

kigokoro

EIDAI Corporate PR Magazine Autumn 2023 / vol.17

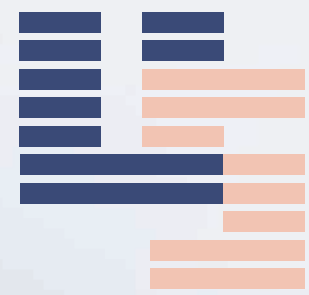


kigokoro

Autumn 2023 / vol.17

第17号 令和5年10月1日発行
編集・発行：永大産業株式会社 事業管理部 広報課
〒559-8658 大阪府住之江区平林南2-10-60 TEL:06-6684-3058 FAX:06-6684-3051

表現する階段



UNICOLOR SELECTION
ユニカラーセレクション



木を活かし、よりよい暮らしを
EIDAI | 永大産業株式会社
www.eidai.com
お客様相談センター
☎ 0120-685-110
【受付時間】平日・土曜日9:00~18:00(休業日:日曜日、祝日、夏期休暇、年末年始)

EIDAI ショールームでお確かめください。

EIDAI SR

検索



非住宅向けの製品ラインナップがさらに充実

セーフケアプラス 室内ドア・キッズ洗面

安心・安全に配慮した当社の非住宅向けの製品ブランド「セーフケアプラス」。新たに「店舗・事務所向け室内ドア」「ユニバーサルデザインドア」「キッズ洗面」が加わり、高齢者施設や園舎、店舗・事務所のニーズにお応えします。



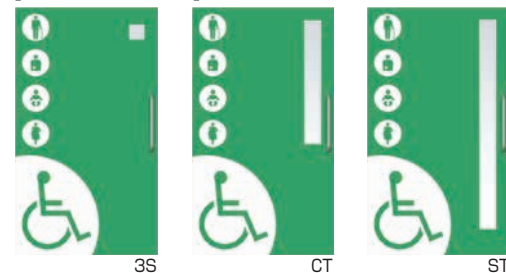
■セーフケアプラス「店舗・事務所向け室内ドア」

親子ドアよりも開口部をさらに広くとれる親親ドアをはじめ、片引き吊り戸、引き違い吊り戸、片開きドアなど種類の開口アイテムをご用意し、デザインは9種類をラインナップ。開きドアはレバーハンドルのほか、握りバーも設置可能です。

■セーフケアプラス「ユニバーサルデザインドア」

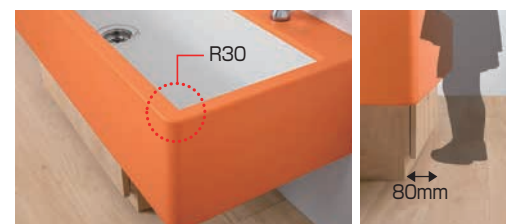
2022年2月に発売した「イラスト付きドア」に、公共性の高い多機能化粧室などに使用できるユニバーサルデザインを追加。視認性の高いピクトグラムと明瞭なカラーが特長で、片引き吊り戸(自閉タイプ)と片引き込み吊り戸(自閉タイプ)に対応。

【対応ドアデザイン】



■セーフケアプラス「キッズ洗面」

園舎向けに開発し、徹底して安全性にこだわりました。カウンター、シンク、キャビネットはそれぞれ色柄を変えることができ、組み合わせは約2,500通り。高さは3タイプ(500・550・600mm)で、間口は1~3人用をご用意しています。



シンク外側は緩やかなR形状。キャビネットはシンクより80mm奥行が小さく、つまずきにくい設計です。



アフターコロナで変化する非住宅分野のニーズにお応えすべく、新製品を投入

「セーフケアプラス」は、当社が2012年から販売している非住宅向けの製品ブランドです。その大きな特長は、小さいお子様からシニア世代まで、安心・安全で心地よくお使いいただけるように配慮していること。主に高齢者施設や園舎に向け、室内ドアや収納、シューズボックスなどの製品を展開してきました。今回の新製品は、アフターコロナで人の動きが活発化する中、非住宅分野のニーズに対し、よりきめ細かくお応えするために開発したものです。

「店舗・事務所向け室内ドア」は、枠外高さ2400mmまで対応可能。9種類のドアデザインと、全15柄のカラーバリエーションを揃えました。中でも、LD・8Vは「店舗・事務所向け室内ドア」に新しく設定したデザイン。LDはスタイリッシュな格子を取り入れ、8Vは木枠と全面ガラスの組み合わせで開放感を持たせました。店舗や事務所でご要望の多い電子キーもご用意しており、暗証番号やアプリでドアの開閉が可能です。

また「ユニバーサルデザインドア」は、視認性の高いピクトグラムとカラーにより、身体の不自由な方や赤ちゃん連れの方などでも使いやすいトイレであることが、一目瞭然。3デザインからお選びいただけ、公共性の高い施設などに最適です。さらに「キッズ洗面」では、園舎で楽しく手洗いができる安全性とコマーシャル性にこだわりました。

当社では、様々な製品をトータルで提案し、1棟を丸ごとEIDAで揃えられるよう、ラインナップを充実させ、非住宅分野におけるシェアの拡大に取り組んでまいります。

●詳しくは左上の二次元コードからご覧ください。

開発者の声

セーフケアプラスでニーズを丸ごと受け止めたい

今回の新製品にかける思いとは、「店舗・事務所向け室内ドア」「ユニバーサルデザインドア」担当者と、「キッズ洗面」担当者それぞれに話を聞きました。



詳細はこちら



お客様のニーズと施工現場の声を聞き、ドアのデザインや表現方法を熟考。

まず「店舗・事務所向け室内ドア」ですが、非常にバリエーションが豊かですね。

内海 まさに、色柄やデザインの豊富さが「店舗・事務所向け室内ドア」の一番のアピールポイントです。過去の実績からニーズの高かった色柄を取り揃え、トレンドを意識した新デザインも投入しました。メタリック調の握りバーもあるので、トレンド感を求めるお客様のご要望にもお応えできると思います。また、現場の声を聞いて、高さも1750mmから2400mmまで対応可能とし、これまでも要望があった電子キーも設定できるようにしました。

「ユニバーサルデザインドア」のアピールポイントについてはいかがでしょうか。

内海 ピクトグラムはシールで表現することもできるのですが、より視認しやすく大きく見せるために、インクジェットによるプリントを採用しました。どんなピクトグラムを表示するかはもちろん、カラーについてもインクジェットなら柔軟に対応できますので、お気軽にご相談いただければと思います。



入社3年目で、初めて一から製品開発に取り組みました。子供たちが楽しく手を洗う姿を想像して、ワクワクしながら開発しました。

最後に、「キッズ洗面」で工夫されたことについてお聞かせください。

住田 安全性に配慮したことはもちろんですが、シンクの内側と外側で色が変わったり、キャビネットもさまざまな色柄から選べるというコーディネート性にこだわりました。キャビネットの扉は、木目柄以外にマイルドなドローンソフトを駆使して考えたのですが、園児さんたちが手を洗う様子を想像しながら、楽しんで取り組むことができました。

コロナ禍以降、手洗いスペースは園舎の各教室内に設置されるケースが増えています。「キッズ洗面」のコーディネート性を活かして教室ごとに色柄を変えるなどすれば、先生方も園児さんたちも、より愛着を持ってお使いいただけるのではないのでしょうか。



内装システム事業部 商品開発二課
[左]住田 茉莉亜 [右]内海 宏隆

ものづくりとは、ほんまもんだけを作り続けていくこと

今年2月の当社instagramキャンペーンでプレゼントした鉄フライパンは、町工場一つひとつ丁寧に仕上げられた逸品で、フォロワーの皆さまから多数のご応募をいただき、大好評を博しました。
(EIDAI公式アカウント: https://www.instagram.com/eidai_official/?hl=ja)

このような手工業で生産されたものは、安価な工業品や輸入品の勢いに圧倒されたり、かつては日常的に使用していたものが、時流に沿った新しい製品に取って代われ、苦戦を強いられていることもあります。今号より、そのような難局に立たされながらも、数々の工夫を重ねて新たな製品やデザインを生み出し、人気を誇る企業を訪ねて、「ものづくり」へのこだわりや苦労話などのお話を聞きしていきます。

企業探訪の第1回目は、各種メディアで注目を浴び、「ものづくりの町」大阪府八尾市で鉄フライパンを製造している藤田金属株式会社の藤田盛一郎社長にお話をうかがいました。



藤田金属株式会社
藤田 盛一郎社長

ブランドを維持していくためにはどのような取り組みが必要とお考えですか？

大手量販店に依存してしまうと、不本意なものづくりや価格協力につながります。オリジナリティーのあるものを開発し、自社製品に自信をもちWIN-WINの交渉をするということが肝心で、無理な条件であれば、NOと言えり立ち位置でなければなりません。

長い時間と試行錯誤の末に生まれた「ジュウ」は発売以来、多くのメディアで取り上げていただきました。そして、ご購入いただいたお客様がSNSに投稿してくださり、それが次のお客様を呼ぶという好循環となっています。また、各地で開催される展示会へも「将来のユーザーづくり」の場として積極的に出展しています。目先の売り上げではなく、「いかにウチの製品を知ってもらうか」ということが大切なのです。

自分たちが納得できるもの、価値のあるものを作り、多くの人々にその価値を知ってもらい、評価してもらうことで、安売りしなくても売れるものを作る。「ジュウ」はそれを具現化した製品だと考えています。

藤田金属さんではショールームから工場内がすべて見渡せます。オープンファクトリー化して「隠し事のない製造工程」を実現された理由をお聞かせください。

フライパン製造の主な工程には何も特別なものではなく、秘密や隠し事などは必要ありません。それに、ものまねされるということは、自分が考えた方向性が間違っていないと思えるため、むしろうれしく感じることもあります。

大切なのは、ブランドと同様、「いかにウチに興味を持ってもらうか」ということです。工場を見学された方が、「カッコいい」「丁寧なものづくり」などの感動をSNSに投稿され、それをご覧になった方たちがショールームや工

まずは藤田金属さんについてお教えください。

ウチは1951年4月の創業以来、鉄のフライパンやアルミの鍋など、金属を使った日用品を製造し、量販店に卸していました。しかし、量販店からの価格要請や安価な輸入品に押されて赤字が続く、苦しい時代もありました。2011年ごろから、独自のブランド展開が必要と考え、2016年に素材やサイズ、表面加工などをカスタマイズできる「フライパン物語」、2019年には取っ手を外すとそのままお皿として食卓に並べることができる鉄フライパン「ジュウ」を発売しました。これがのちにヒット商品となるのです。

そして、2020年に私が4代目の社長に就任しました。「毎日使う身近な道具だからこそ、便利さだけでなく日常を楽しくするような道具づくり」を目指して、現在も鉄フライパンや鉄製品の可能性を考えながら、様々な企業さんとのコラボ商品も検討中です。

ホームセンターに行けば安価なフライパンがたくさん売られています。その中であって、やや高価な鉄フライパンにこだわる理由は何でしょうか？

現在も主流になっているフッ素樹脂加工されたフライパンが出始めたころ、焦げ付きやすい鉄が敬遠され始め、ウチも一時的に鉄フライパンから離れた時期がありました。

しかし、今から12年ほど前にお客様から鉄のフライパンはできないのかという相談を受けました。フッ素樹脂加工のものは安価で、焦げ付きにくいですが、小さなお子さんを持つご家族からは、子供には化学物質で処理されたものに触れさせたくないという声も聞かれました。この時、鉄フライパンへの回帰を考えました。

そのころ、ギフトカタログ業者から鉄フライパンの引き合いが増加していました。そこで、きつと鉄フライパンは自分で購入するのは躊躇するが、ギフトであればぜひ欲しいという需要があると考えようになりました。9割以上



ショールーム

場見学に来てくださるとい循環が生まれます。

一方、現場の作業者にとっては、作業風景を見られることによって緊張感が生まれ、品質の向上につながります。さらに、現場からはショールームのお客様が、フライパンを買っていった様子が見えるのです。自分が作った製品が目の前で売れていくということは、大変な刺激になります。事実、それ以降、作業者の表情がみるみる変わっていき

「ものづくり」に対する考え方やこだわりをお聞かせください。

数多くの企業とのコラボレーションなど、すべてのアイデアの源泉は「それ、面白そうやん！」という直感です。パUNCH力があり、光り輝くものがあれば、詳しい説明は要りません。即決です。しかし、それは単なるひらめきの直感ではなく、常に第三者的な視点であったり、ユーザーとしての消費者目線というものを意識したうえで直感です。自分ならこういうものを使ってみたい、こういうものを作ったら消費者は喜んでくれるだろうかというものを

がフッ素樹脂加工という市場の中にも鉄フライパンを欲している層がある。2〜3年で寿命を迎える消耗品のフライパンではなく、半永久的に使える鉄フライパンが売れる市場は必ずあると確信したのです。

「ジュウ」誕生のきっかけをお教えください。

その後発売した「フライパン物語」は、カスタマイズサービスに加え、「職人の手作り」「鉄製で長く使えるフライパン」などが好評でした。しかし次の一手として、もっとデザイン的なものにこだわって作りたいと考えていました。そこで、以前からお付き合いのあったデザイン事務所TENTさんに依頼することにしました。

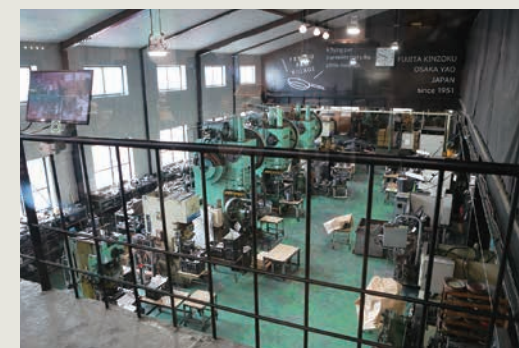
彼らには「取っ手が着脱可能なフライパン」を作りたいと注文したところ、出てきたものは鉄のお皿でした。「あれっ」と思ったその時、別に作られた取っ手の部分が出てきました。それは、デザイナーが考える中で、「つくる」と「たべる」を1つにする。」というコンセプトから生まれたデザインでした。フライパンの取っ手を外せば、おしゃれなお皿に早変わりするという驚きと、これまでにない発想に触れた瞬間であり、「やる！」と即決しました。これが「ジュウ」が生まれるきっかけとなりました。



大人気の鉄フライパン「ジュウ」

10
FRYING PAN JIU

れるままに作った不本意なものや中途半端なものではなく、自分で納得のいく「ほんまもん(本物)」を作り続けることが「ものづくり」の神髄と考えています。



ショールームから工場見学が可能

会社概要

社名: 藤田金属株式会社
 代表者: 藤田盛一郎
 所在地: 大阪府八尾市西弓削3-8
 設立: 1951年4月
 資本金: 1,000万円
 従業員数: 17名
 事業内容: キッチン用品(フライパン、鍋、ティーポット等) アウトドア用品、園芸用品、インテリア雑貨
 ホームページ: FUJITA KINZOKU (fujita-kinzoku.jp)

詳細はこちら



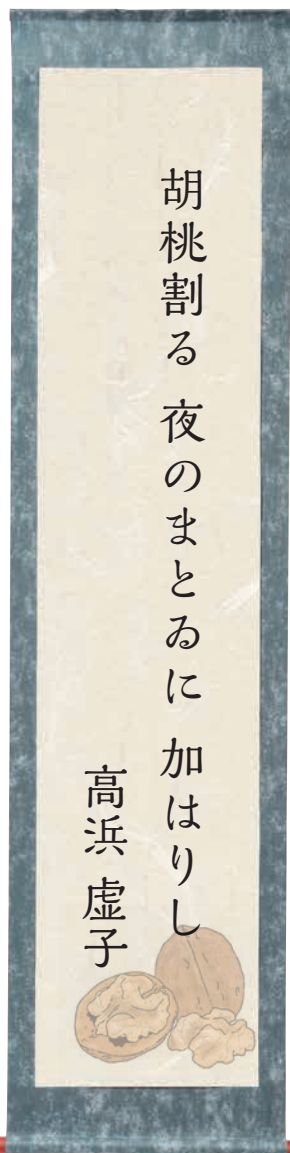


ちょっと
一息。

column

木と俳句

有名な俳人の句に
詠まれた木について
ご紹介します。



胡桃割る夜のまどりに
加はりし
高浜 虚子



胡桃

国産のクルミ材は「オニグルミ」のこと。クルミ科クルミ属の落葉広葉樹で、北海道から九州まで自生する。山中の湿地を好むが、あまり大径木にはならない。材としては変形を生じることが少なく、加工しやすい。

正岡子規の高弟子として
双璧をなした虚子と碧梧桐
高浜虚子は、現在の愛媛県松山市出身。友人の河東碧梧桐を介し、同郷の正岡子規から文学の教えを受けた。「虚子(きよこ)」の俳号は本名の「清(きよよし)」に由来します。
虚子と碧梧桐は良き友人であり、生涯のライバル関係でもありました。五七五調に囚われぬ「新傾向」を唱えた碧梧桐に対し、虚子は伝統を重んじる「守旧派」として対立。性格も対照的だったようで、子規が碧梧桐を「水」、虚子を「火」に例えた人物評も遺されています。

国産のクルミ材と、一般的なウォールナット材の違いとは
胡桃は実を食用とするだけでなく、家具や建材にも使われます。国産のクルミ材は流通が少なく、一般に「ウォールナット」と呼ばれて広く流通するのは北米産のブラックウォールナット材。こちらも変形を生じることが少なく加工性に優れ、アンティーク家具から大聖堂建築まで幅広く使われてきました。大きく異なるのは「色」で、国産のクルミ材は赤みのある茶褐色、ブラックウォールナット材は濃い茶褐色。国産のクルミ材のほがら穏やかな印象を与えます。

EIDAI Headline News

■「アクアージュフロート」を発売

6月26日に発売した「アクアージュフロート」は人気のベッセルタイプ※の洗面で、カウンターやボウル、水栓などをカスタマイズできるなど、自由度の高いコーディネートを楽しむことができる造作風洗面です。80mmの薄さのスマートなカウンターに加え、天板を支える金具を見えにくくして、よりすっきりとした形状を実現しました。また、ミラーやシェルフなど様々なオプションからお選びいただくことで、お好みの洗面のイメージを実現できます。



洗面をより快適に自分らしいオリジナルな空間にしたいというニーズにお応えします。

※ ベッセルタイプ…洗面ボウルをカウンターの上に設置する「置き型」の洗面のこと



シンプルで洗練されたスクエア型ボウル
(オーバーフローあり)



カウンター下に追加設置できるオプションの
シェルフ



ラウンド型ミラー(大)

■ TBS火曜ドラマ「18/40～ふたりなら夢も恋も～」 セットに美術協力

当社は、7月～9月に放送されたTBS火曜ドラマ「18/40～ふたりなら夢も恋も～」のセットに美術協力させていただきました。製品は「銘樹パーケット エルスパイラル ブラックチェリー」で、ドラマの中では深田恭子さん演じる成瀬瞳子の部屋に採用されました。Instagramの当社アカウントでご紹介していますので、ぜひご覧ください。

美しい木と暮らす。
銘樹
MEIJYU



詳細はこちら



納入
製品

- キッチン「ピアサス S-1 ユーロモード」 ●食器棚「ラフィーナ ネオ カップボード」
- 室内ドア「グランマジエスト 室内ドア」「スキスム T」
- 収納「ビルトイン収納 フィルフィット」 ●階段「ユニカラーセレクション」 ●手摺「マルポ21」



写真上・左 階段：ユニカラーセレクション(ディープシーブルー柄)
(永大産業(株)製)
窓枠・笠木：藍染の造作材 ((株)ダイリFPC製)

藍染の造作材と、ユニカラーセレクション(ディープシーブルー柄)とのカラーコーディネートが絶妙です



2階洋室／室内ドア：スキスム T (マットブラック柄)



2階ウォークインクローゼット／収納：ビルトイン収納 フィルフィット(ディープブラック柄)



1階キッチン／ピアサス S-1 ユーロモード(人造石天板)
天板：人造石(ジュエルブラック)
扉：ディタストラグレー柄



食器棚：ラフィーナ ネオ カップボード
扉：アンティークメタル柄



1階応接間／グランマジエスト 室内ドア (エイジングダーク柄)

最新
納入事例

キッチン、室内ドア
階段、収納

「ピアサス S-1 ユーロモード」
「グランマジエスト 室内ドア」
「ユニカラーセレクション」ほか

2x4パネルや構造用パネルの製造販売で、四国トップクラスのシェアを持つ株式会社ダイリFPCの小濱孝彦社長が、このほど新居を建設されました。当社製品をご採用いただくとともに、同社で手掛けられている藍染の建材もふんだんに使った、「こだわりが詰まったお住まい」が出来上がりました。今回のKigokoroでは小濱様邸の採用事例をご紹介します。

「ピアサス S-1 ユーロモード」の人造石天板や「グランマジエスト 室内ドア」は、高級感と贅沢感を感じさせ、妻も大変気に入っています。私も「ユニカラーセレクション」のディープシーブルー柄と当社で生産している藍染の造作材との組み合わせのバランスの良さにはとても満足しています。

永大産業様にはこれからも顧客満足度の高い製品を開発し、発売していただきたいと思っております。



株式会社ダイリFPC 代表取締役社長
小濱 孝彦 様



建物外観

匠に聞く 3

宮大工 川瀬 龍覚氏

木材の加工について

社寺建築における木材の使われ方や、リサイクルという観点ではどのような考えが見られるのでしょうか。前号に引き続き、宮大工の川瀬龍覚氏にお話をうかがいました。



プロフィール
川瀬 龍覚氏
(かわせりゅうかく)
仏門に入っており、
本名は川瀬 建二氏

1944年広島県生まれ。さまざまな職歴を経て、23歳の時、宮大工の門をたたいた。これまでに200以上の社寺建築に携わり、1998年「黄綬褒章」授賞。

社寺建築で使用される木材の特長についてお尋ねします。

社寺建築には、檜(ひのき)や榿(けやき)、杉などの無垢材を使用しています。これらを「どこに」「何の用途に使うか」を考慮して樹種と形状を選ぶことが大事です。例えば、建物の一番下に使う土台には湿気がたまりやすいため、水気に強い榿や榿を使用します。私は先日、お寺の改修で、普段あまり使われない桐を使用しました。仏像や仏具も湿気は大敵なので、桐の優れた吸湿性に着目したのです。このように、宮大工はそれぞれの樹種の特長や癖を見極める眼を常に養っています。また、社寺建築では柱目や板目、木表と木裏の使い分けは特に重要です。使い方を誤ると、長い年月の間に反りや暴れで、ひずみや削げが発生するので、適材適所を見極める必要があります。さらに、使用する製材の状態にも注意を払います。完全に乾燥した状態の製材でなければ、建築後も乾燥が進んで収縮していくので、最悪の場合、何十年後には建物全体が歪んでしまうこともあります。建築した後、建物全体が重みなどに馴染むまでには1年以上かかります。それまでは建物に調整が必要な部分はないので、以上かかります。

社寺建築における環境配慮、例えばリサイクルなどは行われているのでしょうか？

そもそも社寺建築とは、補修が必要となった部分を分解して修理し、50年、100年も建物を維持させることを前提に建築します。むやみに解体廃棄するということはありません。そういう意味では、社寺建築は解体廃材を出さないという最大の環境配慮でしょう。

建築時や部材の加工時に発生した端材は、様々な部材として再利用してもらっています。私はこの端材を使って、子供たちに物作りの楽しさを体験してほしいと、地域の公民館や小学校で「木のおもちゃ」作りの体験教室を30年前から定期的に開催しています。(次号に続く)



川瀬氏が社寺建築の際に部材の加工を依頼する工房(株)利工社寺 奈良県天理市



工房内で加工された部材



数ミリ単位で調整しながら、慎重に加工をしていく



製材するまで10数年かけて乾燥させる。ここにも木に対するこだわりが！



子供たちが怪我をしないように使用する工具も手作り

EIDAI HISTORY

第17回 建材(木質フローリング)

3

今回も前回に引き続き、建材(木質フローリング)の歴史についてご紹介します。

1973年の新設住宅着工戸数は、高度経済成長の中、190.5万戸を記録。マンション建設や公共事業も活況を呈しました。このような背景に当社の業績は急伸し、1973年度の売上高は1,498億円、経常利益133億円超を記録しました。

この勢いに乗るように、同年、塗装した樹脂に電子線を照射することで、強靱な塗膜を形成させた「一番」を上市しました。表面硬度を増すことで耐摩耗性に優れるとともに、電子線照射により、表面に凹凸のある自然木のような感触を実現したものでした。

しかし、1975年から潮目が変わり始めます。創業者の他界や第1次オイルショックと、それに端を発した「狂乱物価」の影響で当社の業績は悪化。起死回生の起爆剤となる新たなフローリングの開発が急務でした。

1970年代に入り、住宅のインテリアがカラフルにファッション化される中、水回りの床材としてクッションフロアが普及し始めました。これに伴い、当社でも十分な性能を有し、なおかつ、多彩な意匠を意欲したフローリングの開発に着手しました。こうして発売されたのが、捺染印刷の「アトム」でした。

捺染印刷とは簡単に言えば、染料を糊に溶かした色糊を使用し、布などに模様を描く染色(印刷)方法のことで、低コストで自由な柄をプリントできるのが特長でした。そこに耐摩耗性と耐水性を加えるため、色糊にエポキシ樹脂を使用するという当社独自の手法を用いたものでした。

当社が、プリント合板に次ぐ時代の製品として開発した「アトム」はその期待に応えました。1977年には100万坪を販売するまでになり、当時の建材事業部の「ドル箱」製品となりました。耐水性、耐薬品性、耐汚染性、耐摩耗性にも優れていたため、キッチンや洗面所以外にもリビングや廊下などに幅広く使用されたほか、これまで使われていなかった店舗やオフィスなど、新しい需要の掘り起こしにも成功しました。

しかし、落ち込んだ業績は回復することはありませんでした。1978年2月に会社更生法適用申請に至りました。とはいえ、このような中でも新たなフローリングの開発



捺染印刷技術を用いた「アトム」

WPCの技術を用いた「緑甲板」を発売

1980年には、PVC(プラスチック+セラミック)技術を用いた長尺物のフローリング「緑甲板」を発売しました。傷や汚れだけでなく、日の当たる場所では色あせしやすいという弱点を克服したこの製品は、住宅の縁側や廊下だけでなく、玄関ホールなどでも使用されました。



「緑甲板」

永大産業株式会社 事業管理部 広報課 ©2023Eidai Co., Ltd.

(よしず)を活用したり、風鈴の音で涼を取ったりしたものでした。しかし、これも毎日、熱中症アラートが発出されるほど暑いと、エアコンだけが頼りにならざるを得ません。

我が家で飼育しているスズムシは、今日も暑さにも気にせず鳴き続けています。早く秋の涼しい気候の中で虫の声を楽しまたいものです。

お断り：原則、文中での敬称は省略させていただいております。

- 1946 (S21)
- 1950 (S25)
- 1955 (S30)
- 1960 (S35)
- 1965 (S40)
- 1970 (S45)
- 1975 (S50)
- 1980 (S55)
- 1985 (S60)
- 1990 (H2)
- 1995 (H7)
- 2000 (H12)
- 2005 (H17)
- 2010 (H22)
- 2015 (H27)
- 2020 (R2)
- 2021 (R3)
- 2022 (R4)
- 2023 (R5)

編集後記

今年はいつになく暑さが厳しい夏となっています。それどころか、世界的にも、観測史上、最も暑い夏になる可能性もあるそうです。これも地球温暖化の影響なのでしょうか？熱中症での救急搬送者は、すでに昨年の同時期と比べて1.8倍になったという報道もありました。

一昔前までであれば、暑さをしのぐのに窓を開けて簾(すだれ)や葎(あし)