やりたいことを「覚悟」を持って宣言し、チャレンジし続ける

01 guest

トヨタ自動車株式会社　環境部　企画室長

山戸 昌子 さん

1992年　トヨタ自動車入社　技術管理部
2000年　環境部　製品環境担当
2011年　技術統括部　環境・燃費担当
2014年　環境部　環境室長
2016年より現職

ライフサイクルアセスメント(LCA)分野では社内の第一人者。自動車の生産、使用、廃棄にいたるライフサイクルアセスメント(LCA:Life Cycle Assessment)の考え方を踏まえた総合的な環境評価システム「Eco-VAS」(エコバス:Eco- Vehicle Assessment System)の立ち上げから運用まで一貫して携わった。「トヨタ環境チャレンジ2050」についても企画段階からリーダーとして携わっている。

人とクルマと自然が共生する社会を目指して

トヨタは1937年の創業以来、「クルマづくりを通して社会に貢献する」、「技術と創造で変革をリードする」という想いを貫き、環境問題に対しても、経営の最重要課題の一つとして、困難な課題に真正面から「チャレンジ」してきました。世界初の量産ハイブリッド車プリウス、また燃料電池自動車MIRAIの開発はまさに前例のない挑戦でした。

しかしながら、地球環境は、今なお危機的な状況にあります。温室効果ガスによる気候変動に起因する異常気象や人口増加に伴う水不足や資源枯渇、生物多様性の劣化など、環境問題は広範囲にわたり一層深刻化しています。

地球環境が抱える課題に対し、地球環境に寄り添い続けるために、20年、30年先の世界を見据えた「新たなチャレンジ」が必要であると考えます。クルマの持つマイナス要因を限りなく「ゼロにするチャレンジ」と、ゼロを超える「プラスの世界も同時に目指すチャレンジ」として、「トヨタ環境チャレンジ2050」を掲げました。

「トヨタ環境チャレンジ 2050」～ゼロの世界にとどまらない“プラスの世界”を目指して～

トヨタ環境チャレンジ2050は、6つのチャレンジから成ります。チャレンジ1～3はクルマの持つマイナス要因を「ゼロにするチャレンジ」、チャレンジ4～6はゼロを超える「プラスの世界も同時に目指すチャレンジ」です。

例えば、チャレンジ1「新車CO_2ゼロチャレンジ」では、私たちは「2050年までに2010年比90%低減」に挑戦します。これは「2100年に産業革命以前からの世界の平均気温の上昇を2℃未満にするためには、CO_2の排出をゼロにするだけでなく、マイナス(つまり吸収)にしなくてはならない」といった世界的な予測※に基づいています。このチャレンジ達成のために、エンジン車の燃費向上に加え、よりCO_2排出量の少ない、あるいはゼロであるハイブリッド車、プラグインハイブリッド車、電気自動車、燃料電池自動車といった次世代車の開発を促進し、普及のさらなる加速を図ります。

エコカーは普及して初めて社会に貢献します。電気自動車や燃料電池自動車が普及するためのインフラ整備についてもステークホルダーの皆様と連携して進めていきます。

※IPCC第3作業部会第5次評価報告書2014

詳細情報はトヨタ自動車の公式企業サイトをご参照ください。
http://www.toyota.co.jp/jpn/sustainability/environment/challenge2050/

Q&A

question.1

Q 環境分野でどのようにキャリアを築いてきたのでしょう？

覚悟を決めてやり続けた事がキャリアにつながる

A 学生時代より環境に興味があり、当時環境取り組みが進んでいたトヨタに入社しました。入社後数年は技術管理部で排ガスの暴露評価などを担当し、1998年、環境部創設後間もなく異動し、LCAなどの製品の環境取り組みを担当、2011年技術部門に異動した際には、技術の最先端に携わる一方で社内における環境部の認知度の低さを痛感しました。環境部に再び戻り、環境取り組み2050を策定する際には、「覚悟」を持たないと周りに伝わらないという強い思いで取り組んできました。

question.2

Q 仕事でやりがいを感じた瞬間は？

環境への配慮の必要性を周囲も気がついた時

A 90年初から世界的に地球温暖化が問題視されるとともに、企業活動に温暖化対策を取り入れるべきと考え、車両燃費をCO_2排出量に置き換える事で、設計者に興味を持ってもらうよう工夫しました。97年プリウスの発売時には、車両の全部品の素材を調べ、1年がかりでLCAを算出した結果、社内外から高い評価を頂くと同時に、効率重視の技術者が、CO_2などの環境指標の重要性にも気付くきっかけとなりました。

question.3

Q チャレンジ目標をどのように社内に浸透させたのか？

何度も足を運んで伝える、ぶれずに諦めずにチャレンジする

A「トヨタ環境チャレンジ2050」の企画段階で、「CO_2ゼロ」を目標提案した際には、大きな反響・反発があり、関係者を説得するために、さまざまな手を尽くしました。CO_2を削減することは、設計や生産部門に置き換えると何を目指すべきかを、具体的に伝えるよう心掛けました。また何度も足を運び、トップマネジメント層に理解してもらい、トップの言葉として組織に語ってもらうと一気に浸透が進みました。海外事業体との議論においては、地域によってゼロの捉え方が違ったり、公表することによるレピュテーションリスク※についても指摘され、グローバルにコミュニケーションを進める中で、世界共通で使えるプレゼン資料を作り込みました。何よりも大切なのは、周りを納得させるために、自分自身が、必ずやり遂げるという覚悟をもって、ぶれずに諦めずにチャレンジするという心構えだと思います。

※企業に対する否定的な評価や評判が広まることによって、企業の信用やブランド価値が低下し、損失を被る危険度。評判リスク。風評リスク。

question.4

Q 女性活躍に向けてなにをすべきか？

男女平等で働く権利を意識することと責任を忘れないバランスが大事

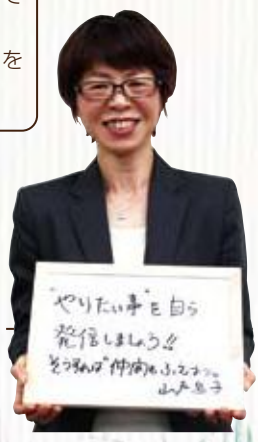
A 90年代、欧州の全自動車メーカーを訪問した際、会議には必ず女性マネージャーが出席していたことに驚きました。夫と家事・育児を完全にシェアし、女性も男性と同じように働くことが既に当たり前になっていたのです。それに比べ、日本は最近やっと変わってきたと感じています。女性が活躍するためには、企業も女性自身も、男女平等で働く権利があることを意識し、ちゅうちょせずに声に出すことが必要です。

一方で女性自身は、当然の権利にあぐらをかくのではなく、仕事への責任は忘れないといったバランスが大切ではないでしょうか。

持続可能な未来に向けて働く女性に一言

やりたいことを自分で声を出してやりましょう。
そうすれば、たくさんの人が力を貸してくれます。

message



トヨタ自動車株式会社
住所 / 〒471-8571 愛知県豊田市トヨタ町1
TEL/0565-28-2121
http://www.toyota.co.jp

包装開発から“未来のあたりまえ”をつくる

02 guest

大日本印刷株式会社　包装事業部　技術開発本部

柴田 あゆみ さん

2003年	DNP入社、包装研究所にて機能性フィルムの開発に従事
2008年	環境包材対策室へ異動、LCAの取り組みを開始
2009年	開発部門に異動、LCAの自動算定システム構築、バイオマスプラスチックのLCA、バイオマスプラスチック製品の開発に従事
2016年現在	開発部門にて、LCA、環境配慮製品・サービスの開発、新形態パウチの開発に従事

DNPにおける4つの成長領域

大日本印刷（DNP）は、「未来のあたりまえ」という価値を提供していく成長領域として、「知とコミュニケーション」「食とヘルスケア」「住まいとモビリティ」「環境とエネルギー」の4つを設定しています。自社の強みを活かして社会課題を解決し企業価値の拡大と社会貢献ができる「4つの成長領域」を軸に事業を拡げていくDNPは、生活者の誰もがその存在を欠かせないものと感じる「あたりまえ」の価値をつくり続けることによって、企業として成長し、社会に貢献していきます。今回の勉強会では4つの柱のひとつ、「環境とエネルギー」の領域における「LCA」※についてお話しします。

※LCA（ライフサイクルアセスメント）：製品が生まれてから捨てられるまで、ライフサイクル全体の環境への影響を評価する手法。

LCAは事業者と生活者をつなぐ有効なコミュニケーション手段

DNPは1995年包装総合開発センターにてLCAの取り組みを開始し、1996年には東京パック96で取り組みを発表。生活・産業部門を中心に他事業部へも展開していきました。今では、さまざまな環境配慮製品について算定を行い、得意先への提案、得意先の依頼による効果検証、製品開発の指標、ホームページや展示会などでの効果のアピール、CFP（カーボンフットプリント）やその他表示に使用しています。

環境配慮製品の算定について2つ例を挙げてお話しします。

1つ目は「DNP透明蒸着フィルム IB-FILM」についてです。これはフィルムに特殊な加工を施し、バリア性を付与した包装材です。透明性を保ちながら酸素や水蒸気から内容物を守り、食品や飲料、医薬品などの品質を維持することができます。また、電子レンジ対応により生活者の利便性向上に寄与するとともに、脱アルミ化、薄層化により環境配慮にも貢献しています。包材によるCO_2削減効果は約20%、調理段階のCO_2削減効果は約80%にもなることが明らかとなりました。

2つ目は「DNP植物由来包材 バイオマテック®」についてです。2012年にはバイオマテックPET（ポリエチレンテレフタレート）を世界に先駆けて開発、上市しました。バイオマテックは石油の代わりにサトウキビから砂糖を精製した際の副産物（廃糖蜜）やとうもろこしなど植物由来の原料を一部に使用することで、石油の使用量を削減しています。また、植物は生育する過程でCO_2を空気中から取り込んでいるため、石油由来のプラスチックフィルムと比較すると温室効果ガスを製品のライフサイクル全体で削減できます。

バイオマテックPETについては東京都市大学、岩谷産業、DNPの共同研究としてLCA算定を実施しました。実際に私は原産地へ出向き、原産国データを入手しました。結果、バイオマテックによる1年間の温室効果ガス排出量約2,260ｔ※の削減につながることを明確にしました。この数字は特別大きくはないかもしれませんが、「ちりも積もれば山となる」という言葉があるように、一人ひとりが意識していくことで環境・社会を変えられると思っています。

※「石油由来PET製品」と「バイオマテックPET製品」について、原料の調達から廃棄までのCO_2削減量を比較。2013年度DNP調べ（2013年4月～2014年3月）。

資源循環システム利用リサイクル包材の開発

紙器系の工場からは、余白部分や余剰部分などの紙が排出され、衛生製品などにリサイクルされています。「資源循環システム利用コースター」は、DNPが排出したものをDNPの自社製品としてよみがえらせ、さらにデザインなどを付与することでより価値の高い製品を作り出すという仕組みから生まれました。FSCリサイクル認証のコースターとして自社内で利用しています。特徴としては自社で排出したものを自社で使用する循環型のリサイクルができること、トレーサビリティの確保ができること、森林認証マーク付与などより付加価値の高いリサイクルができることです。まず第一弾としてコースターを作りましたが、今後、他アイテムへの展開や革新的な製品・サービスの開発にも努めてまいります。

Q & A

question.1

Q どのような職場環境で働いていますか？

周囲のフォロー体制、制度も充実

A 私が所属している開発部門では、女性活躍推進が進んでいると感じます。

私が所属している部でも、出産して育児をしながら働いている方が増えてきており、より働きやすい職場作りが進んでいると感じています。実際に私も産休、育休制度を利用し、現在は時短勤務で働いています。

会社の制度としても。先輩社員が悩みを抱える後輩社員にアドバイスし、自ら問題解決できるようサポートする「メンター制度」が活用されており、より相談しやすい風土作りがなされています。

question.2

Q 仕事において女性の感性を活かせる場面はどのような時でしょうか？

生活者視点が新しいアイデアを生む

A LCAの業務は机に向かって数字を扱ったり、時には外へ出て外部の方との意見交換の場に参加したり、内容のバランスや時間管理の面からも仕事のコントロールがしやすい業務であると考えます。

女性は特に、細かな配慮に優れており、日々の生活の中でさまざまな発見をする場面が多く、一生活者としての視点が仕事に活かされることが多いと感じます。例えば、女性の手の大きさに合わせた包材の設計をしたり、場面ごとの使いやすさを考えたりと生活者の視点をパッケージ開発で活かすことができます。

question.3

Q 今後特に力を入れていきたいことは何でしょうか？

包装から社会に貢献する

A 今後、まず力を入れたいのは、環境配慮製品の普及です。

今地球が直面している環境課題を解決していくためには、生活者一人ひとりが環境に配慮した選択をしていかなくてはなりません。

私は、包装から環境配慮製品を広げ、生活者が自然と環境に配慮した行動ができるようにしていくのが使命だと感じています。

そのためには、業界団体や国とともに、普及の仕組みを考え、10年後、20年後の容器包装を取り巻くリサイクル事情などを想定した開発が必要です。

環境に配慮した新しい包材を生み出し、持続可能な社会に貢献していきたいです。

question.4

Q 働き続けて良かったと思うことは何でしょうか？

働いている母の姿を子どもに見せることができる

A 仕事を続けている中で正直、今まで何度か悩んだ時期もありました。

DNPで働き、いろいろな経験ができて、さまざまな方と交流することができて感謝しています。息子が生まれてからは、その存在が大きな原動力となっています。頑張って働いている姿を子どもに見せていくことで、女性が働いているのは当たり前であり、家事や育児においても自分(男性)が主力なのだと考えられるように育ってほしいと思っています。

持続可能な未来に向けて働く女性に一言

どうにもならなくなった時、「なんとかなるさ」と思ってください。不思議といろいろな事が見えてくると思います。

message

大日本印刷株式会社
本社所在地/〒162-8001 東京都新宿区市谷加賀町1-1-1
TEL/03-3266-2111(総合案内)
http://www.dnp.co.jp/

“想い”を形に、“想い”を次世代へ

03 guest

株式会社マルワ　HIME企画

鳥原 由美 さん

小学校教諭の経験を経て、マルワ(旧 丸和印刷)へ入社。入社後、制作、工務、総務経理を経験。簿記2級、印刷技能士2級、MUDアドバイザー、自費出版アドバイザー、プロモーショナルマーケターなどの資格を取得。2006年には印刷会社での経験を活かし(有)HIME企画設立。女性として、妻として、母として、そして働く女性としての目線で日々お客様と共に考え、心を込めた商品を作り続けている。

株式会社マルワ　HIME 企画
住所/〒468-0011 愛知県名古屋市天白区平針4-211
TEL/052-802-4141　FAX/052-802-9355　http://www.maruwanet.co.jp/hime

誰もが輝ける職場へ

マルワでは平成13年5月ISO 9001(品質マネジメントシステム)、翌平成14年6月にはISO 14001(環境マネジメントシステム)認証を取得しました。当時、女性メンバーでプロジェクトを立ち上げ、二酸化炭素排出量の削減についてごみの分別、社内美化コンクール、節電チェックなど、女性ならではの視点で身近なことからできる事を考えました。

現在では全社員での活動として、月1回全社員会議、部署の垣根を超えた委員会(広報、交流、環境、情報、品質)活動に力を入れています。

半数の社員が女性ですが、女性だけでなく男性も育児に積極的です。チームプレーでお互いを思いやり、男女意識なく対等に話ができる環境作りをしています。

印刷をモノからコトへ

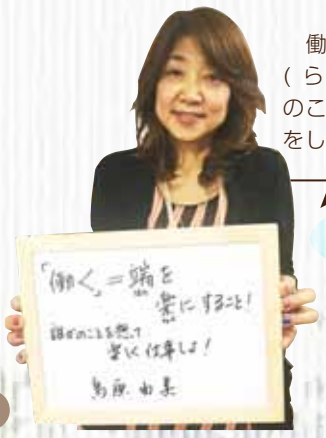
消費の観点は女性が中心です。何を作るにしても女性の視点は必要ですし、それなら自分もできると思いました。HIME企画では特に、お客様の「想い」から入るようにしています。最終的に何を作るかよりも、「何をしたいか」をヒアリングすることが大切です。

印象的な出来事としてはHIME企画立ち上げ当初、セミナーで出会った旅行代理店の方からの依頼で旅行パンフレットを作った時のことです。私たちは、できるだけお客様の商品やサービスを試すようにしています。そこで私は客船に乗り、体験から得られた感覚をもとに、キャッチコピーを考え、デザイン性を重視し制作したところ前年比200%という結果が得られました。その方とは今でも10年以上のお付き合いが続いています。

「人が集い社会に発信する会社」

現在、会社見学を通して、お客様に会社の全てを見て頂く(見せる･魅せる)ことに力を入れています。実際の現場である会社に来ていただき、社員の熱い思いや仕事に対する姿勢を感じ、新しい発見をしていただくことで、さらにお客様と繋がっていくと考えます。今後は、次世代に向けて人を育て、マルワイズムを浸透･継承していきたいと思います。それには、マルワの原点に立ち戻って伝えていく必要があります。マルワアカデミーとして社会に貢献できることが、これからの願いです。今後も私たちは、発想から発送まで、お客様の想いを形にして届けていきます。

持続可能な未来に向けて働く女性に一言



働くとは端(はた)を楽(らく)にすること…誰かのことを想って楽しく仕事をしましょう！

message

Q&A

Q 仕事でモットーとしていることはありますか？

①Smile＆Sincerity ②WIN＆WIN ③101%のサービス

A 大きく3つあります。1つ目はHIME企画の経営理念であるSmile＆Sincerity(笑顔と誠意)です。これを心掛けていれば相手に必ず伝わると信じています。2つ目は、WIN＆WIN。ビジネスをしていく上で双方のモチベーションを上げ、お互いが儲からなければならなりません。3つ目は101%のサービス。リピートのお仕事に対して1%でいいのでプラスアルファの提案をするということです。1.01の365乗は37.8、365日積み重ねると38倍くらいになります。

これからも現状維持は望まず、常に新しいことに挑戦していきたいと思っています。

「未来の子どもたちに美しい自然を残したい」をテーマにスーパーを舞台に環境学習を行っています

04 guest

ユニー株式会社 業務サポート本部 CSR部 マネージャー
土井 万寿美 さん

2004年に入社、ヘルスアンドビューティー部で三河地区などの4店舗勤務を経て、2011年に環境社会貢献部に配属、2013年環境社会貢献部のマネージャーに昇格、2015年3月に出産、約1年の育児休暇を得て、2016年4月から復職。2016年現在CSR部(2016年8月に環境社会貢献部から名称変更)マネージャー。

ユニー株式会社
住所/〒492-8680 愛知県稲沢市天池五反田町1
TEL/0587-24-8093　FAX/0587-24-8034　http://www.uny.co.jp

「地球にやさしいお買い物」でエコライフスタイルを実現

ユニーは「エコ・ファースト企業」として、消費者に身近なスーパーの店舗から環境活動に取り組んでいます。その取り組みは大きく3つ。①持続可能な循環型社会構築を目指し、廃棄物の発生抑制と資源循環の推進②持続可能な社会構築のための環境教育の実施③消費者の行動変革による、持続可能な社会の構築です。

この中で私が主に担当しているのが、②の環境教育の企画・立案と③の環境配慮商品の「eco!on」の開発です。お店を舞台にした「お店探検隊」という環境教育では、地域の方々が使い終わった容器を持ってくるお店のリサイクルボックスの見学、バックヤード見学、普段使っている商品からエコな物を探す「環境ラベル探し」、リサイクル工作など私たちが企画・立案したことを、各店舗の店長を中心に実施しています。

また、プライベートの環境配慮商品「eco!on」などは、購入していただいてはじめて地球環境に貢献できます。ところがこれまでの環境配慮商品は地味で、販売に結びついていないものもありますので、そんな商品の改良に取り組んでいます。例えばこれまで、店頭で回収した牛乳パックをリサイクルしたトイレットペーパーがありました。このパッケージを牛乳パックに似たデザインにすることで、お客様が一目見てリサイクル商品ということが分かり、興味をもっていただけるようになりました。

実は私は大学では教育学部で教職免許を取得しましたが一般企業に入社しました。全く別の業界だと思っていましたが、現在の仕事は大学で学んだことが役に立っていることが多く、とても嬉しく感じています。

私は環境活動は難しいことでなく、普段のスーパーでの買い物からでも学び、行動できることを次世代の子どもたちに向けて伝えていきたいと考えています。

ユニープライベート商品
「回収された牛乳パックを使ったトイレットペーパー」

仕事と育児の両立に向けて

2016年7月20日時点で従業員は、女性が2万1,000人(79%)、男性が5,500人(21%)ですが、管理職の割合は男性が96%で、女性は4%となっています。働く人は女性が多い、しかし、管理職は男性が占めているという現状です。

お買い物の主導権をにぎるのは女性が多いので、弊社も、もっと女性の管理職を増やし、商品の品揃えや店舗運営にも女性の視点を反映できないかと考えています。そこで今年の4月から3ヵ年計画で女性活躍推進行動計画を定め、2020年を目処に、女性管理職の割合を10%にする目標を策定しました。

ユニーでは仕事と育児や介護を両立するための制度は比較的充実していると思います。最近では育児休暇の延長や、男性の育児休暇取得の推進、出産や介護を理由に退職した場合に、正社員として復帰することも可能となりました。一方で、制度は充実してきましたが、まだ実際は使いにくい現状があります。忙しく追われる業務の中、私が時短を利用できるのは、周囲の方々のサポートのおかげだと、本当にありがたく思っています。

自分の後輩の中には、仕事のキャリアの面で考えると結婚・出産に尻込みをしている人がいます。私自身も復帰して4～5ケ月なので、自分でもまだ仕事と家庭の折り合いがつかない状況ですが、結婚・出産・育児などの人生の大切な節目に退職しないで働き続けられる環境になり、実際に私が制度を利用しながら輝いて働いている姿を見てもらうことで、悩まなくても行動できる女性が増えて欲しいと思います。

Q&A

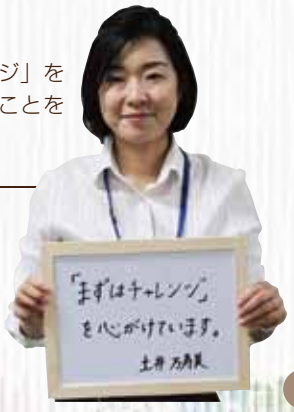
Q 女性管理職について、どう思いますか?

性別に関わらず、能力次第で活躍できることを実証

A 弊社で、女性の部長も女性の執行役員になったのも、現在の自分の上司が初めてでした。特に女性執行役員はまだ一人しかいません。大卒の入社は男性:女性が20:1で、管理職はほとんどいなかったそうです。

私はそんな上司を見て、性別に関係なく、能力によっては要の仕事を任されて活躍できる場が与えてもらえるということを実感しています。働く上で自分の目標となる人が身近にいて、その仕事ぶりを見ることは、本当に幸せなことだと感じています。

持続可能な未来に向けて働く女性に一言

「まずは、チャレンジ」を心がけて、いろいろなことを行っています。

message