

民間企業の取組の実施

No.	施策の種別	施策類型	企業の業種	対象	連携先	取組の実施場所	その他	取組事例
1	適切な情報提供 (特定のグループ に向けた媒体の工夫)	外国人を対象とした情報提供 ・熱中症予防について、異なる言語で外国人に対しても適切に情報提供を行う事で、外国人の熱中症予防行動が取りやすくなる	飲料製造	市民、訪日外国人	民間団体	渋谷駅前広場 (啓発イベント)	民間団体と連携し、渋谷に在る訪日外国人及び日本人に向けた熱中症予防啓発イベントを2日間実施。 ・4か国語の啓発メッセージ入りのステージの設置 ・スポーツドリンク、ウチワの配布 ・テレビ、Webサイトなどのメディアへの掲載	
			小売業	顧客、外国人		店舗	・英語・中国語・韓国語・タイ語での啓発動画を、店内モニター及び店外大型ビジョンで放映し、来店客や通行人へ呼びかけ。また、自社の多言語ホームページ上でも放映。 ・店内に、熱中症を予防する4つの声かけを4か国語に翻訳したポスターを掲出	
			航空輸送	顧客(外国人含む)		機内	・機内ビデオにて英語表記を交えた啓発動画を上映 ・機内誌「SKYWARD」へ熱中症予防の啓発記事を掲載	
			ホテル業	宿泊者(外国人を含む)	製菓会社	ホテル内	熱中症予防の啓発活動を実施した。 ・ホテルのフロントロビーにて、冷たいおしぼりと冷水サービスを実施。 ・温度計を設置。 ・本日の「暑さ指数」予測を掲示。 ・外国人宿泊者を対象に環境省作成熱中症についてのリーフレットを配布。 ・日本語、英語、韓国語、中国語による熱中症予防啓蒙POPを掲示。 ・民間の製菓会社と連携し、塩飴を各1000個提供いただき、宿泊者へ配布。	
2	適切な情報提供 (特定のグループ に向けた媒体の工夫)	労働者を対象とした情報提供 ・熱中症リスクの工場内での業務従事者を対象として情報提供を行う事で、実態を踏まえた適切な熱中症予防行動が取りやすくなる ・職場内における熱中症指数の計測や、パトロール、食堂内の塩分の設置など、従業員が取組を推進しやすい工夫がみられる	飲料製造	市民、社員		工場とその付近	・工場外へのポスター掲示 ・社内報にて全国の工場での啓発を紹介 ・工場従業員及びグループ会社向け勉強会を実施 ・工場内全34カ所・見学場所に熱中症指数計を設置 ・熱中症対策飲料水を設置、食堂に塩飴とごまおしおを設置。 ・工場内にポスターを掲示 ・熱中症警戒メールを全従業員に配信	
			鉄鋼製造	従業員		社内	・安全ベストの前面と背面に熱中症指数を掲示してパトロールを実施。(熱中症指数レベル上昇に伴いパトロール回数を増加。) ・食堂において、健康診断と兼ねて健康増進や夏バテ・疲労回復等、健康メニューフェアの実施、熱中症等夏場の体調管理に関する社内放送などの社内啓蒙 ・食堂サインージへの熱中症情報の掲載 ・高温職場等の各職場にてWBGT計の設置	
3	適切な情報提供 (特定のグループ に向けた媒体の工夫)	屋外での運動を行う市民を対象とした情報提供 ・屋外で運動する市民に情報提供を行う事で、熱中症リスクの高い層に直接アプローチができる	飲料製造	市民ランナーなど運動を行う市民		都内の公園(運動公園) (公園で運動を行う市民向けの啓発イベント)		ランナーの利用者数が多い都内の公園を2箇所選定し、熱中症予防啓発イベントを開催した。ランニングをしている市民を中心に、同社製造のスポーツドリンクを計7500本配布するとともに、スポーツシーンにおける熱中症対策について具体的に提案・サポートを行った。また、ランニング前のストレッチ講座も開催し、公園の利用者に参加しやすい仕掛けを盛り込んだ。
4	適切な情報提供 (媒体の工夫)	全社員による熱中症啓発活動 ・全社員が熱中症予防対策について問題意識を持ち啓発を行う事で、一般市民に対して効果的な情報提供が実施できる ・上記を推進するために、啓発シールを貼った名刺やブックレット等、取組を行いやすい工夫が見られる	ミネラルウォーター製造・販売	市民	販売店、仕入先、運送会社等	宿泊施設、教育関連施設、体育館、競技場、老健施設、ゴルフ場など		・全国45都道府県の一般消費者及び販売店にて全社員が啓発活動を実施 ・賛同会員企業を募集し、消費者、販売店、仕入先、運送会社等の計72社が申込み ・オリジナル啓発ポスターを、ホテル、教育関連施設、体育館、競技場、老健施設、ゴルフ場、各種公共施設、オフィス、工場等、全国1,000カ所に掲示 ・啓発シール名刺1,500枚、啓発ブックレット3万冊を手配して配布 ・全国各地域の啓発活動を収集した新聞を作成し、販売店へメール配信
		熱中症予防商品の製造会社社員を講師に招聘した講話の開催 ・より具体的な知識の普及が見込まれる ・参加者にとって具体的な対策がイメージしやすい	飲料製造	社員		工場		職場における熱中症予防対策について、熱中症対策アドバイザーの社員が講師となり勉強会を開催した。職場における熱中症の発生事例を紹介するとともに、一人ひとりの予防意識だけでなく、声を掛け合うといったコミュニケーションも欠かせないことを伝えた。
			飲料製造	市民	自治体	行政、民間企業、学校、動物園、消防本部等	・行政、民間企業、学校、部活動、スポーツ教室等に社員が出向き、熱中症セミナーを開催。 ・各自自治体と連携したセミナーやイベントの実施	

5	適切な情報提供 (媒体の工夫)	(前頁より続く)	栄養機能食品製造	市民、取引先企業		企業、高齢者施設、イベント会場	<ul style="list-style-type: none"> ・企業・高齢者施設等にて熱中症予防セミナーを実施 ・イベントでの熱中症対策飲料の無料配布や健康セミナーの実施 ・「ひと涼み自動販売機」として、レジャー施設等の自動販売機に「ひと涼みアワード」のポップを掲出 ・顧客訪問時のカタログ、イベントの景品等に「ひと涼みアワード」を掲載 ・全拠点で「ひと涼みアワード」の啓発のほりを設置 ・配送・営業車面にオリジナル啓発マグネットを貼付 ・取引先への挨拶時の名刺に啓発シールを貼付 ・飲料販売・自社イベント等での啓発活動 ・オリジナルワッペン着用により、社内意識統一及び取引先への啓発 ・自動販売機のトップボード・インナーボードの取付 ・全拠点へ啓発ポップ付きウォーターサーバーを設置
6	適切な情報提供 (媒体の工夫)	スマートフォンのボイス機能やLINEスタンプなどを用いた情報提供 ・多くの社員が日常手に取るスマートフォンのアプリ等の機能を用いることで、効果的な注意喚起ができる	空調工事・修理	社員		社内	啓発シール付き名刺の配布、 注意喚起ボイスのスマートフォンでの配信、LINEスタンプ風の声かけ画像のSNSへの送信 、熱中症かもリストの作成等、社内外へ向けた啓発の工夫
7	適切な情報提供 (媒体の工夫)	インスタグラムを用いた情報提供・キャンペーン ・SNS(インスタグラム)を用いたコンクールやプレゼントキャンペーン等、懸賞の要素を入れることで、人々の参加を促しやすい取組となっている ・拡散により多くの人の目に留まりやすい ・写真イメージを共有することで、具体的な対策がイメージしやすい	化粧品製造	市民		SNS	「ひんやりフェイスマスク」を通じた、熱中症予防の声かけを行った。 ①美容雑誌への掲載 ②店頭の販促物に「熱中症予防声かけプロジェクト」POPをつけて展開 ③公式インスタグラムで「夏の熱中症予防声かけプレゼントキャンペーン」を実施 インスタグラムでのプレゼントキャンペーンでは、市民の熱中症対策を集い、涼しげな写真とともにハッシュタグ「#熱中症予防声かけプロジェクト」をつけることを応募方法とした。
			ミネラルウォーター製造・販売	市民		SNS	InstagramにてPHOTOコンテストを実施し、水分補給のシーンや夏をテーマとしたスナップ写真を募集することを通じて、熱中症予防の啓蒙を促進した。Facebookページにも告知を行った。
8	適切な情報提供 (方法の工夫)	衣類の試着品を配布する事による情報提供・啓発活動 ・熱中症対策における衣類の重要性について情報提供を行うとともに、販促活動にもつながる	スポーツ用品製造・販売	市民	雑誌	イベント会場	<ul style="list-style-type: none"> ・テニス雑誌と連携したイベントの参加者に同社製造のウェアの試着品を配布 ・テニス情報誌に、同社製造のウェアを試着した方の感想を掲載し、暑さ対策の重要性をアピール ・第48回吹田まつりにて、熱中症予防啓発ブースを設置。スポーツ時の対策等に関するアンケート実施、スポーツウェアを紹介し、夏場のスポーツ中の熱中症予防を提案
9	適切な情報提供 (方法の工夫)	取引先への書類発送時の塩飴等による情報提供 ・日常業務で使用する書類の発送を有効に活用し、塩飴の配布と共に熱中症対策を呼び掛けている	空調・冷凍・冷蔵機器 施工・販売	取引先・協力的会社		取引先	取引先・協力的会社への書類発送時、 送付状に熱中症対策のコメントを記載し塩飴を同封した。日常業務で使用しているツールを有効活用した。送付状のコメントは熱中症の具体的な注意喚起を手書きで記載し、客先にも喜ばれた。
10	適切な情報提供 (方法の工夫)	顧客訪問時の情報提供 ・顧客訪問時にピラを配布することで、顧客に対して効率的・効果的に熱中症予防を行う事ができる ・対象者に合わせて異なるピラを用意する事で、実情に合わせた効果的な情報提供ができる	金融・保険	市民(高齢者・子ども等を含む)		顧客訪問時	「企業向け」「高齢者向け」「子ども向け」の3種類のピラを作成・配布。Face to Faceでの訪問活動という事業の特性を生かし、顧客訪問時や、駅前等、全国各地でピラを配布することで熱中症予防に向けた啓発活動を展開した。また、熱中症予防声かけ出陣式に参加し、ピラとあわせてうちわ、クールウェット、都こんぶを配布し、健康増進の呼びかけを行った。
11	適切な情報提供 (方法の工夫)	イベント時の来場者やイベント関係者への情報提供 ・人が集まるイベントの時期を考慮した啓発イベントを行った。祭りの関係者を対象とした啓発イベントを実施する事で、リスキの暑い真夏のイベント時などに効果的な予防啓発となっている	飲料製造	市民		祭り、イベント会場	<ul style="list-style-type: none"> ・祇園祭り期間中の京都駅前でイベントを開催し、団扇及び同社ブランドの清涼飲料を配布し、国内観光客やインバウンドの外国人に対して熱中症予防を啓発。 ・岸和田だんじり祭り関係者を対象の「救命救急講座」、小学校校庭資料クラブ関係者対象の「応急救護講座」へ、ドリンク及びうちわを提供。

12	適切な情報提供 (方法の工夫)	熱中症リスクの高い時期や場所を見計らった啓発イベントの実施 ・人が集まる場所や観光客の多い場所、真夏の時期等、TPOを考慮した啓発イベントを実施している ・自治体と連携をすることで、効果的な予防啓発となっている	飲料製造	市民	自治体	市民 (啓発イベント)	官民連携	熱中症リスクが特に高い場所や時期を狙ってイベントを企画し、市の繁華街・リバーウォーク、三越広場、JR駅前広場の3会場で、同社製造の飲料を各会場5000本ずつ配布し、熱中症予防を呼びかけた。また来場者を対象とした熱中症に関するアンケートも実施した。 各自治体との連携も行い、官民一体で予防啓発を実施した。
13	適切な情報提供 (内容の工夫)	街中で自由に水を飲むことができる場所を地図化して配布 ・地図に給水可能な場所を載せることで、人々が容易に水分摂取を行うことができる	生活密着型商品の開発・販売	市民	関係会社等	学校、公共施設、集客施設、飲食店舗、工場、スポーツ施設等		・給水検査サイト「みずまっぷ」配信し、街中で自由に水を飲むことができる場所を伝達 ・熱中症予防啓発ポスターや冊子を学校、公共施設を通じて配布 ・進学フェアにおいて冷水器の設置及びマイボトルの無料配布を実施 ・関係会社105事業所の賛同会員と連携し、啓発・啓蒙活動を実施
14	適切な情報提供 (内容の工夫)	水分補給のタイミング例や経口補水液の作り方等に関する情報提供 ・具体的な対策がイメージしやすい ・一般市民が商品を購入する事無く自宅でも安価に適切な飲料を作る事が出来る ・緊急時でも家庭にあるものを用いて経口補水液を作ることができる	飲料水の販売	宅配水利用顧客 新規営業先		営業客先		販促キャンペーンと絡めた熱中症予防の啓蒙活動を行った。 各フライヤー裏面に①熱中症予防の5つのポイント、②こまめな水分補給のタイミング例、③簡易経口補水液レシピを掲載し、宅配水利用顧客やグループ企業のガス顧客、地元フリーペーパー経由等で3ヶ月間で約50000枚を配布した。
15	適切な情報提供 (内容の工夫)	熱中症予防対策におけるコミュニケーションの重要性に関する啓発活動 ・工場の従業員がお互いに注意しあう事の重要性を教えることで、従業員が互いに様子を伺い、熱中症予防を取り組みやすくなることできる	飲料製造	社員		工場		職場における熱中症予防対策について、熱中症対策アドバイザーの社員が講師となり勉強会を開催した。職場における熱中症の発生事例を紹介するとともに、一人ひとりの予防意識だけでなく、声を掛け合うといったコミュニケーションも欠かせないことを伝えた。
16	適切な情報提供 (内容の工夫)	血管年齢を測定することによる予防啓発 ・熱中症症状の発症における血管の働きについて情報提供する事で、健康管理の観点からの予防啓発につながる	保健・医療・福祉関係 コンサルタント	市民	温暖化対策協議会	市民		温暖化対策協議会の応応グループ熱中症対策班と合同で、熱中症のポスター展示、液晶温度計付熱中症予防カード・パンフレットを配布した。訪れた人の血管年齢を測定し、熱中症に対しての意識の向上を図った。
17	ハードの整備 (ウォーターサーバー設置)	イベントにおけるウォーターサーバーの設置 ・スポーツイベント等の人が集まる場所にウォーターサーバーを設置する事で、熱中症リスクの高い状況に置かれる人々向けに水分補給を促すことができる ・チラシをウォーターサーバーに設置する事で、効果的な水分補給の方法を情報提供できる	ミネラルウォーター製造・販売	市民、従業員		サッカー場、区役所、店舗	イベント時	・サッカーJ1グループマッチにおいて、「ひと涼みアワード」ロゴ入りボトルネック付きペットボトルを配布。ウォーターサーバー設置。 ・ウォーターサーバーに水分補給と熱中症予防を啓発する「水活用ガイドチラシ」を同封 ・グループ社内報へ、熱中症の注意喚起、熱中症対策を掲載 ・〇〇市内店舗、イベントブースへウォーターサーバー設置 ・イベント来場者へ水分補給を勧め、「熱中症予防チラシ」を配布
18	ハードの整備 (クールスポット)	店舗を涼み処として近隣住民に開放することによりクールスポットの機能を持たせる ・市民にとってクールスポットとして気軽に利用しやすくなる、企業にとっても人々に店舗に足を運んでもらいやすくなる効果も期待できる ・ウォーターサーバーを設置する事で水分補給を促すことができる	小売業	市民	自治体	店舗		・のぼりとウチワを制作し、全国のドラッグストアに配布 ・店舗をひと涼み処とし、店内ウォーターサーバーの水を地域住民に無料提供 ・ウォーターサーバーに熱中症予防啓発シールを提示 ・熱中症関連商品特集コーナーの設置 ・熱中症声かけ関連イベントへの社員の参加と、啓発ウチワの提供 ・啓発チラシ・ポスターの提示、ウチワの配布 (2017) 全国の店舗約1300店舗に「熱中症予防声かけプロジェクト」のツールとしてののぼりを作成・店頭に設置した。またウォーターサーバーにシールを貼付し市民に店舗での休憩・無料ウォーターサーバーの利用を促した。また、全国の自治体を通じて、オリジナルミネラルウォーター(500mlペットボトル)を約30000人に無料配布した。(2018)
19	ハードの整備 (ミスト・緑化・その他)	開発計画における熱中症対策手法の導入 ・街区の開発計画段階で熱中症対策につながる緑化やミスト、舗装の採用を検討、また、風が抜けやすい区画計画とする等、住民の熱中症予防への考慮が見られる	不動産	開発地に居住する住民等		開発地		不動産開発の街区計画の際に、風が抜けやすい区画レイアウトを採用したり、緑化や蒸発冷却手法(ミスト・保水性舗装)を導入し、街区の気温や地表面温度を下げる取組を実施している。

20	その他取組の工夫	<p>社内コンクール形式を用いた建設現場等における現場担当者による主体的な熱中症対策の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コンクール形式を採用することで社員の自発的な熱中症対策を促し、問題意識と責任感の醸成を促しやすくする ・各現場の多様な実態に応じた熱中症対策が可能となる 	建設・施工	社員		各現場	<p>各現場担当者が熱中症対策を実施し、それを会社が評価するコンクールを開催した。各現場に応じた独自の工夫を凝らすことを目的とし、社員の熱中症に対する危険意識の向上と、下請負業者や周辺通行者にも波及することを期待して実施した。サーモグラフィを導入し、作業員に対して視覚効果を利用し注意喚起を行うことができた現場を優勝とした。</p>
21	その他取組の工夫	<p>職場パトロールによる熱中症予防</p> <ul style="list-style-type: none"> ・暑い時間帯の職場パトロールにより、タイムリーに熱中症予防を呼びかけることができる ・ベストに暑さ指数を提示するなど、熱中症リスクを認知しやすくすることで対策を促しやすくなる 	鉄鋼製造	社員		社内	<p>毎週、熱中症で労災が発生しやすい14時～16時にかけて各職場をパトロールし、熱中症予防を呼びかけた。また、ベストに暑さ指数を掲示することで、熱中症危険度を認識してもらおう工夫を行った。</p>