電気代高騰、店の節電レシピ拡大中　丸亀製麺は省エネ釜

#日経MJ #東京 #岐阜

2023/5/4 2:00 [有料会員限定]

NIKKEI MJ

トリドールホールディングスは2028年までにうどん専門店「丸亀製麺」の国内全店で温度や湯量を自動調整する新型のゆで釜に切り替える（丸亀製麺立川若葉店）

電気料金の値上げで、小売り・外食企業が節電に奔走している。トリドールホールディングス（HD）は2028年までにうどん専門店「丸亀製麺」の国内全店で温度や湯量を自動調整する新型のゆで釜に切り替える。イオンは26年2月までに食品スーパーなど国内の500カ所に太陽光パネルを設けるほか、ヤオコーが人工知能（AI）で空調を調整する。電気代高騰で収益が圧迫されているなか対応を急ぐ。

4月中旬、丸亀製麺の立川若葉店（東京都立川市）で従業員が生のうどんを釜に入れた。その時、従業員が蛇口に手を触れていないのに、湯が釜に自動でそそがれて止まった。高橋由貴店長は「この釜のおかげで電気代が節約でき、経験の浅い従業員でもおいしく作れるようになった」と話す。

運営するトリドールは19年から国内の店舗に「省エネ釜」と呼ぶ新型釜の導入をはじめた。17年に店舗の電気使用量を調べてみると、全体の3割がゆで釜に集中していた。それまでは湯量やヒーターの調整はベテラン従業員の勘に頼っていた。また、湯を流しっぱなしだった店舗もあったという。同社幹部は「エコな釜に切り替えなければ資源のムダを削れない」と考え、湯量やヒーターの出力を自動で調整できる省エネ釜を開発した。

まず省エネ釜そのものの運用方針として、湯の量やヒーターの出力を3段階で分けた。1つ目は土・日曜日や休日の繁忙時間帯になると湯量と出力を最大にする。2つ目は、昼時など平日のピーク時間帯は休日よりも湯量と出力を抑える。3つ目は主に平日で客の来店が少ない時間帯は湯量と出力を最も低くする。

省エネ釜の運用方法について店舗立地の特性も加味した。郊外店舗やフードコートなどの立地条件と店舗の売上高規模のデータを掛け合わせて10のパターンをつくった。その結果、電気使用量は省エネ釜を導入する前に比べて31%、水道使用量は48%削減できた店舗もあった。

また出力などは普段は自動調整だが、例えば、サッカーのワールドカップなどの大きな試合がある場合は手動に切り替えられる。試合開始を見越して昼時に湯量や出力を最大にする。来店客が少ない試合中は湯量や出力を抑えるが、試合終了間際になると再び出力を最大にするといった調整もできる。

トリドールは50年に自社が排出する温暖化ガスを実質ゼロにする目標を掲げる。現状、全体の3割の250店舗に省エネ釜を導入した。今後は天候や湿度によってAIが釜の出力を調整したり需要も予測したりする新型の省エネ釜の開発も検討。高橋店長は「（省エネ釜の導入で）作業効率も上がった」と話しており、新型の省エネ釜の導入で効率は高まりそうだ。

スーパーや外食では冷蔵・冷凍や加熱で電気を多く使う。スーパーの電気代は売上高の1%程度とされる。一方で全国スーパーマーケット協会などによると、スーパーの21年度の売上高営業利益率は平均1.4%にとどまり、コスト増を吸収する余力は小さい。

ロシアによるウクライナ侵攻で液化天然ガス（LNG）や石炭などのエネルギー価格が上昇した影響などで電気代は上昇。各社は利益が圧迫されており、電気代の抑制は喫緊の課題だ。

イオンは施設の屋根上にオンサイトPPA方式で太陽光パネルを設置して電気を調達する（写真はイオンモール土岐）

イオンは食品スーパーやショッピングモールなど店舗の屋根上に太陽光パネルを設置する取り組みを進めている。オンサイトPPA（電力購入契約）方式を採用しており、発電した電力を同じ敷地内で消費する契約を結ぶ。22年10月に開業したイオンモール土岐（岐阜県土岐市）では、中部電力の電力小売り子会社などと契約し、パネルの設置や運営などを任せた。

イオンは脱炭素計画を21年7月に改訂した。30年までに国内の店舗で使用電力の50%を再生エネに切り替え、40年には店舗から排出される温暖化ガスの総量をゼロにする目標を掲げた。まずイオンモールが抱える全店舗の使用電力の全量を25年に再生エネにする。

そもそもイオンは日本の電力消費量の0.9%分を占めるとされる。22年には電気代が高騰したことから、イオンは照明の発光ダイオード（LED）化を進め、冷蔵・冷凍ケースは省エネ型の最新装置に切り替えるなどの措置を講じた。

それでも電気代の上昇分を吸収しきれなかったため、さらなる節電と脱炭素計画を実現するには太陽光パネルの導入が必要だと判断した。設置数は従来計画の2.5倍にあたる500カ所に拡大する。イオン幹部は「1店舗につき毎月、数百万円の節電効果が見込める」としている。

ヤオコーは3月までに全体の4割にあたる83店舗でAIを使って空調を制御し、適温に保つための仕組みを導入した。室温が上がりすぎると冷凍・冷蔵ケースで商品を冷やすために余計な電力を消費してしまう。このためAI空調による取り組みを通じて最適な室温を保ちつづけることで、1店舗当たり3%程度の節電効果が見込める。

（浅山亮、片山志乃）

法人向け電力高騰、対応策迫る

足元でLNGや石炭などのエネルギー価格は高水準で推移している。仮に短期的にエネルギー価格が下落したとしても、中長期的にみると電気代の上昇傾向は続くとの見方が多く、企業は対応を迫られそうだ。

小売り・外食企業では、電気代や水道代などの上昇が収益を圧迫する。水道光熱費をみると、イオンは2023年2月期にグループ全体で2359億円となった。前の期と比べると7割増えた。今期は2600億円を見込んでおり、負担増が続く状況だ。

セブン&アイ・ホールディングスも1857億円で前の期に比べ5割増えている。

一般社団法人のエネルギー情報センター（東京・新宿）によると、1キロワット時あたりの全国の平均販売単価は22年12月で一般企業向け高圧が前年同月比73%高、商業施設などの特別高圧が同87%高になるなど、上昇傾向にある。

東京電力ホールディングスの電力小売り子会社は4月から、法人向け標準料金を12〜14%引き上げるなど、23年以降も電気代の上昇が続く。

イオンの吉田昭夫社長は「省エネ機器などの導入で（電気代上昇の）インパクトを抑える」と強調する。小売り・外食各社は節電策に知恵を絞り、コスト管理を安定軌道に乗せていく必要に迫られている。

【関連記事】

・電気料金値上げ、6月以降に先送り　4月申請の5電力

・電気代値上げどうなる？　東電の申請巡り13日に公聴会

ニュースレター登録