

月刊

# 建材

# ナビ

特集 ガーデンルーム+デッキ材で快適空間を  
創造する「空間エクステリア」/汎用性に  
優れたテラスを主力商品に市場拡大  
めざす「ウォールエクステリア」

二〇一九年 年頭所感

新年号  
No.242

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

## 建材 navi 新年号 -No.242 目次

<b>特集</b> ガーデンルーム+デッキ材で快適空間を創造する「空間エクステリア」/ 汎用性に優れたテラスを主力商品に市場拡大めざす「ウォールエクステリア」	13
[年頭所感]	3
[環境・健康建材コーナー]	10
[新製品・新技術情報/業界の動き]	20

© Miruto Shuppankai Ltd.2019 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2019年 <input type="text"/> 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	

## 年頭所感 2019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

健康寿命が延びる『共生の文化創造』を提言する時を迎えた——小松昭夫代表取締役/人間自然科学研究所理事長

新年を迎え、皆様のご多幸を心よりお祈り申し上げます。



人間自然科学研究所が25年に渡り追求してきた『いのち』が東京オリンピックの5年後に開催される大阪万博のテーマに決まりました。

地球規模の激動の時代を迎え、三大核大国の米国・露国・中国に根源的な影響を受ける、韓国、共和国、2月22日を『竹島の日』と定めた対岸の日本・島根県は、人口減少・高齢化と完成間近の島根原発『三号炉』議論が重なり、先行きの見えない状況に陥っています。

去年は、出雲で生まれた『和譲』をもとに活動する人間自然科学研究所、進化を続けるシートシャッター happy gate 門番、水道イノベーション大賞を受賞した福島県南会津町で採用されたクラウド総合水管理システムやくも水神、3つの事業をあわせ、新しい地政学に基づいた『真のイノベーション構想』を発表しました。

また、中国東方出版社から日中友好条約締結40周年記念事業として『経営理念手帳』『一隅を守り千里を照らす一経営の道』

が出版されました。サビエンス全史、ホモ・デウスの世界的大ベストセラーとも重なり、日本語の語源とも言われる『出雲弁発祥の世界縁結びの意字の郷』から、健康寿命が延びる『共生の文化創造』を提言する時を迎えました。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

「収益改善」「成長事業・グローバルシナジー拡大」「次なる事業領域開拓」——中野敬司社長



日本経済においては、台風や地震等の自然災害が相次ぎ、個人消費に一時的な影響がありましたが、雇用・所得情勢の改善や旺盛な設備投資需要により、全体としては底堅く推移しました。

当社の主力となる建材市場においては、アルミ地金価格が高い水準で推移するとともに、新規住宅着工戸数や非木造建築着工床面積が低調になるなど、厳しい状況が続きました。本年は雇用・所得情勢の改善継続に加えて、東京五輪に向けたインフラ投資の盛り上がりが見込めることから、国内経済は緩やかな回復傾向が期待されますが、10月に予定されている消費増税や、米中貿易摩擦、地政学リスクの影響が引き続き懸念されるなど、全体としては見

通しにくい状況が続くと思われます。

こうした中、当社は昨年、2025年までの長期的に目指す事業構造を描き、次期3ヵ年(2019年5月期~2021年5月期)の新中期経営計画を策定しました。「変革と価値創造~安定かつ成長可能な事業構造へ~」を基本方針とし、「収益改善」「成長事業・グローバルシナジーの拡大」「次なる事業領域の開拓」を目指してまいります。

住宅事業においては、「NT HANDLES(室内ハンドル)」(2018年グッドデザイン賞・キッズデザイン賞)を採用したインテリア建材「リヴェルノ」をはじめ、下枠フラットによるお掃除のしやすさに加え、大開口サッシとしての需要も高まっているアルミ樹脂ハイスペックサッシ「アルジオ」など、差別化商品の拡販に努めてまいります。

成長領域と位置付けるエクステリア事業においては、「カーポートの三協」復権に向けて、デザイン性の高い「スカイリード」などを中心に、カーポートを基点としたファサード提案に注力いたします。

ビル事業では、基幹サッシ「MTG-70R」の市場浸透に向けた取り組みを進めるとともに、改装・環境リフォーム分野を手掛けるSTER事業では、集合住宅や学校、民間施設などへの愛的なリフォーム提案や環境に配慮した省エネ提案に注力してまいりま

す。

また、海外展開においては、台湾、ASEAN地域での販売拡大に向けた取り組みを進めてまいります。

当社は本年も、これまでと変わりなく、「お得意先・地域社会・社員」の協力のもと、お客様に喜びと満足を提供する企業活動を進めてまいりますので、変わらぬご支援・ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

### 三和ホールディングス

グループ成長の鍵を握るアジア事業の拡大加速——高山俊隆CEO



昨年は国内では豪雨や台風、地震など自然災害が多発した一年となりました。その一方で建材に目を向けると国内は住宅着工が減少しているものの企業の設備投資は堅調に推移しました。グローバルでは米国の新たな通商政策を巡り、先行きに不透明さが続く状況にありました。特に、米国の住宅市場に若干の slowdown やドイツの非住宅市場の弱含みが見られるものの、総じて堅調に推移しました。

このような環境下、国内事業においては、新たに大阪工場を4月より稼働させ、三和シャッター工業を中心に多品種化戦略として注力している間仕切事業の一層の強化に努め、また防火設備の検査報告制度への対応に引き続き注力しました。昨年創業100

周年を迎えた三和タジマをはじめとする国内グループ各社においても、スチール・ステンレス・アルミ建材そして自動ドアエンジンを供給できる総合建材メーカーとして、さらなる連携強化を進めました。また、工場での自動化推進や物流のインフラ整備、施工における工法改善など、生産性向上に向けた取り組みを推し進めました。米国においてはドア事業のさらなる拡大のため、代理店など主要な販売チャネルの支援強化を通じてシェア拡大に努めました。欧州では、1月に買収したBGS社(英国)との統合を進め、Alpha社(オランダ)工場やAlsar(スペイン)社工場の生産能力の拡充やドックレベラー生産を拡大しました。アジアでは中国事業とアジア事業との分割やサンワマス社(インドネシア)の出資比率引き上げなど、将来のグループ成長の鍵を握る地域として事業拡大の加速と経営基盤の強化を図りました。

本年は亥年ですが、「亥」は生命が収蔵された核を意味し、次のステージに向けての大切な準備期間ということになります。まさに当社においても2019年は、「三和グローバルビジョン2020」の第二次3ヵ年計画を締めくくり、新たな中期経営計画をスタートする年であります。従来より三和グループでは、従業員一人ひとりが価値創造の原動力であると捉え、お客様に「安全・安心・快適」な商品とサービスを提供していくためには、従業員とその家族が公私共に充実した生活を送ることが大切であると考えてきました。

本年も働き方改革と生産性向上に取り組み持続的な成長を生み出し、グループ一丸となって「動く建材」のグローバル・メジャーへのタスキが繋げるよう、誠実に努力を重ねてまいります。

### 三和シャッター工業

安全・安心・快適を提供することにより社会貢献——高山盟司社長

当社は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いりました。



現在、「三和グローバルビジョン2020」の第二次3ヵ年計画において『確立した成長基盤を、更に各事業「強固なポジション」の確立を目指して挑戦し続ける3ヵ年』を経営方針に掲げ、多品種化への対応として、間仕切・エントランス・環境建材などの戦略商品の拡充を図っております。特に間仕切事業では、昨年4月に三和システムウォールの新たな生産拠点を立ち上げ、学校間仕切の販売拡大の施策およびトイレブースの品揃え拡充を展開しており、エントランス事業では、昨年創業100周年を迎えた三和タジマを始めとする国内グループ各社との連携により顧客および物件情報を共有し受注拡大を目指しており、また多発する集中豪雨や台風による水害に対応する防水事業では、顧客の多様なニーズに応える

べく品揃えの充実を図っております。IoTやAI技術を活用した窓シャッターなどの商品開発にも注力しております。

さらに、生産性の向上および製品の品質向上を図るため積極的に製造設備の新規導入をしており、また、防火設備の検査報告制度への対応を含め工事力の強化のため、施工技術者の採用・育成に全社をあげて取り組んでいるところです。

本年も引き続き、業界トップレベルの製造力・商品開発力・工務力を結集し、安全・安心な商品とサービスをお客様に提供してまいります。

2019年は、物流費および労務費の上昇が懸念されるものの、東京五輪関連を中心に数々の物件が進捗すると予測されますので、さらに生産性を向上し、また2019年度から始まる第三次中期計画を全社員が結束してやり抜き、「三和グローバルビジョン2020」達成を目指して邁進する所存です。

### 四国化成工業

本年を高付加価値商品提供への転換点と位置づけより良い商品を提供——田中直人CEO

昨年は6月の大阪北部地震、7月の西日本豪雨、7月から9月にかけての相次ぐ台風上陸、そして9月の北海道胆振東部地震など、甚大な被害をもたらした自然災害の多い年となりました。被



災された皆様には心よりお見舞い申し上げますとともに、一日も早い復旧、復興を祈念しております。また、経済においては、米中貿易戦争やトランプ政権初の中選挙選などの影響がある中、国内経済は堅調な企業業績により株価や景気指数は底堅い動きの一年だったように感じております。2019年も米国景気の流れに牽引されるものの、日本においては10月に実施される消費増税に向けた各種施策やオリンピック・パラリンピック開催に向けたインフラ整備が進み、個人消費や企業の設備投資も堅調に推移すると予測されます。

「亥年」はまた、堅調な基盤から次の段階へ向け動き出す年とも言われております。エクステリア業界は、住宅着工減少にも関わらず、事業領域拡大を志向した関係者の努力によって、現在では2000億円を超える市場規模となりました。2019年はさらに次のステップへと歩みを進める年でありたいと考えております。

一部では未だに無益な価格競争が繰り返されておりますが、翻って業界の将来を展望すると、このままでは業界全体が縮小、低迷することにも繋がりがねません。弊社は本年を高付加価値商品提供への転換点と位置づけ、「より良い商品を市場に提供する」ことを心がけてまいります。

また、エクステリアメーカーとしての社会的責任を強く自覚し、過去の災害も教訓に、強度面では建築基準法を越える商品のラインナップを進め、お客さまからの信頼に応える優れた商品を市場

に発信してまいります。さらには、個人の嗜好に合った商品提案によりエクステリアの多様性を追求し、これまで以上に生活環境の向上、業界の発展に寄与していくという強い使命感を持って取り組んでまいります。

### 寺岡オートドア

自動ドアJIS規格関連の需要も引き合いが増えた——吉田毅社長



2018年のニュースは、大企業の不祥事とスポーツ界のパワハラで明け暮れた感があります。企業の不祥事に関しては、競争あるいは必達目標と法規制の狭間で、やってはいけないことと知りながらコンプライアンス違反という結果になってしまうことなのかと思います。弊社も企業活動を営むうえで間違いの起こらないよう注意していきたいと、改めて自戒するばかりです。一方、スポーツ界のパワハラに問題に関しては、指導者と選手、先輩と後輩、あるいは上司と部下の価値観の変化という背景があるように思います。なかには呆れるようなことをする人もいますが、「愛の厳しさ」なら許されるという従来の価値観が通用しない時代になっているということではないでしょうか。昔ならいざ知らず、現代は「いかなる理由があれ暴力は許されない。」というのが社会通念です。弊社でもパワハラ、セクハラと併せて社内の啓蒙を進めた

いものです。最近アルハラという概念もあるそうですので、コミュニケーション促進という意図での宴会にも注意が必要です。私自身も「避けは飲むほど偉い。」という間違った価値観が未だに頭のごどこかにあるので、修正が必要です。

経済のグローバル化の進展で、弊社のような国内市場メインの会社でも国際情勢に影響される度合いが高まっています。個人的に懸念しているのは、世界指導者たちの強権政治とポピュリズムの台頭です。国同士といえども、自分の利益だけを優先するようでは、対立が高まる一方です。自国の権益はもちろん主張するべきですが、相手国の立場にも一定の理解を示さないと、最悪の場合は武力衝突という事態にもつながりかねません。歴史の教訓に学んでいただきたいものです。そういう状況下、日本国の置かれている立場からは、調整役が一つのテーマではないかと考えています。

さて、2018年もお蔭様で弊社の出荷はほぼ前年並みとなりました。2020年のオリンピック、パラリンピックに向けての首都圏の工事はまだ続いております。首都圏だけでなく地方都市でも、インバウンド関連の需要と高齢者向け施設の需要が上向いているとお聞きしています。2017年に制定された自動ドアのJIS規格関連の需要もようやく引き合いが増えてきております。2019年は消費税改定もあり、需要に波が来ることを想定して調達、在庫の準備を進めていく予定です。

#### ナブテスコ(株)住環境カンパニー

**JIS A 4722 準拠「NATRUS」を製販一体で  
拡販——箱田大典社長**

2018年は国際情勢において多くの変化があった年でした。欧州では各国の政治、経済、社会的混乱が続き、移民・難民問題が政治の大きな争点になっています。中国とロシアでは習近平国家主席とプーチン大統領の長期政権が確定し、一方米国ではトランプ政権による内政、外交、人事、予算等のあらゆる面での予測不能な状況が続き、国際社会における信頼が急落しています。今後、厳しい議会運営が予想され、国際情勢にどのような影響を及ぼして行くのかが注目される1年となります。

国内においては大規模な自然災害が多発し、大きな被害に見舞われた1年であり、防災対策とBCPの重要性を再認識させられました。平成30年北海道胆振東部地震、台風21号、及び7月豪雨により被災された皆さまにこころよりお見舞い申し上げます。一日も早い復旧を心よりお祈り申し上げます。

一方、2025年の万国博覧会大阪開催決定と言う大変喜ばしいニュースが年末に舞い込んできました。2020年の東京五輪後の市場の落ち込みが懸念される中、明るい話題であり需要が堅調に伸びる事を期待しております。



自動ドア業界では、一昨年に自動ドアの安全規格「JIS A 4722 歩行者用自動ドアセット-安全性」が制定され、全国自動ドア協会が主となり普及活動につとめてまいりました。

私どもナブコグループもJIS A 4722に準拠した自動ドアシリーズ「NATRUS(ナトラス)」を製販一体となり拡販に努めてまいりました。その活動が評価され、第12回キッズデザイン賞において、「奨励賞 キッズデザイン協議会会長賞」を受賞いたしました。これからも自動ドアをご使用いただく方が安心して通行いただけるように「NATRUS」の普及に努めてまいります。

今後もナブコグループは、お客様のニーズにあった質の高い商品・サービスをタイムリーに提供し、お客様との密接な関係を大切にすると共に、成長や進化のために変化することを厭わない企業を目指して、グループ一丸となって日々邁進してまいります。

#### 不二サッシ

**J2019年度事業計画の  
メインテーマは『営業  
強化』——吉田勉社長**

2019年が幕を明け、不二サッシグループは中期経営計画の二年度目2018年度の仕上げの時を迎えています。

主力のビル建材市場は首都圏における東京オリンピック開催に時期を合わせた再開発が本格化



しており、いまや佳境に入っています。しかしながら基礎票となるべき一般物件の動きは相変わらず鈍く、全国的には厳しい受注競争が続いています。形材外販事業においても市場競争の激化とアルミ地金価格、原油価格の上昇などにより厳しい状況となっています。

中間決算では足元の事業環境を踏まえ、業績予想を修正し公表しておりますので、下期はまさに正念場を迎えています。本決算まで残り3カ月、グループ一丸となってラストスパートをかけ、最大限の成果に結びつけたいと思います。受注から売上までのサイクルが長いビル建材事業、環境事業においては来期以降の手持ち確保、形材外販事業においては販路開拓に注力し、来期への布石を打つことも重要です。

また、中期経営計画を基に2019年度事業計画を早期に確定させ、新年度のスタートに備えなければなりません。

2019年度事業計画のメインテーマは『営業強化』とします。全体方針を打ち出し、各部門、各拠点の方針を連動させ、「顧客創造」につながる狙いとターゲットならびに数値目標を具体的に定め、進捗状況が検証可能で且つ現場と共有できるものである必要があります。

昨年、新たに不二サッシグループに仲間入りした会社として、4月にアジアニッカイ(株)が日海不二サッシ株式会社の子会社に、6月に北海道住宅サービス(株)が北海道不二サッシ株式会社の子会社に、7月に高槻ダイカスト(株)が不

二ライトメタル株式会社の持分適用会社になりました。各社が仲間入りしたことは、不二サッシグループの地域戦略強化、事業領域の拡大、シナジー効果につながるものと期待しております。

また、昨年4月開設した千葉事業所内のショールーム「フェイスニンググループ」は「経営理念」と「顧客の創造」の象徴でもあり、未来ゾーンで語られる社員の皆様の声は、私自身にとっても明日の不二サッシグループを目指す活力となっています。

今年5月から元号が変わります。日本における歴史的な年となります。会社としても、変革への挑戦はまだ道半ばであり、今年をターニングポイントとしなければならぬと考えています。

#### 文化シャッター

**「エコ」「防災」をキーワードに5つの「注力事業」  
拡充——潮崎敏彦社長**

当業界を取り巻く建設市場環境は、2020年東京オリンピック・パラリンピック関連施設をはじめ

インターネット通販の拡大に伴う大型物流倉庫や都市圏を中心とした再開発プロジェクトなど、大型案件の旺盛な需要を背景に、今後も非住宅分野を中心に底堅く推移するものと見ています。

このような環境下の中、当社は創業以来、「技術力」を強みとして事業を継続してまいりました。今後は全国展開する「施工力(工



事力)を、当社グループのもうひとつの強みとして発揮できるよう、時代に則した環境や働く人に優しい工法の開発、さらに新しい事業領域へと挑戦を続けてまいります。

今年は2016年よりスタートした中期経営計画4年目を迎えます。当社グループは「基幹事業」である「シャッター関連製品事業」とドア・パーティションからなる「建材関連製品事業」のさらなる拡大に向けて、お客様の様々なご要望を的確に解決するコンサルティングセールスを実践してまいります。

この機関事業の拡大と併せて、中期経営計画では2020年以降を見据えた成長戦略として、「エコ」と「防災」をキーワードとしたものづくりと新たな事業を展開する「注力事業」の強化・拡充に取り組んでまいります。具体的には、止水事業を中心とした「エコ・防災事業」をはじめ、住宅のリフォームやビルの耐震工事などのリニューアルを手がける「ロングライフ事業」、修理・点検に加えて、防火シャッターや防火ドアなど防火設備の法廷点検を推し進める「メンテナンス事業」、アジアを内需と捉え、ASEAN市場をターゲットとした「海外事業」、特殊仕様のニーズにお答えする「特殊建材事業」の5つの事業を「注力事業」と位置づけています。

この注力事業における新たな展開として、「海外事業」については昨年3月にオーストラリアの住宅ガレージドア市場においてトップシェアを誇る Arcpac Garage Doors を子会社化しまし

た。今後は新会社 BX BUNKA AUSTRALIA PTY LTD として、ストック市場を見据えた新たな事業領域の拡大を視野に入れながら、同国内でのシェア拡大を図っていきたくと考えています。また、昨年度よりグリーン購入法の特典調達品目として追加された再生複合材を製造販売する(株)エコウッドの出資比率を70%に拡大しました。この連結子会社化でさらなるシナジーの創出に繋げるべく、環境負荷の少ない持続可能な社会の構築に貢献する「エコ製品」のさらなる拡販を推し進めてまいります。

今年の干支である「亥」は、象形文字で「骨組み」や「核」を表すと言います。亥年は十二支最後の干支であることから全ての骨組みが出来上がった状態を現している意味があるそうです。お客様をはじめ当社グループにとりましても骨組みのしっかり整った佳き一年となりますよう、変わらぬご支援ご指導の程、よろしくお願ひ申し上げます。

## LIXIL

社会の変化に対応し、皆さまと共に持続的な成長を目指す——大坪一彦社長兼 COO

2018年は株式会社 LIXIL にとって、大きな変化の年となり、私自身にとっても大きな新しい挑戦がスタートした年でもありました。2019年は私のこれまでの経験を最大限に活かし、LIXIL グ



ループの企業理念である「優れた製品とサービスを通じて、世界中の人びとの豊かで快適な住生活の未来に貢献していく」の実現に向け、私が先頭に立ち全社一丸となり積極的に取り組んでいきたいと考えております。

2018年の住宅マーケットを振り返りますと、新築、リフォーム市場ともに、わずかではありますが増加傾向にありました。しかし長期的なトレンドでは、空き家問題、急速な少子高齢化、さらに職人不足、建築資材の高騰など、住宅業界を取り巻く環境は、楽観し出来ない状況が続いています。また今年の10月には消費税増税も予定されており、少なからず影響は出てくると予想します。LIXILは、万全の体制でこの環境の変化に対応していく所存です。

一方、ここ数年でのデジタル技術の日常生活への浸透により、エンドユーザーのライフスタイルや趣味嗜好は大きく変化し、購買行動も多様化するなど、私たちの業界にも影響が出てきています。私たちにとって、エンドユーザーに対する理解を深めていくことは、非常に大切であり、このような中で持続的な成長をしていくには、これからの社会の変化に正面から向き合い、対応していくことが重要です。

そこでLIXILでは、これからの社会に必要とされるものづくりを目指し、昨年発売したTOSTEMブランドの窓[LW]をはじめ、INAXブランドのトイレ[SATIS]、Interioブランドのインテリア建材[Raffis]、浴室

[SPAGE]、システムキッチン「利シエル SI」、エクステリア「カーポート SC」、内装機能建材「エコカラット」「アレルピュア」、そして Iot 技術を活かした「スマート宅配ポスト」「Life Assist」など、イノベーション、デザイン、品質面をさらに強化させた商品、また短納期・省施工で簡単に取付けできるリフォーム商品の開発を全力で進めており、また今後さらに強化していきたいと考えています。LIXILグループは、他社に無い豊富な商品ラインアップと、お客さま一人ひとりにアカウントできる全国の営業部門を有する唯一の総合住生活企業です。私たちが住まいの価値を高められる商品を提案し続けていくことで、日本の住生活の未来に貢献できると確信しています。

そしてもう一つ持続的成長に必要なことは、私たちの事業戦略と、CR(コーポレート・レスポンスビリティ)戦略を一致させるということです。

例えば、断熱性の高い窓や玄関ドアを普及させることで、住宅の断熱性を高めて暖冷房のエネルギーを減らすことができ、夏場の室内熱中症や冬のヒートショック対策にも繋がります。さらに毎日使うトイレやキッチン、バスルームの節水・節湯性能を高めることで、水と給湯エネルギーを減らせます。つまり、住まいの快適性と省エネを両立させることが、地球の温暖化の防止や社会問題の解決に寄与するというのです。さらに自然災害が発生した時に役立つ商品や、高齢者や身体障害者の方々の生活をサポートできる

商品など、社会インフラにも貢献していきたいと考えています。

また昨年は、「グローバルな衛生課題の解決」に向けて、ユニセフ(国際連合児童基金)と、衛生問題に取り組むための新しいグローバルパートナーシップ「Make a Splash! みんなにトイレを」を締結し、スタートさせました。私たちはユニセフと共に、2021年までに、世界で2億5千万人の衛生環境の改善に向けて、貢献していくことを約束しています。この衛生問題の解決に向けた取り組みは、日本国内においてもこれまでも「みんなにトイレをプロジェクト」というキャンペーンを通じて、多くのお客さまにご賛同いただきました。

このように、地球規模の環境問題や社会課題の解決に向けた活動を積極的に進めていくことで、持続的な成長の基盤を皆さまと共に築きあげていきます。ぜひ一緒に取り組んでいきましょう。

いよいよ来年の2020年には、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会が開催されます。私たちLIXILは「住宅設備部材&水回り備品」カテゴリーの東京2020ゴールドパートナーとして、東京2020公認プログラム(街づくり)に認証された「LIXIL 観光地トイレおもてなし清掃」や、東京2020公認教育プログラムの「ユニバーサル・ラン<スポーツ義足体験授業>」など、地域社会での活動を通じ、ユニバーサル社会の実現、そして“おもいやり”と“おもてなし”の心を、ソフトの面からも育んでいきたいと思ひます。

## YKK AP

「健康」「断熱」「耐震」を軸にリノベーション需要創造——堀秀充社長

——2019年に向けて——

2019年は、世界経済は貿易摩擦への警戒等により不透明な状況の継続が予想されます。国内では消費増税が予定されておりますが、住宅取得支援策により全開ほどの影響は見られないと推測しており、中長期的には人口・世帯数の減少等による新設住宅着工戸数の減少が見込まれます。



一方、エネルギー基本計画に基づくZEH・ZEBの要求も継続しており、開口部の断熱性能の重要性はますます加速しています。従来から進めている住宅向けに加え、集合住宅向け、ホテル向けの高断熱窓の拡充を推進し、建物用途や築年数に関係なく、空気快適性向上とエネルギー削減への貢献への貢献に向けて、窓の高断熱化と高性能化により開口部当たりの付加価値アップを図ります。

また、近年増加する自然災害などに対応するため、積雪対応のカーポートなどエクステリア商品の拡充を行い、安全・安心な住まいづくりに貢献してまいります。さらに建物との調和を図った商品開発を進めてまいります。

総住宅数が世帯数を上回っている現在、住宅市場は今後、新築からリノベーションに大きく移り変わっていく可能性があります。一般消費者の開口部リフォームに対する認知度を高めるため、TDY コラボレーションショールームや性能向上リノベーション実証モデル棟を活用しながら、「健康」「断熱」「耐震」を軸に需要創造を図るとともに、より手軽にリフォームできる商品・工法などの研究・開発を継続し、リフォームにより生活を豊かにする提案をおこなってまいります。

3月には、プロユーザー向け技術提案施設「パートナーズサポートスタジオ」を黒部荻生製造所内に開設し、商品・技術・施工などの提案をさらに強化していきます。海外では、引き続き商品技術力をベースに各国/地域の気候・風土に合わせた商品開発を行います。米国ではビル建材の高断熱・ハリケーン対応などの高付加価値商品を拡充します。中国では幅広い気候条件で求められる断熱性能要求に答えた高性能のアルミ形材断熱商品である「LD65T」をさらに充実させ、築いてきたブランド力を活かして提案力強化を行い、更なる収益拡大を図ります。インドネシアではターゲット拡大による更なる成長戦略を実行し、インドではバンガロールやムンバイにて事業基盤を構築してまいります。

一般消費者の開口部リフォームに対する認知度を高めるため、TDY コラボレーションショールームや性能向上リノベーション実証モデル棟を活用しながら、「健康」「断熱」「耐震」を軸に需要創造を図るとともに、より手軽にリフォームできる商品・工法などの研究・開発を継続し、リフォームにより生活を豊かにする提案をおこなってまいります。

3月には、プロユーザー向け技術提案施設「パートナーズサポートスタジオ」を黒部荻生製造所内に開設し、商品・技術・施工などの提案をさらに強化していきます。海外では、引き続き商品技術力をベースに各国/地域の気候・風土に合わせた商品開発を行います。米国ではビル建材の高断熱・ハリケーン対応などの高付加価値商品を拡充します。中国では幅広い気候条件で求められる断熱性能要求に答えた高性能のアルミ形材断熱商品である「LD65T」をさらに充実させ、築いてきたブランド力を活かして提案力強化を行い、更なる収益拡大を図ります。インドネシアではターゲット拡大による更なる成長戦略を実行し、インドではバンガロールやムンバイにて事業基盤を構築してまいります。

YKK APは、モノづくりと品質にこだわって事業を進めてまいりました。これからも品質にこだわり、お届けする商品を通じて健康で快適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ので、より一層のご支援とご鞭撻をよろしくお願ひ申し上げます。

三協アルミ

寒さ・暑さを感じ、五感を研ぎ澄まし人間らしさを体感できる商品開発こそエクステリア事業の“命”

三協立山株式会社・三協アルミ社事業役員の西孝博エクステリア事業部長に、エクステリア事業の現状と今後の見通しを聞いた・・・。(2018



年11月26日三協立山本社での建材新聞協会共同インタビューから)。

——エクステリア事業の現状？  
西 エクステリアは忙しいです。ひとつは、1981年以降の1月2月の北陸大雪の影響で3月4月から折板カーポートの需要が前年比120～130%となっています。この需要は通年でつくと思います。

2つ目は、6月18日の関西北部大地震でブロック塀が倒壊し社会問題となり、ブロック塀の代替品として、目かくし系を中心にフェンスが1.3倍以上に伸びている。

3つ目は、9月の3度の大型台風で、カーポートやテラスの屋根材のポリカーボネートが破損するなどの被害が出て、その復興需要が出てきた。10月11月の生産はここ数年なかった忙しさです。こうしたエクステリアの需要増をみると、災害などの一過性のものではなく、新商品開発による需要喚起など、業界全体の需要構造が変わりつつある感覚があります。

——三協アルミのエクステリアの新商品開発のコンセプトは？

西 三協のカーポートは業界でも評価されています。そのカーポートをカーポート単体としてではなく、

屋根アーチや門ユニット商品を含めた、家の顔であるファサード全体を提案できる商品にしていきたいと考えています。

例えば、いまカーポートは3台用4台用も作れますが、2台分はカーポート、残りはテラス代わりに使うといった事例が増えています。

エクステリアは、サッシと違って、住宅着工戸数の減少と連動せず、こうした新商品開発を通じて増えてきています。

例えば、ウッドデッキは、以前の木製デッキから合成木デッキとなり、180億円市場に拡大した。また地方自治体などが設置するゴミ箱も、昔のスチールメッシュからアルミ化されてきた。いわゆる材料置換により、いままでにない商品を作ってきました。

ガーデンルームにしても、かつてのサンルームは物干し場として使われていたが、いまでは商品的にグレードアップして、人が憩えるスペースを提供できるようになりました。

——新商品開発を通じてエクステリア市場を拡大する・・・。

西 一般社団法人日本エクステリア工業会の会長の立場から言えば、現在の市場規模2400億円を数年



西孝博事業部長

の内に3000億円に引き上げたいと考えている。外で楽しむ人間らしい生活を求

める、庭に出て空間を楽しむ、そういう需要に応える提案が出来れば、市場規模をいまの2割3割増やすことは、決して大風呂敷ではないと思っています。

——今後の事業の展開は？

西 サッシ事業との大きな違いは、6000万戸ともいわれるストック需要を主に相手にしていることです。例えば、カーポートの新築時の装着率は10～15%程度に過ぎませんが、今回の折板カーポートではないが、潜在的に後付需要が残されています。

こうした需要を顕在化させるには、商品開発こそが命と考えています。そのためには、商品開発の原資が必要で、薄利多売では原資を確保できません。

エクステリアリフォームといっても、昔のように2世帯、3世帯で住まわれているケースは少ないので、おじいさん・おばあさんが孫に遊びに来てもらえるようなリフォーム需要に応える商品提案が必要です。

いまZEH住宅など省エネ効果も高いが、高気密住宅が増えていきます。私はエクステリア商品では真逆の提案をしていこうと話しています。四季折々の寒さや暑さを感じて、五感を研ぎ澄まし人間らしさを体感してもらう、それがエクステリア商品の使命と思っています。そうした自然を感じられるデッキやガーデンルームといった商品の開発に力を入れていきたい。

LIXIL

「エクステリアコンテスト」大賞の「カエドスタイル(株)」はじめて入賞作品 323 作品決定



LIXILの「LIXIL エクステリアコンテスト2018」に施工作品6530件の応募があった。この中から「ファサード」「自然浴エクステリア」「まちなみ」「エクステリアリフォーム」の4部門金賞作品から選出される「大賞」を受賞した「カエドスタイル(株)」(福岡県・エクステリアリフォーム部門)をはじめ、各部門の金賞・銀賞・銅賞、ニコニコ賞、アニバーサリー賞など入賞作品323作品を決定、表彰した。

大賞の「カエドスタイル(株)」の受賞作品は、「プラスG」のGフレーム、Gスクリーン、Gループ)／「フェンス」のジオーナ／「エクステリアライト」の美彩を採用したエクステリアリフォーム。「プラスGのオリジナルテラスや縦格子フェンスを取り入れた境界線が、プライベートな「庭で過ごすひと時をより一層上質にくれます。植栽やライティングも抜かりなく行い、いつでも心地よく暮らせる住まいづくりに貢献できた事例となりました」とコメント。

また、ニコニコ大賞「エクステリアと家族の幸せ部門」には、

「シャイニーガーデン(株)二光」(福岡県)採用商品「ガーデンルーム」ジーマ、「ウッドデッキ」樹ら楽ステージ)を選出した。ガーデンルーム発売30周年記念の「ガーデンルームストーリー賞」大賞も同時に受賞した。

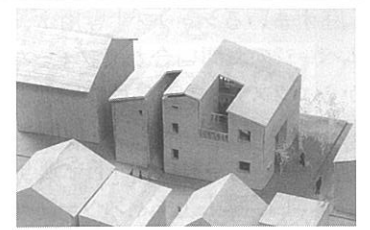
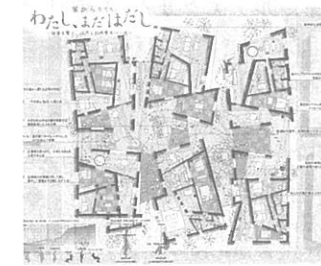
各部門の金賞作品——◆「ファサード部門(門まわり・車庫まわり)」:「(有田主丸緑地建設」(福岡県)プラスGのGフレーム・Gループ、デザイナーズレール、エクステリアライト美彩)。◆「自然浴エクステリア部門」:「カエドスタイル(株)」(福岡県)プラスGのGフレーム、Gスクリーン、Gループ、ウッドデッキの樹ら楽ステージ)。◆「まちなみ部門」:「積和建設新潟(株)」(新潟県)プラスGのGフレーム)。

三協アルミ

「未来のとびらコンテスト<大学生版>」の審査会・表彰式を開催



三協立山株式会社・三協アルミ社(中野敬司社長)は、「未来のとびらコンテスト2018<大学生版>第4回学生建築デザイン



コンペ」の最終審査会・表彰式を開催した。

応募総数80作品の中から、1次審査を通過した7作品の制作者プレゼンテーションを実施、審査員長の西沢立衛氏をはじめとした審査員による公開審査で、空間提案の最優秀賞2作品、優秀賞2作品、特別賞3作品を決定した。また三協アルミ賞は、「新しい発想の建材提案(任意)」への応募作品から社内審査による1作品を決定した。

最優秀賞2作品には、作品名「家から出ても、わたし、まだはだし。一住居を繋ぐ、はだしの共有スペース」(日本大学大学院の小室昂久氏/日本大学の渡邊健太郎氏、小山佳織氏)。作品名「イエのロジ」(東北大学大学院の小山内祥多氏)を選出。また、建材提案の三協アルミ賞は、作品名「解体新処」(京都大学の長谷川峻氏・京都府立大学の藤原悠氏)を選出した。

「庭すまいるショップ」加盟店でご相談・ご購入キャンペーン開催中

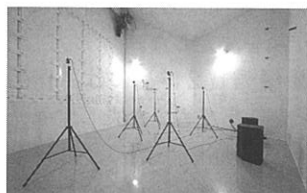
三協アルミ社は、全国の「庭すまいるショップ」専用ホームページの加盟店において、三協アルミ商品の「ニコニコ相談キャンペーン」(5月31日まで)と、「わくわくご購入キャンペーン」(4月30日まで)を開催中。

「ご相談」キャンペーンでは、

「庭すまいるショップ」専用ホームページのお問い合わせフォームからエクステリア商品について相談したユーザーの中から抽選で毎月50名にQ.U.Oカードを進呈する。「ご購入」キャンペーンでは、期間中に三協エクステリア商品20万円以上(カタログ価格)を購入したユーザーの中から抽選で毎月11名(10万円相当1名・2万円相当10名)にカタログギフトを進呈する。

### 文化シャッター

「ライフィン環境防災研究所」の試験項目の認定範囲に「遮音性試験」「断熱性試験」追加



文化シャッター(潮崎敏彦社長)の総合的な試験・研究施設「ライフィン環境防災研究所」は、国際規格「ISO/IEC17025」の試験項目として新たに「遮音性試験」と「断熱性試験」を認定範囲に追加、昨年11月14日付で(公財)日本適合性認定協会(JAB)により拡大認定された。

今回の認定範囲の拡大により、①これまで公的機関で行ってきた試験を自社でタイムリーかつ低コストで実施すること、②生活環境に対応した「遮音性」、建物全体の省エネにつながる「断熱性」を考慮した商品開発のスピードアップを図ることなどが可能になった。

### 四国化成工業

グランプリ受賞の(株)武元順壺アトリエサンク/株  
リョーコー/株寒川建築研究所など入選作品選出

四国化成工業(田中直人社長・C.E.O.)は、全国の販売工事店・設計事務所を対象にした「2018空間デザインコンテスト」の審査結果を発表した。

25回目の同コンテストには、一般住宅、店舗、官民各施設の外構ならびに内装など多彩な施工作品1800点の応募があり、全国審査で「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」のグランプリ作品、全部門のゴールド、シルバー、ブロンズの各賞、審査員特別賞、同社営業部(7エリア)ごとのエリア入選作品を選出した。

□グランプリ作品——◆住宅エクステリア分野:受賞者「(株)武元順壺アトリエサンク」/現場名「武元順壺アトリエサンク」(鹿児島県)/採用商品「マイポート7」。  
◆景観エクステリア分野:同「(株)リョーコー」/同「某マンション」(東京都)/同「アートウォールseed」。  
◆内装材・外装材・舗装材分野:同「(株)寒川建築研究所」/同「認定こども園すまいる」(香川県)/同「けいそうファームコート外装、エクランEX、チップロード」。

□各部門ゴールド——◆アートウォール・エクサク:「庭山水」/「しのぎ消化器科・内科医院」(静岡県)/「アートウォールseed、リンクストーンM」。  
◆車庫まわり:「(株)Wise」/「個人邸」(愛知県)/「マイポート7」。  
◆住宅の門・塀まわり:「(株)豊田ガ

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



デン」/「個人邸」(愛知県)/「ブルーム門扉、大型フェンスBCF、バリューテラスF」。  
◆庭まわり:「鐘商(株)」/「個人邸」(大阪府)/「ファンデッキHG」。  
◆景観の門・塀まわり:「大和ハウス工業(株)香川支店集合住宅設計課」/「某集合住宅」(香川県)/「大型フェンスBCF」。  
◆公共空間:「(有)グリーンプラン」/「区立新宿中央公園水の広場トイレ」(東京都)/「グリーンシェード壁面タイプ」。  
◆内装材:「(有)ナスカー級建築士事務所」/「医療法人ブルスカイ松井病院あおぞら保育園」(香川県)/「ルミデコール」。  
◆外装材・舗装材:「(株)倉森建築設計事務所」/「道の駅あわくらんど」(岡山県)/「エクステリアランEX」。

## 特集 ガーデンルーム+デッキ材で快適空間を創造する 「空間エクステリア」/汎用性に優れたテラスを 主力商品に市場拡大めざす「ウォールエクステリア」

新設着工戸数の減少にともない住宅建材分野の市場縮小が懸念される中、住宅エクステリア建材は今後の成長が見込める有力市場として力が注がれている。

2017年度の住宅エクステリア市場は、ガーデン分野の門扉・フェンス841億円、カーポート485億円、計1326億円と推定される。

また、ウォール分野は、テラス約204億円・テラス囲い約64億3000万円、計268億3000万円、ユニット式バルコニー約53億3000万円・バルコニー手すり約165億円、計218億3000万円。デッキ材+空間形成商品約190億円、さらに、パブリック商約200億円超を加えると、エクステリア市場は2300億~2500億円規模と推定される。

これらの商品分野の中でも、新たなエクステリア需要創出を期待される分野が、ガーデンルーム・ガーデンテラス、デッキ材を主力アイテムに展開する「空間エクステリア分野」である。

### ——デッキ材+空間形成商品——

#### 人工木デッキ+ガーデンルームの「空間形成商品」約190億円と成長

住宅外壁から道路・隣家境界線までの領域を対象にした「空間エクステリア市場」。三協立山はアウトドアリビング、四国化成工業がリビングエクステリア、LIXILがエクシオールと呼ぶ、ガーデンEX、ウォールEXにつづく第3の大型エクステリア市場として期待されている。

空間エクステリアは、LIXILの「自然浴エクシオール」提案から始まった。サンルームのように閉鎖的な空間ではなく、フルオープン・フルクローズタイプの折りたたみ戸を採用し、建物と連続する快適な空間を創出するアイテムである。いままでは「ガーデンルーム」や「ガーデンテラス」に分類される。

一方、「デッキ材」は、単体使い、あるいはガーデンルーム、テラスと組み合わせて採用されている。発売当初、木製デッキが人気を集めたが、YKKAPの再生木デッキ「リウッドデッキ」に代表され

る「人工木デッキ」が、高価格にも関わらず、木製デッキに取って替わった経緯がある。

2017年度ガーデンルーム・ガーデンテラス売上高は約31億6000万円と推定される。LIXILが売上高約20億円と圧倒的なシェアを占める。YKKAP約6億円、三協立山5億円、四国化成工業6000万円の実績。

\* \* \*  
エクステリア商品の中で成長をつづける「デッキ材」は、三協立山、四国化成工業、LIXIL、YKKAP以外にも、タカショー、文化シャッター、ユアサ建材工業など多くの企業が取り扱う。

2017年度「デッキ材」売上高(5社)は約158億5000万円と推定される。メーカー別には、LIXIL約80億円、YKKAP約37億円、三協立山約36億1000万円、文化シャッター3億円(非住宅向け含む)、四国化成工業2億4000万円の販売実績。

### ——ウォールエクステリア——

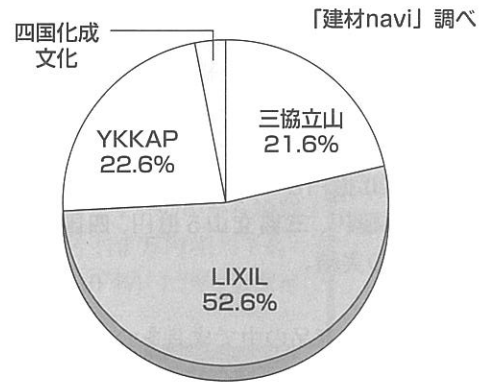
#### 「テラス・テラス囲い」268億円、 「ユニット式バルコニー・ベランダ手すり」218億円、風除室20億円

ウォールエクステリアの主力商品は、「ユニット式バルコニー」から「テラス」「テラス囲い」にシフトした。「テラス囲い」は、ガーデンルームと類似しているが、洗濯物干し場やグッズ置場の多目的スペースとして利用されるパネル囲い商品。

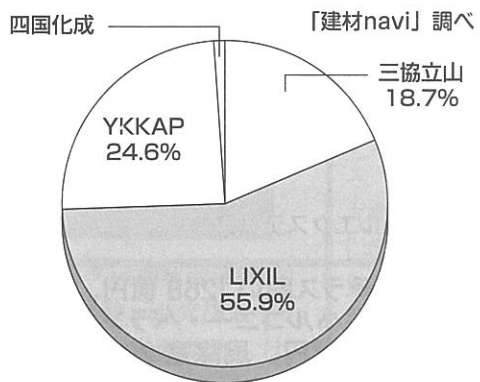
2017年度売上高は、「テラス」204億万円、「テラス囲い」64億3000万円、計約268億3000万円。メーカー別には、LIXILは約150億円、YKKAP約66億円、三協立山約50億3000万円、四国化成工業1億4000万円(テラスのみ)の実績。

\* \* \*  
また、「ユニット式バルコニー」売上高約53億3000万円と減少傾向がつづいている。LIXIL約30億円、YKKAP約16億円、三協立山約7億3000万円。タイプ別には、柱なし20~40%、柱

**2017年度 デッキ材及びガーデンルーム  
売上高 約190億円 (推定)**



**2017年度 テラス及びテラス囲い  
売上高 約268億3,000万円 (推定)**



建て30～40%、屋根・庭置き30～40%と推定される。造り付けタイプに対抗した高意匠・高機能な柱なしタイプの拡大がテーマとされる。

造り付けタイプに対応する「ベランダ手すり」売上高は一部集合住宅向けを含むが、約165億円と推定される。メーカー別には、LIXIL 80億円、文化シヤッター約43億円(一部集合住宅向け含む)、YKKAP約41億円と推定される。

また、ウォールエクステリアに分類される「風除室」は、積雪地域を中心に売上高20億円と推定される。LIXIL約10億円、YKKAP約6億円、三協立山約4億円と推定される。

**三協立山**

**ウッドデッキでもタイルでもない  
ガーデンフロア「ラステラ」で、新  
感覚のアウトドアリビングを実現**

【アウトドアリビング】 ■新商品——◆ガーデンフロア「ラステラ」:標準納まりに従来品よりも低い位置の170mmから設置可能な「シングルフレームタイプ」(三段デッキ施工可能)追加。床張り出し納まりに浮遊感をアップさせる「ツートンフレームタイプ」追加。コーディネートアイテムとしてデッキ用フェンスに、ガラス製「クリアフェンス」、ブルックリンスタイルの鋳物製「キャストフェンス」を追加。アルミ製フェンス「マイリッシュA・M」シリーズのカラーをアルミ4色・木調4色、計13種類の組み合わせに拡充。

◆テラス「レボリユ」:ビス種類の削減、パネル上止め式の後付ビートの削減などにより施工性を大幅にアップ。普及タイプに耐風圧強度風速36m/s相当設定。◆オーニング「カフェリオ」:前枠にメッシュ素材のロールシェードを内蔵することで、日差しをカットしながら目隠し効果も期待できる「ロールシェードタイプ」を追加。

■ガーデンルーム——◆「ハッピーナ」:フルオープンタイプの「折りたたみ戸」や風を効率よく室内に取り入れる「ルーバー引戸」、「引違い窓」など多彩な開口部バリエーションが特長。土間・デッキON・デッキINの各仕様。耐積雪20・50・100cm相当。独立フレームあり。◆「M.フレイジ」:パーゴラ・テラス・フルオープン・フルオープン+テラスの各タイプ。折りたたみ戸・スクリーンなどの開口バリエーション。耐積雪20・50cm相当。■ガーデンテラス——◆「スマーレ」:オープン・サードオープン・サイドクローズの基本スタイルにパネルスタイル、腰壁スタイル、連結タイプをラインアップ。独立フレームあり。◆マルチルーフ「アトラードガーテラス使い」等。

■ガーデンフロア/デッキ——◆ガーデンフロア「ラステラ」(ウッドデッキでもタイルでもない屋外フローリング)。◆人工木デッキ「ひとと木2」(ワイド床板・木目床板を採用した温もりのあるデッキ)。◆「グランフローア」(カースペースを有効活用しアウトドア空間を演出)等。



三協立山:新感覚の屋外フローリングでアウトドア空間を演出・ガーデンフロア「ラステラ」

■テラス——◆「レボリユ-A」「レボリユ-Z」(テラスの主力商品。耐積雪20・50・100cm相当) / 「レボリユ-D」(独立式テラス。耐積雪20cm相当)。◆「シャルレ」/木目調「ナチュレ」/独立式「セパネ」/波板「テラーネZ」/折板屋根「スーパーテラスGT」等。■囲い商品——◆テラス囲い「晴れもようⅢ」(耐積雪20・50・100cm相当。独立フレームあり) /ストックヤード「オイトック」/風除室「暖たす」/「ハウスガード」等。

■バルコニー・ベランダ手すり——◆柱なし「コーデリア」/柱建て「スーパーエリーバ」。◆手摺「コブレイJr」等。■庭まわり関連商品——◆オーニング「カフェリオ」/「エクステリアスクリーン」/ペットフック「ドギーフック」等。

【最近の動き】 ガーデンルーム・ガーデンテラス、ガーデンテラス・人工木デッキなどの空間形成商品を主力に、快適なアウトドアリビングを提案する。

主力商品「ハッピーナ」は、ガーデンルームをはじめ、ペット遊び場、ランドリールームなど幅広く活用できることが特長。売れ筋価格帯95万円。デッキの主力商品は人工木デッキ「ひとと木2」。新感覚の屋外フローリングのガーデンフロア「ラステラ」も発売し、バリエーションを強化した。

また、ウォールエクステリアの主力アイテムのテラスは、高強度タイプの「レボリユ-Z」をはじめ、豊富なバリエーションを展開する。テラス囲い「晴れもようⅢ」は、主に物干し場、物置として利用されている。

ユニット式バルコニーは、柱なしタイプ20%、柱建てタイプ40%、屋根置きタイプ40%の販売比率。

さらに、風除室は北海道、東北、北陸の積雪地域の雪除けとして使用される。

**四国化成工業**

**ガーデンルーム「F.リード憩」「アレグリアテラス」「ファンデッキHG」を組み合わせて快適な空間を創造**

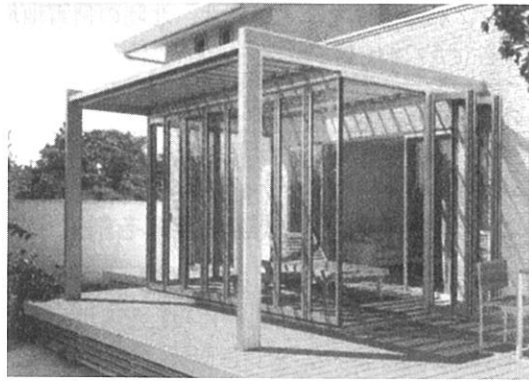
【リビングエクステリア】 ■新商品——◆「FDフェンス」:天然木の風合いを再現した現場組立式の木質樹脂製フェンス。木質樹脂デッキ「ファンデッキHG」とのコーディネートが可能。幅広の板材が連続する素朴なデザインで、圧迫感のない目隠し効果が特長。埋込用H1200～1800mm /デッキ用H900～1800mm。チャコール、ウォールナット、チーク、オーク、ヒノキの全5色。

■デッキ材——◆木質樹脂デッキ「ファンデッキHG」:天然木に迫る素材感が特長。ブラウン系3色・色合いと質感にこだわったティンバーカラーシリーズ5色のバリエーション。幕板の厚さ30mm・薄幕板10mm・アルミ幕板10mm仕様。すき間8mm～18mmまで対応可能な「すき間カバー躯体用ネジ止め式」。木調デザイン「アレグリアテラス」とのセット施工も可能な空間づくりに欠かせないアイテム。◆高強度仕様「ファンデッキSG」(耐荷重3500N/m<sup>2</sup>) / 「ファンデッキHG低床タイプ」(高さ100mm～165mm)等。

■空間創造型商品——◆ガーデンルーム「F.リード憩」:ルーフトタイプ(デッキON仕様・土間仕様) /キューブタイプ(デッキON仕様・土間仕様・腰壁仕様・バリアフリー仕様) /テラスタイプ。耐積雪20cm相当・50cm相当。屋根材にポリカーボネート板・熱線吸収ポリカーボネート板。中柵なし3mmフロートガラスパネルの折りたたみ戸。網入ガラス・線入ガラス・型板ガラス・樹脂パネルは特注対応。◆「ハイパーバトリス」(木質樹脂タイプ2色・アルミタイプ1色。パネルに縦格子・横格子・ラチス・ルーバー・可動ルーバー・採光・グリーンメッシュの各タイプ) / 「グランバトリス」(アルミタイプ・塗り壁タイプ、木質樹脂製梁部材のパーゴラタイプ・屋根つきタイプ。前面柱のみ・腰パネル・可動ルーバー・ラチスパネル等)。

■テラス——◆木調デザイン「アレグリアテラス」:





四国化成：ガーデンルーム「F.リード憩」、ルーフ・キューブ腰壁付き・テラスの各タイプ

垂木の連続感が美しい木組デザイン。耐積雪 20cm 相当仕様・同 50cm 相当の高強度仕様（母屋 2 本構造）。本体ブラウン系 3 色、屋根材ポリカーボネート板 2 種。◆「バリューテラス E」（汎用性に優れたテラスの主力タイプ。R タイプ・F タイプ。1500 N / m<sup>2</sup>仕様も用意）。◆「スマートトップ」（独立施工タイプ。後柱・前柱・中柱の各タイプ）／パーゴテラス（母屋のない屋根構造で縦のラインを美しくみせ、梁の連続感を印象づける木組デザイン）／ストックヤード「勝手ヤード」（勝手口スペースを有効活用）等。

【最近の動き】 シコクの提唱する住まいの内と外をつなぐリビングエクステリアは、フラットデザインのガーデンルーム「F.リード憩」、木調木組デザイン「アレグリアテラス」、天然木に迫る素材感の木質樹脂デッキ「ファンデッキHG」を主力商品に、ライフスタイルに応じた快適な空間づくりを提案する。

ガーデンルーム「F.リード憩」をはじめ、テラス「アレグリアテラス」「バリューテラス E」に耐積雪 50cm 相当の高強度仕様を揃えるなど、販路の拡大を進めている。デザイン的には、植栽なども調和する木調カラーでコーディネートできることがセールポイント。

これは空間提案に欠かせない木質樹脂デッキの「ファンデッキHG」の全 8 色の豊富なカラーバリエーションにも表れている。同社の「SKセレクトカラー」は実に 76 色も揃えている。デッキ材の売れ筋価格帯は、1 m<sup>2</sup>あたり設計価格 3 万 9000 円の標

準仕様。

テラスの主力商品は、物干しスペースやカーポートなど様々な用途に対応できる汎用タイプの「バリューテラス E」。耐積雪 50cm 相当仕様やあらゆる敷地に合わせて施工できる特殊納まり専用部材を用意するなど、使い勝手の良さが特長。

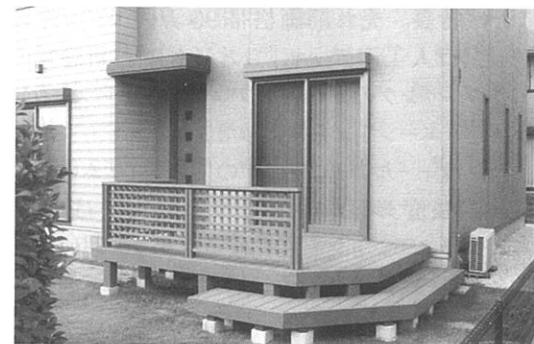
これらのガーデンルーム、テラス、デッキを組み合わせたトータルな空間提案で、新たなリビングエクステリア需要の創造に力を注いでいる。

### 文化シャッター

#### 再生複合材「テクモク」、戸建・集合住宅向け「手すり・笠木シリーズ」を主力商品にエクステリア事業を展開

【最近の動き】 文化シャッターのエクステリア事業は、戸建住宅・集合住宅向けの「手すり・笠木シリーズ」、木材・プラスチック再生複合材「テクモク」、屋外鉄骨階段廊下ユニット「段十廊Ⅱ」、さらには仕入れ商品の「カーポート」などエクステリア商品を展開している。

重点商品の「テクモク」は、木質廃材 55%・廃プラ材 45%の天然木風合いのリサイクル素材。アイテムは、「デッキ」（アルミ根太仕様・鋼製根太仕様。ブラウン・サンディブラウンの 2 色）／「遮熱デッキ」（ライトブラウン色）を軸に、「ルーバー」、「デッキフェンス・門扉」のバリエーション。フェンスは縦格子・クロス・スラッシュ・ダイヤ・スクエアの各種。主な対象は、戸建住宅をはじめ、病院・教育施設・公共施設・商業施設・福祉施設などの非住宅分野にも採用可能な強度とデザイン性を持っていることが



文化シャッター：木材・プラスチック再生複合材「テクモク」、住宅から非住宅分野に展開

セールスポイント。

また、「手すり・笠木シリーズ」は、木造・RC造・鉄骨造向けのテクモク格子・シーサルパネル格子・アルミ横格子・粗目横格子など多彩なバリエーションを展開する。戸建住宅、アパートなどの造り付けバルコニーや階段手すりなど幅広く採用されている。

### LIXIL

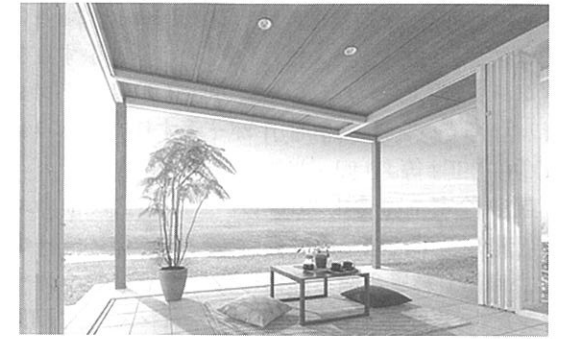
#### エクステリアのカテゴリーブランド「exsior」、ガーデンルーム・デッキを中心に空間形成市場リード

【エクシオール】 ■新商品（カラーバリエーション強化）——◆「ベランダ手すりモダンパネル」：四方枠合わせガラス仕様（透明色・乳白色）をラインアップ。◆外観意匠建材「コートラインⅡ」：アルミ格子・横格子ルーバーに、シンプルでソリッドな印象に仕上げ、都会的スタイルを演出するブラック色を追加。◆「デザイナーズパーツ 笠木」：笠木に空間を引き締めるアクセントとなり、モダン住宅にフィットするブラック色を追加。

■ガーデンルーム——◆重点商品「エクシオールジーマ」：「軒プラスFタイプ」は屋根部を外へ拡張し、三方（前面・右面・左面）に内天井を取り付け、軒下空間（アウトドア空間）を造り出す新スタイル（折戸パネル仕様）。「軒ルーフトタイプ」は内天井が日差しを防ぐスタイル。「採光ルーフトタイプ」は空が見えるタイプ。

◆「エクシオールココマ」（ガーデンルーム・サイドスルー・オープンテラスの 3 タイプ。腰壁・L 字壁の 2 タイプ。耐積雪 20・50・100 cm 相当仕様）。◆「エクシオール暖蘭物語」（フルガラス折戸パネル仕様の高級品。耐積雪 20・50cm 相当仕様）。◆「エクシオールフィリア」（狭小地対応の多目的利用できるガーデンルームの普及品。耐積雪 20・50 cm 相当仕様）。

■人工木デッキ——◆重点商品「樹ら楽ステージ 木彫」：特許技術で天然木の自然な風合いと繊細な木質形状をリアルに再現。1 本 1 本の溝が光の当たり方で変化する表裏・上下反転の柄 4 パターン・カラー 4 色。2016 年度グッドデザイン賞受賞。◆「タイルデッキ」（アルミ基礎部材にタイルを接着



LIXIL：「エクシオールジーマ」軒プラス F タイプ、内天井を取付け心地よさをアップ

張りする乾式工法で、省施工・工期短縮を実現。タイルは厚さ 20 mm・600 角の大判タイル）。◆「樹ら楽ステージ」（高さ 46×幅 175 mm、クリエカラー 5 色）。◆「レストステージ」（高さ 46×幅 195 mm の幅広タイプ）。

■テラス——◆重点商品「スピーネ」：スタンダードテラス。一般地域用から多積雪地域用までラインアップ。耐風圧強度＝1 F 34 m / s 相当 / 2 F 37 m / s 相当 / 3 F 39 m / s 相当。◆重点商品「シェット」：木目調テラス、全 5 色。耐積雪 20・50 cm 相当。

◆「パワーアルファ」（耐風圧強度＝風速 42 m / s 相当。耐積雪 20・50・100 cm 相当仕様）／「フーゴFテラス」（独立タイプ）／「クリアルーフ」（後付けひさし）／「モダンアート」（玄関照明をひさし本体に組み込んだ L 型・シャープなデザインの V 型）／「ナラテラス」（ポリカ波板仕様）。

■テラス囲い——◆「サニージュ」（縦すべり出し窓・採風ドア・ガラスルーバー窓を使用。風を効率的に取り込み、雨天時の物干し場にも利用可能な独自の開口部構成が特長）。◆「スピーネ」（勝手口スペース向けのストックヤードタイプ。パネルタイプ・波板タイプ）。◆「囲い上手」（波板ユニットタイプ）。

■バルコニー・ベランダ手すり——◆バルコニー「ビューステージ S スタイル」（柱なし）／「ビューステージ H スタイル」（柱建て）／「ビューステージ F スタイル」（庭置き式扉付）。◆「ベランダ手すりモダンパネル」シリーズ（天然木の美しさと優しさを再現した「ゆらぎ横面材」「ゆみなり横面材」などのパ

リエーション。浮造り調のチーク・チェストナット2色とグレイッシュオーク色)。◆「ベランダ手すりモダンパネル」(ナチュラル・パネル・スリットの各スタイル) / 「ハンドラインⅢ」「バー手すりⅢ」「ベランダ手すりⅡ」等。

■風除室——◆「ツインガードⅢ」(玄関前のエントランス空間づくりに最適)。■オーニング——◆重点商品「彩風C型」(壁付けタイプ) / 「独立オーニング」(非住宅向けの独立フレームシステム採用。単体・直線3連棟・L字3連棟・田の字連棟など、様々な用途・敷地条件に対応。オプションでエクステリアライト「美彩」シリーズなどの取り付けも可能)。

【最近の動き】 ガーデンルーム・テラス・デッキなどのエクステリア商品のブランド「exsior」は、LHTの開発・生産・販売が一体となった新組織による「新プロダクトブランド戦略」のカテゴリーブランドのひとつ。差別化された高い技術と魅力あるデザインを持つ商品として、強いブランドへの成長を図っている。

エクステリア商品の中で「エクシオール」は、門扉・フェンス、カーポートのガーデン分野、バルコニー・テラスのウォール分野につづく、空間エクステリア分野の拡大を牽引する。

主力アイテムのガーデンルーム「エクシオールジーマ」、人工木デッキ「樹ら楽ステージ」、テラス「スピーネ」「シュエット」、さらにエクステリアライト「美彩」シリーズなどによる新しいエクステリア空間提案商品として展開される。

業界を牽引するガーデンルームの重点商品が、「エクシオールジーマ」「エクシオールココマ」。とくに「エクシオールジーマ」は、三方に内天井を取り付けて快適なつろぎ空間を演出できる。

ガーデンルームに欠かせないデッキは、人工木デッキ「樹ら楽ステージ」。エクステリア商品の中でも高い成長をつづけているアイテムのひとつ。人工木デッキは、ガーデンルームやテラス囲いと組み合わせるだけでなく、デッキ単体の使用でも空間を形成できることが強みだ。主力の人工木デッキにつづき、独自のタイル接着張り工法を活かした「タイルデッキ」を追加するなど、バリエーションを強化している。

テラスは、屋根商品の主力として、耐積雪強度、

耐風圧強度に優れ、全国的に使用できる高強度タイプの充実を進める。また、テラス囲い「サニージュ」は、物干し場やグッズ置場などの汎用性に優れた囲い商品と展開する。

一方、バルコニーは、造り付けタイプ70%、ユニット式30%とユニット式バルコニーの低迷が続いている。ユニット式バルコニータイプ別には、柱なし30%弱、柱建て40%、庭置き30%強の比率。造り付けタイプをターゲットにした「ベランダ手すり」の商品力を強化に乗りだしている。

さらに、「独立オーニング」を発売し、店舗や福祉施設など非住宅分野で新たな需要獲得にも力を注いでいる。

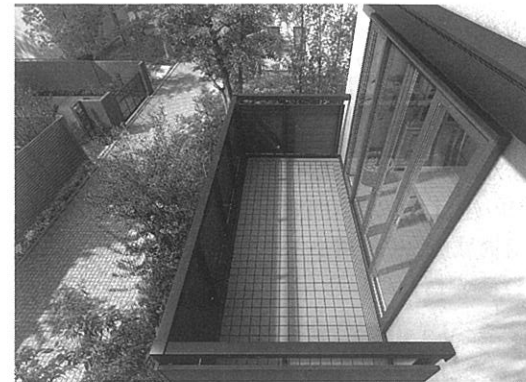
## YKK AP

### 建物外観・開口部からエクステリアまで家1棟をトータルコーディネート「ルシアス」シリーズを拡販

【空間商品/ウォールエクステリア】 ■新商品——◇テラス囲い「サンフィールⅢ」木調ガーデンルームタイプに新色バニラウォールナットを追加(全5色)。◇アルミひさし「コンバイザー」ベーシックスタイル積雪100cm仕様を追加。◇「ルシアスルーフ」(軒天パネル板張り)に照明ユニット追加。◇洋風すだれ「アウターシェード」:ソフトクローズ機構と、クリアネット同様のオリジナル生地を採用しリニューアル。壁にも窓枠にも穴加工をすることなく、簡単に施工できる新工法(日本特許出願中)を開発、業界初のシャッター付引違い窓に対応。◇アルミ物干し竿等。

■重点商品——◆「ルシアスバルコニー」:第12回キッズデザイン賞「審査委員長特別賞」を受賞。子どもの転落事故防止に配慮した設計が評価されたもの。建物外観をトータルに演出する「ルシアス」シリーズのバルコニー。玄関ドア「ヴェナート」や門扉・フェンスの外構商品「ヴェナート」シリーズと家1棟全体をコーディネート。持ち出す式(11種)・柱建て式(9種)・柱建て/庭置納まり(たて格子のみ)・屋根置き式。後付け商品のアウターシェードやグリーンカーテンの設置が可能。

■空間形成商品——◆ガーデンルーム「サンフィールⅢ」木調ガーデンルームタイプ / 「アウター



YKK AP:「ルシアスバルコニー」第12回キッズデザイン賞「審査委員長特別賞」を受賞

ルーフ」ガーデンルームタイプ。◆木調テラス・バルコニー屋根「サザンテラス」(パーゴラタイプ、フレームタイプ) / 多目的プライベート空間「ヴェクターウェーブ」等。■風除室「セフターⅢ」/ 囲い商品「ストックヤードⅡ」等。

■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。バルコニー用・集合住宅用。たて張り・横張り) / アルミ製採光デッキ材「サニスルー」。◆化粧床材「リベルパ」(プラスチックタイプ・タイルタイプ)。■テラス・テラス囲い——◆木調テラス屋根・木調バルコニー屋根「サザンテラス」 / 「ヴェクター」(ルシアスバルコニー対応のテラス屋根。耐風圧性能・基準風速 $V_o = 30 \sim 40 \text{ m/s}$ 、耐積雪20・50・100cm相当) / 独立T字構造テラス「エフルージュグランZERO」(耐積雪20cm相当) / 「エフルージュ大型テラス」(最大間口6m × 出幅3.9m。壁付けタイプ・独立タイプ) / 「リレーリアテラス屋根」等。◆テラス囲い「サンフィールⅢ」(スタンダードタイプにテラス囲い・躯体式バルコニー囲い・バルコニー囲い。耐積雪100cm相当まで対応)。◆関連商品「スクリーンⅡ」。

■バルコニー・手すり——◆バルコニー「ルシアスバルコニー」(汎用タイプから中高級タイプまで対応) / バルコニー通風小窓「シンプリモダン」。◆大型空間バルコニー「エアキューブ」。◇「アルミ階段」等。

◆バルコニー用手すり「ルシアスハンドレール」(木調) / 「エルビュートハンドレール」(強化ガラス・合わせガラス・ポリカーボネート・パンチングパネル・ア

クリルパネルを用意。二辺支持・四辺支持) / 「トラディションハンドレール」(ロートアイアン調) / 「ハンドレールⅡ」(アルミ製の普及品)等。■オーニング——◆「サンプレロ」(Type01 角度設定可能な住宅用・同02 住宅用標準・同03 店舗用・同04 小窓用。防汚テント・ポリエステル製テント)等。

【最近の動き】 建物外観から道路・隣家境界までの中間領域に屋根下空間を創出する「ルシアス」シリーズは、住宅の外壁・開口部商品とエクステリア商品のトータルデザインを可能にした新シリーズ。空間形成商品は、「ルシアスバルコニー」「ルシアスルーフ」をはじめ、「サンフィールⅢ ガーデンルームタイプ」「サザンテラス」パーゴラタイプ、「アウタールーフ」テラスタイプなどを展開する。

また、デッキ材は、再生木デッキ「リウッドデッキ200」が高成長をつづけている。ポリプロピレンの素材特性である硬さによる彫りの深い意匠と磨耗しにくい機能性が評価されている。売れ筋価格は1㎡あたり3万6500円。

テラスは、一般地域用600N(耐積雪20cm相当・耐風圧 $V_o = 36 \text{ m/s}$ 相当)が販売全体の80%を占める。1500N(耐積雪50cm相当・耐風圧 $V_o = 42 \text{ m/s}$ 相当)15%、3000N(耐積雪100cm相当・耐風圧 $V_o = 42 \text{ m/s}$ 相当)5%の比率。最近の台風・大雪被害の増加で高強度タイプが増えつつある。

また、テラス囲いは、床納まり・デッキ納まり・土間納まりの各タイプをはじめ、木調「サンフィールⅢ」のように躯体式・屋根置き式・柱建式のバルコニー囲いを品揃えする。

一方、ユニット式バルコニーと造り付けタイプの販売比率は1対9と、造り付けタイプにシフトする中で、家1棟をトータルデザインできる「ルシアスバルコニー」でユニット式バルコニーの需要回復をめざす。タイプ別には、柱なし40%、柱建て30%、屋根置き30%の販売比率。

造り付けタイプに対応したベランダ手すりでは、木調「ルシアスハンドレール」、強化ガラス「エルビュートハンドレール」などの高意匠商品のバリエーションを強化する。

さらに、風除室は、北海道、東北、北陸地域の「積雪地域を中心に展開している。

## 【新商品・新技術情報】／業界の動き

### YKK AP

築37年木造住宅の性能向上リノベーションプロジェクト物件で、「断熱性能」3倍以上・「耐震性能」耐震等級3相当の最先端改修実現

YKK AP(堀秀充社長)は、株式会社リビタ(川島純一社長)の展開する戸建住宅リノベーション事業[HOWS



Renovation]の一環としてYKK AP商品を活用した性能向上リノベーションを実施するプロジェクト物件「広がる屋根」(横浜市青葉区)を竣工、記者内覧会を開催した。

今回の物件は、築37年の木造住宅を「断熱」・「耐震」性能について、新築住宅を上回るレベルにリノベーションしたもの。大きな屋根の上の芝生の広がり、窓からの眺望・日照・通風に配慮した自然エネルギーとの共生を試みたリノベーション設計が大きな特長。

断熱性の向上には、高性能樹脂窓「APW330真空トリプルガラス仕様」、樹脂窓トリプルガラス「APW430」、アルミ樹脂複合窓「エピソードLow-Eガラス仕様」、さらに眺望・日照・通風に配慮した大開口窓「ワイドオープン アルミPG仕様」を採用している。これにともない断熱性能は、改修前のUA値1.81W/m<sup>2</sup>・Kから0.51 W/m<sup>2</sup>・K(HEAT20G1レベル)と3倍以上も向上させた。

また、耐震性向上では、開口部耐震商品「FRAME II」を採用。窓を減らさずに開口部の耐力壁量を増やしたことなどで、震度6強の地震でも倒壊しない耐震等級3相当の強度を持たせたもの。

今回の物件は、2月末までコンセプトハウスとして事業者向けに公開し、ノウハウの提供や啓発、地域への情報発信に活用した上で、販売後もエネルギー収支や光熱費の定点観測など、性能向上リノベーションの実証を行なう予定。

中国事業の門窓商品「LD65T」「金軒賞」受賞、採用したい建材ブランド(門窓)で華東地域1位獲得

YKK APは、中国事業において、中国金属構

造協会主催の第3回建築門窓カーテンウォール業界「金軒賞」の「もっとも創造力がある門窓カーテンウォールシステム」を、YKK APの門窓商品「LD65T」が受賞した。2016年につぐ2回目の受賞。

また、中国不動産協会トップ500社が選ぶ「採用したい建材ブランド(門窓)」では、華東地域で1位、華南地域で2位に選出された。1位獲得は2年連続、2011年の初選出以降6回目の受賞。

### ナブテスコ

「NATRUS」販売1周年記念式典を開催、ムダ開きを減らし、快適な室内環境、バリアフリーを実現する自動ドア「NATRUS+e」発売

ナブテスコ(株)住環境カンパニーは昨年12月3日、ホテルオークラ東京で、新型自動ドア装置「NATRUS」販売1周年記念式典・懇親会を開催した。

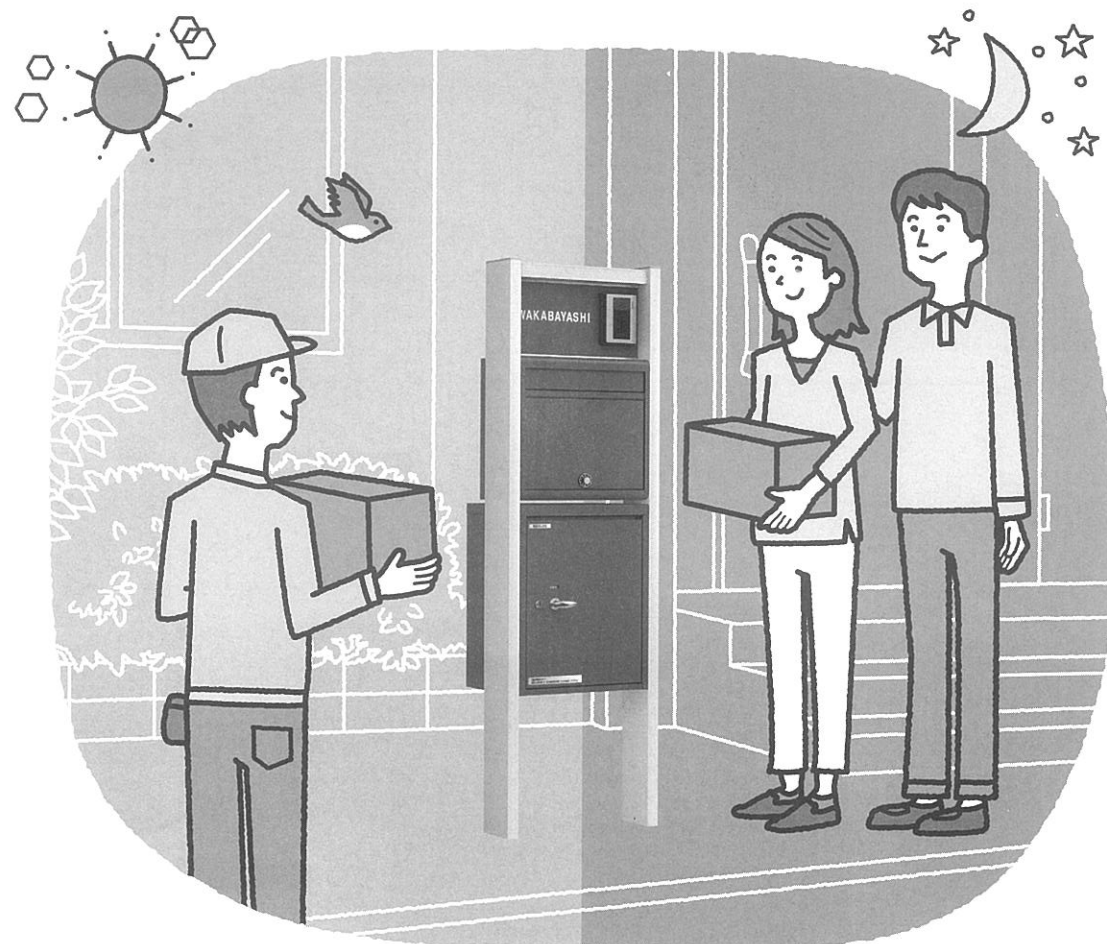
記念式典では、後藤田純国内営業部長が2017年10月発売から2018年9月までの生産累計台数が約4万6000台を超えたと報告。その後、ナブコシステム、ナブコドア、オリエント産業、ナブテスコの代表者による活動成果の発表が行なわれた。

ナブテスコは、ムダ開きを減らし、快適な室内環境を実現する自動ドア「NATRUS+e(ナトラスプラスイー)」を発売した。「NATRUS+e」は、NATRUSの3つの特長である、安全性の追求・利用環境に合わせた多彩な設定機能・ロングライフ設計で低ランニングコストの実現などに加えて、室内環境改善・バリアフリー・省エネルギーを同時に実現する自動ドア。



一般の自動ドアは、ドア近くを人が横切るだけで開閉したり、ドア近くに人がいると開いたままになってしまうケースが見受けられるが、「NATRUS+e」は人の動きを読み取り、ドアを通る人には開き、通らない人には開かないので、ムダ開きや不要開放時間を減らし、風除効果を高め、室内の温度変動を抑制し「室内環境の改善」と「省エネルギー」を実現する。さらに、車椅子利用者がタッチ操作不要で自動ドアが開閉されるので「バリアフリー化」も同時に実現する。

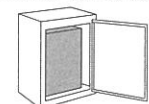
昼間に届いた荷物を帰宅後に受取れる  
安心&便利な宅配ボックス。



ビビッドなカラーで玄関先をおしゃれに彩る



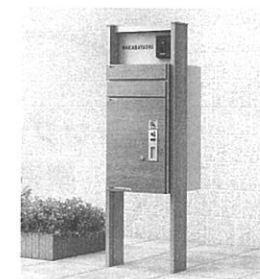
●前入れ・前出しボックス



シンプルシリーズ  
ポスティモ  
宅配ボックス1型

※写真はポスティモα+ポストF1型との組合せ例です。

玄関ドアなどとコーディネートできる



●前入れ・前出しボックス  
●前入れ・後ろ出しボックス

選べる2タイプ

ルシラス  
宅配ポスト1型

※写真はルシラスポストユニットBN01型との組合せ例です。