

ダンボールを使った エコでモダンな 間仕切り建具のパイオニア

株式会社ユナイトボード
代表取締役社長 坂本恒太氏



ユナイトボードは、特殊なダンボールを芯にした「ダンフスマ」という軽量襖^{ふすま}で、建具業界に独自の地位を持つ。同社はこの伝統的な建具の需要を掘り起こすため、さまざまなコンセプトの製品を開発。洋間にもマッチする建具として、その可能性を広げつつある。

聞き手／当社前代表取締役社長 岡村 裕

Top Interview

写真／岩尾克治 (P3、P5下、P6下)

——まず、ダンボールを芯にした襖という、ユニークな製品を開発された経緯から教えていただけますか。

坂本 高度成長期に差し掛かるころから、公団住宅が次々建設されました。当時の団地は、間取りを構成する間仕切り建具がほとんど襖でしたし、押し入れ、天袋の引き戸もすべて襖ですから、その需要が大きく拡大したんですね。ところが襖は、職人さんが1本1本組み上げてそこに紙を張るという工程でつくられていますので、供給量が追いつかないという問題が出てきました。

そこで、私どもの関連会社で重梱包用のダンボールをつくっている山田ダンボール(株)が、大阪の工場で、ダンボールを応用して工業的に襖を製造しようという取り組みを始めました。それが昭和30年代後半です。

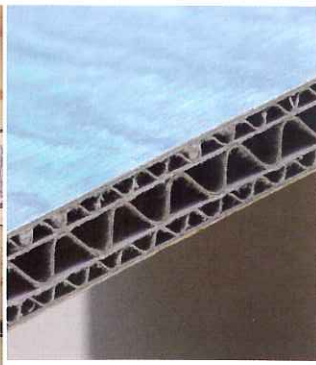
特殊なダンボールで 襖の工業化に成功

——なるほど。まずは巨大な市場が先にあつたということですね。開発は順調だったんですか。

坂本 いいえ。そもそもダンボールというのは梱包材ですから、その役割は、ものを包んで、お客さまにお届けして終わるんですね。ところが襖の場合は、

つくって、住宅に入れてからが始まりですので、根本的に寿命も違いますし、使用環境もまったく異なります。そうすると、襖のように形だけつくって納めても、結局建材としては、例えば、反った、狂ったなどさまざまな問題で適応できなかったんです。

そこで、やはり専門的にやらないと無理だということ、昭和44年（1969）4月、東京にあった関連会社をダンボールの襖の専門工場に切り替えました。これが、当社の前身です。——それで、製造に成功したということですね。その「ダンフスマ」の特徴は、



1967年の発売以来ロングセラー商品で、実績No.1の「ダンフスマ(左)」。
上は、その芯材である「ユナイトボード(特殊三層コルゲートボード)」



どんなところにあるのでしょうか。

坂本 2つありまして、1つは、建材用に、長期間住居内で使用しても反りや狂いの少ないダンボール構造体を開発できたという技術的な革新ですね。もう1つは、職人による手づくりのものから、工業化して、安定した品質の製品が安価に量産できる体制を確立できたことです。

——昭和60年に山田ダンフスマ(株)から現在の(株)ユナイトボードに社名変更されていますが、この由来を教えてくださいませんか。

坂本 当時「ダンフスマ」が順調に伸びていたことから、その周辺のいろいろな製品開発に着手したんです。そうするとそれまでの社名では、カバーできません。核心となるボード技術の確立から市場の拡大、そして供給するためのネットワークの確立・整備まで、すべては人・素材・技術の結びつきから生まれたという意味で、「ユナイト(結びつく)」「ボード」という社名にしました。

襖の可能性を広げる さまざまな製品を開発

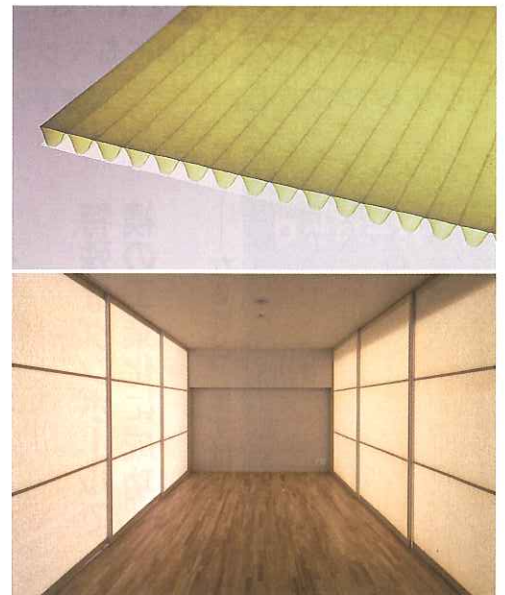
——昭和62年、不燃性の「GE紙」「Uボード」を開発されていますが、これは紙なのに燃えないんですか？

坂本 はい。もともと私どもではパルプを難燃化する技術を持っていました。その技術を開発させて開発したのが不燃性の「GE紙」。それを間仕切り建具用などにボード化したのが、不燃以外にも軽量、吸音、断熱などさまざまな特徴を持つ「Uボード」です。

この製品は、軽量で燃えないことから、天井の下地材や不燃防火ドアを軽量化するための芯材などに使われています。また、光が透過するため、間接照明や障子に似た光透過性建具としてもご利用いただけます。

——平成11年（1999）には、「Vウッド」という素材も開発されていますね。坂本 もともと「ダンフスマ」は、プラスチックや木の縁を使っていました。が、木材の調達が非常に難しかったんです。私どもが市場から調達すると相場が変わると言われたくらい、短期で大量に買い付けていましたので。しかも、木材は木材で狂う可能性もあるもので、当時、この木の縁の供給と品質を安定させることが課題でした。

その解決策として、木粉を樹脂と混ぜることで木質感を維持しながら、か



難燃性のパルプとガラス繊維を原料にした、不燃認定取得済みの「Uボード」と、その光透過性を生かした施工例

つ工業的に安定した縁材としてつくり上げたものが「Vウッド」です。

洋間にもマッチする 意匠と機能

——平成16年に戸車タイプの「スリムライン」という商品を投入されていますが、これはどういうものなんでしょうか。坂本 「襖」と言って想像していただけるのは、ふつう黒い縁に和柄の模様の襖紙だったりしますので、和室という限定された空間に入る建具という見方しかされません。しかし、間仕切りとしての襖の機能に着眼すれば、洋間にも当然使えるはずなんです。そこで開発したのが、洋間やモダン和室向けの「スリムライン」やその高機能化版の「ハイライン」です。「DKチャウ・ラ」



洗練されたデザインと機能を持ち、高さ8尺まで対応できる洋風間仕切り「ハイライン」



襖の可能性を広げる〈FUSUMA+〉をコンセプトにした西麻布NEXTショールーム

というオリジナル紙も、同じ目的で開発したものです。

——平成18年から販売されているものですね。

坂本 はい。住空間自体は洋風化しているのに、従来の襖紙のメーカーはずっと和柄のものしか供給してきませんでした。それで、これは自分たちでつくるしかない、一般の印刷メーカーと交渉してOEMでお願いしているものです。

ちよつと業界的なことになるんですが、「チャウ・ラ」という名前は襖紙のなかでも最廉価品の印刷紙、通称「茶裏」という呼び名から来ています。機械漉きで紙厚も薄いため、下地が透けないよ

うに裏を茶色にしているからですが、業界では安物の代名詞として位置付けられています。しかし、薄いのには強度があり、隠蔽性があつて、裏一

面に糊を塗布することに耐え、さらに洋風でモダンなデザインまで印刷でなんでも表現できる、機能紙としては最高レベルの品質なんですよね。

なので、われわれはちよつと反旗を翻して、フランス語風に「チャウ・ラ」と名付けてアピールしているんです。

循環型社会への一助となる リサイクルシステム

——御社は、「人と人、素材や技術の結びつきによって、コミュニケーション豊かな空間の創造と持続的な循環型社会の実現に貢献する」というビジョンを掲げていらっしゃいますね。

坂本 これは、まさにユナイテッドの語源である「結びつき」を、どう社会的に生かしていくかを表現したものです。企業というのは、やっぱり人なんです。人と人が結びついて、素材・技術を使って、当社のコア技術である特殊三層コルゲートボード、建材用の特殊なダンボールが生まれたことが、われわれの原点ですから。

そうして誕生した襖がコミュニケーションを豊かにする道具として、住空間を創造してきた。また、ダンボールという素材がそもそも持っているリサイクル性を生かして、襖ごとリサイクルする「ダンフスマリサイクルシステム」などで廃棄物を減らし、エネルギーの無駄をなくすことで、この社会と共生して、持続的に発展していける、無理がない事業にしていきたいということとを掲げているわけです。

——平成17年には、若手のチームリーダーを中心とした3グループ体制に社内組織を変更されていますね。

坂本 はい。経営改革の一環です。それまで当社は、例えばトップダウンでしかものが動かないとか、下からアイデアが出てこないという問題を抱えていました。それを、ボトムからも活力を取り込む組織に変えたいということで、若手のリーダーが主体となって動くように体制を変更しました。

東日本大震災からの 復興をサポート

——人と人との結びつきということですが、御社は昨年の東日本大震災の復興にもずいぶん協力されているようですね。

坂本 当社のダンボールは建材用途ですので、丈夫ですし、アルミ箔が張つてあるので断熱性もあります。ですから、避難所で布団の下に敷いてもいいし、折って立てれば仕切りにもなる。そこで、親しくさせていたいただいている物流会社と協力して、昨年4月4日から孤立被災地に持つて行ったんです。

ただそうした活動をしながら、実は救援物資を通じての支援には限界があるなどということをまざまざと見せつけられました。4t車に満載して行つて

りそな総合研究所
前代表取締役社長 岡村裕





東京・江戸川区にある本社・工場

も、たかだか800枚、3回、4回行きましたけれども、それでも数千枚のものしかお届けできません。——なるほど。それで「サクラプロジェクト」につながるっていくんですね。

坂本 はい。救援物資の輸送にも協力していただいた京葉アドバンス物流(株)の小宮泰彦社長、(株)広明通信社の榎根浩社長と私で、寄付を募って被災地域で桜を植樹する「さくらプロジェクト3・11」という一般社団法人を立ち上げました。このプロジェクトでは、被災地外で不特定多数の応募を募り、被災地へ桜の木を1地域311本ずつ植樹することを目的としています。支援していただいた方には植樹地をご報告し、「第2のふるさと」として現地に足を運んでいただくことで被災地にさま

ざまな需要を導くことが狙いです。被災地の復興の象徴、現地と支援者をつなぐ木として将来に向けた絆づくりを目指し、最終的には植樹された地が桜の観光名所となることにも期待するものです。

——確かにサクラというのは、復興を願う気持ちの象徴ではありませんね。息の長い支援活動になることを、ほんとうに願っています。

坂本 ありがとうございます。

襖の機能を打ち出せば まだまだ可能性はある

——坂本社長は、今後の襖市場をどう見ていらっしゃいますか。

坂本 新築住宅での襖の市場は、最盛期で年間700万枚ぐらいの規模でしたが、洋室化が進み、今はたぶん半分から3分の1程度に減っているんじゃないかと思っています。

——私は、海外のマーケットも非常に魅力的に思えるんですけども、いかがでしょうか。

坂本 当面、海外進出は考えていません。まだまだ、国内で伸びる余地があるという認識でいるからです。

実は、襖には1000年ぐらいの歴史があって、平安時代にさかのぼれるんです。しかも、現代の住宅のなかに

もまだ残っています。だから、逆に襖というイメージからちょっと離れて、自在に仕切る機能に着眼し、住まい手に必要性をアピールすることができれば、市場はあるだろうと思うんですね。

もともと日本では、間、いわゆる部屋を襖で仕切っていたんですね。そういう意味で襖は、壁であり、空間と空間のジョイントであり、入り口であり出口でもあったわけです。現代の家は、壁で仕切り、ドアから出入りする構造です。子どもが独立したりしても簡単に間取りは変えられません。襖なら、部屋を壊すことなく自分で簡単に変えられるんです。また、例えば壁面の少し余った部分に襖で目隠しをして、収納スペースをつくるといったことも、それほどコストをかけずに簡単にできます。

しかも、襖なら自分で表替えができる。リフォームしなくても、部屋の模様替えが可能ですから。

だから、「ハイライン」を使った間仕切りや、和室押し入れの新たな活用方法をプランニングとしてまとめ、提案することなどで、襖の固定されたイメージを変えていければ、需要はまだまだ掘り起こせると思うんです。——なるほど。そういうソリューションを提供していけば、国内でもまだまだ成長の可能性はありそうですね。ご発展を期待しております。

Company Profile

- 設立 昭和21年(1946)3月
- 資本金 27百万円
- 従業員数 37名
- 事業内容 襖・間仕切り・段ボールボードなどの設計・開発および製造ならびに施工
- 所在地 〒132-0021
東京都江戸川区中央2-23-16
TEL 03-3652-1241
FAX 03-3652-0550
URL <http://www.uniteboard.com>
- 取引店 りそな銀行江戸川南支店



「企業というのはやっぱり人。その感動力というか、ちょっとした喜びの積み重ねが会社の力になっていく」と語る坂本社長