

雑誌掲載・冊子作成企画について

国内クレジット制度のビジネスへの応用

～点から面への広報活動の広がり～

1. 趣旨

(1) 広報活動の在り方

これまでの広報活動は、制度発足初期ということもあり、説明会を複数開催し、関心あるステークホルダー（企業環境担当セクション、環境コンサルタント等）への制度の紹介が中心であったが、今後、参画事業者の裾野を広げるためには、制度を認知していないステークホルダー（企業経営層、企画・営業セクション等）への働きかけが重要であると考えられる。

従来の説明会中心の広報活動を「点」とすれば、今年度は、これまでに蓄積された事例を用いて当制度に関心がなかった層にも関心を持ってもらう、言わば広がりをもった「面」での広報活動を目指すものである。

(2) これまでの広報活動

① 政府による広報

- ・排出量取引の国内統合市場の試行的実施及び国内クレジット制度普及セミナー
開催地：東京、大阪市、名古屋市、仙台市、福岡市、広島市、札幌市、高松市 等
- ・国内クレジット制度活用支援説明会（商工会議所主催）
豊川商工会議所、大阪商工会議所、原町商工会議所、倉敷商工会議所、広島商工会議所、船橋商工会議所、静岡商工会議所、飯能商工会議所、札幌商工会議所、福岡商工会議所、北九州商工会議所、豊中商工会議所、沼津商工会議所、松本商工会議所、豊田商工会議所、東大阪商工会議所 等

② 協議会による広報関連活動実績

(a) 2008 年度

- ・実務セミナー開催（2008 年 12/9）
- ・展示会出展
 - －NEW EARTH 展（大阪国際見本市）2008 年 11/26～28
 - －エコプロダクツ展（東京ビックサイト）2008 年 12/11～13
- ・協議会HPの開設、運用
- ・ビジネスデータベース構築

(b) 2009 年度

- ・自治体フォーラムの共催（2009年 12/9）
- ・展示会出展
 - －エコプロダクツ展（東京ビックサイト）2009年12/10～12
- ・協議会HPの運用
- ・メールマガジンの送信
- ・ビジネスデータベースの更新

(3) 国の広報との役割分担・違い

- 国の広報活動：制度の紹介と案件開拓のため中小事業者等を広報の中心。
- 協議会での広報活動：民間事業者の立場での制度の普及促進が目的。

今後、主として共同実施者や関連事業者等に制度の利点や取り組み方等を訴えかけ、排出削減に寄与する財・サービスの提供の広がりや地域における認知度向上等によりビジネスにつながる案件を狙う。

2. 具体的な広報活動（案）について

(1) PRの媒体・手法

① 一般誌での広告記事掲載

(a) 想定する媒体

訴求力を高めるため、一般の目にも留まりやすい情報発信手段を採ることが求められることを考慮し、東洋経済等の一般誌を念頭に置く。環境専門誌が、主として企業や自治体の環境セクション、環境関連の事業者等を対象としているのに対し、一般誌は企業の営業セクションや経営企画セクション等でも購読され、広く認知されることから一般誌を想定したい。

(b) 掲載方法・回数

見開き2ページの広告記事を3回掲載。

(c) 広告記事のイメージ

国内クレジット制度の活用により国や地域の排出削減に寄与し、また、ビジネスの発展（財・サービスの提供機会の広がり、地域における認知度の向上）につながった案件事例を用いて、案件組成から国の認証取得までのポイントや進め方、メリットが具体的に分かるような記事を目指す。なお、1回の記事掲載では概ね3案件程度を目途に案件紹介を行う見込み。

② 配布用冊子の作成

(a) 作成予定数：2000部程度

(b) 紹介案件数：20件程度(上記①で紹介の案件も含む)

(c) 冊子のイメージ、狙い

上記①の広告記事は、協議会の予算上掲載回数に限られることから、広告記事に加え、一般に配布可能なパンフレット（やや厚みのある冊子のイメージ）を作成することにより紹介案件数を増やす。冊子の内容は、上記①(c)広告記事と同様のイメージ。地域の経済産業局主催の会合等を活用し、できるだけ幅広く集まる会合での配布を念頭に置く。

(2) スケジュール

- ① 一般誌での広告記事掲載：7月～9月
- ② 配布用冊子の作成：年内目途

(3) 予算

(単位：円)

科目	予算	備考
ヒアリング調査費	1,800,000	
雑誌連載経費	6,225,000	3回掲載
冊子作成経費	3,700,000	2000部

3. 広報での紹介案件の採択について

(1) 採択の観点

- ① 財・サービスの提供機会につながる案件
- ② 地域の排出削減に貢献し、地域における認知度やイメージ向上につながる案件

(2) 採択上の留意点

- ① 協議会メンバーが何らかの形で関与した案件に限定。
- ② 国内クレジット制度のプロジェクトが、工場系、農業系、民生系に大きく区分されることから、それぞれの案件を満遍なく採択。
- ③ 採択にあたっては地域的な偏りの無いよう留意。

(3) 採択された案件より聴取するコンテンツ

- ① プロジェクト内容・スキーム（各プレイヤーの関与のあり方、役割分担）
- ② 当該プロジェクトの中心的プレイヤーの国内クレジットの活用の目的・意図
- ③ 各プレイヤーの参画メリット
- ④ プロジェクト組成に向けての具体的アクション、ハードル
- ⑤ プロジェクト実施プロセス

以 上

(参考)

具体的なイメージ

採択の観点①：財・サービスの提供機会に繋がる

○有限会社アピオ、株式会社アスキー

省エネ診断を行なう省エネサービス事業者のエコエアソリューションが主導で、自動車部品工場において複数コンプレッサーの台数制御を導入する際に国内クレジット制度を利用。自動車部品製造業者のアピオ及びアスキーの両社は、省エネ診断に基づくエネルギーコスト削減に加え、国内クレジットを取得することで省エネ設備投資の一部に充当し、コストダウンを果たせた。主導したエコエアソリューションは、国内クレジットを活用することで顧客のコスト削減に寄与し、自社の受注拡大につなげている。

採択の観点②：地域の排出削減に貢献し、地域における認知度やイメージ向上に繋がる。

○大阪市瓜破斎場、大阪市プール

大阪市経済局が主導で、斎場及び市営プールへのESCO事業導入の際に、自らが削減事業者として申請する形で国内クレジット制度を絡めた。自らが国内クレジットを申請しノウハウを蓄積することで、今後の域内事業者の国内クレジット制度利用のサポートを通し、地域の省エネ促進、低炭素な地域づくりを行なう。経済局主導ということで、低炭素な地域づくりとともに、域内事業者の省エネ支援を通じた域内経済活性化を目的としている。ESCO事業者である山武が、当該ESCO事業を手掛けるなかで、国内クレジットのソフト支援事業者としてプロジェクト組成の仲介役を果たした。共同実施者(買い手)としては、大阪地区で強みをもつ金融機関である三井住友銀行、三井ファイナンス&リースが応諾。