

冷凍・冷蔵ショーケース

蓄冷材使い3割省エネ

富士電機は消費電力を従来に比べ最大3割削減する店舗向けの冷凍・冷蔵ショーケースを開発した。冷却性能が長時間継続する特殊な蓄冷材を組み合わせることで、電力を大量に消費する冷却用コンプレッサの稼働を抑制できる。今夏にも弁当や冷凍食品のショーケース用としてコンビニエンスストアやスーパーマーケット向けに販売し、シェア拡大に弾みをつけたい考えだ。



蓄冷材(写真上)をショーケース内に配置し消費電力を抑える(同下)

富士電機 コンプレッサー稼働抑制

富士電機はコンビニなど店舗用ショーケースで国内シェア約2割の大手。今夏の電力不足をにらみ、店舗の省電力化に役立つ戦略製品として売り込む。同社は冷却用のコンプレッサーをインバーター制御することで消費電力を抑制する技術が強みだ。今回は新たに蓄冷材を加え、冷却源を「イブリッド化」することで競合他社と差別化を図りたい考えだ。今回の蓄冷材は保冷システムのアイ・ティー・イー(東京・千代田、パシカジ・クマール・ガルグ社長)が開発した。おすしなどを陳列するショーケースの台の下に敷き詰める。セ氏マイナス20度からプラス8度まで、一定温度を最長で120時間維持できる。

蓄冷材はあらかじめ冷やしておくため、そこで電力を消費する。ただ、蓄冷材を冷蔵・冷凍シ

ョーケースに置けば、ケースの設定温度を従来より高めにしても商品の品質を維持できる。また、一時的に冷却装置の稼働を止めることも可能になるという。

富士電機はコンビニ向けのショーケースでは国内最大手で、同事業の売上高は年間300億円程度とみられる。最近はコンビニやスーパーの新規出店の勢いが鈍化し、売上高も伸び悩んでいる。既設店舗を省エネ化する改修需要を取り込み、事業の拡大を目指す。