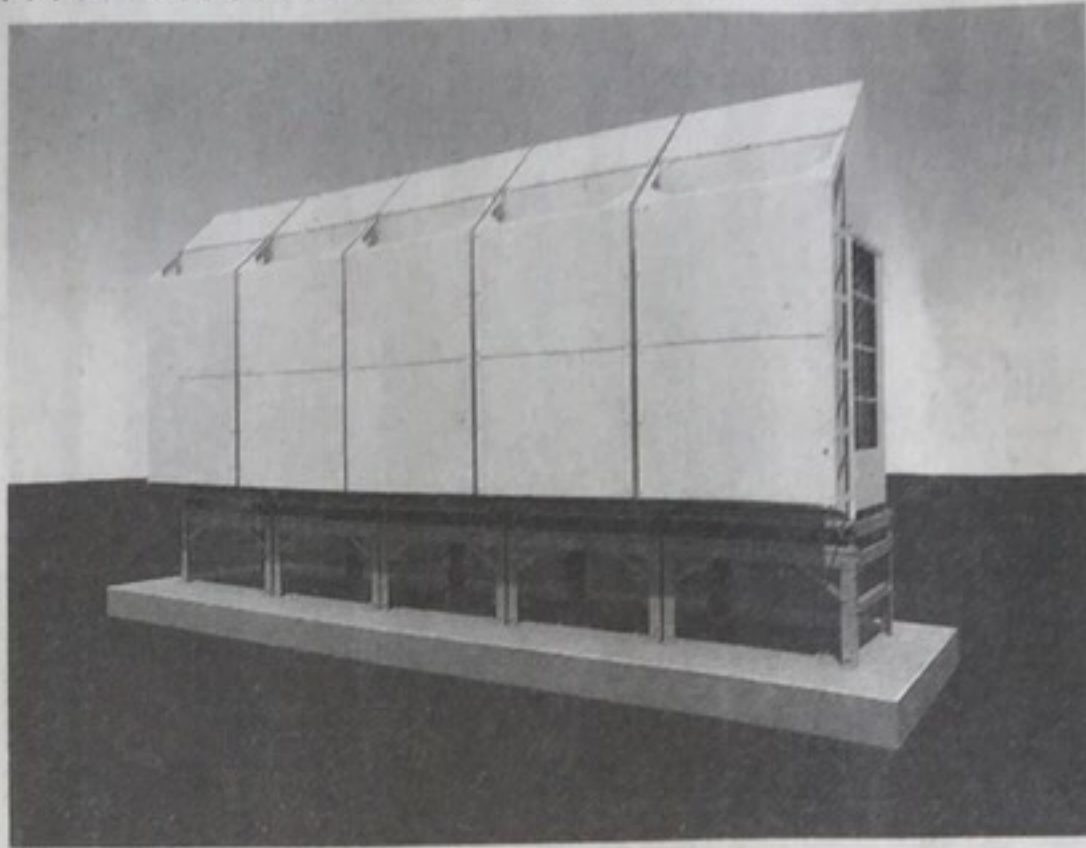


ヤブシタ

室外機を広告媒体に

空調機械メーカーのヤブシタ（本社・札幌）は、ビル用の空調室外機に取り付ける防音背面パネル「デザインウォール」を開発した。パネルを広告媒体、景観対策に活用することで室外機の新たな設置方法を提案。初年度となる2016年度は1億円の販売を目指す。

製品はビル用のマルチル。平滑なパネル部に広げるサーブリスを組み合わせた独自提案を展開する。ビルが隣接する都市部は室外機の騒音がトラブル要因になる場合がある。



空調室外機に取り付けたパネル（上）と広告媒体事例

デザインウォール開発

り、防音に対するビルオーナーや管理者、設計者の関心は高い。このため当初は音対策品として開発に着手。パネル部に吸音材を取り付けた防音機能付きのカバーを完成させたが、開放状態での防音効果は約3割と限界があった。

森忠裕社長は「そのままではインパクトが弱い。都市部で広告スペース確保が難しくなっている話を聞き、デザイン要素を組み込み広告媒体のイメージを膨らませた」と開発経緯を説明する。

空調室外機はビルの屋上や壁面の一部、建築物付近に設置される場合が多い。このため「屋上や壁面は鉄道や高速道路の高架から見える広告の媒体に、屋上や地上駐車場に設置する場合は利用者の目隠しを兼ねた広告スペース確保に役立つ」（森社長）。

素材は耐久・耐候性に優れる亜鉛溶融メッキ鋼板。三菱電機や日立製作所、東芝、ダイキン工業など主なビル用マルチエアコンメーカーの室外機に対応し、室外機の既存ビス穴を使って簡単に着脱できる仕組みとした。

現地調査の上、対象の室外機に合わせパネルを製作。施工までを提供する。納期は約1カ月前後。価格は広告制作を含め高さ約2メートル、幅92センチ、奥行き30センチのパネル1面当たり20万円（施工費別）。

2月下旬、東京都内で開かれた空調暖房機器の展示会に出展し、建築設計の実務者から注目された。担当の冷熱システム課では「引き合いも多く、道内では受注案件もあり好調な滑り出し」と話す。問い合わせは同課、電話011(624)0022まで。