

あすぷろ「アップルゲート断熱」応援隊

【アップゲー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。しかも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ています。

アメリカでは年間の住宅着工戸数は約130万戸（うちほとんどが木造）で、日本は約90万戸（うち半分が木造）と比べると木の家が多いことがうなずけます。

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で、断熱材全体の10%程度のシェアがあり、**全米ナンバーワン**です。

アメリカでは**消費者が断熱材を選択**するのが通常です。

だから、アップルゲートセルロース断熱はアメリカでもっとも消費者に支持された断熱材なのです。

アメリカでは断熱材の施工の**専門業者に直接発注**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、日本ではグラスウールのシェアが最も高くなっています。グラスウールは専門職人がおらず、大工が1日でも施工することができる（但し施工精度は低い）のに対し、セルロースファイバーは専門職人が施工し、現状では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く、かかるコストが安いものを選択しようとするからです。

しかし、日本でも**消費者が環境と健康に配慮して、断熱材を指定する動き**は少しずつ広まっています。

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。



あすぷろは「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。