

# KENZAI NAVI Journal

インタビュー ホテル特集 1

## 高層ビルが建ち並ぶ 大都会に佇む 塔の日本旅館「星のや東京」

東環境・建築研究所代表取締役

東利恵 (旅館計画・内装設計監理・外装デザイン協力)



インタビュー ホテル特集 2

設計と色彩の  
プロフェッショナルが  
水彩スケッチで伝える  
ホテルの魅力



一級建築士  
カラーコーディネーター  
遠藤 慧

KENZAI NAVI Journal [建材ナビジャーナル] vol. 25 発行：株式会社プロダグランス 〒160-0007 東京都新宿区荒木町 5-4 KUSAFUKA Bld. 4F Tel: 03-3225-3569



ホテルドアシリーズ

### 思い出にのこる時間を演出



ここに来てよかった。またここへ——  
ラグジュアリーな空間のホテルドアも、  
使いやすい老舗旅館の客室引戸も。  
思い出にのこる貴重な時間を演出するドアが  
ここに 있습니다。

ドア・パーティション製品の特設サイト  
「トビタテスクエア」を開設いたしました

トビタテ 文化シャッター

<https://bunka-s-pro.jp/tobitate/>



ヴァリフェイスA i



## CONTENTS

04 インタビュー ホテル特集 1

### 高層ビルが建ち並ぶ 大都会に佇む「塔の日本旅館」

非日常への憧れを形にしたなら、こんな「粋な光景」になりました。  
東 環境・建築研究所 代表取締役 東 利恵

12 インタビュー ホテル特集 2

### 設計と色彩のプロフェッショナルが 水彩スケッチで伝える ホテルの魅力

ただ泊まるだけではない、その場所にずっと居たい。  
そんなホテルの楽しさを知ってもらいたい。  
一級建築士・カラーコーディネーター 遠藤 慧

18 PROJECT STORY

### 出会いと創造

20 美濃和紙の風合いをそのままに、不燃化という法規的難関を技術で克服した壁紙  
株式会社竹中工務店×株式会社アサノ不燃

24 無垢材テスト & オーダーメイド感あふれる逸材「メラミン化粧板」  
辻堂矯正歯科×アイカ工業株式会社

28 MANUFACTURER 新たな時代に適応する解決策を、多様な選択肢から

30 階段の新品と新規事業への拡大を狙うカツデン  
カツデン株式会社

32 選りすぐりのブランドがそれぞれに持つ、唯一無二のストーリーを伝えたい  
ポウクス株式会社

34 INFORMATION

### SumaiRing / かたなび

Developed and Designed, London UK

VISTAFOLIA®  
ARTIFICIAL GREEN WALLS

## 人工壁面緑化パネル ビスタフォリア®



UV耐候性 | 防火性能 | 耐風圧 | 簡単施工 | メンテナンスフリー

ビスタフォリア®はポリエチレン製の人工植物が約80cm×80cmのステンレス製メッシュにデザインされたオリジナルの壁面用緑化パネルです。様々な機能を兼ね備えており、屋内・屋外を問わず設置いただけます。

その壁に息吹をもたらす  
Bring Walls Alive

SPAWORLD HOTEL&RESORT

G&F GreenField 株式会社 グリーンフィールド

0120-222-178 www.gfield.co.jp

詳細はこちら





INTERVIEW

1

# 高層ビルが建ち並ぶ 大都会に佇む 「塔の日本旅館」

非日常への憧れを形にしたなら、  
こんな「粋な光景」になりました。

東さんが設計・デザインを手掛け、数々のデザインアワードを受賞する「星のや」ブランドは、リフレッシュや癒しを求めるお客様に非日常空間の魅力を提供する唯一無二の宿泊施設として周知されている。全国各地に展開する「星のや」ブランドは、単に表面上のディテール・デザインに留まらず、そこで過ごすお客様に心から楽しんでもらえる空間づくりへの熱いこだわりが人気の秘訣である。

ハードとソフトの  
協働作業で創成される  
唯一無二の  
「星のや」ブランド

声がかかり、どういった宿泊施設にするかというコンセプトづくりから参加した結果、東京の旅館ということになりました。

秋葉 こちらの「星のや東京」は、大手町という大都会に建てられた日本旅館ということ

大手町は日本でもトップクラスのオフィス街であり、しかも1棟建ち、「日本旅館」とは違うべきかを考えなくてはなりません。

で、その建設に至るプロセスや設計・デザイン上でのコンセプトなどを聞かせてください。

東 このエリアの再開発計画の中で、複数のオフィスビル棟の狭間の小さなスポットが敷地なのですが、そこを宿泊施設にしたいという計画があり、星野リゾートさんが参入されることになりました。そこで私たちにも

伝統的な日本旅館とは違う現代の日本を表現したいということから始まり、何が一番わかりやすい寛ぎの体験かということ、まずは一歩入ったら靴を脱ぎ、全館上足にしましょうとなりました。

東 環境・建築研究所  
代表取締役

# 東 利恵

## PROFILE

(あずま・りえ)  
1959 大阪生まれ  
1982 日本女子大学家政学部住居学科卒業  
1984 東京大学大学院工学系研究科建築学専攻修士課程修了  
1986 コーネル大学建築学科大学院後、  
東環境・建築研究所代表取締役

東環境・建築研究所

東京都渋谷区神宮前 3-42-13 鈴木ビル 2F  
03-3403-5593



ルするかが問題になりました。大手町の一等地の一番いい場所を主玄関とし、ここで靴を脱いでもらい、左手側にデザインされた家具を並べて靴の収納にしました。全体で言えば、20053000足の靴を預かるわけですから、どう遅滞なく効率よいサービスとして提供できるかがデザインの課題でした。

単純に表層的に日本の伝統を再現するのではなく、その場所での体験が日本の文化に根ざしており、日本の旅館的であってほしいと考えています。

**秋葉** 全てのデザインはまず「おもてなし」の心から始まっているのですね。エントランスの家具、デザインが素敵すぎて感動しましたが、その大きさはびびりました(笑)。

このような大規模な建設現場でのお仕事で、ほかに何かご苦労などはありましたか。

**東** 大型プロジェクト、しかも大手町でデザインをするということは以前は全く考えていなかったで、この規模で進む設計の方法などに驚くと共に、三菱地

所設計とのコラボレーションの面白さも感じる事ができました。

普段の私達の現場には多くても、1日に数百人ぐらいが入り入りの現場には、多分こちらのような現場には、数千人から1万人?くらいの規模になると思っています。その時の現場の管理の仕方が大変システムチック

で見事でした。ですから苦労と

いうよりは、何かそういう普段接しない現場の規模の大きさを体験できて、とても印象深く、面白い現場でした。また設計の過程でも大手設計事務所と一緒に仕事をしてお互い刺激になったと思います。改めていろいろ考えるきっかけとなりました。

**秋葉** ありがとうございます。

では、東先生が提案する星のやブランドの強み、また先生が「星のや」の設計・デザインをされる中で、印象に残ったエピソードなど教えてください。

**東** 「星のや」ブランドにおいては、ハードとソフトのチームが一緒になり、ポーターレスにハードとソフトがコンセプトに沿って、何室がいいかというような可能性を考え提案ができることが一番の強みなのではないかと思っています。結果はすんなりとまとまっているように見えるけれど、その陰にある話し合いがその後のオペレーションにも影響を与えていくことになりました。

加えて、「星のや」ブランドにおいてはその場所の持っている魅力などを最大限に利用して設計していくことが特徴です。場所的にも同じような条件のもの一つとしてない、つまり標準型がないということであり、デザインチームもソフトと一緒に取り組むことで自由な発想に結び付けられると思います。但し、オペレーションされる側にとっては標準型が無いというのは大変なところもあるかもしれませんね。設計上の思い出としては、もう全部大変であり、全部が楽しくありました。

最初の「星のや」は軽井沢で、コンセプトづくりの大変さがありました。その次が京都で、改装ということ、場所的なことなどが大変でした。その次が竹富

いろいろな提案ができます。一般的なイメージですと、設計の与条件がクライアントから出てきて、例えば何室で何平米の大きさで、パブリックの広さはこのぐらいで、設備はこのようなもので、など出て来た条件に合わせて設計することになると思うのです。ところが「星のや」では、

島で、ここは島の集落が重要伝統建造物の保存地区になっていて、そのことは常に意識していました。工事も大きな船が入らない離島という苦労もありました。どこの現場も出来上がったあとは、天国なのですけどね(笑)。

設計の苦労というよりは現場が不便で大変というようなことの方が多く、施工会社の方が一番苦労されているかもしれないですね。

#### 大都会の中心で

#### 非日常の別世界空間を作る

**秋葉** デザイン・設計をする上で、採用する建材へのこだわりなどはありますか。

**東** 私はできるだけ新建材は選ばないようになっています。もちろん新建材に合った場所はあるのですが、値段の理由だけでは選ばないという意味で。例えば、できるだけ触れた時に感触が伝わるもの、また年月を経た時に古くなり痛んで行くのではなく、いい味に変わって行くものを選びたいと思っています。無垢の木に適しているところと、練り



壁一面の竹と栗の木で造作した「下駄箱」

この場所で靴を脱ぎ、畳を踏みしめながら客室へ案内されます。畳敷きは、玄関から始まり、エレベーターの中、各階の廊下、客室へと続いています。

付け材に適するところ、適材適所ということだけでなく、家具工場の匠に本物のメンテナンスフリーになるような材料、仕上げを考へてもらったりしています。

非日常感を出していくためには、なるべく工場生産品に見えないようなものを選ぶことを心掛けています。しかし、一方では材料だけでなく空間のプロポーシオンやシークエンスで非日常を考へることもあります。普段経験しないような高天井や小さな空間、要素をそぎ落としてミニマムにするなど、プロポーシオンを変えることで空間で非日常感を出すことも考へたりします。

「星のや富士」ですが、部屋に入ると、その先に大きな開口があり、その先に河口湖と富士山が見えている。その状況を守るため、手前のインテリアが景色を邪魔しないよう、色や素材感を消していくような。

表面上のディテールにこだわるのではなく、そこで過ごされる方がどう感じるかを想像しながら建築空間の骨格を作り、その上で仕上げという設計の仕

## 宿の主人の趣向が光る お茶の間で出会いを楽しむ

日本旅館は泊まるだけではなく、主人からのもてなしを通して交流を楽しむ場でもありました。その場を現代の快適性を大切にしながら設けた空間が「お茶の間ラウンジ」です。



### 畳が客室とシームレスに繋ぐ

お茶の間ラウンジは各階にあり、客室と畳の廊下で繋がっています。着替えてラウンジに行く西洋ホテルとは異なり、客室からそのまま利用できるセミプライベートな寛ぎの場です。



### 暦を楽しむつらえ

日本旅館では暦に合わせたつらえをするのも、おもてなしの一つ。現代の世界都市東京ならではの感性で、日本文化の機微に触れる空間作りを行っています。

方です。だから、インテリアデザインの方から見ると、少し荒っぽかったりシンプルだったりすると思うのですが、私たちが見てほしいのは、お客様が長時間そこに滞在して、心から楽しんでもらえる空間のあり方なのだと思います。

**秋葉** 「星のや東京」の内装も本場にじっくり見たくなる魅力

がありますね。外装もとても個性的で素敵です。

**東** この外装をダブルスキンにしようという話は当初から出ていて、江戸小紋のストーリー性が大手町のオフィス街という環境の中でぴったりだと思えました。遠目には無地のように見えて、近くには細かい模様で染められている江戸小紋は、商人の文化を表しています。その

小紋柄から、麻の葉を選び、手を加えて「麻の葉くずし」とし、外壁全体を覆っています。

商人の文化というのは、表を飾るのではなく、隠れた部分に工夫を、ということから考えました。柱と梁とガラスでできているオフィスの街に対して、ボリュウム感の小さいシンプルな黒い箱であることが、ひっそりと建っているながら、近くによる

と細かいディテールが見える、という先ほどの江戸小紋と通じるところです。

なるべく建物の「ビル感・建築感」を消したので角の部分をアールにし、工芸品の箱のような外観にしました。でも、やはりこのエリアのルールというか、街全体のデザインとの統一感も必要で、三菱地所設計の力で両立することが

できたと思います。

**秋葉** 今増えつつあるインバウンドへの対策や取り組みはどのように？

**東** 基本的な姿勢はあまり変わらないと思いますが、海外からのお客様が増えることで荷物の置き場所を考へる必要があったりしますね。実は「星のや」も徐々に部屋が大きくなっているのです。それはインバウンド対策だけの問題ではなく、日本のお客様からもだんだん非日常的な大きな部屋へのご要望が増えて来たからだと思います。「星のや」が始めた当時は、日本人にとっては非日常の贅沢感を味わえるトップクラスの宿泊ブランドを目指したのですが、「星のや」が増えるにつれて、まだまだ部屋の広さが足りていないということに皆が気づき始めたのでしよう。

その一方で、いわゆるバックパッカーと呼ばれる、軽装で世界を旅しようという人たち向けに何かコンパクトだけど面白いものを提案したいという星野さんから提案があり、OMOブラ

ンドが生まれました。OMO7大阪（おもせぶん）は、あいりん地区に隣接していますが、大阪の人からは怖いエリアで考えられないと言われながらも実際はもうすでに海外からの旅行者は安い宿のエリアということで、はいつてきています。実際海外のスラムの恐ろしさを考へれば、彼らにとってはとても安全なのだと思います。実際、開発されずにきたけれど、とても交通網的にも便利な場所なのです。

オーバーツーリズムの問題が昨今言われていますが、円安と膨大な情報が出た社会の変化であり、腰を据えて考へなければならぬし、世界的な問題かと思えます。

日本の建築家にとっては、少子化なども考へると、どう海外に進出していかかということが重要と思っています。海外に出た時に、本当に苦勞するのは屋根材や見切り材といった日本にある便利で色々な工夫がされている機能的な建築材が無いという問題もあり、建材メーカーの方にも考へてほしいと思います。

### 暦の移り変わりを映す

遠目には無地に見えて細かい柄が粋な江戸小紋。中でも幾何学的な模様の「麻の葉くずし」で窓の外側全体を覆った、現代的なデザインがひととき目を引きまします。麻の葉くずし模様は客室にも彩りを与えてくれます。季節や時間の移り変わりで日差しが描く景色が異なり、その様を眺めていると大都会でも暦を刻んでいることに気づかされます。



**建築のあるべき姿と  
人材不足との狭間で  
思うことは**

**秋葉** 昨今のサステナブル建築への対応についてはどうお考えですか。

**東** おそらくサステナブルと云っている間に、労働者の不足の問題、そして構造を含め、材料の問題、どう作るか組み立てるかなど製作の方法も問題になってくると思っており、大きな変革があるだろうなと思っています。全ての問題が相互に補完し合える解決策がどうなっていくのか、技術が勝ち、人の手を離れていくのか、産業革命時代と同じようなプラスチックを抱えるかもしれません。

よく、3Dプリンターで家を作るようなニュースを耳にしますが、日本は地震や火事などの災害も多く、そう簡単にはいかないと思います。その上労働人口も急激に減りつつあり、建築業界の人手不足は深刻です。解決するには、特に現場の人たちの仕事がすぐやりがいのある仕事、収入が高い、社会的地位が高い

といった定義付けをしていかないと、今の形での建築は、恵まれた人々だけが建てられるということになり兼ねません。

**秋葉** 東先生から、建築家を目指す若い方々へのアドバイスはありますか。

**東** 私から若い方に一言言いたいことは、まず日本の中に籠らないで、海外の視点を持った方がいいですよということ。特にアジアは近いですから、ヨーロッパがユーロ圏になったのと同じように、アジアもアジア圏という意識を持ち、行くことを厭わないようにしてほしいですね。また西欧先進国の考え方も知っていないと、日本が独自の考え方をしているという自覚を持ちにくいので、若いうちにとんどん海外に行ってほしいと思います。

ただし、改めて思うのは私たちの頃に比べ、今の若い方々は複雑な情報が重い負荷となつて身に振りかかり、それに対する体力を持たない人々が増えているのではないかと危惧しています。このことを大人として

と、規格から外れた寸法やアレンジした途端に価格が跳ね上がる、結局はオーダーメイドの方が、好きなようにできて安くなるような傾向がありますね。それはおそらく、ハウスメーカーのような大手のクライアントさんが最初に大量に注文されるので、そこに合わないものが少数派になつてしまうと思うのです。でも、それと並行して必ず、何かニッチなニーズに定める余力を残してほしいなど……。例えばこの間、

### 「塔の日本旅館」へと誘うランドスケープ

宿のファサードを彩る前庭には、趣きのあるペーパメントとそこに点在する株立ちの木々がアレンジされている。お客様に「星のや東京」へと続くアプローチを歩みながら、心弾むひとときを愉しんでいただきたいとの演出である。



ただし、改めて思うのは私たちの頃に比べ、今の若い方々は複雑な情報が重い負荷となつて身に振りかかり、それに対する体力を持たない人々が増えているのではないかと危惧しています。このことを大人として

若い人に好きなことをやりなさい、夢を持ちなさい、などと言いつても良くないのではと思います。昔の人達は好きなことができなかったもので、若い人に

好きなことをやりなさいと言っていました。最近では自分に合っていることをやりなさいと言つてあげることがよいアドバイスになるのではないのでしょうか。

**時代の変遷に適合した、  
プロフェッショナル向けの  
マテリアルを**

**秋葉** 最後に先生がデザインや建築の材料を選ぶにあたり、こういう製品や素材が欲しいなど

のご要望があればお聞かせください。

**東** 最近の素材は、どんな企業画品だけになってきているのがとても辛いですね。システムキッチンも昔はもう少し融通がきいたのですが、今はどちらかというと、

と、規格から外れた寸法やアレンジした途端に価格が跳ね上がる、結局はオーダーメイドの方が、好きなようにできて安くなるような傾向がありますね。それはおそらく、ハウスメーカーのような大手のクライアントさんが最初に大量に注文されるので、そこに合わないものが少数派になつてしまうと思うのです。でも、それと並行して必ず、何かニッチなニーズに定める余力を残してほしいなど……。例えばこの間、

最近話した海外のメーカーは気軽に小さな面積も対応してくれ、デジタル印刷なのでデジタル資料があればそれですぐできると。アナログの印刷ではない今の時代で柔軟になる良さも出てくるというなと思います。

短期的視点で見れば、現在の工事費の高騰はもう値切つても、材料費より人件費の高騰の方がきているので、どうしようもない。しかも建設会社に逃げられてはいけない(笑)というような感じになっています。で、反対にここで作り手がスベシャルな良い物づくりの仕組みをどこかに残せる工夫をしてもらえるように思います。あとは作る側の人たちも、職人さんによって上手い、下手の差が大きいので、ぜひメーカーさんには、同時に職人さんの技を育てるための仕組みも作っていただきたいなと願っております。

### 大手町温泉

星のや東京最上階の大浴場には、地下1,500mから湧き出る天然温泉「大手町温泉」の露天風呂があり、刻々と移り変わる東京の空を見上げることができる。



ものを使わなければいけないプロフェッショナル向けのものと、両方にぜひ目を向けてほしいなと思います。メーカーさんもだんだん余力がなくなっているのは理解しているのですが……。

**秋葉** 本日は、このような素敵な非日常空間に居ながらにして大変興味深く貴重なお話を伺わせていただき、誠に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

業界に携わる方々の思いや建築の面白さを伝えるきっかけづくりをしています。インタビューを通して建築やデザインを、より身近なものに感じてもらえるようにしたいです。

### 星のや東京

設計監理：株式会社三菱地所設計・NTT ファシリティーズ  
旅館計画・内装設計監理・外装デザイン協力：東環境・建築研究所/東利恵  
ランドスケープデザイン監修：オンサイト計画設計事務所

### OMO7大阪 (おもせぶん) by 星野リゾート

基本構想：日本設計+東環境・建築研究所  
設計監理：日本設計  
内装デザイン：東環境・建築研究所  
湯屋デザイン：岩田尚樹建築研究所  
ランドスケープデザイン：オンサイト計画設計事務所

# 設計と色彩のプロフェッショナルが 水彩スケッチで伝えるホテルの魅力

ただ泊まるだけではない、その場所にずっと居たい。  
そんなホテルの楽しさを知ってもらいたい。

建築士でもあり、カラーコーディネーターでもある遠藤慧さん。ホテルの設計に携わったのをきっかけに、さらにデザインを深掘りしたいと、様々なホテルに泊まりに行くようになる。カバンにはいつも金属製のメジャー（コンベックス）を忍ばせ、いいなと思った空間の寸法を測り、スケッチに残してきた。最初はメモ程度だったスケッチは、室内の細かいディテールやアメニティにまで及び、「寝・食・住」のデザインを丸ごと体験できるホテルの魅力凝縮した「実測水彩スケッチ集」を書籍化、大きな注目を集める。

一級建築士  
カラーコーディネーター

## 遠藤慧

### PROFILE

(えんどう けい)

東京藝術大学卒業、同大学大学院修了。一級建築士、カラーコーディネーター。建築設計事務所（RFA）を経て、環境色彩デザイン事務所クリマ勤務。東京都立大学非常勤講師。建築設計に携わる傍ら、透明水彩をもちいた実測スケッチがSNSで人気を集める。

単著 | 東京ホテル図鑑

共著 | 実測水彩スケッチ集 (学芸出版社)

連載 | 実測スケッチで読む名作建築 (講談社『with』)

連載 | 高架下建築図鑑 (BUNGA NET)

連載 | 色で巡るホテルの旅

(国際観光施設協会『観光施設』)



### 実測水彩スケッチが詰まった本

東京・近郊の23件のホテルに遠藤氏が宿泊し、実際に測って描いた水彩スケッチの数々を1冊にまとめた本です。間取りから、インテリア、アメニティ、フードまで、素材や色、寸法つきでビジュアライズ。ミニマルホテルからラグジュアリーホテルまで、ホテルという空間の魅力と水彩スケッチの魅力が詰まった1冊。

東京ホテル図鑑 実測水彩スケッチ集

出版社：学芸出版社

発行日：2023年8月25日

ホテルの  
実測水彩スケッチという  
ユニークな手法が

『東京ホテル図鑑』として  
開花するまでのプロセス

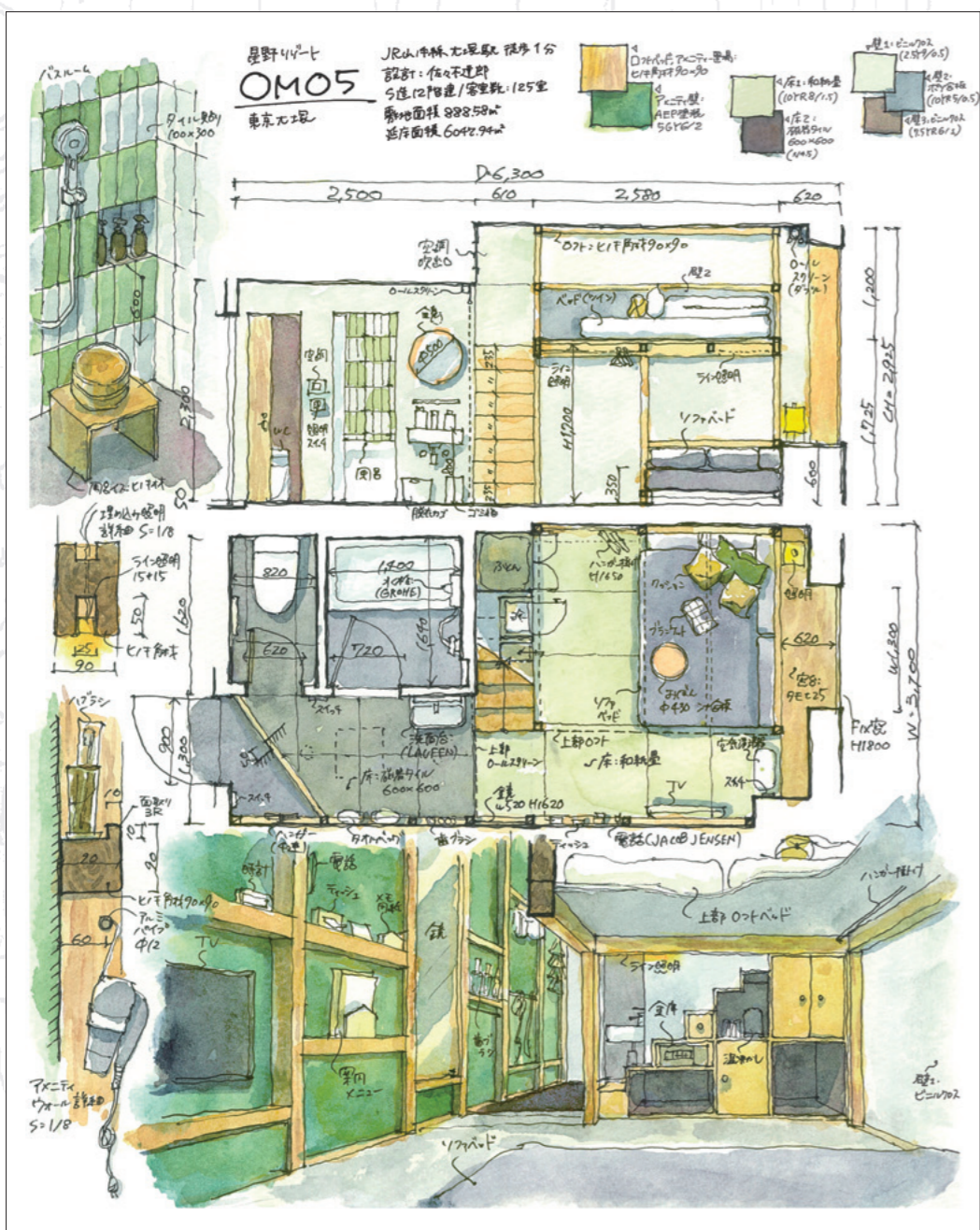
長谷部 | 一級建築士として、またカラーコーディネーターとしての目線から、この実測水彩スケッチという独自の表現方法を生み出したプロセスなどを教えてください。

遠藤 | 以前建築事務所に務めていた頃に、ホテルのプロジェクトを担当できることになったのですが、いざ設計をしようと思ったとき、良いホテルがどんなものなのかをあまり想像できていなかったんです。たとえば学校やカフェ、コワーキングスペースなどなら自分も通ったことがあるのでイメージできます。でもホテルに関してははいわゆるビジネスホテルのような安宿しか泊まったことがなくて、いわゆる高級ホテルには全く行ったことがなかった。そこで設計の勉強と称して、メジャーとスケッチブックを持って都内の良いホテルに泊まり、その場でス

ケッチを描くということを始めました。最初は仕事の参考にしようというつもりだったのですが、たくさん描いているうちにすっかりはまってしまいました(笑)。例えばこのソファは通常より少し低いけど、その分奥行きがあつて寝転ぶとくつろげる高さだなとか……。そういうことを私自身の体感として、記憶に残すために描くようになりました。

**長谷部** 手書きの水彩画のタッチが温もりがあり、いいですね。  
**遠藤** 色鉛筆やペンなども好きですが、水彩絵具を気に入っているのは、水があれば、すぐ描くことができるからです。旅先などでもパレットさえ持っていけばどこでも何時でも使えるというところが便利です。

**長谷部** 『東京ホテル図鑑』が発行された経緯や苦労した点、また読者の方々の反響などを教えてください。  
**遠藤** 設計の勉強のためと思いが多すぎて……。なんでもこんな形なんだろうとか、構造がす



OMO5 東京大塚 (おもふあいぶ) の実測水彩スケッチ

遠藤氏のインタビュー場所となったOMO5 東京大塚 (おもふあいぶ) の水彩スケッチ。このスケッチは美術の教科書にも掲載されている。

OMO5 東京大塚 (おもふあいぶ) by 星野リゾート  
イラスト：遠藤慧

**「手描きスケッチ」によって養われる観察力や思考力が、現場における最良の訓練となる理由は**

**長谷部** ホテルの魅力を最大限伝える手書きスケッチの良さに

一貫したポリシーで統一されていることも多いです。宿泊することとそういう世界観をまるごと体験できるというのが、ホテルの一番の魅力ではないかと思えます。

**長谷部** お部屋でいただける美味しそうな飲み物や食事なども描いていらしゃいますね。

**遠藤** いわゆる建築にまつわることだけでなく、食事やケーキなども意図的に描くようにしています。もちろん設計の立場から食事のメニューに関することはないので、その時、その場所を体験した際の食事の風景や、そこで食べたり飲んだりしたことはとても良い思い出に残るものですね。そういう総合的な空間の心地よさを表現したくて、寸法を測りながらご飯や飲み物なども描くようにしています。

ごいな、などと感動しながら全てを計測しているうちに夜が明けてしまうことも。優雅にホテルステイしてうらやましい、などと言っていたこともありますが、実際は全然です。結婚記念日にいいホテルに泊まった時も計測に終始してしまったり(笑)。

その後、X (SNS) にそれまでに描いたスケッチを投稿したところ、出版社の方からお声がけをいただき、書籍化しようという事になりました。

**ホテルの魅力は、泊まるだけで、上質な「寝・食・住」の世界観と心地よさを丸ごと体験できること**

**長谷部** 今、私たちが居るこの「OMO5 東京大塚 (おもふあいぶ)

いぶ)は星野リゾートさんが運営されていて、本日取材のご協力をいただいています。スケッチを通していろいろなホテルにお泊りの遠藤さんが、皆さんに伝えたいホテルの魅力とはどのようなものでしょうか。

**遠藤** 最初はホテルステイが趣味というわけではありませんが、今ではすっかりホテルの魅力にはまってしまいました。ホテルに泊まると、空間とは決して建築の設計だけでできているわけではなく、本当にさまざまなものの集積できているのだなということを感じます。設計者としてはどうしても躯体、内装、家具、設備、備品……というふうに分けて考えてしまうし、実際にデザインをするのはそれぞれの人であることが多いですね。でも宿泊する人はきつとそうは思わなくて、その空間にあるもの全てが室内の空気感を作っているわけです。

特に最近のホテルはブランディングの意識が高く、建築やインテリアは当然ながら、アメニティ、お料理、ユニフォームのデザインに至るまでトータルに





ついで建築を目指す若い人々への、勉強のポイントや考え方のアドバイスをいただけますか。

**遠藤** 良い建築を見に行くのが大事とよく言われますが、その空間がなぜ良かったのか、家に帰ってからそれを絵や図面に再現してみようとしてもなかなか難しくできないものです。その場で一つ一つ構成を観察しながら、ここにはこういう物が乗っていて、こんな凹凸があり、どんな形の照明が仕込まれていて……などと、つくる側の目線でじっくり考えながら観察すると、何も考えずに見る場合よりもかなり解像度が上がって頭に入ってきます。

スケッチの良いところは、その「観察」を強制的にできることです。iPhoneでパシャッと写真を撮って済ませてしまうのは違い、スケッチの場合は、何を描こうか考えることから始まり、構図は…縮尺は…色味は…など全て決めないとい本の線さえ引けませんので、必然的にじっくり観察するようになります。どこから描いたらこの空間が最も良く見えるかということを目

然と考えられるようになるので、建築を学ぶ訓練には向いているなと思います。

もちろん今の時代に手描きの図面の方がいいですよというつもりは全くないのですが、建築をじっくり観察し考える力や見る目を養うという意味での手描きはぜひお勧めしたいですね。

**その土地ならではの面白さを設計に生かすために、その風土やストーリーに繋がる素材選びを大切にしたい**

**長谷部** 遠藤さんが宿泊されたホテルで、面白かった構造やインテリア、また興味を持たれた建材などを教えてください。

**遠藤** 行ったことのあるホテルで面白い素材を使っているな、と思ったのが、尾道にある「LOG」というホテルです。ハタノワタルさんというアーティストによって、客室内の襖、壁、柱など全てが和紙で包まれており、まるで繭の中にいるような感覚になりました。尾道の穏やかな気候も相まってか本当に心

地よい滞在で、こんな素材の使用方もあるのだと感動しました。他に使ってみたいと思う素材としては、最近では左官にとっても興味があります。設計事務所を退職して今の会社で色と素材のデザインを行うなかで、色と素材にますます興味をひかれるようになりました。私の会社では現地調査に行くとその土地の土を採取するんです。建築もその土地それぞれに、その土地が持っている風土というかが、土地

が持っている色というのがありますので、それをやはり建築のベースにしようということになります。考えられるわけです。アイスカラーが流行っているとカジャパディーナなグレイージュがいいなどの大雑把なイメージではなく、土の複雑な成り立ちや、微妙な色合いの違いなどが理解できると、ますます深く土への興味がわいてきます。

建物をつくるときは、何かその土地に繋がるストーリーのようなものがあつたらいいなあと常々思っています。もちろん現代では技術的にはどの場所でも同じものを作ることには可能に

なっているのでしょうか、できるだけその土地ならではの面白さを感じられるような建材を選びたいですね。

**長谷部** 『東京ホテル図鑑』の中には載っていないのですが、ここ「OMOS 東京大塚（おもふあいぶ）」のスケッチが、美術の教科書に掲載されているそうですね。

**遠藤** 日本文教出版から発行された美術の教科書にスケッチを載せていただいています。本職の画家やイラストレーターというわけではなく、別の仕事をしながらでも、絵を描く何かを表現することを楽しもう、という例で取り上げていただきました。身近にあるもの、例えば洗濯機や、文具などの小物、食べ物などを観察して表現するという目線を面白がっていただきました。

**長谷部** 『東京ホテル図鑑』の第2弾はご予約定めていますか。  
**遠藤** 次は全国版を、というお話もあるので、いつになるかわかりませんがぜひ楽しみにし

## INTERVIEWER

【取材】  
**長谷部 沙織** (はせべ さおり)  
建材ナビ広報担当

今回は遠藤さんが実際に宿泊された、OMOS 東京大塚（おもふあいぶ）にてインタビューさせていただきました。「感じたもの」をいかに表現するかを大切にされているのが印象的でした。あたたかみがあり、どこか懐かしさも感じる、遠藤さんの「実測スケッチ」の世界観にぜひ触れてみてください。



OMOS 東京大塚（おもふあいぶ）の客室

遠藤氏のインタビュー場所であり水彩スケッチに描かれたOMOS 東京大塚（おもふあいぶ）の客室。高さ空間や壁面を有効活用した檜寝台のようなスペースは、秘密基地気分楽しめるプライベート空間となっている。

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いただきました。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



オーナー 辻堂矯正歯科 × 建材メーカー アイカ工業株式会社

VOL. 21

爽やかな湘南の海風が心地よい辻堂で開院されるデンタルクリニック  
無垢材テイスト&オーダーメイド感あふれる  
逸材「メラミン化粧板」

PRODUCTS  
化粧板



**神** 奈川県藤沢市にある最新鋭の技術と経験豊富なスタッフにより、患者さん一人ひとりに合わせた矯正治療を提供している辻堂矯正歯科の院長、幸田氏と、メラミン化粧板や接着剤、住宅設備機器の分野で高い技術力と品質を誇り、国内外で広く知られているアイカ工業株式会社の北川氏とのコラボレーションです。幸田氏の医院である辻堂矯正歯科にメラミン化粧板が導入されるまでのストーリーを語っていただきました。

大手総合建設会社 株式会社竹中工務店 × 建材メーカー 株式会社アサノ不燃

VOL. 20

ホテルゲストにプレミアムな宿泊体験をご提供する  
美濃和紙の風合いをそのままに、  
不燃化という法規的難関を技術で克服した壁紙

PRODUCTS  
不燃和紙



**高** い技術力と独創的なデザインで、国内外の数多くのプロジェクトを手掛ける日本を代表する建設会社である竹中工務店の黒柳氏、長谷川氏、富田氏と、不燃性建材の提供に特化した防火性能を向上させる製品と技術を提供し続ける株式会社セルフネン/株式会社アサノ不燃の相原氏とのコラボレーションです。名古屋の中心に位置し洗練されたデザインが特徴の高級ホテル「ザロイヤルパークホテル アイコニック名古屋」の客室の美濃和紙を風合いをそのままに不燃するという難関に挑戦したストーリーを語っていただきました。

ホテルゲストにプレミアムな宿泊体験をご提供する  
美濃和紙の風合いをそのままに、  
不燃化という法規的難関を技術で克服した壁紙

株式会社竹中工務店

「旅する、チュウブ。」がコンセプトの「ザロイヤルパークホテルアイコニック名古屋」のプロジェクトにおいて、客室の設計・施工で重視した点、こだわった点について教えてください。

単なる宿泊用途としてのホテルではなく、中部のものづくりの技術や文化・歴史を知る体験がホテルの価値となることを大切に設計を行いました。それらを実現するために本物を使うことにこだわり、その中の1つとして、千田崇統さんの美濃和紙をプレミアム客室のデザインのポイントとしました。オリジナルの和紙をアートではなく、大きな壁面に内装材として使用することで、客室での特別な体験創出に寄与しています。

今回、アサノ不燃様の「セルフネン不燃和紙」を客室にて採用されていますが、採用に至った決め手は何だったのでしょうか。重視したポイントや共感する価値などがありましたら教えてください。

日本文化の象徴である和紙をビル建築では使用しにくいという根本的な問題である法規的な現実に対して、それを可能とする稀有な技術に感銘を受けて採用に至りました。また、千田崇統さんや Washi-nary さんが製作する素敵な美濃和紙の質感や色味を変化させることなく手すき和紙の風合いをそのままに不燃化できることが最大の決め手でした。不燃化された既製品の和紙は他社メーカーにもありますが、オリジナルの和紙を千田崇統さんに製作していただき内装に使用すること、美濃和紙の魅力をそのまま伝えられることがこのホテルだけの特別な宿泊体験に繋がると考えていました。客室以外ではロビーの壁に Washi-nary さんの美濃和紙を不燃化して使用しています。お客様が必ず通るロビーの壁面に



- ザロイヤルパークホテル アイコニック名古屋 (愛知県・名古屋市) の客室内の壁紙を不燃化。国土交通大臣「不燃材料」として認定されている。
- ヘッドボード上部にあしらわれた不燃認定の和紙壁紙は、織田信長の最大領土である能登半島と中部エリアの地形をモチーフにしている。

株式会社アサノ不燃

今回、「ザロイヤルパークホテルアイコニック名古屋」に採用された「セルフネン不燃和紙」について教えてください。

セルフネン不燃和紙の最大の強みであり特徴は、「極厚2・5ミリの不燃材料認定」と「後加工での不燃処理」だと考えています。防災和紙市場で流通しているその多くが、厚みが薄く不燃性も「準不燃」です。弊社の不燃処理技術により、それまでは困難であった厚みある和紙が「不燃材料」として施工可能になりました。

「極厚2・5ミリの不燃材料認定」は業界唯一であり、不燃和紙壁紙の意匠性を格段に引き上げたという点で画期的だと思います。

また、「後加工での不燃処理対応」が意味するのは、「オーダーメイド不燃和紙壁紙の実現」に他なりません。従来は、カタログ等で予め定められたラインナップ(ある意味限られた既製品のなか)からしか選択の余地がありませんでしたが、弊社では、持ち込まれた和紙の不燃処理が可能です。「憧れの和紙作家の一点物の作品が、内装制限を気にせず施工できる」そんな時代になったのです。

このように、他社とは一線を画す不燃処理技術とノウハウによって、不燃和紙壁紙の意匠と素材のバリエーションは無限に広がったと言っても過言ではありません。

—— 施工について、竹中工務店様からどのような要望や条件がありましたか？

- 施工にあたっては次の2項目へのご要望がありました。
- 風合い・色目を損なわないこと。
  - 運搬や施工性を損なわない仕上げ。

美濃和紙を使用することで、中部の技術を体感していただけます。

——「不燃和紙については他社の製品もご検討されましたか？」

不燃認定が取れている既製品も探しましたが、美濃和紙にこだわり探すと選択肢がかなり少なく、また意匠的な面で満足いくものがありませんでした。美濃和紙は様々な職人さんにより製作されていますが、内装材としての利用は想定されていないため、アートとして利用することも並行で検討しながら、不燃化する方法を模索しました。

——「セルフネン不燃和紙」が導入されたことで、客室空間に与えた影響や、宿泊された人々に与えた印象はどのようなものでしたでしょうか？」

千田崇統さんのオリジナルの和紙は、プレミアム客室に使用しています。ライティングされ、より和紙の質感を感じることができると目を引く壁とすることで、中部に興味を持つきっかけとなる大切な役割を担っています。

——アサノ不燃様との出会いや共創についての感想をお聞かせください。

和紙を内装に使用できる方法を模索していたところ、ネットでアサノ不燃さんを知りました。その後は、サンプル作成も素早くご対応いただき、初めてサンプルを見た際には和紙の質感が全く変化していないことに驚きました。千田崇統さんや Washinaiy さんとの和紙の授受や作業所とのやり取りもスムーズにご対応いただき、大変満足な仕上がりとなる客室となりました。

VOL. 20

ホテルゲストにプレミアムな宿泊体験をご提供する  
美濃和紙の風合いをそのままに、  
不燃化という法規的難関を技術で克服した壁紙

——「セルフネン不燃和紙」の提案や施工時に、どのようなサポートやアドバイスを行いましたか？」

「素材がバリバリに強張らないか」、「不自然なシワができないか」、「人工的な光沢感がでないか」、「色目が大きく変わらないか」：などです。  
不燃処理による手漉き和紙本来の素材感の変化を、どのくらいアント様も必ず懸念されます。過度な不燃処理は風合いを損ねますし、風合いを重視しすぎると、不燃性能を落とすこともあり、不燃性能を落とすこともあつてはなりません。この匙加減は非常に「デリケート」であるため、薬剤調合のシミュレーションには時間をかけますし、ご納得いただけるものになるまで、試作サンプルの確認作業は続きました。

おかげさまで、今回はタイトなスケジュールながらもトラブルなく納品に至りました。

——設計や施工段階で直面した課題や苦勞された点などはございましたか？」

作品自体が、不規則な形状の和紙パーツによる組み合わせで成り立つ意匠でしたので、パーツの取扱いと処理後の保管・管理には細心の注意を払いました。おそらく、施工も大変だったのではないのでしょうか。

——「セルフネン不燃和紙」が「ザロイヤルパークホテルアイコニック名古屋」に導入された経緯は、今後の製品開発や技術向上にどのような影響を与えられたのでしょうか？」

今回のプロジェクトには、不燃

処理する和紙の「形状とサイズ」に関わる挑戦がありました。

飛驒の山なみを想起させるような、「山脈」のシルエット、水墨画のような濃淡のグラデーション、しつかりとした凹凸がある素材感とスケールの大きさなどです。長方形・一枚ものの手漉き和紙の不燃処理が常だった弊社にとって、この経験は大きな自信に繋がりました。

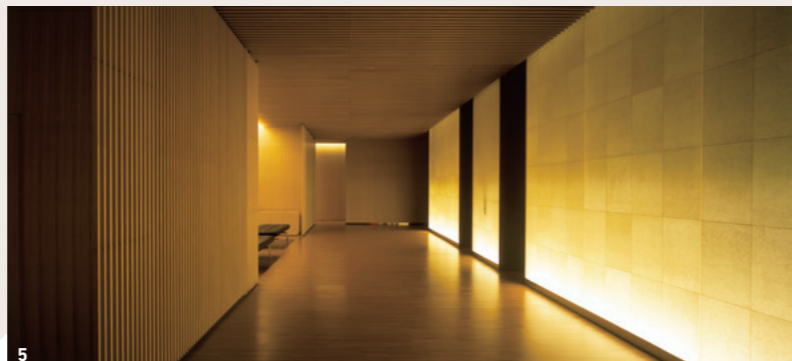
弊社の強みである「性能」「認定」「品質」に加え、「意匠の自由度」が新たに加わりました。今後、多くの和紙作家の皆様が乗り越えて、採用されることに期待しています。

——竹中工務店様とのプロジェクトはいかがでしたか？」

我々にとって挑戦的な一歩を踏み出せた不燃化プロジェクトであり、建材の枠組みを越え、和紙業界にも大きな可能性と影響を今後与える魅力的なプロジェクトだったと思います。これを機に「不燃ソリューション」を共に進められることを願っております。

——アサノ不燃様の今後の展開、または将来の展望などをお聞かせください。

セルロース不燃化のバイオニアとして、近年は木材よりも不燃和紙が注目を集めておりますが、次世代の不燃素材は、不燃木粉で出来た不燃塗り壁材「セルフネン木ぬり壁」です。  
不燃木材の木工時に生まれる木の粉を塗り壁材にすることで、持続可能な循環型の不燃木材製造の仕組みを実現しますので、「セルフネン木ぬり壁」にご注目いただきたいと思います。



竹中工務店様で採用された「セルフネン不燃和紙」

- 4 アサノ不燃のセルフネン不燃和紙は、国内の市販和紙を後加工によって不燃処理できる。また、業界唯一の「極厚2.5mmでの不燃材料認定」もされている。
- 5 東京ミッドタウンのサントリー美術館の壁紙も不燃化している。

プロジェクトメンバー

株式会社竹中工務店  
大阪市中央区本町 4-1-13  
06-6252-1201



黒柳 亮

大阪本店設計部  
スペースデザイン部門  
インテリアグループ長  
1997 京都市立芸術大学美術学部 環境デザイン学科卒業  
竹中工務店入社



2022 リッチモンドホテル プレミア 京都四条  
2024 ロイヤルパークホテル ICONIC名古屋  
2024 スタジアムシティホテル 長崎

長谷川 裕馬

東京本店設計部 第5部門  
インテリア1G  
2016 法政大学大学院 デザイン工学研究科 建築学専攻卒業  
竹中工務店入社



2021 歳吉屋-BYAKU Narai-  
2024 ロイヤルパークホテル ICONIC名古屋

富田 茉理奈

大阪本店設計部  
スペースデザイン部門 インテリア1G  
2020 大阪市立大学大学院 生活科学研究科 居住環境学コース卒業  
竹中工務店入社  
2024 ロイヤルパークホテル ICONIC名古屋



株式会社セルフネン/  
株式会社アサノ不燃

東京都江東区東陽 5-28-6  
TSビル5F  
03-6666-0315  
福井オフィス 0776-68-0680



相原 利治

福井営業部 所属  
ゴルフメーカー、自動車販売FC本部の勤務を経て、2021年8月、東京から福井へ移住を機に同社へ入社。2022年より、同社の建材ロス&端材活用プロジェクト=「たけくらべ製材所プロジェクト」を立ち上げ、不燃木材の営業に加えて、CSR活動も並行。



たけくらべ製材所  
Instagram  
アカウント



爽やかな湘南の海風が心地よい辻堂で開院されるデンタルクリニック  
無垢材テイスト&オーダーメイド感あふれる  
逸材「メラミン化粧板」

辻堂矯正歯科

「辻堂矯正歯科」について  
主な診療科目など、概要をお教えください。

コンパクトな空間ながらも最新の設備を備え、どこか南フランスを感じる、矯正歯科診療メインのクリニックです。

クリーニングやホワイトニング、むし歯、抜歯などの保険治療も行っています。また、顎の骨を切るような保険矯正も今後行う予定です。

海の町、辻堂は僕がサーフィンを始めて間もない頃に出会った友達が連れてきてくれた場所です。海が生活の一部となっている、この土地に流れる空気感に一目惚れしました。

「今回の改装はどのような内容のものでしたか。重視した

点、こだわった点などがありましたら教えてください。

テナントをスケルトンから渋谷区の歯科専門内装業者（CON DESIGN）さまと一緒に設計いたしました。患者さんのプライバシーを守りつつ、スタッフの動線を意識し、自然光を取り込める設計にいたしました。予算の観点からデザイナーさんは一切入れておりません。

パリにある Le Corbusier のアパルトマン兼アトリエや南仏の上司のクリニックを参考にし、ガラスブロックやRの壁等を取り入れ、また、カウンセリングルームは患者さまとの距離が近くなるので、対面で座らないような配慮をたく、造作机を使用しています。

私が診療を他のクリニックで行っている関係から深夜におよぶ打ち合わせに何度もお付き合いただき、私のわがままを聞いてくださった内装業者さまには感謝の気持ちでいっぱいです。



辻堂矯正歯科で使用されたメラミン化粧板。受付カウンターや待合カウンター、造作建具、デスク、吊棚、扉などで採用している。

- 1 受付カウンター
- 2 カウンセリングデスク
- 3 診療室の扉

メラミン化粧板（セルサスプレミアムテクスチャー）  
TSY10204K、TSY10202K  
メラミン化粧板  
K-6017KN、K-6623KN、TJY10202K

アイカ工業株式会社

「今回、「辻堂矯正歯科」様に採用された「メラミン化粧板」の特徴をお教えください。

採用された木目のメラミン化粧板は「セルサスプレミアムテクスチャー」という木目の柄と凹凸感を一致させた同調エンボスでリアルな質感で高級感のある仕上がりを実現しています。

メラミン化粧板は、耐久性が高く、傷や汚れ、摩耗に強いのが特長です。セルサスプレミアムテクスチャーも同様に、日常的な使用に対して高い耐久性を持ち、メンテナンスが容易です。

「デザイン・設計面で、メラミン化粧板の導入によるメリットについて教えてください。」  
辻堂矯正歯科様ではメラミン

化粧板のみの採用でしたが、メラミン化粧板・メラミンタイル・オルティノフィルムは、それぞれ異なる性能を持ちながらも、同じ色柄を使用できるため、用途ごとに適切な素材を選びながら、デザイン面では一貫性を保つことができます。その柄連動により、異なる素材でありながら同じデザインを保つことができるため、オーダーメイド感のある空間を、コストを抑えて実現することができます。無垢材や石材などの天然素材ではデザインの統一が難しい上にコストも高くなりますが、当社製品は、天然素材に見える高品質な仕上がりを実現できる価格で提供できる点が魅力です。これにより、コストパフォーマンスの高い空間設計が可能になります。

日本の木材資源に限りがある中、メラミン化粧板のような代替素材は持続可能な建材としての役割も果たします。これにより、コストを抑えつつも高級感や機能性を両立できるという点が再確認されたことは、大変嬉しく存じます。

「建材ナビを通して、アイカ工業様の「メラミン化粧板」の資料を請求されたとの事ですが、アイカ工業様の製品を導入しようとした理由は何かだったのでしょうか？」

数年前に自宅のリノベーションでアイカ工業様の建材を使用したもので、企業名を知っていたのと、使用感がとてもよかったです。

種類が豊富で、その空間にあったテイストの化粧板が必ず見つかるといった強みがあると思います。サンプルは薄いものもあるのですが、少しカーブがかかっているものもありますが、実際に施工してもらったとしかかりました。家に使用したものは、キッチンやトイレ上の棚板や、リビング収納の棚板などです。マットな色調のものと、光沢がありよくみると少しキラキラした白色のものを採用して、今もお気に入りです。

「メラミン化粧板」導入となりましたが、建材ナビを使用して

みていかがでしたか？

建材ナビの検索サイトはサンプル請求がかけやすく、とても使いやすいと感じました。化粧板の選定にそこまで時間がなく、焦っていた時期でしたのでサンプル到着も早く、とても助かりました。

「メラミン化粧板」が扉や机に導入されたことで、院内の雰囲気はどのように変わりましたか？

オーダーメイド感や統一感にあふれる、素敵な空間になりました。内装設計が形になっていく工程はとても楽しく、夏場の暑い中で施工・現場スタッフさまが頑張ってくださいました。数日おきに朝方など楽しく見学に行っておりまして。

木のテイストのものは、友達からは無垢材と間違われるほど質がよく、カーブの机の加工もきれいに曲げられていて、高級感があります。予算の関係で、ハウスメーカーの扉も採用していたのでそれに合わせたテイストのメラミン化粧板でレントゲン室の特注扉（鉛と鉛ガラ



辻堂矯正歯科様で採用されたセルサスプレミアムテクスチャー

- 1 TSY10204K 受付カウンター、待合カウンターにて使用
- 2 TSY10202K カウンセリングデスク、カウンセリング吊棚にて使用

セルサスとは、指紋が目立ちにくい機能のこと。プレミアムテクスチャーは、木目柄に対して専用のエンボスを作製することにより、まるで天然木のようなリアルな木肌感を実現した、本物の木質感を求める方にとって最適な化粧板です。

「今回「メラミン化粧板」の導入後に「辻堂矯正歯科」様からいただいた高評価についてどのように思われますか？」

院長の幸田様からのご評価は非常に嬉しく、励みとなりました。メラミン化粧板は、無垢材に比べてコストパフォーマンスに優れながらも、デザイン性や質感を損なわない素材として、特に商業施設や医療施設などのインテリアにおいて高く評価されています。無垢材のような質感を再現する製品開発に注力している当社にとって、「無垢材と間違われるほど質が良い」というコメントは、開発目標の一つが達成されている証と言えます。

また弊社は、B to B のメーカーではありますが、今回はお施主様にまで社名や商品を知りただけて光栄に思います。

「アイカ工業様の今後の展開、または将来の展望などをお聞かせください。」

①成長事業の創出・育成として  
自動車用3次元加飾フィルムの内装用はデザインに革新をも

たらす技術として注目されています。

自動車業界では、デザインや質感が車両のブランドイメージや顧客満足度に大きく影響を与えるため、このような加飾技術の進化が求められています。3次元加飾フィルムは、高いデザイン性と加工性、耐久性を兼ね備えた素材であり、立体的な形状にも対応できる柔軟性があります。外装用はまだ実績化していませんが、自動車メーカーの厳しいスペックをクリアしており、着実に進捗しています。

②新規市場の開拓において  
非住宅物件を中心に床と天井市場での採用が着実に広がっています。

特に、防カビ性能を持つ天井材「カビテクト」はスーパーマーケットを中心に引き合いをいただいておりますが、食品工場など、新たなニーズを発掘し、採用が拡大しております。

③公共インフラへのさらなる参入拡大について

北陸新幹線金沢〜敦賀間の全駅で当社の建築建材商品が採用になり、メラミン不燃化粧板「セラール」は5,500㎡以上を納入しました。

新幹線駅への採用は、当社にとって大きなプロジェクトであり、技術力や品質の信頼性が高く評価されたことと実感しております。公共インフラ向けの需要は安定しており、特に鉄道や空港といった大規模なプロジェクトにおいて、不燃性・堅牢性に優れ、さらに清掃性・施工性・デザイン性なども高い「セラール」は今後も必要とされると考えます。

今回の北陸新幹線プロジェクトでの採用は、当社にとって非常に重要なマイルストーンであり、今後の成長を促進する要因となりました。

公共インフラ市場の強化、環境対応型製品の開発、国内外市場の拡大、さらには技術革新による多角化が、当社の将来の重要な展望として挙げられます。

施主プロフィール

辻堂矯正歯科

神奈川県藤沢市辻堂 2丁目 2-6  
MK 湘南 3、3階  
0466-52-6589



幸田なおき

院長  
歯科医師、博士（歯学）



1986年 岐阜県各務原市生まれ。2010年岡山大学卒業後、慶應病院研修、東医歯大（現東京科学大）大学院卒業。ワイヤーを用いた従来の矯正治療から小児矯正、裏側矯正、マウスピース矯正まで幅広く手がける。大学院では歯の動きに関わる新規遺伝子について世界に先駆けて報告。クリニック開院に先立ち2023年に1か月間単身渡仏し、欧米はじめ様々な人種の治療にも携わっている。英語、少しのフランス語にも対応。日本矯正歯科学会認定医。

メーカープロフィール

アイカ工業株式会社

東京都千代田区神田錦町1-6  
住友商事錦町ビル4階



北川有里子

営業統括本部 営業企画部  
プロモーション企画室



部署は、業務部、見積センター、技術サービス、マーケティングなど転々と異動しながら、仕事内容は少しずつ変化をし、CADやDTPから徐々にWEBへシフト。現在は、建材ポータルサイト管理、写真撮影・管理、SNSアカウント運営などがメイン。

新たな時代に  
適応する解決策を、  
多様な選択肢から

# MANUFACTURER

階段の新商品と  
新規事業への拡大を狙う  
カツデン

カツデン株式会社



選りすぐりのブランドが  
それぞれに持つ、唯一無二の  
ストーリーを伝えたい

ボウクス株式会社

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





## Gradea グラデア 箱段板階段

**Gradea**  
スチール階段の細さと、大空間でもシンボルとなるインパクトを両立していることで、広々とした玄関ホールやリビングに設置するのに適しています。



## INTERVIEW MANUFACTURER

以外の分野に対する意識は社内外ともに薄れていました。

社名を「カツデン」と変更することで、建築以外の分野でも技術を活かし、事業の幅を広げていく意思を示しました。現時点で家具や機械部品などの様々な業界との取引があり、そこから得たアイデアを顧客開拓、商品開発に活かしています。

中でも興味深いのは家具です。ハイエンド向けの家具はレッドオーシャン状態ですが、金属家具に絞るとニッチながらも鉄工所の高齢化などによって調達先に困っている企業は少なくありません。

島根益田工場の大幅増築に伴い、OEMで製作する案件が動き始めていますし、その幅も広がっていったらと考えています。

### ハイエンド向けの

### 新たな選択肢、箱段板階段「Gradea」

当社のほかに、一部の鉄工所などで特注対応していたデザインで、SNSなどではちょっと



坂田光穂

カツデン株式会社  
西日本支店長兼 販促企画部長

大学卒業後にバーテンダーをしながら起業し、ECサービスを開発・リリース・売却。そこで得たスキルをもとに、10社以上の外注メーカーとして活動し、そのほとんどで問合せ数 50%UP を達成。2016年にカツデンへ入社し、東京とベトナムにおける営業、マーケティング、品質管理を担う。7年間のバーテンダー経験の影響で肝臓を壊し、現在はほぼ飲めない。

### カツデン株式会社

東京都台東区  
上野 5-25-11  
大和上野ビル7F  
03-5812-2291 (代表)



# 細部までこだわるものづくりで新展開 階段の新商品と新規事業への 拡大を狙うカツデン

## 一切妥協しない、 デザインと快適さの両立

「美しく快適な空間づくり」という我々の経営理念を具体化しているのは次の箇所です。

美しさ—写真で見るときに美しいのは当然、近くで触れて生活する際にも違和感がないことが重要です。

そのために溶接、仕上げ、塗装にコストと時間をかけてこ

わることを決めました。溶接痕を見せない技術によって、360度、遠近両方から見たときにも美しいことがカツデン商品です。

快適さ—最低限の機能を満たすだけでは快適とは言えないことから、JIS規格やB1基準より高い強度や耐久性を確保し、試験を実施。また、塗装が剥がれにくいよう、多くの時間をかけてあらゆる手段を講じること

で、美しさを長年キープできるようにになりました。

「デザインに妥協しないこと、安心して使用できることが、暮らす人にとっての快適さにつながる」と考えています。

## 社名変更の背景には、新たな事業分野への拡大戦略が

旧社名の「アーキテック」という言葉には、「アーキテクチャ」「建築」と「テクノロジー」「技術」という意味が込められていました。階段事業の売上が伸びれば伸びるほど、階段屋としての知見や知名度は広がるものの、それ

した話題になっていました。

それを見た顧客からの要望が徐々に増え始めました。同様のデザインの階段を作ろうと思うと45500万円かかるころ、量産対応して品質を保ちながら300万円程度にコストダウンし、納期も短縮。また、商品化の過程で、特徴的な段板のディテールを木材メーカーと詰める作業にもっとも時間を費やし、2年以上かけました。最終的に、コストとデザインのバランスを踏まえながら、美しい表面デザインを実現しました。スチール階段の設置率が10%を超えると言われメジャー化しつつある今、ハイエンド向けの新たな選択肢となり得る階段ができあがりました。

### 美しいデザインのまま

### 非住宅対応の高強度を持つ「ObjeA PREMIUM」

ObjeA PREMIUM 発売前、戸建て物件の階段においては多数の実績を持っていた当社ですが、非住宅では稀に特注で請け負う

## ObjeA PREMIUM

シースルー階段 オブジェアプレミアム

### ObjeA PREMIUM

100万回の繰返し荷重を実施、クリアしたことで長年、大人数で使用しても問題ないことを確認。



程度でした。強度はオーバースペックにせざるを得ず、それゆえデザインのバランスがどうしても悪くなり、コストも高かったことで、顧客を満足させることができいていませんでした。ただ、要望としてはあり続け、大手ハウスメーカーの非住宅部門と深く関わりを持つようになったことをきっかけに開発に着手しました。

高強度が求められる非住宅用階段は、溶接で組み上げた状態

で施工現場にクレーンでまるごと運び入れることが一般的。それゆえ工期、品質、搬入で課題を抱えているという情報から、ノックダウン（現地組み立て）式の非住宅用階段に価値が生まれると考え実現し、月に数物件ずつ採用されています。

カツデン公式サイト  
「施主の声」は  
こちら



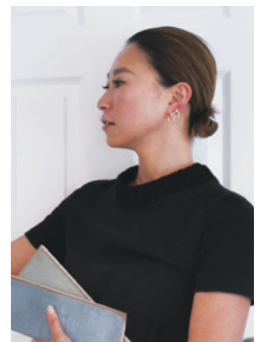




DYROY

自然が生み出す特徴的な色彩を、セラミックタイルの職人技で表現したタイルコレクション。様々な色調とパターンは、北欧の夜の移り変わる光と色を再現している。

# 世界のタイル文化を一つのカプセルに 選りすぐりのブランドが それぞれに持つ、唯一無二の ストーリーを伝えたい



沖村千尋  
ボウクス株式会社  
Tile Capsule  
General Manager

2013年2月、ボウクス株式会社に入社。営業部での顧客対応と仕入部門の経験を経てマーケティンググループの設立を指揮。当時タイルをネットで売るというのが一般的では無い中、EC事業の立ち上げに従事。世界のタイルを見て扱う中で、メーカーそれぞれの世界観をより深く伝えたいと本ブランド、Tile Capsuleのプロジェクトの陣頭に立った。

ボウクス株式会社

神奈川県川崎市  
中原区木月 4-28-3  
044-431-5052



私たちの使命は、  
タイルという文化を広く  
人々に伝え、共有すること

Tile Capsuleは、老舗タイル  
ディーラーという企業母体を活  
かし、世界の素晴らしいタイル  
ブランドをワンストップでアテ  
ンドすることができる独自の文  
化です。私たちは「お気に入り

を宝箱にしまおうような気持ちで  
集めたタイルたちを多くの人に  
共有したい」という想いを持ち、  
アイテムの選定やプロモーション  
に取り組んでいます。

「世界のタイル」ではなく「タ  
イル文化」と銘打っている理由  
は、タイルの作り手、使い手、  
住まい手、そして私たち送り手  
の全てに、タイルがもたらす「背  
景(ストーリー)」があるからです。

宝箱に入れるお気に入りにも、  
そこに至るまでのストーリーが  
存在するように、タイルにもそ  
れぞれの物語があります。その  
ストーリーを一番大切にするこ  
とこそが、私たちの理念です。

世界の素晴らしいタイルブラ  
ンドと彼らによって生み出され  
るユニークなタイルたちが持つ、  
個性、背景、アイデンティティを、  
無添加のままに届けることを最

大にして唯一の使命であると考え  
ています。ですから、私たちは  
商品と作り手の両方に深い敬意  
をはらう証として元来の商品名  
を開示し、作り手の情報も惜し  
みなく公開します。

## ホテルのゲストに 特別な空間を提供する マテリアルとしての選択

ホテルデザインは、美観や景  
観の設計(視覚)にとどまらず、

LIVORNO

ビンテージな風合い  
と個性豊かなカラー  
とデザインのバリエー  
ションをもつシリーズ。  
大胆で多彩な装飾は、  
MAINZUブランドの代  
名詞となっている。

香りや音などの目に見えないエッ  
センスや、入浴、睡眠、食事と  
いった「体験」を通じて、五感  
を刺激するさまざまな要素で構  
成されています。  
タイルは、人類文明の黎明期  
から人々の生活に密接に関わり  
続け、科学や文化の発展ととも  
に形を変えながら、現在に至る  
まで使用されてきた建築資材で  
す。これは、タイルがあらゆる  
時代で人々の五感に訴え続けて  
きた証拠といえるでしょう。

私たち Tile Capsule では、世  
界の最新トレンドに常にアンテ  
ナを張りつつも、タイルが持つ  
長い歴史とその普遍的な価値を  
大切にしています。商品選定に  
おいては、各国のトレンドや取  
扱メーカーの個性、独自の文化  
や技術を反映させ、日本市場で  
はあまり見られない、特徴的で  
洗練されたデザインのタイルを  
厳選しています。

私たちは、お客様の「イメー  
ジ」と、タイルに込められた「想  
い」をマッチさせることを最も  
重要視しています。  
私たちにとって、タイルをお  
届けることは単なる部材の提

供ではありません。意匠や機能  
はもちろん、各商品の背景にあ  
るストーリーをお伝えすること  
こそが、Tile Capsuleの最大のソ  
リューションです。それがお客  
様のイメージとしっかり重なっ  
たとき、最良のマテリアル選択  
になると考えています。  
メーカーの想いがデザイナー  
と出会い、形となり、そこに特  
別な空間を作り上げるコンセプ  
トが重なっていく。

この共鳴の連鎖こそが、ゲス  
トに特別な体験を提供するデザ  
イン構築へとつながっています。

## 創業以来の深い知見と 経験でタイル流通における 「問屋の価値」を再定義

私たちの事業は「建材販売」  
点「空間創造」線「欧米型住  
宅地開発」面」で構成されます。  
創業69年にわたる深い知見と経  
験をもとに、今後はより一層時  
代のニーズに応じた形でご提供  
の領域を深め、また広げてまい  
ります。  
例えばECと店舗のシームレ

SENSA

元々ベニスで開発されたマイクロ  
テラゾータイルに装飾的なオマー  
ージュを施し、90×90のフォーマ  
ットに落とし込みました。デザインをよ  
り自然に、精密に、リアルに表現  
する【SHAPED TECH 技術】が  
採用されており、かつての陶磁器  
タイルには類を見ない高いクオリ  
ティを誇る。



入な行き来による販売チャネル  
の多様化、バスルームやガーデ  
ンなどエリア特性に応じた建材  
選定からデザイン、設計施工の  
ワンストップサービス、そして  
その集大成としてアメリカの歴  
史と実例に基づいた住宅地開発  
などを包括的に行ってまいりま  
す。材料だけ、工事だけ、では  
ない、発展的な次世代型問屋業  
を目指し、ユーザー直販が当た  
り前となったこの時代に「問屋  
の価値」を再定義してまいります。  
タイルは、非常に長い歴史の

中で高く評価されてきた建材で  
す。国外において、タイルは意  
匠建材としての役割にとどまら  
ず、建物を保護し、長期間使用  
するための重要な手段として用  
いられてきました。一方で、国  
内市場では新建材や新工法が普  
及し、「タイル」という建材の使  
用頻度は以前に比べて減少して  
いる現状があります。だからこ  
そ、私たちは微力ながら、タイ  
ルが持つ独特の趣や魅力を再び  
日本で広めていくために貢献し  
たいと考えています。

# すぐに見つかる 建材カタログ

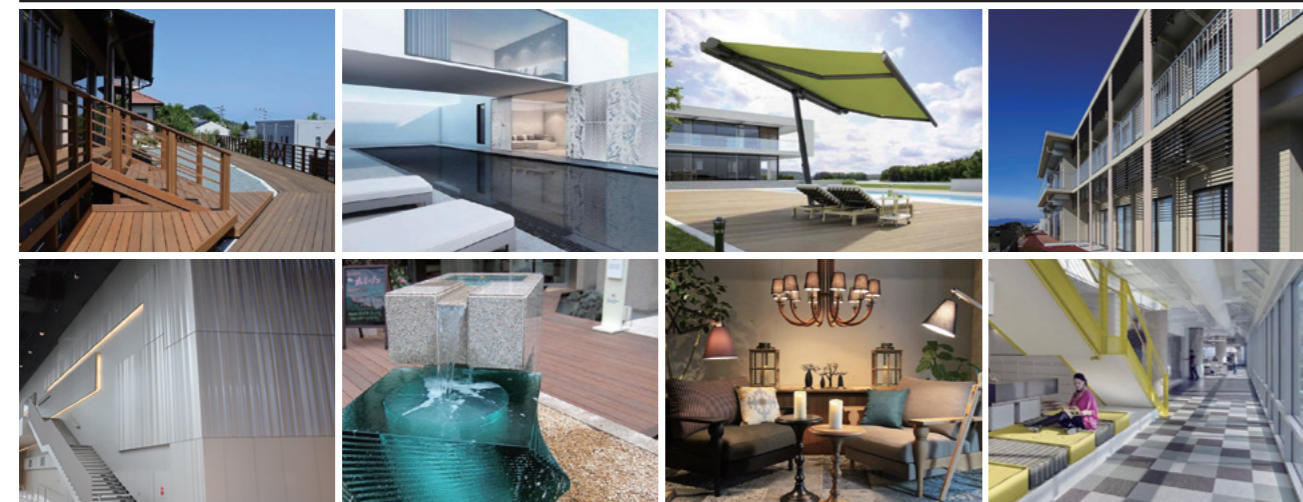


掲載数  
**5,600** カタログ  
**30,000** ギャラリー

カタログ閲覧、ダウンロード、お取り寄せが  
簡単だから、スペックインに便利!!

カタログ探しが楽しくなるイベントも開催中!			
【新年】	【春】	【秋】	【年末】
<b>先取り新着</b>	<b>新カタログ勢ぞろい</b>	<b>総合カタログ</b>	<b>年間総まとめ</b>
どこよりも早くお届け 先取り新着カタログ	どこよりも早く 最新だけをお届け	この一冊で全てが揃う 最新総合カタログ特集	今年最後の総まとめ 厳選カタログ特集

## 30,000 枚の施工写真からアイデアを見つける。デザインを形に!



# SumaiRing

すまいリング



## 過去の 建材ナビジャーナルが 読める!

2016年からインタビュー情  
報誌として発行し続けている  
『建材ナビジャーナル』の  
豊富な記事をお楽しみくだ  
さい。



## SumaiRing にしかないオリジナルコンテンツもたくさんあります!

<p><b>SPECIAL</b> 建築・建材業界のニュースや著名人へのインタビュー</p>	<p><b>STORY</b> 建材ナビを通じてコラボに至った設計士と建材メーカーのプロジェクト紹介</p>
<p><b>ARCHITECT</b> プロフェッショナルな設計士へのインタビューと設計事務所の紹介</p>	<p><b>COLUMN</b> 建材や建築のことをわかりやすく紹介するコラム</p>
<p><b>MANUFACTURER</b> 建材メーカーにモノづくりの想いを語っていただくインタビュー記事</p>	