

建材 マンスリー

No.601 **11** NOVEMBER
2015

特集

快適なトイレ空間の創造

好木心

内外装に地元の木材を利用した
観光列車「海幸山幸」

注目企業を訪ねる

OKB 大垣共立銀行



快適なトイレ空間の創造

住宅産業協議会の調査(図1)によると、家を建てる際に6割以上の人が、トイレの使いやすさ、手入れのしやすさ、デザインの良さを重視している。キッチンや浴室などの水回りと比較しても重視する人の割合は決して低くなく、トイレは住宅の満足度にとって重要な要素の一つといえる。

現在、日本の住宅の水洗化率は90.7%、洋式トイレ保有率は89.6%^{*1}、温水洗浄便座の一般世帯普及率もすでに77.5%^{*2}であり、トイレ機器の開発が進んでいる。一方、広さや室内デザインなどを含めた快適なトイレ空間への取り組みは進んでいないのが現状だろう。今号では、快適なトイレ空間作りについて、斬新な公共トイレを数多く設計している小林純子氏と、トイレ機器メーカー担当者にお話をうかがう。



profile
商業施設、駅、学校など様々な公共トイレの設計に携わる。京王百貨店、東京駅名店街、JR博多シティアミュのトイレや、海見える「海ほたるトイレ」など、既成概念にとられない快適な公共トイレのデザインで知られる。一級建築士。日本トイレ協会副会長。

設計事務所 Gondra 代表
小林 純子氏

● 巻頭インタビュー

快適なトイレ空間に求められる清潔と安らぎ

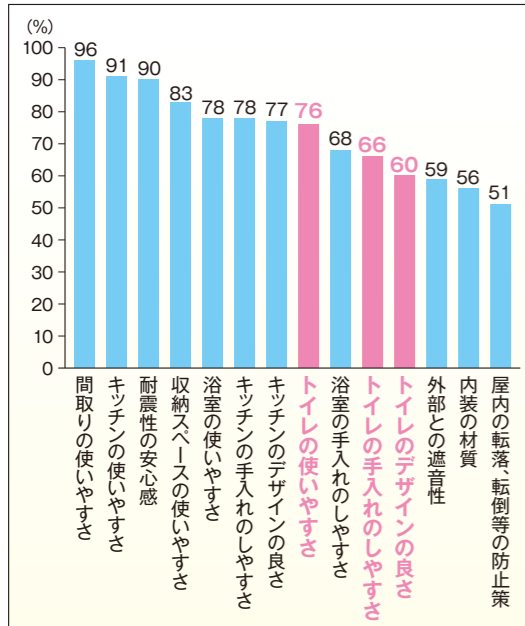
人が快適なトイレに求めることはいくつかあります(図2)。特に排泄場所ということで非常に汚れやすいので、いかに「清潔」を保つかがまず一つ。また「ホッとできる場所」であることが、二つ目に大切な要素です。

トイレは心休まる自分だけの解放区のような場所でもあり、心理的にも現代版「茶室」のような機能があるのではないかと考えています。ところが、かつてはトイレは臭くて汚いところだという意識があり、それが積極的な改善につながってこなかったのです。現在はかなり改善され、清潔性は向上してきましたが、

窓からの光と風が心地よいトイレ空間を作る

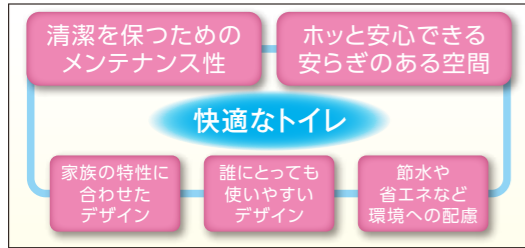
私は30年近く、商業施設や学校など公共トイレの設計に携わってきました。公共トイレ設計で大切なことは、快適なトイレ空間を作ること、快適さを維持しやすいつくりしておくことです。そして、その解決のための方法として「窓」を付けることが重要であると考えます。改修のために下見をすると、窓のないトイレは、ひどい汚れと臭いでかなり厳しい状態です。一方、トイレに窓が付いていれば、換気扇だけではなかなか消えない臭いを外に逃がすことができます。自然光は人に清潔感を感じさせますから、汚れは同じでも感じ方が違うと思います。

図1. 家を建てる際に重視した点



出所：住宅産業協議会「平成25年度住宅・住宅設備に関するCSアンケート調査」

図2. 快適なトイレ空間に求められるもの



出所：設計事務所 Gondra HP の設計理念より作成

住宅の場合、昔はくみ取り式だったため、トイレは必ず外壁に面し、換気用の窓もありました。ところが最近では水洗トイレが普及し、換気扇もあります。そのため、自由に設計でき、また、外から見えないという理由から窓のないトイレも多くなっています。

しかし、外からの光や風は人の心をホッとさせます。清潔で心地よいトイレにするためには、窓を付けることが重要なのです。ただし外から見えないように窓をくもりガラスやすりガラスにしたり、外から見えにくいレイアウトにするなどの工夫が必要です。窓を床近くまで下げると、床が明るくなるので清潔感が増します。窓辺に植物を置くだけでも雰囲気は変わります。

照明や内装の仕上げ材を工夫する

窓がなく自然光が入らない空間でも、照明器具の工夫で居心地のよい空間に変えることは可能です。またダウンライトからブラケットライトにする、かなり雰囲気が変わってきます。間接照明で陰影を付けられ、空間に奥行きや深みが増します。それに明るすぎないので、夜中にトイレに起きるときにも睡眠を妨げません。

内装の仕上げ材については、やはり印象でホッとさせるものとして、例えば、腰壁より上や天井に木を使うのもおすすめた方法の一つです。学校などのトイレでもヒノキを使うことがあります、木の匂いが感じられ、心がゆったりとし、

清掃のしやすさと尿はね汚れ

さらには防臭効果も期待できます。また、鏡を利用すると、狭小空間でも広く見せることができます。天井の形なども四角四面ではなく、かまぐらのように天井を丸くするなど工夫次第で安らぎある快適な空間になるのです。

清潔さの維持に関しては、汚れが付きにくい便器や掃除しやすいデザインの便器など、設備機器の面ではかなり進化しています。空間としては、部屋の延長と考えた同様のクロス仕上げが多くなっていますが、トイレを居室とは別の空間としてとらえ、丸ごと水洗いできるような工夫も考えられると思います。例えば、トイレをユニット化したり、床をタイルにするなどです。

今、何かと話題になってきているのが、男性小用の尿はねです。洋式便器は座って用を足す形状ですから、立って用を足せば汚れるのは当たり前で、掃除をする人との間で問題が解決しにくいのは仕方ないことです。ですから、座るか立つかではなく、誰にとっても快適な解決法を考える必要があると思います。広さに



岐阜県にある商業施設「カラフルタウン岐阜」の老若男女、子連れファミリーなど、誰もが使いやすい休憩できる「みんなのトイレ」。子ども用トイレは便器を運転席に見立て、楽しく使えるように工夫されている(写真：設計事務所 Gondra)

余裕があれば小便器を付けるのもいいでしょう。この話題がきっかけとなって、使う人も掃除する人も幸せになれるトイレ空間への改善が進むことを期待します。

今、商業施設や学校などの公共トイレは、ここまでできたかと思うほどの発展を遂げています。それに比べて住宅のトイレはかなり後れをとっていると感じます。高機能な設備機器が、トイレ作りの中心になっていますが、これからは機器だけでなく、トイレを空間として捉え、快適なトイレ空間作りを真剣に取り組むべきです。そのためにはユーザーに対して、「どんなトイレを作りたいのか」を引き出すような適切なアドバイスを、設計者も施工者も行っていく必要があるのではないのでしょうか。(談)

* 1：総務省統計局「平成20年住宅・土地統計調査」
* 2：内閣府「消費動向調査」(2015年3月実施)

お手入れ楽々

便器の素材から洗浄方法、そして楽に掃除ができる形状まで、様々な工夫でトイレの汚れを防止し、手入れを楽にしている。

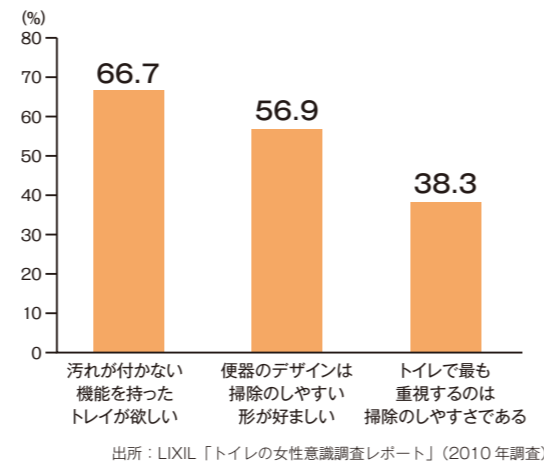
TOTO

汚れが付きにくく、落としやすくするために、便鉢の陶器表面に特許技術の「セフィオンテクト」を開発。特殊な釉薬を使用しているため、100万分の1ミリレベルで凹凸をなくしツルツルに仕上げられている。また、便座やノズルなどには、はっ水性のある「クリーン樹脂」を使うなどの工夫が施されている。洗浄は従来型の洗浄方法とは異なり、渦を巻くような水流の「トルネード洗浄」により、少ない水でしつこい汚れを効率よく落とす方法が採用されている。便器やウォシュレットのフチをなくす、ウォシュレットの前方がレバーで持ち上がるなど、掃除のしやすさも考慮されている。

LIXIL

「ハイパーセラミック」というキズ、汚れに強く銀イオンパワーで細菌の繁殖を抑える技術に加え、水道水に含まれるシリカの固着を防ぐ「プロガード」技術で、便鉢にコーティングが施されている。そのため表面に汚れが付着しにくい。掃除をしやすくするため、継ぎ目のない便座や、凹凸のない便器の形状を実現。ノズルも凹凸が少ない形状で拭きやすく、着脱もでき交換も可能だ。今まで掃除ができなかった便器と便フタ下の隙間汚れが楽に拭き取れるよう、フタが自動で上がるリフトアップ機能も開発されている。

■トイレの掃除に関する意識 (n=2000)



きれいで、清潔なトイレへと進化



TOTO株式会社
ウォシュレット開発第一部
機能材料開発グループ
とる
松本 勘氏

いつも清潔で快適なトイレ空間は、誰もが望んでいることだろう。LIXILとTOTOが各社で独自に行ったトイレに関するアンケート調査によると、便器の汚れや臭いが気になるという声が多く、掃除のしやすさを求める意見も多いという。このような汚れが付きにくく掃除がしやすいトイレ空間への要望に、トイレ機器メーカーはどのように対応しているのか。LIXILとTOTOの担当者に、トイレ設備の機能についてうかがった。

(LIXIL「サティス」、TOTO「ネオレスト」の機能を紹介していますが、どちらも商品機種により機能が異なりますので、個別に機能をご確認ください)



株式会社LIXIL
トイレ・洗面事業部トイレ・洗面商品部
販売企画1グループ
さんなかにし
三中西 洋一氏

快適な使い心地

強弱をつけたマッサージ洗浄など洗浄のタイプを選べたり、ノズルが前後に動いたり、洗浄機能が進化している。また、フタの自動開閉、自動洗浄、温風によるトイレ室内暖房、夜間に足元をほんのり照らすライトなど、心地よいトイレのための工夫が様々凝らされている。

TOTO

お尻洗浄では、大小の水玉をリズムカルに連射し、少ない水量でも確かな洗浄力を実現(ワンダーウェーブ洗浄)。ピデ洗浄ではしっかり洗浄と広い範囲をやさしく洗浄する2種類の洗浄方法が選べる。オート開閉や洗浄機能の他、便鉢内の水面の高さを下げ、水の跳ね返りを抑える機能なども、心地よく使える工夫の一つだ。

LIXIL

お尻洗浄の「おしりノズル」とピデ洗浄の「レディスノズル」が別々の専用ノズルになっていて、洗い心地や衛生面に配慮。便器に座ると自動で音楽が再生される「リラクスマュージック」は気分に応じて曲が選べ、リラククスできる。また、シャワートイレの好みの使い心地をスマートフォンに設定すれば、スマートフォンをリモコンとして使うこともできる。

除菌で清潔を保ち、臭いをカット

トイレの汚れは細菌の温床となり、それがまた輪じみ、黄ばみなど汚れの原因にもなる。除菌対策や汚れを付きにくくする工夫は、脱臭・防臭にも効果的なため、力が入られている。

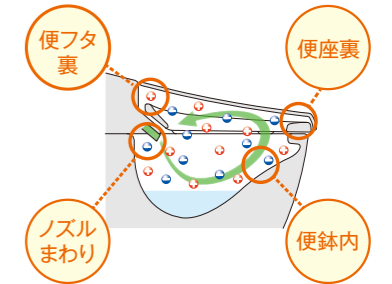
TOTO

トイレやノズルの洗浄後に「きれい除菌水」を便鉢やノズルの内側・外側まで噴霧し、目に見えない汚れを分解・除菌することで清潔を保つ。この除菌水は洗剤や薬品を使用せず、水道水に含まれる塩化物イオンを電気分解して作られる。除菌や漂白効果のある次亜塩素酸を含む水で、時間が経つと水*に戻るため環境にやさしい。また、臭い成分は便座後方に付いている「きれい除菌水」を噴霧した除菌水フィルターで捕集して脱臭し、トイレに入った時の気になる臭いを抑える。臭い成分を捕集した除菌水フィルターは1日1回自動で洗浄・除菌される。



LIXIL

便鉢内の浮遊カビ菌や付着菌を除菌する「プラズマクラスター」(シャープ)を搭載。プラズマ放電で発生させたプラスとマイナスのプラズマクラスターイオンを便鉢内に放出し、菌を除去する。便鉢の表面だけでなく水のかからない部分にもイオンが行き渡るので、便座フタ裏、便座裏、ノズルまわりなどの除菌もできる。臭い原因菌もプラズマクラスターイオンによって除菌することで、臭いの発生を抑える。また、トイレの壁にインテリアタイル壁材「エコカラット」を使えば、余分な湿気を吸収し、臭いの原因となる成分を吸着し脱臭・軽減する。



デザイン性のあるタンクレストイレ

スッキリした無駄のないデザインの「タンクレストイレ」は、空間を広く使うことができる。また、凹凸や継ぎ目を極力なくしたシンプルなフォルムは、手入れのしやすさなどの機能面だけでなく、どんなトイレ空間デザインにも調和するようデザインが考えられている。

TOTO

空間を邪魔しない、さりげなく溶け込むデザインを追求し、凹凸や隙間を少なくしたコンパクトで美しい形状となっている。「ネオレスト」には、直線的なフォルムのAHタイプ、丸みを帯びた柔らかなフォルムのRHタイプなどがあり、トイレ空間のデザインに合わせて選べる。「ネオレスト ハイブリッド シリーズ」は、水道直圧式のタンクレスだが、タンクとポンプを内蔵しており、独自の洗浄技術によって低水圧のマンションや高台でも設置が可能だ。

LIXIL

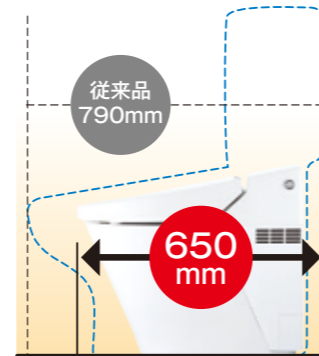
「サティスSタイプ」は、従来のタンク付きトイレよりも奥行き寸法が14cm短い、世界最小のタンクレストイレだ。トイレ空間の奥行きが120cmの場合、動作空間が35%広がり、これまでは難しかった手洗器も設置できる。「サティスGタイプ」は、通常は樹脂製の便器後方にある機能部まで、すべて陶器で統一した凹凸のない便器の形状で、清掃性とデザイン性を実現した。



ネオレストAHタイプ ネオレストRHタイプ



サティスGタイプ



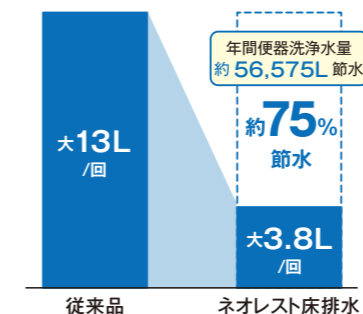
サティスSタイプ

節水・節電

加圧装置により水勢を増すことで、従来品(2001年までの発売品)で大13Lだった洗浄水量を4L以下まで節水した製品も登場。便座暖房・保温に必要な電力を抑える節電機能も搭載されている。

TOTO

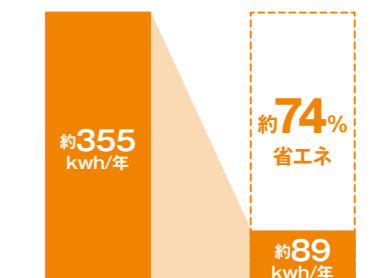
床排水で1回あたりの洗浄水量、大3.8Lの超節水を実現。年間で浴槽200杯以上の水が節約できるという。使用する時だけ便座の温度を上げる「瞬間暖房便座」で、待機電力を抑える。さらにトイレの使用頻度を記憶し、使用の少ない時間帯に便座温度を下げたり、切ったりする機能も付いている。



従来品 ネオレスト床排水

LIXIL

大を4Lで強力に洗浄。便座、便フタに断熱材が内蔵されており、放熱を抑えている。使わない時は自動的に便座温度を下げたり、使う時だけ温める省エネ温水シャワーなどの節電機能もあり、従来品に比べ約74%の省エネを実現(サティスSタイプ)させている。



従来品 (1991~1995年発売品) サティスSタイプ

*水道法の水質基準に合致した水

トイレを快適な空間にするためのポイント

満足できる快適なトイレ空間を実現するには、どのような点に注目したらよいか。ポイントをまとめた。

快適なトイレ空間のポイントとは、清潔であること、ホッとできて安らげる場所であることだ。そして、家族みんなが満足できる空間を実現するためにはリビングや寝室などと同じように、「こんな空間にしたい」という考えを持つことが必要だ。

できれば窓を付け、外からの光と風が入ることが望まれる。窓がなければ照明を工夫すると良いだろう。照明は空間に陰影を付け、形状や色、照らす方向によって空間の表情を変えられることができる。間接照明を効果

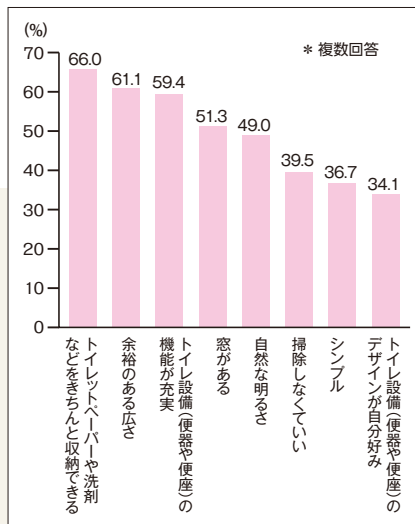
的に取り入れると落ち着いた空間となる。

インテリア性を高める工夫として、内装に木やタイル、石貼りなどの仕上げ材を使う方法もある。防汚効果の高い床材や消臭効果のあるインテリア壁材を使えば、清潔さを維持しやすくなる。また、壁材は一部に使用することでアクセントにもなるだろう。最近のタンクレストイレは、スタ

込むデザインが多い。もし空間をデコラティブにするなら、便器はより目立たない白色がお勧めだ。

コンパクトなタンクレストイレなら空間に余裕が生まれるので、手洗器や収納カウンター、アクセサリーなども選択の幅が広がり、好みのインテリア空間を作りやすい。キャビネットを付けるなら、目線の邪魔にならないことや、使い勝手の点から、下に付ける方がよいだろう。

■理想のトイレ(参考)



出所：LIXIL「トイレの女性意識調査レポート」(2010年調査)



床までしつらえた窓からの外光が床を明るくする



間接照明を効果的に使い、室内に陰影を付ける



キャビネットを付けて、すっきりとした空間に

写真 = 住友林業

* 6ページの内容は、今号の「特集」取材をもとに編集部がまとめたものです。

【こうき-しん】

好木心

vol.19

内外装に 地元の木材を利用した 観光列車「海幸山幸」 うみさちやまさち



宮崎県
日豊本線・
日南線の宮崎駅
～南郷駅



写真提供：九州旅客鉄道株式会社

J R九州の観光列車「海幸山幸」は、2009年10月に運行をスタートした。コンセプトは「木のおもちゃのようなりゾート列車」。宮崎駅～南郷駅間を毎週土日と祝日を中心に一往復している。車両は、廃線となった高千穂鉄道のトロッキ列車を譲り受けたものだ。リゾート気分を満喫できるよう、内外装には、木材がふんだんに使用されている。

木材は地元の**飩肥杉**を採用している。飩肥杉は油分が多く腐りにくいため造船用として利用されてきた。また軽量かつ強度も高い。

外壁に木材を張ったのは、鉄道業界では初めて。常に細かな振動を受ける、走行中のカーブや上下動に対し車両がたわむなど、脱落の危険性や、維持管理に手間がかかるなどの課題があった。これらを解決するために、外壁に台座を溶接し、木材をボルトで固定。厚さ11ミリメートルの木材の裏側には2ミリメートルのアルミニウム板を接着し強度を高めた。

内外装に使用した飩肥杉は2両全体で約400本。樹齢60年以上の材を選び、節を避けた木取りで強度と美しさを確保している。車内は木の香りに包まれており、サービスカウンターには飩肥杉のおもちゃや郷土玩具が展示されている。

2014年度の乗車率は92%と、ローカル線では高い乗車率を誇っており、个性的な観光列車で沿線外からの集客を実現している。トロッキ列車の特徴を生かした大きな窓からは、海や山を望むことができ、ゆったりとした旅を楽しむことができる。

注目企業を訪ねる

付加価値創造に挑戦

OKB大垣共立銀行

「銀行はサービス業」という発想で全国初のサービスを次々と生み出す



取締役総合企画部長
境敏幸氏

本社 ● 岐阜県大垣市郭町3丁目98番地
創業 ● 1896年
資本金 ● 361億円
従業員 ● 3,452名
事業内容 ● 普通銀行業

「お客さまが望んでいることは何か、を考え続けること」で顧客目線を実現

「曜日さえ気にせず、365日いつでも銀行ATMが使える。今や常識となっているサービスだが、国内の金融機関で初めて導入したのが、岐阜県に本社を置くOKB大垣共立銀行だ。地方銀行でありながら、3大メガバンクの上を行く抜群の顧客満足度を達成している同行。その背景には、従来の金融機関の発想を超えた「顧客第一」の理念がある。

「現頭取の土屋嶺が就任以来取り組んできたのが、「銀行はサービス業」という発想です。銀行が自分たちの都合で決

安心して体ひとつで避難していただけるようにしたい」という思いから、2012年に開始しました。前例のないサービスを導入するには、様々な困難がつきまといまふ。しかしOKBでは、「チャレンジに失敗はない」という考え方を徹底し、できない理由から入るのではなく、どうやったら実現できるかをまず考え、そんな姿勢が、金融業からサービス業へと進化する原動力となっています」

異業種研修でサービスを学び、発想力の豊かな人材を育成

「新しいサービスは、専門の部署だけでなく、全行員からの提案制度や女性行員のみで構成されたプロジェクトチームなどから生まれている。「銀行はサービス業」を形にし続ける同行では、10年前と比較して個人の顧客が13万人増、個人の預金残高で1兆円増と、着実に成長を遂げている。

「女性目線を活かしたプロジェクトチームからは、離婚関連専用ローンや不妊治療関連ローンなど数々の商品が誕生しています。これらもすべて、「お客さまのために」を形にしたもの。そしてこれらのサービスを提供するには、どこよりも早いというスピード感も求められます。銀行としてクリアするべき規制はありますが、「これはうまくいくのか、

ここが注目ポイント

「銀行はサービス業」と捉え「お客さまのために」を実現

「チャレンジに失敗はない」という行風でどこよりも早くサービスを提供

活発な異業種交流で発想力の豊かな人材を育成



雑誌コーナー、無料喫茶コーナーも備え、コンビニと見間違えるような半田支店



銀行機能を搭載した移動店舗「スーパーひだ1号」



災害時の借入れが手のひら認証できたり、シングルマザー向けの使い道自由なローンなど、顧客が望む商品を生み出し続ける



「同行のユニークな取り組みには目を見張るばかりだが、すべては地域と共に生き、地域活性を目指してきた結果であると境氏。地域の顧客の利便性を追求する地域密着型の企業だからこそ、生み出せるサービスがあるのかもしれない。

「頭の柔らかい人材の育成に不可欠な制度として、異業種研修制度があります。ものづくりの現場やホテルなど、銀行とはまったく異なる業種で、1年かけてサービスとは何かを学び、意識改革につなげることが狙いです。この制度から生まれたのが、コンビニ店長を経験した行員のアイデアから生まれた半田支店。銀行の敷居を下げ、「入りやすい」、用事がなくても立ち寄りたくなるを目指し、コンビニの特徴を参考に、全国どこにもない店舗となりました。おかげさまで開店当初設定した新規口座の獲得目標が通常の店舗よりも早く達成できました」

「かつては金融業界から、そして行員からも、「どこまでする必要があるのか」という声が上がったこともあるという。しかし、リーダーである頭取のブレない信念によって行員の意識も変わり、同行は高い顧客満足度を獲得してきた。

「失敗したらどうするのか」と考える前に、まずやってみるのが大切なんです」

「ATMでお金を出し入れすると、スロットやスマートフォン画面の画面に切り替わり、ゲームに勝つと時間外利用手数料が無料になるなどのサービスもあります。お金の出し入れという何気ない日常の「コマ」でも、少しでも楽しさを提供してお客さまを喜ばせたいという思いから生まれました。キャッシュカード不要の『手のひら認証ATM』も、OKBが日本で初めて導入しました。きっかけとなったのは東日本大震災。通帳やカードをなくして多くの被災者が現金を引き出せなかった。また、それらを取りに戻り、命を落とした方もいたと聞き、災害時でも

「徹底したお客さま目線は、画期的なサービスを次々と生み出してきた。例えば、『スーパーひだ1号』は、岐阜県飛騨地区を中心に店舗のない地域を巡回する移動店舗。店舗を構えてお客さまを待つだけでなく、銀行の方から出かけていく。お客さまのために、を実現したサービスだ。」「必要なのは、前例や慣習にとらわれないこと。常に「お客さまのために」という思いを持ち、「お客さまが望んでいることは何か」を考え続けることです」

26年ぶりに木材自給率が30%台に回復 「平成26年木材需給表」を公表 — 林野庁

林野庁は2014年の木材需給に関する「木材需給表」を公表した。今回から、木質バイオマス発電施設などでの利用が増加している、燃料用チップが加えられた。

木材自給率は31.2%となり、26年ぶりに30%台に回復した。燃料用チップの数量を除いた値では29.8%となり、前年に比べ1.0ポイントの上昇。これは、前年に比べ木材の輸入量が3.1%減少し、国内生産量が1.5%増加したことによる。

〈総需要量〉

7,581万4,000m³ (丸太換算、以下同)

7,411万8,000m³ (燃料用チップ除く) 対前年比1.8%減

〈国内生産量〉

2,366万2,000m³

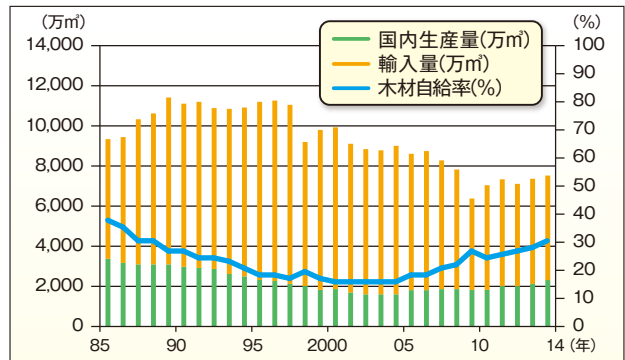
2,206万2,000m³ (燃料用チップ除く) 対前年比1.5%増

〈輸入量〉

5,215万2,000m³

5,205万6,000m³ (燃料用チップ除く) 対前年比3.1%減

■ 国内生産量、輸入量、木材自給率の推移



出所:林野庁「木材需給表」

インドにて木材建材ビジネスをスタート 大手キッチン・家具メーカーSFPL社と資本業務提携 — 住友林業

住友林業株式会社は、市場が急拡大しているインドでの新たな事業展開を目指し、キッチン・家具メーカーのSpaceWood Furnishers Pvt. Ltd.社(以下SFPL社)と資本業務提携契約を締結し、インドから共同創業者2人を招いて9月28日に調印式を行った。

インドでは近年、急速な都市化が進行し、所得水準が高い都市部の人口は2050年までに現在の約2倍になると予想されている。この人口増加により住宅需要が拡大すると同時に、住宅用建材ビジネスも成長することが見込まれることから、同国への進出を決定した。

SFPL社はインドで最も知られたキッチン・家具メーカーの一つであり、事業領域拡大を図るため、建具(ドア・ドア枠)製造ラインの立ち上げを目指している。

住友林業グループは、住友林業クレスト株式会社から技術支援を行うことで、SFPL社の新規建具製造ライン

の立ち上げの支援を行う。将来的にはドア以外の木質内装建具も製品ラインを拡大できるよう、ともに取り組んでいく。

さらにSFPL社がインド国内に持つ自社の営業拠点や代理店などのサプライチェーンネットワークを活用し、今後特に人口増加が予想される中間所得層をターゲットに需要の取り込みを行い、建材販売の基盤構築を図る。インド国内市場に日本の優れた建材、住宅内装資材を提案・提供していく。



左から
SFPL社ジョシ氏、
住友林業専務 笹部、
住友林業クレスト社長 吉岡、
SFPL社デシュバンデ氏

編集室より

編集
後記

1985年に公開された、自動車型タイムマシン「デロリアン」に乗ってタイムスリップするSF映画「バック・トゥ・ザ・フューチャー」。2015年10月21日は、同シリーズ2作目で主人公たちがデロリアンに乗って到着した未来です。まさにこの日、作中で描かれたごみをエネルギーにして動くデロリアンが東京都内で実現しました。実はこの「ごみをエネルギー」にしたのが、9月号の「注目企業」でご紹介した日本環境設計さんです。同社のFUKU-FUKUプロジェクトで回収された衣料品から作ったバイオエタノールで、見事走行に成功したそうです。私もいつか、このバイオエタノールで動くデロリアンに乗って、タイムスリップしてみたいものです。(E)



■ 弊社ホームページに特集ページのみを掲載中です。

<http://sfc.jp/mokuzai/kenzaimonthly/>

■ 広告掲載・誌面に対するご意見、ご感想は建材マンスリー編集室専用アドレスまでお寄せください。

kenzai-monthly@sfc.co.jp

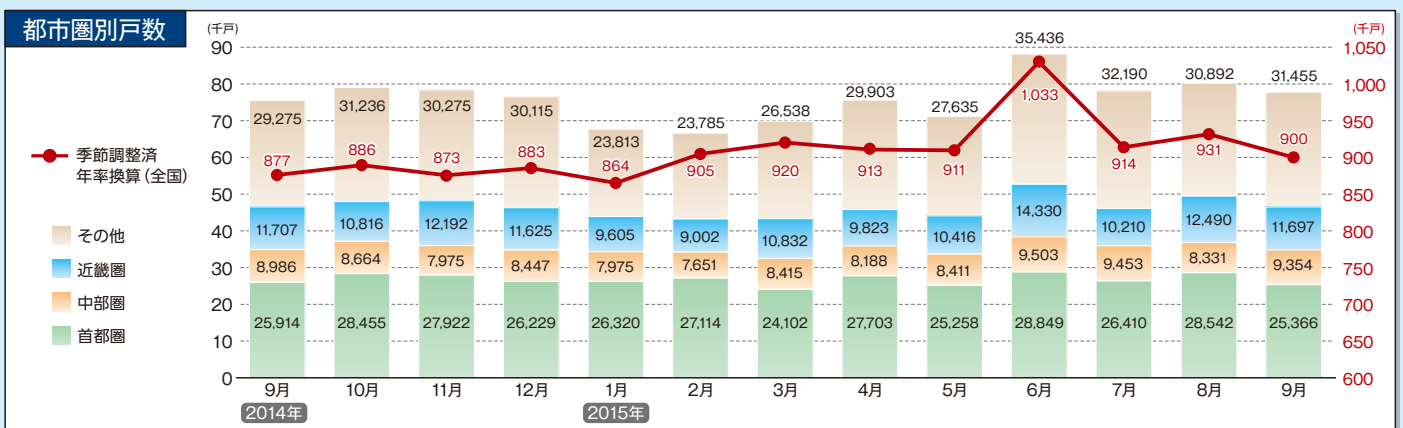
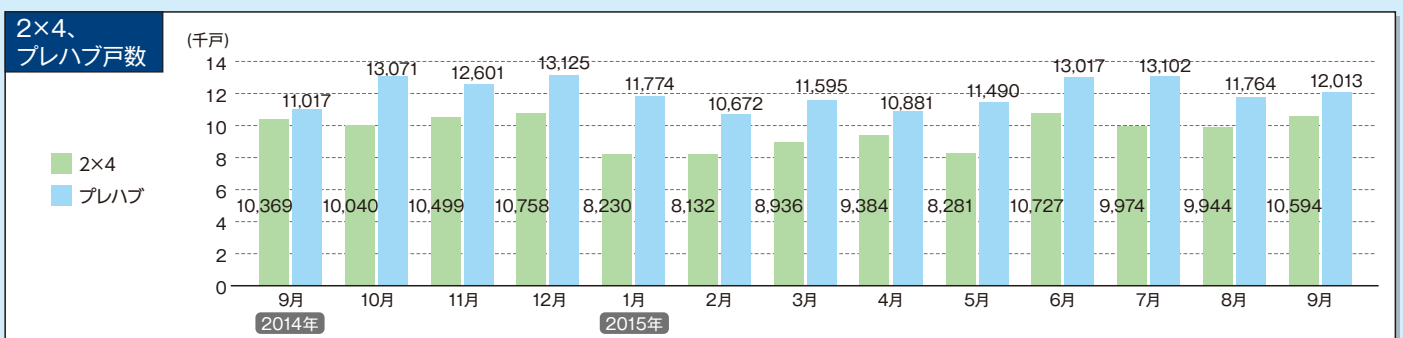
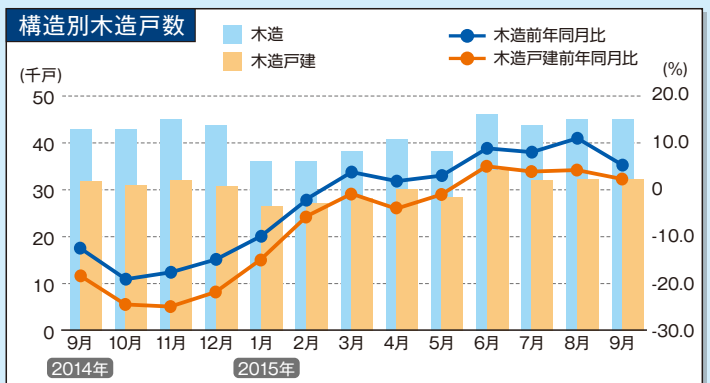
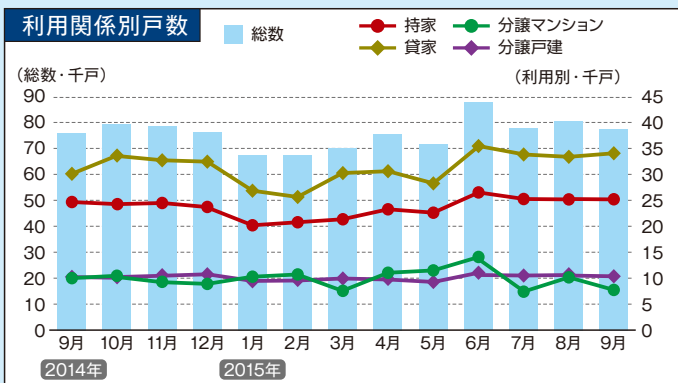
住友林業株式会社 木材建材事業本部 事業開発部

表紙:住友林業(株)大阪南支店 美原展示場

資料室

2015年9月の新設住宅着工戸数 単位：戸 ▲は減

		9月				8月	7月	6月	
		対前年同月比		対前々年同月比					
新設住宅計		77,872	1,990	2.6%	▲ 10,667	▲ 12.0%	80,255	78,263	88,118
建築主別	公共	989	▲ 373	▲ 27.4%	▲ 551	▲ 35.8%	1,364	2,100	1,506
	民間	76,883	2,363	3.2%	▲ 10,116	▲ 11.6%	78,891	76,163	86,612
利用関係別	持家	25,219	602	2.4%	▲ 6,909	▲ 21.5%	25,245	25,396	26,643
	貸家	34,092	4,010	13.3%	2,200	6.9%	33,470	33,977	35,600
	給与住宅	322	▲ 565	▲ 63.7%	▲ 229	▲ 41.6%	328	651	386
	分譲住宅	18,239	▲ 2,057	▲ 10.1%	▲ 5,729	▲ 23.9%	21,212	18,239	25,489
	うちマンション うち戸建	7,724 10,351	▲ 2,225 104	▲ 22.4% 1.0%	▲ 4,773 ▲ 1,045	▲ 38.2% ▲ 9.2%	10,189 10,768	7,424 10,587	14,173 11,160
資金別	民間資金	69,548	1,788	2.6%	▲ 8,162	▲ 10.5%	71,456	68,025	77,689
	公的資金	8,324	202	2.5%	▲ 2,505	▲ 23.1%	8,799	10,238	10,429
	公営住宅	696	▲ 169	▲ 19.5%	▲ 618	▲ 47.0%	953	1,612	1,373
	住宅金融機構融資住宅	3,865	409	11.8%	▲ 256	▲ 6.2%	3,894	4,153	4,414
	都市再生機構建設住宅	69	4	6.2%	12	21.1%	322	243	68
	その他住宅	3,694	▲ 42	▲ 1.1%	▲ 1,643	▲ 30.8%	3,630	4,230	4,574
構造別	木造	45,178	2,199	5.1%	▲ 3,940	▲ 8.0%	45,140	43,875	46,151
	非木造	32,694	▲ 209	▲ 0.6%	▲ 6,727	▲ 17.1%	35,115	34,388	41,967
	鉄骨鉄筋コンクリート造	169	▲ 204	▲ 54.7%	2	1.2%	838	144	268
	鉄筋コンクリート造	18,115	▲ 1,730	▲ 8.7%	▲ 7,015	▲ 27.9%	20,001	19,176	26,884
	鉄骨造	14,239	1,639	13.0%	284	2.0%	14,096	14,901	14,667
	コンクリートブロック造 その他	56 115	1 85	1.8% 283.3%	▲ 38 40	▲ 40.4% 53.3%	74 106	61 106	76 72



(出所：国土交通省ホームページ http://www.mlit.go.jp/statistics/details/jutaku_list.html)

「暮らし価値」創造企業

DAIKEN

美を極めた床、誕生。

細部までゆき届いたこだわり、幅広デザインと美しい木目の装い。
そして美を保つ機能性が、三位一体となり美しい空間を作り出します。

美は細部に宿る

時を経ても美しく

美しさ広がる

70周年記念 新製品

Trinity

トリニティ

2015.10.21 Debut

美は細部に宿る

エッジにまでゆき届いた
美しさへのこだわり。

四周木口面へ化粧を施す
革新的な技術(特許取得済)により、
目地という細部まで美しく。

美しさ広がる

空間の美しさを広げる
ワイドサイズ & 7カラー

178mm

時を経ても美しく

いつでも、いつまでもキレイ。
美しさを守るための強さをまとう。

日焼け

キズ

汚れ



大建工業株式会社

本社/大阪府大阪市北区堂島1丁目6番20号(堂島アバンザ 22F)

DAIKENの製品を見て触れて選べるショールームへ、ぜひ、お越しください。
専任スタッフが、これからの豊かで快適な住まいづくりをサポートいたします。

【全国のショールーム】札幌、仙台、新宿、名古屋、金沢、大阪、広島、高松、福岡

各ショールーム地図やイベントなどの詳しい情報は

DAIKENショールーム

検索

<http://www.daiken.jp/sr/>
右記のQRコードより、携帯電話で
各種情報をご覧になれます。



建材マンスリー

NO.601

NOVEMBER 2015

11

昭和39年8月創刊 第52巻 平成27年11月1日発行(毎月1日発行)
発行人/福田 晃久 発行所/建材マンスリー編集室 〒100-8270
住友林業株式会社 木材建材事業本部 事業開発部

通巻601号

東京都千代田区大手町1-3-2(経団連会館)

TEL 03-3214-3280 FAX 03-3214-3282