

kigokoro

EIDAI Corporate PR Magazine Summer 2019 / vol.1



kigokoro

vol.1 JULY 2019

令和元年7月創刊 第1号 令和元年7月1日発行
 編集・発行：永大産業株式会社 マーケティング部 広報課
 〒559-8658 大阪市住之江区平林南2-10-60 TEL:06-6684-3058 FAX:06-6684-3051



「心地いい、暮らし空間」の新提案

好きを暮らしに。
自分スタイルの空間づくり。

しあわせを感じるのは「好きなもの」との出会いから。
好きを選んで、自由に組み合わせ、
気がつけばほら、家族の笑顔がはじける心地いい暮らしがはじまります。

EIDAIの「Skism」は、自分らしい暮らしを応援。
好みのテイストとデザインを選ぶだけで
あなたが想い描いた、憧れの空間が手に入ります。

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 E-mail: cs@eidai-sangyo.co.jp
【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



広報誌「kigokoro(樹)」創刊のご挨拶

当社はこのほど、当社を支えてくださる皆様に、より一層当社のことをご理解いただこうと広報誌「kigokoro(樹)」を創刊いたしました。

この広報誌の名称には、「木を活かし、よりよい暮らしを」という基本理念を掲げる当社が、成長して大樹となる姿と、これからも多くのお客様にまごころを尽くしていきたいという思いを込めました。

「kigokoro」には、昨今の市場ニーズを取り込んだ新製品の情報や、当社が薦めするご提案のほか、お客様にとってためになる耳寄りな情報を掲載しております。

さらにこうした製品情報や企業情報だけでなく、2016年から2030年までの国際目標、いわゆる持続可能な開発目標(SDGs)に準じ、当社の環境配慮への取り組みや社会貢献活動なども、併せてご紹介していく予定です。また同時に、当社からの情報発信にとどまらず、多くの方々からご意見をいただき、より親しみの持てる有益な広報誌となるよう努めていきたいと考えております。

さて、当社はこの5月、2020年3月期を初年度とする新たな経営五カ年計画を策定いたしました。当社グループの経営基盤を強化し、企業価値を向上させることで、最終年度の2024年3月期に808億円の売上高を目標としております。しかし、この目標の達成にはお客様からのご支援が不可欠です。このため6項目の基本方針のうち、「お取引先様及びエンドユーザー様にご満足いただくこと」を最優先といたしました。そのための具体的な取り組みを、今後定期的にお届けする「kigokoro」を通じてご紹介してまいりますので、是非ご覧くださいませようお願い申し上げます。

2019年6月吉日

永大産業株式会社 代表取締役社長

枝園 統博



新製品紹介

シャープな印象のスクエアシンクを搭載

システムキッチン「ラフィーナネオ」

当社は4月22日、主力製品のひとつであるシステムキッチン「ラフィーナ」を全面的に見直し、意匠性と機能性を向上させ、新たに「ラフィーナネオ」として発売いたしました。

洗練されたフォルムを実現

「ラフィーナネオ」の最大の特長は、その機能美にあります。ワークトップの厚みを指す「見付け」の部分は約20ミリと、一般のシステムキッチンの半分の薄さに抑えました。さらにシャープな印象を与えるスクエアシンクを搭載することにより、洗練された美しいフォルムを実現しました。

このスクエアシンクは一般に特注のキッチンやヨーロッパからの輸入品でしか見ることはありません。その製法も大量生産に適したプレス成型ではなく、溶接加工を要します。



近年、システムキッチンを選ぶ上でデザインが重要な要素となっていることから、当社では、見直しを行う過程で、この点を特に重視して開発しました。

スクエアシンクは曲面が少なく、シンク内の容積を最大にとれるため、効率的に食器を洗うことができます。また排水口の周囲の金属部分(フランジ)を、シンクと一体化させた構造により、排水口の内部までお手入れをしやすくするなど機能性も向上させました。

シンクについては、このスクエアシンクのほか、平面的な調理スペースを立体的に使える当社独自の「スリレイヤードシンク」、人工大理石製のシンクもお選びいただけます。

幅広いニーズに対応

さらに、お客様の幅広いニーズに対応するため、キッチンの外観もエンドパネルと扉柄を揃えた「スタンダードスタイル」、ワークトップとエンドパネルを同柄にした「スクエアスタイル」、ワークトップとエンドパネルと扉を全て同柄に統一した「キューブスタイル」の3種類からお選びいただけるようにしました。扉の柄は当社のブランド「スキスム」とコーディネートできるものを含め、10シリーズ



system kitchen
Lafina Neo
ラフィーナネオ

好評
発売中

ズ計32柄をご用意しました。

キャビネット内の収納は使い心地のよさにも配慮し、L字型のインナーポケットをシンク下や加熱機器手前部分、キッチン中央付近に配置することで調味用ボトルなどを取り出しやすくなりました。

また、引き出しと連動してフタが開閉するダストボックス内蔵キャビネット「カクステ」を設け、ごみなどを楽に処分できるようにしました。

なお、この「ラフィーナネオ」はレンジフード、ビルトインコンロ、ビルトイン食器洗い乾燥機などの設備等が、次世代住宅ポイント制度に対応しています。



住設事業部 商品部
商品開発課長 土井 隆義

開発者の声 意匠性に磨きをかけた製品です

キッチンを含むLDK空間に個性を求めるニーズは根強く、その中心となるキッチンは、より魅力的な存在であることが求められています。そのため他社製品との違いを打ち出すには、まず意匠性に磨きをかけることが最も重要になるだろうと、当初から考えていました。

そこで着目したのが「スクエアシンク」です。当社が長年にかけて蓄積してきたステンレス加工のノウハウを活かせば、普

及価格帯の製品ではあまり採用事例のないこのデザインのシンクを用いて、新しい可能性を秘めたキッチンができるのではないかと思ったからです。機能性も向上させ、また、他の当社製品ともコーディネートできるような力を注ぎました。

是非、お客様ご自身で「ラフィーナネオ」のよさをお確かめいただきたいと思います。

永大産業からのご提案

新ブランド「スキスム」

当社は1月15日、新しいブランド「Skism(スキスム)」の製品を発売しました。「スキスム」とは、「好き」「木」「住む」という3つの言葉を掛け合わせた造語で、好きなものに囲まれた暮らしをお施主様に実現していただきたいの思いを込めています。当社は流通業者様とさらなる連携の強化を図り、最終的に流通業者様、ビルダー様、お施主様、そして当社とが「スキスム」を通じて深くつながることを目指しています。

大手住宅メーカーが参加し、住まいに関する情報発信を行うWEBサイト「イエノミカタ」が2016年に行った第6回調査によると、「家づくりのきっかけは？」との問いに対し、今後住宅の

一次取得層となる二十代のゆとり世代は、約40%近くが「自分好みの空間が欲しい」と回答しています。また、「家づくりをするうえで、重視するポイントは何？」との問いに対し、

■住宅一次取得者層の住宅感

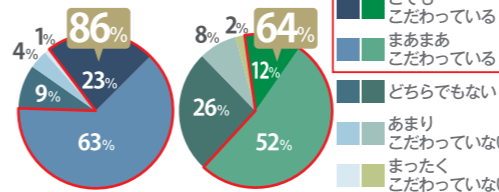
家づくりを考えるきっかけは？

ゆとり世代		親世代	
1位	自分好みの空間がほしい 39%	1位	新築一戸建てへの憧れ 31%
2位	結婚 39%	2位	自分好みの空間がほしい 22%
3位	将来的な資産 36%	3位	将来的な資産 22%

家づくりをするうえで、重視するポイントは何？(世代間で大きな差が見られる項目)

	ゆとり世代	親世代	世代間の差
1位	防犯・セキュリティ 47%	16%	31%
2位	内装・インテリア 48%	23%	25%
3位	省エネ 36%	13%	23%

インテリアへのこだわり度合いは？



「とてもこだわる」「まあまあこだわる」の合計で見たこだわり具合

ゆとり世代 86% 親世代 64%

出典：第6回 イエノミカタ調査(2016年12月)

総合建材メーカーの強みを活かして

「スキスム」は総合建材メーカーである

ゆとり世代は防犯・セキュリティに次いで内装・インテリアを第2位に挙げ、親世代とは異なる考え方を示しました。さらに、「インテリアへのこだわり度合いは？」との問いに対し、「とてもこだわる」「まあまあこだわる」の合計で、ゆとり世代は親世代よりも22ポイント高い86%を占めました。一般に昨今の若い世代は、モノ的な豊かさよりも精神的な満足、すなわちコト的な豊かさ

に価値を見出す傾向が顕著であるといわれていますが、こうした調査結果から若い一次取得者層は、モノ(住宅)を所有する憧れよりも、インテリアや内装にこだわり、自分好みの空間づくりを重視していることがわかります。しかし、一口に自分好みの空間づくりといっても、ニーズに合致した製品がなければ実現は不可能です。そこで当社は若い世代のニーズに対応する様々なインテリアスタイルの開発とその充実を注ぎました。とりわけ流通業者様からビルダー様への空間提案、あるいはビルダー様からお施主様への空間提案が、スムーズかつトータルに行えることを最も重視しました。

これによりコトを重視する一次取得層への提案力強化につなげ、流通の皆様のお役に立ちたいと当社は考えました。

る当社の強みを活かし、室内ドア、収納、フローリング、室内階段などの色柄、デザインを体系化したバリエーション豊かな構成が特長です。当社のフローリング「銘樹」やシステムキッチン「ピアサス S・1 ユーロモード」の扉柄など「スキスム」以外の製品と組み合わせ、強いこだわりを持つお施主様へ提案することも可能です。

販促用のツールとして3種類のカタログがあり、そのうちブランドカタログでは、施工プランが多数掲載されており、商談を進めるうえで最適です。その施工プランをもとに、色柄やデザインを組み替え、プラスアルファのコーディネートをもとに、具体的な「モアプラン」も数多く収録されており、「自分好みの空間づくりを行いたい」というコトへの提案を強力にサポートしています。「スキスム」では、ベーシックからモダンまで時代を超えた普遍的なインテリアスタイルから、昨今のトレンドを取り入れた上質な空間コーディネートまで幅広い

い提案が可能ですが、当社の狙いはこの「モアプラン」で、さらにキメ細かくニーズに対応し、一次取得者層の購買意欲を刺激することにあります。

便利な「カラーコーディネートシミュレーション」と「EDネットプラス」

当社は、お客様の声を即座に反映できるようにするため便利なツールを開発しました。それが「カラーコーディネートシミュレーション」です。このシミュレーションソフトでは、同社のホームページ上で「スキスム」の製品を自由に組み合わせ、その仕上がりを確認することが可能です。

現在パソコン版と、携帯端末からでも操作できるスマートフォン版がご利用いただけます。

さらに、流通業者様やビルダー様向けには、「EDnet+ (イーディーネットプラス)」という営業支援システムもあります。当社が開発したこのシステム

は操作が簡単で、従来のように長い品番を打ち込むことなく、画面上の製品画像をそのまま選ぶだけで、見積書、プレゼンボード、仕様確認書のほか製品図面が作成できます。それだけではなく発注の処理まで可能な「ワンストップのシステム」であることが大きな特長です。「スキスム」の製品をはじめ発注する際にはとても重宝し、また導入のための費用もかからないため、是非、最寄りの営業所までお問い合わせください。

ショールームで「スキスム」の製品を展示

「スキスム」によるインテリアスタイルを実際にお確かめいただけるよう、当社は現在、全国のショールームで順次リニューアルを行っています。さらに魅力のあるショールームを目指し、当社では講師を招いてのセミナーや勉強会を企画するなど、より一層耳寄りな情報の発信に努める考えです。



カラーコーディネートシミュレーション (パソコン版)



EDネットプラス

見積り

設計

提案

発注



内装システム事業部 商品部 商品開発一課長 塚本 晃久

開発者の声 支持されるブランドを目指します

当社の新しいブランド「Skism(スキスム)」を立ち上げるまで、様々な紆余曲折がありました。事業部ごとに行ってきた製品開発の手法を全事業部横断的に改め、こだわりを持つ若いエンドユーザーに訴求できるインテリアスタイルを実現するという

ことは、予想に反してそれほど簡単ではなかったからです。膨大な品番をわかりやすく整理して製品を体系化していくと、本来存在すべき製品がなかったり、発注できない仕組みに

気づいたりして、そのたびに一つひとつ問題を解決していきました。

このような過程を経て、ようやく「スキスム」を世に出すことができましたが、これからの本番です。永大産業といえ「スキスム」といわれるよう、多くのお客様に支持されるブランドを目指したいと思います。



プラスαによるモアプラン



永大産業が提案するインテリアスタイルの一例(ポタニカル)



スキスムカタログ

日本の原風景

【第一回】香川県観音寺市
「天空の鳥居」高屋神社



観音寺市街を一望できる
天空にそびえ立つ鳥居

香川県観音寺市の稲穂山山頂に鎮座する高屋神社。古くから地元の方々に愛され続けてきたこの場所に日本の原風景を求め、訪ねてみた。

高松から国道11号線を西に走ること約1時間。新緑の風に誘われるがまま峠道を登ったところに天空の鳥居。標高404mの稲穂山の山頂に鎮座する高屋神社からの景観は、鳥居の向こうに銭形砂絵で有名な有明浜から観音寺市街を一望でき、まさしく天空から見下ろしているかのようである。

ここには天照大神の孫で皇祖神の一柱である邇邇杵命(にぎのみこと)とその妻である倭夜比女命(このはなのさくやびめ)が祀られている。また、この鳥居に続く階段は「天候の石段」とも呼ばれていて、高所恐怖



豊稔池堰堤
香川県観音寺市大野原町田野々1050



症の方は足がすくむような270段にも及ぶ急勾配の階段が連なっている。下宮から続く山道を約50分登った先にこの階段が最後に待ち構えている。下から見上げる鳥居も天空へ誘う入り口のようで神々しい。

営業所・ショールーム紹介 高松営業所・高松ショールーム

地域に貢献する営業所を目指します。

1964年(昭和39年)1月、当社は四国への販売の足掛かりとして高松出張所(当時)を設けました。その後数回にわたる移転、名称変更を経て、現在に至っています。

高松営業所の商圏は、香川、徳島、高知の3県全域※に及び、およそ半世紀以上にわたって地域に密着し、お客様に必要とされる営業所を目指してまいりました。

これからも高松営業所は地域に溶け込み、お客様に貢献してまいりますので、何卒よろしくご厚意申し上げます。

※愛媛県は松山営業所が担当

住所 〒761-8031 高松市郷東町3-4
TEL 087-882-7485(代) FAX 087-881-5416

休館日 水曜日、祝日・夏期・年末年始、5月連休

営業時間 AM10:00~PM5:00

◇高松営業所スタッフ◇
写真後列左から神田(所長)、白原、福山、川西、佐藤
前列左から稲井、横谷、小林、近藤

ちよっぴ
一息の column
木の香りでリラックス

木が発する香り成分「フィトンチッド」の作用をもっと取り入れて、暮らしイキイキ。

忙しい毎日の中で、森の香りが恋しくなるのには理由がありました。

森の中を歩いて、「空気が違う」「いい香りがする」と感じた経験は誰にでもあるでしょう。思わず深呼吸してみると、体のすみずみにまで行きわたり、心まで洗われるような清々しさ…。その香りの正体は、樹木から発散されているフィトンチッドという揮発性の物質です。フィトンチッドには血圧の低下や鎮静、アルファ波の増加といった作用があり、リラックス・リフレッシュ効果をもたらすことが知られています。毎日忙しい、ストレスを感じている、そんな人こそ、フィトンチッドを含んだ木の香りを日常生活に取り入れてみませんか。

樹木系のエッセンシャルオイルを使えば手軽にリラックス・リフレッシュ。

もっとも手軽なのは、樹木から抽出したエッセンシャルオイル(精油)を使うこと。日本人になじみ深いヒノキは、心身を癒してホッと一息つきたいときに効果的です。逆に、頭をシャキッとさせたい時にはシダーウッドを。他にもさまざまな樹木系のエッセンシャルオイルがあるので、お好みのものをハンカチなどにしみこませたり、ディフューザーを使ったりして香らせてみましょう。また、お風呂に3~5滴ほど垂らせば、温かいお湯で精油が揮発し、自然の香りに包まれたアロマバスを楽しむことができます。

ずっと快適に暮らすなら、建材に木を。人にやさしい空間づくりが実現します。

フィトンチッドはもともと、土に根ざして移動できない樹木が、外敵や刺激から身を守るために生成するものです。そのため抗菌・防虫効果や消臭・脱臭効果も高く、フィトンチッドを多く含む針葉樹は古くから建材としても使われてきました。

たとえば、平泉の中尊寺金色堂はヒバ材、奈良の法隆寺はヒノキ材で造られています。一般住宅においても、今の時代はなかなか総ヒノキ造りというわけにはいきませんが、木を積極的に活かす人が増えています。インテリアの味わいを深める樹種ごとの表情はもちろん、科学的に裏付けされた香りの効用など、人へのやさしさも見つめ直して「適材適所」を実現してはいかがでしょうか。



アロマディフューザーには
間接照明機能や
加湿機能が付いたものも♪

アロマバスは半身浴と
組み合わせれば
いっそうリラックス♪

HANSHINYOKU

福岡市のベッドタウンとして、共働きの若い世代が多く暮らす春日市。「子どもが病気の時に困る」という声に応え、「こもれび保育園」は病児・病後保育も引き受ける保育園としてスタートされました。普段から通う園児だけでなく、他からの病児・病後保育も受け入れるそうで、園長先生の想いと合致する、みんなにやさしい製品として「セーフケアプラス」をご採用いただきました。



【建具】
病児・病後保育の部屋では、特にガラス窓の面積を大きく採り、部屋の中の様子を確認しやすいようにしています。



【シューズボックス】
シューズボックスや教室内の収納家具は転倒による接触事故を避けるため角に丸みをつけています。



【指詰め防止部材（指はさまんぞう）】
扉の隙間に伸縮可能なネット状のスクリーンを設置して、建具の開閉時に指を挟まれないよう工夫しています。



【引き戸】
子どもたちの手が届く引き戸には、扉に隙間を設けることで、指が挟まれないよう配慮しています。



【チャイルドロックと引き手】
子どもが誤って扉をロックしたり、開閉したりしないよう、錠（チャイルドロック）と引き手は、高い位置に取り付けています。

園長先生の声



園長 深町 崇世 さん

子どもが安全に育ち、保育者も安心して関われる環境が整いました

「こもれび保育園」は、保育への想いを同じくする副園長とともに立ち上げた保育園です。副園長のご主人は以前から近くで小児科のクリニックを経営されており、園の内装を考える際、クリニックの建設会社のご紹介で永大産業の「セーフケアプラス」を知りました。

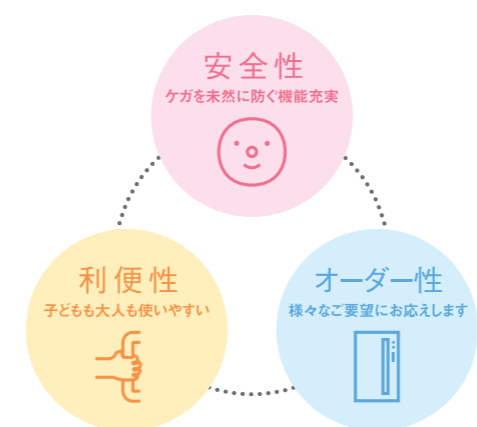
何よりも子どもの安全性を第一にしたかったので、「カギはドアの上部に付けてほしい」など、たくさんの要望を聞いていただきました。透明なアクリル板をはめ込んだ建具は視認性が良く、閉めていても子どもたちの様子がよくわかります。また、開き戸での指づめを防止する「指はさまんぞう」は、このような製品があると初めて知ったのですが、実際に使ってみるとも安全性が高いと感じています。保育者も安心して子どもたちと関われる環境が整い、現在は0~1歳児の保育を行っていますが、将来的には小学校就学前までの継続した保育を行っていきたくと考えています。



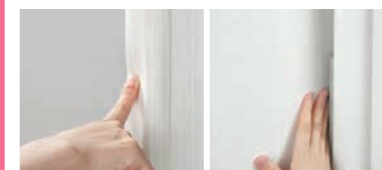
最新
納入事例

室内ドア
収納家具

幼稚園・保育園・認定こども園 セーフケアプラス



EIDAIこだわりの オリジナル安全部材



柔らかい素材を用いたEIDAIオリジナル部材で指はさみ、指づめによるけがにリスクを低減。

先生の負担を軽減できる アイテムをラインナップ



自動でロックがかかり閉め忘れを防止(左)
押すだけで簡単にロックが可能(右)

ひとつひとつ違う 園舎づくりに柔軟に対応



チャイルドロックの位置変更や鍵の追加など柔軟に対応

子どもたちの通う幼稚園や保育園では、事故を未然に防ぎ、ケガをしないようにすることがなにより重要です。EIDAIは総合建材メーカーとして長年培ってきたものづくりのノウハウを活かし、子どもたちにとって安全性が高く、また見守る先生方や保護者にとっても使いやすい園舎向け製品「セーフケアプラス」の開発に力を入れています。今回は九州・春日市の「こもれび保育園」を訪問し、実際にご利用いただいている製品について感想をうかがいました。

子どもたちも、先生も笑顔で安心して過ごせる空間づくりをEIDAIがお手伝いします



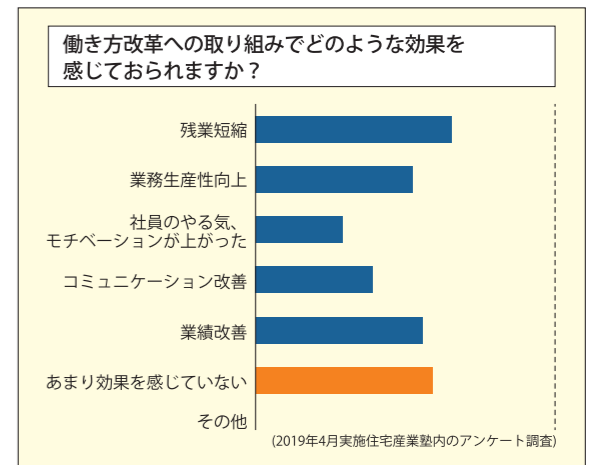
待ったなし！「働き方」の改革 抜本的に見直してみませんか？

4月1日に働き方改革関連法案が施行され、いかに取り組んでいくかが多くの企業の課題となっています。ただし本来、働き方改革は「長時間労働をやめよう」という単純な話ではありません。世界的に「働きすぎ」と思われがちな日本ですが、実際の生産性は先進諸国の中で下位とされ、長時間労働のわりに成果が上がっていない、と評価されていることをご存知でしょうか。当然、国はこれを問題視しているため、働き方改革には「今後、生産性の低い企業は淘汰されてもやむなし」という国の本音も見え隠れしています。

つまり、重要なのは生産性の向上。いたずらに長く働くのではなく、効率的に成果を上げるために仕事のやり方を変え、「働き方」そのものを改革することなのです。

働き方改革の成果は？

工務店・ビルダーの方々に話を伺うと、働き方改革に取り組むことで一定の成果を実感している方々がおられる一方、「あまり効果を感じていない」という声も多く聞かれました(右図)。ワーク・ライフ・バランスを意識した制度を設け、業務効率を高めるITツールを導入しても効果が実感できない場合は、その運用体制や業務そのものの標準化が不十分である可能性が高いと考えられます。特に「今までウチはこうやってきた」が多い職場は要注意。時代が変わり、環境が変わり、顧客も変わっている中で、慣習への固執は働き方改革の大きな障害となります。



ITを導入する前に「業務の標準化」を！

働き方改革の推進には、組織の情報共有をサポートするグループウェアや、コミュニケーションをスピードアップするための社内SNSといったITツールが有効ですが、これらは使う側が運用体制を整えることで初めてうまく機能します。業務の進め方は従来のまま、我流で使いこなそうとしても不都合が起り、無理にツールに合わせようとすればストレスが生じます。結果としてミス・ロス・ムダを誘発し、生産性を悪化させることになりかねません。

まずは、今までの業務のやり方を見直しましょう。いったん、現在の業務をすべて棚卸したうえで、あらためて整備・標準化し、さらに単純化して最善の業務フローへと落とし込みます。その際、慣習にとらわれず、流れを極力シンプルにすることが働き方を改善するための勘所であり、事業規模の大小に関わらず重要なテーマとなります。また、つくりあげた業務フローは不変ではありません。状況が変われば「最善」も変わるため、業務フローはそれに合わせて更新していくことが必要です。

業務フローができあがれば、あとはそれに沿った業務内容も改めることになります。プロセス管理手法の確立やマネジメントが重要になるわけですが、ここに適切なITツールを導入し、運用できれば、その効果は明確なものになるでしょう。ここまで深く見直すのが本当の「働き方」の改革であり、業務の標準化なくして生産性の向上はありえません。より良い企業へと進化するため、ぜひこのように抜本的な「働き方」の改革に取り組んでみてください。

**業務の生産性を高めるには
標準化とシステム化がカギ！**

標準化

- 過去のやり方にとらわれずすべての業務を徹底的に見直す
- 業務を標準化した最善の業務フロー・業務内容に落とし込む
- 状況が変われば更新する

システム化

- プロセス管理やマネジメントにITツールを活用する(グループウェア・社内SNS等)

EIDAI HISTORY 第1回 印刷技術編

当社ではよりよいものづくりを行うため、これまでに様々な技術開発に取り組んできました。第1回目は印刷技術にスポットを当て、その代表的な事例について紹介します。

ダイレクト印刷

1950年後半、すでに米国では一次製品として合板を使用する時代が終わり、合板の上に様々な塗料を塗布した二次加工合板が流通していました。わが国もいずれそのような時代が到来することを予期し、当社は独自の印刷技術の開発に乗り出しました。

その印刷技術は、南洋材合板に目止めを行って本来の木目を隠し、その上に塗料を塗布して全く新しい木目を直接印刷する技法から「ダイレクト印刷」と名付けられました。

ダイレクト印刷技術の完成は、二次加工製品「永大のプリント合板」の普及に寄与し、当社が躍進する大きな原動力となりました。

当時一世を風靡した「永大のプリント合板」は、特に住宅の壁材に用いられ、住宅様式が漆喰などを用いた湿式工法から乾式工法へと変わっていく時流にも乗って、販売量を大きく伸ばしました。また、色揃えが豊富だったことから、住宅以外では車両・船舶・家具・木工などの分野でも用いられました。



「永大のプリント合板」カタログ(当時)

捺染(なっせん)印刷

1970年代半ば、住宅の台所や洗面所、トイレなど水廻りの床材は、耐水性の高いクッションフロアがよく用いられていました。当社はこの水廻りで使用でき、なおかつクッションフロアの多彩な意匠を意識したフローリングの開発に着手しました。この開発段階で着目したのが捺染印刷でした。

捺染印刷とはもともと布地に模様をつけるための染色法です。これをフローリングに応用することで、これまでの手法では難しかった意匠を実現するのが目的でした。

一番の問題は塗料にあり、フローリングに求められる耐摩耗性に加え、耐水性にも優れた性能を持つものが必要でした。当社はこの問題を解決するためエポキシ樹脂を使用することとし、1975年に捺染印刷を初めて採用したフローリング「アトム」を発売しました。この製品は掃除がしやすい



捺染印刷の「アトム」カタログ(当時)

などの利点から、店舗やオフィスなど非住宅の市場掘り起こしにも貢献しました。

インクジェット印刷

インクジェット印刷とは、数種類のインクを精密にコントロールし、対象物に噴射して印刷する技術のことです。オフィスや一般の家庭で広く普及している複合機などに用いられています。

近年技術が向上し、広い面積に正確な模様を描けるようになったことから、住宅用建材への応用が始まっています。当社は、2017年からこのインクジェット印刷による製品開発に取り組み、同年12月に敦賀事業所に生産ラインを設置しました。

一方で、インクジェット印刷の可能性を探ろうと京都造形芸術大学との間で産学共同プロジェクトを開始しました。

そのプロジェクトの成果として、インクジェット印刷技術を活用した木質フローリングを製作し、2018年4月大阪府内に開園した保育園にそのフローリングを納材しました。

その後当社は、インクジェット印刷の技術を室内階段に展開し、オンデマンド対応を見据えて事業化しました。



インクジェット印刷で表面に水玉模様を施したフローリング

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)
2019 (H31)

編集後記

当社では、1992年から1999年まで「woop(ウープ)」その後2001年まで「kism(木住む)」という広報誌を発行していました。今回18年ぶりにお客様向けの広報誌を製作することになり、改めてこれらのバックナンバーを紐解いてみました。当時掲載されたインテリアのデザインや色柄は、さすがに時代を感じさせるものがありました。たとえば快適性を追求した特集

永大産業株式会社 マーケティング部 広報課 ©2019Eidai Co., Ltd.

などは、現代においても充分通じるものがあります。おそらく「よりよい暮らし」というテーマに終わりはないでしょう。しかし知恵を絞り、その時の最高の技術で、それに近づけていくことはできません。広報誌「kigokoro(樹でころ)」では、この永遠のテーマに向けた当社の取り組みも、読者の皆様にご紹介していきたいと考えています。