

JCD KANTO Designers

とくトーク

高村裕之

関東支部省エネ CO2削減委員会

芝田良治

会員の近況報告

川原さやか

冬のパーティー'14

折原美紀

Soda委員会

品川正行

「あのころ」

奥平与人

賛助会員の顔

株式会社 オーツー / 株式会社 シックスインチジャパン

とくトーク

月例会 お得なトーク 特別なトークの会

'15 Mar.12

企業とのコミュニケーション、ブランディングというお仕事

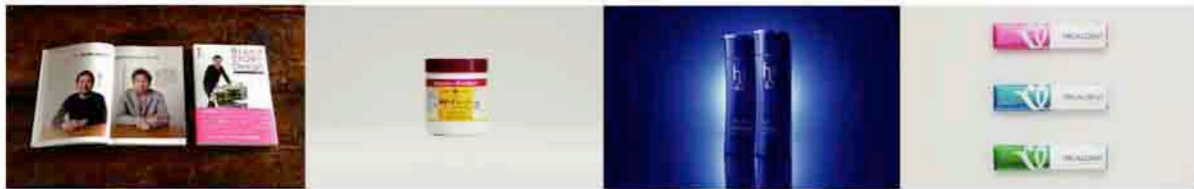
今年度最後のとくトークは「ブランディング」について聞いてみようという企画でした。場所も、ドリンクカウンターのついたオカムラ製作所さんの素敵な「Visplay Show Room」でした。会員、非会員、色々な方にお越し頂き、私たちの作っている空間が、企業活動の「ブランディング」のなかのワンフェーズである事をあらためて感じさせられたお話でした。

今回のトークゲスト、昨年「Brand STORY Design ~ ブランドストーリーの創り方 ~」を出版された パニスター株式会社 代表取締役の 細谷正人さんのお話は、製品の持つ魅力をどこまで我々の記憶の中に入り込んで来れるのか、そこへの挑戦の数々を、色々な作品を例にとったものでしたので、とてもわかりやすく、また、我々の仕事にも使えるアイデアが隠されていた様に感じました。

真剣に話を聞いたあとは皆さんそれぞれの想いを語り合えた、とても素晴らしい会となりました。

次回は4/16に、今話題の「commune246-Aoyama」に飛び出し、新しい人とコトのつながりの話を伺いながら皆さんと語り合いたいと考えております。

今後も「とくトーク」、ご期待ください。



トークゲスト
細谷正人

法政大学工学部建築学科卒業後、デザイン活動家であるナガオカケンメイ氏に従事した後、NTT、米国系ブランドコンサルティング会社を経て、2008年、ブランディング・エージェンシー、パニスター株式会社を設立。翌年2009年、パニスターシンガポールを設立。

ブランドストーリーの発想から、企業ブランド、商品/事業ブランドまで、国内外におけるブランド戦略及び、データアナリティクスによる消費行動分析、パッケージデザイン、ネーミング開発、TVCM 戦略等の包括的なブランドコミュニケーション構築を行う。

主要な実績には、リカルデント、オロナインH軟膏、アリエール、アップリカ、味の素、サンキスト、リプトン、辻利、タカラ本みりん、エビアン、じっくりコトコト煮込んだスープ、東京ディズニーシー、SOYJOY、マウントレーニアカフェラッテ、日産自動車、森永のおいしい牛乳等。日経デザインにて連載を執筆。主な著書に「Brand STORY Design ~ブランドストーリーの創り方~」(日経BP)がある。



省エネ・CO2削減委員会

活動内容のご紹介(各4回セミナー単独の企画開催)

関東支部省エネCO2削減委員会から、委員会活動の紹介です。余り耳慣れない委員会名称と思います。関東支部では最も新しい委員会として、2010年正式に創設され、現在に至っています。

本委員会の発足は、当時の民主党政権下において、省エネCO2削減の気運が昂まり、建設市場において住宅、工場、オフィスに引き続き、商業施設における行政指導や法整備が進められつつある状況を反映・先取りしつつ、商業施設デザインとの融和を目標に、委員会が新設されました。

委員会活動を始めるにあたって留意した点は、単なる啓蒙・推進運動に終始するのではなく、我々JCDメンバーが職能人として担う“繁盛する空間”・“審美性に優れた空間”における、“機能”や“造形”を損なう事無く、省エネ・CO2削減と両立する“更なる付加価値を求める商空間”造りでした。

省エネ・CO2削減の機運も、2011年3月11日の東北大地震により頓挫し、「省エネ・CO2削減の前に、まずエネルギー確保」へと、生活が一変しました。原子力発電の全機停止や輸入エネルギー資材の高騰等、逆風は今

関東支部省エネ・CO2削減委員会 委員長 芝田良治

も続いています。そこで、この際活動原点に立ち戻り、新たな活動を目指すべく過去の活動内容を振り返り、評価し直す為、過去に実施された省エネ・CO2削減セミナー(自主企画分)に的を絞り、ダイジェスト版を再録しました。今回は第1回～4回をご紹介します。

今後の委員会活動に反映させたく思いますので、ご意見・ご要望をお聞かせ下さいませ、宜しくお願い致します。



第1回セミナー 今後の商環境の照明について 開催日時:2009年11月27日 開催会場:JCD本部事務局

主題:一部白熱体の製造中止や、環境省の(当時)推進する“省エネデザインモデル事業”等から垣間見える、“将来は使用光源の殆どが蛍光灯・蛍光管(HID等)・LEDに置き換わる”であろう。その折、“JCDとして全面的に賛成して、空間創りに影響がない”のか、を論議する。メーカーサイドの(2009年当時)LED光

源評価:(2009年当時の)LEDは、各メーカー共、進化途上、未完成。ハードルの1つは、効率。短期目標値、100lm/W。蛍光灯の明るさが目安だが、安定的に供給出来るのが主題70lm/W。パワLEDは、効率の面ではまだHID・蛍光灯に勝てない。2つ目は寿命設計。寿命4万時間だけが喧伝されているが、設置環境に左右される。商環境は好ましい環境とは言えない。2~3年で色ムラ出現も報告されている。デザイナーサイド意見:日本の商業施設は明る過ぎないか? 照度1,000~1,500lxでは、照明設計に

ならない。“兎に角、隣の店より明るくして欲しい”要求が多過ぎる。お台場ヴィナスフォートの照明は明る過ぎず、良いと思ったが経営主題サイドからは不評、失敗作と評価。理由は売上不調の為。何か違う。商空間、お金を稼ぐ空間なのだから、如何に安い投資で行けるか、明るければ売れるだろうとの感覚は否めない。しかし日本では、適正価格を払う前提で良い空間・照明デザインをさせて頂き、皆が潤うのが理想。LED採用の潮流は変わらないから、正直に“今、LEDは過渡期”と伝えるべき。LED以外の照明の重要要素として、調光システムの採用提言を進めるべき。以上



第2回セミナー 今後の商環境の照明について 開催会場:江東区有明 東京電力有明 ショールーム“Switch Station Pro 有明”

本年4月に施行された改正省エネ法への関心の高さからか、小雨の中、20名の参加者が集まった。セミナーは6部構成。Switch Station Pro 有明、中村館長の施設概要からセミナーが開始された。

第1部は、島添講師/東京電力、及び博多晃子講師/正会員による“人・環境・未来に優しい厨房計画を考える”講演。鉄板焼き等の専門店や大型レストラン/ホテル等の導入実例紹介の後、給食施設や病院等への普及について言及された。

次に業種別のエネルギー消費原単位の比較数値がグラフにより示され、オフィスに比べてコンビニエンスストア、ファミリーレストラン、ファーストフード店等が非常に多くのエネルギーを消費している実態を映像によって再認識させられた。

店舗の特徴は“一つひとつの規模は小さいが、数がとても多い”事なので、業界全体の消費総量はかなり大きく、小規模店にも今後規制を設ける事が、今回の省エネ法改正の目的の一つ、と考えられるとの講師見解が述べられた。

第2部:この後、2グループに分かれ、実験コーナー、モデル厨房コーナーを見学。高梨・田中両氏より説明を受ける。役20分後、両コーナーの見学終了。再びセミナー会場に



戻る。第3部:セミナー室前方のスクリーンが収納され、隣接実験コーナーのIH調理台が出現。佐藤シェフが登場しIH器具による調理実演が始まる。佐藤シェフの軽妙かつ解り易い語り口と、鮮やかな調理実演の手腕に、参加者圧倒される。

電化厨房の長所短所や使用時の留意点等を聞き取りながら、時折差し挟むユーモアな表現に、会場内笑いが絶えず。瞬間に第3部終了。

第4部:松井講師/松下電工(旧社名。現パナソニック電工)による、エコキュートの説明。

エコキュートとは冷媒に二酸化炭素を使用する、ヒートポンプ給湯器の1つで、省エネへの関心や意識の高まりにより、家庭での採用台数は200万を超えたとの事。ヒートポンプ給湯器の3大特徴として、1:省エネ効果。ガス給湯器に比してランニングコストが、およそ3分の1から4分の1に抑えられる。2:CO2排出量の低減効果。ガス給湯器と比較して、約60%軽減される。3:安全性。IH調理器具同様、裸火を使用しない為火災に対する安全性が高い。以上の3特長が上げられた。

ヒートポンプ蓄熱センターによると、業務給湯、空調、家庭用給湯等、ヒーター使用機器類を総てヒートポンプにする事により、日本全国でCO2排出量を1.3億トン削減可能であり、この数値は現在排出されている13億トンの10%に相当、との試算が出ており、この10%は、あの鳩山元首相が提唱した25%削減目標の中の10/25=40%に相当する。



第5部:質疑応答。中村館長、回答。Q:そもそも、電気とガスの比較では“電気を使用した方が省エネ”と一概には言えないのでは。

A:省エネとは“何をどれだけ効率良く使うか”に尽きると思います。この部分はガスが優れているけれど、この部分は電気が一が必ず存在すると思います。家電メーカーさん、ガス機器メーカーさん共に、製品をどれだけ省エネ化出来るかに尽力されていますので。Q:2オール電化”の、“オール”の意味合いは?

A:“家の中総ての熱源が電気である環境”を“オール電化”と定義付けています。(以下、割愛)

加藤前支部長:セミナー終了に当たって、一言申し上げます。

本日は省エネ・CO2削減に有効なアプローチとしての“オール電化”がテーマでしたが、我々の担当する業務が“エゴ”で留まっていれば構わないけれども、今年から実施された都条例では、対象事業所においてCO2を8%削減しないと罰金で無く、その不足分を買わなければならない世界まで来ています。

JCD関東支部では、省エネ・CO2削減委員会を中心に、この問題に積極的に取り組んで行く所存ですので、積極的な参加をお願い致します。

本日はご参加頂きまして、誠に有難うございました。

芝田/司会:東京電力、松下電工の皆様、有難うございました。これにて本日のセミナーを終わらせて頂きます。





省エネ・CO2削減委員会 活動内容のご紹介

関東支部省エネ・CO2削減委員会
委員長 芝田良治

第3回セミナー CO2削減を知ると、業界を一歩 リードする

開催日時:2010年10月01日
開催会場:JCD本部事務局

主題:省エネ法改正の主旨・疑問点解消、並びに省エネから見たガラス面設計上の留意点

最初に、浜松講師/パナソニック電工による省エネ法の概要、そしてその対策について、事例を交えて講義頂いた。(浜松講師)省エネ法成立の背景は、地球温暖化防止の為にCO2削減で、2008~2012年は、1990年に対してマイナス6%の目標を掲げていたが、実際にはマイナスどころかプラスの状態。

工場等の産業部門は早い時期からの規制強化が功を奏してか、増えていない。増加傾向が顕著なのは民生(業務・家庭・店舗・事務所)部門の1.3倍と運輸部門1.1倍で、今回の省エネ法改正の目的はこの両部門が対象。東京都では環境確保条例が相当し、省エネ法・温対法以上の規制強化目的で作られ



た。対象により大規模事業所(エネルギー使用量が、年間1,500k以上)・(温室効果ガスの削減義務化)と中小規模(強制ではないが、地球温暖化対策の報告書提出が求められている)に分類される。

2010年4月から、1企業で年間1500k以上を超えると企業全体建物全体を省エネしなくてはならない、との内容に省エネ法が改正された。判断の目安として小売店舗では約3万㎡、オフィスビルも同等、ホテルは3~400客室以上、病院ならば5~600床以上、コンビニは50店舗、ファーストフード点では25店舗以上で、世の中のかなりの部分で規制対象化する。(中略)

(浜松講師)新築テナント入店の場合は、基本的には建物オーナーが届出の責を負う。延床2,000㎡未満(200㎡規模10店舗として)の場合、全店舗は必要なく、半分以上の店舗で取れば良い。工事着工前に届出の為、仮想での数量算出・届出・設計の段階を踏む必要が生じる(中略)。

(浜松講師)既存施設の省エネ対策については、お金を掛けなくても出来る事から始めるのが肝要。例として、年間200万円の電気料金が節約できればそれは利益となり、利益率5%の店舗にとって2,000万円の売上に匹敵する。利益に貢献する事は重要。

電気エネルギーは空調・照明・コンセント・動力等種々あるが、どの分野の建物もほぼ同じ割合(除、ホテル・病院)。空調・照明費~40%、も、空調の省エネ対策は初期投資として高額必要。その点、照明はランプ1本から始められる。

電気代を安くしようと思ったら、まず使う量を減らす。1:無駄な電気の削減。2:単価を抑える。3:契約電力を抑える、の3項目が重要。

重ねて、"使用した電力量の見える化"を推奨する。何に、何時ドシだけ電気を使ったかを監視し、そのデータを基に何処に無駄が有るかを分析し、改善行動を起こす。

これが"使用した電力量の見える化"で、現在、新規ビジネスとして、"使用した電力量の見える化"をコンサルティング専門領域として活動している企業が出現し、増加中。(中略)

この後、自治体取り組み好事例として、名

古屋市"省エネ対策虎の巻"の紹介がされた。(浜松講師)私の説明は以上で終了致します。ご清聴有難うございました。博多/司会:浜松講師、有難うございました。引き続き、YKK-APの藤井様、お願い致します。

(藤井講師)「窓を考える会社、YKK-AP」の藤井です。ガラスで可能な窓の省エネを説明致します。

この後、Low-E複層ガラス商品の単独説明・単板ガラスとの性能比較等が行われた。主な特徴は、複層ガラス内側に金属膜を蒸着させ、外部側(遮蔽タイプ)・室内側(断熱タイプ)膜位置により商品2種存在。

断熱効果比較では、単板ガラスの熱が逃げる割合を100とすると、Low-E複層ガラスは約72%カット。次に紫外線比較。単板ガラスは約26%カット、Low-E複層ガラスは約76%カット。夏場の表面温度比較は、単板ガラスが40~45℃に対して、Low-E複層ガラスでは33~34℃。何れも性能差は歴然。

(大竹講師)続きまして、省エネに関わる商品説明を私大竹より行わせて頂きます。

この後大竹講師より、内側に取り付けるブラマードU商品の明が行われた。商品特徴として、既存新築を問わず設置出来る点、既存外部窓との併設により、冷暖房効果が高まり、結果として電気料金の抑制と省エネが両立する点。等が挙げられる。

(中村講師)「トリを務めます、YKK-APの中村です。宜しくお願い致します。

この後、定番エントランス商品の改修版、EXIMA51eの説明が行われた。製品の主な特徴は、ガラスの溝を外側にシフトし、カーテンウォール風意匠とした点、フロアヒンジドアに関してH3,000mm迄対応した点、上部に3mm下部に10mmの隙間が必要なフロアヒンジドアの上下に稼働部屋を新設し気密性を高めた点、等が紹介された。(中略)

芝田/司会:浜松講師/パナソニック電工様、藤井・大竹・中村講師/YKK-AP様、多謝・長時間に亘っての講義、誠に有難うございました。これにて本日のセミナーを終了させて頂きます。

第4回セミナー 先進事例に学ぶ、エネルギー マネジメントとは

開催日時:2010年11月26日
開催会場:JCD本部事務局

(芝田/司会)本日は省エネセミナー第4回"先進事例に学ぶエネルギーマネジメントとは"と題しまして、コンサルタントのパイオニアとして活躍中の大下明講師/イーキュービック社/部長をお迎えしました。

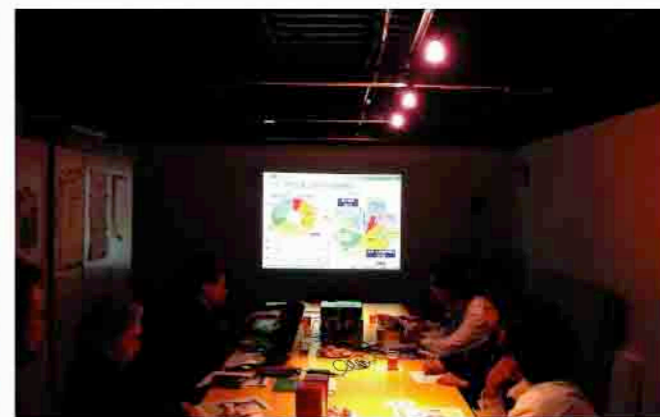
商環境に対するエネルギー排出規制に対して、豊富な導入事例から興味深いお話が伺えると思います。

それでは大下講師、お願い致します。(大下明講師):イーキュービック社の大下と申します。

本日は、エネルギーマネジメントの背景、規制動向、飲食店使用状況、マネジメント内容、等について、お話し致します。

この後、項目に沿って順次説明がなされた。規制動向:第3回省エネセミナー内容と重複の為、省略。東京都環境確保条例:原油換算1,500k/年以上使用する事業所に対して、削減義務(基準排出量)が課せられる。

省エネ法と東京都環境確保条例の相違:法令の対象が、事業者(=使用者)/省エネ法に比して、事業者/都条例の相違、存在。テナントビルの場合、省エネ法では"テナント自身"に対して、都条例では"オーナー"に報告書提出の義務が課せられる。(中略)



大下 明 マーケティング部長/イーキュービック(株)
東京都千代田区岩本町1-3-3 フロスパービル5F 03-5825-3511
oshita@ecubic.co.jp

