建材マーケット

（住宅編 上）

通巻第15号

2018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

ISO 14001 JQA-EM4057 日東工器(株) グリーン調達対応

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。
- 耐久性能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ない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USCseries PAT.P

アケたらピタっと閉まる!

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

NITTO KOHKI

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 高松市松縄町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
文化シヤッター　三和シヤッター工業　セイキ販売　LIXIL
三協立山 三協アルミ社　エクセルシャノン　ニチベイ

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　日本シヤッター・ドア協会
全国自動ドア協会　ナカ工業　JAPANTEX
町田ひろ子アカデミー　インベスターズクラウド
三和シヤッター工業　光触媒工業会

新製品クローズアップ …… 56
三和シヤッター工業　LIXIL

窓シャッター「マドモア」HEMS仕様に気象警報に連動しシャッターが自動閉鎖

三和シヤッター工業は、パナソニック製「スマートHEMS®」と連携した窓シャッター「マドモア」HEMS仕様が気象警報に連動してシャッターが自動閉鎖する機能を3月より追加した。

主な特長／ブラインド、スリット、スクリーンタイプから選べ、防犯・防火・換気機能を備えたものにも対応（一括、半開停止操作やブラインド角度調整などが出来る）。

●障害物検知装置装備（万が一、シャッター降下操作中に人や物が接触しても、自動停止また反転上昇・停止）。

選べるカラーは210色！新色・新カテゴリーを加え、毎日の暮らしに楽しさを広げます。

耐水 セレーノグランツ25・35　昇降コード穴のない高遮蔽ブラインド

耐水 セレーノオアシス25・15　水に強い高耐水性ブラインド

セレーノフィット25・15　多彩な用途に使えるスタンダードなブラインド

ユニーク25・15　手軽に選べるリーズナブルなブラインド

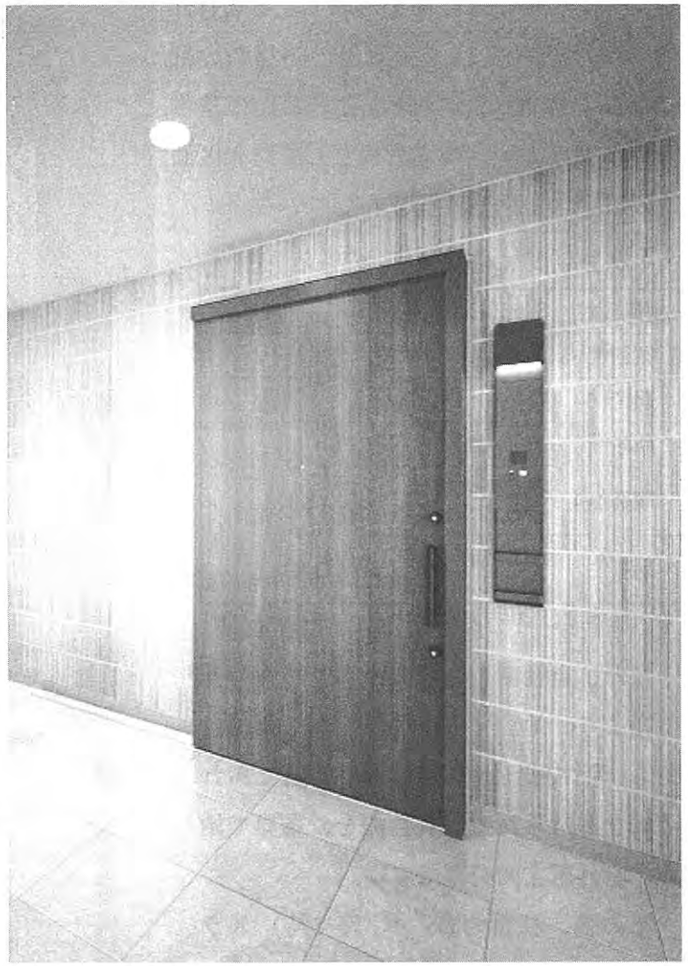
Creation of Human Space　人と環境に優しい快適空間【ヒューマン・スペース】の創造を追求します。

株式会社ニチベイ
本社／〒103-0027 東京都中央区日本橋3-15-4

業界初の屋外用玄関引戸で耐震性能を実現
集合住宅向け玄関引戸「ヴァリフェイスAe」

文化シヤッター

文化シヤッターは、開閉操作が容易で、スムーズに出入りできる玄関ドアを設置したいという要望に対応する新商品として、開き戸と同様のスッキリした外観と、断熱性や気密性などの基本性能はもちろん、業界初の耐震性を兼ね備えた集合住宅向け玄関引戸「ヴァリフェイスAe」を、昨年7月1日より新発売している。



集合住宅向け玄関引戸
「ヴァリフェイスAe」

●開閉操作が容易で出入りがスムーズ

上吊り式の引戸であるため、ベビーカーや車椅子の利用時でも、体の位置を変えずにその場で容易に扉を開閉することができる。また、外廊下と室内との段差が少ない仕様となっているため、スムーズな出入りが可能。さらに、引戸ならではの特性を活かし、レンジフード使用時や24時間換気による室内外の気圧差が生じた場合でも、開き戸に比べてよりスムーズな開閉を実現。

●玄関ドアの基本性能に加えて業界初の耐震性能を実現

屋外用玄関ドアとして必要な風圧に耐えられる耐風圧性能（JIS等級：S-6）、冷暖房を効率的に使用できる気密性能（JIS等級：A-3）、静かな空間を形成できる遮音性能（JIS等級：T-1）、屋内外の熱移動を抑える断熱性能（JIS等級：H－3）の基本性能に加え、特定防火設備として防火区画に設置できる遮炎性能を有している。

大きなスーツケースもラクラク

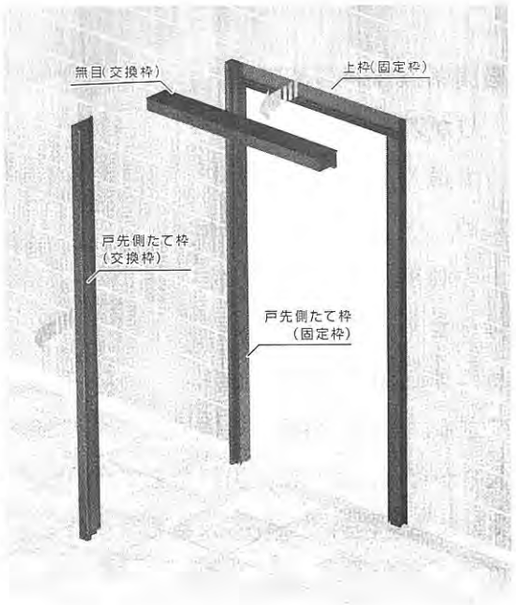
「ヴァリフェイス Ae」の性能一覧

耐風圧性	S-6〈JIS A 4702〉
気密性	A-3〈JIS A 4702〉
遮音性	T-1〈JIS A 4702〉
断熱性	H-3〈JIS A 4702〉
遮炎性	特定防火設備 （平成12年建設省告示第1369号適合）
耐震性	D-3相当〈JIS A 4702〉 面内変形1/120時錠前が解錠し500N以下で扉が開放

※耐震性能は開き戸基準のため、相当と記載。

また、自社開発の耐震ストライクの採用により、地震でドア枠が変形した場合でも、面内変形が120分の1以内であれば扉を開けられる耐震性能を、業界で始めて屋外用玄関引戸で実現。

その他、独自のDS（対角支持）スライド機構により、開き戸と同じスッキリとした外観。固定枠と、取り外し可能な交換枠が一体となっているので、ドアリフォームに対応。基本デザイン3種、面材標準カラー10色他計17色と多彩な木目カラーのラインアップ。



パナソニック「スマートHEMS®」と連携で台風や竜巻予報時電動窓シャッターが外出先からスマホで気象警報と連動して自動閉鎖

文化シヤッター

文化シヤッターでは、パナソニック製「スマートHEMS®」との連携により外出先からスマートフォンで操作できる電動窓シャッター「マドマスター・スマートタイプ」が、スマートHEMS®の中核機器であるAiSEG2®のバージョンアップにより気象警報と連動して自動で閉まるなど、安心・安全および操作性をさらに充実させた高機能型商品として、3月21日より対応を開始。

外出時に気象警報が発令された時のスマートゴンの画面（イメージ）

気象警報と連動して電動窓シャッターを自動閉鎖

気象庁が発表する気象特別警報および気象警報（暴風、暴風雪、大雨、大雪）に連動して、警報発令後に電動窓シャッターが自動で閉まる仕組み（「AiSEG2®」のモニター画面で予め設定する必要がある。なお、既にマドマスター・スマートタイプとAiSEG2®を使用中でも、インターネット経由でAiSEG2®のファームウェアアップデートすることにより利用可能）となっている。

外出先からの開操作および一斉閉鎖が可能

外出先からの操作について、これまでの1台ずつ個別の“閉”操作のみから、“開”操作や一斉閉鎖ができるようになったことで、様々な生活シーンや急な予定変更にも柔軟な対応ができるようになる。

自然の風と日差しを室内に取り入れた健康的かつエコな生活スタイルを提案

外付ブラインドタイプ「ブリイユＢモデル」

スマートHEMS®（「スマートHEMS®」は、パナソニックグループの登録商標。）対応する電動窓シャッターとして、新たに外付ブラインドタイプの「ブリイユＢモデル（オイレスECO株式会社より技術提供を受け開発したスマートフォンで操作できる外付ブラインドタイプの電動窓シャッター）」を加えた。また「換気・採光モデル」については、AiSEG2®（「AiSEG2®」は、パナソニックグループの登録商標。AiSEG2®のインターネット接続には、光回線、ADSL、CATVなどインターネット常時接続サービスが必要）対応する電動窓シャッタでの操作ができるようになったことで、自然の風を取り入れて室内を換気したり、日差しを避けることにより室内温度を保つなど、在宅時における健康的かつエコな生活スタイルを提案。

このパナソニック製の連携で、外出先から気象変動警報と連動して電動窓シャッターが自動的に閉まり、竜巻、飛来物等に対応できる。この仕組に対応するメーカーはパナソニックの他に、シャープ、NTTの機器。

マドマスターリードスタンダードタイプ

雨戸はそのまま電動窓シャッターに簡単改修 電動窓シャッター「マドモア プラス」

三和シヤッター工業

三和シヤッター工業は、雨戸戸袋を残したまま電動窓シャッターを取り付けることができる雨戸改修用 電動窓シャッター「マドモア プラス」を昨年11月6日より発売している。

既存の雨戸戸袋付きサッシを窓シャッターに改修する場合は、雨戸戸袋を取り外し、壁を補修してから窓シャッターを設置する必要があった。この度発売した雨戸改修用 電動窓シャッター「マドモア プラス」は、雨戸レール・戸袋を外すことなく設置可能な構造にしたことにより、短い工期で費用を抑えて取り付けることができる。また、電動窓シャッターは窓を閉めたままリモコン1つで開閉することができるため、重い雨戸の開け閉めから解放される。

■特　長

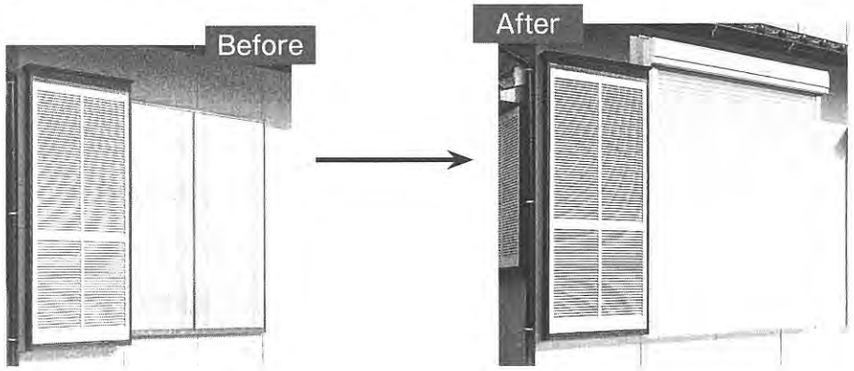
○現在使っている雨戸をそのままに窓シャッターを取り付けることができる。雨戸の取り外しや壁補修などの工事が不要なので、その費用や工期を大幅に削減できる。

○電動窓シャッターにより雨や風、暑い日や寒い日でも窓を開けずに室内からリモコン１つで開閉することができる。スムーズな開閉で静かな開閉音。

○3種類のカーテンタイプと9色のカラーをラインアップ。

◆仕様：操作＝電動リモコンタイプ

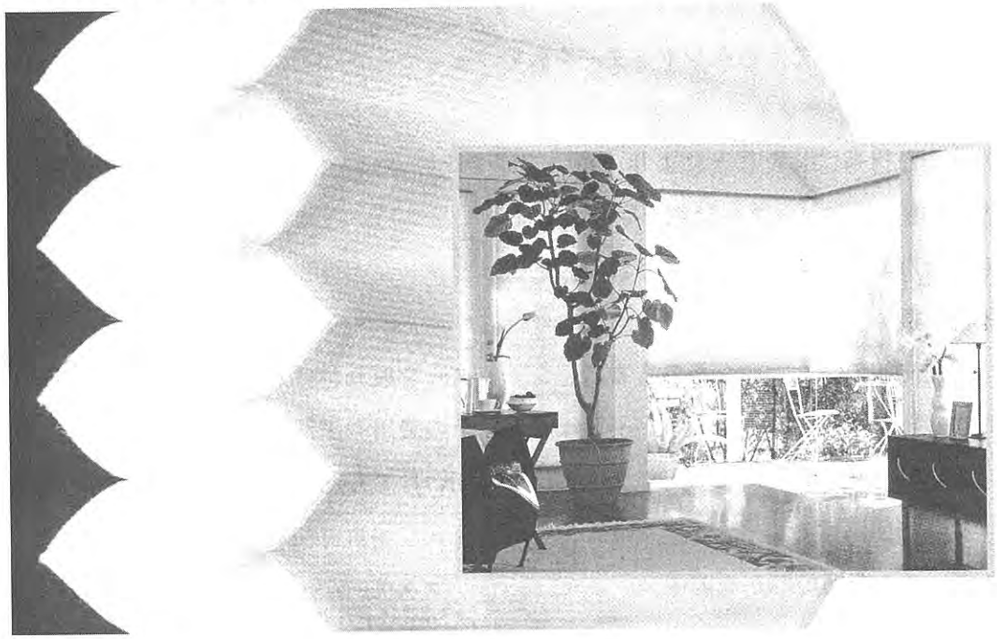
設計範囲	スクリーンＳタイプ		スリットＳタイプ
	スクリーンタイプ	換気タイプ	通風採光タイプ
幅（TW）	550 ～ 3110mm		760 ～ 3040mm
高さ（H）	585 ～ 2650mm		700 ～ 2500mm



高断熱・省エネ効果を手軽に実現
ハニカム・サーモスクリーン

セイキ販売

セイキ販売の「ハニカム・サーモスクリーン」は、ダブルハニカム（蜂の巣）構造のスクリーンが、二重の空気層を作り断熱効果を発揮する。もう一つは、スクリーンにポリエステル不織布素材の優れたスクリーンで好評という。



■主な特長

●不織布素材は、耐熱性、吸湿・吸水性が少なく乾きが早い、カビ、虫、バクテリアに強く、防腐性に優れ、紫外線（UV）カット。

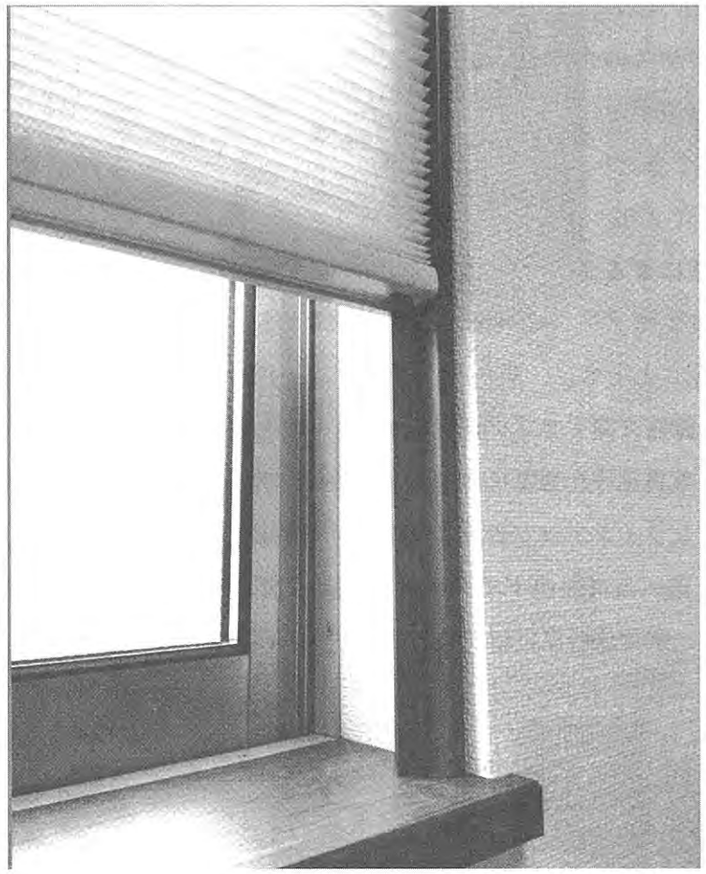
●紫外線（UV）カット、UV-A波90%、UV-B波99%、この紫外線カットで、家具や床の日焼けを防ぐ。

●採光タイプ、防炎採光タイプ（防炎認定品）遮光タイプの3種類のスクリーン生地から利用目的に合わせて選べる。また窓に合わせてスタンダード、ループコード、ツーウェイ、障子、傾斜台形、ボトムアップ、トップライト、電動ウィンドウ、電動トップライトのタイプをラインナップ。

■さらに高い断熱、遮光性を追求した「断熱レール仕様」を開発用意（対象製品タイプ:スタンダードタイプ、ループコードタイプ、ツーウェイタイプ）。カラーバリエーションは、ホワイト、ダークウッド、ライトウッド。

サーモグラフィーでみる断熱レール仕様の効果：サッシのみ2.33W/m^2·K、サッシ+ハニカム・サーモスクリーン断熱レール仕様1.37W/m^2·K。

■幅の広い窓や連窓にも取付けられる「DBタイプ（スクリーンを2台並べた）」もラインナップ。



断熱レール カラーダークウッド

最高級の断熱性能、樹脂枠を用いた玄関ドア＋高性能窓3タイプの組み合わせで高断熱！

LIXIL

（写真左）建材や家電を連携してIoT技術でシステム管理を展示

LIXILは、業界初となる樹脂枠の採用により、熱貫流率0.89W/(m²·K)という国内最高クラスの断熱性能を実現する（JIS A 4710に基づく試験、JIS A 2102に基づく計算による開口部の熱貫流率／801型、851型）とともに、最多の27デザイン・17カラーをラインアップした、ドア厚60mmの高断熱玄関ドア「グランデル2」を4月2日より全国発売した。

同製品は、熱貫流率0.89W/(m²·K)の「ハイグレード仕様」と、24デザイン・17カラーの豊富なラインアップの「スタンダード仕様」の2つの仕様から、地域やプランに合わせて選べる高断熱ドアで、さらに高性能窓（LEGARIS、SAMOSX等）の組み合わせで、家全体の高い断熱性と快適さを実現できるとしている。

高断熱ドア「グランデル2」

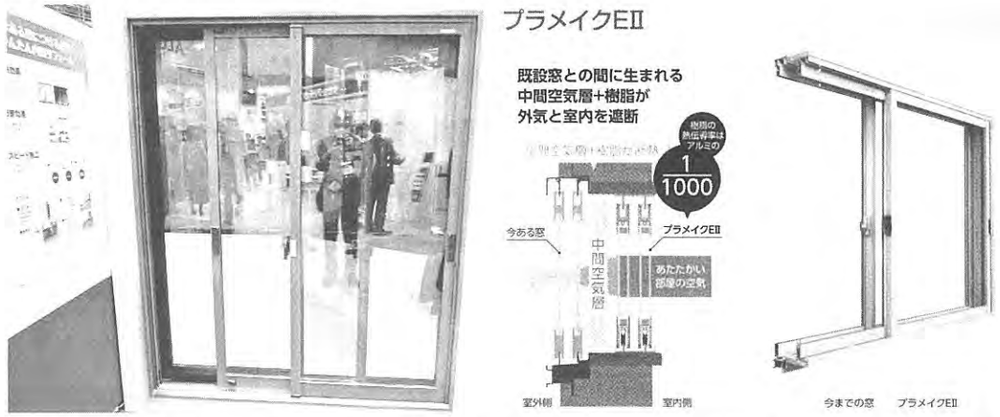
LIXILの高性能窓に関心

断熱性の高い後付窓＋玄関ドアリフォームで家全体の保温効果が高まる

三協立山　三協アルミ社

三協立山　三協アルミ社は、断熱性能は、窓と併せて断熱性の高い玄関ドアも大事と提案。既設住宅に向けて、リフォーム玄関ドア「ノバリス」、後付樹脂内窓「プラメイクEⅡ」を用意している。

■プラメイクEⅡ



既設の窓に内窓をかんたんに取り付けるリフォーム。既設窓との間に生まれる中間空気層＋樹脂が外気と室内を遮断、結露を抑制し断熱性能を高める。

■ノバリスリフォーム玄関ドア

SRカバー工法により、壁や床を壊すような大掛かりな工事は不要で、わずか1日で取り替え作業が完了。断熱性の高いドアで、家全体の保温効果が高まると推進している。

樹脂サッシで、網無し防火窓
トリプルガラス仕様による

エクセルシャノン

エクセルシャノンは、国産樹脂サッシメーカー初、網無しトリプルガラス樹脂製防火窓「Type TG」を発売。

■耐火仕様（防火設備）「シャノンウインドType TG」

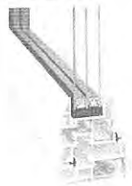
窓専用の特殊ガラス「トリプルガラス仕様」の「樹脂製」防火窓として国産で初めて、国土交通大臣による防火設備の認定を取得、同仕様で格段の高断熱化を実現。網無しで防火性能を獲得し、クリアな眺望も確保。

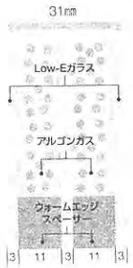
●遮炎性能＋トリプルガラス（網無し）／遮炎性能認定窓種（縦すべり出し窓、横すべり窓、FIX窓）

●断熱性能／ Uw値1.23W/(m²·K)、JIS A 4710に基づいた試験値。

（昨年12月13～15日、東京都江東区東京ビッグサイトで開催された高性能建材エキスポより）

トリプルガラスで
断熱性能向上





▲樹脂サッシでH2.5mの大型も

子供たちの安全性で「キッズデザイン賞」受賞
ロールスクリーン「ソフィー」スマートコード式

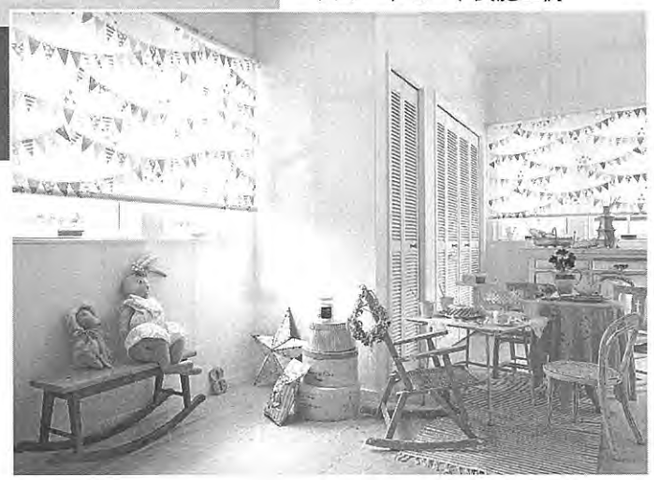
ニチベイ

ニチベイは、「第10回キッズデザイン賞」において、ロールスクリーン「ソフィー」スマートコード式が同賞の上位賞である奨励賞「キッズデザイン協議会会長賞」を受賞した。

同奨励賞は、「カーテンやブラインド等の操作コードが子どもの首に絡まる事故が報告され、対応が急がれている。本製品は独自機構により操作性を向上させ、安全で快適な使用を実現した。室内環境と製品の組合せによる事故は、子どもの障害の典型的な特徴であり、他分野においても重要な視点を持つ事例である」と、安全性と快適性が評価され、受賞に至った。（過去最多503点の応募の中から“子どもたちの安全・安心に貢献するデザイン一般部門にて）

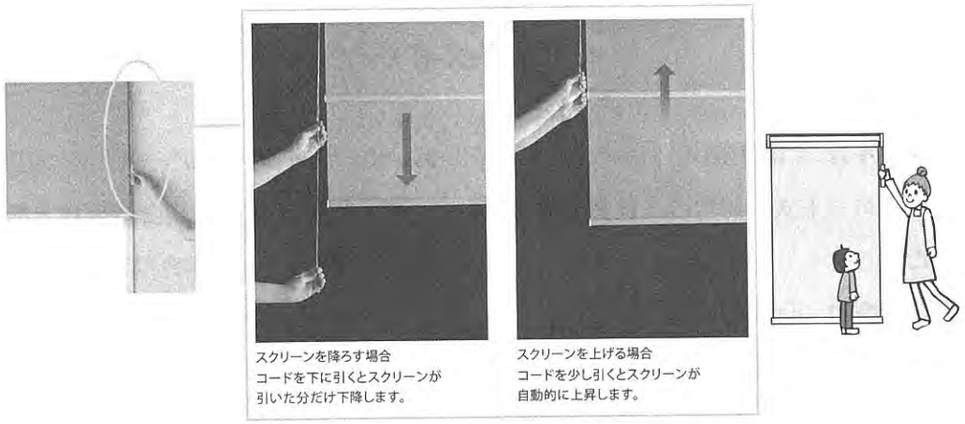
▲授賞式

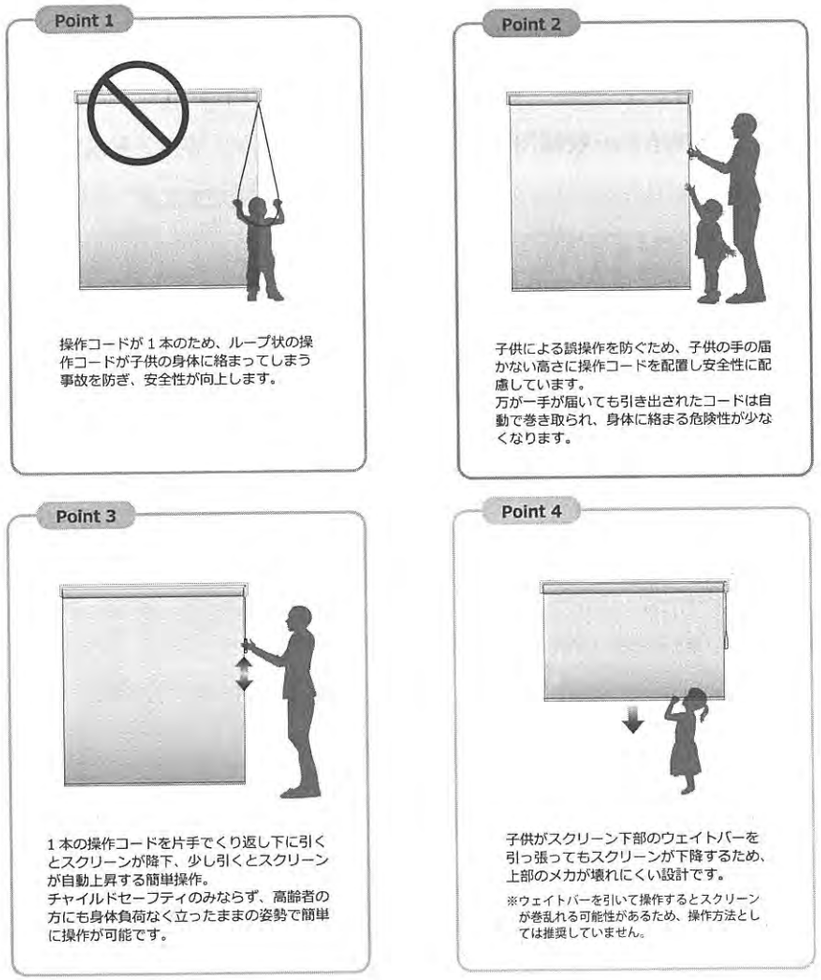
▼ロールスクリーン「ソフィー」
スマートコード式施工例



キッズデザイン賞 受賞
KIDS DESIGN
AWARD 2016

■ロールスクリーン「ソフィー」スマートコード式安全性のポイント
（側部にある１本の操作コードで昇降するロールスクリーン）





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、2017 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)　2017 年販売量の数字の最後にある↘→↗の記号は、前年（2016 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。）

住宅編　2018 年版 ㊤

アコーデオンドア　　市場規模（年間）50 億円

発売元	商品名	2016年販売量	2017年販売量	シェア
立川ブラインド工業	アコーデオンカーテン・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%
トーソー	クローザエクセル・ライト	3.9 億円	3.9 億円↗	13.0%

【市場規模・年間推移】

2013 年	2014 年	2015 年	2016 年	2017 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。リフォーム時の使途も広い。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、トー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、部屋の目かくし、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、幼児施設などの目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。デザインの入れ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 11.2m^2、34,000 円～ 134,700 円／台。面積 7.2m^2、21,800 円～ 84,300 円／台。

ブラインド　　市場規模（年間）329 億円

発売元	商品名	2016年販売量	2017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	136 億円	140 億円↗	42.5%
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	97 億円	99 億円↗	30.1%
トーソー	アーバン、メタリックテイスト	39 億円	40 億円↗	12.1%

【市場規模・年間推移】

2013 年	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年
320億円	325億円	325.7億円	325億円	329億円

（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**は、昨年 6 月より、よこ型ブライ

ンド「セレーノ・ユニーク」をモデルチェンジし、新色を発売している。同製品は、優れた遮蔽性と充実なカラーラインアップで様々な窓に対応。今回のモデルチェンジで、7つのカラーテイスト、全210色をラインアップし選びやすく使いやすさを極めている。またスラット（はね）の昇降コードに穴がなく、高い遮蔽性で寝室やリビングに「セレーノグランツ25・35〔耐水〕、高い耐水性でバスルームやキッチンに「セレーノオアシス25・15〔耐水〕」、一般的な窓から傾斜・変形窓まで対応の「セレーノフィット25・15」、さらに手軽な「ユニーク25・15」と4つのカテゴリーで用途に合わせた性能で楽しむブラインドを提案している。

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

㋑ 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	2016年販売量	2017年販売量	シェア
LIXIL	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	183,000セット	183,000セット↘	43.0%
YKKAP	ヴェナート、プロント、デュガード、サロ、EXE、アミティⅡ	122,800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	72,400セット	72,400セット↘	17.3%
三和シヤッター工業	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】

2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
46万セット	43万セット	43.9万セット	43万セット	43万セット

㋺ 室内ドア・引戸　市場規模（年間）445万セット

発売元	商品名	2016年販売量	2017年販売量	シェア
LIXIL	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	312,000セット	312,000セット↘	7.0%
ウッドワン	ピアノース、ジュビーノ、グランステージ	200,500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＋α	200,500セット	200,500セット↘	4.5%
アイカ工業	マーレスⅡクラスS	180,000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】

2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
480万セット	450万セット	450万セット	445万セット	445万セット

㋩ 玄関引戸　市場規模（年間）12.6万セット

発売元	商品名	2016年販売量	2017年販売量	シェア
LIXIL	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%
YKKAP	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】

2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
13.7万セット	12.5万セット	12.6万セット	12.6万セット	12.6万セット

㊁ 集合住宅用玄関ドア　　市場規模（年間）55.0万セット

発売元	商品名	2016年販売量	2017年販売量	シェア
三和シヤッター工業	XDOOR、トレドール、セレドール エルマーノ、セレドール アバンセ、エックスドールチェンジ	81,000セット	87,000セット↗（予想）	19.0%
LIXIL	MW・MS・MSS・ESシリーズ	137,8 1 00セット	137,800セット→	30.0%
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	88,000セット↗	20.0%
YKKAP	EXIMA、R's	77,200セット	77,200セット→	17.0%
文化シヤッター	EDシリーズ、MDシリーズ、PDKシリーズ	30,000セット（実績）	31,000セット↗（予想）	8.0%

【市場規模・年間推移】

2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
52万セット	54万セット	54.5万セット	54.9万セット	55.0万セット

㈱ 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	2016年販売量	2017年販売量	シェア
阿部興業	A&Kドア	111,900セット	111,900セット→	49.9%
伊藤忠建材	——	107,400セット	107,400セット→	47.9%
大栄木工	住宅用内装ドア	2,690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	440セット	440セット→	0.2%
フォリス	住宅用玄関ドア	224セット	224セット→	0.1%
ガデリウス	スウェドア	224セット	224セット→	0.1%
宮崎木材工業	ミヤドア	179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	45セット	45セット→	0.02%

市場規模・年間推移】

2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
22万セット	24.6万セット	24.6万セット	22.4万セット	22.4万セット

㈠ 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	2016年販売量	2017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】

2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
18万セット	16.5万セット	16.5万セット	16.5万セット	16.5万セット

㈡ 勝手口ドア・引戸　　市場規模（年間）37.2万セット

発売元	商品名	2016年販売量	2017年販売量	シェア
LIXIL	勝手口ドア・引戸	176,700セット	176,800セット→	47.5%
YKKAP	エアリフレ、エアクリエ、エピソード	116,500セット	116,600セット→	31.3%
三協アルミ	フィアレズ、マディオ、リフォーム勝手口ドア	71,400セット	71,500セット→	19.2%
三和シヤッター工業	勝手口ドア	——		

【市場規模・年間推移】

2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
40万セット	38万セット	38万セット	37.6万セット	37.2万セット

（コメント）2015年度の戸建て住宅用玄関ドアの全国出荷は、住宅着工の減少が続いたことから微減となった。用途によりそれぞれ需要に格差があった。2017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。2017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、2017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2017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、既設枠はそのままで、カバー工法等の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）2,410台

発売元	商品名	2016年販売量	2017年販売量	シェア
オイレスECO	サンシャディ	956台	957台↗	39.7%
東工	メタルニック	120台	121台↗	5.0%

【市場規模・年間推移】

2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
2,350台	2,390台	2,400台	2,400台	2,410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）

㋑ 動作用補助手すり　　市場規模（年間）　390億円（352カ所）

発売元	商品名	2016年販売量	2017年販売量	シェア
TOTO	ハンドグリップ、インテリアバー	51.8億円	54.6億円↗	14.0%
パナソニック	握りバーほか	48億円	50億円↗	12.8%
LIXIL	アクセサリーバー	37億円	39億円↗	10.0%
ナカ工業	愛の手、レストハンド、アームラックス	25.8億円	25.2億円↘	6.4%
矢崎化工	エレクター手摺	11.1億円	11.7億円↗	3.0%
アロン化成	安寿	2.9億円	2.7億円↘	0.7%
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	2.58億円	2.66億円↗	0.6%
シロクマ	らくらく手すり	1.85億円	1.9億円↗	0.4%
ケージーパルテック	ハンドレール	0.74億円	0.78億円↗	0.2%

【市場規模・年間推移】

2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
350億円	370億円	380億円	380億円	390億円

㋺ 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	2016年販売量	2017年販売量	シェア
ナカ工業	歩行用補助手すり	45.6億円	45.6億円→	30.4%
TOTO	廊下・階段手すり、玄関手すり	30.0億円	30.0億円→	20.0%
パナソニック	システム手すり	30.0億円	30.0億円→	20.0%
マツ六	バウハウスシステム、エクレシステム手すりシリーズ、フリーRレール	7.5億円	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	3.0億円	3.0億円→	2.0%
シンドウ工業	セフティレール	2.2億円	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】

2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
165億円	155億円	162億円	150億円	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で、素材はステンレス、アルミ形材、鋼管に樹脂被覆したもの、および、木材など。2017年の市場傾向は、福祉施設の建設が前年比微減。2017年は横ばいと見込まれる。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

㋑ 木造用アルミサッシ　市場規模（年間）アルミサッシ　1,790億円（118千トン）

発売元	商品名	2016年販売量	2017年販売量	シェア
LIXIL	サーモスⅡ-H、Ⅱ-S	―	―	49.5%
YKKAP	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%

㋺ 木造用樹脂サッシ

① 外窓　　市場規模（年間）アルミサッシ　89.5万窓

発売元	商品名	2016年販売量	2017年販売量	シェア
LIXIL	マイスターⅡ	―	―	―
YKKAP	APW330	―	―	―
三協アルミ	アルペンPL	―	―	―

② 内窓　　市場規模（年間）　140万窓

発売元	商品名	2016年販売量	2017年販売量	シェア
LIXIL	インプラス	602,000万窓	596,000万窓↘	42.5%
YKKAP	プラマード	436,100万窓	432,600万窓↘	30.8%

発売元	商品名	2016年販売量	2017年販売量	シェア
三協アルミ	プラメイクE	196,700万窓	182,000万窓↘	13.0%
不二サッシ	インプラードU	1.5億円	1.5億円→	——
セイキグループ	楽窓Ⅱ	——	——	——
大信工業	内窓プラスト	——	——	——
リフォジュール	メルツェンサッシ	——	——	——

【市場規模・年間推移】

	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
アルミサッシ	億円	1,836億円	1,891億円	1,800億円	1,790億円
樹脂外窓	79万窓	80万窓	82万窓	90万窓	89.5万窓
樹脂内窓	118万窓	119万窓	121万窓	141万窓	140万窓

㋑ 窓シャッター・金属雨戸　　市場規模（年間）191万セット

発売元	商品名	2016年販売量	2017年販売量	シェア
三和シヤッター工業	マドモア	243,000セット	254,000セット（予想）↗	
文化シヤッター	マドマスターシリーズ、BAシリーズ	140,000セット（実績）	132,000セット（予想）↘	——
LIXIL	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	——	——	——
YKKAP	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	——	——	——

※文化シヤッターの販売量は窓シャッターのみ。

【市場規模・年間推移】

2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
180万セット	180万セット	181万セット	190万セット	191万セット

（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。**天窓**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りがない。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って、需要は減少の傾向にある。**窓シャッター**の2017年雨戸における窓シャッターの取付比率は94.5%。その内電動化率14.2（12.8）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（三和シヤッター／ソーラータイプ）商品、文化シヤッターは、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。天窓　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

㋑ 窓目隠し

① パネルタイプ　　市場規模（年間）33,000セット

発売元	商品名	2016年販売量	2017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	2016年販売量	2017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	2016年販売量	2017年販売量	シェア
LIXIL	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	2016年販売量	2017年販売量	シェア
LIXIL	目隠し可動ルーバー	—	—	—
YKKAP	プライバシースクリーン	—	—	—
三協アルミ	可動ルーバーRY型	—	—	—
三和シヤッター工業	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）

2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
31,700セット	31,600セット	31,800セット	32,700セット	33,000セット

⑪ 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	2016年販売量	2017年販売量	シェア
LIXIL	コートラインⅡ、スリットライン	—	— →	—
YKKAP	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	—	10億円→	—
エービーシー商会	ブリンカース木目調	—	— →	—
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	2016年販売量	2017年販売量	シェア
文化シヤッター	テクモク	3.8億円（実績）	4.0億円（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、アルミ形材、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いる。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

㋑ ドアクローザ　　市場規模（年間）376 万台

発売元	商品名	2016年販売量	2017年販売量	シェア
リョービ	RYOBI	206 万台	214 万台↗	56.6%
日本ドアーチェック製造	NEW・STER	110 万台	112 万台↗	29.7%
美和ロック	MIWA	50 万台	51 万台↗	13.5%

【市場規模・年間推移】

2013 年	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年
358万台	365万台	378万台	366万台	376万台

㋺ ヒンジクローザ　　市場規模（年間）43.5 万台

発売元	商品名	2016年販売量	2017年販売量	シェア
日東工器	日東工器	39 万台	40 万台↗	93.0%
日本ドアーチェック製造	NEW・STER	1.5 万台	1.5 万台→	3.4%
リョービ	オートスイングヒンジ	1.5 万台	1.5 万台→	3.4%

【市場規模・年間推移】

2013 年	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年
42万台	43万台	43万台	43万台	43.5万台

㋩ フロアーヒンジ　　市場規模（年間）12 万台

発売元	商品名	2016年販売量	2017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】

2013 年	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年
11万台	12万台	12万台	12万台	12万台

㋥ 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	2016年販売量	2017年販売量	シェア
ダイケン		142,300 台	140,000 台↘	20.8%
リョービ		102,400 台	101,900 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	8,400 台↗	1.2%

② エアタイプ

日本ドアーチェック製造		61,400 台	61,400 台→	9.1%
シブタニ		—	—	4.0%
マツ六		—	—	3.3%
コマニー		—	—	—
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。2017年の**ドアクローザ**の業界出荷は、2016年実績に対し3%の増となった。マンション向け、戸建て住宅向け共に微減となった。2017年はオリンピック関連でホテル需要が目立った。マンション・ホテル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。2017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、耐久性能も扉開閉動作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仕上げることが可能。**フロアーヒンジ**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ので、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。2017年は前年比昨年に弾き続き微減となった。リフォーム需要があって病院では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）108,100台**

発売元	商品名	2016年販売量	2017年販売量	シェア
ナカ工業	タスカール	35,200台	37,566台↗	34.7%
松本機工	オリロー	29,300台	29,300台→	27.1%
ヤマトプロテック	レクスター	10,100台	10,100台→	9.3%
セフ	スリーエスハッチ	5,500台	5,800台↗	5.3%

※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】

2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
105,000台	108,500台	108,500台	101,000台	108,100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、追い上げている。

[上代価格] 130,000円／台～。

床点検口　　**市場規模（年間）105万台**

発売元	商品名	2016年販売量	2017年販売量	シェア*
ダイケン	アンダーハッチ	35,000台	35,000台→	33.3%
ナカ工業	ニューハッチ、ホームハッチ	35,500台	35,594台→	32.0%
理研アルミ建材	リケン床点検口	12,600台	12,600台→	12.0%
カネソウ	フロアーハッチ	12,600台	12,600台→	11.0%
第一機材	かーるくハッチ、DKフロアーハッチ	9,600台	9,600台→	9.0%

＊シェアは、上位5社中のもの。

[市場規模・年間推移]

2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
108万台	120万台	120万台	104万台	105万台

（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。17年は引き続き新設建築着工、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、さして商品的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～。

ストック住宅、安全で質を高める 空家の改善（使用用途も含めて）

プレハブ建築協会

住宅着工は、持家、貸家共、昨年後半から連続で前年比マイナスの状況。年末の税制大綱で、既存住宅の買い取りの敷地軽減、長期優良住宅特殊処置等の税対策に対して、行政施策に感謝した上で、来年10月には消費税10％実施や予定されており、来年度も多種の税軽減の補助政策の検討をと、要望した上で、樋口武男会長は「昨年から始まった新しい住生活基本計画法に基づき、少子高齢化、人口減少、空家の増加を背景に、若年子育て層、高齢者が安心して暮らせる住生活の実現。建替えやリフォームを質の高いものに、空家の活用政策の推進を、当協会が中心的な役割を果たすべく“安全で質の高い住・街を供給していくべく努める（参考：ストック住宅は、無耐震900万戸、無断熱2,000戸、長期優良住宅1％）。具体的には、既存住宅、空家の再生等を時代のニーズに合わせて質の高い住宅を供給。もう一つは、災害時仮設応急住宅の迅速供給対応（1995年阪神淡路、2011年東日本、2016年熊本の各災害被災地に仮設住宅を供給）。

挨拶する樋口武男会長

「住・街づくりを住環境を取り巻く少子高齢化、人口減少、空家、地球環境を踏まえて総合的に再生できるよう社会問題に貢献できるよう取り組んで行きたい」と挨拶した。（2018年1月15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ケ谷・より）

顔写真：（左から）国土交通省住宅局長伊藤明子氏、経済産業省製造産業局長多田明弘氏

防火設備検査報告制度さらに加速
シャッター・ドア技能士導入

日本シャッター・ドア協会

挨拶する木下和彦会長

「景況は設備投資と個人投資に支えられ、第2の岩戸景気とも言われています。その中で建設環境は、オリンピック関連でインバウンドによるホテル需要等で緩やかな回復傾向になります」と木下和彦会長は前置し、同協会としては、次の3つの事業に取り組むと年頭に当って本年度の事業報告を行った。

1．防火設備検査報告制度事業

同協会は日本防災協会から同制度検査員の実技講習を受託しており、全国で7,300名の受講者、JSDA 4,700名を加えると12,000名の有資格者となり、さらに本年1、2月で1,700名の資格者が予定されているという。「シャッター、ドアは、既存ストックが年々増えており、これらの防火性・安全性を確保するためにも検査報告が的確に実施されるよう業界として全力で取り組んでいきたい」としている。

2．業界の地位の向上に関する事業

新規シャッター・ドアが対象となる技術者（施工・検査）の国家資格がないため、これに資する技能士制度の導入をはかる。この指定機関となるための取り組み。「このことにより人手不足解消にもつながる」としている。

3．ゲリラ豪雨等の防水事業の一環として「止水防止用設備事業」

昨年12月に製品に要求される設置・性能等の基準が存在しないため「JIS原案作成委員会」を設立。引き続き国交省の水に対する防災減災対策本部会の進展に合わせて、関係団体と協力の上基準を完成させ、業界への普及促進を図りたいと抱負を述べた。

（H30年日本シャッター・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〉）

顔写真：挨拶する来賓の面々、（左から）田中衆議院議員、平衆議院議員、秋元国土交通省大臣政務官
乾杯の挨拶をする塩崎敏彦副会長

JIS A 4722 安全規格さらに啓蒙推進
2017 年度自動ドア生産台数 158 千台見込み

全国自動ドア協会

全国自動ドア協会は、11月22日、業界記者懇談会をみなと貸会議室（港区浜松町）で開催した。初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2017年度年間生産台数の見通しを、5月に予想した台数に比べ、国内向けは若干増の137千台（前年比106.2％）、海外向けは予想どおりの21千台（前年比110.5％）、総生産台数は若干増の158千台（前年比106.8％）。

国内向けは、リーマンショックの影響を受けた2009年の107千台を底に年々回復しており、2017年度は2007年度の台数程度に復調してきており、地域的には、首都圏一極集中傾向と格差があると、また、海外向けは東南アジアが顕著

写真中央：記者会見に臨む上仲宏二会長

だという。

次に自動ドア施工士の現状は、全国累計で、1級3,407名、2級3,361名、合計6,768名、本年度の受験者は55名増の343名と関心度は高い。

自動ドア製品安全規格のJIS制定に伴い「JIS運用マニュアル（安全編）」—協会会員向け、「JIS準拠：安全ガイドブック」一般向けを作成。オーナー（施主）、ゼネコン、設計者への啓蒙活動を実施。

同協会では「大型自動回転ドアの運航状況調査」を2004年以降継続実施、その結果、調査対象の469台中、使用中205台（8台減）、回転休止〔スライド式自動ドアとして使用〕22台（4台減）、使用停止21台（1台減）、撤去済み221台（13台増）となっており、この2年間で多くの回転ドアが撤去されている（　）内は2015年度比の増減台数。2016年10月から2017年9月末までの1年間に新規設置は、回転ドア大型2台、小型1台とまだ需要の回復が見えない状況が続いているという。しかし、中には、エコ性能の認識を持っている改修のオーナーもいて、少し期待をかけているようだ。

2020年以降の自動ドアの市場は、2019年～2020年の一時繁期後は、2023年頃まで開発遅れのものがゆるやかに続く。但し首都圏を中心にと見通している（質疑応答の一部より）。

業界記者懇談に会する同協会役員の面々

JIS A 4722 安全ガイドライン普及へ 労働環境の改善を

全国自動ドア協会

欧州の経済はおちつきはじめておりますが、アメリカ、北朝鮮の動きがどのようなリスクを日本に及ぼすかが気になるところと、上仲宏二会長は前置きして、「昨年は、大企業が検査データの改竄をしたり、無資格者による製品検査の酒家の不祥事で企業の信頼性を欠く事が起こりました。」そして、経済産業省製造産業局生活製品課の年頭所感の引用から「産業の未来像を『Connected Industries〈コネクティッド・インダストリーズ〉』、様々な業種、企業、人、機械等が繋がることにより新たな価値創出や生産性向上を図ることだとし、強調も必要。企業に求めるものとして、スピードあるアクション、個性ある経営、大胆な挑戦を上げています。

挨拶する上仲宏二会長

顔写真：山村望副会長の挨拶でスタート

当協会は自動ドアの安全性を求めるJISの制定を昨年実現しました。これは、スピードあるアクションだと思います。このJIS A 4722は、歩行者の安全のため、開閉装置だけではなく、サッシ、ドア周辺全般にわたるものです。このJIS準拠に基づく安全ガイドラインを、お客、関連業界の方々にご案内して、より安全な自動ドアを世の中に普及していくことが使命と考えています。もう一つは、労働環境の改善です。自動ドアの設置については、歩行者の安全のため、現場は夜間を問わずアフターサービス。また、現場は工程も変わることもあり、このところの人手不足と厳しい環境にありますが、そのような仲にあっても施工現場の安全、さらには、社員の健康管理をおしすすめることが責務と考えています」と、会員社に要請を兼ね挨拶した。

（2018年1月18日、メルパルク東京・東京港区芝公園　2018年新春賀詞交換会より）、当日、同協会賛助会員による「製品説明会」も開催された。

同協会賛助会員による製品説明会の参加者（各種自動ドアセンサー、スイッチ製品）

移乗手すり立体サポートタイプ
使い勝手の進化を提案

ナカ工業

ナカ工業は、「HOSPEX Japan 2017」（昨年11月20～22日、東京ビッグサイト：東京江東区で開催）に出展。

同ブースでは、トイレ用動作手すりを、使用者や介助者の負担の軽減等、使い勝手に合わせた形状や設置方法を考慮したさまざまなサポート製品を提案。車イス利用者や病院、福祉施設関係者に対して、体験アンケートも実施し関心を集めていた。出展製品の一部は次の通り。

ハンドレスト床支持タイプ
「新型レストハンドタイプ」

車イスからトイレへの移乗と座位姿保持をサポートする。アーム部分が跳ね上がるため、トイレに車イスを横付けして移乗が可能。脚付きなので壁に下地が設けられていない場所や、リフォームに最適。病院等で使用経験後、一般家庭への採用も増えているという。

ハンドレスト床支持タイプ
「新型レストハンド」

座位保持フルホールドタイプ
「安全バー型ホールダー」

座位保持フルホールドタイプ
「安全バー型ホールダー」

座位姿勢が保てない利用者向けのホールダー。フルホールドタイプは複雑なギミックであるが、しっかりホールドされるため使い勝手良いのが特長。

英国の高級民泊ビジネスから学ぶ 伝統と革新でチャレンジを

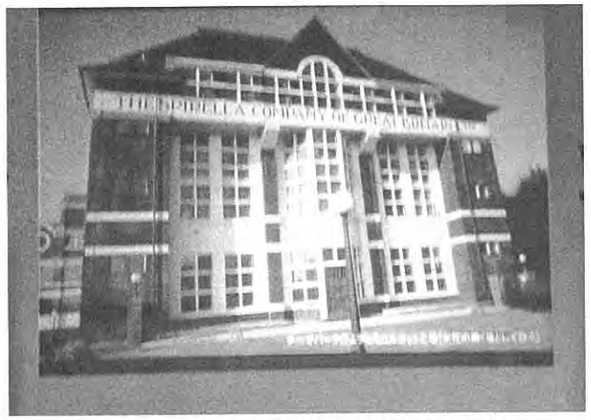
JAPANTEX2017 講演より

「The 37th JAPANTEX2017」が、11月15～17日東京ビッグサイトで開催された。期間中の15日、町田ひろ子アカデミープレゼンツ第8弾“進化する英国の高級民泊ビジネス”をテーマに講演が組み込まれていた。

町田ひろ子氏（町田ひろ子アカデミー校長）は、英国の民泊ビジネスを中心に“最近トレンドと新日本様式”をキーワードに、ビジネスのヒントがあると実例を上げて好演をした。

110年前に誕生した、世界の田園調布とも称されるLetchworth Garden Cityで古さを活かしたリノベーションによる

顔写真：講演をする町田ひろ子校長

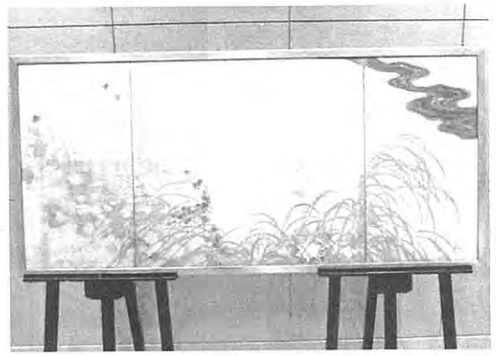


英国の古建物遺産を活かし再構築した民泊

民泊が成功していると紹介。その他インテリアデザイナーによる「デザイン力＋フェアトレード」によるラグジュアリーブティックホテル他実例を紹介。いずれも「古建物遺・資産を活かし、健康的な行き方等」を、デザイン力で新しい型に再生していることがビジネスとして成功しているという。

日本でも古民家を、伝統＋革新をキーワードに再生する提案でチャレンジをと提唱した。

また、町田氏は、美防災とアートをテーマに、日本の伝統美術（日本画）を壁にと最新の高度デジタルプリント技術をインテリアアートとして提供している（酒井抱一筆『夏秋草図屏風』、尾形光琳筆『風神雷神図屏風』のアートをホテルに提案）。また、最近は、モネ等の名画を福祉施設の壁に、専門家と協同で心の癒しとなることを願ってプロジェクトが進んでいることも紹介。このように常に新市場の発掘に（IC職域拡充も含めて）チャレンジをしている。



夏秋草図屏風：酒井抱一作
セルリアンタワー東急ホテル展示より

壁面に名画のある福祉施設

世界に通用するプロの人材育成
「公開プレゼンテーション2017」開催

町田ひろ子アカデミー

グランプリの賞を授与する町田ひろ子校長

町田ひろ子アカデミーは、恒例の「公開プレゼンテーション」を、昨年12月14日、サントリーホールブルーローズ（東京港区）にて開催した。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継続してきて、今回で32回目。就職率はほぼ100％を維持しているという。今回のテーマは「私発進の○○スタイル」～インテリアで美防災～で、選抜6グループの競演（プレゼンの甲子園とも呼んでいる）で行われた。

さまざまな職歴からICの実践力を習得した各グループのプレゼンターは、自由な発想でユニークな提案を期待して○○スタイルの課題に応えて、形にとらわれず斬新な発想でユニークなライフスタイル、さりげなく組み込んだ防災に備えた防災プロダクト及び自然環境も考慮して提案した。

今回も住関連、インテリア関連業種の企業110社が出席、「プロとしての基礎を充分に習得された。これからは実戦で応用」とP企業が応援歌を送った。また町田校長は、開校以来40年間、ICの職域開拓に常に挑戦、最近は「世界に通用するプロの人材育成」にとさらにチャレンジしている（英国の名門スクールと2004年に提携）。

それぞれのプランを発表するプレゼンター

参考：1978年創設、2017年現在卒業生13,500人、在校生350人（札幌、仙台、宇都宮、名古屋、福岡、東京、大阪。東京校200人。この3月までの卒業生は100人）。

問い合わせ先：03-5411-0056東京校・就職支援課。

人材を求めて110社の企業その他OB、一般、計430名出席

ITの力で従来の不動産業界の仕組みを変える次世代の不動産テック

インベスターズクラウド

インベスターズクラウドは、アマゾンウェブサービスジャパンの協力のもと「不動産テック（ReTech）がもたらすイノベーション、テクノロジーで変わる不動産業界をテーマに、不動産領域に特化したカンファレンス「ReTech Conference」を、1月25日、アマゾンウェブサービスジャパンオフィス内（東京・目黒）で開催した。

挨拶をする松園勝喜氏
（インベスターズクラウド執行役員）

今回の「Re Tech Conference」は、不動産業界の第一線で活躍する経営者やプロフェッショナルによるセッションを通じて、業界の課題を解決する最新テクノロジーやビジネスについて解説された。

主な内容項目：「ReTechの潮流テクノロジーと非テクノロジー産業の融合がもたらす可能性」―松園勝喜氏（インベスターズクラウド執行役員Robot Home取締役）／「テクノロジードリブンで変わる不動産業界」―門木啓蔵氏（インベスターズクラウドIT技術開発本部研究開発課課長）／「テクノロジーによる不動産業界革新」―長沢　翼氏（LIFULL CTO兼技術開発部部長）／「本格的なIoT実装と成長し続けるAI活用で共創する未来」―門田進一郎氏（アマゾンウェブサービスジャパンストラテジックアカウントマネージャー）／「新しい通信やデバイス、プラットフォームについて」―竹之下航洋氏（ウフルプロダクト開発本部本部長）／「不動産マーケットにおけるAIの活用」―樋口　龍氏（GA technologies代表取締役社長）、以上の各講師から、不動産業界へのイノベーションやテクノロジーの活用導入に関する課題、実例が紹介された。関連業種、社内間の情報を効率的に利用できる共有データの構築、及び、ビッグデータの共有、IT力を有効なネットで繋ぎ、顧客の潜在欲求に対したサービスの提供が出来るしくみで、業界全体の生産性向上を図ることなどが提示された。最後に、白石俊平氏（オープンウェブ・テクノロジー代表取締役CEO）が、今後は、AIによるビッグデータ（データミックスチェンジ）をオープンにして共有できることが望ましい。将来、個人間で不動産売買が可能に？　また良いエンジニアとコミットする等でしめた。

同社は、リアルエステートテックを推進するため、IT体制の強化を図り、アプリではじめるIoTアパート経営「TATERU」を初め、IoTの賃貸住宅を提供する「TATERU kit」、一口1万円からの不動産投資型クラウドファンディング「TATERU Funding」など、「ネット」×「リアル」を融合した新しいサービスの開発・運営を行っている。

写真上：（左から）白石氏、竹下氏、樋口氏、松園氏

モクコレ2018に出展
自然素材プラスアルファの複合製品

三和シヤッター工業

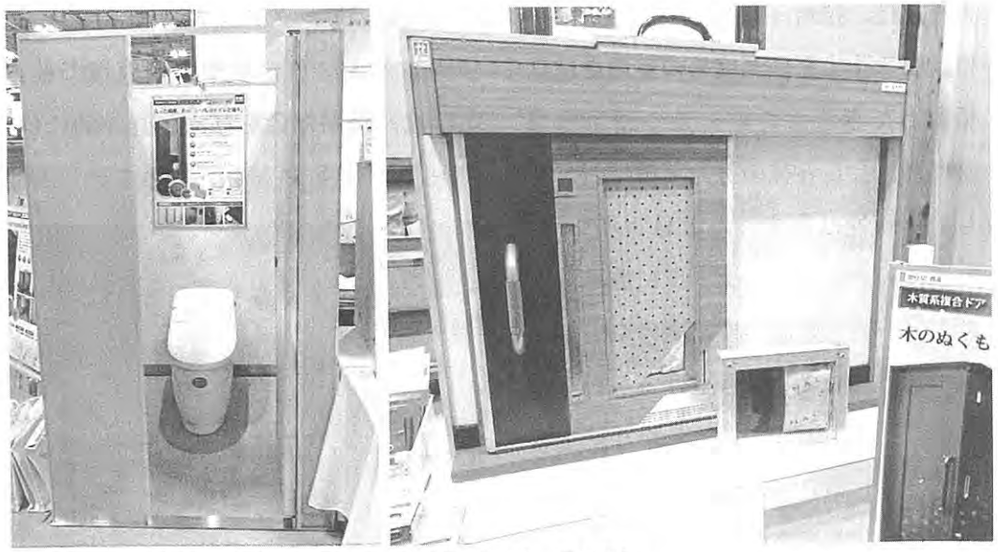
三和シヤッター工業は、1月30、31日の2日間、東京ビッグサイトで開催された“WOODコレクション（モクコレ）2018”に出展した。出展製品は、学校間仕切「サンスクールSPW」、トイレブース「ラベンダーTA40-Z（消臭仕様）」、木質系複合軽量引戸「エコロドア（ミニチュアサンプルにて）」を、北海道ブースに展示（同展は、東京都が33都道府県で連携して、各都道府県の魅力的な木材製品を一堂に展示）。

木製学校間仕切「サンスクール」は、木質の自然素材ならではの効用（調湿、吸音、消臭、断熱性能等）にて、学習環境向上をはかる。もう一つは、NS-ロバスト工法を用い現場工期の短縮、組立精度の向上による品質安定化、確実かつ強固な枠固定（鋼材の補強枠組立ピースを取り付け強固に固定、樹脂に影響されることなく寸法が安定した組立可能）。

トイレブース「ラベンダーTA40-Z」は、消臭仕様で、奥行パネル（ブース間の隔てパネル）の内部に複合炭素材ZENACを組み込んだ消臭、調湿型の新しいトイレブース。

「エコロドア」は、アルミと木による複合機能ドア。ドアの芯材を木材からアルミに変えることによりシックハウス症候群の原因となる接着剤の使用量大幅カット。焼却時に有害物質の発生の少ないABS・エコシートを採用、木質系シート張りのアルミ枠を採用、扉のフレームにアルミを使用し、経年劣化によるソリやネジレを防ぐ。

写真：（左）木質製学校間仕切「サンスクール」



写真：（左）トイレブース「ラベンダーTA-Z」、
（右）サンプルによる木質系複合軽量引戸「エコロドア」

光触媒技術・製品の認知度を高める「きれいJAPAN」活動で美しく安心な街づくり

光触媒工業会

光触媒工業会は、日本発の技術である“光触媒”による「美観維持」「環境浄化」「清潔な空間」の提供により、美しく安心な日本の街づくりに貢献することを目的とする「きれいJAPAN」プロジェクトを3月6日より開始した。スタートに当り、井芹正光会長は「当工業会は、2006年に“国民のくらしを豊かに便利に導いていくことを目的”に発足しました。当初は、技術・商品の基礎確立、次いで品質を正す認証制度等の整備を重点に活動してきましたが、この12年経過で研究者、会員各社の努力で技術面は到達し、信頼性は高まったと思われます。この機に、その先のステージに進みたいと考え、一般への認知度を高め市場拡大を図るため、今まで築き上げてきた光触媒産業を世の中の皆さんにわかりやすく伝えて、美しい日本の街づくりに貢献していきたい」と述べた。

ロゴマーク「きれいJAPAN」を紹介する井芹正光会長

次に、実際の活動を花木正蔵理事（マーケティング委員会委員長）が解説した内からピックアップ。

一般の人にわかりやすい表現で魅力を伝達、提案機会を拡大。具体的には、2018年／提案ツール、パンフレット作成、ホームページ、フェイスブック、スマホ対応。セミナー見学会開催（実例現場、最先端研究所等体験重視）、2019年／会員各社社員等スキルアップ勉強会（伝道師として一般に伝えるための最新情報等の知識を高める）、2020年／まるごと光触媒の物件を目指して、施設のオーナーや建設会社にはたらきかける等。この“きれいJAPAN”のキャンペーン対象は、企業、最終消費者、推進役は会員各社、サポーターとして学識経験者、建設会社、不動産業者が当り、今まで以上に認知活動を進めるとしている。また、数値目標を、2020年（150%）約960億円、2030年（200%）約1,280億円（2017年度比売上高ベース）。オリンピック、海外観光客増による関連施設市場に期待、光触媒反応を発見した藤嶋昭氏が文化勲章受章を機に光触媒技術・製品の認知拡大を図り需要拡大に繋がることを願っているようだ。

「建築・建材展2018」が「きれいJAPAN」プロジェクトスタート

■光触媒反応を発見した「藤嶋 昭氏 文化勲章受章のお祝い会」開催

1967年に光触媒反応（本田―藤島効果）を発見した第一人者藤嶋 昭氏（東京理科大学学長）が昨年11月3日、文化勲章を受章。この技術を導入し関係の深い光触媒工業会では、同受章のお祝い会を開催した（3月9日、東京ビッグサイト　イタリアンレストラン・アルポルトにて）。

藤嶋 昭氏の文化勲章受章を祝して乾杯

祝いの会で感謝の挨拶をする藤嶋 昭氏（東京理科大学学長）

高速・高頻度・低振動グリルシャッター「レジデンスグリルG1」コンパクトで発売

三和シヤッター工業

三和シヤッター工業は、高速高頻度低振動グリルシャッター「レジデンスグリルG1」を9月より発売した。

「レジデンスグリルG1」は、マンションの駐車場向けの高速高頻度低振動グリルシャッター。マンションの駐車場に配置されるシャッターは、出入が頻繁なことや早朝や夜間でも開閉されるため、居住者や近隣住民が快適に過ごせるようにさまざまな性能が求められている。そこで、高速・高頻度・低振動・静音を兼ね備えたハイグレードグリルシャッター「レジデンスグリルG1」をこのたび発売された。

高速・高頻度・低振動・静音を実現した“快適さ”の追求だけではなく、天井内のスペースに制限のあるビルトイン納まりでも十分な開口高さを確保できるように納まりのコンパクト化も実現している。また、はさまれ・巻込み・衝突防止センサーをそれぞれ標準装備しており、高い安全性も確保している。

■特長

①高速・高頻度・低振動・静音を実現

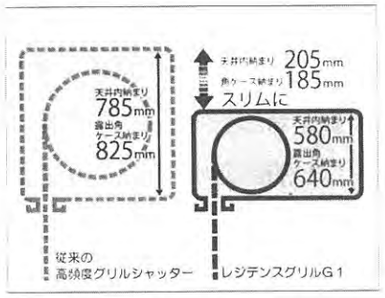
高速：開放速度は約10m／分（閉鎖速度は約5m／分）と重量グリルシャッターと比べ約4倍なので多くの車両が出入りするマンションの駐車場に最適。

高頻度：シャッターカーテンなどの主要部材は約30万回の耐久性がある。また、1時間あたり30往復の開閉にも耐えられる。

低振動：建物躯体への振動伝播を抑えるため、防振ゴムや樹脂性のガイドレールライナーを飼養することで、振動を重量グリルシャッターの1/4（同社性能試験センターにおいて測定した試験結果による）に低減。

静音：外パイプと内パイプの遊びを少なくすることで、開閉音を平均59dB(A)以下（社内測定値であり、保証値ではない）と従来の高頻度グリルシャッター（63dB）に比べ、大幅に低減した。

②コンパクトな納まり



③閉鎖・開閉中通過不可は信号灯で通過誘導。ブザーで注意喚起。はさまれ防止・巻込み防止・衝突防止センサーで高い安全性。

■仕様・設計範囲

開口幅（W）：

最小2,000mm、最大6,500mm

開口高さ（H）：

最小2,000mm、最大4,200mm

露出ケース納まり：高さ640mm、奥行930mm（0.4kW開閉機）、980mm（0.75kW開閉機）、幅W＋900mm

シャッターカーテン：パイプ径14.5mm

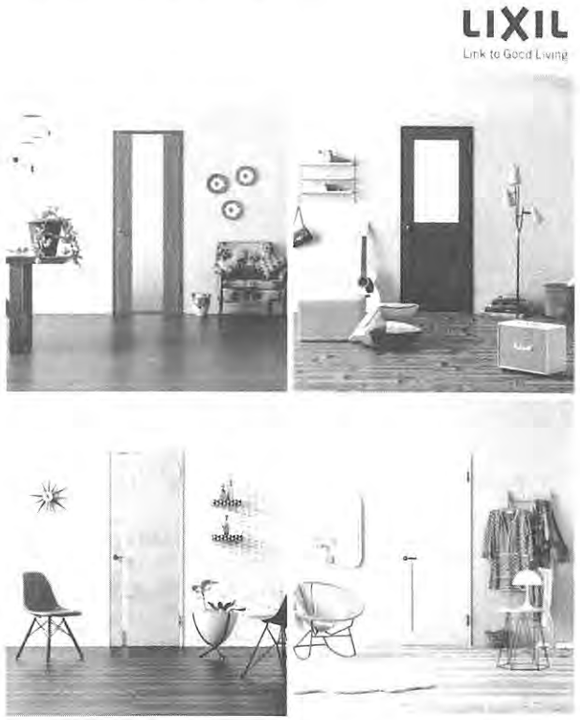
材質：ステンレス。

自由自在な組み合わせが可能な新インテリア建材「ラシッサ」発売

LIXIL

LIXILは、同社のインテリア建材が30周年を迎えるにあたり、これまでのシリーズを刷新し、自由自在な組み合わせが可能な新しいインテリア建材「ラシッサ」を2018年4月2日より全国で発売する。

「ラシッサ」は、スタンダードな「ラシッサS」と個性的な「ラシッサD」の2つで構成されており、「ラシッサS」にはどんな色とも相性のいい「クリエ」、

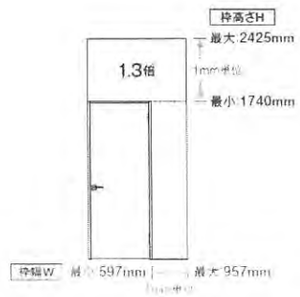


新インテリア建材「ラシッサ」 4つのレーベル施工例
(上段左から)ラシッサS「クリエ」、ラシッサD「ヴィンティア」
(下段左から)ラシッサD「ラテオ」、ラシッサD「パレット」

「ラシッサD」には既存の人気シリーズをベースにした「ヴィンティア」「ラテオ」「パレット」と、全4レーベルを用意している。カラーバリエーションは、21色を揃えている。

「ラシッサ」では、高級感や質感を追求した幅広いバリエーションのガラスや、個性を表現する4色のハンドル・丁番を用意しており、インテリアテイストに合わせて自由自在に組み合わせることで“自分らしさ”を表現することが可能。

建具表面は、凹凸をつけることで木肌をリアルに表現しており、細部にまでこだわった本物のような仕上がりとなっている。また、柾組の意匠をねらったデザインには本柾組ならではの重厚感を持たせながらも、現代住宅のインテリアにな



室内ドア 標準ドア パネルタイプの場合

じむようすっきりとした形状に仕上げている。

さらに、光や風が通りにくい部屋と部屋の仕切りとして活用することで、開放的な空間を演出する室内用窓「デコマド」を新たに用意し、より自在なインテリア空間を演出することができる。

その他主な特長

○**納期は3日以内**／規格品・特注品も、3日以内に工場出荷を実現。種類の違う製品も一括して届けることができ、リフォーム対応力も強化している（室内引戸連動方式、通風タイプLTA、チャコールブラック色枠など一部除く）。

○**特注寸法対応**／デザインに関係なく、設置場所や用途に合わせたサイズ特注を受注。価格体系も「規格品の枠・本体価格×1.3倍」とシンプルにしてわかりやすく。

○**室内用窓「デコマド」**／バルコニー側と玄関しかないマンションなど、光や風が通りにくい部屋と部屋の仕切りとして活用することで開放的な空間を演出。ガラスの種類も建具同様6種類から選べる。

建材市場創研の出版物

◆今後の発刊予定

「建材マーケット」

2018年版	住宅編㊦	2018年6月上旬
2018年版	住宅編㊤	2018年9月下旬
2018年版	住宅編㊦	2018年11月下旬

◆既刊書籍

2014年版	一般建築編㊤	頒価12,000円（残部稀少）
2014年版	一般建築編㊦	頒価10,000円（残部稀少）
2015年版	住宅編㊤	頒価10,000円（残部稀少）
2015年版	住宅編㊦	頒価10,000円（残部稀少）
2015年版	一般建築編㊤	頒価10,000円（残部稀少）
2015年版	一般建築編㊦	頒価10,000円（残部稀少）
2016年版	住宅編㊤	頒価10,000円（残部稀少）
2016年版	住宅編㊦	頒価10,000円（残部稀少）
2016年版	一般建築編㊤	頒価10,000円（残部稀少）
2016年版	一般建築編㊦	頒価10,000円（残部稀少）
2017年版	住宅編㊤	頒価10,000円（残部稀少）
2017年版	住宅編㊦	頒価10,000円（残部稀少）
2017年版	一般建築編㊤	頒価10,000円（残部稀少）
2018年版	住宅編㊤	頒価10,000円（残部稀少）

2018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東洋ビレッヂ304

電話　03（5834）8815

禁無断転載コピー