

透湿ルーフィング(屋根用透湿防水シート) JIS(JIS A6111:2016)の品質概要

項目	品質規定	規定・試験条件の根拠
透湿性	透湿抵抗値が 0.65m ² ・s・Pa/μg以下	釘穴止水性の規定で想定する漏水が発生した場合に野地板が十分乾燥する透湿性
つづり針保持強さ	縦、横とも50N以上	6寸勾配に透湿ルーフィングをつづり針で留め付けて100kgの施工者が乗った場合でも破れない強さ
耐久性	水圧が8kPa以上	屋根材施工まで1ヶ月以内の紫外線照射と10年間相当以上、30年間、50年間の耐久性を目安とした加熱処理後の水圧と引張強度残存率を品質規定
	引張強度残存率が縦横とも初期値の50%以上	
熱収縮性	収縮率が1.0%以下	真夏の屋間に屋根材裏面温度が80℃を越すことを考慮
くき穴止水性	水位低下が平均5mm以下、かつ水の全流出が1個もないこと	20箇所/m ² の釘穴から漏水した場合に、規定の透湿性で野地板が十分乾燥できる釘穴止水性

引張強さ、発火性、防水性の品質は外壁用透湿防水シートと同じ

「透湿ルーフィング」JIS規格化 「釘穴止水性」等を規定

軽量で施工性に優れることから人氣が高まっている透湿ルーフィングについて、このほど外壁用の透湿防水シートの規格(JIS A6111)が改正され、「屋根用透湿防水シート」として加える形で規格化された。「透湿ルーフィング協会」(正会員11社、レン(株)、株ナガイ、フクビ化学工業(株))では今回の規格化を踏まえ、外壁用と同様に透湿ルーフィングの普及を図っていきたいとしている。

屋根用の透湿防水シートは、外壁用には無い必要性能があるため、今回のJIS規格改正では、屋根用独自の規定項目が加わった。左表参照。特に注目されるのが「くき穴止水性」の項目だ。屋根工事では通常、屋根材を留めるため釘を使用するが、釘穴からの漏水が野地板を腐朽させることが懸念される。だが、透湿ルーフィングは通気性能を有する屋根構造であれば漏水を水蒸気の状態で外部に排出(ドライアウト)し、野地板の腐朽を防ぐことが出来る。ただし、漏水量が乾燥排出能力に比べ多すぎると腐朽が懸念されることから、釘穴止水試験を行い品質規定を設けた。釘穴止水性のJIS規格は今回がはじめて。

家電店舗は「コンビニ化する」

コジマがビックカメラに吸収されてから5年が経った。ビックカメラは首都圏中心で、ヨドバシカメラなどと浸透を削っている。コジマを傘下に収めたことで、郊外に強い量販店との真っ向勝負に出た。家電量販店はもとより、小売店は店舗という場所が競争力の源泉である。だが、少子高齢化で人口減少の中、立地の良さや店舗運営での販売員の努力があっても、収益に限界が出てきた。

「安心」で勝負してきたコジマは、郊外の人口減少と相まって厳しさが増した。同社の木村一義会長兼社長は、「郊外店のビジネスは今後さらに厳しくなる」と、ビックカメラのノウハウを得ることで、戦略を見直してきた。まずは不採算が続くことが予想される店舗約80店を閉鎖し、黒字化に転換。一方で、人口が少しでも増加傾向にある商圏にある店舗は、首都圏の店舗敷地が狭いところで収益を上げてきたビックカメラのノウハウを取り入れ、消費者に魅力的な店舗に変えた。

コジマは、「大きな店舗を構えることが勝つための条件ではない」と、かつての戦略から大きく舵を切り、複合施設内の小規模の「ショールーフィング」を強化した。ビックカメラは、家賃の高い都心の駅前で戦ってきただけに、省スペースでの商品陳列や見せ方、売り方が非常にうまい。いま、郊外の「ビック×コジマ」に行く、密度高く商品が並ぶ。以前のコジマとは、並べる商品に対するこだわりも陳列方法も違ってくる。それだけでなく、郊外だからこそ必要な独自

激変！家電業界 大手電機が沈むわけ

BCN 編集委員 谷畑 良胤

〈第18回〉

商品、立地、決済に苦慮する家電 サービスの見直し待ったなし

1980年から90年の頃、北関東圏で「YKK戦争」と呼ばれた家電量販店大手3社による熾烈な戦いが繰り広げられていた一角で一時は、現金値引きで最大手まで上り詰めたコジマはビックカメラの傘下になり、再浮上の機会をうかがっている。コジマの栄枯盛衰を見ていると、今後の家電市場の行く末は、郊外店の雄である群馬のヤマダ電機、茨城のケーブデイングスとどう仕舞っていくのか。消費者向けサービスや決済商品物流など、消費者の趣向に従って変化が求められている。

に取り入れた「コジマくらし応援」は短30分で商品を届けるサービスを開始。マゾン・ドットコムやヨドバシカメラが展開する宅配サービスとは異なり、第一ではなく、交換しにくい電球を替える家電のアドバイスを「街の電気屋」のトキを大事にしている。

決済の「ガラパゴス化」避ける

コンビニエンスストアは以前、客層が若かった。いまではむしろ中高年の方が多いうデータもある。中高年のビジネスパーソンは、職位が高い。主婦と異なり、安価な並ぶスーパーに行く時間が不足しているため、近所のコンビニで用事をすませる。最近、コンビニで野菜など、加えない食料品などを、スーパーより高値ながら、販売するコーナーをよく目にする高値でも、立地の良さが奏功し、購入を買い求めるためだ。

家電量販店も、コンビニのように顧客のある場所に立地し、便利さを求めている。性が高い。た「配」に「わ」る「な」が注「電」が注「分」る「野」

