

## チーム員企業・団体の「WARM BIZ」及び「うちエコ！」の取組事例

(社名五十音順)

チーム・マイナス6%運営事務局に届いている、チーム員企業・団体における「WARM BIZ」及び「うちエコ！」の取組内容の一例を以下の通り紹介させていただきます。

今後、チーム・マイナス6%では、他の事例についての情報を継続的に収集し、WEBやニュースレター等で順次発信していく予定です。

### 株式会社AOKI (URL: <http://www.aoki-style.com>)



AOKIでは、2008年冬にWARM BIZスタイリングのキーアイテムとして薄手のセーターを特にお勧めします。スーツやジャケットのインナーに着用しても動きを妨げないよう、腕周りや身幅をやや細身に立体的に仕上げています。上着とシャツの間に着込んだニットが、暖かい空気の保温層を作り出し、体の内側から温めます。ウールのネクタイと併用する事で保温効果は更に高まります。

当社では、本社及び間接部門で、暖房に依存しない「暖かいスタイル」を提唱し、取り組んでいきます。



### 株式会社アシックス (URL: <http://www.asics.co.jp/>)

アシックスでは、11月よりオフィス内の室温が20℃以下になった場合、暖房を作動させる予定です。暖房期間中は、「WARM BIZ」期間中として、ポスターを事業所内に掲示すると同時に社内LANを使って啓発します。



### 味の素株式会社 (URL: <http://www.ajinomoto.co.jp/>)

味の素では、当社独自の「食卓から始めるエコ」の啓発ツール「クールベジ・ウォームベジ」の発想をいかしたキャンペーン等を計画。「カラダを温める機能を持つ旬の冬野菜（ウォームベジ）や温かい料理（鍋物、味噌汁、御雑煮、煮物など）を積極的に取ること」を店頭、展示会・料理教室などの様々な場で伝えることで、冷暖房に頼らず、食事を通じてカラダを暖める“うちエコ！”を推進する予定です。

(以下予定)

- ・ 「ニッポン全国の鍋、いただきます。」「ニッポン全国の御雑煮、いただきます。」キャンペーン（仮称）実施予定  
全国の流通・小売店と連携し、10月～3月、和風だしなどを使った全国の郷土料理キャンペーンを展開するなかで、店頭や料理教室などの場で、各地域の暖かい料理【鍋（北海道：石狩鍋など）・お雑煮・みそ汁など】を紹介
- ・ 流通業と連携し、全国規模で鍋フェアーを開催予定
- ・ 残りを無駄にすることなく、作り置き可能な経済性の高いメニューとして、「おでん」などを提案予定
- ・ 旬の冬野菜などを使ったレシピを提案予定（冬至の時期に旬のかぼちやの煮物提案 等）



「クールベジ・ウォームベジ」の広告より一部抜粋

社内での取組としては、以下を予定しています。

- ・ グループの事業所等でWARM BIZを推奨。
- ・ ウォームベジメニューを社員に紹介。（社員食堂でウォームベジメニュー、鍋フェアーなどを開催）
- ・ 当社独自の「ウォームベジ」広告を味の素グループ各事業所に配布し、社内外に食卓からの始められるエコロジーとして紹介。

### 板硝子協会 (URL: <http://www.ecoglass.jp/>)

板硝子協会では、エコガラスのキャンペーンを今年も引き続き実施しています。特に性能を体験できる「ガラスの森」展示車は各地の環境フェアやイベントで大活躍しており、12月11日から13日に開催される「エコプロダクツ2008」にも出展します。この展示車には、エコボールとジオラマBOXの2つの体験装置が搭載されています。エコボールは下半分が0度の冬の世界で結露や冷えを再現していますが、エコガラスを用いると冷たくないことが体感できます。また、ジオラマBOXは夏の陽が降り注ぐ庭園を再現したミニチュア環境。暑いはずの日差しもエコガラスの力で緩和されることが体感できます。



## オカ株式会社 (URL: <http://www.oka-kk.co.jp/>)

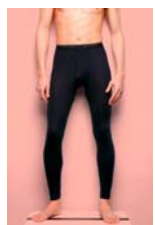
はじめませんか？我が家のエコ対策

「便座カバーを使って暖房便座のスイッチを OFF にしませんか？」と題して、家で出来るエコ活動(うちエコ!)を提案しています。売場の POP や紹介資料では、当社調べによる暖房便座の暖房使用時の消費電力量や、便座カバーを用いることで削減できる電気料金、CO<sub>2</sub> 排出量を紹介しています。日常生活の中の何気ないアクションですが、当社では 2005 年からこの提案を続けており、お客様にも「ムダな電気を使うのがもったいないから、便座カバーはとてもうれしい。」と、賛同していただけるようになりました。



社内の取組としては、社の方針として、冷房設定温度 28℃、暖房設定温度 20℃を徹底しています。また、来社されるお客さまや協力工場の方々に対しては、玄関や掲示板などに、COOL BIZ、WARM BIZ の取組を告知し、協力を呼びかけています。更に、冬のオフィス、特にデスクワークの女子社員は座った状態での作業が長く続いたため、通常のソックスよりあたたかいとされる 5 指の形状で、パンストの下にはける短い丈 (フットカバータイプ) のソックスを独自に製造し無料配布する計画もあります。

## グンゼ株式会社 (URL: <http://www.gunze.co.jp/>)



グンゼでは、今年の「WARM BIZ」「うちエコ!」対応商品として「発熱素材」に「温度コントロール」機能を付加した新製品を全国展開。またオフィス内の室温 20℃対応に加え、自宅における省エネ生活応援商品として【薄くて・軽くて・温かい】をキーワードに、アンダーウェア以外でもハウスカジュアルウェア (羽織物) やレグウェア (部屋履き) などを「うちエコ!」対応商品として推奨、提案しています。

社内では、オフィス内の室温 20℃の設定と定期的チェックを実施するとともに、WARM BIZ を含めた省エネ情報 (新聞掲載記事等) をニュースダイジェストとしてグループ全社に適宜配信、啓発しています。



## コープネット事業連合 (URL: <http://www.coopnet.jp/>)

コープネットでは、冬季には室温を 20℃にする取組を行っています。また、秋には「1 日エコライフ」や「100 万人のキャンドルナイト」などを実施しています。

## 株式会社三陽商会 (URL: <http://www.sanyo-shokai.co.jp/>)



2008 年秋冬ポール・スチュアートは、ジャケットのインナーにハイゲージ (16 ゲージ) のニットをコーディネートした『WARM BIZ』スタイルを提案します。

SUPER140<sup>7</sup> という厳選された上質の梳毛を 16 ゲージで編み上げたニットのバリエーションは、ウール素材のテーラードジャケットのコーディネートスタイルも相性抜群でタイドアップしたスタイリングも可能です。コットンセットアップとのノータイスタイルもおすすすめです。



## 三洋電機株式会社 (URL: <http://www.sanyo.co.jp/>)

三洋電機では、WARM BIZ を応援する商品として、当社の二次電池を組み込んだ充電式カイロ、充電式ポータブルウォーマー、充電式ひざ掛けなど、事務所や家庭で手軽に使える充電式ウォーマーシリーズを今秋から展開しています。

また、当社の製品で特に省エネや節水、省資源など CO<sub>2</sub> 削減に高い効果があるものに、独自の「環境商品マーク」を表示しています。

12 月 11 日～13 日に東京ビックサイトで開催される「エコプロダクツ 2008」でも、これらの商品を展示する予定です。

社内での取組としては、カーボンニュートラル (※) 達成に向け、社員全員の意識改革を目的に以下の項目について取り組む予定です。

1. 空調温度設定 20℃の徹底
2. 上記、空調温度でも、快適に活動できる服装や身だしなみについての呼びかけ (インナーウェアの工夫、重ね着 (ベストなど上着の内側に着用) 等)
3. その他、紙の節約、分別回収、グリーン IT の利用



※ 「製品の CO<sub>2</sub> 排出抑制効果量と事業活動による CO<sub>2</sub> 排出量が等しくなる状態をめざした取組。当社表現による。」

## 住友林業株式会社 (URL:<http://sfc.jp/>)

住友林業では、今年は環境イヤー記念キャンペーンとして、太陽光発電を搭載した住宅の普及に取り組んでいます。風・太陽・緑といった自然の力を採り入れる「涼温房」設計に、太陽光発電を搭載した本住宅は、環境への負荷低減を提案し冬でも温かな住まいを実現します。本住宅に、省エネ設備、無垢フロアなどの環境配慮部材を特典としたモニターハウス限定キャンペーンを12月末まで実施中。住まいの省エネルギー化をはじめ、環境に優しいライフスタイルの提案に取り組んでいます。



社内での取組としては、室温20℃徹底の啓発ツールとして、当社独自の「WARM BIZカード」を社員に配布し、携帯することを呼びかけています。このカードは、温度設定に関してお客様にご理解していただく際や、WARM BIZの対外的な推進にも役立てています。そのほか、パワーポイント資料「ウォームビズのすすめ」や啓発ポスターの作成、社内メルマガでの呼びかけを今後予定しています。



## 株式会社生活の木 (URL: <http://www.treeoflife.co.jp/>)

生活の木では、ジンジャーなど身体を温めるハーブをブレンドしたハーブティーやコーディアルを提案しています。どちらも、身も心も温める伝統的な飲み物で、ご家族みなさんと楽しんでいただけます。また、毎日の生活でもっともリラックスできるバスタイムにも、アロマテラピーをご提案しています。柚子など和の香りを使ったバスボム、バスソルト、バスビーズは身体を芯から温め、安らかな眠りに誘います。

社内での取組としては、室温20℃設定のほか、ひざかけなどの活用を取り入れています。また、上のハーブティーやコーディアルなどは社員にも好評で、オフィス勤務スタッフも各々リラックスタイムを楽しんでいます。



## 株式会社西武百貨店 (URL: <http://www.seibu.co.jp/>)

西武百貨店(池袋本店、シブヤ西武、有楽町西武)では、WARM BIZ商品として、使い捨てカイロが一般的な昨今、充電式カイロの西武オリジナルデザインを展開。この充電式カイロは、約500回繰り返し使える環境に配慮した商品。ファッションブランド7社に呼び掛け、各ブランドのデザインやロゴが入ったオリジナルカイロを商品化、さらに有楽町西武ではオリジナルキャラクター「maneko」の絵柄を配したカイロも商品化、計8種類を各店で展開します。また、シブヤ西武の紳士服売り場では、このカイロを入れるポケット付きの「ネックウォーマー」や「カジュアルコート」「革製ケース」をオリジナル商品として展開します。



また、10月21日(火)よりシブヤ西武では象印マホービン株式会社がやっている「マイボトルキャンペーン」協力のもと、店内の飲食店3か所に給茶スポットを設定し、マイボトルをお持ちのお客様に、有料にてお茶を入れるサービスを開始します。3店では、それぞれ日本茶、コーヒー、紅茶、中国茶をご用意し、味にこだわるお客さまにも満足いただける内容となっています。

## 株式会社セブン&アイ・ホールディングス (URL: <http://www.7andi.com/>)

イトーヨーカ堂は、2008年10月22日(水)より2009年1月31日(土)まで、169店舗にて、家計にも、地球にもやさしい『ほっとエコ!』キャンペーンを実施します。このキャンペーンは、お客様の環境意識の高まりを受け、2008年秋・冬にむけて「家計にも、地球にもやさしいわたしにできるエコ」をキーワードに、過度な暖房にたよらなくても暖かく過ごせる「家計にも、地球にもやさしい」ライフスタイルを提案します。



この企画で対象となる商品の特徴は、

- ・ 家庭、オフィス、学校等の室内において暖房が控えめでも快適に過ごせることをコンセプトに開発した発熱素材等を使用した機能性肌着・トレーナー、首周りを冷やさないネックウォーマー、足元を冷やさないルームシューズ等の衣料品
- ・ 機能性寝具類をはじめ、断熱床マット、土鍋、湯たんぼ等主に暖房エネルギー節約を視点に提案する住まいの品
- ・ 週ごとにメニューを選定し提案する各種鍋・おでん材料等のからだをあたためる「鍋料理」の食材等



キャンペーンの実施に加え、当社は、今年4月より「地球環境・生活者・イトーヨーカ堂がつながる」というコンセプトのもと、商品、サービス、イベント、店づくり(施設)、物流といった様々な分野で環境に配慮した商品や取組を実施しています。「エコリボン」は、外部アドバイザーの意見を取り入れ、当社独自のレギュレーションを策定し、環境問題に配慮した商品や取り組みに、「エコリボン」のアイコンを表示する年間を通じたキャンペーンです。この取組は、キャンペーンキャラクター「リボミー」が目印となっています。

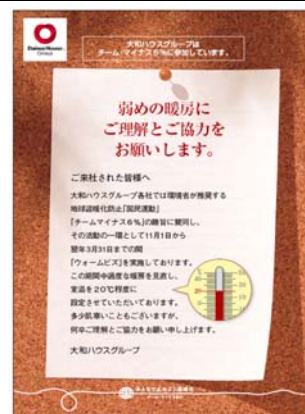
今回の「ほっとエコ!」は、特に暖房費等の節約をサポートする家計応援的企画として「エコリボン」のもと実施いたします。

## 大和ハウス工業株式会社 (URL:<http://www.daiwahouse.co.jp/>)

大和ハウス工業では、WARM B I Zにとどまらず、温暖化対策の一環として、『人と環境にやさしい住まい』をテーマに外張り断熱の家を開発、提供しています。この住宅は、次世代省エネ基準を上回る断熱性能を有し、家の中の暖かさを外に逃がさず、住むだけで1人1日1kgのCO<sub>2</sub>を削減できます。

また、この4月から開設した環境コミュニケーションサイト【未来惑星(ミライボシ)】では、エココラム等を通じて一般のお客様にも「うちエコ!」情報を提供しています。

当社およびグループ各社では、2005年度から事務所内のエネルギー使用を総合的に見直す活動としてWARM B I Zに取り組んでいます。今年も全国の事業所で11月1日から3月31日の間、事務所内を20℃程度の適正温度に設定することや、執務室のドアの常閉、節水、無駄な照明をなくす活動などを行います。また、WARM B I Zのロゴを入れたポスターの掲示により取組への協力を社内外に呼びかけていきます。



## 株式会社高島屋 (URL:<http://www.takashimaya.co.jp/>)

高島屋では、「うちエコ!」商品としてナイトウェア(「パジャマ」+「ジャケット・ベスト」)で室内を快適に過ごすためのコーディネート提案を強化していく予定です。また、素材面では、「蓄熱素材」、「発熱素材」の機能をもつ商品を導入、拡充し、店頭訴求を高めます。

紳士靴下では、①季節素材・機能素材として、獣毛混素材のソックス、蓄熱素材の機能性ソックスの商品を拡充。②アイテムではルームソックスのバリエーションを増やすとともに、従来展開のなかったレッグウォーマーを新規導入し、パジャマ、リラクシングウェアとのコーディネート提案(単品単位ではなくスタイルでの訴求)を強化していきます。

今年のWARM B I Zとしては、10月8日から展開している「メンズファッションウィークス〜いい男フェア〜」のテーマのひとつとして、「ジャケット&ニット」のスタイル提案をし、現在主流となってきたカジュアルテイストを取り入れた「働きやすく暖かく格好良い、ビジネスでも対応できるスタイル」を表現し、ファッション性を重視したスタイルのなかに「WARM B I Zの考え方」の表現を取り入れていきます。

## 帝人株式会社 (URL:<http://www.teijin.co.jp/>)

帝人ファイバーでは、大手量販店 ユニー株式会社との共同企画「ウォームコレクション」を展開しています。環境にやさしく、20℃の環境下でも暖かく過ごせる蓄熱裏地を紳士ジャケット、スラックスを中心に展開中です。該当商品には、「ウォームコレクション」の下げ札を貼付し、「WARM B I Z」やチーム・マイナス6%のマークを入れることで、消費者の環境に対するより一層の理解の一助になればと考えています。

社内の取組としては、毎年、イントラネットにて、下記のような掲示を行い、本社、事業所等の社員の意識啓発を行なっています。

“オフィスで暖房を行う場合は、『働きやすく暖かい服装をするなどの工夫を行い、暖房運転時の室温を20℃とする』ことにより、暖房で消費されるエネルギーを節減し、地球温暖化防止に協力していただけますようお願いいたします。”



## 株式会社ディノス (URL:<http://www.dinos.co.jp/>)

ディノスでは、会員の方向けのメールマガジン10月20日号で、「うちエコ!」アイテムを紹介、11月にはホームページ上で「冬の『うちエコ!』」の特集を予定しています。

その他、カタログ各誌でも『ディノスリビング2008冬号』で「冬のぽかぽかアイテム特集」、『good life collection 2008冬号』で「この冬の暖かくて素敵な暮らし特集」、『d-BEAUTY 2008秋冬号』で「入浴&あたたためケア」など、各誌上で関連商品を紹介しています。

社内においては、今年度より本社ビルでウォームビズの取組を実施します。室温設定を段階的に下げ、20~22℃にすることを目標にしています。また社内メールマガジンにて、「快適ウォームビズのススメ」などの特集も予定しています。

## 東京ガス株式会社 (URL:<http://www.tokyo-gas.co.jp/>)

東京ガスでは、今年のWARM B I Z及び「うちエコ！」の取組として室温を20℃設定とした意識啓発用の温度計付ポスターや、チーム・マイナス6%作成のポスターの掲示を行います。また、インターネット(<http://ecohappy.net/>)を通じ「エコハビ〜エコな暮らしでHAPPYに〜」という、我慢しないで楽しくエコな暮らしに取り組んでほしいというメッセージを伝えます。



## 東京電力株式会社 (URL:<http://www.tepco.co.jp/>)

東京電力では、今冬においても、例年通り、社屋における適正室温を20℃程度に設定し、社員各自の判断で室温に見合う適切な服装を心がけるとともに、「WARM B I Z」のロゴを使用したポスターを事務所やお客さま窓口に掲示するなど、社内外に告知しています。

また、従来から実施している「CO<sub>2</sub> ダイエット宣言」やインターネット版環境家計簿「CO<sub>2</sub>家計簿」など、お客さまとともに取り組む諸活動についても、年間を通して推進しています。

具体的な取組の概要は下記のとおりです。

### 1. 暖房温度の適正化 (例年実施)

- ・暖房運転の必要な期間において、きめ細かな温度コントロールを行い、社屋における適正室温を20℃程度に設定する。(服装は、社員各自の良識のある判断で。)

### 2. 社屋へのポスター掲示 (平成20年11月1日～平成21年3月31日)

- ・事務所やお客さま窓口に掲示

### 3. 社員の家庭における取組の支援 (平成21年2月1日～3月31日)

- ・「社員CO<sub>2</sub>家計簿」の実施

家庭におけるエネルギーの使用状況やCO<sub>2</sub>排出量について各自で確認することで、自主的に省エネやCO<sub>2</sub>削減に取り組めます。具体的な実施としては、家庭で消費する電気・ガス・ガソリン等の使用量の検針票などを参考に当社の生活情報リサーチサイトTEPORE (テポーレ) のCO<sub>2</sub>家計簿に入力し、家庭内での排出量を確認します。



## 東レ株式会社 (URL : <http://www.toray.co.jp/>)

東レでは、2006年の冬から、WARM B I Zに対応する素材および衣料品の提案企画として「ウォーム白書」を展開しています。コートやジャケットでのあったか裏地や、パンツでの起毛ポケット裏地、防風ひざあて、保温インナーなど様々なアイテムのデザインや仕様を提案するとともに、「中空保温性ナイロン織物」や「断熱保温繊維使用素材」、「マイクロファイバー織編物」、「スエード調人工皮革」といった、保温性に優れた素材も提案しています。アパレルや百貨店、小売店などの商品企画として、店頭で展開されています。

また、2005年の冬から、全社的な取組として12月1日から3月31日までを「WARM B I Z」の取組期間とし、本社オフィスや各工場事務所の暖房温度を20℃に設定して着衣での温度調節を推奨しています。社内イントラネットの活用や、自社素材を使用したインナーなどの斡旋販売で積極的にPR活動を推進しています。



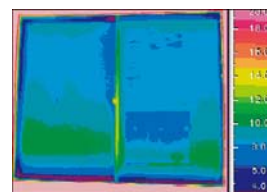
## トステム株式会社 (URL:<http://www.tostem.co.jp/>)

トステムでは、2007年から、全国ショールームでお客様を対象に地球温暖化、住宅における冷暖房エネルギーをテーマとしたクイズ、ゲームを交えた「家計ダイエットセミナー」を開催しています。

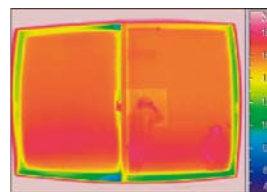
また、住宅自体の断熱気密性を高め、暖冷房エネルギー負荷を抑える「うちエコ！」推進商品として、断熱性能にすぐれた断熱玄関引戸、既存の枠の上に新しいドアを枠ごと取り付ける工法のリフォーム用断熱玄関ドア、既存の窓の室内側に後付けできる即効/防音断熱内窓などを紹介しています。

この他に、年間を通じて住まいの省エネルギー化を図る商品として、閉めたままでも風を採り入れ空気の流れをつくることで、室内に湿気や熱がこもるのを防ぐスライドドアや、採光・採風性に優れた面材で室内に十分な光や風を採り込むベランダ手すりも好評です。

09年1月より全従業員を対象に「CO<sub>2</sub>ダイエット宣言 2008 冬」への参加を呼びかけ、ふだんの暮らしの中で実行できるエコ活動を啓蒙する予定です。



取り付け前 外窓のみ



取り付け後 外窓+内窓

---

## トリンプ・インターナショナル・ジャパン株式会社 (URL:<http://www.triumphjapan.com/>)

---

トリンプ・インターナショナル・ジャパンでは、今年 2008 年 3 月 1 日に、「より地球環境にやさしい企業」であり続けるための社内プロジェクト「Triumph Goes Green プロジェクト」を立ち上げました。このプロジェクト活動の一環として、CO<sub>2</sub>削減のため室温設定を 20℃とし、また、不必要なエアコンの使用を控えるために、全社員がエアコンの ON/OFF を意識できるよう各部屋の電気のスイッチやエアコンの電源そのものにシールやパネルでスイッチの確認ツールを設置しています。また、温度設定と共に、女性社員へは自社インナーのあったか順位やテイストを表にして、各個人のその日のお勧めインナーが分かるようにして着用を促しています。

---

## 西川産業株式会社 (URL: <http://www.nishikawasangyo.co.jp/>)

---

西川産業では、外出先やオフィス、リビングルーム、ベッドルームで暖房に頼りすぎることなく、快適にお過ごし頂ける商品を「WARM BIZ AT HOME」として、販売しています。展開アイテムは、スローケット、ひざ掛け、湯たんぽ、あったかカバー、敷きパッド、肩当て、発熱素材を使用した高機能商品などです。

肩に掛けたり、ひざに掛けたり、腰に巻いたり、ストールのように首に巻いたり、アッパーケットとしても使用できる、冬の WARM BIZ アイテムとして使い勝手のよい「スローケット」。お出かけ・オフィス・家と一日を通して、ファッション性のあるスローケットをおしゃれに使用する、新しいエコロジーライフスタイルを提案しており、百貨店や寝具専門店に多く採用されており、中でも百貨店の店頭ではデモンストレーションを開催するところもあります。

当社社内においては WARM BIZ 及び「うちエコ！」の取組として、

- ① 室温 20℃の設定
- ② WARM BIZ AT HOME、うちエコ商品の提案や販促ツールの作成、掲出

を行っています。

---

## パナソニック株式会社 (URL: <http://panasonic.co.jp/>)

---

パナソニックでは、全拠点において下記取組を推進しています。

1. 室温 20℃設定の徹底
2. 各自事業場における従業員用の告知看板やポスター等の啓発ツール掲出
3. 当社へお越しになるお客様へのご説明

---

## 株式会社ファンケル (URL: <http://www.fancl.co.jp/>)

---

ファンケルでは、社内の空調温度 20℃設定の徹底を行っているほか、社内イントラネット内の従業員向け環境問題啓蒙サイト「もっと ECO」で、環境にやさしい冬場の過ごし方のコンテンツの掲載を予定しています（夏季はキャンドル、打ち水、すだれなどで過ごすことを紹介）。

---

## ホームマック株式会社 (URL: <http://www.homac.co.jp/>)

---

ホームマックでは、今年、「WARM BIZ」や「うちエコ！」の啓発のため、

- ・ お客様が今一番関心のある【隙間対策】【湿度対策】【結露対策】に重点を置いて、「暖房効果をあげるための商品」「結露防止のための商品」について、商品の特徴や使い方がわかるようなプレゼンテーションとともに、売場展開を進めています。
- ・ 省エネ対策品として、「窓ガラス断熱防止シート水貼り」などの断熱シートでの暖房効率アップや、「窓際あったかボード」で暖房費の節約などに役立つ、節約商品をそろえています。
- ・ 部屋の上部に滞留している暖気を循環させ石油ストーブの燃料代を節約する方法として近年問い合わせが増加している「サーキュレーター（扇風機のようなもの）」の品揃えを増やしています。
- ・ 昨年から問い合わせが増加した「コタツ掛布団用カバー」や「敷布団の下に敷く冷気遮断シート」など、コタツに付随する商品を増やしお客様の節約に役立つように努力しています。
- ・ 北海道、東北など寒さの厳しい寒冷地の対策商品をそろえたコーナーを作り、「暖房費節約おすすめ商品」として、断熱シートや窓際あったかボード、すきま用テープなど、使うことによって外からの冷気を遮断し暖房効果がアップする商品を判りやすい場所に展示しています。また北国独自の結露防止に効果的なシート・テープなどの商品も「省エネコーナー」にまとめて展示し、お客様に積極的に提案をしています。

---

## ミズノ株式会社 (URL: <http://www.mizuno.co.jp/>)

---

ミズノでは、昨年に引き続き、WARM B I Z 対応商品として人体からの水分を吸収し発熱する吸湿発熱素材を使用したウェア類で、特にフィット性等の機能性が付加したアンダーウェアを展開します。この吸湿発熱素材は、着用することで暖房の使用抑制・省エネに貢献します。2008年10月1日～12月31日までの間、審査及び抽選で選ばれた方々にこの商品をプレゼントする「ホット×ホット・キャンペーン」を展開しています。

社内では、全社共有データベースで「WARM B I Z」情報を共有し推奨するとともに、冬季のオフィス内温度を20℃に設定しています。また、毎週金曜日・土曜日をカジュアルデーと定めており、社員はより自由な発想でWARM B I Z にふさわしい服装を選択できます。その他、社員集合教育・ビデオ社内報を通じて、地球温暖化問題の重要性や「WARM B I Z」に関する情報を伝え、環境意識の向上を図っています。

---

## 株式会社三越 (URL: <http://www.mitsukoshi.co.jp>)

---

三越では、10月28日より銀座店で「Made in NIPPONの暮らし」を開催します。

この企画は、日本の伝統を受け継ぐ職人の技を、現在の感性で暮らしに取り入れ、長く大切に愛用していただけるような商品を提案しています。日本古来の生活様式から快適な冬のライフスタイル、先人の知恵（うちエコ!）が生かされた商品等情報の発信をしています。



また今年も、日本橋三越本店、銀座店において、クリスマスイルミネーションにグリーン電力を使用するなど、持続可能なエネルギーの普及と発信に取り組みます。（10月28日に銀座店で点灯スタート、11月1日に三越日本橋本店で点灯式を実施。）

社内では、三越環境方針の基、環境活動の中で、省エネルギーの推進（下記のような内容）を、継続的に取り組んでいます。

- ・効率的な空調運転、管理（ハード／設備コントロール）
- ・オフィスの空調温度は20℃設定
- ・従業員による業務効率化・意識向上（ソフト／マンパワー）

---

## メルシャン株式会社 (URL: <http://www.mercian.co.jp/>)

---

メルシャンでは、『ホットワイン・プロモーション』を11月より順次全国で展開します。「ホットワイン」とは、ドイツなどの欧州で冬に家庭で楽しんでいるワインの飲み方で、温めたワインにはちみつや砂糖などで甘さを加え、オレンジやレモンなどの柑橘系フルーツのスライスと、シナモンやクローブなどのスパイスやハーブを加えて作ります。寒い冬に“お酒落”で“気軽”にワインを楽しむことができる「ホットワイン」は“こころもカラダもあたたまる”やすらぎのひとときを演出します。



また、フランス産新酒とシチューの楽しみ方を体もあたたまるシチューと共に提案する『ワインとシチューのいい関係』プロモーションをボージョレ・ヌーヴォーの解禁日11月20日（木）より全国で展開します。“シチューとワインのある楽しく素敵な食卓”や“食の楽しさや豊かであるおいのある時間”を商品についているボトルネットカードやホームページでご提案します。

---

## 株式会社ヤマダ電機 (URL: <http://www.yamada-denki.jp/>)

---

ヤマダ電機では、店舗においてオリジナル冊子「省エネくらぶ」を無料配布、お客様に対して「うちエコ!」商品の紹介や使い方等の啓発をおこなっています。

また、指定機種を対象とした「エアコン」「冷蔵庫」購入者に対しポイントを進呈する「エコポイント」キャンペーンを実施しています。

本店内・店舗内においては、空調温度を20℃に設定、啓発ポスターを店舗内に掲出しています。

---

## 株式会社ヨドバシカメラ (URL: <http://www.yodobashi.com/>)

---

ヨドバシカメラでは、現在エコ買い替えキャンペーンを実施中です。お客様が今お使いの電化製品を買い替えの際に、省エネとエコに繋がる電化製品を選んで頂くための省エネ促進キャンペーンです。対象品は冷蔵庫、洗濯機、エアコンを始め照明器具、ガステーブルなど幅広く提案中です。洗濯機もドラム式など節水性の優れているなどのエコに繋がる製品を使用水量の比較をしてお勧めしています。今後は電気代比較などの表を整備して、より解かり易く出来るように店頭POPを変更中です。(実施期間：10月6日～11月9日)

また、今後は家食を推奨するキャンペーンを実施予定です。家食をお勧めする内容としては、グリル鍋やホットプレート、たこ焼き器などで食卓を家族やご友人などで囲んで楽しく食事をする事。そして家族が集まることによってコミュニケーションが取れる事、調理器を囲むことで余分な暖房機器を使わずに各自の部屋の電気を消して節約に繋がる事などのエコを訴求します。(実施期間：11月1日～11月30日)

当社のWARM B I Zの取組としては、外来の方々に対してWARM B I Zスタイルでご来社頂けるよう啓発POPを作り活動推進しています。本社事務所は空調の設定温度を基本20℃に設定計画を行っており、ご来社時のご協力をお願いしています。また店舗においても暖めすぎることが無いよう注意して管理しています。他に、常時人が居ることの無いトイレにセンサーによる自動消灯システムや待機状態のOA機器の電源オフなどを行っています。空調機器のフィルターや照明器具などの定期清掃を実施し、各機器の使用効率を落とさせない活動も行っています。また従業員に対しても商談室や休憩室などの照明器具のこまめな消灯を徹底するよう教育なども継続して行っております。

---

## 株式会社ロフト (URL: <http://www.loft.co.jp/>)

---

ロフトは、“小さな芽”に即応することで顧客に支持される業態です。昨年より人気の湯たんぽに代表されるエコアイテムは、「エコ」だけではなく、おしゃれであることも必須です。今年は10月14日～冬の暮らしの提案として「ウォームスタイリング」を展開。女性のための小さめ・カラフルな湯たんぽを集積、加湿器は機能だけでなくデザイン性の高いパーソナル加湿器を充実させました。その他、保温弁当、保温水筒、ひざかけ、発汗系入浴剤など日常生活のなかで手軽にできるエコ商品提案していきます。



---

## 株式会社ワールド (URL: <http://www.world.co.jp/>)

---



ワールドでは、メンズ、レディース共に幅広いテイストのブランド展開で、ファッションを楽しみながら「WARM B I Z」に取り組んで頂ける様、トレンドを加味した重ね着や、スカーフ、ストールなどの小物使いで、お客様のニーズに沿った着こなしの提案を行います。

事務所ビル及び縫製工場では11月から3月の暖房作動期間中、基本的に室温を20℃に設定。会議室など、暖気が行き渡るまでに時間がかかる場所や建物の構造上特に寒い区画には、別途オイルラジエーターヒーターやパネルヒーターを設置しています。また事務所ビル及び縫製工場に「WARM B I Z」取組の発信と、カーディガンやベスト着用の協力を依頼しています。

---

## 株式会社ワコール (URL: <http://www.wacoal.co.jp/>)

---

ワコールでは、暖かい肌着とナイトウエアで「うちエコ！」を合言葉にした商品展開を行ないます。今回の主力商品は「薄い・軽い・暖かい」の3拍子揃った肌着で、その重さはピーマン2個分。このピーマンにちなんで、宮崎県産のピーマンを買って抽選で商品が当たるといふ、企画が予定されています。(10月末～12月末頃まで) また、かつこよく「うちエコ！」できるよう、パジャマとローブのコーディネートスタイルを提案する「あったかスタイルフェア」を全国の主要百貨店、専門店で展開します。

また、冬の省エネ活動の一環として、毎年11月中旬から3月末まで適正暖房とウォームビズを実施しています。期間中は、社内啓発用のポスターだけでなく、お客様への告知用ポスターや卓上POPを準備し、オフィスの室温20℃の周知を図るとともに、重ね着をして暖かく過ごすウォームビズを推奨しています。特に女性社員が多いことから、「暖かくてかつこいい」をテーマに、社内啓発を進めています。

---

## ワタミエコフォーカス株式会社 (URL: <http://www.watami-ecof.co.jp/>)

---

ワタミエコフォーカスでは、12月1日～3月末日の期間に下記の内容で「WARM B I Z」の取組を本社ビルにて行う予定です。

- ・ 定期的フロアのエアコンフィルター清掃実施
- ・ 廊下の電気は半分のみ点灯
- ・ エアコンの室内機の担当を決め、責任を持ってスイッチの管理をする
- ・ 1日3回、温度が適正であるかチェック
- ・ フロア最終退出者は消灯して、チェック表にサイン
- ・ 週単位、月単位で各自に結果を配信、継続的改善を図る