

電気と工事

2008 December

12

特集 電気設備の省エネルギー

ユニットケーブル施工における 不具合事例と対応

付録 2009電気と工事DIARY



パイラックに星穴タイプ新発売

配管支持

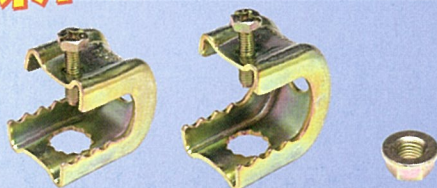
配管支持に加え、
吊りボルト支持も可能です！

吊りボルト支持

NEW

新・星・登・場！

C-W3-FNフランジナットを
使用して、吊りボルト
支持金具に！



PH1F PH1WF C-W3-FN

一般形鋼用 管支持金具 **パイラック**®



Point

底面部の穴形状が
星型になりC-W3-FN
が使用できます。

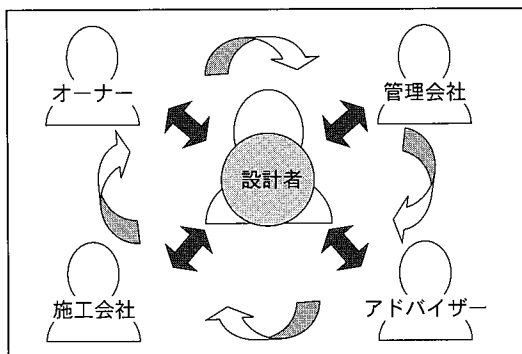


ネグロス電工

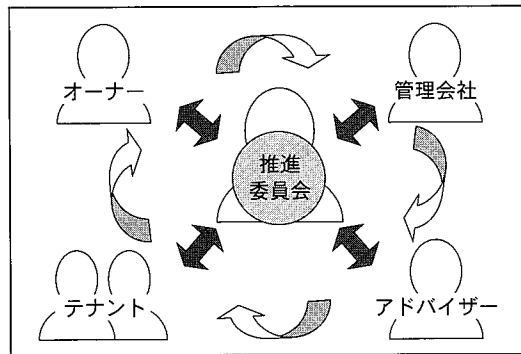


**省エネにおける
コミュニケーションの重要性**
～(株)黒龍堂のテナントビルでの
二つの委員会設置～

さまざまな高効率機器や技術的な手法など導入しても、最終的にエネルギー削減を行うのは人間である。そのため省エネルギーを行う認識の共有と、そのためのコミュニケーションは欠



第5図 (株)黒龍堂の省エネ活動の実務を行う「検証委員会」



第6図 省エネ活動を継続させる「温暖化対策推進委員会」

かせない。

特に、省エネを行う電気設備を別々の組織や法人が使う場合、省エネが困難になると思われるがちである。しかし、そのような状況で成功している事例もあるのである。

昨年、創業100年を迎えた老舗化粧品会社である(株)黒龍堂は、不動産事業にも多角化しており、省エネルギー化が困難と言われるテナントビルにおいてCO₂にして取組み前に比べて22%の削減に成功した。しかも、省エネルギー法による指定工場の適用を受けていない事業場であり、なおかつ、消費されるエネルギーの8割が入居テナントのものであるのに、である。

その鍵が省エネに関連する関係者とのコミュニケーションのためのシステム構築である。同社がオーナーのテナントビル、「黒龍芝公園ビル」において、このようなコミュニケーションシステムを作ったのである。

この省エネのためのコミュニケーションを行う方法の一つが、省エネ活動の実務を行う「検証委員会」である。これは設計者を中心にオーナー、管理会社、施工会社が設計段階から運用時の評価・検証まで行う。さらにこの中に全体を調整できるアドバイザー(コンサルタント)を入れることにより、オーナー側の技術的な部分を補い、全体をバランスする役割を担ったのである(第5図参照)。

この場合も、オーナー側とアドバイザーとの間で綿密なコミュニケーションがなされた(こ



写真5 「温暖化対策推進委員会」の様子

れを“外部の知恵の活用”と呼んでいる)。このことにより、省エネが、施工は施工、管理は管理と各者がバラバラに担当し、設計から運用までの一貫性を維持できないような状況にならないよう配慮した。

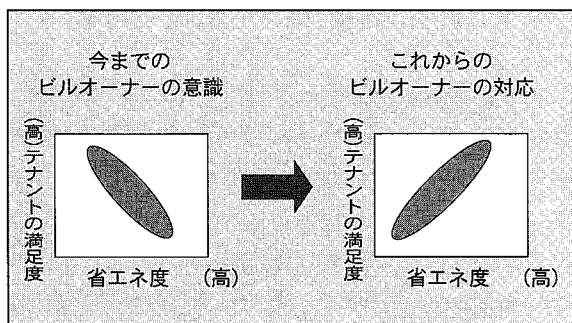
実際に高効率機器へのリニューアル工事の際には、管理会社のために設計図書(竣工図)に運用に必要な情報まで記載された。このように、施工会社と管理会社の運用上のコミュニケーションも文書として残すことができた。

さらに高効率な機器を導入しても、それらを使うのは主にテナントである。テナントの賛同が得られなければ省エネの継続は難しい。それで、検証委員会とは別にもう一つの委員会、省エネ活動を一過性のものではなく、継続を力点に置いた「温暖化対策推進委員会」を設置し、テナントにも参加してもらうようにしたのである。

この「温暖化対策推進委員会」は推進委員会を

第3表 省エネ活動の結果を還元する「インセンティブ制度」

関係者	主な活動	還元内容(利得/インセンティブ)
オーナー	制度の立案・導入	テナント満足度の向上→高稼働率, 適正な賃料
テナント	推進委員会への参画 個々の省エネ(小まめな消灯, など)	光熱費の低減
管理会社	効率的な運転の継続的な実施	削減率に応じたボーナス



第7図 テナント満足度と省エネは矛盾しない!

中心に「オーナー」「管理会社」「テナント」「アドバイザー」が集まり、ビルの省エネの状況や事例の発表などを行う(第6図, 写真5参照)。テナント自身も社会的な要請から省エネを意識するようになっており、きっかけがあれば自主的に省エネを行うことが普通になってきている。

隣のテナントの省エネ事例を熱心にメモされる他のテナントもいて、お互いに省エネに関してどのような取組みを行っているか、刺激し合う機会となっている。

このように、オーナーとアドバイザーとのコミュニケーション、設計者・施工会社と管理会社のコミュニケーション、オーナーとテナントとのコミュニケーション、テナント同士のコミュニケーションなど、各所の関係が密接になり、省エネを主体的に行う環境が熟成されたのである。

さらに、(株)黒龍堂はこのようにして削減できたコストをテナントの光熱費の低減や管理会社への削減率に応じたボーナスを支払うことにより、より一層省エネを意識していただくインセンティブ制度を設定した(第3表参照)。こう

することにより、関係者がより一層、省エネへの取組みを行う動機が強まる。

これも省エネ活動を単なる省コスト活動や企業の環境問題への取組みと考えず、経営的な意味、テナントの満足度を向上させ資産価値を向上する一つのツールとして取り組んだ結果である。つまり、省エネ活動はその施設の資産価値を向上させるものと捉えているのである。(株)黒龍堂ではテナントの満足度を第7図のように定義しなおし、ユーザーの満足度を追求した結果としての省エネルギー活動と考えているのである。

このようなコミュニケーションは、急にできることではない。普段からコミュニケーションを取る習慣を持っていたからということである。このような省エネのためのコミュニケーションは、各関係者の普段からのコミュニケーションの良い習慣が関係している。

省エネ以外でのコミュニケーションも重要と考えられるのである。

