RICOH

グリーンプロモーション「エコひいき」

地域も、会社も、元気にする！
リコー中部販売グループの環境活動

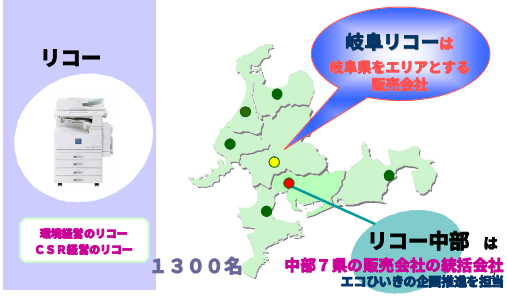
リコー中部販売グループ

2007･12･08 (土)
(於) 岐阜市県民ふれあい館[1]

RICOH

0．リコー中部販売グループは・・

私達は、リコーグループの中部７県に所在している地域の販売会社です！



販売会社の「環境経営」とは？

RICOH

ISO１４００１取得
リコー名古屋支店/愛知リコー

■環境のリコーと言われるけれど・・・

■私たちは、環境商品だけ売っていれば
いい？？？

3

自問自答のなかから

RICOH

「環境コミュニケーション力」を生かした環境経営

～ 販売活動を通じて、地域の事業所に環境情報を届ける ～

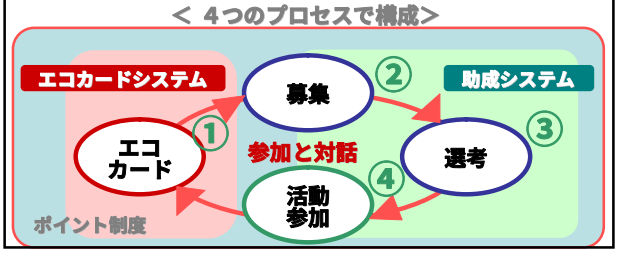
1．「エコひいき」とは

RICOH

２００２年からはじめた
中部７県の環境市民団体を対象とする
地域環境活動の協働の促進を目指す
助成プログラム

- ２０万円／テーマ
- 最大１０テーマ
  (2004年度～)
  (２００２～03年度)

＜ ４つのプロセスで構成＞



2-1 エコひいきの仕組み ① 助成が実現するには

RICOH

お客様から エコカードを集める
＜ポイント制度＞

エコカード
（お客様の賛同書）

助成システム
２０万円
最大１０テーマ（２００４年～）

＜参加と対話＞

社員が
納得
→説明

※市民活動に企業が
応援する大切さ

お客様が
納得
→賛同

Web
入力

事務局
集計

エコカード
ポイント
換算

たとえば
目標ポイント
２０００P／
１０テーマ

２００ポイントで
１テーマ助成が決定

原資は
リコー中部G

●→ ＜強化したいこと：お客様とのコミュニケーション力＞

2-2 ② 市民団体の募集は

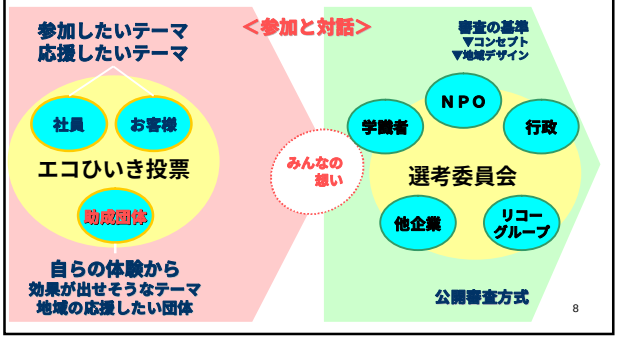
RICOH

7

2-3 ③ 審査選考は

RICOH

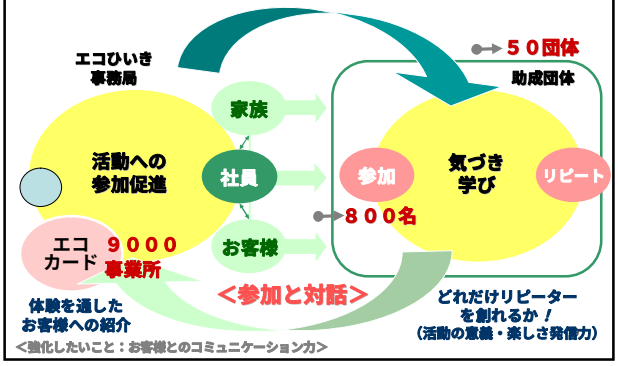
みんなで「エコひいき」



8

2-4 ④ 活動への参加促進

RICOH



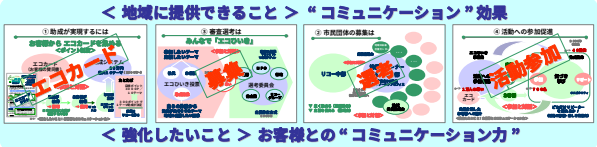
3．「エコひいき」事業のポイント

RICOH

<本業での価値創造と地域貢献の両立を目指して>

1）本業の機能と密着した仕組みへのこだわり

< 地域に提供できること > “ コミュニケーション ” 効果



< 強化したいこと > お客様との “ コミュニケーション力 ”

2）多くの人の「参加と対話」を促す仕組みに

社員・お客様・市民団体・行政・学識者・ＮＰＯ・家族・・・

3）ステークホルダーと よりよい仕組みを

10

4．何のために展開するのか

RICOH

エコひいき

<狙い> < 地域も、会社も、元気にする！ >

地域社会との共生を目指した経営モデルへの試行

1．地域社会から選ばれる企業となるために
2．販売会社ならではのコミュニケーション力を軸に
3．本業価値の強化を目的とし、その結果が地域貢献に

<強化したいこと> お客様へのコミュニケーション力

お客様 NPO　エコひいきの様々なシーンでの出会いと気づき

豊かな社員

11

活動例

RICOH

多治見メダカカンパニー（2007）

なごや東山の森づくりの会（2007）

NPO法人自然、生活共生会（2006）

大谷地区グリーンツーリズム推進協議会（2006）

RICOH

グリーンプロモーション「エコひいき」２００８

２００８・４月～予定

お問合せは　リコー中部株式会社　CSR推進室
千賀もしくは竹政　まで
電話：052-201-8278

※御願い：２００８･２月に本社中村区に移転のため代表が変ります。
現時点では番号未定ですので２月以降はHPでご確認くださるようお願いいたします　13