

大手石油会社の空調機器販売と省エネ型ローコストマンション事業への取組み

～ 榎屋建設(株) ～

会 社 概 要	
会社名(団体名): 榎屋建設株式会社	代表者名: 幸田憲俊 取締役社長(71才)
所在地: 静岡県浜松市	会社創業時期: 昭和21年
建設業としての主な業種(該当項目は黒文字) 総合工事業(土木 建築) 専門工事業(具体的に) 建設関連業(測量 地質 設計 その他) 建設業団体・組合等 その他(具体的に)	建設業としての主要受注先(該当項目は黒文字) 国、公団等の国の機関 都道府県及びその機関 市町村及びその機関 民間発注者 官公庁工事の下請 民間工事の下請 その他(具体的に)
建設業許可番号: 静岡県知事(特-11)第4928号	役員数: 30人(うち建設業従事 30人)
資本金額: 45百万円	直近年度の売上高: 1,300百万円<平成15年度>

(注) 新分野進出が子会社等の別会社方式の場合には、本体の建設会社の情報を記述

新分野・新市場への取組又は先進的な取組の概要(該当項目は黒文字)	
取組分野	リフォーム・リニューアル(住宅、非住宅建物、その他) 環境分野(土壌汚染浄化、廃棄物処理、省エネ、リサイクル、解体緑化、その他) 農林水産業、福祉(介護、その他) 運輸、物品販売 その他(具体的に 空調、コージェネに関して、新日本石油の販売協力店)
取組の類型	新製品の開発、新技術・工法の開発、既存技術の応用、販路の開拓 仕入ルートの開拓、既存人材の有効活用、ITの活用、遊休地の活用 余裕資金の活用、コストダウン、財務力の強化 その他(具体的に)
事業の段階	調査検討段階、準備段階、着手段階、事業展開段階(既に展開している)
取組体制	自社単独(子会社、別会社設立、その他) フランチャイズ 協力会社方式、共同出資会社の設立、合併・吸収分割、組合組織活用 業務提携(同業又は関連業種と) 異業種連携、ネット上での連携 産学連携、上記以外の組織からの技術・ノウハウの導入 その他(具体的に)
工業所有権の有無	特許権取得(申請中) 実用新案権取得(申請中) 取得は考えていない

問 い 合 せ 先

会社名(団体名): 榎屋建設株式会社			
担当者氏名(役職): 幸田 智弘(代表取締役・副社長)			
所在地	〒430-0807 静岡県浜松市 佐藤 1-12-21	eメール	toshihiro.kohda@enokiya.co.jp
電 話	053-461-5532	URL	http://www.enokiya.co.jp /

取組内容の詳細

1. 新分野・新市場への取組又は先進的な取組等（以下「当該取組」という。）のテーマ

大手石油会社の空調機器販売と省エネ型ローコストマンション事業への取組み

大手石油会社の地域販売協力店として差別化した設備機器で需要開拓

北海道仕様（省エネ型）のローコストマンション事業への取組み

2. 当該取組の内容

差別化した空調関係設備で需要開拓

新日本石油の地域販売協力店として、省エネ型など差別化した商品を武器として、新たな建築需要の発掘を行っている。いわば、本業の営業力強化であるが、新たな需要開拓という面での取組みには工夫の跡がみえる。新日本石油の建築分野の営業機能を担っているとも言える。

具体的に取り扱っている商品はその主なものとして、

1) KHP (Kerosene Heat pump Air Conditioner)・・・灯油を使ったエアコン

コンビニエンスストアの規模以上の業務用エアコンで、イニシャルは若干高いが、電気やガスに比べると、ランニングコストが安い（灯油は石油精製の過程で生み出されるもので、夏場の需要開拓の意味があり開発された商品・・・灯油は特に夏場など、油槽所からの定期排そう時には安価に購入できる）という特性がある。

2) 電気床暖房システム「ゆかい～な」

炭素繊維を利用した床暖房システムであり、水漏れやニクロム線の断線等の心配がなく、メンテナンスフリーの商品である。マンション建設への売り込み、個人向けのリフォーム需要が考えられる。

3) 石油コージェネレーションシステム

やや規模の大きな施設向け。ランニングコストではKHPと同じ理由で優位性がある。スーパー大手ゼネコン以外でこの商品を取り扱えるのは県内では同社のみである。

同社では、これらの商品を営業ツールとして、本体工事等の施工分野の受注獲得をねらっている。なお、同社は設備業の許可取得はないので、設置工事については元請は新日本石油または関連のNIPPOコーポレーション（旧・日本舗道）になる。

省エネ型ローコストマンション

北海道仕様のローコストマンションで、商品名は「ヒーローマンション」という。断熱性、気密性、遮音性等に優れた仕様である。北海道の会社のフランチャイジーである。（全国では100社程度がフランチャイズ契約を結んでいるとのこと）標準的な仕様を元に、建築設計の造詣が深い副社長が高級感あるローコスト賃貸マンションの標準的なプランにまとめ、商品



中廊下タイプのローコスト賃貸マンション

として土地オーナーに対する営業活動を行っている。

3. 当該取組との出会い又はアイデア発案の契機

差別化した空調関係設備で需要開拓

同社は創業以来、新日本石油とのつながりがあり、静岡県内では中部地方を除いて旧日石ガソリンスタンドの8割を施工担当したほどである。スタンドの建設需要は次第に萎み、売上高で3割占めていたものが1割程度に落ちて経営的な対応が必要であった。3年ほど前に当時の日石の上層部より話があり、日石が開発した建築向けの商品を地域販売協力店として設置・販売することとなった。

また、縮小する公共工事を待っているゼネコン体質から脱皮する意味もあり、副社長が先頭に立って民間営業を指向した。その一環でもある。この事業は本格的には昨年（2003年）9月からの取り組み（新日本石油との代理店契約）である。

省エネ型ローコストマンション

フランチャイザーである北海道の会社との出会いは、副社長が参加した青年会議所の各地での大会であった。各地からの参加者とのつき合いは今でも続いている。フランチャイズ契約では営業範囲は県内限定となっているが、このつき合いを通じてもたらされる県外の建築需要には対応することもある。

4. 社長の役割と社内の実行体制

2つの新分野については、社長のご子息である副社長が、民間需要開拓に向けて率先して取り組んだものである。走りはじめて成果が出始めていることから、社長も認めてくれるようになった。社内態勢としては、新日石代理店関係については、営業は副社長自ら、また技術担当として社内より2名で取り組む。一方、ローコストマンションについてはマンションオーナーや不動産業者への営業対応のため、営業専任者1名（経験者）を新規に雇用した。

5. 従業員教育、新規の人材確保等の方法

差別化した空調関係設備で需要開拓

社内人材の活用。

省エネ型ローコストマンション

職安より営業担当者を雇用。

6. 事業化までに至る間で苦心した（苦心すると思われる）こと、及び成功の要因

社内の態勢が整わず、社長や官公庁営業の担当者を説得するのに苦労した。1年間の営業活動により仕事の実績を作るまでが大変であった。社内の雰囲気は少しでも民間営業ができるようなものに作り替えたかった。

7. 相談・助言、情報収集等の相手先。外部組織と連携した場合は相手先との連携形態

差別化した空調関係設備で需要開拓

日石支店長。新日本石油との代理店契約（2003年9月より）は、建設業者としては全国初である。

省エネ型ローコストマンション

北海道の会社とフランチャイズ契約を結ぶ。

8. 当該取組の主たる顧客（活動領域）等

差別化した空調関係設備で需要開拓

総合建設会社、ビルオーナー、個人、設計事務所、等

省エネ型ローコストマンション

マンションオーナー、不動産会社、等

9. 当該取組の差別化等のポイント

差別化した空調関係設備で需要開拓

優位性がある建築設備商品で建築需要に食い込む。

KHPとは？
(灯油エアコン)

KHPは車のエアコンの原理と同じでエンジンでコンプレッサーを回して冷媒回を行います。モーターでコンプレッサーを回す電気エアコンと仕組みは一緒です。

KHPのメリット

税制上の優遇措置！
KHPは省エネルギー機器の普及促進という国の政策にマッチしているため、税制上の優遇を受けられます。取得価格の7%の税額控除（大企業は除く）または初年度の30%特別償却のいずれかが選べます。

設置補助金制度
竣工後1年以上経過している1万㎡以下の建物にKHPを導入する場合は国から補助金が交付されます。

灯油は経済的！
灯油を燃料とするためEHP、GHPに比べてランニングコストの削減が可能です。また、室温に応じ、エンジンの回転数を制御し、省エネ運転を行います。

KHP	100
GHP	150
EHP	200

※ランニングコストの低いKHPを100とした場合！

電力にゆとり！
①我が国の夏の電力供給はピークになっています。
②KHPはEHP比で約1/10の電力消費量です。
③電力が50kW以下となれば受電設備が不要になります。

KHP	10
EHP	100

※電気消費量の低いKHPを10とした場合！

スピード、パワフル、霜取り不要暖房！
暖房モードではエンジン排熱を利用し、暖房の立ち上がりでEHPの約1/3と早く、外気温の低下による能力の低下は小さく、パワフルな暖房。EHPの様に霜取りを中止して霜取りをする必要がありません。

燃費燃料の立ち上がり能力

KHP	15
EHP	30

(kW)

新日本石油株式会社の KHP パンフレットより

省エネ型ローコストマンション

主力商品は 5000 万円以下に抑えている。これは銀行（信金）の支店長決裁の範囲であり、融

資実行が早いことを考慮したものである。高性能の RC マンションでありながら、価格は 29～32 万円/坪程度である。内装材は中国製品などを利用してコストを抑えている。近隣ではローコストマンションの競争が激しい。26 万円/坪という大手施工のマンション事例もある。商品の内容と価格で勝負している。

10. 当該取組への投資額及び必要資金の調達法

差別化した空調関係設備で需要開拓

代理店は下請会費のみの負担。

省エネ型ローコストマンション

フランチャイズ契約に伴う加盟金及び毎月のロイヤリティ支払いがある。(金額非公表)

11. 当該取組に係る事業のスタートから現在までの売上及び利益の推移

差別化した空調関係設備で需要開拓

「KHP」は1件、「ゆかい～な」は10ユニット/年、「コージェネ」は種まき中。

省エネ型ローコストマンション

5棟目を施工中である。本体+外構で2.5億円程度(3年間)の受注があった。

12. 当該取組の大きな成果と思われるもの

「500万円でもありがとう、100万円でもありがとう」という社内の雰囲気が出てきて、民間営業ができる会社に体質転換してきた。以前はメンテナンス需要など小口の工事は軽視していた雰囲気があった。今後は、売上をアップするためには一般民間で競争しなければならないと考えている。

13. 今後の課題と解決方針

差別化した空調関係設備で需要開拓

それぞれの商品の知名度アップ、宣伝活動を重視したい。これまで知名度アップのため、建築士会の準会員になり、地域の設計事務所に知ってもらおう活動を展開していた。今後も取り組みたい。

KHPについては、灯油価格を顧客に対してははっきりと提示できない弱みがある。その点を解決するために、提携するスタンドとの交渉を進めたい。

省エネ型ローコストマンション

地域で繰り広げられている価格競争への対応がたいへんである。売れ筋商品(2LDKタイプ6戸で4300万円)の営業を強化したい。

14. 公的助成・支援制度の活用状況(これら制度の改善要望などもあれば併せて記述)

特になし。