

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 カブシキガイシャキョウトパープルサンガ</p> <p>(団体名) ※企業名、自治体名、団体名をお願いします 株式会社京都パープルサンガ <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 京都市</p> <p>所在地： 〒604-8571 京都市中京区寺町通御池上る上本能寺町488番地</p> <p>部署名： 環境政策局地球温暖化対策室</p> <p>役職名： 主任</p> <p>氏 名： 亀井 裕雄</p> <p>TEL： 075-222-4555 FAX： 075-211-9261</p> <p>E-Mail： kaqba637@city.kyoto.jp</p>
ホームページ	<p>http://www.sanga-fc.jp/</p>
<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>○主たる事業 サッカー等スポーツ競技の開催及びチーム運営業務</p> <p>○所在地 [本社] 〒600-8009 京都府京都市下京区四条通室町東入函谷鉾町87番地ケイアイ興産京都ビル [クラブハウス/練習場] 京都サンガF.C. 東城陽グラウンド（サンガタウンサッカー場） 〒610-0102 京都府城陽市久世上大谷89-1 [スタジアム] 京都市西京極総合運動公園陸上競技場兼球技場 〒615-0864 京都府京都市右京区西京極新明町32</p> <p>○設立年月日 1994（平成6）年1月13日</p> <p>○資本金 36億500万円</p> <p>○ホームタウン 京都市、城陽市、宇治市、京田辺市、長岡京市、向日市、木津川市</p> <p>○活動区域 京都府全域</p> <p>○京都サンガF.C. 基本理念 サッカーを通じ、京都サンガF.C.を取り巻くすべての人々の夢と幸福を実現するとともに、スポーツ文化の創造・進行を通じて、地域、社会の進歩発展に貢献する。</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_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

京都サンガ F.C. カーボン・オフセットマッチ
～DO YOU KYOTO?クレジットを活用したオフセットにより地域に根差したスポーツクラブへ～

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

<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。

3①-1に記載した算定範囲と同じ

- ・会場の電気使用に伴う排出
- ・選手の移動に伴う排出
- ・観客の移動に伴う排出
- ・ごみの焼却処理に伴う排出

<カーボン・オフセットの取組の実施期間>

2012年5月26日開催の1試合及び8月19日から11月18日までの8試合、ホームゲーム計9試合を対象に実施した。
なお、2013年以降のホームゲームでのオフセット実施についても検討中である。

<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。

1 スタジアム来場者への情報提供

- ・マッチオフィシャルリーフレットに、カーボン・オフセットマッチ実施についてのチラシを挟み込み、全来場者に配布
- ・試合開始前及びハーフタイムに、カーボン・オフセットマッチ実施について、スタジアム電光掲示板への掲示と場内アナウンスを実施
- ・2012年5月26日のキックオフ前に、スタジアムグラウンドにおいて、活用したクレジットの創出者（伏見大手筋商店街、西京極大門ハイイツ管理組合）、京都市長及び榊京都パープルサンガ社長出席の下、記念セレモニーを開催
- ・9月23日及び11月11日開催の試合において、通常のチラシに加え、オフセットマッチの認知度等に関するアンケート用紙を全来場者に配布（計396名からアンケートの回答を得た）
- ・カーボン・オフセットマッチ開催日に、スタジアム周辺に、告知の看板設置及びポスター掲示を実施

2 報道機関等を通じた情報提供

- ・5月26日開催前及び8月以降開催前において、京都サンガF.C.及び京都市から、それぞれプレスリリースを実施

3 インターネットを通じた情報提供

- ・京都サンガF.C.及び京都市のインターネットホームページにおいて、取組の詳細を掲載
<http://www.sanga-fc.jp/club/doyoukyoto/index/> (京都サンガF.C. DO YOU KYOTO?サンガプロジェクト HP)
<http://www.city.kyoto.lg.jp/kankyo/page/0000123832.html> (京都市 DO YOU KYOTO?クレジット HP)

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。

- ①ー1 排出量の算定方法及び算定範囲
- ①□2 排出量の算定に利用したデータ種類

ア 会場の電気使用に伴う排出 (5.57トン)

電気使用量を会場である西京極陸上競技場の電気メーターで毎試合実測
平成22年度関西電力の電気排出係数(0.311kgCO₂/kWh)を使用

イ 選手の移動に伴う排出 (0.36トン)

練習場から試合会場までの距離(26.2km)をもとに算定
移動バスの燃費は、国土交通省による貸切バスの走行キロ燃費(10.72MJ/km)を使用

ウ 観客の移動に伴う排出 (14.55トン)

全観客の移動は鉄道で行われ(専用駐車場なし)、平均的な経路として阪急西京極駅ー京都市地下鉄京都駅(6.1km)を移動すると想定

鉄道の燃料消費率は、環境省の算定ガイドライン掲載の電力標準値(0.048kWh/人km)を使用
毎試合の実観客数をもとに算定

エ ごみの焼却処理に伴う排出 (10.66トン)

発生するごみ1袋あたりの平均重量(4.53kg/袋)とプラ組成比率(40.18重量%)をサンプル調査により実測
プラスチック焼却に係る排出係数(2.77kgCO₂/kg)を使用
ごみの袋数は5月26日の発生数(173袋)を実測(以降の試合は同数が発生と想定)

総オフセット量 31.1トン

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。

DO YOU KYOTO?クレジット 31.1トン(京都市DO YOU KYOTO?クレジット制度)

<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。

DO YOU KYOTO?クレジット制度に基づく、以下の排出削減プロジェクト

- ・株式会社FUKUDAによる空調、照明等の運用改善での排出削減プロジェクト(0.3トン)
- ・中出練染株式会社によるボイラー燃料転換等での排出削減プロジェクト(18.0トン)
- ・株式会社久保村製作所による空調、照明等の高効率化での排出削減プロジェクト(2.7トン)
- ・株式会社中蔵による空調、照明等の高効率化での排出削減プロジェクト(1.1トン)
- ・伏見大手筋商店街振興組合による省エネ活動での排出削減プロジェクト(2.2トン)
- ・西京極大門ハイツ管理組合法人による省エネ活動での排出削減プロジェクト(2.1トン)
- ・朱四エコ学区推進協議会による省エネ活動での排出削減プロジェクト(1.5トン)
- ・境谷エコ学区推進協議会による省エネ活動での排出削減プロジェクト(0.9トン)
- ・京都友の会による省エネ活動での排出削減プロジェクト(2.3トン)

※各排出削減プロジェクトのクレジット創出事例概要は別紙(DO YOU KYOTO?クレジット創出事例)参照

<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。

- ・ 5月26日実施分2.3トンについて、5月26日付けで償却済み
- ・ 8月～11月実施分計28.8トンについて、償却予定
- ・ DO YOU KYOTO?クレジット管理簿
<http://www.city.kyoto.lg.jp/kankyo/page/0000120061.html>

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。

京都サンガ F.C. では、「サッカーを通じ、京都サンガ F.C. を取り巻く全ての人々の夢と幸福を実現するとともに、スポーツ文化の創造・振興を通じて、地域、社会の進歩発展に貢献する」を基本理念に置いてクラブ運営を進めており、地域から愛され、地域を活性化するための取組のひとつとして、環境問題に率先して取り組むため「DO YOU KYOTO?サンガプロジェクト」を開始した。

「DO YOU KYOTO?」とは、地球温暖化対策に関する国際的な取り決めである京都議定書にちなんで、京都から世界に向けて発信する「環境にいいことしていますか?」という意味の合言葉であり、市民、事業者、大学、行政等が一体となって、環境にいい取組を進めてきたところである。

京都サンガ F.C. は、2009 年 9 月 4 日に京都市長から「DO YOU KYOTO?大使」の任命を受け、京都議定書誕生の地の J リーグクラブとして、美しい地球環境を次の世代に残すための取組を進めていくこととしている。

このための具体的な取組として、京都市など行政機関との連携の下、西京極でのホームゲーム全試合で使用済み天ぷら油と小型家電の回収を行っており、天ぷら油はバイオディーゼル燃料としてリサイクルされたのち、ユース（U-18）チームバスなどの燃料として使用しているほか、小型家電からは、金、銀、銅、パラジウムなどの貴金属やレアメタル（希少金属）の回収を進めている。

表：使用済み天ぷら油及び小型家電回収の実績

	使用済み天ぷら油		小型家電回収	
	協力者数 (名)	回収量 (l)	協力者数 (名)	回収台数 (台)
2010 シーズン	347	208	279	336
2011 シーズン	313	296	248	391
2012 シーズン	199	263	163	368
計	859	767	690	1095



左：使用済み天ぷら油の回収
右：小型家電の回収

さらに、試合そのものから発生する CO2 や環境負荷を軽減するための取組として、節電やごみの減量、公共交通機関での来場呼び掛けを行ってきた。節電に関しては、昨年度及び今年度、以下の取組を行い、相当の効果を果たしたと考えている（定量的測定比較は行っていない。）

- ア 大型照明装置について、最大 85%での点灯使用や、試合終了後の随時消灯実施
- イ 電光掲示板について、試合終了後の速やかな電源オフ
- ウ 空調設備について、夏季 28℃以上の室温設定での最小限の運転等
- エ スタッフのクールビズ実施

また、ごみの減量に関しては、スタジアム内にエコステーションを設けて、ごみの分別を推進するほか、ペットボトルのキャップの再資源化を行う「エコキャップ運動」にも取り組んでおり、2012 年 11 月までに 98,280 個を回収した。

このほかにも、太陽光発電や電気自動車の普及、エコドライブの推進等に関するキャンペーンを実施し、「DO YOU KYOTO?」さらなる PR を進めているところである。社会的注目度の高い J リーグクラブは、地域とともに存在し、地球環境と共生すべき存在であると認識しており、京都サンガ F.C. のこうした着実かつ継続的な取組を通じて、チームスタッフはもちろん、サポーターを中心とした市民への環境問題に関する意識を大きく醸成することができたと考えられる。

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。

プロスポーツの興行においては、会場のエネルギー使用や廃棄物の排出、来場者の移動などにより相当量の環境負荷が発生する。京都サンガ F.C. は、「DO YOU KYOTO?大使」として、様々なキャンペーンの実施等により市民の環境意識の醸成に努めるとともに、試合開催に伴う環境負荷の最小化に努めてきた。しかしながら、こうした環境負荷をゼロとすることは不可能であることから、京都市の助言に基づき、「DO YOU KYOTO?クレジット制度」を活用し、カーボン・オフセットマッチとして開催することとしたものである。

「DO YOU KYOTO?クレジット制度」は、町内会や商店街等のコミュニティや中小企業が削減を実現した CO2 をクレジットとして認証し、その量に応じて創出奨励金が支給されることにより、自主的な排出削減行動を促進する制度である。京都サンガ F.C. が、こうしたクレジットを購入し、カーボン・オフセットに活用することは、地域のコミュニティや中小企業の環境配慮行動を経済的に支えるという意義がある。しかしながら、こうした経済的側面だけでなく、コミュニティや中小企業の地道な努力の成果が、Jリーグの試合のカーボン・オフセットという社会的意義のある取組として陽の目を浴びることは、地道な削減を行った方々のモチベーションを高め、さらなる削減につながる効果が期待できるものであり、心理的な側面から環境行動を促す意義が極めて大きいと考える。

また、Jリーグクラブである京都サンガ F.C. が、「DO YOU KYOTO?クレジット制度」を活用し、カーボン・オフセットに取り組むことは、「DO YOU KYOTO?クレジット制度」やカーボン・オフセットについて PR 効果が大きく、市民の認知や関心を高め、環境配慮行動につながる効果が期待できるなど、その社会的な影響は少なくないと考える。

さらに、一方で、京都サンガ F.C. が、京都市内のコミュニティや中小企業のクレジットを購入し、その環境行動を支えることは、そのコミュニティ等のオフセットマッチに対するオーナーシップ（この試合は、自分たちの努力の成果でオフセットすることができたという意識）につながり、その結果としてクラブのサポーターへとになっていただくことを期待するものである。実際に、今回、多くのコミュニティ等の方々に、スタジアムへと足を運んでいただくことができた。

本年 5 月に試行的にカーボン・オフセットマッチを実施した後、大きな意義がある行動であるとの認識の下、8 月以降の全ホームゲームにおいても実施することとした。来年以降についても、継続して実施していくことを検討している。

京都サンガ F.C. によるカーボン・オフセットマッチの取組は、クラブの環境配慮行動を通じて、地域の自主的取組を支えていくとともに、反対に地域から支えていただくことのできる地域に根差したクラブとなるための価値ある取組であると認識しており、息の長い取組となるよう充実を図っていく。

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
- 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

「DO YOU KYOTO?クレジット制度」は、京都市域の町内会や商店街などのコミュニティ、中小企業の自発的な排出削減の取組の成果を CO2 削減クレジットとして認証するものである。こうした活動を促進していくためには、生み出されたクレジットが、市民に広く目に見える形で、社会的に意義のある用途に活用されることが重要である。

京都サンガ F.C. によるカーボン・オフセットマッチの取組は、Jリーグの試合という多くの人々が注目するイベントにおいて、ホームタウンである京都市域で生まれたクレジットを活用するものである。これにより、多くの市民が、カーボンクレジット、カーボン・オフセット等に触れる機会となり、それらへの認知や理解が深めるきっかけとなるとともに、地球温暖化問題をはじめとする環境問題への意識の醸成につながるものと考えられる。

また、これにより、地域コミュニティや中小企業の省エネ活動をはじめとした環境配慮行動が促進されることはもちろんのこと、地域コミュニティの結束の強化や活性化、クレジット収入や光熱費低減を通じた中小企業の経営改善など、地域社会や産業振興に大きな貢献をもたらすものである。

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。

普及啓発のため、以下の取組を実施した。（再掲）

来場者については、毎試合全員に配布されるマッチオフィシャルリーフレットに、カーボン・オフセットマッチのチラシを挟み込むことで、相当程度のリーチが得られたと考える。また、2 回に渡り実施したアンケート調査についても、認知度や理解に大きな貢献があったと推察される。

具体的には、第 1 回目アンケートでは「カーボン・オフセットの意味を知っているか。」（質問①）という質問に対して、45%が「意味を知っていた」、また「京都サンガ F.C がホームゲーム開催に伴う CO2 をカーボン・オフセットしているのを知っているか。」（質問②）という質問に対しては、62%が「知っている」と回答するなど、予想以上の認知と理解が得られていることがわかった。回答者の多くが、比較的繰り返しゲームを観戦しに来ているサポーターであると推測され、毎試合行っているチラシ配布や電光掲示板での周知等が成果をあげているものと判断できる。

なお、第 2 回目のアンケートは J2 昇格を賭けた 2012 シリーズ最終戦にアンケート実施したため、ピギナーのサポーターの回答を多く含み、質問①については「意味を知っていた」は 32%、質問②について「知っている」は 48%がとなり、第 1 回に比べて認知度が低い結果となった。今後も継続した周知活動により、認知度と理解向上を図っていく。

1 スタジアム来場者への情報提供

- ・マッチオフィシャルリーフレットに、カーボン・オフセットマッチ実施についてのチラシを挟み込み、全来場者に配布
- ・試合開始前及びハーフタイムに、カーボン・オフセットマッチ実施について、スタジアム電光掲示板への掲示と場内アナウンスを実施
- ・2012年5月26日のキックオフ前に、スタジアムグラウンドにおいて、活用したクレジットの創出者（伏見大手筋商店街、西京極大門ハイツ管理組合）、京都市長及び榊京都パープルサンガ社長出席の下、記念セレモニーを開催
- ・9月23日及び11月11日開催の試合において、通常のチラシに加え、オフセットマッチの認知度等に関するアンケート用紙を全来場者に配布（計396名からアンケートの回答を得た）
- ・カーボン・オフセットマッチ開催日に、スタジアム周辺に、告知の看板設置及びポスター掲示を実施



挟み込みチラシ



スタジアム電光掲示板への掲示



告知看板

2 報道機関等を通じた情報提供

- ・5月26日開催前及び8月以降開催前において、京都サンガF.C.及び京都市から、それぞれプレスリリースを実施

3 インターネットを通じた情報提供

- ・京都サンガF.C.及び京都市のインターネットホームページにおいて、取組の詳細を掲載

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。

カーボン・オフセットを通じた環境配慮活動を、社会的注目度の高いJリーグクラブが率先して実施することは、カーボン・オフセット等に関する市民や事業者の認知や理解を高める効果が非常に大きいと考える。とりわけ、今回、京都をホームタウンとする京都サンガF.C.が、京都市のローカルクレジット制度であるDO YOU KYOTO?クレジット制度を活用して、カーボン・オフセットを行ったことは、以下に示す通り、関係する主体それぞれにとって、多くの副次的効果を生み出すことにより、環境面だけでなく、地域コミュニティや商店街の活性化、中小企業振興、さらにはスポーツ振興など多方面の政策効果を生み出すことのできる、他のモデルとなり得るユニークな取組であると考えられる。

【削減の取組主体（クレジット創出者）の視点】

- ・省エネという地道な活動の成果が「見える化」され、環境価値として社会的な評価を付与されるとともに、Jリーグの試合という“晴れの場”で披露されることで、大きな達成感と満足感が得られる。
 - ⇒ オフセットマッチに対するオーナーシップとクラブへのサポーターシップが醸成される
- ・クレジットの売却収入（創出奨励金）を、他の活動の費用に充当することができる。

【観客・サポーターの視点】

- ・オフセットマッチにおいて、実際に排出削減を行った市民や企業等を目にすることで、認知と理解を向上させるとともに、自らも環境配慮行動を行おうとする意識付けとなる。
- ・サポートしているクラブが社会的に意義のある活動を行っていることを知ることで、クラブに対してさらに強いサポートを行おうという気持ちが生まれる。

【クラブの視点】

- ・京都の市民や中小企業が創出したクレジットを活用することで、ホームタウンである京都の環境配慮活動の促進に貢献することができる。
- ・環境配慮活動を通じて、クラブのイメージ向上が期待できる。
- ・排出削減を行ったクレジット創出者が、オフセットマッチの観戦を契機としてクラブに対するサポーターシップを醸成することが期待できる。



2012年5月26日記念セレモニー
クレジット創出者（伏見大手筋商店街，西京極大門ハイツ管理組合），
京都市長及び(株)京都パープルサンガ社長

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