

ファンケル ニュースレター

2008.8.15 Vol.5

ご質問・お問合せ(担当 広報・大塚)

TEL 045-226-1230

FAX 045-226-1202

E-mail ootsuka@fancl.co.jp

〒231-8528 横浜市中区山下町 89-1



今月の特集

エコな企業は、エコな暮らしから

地球温暖化による生態系などへの影響が懸念される現在、企業はさまざまな温暖化対策に取り組んでいます。ファンケルでは家庭でできる省エネ対策に焦点を当てた、新しい取り組みを開始しました。

今回の特集では、ファンケルの環境対策を紹介するとともに、家庭での取り組みに関する社員の声をご紹介します。

写真：ファンケルグループが取り組んできたエコ活動の一例

特集

エコな企業は、エコな暮らしから

～ファンケルの「ECO チャレンジ」とは？～

IPCC(気候変動に関する政府間パネル)の第4次評価報告書によると、地上の気温は1906年から2005年の100年間に0.74 上昇したとされ、異常気象や海水面の上昇など、深刻な影響が表れています。地球温暖化を引き起こす温室効果ガスの排出量について、日本は京都議定書で、今年から2012年までの間に、1990年比で6%削減することを約束しました。この目標を達成するため、今、一人ひとりが自分の問題としてアクションを起こすことが求められています。

ファンケルは従来から、例えば留守宅への商品お届けの際に、再配達によるCO2排出量を少しでも抑えるため、受取印が不要の「置き場指定制度」を導入したり、オフィスでの夏季クールビズ実施やノー残業デーの設定など、様々な環境対策に取り組んできました。しかし、待ったなしの温暖化対策に、これで十分ということはありません。

地球環境のためにもっと何かできないかと知恵を絞った結果、ファンケルはこの夏さらに一歩踏み込んだ新しい挑戦を始めました。その名も「ECO チャレンジ」。グループ全体で取り組む新しい「ファンケルECOプラン」のうち、家庭でできる省エネに焦点を当てた温暖化対策です。企業が従業員の家庭での行動まで対象にした制度を導入するのは、これまでに例のないことです。

「もっとECOできるはず」をモットーに、CO2削減プロジェクトの推進チームを率いるファンケル社長室・広報ユニット、環境担当部長の白杵ひろみに話を聞きました。



白杵ひろみ うずき・ひろみ
株式会社ファンケル
社長室・広報ユニット
部長(環境担当)

これまでの対策に加えて、今回さらに進んだECOチャレンジに取り組むことにした経緯は？

企業が温暖化対策として取り組むべき分野には、オフィス、家庭、産業などがあります。このうち工場を中心とした産業分野は、昔から環境関連の法規制が厳しく、また生産効率を高めることは省エネだけでなく原価にも反映するので、早い時期から環境問題に取り組んでいて、既になら進んだ対策をとっています。これに対して、オフィスと家庭からのCO2排出量は、全国でいずれも1990年に比べ30%以上増加しており、ファンケルでもこの分野での対策を急がなければと考えていました。家庭での省エネ対策を企業として打ち出すという日本で初めての試みは、経営トップの決断で決まりました。日本の使命であるCO2削減プロジェクトに、社員が一体となって取り組むことは、ファンケルの「“不”のつく事柄を解消する」という企業理念にもつながるという考えからです。

全国の従業員にECOチャレンジについて理解してもらい、2,000人もの仲間から賛同を得るのは、なかなか大変だったのでは？

ECOプランは、国内12社からなるファンケルグループ全体で取り組みます。5月下旬から6月上旬にかけて、対象となる全国30カ所の職場を、部署のメンバーが手分けして回り、ECOチャレンジの考え方と参加方法を細かく説明しました。電気・ガスの請求書のサンプルを持参し、工場の全体朝礼で話をしたり、店長ミーティングで説明してスタッフへの周知を依頼したりしました。社内のイントラネットにも情報を開示しましたが、店舗や工場勤務などでイントラネットを閲覧できない従業員も多数いるため、全員に理解してもらうには直接出向いて口頭で説明するのがよいと考えたのです。

工場のパート社員の方々は、家計を預かる立場の方であることが多いので、こうした取り組みが社会的な責任を果たすだけでなく、家計にもやさしいということを実感していただけたようでした。また、そうした方々からは、家族会議を開いてご主人や子供さんとも情報を共有したいという声や、帰宅してすぐにエアコンをつけたり冷蔵庫を開けたりする家族に注意喚起できるように、冷蔵庫に貼ったりできるステッカーのようなものを配布してもらえないか、というリクエストがありました。そこで、当社も活動に参加している「チーム・マイナス6%」のロゴマークを使ったステッカーを各家庭に配っています。

ファンケルの「ECOチャレンジ」とは

「ファンケルECOプラン」のうち、家庭部門での新しい取り組みで、CO2削減目標が達成できた従業員に5,000円の報奨金を出す制度。さらに、削減率1位～3位になると、3万円～1万円の賞金が出る。任意参加を呼びかけたところ、全従業員3,600人のうち、2,000人を超える人たちがエントリーした。

6月分の電気代とガス代を政府発表の6月の全国平均で割って、その数値が1以下の人(=全国平均よりも少なかった人)は、7月～11月の5カ月間でその数値を10%以上削減することを、1を超えた人(=全国平均よりも多かった人)は20%以上の削減を目標にする。これによって、一人一日1kgのCO2削減を目指す。今後は、水道などにもチャレンジ対象を広げる予定。



社内イントラネット内に開設したECO専用ページの画面

ファンケルグループの CO2 排出量の現状と目標値(単位:トン)

	2007 年度実績	2008 年度目標・ 前年度比トン(%)	
オフィス	1,731	1,471 260(15%)	温度調整の徹底、空調時間短縮、蛍光灯間引き、 ノー残業デーの徹底、クールビズ、屋上緑化など
家庭	—	一人一日 1kg (17%)	家庭で使用する電気・ガス削減に挑戦
産業	9,300	9,021 279(3%)	石油・電気・ガスなどあらゆる燃料の削減、原料調達 の見直し、緑化推進、工場内の空調など
合計	11,031	10,492 539(5%)	

ECO プランでは、家庭以外でも多岐に渡った CO2 削減策を決めていますね。

もともと研究所では、太陽熱温水器の設置や屋上緑化など、環境に配慮した設備をいろいろ備えています。太陽熱温水器により、温水をつくり、床暖房や実験用温水に活用しています。また、夜間のスタンバイ電力により氷をつくり、昼間の冷房に利用する氷蓄熱システムを採用しています。さらに断熱・保温効果を高めるため、この 7 月末には屋上の天窓に熱線遮断フィルムを張りました。

オフィス分野では、6 月 1 日から夏季エアコンの設定温度を 28 (冬季は 20)にし、7 月からは、オフィスの蛍光灯を約 40% 間引きする作業を行いました。これで温室効果ガスがそれぞれ前年比で 72t と 59t 削減できる見込みです。このほか、ノー残業デーを徹底したり、席を離れるときにパソコンの電源を必ず切るようにするなど、細かい省エネ対策を積み上げることで、合計で 186t の削減につながります。(集計期間:2008 年 7 月 ~ 2009 年 3 月)

商品・サービスの分野でも、通販部門で、置き場所指定制度への登録やオーダーシート不要登録などのご案内や、直営店舗でレジ袋を辞退された方へのエコポイントの付加サービスなど、様々な企画を今後も行ってまいります。

役員にも責任を持って参加してもらおうということですが？

取締役と執行役員の合計 13 人の役員報酬に、環境指標を導入します。オフィスでの CO2 排出量を 15% 削減するという目標が達成できなかった場合に、来年度の役員報酬のうち固定部分が減額されます。これは、役員の勤務場所に関わらず、達成できなければ全員が減額になるというなかなか厳しい仕組みで、役員はエアコン温度の高めの設定にも意欲的です。

ファンケルは、「リサイクル」にも力を入れています

特例子会社(株)ファンケルスマイルでは、ファンケルの研究所や各事業所から出るコピー用紙や通販情報誌などを回収し、湿式シュレッダーで処理して、製紙会社に卸す業務をしています。湿式シュレッダーは、紙を少量の水でほぐしてパルプ状にするため、一般のシュレッダーと違って紙の繊維が切断されず、上質な再生紙の原料として加工することができます。

参考までに、ファンケルのメインオフィスの関内オフィスから出る古紙は、7 月の 1 ヶ月で約 3t でした。その古紙をファンケルスマイルの社員が回収し、ファンケルスマイルに運んで処理します。将来的には、グループから出た古紙から生まれた再生紙は、トイレトペーパーなどに再生され、グループで引き取るという循環型リサイクルを目指します。

また、今後は各社員食堂から出る使用済み植物油をバイオディーゼル燃料としてリサイクルするなどの試みを行ってまいります。

「ECOチャレンジ」に参加している社員に聞きました

家庭での省エネ実践法



今までは何も気にしていなかったけど、エコ・チャレンジに参加してからは、やはり意識するようになりました。自宅のエアコン設定温度は、28 度ではちょっと厳しいので 26 度ぐらいにしていますが、涼しくなったら消すように心がけています。朝、シャワーを浴びるときも、ひげをそっている間は止めるようにしました。つけっぱなしだったテレビも、消すようにしました。近々、扇風機を買いに行こうと思っています。やり始めると、どんどん無駄を省いていくのが楽しくなってきました。(20 代男性・単身者 管理部門勤務)

ECO チャレンジの話が家庭でしたところ、別の会社に勤める主人の方が、私よりも積極的に ECO を意識するようになりました。最近では、スーパーで買い物をする時もエコバッグを持参し、レジ袋は断っているようです。家電なども“エコ替え”するなど、家族一丸になって楽しみながらチャレンジしています。家庭で話をすることで、自然と子供たちへのエコ教育にもなります。(30 代女性・既婚者 マーケティング部門勤務)

他にも、いろいろな省エネ実践法が寄せられています。

こまめに電気を消す / 朝は自然の光だけで過ごすようにしたら電気代が下がった。
家電製品のコンセントを抜いておく。
IH クッキングヒーター使用時は、お鍋の底についた水滴をふき取ってから火にかける。
洗濯機の使用回数を減らした。
冷却剤を頭に巻いて寝る。
長期間家を空けるときには、 unnecessary プレーカーをすべて落とす。

新商品

いつでも炊きたて。使い方自在 発芽米に「個包装」タイプ登場
「ファンケル発芽米 スティックタイプ」
9月1日から全国のスーパー、GMSで発売開始



ファンケルの発芽米に個包装タイプが新登場します。
1 包装 30gを白米 1 合と合わせて炊けば発芽米 20%のごはんに。
発芽米ビギナーにぴったりの量が 6 本のスティックにパッケージされています。
一般流通専用商品として、9月1日から新発売です。容量 180g(30g×6 袋)。
価格(税込み) 472 円(本体価格 450 円)

本件に関するお問合せ先
株式会社ファンケル 広報グループ
担当:大塚
TEL:045-226-1230
FAX:045-226-1202
HP:www.fancl.co.jp