

環境配慮型店舗づくりの全てがわかる！

グリーン 店舗 最前線

さまざまな
ヒントが
ここに…

発行 **産業タイムズ社**

日本ケンタッキー・フライド・チキン(株)

最新空調機、冷機で省エネ化推進

【本社】〒150-8586 東京都渋谷区恵比寿南 1-15-1 JT 恵比寿南ビル Tel.03-3719-0231

【代表者】渡辺正夫

【資本金】72億9750万円

【URL】<http://japan.kfc.co.jp/>

全社員が「チームマイナス6%」に加入

日本ケンタッキー・フライド・チキン(株) (日本KFC)は、環境プロジェクトを発足させ省エネ活動を推進している。CO₂排出量削減目標数値の策定はこれからだが、2020年問題やCO₂削減に取り組み、全社員が「チームマイナス6%」に加入している。

5年で入れ替え

店舗における省エネへの取り組みは、消費電力の大半を占める冷蔵・冷凍機やエアコン

の最適化が大きなウエイトを占めるため、予算化をして定期的に老朽化した機器を入れ替えている。改装は、基本的には新品の設備を導入する。冷蔵庫については、閉店店舗で5年程度しか使っていないと転用するケースもある。

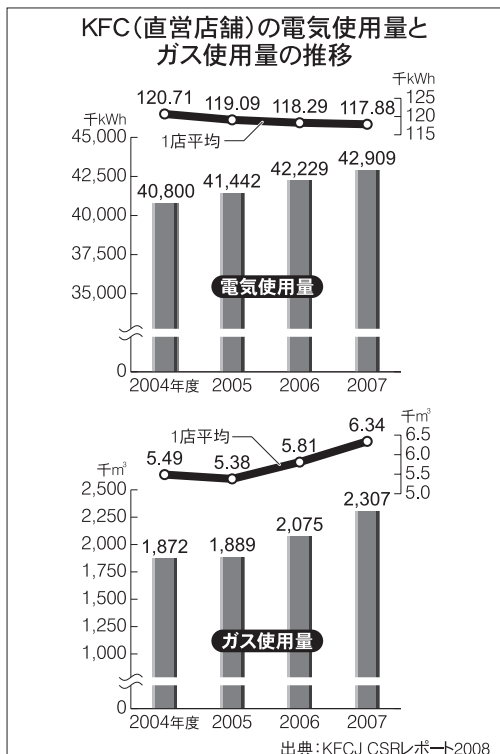
同社は、09年度に直営とフランチャイズ(FC)を合わせて35店の出店を計画している。平均して5年に1度は改装し、直営では年間40～50店に及ぶ。また、FC店は5年ごとの改装が義務化されている。

00年に冷蔵・冷凍倉庫がインバーター化され、以来、インバータータイプを積極的に導入し、直営は352店のうち、約半分の店舗にインバーター式を導入。FC店については、空調や冷機などの一部設備は同社の指定機器があるが、それ以外はFCオーナーに一任している。

また、空調機については最新機器の導入に加えて、空調負荷を軽減するために、遮熱塗装や遮熱フィルムを2～3店でテスト導入している。すでに、実験店での聞き取り調査を実施。現在、店舗から出たデータを分析し、稼働率や電気量の影響など数値化を進めているが、窓際にUVカット効果もある遮熱フィルムを採用したところ、西日側の席の稼働率が上がったという報告も出ている。

国産クッカーを開発

日本KFC店舗の9割がガス仕様の店舗であり、業務用季節別契約を締結し、コスト削減に努めている。厨房機器もガス式が中心。チ



キンの揚げ釜は、開業当初から輸入品を使用しているが、現在、国内メーカーと省エネ型クッカーの開発に着手している。省エネタイプのガスのパルス燃焼方式で、従来と比べて燃焼効率が高く約40%エネルギーを削減できる。試作機を2010年夏ごろに完成させ、同年秋ごろに店舗に導入し、店舗での検証を経て稼働させる計画だ。

オール電化店舗を拡大

ガス仕様が大半を占める同社店舗であるが、一方でオール電化店舗の研究も進めている。オール電化は熱を発しないため、ガス式と比較して厨房の温度がピーク時で15℃も異なるという。ランニングコストの点で優位性があるため、今後は新店については立地条件に応じてオール電化店舗への切り替えも検討している。現在直営では、オール電化店舗は関東、関西合わせて9店。09年12月にオープン予定の久米川店が10店目となる。

オール電化は、電化厨房割引を利用して建設コストを抑えている。高圧業務用電力店舗については、業務用休日高負荷電力Ⅱ型の電力の割引を利用している。

また、クッカー、フライヤー、給湯器、洗浄機など30kW以上の設備を一括し分電盤を別にする工事をする事で、電化厨房割引が受けられる。対象となる27店のうち、7店が完了しており、09年度中に残り20店を工事する。

なお、給湯器については、電気のエコキュートと、ガスのエコジョーズを使い分けている。現在、エコキュート導入店舗は4店で、補助金制度を活用しながら順次導入する。高圧店舗が対象で、ロードサイド型51店に、エコキュートのタイプⅠとタイプⅡをそれぞれ09年度に2店ずつ設置する計画となっている。エコジョーズも現在は20店に導入済みで、こちらも整備を進める。

設備メンテに注力

空調機器などは、定期的なメンテナンスが電力使用効率に大きく影響する。一方で、外部委託ではメンテナンス費用がかさむ。同社は、日常的なメンテナンスを自ら手がけることでコスト抑制を目指す。キーとなるのは、1000店を超える全店舗のうち、約7割を占めるFC店舗への指導だ。年1回、FC向けのワークショップを開催しているが、09年は各FCの営業責任者向けに、省エネや環境対策、冷蔵庫などの機械の取り扱いや、コンプレッサーのフィルター交換や機器の部品交換などを盛り込んだDVDを制作し、7月のワークショップで上映、さらにこれをDVDにまとめて配布していく予定である。

喫煙対策を徹底

客室内でも、様々な環境・省エネ対策を進めている。その1つが分煙対策。二オイ対策には、光触媒を採用している。触媒を噴霧器により霧状にして、部屋全体に噴霧して吸着させる。改装時には必ず導入しており、全店舗の半数で施工済み。そのほかに、ガラスパーティション、トルネックスやEバリアを導入し、気流制御による分煙を実施している。



オール電化店舗(KFC渋谷道玄坂店)

㈱遠藤照明

商業施設特化で培った製品開発力に強み

【本社】〒541-0053 大阪市中央区本町 1-6-19 Tel.06-6267-7095

【代表者】遠藤良三

【資本金】35億2900万円

【URL】<http://www.endo-lighting.co.jp/>

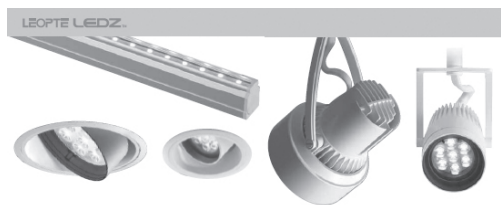
LED照明をメインの商材に

商業施設向け照明でシェア3割を握る㈱遠藤照明は、LED照明を今後のメイン商材として展開する。LED照明の取り扱いには業界最後発だが、この1年のLED照明の動向を慎重に見てきた結果、2009年夏からLED照明を本格始動することを決めた。

すでに納入実績も多数あり、環境省が主催する「平成20年度 省エネ照明デザインモデル事業」の採択12案件うち3案件に採用されている。マクドナルド港北ニュータウン中川店（横浜市都筑区）のすべての客席照明に、長崎稲佐山観光ホテル（長崎市）では一部の照明に同社のLED照明が採用された。

このノウハウを活かし、商業施設向けLED照明の拡販を進める。特に、アパレルショップや百貨店向けを主要ターゲットと位置づけている。09年7月には、LED照明の新製品を追加投入しており、ダウンライト、スポットライト、間接照明のラインアップを拡充して、顧客の求める様々なシーンに対応する準備が整った。

R-12シリーズは、メタルハライドランプ35Wのスポットライトと同等の明るさを得られる2配光で、3種類の光色を揃えた。特



09年夏に発売を開始したLED照明

に、商業空間で多く使われる温白色3500Kを用意している。

R-7シリーズは、ダイクロハロゲンランプと同等の明るさを持ち、LED特有のまぶしさを抑えた自然な光を特徴としている。高天井にも対応できるハイパワータイプのLEDダウンライトとして、ハロゲンおよびHIDランプからの置き換え需要を狙う。

注目度が高い製品は、LEDラインモジュールの「LED Connection Bar」だ。コンパクトな器具形状で、器具から天井面までの距離を抑えられる。間接照明用のLED化は比較的進んでいることから、同製品は発売前から引き合いが多いという。

調光機能を見送り価格を抑制

すべての新製品に共通する最大の特徴は、調光機能を搭載せずに価格を大幅に抑えたことだ。これにより、LED照明の課題であるイニシャルコストの低減を実現する。R-12シリーズのスポットライトの価格は4万8500円に設定し、競合他社との差別化を図る。

遠藤照明㈱照明計画研究所の佐々木直之氏は、「調光機能は使わなければ無駄になってしまう。『LED照明を導入したいが、価格が高いのがネック』という顧客の声を反映させたため、新製品にはあえて搭載していない」と語る。ただ、調光機能は、顧客の要望があれば特注品対応で搭載可能である。

「物の見え方には、光の質が大きく影響する。他社製品と比べて、レンズ技術に絶対的な自信がある。数値では表せない明りの美し

さと強さが、当社のLED照明の強みだ」(佐々木氏)と自信を見せる。

アパレル向けに自信 課題解決でスーパーにも照準

同社の主要顧客は、アパレル、百貨店、スーパー、ファーストフードなど。過去の実績から、特にアパレルショップのLED照明を使った演出に自信があるという。同社ショールームには、オールLED照明のアパレルショップと、ハロゲンランプなど従来の光源を使用したアパレルショップを展示している。

両店舗の天井付近に温度計を設置し、照明器具が発する熱による室内温度の違いも見せている。従来の光源と比べ、LED照明の店舗は2℃ほど温度が低く、照明自体の省エネはもちろん、空調費のコスト削減に貢献することも提案している。ショールームに訪れた顧客は、「爽やかな空間」や「意外と明るい」など好印象を持つケースが多いという。

「当社は、アパレルショップの演出では、他社に負けない自信がある。今後は、アパレルショップのスポットライトやダウンライトで、受注が拡大すると見ている。しばらくは、改装時の置き換え需要で、間接照明として納入するケースが多数となるだろう。しかし、LEDは技術革新が速く、演色性は1年前よりも格段に良くなっている。今後は、演色性をより向上させて、スーパーなど高い演色性を必要とする業種にも提案していきたい」(佐々木氏)と、さらなる拡販に意欲を見せる。

ウォーミングアップは終わった

照明器具メーカーとして、これまで各種光源を取り扱ってきた同社は、今後のLED照明について前向きな考えを持っている。

佐々木氏は、「LED照明のウォーミングアップは終わったと思っている。今後は“コ

ストが高い”とか“暗い”といったLED照明にまつわるイメージを払拭したい。しかし、現状の効率性では、まだまだ主照明にはなれない。しばらくは、蛍光灯が主照明の光源としてトップを走るだろう。今後、さらなる進化を遂げれば、LED照明が主照明となる日も来るだろう」と語る。

今後の製品開発について、置き換えばかりを意識するのではなく、LEDだからこそできる照明器具を作ることも重要であり、また安全な照明環境のために、LED照明に対する規制はある程度は必要だとしながらも、日本独自の規格を決めてしまうと、世界で通用しなくなる恐れもあるとする。佐々木氏は「世界に取り残されないような規格の設定と製品開発が、LED照明で勝ち抜くカギとなるだろう」と、世界を見据えた戦略の必要性を強調する。



すべての客席照明にLED照明を採用した
「マクドナルド港北ニュータウン店」



書 名グリーン店舗最前線
体裁・頁数B5 判 オフセット刷り 299 頁
定 価18,900 円（本体 18,000 円）、〒共