



平成 21 年度新事業創出・販路開拓ネットワーク整備・活用等事業

2010 年 3 月 29 日発行

## 展示会・見本市レポート第78号

発行：全国商工会連合会

編集：(財)日本立地センター

協力：全国イノベーション推進機関ネットワーク

### 第 16 回 建築・建材展 2010[上]

快適・健康・安全な住環境、商環境の実現をめざして

会 期	2010年3月9日(火)～12日(金)
会 場	東京ビッグサイト
主 催	日本経済新聞社
後 援	経済産業省、国土交通省、環境省、日本貿易振興機構、新エネルギー・産業技術総合開発機構、住宅設備産業協会、店舗システム協会
事務局	<a href="http://www.ac-materials.jp">http://www.ac-materials.jp</a>
出展者数	251社
小間数	530小間
小間料	(3m×3m)367,500円+Webサイト参加料(税込み)
募集期間	2009年7月中旬～2009年10月上旬
来場者数	135,633名
出展分野	内装・外装部材、床材、屋根瓦、防火・耐火材、インテリア、エクステリア、設計・工事関連、省エネルギー関連製品、塗料、ガーデニング関連、テント・シート、景観材料、膜構造体・部材 等
来場者の職業	設計事務所、建設・建材、工務店、インテリア・エクステリア、照明機器、ホームセンター、内装・外装、厨房機器、ハウスメーカー、リフォーム 等
同時開催	JAPAN SHOP2010、フランチャイズ・ショー2010 等
次回開催予定	2011年3月8日(火)～11日(金)

発行：全国商工会連合会 企業支援部 市場開拓支援課 03-3503-1256

編集・問い合わせ：(財)日本立地センター 新事業支援部 03-3518-8964

## 時流商流

### 省エネ・環境を前面に打ち出す

建築・建材展は、毎年9月に開催される「日経 住まいのリフォーム博」とともに、日本経済新聞が主催する建築関係の大型展示会である。秋の展示会が住宅のリフォームと耐震技術がキーワードとなっているのに対し、春の展示会は省エネ・環境が前面に打ち出されているのが特徴となっている。

今回の展示会でも「環境新時代」に向けて、省エネ・エコロジーをテーマにした最新の建材とサービス関連企業が多数出展。「健康・エコロジー・建材ゾーン」では、太陽光照明システム、太陽電池一体型の外壁建材、屋上・壁面緑化システムや麦わらを基材にした内装材などが来場者の関心を集めていた。



### 建築資材の新製品が続々登場

来場者の楽しみは、建築資材の新製品が一堂に会していることだ。撥水性と撥油性に優れたメラニン化粧版は、キッチンや洗面化粧台ばかりでなく、飲食店などで利用が期待されているという。

省エネや窓際の快適性の向上に役立つとして注目を集めている住友スリーエムの日射調整フィルムの出展ブースには、新柄の新商品が登場。

地方からは大手企業に負けない内外装関係の新商品が数多く出展され、地



域資源を活かした地域企業の「ものづくり」を再認識させる中身だった。具体的には、千葉県企業が間伐材とペットボトルのキャップをリサイクルした木炭プラスチックは、将来性ある新製品として人気を集めた。

次頁からは、本展示会の中でユニークな取り組みを行っている地域のブースを紹介する。

## ブース細見

### 木炭プラスチックの用途を開拓

出 展 目 的 :新製品の用途と販路開拓

代表商品の価格:未定

千葉県柏市の藤井製作所 (<http://www.fujiiss.co.jp>) は、新製品の木炭プラスチックの用途と販路を開拓。

同社はプラスチック部品、金属製産業機械部品、自動車の部品メーカー。2007年に経済産業省の地域資源活用型研究事業と千葉県の地域資源ブランド化総合推進事業補助金を活用して、商品化したのが木炭プラスチック。

新製品は、間伐材、製材残材などの未利用材を炭化して、回収したペットボトルの原料であるポリプロピレンと複合した木炭プラスチック。同じく未利用材を破碎・粉碎した木質プラスチック部材の2種類。

木炭プラスチックには臭いを吸着・除去し、導電性にも優れた特性があるという。展示会で多くの関係者の意見を聞くため出展した。



### 食用油会社が建材用塗料を商品化

出 展 目 的 :販路開拓

代表商品の価格:植物油の塗料「彩速」(缶・1リットル) = 6,000円(税別)

愛知県岡崎市の太田油脂 (<http://www.ohtaoilmill.co.jp>) は、植物油を使った塗料の販路開拓を目的に出展。

同社は、創業108年のサラダ油、ドレッシングなどの食用油メーカー。シックハウスがアレルギーの原因といわれていたため、和傘や提灯に使っていた油をヒントに、木材用の塗料を商品化。塗料の乾燥時間を大幅に短縮することに成功。

愛知県や九州地域のホームセンター、小売店で販売。展示会に3年ぶりに出展。

## 環境意識の高い東京が最大のリサイクル市場

出 展 目 的 : 加盟店の募集

代表商品の価格: プラスチックのリサイクル建材「エコマウッド」(1立方メートル) =  
30万円(税別)

鳥取県米子市のエコマ (<http://www.ecomawood.jp>) は、ペットボトルを原料にした循環型建材「エコマウッド」をPR。

ペットボトルのリサイクル会社として2001年5月に設立した。廃プラスチック業者からポリプロピレンが素材のペットボトルのキャップとポリエステルフィルムを購入。ウッドデッキ、防護柵、エクステリア用品、屋上緑化などの建材にリサイクルする。

販売先の5割は生活者の環境意識が高い東京が占める。商品の設計段階からユーザーの意見を取り入れるため、コミュニケーションを大切にする。

30社の代理店を通して全国で販売。



## 縦長形状の屋根瓦のPRと販路を開拓

出 展 目 的 : PRと販路開拓

代表商品の価格: 屋根瓦「SL瓦」= 600円(税別)

愛知県高浜市の山平 (<http://www.yamahei.jp>) は、平焼きの屋根瓦「SL瓦」のPRと販路開拓を目的に出展。

同社は、創業97年の屋根瓦の老舗。愛知県は全国シェア7割を占める三河の「三州瓦」の産地。3年前に商品化した同社の「SL瓦」は、縦長の形状の瓦では国内の数少ないメーカーでもある。

主に洋風の結婚式場の建物に使われる屋根瓦で、欧州からの輸入瓦が大半を占める中では貴重な瓦。同展に毎年出展している「愛知県陶器瓦工業組合」のブースに、組合員18社で共同出展した。