

建材マーケット

(住宅編 上)

 ナカ工業株式会社 www.naka-kogyo.co.jp

ナカ工業のLED製品

建築 × 照明



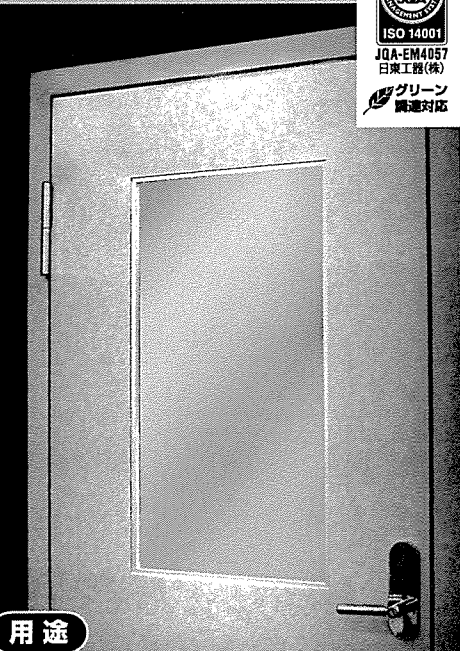
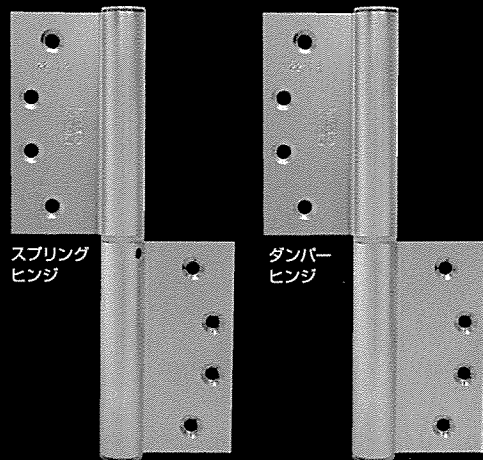
通巻第11号

2017年版
建材市場創研

オートヒンジ/スリムなボディの丁番タイプクローザ

小型丁番 2000シリーズ

PAT.P



用途

- 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

特長

- ボディ(円筒径)φ20mmとスリムな形状。
- 耐久性100万回(ヒンジクローザのJIS規格性能に対し10倍を実現)
- 取付けは、枠・扉への彫り込み加工のいらぬ面付けタイプにより簡単施工。
- スプリングヒンジのセットは、工具を必要としない簡単セット。
- ダンパーヒンジの閉じスピード調整は、調整範囲が広いため好みに合わせ易い。

オートヒンジ

多彩なドアに調和する
アームレスドアクローザ

- 中心吊型 ●丁番型 ●丁番型PC ●ステンレス丁番型
- クリエイト(持ち出しタイプ) ●コンシールド
- 防火折りドアシステム ●引き戸クローザシステム

軽量引き戸用
後付クローザ **アケピタ** USC series

アケピタと開まる!



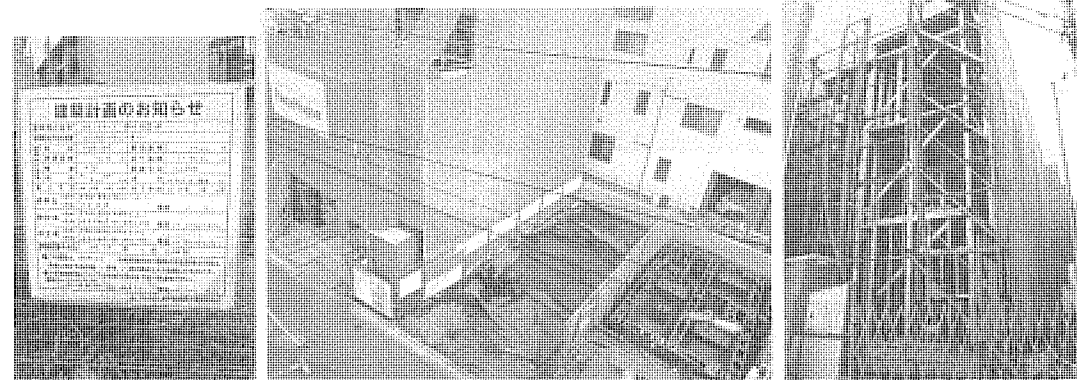
日東工器株式会社

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

| | | | |
|-------|-----------------------------|------------------------|-------------------|
| 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 | 〒465-0092 名古屋市名東区社台3-173-2 | Tel: 052-726-9044 (代表) | Fax: 052-772-7744 |
| 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51-13 | 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 開口部材 | 3 |
| 文化シャッター 三和シャッター工業 ニチベイ セイキ販売 LIXIL 日本経済新聞社 | |
| 全国主要建材販売量便覧 | 17 |
| アコーデオンドア ブラインド ドア・引戸(玄関・室内他) ブ ラインドシャッター 補助手すり 窓製品(木造用アルミサッ シ・木造用樹脂サッシ、窓シャッター・金属雨戸)、目隠し(窓 目隠し・格子スクリーン) ドアクローザ 避難ハッチ 床点検口 | |
| 業界ニュース | 37 |
| プレハブ建築協会 日本シャッター・ドア協会 全国自動ドア協会 JAPANTEX 三和ホールディングス 三和シャッター 町田ひろ子アカデミー ナカ工業 文化シャッター | |
| 新製品クローズアップ | 52 |
| 昭和フロント ユニフロー バークレージャパン セイキ販売 ニチベイ 三和シャッター工業 LIXIL | |



詳しくはホームページで
三和シャッター 検索



多様な住宅スタイルへの融合性を追求した、究極のユーティリティ・デザイン。



リブタイプ

- ウレタンフォーム充填パネルを採用。
- パネル連結部は目立たず、指はさみを防ぐ構造。
- パネルデザインはリブタイプ2色と額縁タイプ1色。
- 記録スペースをレール内に設けたコンパクトな納まり。
- 障害物検知装置、停電時手動切替装置を標準装備。

ビルトインガレージ向けオーバースライダー [キャンディ ネオ]

CANDY NEO

三和シャッター工業株式会社 03-3346-3011



クローズアップ 開口部材 防災・省エネ・快適対応製品

東日本大震災が起きて今年で6年目を迎え、その後、熊本・大分地区震災。台風・集中豪雨では、栃木・茨城（特に常総市水害）、また今迄あまりなかった北海道と、台風災害が発生、そして新潟糸魚川の大規模火災と記憶に新しく、防災対策は常に大きな関心事であり、地域・建物と各種災害にどう適切な予防対策を講じたら良いかが課題となっている。

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



株式会社ニチベイ
本社 / 〒103-0027 東京都中央区日本橋3-15-4

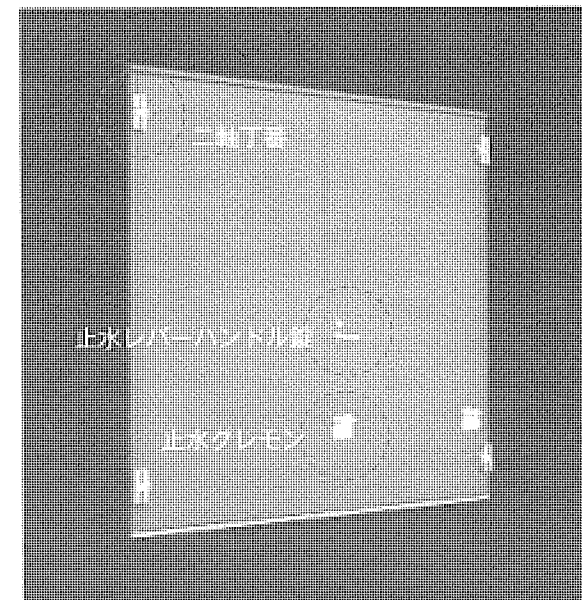
Creation of Human Space
人と環境に優しい快適空間
[「ユー・マフ・スペース」]の創造を目指します。

ニチベイ 株式会社

浸水高さ3mの水圧荷重に耐える「アクアード」に 広い開口部対応や錆びにくいタイプの追加で好評

文化シャッター

文化シャッターは、ビルや店舗等の通用口の浸水対策として採用されている止水ドア「アクアード」に、機械室やサーバー室の出入口など広い開口部に対応した「両開きスチールタイプ」と、港湾施設の塩害対策として、錆びにくく意匠性の高い「片開きステンレスタイプ」を、昨年9月に追加発売。浸水高さ3mの水圧荷重に耐えられる防水用設備として好評という。



アクアード「両開きスチールタイプ」
(浸水対策時、屋外側)

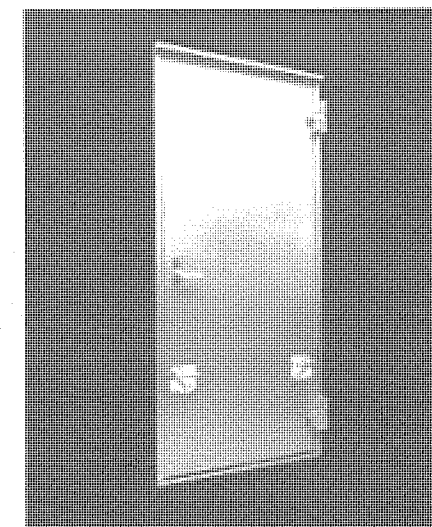
● “軽くて簡単な操作性”を実現

「アクアード」は重厚な水密扉に比べて軽量なため、通常時は一般的なスチールドアと同等の軽い力（開閉力50N）で扉を開閉できる。

浸水の恐れがある非常時は、扉を全閉した後、扉に装備されている「止水グレモン」を引き上げる等の簡単な操作で、浸水対策が完了できる。

● “浸水高さ3mの水圧荷重に耐えられる独自構造”

①「止水グレモン」の操作により、「二軸丁番」の動きと連動して扉が枠に密着、②「止水グレモン」「止水レバーハンドル錠」が扉との接合部や鍵穴の隙間からの漏水を防止、③枠に一



アクアード「片開きステンレスタイプ」
(浸水対策時、屋外側)

一般的なエアタイトゴムと「止水ゴム」を採用、の独自構造により、ドア全体が水没する3mの浸水時でも屋内側への漏水量は $20\text{ l} / (\text{h} \cdot \text{m}^2)$ （漏水量 $20\text{ l} / (\text{h} \cdot \text{m}^2)$ は幅2,400mm、高さ2,400mmの場合。なお、当データは実験値であり保証値ではない。）以下と高い止水性能を発揮する。

● “特定防火設備” としても設置可能

■仕様

| 扉仕様 | | 片開きスチールタイプ | 両開きスチールタイプ | 片開きステンレスタイプ |
|-----------|-----|---|-------------------------|-------------------------|
| 設計範囲 | 最大 | 幅 1,200mm 高さ 2,400mm | 幅 2,400mm 高さ 2,400mm | 幅 1,200mm 高さ 2,400mm |
| | 最少 | 幅 600mm 高さ 1,500mm | 幅 1,200mm 高さ 1,500mm | 幅 600mm 高さ 1,500mm |
| 扉厚 | | 40mm ~ 60mm | 60mm | 40mm |
| 材質 | 扉 | 表面材 | スチール製 厚さ 1.6mm | ステンレス製 厚さ 1.5mm |
| | | 力骨 | スチール製 厚さ 2.3mm | ステンレス製 厚さ 2.0mm |
| | 枠 | スチール製 厚さ 1.6mm | ステンレス製 厚さ 1.5mm | |
| | 沓ずり | ステンレス製 厚さ 1.5mm (2.0mm) | | |
| 止水高さ（静水圧） | | 水位基準から 3,000mm まで（専用の止水レバーハンドル錠を使用した場合） | | |

設置条件：新設および既設で外開き限定。ただし、既設のカバー工法は原則不可。

■性能

| | |
|------|--|
| 止水性能 | $20\text{ l} / (\text{h} \cdot \text{m}^2)$ 以下（※1） |
| 防火性能 | 特定防火設備・防火設備（例示仕様）（※2） |

※1：当データは同社実験値であり保証値ではない。設置箇所の状況、設置環境により止水性能は変わる。「アクアード」は完全止水商品ではない。

※2：扉面積 3m^2 まで。

NTT東日本のHEMSサービスと連携 戸締まり、台風や竜巻の発生時でも外出先から 窓シャッターを一斉操作

文化シャッターは、同社の電動窓シャッター「マドマスター・スマートタイプ」と東日本電信電話が提供するHEMSサービス「フレッツ・ミルエネ」との連携“第2弾”として外出先から複数の電動窓シャッターの一斉操作及タイマー制御による開閉をは

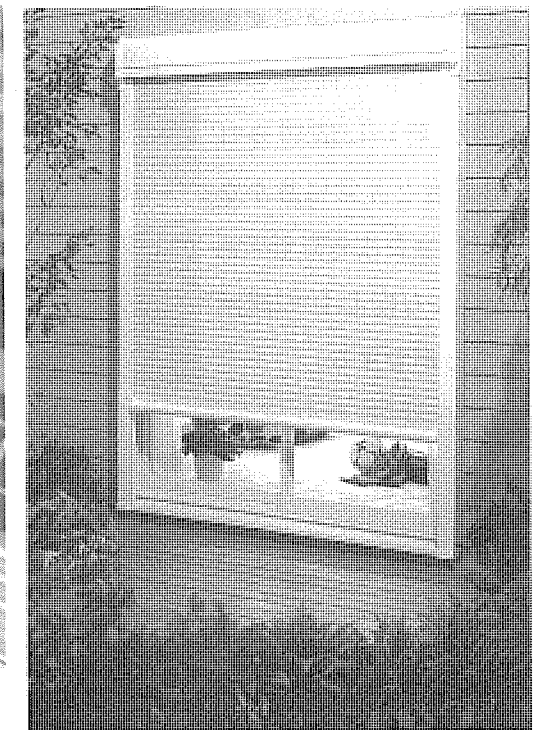
じめ、在宅情報に基づいて自動制御でき電動窓シャッターとして2月1日より対応を開始した。

NTT東日本との連携“第1弾”では、各部屋の電動窓シャッター「マドマスター・スマートタイプ」は、スマートフォンやタブレットを使って個別に操作する必要があったが、このたびの“第2弾”では、複数の電動窓シャッターを一斉に操作したり、タイマー制御で開閉でき、外出先からの操作性が確実かつ手軽にできるようになった。

同社では、HEMSの標準通信規格であるECHONET Liteに準拠した電動窓シャッター「マドマスター・スマートタイプ」を、帰宅が遅くなるなど戸締まりが心配な時や、台風や竜巻の発生時でも外出先から対応できる安心・安全サポートができる電動窓シャッターとして、積極的に提案を進めている。



外出先からの操作イメージ



電動窓シャッター
「マドマスター・スマートタイプ」

“ウレタン充填アルミスラットシャッター” 追加住宅用ガレージドア「キャンディネオ」新発売

三和シャッター工業

三和シャッター工業は、戸建住宅用シャッターゲート「サンゲート」に“ウレタン充填アルミスラットシャッター”を、昨年11月に追加発売。さらに、住宅用ガレージドア「キャンディネオ」を1月に発売した。

■戸建住宅用シャッターゲート「サンゲート」

“ウレタン充填アルミスラットシャッター”

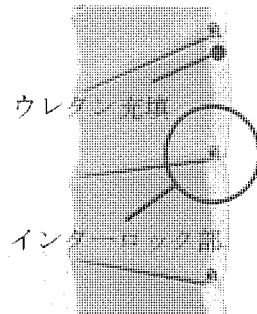
主な特長：静かな開閉音、高い意匠性で好評を得ているガレージシャッター「静々動々」と同じものを使用。特に、開閉音は55dB程度と非常に静かなため、閑静な住宅街で早朝や夜間にも安心して開閉することができる。



また、従来のシャッタータイプである“アルミスラットシャッター”“アルミグリルシャッター”など4種類のシャッタータイプに、“ウレタン充填アルミスラット”をラインアップしたことで、ゲート全体のバリエーションが豊富となり、選択幅が広がった。

■住宅用ガレージドア「キャンディネオ」

「キャンディネオ」は、ウレタンフォーム充填パネルを使用したオーバースライダー



開閉音の静かさ

内部にウレタンを充填し軽量化したスラット、金属同士の摩擦音が少ないインターロック部、摺動性の高いガイドレールをそれぞれ採用することで開閉音が55dB程度と非常に静かな開閉を実現した。

タイプの住宅用ガレージドア。従来の木目調パネルのガレージドア「ウッディ」とアメリカンスタイルのガレージドア「キャンディ2」を集約してモデルチェンジした商品で、幅広いパネルデザインから選択できるようになった。



また、配線がむき出しに

ならないよう配慮した納まりを新規で設定し、意匠性の向上を実現している。

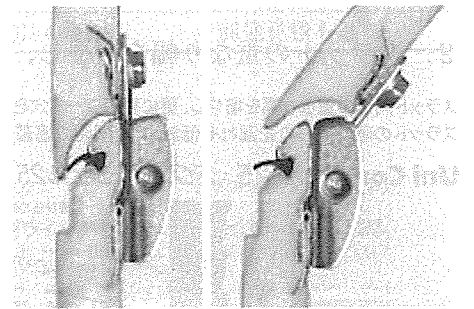
パネルデザインはリブタイプと額縁タイプの2種類、パネルカラーにホワイトとゴールドオークの2色を取り揃えている。洗練したデザインと木目の質感が特長のガレージドアで、多様な住宅スタイルにも調和するデザインが選択できる。また、パネルの連結部にすき間のないピンチレス（指はさみ防止）パネルを採用し、障害物検知装置を標準装備することで十分な安全性を確保している。

パネルは欧州のグループ会社であるノボフェルムグループ製、開閉機は米州のグループ会社であるオーバーヘッドドア社（ジニーブランド）を採用し、日・米・欧のグローバルシナジーを追求した商品となっている。

■業界トップクラスの安全性を確保

●指はさみ防止『ピンチレス構造』のパネルを設定

パネル連結部にすき間のないピンチレス（指はさみ防止）パネルを採用している。すき間がないため、指をはさむ心配がない。



ピンチレス構造

●障害物検知装置を設定

挟まれ防止として、床面から150mmと500mmの2箇所に光電センサーを標準装備している。また、万が一に備えて障害物と接触した際に反転上昇する不可検知機能を標準装備している。

冷暖房使用時の電気代を年間28.6%削減 「ユニコンシェル25」「テクニストシェル25」

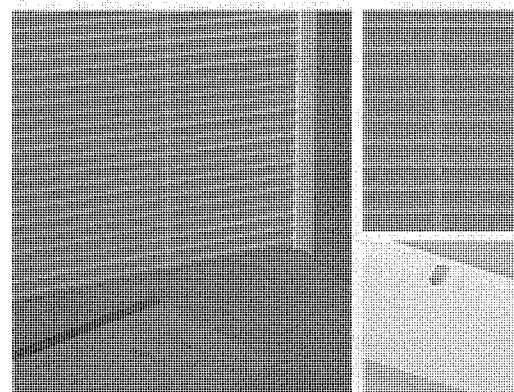
ニチベイ

ニチベイは、昨年8月より、手動よこ型ブラインド「ユニコンシェル25」、電動よこ型ブラインド「テクニストシェル25」を発売している。

「ユニコンシェル25」「テクニストシェル25」は、スラット（はね）の重なりで昇降コード穴を隠すことにより、光漏れを低減したよこ型ブラインド。さらにスラットの重なり幅を増やし、遮蔽性と省エネ性の向上を実現した。

1. 昇降コード穴を隠すことで光漏れを低減

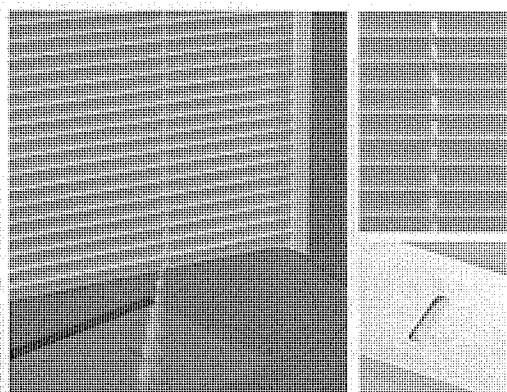
Uni Conシェル25・テクニストシェル25



スラットカラー：C410S

昇降コード穴の位置

一般の業務用ブラインド



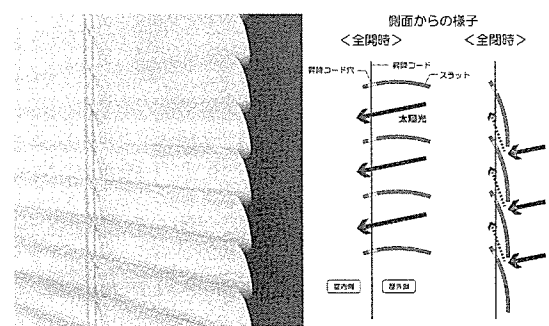
スラットカラー：C410S

昇降コード穴の位置

2. スラットの重なり幅を増やし、遮蔽性向上

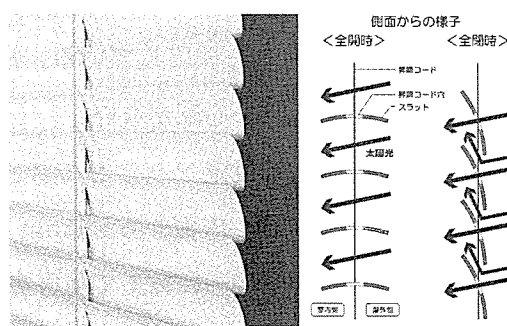
スラット同士の重なり幅を増やし、更に昇降コード穴を部屋内側に寄せることで、全閉時にスラット同士の隙間が少なくなりました。スラットの隙間からの光漏れを低減し、全閉時の遮蔽性がアップしました。

Uni Conシェル25・テクニストシェル25



スラットカラー：C410S

一般の業務用ブラインド



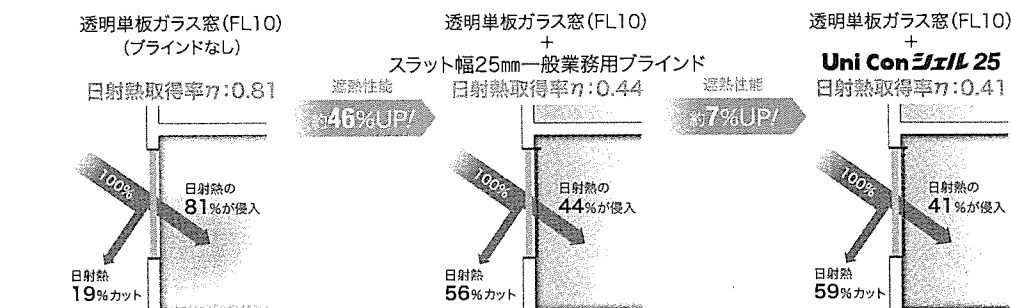
スラットカラー：C410S

- 高さ400cmまで製作可能。
- 省エネ性向上（年間冷暖房負荷28.6%削減）。
- 昇降コードとラダーコートがすっきり同一ラインに。
- ユニコンシェル25はコイン・マイナスドライバーで高さ調整可能。
- スラットカラーは全134色。
- 下降時にボトムレールに障害物が当たると、ストッパーが作動する障害リミット機能付き。
- テクニストシェル25は、最大255台をグループ化してシステム構築もできる。一斉操作やグループ別操作が可能。
- 両サイドと下部にオプションのフレームを付けることにより、さらに遮蔽性を高めることができる（ユニコンシェル25のみ適応）。

■ユニコンシェル25、テクニストシェル25概要

| | 手動 | 電動 | |
|------------------|-------------------------------------|--|------------------|
| | ユニコンシェル25 | テクニストシェル25 | |
| スラット幅 | 25mm | | |
| 色数 | 134色 | 120色 | |
| 製作可能寸法 | 幅（W） | 50～400cm | 105～400cm |
| | 高さ（H） | 35～400cm ※幅50～61cmの最大高さ：197cmまで ※幅62～83cmの最大高さ：349cmまで | 50～400cm |
| | 最大面積 | 9m ² | 16m ² |
| | 1台あたりの最低積算面積 | 2m ² | 4m ² |
| 参考価格（消費税・取付施工費別） | 12,800円/m ² （カラーC011の場合） | 別途見積もり | |

●遮熱性能



JIS A2103「窓及びドアの熱性能-日射熱取得率の計算」に準拠し、透明単板ガラス10mm(FL10)と遮熱物(全閉)を組み合わせた際の夏期日射熱取得率を算出。ガラス中央部(サッシの影響は考慮していない)数値。※値は実測値に基づく計算値を代表的な数値にて示したもので商品の性能を保証するものではありません。

片引き幅最大1,350mm、有効開口拡大 バリアフリー横引きロール網戸「ロールフリーワイド」

セイキ販売

セイキ販売は、片引きタイプで最大幅1,350mmまで製作できるバリアフリー設計の横引きロール網戸「ロールフリーワイド」を2016年8月22日から発売した。

横引きロール網戸は、眺望を確保しながら蚊などの害虫の侵入を防ぎ、室内に風を取り入れることができる夏場などの暑い季節には欠かせないアイテムである。しかし近年では、都市部を中心としたマンションの超高層化に伴い、高層階に設置できるだけの耐風圧性能を有した横引きロール網戸が求められるようになってきていることに応えたものという。

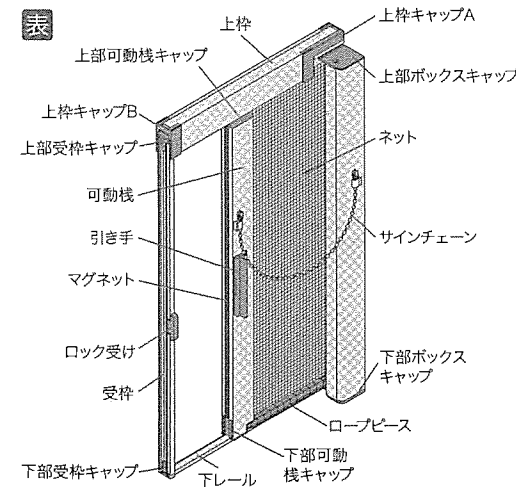
「ロールフリーワイド」は、片引きタイプで幅寸法が最大1,350mm、高さ寸法が2,500mmまで製作でき、マンションでの開口は大きい外動片引き窓や親子ドアなどにも片引きタイプで設置できるようになったのが大きな特長である。加えて、収納時の見附寸法を78mmと同社従来比で30%小さくしたことで、有効開口を最大限に確保できるようにもなった。もちろん下レールは同社の特許である収納できるスライドレール機構で、網戸収納時は高さ4mmの下枠のみとなり出入りの邪魔にならないフラットなバリアフリー構造を有している。

- ロープピースのスリットにファスナー先端がしっかり入るので、風によるネット抜けを防ぎ、小さな虫の侵入も防ぐ。
- 下レールの高さ4mmで、足元がフラットなバリアフリー設計。掃除もし易く安全。
- 網戸の開閉は、引手部分を持ってスムーズな操作性。
- 本体部分が簡単に着脱できるので、ネットの汚れを洗うことができるメンテナンス性。
- 網戸の使用が一目で分かるサインチェーンを標準装備で、網戸への衝突防止。
- 網目が分かりやすいグレーネットも選べる。

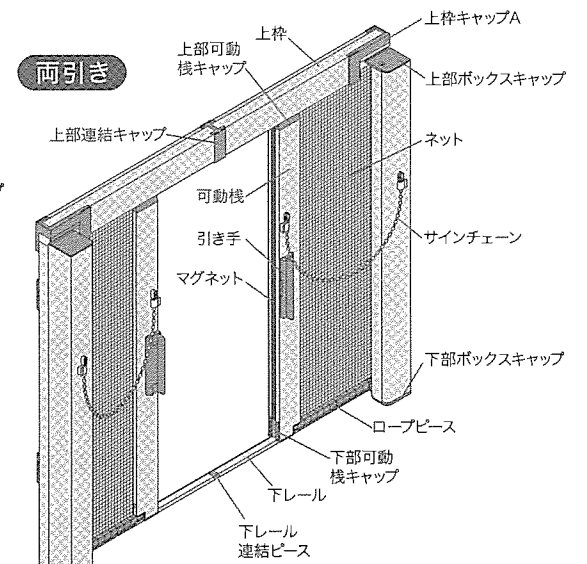


【商品タイプ】

片引き ※図は吊元の場合



両引き



画期的なカバー工法により、最短60分で 窓リフォーム「リフレム リプラス」発売

LIXIL

LIXILは、既設サッシ枠はそのまま施工時間も従来の半分、60分に短縮できる窓リフォーム商品として、リフレムシリーズに「リプラス」を3月1日から発売した。

同製品は、画期的なカバー工法を採用し、新構造のリフォーム専用枠を使い、デザイン性、採光性、眺望性を損ねることなく、断熱性能を $2.33\text{W}/(\text{m}^2\cdot\text{K})$ と向上させており、また、ハイブリッド構造のため、強度や耐久性にも優れている。



窓リフォーム商品「リフレム リプラス」施工例

専用枠の採用で、室内側立上がり寸法を24mmに抑えており、開口部面積の縮小を実現している。

〔主な特長〕

- カバー工法特有の開口面積の縮小を可能な限り低減（室内側立上がり寸法を業界最小の24mmと極小化で十分な採光面積を確保）
- 断熱性・耐久性に優れたアルミと樹脂の高性能ハイブリッドを採用。
- 「リフォーム専用部材」「シール構造」で施工時間を大幅短縮、1窓最短60分の簡単リフォーム。室内側から施工も可能。
- さまざまな引違い窓のリフォームに対応。

同社は、新築住宅では、2020年の省エネ基準化に向けて窓の断熱化が急速に進んでいるものの、既設住宅には規制がなく、要望はあるものの今までの工法では一長一短があり進まない一因となっていることに対応した商品だとしている。

新エコライフスタイルを考える 「エコ結び」で優れた25アイテム集う

「エコプロ2016」

「エコプロ2016」（主催：産業環境管理協会、日本経済新聞社）が、昨年12月8～10日東京ビッグサイトで開催された。

エコ・防災のものづくりをキーワードに、持続可能な社会を考えるテーマに、さまざまな注目ブースが出展。その中で、町田ひろ子アカデミー企画・監修による“エコ結び”で「アウトドアリビング」「グランピング」を提案。ドームハウスを中心に、25社の独創性に富んだアイテムを集めて、新しいアウトドアスタイル（エコ・防災にもつながる）の発想の場を提供していた。主なアイテムは、特殊発泡ポリスチレン構造の「ドームハウス」（ジャパンドームハウス）を中心に、有機EL照明（山形県産業技術振興協会、パイオニア）、パネルヒーターをエアコンと組み合わせて、20～30%の省エネ「エコウインハイブリッド」（エコファクトリー）、濡れてもOKアウトドアに使えるヨットの帆素材による「クッションソファ（参考出品）」（藤田商会）、有害な光線だけをフィルターでブロックする窓やテントに使えるフィルム「ヘリオテント素材」（ルーフェレジャパン）など、その他販促に役立つ、設計提案で、具体的



25のエコ企業をプロデュースした町田ひろ子代表

に室内のインテリアを3Dによる「VR内装体験システム」(サイバーウォーカー)等である。この「エコ結び」によって参加した企業は、新たなビジネスチャンスの輪が広がったのでは。

町田ひろ子代表は、「グランピングでおしゃれに防災」と題して、同特別ステージで講演もしており、グランピングとは、数年前から海外から来た「グラマラス×キャンピング」の造語で、自然と暮らすがテーマという。いままでのキャンピングイメージから、自然を充分に取り入れた居住性を高めたインテリアのことで、町田代表も独自のアイデアで提唱していた。また防災の暗いイメージから楽しいライフスタイルを提案、ドームの丸形は“あったかくてやさしい”、また、キャンピングは移動しやすい。これらの要素を生かして自然+防災を楽しくいやしのあるインテリアで、マンションや住居に取り入れることを推奨している。そして、ブースのドームでは、12月のクリスマス時期でもあったので中央に、新有機EL照明とリサイクルたわしドーナツのコラボによるツリーがさりげなくエコを主張しているかに思えた。



上左：アウトドアで使える濡れてもOKのクッション
 上右：有害光線をシャットアウトするパラソル
 下左：肌に最適な調色・調光型有機EL照明
 下右：山形県産業技術振興協会・EL照明

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、2016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) 2016年販売量の数字の最後にある↘→↗の記号は、前年(2015年販売量)との比較です。↗は伸び、→は横ばい、↘は減少を意味します。
- (6) 発売開始時期の新しい製品の販売量は、開始した月から12月までの累計です。
 (一部 決算月の関係で予想で算出したものもあります。)

アコーディオンドア

市場規模（年間）50億円

| 発売元 | 商品名 | 2015年販売量 | 2016年販売量 | シェア |
|-----------|------------------------------|----------|----------|-------|
| 立川ブラインド工業 | アコーディオンカーテン・ア コウォール、アズウッド | 13.7億円 | 13.7億円→ | 45.0% |
| ニチベイ | やまなみ、Uni Fold | 12億円 | 12億円→ | 40.0% |
| トソー | クローザエクセル・ライト | 3.5億円 | 3.9億円↗ | 13.0% |

【市場規模・年間推移】

| 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年 |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 50億円 | 50億円 | 50億円 | 50億円 | 50億円 |

（コメント）折りたたみ式のドア・カーテンの一種。アコーディオン状に折りたたまれて開閉する。金属製の構造体を布やレザーで覆ったものが多く、簡易な間仕切などに使用される。複式（覆いが二重のもの）、単式（覆いが一重のもの・構造体がないものもある）があり、複式60%、単式40%の比率。当座の間仕切用として需要は根強く、安定している。広い部屋を仕切って冷暖房効果を上げるとか、冬場の隙間風を防ぐとか、色々な使われ方がされている。リフォーム時の用途も広い。東日本大震災の被災地では簡易間仕切として使われた。商品は高級化が進んでいる。メーカーは柄のバリエーションを増やしている。好景気の頃は住宅内の高級化と共に、その簡易性が敬遠されたが、最近は商品レベルが上がったので、シャレた感じや操作性などで意外性が出てきた。発売元はかなりあって、ホームセンター、ネット通販では激安品や売られているが、品質、施工（サイズ調整／取り付け）などで安心できる、立川ブラインド、ニチベイ、トソーのインテリアファブリックス大手3社が出荷量、商品性で成長を続けている。製品様式は、住居内簡易間仕切、大型間仕切、つい立式の三つに分かれた。住居用は部屋と部屋の仕切り、部屋のみかくし、洗面所・押入れの扉に、大型間仕切は住居内の大型仕切り、学校内・ショールーム・店舗などの仕切りに、つい立式は事務所、医療施設、ホール、幼児施設などのみかくし兼間仕切りとして使用される。その中で、大型間仕切は近年進化した。パイプカーテン、折りたたみシャッターやアルミフレーム引戸にアプローチした製品も出てきた。それらは別注対応が多く、受注金額が張るのでメーカーは拡販に力を入れ始めている。販路も従来の内装施工業者ルートだけではなく、デパート、高級

家具店からの引き合いが出てきた。アコーディオンドアはかつて需要ピークのあと、大型タイプが先ず衰退した。ところが直近では大型タイプが脚光を浴びている。デザインの入替えが定期的に行われ、業務用主体に、最近はマンションの可動間仕切りにと、取り替え需要に移行しつつある。

【上代価格】面積11.2m²、34,000円～134,700円/台。面積7.2m²、21,800円～84,300円/台。

ブラインド

市場規模（年間）325億円

| 発売元 | 商品名 | 2015年販売量 | 2016年販売量 | シェア |
|-----------|--|----------|----------|-------|
| 立川ブラインド工業 | ヨコ型ブラインドシルキー、高機能 ブラインドパーフェクトシルキー | 106.5億円 | 136億円↗ | 41.8% |
| ニチベイ | セレーノ、ユニーク、クレール、アル ベジオ、ソーラーV、ユニタッチ25 | 98億円 | 97億円↗ | 29.8% |
| トソー | アーバン、メタリックテイスト | 24.4億円 | 39億円↗ | 12.0% |

【市場規模・年間推移】

| 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年 |
|-------|-------|-------|---------|-------|
| 320億円 | 320億円 | 325億円 | 325.7億円 | 325億円 |

（コメント）窓の陽覆い。羽根（スラット）を横に並べた昇降式のよこ型（ベネシャンブラインド）、羽根（ルーバー）を縦にした、たて型（バーチカルブラインド）がある。操作方式にコード式、操作棒式、ポール式、ギア式などがある。日除けのほか、省エネ、視線コントロールなどの効果がある。ベネシャンブラインド77%、バーチカルブラインド23%の出荷比率。消費者のリビングへの意識は近年やわらかいイメージのファブリックスに傾いてきた。また、ファブリックス全体が目下省エネ、節電がテーマになり、ブラインド全般においてもそれを実現した商品が定着し、機能性に加え意匠性との両立を実現した商品が市場投入されている。例えば立川ブラインド工業は、カスタマイズブランド「フォレティア」（木製スラット）・「アフタービート」（アルミスラット）の新ラインナップとして、遮蔽性に優れた『フォレティアシェイディ』や操作コードを引くだけで自動で降りる『フォレティアエクゼタッチ』や『アフタービートエクゼタッチ』を発売したほか、生地を降ろしたままでも採光、調光が可能なロールスクリーン「デュオレ」にコンパクトな納まりと遮蔽性の『デュオレスリム』を発売している。ニチベイでは、スラット（はね）の

重なりで昇降コード穴を隠すことにより光漏れを低減し、遮蔽性と省エネ性の向上を実現した手動よこ型ブラインド「ユニコンシェル 25」・電動よこ型ブラインド「テクニストシェル 25」を発売。さらにデザイン性を追求し、多彩なテクスチャーの生地や、花粉やダニのアレルゲンを不活性化させる抗アレルゲン生地、ミラーレース生地を新たに追加したたて型ブラインド「アルベジオ」、オフィスや店舗などさまざまな窓のかたちや用途に対し、スムーズな操作と優れた耐久性が特長のたて型ブラインド「ソーラーV」を発売。ライフスタイルや用途、目的にあった快適な窓環境を実現するため、【デザイン性】【省エネ】【安心・安全】【使いやすさ】【使用環境】の5つのアプローチで窓環境を改善し、最適な状態に整える商品を提供している。

住宅市場は、新設の伸びは期待できないが、既存住宅のリフォーム、取り替え等の潜在需要に期待。主要メーカーは、顧客・市場に適合させるべく、多機能+デザイン・使用性のグレードアップ製品を開発して、その掘り起こしに懸命のようだ。

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

ドア・引戸

① スチール・アルミ・木製玄関ドア 市場規模(年間) 43.0(予)万セット

| 発売元 | 商品名 | 2015年販売量 | 2016年販売量 | シェア |
|-----------|--|------------|-------------|-------|
| L I X I L | アヴァントス、フェイス、ジェイフォルム、イズムステージ、グランドステージ、プレナスX | 185,300セット | 183,000セット↓ | 43.0% |
| Y K K A P | ヴェナート、プロント、デュガード、サロ、EXE、アミティII | 126,500セット | 122,800セット↓ | 29.4% |
| 三 協 ア ル ミ | ラフォース、プロセレーネ、バラード | 74,600セット | 72,400セット↓ | 17.3% |
| 三和シャッター工業 | リフォーム玄関ドア・引戸 | — | — | 3.0% |

※不二サッシは大手プレハブメーカー向けに仕入れ販売をしている。

【市場規模・年間推移】

| 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年 |
|--------|--------|--------|----------|--------|
| 49万セット | 46万セット | 43万セット | 43.9万セット | 43万セット |

② 室内ドア・引戸

市場規模(年間) 445万セット

| 発売元 | 商品名 | 2015年販売量 | 2016年販売量 | シェア |
|-------------|----------------------------|------------|-------------|-------|
| L I X I L | ファミリーライン、グッドラインラフィス | 547,000セット | 547,000セット→ | 12.3% |
| パ ナ ソ ニ ッ ク | LiViE、すらっと引戸、美奏樹、ディズニーシリーズ | 472,500セット | 472,500セット→ | 10.6% |
| 大 建 工 業 | レリーフアート、マテリアート | 450,000セット | 450,000セット→ | 10.1% |
| 永 大 産 業 | インテリアドア・引戸 | 339,300セット | 339,300セット→ | 7.6% |
| ハ ウ テ ッ ク | 住宅用内装ドア | 315,000セット | 312,000セット↓ | 7.0% |
| ウ ッ ド ワ ン | ピアノス、ジュビーノ、グランステージ | 200,000セット | 200,500セット↓ | 4.5% |
| ノ ダ | ハウスキットアトリア、アストリア+a | 200,000セット | 200,500セット↓ | 4.5% |
| ア イ カ 工 業 | マーレスIIクラスS | 178,000セット | 180,000セット↓ | 4.0% |
| ニホンフラッシュ | — | — | — | — |

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

【市場規模・年間推移】

| 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年 |
|---------|---------|---------|---------|---------|
| 570万セット | 480万セット | 450万セット | 450万セット | 445万セット |

③ 玄関引戸

市場規模(年間) 12.6万セット

| 発売元 | 商品名 | 2015年販売量 | 2016年販売量 | シェア |
|-----------|--------------------------|-----------|------------|-------|
| L I X I L | エルムーブ、K3シリーズ、PGシリーズ | 56,800セット | 56,800セット→ | 45.0% |
| Y K K A P | コンコード、SGH、ジュオン、れん樹和華 | 37,900セット | 37,900セット→ | 30.0% |
| 三 協 ア ル ミ | ラフォースSD、プロセレーネ、ピザーノ、バラード | 28,900セット | 28,900セット→ | 23.0% |

【市場規模・年間推移】

| 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年 |
|----------|----------|----------|----------|----------|
| 12.9万セット | 13.7万セット | 12.5万セット | 12.6万セット | 12.6万セット |

㊦ 集合住宅用玄関ドア

市場規模（年間）54.9(予)万セット

| 発売元 | 商品名 | 2015年販売量 | 2016年販売量 | シェア |
|-----------|---|-------------------|--------------------|-------|
| 三和シャッター工業 | XDOOR、アバンセレクト、セドール、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 | 87,000セット | 88,000セット↗ (予想) | 25.0% |
| LIXIL | MW・MS・MSS・ESシリーズ | 137,800セット | 137,800セット→ | 24.5% |
| 日本フネン | ディンプルライン、エンブレム、コンチェルト | 81,800セット | 81,800セット→ | 14.7% |
| YKKAP | EXIMA、R's | 77,200セット | 77,200セット→ | 13.7% |
| 文化シャッター | EDシリーズ、MDシリーズ、PDKシリーズ | 34,000セット (実績) | 40,000セット↗ (予想) | 7.2% |

【市場規模・年間推移】

| 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年 |
|--------|--------|--------|----------|----------|
| 49万セット | 52万セット | 54万セット | 54.5万セット | 54.9万セット |

㊧ 木製・木質系防火ドア（玄関・室内用）

市場規模（年間）22.4万セット

| 発売元 | 商品名 | 2015年販売量 | 2016年販売量 | シェア |
|--------------|-----------|------------|-------------|-------|
| 阿部興業 | A&Kドア | 123,000セット | 111,900セット↘ | 49.9% |
| 伊藤忠建材 | — | 118,000セット | 107,400セット↘ | 47.9% |
| 大栄木工 | 住宅用内装ドア | 2,950セット | 2,690セット↘ | 1.2% |
| ノナカウッドプロダクツ | 木製玄関・室内ドア | 492セット | 440セット↘ | 0.2% |
| フォリス | 住宅用玄関ドア | 246セット | 224セット↘ | 0.1% |
| ガデリウス | スウェドア | 246セット | 224セット↘ | 0.1% |
| 宮崎木材工業 | ミヤドア | 240セット | 179セット↘ | 0.08% |
| 高島屋スペースクリエイツ | ホテル用ドア | 48セット | 45セット↘ | 0.02% |

【市場規模・年間推移】

| 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年 |
|--------|--------|----------|----------|----------|
| 24万セット | 22万セット | 24.6万セット | 24.6万セット | 22.4万セット |

㊨ アパートドア

市場規模（年間）16.5万セット（ブランド品のみ）

| 発売元 | 商品名 | 2015年販売量 | 2016年販売量 | シェア |
|-------|-------------|-----------|------------|-------|
| LIXIL | リジェーロアルファ | 66,000セット | 66,000セット→ | 40.0% |
| YKKAP | レガーロ、2SD-II | 42,900セット | 42,900セット→ | 26.0% |
| 三協アルミ | AX、AD、AE | — | — | — |

【市場規模・年間推移】

| 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年 |
|--------|--------|----------|----------|----------|
| 17万セット | 18万セット | 16.5万セット | 16.5万セット | 16.5万セット |

㊩ 勝手口ドア・引戸

市場規模（年間）37.6万セット

| 発売元 | 商品名 | 2015年販売量 | 2016年販売量 | シェア |
|-----------|------------------------|------------|-------------|-------|
| LIXIL | 勝手口ドア・引戸 | 178,600セット | 176,700セット↘ | 46.9% |
| YKKAP | エアリフレ、エアクリエ、エピソード | 117,800セット | 116,500セット↘ | 30.9% |
| 三協アルミ | ファイアレス、マディオ、リフォーム勝手口ドア | 72,200セット | 71,400セット↘ | 18.9% |
| 三和シャッター工業 | 勝手口ドア | — | — | — |

【市場規模・年間推移】

| 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年 |
|--------|--------|--------|--------|----------|
| 39万セット | 40万セット | 38万セット | 38万セット | 37.6万セット |

（コメント）2015年度の戸建て住宅用玄関ドアの全国出荷は、住宅着工が少し持ちなおし微増となったが、用途によりそれぞれ需要に格差があった。2016年度のマンション用玄関ドアの全国出荷は新築では前年比微減となり、改修で増となった。2016年度の住宅用内装ドアの全国出荷は新築減、改修増のプラスマイナスで、前年比微増となった。戸建て住宅用、マンション用共に堅調であった。戸建て住宅用玄関ドア・引戸市場においては、すでにLIXIL、YKKAP、三協アルミのアルミ建材メーカー3社の製品に収斂された。住宅産業がノン・クレームへ特化していく中で、ユーザーの要求を満たす商品を提供する3社の製品へ需要が集中しつつある。玄関ドア・引戸が100%断熱化の方向で一段落し、2014年は様々なデザイン競争が展開された。陳腐化せざるを得ないデザインを新装することで顧

客の関心を集めることに懸命となった。門扉とのトータルコーディネート、断熱×採風の組み合わせ、ドア枠とLED照明一体化等が進んだ。戸建ての**リフォームドア**は、住宅着工の落ち込みに左右されず、年率5～10%以上成長しているとみられる、しかしマンションの扉交換に比べると立ち遅れている。**戸建て住宅用内装ドア**は、デザインのモデルチェンジにおいては不毛の状況が続いている。機能的にはリビング建材に合わせた、調湿・除湿、あるいは通風がテーマになっている。特に通風は節電対策として開発商品が望まれている。通風対応機種は関西エリアで需要が盛り上がった。**マンション用玄関ドア**の2015年度の需要は微増に止まった。その中で改修ドア（住宅・マンション）の伸びが顕著であった。ムクの**木製玄関ドア**はホテル及び高級マンションの最上階の玄関にはかろうじて使用されている。玄関ドアで木製系ドアがわずか3%のシェアでメンテナンス・防火の問題があるからであろう。クレームを嫌う大手ハウスメーカーが使わなくなった。**勝手口ドア**は外観デザインが求められてきたので、カラフルでファッショナブルな商品が出てきた。また操作性、気密性、水密性、遮音性、防犯性といった基本性能も玄関ドアに準じるようになった。また、これは全てのドアにいえることで、既設枠はそのまま、短期リフォーム型リフォーム製品が出てきている。

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

ブラインドシャッター

市場規模（年間）2,400台

| 発売元 | 商品名 | 2015年販売量 | 2016年販売量 | シェア |
|---------|--------|----------|----------|-------|
| オイレスECO | サンシャディ | 956台 | 956台→ | 40.0% |
| 東工 | メタルニック | 120台 | 120台→ | 5.0% |

【市場規模・年間推移】

| 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年 |
|--------|--------|--------|--------|--------|
| 2,300台 | 2,350台 | 2,390台 | 2,400台 | 2,400台 |

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

【上代価格】 300,000～400,000円/台。

補助手すり（パブリック・住宅）

④ 動作用補助手すり

市場規模（年間） 380億円（352カ所）

| 発売元 | 商品名 | 2015年販売量 | 2016年販売量 | シェア |
|-----------|----------------------------|----------|----------|-------|
| T O T O | ハンドグリップ、インテリアバー | 53.2億円 | 51.8億円↘ | 14.0% |
| パナソニック | 握りバーほか | 49.4億円 | 48億円↘ | 13.0% |
| L I X I L | アクセサリバー | 38億円 | 37億円↘ | 10.0% |
| ナカ工業 | 愛の手、レストハンド、アームラックス | 26.6億円 | 25.8億円↘ | 7.0% |
| 矢崎化工 | エレクター手摺 | 11.4億円 | 11.1億円↘ | 3.0% |
| アロン化成 | 安寿 | 3.0億円 | 2.9億円↘ | 0.8% |
| マツ六 | バウハウスハンドシリーズ、エクレコロンバン棒シリーズ | 2.66億円 | 2.58億円↘ | 0.7% |
| シロクマ | らくらく手すり | 1.9億円 | 1.85億円↘ | 0.5% |
| ケージーパルテック | ハンドレール | 0.74億円 | 0.74億円→ | 0.2% |

【市場規模・年間推移】

| 2011年 | 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 377億円 | 355億円 | 350億円 | 370億円 | 380億円 |

㊦ 歩行用補助手すり 市場規模（年間） 150 億円（22.2 万m）

| 発売元 | 商品名 | 2015年販売量 | 2016年販売量 | シェア |
|--------|---------------------------------|----------|-----------|-------|
| ナカ工業 | 歩行用補助手すり | 47.2 億円 | 45.6 億円 ↓ | 30.4% |
| TOTO | 廊下・階段手すり、玄関手すり | 32.8 億円 | 30.0 億円 ↓ | 20.0% |
| パナソニック | システム手すり | 31.7 億円 | 30.0 億円 ↓ | 20.0% |
| マツ六 | パウハウスシステム、エクレシテム手すりシリーズ、フリーRレール | 6.7 億円 | 7.5 億円 ↑ | 5.0% |
| ワイエム工業 | YMストレッチャー、YMハンドレール | 3.2 億円 | 3.0 億円 ↓ | 2.0% |
| シンドウ工業 | セフティレール | 2.3 億円 | 2.2 億円 ↓ | 1.4% |

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

【市場規模・年間推移】

| 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年 |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 220億円 | 165億円 | 155億円 | 162億円 | 150億円 |

（コメント）バリアフリーを目的にした手すりである。動作用はトイレ、浴室など水回りの補助手すり。歩行用は廊下、階段用の連続手すりなどがある。いずれも高齢者、介護者の動作・歩行を補助するための手すり、素材はステンレス、アルミ型材、鋼管に樹脂被覆したもの、および、木材など。2014年の市場傾向は、福祉施設の建設が前年比ほぼ横ばい。2015年は5%の伸びと見込まれる。その中で注目できるのは改修向けが増えたことである。従来、付けられていなかった建物に、バリアフリー思想の浸透と共に、補助手すりを付けようという気運が出てきた。補助手すりに対する市場認知が進んだ。TOTO、パナソニック、LIXILなど関連商品を持つメーカー、ナカ工業のように品揃えの豊富なメーカーに需要が集中した。これらは絶えず使用者の立場で考えた新商品を発売していることもユーザーに刺激を与えた。ナカ工業の「クッションレール」（やわらか手すり）、手すりカバー「TJ-38」（冬夏用手すりカバー）、「LED照明付き手すり「ビニレーンステラ」など

歩行用製品がその例である。パブリック市場と住宅市場はほぼ需要を2分している。病院、老健施設向けは堅調で、駅舎、学校、商業施設、公園向けも徐々に伸びてきた。ナカ工業では光の流れを利用した避難誘導手すり「スマートガイド」を発売している。パブリック市場向けではTOTO、ナカ工業、LIXILが各用途別物件を確保し需要の大半を押さえた。特に駅舎、百貨店、医療・福祉の改修物件にはまんべんなく入っている。

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

窓製品

㊦ 木造用アルミサッシ 市場規模（年間）アルミサッシ 1,800 億円（118千トン）

| 発売元 | 商品名 | 2015年販売量 | 2016年販売量 | シェア |
|--------|-----------------|----------|----------|-------|
| LIXIL | サーモスII-H、II-S | — | — | 49.5% |
| YKK AP | APW、エピソード | — | — | 30.5% |
| 三協アルミ | マディオシリーズ、ビューアート | — | — | 19.0% |

㊦ 木造用樹脂サッシ

① 外窓 市場規模（年間）アルミサッシ 90 万窓

| 発売元 | 商品名 | 2015年販売量 | 2016年販売量 | シェア |
|--------|---------|----------|----------|-----|
| LIXIL | マイスターII | — | — | — |
| YKK AP | APW330 | — | — | — |
| 三協アルミ | アルベンPL | — | — | — |

② 内窓 市場規模（年間） 141 万窓

| 発売元 | 商品名 | 2015年販売量 | 2016年販売量 | シェア |
|--------|-------|------------|--------------|-------|
| LIXIL | インプラス | 521,000 万窓 | 602,000 万窓 ↑ | 42.6% |
| YKK AP | ブラマード | 436,900 万窓 | 436,100 万窓 ↓ | 30.9% |

| 発売元 | 商品名 | 2015年販売量 | 2016年販売量 | シェア |
|---------|----------|-----------|------------|-------|
| 三協アルミ | ブラメイクE | 182,000万窓 | 196,700万窓↗ | 13.9% |
| 不二サッシ | インブラードU | 1.2億円 | 1.5億円↗ | — |
| セイキグループ | 楽窓II | — | — | — |
| 大信工業 | 内窓プラスT | — | — | — |
| リフォジュール | メルツェンサッシ | — | — | — |

【市場規模・年間推移】

| | 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年 |
|--------|---------|-------|---------|---------|---------|
| アルミサッシ | 1,800億円 | 億円 | 1,836億円 | 1,891億円 | 1,800億円 |
| 樹脂外窓 | 78万窓 | 79万窓 | 80万窓 | 82万窓 | 90万窓 |
| 樹脂内窓 | 117万窓 | 118万窓 | 119万窓 | 121万窓 | 141万窓 |

① 窓シャッター・金属雨戸

市場規模（年間）190万セット

| 発売元 | 商品名 | 2015年販売量 | 2016年販売量 | シェア |
|-----------|---------------------------------------|--------------------|---------------------|-----|
| 三和シャッター工業 | マドモア | 226,000セット | 239,000セット (予想)↗ | — |
| 文化シャッター | マドマスターシリーズ、 BAシリーズ | 160,000セット (実績) | 144,000セット (予想)↘ | — |
| L I X I L | アリーズ、イタリヤ、クワトロ、 リフォームシャッター、土間シャッター | — | — | — |
| Y K K A P | 手動・電動シャッター、 アウターガード | — | — | — |
| 三協アルミ | ラクフィーナ | — | — | — |
| 不二サッシ | エコシャッター、 エコアマド、シエスタV | — | — | — |

※文化シャッターの販売量は窓シャッターのみ。

【市場規模・年間推移】

| 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年 |
|---------|---------|---------|---------|---------|
| 180万セット | 180万セット | 180万セット | 181万セット | 190万セット |

（コメント）窓製品は省エネ、防音など環境配慮型、機能搭載型の商品を中心に市場が動いた。サッシは新設住宅着工、リフォーム需要に連動して2012年の需要は前年比横ばいであった。その中で断熱内窓は省エネの時流に合って出荷量を伸ばした。天窗は明りとりとして需要は安定している。特に節電のため天然光を採り入れる発想が出てきたので、今

後は更に延びる可能性が出てきた。出窓は採光においては平窓と変わらない。断熱性能においては外窓、内窓に劣るのに加え、住宅デザインのシンプル化にも逆行することもある。需要は減少の傾向にある。窓シャッターの2016年雨戸における窓シャッターの取付比率は94.9%。その内電動化率12.8(10.4)となっている。プラスαの需要を惹きつけるところまでに力は及んでいない。エコ対応、リフォーム対応、施工省力化対応、等々、色々な商品開発は進んでいる。例えば太陽光発電で開閉できる（三和シャッター／ソーラータイプ）商品、文化シャッターは、スマホで外出先から開閉できるシステムを提携。リフォームタイプも出てきた。住宅着工回復、増改築需要の取り込みへの期待感が持たれている。近年に北関東で起きた竜巻では強風や飛来物によってサッシのガラスが割れ、室内が被害を受けた家が多かった。雨戸、窓シャッターを閉めた家の被害は最小限に抑えられた。今後、災害対策として見直される部分がある。

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

目隠し

① 窓目隠し

① パネルタイプ

市場規模（年間）32,700セット

| 発売元 | 商品名 | 2015年販売量 | 2016年販売量 | シェア |
|---------|--|----------|----------|-------|
| セイキグループ | さわやか目かくしPCⅡ型、さわやか目かくしBD型、格子用さわやか目かくし、さわやか目かくしマンションシリーズ | — | — | 70.0% |

② ロールスクリーンタイプ

市場規模（年間）—

| 発売元 | 商品名 | 2015年販売量 | 2016年販売量 | シェア |
|---------|--------|----------|----------|-----|
| セイキグループ | サングッドⅡ | — | — | — |

| 発売元 | 商品名 | 2015年販売量 | 2016年販売量 | シェア |
|-----------|--------------|----------|----------|-----|
| L I X I L | ブラインドイン複層ガラス | — | — | — |

③ 窓タイプ

市場規模（年間）

| 発売元 | 商品名 | 2015年販売量 | 2016年販売量 | シェア |
|-----------|----------------------------|----------|----------|-----|
| L I X I L | 目隠し可動ルーバー | — | — | — |
| Y K K A P | プライバシースクリーン | — | — | — |
| 三 協 ア ル ミ | 可動ルーバー RY 型 | — | — | — |
| 三和シャッター工業 | 明治ジャロジー、明治ダブルジャロジー、明治オーニング | — | — | — |
| 不 二 サ ッ シ | セフティルーバー | — | — | — |

【市場規模・年間推移】（パネルタイプ）

| 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年 |
|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 31,600セット | 31,700セット | 31,600セット | 31,800セット | 32,700セット |

④ 格子スクリーン

① アルミタイプ

市場規模（年間）

| 発売元 | 商品名 | 2015年販売量 | 2016年販売量 | シェア |
|-----------|------------------|----------|----------|-----|
| L I X I L | コートラインII、スリットライン | — | — | → |
| Y K K A P | スクリーンII、シンプルモダン | — | — | → |
| 三 協 ア ル ミ | メークファサード | — | — | → |
| ダ イ ケ ン | トップスクリーン | — | — | → |
| エービーシー商会 | プリンカース木目調 | — | — | → |
| セイキグループ | 格子ユニット/アルミ | — | — | → |
| ビニフレーム工業 | グレイスライト | — | — | → |
| 久 米 工 業 | アルミルーバー | — | — | → |

② 再生・合成木材タイプ

市場規模（年間）

| 発売元 | 商品名 | 2015年販売量 | 2016年販売量 | シェア |
|---------|-------------|---------------|---------------|-----|
| 文化シャッター | テクモク | 3.8億円 (実績) | 4.2億円 (予想) | ↗ |
| セイキグループ | 格子ユニット | 6,000万円 | — | ↗ |
| リフォジュール | プラスッド（ルーバー） | — | — | ↗ |

（コメント）プライバシーを守りながら、住まいをデザインし、快適な生活空間をつくる目隠しパネルまたは目隠しルーバースクリーンである。**窓目隠し（パネルタイプ）**は、光や風を取り入れながら視線をカットするために、窓の外側に付けるパネル。西日を防ぐ用途にも使われる。一般住宅と通行人、一般住宅とマンション、マンションとマンションの視線を遮断する。本体の材料はポリカーボネート、アルミ型材、木樹脂など。集合住宅1～3階の外廊下、階段まわり、戸建て住宅の西側・北側の窓または道路に面した窓、学校の開放通路、外階段、事務所の窓など幅広い用途に使われる。根強い人気商品である。マンション向けと住宅等の浴室・トイレ用がある。マンション向けなどはセイキグループが開発メーカーで、永年需要開拓を進めてきた。**窓タイプ**は、アルミのルーバータイプのほか、セイキグループの「サングッドII」は（ロールスクリーンタイプ）がある。同製品は日射熱をカットし冷房効果を上げる省エネ商品。LIXILの「ブラインドイン複層ガラス」は複層ガラスの空気層部分にブラインドを内蔵した。**格子タイプのルーバースクリーン**は、目下の流行商品。アルミタイプ、再生木材タイプがある。すでに先行きの市場拡大を視野に入れた低価格帯商品も出ている。住宅開口部の熱の出入りを防ぎ、折からのエコの時流に合った。住宅の玄関脇、中庭、窓まわりなどの、外と内をつなぐ空間に取り付けられる。外観の一部を閉鎖的にならないよう、光と風を採り入れ、デザイン化する。通風をよくし、日光を遮ることで、節電の意味あいもでてきた。現在の商品は通過点にあり、最近網戸とブラインドを兼ねそなえた画期的なものもでてきた。今後、意匠性、機能性を向上させた商品が次々に出てくるものとみられる。住宅、マンション等に対応して風にブレない網戸で、幅広タイプの新商品の対応で、非住宅（商業施設、学校等）にシフトして伸ばして行くメーカーもある。この分野もリノベーションの潜在需要に期待を掛けているようだ。

【上代価格】 パネルタイプ 30,000円/セット＝。格子スクリーン（アルミタイプ） た

て格子、幅 1,200mm × 高さ 2,000mm、96,000 円/セット。幅 2,400mm × 高さ 1,800mm、180,000 円/セット～。

ドアクローザ

① ドアクローザ

市場規模 (年間) 366 万台

| 発売元 | 商品名 | 2015年販売量 | 2016年販売量 | シェア |
|-------------|----------|----------|----------|-------|
| リョービ | RYOBI | 206万台 | 206万台→ | 56.2% |
| 日本ドアーチェック製造 | NEW・STER | 110万台 | 110万台→ | 30.0% |
| 美和ロック | MIWA | 50万台 | 50万台→ | 13.6% |

【市場規模・年間推移】

| 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年 |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 350万台 | 358万台 | 365万台 | 378万台 | 366万台 |

② ヒンジクローザ

市場規模 (年間) 43 万台

| 発売元 | 商品名 | 2015年販売量 | 2016年販売量 | シェア |
|-------------|------------|----------|----------|-------|
| 日東工器 | 日東工器 | 39万台 | 39万台→ | 90.2% |
| 日本ドアーチェック製造 | NEW・STER | 1.5万台 | 1.5万台→ | 5.8% |
| リョービ | オートスイングヒンジ | 1.5万台 | 1.5万台→ | 3.5% |

【市場規模・年間推移】

| 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2016年 | 2015年 |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 42万台 | 42万台 | 43万台 | 43万台 | 43万台 |

④ フロアーヒンジ

市場規模 (年間) 12 万台

| 発売元 | 商品名 | 2015年販売量 | 2016年販売量 | シェア |
|-------------|---------|----------|----------|-------|
| 日本ドアーチェック製造 | NEWSTER | 6.1万台 | 6.1万台→ | 50.0% |
| 大鳥機工 | Diamond | 4.2万台 | 4.2万台→ | 39.0% |
| リョービ | RYOBI | 1.5万台 | 1.5万台→ | 10.0% |

【市場規模・年間推移】

| 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年 |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 10万台 | 11万台 | 12万台 | 12万台 | 12万台 |

⑤ 引戸クローザ

市場規模 (年間) 67 万台

① 油圧タイプ

| 発売元 | 商品名 | 2015年販売量 | 2016年販売量 | シェア |
|-------------|-----|----------|-----------|-------|
| ダイケン | | 136,000台 | 142,300台↗ | 21.2% |
| リョービ | | 106,000台 | 102,400台↘ | 15.2% |
| 日東工器 | | 92,700台 | 92,700台→ | 13.8% |
| 日本ドアーチェック製造 | | 8,000台 | 8,000台→ | 1.1% |

② エアタイプ

| | | | | |
|-------------|--|---------|----------|-------|
| 日本ドアーチェック製造 | | 62,000台 | 61,400台↘ | 12.0% |
| シブタニ | | — | — | 4.0% |
| マツ六 | | — | — | 3.3% |
| コマニ | | — | — | — |
| 中西産業 | | — | — | — |
| ウエスト | | — | — | — |
| 大鳥機工 | | — | — | — |

【市場規模・年間推移】

| 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年 |
|----------|----------|----------|----------|----------|
| 670,000台 | 672,000台 | 674,000台 | 674,000台 | 640,300台 |

(コメント) 開いたドアをゆっくり閉める装置。ドアが閉まる音を和らげたり、指をはさむ事故を防ぐ役目がある。装置の本体はドア側に装置され、本体からのびたアームがドアに固定され、スプリングや油圧の力でゆっくりドアを閉める。2012年の**ドアクローザ**の業界出荷は、2011年実績に対し微増した。マンション向け、戸建て住宅向け共に一時的な震災需要増に対する反動減もあった。2015年は本格的な震災復興需要が期待されていたが、相変わらず動かなかった。マンション向けはデベロッパーが建設コストダウンに走り、ドアクローザメーカーはきびしい建設予算の中で価格競争を行わざるをえなかった。実勢価格水準は大幅に下がった。公共住宅向けBL製品のみは価格が安定していた。2016年は、前期並みのところが多く、住宅、オフィスでは計画売上は得られなかったものの思ったより微増のところもあったようだ。また、市場は西高東低型で、中型物件が動き微増。今後は既設物件の取り替え需要にシフトかの声。**ヒンジクローザ**は日東工器の独占商品丁番型が順調に伸びた。丁番型は防火戸など用とが限られているので、市場は限られているが、日東工器は丁番型に特化、拡販に傾注した。日東工器は次々に付加価値商品を市場投入しており、バリエーションを揃え、ゼネコン、ドアメーカーの要求に対応できる商品体系を整備した。ヒンジクローザについては、日東工器のみが出荷量を伸ばした。日東工器は、動力源を用いず扉を静かに閉じる小型丁番型ヒンジクローザとして「2000シリーズ」を開発し、12年2月から本格販売を始めた。丁番型ヒンジクローザでは円筒径20mmと最小を実現した製品で、耐久性も扉開閉動作100万回と業界最高を誇る。アームレスタイプのオートヒンジは、丁番にバネを内蔵しているため扉周りをすっきりとした外観に上げることが可能。**フローアヒンジ**は、不特定多数の人が出入りするオフィスビル、店舗、商業施設の出入口の下に埋める。耐久性が買われて設置されている。普通の店舗の扉は自動ドアが主流になり、防火耐火タイプ仕様ではオートヒンジに移っているため、需要は年々減少してきた。また最近に床を掘る工事がともなうことも敬遠されていた。現在は重歩行人の出入りの頻繁なビル、コンビニなどの扉に使用されるほか、取り替え需要が出荷量の

かなりの部分を占めている。**引戸クローザ**は鋼製建具、アルミ建具、軽量鋼製建具に付けられ、開き戸から引戸への移行を映し市場が拡大してきた。病院、学校、高齢者・福祉施設が需要の中心だが、引戸が住宅・一般建築へ浸透するにつれて市場が更に拡大した。軽さ、静かさに対応する製品が求められる一方、浴室用など防錆処理した製品の開発も進んでいる。需要の主体は公共建築物である。2016年は前年比一巡したのか微減となった。リフォーム需要があつて病院では90%近くが引戸に改修された。今後は、中古物件・既設住宅等のリニューアル市場発掘へのじみな活動が余儀なくされるのでは。

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

避難ハッチ

市場規模(年間) 101,000台

| 発売元 | 商品名 | 2015年販売量 | 2016年販売量 | シェア |
|----------|----------|----------|----------|-------|
| ナカ工業 | タスカール | 37,900台 | 35,200台↓ | 34.8% |
| 松本機工 | オリロー | 31,400台 | 29,300台↓ | 29.0% |
| ヤマトプロテック | レクスター | 10,800台 | 10,100台↓ | 10.0% |
| セーフ | スリーエスハッチ | 5,400台 | 5,500台↓ | 5.4% |

※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】

| 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年 |
|----------|----------|----------|----------|----------|
| 128,500台 | 105,000台 | 108,500台 | 108,500台 | 101,000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。2016年は新設住宅着工の低調を映し、出荷(個別認定、認証証票交付数)は前年比横ばいとなった。新規57%、改修43%の出荷比率であった。マン

ション建設需要は高層から中低層へ移行している。新規需要については期待感が持たれている。消防法改正により、ハッチの有効内径が従来の600mmから500mmまで縮まったので、メーカーは対応商品の品揃えを進めた。ボルト固定、強度・美観を向上させた改修専用の開発は進んでいる。市場はナカ工業と松本機工の2社がほぼ独占している。これに続きヤマトプロテックがベトナムで低コスト製品を生産、追いつけている。

【上代価格】 130,000円/台～。

床点検口

市場規模（年間）120万台

| 発売元 | 商品名 | 2015年販売量 | 2016年販売量 | シェア |
|---------|-------------------|----------|-----------|-------|
| ダイケン | アンダーハッチ | 228,000台 | 228,000台→ | 19.0% |
| ナカ工業 | ニューハッチ、ホームハッチ | 143,000台 | 143,000台→ | 12.0% |
| 理研アルミ建材 | リケン床点検口 | 126,000台 | 126,000台→ | 10.5% |
| カネソウ | フロアーハッチ | 120,000台 | 120,000台→ | 10.0% |
| 第一機材 | かーるくハッチ、DKフロアーハッチ | 96,000台 | 96,000台→ | 8.0% |

【市場規模・年間推移】

| 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年 |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 121万台 | 108万台 | 120万台 | 120万台 | 120万台 |

（コメント）床下の配線、配管などを点検するための点検口（ふた）。ビル、公共工事など一般建築向けの樹脂床タイル対応と、マンション向けフローリング対応とがある。14年は新設建築着工、新設マンション着工共に低調だったのでメーカー出荷量も前年比ほぼ横ばいに止まった。建物が建てば必ず付くので需要は建築着工面積、マンション着工戸数に連動している。改修需要もある。防水・防臭タイプがトレンドで各メーカーが品揃えを始めた。フローリングタイプはマンションからの需要が増えてきた。マンション購入者が床下点検口のある物件を選ぶ傾向がでてきたことから、大手デベロッパーが採用し始めた。歩行用として十分な強度を要求されるほかは、さして商品の特長を必要としないので価格競争に走る傾向にある。また戸建住宅用にも一部使われ高気密・高断熱木製蓋付の出荷が好調である。

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

環境行動計画「エコアクション2020」

2015年度実績、中間見直し

プレハブ建築協会

プレハブ建築協会は、住宅部会21社の内に設置されていた環境分科会参加10社により、環境行動計画「エコアクション2020」における2015年度の実績調査をとりまとめこのほど発表した。また、2011年からスタートした「エコアクション2020」は、10か年計画の中間年を迎え、これまでの5年間の進捗状況、活動性を踏まえ、目標・計画の一部見直し、併せて報告した。

エコアクション2020の

2015年度実績概要

- 新築戸建住宅CO₂排出量の削減
 - 10年比22.1%減の1,819kg-CO₂/戸・年（前年比4.9%増）。
 - 高効率給湯器を備えた供給率は86.6%（前年比1.2ポイント増）。燃料電池を備えた住宅17.8%（前年比0.1ポイント増）と増加。
 - HEMS等マネジメントシステムを備

えた住宅の供給率は46.9%（前年比4.6ポイント増）。

- 太陽光発電システムを設置する住宅の供給率は58.1%（前年比3.8ポイント減）、戸当たり搭載容量は5.07kW/戸（前年比3.8%減）となり、供給率・搭載容量ともに前年を下回った。

■新築低層集合住宅CO₂排出量の削減

- 居住におけるネットCO₂排出量は2010年比14.4%減の1,557kg-CO₂/戸・年（前年比4.6%増）となった。
- 品確法省エネルギー対策等級相当の住宅の供給率79.7%（前年比7.6ポイント増）、高効率給湯器を備えた住宅の供給率は55.3%（前年比20.1ポイント増）と、大きく普及が進んだ。
- 太陽光発電システムは大容量化が進み、棟当たり搭載容量が13.27kW/棟（前年比8.1%増）と増加したが一方、設置する住宅の供給率（住棟）は38.6%（前年比9.5ポイント減）にと

どまった。

その他、既存住宅の居住段階におけるCO₂排出量の削減では、太陽光発電システム設置件数10,862件（前年比45.4%減）と大幅に減少。省エネ住宅エコポイント（エコリフォーム）対象の窓断熱改修工事件数13,223件（前年比24.6%増）、高効率給湯器改修工事件数15,091件（前年比20.8%増）とそれぞれ増加。低炭素化型まちづくり推進。事業活動におけるCO₂排出量（工場生産、輸送、現場施工）の削減にも取り組んでいる。

エコアクション2020中間見直しのポイント

- 新築戸建住宅のZEH（ゼット・ゼロ・エネルギー住宅）供給率70%以上。新築戸建住宅の居住段階CO₂排出量2010年比60%削減（戸当たり）
- エコリフォームによるCO₂削減貢献量2015年比1.25倍。
- 持続可能な木材調達に関する宣言を掲げ、森林生態系の保全に配慮した木材利用を徹底。
- 建材の化学物質管理を徹底し、サプライヤーとの協働により住環境における室内空気質対策を推進等となっている。

S-design / 店舗・商業空間デザイン展2017 インテリア製品・建材・演出製品の出展募集

日本能率協会は、2017年11月15日～17日、東京ビッグサイトで、「S-design / 店舗・商業空間デザイン展2017」を開催。昨年までの店舗・施設展の名称を前記名称に拡大変更し「空間デザイン」をキーワードに開催。出展社を募集している。

名称：S-design / 店舗・商業空間デザイン展2017

会期：2017年11月15日（水）～17日（金）10：00～17：00

会場：東京ビッグサイト（有明・東京国際展示場）東展示棟

主催：一般社団法人日本能率協会

予定規模：出展者数1,200社・団体 / 来場予定者数50,000人（合同開催展含む）

出展料金：日本能率協会会員 = 399,600円 / 1小間（間口2.97m × 奥行2.97m × 高さ2.7m）
（税込み） 会員外 = 442,800円 / 1小間（間口2.97m × 奥行2.97m × 高さ2.7m）

※6月23日（金）までに申し込むと、早期申込特典として、1小間につき43,200円割引。

申込締切：2017年7月21日（金）

合同開催：Japan Home & Building Show 2017、JAPANTEX2017、

ビルメンヒューマンフェア&クリーンEXPO2017、トイレ産業展2017

【問い合わせ先】一般社団法人日本能率協会 産業振興センター（担当：栗橋、堀内、吉田、山口）

〒100-0003 東京都千代田区一ツ橋1-2-2 住友商事竹橋ビル14階 TEL:03-3434-1988 / FAX03-3434-8076

住ストック・空家の再構築で
住市場の活性化を図る

プレハブ建築協会

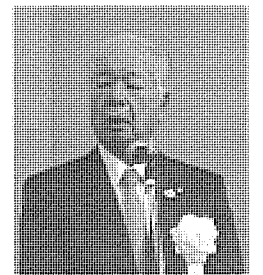
「6,063万戸のストック、内5,250万戸が居住しており116%多く量的に充足、さらにこの内800数万個の空家があります。この空家をどのように活性化するかが課題です」と樋口武男会長。「この空家を含めて、ストック住宅をみてみますと、耐震不十分1,050万戸、断熱性能されていないもの2,000万戸となっており、これらを長期優良住宅（既1～2%）に変える推進が重要かと思えます。このことにより住マーケットの期待が出来るものと思われれます。もう一つは国内の人口減少^{*}により市場のパイは将来限られてきますので、海外の展開も考えるべきと考えています。」

先の空家対策では、各地で開発された団地で高齢化による1人住まいや所有者不明による空家も増え課題となっているとし、各団地の地元行政と住民による、街づくりにより団地をどう再構築して活性化するかで新たな市場となるのではと

提案した。

「これからの需要は、どのようにして創り込んでいくかで、相手（顧客）に納得してもらえ、知恵を絞り出す、街づくりのチャレンジが大切」と需要創出の一端を述べた。（H29年1月13日 プレハブ建築協会新年賀詞交換会〈東京千代田区アルカディア市ヶ谷〉より）

※国内人口2010年1億2,816万人→2050年9,193万人に減少



挨拶する樋口武男会長



顔写真：右から由木国土交通省住宅局長、糟谷経済産業省製造産業局長

同会竹中住宅部会長の乾杯で懇談へ

防火・防災・インフラ設備で貢献 防火設備点検制度、止水板 JIS 化

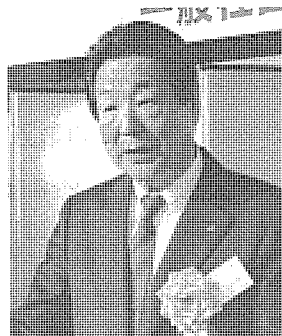
日本シャッター・ドア協会

「今年の運気は、人をとり込み商売繁盛につながる年と言われています。世界情勢は不透明ですが米国は、次期大統領のトランプ氏が大規模経済成長を米国に加速するを前向きに捉え、国内ではオリンピックの各施設の発注が本格化するなど明るい話題としてとらえ期待したいものです。」と、木下和彦会長は前置き、当協会ではシャッター、ドア、防火設備の性能向上、適切で良品質な製品及

びサービスを提供できるよう普及促進を図る事業展開を行っている」と述べ、主な事業を紹介した。「昨年6月に防火設備検査制度が施行されました。新たに、止水防止製品のJIS化、シャッター・ドアの技能検定制度的に取り組んでいます」と報告、各会員社と業界の健全な発展を望み“共存共栄”

の理念で、社会に貢献できるよう邁進していきたい旨の抱負を語った。

《H28、1月13日 日本シャッター・ドア協会新年賀詞交換会—ホテルグランドアーク半蔵門（東京千代田区）より》



挨拶する木下和彦会長



顔写真：来賓挨拶する面々、左から太田前国交省大臣、田中衆議院議員、平衆議院議員、国交省由木住宅局長
乾杯の挨拶をする塩崎敏彦副会長

自動ドア JIS 製品安全規格認知普及活動へ 2016 年度自動ドア生産台数 153 千台見込み

全国自動ドア協会

全国自動ドア協会は、11月15日、記者懇談会をみなと貸会議室（港区浜松町）で開催した。始めに、上仲宏二会長より、事業活動を次のように報告した。まず、自動ドアの2016年度上半期の生産台数実績と見込台数は、国内向け60,000台（前年比103.3%）、通期

133,000台／年見込み、海外向け9,000台（前年比97.1%）、通期20,000台／年見込み、総生産台数、上半期69,000台（前年度比102.4%）、通期153,000台／年見込んでいるとし、2016年度は、5月の予想通り、リーマンショック以前の130千台に戻る見込みで、地域的には格差があ



写真中央：上仲宏二会長（ナプテスコ住環境カンパニー社長）

り、首都圏一極集中傾向となっているという。ただし、一部沖縄地区が政府の補助制度もあり、少し活気があるという話もあるようだ。また、海外向け生産では、東南アジア市場に加えて、中近東市場への展開も進んでいるとも報告。その他事業活動の中で特記すべきは、自動ドアのJIS製品安全規格についてで、「歩行者用自動ドア安全規格」として、10月20日に、日本工業標準調査会から意見書付公告が掲示されたことも報告。これを受

けて、同協会では、技術委員会が中心となって「JISに関するQ&A」及び「設計マニュアル」の検討を進めている。また、協会会員向けの「自動安全ガイドライン」の改正も検討しているとのこと。今後は、市場・顧客への認知のための普及活動（広報委員会）を押し進めたいと考えているとし、導入に際しての知識習得へのアドバイスをを行うとしている。この一環として、企画委員会主催で先に研修のテーマで組み入れ行われている。



写真右より：吉田毅広報委員長（寺岡オートドア社長）、水谷幸弘技術基準委員長（ナブテスコ住環境カンパニー技術部長）、一人おいて、山村望副会長（ナブコシステム社長）、伊集院正二企画委員長（ナブコシステム取締役）、田原長俊技術開発委員長（扶桑電機工業取締役）

自動ドア製品安全規格で社会に貢献 4月にJIS規格制定へ

全国自動ドア協会

「昨年の世界情勢は、サプライズが多く、イギリスの国民投票によるEU離脱、アメリカ大統領選、初めは劣勢であったトランプ氏が勝利と先のみえない状況です。この先のみえない時こそ、この先起こる変化にどう対応していくか、力が試される年です」と、上仲宏二会長。そし

て、「国内は、消費税増税が据え置きになり、住建設等への影響は少なく済みました。相変わらず少子高齢化が進み労働人口が減少しています。そのような中、建設業界は、2020年の東京オリンピック・パラリンピックの会場、宿泊施設等、中小、大規模の計画、着工が進む



挨拶をする上仲宏二会長

ことで、自動ドア業界にとっては、この3、4年は需要が発生するものと期待しています」と需要環境を語った。次に、同協会の動きについて「2年前から自動ドアの安全を高めるために、JIS制定に取り組んできており、昨年経産省に提出、秋口に一般からの意見を求めるパブリックコメントが実施され、新たにJISA4722（仮）で、安全性に関する規格が技術研究専門委員会で審議され、こ

の4月にはJIS制定がされるものと思われます。この規格は、自動ドアのセンサー機器だけではなく、周辺のサッシ、ガラスについても規定されます」と報告。同協会では、関連業界、施主、管理会社にもはたらきかけ啓発に努めている。（2017年、1月13日、全国自動ドア協会新春賀詞交換会—東京港区・アジュール竹芝より）



山村 望副会長による乾杯でスタート

ちょっと視点を変えるとビジネスチャンスが広がる“ホスピタリティデザイン”

JAPANTEX2016 特別セミナーより

JAPANTEX2016が10月26～28日、東京ビッグサイトで開催。その会場で特別セミナーがいくつか組み込まれていた。その内の一つ“おもてなしの心とこれからの暮らし”と題して、町田ひろ子氏（町田ひろ子アカデミー校長）が好演をした。町田氏がインテリアコーディネーターとして、当初プレゼンをして手掛けた、フォーシーズンやリッツホテルの実例にて、一流ホテルの条件とし

てサービス、食事、インテリアの3つがキーワードとなっていると解説、到着した時の印象・おもてなしのセンスあるインテリアであると紹介。ホテルのロビーを多目的に使える提案。また、福祉・医療施設も実績の中から耐火木造住宅等施工例から、環境から外観の色彩を考えるなど、住まいの感覚で提案したと、ちょっと視点を変えるとビジネスチャンスが広がると提唱した。

右上人物写真▶
講演をする町田ひろ子校長

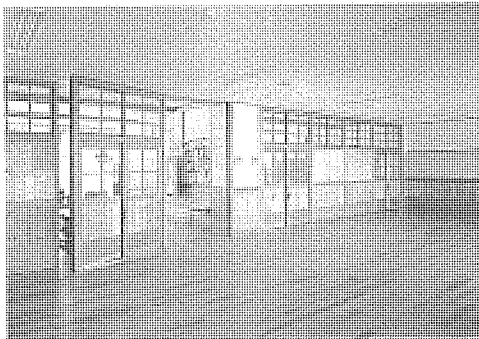


木・スチール製学校間仕切市場でトップに 日本スピンドル製造の建材事業譲受

三和ホールディングス

三和ホールディングスは、日本スピンドル製造より、学校間仕切を主力とする建材事業を譲り受けることになったとしている。

三和グループは、国内において主力のシャッター、スチールドアに次ぐ成長事業を育成する“多品種化戦略”を成長エンジンとして推進しており、間仕切事業は最も成長を期待している事業の一つとしている。今回譲受する日本スピンドル製造の建材事業は、木製学校間仕切のパイオニアとして、市場においてトップシェアを持っており、同社は、木製、スチール製を合わせた学校間仕切市場でトップシェアを確保することになるとしている。また、同社の長期ビジョンである“三和グループグローバルビジョ



ン2020”において、多品種化戦略として注力している間仕切事業の拡大に、大きな一歩となる体制が整ったともしている。

○日本スピンドル製造建材事業の概要

事業内容 木製間仕切、スチール製間仕切、引戸の製造・販売・施工・メンテナンス

所在地 兵庫県尼崎市潮江4-2-30

売上高 23億円（2015年度実績）

従業員 64名

○譲受スキーム／日本スピンドル製造の建材部門を分割し、同社100%の子会社のスピンドル建材サービス(株)に吸収させた上で、三和ホールディングスがスピンドル建材サービス(株)の全株式を同社より譲受する。(譲受日 2017年4月1日予定)

○譲受後の組織／社名を三和スピンドル建材(株)として、連結対象子会社としてグループ間仕切事業の一翼を担うとしている。

徳島県産材の利用推進に寄与 徳島すぎを活用したトイレブースを寄贈

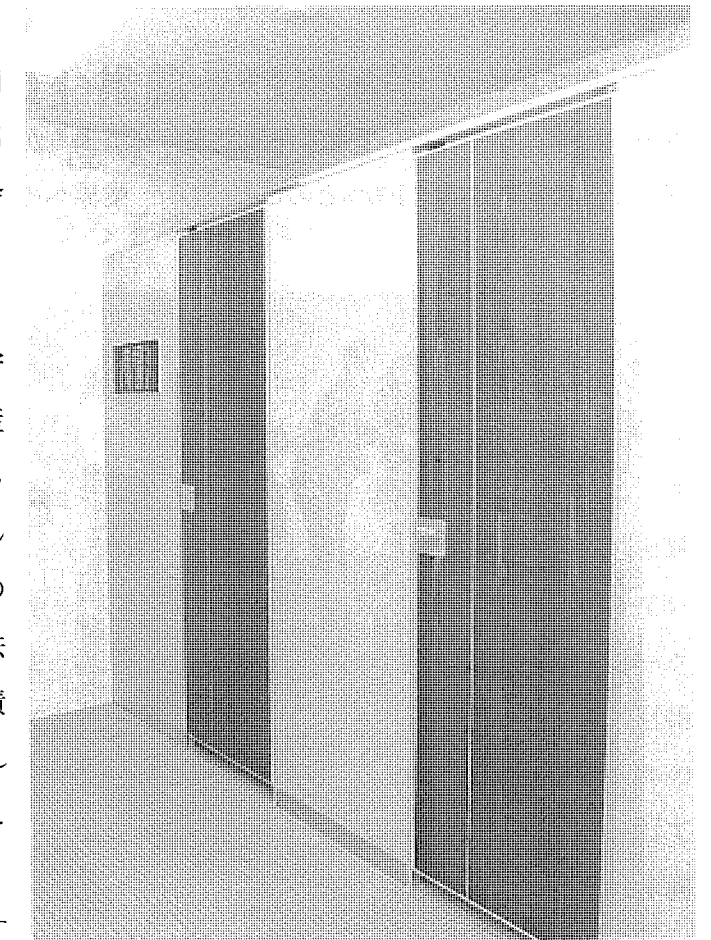
三和シャッター工業

三和シャッター工業は、徳島すぎに藍染を施した扉を組み込んだトイレブースを徳島県へ寄贈した。今回寄贈したトイレブースは、徳島県の伝統産業である藍染を木材に施す技術を持つ、地元企業、大利木材と共同開発で生まれたものである。同トイレブースは、徳島県庁舎1階西側男女トイレに設置された。

徳島県は、豊かな森林を守り次世代に伝えるために県産材の利用をより一層推進する「木づかい運動」に取り組んでおり、同社では、来庁者の方々に県産材の新たな活用法を知ってもらい、県産材の積極的な利用に繋げてもらえればとの思いで寄贈したとのこと。

同トイレブースは、徳島す

ぎの美しい木目と深みのある藍色は落ち着いた雰囲気演出し、表面のクリアー塗装によって耐水性・耐久性を高めた製品となっている。



即戦力のある教育成果 “美防災” をテーマに 「公開プレゼンテーション 2016」開催

町田ひろ子アカデミー

町田ひろ子アカデミーは、創立以来継続してきている「公開プレゼンテーション2016」を、昨年12月2日、サントリーホール・ブルーローズ（東京港区）に於て開催した。

同公開プレゼンテーションは卒業生の就活の一環として実施してきて今回で31回目で、就職率はほぼ100%とのこと。

今回のテーマは“賢く美防災”災害に負けない豊かな暮らしをインテリアで、選抜7グループ（内宇都宮校1G）の競演で行われた。

東日本大震災以来、インテリアコーディネーターとして防災に対してなにが出来るかを課題に組んで、今回で5回目、業界への認知を高めることも平行して推



写真上、協賛企業からも、各グループに賞が授与された。下、110社・190名の企業、一般客を含む430名が出席。

進んできている。

プレゼンテーションの各グループは、分譲マンションリフォームを課題に、キャンピング、アウトドアや限られた航空機ファストクラスの安全でリラクゼーション等を着眼点を変えた発想で提案。防災につながるプロダクトの提案では、震災の時にオマールとなるツールが参加企

業から製品化もと話題となった。当アカデミーのプロを育成する「実務を想定」としたカリキュラムが生きた、即戦力となる人材育成に企業は期待しているようだ。今回も住関連、インテリア関連業種の企業110社が出席していた。

（参考：1978年創設、2016年現在卒業生13,000人、在校生300人（東京、大阪、福岡、仙台、札幌）、内東京200人、この3月までの卒業生は100人）

「美防災」推薦ラベル誕生 パートナー&サポーターも募集

町田ひろ子アカデミー

町田ひろ子アカデミーは、40周年を機に、社会に貢献できるテーマ目標活動を「美防災」としている。これは、2011年に発生した東日本大震災を経験。「インテリアコーディネーターとして、防災に対して何ができるかの課題を「美防災」に集約、防災に配慮した豊かなインテリアを普及、啓蒙を展開してきている。

このたびさらに、一般ユーザーに広げるために、「美防災」パートナー&サポーターを募集するとともに、同推薦ラベル

も発行する。

同アカデミーは、設計事務所としてホテル、病院、福祉施設、幼稚園などのインテリア設計を多く手掛けている。また、実践に役立つ卒業生13,000名を輩出、多くの企業の支援パイプも出来ている。これらの実績と、支援ネットワークをベースに、さらなる運動の展開を目指しているようだ。さらに、オリジナルの“美防災”のインテリア商材も提案していく。（例東京国立博物館所蔵の日本画をインテリアとして蘇生）

●「美防災」商品基準ポイント

安心・安全な素材

- 割れたり壊れたりせず、破片が飛び散らない素材
- 重量が軽く、角がR面でぶつかっても安全な構造や素材
- クッション性があり、衝撃を吸収する素材
- デザイン、美しさを考慮
- デザイン性、耐震性を兼ね備えた商品
- 配色、質感にこだわりの感じられる商品
- 見えない部分に防災・減災への工夫がされている商品

環境に優しくエコに配慮

- 電源が必要なく、手動でも作動する機器
- 省エネ性が非常に高く、高効率の機器
- エコ素材で作られた商品

●「美防災」推薦ラベル



Safe For Everybody

震災に負けない豊かな生活をおくるために

High Recommended

安心・安全な商品の証として推薦します

「美防災NAVI」SNSを立ち上げ、SNSを活用。美防災に適した、建材、商材を投稿してもらい、☆印ランクを付して、一定の評価基準となったものにラベルを提供する運動をはじめます。

「美防災」パートナー&サポーター 募集

町田ひろ子アカデミーでは災害に負けない豊かな住まいを広め、安心・安全な生活を守る活動を一緒に普及していただける「美防災」パートナー&サポーターを募集します。「美防災」の趣旨をご理解いただき、応援下さいますようお願い申し上げます。パートナー、サポーターの概要は以下となります。

<「美防災」パートナー> 年会費：¥100,000円(税抜)

パートナーとは：賛同いただいた**企業、法人、団体**の応援制度です。

- 建材、商材に「美防災」推薦ラベルを申請・取得することができます。
- 「美防災」の普及・啓蒙に関するセミナーをパートナー価格で開催できます。

<「美防災」サポーター> 年会費：無料(登録制)

サポーターとは：賛同いただいた**インテリアコーディネーター、建築士、プロユーザー(個人)**の応援制度です。

- 「美防災」推薦ラベルが付いた商品をサポーター価格で購入することができます。
- 「美防災」商品を推薦することができます。
- 町田ひろ子アカデミーが主催する「美防災」セミナーに優先的に参加できます。

お申込方法等はホームページをご覧ください。 <http://interiorcoordinate.jp/bibousai/>



防災対策に役立つ避難機器を提案
開閉式バルコニーパーティション他

ナカ工業

ナカ工業は、建築建材展2017(3月7~10日、東京ビッグサイト)に、“避難をデザインする”をテーマに、避難器具を中心に出品した。各種の中で今回初出品機器は、開閉式バルコニーパーティション「LNパーティション」である。

同製品は、意外と知られていなかった身近な危険として、万が一火災が起き、避難器具がない場合は、パーティション(隔て板)を蹴破。避難器具が設置されている隣戸まで移動する必要がある。そのため、バルコニーパーティションは

蹴破れるように作られている。しかし、実情は、高齢者や小さな子どもの力では、硬くてなかなか蹴破れない事も多いといわれている。割

れた破片や突起によるケガ、場合によっては、何枚ものパーティション蹴破らなくてはならない。そこで開発されたのが「LNパーティション」。セキュリティフックを剥がし、ベルトを押し下げることで簡単に扉が倒せる。力を殆ど使わない(従来通り蹴破ることも可能)。もう一つは、車イス対応の降下型避難機も参考出展しており、防災対応が課題となっている最近を反映して来場者の関心を集めていた。



▲車イス対応の降下型避難機器

開閉式バルコニーパーティションの

▲LNパーティション 使用手順

方立共通化によりタイプの切り替えを可能に 低層用カーテンウォール「ローライズX」に「マリオンタイプ“単板ガラス仕様” 「バックマリオンタイプ」+「たてすべり出し窓」を追加

昭和フロント

三和ホールディングスの連結子会社であるアルミフロントのパイオニア、昭和フロントは、2016年4月に発売開始した低層用カーテンウォール「ローライズX」に、「マリオンタイプ“単板ガラス仕様”と「バックマリオンタイプ」さらに開口部に「たてすべり出し窓」を追加発売した。

「ローライズX」は、高い意匠性と同社低層用カーテンウォールで最高水準の性能を実現した製品。2016年4月に発売開始した「マリオンタイプ“複層ガラス仕様”」と、今回追加発売する「マリオンタイプ“単板ガラス仕様”」「バックマリオンタイプ」で使用する方立を共通化した事で、同じファサードの面内で1～2階はガラスが方立の奥に付くマリオンタイプ、3階以上はガラスが方立の前に付くバックマリオンタイプというようにスタイルを切り替えて構成出来るように

なった。

開口部では既存の「外倒し窓」「突出し窓」に加え「たてすべり出し窓」を追加発売し、マリオンタイプ、バックマリオンタイプ共に隠しかまち式の開口部3種類が製作可能となった。「たてすべり出し窓」は、かまち収納タイプのフラットハンドルや開放制限アームを使用して部品の露出を抑え、意匠性を向上させたとしている。

【製品特長】

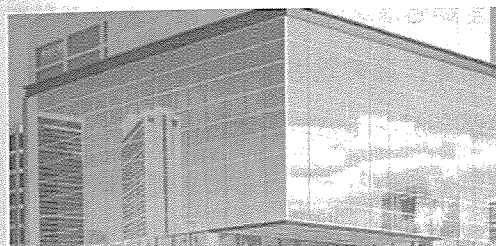
●同一面内でスタイルの切り替えを可能に



「ローライズX」取付イメージ



マリオンタイプ



バックマリオンタイプ

「マリオンタイプ」と「バックマリオンタイプ」で使用する方立を共通化した事により、同じファサードの面内で1～2階はマリオンタイプ、3階以上はバックマリオンタイプというように区切りなしでスタイルの切り替えを可能にし、デザインの幅を広げている。

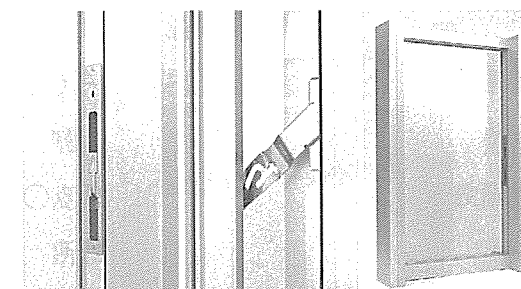
●開口部のバリエーション

既存の「外倒し窓」「突出し窓」に加えて「たてすべり出し窓」を追加発売し、マリオンタイプ、バックマリオンタイプ共に3種類の開口部をラインアップした。すべて隠しかまち仕様を採用し、FIXと統一された意匠ですっきりと見せ

ることができる。

●意匠性を向上させた「たてすべり出し窓」

従来のたてすべり出し窓は、ハンドルや調整器等の部品が露出していた。ローライズXではかまち収納タイプのフラットハンドルや開放制限アームの使用によりFIXと統一した意匠を可能にした。



左から：フラットハンドル（内部用ハンドル）、開放制限アーム、閉鎖時内観イメージ

【製品仕様】

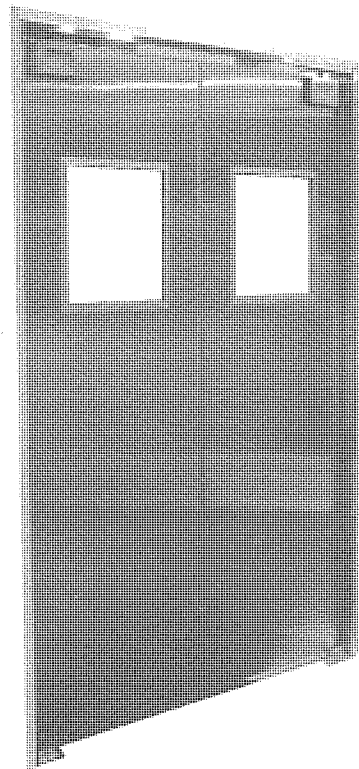
| 形式 バリエーション | マリオンタイプ | | | | | |
|---------------|------------|----------|-----------|----------|----------|----------|
| | FIX | | 外倒し窓・突出し窓 | | たてすべり出し窓 | |
| ガラス溝幅 (mm) | 単板 24 | 複層 44 | 単板 24 | 複層 35 | 単板 24 | 複層 35 |
| 形式 バリエーション | バックマリオンタイプ | | | | | |
| | FIX | | 外倒し窓・突出し窓 | | たてすべり出し窓 | |
| ガラス溝幅 (mm) | 24 | | 24 | | 24 | |

材質：アルミ
色：シルバー、ブロンズ、ピュアホワイト、ブラック、ステンカラー、ダークブロンズ
方立見込：200mm、250mm、350mm
耐風圧性能：S-3 (1600Pa)、S-4 (2000Pa)、S-5 (2400Pa)
※耐風圧性能は、製作範囲により異なる
気密性能：A-4以上 (1m³/h・m²)
水密性能：FIX部 1500Pa、開口部1000Pa

スーパーマーケットの定番「スイングドア」に 業界初の不燃使用を追加、受注開始

ユニフロー

ユニフローは、〈スイングドア〉に業界で初めて不燃材料を使用した特注仕様



ドア構成部材

芯材—不燃アルミニウムコア材、窓ガラスビード—耐火シリコン製（耐熱性250℃）耐候性・耐オゾン性に優れている。燃焼時、焼結セラミック化し、形状を保持、炎や煙の侵入を防ぐ。網入りガラス—防火設備に使用される（16.8）にアルミ製の角窓枠。火災時のガラスの脱落・飛散を抑える。

を追加、2016年12月上旬から受注開始している。スイングドアは、軽いタッチで開き、扉の重さで自閉する機能ドア。手が塞がっていても通行が容易で、作業効率を高めるドアとして店舗や向上の開口部で幅広く使用され、特にスーパーマーケットでは定番の製品である。今回、定評ある機能性をそのままに「不燃ドア（不燃材で製作したドアを意味し、建築基準法における防火戸ではない）」化したことで、従来は適さなかった防火区画（建築基準法が定めた、火災時に延焼を防ぐために耐火構造で創られた区画）へも設置可能範囲が拡大した。

■スイングドア〈不燃使用〉

* OP：オプション（注仕様）

| | | | |
|---------------------------|-----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|
| 製作範囲 (有効開口寸法) 単位：mm | 幅 | 片開き：418～1,200 両開き：830～2,400 | |
| | 高さ | 800～2,400 | |
| 扉仕様 | 表面材 | SUS t0.8 | |
| | 窓 (OP) | 窓材 | 網入りガラス t6.8 |
| | | 窓枠 | アルミ角窓枠 |
| | | 窓ガラス ビード | 防火戸用耐火シリコンゴム (不燃認定番号 EB-9534) |
| 芯材 | 電気亜鉛メッキ銅板フレーム ／アルミハニカムコア | | |

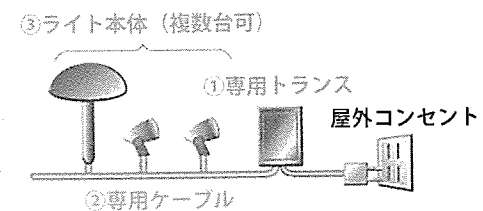
専門資格不要で設置簡単、多様な演出機種 12V（ボルト）ガーデンライト

パークレージャパン

12V（ボルト）ガーデンライトは、専門資格不要で、設置が簡単、感電や漏電の心配がない、ソーラーライトと異なり天候に左右されず毎日点灯できるLEDライトを採用した製品。アプローチライト、フットライト、投光ライト、アクセサリ等の機種及び周辺機器を取り揃えており、手軽にさまざまな演出を楽しむことができるガーデンライトである。
○設置は、専門の資格が不要で、簡単に接続できるコネクタ付ライトも用意

されており、電気の専門知識がない人や女性、年配者でも手軽に楽しめる。（但し100Vライトの場合は電気工事士による設置工事）

- ケーブルに子供が触れたり、ペットが噛んでも感電の心配がない。
- 点灯中はライトが熱くなるので設置場所に注意
- 足元の安全や防犯といった用途には、12V ガーデンライトが最適



▲設置レイアウト例

AP-08-3
¥7,800 (税別)

3W LED
緑色
電気代
約15円

■ブロンズ色 ■アルミダイキャスト・ガラス・鉄製 ■H505×D170mm
■185ルーメン ■3000K ■LED交換不可
■防雨型 ■スバイク付属 ■マウント使用可

AP-12-3
¥6,900 (税別)

3W LED
緑色
電気代
約15円

■ブラック色 ■アルミダイキャスト・ガラス・鉄製 ■H231×D91mm
■102ルーメン ■3000K ■LED交換不可
■防雨型 ■スバイク付属 ■マウント使用可

▲投光ライト
(伸縮タイプ)

▲アプローチライト

柱が見えずスッキリと納まる パネル式可動間仕切「プレウォールフィット」

文化シャッター

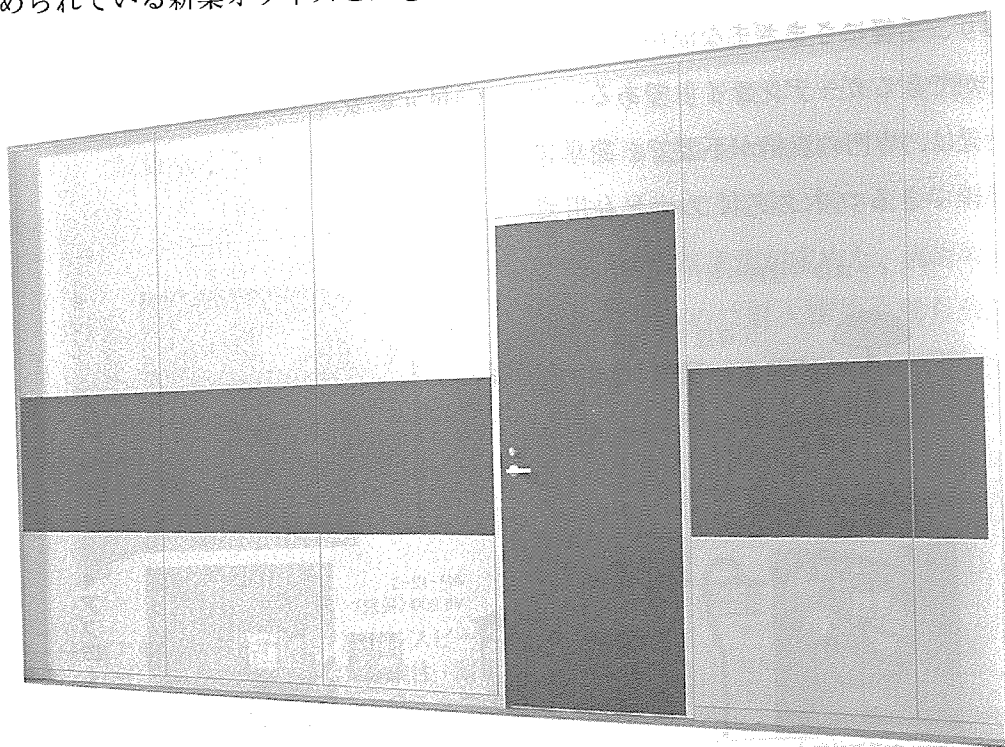
文化シャッターは、柱の見えないスッキリと納まるパネル式可動間仕切「プレウォールフィット」を中規模オフィス向け「パーティション」として2月1日より新発売。

現在、都市圏を中心に再開発の計画が進められている新築オフィスビルをはじめ

め、テナントの入れ替えが見込める既存オフィスビルを対象に開発したもので、意匠性の高いオフィススペースの提案をしていくとしている。

■主な特長

- “柱の見えない”スッキリした納まり／芯材にペーパーコアを用いた両面



一体型のパネル構造

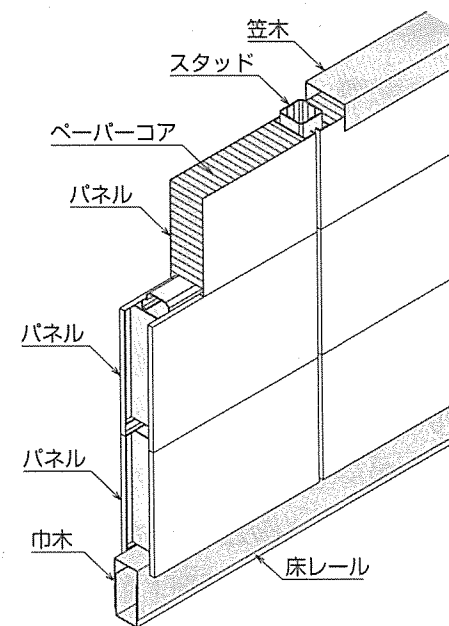
- 自在なユニットバリエーションで“こだわりのオフィス空間”を演出

- ・パネルはスチール製で、フラッシュパネル、窓パネル、オープンパネルの3種類
- ・カラーバリエーションは木目柄など全25色。
- ・パネルユニットは積み上げ式で、3段スタンダードモデル、2段、4段のデザインモデルの3種類。
- ・ドアは、片開き、親子開き、両開き、片引きの4種類。

このユニットバリエーションを自在に組み合わせることで、様々な要望に応じた“こだわりのオフィス空間”を演出。

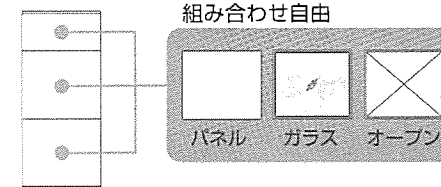
- 表面材カラーバリエーション／スタンダードカラー（クリームホワイト）、デザインカラー（メイプルベール他23カラー）
- 扉バリエーション／ドア：片・親子・両開き・引戸。開き戸デザイン：9種。

■構造図

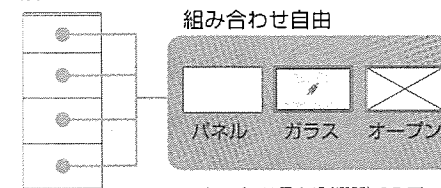


■ユニットバリエーション

3段ユニット



4段ユニット



※オープン是最上部（欄間）のみ可

ブラインド網戸広幅タイプ登場 風あおりのブラインド揺れを解消

セイキ販売

セイキグループでは、昨年度発売した網戸とブラインドの機能を合わせ持った「ブラインド網戸」に広幅タイプを追加し、昨年8月より販売を開始している。

スクリーン（ネット）色も従来のアイボリー色に加え、スカイブルーとベージュの2色が追加された。

「ブラインド網戸」は二層のメッシュ生地の中に遮蔽性生地（スラット）を織り込んだ複層構造になっており、メッシュ生地を上げ下げすることで、スラットの角度を調整することができる。ロールアップ網戸と同様に、ボールチェーンを引くことで上部のボックスに生地が巻き取り収納される。生地を下まで降ろした状態で目隠し効果のある「ブラインド」として使用することができ、その状態から更

にボールチェーンを引くことでスラットが開き、「網戸」として使用することができる。一台で二役を手軽な操作で実現した多機能製品である。

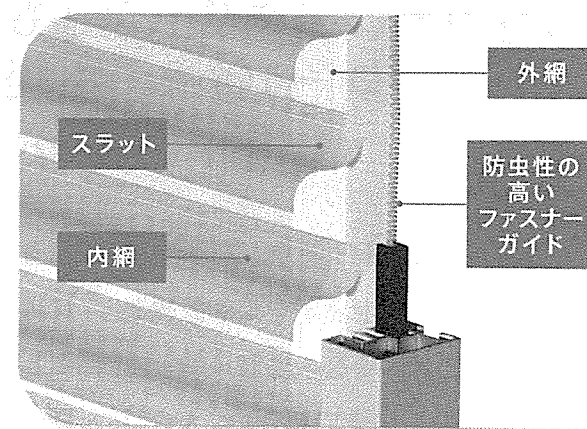


広幅タイプ施工例（スカイブルー）

また、この製品は同社開発の「ファスナーガイドシステム」を採用しており、高い防虫性能を持つだけでなく、これまでブラインドの欠点とされていた、風あおりによってブラインド全体が揺れる問題が解消された。従来のロールブラインドと同様の操作でスラットをコントロールすること

で、気になる外からの視線を遮りながら、柔らかな光と心地よい風を程よく採り入れ、部屋を明るく快適に保つことができる。

近年の住宅では「プライバシー」を確保するため、隣地や道路側に取付けられた窓にはブラインドやカーテンなどで目隠しがされているケースが多い。しかし、風通しを良くする為に取り付けられた窓は、風によるブラインド・カーテンの



ファスナーガイドシステム構成イメージ

バタつきや室内への露出が気になり、結局は締め切りにせざるを得ない、といった悩みが度々問題視されていた。

同製品によってこれらの問題を解消し、便利で明るく健康的な新しい住環境を提案することができる。同社では今回の広幅タイプの投入により、家一棟すべての窓への設置も可能となり、販売数を飛躍的に伸ばしていきたいとコメントしている。

●制作限度

標準タイプ：制作範囲 165mm ≤ 幅 W ≤ 600mm、285mm ≤ 高さ H ≤ 2400mm

制作範囲 600mm < 幅 W ≤ 1200mm、280mm ≤ 高さ H ≤ 1510mm

幅広タイプ：制作範囲 600mm < 幅 W ≤ 1200mm、1510mm < 高さ H ≤ 2400mm

制作範囲 1200mm < 幅 W ≤ 1800mm、285mm ≤ 高さ H ≤ 2400mm

プリーツスクリーン「もなみ」新柄追加 コーディネート提案本発行

ニチベイ

ニチベイは、2月1日より、プリーツスクリーン「もなみ」新柄を追加発売した。

また、新柄の追加発売に伴い、1台で不透明生地とシースルー生地を上下に配置できるツインスタイルで推奨する洋風コーディネート例をまとめた「もなみスタイリングブック」を発行し、もなみの新しい魅力を提案している。

プリーツスクリーン「もなみ」は、シャープなラインがやわらかな光を創り、日本古来の伝統的な色合いと、自然な風合いで住まいに和のエッセンスを加えるアイテムとして高い人気がある。今回追加発売する新柄は、洋風インテリアへのコーディネート提案として、同社商品・ロールスクリーン「ソフィー」の人気洋風柄をプリーツスクリーンで採用している。

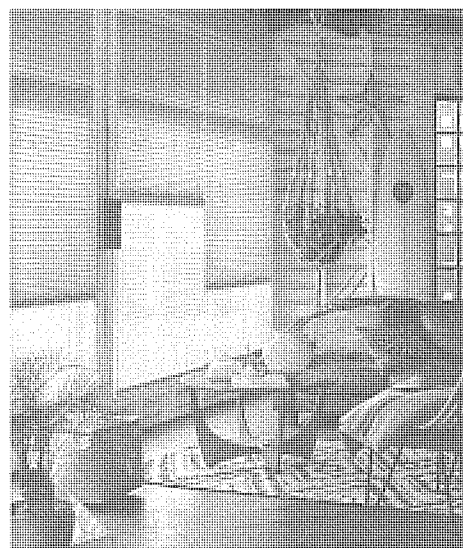
■プリーツスクリーン「もなみ」

プリーツスクリーンはプリーツ加工に

よる水平ラインが美しく、プリーツ形状による光の陰影やシャープな印象は、凛とした空間を演出することができる。

■プリーツスクリーン「もなみ」ツインスタイル

シースルー生地と不透明・遮光生地を上下に配置できるツインスタイルは、採光や外からの視線をコントロールすることができ、1台でレースカーテンとドレープカーテンのような2役の機能を持っている。



「スムーズS窓付特定防火設備 (YAG)」に “化粧鋼板仕様”を追加発売

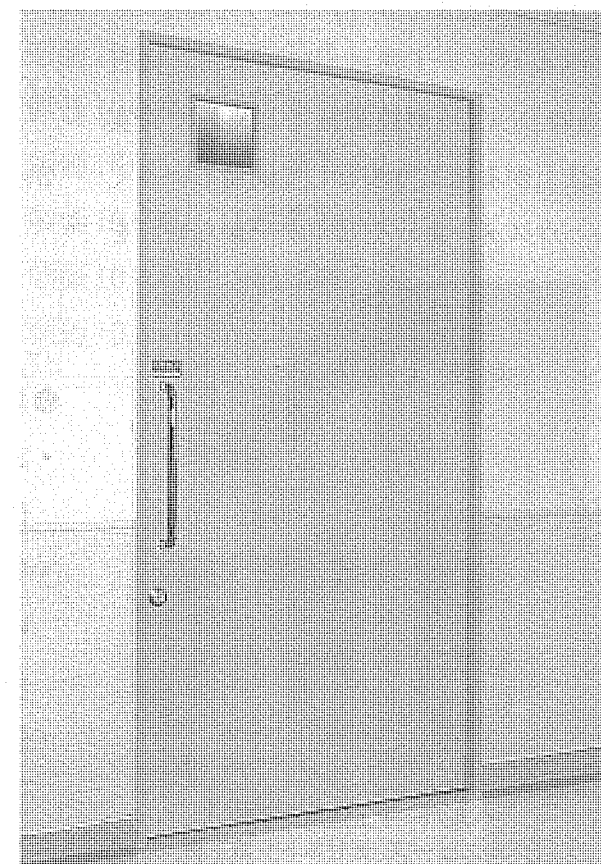
三和シャッター工業

三和シャッター工業は、医療・福祉施設向け引き戸「スムード」シリーズに、「スムードS 窓付特定防火設備 (YAG)」の“化粧鋼板仕様”を2月15日より全国発売した。

「スムード」シリーズは、スタンダード「LS3タイプ」、様々なオプション設定が可能な「Sタイプ」、防火性能、気密性能のある「高機能タイプ」と豊富に取り揃えている。

このたび、高機能タイプをさらに充実させるために追加した「スムードS」窓付特定防火設備 (YAG) は、耐熱ガラス入窓が付いた特定防火設備で、防火性能の必要な屋内出入口に設置できる引き戸。扉は同社独自のYAGレザー工法で製造したYAG仕様で、窓は「腰フラッシュ窓」と「縦スリット窓 (小窓含む)」の2種類から選ぶことができる。従来扉は塗装仕上げのみ

だったが、今回、扉に化粧鋼板仕様として単色および木目柄の化粧鋼板を7柄追加。防火性能の必要な場所にも意匠性を損うことなく要望に合った柄を選ぶことができる。



“タイルを引っ掛けて張る”ベルパーチ工法 30周年を迎え「ベルニュース」に2商品追加

LIXIL

LIXILは、“タイルを引っ掛けて張る”乾式工法による短期施工と確かな仕上がりを実現するベルパーチ工法の外装壁タイル「ベルニュース」に「ベルニュース デザルト」と「ベルニュース フォギー」の2商品を追加し3月1日より発売した。

ベルパーチ工法は、1988年に、同社（当時INAX）が短期施工と簡易で確実に仕上がる施工方法として開発し、多くのハウスメーカーやビルダーから好評を

得、今年で30周年を迎えている。この機に2商品追加。

●新商品ラインアップ

1. 「ベルニュース デザルト」
(ブリックタイプ、全3色)

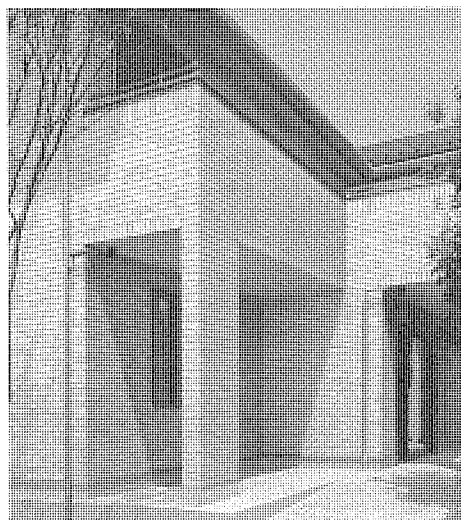
| 形状名 | 実寸法 | 厚さ | メーカー希望小売価格 (工事費・消費税別) |
|---------------------|----------|--------|--------------------------|
| 二丁掛タイプ (ブリックタイプ) | 225×72mm | 15.0mm | 8,300円/m ² |

2. 「ベルニュース フォギー」
(ブリックタイプ、全3色)

| 形状名 | 実寸法 | 厚さ | メーカー希望小売価格 (工事費・消費税別) |
|---------------------|----------|--------|--------------------------|
| 二丁掛タイプ (ブリックタイプ) | 225×72mm | 15.0mm | 8,300円/m ² |

●共通特長

- ・実績に裏付けられた耐久性で長期優良住宅に最適。
- ・専用の軽量下地材に“タイルを引っ掛けて張る”乾式施工で、短期施工と確かな仕上げを実現。
- ・外装壁タイプ／親水性を活用した防汚テクノロジー「ナノ親水」共通基準。



ベルパーチ工法用タイル
「ベルニュース デザルト」施工例

建材市場創研の出版物

◆今後の発刊予定

「建材マーケット」

| | |
|---------------|------------|
| 2017年版 住宅編① | 2017年6月上旬 |
| 2017年版 一般建築編① | 2017年9月下旬 |
| 2017年版 一般建築編② | 2017年11月下旬 |

◆既刊書籍

| | |
|---------------|------------------|
| 2014年版 一般建築編① | 頒価12,000円 (残部稀少) |
| 2014年版 一般建築編② | 頒価10,000円 (残部稀少) |
| 2015年版 住宅編① | 頒価10,000円 (残部稀少) |
| 2015年版 住宅編② | 頒価10,000円 (残部稀少) |
| 2015年版 一般建築編① | 頒価10,000円 (残部稀少) |
| 2015年版 一般建築編② | 頒価10,000円 (残部稀少) |
| 2016年版 住宅編① | 頒価10,000円 (残部稀少) |
| 2016年版 住宅編② | 頒価10,000円 (残部稀少) |
| 2016年版 一般建築編① | 頒価10,000円 (残部稀少) |
| 2016年版 一般建築編② | 頒価10,000円 (残部稀少) |

Roll Free
ロールフリーワイド

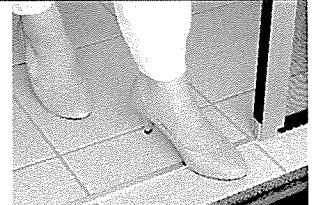
広幅ロール網戸

最大1350ミリ 最大2700ミリ
製作範囲が広がりました

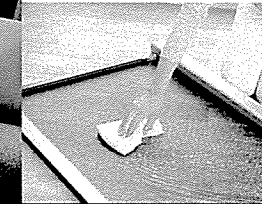


住まいの快適機能標準装備

つまづき防止
バリアフリー



外して洗える
掃除ラクラク



破れない網戸

ペット引っ掻きに強い
アルミ製網戸

ドア用 WIND SCREEN

リリーズ®

2017年3月25日発行

頒価 10,000円 (+税)

発行所: 建材市場創研

〒114-0014 東京都北区田端1-10-10 東洋ビレッジ304

電話 03 (5834) 8815

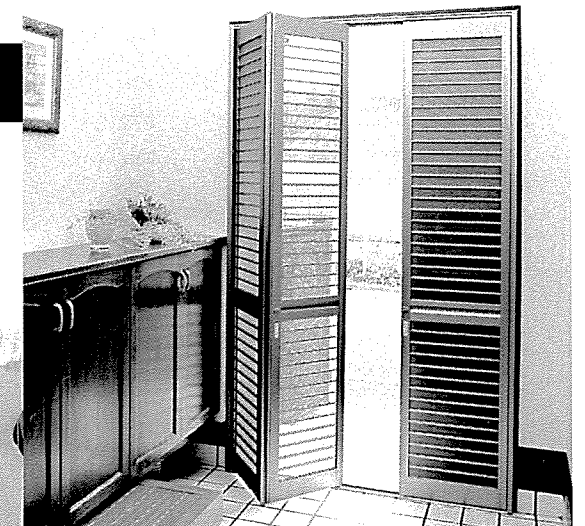
禁無断転載コピー

重厚感・安心感あふれる網戸



急な訪問者にも安心♪
カギ付ロック標準装備

ペットに破られない
アルミパンチング網戸



セイキ販売株式会社 <http://www.seiki.gr.jp>
〒176-0014 東京都練馬区豊玉南3-21-16 TEL 03-5999-5820



文化シャッター

Life in & Lifelong Partnership

文化シャッターはお客様に安心・安全を提供する「快適環境のソリューショングループ」を目指します。

安心と心地よさを、窓辺から。

防犯・防火・防災対策としてはもちろん、快適な住環境をサポート。



侵入盗の抑止・阻止効果だけではありません。窓シャッターは1年を通して安心・快適な暮らしをサポート。夏ならスラットにスリット孔を設けたタイプで心地良い風を室内に迎え入れます。秋、台風に襲われた時は飛来物から窓ガラスを守る心づよい備えに。寒い冬の夜は全閉しておけば冷気が窓ガラスへ伝わるのを防ぎます。

住宅用窓シャッター

マドマスター シリーズ



防犯

こじ開け防止に威力を発揮するフック付きスラットを標準装備。



防火

建築基準法で定められた防火地域、準防火地域に該当する開口部に対応。※防火設備仕様のみ



防災

スラットフックを標準装備し、優れた耐風圧性能800Pa(負圧)を確保。



快適

夏期は通風機能のある「換気・採光モデル」「パンチングモデル」で心地よい風を取り入れ可能。冬期は全閉で冷気の伝導を防ぎます。

文化シャッター株式会社

〒113-8535 東京都文京区西片1丁目17-3 TEL.03(5844)7111 <http://www.bunka-s.co.jp/>