特集

快適、省エネ厨房を実現する「涼厨」

空気断熱で輻射熱カット
厨房の気温上昇を抑える

涼しく快適な厨房を実現するガス厨房機器シリーズ「涼厨（すずちゅう）」が、着実に普及している。厨房内の気温上昇を抑えて働きやすい作業環境を実現するとともに、空調負荷を減らして省エネにも貢献する。人にも地球環境にも優しい、画期的な厨房機器シリーズだ。各メーカーの努力によりラインアップはますます充実してきており、今後さらなる普及が期待されている。

もともとガス厨房には、2つの大きなメリットがあった。1つは、強い火力を生かしたおいしい料理が作れること。もう1つは環境性である。

図1に見られるように電気は発電時のロスや送電ロスがあるのに対し、ガスはほぼ100%でお客さまのところに届く。そのため、トータルエネルギー効率で比べると、ガスと電気には大きな違いが出る。図1はフライヤーで比べた場合だが、電気の効率が35%であるのに対し、ガスは80%。その分、エネルギーを無駄なく使え、二酸化炭素（CO_2）排出量を抑えることができる。ガス厨房を選ぶということは、地球温暖化防止に貢献することなのだ。

ただ、従来のガス厨房には暑さという課題があった。機器から出る燃焼排気や機器表面から出る輻射熱が厨房内の気温を上昇させる。そのため、「ガス厨房は暑い」というイメージを持つ人が多かった。

このような状況を根本的に改善するため、新たに開発されたのが涼厨だ。図2にみられるように、空気断熱層を設けることで輻射熱を大幅にカット。さらに、集中排気により燃焼排気が厨房内に拡散することを防ぎ、厨房内の気温上昇を抑えている。

4大メリット

涼厨には4つの大きなメリットがある。第1は「快適」。図3は涼厨ローレンジを導入したケースだが、従来の厨房では時に気温が30℃以上になることもあるのに対し、涼厨は常に25℃以下をキープ。快適な作業環境を実現している。

第2は「経済的」。気温上昇が抑えられるので、その分空調負荷は小さくなる。図4のシミュレーションでは約30%削減された。空調にかかるコストが削減できるばかりでなく、空調に伴うCO_2排出量も従来型ガス厨房の場合よりもさらに削減され、地球温暖化防止に貢献できる。

第3は「安心」。機器の表面温度が低いため、万一手で触れてもやけどの心配がない。前に立っても暑さをほとんど感じないので、調理に集中できる。

第4は「簡単」。涼厨は30メーカー496型式（2013年度末現在）と豊富なラインアップがそろっており、サイズも従来機器とほとんど変わらないので、入れ替えは簡単だ。表面温度が低く煮こぼれがあっても焦げ付きにくいので、導入後は清掃も楽になる。

涼厨は、ガス厨房のもともとの特長であった料理のおいしさと環境性に加え、快適、経済的、安心、簡単という4つのメリットを同時に実現した。まさに、新世代の厨房機器と言うことができるだろう。

まだまだ低い認知度

涼厨は1999年に発売され、13年度までに累計5万4434台が販売された（都市ガス主要11事業者の合計）。涼厨化率（涼厨ジャンルの全ガス機器出荷台数に占める涼厨出荷台数の割合）は、31%となっている（12年度）。

涼厨メーカー21社と都市ガス11事業者は12年7月、「業務用厨房のあり方を考える研究会」（あり方研）を立ち上げた。業務用厨房の目指す方向性をメーカーと都市ガス事業者が共に考え、新しい価値を持った厨房を創造することが目的だ。13年には涼厨普及に向けたロードマップを作成、20年度の目標として単年度販売台数5万台、涼厨化率50%を掲げた。

では実際に涼厨はどれだけの人に知られているのだろうか。あり方研は14年1〜3月、愛知、岡山、新潟の3県で認知度調査を行った。対象は外食、病院、介護施設の設備担当者。涼厨を「既に使っている」「使っていないが、機器は知っている」「使っていないが、名前は知っている」の合計を認知度とすると、愛知県が55・0%、岡山県が25・1%、新潟県が11・7%という結果になった。3県の平均は33・2%である。

県によってかなりばらつきはあるが、全体的にみるとまだまだ認知度は低いことが分かった。しかしそれは、それだけ今後の普及拡大の余地が大きいということでもある。内容を知れば間違いなくメリットを感じてもらえる機器であるだけに、いかに認知度を上げていくかが普及のポイントと言えそうである。

涼厨コンロも登場

涼厨メーカーは、発売以来機器ラインアップの拡充に取り組んできた。14年2月には涼厨スチームコンベクションオーブン（スチコン）が新たに登場。7月には、いよいよ涼厨コンロ（写真）が発売された。

業務用ガスコンロは飲食店、病院、給食センター等で広く使われている。涼厨コンロの登場で、涼厨のラインアップはさらに充実。厨房の作業環境改善は、また一歩前進する。

図1　たとえばフライヤーでガスと電気を比べてみると…

図3　「涼厨」による厨房温度比較（ローレンジ前温度）

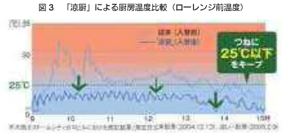


図4　「涼厨」による空調負荷低減率

図2　涼厨の仕組み

※商標「涼厨」は、大阪ガスの登録商標です。

「涼厨」普及へ積極的取り組みを

7〜9月は「涼厨月間」
全国3カ所でセミナー開催

ガス業界は、今年も7〜9月の3カ月間を「涼厨月間」と位置付けている。厨房機器業界とも連携しながら、業界を挙げて涼厨を積極的にPR。涼厨の認知度向上を図り、さらなる普及拡大を目指す。

特に今年は涼厨コンロの登場という大きなトピックスがあり、その点に力を入れPRしている。

涼厨月間は、暑い夏こそ涼厨をPRしようと、2010年に始まった。当初は8月のみだったが、成約まで結び付けるには1カ月間では短すぎるとの意見があり、昨年から3カ月間に拡大された。第一線で普及に取り組む営業担当者を支援するため、全国3カ所で涼厨セミナーを開催するほか、涼厨を周知するためのツール類の製作・あっせんも行う。

セミナーは日本ガス体エネルギー普及促進協議会（コラボ）が主催し、福岡、名古屋、東京の3会場で開催する。講演に加え、ショールーム見学会もプログラムに組み込んでおり、業務用ガス機器のショールームで、実際に涼厨機器を見ることができる。涼厨の販売経験が少ない事業者の営業担当者にも、ぜひとも参加してもらいたいセミナーだ。

講演には、フードビジネスコンサルティング会社、NRTシステムの畑治代表取締役が登壇。厨房の省エネ、作業環境向上、効率化をテーマに、具体的事例を交えながら、最新の厨房設計について解説する。ガス厨房の安全普及促進に関する講演、コラボ各社による涼厨導入事例紹介（各会場3事例程度）なども行い、提案活動に役立つ情報を提供する。

対象は、都市ガス、LPガス、簡易ガス事業者およびメーカーで業務用厨房機器営業に携わる人。日程と場所は別表の通り。時間はいずれも午後1時30分〜5時00分。費用は3240円（税込み）。定員になり次第締め切る。問い合わせはガスエネルギー新聞内「涼厨セミナー」事務局（☎03・3592・5797）担当・弓場まで。

ツール類は、ポスター、うちわ、パンフレットを製作した。ポスターは営業担当者の理解促進やモチベーションアップに、うちわはエンドユーザー向けの販促品として、パンフレットは営業担当者の理解促進やエンドユーザーに対する提案のきっかけづくりに利用できる。

各ツールには「涼厨コンロも登場!」の文字を大きく入れ、コンロの登場により涼厨のラインアップがさらに充実したことを訴求している。

涼厨セミナー会場・開催日

会場	場　所	開催日	申込締切	定員
福岡	西部ガス業務用ショールーム「ヒナタ福岡」	7月18日（金）	7月11日（金）	50人
名古屋	東邦ガス業務用ガス機器ショールーム	7月24日（木）	7月17日（木）	150人
東京	東京ガス本社2階大会議室 ※見学会場は「厨BO！SHIODOME」	8月22日（金）	8月15日（金）	200人

普及に社会的意義

日本厨房工業会専務理事
若杉 雄二さん

涼厨は厨房で働く方々を暑さから解放して作業環境を改善するばかりでなく、空調負荷を減らすことでエネルギーコスト削減や二酸化炭素（CO_2）排出削減にも貢献する機器です。会員企業が社会的に意義のある、いい製品の開発・普及に取り組んでいるわけですから、日本厨房工業会としても、できる限りバックアップしたいと考えています。その一環として業務用厨房機器メーカーおよびガス事業者からなる「業務用厨房のあり方を考える研究会」にはオブザーバーとして参加し、厨房業界の立場から提言を行っています。

当工業会の主な事業の1つに「調査研究」があり、毎年厨房業界の実態調査を行っています。厨房機器の生産台数は、従来はガス、電気およびIHという分類で集計していましたが、2013年度の統計からはガス厨房機器をさらに涼厨とそれ以外に分けて集計しています。このように涼厨の普及状況をデータとして提供することも、工業会としてできるバックアップの1つです。

涼厨のラインアップは、今年2月にスチコンが新たに登場するなど、年々充実してきています。立ち消え安全装置等の安全装置についても、会員企業の積極的な取り組みにより開発が進んでいます。もともと涼厨は、集中排気を行うことから安全面で優れた機器です。安全装置の進歩により、さらに安全性が高まると期待しています。

ガス業界から行政に対し、涼厨への補助金等の支援策を要望する場合には、支援していくことも検討しています。ただ、現時点の課題は、涼厨の省エネ効果のより一層の「見える化」です。補助金等の支援策をお願いするのであれば、これだけの省エネ効果があるというはっきりした数値が必要になります。ガス業界には、省エネ効果のより一層の「見える化」にぜひ取り組んでいただきたいと思います。

あり方研

今年度も活発な活動
省エネ効果の見える化など

「業務用厨房のあり方を考える研究会」（あり方研）は、涼厨のさらなる普及に向け、今年度も活発な活動を展開する予定だ。

第1は「省エネ効果の見える化」。涼厨の提案を進めるにあたっては、涼厨導入によるメリットを見える化（数値化）することも必要だ。そこで、あり方研として省エネ性評価を取りまとめ、提案力向上に努めていく。

第2は「涼厨のラインアップ拡充」。多様なニーズに応え厨房の作業環境を改善するため、機器ラインアップをさらに充実させる。その1つが涼厨コンロの発売であり、各社は今後、積極的な販売を進めていく。

第3は「涼厨の統一プロモーション」。涼厨マークをガス業界全体で統一的に活用し、普及の加速を図る。そのための涼厨マークの有効利用法を検討する。

快適性と安全性を両立

日本ガス協会エネルギーシステム部
石原 裕之課長

涼厨は快適性と安全性を兼ね備えた優れた商品であり、業務用厨房の分野で今後さらなる普及拡大が見込めると考えています。従来のガス厨房よりも空調負荷が低減でき電力のピーク対策になる点や、厨房の作業環境の改善になる点は、社会的な貢献度が高いと言えます。

販売台数は年々伸びてはいるものの、市場調査の結果によると、涼厨の全国的な認知度は低水準であるのが現状です。

今後の普及推進にあたっては、さらなる認知度向上や、ラインアップ拡充が課題です。全国で継続的にセミナーを実施することや、メーカー様との協力体制を強化することが、重要な役割だと感じています。

日本ガス協会としては、安全性向上の取り組みも進めながら、普及の後押しができるようガス事業者と協力して効果的な施策を進めてまいります。

特集

【日本ガス協会の事業者支援活動 業務部】

営業、経理、料金業務を支援

経営支援室も今年度新設

日本ガス協会業務部は、事業者に対する家庭用営業支援、経理業務支援、ガス事業制度・ガス料金制度への対応に関する業務支援の3つの業務を柱としている。さらに今年度からは、地方事業者の総合エネルギー企業化をサポートするため部内に経営支援室を設置した。

家庭用営業支援

家庭用営業支援では、各種セミナーや情報交換会を開催し、先進的な営業事例の周知と水平展開に努めている。参加した事業者の営業担当者同士による情報交換を通じて、業界一丸となってガスの普及拡大を図る。

他業界と連携し、ガスの良さを世間に広くアピールしている。日本LPガス団体協議会、日本コミュニティーガス協会と協力した日本ガス体エネルギー普及促進協議会（コラボ）、キッチン・バス業界、ガス機器業界で構成するKB&Gコラボでは、「ウィズガスフェア」などの活動を通じて、新築やリフォームを検討中のユーザーにガス給湯、厨房機器の良さをPRする活動を展開している。

ウィズガスフェアのチラシ

今後、さらなる普及拡大を目指すエネファームの営業支援には特に力を入れている。「住宅業界、エネファーム製造業界、エネルギー業界で構成し、コラボが事務局を務めるエネファームパートナーズは、会員事業者からの要望を受け、6月から全国6カ所で、ハウスメーカー、地場工務店向けのセミナーを実施している。コージェネ財団と協力して毎年開催している『エネファーム普及セミナー』は、約200人が参加する盛況なイベントになっている。今後も関係団体などと連携し、効果的な情報発信や営業ツールの提供などの支援メニューをさらに充実させていきたい」と業務推進グループの今泉拓也係長は話す。

6月19日に募集を開始した「全国親子クッキングコンテスト」や、大阪ガスの協力を得て開催する「火育マイスター育成講習会」など、食育、火育を通じたガスのPRなども積極的に行っている。

エネファーム普及セミナーには多くの事業者が参加

経理業務支援

経理業務支援では、事業者からの経理処理に関する問い合わせに答えている。事業者は、決算や税金の申告などの日常の経理業務のほか、定期的に行われる経済産業省や経済産業局の監査、税務調査などにも対応しなければならない。

そこで業務部は、事業者からの会計基準や税制に関する相談への対応や、基準が変更された際のタイムリーな情報周知など、事業者が円滑に実務対応できるようサポートに力を入れている。

天然ガスやガス機器の普及拡大を後押しする税制上の優遇措置等について、事業者に活用を促すのも業務部の仕事だ。事業者に関する各種の税制特例措置の概要資料を作成するなど、複雑な制度に対する理解をサポートしている。

森崎マネジャー

「この概要資料は都市ガス関連の税制だけでなく、一般企業として利用価値の大きいもの、見逃すともったいない特例制度にも触れているので、ぜひ事業者さまに有効に活用いただきたい」と業務グループの森崎健志マネジャーは話す。

料金・制度対応支援

都市ガス事業者にとって、事業の根幹であるガス事業制度・ガス料金制度に関する業務も、業務部が担当する。日常の問い合わせに答えるほか、制度が見直された場合には、都市ガス事業者向けに分かりやすいマニュアルを作成し、説明会なども開催する。

昨年度はマニュアル「託送供給収支計算手法の概要」を改定。それに合わせて実務担当者向けの説明会を全国4カ所で計5回開催。今年度は5月から6月にかけて「ガス料金制度・運用の見直し」に関する説明会を全国6カ所で開催した。

経営支援室

新設された経営支援室は、①ガスシステム改革に関する議論の進捗状況などの情報提供と意見交換②総合エネルギー企業への変革に向けた事業者への支援③事業者に対する事業基盤強化のための継続的な支援―の3つを柱として取り組む。

今年度の前半は、主に日本ガス協会の地方部会などと連携を密にし、①のガスシステム改革関連の情報交換に注力している。

②の総合エネルギー企業への変革に向けた支援では、まず現状分析を積極的に行っている。一口に総合エネルギー企業化といっても、エリアの特性や規模などによって各事業者の目指す形態は異なる。そこで先進的な事業者の取り組みを分析し、他の事業者が参考にできるポイントの類型化・普遍化を目指す。

さらに総合エネルギー企業化に向けたウェブシステムや事務部門の体制構築などの情報を収集し、役立つものの情報発信も行う。将来的には総合エネルギー企業への変革をより細やかに支援できる体制の検討も視野に入れる。

事業者に対する事業基盤強化のための継続的な支援は、経営支援室の前身である地方室から行っていた業務だ。業務部内の別グループやエネルギーシステム部、技術開発部、環境部などと協力しての橋渡し的な役割を担う。

それに加え、公営事業者のサポートにも一層力を入れる。昨年度に立ち上げた公営企業ワーキンググループで、公営特有の課題を解決するための施策を検討するが、ここでも今年度はガスシステム改革への対応を大きなテーマとしている。

新堀室長

経営支援室の新堀聡室長は「今、特に力を入れているのは情報収集だ。事業者の皆様と手をたずさえて、地域の特性に即した事業モデルを探っていく。そのためには単に事業モデルの紹介にとどまらず、将来を見据えてチャレンジしていく経営思想を周知することで、業界全体の発展を目指す」と意気込みを語っている。

賛助会員訪問

クリナップ

中高級クラスの製品に注力

クリナップ（井上強一社長）は、売上高の77％をキッチン関連製品が占め、国内システムキッチン市場では、約20％、第3位のシェアを持つ。

現社長の父の井上登氏が1949年に、座卓の製造販売を始めたことが創業のルーツだ。もともと木工職人だった井上登氏は、現在の本社（東京都荒川区）から約50m離れた場所に広さ約10㎡の作業場をつくり、高級材のけやきを使用した座卓の製造・販売を行い、54年に井上食卓を設立。高度成長とともに、業容を拡大し、座卓メーカーとしては国内最大の売上高を達成した。

けやき製の座卓は、一時は活況だったが、50年代後半からは耐水性に優れるメラミン化粧板を使用した座卓が登場。間もなく市場を席巻し始め、けやき製の座卓は販売が減少し始めた。

そこで、市場ニーズに対応するため、ステンレス製のキッチン製品への参入を検討する。金属加工・板金技能を持つ社員を採用。60年には社名を井上工業に改称し、ステンレス製の流し台の製造を開始した。61年からは製品のブランド名にクリナップを使い始める。名前の由来は当時、流し台、調理台、コンロ台がキッチンの3点セットだったことから、野球のクリーンアップトリオになぞらえたとされる。

全国的に団地建設が進み、同社の流し台は団地で採用されるケースが増加した。他社は大規模なハンドプレスや溶接設備を備えていた。井上工業はステンレス製流し台メーカーでは後発だったが、手作業で加工する利点を生かし、他社製品よりシンクを深くした製品を発売した。深さのあるシンクは水はねを極力抑えるので、ユーザーからは好評を得ることができた。

73年にターニングポイントが訪れる。2年前の71年に、井上登氏は欧州で視察した作り付けの一体型キッチンに感銘を受けた。同社は、73年に日本メーカーで初めてシステムキッチンの製造を開始。「システムキッチン」の名称を使用したのも同社が初だった。その後、他メーカーが追随し、システムキッチンの名称が広がった。

80年代前半まで、システムキッチンの市場価格は150万～300万円で、一般消費者にとって手が届きにくい製品だった。83年には、会社名をそれまでブランド名に使用していたクリナップに改称した。同社が83年に発売したシステムキッチン「クリンレディ」は、価格が60万円を切ったことで、住宅メーカーや消費者から受け入れられヒット商品となった。

それまでのシステムキッチンは、現場での加工が必要だったが、クリンレディは簡易施工型とした。出荷前に部材は加工済みで、現場での施工は、シンクやキャビネットを組み合わせ固定するだけとなった。簡易施工型の導入がコストダウンに結び付き、他社も追随して簡易施工型を発売している。

クリンレディはモデルチェンジを重ね、ロングセラーとなった。累計130万セットを販売しており、日本で最も売れているシステムキッチンだという。

クリンレディは中高級クラス（50万～60万円）のシステムキッチンの位置付けであり、同社の主力だ。普及価格帯（40万円以下）の製品もそろえているが、価格勝負になる集合住宅向けには余り注力せず、中高級クラスの製品性能向上に力を注いできた。

例えば、レンジフード内部のフィルターとファンを自動洗浄する機能を設けた。レンジフードメーカーと協力して開発した機能で、給湯トレイにお湯を入れ本体にセットし、洗浄ボタンを押すと、フィルターとファンの汚れを自動洗浄し、汚れた水が排水トレイにたまる仕組み。フィルターとファンを取り外す必要がなく、清掃のしやすさはユーザーには好評だ。

ビルトインコンロとキッチンの意匠を重視する製品も投入した。これまでビルトインコンロの表面パネルは色が決まっていたため、キッチンの扉とは合わせることができなかった。

クリナップは、キッチン扉の色に合わせて、コンロ表面のパネルの色を10種類から選択できる「カラーステンレスフェイスガラストップコンロ」を発売した。東京ガス、リンナイとの共同開発製品だ。13年2月にクリンレディに採用し、同年12月から高級クラスの「S.S.」にも採用した。デザイン重視のユーザーからの引き合いが強いという。

カラーステンレスフェイスガラストップコンロ

同社はシステムバスも扱っており、中高級クラスの「アクリアバス」、普及クラスの「ユアシス」などの製品を販売する。同社独自の取り組みでは、ヒートショック対応などの機能を持つ「まるごと保温」を標準採用した。浴室の壁、天井、床、浴槽に保温材を導入し、冬場に入浴後30分経過しても室温をほぼ一定に保つことができる。この機能は他社でもあるがオプション扱いで、標準採用はクリナップだけだ。

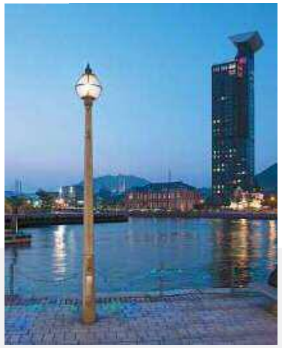
営業面では都市ガス事業者との接点が多い。全国101カ所のショールームでは、地域の都市ガス事業者と連携し、ガス展など互いのイベントに参加を呼びかけるといった取り組みをしている。この取り組みは全国的に定着しており、今後も都市ガス事業者との連携を重視した営業展開を進めていく考えだ。

NCK 日本鋳鉄管株式會社
東京事務所 〒104-0045 東京都中央区築地2-12-10 築地MFビル26号館2階
本社・工場 〒346-0193 埼玉県久喜市菖蒲町昭和沼1
●ガス営業部☎03-3546-7672 FAX 03-3546-7692
●本社・工場☎0480-85-1101(代)
●北海道支社☎011-871-4445 ●東北支社☎022-263-2731 ●中部支社☎052-582-9808 ●九州支社☎092-282-0201

信頼ある三ツ輪の各種ガス機器

営業品目
ガス用GM(II)ダクタイル鋳鉄異形管
ガス用各種ガバナー
ガス用ガバナーボックス
ポリエチレン管・EF継手販売
ガス用各種設備器材製造・加工
鋳物素材製造加工
厨房機器部品
NC、MC、汎用旋盤等機械加工
冶具、工具、設計及び加工

株式会社 三ツ輪機械製作所
代表取締役 宇佐美國男
本社・工場 〒456-0005 愛知県名古屋市熱田区池内町2-6 TEL 052-881-7151 FAX 052-881-7154


門司港レトロ（福岡県北九州市）

ガス燈のある街

関門海峡に面し、古くから交通の要衝であった門司。1889年に門司港が開港すると、北九州の工業力と結び付き、外国航路の拠点そして貿易港として繁栄しました。門司港レトロは、そうした当時の面影を今に残す歴史的な建物と、近代の建物が融合するエリアです。ガス燈の奥には、少し霞んでいますが関門橋が見えています。

撮影：川村典幸

ネットワーク 207　Gライン

ガスの良さを合同PR

キャラクター活用しテレビCMなど

ガス体エネルギーの一層の普及拡大を目的に、日本ガス協会と日本LPガス団体協議会、日本コミュニティーガス協会は共同で、2005年に日本ガス体エネルギー普及促進協議会（コラボ）を設立した。

その流れを受け、全国的にも電化攻勢が厳しい地区である北陸3県（富山県、石川県、福井県）では都市ガス事業者とLPガス事業者、簡易ガス事業者が手を組み、情報交換と広報活動を目的に、それぞれの県単位でガス体エネルギー普及促進協議会（Gラインとやま、Gライン石川、Gライン福井）を06年に相次いで組織した。さらに県を越えた共通組織「Gライン北陸（現Gライン）」を09年に設立。3県合同でガスの普及拡大を図っている。

例えばGライン石川は、金沢市企業局と小松ガスの2都市ガス事業者を含む約300社が加盟。役員はLPガス事業者から9人、都市ガス事業者から5人、簡易ガス事業者4人の合計18人で構成する。

Gラインは、主にテレビCMの放映や新聞・雑誌での広告、セミナーの開催、各種イベントでのPR活動を通じて、ガスの良さを周知する。PRで活躍しているのがキャラクターの「とろ火ちゃん」だ。とろ火ちゃんは、もともとGライン石川のキャラクターだったが、現在はGラインの統一キャラクターになっている。10年からは、とろ火ちゃんの着ぐるみが登場。テレビCMをはじめ、各種イベントに出演している。

薮内さん

Gライン事務局を担当する金沢市企業局営業開発課の薮内充さんは「とろ火ちゃんは、幅広い層に受け入れられ、認知度は年々向上している。とろ火ちゃん＝Gラインという認識は、ユーザーに浸透している。14年度はとろ火ちゃん＝Gライン＝ガスという認知度を向上させたい」と話している。

とろ火ちゃんの販促グッズ

とろ火ちゃんの販促グッズは子供から主婦にまで人気だ。昨年度からは、インターネット上のソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）を利用した認知度向上に取り組んでいる。とろ火ちゃんの着ぐるみをスーパーマーケットに出没させ、そこで、とろ火ちゃんと一緒に写真を撮影したユーザーが、画像をSNSのツイッターやフェイスブックにアップロードすると、抽選で景品が当たる企画を実施した。

共通テレビCMでガスをアピール

09年からテレビCMはGラインで共同制作している。県単位での経費の効率化と、同じ内容を放映することでGラインの認知度向上を狙っている。

とろ火ちゃんとGライン事務局の人たち

最初のGライン共通テレビCMは、ガスの家に住んでいる3匹の子豚がガスの良さをアピールするものだった。10年はガスの環境性を訴求する5分間番組「ガスはブルーエナジー」も制作するなど、さまざまな面からガスのイメージアップを図っている。

テレビCMの内容は現在、とろ火ちゃんをメーンに置いたイメージ優先のものと、ガス機器の良さを具体的にアピールするものと2つに分かれている。

とろ火ちゃんをメーンとしたCMは、炎の料理やガスの環境性などを訴える歌詞に合わせて、とろ火ちゃんが子供たちと一緒に踊る「とろ火ダンス」だ。Gラインの認知度アップが目的で、今年で3年目の放映になる。

一方、ガス機器のPRテレビCMは今年のGラインの合同テーマ「料理はガスコンロ」に合わせ、一般公募で選ばれた女性が登場している。秋冬シーズンにはガス暖房の良さをアピールする暖房編を放映する。石川県ではほぼ毎日、GラインのテレビCMが放映されている。

セミナー・キャンペーンも合同開催

Gラインの活動はテレビCMなどだけでなく、セミナーやキャンペーンの開催などにも幅を広げている。13年度までは年1回、3県合同セミナーを開催していた。講演者など同じ内容のセミナーを、各県の会場で行った。今年度、合同セミナーは休止するが、Gライン石川では、食のプロを招いて料理ショーを含むセミナーを単独開催する予定だという。

12年度からは合同キャンペーンも開催している。毎年9～12月にガス機器の購入者に対し、抽選で景品を進呈する。高級旅館のペア宿泊券やガス炊飯器「直火匠」、自動掃除ロボットなどが各1人に当たる。さらに北陸3県の特産品に加え、東日本大震災の被災地応援を目的とした東北地方の特産品が合計500人に当たる充実した内容になっている。

主婦層を活用しガスをPR

さらにGライン石川では独自活動として、ガスをPRする「エコンロ隊」の隊員を、一般家庭の主婦を対象に毎年募集し、今年は15人活動している。研修でガスコンロの知識を身に着けた後、各種イベントの料理実演などを行うほか、SNSやブログでガスの良さをアピールしている。

「ガスを多様な方法でPRし、ユーザーにガスの良さを体感してもらう機会を提供して、ガスを普及していきたい」（薮内さん）。

保安活動報告　保安向上への取り組み　宮崎ガス

人材育成を体系化

南海トラフに備え万全

宮崎ガス（塩月光夫社長、需要家数8万1600件、従業員153人）は、次世代の保安を担う人材育成を強化している。従来、現場教育（OJT）主体だった人材育成システムを体系化し、社員に求める技術水準を明確にした。また、南海トラフ巨大地震に対する備えとして、津波を想定した屋上への避難階段の設置や重要設備の高所移設、日本ガス協会九州部会と連携した地震救援訓練などの対策を進めている。

（片山 浩樹）

◇

団塊の世代の退職に伴い、保安人材の育成はガス事業者共通の課題になっている。また、宮崎県沖合の日向灘は南海トラフの西端に位置し、津波被害も想定されている。

ガバナー実習の様子

日高勇二常務取締役は「現場作業は基本的に委託しており、ガス漏れ等も減っているため、社員が自ら作業する機会が少なくなっています。現場での経験を補う意味で実技中心の研修システムを構築しています。地震・津波対策については、東日本大震災を契機に屋上への避難階段を設置するなど、設備の前にまず社員の命を守るという発想に変えました」と語る。

日高常務

社内研修システムは、工具の使い方からガス漏れ初動対応までを1週間で学ぶ「新入社員基礎実習」で始まる。入社3年以下が対象の「ガス事故等処理初級教育」は宿日直対応レベル。ここまでは女性を含む全社員が対象だ。さらに事故処理要員が対象のガス事故等処理中・上級、担当者向けのガバナー取り扱い実習、LNG受入・液漏れ対応教育等を用意している。

須崎部長

「社内研修制度は4年前から段階的に開始しましたが、7月に初めて行う新入社員基礎実習で一通り完成する予定です。大阪ガスさんのエマージェンシースクールなど、社外の研修も積極的に活用しています」（須崎孝一技術部長）。

南海トラフ対策では、津波被害の恐れがある宮崎工場と延岡支店で屋上への避難階段を設置し、津波の到達時間を想定した避難訓練も行った。宮崎本社事務所は2階建屋を増築し、基幹システムやマッピングシステムのサーバー類と非常用発電機を移設した。

宮崎県のハザードマップで1～2mの浸水が想定されている延岡工場については、老朽化していた工場管理棟を建て替えた。来年3月をめどに旧棟から完全移転する予定だ。また、工場の敷地から2・2mの高さになる架台を設け、ポンプやボイラーなど製造設備の補機類をかさ上げした。

日本ガス協会九州部会は昨年8月、西部ガス、日本ガス、大分ガス、宮崎ガスと共に「南海トラフ巨大地震救援対策検討会」を立ち上げた。12月には、大分ガスの6200件と宮崎ガスの6万2085件が供給停止するという想定で救援対策訓練を行った。

三島課長

「南海トラフでは大手3社が被災して他地域の応援まで手が回らないこともありえます。そこで『九州は九州で復旧させる』ための検討を進めており、昨年初めて通信訓練を行いました。資器材や宿泊施設の情報共有、各社の役割分担の明確化等を進めています」（三島幸一郎技術課長）。

モノづくりで未来を創る KURIMOTO

水と大気と生命の惑星、地球を大切にします。

私たちが暮らす地球。ここには、清らかな水の流れと澄んだ空気、そして様々な生命の営みがあります。
この素晴らしい地球を守るため、クリモトにできること。
それは、例えば水や電気・ガスといったライフラインに使われるパイプやバルブをはじめ、
ゴミ処理プラントやリサイクル機器といった私たちが扱う製品や事業活動を通して、社会と自然の調和をめざすことです。
さらに、CO_2抑制や廃棄物の再利用・資源化を実現する「ゼロエミッション構想」にも取り組んでいます。
人とこの星の未来をみつめながら、暮らしとともに――。地球環境を考えるクリモトです。

●継手が伸縮屈曲し、管体応力が緩和
●天候に左右されずに短時間施工を実現
●優れた施工性
クリモト ガス用GMII型 ダクタイル鉄管

株式会社 栗本鐵工所 パイプシステム営業本部
本社 〒550-8580 大阪市西区北堀江1丁目12番19号 ☎(06)6538-7641
東京支社 〒108-0075 東京都港区港南2丁目16番2号 ☎(03)3450-8510
支店 北海道支店：☎(011)281-3302 東北支店：☎(022)227-1873 名古屋支店：☎(052)551-6932 中国支店：☎(082)222-8201 九州支店：☎(092)451-6623

20A・25A対応
塩ビ被覆剥離工具
塩ビライニング被覆鋼管の被覆樹脂を簡単に剥離することができます

工具特徴
❶管端部・管の途中部分の被覆剥離が可能
必要な部分だけ、塩ビライニング鋼管の管端部の被覆剥離はもちろんのこと、管の途中からも被覆を剥離できます。
❷設置が簡単
工具は管の途中に設置するために2分割されていますが、お互いがヒンジで一体化されているので簡単に設置できます。
❸狭い隙間でも作業可能
既設管は立てバンドに固定されて壁や天井の近くに配管されていることがありますが、工具の小型化により狭い隙間でも剥離作業が可能です。

新和産業株式会社
ホームページ http://www.shinwasangyo-net.co.jp
大阪本社 大阪府大阪市住之江区南加賀屋2丁目10番16号 〒559-0015 TEL 06(6683)0701(代) FAX 06(6683)0770
九州支店 福岡県糟屋郡新宮町大字的野757番1号 〒811-0104 TEL 092(962)5100 FAX 092(962)5110
関東支店 東京都台東区東上野4丁目1番8号ザ・パークハウス上野浅草通り204 〒110-0015 TEL 03(5827)3278 FAX 03(5827)3279
広島営業所 広島県広島市中区東白島町5番9号さくせすイン白島202 〒730-0004 TEL 082(511)4430 FAX 082(511)4440
名古屋営業所 愛知県知多市岡田字江口山18 〒478-0021 TEL 0562(56)5781 FAX 0562(56)5796
東北営業所 宮城県仙台市青葉区東勝山3丁目1番3号A204 〒981-0923 TEL 022(718)5850 FAX 022(718)5850
北日本営業所 北海道旭川市東光三条9丁目1番12号 〒078-8343 TEL 0166(35)1213 FAX 0166(35)0620