

The logo 'TECHNOVA' is displayed in a bold, white, sans-serif font in the upper right corner. The background features a dark blue field with a complex network of white and light blue lines and nodes, resembling a digital or energy network. The lines vary in thickness and brightness, creating a sense of depth and connectivity.

TECHNOVA

中部経済産業局 令和7年度省エネルギー促進広報事業
(継続的な省エネ活動が根付く組織づくりに関する調査・広報事業)

事業実施報告書

2026年3月23日

I. 事業内容

I-1. 事業目的3

I-2. 内容4

II. 結果5

I-1. 事業目的

今後、2050年カーボンニュートラル達成を見据えて効果的に省エネルギーを推進していくためには、設備の更新・工程見直しなど個別の設備にフォーカスした**ハード面の取り組みに止まらず**、目標設定、管理体制の設定・見直し、従業員への周知、エネルギーの見える化・分析等の組織体制整備など省エネを社内で**ソフト面の取り組みを推進**し、一時的あるいは一部の担当者だけの省エネ取組にとどまらず**経営層も含めた全社的かつ継続的な省エネを推進**していくことが必要である。

このため、本事業では、省エネが進展している事業者（エネルギー消費原単位を5カ年平均で1%以上改善させている事業者等）の取組や省エネ専門家の知見を参考に、効果的に省エネを推進するうえで重要な**ソフト面の取組の推進方法やポイント等を整理**し、中堅・中小企業が実践するためのヒントを盛り込んだ**ガイドブック**を作成、広報を行う。

本取組に加え、既存の設備投資等の支援（省エネ補助金等）や省エネ最適化診断等の支援措置を組み合わせ、ハード・ソフト両面で省エネに取り組むことにより、**地域企業の効果的な省エネの推進を図る**。

I-2. 内容 – ガイドブック作成の進め方

区分	作業項目	実施内容
(1) 手法整理	① デスクトップ調査	<ul style="list-style-type: none"> 省エネ大賞、各種事例集・報告書、ISO50001事例、省エネ法定期報告書データ（CSV提供）等から基礎情報を収集し、省エネ推進体制に言及する事例を10件以上整理する
	② 仮説・ヒアリング内容の整理	<ul style="list-style-type: none"> デスクトップ調査 + 既存知見 + 中部経済産業局との意見交換を踏まえ、省エネが進展している企業の共通項・ポイント・課題の仮説とヒアリング項目を整理
	③ 省エネ専門家へのヒアリング	<ul style="list-style-type: none"> 実務経験のある専門家を6名程度選定し、各人1回以上・対面でヒアリング
	④ 省エネ先進企業への取材	<ul style="list-style-type: none"> 調査・専門家ヒアリング結果と地域特性を踏まえ、中部経済産業局と協議の上で10社程度選定。②の項目をベースに質問をブラッシュアップし、取材実施
	⑤ 調査・ヒアリングのとりまとめ	<ul style="list-style-type: none"> ①～④を統合し、共通項（4～5） / 具体手法 / 工夫ポイント / 躓きやすい点を整理
(2) 成果物作成	① ガイドブック本体の作成	<ul style="list-style-type: none"> ⑤を基に、経営者・担当者向けに構成・コンテンツ仮案を作成。事例やワンポイント助言等を盛り込み（単なる事例集にしない） 専門家の意見交換会を開催し反映、A4約12p + A3版、印刷用/WEB用を作成。
	② 要約版チラシの作成	<ul style="list-style-type: none"> ガイドブック内容を要約したA4・2ページのチラシを作成。印刷用/WEB用を作成。

II. 結果

(1) 手法整理

- ① デスクトップ調査
- ② 仮説・ヒアリング内容の整理
- ③ 省エネ専門家へのヒアリング
- ④ 省エネ先進企業への取材
- ⑤ 調査・ヒアリングのとりまとめ

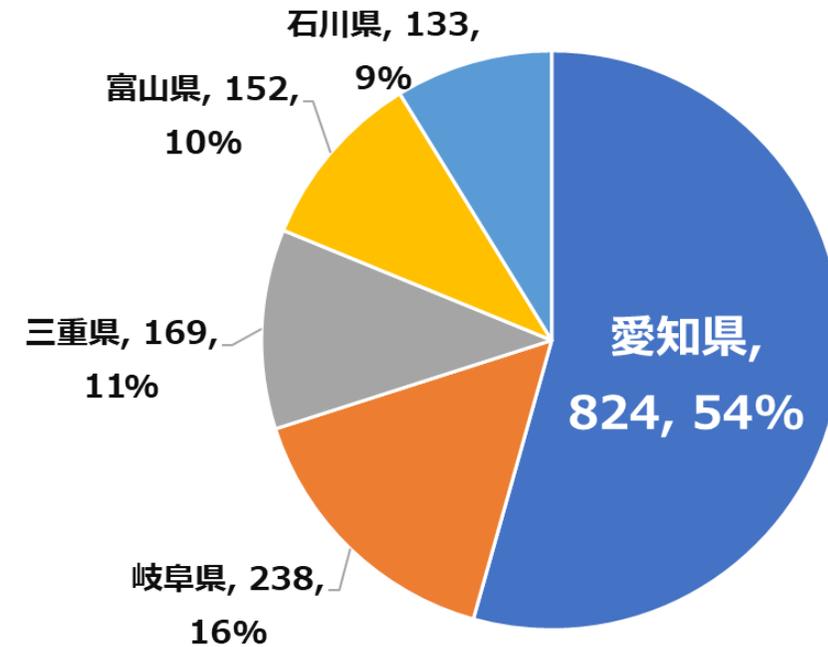
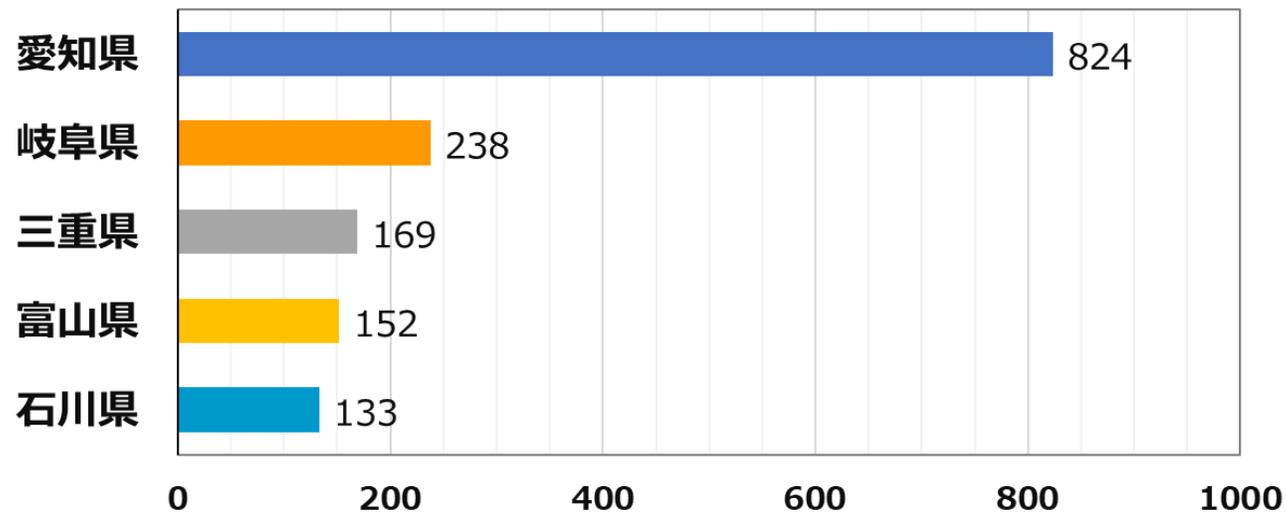
(2) 成果物作成

- ① ガイドブック本体の作成
- ② 要約版チラシの作成

中部経産局管轄内の特定事業者

- 省エネ法定定期報告において、令和5年度実績分として報告された中部局管轄の特定事業者数は1,516件
- 県別では、愛知県、岐阜県、三重県、富山県、石川県の順に多い

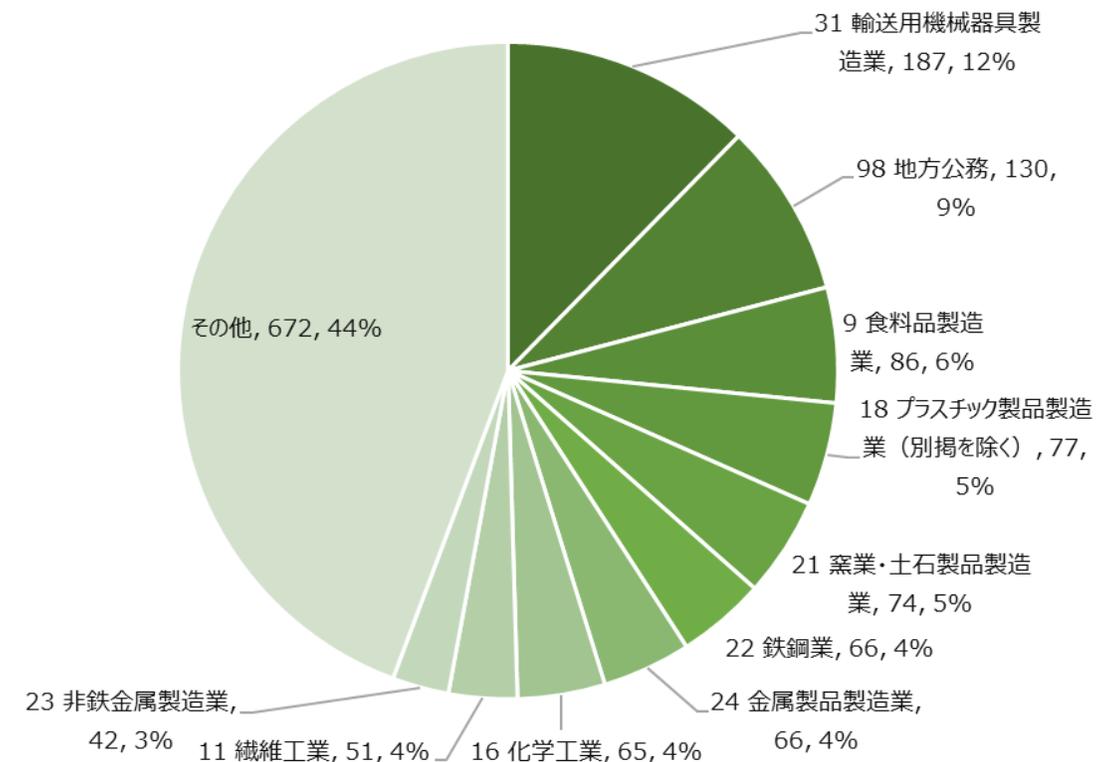
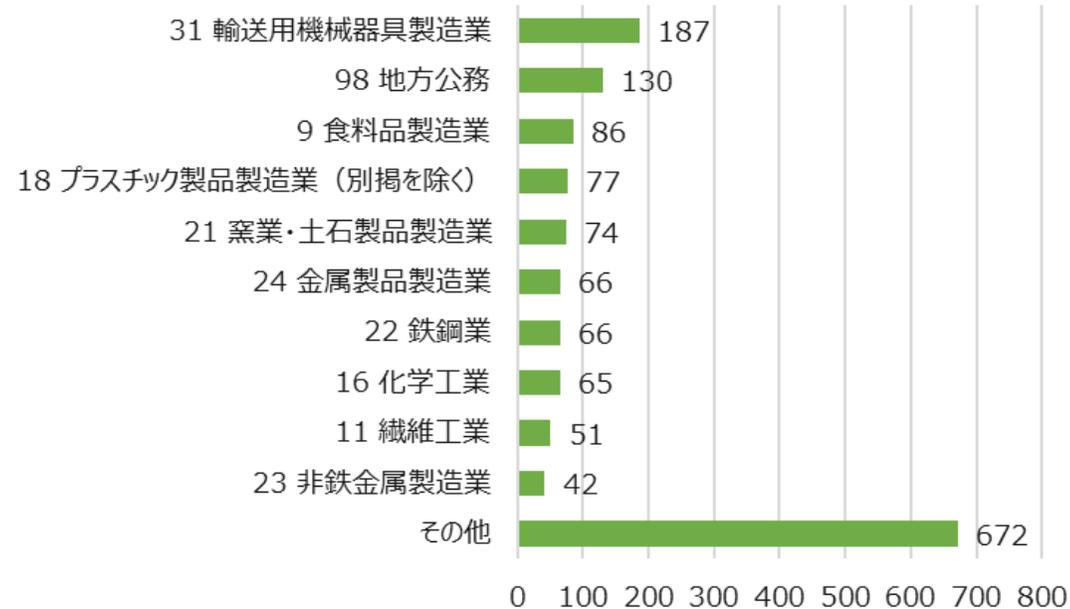
中部経産局管轄内の特定事業者数（県別）



管轄内の特定事業者の業種別特徴

- 上位10位の業種のうち、9業種が製造業で、中部地域に多い業種を反映

上位10位の業種とその比率



各県の上位業種における省エネ推進の状況

- 各県の特定事業者の上位業種から学ぶことで、地域の同業種への波及が大きいと考える

各県の省エネSクラスの上位業種

	愛知県	岐阜県	三重県	富山県	石川県
1	31 輸送用機械器具製造業	21 窯業・土石製品製造業	98 地方公務	16 化学工業	98 地方公務
2	9 食料品製造業	98 地方公務	9 食料品製造業	98 地方公務	11 繊維工業
3	24 金属製品製造業	31 輸送用機械器具製造業	31 輸送用機械器具製造業	18 プラスチック製品製造業 (別掲を除く)	26 生産用機械器具製造業

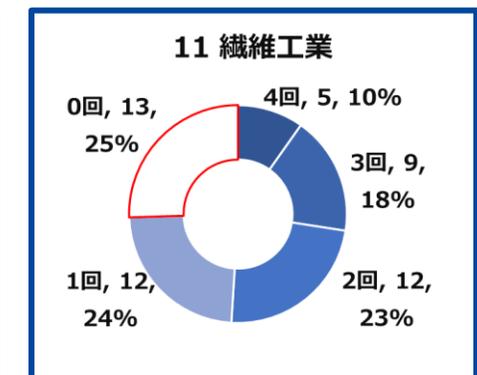
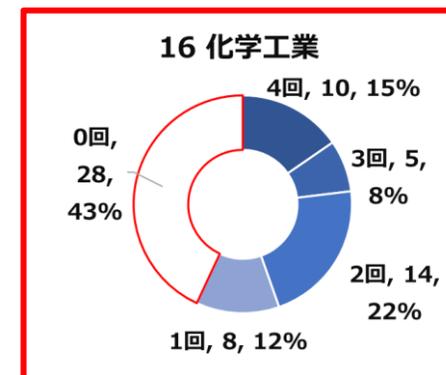
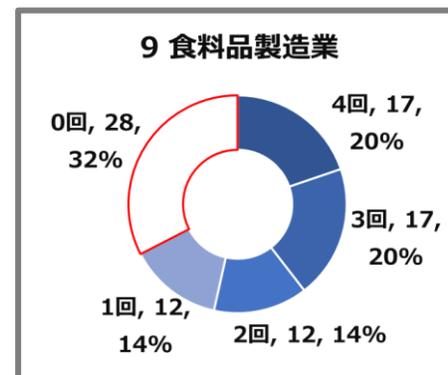
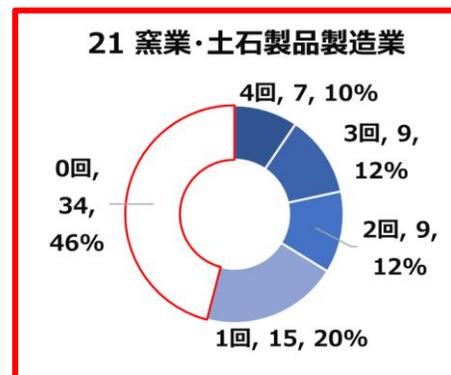
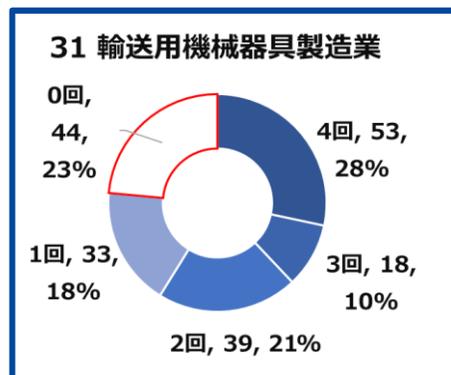
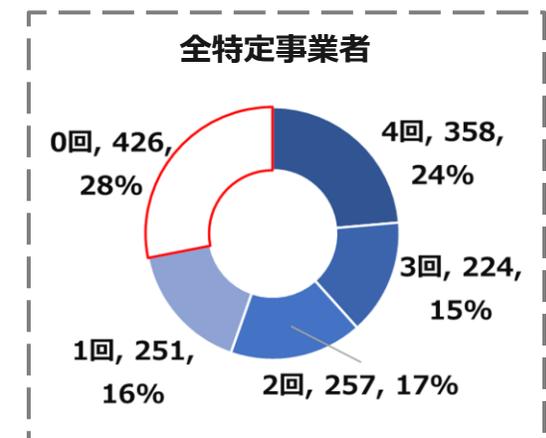
各県における最多業種のSクラス評価取得状況

- 輸送機械、繊維は平均以上のSクラス評価取得状況、食品は平均付近
- 一方、窯業、化学工業は平均以下であるため、これらの業種には省エネ推進支援が必要と考える

Sクラス評価取得状況

県	県内最多の業種	平均よりも 高取得/低取得	管轄内の特定 事業者数	4回	3回	2回	1回	0回
愛知	31 輸送用機械器具製造業	○	187	53	18	39	33	44
岐阜	21 窯業・土石製品製造業	×	74	7	9	9	15	34
三重	9 食料品製造業	△	86	17	17	12	12	28
富山	16 化学工業	×	65	10	5	14	8	28
石川	11 繊維工業	○	51	5	9	12	12	13
管轄内	全業種の特定事業者の平均	-	1,516	358	224	257	251	426

管轄内



省エネ法定定期報告書の分析（改善できなかった理由）

「エネルギー消費原単位が過去5年間で年平均1%以上改善できなかった理由」の傾向を分析する

5業種

- ① 輸送用機械器具製造業（愛知）
- ② 窯業・土石製品製造業関連（岐阜）
- ③ 食品製造業（三重）
- ④ 化学工業（富山）
- ⑤ 繊維工業（石川）



<共通した傾向>

- a. 外的要因による生産量の増減（経済状況、市場変化による売り上げ減少）
→ 固定的に必要なエネルギー使用量（空調、照明、クリーンルーム等）は継続
- b. 工場・設備の変化（改修、増設、新規ライン、新規事業）やトラブル対応
- c. 気候要因（空調稼働の増加）
- d. 製品・工程の変化（少量多品種、多工程ライン）

今後も起こりうることばかりなので、すぐに対応できるような社内体制の強化や備えが必要ではないか

省エネ推進におけるソフト面でのポイント（仮説）

- 省エネ推進企業は、a.社内体制を整備した上で、b以下の活動にしっかり取り組んでいるようである

項目	概要
a.社内体制の整備	経営層による組織・委員会の設置、組織横断型のメンバー選定、経営層のまきこみ
b.目的・目標の設定	共通目標の明示
c.委員会活動	開催頻度ごとに目的、短期または中長期活動の区別 （毎月）現場改善・啓発→（四半期・半期）戦略・方針→（毎年）課題整理・方針→（不定期）専門家支援
d.社内知見の活用	QCサークル活動やISO導入時の活動を省エネへ発展
e.マネジメントレビューの実施	効果検証、活動のふりかえり
f.人材育成	若手人材の登用、専門人材の育成
g.啓発活動による改善意識の醸成	省エネ月間などイベントによる意識向上、アイデア提案者への表彰

(仮説) 取組みステップの考えかた - 省エネ

しる	0 情報収集	関連法の遵守（省エネ法、温対法、建築物省エネ法）、行政の方針、取引先の方針
	1 会社方針・社内体制の整備	経営者のコミットメント、方針の提示、委員会/組織など自社に適した体制の検討、メンバー選定
はかる	2 測る	事業所/月日時別/工程・設備毎の算定、製品毎への按分、みえる化の検討、適正値の把握
	3 目標設定	サプライチェーン/業界の目標、取引先との連携した目標、自社独自の目標
	4 分析と課題抽出	稼働時間等との相関、生産計画、設備能力、稼働率、外部要因の影響
へらす	5 省エネ計画の策定	生産計画に基づく設備稼働の予測、対処方法、作業計画、責任者/担当者の任命
	6 省エネ計画の実行	小額投資、工程改善、設備の効率化、作業時間の確保
	7 効果の検証と今後の検討	前月比/前期比のエネルギー使用削減量の把握、効果の検証、今後の検討、フィードバック
展開	8 大型投資、認証、DX推進他	大規模な設備更新、外部評価（省エネ法Sクラス）、DX推進による業務効率化

ガイドブックのアイデア（キーワードレベル）

• コンセプト：コストと時間のかからない省エネ、イメージしやすい省エネ→**企業の基盤強化**

• コンテンツ案

a. 背景、やるべき理由、期待される副次効果

b. ソフト面の工夫

目標設定、情報収集（公的機関、サプライチェーン）、組織/委員会の設立（メンバー選定を含む）、経営層のまきこみ、活動内容（省エネ+a）、委員会運営の手順、啓発活動の工夫、提案者への表彰、認証取得、社外PR方法

c. 対象エリア

① 工場（生産現場）

- **生産効率の向上・歩留まり低減（長らく見直されていない製法を品質担保できるレベルに再設定）**
- 工場内の共通設備などに着目した運用改善の進め方（空調、コンプレッサーのエア、ボイラー、炉、冷却設備など）
- **少量多品種化や生産量増減への早急な対応（設備稼働の工夫、作業エリアの拡大・縮小など）**
- みえる化の工夫と活用例

② オフィス（管理部門）

- 目標・計画の策定、みえる化、空調、文書管理、啓発活動、社内表彰制度、DX化による業務効率化、社外PR

9月 省エネ専門家へのヒアリング

- 中小・中堅企業への省エネ支援の専門家を訪問し、省エネ活動がうまくいっている企業の特徴をヒアリング

省エネ専門家のご所属等

	ご所属等	実施日
1	公的機関	9/18
2	サプライヤ協力会を有する民間企業（製造業） 2社	9/17
3	民間企業（省エネ・コンサルタント）	9/18
4	民間企業（省エネ診断等の診断機関）	9/11
5	民間企業（省エネ診断等の診断機関）	9/19
6	民間企業（省エネ・コンサルタント）	9/11

省エネ専門家へのヒアリング項目

- ① 省エネ推進がうまく進む企業のソフト面の特徴
- ② 社内推進のポイントやボトルネック（どのステップで躓きやすいか）
- ③ 省エネのねらいどころ（工場/オフィスなどエリア別、生産性向上や急な生産量増減への対応など）
- ④ 省エネ推進による副次効果
- ⑤ 中堅・中小企業への期待

ヒアリング結果：省エネ推進がうまく進む企業の共通ポイント

- 省エネ専門家にヒアリング結果をもとに、各項目ごとに共通して繰り返し言及されているポイントを整理した

項目	共通するポイント
省エネ推進がうまく進む企業のソフト面の特徴	<p>経営層の強い関与のもと、役割・権限・予算を明確にし、現場データに基づく改善をチームで継続している企業ほど省エネが定着する</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 経営層のコミット（トップダウン）：社長・役員が目的を示し、稟議・意思決定に関与するほど進む 2) 役割・権限・予算の明確化：責任者を置き、権限と予算をセットで持たせる（「口だけ」にならない） 3) 現場×ユーティリティ×設備（使う側）を含むチーム編成：エネ管理士/電気担当だけでなく、生産設備や現場の知見を入れて実行力を上げる。 4) データに基づく改善が「習慣化」している：見える化→解釈→改善を回し、QC的な継続改善・現場巻き込みができる。
社内推進のポイントやボトルネック (どのステップで躓きやすいか)	<p>経営層不在の丸投げ体制や、可視化止まりで意思決定・投資判断につながらないことが、省エネ推進の最大の停滞要因となっている</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 「経営層が出てこない/担当者丸投げ」が最大のつまずき：担当者が孤立し、手段に落ちない（算定作業で止まる等） 2) 可視化で止まる（PDCAが回らない）：計画を書きっぱなし、振り返り・評価・継続の仕組みがなく翌年繰り返し。 3) 予算・投資回収判断（稟議）が壁：省エネ予算がない/費用対効果が説明できず意思決定で停滞 4) 技術・運用変更への心理的/品質リスク：止められない、設定を触れない、失敗経験で二の足（運用改善が続かない）
省エネのねらいどころ (工場/オフィス等、増減対応・生産性など)	<p>生産量に依存しない固定的エネルギー（ベースロード）への着目と、30分データ等を活用した優先順位付けが最も効果的な入口となる</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) “固定分（ベースロード）を下げる”が一丁目一番地：不要時停止、休日電力、立上げ条件などを管理標準化し、$y=ax$の“y”を削る 2) 30分電力データでピーク/契約電力を狙う：ピーク時期・時間帯、ゼロにならない負荷を特定し、費用インパクトの大きい所から着手 3) ユーティリティだけでなく“使う側（生産設備）の合理化”へ：大きい負荷設備から測る/見直す、運用改善 + 設備更新をセットにする 4) 設備更新時は「適正容量・分割・制御」まで設計で詰める：最大負荷合わせの過剰設計を避け、負荷追従・複数台構成等を前提に検討
省エネ推進による副次効果	<p>省エネは単なるコスト削減にとどまらず、DX推進や生産性・現場力の強化を通じて企業競争力の底上げにつながる</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) DXの起点になる：計測・可視化・分析が進み、ムダの発見→改善→自動化/AI化へ波及 2) 競争力・現場力の底上げ：固定費低減が生産現場の体質強化につながり、全体コストダウン・収益改善へ 3) 生産性・品質面の改善（手戻り/不良削減など）：工程・工法見直しが歩留まり改善や工数削減に繋がる 4) モチベーション/組織活性化：成果が見える・還元/表彰があると、現場巻き込みと継続性が高まる
中堅・中小企業への期待	<p>中堅・中小企業には、省エネを経営改善の第一歩とし、外部要請や地域連携を梃子に機動的な業務革新へつなげることが期待される</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 「まず省エネ（固定費削減）」を経営改善として徹底：中小でも10～20%削減余地があるという認識の共有 2) サプライチェーン/金融機関/地域ネットワークを梃子に動く：Tier1要請、地銀・商工会議所・自治体等の経由が実効性を持つ 3) 過度な要求（SBT等）のミスマッチ回避と“身の丈設計”：排出規模に見合う取組設計・相談先整理が必要（途方に暮れる企業を減らす） 4) 中小の機動力を活かした業務革新（IoT/設計変更等）：身軽さを武器に、再現性ある改善・データ活用を進めることを期待

- 目標や組織を設定するだけでは不足、しくみづくりと全員参加の活動がないと省エネ推進につながらないなどの指摘を受けて取り組みの進め方を整理した

経営層のやる気が社内推進には必要

- 多くの企業が、取り組みの初期段階で「情報不足」や「人材不足」に悩んでいる（恵まれた環境でスタートする企業はない）
- まずは経営層が主体的にコミットし、社員の省エネ活動を後押しすることが重要
- さらに、社内に蓄積された情報や過去の成功事例を活用し、取り組みを促進するしくみづくりが必要

「省エネ推進の社内体制づくりが成功の第一歩」

- 部署設置や目標設定だけでは不十分
- 社員の意識醸成、情報共有、役割分担、評価のしくみを整え、全社で取り組む体制を構築することが重要

理想的なステップ

1 経営層のやる気とあと押し



2. 共通の価値観の醸成



3. 推進体制の構築



4. ロードマップ



5. 進捗管理



6. 人材育成



7. 社内ノウハウ化

現状把握:見える化

目標と計画設定

実行

中堅・中小企業へのヒアリングを実施（11月）

- 9月の有識者ヒアリングで紹介いただいた企業と省エネ大賞受賞企業をリスト化
→ 業種・地域・企業規模・自社主導/外部支援による成果などの観点でヒアリング先を選定して実施

ヒアリング訪問先

	業種	地域（県）	企業規模	訪問日
1	電機電子	岐阜	中小	11/17
2	車載部品	愛知	大企業	11/20
3	車載部品	愛知	大企業	11/25
4	車載部品	愛知	中小	11/28
5	車載部品	愛知	大企業	11/28
6	化学	三重	大企業（1事業所）	11/13
7	化学（製薬）	岐阜	中堅	12/2
8	窯業（タイル）	岐阜	中小（グループ会社）	11/19
9	食品	三重	中堅	11/21

ヒアリング対象企業の省エネ取り組みの概要

- ① 中小企業は外部連携もうまく活用し、中堅・大企業（グループ含む）は基本的に自社努力で省エネを推進。
 ② 全社がユーティリティ設備に取り組み、生産条件に踏み込む企業は過半数→化学系は条件変更を避ける傾向

	業種	地域（県）	企業規模	自社努力	外部連携	省エネ設備の対象		省エネ大賞
						ユーティリティ	生産条件	
1	電機電子	岐阜	中小	○	○	○	—	○
2	車載部品	愛知	大企業	○	—	○	○	—
3	車載部品	愛知	大企業	○	—	○	○	○
4	車載部品	愛知	中小	○	○	○	○	—
5	車載部品	愛知	大企業	○	—	○	○	○
6	化学	三重	大企業 (1事業所)	○	—	○	△ (加温条件)	○
7	化学（製薬）	岐阜	中堅	○	○	○	—	○
8	窯業（タイル）	岐阜	中小 (グループグループ)	○	—	○	○	○
9	食品	三重	中堅	○	○	○	—	○

省エネ先進企業へのヒアリング項目

- ① きっかけ
- ② 社内の進め方の工夫と苦勞（P 17のステップ 1 ～ 7 の各項目）
- ③ 社外協力
- ④ 省エネ推進による効果

<大企業には追加質問>

- ⑤ 中堅・中小企業に大きな影響を与える外部要因

中堅・中小企業が省エネを効率的に進めるためのポイント

- 専門家の皆様・企業ヒアリング結果を踏まえ、ターゲット及びガイドブックのポイントを整理

ヒアリングにおいて得られた共通項・ポイント

【共通項】

- 経営層によるやる気と後押し
(省エネに取り組む「社としての目的」の認識)
- 経営層に近い者・現場任せではない組織作り
- 現状把握・使用エネルギーの見える化
(データによる可視化)



【ガイドブックに特に盛り込みたいポイント】

- 省エネ推進のステップ
- 組織作り・PDCAを回すポイント (生声・失敗例も)
- 見える化の具体的な方法の提示 (イメージ共有)
- 社外リソースの活用

ガイドブックのペルソナ・活用方法案

企業規模	中堅・中小企業 (特に“組織作り”が成立する100名以上の規模を想定するが、100名以下でも取り組みに積極的な企業も含む)
関心度合い	<ul style="list-style-type: none"> • 省エネにある程度関心がある (全くやっていないわけではない) • カーボンニュートラルの取組を行う必要性に迫られている
読み手	経営者 / 役員 / カーボンニュートラルや省エネの担当者
活用	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 中部経済産業局HPで公開、イベント・講演等での配布 ➢ 省エネ法特定事業者・中小企業支援機関・金融機関 (省エネ・地域パートナーシップ参画機関等) への配布 ➢ 省エネ診断先・サプライチェーンによる支援先での活用

ヒアリング結果の概要：① きっかけ

- エネルギー価格の上昇、グループ会社内での比較、親会社の意向や市場変化のキャッチなど

コロナ禍で業績ダウン＋エネルギー価格の急騰
LPGや電気代が一気に上がり、経営に大きな打撃。省エネは「やるかやらないか」じゃなく、「やらなきゃ生き残れない」課題になった。

グループの環境目標に追いつけない！
グループ全体で高い環境目標が設定される中、自社の取り組みが遅れていることが明らかに。「このままじゃまずい…」と危機感が高まった。

親会社が外資系に。管理が超シビアに
親会社が外資系になったことで、エネルギーコストやCO₂排出量の管理が厳格化。対応しないと評価に響く時代に。

輸出や取引先からのプレッシャー
欧州市場への輸出や自動車業界の環境意識の高い顧客から「省エネ・脱炭素対応は当たり前」という要求。対応できないとビジネスチャンスを失うリスクも。

そもそも省エネはやるのが前提
利益確保のために当たり前前にやること

ヒアリング結果の概要： ② 社内の進め方の工夫と苦労



ヒアリング結果を
個社ごとに整理

② 社内の進め方の工夫と苦労 中小企業（電機・電子）

- 既存の社内文化とISO導入経験を基に省エネ活動へと発展
- 社長の迅速な判断と行動力で、若手・女性登用を促進し、中小企業らしい柔軟かつ俊敏な改善を実現

	項目	特徴	概要
1	経営層のやる気とあと押し	社長がすべてに関わり、即行動、即判断	<ul style="list-style-type: none"> • 社長が全項目（1～7）に主体的に関与し、即行動・即判断の姿勢が活動を牽引 • 現場の声を直接聞き取り、提案を即採用し改善が高速回転 • 社長が業務・製品知識に精通しており、トップの理解度が高い点が他社比較で強み
2	共通の価値観の醸成	“心理的安全性のある職場づくり”を社長が主導	<ul style="list-style-type: none"> • 小さな改善（照明OFF・整理整頓など）を日常化し、全員参加型の文化を形成 • 改善提案制度（200円支給・表彰・部署対抗投票）が社員の参加意欲を喚起 • 女性・パート社員も意見を言いやすい“心理的安全性のある職場づくり”を社長が主導
3	推進体制の構築	ISO導入メンバーをコアに若手に成長機会を促す	<ul style="list-style-type: none"> • ISO委員会メンバーをそのまま省エネメンバーに活用し、若手も積極登用 • 一人が複数役割を担う体制が成長機会を生み、中小企業ならではの強みを発揮 • 若手・女性の活躍が社内に好影響を与えている • 先代からの清掃文化が基盤にあり、備品整理や電気スイッチなど日常改善が根付く
4	ロードマップ	「省エネ診断」を活用現場主義の実利優先	<ul style="list-style-type: none"> • 省エネ診断・IoT診断・30分データ・センサ管理システムで設備状況を可視化 • 都度目標設定の“柔軟スタイル”で、補助金を活用しLED更新など計画的に実施 • SBT認証は費用対効果をふまえ見送り、現場主義の実利優先型の運営 • 設備単位の管理が難しい部分は専門家支援で補完しつつ運用改善を推進
5	進捗管理	社長が自ら進捗把握し、全社に発信	<ul style="list-style-type: none"> • 定期委員会は設置せず、社長が直接担当者へ確認する“フラットかつ即応型” • 朝礼で社長が進捗・結果・依頼事項を全社員へプロアクティブに発信
6	人材育成	外部研修に積極的	<ul style="list-style-type: none"> • 若手を積極的に外部研修へ送り出し、スキルと視野を拡張 • 資格取得や研修参加を会社が後押しし、ほぼ全員が成長機会を得られる体制 • 省エネは“小さな成功体験の積み重ね”であり、チャレンジしやすく、現場の士気向上に貢献
7	社内ノウハウ化	外部専門家の知識を吸収	<ul style="list-style-type: none"> • コンプレッサー・ヒーター・チラーなど運用改善をトライ＆エラーで標準化 • 設備更新は省エネ型を選択する方針を明確化 • 外部専門家の知見を素直に吸収し、データ取得・分析力を強化中

② 社内の進め方の工夫と苦勞 中小企業（車載部品）

- トップの若返りがあり、社長自らが旗振り役として社内を推進。省エネ診断やサプライヤ協力会の支援を積極的に取り入れ、ムダの削減を実施。また地銀などの情報提供から「省エネが持続可能な経営に不可欠」と理解

	項目	特徴	概要
1	経営層のやる気とあと押し	トップの理解	<ul style="list-style-type: none"> • サプライヤ協力会の支援を受けた際は、専門性が高く、社長の理解と推進姿勢が不可欠と実感 • 役員は全会議に参加し、月1回の部門長会議も実施“経営層がやる”という強い意思が支援者からも求められ、推進力の源になった • 地銀からのポジティブインパクトファイナンス等、金融機関の後押しが経営判断を強化
2	共通の価値観の醸成	社長から繰り返し発信 心理的安全性の確保 成果への社内理解	<ul style="list-style-type: none"> • 「経費削減＝省エネ」という共通認識が浸透分かりやすい実績（電気代削減）で納得感を醸成 • 社長の積極発信により、4月・7月の全社会でCN説明を継続（“繰り返し伝える”を重視） • 職場会で社長が「迷ったら言って」と声掛けし、心理的安全性を高める • 熱処理炉更新経験を題材に、現場レベルの理解浸透を図る
3	推進体制の構築	社長＋工場長	<ul style="list-style-type: none"> • 専任を置けない規模のため、日常業務と並行して推進（現場必須参加） • 改善メンバーに工場長を配置したことで推進が加速 • 中小企業特有の一人多役への負担を考慮し、支援者からも「無理のない範囲で」と配慮あり
4	ロードマップ	外部協力で見える化推進 （省エネ診断：ユーティリティ） （協力会：生産設備）	<ul style="list-style-type: none"> • ロードマップは国の目標を参考にした • 歩留まり改善と省エネは“一体”と捉える（TPS＝ムダを作らない） • 見える化：省エネ診断時に簡易電力計を3週間設置→熱処理工場の特定・重点対策へ見える化は社長が担当し、データ分析で現状把握生産設備の診断は省エネお助け隊では限界 → 技術者の助言で踏み込んだ改善が実現（例：炉の断熱材交換で昇温時間半減＋作業環境改善）
5	進捗管理	既存の報告機会に組み込み	<ul style="list-style-type: none"> • 安全衛生委員会に省エネを追加し、月次で職場単位の対話機会を確保 • 地銀のポジティブインパクトファイナンスの報告義務が前向きな圧力となり、年次振り返りを強化
6	人材育成	外部協力時やOJTを教育機会に	<ul style="list-style-type: none"> • 共創会では現場担当を必ず参加させ、現場起点でのOJTを重視 • 現場の気づきを増やす教育（実務起点）を継続的に実施
7	社内ノウハウ化	外部協力で得たことを社内蓄積	<ul style="list-style-type: none"> • 断熱材交換の成功経験により、“炉内から改善しないと効果が出ない”という知見が定着 • 省エネ診断で定期的に削減ネタを発見 → 記録・共有を継続

② 社内の進め方の工夫と苦労 中小企業（セラミックス）

- 多数の高温焼成が必要な少量製品と旧LPG炉の燃費改善課題に対し、エネルギー管理士やベテラン社員と共に見える化を行い、「勇気をもって生産条件に踏み込み」、焼成条件の整理や炉の改善に取り組んだ

	項目	特徴	概要
1	経営層のやる気とあと押し	社長が関与し、明確な方針（低投資）	<ul style="list-style-type: none"> 社長や役員も定例会議に出席し、活動を後押し。社長はエネルギー管理士資格や製造経験もあり、現場の理解が深い。 元々社長から「お金より知恵を絞れ」とはっぱをかけられていた
2	共通の価値観の醸成	省エネ効果をグラフ化して達成感を共有	<ul style="list-style-type: none"> コアメンバー（ベテラン＋事務＋経営層）でスタート。 省エネ効果が即数値化・グラフ化され、達成感を共有。現在は若手参画による継続力強化が課題。
3	推進体制の構築	専門人材（エネルギー管理士、製造装置）	<ul style="list-style-type: none"> 当初6名→現在4名体制。エネ管資格者やベテランが強み。初期メンバーは特定の燃費悪化したLPGガス炉の改善のために集まったメンバーがベース。LPG窯など旧設備はベテラン依存。 若手は理解・変更検討へのハードルが高い。
4	ロードマップ	グループ目標をベンチマーク	<ul style="list-style-type: none"> グループ全体の目標（エネルギー現単位2%/年削減、CO₂排出量を2030年までに50%削減） 毎月、電気・LPGの使用量やCO₂排出量をチェックし、5年間継続している。2030年目標に肉薄物量が減ってもエネルギー現単位が上がらないように対応してきた。 中電の30分データをつかい、自社努力でピークカット実施
5	進捗管理	毎月：社内とグループ会社へ報告	<ul style="list-style-type: none"> 月1～2回の会議を実施し、社内報告している。楽しくやれるように工夫した。 グループ会社にも毎月定期報告を行い、やり続けることを重視した。
6	人材育成	資格取得＋製造装置への理解	<ul style="list-style-type: none"> エネルギー管理士の資格取得や、焼成管理者の育成に取り組んでいる 若手は窯の操作はできるが、装置の理解が浅いため、生産条件の変更検討などは怖さも感じている。
7	社内ノウハウ化	社内蓄積＋グループ会社へ展開	<ul style="list-style-type: none"> 現場を巻き込んだ知見共有・失敗事例の蓄積。外部交流は少ないが、社内ノウハウはグループ内の参考情報に使われている

③ 社外協力

- 直接支援：設備メーカーや省エネ診断およびサプライヤ協力会
- 間接支援：グループ会社内の情報を活用

	業種	地域（県）	企業規模	相談先・情報収集先	相談内容
1	電機電子	岐阜	中小	省エネ診断	現状把握(エネルギーの使用状況)、運用改善
2	車載部品	愛知	大企業	サプライヤ協力会	取り組みポイントの整理、見える化
3	車載部品	愛知	大企業	(サプライヤ) 省エネお助け隊を紹介	-
4	車載部品	愛知	中小	省エネ診断、サプライヤ協力会	現状把握(エネルギーの使用状況)、運用改善
5	車載部品	愛知	大企業	省エネセンターや業界団体	社員教育の一環で各機関の研修を積極推奨
6	化学	三重	大企業 (1事業所)	グループ会社	海外グループ会社の情報活用
7	化学（製薬）	岐阜	中堅	設備メーカー	運用改善
8	窯業（タイル）	岐阜	中小 (グループ会社)	グループ会社	情報収集
9	食品	三重	中堅	設備メーカー	省エネ設備の導入 + 運用改善

④ 省エネ推進による効果

- ・ 社内：コスト削減×意識変化×現場力向上×人材育成の“組織活性化”が起きた
- ・ 社外：受賞・顧客評価・サプライヤ連携など“ブランド向上とビジネス機会拡大”が生まれた

	業種	地域（県）	企業規模	社内	社外
1	電機電子	岐阜	中小	<ul style="list-style-type: none"> ・ コストの削減 ・ 社員の省エネ意識が向上し、提案活動や現場改善が活発化。若手社員の成長機会になった 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 省エネ大賞での発表や市役所訪問など、外部へ発信する機会を得られた
2	車載部品	愛知	大企業	<ul style="list-style-type: none"> ・ エネルギーコスト削減による収益改善 ・ 作業環境改善、作業員の満足度向上 ・ 社員の意識変化、提案数の増加 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 顧客からの表彰 ・ 顧客へCN開発製品提案でビジネス拡大に期待
3	車載部品	愛知	大企業	<ul style="list-style-type: none"> ・ DX推進による工数削減・省人力化でCN加速 	<ul style="list-style-type: none"> ・ CN提案によるサプライヤとの連携加速 ・ 仕入れ先からの合理化提案で利益を一部還元
4	車載部品	愛知	中小	<ul style="list-style-type: none"> ・ エネルギーコストを大幅に削減 ・ 社員の意識変化や現場力の向上にもつながった 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 企業としての信頼性や知名度向上、採用活動にも良い影響が出ている
5	車載部品	愛知	大企業	<ul style="list-style-type: none"> ・ 総エネルギー使用量の削減、工数削減、社員のモチベーション向上、人材育成・採用など多岐 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 社外からの評価向上や、他社・サプライヤーとの連携強化、情報開示への対応力向上
6	化学	三重	大企業 (1事業所)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 生産工程改善やコスト削減で競争力強化 ・ 組織風土の変化（社内提案増加） ・ 廃棄物削減・排水などテーマ拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ・ グループ会社内での評価向上 ・ 受賞（省エネ大賞、日本能率協会）
7	化学（製薬）	岐阜	中堅	<ul style="list-style-type: none"> ・ エネルギーコスト削減 ・ 予防保全の意識が社内で高まり、不良ロットが減り、安定生産につながった 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 省エネが進みにくい製薬業界内で高評価 ・ 省エネ大賞受賞が地元紙に取り上げられた
8	窯業（タイル）	岐阜	中小 (グループ会社)	<ul style="list-style-type: none"> ・ コスト削減、工程の簡素化、DX化、電化転換 ・ 現場の一体感や人材育成、ノウハウの蓄積、コミュニケーション活性化 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 省エネ大賞受賞による企業PRに期待
9	食品	三重	中堅	<ul style="list-style-type: none"> ・ 製品の値上げ幅が小さくできた ・ CDPなど情報開示への対応強化 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 省エネ大賞受賞による企業PR ・ 地域の新聞・テレビから取材

⑤ 中堅・中小企業に大きな影響を与える外部要因

- 今後、大企業から中小企業への**Scope3データの提供要請**が強まるため、省エネ対策とともに対応が必要

a. 大企業からの要求（サプライチェーン起点の外圧）

● Scope3の情報開示要求

- 大企業は環境規制により情報開示（特に Scope3）が義務化
- そのため **中小企業側へCO₂データ提出を要請**
- しかし中小企業には
 - データ収集が難しい
 - 自社分と委託分の切り分けが困難
 - 運用ルール不明という負荷が大きく、これからが大変

b. 環境規制の影響（直接よりも“間接的”に効く）

● 規制強化 → 大企業義務化 → 中小企業へ波及

- 大企業の開示義務が強化されるため、“間接的圧力”が増す可能性大

● 規制そのものへの理解不足

- 中小企業には環境規制の知識が乏しい（プラスチック包装の再利用など新たな環境規制）
- 罰則・制度内容を知らない企業が多く、将来的な取引リスクになりかねない

(1) 手法整理

- ① デスクトップ調査
- ② 仮説・ヒアリング内容の整理
- ③ 省エネ専門家へのヒアリング
- ④ 省エネ先進企業への取材
- ⑤ 調査・ヒアリングのとりまとめ

(2) 成果物作成

- ① ガイドブック本体の作成
- ② 要約版チラシの作成

専門家意見交換会の開催

- 作成したガイドブック案をもとに、省エネ専門家の経験や活用の現場をイメージしながら意見交換を実施

<開催概要>

日時 1月26日（月）14時-16時

場所 中部経済産業局 2階 会議室

<議事>

- 企業ヒアリングの結果と傾向
- ガイドブック案の説明と**意見交換**
- 活用方法のアイデア出し**（活用イメージ、配布先の候補など）
- 公開時期のご説明他

- より伝わりやすく、分かりやすくするには？
- 抜けているポイント・項目はないか？
- 実践を意識した記載方法として適切か？
- ガイドブックを活用した今後の展開のアイデア

<出席者>

- 省エネ専門家
- 中部経済産業局
- テクノバ

省エネ専門家（9月のヒアリング対象者）

	ご所属等
1	公的機関
2	サプライヤ協力会を有する民間企業（製造業） 2社
3	民間企業（省エネ・コンサルタント）
4	民間企業（省エネ診断等の診断機関）
5	民間企業（省エネ診断等の診断機関）
6	民間企業（省エネ・コンサルタント）

ガイドブック案に対する意見（概要）

- 読者別に“短く・迷わず使える”導線へ再設計し、低コストな見える化から着手して設備への省エネ対策の流れと、経営層の権限・予算を含む実装ポイントを明確化することが重要と指摘を得た

No.	ポイント（要旨）	会議で出た論点	ガイドブックへの反映イメージ
1	情報量を絞り、読み手別に“斜め読みできる構成”へ	「文章量が多く読む気にならない」「経営者向け/担当者向けの区別」「資料が講習テキスト寄り」など、 可読性と構成設計 への指摘が集中。	①経営者向け“要点1-2頁”+②担当者向け“手順・事例”の二層構造／見出し・図解・チェックリストで拾い読み可能な構成など工夫を
2	“入口”を現場に寄せ、取り組みやすい導線（フローチャート等）を用意	「何ページを読めばよいか分からない→フローチャートが有効」「現場が動きやすい入口はエア漏れ」等、 着手のしやすさ が鍵。	“困りごと別/レベル別”の導線（フローチャート）／入口：エア漏れ→段階的に見える化→設備更新の“階段構造”提示
3	見える化は“低コストでできる”ことを示し、可視化→対策の一連を明確化	「見える化は費用がかかる→無料/簡便な方法を」「可視化が目的化し対策に繋がらない例が多い」「エネルギーフローでムダ可視化」等。	低コスト手法（例：クランプ計測等）の提示／見える化の“その後のアクション”を共通事項としてセットで示す
4	経営層の関与は“権限・予算”まで踏み込み、目的起点で腹落ちさせる	「経営者に権限なく責任だけ」「来年度予算の枠取りまで」「目標より目的を明確に」など、意思決定の実装（権限・資源）が論点。	経営資源（人・モノ・金・時間）の配分明記／“目的→方針→体制→予算”の最短ルート例を掲載
5	用語・見せ方を工夫し、外部要請や不公平感に配慮しつつ動機づけを設計	「Scope3よりサプライチェーンの方が伝わる」「親会社に言われて困っている等の悩み起点」「不公平感（自社だけ頑張る）」「評価・スポットライト」等	用語を“現場語”へ置換（例：サプライチェーン）／悩み別の書き出し（コスト高騰・取引要請等）／取組の可視的評価（自社HP掲載等も励みになる）

ガイドブック・要約版チラシへ反映

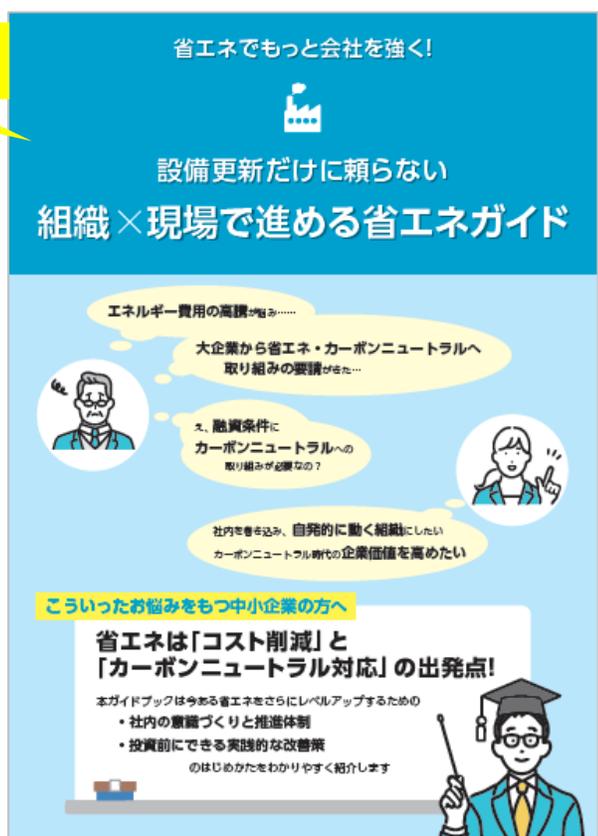
ガイドブック（表紙～第1章）

・省エネ専門家からの意見を反映し、ガイドブック（A4版,12ページ）を作成した

① 経営層・現場担当者の双方に訴求する表紙

表紙

② A4縦のフォーマット



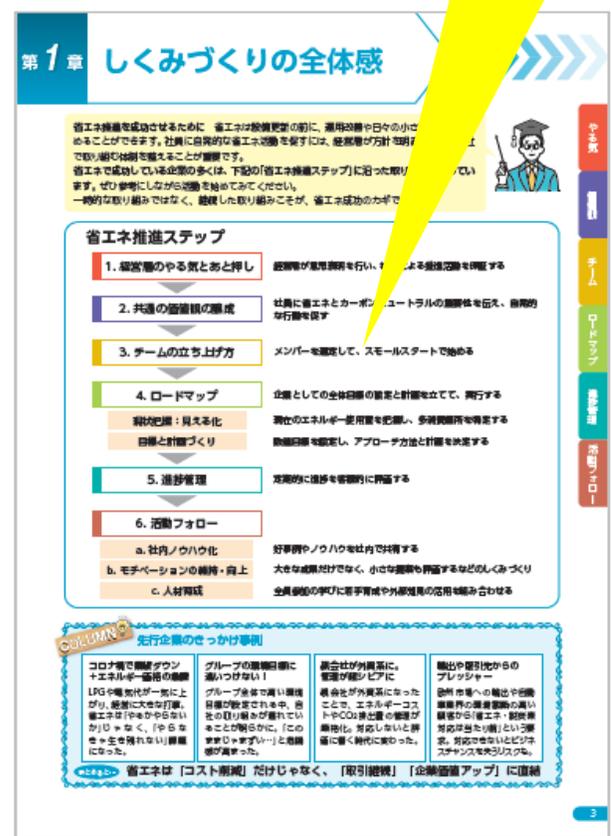
③ 省エネに取り組む意義・背景を伝える、チャット風コンテンツ

p2



④ わかりやすい全体構成

P3



- 省エネ専門家や先行企業へのヒアリング結果を整理し、具体例を踏まえて作成

⑤ヒアリング内容を基に本文作成

⑥イラストを多用することで読みやすさに訴求

⑦先行企業のヒアリング結果をコラムとして紹介

p4

第2章 省エネ推進のステップ

1. 経営層のやる気とあと押し

「エネルギーコストが経営を圧迫している」、「取引先からカーボンニュートラルの取り組みを求められた」など、省エネに取り組む動機は様々。経営層が「なぜか、省エネをやるのか」という目的を社員と共有し、そのためのリソースを確保する姿勢が大切です。経営層の強いメッセージが、社内の推進力となり、協力の輪が広がります。

（経営層が主導するときのポイント）

1. 方針を明確にし、繰り返し発信する
社長方針に「省エネ・カーボンニュートラル」を明記し、年次挨拶や特別会議など複数の場で繰り返し説明するなど、トップの強いメッセージが現場の行動を促します。
2. 必要なリソースを確保する
予算や人員など省エネ活動に必要なリソースを事前に確保します。「やりたいけど予算がない」、「通常の業務で手一杯で時間が足りない」という状況は避けましょう。
3. 経営層がしっかり関わる
定期会議に経営層が出席し、進捗を確認しながら継続的に支援すること。トップの関心の高さは効果的ですよ。

ありがちな事例 経営層の阻害と不足
経営層の関与がなく、担当者だけで進めようとするケースは少なくありません。省エネは単独の取り組みではなく経営方針と連動するテーマであるため、明確な方針や権限が示されないままでは、優先順位付けや関係部署との調整が難しく、結果として取り組みが停滞しがちになります。

2. 共通の価値観の醸成

社員一人ひとりが、省エネの取り組みを「自分事」として感じられるようになることが大切です。そのためには、考え方を共有し、少しずつ意識を高めていくことがポイントになります。意識が高まることで、現場からの気づきや改善のアイデアが生まれ、取り組みも無理なく前に進んでいきます。

（共通の価値観づくりのポイント）

1. 分かりやすい目標を示す
目標が定量的かつ明確に、社員が理解と共感できる形で示します。コスト削減率やCO2削減量など、具体的な効果も共有しましょう。
2. 小さく始め、成功体験を共有する
省エネは継続的な取り組みながら進める取り組みです。まずは小さな範囲から始め、早期に得られた成果を社内で共有しましょう。
3. エネルギー代を部門ごとの課題にする
エネルギーコストを部門別に見える化することで、省エネは他人事ではなく自分たちの課題になります。コスト削減の成果を部門の投資や改善に活かせる仕組みを検討しましょう。

ありがちな事例 「他人事」でなにも進まない
具体的な目標がなく、部署ごとに意識が薄れたりすると、省エネは「担当だけの仕事」になり、全社的な取り組みへ発展しません。一人ひとりの行動と省エネの成果が結びつくよう、「自分事」として実感できる工夫が重要です。

さらにやる気を高めるには...? (P9, b.モチベーションの維持・向上)

p5

3. チームの立ち上げ方

省エネメンバーの取り組みを進めるには、専門的な知識と現場への理解の両方が欠かせません。そこで、下記のようなメンバー構成が効果的です。また、将来的な展開を見据え、生産設備やDXに詳しい人材も早い段階からチームに加えておくといでしょう。

◆ 全社的に取り組むためのメンバー選定

- 経営層に加え、推進力のあるベテラン社員や専攻のある若手社員を候補者で選定します。
- あわせて、生産設備担当者やDX人材など多様なメンバーを加え、将来的な設備やデータ活用につながることや全社的なひろがりを実現しましょう。

◆ はじめは少人数スタート

- 初期は執行継続の速報、負担を軽減しつつ意思決定がしやすい、兼任メンバーによる少人数のワーキンググループ(WKG)で始めてみましょう。
- 活動が軌道に乗った段階で、責任範囲を明確にし、各部門との連携による全社での推進体制を構築するとより効果的です。

省エネ推進体制のモデル例

- 1 経営層
 - 目標や活動方針を示し、経営承認を行う
- 2 部長・課長クラス（推進責任者）
 - 現場課題を消化して課題を顕微鏡し、対策を推進
 - 社内説明や見える化、報告会議、外部情報の選定、若手の指導など、活動の中心を担う
- 3 ユーティリティ設備のベテラン
 - 設備導入・改良の知見を活かし、省エネ提案を推進
 - エネルギー使用状況の把握、データ分析、設備メーカー連携、OIT指導を担う
- 4 生産設備/製造方法のベテラン
 - QCD(品質、コスト、納期)のバランスを確保しつつ、省エネを行うためのキーマン
 - 設備メーカーやサプライヤー協力会などに相談して、設備の導入や改良や設備改善を推進
 - 省エネと生産性向上の両立を目指す
- 5 現場
 - 現場のムダの抽出やアイデア提案を行い、トライ＆エラーを通じて育成し、将来的な専門人材を育てる
- 6 DX人材
 - ITスキルを活かし、エネルギー使用量のデータ取得・分析を担当
 - 見える化やデータベース構築、情報共有を進め、DX対応を推進する
- 7 若手実務担当者
 - 現場・製造現場から選定
- 8 DX人材
 - 現場のムダの抽出やアイデア提案を行い、トライ＆エラーを通じて育成し、将来的な専門人材を育てる

COLUMN 先行企業事例 「省エネ推進は“少人数制”で始める」

- ① 電機電子分野の中小企業
ISO導入時のメンバー（製造部門・製造課）と社員を中心に、若手社員を加えた少人数でスタートしました。小規模なチームは意思決定が早く、柔軟に動けるのが強みとなりました。社員とワイワイ活動で楽しくなりました。
- ② 設備・セキュリティ分野の中小企業
ベテラン社員3名と若手社員1名、さらに経営層（社長+役員）で構成。ベテラン社員にはエネルギー管理士資格を持つ人材や、熱源制御など製造設備の担当者を加えました。専門知識を活かし、継続的に製造現場の見直しを進めたいことができました。

ガイドブック（第3章、第4章、裏表紙）

・ 省エネ専門家の意見を反映し、具体的な相談先やコスト以外のメリットの整理、公的機関の役立つ資料の紹介、課題別索引を追加することで、ガイドブックとしての実用性を高めた

⑧外部協力先の具体例とリンク先を提示

p10

第3章 外部協力で省エネ加速

「省エネ診断」「省エネ最適化診断」などの種別により安心に利用できます。

国の支援サービス 「省エネ最適化診断」「省エネ診断」「ハンズオン支援」

①「省エネ最適化診断」(省エネセンター)

- 工場・事業所のエネルギーのムダを総合診断
- 省エネに加え防災・安全対策も実施
- 運用改善を優先的に提案
- 改善効果、コスト削減額、CO₂削減量、回数などを具体的に提示

ワンステップ up

②「省エネ診断」・[伴走支援] (省エネお助け隊)

- 工場全体の省エネに加え、設備単位での診断も可能
- 計測機器で取得したデータを活用し、改善提案を行う1日診断や、診断結果を基に省エネ取り組みと一緒に進める伴走支援も実施
- 設備メーカーや地域に拠点を有する省エネコンサルタントなど広い範囲の機関から選択

地域の金融機関

企業ネットワーク

「参考になる好事例」を同業他社から学ぶ

「大企業で実績のある方法」をサプライヤー協力から学ぶ

地域内の支援ネットワーク

自治体 (郡道庁長・110) | 商工会・商工会議所 | 中小機構 | 経済産業省 省エネセンター | 5つ星

p11

第4章 一次の時代を生き抜く強い会社への成長—コスト+αのメリット

世界共通 「まずは省エネ！」

利益確保と生産性UP

企業価値の向上

すぐに現れる成果で社員のモチベーション向上

新たなアイデアの源泉

公的機関の無料サービス (情報ツール&相談窓口)

無料ツール(チェックシート・手引書)

ポータルサイト(相談窓口、サービス紹介)

「中小企業等のカーボンニュートラル支援策」

「省エネ・節電ポータルサイト」

「省エネポータルサイト」

「ミラサポPlus」

⑨コスト+αのメリットを整理

裏表紙

⑪裏表紙に課題ごとに整理した索引を付記

経済産業省 中部経済産業局

中部地域の省エネ応援サイト

カーボンニュートラル運 向けての手引き書

こんなお悩みはありませんか？

- なぜ省エネに取り組む必要があるのかピンとこない
→ コスト削減以外のメリットも確認(P.11)
- 担当者誰に任せればいいかわからない
→ 省エネ活動がどんな進むチームづくりの例の紹介(P.5)
- どこから省エネに取り組めばいいかわからない
→ エネルギー使用量の見える化の実施(P.6)
→ ムダに気づくポイントや改善の考え方の確認(P.7)
- 社員がなかなか動いてくれない
→ 経営層のやる気を社員に積極的に伝える工夫(P.4)
→ 自発的な活動を促すためのモチベーション向上策(P.9)
- 省エネ活動が途中で止まってしまう
→ 進捗管理の工夫(P.8)
- 社内に詳しい人がいない
→ 外部の専門家や支援制度の効果的な活用(P.10)

2026年3月発行
発行所 経済産業省 中部経済産業局

⑩無料利用できる公的機関の資料等のリンク先を提示

要約版チラシの概要

・省エネ専門家からの意見を反映し、ガイドブック（A4版、2ページ）を作成した

① 経営層・現場担当者の双方に訴求する表紙

② A4縦のフォーマット

表紙

省エネで会社を強く!
～設備投資に頼らない省エネ教えます～

こんなお悩みはありませんか?

「取引先からCO2排出量の報告を求められてね。正直、何から始めればいいのか…」
「担当者を誰に任せればいいのか? 現場任せではなかなか進まないし…。担当者も苦労しているみたいで…」
「全社的に省エネを進めていきたいけど、まずはどこから省エネに取り組みがいいんだろう?」

**そのお悩み…
省エネガイドが解決します!**

組織 × 現場で進める省エネガイド 作成しました

省エネは大きな設備投資の前に運用の見直しや日々の小さな工夫から始められます。省エネガイドでは

- 経営層と現場が連携する大切さ
- 効果的な推進体制
- 投資前にできるムダの「見える化」と改善アプローチなどを分かりやすく紹介しています。省エネで成功している企業の多くは取り組みを進めています。

まずは省エネガイドをご覧ください!

経済産業省 省エネでもっと会社を強く!
中部経済産業局 設備更新だけに頼らない
組織 × 現場で進める省エネガイド



③ ガイドブックへのリンク先の提示

裏表紙

省エネは「コスト削減」と「カーボンニュートラル対応」の出発点!
省エネでもっと会社を強く!

省エネは大きな投資だけでなく、運用の見直しや日々の工夫など、小さな取り組みから始められます。こうした積み重ねは利益の創出や生産性向上につながり、企業価値の向上にも寄与します。実際、多くの中小企業は「省エネ推進ステップ」に沿って段階的に取り組んでいます。まずは自社でできることから始めてみてください。

省エネガイドの内容を少しかけ紹介します!

省エネ推進ステップ

- 1. 経営層のやる気と押し** 経営層の強いメッセージが社内の推進力となり、協力が広がります
社員一人ひとりが、省エネを「自分事」として感じられることが大切
- 2. 共通の価値観の醸成**
- 3. チームの立ち上げ方** まずはスモールスタートではじめてみましょう
省エネ推進は専門的な知識と現場への理解の両方が必要
- 4. ロードマップ** 取り組みの進捗を示し、全員が同じ報告を向くためのガイドを作成しましょう
現状把握: 見える化
目標と計画づくり
本書では、エネルギーの使用量の把握方法から目標設定までを具体的に解説しています。詳細は省エネガイドをご覧ください。
- 5. 進捗管理** 一度きりで終わらせない、継続的な取り組みが大切です
- 6. 活動フォロー** 省エネ活動をフォローしましょう
人材育成の決め手は
「総務力 × 全社研修 × 学びの場づくり + 外部情報活用」

さらなる省エネ加速に向けて…

外部協力をとことん活用!

- ① 協会の支店サービスで専門家に変わる! (省エネ診断)・(省エネ最適化診断)・(ハズオン支援) など
- ② 地域の金融機関は積極的に関与!
- ③ 企業ネットワーク (業界団体・サブライバ協力) で同業他社から学ぶ!

コスト削減以外の効果も!

- ① 利益確保と生産性UP
- ② 企業価値の向上
- ③ 社員のモチベーションアップ
- ④ 新たなアイデアの源泉

省エネ推進で持続可能なビジネスの実現へ

④ ガイドブックの概要と省エネに取り組む意義をわかりやすく説明

TECHNOVA