



省エネ商品開発物語

省エネや快適な住居に
やりすぎはない。そう信
じ、周囲の反発も気に留
めず、高断熱高気密の賃
貸住宅建設に尽力してき
た会社がある。全国にF
C展開するヒーローライ
フカンパニー(東京都港
区)だ。同社が最初に開
発した内断熱建材「エコ
ライフボード」はなんと、
冷暖房費が電気代換算で
約40%削減可能という超
高性能。発売以来、15年
間で230万㎡以上の販
売実績を誇る。

「自分達にどうやってCO₂の削減ができるのだろか」と思考をめぐらせた。そこでひらめいたのが「帯広で使われているような断熱の仕様を日本中の賃貸住宅に持ち込むこと」だった。

「周囲の人間には、賃貸住宅にそんな性能は必要ない、やりすぎだ」と言われ続けました」と当時を振り返る日崎社長。

しかし、入居者が快適に暮らしたいという地球環境のためになることに躊躇(ちゅうちゆ)をす

た。頭の中はどうやってこの商品の恩恵を受ける人間の数を増やしていくか、答えはひとつしかなかった。「効率性を高めること」だった。いかに

工場での生産効率をあげるか、建築現場で工期を短くし、人手がかからないような建物にできる

のうえから壁紙のクロスを張るのだ。だが、エコライフボードを施工するまう。どうにかして、現場で使えやすく追加の手間が省ける商品を作りたかった。その「理想」を実現するために、日崎社長は日本国内だけでなく、国外の建材も研究。台湾、ASEAN諸国、北欧、北米など30カ国に足を運

び、商品のアイデアを集めていった。オーストリヤを強化す

とはいえ、設備投資に何百万円とかかる。金属型を作るのにも細心の注意を払い、規格を完璧に再現する型を作った。

結果、本数の多い断熱材で強化された断熱ボードははがまなくなつたという。価格はむしろわずかに値を下げたほどだった。

「必要は発明の母」というエジソンの言葉があまりですが、私たちはまさにその言葉通りに求められる商品や工法を開発してきました」と日崎社長は語りました。賃貸住宅の進化に役買って来た同社だが、独自の商品開発で取

得した特許は10以上に達していることとなる。エコライフボードを施工すると、その基準の2倍の厚みのおかげで冷暖房費を40%カットすることも可能だ。超高性能断熱材と呼んでも差し支えないわけだ。

このエコライフボードの開発は、会社として環境への責任感が芽生えたことからはじめられた。1997年に京都で行なわれた第3回気候変動枠組条約締結国会議(COP3)で、次世代省エネルギー

「低コストを考えた次世代省エネルギー基準仕様の断熱工法」

か。商品化のために、企業製作・実証実験の飽くなき繰り返しが始まった。エコライフボードの特徴は、通常の建築現場であればかかるはずの3つの工程を1つにしてしまったことだ。鉄筋コンクリートの建物をつくる際、外壁のコンクリートを流し込むための型枠をまず設置する。次に、型枠でつくったスペースに生コンクリートを流し込んでいく。コンクリートが固まったら型枠を取り、内側に断熱材を吹きつけ、内装下地をその上

に打ちつけ、石膏ボードなどの内壁をつけ、その

間と費用がかかってしまふ。どうにかして、現場で使えやすく追加の手間が省ける商品を作りたかった。その「理想」を実現するために、日崎社長は日本国内だけでなく、国外の建材も研究。台湾、ASEAN諸国、北欧、北米など30カ国に足を運

び、商品のアイデアを集めていった。オーストリヤを強化す

とはいえ、設備投資に何百万円とかかる。金属型を作るのにも細心の注意を払い、規格を完璧に再現する型を作った。

結果、本数の多い断熱材で強化された断熱ボードははがまなくなつたという。価格はむしろわずかに値を下げたほどだった。

氷点下30度

高断熱の賃貸住宅を全国に広めるため、商品の低コスト化を考え続けてきた日崎社長。冬には氷点下30度になる厳しい寒さの北海道帯広市に生ま

れ育ったヒーローライフカンパニーの日崎哲仁社長だ。

過酷な環境下で研究を重ね生まれたのが、同社の内装下地付き型枠兼用断熱材「エコライフボード」であった。

「標準を超える」

エコライフボードの断熱材の厚さは5センチ。東京での利用で考える

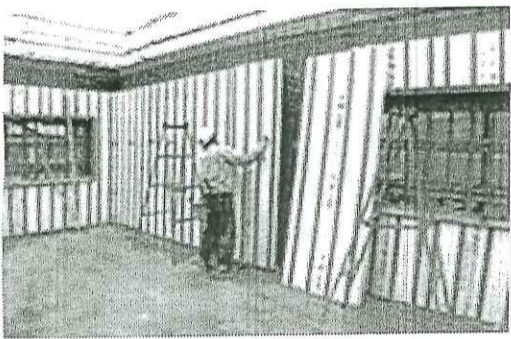
だ。日崎社長は、

「必要は発明の母」というエジソンの言葉があまりですが、私たちはまさにその言葉通りに求められる商品や工法を開発してきました」と日崎社長は語りました。賃貸住宅の進化に役買って来た同社だが、独自の商品開発で取

得した特許は10以上に達していることとなる。エコライフボードを施工すると、その基準の2倍の厚みのおかげで冷暖房費を40%カットすることも可能だ。超高性能断熱材と呼んでも差し支えないわけだ。

このエコライフボードの開発は、会社として環境への責任感が芽生えたことからはじめられた。1997年に京都で行なわれた第3回気候変動枠組条約締結国会議(COP3)で、次世代省エネルギー

「低コストを考えた次世代省エネルギー基準仕様の断熱工法」



エコライフボード施工の様子

「低コストを考えた次世代省エネルギー基準仕様の断熱工法」

か。商品化のために、企業製作・実証実験の飽くなき繰り返しが始まった。エコライフボードの特徴は、通常の建築現場であればかかるはずの3つの工程を1つにしてしまったことだ。鉄筋コンクリートの建物をつくる際、外壁のコンクリートを流し込むための型枠をまず設置する。次に、型枠でつくったスペースに生コンクリートを流し込んでいく。コンクリートが固まったら型枠を取り、内側に断熱材を吹きつけ、内装下地をその上

に打ちつけ、石膏ボードなどの内壁をつけ、その

間と費用がかかってしまふ。どうにかして、現場で使えやすく追加の手間が省ける商品を作りたかった。その「理想」を実現するために、日崎社長は日本国内だけでなく、国外の建材も研究。台湾、ASEAN諸国、北欧、北米など30カ国に足を運

び、商品のアイデアを集めていった。オーストリヤを強化す

とはいえ、設備投資に何百万円とかかる。金属型を作るのにも細心の注意を払い、規格を完璧に再現する型を作った。

結果、本数の多い断熱材で強化された断熱ボードははがまなくなつたという。価格はむしろわずかに値を下げたほどだった。