

商品の安全対策に関するご協力をお願いします。

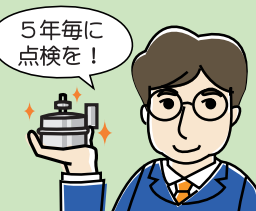
長期使用製品安全表示制度（略称「長安制度」2009年4月～経済産業省施行）により、弊社ではその取り組みとして、

「10年を超えて使用されますと、経年劣化による発火・けが等の事故に至るおそれがあります。」

と製品や取扱説明書に表示しております。また社内基準として

「基本的には使用5年毎に各部位の点検を行い、使用が10年を経過した製品については製品の買い替え又は、安全重要部品（モーターや接続部品）の交換を行う事となります。」

上記のように設けております。販売店・施工店様に於かれましては、今後とも弊社床下換気扇を安全・安心してご使用頂くためにも長安制度を活用し、ユーザー様へのご理解を賜りますよう、ご協力をお願い致します。



注意
水や薬剤を商品につけたりかけたりしない。(特にモーター部)

※破損、変形、火災の原因やショート感電の恐れがあります。

注意
モータカバーや電線カシメ部分にサビや腐食がないか。

※火災、感電の原因となります。

注意
コントローラーやタイマー結線部がゆるんでいないか。

※火災、感電、火傷の原因となります。

接触不良による発熱で生じた焦げ

当社セキュリティシステムによる効果事例



事例・1 …宮崎南警察署が対処
○宮崎市Y邸（平成17年2月）
ライフディフェンス及び防犯対策フィルムの設置宅
リビングの窓の鍵を狙ってガラスを割った形跡があったが、防犯対策フィルムを設置していたため、貫通せず退散した。

事例・2 …泉佐野警察署が対処
○大阪府S邸（平成17年3月）
ライフディフェンス設置店（焼肉チェーン店）
営業時間終了後の深夜、窓ガラスを割って店内に侵入したが、外出警戒を設定していたため、警告灯サイレンが鳴り響き、侵入者を撃退した。と同時に自動通報により焼肉店オーナーの携帯電話に連絡が入ったため、現場近くの警察署に通報したところ、連絡を受けた巡回中の警察官が店周辺にいた侵入者を取り押さえ、現行犯逮捕した。

事例・3 …福岡西警察署が対処
○福岡市T邸（平成17年6月）
ライフディフェンス設置宅
夜中3時頃、子供部屋の窓の鍵をあけ（バーナーによる焼き破り）侵入を試みたが、在宅警戒を設定していたため、警告灯サイレンが鳴り響き退散した。

事例・4 …自己対処
○春日市M店（平成21年）
ライフディフェンス設置店（ガス店）
七輪にて調理中、用事を思い出し別の部屋へ、火災警報器が煙を検知し本体コントローラと警告灯付きサイレンが鳴り響き調理中であることに気付いた。部屋は煙で充満状態であった。現場から離れた部屋でも本体からの大音量の警告音で気づき、火災には至らなかった。

事例・5 …筑紫野警察署が対処
○大宰府市S邸（平成22年）
ライフディフェンス設置宅
ライフディフェンス設置2日後、本体から侵入発生！の通報があり、外出先より急ぎ帰宅。勝手口より侵入者の形跡あり。警察へ通報し現場確認を行った。本体からの大音量の威嚇音により侵入者は犯行を断念した模様。後日、防犯ステッカー追加を行い強化した。

事例・6 …自己対処
○那珂川町Y邸（平成22年）
ライフディフェンス設置宅
外出中、本体より火災発生！の通報があり、急いで帰宅。コンロに鍋をかけたままにしていた為、煙が室内に充満し火災警報器が発報した。火災警報器は本体コントローラと連動し、外出先に通報を行った。迅速な対応で火災には至らなかった。



HISTORY OF SEIHO 小史

第35回 新商品 「パーソナル・フレッシュ」と「ドライ・ウインド」

成七年春二つの新商品を世に出す。どちらも省エネタイプの家庭商品。この本が出版されるころには売り出されておらず、きつと拍手で迎えらるものと確信する。

まず新商品のひとつは、浴室除湿乾燥機「ドライ・ウインド」。家ではいぼんに傷むのは、やっぱり湿気の多い浴室である。浴室の湿気対策のために、「ドライ・ウインド」は開発された。

「ドライ・ウインド」は、小型コンパクトな内蔵。その名のとおり、除湿機能と乾燥機能を取り去る。これがあれば、浴室を乾燥させることができる。家族が風呂を使ったあと、「ドライ・ウインド」のパワフル乾燥にスイッチを入れておけば、朝までに洗濯物は乾いている。洗濯物の干し場に困る現代の住環境にはもってこいの商品だ。

真冬の寒いとき、風呂を使う前にスイッチを「オン」しておけば、すぐに浴室はホカホカ。こんな芸当もできる。お年寄りのいる家庭には喜ばれること請け合いだ。

しかも家も傷まないし、カビをシャットアウトできる。形もコンパクトサイズで、重さ一〇キロ、浴室のコーナリーの壁に簡単に取り付けられる。別売りの棚を利用すると、棚の上に設置することもできる。一六万円程度で発売する。

もうひとつの新製品は持ち運び自由のポータブルエアコン「パーソナルフレッシュ」。移動できるエアコンはかつてなかった。それだけでも画期的な商品といえる。高さ四三センチ、幅四〇センチ、奥行き二二センチのコンパクトサイズだから、台所でも、勉強部屋でも必要な場所に、簡単に持ち運びできる。夏は蓄冷剤の冷気を送るから、スポーツ冷房ができる。全体が冷え過ぎる身体をこわすこともない。

温風はセラミックヒーターで強弱二段切り替えができる。これも身体に優しい。いちぼんの売りもは経済性。冷風で毎日五時間使っても月の電気代は二〇〇円程度。温風が三〇〇円から三五〇〇円と。それで五九八〇〇円という手頃な値段だ。

「ドライ・ウインド」は住宅の湿気対策を追求する当社の独自の発想から生まれた。一方の「パーソナルフレッシュ」は、冷凍食品や冷蔵庫の普及から、あまり使われなくなった水の利用法を考えた町の発明家のアイデアからヒントを得た。水を利用した冷風機はすでに商品化されている。そこで湿気を放出しない蒸冷剤を思いついたという訳だ。

どちらも床下換気扇「風太郎」に次ぐ商品になることを確信している。今後とも自由な発想で新製品を世に出していきたい。大企業は量産という最大の「アキレス腱」をもっている。組織は肥大化すると、必ず弊害が出てくる。そのことは、私は体験的によく知っている。中小企業は中小企業なりに生きていける道がある。大企業が手を出せない分野、その隙間を狙って、今後とも企業展開をしていきたい。

●SEIHOオフィシャルニュースレター『ウインド・フロム・フューチャー』2012年 第35号 ●発行日/2012年09月20日発行
●発行 / セイホープロダクツ株式会社 機器営業本部 〒816-0971 福岡県大野城市牛頭2364-3 tel 092-595-0704 fax 092-595-0931

For the coming generation **SEIHO** 最新情報は こちらで SEIHO-WEB www.seiho-sdk.co.jp

このニュースレターは、環境にやさしい大豆油インキ (SOYINK) を使用しています。 PRINTED WITH SOYINK WFF35B3T-120920 MSC

特集 ■ 押入換気扇 除湿剤との比較実験報告書

■ 結露対策としての小屋裏換気

■ 床下換気&小屋裏換気マンガチラシ活用で素早く、幅広くPRをしませんか

□ 商品の安全対策に関するご協力をお願いします

□ 当社セキュリティシステムによる効果事例

ごあいさつ

謹啓 初秋の候、ますますご清栄のこととお喜び申し上げます。平素は格別のお引き立てを賜り深く感謝申し上げます。

経済環境の先行き不透明感によって消費マインドが冷え、必要なものとそうでないものに対する購買行動が明確になってきているように思われます。そういう状況下、お陰様で弊社床下及び小屋裏換気システム、自主警備型セキュリティは前年を上回る実績で推移しており、「住まいと家族の安心・安全」への関心が一層強まってきていることを実感しております。しかしながらエンドユーザーへの効果的アプローチがまだまだ徹底できておらず販売店様の機会損失をいかに減少させるかが大きな課題でありました。その中で昨年作成しました小屋裏換気システムのマンガチラシが大きな反響を得、今回は第二弾として床下換気システム用のマンガチラシを作成しました。わかり易いマンガチラシを営業マン役として効果的に活用していただけるようないろんなアイデアを考えていきたいと思えます。

また、今期は昨年市場に投入いたしました押入換気扇の比較DATAを取り改めてその効果を確認しております。単価の大きいものではありませんが、顧客単価の維持や満足度アップに上手に活用いただければ幸いです。

厳しい社会情勢ではありますが、継続してお客様に喜ばれる商品づくり、サービスを追求して参りますので引き続きご指導、ご鞭撻賜りますよう心からお願い申し上げます。

敬白

平成24年 9月
セイホープロダクツ株式会社
代表取締役社長 大石 龍也

お客さまとSEIHOをつなぐコミュニケーションペーパー

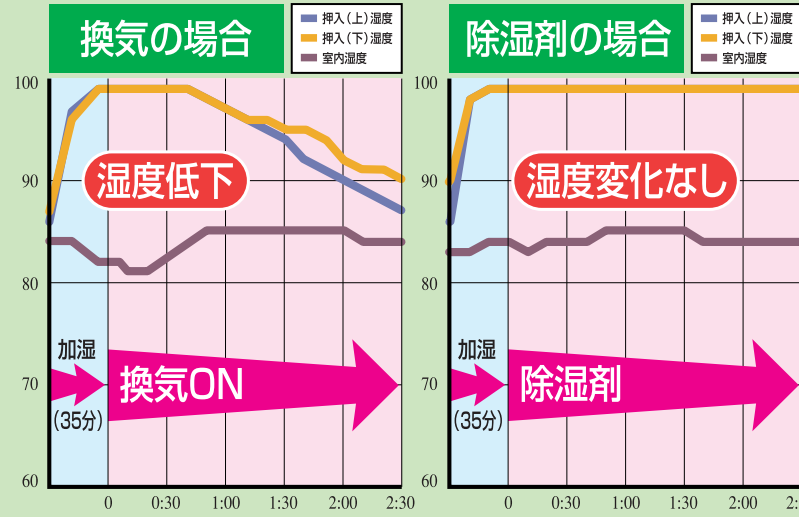
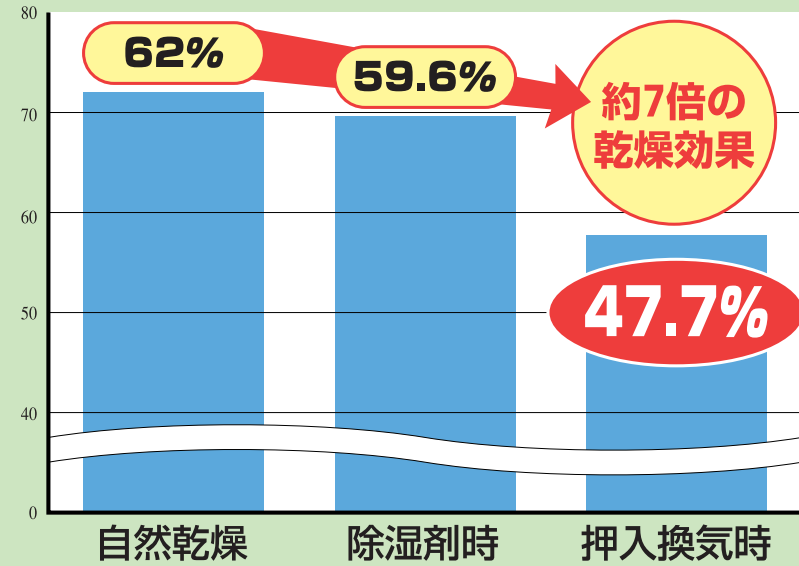


押入換気扇 除湿剤との比較実験報告書

- 【実験条件】
 ○実施場所：セイホテクニカルセンター テストハウスA棟
 ○実験期間：2012年7月
 ○測定器：ワイヤレスデータロガー（温度、湿度記録計）
 RTR-70、72：（株）T&D製
 ○実験BOX：引き戸型押入れ、
 サイズW1800×D900×H1800
 （0.5坪標準押入れサイズ）
 ○測定場所：上段中央部及び下段中央部の各温度・湿度
 ○除湿剤：550mlタイプ（上下段に各1個設置）
 ●織物乾燥度比較試験
 方法：塩カル系除湿剤と押入換気扇を設置した場合の湿度及びタオルの乾燥度を比較実験検証を行う。
 （タオルは水に浸し、固く絞った状態より5時間経過後）



- 湿度変化確認試験
 方法：加湿器で35分間強制加湿後2時間半経過時の押入れ換気扇動作時と除湿剤設置時の押入れ内湿度を測定する。
 （押入れの戸は閉めた状態）
 結果：除湿剤での上下段の湿度は9.9%で変化は見られず、押入換気扇動作時は上段8.7%下段9.0%で1.3～1.0ポイントの除湿を確認した。



除湿剤重量変化値（参考） 単位：g

| | 実験前重量 | 実験後重量 | 変化量 |
|----------|-------|-------|-----|
| 除湿剤A（上段） | 324.2 | 325.9 | 1.7 |
| 除湿剤B（下段） | 320 | 321.5 | 1.5 |
| 平均 | | | 1.6 |

※除湿剤は水タンクに水は溜まっておらず、塩カル剤に湿気を吸収した状態であった。

設置された業者さんの声

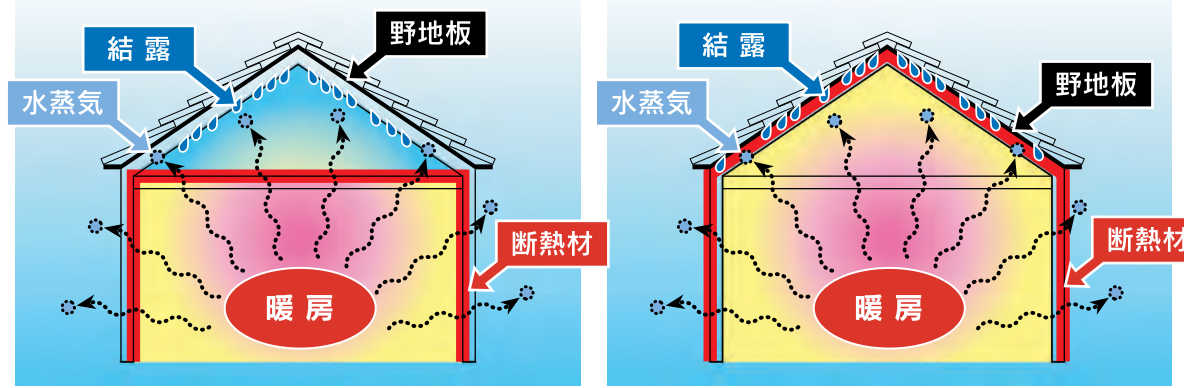
戸建ての研修センターの押入れの湿気がひどく、試しに取付けた所はかなりの乾燥効果を実感。販売店に展開していきたいとのコメント



結露対策としての小屋裏換気

小屋裏結露のメカニズム

断熱材の外側と温度の低い構造体の表面結露や断熱材の外すき間に内部結露を発生



法律施行以前の住宅にも同様の問題が起こる可能性があります。特に小屋裏の結露には要注意

構造耐力性の保持対策に床下・小屋裏機械換気をおすすめします。

安心ね！

普段、ユーザーさんが管理しにくい場所だけに対策が必要です。

床下換気&小屋裏換気マンガチラシ活用で素早く、幅広くPRをしませんか？



ご要請ください

販促物・資料・カタログ

商品勉強会

おすすめ 視察



経営者の思い



従業員の言い分

お困りでは
ありませんか？

新商材に取り組んで、売上強化、安定化を図りたい経営者と新しい取り組みにはちょっと消極的な社員さん。忙しいけれども売り上げには繋がらない。新商材の知識を得るタイミングも遅れがち。顧客宅へ訪問して提案する余裕も時間なく貴重なビジネスチャンスを逃していませんか？そうしている間にライバル会社からアプローチが行われているかもしれません。悔やんでも後の祭り。そんな悩みを多くの経営者の皆さんがお持ちです。SEIHOの営業ツールをうまく活用してタイミングを逃さない顧客アプローチをお奨めいたします！蔭かない種は実りません。とにかく実践してみてください。まずはマンガチラシから！新たな営業マンとして

商品PR → 引き合い抽出 → 売上アップ

にお役立てください。

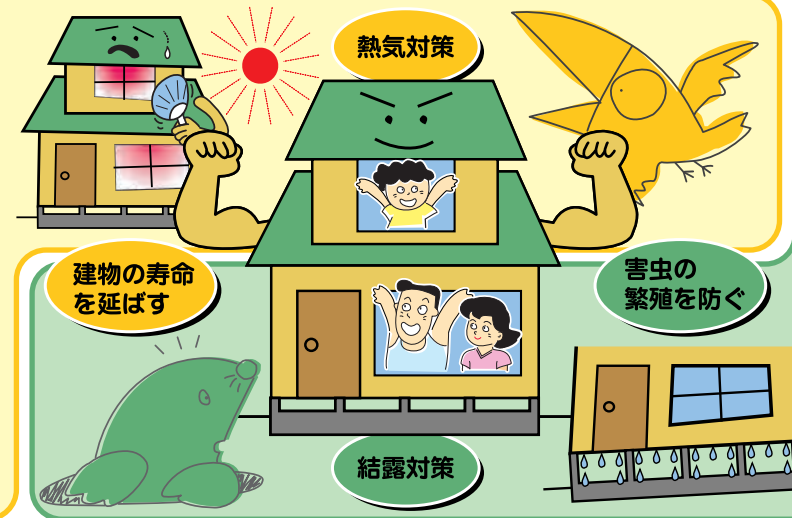
まずは **マンガチラシ** を営業マンとして活用！



1回だけであきらめない！

- ◎工事のとき近所にポスティング。
- ◎顧客へDM。
- ◎別の工事のときついでに手渡し。
- ◎新聞折込で新規獲得。

小屋裏の熱気や結露対策に！



床下の湿気・結露・カビ対策に！

