



**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

小椋(こすぎ) 信明



エコ・チャーム宣言  
私たちは環境を考えるユニ・チャームです

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

- 設立: 1961年2月
- President & CEO: 高原 豪久
- 従業員数: 10,855  
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

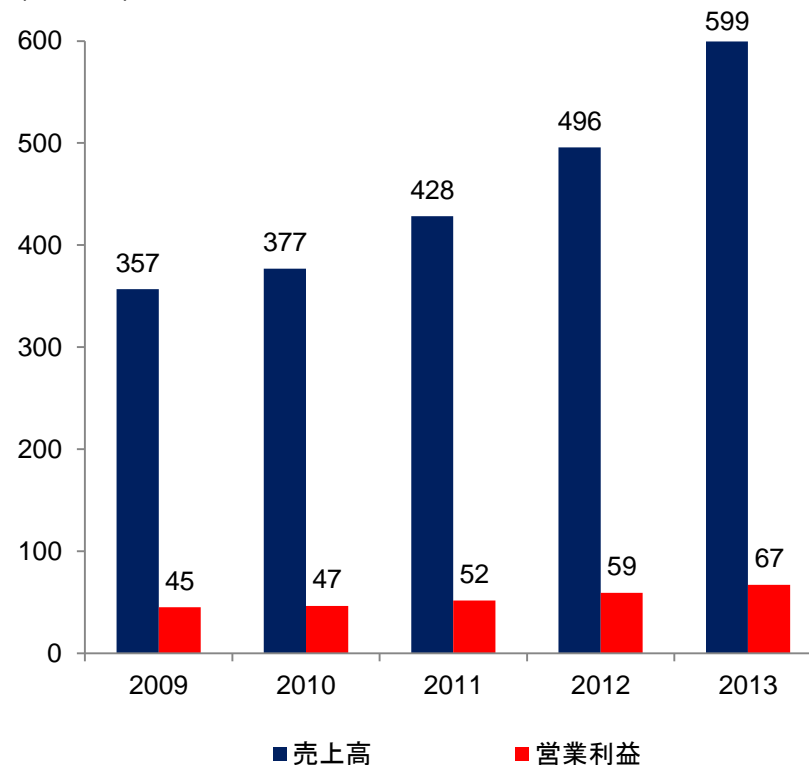
### ■ 取引市場

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)



- 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



# 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



フェミニンケア



ヘルスケア



超立体<sup>®</sup>  
超快適<sup>®</sup>

クリーン&フレッシュ



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



(China)



(ASEAN)



(MENA)



(Australia)

## フェミニンケア



(China)



(Taiwan)



(Malaysia / Korea)



(Thailand)



(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

## 国際的な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



### 企業部門賞

## ユニ・チャーム株式会社

#### 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



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！

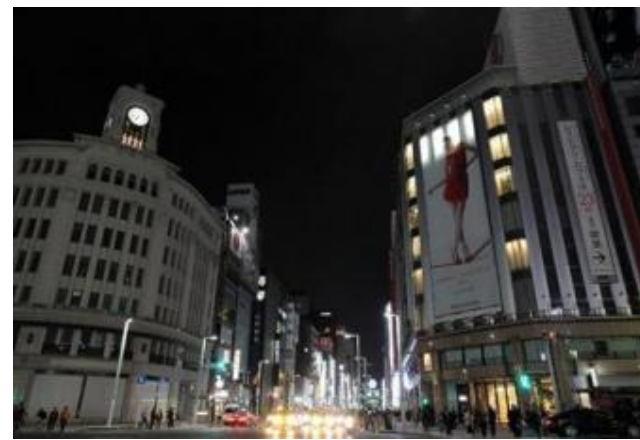
# 省エネ活動推進背景

## (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った。**
- 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。**

## 《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  
数字で目で見える管理
- ☆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	ブラインド	帰宅時にブラインドを下ろす	最終帰宅者はブラインド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	ブラインド	就業時間内はブラインドを下ろし、羽根の角度を45度にし、外光を取り入れる	ブラインド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る。羽根の角度を45度にする事で室温も確保する	◎	◎
3	電力削減	空調	南側(お台場側)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冷やすことで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28度に設定する	空調の設定温度を28℃とする事で電力使用量を抑える。	◎	◎
5	電力削減	空調	サーキュレータを活用して空調の循環を高める	サーキュレータを利用することで、風を起こし、体感温度を低下させる事で過度の空調の利用を抑え、電力使用量を削減する。 20Fでの実績結果を基に、面積あたり人数あたりで扇風機の設置台数を決定する	◎	◎
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にすることで、空気を対流させ、執務室内の温度を均一にし、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、実際の温度と設定温度のバラつきを抑える	◎	-
7	電力削減	空調	各フロアの扉を開放する	廊下や北側の溢められていない空気を執務室内に送ることで、執務室内の温度上昇を抑え、空調負荷を低減し、電力使用量を抑える	◎	-
8	電力削減	空調	窓際の換気口を活用する	外気温が25℃以下の場合は、換気口を開放し外気を取り入れることで、執務室内の温度上昇を抑える。ただし25℃以上の場合は逆効果なので閉じる	◎	-
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ることで執務室内の温度が均一に保たれる	-	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	古い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。省エネかつオゾン層破壊を抑制する	-	-
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	法律に基づく照度が300ルクスを基準として、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	照明の閉引きによる照明からの電力削減と、それに伴う、放熱モードに設定する	執務室内の照度が300ルクスを保つよう、照明の本体を閉引くことで、電力使用量を削減する	1含まれる	◎
13	電力削減	照明	会議室退出時の消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	電球を省エネタイプのLEDに変更する	-	要検討
16	電力削減	複合機	複合機を使用後は、「節電」モードに設定する	複合機使用後は「節電」ボタンを押しコマ目に電力使用量を低減する	◎	◎
17	電力削減	エレベータ	エレベータの利用を控える。[2Up 3Down]でなるべく階段を利用する。	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。	◎	-
18	電力削減	PC	長時間離席する時はPCをスタンバイモードにする。またPCから発生される	昼食で外出されたり、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から発生される	◎	◎

管理No	環境11-01
発行日	2011年 4月 15日
発行部門	C S 共有環境推進室
責任者名	高井 正勝
担当者名	堀田 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、過去からタームビズ、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「東京電力1000万KW、東北電力250万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、全社員が自律行動を発揮して頂き東京電力、東北電力管内の大口、小口事業所

UCMKK	4/26	鶴山営業所	4/26
埼玉営業所	4/26		

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

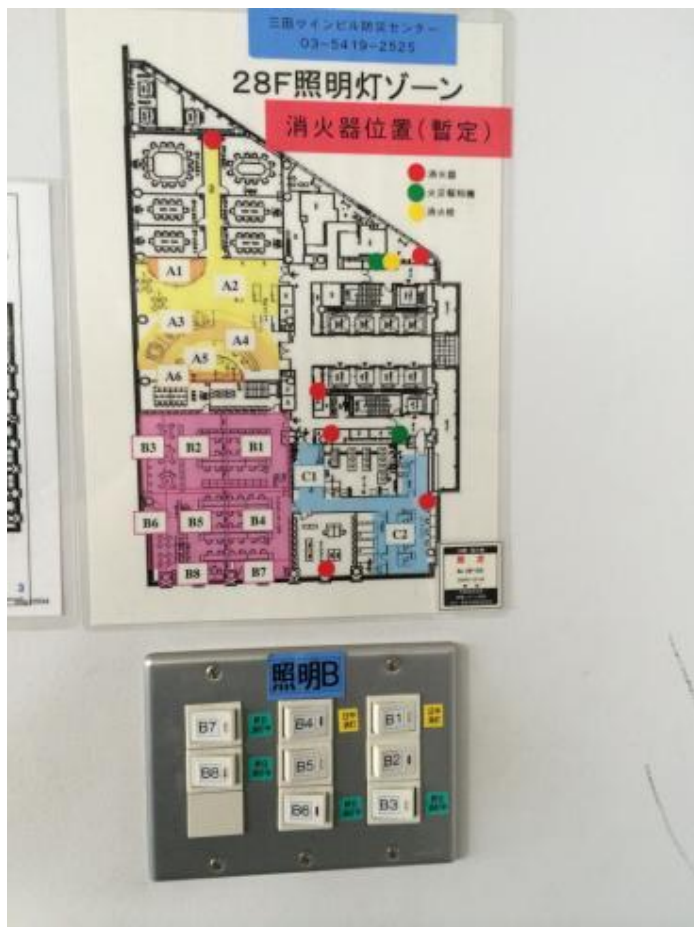


蛍光灯は約半分を間引き。  
照度を1200lx⇒300~500lxレベルに



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

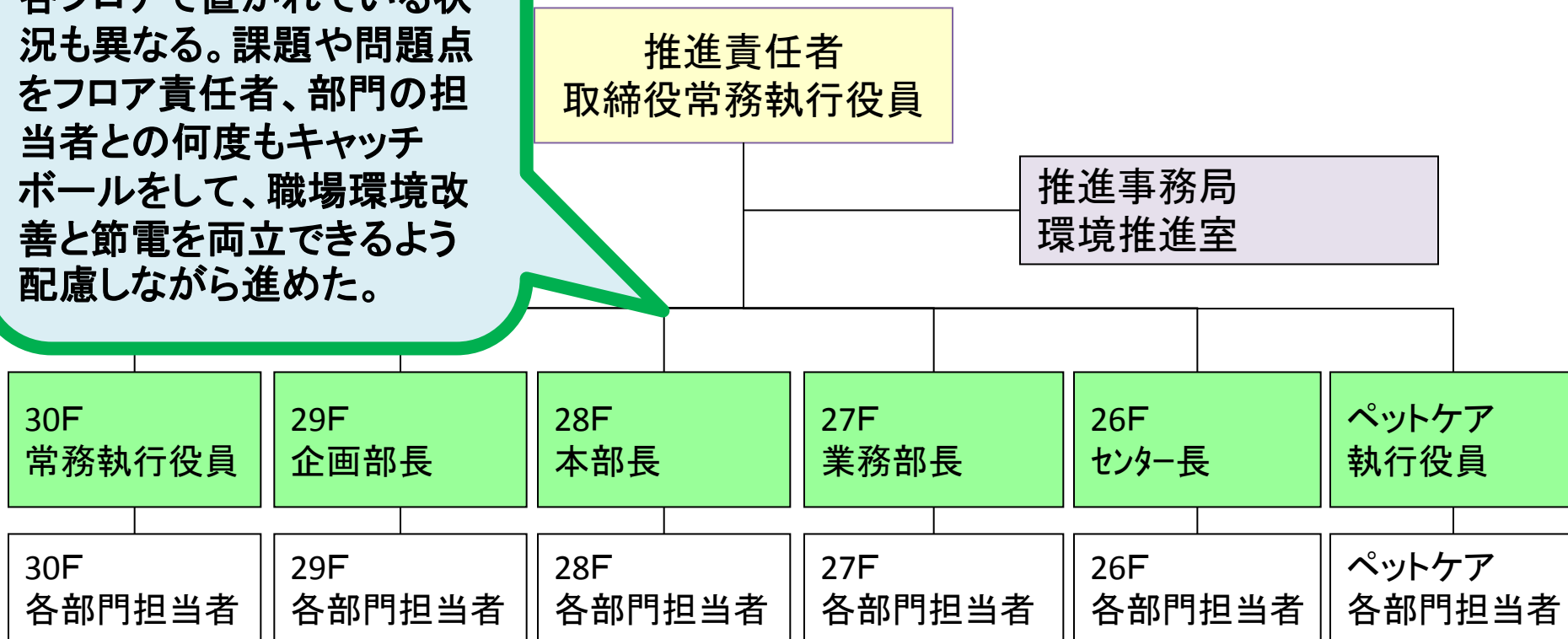


環境意識を喚起するポスター掲示  
コストダウン効果を分りやすく表示

# 各フロア・各部門のキーパーソンを指名し活動徹底

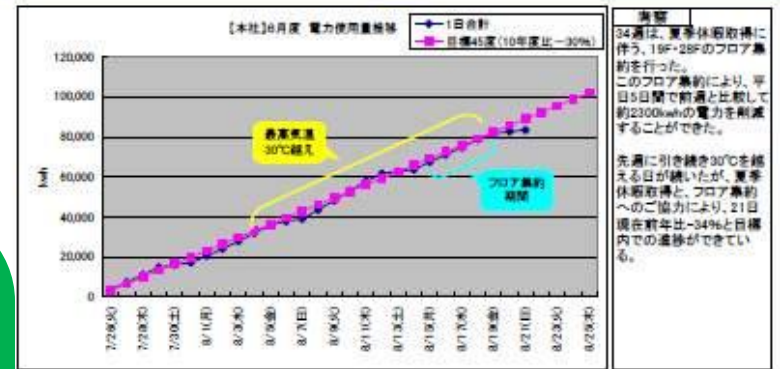
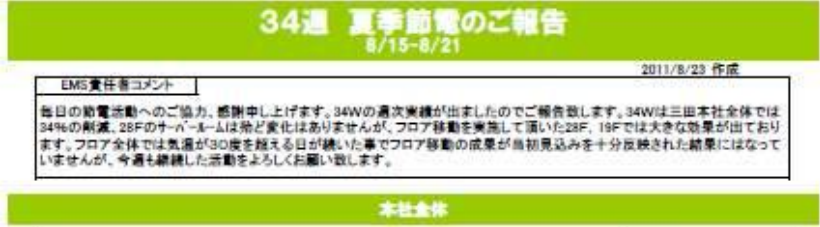
節電対策は部門を超えて、フロア単位で活動を推進が必要  
各フロアの責任者を設定していただき、活動を徹底して頂いた

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。





# 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

### フロア別

7/29-8/21	10年度実績	11年目標 (前年比-60%)	11年実績	対前年比削減率	コメント
30F	18,498	12,948	12,138	-34%	目標内で進捗中
28F	22,957	16,000	14,212	-38%	目標内で進捗中
全体	29,675	20,773	22,211	-25%	28階全体は目標を5%オーバーで進捗中
28階	20,210	14,147	12,380	-39%	サーバルーム以外は目標内で進捗中
27F	26,764	18,734	16,545	-38%	目標内で進捗中
26F	7,669	5,369	4,724	-38%	目標内で進捗中
25F	14,403	10,082	9,924	-31%	目標内で進捗中
24F	7,936	5,664	5,817	-26%	19階は大幅に削減して目標以内で進捗中

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





## 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

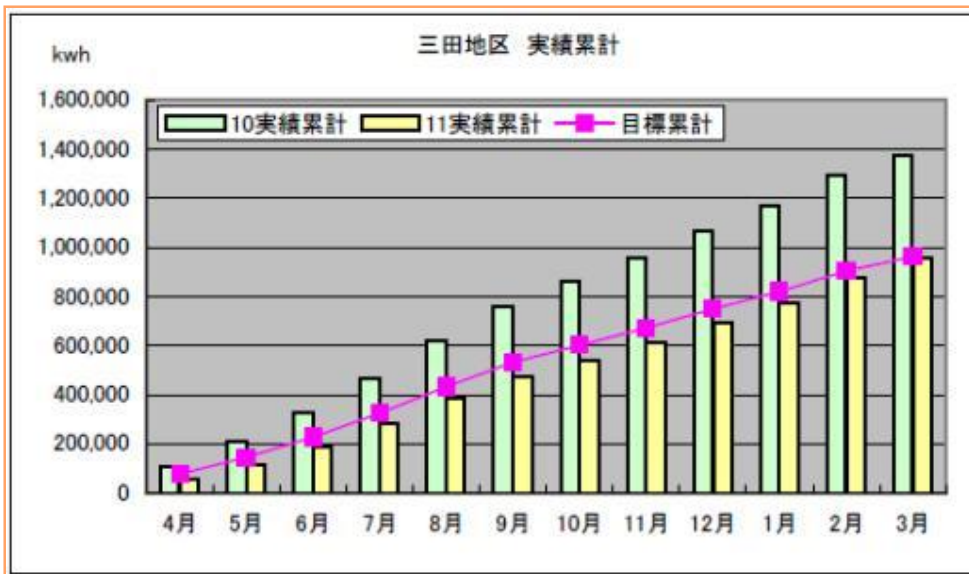
**スーパークールビズ開始！**







# 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

---

## 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、日々の電力データを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、新しい知恵も湧いてくる

**多くの人を巻き込む事で大きな成果に繋がる！**

以上