

顧客のオフィスは、前回訪れた際とは照明の色合いや空調機器類の配置や数が異なっていた。お世辞にも余裕のある経営状態とは言えない顧客だが、なぜここまで投資ができたのか疑問に思い、担当者に話を聞いてみた。すると、設備を所有するのではなく、サービスとして受けているからこそできるという答えが返ってきた。多くの企業でこうした手法が導入されているようで、自身の省エネ投資の考え方は一昔前のものであることを痛感した…。

変わる省エネへの意識

3月11日に発生した東日本大震災とその後発生した福島第一原子力発電所の事故に起因する電力不足問題は、被災地域のみならず全国の生活や経済にも大きな影響を与えている。

省エネ意識の観点から言えば、オイルショック以来の転換点となった。省エネ法などの法対応の側面と、コスト削減の側面を目的とされてきたこれまでの省エネに、新たに「事業継続性」の側面が加わったのである。自由に電力が使えなくなる中で事業を継続するためには、従来の常識にとらわれない対策が必要ではないだろうか。

そのような中で、企業が今夏に取り組んだ節電対策は、運用改善（照明の間引き、空調温度変更など）やサマータイムなどのソフト面の取り組みと、設備更新などのハード面の取り組みに総括できる。

実際には、節電対策の準備期間が短かったことからソフト面の取り組みが中心であり、暗く暑い室内で勤務時間をシフトするなどして我慢しつつ仕事をする企業が多く見られた。

ハード面に取り組んだ企業においては、事業継続性の観点を最優先とし、従来厳しく問われてきた採算性を度外視する動きが見られた。ただし、これまでも最新の省エネ設備を導入するハードルを下げするために、投資回収の基準を伸ばしたり、予算の別口化や二酸化炭素（CO₂）削減効果を加味するなどを試みる企業も多く、今回の投資回収を度外視する動きも従来の設備投資に対する考え方の延長線上の行動であるといえよう。

今夏の節電に垣間見る省エネに関する新たな胎動

今夏の節電を推進していく中で、これまでの設備投資とは違う行動の芽が出始めている。それは「所有から利用」への流れである。「サービサイジング」と呼ばれるもので、「モノを所有するのではなく、サービス（機能）を受け、それに対して対価を支払う」という考え方であり、エネルギー分野では2000年代初頭に広まったESCO(Energy Service Company)もその一つである。

表にエネルギー分野のサービサイジングをまとめた。これら全てが震災を契機に産み出されたわけではないが、「所有から利用」の動きはトレンドである。特に個人向けに充実し

ていたエネルギー分野のサービサイジングが、企業にも広がりつつあることは注目に値する。ヤマダ電機の取り組みはその象徴であり、この震災で店舗展開企業を中心に大きな反響があった。

また、メーカー側の動きも見られる。空調機器も工場の被災などで在庫不足に陥った中で電力逼迫を受けて節電目的の更新ニーズが例年以上に高まり、在庫不足に拍車を掛けた。この事態を受けて実施されたのが、工事現場などで利用された中古の空調機器を今夏の節電対策で必要とする企業に一定期間貸し出すサービスであった。中古品とはいえ 5 年も経たない空調機器であれば、10 年、15 年と使いこまれた空調機器に比べ 3 割～7 割ほど省エネになるため、大きな反響があった。これはほんの一例で、今夏以降もサービサイジングを検討するメーカーが出始めている。

サービサイジングが広がった世の中

これまで企業が最新のエネルギー設備・機器の導入を検討する際には、基本的には所有するという考えで投資判断を行ってきた。前述のサービサイジングが今後も広まっていくようであれば、継続的な節電対策として、あるいは 5 年後、10 年後の省エネのあり方の一つの可能性として、設備を所有するのではなく機能の提供を受けることが当たり前となる世界を想定できないだろうか。

サービサイジングであれば、10 年、15 年と長期にわたり我慢して使用することも強いられることなく、季節やオフィス環境の変化に応じて常に最適な省エネ設備の提供を受けることができるため、省エネが可能になる。また、サービサイジングの提供者は、製品を所有し、かつそのライフサイクルを通して管理をするため、売り切り品よりも環境負荷の削減も可能となる。

こうした投資の考え方の転換は、中小企業の省エネに大きな影響を与えることが想定される。中小企業では資金調達力や経営環境、情報不足などから、設備投資による省エネがあまり実施されてこなかった（図 参照）。中小企業の省エネを支援する行政も、①省エネ認知度向上②省エネ設備導入のための資金支援③CO₂削減価値のクレジット化一などを講じてきたが、問題の根本的な解決には至っていない。その原因は様々あるだろうが、初期投資の重荷というところに根本的な原因がありそうだ。サービサイジングはこれを解決できる可能性があり、その広がりが期待される。

そうであれば、省エネの施策のあり方も見直すことが必要だろう。中小企業への直接支援だけでなく、サービサイジングを提供する側に対して支援をすることも検討すべきだろう。例えば、サービサイジングを提供する側に対する機器への補助や、サービサイジングで複数の企業にまたがって利用される機器についても CO₂削減価値が認められるような制度の変更などである。機器の補助やクレジットの申請等は行政とサービサイジングを提供する企業の間で行い、中小企業はサービサイジングを通じて常に省エネに関する最新の情報とサービスを得ながら省エネを推進することができれば、中小企業での設備投資も推

進されていくのではないだろうか。

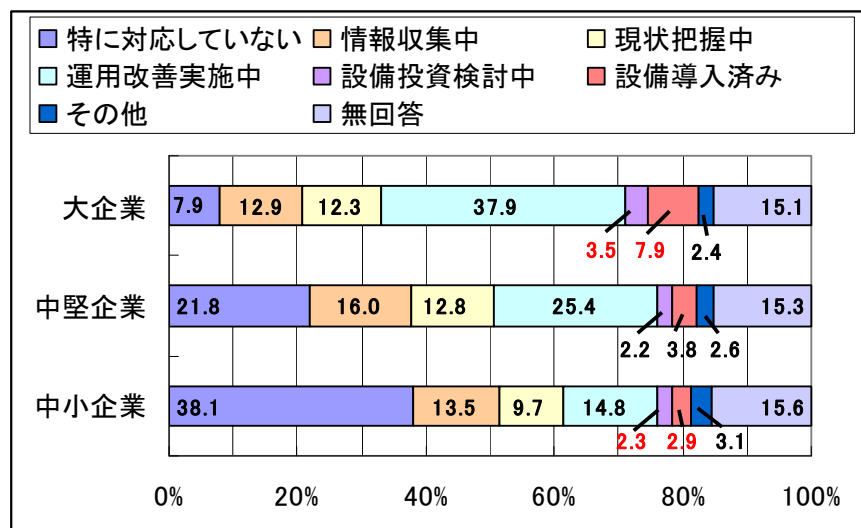
震災を契機に広がりつつあるサービサイジング。今後、5年、10年先にエネルギー分野の中で展開していくためにも、段階的に推進していくことが望まれる。すぐにサービス主体のモデルが難しい場合には、売切りの形態はとるが維持管理や回収を含めたサービスをセットにして提供するなど、実質的にはサービサイジングに近い形から始めるなどの工夫が肝要だ。メーカー側も利用する企業側もお互いに中長期的な視点で取り入れていく姿勢が必要ではないだろうか。

図 エネルギー分野におけるサービサイジングの動き

対象顧客	サービス提供元	サービス概要
企業	エネルギー会社、リース会社等	ESCO事業
	空調機器メーカー	空調機器のレンタル事業
	ヤマダ電機	あかりレンタル(LEDのレンタルサービス)
個人	各家電メーカー	家電の修理保証つきレンタルサービス
	小売店	家電の買取サービス
	各ガス会社	ガスファンヒーター等ガス機器のレンタル

(出所) 日本総研作成

表 省エネに対する段階別取り組み状況 (企業規模別)



(注) 従業員数：大企業 (1,000 人超)、中堅企業(300 人～1,000 人以下)、
中小企業 (300 人以下)

(出所) 日本生命保険 (相) 「ニッセイ景況アンケート調査結果 2009 年度下期調査」

2010 年 3 月を基に日本総研作成

以上