

# 建材マーケット

## (一般建築編 下)



イルミネーション手すりで足元を安全に  
**LED照明付き手すり**

イルミネーションで夜を美しく演出。  
スポット型の照明より広範囲を明るく照らします。  
複数の外灯を設置するよりコストパフォーマンスに優れています。

お電話でのお問い合わせは営業企画部まで  
TEL **048-960-0381**

**ナカ工業株式会社** <http://www.naka-kogyo.co.jp>

通巻第6号

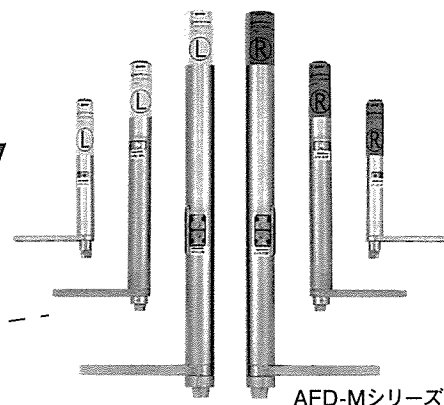
2015年版  
建材市場創研

シンプルな機種構成・温度依存性の向上で危害防止対応 

オートヒンジ  
**中心吊型**  
AFD-M シリーズ

ダブルシャフト式トップピボット PAT  
NKOS-M18型/NKOS-M20型

ダブルシャフト  
で  
**さらに安全!**



AFD-Mシリーズ

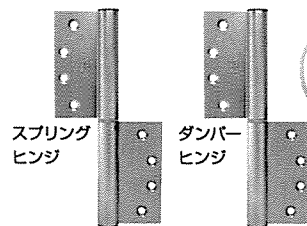
- 機種集約により選定の簡易化
- 温度依存性の向上による閉じ速度変化の低減

丁番タイプクローザ

ドア質量10~60kgまでの軽量建具に対応した汎用タイプ

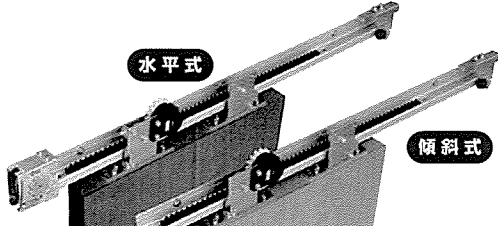
小型丁番 **2000**シリーズ PAT.P

スライディングクローザ **CV**シリーズ



スリムな  
形状  
φ20mm

**NEW**



水平式

傾斜式

- 住宅・養護施設・ビル等の室内ドア
- 木製・アルミ製・軽量スチールドア用

木製/鋼製建具用の最適セットを  
低コストで提供します

**日東工器株式会社**

建築機器事業部 〒110-0005 東京都台東区上野7-4-7 オリックス上野ビル8階  
Tel:03-5806-1030(代表) Fax:03-3843-5188 [ホームページ www.nitto-kohki.co.jp](http://www.nitto-kohki.co.jp)



大阪支店	〒537-0001 大阪市東成区深江北2-10-10	Tel: 06-6975-8261 (代表)	Fax: 06-6975-2261
名古屋支店	〒467-0027 名古屋市瑞穂区田辺通1-3	Tel: 052-861-1615 (代表)	Fax: 052-836-6861
札幌営業所	〒003-0005 札幌市白石区東札幌五条1-3-10	Tel: 011-823-6381 (代表)	Fax: 011-831-3370
仙台営業所	〒984-0015 仙台市若林区卸町3-2-4	Tel: 022-284-9559 (代表)	Fax: 022-238-4713
高松営業所	〒760-0079 高松市松崎町51-1-3	Tel: 087-868-5541 (代表)	Fax: 087-868-2545
福岡営業所	〒812-0896 福岡市博多区東光寺町1-12-9	Tel: 092-433-2895 (代表)	Fax: 092-433-2950

**CONTENTS**

クローズアップ 防災対策製品 (止水板・扉)	3
文化シャッター 三和シャッター工業 LIXIL 鈴木シャッター 大同機工 日工マシナリー 岡村製作所 止水板他ダイジェスト	
全国主要建材販売量便覧	15
光触媒製品 スチールドア 自閉式引戸 遮熱ガラスコート オーニング ブラインド ウッドデッキ材 キャノピー・シェルター サイクルラック サイクルルーフ 防水板 天井点検口 避難ハッチ 床点検口 階段すべり止め	
業界ニュース	36
全国自動ドア協会 節電 ECO ショップ ナブコグループ プレハブ建築協会 スガツネ工業 文化シャッター 三和 HD	

**フォトピックアップ**

「フードファクトリー 2015 食品工場改善設備展」のイノベックスブースに高い防虫性能の「マジックオプトロン門番」小松電機産業 (写真左) の製品と、食品施設計画研究所ブースに、フードディフェンスシステムにより振り分けられた、許可/不許可者判定で解錠/施錠を行うドアを日軽パネルシステムとのコラボでユニフロー (写真右) が出展していた。(9月30日~10月2日、東京ビッグサイト)





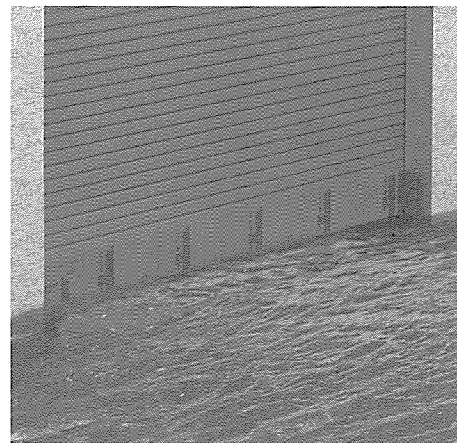
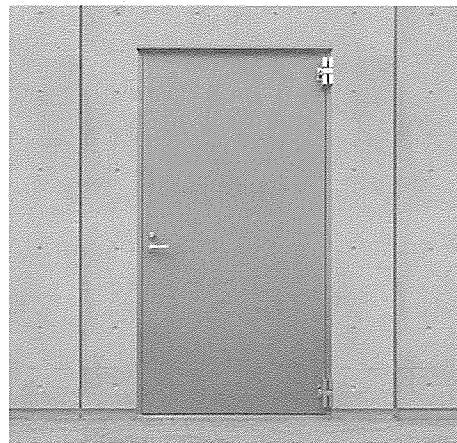
詳しくはホームページで  
三和シャッター 検索



# 突然の集中豪雨に すばやく対応。

## 三和のウォーターガード

一般商業施設・住宅などの浸水対策に適した汎用タイプ。  
優れた防水性能と簡便性を兼ね備え、突然の浸水にも有効です。



### Sタイトドア

日常的な浸水に備える  
防水ドア

**防水性と防火性を両立**

防水性能と防火性能が求められるビル通入口や機械室などに最適です。(防火性能は例示仕様による特定防火設備)

**浸水高さ1mまで対応可能**

片開きタイプでは、一般的なスチールドアと同じように閉じるだけで防水性能を発揮します。(両開きタイプはグレモンハンドルの操作が必要です)

**防水性能** 漏水量: 20ℓ/h・㎡以下  
[実験値] 片開き 2.1ℓ/h・㎡

(一般財団法人建材試験センターの性能評価試験による)

### eシート

当社の軽量シャッターに設置する  
簡易タイプの防水シート

**セットは簡単。スピーディーに設置可能**

シートをシャッター左右部と下部の隙間に押し込み設置完了。約5分程度の簡単セットで準備に時間がかかりません。軽量なうえ、専用収納バッグで持ち運びも容易です。

**浸水高さ30cmまで対応可能**

頻繁に起こり得る浸水高さ30cmに対応した簡易防水商品です。土のうを積むよりも簡単で、防水性能は土のうの10倍以上確保できます。

## クローズアップ

# 防災対策製品

## 止水板・扉

浸水災害対策製品(防水板・扉)は、この2、3年前からゲリラ豪雨対策として、20、15年前から、水門や地下鉄等出入口を手掛けてきている主要専門メーカーや、シャッターメーカーが順次、市場・現場のニーズに対応して、緊急時に即応できる様々な簡易型製品をラインナップしてきている。

また、この1月に日本シャッター・ドア協会では、「浸水防止用設備委員会」を設け、技術基準の策定や関連法規の検討をはじめている。現在は11社のメーカーが委員として参加している。ここで専門メーカーが一丸となって安全対策に取り組み業界に貢献していこうとしているようだ。



## “超”モノづくり部品大賞受賞 「危機管理産業展 2015」で好評

### 文化シャッター

文化シャッターは、ゲリラ豪雨対策の止水商品として、簡易型の止水シート「止めピタ」を2012年に発売以来、“脱着式止水板”“止水ドア”などさまざまなニーズに対応して順次ラインアップをしてきている。発売当初は、丸の内地区のM地所関連オフィス・商業ビルの採用。その後、日本橋の再開発地区・商業ビル等に、それらの施設に合った止水板が取り入れられていると聞く。最近では、**BX止水板「ラクセット」**が、コンビニエンスストア・ドラッグストアや銀行のATMの出入口の採用で問い合わせが多いようだ。これは水害時でも、またいで出入りが出来るところにあるようだ。

#### ■BX止水板「ラクセット」

○いざという時に素早く簡単設置ができ、様々な場所に取り付けられ、設置後、出入りも可能/水の水圧をしっかり受け止めるので、設置後も扉を開閉することができる。出入口が一箇所しかない建物や非常時でも閉めることができない店舗などに最適。一人でも2分間でスピード設置ができ、設置に伴う事前工事が不要。



なお、同製品は、このほどモノづくり日本会議と日刊工業新聞社主催「2015 “超”モノづくり部品大賞」において“生活関連部品賞”を受賞している。これは、省エネタイプの危害防止装置「エコセーフ」2012年、簡易型止水シート「止めピタ」2013年、止水ドア「アクアード」2014年に続き、今回で4年連続。

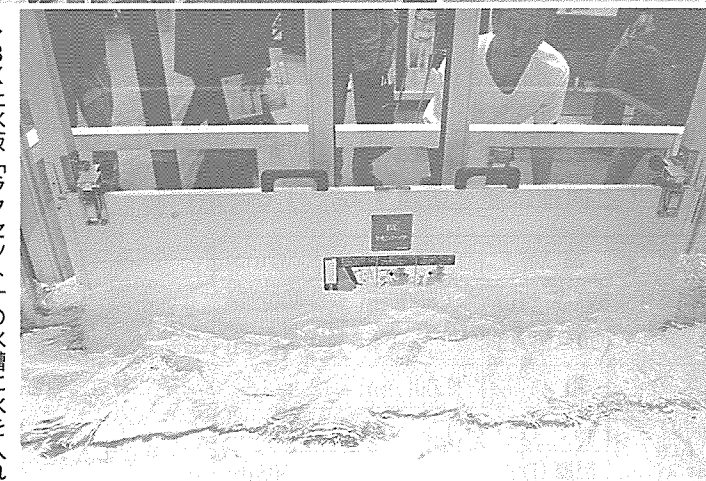
### 「危機管理産業展 2015」にゲリラ豪雨対策の止水製品を出展

文化シャッターは、10月14～16日の3日間、東京ビッグサイト（東京江東区）で開催された「危機管理産業展 2015」に、ゲリラ豪雨対策商品、BX止水板「ラクセット」、止水ドア「アクアード」と簡易型止水シート「止めピタ・フロントタイプ」を出展した。

当日ブースでは、水槽に水を入れてデモンストレーションを行い、素早い設置と優れた止水性能に関心を寄せていた。



▶BX止水板「ラクセット」の水槽に水を入れての実演に見入る来場者



▲止水ドア「アクアード」のデモンストレーション



# 低コスト・シンプル操作機能で 都市型水害に対応できる防水製品をラインアップ

## 三和シャッター工業

三和シャッター工業は、都市型水害である地下空間や住宅地などで排水が追いつかず浸水する被害（内水氾濫）が問題となったことから、これらに対応する製品として、2014年に「ウォーターガード 防水シャッター／Wタイトドア」を発売。さらに、2015年4月には、低コストで、シンプルな操作で防水機能を発揮する「ウォーターガード Sタイトドア／eシート」を順次ラインアップしている。これらの製品を発売以来、防水機能を有するパネル式シャッターは「圧迫ボタン」を押すことで防水状態となる簡単な操作で、対水圧力もあることが認知され、関西地区で実施工されたはじめ、問い合わせが増えはじめ関心を高めているという。

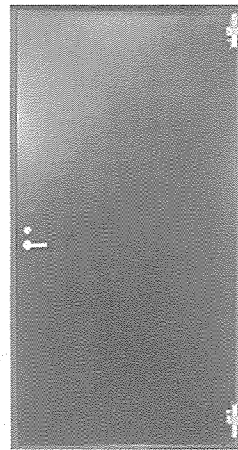
### ■ウォーターガード Sタイトドア

同製品は、昨年10月に発売の2mの浸水に対応した「ウォーターガード 防水シャッター／Wタイトドア」に続くもので、浸水高さを低くし、低コストで、シンプルな操作性と汎用性の高さがポイントとし2015年6月に発売したもの。

同ドアは、一般的なスチールドアと同じ操作で防水性能を発揮。防火性能を兼ね備えている。ビル・マンション・商業施設・工場・病院等の1階出入口部分に、一般的なスチールドアの代わりに設置できる。二軸丁番と特殊な水密ゴムの採用により、ドア枠と扉が密着することで防水性能を発揮。片開きドアは一般のドアと同様に扉を閉鎖するだけで防水状態となる。

#### ○商品仕様

片開き	幅 (W)	750mm ~ 1,200mm
	高さ (H)	1,500mm ~ 2,400mm
	扉厚 (DT)	40mm
両開き	幅 (W)	1,000mm ~ 2,400mm
	高さ (H)	1,500mm ~ 2,400mm
	扉厚 (DT)	50mm

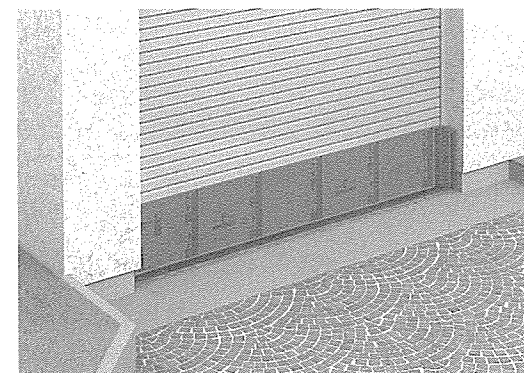
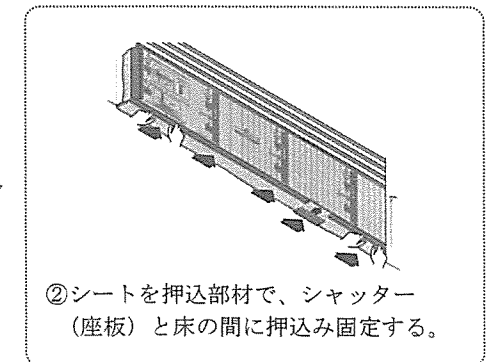
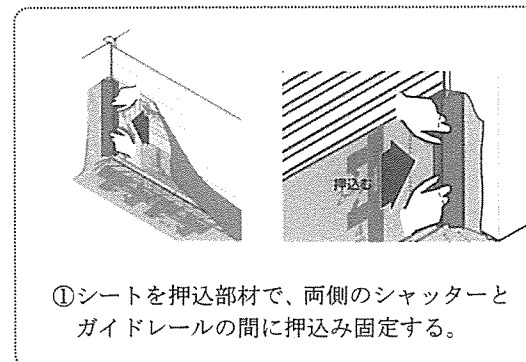


- ・浸水高さ：1.0m以下（水没不可）
- ・漏水量：20リットル／h・m<sup>2</sup>以下
- ・防火性能：特定防火設備（例示仕様）
- ・気密性：A-4      ・水密性：W-5
- ・耐風圧性：S-6      ・材質：スチール

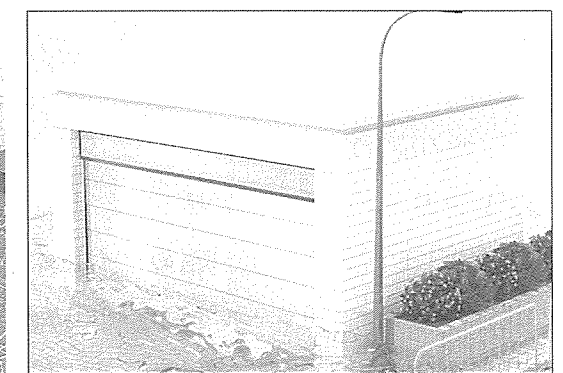
### ■ウォーターガード eシート

三和の簡易型防水商品「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である。①簡単にすばやく設置、②コンパクトに収納、③求め易い価格が特長で、防水性能はシートを押込部材でシャッター（ガイドレール）に固定することによって発揮する。シートはソフトな風合いに加えストレッチ性のあるものを使用しており、防水性、撥水性に優れている。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<sup>2</sup>あたり）の漏水量。

#### 【設置方法（約5～10分）】



ウォーターガード eシート



ウォーターガード・防水シャッター

# パネルをオクダケ、ボタンをオスダケ 電気を使わず水の力でさまざまな防水板

## LIXIL 鈴木シャッター

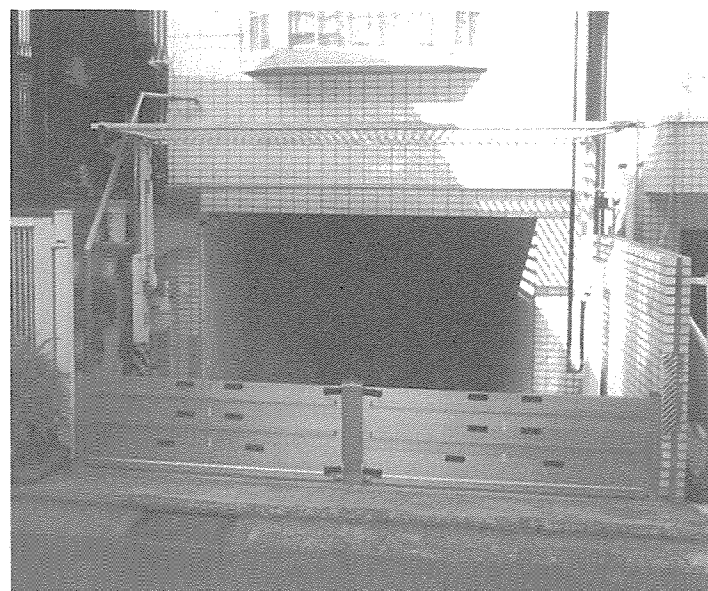
LIXIL 鈴木シャッターは、地下鉄出入口向け「オクダケ」、工場等に主に採用の「アピアガード オートバランス」等を防災商品の主力として市場に出してきている。その中で2013年に発売した簡易脱着タイプ防水板「アピアガード オクダケ」は、ユーザーの軽くて、作業不要で複雑でないものに応えて、緊急時に、誰でもさっとセット出来るものを開発されたもの。商業施設や学校・工場での採用が増え、一般家庭も関心が高く、ガレージへの採用が多いという。

### ■アピアガード オクダケ

○防水板をレール内に3段 ・個人邸 半地下駐車場(外付納まり)

に置くだけの軽くて簡単スピード設置(設置は、土のうの約20分の1の1分)

○アルミパネルの三分割構造によりパネル個々の重量が軽い(パネル1枚あたり6kg、総重量、最大約18kg、土のう1袋あたり約20kg、開口2m幅の場合)



### ■アピアガード オクダケW

○防水板1セットで開口幅3mのワイドタイプ。駐車場入口・エントランス部の設置

○既存のシャッターレールを利用して防水板をセットすることも可能(業界初)

○最大3mまで中柱不要、防水板1セットで対応可能。

○従来のオクダケと同様、防水板置くだけのセッティング方式。

### ■アピアガード オスダケ

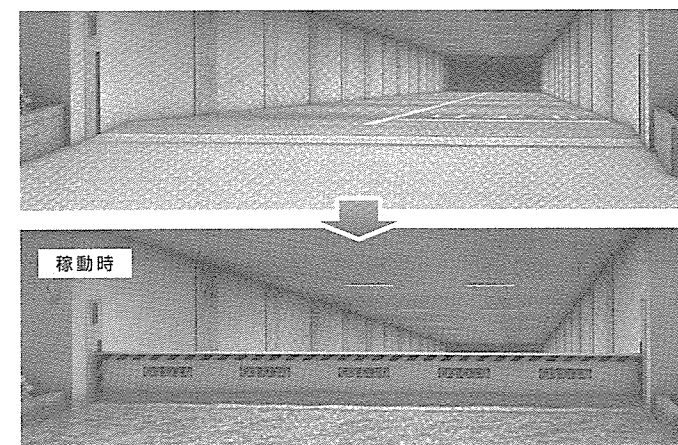
上部収納タイプの防水板で、電源は不要、手動ハンドルボックスのボタンを押すだけで自重により防水板が自動で下がる。(防水板の落下を防ぐ、急降下停止装置を標準装備)

### ■アピアガード オートバランス

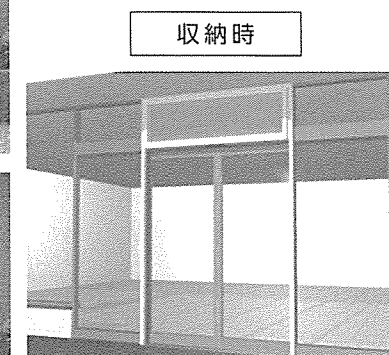
電気を使わずに水で自動で防水板が上昇する。夜間や無人などの場合緊急対応できないこの弱点をカバーし、予期せぬ被害を防ぐために、水の力だけの独自システム採用。

同社は、30年前から防水板(シートタイプ等)個別対応で取り組んできており、ここ数年時代(顧客)ニーズに対応した前記の製品を順次開発してきている。一部の自治体で助成金制度があり、この制度が広がることを期待したい。

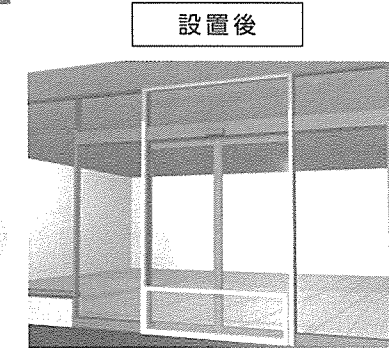
### ▼バランスタイプ防水板 アピアガード オートバランス



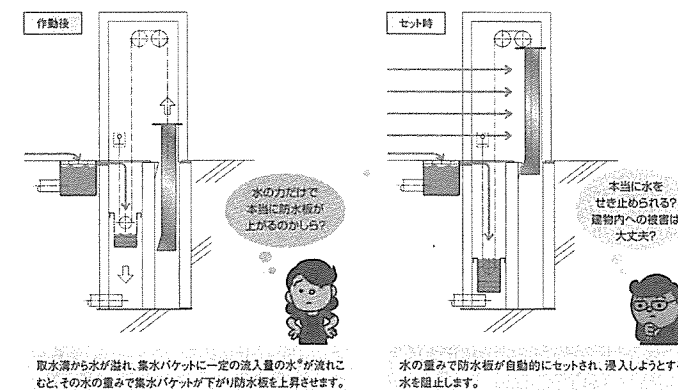
### ▼上部収納タイプ防水板 アピアガード オスダケ



収納時



設置後



取水筒から水が溢れ、集水バケツに一定の流入量の水が流れこむと、その水の重みで集水バケツが下がり防水板を上昇させます。

水の重みで防水板が自動的にセットされ、浸入しようとする水を阻止します。



## 水門メーカーならではの水密性を活かした 防水扉をラインナップ

### 大同機工

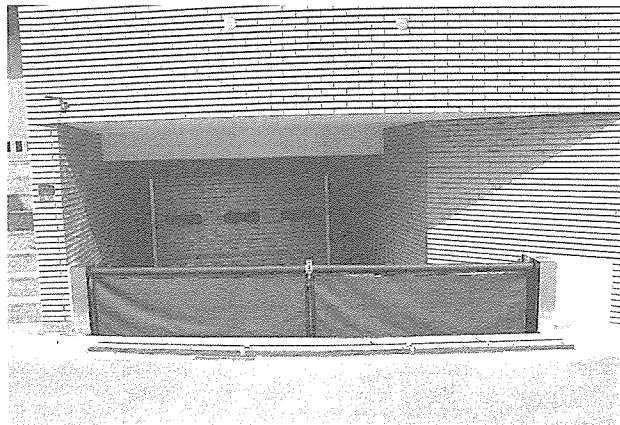
大同機工は、水門メーカーとして長年培ってきた経験と技術（特に水密性）を活かし、顧客のニーズに対応した防水扉を開発してきて約20年となる。

防水扉としてのラインナップは、「シート式」「脱着式（アタッチメント式）」「スライド式」「スイング式」を揃え、設置場所に合わせて選べるようコンサルティングしている。

同社のいずれの製品にも、簡単操作、低コスト、防水性能（水密実験で実証）を製品開発のコンセプトとしている。その内、最近マンションの地下（車庫）出入口等に多く設置されているという「シート式防水扉」の主な特長は次の通り。

#### ■シート式防水扉

- 左右の防水ファスナーにより簡単に手動操作できる（作業時間1～2分）
- 扉体部分がゴムシート（CRターポリン）製のため軽量で、女性や力に自信がない方でも操作できる。
- 扉体部分が底部に格納、扉の持ち運び不要。
- 全てが側面壁及び底部に収納のため景観を損なわない。
- 中間柱、コーナー柱を使用することによりどんな形状でも自由に設置可能。
- ファスナーでゴムシートを連結することで、広い間口にも対応可能。



## 水門の技術から生まれた 都市型システム防水板

### 日エマシナリー

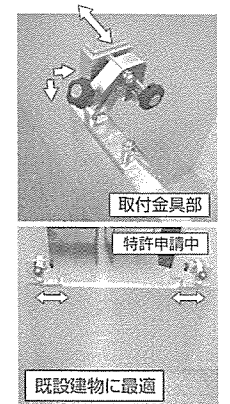
日エマシナリーは、水門メーカーの経験と実績を活かして、約15年前から、都市型防水設備としてシステム防水板「タウンガードシリーズ」を研究開発してきている。取り扱いが簡単で、新築・リニューアルにも最適な「脱着式」、床に埋め込んだ板を引き上げるだけで簡単に取り扱いできる「起動式（手動）」、大きなビルの駐車場の幅広い場所に最適な「起動式（電動）」、戸袋からアルミパネルを引き出すだけの取り扱い容易の「スライド式（アルミ製）」、開口部の広い工場の出入口に最適な「スイング式（片開き式）」、地下排気孔浸水防止対策に最適な「防水扉ハッチ」と設置場所に一番適合した防水板を選べるよう機能製品をラインナップしている。この内5年前に発売した脱着式のフリータイプが好評のようだ。

また、最近の異常気象の関係もあり、官公庁、消防署、警察署の防災担当者から防災設備としての防水板の問い合わせが大半で、その他に、コンビニにも関心を示しているという。



#### ■脱着式防水板 フリータイプの仕様

- 取り扱い簡単な、新築・リニューアル向け
- 側部レール不要
- パネル寸法 H200、400、600mm / W1,000～2,000mm  
厚さ30mm
- 重量 (kg/m<sup>2</sup>) 16.7kg/m<sup>2</sup>
- アルミパネル アルミ押し出し型材



## 金庫製造の技術を活かし 止水性能の高い防水設備を提供

### 岡村製作所

岡村製作所の防水板は、これまで培ってきた富士精工本社の技術（2008年に子会社）を活用した高い防水設備で永い実績がある。

同社の防水板・防水扉シリーズ（8タイプ）の中で新築では、電動起上式、手動起上式が多く、既存の建物の設置は脱着式だという。

最近では、大手町ビル等の採用で、車庫出入口、地下の電気設備室、テナントビルの設置が一般的のようだ。また、こここのところ津波対策の引き合いもあるとのこと。そして、しっかりとした防水性を保つために、掘り起こし、埋め戻し工事が必要のためゼネコン、工務店の協力を得ているともいう。

#### ●手動起上式防水板

簡単な手動操作により防水板が立ち上がり、浸水を防ぐ。また、床面仕上げも設置場所にあった仕様が選べる。

- すっきりとした違和感のないデザイン。
- ダンパー及び巻バネの補助による手動開閉操作。
- アームペダル操作による簡単な締付操作。
- 埋め込みケース深さは185mm。



### 止水板・他ダイジェスト

組み立てシートタイプの止水フェンスで、フェンス幅40、45、60cmと組み合わせ・各種サイズに対応できる「水害フェンスFF (Flood-fence)」90cm、180cm幅用——リンテック21



浸水深1mまで対応が可能な2段重ねタイプを追加した（1段使いH350～650mm、2段使いH700～1,000mm）、軽量パネル脱着式止水板「フラッドセーフパネル」——タキロンマテックス



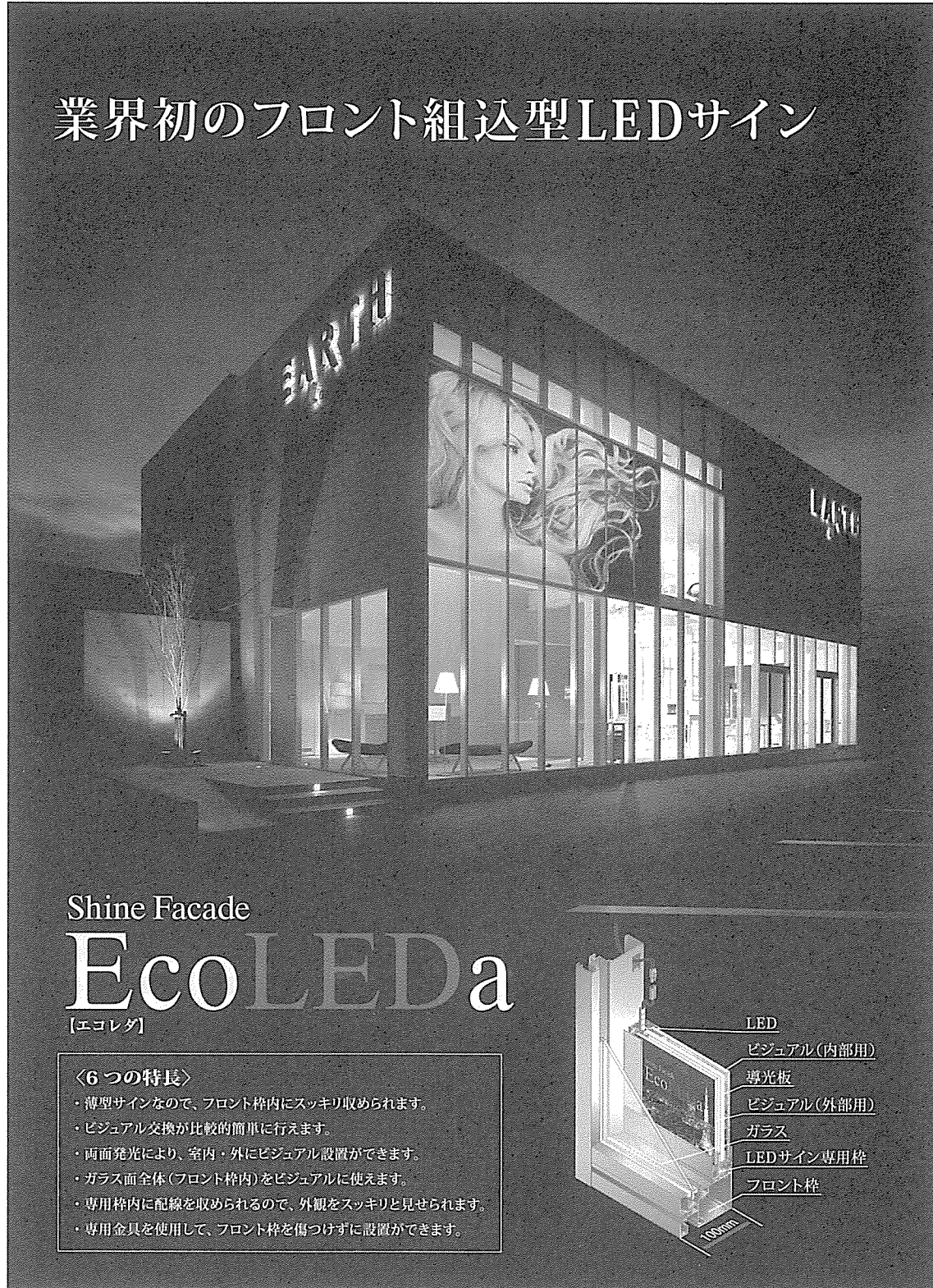
15mのチューブに水を注水する事で、土のう300個分の面積（高さ0.5m、全長15m）を浸水から守ることが出来る。「チューブタイプの「タイガーダム」——ミドリ安全



※東京ビッグサイト（東京江東区）にて、10月14～16日開催「危機管理産業展」より



# 業界初のフロント組込型LEDサイン



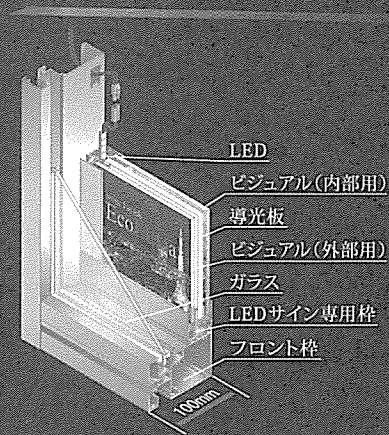
Shine Facade

## EcoLEDa

【エコレダ】

### 〈6つの特長〉

- ・薄型サインなので、フロント枠内にスッキリ収められます。
- ・ビジュアル交換が比較的に簡単に行えます。
- ・両面発光により、室内・外にビジュアル設置ができます。
- ・ガラス面全体(フロント枠内)をビジュアルに使えます。
- ・専用枠内に配線を取られるので、外觀をスッキリと見せられます。
- ・専用金具を使用して、フロント枠を傷つけずに設置ができます。



## 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。

一般建築編 2015年版 ㊦



昭和フロント株式会社

〒101-0047

東京都千代田区内神田 1-13-7 TEL.(03)3293-6737 <http://www.sfn.co.jp>

光触媒製品

市場規模（年間）132 億円

発売元	商品名	2013年販売量	2014年販売量	シェア
TOTOオキツモコーティング	ハイドロテクト	87億円	92億円↗	—
伊藤忠ウインドウズ	サンクリーン	21.8億円	21.5億円→	—
ビアレックス・テクノロジーズ		5.5億円	5.5億円→	—
鯉コーポレーション		3.5億円	3.5億円→	—
太陽工業		3.2億円	3.2億円→	—
旭化成ケミカルズ		3.2億円	3.2億円→	—
サステイナブル		2.1億円	2.1億円→	—
光触媒研究所		1.5億円	1.5億円→	—
バイオミミックス		—	—	—
丸昌		—	—	—

注1) 上記のほか、デシック、関ヶ原石材、ダントー、エコート、ユートピア企画、アルミス、アクティスカンパニー、ニッタイ工業、アイコトリョーフ、名古屋モザイク工業などの発売元がある。販売量は少ない。

注2) TOTO オキツモコーティング、伊藤忠ウインドウズ、太陽工業以外の発売元の販売量は工事費を含むところがほとんどである。

注3) 上記の市場規模は、約100社あるメーカーの内、主要メーカー数十社をベースとしており、また、特に建設に特化（販売・完工）による触媒工業界のデータとの差異がある。

【市場規模・年間推移】

2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
94億円	113億円	120億円	130億円	132億円

※建築用・発売元出荷価格ベース

（コメント）酸化チタンを原材料とする光触媒製品は、光にあたると触媒作用し、外壁・ガラスなどに付いた雨水の汚れを流す「親水性」効果を発揮する。クリーニングの役割になう。防汚のほか、防曇、抗菌・抗カビなどの用途がある。光触媒工業会会員企業125社（103社回答）のアンケート調査によると、2014年度の事業規模は690億円。その内建築用外装材56%（前年度52%）、内装材3%（同3%）、道路資材1%（同1%）、建築用以外で多かったのは、浄化機器の32%（同38%）となっている。全体では減となったが、建築関係は微増。他の生活関連が減少したようだ。

【上代価格】 3,000円～4,000円/㎡。

スチールドア（特定防火設備・防火設備）

① ビル・マンション他（総合）

市場規模（年間）1,180 億円  
重量ドア 488,835 枚、軽量ドア 432,918 枚  
（日本シャッター・ドア協会・統計）

発売元	商品名	2013年販売量	2014年販売量	シェア
三和シャッター工業		503億円	541億円↗	42.6%
文化シャッター		333億円	397億円↗	24.6%
日本フネン		75億円	78億円↗	6.4%
日鋼サッシ製作所		60億円	62億円↗	5.1%
田中サッシュ工業		45億円	49億円↗	3.8%
東洋シャッター		34億円	37億円↗	2.9%
鉄矢工業		26億円	28億円↗	2.2%
協立サッシ		23億円	25億円↗	1.9%
コマニー		19億円	20億円↗	1.6%

② 集合住宅用玄関ドア

市場規模（年間）46万セット

発売元	商品名	2013年販売量	2014年販売量	シェア
LIXIL鈴木シャッター	MW・MS・MSS・ESシリーズ	125,000セット	136,250セット↗	25.0%
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	83,000セット	90,000セット↗	16.9%
日本フネン	ディンプルライン、エンプレム、コンチェルト	74,500セット	80,600セット↗	15.2%
YKKAP	EXIMA、R's	70,000セット	76,300セット↗	14.3%
文化シャッター	PDシリーズ、EDPシリーズ	66,000セット	72,000セット↗	4.7%

【市場規模・年間推移】

	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
重量ドア	448,242枚	449,988枚	470,919枚	450,216枚	488,835枚
軽量ドア	618,079枚	574,528枚	415,782枚	415,591枚	432,918枚
集合住宅用ドア	46万セット	48万セット	49万セット	43万セット	46万セット



(コメント) 2014年は医療・福祉向け引き戸と新築マンション・集合住宅向け玄関ドアが昨年に引き続き堅調に推移した。リフォーム需要も高まった。その中で三和シャッター工業、文化シャッターのシャッター大手へ需要が集中、2社のシェアが拡大したが、ドア専門メーカーは物件獲得面で苦戦を強いられた。スチールドアは重量ドア、軽量ドア共に2005年から需要が低迷していたが、2013年は重量ドア前年比-4.4%、軽量ドア-0.1%と流れは変わった。2013年中は厳しい価格競争が続いた。中堅以下のメーカーは2013年は勿論、ここ数年間売上高は減少を続けている。重量ドアは、事務室の扉、階段の扉をはじめ、ビル全体のスチール扉のほとんどだが、その中で新しいビル事情に対応した性能革新が進んでいる。一つは断熱ガラス入り特定防火設備であり、二つは防音ドアの見直しであり、三つは電磁波シールド仕様ドアである。耐熱ガラス入り特定防火設備は、暗い環境から明るい環境への変化、内部が見通せることで、火災時の救助非難に効果があるとの、時代の要請があって製品化された。軽量ドアは集合住宅の玄関ドア(特定防火設備)が主体で、このほか事務所、ホテル、商業施設向け一般用ドア(特定防火設備)あるいはアパート用ドア(防火設備)、ハウスメーカー向けオリジナル玄関ドア(同)などがある。素材・意匠・機能面での差別化競争はかなり厳しい状況であり、特に小ロットでの対応が要求されている。パーティションなど異業種からのドア業界への参入、海外工場生産品の市場投入等により価格競争も厳しくなっており、商品の差別化だけでなく、商品開発・生産・販売に至るあらゆる部分で差別化につながる仕組みが必要になっている。

【設計価格】重量ドア 特定防火設備 200,000円～350,000円/セット。防火設備 50,000円～150,000円/セット。軽量ドア 90,000円～105,000円/セット。集合住宅用ドア 100,000円～220,000円/セット。

#### 自閉式引戸

市場規模(年間) 228,000 セット以上

##### ① 金属ドア用主体

発売元	商品名	2013年販売量	2014年販売量	シェア
三和シャッター工業	スムード、カイラクエン	102,000台	103,000台	26.0%
文化シャッター	カームスライダ、ヒクオス、スライドレ、ヴァリアフェイス	6万枚	6万枚→	23.0%
くろがね工作所	アキュドア			7.0%

東洋シャッター	TSスライドII	5.0%
日本スピンドル製造	サイレントドア	2.0%

##### ② 木製ドア用主体

コマニ	ハンギングドア	17.0%
小松ウォール工業	マイティーカームドア	6.0%
山金工業	YSSドア	5.0%

#### 【市場規模・年間推移】

2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
160,000セット	173,000セット	200,000セット	210,000セット	228,000セット

(コメント) 病院、老人ホーム、身障者施設、学校、幼稚園、クリーンルームなどの室内用引戸。金属製、木製、ガラス戸などがある。主に吊り戸形式で開閉が軽くて静か。地場業者の金属製、木製の製作ものがあり、その市場規模は定かではない。量産品にも金属製と木製があり、開閉力の軽さ、制御と速度、オプション等の機能の充実、引戸本体の安定性で優れ、製作ものと差別される。病院や福祉施設向けがメインであることは変わらない。開閉が軽くて静かであるメリットやそのメリットにも関連するハートビル法の施行が駅舎、商業施設、公共施設、工場、オフィスビルなど新しい用途を拓けた。また、自閉式引戸にリニアモーターを搭載した機種も出てきた。2014年も医療・福祉用の建築着工床面積が前年比増となり、それを受けて自閉式引戸の出荷も好調に推移した。また、浸水災害防止装備品として、雨水対策を施した業界初の屋外専用引戸が、文化シャッターから「カームスライダ屋外タイプ」として、2015年7月に発売されている。

【設計価格】900×2,000mm、300,000円～400,000円/セット。

#### 遮熱ガラスコート

市場規模(年間) 20万m<sup>2</sup>

発売元	商品名	2013年販売量	2014年販売量	シェア
スケッチ	TR UV カットコート	—	—	→
フォーユー	アットシールド・クリア	—	—	→

発売元	商品名	2013年販売量	2014年販売量	シェア
スマートコートPRO	スマートコート	—	—	→
フミン	—	—	—	→
石原産業	透明遮熱ガラスコート	—	—	→
オキツモ	GLC-1	—	—	→
大光テクニカル	エコガラスコート	—	—	→
翠光トップライン	CLEAN-M1	—	—	→
ニッペホームプロダクツ	—	—	—	→
大日精化工業	アクアクール	—	—	→

#### 【市場規模・年間推移】

2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
19万m <sup>2</sup>	25万m <sup>2</sup>	20万m <sup>2</sup>	20万m <sup>2</sup>	19万m <sup>2</sup>

（コメント）遮熱ガラスコート材（剤）は2012年に、消費者、施主のエコ認識の流れが完全に変わってしまった。東日本大震災、原発事故により節電意識が高まり、ガラスコートへ需要が回ってくると期待されたが、市場ニーズは節電から発電・売電へ、エコの流れは太陽光発電へ行ってしまった。新築の窓においては断熱性の高いLow-E複層ガラスが使われ、新築へのガラスコートの途は閉ざされた。もともと、ガラスコートは複層ガラスより低コストが売りであったが、末端市場ではガラスコートより複層ガラスの方が安くなっている。遮熱ガラスコート市場は既存ガラス窓に塗る改修物件へと狭まった。遮熱ガラスコートの市場規模は、ピーク時の2012年で年間18万m<sup>2</sup>（施工面積）と推定されていたが、2014年は前年比15%以上減少した模様だ。20%以上減った発売元もあった。遮熱ガラスコートの国内需要は改修物件に定まった。改修物件をいかに広げていくかにかかっており、ハプニングが起こらない限り、市場拡大はありえない。このような限られた（市場に対し、大企業が参入、関心を寄せる姿は奇観とさえ言える。「マーケティングを基に進出を決めた」という大企業もあった。業態的に「コート材」に近い塗料メーカーは、最も手掛けやすい立地条件にあり、数年前、軒並みに進出を試みたが、いまは静観の構えに変わった。ニッペホームプロダクツ（日本ペイント系）がホームセンター向けに日曜大工

用を流しているのが目立つ程度で、ほとんどの塗料メーカーは主力塗料の拡販に傾注している。塗料メーカーが「コート材」市場の主役になる兆しは全くみられない。大日精化工業は、2013年中に「アクアクールを」を発売。同時に断熱ウインドウフィルムの販売も計画している。同社が取り組んできた顔料・着色剤の開発・製造技術の中から液剤購入を含め製品化したもの。液剤は水性で、屋根用断熱塗料と合わせて、関連ユーザーの工場、店舗、ビルを対象に物件を獲得していく。セーラー万年筆は、コート材発売元スマートコートPRO（福岡県筑紫野市）とタイアップ（セーラーはスマートを代行会社、スマートはセーラーを正規取扱店と位置付けているが、両社はコーティング剤でつながりがある）により「コート材」事業が軌道に乗りかけている。このほどセーラー万年筆は環境対応事業部を立ち上げ、エコ商品の強化をはかることとした。関東、中国地区の出先でコート材「スマートコート」を販売する。スケッチは、遮熱硝子コートから、防汚コート「超親水セルフメンテナンスコート」で、定期清掃50%以上削減を提案営業によりマーケットの拡大を図っている。

【上代価格】15,000円/m<sup>2</sup>（材工）。

#### オーニング（一般建物用）

市場規模（年間）155億円

発売元	商品名	2013年販売量	2012年販売量	シェア
三共商事	マルキ・ルクス	25億円	25.5億円	↗
BXテンパル （文化シャッターグループ）	エルバーネ、エルパティオ	16億円	16.8億円	↗
ミヤハン	フランシアバーネ	9.5億円	9.9億円	↗

注）上記のほか、三和シャッター工業、協和興業、ゴトー工業、サラシナ、タカノ、ヤマテン、スキャンター、ソムフィ、LIXIL、YKKAP、三協立山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
130億円	136億円	148億円	150億円	155億円

（コメント）建物の外側に設置して、日差しを調節したり、雨をよけたりする機能をもつ可動式テント。店舗、各種施設の出入口、窓の日除け。可動式と固定式がある。キャンバ



スとアームで構成される。店舗用は固定式、可動式の半々の取り扱い状況。固定式はスチールパイプのアームが、可動式はアルミ材のアーム。値段の安い製品を望む顧客が根強く、固定式・手動式が需要の大半を占めている。横から支える古いタイプの「簡易式」の需要も残っている。電気式は高コストだが大手メーカーは電気式に特化した販売を進めている。オーニングを店先に付ける店舗は、美容院、レストランといった技術や雰囲気を売る商売が多く、物品販売の店は特定の店を除くと付けなくなった。大型商業施設、老健ホーム、幼稚園、保育園等は安定している。近年、窓製品にみられるエコ対応の影響もあって、遮熱目的で採用されるケースがいっしょに増えた。老健・福祉施設、学校向けの需要が安定している。

**【設計価格】** 固定式 80,000円/台～。可動式、手動式、160,000円～220,000円。電動式、250,000～320,000円/台。

## ブラインド

市場規模（年間）325億円

発売元	商品名	2013年販売量	2014年販売量	シェア
立川ブラインド工業	シルキー	136億円	115億円 ↓	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、ユニコンモア	130億円	105億円 ↓	40.0%
トソー	アーバン、メタリックテイスト	32.5億円	28億円 ↓	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	325億円	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（パ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%、パ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、ブラインドにおいてもそれ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、横型ブラ

インドのカラーラインアップに日射反射率の高いホワイト色を遮熱スラットとして新たに加え、高まる省エネニーズへ対応した。更にブラインドのスラット（はね）に穴がなく遮蔽性の高い『セレーノ・グランツ』を一般ブラインドの上位機種として発売した。一般のブラインドに比べてスラット間の隙間が少なく、高い遮蔽性が得られると同時に遮熱性・断熱性も向上するため、一年を通して省エネに貢献できる（年間冷暖房電気使用量39%削減、年間CO<sub>2</sub>排出量381kg削減）。同商品の1台で上部から採光、下部の視線を遮ることができるツインスタイルでは年間の照明電気使用量を23.3%削減できるとしている。また、スラット幅が35mm、50mmと広く、ラダーテープとの組み合わせることでオリジナリティが楽しめる『B-Fifty』シリーズを『クオラ』としてリニューアルした。『クオラ』にも、スラットに穴のない機種『クオラグランツ』を追加し、グランツシリーズとして新たな市場展開を図っている。同社ではこれまで蓄積した熱的性能データをもとに、熱と照明の両面から省エネに貢献する商品を市場展開している。

**【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～。

## ウッドデッキ材

### ① 素材

市場規模（年間）160億円

発売元	2013年販売量	2014年販売量	シェア
ミサワホーム エムウッド	43億円	43億円 →	—
エア・ウォーター エコロッカ	6.2億円	6.2億円 →	—
秋田ウッド AO-M wood	5.3億円	5.3億円 →	—
セイキグループ 合成木材	—	—	—
エコウッド エコウッド	3,200t	3,200t →	—

### ② キット

市場規模（年間）52万m<sup>2</sup>

発売元	商品名	2013年販売量	2014年販売量	シェア
LIXIL	リコステージII、ウエスタ ンレッドシター、樹ら楽	—	—	—

発売元	商品名	2013年販売量	2014年販売量	シェア
Y K K A P	リウッドデッキⅡ	—		
三協アルミ	ひとと木	—		
セイキグループ	デッキシステム、格子ユニット	6億円	6億円→	
文化シャッター	テクモク	4億円	4億円→	
<b>【OEM／住宅会社向け供給主体】</b>				
積水樹脂	Eデッキ、スーパーオレンジウッド	19億円	19億円→	
エア・ウォーター	エコロッカ	16.7億円	16.7億円→	
ハンディテクノ	スーパーウッド	11.5億円	11.5億円→	
積水化学工業	リファーレEX	6億円	6億円→	
テクノエフアンドシー	エムウッド	4.2億円	4.2億円→	
リフォジュール	プラスウッド	4.3億円	4.3億円→	

#### 【市場規模・年間推移】

2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
42万㎡	44万㎡	49万㎡	50万㎡	52万㎡

(コメント) ウッドデッキ材(キット)は戸建て住宅、集合住宅のデッキ、ルーバー、フェンス、ベンチなどに使われている。エクステリア市場のフェンス、門扉、バルコニーなどが低迷する中、「キットはエクステリアの稼ぎ頭」とさえ言われている。キットは本建築のあとに後付けされることから、付帯工事の位置付けで、建築業者の注目度は低く、「新築戸建てへの普及率は未だ20%」との話もあり、今後市場は拡大する可能性がある。人工木デッキの問題点は直射日光にさらされると表面温度が上昇しやすかったが、それを解決する製品も出てきた。ウッドデッキ材は「人工木材」を加工したものだが、「人工木材」には、木粉と廃棄プラスチックを複合したJIS製品「木材・プラスチック再生複合材」(WPRC)がある。また、アルミ芯と一体のプラスチック複合材「合成木材」をセイキグループが生産している。アルミ芯と一体のウレタン樹脂複合材「彩木(あやぎ)」をミノ・ネットワーク(神奈川県相模原市)が製品化した。火力発電所から発生するフライアッシュ(石炭灰)を芯層にし、表層に木粉重点樹脂を採用した「アシュラウッド」を積水化学工業が販売している。ペーパースラッジ(製紙カス)と廃棄プラスチックを素材にした

「エコパルマ」を鈴与が販売ネットワークづくりを始めている。また、施工現場では外壁の長尺ルーバー用は中空タイプでは強度が保てないので、組み立て段階で中空材の中にスチールの角パイプ、アングルを充填し補強するケースも散見される。これとは別に、アルミ型材の表面を色々な処理で木目化したアルミ製品が人工木材より低コストで市場に出ている。人工木材は、高耐候性(色褪せが少ない)、高耐久性(ひび割れ、反り、ササクレ、腐食、シロアリ被害がほとんどない)、高加工性、木質感に加え、工場生産による製品の均一性といったメリットがあり、価格的にも買いやすくなった。LIXIL、YKKAP、三協アルミは、「人工木材」メーカーからオリジナル指定製品のOEM供給を受け、自社エクステリア、建材ルートに流しており、3社の「人工木材・同加工品」出荷量は現「人工木材」市場の膨大な部分をカバーしているとみられる。文化シャッターは、非住宅、住宅のあらゆる市場向けにゼネコン、住宅メーカー、工務店などへ「テクモク」を販売している。セイキグループは、アルミ芯を一体成形したプラスチック複合材「合成木材」を生産、販売している。アルミ芯入りで伸縮が少なく丈夫、作業上の扱いは木材と同様、ネジ・釘・ノコギリOKという「合成木材」ならではの特長を持つ。また「木質感が高い」との需要家の評価を受けている。

【設計価格】 デッキ材、間口2間×出幅6尺、250,000円/セット～。

#### キャノピー・シェルター

##### ① アルミハニカム

市場規模(年間) 52.5億円

発売元	商品名	2013年販売量	2014年販売量	シェア
住軽日軽エンジニアリング		14億円	14億円	26.9%
神鋼ノース		13億円	13億円	25.0%
フジカケ		11億円	12.3億円	21.2%

#### 【市場規模・年間推移】

2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
50億円	52.5億円	52億円	52億円	52.5億円

※上記のほか、日本ピット、ツヅキ、ヒガノ、井上商事、浪速工芸社などの発売元がある。

㊦ アルミ型材・その他

市場規模（年間）39.8億円

発売元	2013年販売量	2014年販売量	シェア
共和	10億円	10.2億円↗	25.6%
ダイケン	9億円	9.2億円↗	23.1%
インターライト	8.5億円	8.7億円↗	21.8%
理研軽金属工業	—	—	—

※上記のほか、アート技研工業、田中金属、カツデンアーキテック、井上商事、久米工業などの発売元がある。

※共和、ダイケンは住宅用を含む

【市場規模・年間推移】

2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
30億円	36億円	38億円	39億円	39.8億円

（コメント）アルミハニカム製キャノピーの用途は、駅前広場再開発がらみ、病院・学校の玄関の庇が多く、また、最近で看板の用途が増えた。いずれにせよ建物の価値に合わせる点ではアルミハニカムが最適とされ、需要が根強い。一時期小型物件離れがあったが、工事業者が増え、小型物件を安値で受注するようになってから再び小型物件が増えた。2012年度のアルミハニカム製「エントランスキャノピー／シェルター」の需要は、前年横ばいであった。大型物件が影をひそめ、小型物件のみは増えた。あるメーカーの場合は、2012年度は住注物件の50%強が100万円以下の物件であった。受注競争が激しく、受注単価が下がり、利益率が下がった。アルミハニカム製の「エントランスキャノピー／シェルター」は、アルミニウム建築構造協議会が「接着アルミハニカムパネルの製作工場（AHP製作工場）」と認定した「AHP」製品を販売する住軽日経エンジニアリング、神鋼ノース、フジカケの3社の製品と、国産、輸入のアルミハニカムを使ってキャノピー等を製品化、自社エリア内で受注活動続ける庇製作者、板金業者、問屋、内外装工事業者が数多くあって競争の結果、受注価格水準が大幅に下がった。また、予算上、板金屋根に象徴される在来工法へ設計変更されるケースも増えた。アルミ接着ハニカムパネル（住軽日経、神鋼ノース、フジカケの製品を意味するが）は大型パネル（最大幅2,500mm、最大長さ

10,000mm）に適している。これは他素材パネルの追随を許さない。単位重量当たりの比強度に優れ、支点間距離を大きくとることができる。サンドイッチ構造のパネル（パネル容積約97%がAIR層）であり、柱や取付ファスナーが軽微でその数も少ない。取付工事は短期間で行える。軽量・高剛性・高平滑性においても他素材より優れている（メーカーはそれぞれ技術資料を公開している）ことは、内外装向けにも適していることを示唆している。アルミハニカム製「エントランスキャノピー／シェルター」の2014年度の業界出荷は、52.5億円（施工面積51,000m<sup>2</sup>）で、金額で前年比微増、施工面積で前年比小幅の増となった。事情は前述のとおり、北陸新幹線開業による駅前開発、東北方面での病院施設で売上が伸びた（若干製品価格上昇もある）ようだ。多様化した建築物仕様の変化、他素材のキャノピー／シェルターとの競合の中で需要は好調に推移していくものと見られている。アルミ型材製のメーカー・発売元は、OEMで販売しているところを含めると全国で50社は超える。その他の製品は金属・樹脂複合板製、ステンレス製、アルミキャスト製などである。アルミ型材・その他製品はアルミハニカム製に比べ価格が大幅に安く、ノックダウンの規格品が主流であり、市場は住宅、非住宅にまたがっている。非住宅向けは大型パネルが出来ないことから小物件（アパート、学校、病院、ビル、マンションの庇など）が多い。省エネ、耐震目的の使用例が目立ってきた。鉄骨、板金、防水、仕上げなど各工程の業者が入り込んでコストアップしていたオーダー（製作もの）から、現場で取り付けられる規格品への流れとなった。【上代価格】オーダー、アルミハニカム製 150,000円～250,000円/m<sup>2</sup>（材工）。オーダー、アルミ型材製 60,000円～150,000円/m<sup>2</sup>（材工）。規格品、アルミ型材製 30,000円/セット～。

サイクルラック

市場規模（年間）28.8万台

発売元	商品名	2013年販売量	2014年販売量	シェア
ダイケン	サイクルスタンド、スライドラック	74,500台	80,000台↗	28.5%
ニチプレ	自転車ラックシリーズ	37,000台	39,800台↗	13.9%
サス・サンワ	サイクルラック	32,000台	34,000台↗	12.0%
伸明	ラックシリーズ	30,000台	32,200台↗	11.2%



発売元	商品名	2013年販売量	2014年販売量	シェア
マキテック	サイクルラック	22,000台	23,000台 ↗	8.2%
ダイゾー	サイクルラック	8,000台	8,600台 ↗	3.0%
新和企業	シンワ型駐輪システム	7,000台	7,400台 ↗	2.6%
KYテクノロジー	ビニトップサイクルラック	4,000台	4,300台 ↗	1.5%
四国化成工業	サイクルラック	—	—	—

#### 【市場規模・年間推移】

2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
25万台	25.7万台	26.4万台	26.7万台	28.8万台

(コメント) サイクルラックの今後の需要は、新築マンション、大型ショッピングセンターやスーパーマーケットの新築・新設向けが微増。既設マンションの自転車置場の改修、増設が活発化してきた。サイクルラックはアパートを含めた共同住宅中心に動き始めている。その中で、市場におけるサイクルラックメーカーの力関係は変容しつつある。ダイケン、ニチプレ大手2社は健闘している。ダイゾー、新和企業など老舗が凋落、サス・サンワなど新規参入組の進出が目立ってきた。駅前駐輪場など公共物件依存のダイゾー、新和企業は、民需での競争力に劣り凋落を余儀なくされる一方、公共物件においても他社に侵食されている。サイクルラック用電磁ロック、コンベア事業へシフト替えしている。これまでの長期化した需要低迷期に大手分譲マンション物件を主体に追っていたメーカーは競合が激しくなり、苦境に立たされている。ルート販売指向のメーカーは工場、事務所、諸施設などにニーズが分散され業績が安定している。製品は操作の楽な「垂直昇降スライド式」が主流となり、更に狭小地型、耐候性鋼板製に対するオールアルミ製、静音性型、軽い操作性のガススプリング型など用途別に多様化した。2012年中に発売された注目商品はダイケンの「SR-SW型」。「スライド式自転車ラック」は隣り合う自転車ラックを左右にスライドさせることでスペースを確保し、自転車の出し入れをスムーズに行うことができるのが特長。「SR-SW型」は幼児2人同乗の3人乗り自転車や35kg以下の電動アシスト自転車に耐えられる高強度タイプ。ラックは自転車の出し入れがしやすいよう端部キャップ付きで、カラーは高級感のあるプラチナブラウン色。レールはサビに強い高耐食性めっき鋼板を使用し、カラーはシルバー色。収容台数は6台からでき、設置スペースに合わせて何台でも連結が可能。

【上代価格】 スライド式 16,000円/台～。簡易式 9,000円/台～。

#### サイクルルーフ

##### ① スチール系

市場規模 (年間) 51,000棟

発売元	商品名	2013年販売量	2014年販売量	シェア
淀川製鋼所	ヨド自転車置場	10,500棟	10,700棟 ↗	21.0%
ダイケン	サイクルロビー	10,200棟	10,400棟 ↗	19.6%
田窪工業所	タクボ自転車置場	8,000棟	8,100棟 ↗	16.0%
稲葉製作所	自転車置場	4,300棟	4,400棟 ↗	8.6%
四国化成工業	サイクルポート	960棟	970棟 ↗	1.9%
KYテクノロジー	ビニトップサイクルポート	800棟	820棟 ↗	1.6%
LIXIL	駐輪場	PR段階	—	—

##### ② アルミニウム系

市場規模 (年間) 15,300スパン

四国化成工業	サイクルポート	—	—	↗
LIXIL	アーキフィット、 キューブポート	—	—	↗
三協アルミ	レイリード、リンリンR、 サイクリン	—	—	↗

#### 【市場規模・年間推移】

	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
スチール系	51,500棟	51,000棟	50,000棟	50,000棟	51,000棟
アルミニウム系	1.4万スパン	1.4万スパン	1.4万スパン	1.5万スパン	1.53万スパン

(コメント) サイクルルーフ (自転車置場) はマンション外構において、サイクルラックとセットで売られているのが需要の主体である。サイクルルーフの需要は地方では堅調で、大都市で苦戦している。環境意識の向上で自転車人気が高まっており、潜在需要は根強い。大都市ではサイクルラックを設置する場所が少ないので、自転車駐輪場は建物の地下へ入っていった。逆に敷地に余裕のある地方に需要がでてきた。2012年に入ってLED

照明標準装備の製品（ダイケンなど）も出された。スチール系のサイクルルーフは、主流の片屋根、積雪対応の箱型、真ん中柱の三つの型があり、各社製品とも基本型は同じである。屋根、柱に各種の高級材を使い製品グレードを上げることなどで各社に品質の温度差が出ている。アルミ系サイクルルーフはアルミ構造物が建築基準法によって認められたこと、スチール系とアルミ系とでは価格帯が異なるものの実勢価格においてはほぼ同水準になり見直されてきた。アルミ系の場合は、キャノピー、シェルターなどの市場と股がっており、売上規模はスチール系のそれよりも大きく、アルミ系・スチール系両方を販売しているメーカーの場合では近年、スチール系からアルミ系への移行傾向がはっきりした。アルミ系はマンションのような価格競争の激しいところではあまり使われないが、学校、病院などの自転車置場、渡り廊下に使われている。押出型材によるおしゃれなデザインが評価され、景観商品としての意味合いが強くなっている。アルミ系はシンプルな構造にして従来製品より10%価格を下げた低価格が出始めた。

【上代価格】スチール系 160,000円/棟（5台収容）～。アルミニウム系 193,000円/セット（5台収容）～。

## 防水板

## 市場規模（年間）60億円

発売元	商品名	2013年販売量	2014年販売量	シェア
岡村製作所		13億円	13.7億円 ↗	21.7%
大日産業		12億円	12.7億円 ↗	20.0%
日工マシナリー		6億円	6.3億円 ↗	10.0%
大同機工		5億円	5.3億円 ↗	8.3%
イトーキ		4億円	4.2億円 ↗	6.7%
南星機械		1.5億円	1.6億円 ↗	2.5%
豊和工業		—		
大奉金属		—		
LIXIL鈴木シャッター		—		
文化シャッター	（止水商品全体）	2億円	3.1億円 ↗	
三和シャッター工業		—		

発売元	商品名	2013年販売量	2014年販売量	シェア
東洋シャッター		—		
新日軽ビル建材販売		—		
住軽日軽エンジニアリング		—		
日本ピット		—		
タキロン		—		

## 【市場規模・年間推移】

2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
46億円	50億円	50億円	56億円	60億円

（コメント）防水板（防潮板、防水扉、止水板など）の存在感が出てきた。市場規模は多くて年間56億円（販売元出荷/材工）に満たないが、「ゲリラ豪雨」の頻発もあって、予見される事故への備え、防災意識の高まり、という3.11以後の一般のマインドが、防水板にも向いてきた。建築用の防水板は、地下鉄、地下街、オフィス・商業ビルの入口に設置されることが多く、リニューアル関連で三つの用途とも今後需要増大が期待されている。防水板の需要地は都市部に限られている。2014年度に東京都圏42%、大阪圏21%、名古屋圏12%、その他（仙台、札幌、広島など）25%の割合で設置された。大都市の地下鉄ターミナル駅の出入口は約500カ所あるとか。そこではすでに230カ所設置済みでまた270カ所が残されているケースもあるという。大型ビルには、数カ所の出入口があり、ビルの防災センターと連動している。そこにボタン一つで防水板を動かせる制御盤をおいている。大がかりな工事になるので、対応できる発売元は限られる。中堅の発売元は、大体1～2カ所の設置の小規模案件を得意としている。対象となる建物は、マンション、病院、医院、金融機関の支店、保育園、老健施設、商店（薬局、コンビニなど）、中小ビル、工場などである。大都市では市単位、区単位で防水板工事費用の一部を助成する助成制度を2011年4月頃から始めたところがある。助成金額は自治体によって異なる。住宅、マンション向け防水板工事はまだ端緒に立ったばかりだが、道路の洪水で住宅内に泥水が浸入したケースはいたる所に散見されている。被害地の住宅が浸水の備えの必要性を強く感じるようになれば今後住宅地での需要増大が本格化するものとみられる。これまでのところ、住宅向けは大手発売元よりも主に地場の代理店クラスが手がけている。一方、

## 2015 年度研修会開催

### 「自動ドア JIS 安全規格化」 & 「健康法講座」

#### 全国自動ドア協会

全国自動ドア協会は、2015年度の研修会を9月29日、芝弥生会館（東京港区）で開催した。今回のテーマは、第1部「自動ドア製品JIS安全規格化について」の中間報告と、第2部、藤田絃一郎氏（東京医科歯科大名誉教授）による「カイチュウ博士の“腸内スッキリ”健康法」の講演。

開催に当たり、同協会企画委員長である伊集院正二氏は「毎年度、同業界に関する各種知識の習得のためにテーマを決めて実施しています。顧客サービス、品質の向上、ひいては需要拡大の一助となれば……」と挨拶した。

第1部は、歩行者用自動ドア安全規格についての進捗状況。はじめに、服部事務局長から経緯・進行の報告があり、引き続き、JIS原案作成委員会委員の角山浩司氏により、基本理念（代表的な危険源、リスクアセスメントの手順、リスク低減の方策、制御に関する安全防護

他）、要求事項（リスク低減・安全防護等の具体策他）の検討内容が解説された。

これらは、国際規格も踏まえ、月1回の委員会と、その他分科会で検討を重ね来年2月までに完成させ日本規格協会に提出するスケジュールで進めているとの報告であった。

第2部では、サナダ虫の研究でユニークな経歴を持つ藤田名誉教授は、免疫力を高める生活習慣が大切であると長年の虫の研究成果から語った。免疫力を高めることにより、●ガンの発生を抑える●うつ病などの病気を予防することができるという。その免疫力は70%は腸内細菌がつくり、そのためには、●バランスのとれた食生活（野菜・穀類、豆類などの植物性食品等の自然素材と、しかも手作り）と、ストレスを低減させることであり、笑談をまじえたユニークな講演となった。



顔写真：上左／藤田講師、上右／伊集院企画委員長、左下／角山 JIS 原案作成委員

### “第19回名古屋モーターショー2015”及び“第1回西日本防災・防犯危機管理展 SAFETEC 2015”に出展

三和シャッター工業は、11月20～23日に名古屋市のポートメッセ名古屋で開催された「第19回名古屋モーターショー2015」及び、11月19～21日に福岡県北九州市の西日本総合展示場で開催された「第1回西日本防災・防犯危機管理展 SAFETEC2015」に出展した。

前述の名古屋モーターショーでは、ガレージドアをはじめ窓シャッター等を展示し、安全・安心・快適を提供することで社会に貢献することを使命としたいとしている。また、西日本防災・防犯危機管理展では、浸水対策製品の展示を行い、それぞれの会場にて来場者の関心を集めていた。



マンション管理会社は予定外の出費を抑えたり、浸水にあった場合は保険金でまかなう方針のところもある。機種は脱着式（シェア80%）、手動式／起伏・スライド他（シェア15%）、電動式／起伏・スライド他（シェア5%）がある。現段階ではコストの安い脱着式の需要が圧倒的に多い。**脱着式**はパネルがアルミ製で、比較的軽いことになっているが、一旦緩急の時、設置場所の多い場合、少人数の管理者がパネルを収納から取り出しガイドに差し込むことができるかが、問題点の一つになる。**電動式**はボタン一つで複数の防水板を動かせるメリットがあるが、m<sup>2</sup>当たり200万円以上もして、現段階では案件が限られている。自家発電設備のある建物に設置され停電時の心配の少ないところがほとんど。電動式は大日産業、岡村製作所の2社のシェアが大きい。電動式に対し水圧で防水板を動かす水圧式がある。南星機械（熊本県菊池市）が開発した。水道水圧のエネルギーを利用して防水板を動かす。駆動源は家庭用の水道水のみで電気設備を必要としない。無人でも操作できる。コストは電気式より若干安い程度。また、今年に入って防水板の他に、文化シャッターが止水ドア「アクアード」、BX止水板「ラクセット」（2015年4月）、三和シャッター工業が「ウォーターガード・ダブルタイトドア／防水シャッター」を発売している。

**【上代価格】** 脱着式 200,000円／m<sup>2</sup>・材工、手動式 1,000,000円／m<sup>2</sup>・材工、電動式 2,000,000円／m<sup>2</sup>・材工、水圧式 1,800,000円／m<sup>2</sup>・材工。

#### 天井点検口

#### 市場規模（年間）266万台

発売元	商品名	2013年販売量	2014年販売量	シェア
ナカ工業	ハイハッチ	100万台	997,654台→	37.6%
ダイケン	シーリングハッチ	82万台	820,000台→	30.8%
理研アルミ建材	コラムハッチ	62万台	620,000台→	23.3%
シンワ	シンワハッチ	22万台	217,000台→	8.3%

#### 【市場規模・年間推移】

2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
235万台	240万台	245万台	266万台	266万台

**（コメント）** フロアー、ホールおよび給湯室、階段室、トイレといったコア周りに設置し、天井内の配線、配管などを点検するための点検口（ふた）。システム天井の普及で、大型ビルでは共用部分の廊下用がメインになった。需要の主体は中小ビル、学校、施設、マンションで一部戸建住宅にも取り付けられる。内装工事の中に入る。枠はアルミ製の普及タイプが主流で、色によって若干の価格差がある。小中ビルの需要が切れ間なくある。施工性重視のスタンダードタイプの需要が大半だが、ビル環境の向上が進んだので、気密タイプ、耐食性気密タイプ、気密断熱タイプ、デラックスタイプ（木目調枠、ルーバー付など）など付加価値商品の需要が増えてきた。2011年は事務所、マンション、医療・福祉施設向けをはじめ全体的に需要は横這いであった。

**【上代価格】** 8,000円／台～。

#### 避難ハッチ

#### 市場規模（年間）12.4万台

発売元	商品名	2013年販売量	2014年販売量	シェア
ナカ工業	タスカー	39,500台	38,018台↘	30.0%
松本機工	オリロー	35,900台	34,800台↘	29.0%
ヤマトプロテック	レクスター	12,400台	12,400台→	10.0%
セフ	スリーエスハッチ	6,200台	6,200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
9.9万台	11万台	11.6万台	12.4万台	12.4万台

**（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。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。次は付加価値の関連商品か？ ナカ工業は、ハッチ口から、高齢者・子供が安全に降下避難できる関連器具「UDエスケープ」を開発している。

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） 20.0万台

発売元	商品名	2013年販売量	2014年販売量	シェア
ナカ工業	ニューハッチ、ホームハッチ	39,800台	42,114台 ↗	21.1%
ダイケン	アンダーハッチ	32,200台	35,000台 ↗	17.5%
理研アルミ建材	リケン床点検口	16,000台	16,480台 ↗	8.2%
カネソウ	フロアーハッチ	12,000台	12,360台 ↗	6.2%
第一機材	かーるくハッチ、DKフロアーハッチ	11,000台	11,300台 ↗	5.7%

#### 【市場規模・年間推移】

2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
11.1万台	11.4万台	11.8万台	20万台	20.5万台

（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）。エコ対応商品が注目されてきた。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。新築用と改修用がある。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。通販では1,000～3,000円/台で売られている。また、大建プラスチック、フクビ化学工業、アイエムといったメーカーが1～3種の製品を品揃えとして販売している。

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

#### 階段すべり止め（一般建築用）

#### 市場規模（年間） 62.5億円

発売元	商品名	2013年販売量	2014年販売量	シェア
ナカ工業	ハイステップ	10億円	10.6億円 ↗	16.4%
シンドウ工業	コンタックス	3.6億円	3.8億円 ↗	5.9%
ワイエム工業	YMノンスリップ	2.8億円	2.9億円 ↗	4.6%
アシスト	アシステップ	2億円	2.1億円 ↗	3.3%
ケージーパルテック	パルステップ	1.6億円	1.69億円 ↗	2.6%
ヤマザキ工業	ノンスリップ	1.4億円	1.48億円 ↗	2.3%
タキロン	タキステップ	—	—	—

#### 【市場規模・年間推移】

2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
58億円	60億円	61億円	61億円	62.5億円

（コメント）建築物の内外部階段のすべり止め。基材はステンレス、アルミ型材、鋼板、真鍮であるが、ステンレスが主流。商品は薄型化、スリム化、蓄光タイプへ進んでいる。タキロンが数年前に表面がカーペットの踏板とすべり止めを一体にした「タキステップ」を市場投入してから、階段すべり止め周辺が変化する兆しがみえてきた。いまのところ「タキステップ」は床・内装ルートから改修物件へ施工されているが、一部の階段すべり止めメーカーもOEMで建築金物ルートへ流し始めた。階段すべり止めと「タキステップ」では工事方式が異なり、建築金物ルートでは今のところ流れが鈍いようである。「タキステップ」が改修用商材に止まるのか、新築物件に採用されていくのか、今後が注目される。「階段すべり止め」は滑り止め部分（タイヤ）は合成ゴム、塩ビ、セラミック。非住宅のあらゆる建築物の階段に使用されるので需要は安定している。メーカーは付加価値の高い商品を市場投入している。暗闇の中でも階段を識別できる照光サイン入りは大手メーカーの品揃えが終ったが更に進化を続けている。また、タイヤのカラーバリエーションも軒並みに増える方向にある。リフォーム物件は公共住宅、民需の全面改装、部分改装ともに安定している。

【設計価格】 ビニルタイル用、踏幅35mm、前垂17mm、厚み4.8mm、ストライプ、ステンレス2,000円/m、同、踏幅40mm、2,200円/m。踏幅40mm、前垂17mm、厚み5.2mm、ストライプ、アルミニウム、1,500円/m、真ちゅう、2,900円/m。

## 防汚メンテナンス革命!! 「R & BM ビジネス戦略」で需要喚起 節電ECO ショップ

### ◆はじめに

ナノコーティングメーカー(株)スケッチは、20年以上前、世界で初めてナノテクビジネスがはじまったTOTOが開発した光触媒防汚コート「ハイドロテクト」事業の立ち上げにアドバイザーとして関わった。その後、独自の防汚機能「帯電防止機能」と「超親水機能」を付けた独自の防汚コート剤の開発に成功し、2015年現在、日本国内で100社以上、海外20カ国に販売網を拡げている。これまでアルコールベースの防汚コートを中心に実績を積み上げてきている。2014年に水ベースの帯電防止防汚コート剤を世界で初めて開発に成功し、日本のみならず海外でも更にスピーディに事業展開できるようになったという。特に窓ガラスに塗布できる防汚コート剤は世界で同社のみの技術となっている為、国内外から大変注目され、汚れ付着の問題で困っている企業に対して様々な解決案

を用意し、そのビジネスモデルをメーカー直販会社である(株)節電ECOショップが「R&BMビジネス」(Renew & Beauty Maintenance Business)としてスタートすることとなったとしている。

次に上げる問題提起をし、その実証実験施工を実施してビジネスに結び付けている。

☆外装ガラスの定期清掃メンテナンス／ガラス張りの高層ビルや大型商業施設、駅、空港、電車、バス等の公共施設へ美観景観維持を目的とした窓ガラスの定期メンテナンスを実施。同社の帯電防止超親水セルフクリーニングコート「スパークリアビジョンAS」を使用提案し、1回コーティングするだけで、1年以上の長期美観維持ができ、定期清掃は年1回減らすことができ、最低でも50%コスト削減を達成できるという。

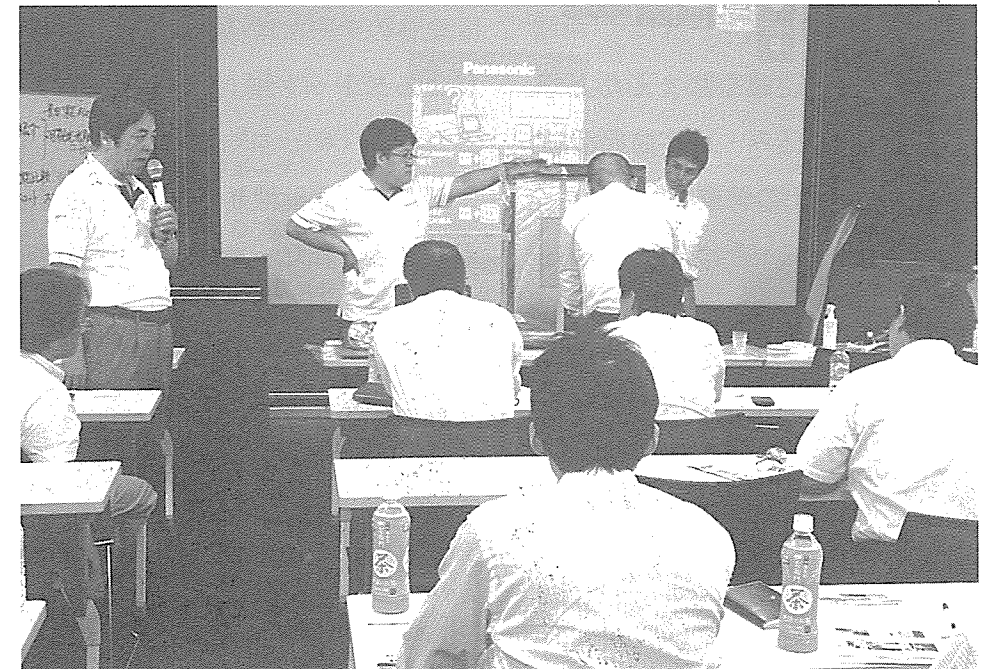
☆ソーラーパネルの定期メンテナンス

／同社開発のソーラー向け防汚コート「ソーラーセルフメンテコート」による効果として、「帯電防止機能」、「超親水効果」で、雨や定期洗浄で汚れが落ちやすくなる(世界で唯一、黄砂や火山灰等、無機の汚れに対しては付着軽減効果がある)。また、パネル1枚1.6m<sup>2</sup>～2m<sup>2</sup>に対し、材料コストが1枚当たり、トータルで約300円～400円の安価施工。また、1回のコーティングでその後の水洗いは今までより簡単に汚れが落ちるよう

洗浄時間が短縮できることでPVメンテナンス企業の問い合わせが増えているようだ。

☆ガラス、ミラーのウロコ付着による定期メンテナンス／同社が販売するウロコ再付着防止の水ベース超親水コート剤「WSガードコート」により問題提起をし需要へ喚起ししているようだ。(節電ECOショップ 全国代理店会議 7月15日発表資料より)

※BMビジネス (Beauty Maintenance)



常に新たなサポート策によるマーケット開拓の提案が……節電ECOショップ全国代理店会議(27年7月15日東京浅草橋ヒューリック会議室にて)



## 顧客価値提供活動の質の向上を目的に競う 「第36回ナブコグループ全国販売推進運動」 表彰式開催——ナブコグループ

ナブコグループは、「第36回ナブコグループ全国販売推進運動」の表彰式を10月28日、帝国ホテル大阪（大阪市北区）で開催した。

開催に当たりナブテスコ住環境カンパニー三代洋右社長は「今回の販売推進運動は、5年ぶりにナブコグループが全国統一ルールで競い合った運動となりました。

テーマは、安全啓蒙を踏まえた上で、新たに『設計織り込み・顧客訪問活動』を加えました。川上の営業を強化し、全ての部署が参加して、それぞれの立ち位置で、ナブコブランドの価値と質の向上に努め、全グループ各社及び社員が一丸となって取り組んだ成果だと思えます」と挨拶をした。そして、既にこの10月から37回目がスタートしていることに付け加えて、益々他社との競合が激化するものと思われます。ナブコグループ各社の経営基盤をしっかりと固め直して前進

していくことを提唱した。

引き続き成績発表を直江良憲氏（ナブテスコ住環境カンパニー営業部長）が行い、表彰状の授与が行われた。成績内容発表は次の通り。

今回の運動は、5年ぶりに全国統一のルールの下、都道府県を5ブロックに分けての対抗戦。

全体のテーマは「新規・更新受注拡大によるストック増」「シェアアップ」の2つ。

新たに「設計織り込み・顧客訪問活動」が盛り込まれた。また、初の取り組みである「ブランド価値の向上」運動は、同



グループから140部門が参加、日々の業務や活動で作られる「ナブコらしさ」の活動を展開した要旨が直江部長より報告。なお評価については、自動ドア契約、開口部発注、自動ドア更新の3項目の総合評価で行われ、年間目標達成率：自動ドア契約101.3%、開口部商品103.4%、自動ドア更新111.9%との事。（全国自動ドア協会の設置台数は2014年12万5,532台〈同グループ台数は、同協会の半分越えと言われており、7万5千台前後と推測される。取り替えはその内35%〉）。

表彰は各部門別毎の1位から3位で計96社に授与された。（その一部を紹介）

### 自動ドア・開口部部門 各ブロック第1位

Sブロック 東京直販グループ  
Aブロック 北海道 Bブロック 富山県  
Cブロック 奈良県 Dブロック 徳島県

### 設計折込・顧客訪問活動部門 各ブロック第1位

Sブロック 埼玉県 Aブロック 長野県  
Bブロック 群馬県 Cブロック 青森県  
Dブロック 山形県

### 地区優秀拠点賞

東日本地区 ナブコシステム株式会社 茨城支店  
ナブコシステム株式会社 つくば営業所  
西日本地区 株式会社メレック  
ナブコドア株式会社 和歌山営業所  
九州地区 田村産業株式会社

### 特別賞 販推進自動ドア期間賞 各ブロック第1位

Sブロック 東京都 直販グループ  
Aブロック 北海道 Bブロック 宮城県  
Cブロック 徳島県 Dブロック 佐賀県

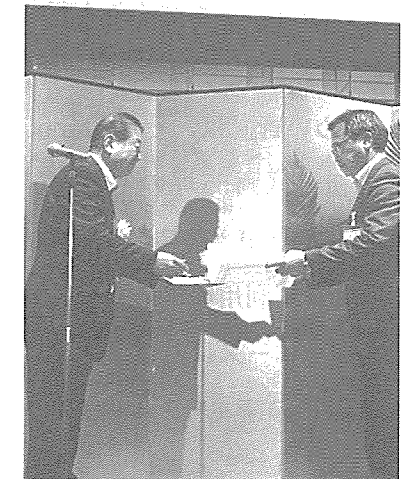
### 「ブランド価値向上」運動

「ナブコみらいアワード」として、各地区より11部門が選出されました。

東日本地区  
株式会社神奈川ナブコ  
ナブコシステム株式会社 札幌支店  
ナブコシステム株式会社 青森支店  
ナブコシステム株式会社 メンテナンス部  
ナブコシステム株式会社 沼津営業所  
西日本地区  
硝和硝子株式会社 自動ドア部  
ナブコドア株式会社 京都支店 技術部  
ナブコドア株式会社 技術本部 工務部 工務課  
九州地区  
熊本ナブコ株式会社  
大分ナブコ株式会社  
住環境カンパニー  
甲南工場 生産管理グループ

さらに、当日は経営研修会が組み込まれ、橋本和恵氏（元フジテレビ通販キャスター・カリスマ販売員）による「販売のプロが教える“顧客づくりのための会話術”」がテーマ。出席者全員参加で“技術と真心”で販売力をつけるポイントを学んだ。

### ナブコグループ全国販売推進



## 「緑地協定」「建築協定」で環境を守るまちづくり 「佐倉そめい野」見学

### プレハブ建築協会

緑豊かな美しいまちなみ「邸苑都市」をコンセプトとして開発された「佐倉そめい野」まちづくりが反響を呼んでいる。

佐倉染井野は、京成臼井駅、JR佐倉に近く東京へ約50分と都心まで38km圏に位置する。

このまちは、事業主体の大林組と東急不動産の2社が共同で開発。事業スタンスや事業計画の違いにより、全体を半分に分けて、東急は「みずきが丘」インフラ地区計画は共同で行い、分譲宅地としてそれぞれ独自のまちづくりを行っている。

「佐倉そめい野」は、その半分55haの規模を当初一区画55坪の宅地がほとんどを占めていたが、住宅の大型化、2台駐車、戸外空間利用の緑の多いまちづくりなど、多様ニーズに対応できる街として、宅地面積の変更を行い1,100戸の宅地としている（コミュニティ・デザイン

代表浅川潔氏出筆による「まちなみ計画」より)

1992年、第1期分譲は、土地売主が大林組、建物売主は、野村不動産、殖産住宅、積水ハウス、木下工務店、細田工務店等の完成建て売りにより、大型宅地100坪9戸、中型宅地80坪13戸、小型宅地60坪17戸、計39戸、その後、年2、3回の完成建売分譲を24期まで行ってきた。現在27期を迎え、合計746戸を分譲し関心・反響を呼んでいるという。

この宅地分譲の特長は、S1地区緑地協定運営委員会、同建築協定運営委員会を設けて、「緑地協定」及び「建築協定」の運営・活動により、まちなみ・住環境を維持管理しているところが注目されているところのようだ。

「建築協定」は、「建築基準法」と「地区計画条例」による上乗せで、地域特性に基づく独自基準と住民自ら設ける制度で、市長の認可を得て成立できる制度。

(プレハブ建築協会主催、2015報道関係者向け見学会——9月4日)



写真：上左／洋風シンボル住宅、地区統一された外構。上右／和風地区通りを軸に町並みを形成  
写真：下（2枚）コモンステージ染井野みかげ坂分譲地建築現場（積水ハウス）

#### まちなみのコンセプト・特徴 (S1地区)

- 緑豊かな美しいまちなみ「邸苑都市」をコンセプトとした開発事業者による計画的な景観づくり
- ガイドライン・街区デザイン指針による景観形成
- 道路を軸とした街区形成（ループ道路）
- 通りごとに、住宅デザイン別（和・洋・折衷）の統一感のある家並みを形成
- 宅地規模別の配列（60坪～300坪）
- 統一外構による街並み形成（通りごとのシンボルツリー、生垣、門扉デザイン等）
- 道路沿い緑地の共同管理（緑地協定）

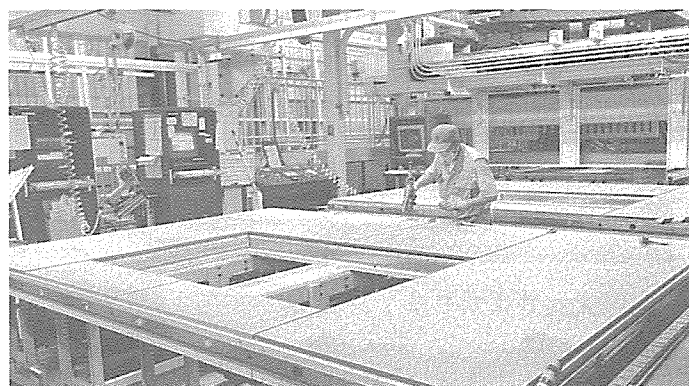
## 邸別一貫生産の大型パネル製造ラインを見学 パナホームつくば工場

プレハブ建築協会

パナソニックつくば工場は、約4万坪で年間2,700棟を生産している。この度その工場で、邸別一貫生産している大型パネル製造のラインを見学する機会を得た。大きくは材料加工パネルの組み立て、物流倉庫へとなる。

まずは、鉄枠組み立てで、この枠に室内側のパーティクルボード・石膏ボード取り付け、断熱材を挿入、外装材をビス止め、コーキング・シールで補完。この間に鉄枠のスポット強度試験、ビス止め必要箇所へ正しく

止められているかのコンピューター管理等の品質管理が行われている。その後サッシ建具、必要資材・備品の最終取付ライン、検品を終えたパネル資材は、物



コンピュータで制御された最新ラインで製造される大型外壁パネル。



流倉庫で、主に、岩手、山梨等の顧客現場への出番を待つ（1棟7トントラック1台）（プレハブ建築協会記者向け見学会より、平成27年9月4日）

## 幅広い分野と多様な顧客ニーズに応える リニューアル記念新製品発表会開催

スガツネ工業

スガツネ工業は、創業85周年を迎え、ショールームをリニューアルし、これを機に新製品発表会を、「産業機器用機構部品展」9月2～4日、「家具金物・建築金物展」9月8～12日と分野別に分けて開催した。「家具金物・建築金物展」を見てみると、1F / 世界最先端のガラス金物紹介（同社のフラッグシップブランド「ZweiL」を初め、アーキテリアシャッター他）、2F / 多様な家具金物・建築金物を展示（特にフラット扉金物を品ぞろえ）、3F / モデルルーム形式（住・ホテル・店舗空間）で分り易く提案展示。収納金物コーナーもあり、4F / スイッチ・コンセントプレート王国を中心に、照明器具や配線孔など装飾・インテリアアクセサリとして製品群を集めている（LED照明で、調光・調色ダウンライトが興味を引いていた）。5F / 1,000点以上のつまみ・ハンドルを中心に、世界中から選りすぐりの逸品を展示（ブラ

ンドコーナーにバスルーム・アクセサリ王国を新設）、6F / モーションデザインテックをはじめ同社のオリジナルの機構や技術を集約した製品を集めて展示。その他セキュリティ・アクセサリコーナーも充実（電子錠ロックの新提案商品も有り）。

この度、同ショールームに隣接して新たに別館が増設され、同別館にて、産業機器部品関係が1～5Fの各フロアに分けて展示。医療施設向けや工場向けの部品が展示されている。

同社は幅広い分野と、多様な顧客のニーズに応える技術力と製品群が業界で多くの支持を得ている要因と思われる。

※東京ショールーム 03-3864-1122  
（東京千代田区岩本町2-5-10）





## “2015 食品工場改善設備展”に出展 高速シートシャッター「大間迅」シリーズを 文化シャッター

文化シャッターは、9月30日～10月2日までビッグサイト（東京江東区）で開催された“フードファクトリー 2015 食品工場改善設備展”に高速シートシャッター エア・キーパー大間迅シリーズ「大間迅M2フリーザータイプ」と「大間迅ビードタイプ」を出展した。「大間迅M2フリーザータイプ」は、冷蔵・冷凍倉庫のF1級に対応した高速シートシャッターとして、マイナス30度の環境下でも機能することで関心を集めて

いた。また「大間迅ビードタイプ」も、気密性と静音性に優れ、工場内事務所の開口部やスーパー陳列棚近くでも使えると興味を示していた。

同展は、食品工場の設計・施工プランをする専門の設計プラン会社グループや中堅の建設会社・ゼネコンも出展し食品工場の設計・施工の専門会社としてアピールしており、これらの来場者の相乗効果が関連設備メーカーにもあったものと思われる。

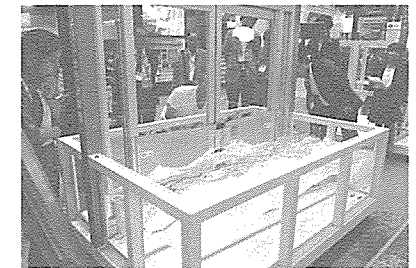


## 「SAFE TEC2015」 第1回西日本防災・防犯危機管理展」に止水製品他出展

文化シャッターは、積極的にあらゆる機会を通じて、防災をアピールしている。この度11月19日～21日、北九州市・西日本総合展示場新館で開催された防災に関する専門展「SAFE TEC（セーフテック）2015 第1回西日本防災・防犯危機管理展」に出展した。

止水製品については、今まで各展示場

で実施してきているのと同じように、実際に止水性能を確認できるよう水槽を用いての実演を行い来場者の関心を高めていた。



## 三和ミタカ(株)新設 木製ドア事業加わる

### 三和ホールディングス

三和ホールディングスは、(株)ミタカ工業からドア事業を9月30日に譲受を終了し、新たに新会社、三和ミタカ(株)を設立した。

三和HDグループは多品種化の一環として、ドアの商品ラインナップ拡大を図っている。このたび老健・介護施設向け木製ドアを得意とする、北海道内でも知名度の高い(株)ミタカ工業の事業をグループ企業で譲受したことで、スチールドア中心としてきた、同社三和HDグループのドア事業に、木製ドア事業のノウハウを取り込み、北海道を中心に福祉施設への販売を拡大し、さらなる事業基盤の強化に努めるとしている。

〔三和ミタカの概要〕 代表取締役社長 富山良司／資本金 3,000万円／所在地 札幌市東区珠町712番地80