

第 2 回 カーボン・オフセット大賞 応募用紙①

応 募 者 に 関 す る 情 報

記入日：2012年11月29日

応 募 者 情 報	
応 募 団体名	(フリガナ) ユニ・チャーム カブシキガイシャ (団体名) ユニ・チャーム株式会社
応 募 担当者 連絡先	団体名： ユニ・チャーム株式会社 所在地： 〒108-8575 東京都港区三田 3-5-27 住友不動産三田ツインビル西館 部署名： CSR部 CSR企画室 役職名： ー 氏 名： 高柳 克司 TEL： 03-6722-1041 FAX： 03-6722-1018 E-Mail： katsuji-takayanagi@unicharm.com
ホームページ	http://www.unicharm.co.jp/
<p>応募団体の主たる事業（※行政の場合は、記入は不要。最大2000字入力できます。詳細は別紙添付可）</p> <p>ベビーケア関連製品（ベビー用紙おむつ）、フェミニンケア関連製品（生理用品）、ヘルスケア関連製品（大人用紙おむつ、マスク・メディカル商品）、化粧パフ、ハウスホールド製品（シートクリナー、ウェットティッシュ、化粧パフ）、ペットケア関連製品（ペットフード、ペットシート）、食品包材などの販売。</p>	

第2回 カーボン・オフセット大賞 応募用紙②

応募するカーボン・オフセットの取組についての基礎情報 (1次審査での重点ポイント)

応募に関して、写真（JPEG 等）や概要図（PDF 等）は別途メール等で事務局までお送りください。

応募の際にいただいた資料は返却いたしません。あらかじめご了承ください。

※記述欄が不足する場合は、用紙の追加も可能ですが、応募用紙②全体で A4 用紙 3 ページ以内にまとめてください。

※第1回カーボン・オフセット大賞の1次審査を通過した事例一覧もご参照ください。

URL : http://www.carbonoffset-network.jp/award1st/entry_data_list.html

1. 応募するカーボン・オフセット活動の名称・タイトル

カーボン・オフセット認証を取得済みの活動については、認証番号もあわせて記載下さい。

「東日本大震災復興支援型国内クレジット活用スキーム」による被災地支援

2. カーボン・オフセット活動の概要

<カーボン・オフセットの分類>

以下の4分類からひとつ選び、□に✓をつけてください。

- 商品使用・サービスオフセット
- 会議・イベントオフセット
- 自己活動オフセット
- 自己活動オフセット支援

【参考】

環境省による「カーボン・オフセット第三者認証基準(Ver. 1.1)」に基づく分類

http://www.jcs.go.jp/pdf/document/ki_jun.pdf

<カーボン・オフセット対象・・バウンダリ>

カーボン・オフセットの取組内容に関して、オフセットの対象範囲をお書きください。

【例】 3①-1に記載した算定範囲と同じ or 算定範囲のうち、〇〇、〇〇の部分に関してカーボン・オフセットの対象とした

3①-1に記載した算定範囲と同じ

<カーボン・オフセットの取組の実施期間>

カーボン・オフセットの実施期間についてお書きください。その際、2010年1月1日以降にカーボン・オフセットを実施継続していた事例または2010年1月1日以降にカーボン・オフセットを開始した事例であることが応募にあたっての必要要件となりますので、御注意ください。

【例】 2009年4月1日から2009年10月31日までが取組の実施期間の場合⇒応募資格外

2009年4月1日から2012年3月31日までが取組の実施期間の場合⇒応募資格有

2012年3月15日以降、現在も継続中（終了時期未定）の場合 ⇒応募資格有

2012年1月15日から2012年3月15日

<カーボン・オフセットの取組に関する情報提供方法>

自社HP等、カーボン・オフセットの取組をウェブに掲載されている場合は、URLを記載願います。

自社HPでの情報発信。

http://www.unicharm.co.jp/company/news/2012/1190371_1692.html

http://www.unicharm.co.jp/company/news/2010/1189007_1706.html

CSR報告書による発信

3. 1次審査項目

①自らの行動に伴う温室効果ガスの排出量の認識

カーボン・オフセットの取組内容に際して、排出量の算定についてお書きください。

(自己活動オフセット支援以外の場合)

①-1 排出量の算定方法及び算定範囲

生産子会社である福島工場の1ヶ月分のCO₂排出量をオフセット。

算定方法については温対法に基づく温室効果ガス算定・報告ガイドラインを用いた。

総量2138トン

①-2 排出量の算定に利用したデータ種類

電力使用量(排出係数0.417kg-CO₂/kWh)、A重油使用量(2.71kg-CO₂/ℓ)

LPGガス使用量(3.00kg-CO₂/kg)、自社焼却量(2.55kg-CO₂/kg)

②排出削減努力の実施

取り組まれた排出削減努力について該当とする取組に✓をつけてください(複数可)。なお、取組のアピールも含めた詳細については、応募用紙③「1.CO₂排出削減努力と関係者の理解や協力」に詳しく記載して下さい。

節電 節水 廃棄物の減量化 省電力機器の導入 公共交通機関の利用・呼びかけ

その他(具体的に)

③オフセットの手続き

<カーボン・オフセットに利用したクレジット等の種類>

使用したクレジット等の種類をお書きください。なお、異なるクレジットを併用した場合の各割合(%)についても記載してください。【例】J-VER(○%)、CER等(△%)など

国内クレジット100%

<カーボン・オフセットに利用したクレジット等のプロジェクト名称>

使用したクレジット等の具体的な温室効果ガス削減・吸収プロジェクト名をお書きください。

㈱ツルハによるドラッグストアにおける照明設備の更新

<カーボン・オフセットに利用したクレジットの無効化に関する状況>

取消、償却実施年月、もしくはその予定についてお書きください。

2012年11月16日

第2回 カーボン・オフセット大賞 応募用紙③

応募するカーボン・オフセットの取組についてアピールポイント (本審査での重点ポイント)

応募に関して、写真（JPEG 等）や概要図（PDF 等）は別途メール等で事務局までお送りください。

応募の際にいただいた資料は返却いたしません。あらかじめご了承ください。

※記述欄が不足する場合は、用紙の追加も可能ですが、応募用紙③全体で A4 用紙 4 ページ以内にまとめてください。

※第 1 回カーボン・オフセット大賞の 1 次審査を通過した事例一覧もご参照ください。

URL : http://www.carbonoffset-network.jp/award1st/entry_datalist.html

1. CO2 排出削減努力と関係者の理解や協力

- ①CO2 排出削減努力の項目（内容）について、期待した効果とその成果について具体的かつより定量的にアピールしてください。
- ②CO2 排出削減努力の必要性・重要性について関係者の理解と協力を得るにあたっての工夫とその成果をアピールしてください。

ユニ・チャームでは、商品のライフサイクル全般を通じたCO2削減活動を推進しています。製造段階における工場の省エネでは2011年度は2000年度比で-22%の削減と目標を達成しています。また、環境配慮型商品の開発を進めることで、商品の省資源化、軽量化をはかり、原料輸送時、商品配送時のCO2削減を推進しています。使い捨て商品を製造するメーカーの責任として、商品廃棄時に排出されるCO2の削減にも取り組んでいます。2008年から商品廃棄時のカーボンオフセットに取組み、約1万 ton のCO2をオフセットしました。

製造段階におけるCO2発生量は、2011年度は前年度に比べ6.7%増加しました。これは電力の換算係数が悪化したことが理由です（従来の係数を使用した場合は0.4%削減となります）。換算係数悪化によるCO2増加の影響を少しでも抑制するべく、今回は製造段階で発生するCO2のオフセットに取組みました。さらに今回はオフセットの仕組みとして被災地復興支援を兼ねた復興支援型国内クレジット活用スキームを導入することを決め、小売業者、お客様のご理解をいただき活動を展開しました。

2. カーボン・オフセットの内容

- ①自らが行うカーボン・オフセットの取組の意義・重要性について、社会にもたらす波及効果などの観点も踏まえてアピールしてください。
- ②自らが行うカーボン・オフセットの取組の継続性、展開への意欲や見通しについてアピールしてください。

東日本大震災で被災した生産子会社の福島工場から排出されるCO2の約1ヶ月分となる2138 tonをオフセットしました。被災地域を対象としたカーボンオフセットと寄付活動を組み合わせることで、被災地の負荷低減と併せて、復興に少しでも貢献できる活動として「国内クレジット東日本復興支援プログラム」を活用し、CO2排出削減事業者の株式会社ツルハと共同して取り組みを実施しました。この活動は2012年度も継続して実施する予定です。

復興支援プログラムでは、お客様がツルハのドラッグストアでユニ・チャーム商品を購入した際の商品代金の一部を国内クレジット購入費用とし、ツルハが省エネにより削減したCO2排出権をユニ・チャームが購入、購入代金の一部を東北3県（岩手、宮城、福島）に寄付する内容としました。メーカー、小売業者、お客様が協力し、国内クレジットを活用して被災地の復興支援をした初めての取組みとして評価いただきました。

3. 環境、地域・社会、産業振興等の貢献性

次の①～④のいずれか（複数可）の観点での貢献性についてアピールしてください。

- ①自らが行うカーボン・オフセットの取組から波及する河川・湖沼をはじめとする内水面や土壌・大気あるいは生物多様性といった自然環境への配慮や保全などの環境の面での貢献
- ②自らが行うカーボン・オフセットの取組から波及する地域・社会への経済的便益や効果、第1次産業と他産業との連携促進、地域活性化や一村一品活動の拡大などの地域・社会の面での貢献
- ③自らが行うカーボン・オフセットの取組から波及する中小企業振興や産業基盤にとって重要な安定的なエネルギー供給・確保、環境と調和した市場の牽引などの産業振興の面での貢献
- ④自らが行うカーボン・オフセットの取組から波及する国際貢献等、さまざまな面での貢献

今回の取り組みでは、商品生産時におけるCO₂削減と、取引先である㈱ツルハと共同した消費者（市民）へのCO₂削減と復興支援の啓発活動、および被災地支援の面での貢献を目指しました。

生産時排出量削減では、電力原単位が悪化するなかでもCO₂増加を最小限に抑え、継続的な温暖化対策の推進を、啓発活動では、ホームページや報告書をはじめとした各媒体で広くPRすることで、国内クレジット活用活動の活性化に貢献する取り組みを目指しました。また、被災地支援では、最終的に東北3県に削減事業者を通じて寄付金が送られ、復興支援に役立てられました。

4. 普及啓発の創意工夫とその成果

- ①自らが行うカーボン・オフセットの取組について第三者である市民に伝え、理解者の裾野を広げ巻き込み、「自分ごと化する」ために行った創意工夫（イベントの開催やツールの開発等）についてアピールしてください。
- ②人々や社会に与えた影響（行動様式や考え方の変化）について、実際に得られた反響も踏まえてその成果をアピールしてください。



東日本復興支援プログラムを分かりやすく図にした啓発ポスター



消費者の関心を高めるため東北地方の名産品プレゼントキャンペーンを実施



売場でのPR

専用のツールによりキャンペーンの広報を行いました。またニュースリリース配信により、新聞全国紙に取り上げられ、環境関連やCSR関連のサイトで紹介され活動が広く周知されました。より多くのお客さまに購入いただけるよう、東北地方の名産品プレゼントを同時に実施しました。お客様が当社の商品を購入いただくことで、CO₂削減と復興支援につながるということを多くの皆さまにご理解いただき、同時期の全国平均販売に比べ約1割多いご購入をいただきました。

名産品プレゼントには2200通を超える応募をいただき、「こういった社会貢献は大賛成です。私の買い物で復興支援に役立てるのならこんなに嬉しいことはない」「自宅でもエコに取り組んでいます、少しでも出来ることから始めたい」「私たちも電気、ガスを節約します。一緒にがんばりましょう」といった多くのメッセージを同時にいただきました。お客様、小売業者、メーカーが一体となった活動が進化したと考えます。

CO₂排出権で
震災復興を支援
ユニ・チャームとツルハ
ユニ・チャームは18日、
ツルハホールディングス
と共同で二酸化炭素(CO₂)の排出権を使った
東日本大震災の復興支援
を16日に始めると発表し
た。ユニ・チャームが商
品の売り上げの一部を使
ってツルハから排出権を
購入。ツルハが売却して
得た代金を岩手・宮城・
福島の3県に寄付する。
国内で初めての取組み
という。

大企業が中堅・中小企
業の省エネを支援する見
返りに排出権を得る「国
内クレジット制度」を活
用する。
まずツルハが省エネ設
備の導入などでCO₂排
出量を削減。ユニ・チャ
ームがこの排出権を購入
し、ツルハが売却代金を
第三者機関を通じて被災
地に寄付する。



5. ストーリー性

- ①自らが行うカーボン・オフセットの取組についての「魅力」「面白さ」「ユニークさ」などをアピールしてください。
- ②こうした「魅力」「面白さ」「ユニークさ」について、それを第三者である市民に伝えるために行った創意工夫についてアピールしてください。また、低炭素社会の実現にどのように貢献しているのか、アピールしてください。

当社の商品は主に使い捨てですが消費者の生活の質向上には欠かせない商品であり、従来より商品価値向上と環境負荷低減を両立させるための活動を推進していますが、なかでも商品ライフサイクルにおけるCO₂削減は、重要な課題であると認識しています。商品ライフサイクルにおけるCO₂削減活動の一環として2008年よりカーボンオフセットに取組み、商品廃棄時排出分のオフセットや輸送段階の排出分のオフセットを推進してきましたが、今回の東日本大震災の発生を受け被災地支援を最優先課題とし、被災地の環境負荷低減を目指しました。

東日本大震災後、国内では発電時に発生するCO₂発生量が増大しています。当社におきましても使用エネルギーをほぼ購入電力で賄っていますので、電力使用量は削減してもCO₂の発生量は増加してしまう可能性があります。そこで、今回は被災地にある福島工場の製造工程より発生するCO₂の一部をオフセットすることで、復興への着実な歩みを印象づける活動としました。

第三者である市民に伝えるための工夫として、東日本復興プログラムを活用しました。メーカー、小売業者、消費者が協力した国内初組取組みとして、自社の省エネ活動を積極的に推進されている㈱ツルハ様、環境をはじめとした社会貢献意識の高い消費者の皆さま、メーカーとしての社会的責任を果たすべく環境活動を推進している当社が一体となった活動を展開することができました。この国内初の取組みは、新聞をはじめ環境関連・CSR関連のHPに多く取り上げられ、国内クレジット啓発の役割の一端を担うことができたと考えます。

以上に記載された取組について別途説明資料がございましたら、PDFの場合はメールでお送りいただくか、現物資料を郵送ください。

また、公開可能な商品・サービスの様子がわかる写真を(JPEG等)お送りください。

第2回 カーボン・オフセット大賞 応募用紙一式 送付先およびお問い合わせ先

カーボン・オフセット推進ネットワーク事務局

(担当：入山、井上)

〒東京都港区芝公園 3-1-8 芝公園アネックス 7階

電話 03-5776-1223 ファックス 03-5472-0145

E-Mail award@carbonoffset-network.jp