

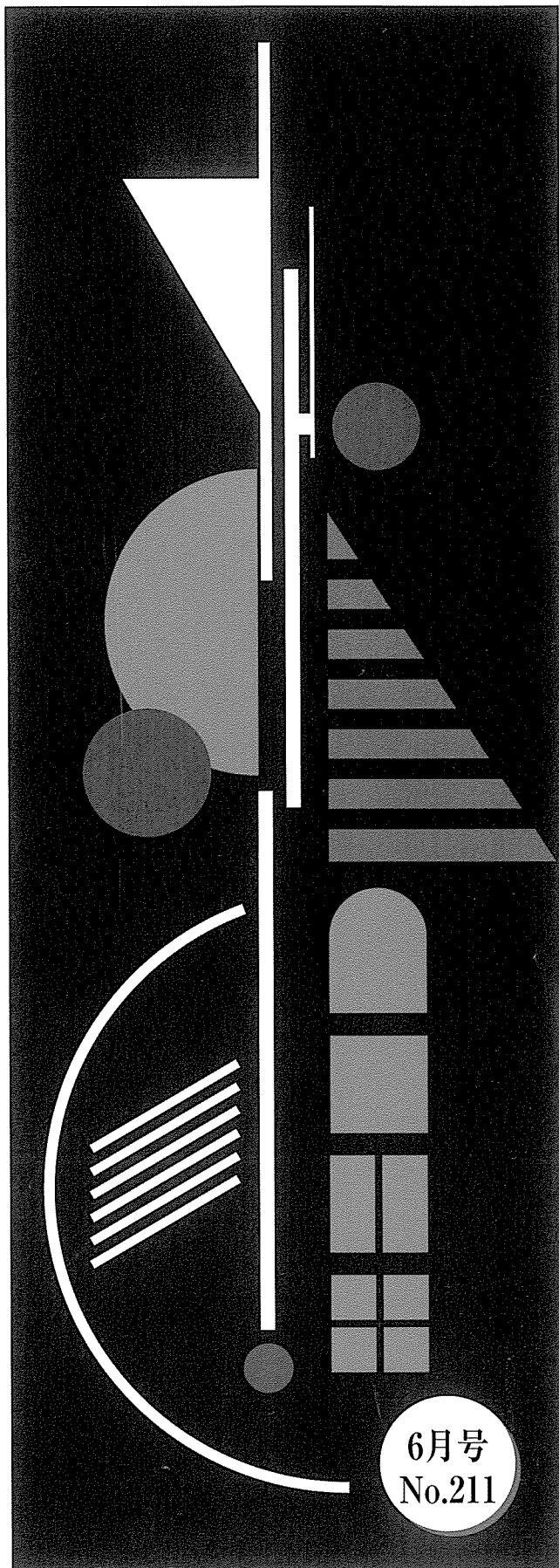
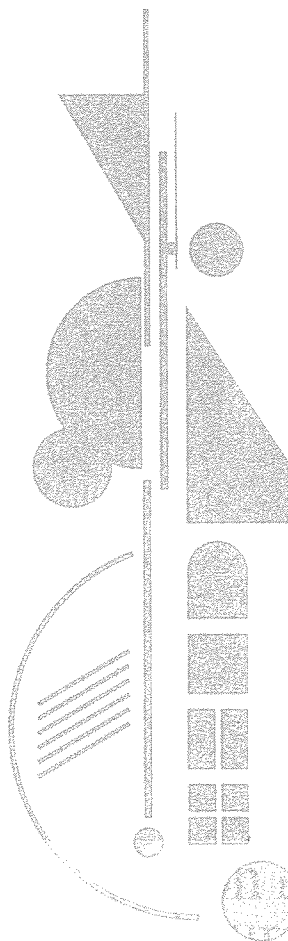
月刊

# 建材

# ナビ

**特集** 新規需要の減少を見据えて  
取替え需要への対応 急ぐ自動ドア市場

**特集** 医療・福祉施設向けの落ち込みをオフィス  
ビル向けでカバーする スチールドア市場



6月号  
No.211

ミルト出版会  
〒182-0023 東京都調布市染地3-1-87  
ト-1-407号  
☎042-484-4507  
FAX 042-484-4509  
発行人 堤 祥行  
年間購読料 30,000円(送料・税込)

## 建材 navi 6月号-No.211 目次

<b>特集</b>	新規需要の減少を見据えて 取替え需要への対応急ぐ自動ドア市場	7
<b>特集</b>	医療・福祉施設向けの落ち込みをオフィス ビル向けでカバーするスチールドア市場	12
	[環境・健康建材コーナー]	3
	[新製品・新技術情報/業界の動き]	17

© Miruto Shuppankai Ltd.2016 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28年(2016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)

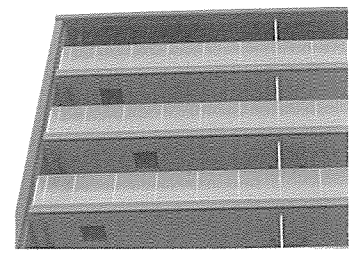
貴社名	部署	ご芳名	印
送付先		☎ FAX	

## [環境・健康建材コーナー]

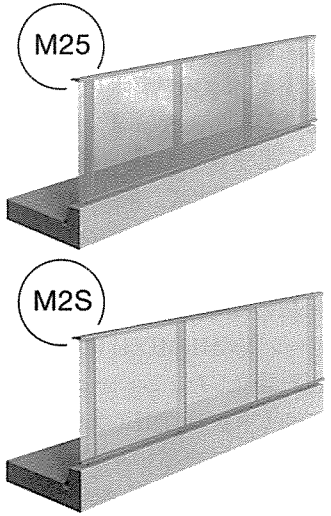
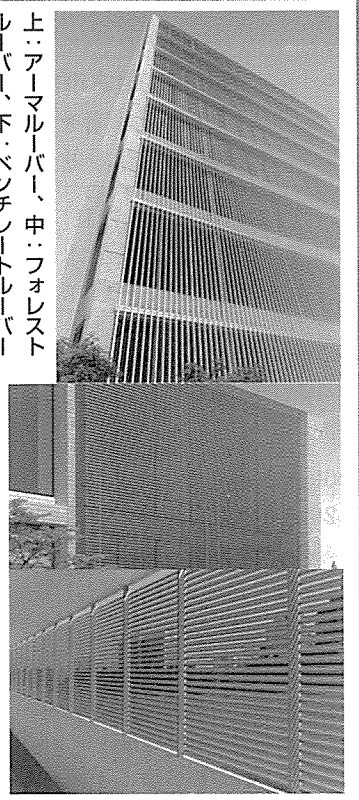
### ビニフレーム工業

シャープで連続ガラスに限りなく近づけた美しい  
意匠の新型細縦枠手すり「M25/M2S」新開発  
4辺支持フレーム構造により安全確実な施工実現

ビニフレーム工業(石倉昭裕社長)は、持ち出し系アルミ手すり「ViewX(ビューエックス)」シリーズと、シングル配筋対応の高強度・高性能アルミ手すり「Forte(フォルテ)」シリーズに、シャープで連続ガラスに限りなく近づけた美しい意匠を実現する新型細縦枠手すり「M25/M2S」を新開発、アルミガラス手すりのバリエーションを強化した。



上:アーマルーバー、中:フォレストルーバー、下:ベンチレートルーバー



特長は、連続ガラスのデザイン性と4辺支持フレーム構造を採用した高い耐風圧性能を実現していること。同時に、笠木を脱着せずに内部側からガラスを入れる安全確実な施工性も特長。施工方法は、ガラスを内側から入れ込む→ガラスをケンドンでセッティングブロックに乗せる→下胴縁に押縁を嵌合→縦枠を縦枠補助に差し込み嵌合/縦押縁を嵌合→ガラス溝にバックアップ材を敷き詰め、シーリング処理を施す—の手順。

カラーバリエーションでは、「ViewX-M25」と「ViewX-M2S」にツヤ消しシルバー、ステンカラー、アーバングレー、ダークブロンズ、ツヤ消しブラックの5色。「Forte-M25」と「Forte-M2S」がツヤ消しシルバー、ステンカラー、アーバングレーの3色。

**アルミ外装ルーバー「レ・ウィンド」、天然木の風合いをもつ「フォレストルーバー」3シリーズを発売**

外装ルーバーシリーズ「レ・ウィンド」は、美しい建物外観を創り出す外装建材として人気を集め

ている。商品体系は、①ビル外観にアクセントとして採用する「アーマルーバー」、②天然木の風合いとアルミの強さを兼ね備えた「フォレストルーバー」、③見付寸法の小さなルーバーで手すりにも組み込める「ベンチレートルーバー」の構成。

「アーマルーバー」は、サイズ30×50、30×75、50×100、30×100の4種類。

「フォレストルーバー」は、サイズ30×60、30×80の2種類。カラー:ブラウン、サンディーブラウン、グレーの3色。

「ベンチレートルーバー」は、ルーバーデザイン4種類、「スクリーン」としてだけでなく、手すり「ViewX」シリーズにも組み込める。

富山県・射水市内のグループ3工場に一般の工場見学者を受け入れ産業観光に貢献、北陸新幹線開業効果で約7割を県外見学者占める

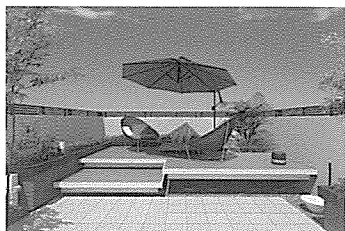
三協立山(山下清胤社長)は、2014年4月から富山県射水市内のグループ3工場一般工場見学者の受け入れを開始し、産業観光を本格化させてきた。

この産業観光は今年3月で丸2年を迎え、見学者数も延べ2000人を超えた。とくに2年目は2015年3月に開業した北陸新幹線の効果もあって、県外見学者が7割を占め、見学者も1年目の約2倍に増えた。申込は希望日の1週間前までの電話予約制で、今年度の予約も好調に推移している。

工場のある射水市は、富山新港を抱えアルミ製品の生産量が多い土地で、新湊大橋や海王丸パークといった観光地に隣接しており、工場見学と観光スポットのツアー見学者を積極的に受け入れ、地域の産業観光振興に貢献している。工場見学の申込:0766-20-2120番、見学科金無料、時間午前10時~12時/午後2時~4時、所要時間60分~90分、受入可能人数:中学生以上5~40人。

ウッドデッキでもタイルテラスでもない新感覚のガーデンフロア「ラステラ」発売

三協立山株式会社・三協アルミ社(蒲原彰三社長)は、ウッドデッキでもタイルテラスでもない、新感覚の屋外フローリング「ラ



ステラ」を6月1日発売した。

「ラステラ」は、芯材に木粉+ポリエチレン樹脂、表面材に木粉+耐候処理ポリエチレン樹脂を採用。

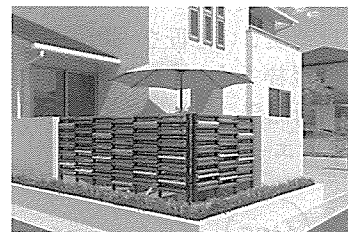
床板に6月1日発売のグレースマーブル(無機質な空間にマッチするクールな色目)、ブラックマーブル(シックな色目)、秋発売予定のホワイトマーブル(白に墨色のマーブル模様ที่映える色目)、テラコッタマーブル(南欧素焼きタイルを連想する色目)の全4デザインを用意。木板をイメージさせない274mmの幅広サイズの床板幅を実現。

前面・側面の幕板にアルミ型材を使用、床板まわりに取り付けの上幕板と大引きまわりに取り付けの下幕板の二段構造で軽快感を演出する。さらに、束柱が見えにくく床板が飛び出したスタイルの「床張り出し納まり」は、床が浮いたような浮遊感を演出する。夜間にはオプションのLED照明を設置し浮遊感を印象付ける。

商品バリエーションは、二段デッキ、斜面对応納まり、くり貫き納まり、出幅違い納まり/出

隅・入隅納まり、テラス併設納まり、ガーデンルーム・テラス囲いデッキON納まり・独立フレームなどに対応。フェンス(マイリッシュ)5デザイン、ハイパーパーティション(マイリッシュ)2デザインを用意。

多孔質の保水材料を用いた新発想の環境配慮型ルーバースクリーン「UCHI-MIZU」新発売



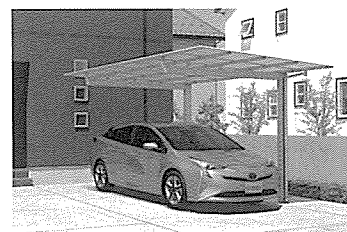
建築家とのコラボレーション事業「SACLAB(通称サクラボ)」から誕生したS.ボーダーシリーズの第3弾として、廃棄物をリサイクル利用した多孔質の保水材料(発泡セラミック)を用いた、新発想の環境配慮型ルーバースクリーン「UCHI-MIZU(ウチミズ)」を新発売した。

「UCHI-MIZU(ウチミズ)」の標準タイプは、ハの字型に組み合わせられた保水ルーバー材に、水を浸透させることで、ルーバー表面の温度を下げ、スリットに流れる風を効率よく冷やし、外気の熱気をやわらげる仕組み。また、ルーバー内で植栽を育てることができる「植栽ユニットタイプ」も用意。

カラーは、支柱部にブラック、アルミルーバーにサンシルバーを採用。サイズバリエーションはW1000・1500mm×H1200・1500mmの4通り。参考価格:

W1000×H1200mm標準タイプで15万8000円。

デザインや敷地対応力を向上したスタイリッシュカーポート「ニューマイリッシュ」発売



従来品をリニューアルしたスタイリッシュカーポート「ニューマイリッシュ」を新発売。

シンプルなデザインや逆勾配の設定など好評なポイントを継承しつつ、木調タイプの意匠性の向上、サイズ追加により従来品比べて幅広い設置条件に対応できることが特長。

1台駐車用カーポートでは、最大間口3400mmを設定。コンパクトな奥行も4300mm設定。屋根材は、同一デザインの木調色3色・形材4色の計7色。屋根パネルがポリカーボネート板・熱線遮断ポリカーボネート板・熱線遮断FRP板など4種。

屋根勾配は、柱側に屋根が下がる通常勾配タイプと、柱側に屋根が上がる逆勾配タイプの2つ。耐積雪20cm相当・風速38m/s相当。間口2824×奥行5071×高さ2500mm・ポリカーボネート板で27万6000円。

カーテンゲート「エアリーナII」発売、門扉用「ミニタイプ」追加

ノンキャストタイプのカーテンゲート「エアリーナII」を発売した。

従来品を刷新し、サイズバリエーション拡充による敷地対応力、操作性、意匠性を向上させたことが特長。

「エアリーナII」は、従来の車庫前バリエーションに加えて、新たに門扉用途の「ミニタイプ」をラインナップした。また、サイズが全幅4319mmに拡大、高さも1210mmに防犯性に優れた1410mmを追加した。

また、握りやすいハンドル形状とワンアクション操作、ディンプルキーの採用、ワンタッチ落とし棒なども特長。さらに、たたみ幅を約40mmスリム化、扉本体の上下の傾きを調整ボルト1本で対応可能にした。参考価格:片開き15万8000円~49万7000円。「ミニタイプ」は片開き10万円~153000円。

LIXIL

「エクステリアコンテスト2016」の作品募集集中、締切8月22日

LIXIL(瀬戸欣哉社長)は、同社のエクステリア商品を採用した販売施工業者・施主を対象に「LIXILエクステリアコンテスト2016」の応募作品を募集している。締切りは8月22日(月)。

募集部門は、販売施工業者を対象にした「ファサード(門まわり・車庫まわり)」、「自然浴エクステリア」、「まちなみ」、「エクステリアリフォーム」の各部門で、それぞれの部門の金賞・銀賞・銅賞・入選賞と、金賞の中から「大賞」1点を決定する。

また、施主と販売施工業者と一緒に応募する「エクステリアと家族の幸せ」部門では、ニコニ

コ大賞・ニコニコ賞を選出。さらに2016年特別賞として、「ライティング賞」、「グループポイントルーフトタイプWelcome賞」が設けられた。インターネットまたは応募用紙からの応募。

<http://www.lixil-extcontest.com/>

エクステリア「ホームネットワークシステム」6月から提供開始

LIXILは、スマートフォンを使って外出先から自宅の「様子を確認できる、エクステリア「ホームネットワークシステム」の提供を6月から開始する。

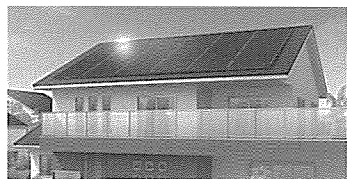
また、同システムに接続し、荷物が届いたときにスマートフォンにメッセージが届く宅配ボックス「リンクボックス」、業界初のタッチパネル式電子錠を搭載した大容量「ネクストポストL-1型」を同時に発売する。

「ホームネットワークシステム」では、家庭の無線LANと各機器を無線通信でつなぐ「ホームユニット」1台につき、屋内カメラ、屋外カメラ、カーポートカメラなど4台まで接続でき、外出先から自宅の様子をいつでも確認(映像録画も可能)できる。

無線LANに「ホームユニット」を接続、各機器の登録ボタンを押すだけで操作でき、面倒な配線工事も一切必要ないことが特長。手持ちのスマートフォンに専用アプリを無料ダウンロードして「ホームユニット」に登録するだけで利用できる(定額費用不要)。「ホームユニット」(2万5000円)6月1日発売、屋内カメラ(3万3000円)・屋外カメラ(電源直結

式4万3000円、電源コード付き  
4万5000円) 6月13日発売予定。

**300W出力と効率的な発電  
を実現する高耐久・高出力太陽  
パネル「ソーラーパネル  
デイズ」を6月発売開始**



LIXILは、世界トップクラスの300W出力と効率的な発電を実現した高耐久・高出力太陽光パネル「ソーラーパネル デイズ」を6月1日発売した。

また、パワーコンディショナRLEタイプ(屋内用)専用の出力制御対応モニター「カラーモニターRタイプ」、太陽光パネルと蓄電池のパワーコンディショナを一体化した「ハイブリッド蓄電システム」を5月2日先行発売している。

「ソーラーパネル デイズ」は、太陽光をセルの中で光拡散させて、効率よく発電させる「PERC」技術により低照度特性と出力アップが可能になり、さらに光吸収リボン「LCR」を合わせて採用することで通常の「PERC」以上の高出力を実現する。

この新技術により、季節や天気に左右されることが少なく、1年を通じて安定した発電を実現、さらに狭小地など限られたスペースでも多くの発電量を確保できることが特長。パネルは、「Fサイズ」:公称最大出力300W、セル変換効率20.4%、ソーラーパネル変換効率18.0% / 「Sサイズ」:公称最大出力240W、セル変換

効率20.4%、ソーラーパネル変換効率17.8%。

LIXILの太陽光発電システム「ソーラーラーフ」「ソーラーラック」「ソーラーベース折板タイプ」に対応する。「Sサイズ」は、シリコンカーバイドにより補強されたセルの採用で、積雪200cmまで対応する。「Fサイズ」150cm対応。セット上代価格——「Fサイズ」14枚(4.2kW)、接続箱、パワーコンディショナで266万7500円。ソーラーパネル出力20年間無償保証、太陽光発電システム機器5年間無償保証。

#### YKKAP

**「エクステリアデザイン  
施工フォトコンテ  
スト」作品募集中、締  
め切り7月29日(金)**

YKKAP(堀秀充社長)は、次世代のエクステリア空間を競う「第6回エクステリアデザイン施工フォトコンテスト」の作品を募集中。応募締め切りは7月29日(金)。

応募対象は、YKKAPのエクステリア製品を採用した施主と設計・施工プランを担当した事業者で、2015年4月以降の完工・設置物件。

募集部門は、施主:ファミリー部門、事業者:YKKAP部門のエクステリアリフォーム、門・車庫まわり、リビングガーデンの各部門、展示コーナー部門。

応募作品の中から、ファミリー対象1点・ファミリー賞5点。事業者対象のYKKAP大賞1点、YKKAP各部門から金賞各1点・銀賞各3点・銅賞各5点、入選、展示コーナーデザイン5点を選出

する。

**天然木角材の木組みイメージ  
を実現した木調テラス屋根  
「サザンテラス」を発売**



YKKAPは、天然木の角材を木組みしたイメージを実現した木調テラス屋根「サザンテラス」を発売した。

デザインは、木組みイメージの「パーゴラタイプ」と、シンプルな「フレームタイプ」の2つ。天然木の角材を再現するために、各部材の断面を四角形にしているほか、前枠や桁、化粧材の端部小口キャップに木目柄を施している。

屋根下空間を快適にする日射遮蔽アイテム(オプション)に、天井カーテン(3色)、アウターシェード、グリーンバー、目隠しパネル、前面・側面パネル、屋根材(熱線遮断ポリカーボネート板)を用意。

耐積雪20cm(基準風速34m/s)・50cm(2階40m/s、3階34m/s)。納まり:1階:テラス屋根、リウッドデッキ納まり、2階3階:バルコニー屋根・柱奥行タイプ。本体カラーにキャラメルチーク、ショコラウォールナットの2色。参考価格(耐積雪20cm仕様・W3640×D1770mmサイズ):パーゴラタイプ29万9500円/フレームタイプ26万9500円。

## 特集1: 新規需要の減少を見据えて 取替え需要への対応急ぐ自動ドア市場

**主要なターゲットである店舗、病院の減少つづく、2020年に向けて  
再開発プロジェクト本格化に期待**

2015年度非居住用着工床面積は5351万0217㎡、前年比1.7%増加した。用途別には、事務所630万4000㎡(前年比1.9%増)と、工場及び作業所885万1000㎡(同14.7%増)が前年を上まわった。とくに工場及び作業所が高い伸びを示した。

その一方で、店舗605万2000㎡(同15.4%減)、倉庫809万9000㎡(1.3%減)、学校の校舎3684000㎡(12.0%減)、病院・診療所270万9000㎡(19.7%減)、その他1446万6000㎡(8.5%減)と、いずれも減少した。なかでも病院・診療所が昨年度につづき大幅な減少に見舞われた。

新設ビル分野は東京オリンピック・パラリンピック関連需要が見込まれており、2020年までは順調に推移すると予想されている。ただ、長期的には人口減少の影響で新設ビル分野が低迷することは避けられない。

こうした中で、自動ドア業界も新設着工の動きに左右されない体質への転換が急がれている。すでに、業界では取替え需要の掘り起こし、高機能・高付加価値商品の開発、自動ドアの採用につながるようなソフト提案・システム提案など、新設の落ち込みをカバーするうごきが活発化している。

**ナブコ7万5000台、テラオカ3万  
8200台、ドリーム、ミリオン、日本  
自動ドア1万4500台～9300台**

「全国自動ドア協会」加盟8ブランドと製造/販売会社——◆アラビアン:北陽電機/北陽電機。◆ショウワオート:昭和オート/昭和オート。◆THUハシダ:橋田技研工業/橋田技研工業。◆テラオカ:寺岡オートドア/寺岡オートドア、寺岡オートドアシステム、フルテック。◆ドリーム:扶桑電機工業/扶桑電機工業。◆ナブコ:ナブテスコ/ナブコシステム、ナブコドア、オリエント産業。◆ピスコ平安:平安通商/平安通商。◆ミリオン:昭和建産/三和シャッター工業。有力ブランド——◆日本自動ドア:日本自動ドア/日本自動ドア。◆ヤヌ

ス自動ドア。◆ソリック。

2015年度自動ドア販売台数は、およそ15万台と推定される。上位メーカーの動きを見るかぎり、一部のブランドを除き減少している。主力分野である店舗や病院の減少が響いている。上位ブランドの動きをみていく。

ナブコグループは、国内向け7万1250台、海外向け3750台、計7万5000台と推定される。取替え需要が販売全体の40%に達しているが、ナブテスコの商品開発力とスーパーディーラー3社の販売・施工ネットワークを駆使した物件対応力で、新設分野の再開発関連プロジェクトの受注獲得に乗り出している。

テラオカグループは、国内向け3万5000台、海外向け3200台、計3万8200台と推定される。ビル向け50%、一般店舗向け35%の販売比率に変わりはないが、前年度比約6%の成長をみせた。ユーザー直販の拡大に力を入れている取替え需要は25～30%と増えつつある。メンテナンス契約率も25～30%と高い。

ドリーム、ミリオン、日本自動ドアの3ブランドが、販売台数は約1万4500台～9300台で第3グループを形成する。

ドリームは、国内向け1万3500台、海外向け1000台、計1万4500台と推定される。工場・産業用とその他特定用途向けの比率が20%を超えていることが特徴といえる。取替え需要25%、メンテナンス契約率10%に変わりはない。

ミリオンは、国内向け1万4000台、海外向け僅少、計1万4000台と、前年比約17%増と大きな伸びをみせた。このところ三和シャッター工業を軸にしたグループ全体での拡販体制が強化されている。とくに一般店舗向けでは1万台の万台に乗せてきた。

日本自動ドアは、国内向け9000台、海外向け300台、計9300台と推定される。キッズデザイン賞の9年連続受賞に示されているように、安心・安全な自動ドアシステムの開発、普及に実績を積みあげている。最近では、ハンズフリー認証自動ドアシステムを医療・介護施設向けに提案している。

## ビル分野でナブコ、テラオカの2強が圧倒、一般店舗用でミリオン、日本自動ドア3番手形成

上位5ブランドの販売傾向をみていく。用途別では、オフィス、医療・福祉施設、ホテル、公共施設などビル向けが販売全体の約51%を占める。一般店舗用約38%、工場・産業用と居住用その他を合わせて約11%を占める。

販売台数では、大型商業施設や病院などの大型受注が見込めるビル分野への浸透がポイントになる。上位5社の中だけでもナブコグループのビル用はシェア約64%と他ブランドを圧倒する。2番手のテラオカグループの約24%を加えると両グループで9割弱のビル物件をこなしていることになる。

その一方、一般店舗向けのシェアは、ナブコグループ30%台、テラオカ、ミリオンが20%台、日本自動ドア10%台と、その差は一気に縮まってくる。防火対応商品をみると、特定防火設備用自動ドアは、ビル向けに展開するテラオカ900台、ナブコ500台が大半を占める。防火設備自動ドアは、ナブコ1600台、テラオカ300台、ドリーム300台、日本自動ドア240台と、一般店舗向けの販売数とは必ずしもトレンドしない。また、地域圏別には、関東・甲信越圏への依存度が高く、少ないブランドで35%、多いブランドで50%に達している。

### 昭和建産／三和シャッター工業

#### 新サインシステム「EcoLEDA（エコレダ）自動ドアタイプ」大好評、「ダブルスライド自動ドア（内蔵タイプ）」追加

【ブランド名：ミリオン】■新商品——◆昭和フロントの「ダブルスライド自動ドア（内蔵タイプ）」：一般自動ドアに比べて、約1.3倍広い有効開口を確保できる二重引き自動ドア。2014年の直付タイプにつづき、リニューアル需要の増加に対応して内蔵タイプを追加したもの。枠見込み150mmにすっきりと納まる片引き・引分けタイプ。◆昭和フロントの「EcoLEDA（エコレダ）自動ドアタイプ」：フロント組込型LEDサイン。可動するドアのたて枠部分にLEDを搭載し、光をガラス小口から入射させて、フロスト加工したガラス面を発光させる新タイプ。LED白色とRGBフルカラー仕様の2種。◆耐熱

合わせガラス入りステンレス製自動ドア「ファイヤードSオートドア」（特定防火設備）：防火安全ガラス「ファイアライトプラス」8.6mm厚を採用。片引きタイプ・有効開口幅1120mmを確保。

■主な商品群——◆「全開放型スライド式自動ドア」（スライド式自動ドアに折りたたみ機能を組み合わせた省スペースタイプ）：「スペースメイクF」（アルミフロント内蔵納まり。扉重量30kg以下）／「スペースメイク」（アルミ・ステンレス内蔵納まり。扉重量100kg以下片引きタイプ・100kg以下×2枚、75kg以下×2枚の両引きタイプ）。◆安全対策型自動ドア「SF×PD自動ドア」（昭和フロント）：室内側戸袋部に防護スクリーンを設置、戸先部に指はさみ防止ゴムを採用。新設・既設に対応。◆ST制震オートドア「しずか君」（三和タジマ）：マンションエントランス向けの低振動自動ドア。◆特定防火設備「ファイヤードSオートドア」：SUS1.5mm厚・耐熱板ガラスファイアライト5mm（8mm）「ヘアライン仕様等。

【最近の動き】三和シャッター工業の販売ネットワークを活かし、昭和建産、昭和フロント、三和タジマのグループ企業全体で自動ドア事業の拡大に取り組み、国内第3ブランドのポジションを強固なものにしようとしている。アルミフロント分野での昭和フロント、ステンレスフロント分野での三和タジマと、三和シャッター工業の強力な営業ネットワークの連携に重点を置く。

用途別には、一般店舗用78%、オフィス・ホテル・病院などのビル用16%、工場・産業用4%、居住用その他2%の販売比率。一般店舗用が圧倒的に多く、ビル用の拡大をテーマに取り組みを強めつつある。

販売傾向をみると、取替え需要が30%と拡大傾向にある。メンテナンス契約率が10%程度と推定される。また、特定防火設備用自動ドアは、商品バリエーションを強化し増加傾向にある。商品的には、昭和フロントの「EcoLEDA（エコレダ）自動ドアタイプ」が最新サインシステムとして今後の成長が期待される。

地域圏別には、北海道・東北圏5%、北陸・中部圏15%、関東・甲信越圏45%、近畿圏10%、中国・四国圏10%、九州圏15%、海外僅少の販売比率。関東・甲信越圏、北陸・中部圏、九州圏

への展開が特徴。

### 寺岡オートドア

#### 多機能トイレ用自動ドアスイッチ「MFS1」4ヶ国音声版／多言語音声案内システムの拡販を進める

【ブランド名：テラオカ】■重点商品——◆多機能トイレ用自動ドアスイッチ「MFS-1」4ヶ国音声版／多言語音声案内システム「VN1N」「VN1S」：東京オリンピック・パラリンピックなど外国人の訪日客増加に備え、多言語音声案内システムを搭載した多機能トイレ用パネルスイッチ。従来タイプが、LED発光と音による使用可能状態・使用開始・使用中・使用終了・使用後ドア閉の一連の動作確認に、「多言語音声ガイダンス」機能が追加された。多目的コントローラーに接続された「VN1N」（台板内蔵型）、「VN1S」（壁面外付けBOX型）から、日本語・英語・中国語・韓国語（順番は自由に設定可能）の音声ガイダンスが3秒間隔で流れる仕組み。さらにトイレ未使用状態やドアの開閉、緊急時などの対応もアナウンスされる。おおくの外国人が利用する空港・鉄道、商業施設などのトイレに不可欠な自動ドアスイッチとして提案活動を強化している。

■主な商品構成——◆「DDS／100mm見付／新M3台板」：既存のフロアヒンジドアを自動ドアに簡単にリニューアルできる自動ドア。既存のランマ部に配慮した無目見付寸法100mmのコンパクトな納まりが特長。◆ハンズフリー入退室管理システム「テラオカすいすいスルーS&M」：タグを携帯し、ドアに近づくだけで自動ドア認証する入退室管理システム。病院や倉庫、工場などのセキュリティ機能に役立つ。「S」はハンズフリーアクセスとタッチアクセスの2つの認証モード。「M」はハンズフリーモード・手をかざすセンサーモード・認証範囲内でタグボタンを押すボタンモードの3つの認証モード。

◆「Fire Door 耐熱ガラス入りテラオカ特定防火設備」：業界屈指のバリエーションをセールスポイントに、自動ドア・扉・ステンレスフレームの開口部一式受注活動で実績を積みあげている。◇自動ドア防火戸：SUS・透明パイロクリアの片引き2機種・両引き1機種。SUS・透明ピランの引き1機種・両引き1機種。鋼製・透明ピランの片引き1機種・

寺岡オートドア…多機能トイレ用自動ドアスイッチ「MFS-1」、外国人訪日客の利用にも対応できる多言語音声案内システムを装備



両引き1機種。◇手動防火戸：SUS・透明パイロクリアの片引き1機種・両引き1機種。SUS・透明ピランの片引き1機種・両引き1機種。◇FIX：SUS・透明パイロクリア1機種・透明ピラン1機種。◆「テラオカオリジナルドア」：省エネ・空調・防音・気密・防犯などのニーズに対応する高機能自動ドアシリーズ。◆アルミストアフロント用自動ドアユニット「ENTRARD（エントラード）」：従来型よりも30%節電できるアルミストアフロント向けの主力タイプ。冬場に開口部を狭める設定や多目的トイレの人為的開閉の設定、ドア開閉頻度の高まりに応じて全開時間を自動延長する設定など、最新制御システムを搭載する。

【最近の動き】オフィス・ホテル・病院・公共施設などビル用自動ドアを中心に展開するリーディング企業。最近、東京オリンピックなど外国人の来日増加に備えた、多機能トイレ用自動ドアスイッチ「MFS-1」4ヶ国音声版／多言語音声案内システム「VN1N」「VN1S」の普及活動に力を注いでいる。

これはハンズフリー入退室管理システムと同じように、自動ドアの利便性を高め、更なる高機能化を進めると同時にグローバルな自動ドアニーズにも対応するシステム商品として注目される。

用途別には、オフィス・ホテル・病院・公共施設などビル用が50%を占める。一般店舗用35%、工場・産業用10%、居住用その他5%の販売比率。特定用途向けには、プラットフォームドア、エアシャワー、火葬場、し尿処理施設、大型門扉などに実績を残している。

販売傾向をみると、取替え需要がおおよそ30%と年ごとに拡大している。メンテナンス契約率は30%前後で推移している。また、ビル分野での強さは、特定防火設備用自動ドア900台、防火設備用自動ドア300台の実績に表れている。

地域圏別には、北海道・東北圏16%、北陸・中部圏9%、関東・甲信越圏45%、近畿圏7%、中国・四国圏3%、九州圏11%、海外9%の比率。

## ナブテスコ(株)住環境カンパニー

### 自動ドアの不要な開閉を削減し省エネ効果を高める業界初の「インテリジェントecoドアシステム」拡販

【ブランド名：ナブコ】 ■重点商品——◆「インテリジェントecoドアシステム」：往來の多い場所でも自動ドアの前を横切るだけでは開かず、ドアに向かってくる場合だけ開く、業界初の画期的な自動ドアシステム。自動ドアの不要な開閉を削減し、室内の温度変動幅を小さくし、空調電力量の削減する省エネルギー効果がある。タッチ動作が不要で車椅子利用者や目の不自由な方、両手が塞がっている方も、タッチ動作なしに通行できるバリアフリー対応も特長。羽田、伊丹、福岡などの空港や医療施設を中心に採用が進んでいる。

◆未来標準の自動ドアセンサー「ミライサーチ」：独立設定が可能な72スポットの高密度な検知エリアを実現する。独立スポット設定により、ドア前にある什器（鉢・花台等）のエリアをスポット単位で消去することも可能。こうした密度の濃いより正確な検知の実現により、誤動作を低減し耐環境性能を向上させる。従来搭載のecoモード、異型ドア対応機能、非接触タッチセンサー機能に、LED表示の交換時期表示、差し込み対策、フルカラーLED表示などの新たな機能を追加した。

■主な商品構成——◆多機能トイレ自動ドア用「HDS-4iα押しボタンスイッチ」：日本語・英語・中国語の3ヶ国の案内機能搭載。利用方法がLED点灯で順に示される非常にわかりやすいユニバーサルデザイン設計が特長。◆「スライドグライド」：通常時に引き戸として使用、大きなものが通行する際にはフルオープンできる医療施設などをターゲットにした2WAYドアシステム。◆「フリーオープンドア」：自動ドアのレイアウトを自由に変えて、通行



ナブテスコ：ドア前を横切るだけでは開かず、ドアに向かってくる場合だけ開く賢い自動ドア「インテリジェントecoドアシステム」

量に応じた最適な運用スタイルを選択できるエントランスユニット提案型商品。

◆「ナブコ防火戸」(特定防火設備)：SUS鋼製1.5mm厚ヘアライン・鏡面・バイブレーション、耐熱強化ガラス8mm厚仕様の引分け4機種・片引き6機種。同じくSUS鋼製の耐熱結晶化ガラス5mm厚(ネオ、カスミ)・同8mm厚(ハイグレード)の引き分け2機種・片引き2機種。鋼製1.6mm厚、耐熱強化ガラス8mm厚の引分け4機種・片引き6機種。

◆「Ecoロスカ」：日射熱約39%カット・紫外線約99%カット、視フロートガラスと同等の可視光透過率の遮熱強化合わせガラスを採用した快適・エコのロスカドア。◆「気密ドア(SOA)」：新型感染症用の隔離病室などに対応する高气密自動ドア。◆建具・エンジン装置・センサー一体化「ミニシリーズ」：折り戸のミニフォールド、グライドスライドのミニグライド等。

【最近の動き】 製造：ナブテスコ 販売・施工・メンテナンス：ナブコシステム、ナブコドア、オリエント産業のスーパーディーラー3社の強力なネットワークで、国内自動ドア市場のシェア50%超を占める不動のナンバーワンブランド。

「ナブコ」ブランドは、これまでも増して自動ドアの「安全啓蒙活動」に力を注ぐと共に、全国自動ドア協会を軸に進められている自動ドアのJIS化への対応にグループを挙げて取り組んでいる。

「ナブコ」の強さは、大型プロジェクトなどの物件対応力に表れている。用途別の販売割合をみると、オフィス・病院・大型商業施設・公共施設など

のビル向けが65%を占める。一般店舗向けが25%と、両分野だけで販売全体の9割に達する。工場・産業用6~7%、居住用その他4~3%を占める。

また、販売傾向をみると、取替え需要が約40%とこれまでの実績を活かしてトップブランドの強みを発揮している。さらに、ビル分野での強みは、特定防火設備用自動ドア500台、防火設備用1600台の施工実績にも表れている。

地域圏別の販売では、北海道・東北圏10%、北陸・中部圏15%、関東・甲信越圏35%、近畿圏15%、中国・四国圏10%、九州圏10%、海外5%の比率。

## 日本自動ドア

### 医療・介護施設向けバリアフリー、徘徊防止・環境衛生対策の「ハンズフリー認証自動ドアシステム」発売

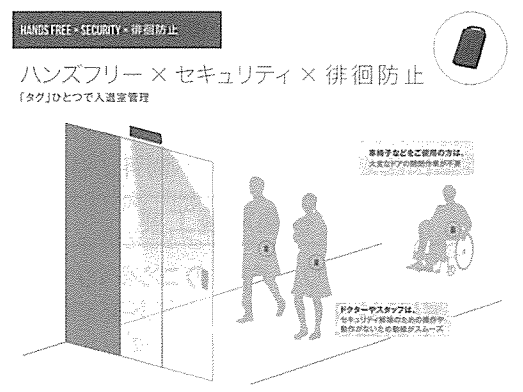
【ブランド名：日本自動ドア】 ■新提案商品——◆「ハンズフリー認証自動ドアシステム」：医療・介護施設向けのバリアフリー、徘徊防止対策、環境衛生対策をコンセプトに開発された、携帯型無線タグ認証によりストレスフリーでの入退室管理を可能にしたハンズフリー認証システム。ダブルスライドタイプの自動ドアとセット導入することで、片開きタイプの自動ドアよりも約1.3倍の有効開口を確保でき、車椅子の通行などに最適なエントランス空間を実現できる。

■主力商品・重点商品——◆スリムな自動ドア「JA100」：コンビニエンスストア向けで主流になりつつある100見付アルミサッシに対応したスライド自動ドア。信頼性と安全性を備えながらコンパクト化を実現。既存のスイングドアから自動ドアへの改修も、無目・ガラスを変えることなく納められることが特長。

◆「環境衛生検査サービス」：専用の測定器を使用し、ドアノブなどに付着している感染症の危険がある眼に見えない細菌や汚れを数値化し、検査結果をその場で知ることができる。また、より詳しく知りたい場合は、採取した検体を同社の研究所で精密な細菌数検査も実施できる。この業界初の新サービスは、自動ドア化により衛生面が向上できることを周知させることに目的がある。

◆アピガード「オクダケ」：近年、多発するゲリラ豪雨や台風などによる浸水対策として、店舗・車庫・家屋などの入り口に簡単に設置できる簡易脱着

日本自動ドア...「タグ」ひとつで入退室管理できる「ハンズフリー認証自動ドアシステム」



タイプの防水板。自動ドアのオプション商品として取り扱いを開始した。

■安全対策——◆キッズデザイン賞を第1回の「フラットレールPRO」以来、昨年の「お知らせ機能付きチャイルドロック」まで9年連続で受賞している。◆こうした「子どもの安全」を第一に考えた設計・開発部門と施工・メンテナンスの現場が一体となった自動ドアシステムづくりは、キッズデザイン協議会の子どもの安全向上を目的にした「CSD (Child Safety through Design)」認証の継続取得に表れている。

【最近の動き】 国内自動ドア市場が、人口減少と共に縮小が予想されるなかで、自動ドア化によるバリアフリー化、徘徊防止対策、環境衛生対策、セキュリティ対策などの向上を可能にする自動ドアシステムの開発に重点を置いている。

新提案の「ハンズフリー認証自動ドアシステム」も、車椅子通行などに最適なエントランス空間の実現を可能にするもの。こうした安全性と利便性を両立させた自動ドアシステムの開発は、9年連続受賞のキッズデザイン賞に示されている。

最近では、自動ドアメーカーの範疇を超える「環境衛生検査サービス」の提案・実施により、衛生面から自動ドア化の必要性をユーザーに周知している。こうしたユーザーにわかりやすく、きめ細かな提案を通じて自動ドアの拡大を進めている。

用途別割合は、一般店舗用80%、ビル・ホテル・病院・公共施設用17%、工場・産業用、居住用3%と店舗・商業施設を主力に展開する。

販売傾向をみると、取替え需要が24%と増加しているほか、メンテナンス契約率も16%と上昇しつ

つある。また、防火設備用自動ドアは240台の実績、特定防火設備用自動ドアは扱っていない。

地域圏別には、北海道・東北圏8%、北陸・中部圏9%、関東・甲信越圏52%、近畿圏17%、中国・四国圏4%、九州圏8%、海外2%の比率。

### 扶桑電機工業

#### エアシャワー向けのコンパクト型引分けダブルスライドドアや電動大型門扉等の特定オーダーに対応

【ブランド名：ドリーム】■重点商品——◆DCブラシレスモーター採用のスライド式自動ドア（共通特長：Wローラー採用の吊車装置、8mmピッチの歯付きベルト、LED照光式電源スイッチ、ID機能搭載のハンディターミナル方式による保守情報管理等）——「DC-70」（70mm見込みアルミサッシ内蔵型）／「DCH-4（12）」（100mm見付フロント用自動ドア装置）／「DC-5LM」（コンパクト型引分けダブルスライドドア。戸袋両サイド突き出しを少なくし限られたスペースを最大限に活用でき、狭い通路の間仕切りに最適なタイプ）。

■産業用・特殊仕様——◆電動門扉「400SL・400H」（スライドタイプ・スイングタイプ）／「防音ドア」（コア厚40mmの高防音性能のスライド式自動ドア）／「気密ドア」／「電波シールドドア」／

「X線遮蔽ドア」／「ホームスクリーンドア」／「ホームドア」／「鉄道車両用仕切自動ドア」／「エアシャワーシステム」／「多機能トイレシステム」／「入室管理システム」／「マンションシステム」等。

【最近の動き】一般店舗用からビル用、産業用、さらには特定用途向けの自動ドアシステムまで、きめ細かな受注活動を展開する。これは自動ドアシステムの設計段階から対応する開発技術力と製販一体の強みを活かす体制によって支えられている。特定用途に最適な自動ドアシステムの提供をセールポイントにしている。

用途別には、一般店舗用40%、オフィス・病院・ホテル・公共施設等のビル用37%、工場・産業用15%、居住用その他8%の販売比率。病院向けなどビル用の増加が目立つ。

販売傾向をみると、取替え需要25%、メンテナンス契約率10%。また、防火対応では、防火設備用自動ドア300台、特定防火設備用自動ドア5台と、一般店舗を中心にした展開。

地域圏別には、北海道・東北圏3%、北陸・中部圏12%、関東・甲信越圏40%、近畿圏15%、中国・四国圏17%、九州圏8%、海外5%の比率。有力代理店を置く中国・四国圏の高い比率が目立っている。

## 特集2: 医療・福祉施設向けの落ち込みをオフィスビル向けでカバーするスチールドア市場

2015年度非居住用着工床面積は5351万㎡と前年度比1.7%増と僅かながら増えた。スチールドア全体をみると、軽量鋼板ドアのおよそ半数を占めていた医療・福祉施設向けの軽量引き戸の急激な落ち込みが、スチールドア事業の業績に悪影響を与えた。

医療・福祉施設向けの好転が見込めない以上、スチールドアメーカーは、2020年東京オリンピック関連の再開発ビルや徐々に前年度比プラスに転じた新設マンションなど足元の成長分野に重点を移している。

### 重量ドア、オフィス用軽量ドア共三和シャッター、文化シャッター大手2社が圧倒的なシェアを堅持

スチールドア市場は、重量ドアと軽量ドアに大別される。重量ドア市場は、三和シャッター工業と文化シャッターの大手2社を軸に、中小スチールドア専門メーカーで形成する。ただ、重量ドア市場からの中小メーカーの撤退、あるいは大手メーカーの系列下に入るケースが増えており、大手2社への集中化がいちだんと進んでいる。

日本シャッター・ドア協会のまとめによると、2015年度重量ドアの出荷数は46万6030枚と前年度比4.2%減少した。三和シャッター工業が20万枚（前年度比9%減）、文化シャッター9万5000枚（12%減）と2ケタ近く減少したが、2社の合計シェアは依然60%を超えている。そうして今年度は両社とも過去最高の売上高を計画している。

\*

\*

一方、軽量鋼板ドアは、医療・福祉施設向けの軽量引き戸、オフィス向けの鋼製軽量ドア、マンションら集合住宅用玄関ドアに分けられる。大手2社は、病院向けの軽量引き戸の落ち込みが大きく苦戦を強いられたようだ。

「日本鋼製軽量ドア協会」の集計によれば、軽量鋼板ドア2015年度出荷数は38万8787枚と、前年度比10.1%減少した。

同協会は、三和シャッター工業、日本フネン、フジメタル、文化シャッター、モリテックインターナショナル、LIXIL、LIXIL鈴木シャッター、ルータス、YKKAPの各社で構成する。ビル用重量ドアとは違って、マンション・集合住宅用玄関ドアを主力商品としてあつかう住宅系メーカーが入っていることが特徴といえる。

オフィス用軽量鋼板ドアは、防火（SD）ドアの影響がよく、三和シャッター工業11万2000枚（3.7%増）文化シャッター4万4000枚（10%増）と、大手2社が重量ドアとトータルに受注するケースがおおい。YKKAP、LIXIL、日本フネンも展開するが、量的には極めて少ない。

### マンション・集合住宅用玄関ドア日本フネン16万1000枚（前年度比11%増）と高成長、LIXIL、三和シャッター、YKKAP続く

一方、2015年度新設マンションが11万8432戸、前年度比7.5%増と3年ぶりの増加、貸家も前年度比7.1%増と好調なこともあり、マンション・集合住宅用玄関ドアは増加傾向にある。

この分野では、日本フネンが16万1000枚（前年度比11%増）と、新設マンションの伸び率を上まわる高成長を遂げた。マンションドアのプロ集団としてデザイン力、オーダー対応力が、大手デベロッパー・設計事務所などに高く評価されたことが躍進の要因だ。業界で唯一、全商品を手に触れて確認

することができる東京・日本橋茅場町のショールームには来訪者が後を絶たないという。

LIXILが11万5200枚（13.4%減）で追っている。新機能の差圧解消・換気タイプの「エアート」シリーズの拡販に取り組んでいる。中級品、高級品の販売比率が比較的高いことも特長。マンション分野において窓や玄関ドア、水まわり商品などのトータル受注体制を敷く。

三和シャッター工業は8万6000枚（4.5%減）と、住居用ドアで伸び悩んだ。これまで中高級品のオリジナルオーダードアで新規需要をつかんできた実績があり、巻き返しが期待される。

YKKAPは5万8000枚（9.4%増）と、確実に伸ばしている。新商品として、住宅用玄関ドア販売の55%を占める電気錠スマートドアの集合住宅版として、建物全体（住戸、エントランス、通用口、エレベータ、宅配ボックス等）を1つのカギでハンズフリー解錠できる共用部システム「WAY PLUS」を新発売した。

文化シャッターは3万3000枚（3.1%増）と拡大傾向にある。これまでビル用ドアでの実績に比べて手薄であった住居用ドアでの今後の成長に期待を寄せている。

\*

\*

マンション・集合住宅用玄関ドアは、デザイン性の良し悪しが採用の決め手となるために、メーカーには多彩な商品バリエーションが求められる。販売傾向をみると、10万円以下の普及品がほとんどのメーカーで70～80%を占めている。15万円の中級品、20万円以上の高級品には、オリジナル性の高いデザインドアがおおい。

デザイン面だけではなく、快適な住環境を創出するための機能性が求められることも玄関ドアの特徴といえる。機能面では、防火性、対震性、防犯性がどのクラスのドアにも付加されている。最近では、強風対策としての差圧解消機能、断熱性、換気・通風機能などが注目されている。

### 三和シャッター工業

#### マンション用玄関ドア、中高級価格帯の「トレドール」「エックストール」販売比率45%と高水準堅持

【現況】ビル・マンション用鋼製ドアのトップメー

カーとして業界をリードする。2015年度ビル・マンション用ドア製品の売上高は537億円、前年度比0.8%減少した。これはドア事業を牽引してきた病院・福祉施設向け鋼製引き戸とマンション用ドアの不振が要因。「三和グローバルビジョン2020」第二次3カ年計画の初年度にあたる今期は売上高561億円、前年度比4.5%増を見込む。

新たなドア事業として、都市型水害に対応する防水商品のバリエーション強化を進めている。新商品「ウォーターガードSタイトドア」は、操作性に優れ、防水・防火性能を備えた低価格商品で、一般的なスチールドアに代わり設置できることが特長。新たに電気錠・窓付き仕様を追加し、通常時の安全性、非常時の利便性を向上させた。

◆「SDシリーズ」商品体系——「YAGドア」(板厚1.0mmの省資源・省エネタイプ)、「SDX」(板厚1.6mm官公庁仕様)、「遮煙防火設備」、「ファイヤードS」(耐熱合わせガラス入りステンレス製ドア)、「防音劇場」、「X線遮蔽ドア」、「軽量引き戸」など、あらゆるニーズに対応するスチールドアの圧倒的な品揃えを誇る。

用途別(売上高ベース)にみると、医療・福祉向けが49%とドア事業を牽引してきた。マンション・集合住宅向けが25%、オフィス向けが20%、ホテルその他6%の販売比率。

◆軽量鋼板ドアのマンション用ドア——フルオーダー対応の高級品「X-DOOR System」をはじめ、スタンダードシリーズの中高級品「トレドールシリーズ」の「ミクセラ」(複数の表面鋼板の組み合わせ)、「ディンプル」(プレスによる5種類のエンボスの組み合わせ)、「シオサイト」(臨海地区の外部廊下向き)、「エコア」(差圧解消・通風機能付)、さらに普及品の「セドールシリーズ」に「アバンセ」(ハイコストパフォーマンス)、「パルビオ」(選りすぐったカラーバリエーション・洗練されたデザイン)などを品揃えする。

価格帯別の販売傾向をみると、普及品(10万円)の「セドールシリーズ」が55%、中高級品の「トレドールシリーズ」「エックスドールシステム」が45%と、中高級品の販売比率が高いことが大きな特徴といえる。

これらのマンション用ドアをはじめ、オフィス用軽量鋼板ドア、一般ビル用防火ドアなどのトータルな商品構成力・開発力・営業力を駆使して、スチール

ドア事業の更なる拡大を図っている。

## 日本フネン

### 時代に先駆けた新商品提案力・開発力をセールスポイントにマンション用玄関ドア市場をリードする

【現況】 住環境に求められる安全性・快適性のニーズをより高次元で達成する、時代に先駆けた新商品提案力・開発力をセールスポイントに展開するマンション用玄関ドアのリーディング企業。昨年リニューアルオープンした東京・日本橋茅場町の「日本フネンショールーム」は、実際の施工現場をイメージしながら商品の選定・確認ができると大好評で来訪者が後を絶たないという。

現在、カタログに収録されていない新商品として、入隅の壁面を玄関ドア部と同一意匠で仕上げることができる新感覚のデザインドアが展示されている。こうしたマンション市場の動きに的確に対応した新商品提案や物件ごとに異なるオリジナルドアの開発などを通じて、マンション用ドアのトップメーカーとしての信頼度を高めている。

業界随一のバリエーションを誇る商品体系は、2004年度グッドデザイン賞を受賞した玄関ドア「ディンプルライン」に代表されるマンション用玄関開き戸のデザインドアシリーズを主力商品に構成する。

◆玄関開き戸——化粧鋼板の表面仕様には、「G-オリジナル」(内廊下専用の鏡面仕上げ)のフラットをはじめ、プレス、プレート、化粧モール、化粧モール象嵌、化粧レリーフなどの豊富なデザインドアを品揃えする。また、塗装仕上げやコンポジットのバリエーションも展開する。◆玄関引戸(特定防火設備)、エントランスユニット、軽量ドア、PSドア、リフォームドア、TFYトランクルームなど関連商品を扱っている。

用途別の販売傾向をみると、集合住宅向け94%、ホテル客室4%、オフィス・その他2%と、ほぼマンション用玄関ドアに特化している。大手デベロッパーを中心に商品づくりが高く評価されており、同社も超高級のオリジナルドアの設計依頼などにきめ細かく対応できる体制を敷いている。

販売価格帯別には、高級品(平均販売価格20万円)12%、中級品(同14万円)10%、普及品(同8万円)78%と、ボリュームゾーン向けのマンション用玄関ドアを主要なターゲットに展開する。

また、マンション用玄関ドアに求められる機能としては、防火、対震、断熱、防音、換気・通気の順にあげる。防犯については、ほぼ全量に付加されている。これらの機能を充たしていることを前提に、意匠、デザイン、施工効率の高い設計が要求されているとの見方。さらに、近い将来、職人不足がより顕著になるとの予想で、いままでの品質にプラスした新たな付加価値が求められているとも指摘する。

## 文化シャッター

### 鋼製重量ドア軸にドア製造拠点を拡大、病院・福祉施設向けの減少を再開発関連のビル向けでカバー

【現況】 マンションら集合住宅、工場・倉庫、オフィスビル・公共施設、病院・福祉施設、学校、ホテル・商業施設などのビル分野を軸にトータルに展開するスチール製ドア・引戸のリーディング企業。ドア製造のグループ企業にBXケンセイ、BX鐵矢、BX東北鐵矢、BX朝日建材を置く。

シャッターにならぶ基幹事業に位置づけられるドア事業は、2016年3月期売上高374億4400万円、前期比8.7%増加した。医療・福祉施設向けの引戸が減少したにもかかわらず、再開発にともなうオフィスビル向けが堅調に推移したことで増収を確保した。今期も再開発ビル需要を見込み売上高388億円、前期比3.6%増の計画。

◆重点商品——◇止水ドア「アクアード」:片開きスチールドア。通常時は防火ドア(自閉式機能付き特定防火設備)として、非常時に水密扉として使用する。◇自閉式引戸「カムスライダー屋外タイプ」:公園のトイレ用ドアに使用。◇開放軽減機構付鋼製ドア「エア・バランサー」:加圧防排煙動作時でも100N以下で開閉できるようにして火災時の避難経路の安全を確保する。消防庁長官表彰優秀賞受賞。

◆マンション玄関ドア——「EDM」(軽量鋼板玄関ドア) / 「EDS」(重合住宅向け規格玄関ドア) / 「PDR」(改修用玄関ドア) / 「PB・PBR」(BL玄関ドア)等。◆室内用軽量鋼板ドア「PD」(オフィス、学校、ホテルなど向けのオーダー対応ドア)。◆高齢者集合住宅向け玄関引き戸「ヴァリフェイスAi」等。◆ビル用鋼製ドア——標準スチールドア「SD」(表面材1.6mm溶融亜鉛メッキ鋼板) / 「SDS」(遮煙SDドア) / 「SDO」(遮煙SD折れ戸)

/ 「EDP・SDP」(国交省標準建具適合ドア)等。スチール製ドア・引き戸の総販売数は22万4000枚、このうちSDなど鋼製重量ドア9万5000枚、軽量鋼製ドア7万7000枚、鋼製軽量引き戸5万2000枚の比率。「SD」シリーズを主力商品にビル用鋼製ドア市場を牽引する。とくに、オフィスビル、工場・倉庫、学校、医療・福祉施設に浸透を強めている。

軽量鋼板ドアの販売傾向をみると、価格帯別には中級品65%、高級品25%、普及品10%と、高付加価値商品の拡販に重点を置いている。用途別には、内部用ドア4万4000枚、マンション・ホテル用3万3000枚の比率。医療・福祉施設向けの減少を一般ビル用でカバーする。

## LIXIL

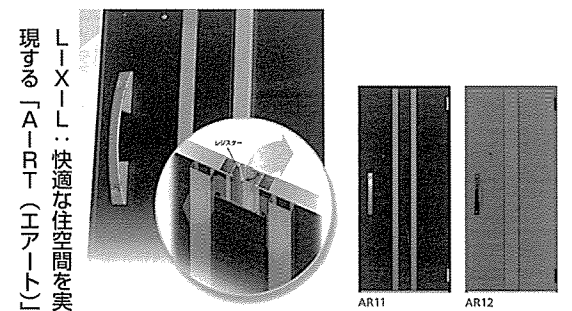
### 快適な住環境を実現する通風・換気型「AIRT(エアート)」拡販、セミオーダー「NX-PRO」中心に展開

【現況】 中低層集合住宅を中心に中高層マンションまでカバーするスチール玄関ドアのトップ企業として業界をリードする。住宅用玄関ドアで培ったデザイン性、機能性を取り入れた高意匠・高機能スチール製玄関ドアの拡販に重点を置いている。

ビル用鋼板ドアの用途別販売をみると、集合住宅向けが95%と圧倒的な割合を占めている。居住用以外では、ホテルやオフィスなどの一般ビル分野に展開する。

集合住宅用玄関ドア向けの軽量鋼板ドアが主力商品。最近の住宅に求められるデザイン、断熱、採光・通気ニーズに対応した高意匠・高機能ドアの開発、浸透に力を注いでいる。

重点商品として、快適な住環境の創出を目的に





LIXIL

熱貫流率1.90W/(㎡・K)を実現したマンション・ビル用高断熱ハイブリッド窓「プレセア」を新発売

LIXIL(瀬戸欣哉社長)は、業界初のビル用高断熱ハイブリッド窓「PRESEA(プレセア)」を、8月1日北海道・東北地区から発売を開始する。両地区以外は10月1日から販売開始予定。

ビル用「プレセア」は、枠見込100mm、空気層16mmのアルゴンガス入りLow-E複層ガラス仕様で、熱貫流率1.90W/(㎡・K)の断熱性H-6を実現したもの。中空層12mm・Low-E複層ガラス使用時2.33W/(㎡・K)・H-5。

耐風圧性S-6(15階建てマンション相当)、気密性A-4、水密性W-5、遮音性T-2、T-3(防音合わせ複層ガラス使用時)。

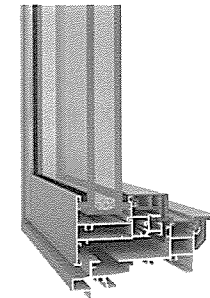
こうした高断熱性能と、フレームを約50%スリム化してガラス面積を従来比約30%拡大した眺望性のよさ、あらゆる空間に馴染むクレセントデザイン、ボールベアリング戸車の採用で開閉力を30%軽減した操作性など、断熱性とデザイン性・機能性を兼ね備えていることが特長。

内観カラーは、メタリック調のシルバー、ステンカラー、壁紙になじむプレシャスホワイト、木目のクリエペール、クリエダークの全5色。引違い・片引き・両袖片引き・たてすべり出し・たてすべり出し非常用進入口・FIX・排煙突き出し・ドア(一般ドア/フレームイン)等。

「プレセア」LowEPGの価格は、アルミLowEPGよりも15%低価格を実現。マンション・ビル用の高性能窓の主力商品として、3年後40億円をめざしている。

省エネ+健康・快適な住まいづくりの断熱性能推奨基準「HEAT20 G2」をクリアする新たな充填付加断熱工法「スーパーウォールデュアル」発売

LIXILは、高気密・高断熱・高耐震の充填断熱工法「スーパーウォール(SW)工法」を進化させた新工法「スーパーウォールデュアル」を開発した。



新工法は、住宅の省エネ性能だけでなく、健康・快適な住まいの実現をめざす断熱性能推奨基準「HEAT20 G2」(高断熱化技術開発委員会・通称HEAT20の定義)をクリア、国内トップクラスの高性能住宅の実現を可能にするもの。

「スーパーウォールデュアル」は、全国約9900店のSW加盟ビルダーを通じて、既存のSW工法の外側に50mmの硬質ウレタンフォームによる付加断熱を組み合わせた「100EX」(5月全国発売)と、同じく内側に石膏ボード9.5mmと硬質ウレタンフォーム30mmの一体パネルで付加断熱を施す「100IN」(7月発売予定)を展開する。

DUALパネルの断熱性能は、熱抵抗値5.00㎡K/W(2×6工法Q値0.91、UA値0.28に相当)と、従来のSWT100(ZEH対応パネル)の約2倍の断熱性能を実現した。

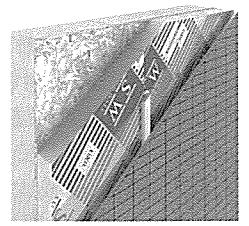
「100EX」の特長は、長尺フルオーダージャストカット対応、邸別パネル割付図書と標準化した施工マニュアルに従って取り付ける簡易施工。一方、「100IN」は、断熱材と石膏ボードを同時に施工できる石膏ボード一体化パネルの採用、外壁側に付加断熱施工が困難な狭小地にも対応できること。このDUALパネルは、35年ウレタン無結露保証付き。

「スーパーウォール工法」は、1995年のスタート以来、20年で累積約4万4000棟の実績を残している。今回のZEHの先をいくHEAT20基準の採用で、住宅の省エネ+健康で快適な高性能住宅の普及を加速させる。

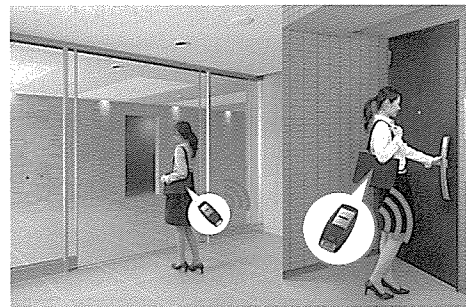
SW棟数全体の販売目標として、省エネ基準適合義務化の2020年にSWT100を55%、SWDUALを25%、また、新築住宅平均でZEH実現の2030年にSWT100を30%、SWDUALを70%に引き上げる計画。

「フロントコンテスト」の応募総数1325点の中からグランプリに作品「浜山保育園」(出雲市)を選出

LIXILは、「LIXILフロントコンテスト2015」で、全国の設計事務所、建設会社、販売店、加工店からの応募総数1325点の中から優秀作品12点を選出、表彰した。



YKK AP・建物全体を一つの  
カギで解錠できるスマートドア共  
用部システム「WAY PLUS」



各住戸のスマートドアのキーを使用して、共用部設備の解錠ができるもので、建物全体のセキュリティと利便性を向上させる。キーをポケットや鞆に入れたままか、キーを近づけるだけで共用部設備の解錠ができるので、両手がふさがっていてもスムーズな入館・入室が可能。さらに子どもや高齢者も簡単に操作できることも特長。利便性とセキュリティを両立させた高機能の共用部システムとして提案活動を強めている。

◆重点商品——◇「換気機能付き玄関ドア」(扉下部底辺部分の開口と室内側の換気パネルで通気する構造。室内側のデザインに制約がなく、新築・リフォームの全デザインから選択可能)。◇「スマートドア」(電池式を追加。配線工事が不要で新築・リフォームを問わず施工性が向上)。

◆集合住宅用スチール玄関ドア——◇ハイグレード商品「R's SDX」(全16デザイン) / 基幹商品「EXIMA80St」(全32デザイン・全28色) / 改修玄関ドア「扉交換工法 耐震仕様」(既設枠と新たな扉の間に空間を持たせて、地震発生時に枠の変形でドアが開かないリスクを軽減する構造) / 「BL」(新築・改修用)等。

販売傾向をみると、用途別には集合住宅用玄関ドア97%、ホテル客室3%の比率。販売価格帯別には、普及品(10万~8万円)が93%を占める。中級品(15万~10万円)と高級品(35万~25万円)7%にとどまる。防犯建物部品・防犯配慮型部品は販売全体の半数を占める。玄関ドアのリフォーム市場は順調に伸びている。

最近のマンション用玄関ドアは、地震時に開く、防犯性、デザイン性、操作性、換気機能などが求められているとの見方。今後、スマートドア共用部システム「WAY PLUS」のような利便性を追求した高機能商品の拡販に力を入れる。

開発された通風・換気型「AIRT(エアート)」)。住まいの高気密化にともなうカビや臭気などを解消する効果がある。ドア本体にレジスターを内蔵し、室内側からツマミを上下スライドさせて開閉する機構。レジスター部が上下2段タイプと1段タイプ。全6デザイン用意。また、中高層マンション用ハイグレード玄関ドア「NE」シリーズの漆黑ガラス仕様の「ルミニエ」、素材感に奥行き感を融合させた「モニュジュ」、本体にブラックステンレスを配した「フィグリテ」など、上質のデザインドアにも力を入れる。

◆集合住宅・ホテル用スチールドア——中高層マンション用玄関ドア「NX-PRO」(セミオーダー仕様。オリジナルデザイン、通風・換気型、対塩害タイプなどをフルラインアップ) / 中高層マンション用玄関ドア「NX」(高水準規格ドア) / 集合住宅用「NT」(コストパフォーマンスを追求) / 中高層マンション用玄関ドア「ES」(マンションの長寿命化を視野に入れたシステム玄関ドア) / エントランスユニット「飾り袖ユニット・ロングエントランスパネル」 / 改修用玄関ドア「RS」 / マンション用玄関引き戸「スライドエース」 / 優良住宅部品「BL」 / ホテルドア「HD」等。◆ビルスチールドア——「LDシリーズ」(室内用軽量引き戸「カールスライドII」、室内用軽量開き戸)。

価格帯別にみると、主力商品が普及品(10万円)70%、中高級品(15万~20万円以上)30%の販売比率。中高層マンション用玄関ドア「NX-PRO」と「NX」の両シリーズを中心に展開する。

今後の高い成長が見込める玄関リフォーム需要の獲得に重点を置く。1dayリフォーム「リシャイン」(5デザイン・6カラー)を中心に拡販を進めている。機能面では、防火・対震・防犯をベースに断熱・採風ニーズの取り込みを図っている。

YKK AP

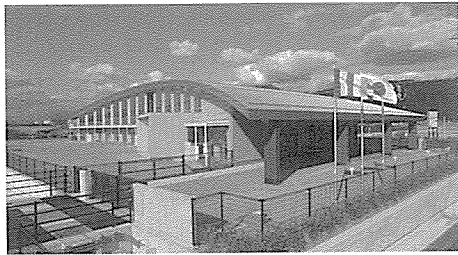
各住戸のスマートドアのキーで共用部設備の解錠ができるスマートドア共用部システム「WAY PLUS」提案

【現況】 集合住宅用玄関ドアの高機能化に力を注いでいる。集合住宅用スマートドア「R's SDX」「EXIMA80St」に、集合住宅の共用部エントランスの自動ドアや宅配ボックス、エレベーターなどにも対応するスマートドア共用部システム「WAY PLUS」を開発、発売した。

グランプリは、作品【浜山保育園】<出雲市、設計事務所：(株)中林建築設計事務所／建設会社：内藤建設工業(株)／代理店：福岡商事(株)／加工店：岡山ビルサッシ工業(株)>に決定した。

審査員は、一言でいえば美しく、格好よいところが他の作品と比較して群を抜いている。とくにカーブを描く外壁と大屋根の形状がフロント材を駆使した開口部のデザインと調和してバランスが良く、さらにそれを引き立てる素材、とくに縦ルーバーと外装仕上げ材の目地の関係性も美しいとコメントする。

「浜山保育園」  
グランプリ作品



□金賞受賞作品——◇小規模施設部門：「若月印刷本社」<寒河江市、建築設計・藤野事務所／(株)シェルター／(株)日東軽金山形支店／(株)日東軽金製作工務部>。◇大規模・複合施設部門：「和泉市北部リージョンセンター」<和泉市、(株)類設計室／(株)深坂工務店／和泉トヨー住器(株)／(有)ダイコーアルミ>。◇リフォーム・住宅・応用部門：「(株)マルナマ古清商店冷蔵庫・水産加工工場」<函館市、(株)二本柳慶一建築研究所／(株)森川組／(株)三田商店函館支店／道南清水サッシ(株)>。このほかにも、各部門の銀賞(3点)・銅賞(5点)、さらに優秀加工技術賞20社が選出、表彰された。

## YKK AP

高性能樹脂窓の普及・啓蒙を推進する「APWフォーラム2016」、過去最大規模の全国50ヶ所で開催

YKK AP(堀秀充社長)は、高性能樹脂窓の普及・啓蒙を推進する「APWフォーラム2016」を、5月12日札幌会場を皮切りに過去最大規模の全国50ヶ所で開催する。2012年開始以来、5回目の今年は、2020年省エネ基準適合義務化、その後のZEH本格化に備えて会場を昨年比2倍に増やして8000人の動員をめざしている。

フォーラムでは、APWシリーズの最新商品「APW431大開口スライディング」、最新樹脂窓に窓リフォームできる「かんたんマドリモ」、高断熱玄関ド

ア「イノベスト」などの実物展示、熱貫流率1.0以下の窓や玄関ドアなどZEHを視野に入れた商品を提案する。また、高性能な家づくりについて有識者による講演セミナーが実施される。

## LIXIL

「LIXIL春のショールームフェア2016」、全国94ヶ所のLIXILショールームで6月30日まで開催

LIXIL(瀬戸欣哉社長)は、「LIXIL春のショールームフェア2016」を6月30日(木)まで全国94ヶ所のLIXILショールームで開催中。

開催期間中に、衛生陶器「アクアセラミック」搭載の「SATIS」や、システムバスルーム「SPAGE」、キッチン「リシェルPLAT」など全23種の対象商品を見積り・成約した方から抽選で150人に1万円相当の商品と交換できる岐阜とカタログ「リンベルスマートギフト」をプレゼントする。また、抽選に漏れた方を対象にTポイント500ポイントを3000人にプレゼントする。フェアは全国のLIXILショールームで午前10時～午後5時まで開催中。水曜日休館(祝日の場合開館)。応募は7月31日(日)当日消印有効。

## 文化シャッター

新中期経営計画(2016-2020)を発表、  
2021年3月期連結売上高2000億円  
「注力事業」売上比率30%超をめざす

文化シャッター(潮崎敏彦社長)は、新中期経営計画(2016-2020)～進化する快適環境ソリューショングループ～を発表した。

事業目標は、2016年3月期連結売上高1431億円(基幹事業1037億円・注力事業291億円)を、2021年3月期に連結売上高2000億円(基幹事業1279億円・注力事業602億円)の実現を計画する。また、営業利益率も2016年3月期7.1%から2021年3月期10.0%をめざしている。

連結売上高2000億円実現のポイントのひとつとして、エコ・防災事業(止水・エネルギー)、ロングライフ事業(リフォーム・リニューアル事業)、海外事業、特殊建材事業、メンテナンス事業などの「注力事業」の売上比率30%超の達成が見込まれている。2016年3月期291億円を2021年3月期602億円まで引き上げる計画。

事業年度別の計画は、2017年3月期売上高1510億円(前期比5.5%増)／営業利益102億円(1.1%増)、

2018年3月期1630億円(7.9%増)／138億5500万円(35.8%増)、2019年3月期1750億円(7.4%増)／162億7500万円(17.5%増)、2020年3月期1880億円(7.4%増)／184億2400万円(13.2%増)、2021年3月期2000億円(6.4%増)／200億円(8.6%増)。

## 三和ホールディングス／三和シャッター工業

第二次3カ年計画(2016～2018年度)連結売上18年度4100億円(15年度比12.1%増)・営業利益同370億円(同37.7%増)と過去最高を継続する

三和ホールディングス(高山俊隆会長CEO)は、「グローバル・メジャー」としての競争力を強化することを目標とする「三和グローバルビジョン2020」第二次3カ年計画(2016～2018年度)を発表した。

計画では、連結売上15年度実績3656億円を18年度4100億円(15年度比12.1%増)・営業利益同268億7000万円を370億円(37.7%増)と過去最高を継続。営業利益率目標18年度9.0%とし、2020年までに10%台をめざす体制づくりを行なう。ROE2018年度15.0%を目標に掲げる。

セクター別の18年度売上高／営業利益目標——◇三和シャッター工業2030億円(15年度1802億円、15年度比12.7%増)／225億円(同186億7000万円、同20.5%増)◇国内子会社361億円(同308億円、同17.2%増)／26億円(同17億6000万円、同47.9%増)◇ODC米国1210億円(同1101億円、同9.9%増)／99億円(同63億8000万円、同55.1%増)◇ノボフェルム欧州613億円(同533億円、同14.9%増)／37億5000万円(同16億8000万円、同2.33倍増)◇アジア事業18年売上目標97億円(15年実績73億円、16年予想83億円)／営業利益4億6000万円(15年1億7000万円損失、16年2億9000万円)。

## 日本シャッター・ドア協会

新会長に木下和彦氏(三和シャッター工業代表取締役副会長)就任、6月施行防火シャッター・ドアの点検検査の円滑な実施に取り組む



木下新会長

日本シャッター・ドア協会は5月24日、東京・グランドアーク半蔵門で28年度通常総会を開き、会長に木下和彦氏(三和シャッター工業代表取締役副会長)、副会長に潮崎敏彦氏(文化シャッター代表取締役社長)、小松進氏

(田中サッシュ工業代表取締役社長)の新3役・新役員体制、ならびに28年度事業計画を決めた。

木下新会長は、6月から施行される防火設備に関する検査制度が円滑にすすむように協会を挙げて協力していく。日本建築防災協会から委託を受けている防火設備に関する検査資格者の実技講習を実施し、検査員を目標の6000人に近づけたいと挨拶した。

## 建築改装協会

5月26日一般社団法人化し新たにスタート、昨年度の会員末端売上高949億8400万円と前年比6%増加



永木会長

建築改装協会は、5月26日任意団体を一般社団法人化し、永木公三会長、石嶋昭信副会長、川口隆宏副会長の新たな体制でスタートした。

永木会長は、経済産業省からの「住宅省エネリノベーション促進事業」、国土交通省からの「長期優良住宅化リフォーム推進事業」などのより、低炭素社会に向けた、またゼロエネルギー化など、既

築分野への政策がスタートし、市場への後押しとして大変期待していると挨拶した。

昨年の協会会員末端売上高は949億8400万円、前年比6%増加した。またアイテム別には、窓534億4300万円(前年比4%増)、ドア185億7600万円(9%増)、外装20億6100万円(3%減)、手すり28億8400万円(6%増)、面格子2億8900万円(24%増)、フロント138億1000万円(3%増)、内装15億9400万円(2.79倍)、補修23億2700万円(11%増)。外装の金属パネルや内装が大きな伸び。

## 長期使用住宅部材標準化推進協議会

新会長に伊久哲夫氏(積水ハウス取締役専務執行役員)、CjK部材標準化70品目、会員数100社めざす

長期使用住宅部材標準化推進協議会(略称：長住協<CjK>)は、新会長に伊久哲夫氏(積水ハウス取締役専務執行役員)の就任を決め、第5期(28年度)事業をスタートした。

平成20年の発足以来8年間で、参画企業75社・57品目の長期使用対応部材(CjK部材)が標準化されている。これを2年後の平成30年3月末までにCjK部材の標準化70品目、会員企業数100社をめざす方針を決めた。