

2005年10月24日

安全・防災・地球温暖化防止に向けて<ガラスパワーキャンペーン>を開始

旭硝子株式会社

旭硝子株式会社（本社：東京、社長：門松正宏）は、10月24日より板ガラスカンパニー日本事業部において、安全・防災や地球温暖化防止のために、<ガラスパワーキャンペーン>を開始します。

地球環境を守ること、子供たちの明日を守るとは、地球に生きる私たち一人ひとりが最優先で考え実行しなければならない義務です。当社は建築用ガラス製造企業として、防災機能を持った「合わせガラス」や省エネ機能を持った「高断熱・遮熱ガラス」の普及及び認知向上に積極的に取り組むため、<ガラスパワーキャンペーン>を開始することとしました。

<ガラスパワーキャンペーン>の主な活動内容は、以下の通りです；

- **全国各地の指定避難場所への、合わせガラスの寄贈**
～ 11月に中越地震被災地の避難場所へ1回目の寄贈を実施予定
- **合わせガラスや高断熱・遮熱ガラスの認知啓蒙活動**
- **小学校においてガラスの持つ防災・省エネ機能を説明する、出張授業の実施**
～ 11月に山梨県甲府市立玉諸小学校で第1回出張授業を実施予定
- **災害時の敏速な支援活動**
- **自社オフィスや工場における省エネ活動**
- **宮崎桂氏デザインによるシンボルマークの制定**

またこの活動のコミュニケーションの中心として<ガラスパワーキャンペーン>サイト（<http://www.glasspower.jp>）を10月24日より開設し、ワンクリックガラス寄贈活動（10×10プロジェクト）やバーチャル工場見学、防災啓蒙、活動レポート等へ活用していきます。

この活動には、当社板ガラスカンパニー日本事業部の全社員のみならず、取引先企業や一般賛同者にもご参加頂き、シンボルマークのバッジ・ワッペンを着用等、マークを介して一体感を共有し、それぞれが実践者として自覚し、積極的に実行する参加型キャンペーンにする所存です。

以上

本件に関するお問い合わせ先：旭硝子（株）広報・IR室長 川上 真一
（担当：江東 TEL：03-3218-5259 E-mail：info-pr@agc.co.jp）
ガラスパワー活動 事務局
（TEL：03-5610-0167 E-mail：glasspower@agc.co.jp）

<ご参考>

ガラスパワーキャンペーン内容

【活動目的】

旭硝子板ガラスカンパニー日本事業部が率先して、＜安全・防災・地球温暖化防止＞に積極的に取り組み、安心してガラスをお使い頂ける日本にします。

【参加者】

旭硝子板ガラスカンパニー日本事業部社員及び、活動に賛同する企業や個人（インターネットでの申し込み）

【主な活動内容】

旭硝子板ガラスカンパニー日本事業部を中心に、＜ガラスパワーキャンペーン＞シンボルマークのもとに＜安全・防災・地球温暖化防止＞に参加者全員で積極的に取り組み実行します。

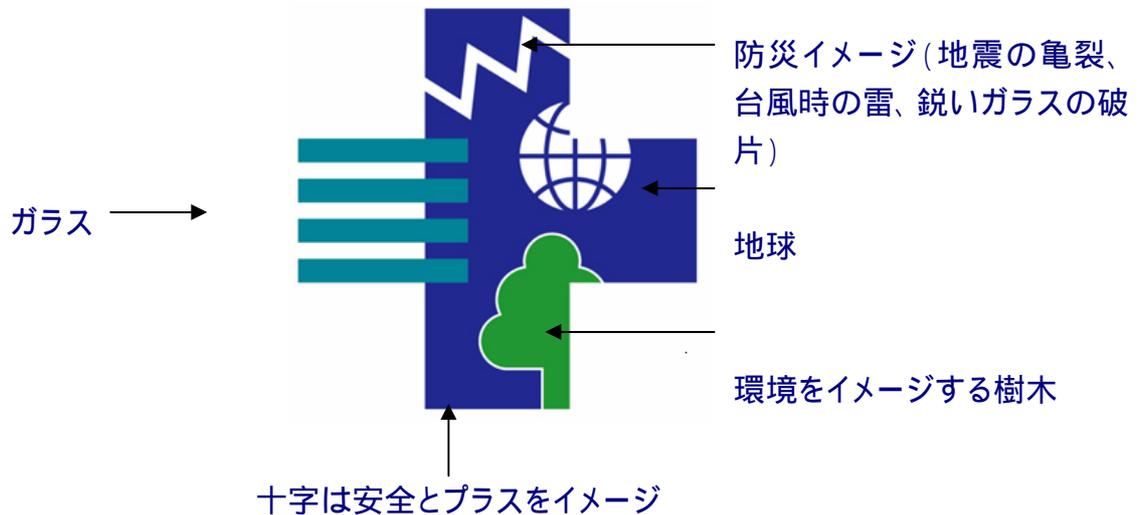
- ＜ガラスパワーキャンペーン＞サイト（ <http://www.glasspower.jp> ）を立ち上げ、インターネットを主体としてメッセージを広く社会へお知らせします。
 - ✓ 活動内容をご紹介します。
 - ✓ 一人でも多くの方にご参加頂けるようネット参加窓口とし、賛同者をご紹介します。
 - ✓ 活動内容を逐次ご報告します。
- 旭硝子板ガラスカンパニーが率先して活動を実行します
 - ✓ 指定避難場所へ合わせガラスの寄贈
 - ◇ ガラスパワーキャンペーンサイトから、ワンクリックで一般市民の方々にご参加頂き、各地の指定避難場所へ旭硝子が防災ガラスの寄贈をします。
（中越地震被災地の避難場所へ1回目の寄贈を11月に実施予定）
 - ✓ 小学生を対象に、出張授業等の実施でガラスを知って頂きます
 - ◇ ガラスパワーサイトで出張授業内容をお知らせし、出張授業のご依頼を受け実施していきます。
（山梨県甲府市立玉諸小学校で11月に1回目の出張授業実施予定）
 - ◇ ガラスパワーサイト上のバーチャル工場見学を通して子供たちのガラスへの興味を促進します。
 - ✓ 災害時の敏速な支援活動
 - ◇ 各地の旭硝子拠点での被害を最小限にする改善を積極的に実施します。また、万一の被災時にも地域住民の方々をご支援できるように努力します。
- 地域社会の防災活動等へ積極的参加
 - ✓ 地域の防災訓練等へ積極的に参加協力します。
- 職場でのE C O活動
 - ✓ クールビズ、ウォームビズ、ペーパーレス、節水節電等のE C O活動を積極的に実施します。

【活動期間】

2005年10月24日より2年間の予定。

【シンボルマーク】

明日のためにガラスができること[®]のマークのデザイン



➤ デザイナー宮崎桂氏のコメント

マークは、ガラスを通じ社会に貢献する企業、旭硝子のキャンペーンにふさわしく、信頼感があって、しかも子供からお年寄りまで誰にでもわかりやすく親しみのもてる色や形を選びました。安全を示す大きな十字形の一端を形作る四層のブルーは板ガラスを示します。十字の中には地球と災害を示す形、そして環境をイメージさせる樹木の3つの要素を配し、防災と地球温暖化防止をあらわしました。

これらのテーマが互いにプラス(マークの形)されガラスによって私たちの大切な地球と子孫を守ることができるというイメージを表現しました。

【宮崎 桂氏の略歴】

東京生まれ。東京芸術大学卒業、同大学院修士課程修了。粟辻博デザイン室を経て、1984年プランツデザイン設立。1989年、株式会社プランツアソシエイツを設立し、以降、エンバイロメントグラフィックやサインによるヴィジュアルコミュニケーションのデザインを行う。2002年、ケイミヤザキデザイン設立。SDA賞(日本サインデザイン協会)受賞暦多数。