



環境配慮製品の開発・普及に求められる視点 ～株式会社デコス 代表取締役 安成信次氏に聞く～

環境に配慮した製品やサービスを開発し市場への浸透を図るためには、自社の事業における位置づけの明確化、推進体制の整備、効果的なコミュニケーションなど、さまざまな側面からの取り組みが重要となります。第15回グリーン購入大賞において大賞・経済産業大臣賞を受賞された株式会社デコスは、あるべき住宅の姿を追求する中で、ライフサイクルを通じた環境負荷の低減に寄与する断熱材を開発し、カーボンフットプリント(CFP)の認定取得や情報発信などにより普及に努めています。製品開発の経緯や背景にある考え方、的確な環境情報の提供などについて、株式会社デコス 代表取締役の安成信次氏にお話を伺いました。

＝聞き手：GPN専務理事・事務局長 麴谷和也＝



●家づくりの追求から生まれた環境配慮製品

——環境負荷の少ない高性能の断熱材や優れた施工方法を独自に開発され、普及に取り組まれるようになった経緯についてお聞かせいただけますでしょうか。

安成社長 デコスの関連会社で住宅・建築事業を行っている安成工務店では、1989年から環境共生住宅の供給に力を入れ、太陽熱を有効活用したパッシブソーラーハウスの建築を進めてきました。事業を展開する中で、ソーラーシステムが十分な効果を発揮するためには、住宅の躯体の断熱性能を高める必要があることがわかりました。

このため、開口部にペアガラスを使用するとともに、断熱材の研究を進め、自然素材由来のセルロースファイバーを用いた「デコスファイバー」と、乾式工法を採用した「デコスドライ工法」を開発し、省エネ性能の高い断熱施工を実現しました。「デコスファイバー」は、断熱性に加え調湿性、吸音性においても優れた性能を持っており、快適な住環境を生み出すことができます。こうした製品を、安成工務店が施工する住宅だけでなく、より広く使ってもらうために、デコスでは1996年から施工代理店制度により全国展開を開始しました。

製品や施工方法の開発にあたって最も重視したのは、家づくりにおいて何が重要なのかという点です。あるべき住宅の姿を徹底して追求していく姿勢が、木造住宅に非常に適した断熱材の開発、さらには、ライフサイクルを通じた環境負荷の低減につながったのだと考えています。

——環境への積極的な取り組みの背景にある経営理念や事業に対する考え方についてお話しいただけますか。

安成社長 デコスを含め安成工務店グループでは、あるべき社会の実現に向け事業活動を通じていかに貢献していくか、という視点から経営を進めてきました。これは、社会にとっての価値と企業にとっての価値の共有と実現を目指すCSV(Creating Shared Value)の考え方に通じるものだといえます。

環境への取り組みにおいても、住宅の建築や建材の供給という事業活動を通じて、地域の環境や地球環境に貢献していくという考え方に立ち、「地域に合った家づくり」「快適でサステイナブルな家づくり」を目指してきました。

●客観的なデータに基づく情報発信

——「デコスファイバー」の普及に向けては、カーボンフットプリント(CFP)の認定を取得されるなど、環境情報の発信も力を入れておられますね。

安成社長 「デコスファイバー」は、原料の80%に新聞紙を使用することにより資源循環に貢献しており、製造時のエネルギー消費量も他の素材を使用した断熱材に比べ大幅に削減できます。また、使用段階では高い断熱性能によりエネルギー消費と温室効果ガス排出の抑制に寄与します。

しかし、「環境に配慮している」「エネルギー消費が少ない」といった表現で自己アピールするだけでは、製品の性



能や環境負荷低減効果を的確に伝えることはできません。客観的なデータや第三者による評価に基づく情報の発信が重要であり、そのためのアプローチの一つとしてCFPの認定取得に率先して取り組み、マーク表示によりCO₂の「見える化」を図っています。

まず実践してみることが重要だと考え、こうした取り組みがきちんと評価される社会になってほしいという思いもあり、エントリーすることを決めました。住宅分野では、ライフサイクル・カーボン概念が注目され、住宅の建築に伴うCO₂排出量と利用段階のCO₂排出量を最小化し、収支マイナスを目指すことが提案されており、こうした面からもCFPの認定取得は意義があると考えています。

●グリーン購入大賞受賞による認知度向上

——環境に配慮した製品に対する市場の認識や反応について、どのように感じておられますか。

安成社長 住宅を購入されるお客様にとって価格は重要な要素であり、当然、工務店の方々も品質や性能に加えコスト面を重視して断熱材の選択を行います。さまざまな断熱材の中で「デコスファイバー」は特に価格が高いというわけではなく、優れた断熱機能によりエネルギーコストも抑制されますが、現実には施工時のコストの比較で製品が選択されるケースが少なくありません。

安成工務店が住宅を建築する場合には、「デコスファイバー」の断熱性能や環境特性についてお客様に直接説明して、お勧めすることができますが、外部の工務店さんが住宅を建築する際に、「デコスファイバー」の特長を理解していただき利用につなげていくことは、なかなか難しい面があります。そういう意味で、今回グリーン購入大賞において評価をいただき大賞および経済産業大臣賞を受賞したことは、認知度を高めるとても良い機会になったと考えています。

時間はかかるかもしれませんが、多くの工務店の皆様に当社の価値観や「デコスファイバー」の性能を理解していただけるよう、努力を重ねていきたいと思っています。お客様にとって価値のある製品であれば、工務店の皆様にも選択していただけるようになると確信しています。

●環境を基軸としたビジネス機会の創出

——貴社では、事業本来の目的を追求する中で、環境配慮製品の供給に取り組んでおられます。事業活動に環境の視点を組み込んでいくうえで、どのような点が重要だとお考えですか。

安成社長 まず、自社の強みは何なのかを見つめ、環境の視点からどのように事業を展開できるのかを検討することが重要だと思います。そして、方向性や目標を明確化し、担当者を決め社内の協力体制を整備すること、チャレンジ精神を持って根気強く取り組むことが大切です。

また、社内に十分な経験やノウハウがないケースも多いため、積極的に情報を収集することが重要です。同時に、あらゆる機会をとらえて自社の取り組みに関する情報発信を行い、多くの方々とのコミュニケーションを図ることが大切です。一般の方々にもわかりやすく環境価値を伝えるという努力が、消費者の認識の向上、グリーンコンシューマーの育成につながります。

こうした取り組みの積み重ねが、環境を基軸とした人脈やネットワークの形成、新たなビジネス機会の創出に結びついていくと考えています。

——GPNでは今後も、グリーン購入大賞や「エコ商品ねっと」などの取り組みを通じて、環境配慮製品を積極的に生産・販売する企業を後押ししていきたいと考えています。

安成社長 グリーン購入大賞に関しては、受賞することによる認知度の向上といった効果だけでなく、応募にあたってエントリーシートに向き合うことで見えてくるものがたくさんありました。また、多様な方々と知り合う機会も生まれました。多くの団体がグリーン購入大賞に応募され、グリーン購入をはじめとする取り組みの拡大・深化につなげていただければと思います。

また、環境関連のさまざまなプログラムとの連携にも力を入れていただき、環境に積極的に取り組む企業が適正に評価される社会の構築に貢献されることを期待しています。

——本日はどうもありがとうございました。

