

●応募内容

**応募内容** (前ページを含め、合計4ページ以内で記述して下さい。図や写真も使用可能です。)

1. 応募する活動の名称・タイトル  
 デコスファイバー&デコスドライ工法におけるカーボンマーケティングを通じたグリーンコンシューマーの拡大

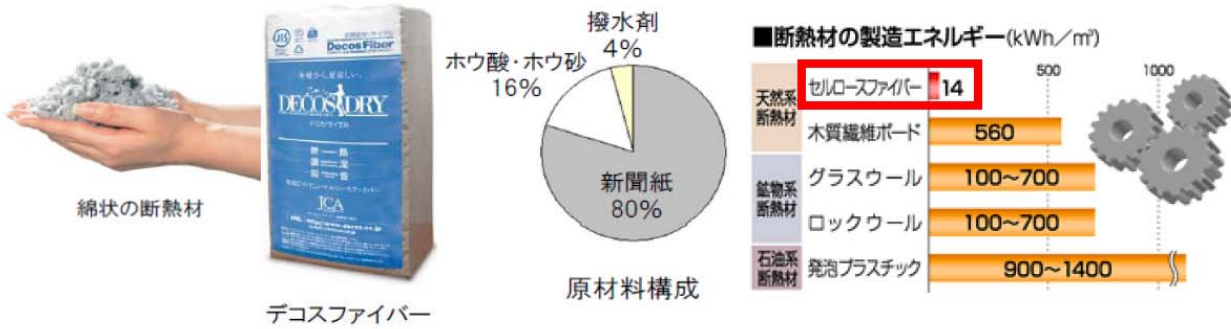
2. 活動の概要

応募テーマとの関連を示す活動内容を記入します。

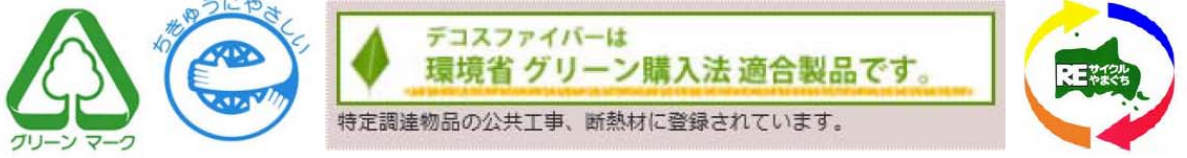
弊社では、ライフサイクルCO2の発生が極めて少なく、高い断熱性能を長期に渡り発揮し暖冷房費を低減する、木造建築にとっても相性のよい木質繊維系断熱材と工法を全国にFC事業で普及展開を図っている。また、建築用断熱材として日本で初めてCFP認証を取得し、その数値に基づき経産省試行事業にてカーボン・オフセットを行うなど、環境配慮型省CO2製品としてカーボンマーケティングを推進し、グリーンコンシューマーの拡大に努めている。

(1) デコスファイバー

- ・新聞紙をリサイクルしてつくる木質繊維系セルロースファイバー断熱材。JIS A 9523 適合品。無垢の木同様、ホルムアルデヒド発散建築材料規制対象外、F☆☆☆☆同等品。
- ・製造時のエネルギーは電気のみ。水や熱を使用しないため、他の断熱材に比べ非常に製造時のエネルギーが少ない。

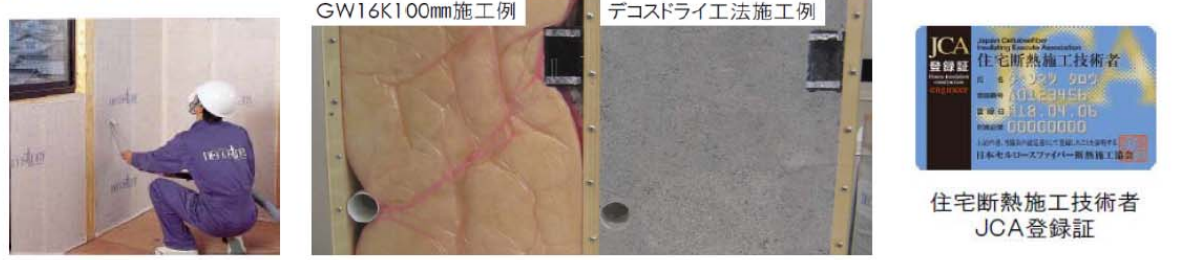


- ・グリーンマーク表示認証、エコマーク認定取得。
- ・環境省 グリーン購入法・特定調達品目における公共工事断熱材の判断基準を満たす、グリーン購入法適合製品。
- ・山口県認定リサイクル製品に認定。
- ・山口工場（山口県下関市）と新設した関東工場（埼玉県飯能市）の2カ所で生産。



(2) デコスドライ工法

- ・綿状のデコスファイバーを壁体内に乾式（接着剤や水は使わない）で吹き込む工法。
- ・配線、配管、スイッチ、コンセント、筋交い、耐震金物など、複雑な壁内部にも綿状の断熱材を隙間なく吹き込むため、断熱欠損なし。



- ・JCA※認定施工技術者による責任施工と施工報告システムの履歴管理にて、壁体内20年無結露保証制度を実施。
- ※JCA：日本セルロースファイバー断熱施工協会
- 「断熱は施工が命」との考えのもと、断熱施工技術者の各種認定や施工技術・断熱知識の向上を目的として設立。

(3) カーボンマーケティング

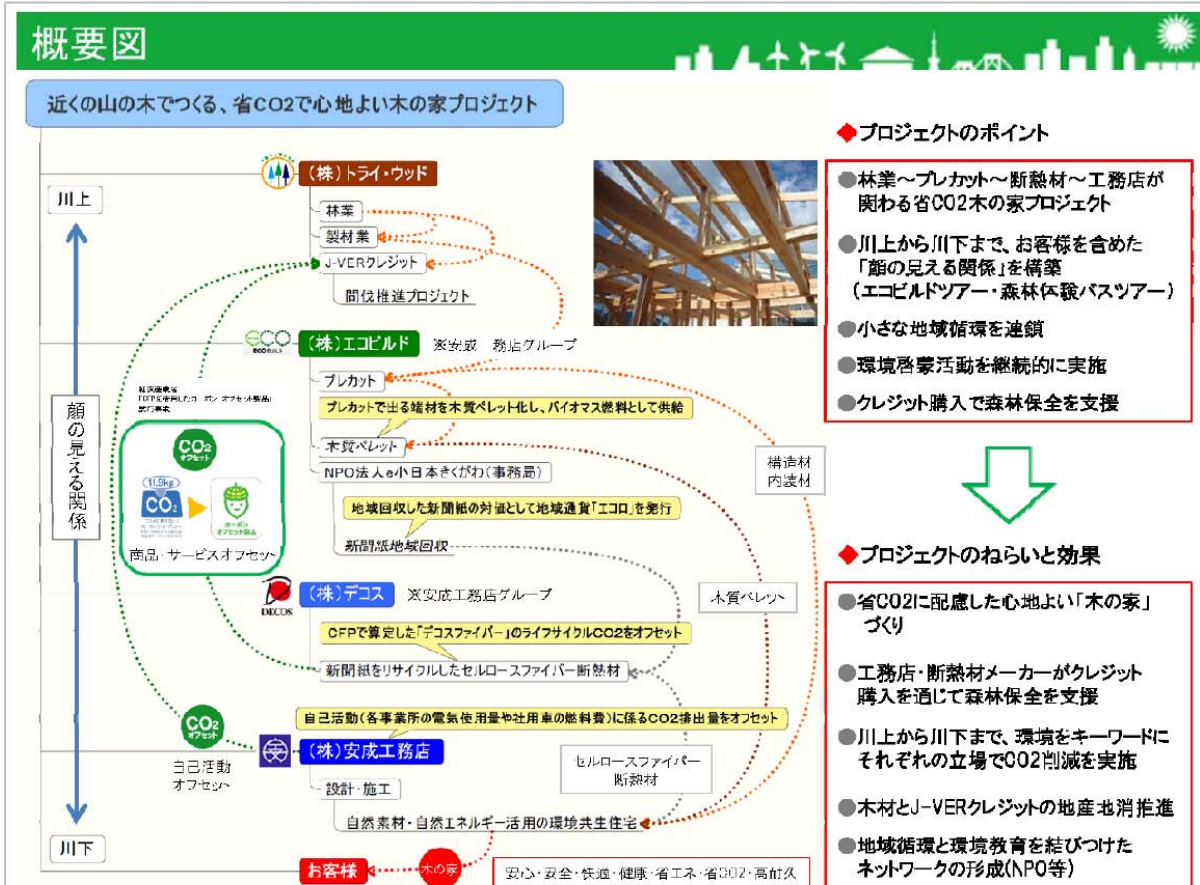
CFPでCO2排出量の「見える化」を行い、カーボン・オフセットで「自分ごと化」「減らす化」。国の施策に準じて「実質排出ゼロカーボン断熱材」を日本で初めて実現する。

- ・2011年11月 建築用断熱材として日本初、経産省カーボンフットプリント制度試行事業「CFPマーク認定取得」。
- ・2012年12月 経産省「CFPを活用したカーボン・オフセット製品」試行事業に採択。(下図:概要図参照)
- ・2013年1月 第2回カーボン・オフセット大賞優秀賞受賞。(上記内容にて受賞)
- ・2013年3月 「APEC carbon labeling workshop」にて、「カーボンラベルの中小企業での活用」日本代表事例として産業環境管理協会より報告。



(4) グリーンコンシューマーの拡大

- ・関連会社と連携し、お客様と顔の見える関係で木の家づくり。定期的に工場見学を実施、環境啓蒙活動を行う。



これらの取組みを随時プレスリリース～パブリシティ創出。全国各地の外部セミナーにて積極的に講演することで、建築分野以外へ広くデコスの認知度UPを果たす。(講演実績9件)

また、CFP やカーボン・オフセットなどの制度や展開活用事例を報告することで、様々な分野の方へ参画・普及啓蒙を促す。

さらにまた、弊社が事務局を務める日本セルローズファイバー工業会（JIS 認証取得メーカー4社の団体）では、他の3社へCFP取得をサポート。デコスだけではなく団体一丸となって、セルローズファイバーの省CO2性をCFP認証でアピールし、低炭素建築物への採用を促進し、グリーンコンシューマーの拡大に寄与する。

住宅以外にも、林野庁「公共建築物等木材利用促進法」適用木造建築物への採用に向け、設計事務所プロポーザルのキーワードとなる「環境配慮型」「省CO2性能」を積極的にアピールして行く。

3. 活動による成果・効果（できるだけ具体的・定量的な内容をご記入下さい。）

下記①～④のうち、該当する項目を○で囲みます（○は1つ以上）。その項目との関連を示す活動成果・効果を記入します。

◆グリーン購入の普及・拡大に関する4つの観点

- ①【組織的活動】組織的なグリーン購入の取り組み
- ②【普及・拡大】環境配慮型製品・サービスの普及・拡大の仕組みづくり
- ③【効果】グリーン購入の普及による環境負荷低減効果の実績
- ④【広報・啓発】グリーン購入の広報・啓発

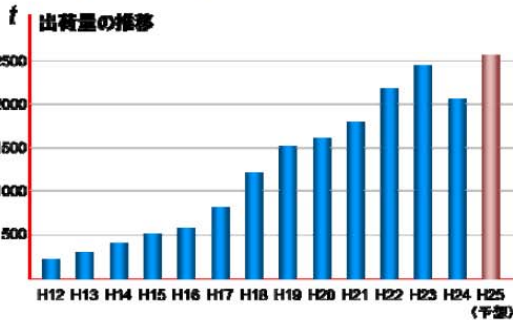
◆グリーン購入の普及・拡大に関する4つの観点のうち、該当する項目との関連を示す活動成果・効果

② 【普及・拡大】環境配慮型製品・サービスの普及・拡大の仕組みづくり

- ・FC本部としてデコスドライ工法施工代理店を募集、会員数の増加。（H12年26社⇒H25年66社）
- ・デコスとして普及啓蒙活動を継続して実施。（対象＝デコスドライ工法施工代理店・工務店・設計事務所・施主）
- ・JCAとして断熱施工技術者の各種認定試験や施工技術・断熱知識の向上を図る。  
（断熱施工技術者220名・総会14回・経営者会議7回・ブローイングピック（断熱施工技術者競技会）6回・定例勉強会97回）
- ・優れた省CO2性能を活かすため、「カーボンマーケティング」を積極的に実施。従来に無い省CO2という環境側面を前面に押し出した観点からデコスの認知度を上げる。また、他社に無い語ることの出来る知識を広める。

③ 【効果】グリーン購入の普及による環境負荷低減効果の実績

- ・出荷量の増加＝断熱性能のよい家が増加。H12年221t（約277棟）⇒H24年2,059t（約2,574棟）



滋賀県 びわこ地球市民の森 森づくり協働活動センター

- ・滋賀県初の「公共建築物等木材利用促進法」適用木造建築物に採用。CFPの取組みが高く評価される。
- ・断熱性能が同等のグラスウール24K同量との製造エネルギー比較  
デコスファイバー：グラスウール＝1：29.7（t-CO2・当社試算）

④ 【広報・啓発】グリーン購入の広報・啓発

- ・プレスリリース3本、パブリシティ創出60本以上。
- ・デコスドライ工法施工代理店勉強会・News配信で説明・啓発。  
HPコンテンツ、配布資料作成、広告デザイン変更。
- ・外部講演9本、展示会多数出展パネル展示、資料配布。工場見学、製品紹介の際、毎回説明。
- ・「炭素の足跡」穴あき名刺5,000枚以上配布。



4. 活動に関して、①先進性・独自性、②継続性・発展性についてご記入下さい。（各200字程度）

① 先進性・独自性

- ・建築用断熱材として日本初、「CFP 認証取得」～経産省「CFP を活用したカーボン・オフセット製品」試行事業採択～第2回カーボン・オフセット大賞優秀賞受賞～「APEC carbon labeling workshop」で、「カーボンラベルの中小企業での活用」日本代表事例として産業環境管理協会より報告。
- ・責任施工を担保するため、断熱知識と施工技術の研鑽に努める組織運営と保証制度運営。

② 継続性・発展性

- ・関東工場でもCFP 認証取得予定、CO2 の見える化と削減を継続。
- ・2020年省エネ義務化に向け、建築業界関係者へ「健康＝断熱」の考え方と断熱知識の周知とともに環境配慮型製品として再評価、普及発展が見込まれる。
- ・環境配慮型省CO2断熱材として、林野庁「公共建築物等木材利用促進法」適用木造建築物への採用促進や、産業環境管理協会とともに国交省「LCCM住宅認定制度」へのCFP算定値～カーボン・オフセット採用を働きかけ、住宅業界全体でライフサイクルCO2排出量削減へ繋げて行く。