

東京都テナント省エネセミナー資料



unicharm
NOLA&DOLA

ユニ・チャームのオフィスでの省エネ活動

ユニ・チャーム株式会社
グローバル品質保証部 環境・ISO推進グループ
小林(こすぎ) 信明

本日のAgenda



①ユニ・チャームのご紹介

②オフィスでの省エネ活動のご紹介

③まとめ

ユニ・チャームのご紹介

会社概要



会社概要

- 設立: 1961年2月
- President & CEO: 高原 豪久
- 従業員数: 10,855
- 連結子会社数: 18,075 (含臨時従業員)
- 連結子会社数: 43

■ 主要事業:



■ 生産拠点:

日本、中国、タイ、台湾、韓国、インドネシア、ロシア
ベトナム、オランダ、サウジアラビア、インド、エジプト、
米国、ミャンマー

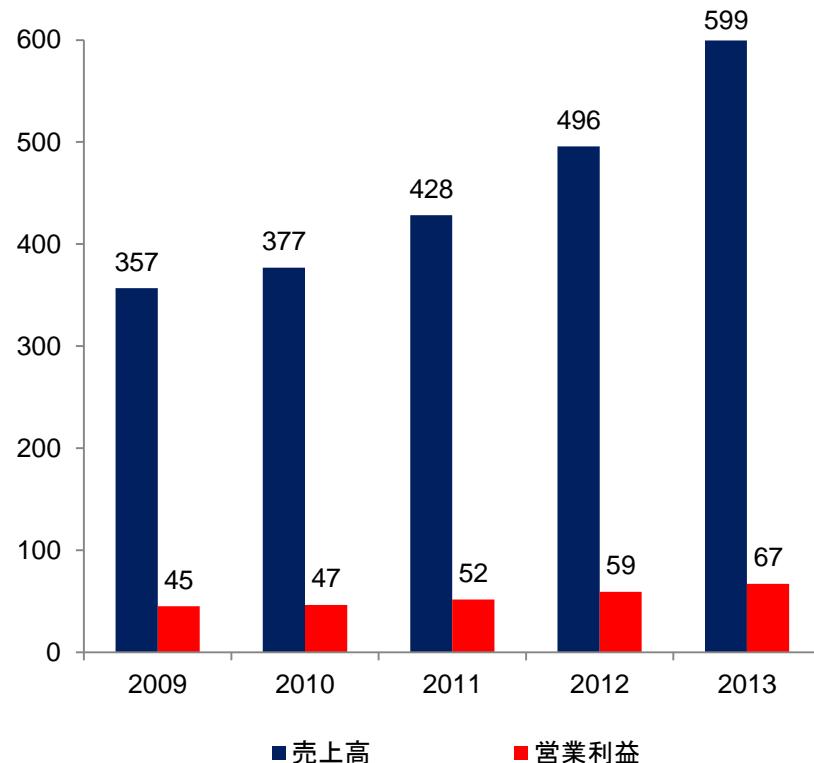
■ 取引市場

東京証券取引所第一部
(証券コード 8113)

業績推移

2013年度は売上5,994億円、営業利益672億円で売上高は12期連続、営業利益は7期連続で過去最高を更新

(十億円)



ユニ・チャームの事業領域



- 企業理念 NOLA & DOLA
実現の為の5つの事業領域
から成る事業ポートフォリオ
を構築

注: NOLA & DOLA
Necessity of Life with Activities &
Dreams of Life with Activities

- 各事業はいずれも、不織布
と吸収体の加工・成形技術
を基盤としている

ユニ・チャーム企業理念
NOLA & DOLA



不織布と吸収体の加工・成形技術

ライフサイクルのトータルサポート



赤ちゃんからお年寄りまで人生のライフサイクル全体において人々の不快を快に
変える事業を展開



主要ブランド（日本）



ベビーケア



クリーン&フレッシュ



フェミニンケア



ヘルスケア



超立体[®]

超快適[®]

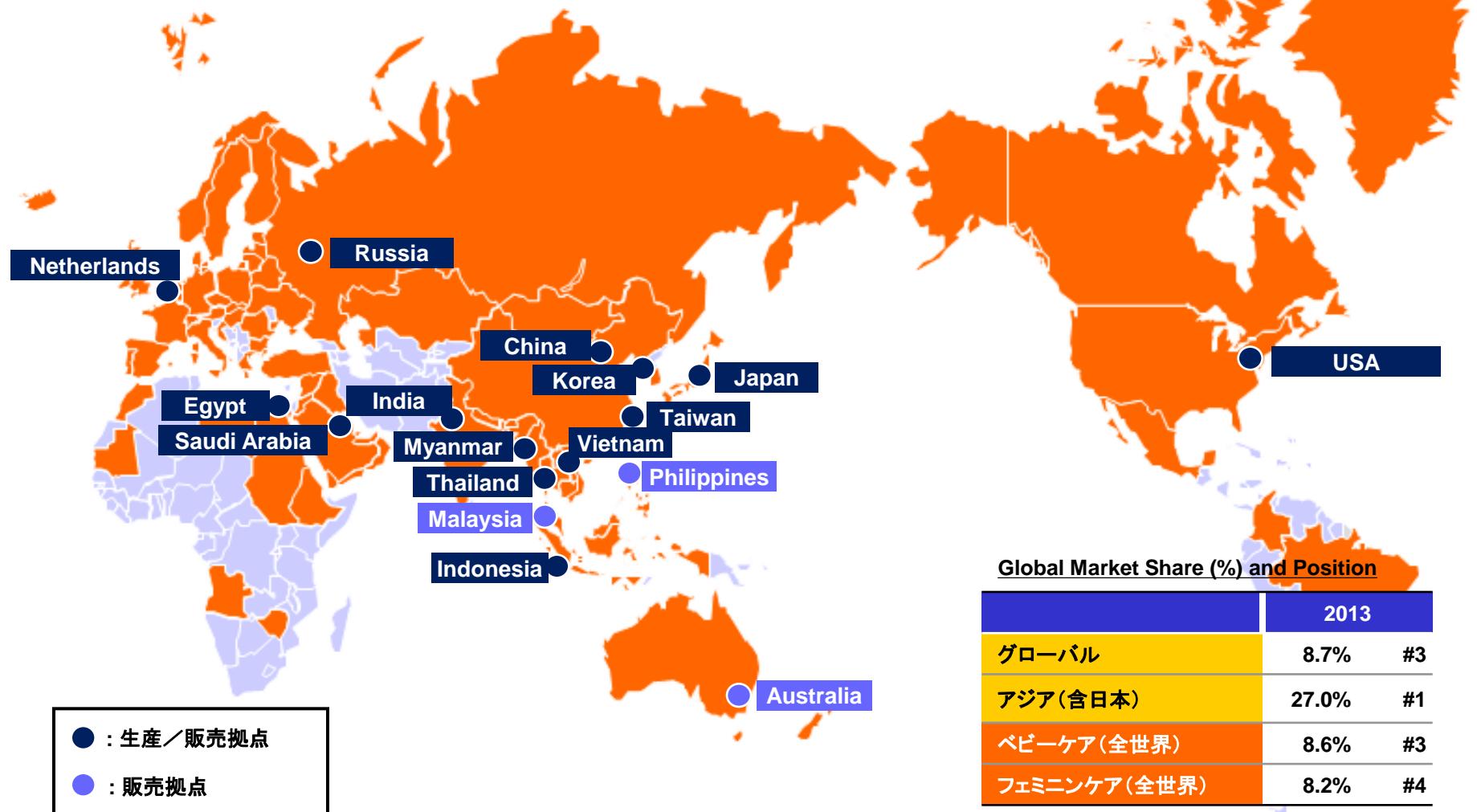
ペットケア



事業展開地域



ユニ・チャームは全世界の約80の国と地域で事業展開
アジアNo.1、世界トップ3



主要ブランド（海外）



ベビーケア



(MENA)



(Australia)

フェミニンケア



(Malaysia / Korea)



(Taiwan)



(MENA)



(Indonesia)

ヘルスケア



(China)



(ASEAN)

クリーン&フレッシュ



(Taiwan)

ペットケア



(China)



(U.S.)

事業を通じた国際的な社会課題解決への貢献



ユニ・チャームは事業(生産・販売)及び製品の使用を通じてアジア・中東地域における女性の地位向上、貧困削減に寄与しており、国連ミレニアム開発目標とも親和性が高い

事業活動及び使用現場において女性の地位向上に貢献

国際的社会課題解決への貢献

事業活動

生産



■女性が働く生産ライン(タイ)

販売



■女性営業・配送部隊(ベトナム)



■サウジアラビアの女性専用工場



■女性販売員(インドネシア)

使用の現場 (消費者)



■初潮教育(インド)



■初潮教育(インド)

国連ミレニアム開発目標

1. 極度の貧困と飢餓の撲滅
2. 初等教育の完全普及の達成
3. ジェンダー平等推進と女性の地位向上
4. 乳幼児死亡率の削減
5. 妊産婦の健康の改善
6. HIV／エイズ、マラリア、その他疾病の蔓延の防止
7. 環境の持続可能性確保
8. 開発のためのグローバルなパートナーシップの推進

国連が掲げる8つのミレニアム開発目標のうち、ユニ・チャームは事業活動を通して4つの目標達成に寄与



ユニ・チャームの果たす貢献

- 現地生産による雇用創出
- 製品供給を通じた人々の生活水準向上
- 女性を活用した生産・販売活動推進による女性の社会進出・地位向上

- 衛生水準の向上
(乳幼児、女性)
- 女性に関する正しい知識教育
- 社会と女性へのコミュニケーション

- ユニ・チャームは事業を通じて、貧困削減と持続可能な開発を実現する世界的な取り組みである「ビジネス行動要請(Business Call to Action: BCtA)」に参加し、中東・北アフリカ地域とアジアに暮らす3,600万人の低所得層の女性に手ごろな価格で衛生用品を提供することを2012年10月に表明

女性の社会進出貢献に対する評価



サウジアラビアにおける女性専用工場立ち上げが「社会的課題解決を目的とする事業」として認められ、企業部門賞を受賞

第2回「日経ソーシャルイニシアチブ大賞」企業部門賞受賞



受賞要件

1. 社会性　社会的課題の解決を事業のミッションとしている
2. 事業性　ビジネス的手法を用いて継続的に事業活動を進めている
3. 革新性　新しい事業モデルや社会的価値を創出している

企業部門賞

ユニ・チャーム株式会社



代表取締役 社長執行役員
高原 豪久氏

サウジアラビアにおける女性の雇用創出・拡大と紙おむつや生理用品の普及により、同国の女性社会進出に貢献することをミッションとしている。女性商品を扱うユニ・チャームは、女性の社会進出が進んでいないという課題解決のために、サウジアラビア労働省のバックアップのもと、首都リヤドの生産工場に女性専用工場を立ち上げ、2012年5月から生産活動を開始した。製品の利用者である女性を製造現場に配置し意見を取り上げるなど、きめ細やかなサービス・高品質な製品の提供を行っている。現在では事務職にも女性の雇用を拡大し、社会進出を支援している。



オフィスでの省エネ活動のご紹介

ユニ・チャームグループ環境基本方針

私たちは、未来の世代へ美しい地球を受け継いで行くために、使い捨て商品を取り扱うメーカーとしての責任の大きさを認識し、**全ての企業活動を通じて地球環境に配慮したモノづくりを推進します。**

世界中の全ての人とのために、快適と感動と喜びを与えるような商品・サービスを提供し、**地球環境保全と経済的成長を両立した持続的発展可能な社会の実現に貢献します。**

ユニ・チャームグループ 環境行動指針

- 法規制・ルールを守ろう！
- 環境によいものを選ぼう！
- ムダを省こう！
- 環境問題のことをもっと知ろう！
- 生産性を高めよう！
- 環境改善の輪を広げよう！
- 資源使用量を下げよう！

省エネ活動推進背景



(当時の状況)

3月11日の東日本大震災が発生し、原発を始め、多くの発電所が損傷し、大規模な電力不足で、計画停電などで社会が混乱していた。

三田・品川地区でも就業時間内にも関わらず、寒くてもエアコンをつけずコートを着込み、照明も使わず、暗く寒い中で業務を行っており、体調を崩す社員も出てきた。

更に、夏場の電力上が高まる時期に「電気事業法第27条による電力使用制限」発令され、一律15%もの節電(当初25%)が法律で示され、自社の業務も支障をきたす可能性が出てきた。



徹底的な省エネ活動に着手することになった理由



《省エネ活動を強化した理由》

- ①震災ショックにより、**著しく職場環境が悪化**しており、業務の生産性に加え、社員の健康にも大きな影響が出る可能性があり、あり、この節電活動を継続することは大変厳しい状況であった。
- ②電力不足が懸念される中で、**法的拘束力もある25%以上の節電は必ず実現しなければならなかつた。**
- ③省エネ・節電活動は、社員一人一人の日々の積み重ねが成果につながる活動であり、**社員の省エネ・節電活動への理解・納得・協力が不可欠**であった。
- ④東日本全体で電力使用量を削減し、社会的責任として被災地に必要な電力を供給するため
- ⑤社会的に課題となっているこの機会を通じて、**環境活動の重要性を認識してもらい、今まで以上に環境意識を高めて頂く機会**とする

《目標》

当初、25%節電の政府方針があり、**業務効率を落とさず、かつ仮に25%の節電目標を課せられても、事業継続が可能なレベルの省エネ活動を目標とした。**

業務効率を落とさず、かつ25%の省エネの実現の課題



《問題の核心的原因》

単純にエアコンを止めたり、電気を消したりする節電策には継続できず限界があり、**著しく悪化した職場環境を改善しながら、かつ25%以上の節電目標を達成しなければならない。**

《真因を解決するための仮説と実行計画》

職場環境を改善しながら
25%以上の節電を達成する



25%節電のために
どこまでやっていいかわからない



行動した成果が目に見えないと
長続きしない

仏作りと魂入れと血を通わす

- ☆ 節電行動基準の設定
- ☆ 説明会の実施
- ☆ 役割責任の明確化

- ☆ 定期的情報発信と
数字で目で見る管理
- ☆ 節電活動への参加意識醸成

30%省エネという具体的目標と行動基準を設定



2011年 UC夏季節電対策行動基準						
No.	大分類	小分類	省エネ活動	活動の概要	三田 本社	品川
1	電力削減	プライント	帰宅時にプライントを下ろす	最終帰宅者はプライントを一番下まで下ろしたことを確認する。羽根は完全に閉じる。朝の直射日光を避け、執務室内の温度上昇を抑える。	◎	◎
2	電力削減	プライント	就業時間内はプライントを下ろし、羽根の角度を45度にし、外光を取り入れる	プライントを下ろすことで直射日光を避け、執務室内の温度上昇を抑え、羽根の角度を45度にすることで採光も確保する。	◎	◎
3	電力削減	空調	南側(あたま場側)の窓際の空調は26度に設定する	熱の多くは窓から入ってきます。光が入る南側の窓際をやさしくして執務室内の温度上昇を抑える。	◎	-
4	電力削減	空調	その他の空調温度設定を26度に設定する	空調の設定温度を26度に設定することで電力使用量を抑えます。	◎	◎
5	電力削減	空調	サーキュレーターを活用して空気の循環を高める	サーキュレーターを活用することで、風を起し、体感温度を下さることで過度の空調の利用を抑へ、電力使用量を抑えます。	◎	◎
6	電力削減	空調	東側窓際(東京タワー側)にあるファンを利用する	窓際にあるファンをON/OFFすることで、空気を対流させ、執務室内の温湿度を均一化し、執務室内の二酸化炭素濃度を低下させる。空気を対流させることで、実際の空調と設定温度のミリツキを抑える。	◎	-
7	電力削減	空調	各フロアの扉を開放する	廊下と北側の温められない空気を執務室に送ることで、執務室内の温湿度を抑へ、空調負荷を削減し、電力使用量を抑へる。	◎	-
8	電力削減	空調	窓側の換気口を活用する	外気温が26度以下の場合は、換気口を開け、外気を取り入れることで、執務室内の温湿度を抑へる。	◎	-
9	電力削減	空調	空調補助ファンを装着する	エアコン吹き出し口にファンを回転させてすることで執務室内の温湿度が混ざり温湿度を均一化する。	空調負荷 10%低減	-
10	電力削減	空調	旧式エアコンの買い替え	古式エアコンは冷房効率も悪く、冷媒もオゾン層破壊物質であるR22などの冷媒を使用しているものもある。省エネタイプのR22などの冷媒を抑制する法律に基づき、現在は300kWを基準としている。	-	-
11	電力削減	照明	明るい日中は外光を利用し、照明を使用しない	照度を測定し、300ルクスに満たない場合は照明を利用する。(↑間引き効果)	◎	要検討
12	電力削減	照明	照明の間引きによる照明天かりの電力削減と、それに伴う放熱削減	執務室内の照度が300ルクスを保つよう、照明の本数を開引くことで、電力使用量を削減する。	↑ 含まれる	◎
13	電力削減	照明	会議室退出時の消灯忘れ防止を再徹底する	会議室の退出時には照明、TV会議、TVの電源を確実にオフにした事を確認する。	◎	◎
14	電力削減	照明	ネオン看板は消灯する	今夏はネオン看板は原則使用しない	-	◎
15	電力削減	照明	LED電球への変更	LED電球は省エネタイプのLEDで、交換する複合機を使用後には、「節電」モードに設定する。	-	要検討
16	電力削減	複合機	複合機を使用するには、「節電」モードに設定する	26F~30Fまでの移動は節電に加え、健康のために原則階段を利用する。	◎	◎
17	電力削減	エレベーター	エレベーターの利用を控える。「Up Down」でなく「階段」を利用する	昼食を外出せたり、30分以上離席する場合は、PCをスタンバイモードにする。またPCから発せられる	◎	-
18	電力削減	PC	長時間離席する時はPCをスタンドバイする	昼食を外出せたり、30分以上離席する場合は、PCをスタンバイモードにする。またPCから発せられる	◎	◎
合計ノンブランチ取引時間換算換算率: 42.24%						

管理No.	環境11-0-1
発信日	2011年4月18日
発行部門	C S R推進部
責任者名	高井 正勝
担当者名	増田 幸

連絡票

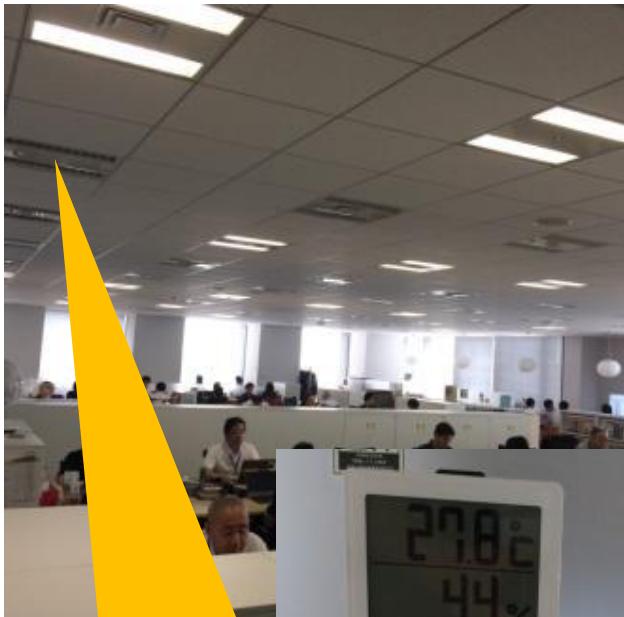
件名 本社スタッフ部門計画節電対策説明会の件

ユニ・チャームでは、過去からクールビズ、消灯、コピー用紙使用量削減など全社員で環境対策を積極的に推進してまいりました。しかし今回の東日本大震災の影響により、今後夏場のピーク時の電力不足は「東京電力 1000万KW、東北電力 280万KW」が予測されています。今回の緊急電力不足への対応は、通常の省エネ活動では乗り切ることが難しいと考えられると共に、ユニ・チャームグループの社会的責任として受け止め、全社員が自律意識を発揮して頂き東京電力、東北電力管轄の大口、小口事業所

25%以上の節電を達成しながら、職場環境との両立を図るために、キーパーソンと何度もディスカッションを重ね、内容を確定させた

25%以上の節電を実現するために、目標を30%に設定
 職場環境にも配慮した25項目の節電行動基準を設定！
 理論上、32.1%の電力使用量削減に繋がる行動基準
 行動基準を徹底するために説明会も実施

具体的な活動事例①

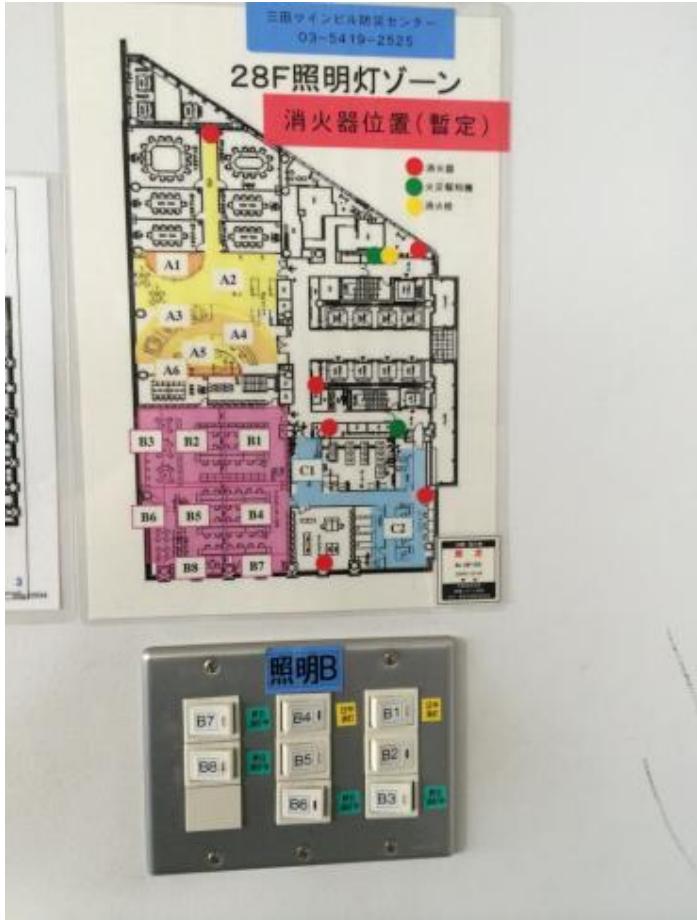


蛍光灯は約半分を間引き。
照度を1200lx⇒300～500lxレベルに



空調スイッチ付近にデジタル温度計
表示も集中させる

具体的な活動事例②



電灯スイッチのゾーンも分りやすく表示
不在時は一部、消灯を推進



環境意識を喚起するポスター掲示
コストダウン効果を分りやすく表示

各フロア・各部門のキーパーソンを指名し活動徹底



節電対策は部門を超えて、フロア単位で活動を推進が必要
各フロアの責任者を設定していただき、活動を徹底して頂いた

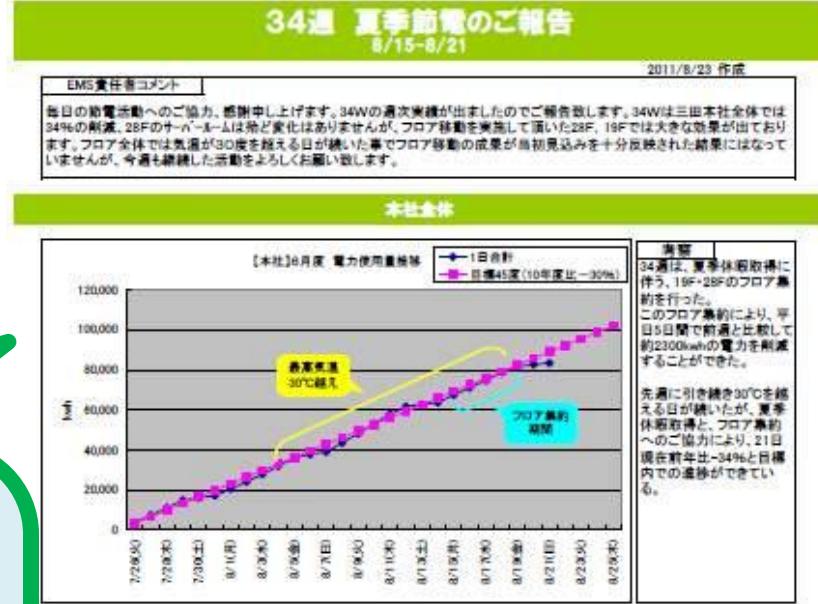
各フロアで置かれている状況も異なる。課題や問題点をフロア責任者、部門の担当者との何度もキャッチボールをして、職場環境改善と節電を両立できるよう配慮しながら進めた。

推進責任者
取締役常務執行役員

推進事務局
環境推進室



成果の見える化と定期的な情報発信で成果共有



日々でデータを集計するには、毎日同じ時間にメーターを読むしかなく、ビル管理会社の説得に多くの時間を要した

いざ頂いても、週次で日々の電力を集計・確認し、各フロア責任者・担当者にヒアリングを行うなど、夏季節電期間中は日々の分析に多くの時間を割いた

フロア

7/26~8/21	10年実績	11年夏期(前年比-30%)	11年実績	削減率比 前年比	コメント
20階	10,498	12,949	12,138	-34%	目標内で達成中
20階	22,857	16,000	14,212	-38%	目標内で達成中
全社	29,675	20,773	22,211	-25%	28階全体は目標を59.4%下回り達成中 サーバーム以外は目標内
基川側	20,210	14,147	12,380	-39%	目標内で達成中
22階	26,764	18,734	16,545	-38%	目標内で達成中
25階	7,869	5,369	4,724	-38%	目標内で達成中
26階以外	14,403	10,082	9,924	-31%	10階は大幅に削減して目標達成中

電力量の見える化と定期的な情報開示による、成果の共有
夏季は週次で目で見る管理を実施



提案制度を通じた社員の参加意識醸成

unicharm
連絡票

管理者	関根 仁一郎
提出日	2011年 7月 11日
発行部門	東日本本部企画部総務課総務係
責任者名	元村 誠一「担当者」
担当者名	東日本本部企画部総務課総務係

件名 **夏季節電対策 PC節電モード導入の件**

今回の連絡事項は以下の影響に伴う、夏季のセーバー両の電力不足に対する措置です。今夏は緊急事態として想定される電力供給に与する影響を考慮して、また、その他の地域においても電力供給から着々と節電を実施する動きもみられております。私ども会社の一員として夏季節電に協力し、全員でご節電活動を推進しております。そこで、今一度、夏季節電活動を進める一環として、新規・夏季節電対策の認知度を高めたいとしました。今回の認知度調査はスマートレジリエンス(地震震度)で雨季が弱いため内容の採用選択として、全社展開させて顶きます。

内容：PC節電モードの導入

対象者：全社員（一部設定は営業本部を除く）

実施日：2011年 7月 11日～

○ 対応

- 10分以上PC使用しないと、自動的にPCの画面が切れます。
- 実装後

 - 自分以上PCを使用しないと、自動的にPCの画面が切れます。（全社員対象）
 - 15分以上PCを使用しないと、自動的にPCがスタンバイモードになります。（営業本部を除く）

- 節電キー導入の効果
 - PCの電力使用量を32%削減
 - 後戸状況により異なりますが、三財本社での節電効率は34%～程度と見込んでいます。
- 機種設定について
 - 節電モードの変更点
 - 情報システム部で監査対応を行いますので、変更対応は中止です
 - スタンバイモードからの復帰方法
 - PC本体の電源を入れる。
 - スタンバイモードとは
 - Windowsのシステムを休止状態にして、メモリの内容のみを維持するモード
- 電源断続時の手順について
 - スタンバイモードになると、システムを休止状態にすることになり、実行中のプログラムが停止します。
（例）10分以上PCを操作せば、長い時間がかかる計算等を行っていたり、モバイルのデータ転送を実行しているとスタンバイモードになりプロセスの停止する可能性があります。）
 - （実業本部の方による）実施効果を最大化する効率的な目次表記で監査対応（内生・外生）の実施範囲を明確化するため、ご理解をお願いいたします。
 - 以上、内容をご理解いただき、実施へご協力頂くようお願いいたします。

問合せ先：東日本本部企画部総務課スマート課 関根 reikoh.i.konane@unicharm.co.jp
 CS課長：東日本本部企画部総務課スマート課 小林（リナ） linna.kobayashi@unicharm.co.jp
 問合 masumi.yada@unicharm.co.jp

Copyright©2011 by Unicharm Corporation. All rights reserved.

41件の提案を採用 スーパークールビズ(22件)

社員一人一人のアイデアを募集
活動への参画意識との醸成させることで、
節電活動を自分ごととして参加意識醸成

スーパークールビズ開始！



スーパークールビズの推進

 **連絡票**

百貨店名	高崎市立図書館
発送日	2011年6月30日
発行部門	CBM2011「東北地方震災復興支援活動」
責任者名	高木 康輔・高木 幸輔
担当者名	高川 哲

件名 **スーパークールビズで被災地支援～寄付用スーパークールビズ導入～**

カッパ・デラックス日本大震災支援として、マッテンプリントを始めとする協賛のご協力を頂きました。感謝の意を込めて、被災地勤務着の納品に際して贈呈ギフトに寄附マークアイテム附を贈りました。厚生労働省事務局様より御連絡を頂いて頂いております。この度、今後も当社は継続した支援活動を実施してまいります。その一環として今般、寄付用スーパークールビズを会員様へ導入いたします。

今般の寄付用スーパークールビズには、会員様製作したポロシャツを右胸にサッパンを刺繡し、社員が導入した会員と会員を会員が無むし、東日本の大震災に寄付するという考え方です。

ユニ・チャームは被災地にて日々の生活を心に想慮して頂き、被災者としての被災地の復興活動に貢献する事で被災地を支援していく姿勢を胸に胸に戴けていきたいと考えています。是非皆様方のご支持・ご協力をよろしくお願い申し上げます。

内容：東北地方震災復興支援企画
「スーパークールビズでポロシャツ・サッパンを導入し会員を被災地に寄付」
対象者：EC国内グループ会社員
目的：①東日本大震災被災地への継続的な支援
②会員より直接的で柔軟性の高い
③夏の省エネ活動推進の為の会員の強い意欲
実施期間：2011年7月1日～2011年8月30日
実施場所：日本4大社直営店舗でも当社直営店舗
導入方法：ポロシャツ・ワッペンの購入料金と同額
導入ルール：会員登録の際に選択
販売物：①オリジナルポロシャツ・②「寄付」
③オリジナルワッペン等
被災された方を想う心を多くの方に届ける
→会員登録時に選択して、「是」
→会員登録を本店にて実施するといふ形でポロシャツ
→次回登録時に選択したもので、また、「寄付」
も可能です。スーパークールビズを導入して
おなじみの会員様ができます。

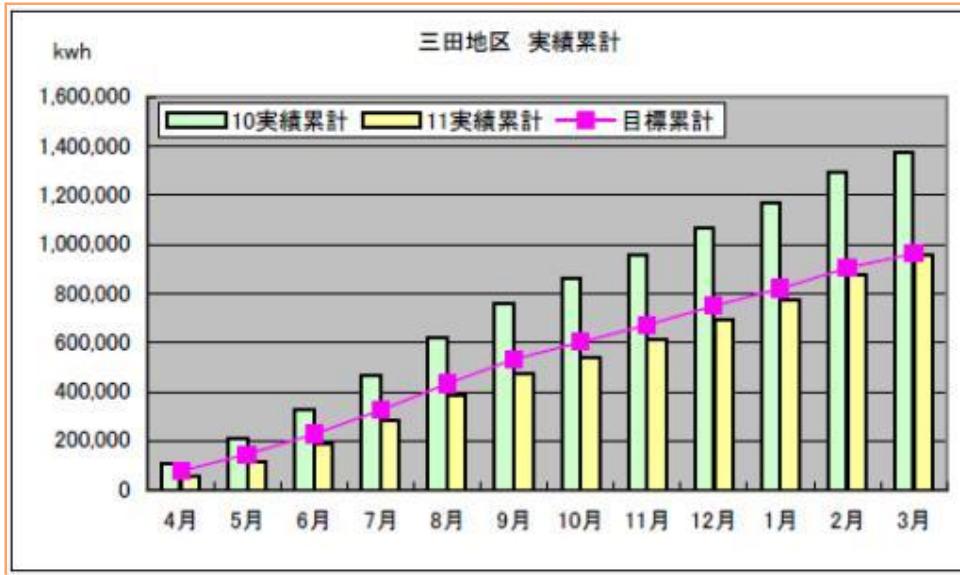
注文方法：Unicharmからリンクした工具上から
発送先・お受取方株式会社からトランク便にて
支払方法：EC決済・社員は給与支引料（ただし）
寄付先：青平原・宮城県・福島県の各県の災害者
・寄付先は変更する場合があります。ユニ・チャ
ム・本件に関する問合せはCBM部 構成課、ユニ



導入に際しては、多くの反対があり、なかなか導入できなかったが、会社側は人事担当部長、社員は労働組合の協力を得て導入することが出来た。

また、いざ導入が決まつても社員が戸惑い、初回注文はあまり伸びなかつた。そこで、社長に率先してポロシャツを着用してもらい、社長から導入の意義を発信、活動の意図が浸透し、現在ではオフィスで働くほとんどの男性社員はポロシャツ、女性社員もポロシャツまたは、軽装で業務を行っている。

具体的成果：年間を通じて30%節電の目標達成 特に夏季は約34%の節電を達成



本社・品川計	10実績	11目標	11実績	昨対削減率
4月	110,332	77,232	56,101	-49.2%
5月	94,685	66,280	55,057	-41.9%
6月	119,614	83,730	79,191	-33.8%
7月	138,276	96,793	91,819	-33.6%
8月	153,918	107,743	101,149	-34.3%
9月	142,390	99,673	91,000	-36.1%
10月	99,618	69,733	67,342	-32.4%
11月	101,974	71,382	69,458	-31.9%
12月	109,051	76,336	79,347	-27.2%
1月	101,944	71,361	84,917	-16.7%
2月	120,587	84,411	100,153	-16.9%
3月	82,890	58,023	81,345	-1.9%
年度計	1,375,279	962,695	956,879	-30.4%

目標の年間30%削減を達成！
特に重要な夏場においては約34%の省エネを実現できた。

環境面・費用面では

CO2排出量で約172トン：森林約12,000本分のCO2削減量

合わせて

三田・品川地区だけで昨年1年間で電力使用料金を
約1,500万円のコストダウンにもつながった

成果のフィードバックは重要！

まとめ

社員の立場で、各職場の実態にあった活動



継続的に省エネ活動を進めるためには社員の理解が必要(社内)

社員の立場で、むりのない省エネ活動が重要であり、社員に押し付けるようなものは継続できない。室温や照度で制限をかける分、スーパークールビズなど社員の立場での活動も一緒に推進

大家さんとのコミュニケーション(社外)

電力使用量データは、過去は1か月分しか入手できない状況だったが、お願いしたところ、日々の電力データ入手できる体制を整えてくれた。また、全体に関わる部分など、難しくても、要望は伝えてみる。コミュニケーションの中で、出来ること、出来ないことを理解できれば、新しい知恵も沸いてくる

多くの人を巻き込む事で大きな成果に繋がる！

以上