

本番・京都議定書

問われる実行力

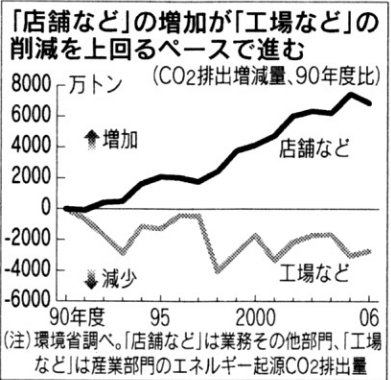
—中—

三月初め、イオンの土通大手の総量目標設定は谷美津子執行役は岡田元初めて。達成に向けて投也社長から突然、「グル資する三百億円は新店を「環境担当」に指名さ二店建てられる規模だ。れた。「お客様担当」だ積極出店で業績を伸ばした土谷執行役に白羽の社長は「事業モデルを転識をいち早く経営に反映換する」と言い切る。

「工場任せ」脱却
セブーンイレブン・ジャパンはCO₂総排出量の公開に踏み切った。一九九〇年度比で三・七倍の七十三万ト。一店あた

イオンは三月、二〇一二年度までに二酸化炭素の排出量も三割増え(CO₂)の排出総量を「決して誇れる数字ではないが、抜本的な削減にはまず現状把握が必

流通大手、目標へ総力戦



要」と総務部の環境担当者。拡大一辺倒だった流通大手の経営が変わる。

店舗などが排出するCO₂は九〇年度以降、増加傾向が続く。〇六年度までの増加量は工場などが削減した量の二・五倍。工場が省エネ努力を積み重ねても、店舗などが従来の排出を続ければ京都議定書が日本に課す六%削減は難しい。

公共施設も例外ではなくなった。京都市立の藤森中学校。職員室で警報が鳴ると、先生が空いた教室の空調や照明を落として回収。削減があらゆる経路の増加を感知する設備を取り付けたためだ。二年前まで電力使用量なん



独大手が上陸

学校にも商機、オムロン動く

は省エネの発想が薄かった。まず無駄を知ることから始まる(エネルギーマネジメント事業開発部)。オムロンのエネルギー測定器の事業規模は〇七年度で十億円弱。三年後には五十億円に拡大すると予測する。

大和ハウス工業は昨年、エネルギー使用の改善サービスに参入した。複数の拠点で使うエネルギー量を一括監視し、削減策を提案する。同社が想定する二〇年度の環境ビジネス市場は八兆円。

住宅市場の低迷が見込まれる中、成長の新たなけん引役に期待する。二月、都内で開かれた冷凍・空調機の展示会。CO₂を冷媒に使う店舗用の小型機に多くのメー

カーが広いスペースを割いた。従来は工場用の大型機に使われていたが、前川製作所は「(温暖化効果が大きい)代替フロンを冷媒に使った機器からの買い替えが増えるはず」と予測する。市場は大への期待に、会場には活気があふれた。市場拡大は外資も呼び込む。CO₂冷媒圧縮機大手の独ビツァーは今月から日本市場に参入した。小さなコンビニにも採用しやすい小型商品を採用しやすい小型商品を採用する。

京都議定書の実行期間入りを号砲に本格化する省エネ市場の争奪戦。それが機器やサービスの低価格化・高機能化を進め、企業などの省エネを加速させる好循環を生む。