

# 建材マーケット (住宅編上)



壁裏の間柱(木軸)に固定できるから  
手すり用下地が無い壁にも木ビス施工できます。



やさしさと安心を たしかな技術で支えます。

**ナカ工業株式会社**

詳細はWebサイトをご覧ください。

<http://www.naka-kogyo.co.jp>

お電話でのお問い合わせは営業企画部まで

TEL **048-960-0381**

# CONTENTS

## クローズアップ 開口部材 ..... 3

文化シャッター 三和シャッター工業 セイキ販売 LIXIL  
ニチベイ ナブテスコ

## 全国主要建材販売量便覧 ..... 17

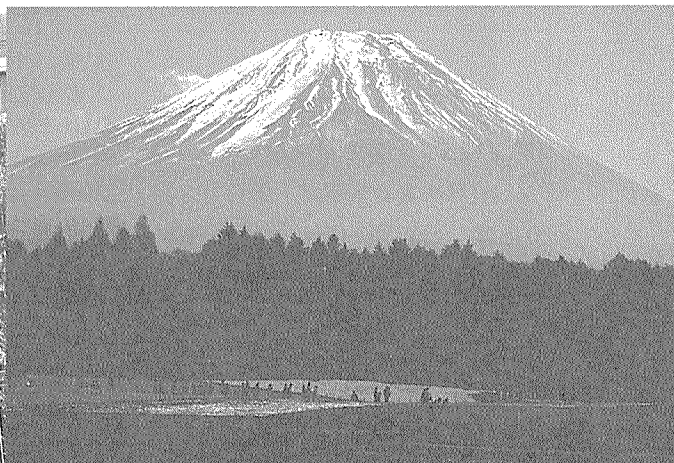
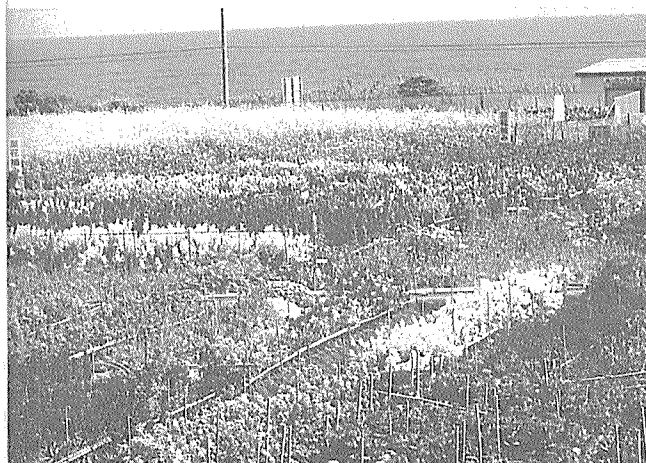
住宅用火災警報器 アコーデオンドア ブラインド ドア・引戸  
(玄関・室内他) ブラインドシャッター 補助手すり 窓製品(木  
造用アルミサッシ・木造用樹脂サッシ、窓シャッター・金属雨  
戸)、目隠し(窓目隠し・格子スクリーン) ドアクローザ 避  
難ハッチ 床点検口

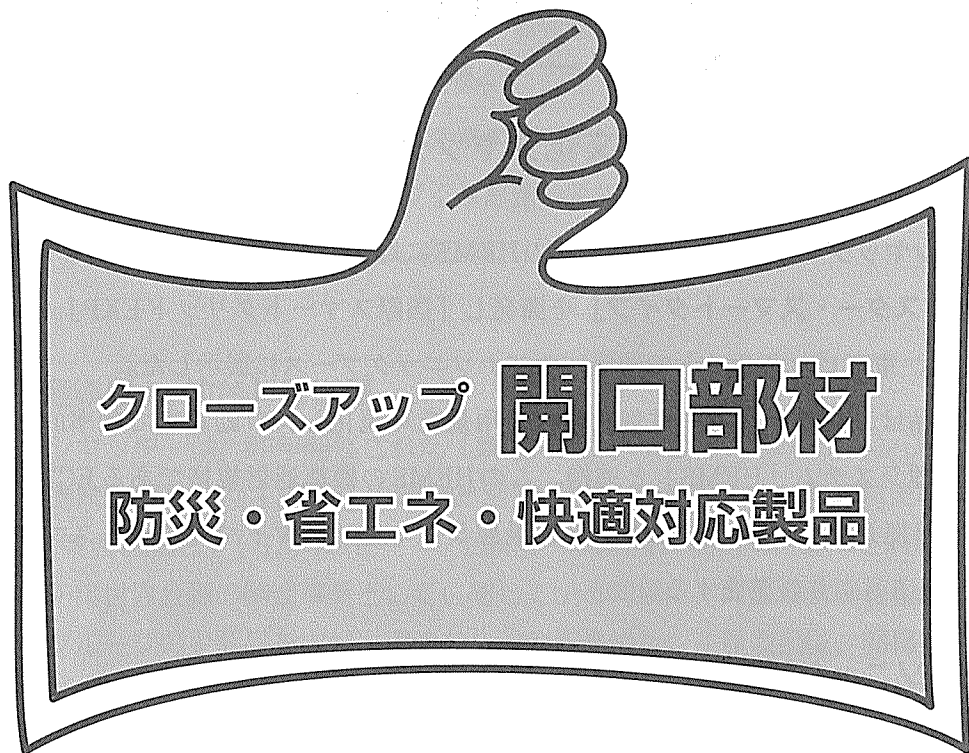
## 業界ニュース ..... 39

LIXIL 日本シャッター・ドア協会 プレハブ建築協会  
全国自動ドア協会 三和シャッター工業

## 新製品クローズアップ ..... 47

ナカ工業 三和タジマ





東日本大震災が起きて今年で4年目を迎え、過去の災害を踏まえて防災についてクローズアップされている。また、今年は仙台にて国際防災国連会議が開催され、一層地元だけにかかわらず、全国・世界の関心は高まった。

日本列島は、地震、台風、雪害、ゲリラ豪雨、竜巻等、災害列島といっても過言ではない。国、地域、個々とそれぞれの立ち位置での対応策が課題となっている。

もう一つは地球環境問題で、これもそれぞれの立場でどう負荷を減らすかの取り組みで、省エネ対策も重要なテーマとなっており、身近なところで低炭素化として、断熱製品、遮熱製品等が一般化している。ここでは、住宅に関する防災、省エネ、その他の機能製品の「開口部材」を取り上げてみた。

《参考》

- 窓の断熱製品の取付率は、窓数比 41% (39.4%)、断熱Ⅰ地域 97.4% (98.9%)、Ⅱ地域 96.2% (96.7%) と、ほぼ完全に断熱化が進んでいる。(断熱製品=樹脂製・複合材料製・複層ガラス木製)
- 雨戸の取付率は、戸数比全国 63.2% (65.1%) 減少。雨戸の内、シャッター雨戸は、構成比 88.8% (87.9%) で、増加傾向。(2014年3月版「住宅用建材使用状況調査」日本サッシ協会より)

# 業界初の HEMS 対応電動窓シャッター 「マドマスター・スマートタイプ」

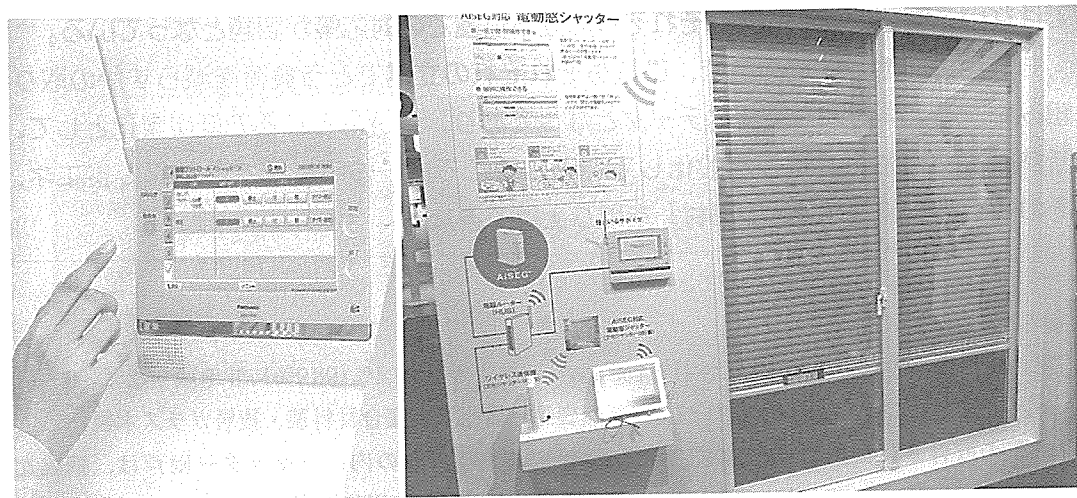
## 文化シャッター

文化シャッターは、このたび業界初の HEMS に対応した電動タイプの窓シャッター「マドマスター・スマートタイプ」を開発し「国際スマートグリッド EXP」（2月25～27日、東京ビッグサイトで開催）のパナソニックブースに展示した。

同製品は、住宅の家電や電気設備の使用量を可視化し、自動制御で効率的に節電する管理システム「HEMS」と連携。この HEMS の標準通信規格である ECHONET Lite に準拠した業界初の HEMS 対応電動窓シャッター「マドマスター・スマートタイプ」を5月より新発売する。

### パナソニック製「スマートHEMS」で一元管理

「マドマスター・スマートタイプ」は、パナソニック製「スマートHEMS」の中核機器である「AiSEG」に対応しており、モニターやスマートフォンを使って他の家電同様に窓シャッターの開閉操作を制御できる。具体的には、タイマー制御による自動開閉で、朝は自然光で目覚めたり、日中は日差しを遮ることによる“節電”効果の他、不在時に自動開閉することで在宅感を演出する“防犯”効果、さらには台風や竜巻の



発生時には、一斉に閉鎖できる“防災”対策としての効果を発揮できるという。

同社は、同製品を開発したことで将来には気象情報をインターネット回線から取得し、警報や注意報が発令された際には自動的にシャッターが閉鎖したり、外出先からスマートフォン操作で窓シャッターを開閉するなど、防災や防犯対策の一助となるのではとし、このような要となるものづくりを進めることで、顧客への「安全」「安心」を提供できる商品とサービスの向上に努めたいとしている。

### 「防災産業展 in 仙台」に出展

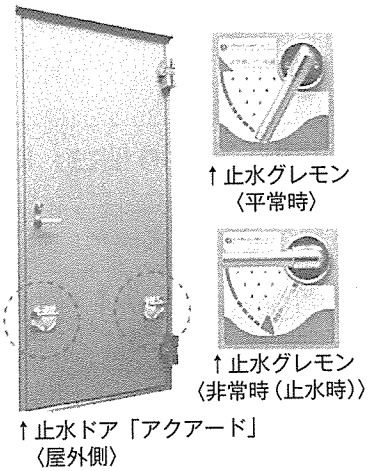
文化シャッターは、昨年開催された「東北／防災・減災ソリューションフェア」に2年連続出展、今回主催者に内閣府と宮城県が関わった官民一体の防災専門展「防災産業展 in 仙台」（3月15日～17日開催）に出展。仙台市で開催される第3回国際防災世界会議の関連事業として位置している同展に、災害対策関連製品として同社グループの主製品を出展・実演をし関心を高めた。主展製品は、簡易型止水シート「止めピタ」、止水ドア「アクアード」、不燃シート製固定式防煙たれ壁「ケムストップⅡ」、窓シャッター「マドマスターワイド」。



## 止水製品のラインアップ 「止めピタ」～止水ドア「アクアード」

### 文化シャッター

文化シャッターは、最近の多発するゲリラ豪雨対策のために、さまざまな止水製品を開発してきている。シャッターに設置して浸水を軽減する簡易型止水シート、フロントに設置して浸水を軽減する簡易型止水板や止水ドアなど、さまざまなニーズに応えた製品のラインアップである。止めピタ、止水ドアの商品名で、「危機管理産業展2014」や東日本大震災復興を兼ねた東北での展示など、多くの関連展に出展し、関心が高まり徐々に普及しはじめている（マンションやオフィスビル等の採用）。その中の**止水ドア「アクアード」**は、ビルや店舗の通用口の浸水対策商品として「簡易操作」「軽い操作性」「低コスト」を実現。非常時には扉の屋内外両面から操作できる「止水グレモン」を水平に引き上げるだけで屋内側への浸水を抑えられる止水ドアである。



## シンプルで、防犯性も高く、防火設備にも対応 「エレガノ STワイド (スチールスラット・ワイドタイプ)」

### 三和シャッター工業

三和シャッター工業は、住宅用ガレージシャッター「エレガノ STワイド (スチールスラット・ワイドタイプ)」を2月2日より全国発売した。

「エレガノ STワイド (スチールスラット・ワイドタイプ)」は電動式の住宅用ガレージシャッター

である。材質はスチール製で、カラーは木目調2色、防火設備に対応したメタリック調3色があり、①高い意匠性、②速い開閉 (約6m/分)、③高い防犯性能、④高い安全性能が特長。車2台収納のワイドガレージに対応 (最大開口6.3m) することに加えて、あらゆる住宅デザインに合うカラーバリエーションも取り揃えている。また、開閉動作時に点灯するLED照明をオプションとして付けることにより、夜間の出入庫を安全にかつドラマチックに演出できる。

三和シャッター工業は安心・安全・快適なガレージライフをお客様に過ごしていただくために、より一層ガレージドア製品の拡充を図っていくとしている。

#### ◆特徴

##### ①高い意匠性

スラットをフラットな形状にすることで、シンプルかつ高級感のあるデザインとなった。様々な住宅デザインに合わせて選択できるよう、カラーを5色揃えている。カラーバリエーションは、メタリック調 (クールシルバー、メタリックステンカラー、ガンメタリック)、木目調 (ビンテージウォールナット、トートチェリー)。



オプションで付けられるLED照明は開閉動作時に点灯し、夜間の出入庫を安全にするだけでなく、ドラマチックに演出する。

### [ LED照明 ]

外まぐさ部分に組み込まれたLEDが開閉動作時に点灯し、夜間の出入庫をドラマチックに演出します。



### ②速い開閉

開閉速度は約6m/分（サイズによっては約4.5m/分）でスムーズな開閉を実現した。同社軽量電動シャッターワイドタイプの約2倍の速度となる。

### ③高い防犯性能

「防犯性能の高い建物部品の開発・普及に関する官民合同会議」で定められた防犯性能試験を行い、想定される浸入手口による攻撃に対して5分以上防ぐ性能を有することが確認された商品。

### ④高い安全性能

多軸エリアセンサと負荷検知の二重の障害物検知装置および、急降下停止装置を標準設定している。

#### ・多軸エリアセンサー

開口部の幅広いエリアを検知する障害物検知装置

#### ・負荷検知

障害物により座板に負荷がかかるとシャッターが停止する障害物検知装置

#### ・急降下停止装置

ローラーチェーンの脱落・破断、開閉機の破損によるシャッターの急降下を防止する装置

### ◆参考価格（写真掲載モデル）

価格：1,644,200円（取付工事費、搬入費、諸経費、消費税は含まれていない）

仕様：2台用（W = 5,400 × H = 2,300）、リモコン付、スラット色 = トートチェリー

### ◆販売目標

初年度（1年間）：5億円。

## ブラインドと網戸の機能をひとつにした 画期的なブラインド網戸

### セイキ販売

セイキ販売は、ブラインドと網戸機能を兼ね備えた多機能スクリーンを3月から新発売。目かくしも、採光も、通風も、スラットの開閉で自由に調整できる「ブラインド網戸」である。主な特長は次の通り。



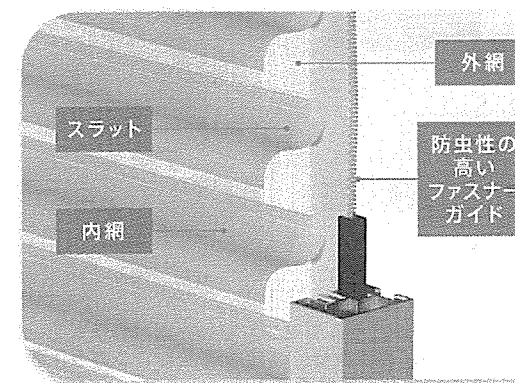
○風を通しながら視線はカット／部屋に心地よい風を届ける網戸としての機能を保ちながら、外部からの視線をカットするブラインドの役割も果たす。

○心地よい採光性／真夏の直射日光や強い西日をやわらげ、室内には自然の明るさを届ける。

○窓まわりはスッキリ／カーテンや一般的なブラインドのように風にあおられることなく窓まわりもスッキリ。

○製品カラー／部材色—ホワイト、生地色—アイボリー。

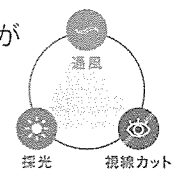
○製品仕様（主材料）／枠部材—アルミニウム押出し形材、防虫網・ブラインド生地—ポリエステル繊維、部品—樹脂（ポリアセタール、ポリアミド6他）



スラット断面のひみつ

2層の網とスラットが生み出す

### トリプル効果



ポリエステル繊維のスラットと二層の網を組み合わせた構造により、外からの視線を遮りながら心地よい通風と採光を実現します。

## ハイブリッド窓で樹脂窓同等の断熱性能 SAMOS X・防火戸SAMOS X

LIXIL

LIXILは、窓シャッター・高性能ハイブリッド窓「サーモスX・防火戸サーモスX」を3月より発売した。

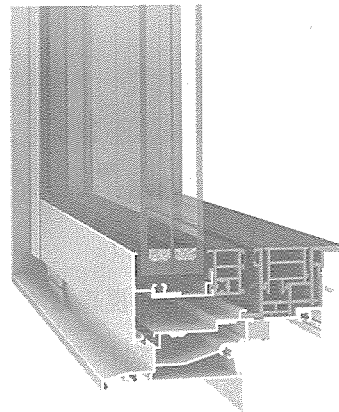
同製品は、アルミと樹脂のハイブリッド構造をベースに、断熱性を飛躍的に向上させた次世代の高性能ハイブリッド窓である。ハイブリッド窓ならではの利点に加え、最先端の高断熱技術を結集することで日本の窓に大きな進化をもたらしたという。

### ■主な特長【サーモスX・防火戸サーモスX】

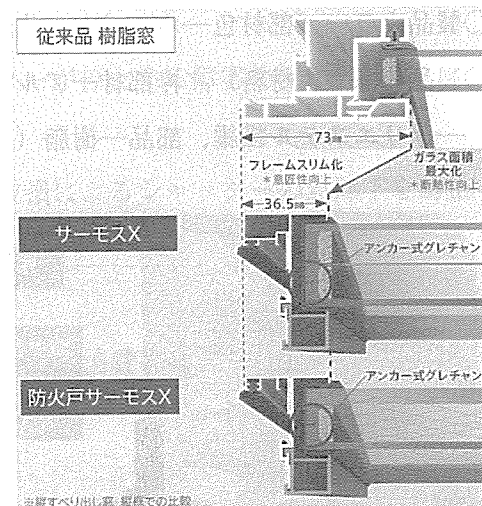
- 熱貫流率／サーモスX— $1.05\text{W}/(\text{m}^2\cdot\text{K})$ 、  
防火戸サーモスX（大臣認定防火戸）— $1.58\text{W}/(\text{m}^2\cdot\text{K})$
- スリムなフレーム／従来品の樹脂窓に比べフレームを50%スリム化。
- 意匠性向上／より美しさが際立つスクエア窓・スリット窓。
- 高級感のあるパーツ／高級感あふれるメタリック調のパーツ。
- 施工性向上／サーモスII、防火戸FG-H/Sと共通のプラットフォームを採用。

### ■主な特長【サーモスX】

- 選べるガラス／ニーズに応じて、日射熱の“抑制”と“取得”をセレクト。
- 操作性向上／1.3mmの特殊薄板ガラスで、複層ガラス並みの軽さを実現。
- 自由な連段窓／連窓・段窓の組み合わせも自在。



〔サーモスX〕トリプルガラス（クリプトンガス入り）熱貫流率 $1.05\text{W}/(\text{m}^2\cdot\text{K})$ 、〔防火戸サーモスX〕複層ガラス（アルゴンガス入り）熱貫流率 $1.58\text{W}/(\text{m}^2\cdot\text{K})$

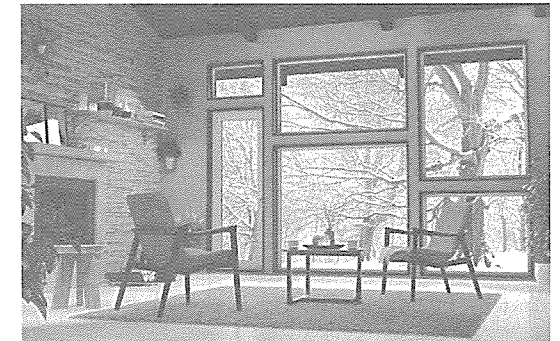


〔アンカー式グレチャン〕フレームとガラスを一体化することにより、強度を確保しつつガラス面積を最大化し断熱性を向上

## 先進のテクノロジーを結集し 世界トップクラス、国内No.1の断熱性能実現 高性能樹脂窓「エルスターX」

LIXIL

LIXILは、樹脂窓、世界トップクラス、国内No.1の断熱性能を目指し、高性能樹脂窓「エルスターX」で実現。1月より発売した。



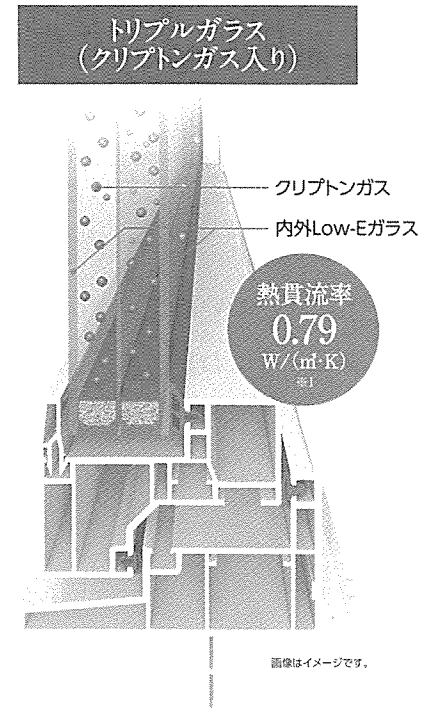
エルスターX 施工例

エルスターXは、断熱先進国の欧州でも通用する断熱性能を目標に開発し、国内No.1の $0.79\text{W}/(\text{m}^2\cdot\text{K})$ を達成すること

ができ、さらに耐風圧性等の基本性能に磨きをかけ、日本の環境で、より安全で使いやすい窓を開発。低炭素な住宅に貢献できる商品となったと同社サッシ・ドアGBUサッシ開発部3Gグループリーダー池上智氏のコメント。

### ■主な特長

- 操作性向上／1.3mmの特殊薄板ガラスで、複層ガラス並みの軽さを実現。
- 施工性向上／射体掛かり寸法36mmで前垂れを抑制。
- 意匠性向上／フレームを約20%スリム化し、眺望性・採光性もアップ。
- 断熱性向上／住まいの地域やプランに応じて選べる“高断熱”（トリプルガラス2タイプ、複層ガラス1タイプを用意。フレームが共通なので目的やプランに合わせて使い分けが可能）。



※1 窓すべり出し窓(FR) 16513 トリプルガラス(クリプトンガス入り) 内外Low-E グリーン (3+12+3+12+3) アンブル付き・アンブルなし(アンブル付き同等結露) JIS A 4710:2004 による社内試験値

# 天然木のよこ型ブラインド 防災・耐水タイプも 「クレール／クレールグランツ」

## ニチベイ

ニチベイは、2014年8月より、ウッドブラインド『クレール／クレールグランツ』をモデルチェンジし、発売している。

『クレール／クレールグランツ』は、木の温もりを感じながら窓辺に高級感を生み出す天然木製のよこ型ブラインド。今回のモデルチェンジでは、木の質感を最大限に引き出した新しいカラーが登場。独特の風合いが時の経過を感じさせる「アンティーク」と「エイジング」、天然木に加工を施し、木質感をさらに強調した「グレイン」など、上質で個性的なカラーをラインアップ。

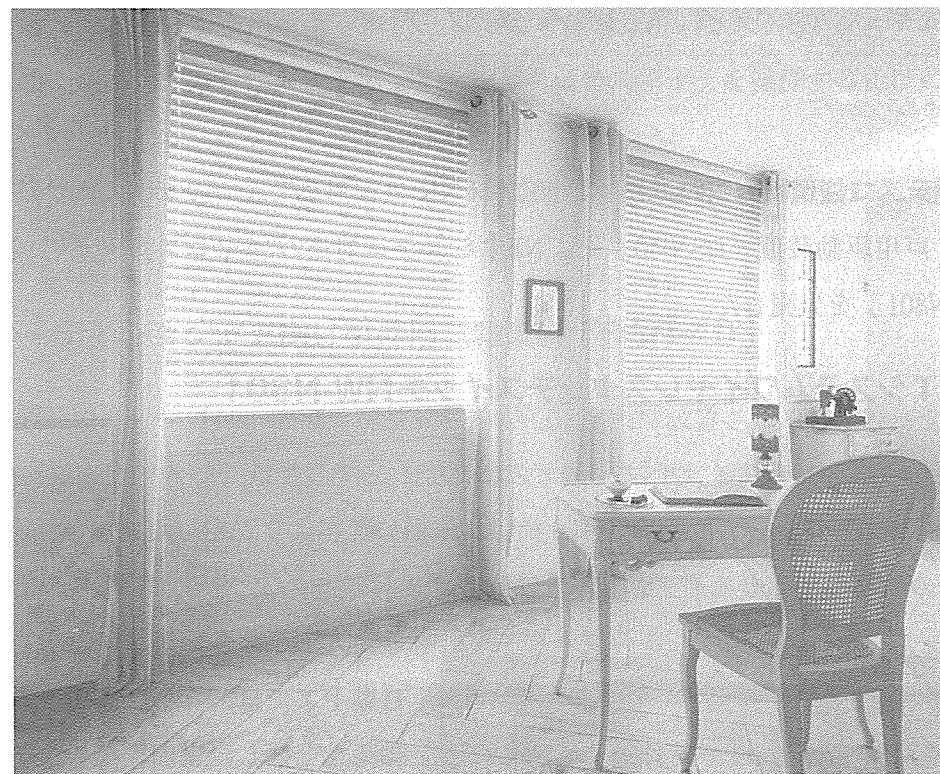
また、スラット（はね）のコード穴をなくし、遮蔽性と意匠性を両立させた『クレールグランツ』や、ホテルなどに最適な「防災・耐水タイプ」が新登場。さらに、スラットと同素材を使用したヘッドボックス（メカ部）を標準仕様とするなど、全てに新しくなったクレールで上質な暮らしができるとしている。

### ■主な特長

1. 木の質感を最大限に引き出した新カラー。アンティーク、エイジング、グレイン、スターホワイト、この内アンティークが、荒削りなユーズ感で、長い年月をかけて使い込んだ風合い感がアンティーク感を醸しだしていると好評だという。
2. スラット（はね）と同一意匠のヘッドボックスを採用。
3. スラットのコード穴をなくした「クレールグランツ」誕生。遮蔽性も高く、スラットの木目模様や質感をそこなうことなく、より上質な空間を演出。
4. 耐水・防災性能も付加「防災・耐水タイプ」新登場。
5. 全ての手動タイプに高さ調節機能を搭載。
6. 製作可能範囲を拡大。

ループコード式／W～50cm→38cm～、H～302cm→330cm、最大面積～5.0m<sup>2</sup>→7.2m<sup>2</sup>。コード式／30cm～→25cm～。（機種によって製作可能範囲は異なる。）

7. クレール50／クレールグランツ50電動・標準タイプ新登場。





# 病院等室内のパーティションドアを自動化する 駆動装置／通行しても不要な開閉をしない ワイヤレスタッチスイッチ

## ナブテスコ

ナブテスコ住環境カンパニーは、NETシステムに対応したパーティションドア向け引き戸用駆動装置「DSN-40」と、NETシステム対応ワイヤレスタッチスイッチ「NW-N801」を発売した。

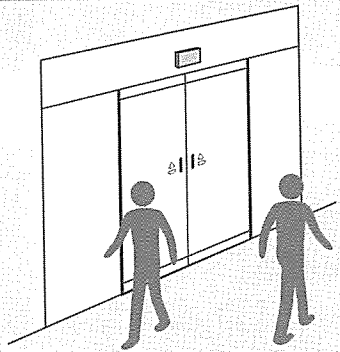
### NETシステムワイヤレスタッチスイッチNW-N801

同製品の本タッチスイッチは、シックなデザインにこだわったタッチスイッチで、高級感あふれるエントランスにもマッチ。従来品に比べより安定した動作が可能となり、手の触れるタッチスイッチ本体には抗菌コートを施すなど衛生面にも配慮している。

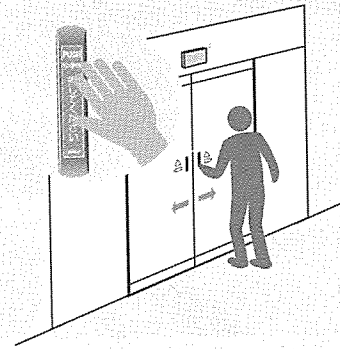
人通りの多い場所に設置された自動ドアでは、ムダな開閉を減らす効果を発揮し、室内環境の改善を実現するという。その他主な特長は—

#### 動作説明

① タッチスイッチを操作しない限り、自動ドアの前を通行しても不要な開閉をしません。



② タッチスイッチを操作すると、ドアが開きます。



○特定小電力対応による電波強度の向上と、ペアリング機能による混信防止により、安定した動作を実現。

○送信子機の防水性はJIS保護等級IPX7相当。

○送信親機と子機の検出新郷を識別して出力可能となり、またNETシステムへ対応したことで、一方通行やラチェット動作（タッチスイッチを操作するたびに開閉動作を切り替える）など様々な用途に対応。

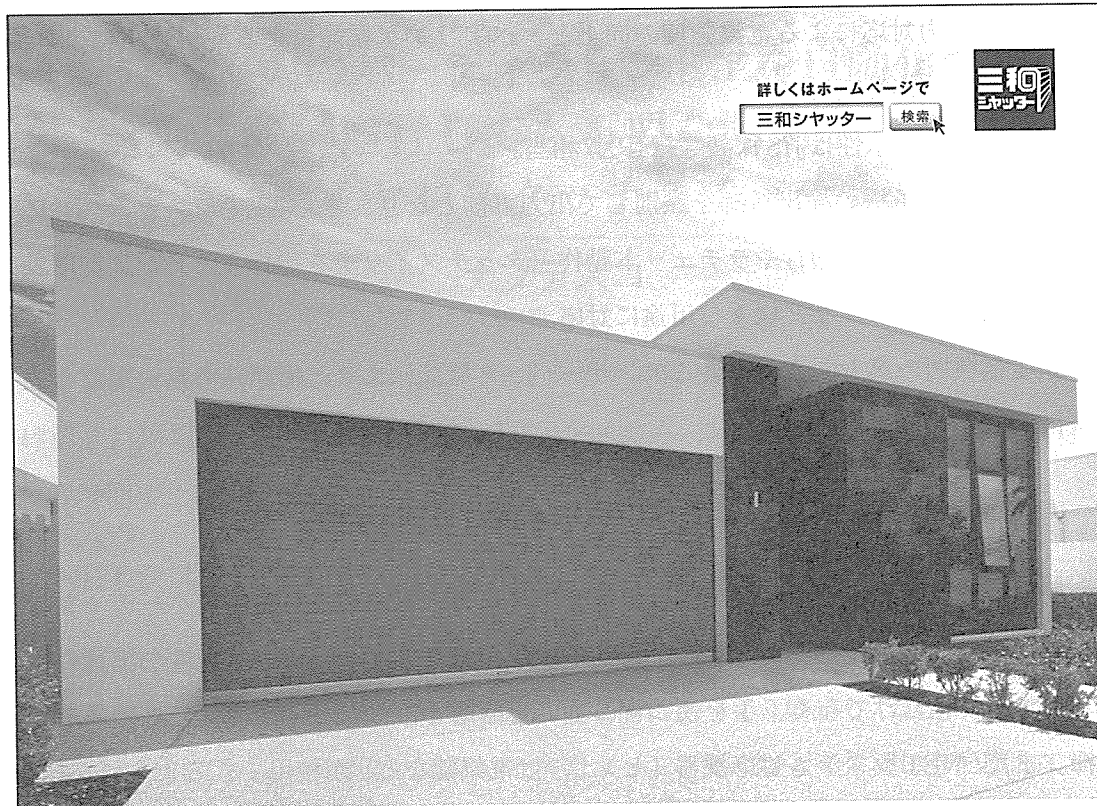
○送受信機関の双方向通信によるアンサーバック機能により、信頼性の高い通信と故障診断が可能になった。

### パーティションドア向け引き戸用駆動装置「DSN-40」

同製品の駆動装置は、医療・福祉施設を中心に室内で設置される各種パーティションドアの自動ドア化を実現できる。自動ドア化することで、通行の快適性や施設のバリアフリー化だけでなく、手を使わずにドアを開閉することで、衛生面でも効果を発揮。また、NETシステム対応機器（センサー、電気錠など）が使用できるようになり、今まで以上に安全かつ利便性の提供が出来るとしている。

#### ■特長

1. 各種パーティションドアに対応するコンパクトな収まりで、自動ドア化を実現。
2. NETシステム対応機器が使用できるので、今まで以上に通行の安全性や快適性が向上。
3. 多機能トイレ自動ドアガイドラインに対応。多機能トイレドア用としても安心して使用可能。
4. 従来の自動ドアに比べ、ドアにぶつかった際の安全動作感度を高く設定できるようになり、安全性が向上。
5. ドアを開いた状態で維持することが可能。（例えば、荷物を搬入出するためにドアを全開位置に開けておく……など）
6. インチング動作（スイッチを押している間だけ開閉する動作）が可能になり、開けたい幅だけドアを開けることができる。
7. 手動モード切り替えスイッチにより、電源を切らずにドアを手動で開閉可能（例えば、清掃のためにドアを自動で動かないようにする……など）



詳しくはホームページで  
三和シャッター 検索



## フラットでシンプルなガレージシャッター

### DESIGN 高い意匠性

シンプルで高級感のあるフラットなスラット。  
カラーバリエーションはメタリック調3色、木目調2色。

### SPEEDY 速い開閉

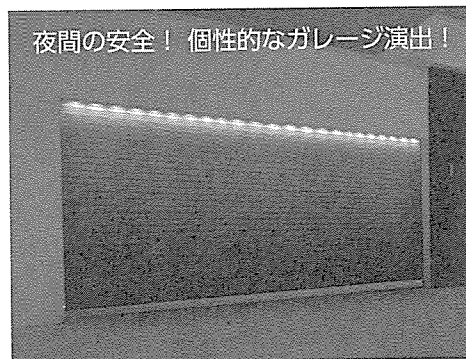
開閉速度 約6m/分。(サイズによっては約4.5m/分)  
当社軽量電動シャッターワイドタイプの約2倍の速さ。

### SAFETY 高い安全性

多軸エリアセンサと負荷検知の2重の障害物検知装置および  
急降下停止装置を標準設定。

### LED 照明(オプション)

夜間の安全！ 個性的なガレージ演出！



電動式ガレージシャッター[エレガノ]

**ELEGANO**  
STワイド

三和グループ 三和シャッター工業株式会社 03-3346-3011

## 全国主要建材販売量便覧

見 か た

- (1) 販売量および売上高は、2014年1月～12月の年間合計です。
- (2) 市場規模を表す数字の基準は全てのメーカー出荷価格または出荷量です。
- (3) 市場規模およびメーカー別販売量は全て建材市場創建の調査に基づき推定したものです。
- (4) 販売量は市場の85～90%をカバーする企業を全て網羅しました。市場規模は輸出を除く国内需要のおおよそを表しています。
- (5) 2014年販売量の数字の最後にある↘→↗の記号は、前年(2013年販売量)との比較です。↗は伸び、→は横ばい、↘は減少を意味します。
- (6) 発売開始時期の新しい製品の販売量は、開始した月から12月までの累計です。  
(一部 決算月の関係で予想で算出したものもあります。)

住宅編 2015年版 ㊤

## 住宅用火災警報器

市場規模（年間）1,610万個

発売元	商品名	2014年販売量	2013年販売量	シェア
パナソニック	ねむり当番、ねつ当番	711万個↗	704万個	44.0%
能美防災	まもるくん	452万個↗	448万個	28.0%
ホーチキ	ハイガード	210万個↗	208万個	13.0%
ニッタン	けむたんちゃん ねつたんちゃん	161万個↗	160万個	10.0%
ヤマトプロテック	ケムビー	11.3万個↗	11.2万個	0.7%
沖電気防災	住宅用火災警報器（けむり 式・ねつ式）	4.8万個→	4.8万個	0.3%
三和シャッター工業		—		
大建工業	火の元監視番	—		
日本フェンオール	熱雷	—		
ノア	光電式煙感知器	—		
マックス	火災警報器	—		

### 【市場規模・年間推移】

2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
1,560万個	1,580万個	1,590万個	1,600万個	1,610万個

（コメント）火災間際に発生する煙や熱を自動的に感知し、警報を鳴らして火災になりそうなことを居住者に知らせる器具である。06年に消防法が改正され、すべての住宅やアパートに火災警報器の設置が義務づけられた。需要の一部は「ガス・火災警報器」へ回った。「相対的に売れている製品は煙式タイプであり、比較的伸びが大きい製品は音式タイプ、今後の伸びが注目される製品は無線連動タイプ」（リビングアメニティ協会）とされている。壁掛けタイプと天井取り付けタイプがある。24時間しっかり監視し、煙や熱を感知する。セキュリティシステムとの連動を除き、戸建て住宅、集合住宅とも単品が設置される。1戸当り3個以上の需要がある。メーカー各社は品揃えを強化している。新製品トレンドは、薄型化、警報音の改良であった。薄型化は薄くして目立ちにくくし、インテリアにこだわる層へ対応した。従来機種に比べ25%程度薄くしたものが出た。警報音では高齢者でも聞き取りやすいように改良した。メーカーは安定需要を確保するために、集合住宅、公共住宅へ入り込んでいるセキュリティシステム業者、防災機器業者の取り込みに懸命で、いきおい納入価格が

下落した。また、一般世帯、工務店を対象とする量販店においても実勢価格が落ち込んだ。ガス火災警報器は、東京ガス等で5年毎の取り替えを実施しており、最近では、マンション等の取り替え需要が増えているようだ。

【上代価格】天井埋込型、親器、9,398円/個、子器、6,248円/個、壁埋込型、親器、9,188円/個、子器、6,090円/個、露出型、親器、8,925円/個、子器、5,828円/個。

## アコーディオンドア

市場規模（年間）50億円

発売元	商品名	2014年販売量	2013年販売量	シェア
立川ブラインド工業	アコーディオンカーテン・スクリーン・メイト	12.5億円→	12.5億円	39.0%
ニチベイ	やまなみ、Uni Fold、パイプカーテン、シャレード	12億円→	12億円	38.0%
トソー	クローザエクセル・ライト	3.2億円→	3.2億円	10.0%

### 【市場規模・年間推移】

2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
46億円	49億円	50億円	50億円	50億円

（コメント）折りたたみ式のドア・カーテンの一種。アコーディオン状に折りたたまれて開閉する。金属製の構造体を布やレザーで覆ったものが多く、簡易な間仕切などに使用される。複式（覆いが二重のもの）、単式（覆いが一重のもの・構造体がないものもある）があり、複式60%、単式40%の比率。当座の間仕切用として需要は根強く、安定している。広い部屋を仕切って冷暖房効果を上げるとか、冬場の隙間風を防ぐとか、色々な使われ方がされている。リフォーム時の用途も広い。東日本大震災の被災地では簡易間仕切として使われた。商品は高級化が進んでいる。メーカーは柄のバリエーションを増やしている。好景気の頃は住宅内の高級化と共に、その簡易性が敬遠されたが、最近では商品レベルが上がったので、シャレた感じや操作性などで意外性が出てきた。発売元はかなりあって、ホームセンター、ネット通販では激安品や売られているが、品質、施工（サイズ調整/取り付け）などで安心できる、立川ブラインド、ニチベイ、トソーのインテリアファブリックス大手3社が出荷量、商品性で成長を続けている。製品様式は、住居内簡易間仕切、大型間仕切、つい立式の三つに

分かれた。住居用は部屋と部屋の仕切り、部屋のみかくし、洗面所・押入れの扉に、大型間仕切は住居内の大型仕切り、学校内・ショールーム・店舗などの仕切りに、つい立式は事務所、医療施設、ホール、幼児施設などの目かくし兼間仕切りとして使用される。その中で、大型間仕切は近年進化した。パイプカーテン、折りたたみシャッターやアルミフレーム引戸にアプローチした製品も出てきた。それらは別注対応が多く、受注金額が張るのでメーカーは販売に力を入れ始めている。販路も従来の内装施工業者ルートだけではなく、デパート、高級家具店からの引き合いが出てきた。アコーデオンドアはかつて需要ピークのあと、大型タイプが先ず衰退した。ところが直近では大型タイプが脚光を浴びている。デザインの入替えが定期的に行われ、業務用主体に取り替え需要も安定している。

【上代価格】 面積 11.2m<sup>2</sup>、34,000 円～ 134,700 円/台。面積 7.2m<sup>2</sup>、21,800 円～ 84,300 円/台。

## ブラインド

市場規模 (年間) 325 億円

発売元	商品名	2014年販売量	2013年販売量	シェア
立川ブラインド工業	シルキー	100 億円 ↗	98.7 億円	42.0%
ニチベイ	セレーノ、ユニーク、クレール、アルベジオ、ソーラーV、ユニタッチ25	95 億円 ↗	94 億円	40.0%
トソー	アーバン、メタリックテイスト	24 億円 ↗	23.5 億円	10.0%

### 【市場規模・年間推移】

2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
305億円	315億円	320億円	320億円	325億円

(コメント) 窓の陽覆い。羽根 (スラット) を横に並べた昇降式のよこ型 (ベネシャンブラインド)、羽根 (ルーバー) を縦にした、たて型 (バーチカルブラインド) がある。操作方式にコード式、操作棒式、ポール式、ギア式などがある。日除けのほか、省エネ、視線コントロールなどの効果がある。ベネシャンブラインド 77%、バーチカルブラインド 23% の出荷比率。消費者のリビングへの意識は近年やわらかいイメージのファブリックスに傾いてきた。また、ファブリックス全体が目下省エネ、節電がテーマになり、ブラインド全般においてもそれを実現した商品が定着し、機能性に加え意匠性との両立を実現した商品が市場投入されている。例えばニチベイでは、ロールスクリーン「ソフィー」に新採

用のデジタルプリント技術で色彩を細やかに表現した「トレンドコレクション」を追加。ファブリックでありながらブラインドの調光機能をプラスした調光ロールスクリーン「hana・ri」を発売。木製ブラインド「クレール」は、ヘッドボックス部の意匠を高め、更に時の経過を感じさせるアンティーク調のスラットや、天然木にエンボス加工により木質感を高めたスラットを充実する等、更にデザイン性を向上。また、操作コードではなく直接グリップで操作するプリーツスクリーン「もなみ コードレス式」。特別な配線工事が不要で取り付けが簡単な電動ロールスクリーン「ソフィーサイレント電動式」と、その上安全・安心を重視した商材が必要との考えのもと、操作コードによる絡まりの心配がないコードレス商品を発売している。

【上代価格】 よこ型ブラインド (アルミ製)、16,000 円/台～。たて型ブラインド (アルミ製)、手動式、54,000 円/台～。電動式、200,000 円/台～。

## ドア・引戸

### ① スチール・アルミ・木製玄関ドア

市場規模 (年間) 43(予)万セット

発売元	商品名	2014年販売量	2013年販売量	シェア
LIXIL	アヴァントス、フォワード、エルムープ、フェイス、ジェイフォルム、イズムステージ、グランドステージ、プレナスX	184,900セット ↓	198,000セット	43.0%
YKK AP	ヴェナート、プロント、デュガード、サロ、EXE、アミティII	124,000セット ↓	133,000セット	29.0%
三協アルミ	ラフォース、プロセレーネ、バラード	73,100セット ↓	78,200セット	17.0%
三和シャッター工業	リフォーム玄関ドア・引戸	—	—	3.0%

※不二サッシは大手プレハブメーカー向けに仕入れ販売をしている。

### 【市場規模・年間推移】

2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
46万セット	49万セット	49万セット	46万セット	43万セット

㊦ 室内ドア・引戸

市場規模 (年間) 450 万セット

発売元	商品名	2014年販売量	2013年販売量	シェア
LIXIL	ウッドイーライン、ファミ リーライン、グッドライン	547,000セット↘	576,000セット	12.0%
パナソニック	LiViE、すらっと引戸、美奏 樹、ディズニーシリーズ	472,500セット↘	504,000セット	10.5%
大建工業	レリーフアート、 マテリアート	450,000セット↘	480,000セット	10.0%
永大産業	インテリアドア・引戸	339,300セット↘	345,600セット	7.5%
ハウテック	住宅用内装ドア	315,000セット↘	336,000セット	7.0%
ウッドワン	ピアノース、ジュビーノ、 グランステージ	200,500セット↘	240,000セット	5.0%
ノダ	ハウスキットアトリア、 アストリア+α	200,500セット↘	216,000セット	4.5%
アイカ工業	マーレスIIクラスS	180,000セット↘	192,000セット	4.0%
ニホンフラッシュ	—	—	—	—

\* 上記ほか、YKKAP、三協アルミ、パル、住友林業クレスト、ユニフローなどの発売元がある。  
ニホンフラッシュとハウテックはハウスメーカー、マンションデベロッパー向け直需（ノーブラ  
ンド）が主体である。

【市場規模・年間推移】

2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
530万セット	556万セット	570万セット	480万セット	450万セット

㊧ 玄関引戸

市場規模 (年間) 12.5 万セット

発売元	商品名	2014年販売量	2013年販売量	シェア
LIXIL	エルムープ、K3シリーズ、 PGシリーズ	56,200セット↘	61,600セット	45.0%
YKKAP	コンコード、SGH、ジュオン、 れん樹和華	37,500セット↘	41,100セット	30.0%
三協アルミ	ラフォースSD、プロセレーネ、 ピザーノ、バラード	28,700セット↘	31,500セット	23.0%

【市場規模・年間推移】

2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
13万セット	13.2万セット	12.9万セット	13.7万セット	12.5万セット

㊨ 集合住宅用玄関ドア

市場規模 (年間) 54(予)万セット

発売元	商品名	2014年販売量	2013年販売量	シェア
三和シャッター工業	XDOOR、アバンセレクト、セレドール、 エルマーノセレクト、マンハッタン、 キングドール、エックスドール・チェンジ	セット↗	190,000セット	32.0%
LIXIL鈴木シャッター	MW・MS・MSS・ES シリーズ	135,000セット↗	130,000セット	25.0%
日本フネン	ディンプルライン、 エンブレム、コンチェルト	81,000セット↗	78,000セット	15.0%
YKKAP	EXIMA、R's	75,600セット↗	72,000セット	14.0%
文化シャッター	EDM シリーズ、EDS シリーズ、 BA シリーズ、PB シリーズ	32,000セット↗	23,000セット	5.0%

【市場規模・年間推移】

2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
46万セット	48万セット	49万セット	52万セット	54万セット

㊩ 木製・木質系防火ドア (玄関・室内用)

市場規模 (年間) 24.6 万セット

発売元	商品名	2014年販売量	2013年販売量	シェア
阿部興業	A&K ドア	123,000セット↗	110,000セット	50.0%
伊藤忠建材	—	118,000セット↗	105,000セット	48.0%
大栄木工	住宅用内装ドア	2,950セット↗	2,200セット	1.2%
ノナカウッドプロダクツ	木製玄関・室内ドア	492セット↗	440セット	0.2%
フォリス	住宅用玄関ドア	246セット↗	220セット	0.1%
ガデリウス	スウェドア	246セット↗	220セット	0.1%
宮崎木材工業	ミヤドア	240セット↗	176セット	0.08%
高島屋スペースクリエイツ	ホテル用ドア	48セット↗	44セット	0.02%

【市場規模・年間推移】

2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
25.5万セット	25万セット	24万セット	22万セット	24.6万セット

㊦ アパートドア

市場規模（年間）16.5万セット（ブランド品のみ）

発売元	商品名	2014年販売量	2013年販売量	シェア
LIXIL	リジェーロV、AEシリーズ	66,000セット	72,000セット	40.0%
YKKAP	レガーロ、2SD-II	42,900セット	46,800セット	26.0%
三協アルミ	AX、AD、AE	—	—	—

【市場規模・年間推移】

2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
14.5万セット	16万セット	17万セット	18万セット	16.5万セット

㊧ 勝手口ドア・引戸

市場規模（年間）38万セット

発売元	商品名	2014年販売量	2013年販売量	シェア
LIXIL	勝手口ドア・引戸	178,600セット	188,000セット	47.0%
YKKAP	エアリフレ、エアクリエ、エピソード	117,800セット	124,000セット	31.0%
三協アルミ	フィアレス、マディオ、リフォーム勝手口ドア	72,200セット	76,000セット	19.0%
三和シャッター工業	勝手口ドア	—	—	—

【市場規模・年間推移】

2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
40万セット	42万セット	39万セット	40万セット	38万セット

（コメント）2014年度の戸建て住宅用玄関ドアの全国出荷は、住宅着工の落ち込みに合わせて減少したが、用途によりそれぞれ需要に格差があった。2014年度のマンション用玄関ドアの全国出荷は前年比微増となった。2014年度の住宅用内装ドアの全国出荷は前年比微増した。戸建て住宅用、マンション用共に堅調であった。戸建て住宅用玄関ドア・引戸市場においては、すでにLIXIL、YKKAP、三協アルミのアルミ建材メーカー3社の製品に収斂された。住宅産業がノン・クレームへ特化していく中で、ユーザーの要求を満たす商品を提供する3社の製品へ需要が集中しつつある。玄関ドア・引戸が100%断熱化の方向で一段落し、2014年は様々なデザイン競争が展開された。陳腐化せざるを得ないデザインを新装することで顧客の関心を集めることに懸命となった。門扉とのトータルコーデ

ネット、断熱×採風の組み合わせ、ドア枠とLED照明一体化等が進んだ。戸建てのリフォームドアは、住宅着工の落ち込みに左右されず、年率5～10%以上成長しているとみられる、しかしマンションの扉交換に比べると立ち遅れている。戸建て住宅用内装ドアは、デザインのモデルチェンジにおいては不毛の状況が続いている。機能的にはリビング建材に合わせた、調湿・除湿、あるいは通風がテーマになっている。特に通風は節電対策として開発商品が望まれている。通風対応機種は関西エリアで需要が盛り上がった。マンション用玄関ドアの2014年度の需要はマンション建設の復活を映し市場規模がやや拡大した。その中で市場では熾烈な販売競争のみが展開された。2014年度は改修ドア（マンション）の伸びも目立った。ムクの木製玄関ドアはわずか3%のシェアの中でかろうじて存在感を示している。木製系玄関は高級感がうけているといわれる。ホテル及び高級マンションの最上階の玄関にはほとんど木質系ドアが使用されている。玄関ドアで木製系ドアがわずか3%のシェアであるのはメンテナンスの問題があるからである。クレームを嫌う大手ハウスメーカーが使わなくなった。勝手口ドアは外観デザインが求められてきたので、カラフルでファッショナブルな商品が出てきた。また操作性、気密性、水密性、遮音性、防犯性といった基本性能も玄関ドアに準じるようになった。木造・ALC・RC納まりとカラーバリエーションが勝負になっている。勝手口改修ドアも出された。

【上代価格】 スチール・アルミ玄関ドア 300,000円/セット～。室内ドア・引戸 30,000円/セット～。集合住宅用ドア 100,000～220,000円/セット。玄関引戸 220,000円/セット～。木製防火ドア（防火設備） 150,000円/セット～。アパートドア 140,000円/セット～。浴室ドア・引戸 113,000円/セット～。リフォーム用 玄関ドア 310,000円/セット～。玄関引戸 238,000円/セット～。集合住宅用ドア 188,000円/セット～。浴室ドア 37,000円/セット～。

ブラインドシャッター

市場規模（年間）2,390台

発売元	商品名	2014年販売量	2013年販売量	シェア
オイレスECO東	サンシャディ	956台	940台	40.0%
	工メタルニック	119台	117台	5.0%

【市場規模・年間推移】

2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
2,300台	2,300台	2,300台	2,350台	2,390台

【コメント】 雨戸用としてサッシの外側に付ける。シャッターの開閉だが、角度調整が自在にできる可動ルーバーのつくり。節電・省エネの時宜を得た商品になった。快適な居住性もある。通風・採光能力が50%以上あって、その能力では窓シャッターのスリットタイプより上で、可動式ブラインド+窓シャッター機能を望む層の支持がある。新築よりリフォーム向けが多い。横引き雨戸や窓シャッターからの取り替え需要である。「雨戸」としては高額商品なので新築では予算の多い物件以外は使いきれない。しかし細々ながら固定需要がある。商品を気に入った客が使うのがほとんど。メーカーは施工現場に対応できる一品生産方式の良さを強調し、永年のブランド力やメンテナンス対応でホームビルダーや一般工務店の信頼感を獲得している。大手ハウスメーカーおよび一般注文住宅の高級仕様、防犯を強く意識する建築主、建築設計事務所の指定が多い。病院、ビルに転用される場合もある。問題点は上代価格が300,000～400,000円と高いこと。また、商品が広く認知されていないこともある。しかし、最近の暴風雨等による飛来物の防止や、竜巻等で関心が高まっているようだ。

【上代価格】 300,000～400,000円/台。

補助手すり (パブリック・住宅)

① 動作用補助手すり 市場規模 (年間) 370億円 (323カ所)

発売元	商品名	2014年販売量	2013年販売量	シェア
T O T O	ハンドグリップ、 インテリアバー	51.8億円↗	49億円	14.0%
パナソニック	握りバーほか	48億円↘	48.1億円	13.0%
L I X I L	アクセサリバー	37億円↗	35億円	10.0%
ナカ工業	愛の手、レストハンド、 アームラックス	24.8億円↗	21.6億円	7.0%
矢崎化工	エレクター手摺	11.1億円↗	10.5億円	3.0%

発売元	商品名	2014年販売量	2013年販売量	シェア
アロン化成 安寿		2.9億円↗	2.8億円	0.8%
マツ六	パウハウスハンドシリーズ、 エクレコロンバン棒シリーズ	2.58億円↗	2.4億円	0.7%
シロクマ	らくらく手すり	1.85億円↗	1.7億円	0.5%
ケージーバルテック	ハンドレール	0.74億円↗	0.7億円	0.2%

【市場規模・年間推移】

2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
370億円	377億円	355億円	350億円	370億円

② 歩行用補助手すり 市場規模 (年間) 155億円 (230万m)

発売元	商品名	2014年販売量	2013年販売量	シェア
ナカ工業	歩行用補助手すり	46.8億円↗	49.2億円	30.9%
T O T O	廊下・階段手すり、玄関手すり	24.8億円↘	26億円	16.0%
パナソニック	システム手すり	30.2億円↘	24.8億円	15.0%
マツ六	パウハウスシステム、エクレシステム 手すりシリーズ、フリーRレール	6.4億円↘	6.6億円	4.1%
ワイエム工業	YMストレッチャー、 YMハンドレール	3.1億円↘	3.3億円	2.0%
シンドウ工業	セフティレール	2.3億円↘	2.4億円	1.5%

※上記のほか、三協アルミ、ユニオン、丸善金属本社、新協和、タカラ産業および地場業者などがある。

【市場規模・年間推移】

2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
220億円	228億円	220億円	165億円	155億円

【コメント】 バリアフリーを目的にした手すりである。動作用はトイレ、浴室など水回りの補助手すり。歩行用は廊下、階段用の連続手すりなどがある。いずれも高齢者、介護者の動作・歩行を補助するための手すりであり、素材はステンレス、アルミ型材、鋼管に樹脂被覆したもの、および、木材など。2012年の市場傾向は、福祉施設の建設が前年比15%減を映し、需要は大幅に下がった。2011年の大幅な伸びの反動でもあった。その中で注目できるのは改修向けが増えたことである。従来、付けられていなかった建物に、バリアフリー思想の浸透と共に、補助手すりを付けようという気運が出てきた。補助手すりに対する市

場認知が進んだ。TOTO、パナソニック、LIXILなど関連商品を持つメーカー、ナカ工業のように品揃えの豊富なメーカーに需要が集中した。これらは絶えず使用者の立場で考えた新商品を発売していることもユーザーに刺激を与えた。ナカ工業の「クッションレール」(やわらか手すり)、手すりカバー「TJ-38」(冬夏用手すりカバー)、「LED照明付き手すり」 「ビニレンステラ」など歩行用製品がその例である。パブリック市場と住宅市場はほぼ需要を2分している。病院、老健施設向けは堅調で、駅舎、学校、商業施設、公園向けも徐々に伸びてきた。ナカ工業では光の流れを利用した避難誘導手すり「スマートガイド」を開発している。近々発売予定。パブリック市場向けではTOTO、ナカ工業、LIXILが各用途別物件を確保し需要の大半を押さえた。特に駅舎、百貨店、医療・福祉の改修物件にはまんべんなく入っている。

【上代価格】 動作用 水回り用手すり 6,000～25,000円/本。歩行用 連続手すり 10,000～25,000円/m。

## 窓製品

### ① 木造用アルミサッシ 市場規模(年間)アルミサッシ 1,836億円

発売元	商品名	2014年販売量	2013年販売量	シェア
L I X I L	サーモスⅡ-H、Ⅱ-S			49.5%
Y K K A P	APW、エピソード			30.5%
三 協 ア ル ミ	マディオシリーズ、ビューアート			19.0%

### ② 木造用樹脂サッシ

#### ① 外 窓 市場規模(年間)アルミサッシ 80万窓

発売元	商品名	2014年販売量	2013年販売量	シェア
L I X I L	マイスターⅡ	—	—	
Y K K A P	APW330	—	—	

発売元	商品名	2014年販売量	2013年販売量	シェア
三 協 ア ル ミ	アルペンPL	—	—	

## ② 内 窓

## 市場規模(年間) 119万窓

発売元	商品名	2014年販売量	2013年販売量	シェア
L I X I L	インプラス	511,000万窓↗	507,000万窓	43.0%
Y K K A P	プラマード	428,400万窓↗	424,000万窓	36.0%
三 協 ア ル ミ	プラメイクE	178,500万窓↗	177,000万窓	15.0%
不 二 サ ッ シ	インブラードU	1億円↗	1億円	
セイキグループ	楽窓Ⅱ	—↗	—	
大 信 工 業	内窓プラスト	—	—	
リフォジュール	メルツェンサッシ	—	—	

## 【市場規模・年間推移】

	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
アルミサッシ	1,780億円	1,860億円	1,800億円	億円	1,836億円
樹脂外窓	76万窓	79万窓	78万窓	79万窓	80万窓
樹脂内窓	105万窓	115万窓	117万窓	118万窓	119万窓

### ① 窓シャッター・金属雨戸

## 市場規模(年間) 180万セット

発売元	商品名	2014年販売量(予)	2013年販売量	シェア
三和シャッター工業	マドモア	—	236,000セット	
文化シャッター	マドマスターシリーズ、BAシリーズ	171,000セット↗	166,000セット	—
L I X I L	アリーズ、イタリヤ、クワトロ、リフォームシャッター、土間シャッター	—	—	
Y K K A P	手動・電動シャッター、アウターガード	—	—	
三 協 ア ル ミ	ラクフィーナ	—	—	
不 二 サ ッ シ	エコシャッター、エコアマド、シエスタV	—	—	

※文化シャッターの販売量は窓シャッターのみ。



【市場規模・年間推移】

2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
189万セット	183万セット	180万セット	180万セット	180万セット

（コメント）窓製品は省エネ、防音など環境配慮型、機能搭載型の商品を中心に市場が動いた。サッシは新設住宅着工、リフォーム需要に連動して2012年の需要は前年比横ばいであった。その中で断熱内窓は省エネの時流に合って出荷量を伸ばした。天窓は明りとりとして需要は安定している。特に節電のため天然光を採り入れる発想が出てきたので、今後は更に延びる可能性が出てきた。出窓は採光においては平窓と変わりがない。断熱性能においては外窓、内窓に劣るのに加え、住宅デザインのシンプル化にも逆行することもあって、需要は減少の傾向にある。窓シャッターの2014年の需要は前年比横ばいであった。プラスαの需要を惹きつけるところまでに力は及んでいない。エコ対応、リフォーム対応、施工省力化対応、等々、色々な商品開発は進んでいる。例えば太陽光発電で開閉できる（三和シャッター／ソーラータイプ）商品、リフォームタイプも出てきた。住宅着工回復、増改築需要の取り込みへの期待感が持たれている。2012年に北関東で起きた竜巻では強風や飛来物によってサッシのガラスが割れ、室内が被害を受けた家が多かった。雨戸、窓シャッターを閉めた家の被害は最小限に抑えられた。今後、災害対策として見直される部分がある。

【上代価格】木造用アルミサッシ・プラスチックサッシ 25,000円～40,000円／セット。樹脂内窓 幅1,250×高さ1,150mm、41,500円／窓。天窓 アルミ枠 電動式、220,000円／台～。手動式、60,000円／台～。木枠 電動式150,000円／台～。手動式、43,000円／台～。出窓 75,000円／台～。窓シャッター 電動タイプ、200,000円～260,000円／セット。手動タイプ 80,000～150,000円／セット。電動ワイドタイプ 620,000～669,000円／セット。

目隠し

① 窓目隠し

① パネルタイプ

市場規模（年間）31,600セット

発売元	商品名	2014年販売量	2013年販売量	シェア
セイキグループ	さわやか目かくしPCⅡ型、さわやか目かくしBD型、格子用さわやか目かくし、さわやか目かくしマンションシリーズ	— ↗	—	70.0%

② ロールスクリーンタイプ

市場規模（年間）—

発売元	商品名	2014年販売量	2013年販売量	シェア
セイキグループ	サンゴッドⅡ	— ↗	—	—
LIXIL	ブラインドイン複層ガラス	— ↗	—	—

③ 窓タイプ

市場規模（年間）—

発売元	商品名	2014年販売量	2013年販売量	シェア
LIXIL	目隠し可動ルーバー	—	—	—
YKKAP	プライバシースクリーン	—	—	—
三協アルミ	可動ルーバー RY型	—	—	—
三和シャッター工業	明治ジャロジー、明治ダブルジャロジー、明治オーニング	—	—	—
不二サッシ	セフティルーバー	—	—	—

【市場規模・年間推移】（パネルタイプ）

2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
31,000セット	31,000セット	31,600セット	31,700セット	31,800セット

## ㊦ 格子スクリーン

### ① アルミタイプ

市場規模（年間）——

発売元	商品名	2014年販売量	2013年販売量	シェア
L I X I L	コートラインⅡ、スリットライン	——	↗	
Y K K A P	スクリーンⅡ、シンプルモダン	——	↗	
三協アルミ	メークファサード	——	↗	
ダイケン	トップスクリーン	——	↗	
エービーシー商会	プリンカース木目調	——	↗	
セイキグループ	格子ユニット／アルミ	——	↗	
ビニフレーム工業	グレイスライト	——	↗	
久米工業	アルミルーバー	——	↗	

### ② 再生・合成木材タイプ

市場規模（年間）——

発売元	商品名	2014年販売量	2013年販売量	シェア
文化シャッター	テクモク	4.5億円↗	3.0億円	
セイキグループ	格子ユニット	——	↗	
リフォジュール	プラスッド（ルーバー）	——	↗	

（コメント）プライバシーを守りながら、住まいをデザインし、快適な生活空間をつくる目隠しパネルまたは目隠しルーバースクリーンである。窓目隠し（パネルタイプ）は、光や風を取り入れながら視線をカットするために、窓の外側に付けるパネル。西日を防ぐ用途にも使われる。一般住宅と通行人、一般住宅とマンション、マンションとマンションの視線を遮断する。本体の材料はポリカーボネート、アルミ型材、木樹脂など。集合住宅1～3階の外廊下、階段まわり、戸建て住宅の西側・北側の窓または道路に面した窓、学校の開放通路、外階段、事務所の窓など幅広い用途に使われる。根強い人気商品である。マンション向けと住宅等の浴室・トイレ用がある。マンション向けなどはセイキグループが開発メーカーで、永年需要開拓を進めてきた。窓タイプは、アルミのルーバータイプのほ

か、セイキグループの「サングッドⅡ」は（ロールスクリーンタイプ）がある。同製品は日射熱をカットし冷房効果を上げる省エネ商品。LIXILの「ブラインドイン複層ガラス」は複層ガラスの空気層部分にブラインドを内蔵した。格子タイプのルーバースクリーンは、目下の流行商品。アルミタイプ、再生木材タイプがある。すでに先行きの市場拡大を視野に入れた低価格帯商品も出ている。住宅開口部の熱の出入りを防ぎ、折からのエコの時流に合った。住宅の玄関脇、中庭、窓まわりなどの、外と内をつなぐ空間に取り付けられる。外観の一部を閉鎖的にならないよう、光と風を採り入れ、デザイン化する。通風をよくし、日光を遮ることで、節電の意味あいもでてきた。現在の商品は通過点にあり、最近網戸とブラインドを兼ねそなえた画期的なものもでてきている。今後、意匠性、機能性を向上させた商品が次々に出てくるものとみられる。

【上代価格】 パネルタイプ 30,000円／セット＝。格子スクリーン（アルミタイプ） たて格子、幅1,200mm×高さ2,000mm、96,000円／セット。幅2,400mm×高さ1,800mm、180,000円／セット～。

## ドアクローザ

### ① ドアクローザ

市場規模（年間）365万台

発売元	商品名	2014年販売量	2013年販売量	シェア
リョービ	RYOBI	220万台↗	200万台	55.0%
日本ドアーチェック製造	NEW・STER	110万台↘	113万台	31.0%
美和ロック	MIWA	50万台↘	51万台	14.0%

### 【市場規模・年間推移】

2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
327万台	347万台	350万台	358万台	365万台

㊦ ヒンジクローザ

市場規模 (年間) 43万台

発売元	商品名	2014年販売量	2013年販売量	シェア
日東工器	日東工器	39万台↗	38万台	90.2%
日本ドアチェック製造	NEW・STER	1.5万台↗	1万台	5.8%
リョービ	オートスイングヒンジ	1.5万台↗	1.4万台	3.5%

【市場規模・年間推移】

2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
39万台	41万台	42万台	42万台	43万台

㊧ フロアーヒンジ

市場規模 (年間) 12万台

発売元	商品名	2014年販売量	2013年販売量	シェア
日本ドアチェック製造	NEWSTER	6.1万台↗	6万台	50.0%
大鳥機工	Diamond	4.2万台↗	4万台	39.0%
リョービ	RYOBI	1.5万台→	1.5万台	10.0%

【市場規模・年間推移】

2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
10万台	10万台	10万台	11万台	12万台

㊨ 引戸クローザ

市場規模 (年間) 67万台

① 油圧タイプ

発売元	商品名	2014年販売量	2013年販売量	シェア
ダイケン		140,000台↗	136,000台	20.8%
リョービ		110,000台↗	100,000台	12.8%
日東工器		92,700台↗	87,500台	13.4%
日本ドアチェック製造		8,000台↗	7,000台	1.6%

② エアタイプ

日本ドアチェック製造	62,000台↗	60,000台	12.0%
日東工器	41,200台↗	38,100台	6.1%
シブタニ	—	—	4.0%
マツ六	—	—	3.3%
コマニー	—	—	—
中西産業	—	—	—
ウエスト	—	—	—
大鳥機工	—	—	—

【市場規模・年間推移】

2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
620,000台	650,000台	670,000台	672,000台	674,000台

(コメント) 開いたドアをゆっくり閉める装置。ドアが閉まる音を和らげたり、指をはさむ事故を防ぐ役目がある。装置の本体はドア側に装置され、本体からのびたアームがドアに固定され、スプリングや油圧の力でゆっくりドアを閉める。2012年の**ドアクローザ**の業界出荷は、2011年実績に対し微増した。マンション向け、戸建て住宅向け共に一時的な震災需要増に対する反動減もあった。2013年は本格的な震災復興需要が期待されている。戸建て住宅向けは比較的順調に伸び、ドアクローザ需要もその動きを映した。マンション向けはデベロッパーが建設コストダウンに走り、ドアクローザメーカーはきびしい建設予算の中で価格競争を行わざるをえなかった。実勢価格水準は大幅に下がった。公共住宅向けBL製品のみは価格が安定していた。**ヒンジクローザ**は日東工器の独占商品丁番型が順調に伸びた。丁番型は防火戸など用とが限られているので、市場は限られているが、日東工器は丁番型に特化、拡販に傾注した。日東工器は次々に付加価値商品を市場投入しており、バリエーションを揃え、ゼネコン、ドアメーカーの要求に対応できる商品体系を整備した。ヒンジクローザについては、日東工器のみが出荷量を伸ばした。日東工器は、動力源を用いず扉を静かに閉じる小型丁番型ヒンジクローザとして「2000シリーズ」を開

発し、12年2月から本格販売を始めた。丁番型ヒンジクローザでは円筒径20mmと最小を実現した製品で、耐久性能も扉開閉動作100万回と業界最高を誇る。アームレスタイプのオートヒンジは、丁番にバネを内蔵しているため扉周りをすっきりとした外観に上げることが可能。**フロアーヒンジ**は、不特定多数の人が出入りするオフィスビル、店舗、商業施設の出入口の下に埋める。耐久性が買われて設置されている。普通の店舗の扉は自動ドアが主流になり、防火耐火タイプ仕様ではオートヒンジに移っているので、需要は年々減少してきた。また最近に床を掘る工事がともなうことも敬遠されていた。現在は重歩行、人の出入りの頻繁なビル、コンビニなどの扉に使用されるほか、取り替え需要が出荷量のかなりの部分を占めている。**引戸クローザ**は鋼製建具、アルミ建具、軽量鋼製建具に付けられ、開き戸から引戸への移行を映し市場が拡大してきた。病院、学校、高齢者・福祉施設が需要の中心だが、引戸が住宅・一般建築へ浸透するにつれて市場が更に拡大した。軽さ、静かさに対応する製品が求められる一方、浴室用など防錆処理した製品の開発も進んでいる。需要の主体は公共建築物である。2014年は前年比3%以上伸びた。リフォーム需要があって病院では90%近くが引戸に改修された。一部開き戸への改修もあるという。病院向け引戸リフォームは西日本・九州で普及が進んでいる。今後、東海、東日本での需要増大が期待されている。

【上代価格】 ドアクローザ 6,000～30,000円/台。引き戸クローザ（エアタイプ） 8,000～12,000円/台。引き戸クローザ（油圧タイプ） 20,000～25,000円/台。

#### 避難ハッチ

#### 市場規模（年間）108,500台

発売元	商品名	2014年販売量	2013年販売量	シェア
ナカ工業	タスカー	37,900台	36,500台	35.0%
松本機工	オリロー	31,400台	30,450台	29.0%
ヤマトプロテック	レクスター	10,800台	10,500台	10.0%
セ	フスリーエスハッチ	5,400台	5,200台	5.0%

※上記のほか、エム・テー工業、上田消防建設、マルニシ、宮本、タカオカ、宮田工業、瀬戸興産、初田製作所、三津浜工業、吉池製作所、松本工業などの発売元がある。

#### 【市場規模・年間推移】

2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
99,000台	110,000台	128,500台	105,000台	108,500台

（コメント）集合住宅のベランダにハッチ式の器具を埋め込み、いざという時に蓋を開くと、同時にはしご、または救助袋が降りる仕組みになっているので、それを伝わって避難するものである。マンションが建てば必ず設置される。素材はステンレス。マンションのほか、防火対象建物諸々に施工される。2012年は新設住宅着工回復を映し、出荷（個別認定、認証証票交付数）は前年比16%増となった。新規77%、改修23%の出荷比率であった。マンション建設需要は高層から中低層へ移行している。新規需要については期待感が持たれている。消防法改正により、ハッチの有効内径が従来の600mmから500mmまで縮まったので、メーカーは対応商品の品揃えを進めた。ボルト固定、強度・美観を向上させた改修専用の開発は進んでいる。市場はナカ工業と松本機工の2社がほぼ独占している。これに続きヤマトプロテックがベトナムで低コスト製品を生産、追いつけている。

【上代価格】 130,000円/台～。

#### 床点検口

#### 市場規模（年間）120万台

発売元	商品名	2014年販売量	2013年販売量	シェア
ダイケン	アンダーハッチ	228,000台	205,000台	19.0%
ナカ工業	ニューハッチ、ホームハッチ	143,000台	129,000台	12.0%
理研アルミ建材	リケン床点検口	126,000台	113,000台	10.5%
カネソウ	フロアーハッチ	120,000台	108,000台	10.0%
第一機材	かーるくハッチ、DKフロアーハッチ	96,000台	86,000台	8.0%

#### 【市場規模・年間推移】

2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
109万台	120万台	121万台	108万台	120万台

（コメント）床下の配線、配管などを点検するための点検口（ふた）。ビル、公共工事など

一般建築向けの樹脂床タイル対応と、マンション向けフローリング対応とがある。11年は新設建築着工、新設マンション着工共に増大したのでメーカー出荷量も伸びた。建物が建てば必ず付くので需要は建築着工面積、マンション着工戸数に連動している。改修需要もある。防水・防臭タイプがトレンドで各メーカーが品揃えを始めた。フローリングタイプはマンションからの需要が増えてきた。マンション購入者が床下点検口のある物件を選ぶ傾向がでてきたことから、大手デベロッパーが採用し始めた。歩行用として十分な強度を要求されるほかは、さして商品の特長を必要としないので価格競争に走る傾向にある。また戸建住宅用にも一部使われ高気密・高断熱木製蓋付の出荷が好調である。

【上代価格】 ビル用 24,000円～36,000円/台。住宅用 4,000円/台～。

## 「省エネ住宅ポイント制度 はやわかり BOOK」発行

LIXIL

LIXILでは、3月上旬よりポイント発行申請の受付開始が行われている『省エネ住宅ポイント制度』について、対象商品や、商品ごとの発行ポイント数、さらに対象となる期間などわかりやすく説明した『省エネ住宅ポイント制度はやわかりBOOK』を制作し、順次LIXILショールームなどを通じて、希望者に無料提供するという。

み合わせや、ちょっとした追加で発行ポイント数が異なることもある。同BOOKでは、住宅ポイントの説明だけではなく、そうした組み合わせや、対象工事/設備について例をあげて説明している。  
■参考「省エネ住宅ポイント制度はやわかりBOOK」より（一部を紹介）

同制度のBOOKは、高断熱浴槽や節水型トイレ、節湯水栓など、エコ住宅設備のリフォームでも対象になるなど、住宅設備機器の修繕を検討している顧客にも対象が広がった。また対象工事/設備ごとに発行ポイント数が異なり、組

①窓の断熱改修と発行ポイント数

1. 内容の設置	2. 窓交換	3. ガラス交換
既存窓の室内側に樹脂内窓を追加取付して「二重窓」にする。	古いサッシを枠ごと取外し、新しい断熱窓を取付ける。	単板ガラスをアタッチメント付き複層ガラスに取替える。
大 2.8㎡以上 20,000ポイント	大 2.8㎡以上 20,000ポイント	大 1.4㎡以上 8,000ポイント
中 1.6㎡以上 2.8㎡未満 14,000ポイント	中 1.6㎡以上 2.8㎡未満 14,000ポイント	中 0.8㎡以上 1.4㎡未満 5,000ポイント
小 0.2㎡以上 1.6㎡未満 8,000ポイント	小 0.2㎡以上 1.6㎡未満 8,000ポイント	小 0.1㎡以上 0.8㎡未満 3,000ポイント

※ガラスの交換は交換するガラス1枚あたりポイントが発行されます。

②外壁・屋根・天井又は床の断熱改修でもポイントがもらえます

改修後の各部位ごとに、一定の量の断熱材を用いる断熱改修が対象。

外壁 120,000ポイント / 屋根・天井 36,000ポイント / 床 60,000ポイント
(60,000)※ (18,000)※ (30,000)※

※部分断熱の場合の発行ポイント数

③設備エコ改修でもポイントがもらえます(下記から3種以上の設置が必要)

1. 太陽熱利用システム	2. 節水型トイレ	3. 高断熱浴槽	5. 節湯水栓
4. 高効率給湯器……………各24,000ポイント			3,000ポイント

④国からの補助を受けて窓や外壁等の断熱工事を行っている場合は、省エネ住宅ポイントの発行対象です。断熱改修に対する補助金等については、併せて利用することも可能です。

## 創立 50 周年

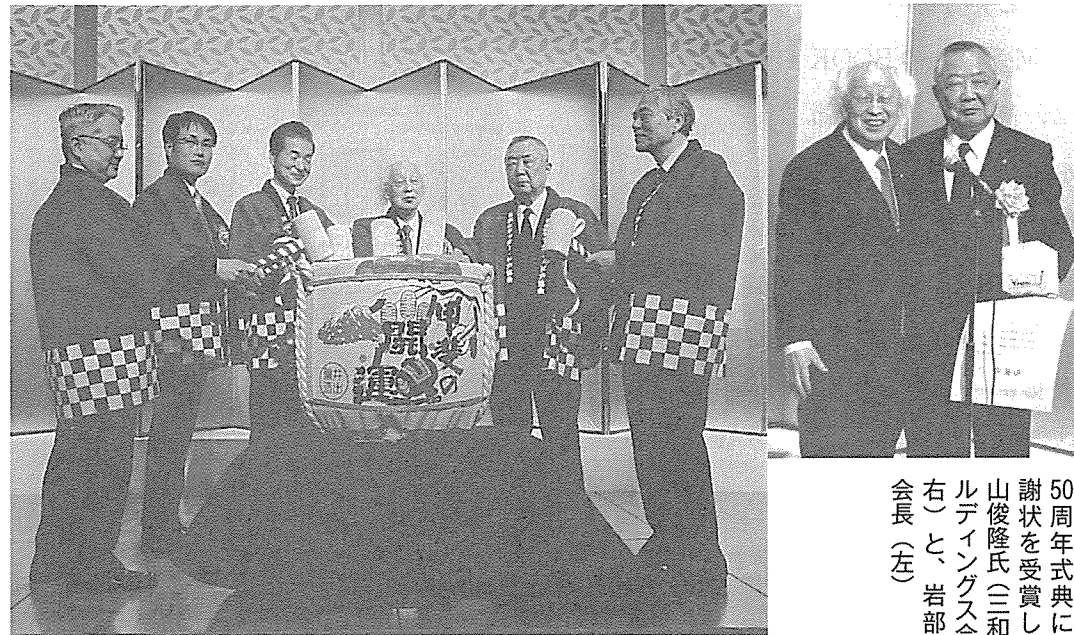
### 浸水防止・防火設備事業に取り組む 日本シャッター・ドア協会

日本シャッター・ドア協会は、昨年12月に創立50周年を迎えた。1964年に日本シャッター工業会を設立し、2000年には、組織を拡大して(社)日本シャッター・ドア協会と改称し今日に至っている。

2015年を迎えて、岩部金吾会長は「シャッター・ドアにおいては、既に設置したストックが年々増え、保守点検を徹底し、安全確保に取り組んでいます」

と前置きし、防火設備における新たな検査報告制度については、関連する委員会や研究会などが設置され、同協会からも委員を派遣し、実施にあたっての具体的な検討が行われている。という。

「シャッター・ドアなどの防火設備の安全を確保するための検査報告制度が導入されることになったのは、当協会にとって長年の推進活動の実現であり、現



創立 50 周年を記念して関係者による鏡開き (中央岩部会長)

50周年式典にて感謝状を受賞した高山俊隆氏(三和ホールディングス会長・右)と、岩部金吾会長(左)

在、協会あげて実施に向けて関係各署に協力しています。」との事。

一方新たな事業として、今年も引き続き、浸水防止用設備、防火設備の普及に

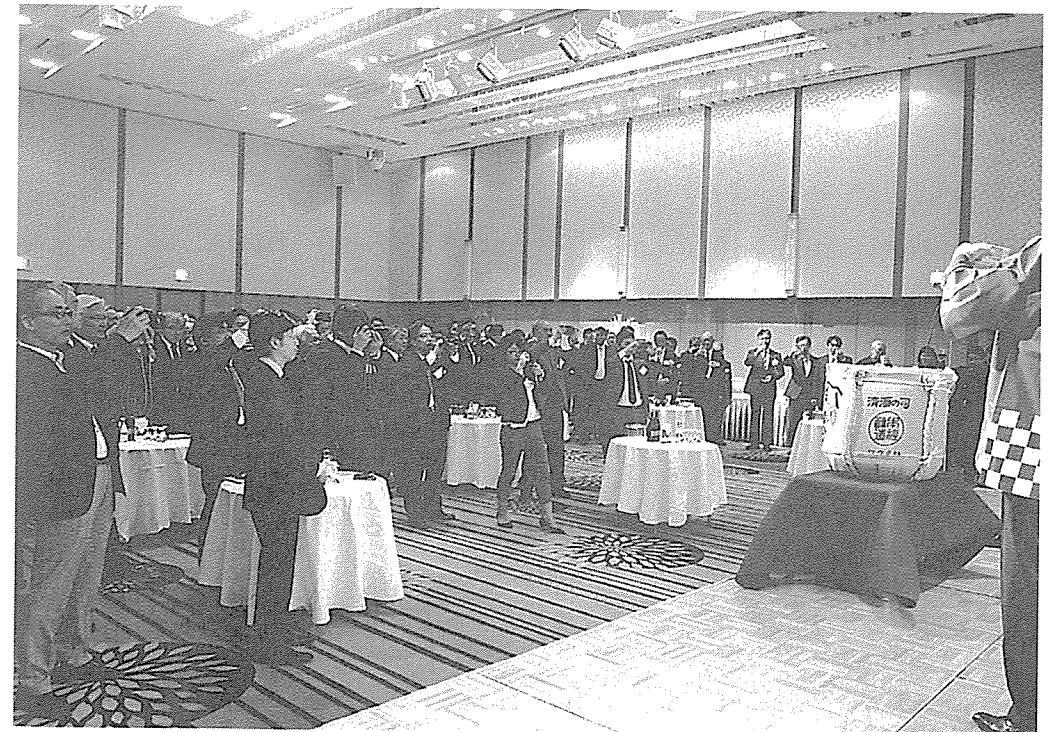
努めたいとしている。「協会の新たな時代に向けての二大事業として取り組みたい。」と決意を述べた。(1月6日、ホテルグランドアーク半蔵門)



来賓として挨拶をした太田昭宏国土交通大臣



来賓として挨拶をした甘利明経済再生担当  
社会保障・税一体改革担当 内閣府特命担当大臣



## 既存住宅の省エネ・耐震性を高め リフォーム市場の活性化を……

### プレハブ建築協会

「今後、住宅投資が順調に回復していくためにも、平成27年度の税制改正については、期限到来の特別措置の延長、各種住関連予算の拡充が住宅需要の下支えにつながることを期待している」と、プレハブ建築協会の和田勇会長は、年頭の挨拶で語っており、特に住宅取得の贈与税非課税枠の延長は不可欠であるとし、1,600兆円あるといわれている個人金融資産の流動化の住宅取得者支援のためにも3千万円への拡充が求められるところだとも述べている。また、日本における総住宅数は、2013年10月現在6,000万戸あり、その内空き家は820万戸にのぼるとも言われており、さらに耐震性が不十分な建物は、現在なお1千万戸あるともいわれているとし、省エネルギー性・耐震性を高めるリフォーム市場の活性化は既存住宅の価値向上につながり、中古市場の活性化を促すとも述べ、両者の活性化はストック型社会の構築に向け



和田勇会長（平成27年賀詞交換会会場にて）

での喫緊の課題であるという。もう一つは「昨年も日本列島は広島局地的豪雨による土砂災害や長野県北部を震源とした地震など多くの災害に襲われました。当協会としては、災害発生時の迅速な対応に向けた体制づくりに努めたい」とも語っている。同協会での果たせる役割の上での貢献をしていきたいとの考えのようだ。

## 平成26年度上期プレハブ住宅販売戸数 7万2,906戸、前年同期6.9%増

### ■総数

平成26年度上期（平成26年4月～9月）のプレハブ住宅の販売戸数は72,906戸である。対前年同期比106.9%と上半期として2期連続の増加となり、全着工

新設住宅に占めるプレハブ住宅の割合も16.5%（平成25年度上半期は13.7%）と増加した。

	23年度上半期		23年度下半期		24年度上半期		24年度下半期		25年度上半期		25年度下半期		26年度上半期	
	(戸)	対前年同期比 (%)	(戸)	対前年同期比 (%)	(戸)	対前年同期比 (%)	(戸)	対前年同期比 (%)	(戸)	対前年同期比 (%)	(戸)	対前年同期比 (%)	(戸)	対前年同期比 (%)
プレハブ住宅販売戸数 (A)	63,327	99.8	72,072	101.5	62,879	100.9	78,899	109.5	68,219	108.5	86,921	110.2	72,906	106.9
参考 全着工新設住宅数 (B)	432,760	106.1	408,486	99.4	442,948	102.4	450,054	110.2	499,032	112.7	488,222	108.5	441,367	88.4
A/B (%)	14.4		17.6		14.2		17.5		13.7		17.8		16.5	



プレハブ建築協会平成27年賀詞交換会（ホテルグランヒル市ヶ谷・東京都新宿）

## 期待される市場の顕在化にチャレンジ！

### 全国自動ドア協会

「2015年は、中国経済の低安定成長への移行と欧州経済減速の余波により、世界経済に不透明感が漂っています。唯一、米国が堅調であり、比較的良好な我が国の景気浮揚は、アベノミクス第三の矢の成長戦略の実行が急務といわれています。建築業界では、昨年3月に打ち出された『国家戦略特区』が年末にかけて徐々に動き出し、2020年東京オリンピックのインフラ整備と相俟って、今後、複数プロジェクトが動き出すものと思われます。自動ドア業界にとり、2015年も最近の建設受注動向が堅調に移行しており、良い年となることを期待しております。また当協会では、世界でもっとも早い高齢化社会の到来に備える意味からも2014年度より、自動ドアJIS安全規格制度に取り組んでいます。2015年度には、JIS原案作成委員会の発足を予定しており、本格的な作業を開始します」（全国自動ドア協会三代洋右会長の2015年の展望より抜粋）

### 全 国 自 動 門



2015年賀詞交換会で挨拶をする  
三代洋右全国自動ドア協会会長  
(1月13日芝弥生会館・東京港区)

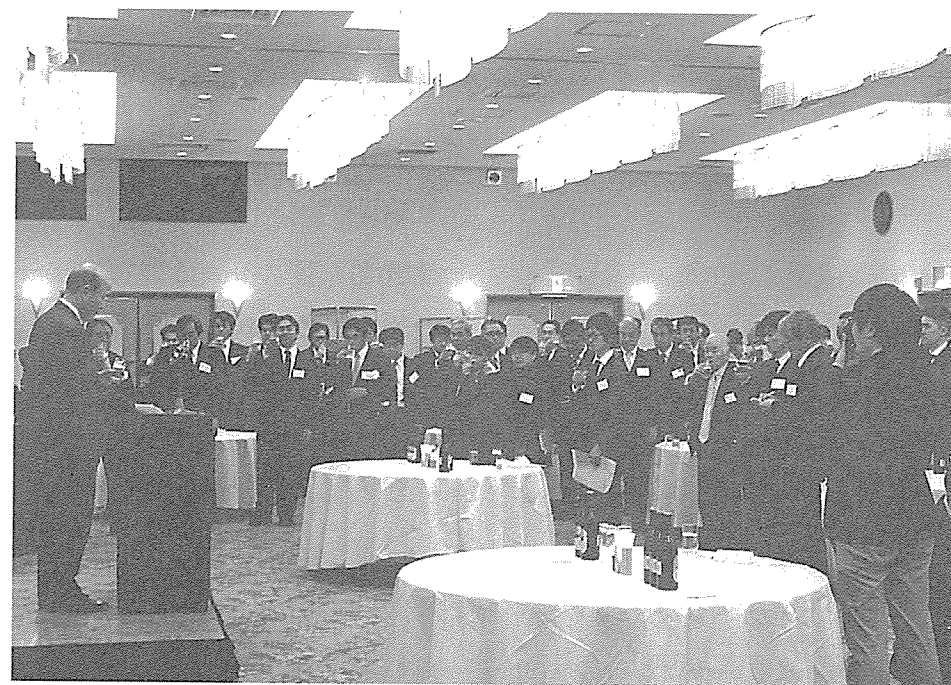
### 自動ドア総生産台数 145千台 (前年度比100.7%)

自動ドアの需要動向は、全国自動ドア協会によると、2014年度の国内向け生産台数は昨年5月に予想した台数と同数の127千台（前年比100.0%）、海外向

けは前年度より千台増の18千台（前年度比105.9%）と見込み、総生産台数は、前年比100.7%の145千台となったと発表。この影響として、国内向け生産は、消費税に伴う3月までの駆け込み需要の反動として、4月以降に需要の落ち込みが見られたが、下期に向けて特に首都圏を中心とした再開発事業による需要が旺盛なことから、昨年と同等の生産台数を見込んだとしている。海外向け生産では、現地産化が進む中で、国内向け生産

が増えない現状であるが、下半期で若干の増産を見込んだとしている。（参考：13年度自動ドア据え付け台数128,498台。内ビル用64,088台、ストア用50,820台、産業用13,590台）

同協会の主な事業活動として、自動ドアの安全に関する取り組み、自動ドア施工技能士の優秀技能士の表彰制度を実施、技術基準等の改定活動（品質基準、施工基準、保守基準の改定・見直し作業）をすすめている。





## 女子ゴルファー青木瀬令奈と 所属契約を締結 スポーツを通じ認知度向上

三和シャッター工業

三和シャッター工業は、この度、女子プロゴルファー青木瀬令奈（あおき せれな）と、2015年3月1日より1年間、所属契約を締結した。

本契約において、三和シャッター工業は青木プロの競技活動をサポートし、スポーツを通じた認知度向上を図っていくとしている。また、新進気鋭の女子プロゴルファーへのサポートを通じ、スポーツを慈しむ青少年の健全育成貢献に努めていくともしている。

### 【プロフィール】

生年月日 1993年2月8日  
身長 153cm  
出身地 群馬県前橋市  
出身校 群馬県立前橋商業高等学校  
プロ入会日 2011年8月1日（83期生）  
契約 ダンロップ（用具契約）、サマンサタバサ（ウェア契約）、ダスキン（ワッペン契約）  
主な成績 2014年度 サマンサタバサ

ガールズコレクション・レディーストーナメント15位T、スタジオアリス女子オープン28位T、ほけんの窓口レディース51位、ニトリレディースゴルフトーナメント66位T

### 経歴：

- 2011年にプロテストに一発合格
- 2012年度ヨネックスレディースゴルフトーナメントでは5位Tの高成績を収める。
- 2014年度ファイナルクォリファイイングトーナメント（QT）を25位で通過し、
- 2015年度のレギュラーツアー出場権を初めて手にする。



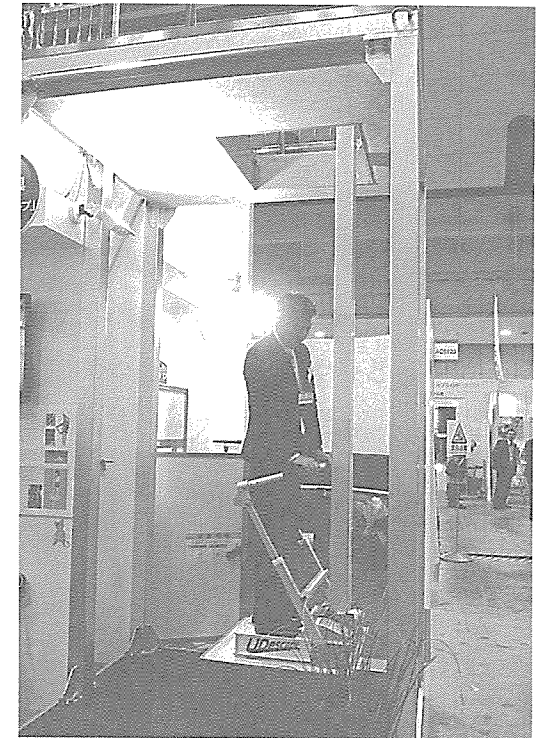
## 高齢者や子供も安全にベランダから 避難器具「UD エスケープ」

ナカ工業

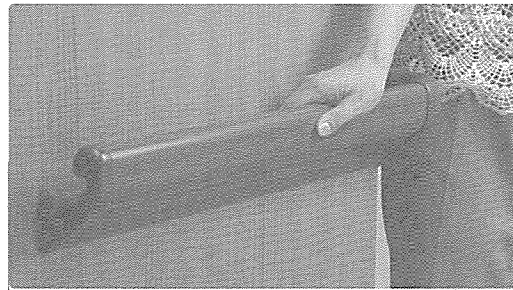
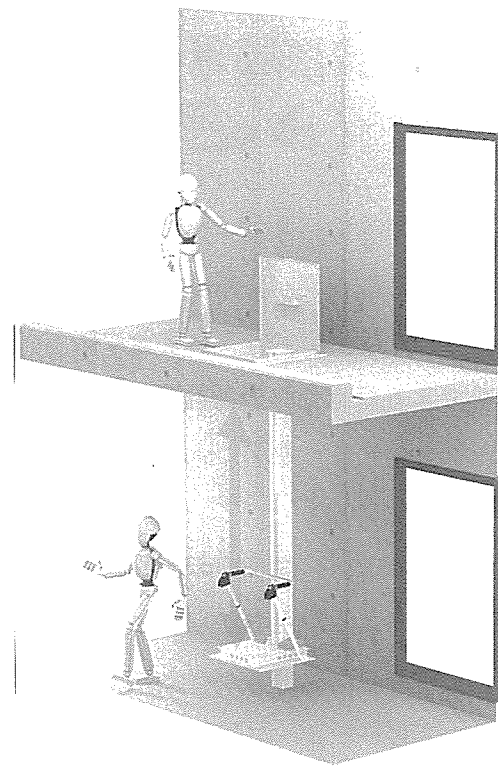
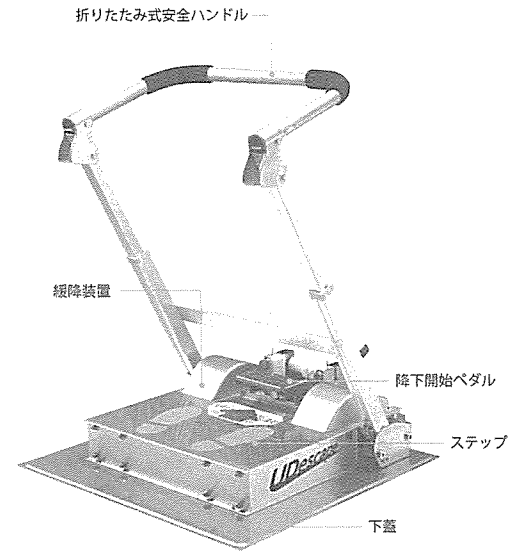
集合住宅等のバルコニーからの避難として、はしごを使って避難が出来なかった高齢者や子供でも確実に安全に階下へ避難できる新世代の避難器具「UD エスケープ」を開発した。

主な特長は、

- 力を使わない／従来の床埋設式避難具はおりたたみが主であったが、はしごを使って避難出来なかった方でも安全かつスピーディーに避難できる。
- 簡単操作でスムーズ避難／ハッチを開いて折りたたみ式安全ハンドルを展開。ステップに乗り、降下開始ペダルを踏むだけで自動的に降下を開始する。人が降りると自動的に上階へ戻り、次の人が使える状態になる。
- 電気を使用しない／人の重さと、支柱に内蔵されたおもりの働きによって、自動的に降下する。一度降下を始めると、階下までゆっくりと安全に降下する。



「建築・建材展2015」出展ブース  
（3月3～6日東京ビッグサイト）より



### ブラケットレス廊下手すり 「ウォークライン」

ナカ工業は、下地が無い壁にも取付可能なDIY感覚で取り付けられる歩行補助手すり「ウォークライン」を開発した。

主な特長

○使いやすく、そしてスリムに／自然なR形状で手にフィットしやすく、指かかりも良好。一般の戸建住宅にも使用できるように壁から出幅を最小限にし、狭い廊下でも邪魔になりにくい設計。

○帯板いらずで施工アップ／親柱や間柱の位置に合わせて直接ネジ止めできるので、下地の入っていない壁でも帯板を必要としないDIY感覚の施工性。

## 風の強い場所で大きな扉を軽く開閉 制動同値をリファイン「NEW フレンドア」

### 三和タジマ

三和ホールディングスの連結子会社で、ステンレス製品の製造、販売を行っている三和タジマは、風の強い場所で大きな扉を軽く開閉できる「NEW フレンドア」を、3月16日より発売した。

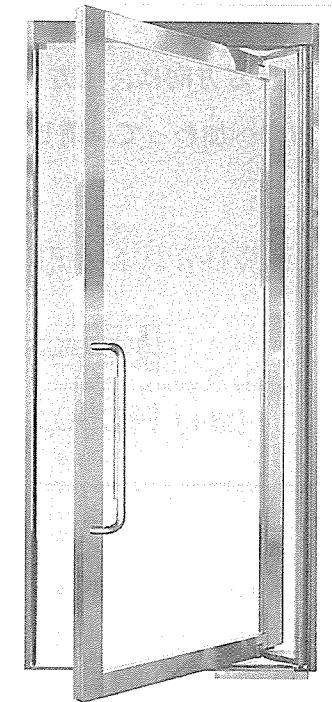
風圧力を開閉時の助力として活用するシステムの“バランスドア”として、発売より40年以上の長きにわたり高い評価を得てきた「フレンドア」。「NEW フレンドア」は、このたび制動装置や構造部材を見直すことでより高い耐久性と低コストを実現した。20万回にのぼる開閉テスト、風圧テストによる開放圧力の測定など「フレンドア」で培った経験が活かされている。

近年、建物の高層化によるドラフト現象やビル風によりエントランス部の開き戸が重くて開放しづらい、閉鎖時に急激に閉まり危険を感じるということがあ。こういった問題を解決する「省エネルギードア」ということができる。風が

強く、開けづらい場所で大型ドアを検討されている場合に最適である。

○構造

フレンドアは風が強い場所でも、吊り元側でドアに作用する風を扉開放の助力として活用する構造となっており、開放に必要な力が少なくすむとともに出入り口のスペースを節約する。



○動作

フレンドアは放物線を描いて開閉し、普通の扉に比べ早く広い間口を安全に提供、素早い開閉は空気漏出量が少なく空調費の節減につながる。

○安全

ドアを開放時に側面からの風で煽られても、フレンドアは吊り元側の支点移動により風圧を吸収し急激にドアが開放するのを防ぐ。開放したドアは風の影響を受けながらも自閉する。

○機能

風圧の影響はわずか。風圧が一方（吊り元）は開ける方向に、他方（吊り元）は閉じる方向へ加わって、閉じている扉

は風の強い場所でもほとんど影響はない。

◆仕様

ドア幅 (DW) 900 ~ 1,200mm  
有効開口幅 771 ~ 1,071mm  
ドア高さ (DH) 2,000 ~ 2,800mm

開閉方式 片開き、両開き

※上記以外の場合も相談に応じる。

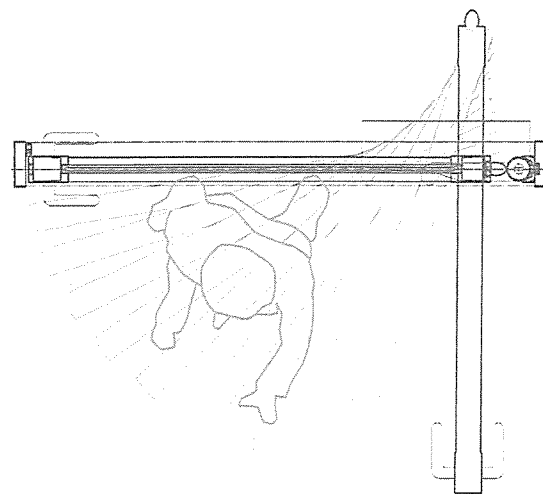
◆参考価格 (写真掲載モデル)

価格 1,200,000円 (消費税含む/ガラス代、取付工事費、搬入費、諸経費は含まれない)

仕様 W1,200mm × H2,800mm

框ドアタイプ、ヘアーライン

◆販売目標 初年度 (1年間) 1億円



「NEW フレンドア」動作図

建材市場創研の出版物

◆今後の発刊予定

「建材マーケット」

2015年版 住宅編① 2015年6月下旬  
2015年版 一般建築編① 2015年9月下旬  
2015年版 一般建築編② 2015年11月下旬

◆既刊書籍

2014年版 一般建築編① 頒価12,000円 (残部稀少)  
2014年版 一般建築編② 頒価10,000円 (残部稀少)

2015年4月5日発行

頒価 10,000円 (+税)

発行所：建材市場創研

〒114-0012 東京都北区田端新町3-12-9 コスモ田端 203

電話 03 (6458) 2885

禁無断転載コピー