

KENZAI NAVI Journal

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」

株式会社下ミタ
取締役副社長
富田州正

JCD 副理事長
株式会社乃村工藝社
A.N.D.代表
小坂竜

松下産業株式会社
代表取締役社長
百田貴宏

JCD 副理事長
株式会社テッドアソシエイツ
代表取締役
永井資久

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。
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ODOO
代表取締役 / Designer
折原美紀



KENZAI NAVI Journal [建材ナビジャーナル] vol. 23 発行：株式会社プログラフィック 〒160-0007 東京都新宿区荒木町 5-4 KUSAFUKA Bld. 4F Tel. 03-3225-3569

BX

文化シヤッター

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桁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
ササラ桁と手すり、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。



ササラ桁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**

詳しくはこちら



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 資久
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 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

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

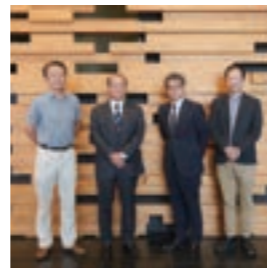
株式会社ビヘル

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



建築材と共通デザイン

オルティノが叶えるトータルコーディネート空間

オルティノ
Altyno とは

粘着剤付化粧フィルム「オルティノ」は
メラミン化粧板と共通のデザインを揃えています

オルティノは、ホテル、オフィス、商業施設、大型宴会ホールなどの
壁面や床などに採用されている粘着剤付化粧フィルムです。



WEB



BOOK

建築デザインが育む 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、商業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イターが集い、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人の皆さまに、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。

バーチャルとリアルとの
賢い住み分けを

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「乃村工芸社」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は思っています。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。

※BIM：ビルディングインフォメーションモデリングの略。建築の設計、施工から維持管理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という立場でいろいろご説明させていただきたいのですが、JCDでは、デジタル化とグローバル化をかなり一体化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、バーチャルショップ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したね。当時のオフィスコンピュータ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し、その結果90%の確率でコンペに勝利していましたから。MACがなかったら実現しなかったことですが、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ったかもしれません。

富田 我々の場合は、本当にア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ルマガ配信やバーチャルショールームなどを制作し、スタートしているのですが、そこでひしひしと感じるのは、我々の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。

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 değildir、従ってその価格も納得していただけるかどうか不安になります。なしる日本ではスタンダードのビニールクロスが平米1,000円だったりしますから（笑）、対面で



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！



株式会社トミタ
取締役副社長

富田州正

PROFILE

（とみた・くにまさ）
1969 東京生まれ、東京育ち
1994 慶応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 帰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



JCD 副理事長
株式会社テッドアソシエイツ
代表取締役

永井資久

PROFILE

（ながい・ともひさ）
1952 東京港区白金生まれ
1975 御茶ノ水デザイン学院卒業、西武百貨店入社
1985 西武百貨店退社、総合環境設計事務所テッドアソシエイツ設立
1987 米国ビッグベアガルデザインスタジオと提携
2018 一般社団法人日本商業環境デザイン協会 副理事長



JCD 副理事長
株式会社乃村工芸社、A.N.D. 代表

小坂 竜

PROFILE

（こさか・りゅう）
1960 東京生まれ
武蔵野美術大学 建築学科卒業
株式会社 乃村工芸社 A.N.D. クリエイティブディレクター
東京大学大学院工学系研究所建築学科 非常勤講師
一般社団法人 日本商業環境デザイン協会 副理事長



小坂氏が2020年に手掛けた京都清水の「ザ・ホテル青龍」

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、特にテクスチャーはやはり直接触って確認したいですね。

富田 はい、触って惚れ込むという方も多いですし「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ってきたと思います。

永井 デジタルはあくまでガイドでなきゃいけない。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、その背景のストー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はデジタルが必要だと思えます。

で撮り、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よ(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

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おうのではと思います。



永井氏の手がけた人気の商業施設の一つ、南青山「T-PLACE」

インというのが魅力。1枚1枚表情が違うので、まずそれをなるべくリアルにお伝えして行きたいですね。

とにかくその質感とか肌感とかというのを一番大切にお届けしたくて、「STONES」という名前のショールームを4年ほど前から始めて4箇所作りました。

本来だったら、やはり現物を見ていただくのが一番ありがたい話ですけれども、時代も変わって来ているので、石材の魅力をもっと情報発信をできるように頑張っていきたいなと思っております。

永井 すごくですね、以前から比べるとスキャニング技術は驚くほど進化していますよね。建材でも木目のシートなど本物と見間違えるくらいリアルになって来ましたが、良い、悪いは別として……。

小坂 デザイン業務では、当然パ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ています。生まれた時からデジタルという今の若い世代と、感覚が違う僕らは、まだまだ根の部分でリアルの方がいいと思いたい。例えばアニメ映画では、実際動いている人間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トラッキングとして繊細な

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、動画もそうですが、デジタルは徹底的に作りこめずから、今の若い人たちは、CG通りとか動画通りというとなつてしまいます。僕らはCGより動画よりいいものを作っているという自負があるから、リアル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

は結構、納得がいかないかな……(笑)。

永井 一番がっかりする結果になるかもしれませんね。

小坂 今の若い世代の人たちは、コミュニケーション通りできたと安心し易いけど、そうすると実はリアルな空間が必要なくなってきたりします。

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だったりした時に、審査を躊躇することがあるのですが、実はそれすらも古いという考えの次世代の人がいるくらいですから。

永井 CG通りだねと言われると、「ああ、CGのところで我々の感覚は終わってたのだな」と思ってしまう。それを「CGより全然いいね、カッコいいね」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は温かくない、ハードがこもっていない、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。

動きの動画を実現している。これら、エンターテインメントの世界は、僕らのパソコンの世界とは違い、やがてどんどんバーチャルとリアルの境界が無くなり、見る人をわくわくさせ、虜にします。それでは、僕らもそこを目指すかという、空間デザイン業界自体がそこまでお金もパワーもかけられないので、それは違います。

映画も音楽もクリエイティブの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ンメント業界とは異なり、リアルな空間の良さ、肌触り、決して派手ではない良い意味での地味さ、渋さも必要なので、むしろバーチャルでは表現しづらい世界であり、これらを上手く組み分けられることが大事かなと思います。

永井 そういう意味ではSMITHY CPというソフトがあります。図面で3Dデータを簡単に作り、お客様との打ち合わせでも家具などを目の前で簡単に動かせるので便利です。やはり、住み分けをしっかりして便利に使うのがいいですね。でも、そのうちAに「あなたの今日のスケジュールはこうです」などと決められても嫌ですけどね(笑)。

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。

でき、そのときに触った感じ、匂いや音など、今は相当研究されているのですが、やはりまだリアルを超えられていませんね。

秋葉 百田さんの会社ではメーカーとしてどのように取り組まれていますか。

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ー

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で、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持する取り組みをして行かないと、日本にとつての損失になるのではと危惧しています。それには、手をかけて作ったものを国内で使っていたらながら、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えますね。

小坂 日本では消防法も厚みや重さに厳しいですからね。

永井 うち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なくてはいけません……。できれば本物が使いたいですよ。

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





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。こういう繋がりには将来の為に大事にしたいです。

永井 グローバル化という話をすると、今やマーケットの中心はデザインも含めて、「世界」ですよ。やはりもとも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」を海外に売り込むかと思う、中国のマーケットに持って行ったのですが、気に入ってもらえたものの、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って行くなどを考えています。

百田 僕らの石の業界で言えば、墓石においては、庵治石とか大島石とか四国の方の産地で聞いたのですが、均一でない駄目ということで、採掘場でも必要以上に量を取り、残りは捨ててしまうので、本当にもったいないと思います。

富田 ずっと興味深いお話を伺って、我々はどこかかというところまでやり切ってきたという思いはあるのですが、これからやって来る若い人の時代に、少し不安があります。日本の建築デザインクリエイターの方が日本の素材への知識や研究が足りないのではないかと……。そこへ海外の方が日本の素材を勉強し、評価して使っていたらいいように思います。次の時代のクリエイターの方々についてはいかがでしょうか。

永井 むしろ、今の若者達のほうが危機感を持つてるかもしれないですよ。我々の時代は、価格は少し高いけどそれなりに石も木も豊富にありましたが、今の若いクリエイターはそうもいかないの、他の様々な方法にチャレンジして研究して、新しいものを創出しようとしている。そういう工夫は素晴らしいと思うし、海外からも評価されています。やはり、今はデジタル化で情報もすぐ共有できる

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ったなんて……(笑)」ということもよくあります。

今日みたいな話はすごく大事で、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しれないし、「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ティ、これはすごく大事だと思えますね。ウェブ上でもいいけど、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

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、次世代に刺激を与え、デザイナーの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、この仕事に単に辛くて大変な仕事で



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たち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。あ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」を出してみたいなと、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。サステイナブルが主流の今、どこに出しても最強だと思います。

たに設計する外国のデザイナーは、その土地の記憶みたいなところからストーリーを紐解いています。ホテルブランドのデザインマニユアルは作るなど、ずっと言われて来ました。その土地の歴史イコールその土地の素材、風土を一生懸命勉強して行くことに、永続的な新しい表現の可能性があるからだと思います。

は、夢を実現できるすごいことなのだ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、サクセスストー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たいのをあれこれ試作してもらったりしながら進めています。

何か、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よつて変わります。スト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。安いけれどすぐ駄目になるものより、高くても長く使える、使ううちにだんだん深い味わいが出て来るものの方に価値を感じるという判断をしてもらえれば良いと思います。

百田 うちの会社で言えば、石という素材をもって、永久的に形が残る作品という喜びを、社員に感じて欲しいなと思っています。

永井 物も人も一緒に、時間とともに、時間を吸収してだんだん良くなって来ます。

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る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

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

第一線でご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。

小坂 やはり僕は若い世代に、様々な産業を背負っているこの空間デザインという仕事が魅力的で誇りに思える職種だと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。

図面では 描けないものを描くー それが私流デザインニング。

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

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 oriharamiki 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、レジャ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くというお話を伺いました。

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。



好きだから飛び込めた、
異業種からの「華麗なる転身」

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。

折原 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。

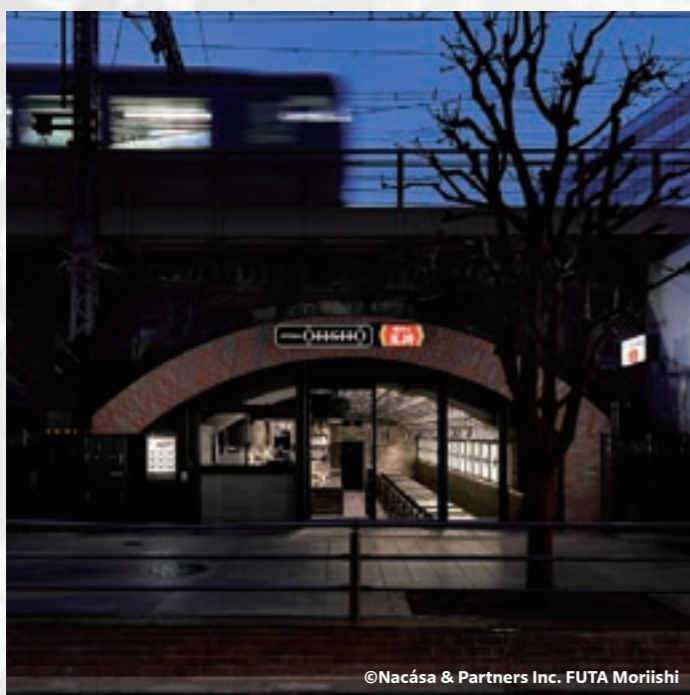
ん。本当に銀行員が嫌で嫌で仕方なくて……(笑)。

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、様々なご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しました。

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時半に起き、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。

その後もいろいろな紆余曲折を経て、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年近い付き合いです。東北の副支部長

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



©Nacása & 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。



©Nacása & 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。「ジャパニーズレトロ」を感じさせる空間となっている。

となって交流会などを通じてJCDの皆さんとも仲良くさせていただくようになったというわけです。

レジャー産業でも花開く
「ホスピタリティ・マインド」

長谷部 好きな仕事だから乗り越えられたんですね。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るようになったきっかけは、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、どういう造りなのかも分からない中で、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。するといかに短い時間でお掃除を綺麗に済ませるか、あるいは接客

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ど、スタッフさんにとっても、より機能的な動線が必要になって来ます。

もつと細かい部分をプランニングしていくと、例えばお風呂に入る時に、お客様が美しく入れるように、手前の1段は上げて、またぎが深くならないようにするなど、ハードのデザインの中で、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、「ここ良かったね。」と帰ることが理想だな。

また、各部屋が全部デザインが違うというのも、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泊宿泊がタダですよなど、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

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、こうした経営的な戦略も考慮に入れたブランニングもされているんですね。「王将」さんの場合はどのような経緯で手掛けることになったのでしょうか。

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らっしゃり、新店舗には女性に対してのアプローチ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を絞り、それに合わせてロゴを変えるご提案もしたので、最初は社長から反対されま

した。それはそうですよね、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ったのです。

本当にたくさんさんの泣き、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



©Nacása & Partners Inc. FUTA Moriishi

HOTEL NUQU 111 雨帯（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 襦-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。

長谷部 多くの女性にとって空間デザイナーというクリエイティブな職業は憧れの対象になると思うのですが、折原先生から今後デザイナーを目指す方々へのアドバイスなどがあればお教えください。

折原 やはり、先ほど言いましたように、デザインするに当たり図面では描けない、人の温もりやサービスなどソフトの部分を大切にしたいと思っています。それは、もしかすると私たちデザイナーの範疇ではなく「越境デザイン」とカテゴリー分けされることかもしれません。ですが、そういうソフトの部分とデザインのスキルが総合されたものがビジネスの成功に繋がると日頃から感じていますので、この「範疇を決めない越境デザイン」こそが「デザインング」という大きなカテゴリーの中で、重要なことではないかと

長谷部 折原先生から改めて働く女性の「心意気」と「プラスエネルギー」をいただき、私自身も活力が湧いてくるような爽やかな気持ちになりました。

本日は、楽しいお話を本当に有難うございました。

考えています。私は、同時にその場、その場に適したデザイン、つまり「地産地消のデザイン」というものを心掛けるようにしています。



鈴 京都宮川筋 hitotose 襦-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。

デザイナーが決める
「カテゴリー範疇」と
「越境デザイン」

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、例えばレジャーホテルは日本全国、津々浦々にありますから、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よ。あとは、子育てをしながら働く女

性社員への配慮は会社側がすることだと思えますので、うちの会社は結構コロナがきっかけだったのですが、別にもう毎日出社しなくてもいい、就業時間も自分で選べたりします。

そういう1日1日のタスクではなく、1週間のタスクにしているの、「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、無理なく頑張れる土壌を作るといのが会社の役目だと思っていますから。

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。とにかく何とんで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ことだと思っております。

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。

SumaiRing



PRODUCT

照明



VOL. 17

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

×
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

平

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」と評価をいただき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 CFL 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



VOL. 16

「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

株式会社幸和

格

闘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 (クレイジービー) 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」

**健康にまつわる全ての
 カテゴリが完結する、
 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。そのために弊社では、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、サウナやチャ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行いました。

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った事が印象的でした。

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

佐瀬裕介 代表取締役社長
 某有名パーソ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”徳部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。



**「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**

**商品との出会いから始まる、
 貴重な交流の輪**

そんな中で、建材ナビを通して幸和様の「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らせていただきました。

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「疲れにくくなったかも」「呼吸がしやすいになった気が」「動きやすい気が」といったお声をいただく機会がありました。また、これは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った」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。

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なつたりもされてい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っております。



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”徳部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”徳部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、夜間施工をお願いしたいとのご要望がありました。

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

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。

**呼吸をするだけで
 錆びから身体を守る
 「抗酸化空間」を創出**

身体の酸化(錆び)は、呼吸の際に吸った酸素の1〜3%が変化した「活性酸素」によってもたらされます。つまり、通常時より呼吸の多くなるジム利用

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げていきたいと思っております。

**健康寿命を延ばす
 自然素材の製品づくりを
 モットーに**

化学物質や食品添加物によって世の中の流通や保存法は劇的に変わり、過度な消費社会となりました。食や暮らしの便利さや手軽さと引き換えに、我々の身体は着実に侵されていき、医学の進歩により寿命は延びましたが、健康寿命との差は決して小さくありません。

元来、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。



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



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

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場所として知られており、「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ます。密に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。

良い出会いは、良い環境づくりのスタートに

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からの紹介で知った、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出来たので、良いサイトを教えてもらったと考えています。

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

サイトで当社製品を見つけていただきました。ご検討後に採用していただき、来院の患者様に安心感をもたらしているのと同じ嬉しい限りです。新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行後、拭き消毒をする事が少なくなり、空気清浄機も、浮遊菌にしか効果がありません。しかし、抗菌照明は、点灯するだけで、部屋全体を均等に、浮遊菌・付着菌などを死滅させる効果を発揮し続けています。また、仰向けになって治療をする場合には、LED照明と違い、CCFL照明は眩しさがなく、目に優しい事から落ち着いて治療にあたる事ができると思います。

緑キリンソウ袋方式は、緑豊かでトータルコストが安い屋上緑化システムです。インシャルコストではなく、防水改修までのトータルコストでシステム選定し、緑を愛するお客様にはとても好評です。お施主様の事を考え、ご紹介・ご提案いただく、建築現場の所長様、造園業者様もいらっしゃいます。昨年9月には、ガイアの夜明けでも取り上げていただきました。

株式会社
日昇緑化研究所

LED光源では実現できなかったCCFL照明の空間除菌効果とは

CCFL+光触媒とナノシル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

の光源によって引き起こされているので今のところLEDの光源では実現できません。CCFL照明は、冷陰極管を使った昔の液晶画面に使われていた技術であり、しかも省エネで長寿命、LEDの様なブルーライトの心配がいらず、眩しさがありません。また、さらにフィラメントを持たないため管単体として80,000時間を超える長寿命で、10万回以上のON/OFFを繰り返しても寿命の劣化がありません。

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

● CCFL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

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

感染症の5類移行後の現状と今後の展望

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。良い商品だけでなくか開閉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



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にかかってお客様に喜んでいただく仕事をする事です。



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。



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

新たな時代に
適応する解決策を、
多様な選択肢から

MANUFACTURER

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「すまいリング」でも同時紹介しています。

SumaiRing



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

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



アーティストシリーズ

著名な芸術家の絵画をモチーフに、その絵画から物語や風景、作者の人生や生き方をとらえ、生活空間の中に芸術のすばらしさを取り込むことをコンセプトにしたシリーズ。

次世代環境型高性能フローリング・ラメット
《SPCフローリング》

斬新なフローリング材が登場
「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



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ながら防水性や柄の均質性など天然木にはない画

期的なものでした。その後、塩ビの弱点であった熱による膨張収縮の課題を解決するべく、木材チップを用いたWPCコアに発展しますが完全にその課題を解決できませんでした。そして長年の研究の結果、2016年にSPC (Stone Plastic Composite) と呼ばれる石灰石パウダーを強固に固めたコアを用いたSPCフローリングを開発しました。

現在では即出荷が可能となるように豊富な海外シリーズの一部を国内在庫化していますが、より多くのニーズに対応できるようシリーズの拡大を進めています。そして、日本にある寄せ木細工や格子柄など伝統的で優れたデザイン性を日本から海外に発信していくこともミッションです。また、日本は石灰石が豊富な国であり、近い将来循環型リサイクル機能を含めた工場建設を視野に事業の拡大に取り組んでいます。

ラメットはこの最も新しく革新的なSPCフローリングの生産量で圧倒的世界一を誇ります。常に「自然と人の共存」をテーマに環境技術、デザイン技術も格段に向上させてきました。デザインは木目柄や石柄だけでなく、モネやピカソの著名な絵画をモチーフにしたアーティストシリーズも人気です。

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「美物より美しい」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、作者の心情を考察して床材というキャンパ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門のメーカーとして、デザインと印刷技術はどこにも負けないという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

現在では即出荷が可能となるように豊富な海外シリーズの一部を国内在庫化していますが、より多くのニーズに対応できるようシリーズの拡大を進めています。そして、日本にある寄せ木細工や格子柄など伝統的で優れたデザイン性を日本から海外に発信していくこともミッションです。また、日本は石灰石が豊富な国であり、近い将来循環型リサイクル機能を含めた工場建設を視野に事業の拡大に取り組んでいます。まだまだ日本では認知の低いSPCフローリングですが、アメリカやヨーロッパでは爆発的なヒットで急成長している注目の製品です。より多くの方々に使用して頂くことで、人にも地球にも、今もこれから先の未来にも、やさしい暮らしを推進していきたいと思っています。

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。400㎡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 E1220207	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

ラメットの床材はサ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CO₂排出量をおよそ8割程度削減できます。100%リサイクル可能で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。

高性能SPCフローリングとは？
100%の防水性があり水の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。床暖房にも使えます。

ラメットジャパン
公式サイト
最新情報更新して
います。





BASWAPHON バスワフォン
吸音プラスター

左官金鏝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。



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うごびです。

株式会社ビベル

東京都新宿区
信濃町3番地
03-5341-4243



用途に応じて選べる吸音材 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

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

吸音材を使用することはバランスの取れた音響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響環境を

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「ポワンポワン」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出来ます。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提供されており、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出来ます。

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出来ます。さらに、音響環境が加わることで聴覚的にもこちよく仕上がった空間は、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

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。

TOPAKUSTIK トップアコースティック
アコースティックパネル

長尺プ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。

は感覚的で気づかなければ人知れず我慢して見過ごされがちですが、じつは完成後の空間でも吸音が足りていないことで起きる居心地の悪さ、ノイズストレスは意外に多くあるようです。バランスの良い吸音効果が必要なシーンは、たとえば静かなリラクゼーションルームよりも食事しながら会話を味わうフアイндаイニング、静かな執務個室よりアクティブなミーティングルームや応接室、大空間の体育館も大事ですが講義室や保育施設の遊戯室、機材の音から解放され癒しを必要とする病棟、など身近な空間にこそ必要で、効果をより発揮できるといわれています。意匠（デザイン）は視覚的な要素で、日常生活において感じる五感の大半を占有している視覚も大事であることは言うまでもありませんが、快適な音響を取り入れるデザインはエンジニアリングであり、聴覚的感覚（ストレス）の解放です。どこでどれくらい残響を吸えばいいのか、感覚的にいえば耳心地のよい塩梅なのかは、確かな音響設計に基づきべきといえます。

国内でも快適な空間をつくるうえで見た目がよく、機能的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。ブル内装設計：A.N.D.

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

木材の
やさしさ・強さ・美しさを
具現化して魅せます

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)



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

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
常務理事

本西宏行

PROFILE

(もにし・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。

木材の復権に

大切な要素は、

ユーザーの意識改革

秋葉 問屋組合さんが「木材館」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いたりします。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。それを年々ブラッシュ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ってもらうた

しても農林規格だから選別の基準が緩やかですが、JISの基準は厳しい。やはり建材メーカーさんはJIS規格を取りたいので、どうしても無垢より加工建材に走ってしまいますよね。

あとは昔と比べ、今は大工さんの腕が違います。昔の大工さんというのは垂木は曲がっている方向を全部外にしたので、年数が経つと自然に納まってきて綺麗になる。ところが今の大工さん

めは業界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、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ってもらうために、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 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、凹みができてしまったのですが、水を少し垂らしていただけで、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、木によって全然違う香りを持ち、木肌の模様もそれぞれ違う趣きがあり、やはり木には自然のもの

ならではの良さがありませんね。岡田常務理事 天然の無垢材は、無害なので虫が死なないですからね。クモなんか入ってきたらずつと居ますから(笑)。だから私が家を建てたときに内装にクロスを一切使わず、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 その反面、木の中でもシヨウノウやクスノキなどの香りの強い木は虫を殺すというか寄せ付けられないものもあり、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、メンテナンスが難しいと伺っていますが。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とも言えます。でも無垢は乾燥させなければいけないったり、縮んだり、増えたりするわけだから、扱いが

いけないと思って、いろいろな活動をしているわけです。本西常務理事 今、マンションを購入時にユーザーご自身が、自分で無垢材を新木場を選びに来る方がいます。いろいろなデザイン、スカラーションした上で樹種を選び、新築の際に無垢材を支給して入居時には全部無垢のフローリングに仕上げたというユーザーさんも増えており、こういうニーズもあるのだと知りました。

岡田常務理事 建材メーカーさんには、無垢の良さをわかった上で、材木問屋から仕入れ、そして販売していただくに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、売り方も買い方も下手なんですよね(笑)。だから我々問屋組合のようなバックボーン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っているわけです。中々目に見える効果が出てこそ、難しいですが地道にやり続けて120年です(笑)。



親子で楽しめる“木のお祭り”
「木と暮らしのふれあい展」

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を目的に、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。



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に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。



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。



東京木材問屋協同組合 常務理事

岡田隆夫

PROFILE

(おかだ たかお)
有限会社岡田商店 会長
2006年より5期の理事を歴任。2016年より常務理事に就任し、4期8年目。

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よ。

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ってくださることがあります。

こういうものを企画しているのですがと持っ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、健康に良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ら

分で見つけて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。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が、無垢のフローリングは、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っ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。

無垢材への啓蒙活動

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。

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さん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るような気がしています。

先日、ある大手建設企業の研修センターの見学に行ったのですが、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、

これからの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、これから無垢が見直されていくチャンスが来たなと思っています。その時に我々の業界が残っていないと供給することができなくなるので、頑張らなければ……(笑)。

岡田常務理事 ところで、10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おります。

率が高齢化して不足しているものが本場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もらえればいいのかなという気もします。

秋葉 最近では林業に従事する方が極端に減少していると聞きますが、国産材の製品化には大きな影響がありますか？

庄司理事 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、おそらく林業ロボットですよ。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、ロボットの開発が始まっています。

庄司理事 最近、政府の方でも花粉の少ない森づくりなどを進めており、今の杉を全部使っ

て、花粉が少ない木を植えよう、そういう運動もしています。岡田常務理事 木材の総需要が増えないと、それは実現しない問題ですから、どうしても総需要を喚起するためには、建材メーカーさんも木材を使うことに取組む、マーケットを開拓していただきたいですね。これは日本の国土の問題ですから……。

庄司理事 木の良さを表現している、本物の木を使っている、そういう製品を開発して頂けたらと思います。

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

庄司理事 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。

新木場にできるのが理想ですね。本西常務理事 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。

良さを知ってもらいたいです。昔は積み木と言えは木製でしたが、今はプラスチックの積み木ですよ。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

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、いろいろハードルはありますが、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よ。

秋葉 前編、後編に渡りお話を伺い、問屋組合の皆さまの木材の復権へ賭ける熱い思いを感じ取ることができました。皆様の今後のチャレンジに私たちも協力やお手伝いができればと思います。有難うございました。

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。皆さまに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。



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。

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。

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。

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。

施工ギャラリーからも探せます！

