

健康なくらしをささえる会社

# ユニ・チャーム・オムロンヘルスケア 花王・ユーグレナ

SUSTAINABLE  
DEVELOPMENT  
GOALS


SDGsへの  
取り組みを  
紹介しています



4 この本で紹介している企業の「SDGs トピックス」について

## 5 ユニ・チャーム 企画・マーケティング

6 力丸勇悟さんのはたらく会社 ユニ・チャーム【会社紹介】

 ユニ・チャームのSDGs トピックス  
「健康で長生きできる社会をめざして認知症予防のイベントを開催」



8 グローバルウェルネスケアマーケティング本部 ジャパンブランドマネジメント部

力丸勇悟さんの仕事

- ・マスクについて調査する
- ・調査結果を商品にいかす
- ・パッケージを考える
- ・商品を宣伝する




12 ユニ・チャームの力丸勇悟さんに聞きました  
「担当した商品が、世の中の役にたつことを実感できる」

15 ユニ・チャームではたらく力丸勇悟さんの一日

16 ユニ・チャーム社長の高原豪久さんに聞きました

## 17 オムロン ヘルスケア 企画・マーケティング

18 鈴木草也香さんのはたらく会社 オムロン ヘルスケア【会社紹介】

 オムロン ヘルスケアのSDGs トピックス  
「世界じゅうのひとりひとりがすこやかに生活できるよう、健康教育を広める」



20 グローバル商品事業統轄部ペインマネジメント商品事業部

鈴木草也香さんの仕事

- ・数年先の商品企画を考える
- ・商品企画を具体化する




23 オムロン ヘルスケアの鈴木草也香さんに聞きました  
「自分がどう思うかよりも、お客さまの声を第一に」

25 オムロン ヘルスケアではたらく鈴木草也香さんの一日

26 オムロン ヘルスケア社長の荻野勲さんに聞きました

## 27 花王 研究・開発・設計

28 森谷始旦さんのはたらく会社 花王【会社紹介】

 花王のSDGs トピックス  
「プラスチックの使用量をへらすため包装容器の開発にとりくむ」



30 包装技術研究所 森谷始旦さんの仕事

- ・容器の研究をする
- ・仕様を決めて商品化する

33 花王の森谷始旦さんに聞きました  
「お客さまのくらしを変える商品の一つでも多く開発したい」


35 花王ではたらく森谷始旦さんの一日

36 花王社長の長谷部佳宏さんに聞きました



## 37 ユーグレナ しむ 事務

38 北見裕介さんのはたらく会社 ユーグレナ【会社紹介】

 ユーグレナのSDGs トピックス  
「バングラデシュの子どもたちに栄養がたっぷりのクッキーをとどける」



40 経営戦略部 コーポレートコミュニケーション課 北見裕介さんの仕事

- ・プレスリリースを配信する
- ・自社のとりくみを伝える
- ・メディアの取材に対応する

43 ユーグレナの北見裕介さんに聞きました  
「未来をよくするための商品やとりくみを多くの人に伝えたい」

45 ユーグレナではたらく北見裕介さんの一日

46 ユーグレナ最高未来責任者 (CFO) の  
川崎レナさんに聞きました



47 **会社にはさまざまな役割の人がいる！**  
**仕事の種類別さくいん**

この本で紹介している企業の「SDGsトピックス」について

●わたしたちが地球に暮らしつづけるために、企業としてできること

SDGsは2015年に国連で採択された、「持続可能な開発」のための国際社会共通の目標です。「持続可能な開発」とは、未来の世代がこまることのないように、環境をまもりながら現在の世代の要求を満たしていくことです。2016年から2030年の15年間で、17の目標の達成をめざすことが決められました。採択には日本をふくむ150以上の国連加盟国の首脳が参加しました。

SDGsは世界共通のものさしであり、国、組織、企業、学校、個人などそれぞれの立場で目標に取りくむことが

可能です。企業には、その社会における責任をはたすために、技術や知恵、資金をいかして課題の解決に取りくむことが期待されています。とりくみを進めることで企業価値が高まり、新たな事業が生まれるという利点もあります。

この本では、環境保護や社会貢献活動といったサステナビリティ（持続可能性）を重視する企業を取材し、その企業がとくに力を入れているとりくみや、みなさんに知ってほしいトピックスを選んで紹介しています。

エスディーゼーエス SDGsの17の目標

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

- |  |  |
|--|--|
|  <b>目標1</b><br>貧困をなくそう              |  <b>目標2</b><br>飢餓をゼロに               |
|  <b>目標3</b><br>すべての人に健康と福祉を        |  <b>目標4</b><br>質の高い教育をみんなに           |
|  <b>目標6</b><br>安全な水とトイレを世界中に      |  <b>目標5</b><br>ジェンダー平等を実現しよう       |
|  <b>目標7</b><br>エネルギーをみんなにそしてクリーンに |  <b>目標8</b><br>働きがいも経済成長も         |
|  <b>目標9</b><br>産業と技術革新の基盤をつくろう    |  <b>目標10</b><br>人や国の不平等をなくそう        |
|  <b>目標11</b><br>住み続けられるまちづくりを     |  <b>目標12</b><br>つくる責任つかう責任          |
|  <b>目標13</b><br>気候変動に具体的な対策を      |  <b>目標14</b><br>海の豊かさを守ろう         |
|  <b>目標15</b><br>陸の豊かさも守ろう         |  <b>目標16</b><br>平和と公正をすべての人に        |
|  |  <b>目標17</b><br>パートナーシップで目標を達成しよう |

企画・マーケティング



unicharm



ユニ・チャーム

グローバルウェルネスケアマーケティング本部 ジャパンブランドマネジメント部

力丸勇悟さんの仕事

ユニ・チャームは東京都港区に本社を置く、衛生用品や日用品の開発、製造、販売を行うメーカーです。ここでは、マスクのマーケティング担当として、新商品および改良商品の企画や、販売、宣伝の方法を考える力丸勇悟さんの仕事をみていきましょう。

りきまるゆうご  
力丸勇悟さんの  
はたらく会社

# ユニ・チャーム

ユニ・チャームは、「赤ちゃんからお年よりまで、すべての人びとがさまざまな負担から解放されること」をめざして、心と体をやさしくサポートする商品の開発や製造、販売を行っています。日本をはじめ、80以上の国に商品をとどけています。

ユニ・チャーム株式会社

本社所在地 東京都港区 創業 1961年 従業員数 1万6,304名（グループ企業をふくむ。2019年12月現在）

## 生理\*用品メーカーとして発展し 女性の社会進出を応援する

1961年に建築材料をあつかう会社としてスタートして、「女性が生活のなかで感じる不安や不満を解消したい」という強い思いから、1963年に生理用ナプキンの製造、販売を開始しました。

当時、生理用品は薬局のすみにかくすように置かれていましたが、ユニ・チャームは、スーパーマーケットなどにも置いてもらい、女性が手にとりやすい売り場や明るいコマーシャルをつくって、生理用品のイメージを変えました。

近年は、女性が生理や自分の体のことを気軽に話せる社会の実現をめざす「#No Bag For Meプロジェクト」を立ちあげ、紙袋で生理用品をかくさなくてもいいような生理用品のパッケージを開発したり、トークイベントをしたりしています。

▶「はじめてからだナビ」など、はじめて生理をむかえる女の子のために、情報を提供するサイトもつくっています。



▲生理のときでもいつもどおり生活できるような機能性の高い商品をそろえ、女性の社会進出や元氣な活動を応援しています。



## 花粉症や感染症予防につけ心地のよい 「ず〜っと」つけていられるマスク

花粉やウイルスの侵入をふせぐマスクは、種類が豊富です。女性用や子ども用もあり、子どもからおとなまで自分のサイズに合ったものを選びます。耳がいたくならない、ミントの香りがするなど、つけ心地も考えられています。

▶かわいい色で小さめの女性用（右）や、子どもの顔にフィットする子ども用（左）などもあります。



▲マスクを長時間つける人がふえて、耳がいたくならない、息がしやすい、むれないといった機能が注目されています。

## 赤ちゃんからお年よりまで、 使う人によりそった紙おむつ商品

生理用品でつちかった技術をいかし、赤ちゃん用の紙おむつや、介護などで使うおとな用の紙おむつでも、使いやすい商品を開発し、販売しています。もれない、長時間使える、はだにやさしいなど、使う人の年齢や体の状態に合わせて気持ちよく使えるようなくふうをしています。



▼おとな用紙おむつ「ライフリー」は、自分らしく生きるため、生活スタイルや体の状態に合った商品が選べます。



◀▶赤ちゃん用紙おむつ「ムーニー」は、成長段階に合わせた種類があります。キャラクターつきのものも人気です。

## 家族の一員であるペットと いっしょにくらす人の快適な生活をサポート

栄養のあるものを食べて、きちんと排泄することは、生きものにとって健康なくらしの基本です。おいしさと健康を考えたペットフードや、排泄場所を清潔にたもつ排泄シートなど、ペットのこともいっしょにくらす飼主のことも考えた商品を販売しています。



◀家族の一員であるペットが健康でいられるよう、生活をサポートする商品を数多くとどけています。

ユニ・チャームの  
エスディー・ジーズ  
SDGsトピックス



## 健康で長生きできる社会をめざして 認知症予防のイベントを開催

健康で長生きできることが理想ですが、年をとると問題も出てきて、尿もれはその一つです。多くのお年よりがなやんでいて、家に閉じこもりがちになる人もいます。外出して人と話したり運動したりする機会がへると、認知症になる可能性が高まります。ユニ・チャームでは、2016年からお年よりがみんな楽しく歩くイベント「ソーシャル・ウォーキング」をはじめました。認知症を予防するために、お年よりが積極的に外出し、運動をしながら楽しく人と交流できる機会をつくっています。



「ソーシャル・ウォーキング」は、適度な運動と人とのふれあいを組みあわせた認知症予防のイベントです。各地で行われ、2019年までにのべ3,080人が参加しました。

関係部署でチェックします。  
できた原稿や写真は、ウェブサイトの制作会社にわたして制作してもらいます。レイアウトや見えかたなどをよく確認したら、ウェブサイトに

公開します。

### ■コンテンツへの反応を分析する

コンテンツをウェブサイトに公開すると同時に、SNSでも情報を発信し、より多く

の人に見てもらえるようになります。発信後は、ウェブサイトやSNSでどれくらいの人に読まれたか、どんな反応があったかを分析し、次の編集会議にいかします。

## メディアの取材に対応する

### ■メディアから取材の依頼を受ける

テレビや雑誌などのメディアがユーグレナの商品やとりくみを取りあげようとする場合、まず広報に取材の依頼がきます。北見さんたちは、取材内容を確認して、とりあげる内容に合った人を社内から選びます。その後、両者の予定を調整して、取材日を決め、準備をします。

たとえばユーグレナのバイオ燃料の新事業について雑誌の取材を受けた場合、バイオ燃料事業部の担当者にインタビューに答えてもらうよう依頼します。担当者には、どのような取材が行われる予定で、どんなことを答えればよいかなどを事前に伝え、取材時にわかりやすく説明できるようにサポートします。



撮影のときは、背景に入る商品を整えたり、担当者のみだしなみを確認したりして、サポートします。

### ■取材に立ちあいサポートする

取材当日は取材に立ちあい、メディアの人を案内しながら、取材を受ける担当者をサポートします。写真をとる場合は、背景に不要なものがないか、明るい色で撮影できているかなどを確認します。

取材後は、メディアが作成した原稿やレイアウトなどを取材を受けた担当者に確認してもらい、必要におうじて修正を依頼します。

### ■メディア向けの素材を準備しておく

メディアからいつ情報をもとめられてもいいように、す



ぐにわたせる写真や動画などの素材を準備しておくことも大事な仕事です。

バイオ燃料に関して、原料の一部となる使用済み食用油の回収に協力している小学校を訪問し、とりくみの様子を素材として写真や動画におさめます。



ユーグレナの北見裕介さんに聞きました

インタビュー

## 未来をよくするための商品やとりくみを多くの人に伝えたい



### 商品の魅力を伝えることに興味があった

Q この会社に入ったきっかけはなんですか？

学生のころから「日本のものづくり」に興味がありましたが、自分で何かをつくるよりは、そのよさを人にわかりやすく伝えるほうが得意でした。社会人になってからも、作り手が丹精こめてつくった製品の魅力を世間に発信することに興味がありました。

健康で長生きするための食品や化石燃料にたよらないバイオ燃料など、未来をよくするための商品や技術を独自に生みだそうとしているユーグレナのとりくみに共感し、それを広めるお手伝いをしたいと思い、入社しました。

Q 仕事のどんなところにやりがいを感じますか？

知人や友人から「ユーグレ

1984年、大阪府生まれ、奈良県・京都府育ち。大学は政策学部で学びました。卒業後は下着メーカーと化粧品メーカーで、ウェブサイトに関する仕事をしたあと、メディアを運営するIT企業で広報に所属。2019年、ユーグレナに入社後は、広報として、会社の情報や魅力を広く世の中の人たちに伝える仕事をしています。

「ナ<sup>せいひん</sup>の製品、飲んでるよ」とか、「この前、ユーグレナの記事を読んだよ」という話を聞くと、その商品やプロジェクトにかかわった仲間のがんばりを世間に伝えられたことを実感でき、この仕事をしていてよかったなと思います。

また、多くの人にウェブサイト<sup>ほうもん</sup>を訪問してもらえたり、メディアからの取材依頼<sup>いらい</sup>がふえたりするのうれしいです。とくに印象<sup>いんしょう</sup>に残っている仕事は、2020年9月に沖縄県の石垣島<sup>いしがきじま</sup>で、世界ではじめてユーグレナのバイオ燃料<sup>ねんりょう</sup>で船を動かしたときのイベントです。石垣島で生産したミドリムシが、神奈川県横浜市鶴見区<sup>よこはましつるみ</sup>にある工場<sup>どうじょう</sup>でバイオ燃料となり、それが導入された船が

## わたしの仕事道具

### デスクカレンダーとスマートフォン

休日や週末の直前<sup>じゅうぜん</sup>に情報を出すと、何かあったときに対応できないなど、発信するタイミングは重要です。打ちあわせには、曜日や休日<sup>たいあわせ</sup>が一目で見られるデスクカレンダーが欠かせません。また、最近はスマートフォンで情報を得る人が多いので、こまめに自社の情報の反応や新しい情報などをチェックしています。



動きだした瞬間<sup>しゅんかん</sup>は、とても感動しました。沖縄県を中心に多くのメディアに紹介<sup>しょうかい</sup>してもらえたのもうれしかったです。

### Q 仕事をするうえで心がけていることは？

広報<sup>こうほう</sup>の仕事には、会社というチーム全体の協力が必要<sup>ひつやく</sup>です。しっかりコミュニケーションがとれないと、大事な情報<sup>じょうほう</sup>を見おとすおそれもあり

ます。そのため、日ごろからほかの部署<sup>ぶしょ</sup>の人たちにできるだけ声をかけて、いま起きていることや、考えていることを聞くようにしています。

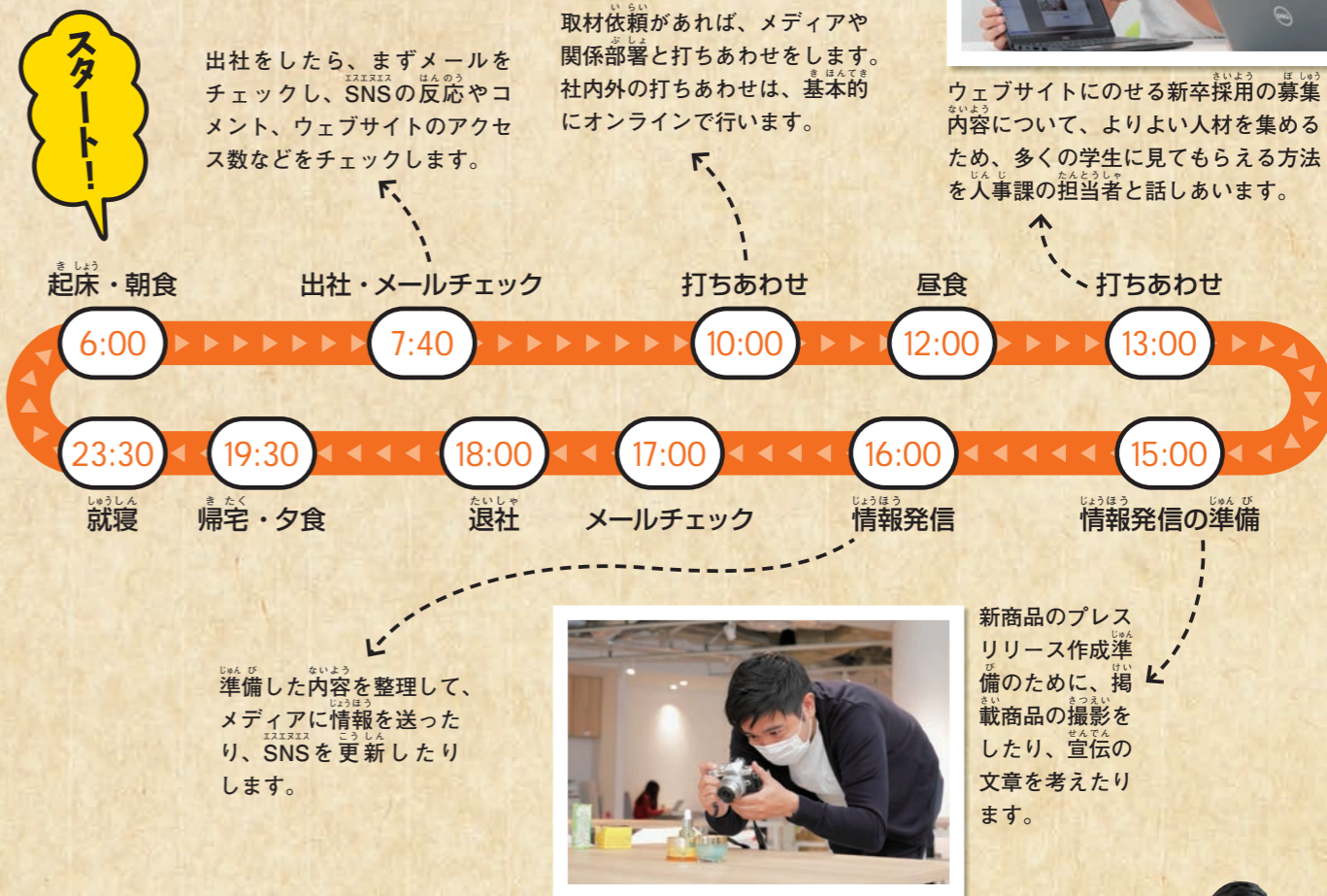
また、ほかの会社ではどのような方法<sup>どうな</sup>でどんな情報を発信しているか、また世間の人<sup>ひと</sup>が情報をどのように受けとっているかを調べて、情報の感度を上げるようにしています。



## ユーグレナではたらく北見裕介さんの一日



ウェブサイトにのせる新卒採用<sup>しんそくさよう</sup>の募集内容<sup>ほしゅう</sup>について、よりよい人材を集めるため、多くの学生に見てもらえる方法<sup>ほうほう</sup>を人事課<sup>じんじん</sup>の担当者<sup>たんとうしや</sup>と話しあいます。



### コロナ時代のはたらきかた

## いままで以上にていねいな会話を心がける



### いちはやくテレワークを実施、社員の健康をサポート

ユーグレナでは、日本で新型コロナウイルス感染症<sup>かんせんしやう</sup>が流行しはじめた2020年2月上旬から、時差通勤<sup>つうきん</sup>やテレワークを実施しています。また社員と同居する家族全員にユーグレナ入り食品

を配布し、健康をサポートすることで、感染予防対策<sup>よぼうたいさく</sup>をいちはやく行いました。

### コミュニケーションの質を落とさないくふうを

わたしの仕事は、人に会って話す、伝えることです。あらためて、人と直接会<sup>ちやくせつ</sup>うことがと

ても貴重<sup>きちゆう</sup>であることに気づかされました。オンラインは便利ですが、コミュニケーションの質が落ちやすいと感じています。そのため、オンライン上では、いままで以上にていねいな会話をし、情報<sup>じょうほう</sup>をとりこぼさずに伝えるよう心がけています。



## 一問一答



Q 小さいころになりたかった職業<sup>しよくぎやう</sup>は？

映画の製作委員会の人

Q 小・中学生のころ得意<sup>とくい</sup>だった科目は？

社会（とくに地理や日本史）

Q 小・中学生のころ苦手<sup>にがて</sup>だった科目は？

図工、美術

Q 会ってみたい人は？

奥田民生（歌手）

Q 好きな食べものは？

焼き肉

Q 仕事の気分転換<sup>てんかん</sup>にしていることは？

漫画を読む

Q 1か月休みがあったら何をしたいですか？

旅行か、ちがう場所に住んでみたい

Q 会社でいちばん自慢<sup>じまん</sup>できることは？

「世界初」「日本初」をどんどん世に出しているところ

# ユーグレナ最高未来責任者(CFO)の 川崎レナさんに聞きました



## サステナブルな社会\*1にするために 未来をになう世代としてがんばりたい

### おたがいを高めあえる 仲間と活動できる

わたしはサステナブルな社会づくりや教育に関心があり、「Sustainability First」をかかげるユーグレナで、これまで自分がやってきたことをいかし、だれかの役にたちたいと思いCFOに応募しました。CFOを選考する段階で、Futureサミットメンバー\*2と議論をする機会がありましたが、ひとりひとりがきちんと

意見や視点をもっていました。おたがいを高めあえるよき仲間に出会い、いっしょに活動できることがうれしいです。

### ユーグレナは柔軟性と行動力がある会社

ユーグレナは会社の仲間ひとりひとりの意見をとりいれて、すぐに変化を起こせる「柔軟性」と「行動力」がある会社だと思っています。これからの1年間、ユーグレナのみなさんとFutureサミットメンバー

といっしょに考えながら、よい変化を起こしていきたいと思います。そして、ユーグレナをより多くの人に応援してもらえる会社になりたいです。

### ひとりの小さな行動も大きな影響につながる

若い世代の可能性に期待をして意見をとりいれてくれるユーグレナは、わたしたち小・中・高生のいまと未来をせおっている会社だと思っています。

みなさんも、少しでも興味をもてることがらがあれば、とびついて行動を起こしてほしいです。どんなに小さな行動でも、社会に大きな影響をあたえる可能性があると思います。

わたしも未来をになう世代として、できる活動をしていきたいと思っています。

ユーグレナでは、18歳以下の「最高未来責任者(CFO)」が、1年間の任期で「会社と未来を変えるため」の業務を行う制度があります。2020年10月からの第2期CFOに川崎レナさん(左から3番め)と5名のFutureサミットメンバーが選ばれました。



\*1 人のくらしや地球環境をまもり、未来もずっと生活をつづけることができる社会、ということです。  
\*2 CFOとともにサステナビリティに関する活動や達成目標の策定にかかわるメンバーで、18歳以下となります。

会社にはさまざまな  
役割の人がいる!

# 仕事の種類別さくいん

会社ではたらく人のおもな仕事を、大きく10種類に分けてとりあげています。このさくいんでは「職場体験完全ガイド」の61～75巻【社員編】で紹介した、すべての会社の巻数と掲載ページを調べることができます。

## 1 営業系の仕事

この会社を見てみよう!

- ◆NTTデータ → 62巻15ページ
- ◆日本出版販売 → 65巻37ページ
- ◆雪印メグミルク → 66巻37ページ
- ◆エフエム徳島 → 69巻37ページ
- ◆ダイワハウス → 72巻25ページ



## 2 生産・製造・品質管理系の仕事

この会社を見てみよう!

- ◆コロナ → 61巻25ページ
- ◆JR九州 → 65巻15ページ
- ◆カルビー → 66巻5ページ
- ◆ニトリホールディングス → 68巻15ページ



## 3 クリエイティブ系の仕事

この会社を見てみよう!

- ◆ヤフー → 62巻25ページ
- ◆キングレコード → 63巻17ページ
- ◆資生堂 → 67巻35ページ
- ◆講談社 → 69巻17ページ
- ◆乃村工藝社 → 72巻35ページ
- ◆アマナ → 74巻27ページ
- ◆ライゾマティクス → 74巻37ページ
- ◆東京書籍 → 75巻5ページ



## 4 コンピューターにかかわる仕事をこなす情報技術(IT)系の仕事

この会社を見てみよう!

- ◆NDソフトウェア → 62巻37ページ
- ◆アマゾン → 64巻37ページ
- ◆カシオ → 67巻25ページ
- ◆楽天Edy → 70巻15ページ



## 5 経営者・管理職系の仕事

この会社を見てみよう!

- ◆富士通 → 62巻5ページ
- ◆タカラトミー → 63巻5ページ
- ◆中日新聞社 → 69巻27ページ
- ◆十七銀行 → 70巻5ページ
- ◆ライフイズテック → 75巻27ページ
- ◆スイッチエデュケーション → 75巻37ページ



## 6 新製品をつくるための研究・開発をする研究・開発・設計系の仕事

この会社を見てみよう!

- ◆コクヨ → 61巻5ページ
- ◆セイコーマート → 64巻5ページ
- ◆サントリー → 66巻25ページ
- ◆ノーリツ → 68巻25ページ
- ◆花王 → 71巻27ページ
- ◆大林組 → 72巻15ページ



## 7 市場を分析して、製品を企画する企画・マーケティング系の仕事

この会社を見てみよう!

- ◆京セラ → 61巻37ページ
- ◆スリリゾートワイアンス → 63巻27ページ
- ◆ハウス食品 → 66巻15ページ
- ◆日本生命 → 70巻27ページ
- ◆ユニ・チャーム → 71巻5ページ
- ◆オムロンヘルスケア → 71巻17ページ
- ◆三井不動産 → 72巻5ページ
- ◆au → 73巻5ページ
- ◆Twitter → 73巻15ページ
- ◆シャープ → 73巻35ページ
- ◆ABEMA → 74巻5ページ
- ◆東宝 → 74巻17ページ
- ◆リクルート → 75巻17ページ



## 8 会社に必要な、事務作業を行う事務系の仕事

この会社を見てみよう!

- ◆ヤマハ → 61巻15ページ
- ◆ジャパネットたかた → 64巻27ページ
- ◆ユニクロ → 67巻5ページ
- ◆ÉNEOS → 68巻37ページ
- ◆ユーグレナ → 71巻37ページ
- ◆MetaMoJi → 73巻25ページ



## 9 お客さまに商品やサービスをとどける流通・サービス・販売系の仕事

この会社を見てみよう!

- ◆イオン → 64巻15ページ
- ◆H.I.S. → 65巻5ページ
- ◆GAP → 67巻15ページ
- ◆TOTO → 68巻5ページ



## 10 技能や知識を生かした仕事をする専門職系の仕事

この会社を見てみよう!

- ◆ナゴヤドーム → 63巻37ページ
- ◆伊予鉄道 → 65巻27ページ
- ◆TBSテレビ → 69巻5ページ
- ◆野村ホールディングス → 70巻37ページ



## ■取材協力

オムロン ヘルスケア 株式会社  
花王 株式会社  
株式会社 ユーグレナ  
ユニ・チャーム 株式会社

## ■スタッフ

編集・執筆 安藤千葉  
大宮耕一  
桑原順子  
田口純子  
吉田美穂  
撮影 糸井康友  
石見祐子  
大森裕之  
橋詰芳房  
校正 菅村薫  
渡辺三千代  
デザイン sheets-design  
編集・制作 株式会社 桂樹社グループ



健康なくらしをささえる会社 **71**

# ユニ・チャーム・オムロンヘルスケア・花王・ユーグレナ

発行 2021年4月 第1刷

発行者 千葉 均  
編集 梶屋 洋子  
発行所 株式会社 ポプラ社  
〒102-8519  
東京都千代田区麹町4-2-6  
ホームページ [www.poplar.co.jp](http://www.poplar.co.jp)  
印刷・製本 大日本印刷株式会社


ISBN978-4-591-16938-4  
N.D.C.366 47p 27cm  
Printed in Japan

ポプラ社はチャイルドラインを応援しています

18さいまでの子どもがかけるでんわ

チャイルドライン。

0120-99-7777

毎日午後4時～午後9時 ※12/29～1/3はお休み  電話代はかかりません  
携帯(スマホ)OK

18さいまでの子どもがかける子ども専用電話です。

困っているとき、悩んでいるとき、うれしいとき、  
なんとなく誰かと話したいとき、かけてみてください。

お説教はしません。ちょっと言いにくいことでも  
名前は言わなくてもいいので、安心して話してください。

あなたの気持ちを大切に、どんなことでもいっしょに考えます。



チャット相談は  
こちらから

- 本書のコピー、スキャン、デジタル化等の無断複製は著作権法上での例外を除き禁じられています。本書を代行業者等の第三者に依頼してスキャンやデジタル化することは、たとえ個人や家庭内での利用であっても著作権法上認められておりません。
- 落丁本・乱丁本はお取り替えいたします。電話(0120-666-553)または、ホームページ([www.poplar.co.jp](http://www.poplar.co.jp))のお問い合わせ一覧よりご連絡ください。  
※電話の受付時間は月～金曜日10時～17時です(祝日・休日は除く)。
- 読者の皆様からのお便りをお待ちしております。いただいたお便りは制作者にお渡しいたします。