



「日経エコロジー」賞

〔協力 日経 BP 社〕

タイトル

「環境提案力アップとエコマインドアップを目指す！！」

ユニット名

ダイキンエコとも隊（ダイキン工業株式会社および国内空調グループ関連会社）

受賞理由

- 自社の省エネ製品販売による CO₂ 削減目標値を社員各自が「環境名札」に掲げて、環境提案・セールスを行うなど、営業と顧客への環境アプローチのアイデアが大変面白い。
- 本業と地球温暖化対策をきっちりと上手に結び付けている。

所在地：大阪府大阪市北区中崎西 2 丁目 4 番 12 号

構成人数：3,150 名

活動概要

1. 環境セールス「5馬力1トン運動」

約 30 坪の店舗に設置の 10 年前のエアコン（5 馬力）を最新の省エネエアコンに更新すると、年間で 1 トンの CO₂ 削減効果となり、このキャッチフレーズを合言葉に各種環境セールスを展開。また省エネ製品販売により CO₂ 削減目標を名札に掲げて環境営業提案を実施

2. 全社員エコピープル計画

環境セールスの土台となる環境知識を習得する手段として、国内の空調グループ全社員が eco 検定合格を目指し、合格した社員は、名刺にエコユニットマークと「環境社会検定試験合格」マークを記載（現在、エコピープルは 1,487 名）

3. 顧客のエコアクションと森林再生をつなぐ「Re: エアコン・プロジェクト」

自社の家庭用エアコンの機能として、エコ運転の時間に応じてリモコン内のディスプレイに「木」が育つしくみを取り入れ、木が成木になった連絡を受けると、インドネシアの国立公園などで植樹を実施（2009 年 3 月現在、80 ヘクタールの面積に植林を実施）



環境セールス推進メンバー



インドネシアでの植林の様子
インドネシア環境大臣 M.S カバン氏（右）と
ダイキン工業 CSR・地球環境センター室長（左）