

環境新聞
ブックレット

シリーズ 3 Series 3



エネルギーの地平を切り拓く50人

地平を切り拓く“人”

10



省電舎社長

中村 健治（なかむら・けんじ）氏

リサイクルワンと資本提携

省エネから廃棄物処理まで

顧客のコスト削減を引き受ける

ESCO 専業として初の株式上場を果たした省電舎（東京都港区、03・3423・0004）は、廃棄物リサイクル支援企業のリサイクルワン（東京都渋谷区）との資本提携などで、廃棄物対策も含めた総合的な提案力を強化する。中村健治社長は、スピード感を重視した事業展開で生き残りを図る。

3社グループ化でコスト削減を一手に

二〇〇六年中にもリサイクルワンに出資し、資本関係を結ぶ。同社はインターネット上で廃棄物の取引市場を構築するなど、資源循環を支援している。昨年十二月から業務提携していたが、今後はより密接な協力関係とする。

一方で〇五年十一月には、ビルなど施設管理を代行する東京サポート社（東京都新宿区）を買収し、一〇〇%子会社とした。同社が管理を請け負う施設などに、省エネサービスの提供を進める。また同社のノウハウを生かし、施設管理全体のコスト削減提案も行えると判断した。

この三社のグループ化で、「省エネ対策と廃棄物対策、更に施設管理のコスト削減対策を同時に提案できる体制が整う。顧客のコスト削減を一手に引き受ける」（中村社長）のが狙いだ。

子供の頃からの趣味だったラジコンの製造販売会社を経営していたこともある。そこから省エネに軸足を移し、一九八六年に省電舎を設立。叩き上げの実戦派だ。二〇〇四年にはESCO 専業として初めて、東証マザーズに株式を上場した。

省エネ対策実績は約2900件

ESCO 市場は、大企業など多様な事業者が参入している。同社の強みは、「系列メーカー色を持たない自由さと、場数を踏んだ経験から来るスピード感」という。これまで省エネ対策の実績は約二九〇〇件に上る。これだけ実施するためには、事前調査は一万件はこなしているとのこと。「省エネに特化したスタッフなので、一物件当たり二〜三人で、一、二日で調査できる。経験を積んでいるので、費用対効果が高い部分のみを改善する」。

自社で製品開発も手掛ける。顧客からアイデアや課題を聞き、開発に直結する。工場は持たず、九割が海外委託生産だ。「省エネ効果の大きい商品を委託生産で作り、ユーザーに直接販売する。この方式で生き残れていると思う」。

蛍光灯センサーや無水小便器を拡販

これから本格的に拡販を進めるのが、蛍光灯の省エネに寄与する「エコステップセンサー」だ。人感センサーと照度センサーを組み合わせた。従来の蛍光灯は一台当たり約八五Wの消費電力とすると、人が不在または明るい実際の蛍光灯は消すか三三Wにし、その他の蛍光灯も標準設定を五五Wにすることで、七〇%の省エネが可能になるという。「人がいないからといって、電気を消して真っ暗にするのは印象が悪い。明るさを保ったまま省エネ効果を出すことを念頭に置いた」。一台ごとの設定変更や、既存の蛍光灯への取り付けも可能だ。

節水も重要な省エネ対策と位置付ける。オフィスビルの水利用の七〇%をトイレが占める中、男性用無水小便器や女性専用トイレ自動洗浄器などを展開、節水効果の大きさをアピールする。特に男性用は

「二三年前から普及を進め、認知度が向上してきた。今年から来年にかけて、一気に拡大するだろう」と大きな期待を寄せる。

「2006年5月17日付掲載」



エコステップセンサーの設定部分と取り付け例。