

会社概要

社名	株式会社キハラ【鴻巣市】		
代表者	寺嶋 教之	業種	総合建設業
従業員数	15人	URL	http://www.kihara-inc.jp/
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ・公共および民間の建築工事、土木工事が主力事業。自治体及び工場や販売店などの民間企業から仕事を受注している。 ・主に施工管理を行う。工事担当者は全員有資格者(建築士や施工管理技士) 		
沿革	<p>平成3年:木原清次郎が代表取締役として株式会社キハラを設立</p> <p>平成9年:現在所在地に本店移転</p> <p>平成17年:三杉産業株式会社を経営統合</p> <p>平成30年:木原清次郎氏から寺嶋教之氏に事業承継</p>	 <p>事業所の外観</p>	

「経営革新計画」に取り組んだきっかけ

＜当時の課題＞

○建設業界は新築工事の減少が続いており、今後も市場の拡大は期待できない状況である。また、修繕工事の市場は横ばいが続く見通しであるが、1社あたりの売上規模が小さいため、売上の拡大が見込める新たな分野において、収益源を確立することが課題であった。

＜解決への道筋＞

○当社の経営方針である「地球にやさしい省エネ」に沿った、省エネ照明設備等の販売により課題解決をはかった。

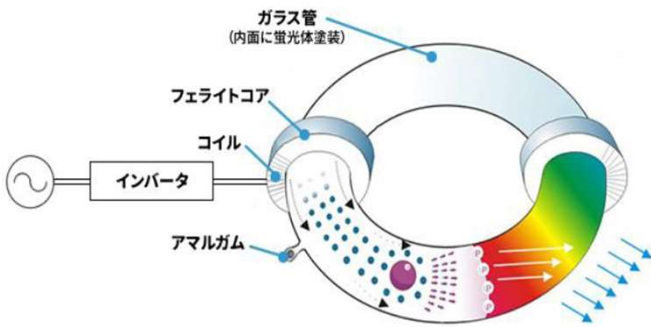
○「水銀に関する水俣条約」により、これまで工場や商業施設などの照明器具として利用されてきた水銀灯が2020年以降は製造・輸入が禁止されること、昨今における事業者の省エネに対する関心の高まりを機に、①無電極ランプ、②空調用の省エネインバータ、③遮熱効果のある外壁塗装の3つの新商品の取り扱いにより、工場や倉庫、店舗を有する既存顧客への営業を行い、また、各業界団体を対象に新規開拓営業及び環境対応の必要性について周知活動を行った。

「経営革新計画」のテーマと概要

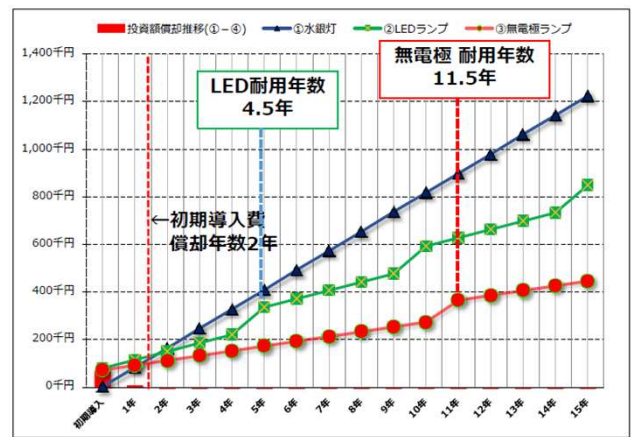
テーマ	事業所への省エネ提案によるエコ環境の実現
計画期間	平成28年6月～令和3年5月（5年計画）【平成29年1月承認】

無電極ランプ（インダクションランプ）の発光原理

無電極ランプ（インダクションランプ）は、蛍光灯の技術の1つですが、蛍光灯のように発光管内に消耗品のフィラメントや電極がなく、インバータを使用し電磁誘導と放電による原理を利用して光る照明技術です。



15年間節電シミュレーション



※年間稼働日数：365日間 1日点灯時間：24時間 電気料金：23円/kwh 機器：1台
 ※シミュレーションは目安です。実際のお客様のご利用環境により条件は異なります。
 ※実際には電気料金のほか、水銀灯、LED共に取付や交換費用が発生します。

無電極ランプは長寿命でメンテナンスフリー

	水銀ランプ	高天井LED	無電極ランプ
省エネ効果	水銀灯を基準とする	▲45%～▲25%	▲40%～▲30%
定額寿命	12,000時間	40,000時間	100,000時間
点灯所要時間	4分～10分	瞬時	瞬時
発光時最大温度	300℃以上	60℃ (LEDは熱に弱い)	80℃
演色指数 (Ra値)	40Ra	70Ra	85Ra
器具の重量	水銀灯を基準とする	非常に重い	水銀灯と同等
光の性質	面光源/空間的/柔らかい	点光源/直線的/眩しい	面光源/空間的/柔らかい
有効設置高さ	天井高5m～15m	天井高7m～20m	天井高5m～10m
光源色	4100K (白色)	5000K (昼白色)	5000K (昼白色)
保有水銀量	30mg～40mg	0 (なし)	4mg以下

※電極が無いいため電極の劣化も約10万時間程度の理論寿命

「経営革新計画」の実践

1 新商品の取り扱い

○これまで工場や商業施設などの照明器具として利用されてきた水銀灯が2020年以降「水銀に関する水俣条約」により製造・輸入が禁止されること、また、近年の事業者の省エネに対する関心の高まりもあり、省エネ照明設備の需要が期待できることから、省エネ提案を営業の切り口とすることとした。

①無電極ランプ(優位性:消費電力が水銀灯に比べ60%削減され寿命はLEDランプの約2.5倍長く自然色、競合先が少ない)、②クリーンヒットインバータ(空調機・ポンプ用の省エネインバータ、空調設備の電力消費量を50%~80%抑制)、③遮熱効果のある外壁塗装の3つを取り扱い、工場や倉庫、店舗を有する既存顧客や、各業界団体を対象に新規開拓営業及び環境対応の必要性について周知を行った。

2 広告宣伝の強化

○「エコ・節電・環境保全対策に役に立てる商品及び施工を提案可能な企業」「地球にやさしい省エネ提案」ができる総合建設会社であることを前面に出したホームページの整備を行った。問い合わせフォームを付加し、受注機会の向上を図った。あわせて鴻巣駅近辺に看板を設置し、地域住民に対しての周知に努めた。

○社内で定期的に会議を開き、ディスカッションの機会を設けることで、全員体制で計画を実行できるよう工夫した。上記の看板作成の際には、社長が作成中の看板を社内に持ち帰り、スローガンやデザインの構想を社員とディスカッションし、意見を積極的に取り入れた。



商品説明会の様子



社員全員で作成した駅前看板

「経営革新計画」の成果

○無電極ランプの受注としては計画した売上を達成できなかったが、多岐にわたる省エネ商品の提案を実施しにより受注が増え、全体としては売上を大きく伸ばし、売上目標を達成した。

○計画開始時から終了時の間に、売上高107.9%増、一人あたり付加価値額54.2%増、経常利益268.2%増と利益を大幅に伸ばした。

○彩の国レインボー面接会に経営革新企業枠で参加したことで、3名の優良人材の雇用につながった。

○省エネ商品の営業やPRをきっかけに、既存事業の受注が拡大した。(コロナ禍において、環境問題に取り組む企業として他社との差別化)

○省エネ商品の提案や社内研修により、従業員の間において、環境意識の醸成が進んだ。環境問題に取り組む企業の社員として、使命をもって廃棄物の適切な処理・自動車の排ガス規制の順守などに積極的に取り組めた。

成功の秘訣

○無電極ランプについては総務省の認可が下りるまでに予想以上の時間を要し、一部計画の遅れがあった。計画当初予定していたランプバリエーションは一種類であったため、急遽取り扱いを多種にすることで、想定外の事項が発生した場合に備えることとした。

このように、計画通りに進捗できない状況が発生しても代案を検討するなど、柔軟に対応することが肝要である。

○県から定期的を送付されるアンケートなどもあり、定期的に計画内容を見直していた。当初の計画とは異なる点にとらわれ過ぎず、計画の記載のとおり実行すると決めつけないことが大切である。

○また、企業理念に基づき、環境対策という社会のニーズをとらえた取り組みをテーマに掲げ、社内全員で一丸となって取り組んだことも成果に繋がっている。事業の推進に重要なのは、何といても従業員のパフォーマンスである。社内でもディスカッションの機会を設け、全員態勢で経営革新計画を実行できるよう工夫した。

「経営革新計画」に取り組んでよかったこと

○埼玉県からモデル企業の承認を得たことで今後の営業に役立てた。

○SDGs 17項目に少しでも近づけたと思う実感が出た。

これから「経営革新計画」に取り組む皆様へメッセージ

○経営革新計画に取り組むこと自体がSDGsへ貢献できるだけでなく、CSRの企業活動に繋がります。諦めず全社員で目標に向かって頂きたい。



展示会写真①



展示会写真②