


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	<p>(フリガナ) ※こちらにフリガナをお願いします カブシキガイシャチュウニチメディアブレン</p> <p>(団体名) ※企業名、自治体名、団体名をお願いします 株式会社中日メディアブレン <small>※協働プロジェクトでの応募の場合は、代表団体名以下プロジェクトに参加している主な団体名をご記入下さい。</small></p>
応募 担当者 連絡先	<p>団体名： ※ご所属の企業名、自治体名、団体名をお願いします 株式会社中日メディアブレン</p> <p>所在地： 〒460-0008 愛知県名古屋市中区栄 2-11-30 セントラルビル 4F</p> <p>部署名： 統括部</p> <p>役職名： 取締役 統括部長</p> <p>氏 名： 中川 砂織</p> <p>TEL： 052-218-6552 FAX： 052-232-3501</p> <p>E-Mail： s.nakagawa@media-brain.co.jp</p>
ホームページ	http://www.media-brain.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> <ul style="list-style-type: none"> ・生活情報紙、環境情報紙、シニア情報紙の編集制作・発行 ・広報紙の編集制作 ・プリントメディアの制作発行、出版編集企画 ・各種 DM の企画配布、販促イベントの企画、SP ツール・WEB サイト制作 ・GIS・マーケティングソリューションの開発 ・シニア向会員倶楽部運営、シニアマーケティングソリューションの開発・提供 ・WEB マーケティング支援ツール（SEO サービス・分析システム）の提供 <p>企画イベント『なごやマスターズデイ』</p> <p><small>公式キャラクター シロじい</small></p> <div style="text-align: center;">  </div>	

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_datalist.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。
認証番号：C02-0003 認証取得者：一般社団法人中部シニア活性化支援機構
カーボン・オフセット活動の名称：第3回なごやマスターズデイ

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/kijun.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、○○、○○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、

- ① イベント運営者・参加者の移動に伴い発生するCO2排出量
 - ② 印刷物(地図、広報紙、ポスター、情報紙)の製造に伴い発生するCO2排出量
- に関してカーボン・オフセットの対象とした。

<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る事例または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9月17日(月)に実施

(ただし、各印刷物については2012年8月1日から2012年9月17日まで実施)

<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。

- ・取組紹介ページ(なごやマスターズデイ HP “http://www.mastersday.jp/” 内)
http://www.mastersday.jp/mastersday/support.html
- ・月刊紙広告 110 万部 (R i s a : 2012 年 9 月号 Vol. 160、55 万部) (ローズ: 2012 年 9 月号 第 150 号、55 万部)
- ・広報紙 6 万部 ・ポスター 250 枚 ・中日新聞でイベント当日の様子を紹介

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

【例】製品○○○について LCA を実施、排出量は 1 製品あたり○○○kg

【例】イベント開催における、関係者の交通移動、会場の使用電力量、廃棄物処理に伴う排出量、算定方法については環境省の算定ガイドラインを用いた。総量○○トン

イベント運営者・参加者の移動に伴い発生する CO2 排出量

バス 移動距離 ÷ 燃費 × 単位発熱量 × 排出係数 × 人数

電車 移動距離 × 燃費 × 排出係数 × 人数

総量 1.3694 トン

印刷物(地図、広報紙、ポスター、情報紙)の製造に伴い発生する CO2 排出量

紙の使用枚数 × 原単位

総量 18.0515 トン

CO2 排出量合計 19.4 トン

①-2 排出量の算定に利用したデータ種類

【例】電力使用量、ガソリン使用量、

単位発熱量、燃費、排出係数、原単位

原単位は「カーボン・オフセットの対象活動から生じる GHG 排出量の算定方法ガイドライン (Ver. 2.0)」を参照とする

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

J-VER (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。

記載例：
○○地域連携による間伐促進型森林づくり事業、
○○による木質ペレットボイラーでの温室効果ガス排出削減事業、
○○国における風力発電プロジェクト CDM プロジェクト番号・・・

岩手県県有林における森林吸収量取引プロジェクト

<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。

償却

無効化日：2012 年 8 月 7 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

- ① CO2 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。

本イベントでは、参加者に公共交通機関の利用を大々的に呼びかけ、実際に参加者の多くが公共交通機関を利用しての来場でした。本イベントでは参加者に、公共交通機関を利用したり、移動を徒歩にしたりすることで、一般市民でも簡単に環境に貢献できるということを知ってもらい、生活の中で実践に移してもらうことを期待していました。

その成果について、弊社の発行している環境情報紙、シニア情報紙を通じて、参加者の方からいくつも反響を頂きました。例として、『日々の買い物車を使わずに子どもと歩くようになった。ダイエット、体力づくり、親子コミュニケーションにもなっている』や、『毎日のように飲み物はペットボトル、ランチはコンビニ弁当購入が当たり前だったが、自宅から水筒と弁当を持参するようになり、空き容器のごみをなくすことができた』といった、日々の小さな習慣を変えることで、環境に貢献できることを実感している方が多くいらっしゃいました。イベント対象者は、シニア世代をメインに、シニア世代の友人・家族・知人でしたが、若い世代の方に広く「簡単に環境へ貢献できる」という知識を広められました。

イベント参加者が、イベント当日に公共交通機関を利用するだけでなく、イベント後の普段の生活でも、公共交通機関や徒歩での移動を選択することで、イベント後も CO2 削減ができていると考えられます。

- ② CO2 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。

本イベント参加者の方へ、公共交通機関の利用を大々的に呼びかけました。イベントでは、徒歩での移動（ウォーキング）を推奨するばかりではなく、より環境についてや CO2 削減について考えてもらう為に、スタート地点に認証ラベルの入った「CO2」大看板を設置しました。看板を目にした参加者からは、カーボン・オフセットと被災地支援の取り組みに対して多くの好意的な声が聞かれました。環境活動への関心の高さを実感しました。参加者からは、イベント当日『なごやマスターズデイがカーボン・オフセットに取り組んでいるとは知らなかった』『ウォーキング大会は他にもいっぱいあるけど、環境に絡めた大会に参加するのははじめて』といった反響も頂き、CO2 削減努力の必要性・重要性について理解・協力をして頂く良いきっかけとなりました。イベントの参加賞として健康ジュースなどを提供して下さった協力団体からも、「参加者に緑の大切さをアピールできる大会」と高評価をして頂きました。

スタッフの意識も大会が近づくにつれ高まり、社内で行っている“裏紙利用”“観葉植物をエントランスに設置（8本）”“社用車を1台に削減し、移動は公共交通機関と自転車を利用する”“夏はエアコンの設定温度28度、冬は事務所内が暖かいので、エアコンを使用しない。（クールビズ（7月～9月）の実施）”などに、以前にも増して積極的に協力し合う環境になりました。

カーボン・オフセットで他の同様大会とは差別化できたことによって、協賛企業からも「カーボン・オフセットが環境活動の一環として企業の社会的価値を高めることをイベントを通して実感した」との意見も多数ありました。

また、産学官連携イベントとして、学生ボランティアは約100人にも上りました。「カーボン・オフセットイベントなんですね」の声も多く聞かれ、若者の環境意識向上にもつながったと思われまます。

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。

“なごやマスターズデイ”は高齢者の社会参加、自立を促し敬老手帳を掲示すると協賛施設でさまざまな特典をうけることができるイベントとして2010年にスタートしました。社会的価値と経済的価値を両立した地域連携事業として2年間で基礎を築いてまいりました。

我が国は世界のどの国も経験したことのない高齢社会を迎えています。高齢者の経験や蓄積したノウハウはきっと生かされるはずで、元気に自立し、社会的にも認められた存在であるべきです。高齢者の社会参加、自立を促すイベントが「なごやマスターズデイ」です。“なごやマスターズデイ”は、『高齢者が名古屋のまちで元気に！高齢者が名古屋のまちを元気に！』を合言葉に、シニア世代が活性化・活動的になることで、名古屋の商業・文化が盛んになることを目標としています。

イベントには、約50か所の施設に協力して頂き、敬老手帳の提示で割引などのサービスをしました。普段は訪れる機会がなかったシニア世代が、イベント当日には列を作って入場待ちになるくらい来場・来店するなど、社会や商業の活性化に繋がりました。

企画段階では、名古屋にある大学3校の生徒さんと、様々な視点でイベントに協力してもらいました。シニアと関わりの薄いと思われる若い学生世代へも、こうした取り組みに参加してもらうことで、シニア世代の文化が受け継がれていくきっかけを創出すると共に、若い世代とシニア世代の橋渡しになりました。

また、今回オフセットの際には被災地である岩手県産のJ-VERを使用しました。代表理事の江口敬一（中日メディアブレイン社長）は、自ら執筆する「ローズ」1面コラム「山想つれづれ」で岩手山を紹介するため認証後に「取材登山」を挙行し、岩手県J-VERの現場である岩手県有林も実際に目にし、コラムで「宮沢賢治の愛した山」のタイトルで紹介しました。コラムは好評で、読者はがきは普通の月を約2割上回り1200通を超え、岩手県への関心が高まった事が窺えます。

震災後、ローズ編集長の堀井孝洋は岩手県内のもづくり企業を2度取材し、暮らすめいと（東京新聞折り込み）編集長の風岡龍治は平泉を、編集スタッフの山口雅子も陸前高田を訪れ、編集者として被害の甚大さを目に焼き付けました。スタッフの岩手への思いはことのほか強く、今後もローズなどの紙面を活用し、被災地に関する情報やプレゼントコーナーで被災地の特産品を紹介するなど、被災地支援を行う企画を続けます。

イベント参加者や読者からは、「名古屋を元気にするだけではなく、環境意識向上や被災地支援にもつながった」等、反響は大きかったです。

- 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。

“なごやマスターズデイ”は常に、新しい社会的価値のある取組を検討してきました。イベント自体、参加や移動を地下鉄・バスの公共交通機関を促しており環境配慮をしていますが、さらに踏み込んだ環境への取り組みとしてカーボン・オフセットがあることを知り、イベントでの活用を検討しました。J-VERという森林保全活動を支援するだけでなく、被災地産J-VERを活用することで、イベント参加者へ広く被災地支援をPRすることができると考え今回の被災地産J-VERを活用したカーボン・オフセットを企画しました。カーボン・オフセット認証は中部地区ではまだ普及途中段階ですが、正式にオフセット認証を受けて編集発行する情報紙で広報しました。今後も、カーボン・オフセットの信頼性を確保しながら、カーボン・オフセットに積極的に取り組みたいと考えています。

また、①でも述べたように、本イベントのオフセットには被災地である岩手県産のJ-VERを使用しています。今後、イベント開始当初からの名古屋を元気にするという目標だけではなく、名古屋と共に被災地域も元気になるお手伝いをしていきたいと考えています。スタッフの被災地域への思い入れも強く、弊社の情報紙だけではなく、イベントでも関わりを持たせていきたいと考えています。

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。

- 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

我が国は世界のどの国も経験したことのない高齢社会を迎えています。シニア世代が元気に自立し、社会的にも認められた存在であるべきだと考え、それらを促すイベントが「なごやマスターズデイ」です。「なごやマスターズデイ」は、『高齢者が名古屋のまちで元気に！高齢者で名古屋のまちを元気に！』を合言葉に、シニア世代が活性化・活動的になることで、名古屋の商業・文化が盛んになることを目標としています。本イベントでは、名古屋地域とシニア世代の活性化を図り、様々なイベントを行っています。『古地図で発見！達人ウオーク』では、名城公園から若宮八幡社に向けて健康ウオークを行いました。ルートを2つ、5kmと8kmのコースを用意し、各ルートごとにそれぞれ地域の神社や飲食店・商店街などを回れるように設定しました。ウオーク途中、列から出て寄道を可能にすることで、参加者が「寄りたい！」と思った観光地や店舗に自由に立ち寄れる環境を作りました。また、シニア世代だけでなく、同伴された若い世代の方に地域の魅力を紹介できるよう、ルート内3カ所に“語り部”を用意しました。各地域の歴史をお話して頂く事で、地域への新発見ができるようにしました。

また、本イベントのオフセットに被災地である岩手県産のJ-VERを使用し、イベントやイベント紹介に使用した情報紙などで被災地産の特産品などのプレゼント企画を行いました。被災地への関心を参加者や読者に持ってもらうことで、名古屋地域だけではなく、被災地域も活性化していきたいと考えています。情報紙には、プレゼントだけではなく、被災地域の商品が名古屋ではどこで購入できるのかも記載し、関心を持たれた方が、被災地域の商品を購入しやすくしました。

- 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

被災地産 J-VER 等を活用したカーボン・オフセットの取組のモデル性

なごやマスターズデイイベントのカーボン・オフセットを、イベントPRに合わせて行うことで、被災地産 J-VER の活用を広く普及し他の事業者や一般市民への周知を行いました。「J-VER とは何か」、「被災地でどのような活動が行われているのか」。など被災地の J-VER 事業者のもとへ取材を行い、環境情報紙（Risa : 55 万部）にイベント告知と同時に被災地産 J-VER について特集記事を掲載しました。

イベントPR媒体は広報紙6万部、ポスター250枚、WEB、ウォーキング地図2千部をはじめ、中日メディアブレーンが編集発行する情報紙（環境情報紙 Risa 55万部、シニア向け情報紙ローズ 55万部）で事前記事を掲載し、当日の様子も中日新聞で紹介され、被災地産 J-VER を活用したイベントとして広く波及効果はあったと思われま

また、情報紙（環境情報紙 Risa とシニア向け情報紙ローズ）に読者特典として応募者の中から東北物産をプレゼントしました。被災地応援キャンペーンとして特典記事を掲載し、物産紹介と地元名古屋での取扱店、購入元を紹介することで、当選者だけでなく読者全員が名古屋でも被災地産商品を購入してもらえるように情報発信しました。環境情報紙 Risa とシニア情報紙ローズは合わせて名古屋市内110万部の発行部数があるため、広く被災地産物産の購入促進効果もあったと思われま

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。

イベント開催に伴い、参加者へ公共交通機関の利用を大々的に呼びかけました。さらに、事前に情報紙などでカーボン・オフセットや環境についての取組を伝えたり、イベントのスタート地点に「CO2」の大看板を設置したりなどして、参加者にCO2削減努力の必要性・重要性などについても呼びかけました。

- ③ 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。

実際に、本イベントに参加された方の多くが環境について興味を持たれ、情報紙への反響の中には『環境に関するテレビのニュースなど断片的な事柄が結びつくようになり、興味を持つようになった』というように、今までは他人事ではなかった事を、＜自分ごと化＞して、考えるきっかけを作ることができました。＜自分ごと化＞された方達からは、『使わない部屋の電気をこまめに消す、エアコンをなるべく使わないようにするなど節電に努めるようになった』といった自分1人でできる取組から、『地産地消はフードマイレージの点から環境に貢献できることが分かっていけるだけ心がけるようになった』といった地域の人たちで行う取組まで、様々な場面で環境に配慮される方が増えました。

5. ストーリー性

① 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。

「高齢者が名古屋のまちで元気に！高齢者で名古屋のまちを元気に！」を合言葉に一昨年スタートした“なごやマスターズデイ”は、敬老の日を盛り上げるイベントです。「マスター（＝人生の達人）」が名古屋市の敬老手帳を見せると協賛施設でさまざまな特典を受けられました。

今回は、イベント参加者・運営者の移動にかかるオフセットや目玉の主催イベント「古地図で再発見！達人ウオーク」で使用される地図・広報紙などをカーボン・オフセットしました。健康ウオークをはじめイベント参加者は総計1000人にも上り、イベント資材（のぼり）の使用量を半分に減らしたり、参加者には公共交通機関での移動を促進、排出削減努力を重ねました。健康に良いだけでなく、使用資材にも配慮したエコなイベントになりました。

さらに被災地産の J-VER でオフセットするにあたり、被災地の J-VER を取材した特集記事を掲載し、情報紙の特典記事で東北特産品をプレゼント、被災地支援も行いました。読者の反響は大きく、プレゼント応募はがきは普段の月を300通ほど上回り1300通にもなりました。

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。

自社が編集発行している情報紙（Risa、ローズ）などで、事前にイベント告知を行いました。イベント自体は今回で第3回目にあたり、以前に2回行っていることから、イベント自体には定評があります。そこで、イベントの企画に名古屋にある大学3校の生徒さんの企画に参加や、主催イベント「古地図で再発見！達人ウオーク」のルート内3ヵ所に“語り部”を用意するなどして、よりイベントの中身が充実するように企画しました。

また、そうした魅力を伝えるために情報紙に、掲載する際にはイベントの紹介ばかりを行うのではなく、カーボン・オフセットや被災地支援を行っていることなど、他イベントとどう違うのかを魅力的に掲載しました。

低炭素社会の実現に向けて、平素から省エネや社用車の削減による自動車使用時間の低減化を行っています。スタッフの普段の移動にも公共交通機関や自転車を推進し、スタッフ全員が低炭素社会の実現に貢献できるよう努めています。そのため、企画するイベントなどにもCO2削減をはじめとした環境問題について触れることが多く、本イベントでは特に大々的にCO2削減について普及啓発を行いました。55万部ずつ発行しているRisaやローズなどの情報紙でカーボン・オフセットやJ-VERについて掲載することで、イベント参加者以外にもCO2削減やJ-VERなどの普及啓発を行いました。

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