

あすぶろ「アップルゲート断熱」応援隊

【アップゲートは全米ナンバーワン】

アメリカでは日本以上に木の家が多いという現状があります。

日本との違いは、中古の家が新築と同じような価格で流通し、100年といった長い期間住み続けられるということです。このため、年間の新築戸数は日本と同程度です。

アメリカでは断熱材の35%強がセルロースファイバーです。

アップルゲートセルロースはそのセルロースファイバーの中のトップシェア。

断熱材全体の10%程度のシェアがあります。

アメリカでは消費者が断熱材を選択するのが通常です。

アップルゲートセルロース断熱は全米ナンバーワン、それはもっとも消費者に支持された断熱材なのです。

アメリカでは職人に直接発注するため、職人のレベルもプロ意識も高いのが特徴です。職人の多くがアップルゲートセルロース断熱を支持しています。

ところが、日本ではグラスファイバーのシェアが最も高くなっています。

グラスファイバーは大工が1日でも施工することができのに対し、セルロースファイバーは3日から4日かかります。

この差が日本ではセルロースファイバーが普及しない理由なのです。

なぜなら、日本の住宅建築が元請方式をとっており、元請であるハウスメーカーや工務店に断熱材の選択が委ねられているからです。

消費者が知らないことをいいことに、消費者が特に指定しない限り、セルロースファイバーが選択されにくい仕組みとなっているからです。

元請は施工日数が短いものを選択しようとするからです。

しかし、日本でも消費者が断熱材を指定する動きは少しずつ広まってきています。

日本の消費者にもアップルゲートセルロース断熱の良さを丁寧に伝える努力を重ねることで、アメリカと同様のシェアをぜひ獲得してほしいものです。



あすぶろは「わたしの手は、だれかの翼。」の理念に共感し、活動する企業を応援しています。