

kigokoro

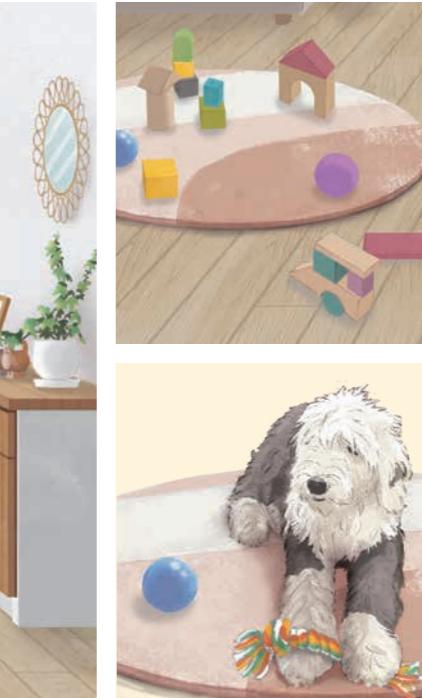
EIDAI Corporate PR Magazine

Autumn 2020 / vol.5



kigokoro

Autumn 2020 / vol.5



木を活かし、よりよい暮らしを
EIDAI

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)

Skism

スキスマ

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、自由に組み合わせて、
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 ショールームでお確かめください。

EIDAI SR

検索



美しい木と暮らす。



人気のフローリングブランドに新たな3種類をラインナップ！

2014年10月の発売以来、優れた意匠性と機能性で高い評価をいただいている「銘樹」に、このたび3種類の新製品が加わり、より自由度の高いインテリア空間を提案できるようになりました。

当社は2020年6月、フローリングの新製品「銘樹パーケット」「銘樹ヘリンボーン」「銘樹エルテージ」を発売いたしました。緻密な細工を合板基材に仕組むことで、高い施工性を実現しました。表面に採用した厚さ2mmの挽き板の樹種は4種類あり、寄木調のデザインのパターンは3種類ご用意いたしました。

「銘樹ヘリンボーン ファボリ」は挽き板を用いた従来の「銘樹ヘリンボーン」のデザイン性や省施工性を踏襲しつつ、ツキ板仕様とすることでお求めやすさを追求しました。モダンなニュアンスカラーを取り入れた5樹種8色の豊富なバリエーションも魅力です。



銘樹パーケット



銘樹ヘリンボーン ファボリ



銘樹エルテージ

開発者の声

銘木の味わいや機能性はそのままに、デザイン面で思いきつたチャレンジを。

愛される「銘樹」ブランドのバリエーション拡充と、さらなる拡販を目指して。

今回の新製品の企画、開発に関わった4人のメンバーに話を聞きました。

3製品誕生の経緯とそれぞれの特長を「銘樹パーケット」からお聞かせください。

小山田 市場で高い評価をいただいている銘樹ブランドの次の展開として、差別化された製品でのバリエーション拡充を考えました。特にこだわったのは「デザインと省施工性」です。

奥山 「銘樹パーケット」では、挽き板の厚みの魅力を最大限引き出すため、溝の形状や深さにこだわりました。これによって空間の上質感が変わってくるからです。また、広い空間にフローリングを貼った時、美しく見えるよう何度も試作を重ねました。

小山田 3パターンの「デザイン」は、関係部門で人気投票を行いながら選び、最終的に長方形のピースを組み合わせた「エルスバイラル」、正方形を中心に動きのある組み合わせの「ライオスオーバー」に決めました。4種類の挽き板は銘木の美しさを活かすため着色せずに用いています。また施工性を高めるため、最終的に1尺×3尺という形状に決めました。

【銘樹ヘリンボーン ファボリ】と【銘樹エルテージ】についてはいかがでしょうか。

加藤 2018年に挽き板仕様の「銘樹ヘリンボーン」を発売しましたが、品揃えの拡充を図るため、「銘樹ヘリンボーン ファボリ」はツキ板仕様とし、カラーバリエーションも増やしました。とりわけ「アッシュ・ブラングレー色」「アッシュ・ブランベージュ色」は色にこだわった製品です。

奥山 インテリアに合つ、ちょうどよいグレーを表現するには、色の濃さの調整が決め手となります。ひとつひとつに色にバラつきのある天然木に着色するのですから、理想的の色を

表現するのに何度も微調整しました。また、アッシュの木目がより美しく見えるよう、導管の部分にホワイト色を入れるという工夫も行いました。その甲斐あって天然木の美しさを損なわずに幅広いインテリアティストに対応できるようになりましたと感じます。

小山田 「銘樹エルテージ」は、天然木本来の風合いを楽しんでもらえるよう、それぞれの樹種特有のキャラクターを活かしたラスティックなツキ板を使いました。また、従来の均一的な着色ではなく、部分的にぼかす技術を用い、グレッシュなカラーに仕上げました。工業製品でありながら、自然な「ゆらぎ」を表現するのが難しい点でした。

改めて新製品の一押しのポイントと、今後期待することをお聞かせください。

小畠 私たちは企画、開発段階で「デザイン」に焦点を当てながら、様々な試みに挑戦しました。時代を超えて愛される銘木を用い、伝統的な寄木調の「デザイン」を探り入れることで、最新のトレンドに対応し、長くご使用いただける製品に仕上げることができました。これによつて銘樹ブランドがさらに浸透し、より一層「床はEPOCAL」と認知していただけることを願っています。

山口建材工場 製造二課 奥山 利彦
(山口建材工場よりオンラインで参加)

*2 開発当時:建材事業部商品部 商品一課
*2 開発当時:建材事業部商品部 開発室



*2 開発当時:建材事業部商品部 商品一課
*2 開発当時:建材事業部商品部 開発室

インテリアの可能性を広げる
新しいフローリング

「カラーコーディネートシミュレーション」のご紹介 Skism(スキスム)ブランドカタログと連携

「Skism(スキスマ)」ブランドの新製品発売に合わせて、当社は「Skism(スキスマ)ブランドカタログ」を発刊いたしました。このカタログでは、QRコードを介して、「カラーコーディネートシミュレーション」(無料)をご利用いただけます。「カラーコーディネートシミュレーション」は、スキスマブランドの製品を自由に組み合わせ、その仕上がりを確認できる非常に便利なツールです。是非お試しください。

お客様ご自身で空間をシミュレーション

新聞、雑誌、カタログなど、あらゆる出版物にQRコードが印字され、デジタルコンテンツに誘導することで、より多くの情報を伝達する流れが加速しています。このようなデジタルコンテンツは、ニューノーマルの時代を迎え、さらに重要性を増すと考えられます。こうした背景から当社では、非対面型でお客様にご提案できるツールとして「カラーコーディネートシミュレーション」をカタログとリンクさせ、お客様ご自身で多様な製品の組み合わせを楽しんでいただけるようにしました。

シミュレーションの情報を共有できる機能も

また、この「カラーコーディネートシミュレーション」をご利用いただいた場合、その結果を再現するURLを発行できるようにしました。これにより、メールで簡単にシミュレーションの結果を送信したり、フェイスブックやインスタグラムなどのSNS(ソーシャルネットワークサービス)で共有したりすることも可能になりました。

カラーコーディネートシミュレーション

リビングの他、寝室やキッチン、玄関など多彩なシーンをパソコンとスマートフォンで簡単にシミュレーションできます。

パソコンでのご利用なら

EIDAI 検索

EIDAIホームページ [www.eidai.com] にアクセスします。

トップページにある「カラーコーディネート シミュレーション」のアイコンをクリックします。

「カラーコーディネート シミュレーション」の画面が開きます。

「シミュレーションスタート」ボタンをクリック

スマートフォンなら

QRコードを読み取り、EIDAIホームページの「カラーコーディネートシミュレーション」へアクセスします。

QRコード

カラーコーディネート シミュレーションの画面が開きます。

「カラーコーディネート シミュレーション START」ボタンをクリック

簡単操作で多彩なシミュレーションをお楽しみいただけます。

たとえば ▶ フローリングを チェンジ！

たとえば ▶ 室内ドアと フローリングを チェンジ！

たとえば ▶ 室内ドアとフローリング、リビング収納を チェンジ！

シミュレーション結果は ▶ スマートフォンから直接印刷可能です。
※対応プリンターが必要です。

share 画像の保存や、URLを発行することによりEメールやSNSなどでシェアもできます。

気に入ったインテリアスタイルをベースに、理想のカラーコーディネートを見つけてましょう。

The diagram illustrates the workflow for using the color coordination simulation. It starts with the EIDAI homepage on a computer, where the 'Color Coordination Simulation' icon is clicked to open the simulation interface. On a smartphone, the same icon is scanned via QR code to access the simulation. The simulation interface shows a room interior and various color swatches for walls, floors, and furniture. The user can tap on different colors to see how they look in the room. The final step shows the printed simulation results and the sharing options.

Skism 2020年度新製品のご紹介

当社は「Skism(スキスマ)」ブランド製品群のさらなる拡充を図るため、先頃新製品を発売いたしました。なかでも室内ドアや造作材は最新のトレンドを取り入れた意匠性の高い製品です。お施主様への新たなご提案として、是非ご活用ください。



 BLACK
FLAME Interior ブラックフレーム インテリア

ブラック色をアクセントカラーとして採り入れることで、空間をシャープに見せる効果を狙った窓枠・造作材です。

当社では2019年から建具やクロゼットの枠材、幅木の一部、収納のボックスでブラック色を設けてきましたが、窓枠、造作材にもブラック色の製品を取り揃え、ブラック色をあしらったトータルコーディネートを実現しました。



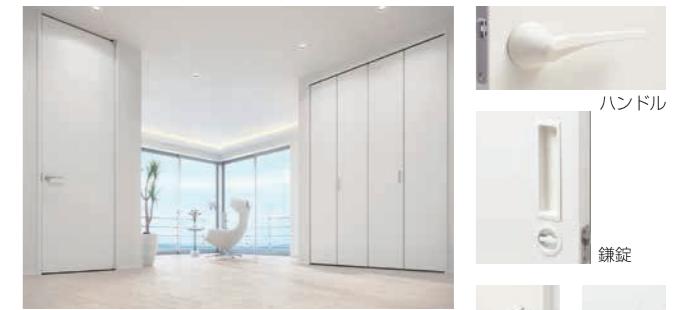
バイオフィリックデザインの室内ドア

自然を感じられる環境で仕事をすることで、生産性を含めた業務効率にもよい効果を与えるという海外の調査結果をもとに、植物、水など自然そのものが創り出す曲線「バイオフィリックデザイン」を室内ドアに採用しました。自然を感じられる癒しの空間づくりが可能です。



上枠を省いたフラットシーリング枠

昨今、室内空間を広く見せるため、垂れ壁をなくして天井高いっぱいまで伸ばした建具に人気が集まっています。当社はそのような天井高まである建具の枠材に着目し、より空間の広がりを強調できる「フラットシーリング枠」を開発しました。



ホワイト色の室内ドア用金物

特に女性に人気のあるホワイト色をベースカラーにしたインテリアに合う、ホワイト色のドア用金物(レバーハンドル、蝶番、引き手、鎌錠、収納用取っ手)です。



スキスムSフロア シートタイプ 一般用

基材にタフテックベース(MDF)を使用し、コストパフォーマンスを重視したフローリングです。床暖房非対応ですが、耐キャスター性能やワックスフリーなど一般住宅に求められる機能を備えています。

日本の原風景

第五回 兵庫県 播磨エリア

播磨エリアには様々な
戦国時代の史跡が今も残っている
豊臣秀吉に明智光秀、黒田官兵衛など戦国時代を彩る武将の史跡が色濃く残る播磨エリア。今回は大河ドラマでもお馴染みのスポットを巡つてみた。



1993年、日本で初めて世界遺産に登録された白鷺城の愛称で親しまれている姫路城は、白漆喰で塗られた5層7階の大天守からなる優雅な佇まいのお城だ。江戸時代以前に建設された天守が残る現存12天守の一つでもあり、重要文化財に指定されている。始まりは赤松貞範による築城とする説が有力だが、他にも黒田重隆による説など諸説ある。

この人物は大河ドラマ「軍師官兵衛」の主人公、黒田官兵衛の祖父にあたる黒田家ゆかりの地である姫路を含む播磨エリアには他にも廣峯神社や羽柴秀吉の中国征伐の際に本陣として使用されていた書写山圓教寺、龜山本徳寺などがあり、ここでは実際に数々の大河ドラマの撮影が行われている。

海と山とに囲まれた播磨エリアは様々な時代の史跡が数多く残るだけではなく、自然豊かな土地でもあり、黄金に輝くスキの穂の高原や今にも降つてしまそうな夜空いっぱいの星々など、昔から変わらない景色を今に残している。



ショールーム紹介姫路営業所・姫路ショールーム

39年目に入り、気持ちも新たに

姫路営業所は今年9月で発足から39年目に入りました。当営業所は兵庫県の西エリアを商圏とし(東エリアは神戸営業所が担当)、ビルダー様や流通業者様とお取引させていただいておりますが、気持ちも新たに今後もお客様のニーズをいち早く汲み取るとともに、質の高いサービスを提供したいと考えております。

さらに、併設のショールームを活用し、地域のお客様のよりよい住まいづくりに貢献できるよう努めてまいります。

住 所 〒671-0221 姫路市別所町別所1644-1

休 館 日 日曜日、祝日、夏期・年末年始、5月連休

営業時間 AM10:00～PM5:00



ちよっと
一息。
column

菌から暮らしを守る木

木の抗菌効果や抗ウイルス効果を今こそ、見直してみませんか。

木に含まれる成分は虫や菌を寄せつけず、人の暮らしにもさまざまに役立ちます。

木はいちど地面に根を下ろすと、害虫が飛んできても、風にのって悪い菌が運ばれていても逃げることができません。そのため身を守る武器として、虫の嫌がる香りや、抗菌効果のある成分を蓄えています。

木材のこのような性質は、私たち人間も古くから暮らしの中で活かしてきました。たとえばヒノキは、法隆寺や正倉院といった歴史的建造物の建材として知られています。今までその姿が残っているのも、木材腐朽菌などに侵されにくいヒノキの成分のおかげです。身近なところでは、雑菌が繁殖しやすい台所のまな板などにもヒノキが。その抗菌効果のもとになっているのは、 α -カジノール、ヒノキオールという2つの成分です。面白いことに、 α -カジノールには人間の虫歯菌の繁殖を抑制する効果もあるそうです。

ほかにも「青森ヒバ」にはヒノキと似た抗菌効果をもつ成分が含まれており、さらに「スギ」の香り成分には、胃潰瘍の原因となるヘリコバクターピロリ菌の繁殖を抑える働きもあることがわかつています。

さらに、インフルエンザウイルスを不活化させる効果も実証されました。

最近の報道によると、ここ数年で木には抗菌効果だけでなく、抗ウイルス効果もあることがわかつきました。昨今行われた実証試験で、ヒノキ材やスギ材にインフルエンザウイルスを接触させると、感染力のあるウイルスの数が減少すること(不活化)が明らかになったのです。

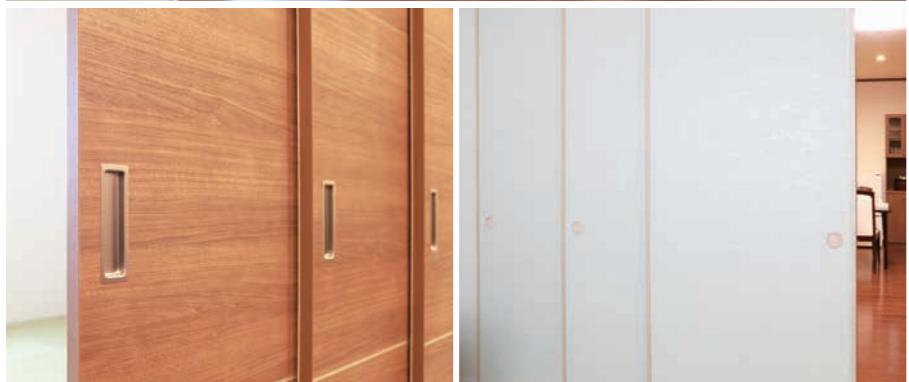
このことから、壁や手すりなど、人の手が触れる場所にヒノキ材やスギ材を使用すると、インフルエンザの感染拡大を抑制できる可能性があるといえます。

細菌やウイルスは、つねに私たちの身近にあり、時には爆発的に広がって日常生活を脅かすこともあります。今こそ、木のもつ抗菌効果や抗ウイルス効果を見直し、暮らしに取り入れるべき時かもしれません。

少子化、高齢化に伴って、人生最後のセレモニーも昨今、小さな家族葬が増えるなど、そのありかたに大きな変化がみられます。こうした変化に乗り遅れることなく、地域に密着してさらに質の高いサービスを提供していくことが、葬祭事業を継続するための大きなカギだそうです。



【Skism 室内ドア／片引き戸】
年配の方でも軽い力で開閉ができます。



【3枚連動吊り戸】
部屋の雰囲気を損なわないように化粧板の柄を表と裏で変えています。



【マスターkey対応錠】
プライベートの空間を確保できるように、室内の扉にも施錠ができるようになっています。

プロユーチャーの目線



(有)スミノ総合設計 一級建築士
坂田 正仁氏

ここ10年で建具は軽量化が進み、静肃性も高まっています。また自動的にゆっくり閉まる機能(永大産業のファインモーション機構)や、3次元で調節できる丁番の進化なども目覚ましいものがあります。そうした建具が900、1,000ミリと広い有効開口幅を有し、かつ枠材も含めて規格品(セーフケアプラス)として発売されたことは、私たちのような設計に携わる者にとっては朗報です。というのは、以前であれば、こうした木製の建具は別注扱いになりがちだったからです。

現場での省施工性を考えれば、今後も可能な限り規格品を使いたいというのは、おそらく多くの設計者も同じでしょう。

(株)セレマでは、「ご遺族の控室を「自宅の延長上とする」という明確なコンセプトがあります。とはいっても、住宅用の建具は開口部が狭かったり、高さが足りないところから、そのまま使うことはできません。そういうコンセプトに応える規格品であることが、「セーフケアプラス」の存在価値であろうと思います。

セーフケアアープラス

「Skism(スキスマ)」「ブランドの製品群と「セーフケアアープラス」は、非住宅分野の様々なところで採用いただいている」



控えの間は、一般住宅に近い設計を重視



4月にオープンした「西舞鶴シティホール」

京都府、滋賀県を中心とした冠婚葬祭業を営む株式会社セレマ(本社：京都市)では、4月に新たにセレマシティホール「西舞鶴シティホール」を開設しました。同社では「ご遺族に寄り添いたいとの思いから、とりわけご遺族の控えの間となる部屋は、自宅の延長であることが望ましい」として、ほぼ一般住宅に近い設計を重視しています。今回はその「西舞鶴シティホール」に訪問させていただき、プロユーチャーとして「セーフケアアープラス」を採用された経緯についてうかがいました。

*1 「Skism(スキスマ)」とは、住宅資材の総合メーカーであるELDAIが強みを活かし、2019年1月から展開している製品のブランド名です。

*2 「セーフケアアープラス」とは、小さなお子様からシニア世代まで安心・安全にご使用いただける高耐久製品として、当社が2011年から発売している製品の名称です。

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)

起死回生をかけた「ロイヤルシュノール」



ロイヤルシュノール

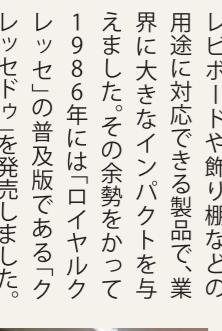
「ロイヤルシュノール」は、壁面内を利用してというアイデアを備えていましたが、それ以外にも、様々な新しい試みを取り入れた野心的な製品でした。

その一つが扉の木口の曲面に、ツキ板を美しく貼る真空フレスの技術です。当時高級感を引き立てる素材といえばやはりツキ板であり、このツキ板を塗装工程も含めて上手に使いこなすことが、木質建材メーカーの腕の見せ所でした。

そこで当社は「ロイヤルシュノール」を、当時の関連会社であった永大木材工業(現山口・平生事業所)で生産することにしました。同社のツキ板を使いこなす技術を収納扉に転用することにしたのです。

「ロイヤルシュノール」には、ボタンを押すと飛び出して取っ手となる再度ボタンを押すと、扉内に納まって施錠する「ブッシュロック」という便利な仕組みを初めて取り入れました。「ブッシュロック」は扉を開じているときに、ボタンが扉面と段差なく収まる構造だったため、意匠的にも大変美しいと好評を博しました。また、扉の基材には同事業所で生産していた長尺のパティカルボードを用いましたが、この「ブッシュロック」は变形を防ぐ特殊な金具と一緒に構造になっていました。特に扉の反り防止に威力を発揮しました。

「ロイヤルシュノール」をさらに発展



ブッシュロック

「ロイヤルシュノール」をさらに発展させたのが、「マイシユノール」です。1978年、当社は会社更生法の適用を申請し、事実上倒産します。しかし、この間に自信をもって提案できる製品として発売に踏み切ったのが、この「ロイヤルシュノール」でした。

起死回生をかけて臨んだこの製品は、前回触れた取引先への施工研修をはじめとした提案活動が実を結び、大きく売上を伸ばしました。このため、当時を知るベテラン社員の「マイシユノール」は、今までの「ロイヤルシュノール」は今なお、特別な思い入れのある製品といつても過言ではありません。

さて、「ロイヤルシュノール」の後、当社は1982年に「ロイヤルクレッセ」、「1984年に「マイシユノール」を発売しました。「ロイヤルクレッセ」は、自由にボックスを組み合わせることでテレビボードや飾り棚などの用途に対応できる製品で、業界に大きなインパクトを与えるました。その後、「ロイヤルクレッセ」の普及版である「クレッセドウ」を発売しました。

大雨による浸水に備えて少なくとも地上高1.5メートルまで、ジャッキアップできるようになると想像を膨らませていきました。それを図化してみると、さながら遠い昔に読んだSF小説でてくる宇宙基地の様でした。それを住宅と呼ぶかどうかは別にして、こうした異常気象が今後も続くようだと、大切な命と財産を守るために、住宅に対する人の意識はこの先、大きく変わってくるような気がしてなりません。

編集後記

編集の最中、あるメディアの方と、これから先の住宅はどうなるかについて、話し合いました。100年に一度のはずの大雨、強風に、ほぼ毎年さらされるようになった現状に照らし合わせていくうち、いつしか住宅の形状は戦場に設置されるトーチカのように、強固なドーム型が増えてくるのではないか、との発想が飛び出しました。

ドームの支柱は地震の揺れを軽減するダンパーの役割を果たすとともに、

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。

大雨による浸水に備えて少なくとも地上高1.5メートルまで、ジャッキアップできるようになると想像を膨らませていきました。それを図化してみると、さながら遠い昔に読んだSF小説でてくる宇宙基地の様でした。それを住宅と呼ぶかどうかは別にして、こうした異常気象が今後も続くようだと、大切な命と財産を守るために、住宅に対する人の意識はこの先、大きく変わってくるような気がしてなりません。

EIDAI HISTORY 第5回 内装材（収納製品）の開発 中編

Dua's Note by 住宅産業塾

監修：住宅産業塾／日企企画株式会社 事務局
〒105-0001 東京都港区虎ノ門2-5-4虎ノ門ビル4F TEL:03-3503-2867 FAX:03-3503-2869
E-mail:hbsg@jyutakujuku.co.jp URL:http://www.jyutakujuku.co.jp

WITHコロナ時代、さらに顧客対応の強化を！

2020年に世界を襲った新型コロナウイルスにより、新時代への変化が強制的に、より迅速に起こっています。私たちは将来に向け、ビジネスを変える必要に迫られました。

住宅産業塾会員企業では、緊急事態宣言解除後、お客様の動きが増えてきた企業が大勢を占め、印象として客足は改善傾向にあります。ただし、これはコロナショックの反動による一時的なバブルであり、経済状況が悪化し、全体的に個人消費が減少している流れを考えると、そう長く続くとは予想していません。そこで、今回は新築需要が減少し続ける時代に顧客を獲得する工夫を、住宅産業塾会員企業の事例から考えてみたいと思います。

WEB・リアルによるCX強化

厳しい時であるほど、工務店・ビルダーの原点である顧客に立ち返ることです。CS(顧客満足)をより深めること、すなわち今、注目の概念であるCX(顧客体験)を強化し、顧客との強いつながりつくることに成功の鍵があります。それは、物理的価値を超えた体験価値を向上させることです。特にコロナウイルスの影響もあり、展示場やショールーム等拠点での接客機会が限られる現状で、WEBをうまく活用しながらCXの機会を増やす、という点が注目されています。

その一つに、オンラインイベントがあります。Zoomをはじめとするコミュニケーションツールを利用したオンライン見学会など、WEBを活用したイベント開催が増え、緊急事態宣言解除後も多くの会員企業で継続しておられます。オンラインイベントは直接の接触を躊躇する方への新たな訴求手段となるため、明確な成果を上げる企業も出ています。また、リアル見学とWEB見学とを同時並行で行う見学会イベントの動きや、WEBにより施工物件を360度パノラマビューにより公開したりと、ニーズに合わせてWEBとリアルを織り交ぜ体験を増やす工夫を各社で実践しておられます。

一方、WEB活用の時代であるとはいって、逆に限られたリアルの機会を徹底重視する会員も大勢おられます。直接に来場される顧客を、徹底したおもてなしで大事にし、初回来場段階で一気にファンになっていただく取り組みにより、今年も安定して受注を獲得しておられる会員様もおられます。これは、来場された時だけでなく、来られる前からこれでもかと細かい配慮でもてなしの工夫を重ねることで期待を超えるCXを提供し、初期段階から顧客とのつながりを深める取り組みとして住宅産業塾でも注目しています。

また、新規獲得は当然のことながら既存客重視の傾向も出てきています。特に、紹介キャンペーン、さらに契約特典キャンペーン等を実施することにより、紹介受注を促進する動きが目立ちます。もちろん、CSを徹底し、ファンになっていたいことが成功の前提条件となります。

地域による差異やターゲットたる顧客層の傾向によって効果的な方法が異なる場合もありますが、CSを徹底し限られた顧客を大事にすること、CXを強化し顧客との関係を深める一層の努力が必要であることは共通しています。WEBとリアル接觸をうまく織り交ぜ、満足と感動を積み重ねていく。このような取り組みが重要であるといえるでしょう。

withコロナ時代の対応策

1 破壊的イノベーションに本気で取り組む

- CX(カスタマーエクスペリエンス)とDX(デジタルトランスフォーメーション)の革新
- 働き方改革の取り組み
- 住宅マーケットの変容、法改正(民法他)への対応
- 人間力の強化(人財の必要性)

2 非対面型行動とコミュニケーションの変容・強化

- 店舗型の苦戦⇒WEB・デジタルの活用
- 展示場の在り方に変化対応(集客・商談・確認の場)

※お知らせ：内装材(収納製品)の特集は今回をもって完結させる予定でしたが、ご好評につき延長することにいたしました。

永大産業株式会社 マーケティング部 広報課 ©2020Eidai Co., Ltd.