

# 節電の最近の動向 (新聞記事)

# 節電で勤務体系見直し

## 秋以降継続も視野

原発事故に伴う今夏の政府の節電要請を受けて、首都圏の企業を中心にオフィスでの働き方が大きく変わる。NTTは本社で7～9月の毎日、半日の在宅勤務を導入、協和発酵キリンは節電期間中に研究員を海外に長期出張させる。コマツや岡田印刷は週休3日制を採用する。労働時間の短縮や業務の効率化が課題となつている日本のホワイトカラーの働き方を見直すきっかけとなり、効果次第で秋以降も定着する可能性がある。(労働時間の短縮は3面きょうの「こぼれ」参照)

### NTT 半日在宅を導入 協和発酵キリン 海外に研究員派遣

主な企業の電力抑制策

NTT	本社で7～9月に週休3日制。階ごとに土日以外の休業日を設定
コマツ	6～9月は水曜も原則休業
岡田印刷	7～9月に市場業務以外の担当者の就業時間を1時間前倒し
サマータイム	7～9月に本社でフロアごとに1時間前倒し
東京証券取引所	7～9月に本社でフロアごとに1時間前倒し
協和発酵キリン	7～9月に本社でフロアごとに1時間前倒し
アステラス製薬	7～9月に本社でフロアごとに1時間前倒し
住友生命保険	本社営業以外の部門で8月に10日連続で一斉夏季休業
自動車各社	支社・支店で土曜に出勤して平日休む「店舗休業」制度を7月に導入
その他	7～9月の休日を木・金曜日にシフト
ワタミ	本社勤務の従業員が「マイボトル」持参。社内の自販機や冷蔵庫を一部停止

NTTは持ち株会社の本社ビル(東京・千代田)で、フロアごとに午前か午後の在宅勤務を導入する。対象は持ち株会社の本社勤務のほぼ全員に相当する約300人で、午後の在宅勤務は定期的な対象全員が毎日、半日

社しない、フロア単位で電気を使わず節電努力を高める。

山内の電力消費に占めるオフィスや店舗の割合は3割程度。政府が人口削減を占める。政府が人口削減に求める原則15%の節電要請に応じるには、工場だけでなくオフィスでの節電対策が不可欠だ。しかし、在宅勤務導入により家庭の電力消費が増える懸念もある。NTTは始業時間の1時間前倒しなどを含め、電圧に近づける判断した。

東のめどがたらず、他の電力会社の原電も定期検査の再開が難しくなっている。電力不足はしばらく続く可能性があり、節電への対応が日常化する中で、事務職や研究職も省エネルギーに配慮した効率的な働き方への転換が迫られている。企業は「今回の実践を通して在宅勤務が取りやすい環境整備につなげていきたい」とNTTは、この姿勢に傾いている。

NTTは持ち株会社の本社ビル(東京・千代田)で、フロアごとに午前か午後の在宅勤務を導入する。対象は持ち株会社の本社勤務のほぼ全員に相当する約300人で、午後の在宅勤務は定期的な対象全員が毎日、半日

対症を研究請の困難化の増大に。東京リサーチパーク(東京都町田)市など日本にある20の研究所の研究員約20人を6月から約3カ月間、アジアなど海外の研究機関に派遣する。電力不足を心配せずに研究や実験に集中してもらう。節電期間中は、企業は「今回の実践を通して在宅勤務が取りやすい環境整備につなげていきたい」とNTTは、この姿勢に傾いている。

ローアごとに1日ずつ設け、岡田印刷は本社で6～9月、水曜日を加えた週休3日とする。コマツは7～9月の3カ月間、東京本社で週休3日制を導入する。土・日曜日以外の休業日を3日削減する。在宅勤務や余暇の増加が期待されている。

業界団体による主な節電対策

<b>日本自動車工業会</b>	7～9月の月、木、金曜日を一律休業日に。全同社の工場などが対象。本社など関連部門の休業日は各社の判断
<b>全国清涼飲料工業会</b>	7～9月に東京電力管内では25%以上、東北電力管内では15%以上の電力削減を目指し、商品節電を実施
	上記の前減目標を達成するため、自販機の冷却停止などの手法を各社が決定
<b>日本フランチャイズチェーン協会</b>	店舗電力の20%削減(東京電力・東北電力管内で7～9月平日の9時～20時)
	店舗看板などの照明は「まちの安全・安心」の確保、消費者へのムードの私域を目的に店舗ごとの立地状況を踏まえ夜間は点灯

東日本大震災に端を発した今年夏の電力不足問題。政府の節電要請を受け、自動車業界は休日未稼働、金曜に一律し、飲料業界も自販機販売の冷却時間を短縮する。通常、業界が足並みをそろえて生産や販売を調整することは独占禁止法上の問題をはらむが、今回、公正取引委員会は対応する方針。ただし非常時対応といえども、業界団体を通じての情報交換や、企業間の協力には独禁法違反の疑いがある。十分な注意が必要だ。

飲料業界は6月、清涼飲料メーカーの自販機販売担当者も東京電力管内の自販機を駆け回り回っている。6月末までに夏の節電に向けて、自販機のオーナーに冷却時間の設定変更を依頼しているためだ。

**認可ケースを明示**  
飲料業界は1995年ごろから、午後1時から4時まで冷却を停止するよう自主的に自販機を調整していた。電力不足のときを逃し、金曜清涼飲料工業会は車内自販機の冷却停止については冷却時間の短縮を進め、各社の最大使用電力を前年比で25%以上削減することを決定した。

「削減目標を定める際、メーカー間の調整は大変だった。同工業会ととりまめに関わった関係者は明かす。実は自販機ビジネスは飲料メーカーの利益の源泉だからだ。」

自販機は、特売をするスーパーなど小売店向けの販売よりも利益率が高い。だが、冷却時間の短縮を進めれば「外気温によっては冷やし方が足りない」といった消費者も出

# 夏の節電対応 企業汗だく

## 団体指針「強制」は不可 独禁法と背中合わせに

あくまで自主的な取り組みに任ずる方針だ。

経済産業省は3月の震災発生直後、約6000の業界団体に節電への対応を要請した。こうして流れを受けて公取委も4月、電力削減のために業界団体が企業行動指針をまとめる場合、「独禁法上問題がない」と認めるケースを明示した。

ただ、政府が求めた節電に「対応するから」として業界内

での競争を促すという「独禁法の特例を設けたわけではない」と公取委副委員長との立場。カルテル手防などについては、あくまで従来通りの独禁法への対応が必要だ。

休日未稼働、金曜に一律した日本自動車工業会、各社の生産状況などの情報は「巨工会ではほとんど取り扱っていない」という。業界団体をほとんど運営する、各社が車内などに対して相対するやり方を選んだ。

震災を受けての非常時対応といえども、生産調整やコスト情報の交換はカルテル行為の余地になるから。独禁法に詳しい長岡・大野・菅松法律事務所の渡辺恵子弁護士は「生産状況や計画を話し合

それ(飲料業界)。消費者がスーパーなどに流れれば、メーカーの収益悪化につながる。それ以外のメーカーが自販機で稼いでいる割合にも違いがある。東管内が主力販売地域となっていて、メーカーとメーカーとの利益も異なる。二律背反な面もある。同工業会は各メーカーに節電計画の提出を求め、そのなかから業界指針をまとめた。

何となく、各飲料メーカーへ強制はできない。独禁法が、事業者団体の事業に対する強制を禁止しているからだ。同工業会は各メーカーに節電計画の提出を求め、そのなかから業界指針をまとめた。

- 公取委が示した業界団体が実施しても独禁法上問題とならない主なケース
- ① 政府から示された削減目標を達成するよう会員企業に要請
  - ② 団体に加盟していた会員企業をいくつかのグループに分けて電力のピークカットを要請
  - ③ 業界全体の平日の業務時間帯の削減目標を達成できるように各社の休業日を日程調整する
  - ④ 業界全体で電力使用のピークを抑えるために、休業日や休業時間帯を示すこと
  - ⑤ 工場の設備の自発的な導入を会員企業に促すこと
  - ⑥ 長期の節電や冷気の温度などについて申し合わせる
  - ⑦ 各社の休業日や業務時間帯の変更について業界団体のウェブサイト上で公表すること

# 法務インサイド

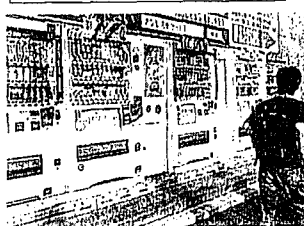
えは生産調整に「つながりがない。目的が正当であっても、情報交換は最小限にとどめるべき」と指摘する。

**海外からの指摘も**  
企業カルテル事件は業界団体が舞台になっているものがほとんどで、当局も目を光らせている。菅・浜田松本法律事務所の手部部長浜田氏は「透明性を保つために、期間を区切る必要がある。業界団体が決めた内容は公表し、話し合いのプロセスは記録を残しておくべき」と話す。

震災復興に向けた企業間の協力にも注意が必要だ。地元の要請から新日本製鉄の法務部には各事業部から「この協力をしてもよいかな」との問い合わせが相次いだ。新日鉄は生産設備への被害が大きく、かつ在友金属工業の大手自動車向け鋼板の代替生産を請け負うなど協力を深めた。

新日鉄と住金は同日、経産省と交渉し、統合せた公取委の指針が進行中。統合せた公取委の指針を踏まえては独禁法違反に当たる。こうした

海外当局のカルテルに対する制裁金は多額にのぼり、企業の経営にも大きな影響を与えかねない。思わぬところで節電、復興に水をささないためにも、企業はこうした法的リスクに目を凝らす必要がある。 (山下晃)



清涼飲料自販機は冷却停止時間を延長し節電に努める。

### 傍聴席

被災企業の再生案提出に余裕を

◎「東日本大震災の被災企業には、民事再生手続きの申し立てから1年たっても再生計画案を提出してもよいことにすべきだ」と話すのは、第二東京弁護士会の倒産法研究会で副代表幹事を務める柴田義人氏。手続き迅速化のため、近年は3カ月程度で裁判所に提出させる運用が目立つ。

◎被災地の旅館やホテルの再生手続き申し立てが

「風評被害が回復しないうちは収入の見通しもたまたず、センサー探しが困難」という。「抽選な運用で再生が失敗は避けたい」と力を込めていた。



第二東京弁護士会 倒産法研究会 副代表幹事 柴田 義人氏(45)

# ホテル、格安プランやプール値引き

## 英会話学校、夏季講座の入会金半額

# 「アフター4」商機狙う

夏の電力不足に対応した節電対策の一環で終業時刻を繰り上げる企業が増える中、これまでより早く退社する会社員らをターゲットにした新サービスが相次いで登場している。夕方の時間帯に限り料金割引やサービスとして、新たな消費を掘り起す。東日本大震災の発生以降、落ち込んでいた売り上げの回復につなげる狙いだ。

### 節電で早帰り 会社員らに照準

プリンスホテルは箱根・郊の6ホテルで格安の宿「ラン」を発売した。仕事を早めに終えた命曜日の夕方に部内などを出発してホテルに向かい、週末をリゾートで過ごす余暇の過ごしを提案する。



早めに来店すると飲み物を半額にする店もある (東京港区)

サ・プリンス前根(神奈川県箱根町)の場合、ダブルルームで通常1人2万2000円の食料を食事込みで1万3000円にする。翌日ゆっくり過ごせるようチェックアウトの時刻も午後1時に設定した。同社はこうした近郊のリゾートホテルの取り組みで、都心部の

系列ホテルの震災後の落ち込みを挽回する。京王プラザホテル(東京・新宿)は退社時刻が早まった仕事帰りの利用客を見込み、ホテル内のプールの平日料金を割り引く。6月25日から9月4日までの夏季限定で、4000円の入場料を午後3時以降の入場者は2000円に、午後5時以降は1000円にする。既に近隣の企業への営業活動を始めた。

「アフター4」を掲げる会社員を想定した動きもある。英会話教室を運営するGABAは7月

1日から「夏の短期集中プラン」を始める。契約した授業のコマ数を減らすことができる期間を通常の3、6カ月から1カ月に短縮する。代わりに1コマ当たりの単価を1.2割上げて、通常は3万1500円の入会金も半額にする。

新入会生の募集時期に震災が発生したため、例年より生徒数が減少している。同社は「この夏は退社後の時間を自己投資にあてる人が多い」「マーケティング部」とみて新プランを設定した。外食各社も新たな需要

の掘り起こしに熱心だ。コロワイド東日本(横浜市、五十嵐茂樹社長)が運営する居酒屋「北の味 紀行と地酒 北海道」は関東4店舗で、飲み物の割引サービスを開始した。午後4時から6時までに来店すると生ビールやサワー、ハイボールの料金

が開店まで半額となる。8月末まで実施する。総務省が発表した4月の実質消費支出(2人以上の世帯)は前年同月比で3.0%減少した。震災後、消費者心理の冷え込みが続いており、サービス各社は今夏に反転攻勢をかける。

が開店まで半額となる。8月末まで実施する。総務省が発表した4月の実質消費支出(2人以上の世帯)は前年同月比で3.0%減少した。震災後、消費者心理の冷え込みが続いており、サービス各社は今夏に反転攻勢をかける。

経済産業省が検討している来夏の電力需給対策案が20日、明らかになった。企業の節電を促すため節電分の電気料金を割り引く制度の導入が柱。自家発電を支援するため電力会社に電気の一定量を卸電力取引所から調達することも求める。東京電力管内など来夏も電力不足が続く懸念があるため、今夏より生産活動への影響が小さい対策を導入し、電力不足が原因の産業空洞化を防ぐ狙いだ。(卸電力取引所は3面「きょうのことば」参照) ■関連記事5面に

経産省が22日に開く産業構造審議会(経産相の

## 経産省、来夏の電力不足対策

# 企業の節電分料金を割引

諮問機関)で提示する。政府は今夏、東電などの営業地域で一律15%の節電目標を定め、電力制限令で大口需要家に対しては目標を超えれば罰金を科す。ただ、この規制は生産活動への影響が大きいため、来夏は節電すればメリットが出る仕組みを用意し企業が自主的に取り組む環境を整える。

- 大規模工場など大口需要家との間で想定される最大使用電力を決め、実際の使用電力が想定を下回れば、その分だけ料金を割り引く制度を電力各社の契約メニューに加える。企業が節電した分をも低コストで企業の節電が実現すれば、電気料金の引き上げ幅を抑えることが可能になる。
- 来夏に向けた電力需給対策
    - 電力会社が販売量の一定割合を卸電力取引所から調達
    - 大口需要家の節電分を電力会社が買い取り(料金割引)
    - 自然エネルギーの全量買い取り制度の導入
    - ガス冷房、家庭内の消費電力を制御するシステム、住宅用太陽光発電などの導入に補助金
    - 白熱電球からLEDへの買い替え促進

## 電力会社、取引所から調達

# 自家発電稼働率高める

電力会社が電力の一定割合を卸電力取引所から仕入れる制度は、企業などの自家発電設備の稼働率を高める狙い。今でも企業は自家発電で余った電力を取引所で売ることができ、来夏も東電と東北が、電力会社は取引所からの調達を避ける傾向が強い。売れるかどうかがメドが立たず、売れた場合も採算割れとなるため、発電設備を休止している企業も多い。電力会社が取引所から調達すれば取引所経由の売買が活発になり、発電設備を持つ企業は電力を売りがやすくなる。合計4396万キロワットと関西電力の値上げにつながる。

# ホテル「節電の夏」の陣

## 連泊・平日は大幅割引 電力ピーク時回避、安く



リーガロイヤルホテル東京は木曜の宿泊客などに特典をつける(東京都港区)

首都圏のホテルが今夏の宿泊プランで、企業の節電対策に対応したメニューを打ち出している。夏休みを長期化させる企業が増えることを予想し、長期滞在者向けの割引を導入。自動車業界などが平日を休業にするため、これを想定したプランも目立つ。東日本大震災後、需要が低迷するなか、てこ入れを狙う。

## 休み長期化に照準

藤田観光は9月末までの期間限定で、長期滞在の利用客向けの料金を割り引く宿泊プランを導入する。フォーシーズンズホテル 山荘東京(東京・文京)では7月1日から、1泊あたりの室料が4万5150円するツインルームを7泊8日で利用した場合、1泊1万2000円とする。

ビジネスホテルでも横浜伊勢佐木町ワシントンホテル(横浜市)ではすでに連泊プランを始め、通常、平日は1泊9800円のシングルルームを7泊なら3万7100円(1泊あたり5300円)と約半額に抑えた。

グランドプリンスホテル新崎輪(東京・港)は7月1日から9月4日まで連泊割引プランを導入。3泊以上の宿泊に限り、1泊あたり3万2000円の室料を半額以下の1万3000円にする。館内のプールや付近の水族館の利用券、湯上がりに涼しさを感ぜられる入浴剤などの涼感グッズも付ける。

夏場に企業が土日に休業する代わりに平日を休業にするのに旨目したホテルもある。リーガロイヤルホテル東京(同・新橋)は自動車業界が休業する木曜の宿泊客には通常10000円の駐車場を無料にするなど日替わり特典を付ける。

NTTドコモなどが月火曜を休みにするため、火曜の宿泊者は、同ホテルの携帯メールマガジンを利用すると、ホテル内のレストランの夕食が2割引きになる。ホテルの節電に協力してくれた顧客に宿泊料金を割り引くホテルも出てきた。ホテルも大口需要家にあたる場合、昨夏比10%以上の電力削減を求められるためだ。

三井ガーデンホテルは7～9月、午後8時から翌日の午前9時に利用時間を限定したプランを導入する。電力需要のピーク時の利用を避けてもらうため、料金を2～5割下げる。都内、千葉県、

### 「長野に長期エコ旅行を」

首都圏・中部向け 県が誘客作戦  
長野県は東日本大震災を踏まえ、7月から冷涼な気候を生かした省エネルギーににつながる誘客キャンペーンを始め、阿部守一知事が21日に記者会見して発表する予定。首都圏や中部圏など都市部から長期滞在の旅客を増やし、震災の被害で打撃を受けている宿泊業者の経営を後押しする。

個々の宿泊プランをまとめた、7月上旬にもインターネットの旅行案内などで検索できるようにする。また、7月中旬から下旬にかけて都市部でPRイベントを開催、長野への旅行が楽しみながら節電できることをアピールする。

実施期間は7～9月。長野県が夏場の誘客キャンペーンを行うのは初めて。「涼しい夏旅」さわやか信州」と題し、旅館やホテルなどは「エコ」を宣傳し参加する。エアコンの使用を抑え、自然の涼しい空気が流れるようにするほか、輸送時の環境負荷を減らせる地元野菜を提供する。

# 節電の夏間近、対策見直し

本格的な節電が必要となる7月が間近に迫り、企業が車日本大、夏後に打ち出した節電対策を相次いで見直ししている。節電対策の地域が西日本に広がる一方で、サプライチェーン(供給網)の復旧で生産の回復ペースが速まってきた。長期間を予定した夏休みの短縮や、設備の海外への生産移転など、各社ともきりきりの対策を打ち出している。

## 一段の上積み必要に 日本電産、一部海外へ

したことを受け、滋賀県にある研究開発拠点の設備の一部を海外に転移する方針を明らかにした。消費電力が大きいモーターの信頼性試験設備などが対象になる。永守卓司社長は、電力不足に加え、関西や九州で電力供給が厳しくなることで、西日本を地盤とする各社に社長は、電力不足に加え、

企業名	対策内容
ソニー	当初予定の夏休みを半分に短縮し、8月に1週間ずつ交代で休む
東京建物	7月末から週休3日制度
富士重工業	自動車製造部門の夏休みは、営業直後に発表された16日間から10日間に短縮
味の素	関西圏にある工場や、夜間や土日曜日の稼働を抑制
NTTグループ	持ち休日は本社で半日は、在宅勤務を推進。NTTデータは本社ビルで閉鎖
中山製作所(山形)	昼間の稼働を3時間停止
東京メトロ	列車の運行本数を2割減らす
JR東日本	山手線の運行本数を5%削減
松竹	映画館の「輪番休止」を中止して通常通り上映
富士通	首都圏のサーバーを地方に分散する台数を「サーバービル」に
トヨタ自動車九州	都市ガスによる自家発電の稼働率を4割から5割に引き上げ
三井化学	大阪工場の自家発電の稼働率を引き上げ

**15%なら可能**  
当初計画に比べて節電 ことを検討していたが、策を緩和する企業も多 しい。ソニーは8月に、多 少から15%に引き下げた。 ため、1週間にとどめた。 自動車業界では供給網 の回復で生産を前倒しす る動きが相次いでいる。 富士重工は節電を受け、 6月1日に自動車製造部 門の夏休みを16日間にす ると発表した。その後、 部品調達の見直しも立っ たことから休みを10日間 に短縮した。

電力使用の制限を緩和し たこと、また、設備稼働を 見直す動きもある。医薬 品原体を製造する日本化 薬の高橋工場(群馬県高 崎市)は、24時間連続生 産を維持することを決め

工場はロボットを生産す る八幡西車庫所(北九州 市)など九州で計7台の 自動車を確保、月内 にも調子を上げる。日東 電工は滋賀事業所(西 栗原津市)で休日を振



東芝は生産活動をして いない本社部門と支社に

自動車を設定する企業もあ る。東芝は電力消費4割 削減を目標に掲げる。全 国の事業所で設置の温度 計を29度に設定。半油 や短パン、サンダル履き での出勤も認められた。ア ロハシヤツを推奨してお り、幹部もアロハシヤツ でしばしば出社してい

た。患者の前に開く医 薬品の生産では、一部で 削減の検討が認められ 供給できると判断した。

## 2011年上期ヒット商品番付

東	横網	西
節電ツール	大関	「アフター4」販促
フェイスブック	関脇	涼感衣料
アンドロイド端末	小结	駅ウエ百貨店
メイドイン東北	前頭	ボランティアツアー
ソウルマッコリ (サントリー酒類)	同	ごまりツチ(ミツカン) 健康素材のコマが 豊富なふりかけ
海賊 洋画や人気マンガ のキャラクター	同	長友佑都 イタリアで活躍する サッカー選手
FinePix X100 (富士フイルム) 高画質のコンパクト デジカメ	同	シヨットノート (キングジム) 手書きメモをデジタル 記録するiPhone 用文具
トリーニングシューズ 下半身が引き締まる という運動靴	同	ポケットブルシューズ 折り畳み式の携帯 用靴

(注) 番付はこの半年間の消費動向や売れ行きなどをもとに、担当記者がランクつけた。前頭は上位のみ

# 震災で消費様変わり

## 節電・被災地支援…

日本経済新聞社は2011年上期の日経MJヒット商品番付をまとめた。東日本大震災の影響を色濃く反映し、節電や被災地支援につながる消費者ニーズに対応した商品・サービスが並んだ。新製品の発売見送りが相次いだことや、震災で大きく変化した消費への意識を考慮し、バブル崩壊直後の1991年追期以来、約

## 20年ぶり横網不在

20年ぶりに横網不在とした。(詳細を22日付日経MJ、関連記事を電子版に) 東の大関「節電ツール」は省エネ型家電のほか、つる性の植物を使った「緑のカーテン」など消費電力ゼロの商品も含む。西の大関は、企業のサマータイトム導入に伴う午後4時退社の広がりに商機を見る。「アフター4 販促」だ。西の関脇「涼感衣料」は速乾・吸湿などの機能性下着から部屋着用のステテコまで幅広い関心を集めた。東の前頭下頭の「メイドイン東北」は東北製をうたった商品で、被災地を応援したい消費者が積極的に購入。夜行バスでの往復をいとわず被災地のがれぎれ除去などに赴く「ボランティアツアー」も注目された。震災関連以外では、交流サイト(SNS) フェイスブック など、コミュニケーションの新たな潮流を象徴するようなサービスや商品もランクインした。



<http://www.sankeibiz.jp/business/news/110622/bsd1106220501000-n1.htm>

# SankeiBiz

## 高級ホテルで「格安の避暑」 企業節電、夏休み長期化に照準

2011.6.22 05:00

東京都内の高級ホテルが7月から9月ごろまでの期間限定で、3泊4日や5泊6日といった連泊利用に的を絞った格安プランを提供している。節電対策として夏休みを延長する企業が相次いでいるため、連泊需要が増えると判断。暑い夏を都内で優雅に過ごしたいというファミリー層の取り込みを狙う。

グランドプリンスホテル新高輪(東京都港区)はツインルーム3泊(2人利用)のプランを7月1日から9月4日まで、定価の約6割引きに当たる3万9000円から提供する。食事は別料金だが、水族館やプールなど周辺施設の利用券がつく。

プランの商品名は「夏季“休家”節電ロングステイプラン」と、節電をアピール。「大型の空調システムで効率的に冷やすので、自宅のエアコンよりも電力を65%近く削減できる」といい、夏場の電力不足に関心の高い層を呼び込みたい考えた。宿泊客には、首を冷やす「冷感ベルト」などの清涼グッズを配るサービスも展開する。

ホテルニューオータニ(千代田区)も、例年なら夏季は1泊か6泊以上のプランを中心に据えていたが、今夏は7月16日から9月3日までの期間、連泊利用で割安なプランを用意した。

ツインルームの宿泊料金を3泊で1人当たり7万500円と通常より約5000円安く設定した上で、5000円の食事券と1万2000円から2万円の入場料が必要な屋外プールのフリーパスのほか、ランドリーサービス券などをセットにした。「近場で優雅に過ごしたいファミリー層の利用を期待している」という。

かつては夏休みや連休などは都内のホテルの宿泊客はあまり多くなかったものの、ここ数年は地方の観光地での混雑を敬遠する人が顕在化。若い女性や家族連れの間でサービスの充実した高級ホテルを利用する傾向があり、「盆休みの時期は満室」(外資系高級ホテル)という。

今夏は震災後の自粛ムードが余韻となって遠出を避ける動きも予測され、「避暑」のため長い夏休みを高級ホテルで過ごすサラリーマンらが増えそうだ。(高山豊司)

<http://mainichi.jp/area/chiba/news/20110622ddlk12040109000c.html>

## 節電:効果は商機 消費の起爆剤に クールビズ強化、家電創エネ提案 /千葉

東京電力福島第1原発事故の影響で、今夏は電力抑制の取り組みが求められているが、県内の小売店やホテルでは「節電効果」をアピールする商品やサービスが広がっている。消費を手控える傾向につながりやすい「節電」を、逆に新たな消費の起爆剤につなげようと各業界の動きを追った。【森有正、清藤天、黒川晋史】

そごう千葉店(千葉市中央区)は、紳士向けのクールビズ商品の品ぞろえを強化している。昨年より約2週間前倒しの4月26日から紳士服売り場で関連商品を展開、売り場面積、扱い量とも前年比1.5~2倍に増やした。

売れ筋はビジネス用のポロシャツや襟元にアクセントのあるワイシャツで、クールビズ関連商品の売れ行きも例年の2倍。担当者は「より軽装の『スーパークールビズ』も意識し、従来は紳士服売り場では目立たなかったジーンズの品ぞろえも約1.5倍に増やしました」と力が入る。

東武百貨店船橋店(船橋市)も昨年より約1カ月早い、4月中からクールビズ商品の取り扱いを始めた。ポロシャツや機能性が高い軽量素材の衣料が人気で、ワイシャツを中心とした半袖衣料は、前年比45%増の伸びをみせているという。

家電量販店も「節電」を意識した売り場展開で顧客の取り込みを図っている。ヤマダ電機テックランドニュー蘇我本店(千葉市中央区)は「省エネ」だけでなく「創エネ」「蓄エネ」も提案。家庭の電力消費に占める割合の大きいエアコンや冷蔵庫は、商品の省エネ度や、最新機種に買い替えた場合の使用電力、年間の想定電気料金などを商品近くに表示し、「選択の目安」をわかりやすく表示するよう心がけている。担当者は「節電効果の高いといわれる扇風機も堅調な売れ行き。省エネ型エアコンとともに、今後も販売に力を入れたい」と意気込む。

### ◇電気不要バーベキューーホテル

稼働率が低下しているホテル業界も顧客取り込みの手法を模索している。

震災後、成田空港の3、4月の旅客数は前年同期比で3~4割減少し、特に国際線では、外国人旅客が3月34%、4月63%も減少。影響で、空港周辺のホテルでは稼働率が軒並み落ちているという。

そこで夏場を控えた各ホテルは、名物のガーデンバーベキューを核に、安価で日帰り・宿泊と食事を楽しむパックを「家庭で電気を使わない」という視点で売り込み開始した。広く緑に囲まれた庭で「納涼」気分も味わってもらうほか、屋内外のプールを軸に「涼」を強調するプランも登場。自粛ムードもまだ残る中、どれも「安近短」のリゾート気分をセールスポイントに掲げる。

成田ビューホテルは、例年は6月第4週ごろのプラン開始時期を、第1週から週末限定プランとして、前倒し発売し、先手を打った。担当者は「30~100人が訪れ、例年期間の予約も1~2割増で、いい手応えがある」と話す。家族4人でやってきた印西市の会社員、松平喜昭さん(36)は「涼しいし節電になる。盛夏にもう1回来たいし、他のホテルのプランとも比べてみたい」と話していた。

# 2011年上期ヒット商品番付

東		西	
商品名	寸評	商品名	寸評
大関 節電ツール	省エネ家電に加え、省電効果も期待されるLED照明の普及が追い風。LED照明の普及が追い風。	大関 「アフター4」販促	サマータイム導入で「午後4時～6時」の時間帯に合わせた商品展開が功を奏した。
大関 フェイスブック	フェイスブックの普及が追い風。フェイスブックの普及が追い風。	大関 涼感衣料	肌着はワコール「涼感」シリーズが人気。涼感衣料の普及が追い風。
小結 アンドロイド端末	スマートフォン市場の拡大が追い風。アンドロイド端末の普及が追い風。	小結 駅ウエ百貨店	JR大塚・博多線沿線の駅に百貨店が展開。駅ウエ百貨店の普及が追い風。
前頭 メードイン東北	東北産食品の需要が伸びている。メードイン東北の普及が追い風。	前頭 ボランティア	ボランティアの需要が伸びている。ボランティアの普及が追い風。
同 ソウルマルコ	韓国食品の需要が伸びている。ソウルマルコの普及が追い風。	同 にまっぴ	健康志向の消費者が増えている。にまっぴの普及が追い風。
同 映画	映画市場の拡大が追い風。映画の普及が追い風。	同 長友佑都	サッカー選手の活躍が追い風。長友佑都の普及が追い風。
同 FinePix X100	コンパクトカメラ市場の拡大が追い風。FinePix X100の普及が追い風。	同 ショットノック	手軽に楽しめるおつまみが人気。ショットノックの普及が追い風。
同 トレーニングシューズ	健康志向の消費者が増えている。トレーニングシューズの普及が追い風。	同 ホケッスブル	手軽に楽しめるおつまみが人気。ホケッスブルの普及が追い風。
同 同解のあそび	健康志向の消費者が増えている。同解のあそびの普及が追い風。	同 時代劇マンガ	時代劇マンガの需要が伸びている。時代劇マンガの普及が追い風。
同 ほん酢ジュレ	健康志向の消費者が増えている。ほん酢ジュレの普及が追い風。	同 インアルコール	健康志向の消費者が増えている。インアルコールの普及が追い風。
同 ICZ R50	健康志向の消費者が増えている。ICZ R50の普及が追い風。	同 防災本	防災意識の高まりが追い風。防災本の普及が追い風。
同 テラソール	健康志向の消費者が増えている。テラソールの普及が追い風。	同 グランクラス	健康志向の消費者が増えている。グランクラスの普及が追い風。
同 マルモ	健康志向の消費者が増えている。マルモの普及が追い風。	同 Everyday	健康志向の消費者が増えている。Everydayの普及が追い風。
同 フレッシュアップ	健康志向の消費者が増えている。フレッシュアップの普及が追い風。	同 モバイル	健康志向の消費者が増えている。モバイルの普及が追い風。
同 アタックN	健康志向の消費者が増えている。アタックNの普及が追い風。	同 ワゴン	健康志向の消費者が増えている。ワゴンの普及が追い風。

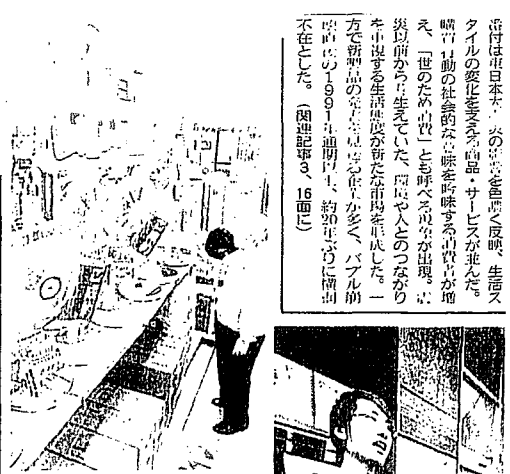
## 蒙御免

技能賞 ニンテンドーDS  
話題賞 上野動物園、ロイヤルウエディング

この半年間、11月～12月の上半期のヒット商品に、消費者動向を調査し、賞状を授けました。消費者動向を調査し、賞状を授けました。

## 新商品

この半年間、11月～12月の上半期のヒット商品に、消費者動向を調査し、賞状を授けました。消費者動向を調査し、賞状を授けました。



涼に自然生かす  
車の大園車道ツル 寒流が来ると、涼に自然生かす。涼に自然生かす。



震災で「世のため消費」  
震災で「世のため消費」。震災で「世のため消費」。

見つけた絆  
見つけた絆。見つけた絆。

世界の「おいしい」を楽しもう  
**YOUKI**  
ユウキ食品株式会社  
http://www.youki.co.jp/

2008年のリーマンショック以降、消費者動向は大きく変化した。消費者動向は大きく変化した。

## ボーナス「節電商品買う」

電通総研がまとめた消費に関する調査によると、夏のボーナスで購入を検討している商品ではLED（発光ダイオード）電球が2位になるなど、上位20位以内に8つの節電商品が入った。男性のクールビズでシャツやパンツなどリゾート系ファッションを支持する人は30%以下にとどまった。

### 電通総研調査、20位内に8品

購入を検討している節電商品では、扇風機や節電・節水家電、布団などに敷く冷却マットなどが並んだ。これ以外では、1位の国内旅行、3位のぜいたくな外食、5位の海外旅行も目立つ。同総研は「震災後のストレスで気分転換したい心理の現れ」とみている。会社での男性のクールビズの許容範囲は、半袖ワイ

### 旅行・外食も上位に

シャツやポロシャツ、チノパン、布地のスニーカーが70%以上の支持を集めた。柄物の開襟シャツやショートパンツなどは30%以下だった。このほか、夏季休暇の期間を聞いたところ、平均5・7日で71・7%は昨年と変わらなかった。節電で休暇の長期化も予測されたが一部に限られそうだった。調査は6月4日と5日にインターネットで実施。全国20～69歳の1200人から回答を得た。

都内ホテル

# 稼働率持ち直しの兆し

## 5月 値下げで5割台回復

東日本大震災の影響で大きく落ち込んでいたホテル稼働率が持ち直す兆しを見せている。日本経済新聞社が東京都内の主要19ホテルの客室稼働率を調べたところ、5月は57・1%と、調査記録が1991年以降の最低となった4月の40・5%を16・6割上回った。川プリンスホテル(72・3%)を下げたホテルを中(%)など7ホテル。値下ししており「最悪期は脱し」リンスの平均客室単価は1年前に比べ17%低い。善した。

大阪の主要15ホテルの稼働率は73・5%。4月は0・4割改善した。

「三六」と呼ばれるホテルニューオータニの稼働率は31・4%、ホテルオークラ東京は36・7%、帝国ホテル東京は50・3%、品川プリンスホテルは72・3%、ロイヤルパークホテル19ホテル平均は57・1%。

都内の主要ホテルの稼働率は  
なお低迷している  
(5月、単位%、カッコ内は前年実績)

ホテルニューオータニ	31.4(54.0)
ホテルオークラ東京	36.7(57.6)
帝国ホテル東京	50.3(82.1)
品川プリンスホテル	72.3(83.8)
ロイヤルパークホテル	73.0(82.0)
19ホテル平均	57.1(76.6)

## 観光の夕方来店、割引や特典 藤田観光のサマータイム需要見込む

藤田観光は7月1日、1タイムを導入する企業。都内などにある15のレスが増え、退社時刻が早トランで、夕方の時間帯。秋葉原ワシントンホテルの特典を付けた。サマル(東京・千代田)の飲み放題になるサービス。

「レストラン「カメラ」では午後5時台に来店すると、8000円のコースでメイン料理がフォアグラやオマールエビに変更できるなど2000円相当の特典が付く。15時まで実施する。

を始める。

椿山荘(同・文京)の「レストラン「カメラ」」では午後5時台に来店すると、8000円のコースでメイン料理がフォア

ワタミ ヴィア・ホールディングス  
 居酒屋チェーン各社が  
 節電対策の一環で、店舗  
 にあるエアコンの設定温  
 度を相次ぎ引き上げた。  
 ワタミが国内の全店で昨  
 年よりも1度上げたほ  
 か、「備長屋」を展開  
 するヴィア・ホールディ  
 ングスも昨年より3度高

## 店内の設定温度 相次ぎ引き上げ

い27度に設定した。  
 ワタミは22日から開始  
 し、8月31日まで実施す  
 る予定。6月から8月ま  
 での3カ月間の電気代を  
 昨年比で10%以上減ら  
 し、約1300万円分の  
 節約につなげる考えだ。  
 ヴィア・ホールディン  
 グスは昨年まで空調温度  
 を24度に設定していた

## 夏の節電対策で

が、客席は27度とした。  
 それぞれのテーブルには  
 うちわ1個を置き、暑さ  
 をしのいでもらう。  
 ただ炭火や鉄板を使っ  
 たメニューもあるため、  
 厨房内の設定温度は従来  
 通り低めにした。設定温  
 度を引き上げることで電  
 気代を約2割減らせると  
 いう。

# 「4時から族」つかめ

## 夏時間を商機に

小売りのサレシス、外食各社がアフター4ーや「ハッピーアワー」と呼ぶ時間帯を活性化している。雇用対策で、この間に就業時間を通常より早める「サマータイム」を導入する企業が増えるなか、退社時間が早まった会社は、飲み場やジムを引くなど、お客さまを呼び出す。飲食に加えて、資格講座や物販などに取り組みが広がり、料金割引などでお客さまを呼び出す。

退社後の時間を有効活用しようとする会社員が増える。一方で、飲食関連サービスの需要は、今夏に受ける。講師を自指す動きが相次ぐ。

### 語学学校 夕方の講座拡大 居酒屋 6時まで値引き



夕方にビールなどの半額サービス始めた居酒屋も(24日、13時、中央)

夕方早い時間の利用者に特典を設けた企業の例	ユーマンアカデミーは7月1日〜9月30日の入学料を10%割引。全
際コーポレーション(東京・目黒)	国30校で、会社員に人気の行政士や社会保険
系列イタリア料理店で月〜木曜の午後4時半〜7時半は軽食ビュッフェとドリンク1杯が1200円	女性を応援し、29日から午後5時以降は通常より
レイズインターナショナル	授業
居酒屋「かまどか」で3時間飲み放題と料理3品が2980円。午後4時〜5時の開店から利用可	全国
三越伊勢丹	約110教室で実施
三越伊勢丹店のレストランで、ためると食事代を割引くスタンプサービス。午後5時以降の来店客対象	東京・目黒
ABCクッキングスタジオ(東京・千代田)	8月
7、8月は平日午後4〜6時に始まる。参加者に缶酎ハイ1本を無料提供。全国	約110教室で実施
ロハスインターナショナル	8月
運営するヨガスタジオのうち、首都圏の81店で7月1日〜9月末まで平日午後5時に始まるクラスを新設	

ベルリッツ・ジャパン(東京・港)は英語など語学講座で「夏の短期集中コース」を開講。夕方以降に集中して復習レッスンを受けるよう並

初は平日午後6時10分までとしていた受講可能な時間も、全体の6割近い38教室で同7時40分に延長時間を長く

労務士などの取寄を自指す57講座をそろえ、早稲田大学の受講を促す。百貨店でも、高島屋が東京店(東京・中央)で7月中旬から、午後4時以降に婦人服を3万1500円以上買えば自宅まで無料配送する。主に30代向けのブランドの大半が対象。通常は3150〜6000円程度の配達料がかかる。百貨店(横浜市)でも早めに仕事を終えた女性を応援し、29日から午後5時以降は通常より

関東地方は24日、日本海から三陸沖に停滞した梅雨前線に向かって南から暖かく温った空気が流れ込んだ影響で、各地で気温が上昇。午後0時57分に埼玉・熊谷市で39.3度を記録し、6月の国内観測史上最高記

### 6月39.3度 20年ぶり新記録

埼玉・熊谷で国内最高。同県市町村でも39.2度を記録した。午後1時までの気温は東京都心部で32.3度、横浜29.8度など。これまでの6月の最高は静岡市で1991年6月27日に観測された38.3度。

1〜3割安い婦人向けア・中央でも7月から実施。居酒屋経営のタイクセサリーを販売する。一堂で5000円のメニューを販売する。外貨店では「ロワイド丸東葉店(東京・千代田)が今年13日から、同市内の喫茶店で7月13日から午後4〜5時半に店内18店舗を閉める。通常1〜3割引きで6時に入店すれば生ビール(600円)などを半額で提供するサービスをうけたら、客数は一段と増加する。

連日暑い。第一生命経済研究所の永浜利広主任エコノミストは「夕方の個人の過ごし方も多様化する。店舗は夕方に割引すれば1日の来店客の分散化につながる」と指摘する。

サマータイム ピークずらす効果あるが…

## 実は電力需要4%増

企業が始業時間を早める目 本版サマータイムでは電力の 総需要は減らない。独立 行政法人・産業技術総合研究 所がこんな研究結果をまとめ た。企業の電力需要は減りピ ークがずれる効果はあるが社 員が帰宅後にエアコンを使う などの結果、国内の総需要は 4%増える試算となった。

その結果、事務所では午後4 時の終業で電力需要が10%減 る。ただ帰宅時間が早いと気温 もまだ高く、家でより多くエア コンを使うなどの理由で家庭部 門の電力需要は23〜27%増加 した。企業の電力需要は減りピ ークがずれる効果はあるが社 員が帰宅後にエアコンを使う などの結果、国内の総需要は 4%増える試算となった。

産総研の井原晋彦研究員によ ると、この範囲内 で始業を1時間ほど前後にずら しても効果は薄い。節電効果 を期待するなら6時間以上ずら と、企業を中心とした「事務 所」部門、「家庭」部門の平 均的な電力需要のパターンを もとに分析。都内の全人口が 生活時間を1時間早めた際の 電力需要を、経済産業省など の統計をもとに試算した。

消費電力の削減には①空調設 定温度をセ氏28度に上げる②す だれで日光を遮る③使わない照 明や機器を消す―などが有効 としてい

## 家で空調使用 産総研試算

時々午後8時 まで、この範囲内

4%増える試算となった。

で始業を1時間ほど前後にずら

東京の8月の猛暑日(最高

しても効果は薄い。節電効果

気温が35度以上)の気温分布

を期待するなら6時間以上ずら

と、企業を中心とした「事務

所」部門、「家庭」部門の平

均的な電力需要のパターンを

消費電力の削減には①空調設

もとに分析。都内の全人口が

定温度をセ氏28度に上げる②す

生活時間を1時間早めた際の

だれで日光を遮る③使わない照

電力需要を、経済産業省など

明や機器を消す―などが有効

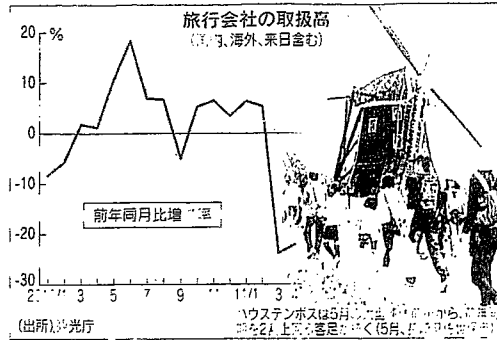
の統計をもとに試算した。

としてい





# 震災での自粛ムード緩む

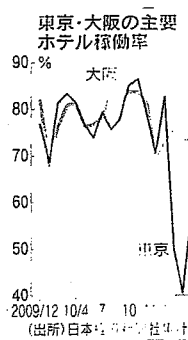


「底は脱した」。ホテル大手、ニューオータニの清水常務はこう。連日するホテルニューオータニ(東京・千代田)の3〜4月の売上高は、震災を受けて前年同期の6〜7割の水準に落ち込んだが、5月は8割まで戻した。6月以降はさらに改善が見込めると期待する。

**6月以降は改善**  
日本経済新聞社が調べた東京都内の主要10ホテルの6月は4月、1年前より40・9割も低い40・5%。記号の残る過去20年間で最低となった。ただ5月の前年比は同19・5%減の57・1%に持ち直

## レジャー 復調の足音

東日本大震災で激減した観光、レジャー需要に持ち直しの兆しが見えてきた。自粛ムードが緩和し、海外を中心に夏休みの旅行予約が伸びてきたほか、大手ホテルの客室稼働も上向き始めた。西日本のテーマパークでは前年を上回る集客の勢いも出ている。ただ原発事故に収束の見通しは立たず、本格回復には時間がかかりそうだ。



## 夏休み、海外堅調 国内は西日本シフト

「底は脱した」。ホテル大手、ニューオータニの清水常務はこう。連日するホテルニューオータニ(東京・千代田)の3〜4月の売上高は、震災を受けて前年同期の6〜7割の水準に落ち込んだが、5月は8割まで戻した。6月以降はさらに改善が見込めると期待する。

ここにきて着足は徐々に回復し始めている。ホテルオークラ(東京・港区)には6月、米オペラ公演の出演者・関係者約350人がおよそ1週間滞在した。同ホテルの5月の稼働率は36・7%と同20・9割下落したが、6月は50%を越える見込み。西園館ホテルオークラ社長は「売り上げペースでは6月は前年同月の8割程度に回復しつつある。1年内はいまひとつだが、

海外旅行は順調に回復している。日本旅行(株)の井上謙三は6月中旬、「こう述べた。旅行大手の7〜9月の海外旅行の予約件数(入員ベース)は、6月23日時点でおおむね1割減幅は残っている。7〜9月の予約状況が前年を上回ることも出ている。

**関東・東北は半減**  
夏の海外旅行が伸びているのは、前年対比の1割としてから前年比で約2割増のペースで回復している。

## 本格回復なお遠く

観光、レジャー需要の本格回復に向けてはなお課題も多い。最大の懸念は原発事故の先行きが通じにくいことだ。

政府は各団体の旅行会社や行政機関を積極的に呼びよせ、安らぎのPRに努めてほしい。プリンスホテルの小林正則社長は注文を付ける。震災後に観光需要が冷え込んだ要因の一つは、原発事故をきっかけに来日外国人客が激減したため。「収束時期がはっきりしないまま格闘の覚悟も立たない」と話す。

日本政府観光局によると、5月の来日外国人客は前年同月比で50・4%減の35万8000人。過去最大の落ち込みだった4月の62・5%減よりは改善したものの、非

例年より夏休みを長く掲げることで折返している」という。プリンスホテルの夏休みの前泊予約は、首都圏のホテルで伸び悩む一方、ランドナー(東京・都立市)や、西日本の3ホテルでは「前年を平均で3割ほど上回る勢い」。日本旅行の7〜9月の旅行予約は関東・東北方面が好調。ハウステンボス(長崎県佐世保市)の常務は「5月の大規模連休の前夜、沸く九州は2割近く伸びている」。

## 原発への不安や節約志向で

電に低い水準だ。消費者の節約志向の高まりも観光、レジャー企業にとっては逆風だ。夏休みの海外旅行でも人々を引いているのは台湾やタイなど近場のアジア方面。中国の深い広州や北上方面は各社とも伸び悩んでいる。エイチ・アイ・エスの平林明伸は「一部は平日を伸ばして、旅行予約は抑える傾向にある」と指摘する。

前北への対応を迫られる中日本のレジャー企業では、夏場の通常営業を維持するため、東京・アイスリゾート(千葉県安房郡)などが相次ぎ自営営業の導入する。各施設ともコスト増に悩む。今後、取組みの強化に向けた取り組みも求められそうだ。

# 高級ホテル 1泊1万円

## ニューオータニなど

ホテルニューオータニ（東京・千代田）やロイヤルパークホテル（同・中央）など国内の有力ホテルは共同で、東日本大震災の影響で激減した外国人客の呼び戻しに乗り出す。米ホテル予約大手プリファードホテルグループを通じて予約を対

空に、1室1泊1万円の統一プランを発売。破格の料金によって来日を促し、安全を確認する機会にしようと考えた。参加するのはこのほか京王プラザホテル（同・新宿）、ホテルニューグランド（横浜市）など。同プランの利用は7月

## 米予約代行で共同プラン 外国人客 呼び戻し

6日から12月31日まで。インターネットなどでの予約の受付期間は7月6～15日。空室があれば何泊でも利用できる。各ホテルで1日数室～10室程度の販売を目指す。10ホテルのうち正規料金が最も高いのはザ・キャピトルホテル東急（東京・千代田）で、1室6万5000円から。

# サマータイムや平日休み



夕方からお酒を楽しむ会社員ら  
(東京都中央区のHUB八重洲店)

# 外食・買い物3割増やす

就業時間を早める「サマータイム制度」や週末から平日に休日を取らす「平日ホリデー」を本格的に導入する会社が増えている。日本経済新聞社の調査ではサマータイムは外食、平日ホリデーは買い物について、3割近い消費者の支出意欲を刺激する効果があった。平日の消費への影響でもサマータイムは4割超、平日ホリデーでも3割近くは「増える」との見方を示した。(詳細を電子版に)

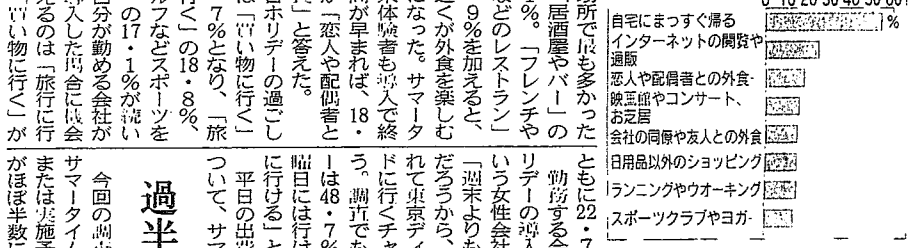
## 旅行意欲も刺激

### 買い物 ウォッチ

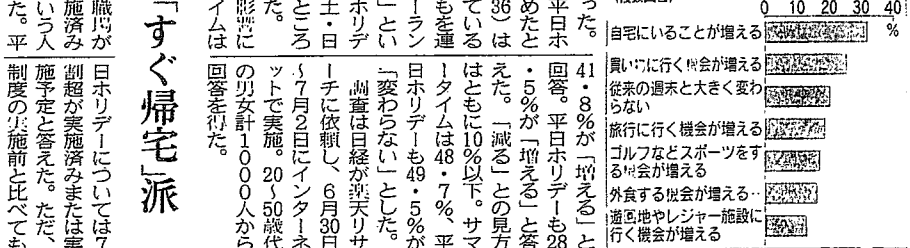
夕方にドリンク割引を実施する英国風パブ「HUB(ハブ)八重洲店」(東京・中央)。午後5時前後から仕事帰りの会社員が雑々と来店した。夜の飲み会までの時間つぶしに訪れたという男性会社員(41)は「外が明るいうちに仕事が終わると夜までの時間が長い。どこかで酒を飲みたい気分になる」と話。

サマータイムを導入済みで、会社に勤める人が増えている。会社員が就業後に出席する機会が増える

今後、サマータイム制を活用したいこと。(複数回答) 0 10 20 30 40 50 60 %



平日ホリデー実施後の過ごし方(複数回答) 0 10 20 30 40 %



労働時間そのものには大幅な変化はなく、サマータイム体験者の16.7%は残業をしている。未経験者ではサマータイムが導入された場合でも54.9%が「自宅にまっすぐ帰る」と回答。25.0%も「インターネットの閲覧や動画」と答えた。サマータイムについては28.6%が「自宅で過ごす時間が増えてよい」、22.7%が「家族と一緒にいられる時間が増えてよい」とした。

平日ホリデーの過ごし方でも最も多かったのは「自宅にすることが増える」の32.1%だった。平日ホリデーについては26.2%が「週末に出勤するのはいやだ」、18.7%が「休日がずれただけで生活スタイルは変わらない」と答えた。家族と過ごす時間の増加にはつながりにくいこともあり、「家族サービスをする機会が増えてよい」という回答も7.1%にとどまった。

今回の調査では職場がサマータイムを実施済みか、または実施予定という人が増えるのは「旅行に行く」「買い物に行く」がほぼ半数に達した。平日制度の実施前と比べても

### 過半は「すぐ帰宅」派

今回の調査では職場がサマータイムを実施済みか、または実施予定という人が増えるのは「旅行に行く」「買い物に行く」がほぼ半数に達した。平日制度の実施前と比べても

夏場の節電対策として  
 産業界で休日や平日に振  
 り替える動きが広がるな  
 か、旅行大手が相次ぎ平  
 日宿泊に限定したお得な  
 旅行商品の販売に乗り出  
 している。土曜日や祝日  
 の前の日に比べた割安さ  
 を一段と打ち出すほか、  
 貸し切り露天風呂を無料  
 で利用できる特典などを  
 付ける。休日分散化を夏  
 の旅行需要の底上げにつ  
 なげたい考えだ。

日本旅行は関東や伊  
 豆、東北の旅館約30施設  
 と組み、8月から「平日  
 特別割引」と称し平日の

### 休日分散の需要逃さず

## 平日の宿泊 さらにお得

一部で宿泊プランを従来  
 比5〜6%値下げする。  
 設定日は各施設で異なる  
 が、それぞれ原則週2日  
 以上設ける。今月下旬を  
 めどにホームページに同  
 プランを集約した専用ペ  
 ージをつくり、契約施設  
 も順次増やす。

JTBは中部地区の宿  
 泊施設を中心に、木曜日  
 に泊まると特典が付くプ  
 ランを売り出した。例え  
 ば、貸し切り露天風呂を  
 無料で利用できたり、追  
 加料金を払わずに広い部  
 屋に泊まることのできた  
 りする。「自動車業界な

### 旅行各社、相次ぎ限定プラン

どが7月から休日を木・  
 金曜日に変更したことに  
 対応した」という。販売  
 期間は9月30日まで。

近畿日本ツーリストも  
 7〜9月の平日出発の国  
 内パックツアーを購入し  
 た人を対象にしたキャン  
 ペーンを中部地区で開  
 始。抽選で沖縄旅行や宿  
 泊券を贈る。宿泊予約サ  
 イトの楽天トラベル(東  
 京・品川)は、平日に泊  
 まると特典などが付くプ  
 ランを集めたコーナーを  
 新設。「平日の旅行、レ  
 ジャー需要を盛り上げた  
 い」としている。

# 大震災 どう乗り越える

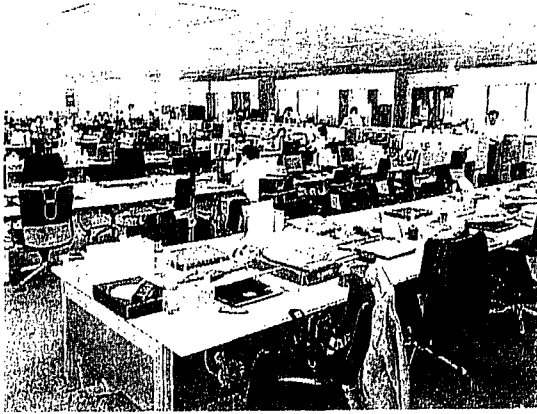
電力不足に挑む

KDDI 共通業務システム部で働く赤根貴久さんは午前8時前に東京都千代田区にある本社に出勤する。これだけなら、勤務時間を前倒しする普通の「サマータイム」だが、そうではない。午後1時に退社し、午後3時～5時半は自宅で仕事を

資料作成は自宅  
同社の本社には約4500人が働いている。このうち営業などを除く約4割が6月27日～9月30

## 「25%節電」へ在宅勤務

# KDDI



在宅勤務やサマータイムの導入で、午後のオフィス人口を減らす（東京都千代田区）

### オフィス利用、最小限に

日、少なくとも1日2時間半の在宅勤務など、勤務体系を切り替える。この4割の従業員には極力、在宅勤務をするように要請。会社でなければできない仕事もある人

にはサマータイムも併せて導入した。午前7～8時に出勤して5時間仕事を完了後、自宅で働くようになれば、午後には在宅勤務の日もある。日中のオフィス人口を少なくすることで、室温の上昇を抑え、空調の使用を控える。会社にいる人が少なければ、熱を発生させない。削減は難しい。この軽装ですむなど、消費電力は抑えられる」（総務が義務付け、人事本部）とみる。

開始から2週間。パソコンのチャットによる打ち合わせはできるが、顔を合わせて会議をする場合、時間の調整が難しくなった。従業員同士のコミュニケーション不足が生じ、業務に支障がないのかなど検証すべき課題も多い。

関東地方で梅雨明けし、電力需要のピーク期を迎えた。首都圏の企業が今夏の電力不足にどう対応しているのか、取り組みを追った。

も少なくなる。実際、午後に同社をのぞくと、随所で人がまばらな部署がみられる。外勤部門でないのに十数人の机が並ぶところも、2人しかいない場所もある。

同社はオフィスの電力使用量を昨夏に比べて25%減らす目標を掲げている。同じ部署の従業員が一斉に休みを取ると、一部フロアを閉鎖することも検討。時期や時間帯によっては最大40%以上の削減を見込

同社は東日本大震災後、1万人規模の在宅勤務を可能にするシステムを準備している。大災害時に会社に出動できない人が大量に出た場合に備え、ネットワーク回線がパンクしないよう外部からのアクセス環境を改

同社ではサマータイムも併せて導入した。午前7～8時に出勤して5時間仕事を完了後、自宅で働くようになれば、午後には在宅勤務の日もある。日中のオフィス人口を少なくすることで、室温の上昇を抑え、空調の使用を控える。会社にいる人が少なければ、熱を発生させない。削減は難しい。この軽装ですむなど、消費電力は抑えられる」（総務が義務付け、人事本部）とみる。

開始から2週間。パソコンのチャットによる打ち合わせはできるが、顔を合わせて会議をする場合、時間の調整が難しくなった。従業員同士のコミュニケーション不足が生じ、業務に支障がないのかなど検証すべき課題も多い。

関東地方で梅雨明けし、電力需要のピーク期を迎えた。首都圏の企業が今夏の電力不足にどう対応しているのか、取り組みを追った。

# 節電疲れ ホテルで癒やし

梅雨明け後の連日の猛暑と電力不足による節電で「我慢の夏」を強いられている人に少しでも快適に過ごしてもらおうと、シティーホテルなどが、ユニークでお得なプランを相次いで打ち出している。東京電力の「でんき予報」で電力需給に余裕がある日ほど料金が安くなったり、家庭での節電努力に応じて割り引いたりするなど、節電を逆手に顧客を取り込もうと知恵を凝らしている。

でんき予報に連動したプラン

でんき予報「余裕」なら半額

ピーク時回避で56%引きも

ンを今月から始めたのは、グランドハイアット東京(東京都港区)。電力需給が「比較的余裕のある日」は50%、「厳しい日」は40%、「大変厳しい日」は30%の割引となる。

1日15部屋限定で対象は最高級のスイートルームも含まれ、5割引きの料金は2万4500〜50万円となる。同ホテルでは「余裕のある日ほど、節電努力をたくさんしたと考え、割引率を大きくした」と話す。

浦和ロイヤルパインズホテル(さいたま市浦和区)は、前年と今年の電気使用量の差が分かる料金明細書を持参すれば、削減率に応じて宿泊料金を割り引いている。各部屋1人1泊1万円、各ホテルは照明の引きやレストランの営業時間の短縮などで節電に対応し、客室の冷房の設定温度は変えていないところが多い。

「例年通り快適に過ごしてもらえ」(グランドハイアット)、「節電疲れをホテルで癒やしてほしい」(浦和ロイヤルパインズ)と、節電の「褒美」としての利用を呼びかけている。

ば、宿泊料金を最大56%引き、プランを先月から始めた。

東京、東北電力管内にある

9つのホテルが対象で、銀座

プレミア(東京都中央区)の

場合、1人1万2600円か

らと割安だ。

各ホテルは照明の引きや

レストランの営業時間の短縮

などで節電に対応し、客室の

冷房の設定温度は変えていな

いところが多い。

「例年通り快適に過ごして

もらえ」(グランドハイア

ット)、「節電疲れをホテル

で癒やしてほしい」(浦和ロ

イヤルパインズ)と、節電の

「褒美」としての利用を呼

びかけている。

# 大震災 ②

## どう乗り越える

電力不足に挑む

「規定の電力量をオーバーしました。第1段階の電力カットをお願いします。」  
 キリンビール横浜工場（横浜市の各部署のエネルギー管理責任者の携帯電話にはこんな連絡が入る。  
 同工場は350リットルの缶ビールを最大で毎分5000本生産するキリン最大の生産能力を持つ。ラガー、

# 使用量 2段階で警報

キリン横浜工場

一斉搾りなど主力製品を製造し、ここから首都圏一円に届ける。昨年のピーク時の電力使用量は約1万1000キロワット。同工場の今夏の目標はこのピーク時の使用電力の15%削減だ。  
 工場の使用電力は5人の監視要員が24時間体制でチェックし、2段階で警報を



出た時に、ど  
 ういう節電対  
 策を講じるか  
 を部署ごとに  
 リストにして  
 いる。それぞ  
 れ20〜40項目  
 が並び、第1  
 段階ではビー  
 ル生産に直接  
 影響がない工  
 程を制限。第  
 2段階では生

増組む  
 4割増  
 生産量に  
 取り組む  
 削減は  
 15%節  
 電だが、  
 今回のビ  
 ル生産の  
 ペースだ  
 が、  
 出た時に、ど  
 ういう節電対  
 策を講じるか  
 を部署ごとに  
 リストにして  
 いる。それぞ  
 れ20〜40項目  
 が並び、第1  
 段階ではビー  
 ル生産に直接  
 影響がない工  
 程を制限。第  
 2段階では生  
 産に影響する  
 工程の調整に  
 も踏み切る。  
 例えは、工場  
 内に水供給  
 などを管理す  
 る部署は第1  
 段階になると  
 段階になると  
 を使ってビー  
 ル生産に必要  
 な水をためる  
 タンクへの注  
 入を止める。朝  
 や夜間に電  
 力は生産の足  
 かせではな  
 く、改善でき  
 る生産工程の  
 洗い出しにつ  
 ながる」とみ  
 るためだ。  
 実際、見落  
 としていた改  
 善点が見つ  
 かった。これ  
 ま  
 で液体のろ過  
 装置は一定  
 の時間が経過  
 すると自動的  
 に洗浄する仕  
 組みだった。だ  
 が節電のため  
 、担当者が状  
 況を見て洗浄  
 するかを判断  
 するようになった  
 ところ、自  
 動洗浄は必要  
 以上に頻度が  
 高く、コスト  
 を押し上げる  
 要因だったこ  
 とがわかった  
 という。  
 「節電対策で  
 浮かび上がった  
 改善策をシス  
 テムで管理す  
 ることで、一  
 段とコスト  
 削減できる  
 （野中工場長）  
 この辺りの一  
 時的なもの  
 ではなく、工  
 場の競争力向  
 上への取り組み  
 として節電  
 対策を位置付  
 ける。」

# 生産工程の改善洗い出す

出す。昨年のピークの使用  
 量の80%になりそうだと第  
 1段階、85%に近づくと第  
 2段階だ。これまで第2段  
 階は2回発令。第1段階は  
 真夏が続いた6月後半か  
 ら平日昼間はほぼ連日、早  
 約20の部署がある。警報が

## 対策20〜40項目

産に影響する工程の調整に  
 も踏み切る。  
 例えは、工場  
 内に水供給  
 などを管理す  
 る部署は第1  
 段階になると  
 段階になると  
 を使ってビー  
 ル生産に必要  
 な水をためる  
 タンクへの注  
 入を止める。朝  
 や夜間に電  
 力は生産の足  
 かせではな  
 く、改善でき  
 る生産工程の  
 洗い出しにつ  
 ながる」とみ  
 るためだ。  
 実際、見落  
 としていた改  
 善点が見つ  
 かった。これ  
 ま  
 で液体のろ過  
 装置は一定  
 の時間が経過  
 すると自動的  
 に洗浄する仕  
 組みだった。だ  
 が節電のため  
 、担当者が状  
 況を見て洗浄  
 するかを判断  
 するようになった  
 ところ、自  
 動洗浄は必要  
 以上に頻度が  
 高く、コスト  
 を押し上げる  
 要因だったこ  
 とがわかった  
 という。  
 「節電対策で  
 浮かび上がった  
 改善策をシス  
 テムで管理す  
 ることで、一  
 段とコスト  
 削減できる  
 （野中工場長）  
 この辺りの一  
 時的なもの  
 ではなく、工  
 場の競争力向  
 上への取り組み  
 として節電  
 対策を位置付  
 ける。」

全国で梅雨明けし、今夏  
の猛暑が予想される中での  
節電が本番を迎え、夏商戦  
に涼しい異変が起きてい  
る。キーワードは「短い」。  
髪形は手入れも簡単さっぱ  
り短く、通販や家電量販店  
では電気使用などを抑える  
時短商品が人気を集める。  
東日本大震災以降の消費者  
意識の変化を映す新しい売  
れ筋商品も増えそうだ。

全国理容生活衛生同業組  
合連合会（東京・渋谷）は  
約7万店ある全国の理容室  
で「節電カット」の提案を  
始めた。髪の手入れが肌ま

# 短

## 猛暑に負けぬ

### 髪すっきり手入れ簡単 服スーツ洗濯、時間省く



わりつかないように顔を  
すっきりと見せ、洗髪後  
ドライヤーを使わずタオル

涼しく（東  
原店）を提案する髪形を  
出すようなラインのTAYA  
のよさをアピールする  
あごのラインを  
おこせるように  
あごのラインを

8月末まで「TAYA」  
など約110店では、通常

「髪形を整えるのが楽で  
ドライヤーを使う時間が減  
った」都内の女性会社員。  
美容室大手の田谷は短めの  
ヘアスタイルや短時間の手  
入れで済む形状記憶機能が  
高いパーマの提案に力を入  
れている。

が売れた。前年比7割増の  
で器がわりになるため皿を  
洗い、短い間隔でこまめに  
洗滌して清潔感を保てるの

「髪形を整えるのが楽で  
ドライヤーを使う時間が減  
った」都内の女性会社員。  
美容室大手の田谷は短めの  
ヘアスタイルや短時間の手  
入れで済む形状記憶機能が  
高いパーマの提案に力を入  
れている。

4500〜5500円の方  
策で丈の短い衣料品も人  
ツト料金を新規顧客は29  
00円にする。6月はパー  
マの利用者が前年より約3  
%増え、パーマをかけた顧  
客の6割が「形状記憶」メ  
ニューを選んでいくという。



# 大震災 どう乗り越える<sup>③</sup>

## 電力不足に挑む

専用サイトにアクセスし、パスワードを入力すると、前日までの1時間ごとの電力使用量を用意別、エリア別に表示する。森ビルがオフィスビル「豊岩タワーンヒルズMORITAWA」でテナント向けに始めたサービスだ。用途は照明、コンセント、空調、サーバーの4種類。エリアは50

# テナントに節電「見える化」

## 森ビル

0平方メートル単位で、このビルの1フロアの3分の1にあたる。

情報きめ細かく

このビルの8〜15階に同居する三井情報。総務部の鈴木久雄氏はパソコンの画面で日々、これをチェックする節電担当だ。「昼休

# 15%削減へ協力不可欠

みの消灯で1番成果が出ていない方針を続けてきたが、いるのは13階。「午後7時の照明は8階が多い。残業が多いのかな」。電力使用でも電力使用の15%削減を維持できるかわかり、無理のない状況について随時、社内メー

23棟は電力使用の削減が難しい。このサービスが始まってから500%以上。同社は表道ビルズで周辺の光をセンサーで自動的に明るさを調整する照明を導入するなど、節電対策をしてきた。森ビルがテナントにこ



森ビルはテナントに電力使用量をネットを通じて提供(豊岩タワーンヒルズMORITAWAに入居する三井情報)

まできめ細かく情報提供するのには訳がある。15%削減を達成するにはテナントの協力が不可欠だからだ。同社が所有するビル80棟のうち、豊岩タワーをはじめ

力のうち6〜8割がテナントによるものだ。

森ビル環境推進室の武田正浩氏は「テナントに節電への協力を呼びかけるだけでは限界だった」と打ち明ける。そこで発案したのが電力使用量の詳細な情報提供だった。テナントに問題点がわかるようにし、節電対策を検討する際の材料に

してもらうと考えた。テナントに「見える化」を促す。森ビルは「見える化」で得られた情報をテナントに代わって分析し、効果的な節電メニューを立案することも検討している。テナントにどう節電意識を浸透させるか。試行錯誤は続く。

### 机の配置見直し

とはいえ、どんなにきめ細かく電力を「見える化」してもテナントがそれを使わない。森ビルに入居するテナントは約60社。多くの企業は情報を生かしていない状態で、ビル全体として節電効果が大きく表れるまでには至っていない。

テナントに働きかけてもらうため、森ビルは自社のオフィスを一部を改装。使用電力を43%減らした「節電モデルオフィス」とし、随時見学を受け付けている。通常のオフィスでは窓際に机が配置され、まぶし