

# E & Eレポート

No. 78

発行日 2008年 3月29日  
 発行元 E & Eプランニング  
 責任者 宮本康弘  
 川崎市中原区市ノ坪223-4-602  
 電話/FAX 044-434-7291  
 メール miyamoto@d03.itscom.net

## 省エネ、環境機器システム

### 日本ビルディング協会連合会がCO2削減で指針を6月めどに策定へ。

ガイドライン策定は、国土交通省と同連合会、不動産協会などで構成する「オフィスビルの地球温暖化防止対策検討会」の中間取りまとめに基づくもの。オフィスビルの新築や改修、設備更新時などに取りうる省エネ対策を示すもので、分量は200ページ程度になる見込み。LED（発光ダイオード）照明の導入といった設備面と、空調設備の冷温水温度の取り扱いといった運用面での対策など合わせて116項目前後をリストアップする。各項目については原則、導入にあたっての留意点や費用対効果の水準、期待される電気使用量やCO2の削減量などが示される。このほかガイドラインには、ビルオーナーがテナントの協力を求める際の文書例や、省エネ対策を施した場合のCO2排出削減のシミュレーション結果を明示し、省エネ対策への理解を得られやすくする。

(コメント:テナントビルの省エネが残された課題。)

「ビジネスアイ」

### 佐川急便がCO2排出権付宅配サービスで環境貢献。

提携する通信販売事業者から購入する商品の配送が対象。通常の配送か、排出権付きの配送かを選べるようにし、排出権付きを選べば、通常の送料にCO2排出権の代金が上乗せされる。顧客が負担する排出権代金と同額を佐川急便が負担して上乗せし、CO2排出権の購入費に充てる。CO2排出権は、あらかじめ購入し、この代金を同社と新サービスの利用者が実質的に折半する形になる。利用者が排出権として負担する金額は、荷物の重さや大きさなどによって数円から数十円程度になる。購入する排出権は当初、1万トンを計画している。排出権は政府に譲渡され、京都議定書で日本が義務を負う温室効果ガスの削減分の一部として活用される。新サービスに先立ち、インターネットで「CO2排出権付き飛脚宅配便」を申し込み、配送料金のみで輸送にかかるCO2排出量（平均346グラム）と同量の排出権を自動的に日本政府に無償譲渡できるキャンペーンも始める。

(コメント:CO2削減の付加価値を付けた事業展開は今後増えてきそう。)

「ビジネスアイ」

### 米製の持ち歩ける太陽光発電付バッグが日本で人気上昇。

バッグの背面部分にシート状のソーラーパネルが備え付けられており、携帯電話や携帯音楽プレーヤーと接続することで、野外でも電源を確保できる仕組み。バッグの素材には丈夫なナイロンが使われ、防水仕様にもなっている。日本でも通信販売で入手することができる。リュック型のタイプで27,090円から、4月下旬には手にもつビジネスバッグ型も登場する予定。

(コメント:携帯機器が増えているので、どこでも充電できる機能は受けそう。)

「ビジネスアイ」

### トヨタファイナンスがCO2削減資金提供で中小への環境支援加速。

07年から開始している環境調和型の工場「サステナブルプラント」活動の一環として、中堅・中小企業向けに、08年度から、工場の規模や生産品目に合わせ、より細分化した省エネルギー提案と省エネ設備のリースを行う。機器メーカーやコンサルティング会社などと連携し、CO2排出削減を含め10種類程度の環境対策メニューを用意。中堅・中小企業でも環境への取り組みを進めやすいようにする。グループの関連会社や仕入れ先で資金が潤沢でない企業を中心に、年間50件程度の契約を目指す。

(コメント:中小企業の省エネ対策は国や自治体、大手企業の支援が必須。)

「日刊工業新聞」

### EUは、温暖化対策遅い国対象に輸入規制の検討を首脳会議で合意。

温暖化対策が遅れる国には製品輸入を規制する対抗策を取る方針を決めた。年600億ユーロ（約9兆5000億円）にのぼるコスト負担を避ける狙いから、EU企業が米国や中国などに生産拠点を移すのを防ぐ。EUは京都議定書以降の取り組みを定めた包括的な温暖化対策で基本合意。2009年の法制化を目指す「行程表」を示した。温暖化対策の基準が低い国との間で複数の産業部門が厳しい競争に直面する懸念があるが、EU首脳会議では英・仏が輸入対抗策を主張。十分な温暖化対策を取らない国には適切な措置を検討する必要があると明記。

(コメント:日本は排出権取引反対の理由に挙げていたが、対策は色々考えられる。)

「日経ネット」

### ピコエイダなどがFC店の水道・電気使用量「見える化」をシステム開発。

水道や給湯器、電気配線などから、給水や給湯、電気の使用量をセンサーで計測し、携帯電話回線でデータをピコエイダの管理する業務用コンピューターに自動送信。サービスを利用するFC本部は、店舗ごとや集計されたデータを閲覧できる。専用装置を貸し出して使用料を得るほか、給水や給湯など「見える化」した情報をもとに、節水や節電のプランを各店舗に自動的にメッセージを送信して節約を促し、独自開発システムの採用など節水・節電プランを提示するサービスを展開する。全店舗にデータの解析結果を送信することや水道光熱費の高い店舗のランキング提示、高コスト店舗に絞った対策立案・実行など、さまざまなサービスのオプションを行うことが可能で、システム採用で約10%のコスト削減が見込める。

(コメント:チェーン店の省エネ管理には厨房の給湯・給水管理が必要になる。)

「ビジネスアイ」

## 省エネ、環境政策動向

### 省エネ設備の導入率目標による分野別削減算定方式を検討

産業分野ごとに、省エネルギー設備がどのくらい普及しているかを示す「導入率」について将来の目標を定め、達成した場合の排出削減量を算定。各分野を合計して国全体の削減目標につなげる。具体的には、主要産業分野ごとに、排出を抑える効果が高い省エネ技術や生産方式を選定。例えば、鉄鋼分野では排熱やガスの回収装置など10程度の設備を選ぶ。設備の導入率目標と生産量の見通しをあらかじめ設定し、削減目標を算出する。国際エネルギー機関(IEA)や主要排出国が、各国が設定した削減目標が甘くないか検証する。鉄鋼分野では、日本は最先端の省エネ設備をほぼ100%導入。鉄鋼の生産量が世界一の中国やインドでは導入が1、2割にとどまる設備もある。新興国ではこうした設備をすぐに完全導入するのは難しいため、先進国の資金協力や技術移転が普及の鍵になる。世界の分野別の二酸化炭素(CO2)排出量は、電力が38%、鉄鋼が6%、セメントが3%を占めている。(コメント:大幅な省エネは現在の延長線上では達成不可能。目標からのバックキャストが必須。)  
「ビジネス アイ」

### 仙台市が市民ぐるみで二酸化炭素削減。

温室効果ガスの市民1人当たりの年間排出量について、1990年度の6.44トンから、2010年度までに7%削減し、5.97トンにする目標を設定していたが、02年度の実績は7.20トンで、1990年度に比べて逆に12%増えており、CO2削減事業の推進が課題となっている。これまでの啓発事業により、温暖化の必要性は市民に十分浸透したとして、今年は家庭でCO2削減に向け具体的に行動してもらう事業を行う。まず、電気やガスなどのエネルギーを節約して、どれだけのCO2削減効果があるかを知ってもらうことから始める。「冷房温度設定を27度から28度上げて1日当たり100グラム減」「1キロメートル先への買い物を乗用車から自転車に変えれば400グラム減」などと、ホームページや市政だよりなどで解説する。家庭の電気やガス、水道、ガソリンなどの使用量をもとに、CO2排出量診断も行う。市民参加型の取り組みの目玉として、夏にCO2削減量ランキングを実施する予定。全参加者の中で自分の削減量が何番目だったかがわかり、その後の取り組みの目安にもなる。  
「読売新聞」

(コメント:前提として、なぜ省エネ・CO2削減をするのかに対するしっかりした認識が重要。)

### 環境省が「エコポイント」普及事業に13事業者を発表

全国型は4事業者。クレジットカード大手のJCB、電通、大手ビデオレンタル店「TSUTAYA」などで使えるカードの事業者Tカード&マーケティング、NTTレゾナントが選ばれた。地域型は9事業者。北海道環境財団、ふらの市民環境会議(以上北海道)、特定非営利活動法人カーボンシンク(滋賀県)、京都地球温暖化防止府民会議、きょうと情報カードシステム(以上京都府)、ひょうご環境創造協会(兵庫県)など。各事業者は省エネ家電購入やマイバッグ持参など、地球温暖化抑制に貢献する行動をとった消費者に、通常のポイントとは別にエコポイントを付与し、商品購入などに使えるようにする。家庭での温室効果ガス排出の一部を植林事業などを通じて相殺する「カーボンオフセット」や、環境関連団体への寄付に使える事業者もある。  
「共同通信」

(コメント:エコポイントシステムは家庭の省エネの推進の切り札になるかも。)

### 温暖化対策推進法改正案で家電製品に二酸化炭素排出量表示。

政府は温暖化ガスの排出増が続く家庭に削減を促すため、家電メーカーなどに製品使用時の排出量表示を求める「地球温暖化対策推進法改正案」をまとめた。京都議定書の削減目標達成に向け、消費者の意識改革を促し、家庭部門の削減につなげるのが狙い。エアコンや冷蔵庫、洗濯機などの家電製品は家庭から出る温暖化ガスの主な原因。こうした家電製品の操作パネルなどに温暖化ガスの排出量が数値で表されるようにする。例えば冷房を一時間使うと「CO2が26グラム排出しました」などと表示される見通し。

(コメント:表示はできるだけ分かりやすくすることが重要。今までのものは分かりにくい。)  
「日本経済新聞」

## 展示会、講演会

### 1. センサエキスポジャパン2008 <http://www.sensorexpojapan.com/>

センシングに関する国内唯一の専門展示会(マーケティングコンベンション)です。

開催期間 :2008年4月23日(水)~25日(金)  
場所 :東京ビッグサイト  
入場料 :¥1,500 招待券持参者無料(HPより印刷)  
主催者 :フジサンケイ ビジネスアイ  
連絡先 :フジサンケイ ビジネスアイ 事業局 Tel :03-3273-6184 Fax :03-3241-4999

### 2. 第22回フルードパワー国際見本市 <http://www.ifpex.net/>

流体・制御・駆動の機器、システムを紹介する、わが国唯一の“油圧・空気圧・水圧”に関する専門見本市

開催期間 :2008年4月22日(火)~25日(金)  
場所 :東京ビッグサイト  
入場料 :¥1,000 招待状持参者・事前登録者無料  
主催者 :(社)日本フルードパワー工業会/フジサンケイ ビジネスアイ  
連絡先 :フジサンケイ ビジネスアイ 事業局 Tel :03-3273-6181 Fax :03-3241-4999

## 後記 \*「今どきの困った中年」\* 貴方は如何ですか？

日経ネット

1. 店員や学生など自分よりも立場の弱い相手に対してのみ、高圧的な態度をとる 519
2. パソコンや携帯電話が使えず、同じ事を何度も聞く 432
3. メールが遅れない 409
4. 危険かつ困難な作業を率先してやろうとしない 300
5. 謝罪と反省ができない 297
6. 同じ説教を繰り返す 282
7. 野球以外のスポーツができない 267
8. 自分のミスを謝らない 257
9. 「指示のみ」で自分から積極的に動こうとしない 220
10. プライドが高く、知ったかぶり 219