

# KENZAI NAVI Journal

SPECIAL FEATURE

座談会

デジタル化との「心地よい共存」

建築デザインが育む



シリーズ座談会【後編】  
都市建築において目指すもの、  
それは木材の復権  
東京木材問屋協同組合



## INTERVIEW

図面では描けないものを描く—  
それが私流デザインинг。  
デザイナーの範疇を決めないことで広がる可能性を求めて。

折原美紀  
株式会社ODO  
代表取締役／Designer



BX

文化シヤツター

## リビング空間を 魅力的に演出

### 高いデザイン性

スチール製のフラットバー手すりと豊富なカラーバリエーションによる踏板、  
住宅のデザインに合うササラ柵を自由にカスタマイズ  
個性的な階段と空間のトータルコーディネートを実現します。

### 安心・安全設計

屋外鉄骨階段廊下ユニット「段十廊II」で培った技術で  
ササラ柵と手すり、踏板は、耐久性や衝撃性など高い安全性を  
確保しています。

### スピード施工

受注から施工までの一貫した責任体制により最短4週間の短納期。  
工事も最短2時間となり、他の内装工事の妨げになりません。



ササラ柵はブラックとホワイト、手すりはスチール製とポリカーボネートから選択可能。階段の手すりを2階吹き抜け部にも配することで、トータルコーディネートを実現します。

**BX Modern Stairs**  
住宅用室内階段 | BX モダンステアーズ NEW



## CONTENTS

### 04 SPECIAL FEATURE 座談会

## 建築デザインが育む デジタル化との「心地よい共存」

JCD 副理事長／株式会社乃村工藝社 A.N.D. 代表 小坂 竜  
JCD 副理事長／株式会社テッドアソシエイツ 代表取締役 永井 賀久  
株式会社トミタ 取締役副社長 富田州正  
松下産業株式会社 代表取締役社長 百田貴宏



### 10 INTERVIEW

## 図面では描けないものを描く— それが私流デザイン。

デザイナーの範疇を決めないことで広がる可能性を求めて。

株式会社ODO 代表取締役／Designer 折原美紀



### 16 PROJECT STORY

## 出会いと創造

### 18 呼吸から抗酸化する自然由来室内塗料「ナチュリアコート」

クレイジービー×株式会社幸和

### 20 除菌・消臭・防カビ・抗ウイルス効果 点灯するだけで空間除菌する省エネ照明

柴田秀喜接骨院×株式会社日昇緑化研究所

## 22 MANUFACTURER

新たな時代に適応する解決策を、多様な選択肢から

### 24 新しいフローリング材が登場 「床材」を新たなステージへ

ラメットジャパン株式会社

### 26 プラス思考になれる空間、日常空間にこそ使ってほしい、よく効く吸音材料を提供

株式会社ビペル

### 28 シリーズ座談会【後編】 東京木材問屋協同組合

## 都市建築において目指すもの、 それは木材の復権

木材のやさしさ・強さ・美しさを具現化して魅せます

東京木材問屋協同組合 理事長 庄司良雄、常務理事 本西宏行、常務理事 岡田隆夫、理事 井内清貴



### 34 INFORMATION

## 建材ナビ&かたなび



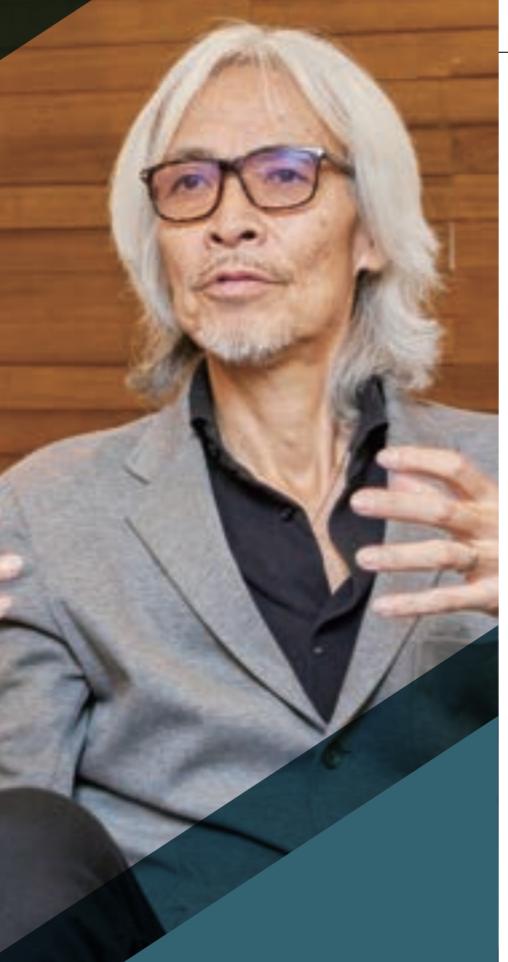
他素材と共にデザイン  
オルティノが叶えるトータルコーディネート空間



# 建築デザインが育む 「心地よい共存」 デジタル化との

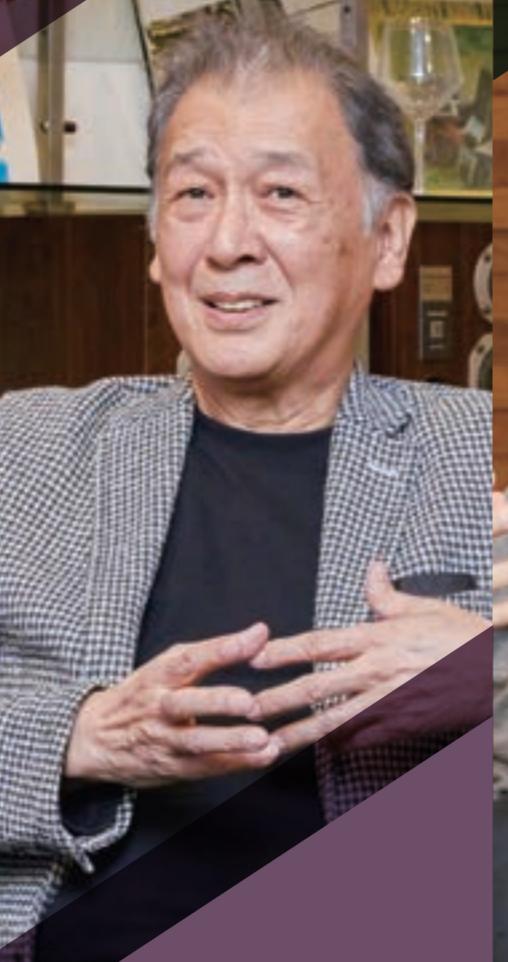
「心地よい共存」

JCD（商業環境デザイン協会）は、商環境デザインに携わるデザイナー、アーキテクト・空間プロデューサーなど幅広い空間デザイン領域のクリエーター達が集い、人々のライフスタイルの向上や、文化育成などに尽力する組織です。本日は、共にJCDの副理事長を務める小坂氏と永井氏、またJCD賛助会員としてマテリアルの開発や提供を手掛けるメーカーのトップである富田氏と百田氏の4人の皆さんに、来たるべき新時代に向けたJCDの取り組みや抱負などについて語って頂きました。



JCD 副理事長  
株式会社テッドアソシエイツ  
代表取締役

JCD 副理事長  
株式会社乃村工藝社、A.N.D. 代表



JCD 副理事長  
株式会社トミタ  
取締役副社長



富田州正

**PROFILE**

(ともだ・くにまさ)  
1969 佐賀県生まれ、佐賀県出身  
佐賀県立有田工業デザイン科、九州産業大学芸術学部デザイン学科を卒業。新卒で岩尾磁器工業株式会社に入社。退社後、2001年7月に松下産業株式会社へ入社。2015年6月代表取締役へ就任。  
石材の魅力を様々な方へ伝えるために販路開拓に力を注いでいます!

**PROFILE**

(ともだ・くにまさ)  
1969 東京生まれ、東京育ち  
1994 慶應義塾大学商学部卒業  
1994 イギリス、フランスにて欧州のインテリアデザイン、ライフスタイルを学ぶ  
1999 歸国後営業販売実務を経て現在会社経営  
2016 トミタのフラッグシップショールーム tomitaTOKYO を立ち上げる

松下産業株式会社  
代表取締役社長

百田貴宏

**PROFILE**

(ももた・たかひろ)  
1969 佐賀県生まれ、佐賀県出身  
佐賀県立有田工業デザイン科、九州産業大学芸術学部デザイン学科を卒業。新卒で岩尾磁器工業株式会社に入社。退社後、2001年7月に松下産業株式会社へ入社。2015年6月代表取締役へ就任。

石材の魅力を様々な方へ伝えるために販路開拓に力を注いでいます!

バーチャルとリアルとの  
買い分けを

秋葉 本日は、建築デザイン業界における昨今の「デジタル化＆グローバル化」潮流への対応について、JCD会員の皆さまからお話を伺いたいと思います。

小坂 僕はJCDの副理事長を務めているのですが、同時に空間デザイナーとして、また「乃村工藝社」の取り組みとして話をさせていただきます。

デジタル化という観点から言えば、僕はアナログ世代ですけれど（笑）、乃村として最も力を入れているのはやはりBIMです。建築事務所として必須なシステムだと思っています。BIMへの対応は会社の命題として一丸となり取

り組んでいるところです。インテリア、建築、設備、設計施工など、各部門での設計に携わる人員は相当数居ます。各自が会社の中で使えるアプリを共有し、BIMに対応しています。

モーディング・インフォメーション・持続までのあらゆる工程で情報活用を行うためのソリューション。

永井 私はJCDという立場でい

させて既に進めております。

JCDは商業デザインという括りの団体ですので、第一にネットワーク作りを目標に、次に会員の管理や情報提供に対処しなければなりません。

また、協会のホームページの更新や運営する各「デザイン賞」「日本空間デザイン賞」「プロダクトオブザイヤー」といったアワードの集計などはかなりデジタル化対応が進んでいると思います。但し、今でも高齢の会員の方などは、デジタルよりもFAXで、という方もいらっしゃるのが現状です。

個人的に言いますと、私の会社では38年くらい前からMACを導入し、バーチャルショッピングにトライするなどしていましたので、か

なり早くからデジタル化に取り組んでいたことになりますね。当時のオフィスコンピューターでは難しかった演算スピードのアップをMACを繋げることで、多くのプレゼンテーションを作成可能となりました。そこでデジタル化の一環としてメールマガ配信やバーチャルショールームなどを制作、スタートしているのですが、それが、スタッフの多くが徹夜するなどコストを考えると採算が合わなかつたかもしれません。

富田 我々の場合には、本当にナログなところがありますね。特にコロナ禍にはショールームへの来客も少なくなり、設計の方々とも会えなくなるなど、かなり苦戦していました。そこでデジタル化の一環としてメールマガ配信やバーチャルショールームなどを制作、スタートしているのですが、それが、スタッフの多くが徹夜するなどコストを考えると採算が合わなかつたかもしれません。

オリジナルの壁紙なども含め、扱っている商品の質感などは画面では分かっていただけないですが、商品の価値がバーチャルでは中々伝えきれないというジレンマです。にしろ日本ではスタンダードのビニールクロスが平米1,000円だつたりしますから（笑）、対面で

触って納得していただくという時間が必要になるのですが、それができないことは悩みですね。

**永井** そうです、特にテクスチャーやはやはり直接触つて確認したいであります。特にテクスチャーやはやはり直接触つて確認したいであります。

**富田** はい、触つて惚れ込むといふことが多いです。「これはどうやって作られている」というそのストーリーをまるごと理解していただき、価格も納得してもらわないと、なかなか採用していただけないことが多いので。やはり作り手と使い手のコミュニケーションをよく取り、「デジタルも使いつつ、コロナも落ち着いた今は、来て見ていただくという新たなステージに入つて来たと思います。

**永井** デジタルはあくまでガイドでなきやいけない。要は、多くのものからチョイスするための一つの手段として使う。ただしチョイスした中で、我々が実際に見て触って確認して、その背景のヒストリーを見ながら選定するということをしない限り、やはり自分たちの満足した良いものは作ることができないというふうに思いますね。

**小坂** 反面、世の中にはものすごい素材があり、それを検索して候補の素材をふるいにかけるためにデジタルが必要だと思います。

撮り、第一段階のセレクトの時にスピーディーにできるように設備投資しております。簡単に言いますと、「コピー機みたいなもので、石を大型スキャナーで撮り、在庫管理をするという取り組みをやっています。

石屋は本当にアナログ業界なんですね（笑）。石材というのは何万年、何百万年という長期間にわたり自然が作り上げた柄とかデザインです。

小坂氏が2020年に手掛けた京都清水の「ザ・ホテル青龍」



**永井** さきほど「デザインアワード」の話をしましたけど、投票する、応募するなどは「デジタルを使うわけですが、やはり2次3次の審査の中では、審査員が集まって討論する、ディスカッションする、それはデジタルではできない非常に重要なポイントですね。そこら辺を割愛すると、デジタル化は進むけど使えないねとなってしまうのではと思います。

あくまで「デジタルは我々人間が便利に、あとは時間を節約するため使う道具として考えていないと逆にそこにどっぷりハマつて判断します。

でも、あとはデジタルは我々人間が使う道具として考えていないと逆にそこにどっぷりハマつて判断します。

でも、あとはデジタルは我々人間が使う道具として考えていないと逆にそこにどっぷりハマつて判断します。

でも、あとはデジタルは我々人間が使う道具として考えていないと逆にそこにどっぷりハマつて判断します。

でも、あとはデジタルは我々人間が使う道具として考えていないと逆にそこにどっぷりハマつて判断します。

でも、あとはデジタルは我々人間が使う道具として考えていないと逆にそこにどっぷりハマつて判断します。



永井氏の手がけた人気の商業施設の一つ、南青山「T-PLACE」

断ができなくなるとか、情報過多でパニックになるとか、そういうことが起きると思いますよ。

**小坂** CGもそうですし、動画も重要なポントですね。そこら辺を割愛すると、デジタル化は進むけど使えないねとなってしまうのではと思います。

あくまで「デジタルは徹底的に使う」というのではなく、今の若い人はCG通りとか動画通りといふことで納得します。僕らはCGより動画よりいいものを作っている

ことは、CG通りとか動画通りといふことで納得します。僕らはCGより動画よりいいものを作っている

感動みたいなものは現場に行くともっとあり、素材の肌触りや匂いもある。

それに比べ、無味無臭のデジタルツールが表現した通りというの

感動みたいなものは現場に行くともっとあり、素材の肌触りや匂いもある。

そういう自負があるから、リアルのではと思います。

でも、あとはデジタルは我々人間が使う道具として考えていないと逆にそこにどっぷりハマつて判断します。

でも、あとはデジタルは我々人間が使う道具として考えていないと逆にそこにどっぷりハマつて判断します。

でも、あとはデジタルは我々人間が使う道具として考えていないと逆にそこにどっぷりハマつて判断します。

でも、あとはデジタルは我々人間が使う道具として考えていないと逆にそこにどっぷりハマつて判断します。

でも、あとはデジタルは我々人間が使う道具として考えていないと逆にそこにどっぷりハマつて判断します。

でも、あとはデジタルは我々人間が使う道具として考えていないと逆にそこにどっぷりハマつて判断します。

でも、あとはデジタルは我々人間が使う道具として考えていないと逆にそこにどっぷりハマつて判断します。

でも、あとはデジタルは我々人間が使う道具として考えていないと逆にそこにどっぷりハマつて判断します。

でも、あとはデジタルは我々人間が使う道具として考えていないと逆にそこにどっぷりハマつて判断します。

は結構、納得がいかないかな……（笑）。

**永井** 一番がつかりする結果にならぬかもしれませんね。

今の若い世代の人たちは、シミュレーション通りできたと安心早いけど、そうすると実はよりも納得します。僕らはCGより動画よりいいものを作っている

アルな空間が必要なくなってきたしまった。

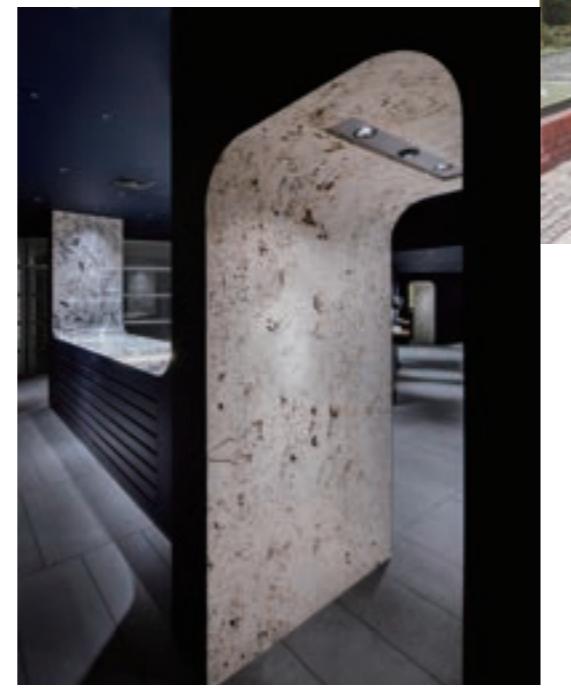
リアルはいつも感動する、研ぎ澄ましているはずなのに、その辺はお年寄り二人はもやもやしている部分もある……（笑）。海外の

新作アワードの作品を審査するときなど、どうみてもそれがリアルの写真じゃなくてCGだったりします。それを「CGより全然いいね」と言われるのがやっぱり我々の喜びであるわけです。

「ああ、CGのところで我々の感覚は終わってたのだな」って思つてしまふ。それを「CGより全然いいね」と言われるのがやっぱり我々の喜びであるわけです。

やはりCGは温かない、ハートがこもっていない、本物のリアルな環境からくるパワーや、快適な感じなどはCGなどでは作れませんからね。

**小坂** VRでは結構、空間を表現



松下産業株式会社の琉球石。  
沖縄の珊瑚礁に育まれた石灰岩。

世界はビジネスの形もどんどん変化して行きますが、僕らの業界はエンターテイメント業界とは異なり、リアルな空間の良さ、肌触り、地味さ、渋さも必要なで、むしろバーチャルでは表現しづらい世界であり、これらを上手く住み分けすることが大事かなと思います。

日本の素晴らしい技術を武器に世界に羽ばたけ

秋葉 ありがとうございます。そ  
れでは、「デジタル化ともリンクす  
る部分もある市場のグローバル化  
への展望についてお伺いしたいと  
思います。

日本

世界に羽ばたけ

世界はビジネスの形もどんどん変化して行きますが、僕らの業界はエンターテイメント業界とは異なり、リアルな空間の良さ、肌触り、地味さ、渋さも必要なで、むしろバーチャルでは表現しづらい世界であり、これらを上手く住み分けすることが大事かなと思います。

ソコンを使って作業し、ツールとしてのデジタルは皆さん使いこなしでリアルの方がいいと思いたい。例えればアニメ映画では、実際動いている人の身体の動きをスキャニングしてデジタル処理によるモーションキャプチャーチャーとして繊細な



小坂氏が2020年に手掛けた京都清水の「ザ・ホテル青龍」

株式会社トミタの仮想空間のショールーム



株式会社トミタの仮想空間のショールーム

富田 我々が得意としてきた壁紙でいうと、日本のマーケットの壁紙事情というものが、海外と全く異なっていて、国内市場では99%がビニールクロス、その内の7割が量産品という世界の中、もの作り自体が難しくなっています。インクを沢山使って手の込んだものや立体感があり重量のあるものなどは、内装制限にかかり日本では販売できませんが、海外では壁装材として販売できるという状況です。そんな中で今後、日本が世界に誇れる壁紙を作る技術を保持する取り組みをして行かないと、日本にとっての損失になるのではないかと危惧しています。それには、手をかけて作ったものを国内で使っていたきながら、それを工芸ではなく一つの確立した産業として育てないと魅力的な仕事として若い後継者が増えて行かないと思いませんね。

百田 会社では、まずセレクトの段階で石見本サンプルを提出したりすることがありますが、工場に入荷した材料をすべてスキャナ

秋葉 百田さんの会社ではメイカーとしてどのように取り組まれていますか。

富田 我々が得意としてきた壁紙でいうと、日本のマーケットの壁紙事情というものが、海外と全く異なっていて、国内市場では99%がビニールクロス、その内の7割が量産品という世界の中、もの作り自体が難しくなっています。インクを沢山使って手の込んだものや立体感があり重量のあるものなどは、内装制限にかかり日本では販売できませんが、海外では壁装材として販売できるという状況です。そんな中で今後、日本が世界に誇れる壁紙を作る技術を保持する取り組みをして行かないと、日本にとっての損失になるのではないかと危惧しています。それには、手をかけて作ったものを国内で使っていたきながら、それを工芸ではなく一つの確立した産業として育てないと魅力的な仕事として若い後継者が増えて行かないと思いませんね。

日本

世界に羽ばたけ

小坂 日本では消防法も厚みや重量に厳しいですからね。

永井 うちには今ホテルのプロジェクトに入っていますが、重量制限があるので全部シートにしなくてはいけない……。できれば本物を使いたいですよ。

日本

世界に羽ばたけ

富田 当社は以前から世界各国のトップメーカーとタイアップを

日本

世界に羽ばたけ

秋葉 ありがとうございます。そ  
れでは、「デジタル化ともリンクす  
る部分もある市場のグローバル化  
への展望についてお伺いしたいと  
思います。

日本

世界に羽ばたけ

日本

世界に羽ばたけ

日本

世界に羽ばたけ

日本

日本

</div



続けていて、輸入経験も長いので、無理を聞いてもらえるような海外とのコネクションがあります。こ

ういう繋がりは将来の為にも大事にしたいです。

**永井** グローバル化という話をす

る中で、今やマーケットの中心はデザインも含めて、「世界」ですよ。

やはりもつともつと世界マーケットに向けて日本の素晴らしい建材を積極的に売り込んでいく必要があります。但し、日本のメーカーの問題は色や柄のバリエーションが少ない、売れるものしか作らないから。

それに比べイタリアやアメリカのメーカーなどは、色やテクスチャーのバリエーションを驚くほど膨大に用意しています。それは自社の製品が世界で消費される可能性に賭けているからです。

**百田** グローバル化でやってみたことは「国産石」を海外に売り込もうと思い、中国のマーケットに持つて行ったのですが、気に入つてもらえたものの、プロジェクトが大き過ぎて産出量が間に合わず断念したことがあります。

今後は国産石を、外装材として大量に販売するというより、家具などの価値あるものに加工して海外に持つて行くなどを考えていま

す。そういう情報発信もやって行きたいですね。

**小坂** 日本にはいい石がありますよね。日本人のデザイナーにまず日本の素材の良さをもう一回経験させなきゃいけない。あとは海外のデザイナーさんにPRするとか。

**永井** 知らないから使わないというケースがすごく多い。我々でも「なんだよ、こんなのがあったのか、この年になって知らない石があつたなんて……（笑）」ということも多くあります。

今日みたいな話はすごく大事で、そこで問題点も抱えている、困っているところもある。メーカーさんはメーカーさんでそれなりに困っていることがあって、それらを合体させたときに、「ああ、なるほどね」という結論が出るかも

しないし、「じゃあ、ちょっと大変そうだけどやってみようかな」ということもあるかもしれないし、こういうネットワークというかコミュニケーション、これはすごく大事だと思いますね。ウェブ上で多いけど、こうしてフェイス-toフェイスで血の通った者同士が話すというのはすごく感じるものが

あります。

**小坂** 日本において、ホテルを新

一環で「イーストギャザリング」という、香港、台湾などアジアのインテリアデザイナーと建築家の間でネットワークを作り、若い方達のプレゼンテーションなどの交流を、年1回くらいのペースでやっています。

**百田** 今回はお二人に、日本の石の良さを海外に伝えていくため、日本の石は海外にとって魅力を感じるのか、どのように思われているのかなどについて、ぜひアドバイスをお伺いしたいのですが。

**小坂** 僕は「STONES」を見て、素晴らしいと思いました。みんなに小さな店舗で石の可能性を発信されている、新しく素晴らしい拠点を作られていますね。

**百田** これは、夢みたいな話なのですが、「STONES」ニューヨーク」を出してみたいなど、そこで日本の国産の石が展示できるようになれば、いいかなと思っています。

**永井** いいですね、全然、夢の話ではないと思いますよ。天然素材など、本当に日本の素材は今がすごいチャンスです。その時代が求めている背景と我々が作ってきたものがすごくマッチしています。サステナブルが主流の今、どこに出しても最強だと思います。



**永井** JCDでもグローバル化の一環で「イーストギャザリング」

という、香港、台湾などアジアのインテリアデザイナーと建築家の間でネットワークを作り、若い方達のプレゼンテーションなどの交流を、年1回くらいのペースでやっています。

**百田** 今日はお二人に、日本の石の良さを海外に伝えていくため、日本の石は海外にとって魅力を感じるのか、どのように思われているのかなどについて、ぜひアドバイスをお伺いしたいのですが。

**小坂** 僕は「STONES」を見て、素

続けていて、輸入経験も長いので、無理を聞いてもらえるような海外とのコネクションがあります。こ

ういう繋がりは将来の為にも大事にしたいです。

**永井** グローバル化という話をす

る中で、今やマーケットの中心は

デザインも含めて、「世界」ですよ。

やはりもつともつと世界マーケット

に向けて日本の素晴らしい建材を積極的に売り込んでいく必要が

あります。但し、日本のメーカーの問題は色や柄のバリエーションが少

ない、売れるものしか作らないから。

それに比べイタリアやアメリカのメーカーなどは、色やテクスチャーのバリエーションを驚くほど膨大に用意しています。それは

メーカーとしてのプライドであり、自社の製品が世界で消費される可能性に賭けているからです。

**百田** グローバル化でやってみた

ことは「国産石」を海外に売り込

もうと思い、中国のマーケットに持つて行ったのですが、気に入つてもらえたものの、プロジェクトが大き過ぎて産出量が間に合わず断念したことがあります。

今後は国産石を、外装材として

大量に販売するというより、家具などの価値あるものに加工して海外に持つて行くなどを考えていま

す。そういう情報発信もやって行



きたいですね。

**小坂** 日本にはいい石がありますよね。日本人のデザイナーにまず日本の素材の良さをもう一回経験させなきゃいけない。あとは海外のデザイナーさんにPRするとか。

**永井** 知らないから使わないとい

うケースがすごく多い。我々でも「なんだよ、こんなのがあったのか、この年になつて知らない石があつたなんて……（笑）」ということ多くあります。

今日みたいな話はすごく大事で、そこで問題点も抱えている、困っているところもある。メーカーさんはメーカーさんでそれなりに困っていることがあって、それらを合体させたときに、「ああ、なるほどね」という結論が出るかも

あります。

で、やはり我々日々デザインをし

て、そこで問題点も抱えている、困っているところもある。メーカーさんはメーカーさんでそれなりに困っていることがあって、それらを合体させたときに、「ああ、なるほどね」という結論が出るかも

あります。

で、やはり我々日々デザインをし

て、そこで問題点も抱えている、困っているところもある。メーカーさんはメーカーさんでそれなりに困っていることがあって、それらを合体させたときに、「ああ、なるほどね」という結論が出るかも

あります。

**小坂** 肝心なのは僕らがやってい

る仕事が、次世代に刺激を与え、

デザイナーの人人がどんどん増えてくることですね。

**永井** 未来のデザイナー達に、こ

の仕事が単に辛くて大変な仕事で

いる仕事が、次世代に刺激を与え、

デザイナーの人人がどんどん増えてくることですね。

**百田** 肝心なのは僕らがやってい

る仕事が、次世代に刺激を与え、

デザイナーの人人がどんどん増えてくることですね。

環境が整っていますから、一人でやるのではなく、色々な人たちがコラボレーションすることが大事ですね。

**小坂** 肝心なのは僕らがやってい

る仕事が、次世代に刺激を与え、

デザイナーの人人がどんどん増えてくることですね。

**永井** 未来のデザイナー達に、こ

の仕事が単に辛くて大変な仕事で

いる仕事が、次世代に刺激を与え、

デザイナーの人人がどんどん増えてくることですね。

**百田** 肝心なのは僕らがやってい

る仕事が、次世代に刺激を与え、

デザイナーの人人がどんどん増えてくることですね。

はなく、夢を実現できるすごいことなのだと伝えて行く必要があります。また、それに見合う対価もきちんとあり、サクセストリー

を体感できる仕事なのだとね。

**富田** 商品開発においては職人さ

ん達に、我々のアイデアや作りた

いものをあれこれ試作してもらつたりしながら進めています。

**百田** サクセストリー

はなく、夢を実現できるすごいことなのだと伝えて行く必要があります。また、それに見合う対価もきちんとあり、サクセストリー

を体感できる仕事なのだとね。

**富田** やはり世界の人たちとお

付き合いしていると日本での価値観と少し違う部分を感じます。商品の価値はそれにまつわるストーリーなど様々な要素を理解した上で安い、高いを判断するものだと思います。安いけれどそれが世界の人たちとお

付き合っていると日本での価値

も含め、建築とデザインのサイクルが短くなつて行く傾向があります。そこはやはり文化伝統の継承

ということを意識し、構築して行かなければならぬのでは、と思

うだと思っています。

**永井** いいですね、全然、夢の話ではないと思いますよ。天然素材など、本当に日本の素材は今がすご

いチャンスです。その時代が求めている背景と我々が作ってきたものがすごくマッチしています。サ

ステナブルが主流の今、どこに

出しても最強だと思います。

**小坂** やはり僕は若い世代に、様々

な産業を背負つているこの空間デザイントリックなど実感してもらいたいです。そして、日本の素晴ら

しい技術と建材、それをうまく武器にして、世界に羽ばたいてほしいですね。

**百田** うちの会社で言えば、石と

いう素材をもつて、永久的に形が残る作品という喜びを、社員に感じて欲しく思います。

**永井** 物も人も一緒に、時間とど

り、使ううちにだんだん深い味わいが出て来るの方方に価値を感じるという判断をしてもらえば良いと思います。

**百田** うちの会社で言えば、石と

いう素材をもつて、永久的に形が残る作品という喜びを、社員に感じて欲しく思います。

**永井** 物も人も一緒に、時間とどり、時間と吸収してだんだん良くなつてきます。

**百田** うちの会社で言えば、石と

いう素材をもつて、永久的に形が残る作品という喜びを、社員に感じて欲しく思います。

**永井** 物も人も一緒に、時間とどり、時間と吸収してだんだん良くなつてきます。

建物でも、作り手は常に100

年経過しても益々味が出て良くなつてきます。時間と吸収してだんだん良くなつてきます。

という確信を持ちながら作って

いるのですが、昨今はインテリア



[取材]  
秋葉 早紀 (あきは・さき)  
建材ナビ広報担当  
二級建築士  
第一線で活躍されている皆さまから、未来に向けてこの場でしか聞けない貴重なお話を伺うことができました。デジタル化やグローバル化などへの取り組みから生まれる出会いや感動を今後どのように伝えて行くかなどを改めて考えさせられました。

秋葉 皆さま本日は本当に有難うございました。

図面では描けないものを描く—それが私流デザインинг。

**デザイナーの範疇を決めないことで広がる可能性**を求めて。



# 折原美紀

株式会社 ODO  
代表取締役／Designer

## PROFILE

(おりはら・みき)  
1993 設計施工、有限会社デザインオークに入社  
経理を担当しながらデザイン設計実務を行う  
1996 仙台拠点に個人事務所アートフォルム設立  
1998 友人2人と共に、株式会社アートフォルムに法人化  
2007 東京オフィスを立ち上げ単身責任者として赴任  
一から営業活動を行ない、新規顧客開拓を続ける  
2011 株式会社アートフォルムを退社し、  
oriharamiki design office を設立  
2015 株式会社 orihamiki design office に法人化  
2023 株式会社 ODO（オド）へ社名変更  
現在に至る

## 株式会社 ODO

東京都港区港南  
4-1-10 リバージュ品川 704  
03-6451-4568



JCD（日本商環境デザイン協会）理事であるデザイナー、折原美紀さんは、レジマーーホテルを始め様々な商業施設において、斬新でありながらどこかハートフルな温かさを感じさせる空間デザインを得意とする。また、JCDでは「交流委員会」の委員長として主に女性デザイナー、建築家同士のトークイベントやパーティーの開催などの相互交流を図る折原さんに、女性が輝いて活躍できる秘訣を伝授していただこうとお話を伺いました。

当時は娘が小さかったので登米市で両親と一緒に住んでおり、仙台まで80キロという道のりを、車で通っていました。朝4時半起き、家に帰るのは深夜1時頃になるという生活を2年半ほど続けました。その後もいろいろ経余曲折を経て、仙台から東京に来たのは2007年（前会社の時）、その後2011年に2度目の独立を果たしました。JCDとは仙台時代からなので30年近いお付き合いです。東北の副支部長

ん。本当に銀行員が嫌で嫌で仕方がなくて……（笑）。そこで結婚したのを機に銀行を退職、やがて子どもが生まれたのですがその後諸事情で離婚することになりました。その際、子どもを健やかに育てるためにも、今後は絶対に好きな仕事を選ぼうと決心しました。元々絵を描くことなどは好きだったので、様々な縁による巡り合わせを経て、仙台にある設計事務所で経理の仕事をしつつデザインを勉強するという形で、デザイナーへの道をスタートすることになりました。

当時は娘が小さかったので登米市で両親と一緒に住んでおり、仙台まで80キロという道のりを、車で通っていました。朝4時半起き、家に帰るのは深夜1時頃になるという生活を2年半ほど続けました。

その後もいろいろ経余曲折を経て、仙台から東京に来たのは2007年（前会社の時）、その後2011年に2度目の独立を果たしました。JCDとは仙台時代からなので30年近いお付き合いです。東北の副支部長

長谷部 折原先生は現在、建築デザイナーとして様々なジャンルで素晴らしい活躍をされていますが、銀行員からの転職と伺いました。異業種への転職を決められたきっかけや、転職にまつわるエピソードなどをぜひお聞かせください。

そうなんです、異業種中の異業種への転職ですから、それまで図面も描いたことがなく、専門学校にも行っていませんが、好きだから飛び込めた、異業種からの「華麗なる転身」

## INTERVIEWER

【取材】  
長谷部 沙織（はせべ・さおり）  
建材ナビ広報担当  
建築・建材メディアサイト「建材ナビ」の事務局リーダー兼広報担当。温かみのあるコミュニケーションをモットーに、メディアサイトの強みを生かし、日々お客様のサポート業務に注力。広報担当として女性建築家やデザイナーなど、ご活躍中の方々にインタビューを行っている。



となつて交流会などを通じてJCJDの皆さんとも仲良くさせていただくなつたというわけです。

レジャー産業でも花開く「ホスピタリティ・マインド」

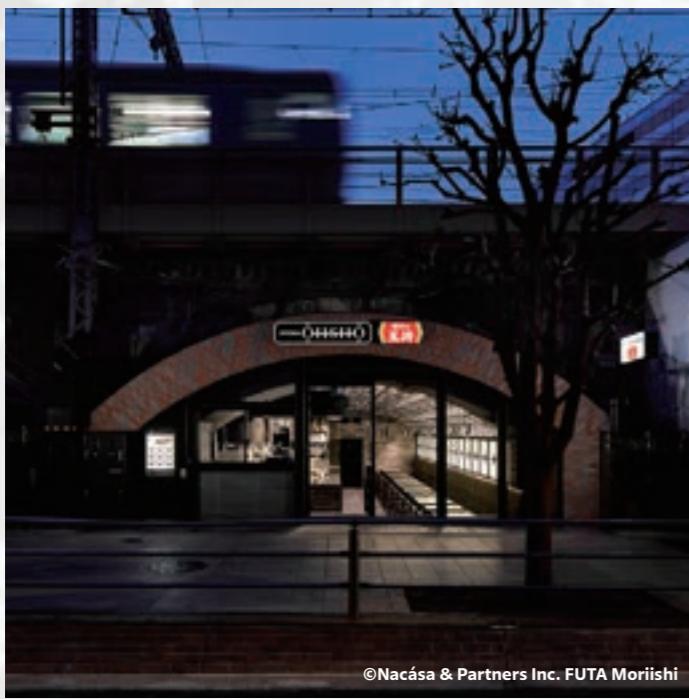
好きな仕事だから乗り越えられたのですね。ところで、折原先生はレジャーホテルを始め、バー・やキャバクラなどいわゆるレジャー産業と呼ばれる形態の商業施設の「デザインを多く手掛けられていますね。」

折原 レジャーホテルを手掛けようになつたきっかけは、私が最初に独立した時の会社からのデザイン依頼でした。私はもう全く知識もないし、どういう造りのかも分からずで、手探りで何とかやるわけです。で、そうするとレジャーホテルというものは知れば知るほど不思議な業態であり、普通のホテルが1日1回転なのに、料金体系が休憩料金と合わせて3回転とか4回転するわけですね。するといかに短い時間でお掃除を綺麗に済ませるか、あるいは接

が最も重要なのは、手前の一歩が上げられるように、手前の1段は上げて、またがが深くならないように入るなど、ハードのデザインの力で、立ち振る舞いを変えることができるのではないかと考えました。喧嘩しているカップルでも、仲直りして、「ここ良かったな」と帰ることが理想だなど。

また、各部屋が全部デザインが違うのも、同じホテルに何回も来てくれるきっかけになるなど、リピート率を高める効果が生まれ、もちろんその分売り上げも上がります。それが戦略的に、もし全部の部屋をコンプリートできたら、1泊宿泊がタダですなど、そういうものの仕掛けもでき、色々なことを工夫していくとさらに売り上げを上げることができますからね。

## 駅のコンコースを想像させる GYOZA OHSHO 有楽町国際フォーラム口店



©Nacasa & Partners Inc. FUTA Moriishi

JR 有楽町駅高架下という情緒ある特殊案件。馴染みのある従来からのロゴと新たな顧客層を意識した新ロゴが並ぶ。



©Nacasa & Partners Inc. FUTA Moriishi

R形状の天井をレトロアイコンで製作した「特注光造作」や「煉瓦」などを多用。「ジャバニーズレトロ」を感じさせる空間となっている。

餃子の「王将」に  
新たなストーリーが誕生

長谷部 デザインだけでなく、そうした経営的な戦略も考慮に入れたプランニングもされているのですね。「王将」さんの場合はどのような経緯で手掛けることになつたのでしょうか。

折原 王将の社長（渡辺社長）は売り上げはずっと順調だが、女性客が足りないということに危機感を覚えている。新店舗には女性に対してのアプリケーションが必要ということで、女性のデザイナーに依頼したいというご意向でした。私は業者さんからのたまたまのご紹介で、

社長と出会い結果的にお仕事の依頼をいただきました。根強い従来からの王将ファンの反感を買わないために、私は新たに創る店舗のターゲットになる顧客層を女性層とリッチ層に絞り、それに合わせてロゴを変えるご提案もしたのです

SNSで話題となり、テレビ局が、最初は社長から反対されま

した。それはそうですね、ずっと長年守り続けたロゴですから。でも全て違う店を作る必要性を感じていたので、根気強く提案し続けたのです。最後には新しくデザインしたロゴを使うことに同意していただきました。それが、意外にもオープンの前にSNSで話題となり、テレビ局

の取材が押し寄せるまでに話題になつたのです。本当にたくさんの泣き、笑いがありましたね（笑）。

新店舗に関しては、社員教育を含めた運営のプロデュースの全てを引き受けましたので、スタッフには単価アップに対応した接客技術の向上を目指しても

客をしないで、どれだけホスピタリティを感じさせるかななど、スタッフさんにとつても、より機能的な動線が必要になってきます。



HOTEL NUQU 111 雨帶 (コンセプトカラー：藍色)

雨傘をさしている女性のイメージから着想し、オリジナルでグラフィックを作成し浮世絵風に表現。このグラフィックを空間デザインに取り込む表現方法は折原氏のテクニックの一つ。多彩な帯柄は天井と壁をつないでおり、ライティングを使用することでラインが強調されている。



鈴 京都宮川筋 hitotose 種 -Aki- (リビング)

露天風呂と一体になったリビングスペース。壁面は和紙+左官のテクスチャー。  
敢えて間接照明は使わず、宮川町の雰囲気と寄り添うように、直接光のペンダントを採用。



鈴 京都宮川筋 hitotose 種 -Aki- (主寝室)

鴨川沿いの柳の木がテーマの室内。床、壁、天井、全て和紙貼り。  
壁面には和紙で作ったこよりの柳がしつらわれている。

らうため、立ち居振る舞いなどを含めた細かい指導まで行いました。

先生の活動範囲は日本全国に渡ると伺いましたが、アクティブに働く女性は相当タフでなければ務まりませんよね（笑）。

折原 そうですね、例えばレジャーは日本全国、津々浦々ありますから、現場が始まると、秋田、新潟、出雲、長崎、名古屋などの地方へほぼ日帰りで出張に出かけるというハードなスケジュールになってしまいます。

うちの会社には結婚して子どもがいるスタッフが2人いるのですが、やはり働く女性は出産や子育ての間は休みを取らなくてはならない期間があります。それでも仕事を辞めないで続けることが重要で、常に仕事が好きだという気持ちを持ち続けていれば何とかなるはずです。あとは、子育てをしながら働く女

を

はなく、1週間のタスクにして

いるので、「今週何を、金曜日までに何をします」というのをみんなでシェアしています。今日は子どもの参観日なので半日休みます、などというのは自由にし、無理なく頑張れる土壌を作っているのが会社の役目だと思っていますから。

長谷部 デザイナーとして折原

先生の活動範囲は日本全国に渡ると伺いましたが、アクティブに働く女性は相当タフでなければ務まりませんよね（笑）。

折原 そうですね、例えばレジャーは日本全国、津々浦々ありますから、現場が始まると、秋田、新潟、出雲、長崎、名古屋などの地方へほぼ日帰りで出張に出かけるというハードなスケ

ジュールになってしまします。

うちの会社には結婚して子

どもがいるスタッフが2人いる

のですが、やはり働く女性は出

産や子育ての間は休みを取らな

くてはならない期間があります。

それでも仕事を辞めないで続け

ることができます。これが重要な

ことですね。

折原 そうですね。私自身子育

てとの両立に苦労しました。ま

た、早いうちからこの道を志して

勉強をしてきたスキルのある女

性が、この業界の労働環境のせい

で辞めざるを得ないというよう

な状況を変えていきたいのです。

とにかく何としても仕事を続

けるという強い気持ちと、この仕

事が好きですという気持ちを忘

れないとおもいます。

長谷部 女性にとっては素晴らしい職場環境ですね。

折原 そうですね。私自身子育

てとの両立に苦労しました。ま

た、早いうちからこの道を志して

勉強をしてきたスキルのある女

性が、この業界の労働環境のせい

で辞めざるを得ないというよう

な状況を変えていきたいのです。

とにかく何としても仕事を続

けるという強い気持ちと、この仕

事が好きですという気持ちを忘

れないとおもいます。

長谷部 女性にとっては素晴らしい職場環境ですね。

折原 そうですね。私自身子育

てとの両立に苦労しました。ま

た、早いうちからこの道を志して

勉強をしてきたスキルのある女

性が、この業界の労働環境のせい

で辞めざるを得ないというよう

な状況を変えていきたいのです。

とにかく何としても仕事を続

けるという強い気持ちと、この仕

事が好きですという気持ちを忘

れないとおもいます。

長谷部 女性にとっては素晴らしい職場環境ですね。

折原 そうですね。私自身子育

てとの両立に苦労しました。ま

た、早いうちからこの道を志して

勉強をしてきたスキルのある女

性が、この業界の労働環境のせい

で辞めざるを得ないというよう

な状況を変えていきたいのです。

とにかく何としても仕事を続

けるという強い気持ちと、この仕

事が好きですという気持ちを忘

れないとおもいます。

長谷部 女性にとっては素晴らしい職場環境ですね。

折原 そうですね。私自身子育

てとの両立に苦労しました。ま

た、早いうちからこの道を志して

勉強をしてきたスキルのある女

性が、この業界の労働環境のせい

で辞めざるを得ないというよう

な状況を変えていきたいのです。

とにかく何としても仕事を続

けるという強い気持ちと、この仕

事が好きですという気持ちを忘

れないとおもいます。

長谷部 女性にとっては素晴らしい職場環境ですね。

折原 そうですね。私自身子育

てとの両立に苦労しました。ま

た、早いうちからこの道を志して

勉強をしてきたスキルのある女

性が、この業界の労働環境のせい

で辞めざるを得ないというよう

な状況を変えていきたいのです。

とにかく何としても仕事を続

けるという強い気持ちと、この仕

事が好きですという気持ちを忘

れないとおもいます。

長谷部 女性にとっては素晴らしい職場環境ですね。

折原 そうですね。私自身子育

てとの両立に苦労しました。ま

た、早いうちからこの道を志して

勉強をしてきたスキルのある女

性が、この業界の労働環境のせい

で辞めざるを得ないというよう

な状況を変えていきたいのです。

とにかく何としても仕事を続

けるという強い気持ちと、この仕

事が好きですという気持ちを忘

れないとおもいます。

長谷部 女性にとっては素晴らしい職場環境ですね。

折原 そうですね。私自身子育

てとの両立に苦労しました。ま

た、早いうちからこの道を志して

勉強をしてきたスキルのある女

性が、この業界の労働環境のせい

で辞めざるを得ないというよう

な状況を変えていきたいのです。

とにかく何としても仕事を続

けるという強い気持ちと、この仕

事が好きですという気持ちを忘

れないとおもいます。

長谷部 女性にとっては素晴らしい職場環境ですね。

折原 そうですね。私自身子育

てとの両立に苦労しました。ま

た、早いうちからこの道を志して

勉強をしてきたスキルのある女

性が、この業界の労働環境のせい

で辞めざるを得ないというよう

な状況を変えていきたいのです。

とにかく何としても仕事を続

けるという強い気持ちと、この仕

事が好きですという気持ちを忘

れないとおもいます。

長谷部 女性にとっては素晴らしい職場環境ですね。

折原 そうですね。私自身子育

てとの両立に苦労しました。ま

た、早いうちからこの道を志して

勉強をしてきたスキルのある女

性が、この業界の労働環境のせい

で辞めざるを得ないというよう

な状況を変えていきたいのです。

とにかく何としても仕事を続

けるという強い気持ちと、この仕

事が好きですという気持ちを忘

れないとおもいます。

長谷部 女性にとっては素晴らしい職場環境ですね。

折原 そうですね。私自身子育

てとの両立に苦労しました。ま

た、早いうちからこの道を志して

勉強をしてきたスキルのある女

性が、この業界の労働環境のせい

で辞めざるを得ないというよう

な状況を変えていきたいのです。

とにかく何としても仕事を続

けるという強い気持ちと、この仕

事が好きですという気持ちを忘

れないとおもいます。

長谷部 女性にとっては素晴らしい職場環境ですね。

折原 そうですね。私自身子育

てとの両立に苦労しました。ま

た、早いうちからこの道を志して

勉強をしてきたスキルのある女

性が、この業界の労働環境のせい

で辞めざるを得ないというよう

な状況を変えていきたいのです。

とにかく何としても仕事を続

けるという強い気持ちと、この仕

事が好きですという気持ちを忘

れないとおもいます。

長谷部 女性にとっては素晴らしい職場環境ですね。

# 出会いと創造

メーカーと建築家の  
ジョイントプロジェクト

建築家と建材メーカーはどのようにしてマッチングに至ったか。プロジェクトはどう完結したか。建材ナビを通じて知り合った、建築家と建材メーカーの両者にインタビュー。知り合ったいきさつ、施工案件の内容、施工のコンセプト、材料の選定と提供など、現場のリアルをたっぷり語って頂きました。建材ナビのインタビューコンテンツ「すまいリング」でも同時紹介しています。



PRODUCT

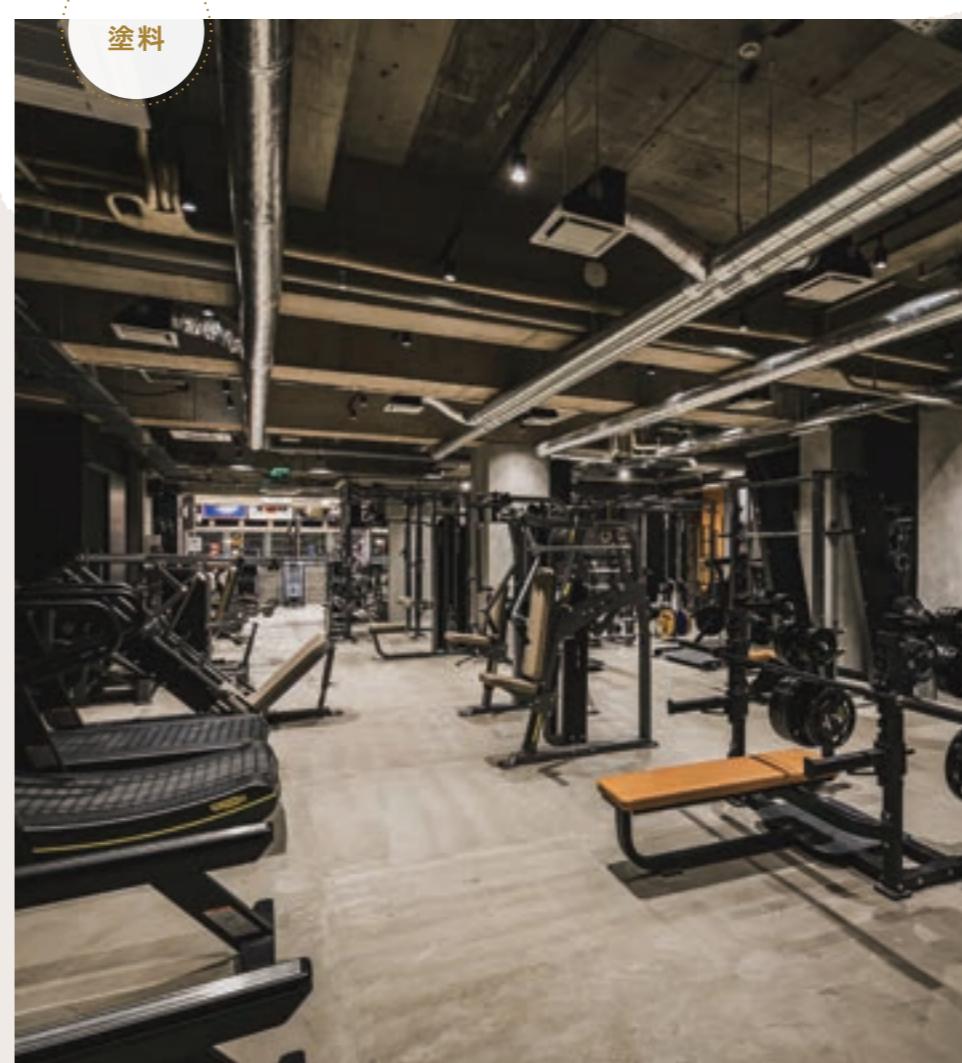
照明

VOL. 17

柴田秀喜接骨院 × 株式会社日昇緑化研究所

コロナウイルス不活化の試験済み  
除菌・消臭・防カビ・抗ウイルス効果  
点灯するだけで空間除菌する省エネ照明

成元年開業の柴田秀喜接骨院は、多くの患者さんから「痛みが和らぐ」「来るだけで癒される」と評価をいただく地域密着型の治療院です。コロナ禍において、何より来院する患者さんの安心と安全を守る対策を考えた時に出会った製品が、日昇緑化研究所の「アイセーブ抗菌CCFL照明」という、点灯するだけで除菌、消臭、抗ウイルスなどの効果のある照明。柴田院長は早速、製品の詳細について発売元の日昇緑化研究所に問い合わせた結果、導入を決定。その際の具体的な決め手や、その後の効果、使い心地などについて、柴田院長と本庄社長にお話を伺いました。



PRODUCT

塗料

「人と環境を豊かに」という共通コンセプトから生まれた快適空間。  
呼吸引起から抗酸化する  
自然由来室内塗料「ナチュリアコート」

クレイジーピー × 株式会社幸和

闇技初心者からプロのアスリートまで、トレーニングやシェイプアップが可能なKRAZYBEE（クレイジーピー）は、格闘家 山本KID徳郁氏が設立した総合格闘技ジム。人と環境を豊かにという共通テーマで、リニューアル工事に使われた塗料が、株式会社幸和が独自に開発、製造する抗酸化室内塗料「ナチュリアコート」。空気もリフォームするという画期的な本製品が、ジムのリニューアルで採用されるに至ったプロセスについて、佐瀬氏と角田氏の両代表に語っていただきました。

## 「人と環境を豊かに」 という共通コンセプトから生まれた快適空間。 呼吸から抗酸化する 自然由来室内塗料「ナチュリアコート」

クレイジービー  
健康にまつわる全ての  
カテゴリーが完結する、  
トレーニングジムが  
リニューアルオープン

我々が常に大事にしている事  
は、「お客様やアスリートがより  
良い環境でトレーニングと向き  
合える場を提供する」という事

です。そのため弊社では、最  
新のフィットネスマシンと年齢  
問わず身体の柔軟性を向上させ  
ることが可能なコンディショニ  
ングマシンを導入し、サウナや  
チラーを搭載した水風呂を完  
備しました。  
さらに、カフェレストランを  
併設し、お客様がこのジムだけ

で健康にまつわる全てのカテゴ  
リーを完結させることが出来る  
施設として2022年11月1日  
にリニューアルオープンをいた  
しました。

「人と環境を豊かに」という  
共通のキーワードが結んだ、  
製品メーカーとの出会い  
「抗酸化塗料」の導入後、  
お客様より「満足のお声」  
をいただきました

そんな中で、建材ナビを通じ  
て幸和様の「ナチュリアコート」  
の存在を知り、「錆びた身体を  
甦らせ、あなたの健康を守る植  
物由来の室内塗料」のワードに  
非常に興味を持った事がきっかけ  
で、すぐさまコンタクトをと  
させていただきました。

環境問題にも積極的に取り組  
まれている企業様で、角田代表  
と担当の森田さんも非常に人柄  
がよく熱意のあるお二人でした  
ので、安心して導入を決めるこ  
とが出来ました。事業内容や  
立場は違えど、「人と環境を豊  
かに」という目指す方向や目  
標には非常に共感する部分が  
多くあつた事が印象的でした。

会員様には施工する以前から  
効果を説明する機会が多くあり  
まして、それもあってか「疲れ  
にくくなつたかも」「呼吸がし  
やすくなつた気が」「動きやす  
い気が」といったお声をいただき  
ました。また、これが副産物的効果かもしれません  
が、「汗などの臭いが気にな  
らなくなつた」という期待以上  
のお声をいただき、この商品の  
導入がプラスに働いたことを確  
信しました。

商品との出会いから始まる、  
貴重な交流の輪

今回のように「ナチュリアコ  
ート」という素晴らしい商品との  
出会いももちろんですが、それ  
以上に商品を通じて、幸和様の  
ような素晴らしい取り組みを  
されている方々とつながりをも  
てる事も大きな魅力だと感じ  
ます。今回の導入に限らず、今  
後も幸和様とは色々な取り組  
みをしていきたいと思います。



1 YAMAMOTO SPORTS ACADEMY (YSA) カフェ  
スペースでの角田氏(左)と佐瀬氏(右)での対談。  
YSAは、故山本“KID”徳郁が立ち上げた格闘家  
集団クレイジービーのトレーニングジムで東京  
都大田区馬込が本拠地。

2 リングエリア。K-1はもちろんのこと、RIZIN・  
RISEなどのリングを戦場とする競技も多く、  
全ての格闘技に対応できることを目的として  
導入されている。

3 YAMAMOTO SPORTS ACADEMY (YSA) の外観。  
国内外問わず、一流の舞台で活躍する格闘家や、  
山本“KID”徳郁のもとに集まった次世代の若手  
選手を筆頭に、多くの格闘家達が YAMAMOTO  
SPORTS ACADEMY で練習に励んでいる。

株式会社幸和  
身体の酸化から  
選手を守ることは、  
選手生命の延長につながる

今回、クレイジービー様に採  
用された製品は、弊社が開発し、  
製造・販売をおこなっている抗  
酸化室内塗料「ナチュリアコー  
ト」で、マットスペースの壁と  
天井を施工し、抗酸化空間を作  
りました。実際の工事に関して  
は、選手の練習時間や利用者の  
利用時間が決まっている為、夜  
間施工でお願いしたいとの要  
望がありました。

クレイジービー様には沢山  
の格闘技選手が所属している  
為、代表の佐瀬さんは、「ジム  
利用が決まっている」との要  
望がありました。

内を少しでも選手生命が伸ばせ  
るような空間にすることはでき  
ないか?」と模索していたとこ  
ろ、建材ナビにて弊社の「ナチュ  
リアコート」を見つけ、「身体  
の酸化から選手を守れば選手生  
命の延伸につながる」とご評価  
いただき、本製品の採用に至り  
ました。

身体の酸化（錆び）は、呼吸  
の際に吸った酸素の153%が  
変化した「活性酸素」によつ  
て、身体を守る「抗酸化空間」を創出

者やアスリートなどは、より酸  
化しやすい身体となっています。  
その為、空間全体が抗酸化空間  
になれば、その空間において呼吸  
をするだけで身体の酸化を防ぐ  
効果をもたらします。

格闘技ジムとして技術や精神  
の研鑽はもちろん、所属する選  
手やジム利用者の身体を酸化か  
ら守り、身体に直接アプローチ  
したい、という佐瀬代表の想い  
が非常に心に残っております。

弊社が経営者さまに向けて  
行っている「オフィスで働く社  
員に健康空間を」という構想  
をさらに広めていきたいと思いま  
す。

元來、人間も自然の一部です。  
ケミカルに頼るだけでなく、でき  
る限り自然から創り出し人々の  
健康寿命を延ばす一助となるよ  
うな製品を提供してまいります。

株式会社幸和  
東京都町田市小野路町 45-7 KOWA BLDG.  
※令和6年3月より新本社へ移転しました  
0120-031-475



角田和幸 取締役社長

シックハウス症候群やアレルギーの増加原因の一つと  
言われている現代の建築建材に疑問を呈し、「ナチュ  
リアコート」をはじめとする「抗酸化」に特化した建  
築資材や雑貨等を研究開発し、販売・卸をおこなう。

クレイジービー(株式会社YSA)  
東京都大田区中馬込 2-8-1  
日経エスプラナード1階  
03-5742-2906



佐瀬裕介 代表取締役社長

某有名人ソノナルトレーニングジムにて多くの著名人  
や経営者等のセッションを担当。伝説の格闘家と言わ  
れた故 山本“KID”徳郁氏が立ち上げた国内最大級の格  
闘技型 24h FITNESS GYM「YSA」を引き継ぎ代表に就任。

株式会社日昇緑化研究所 × 柴田秀喜接骨院

コロナウイルス不活化の試験済み

## 除菌・消臭・防カビ・抗ウイルス効果 点灯するだけで空間除菌する省エネ照明



順調に工事まで進むことが出来、早々に設置できたことに安堵しております。

コロナ禍の状況下から今日に至るまで営業を続けておりますが、これまで当院に通院している患者さんからコロナウイルスに感染した方がおらず、接骨院を続けてこられているのは、このアイセーブ抗菌CCFL照明を設置したからだと思っています。

**LED光源では実現できなかつたCCFL照明の空間除菌効果とは**

CCFL + 光触媒とナノシリバーの優れたパワーが別々同時に働くことによってその空間が除菌されます。この現象はCCFL

LED照明は、直線性の強い光は、照射物に影が強くできやすく、視認性がよくない。

- LED照明は、配光が広く均一で回り込むので影が自然につき視界が良好。
- CCFL照明には、電球タイプ、蛍光灯タイプ、ダウントライトタイプがあります。

### 接骨院様に導入後に、 抗菌照明が果たした役割

富山県高岡市の柴田接骨院にて。  
アイセーブ抗菌CCFLを通じた出会いについて本庄氏と柴田氏に語って頂きました。



コロナ対策をお探し中だった  
柴田接骨院様は、建材ナビの

新型コロナウイルス感染症の  
5類感染症移行後、抗菌照明に  
興味をお持ちいただくお客様が  
減ってきてしまっています。良い  
商品なだけになんとか打開し  
たいと思っています。

現在は、常緑キリンソウ袋方  
式に注力している状況です。常

当院は平成元年に開業し、地域密着のサービスを提供する接骨院です。明るい治療院を目指し、地元の方にも寄り合いで場所として知られています。「来るだけで癒され、痛みが和らぐ接骨院」として数多くの患者さんに受け入れられています。

今回、当接骨院で「アイセーブ抗菌CCFL照明」を導入するタイミングとしては、まさにコロナ禍の最中でした。当院ももちろんですが、接客サービスを行っている方は感染対策を講じる必要があり、この時期非常に苦労したと思います。密になる空間をどのような形で「安心できる空間」にするかを検討した結果、コロナ感染しない方法のひとつとしてこの照明の導入を決めました。

この製品と出会ったのは、当院に出入りしている業者さんが紹介で知った、建材ナビの製品紹介ページでした。実際にサイトを覗いてみて、検討したい製品へ直ぐにたどり着くことができたので、良いサイトを教えてもらつたと考えています。製品を取り扱っている日昇緑化研究所様にも色々と相談に乗って頂き、製品の検討から

**柴田秀喜接骨院**  
コロナ禍において、  
患者さんが安心して通院  
できる環境の構築を模索



株式会社日昇緑化研究所  
東京都昭島市  
中神町1315-28  
042-519-1350



本庄祐一 代表取締役

常に大事にしている想いは、失敗を恐れず常に新しい事にチャレンジし、出会いを大切に、頼まれた事には一生懸命とりかかってお客様に喜んでいたたく仕事をすることです。



新たな時代に  
適応する解決策を、  
多様な選択肢から

# MANUFACTURER

プラス思考になれる空間、  
日常空間にこそ使ってほしい、  
よく効く吸音材料を提供

株式会社ビベル

建材メーカーのこと、建材業界のこと、製品はどのように生まれるのか、施工実績がどのように社会に影響を与えるのか、ものづくり企業としての、苦労や喜びなどの想いをたっぷり語っていただきました。

建材メーカーへのインタビューは、建材ナビのインタビューコンテンツ「すまいリンク」でも同時に紹介しています。

SumaiRing



斬新なフローリング材が登場  
「床材」を新たなステージへ

ラメットジャパン株式会社



SPC フローリングの特性



24時間の浸水試験で吸水による膨張率は0%。石灰石はアルカリ性なのでカビも生えず、静音緩衝材も抗菌・滅菌です。

今までフローリングの弱点であった熱による膨張・収縮がなく、隙間や突き上げが発生しません。400mもの広面積まで見切りを入れずに施工可能。

ホルムアルデヒド無添加	防滑性	耐久性・耐摩耗性
抗菌防カビ	難燃性 防炎性能試験適合 E122027	耐衝撃性

優れた施工性
--------

長辺・短辺ともに特許である「はめ込み」構造なので接着剤・釘など不要。現場で下地を確認できたら即施工が開始できますので短工期であり結果コストが安価になります。また、原状回復も簡単なので3年～5年周期で契約更新となる事業建築などでは解体費用も安価になります。



オフィスへの導入例

ラメットの床材はステイナブルな建材かつ、デザイン性も高いことで採用されるケースが増えている。

次世代環境型とは?

原料である石灰石は石油や水よりも極めて枯渇しにくい原料で、地球資源を守りながら従来の塩ビフローリングに比べCO<sub>2</sub>排出量をおよそ8割程度削減できます。100%リサイクル可能な循環型フローリングとして期待されています。また、ホルムアルデヒドを含まず、「はめ込み型」施工なので接着剤を使いません。人体に対する安全世界基準のWELL認証を取得しています。

特に美しいデザインにこだわる理由は

ラメットのデザイナーはヨーロッパを拠点に、実際の原生林や山岳地帯などの自然の中に入り込み「実物より美しい」をテーマに自然の持つ美しさとダイナミックさをリアルに再現します。芸術品をモチーフにしたデザインも、その作品が持つ物語性や時代背景、作者の心情を考慮して床材というキャンバスに新しい命を吹き込みます。ラミネートフローリング専業のメーカーとして、「デザイン」と印刷技術はどこにも負けないといふプライドを持っています。

企業として今後の方向性や展望などをお聞かせください。

ラメットは1985年にヨーロッパのベルギーで誕生しました。当時の塩ビ複合フローリングは木目柄でありますながら防水性や柄の均質性など天然木にはない画

SPCフローリングが開発されたプロセスをお聞かせください

ラメットは1985年にヨーロッパのベルギーで誕生しました。当時の塩ビ複合フローリングは木目柄でありますながら防水性や柄の均質性など天然木にはない画

SPCフローリングが開発されたプロセスをお聞かせください

ラメットは1985年にヨーロッパのベルギーで誕生しました。当時の塩ビ複合フローリングは木目柄でありますながら防水性や柄の均質性など天然木にはない画

SPCフローリングが開発されたプロセスをお聞かせください

# 次世代環境型高性能フローリング『SPCフローリング』 「床材」を新たなステージへ



鈴木香奈絵

マーケティングセールスマネージャー  
大手人材派遣会社にて人材教育、顧客サポート、各種プロジェクトを経験後、建築用粘着テープメーカーで大手ホームセンター、通販企業のPB開発に従事。  
2023年ラメットジャパン立上げと共に入社。世界で最も革新性の高いSPCフローリングでより多くのお客様に心地よく快適で安全な空間を提供することに夢を持ち、一人一人のお客様と真摯に向き合う日々を大切にしている。

ラメットジャパン株式会社

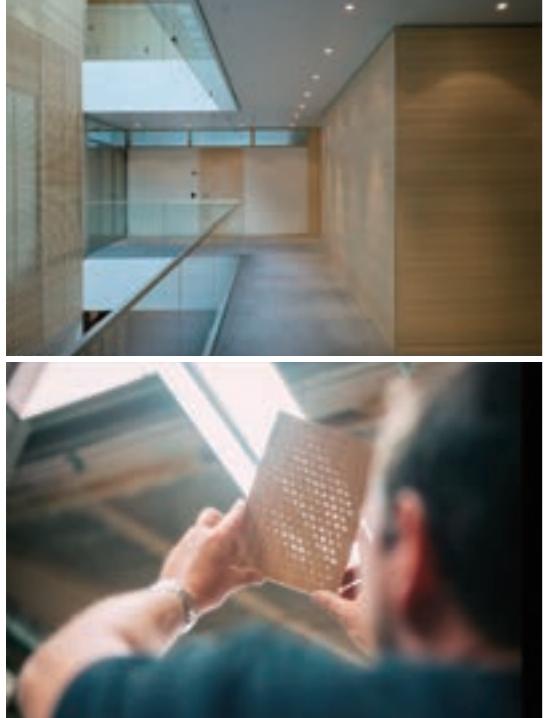
東京都杉並区  
天沼2-3-7  
酒井ビル3A  
03-5335-7192



100%の防水性があり水かかる場所でもあらゆる柄を生かした空間づくりが可能です。ワックスフリーで汚れが付きにくく、耐摩擦、耐衝撃性、99%の抗菌性能、防炎検査適合品などあらゆる高性能を発揮します。

ラメットジャパン  
最新情報更新して  
います。  
公式サイト  
[www.ramett.jp](http://www.ramett.jp)





### TOPAKUSTIK トップコースティック アコースティックパネル

長尺ブランク形状の吸音パネルで、仕上げとなる表面は細いスリットが美しく連続し、その内側には無数の有孔が規則的に配列されている今年の新製品。

日常空間にこそ使つてほし、  
よく効く吸音材料を提供

音響環境の向上は、私たちの生活にどのような影響を与えますか

目をひく装飾的なデザインやシームレスでさりげない質感、豊かなカラーリングは、視覚的な要素として、心地よさや安心感を与える効果があります。これにより、日常生活の質が向上し、より快適な生活を送ることができます。さらに、音響環境が加わることで聴覚的にもこそちよく仕た空間は、活動生産性の向上にもポジティブに影響します。総合すると、目に見えない音響環境の向

吸音材の効果を最大限に引き出す、適材適所の選び方を教えてください。

吸音の効果は「自分と周辺の心地よさ」に寄与します。それ

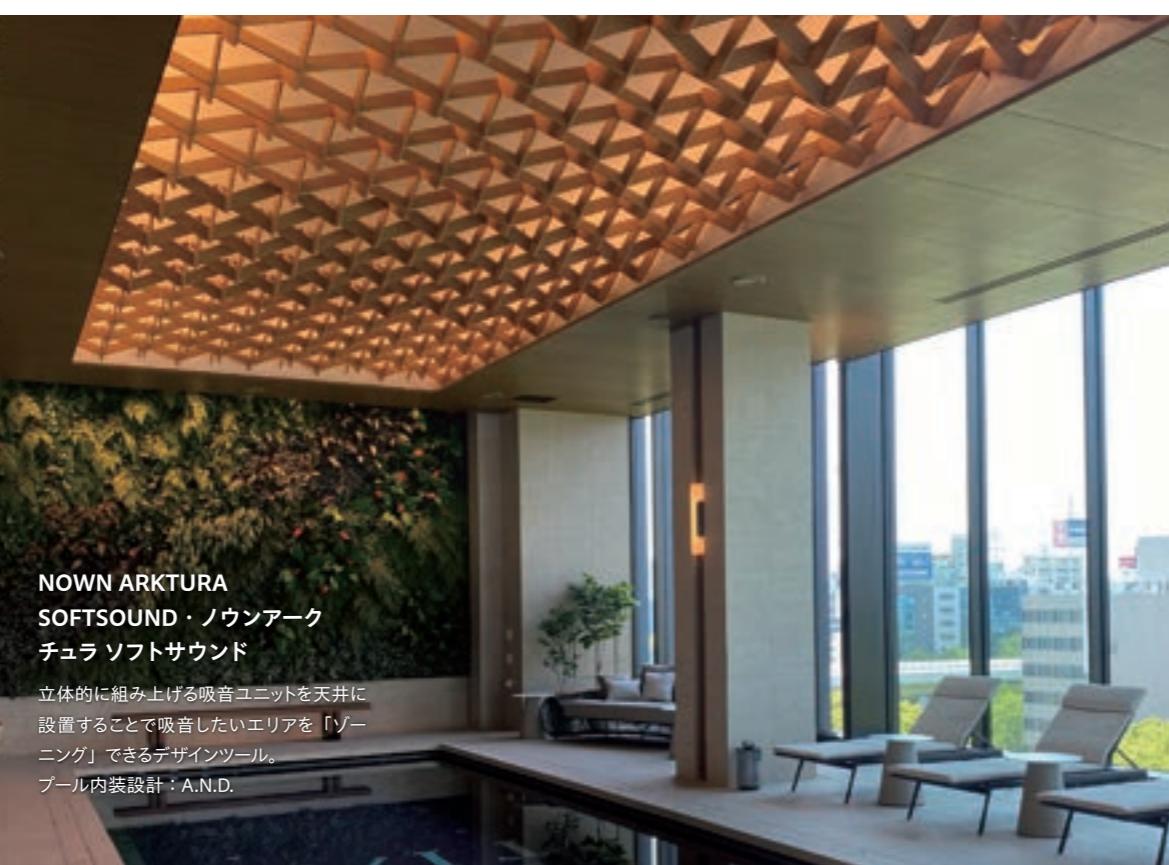


BASWAPHON バスワフォン  
吸音プラスター

左官金鍍で塗って仕上げるバスワフォンは上質な吸音仕上げ材で、世界の建築家から認められており、国内でもこれまでなかった新しい選択肢として、しつらえにこだわる建築のプロや音響専門家に支持を受けている。

国内でも快適な空間をつくるうえで見た目がよく、機能性が裏付けされた吸音材料が、選択肢を増やし、セレクトする設計者

にもユーザーにも認知いただき、プラス思考でグレードアップできる材料として積極的に採用されることを期待しています。



NOWN ARKTURA  
SOFTSOUND・ノウンアーク  
チュラ ソフトサウンド

立体的に組み上げる吸音ユニットを天井に設置することで吸音したいエリアを「ゾーニング」できるデザインツール。

プール内装設計：A.N.D.

用途に応じて選べる吸音材  
日常空間にこそ使つてほし、  
よく効く吸音材料を提供

吸音材とは、音響環境にどのような効果をもたらすものなのでしょうか

上と目に見える仕上げは、五感の感覚を高め、ストレスの軽減、生産性の向上、設備投資の有益な効果をもたらす重要な要素となります。日常生活の質を向上させるためには、バランスの取れた音響環境や美しい仕上げに注力することが重要ではないでしょうか。

吸音材を使用することはバランスの取れた音環境に非常に重要です。吸音材は、音の反射や共鳴を抑える役割を果たし、クリアで聞き取りやすい音環境を

向上させます。音響環境の改善により、音楽や音声の響きがより自然でバランスの取れたものになります。また、吸音材は「ボンボン」する音の反響を減らし、スッキリした響きに調整することができる。これにより、一般的には音楽の演奏や録音、映画鑑賞などの体験を向上させる材料として扱われています。吸音

材はさまざまな形状や材料で供されており、部屋の目的や特性に合わせて選ぶことができます。音響環境の改善は、音楽制作や映画制作、会議室やホームシアターなどの場所だけでなく、日常の様々なシーンでも重要です。吸音材の使用により、より快適で高品質な音響環境を実現することができます。



田中竜太  
株式会社ビベル  
取締役社長

家具・建材の輸入商社にて海外商材の開発・仕入れを担当、後に営業職を兼任。退社後ビベル入社、2009年より社長就任。

私たちは、機能が美しくカタチになったモノを感度よくとらえて見出し提供する役割を担っております。求められているニーズ、そこにすまう人にゆたかで価値のある材料や家具をご採用いただくことがこの上ないよろこびです。

株式会社ビベル

東京都新宿区  
信濃町3番地  
03-5341-4243



# 木材の復権

東京木材問屋協同組合

都市建築において目指すもの、それは

木材の  
やさしさ・強さ・美しさを  
具現化して魅せます



東京木材問屋協同組合  
理事長

**庄司良雄**

**PROFILE**

(しょうじ・よしお)

創立100年以上の歴史と伝統を誇る組合の理事長として、木のまち新木場において「木材会館」を運営すると共に、木材の優しさ・強さ・美しさを具現化したランドマークを通じて、都市建築における木材利用を推進している。

東京木材問屋協同組合  
常務理事

**本西宏行**

**PROFILE**

(もとにし・ひろゆき)

株式会社木のくに屋 取締役会長  
木材業界への入り口が建築設計&施工管理からなので、使用者、施工者の目線で木材利用の今後を考える。「人にとって、木はなくてはならないもの」がテーマ。

東京木材問屋協同組合  
理事

**井内清貴**

**PROFILE**

(いうち・きよたか)

広報委員会 委員長  
管理運用する組合Webサイトにて「木力(もくりょく)」の周知、最新の業界情報提供など広報活動に努めている。

東京木材問屋協同組合

東京都江東区新木場 1-18-8 木材会館  
03-5534-3111



木材をこよなく愛し、その魅力を知り尽くす木材のエキスパート達が集う、東京木材問屋協同組合。木材の復権をかけて「もっともっと多くの人々に木材の豊かなポテンシャルを伝えたい」という、熱い思いを語っていただきました。（後編）

**木材の復権に  
大切な要素は、  
ユーチャーの意識改革**

秋葉 問屋組合さんが「木材会館」の周知のため独自で取り組まれている活動などはありますか。

**岡田常務理事** この木材会館は、木材利用促進、木材需要拡大の先駆けとなるよう建てられ、造り方はもちろんですが、14年経った最近では、メンテナンスについての問い合わせも多くいただけたりします。そのため、創立111周年時、NHKエンター

プライズさんに依頼し、木材の歴史や木場界隈の文化の変遷などをまとめた広報映像を作成しました。それを年々プラスしアップして新しい内容を加える他、木材会館のPRにも力を入れています。

昨年は東京メトロ全線の電車内の東京メトロビジョンに木材業界の仕事を知つてもらうた

めの業界PR動画を反復放映しました。このタイトルが「だから木材業界は面白い！」と

いうことで、組合員の事業所で働く101人の従業員にインタビューをした映像です。人材確保の意味もありますが、木材の魅力や木力を知つてもらうために、問屋組合が業界PRの一環として行いました。JR新木場駅の構内には、問屋組合が監修したスギ、ヒノキなどの内装木材や産地等を記載した柱が掲示されており、見ていただけますよ。

**庄司理事長** 木材の良さといえば、以前面白いエピソードがあ

りました。ある時、女性の方がハイヒールで直接木の床を歩いたので、凹みができてしまつたのですが、水を少し垂らしておいただけで、何日かするときれ

いに元通りになっていました。

こういうところが木の魅力です

よね。スギやヒノキなど、木によつて全然違う香りを持ち、木の模様もそれ違う趣きがあり、やはり木には自然のもの

ならではの良さがありますね。

**岡田常務理事** 天然の無垢材は、無塗なので虫が死なないですらね。クモなんか入ってきたら

ロスを一切使わず、全部無垢の木で作りました。一階がヒノキで二階がスギ、三階が米杉で、床も壁も天井まで全て無垢材です。

**庄司理事長** その反面、木の中でもショウノウやクスノキなどの香りの強い木は虫を殺すといふか寄せ付けないものもあり、そういう意味では木は色々な用

途や効用もあります。

**秋葉 無垢材は香りや肌ざわり**

が良いなど人工的な建材にはない魅力がある反面、メンテナン

**岡田常務理事** そうですね、だから良い面も悪い面も含めて木の味わいなのだと言えます。

でも無垢は乾燥させなければいけなかつたり、縮んだり、増えたりするわけだから、扱いが

非常に難しいと伺っていますが。

**岡田常務理事** そうですね、だ

いに元通りになつてしまつた

たので、凹みができてしまつた

のですが、水を少し垂らしてお

いただけで、何日かするときれ

いに元通りになつてしまつた

たので、凹みができてしまつた

のですが、水を少し垂らしてお

いただけで、何日かするときれ

いに元通りになつてしまつた

たので、凹みができてしまつた

のですが、水を少し垂らしてお

いただけで、何日かするときれ

いに元通りになつてしまつた

## 親子で楽しめる“木のお祭り” 「木と暮らしのふれあい展」



第40回「木と暮らしのふれあい展」

東京都と一般社団法人東京都木材団体連合会（都木連）主催の「木と暮らしのふれあい展」が4年ぶりに開催。東京木材問屋協同組合は、都木連の団体会員としてイベントに出展した。



各団体のブースで行われた木工教室の中には、キットを使って作る木工のほか本格的な棚なども作製できるブースがあり、多くの方が挑戦していた。

本イベント恒例の「樹種当てクイズ」。視覚的感性（色彩感覚）・持った際の重量感による質感を味わえる。

木材業界では、「木」の字を十と八に分けられることから10月8日を「木の日」としている。木の日を迎えるにあたり、木とのふれあいを通じて「木のぬくもり・やわらかさ」や「森の大切さ」を知ってもらい、身近な暮らしの中で木を使っていただく事目的に、毎年10月に「木と暮らしのふれあい展」を開催。

2023年は、新型コロナウイルス感染症の影響で4年ぶりの開催となったが、来場者数は約3万人と大変な賑わいを見せたという。本イベントでは、木工教室や樹種当てクイズのほかにキャラクターショー等、親子で楽しめる展示や催しが行われた。



非常に難しい、そこで加工建材が出てきたわけです。  
**本西常務理事** 使う方たちが割れたり、反つたりするのが、それが自然のものだからという感覚で受け入れれば使えるのでしょうが、やはりどうしても工

業製品のように完璧なもの求めようとすると、無垢が難しくなり加工建材を選ぶということになります。

**岡田常務理事** そこに農林規格（JAS）と工業規格（JIS）の違いなのですが、JASはどう



上での材木問屋から仕入れ、そして販売していくなど非常にありがたいですね。材木問屋はマーケットを持っていないので流通という点では弱いし、一般消費者を相手にしているわけでもないですから、売り方も買ひ方も下手なんですよ（笑）。だから我々問屋組合のよつたパッケージがあるところが動いてあげて、一番お金がかかる広報や研究、実験なども個々の会社に代わって行つているわけです。中々目に見える効果が出てこず、難しいのですが地道にやり続け120年です（笑）。

これからは建材メーカーさんにも、ぜひ無垢の啓蒙運動と一緒に乗っていただきたいところです。

**本西常務理事** 時々、建材メーカーさんが無垢材を使った開発試作品を持つてくることがあります。

こういうものを企画しているのですがと持つて来てくれた試作品を使ってみるのですが、とても売れそうにないもので……(笑)。

**岡田常務理事** それは結局、木材のデメリットばかりが強調されてしまい、良いところが生かされていないからだと思います。確かに木材には、燃えたり、縮んだり、曲がったりというデメリットもありますが、健康新しいなど他の建材にはないメリットが沢山あるのでそちらに着目した見地から市場を刺激していただきたいですね。

**本西常務理事** 無垢材のそういうメリットを意識した方々がフローリング用などの無垢材を自

分で探しに来てくれることもあります。その際に無垢とはこういうデメリットもありますよと、

説明して、それでもやはり無垢が好きだというお客様にしか売らないという販売スタイルが良いと思いますが、建材メーカーさんにとっては、なかなか難しいのかもしれません。無垢のプローリングは、シート物と比べると10倍近いコストがかかりますからね。

**岡田常務理事** 我々も、需要を喚起するという意味で無垢材の本当の価値を分かつてくれるユーザーさんに直接アピールするしかないかもしれません。

**木材のプロとして取り組む無垢材への啓蒙活動**

**秋葉** 一般ユーザーさんの意識改革にはこのように取り組もうというプランなどはお持ちですか。

**岡田常務理事** ところで、十月の八日と書いて「木」の日になるのに因み、毎年10月には「木の日」の祭りをやっています。今は都立木場公園でやっています。

今年の10月で4年ぶりの第40回の開催になります。そこでは無垢材を使った玩具作りや、木工教室などを開き、子ども達に木とふれあい親しんでもらって、将来のユーザーになつてもらおうと……(笑)。

**庄司理事長** そういう意味で「木育」といいますか、小さいころから木に接してもらつて木の良さを知つてもらいたいです。

昔は積み木と言えば木製でしたが、今はプラスティックの積み木ですよね。口に入れたり、かじったりすると化学物質による悪影響が心配ですが、木の積み木や玩具ならそんな心配も要らないので、どんどん使ってもらいたいですね。

我々は木材のプロであり、木

**本西常務理事** 特に今、小学校や老人ホームといった公共施設の内装材に無垢の材料が使われ始めていますので、それに接して

いる子ども達が大きくなつた時に模造品ではない本物がいいねという意識改革が行われています。

先日、ある大手建設企業の研修センターの見学に行つたので、すが、至るところに無垢材が使われており、また後日、大手設計企業さんに取材した際にも、これからトレンドは無垢材になるでしょうというお話をいただきました。ですから、これからは無垢が見直されています。その時に我々の業界が残つていないと供給することができないとなるので、頑張らなければ……(笑)。

**岡田常務理事** そこで、早く伐採して新たに植樹をしないと持続可能な自然環境が途絶えてしまいますが、落ち込んでしまうことがあります。

**岡田常務理事** 木の良さを植えようとして、花粉が少ない木を植えようと、そういう運動もしています。

岡田常務理事 とにかく問屋組合はこれからもチャレンジし続けます。そのうち多摩産材の展示場が出来ているかもしれません。どうやって実現するか、いろいろハーダードルはあります。我々は試行錯誤を重ね、実現に向けて今はもうチャレンジの段階に入っています。

我々は木材のプロであり、木



上・右：6階小ホールには檜の角材を積み重ね波状に削ったカウンターを設置。落ち着いた空間にもダイナミックな躍動感を感じさせている。  
左：7階大ホール西側のガラス戸の先にある、くつろぎを楽しめる広々としたテラス。スカイツリーや遠くの富士山を眺めることができます。

の良さを知り尽くしている立場から、これからもさらに木の需要を喚起し、普及やPRに力を注ぐことが重要だと思っていきます。

**本西常務理事** 木の普及や保護

に関連していいますと、今日本の森林はどこも伐採期が来ており、木があるから森林が二酸化炭素を吸収するというのは、成長期の木の話であり、成熟期では光合成量も減りCO<sub>2</sub>の吸収率が落ちていきます。早く伐採して新たに植樹をしないと持続可能な自然環境が途絶えてしまいますが、落ち込んでしまうことがあります。

**本西常務理事** 職人さんもどうしても高齢化して不足しているのが本当に問題なので難しいのですが、製品メーカーさんにも頑張っていただき、もっと国産木の製品化を進めてもらえばいいのかなという気もします。

**岡田常務理事** 木の良さを表現している、本物の木を使って、花粉が少ない木を植えようと、そういう運動もしています。

**井内理事** 木の良さを知つてもらうために、インターネットを駆使して情報を持ち散したり、PR誌などの発行といった種まきを積極的に行うことも必要ですね。

**庄司理事長** 労働災害が一番多いのがやはり林業のようで、危険な作業のため人材不足となり伐採がなかなか進まないという現実があります。

**岡田常務理事** 解決するのは、おそらく林業口ボットですよ。日本の山は海外の山と比べて急峻だから人間には無理なので、口ボットの開発が始まっています。

**庄司理事長** 何年か先にもっと良いアイデアが蓄積してきいたら第二、第三の木材会館をつくるというプランを持っています。

**岡田常務理事** 木材のいろいろな使い方が提案できるような実験棟などを作り、一般の方にもPRしてマーケットを創出して行くことが目標です。

**岡田常務理事** 最近、政府の方でおそらく林業口ボットですよ。日本の山は海外の山と比べて急峻だから人間には無理なので、口ボットの開発が始まっています。

**庄司理事長** 最近、政府の方でも花粉の少ない森づくりなどを進めしており、今の杉を全部使つて木の良さを表現している、本物の木を使って、花粉が少ない木を植えようと、そういう運動もしています。

**井内理事** 木の良さを知つてもらうために、インターネットを駆使して情報を持ち散したり、PR誌などの発行といった種まきを積極的に行うことも必要ですね。

**庄司理事長** 何年か先にもっと良いアイデアが蓄積してきたら第二、第三の木材会館をつくるというプランを持っています。

**岡田常務理事** 木材のいろいろな使い方が提案できるような実験棟などを作り、一般の方にもPRしてマーケットを創出して行くことが目標です。

## INTERVIEWER

[取材]  
**秋葉早紀** (あきば・さき)  
建材ナビ広報担当  
二級建築士

前編に引き続き、後編も座談会形式でお話を伺いました。皆さんも是非木材会館に足を運んでいただき、木材のプロとして木材の普及やPRにチャレンジし続ける協会の活動にご注目いただきたいと思います。

**庄司理事長** 何年か先にもっと良いアイデアが蓄積してきたら第二、第三の木材会館をつくるというプランを持っています。

**岡田常務理事** 木材のいろいろな使い方が提案できるような実験棟などを作り、一般の方にもPRしてマーケットを創出して行くことが目標です。

**井内理事** 木の良さを知つてもらうために、インターネットを駆使して情報を持ち散したり、PR誌などの発行といった種まきを積極的に行うことも必要ですね。

**庄司理事長** 何年か先にもっと良いアイデアが蓄積してきたら第二、第三の木材会館をつくるというプランを持っています。

**岡田常務理事** 木材のいろいろな使い方が提案できるような実験棟などを作り、一般の方にもPRしてマーケットを創出して行くことが目標です。

**庄司理事長** 何年か先にもっと良いアイデアが蓄積してきたら第二、第三の木材会館をつくるというプランを持っています。

**岡田常務理事** 木材のいろいろな使い方が提案できるような実験棟などを作り、一般の方にもPRしてマーケットを創出して行くことが目標です。

**井内理事** 木の良さを知つてもらうために、インターネットを駆使して情報を持ち散したり、PR誌などの発行といった種まきを積極的に行うことも必要ですね。

**庄**

建材情報をトータル配信

“じっくり調べたい”を叶える



掲載数  
**800**社  
**20,000**製品

最新の建材ニュース、建材製品検索、製品動画やショールームの閲覧、業界記事、設計士や建材メーカーへのインタビューなど、建材業界のことなら「建材ナビ」にお任せください。

建築建材に関するコンテンツが盛りだくさん！



**NEWS**  
新製品発売や、展示会の情報など業界ニュースを閲覧できます。



**PRODUCT**  
建材製品の検索、閲覧、取寄せお問合せ等ができます。



**MOVIE**  
動画で紹介している製品も多数ございます。



**SHOWROOM**  
メーカー・ショールームを紹介。VRのショールームもあります。



**INTERVIEW**  
設計士や建材メーカーの取材記事を紹介しています。



**ARTICLE**  
建材に関する役立つ記事、業界のコラム記事等を紹介しています。



**Q&A**  
製品や施工に関する悩みやアンサーを投稿できるフォーラム



**OUTLET**  
不要になった建材製品のアウトレット販売をしています。

カタログの探しやすさに特化

“さくさく見たい”を実現



掲載数  
**5,000**カタログ  
**25,000**ギャラリー

「かたなび」はカタログの探しやすさにこだわりました。最新の建材カタログがすぐ見つかります。また選んだカタログはすぐ閲覧できて、他にも取り寄せや、相談・見積依頼も可能です。

施工ギャラリーからも探せます！

