

KEC

INTERNATIONAL BUSINESS CENTER

ケイ・イー・シー

〒722-0215 広島県尾道市美ノ郷町三成 1998-2 KECビル2F

TEL & FAX 050-3440-2188 E-mail info@kec-intl.com URL <http://www.kec-intl.com>

2009年2月24日

御中
様

ケイ・イー・シー
尾道市美ノ郷町三成 1998-2

スーパー^{せつでんむし}節電虫[®] 開発のご案内

すべての電気製品・機器に接続可能

携帯電話で電源コントロール可能

拝啓



貴社ますますご清栄のこととお喜び申し上げます。日頃は「^{せつでんむし}節電虫[®]」で大変お世話になりました
とありがとうございます。

さて、ケイ・イー・シーではこの度、これまでにNTT-AT社との提携による製造販売でご好評
いただいている外付型ファックス「^{せつでんむし}節電虫[®]」の開発15周年にあたり、姉妹機種として「^{せつでんむし}スーパ
ー^{せつでんむし}節電虫[®]」を開発いたしました。

「^{せつでんむし}スーパー^{せつでんむし}節電虫[®]」はあらゆる不要な待機消費電力を完全にゼロにする節電虫です。これまでの
のファックス節電虫は文字通りファックス機器の待機電力ゼロ化を目的としたものでした。これ
に対して家庭や企業などで使用されるあらゆる電気商品や機器の不要な待機消費電力を完全にゼ
ロにする装置が今回開発し、広範囲にご利用いただける「^{せつでんむし}スーパー^{せつでんむし}節電虫[®]」です。

待機消費電力を小さくする努力は多くのメーカーが重ねています。(添付記事参照)しかし、現
状では待機消費電力をゼロにできる技術は15年前にケイ・イー・シーが開発した技術と今回ケ
イ・イー・シーが改良開発した「^{せつでんむし}スーパー^{せつでんむし}節電虫[®]」以外には存在しません。

「^{せつでんむし}スーパー^{せつでんむし}節電虫[®]」は試作機としてすでに基本的な実証試験を終え、テレビ、ステレオ、暖房
機、コピー機などで長期実証試験中であり、いつでも、どなたにでも試作機の公開、試験結果の
公表及びご希望に応じて公開実験が可能です。

「^{せつでんむし}スーパー^{せつでんむし}節電虫[®]」はケイ・イー・シーでの試作機の製作、待機消費電力ゼロ化の実証実験を
経てご関心をお寄せいただける他社、専門家によるマイコン化、モジュール部品化へのご支援と
ご協力を得て、次のステップに進みます。

つきましては、この段階では是非とも「^{せつでんむし}スーパー^{せつでんむし}節電虫[®]」ご覧いただき、評価とご紹介をいた
だきますようお願い申し上げます。

以上、ご案内とお願いを申し上げますのでどうぞよろしくお取り計らい下さい。

敬具

釜本 二

KEC

INTERNATIONAL BUSINESS CENTER

ケイ・イー・シー

〒722-0215 広島県尾道市美ノ郷町三成 1998-2 KECビル2F

TEL & FAX 050-3440-2188 E-mail info@kec-intl.com URL <http://www.kec-intl.com>



スーパー節電虫 KS-009TR40



スーパー節電虫 KS-009NR50

商品名 : 「^{そつでんむし}スーパー節電虫®」(自動プラグ電源オフ装置、自動待機電力消費ゼロ化装置)
商品機能 : 家庭や企業などで使用されるあらゆる電気商品や機器の不要な待機消費電力を完全にゼロにする。
接続対象 : テレビ、ステレオ、ラジオ、エアコン、電子レンジ、コピー機、暖房機など
販売価格 : 非売品 (テスト用などにご必要な場合はご相談に応じますので、ご連絡下さい。)
電源オン方法 : 手動又は携帯電話による。
製品仕様 :

	国内用	海外用
サイズ	133(W)×84(D)×40(H) mm	133(W)×84(D)×40(H) mm
重さ	450 g	450 g
使用環境	+5℃ ~ +35℃	+5℃ ~ +35℃
定格電圧	AC100V 50/60Hz	AC200V 50/60Hz
定格電流	13A	6.5A
定格消費電力	稼動時 2W以下 待機時 0W	稼動時 2W以下 待機時 0W
備考	スーパー節電虫 KS-009TR40 : 機器使用電力 40W以下用 スーパー節電虫 KS-009NR50 : 機器使用電力 50W~1500W用	

接続方法 : 電源-----節電虫-----機器 電源の線を左記の順序で直列に接続するだけです。

参考資料

待機電力とは ご家庭の電気製品で実際に使っていないくても、コンセントにプラグを入れているだけでエネルギー消費している電力のことです。一般家庭の全電力使用量のおよそ1割を占めるとの試算もあるほどで、決して無視できないエネルギー量です。(省エネルギーセンター資料より)

●● 主な製品の平均待機電力 ●●			
ステレオ	10ワット	エアコン	5ワット
温水便座	8ワット	留守番電話	5ワット
ビデオ	7ワット	炊飯器	2ワット
電子レンジ	5ワット	テレビ	2ワット

KEC

INTERNATIONAL BUSINESS CENTER

ケイ・イー・シー

〒722-0215 広島県尾道市美ノ郷町三成 1998-2 KECビル2F

TEL & FAX 050-3440-2188 E-mail info@kec-intl.com URL <http://www.kec-intl.com>

●● 主な製品の1年間の待機電力料金 (概算) ●●

ステレオ	2000円	エアコン	1000円
温水便座	1600円	留守番電話	1000円
ビデオ	1400円	炊飯器	400円
電子レンジ	1000円	テレビ	400円

もっと詳しい情報は、(財)省エネルギーセンターへ

新 聞 日 本 報

2009年(平成21年)1月5日 月曜日 10版 経 済 6

家電の「待機電力」ゼロ目指せ

家電製品を使用していない時に必要な「待機電力」を減らす技術開発が進んでいる。待機電力の大半は、心臓部である半導体のLSI(大規模集積回路)の記憶を残すために使われている。電機各社は、電源を切ってもデータを残す技術を開発。省エネへの貢献を目指している。

各社、「省エネ回路」相次ぎ開発

切ったテレビやレコーダーも、リモコン操作や予約動作に瞬時に対応できるようにデータをLSIに一時記憶している。NECは、「MRAM」と呼ばれる半導体メモリーの技術を応用して、電源を切っても回路上にデータが残る技術を開発した。ロームや日立製作所なども、同様の効果を持つLSIの開発に成功。NECの見積もりによると、小型パソコンの待機状態ではディスプレイが消費する電力を除けば、ほぼ消費電力をゼロにできる、という。

(湯地正裕)

ほぼゼロにできる⇒ゼロではない⇒ゼロにするのはスーパー節電虫で

2009年(平成21年)1月10日 土曜日 厚月 日 楽斤 月

家電省エネに注力

米見本市 日本勢が出品

【ラスベガス＝都留悦史】世界最大の家電見本市、コンシューマー・エレクトロニクス・ショー(CEES)が8日、当地で開催した。世界的な景気後退で固くなった消費者の財布のひもをほどこうと、各社とも「省エネ」「付加価値」を強調したデジタル新製品の発表に注力。例年のような派手さはなく、売れ筋を着実にアピールする雰囲気となった。



薄型テレビなどのデジタル製品の消費電力を過去の製品とリアルタイムで比較表示したパナソニックのブース118日、ラスベガス、都留悦史

節約需要 掘り起こし

国内メーカーがCESで発表した主な省エネ製品や取り組み

国内メーカー	省エネ製品や取り組み
ソニー	消費電力を抑えた液晶テレビ増強。37型は世界最薄。消費電力を削減したLEDバックライト。
パナソニック	消費電力を抑えた高効率LEDバックライト。高効率LEDバックライト。
東芝	高効率LEDバックライト。高効率LEDバックライト。
シャープ	部分制御が可能なLEDバックライト。部分制御が可能なLEDバックライト。

「経済環境は非常に厳しいが、ためまめ技術革新によって、消費者に圧倒的な魅力と価値を感じてもらえるような製品・サービスを提供しなければならぬ」。ソニーのワード・ストリンガー最高経営責任者(CEO)は8日の基調講演でこう訴えた。米国では景気悪化で昨年秋以降、利幅が比較的大きい50型以上の薄型テレビの売れ行きが鈍化。在庫がたまったメーカーの投げ売りによる価格下落と合わせ、ダブルパンチで各社の業績を直撃している。09年の薄型テレビ市場は

初めて縮小する見通しだ。家電メーカーはこれまで主戦場の薄型テレビで「薄く」「大きく」「高画質」の開発を競ってきたが、今年のショーでは変化の兆しが現れた。「派手さよりも売れる製品をいかに増やすかの方が今は大事」(シャープ関係者)というわけだ。その答えの一つが薄型テレビの省電力化。ソニーは電源の消し忘れを感知し、スイッチを自動的に切る機能を内蔵した省エネ型液晶テレビを製品化。パネルを後ろから照らすバックライトも改良し、従来より消費電力を40%抑えた省エネ型機種(現在1機種)を3機種に増やす計画だ。パナソニックも、高精細の37型で消費電力が世界最少の液晶ディスプレイや、発光効率を高めて消費電力を現行の3分の1にした42型のプラスマディスプレイパネル(PDP)の開発を発表。省エネ対応型製品の強化をにらむ。

お値打ち感 前面

CESを主催する米家電協会(CEA)が米消費者向けに昨年末に実施した調査によると、回答者の89%が「次に買うテレビは省エネ対応型にする」。不況を背景に、米国の消費者意識が「節約型」に変化していることは、日本の家電メーカーにとって追い風になる可能性もある。価格に敏感な消費者を取り込もうとする動きも強まっている。シャープはブルーレイ・ディスク再生機を内蔵した液晶テレビを展示し、製品の「お値打ち感」を前面に出した。同社海外営業本部副部長の光嶋大介氏は「商品の価値を高めたい限り、今の米国の消費者は製品を手にとらない」と分析する。ソニーも動画を撮影してサイトへ投稿する利用者らを想定し、米市場を対象に高精細映像の撮影が可能でビデオカメラ「ウエビHD」を発表。2009前後に掘り起こすことで値頃感を訴えた。会場では、ソニーが湾曲させることができる有機EL(エレクトロ・ルミネッセンス)パネルなど次世代技術を公開。東芝も高性能半導体セルを搭載した次世代薄型テレビを展示したが、昨年はパナソニックが世界最大となる150型テレビの開発を発表するなど、大型の目玉製品があっただけに、来場者の男性(48)は「例年に比べて迫力に欠けている」と話した。