

# ホシザキ電機の環境対策と商品開発

清水 直之 (しみず なおゆき) ホシザキ電機(株) 営業本部 課長

**要約** 近年、最も重要な社会問題として叫ばれている地球温暖化問題がある。京都議定書においても温室効果ガスの削減が約束されたように、国際レベルで温暖化防止へのプロジェクトがおこなわれている。ホシザキ電機においては、創業以来受け継がれてきた企業理念「良い製品は良い環境から」に基づき、『ホシザキエコプラン』を始動。早期から環境問題に取り組み、経済活動としての社会貢献だけではなく、環境という側面からも製品を見つめなおし、業界初のインバーター制御を搭載した業務用冷蔵庫・冷凍庫の発売をはじめとして、各製品にわたり省エネ機器の開発に取り組んできた。

## 1. はじめに

ホシザキ電機は、1947年（昭和22年）創業以来、「オリジナル製品を持たない企業に飛躍はない」をモットーに、モノづくりの「極限への挑戦」を果敢に続け、新しい技術と創造力で新しい製品を世に送り出してきた。

1956年（昭和31年）に現在の本社所在地である愛知県豊明市に本社工場を開設し、翌年日本初の「ジュース自動販売機」を発売し、更に1965年（昭和40年）には、現在の主力商品である「全自動製氷機」の製造・販売を開始した。

現在では、単独ブランドでは世界シェアトップの「全自動製氷機」をはじめとして、業務用冷蔵庫・食器洗浄機・生ビールディスペンサー等の業務用厨房機器を販売すると同時に、電解水生成装置を主力とした衛生管理システムに力を入れている。

又、一方ではIH調理器やスチームコンベクションオーブン等の電気を熱源とした加熱機器の開発にも力を入れ、業務用総合厨房機器メーカーとして、更なるステップアップを目指している。

## 2. ホシザキグループの概要

### 2.1 国内ネットワーク

ホシザキグループは、製造メーカーであるホシザキ電機を中核とし、国内15の販売会社とその各地に及ぶ支店・営業所を持ち、キメ細やかなネットワークを

確立している。

- (1) 販売部門 国内15販売会社による機器の販売及びメンテナンス
- (2) 製造部門 国内6工場・グループ2会社

### 2.2 海外ネットワーク

強力な生産・販売・サービス体制で、アメリカ・ヨーロッパ全域と中近東・アフリカ・ロシア・アジア・オセアニア地区への製品供給とサービスネットワークを確立している。

更に、アジアでの製造・販売拠点を確立し、世界に向けてのフィールドを広げている。

- (1) 連結子会社 30社

## 3. 事業活動と環境との調和

昨今、オゾン層の破壊や地球温暖化問題など「環境」の2文字を耳にしない日がないほど地球レベルでの環境問題が大きな社会問題として取り上げられている。

ホシザキグループとしても創業以来「事業活動と環境との調和」を企業理念の一つとして、工場の緑化や美しい環境から生まれる心の豊かさを理念に、時代の要請に先駆けて環境の保護・未来に向けた環境づくりを行ってきた。

この環境づくりへの思いは、1990年（平成2年）に人と自然が調和した自然環境の保全を目的とした「ホシザキグリーン財団」の設立へとつながり、更に2006年（平成18年）に新たに制定されたホシザキグループ経営理念のひとつである「事業活動と環境との調和」―「良い製品は良い環境から」を掲げ、環境保全に対して当社グ