

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30日

応募者情報	
応募 団体名	(フリガナ) サッポロビールカブシキガイシャ
	(団体名) サッポロビール株式会社 株式会社サッポロライオン
応募 担当者 連絡先	団体名： サッポロビール株式会社
	所在地： 〒060-0031 北海道札幌市中央区1条東4丁目8番地1
	部署名： 北海道本社 戦略企画部
	役職名： 課長代理
	氏名： 清水 周子
	TEL： 011-252-8240 FAX：
	E-Mail： Shuko.Shimizu@sapporobeer.co.jp
ホームページ	http://www.sapporobeer.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）</p> <p>サッポログループの中核を担うサッポロビールは、ビール・発泡酒・その他の酒類の製造・販売、ワイン・洋酒の販売などさまざまな事業を展開しています。1876年の創業以来135年間、原料から製造、物流、営業、提案方法などにいたるお客様に飲んでいただくその瞬間までのすべての活動において、「おいしさ」と「安全・安心」に徹底してこだわり、責任を持ってきました。</p> <p>特に、自然の恵みの産物であるビールづくりに最も重要な麦やホップなどの原料へのこだわりは、「麦芽とホップの全量協働契約栽培化¹」に結実しています。今後ともこの恵みを生み出してくれる地球と豊かな自然に深く感謝し、活動していきます。また、経営理念として、「お酒は、お客様の楽しく豊かな生活をより楽しく豊かにできる」と信じています。開拓使醸造所設立以来の、モノ造りへの想いや信念を忘れず将来に伝え、全ての企業活動を通して、新しい楽しさや豊かさをお客様に伝え、全ての企業活動を通して、新しい楽しさや豊かさをお客様に発見していただけるサッポロビールを目指します。これがサッポロビールの永遠の努めです。サッポロビールは、お客様に「サッポロビールを選んでよかった」と言われる企業でありたいと考えます。</p> <p>サッポログループとしても、豊かな地球環境を幾世代にもわたり受け継いでいけるよう、低炭素社会、循環型社会、自然共生社会の実現に貢献することが、CSR重要課題の一つとして掲げられています。</p>	

¹ <http://www.sapporobeer.jp/book/materials/chapter06/index.html>

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

北海道の森に乾杯 ～カーボン・オフセット生ビール～
(カーボン・オフセット付生ビールの提供)
カーボン・オフセット認証 認証番号：4CJ-1100084

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>

- 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。

【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

サッポロビール株式会社が製造販売する「黒ラベル（以下、サッポロ生ビール）」「サッポロクラシック」を北海道工場で製造、北海道工場から札幌市内の物流拠点へ輸送する際に排出される CO2 排出量をカーボン・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>

2012 年 2 月 ～2016 年 1 月末までのキャンペーン対象月（その後も継続の可能性あり）

認証期間中：2012 年 2 月、3 月、4 月、7 月、8 月、12 月、2013 年 1 月（雪まつりシーズン、
歓送迎会シーズン、夏の観光シーズン、忘年会・新年会シーズン）の計 7 か月間

<カーボン・オフセットの取組に関する情報提供方法>

- ①キャンペーン対象店内にてキャンペーンポスター告知掲示
- ②飲食サイト(ぐるなび)へのキャンペーン告知掲載
- ③サッポロホールディングス株式会社ホームページ CSR 活動の1つとして掲載
<http://www.sapporoholdings.jp/csr/foundation/activity2.html>
- ④広報紙 ほっかいどう 2012 年 11 月号 特集 北海道の環境を、未来へつなぐために
<http://www.pref.hokkaido.lg.jp/ss/tkk/kohoshi/kohoshi201211.pdf>
- ⑤「北海道産 J-VER 活用促進パンフレット」（環境省北海道地方環境事務所）の P. 20 に掲載
http://hokkaido.env.go.jp/earth/mat/data/m_1_7/m_1_7_1.pdf

- ⑥カーボン・オフセット活用ガイドブック 2012（環境省）の P. 36～39 に掲載
- ⑦調印式とキャンペーンの合同発表会イベントの実施（2012年1月31日）
- ⑧下川町間伐材使用のベンチ贈呈式イベントの実施（2012年10月20日）

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

●算定範囲

「サッポロ生ビール」「サッポロクラシック」共通で、下記の2項目に設定

- ・製造時のエネルギー利用（電気・ガス・水道）
- ・北海道工場から札幌市内の物流拠点までの輸送時のエネルギー利用（燃料）

●排出量算定式

排出量 = 活動量 × 排出係数

【生産・輸送】

- ・電気：21g-CO₂/杯（北海道電力：0.433kg-CO₂）
- ・ガス：40g-CO₂/杯（北海道ガス：2.36kg-CO₂）
- ・水道：0.6g-CO₂/杯

（環境省、カーボン・オフセットの対象活動から生じる温室効果ガス排出量の算定方法ガイドライン Ver. 2.0 : 0.23kg-CO₂）

- ・輸送：4.45g-CO₂/杯

（カーボンフットプリント制度施行事業 CO₂ 換算量共通原単位データベース Ver3.0 : 0.178kg-CO₂/tkm）

生ビール1杯あたり計 66.05g-CO₂/杯

●キャンペーン全体の排出量

1杯あたり 66.05g-CO₂ × 販売目標 134,000杯/年 = 8,850,700g-CO₂ = 8.85t-CO₂/年

●オフセット総量

排出量全体 8.85t-CO₂/年 × 5倍量

= 45 t-CO₂/年（オフセット比率 508.5% ≒ 5倍）

同取組を4年間実施予定のため、

45 t-CO₂/年 × 4年 = 180t-CO₂

→総オフセット量は180t-CO₂（予定）

①-2 排出量の算定に利用したデータ種類

- ・製造時のエネルギー利用量（電気・ガス・水道）
- ・北海道工場から札幌市内の物流拠点までの輸送時のエネルギー利用量（燃料）

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（ ISO14001・エコアクション2.1を取得、カーボンフットプリント制度試行事業に参加、グリーン購入、廃棄物の再資源化の取組、非食料原料でつくるバイオマスエネルギーの研究開発、環境美化活動 など）

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（〇%）、GER等（△%）など

オフセット・クレジット（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。

北海道4町連携による間伐促進型森林づくり事業（足寄町、下川町、滝上町、美幌町）

<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。

オフセットプロバイダーであるマイクライメイトジャパンに委託し、2012年2月から2013年1月末分は2013年3月31日までにJ-VER登録簿の無効化口座への移転により無効化予定。2013年2月以降のクレジットについても同様に委託し、年に1度無効化予定。

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。

●これまでの取組

当社では省エネルギー設備・環境設備の導入や、全工場を対象にした「省エネ推進プロジェクト」の実施など、サプライチェーンを意識して省エネに取組むことで、供給者から消費者までを結ぶ、CO2 削減を推進し、2010年までに1990年比50%削減の目標を2006年に達成し、2010年には63.2%削減を達成しました。

さらに、消費者がCO2 排出削減を実践する「低炭素型の生活」を啓発するため、カーボンフットプリント表示缶ビール「黒ラベル」を2009年に試験販売しました。その後も、年間を通じた節電対策や、照明のLEDへの変更、既存施設への太陽光発電システムの導入なども実施しています。

サッポロビール北海道工場では、1998年6月に工場から排出する副産物・廃棄物の再資源化100%を達成し、現在まで継続しています。また、高効率空気圧縮機導入による省電力化や、浄水設備の水の回収・再利用による用水使用量削減、バイオエタノール製造実証施設建設による実証試験実施、工場内のピオトープ園などの緑化推進なども継続的に実施してきました。

サッポロライオンでは、従業員向けに「ECO LION ハンドブック」を作成して各店舗に配布。1つ1つの業務で実践する小さな「くふう節電」が大きな節電につうなるという意識を強化しました。

グループ全体では、2009年比で2015年までにCO2 排出原単位を7%削減（CO2 削減量として1.8万トン相当）することを目標に掲げ、取組みを進めています。

①期待した効果とその成果

ISO14001やエコアクション21などとも連動した日々実施している取組の意味を再認識するきっかけになると期待しました。

結果、各自の活動とCO2 排出との関係を改めて見直し、当たり前のことを徹底することの大切さや、普段からの地球環境への配慮についても意識改革が進みました。よって、これまでの取組への理解が深まり、それ以上の削減努力を促す結果となっています。

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

グループを含む社内に向けては、サッポロライオンの店長会議で各店長の理解を得るとともに、社員全員に、メールやイントラネットへの掲載を通じて、カーボン・オフセットを実施するにあたってのCO2 排出量削減についての情報提供と呼びかけを実施しました。結果、理解が深まり、自発的に協力する社員の増加につながりました。

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。

●背景

当社は、北海道の環境に貢献でき、地域支援につながり、しかもお客様であるビール消費者が参加できる取り組みを模索していました。

また、株式会社サッポロライオンは当社が製造する様々なビールを販売する中でカーボンフットプリントを取得したサッポロ黒ラベルをはじめ、環境への取り組みを反映させた商品を販売するグループ会社のひとつとして位置づけられています。サッポロライオンも飲食店を運営する事業において取り組むことのできる環境貢献を付加価値としてお客様に提供することを実践しようとして模索しておりました。

●概要

サッポロビール株式会社が製造販売する「サッポロ生ビール」「サッポロクラシック」を北海道工場製造し、北海道工場から札幌市内の物流拠点へ輸送する際に排出されるCO2 排出量を算定し、その排出量の約5倍相当分のクレジットを「サッポロ生ビール」「サッポロクラシック」に付与して、株式会社サッポロライオンが運営する北海道内のビアレストラン「銀座ライオン」など18店舗にて提

供する取組です。

●オフセット主体

当社の提供する「サッポロ生ビール」「サッポロクラシック」の購入者

①カーボン・オフセットの取組の意義・重要性

定番商品として展開中の「サッポロ生ビール」および北海道限定として展開しております「サッポロクラシック」の中ジョッキをカーボン・オフセット付生ビールとして販売することは、企業としてビールの販売増につながるだけでなく環境の取り組みにつながる外部利益としての代金を購入者の方々から頂くことができます。この商品を提供することで、オフセット・クレジットの購入を通じて、環境貢献という取り組みを購入者が身近で体感して頂くことができます。

また、通常キャンペーンでの販売が約 100,000 杯から本キャンペーンによる販売増を見込み、総販売量を約 134,000 杯と計画しておりますので、約 45t の CO2 排出をオフセットすることになり地球温暖化対策に貢献することができると考えております。

②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

今後の展開先としては、下記を考えています。

A. 北海道内のさらなる展開

A-I：他の飲食チェーンなどのクライアント企業などとの連携

他の飲食チェーンなどのクライアント企業などとの連携には、キャンペーン対象店舗を利用しない場合にもカーボン・オフセット商品が提供できるなどの幅広い可能性があり、その方向性について模索していきます。

A-II：北海道や北海道内の自治体とのさらなる連携

北海道や北海道内の自治体とは、これまで、環境保全活動や地域振興活動を幅広く行ってきました。今後、これまで以上にカーボン・オフセットに対する理解を促進し、取組拡大することを目指します。

B. 北海道から全国への展開

首都圏など、北海道から始めた本取組を他のエリアに展開していく可能性についても検討します。他の地域で限定となっている商品を対象地域から創出される J-VER クレジットを活用してオフセットすることができます。

弊社の使命である環境保全の活動を広げるために、上記の展開を具体的に検討していきます。これらの活動を通じて、ビールを飲みながら気軽に環境について語り合う人々が増えると信じています。

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。

- 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

①自然環境への配慮や保全などの環境の面での貢献

クレジット資金が森林整備に役立てられ、北海道内の4町の環境保全に役立ちます。また、CO2 吸収プロジェクトを応援することで温暖化防止になり、生物多様性の保全につながります。

②地域・社会の面での貢献

本カーボン・オフセットの取組実施を契機に、「北海道の森に乾杯！」と題して、北海道森林バイオマス吸収量活用推進協議会と当社北海道本社が平成24年1月に森林づくりパートナーズ基本協定を締結しました。オフセットに活用する J-VER クレジットについても地元北海道で創出されたクレジットを活用することで、北海道における地産地消による環境貢献と、クレジット資金が森林整備に役立てられることによる経済の活性化への効果が期待できます。

また、サッポロホールディングス株式会社・サッポロビール株式会社と北海道は、2007年2月に連携協定を締結し、「食」の北海道ブランド創出、「観光」の振興、「環境」の保全等に資する協働事業を展開してきました。道庁が推進する、「ほっかいどう企業の森林づくり」事業に協力し、壮瞥町、乙部町、江差町、下川町、黒松内町、広尾町などの森林づくりを支援しています。

この関係を活かし、今年10月に、弊社から赤れんが庁舎前庭に、クレジットを創出する森林である下川町の間伐材を使用した「北海道の森に乾杯」と銘打った記念プレート付き木製ベンチを贈りました。

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。

①「自分ごと化する」ために行った創意工夫

●シンプルなメッセージ

「お客様にわかりやすく」が第一と考え、「飲むだけ」という明快なアクションで、発生するCO₂の5倍量がオフセットできるというシンプルなメッセージを発信しました。わかりやすければ、誰でも取り組み、楽しく続けて頂けます。堅苦しくなく、気軽に環境貢献できる仕組みを提供することで、取組を普及させたいと考えました。製造元工場とオフセットに活用しているJ-VER創出場所が同じ北海道内です。1杯あたりのビールの製造（北海道工場）および工場から札幌市内の物流拠点までの輸送を対象にかかるCO₂排出を約5倍オフセットし、飲んだ分だけ、北海道の森が守られ、そして大地がグリーンになるというコンセプトで消費者へ訴求しました。

これにより、消費者に「地元（北海道）の森林保全による」環境貢献を訴求し、お客様に身近なところで直接参加して頂くことで、目に見える環境貢献を体感して頂くことを期待しました。

●イベントの実施による大規模なプレスリリース

2012年1月にクレジット創出自治体である4町と当社の調印式とキャンペーンの合同発表会を開催し、NHKなどのTV局、新聞社などのマスコミが25社集まり、当日夕方のTVニュースや翌日の新聞で広く紹介されました。これにより、本取組の認知を上げることができました。

●提供店舗のスタッフの熱意

サッポロライオンが昨年作成した「ECO LIONハンドブック」でエコに対する理解が進んでおり、スタッフがその取組を拡大する1つの機会ととらえ、熱意を持って促進しました。お客様から質問を受けた場合の回答マニュアルを作成し、各店舗の接客スタッフが理解するまで説明することで、お客様への質問にもスムーズに回答できる体制を築きました。

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

消費者は、ビールを飲むだけで環境・社会貢献活動に参加できることを店内のポスターなどで知り、「より爽快な気持ちで、ますますおいしくビールを飲める」といったご感想を頂きました。北海道の森に役立つと思って飲むビールはさらに格別です。爽快な味のビールを通じて、気持ちも爽快になります。また、環境貢献という一見堅苦しく見えがちなものの大局にあるアルコールを通じて、環境貢献が実は思ったほど難しくないと実感され、今後の行動につなげる気付きを与えるきっかけになっています。

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。

①「魅力」「面白さ」「ユニークさ」

本取組の「魅力」「面白さ」「ユニークさ」の1つは、その供給側と消費者側への取組理解のためのアプローチが共通だったことがあげられます。両者ともに、できるだけわかりやすい、ストレートな表現で、シンプルに伝えることを意識しました。できるだけ身近な言葉を使い、「飲むだけ」というシンプルな行動が、環境を守ることに繋がると伝えることを伝えました。その結果、難しく考えず、とにかく行動しようとして頂けたと考えています。

当社は北海道で創業し、以来130年以上にわたり、北海道の豊かな生態系の恵みを受けながらビールを造り続けています。サッポロライオンも銀座店オープンから110周年の歴史ある会社であり、落ち着いた雰囲気のお店が多いです。そういった店舗で「ビールを飲みながら森について語ろう」というコンセプトから当キャンペーンは始まりました。

環境について、故郷について、森について、地球について、考えるきっかけとなるのが生ビールです。本取組には、ビールを飲みながら環境について語る消費者を北海道内で増やしたいという思いがこもっています。その雰囲気を体感した人が次に誰にこの話をするか、話題とするか、会社・職場、家庭・家族、いろいろな普及の可能性を潜在性として持っているのがこの取組ではないでしょうか。

②市民に伝えるために行った創意工夫・低炭素社会の実現への貢献

「北海道の森に乾杯！」という簡潔なキャッチコピーで訴求しました。カーボン・オフセットビールを飲むことで、CO₂吸収プロジェクトが促進され、また市民1人1人がCO₂を意識して日常的にエネルギー消費を抑えるよう心掛けることで、低炭素社会の実現へ貢献できると考えています。本取組は4年間で180トンのオフセットを見込んでおりますが、少しずつでも環境負荷の低い行動を選択する市民が増えることで、この効果は何倍にも広がっていくと考えています。

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