

ノーリツ、 7月の本格節電シーズンを前に、 「神戸発スーパークールビズ」は社内販売で

～ワールド社の協力でポロシャツを販売、「服装基準」にも納得の声～

湯まわり設備メーカーの㈱ノーリツ(本社:神戸市、代表取締役社長:國井総一郎、資本金:201億円、東/大証一部上場)は、本格的な節電が必要な7月に向けて、対策の一つとして「スーパークールビズ」を推奨しています。

◆神戸企業同士で協力。ワールド社によるポロシャツの社内販売で普及を目指す

企業の節電対策は現在、東日本が主な対象となっていますが、電力不足懸念は全国に広がっており、関西でも、関西電力から昨夏ピーク比15%の節電要請がありました。ノーリツ本社では、オフィスの室温はセ氏28度に設定。これにとめない、社内での服装対策を進行しています。

男性には、ノーネクタイ、ポロシャツ、チノパンでの「スーパークールビズ」を推奨しています。



17日のポロシャツ社内販売の様子

抵抗感を極力軽減できるよう、同じ神戸市に本社がある総合ファッションアパレル企業 株式会社ワールドの協力で、機能素材インナーウェア「アイスビート」の鹿の子ポロシャツを中心に、「タケオキクチ」「アダバット」の、白・黒・紺というベーシックな色を中心に、暖色系や襟がチェック柄などデザイン性のあるポロシャツ、スキッパー(ボタンのないポロシャツ)などを販売しました。

◆社内販売の場が「服装基準」の質問会に。納得してスーパークールビズ化へ

実際に商品を手に取り「このデザインは着用してもビジネス上問題ないか」といった質問や感想があり、スーパークールビズの導入に躊躇していた当社従業員からも「具体的に服装の基準を確認することができてよかった」という声が聞かれました。

女性は、従来内勤者は制服着用でしたが、私服を推奨し、室温に合わせた服装で勤務しています。「職場用の洋服を買い足すこととなり、どんな服装が適切か迷ったが、女性社員同士で情報交換をして、ふさわしい装いをこころがけている(内勤・女性)」など、各自でこの夏を乗り切る工夫をしています。

より節電対策が必要となる盛夏に向けて、7月以降も「関西発のスーパークールビズ」を推奨する予定です。