを開発・提案する業界を代表する自動ドアブランド。

用途別の販売割合をみても、オフィス・ホテル・病院・福祉施設などビル向けが50%を占める。1現場に大量の各種自動ドアが採用される病院や大型複合商業ビルなどに強い影響力をもっている。一般店舗向けは35%、工場・産業用10%、その他マンションなど5%の販売比率。工場・産業用が5ポイント増加した。

販売傾向をみると、取替需要が30%前後と推定される。ユーザー直販の取替需要の拡大に力を注ぐと共に、改装用自動ドアでリニューアル分野における新たな需要創出に取り組む。また保守・メンテナンス契約は20～30%と推定される。さらに、特定防火設備用自動ドアは約900台と業界最多の

寺岡・業界随一の実績を積み上げる耐熱ガラス採用の「テラオカ特定防火設備」、通常の自動ドア感覚で利用できる



実績を誇る。防火設備用自動ドアは約300台の実績。ステンレス製特定防火設備用自動ドアはビル分野の開口部トータル受注体制を支える最重点商品のひとつである。

地域圏販売は、関東・甲信越圏約46%を軸に、北海道・東北圏約16%、九州圏約11%、北陸・中部圏約9%、近畿圏約7%、中国・四国圏約3%、海外約9%の比率。

ナブテスコ株住環境カンパニー

通行者の状況に応じて引き戸とフル オープンに簡単に切り替えられる新タ イプ「スライドグライド」病院軸に拡販

【ブランド名：ナブコ】■重点商品——◆「Slide Glide（スライドグライド）」：通行者の状況に応じて、引き戸とフルオープンを手軽に切り替えて快適な通行を実現する2WAYドア。例えば、病院で少人数の通行には小開口（引き戸動作）で、ベッドやストレッチャー搬送など大きなものの通行には大開口（グライド動作）で対応する。病院に求められる基準をクリアした設置通路幅2800・2700・2600・2500mmの4タイプ。

◆多機能トイレ自動ドア用「HDS-4i押しボンスイッチ」：ユニバーサルデザイン的设计思想にもとづき、利用者のわかり易さ、押し易さを追及した新しい多機能トイレ用押しボタンスイッチ。操作ボタンが、音声ガイド付きで順次、操作音と共に点灯する利用者にやさしいアシスト機能を搭載。また公共トイレ操作系JISに倣い、目の不自由な方が触覚で認知しやすいように大径ボタン部を周辺より突起させ、点字をボタン上部に表示する設計などが特長。空港や鉄道などの公共施設に採用がすすめられている。

◆「ecoロスカ」：多くの昆虫が紫外線に引きつけ

られる習性に着目し、自動ドアに防虫効果の高い紫外線カット機能をもたせた節電・エコの快適なドア。携帯電話などの電波を遮らない特殊膜を使用した「遮熱強化合わせガラス」を採用。とくに夏場の店舗営業には最適な自動ドア。

◆「フリーオープンドア」：同じ開口部で引分け自動ドアにも片引き自動ドアにも使える新たなエントランスユニットの提案。自動ドアのレイアウトを自由に変えられるので、通行量の多いときには引分け運用、少ないときには片引き運用、さらには一方通行運用など、通行量に応じた最適な運用スタイルを選択できることが特長。とくに、一般的な風除室のように内側と外側の自動ドアが同時に開くケースでは、風の吹き込み量がすくない扉位置のレイアウトに変更し、節電・省エネ効果が見込める。

◆「インテリジェントecoドアシステム」：不要な開閉を減らし快適な室内環境を実現する「賢い自動ドアシステム」。2012年キッズデザイン賞受賞。鉄道駅のモニター調査で、外気流入量約40%削減・開放時間約45%削減・不要開放時間約45%削減のデータを収集。また、国土交通省ガイドライン適合するタッチ動作不要の非接触型スイッチでバリアフリー化を実現。さらに、病院でのモニター調査では、空調機の消費電力が約20%削減される省エネルギー効果が認められている。

■主力商品——◆「ナブコ防火戸」(特定防火設備)：ステンレスフレーム仕様・スチールフレーム仕様/耐熱強化ガラス(透明)仕様・耐熱結晶化ガラス(ハイグレード・梨地・カスミ)仕様/引分け・片引き・避難用開き戸(片開き)内蔵タイプ等のバリエーション。◆建具・エンジン装置・センサーを一体化した「ミニシリーズ」：小スペースエントランス向け自動ドア。小型自動折り戸「ミニフォールド」/小型グライドスライド「ミニグライド」。◆冷暖房ロスを大幅にカットする「ロスカドアシリーズ」：基本タイプの四方フレーム「ロスカドアⅡ型」/トップフレームレス仕様「ロスカドアⅢ型」/アルミフレーム仕様「ロスカA」/防犯ガラス仕様「ロスカG」など豊富な商品バリエーション。

【最近の動き】 昨年8月生産台数200万台を達成した「ナブコ自動ドア」は、日本国内における圧倒的な販売実績をベースに米国、欧州、中国、アジア中東地域に進出、世界ナンバーワンのブランド

ナブコ「スライドグライド」、引き戸とフルオープンを手軽に切り替えて、ベッド・ストレッチャー等もスムーズに通



確立に取り組んでいる。国内ではナブコシステム、ナブコドア、オリエント産業のスーパーディーラー3社が、自動ドアの販売から施工・メンテナンスの強力な全国ネットワークを構築する。

「ナブコ」の強さは、国内シェア50%を超える圧倒的な販売力と共に、国産1号機の発売から約60年におよぶ自動ドア事業で培われたノウハウを駆使し、市場のニーズを先取りする新商品の開発と提案、その豊富な商品体系にある。その意味では自動ドアの新規用途開発のリーディングメーカーとして業界を牽引しつづけている。

最近の節電・省エネ、安全性、快適さを追及した重点商品として、「インテリジェントecoドアシステム」をはじめ、「ecoロスカ」「フラットロスカ」「フリーオープンドア」などの多彩な商品を投入している。用途別販売割合をみると、オフィス・病院・福祉施設・ホテルなどのビル・大型商業施設向けが64%を占め、一般店舗向け27%、工場・産業用9%の比率。一般店舗向けと工場・産業用が1ポイントずつアップしている。

また、取替え需要の割合は販売全体の40%弱に達して業界平均を上まわっている。いまもっとも重視されている取替え需要の増加は、トップブランドとしての実績を反映するものであり、今後も更なる成長が見込まれている。

ビル用自動ドアに欠かせない特定防火設備用自動ドアは103台、防火設備用自動ドア約1500台の販売実績。さらに回転ドアの販売は、自動タイプ3台、半自動タイプ1台。大型自動回転ドアは、「長野中央病院」、「昭和大学豊洲病院」の2台。小型回転ドアは、「東京ドームホテル」(自動)、「鎌倉パークホテル」(半自動)の2台。大型自動回転ドアは、建物内の環境を一定に保つことができる特長を活かして病院に採用されるケースがおおい。

地域圏別の販売割合は、関東・甲信越圏38%、近畿圏19%、北陸・中部圏15%、九州圏10%、北海道・東北圏、中国・四国圏がそれぞれ9%ずつの比率。

日本自動ドア

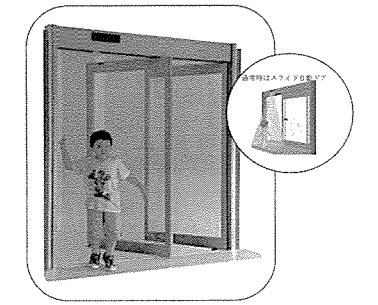
自動ドア業界初のキッズデザイン協議会の「CSD認証マーク」取得、バリアフリー対応「ランプ」を販売

【ブランド名：日本自動ドア】■CSD認証(Child Safety through Design)取得——キッズデザイン協議会が昨年10月1日開始した、子どもの安全の向上を目的とする第三者認証(CSD認証)制度。その認証登録「CSD認証マーク」を自動ドア業界で初めて受賞した。登録範囲は、「スライド式自動ドア開閉装置の設計・開発プロセス及びスライド式自動ドアの施工・保守・メンテナンスサービスの設計・開発プロセス」。

CSD認証は、キッズデザインガイドラインを遵守し、規定のキッズデザインプロセス(デザインコンセプト、デザインレビュー、カスタマーコミュニケーション、事故情報・ユーザーニーズ収集・分析)を導入し、循環させることで、安全を高めようとするプロセス認証制度のこと。自動ドアの設計・開発、販売・施工、保守・メンテナンスの一連の流れに、現場での生の情報を常にフィードバックさせて、随時改良を重ねるという組織体制が築かれていることを第三者から評価された。

◆キッズデザイン賞受賞——第7回「チャイルドウォッチングドア」/第6回「停電時自動ドア低速運転システム」(災害時の視界の悪い中での脱出を想定し、開き速度を減速する機能を持たせ安全な避難をサポート)。「閉じ込め強制開放機能付き公衆衛生自動ドアシステム」(アルコール消毒器や手洗い乾燥機と連動させて確実な手洗い・消毒を励行)/第5回「ブレイクアウトドアシステム」(ユニバーサルセーフティ部門最優秀賞・経済産業大臣賞受賞。どの位置でもスイングオープンさせることができる停電時開放機能を付加)/第4回「ハイブリッド引戸クローザー」(高感度挟み込み検出停止機能、クローザーと自動ドア切り替え設定機能など搭載)/第3回「ビームプロテクトフェンス」(幼児・子どもの衝突・挟まれ事故防止)/第2回「チャイルドガー

日本自動ドア「ブレイクアウトドアシステム」で第5回キッズデザイン賞・経済産業大臣賞を受賞



ドドア」(子どもの飛び出し防止)/第1回「フラットレールPRO」(つまずき・転倒防止機構)。

■バリアフリー対応——◆車椅子利用者のためのランプ(スロープ)普及活動と提携。盛岡市の一般社団法人「ランプアップいわて」が開発した折りたたみ式の「携帯型段差解消スロープ」を受託販売している。被災地の陸前高田市の職人が手づくりする間伐材を使用した段差解消スロープ。自動ドアによるバリアフリー化をすすめる社会貢献事業の一環として、「ランプアップいわて」の普及活動に共感、受託販売する。自動ドアの前に段差があるような店舗などにこのランプの常備を提案する。◆「多目的トイレシステム」：子どもの誤操作による個室への閉じこめや、いたづらによるロック状態、不審者の長時間ロック状態に対応して、緊急解錠キースイッチなしにロックの解錠が可能なシステムを搭載(特許出願中)。既設の多目的トイレシステムに大掛かりな工事不要で対応、既設スイッチの利用も可能。

■重点商品——◆「太陽光自動ドアシステム」：太陽光発電と商業電源のハイブリッド式。バッテリーはフル充電時、90kgドアを1分間・1開閉させた場合約4時間動作可能。◆次世代型自動ドア開閉装置「D2-AKIKO」：子どもや高齢者などの通行の安全を最優先テーマにしたユニバーサルデザインを採用。電源OFF時に手動ドアとしての使用可能、風船を挟んだだけでも感知・反転する高感度セーフティリターン機能やアシストクローザー機能を標準装備する。

【最近の動き】 キッズデザイン協議会の「CSD認証マーク」の取得は、2007年第1回以来、キッズデザイン賞の連続受賞の集大成で、子どもの安全に配慮した自動ドアシステムづくりが評価されたものの。この自動ドアの安全対策ほかにも、「自動ドアつ

て、じつはエコでした。キャンペーン!」や「太陽光自動ドアシステム」などの節電・省エネ対策、さらには東北復興支援の一環としての携帯型段差解消スロープ「ランプ」の受注販売によるバリアフリー化など、自動ドアの機能を最大限引き出した事業展開をすすめる。

販売傾向をみると、用途別には一般店舗用 65% を軸に、ビル・ホテル・病院・公共施設用 25%、その他マンション等居住用 7%、工場・産業用 3% の割合。一般店舗用が前年比約 15 ポイント増加したことが特徴。また取替え需要は販売全体の約 12% と、新規需要の獲得を中心に展開する。メンテナンス契約率は約 13% を占める。さらに防火設備用自動ドアは 318 台と、前年比 20% 強の拡大。

地域別販売割合は、関東・甲信越圏 55% を軸に、近畿圏 19%、九州圏 7%、北海道・東北圏、北陸・中部圏、中国・四国圏がそれぞれ 5% ずつ、海外向けは 4% の比率。

橋田技研工業

産業用自動ドア、重量自動ドアを主力商品に展開、特定用途向けの工場・産業用 60%、海外向け 35% の比率

【ブランド名：THU ハシダ】 ■主力商品——◆新世代マイコンドア「EDM シリーズ」：適用ドア重量 45kg の一般店舗用軽量スライド自動ドアから同 200kg の産業用自動ドア・重量用自動ドアに対応する。小型ブラシレスモーター採用。16 段階の速度設定。メンテナンスの目安やトラブル対応をデジタル表示する。◆家庭用自動ドア「ROBOCON DOOR (ロボコンドア) / リニューアル用「ロボコンらくらく自動ドア」：既設のドアや引き戸に簡単に取り付けして自動ドア化を実現。スライド式とスイング式の 2 タイプ。取付金具 3 種類、センサーやタッチスイッチ等起動スイッチ 2 種類の構成。駆動装置のみを提供する。

【最近の動き】「THU ハシダ」は、特定用途向けにおおい産業用自動ドア、重量用自動ドアを主力に展開する。

用途別販売傾向をみると、工場・産業用 60% を軸に一般店舗用 30%、オフィス・病院・福祉施設向け等ビル用 10% の比率。工場・産業用自動ドアは、工場・倉庫の大型パネルドア、低温倉庫用ドア、気密室ドア、クリーンルーム・エアシャワー用

ドアなど、多様な自動ドアのニーズに対応している。販売傾向では、取替え需要は販売全体の 20%。防火設備用自動ドア 150 台。もうひとつの特長は、駆動装置のみの販売に力を入れていることもあり、海外向け販売割合が 35% を占めていること。

地域圏別の販売割合は、海外 35% を中心に、関東・甲信越圏 20%、近畿圏 17%、北陸・中部圏 12%、九州圏 8%、北海道・東北圏、中国・四国圏がそれぞれ 4% ずつの比率。

扶桑電機工業

工場用大型スライド門扉や一般店舗用無目見付 100mm 見付フロント用自動ドアなどのさまざまな用途に対応

【ブランド名：ドリーム】 ■重点商品——◆スライド式自動ドア「DCH-4 (42)」：無目見付 100mm 見付フロント用自動ドア装置。既設のフロアヒンジドアからオートドアへの改修も意匠を変えることなく実現する。コンパクトながらハイパワー仕様で 120kg (片引き) 扉に対応。全閉状態の時、ドアを戸当たり方向に押し付ける機能で、省エネ効果をアップ。吊り車に W ローラーを採用し、安定走行と耐久性を向上させた。

◆スライド式自動ドア「DC-70」：70mm 見込アルミサッシ内蔵型。ストア用アルミフロントの 70 見込に取り付け可能な超薄型タイプ。◆自動ドア用 LED 照明「FLIIN-12 (2 灯用)・FLIIN-6 (1 灯用)」：扉開閉動作中の点灯が可能。LED 点灯切替 SW で連続点灯・消灯の切り替え可能。2 灯用 3.0W・1 灯用 1.5W。自動ドア装置内に LED 用点灯切替スイッチの取付可能。虫を寄せ付けにくい LED 照明で約 4000 時間の超寿命 (1 日 10 時間点灯で約 10 年)。

◆特殊・産業用：エア式自動ドア「EPAC10-15」(静電気を発生しない防爆タイプ) / 「FD-48」(間仕切り用) / 「DC-10B」(工場用重量タイプ) / 「400 SL」(門扉スライドタイプ) / 「BO」(防音ドア) / 「KD」(気密ドア) / 「DS」(電磁シールドドア) / 「XD」(X 線遮蔽ドア) など、さまざまなオーダーに対応する。

【最近の動き】 製販一体の強みを生かした短納期・きめこまやかな対応をセールスポイントにした、特定用途向け自動ドアシステムの開発・販売に実績を積みあげている。最近の施工例では、工場用の

全長 30m のスチール製引き戸門扉への自動ドア対応がある。

こうしたオーダー対応力を活かして、病院の手術室や検査室などに対応する気密ドア、電磁シールドドア、X 線遮蔽ドアなどの特定用途向け自動ドア受注に実績を残している。

用途別販売割合は、一般店舗用 40%、工場・産業用 33%、ホテル・病院・福祉施設などビル用 25%、その他マンション用 2% の比率。業界平均に比べて工場・産業用の割合が高いことが大きな特

特集 2

マンション用玄関ドアの旺盛な需要に支えられて 2 ケタ成長の軽量鋼板ドア市場

スチールドア市場は 2009 年を底に徐々に回復しつつあるが、2007 年以前の水準の 7 割程度にとどまる。2013 年度の動きを見ても、マンション用ドアは 2 ケタ成長をキープしたが、重量ドアやビル用軽量ドアは前年実績を下まわっている。ビル建材市場も地域や用途によってバラツキがある。スチールドア市場は、比較的好調なマンション向けの軽量鋼板ドア、病院・福祉施設向けの軽量鋼板引き戸に支えられている。

2013 年度軽量ドア (開き戸、引戸・折れ戸) 出荷量 69 万 5680 枚、前年比 10.3% 増、マンション用前年比 20% の大幅な増加、ビル用は微減

スチールドアの基幹商品のひとつである軽量鋼板ドアは、集合住宅用玄関ドア、ホテル客室ドア、オフィス用室内ドアに大きく分けられる。

業界組織として、「日本シャッター・ドア協会」と、主にマンション用玄関ドアを対象にする「日本鋼製軽量ドア協議会」がある。同協議会は、三和シャッター工業、日本フネン、フジメタル、文化シャッター、モリテックインターナショナル、LIXIL、LIXIL 鈴木シャッター、ルーテス、YKKAP の 9 社で構成する。

「日本鋼製軽量ドア協議会」のまとめによると、2013 年度軽量ドア (開き戸、引戸・折れ戸) 出荷量は、69 万 5680 枚、前年比 10.3% 増加した。このうち新築用 55 万 622 枚・8.7% 増、改修用 13 万

枚。また取替え需要は約 25% と業界平均と同じだが、保守・メンテナンス契約率は 35% と高い。ユーザー直需の特定用途向け販売の多さを反映する。さらに、防火設備用自動ドアは 300 台、特定防火設備用自動ドア 10 台の実績。

地域圏別には、関東・甲信越圏 42% を軸に中国・四国圏 18%、近畿圏 15%、北陸・中部圏 10%、九州圏 8%、北海道・東北圏 6%、海外 1% の販売比率。中国・四国圏での販売増加が特徴。

9459 枚・16.9% 増と、改修用がおおきく伸びている。また、マンション用は 40 万 0726 枚・19.5% 増加した。新築用 30 万 4230 枚・18.1% 増、改修用 9 万 6496 枚・24.3% 増。一方、ビル用は 29 万 4954 枚・0.3% 減とマイナス。新築用 25 万 1991 枚・0.8 減少したが、改修用は 4 万 2963 枚・3.1% 増加している。

マンション・集合住宅用玄関ドア 販売数約 50 万枚、LIXIL 鈴木シャッターシェア 30.6%、日本フネン 24.0%、三和シャッター 16.6%、YKKAP 10.6%、文化 5.6%

2013 年度のマンション・集合住宅用玄関ドア販売数は約 50 万枚と推定される。新築用のみならず改修用の動きが活発化していることが特長。

LIXIL 鈴木シャッターが約 15 万 3000 枚・シェア 30.6% と推定される。中低層マンションや低層住宅分野での強みを生かしてトップシェアを堅持している。商品的には通気・換気玄関ドア [エアート] が高い伸びを見せている。

日本フネンが約 12 万枚・シェア 24.0% と推定される。大手デベロッパー・設計事務所から開発技術力を高く評価されているマンション用玄関ドアの専門メーカーとして業界を牽引する。

三和シャッター工業は約 8 万 3000 枚・シェア 16.6% と推定される。スチールドアのトップメーカーとして、重量ドア、軽量ドア、軽量引き戸で圧倒的

な強さを示している。これまで手薄だったマンション用玄関ドアでも大手デベロッパーを中心に着実に浸透している。

YKKAPは約5万3000枚・シェア10.6%と推定される。低層集合住宅や改修ドアを中心に実績を積み上げている。戸建住宅で好評の「スマートドア」を、マンション玄関ドア向けに従来の電気錠に比べて約40%コストダウンして展開する。

文化シャッターは約2万8000枚・シェア5.6%と推定される。重量ドア、軽量ドア、軽量引き戸のリーディングメーカーの1社。昨年度は実績ではすべての分野が前年を上まわっている。マンション用玄関ドアについても今後の成長が見込まれている。

* * *

商品の販売傾向をみると、価格帯別には12万～15万円の中級品が主力商品。LIXIL鈴木シャッターと日本フネンは中級品75～80%を占める。18万～20万以上の高級品は、LIXIL鈴木シャッター5%、日本フネン16%と大きな違いをみせる。日本フネンがマンション用玄関ドアのリーディングメーカーと評価されている理由のひとつといえる。

いまマンション用玄関ドアは、建築コストの上昇の影響をつよく受けている。このために高機能商品の採用では費用対効果が含めた新たな提案が求められる。これまで高機能商品として、対震、防犯、断熱、防音に対応したタイプが開発されてきた。

最近では、エコ志向に対応した通気・換気タイプや対塩害タイプなどが関心を呼んでいる。通気・換気タイプは、高層マンションにおおい内外の気圧差で扉が開けにくい現象を軽減する効果もあり、LIXIL鈴木シャッター、日本フネン、三和シャッター工業らが力を入れている。

今後の集合住宅用玄関ドアの成長を考えると、改修ドア市場への対応も大きなポイントになる。LIXIL鈴木シャッターは、改修玄関ドアで年率30%増と高成長をキープしている。YKKAPも改修玄関ドアに力を注いでいる。

重量ドア45万枚、前年比4.4%減少、三和シャッター、文化シャッター2社でシェア60%超、「点検法制化」に伴う検査資格者制度の創設に協力する

一方、スチールドアの基幹分野であるSDドア（防

火ドア）では、「日本シャッター・ドア協会」が進めていたシャッター・ドアの「点検法制化」が今国会でようやく実現する見通しだ。昨年10月発生した福岡市の診療所火災では改めて防火ドアの作動が注目されたこともあり、防火設備の新たな検査制度・検査資格者制度の創設が検討されている。

三和シャッター工業、文化シャッターの大手2社を中心に、田中サッシュ工業ら多くのスチールドア専門メーカーが市場を形成する。おおくのスチールドアメーカーが業界団体の「日本シャッター・ドア協会」に加盟する。

「日本シャッター・ドア協会」のまとめによると、鋼製重量ドア（ガスチャンバー、点検口を含む）の出荷量は、2013年度45万0218枚、前年比4.4%減少した。依然として40万枚台で推移しており、2007年度以前の60万枚台とはかなりの開きがある。

メーカー別にみると、三和シャッター工業が約21万枚・シェア46.6%と推定される。文化シャッターが約7万枚・シェア15.6%と推定される。2社で重量ドアの60%以上を占める。文化シャッターはスチールドア専門メーカーをグループに迎えて重量ドア事業の強化をすすめている。オフィス用軽量ドアほどではないが、2社の動きは突出している。業界全体としてみれば、受注価格の適正化を求める中小ドア専門メーカーの要望を実現することが依然としてテーマになる。

三和シャッター工業

ビル・マンションドア製品の売上高503億5000万円と前年比8.5%増収、集合住宅用玄関ドアも7.8%増と拡大

【主な商品】 ■新商品——◆差圧解消・通風機能付きマンションドア「トレドール エコア」：本縮錠の解錠と連動して開く通風装置が室内外の差圧を緩和する新機構を採用。24時間換気システムや換気扇の使用で生じる玄関ドアの開けにくさが、新装置の採用により開放力を約33%軽減するとの実験データ。特長は、室外側からは目立たないスタイリッシュなデザインや、外気の取込口にフィルターをつけて虫や埃の侵入を防ぐ構造、そのフィルターは内側から引き出して掃除機や水洗いで簡単に手入れできること。

■マンション用玄関ドア——◆高級品「マンハッ

タン」(天然木の上質デザイン) / 「キングドール」(天然木突き板貼り・ウレタンエナメル塗装)。◆高級品「エックスドール」(デザイン47タイプ・カラー33色)。◆スタンダード「アバンセセレクト」「トレドールディンプル」「トレドールミクセラ」等。

■鋼製重量ドア——◆重量ドア「SD」 / 「遮煙防火設備」 / 「YAGドア」(表面鋼板1.0mm厚を使用して重量を半減) / 特定防火設備の耐熱板ガラス入り「ファイヤード」・耐熱強化ガラス入り「ファイヤードII」 / 高遮音タイプ「防音劇場」等。■鋼製軽量ドア「LSD」(室内専用)。■関連商品——◆玄関引戸「スムード悠楽」 / 指静脈認証セキュリティドア「ヴィーナスロック」等。

【最近の動き】 オフィス・病院・福祉施設・商業施設・集合住宅など、ビル・マンション用鋼製ドアの豊富な商品構成力と、その提案力で業界をリードするトップメーカー。

2013年度ビル・マンションドア製品(鋼製引き戸を含む)の売上高は503億5000万円、前年度比8.5%増収。今年度も532億円と5.7%増を見込んでいる。ビル向け、マンション向けとも好調に推移した。

数量ベースでは、重量SDドア等53%、オフィス用軽量鋼板ドア26%、マンションなど集合住宅用玄関ドア21%の販売比率。用途別にみると、医療施設向けが47%、オフィス向け31%、集合住宅向け22%の比率。とくに、病院向け軽量鋼製引き戸「スムード」の販売増加が目立っている。

集合住宅用玄関ドアの内、分譲マンション向けが6割、アパート・中低層向けが4割。販売価格帯別には、10万～25万円の中級品が65%と主力であるが、25万円以上の高級品の拡大に力を注いでいる。さらに、分譲マンション向けで約76%に耐震仕様、約33%にCP仕様を採用されている。こうした高付加価値商品の拡大もテーマのひとつに掲げる。

日本フネン

マンション用玄関ドア前年比15.4%増と2ケタ成長を堅持、20万円以上の高級品比率16%と業界随一の実績

【主な商品】 ■重点商品——◆新型「エアリリス仕様」(玄関ドアに通風・換気機能をプラスして室内外の圧力差を軽減しドアを開けやすくする機構

を搭載) : 「F-1(袖パネルタイプ)」と「F-II(片開きタイプ)」の2タイプを用意。

袖パネルタイプ(外部から操作バーを引っ張る操作方法・内部からは室内ツマミを押し込む操作方法)は、換気レジスター100φ×3箇所相当分の有効開口面積。片開きタイプ(室内側のツマミをスライドさせる操作方法)が、同じく100φ×1.5箇所相当分の有効開口面積。

◆「マリン仕様」: アクリル厚膜化粧鋼板+小口タッチアップ仕様、高耐食性鋼板+焼付塗装仕様、非塩ビステンレス鋼板仕様などを品揃えする。◆「ロングエントランスW」: パネルを中央部と両端部に分けることによりインターホンパネルを一体化。中央部と両端部に異なる2色の組み合わせも可能。◆「NFPP60」: シンプルさを追求したフラット仕様。◆「天然木仕様」: 防火設備の屋内専用木製防火ドア。マンション玄関ドアやホテルドアのオーダーに対応。

◆「リフォームドア」(改修工事用玄関ドア。カバー工法・持ち出し工法・ドアチェンジ工法。通気・換気タイプにも対応する) / 「軽量ドア」(開き戸、SURA-KS引き戸、SURA-SS子扉付引き戸、2連引き戸等) / 「PSドア」などをラインアップする。

【最近の動き】 マンション用玄関ドアのトップメーカーとして、大手デベロッパーを中心に展開する。これまでの実績を活かした化粧鋼板のプレス・プレート・化粧モール・化粧モール象嵌などの豊富な扉デザイン・カラーバリエーション、また通気・換気タイプやマリン仕様などの高機能商品の開発で業界を牽引する。

販売傾向をみると、用途別には集合住宅向けが95%を占める。ホテル客室用とオフィス用は5%に過ぎない。販売価格帯別には、中級品(14万円)が81%と主力だが、高級品(20万円)も16%を占めている。普及品(9万円)は3%にとどまる。業界平均に比べて高級品の比率が高いことが特長で、その商品力の強さを示している。

高機能商品の動きでは、マンション玄関ドアの対震仕様は当たり前で広範囲に普及している。「通気・換気タイプ」はエコをキーワードに取り上げられているが、爆発的な採用には至っていないのが現状という。また、「耐塩害仕様」は立地条件によって意識されているが、採用の可否は費用対効果との見方。いずれにしても鋼板ドア市場は、オリンピッ

ク関連事業、復興事業、さらにリニューアル・リノベーション分野の動向がポイントになるとの見方で、その受注活動に力を入れる。

文化シャッター

ドア売上高 333 億円、前年比 27.6% 増の大幅な伸び、非住宅向けスチールドアと病院向け引戸を中心に拡販

【主な商品】■マンション用玄関ドア——◆「EDM」(非塩ビ鋼板を採用。デザイン鋼板7種類・化粧鋼板11種類) / 「EDM-BA」(防犯建物部品)。◆「EDS」(規格玄関ドア。扉6デザイン4色の全24タイプ)。◆「PDR」(EDMシリーズの扉から選択できる改修用玄関ドア。カバー工法・持ち出し工法・扉交換工法)。◆「PB・PBR」(BL玄関ドア)。◆「エントランスポスト」「メールボックス」「トランクルーム」等。

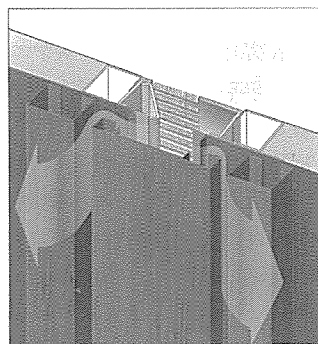
■スチールドアシリーズ——◆「PD」(オフィス・学校・ホテル等向けオーダー軽量鋼板ドア)。◆「SD」(標準スチールドア。1.6mm厚溶融亜鉛めっき鋼板) / 「SDS」(遮煙SDドア。エレベーター前防火区画や階段室の堅穴区画に採用) / 「SDO」(遮煙SD折れ戸)。◆「EDP・SDP」(標準型鋼製軽量建具・標準型鋼製建具)。

【最近の動き】 スチールドア・引戸のリーディングメーカーの1社。ドア製造拠点として、文化シャッター本体にBX文化パネル、BXティアール、BXケンセイ、BX鐵矢、BX東北鐵矢、BX朝日建材を加えてグループのドア事業の強化を図っている。

2013年度ドア事業売上高は333億円、前年比27.6%増と大幅な伸びを示した。集合住宅用玄関ドア、ビル用軽量鋼板ドア、SDドア、軽量引き戸などのすべての商品が伸びた。数量ベースでは19万6000枚、前年比8.3%増加。今年度も2ケタ成長の22万枚を計画する。とくに、好調なバリアフリー対応引戸「カムスライダー」シリーズに、窓付き「特定防火設備・三方枠タイプ」を追加するなど拡販に取り組んでいる。

軽量鋼板ドア(引戸)の用途別販売をみると、医療・福祉施設向け24%、学校・文教施設向け13%、オフィス向け12%、集合住宅向け10%、工場向け10%、その他31%と多方面に浸透している。なかでも医療・福祉施設向けの増加が目立つ。今

L I X I L : N X P R O 「エアート」
ドアを閉めたまま風を通す機構。換
気設備により扉が開けにくい時の差
圧解消にも効果がある



年度も、非住宅向けのスチールドアと病院・福祉向け引き戸を中心に拡販をすすめる計画。

L I X I L 鈴木シャッター

中高層マンション向けの通風・換気型「エアート」前年比約2倍増、リフォーム玄関ドアも年率30%増キープ

【主な商品】■重点商品(中高層マンション用玄関ドア「NXPRO」シリーズ)——◆「AR(エアート)」: 扉の意匠を損なうことなく、ドアを閉じたまま通風・換気機能をもたせドアの差圧解消に役立つことが特長。レジスター部上下2段(開口面積300㎡)と、同1段(150㎡)の2タイプ。取付位置は扉下段が標準、中段も可能。デザインは、換気部をドア中央部に配置するスタイルやドア吊り元側に配置するスタイル、また換気部の両サイドにレリーフをもたせたスタイルなど全6デザイン。

◆「対塩害タイプ」: 通常の化粧鋼板の約3倍以上の膜厚で耐蝕性をアップしたもので、沿岸部の集合住宅向けの提案商品。◆「RH」: 扉デザインにハンドルが融合したスタイリッシュなデザインドア。

■主力商品——◆「NE」(中高層マンション用ハイグレード玄関ドア。強化ブラックガラスの扉デザインなど最高級グレード)。◆「NX」/ 「NX-PRO」(中高層マンション用玄関ドアの中級品。扉厚40mm、CP仕様・対震型・指はさみ防止型・防音断熱型・通風換気型・対塩害タイプなどを品揃え)。◆「NT」(集合住宅用スタンダード玄関ドア)。◆「ES」(従来のドアリフォームの問題点を解決した独自の枠構造を採用。固定枠とリフォーム時に取り替える交換枠の組み合わせ)。◆「RS」(改修用玄関ドア)。◆「スライドエース」(マンション用玄関引き戸) / 「BL」(改修用) / 「HD」(ホテ

ル客室ドア) / 「エントランスユニット」(飾り袖・ロングエントランスパネル等)。

【最近の動き】 集合住宅用玄関ドアのトップメーカーとして、中高層マンションから低層住宅まで幅広く展開する。戸建住宅の意匠性・機能性を活かした商品開発・提案が特長。今後、オフィスや病院・老健施設などビル分野への浸透にも力を入れる。軽量鋼板ドアの用途別販売割合は、集合住宅向け82%と圧倒的におおい。ホテル向け5%、オフィス向け5%、その他病院・老健施設向け10%の比率。医療・福祉施設分野で徐々に需要開拓が進められている。

商品的には、中級品(12万円)の「NX」「NX-PRO」が販売全体の75%を占める。豊富なデザイン・カラーバリエーションと各種の機能を品揃えする主力商品。普及品(8万円)20%、高級品(18万円以上)5%の割合。

2010年発売以来、大好評の通風・換気型「エアート」は、デザインバリエーションを増やし、前年比約2増のペースで成長をつづけている。「対塩害タイプ」も沿岸地域の住宅を中心に採用されている。また扉デザインは依然、木目調の人气が根強い。さらにリフォーム玄関ドアは、年率30%増と高い成長率をキープ。今後の更なる成長が見込まれている。

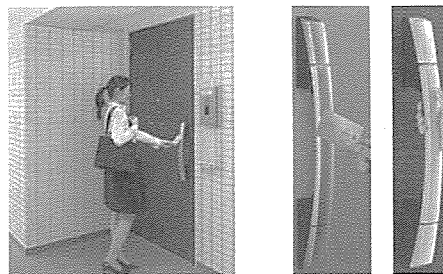
Y K K A P

集合住宅用スマートドア「R`sSDX」「EXIMA80St」を新発売、従来の電気錠比約40%コストダウン

【主な商品】■新商品——◆集合住宅用スマートドア「R`sSDX」「EXIMA80St」: 電気錠機能をすべて玄関ドアハンドルに標準搭載した新世代の集合住宅用ドア。ICチップ内蔵のカードやシールを近づけるだけで施解錠できる「ピタットKey」と、自動車キーと同様にポケットや鞆に入れたままでハンドルボタンを押すだけで施解錠できる「ポケットKey」の2種類を用意。「ピタットKey」は、各住戸の玄関ドアと同一カード・シールで、エントランス部のオートロックの解錠も可能。新スマートドアは、従来の電気錠対応と比較して約40%コストダウンし、価格競争力をアップしている。

◆「スチールドア 室内側補助手すり付き」: サービス付き高齢者住宅などの増加に対応した業

Y K K A P : 電気錠スマ
トコントロールを標準搭
載した集合住宅用玄関ドア



界初のラインアップ。玄関部での安定した歩行、靴着脱時の転倒防止、立ち上がりの補助などをサポートする。新築・既築を問わず、YKKAPスチールドア玄関ドアの全デザインバリエーションに設置可能。

■重点商品——◆「EXIMA80St」: 集合住宅の玄関まわりの最新トレンド意識したデザインドア。室内外の差圧により発生する開扉における重たさ対策として「開力軽減可能な玄関ドア」を用意。そのほかにも遮音・断熱・防犯・対震・対塩害・バリアフリーなどの各機能を備えた集合住宅用玄関ドアの主力商品。◆「R`sSDX」: マンション向けのトータル提案商品。

◆集合住宅向け改修玄関ドア「扉交換工法 耐震仕様」: 既設枠と新たな扉の間に空間をもたせて、大地震発生時に枠の変形でドア(避難口)が開かないリスクを軽減する工法。こじ破り防止にも配慮している構造。◆「BL」: 新築・改修用玄関ドア。◆「改修用商品」: カバー工法・持ち出し工法・扉交換工法等)。

【最近の動き】 集合住宅用玄関ドアとホテル用ドアのスチールドア「R`sSDX」「EXIMA80St」を主力商品に展開する。その中でも改修用玄関ドア分野につよいことが大きな特長。

用途別販売は、集合住宅向け97%、ホテル客室向け3%と居住分野に集中している。販売価格帯をみても、普及品(10万~8万円)が販売全体の93%と圧倒的におおく、中級品(15万~10万円)5%、高級品(35万~15万円)3%の比率。低層集合住宅分野を中心に浸透をはかっている。

こうした状況の中で、戸建住宅で好評の「スマートドア」を集合住宅向けにも投入した。集合住宅用玄関ドアの利便性を高めることがねらい。コスト面にも配慮して従来の電気錠対応と比較して約40%のコストダウンを実現している。さらに、今後予想される新築集合住宅の減少に対応して、改修用玄関ドアの拡大に力を注いでいく考えだ。

【新商品・新技術情報】／業界の動き

日本サッシ協会／カーテンウォール・防火開口部協会

サッシ協設立60周年／カ・防協50周年記念式典開催、新理事長・会長に堀秀充YKKAP社長就任



堀新理事長・会長

日本サッシ協会／カーテンウォール・防火開口部協会は5月30日、東京・明治記念館でサッシ協設立60周年／カ・防協50周年の記念式典ならびに総会懇親会・祝賀会を開催した。

記念式典に先立つ総会で役員改選が行われて、新理事長・会長に堀秀充YKKAP社長が就任した。また記念式典では、加島工業社長の加島治志氏、中央鋼建社長の本多悟氏、三加茂建鋼社長の三加茂吉巳氏が経済産業省製造産業局長表彰を受けた。さらにタカフジ社長の尾上精治氏が日本サッシ協会理事長表彰、BX鐵矢会長の鐵矢知志氏がカーテンウォール・防火開口部協会会長表彰された。

総会懇親会・祝賀会の席上、堀秀充新理事長・会長は、住宅ローン減税や住まい給付金制度など消費税増税による需要減少への緩和策が講じられて、一定の効果が期待されるものの新設住宅着工戸数の減少は避けられない。そのような中で、東京オリンピック・パラリンピックが決まり国土強靱化策が実施されています。一方では省エネ基準への適合の義務化や中古住宅リフォームトータルプランにおける市場倍増という政府目標の達成年度でもあり、少子高齢化など社会構造変化の中、建材業界を取り巻く環境は今後、大きく変化するものと思います。

今年度は日本サッシ協会設立60周年、カーテンウォール・防火開口部協会設立50周年という節目の年ではありますが、開口部に求められる役割は今後ますます重要になってくると思います。省エネ性能の高い商品の開発、市場投入など開口部を通じた安全・安心、健康を社会に提供し、来る70周年、80周年に向けサッシ建材業界の一層の飛躍に取り組んでまいります——と挨拶した。

日本シャッター・ドア協会

今年度の特別事業で防災事業の一環として「浸水防止用設備」の基準づくりと、その普及に向けた事業を展開

日本シャッター・ドア協会は5月27日、東京・グ



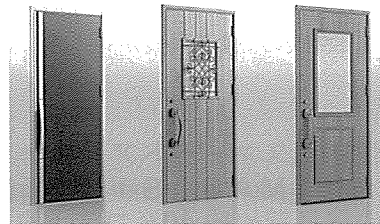
岩部会長

ランドアーク半蔵門で通常総会および懇親会を開催した。

総会後の記者会見で、岩部金吾会長は、①平成18年度に点検推進本部を設置して、約6500人の保守点検技術者を養成してきた。今後、建築基準法の改正より、防火シャッター・防火ドアに関し、新たな検査制度および検査資格者制度が創設されようとしているが、これらの実施にあたり協会をあげて協力していくこと、②防災事業の一環として浸水防止用設備の普及が重要であると考え、昨年度より「浸水防止用設備検討プロジェクト」を設置し協会の事業としてきたが、今年度はその普及に向けた事業をさらに広く展開していくこと。この2点を特別事業として進めていくことを明らかにした。

LIXIL

断熱玄関ドア「ジエスタ」に人気のストリームハンドル採用6デザイン等追加し全62デザイン457種・全27色に拡充、「防火戸FG-Eジエスタ」も全25デザイン168種・全23色



LIXIL(藤森義明社長)は、主力の断熱玄関ドア「ジエスタ」シリーズに、17デザイン計133種・新色7色を加えてトステムブランドから5月1日全国発売を開始した。同時に、国交大臣認定防火設備ドア「防火戸FG-Eジエスタ」シリーズに7デザイン31種を追加し発売した。

断熱玄関ドア「ジエスタ」には、①美しい曲線と扉と一体化したデザインが人気のストリームハンドルを採用した6デザイン(エントリーシステム専用デザイン)、②洋風タイプで一番人気の鋳物デザイン5デザインを追加。鋳物製門扉フェンス「ラフィーネ」とデザインコーディネートが可能。③夜になる星が浮かび上がる2デザイン(星屑・天の川)——などが追加された。

カラーでは、ドアの開閉で色が変わる偏光ブルー

パールを採用したカラーなどストリームハンドルのデザイン専用扉カラー4色(パールブルー・パールボルドー・パールホワイト・メタリックブラック)や、彩度を落したモダン系グレイッシュカラー(グレイッシュオーク)、自然な木目を再現したナチュラルな2色(シュガーオーク・リーフグリーン)などが追加された。さらに、LIXILオリジナル「玄関ドア上LED照明」に3色と新サイズ(親子入隅用)を追加した。今回の新デザイン・新カラーの追加によって、「ジエスタ」シリーズは全62デザイン457種、全27色に拡充された。価格:断熱タイプ・片開きドアのk2仕様30万~42万円、k4仕様27万~39万円。

一方、「防火戸FG-Eジエスタ」の新7デザイン31種、新扉カラー7色は、「ジエスタ」から厳選採用されたもので、全25デザイン168種・全23色のバリエーションに増強された。価格:片開きドアのk2仕様45万~67万円、k4仕様42万~64万円。

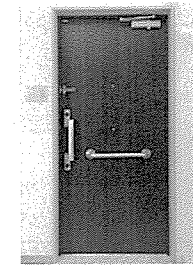
YKK AP

サービス付き高齢者向け住宅や高齢者の安全に配慮した「スチール玄関ドア室内側補助手すり付き」新発売

YKKAP(堀秀充社長)は、集合住宅向け玄関ドアの「スチール玄関ドア室内側補助手すり付き」を新発売した。

補助手すり付き玄関ドアは、サービス付き高齢者向け住宅登録戸数の増加や高齢化社会の進行に対応する商品アイテムのひとつ。すでに同社の高齢者向け住宅や医療・福祉施設に対応する商品は約240アイテムを数える。

扉の室内側に補助手すりを設置することで、玄関を出入りする際の転倒事故を未然に防ぎ、安定した歩行を実現する。補助手すりは、新築・改修を問わず、YKKAPのスチール玄関ドア全商品に設置できる。価格は8万0520円~。



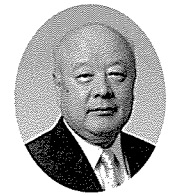
三和ホールディングス

高山俊隆代表取締役会長・CEO、南本保代表取締役社長・COOの新体制

三和ホールディングスは、6月26日開催予定の株

主総会・取締役会で、高山俊隆代表取締役会長・CEO、南本保代表取締役社長・COOの新経営体制を敷く。

就任予定の南本保新社長は、平成9年(1997年)三和シャッター工業に入社、同10月財務部長、12年6月常務執行役員、16年6月取締役常務執行役員社長室長、19年10月三和ホールディングス取締役専務執行役員、22年4月三和ホールディングス取締役執行役員副社長を歴任、24年4月三和ホールディングス取締役執行役員副社長(現任)、社長補佐(現任)、6月三和ホールディングス代表取締役(現任)。69歳。大阪府出身。



南本保新社長

セイキ販売

守谷将人代表取締役社長、守谷守会長、廣瀬瀧雄副会長の新体制に移行



守谷将人新社長

セイキ販売は5月1日付で、守谷将人代表取締役社長、守谷守取締役会長、廣瀬瀧雄取締役副会長の新経営体制へ移行した。今年創立50周年の節目に若返り、活性化を図ることが狙い。

守谷将人新社長は、「不易流行」を経営の根幹としてまいりたいと思います。これまでの経営理念・経営方針を「不易」とし、他の枝葉の部分については、時代の変化、社会の要請に基づいて対応(流行)していくべきというのが考えです。特に商品の提供においてはこれまでの企業理念である無から有を生み出す創意工夫の精神」を継承してまいりたいと思います。特に取り組んでいきたいのがこれまで以上に高品質・高付加価値商品を開発・提供していくことで「お客様から選ばれるメーカー」を目指していくことです。——と就任に際しての抱負を述べた。

守谷新社長はセイキグループ創業者・守谷守セイキ販売会長の四男。平成7年国立山形大学卒業後セイキ販売に入社。同社商品開発部、特需営業部を歴任し、平成20年取締役営業部長に就任。平成23年常務取締役に昇格。今年5月1日社長に就任した。趣味:ゴルフ、クロスバイク。43歳。