

第2章 業種別の情報提供・支援のポイント

ここでは、まず、2.1～2.6において、自治体が事業者への情報提供・働きかけを行う際に役立つものとなるよう、マニュアル編の第2章における業種別に取り組むべき事項に対応させる形で、業界の特性、情報提供・支援のポイントなどを解説している。また、2.7では、情報提供・支援にあたって参考となる基礎情報として、業種別・規模別のエネルギー消費特性に関する整理表を示している。

2.1～2.6では、基本的に、どの業種においても、特に小規模施設への対応に考慮し、以下の二点に留意した内容となっている。

企業組織形態を活かした温暖化対策の水平展開を図る

民生（業務）分野の施設は、小規模施設が大半であり、これらの施設にいかに効率的に温暖化対策技術を普及させるかが課題となる。その際、例えば、コンビニエンスストア、ファーストフード等のフランチャイズチェーン店、スーパー等のチェーン店では、既に店舗の設備設計、設備管理、従業員教育がマニュアル化されていることから、本部を通じて、温暖化対策技術設備機器の一括導入を促すことが可能である。同様に、事務所ビルについても、系列ビルの本部等を対象として、対策の一括導入を促すことが可能である。このような企業組織形態を活かした温暖化対策の水平展開により、自治体管内のフランチャイズチェーン店、系列ビル等に対して温暖化対策の効率的な普及を図ることができ、また、補助金の申請等関連手続きの効率化も図ることができる。

レンタル等の方式や自治体の融資制度等を有効に活用する

小規模施設では、経営状況によっては、倒産の危険性等から、長期的なESCO事業等の実施に際して、銀行の与信が通り難いケースがある。したがって、小規模施設の投資に伴うリスクを軽減する措置が必要となる。温暖化対策技術のレンタル事業に関する情報や、自治体融資制度に関する情報等を提供し、小規模施設への対策技術導入を促進する。

実際に、ある事業者へ情報提供・支援を行う際には、このマニュアルの第 編の第 1 章、第 2 章の該当する業種部分、及び第 3 章を配布することで、事業者の温暖化対策に対する理解をより一層深め、対策技術の導入を促進することが可能となる。

<業種別のページの見方>

情報提供・支援を行う上で知っておきたい各業種の特性は？：

各業種に対して情報提供を行う上で、基礎知識として知っておきたい、組織・経営形態上の特性、設備投資費・エネルギー費負担の構造、業界としての温暖化対策への意識・取組の実態を解説しています。

情報提供・支援のポイントは？：

特性をふまえ、各業種に情報提供・支援を行う上で特にポイントとなる点をまとめています。

具体的な情報提供・支援の方法は？：

具体的な情報提供・支援の方法や、活用できる国の補助・支援制度について解説しています。

情報提供・支援の機会は？：

情報提供・支援を行う機会について解説しています。

2.1 フランチャイズチェーン店

(1) コンビニエンスストア

情報提供・支援を行う上で知っておきたいコンビニエンスストアの特性は？

組織・経営形態上の特性は？

- ・フランチャイズ本部から加盟店に与えられる権利としては、商標等の名称使用权、本部の開発した商品・サービス・情報等、経営上のノウハウを使用する権利、本部から継続的に指導・援助を受ける権利、の三つがある。
- ・店舗の設備設計、設備管理、従業員教育等が本部において標準化・マニュアル化されており、これをもとに全店舗への指導が行われている。
- ・フランチャイズの中には加盟店（個人オーナー）及び直営店の2種類がある。本部では全店での省エネ施設の導入を判断するに際して、直営店で1年間テストデータを取得し、その効果を参考としている。大きな費用対効果が期待できる対策技術であれば、本部が積極的に導入を推奨する。

設備投資費・エネルギー費負担の構造は？

- ・基本的に、設備投資費、ランニングコストとも個々の店舗のオーナーが負担するケースが多い。本部は、設備ランニングも含めて個々の店舗への経営指導を行うこととなっている。ただし、チェーンによっては、設備投資費は店舗オーナーが、ランニングコストは本部が負担するケースもある。この場合、対策導入によるコストメリットを直接受けられない店舗オーナーにとっては、積極的に投資するインセンティブが生じにくいという問題がある。
- ・コンビニエンスストアは、本部とオーナーの契約が10年契約という比較的短期の契約となっている。そのため、1~3年程度で投資回収できる対策技術でなければ導入されにくい。
- ・コンビニエンスストアにおける設備更新周期は7~8年程度といわれている。
- ・エネルギー消費のほぼ100%が電気であることから、電力消費低減につながる対策の導入が必須である。コンビニエンスストアの場合、低圧電力（契約電力50kW未満）での契約が主であるが、最近では高圧電力（契約電力50kW以上2,000kW未満）での契約も見られる。

温暖化対策への意識・取組の実態は？

- ・基本的には、コスト意識が比較的高く、ショーケースの夜間温度を上げる、照明照度を下げる等の日常的対策等は既に実施している店舗が多い。ただし、チェーンによって意識・取組の程度には違いがある。
- ・売上増、顧客サービスの向上が重視されるため、個々の店舗オーナーにとっては、相当のコストメリットに結びつく等の理由がない限り、新たな設備に投資するインセンティブが生じにくい。

その他の関連情報

- ・チェーンによって環境への取組姿勢、本部と店舗オーナーの関係（費用負担の役割分担等）、店舗施設に対する考え方・マニュアル（例：照明照度の基準等）が異なる点に留意する必要がある。
- ・コンビニエンスストアでは、導入した設備のメーカーに対して故障時等に決められた時間内（30分以内等）で対応することを求めている場合が多く、メーカーのメンテナンス体制が重視される。



情報提供・支援のポイントは？

1. 本部を通じたチェーン全体での温暖化対策の水平展開を促す
2. コンビニエンスストアの新設の多い地域に着目する
3. 電力消費の低減につながり、投資回収年の短い対策技術の情報を提供する

具体的な情報提供・支援の方法は？

1. 本部を通じたチェーン全体での温暖化対策の水平展開を促す

- ・個々の店舗単位ではなく、フランチャイズ本部が地域単位等で温暖化対策に役立つ設備を一括購入するよう働きかける。個々の店舗に地域協議会事業等の補助・支援について周知し、本部に働きかけてもらうか、あるいは本部に直接働きかける。
- ・本部直営店に該当する店舗に対して、地域協議会事業等の補助・支援について周知し、モデル的・テストケース的な温暖化対策技術導入を支援する。
- ・本部が店舗の建築設備に関する標準設計マニュアルを作成する際、温暖化対策技術の導入推奨をマニュアルに組み込んでもらうよう働きかける。個々の店舗に地域協議会事業等の補助・支援について周知し、本部に働きかけてもらうか、あるいは本部に直接働きかける。

2. コンビニエンスストアの新設の多い地域に着目する

- ・主要幹線道路沿道等、コンビニエンスストアの開店・閉店周期が短く、新設の多い地域にあらかじめ着目し、例えば、建築確認申請手続きの機会等を捉えて、新設時に導入可能な温暖化対策技術に関する情報提供を行い、導入を促進する。
- ・既設店に対しては、店舗改装等のタイミングを利用した設備更新を促す。

3. 電力消費の低減につながり、投資回収年の短い対策技術の情報を提供する

- ・コンビニエンスストアのエネルギー消費のほぼ 100%が電力消費であること、本部と店舗オーナーの契約期間が短いことなどの事情をふまえ、特に、電力消費低減につながる対策技術（ショーケース関連、照明関連等）投資回収年の短い対策技術に関する情報を積極的に提供する。
- ・高圧電力契約は事業者にとってコスト面で負担となる。例えば、コージェネ導入により、コストダウン（高圧電力契約の回避）と省エネの双方が可能になる等の情報を提供する。

4. その他

- ・温暖化対策に役立つ設備導入と併せて、ソフト的な取組（適正な設備運用、省エネ実践活動、省エネ効果のモニタリング等）と組み合わせるよう情報提供・支援を行う。
- ・チェーン間での温暖化対策への意識・取組の格差をなくし、業界全体として積極的に取り組むよう、地域レベルの商工会の場等を通じて働きかける。
- ・先進的な取組を行っているコンビニエンスストアを、マスコミ等を通じて広く公表・PR する。

情報提供・支援の機会は？

- ・個々のコンビニエンスストアとの接触の機会、商工会等との接触の機会
- ・建築関連部局の窓口において、コンビニエンスストアの建築確認申請手続きを行う機会
- ・地域レベルで環境施策、温暖化対策の推進を担う協働組織（地域協議会等）の会合の場
- ・都道府県センターが地球温暖化防止活動推進員に対して行う研修事業の場
- ・都道府県センターが事業者等に対して行う普及啓発事業の場

(2) ファーストフード・ファミリーレストラン

情報提供・支援を行う上で知っておきたいファーストフード・ファミリーレストランの特性は？

組織・経営形態上の特性は？

- ・フランチャイズ本部から加盟店に与えられる権利としては、商標等の名称使用权、本部の開発した商品・サービス・情報等、経営上のノウハウを使用する権利、本部から継続的に指導・援助を受ける権利、の三つがある。
- ・店舗の設備設計、設備管理、従業員教育等が本部において標準化・マニュアル化されており、これをもとに全店舗への指導が行われている。
- ・フランチャイズの中には加盟店（個人オーナー）及び直営店の2種類がある。本部では全店での省エネ施設の導入を判断するに際して、直営店で1年間テストデータを取得し、その効果を参考としている。大きな費用対効果が期待できる対策技術であれば、本部が積極的に導入を推奨する。

設備投資費・エネルギー費負担の構造は？

- ・基本的に、設備投資費、ランニングコストとも個々の店舗のオーナーが負担するケースが多い。
- ・エネルギー消費の多くが電気によるものであることから、電力消費低減につながる対策の導入が必須である。ファーストフード・ファミリーレストランの場合、業務用電力（契約電力50kW以上）での契約が主であるが、低圧電力（契約電力50kW未満）での契約も見られる。
- ・厨房設備は、設備の使用による劣化が激しいため、リース・レンタルでの利用はあまりなく、購入するケースがほとんどである。

温暖化対策への意識・取組の実態は？

- ・基本的には、コスト意識が高く、設備導入に際しては、特にランニングコスト低減及び商品の品質確保が最重要視される。したがって、1~2年で投資回収可能なコストメリットの大きい省エネ対策技術は、既に自主的に導入されているケースが多い。商品の特性に合い、かつ効率化を図った厨房用の専用機を独自に開発して使用する例も多い。
- ・フランチャイズ系飲食店の特徴として、アルバイト等の雇用が多いため、誰が使用しても同レベルの商品品質が確保できるような専用機が求められる傾向がある。
- ・省エネ型空調設備・換気設備等の適正な運用方法が、現場で正しく理解されていないために、十分な省エネ効果が発揮されないケースがある。
- ・売上増、顧客サービスの向上が重視されるため、個々の店舗オーナーにとっては、相当のコストメリットに結びつく等の理由がない限り、新たな設備に投資するインセンティブが生じにくい。

その他の関連情報

- ・チェーンによって環境への取組姿勢、本部と店舗オーナーの関係（費用負担の役割分担等）、店舗施設に対する考え方・マニュアル（例：照明照度の基準等）が異なる点に留意する必要がある。
- ・ファミリーレストランは、近年増えている飲食店の形態ではあるが、飲食店全体に占める割合は店舗数で数%程度である。飲食店のほとんどは、オーナーが数店舗を所有・経営する形態の店、個人の店、食堂等によって占められており、これらの店舗に対する情報提供・支援も必要である。
- ・ファミリーレストランでは導入した設備のメーカーに対して故障時等に決められた時間内（2時間以内等）で対応することを求めている場合が多く、メーカーのメンテナンス体制が重視される。



情報提供・支援のポイントは？

1. 本部を通じたチェーン全体での温暖化対策の水平展開を促す
2. ファーストフード・ファミリーレストランの新設の多い地域に着目する
3. 商品品質・独自性を保ちつつ省エネ可能な対策技術の開発・導入を支援する

具体的な情報提供・支援の方法は？

1. 本部を通じたチェーン全体での温暖化対策の水平展開を促す

- ・個々の店舗単位ではなく、フランチャイズ本部が地域単位等で温暖化対策に役立つ設備を一括購入するよう働きかける。個々の店舗に地域協議会事業等の補助・支援について周知し、本部に働きかけてもらうか、あるいは本部に直接働きかける。
- ・本部直営店に該当する店舗に対して、地域協議会事業等の補助・支援について周知し、モデル的・テストケース的な温暖化対策技術導入を支援する。
- ・本部が店舗の建築設備に関する標準設計マニュアルを作成する際、温暖化対策技術の導入推奨をマニュアルに組み込んでもらうよう働きかける。個々の店舗に地域協議会事業等の補助・支援について周知し、本部に働きかけてもらうか、あるいは本部に直接働きかける。

2. ファーストフード・ファミリーレストランの新設の多い地域に着目する

- ・主要幹線道路沿道等、ファーストフード店等の開店・閉店周期が短く、新設の多い地域にあらかじめ着目し、例えば、建築確認申請手続きの機会等を捉えて、新設時に導入可能な温暖化対策技術に関する情報提供を行い、導入を促進する。
- ・既設店に対しては、店舗改装等のタイミングを利用した設備更新を促す。

3. 商品品質・独自性を保ちつつ省エネ可能な対策技術の開発・導入を支援する

- ・商品の品質（味）が特に重視されること、商品特性に合った高効率な専用機を独自に開発する例もあること等の事情をふまえ、商品の品質・独自性を保ちつつ、温暖化対策にも役立つ設備について、ファーストフード店等とメーカーによる共同開発を支援し、その導入を促進する。
- ・ファーストフード店等のエネルギー消費の多くが電力によるものであることから、特に、電力消費低減につながる対策技術（空調設備、換気設備等）に関する情報を積極的に提供する。

4. その他

- ・温暖化対策に役立つ設備導入と併せて、ソフト的な取組（適正な設備運用、省エネ実践活動、省エネ効果のモニタリング等）と組み合わせるよう情報提供・支援を行う。
- ・チェーン間での温暖化対策への意識・取組の格差をなくし、業界全体として積極的に取り組むよう、地域レベルの商工会の場等を通じて働きかける。
- ・先進的な取組を行っているファーストフード店等を、マスコミ等を通じて広く公表・PRする。

情報提供・支援の機会は？

- ・個々のファーストフード・ファミリーレストランとの接触の機会、商工会等との接触の機会
- ・建築関連部局の窓口において、ファーストフード店等の建築確認申請手続きを行う機会
- ・地域レベルで環境施策、温暖化対策の推進を担う協働組織（地域協議会等）の会合の場
- ・都道府県センターが地球温暖化防止活動推進員に対して行う研修事業の場
- ・都道府県センターが事業者等に対して行う普及啓発事業の場

2.2 百貨店、スーパー等卸・小売業

情報提供・支援を行う上で知っておきたい百貨店・スーパー等の特性は？

組織・経営形態上の特性は？

- ・大手の百貨店・スーパーチェーン店は、店舗の設備設計、設備管理、従業員教育等が本社・本部において標準化・マニュアル化されており、これをもとに全店舗への指導が行われている。
- ・系列/グループ企業間でもマニュアル化や指導を行う等の可能性はあるが、その企業間の位置づけ・経理上の関係等により、関わり方の程度は異なる。

設備投資費・エネルギー費負担の構造は？

- ・設備投資費負担者、エネルギー費用負担者は、個別事例により異なる。
例：大手 A 百貨店が一つの店子として B 生命保険会社の所有する建物全体を借り、B から委託を受けた C 管理会社が管理する等。この場合、建物全体の空調設備はオーナーである B 生命保険会社が、付加的設備（照明等）は店子である A 百貨店が費用負担することが想定される。また、エネルギー費用は A 百貨店が支払う。
- ・電力と水はテナントも含め建物全体で 1 契約（メーターが一つ）とするケースが比較的多く、テナントに対して個別に請求する。ガスはテナントとメーターを分けた個別契約のケースが多い。
- ・業務用電力契約、高圧電力契約のケースが多い。特別高圧電力契約はインシヤルコストが高くなり（1 億～数億円程度）地方ほどコストは増すため、事業者側の回避策としてコージェネレーション導入を図る例がある（ただし電力会社との契約において弾力的運用が成り立つケースもある）。
- ・スーパーでの電力契約規模と店舗面積の関係の目安は、概ね店舗面積（坪）×0.3kW であり、特別高圧電力（契約電力 2,000kW 以上）以上となる店舗面積は約 2 万 m² 程度と想定される。
- ・大手スーパー等では、ショーケース等は、購入ではなく、ほぼ買い取りに近い形でのリース契約（5～8 年間）で導入しているケースが多い。これは、設備の技術革新が激しいことによる。
- ・導入設備の決定に際し、経費削減だけでなく売上増に結びつくことが重要視される（営業サイドの意向が強い）。
- ・テナントには一般的テナント（工事、エネルギー費用負担共にテナント）のほか、消化テナント（工事、エネルギー費用負担者はスーパー等で、商品・スタッフのみ別会社が入る）がある。最近では、スーパー等が消化テナントに対してもエネルギー費用負担を自社分と切り分けるケースがあり、これはテナント側にコスト削減努力（省エネ努力）を促す効果がある。消化テナント側もテナント料への光熱費の一律上乗せを避け、エネルギー費用の自己負担を受け入れる場合がある。
- ・ISO14001 認証取得店では、テナントにも法規制に基づく必要な取組（水質規制の遵守等）を要請している場合があり、ISO14001 を通じた形での連携の可能性はある。

温暖化対策への意識・取組の実態は？

- ・大型店は省エネ法のエネルギー管理指定工場に該当することや、コスト削減の観点等から、温暖化対策技術投資へのインセンティブがあり、既に積極的に取り組まれているケースが多い。
- ・小型店は省エネ法の対象に該当しないこと、扱う絶対額が小さく、設備投資資金の捻出が困難であることから対応が遅れがちである。中にはあらかじめ短期間で撤退も可能なように安価な設備施工を行う店舗があり、その場合には省エネ型設備投資へのインセンティブが生じにくい。
- ・省エネ型空調設備・換気設備等の適正な運用方法が、現場で正しく理解されていないために、十

分な省エネ効果が発揮されないケースがある。

その他の関連情報

- ・店舗の規模・種類によって、エネルギー消費特性は大きく異なるため、各々の店舗で最も大きいエネルギー需要が何であるかをふまえて対策を講じることが重要となる。
- ・大規模小売店舗立地法では店舗面積 1,000m²以上の店舗が対象となる。店舗面積には、テナント部分は含まれるが、飲食店部分、バックヤード（飲食店厨房等を含む）駐車場は含まれない。
- ・省エネ法（特定建築物）では延べ床面積 2,000m²以上の施設が対象となる。延べ床面積には、飲食店部分、バックヤード（飲食店厨房等を含む）駐車場は含まれるが、テナントは含まれない。
- ・1万坪（3.3万 m²）程度の規模のスーパーでは、概ねその半分以上がテナントに占められている。



情報提供・支援のポイントは？

1. 大型店本部を通じたチェーン全体での温暖化対策の水平展開を促す
2. 小型店への情報提供・普及啓発や、自治体融資制度の活用等を促す
3. テナントも含めた一体的な温暖化対策を促す

具体的な情報提供・支援の方法は？

1. 大型店本部を通じたチェーン全体での温暖化対策の水平展開を促す

- ・大手の百貨店、スーパーチェーン店では、個々の店舗単位ではなく、チェーン本部等が地域単位等で温暖化対策に役立つ設備を一括購入するよう働きかける。個々の店舗に地域協議会事業等の補助・支援について周知し、本部に働きかけてもらうか、あるいは本部に直接働きかける。
- ・本部が店舗の建築設備に関する標準設計マニュアルを作成する際、温暖化対策技術の導入推奨をマニュアルに組み込んでもらうよう働きかける。個々の店舗に地域協議会事業等の補助・支援について周知し、本部に働きかけてもらうか、あるいは本部に直接働きかける。

2. 小型店への情報提供・普及啓発や、自治体融資制度の活用等を促す

- ・新設される小型店に対しては、例えば、建築確認申請手続きの機会等を捉えて、比較的イニシャルコストが小さく、省エネ効果に優れる温暖化対策技術（高効率照明、インバータ等）やこれによるコストダウン効果、関係団体等に関する情報提供を行い、導入を促進する。
- ・既設の小型店に対しても、商工会等を通じて、店舗改装等のタイミングを利用した設備更新が効果的であることを周知し、同様に温暖化対策技術に関連する情報提供を行い、導入を促進する。
- ・温暖化対策技術の導入に際して資金調達が困難な小型店に対しては、温暖化対策に役立つ機器のレンタル事業の活用、既存の自治体融資制度等の活用等について情報提供を行う。
- ・自治体による独自の融資制度等を創設し、小型店への周知を図り、対策技術導入を促す。

3. テナントも含めた一体的な温暖化対策を促す

- ・百貨店や大型スーパー等では、建物の中でテナントの占める面積が大きいことから、ISO14001等に基づく環境配慮の取組の一環として、テナントも含めた建物全体での一体的な温暖化対策に取り組むよう働きかける。また、テナントに対してコスト削減努力（省エネ努力）を促し得るようなエネルギー費用負担のあり方（共益費形式ではなく、実費負担形式等）を検討するよう、百貨店・スーパー等に働きかける。

4. その他

- ・店舗規模・種類によるエネルギー消費特性の違いを考慮して情報提供を行う。百貨店や大型スーパーであれば照明機器や空調機器、小型で食品を扱う店舗等であれば冷凍冷蔵機器等で、温暖化対策に役立つ省エネ型機器に関する情報を積極的に提供する。
- ・特別高圧電力契約は事業者にとってコスト面で負担となる。例えば、コージェネ導入により、コストダウン（特別高圧電力契約の回避）と省エネの双方が可能になる等の情報を提供する。
- ・温暖化対策に役立つ設備導入と併せて、ソフト的な取組（適正な設備運用、省エネ実践活動、省エネ効果のモニタリング等）と組み合わせるよう情報提供・支援を行う。
- ・先進的な取組を行っている百貨店・スーパー等を、マスコミ等を通じて広く公表・PRする。

情報提供・支援の機会？

- ・個々の百貨店・スーパー等との接触の機会、商工会等との接触の機会
- ・建築関連部局の窓口において、百貨店・スーパー等の建築確認申請手続きを行う機会
- ・地域レベルで環境施策、温暖化対策の推進を担う協働組織（地域協議会等）の会合の場
- ・都道府県センターが地球温暖化防止活動推進員に対して行う研修事業の場
- ・都道府県センターが事業者等に対して行う普及啓発事業の場

2.3 事務所ビル

情報提供・支援を行う上で知っておきたい事務所ビルの特性は？

組織・経営形態上の特性は？

- ・基本的に、自社ビルと、各種テナントが入居している雑居ビルとで特性は大きく異なる。
- ・自社ビルの場合、ビルの所有者、維持管理者、ユーザーが一致しているが、雑居ビルの場合、所有者（オーナー）、維持管理者（管理会社）、ユーザー（テナント）が一致していない。
- ・大手のビル会社では、ビルオーナーが複数のビルを所有・経営している。

設備投資費・エネルギー費負担の構造は？

- ・自社ビルの場合、設備投資費負担者、エネルギー費用負担者は、共にビル所有者である。
- ・雑居ビルの場合、設備投資費負担者はビル所有者で、エネルギー費用負担者はテナントである。ただし、設備投資費に関しては、二次側空調等は、以下の例のようなオーナーの選択基準に基づき、テナントが負担する場合もある。

例：設備に関する賃貸契約時の工事区分

- A 工事：オーナーが費用負担・設計施工
- B 工事：テナントが費用負担、オーナーが設計施工
- C 工事：テナントが費用負担・設計施工、オーナーが設計関係書類承認・工事監理

また、エネルギー費用に関しては、テナント側の支払い形態に以下の2通りがある。

1. 共益費の一部として支払う（ m^2 あたり賃料の10%以下等）
 2. テナント別メーター取り付けにより実費を支払う
- ・事務所ビルでは、業務用電力契約、高圧電力契約の場合が多い。特別高圧電力契約はイニシャルコストが高くなり（1億～数億円程度）、地方ほどコストは増すため、事業者側の回避策としてコージェネレーション導入を図る例がある。

温暖化対策への意識・取組の実態は？

- ・大規模なビルは省エネ法のエネルギー管理指定工場に該当することや、コスト削減の観点等から、温暖化対策技術投資へのインセンティブがあり、既に積極的に取り組まれているケースが多い。
- ・小規模なビルは省エネ法の対象に該当せず、エネルギー管理員の選任等が義務づけられていないため、対応が遅れがちである。ESCO事業を実施しようとしても、ビルの経営状況によっては銀行の与信が通りにくいケースがある。
- ・自社ビルにおいては、雑居ビルに比べて省エネルギーを自社のコストダウンの一方策として捉え、取り組まれているケースが多い。その意味では、雑居ビルに比べて、オーナーの意思の下でコストダウンのための「我慢型省エネ」が可能である。また、温暖化対策技術への投資やESCO事業導入の判断は、その事業規模の大きさにもよるが、オーナーの意識・姿勢に左右される面が強い。
- ・雑居ビルにおいては、省エネ設備を実際に利用したり、省エネ行動を実践したりする主体（テナント）と、省エネ設備を導入する主体（オーナー）が異なる等の事情があり、オーナーの一存では温暖化対策技術への投資を決定し難い。また、雑居ビルは、各々のテナントの売上や顧客サービスの質が重視されるため、オーナーが自社ビルのような「我慢型省エネ」をテナントに対して要請し難い。さらに、「エネルギー費用はテナントから徴収する」との前提から、エネルギー費用のコストダウンそのものに対してオーナーの関心が低いケースも想定される。

- ・ビル所有者が大手企業で、多様な事業展開を図っている場合には、企業イメージ向上のためにも環境配慮の一環として省エネルギー・温暖化対策等に積極的に取り組んでいることが多い。一方、業態がビル経営のみに特化している場合には、オーナーが省エネルギー・温暖化対策等に関心を持ちにくく、このようなオーナーへの情報提供の機会も不足している。

その他の関連情報

- ・事務所ビルは、オーナーとユーザーの関係による区分（自社ビル／雑居ビル）とは別に、建物用途による区分（事務所専用ビル／店舗併用ビル）もある。これらの関係としては、雑居 - 店舗併用型が最も多いパターンと想定され、次いで、雑居 - 事務所専用型、自社 - 事務所専用型等のパターンが見られる。自社ビルで店舗併用のものは比較的少ない例である。
- ・ビル全体のエネルギー消費量、個々の設備毎のエネルギー消費量等の実態が把握できていないケースが多い。ビルのエネルギー消費実態の計測・評価には、数多くのメーターを取り付ける必要があり、相当の資金と労力が必要となる。
- ・新設ビルで最新の温暖化対策技術・システムが導入されても、現場の設備管理者の知識・運転技術レベルが十分ではないために、十分な省エネ効果が発揮されないケースがある。



情報提供・支援のポイントは？

- 1．ビル会社本部を通じた系列ビル全体での温暖化対策の水平展開を促す
- 2．小規模ビルへの情報提供・普及啓発や、自治体融資制度の活用等を促す
- 3．雑居ビルにおけるテナントも含めた一体的な温暖化対策を促す

具体的な情報提供・支援の方法は？

1．ビル会社本部を通じた系列ビル全体での温暖化対策の水平展開を促す

- ・系列ビルに属する事務所ビルでは、個々のビル単位ではなく、本部等が地域単位等で温暖化対策に役立つ設備を一括購入するよう働きかける。個々のビルに地域協議会事業等の補助・支援について周知し、本部に働きかけてもらうか、あるいは本部に直接働きかける。
- ・複数ビルを所有・経営するビル会社オーナーが、温暖化対策技術の導入推奨を組み込んだビルの建築設備標準設計マニュアルを作成するよう働きかける。個々のビルに地域協議会事業等の補助・支援について周知し、ビルオーナー、本部機能を持つ組織に働きかけてもらうか、あるいは直接ビルオーナー、本部機能を持つ組織等に働きかける。

2. 小規模ビルへの情報提供・普及啓発や、自治体融資制度の活用等を促す

- ・新設される小規模ビルに対しては、例えば、建築確認申請手続きの機会等を捉えて、比較的イニシャルコストが小さく、省エネ効果に優れる温暖化対策技術（高効率照明、インバータ等）やこれによるコストダウン効果、関係団体等に関する情報提供を行い、導入を促進する。
- ・既設の小規模ビルに対しても、当該地域のビルメンテナンス協会、建築関連協会等を通じて、設備更新時等のタイミングを利用した導入が効果的であることを周知し、同様に温暖化対策技術に関連する情報提供を行い、導入を促進する。
- ・温暖化対策技術の導入に際して資金調達が困難な小規模ビルに対しては、温暖化対策に役立つ機器のレンタル事業の活用、既存の自治体融資制度等の活用等について情報提供を行う。
- ・自治体による独自の融資制度等を創設し、小規模ビルへの周知を図り、対策技術導入を促す。

3. 雑居ビルにおけるテナントも含めた一体的な温暖化対策を促す

- ・雑居ビルでは、テナントに対して施設運用面での工夫を促す等、テナントも含めた建物全体での一体的な温暖化対策に取り組むようビルオーナーに働きかける（例えば、各テナントに営業時間をできるだけビル全体で同一時間帯となるような営業時間設定を依頼する等。営業時間の同一化は効率的空調につながる）。
- ・テナントに対してコスト削減努力（省エネ努力）を促し得るようなエネルギー費用負担のあり方（共益費形式ではなく実費負担形式等）を検討するよう、雑居ビルのオーナー等に働きかける。

4. その他

- ・ビルのエネルギー消費量、建築物構造、エネルギー消費に関わる事業形態等を調査・診断し、どのような温暖化対策を行うべきか助言等を行う地域協議会の温暖化対策診断事業に関して、ビルオーナーに周知し、エネルギー消費実態の把握を促進する。
- ・ビルメンテナンス協会、建築関連協会等を通じて、温暖化対策技術や ESCO 事業等についての基礎的情報を提供し、業界全体としての意識向上を図る。
- ・特別高圧電力契約は事業者にとってコスト面で負担となる。例えば、コージェネ導入により、コストダウン（特別高圧電力契約の回避）と省エネの双方が可能になる等の情報を提供する。
- ・温暖化対策に役立つ設備導入と併せて、ソフト的な取組（適正な設備運用、省エネ実践活動、省エネ効果のモニタリング等）と組み合わせるよう情報提供・支援を行う。
- ・先進的な取組を行っているビル会社、ビルオーナー等を、マスコミ等を通じて広く公表・PR する。

情報提供・支援の機会とは？

- ・事務所ビルオーナー等との接触の機会、ビル管理会社等との接触の機会
- ・特に、当該地域において複数ビルを所有・経営するような大手ビル会社オーナーとの接触の機会
- ・建築関連部局の窓口において、事務所ビルの建築確認申請手続きを行う機会
- ・地域レベルで環境施策、温暖化対策の推進を担う協働組織（地域協議会等）の会合の場
- ・都道府県センターが地球温暖化防止活動推進員に対して行う研修事業の場
- ・都道府県センターが事業者等に対して行う普及啓発事業の場

2.4 ホテル・旅館

情報提供・支援を行う上で知っておきたいホテル・旅館の特性は？

組織・経営形態上の特性は？

- ・ビジネスホテル、観光地等のリゾートホテル・旅館、宴会場等のある総合ホテル(シティホテル)等に大別される。
- ・組織形態は企業により異なるが、大手ホテルの場合には、本部直営ホテル、フランチャイズ式の個人オーナーホテル等によって構成される場合がある。

設備投資費・エネルギー費負担の構造は？

- ・設備投資費負担者、エネルギー費用負担者は、個別事例により異なる。
例：大手 A ホテルが一つの店子として B 生命保険会社の所有する建物全体を借り、B から委託を受けた C 管理会社が管理する等。この場合、建物全体の空調設備はオーナーである B 生命保険会社が、付加的設備(照明等)は店子である A ホテルが費用負担することが想定される。また、エネルギー費用は A ホテルが支払う。
- ・本部直営ホテルでは、設備投資費を本部が負担することが多い。個人オーナーホテルでは、オーナーが負担、あるいは本部とオーナーで折半することが多い。また、エネルギー費用は、基本的に個々のホテル毎に負担することが多い。
- ・一般的な総合ホテル等は、高圧電力契約の場合が多い(大手ホテルの場合は特別高圧、民宿等の場合は低圧電力契約が多い)。高圧、特別高圧電力契約はイニシャルコストが高くなり、地方ほどコストは増すため、事業者側の回避策としてコージェネレーション導入を図る例がある。

温暖化対策への意識・取組の実態は？

- ・大規模ホテルは省エネ法のエネルギー管理指定工場に該当することや、コスト削減の観点等から、温暖化対策技術投資へのインセンティブがあり、既に積極的に取り組まれているケースが多い。
- ・小規模ホテルは省エネ法の対象に該当せず、エネルギー管理員の選任等が義務づけられていないため、対応が遅れがちである。ESCO 事業を実施しようとしても、ホテルの経営状況によっては銀行の与信が通りにくいケースがある。
- ・大手ホテル系列であっても、個人オーナーホテルの場合には、小規模ホテルと同様であり、投資の採算性やもとのエネルギー消費の少なさ等の点から、ほとんど温暖化対策は実施されていない。
- ・ビジネスホテルは、省エネ法の第二種エネルギー管理指定工場にはほとんど該当しない。総合ホテルでも 40~50 室程度以下であれば、ほとんど該当しない。
- ・ホテルは 24 時間 365 日の営業のため、客室のエネルギー消費の制御が重要となる。大手ホテルでは、照明・空調等のタイマー制御、インバータ、コージェネレーション、BEMS 等が導入されている。また、小規模ホテルでは、最近では、部屋の鍵による空調・照明の ON・OFF を行う仕組が導入されている例が多い。

その他の関連情報

- ・特にリゾートホテル等では、客へのサービスに関わる部分のエネルギー消費の低減が困難である。
- ・客の宿泊時のエネルギー消費より、従業員による客室清掃時のエネルギー消費(給湯等)の方が大きい傾向がある。



情報提供・支援のポイントは？

- 1．大手ホテル本部を通じたチェーン全体での温暖化対策の水平展開を促す
- 2．小規模ホテルへの情報提供・普及啓発や、自治体融資制度の活用等を促す
- 3．ホテル従業員の協力による日常的な温暖化対策を促す

具体的な情報提供・支援の方法は？

1．大手ホテル本部を通じたチェーン全体での温暖化対策の水平展開を促す

- ・大手ホテル会社に属するホテルでは、個々のホテル単位ではなく、本部等が地域単位等で温暖化対策に役立つ設備を一括購入するよう働きかける。個々のホテルに地域協議会事業等の補助・支援について周知し、本部に働きかけてもらうか、あるいは本部に直接働きかける。
- ・本部直営ホテルに該当するホテルに対して、地域協議会事業等の補助・支援について周知し、モデル的・テストケース的な温暖化対策技術導入を支援する。
- ・本部がホテルの建築設備に関する標準設計マニュアルを作成する際、温暖化対策技術の導入推奨をマニュアルに組み込んでもらうよう働きかける。個々のホテルに地域協議会事業等の補助・支援について周知し、本部に働きかけてもらうか、あるいは本部に直接働きかける。

2．小規模ホテルへの情報提供・普及啓発や、自治体融資制度の活用等を促す

- ・新設される小規模ホテルに対しては、例えば、建築確認申請手続きの機会等を捉えて、比較的イニシャルコストが小さく、省エネ効果に優れる温暖化対策技術（高効率照明、インバータ等）やこれによるコストダウン効果、関係団体等に関する情報提供を行い、導入を促進する。
- ・既設の小規模ホテルに対しても、当該地域の観光宿泊施設協会等を通じて、設備更新時等のタイミングを利用した導入が効果的であることを周知し、同様に温暖化対策技術に関連する情報提供を行い、導入を促進する。
- ・温暖化対策技術の導入に際して資金調達が困難な小規模ホテルに対しては、温暖化対策に役立つ機器のレンタル事業の活用、既存の自治体融資制度等の活用等について情報提供を行う。
- ・自治体による独自の融資制度等を創設し、小規模ホテルへの周知を図り、対策技術導入を促す。

3．ホテル従業員の協力による日常的な温暖化対策を促す

- ・直接的にお客の快適性に関わらないエネルギー消費で、設備運転方法の工夫、従業員の意識改善等により低減され得る部分もあることから、設備管理者だけではなく、ホテル従業員の協力による全員参加型の取組を促す。
- ・例えば、客室清掃等においては、従業員に対して、節水・低負荷型の清掃方法（浴槽清掃にアルコール消毒を用いる等）を周知する、お客の利用していない部屋・宴会場でこまめな節電対策を行う等の取組を働きかける。

4. その他

- ・観光宿泊施設協会、ホテル・旅館組合、商工会等を通じて、温暖化対策技術や ESCO 事業等についての基礎的情報を提供し、業界全体としての意識向上を図る。
- ・特別高圧電力契約は事業者にとってコスト面で負担となる。例えば、コージェネ導入により、コストダウン（特別高圧電力契約の回避）と省エネの双方が可能になる等の情報を提供する。
- ・温暖化対策に役立つ設備導入と併せて、ソフト的な取組（適正な設備運用、省エネ実践活動、省エネ効果のモニタリング等）と組み合わせるよう情報提供・支援を行う。
- ・先進的な取組を行っているホテル・旅館等を、マスコミ等を通じて広く公表・PR する。

情報提供・支援の機会とは？

- ・個々のホテル・旅館関係者等との接触の機会、観光宿泊施設協会、ホテル・旅館組合、商工会等との接触の機会
- ・建築関連部局の窓口において、ホテル・旅館の建築確認申請手続きを行う機会
- ・地域レベルで環境施策、温暖化対策の推進を担う協働組織（地域協議会等）の会合の場
- ・都道府県センターが地球温暖化防止活動推進員に対して行う研修事業の場
- ・都道府県センターが事業者等に対して行う普及啓発事業の場