

企業

(株)肥後銀行様

意識の高さが数値に 前年同月比約 30%減



ステッカーなどが張られ
一人一人の節水意識が高い
肥後銀行 = 本店給湯室

「肥後の水資源愛護賞」の顕彰や財肥後の水資源愛護基金などを通し、水資源のかん養と保全、節水活動を積極的に推進している肥後銀行（本店・熊本市練兵町、126 店舗）は、自らも積極的に環境保全の取り組みを行っています。

「全店舗の給湯室に節水ステッカーを張っているほか、本店・本館・別館には、ISOの環境推進部会員や環境監査員を各部署に配し、節水をはじめさまざまな節減の取り組みを行っています」と同行。

節水社会実験が実施された今年7月の本店・本館・別館の上水道使用量は、前年同月比より約30%減の807 m³。「別館冷房を水冷から空冷に変更したほか、食堂を半調理品の持ち込み方式にしています。また女子トイレの擬音装置使用が徹底されてきたことなどの影響も挙げられますが、何より全行員の日々の節水意識の高さが結果に表れていると思います」

肥後銀行の主な取り組み

- 九州の金融機関で初めて ISO14001 の認証を取得
- ISOの環境推進部会員による啓発活動
- 環境監査委員による動態チェック実績確認などを実施
- 全店の給湯室に節水ステッカーの貼付
- 節水器具展を各支店ロビーにて巡回実施
- 熊本市内の本支店全店に節水コマを設置
- 平成16年に全店の女子トイレに擬音装置を設置
- 流通団地支店、松橋支店では雨水を貯水槽にため、それを水洗便所の水や散水用として利用



平成11年からスタートした
各支店巡回の節水器具展

個人

森下直衛様

“雨水貯留タンク”を設置 水やりや洗車に活用

今年、市の助成制度を活用し雨水貯留タンクを設置した森下さん一家。「屋根に降った雨水を雨どいから直接ためる構造。庭の草木の水やりや洗車などに活用しています」と森下直衛さん（51）。雨水貯留タンクに加え、「節水おもり」「節水シャワーヘッド」をとり入れ、さらに節水を推進。それまでも水は大切に使うように心がけていた森下さん一家でしたが、大きな影響を与えたのが、義母の加来はるかさん（79）。水をためて洗顔をし、米のとぎ汁は、庭にまくなど

“節水が当たり前”のライフスタイル。雨水貯留タンクの設置は、そんなはるかさんのリクエストでもありました。その節水効果はすぐに表れ、一家5人の1ヶ月の水道使用量は32 m³から30 m³に。熊本市の目標とする節水レベル「5人家族で31 m³以下」も軽くクリアしました。「無駄に使っていた水をなくしただけ、不自由はありません」と妻の千恵子さん（52）。『節水が当たり前』というはるかさんのライフスタイルが森下さん一家全員のライフスタイルへと広がりを見せています。



雨水貯留タンクの水を庭木の水やりに
利用する、はるかさん

森下さん一家の主な取り組み

- 雨水貯留タンクを設置
- 風呂の残り湯で洗濯
- 節水シャワーヘッドを使用
- 歯磨きのときは、コップで必要な量だけ使う
- トイレのタンクの中に節水おもりを設置
- 米のとぎ汁は庭にまいて草木の肥料に



節水シャワーヘッドに交換

会員の 節水活動レポート

わくわく節水倶楽部会員の皆さま、7月の「節水社会実験」に参加いただき、ありがとうございました。今年は会員の方々をはじめ多くの市民の皆さまの取り組みで、対14年度比3.1%減となりました。

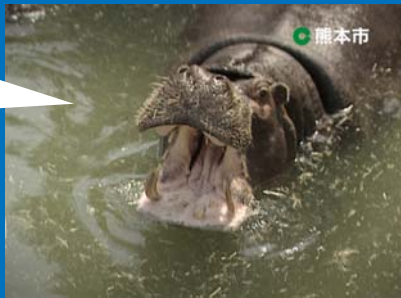
引き続き、節水へのご協力をよろしくお願いいたします。

今回は会員の皆さまの中から、

企業・学校・個人の節水の取り組みを紹介します。

これからも、
くまもとの水を
大事にね～！

CMにも出演！
熊本市動植物園のカバ
「ザブコちゃん」



皆さま、ご協力
ありがとうございました！

※わくわく節水倶楽部の加入状況[平成18年9月30日現在]
延べ構成人数 128,447人
[125団体、236事業所、111行政機関、606個人(世帯)]

街で、見かけましたか？

節水社会実験 応援活動

懸垂幕
看板



●(株)鶴屋百貨店



●九州電力(株)熊本支店



- くまもと阪神(株)県民百貨店
- (株)鶴屋百貨店
- (株)ダイエー熊本下通り店

館内放送
うちわ
広報紙配布

「くまもと阪神」1階の
案内所に置かれた
節水キャンペーンの
広報紙とうちわ



広報紙
会報誌設置

- 日本郵政公社
- (株)肥後銀行
- (株)熊本ファミリー銀行
- 熊本信用金庫

「佐土原郵便局」内に置かれた
広報紙と会報誌

学校

碩台小学校様

放送などで「節水」PR
学校全体に活動が定着

熊本市立碩台小(松本謙二校長、205人)では昨年度から節水活動をスタート。社会科の授業などで「くらしと水」の課題に取り組む4年生が主体となり、活動を引っ張っています。

節水の認識をさらに深めようと、7月には水保全課の的場弘行さんを講師に招いて、「節水チャレンジ体験学習」を実施。水の大切さや学校・家庭でできる節水などについて学びました。

児童たちは早速、「トイレの大小レバー(流量)を使い分ける」「水道の蛇口をこまめに閉める」などの行動を実践。

一方で「節水ステッカー」を手洗い場やトイレに張り付けたり、節水の意識を高めるための「節水ビン」を名札につけて節水に取り組みました。

また、具体的な節水目標などを自分たちでこ



全校生に、校内放送を通じて
「節水コマースシャル」を紹介

マーシャルにまとめ、校内放送で流すなどして、全校生に水の大切さをPRしています。

これらの取り組みが実を結び、5-7月の同校の水道使用量は前年同時期比71.8%を記録しました。塩津昭弘教頭は「学校全体に活動が定着してきました。子どもを通じて、家庭にも活動の輪を広げていきたい」と話しています。



7月に行われた
「節水チャレンジ体験学習」の
1コマ



手洗い場に「節水ステッカー」を
張り付け、ニコリほほ笑む
児童



●南九州コカ・コーラボトリング(株)
(産業文化会館壁面)