

2012年 9月 24日

グリーン購入ネットワーク(GPN)

TEL.03-5642-2030 FAX.03-5642-2077

〒103-0002 東京都中央区日本橋馬喰町1-4-16 馬喰町第一ビル9階

Website URL <http://www.gpn.jp/> MAIL : gpn@gpn.jp



『第14回グリーン購入大賞』審査結果の発表について

グリーン購入ネットワーク（事務局：東京都中央区 会長：平尾雅彦）では、グリーン購入に関する優れた取り組みを表彰する『第14回 グリーン購入大賞』の受賞団体を以下の通り決定いたしました。

| | |
|--|--|
| グリーン購入大賞（行政部門） 大賞・環境大臣賞 鹿児島県 | グリーン購入大賞（協働プロジェクト部門） 大賞・経済産業大臣賞 沖縄県EV普及促進協議会 |
|--|--|

○審査方法・審査結果について

5月～7月14日の2.5ヶ月間で応募のあった56件の中から書類による一次・二次審査（7月19日（木）～8月2日（木））及び、プレゼンテーションによる本審査（8月20日（月））を行いました。

グリーン購入大賞の「大賞」は、行政部門：鹿児島県、協働プロジェクト部門：株式会社損害保険ジャパン・J-S A・AIRジャパン、沖縄県EV普及促進協議会、特別テーマ：NECフィールドイング株式会社に決定しました。「環境大臣賞」は鹿児島県、「経済産業大臣賞」は沖縄県EV普及促進協議会の授与が決定しました。

○審査総評について

第14回グリーン購入大賞では、従来のテーマである「グリーン購入の推進の取り組み」「グリーン購入を促進させる環境配慮型製品・サービスの普及拡大のしくみ」「グリーンコンシューマーの育成・拡大への取り組み」に加えて、特別テーマとして「農・林・水産業に関わるグリーン購入の普及拡大の取り組み」についての取り組みの募集を行いました。全国の様々な団体から56件（うち特別テーマの取り組みは14件）の応募が寄せられ、そのいずれもが特徴的かつ取り組み水準の高いものでした。

今年は特に、グループを巻き込んだ組織的なグリーン購入の取り組みや、顧客のグリーン購入を促進させる取り組み、運輸分野や省エネ、スマートハウスに関する取り組みなどに優秀な内容が多くみられ、行政部門、協働プロジェクト部門の団体が大臣賞を受賞されました。

○表彰式について

【表彰式】2012年10月19日（金）

※グリーン購入全国フォーラム2012【夢メッセみやぎ（仙台市宮城野区港3丁目1-7）】にて表彰式を行います。<http://www.gpn.jp/archives/2012/08/28/000332.php>

（本フォーラムでは、グリーン購入大賞表彰式に加え、環境大臣賞・経済産業大臣賞・大賞事例発表、東北大学大学院教授 石田秀輝氏による基調講演、河北新報社編集委員 寺島英弥氏による講演、株式会社ファミリア 代表取締役 島田昌幸氏による事例発表を行います。）

○グリーン購入大賞とは

グリーン購入の取り組みの質的向上とさらなる普及・拡大を図ることを目的として、グリーン購入ネットワークがグリーン購入に関する先進事例を表彰し広く紹介することで取り組みの普及と質的向上を図ることを目的に、98年に創設された表彰制度です。今年度は第14回となります。

- ・主催：グリーン購入ネットワーク（GPN）
- ・後援：環境省、経済産業省、日本経済団体連合会、WWFジャパン、読売新聞社、毎日新聞社、日刊工業新聞社、日経BP社

<受賞団体一覧>

| 賞 | 受賞団体 | 応募タイトル |
|---------------|--|--|
| 大賞 環境大臣賞 | 鹿児島県 | 県産材を使用したオフィス家具の開発・普及による林業活性化と地産地消の取り組み |
| 大賞 経済産業大臣賞 | 沖縄県EV普及促進協議会 | EV観光の楽園 沖縄 |
| 大賞 | 株式会社損害保険ジャパン J-S A A I Rジャパン | 損保ジャパンとサプライチェーン（代理店組織）が一体となった「グリーン購入の促進」と「地域との協働によるグリーンコンシューマーの育成」 |
| 大賞 | NECフィールドイング株式会社 | 生物多様性保全活動と組み合わせたカーボンオフセットへの取り組み |
| 優 秀 賞 | 株式会社ブリヂストン ブリヂストンタイヤジャパン株式会社 | ソリューション・ビジネス「エコ バリュー パック」の展開 |
| | 味の素ゼネラルフーズ株式会社 | 環境配慮型ペットボトルを<ブレンディ>ボトルコーヒー主力商品全てに導入 |
| | アスクル株式会社 | 商品調達プロセスにおけるサプライヤーと協力した環境負荷削減（CO2削減）の取り組み |
| | リレーションズ株式会社 | 地球にやさしい交通機関、サイクルシェアリング「COGOO」の開発／利用促進 |
| | 三信化工株式会社 社団法人産業環境管理協会 一般社団法人未踏科学技術協会 | エコが見える給食 |
| | NPO法人日本GAP協会 | JGAP(Japan Good Agricultural Practice –ジェイギャップ–日本の良い農業のやり方) |
| 審査員奨励賞 | 株式会社オイルプラントナトリ | てんぷら油のリサイクル事業を通しての環境教育と地域貢献 |
| | 公立大学法人滋賀県立大学 「廃棄物マスターズ」 | 廃プラからの"もの作り"と"夢作り" ～自立支援型福祉社会への挑戦～ |
| | おうみ富士農業協同組合 | 環境保全・健康配慮型、農・食生活の実現 ～参加して、知って、見て、食して満足、地産地消！！～ |
| | 株式会社プリプレス・センター | 「かみきもり」さん活動の推進 ～FSCの認証制度を活用した持続可能な循環型経済活動の実践～ |

○グリーン購入ネットワーク（GPN）とは

グリーン購入の取組を促進するために、1996年2月に設立された、企業・行政・民間団体などによる緩やかなネットワーク組織です。グリーン購入の普及啓発活動や、商品分野ごとの購入ガイドラインの策定、商品の環境データを掲載したデータベースの運営などを行っています。2012年7月現在の会員数は2,553団体（企業2,101、行政209、民間団体243）です。ホームページ：<http://www.gpn.jp/>

●大賞・環境大臣賞（行政部門）受賞 鹿児島県

応募タイトル『県産材を使用したオフィス家具の開発・普及による林業活性化と地産地消の取り組み』

鹿児島県では、県産材の利用拡大と林業・関連産業の活性化を目指して、県産材を使用したオフィス家具の開発・普及による木材利用・森林整備の推進、オフィス家具の県内生産による地産地消の取り組みを行っています。これまでの木製オフィス家具は外材や輸入合板を使用したものや特注された家具が多く、県産材を使用した製品カタログはなく、普及が進みませんでした。このような背景から、県産材を使用した製品の開発やカタログの作成・配布に取り組みました。具体的には官民連携プロジェクトを設置し、大手家具メーカー（10社）による提案コンペを実施し、鹿児島県と（株）岡村製作所が協働で県産材を使用したオフィス家具の開発・普及を行いました。オフィス空間向け製品としてデスクシステムなどの101機種1037アイテムの製品を開発し、製品カタログ6,000部を作成して、各自治体（県市町村）・関連機関・民間企業・学校・各種団体等へ配布し、購入促進を図りました。また、県産材を使用した質の高い機能的なオフィス家具づくり・普及を今後も継続して行うことを目的に、関係者が「鹿児島県産材パートナー宣言」に署名しました。県産材を使用した製品の開発・普及により、県民に対して木の良さのPR、県産材の利用拡大と環境に対する意識の啓発に寄与することを主眼に取り組んでいます。

《評価ポイント》

行政として森林整備や地産地消による地域経済の活性化を意図して、家具メーカーや森林組合、木材協会等を広く巻き込みながら、行政自らが製品開発、カタログ制作等にまで関わり、様々な工夫を施している。またでき上がった製品を行政自らが購入すると共に鹿児島県産材パートナー宣言を4団体と締結し互いの役割分担を明らかにされており、取り組みの継続性が期待できる点が高く評価された。

●大賞・経済産業大臣賞（協働プロジェクト部門） 沖縄県EV普及促進協議会

((株)JTB沖縄、(株)エー・イー・シー、(株)日産レンタリース沖縄、オリックス自動車(株)、ニッポンレンタカー沖縄(株)、日産自動車(株)、(株)バンダイナムコゲームス、(株)カヌチャベイリゾート、東京大学大学院工学系研究科システム創成学専攻 宮田秀明研究室)

応募タイトル『EV観光の楽園 沖縄』

本プロジェクトでは、沖縄を訪れる年間600万人の観光客の約半数が利用するレンタカーにEVを導入し、充電インフラを整備して、沖縄をEVの走行環境が整った先進的地域としました。沖縄県のCO2排出量は運輸部門が最も多く、観光客の移動手段であるレンタカーの改善は最も効果的です。2011年に220台のEVレンタカーと県内18箇所27基の急速充電器、各ホテルや観光施設を中心に22箇所96基の普通充電器を整備し、短期間で沖縄を世界有数のEV先進地としました。同時に、産業振興の観点から、多くの事業者が連携し、EVの充電サービスやEVとICTが連動した革新的な観光サービスを通し、観光事業を軸にしながら持続可能な観光地づくりを目指しています。また、沖縄県は南北130kmと地理的に限定されているため、比較的小規模な充電インフラ整備によって、走行距離が限定的という電気自動車の欠点を補うことができます。次のステップとして、車社会で暮らす沖縄県民に対して安価にEVを普及させる手法として、レントアップ車の供給を計画しています。

《評価ポイント》

持続可能な観光地づくりのため、環境問題と経済発展と産業創出を同時に解決することを模索した取組である。多くの事業者が連携して、観光客の移動手段であるレンタカーにEVを導入し、充電インフラの整備を行っている。沖縄県において、年間600万人の観光客が利用するレンタカー事業を通じて、運輸部門における環境負荷低減に資するグリーン購入の新たな取り組みとして高く評価された。また、観光客を対象にしたEVレンタカーを導入し、次にレントアップ車として沖縄県内の中古市場へ導入するという継続的な計画によりさらに地域における運輸部門の環境負荷低減に貢献することを期待したい。

<ご参考> グリーン購入大賞「大賞」受賞団体の取組概要

●大賞（協働プロジェクト部門） 株式会社損害保険ジャパン、J-SA、AIRジャパン

応募タイトル『損保ジャパンとサプライチェーン（代理店組織）が一体となった

「グリーン購入の促進」と「地域との協働によるグリーンコンシューマーの育成」』

損害保険ジャパンとサプライチェーン（代理店組織）では、代理店組織の全会員がグリーン購入に取り組む体制を構築し、グリーン購入を促進しています。損害保険事業の中心は代理店を窓口とした保険販売であり、中でも求心力の強い代理店の自主団体組織であるJ-SAとAIRジャパンは、全国各地で地元企業として地域に密着した営業活動をしています。このような両組織を軸に、2008年度から導入した代理店向けグリーン購入集中購買システムの運用、表彰制度の指標への「グリーン購入会員数割合の向上」の組み込み、グリーン購入の啓発ツールの作成・配布・利用、研修の実施、会員誌を活用した好事例の共有化などのグリーン購入の推進策を展開しています。2008年度から約4年間で、グリーン購入集中購買システムに登録した代理店数は約3倍、グリーン購入金額は約16倍に増加しました。グリーン購入の基本原則である「必要性の考慮」の観点からWeb約款サービスを損保ジャパンが始めた時もJ-SAとAIRジャパンの会員がグリーン購入の意義について十分に認識していたことで短期間で大きな効果を上げています。FAXからWebへの発注方法の切り替え、Webカタログの活用等により、分厚いカタログ配布を抑え、紙の使用量を削減しています。商談テーブルに設置した「グリーン購入マンガ」やグリーン購入対象商品のコーヒーの提供などをきっかけに、接客時にグリーン購入が話題になってお客様の共感を得るなど、グリーン購入の取り組みをお客様に伝えることで「他社との差別化」「信頼度アップ」につながり、お客様に選ばれる事例が出ています。

《評価ポイント》

2008年度に「サプライチェーン（代理店組織）のグリーン化と保険契約者の環境意識の醸成」が評価されてグリーン購入大賞「審査員奨励賞」を受賞後、継続してグリーン購入を促進し、会員企業内に留まらず、さらに従業員を通じてお客様や地域へグリーン購入を浸透させている点が高く評価された。保険や自動車整備を通じたグリーン購入の啓発活動の有効性と同時に、サプライチェーン（代理店組織）を通じたグリーン購入の促進・グリーンコンシューマーの育成は地域の中小企業や個人も巻き込む波及効果があり、さらなる進展を期待したい。

●大賞（特別テーマ） NECフィールドディング株式会社

応募タイトル『生物多様性保全活動と組み合わせたカーボンオフセットへの取り組み』

NECフィールドディングでは、生物多様性保全活動と組み合わせたカーボンオフセット活動とNECグループのIT技術を活用した森林保全事業に取り組んでいます。2009年度から取り組んでいるカーボンオフセットでは、配布した通販カタログと販売したUPS（無停電電源装置）に対してインドの風力発電プロジェクトによるCO₂削減クレジットを用いて1,000トン以上のCO₂をオフセットしましたが、2012年度からNECフィールドディング独自のCO₂算定基準に基づき、インドネシアの「オランウータンが棲む森づくりプロジェクト」において排出抑制されるCO₂量を算定し、調達したCO₂削減・吸収クレジットをカーボンオフセットに活用しています。また、インドネシアでは伐採予定の森林の保全によるCO₂排出抑制分のCO₂クレジットを創出するREDDの取り組みを進めています。REDD事業の森林モニタリングにNECグループのIT技術を活用することにより、多くのクレジットを継続して得ることが可能になり、現在そのための技術開発を推進しています。さらには、生物多様性保全や地域社会への貢献といった価値を付加したクレジットを創出・運用し、自社製品・サービスのカーボンオフセットを行い、環境価値の向上を目指して活動しています。

《評価ポイント》

自社製品へのカーボンオフセットが行われている事例の多くは、CER等のクレジットをプロバイダーから購入しているものであるが、この事例では生物多様性保全や地域社会への貢献といった価値を付加したクレジットの創出を行い、カーボンオフセット対象製品・サービスに付与し、購入にむすびつけ、さらにはCO₂クレジットの収益によるインドネシアの持続可能な林業及び環境に配慮した木材製品の普及、地域の産業振興につながっていく。これらの取り組みは独自性が高く、紙や木材製品等の原産地を配慮した取り組みであり、森林保全の取り組みの一つとして高く評価された。

<ご参考> グリーン購入大賞「優秀賞」受賞団体の取組概要

◆優秀賞（大企業部門） 株式会社ブリヂストン、ブリヂストンタイヤジャパン株式会社

応募タイトル『ソリューション・ビジネス「エコ バリュー パック」の展開』

ブリヂストン、ブリヂストンタイヤジャパンでは新品タイヤとリトレッドタイヤを最大限有効活用するためのタイヤメンテナンスを組み合わせることで、タイヤのトータルライフや燃費向上を実現するソリューション・ビジネス「エコ バリュー パック」を 2008 年より展開しています。リトレッドタイヤとは一次寿命が終了したタイヤのトレッドゴム（路面と接する部分のゴム）を新しいものに取り換え、再使用できるようにしたタイヤです。従来、タイヤの使用状況によってリトレッドできない状態で廃棄されるタイヤが多く、メンテナンスが適切に行われない場合にタイヤの寿命が短くなるという問題点がありましたが、「エコ バリュー パック」では定期的なメンテナンスによりタイヤの一次寿命を良質な状態で伸ばすことができ、利用者が運転時に低燃費・安全・長寿命な状態でタイヤを使用できるようになりました。世界 80 ヶ国以上でリトレッド事業を展開する体制を構築し、ブリヂストングループの環境長期目標のうち、資源循環の取り組みの中核に「エコ バリュー パック」を位置付けています。

《評価ポイント》

お客様が購入したタイヤを台タイヤ（トレッドゴム以外の部材）として活用し、リトレッド加工を行ってリユースすることや、お客様を巻き込んだメンテナンス体制の整備によるタイヤの長寿命化などを通じて、タイヤに対するお客様の意識を「消耗品」から「リユースや長期使用が可能な製品」へと変えている（気付かせる）点が高く評価された。また、販売員がサービスの内容に留まらず、地球温暖化防止や3Rについても説明し、お客様自身の環境負荷低減の必要性についてご理解いただくよう努めてきた点も、購入者と販売者の関わりを重視された取り組みである。これらを支える販売員に対する教育、「エコ バリュー パック」の国内での継続展開、普及による社会的意義（2011 年末約 80,000 台。台数、伸び代から波及効果に期待。）などが高く評価された。

◆優秀賞（大企業部門） 味の素ゼネラルフーズ株式会社

応募タイトル『環境配慮型ペットボトルを<ブレンディ>ボトルコーヒー主力商品全てに導入』

味の素ゼネラルフーズでは、<ブレンディ>ボトルコーヒーの主力商品全てに PET ボトル to PET ボトルリサイクル方式（ペットボトルをリサイクルして新たなペットボトルに再生すること）を採用した環境配慮型の新ペットボトル「フレンドリーボトル」を導入しました。「フレンドリーボトル」は、ペットボトルのケミカルリサイクルという世界唯一の革新的な技術により、使用済みペットボトルを再生 PET 樹脂へ蘇らせ、原料の一部に使用しています。これにより、原料としての石油資源を年間で約 60% 削減、および LCI（※）によるエネルギー負荷を約 20% 削減し、持続可能な資源循環型社会に貢献します。

※LCI（Life Cycle Inventory）製品の製造、消費、廃棄の各段階における環境負荷を定量的に把握・整理して表示する手法。

《評価ポイント》

東洋製罐グループのケミカルリサイクル技術は世界唯一の技術でありながら、従来、国内において商品化が普及・定着していなかった。味の素ゼネラルフーズではこの技術を採用し、年間販売本数が約 2 億 5 千万本という規模のボトルコーヒーの主力商品で PET ボトル to PET ボトルリサイクルを実現した。これは原材料のグリーン購入であり、普及率が高い商品であるため、購入者が特に意識しない場合においても、結果的に環境負荷低減効果があり、これに加えて、商品のラベルに「ペットボトルから生まれた再生ペットボトル」と表示して消費者に気付きを与えている点も高く評価された。

◆優秀賞（大企業部門） アスクル株式会社

応募タイトル『商品調達プロセスにおけるサプライヤーと協力した環境負荷削減(CO₂削減)の取り組み』

アスクル株式会社では、「一回のお届けにかかる環境負荷を最少化していく」という考え方のもと、「もっとも効率的で環境に配慮した流通プラットフォーム」を目指して、「仕入・調達」「開発・選定」「社内管理」「販売・配送」「回収・循環」の 5 区分で環境面での活動計画を策定し運営しています。調達プロセスでは、サプライヤーと協力した CO₂ 削減の取り組みとして、サプライヤーの倉庫からアスクルの物流センターに商品を納入するまでの輸送時の CO₂ 排出量を見える化し、より効率的な輸送プロセスに見直す活動を行っています。数百に及ぶサプライヤーの全ての調達プロセスの CO₂ 排出量を算定しました。STEP I では調達プロセスにおける CO₂ 排出量の見える化（サプライヤーとアスクル物流セン

ターの拠点と積載量、輸送形態の把握)、STEP II では調達に伴う CO₂ の指標化とサプライヤーごとの分析・評価(改善可能性の高いサプライヤー・商品の洗い出し)、STEP III では改善施策の実施・展開(サプライヤーと検討した施策の実行)に取り組みました。海外から商品を調達する際にアスクル物流センターの最寄港まで船舶で納品して国内の車輸送を削減した事例では、該当商品の調達プロセスにおいて約 69%の CO₂ 排出量を削減しました。

《評価ポイント》

調達プロセスでは「デマンド・チェーン・マネジメント」の考え方にに基づき、需要予測システムと自動発注システムを開発・導入し、在庫の過剰な増加や欠品がなく、ムダのない仕入れ・調達・配送が実現されており、本業そのものの活動である点が高く評価された。具体的には、商品重量・輸送距離・車両積載量・配送形態等のデータを把握し、サプライチェーンが一体となって輸配送における CO₂ 削減とコスト削減を実現しており、輸配送のグリーン購入の側面を持った取り組みとして、継続・発展が期待できることが評価された。

◆優秀賞(中小企業部門) リレーシオンズ株式会社

応募タイトル『地球にやさしい交通機関、サイクルシェアリング「COGOO」の開発/利用促進』

リレーシオンズでは、自転車に装着する電子機器とモバイルアプリに機能を集約したサイクルシェアリングを開発し、実証実験を行いました。サイクルシェアリングとは路上ステーションで利用者が自転車をレンタルし、どこのステーションから乗って、どこのステーションで乗り捨ててもよいシステムです。一般のサイクルシェアリングシステムには精算機、駐輪ラック、電子錠等を設置するために、「高額な導入コスト」と「設置スペースの確保」が必要ですが、COGOO はモバイルアプリから電子機器を制御し、自転車の位置情報やレンタル情報をサーバーに上げる技術によって、コンパクトでリーズナブルなサイクルシェアリングを実現しました。2012 年 4 月より横浜国立大学キャンパス内にステーションを 3 か所設置し、自転車 10 台を限られたユーザーがシェアリングする実証実験を開始しています。

《評価ポイント》

交通手段を選ぶという視点によるグリーン購入の事例である。車から自転車への置き換えによる CO₂ 排出量削減効果、必要以上の自転車購入台数の抑制等の波及効果が考えられる。レンタサイクルのシステムは他にもあるが、GPS をはじめとしたモバイルアプリの機能を活用して最小台数の自転車を効率的に利用するシステムを開発するという発想が面白い。路上ステーションの設備やスペースの確保が最小で済む点は実現可能性が高く、評価された。日本では自転車の所有意識が高いため、自転車の共有がどれくらい普及するのかという懸念はあるが、取り組みの拡大が期待できる。

◆優秀賞(民間団体部門) NPO 法人日本 GAP 協会

応募タイトル『JGAP (Japan Good Agricultural Practice—ジェイギャップ—日本の良い農業のやり方)』

JGAP とは農業の生産工程を通して環境保全型農業を拡大する仕組みです。8 つの観点—①水の保全、②土壌の保全、③周辺地への配慮、④廃棄物の適切な処理、⑤エネルギーの節約、⑥環境保全への意識と生物多様性への配慮、⑦最小限の農薬使用、⑧最小限の肥料の使用—から環境保全を促進しています。JGAP によって環境保全型農業が広がる仕組みは、「(1) JGAP 基準の作成→(2) 農家による JGAP 認証の取得→(3) 野菜バイヤーから取引の引き合いが増える→(4) 消費者による JGAP 認証の農産物の購入→(5) 農家は JGAP 認証を継続」というサイクルになっています。環境保全型農業等の農家の努力も JGAP では農産物の販売促進に役立ち、取り組みの継続性が高くなっています。JGAP は従来、B to B (企業間取引) の世界で「信頼できる農場の目印」として機能し、2010 年から消費者向け JGAP マークの表示も始まり、消費者の農産物の選択にも寄与しはじめています。

《評価ポイント》

環境保全型農業を拡大していく仕組みとして機能している点が高く評価された。具体的には、JGAP 基準は食の安全とセットになっているため、仕入先管理に利用する流通事業者によく利用されていることから、農業者や生産者団体等も注目し、取り組みが着実に普及している。また、環境保全型農業をさらに拡大するため、売れる農産物の仕掛けとして消費者向け JGAP 認証農場マーク等の表示も行い、消費者の農産物の選択に寄与している。この仕組みは、消費者が環境保全と安全を意識して農産物を選んで購入するたびに環境保全型農業を支援することにつながる取り組みとして高く評価された。

◆優秀賞（協働プロジェクト部門） 三信化工株式会社 社団法人産業環境管理協会
一般社団法人未踏科学技術協会

応募タイトル『エコが見える給食』

本プロジェクトは、子供にとって身近な学校給食で使用する「食器」を切り口に「ライフサイクル（製品の一生）やCO₂って何？」ということを理解してもらうための普及活動です。食器の一生をたどる「すごろく」や食器の一生で排出されるCO₂と同体積の風船などのコンテンツを開発し、実施しました。このプログラムでは子供達が楽しめることを大切に、暗記や他者からの強制的学習ではなく、興味や遊びの延長で実感し理解できることを目標にしています。製品がどのような工程で作られ、流通・使用・廃棄され、どの過程でCO₂や環境負荷が生じているかを知り、自分はどのような行動ができるのかを考える力をつけることにより、環境負荷の少ない製品選びや生活につながることを期待しています。「すごろく」は、ライフサイクルアセスメントに近い概念を理解できることとわかりやすさの2点を両立するために、止まったコマで受け取ったポイント（＝止まったコマの工程のCO₂排出量）が低く（＝低負荷）、遅いゴール（＝ロングライフ）が勝ちという勝敗ルールを考案・検証し、採用しました。幼稚園生・小学生・中学生・高校生など計100名程度がすごろくを体験し、実施後に誰かに教えたいこととして「身近にある物でも、つくるときはたくさんの二酸化炭素がでている」「食器をくりかえし使う事でCO₂をおさえることができる」「ふだん使っている食器も環境問題に深く関わっている」などの意見が挙げられました。

《評価ポイント》

すごろくは、製品のライフサイクル全体の流れを一目で見ることができ、各工程で排出されたCO₂が簡略化されたポイントになり、「つくる・つかう・すてる or リサイクル」の3段階で色分けされ、積み上げることによって高さの差や内訳が簡易なインベントリ分析やインパクト評価として、視覚的に比較・確認できるものとなっている。すごろくの内容は、製品のカーボンフットプリントに基づくものであるが、子供を対象とした環境教育ツールとして「まず、楽しめること」を大切にして、継続できるコミュニケーションを模索しており、製品の一生と環境問題や自分の行動とのつながりを考えるきっかけになる内容となっており、グリーンコンシューマーの育成につながると評価された。

<ご参考> グリーン購入大賞「審査員奨励賞」受賞団体の取組概要

◆審査員奨励賞（中小企業部門） 株式会社オイルプラントナトリ

応募タイトル『てんぷら油のリサイクル事業を通しての環境教育と地域貢献』

オイルプラントナトリでは、資源の燃料化をコンセプトに廃棄物の再資源化に取り組み、平成16年よりBDF（バイオディーゼル燃料）製造に取り組んでいます。この事業を通して、県内の市町村や企業、地域の小学生から大学生、地域住民を対象に「てんぷら油のリサイクル」をテーマにした環境教育を実施し、資源の有効利用とCO₂排出量の削減を伝えてきました。この活動は廃てんぷら油の回収増加につながっています。自社のBDFプラントでは、精製工程から出る二次廃棄物（グリセリン・洗浄廃水・使用済フィルター・前処理で発生するスラッジ）をすべて既存施設においてリサイクルしています。

《評価ポイント》

「もったいない」の精神で経済活動から排出される廃棄物の有効利用をベースに、社会の変化やニーズに対応したリサイクルに取り組み、従業員をはじめ、取引先や地域へ活動とその価値を発信している。特にバイオディーゼルの普及については宮城県と一体となって普及に努められていることが評価された。3.11の東日本大震災により工場施設・運搬車両が津波にて流出し、大打撃を受けられたが、廃棄物の再資源化に取り組む姿勢はそのままだに事業を復旧させ、既存プラント施設を復旧させて事業を継続されている点が評価された。

◆審査員奨励賞（協働プロジェクト部門） 公立大学法人滋賀県立大学「廃棄物バスターズ」
（就労ネットワーク滋賀、淡海フィランソロピーネット、上西産業（株）、アヤハディオ（株））

応募タイトル『廃プラからの“もの作り”と“夢作り” –自立支援型福祉社会への挑戦–』

滋賀県立大学「廃棄物バスターズ」では、“廃プラも地産地消”を合い言葉に「リサイクルプランター」の普及活動を通して、①県内廃棄プラスチックの資源化推進（行政との連携）、②小学校等での環境教育・グリーンカーテン作り（学校、企業との連携）、③障がい者の自立支援を目指した“hana-wa”活動の推進（県社協、障がい者施設との連携）を行ってきました。廃プラ由来のリサイクルペレットは異なる種類の高分子材料で混じりあわないため、強度や延性に乏しくリサイクル製品の実用化が困難でしたが、「廃棄物バスターズ」では相容化技術を確立してリサイクルプランターの製造・商品化に成功し、エコマーク商品と滋賀県のビワクルエコ商品に認定されました。さらにこの商品を活用して、障がい者の継続的就労支援を目的とした「植栽したリサイクルプランターとメンテナンス事業」という福祉連携型“hana-wa”事業を開始しました。この事業は、障がい者就労支援施設のPETボトル用キャップの回収・販売を通じて、“リサイクルプランター”に花の苗を植えて商品化し、就労継続支援B型作業所の方達が毎月メンテナンスを行うといった環境と福祉の連携を図った新しいビジネスモデルに立脚したものです。

◀評価ポイント▶

滋賀県立大学の工学部学生を主体として「我々の技術力と行動力」をベースに廃プラの地産地消モデルである“リサイクルプランター”の製造・商品化を行い、行政やボランティア団体と連携し、普及活動に努めている。さらに、環境と福祉の連携型“hana-wa”事業は地域の障害者施設の支援と同時に廃プラ問題・環境問題改善に貢献していること、全国展開が可能であること等が高く評価された。

◆審査員奨励賞（特別テーマ） 株式会社プリプレス・センター

応募タイトル『「かみきもり」さん活動の推進－FSCの認証制度を活用した持続可能な循環型経済活動の実践』

プリプレス・センターでは「かみきもり」さん活動を推進しています。「かみきもり」とは「紙→木→森」の循環サイクルの呼称で、「紙」については積極的にFSC及びグリーン購入のガイドラインに基づいたリサイクル用紙活用を推進し、「木」については弊社の事業で排出したCO2を一部相殺する形でFSCの新規植林を行うカーボンオフセットを行い、「森」については弊社の社員が一丸となって定期的な下草刈りなどの森林管理を進めると共に、美幌の森で育ったFSCの材を事業所内のデスクや壁材、書庫などに活用し循環型の経済を実践しています。紙や新規植林、木材の活用はすべて「FSC」の認証をもって運用していることが特徴です。様々な活動を通して会社として環境に配慮していることを強く発信することができるようになり、環境に配慮した印刷や製品の製造・販売にとどまらず、関連したサービスの提供などの依頼を受けることが多くなりました。全社一丸となって取り組んでいることにより、環境と本業の関わりを意識して事業を展開しています。

◀評価ポイント▶

中小企業において経営理念に環境配慮を据え、自らのグリーン購入の実践に留まらず、従業員が一体となって、環境配慮を本業へ落とし込み、着実に成果を上げている。具体的には本業である印刷において、FSC認証用紙の積極的な採用の呼びかけや、オフセット付年賀状の販売（86万枚）、エコ関連展示会支援、環境報告書作成事業など、顧客の環境への取り組みを支援し、事業の拡大に結び付けている。また、自社の取り組みにおいては具体的に2020年CO2排出量50%削減目標を掲げ、データ集約・公表すると共に、自社オフィスではFSC材を使った家具の調達など幅広い取り組みを着実に進めて成果を上げられている点が高く評価された。

◆審査員奨励賞（特別テーマ）おうみ富士農業協同組合

応募タイトル『環境保全・健康配慮型、農・食生活の実現～参加して、知って、見て、食して満足、地産地消！！～』

おうみ富士農業協同組合が直営する「ファーマーズ・マーケットおうみんち」は、地元の農家が生産した季節感あふれる農産物を扱う「農産物直売所」、地域農産物を活用して地域食文化を伝承する「地域食材加工施設（バイキングレストラン）」、生産者と消費者が交流できる「交流施設」の3拠点を中心とした食の地産地消の拠点です。おうみんちは、環境保全型店舗運営（販売台の敷物に古新聞を活用、農産物搬入時の通い箱による循環搬入等）と同時に、更なる地産地消活動を展開しています。更なる地産地消活動とは環境保全・健康配慮型、農・食生活の実現のための運動であり、「参加して、知って、見て、食して」を活動の中心に据え、3つのエコ活動「作ってエコ活動・食してエコ活動・つなげてエコ活動」に集約されます。生産者を産物でわけけるのではなく環境意識（滋賀県環境こだわり農法など）に基づいてグルーピングしたり、農産物の食仕方や保存方法を伝える手段を構築して地産地消が代々受け継がれるよう事業展開したり、キッズ・ファーマーズや都市農村交流、地域資源である菜の花の活用などを展開したりといった、「作り手よし、買い手よし、地域よし」の「三方よし」の実現に向けて取り組んでいます。

《評価ポイント》

単なる小売りにとどまらず、環境保全型店舗運営や消費者に積極的に環境に係わる情報を提供しているなど、「生産者・消費者双方に「環境や健康」を意識してもらおう活動が高く評価された。環境こだわり農法とGAPに挑戦する農家の優位的販売の展開や、環境こだわり農産物購入に対するプレミアの付与と地域に還元できるスキームの構築などが検討されており、地域への発展的な地産地消が期待される。