

ジャパンホームショー 2012 に参加して

技術部 生産技術グループ 伊藤洋一

ジャパンホームショー（主催：社団法人日本能率協会）は、住宅・建築に関する建材・設備等の専門展示会で、例年約 450 社の企業が参加し、工務店・ハウスメーカーや設計関係者約 20,000 名が来場しています。

今年度は、11月14～16日の3日間の日程で東京ビッグサイト東ホール（東京都江東区）にて開催されました。特に今年度は、ジャパンテックス（主催：社団法人日本インテリアファブリックス協会）との合同開催となり、仕切りのないワンフロアに住宅関連企業がおおよそ 600 社、業界の関係者 35,000 名弱が集まり、同種の展示会では国内最大級の展示会となりました。

ジャパンテックスは、インテリアに関する専門展示会で、例年約 150 社の出展企業が参加し、インテリア関係者や建築関係者が 14,000 名ほど来場しているとのこと。

これに加え、同西ホールでは、「ものづくりネクスト↑2012」（主催：社団法人日本能率協会）や愛知・名古屋産業交流展（主催：愛知県、名古屋市）などの関連出展があり、一度にたくさんの情報を効率的に得ることができる良い機会となりました。

表1は、今回のジャパンホームショーの来場者数です。昨年度と違い、関連出展からの入場者が多く含まれていることがわかります。同時期に開催することによる新たなコラボレーションの可能性が広がり、新製品や新しいサービスにつながっていくことが期待されます。

表1 今回の来場者数（JHSホームページ発表データ）

| 来場登録者数（名） | | | |
|-----------|--------------|-------------|----------|
| JHS ※ | ジャパン テックス | 他展から の入場 | 合計 |
| 17,340 | 12,473 | 3,559 | 33,372 |
| (17,167) | (14,705) | (-) | (31,872) |

※ JHS：ジャパンホームショー
（ ）内は昨年度の数
会期中の天候は、おおむね「晴れ」

今回のジャパンホームショーでの北海道グループのブースは、北海道と北海道立総合研究機構の出展区画を中心に、網走東部および西部流域森林・林業活性化協議会や複数の道内企業など合計7つの小ブースより構成されていました。そして、北海道グループステージにて、出展企業・団体によるセミナー&プレゼンテーションが一日当たり11回、のべ33回行われました（写真1）。スタッフの努力もあり、各セミナーともおおむね満員の人で埋まり、講師側としてもやりがいがあったと思います。



写真1 北海道グループステージでのセミナー
（講師：林産試験場 技術部 澤田哲則）

セミナーを行った北海道グループの企業・団体は次のとおりです（登壇順）。

- 1) 北海道建設部建築指導課
- 2) コーナー札幌（株）
- 3) 飯田ウッドワークシステム（株）
- 4) J建築システム（株）
- 5) 北海道立総合研究機構（林産試験場）

講演①：「人工林のトドマツ、カラマツを内装材にするために」（技術部長 斎藤直人）

講演②：「圧縮木材技術による北海道産針葉樹材の利用拡大」（技術部 製品開発グループ 澤田哲則）

講演③：「北海道産針葉樹の効率的な製材と、適切な乾燥による建築用無垢材の生産」（技術部 生産技術グループ 伊藤洋一）

- 6) 北海道立総合研究機構（北方建築総合研究所）
- 7) 日本システム機器（株）
- 8) （株）テスク資材販売
- 9) （株）加賀谷ブリック

セミナー以外にも北海道グループのブースでは、ポスターや試作品展示による研究成果の紹介やパソコンを使った業務内容紹介などを行っていました（写真2）。



写真2 北海道ブースでの展示
（北方建築総合研究所，林産試験場の研究成果紹介）

ただ残念だったのは、メインの北海道グループステージに実大の木構造物やフローリングや羽目板などの木製品が少なく、木材本来の存在感が発揮されていなかった印象がありました。会場での搬入・組み立てや撤収時の解体時間に制限があるので、現在のようなつくりとなっていますが、見本市・試作展示的な要素が少なく、工夫する余地があるように思われました。

北海道のセミナーに参加した他自治体の方からも、展示品の量が少ないことや体感できる（触れることができる、においがするなど人間の五感に訴える）製品が少ないという指摘を受けました。次回から展示品の選択や来場者に足を止めてもらえるような工夫を考えていく必要があるようです。

ここ数年、北海道グループの出展にはオホーツク地区の企業・団体が多く参加しています。オホーツク地域では、地域ブランド材であるオホーツクウッドのPRを積極的に行う必要があります。SGEC（緑の循環認証会議）、FSC（森林管理協議会）などの森林認証材を活用する取り組みを進めています。

こうした企業等の協力を得て、北海道全体で一体感のあるPRができればもっと実のある展示・発表の機会になると思います。協力する側の企業・団体としても、自社製品・技術の紹介など多くのメリットがありますので、ジャパンホームショーのようなたくさんの方の意見が聞くことができる機会をもっと大切に活用していかなければならないと感じました。

地域ブランド材については、どの自治体も各ブースで積極的に製品紹介を行っており、北海道としては出遅れた印象があります。北海道でも統一基準値の設定を含め、生産者の方々と意見交換しながら、地域ブランド材普及の取り組みを進めていくことが重要です。北海道全体としては相当量の認証材蓄積量があるので、将来にわたり、継続的、効果的なPR活動をしていく必要があります。

このほか、中国の出展者からのアプローチはとても積極的で印象に残りました。ブースの近くを通ると積極的に話しかけてきて、質問せめにあいました。何かの糸口を見つけてビジネスへ結びつけようとする執念のようなものを感じました。どちらかというともスマートな印象の欧米諸国の企業との違いがはっきりしていて、お国柄がよく出ている印象を受けました。

これだけの多くの人が集まり、ユーザーや関連企業・団体の生の声を聞く機会はとても貴重で、研究を進める上でも参考になります。機会があれば、また講師として参加したいと思います。

来年度のジャパンホームショーは、10月23～25日に東京ビッグサイトで開催される予定です。