

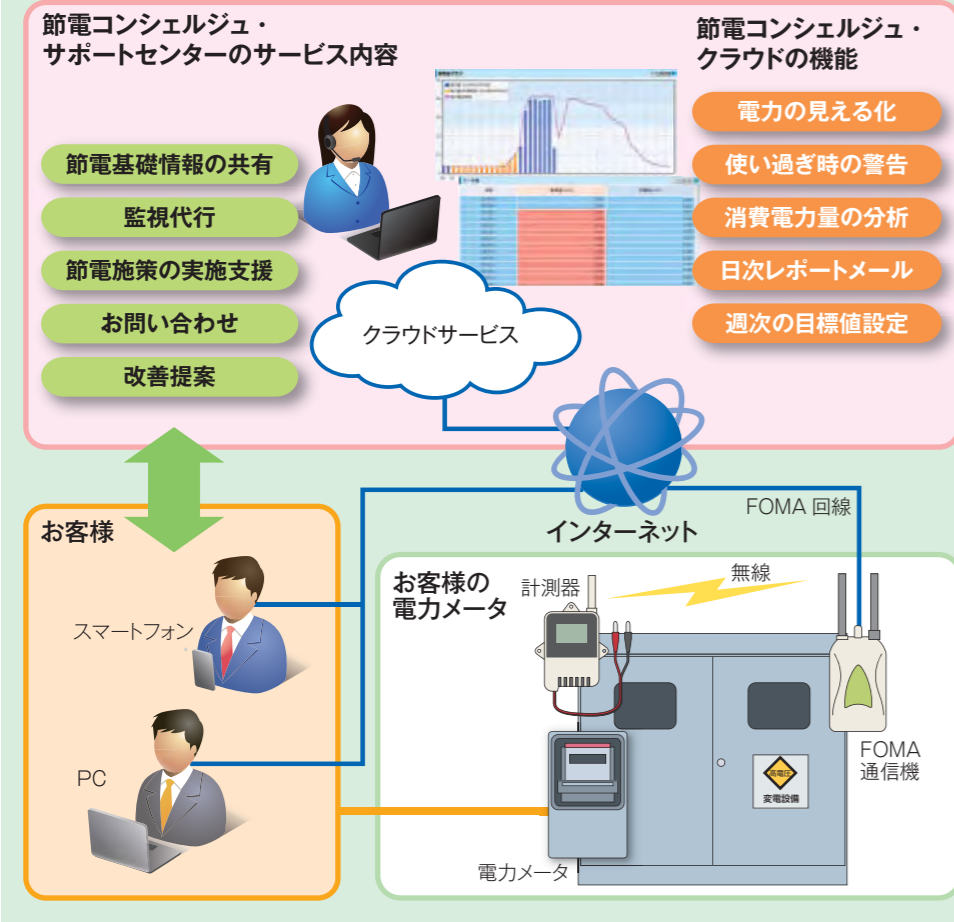
「節電コンシェルジュ」サービスの構成

◎サポートセンターによる節電のコンシェルジュサービス

～お客様の電力使用量を分析して注意を喚起します～

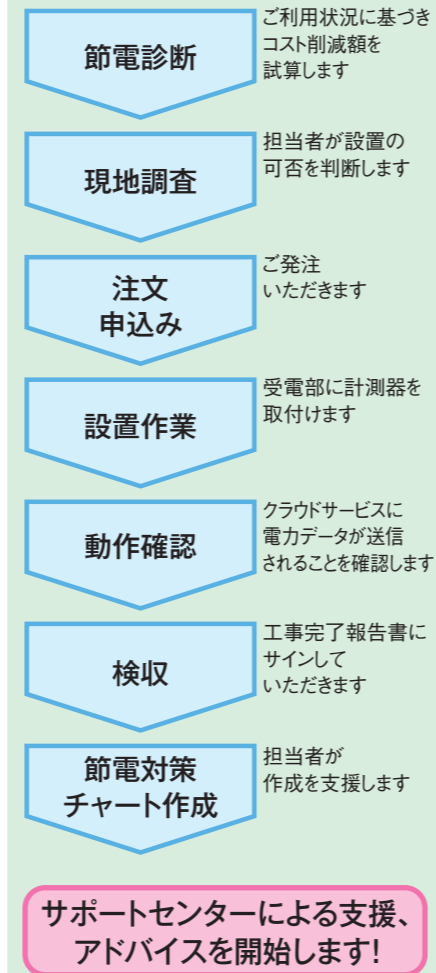
◎FOMA回線を利用して電力使用データを収集

～計測結果をクラウドサービスで見える化～



「節電コンシェルジュ」サービスご提供までの流れ

～節電診断および現地調査は、無償で実施いたします～



導入事例 セレモニアグループ様

成功体験から生まれた節電ソリューションを導入し 9ヶ月で170万円を超えるコストダウンを達成

Client Profile



株式会社セレモニア・ 有限会社佐野商店

冠婚葬祭業

従業員数:約500名(グループ全体)

所在地 : 川崎市川崎区銅管通1-1-1

創業 : 1967年6月

資本金 : 3,300万円

事業内容: <冠婚葬祭>

川崎市の各区内に自社会館を保有し、セレモニーの提供を実施。結婚式のトータルプロデュースはもちろん、七五三や成人式などの貸衣装や写真撮影も。

<互助会>

将来の冠婚葬祭のために備えることのできるシステムで。会員数は30万人以上。

<福祉>

居宅介護支援や訪問介護、デイサービス、介護付き有料老人ホーム、グループホームなどのサービスを提供。



人の節目を生涯に渡ってサポートする セレモニアグループの総合葬祭式場

創業から約50年、神奈川県川崎市を中心に、冠婚葬祭および福祉関連のビジネスを幅広く展開するセレモニアグループ。少子化・地域コミュニティの縮小化が進む中、「つながりのある温かい地域社会」を大切に、七五三や成人式、結婚式、介護、葬儀など、地域住民の方々のライフサイクルの節目を生涯にわたってサポートして、着実に成長を続けています。2015年11月、同グループの総合葬祭式場 アクイール塩浜では、毎月の運営コスト削減の対策の一つとしてキャノンの節電ソリューション『節電コンシェルジュ』を導入し、短期間で大きな成果を挙げました。さまざまなコストの中で、なぜ節電にフォーカスすることになったのか? ソリューション選びの決め手は? 詳しい背景や導入前後の変化などについて、今回のプロジェクトを主導した本社企画室の原田氏と、実際に施設で節電の取り組みを推進するアクイール塩浜副館長の矢澤氏、厨房担当の大野氏のお三方にお伺いしました。

●Canon、Canonロゴはキャノン株式会社の登録商標です。●本紙に記載されている会社名、商品名は、一般に各社の登録商標または商標です。●記載の内容は2016年12月現在のものです。●弊社の都合により予告なく変更させていただく場合がありますのでご了承ください。

製品に関する情報はこちらでご確認いただけます。



キャノン ホームページ

canon.jp/solution

キャノン 導入事例一覧

canon.jp/solution-case

●お求めは信用のある当社で

2016年12月現在

導入背景

01



株式会社セレモニア 有限会社佐野商店
企画室 原田 哲氏

施設として課題となっていた 毎月のコストの削減

葬祭式場や事業所など29拠点を運営するセレモニアグループでは、かねてから運営コストの削減が至上命題に。その対策の一つとして節電ソリューションを導入したのが、今回訪れた総合葬祭式場のアクイール塩浜と、クレッセ川崎の2拠点です。導入を指揮した企画室の原田氏は、次のように語ります。「ある時、全拠点の総経費を算出してみたところ、とんでもない数字が浮かび上がりました。今後より一層の飛躍を遂げていくためにも、それぞれがしっかりコスト意識を持って運営していかなければならないし、具体的に何らかの策を講じる必要に迫られていました。キャンノンから『節電コンシェルジュ』の提案を受けたのは、ちょうどそんな時でした。『節電コンシェルジュ』は、最先端の省エネ技術を取り入れ、もはや節電の余地はないと思われたキャンノンの自社ビルにおいて実に4割もの省エネを実現したノウハウから生まれたソリューションで、電気使用量を見える化するるとともに、サポートセンターから注意点や改善のためのアドバイスを受けられるというのがそのしくみです。「東日本大震災の後、省エネの機運が生まれ、当グループにも節電関連のサービスの売り込みが殺到していました。しかし、その多くは、ただ見える化するというだけのもの。それだけで本当に節電につながるのか、甚だ疑問に感じていました。そんな中、コンシェルジュによるサポートまでワンパッケージになっているキャンノンのサービスは、他とはまるっきり違ったものに見えたのです」。



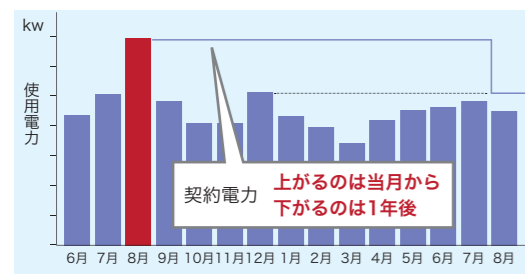
有限会社佐野商店 アクイール塩浜
副館長 矢澤 誠一氏



有限会社佐野商店 仕出し料理平安
課長代理 大野 良宏氏

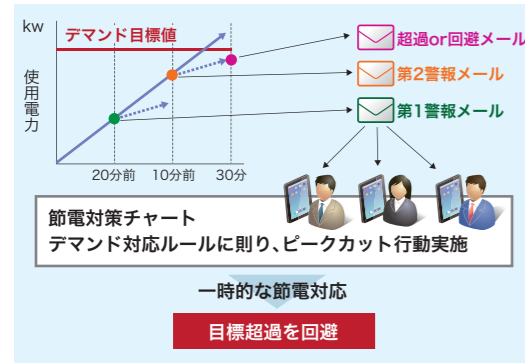
■基本料金の決まり方

契約電力は、当月を含む過去1年間を振り返り、その中の最大を出した月の電力が採用されます。



■基本料金の削減提案

目標値を超過しそうになると、事前にメールで警報を発信



02

選定理由

節電を効果的に行うために 必要だったプロのサポート

原田氏としても、数ある経費の中で最も削減効果が高いと考えていたのが電気でした。というのも、葬祭式場は基本的に24時間365日フル稼働し続けており、特にオール電化を導入しているアクイール塩浜では、少しの取り組みが多大な効果につながるかもしれないと大きな可能性を感じていたそうです。「これは私もキャンノンさんからの提案を受けて知ったことですが、電気の基本料金は過去1年間で最も電力量を消費した30分間の電力量で決まるんですね。つまり、日頃から使用量を少なくするとともに、できるだけピークを抑える工夫もする必要があります。ただ、普段の使用量を削減できていれば、自ずと全体の高さは低くなりますし、その上でポンと出るぶんには従来のピークと比べてぜんぜん高さが違うんですね。とにかくわかったことは、相応の節電効果を生むためには、電気料金のしくみをきちんと理解しなければならないし、電気の使い方や社内にも上手に啓蒙するノウハウも必要になるということ。やみくもに節約を義務付けたところで、お客様に迷惑をかけたり、我慢を強いることになってしまったら本末転倒ですし、多少のアドバイスはもらえても、ここまでともに寄り添ってくれる会社には見当たりませんでした。初期費用や月額費用もリーズナブルで、企業として環境負荷削減に取り組んでいく上でも、ここはキャンノンさんの力をお借りするのが一番いいのでは？そう考えて、社長に相談したところ、とりあえず試してみるよということで導入が決まりました」。



■節電コンシェルジュによる ルール作りの流れ

サポートセンター コンシェルジュ
澤田 みゆき氏



■節電コンシェルジュによる効果の検証



03

導入後の成果

施設一丸となった取り組みで 9ヶ月で170万円を超える削減を達成

計測器を付けて電力を見える化し、運用改善のルールを設けて、サポートセンターのコンシェルジュと月に一度定期的やりとりをしながら節電を推し進めていく『節電コンシェルジュ』。コンシェルジュの澤田氏は「ルールは、まずお客様ご自身に考えていただき、その後修正を加えていきます。特にポイントとなるのが空調で、今回は1Fと3Fの施行エリア、2Fの厨房エリアでそれぞれエアコンの設定温度、風量、使用期間を細かく設定しました。また、エアコンでつくった冷気や暖気を逃さないことも大事です。厨房には換気が必須ですが、業務に支障をきたさないレベルで換気扇の使用は抑えるようにしていただきました」と話します。一方、現場責任者の矢澤さんは語ります。「澤田さんはいつも丁寧なわかりやすく話してくれますし、ピークが出た時にはご連絡をいただけるので、私自身こういう時に電気がかさむんだという意識付けができてきました。先日たまたま他の拠点を訪れる機会がありました。以前は24～25度の暖房で快適だったのが、24度でも暑すぎると感じました。知らず知らずのうちに電力の使いすぎに慣れていたので痛感しました。また、厨房を取り仕切る大野氏は「自分の家に置き換えて考えてくださいとお願いしたところ、パートさんたちも率先して節電に取り組んでくれるようになりました。基本、従来どおり調理ができることを前提にルールを作成しているので、不便さもなければ、不満の声もありません。いい意味でルーチン化してきていると思います」と語ってくれました。導入当初こそスタッフ間に戸惑いも見られたといいますが、効果が目に見えることから徐々に理解も深まり、今では全員が率先して取り組みに参加することに。そして導入から9ヶ月、当初掲げた節電目標に対して154%もの削減を実現。金額にして、実に1,723,650円ものコストダウンを達成できたのです。

04

今後の展開

単に節電効果だけでなく仲間意識の醸成にも期待

スタッフ全員にコスト意識を持った行動が浸透し、コンシェルジュからのアドバイスに沿って本気で改善に取り組んだ結果、わずか9ヶ月という短期間で大きな効果を達成したアクイール塩浜。今後の展開について原田氏にお伺いすると、「節電によって何かデメリットがあったかという、真逆です。『節電コンシェルジュ』の導入以来、節電効果のみならず、施設内に一つの共通の目的ができたことで仲間意識も強くなったように思います。今回、先行して導入した2拠点に加え、新たに本社を含めて3拠点に導入することが決まったのですが、これも仲間意識の強化を踏まえた取り組みです。やっている仕事は個々の社員ごとに異なりますが、『節電コンシェルジュ』を導入することで新たなコミュニケーションが生まれるのではと期待しています」という言葉が返ってきました。また現場担当者である矢澤さんは次のように語ります。「このところ、少し慣れが見られる部分もあります。いかに継続していけるか、これからが本当の意味で正念場ですし、お客様に負担をかけずにさらなる節電を続けていくにはどうすればいいかを考えています」。グループとしての課題であったコスト削減に向けて一つの可能性を打ち出し、さらなる発展に向けて邁進するセレモニアグループの今後に注目です。

