

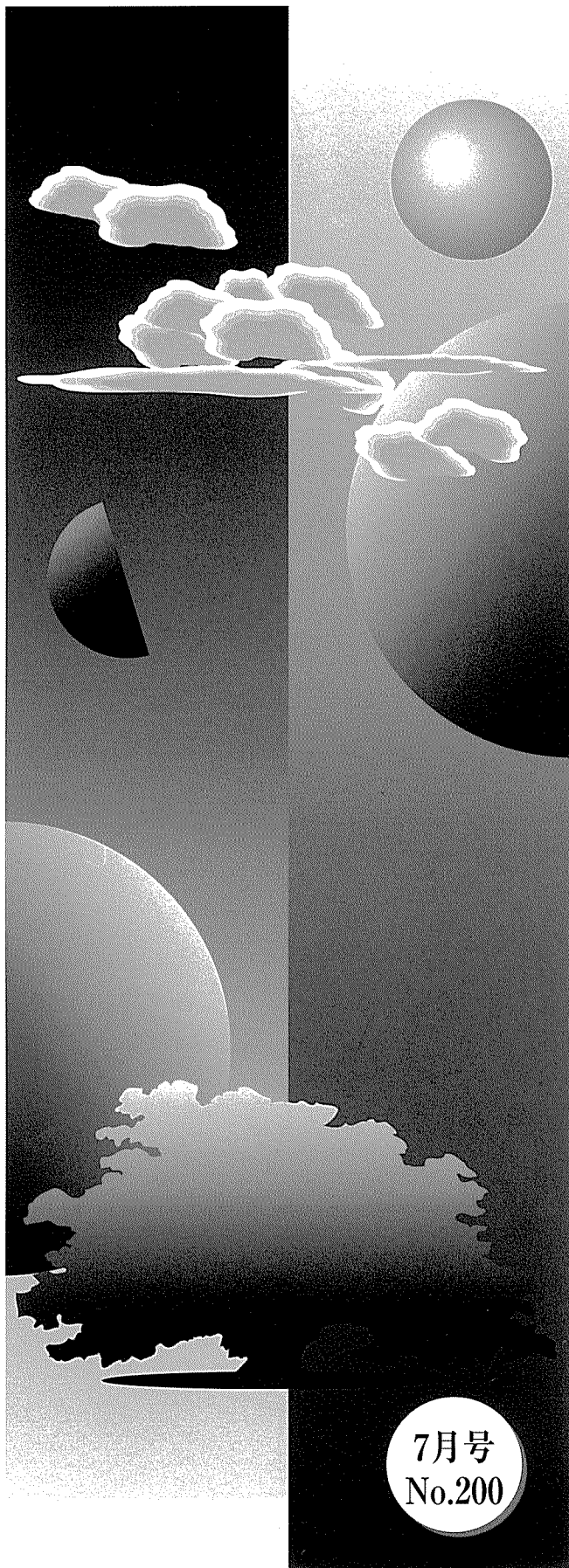
月刊

# 建材

# ナビ

特集 住宅外観と一体となった新感覚の  
ファサード空間提案活動で市場活性化  
めざす 門扉・フェンス市場

特集 耐積雪・耐強風タイプの  
高強度カーポート  
のバリエーション化を  
進めるカーポート市場



7月号  
No.200

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 7月号-No.200 目次

- 特集** 住宅外観と一体となった新感覚のファサード空間  
提案活動で市場活性化めざす門扉・フェンス市場 7
- 特集** 耐積雪・耐強風タイプの高強度カーポートの  
バリエーション化を進めるカーポート市場 9
- [環境・健康建材コーナー] 3
- [新製品・新技術情報/業界の動き] 16

© Miruto Shuppankai Ltd.2015 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27年(2015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】

### 昭和フロント

グランプリに「リベラーラつくば研究学園店」選出、「斜路とフロントの組み合わせで存在感を示す素晴らしい建築」：八木幸二審査委員長

昭和フロント(長谷川伸二社長)は、「第46回ストアフロントコンクール」の応募総数1505件の中からグランプリをはじめ、各部門の金賞・銀賞・銅賞、アイデア部門の優秀賞・優良賞を選出し発表した。

グランプリは、「リベラーラつくば研究学園店」(茨城県) — 設計事務所: 大和ハウス工業(株)つくば支社一級建築士事務所/建設会社: 大和ハウス工業(株)つくば支社流通店舗事業部/販売・加工店: 三和エクステリア新潟工場(株)が受賞した。

審査委員長の八木幸二氏は、「車用の斜路が2階を突き抜ける形のショールーム。周辺の大規模店舗に比べると、落ち着いた色調とシンプルなデザインで、斜路の白い壁面を背景として並ぶカラフルな車をより際立たせている。車用の斜路がガラス面を突き抜けているにもかかわらず、フロントが美しく見えるのはアソートとスペースメイクによって納めた技です。

「運転中のドライバーの目に真っ先に入るのはこの2つのガラスフロントで、実質的にとても重要な看板となっていて、道路側壁面のおおきく光るアルファベットの店名よりも集客力があると言えます。」とコメントした。

■店舗建築部門——金賞: 「ベーカリーパーラーベリカン港



当知店」(愛知県) <設計事務所: (株)光工芸/建設会社: (株)光工芸/販売店・加工店: イトゼン(株)>。銀賞: 「イオンタウン黒崎店」(福岡県) <梅林建設(株)/梅林建設(株)/アサヒ製鏡(株)・(有)内田アルミ工業>。銅賞: 「Kansai Collection ENTERTAINMENT」(大阪府) <(株)mousetrap / (有)スタイル/I SHI I シーリング>。

■一般建築部門——金賞: 「脳外科内科むつおクリニック」(愛知県) <設計事務所: 中日設計(株)/建設会社: (株)近藤組/販売店・加工店: 太田商事(株)>。銀賞: 「大分記念病院有料老人ホーム・はやの里」(大分県) <(有)アーキワークス・TeTsu 建築設計室/森田建設(株)/大分サッシ(株)>。銅賞: 「寿東証券株式会社稲沢営業所」(愛知県) <パナホーム(株)/(株)ナカシロ/(株)旭シャッターサッシ>。

■アイデア部門——優秀賞: 「某ショッピングセンター光壁」(大阪府) <販売店・加工店: (株)有田工業>。優良賞: 「東五反田1丁目プロジェクト」(東京都) <(株)T・ファクトリー>。「ザ・ロアハウス杉並高井戸」(東京都) <シンワオートマチック(株)>。

### 東工シャッター

「イスターカーテン あけてんで」リニューアル、眺望を高め最大幅10m×高さ3000mmに対応



東工シャッター(佐々木知也社長)は、発売10年目を迎えた空間創造建材・折りたたみドア「イスターカーテン あけてんで」を、より開放感あふれる製品にリニューアルした。

「イスターカーテン あけてんで」は、折りたたみ式扉でありながらアルミサッシと同等の性能を実現し、外に面した開口部に設置できることが大きなセールスポイント。

今回のリニューアルでは、框のスリム化、パネル1枚の最大幅を683.5mmに拡大し、最大幅10m×高さ3000mmの大開口に対応する眺望・採光にすぐれたデザインを実現した。一般店舗から大型複合施設、病院、福祉施設、文教施設などのさまざまな分野への更なる採用が見込まれる。

また、フラット下枠を採用し境界の段差をなくしたフラットな床面を実現する特許技術やオリジナル技術に裏打ちされた商品バリエーションも特長。

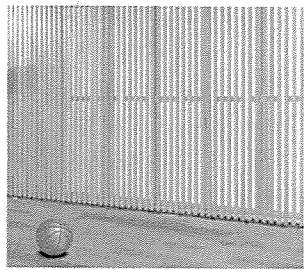
段付き・フラットの「直線タイプ」(引分け2連6枚パネル・片引き1連6枚パネル)をはじめ、オリジナルの全開時もコーナー柱が残らない角度付き「コーナータイプ」(出隅4枚+6枚パネル)、

「防火設備認定タイプ」(6.8mm網入りガラス、片引き1連6枚パネル)、「ステンレールタイプ」(引分け2連6枚パネル)を品揃えする。そのほかにも強風時にも安全な「全開ストッパー」、防犯性・安全性に配慮した各種のハンドルの設定なども特長。

カラーバリエーションは、シルバーつや消し・ホワイト・ブラック・ステンカラーUCの4色。

直線タイプの基本性能は、気密性A-4等級、水密性W-3(250Pa)、耐風圧性S-3(1600Pa)、遮音性T-1等級。

**体育館等のガラス戸を守る折りたたみ式防球建具「イスターカーテンうららぎ」全国発売**



東工シャッターは、木材の地産地消運動にも貢献する、折りたたみ式防球建具「イスターカーテンうららぎ」を7月15日から全国発売する。

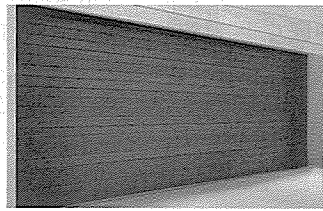
「イスターカーテンうららぎ」は、学校の体育館などでガラス戸をボールから守り、子どもたちのガラス戸への接触を防止する建具。学校建築における木材使用の増加に対応するもので、格子部に地産木材を使用することができるとが特長。

また、折りたたみ式扉と併設して、全開放の体育館も可能に

なる。大開口をワンアクションで開閉できるので、部活やイベントの見学、災害などの避難・拠点化に対応する。さらに、ダンス必修科目化にともなう大鏡の前にも設置できる。

**三和シャッター工業**

**従来よりも3割程度廉価な木製ガレージドア「ゼクラライト」新発売**



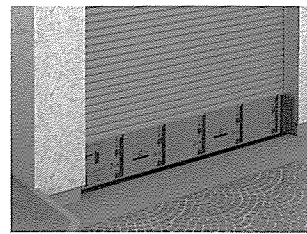
三和シャッター工業(長野敏文社長)は、木製ガレージドア「ゼクラ」の廉価版「ゼクラライト」を6月1日全国発売した。

天然木の無垢材(米樺の柾目材)を使用したオーバースライダータイプの住宅用ガレージドア。これまでの「ゼクラ」のパネル構造の見直し、流通性の高い材料の使用、パネルサイズ・カラーの規格化を図ることで、2台用で3割程度のコストダウンを実現した。パネルカラーはウォールナットとパインの2色。

安全対策として、指はさみ防止「ピンチレス構造」のパネル設定、挟まれ防止の2ビーム式光電スイッチ(2ヶ所)、負荷検知機能を標準装備。

仕様——開口高2400mm。開口幅1台用2400・2700mm/2台用4800・5400mm。パネル厚35mm。開放速度1台用10m/分、2台用17m/分。参考価格は2台用W5400・H2400mm、ウォールナット色で143万円。

**低コストで都市型水害に対応する「ウォーターガードSタイトドア/eシート」ラインアップ**



三和シャッター工業は、低コストで都市型水害に対応する防水商品「ウォーターガードSタイトドア」/「ウォーターガードeシート」をラインアップした。

「ウォーターガードSタイトドア」は、非常時に特別な操作することなく、扉を閉鎖するだけで漏水量を減少させることができる二軸丁番・水密ゴムを採用した防水・防火ドア。

昨年10月発売した浸水高さ2m対応の「ウォーターガードWタイトドア」の簡易型で、浸水高さ1.0m以下・漏水量20リットル/h・m以下に対応する。

片開きタイプ(6月1日発売)：幅750～1200、高さ1500～2400、扉厚40mm。両開き(8月1日発売。グレモンハンドル操作)：幅1000～2400、高さ1500～2400、扉厚50mm。参考価格：片開き、幅900・高さ2100mmで49万円。

「ウォーターガードeシート」は、店舗・倉庫・住宅ガレージの軽量シャッターに設置するシートタイプの防水商品。

特長は、誰でも約5～10分で簡単に設置できること。またeシート・押込部材を専用バックにコンパクトに収納でき、約5kg

と持ち運びやすいこと。さらに低価格であること。

防水性能は、土のうの10倍以上で、1分間につき約3リットル(1mあたり)の漏水量。設置可能範囲は幅700~3700mm。浸水高さ0.3m以下。最大重量5kg。防水性能200リットル・h・m以下。幅1800mmを超える際に屋内側に補強材を設置。軽量シャッター以外および中柱のあるものには対応不可。価格は開口幅を問わず8万円の設定。

**LIXIL**

**マンションリフォーム向けに「D.フロア直張り防音床」「ハーモニアスライト直張り防音床」**

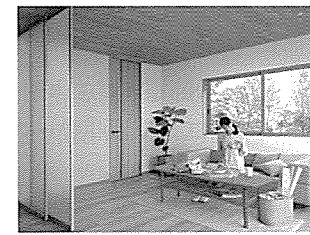
LIXILは、マンション・非木造住宅の直張り工法専用の防音床をリニューアルし、人気のD.フロア柄「D.フロア直張り防音床」(3色)と、ベーシックな木目色クリエカラー「ハーモニアスライト直張り防音床」(5色)を主にマンションリフォーム向けに4月全国発売した。

LIXILの直張り防音床は、合板に特殊クッション材を張り合わせた防音構造。遮音等級L45で階下に伝わる生活音(軽量床衝撃音)を抑える。また、特殊処理でワックスがけが不要、ハイパーフィルムの採用ですり傷や汚れがつきにくく、日焼け・ヒビ割れが起きにくいことが特長。

**YKK AP**

**木質インテリア建材「ラフォレスト」シリーズに3つのインテリアスタイル新登場**

YKK AP(堀秀充社長)は、木質インテリア建材「ラフォレスト



タ」シリーズに、新たに3つのインテリアスタイルを提案した。

独自の嗜好性調査にもとづき、使い古した洋風テイストの「ミックスナチュラル」、表情豊かな木調使いの「ウッディナチュラル」、木目にブラック色のアクセントを加えた「フレンチナチュラル」の3スタイル。

室内ドア・引戸は、ブラックラインをあしらったモダンデザイン

**ケイミュー**

**「KMEW WAY」の第1ステップ、2018年度売上目標1500億円、市場縮小の中で量から質、価値を前面に打ち出した事業展開を行なう**

ケイミュー(野浦高義社長)は、2013年に策定した「KMEW WAY」で、2023年売上高2000億円規模の会社になるビジョンを掲げている。

今年4月にパナソニック株式会社ES社副社長からケイミュー新社長に就任した野浦高義社長は、「第1ステップとして中期経営計画の中で2018年度売上目標1500億円の設定だが、今の市況を見る限り2018年度は1000億円程度にシュリンクすることが予想される。その差500億円を事業としてつくりだし、営業として稼いでいくことが大きなミッション」として、5つの取り組みをあげている。

具体的には、現行の市場でのシェア維持・拡大、非住宅・リ

やナチュラルな板張り調デザインなど12デザインを新たに追加し、計47デザインに充実させた。ハンドルにはウェーブ形状の丸座ハンドルを追加した。

フローリングは、カラーを刷新し、最新トレンドの「タフテクトF」チョークオーク色・ビンテージオーク色・ブライトペカン色・グランドウォールナット色の計4色、ベーシックな色柄の「タフテクトB」7色のバリエーション。タフテクト階段」は、従来の突板仕様からラミネート仕様にリニューアルする。フローリング「タフテクトB」と同色を揃える。「ツートン階段」も可能。

フォームへの展開、新しい領域への用途展開と新ビジネスモデルの開発、KMEWホームテックの広域的な施工力の強化と材工受注の展開、海外へのグローバル展開などを進める考えだ。

2014年度の売上高は1219億円。この内、主力3事業は外壁材約640億円、屋根材約250億円、雨樋約200億円と、いずれも市場が低迷中でもシェアを拡大した。

今年度は、「今後、誰がみても市場がシュリンクしていくことは明らかなこと、そうした中で短絡的に価格勝負に出ていくと果



野浦高義社長

てしない消耗戦になってしまうので、価値を前面に押し出した営業活動を進めていく」との方針を打ち出している。

商品的には、外壁材の「光セラ」、屋根材のカラーベスト「グラッサ」、雨樋の「アーキスペックTOI」など、高付加価値商品に更に磨きをかけ提案営業を強化する。

今後とも伸びが予想される非住宅分野では、関東首都圏地区に「非住宅推進室」を設置、外壁耐火1時間構造のメニュー化などによる事業領域の拡大に力を注ぐ。

また、リフォーム分野は、中古住宅流通や空き家対策などを含めて考え、国策を上手く活用した事業活動、営業活動を進める。商材としては、金属サイディングや耐震断熱改修工法など工法と組み合わせた展開に取り組む。

さらに、海外事業は、5つの地域に展開し、総売上1%に満たない販売実績だが、「グローバル化なくしてKMEW WAYの達成はない」との認識で、地産地消を大原則に現地適合理化に向けた取り組みを進める。

今後の市場縮小への対応策として、「家づくりは部位ごとの縦割りです。それぞれの業界が担っているが、お客さんにワンストップで価値ある空間提案をできるビジネスモデルを志向していく」との考えを明らかにする。

そのためには、「これまでの常識にとらわれず、すべてを視野に入れて、例えば現在展開している外装材を内装材に使うなど、あらゆる可能性を追求していく姿勢」が大切なことを強調する。

## 文化シャッター／BXテンパル

### 夏の節電・省エネ対策に効果的な外部日射遮蔽の エコ商品「オーニング」提案営業を強化



文化シャッター（茂木哲哉社長）は、グループ企業のBXテンパルと共に、夏の暑さ対策や節電・省エネ対策に有効なエコ商品「オーニング」の更なる拡大に乗りだしている。

すでに可動式の庇テント「オーニング」は、住空間や店舗・商業施設、医療・福祉施設、物流施設、公共施設などで、日よけ・雨よけの定番アイテムとして広がっている。

文化シャッターは、昨年度売上高16億円と業界トップの実績で市場を牽引する。

業界随一の商品バリエーションが強みのひとつ。今年もスライドオーニング・シリーズの「ソラシスII」を新発売した。特長は外部からの日差しをピンポイントで遮熱して、開口部周辺の熱流入を抑え、エアコン稼働率を削減、省エネ効果を高める効果があること。

また、建物の水平・斜面・垂直面への取り付けができることも特長で、パーゴラ・サンルーム・トップライト・デッキスペース・イベントスペース・作業スペース・バックヤード・福祉施設など、様々な空間への活用が可能

だ。間口1500～3000mm／出幅1.5・2.0・2.5・3.0m／勾配0～90°／電動開閉タイプ。

一般住宅においても、オーニングの設置でエアコンの使用量が約3分の1に低減できるとのデータもあり、節電・省エネ対策に有効な商品として広がりつつある。豊富なバリエーションの「ホームオーニング・シリーズ」を展開する。

◇「エルパティオ・プラス」——住宅用オーニングの定番アイテム。通常の開閉操作に加えて、いつでもキャンパス角度を自由に変えられることが特長。独立型アルミフレーム（門型タイプ）、手動・電動・電手動・電動リモコンの各タイプ、風力センサー、風力・陽光センサーを用意。

◇「ソラカゼ」——スライドキャンパスの柔らかなウェーブによる快適な空間を演出。最大間口4m・最大出幅8m。

◇「まどかぜ・テラス」——キャンパスの大きな張り出しと取付面のコンパクト化を実現。強風安全設計（風速換算V=20m/s）＋振動センサーを標準装備。リーズナブルな価格で人気の電動リモコンタイプを採用。  
◇「まどかぜ・エントリー」——リーズナブルでシンプルなデザインを採用した手動式オーニングの決定版。◇「まどかぜ・シェイド」——採光性の高いメッシュスクリーンで木陰のような涼しさを演出する。

特集1:

## 住宅外観と一体となった新感覚のファサード空間 提案活動で市場活性化めざす門扉・フェンス市場

門扉・フェンスは、ウォールエクステリア商品とともに住宅エクステリア市場を牽引する最重要外構商品。門扉・フェンスは、外壁材や開口部商品と同様に住宅着工の需要動向に左右される。昨年度の新設住宅着工戸数は88万0470戸、前年度比10.8%減少した。この内、一戸建は45万戸程度で、今後も減少するとおもわれる。

金属系門扉・フェンス市場は、一戸建住宅の減少、都市部における狭小地住宅の増加、それにとまなうオープン外構プランの拡大の影響を受けて更なる市場縮小が予想される。こうした状況の中で、あらゆる住宅用建材商品と同様に、リフォームを柱とした新たな需要の掘りおこしが求められている。

ここ数年、金属系門扉・フェンスメーカーは、オープン外構プラン対応商品の開発と共に、新たな外構プランの開発を進めている。四国化成工業は、アルミシステム塀「アートウォール」で従来のブロックや金属系フェンスとは違う外構プランを提案した。また、住宅用玄関を中心に住宅外観とのトータルコーディネート商品の開発が進められた。こうした中で、門まわり全体を住宅の顔として捉える「ファサードエクステリア」が新たに展開されようとしている。

LIXILが昨年打ち出したエクステリア事業の新たな取り組み「NEXT EXTERIOR」を具体化させて、ファサード空間のリフォーム需要の掘り起こしを進める「メイキングアップファサード」活動を提案、業界の活性化と市場規模の拡大に乗り出した。

国内市場の縮小には、現行商品の高付加価値化、リフォーム需要の創出によって対応することがあらゆる住宅用建材商品の常道ともいえる。ユーザーをエクステリアリフォームへと駆り立てるような新商品開発、提案活動がポイントになる。

### 2014年度門扉約267億円、フェンス約521億円、計788億円と減少、 「住宅の顔」ファサードエクステリアの外構プランで新たな需要創出狙う

住宅用門扉・フェンス市場は、三協立山、四国化成工業、LIXIL、YKK APの金属系大手4社を中心に、タカショー、マチダコーポレーション、エスビック、東洋工業などの専門企業が構成する。三和シャッター工業や文化シャッターのように他社商品の一部買い入れる形で対応する企業もある。

2014年度住宅用門扉・フェンス（金属系商品）の販売実績は、門扉約267億円・フェンス約521億円、計約788億円の前年度比5.1%減少と推定される。消費税増税後の反動による新設住宅着工戸数減少の影響を受けたとおもわれる。エクステリアの需要は新設住宅よりも半年ほど遅れてくるといわれるが、新設住宅着工数の更なる減少が予想される中では、新たなエクステリア需要の掘りおこしが業界共通のテーマとされる。とりわけ戸建住宅の外壁・玄関リフォーム需要に呼応したエクステリアリフォームの需要創出が注目される。

LIXILは、門扉約156億円・フェンス約276

#### 門扉・フェンスメーカーの主要代理店・特約店

「建材ナビ」調べ（注）代理店は順不同

メーカー	主要代理店
三協立山	ウチダ商事、関東、マチダコーポレーション、トコナメエブコス、協栄ジェネックス、根建、トーシンコーポレーション、フジクレスト、シティリード、サングリーン、岡田商事、ヒキダ建材、協和、山一商事、太田商事、ナニワエクステリア、井上定、アイシン、ダイセン工業、福島シービー、共栄商工、サネフジ、共立、東栄産業
四国化成	関東：井上定、大竹産業、関東、協栄ジェネックス、群峰工業、塚本商事機械、トコナメエブコス、フジクレスト、ユアサ商事 中部：岡田商事、サングリーン、三富、ヒキダ建材、ユアサ商事 関西：アイシン、井上定、ナニワエクステリア、ユアサ商事、ワイズ
LIXIL	群峰工業、三富、井上定、関東、トコナメエブコス、協栄ジェネックス、Gテリア、エクシス、EXワタナベ、フジクレスト、大竹産業、エスビック、サングリーン
YKKAPエクステリア	関東、トコナメエブコス、サングリーン、グリーン、共立、エクシス、井上定、名古屋井上定、ナニワエクステリア、アイシン、フジクレスト、群峰工業、本田商会、ワイズ、テックス

特集 2: **耐積雪・耐強風タイプの高強度カーポートの  
バリエーション化を進めるカーポート市場**

億円、計約 432 億円と前年比 3% 減少したが、シェアは 54.8% とアップした。同社の強さは、シェア 58.4% を占める門扉・門まわり商品に表れている。今年に入り業界のリーディングメーカーとして、新たな「メイキングアップファサード」活動を提案し、ファサードリフォーム需要の掘り起こしによるエクステリア業界の活性化と市場規模拡大をめざしている。

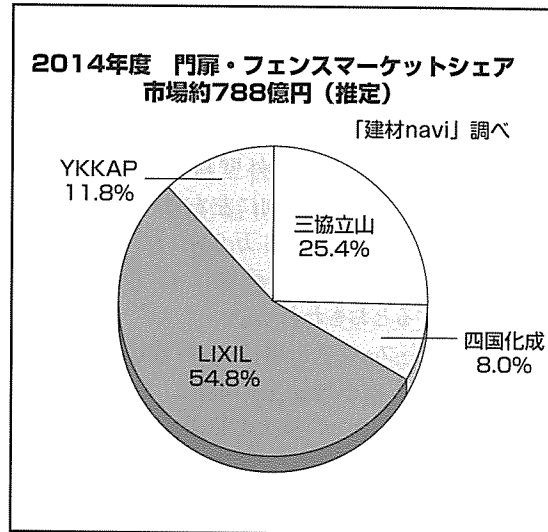
三協立山は、門扉約 60 億円・フェンス約 140 億円、計約 200 億円と推定される。トータルシェア 25.4% とほぼ前年並みをキープ。フェンスにかぎると 26.9% に拡大している。新商品の機能ポール「セレージュ」、フェンス関連「S. ボーダー エアブロック」など、オープンプラン対応のファサードエクステリア商品を充実させている。

YKKAP は、門扉約 24 億円・フェンス約 69 億円、計約 93 億円と推定される。トータルシェアが 11.8% と微減。オープンプランに対応した機能門柱・ポール等の販売比率が高いことが特徴。建築、玄関ドア、エクステリアの 3 つのデザインを融合し、統一感ある住まいの外観を演出する外構商品「ルシアスシリーズ」を主力商品に、クローズプランからオープンプランまでさまざまなエクステリアシーンへの対応を強めている。

四国化成工業は、門扉約 27 億円・フェンス約 36 億円、計 63 億円と推定される。トータルシェア 8.0% とアップした。機能門柱・ポールなどによるオープンプランに対応する一方、高いデザイン力・開発技術力を活かしたアルミシステム塀「アートウォール」の浸透に力をそそぐ。従来の塀やフェンスにはない独創的な外構・ファサード空間の創造を実現するオリジナル商品。

**門扉：開き 40.5%、伸縮 24.1%、  
機能門柱・ポール等 15.7%、  
はね上げ 10.7%、引戸・折戸 9.0%**

門扉・フェンスの商品傾向をみていく。上位 4 社の門扉型式別販売割合は、開きタイプ約 108 億円・販売全体の 40.5% を占める。伸縮タイプ約 65 億円・24.1%、その他（機能門柱・ポール等）約 42 億円・15.7%、はね上げタイプ約 29 億円・10.7%、引戸・折戸タイプ約 24 億円・9.0% の比率。前年に比べて伸縮タイプがポイントダウン、その他（機能門柱・ポール等）がポイントをあげた。



門扉のグレード別には、普及品（10 万円以下）が 60%～70% を占める。中級品（15 万～20 万円）が 20%～35% と、価格設定によって各社の違いがおおきい。高級品（30 万～70 万円）5%～15%。門扉取付数の拡大が見込めない状況では、普及品から高付加価値商品の中級品へのシフト、販売価格 10 万円を超える商品のスタンダード化が急がれる。

**材質別：スチール・ステン 22.2%、  
スチールメッシュフェンス、住宅  
境界フェンスの定番商品に完全定着**

一方、門扉・フェンスの材質別販売割合は、アルミ型材約 555 億円・70.4%、スチール・ステンレス約 175 億円・22.2%、アルミ樹脂複合・アルミ木複合等約 30 億円・3.8%、アルミ鋳物約 28 億円・3.6% の比率。

スチール・ステンレスは、スチールメッシュフェンスに支えられて毎年コンスタントに 20% 台をキープしている。戸建住宅の植栽を活かす外周フェンスとして定着している。

同時に、フェンスの高付加価値商品である目隠しタイプ、採光・採風・防風タイプのルーバーフェンスも浸透しつつある。こうした機能フェンスは、居住者の安心・安全、快適な室内空間づくりを支えている。とくに、自然の風を室内に取り込む開口部商品の開発が注目されている。こうしたさまざまなニーズに対応したフェンスが求められている。

住宅用カーポートは、都市部における狭小地住宅の増加や車離れの影響を受けて、取付率の低下が懸念されている。これは車なしの生活が考えられない地方都市と数多くの交通手段が整備されている大都市部では違いがある。

たとえば、一家で複数台の車を所有する地方都市では、2 台・3 台駐車用カーポートの採用が当たり前になっている。ところが大都市部では、スペースが限られていることもあって、1 台駐車用カーポートがおおい。

また、いまのアール屋根形状のスタイルが最近の住宅外観にマッチしているかどうか、改めて考える時期に来ているとの見方もある。つまり意匠面からカーポートの採用が見送られるケースが増えているとの指摘。

こうした状況の中で、カーポートを中心とした車庫まわり商品の需要喚起がテーマのひとつとされる。最近の異常気象に対応する耐積雪・耐強風タイプの高強度カーポート、最新の住宅外観にマッチした高デザインカーポートの開発と普及に乗り出している。

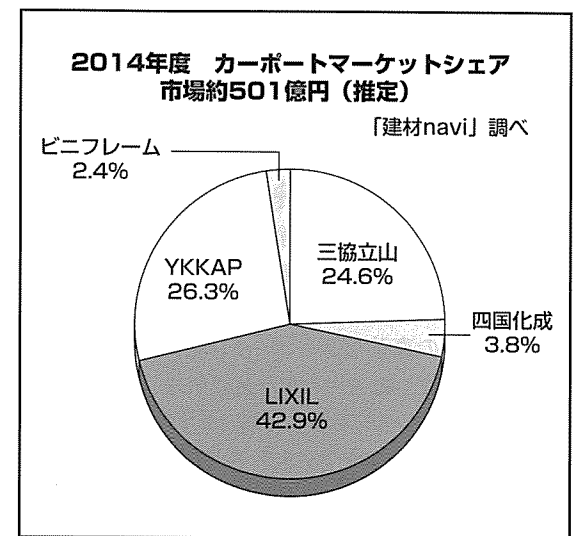
さらに、カーポートの屋根下を活用した空間提案型カーポートや玄関前アプローチ、太陽光発電システムの搭載などへの応用商品で、カーポートの新たな需要の掘り起こしがつづげられている。

**2014 年度住宅用カーポート販売高  
約 501 億円と前年比 2.2% の微増、  
大雪被害を受けて一般地域向けに耐  
風圧強度・風速 42m/s 相当を標準化**

住宅用カーポート市場には、三協立山、四国化成工業、ビニフレーム工業、LIXIL、YKKAP を中心に形成されている。オーダー対応の久米工業、ガレージを応用したダイケンなどのメーカーも参入する。

2014 年度住宅用カーポート販売実績（上位 5 社）は約 501 億円と前年比 2.2% 微増。前年度の 2 ケタ増には遠く及ばないが、大雪被害による取替需要が一部持ち越し、500 億円の大台を回復した。

メーカー別にみていく。LIXIL は約 215 億円、前年比 5% 増と拡大、シェアもアップした。大雪被害による取替需要の増加に支えられたものだが、同



時に異常気象に対応する耐風圧強度・風速 42m/s 相当を標準化した新スタンダードカーポート「フーゴ」シリーズを新発売した。耐積雪タイプを含む高強度カーポートの販売比率の拡大に力を注ぐ。

YKKAP は約 132 億円と推定される。前年比ほぼ横ばいで推移した。耐強風タイプ、耐積雪タイプの豊富な商品バリエーションと高い販売実績が大きな特長。販売全体の内、耐強風タイプ 23%、耐積雪タイプ 18% と、両タイプで 40% 超を占める。新商品として、フラット屋根のシャープなデザインの「エフルージュ」シリーズに、耐積雪 50cm/mi・耐風圧強度 46m/s 相当の 4 本柱「エフルージュワン 50」「エフルージュツイン 50」を追加した。

三協立山は約 123 億円と推定される。「カムフィ Nex」（価格 25 万円）を主力商品にした展開は変わらない。新商品として、主力商品「カムフィ」シリーズを見直し、サイズやタイプバリエーションを充実させた新スタンダードカーポート「カムフィエース」シリーズを発売した。新シリーズには 2 本柱・耐積雪 30cm 相当・耐風圧 38m/s 相当仕様と 3 本柱・耐積雪 50cm 相当・耐風圧 42m/s 相当仕様の「カムフィエース Z」が加わった。強度とデザイン性を両立させた高強度カーポートの拡大に力をいれる。

四国化成工業は約 19 億円・前年比 17% 増と、前年を上回る 2 ケタ台の伸びを示した。上吊り・後方 2 本柱の高デザインカーポート「マイポート」シ

リーズは、それまでの住宅用カーポートの基本フォルムを覆し、いまのフラット屋根デザインの流行におおきな影響をあたえた。景観エクステリアのトップメーカーとしての高い商品開発力が活かされたもので、最新の住宅外観にマッチしたカーポートニーズにも応えられる商品。

ビニフレーム工業は約12億円・前年比9%増加した。業界最強の折板カーポート「ブローニα」シリーズは、全タイプが耐風圧強度 $V_0 = 46\text{m/s}$ 相当仕様で、耐積雪量200cm相当・2台用を6本柱で実現している。耐積雪量50cm・100cm・150cm・200cm相当の高強度カーポートにもかかわらず、柱本数を減らしたスッキリとした意匠性を実現していることが大きなセールスポイント。ポリカ製フラット屋根タイプの「ブローニブライト」も、耐積雪量50cm・耐風圧強度 $V_0 = 38\text{m/s}$ 相当が標準仕様。

### 住宅外観や街なみにマッチした2本柱・後方支持タイプやシンプルでフラット屋根の高デザインカーポート

住宅用カーポートは、アール屋根デザイン・2本柱・片側支持タイプが圧倒的におおく、売れ筋価格1台駐車用25万円・2台駐車用50万円を主力商品に展開される。最近では最新の住宅外観にマッチする意匠性にすぐれたカーポートが求められると同時に、異常気象にも対応できる高強度・高性能が要求されている。

例えば、意匠面からはフラット屋根デザインが目されているが、折板屋根タイプと違って、ポリカ製採光屋根タイプの高強度のフラット屋根タイプは開発テーマのひとつ。

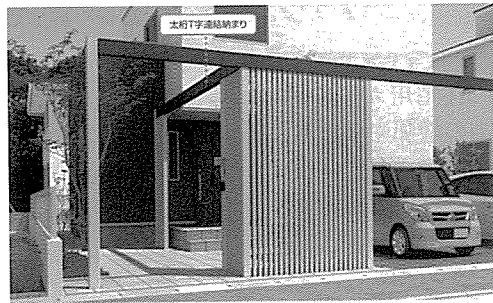
最近の異常気象に対応して、耐風圧強度を風速38m/s相当から42m/s相当を標準仕様にした新スタンダードカーポートも発売され、売れ筋商品の高性能化が進められている。今後とも高強度カーポートと高デザインカーポートの2つのニーズの高まりが予想される。

### 三協立山

#### ハイグレード門扉「リフレア」、機能ポール「セレージュ」、新スタンダードカーポート「カムフィエース」投入

【新商品】 ■門まわり・フェンス——◆型材門扉

三協立山…自由なファサード空間を創造「M・グローリア」



電気錠付門扉「リフレア」：オリジナリティあふれる今までにないハイグレード門扉。扉デザインは、タイルデザイン・ツートンカラーを取り入れた「Aタイプ」とシンプルなラインの「Bタイプ」を組み合わせた、クロス・タイル・ボーダー・ストライプの4パターン。高さ1400～1600mm、幅：片開き800～900、両開き1600～1800。操作音を低減した重厚な操作感、幅広のタッチ錠、パッシブキータイプの電気錠付タイプを用意。◆機能ポール「セレージュ」：ツートンカラー4色のスタイリッシュで上質なデザインが特長。クールモダン・カジュアルアンティーク・ナチュラルモダン・コンテンポラリーの幅広い住宅スタイルに対応。表札にテイストに合わせた豊富なロゴ・マークを用意。

◆型材フェンス「シャトレナ」(木調タイプにリーズナブルなフリー支柱専用フェンス追加。ルーバータイプ、多段施工・2段施工に対応) / ファサードエクステリア・ガーデンスクリーン「M・グローリア」(ファサードフレームの太桁WF10000・T字連結納まり、スリム柱(105×70mm)を追加) / フェンス関連「S・ボーダー」(エアブロック追加) / カーテンゲート「タフゲート」(耐風圧強度：風速41m/s相当を追加)。

■カーポート——◆「セルフイ」：シャープで直線的なデザインが特徴的なフラット屋根の新シリーズ。1台用最大の間口3354mmを設定。5つの納まりの幅広い敷地対応力。本体カラー6色・屋根パネル4種類。◆「カムフィエース」：従来品のカムフィNexをリニューアルした新スタンダードカーポート。豊富なサイズバリエーション、スピーディーな施工性も特長。◆積雪・強風対応「カムフィエースZ」[ニューエクステリアオーレZ](2本柱：耐積雪30cm・風速38m/s相当、3本柱：50cm・42m/s

相当)。

【最近の動き】 ハイグレード門扉「リフレア」、機能ポール「セレージュ」を新発売し、中高級品ゾーンの充実を進める一方で、カーポートでもフラット屋根の新シリーズ「セルフイ」、新スタンダードカーポート「カムフィエース」、高強度タイプなどを新たに投入した。いずれの新商品も、オリジナリティにあふれたデザイン性が大きなセールスポイント。一昨年から進めている建築家とのコラボレーション「SACLAB」プロジェクトなどを通じて、デザイン力に磨きをかけている。

オープンプラン向けに機能ポールのバリエーションの充実、クローズプラン向けにハイグレード門扉を投入すると同時に、ガーデンスクリーン「M・グローリア」でファサードエクステリアの需要創造にも取り組んでいる。さらに、都市部の狭小地住宅では、機能ポールに加えて、スライド門扉「レナード」、カーテンゲート「エアリーナ」の提案活動を強めている。住宅のあらゆるエクステリアシーンに応じられる豊富な商品バリエーションで、業界をリードする。

■門まわり——門扉の型式別販売割合は、開きタイプ38%、伸縮タイプ28%、引戸・折戸タイプ12%、跳ね上げタイプ12%、機能ポールその他10%の比率。門扉の売れ筋商品は、両開き0712サイズ・10～14万円で型材門扉の約6割を占めている。グレード別には、普及品(10万円)60%、中級品(15万円)35%、高級品(20万円以上)5%。一方、フェンスは、高級品の目隠しタイプ、ルーバータイプ、スクリーンタイプが好調な販売を示す。

門扉・フェンスを材質的にみると、アルミ型材73%、スチール・ステンレス23%を占める。門扉はアルミ型材、フェンスがスチールメッシュの傾向が強まっているようだ。アルミ鋳物とアルミ樹脂複合はそれぞれ2%にとどまる。

■カーポート——売れ筋商品は、主力の「カムフィNex」・価格25万円で、販売全体の約22%占める。タイプ別には、片側支持74%、両側支持26%に大別される。屋根デザインは、アール57%、フラット28%、折板11%、上吊り4%の比率。耐積雪タイプ5タイプ、耐強風タイプ1タイプを用意する。耐積雪タイプ10%強、耐強風タイプ僅少。

門扉・フェンス、カーポートの地域圏販売をみると、関東・甲信越圏36%、中部・北陸圏30%、近畿

圏15%、中国・四国圏8%、北海道・東北圏6%、九州圏5%。中部・北陸圏の比率が他社に比べて高いことが特徴。

### 四国化成工業

#### アルミシステム塀「アートウォール」、塀からフロントゾーンまで独創的なデザインでトータルコーディネート

【新商品・重点商品】 □リビングエクステリアー—◇ガーデンルーム「F・リード憩」：三面囲い型のキューブタイプに室内外段差10mmのバリアフリータイプを追加した。

■ファサードエクステリア——◆アルミシステム塀「アートウォール」：塀からフロントゾーンまでトータルコーディネート提案。オリジナリティの高い外構提案が可能な「seed」と短工期・大面積に適した「modern」の2シリーズ。新たに「門扉取り付け用ユニット」を設定し、木調門扉「アレグリア」[アレグリアTL]や型材門扉とのコーディネートを実現する。第三の塀ともいわれるアルミシステム塀の安全性・施工性・意匠性を生かし、多彩で独創的なファサード提案が可能になった。

◆機能門柱「アートウォール門柱ユニットEタイプ」(門柱を立体的に演出)。◆型材門扉「アルディスライド」(アプローチ距離の短い住宅にも設置可能)。◆アレグリアシリーズ(植栽と調和)の型材門扉「アレグリア門扉」/引戸「アレグリアキャスター引戸」。◆表札・スリム門柱「マイ門柱」[クレディ門柱]・LED照明等に新機種追加。◆型材門扉「リフォーム用アルミ柱」(かぶせ施工) / 「リフォーム対応アコーディオン門扉」。◆型材門扉「マルチエントリー錠」(6つの施錠方法から選択可能)。

■カーポート——◆「マイポートNext積雪地タイプ」(グッドデザイン賞の後柱デザイン。耐積雪50cm仕様追加)。◆「レジポートSG」(折板屋根カーポート。耐風圧強度：風速54m/s相当、3台用46m/s相当。積雪量最大200cmの長期荷重設計)。

【最近の動き】 オープン外構の増加にともない機能門柱の存在感が高まっている。高級タイプよりも普及タイプ、中級タイプが堅調で、デザイン性とリーズナブルな価格の機能門柱が、ファサードエクステリアの必需品になっているとの見方。



四国化成…アルミシステム門扉  
「アートウォール」軸に外構形成

同時に、オープンプランやクローズプランのどちらにも対応でき、ワンランク上の自由で個性的なファサードプランの提案ができるアルミアルミシステム扉「アートウォール」のアイテムを充実し、トータルコーディネート提案力を高めている。

フェンスは、アルミ形材、スチールメッシュの普及タイプが依然としておおく、価格競争が激しくなっている。その一方で、中級・高級タイプの目隠しタイプや高強度タイプも堅調に推移しているようだ。

カーポートは、薄型フラット屋根の「マイポートV」、後方支柱タイプ「マイポートNext」、1本柱風デザイン「マイポートneo」、上吊り後柱タイプ「マイポート」、変形敷地に対応可能「マイポートFX」の高デザイン「マイポート」シリーズを通じて、カーポート採用率のアップに力を注いでいる。

■門まわり——門扉の型式別販売割合は、オープンプランに対応する機能門柱タイプが38%を占める。伸縮タイプ30%、開きタイプ27%、引戸タイプと跳ね上げタイプ6%の比率。伸縮タイプが開きタイプを上まわっている点に、シコクのアコーディオン門扉の商品力の高さが表れている。グレード別には、普及品(10万円)が販売全体の85%を占めている。中級品(30万円)10%、高級品(70万円)5%の比率。

門扉・フェンスを材質別にみると、アルミ形材74%、スチール・ステンレス13%、アルミ樹脂複合8%、アルミ鋳物5%の割合。

■カーポート——住宅用カーポートのイメージを一新するデザインカーポート「マイポート」シリーズのバリエーションを強化している。売れ筋商品は、片側支持・熱線遮断ポリカーボネート屋根・1台用タイプ。価格26万円の普及タイプが販売全体の20%弱を占める。

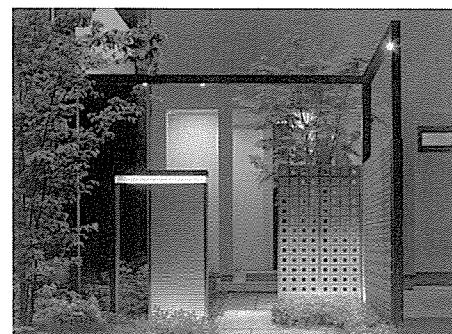
最近、注目されている高強度カーポートは、折板屋根カーポート「レジポートSG」が販売全体の10%弱を占める。タイプ別には、片側支持40%、両側支持30%強、合掌・2台3台用30%弱の比率。屋根形状は、アール42%、上吊り29%、フラット16%、折板・その他13%の割合。

## LIXIL

### ファサード空間の提案活動「メイキングアップファサード」始動、業界の活性化と市場規模の拡大をめざす

【新商品】■「NEXT EXTERIOR」の第1弾——◆ファサード空間の提案活動「メイキングアップファサード」：ファサード空間のリフォームにより「家」を美人にするメイクアップ術を、エクステリア流通店と共にエンドユーザーに提案する活動。この新たな取り組みを通じて、ファサードリファオムの潜在需要を掘り起こし、業界全体の活性化と市場規模の拡大をめざしている。□アイテム——◆乾式デザインウォール「テグランNeo」：アルミ樹脂複合板にタイルを張り付けた「超軽量タイルパネルユニット」。◆意匠部材「デザイナーズパーツ」：敷地の内外を明確にする「フラットアーチ」、乾式工法「有孔ブロックウォール」、半径1000mmの曲線施工にも対応する「スリットスクリーン」を追加。◆照明シリーズ「美彩」：LIXILオリジナルのエクステリア間接照明。電気工事士の資格は不要で、業界最小クラスの幅51mmのスポットライトなど、コンパクト&ハイパワーの施設向け・住宅向け商品を用意。これらの新商品と既存商品を組み合わせ、エンドユーザーの個性的なファサード空間づくりをサポートする。

■カーポート——◆ニュースタンダードカーポート「FUGO(フーゴ)」シリーズ：耐風圧強度・風速42m/s相当を標準化した。風速42m/s相当・耐積雪20cm相当の「フーゴRレギュラー」「フーゴRワイド」「フーゴFワイド」「フーゴFプラスワイド」「フーゴAワイド」「フーゴAプラスワイド」、各種のサイクルポートを品揃えする。その中の「フーゴFレギュラー」「フーゴAレギュラー」「フーゴAプラスレギュラー」は風速46m/s相当・耐積雪30cm相当にも対応。H2200mmを標準柱にロング柱H25・H28サイズ、奥行50・57サイズに加えて54サイズを設定。



LIXIL…夜間の住宅  
ファサードを照明「美彩」  
でメイキングアップする

本体色にアルミ形材5色と、シャイングレー+木目4色、ナチュラルシルバー+木目4色、アイボリーホワイト+木目エクリュアイボリーの組み合わせを用意。屋根材はポリカーボネート板3種、熱線吸収ポリカーボネート板2種、熱線遮断FRP板タイプ。また、カーポートライトやカーフロアも揃える。◆「ネスカ」シリーズ：耐風圧強度・風速38m/s相当の普及品。「ネスカR」(レギュラー・ワイド・ミニ) / 「ネスカF」(レギュラー・ワイド・ミニ)。「ネスカR/F」のレギュラータイプに風速46m/s相当・耐積雪30cm相当対応品を用意。◆「アーキフラン」：2本柱・上吊り・後方支持タイプ。風速38m/s相当・耐積雪20cm相当。レギュラー・ワイド・横連棟ユニットの各タイプで構成。

【最近の動き】 ガーデン、ファサード、ウォール・ミッドテリアの3つのゾーンを対象に、エクステリア業界の活性化と市場規模拡大をめざす新たな取り組み「NEXT EXTERIOR」を具体化した「メイキングアップファサード」を4月スタートさせた。オープンプランの広がりや簡略化がすすむ門まわりを、住宅の顔にふさわしい個性的なファサード空間に仕上げる新提案。その中でも照明シリーズ「美彩」は、周囲の環境にマッチした夜間の住宅ファサードをメイキングアップするアイテムとして注目される。

一方、カーポートでは、最近の異常気象を考慮して、耐風圧強度・風速42m/s相当を標準化したカーポート「フーゴ」シリーズを新たなニュースタンダード商品として投入した。カーポートの高強度化、高意匠化で、取付率の拡大が進められる。

■門まわり——門扉の型式別販売割合は、開きタイプ43%、伸縮タイプ24%、跳ね上げタイプ13%、引戸・折戸10%、その他ファンクションユニット等10%の比率。グレード別には、普及品(9万

円以下)「プレスタ」等60%弱、中級品(15万円)「ジオーナ」等30%強、高級品(38万円)「プレミエス」等10%の割合。中級品などの高付加価値商品の販売比率の拡大をすすめる。

門扉・フェンスを材質別にみると、アルミ形材66%、スチール・ステンレス26%を主力に、アルミ鋳物4%、アルミ樹脂複合とその他タイル等4%の比率。メッシュフェンスは住宅用フェンスの定番商品のひとつに定着している。

■車庫まわり——カーポートは一昨年につづき昨年も前年比5%増と成長を維持した。売れ筋商品は、昨年実績では「メジャーポートII R」「カーポートシグマII」の普及品。今年は新スタンダードカーポート「フーゴ」,「ネスカ」などの新商品にシフトするとおもわれる。タイプ別には、片側支持68%、両側支持27%、合掌・2台3台駐車5%の割合。屋根形状は、アール59%、折板24%、フラット17%の比率。高強度タイプでは、耐風圧強度42・46・54m/s相当の耐強風仕様10%。スタンダードタイプに耐風圧強度42m/s相当を標準採用しており今後増えてきそう。耐積雪仕様は耐積雪30・50・150・200cm相当の折板カーポート「ウイスリーポートII」が中心で20%強を占める。

門扉・フェンス、カーポートの地域圏別販売割合は、北海道・東北圏8.3%、関東・甲信越圏41.4%、中部・北陸圏18.0%、近畿圏17.3%、中国・四国圏5.7%、九州圏9.3%の比率。

## ビニフレーム工業

### 力強さと美しさを兼備し常識を覆す 耐積雪200cm・6本柱を実現した折板カーポート「ブローニα」更に拡大

【カーポート】■折板カーポート「ブローニα」シリーズ——強風地域から豪雪地域まで全国どこでも使用できる長期荷重設計を採用した業界最強度の折板カーポート。デザイン性と強度を合わせ持った桁構造を開発・採用して、耐積雪量50cmの3台用・4本柱、耐積雪量200cmの2台用・6本柱を実現した。(一般的には、積雪量100cm・6本柱、同150cm・8本柱)。さらに、全タイプが耐風圧強度V<sub>0</sub>=46m/秒相当であることも大きなセールスポイント。

桁構造は、業界最大高さ300mm(特許取得)を



ビニレーム工業・豪雪・  
台風地域に対応する最強  
カーポート「ブローニα」シリーズ

はじめ、260mm・220mm・170mmの4種類。柱に角柱(115×115mm・130×130mm・140×140mm)と丸柱(φ170mm)の2デザイン。ブラック、アーバングレー、ツヤ消しシルバーの3色のカラーバリエーションと、側面パネルや木目調樹脂の化粧パネル(ライトチーク、ダークの2色)、スクリーン用格子「グレイスライト」などの豊富なアイテムをラインナップし、住宅外観にマッチした美しさと力強さを兼ね備えたカーポートを実現する。

バリエーション——◇50cm(1500 N/m<sup>2</sup>)タイプ: 4本柱の1台用・1台用ワイド・2台用・2台用ワイド・3台用。6本柱の3台用連結。8本柱の奥行連棟・奥行連棟ワイド。◇100cm(3000 N/m<sup>2</sup>)タイプ: 4本柱の1台用・1台用ワイド・2台用・2台用ワイド。6本柱の3台用連結。8本柱の3台用・奥行連棟・奥行連棟ワイド。◇150cm(4500 N/m<sup>2</sup>)タイプ: 6本柱の1台用・1台用ワイド・2台用・2台用ワイド。9本柱の3台用連結。12本柱の奥行連棟・奥行連棟ワイド。◇200cm(6000 N/m<sup>2</sup>)タイプ: 6本柱の1台用・1台用ワイド・2台用。8本柱の2台用ワイド。9本柱の3台用連結。12本柱の奥行連棟・奥行連棟ワイド。標準柱有効高2300mm・ロング柱3000mm、桁延長タイプを用意。柱移動1000mmまで可能。屋根材にガルバリウム鋼板とポリカ折板の2種類。

■住宅用カーポート「ブローニ Bright(ブライト)」——熱線吸収ポリカーボネート板のフラットな屋根形状のシンプルデザイン、直線基調の4本柱の軽やかなスタイルがセールスポイント。また、耐積雪量50cm・耐風圧強度V<sub>0</sub>=38m/秒相当(パネルサポート使用時V<sub>0</sub>=42m/秒相当)を標準仕様とした高強度も大きな特長。強度は垂木と垂木カバーの幅

を60mm、屋根パネルのみ込み幅25mmに設定し、垂木に垂木カバーを引っ掛けることで確保する構造。下から見上げた際のフラットな屋根パネルのスタイリッシュなデザインも特長。カラーは、アーバングレーとツヤ消しシルバーの2色。4本柱の1台用・1台用ワイド・2台用のバリエーション。

【現況】最近の大雪・強風の異常気象に対応できる強度と意匠性を兼ね備えた住宅用カーポートを展開する。その中でも業界の常識を打ち破った、耐積雪量200cm・6本柱タイプ、耐風圧強度V<sub>0</sub>=46m/秒の折板カーポート「ブローニα」シリーズは、業界最強のトップブランドのひとつとして知られる。

折板カーポート「ブローニα」と、ポリカーボネート屋根の「ブローニ Bright(ブライト)」を主力商品に展開している。販売傾向をみると、高強度をセールスポイントにする特長を活かし、2台用・耐積雪100cm対応が販売全体の約60%を占めている。そのうち折板タイプが、販売全体の90%に達する。2台用・3台用が80%を占めている。

また、地域圏別の販売割合では、中部・北陸圏40%、北海道・東北圏30%を主力マーケットにしている。さらに、台風通過地域の九州圏15%、関東・甲信越圏10%と、積雪地域以外にも市場を拡大しつつあることが最近の特徴だ。

## YKK AP

### 外構商品「ルシアス」シリーズ、スマートドアヴェナートとコーディネートした玄関前のファサード空間創造

【新商品】■外構商品「LUCIAS(ルシアス)」シリーズ——◆「ピタット key システム」[電気錠付ルシアス門扉]:スマートドア・ヴェナートと同一のカードキー、シールキーを採用した電気錠付門扉。楽天エディカード、おサイフケータイでも開閉可能。全17デザイン、カラーバリエーション全6色。

◆「ルシアスサインポール」:ポスト機能は玄関脇、表札・インターホン機能は道路境界線のサインポールに分けることで、洗練されたポールデザインを実現。カテゴリーA(高付加価値タイプ・3種)、カテゴリーB(シンプル&リーズナブルなポールタイプ)。◆「ルシアスウォール」:7月発売予定。スマートドア・ヴェナートと木調カラーを揃えた機能門袖(ウォー

ル。ポスト、表札、インターホン、照明などの機能)。半完成品出荷で1day施工が可能。

◆「ルシアスフェンスH 07型/F 04型」:木調横半目隠しのH 07型リブモール形状、F 04型片面木調仕様。耐風圧強度34m/s相当。◆「ルシアスクリーンフェンス」:「ビューテクト」をリニューアルした7デザイン。◆[共用門扉]:木調タイプの「ルシアス門扉」/リーズナブルな価格の「エクスタイン門扉」。

■新商品・リニューアル——◆「エクステリアアーチ」:高度な湿式施工技術が要求される現場造作物のアーチを乾式構造フレームで標準化した最高級のエンタランス。◆独立型ポスト「フィッテ」:ポスト10色×柱10色の最大100通りの組み合わせが可能。投函口37mmと50mmの2パターン。◆「エクステリアポストG 3型」:フラットサーフェイスの埋込型ポスト。簡易ダイヤル錠標準装備、アルミカラー4色、2万3000円から設定。◆「エクスタインフェンス 23型」:価格訴求タイプの横半目隠しフェンス。

■カーポート——◆「エフルージュプラス/エフルージュツインプラス」:カーポート+α空間を提案。2本柱・4本柱タイプ。◆「エフルージュワン 50/エフルージュツイン 50」:風速46m/s・積雪50cm仕様のフラット屋根高強度タイプ。◆「ジーポート neo/レインポート neo」:高強度の折板カーポートに1台用+αのD36サイズ、セミハイルーフ柱H 25を設定。揺れ止めのブレースをオプション設定。

【最近の動き】建築・玄関ドア・エクステリアの3つのデザインを融合し、統一感のある外観を実現する外構商品「ルシアスシリーズ」の商品バリエーションが強化された。「ルシアスシリーズ」はクローズプランからオープンプランまでさまざまな住宅スタイルに対応する新シリーズ。とくに、スマートドア・ヴェナートとのデザインコーディネートに重点を置き、ボリュームゾーン向け外構商品の高付加価値化をめざしている。

カーポートでは、風速46m/s・積雪50cm仕様のフラット屋根「エフルージュワン 50/エフルージュツイン 50」や折板屋根「ジーポート neo/レインポート neo」など、高強度タイプカーポートの充実を進めている。



YKK AP:ポストと表札・インターホンを分けて、利便性・デザイン性を追求した「ルシアスサインポール」

■門まわり——門扉の型式別販売割合は、開きタイプ46%、機能ポール・門袖など42%、伸縮タイプ9%、引戸・はね上げタイプ3%の比率。オープンプランや狭小地住宅に対応した機能ポール・門袖の販売比率が高いことが特長。門扉の売れ筋商品は、親子開き04・08 12サイズと両開き07万12サイズで10万~18万円。販売全体の半数を占めている。グレード別には、普及品(10万円)67%、中級品(18万円)22%、高級品(32万円)11%と比較的高級品の比率が高いことが特長。

門扉・フェンスの材質別割合は、アルミ形材83%、スチール・ステンレス9%、アルミ鋳物4%、アルミ木複合4%の比率。フェンスで、高付加価値商品の目隠し系フェンスと木調フェンスが増加傾向にあるようだ。

■カーポート——売れ筋商品は、一般地域向けアール形状のポリカ屋根1台用25万円と同2台用50万円で、販売全体の53%を占める。屋根デザインは、アール72%、フラット28%(内折板18%)の割合。上吊りタイプは僅少。タイプ別には、片側支持58%、両側支持42%の比率。このうち、合掌・2台3台専用タイプは22%の割合。最近注目されている高強度カーポートは豊富なバリエーションで業界をリードする。耐強風タイプは販売全体の23%、耐積雪タイプは18%に達する。

門扉・フェンス、カーポートの地域圏別販売割合は、北海道・東北圏7.5%、関東・甲信越圏29.6%、中部・北陸圏20.2%、近畿圏18.9%、中国・四国圏9.4%、九州圏14.4%の比率。



三協アルミ

アルミ樹脂複合ハイスベックサッシ「アルジオ」10月新発売、住宅用サッシとして最高性能の耐風圧性S-4・水密性W-5、断熱性能1.35W/m<sup>2</sup>・K



三協立山株式会社・三協アルミ社(蒲原彰三社長)は、新アルミ樹脂複合ハイスベックサッシ「アルジオ(ALGEO)」を開発、10月から

全国発売する。

新開発の「アルジオ」は、厳しい気象条件に対応する強靱な性能と、ユーザーの安心・安全、使いやすさへの配慮をコンセプトに開発された次世代住宅用サッシの基幹商品。

従来の住宅用サッシよりもワンランク上の耐風圧性S-4(2000Pa)、水密性W-5(500Pa)の高耐久性能と、引違い窓・トリプルガラス(クリプトンガス入り)仕様で1.35W/m<sup>2</sup>・K、同じく複層ガラス(アルゴンガス入り)仕様で1.95W/m<sup>2</sup>・Kの高断熱性能を実現している。

そのほかにも、外障子外れ止め自動ドアロック機構を標準搭載、段差がなく手入れが簡単な「フラット下枠」、操作しやすい「どこでも引手」、3種の「機能付網戸」、「指はさみ防止部品」、「開口制限ストッパー」など、充実した機能が特長。外観色に新色「アースブラウン」を追加して、外観色5色・内観色5色、計21通りの組み合わせが可能。窓種は、引違い窓、片上げ下げ窓、FIX窓、たてすべり出し窓、すべり出し窓、勝手口ドア、テラスドアなどフルラインナップする。

2020年省エネ基準の義務化に対応する流通店向けのスタンダードサッシ(KD品)として展開する。販売目標は、2017年に2015年アルミ樹脂複合サッシ販売数の25%増、窓総販売数の50%まで引き上げる計画。セールスポイントのひとつである「フラットレール」仕様は「アルジオ」販売の35%を見込む。今後、現行の「マディオ」シリーズからの切り替えを速やかに進めると同時に、「防火設備タイプ」などバリエーションを更に拡充していく。

LIXIL

新リフォーム玄関ドア「リシェントⅡ」発売、42デザイン・16カラーと大幅に拡充、施工時間さらに短縮



LIXIL(藤森義明社長)は、「1dayリフォーム」で好評のリフォーム玄関ドア「リシェント」のデザイン、カラーを一新し、「リシェントⅡ」として6月1日全国発売した。

「リフォームを通じて住宅の省エネ化を推進していくために、推定2兆円を超える巨大な潜在需要のリフォーム玄関ドアの売上高を、2020年度までに2009年度の10倍に拡大する」(田原明執行役員ドア事業部長)との販売計画。

「リシェントⅡ」は、同社のユーザー意識調査での豊富なデザイン、最新の防犯機能、採風・採光・断熱の上位ニーズに応えるもの。従来品35デザインを62デザイン、同じく7カラーをクリエカラー4色含む木目色13色、アルミ色3色の計16色にそれぞれ拡充された。タッチキー・CAZAS+の先進エントリーシステムとハンドルが一体化した「S型ハンドル」や2ロック、3つの鎌付デッドボルト、セキュリティサムターンのロックシステムが採用されている。

また、縦すべり機構を採用した「採風ドア」、大開口・腰窓・スリットと明るさを選べる「採光ドア」、アルミ仕様から断熱k4・k2・k1.5仕様の「断熱ドア」などを品揃えし、ユーザーの選択肢を大幅に広げた。下枠形状の変更で従来の段差6mmを僅か2mmに抑えて安全性を高めた。さらに、額縁加工時間が約3分の1に、額縁組立・取付時間も約2分の1に短縮された。玄関ドアと外壁の組み合わせをイメージできる「デザインセレクトナビ」を用意。自宅の写真を取り込むだけで施工完成イメージをつくれる「かんたん合成アプリ」も公開される。価格は片開きランマなしで26万8000円～。

リフォームショップ『誕生祭「コト・リフォーム」体験キャンペーン』開催

LIXILは、国内最大級のリフォームフランチャイズチェーン「LIXILリフォームショップ」誕生記念『誕生祭「コト・リフォーム」体験キャンペーン』を8月31日まで全国加盟店で開催中。5月28日時点で加盟店数は427店。

期間中には独自のプロファイリングシステム「ライフスタイルコンパス」の体験ができる。同社認定のリフォームコンシェルジュが、アンケートの回答にもとづき、本当に「したい暮らし」をひきだし、カタチにしていくシステム。50万円以上のリフォーム工事を見積りしたお客さんの中から抽選で51組に全国有名レストランの食事券、全員に500ポイントのTポイントがプレゼントされる。制約の場合は最大1万ポイント。

YKK AP

樹脂窓の普及・啓蒙を図る「APWフォーラム2015」全国21会場で開催、ビルダー・設計事務所向けに7月「外皮性能計算ソフト」を無償提供

YKKAP(堀秀充社長)は、5月25日札幌会場を皮切りに9月17日松山会場まで、全国21会場で「APWフォーラム2015」を順次開催している。今年4回目で動員目標5000人。

「APWフォーラム」では、2020年に迫った省エネ基準義務化への対応やそれを生かした工務店の経営面に関する専門家によるセミナーをおこなっている。また、フォーラムで得られた情報を現場に落としこむために、「省エネ建築診断士」の資格取得をサポートすると同時に、「YKKAP外皮性能計算ソフト」を開発、7月から無償提供する。

「省エネ建築診断士」は現在、700人(YKKAP社員500人・取引流通店200人)を輩出しているが、今後1000人まで増やし、窓専門の営業「窓のプロ」を全国に配置する予定。

富山市「TOYAMAキラリ」の外装カーテンウォールを施工・納入

YKKAPは、8月22日全館オープン予定の富山市の新たな顔「TOYAMAキラリ」への外装カーテンウォールを施工・納入した。

「TOYAMAキラリ」の外観は、石、ガラス、アルミの異素材を組み合わせた重厚でシンボリックな

デザインと、市民に開かれた開放的なデザインを両立・融合させていることが特長。同時に、外観に数多くの大きな孔(テラス)を設けて街との一体化が図られている。PC打ち込みCW・低層ノックダウンCWを担当した。



鉄骨造、地上10階・地下1階。建築面積約3400㎡、延床面積約2万6780㎡。用途は美術館・図書館・銀行・駐車場・外向店舗等。

台北市・最高高さ272m超高層オフィスタワーの外装ユニットカーテンウォール(約6万7000㎡)工事受注



YKK台湾社AP事業部(宮崎省吾事業部長)は、台湾・台北市の大規模複合ビル「臺北南山廣場(台北南山広場)プロジェクト」の「オフィスタワー」外装カーテンウォール工事を受注した。

同プロジェクトは、台北市のランドマーク「台北101」に隣接し、オフィスタワー、文化施設、商業施設から構成される。デザインアーキテクトは三菱地所設計。施主の南山人壽保險股份有限公司の「山」をモチーフにオフィスタワー・エントランスロビー棟・商業施設棟を一体的に「連峰」としてデザイン。

最高高さ272mの超高層オフィスタワーは、そのシンボルで感謝の意を表す「合掌」をイメージする。受注規模面積はYKKAP過去最大のユニットカーテンウォール約6万7000㎡。日射遮蔽の垂直水平フィンを採用したファサードで、台湾の省エネ基準「緑建築標章」で最高級の「鑽石級(ダイヤモンド級)」を目指した外装設計。竣工予定2017年、外装工事予定2016年2月～12月。

日本サッシ協会／カーテンウォール・防火開口部協会

「様々な国策を活用し、快適な住環境の実現、優良な住宅ストックの形成、CO<sup>2</sup>削減に貢献していく」堀理事長

日本サッシ協会／カーテンウォール・防火開口部協会(堀秀充理事長・会長)は5月29日、東京・明治記念館で定時総会・懇親会を開催した。

懇親会の冒頭、堀秀充理事長・会長は、「新設住宅は88万戸と前年比89%と低迷しました。とりわけ持家は79%と落ち込みました。2020年までに省エネ基準の義務化が実施されます。そこで省エネ基準に対応し、流通店様、ビルダー様に窓・ドアの性能を判りやすく提示できるように、外部開口部リストを改定しました。昨年11月にはサッシとガラスの建材トップランナー制度が公布・施行されて、サッシ・ガラスメーカーにはより省エネ性能の高い窓の普及にむけた取り組みが義務付けられています。

「行政からは省エネ住宅ポイント制度や高性能建材導入促進策など、様々な施策を打ち出している。これらの国策を有効に活用しながら、業界としても快適な住環境の実現、優良な住宅ストックの形成、CO<sup>2</sup>削減に貢献していく所存です」とあいさつした。

### 全国自動ドア協会

今年度の生産台数14万9000台・4.2%増と予想、「歩行者用自動ドア安全規格」JIS原案作成委員会始動

全国自動ドア協会は6月11日、東京・浜松町の世界貿易センタービルで2015年度定期総会を開催し、三代洋右会長、古野重幸副会長、山村望副会長の新三役体制を決めた。

三代会長は挨拶の中で、①「自動ドア安全ガイドライン」及び「多機能トイレ用自動ドア安全ガイドライン」の周知・徹底、②自動ドア製品安全規格のJIS化の推進、③新規需要およびリニューアル市場への需要拡大のための活動、④適正な点検整備を提供できる自動ドア施工技能士の育成と充実など、今年度注力するテーマを上げた。

2014年度生産台数(8ブランド)は、国内向け12万7000台、輸出1万6000台、計14万3000台とほぼ横ばい。今年度の総生産台数は14万9000台、前年比4.2%増と予測する。内訳は、国内向け13万2000台(3.9%増)、輸出1万7000台(6.3%増)。

一方、国内据付台数は12万5532台(2966台減)。ビル用6万4854台(766台増)、ストア用4万9225台(1595台減)、産業用1万1453台(2137台減)。



堀理事長



三代会長

この内、リニューアル台数は3万7194台と据付台数全体の29.6%。

自動ドア施工技能士は、2014年度検定合格者195人(1級技能士114人・2級技能士81人)で、有資格者累計6320人(1級3166人・2級3154人)。また、今年で7回目を迎えた優秀自動ドア施工技能士授彰者は20人。

自動ドアのJIS製品安全規格については、日本規格協会の「JIS原案作成公募制度」し、3月末に受理されたことを受けて、5月21日に第1回「歩行者用自動ドア安全規格」JIS原案作成委員会(委員長:向殿明治大学名誉教授)を開催、来年3月完成をめざしている。

### 日本アルミ手摺工業会

高橋会長「安全・安心な手すりを提供していく」、会員数量197万6000m(10.2%増)、金額202億円(9.8%増)

日本アルミ手摺工業会は6月18日、東京・赤坂のアープセンタービルで第10回定時総会を開催し、会長の高橋浩二ツツキ社長、副会長の大吉弘ビルテック社長、上田隆造日昭アルミ工業常務をそれぞれ再任した。



高橋会長

高橋会長は、安全・安心な手すりを提供していくと述べ、製品に貼付した工業会のQRコードシールを携帯やスマートフォンでアクセスすれば取り扱い説明書を閲覧できるようにして信頼性向上に取り組む、社会保険未加入者の加入促進を図る、

パネルタイプの風荷重に関して手すりコーナー部試験等の調査研究など、今年度の事業計画に上げた。

また、同工業会のまとめたアルミ手すり市場統計によると、平成26年度全体市場は数量338万m(前年比5.0%増)・金額294億円(10.9%増)。この内会員実績は数量197万6000m(10.2%増)・金額202億円(9.8%増)。会員のタイプ別販売割合は、格子タイプ52%、ガラスタイプ40%、パネル・ルーバーなど8%の比率。また、数量ベースで新設85.5%、改修14.5%の割合。改修のうち格子タイプが70%を占める。

### 日本建材・住宅設備産業協会

将来の住宅資産価値評価システムを提言していく、「国際標準化」の戦略的重要性が増している——藤森会長

日本建材・住宅設備産業協会は6月9日、東京・



藤森会長

明治記念館で定時総会・懇親会を開催した。

懇親会の冒頭、藤森義明会長は、平成20年以降は日本の人口が減少局面に入り、平成31年以降には世帯数が減少に転ずると予想されている。世帯数の減少は空き家の増加へとつながり、その有効活用がこれからの大きなテーマ。高齢化社会の到来を考えれば安心して長く住める「住まいとコミュニティ」も必要。家庭でのヒートショックによる高齢者の死亡事故の増加も大きなテーマ。住宅ストック6000万戸でも80%の住戸が無断熱か、昭和55年の断熱基準レベルと言われている。

今年度は三つの重点テーマに取り組む。昨年度より始まったリフォーム市場の活性化への推進活動は、今年度から「委員会」に格上げ、体制を強化する。建物の断熱構造や省エネ性能の高い設備機器の設置を、資産価値として適切に評価できるシステムづくり挑戦している。その実証実験を行ない、将来の住宅資産価値の評価システムを提言していく。グリーン建材普及促進基盤構築事業では、これまでの知財戦略に加え、現在、「国際標準化」の戦略的重要性が増している。昨年度は温水洗浄便座の分野で国際電気規格に関するニュー・プロポーザル提案に成功し、国際規格協議に向けた協議が日本主導でスタートした。また、ASEAN諸国との交流を促進し、日本の製品や工業規格の紹介活動にも力をいれる。既にベトナム、インドネシアに対して「節水技術」、「窓の遮熱」などを紹介し、各国の工業規格との整合性を図っている——と挨拶した。

### 日本木製サッシ工業会

防火耐熱強化ガラス・Low-Eペアガラスを採用した防火木製サッシの開発及び大臣認定取得をめざす

日本木製サッシ工業会は6月19日、東京・霞が関の東海大学校友会館で第6回通常総会・懇親会を開催した。

川上伊登志会長は、「年々需要が増えて追い風を感じている。日本政策投資銀行の今後伸び代のある産業に木製サッシが登録されているようです。こうした期待を裏切らないように基本性能を高め、低炭素社会実現に貢献できるようにしたい」と挨拶した。

今年度事業としては、平成13年に大臣認定を網



川上会長

入りガラスで取得している防火木製サッシにつづき、今回は防火耐熱強化ガラス・Low-Eペアガラスを採用した防火木製サッシの開発及び大臣認定の取得をめざす。工業会会員の連名で性能評価を受ける計画で、取得希望者による防火委員会を設置し事業を進める。

### 建築改装協会

昨年度末端売上高893億5300万円、前年比7%減少、主要なターゲットの住居ビル7%減・一般ビル17%減

建築改装協会(永木公三会長)のまとめによると、会員各社の平成26年度末端売上合計金額は893億5300万円、前年比7%減であった。

アイテム別には、窓511億7400万円(前年比11%減)、ドア169億6800万円(3%増)、外装21億3200万円(17%増)、手すり27億2100万円(7%減)、面格子2億3300万円(18%増)、フロント2億3300万円(3%減)、内装5億7100万円(17%増)。補修20億9700万円(23%減)。

用途別には、学校229億3800万円(横ばい)、住居ビル329億7400万円(7%減)、一般ビル217億3800万円(17%減)、病院58億6800万円(15%増)、庁舎58億3500万円(4%減)で推移した。

また、昨年度の手摺改装作品コンテストでは、最優秀賞に三協立山の「稲毛投影マンション大規模修繕工事」、優秀賞に不二サッシリニューアルの「シルクセンター旧ホテル外壁等緊急修繕工事」、ビニフレーム工業の「大阪府営金岡南住宅外壁吹替その他工事」、LIXILリニューアルの「蒲田本町1丁目団地1・2号棟外壁修繕工事」が選出された。準会員対象の特別賞は三和アルミ工業の「市ドリムハイツ団地大規模修繕工事」が選考された。

### フルテック(旧寺岡ファシリティーズ)

「フルテック株式会社」へ社名を変更

寺岡ファシリティーズ(古野重幸社長)は、7月1日から社名を「フルテック株式会社」へ変更した。「フルテック」は、Full(最高度の)とTech(技術)を組み合わせたもの。新しいコーポレートスローガン「技術がひらく明日への扉」のもと、自社開発力を高め、ニーズを満たす最適な商品・サービスの提供にベストをつくすとのコメント。