

手法の大分類	<input checked="" type="checkbox"/> 組織体制の整備 <input type="checkbox"/> エネルギー等の使用状況の把握 <input type="checkbox"/> 運用対策 <input type="checkbox"/> 保守対策 <input type="checkbox"/> 設備導入対策
体制の区分	<input type="checkbox"/> 本社等 <input type="checkbox"/> 支店等 <input checked="" type="checkbox"/> 連鎖化事業者の本部 <input type="checkbox"/> テナントビルの所有者等 <input type="checkbox"/> テナント等
対策項目	推進体制の整備

**対 策 名**

**各店舗の排出量整理・分析・提供**

内容

事業所等の協力により得られた温室効果ガス排出量について全体として整理、分析した情報を地球温暖化対策を実施する指標として事業所等と共有していくことで、より効果的な事業所等の取組みが期待できます。

実施目標

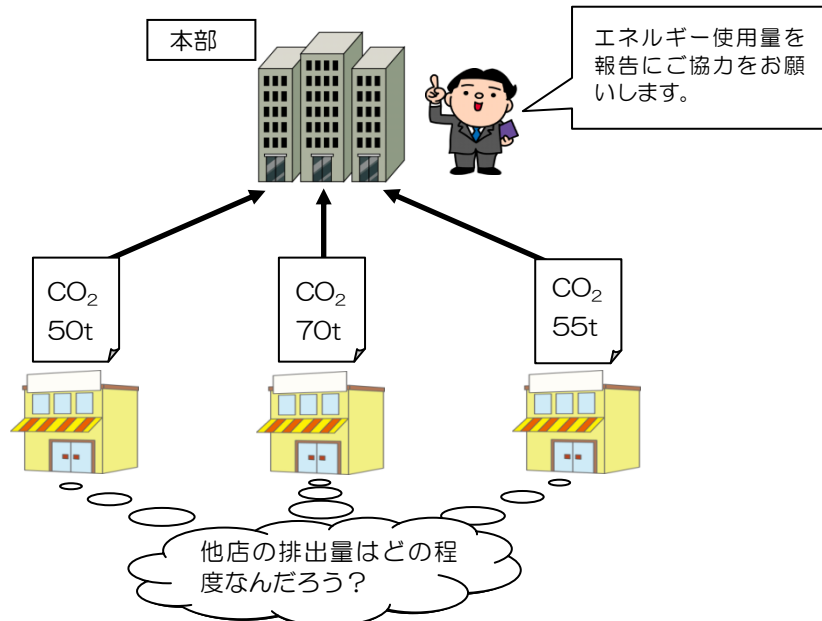
事業所等（加盟店を含む）から得た温室効果ガス排出量等をそのままにせず、有効に活用し、事業所等だけでは知りえない情報を積極的に提供していくこと。

①現状の問題点

各店舗等から収集しているエネルギーデータを有効活用していますか？

各店舗においては、エネルギー会社からの請求書などにより自らのエネルギー使用量等を入手することができます。一方、他の店舗のエネルギー使用量等まで入手することはできません。

本部が組織力を活用して各店舗のエネルギー使用量の収集が図られた場合、本部は得られた情報を積極的に活用し、各店舗に情報をフィードバックすることで、店舗自信による地球温暖化対策の進捗状況の確認にもなり、一層の取組が期待できます。



エネルギー使用量を整理・分析した結果は、全店舗で共有しましょう！

本部は、収集したデータについて加盟者ごとに単位面積あたりのエネルギー使用量、平均や順位を示すなど、加盟者が自らの状況、課題を把握しやすいような配慮をしましょう。

## ②実施手順

(1) 本部は、各店舗のエネルギー使用量を収集しましょう

- 地球温暖化対策担当者は、各店舗にエネルギー使用量の報告を依頼しましょう。
  - テナント店舗など、エネルギー使用量を把握し難い店舗については、ビルオーナーへ本部からエネルギー使用量のデータの提供を依頼するなど協力していきましょう。
  - 直営店だけでなく加盟店にも積極的な協力を呼びかけましょう。
- ※ 地球温暖化対策報告書の提出を活用することで効率的に収集できます。

(2) 本部においてエネルギー使用量を整理・分析しましょう

- 店舗ごとの一覧表をまず作成し、データ整理しましょう。
- 全店舗の平均値を計算しましょう。

例) ①店舗あたりのエネルギー使用量、CO<sub>2</sub> 排出量

②単位面積あたりのエネルギー使用量、CO<sub>2</sub> 排出量など<sup>注1</sup>

※ 都のエネルギー管理ツールを活用するとこうした計算を容易に行うことができます。

詳細は、以下の URL を参照ください。

<http://www.tokyo-co2down.jp/c1-jigyuu/j1/energy.php>

注1：単位面積あたりのエネルギー、CO<sub>2</sub> 排出量などを、CO<sub>2</sub> 排出原単位と呼びます。  
原単位を構築する分母には、面積や生産量など様々な指標があります。

(3) 各店舗に対して平均値などの分析した情報を提供しましょう

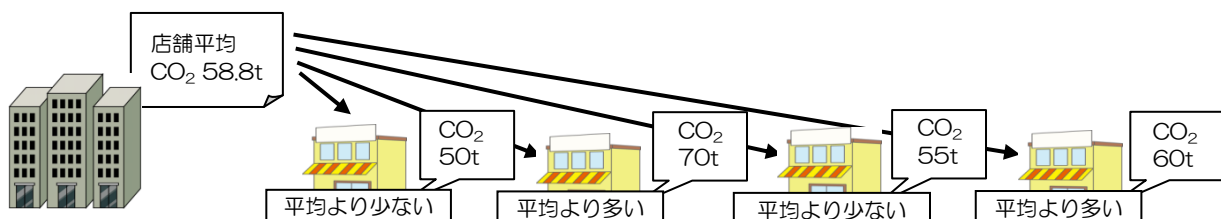
- 店舗ごとに提供する情報（全体の合計値や平均値など）を整理しましょう。

例) ①全体の平均値（エネルギー使用量、CO<sub>2</sub> 排出量、平均原単位など）

②全店舗に対する CO<sub>2</sub> 排出量の当該店舗の順位など

※ 順位の一覧表など、全店舗に各店舗の順位が分かってしまうような提示の方法は、必ずしも良い方法とは限りません。各店舗が地球温暖化対策をする上で、何が有効な情報になるかよく検討しましょう。

- スーパーバイザーによる巡回指導などの機会を活用するなど、情報提供の方法を工夫しましょう。
- 情報を提供する店舗にとって、店舗のエネルギー使用の傾向や有効な地球温暖化対策についてアドバイスを添えるとより効果的な情報提供となります。



## ③効果

- 他の店舗と比較することで、各店舗がそれぞれの程度の温室効果ガスを排出しているかを認識することができ、効果的な地球温暖化対策を実施できます。また、その効果についても実感することができ、地球温暖化対策に取り組む意欲を高めることができます。
- 本部としてもどの店舗から省エネルギー機器を導入するかなど、取組の優先度を設定しやすくなるなど、効果的な対策を実施及び主導していくことができます。

手法の大分類	<input checked="" type="checkbox"/> 組織体制の整備 <input type="checkbox"/> エネルギー等の使用状況の把握 <input type="checkbox"/> 運用対策 <input type="checkbox"/> 保守対策 <input type="checkbox"/> 設備導入対策
体制の区分	<input type="checkbox"/> 本社等 <input type="checkbox"/> 支店等 <input checked="" type="checkbox"/> 連鎖化事業者の本部 <input type="checkbox"/> テナントビルの所有者等 <input type="checkbox"/> テナント等
対策項目	推進体制の整備

**対策名**

**スーパーバイザーによる点検実施**

内容

定期的に取り組状況を点検することで、加盟者における対策の進捗状況を知り、取組を確実に実施させることができます。また、点検の中で現場の声を聞き、対策の実施上の問題点などを把握していくことができます。

実施目標

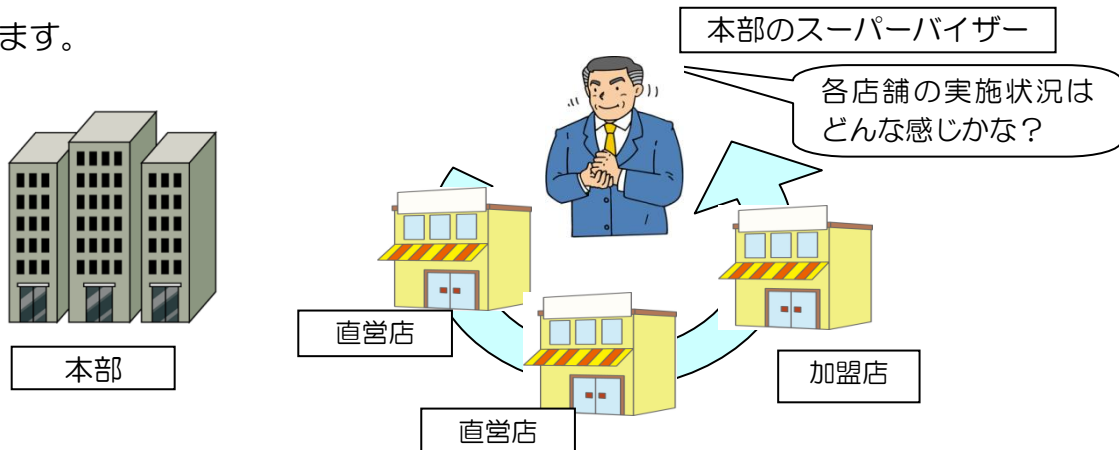
店舗に対する巡回指導等の機会を活用し、各事業所等間の情報の共有化、対策の推進状況の確認・指導等の体制を構築すること。

①現状の問題点

せっかく設定した取組目標や内容について、実施状況や課題を把握していますか？

取組目標や内容を設定しただけでは、省エネルギー対策は進展していきません。対策の進捗状況を知ることで、次の対策や取組へと進むことができます。

取組の点検体制が整備されていないと、対策の進捗状況を把握することが難しくなります。



取組状況を定期的に点検する体制を整備することで、加盟者ごとの取組状況を確認することが可能になるだけでなく、取組内容の問題点の発掘にもつながります。また、点検体制の構築は、省エネルギーのPDCAサイクル確立のための第一歩です。



定期的な点検を継続的に実施できるような、組織的な体制を構築しましょう！

温暖化対策担当（者）が取組状況を確認できるような、営業指導（巡回指導）等の機会を活用した点検、指導体制を整えましょう。

## ②実施手順

(1) 経営層は、取組状況の点検、指導体制を整備しましょう

- 温暖化対策担当（者）を中心とした、取組状況の点検体制を整備しましょう。
- 例) 加盟者から本部の担当（者）へ、取組状況が伝達されてくる仕組みを整備しましょう
- 点検は、営業指導（巡回指導）時に巡回指導等を行う者が実施することが効果的です。
- 何のために、こういった点検を行うのか明確化しましょう。
- 点検を実施することについて、周知しましょう。

(2) 点検者（体制）は、加盟者ごとに取組状況を点検しましょう

- 具体的な取組内容を記載した、点検表を用いることが効果的です。
- 取組状況の点検は、定期的実施しましょう。抜き打ちの点検なども効果的と考えられます。ただし、加盟者に過度の負担感とならないような配慮が必要です。

<点検表の例>

A支店の温暖化対策の取組状況記録。

対策内容	4月1日	4月2日	4月3日	4月4日
昼休み消灯	済 ○○	済 ○○	済 □□	済 ○○
WCの消灯確認	済 ○○	済 ○○	済 ○○	済 ○○
退社時の消灯確認	済 ○○	済 △△	済 ○○	済 ○○

左側 取組状況      右側 実施者名の記載

収集した取組状況を整理・分析しましょう。

対策 事業所	点検実施日 ○月○日、点検者				
	対策1	対策2	対策3	対策4	対策5
事業所A	○	○	○	○	○
事業所B	△	○	○	○	○
事業所C	○	○	△	○	×
事業所D	○	○	×	○	×

各支店へ情報をフィードバックしましょう！

(3) 温暖化対策担当（者）は、点検結果を共有し活用しましょう

- 点検の結果は、必要に応じて営業指導（巡回指導）などの機会を活用し共有化しましょう。
- 取組が実施されていない場合には、その理由などを聞き取りましょう。
- 取組が実施されていない場合には、実施するよう指導しましょう。
- 職場の意見は、対策の修正・見直しや次の対策立案に活かしましょう。

## ③効果

- 点検体制を構築することで取組の進行管理が可能になり、取組の継続性が高まります。
- 定期的に点検することで加盟者の意見を把握しやすくなり、取組内容の改善や、より効果的な省エネルギーの取組につながります。

手法の大分類	<input checked="" type="checkbox"/> 組織体制の整備 <input type="checkbox"/> エネルギー等の使用状況の把握 <input type="checkbox"/> 運用対策 <input type="checkbox"/> 保守対策 <input type="checkbox"/> 設備導入対策
実施主体	<input type="checkbox"/> 本社等 <input type="checkbox"/> 支店等 <input checked="" type="checkbox"/> 連鎖化事業者の本部 <input type="checkbox"/> テナントビルの所有者等 <input type="checkbox"/> テナント等
対策項目	推進体制の整備

**対策名** **スーパーバイザーの知識向上**

内容

店舗に対して巡回指導等を行う者(担当)は、知識及び技能を高めるため外部研修などに積極的に参加し、研修で得た知識を巡回指導等の機会を活用して加盟者を含む全従業員に広めましょう。

実施目標

店舗への地球温暖化の対策の指導レベルを上げるため、店舗に対して巡回指導等を行う者の地球温暖化の対策に関する知識及びスキルの向上を図る体制を構築すること。

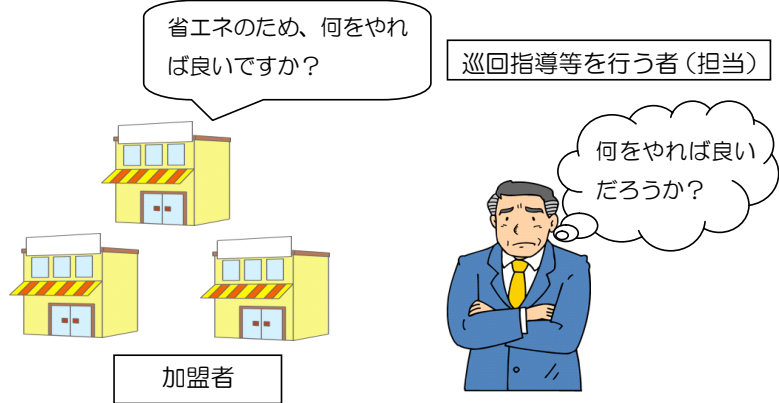
①現状の問題点

対策の指導レベルを上げるためには、担当のスキルアップが不可欠です

省エネルギーの取組の中には、設備の効率的な運転や設備の更新など専門的な知識を要求するものが多くあり、また、技術は日々進歩するものであるため、担当者は知識及び技能を高める必要があります。

巡回指導等を行う者(担当)は、営業指導が専門であると考えられるため、自ら省エネルギーに関する情報を収集、整理する時間が取れないことがあります。

外部研修を活用することで、巡回指導等を行う者(担当)は効率的に知識を得ることができるとともに、担当が研修を受けることで、研修で得たノウハウを広く組織全体に効率よく広めることも可能となります。



巡回指導等を行う者(担当)の知識向上は組織の省エネルギー対策のレベルアップに直結します。経営層は、担当の取組をバックアップし、外部研修への参加を推進していきましょう。



省エネルギーのセミナー等に参加して情報を取得し、知識を高めるとともに、そこで得た情報を加盟者を含む全従業員で共有しましょう。

省エネルギーに関する研修は数多くありますので、足りない情報や知識を、外部研修を活用し効率的に習得していきましょう。

## ②実施手順

(1) 温暖化対策担当(者)は、研修会について調べましょう

- 省エネルギー研修会、セミナーなどの開催情報を収集しましょう。
- 東京都では区市別研修会を開催しています。省エネルギー相談窓口も同時に開催される場合が多いので合わせて活用しましょう。

<http://www.tokyo-co2down.jp/c1-jigyou/j3/>

(2) 経営層は、外部研修会等への参加を奨励しましょう

- 巡回指導等を行う者(担当)が外部研修会等により得た知識を職場に持ち帰ることで、加盟者の省エネルギーが推進され、エネルギーコストが削減されます。また、人脈の形成にも役立ちます。経営層が参加を奨励しましょう。

(3) 巡回指導等を行う者(担当)が、研修会に参加し情報収集に努めましょう

- 狙いを定めて知識や情報を修得しましょう。
- 得た情報は必ずフィードバックしましょう。  
例) 収集した情報の中に自社と同じ形態でありながら大きな効果を上げている取組があれば、自社との違いを分析し自社の取組を改善する など
- 同じ立場の人が参加するため、人脈形成は担当の財産になります。

(4) 巡回指導等を行う者(担当)は、研修会等で得た情報を社内で共有しましょう

- 得た情報を社内に還元することで、他の従業員にも活用されます。
- 経営層に相談し社内研修の機会をつくり、積極的に還元しましょう。
- 情報は、営業指導(巡回指導)の機会に加盟者に伝達し活用しましょう。



## ③効果

- 研修会、セミナーを通じて省エネルギーに関する最新の情報や優秀な事例等の情報を得ることで、社内の対策を最新の視点でブラッシュアップできます。
- 省エネルギー専門家との人脈形成も可能になります。
- 担当のレベルアップは、会社のレベルアップにつながります。

手法の大分類	<input checked="" type="checkbox"/> 組織体制の整備 <input type="checkbox"/> エネルギー等の使用状況の把握 <input type="checkbox"/> 運用対策 <input type="checkbox"/> 設備保守対策 <input type="checkbox"/> 設備導入対策
体制の区分	<input type="checkbox"/> 本社等 <input type="checkbox"/> 支店等 <input checked="" type="checkbox"/> 連鎖化事業者の本部 <input type="checkbox"/> テナントビルの所有者等 <input type="checkbox"/> テナント等
対策項目	推進体制の整備

**対策名** 温暖化対策への協力依頼

内容

連鎖化事業者の本部は、店舗との連絡手段を整備し、本部の定めた方針に沿った温暖化の対策への協力が得られる体制を構築しましょう。

実施目標

連絡票、電子メール等の加盟者との連絡手段を準備し、地球温暖化の対策の取組への協力を依頼する体制を構築すること。

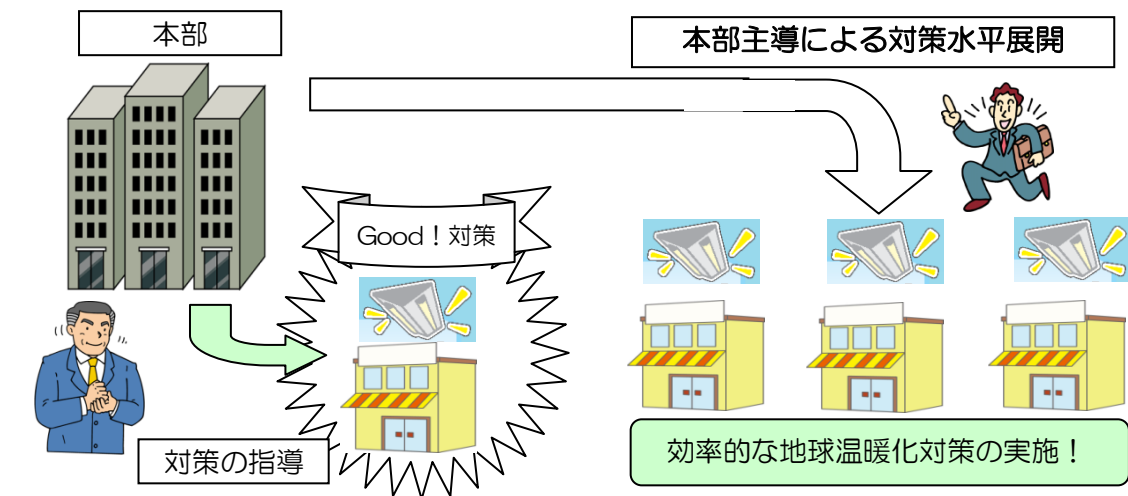
①現状の問題点

各店舗から地球温暖化の対策に対する協力が得られていますか？

連鎖化事業者では、一つ一つの店舗が排出する温室効果ガスは、それほど多くありませんが、連鎖化事業者全体で見た場合、店舗の数だけ排出量が多くなります。一方、連鎖化事業者の店舗の作りは、本部によりある程度統一されたものとなっているため、同一の温暖化対策を、ほとんど全ての店舗に適用できる効率性も兼ね備えています。

本部が主導的な役割を担うことで、各店舗に効率的に地球温暖化対策を展開し、連鎖化事業者全体が一体となって、地球温暖化対策を推進していくことが可能です。

そのために、店舗に対して情報を発信できる体制を構築し、各店舗に対して地球温暖化対策に対する協力を要請していく必要があります。



本部と店舗間の連絡体制を構築し、連鎖化事業者全体が一体となって地球温暖化の対策に取り組みましょう！

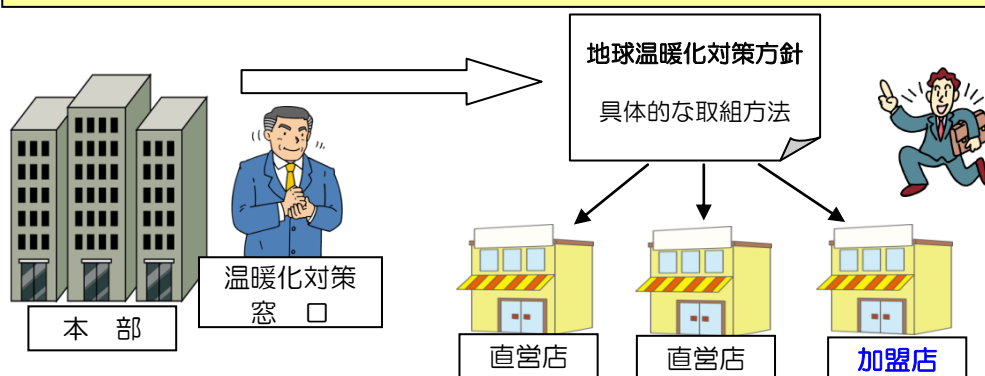
地球温暖化対策の取組を確実に実施していくために、本部と各店舗との間で、確実に情報を伝えるための仕組みが必要です。通常の営業指導の仕組みを用いるなど、本部、店舗の双方にとって負担とならない体制づくりが重要です。

## ②実施手順

- (1) 本部の温暖化対策担当（者）が、各店舗の担当の連絡先を確認しておきましょう
  - 各店舗の担当者および連絡先を把握しましょう。
- (2) 各店舗の担当者と連絡方法や時期についての認識を共有しましょう
  - 各店舗の担当者に、店舗の地球温暖化対策に関する情報の窓口であることを認識してもらいましょう。
  - 温暖化対策に関する情報伝達方法について、方法を統一するとともに、本部と各店舗（担当者）においてその方法やタイミングについて認識合わせをしましょう。
  - 単に文書連絡しただけではわかり難い情報については、会議を開催するなど伝える手段を工夫しましょう。会議など担当者を収集することが難しい場合には、通常の営業指導<sup>注1</sup>（巡回指導）などの機会を利用して伝えることも効果的です。  
注1） 事前に営業指導（巡回指導）員と相談し、指導員の十分な理解を得ておくなど効果的な情報伝達を図りましょう。
- (3) 実際に、地球温暖化の対策の取組に対する協力を依頼しましょう
  - 各店舗の担当者に対し、本部の目標、方針などを伝え、トップや本部の意思をしっかりと伝えましょう。
  - 各店舗の担当者に対し、具体的な温暖化対策の取組方法及び実施についての協力を依頼しましょう。  
※ 分かり易い内容の工夫を図るとともに、各店舗の担当者が困ったときの連絡先（本部）を的確に伝えておくことが大切です。

### ポイント！

直営店舗だけでなく、加盟店に対しても同様に連絡体制を構築し、連鎖化事業全体として地球温暖化対策に取り組んでいくことが重要です。



## ③効果

- 本部と各店舗の間で協力関係が成立すれば、連鎖化事業が一体となった効率的な温暖化対策の取組が可能になります。
- 各店舗との連絡体制の構築は、各店舗における地球温暖化対策への独自の取組についても、本部で情報収集し各店舗に水平展開していくことも可能になります。



手法の大分類	<input checked="" type="checkbox"/> 組織体制の整備 <input type="checkbox"/> エネルギー等の使用状況の把握 <input type="checkbox"/> 運用対策 <input type="checkbox"/> 保守対策 <input type="checkbox"/> 設備導入対策
体制の区分	<input type="checkbox"/> 本社等 <input type="checkbox"/> 支店等 <input checked="" type="checkbox"/> 連鎖化事業者の本部 <input type="checkbox"/> テナントビルの所有者等 <input type="checkbox"/> テナント等
対策項目	加盟者との協力体制の整備

**対 策 名**      **優良事例の店舗間共有体制の構築**

内容

優良事例に関する情報等については、加盟者全体で共有化することで、新たな優良事例が派生することがあります。会議・研修などの報告のなかで解説を加えることにより、一歩進んだ理解を促し、意識の向上を図りましょう。

実施目標

事業所等における優良事例等については、事業所等の中で情報を共有できる体制を構築すること。

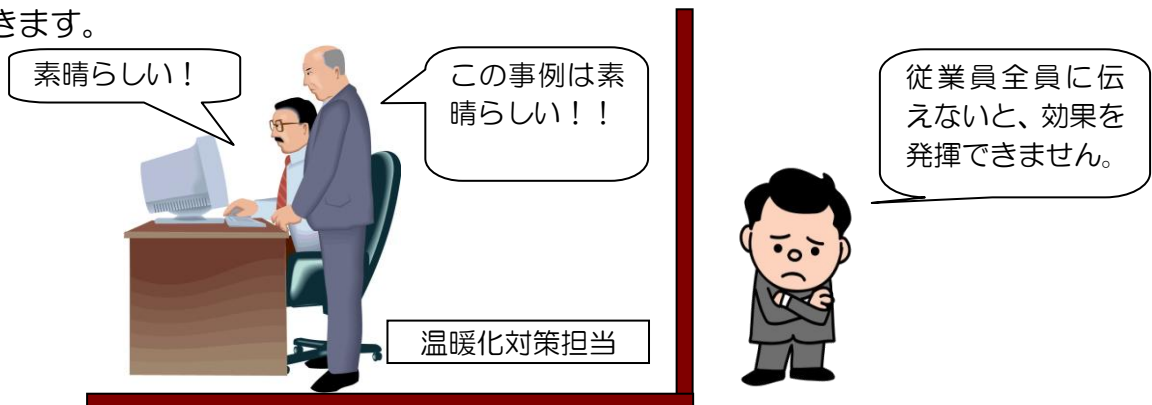
①現状の問題点

せっかく集めた優れた取組について加盟者を含む従業員全員で共有していますか？

優れた取組は、省エネの実践者である従業員一人ひとりが知ってこそより大きな効果を発揮します。

例えば、同業、類似業種の成功例など有効な事例を収集し、担当が対策を反映するだけでは効果は限定的です。それを、全加盟者、全従業員に向け周知することで取組の効果が向上し、さらに優れた取組が生まれてくる可能性も高まります。

また、持ち帰った優良事例などの情報をそのままアナウンスするだけでなく、エッセンスを取り出し解説を加えつつ周知することで、理解を促し効果を高めることができます。



入手した優良事例を整理し加盟者全体で共有化することで、従業員一人ひとりの意識の向上と自社の取組の改善が期待できます。



優良事例の情報は社内で共有化し意識の向上と、自社の取組の改善を図りましょう！

同業、類似業種の優良事例、他業種の事例、運用改善によるもの、設備改修によるものなど情報を整理し、加盟者を含む全従業員で共有しましょう。

## ②実施手順

(1) 温暖化対策担当(者)は情報を整理し、伝える内容を絞り込みましょう

- 同業、類似業種の優良事例、他業種の事例、運用改善によるもの、設備改修によるものから自社に適したものを選定しましょう。

(2) 温暖化対策担当(者)は周知方法を検討し、情報の共有化を図りましょう

- 自社での取組の可能性、ポイントなど自社の視点で解説を加え、自社への導入が可能であれば自社の対策に位置付けて周知することも一つの方法です。
- 情報発信の方法としては、営業指導(巡回指導)の活用が考えられます。それ以外にも、連絡票やイントラネット、会議や研修での報告などが考えられ、イントラネットは手軽に全社員に情報発信できますが、営業指導(巡回指導)での報告は説明を加えることが可能となるため意識向上の効果が高いものです。
- 加盟者が多い場合には、ブロックごとに会議や研修を実施すると良いでしょう。
- 加盟者の優れた取組事例を発見した場合にも、同様に営業指導(巡回指導)や連絡票、イントラネット、会議や研修などを通じて周知、共有を図りましょう。

優良事例など有効な情報は共有しましょう!



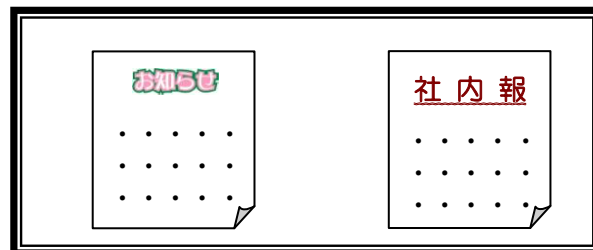
研修会で・・・



イントラネットで・・・



掲示板で・・・



## ③効果

- 優良事例等の情報を組織全体で共有することにより、従業員一人ひとりの意識を高めることができます。
- 優良事例を取り入れることで、自社の省エネルギーの取組内容が向上するとともに、優良事例から派生する新たな地球温暖化対策が期待できます。

手法の大分類	<input checked="" type="checkbox"/> 組織体制の整備 <input type="checkbox"/> エネルギー等の使用状況の把握 <input type="checkbox"/> 運用対策 <input type="checkbox"/> 設備保守対策 <input type="checkbox"/> 設備導入対策
体制の区分	<input type="checkbox"/> 本社等 <input type="checkbox"/> 支店等 <input checked="" type="checkbox"/> 連鎖化事業者の本部 <input type="checkbox"/> テナントビルの所有者等 <input type="checkbox"/> テナント等
対策項目	加盟者との協力体制の整備

**対 策 名**

**優良店舗の認定制度の導入**

内容

地球温暖化の対策に関して優れた取組を行う加盟者に対し、本部が認定し評価することで各店舗の温暖化の対策の取組に対する意識が向上します。

実施目標

優れた取組を実施する店舗には、優良店舗としての認定を行うなど取組を評価する仕組みを構築すること。

①現状の問題点

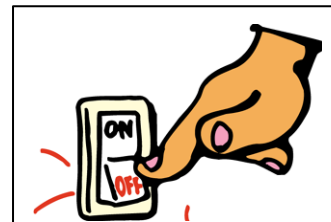
加盟者の対策の取組について優良事例を認定し、評価を行っていますか？

加盟者の店舗ごとに温暖化の対策の取組を設定し、省エネルギーを図ることになりますが、同じ省エネルギーの取組であったとしても事業所によって取組方法に特徴がでるものです。

効果をあげるためには、工夫や努力が不可欠であり、連鎖化事業全体で温暖化の対策を進めていくためには、こうした工夫や努力を大切にしなければなりません。

優れた取組を実施する店舗を優良店舗として認定することで、各店舗での工夫、努力を促す効果が期待できます。また、取組を評価することで、店舗のモチベーションアップにもつながっていきます。

不要な時間帯はこまめに消灯しよう！！



加盟者

加盟者の自主努力に依存しすぎていませんか？

本部の認定、評価という仕組みが加盟者のモチベーションを高め、工夫や努力を促すことで新たな取組を考える原動力ともなり、連鎖化事業全体の省エネルギーを推進させます。

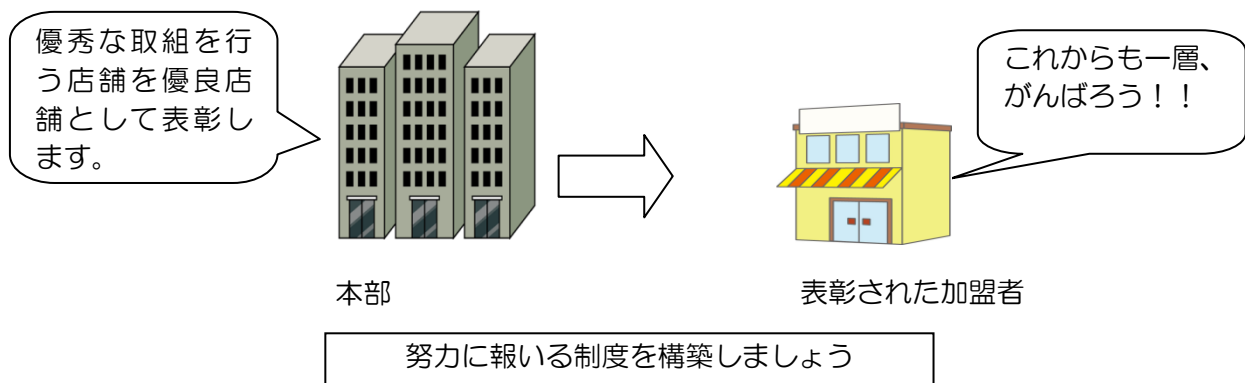


加盟者の取組状況を把握し、優れた取組を実施する店舗を認定し、評価しましょう！

加盟者の温暖化対策の取組を高めることが、連鎖化事業全体の社会貢献を通じたイメージの向上にもつながっていきます。

## ②実施手順

- (1) 経営層は、優れた温暖化対策の取組を実施する店舗を優良店舗として認定し、評価する仕組みを構築しましょう
  - 加盟店舗の温暖化対策の取組と効果の提示を受け、それを評価するための制度と体制を構築しましょう。対策例) A 店では、バックヤード照明の確実な消灯により、昨年より1%、省エネルギーを達成した。
- (2) 温暖化対策担当(者)が、加盟者、加盟店の温暖化対策の取組状況を把握しましょう
  - 加盟者、加盟店の温暖化対策の取組内容と、効果を把握しましょう。
  - 効果については、温暖化対策報告書の記載内容と照らし合わせて確認しましょう。
- (3) 経営層は、優れた取組を認定しましょう
  - 温暖化対策担当(者)は、加盟店の中から効果的な温暖化の対策の取組を行っている店舗や、他の加盟店に展開が可能な取組を行っている店舗、連鎖化事業全体のイメージアップ等につながる取組を行っている店舗などを、優良店舗候補として経営層へ推薦しましょう。
  - 推薦された取組の中から、優良店舗を認定し、評価しましょう。
  - 評価方法としては、表彰状の授与や、報奨金などが考えられます。加盟店、加盟者のモチベーションを高められる制度としてください。
- (4) 温暖化対策担当(者)が中心となって、優良店舗の例を他の店舗に展開しましょう
  - 優良店舗の取組は、他の加盟店、加盟者でも採用し実施するよう指導しましょう。
  - 指導にあたっては、加盟者の温暖化対策担当(者)との連絡体制を活用しましょう。



## ③効果

- 優良店舗として位置付けられることで、加盟者のモチベーションアップや対策の取組の向上につながります。
- 優良店舗の情報を組織全体で共有することにより、従業員一人ひとりの意識を高めることができます。
- 優良店舗の取組を取り入れることで、加盟者の省エネルギーの取組内容が向上するとともに、優良事例から派生する新たな地球温暖化対策が期待できます。