

地域・中小企業を元気にする

月刊石垣

日本商工会議所の
ビジネス情報誌

特集

さあ、省エネに取り組もう P.14

社訓のススメ

柴田 達三 P.13

明石商工会議所 会頭
シバタ工業株式会社 会長

まちの解体新書

愛媛県今治市 P.37

あの人を訪ねたい

都 はるみ P.8

歌手

暖簾を受け継ぐ

守随本店 P.60

2

2011

特集
14

さあ、省エネに 取り組もう

LED化で商店街初の国内クレジット適用 **ハッピーロード大山商店街** (東京・板橋区)
 省エネ機器を次々導入し燃料費を大幅に削減 **兼平製麺所** (岩手・盛岡市)
 ESCO事業の活用で成果を上げる **サンスター文具** (東京・台東区)・**エネルギーアドバンス** (東京・港区)
 テナントと連携して排出するCO₂を削減 **黒龍堂** (東京・港区)
 無料の省エネ診断で中小企業の設備改修を促進 **北九州商工会議所** (福岡・北九州市)



- 37 まちの解体新書
愛媛県今治市
開放的なものづくり都市
- 8 あの人を訪ねたい
都 はるみ 歌手
- 32 こうしてヒット商品は生まれた！
『液みそ』 **マルコム** (長野市)
- 60 暖簾を受け継ぐ
計量機器の世界で画期的な製品を生み出す
守随本店 (愛知・名古屋市)

2
2011

広告掲載企業

アクサ生命保険	表2 (見開き)
東京海上日動火災保険	表3
信用金庫	表4
JDL	4
ANA	6
東京ガス	11
サントリー	12
損害保険ジャパン	29
ジョブ・カード制度	30
ビジネクス	36
三井住友海上火災保険	42
九電工	46
ライフネットワーク	48
日本商工会議所青年部 第30回全国大会	50
商工会議所を知ってもらうキャンペーン	62 (見開き) 64 (見開き)

- 5 きらりと光るものづくり/石川・金沢市
- 13 社訓のススメ/明石商工会議所 会頭 柴田達三
- 31 真壁昭夫の経済底流を読み解く
- 34 映画になったまち、記憶に残るまち/山形・酒田市
- 43 渋澤栄一と『論語』をひも解く
- 44 日本商工会議所事務所の一部移転について
- 45 職場の教養
- 47 地域に燃える志/宮崎・延岡市
- 49 IT化による中小企業のイノベーション
- 51 勝敗を分けた決断
- 52 オフィスが変わると経営も変わる！片づけマジック
- 53 商工会議所活用レシピ/武生商工会議所
- 54 日商情報
- 55 セレクト地域短信
- 56 クローズアップ女性会
- 58 YEG フラッシュ
- 66 石垣情報局

テナントと連携して ビル全体で排出するCO₂を26%も削減

東京・港区
黒龍堂

東京タワーの近くにある「黒龍堂芝公園ビル」が、省エネで話題になっている。同ビルは、創業104年目を迎えた化粧品メーカー・黒龍堂が所有・運営するもので、昭和45年に竣工した地上9階地下1階建て、延べ床面積9500㎡という中小規模のオフィスビル。平成7年から始めたリニューアルを機にテナントと一緒になって取り組んだ省エネが、大きな成果を上げ、東京都や国から高い評価を受けているのだ。その手法はテナントビルを運営する企業にとつて、大いに参考になるに違いない。

資産価値向上が当初の目的

「当社が行ったリニューアルはそもそも、省エネを目的としたものではなく、ビル自体の商品価値や魅力を上げるためのものだったんです」――。黒龍堂貸ビル事業部長の間中昭司さんは、真つ先にこう話し始めた。

築25年経った平成7年、黒龍堂

公園ビルは施設の老朽化が進み、IT化に比べられないなどの理由から資産価値が下がりつつあった。そのため、社内ではこのままでは淘汰されてしまう、という危機意識が生まれていた。

そこで同社は、「資産価値向上計画」を立案した。それは、エントランスや廊下、オフィス内装、水回りの手入れによる「イメージの向上」、耐震性能や防犯対策、24時間管理などの「安全性の向上」、空調制御、コンセント容量の増加、IT

対応といった「機能性の向上」、それに「劣化更新」を柱としたもの。「資産価値向上計画」の中の一つとして省エネを進めたのだ。

ただ、その際、中小企業の同社だけではどうしても限界があったため、設計・施工業者をはじめ、管理会社、アドバイザーなどを加えた「検証委員会」を組織し、計画を練った。具体的には、立地特性、建物グレード、賃料相場、稼働率などをポイントに議論し、費用対効果を計算した上で、段階



▲オーナーやテナント、管理会社が一体となって省エネに取り組んでいる黒龍堂芝公園ビル

的にリニューアルを進めることにした。

「リニューアルすると、10年ぐらいかけてリニューアルしたわけですが、その間、京都市議定書が話題になるなど、環境問題や省エネがクローズアップされるようになったのです。そして、リニューアルが終わった17年、ちょうど東京都が「地球温暖化対策計画書制度」（企業にCO₂など温室効果ガス排出量の算定・報告、目標設定等を求める計画）に基づき、建物を評価し始めたのです」と間中さんは話す。

そこで、同社はその制度にエントリーし、リニューアルした建物のエネルギー効率がどれくらいレベルにあるのか評価してもらった。結果は最優秀。普通なら、それで満足するかもしれないが、同社の場合は違った。

テナント同士で情報共有

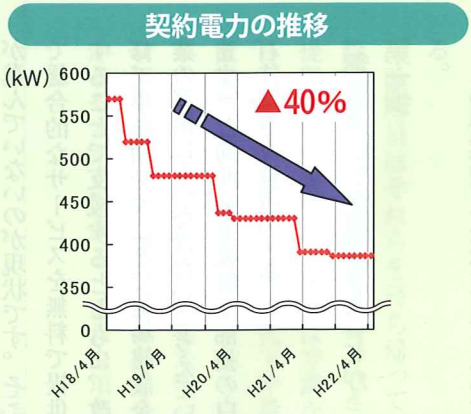
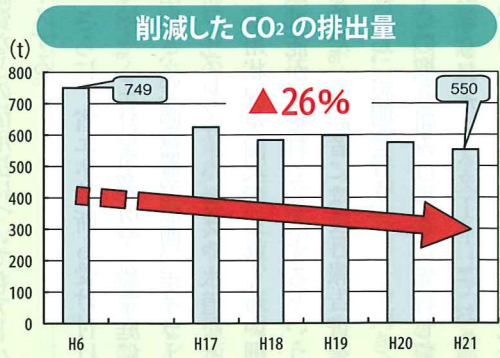
「設備を省エネに優れたものに入れ替えるだけなら、ほかのビルでも」――。管理会社、そしてテナントの三者の協力なくして達成できなかったわけだ。そこで、省エネによつて削減できたエネルギーコスト（相当分）を、管理会社やテナントにも還元することにしたのです」と間中さん。

具体的には、管理会社に対して削減率に応じたボーナスを、そしてテナントには電気料金の単価を下げた。これによつて、黒龍堂公園ビル内の省エネ熱は、さらに高まったそう。

「貸しビル業は、テナントを選んでもらうことで初めて成り立つ事業です。資産価値向上計画としてスタートしたプロジェクトでしたが、結果的に取り組んできた省エネ活動や運用改善が評価されて、新たな顧客を生み出すことに成功しました」と間中さんは喜ぶ。稼働率もリニューアル前は80%だったのが、今では満室近くまで高まっているという。

今後、省エネに積極的なビルに入居しているということが、消費者に評価され、自らの企業価値やブランド力のアップにつながる可能性もある。

同社ではこれからも、ビルのオーナーとして、省エネに力を入れ、資産価値のさらなる向上に向けて努力していく方針だ。



省エネ成果は全員で享受

ほかの会社では冷暖房を18時に切り、残った暖気や冷気を扇風機で循環させていた。すると、こうしたさまざまなアイデアを聞いた各テナントは、省エネ活動をしなければ気持ちが悪いくらいに意識が高まり、お互いに切磋琢磨しながら知恵を出し合うようになったという。

「オーナー側から節約してくださいとお願いをしたことは一度もありませんでした。省エネを進める雰囲気づくりだけに力を注ぎました」

また、管理会社に対しては、熱源機器や空調の最適な運転方法、メンテナンス項目、頻度などを明記し、省エネの努力を促した。

できるわけです。大事なものは、その後の運用でいかに省エネを進めていくかなんです。省エネ効果の高い機器を導入したからといって、ずっと電源を入れたままにしていたのでは、何にもなりませんからね。ビルのオーナーとしては、使う側のテナントや、運用側の管理会社に、省エネという同じ目的に向かつて進んでもらわなければなりません」と間中さんは強調する。

つまり、省エネ対策を立案、実施するオーナー側の努力も重要だが、それだけではテナントビル全体での省エネには結び付かない。かといって、お客であるテナントに対して、電気をこまめに消してほしなど強制することはできない。そこで、「温暖化対策推進委員会」を立ち上げ、すべてのテナントと管理会社に参加してもらった。そして、省エネの在り方・価値・情報の共有を図ることにした。

特に力を入れたのが、テナントに入っている会社が行っている省エネ事例を情報共有することだった。中には、間中さんが考えている以上に工場などの施設で省エネを進めている企業もあったそう。

例えば、ある会社ではスイッチに「1時間で〇円」などとシールを張り、こまめな消灯を促す。また、