

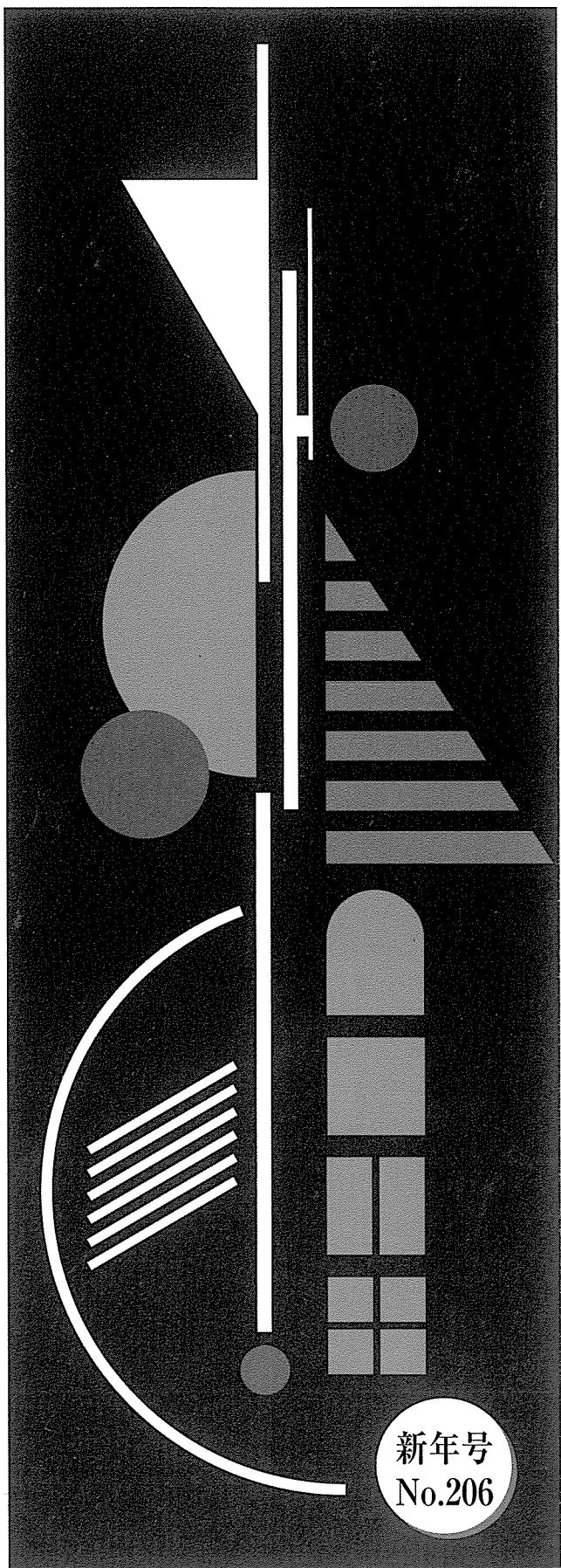
月刊

建材

Navi
ナビ

二〇一六年 年頭所感

特集：新たな需要創出をめざす空間創造型商品
(ガーデンルーム+人工木デッキ)
バルコニー・テラス+屋根・囲い商品に
期待するウォールエクステリア



年頭所感 2016年 あけましておめでとうございます(五十音順)

小松電機産業

出雲の「和譲」、小泉八雲の「開かれた精神」から「新しい和の文化」が生まれる時——小松昭夫代表取締役／(財)人間自然科学研究所理事長



あけましておめでとうございます。

徐々に形が明らかになっていくといわれる丙申の年を迎える。60年前のこの年は、日本が旧敵国として国連加盟が認められ、世界に役割を果たすべく歩みだした年でもありました。この間、世界は東西冷戦を終えグローバル化、核拡散、クラウドとスマートフォンに象徴されるICTが進み、テロによる緊張と、歴史問題に象徴される制御された対立が続く中、「新たな知」の時代が幕を開けようとしています。

本年は十八歳選挙権、北海道新幹線の開通、東京豊洲中央卸売市場開所など、新たな始まりを迎えます。中国、露国、米国の核大国に囲まれた朝鮮半島と日本列島、そして敗戦を「終戦」とした日本、「竹島の日」を制定した島根出雲から人類の「終戦」への流れを生み出すため、出雲から生まれた「和譲」、小泉八雲が提唱した「開かれた精神 OPEN MIND」から「新しい和の文化」が生まれる時が来ました。

小松電機産業、研究所はその先駆けとして、クラウド総合水管システムやくも水神、シートシャッター happygate 門番、そして平和事業を進めます。皆様の積極的なご参加をお待ちしています。

三協立山(株)三協アルミ社

新アルミ樹脂複合サッシ「アルジオ」「改修・リフォーム事業」に注力——蒲原彰三社長



昨年を振り返りますと、日本経済は政府による経済政策や日銀の金融緩和策の継続などから、企業収益や雇用情勢等に改善の動きが見られた一方、中国など新興国経済の減速を受け、輸出に力強さをかくなど足踏み状態がつづきました。

我々建設業界におきましては、新設住宅着工戸数は回復傾向にあるものの、一昨年から上昇が続いたアルミ地金や資源価格の影響により厳しい事業環境が続きました。

本年は、政府による継続的な経済政策や、来年度に予定される消費増税に向けての需要増加が予想されるなど、市況は緩やかに回復する見込ではあるものの、中国経済や欧州情勢の影響など、当社を取り巻く事業環境は依然として不透明な状況が続くものと考えております。

こうした中、当社は昨年10月に住宅用基幹サッシとして発売した国内最高クラスの耐久性能を誇る新アルミ樹脂複合サッシ「アルジオ(ALGEO)」の販売拡大に向けた取り組みを強化してまいります。加えて長期目標として掲げる「VISION2020」の達成に向け、重点施策である「改修・リフォーム事業の強化」に引き続き取り組んでまいります。ビル建材事業

では、改修・環境分野を手掛けるSTER事業部を中心に、集合住宅や学校などへの省エネ、環境リフォーム提案に注力いたします。住宅建材事業では、全国展開しているリフォームネットワーク“一新助家”加入店のレベルアップ支援により、お客様満足度向上に注力してまいります。エクステリア建材事業では、後付可能なガーデンルームなど独立型商品の提案強化に注力し、エクステリアリフォーム需要の創出と市場拡大を目指します。

「海外展開」に関しては、台湾での受注拡大に向けた営業対応力・商品力強化やフィリピン、タイなどの各拠点の整備に注力することで、引き続き ASEAN 地域での事業展開を進めてまいります。

三和シャッター工業

マーケット、商品、用途に応じて品揃えする細分化戦略を展開——長野敏文社長



昨年、当業界を取り巻く環境においても、地方自治体を中心とした公共事業工事が増加傾向にあり、住宅着工戸数の増加や工場・物流施設の新設など前向きな建設需要が継続したことにより、総じて堅調に推移しました。

このような環境下、当社は建築用建材商品を通じて安全・安心・快適を提供することにより社会に貢献する企業としてマーケットニーズを捉え、それに応えるべく社員一丸となって取り組んでま

建材 navi 新年号 -No.206 目次

特集 新たな需要創出をめざす空間創造型商品（ガーデンルーム+人工木デッキ）／バルコニー・テラス+屋根・囲い商品に期待するウォールエクステリア 11

[年頭所感] 3

[環境・健康建材コーナー] 8

[新製品・新技术情報／業界の動き] 19

© 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		

いました。

現在、「三和グローバルビジョン2020」の第一次3ヵ年計画において「さらなる飛躍実現に向け、常に進化し続ける成長基盤を確立する3ヵ年」を経営方針に掲げ、基本戦略である多品種化の完全定着を目指し、成長商品と位置づけた間仕切・環境建材等の商品群を業界トップレベルの基幹商品に成長させるため、マーケット、商品、用途に応じて品揃えする“細分化戦略”を展開しています。特に、台風や集中豪雨などによる浸水被害を防ぐ防水商品「ウォーターガード」では防水シャッター、Wタイトドア・Sタイトドアやシート式防水板などラインアップの拡充を図り、お客様の多様なニーズに応える「商品づくり」に注力してまいりました。

本年も引き続き、業界トップレベルの製造技術力・商品開発力・工務力を確立し、お客様と密着した販店体制を強化し、安全・安心な商品とサービスを提供してまいります。

三和ホールディングス

第二次3ヵ年計画のスタート、創立60周年の節目の年
——高山俊隆会長・CEO

国内経済は、住宅着工の持ち直し、引き続き堅調な非住宅分野とともに回復基調にあります。また、中国経済に対する警戒感や着工遅延により、先行きに不透明感が残る状況で推移しました。米国経済は、個人消費が底



堅く、住宅・非住宅市場とも堅調に推移しました。欧州経済は、金融緩和とユーロ安、原油安を背景に緩やかな回復が続きました。アジアは、中国経済の変動が見られ、その他の各国の市場も未だ不安定な状態にあり、今後の進展を注視する必要があります。

このような環境下、長期経営ビジョン「三和グローバルビジョン2020 第一次3ヵ年計画」最終年度として、三和シヤッターをはじめとする国内グループにおいては連携強化による多品種化の拡大としてステンレス、フロント、自動ドア、メールボックス等を中心とする建物エントランス周辺商品の拡販に注力してまいりました。商品開発の取り組みとしては、洪水や突然の集中豪雨などの災害に浸水を防ぐ防水商品「ウォーターガードシリーズ」やパーティションのラインアップの拡充を行ないました。また、施工技術者の人員増強や待遇改善などを実行し、工事力の強化に努めました。

米国においては、ガレージドアおよび開閉の新商品発売や、川下戦略として施工・サービス事業の拡充を行ないました。欧州では、産業用ドア事業において2014年に買収したアルファ社との統合を進め、シナジー創出に努めました。また、ヒンジドア事業では欧州33カ国において統一予定の、新耐火基準に対応したドア「Novo Porta Premio」を販売しました。アジアでは、中国を中心に景気の停滞が懸念されますが、将来のグループ成長の鍵となるアジア事業の基盤確立により一層注力してまいります。

本年は申年、病や厄が「去る」といわれ、幸運が訪れる縁起の良い年とされております。当社においては、新たな第二次3ヵ年計画をスタートする年度で、創立60周年を迎える節目の年でもあります。引き続き「動く建材」のグローバル・メジャーに向け、グループの連携を一層強化し、昨年に勝るシナジーを生み出します。

四国化成工業

「世界に通用するエクセレント・カンパニーの創生」に邁進——田中直人取締役専務

昨年1年を振り返ってみると何かと物騒な話題が多い年であった中、何と言ってもラグビー



ワールドカップ・イングランド大会での日本代表の活躍が快く印象に残っています。3勝したにも拘らず残念ながら決勝トーナメントには進めませんでしたが、初戦の南アフリカ戦、過去2回の優勝を誇る強豪を相手に一步も引けをとらない戦いぶり、最後のワンプレイで引き分けよりも勝つことに拘った決断は日本人として誇らしく思い、久々に熱くなりました。肌の色が違っても志をひとつにして、ひたすら前を目指す猛者たちに、多くの人が賞賛の拍手を送りました。

企業人として、改めて彼らの精神的な有り様を素直に見習いたいと思います。目標を明確に見据え、常に前に向くことを志向し、日々の厳しい鍛錬に堪え立ち向かっていく勇気は、閉塞感に満ちている日本経済にとってもっとも求められているスピリットではないでしょうか。

弊社は今年、新たなステージを目指した2019年までの中期経営計画をスタートさせます。既存事業において新たな価値を創生する徹底的なリノベーションを図ると共に、新規コア製品の確立による新規事業創出に取り組んでまいります。

建材事業におきましては、原点に立ち返り顧客視点による価値と満足を得るための諸施策を、スピード感をもって実践します。これからも社員ひとり一人が五感を研ぎ澄まして市場のニーズに着実にお応えするとともに、「シコクらしい」と評されるよう独創的な提案による市場の創造に注力してまいります。

もって、真のグローバルニッチ企業として、「世界に通用するエクセレント・カンパニーの創生」に向けて邁進する所存です。

寺岡オートドア

大企業に伍してご愛顧いただけるモノづくりに今後とも邁進する——吉田毅社長

2015年は前

年の好調を維持しつつ始まりましたが、その後はやや不調、後半になって勢いを

取り戻した感があります。秋以降は首都圏の大型現場が動き出して、急激な繁忙状態となりました。この状態はしばらく続くものと予想されます。

以前から言っていたように、2020年までは首都圏を中心とした建築需要が期待できるが、それ以降は不透明ということで、私

も2020年の後の需要落ち込みについて懸念しております。が、いわゆるインバウンド需要は底堅いという楽観的な見方が出てきています。安心できませんが、必要なタイミングで経営資源を投入できる体制を立てておきたいと考えています。

自動ドアという製品は、一般の通行者の方からは「ただ開いて閉まる」だけですが、安全・防災・防犯上の要求事項は年々レベルアップしていくべき課題です。半世紀前と比べると、企画、開発、設計、試作、認証、製造、出荷、施工、修理、保守と、すべての段階でより高度な配慮が求められるようになってきています。長年続けてきた仕事でも、改めて見直して、より良い方法を探していく努力をしてまいります。

ところで、小説、ドラマで話題となった「下町ロケット」でその舞台は、弊社所在地の東京都大田区にあり、一部弊社製品にもそのモデルとなった会社の部品が使用されております。ロケットには遠いかもしれません、大企業に伍して皆様にご愛顧いただけるモノづくりに今後とも邁進していきたいと思います。

ナブテスコ株式環境カンパニー

世界トップグループに向けた基盤を築くための積極経営を目指し力強く挑戦し続けていく——三代洋右社長

昨年11月5日

にTPP（環太平洋パートナーシップ）協定で大筋合意に至ったこ

とは、日米を中心となって太平洋を囲む12カ国の巨大経済圏が、物、サービス、投資で高い水準の自由化による共存共栄を目指すとしたこと、及び、我が国のグローバル経済、政治への復帰を意味する大きな成果に繋がるものと期待されます。

2015年は企業統治において大きな警鐘が鳴らされた年でもありました。企業統治の欠如が、我が国を代表する企業でも相次ぎ発覚し、経営に大打撃を与えていました。ステークホルダーに対する企業責任が問われるなどを痛感させられました。

喜ばしいニュースとしては、ラグビーワールドカップで日本代表は世界ラグビーの歴史に感動のページを刻みました。また、MRJ（国産ジェット旅客機）の初飛行成功はわが国がジェット旅客機市場に参入する宣言となりました。1989年のバブル崩壊から25年余りを経て、経済・企業、そして国民の体力と気力も徐々に蘇りつつあることを実感します。2016年は、再び将来に繋ぐ意思と目標を持って、力強く挑戦する年にしたいものです。

私たちナブコグループ（ナブテスコ株、ナブコシステム株、ナブコドア株、オリエント産業株）は、市場とお客様へより高い提供と、安心、安全、快適をお届けすべく、グループ会社間の連携を緊密にして、取り組んでおります。昨年は、36回目を迎えたナブコグループの「全国販売推進運動」を、5年ぶりに全国統一の評価方式にて展開しましたが、評価項目には従来の受注台数に加えて、受注に向けたプロセスや業務の質の向上、

および安全啓蒙活動を新たに評価項目に加えて展開いたしました。

なかでも高齢化が進む社会で高齢者の事故を未然に防ぐことは全国販促運動の重点項目に位置付けました。

こうしたナブコグループ一丸での取り組みの積み重ねが5年後、10年後、ナブコがより多くのお客様に選ばれるための原動力になると考え、今後もこれらの取り組みを継続し、進化・発展させて参ります。

今年もナブコグループは、付加価値の高い製品とサービスを市場に提供するとともに、グローバル市場でも、世界トップグループに向けた基盤を築くための積極経営を目指し、力強く挑戦し続けていく所存です。

今年は、干支の9番目にあたる「申」の年ですが、「申」は果实が成熟して固まっていく状態を表していると言われます。今迄の努力を結実させ、将来の刈り取りに備える年としたいものです。

不二サッシ

次期中期計画「創造」に向けて持続的発展の基礎作り達成——土屋英久社長



昨年を振り返りますと、円安効果による輸出関連企業の収益力が高まり、大手ゼネコンの収益も改善され、契機は穏やかな回復傾向がつづいているものの、中国などの海外経済の減速により輸出や生産の動きに陰りが見え、事業環境としては景況感をなかなか感じることの出来る状況に

はなりませんでした。

一方、2年連続の受賞となつたノーベル賞やラグビーW杯に桜ジャパンの活躍など明るい話題もありましたが、災害とテロ、企業不祥事の年でもありました。建築業界におきましてもデータ改ざんなどが発覚し、一企業の問題に止まらずおきな問題となりました。企業のコーポレートガバナンス等社会的責任が問われる状況の中、当社としても「他山の石」と捉える必要があることを痛切に感じる一年でもありました。

こうした中、当社グループは2020年の創立90周年をめざした中期ビジョンを念頭に、更に長期ビジョン「100周年への礎」を築くため、2011年から2020年までの目標を第1次・第2次・第3次経営計画と設定し、プロセス管理を徹底運用しています。

2015年は、当社グループにとって「躍進」をメインメッセージに掲げスタートした第2次中期経営計画の最終年度になります。

「CHALLENGE for CHANGE」をスローガンに、引き続き「事業構造改革」への拘りは継続しつつ、市場・商品技術・生産技術・人材育成といったあらゆる面で積極的に挑戦し、次期中期計画「創造」に向けて持続的発展の基礎作りを達成すべく注力してまいります。

文化シャッター

“進化型”ソリューショングループをめざすことが使命——茂木哲哉社長

昨年、BXグループは、「エコ」と「防災」をキーワードに防災・

減災のソリューションを提供し、お客様に貢献できるものづくりに注力してまいりました。特に

「防災」において注力している「止水事業」におきましては、大雨による建物への浸水という不安を抱えるお客様に対して、国土交通省が推し進める「浸水防止対策」の方針に沿った製品バリエーションの拡充と、全国各地で開催された防災・減災をテーマとした展示会への出展を通じて、止水商品を積極的にPRしてまいりました。

今年は、2020年東京オリンピック・パラリンピック開催に向けた国立競技場建設の本格着工や、周辺施設のリニューアルなど明るい材料がある一方で、円安による原材料価格やエネルギーコストへの対応など、依然として内需全体を冷え込ませる懸念材料も残っています。

こうした事業環境にある中でBXグループは、「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』をめざして」を長期ビジョンに掲げ、第三次中期経営計画の最終年度をグループ社員が一丸となって目標達成に向けた取り組みを進めています。

今年発表を予定しています新たな中期経営計画の中でも、長期ビジョンである「快適環境のソリューショングループ」をめざす考え方は継続していきます。これまで培ってきたソリューションにさらに磨きをかけた“進化型”的ソリューショングループをめざすこと



が、我々の使命であると固く信じているからです。

YKK AP

2020年省エネ義務化・
2020年以降のZEHの
方向性を見据え樹脂窓
を推進——堀秀充社長

——2015年を
振り返り——

2013年度から第4次中期事業方針「商品力・提案力によるAP事業の持続的成長」を掲げ、以下の重点施策に取り組んでいます。

「窓事業の拡大」では、2012年度から継続しているAPWフォーラムを2015年度も21会場で開催し、ビルダー、設計事務所、流通店などを対象に樹脂窓を普及啓蒙してまいりました。樹脂窓の断熱性能が快適な住環境をつくるのに重要な役割を担うことを理解していただきました。商品では、10月にはハンドル操作ひとつで内倒しと内開きの2つの機能を使い分けることができる樹脂窓「APW430」ツーアクション窓を発売いたしました。

「リフォーム分野の強化」では、ドアの取りかえを素早くできる商品「かんたんドアリモ」を発売し好評を得ています。TDYの「グリーンリモルフェア2015」を東京、名古屋、大阪、福岡で開催し、約7万5000人を動員できました。「MADOショップ」では、支社単位・県単位のエリア部会を各地で活性化し、連携強化をはかることで効果を上げていきます。

「ビル事業の強化」では、自然の風で建物全体を換気できる「EXIMA31バランスウェイ」を発売しました。改装分野では新カバー工法で改修前と同様の眺望性・意匠性を維持し、省エネと機能性向上をはかる「SYSTE MA31B r」を9月に発売し、非居住建築物の窓改修市場を開拓してまいります。

「エクステリア商品力の強化」では、高級ゾーンに「エクステリアアーチ」を発売しました。第一四半期にエクステリアフェアを開催し、一棟トータル提案が可能な「ルシアス」シリーズやカーポート「エフルージュ」などを提案してまいりました。

「海外AP事業の拡大」では、商品技術力をベースに各國・各地域の気候・風土に合わせた商品開発をしております。

「YKKAP FAÇADE ブランドの構築」では、BIM(Building Information Modeling)の更なる活用として日射解析ソフトと連動して光や風がどう影響するのか解析する検証を開始しました。

—2016年に向けて—

2016年度は、2017年4月に予定されている消費税増税前の駆け込み需要が予想されます。また、第4次中期経営計画の最終年でもあります。このような環境の中で当社は「商品力・提案力によるAP事業の持続的成長」を基本方針に掲げ、重点施策をやりきり、2017年の消費税増税後の反動減にも耐えられる強い事業基盤を構築してまいります。日本の住宅・建築物の省エネ対策に関するロードマップでは2020年までに平成25年省エネ

基準が義務化になります。更に2020年以降新築住宅の平均でZEH(ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス)を目指す方向性が出されています。開口部は住宅の中で熱損失が大きい部位であり、窓の省エネ性能は重要な役割を果たします。「APW330」「APW430」といった樹脂窓を一層推進し、このような環境の変化へ対応してまいります。また、窓の性能をできるだけ多くの人に理解していただけるように、2016年4月に体感型施設としてショールーム品川をリニューアルオープンいたしました。

海外AP事業は、中国、東南アジア地域での強化が課題です。中国では、商品の差別化をはかるべくバリエーションの拡充を行うとともに、商品を製造・施工している加工店の育成を行うことで最終品質を強化してまいります。東南アジア地域では、基幹商品「NEXSTA」の販売促進を行ふとともに、製造・供給基盤の強化を図ってまいります。

これら、AP事業の展開をはかる上で重要であるのは技術力です。2016年4月には富山県黒部市の黒部荻生製造所内に「YKKAP R&Dセンター」を開設いたします。この建物には、研究・開発部門、生産技術部門が集結し、開発力の向上及びプロユーチャーの皆様との技術課題対応を行ってまいります。YKKAPは、本年もモノづくりと品質にこだわり、お届けする商品を通じて、「小エネ(ローエネ)」な住まいや健康な暮らしをご提案し、より豊かな社会づくりに貢献していきたいと考えております。

【環境・健康建材コーナー】

LIXIL

エクステリアコンテストの大賞に門まわり・車庫まわり部門金賞の「(有)裕花園」(滋賀県)を選出、「数奇屋門を中心とした和風の門構えはなぜかホッとさせられる魅力をもっています」と審査員コメント

LIXIL(瀬戸欣哉社長)は、「LIXILエクステリアコンテスト2015」を開催し、応募作品6099作品の中から大賞の「(有)裕花園」(滋賀県／門まわり・車庫まわり部門金賞作品)をはじめ入賞作品285作品を決定した。

大賞受賞作品は、門扉：数奇屋門／ゲート：プレミエスゲート／カーポート：アーキデュオ、アーキフィット／ガーデンルーム：ココマIIを採用した作品。

審査委員の古橋宜昌氏(エクステリア&ガーデンアカデミー青山校校長)は、「洋風且つスタイリッシュなデザインでオープンスタイルがおおくなっている昨今において、数奇屋門を中心とした和風の門構えはなぜかホッとさせられる魅力をもっています。門前の大きな植栽スペースも自然石積みとし、安定感と重厚感を感じられます。また高木の透け感と塗り壁の色により威圧感は感じられません。門袖にタイルを採用するなど伝統的な和風の設えと現代の素材を見事に組み合わせた点も素晴らしい作品です。門の中も手抜きせずこだわって作っていることや、光と影を計算して照明の計画をされているので夜のシーンもとても感動的です」とコメントする。

◆「エクステリアと家族の幸せ部門」の「ニコニコ大賞」には「えす・あーと(有)杉野建設」(三重県／ガーデンルーム：暖蘭物語／



ウッドデッキ：樹ら楽ステージ／ガーデンリビング：ファニチャー＆グッズ)が受賞した。

金賞作品は、◆「自然浴エクステリア部門」——「(有)梅室園」(東京都／フェンス：ライシス／ガーデンルーム：ジーマ／エクステリアライト：美彩)。◆「パブリック・まちなみ部門」——「(株)中央住宅戸建分譲設計本部」(埼玉県／フェンス：ラフィーネ／手すり：グリップライン)。◆「エクステリアリフォーム部門」——「ソノダ建設㈱」(神奈川県／門扉：ジオーナ／ゲート：プレミエスゲート／カーポート：アーキライン／プラスG：Gウレーム、Gルーフ／ガーデンルーム：ココマII／ウッドデッキ：樹ら楽ステージ／エクステリアライト：美彩)。

このほかに募集各部門の銀賞、銅賞、ニコニコ賞、さらに新提案商品のLIXILエクステリアライトを魅力的に演出しているライティング賞などの入賞作品が多数選出された。

学校トイレの和洋改修に最適な超節水型「パブリック向け床置便器」

LIXILは、学校などの和式便器から洋式便器へのリフォームに適した、フラッシュバルブ式超節水型「パブリック向け床置便器」を昨年12月1日新発売した。

新商品は、同時使用による水

(新・木づかい顕彰)において、木造住宅では耐震強度の点から難しいとされていた自由な開口部デザインを可能にする設計サポートサービス「連続開口設計サポート」で、「林野庁長官賞(優秀賞)」を受賞した。

また、アルミフレームの内側に木材を組み合わせたビル用アルミ・木複合サッシ「E-SHAPE Window+Wood」も、「ウッドデザイン賞(入賞)」を受賞した。

「ウッドデザイン賞」は、木の良さや価値を再発見させる製品や取り組みについて、とくにデザイン性が優れたものを消費者目線で評価し表彰する新たな顕彰制度。今回800点を超える応募があり、二次審査通過の397点の中から、最優秀賞1点、優秀賞9点(3部門×3点)、奨励賞30点(3部門×10点)が選出されたもの。

「連続開口設計サポート」は、2012年4月から「スマートスケルトン」として開始したサービス。木造住宅の開口部を耐力壁として評価できる開口ユニットとして提供できることが特長。ユニットごとの構造解析結果を提供し、これらを用いて家1棟全体の構造計算することで、開口部を自由に配置した開放的な住空間の実現を可能にする。

圧変動を緩和し、安定した水勢を供給できる新しいフラッシュバルブと便鉢内部の形状見直しで、従来の大洗浄6Lから1L削減した超節水仕様(大洗浄5L・小洗浄3.8L)を実現。従来の和式便器と比較して約69%節水できる。



また、排水芯を235～450mmの範囲で調整できるワイドアジャスターを搭載した。前出寸法は675mmと従来品より15mmコンパクト化したほか、独自の和洋改修工法で、2日でクリックリフォーム可能なことが特長。

「東京2020 ゴールドパートナー」契約締結

LIXILは、(財)東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会と、「東京2020スポーツサーシッププログラム」の国内最上位に位置づけられる「東京2020 ゴールドパートナー(住宅設備部材&水回り備品カテゴリー)」契約を締結した。

「子育てサポート企業」認定・次世代認定マーク「くるみん」を取得

LIXILは、厚生労働省東京労働局から「次世代育成支援対策推進法」にもとづく「子育てサポート企業」に認定され、次世代認定マーク「くるみん」を取得した。

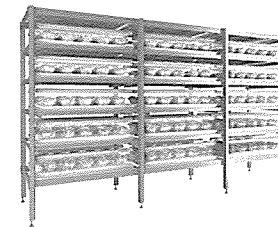
同社は「次世代育成支援対策推進法」にもとづき、仕事と子育てに関する行動計画を策定、推進してきた。今回、育児休業期間を3歳に達するまで取得可能に

した点や、出産や育児で退職した社員の再雇用制度「キャリアリターン制度」の導入など、行動計画目標5項目の達成が認められたもの。

三協マテリアル

完全人工光型水栽培専用のアルミ製植物工場ラック「アルファーム」

三協立山株式会社・三協マテリアル社(岡本誠社長)は、アルミ製植物工場ラック「アルファーム」を発売している。



完全人工光型水栽培専用のラックで、フレームや接合部材にアルミ形材を使用し、鍛につよく、湿度の高い環境下でも美しい外観を保つことが特長。また、スチールラックに比べて重量が約3分の1軽く、棚をユニット化することで設置場所での施工性を高めていることも特長。さらに、トラックに積載する荷重・剛性など使用条件にあわせたオーダーメイドにも対応する。

ユニットラックの納品パターンは、棚ユニットと柱材のセット、組立完成品、ノックダウンの3通り。揺れにも強い設置安定性と高強度化を実現したフレーム、柱材に取り付け・取り外し可能な配線カバーを採用している。基本寸法W2800×H2500×D900mm、棚有効5段、重量71kg、1台あたり15万円(ロット

10台以上)。

昭和フロント

「ストアフロントコンクール」応募作品を募集集中、締切2月22日

昭和フロント(長谷川伸二社長)は、「第47回ストアフロントコンクール」の応募作品を募集している。締め切りは2月22日(月)まで。

募集部門は、第1部店舗建築部門、第2部一般建築部門、第3部アイディア部門(アルミ形材を活用した作品)。昭和フロントの製品を採用したもので、2015年2月24日から2016年2月22日までに引渡し完了、または完了予定の作品が対象。

応募資格は、第1部・第2部の作品の設計事務所、建設会社、販売・加工店、第3部の作品加工を行った代理店。第1部・第2部の両部門からグランプリ1作品、各部門の金賞・銀賞・銅賞、また第3部の優秀賞・優良賞を選出する。詳細は昭和フロントホームページを参照——<http://www.sfn.co.jp/>

クリナップ

システムキッチンの「流レールシンク」で、2015グッドデザイン・ベスト100を受賞

クリナップ(井上強一社長)のシステムキッチン「S.S.」「クリンレディ」に搭載されている「流レールシンク」が、2015年度グッドデザイン・ベスト100に選出された。

受賞理由は、水の流れを変えるという発想によって、最後のひと手間を軽減させるだけでなく、調理中によく目についていたシンク

の散らかったゴミも軽減される。ステンレス材は汚れが落ちやすいようにコーティングされ、色も少し明るく感じられる質感。排水溝三角網カゴもトータルに合わせて美しくデザインされていて、汚れの集積となっていたエリアを美しく使いやすく整えることはデザインの大切な使命と考える」とコメント。

大建工業

インドネシアに内装ドア
製造販売の生産子会
社設立、7月生産開始

大建工業（億田正則社長）は、インドネシアに内装ドアを製造販売する生産子会社「PT.Daiken Dharma Indonesia社」を、現地企業であるPT. Dharma Satya Nusantara社などとの合弁で設立し、新工場建設に着手した。

新会社・新工場は、2014年1月に現地企業と合弁で設立したインドネシア市場における内装建材の施工販売会社の事業基盤の強化を進めるもので、自社生産拠点を設立し、製品の開発・製造・販売・施工の一貫した体制を構築する。2016年7月生産開始、2020年度年間売上高30億円をめざす。

TOTO・DAIKEN・YKK AP
4月「TDY金沢」「TY
熊本」コラボレーション
ショールーム新たに開設

TOTO・DAIKEN・YKK APの3社は、2016年4月に「TDY金沢コラボレーションショールーム」「TY熊本コラボレーションショールーム」を新たにオープンする。

四国化成工業「2015 空間デザインコンテスト」 グランプリ作品に住宅エクステリア分野「M 計画設計室」、景観エクステリア分野「(株)アマノ福山支店」、内装材・外装材・舗装材分野「宇佐美建築設計室」を選出

四国化成工業（山下矩仁彦会長・CEO）は、一般住宅、店舗、官民各施設の外構ならびに内装など幅広いジャンルの製品を扱う「2015空間デザインコンテスト」（対象：販売工事店・設計事務所）の審査結果を発表した。

今回、全国から1773点の応募作品の中から、「住宅エクステリア」「景観エクステリア」「内装材・外装材・舗装材」の各分野のグランプリ作品をはじめ、全8部門のゴールド、シルバー、ブロンズの各賞、また応募者のアイディアやこだわりが評価された審査員特別賞、さらに営業部（7エリア）ごとのエリア入選作品が選出された。

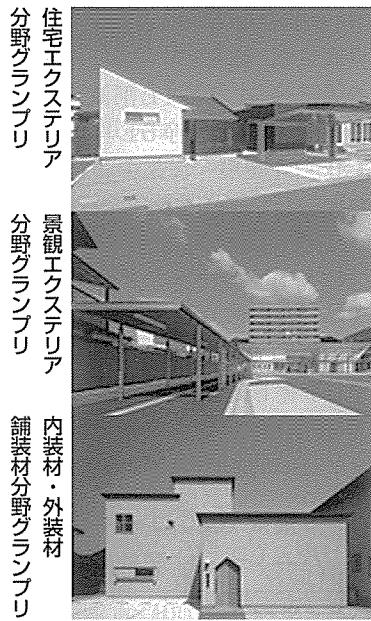
各分野のグランプリ受賞者——◆住宅エクステリア分野：「M計画設計室」（現場名：個人邸・香川県／採用商品：マイポートV）。

◆景観エクステリア分野：「(株)アマノ福山支店」（井原バスセンター・岡山県／パーゴランド、ライズループLR）。

◆内装材・外装材・舗装材分野：「宇佐美建築設計室」（バラベット小庇の家・鳥取県／弹性パレットHG、けいそうモダンコート内装）。

8部門のゴールド受賞者——◆アートウォール部門：「戸田建設（株）」（某マンション・愛媛県／アートウォールseed）。

◆車庫まわり部門「熊谷商事（株）一関営業所」（個人邸・宮城県／マイポートnext、ブルーム門扉、ガーデニィ



フェンスM）。◇門・塀まわり部門：「(株)モダンハウジング」（個人邸・広島県／ブルーム門扉）。◇庭まわり部門：「(株)富長金物建材」（個人邸・愛媛県／F.リード憩、ファンデッキHG、アレグリアフェンスTL、ユニットシャッター、マイポートFX）。

◇大型門扉・フェンス部門：「鶴見金網㈱」（みなとみらい大橋・神奈川県／クレディフェンス）。◇公共空間部門：「ユアサ商事（株）関西外構エンジニアリング部」（姫路駅バスターミナル・兵庫県／ライズループLR）。

◇内装材部門：「赤崎デザインビューロ」（京都旅庵然・京都府／ジュラックス・C）。

◇外装材・舗装材部門：「積和建設九州（株）」（諫訪野クリニックモール・福岡県／エクステリアランEX）。

特集 新たな需要創出をめざす空間創造型商品（ガーデンルーム+人工木デッキ）／バルコニー・テラス+屋根・囲い商品に期待するウォールエクステリア

住宅エクステリア市場は、新設住宅着工戸数の減少と狭小地住宅の増加、さらにはオープン外構プランの拡大による需要減退への対応を迫られてきた。その対策として、新たなエクステリア需要創出をねらった大型商品の開発と育成、またデッキや屋根・囲い商品の複合化による高付加価値商品の投入、さらにモデルチェンジを通じた基幹商品分野の再構築などに取り組んでいる。

外構分野では、LIXILが新たなエクステリア事業「NEXT EXTERIOR」の第1弾として「メイキングアップ ファサード」を提唱し、寂しいファサード空間を素敵な空間に創りかえるとのコンセプトのもとに、乾式デザインウォールやデザイナーズパーソ、エクステリアライトなどで構成するファサード空間づくりの商品群を開発、新築のみならずリフォーム需要創出に乗りだした。

その新商品のひとつエクステリアライト「美彩」が、エクステリア業界でははじめて、「2015年度グッドデザイン BEST 100」を受賞し、エクステリア照明の認知度アップにおおきく貢献した。同時に、門扉や機能門柱・ポール、ゲート、植栽などを組み合わせたトータルデザイン提案で、街並みや住宅の夜の表情を彩る「ファサードエクステリア」の新たな可能性を引き出し、需要創出につながると期待されている。

一方、庭まわり分野では、LIXILの「自然浴エクステリア・エクシオール」をパイオニアとする空間創造型商品「ガーデンルーム」が、本格的な市場形成を進めつつある。各社が開発する「ガーデンルーム」には、折戸パネルを採用したフルオープスタイルと、前面腰壁・側面オープンのバトリススタイルの2タイプがある。

従来の「サンルーム」との大きな違いは、室内空間の延長としての増築ルームではなく、フルオープスタイル機能を備えたアウトドアリビング空間を創造することにある。ガーデンルーム+デッキ材の空間形成商品は、門扉・フェンス、カーポートに匹敵する市場に成長する可能性を秘めた最重点商品に位置づけられる。

さらに、最近はテラス囲い+デッキ材仕様、バルコニー屋根+囲い商品仕様といったガーデンルーム

の応用商品も登場して、空間形成・囲い商品分野を広げつつある。これらの商品群は、ユニット式バルコニーに代わって新たなウォールエクステリア需要の創出をリードすると思われる。

—デッキ材+空間形成商品—

2014年度「デッキ材+ガーデンルーム
空間形成商品」売上高約220億円
EX市場低迷の中でも持続的に成長

いまもっとも注目されている空間形成・庭まわり商品では、「ガーデンルーム」を基幹商品に育成する動きが本格化している。LIXILの自然浴エクシオール「ココマII」「ジーマ」「暖蘭物語」に代表される「ガーデンルーム」「空間形成商品」は、三協立山のガーデンルーム「ハピーナ」、ガーデンテラス「スマーレ」、四国化成工業のガーデンルーム「F.リード憩」、YKKAPの空間システム商品「リーリア」、ガーデンルーム「アフタールーフ」と広がりをみせている。

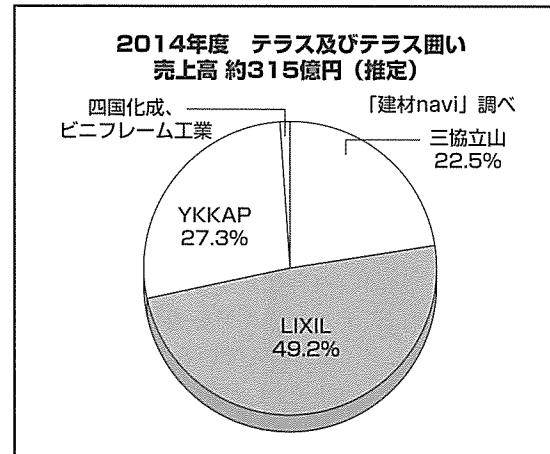
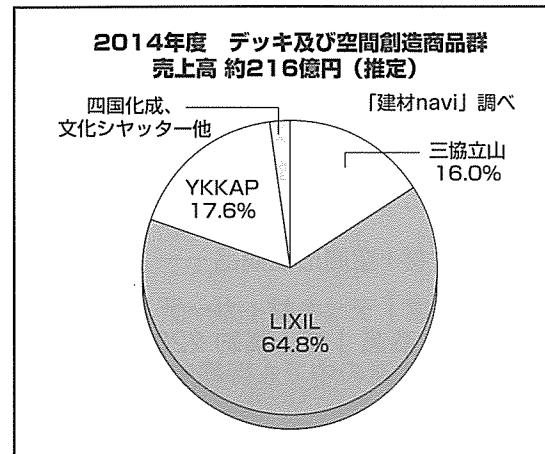
上位メーカーの2014年度「空間形成商品」売上高は約76億円と推定されるが、その大半はLIXILのガーデンルームが占めている。最近、テラス囲いガーデンルームタイプが多目的スペースとして増加傾向にあることを考えると、まだまだ高い成長が見込めそうだ。

また、「デッキ材」市場には、三協立山、四国化成工業、LIXIL、YKKAPをはじめ、タカショー、文化シヤッター、越井木材工業、ユアサ建材工業などが多くの企業が参入している。

デッキ材市場は、定期的なメンテナンスを必要とせず、取り扱いが楽で施工性にすぐれた規格品の人工木（再生木）デッキが、天然木デッキを圧倒している。停滞するエクステリア市場の中で、いまも持続的な成長をつづける商品分野のひとつである。

2014年度「デッキ材」売上高は約140億円と推定される。LIXILが約74億円、YKKAPが約33億円、三協立山が約30億円で上位を形成する。このデッキ材と空間形成商品を合計すると、約220億円と推定できる。

ガーデンエクステリアの住宅用フェンス約521億円、カーポート約500億円には及ばないが、ウォ-



ル商品のテラス+テラス囲い約315億円、住宅用門扉約267億円につづく、新たな成長分野として期待できる。

—ウォールエクステリア—

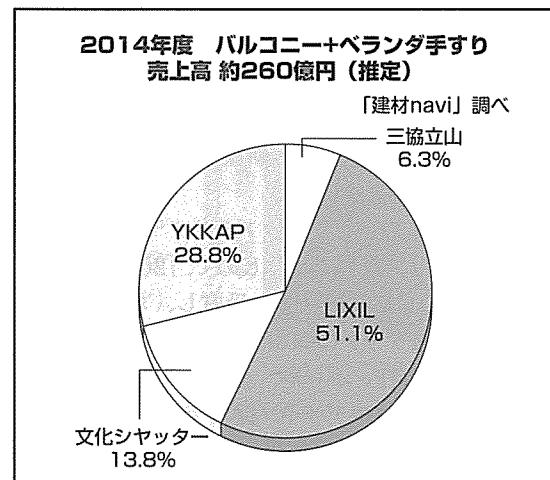
2014年度テラス・テラス園い売上高
約315億円と拡大、テラス園い
ガーデンルームタイプが需要創出

ウォールエクステリア市場は、テラス・テラス囲い、ユニット式バルコニー・ベランダ手すり、風除室、オーニング、ひさし・ルーバーの窓まわり商品など、多彩なアイテムで構成されている。

その主力商品は、ユニット式バルコニーに代わりテラス、テラス囲いの屋根・囲い商品。の中でもテラス囲いは、サンルームの後継商品として増加傾向にある。洗濯物干し場やガーデニング、物置などにしようされるケースがおおいが、人工木デッキと組み合わせて、比較的安価にアウトドアリビング空間を実現する商品としても需要を伸ばしている。

またテラスは、玄関アプローチやバルコニー、カーポート・自転車用ルーフなどに利用できる汎用性の高い商品として採用されている。最近は、リフォームに最適な独立タイプが開発されていることが特長。建ぺい率に算入されないことが大きなメリット。販売傾向をみると、一般地域向けのテラスが販売全体の大半を占めているが、最近の大雪や強風の被害により耐積雪タイプ・耐強風タイプの高強度テラスの拡大が見込まれている。

テラス・テラス囲いは、三協立山、四国化成工業、
ビニフレーム工業、LIXIL、YKKAPを軸に市



場が形成されている

2014年度テラス・テラス囲い売上高は約315億円と推定される。LIXIL約155億円、YKKAP約86億円、三協立山約71億円と推定される。

ユニット式バルコニー売上高約75億円と減少つづく、ベランダ手すり売上高約180億円と横ばいで推移

一方、2014年度ユニット式バルコニー売上高約75億円と推定される。前年実績を大きく下まわった。2階用バルコニーに囲み商品を活用した新たなタイプも投入されているが、タイプ別には柱建てタイプ、屋根置きタイプが販売全体の約6割を占めており、主にリフォーム需要に対応している。LIXILが約38億円、YKKAPが約26億円、三協立山約11億円と推定される。今年度も更に減少する可能性がおおきい。

ユニット式バルコニーの落ち込みをカバーする 2014 年度ペランダ手すり売上高は、一部集合住宅向けを含め約 180 億円と推定される。LIXIL が約 95 億円、YKKAP が約 49 億円、文化シャッター約 36 億円で上位を形成する。

風除室売上高約27億円、住宅用
オーニング売上高約13億円微減

今後の成長が期待されるウォールエクステリアには、風除室やオーニング、遮熱遮光の窓まわり商品などが上げられる。

2014年度風除室売上高は約27億円と推定される。LIXIL約14億円、YKKAP約9億円、三協立山約5億円。積雪地域もしくは台風通過地域に採用されている地域色の強い商品。

* *
2014年度住宅用オーニング売上高は約13億円と推定される。LIXIL約6億円、YKKAP約3億円、文化シヤッター約3億円と推定される。オーニングも、テラス戸同様に独立タイプが開発されてきた。主に夏場の遮熱・遮光機能をもつ省エネ商品のひとつとして普及が急がれている。

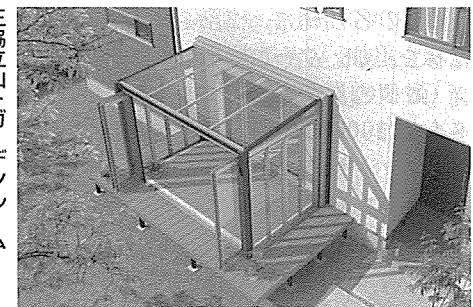
三協立山

持続的に拡大する人工木デッキ
「ひとつ木2」+ガーデンルーム
「ハピーナ」で新たな空間を提案

【庭まわり】 ■ガーデンルーム——◆「ハピーナ」：独立フレームタイプ、3000 タイプ（耐積雪量 100cm 仕様）を追加。木調フレームのライフスタイルに合わせた多彩な開口バリエーションが特長。引違い窓（テラス）、折りたたみ戸、折りたたみ戸中桟付（腰下アルミパネル）、FIX 窓、腰パネル・上引違い窓 4 枚建て等。耐積雪量 20・50・100cm 相当。土間・デッキ ON・デッキ IN の各仕様。◆「M.フレージ」：パーゴラタイプ、テラスタイル、フルオープンタイプ（折りたたみ戸）+テラスタイル、タイプ。フルオープンタイプ。アルミ色 4 色・木調色 3 色。デッキ ON 仕様・土間仕様。◆「ファニチャー」：チェア・テーブル。

■ガーデンテラス——◆「スマーレ」：独立フレームタイプ追加。オープンテラスタイルとサイドオープントライプに加えて、正面FIX窓、両側面ルーバー引戸の全天候型サイドクローズタイプも追加。耐積

「ハピーナ」の独立フレーム仕様、躯体を傷めずに設置



雪量50cm相当。サイディングパネルやアルミパネル、吹き付け仕上げなどの腰パネルスタイルと腰壁スタイルを用意。

■デッキ——◆人工木デッキ「ひとと木2」：天然木のぬくもりのある風合いを再現した床板4色、表面を凹凸加工した木目風柄床板2色。デッキとコーディネートするフェンス・ハイパーテーション・スクリーン・門扉など品揃え。

■テラス——◆新商品「メニーウェルD」：軸体に固定不要な独立式テラス。「すき間カバー」の外壁取付仕様・テラス本体取付仕様・すき間カバーなしタイプ。狭小地にも対応する片側支持タイプ。住宅開口部に合わせたサイズ設定「テラスモジュール」。カラーはダークブロンズ・アーバングレー・サンシルバーの3色。屋根パネルは熱線遮断ポリカーボネート板・FRP板など4種6色の設定。◆「メニーウェルA／メニーウェルZ」：柱付タイプ・柱なしタイプ。耐積雪量 20・50・100cm 相当。2階・3階設置型。

◆「シャルレ」：屋根枠・桁をシャープな曲面デザインで統一され、トレンド住宅のファサードにも調和する意匠。耐積雪量 20・50cm 相当。◆「ナチュレ」：ナチュラルな風合いの木目調テラスデザイン。耐積雪量 20・50cm 相当。◆「アールビュー」：2 階設置に最適なアール屋根。◆「セパーネ」：シンプルデザインの独立テラス式。◆「グッドコート」：採光・通風に配慮しながら視線をカットできるマルチスクリーン採用。1 階テラスから軀体バルコニーまで対応。◆「テラーネ乙」：直線を基調としたスタンダードな波板テラス。耐積雪量 20・50・100cm 相当。

■囲い商品——◆テラス囲い「晴れもようⅢ」：多目的スペース。1階設置用の土間・デッキ材・デッ

キONの各仕様に、2階設置用の軸体バルコニー仕様を追加。アール屋根とフラット屋根。600タイプ(耐積雪量20cm)・1500タイプ(50cm)・3000タイプ(100cm)。開口高さノーマルサイズH 2400mm・ラージサイズH 2700mm。デッキ材仕様:塩ビデッキ・木粉入り樹脂デッキ。デッキON仕様:人工木デッキ。

◆風除室「暖たす」:ランマFIX付ハンガー引戸、引違い戸、プッシュプルドア等。◆ストックヤード「オイットック」:波板仕様。◆「ハウスガード」等を品揃え。

■バルコニー——■新商品「コーデリア」:ルーバー格子と横格子タイプが2015年度グッドデザイン賞を受賞。コンテンポラリー・洋風モダンなど様々な住宅外観にマッチする多彩なパネルバリエーションが特長。連結納まり(2連結・3連結)、3階設置型、片袖壁納まり、両袖壁納まり等。

桁隠し型に横格子・たてスリット(木調色・アルミ色)・ルーバー格子(木調色・アルミ色)・サイディングの各タイプ。桁露出型にたて格子・パンチング・ポリカーボネートの各タイプ。床材に塩ビデッキ・人工木床・ルーバー床・床化粧材。

◆柱建てバルコニー「スーパーエリーバ」(スタンダードタイプ)・屋根置き式・庭置き式)。◆柱なしバルコニー「グランドシェピア」。◆軸体バルコニー関連商品:外観ファサードシステム「マイクファサード」/笠木付き手すり「コープレイJr」/床化粧材(プラスチックタイル・人工木デッキ)等。

■アウトドアリビング「ソノラマ」「漏縁」「オーニング「カフェリオ」(独立フレームタイプ用意。手動タイプ・電動タイプ)・外付ロールスクリーン「ラクシェード」など多彩なバリエーション。

【現況】ガーデンルーム「ハピーナ」に独立フレームタイプや3000タイプ(耐積雪量100cm仕様)を追加し、人工木デッキ「ひとと木2」と組み合わせて、アウトドア空間商品への対応を強化している。こうしたアウトドアリビング・空間エクステリア分野は、ガーデン・ウォール商品に匹敵する市場を実現する成長分野として期待がおおきい。

空間形成商品を構成する人工木デッキ「ひとと木2」は、ガーデンルームやテラス囲い、軸体式バルコニーなどの床材として持続的に市場を拡大している。売れ筋商品は、1mあたりの設計価格4万2000円。

発売間もないガーデンルーム「ハピーナ」は、土間・デッキON・デッキINの各仕様、独立フレーム、多彩な開口バリエーション、折戸で構成される本格的なアウトドアリビング商品で売れ筋価格は95万円。

また、ウォールエクステリアの主力商品となったテラスは、関東の雪害の影響で増えつつある高強度タイプ「メニーウェルZ」(1500・3000タイプ、2階・3階設置型)の拡大に力を注いでいる。

さらに、テラス囲い「晴れもようIII」は、土間・デッキ材・デッキONの各仕様を品揃えしているが、物干し場、物置などの多目的スペースとして主に使われている点が、アウトドアリビングとしてのガーデンルームとの大きな違い。

一方、ユニット式バルコニーは、柱なし「コーデリア」、柱建て「スーパーエリーバ」を展開するが、タイプ別には柱なし20%、柱建て40%、屋根置き40%の比率。造り付けバルコニーの増加には、手すり「コーポレイJr」などで対応する。

今後、ウォールエクステリア分野では、風除室、オーニングなど、新たな需要を創出する可能性をもった商品に重点を置き、大型市場への拡大を図っていく。

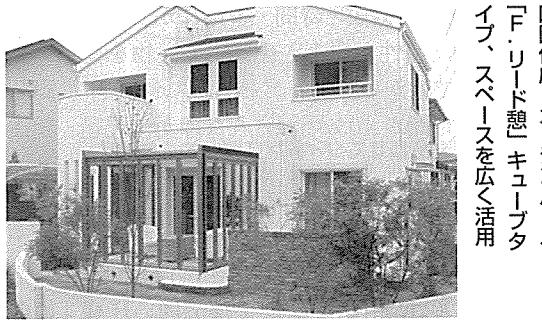
四国化成工業

ガーデンルーム「F.リード憩キューブタイプ」、木質樹脂「ファンデッキ」軸にリビングEXの需要拡大進める

【リビングエクステリア】■新商品——■ガーデンルーム「F.リード憩 キューブタイプ」:前面にひさしを設け天候を問わず楽しめる「ルーフタイプ」とオープンな空間を楽しむ「テラスタイル」につづき、折りたたみ戸で屋根下全体を囲むキューブタイプを新たに追加した。

「キューブタイプ」は、屋根下のスペースを広く活用できること、室内外の段差をわずか10mm最小限に抑えたパリアフリー仕様が主な特長。折りたたみ戸は、前面と側面に分かれており、状況に応じた開放スタイルの選択が可能。40×40mm垂木を使用した積雪50cm相当(1500N/m²仕様)の高強度タイプも用意。

「F.リード憩」の折たたみ戸パネルは、中棟のないすっきりしたデザインで、フロートガラス(3mm



四国化成「ガーデンルームF.リード憩 キューブタイプ」
スペースを広く活用

る。住宅玄関前のポーチや店舗前のオープンカフェなど、アイデア次第で自由な使いができることが特長。屋根部はパーゴラタイプと屋根付タイプ。前面スタイルは柱のみ・腰パネル(塗り壁)・可動ルーバーパネル・ラチスパネルなどを用意。

■テラス——◆「バリューテラス」:アール屋根のRタイプ・Rタイプ独立式、フラット屋根のFタイプ・Fタイプ独立式の2デザイン・4タイプを品揃え。独立施工で建物への穴あけが不要で、テラス本体にすき間カバーを取り付けるだけの優れた施工性が特長。柱は出幅方向500mm・開口方向700mmに移動可能。上止め・下止め施工。屋根材は熱線遮断ポリカーボネート板。耐積雪20cm相当・50cm相当の2タイプ。

◆「バリューテラスE」:メーターモジュール仕様。RタイプとFタイプ。耐積雪20cm相当・耐風圧強度34m/s相当。◆「パーゴテラス」:梁の連続感が美しい木組みデザインが特長。開放感のある「後柱仕様」と「前柱仕様」。耐積雪20cm相当。

◆「勝手ヤード」:勝手口スペースを有効活用できるストックヤード。そのほかにも自転車置場や収納空間、作業場、セカンドルームなど様々な用途に利用できる。フロントパネルやドアセット、サイドパネル(アルミタイプ6デザイン・木質樹脂タイプ6デザイン)の自由な組み合わせが可能。

【現況】住まいの中と外をつなぐ「リビングエクステリア」として、ガーデンルーム「F.リード憩」シリーズを中心に展開する。デザイン性と強度・機能性を両立させたオリジナル性に富んだ商品の開発に取り組んでいる。

ガーデンルーム「F.リード憩」は、全開放型の折りたたみ戸を採用し、天候や目的に応じた外部空間を演出することができる。3タイプ揃えているが、空間を広く使える「キューブタイプ」が売れ筋商品。

ガーデンルームの重要な構成部材であるデッキは、木質樹脂「ファンデッキHG/SG」を展開する。HGにはバルコニーにも採用できる「低床タイプ」も品揃えする。SGタイプは補強材を入れた耐荷重3500N/m²の高強度タイプ。戸建住宅にとどまらず、店舗などの非住宅分野、パブリック分野での採用を見据えた商品。売れ筋価格帯は、標準仕様で1mあたり3万6000円。

一方、テラスは、施工性に優れた「バリューテラス」を主力商品として展開する。耐積雪 20cm 相当の一般地域向けと、耐積雪 50cm 相当の積雪地向けを品揃えするが、高強度タイプの採用実績はまだ少なく、一般地域を主要なターゲットに浸透を強化している。

LIXIL

エクステリアライト「美彩」で 「グッドデザイン・ベスト100」受賞、 「ココマⅡ」軸にガーデンルームを牽引

【自然浴エクステリア／ウォールエクステリア】 ■
新商品——◆テラス「SPEENE（スピーネ）」／
「CHOUETTE（シュエット）」：スタンダードクラスの商品力強化を目的に未投入ゾーンでのラインアップ強化するもの。「スピーネ」は、プロユーザーの施工時間が掛かるとの声にこたえて、自在桁の組立工数の大幅削減、新垂木構造で前枠の取付を工具レス化、仮置き治具の設定で屋根パネルの取付を簡便化するなど、従来よりも施工時間を 30% 削減した。屋根形状に F型・R型、耐積雪強度 20・50・100cm 相当。1階柱付きテラスタイプ、造り付けバルコニー用（2・3階柱付き）、ビューステージ H スタイル（2階柱付き）、ルーフタイプ（1・2・3 階柱なし）のバリエーション。

一方、「シュエット」は安価なテラスにお洒落なデザインがないとの消費者の声に応えて、中級品クラスで本体はもちろん前枠や雨樋の細部まで木質感にこだわったデザインが特長。設定色は木調のエクリュアイボリー・クリエダーク・クリエペール・ウリエラスク・クリエモカの5色。テラスタイプ（1階風速 34m/s 相当）と造り付けバルコニー用屋根タイプ（2階風速 37m/s 相当）。耐積雪強度 20・50cm 相当。

◆テラス「パワーアルファ」：耐風圧強度 42m/s 相当で4階部への設置も可能な高強度タイプ。一般地域向けの耐積雪強度 30cm 相当から多積雪地域向けの 100cm 相当まで品揃え。高機能屋根材の熱線吸収ポリカーボネートと熱線吸収アクリルカーボネートを追加した。

◆テラス囲い「SUNNYGE（サニージュ）」：テラス囲い「ほせるんですⅡ」「サンクススペースⅡ」を LIXIL ブランドに統合した基幹商品。効率よく風を取り込む「縦すべり出し窓（TF・TFT）」を標準設

定したこと、気候・時間・季節にかかわらず物干し空間の快適性を向上させて、洗濯物を従来の2倍の速さで乾かせることがセールスポイント。同時に、組立時間が 40% 削減されたほか、見積・発注時間の短縮も実現した。

1階用の「囲いタイプ」（床納まりランマ付き・ランマなし／土間納まり）、「ハーフ囲いタイプ」「オープンタイプ」、2階用「造り付けバルコニー納まり」「アルミバルコニー納まり」、「部分囲い仕様」の各スタイル。本体カラー全 6 色。床材に人工木デッキ 3 色・塩ビデッキボード仕様 2 色・フローリング仕様 1 色（囲いタイプのみ）。屋根形状に F型・R型。耐積雪 20・50・100cm 相当の 3 種類。

■ガーデンルーム——◆エクシオール「ココマⅡ」（2014 年 6 月発売のガーデンルームの主力商品。ガーデンルーム・サイドスルー・オープンテラスの各タイプ、腰壁タイプ・L 字壁タイプ。折戸パネル・側面用引戸・側面腰壁用たてすべり出し窓。乾式腰壁用接着剤張りタイル 6 デザイン。耐積雪 20・50・100cm 相当）。◆「ジーマ」（一折 2 枚単位で移動・開閉する新機構の折戸パネル採用）。◆「暖蘭物語」（フルガラス仕様の折戸パネルを使用した高級品）。◆「ジーマテラス」「フィリアⅡ」（多目的ガーデンルーム。インナーデッキ仕様、土間・デッキ仕様、テラス仕様）。

■デッキ——◆「樹ら楽ステージ」（芯材部に 100% リサイクル樹脂と木粉を使用。クリエカラー全 5 色。専用フェンス・ウッドパーテーションを用意）。◆「レストステージ」（人工木デッキ材使用。クリエカラー 3 色）。◆「木樹脂パーゴラ」（壁付・独立タイプ）。

■テラス——◆テラス「SPEENE（スピーネ）」／「CHOUETTE（シュエット）」。◆「パワーアルファ」：（耐積雪 30・50・100cm 相当・耐風圧強度 42m/s 相当。テラス・造り付けバルコニー用・ビューステージ H スタイル用・ルーフの各屋根タイプ）。◆「エックスルーフ独立テラス」「ナーラ屋根・ナーラテラス」（波板）「パドームⅡ」（日除け・雨除けルーフ）。■テラス囲い——◆テラス囲い「SUNNYGE（サニージュ）」（ほせるんですⅡ・サンクススペースⅡを統合）。◆波板ユニット「フリーヤード」「囲い上手」等。■サンルーム——◆「ルームトラス」（アール・角の 2 タイプ。フロア・土間の各納まり。耐積雪 20cm 相当）。■エントランスルーム・風除室——◆「ツイ



「サン・ジュー」、効率的な採風で

洗濯物を2倍速で乾燥させる

ンガードⅢ」（2014 年 6 月発売。従来の引戸タイプの約 1.3 倍の有効開口幅を実現）。

■バルコニー——◆「ビューステージ S スタイル」（柱なしタイプ）／「ビューステージ H スタイル・F スタイル」（リフォーム対応の柱付タイプ・庭置き式扉付きタイプ）。

■ベランダ手すり——◆「ベランダ手すりモダンパネル」「ハンドラインⅢ」「バー手すりⅢ」「ベランダ手すりⅡ」等。■外観意匠建材「コートラインⅡ」（スクリーンタイプに木目調化粧材・横格子ルーバー・可動スクリーン等）。

■オーニング——◆「彩風」：薄型ボックスの省スペースタイプ「C型」、スリムケースの「S型」、メッシュスクリーン内蔵「CR型」、小型の「ウインドウタイプ」。◆「彩鳥 L型」（対応角度のおおきい大型タイプ）。◆「彩樹 A型」「彩樹 B型」（独立タイプ）等

【現況】 住宅エクステリアのリーディングカンパニー企業として昨年 4 月からエクステリア市場の拡大をめざして「NEXT EXTERIOR」をスタートさせた。第 1 弾の「マイキングアップファサード」では、日本の住宅の寂しいファサード（門まわり）ゾーンを素敵な空間（家の美化）に変えていくトータルな商品提案、ファサードエクステリアの新たな需要創出を目的にしている。

そうした新商品の中でもエクステリアライト「美彩（Bisai）」シリーズは、住宅の夜の表情を美しく彩る商品として、2015 年度「グッドデザイン・ベスト 100」を受賞するなど、エクステリアライト需要の本格化に大きな役割を果たした。「LIXIL エクステリアコンテスト 2015」の大賞作品は、数奇屋門を中心とした和風の門構えで、門前の植栽スペースに自然石積みした重厚なファサードを演出している。同時に光と影を計算した照明計画による夜のシーンも

高く評価された。こうした住宅の夜のシーンや街なみを演出する新たな住宅エクステリア需要を創出する。

「マイキングアップファサード」とともに、市場創造は「自然浴生活」「庭を間取る」をキーワードした「エクシオール」「+G」シリーズを主力に市場形成を急いでいる。空間創造型のパイオニア商品である自然浴生活「エクシオール」シリーズは、いまガーデンルームのトップブランドとして市場を牽引する。ライフスタイルに応じた豊富なバリエーションの「ココマⅡ」を軸に、新機構の折戸パネルを採用した「ジーマ」、フルガラス仕様の折戸パネルの「暖蘭物語」を展開する。

また、人工木デッキ「樹ら楽ステージ」「レストステージ」も、快適なエクステリア空間を実現する不可欠のアイテムとして市場を広げている。このガーデンルームと人工木デッキが、庭まわりのエクステリアプランの基幹商品として大きな成長が期待できる。

一方、ウォールエクステリアの基幹商品であるテラス、テラス囲いの商品力の強化を同時に進めている。テラスでは、スタンダードクラスの充実を目的に施工時間を大幅に短縮した「スピーネ」、ディテールまで木質感にこだわった「シュエット」を新たに投入した。

LIXIL は、フルオープン機能の有無の違いで、ガーデンルームとテラス囲いを商品的に明確に分けている。そのテラス囲いでは、従来品 2 ブランドを統合した「サン・ジュー」を新発売した。洗濯物が従来品の 2 倍速で乾くこと、組み立て時間の 4 割削減をセールスポイントにするなど、多機能スペースとしての効果を重視している。テラス囲いは、ウォールエクステリアの主力商品としてガーデンルームと同様に今後の成長が期待されている。

一方、バルコニー「ビューステージ」は、新築・リフォームに対応しているが、柱なしタイプ 35%、柱付きタイプ 35%、庭置きタイプ 30% に大きな変化はない。新築住宅の造り付けバルコニーには、「ベランダ手すりモダンパネル」をはじめ各種のベランダ手すりで対応している。最近は、外観意匠建材「コートラインⅡ」を組み合わせるなど、バルコニーの高デザイン化・高付加価値化が進められている。さらに、風除室「ツインガードⅢ」、オーニング「彩風」「彩鳥」「彩樹」が、快適な住環境を実現するエクステリア商品として徐々に認知度を高めつつある。

YKK AP

再生木デッキ「リウッドデッキ200」とテラス囲い「サンフィールⅢ」の組合いでアウトドアリビング空間実現

【空間形成商品／ウォールエクステリア】 ■新商品——◆「サンフィールⅢ」木調ガーデンルームタイプ：ガーデンルームの足元を隠せる折りたたみ戸用木調化粧パネル、引違い窓・FIX窓用腰パネルを設定／フレーム高さ（ノーマルタイプ H1949mm）+200mmの「ハイタイプ」（H2149mm）を追加。床土間連結、リウッド床ノンレールサッシ対応。◆「バルコニー用リウッドデッキ200」：集合住宅向け。耐床荷重性能 1800N/m²（183kgf/m²）。

■空間創造型商品——◆空間システム商品「リーリア」：2階バルコニーを含む建物外側から道路や境界までに存在する中間領域を新たな快適空間とするモジュール型システム商品。◆ガーデンルーム／ガーデンテラス「アウタールーフ」：ガーデンループタイプの側面にハンガー2枚引き込み戸を採用。

■デッキ——◆再生木デッキ「リウッドデッキ200」：簡単施工のスライド固定方式を採用。全4色。◆デッキ専用「シンプルモダンデッキフェンス」（9型通風ガラリルーバー）／「デッキ門扉」／「ハイパーテーション」を追加。

■テラス囲い——◆「サンフィールⅢ」スタンダードタイプ：床納まり+土間納まりの左・右連結タイプ、土間納まりランマなしタイプを追加。◆「躯体式バルコニー囲い」：エアルーバーを2個設置し風を循環させて雨の日にも洗濯物を干したまま外出できることが特長。

■テラス——◆「エフルージュ大型テラス」：最大間口6m・最大出幅3.9mまでサイズ設定した大型テラス屋根。独立タイプ・壁付けタイプの耐風圧：風速42m/s相当（自社基準）・耐積雪荷重：積雪20cm相当。◆「エフルージュランZERO」：建築面積に不算入の躯体から独立したT字構造。

■バルコニー——◆「アーノーロ」（造り付けタイプに対応した持ち出し式バルコニー）／「BCX」／「エアキューブ」など。■バルコニー用手すり——◆「ハンドレール」（木調格子TypeG、縦枠なしの強化ガラスTypeM、フラットフレーム基調のTypeF）／「レグザハンドレール」など。



■オーニング——◆「サンブレロ」（Type01 角度設定機能付き、Type02 標準タイプ、Type03 店舗用、Type04 小窓用）。■風除室「セクターⅢ」等。

【現況】 再生木デッキ「リウッドデッキ200」と空間システム商品「リーリア」、テラス囲い「サンフィールⅢ」木調ガーデンルームタイプを組み合わせた空間形成商品が広がりをみせている。

再生木デッキのパイオニア的な存在である「リウッドデッキ200」は、需要減少にみまわれたエクステリア商品の中でも安定した成長をつづけている。売れ筋価格帯は1m²設計価格3万6500円。

ウォールエクステリアの主力商品であるテラスは、アウトドアリビング市場の高まりにつれて、デッキ納まりタイプが増加していることが特徴。販売全体では、まだ一般地域用 600N/m²（30～34m/s相当）が9割を占めているが、近年の台風や大雪被害の増加で高強度タイプが拡大傾向。

また、テラス囲いは、主に洗濯物干し場として使われるケースがおおい。雪国や都市部の共働き世帯が洗濯物を干しつぶなしにしておける「2階躯体式バルコニー囲い」は、ユーザーから高い評価を得ている。同時に、憩い癒しの場、ガーデニング、物置などのユーティリティースペースとして用途を拡大している。とくに、デッキ材と組み合わせて、比較的安価にアウトドアリビング空間を実現できる商品としても今後の成長が期待できる。

一方、バルコニーは、造り付けタイプ9対ユニットタイプ1の販売比率で、ユニット式バルコニーの落ち込みを、バルコニー手すりでカバーする状態がつづいている。ユニット式バルコニーのタイプ別販売割合は、柱なし40%、柱建て30%、屋根置き30%の割合。新築需要での今後の伸びが見込めない以上、リフォーム需要への対応がポイントになる。

【新商品・新技術情報】／業界の動き

LIXIL

熱貫流率1.30W/(m²·K)を実現した
スタンダードな複層ガラス仕様の高
性能樹脂窓「エルスターS」を新開発

LIXIL

（瀬戸欣哉
社長）は、
樹脂窓「マイ
スターII」を
フルモデル
チェンジした
スタンダード
クラスの高



性能樹脂窓「エルスターS」を新開発し、北海道は2016年3月15日から、東北以南で5月1日から販売を開始する。

「エルスターS」は、複層ガラス（アルゴンガス入り）仕様の樹脂窓として国内最高の断熱性能：熱貫流率1.30W/(m²·K)を実現し、トリプルガラスを採用したハイグレードクラスの高性能樹脂窓「エルスターX」、高性能ハイブリッド窓「サーモスX」と同様に高い意匠性・採光性・眺望性を兼ね備えているにもかかわらず、普及品クラスの「マイスターII」と同等の価格で販売されることが大きなセールスポイント。

特長は、従来品（マイスターII）に比べて、フレーム見付寸法を73mmから59mmと約20%スリム化、ガラス面積を約10%拡大して断熱性能を向上させている。また見付寸法を80mmから101mmと拡大するとともに、複層ガラス仕様に最適な多層ホロー構造を採用してフレームの耐久性と断熱性を大きくアップしている。社内試験では、縦すべり出し窓（TF）・アルゴンガス入り複層ガラス（内Low-Eグリーン）3-A16-3樹脂スペーサー仕様で、熱貫流率1.30W/(m²·K)を実現した。

さらに、大開口の「デザイン連段窓」（正面・下段FIX+左右すべり出し窓、縦すべり出し窓4連窓など）や室内側に丁番の露出しない「ドレーキップ窓」、上下の障子がフラットに閉じられる「上げ下げ窓」などの高デザイン窓をはじめ、引違い窓を含む1棟分の窓種をラインアップする。参考価格：縦すべり出し窓アンダル無枠のLow-E複層ガラス（アルゴンガス入り・樹脂スペーサー）、W640×H1170mmで3万4200円。

YKK/YKK AP

2016年3月期連結決算で売上高7700億円・営業利益700億円・経常利益740億円の增收増益を予想

YKK・YKK AP（吉田忠裕会長CEO）は昨年12月17日、東京・秋葉原の新本社ビル「YKK80ビル」で恒例の記者懇談会を開催し、2016年3月期連結決算で、売上高7700億円（前期比7%増）・営業利益700億円（5%増）・経常利益740億円（6%増）の增收増益の見通しを明らかにした。

冒頭、吉田会長CEOは、北陸新幹線開通にともないYKK・YKKAPの本社機能の一部を黒部に移転するとともに、黒部をYKKグループの技術の総本山と位置付けて、工機（ファスナー専用機械部品）工場の新設（昨年12月操業開始）、YKKAP R&Dセンターの新設（4月開設予定）、ファスナー黒部工場再構築など世界の技術の中核拠点として整備していること、同時に、あいの風とやま鉄道黒部駅前单身寮、パッシブタウン黒部モデルを、「車のない人が生活しやすい環境づくり」をめざして進めていると挨拶した。

事業別業績は、ファスニング事業が売上高3410億円（前年比9%増）・営業利益610億円（6%増）、営業利益率17.9%とほぼ計画通り、YKKAPが売上高4213億円（5%増）・営業利益247億円（2%減）の增收減益の予想。

YKKAPの堀秀充社長は、減益要因として中国・アジアの市況悪化として上で、国内AP事業ではアルミサッシ販売金額が前年比3%減と落ち込む一方、窓事業（APW）販売窓数は前年比39%増（内樹脂窓70%増）と高い伸びをつづけていること、また海外AP事業では、中国不動産市況の上海等一級都市を除く市場低迷、インドネシアも厳しい市場環境が継続する一方、米国は販売金額で前年比20%増、内住宅事業68%増・ビル事業15%増と好調に推移していると述べた。

YKK AP

樹脂窓「APW330防火窓」に、短辺300mm以下のスリムな「スリットサイズ」、樹脂窓初の「オペレーターハンドル仕様」追加、都市部対応を強化

YKK AP（堀秀充社長）は、樹脂窓「APW



吉田会長 CEO

330防火窓」に、たてすべり出し窓・すべり出し窓・FIX窓「スリットサイズ」(昨年12月14日発売)と、たてすべり出し窓・すべり出し窓「オペレーターハンドル仕様」(1月12日発売予定)を追加する。これは都市部の戸建住宅でニーズの高い窓種を樹脂防火窓に追加するもので、防火エリアにおける樹脂窓の提案を強化し、より一層の普及をはかるもの。

「APW 330 防火窓」は、2014年の発売以来、関東・中部・関西圏の大都市部を中心に計画を上まわる伸びをつづけている。2020年新築住宅の省エネ基準義務化を、防火エリアでもクリアする高断熱性能をセールスポイントに浸透を強めている。

今回、デザイン性が高く配置や組み合わせも自由にできる短辺300mm以下のスリムな「スリットサイズ」、室外側に開く角度を調整できるため近隣との距離が近い狭小地住宅に対応する「オペレーターハンドル仕様」(防火樹脂窓では業界初)などを追加する。熱貫流率1.94W/(m²·K)。カラーバリエーションは外観3色×内観4色の計12色、ガラス3色。

集合住宅の各住戸キー1本で共用部設備を解錠できるスマートドア共用部システム「WAY PLUS」発売

YKKAPは、集合住宅の共用部設備に連動するスマートドア共用部システム「WAY PLUS」を1月12日から発売を開始する。



「WAY PLUS」は、集合住宅用スマートドア「R's SDX」「EXIMA80St」に搭載された各住戸のキーを使用して、エントランスの自動ドアや宅配ボックス、エレベーターなどの共用設備にも対応できるシステム。すべてひとつのキーで対応できるため建物全体のセキュリティと利便性が向上することが特長。

共用部設備との連動は、キーの検知をおこなう「リーダー」を各共用設備に設置する。宅配ボックスとの連動の場合、「制御盤」は管理人室に設置。リーダータイプは、マルチリーダー(NewポケットKey対応)とカードリーダー(ピタットKey対応)。「制御盤」は、部屋情報すべてを管理でき1台で最大7台のリーダー制御可能。とくに、ポケットKeyのマルチリーダー対応は、すべての共用設備をハンズフリーで通行、使用できる。ポケットKeyの認証距離は、約

50cm、1m、2mの3段階から選択できる。また、ピタットKeyのカードリーダー対応は、カードキー・シールキーを近づけるだけで共用設備の解錠ができる非接触タイプ。認証距離は、カードキー約5cm、シールキー約1cm。価格は、マルチリーダー12万7000円、カードリーダー6万1000円。制御盤52万1000円。

国交省「中小工務店への講習会及び適合証明サポート支援事業」へ参画樹脂窓で省エネ住宅実現をサポート

YKKAPは、国土交通省の住宅市場整備推進等事業(省エネ住宅・建築物の整備に向けた体制整備事業)における「中小工務店への講習会及び適合証明サポート支援事業」への参画を決め、昨年12月から全国29会場で省エネ住宅講習会を2月16日まで開催中。専門メーカーと連携して、中小工務店の需要にきめ細かく対応したプログラムを共同実施している。

LIXILグループ

藤森義明社長の後継者として1月1日付けで瀬戸欣哉氏、LIXIL代表取締役社長兼CEOに就任



瀬戸新社長

LIXILグループは、2016年1月1日付で藤森義明社長の後継者として、瀬戸欣哉氏を招聘すると発表した。瀬戸氏は、代表執行役兼Chief Operating Officer(COO)(兼)LIXIL代表取締役社長兼CEOに就任したのち、2016年6月開催予定の定時株主総会および取締役会の承認経て、LIXILグループの取締役代表執行役社長兼CEOに就任する予定。

瀬戸氏は、昭和58年4月住友商事(～平成17年)、平成2年7月米国住友商事デトロイトオフィスプロダクトマネージャー、4年7月米国プレシジョンバーサービス社バイスプレジデント、9年5月米国アイアンダイナミクスプロセスインターナショナル社代表取締役社長、11年9月住友商事eコマースチーム長・マネージャー、12年10月MonotaRO取締役、13年6月同社代表取締役社長、18年3月同社取締役代表執行役社長、23年8月K-engine代表取締役社長、25年10月米国W.W.Grainger, Inc.シニア・バイス・プレジデント(現任)、同年12月英国GWW UK Online Ltd.(現Razor Occam,Ltd)CEO(現任)、26年3月MonotaRO取締役会長(現任)、55歳。

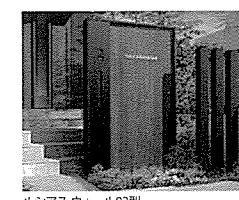
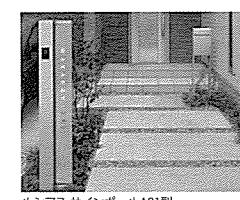
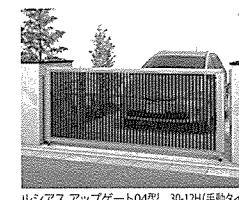
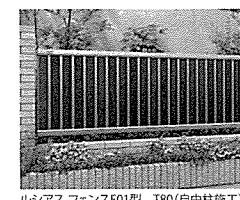


ルシアスシリーズで美しい外構を

フェンス

門扉／機能ポール

ゲート



新商品の「ルシアス」シリーズは、外構をトータルコーディネートできる商品をそろえました。門扉・フェンスから機能ポールやカーゲートまで外構デザインまた、住宅デザインに合せてお選びください。

LUCIAS

門扉(17デザイン)・ポストユニット(17デザイン)・フェンス(10デザイン)・アップゲートルシアス ウォール(4デザイン)・ルシアス サインポール(2デザイン)

関連商品:エントランスシステムひさし

