



力制限令が発せられたことを受け、「緊急節電行動計画」を策定するなど対応に迫られました。これ以降、東京電力管内では、政府から節電数値目標を課せられることはなかったのですが、会員には夏季と冬季に節電協力を要請しています。節電行動はだいぶ浸透してきているように感じます。

——今年度注力していく取組みは。
碓氷委員長 昨年7月に成立した「省エネ新法」への対応が一つの大きな柱です。2,000㎡以上の非住宅建築物について省エネ基準への適合

義務が課せられ、一次エネルギー消費量を指標とした新EER（設備の省エネ効率の基準）に沿って省エネを考えていかなければなりません。委員会としてこれまでも国交省と意見交換を行っていますが、必要が生じればその都度対応していこうと思います。

また、省エネルギーセンターの省エネ評価ツール（E.C.T.T.）を用いた「ベンチマーク制度（※1）」の検討にも協力していきます。当協会は、政府の委員会（総合資源エネルギー調査会工場等判断基準ワーキンググループ）にも参加し、また、他の業務部門の業界団体とも協働していきます。

このほか、先ほども触れた「ビルエネルギー運用管理ガイドライン」の改訂の検討にも着手します。

※1 特定の業種における事業者の省エネ状況を比較できる指標（ベンチマーク）を設定し、非常に進んでいる事業者を評価し、遅れている事業者に対してさらなる努力を促す制度。改正省エネ法で創設。

——将来を見据えた委員会活動について。
碓氷委員長 2016年に低炭素社会実行計画の数値目標を抜本的に見直す、としている経団連の動きに合わせ、ビル協として数値目標を



環境配慮ビルの事例—東京スクエアガーデン

というビル業界を取り巻く環境を踏まえながら、研究会が中心となって温室効果ガス削減などの対応を図っていきます。

——具体的にどのような取組みをされてきましたか。
碓氷委員長 まず、2008年に「ビルエネルギー運用管理ガイドライン」を制定しました。運用改善・修繕・大規模改修といった観点からCO₂削減や省エネに資する100の対策メニューを紹介し、翌年に実施状況などを調べるフォローアップ調査を行いました。その後、設備機器等の技術進歩もあつたので、2012年に改訂版を策定し、翌年に再度フォローアップ調査を実施しています。この調査結果により、「運用改善の対策は進んでいるものの、設備投資を伴う対策には対応の余地が大きい」、「大型ビルと比較して中小ビルの対策が進んでいない」という2つの課題が見えてきました。

二つ目の取組みは、日本経済団体連合会と連携して2010年に策定した「低炭素社会実行計画」です。その中で、「運用管理ガイドライン」の主要な対策メニューについて、2020年までの目標実施率を設定しましたが、その後、時代の要請もあり、2015年1月にエネルギー使用量削減に関する数値目標を策定しました。ただし、ビル全体の数値目標化は難しいので、共用部の床面

再検討することになると思います。それに加えて、数値目標以外に実行計画の内容についても見直すことになるかもしれません。

また、政府の「ZEB（ゼロ・エネルギー・ビル）ロードマップ検討委員会」が「2020年までに公共建築物、2030年までに一般建築物」というように段階的なZEBの普及を目指していることに対し、協会として情報収集に努めるとともに、必要に応じて提言していきます。

——国や東京都など行政への要望について。
碓氷委員長 東京都の総量削減義務と排出量取引制度に対しては、条例制定当初から反対の姿勢を示しており、テナント室内のCO₂排出量を原因として、ビルオーナーに経済的負担を課すことは受け入れ難いというスタンスには変わりはありません。

また、今年末にパリで開催されるCOP21（第21回気候変動枠組条約締約国会議）において、わが国が提出する温室効果ガス排出量の削減目標（2030年度までに2013年度比26%削減）を達成するため、ビル業界としても創意工夫しながら、取り組んでいく必要があると感じています。このほか、産業競争力強化法による「省エネ投資減税制度」が2016年度まで施行されますが、期限切れの際には制度の延長、あるいは代替する制度を要望していく予定です。

——このほかの活動についてはいかがですか。
碓氷委員長 環境性能を表す「CASBEER不動産」、東京都中小カーボンレポート制度などラベリング制度がわが国で定着するよう協力していきます。また、国交省の環境不動産普及促進検討委員会で検討している「グリーンリース（※2）」の普及啓発にも取り組んでいきます。

BOMA360認証制度など国際的なビル認証制度でも環境に関する取組みは大きな比重を占めていることから注視していきたいと考えています。

※2 不動産の省エネなど環境負荷を低減する取組みについてのオーナーとテナントとの協働を契約や覚書等で取り決めること。

地球環境委員会委員長／ 組織・広報活動委員会委員長に聞く

東京ビルディング協会の今年度事業計画において、国や東京都、経済団体等の動きに合わせた地球温暖化対策のさらなる強化や、協会活動のPRや会員拡大等に向けた協会のブランディング戦略を大きな柱に据えている。これらの協会活動を担っている地球環境委員会の碓氷辰男委員長（東京建物株理事）と組織・広報活動委員会の森隆委員長（近三商事株社長）に、今後の委員会としての取組みを聞いた。

地球環境委員会 碓氷辰男 委員長



——地球環境委員会のこれまでの活動を教えてください。
碓氷委員長 地球温暖化防止が内外問わず大きな課題となっている中、京都議定書の約定期間（2008年～2012年）のスタート、2008年5月に成立した改正省エネ法の動向等に合わせ、地球環境委員会の前身である地球温暖化対策研究会が設置されました。当時は、京都議定書の発効により削減すべき温室効果ガスの総量が増加傾向にあり、とくにオフィスビルを含む「業務・その他部門」の増加率が最も高いという状況にありました。「都市間の国際競争」「快適なオフィス環境の提供」「テナントのビジネススタイルの変化」と

二つ目の取組みは、日本経済団体連合会と連携して2010年に策定した「低炭素社会実行計画」です。その中で、「運用管理ガイドライン」の主要な対策メニューについて、2020年までの目標実施率を設定しましたが、その後、時代の要請もあり、2015年1月にエネルギー使用量削減に関する数値目標を策定しました。ただし、ビル全体の数値目標化は難しいので、共用部の床面

積当たりのエネルギー使用量を削減目標としました。目標値は、2020年までに2009年比15%削減、2030年までに同20%削減としています。今後、毎年2月に開催する「低炭素社会づくりキャンペーン」等を通じて周知していきたいと考えています。

三つ目の取組みが節電対策です。2011年7月に地球温暖化対策研究会から地球環境委員会に昇格しましたが、この年は3月に東日本大震災が発生し、原発事故とそれに伴う計画停電が実施され、エネルギーの安定供給を欠く異常事態を迎えました。2011年の夏は東京電力管内で電気事業法第27条に基づく使用電



低炭素社会づくりキャンペーン講演会の模様



三火会（ビルキョウサロン）の様相



図 会員マーク

この「会員マーク」については、2つの活用を考えています。一つ目は、会員が作成する名刺や会社のパンフレットなどへの利用です。また、テナント募集のチラシや営業用パンフレット等への利用も認めていこうと考えています。会員マークの使用にあたっては、事務局で「会員マーク

に関する規定」を作成してもらっていますので、その規定が固まり次第、会員の皆さんに告知していきます。また、二つ目の活用ですが、会員の保有ビルのエントランス等への掲示、自社の受付や応接室などへの掲示です。ただ、エントランス等はビルによってその形状やデザインはまちまちです。従いまして、掲示用の会員マークは掛け型や置き型などのタイプを提示し、希望する会員に指定業者等を紹介するような私たちで活用を促していくことにしました。今年度はビル協会のブランディング戦略に注力していきます。

森委員長 新規入会の主なターゲットは中小ビルオーナーです。東京協会の中小ビル事業委員会は中小ビルオーナー向けの成果物を毎年発信しています。これらのレポートは中小ビルにとって非常に有用な物であり、ビル協会や会員外にも幅広く活用されるべきものです。当然ビル協会に参加することへの大きな魅力となるはずですが、ホームページでこうした活動をよりアピールできるようなトップ画面の見直しも図っていきたく考えています。今回は委員の発案により「エグゼクティブサロン」が実現し、同じく「会員マーク」も企画されました。これからは新鮮な企画で会員増強に貢献したいと考えています。

森委員長 情報発信ツールの多様化という観点から、機関誌やホームページに加え、メールで会員へ情報提供する「メールニュース配信」を昨秋からスタートしています。また、試験的ですが、昨年9月に開催した「耐震化推進講演会」の様子を録画して、

三火会には100名近い会員が集まったテーマもありますが、三火会は会員に役立つ情報の発信という役割のほか、毎月会員同士がコミュニケーションを図る機会にもなっています。

森委員長 そのほか新たに始めた取り組みはありますか。

森委員長 情報発信ツールの多様化という観点から、機関誌やホームページに加え、メールで会員へ情報提供する「メールニュース配信」を昨秋からスタートしています。また、試験的ですが、昨年9月に開催した「耐震化推進講演会」の様子を録画して、

組みました。2年前の2013年7月に私が委員長を引き受けてからは、組織拡大、情報発信の強化・充実、会員間のコミュニケーション強化に向けた活動に注力しています。

森委員長 現状の課題ですが、委員会としてというよりも、協会として「会員の増強」が大きな課題の一つになっていきます。平成16年度から平成25年度までの10年間、会員の純減が続いていました。一般的な経済環境に加え、近年では企業同士の合併などが相次いだのもその要因になっていきます。そうした状況を踏まえ、前年度は組織の拡大を前面に打ち出し、入会促進に向けた「紹介キャンペーン」を実施いたしました。紹介カードや協会活動PRリーフレットの作成を行い、理事会社をはじめ、既存会員から紹介をいただき、入会のお願いに回りました。その結果、前年度の平成26年度は新規入会数が退会数を上回り、3社の純増を達成することができました。今年度も引き続き新規入会促進に向けた紹介を受け付けていますので、既存会員の皆さんの協力をお願いしたいと思います。

森委員長 今年度の事業計画にも掲げていますが、ビル協会の認知度をより一層向上させ、ビル協会の存在感を高めていくため、ビル協会のブランディング戦略を進めていくことが当委員会にとつての大きなテーマです。去る7月3日に開催した委員会、東京ビルディング協会の「会員マーク」のデザインを決めました。連合会のロゴマークの下、あるいは横に東京ビルディング協会の文字を入れた2パターンを用意いたしました。(図参照)

森委員長 今年度の事業計画にも掲げていますが、ビル協会の認知度をより一層向上させ、ビル協会の存在感を高めていくため、ビル協会のブランディング戦略を進めていくことが当委員会にとつての大きなテーマです。去る7月3日に開催した委員会、東京ビルディング協会の「会員マーク」のデザインを決めました。連合会のロゴマークの下、あるいは横に東京ビルディング協会の文字を入れた2パターンを用意いたしました。(図参照)



森委員長 組織・広報活動委員会は東京ビルディング協会が一般社団法人へ移行する際、組織委員会と広報委員会が統合し、2011年7月より正式に活動をスタートしました。所管する主な活動分野は各種協会活動に関する広報やPR、講演会や見学会などイベントの企画・運営、ホームページや会員向け機関誌を通じたビル業界に関連する情報発信などです。4年前に組織・広報活動委員会となつてからは、前任の原委員長(原ビルディング社長)が中心となり、協会パンフレットの刷新や協会ホームページのリニューアルなどに取り組

森委員長 まず、現状の課題ですが、委員会としてというよりも、協会として「会員の増強」が大きな課題の一つになっていきます。平成16年度から平成25年度までの10年間、会員の純減が続いていました。一般的な経済環境に加え、近年では企業同士の合併などが相次いだのもその要因になっていきます。そうした状況を踏まえ、前年度は組織の拡大を前面に打ち出し、入会促進に向けた「紹介キャンペーン」を実施いたしました。紹介カードや協会活動PRリーフレットの作成を行い、理事会社をはじめ、既存会員から紹介をいただき、入会のお願いに回りました。その結果、前年度の平成26年度は新規入会数が退会数を上回り、3社の純増を達成することができました。今年度も引き続き新規入会促進に向けた紹介を受け付けていますので、既存会員の皆さんの協力をお願いしたいと思います。

森委員長 今年度の事業計画にも掲げていますが、ビル協会の認知度をより一層向上させ、ビル協会の存在感を高めていくため、ビル協会のブランディング戦略を進めていくことが当委員会にとつての大きなテーマです。去る7月3日に開催した委員会、東京ビルディング協会の「会員マーク」のデザインを決めました。連合会のロゴマークの下、あるいは横に東京ビルディング協会の文字を入れた2パターンを用意いたしました。(図参照)



森委員長 まず、現状の課題ですが、委員会としてというよりも、協会として「会員の増強」が大きな課題の一つになっていきます。平成16年度から平成25年度までの10年間、会員の純減が続いていました。一般的な経済環境に加え、近年では企業同士の合併などが相次いだのもその要因になっていきます。そうした状況を踏まえ、前年度は組織の拡大を前面に打ち出し、入会促進に向けた「紹介キャンペーン」を実施いたしました。紹介カードや協会活動PRリーフレットの作成を行い、理事会社をはじめ、既存会員から紹介をいただき、入会のお願いに回りました。その結果、前年度の平成26年度は新規入会数が退会数を上回り、3社の純増を達成することができました。今年度も引き続き新規入会促進に向けた紹介を受け付けていますので、既存会員の皆さんの協力をお願いしたいと思います。

森委員長 今年度の事業計画にも掲げていますが、ビル協会の認知度をより一層向上させ、ビル協会の存在感を高めていくため、ビル協会のブランディング戦略を進めていくことが当委員会にとつての大きなテーマです。去る7月3日に開催した委員会、東京ビルディング協会の「会員マーク」のデザインを決めました。連合会のロゴマークの下、あるいは横に東京ビルディング協会の文字を入れた2パターンを用意いたしました。(図参照)

森委員長 今年度の事業計画にも掲げていますが、ビル協会の認知度をより一層向上させ、ビル協会の存在感を高めていくため、ビル協会のブランディング戦略を進めていくことが当委員会にとつての大きなテーマです。去る7月3日に開催した委員会、東京ビルディング協会の「会員マーク」のデザインを決めました。連合会のロゴマークの下、あるいは横に東京ビルディング協会の文字を入れた2パターンを用意いたしました。(図参照)

組織・広報活動委員会
森 隆 委員長

森委員長 組織・広報活動委員会は東京ビルディング協会が一般社団法人へ移行する際、組織委員会と広報委員会が統合し、2011年7月より正式に活動をスタートしました。所管する主な活動分野は各種協会活動に関する広報やPR、講演会や見学会などイベントの企画・運営、ホームページや会員向け機関誌を通じたビル業界に関連する情報発信などです。4年前に組織・広報活動委員会となつてからは、前任の原委員長(原ビルディング社長)が中心となり、協会パンフレットの刷新や協会ホームページのリニューアルなどに取り組

森委員長 今年度の事業計画にも掲げていますが、ビル協会の認知度をより一層向上させ、ビル協会の存在感を高めていくため、ビル協会のブランディング戦略を進めていくことが当委員会にとつての大きなテーマです。去る7月3日に開催した委員会、東京ビルディング協会の「会員マーク」のデザインを決めました。連合会のロゴマークの下、あるいは横に東京ビルディング協会の文字を入れた2パターンを用意いたしました。(図参照)

森委員長 今年度の事業計画にも掲げていますが、ビル協会の認知度をより一層向上させ、ビル協会の存在感を高めていくため、ビル協会のブランディング戦略を進めていくことが当委員会にとつての大きなテーマです。去る7月3日に開催した委員会、東京ビルディング協会の「会員マーク」のデザインを決めました。連合会のロゴマークの下、あるいは横に東京ビルディング協会の文字を入れた2パターンを用意いたしました。(図参照)