

省エネ・節エネ対策



(一社)エコファーム推進機構
診断員

伊藤 智教

第1回 地球温暖化対策と企業の存続に直結する省エネ

異常な気象が示す温暖化の影響

昨年、地球温暖化の影響を象徴するかの如く発生した「線状降雨帯」による記録的豪雨による被害は記憶に新しい。その前年には北海道に3つの台風が上陸し、さらに鹿児島県に上陸した台風10号が勢力を保ったまま、九州・四国・本州そして北海道に上陸した。

ひとたび豪雨による被害が発生したとき、個人の生活も企業活動も瞬時に停止する。そこにあった財は埋もれて使えなくなる。あるいは流出して帰ることはなくなる。これまで整備した施設設備はもちろん、原料や大勢の人が手をかけた完成品、長い歳月を費やして積み上げてきた利益、そして尊い人の命を含むすべてが、猛威を振るう自然災害に呑まれる。温暖化の影響は、遠く離れた地域の事ではなく、人ごとでもない。私たち誰の身にも、どの企業にも降りかかり、影響する。それが時を選ばずに何時でも何度でも起こり得るフェーズに入ったと自覚する必要がある。

温暖化対策の手段として省エネを

温暖化の被害が年々大きくなっている中、私たち一人ひとりが取り組める有力な手段の一つは、温室効果ガスの発生を抑制するエネルギーの使用の合理化、つまり「省エネ」である。化石エネルギーの使用を代替する新エネ(再エネ)の利用拡大もあるが、誰も

が、そしてどの企業も取り組むことができるのは、エネルギーの使用そのものを合理化して使用量を最適化し、抑制する「省エネ」である。今こそ、省エネを、企業の存続を左右する経営課題として捉え直すべきである。

省エネは、企業経営に利益をもたらす。省エネはエネルギーの使用を合理化し、使用するエネルギーの量を少なくすることである。ゆえに省エネに取り組めばダイレクトにエネルギーコストを削減できる。削減したエネルギーコストはそのまま純利益として残る。つまり、売上高が同じでも、省エネで企業体質を強化し、利益を増大させることが可能となる。自助努力で取り組める増益策である。

省エネを目標にするフェーズは終わった。これまで省エネは、技術者による技術的な課題解決で成され、経営者が関心を示すことは希であった。ゆえに、省エネは、技術・設備・施設部門の課題と考えられ、経営層の関心が薄いいままに対策もこれらの部門によって担われてきた。また、投資回収が短期間でできる対処型の対策に限定される傾向が強かった。

経営層の関心の薄さは、省エネ診断訪問時や、診断報告会に経営層が参加しないことにも表れている。結果として、省エネ対策は、単に省エネを進めることだけが目標となっている。しかし、上述したとおり、多発する自然災害によりライフラインが麻痺したり、企業活動も制限されたりする中で、省

エネ対策を企業の存続と切り離して考える時代は終わりを迎えたと言える。

経営層こそ、増益に繋がるものとしての省エネに積極的に関わり、企業の存続発展に欠かせない環境づくりに取り組まれる事をお伝えしたい。

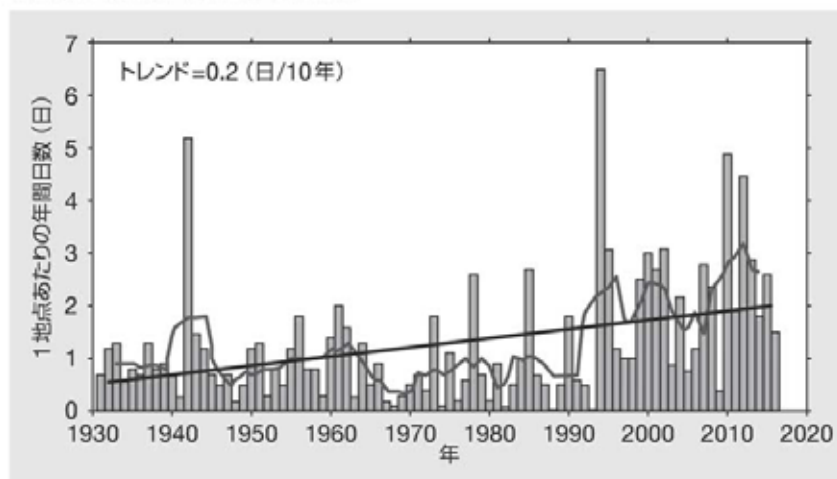
経営層に関心を もってもらうには

省エネが進まない会社の特徴は、経営層がエネルギー管理に関心がないことである。つまり、省エネに取り組むことの意味やメリットに対する正しい情報や認識を、経営層が持っていないことにある。エネルギーを管理して使うことに関心が無ければ、方針を打ち出すことはできない。方針がなければ場当たりのとなり、管理体制を整備しても責任者を選出しても組織として機能せず前進は不可能となる。省エネの第一歩は、経営層への啓発である。

経営層に省エネに関する関心を持ってもらうには、省エネに取り組む意味や価値に自ら気づいてもらうことであろう。それには啓発という手段がある。では、経営層をどのように啓発したら良いであろうか。残念ながら、社員が経営層を啓発するのは不可能に等しい。失敗すれば左遷になることも覚悟しなければならないからだ。では、社内を見渡して術が無い場合はどうしたら良いのか。

外部に応援を求めることである。専門家の力を借りて経営層への啓発の機会を創ることである。そのキッカケとなるのが省エネ診断や、省エネ強化月間等のイベントでの基調講演である。この基調講演で、省エネテクニックや省エネの基礎知識をテーマにするのは無駄である。省エネは技術課題ではない。企業の存続に関わる経営課題であるため、経営視点から経営層を直接啓発す

●日最高気温35℃以上の年間日数



出典:「気候変動の観測・予測及び影響評価統合レポート2018」(環境省)より

るものでなければ効果はない。

従ってこの観点で、経営層への啓発において実績経験が豊富な講師を選定し招聘することが結果を生む。また、省エネ診断で大切なことは、診断調査時よりも報告会実施時である。報告会に経営層が参加するならば啓発も可能である。しかし一般的に無料で行われる診断に経営層が参加するケースは皆無に等しい。ところが150万円以上の有償の省エネ診断では、多くの場合、経営層が報告会に参加している。このことが表わす意味は何か。

報告会に経営層を巻き込むには作戦が必要だ。環境対策の観点からであれ、増益につながる企業体質改善の観点からであれ、最初に有償診断を打診してみることで、経営層の省エネ取り組みについての関心度合いを推し量ることが可能となる。

大切な事ゆえ繰り返しお伝えしたい。省エネは技術課題ではなく経営課題である。会社の存続発展を心から願っている経営層に省エネへの取り組みを啓発することが、温暖化対策の有効手段として、より早く、確実に効果を発揮する方法である。

省エネ担当者の相談窓口としても活用できるのが「省エネ相談地域プラットフォーム」がある。このプラットフォームは、経済産業省の事業として各都道府県に設置されている。私たちは東京都内での相談の窓口をしている。📍