

こうべ CO2 バンク制度設立協議会

こうべ CO2 バンク制度設立事業 中間報告書

2013 年 3 月 1 日

日本テピア株式会社

目次

1. 事業の概要	1
1.1 事業の名称	1
1.2 協議会の概要	1
1.3 事業概要	2
1.4 実施体制	5
1.5 実施工程	6
2. 事業報告	8
2.1 協議会開催状況	8
2.2 制度文書	8
2.3 排出量・クレジット等管理システム	9
2.4 広報ツール	17
2.5 事業報告	20
2.6 マスコミからの取材の有無	21
3. 事業の総括	23
4. 今後の展望	25
参考資料	26

1. 事業の概要

1.1 事業の名称

こうべ CO2 バンク 設立事業

1.2 協議会の概要

表 1-1 協議会の概要

(1)協議会の名称	こうべ CO2 バンクモデル事業検討会
(2)地方公共団体	神戸市
(3)その他構成機関	川崎重工業(株)兵庫工場、富士通テン(株)、神戸商工会議所、 兵庫県中小企業家同友会、JA 兵庫六甲、
(4)設立年月日	平成 24 年 12 月 2 日

1.3 事業概要

(1) モデル事業の目的

本モデル事業は、平成23年9月より検討を進めてきた「こうべCO2バンク制度（以下「本制度」）」を一過性のものでなく、持続可能なスキームとするため、環境省「平成24年度地域における市場メカニズムを活用したモデル事業（以下「モデル事業」）」の活用を通じて、課題の抽出と解決を図り、次年度以降のスムーズな実施に向け、体制の構築を図るものである。

(2) 検討の視点

平成23年度より開催している「神戸版CO2バンク制度（仮称）の創設に関する研究会」において、本制度において、クレジット制度をはじめとした国の制度が活用できない以下のCO2排出削減活動についても、その活動を促すための仕組みを設けることとした。

- ① 中小事業者が行ったCO2削減活動：電気・ガスのエネルギー使用量（削減量）
- ② 家庭・地域団体を対象とした取り組み：電気・ガスのエネルギー使用量（削減量）

平成24年度は、モデル事業において、これらの削減活動のクレジット化に向けたケーススタディを実施し、具体的なスキームを検証するとともに、本制度が持続可能なものとなるよう、以下の視点で検討を行い、必要なアンケート調査等を実施する。

【検討の視点①】

●参加促進を図るための方策の検討

多くの家庭、事業者に省エネ行動に取り組んでいただくためには、参加を促すインセンティブを設けることが効果的であると考えられる。そのため、ケーススタディを通じて、参加促進を図るための方策を検証する。

【検討の視点②】

●制度運営資金の確保を図るための方策の検討

持続可能な制度にするためには、省エネ行動によるCO2削減クレジットを売却して、制度の運営資金等を確保する必要がある。そのため、モデル事業を通じて、クレジット売却先及び制度参加者へのインセンティブの創出先の開拓を行っていく。

【検討の視点③】

●神戸独自の評価システムを活用した事業の制度構築に向けた検討

平成23年度研究会で実施することとした「神戸独自の評価システム」に関して、事業継続が可能な事務局運営体制やクレジット認証方法など、制度構築に向けた検討を行う。（ただし、限られた予算、実施期間であることから、課題抽出に終わる項目もある。）

【神戸市独自の評価システムについて】

(平成 24 年 3 月「(仮称)神戸版 CO2 バンク制度」制度設計等に係る委託業務報告書より)

現在、本制度においては、国の「国内クレジット制度」を活用した事業（住宅用太陽光発電による CO2 削減事業）を実施しているが、東日本大震災による福島第一原子力発電所の事故後、電力需給が厳しく、家庭・事業者の節電の必要性がますます高まることから、国の制度が活用できない CO2 排出削減活動についても、その活動を促すための制度を設けることとした（神戸市独自の評価システム）。

具体的には、以下の 2 つの取組を進めることとしている。

①事業者を対象とした取り組み

中小事業者が行った CO2 削減活動について、CO2 の「削減量」、「削減割合」及び「活動内容」等を総合的に評価し、表彰・認定など、目に見える形でのインセンティブを享受することで、活動の推進を図る仕組みを設けることを検討する。

対象とする活動は、本事業が広く事業者の環境意識の向上を図ることを目的としていることから、参加しやすいよう、電気・ガスの 2 つのエネルギー使用量を指標とする簡易な評価基準とする。

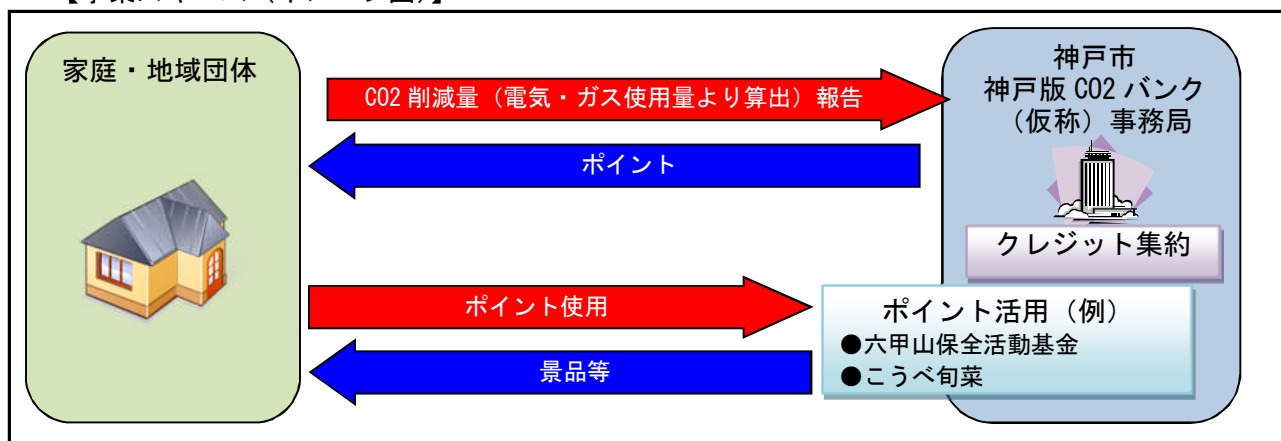
【事業スキーム（イメージ図）】



②家庭・地域団体を対象とした取り組み

家庭や地域団体が実施する CO2 削減活動について、CO2 の「削減量」、「削減割合」及び「削減活動内容」等を総合的に評価し、景品等との引き換えが行うことができるポイント等、目に見える形でのインセンティブを享受することで、活動の推進を図る仕組みを設けることを検討する。

【事業スキーム（イメージ図）】



【神戸版 CO2 バンク制度の実施にあたっての検討が必要な内容】

(平成 24 年 3 月「(仮称) 神戸版 CO2 バンク制度」制度設計等に係る委託業務報告書より)

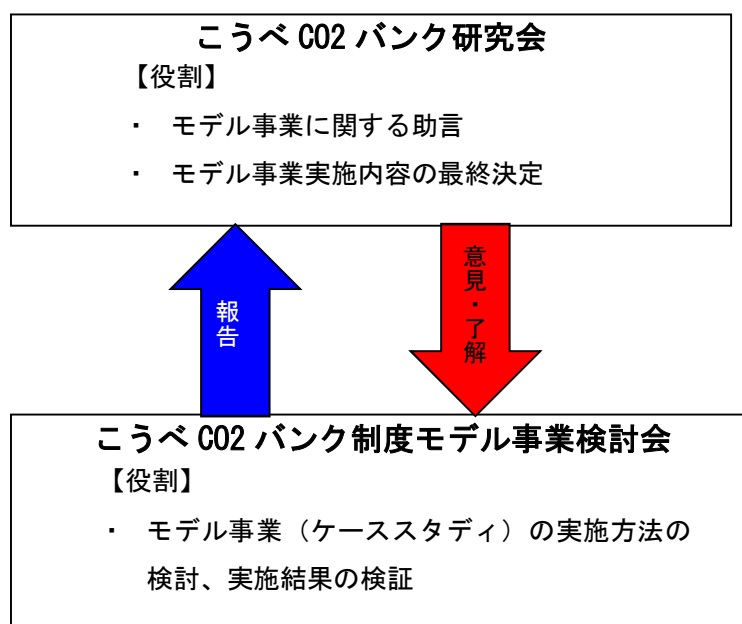
項目	現在の予定	検討が必要な内容
プロジェクト実施者	・家庭・地域団体 ・企業（自主行動計画非参加、他の制度への不参加事務所等）	地域団体の定義の明確化が必要 事務所単位での申請で問題無いか、他の制度への不参加が要件として必要かの判断
評価委員会	—	メンバー選定
参加意思表明	・参加者情報（氏名、住所等）、宣言日、省 CO2 活動宣言、その他の取り組みを記載 ・受付期間：4 月～6 月 ・提出方法：郵送もしくは e-mail	記載内容、フォーマット、受付期間、提出方法の決定
CO2 削減活動実施	・実施期間：4 月～翌年 1 月・2 月（事業者 1 期、市民 2 期に分けて活動実施）	実施期間の決定
実績報告	・エネルギー使用量を報告	CO2 削減量の計算は、事務局側で実施することで問題無いか。
クレジット量の算定	・炭素排出係数： （電気）関西電力㈱公表値 （ガス）大阪ガス㈱公表値	炭素排出係数については、現在の予定で問題無いか。
評価項目	CO2 の「削減量」、「削減割合」及び「削減活動内容」等を総合的に勘案	評価項目は妥当か。 家庭、地域団体においては、ポイントを付与する際のポイント数の決定 企業においては、認定・表彰の基準
インセンティブ（家庭、地域団体）	・「(仮称) 六甲山保全活動基金」、「こうべ旬菜」への活用	インセンティブはこれで良いか。また、ポイントとの換算レートをどう設定するか。
インセンティブ（企業）	・認定、表彰	認定の基準 表彰方法とそのタイミング
クレジットの名称	—	クレジットの名称の決定

【全体】

項目	現在の予定	検討が必要な内容
事務局について	—	神戸市と事務局の役割分担の明確化

1.4 実施体制

こうべCO2バンク制度設立協議会として、「こうべCO2バンクモデル事業検討会」を設立し、冬季に実施するケーススタディを通じて、既に提案している「こうべCO2バンク制度」の在り方について検証を行い、最終的に神戸市独自の特性を生かした持続可能なクレジット制度の設立を目指す。なお、実施体制については、検討会における検討内容について、随時、「こうべCO2バンク研究会」に諮り、意見聴取及びモデル事業を通じて検証が必要な観点で意見をいただくとともに、モデル事業実施スキームに関する了解を研究会より得ることとする。



1.5 実施工程

検討・実施項目	平成24年度						
	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
検討会の開催	第1回		第2回	第3回		第4回	第5回
実施計画書作成時点における計画（計画時）	●		●	●		●	●
報告時点における実績・計画（報告時）	●		●				●
モデル事業の実施	○						
（計画時）	準備		データ回収		排出量算定	報告	
（報告時）		資料作成	実施方案作成	参加者募集			削減量算定
こうベクレジット創出方策の検討							
（計画時）	制度設計						
（報告時）		資料作成	制度手順確定			まとめ	
こうべCO2バンクに関する広報周知							
（計画時）		素材作成		原案作成			
（報告時）		方法検討	資料作成	原案作成			まとめ
こうベクレジットオフセット先の開拓							
（計画時）		ヒアリング		施策の検討			

		方法検討	資料作成	訪問協議	訪問協議	訪問協議	まとめ
(報告時)	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
検討・実施項目							
こうべCO2バンク事業スキームの最終検討						制度の確定	
(計画時)					検討	●	
(報告時)						検討	●
運営管理体制、運営資金方策の検討							
(計画時)							
(報告時)							
中間報告書作成							
(計画時)							
(報告時)							

2. 事業報告

2.1 協議会開催状況

表 2-1 協議会開催状況

回	年月日	参加者数	主要議題
(第1回) (研究会)	平成 24 年 8 月 20 日	8 名	1.協議会設立について 2.本事業の進め方について
(第2回) (研究会)	平成 24 年 10 月 25 日	7 名	1.本事業の実施体制について 2.モデル事業の実施方針の決定
第1回 検討会	平成 24 年 12 月 2 日	11 名	1.こうべCO2バンク制度構築に向けたモデル 事業(ケーススタディ)実施案の決定、 2.ケーススタディ参加者の募集
(第3回) (研究会)	平成 25 年 2 月 21 日	8 名	1.こうべクレジット認証委員会の設立 2.モデル事業報告書(案)に関する意見収集
第2回 検討会	平成 25 年 2 月 25 日	9 名	1.モデル事業報告書の報告 2.制度普及に向けたPRの実施

2.2 制度文書

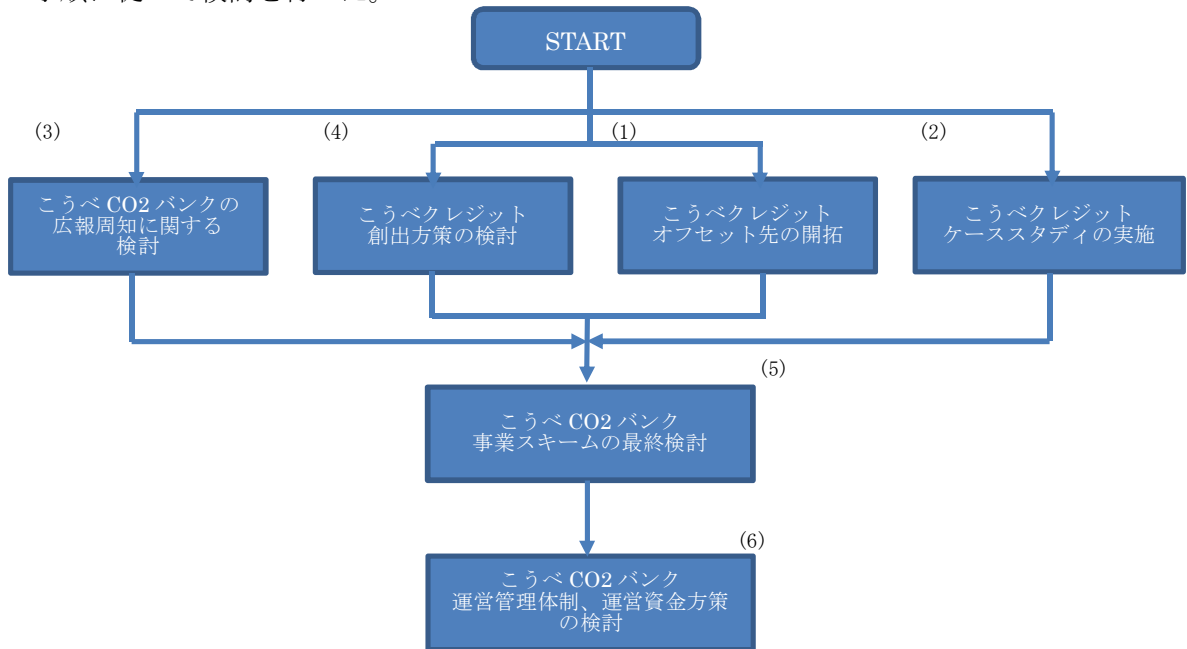
表 2-2 制度文書一覧

文書名	内容
こうべCO2バンクモデル事業検討会 実施要領	本事業の設立協議会にあたるモデル事業検討会について、 目的、実施内容、体制、構成員、設置期間、庶務等を要領と し定めた。
こうべクレジットの認証及び管理方 法(案)	こうべクレジットの対象(市民、中小企業)と認証及び管理方 法について定めた。
こうべクレジット認証委員会 実施要 領(案)	こうべクレジット認証委員会の構成、認証手続き等について 要領を定めた。

2.3 モデル事業実施報告

■モデル事業の検討手順

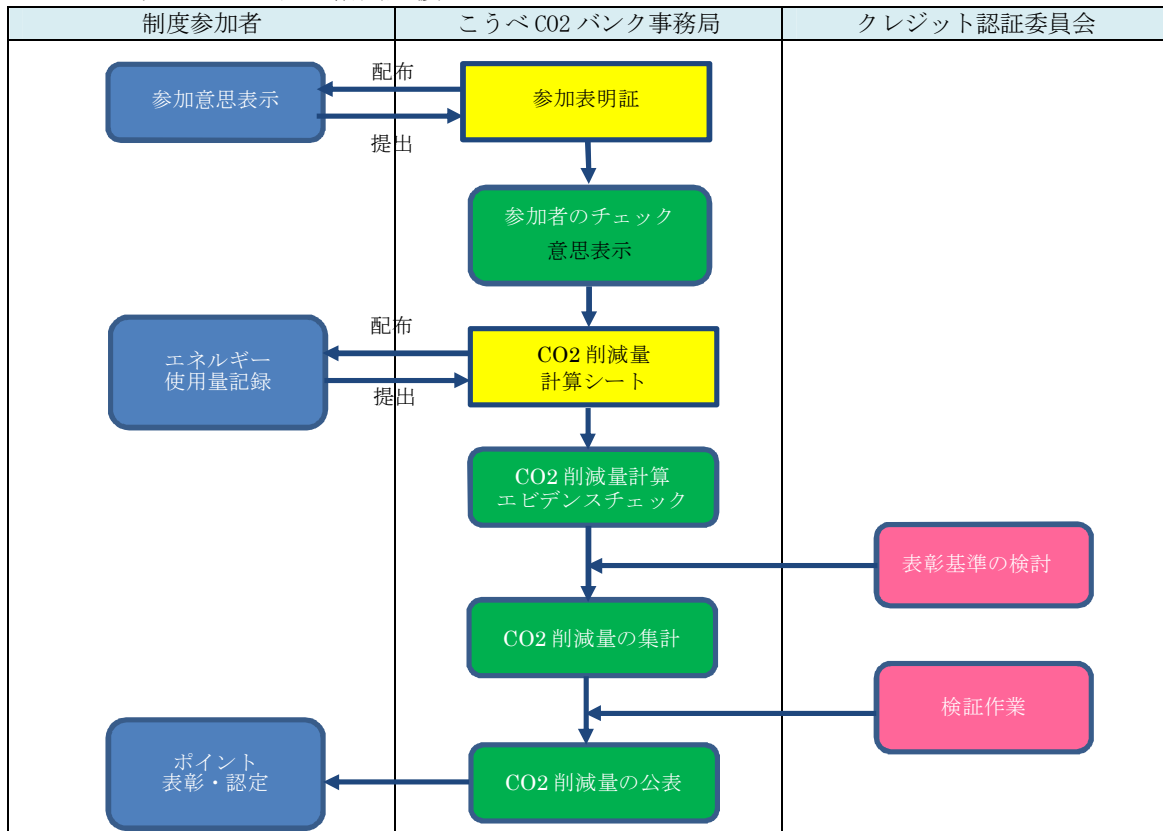
本モデル事業は、「こうべCO2バンク制度」の実施に向けた具体内容について、以下の手順に従って検討を行った。



(1) こうべクレジット創出方策の検討

制度参加者である家庭、地域団体及び中小企業、こうべCO2バンク事務局、研究会の役割をそれぞれ整理して、こうべクレジット創出までの必要な手続きを確定させた。

■こうべクレジット創出支援システム



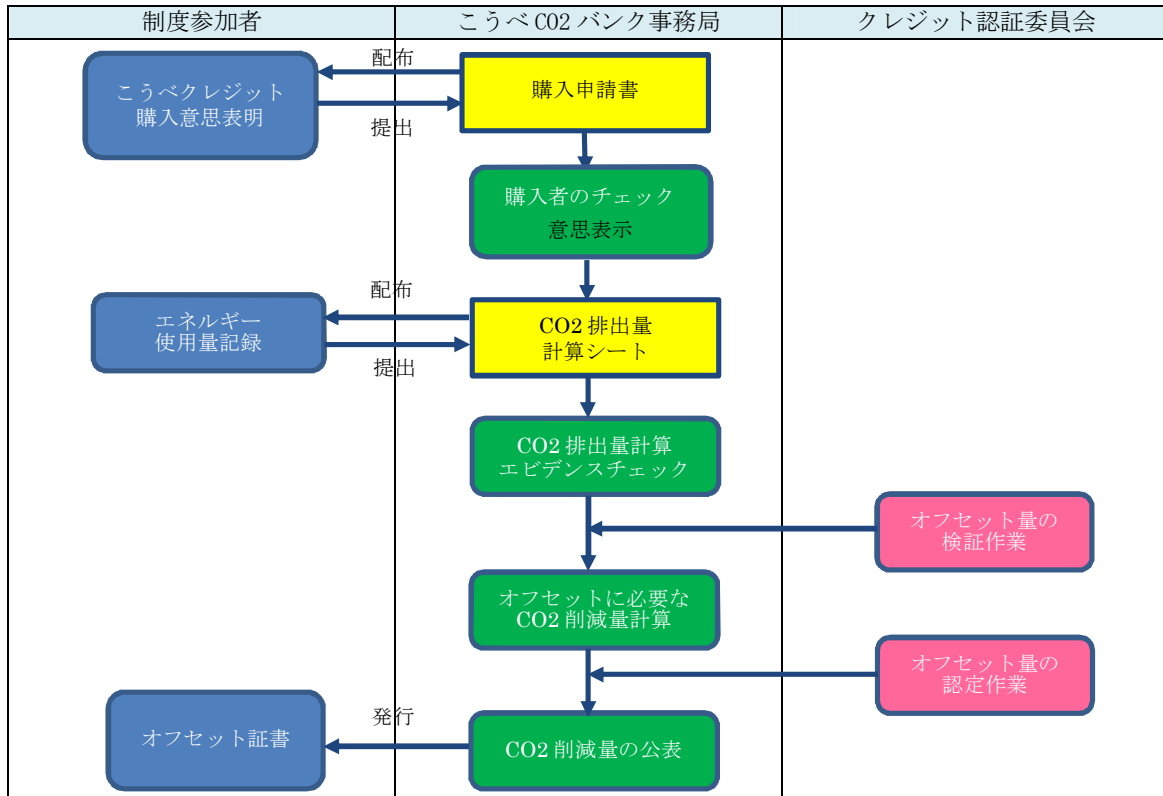
(2) こうベクレジットオフセット先等の開拓

本事業の継続的な実施のために必要な運営管理資金を調達するために、本制度の概要を記したチラシを用いて、下記の事業者を対象にPRを実施し、協賛金等を拠出いただける企業の開拓を行う。

- ①創出されたこうベCO2クレジットを購入するオフセット希望者、
- ②こうベCO2バンク制度を市独自の環境活動として賛同・寄附金をいただける企業

また、制度参加者である家庭、地域団体及び中小企業、こうベCO2バンク事務局、研究会の役割をそれぞれ整理して、こうベクレジットのオフセットまでの必要な手続きを確定させる。

■こうベクレジットオフセット支援管理システム



■こうベクレジットのオフセット先の開拓支援

◇ヒアリング及びアンケート調査

「こうベCO2バンク」制度を制度面・資金面でも持続可能なものとするため、事業者にとって本制度への参加促進につながるインセンティブの開拓、本制度運営に必要な資金創出スキーム等について検証するために、環境意識が高いと思われる神戸市環境保全協定締結事業者（110事業者程度）を対象にして、以下のポイントに主眼を置き、アンケート調査およびヒアリング調査を実施した。

➤ カーボンオフセットの認知・実施経験

- カーボンオフセットという言葉の認知度は高いが、実施経験があるのは6事業者程度であった。
- カーボンオフセットの社会的な認知度は高くないためPRに繋がりにくい。

- 社会・環境貢献活動への寄附・協賛経験
 - ほとんどの事業者は祭事、スポーツイベント等の地元行事の支援を行っているが、温暖化対策に関連する活動への支援事例は確認できなかった。
 - 寄附・協賛をする場合に重要となる観点については、「活動や主体者との間の日常的な付き合いの深さや公共性」を重視する事業者が多かった。また、「自社製品の販売促進に繋がることや他社製品との差別化」に有効であれば活用したいという声があった。
- こうべCO2バンクへの関心
 - 宿泊関連、小売関連の事業者でこうべCO2バンク活用に関する販促効果を期待する声があった。
 - こうべCO2バンクのコンセプトへの賛同の声は多かった。市が主導権を持って進める公的な制度であれば、地元企業も参加しやすい。
 - 節電とCO2削減が必ずしも両立しないため、市が政策の優先順位・方向性を示して欲しいという声があった。
 - 本制度の実施による追加性や削減量評価の公平性、削減活動の継続性について課題を感じているという声があった。

◇こうべCO2バンク制度参加企業開拓のための施策案

➤ ターゲットになりうる事業者

こうべCO2バンク制度の参加に前向きな興味を示した事業者の傾向は次の通りである。

- 神戸市内の消費者を対象とした事業を行っている企業。
- 本社または本制度参加の意思決定部門が市内（または関西）に事業所がある企業。
- カーボンオフセットの対象活動として想定される排出活動が神戸市内で完結する企業。
- 神戸に強いゆかりがある商品・サービスを持つ企業。

具体的には、カーボンオフセットには小売の事業者が、協賛には小売に加え、宿泊関連の事業者が関心を示していた。これらは本制度の参加企業として主要なターゲットとなると考えられる。

➤ 企業への参加働きかけの優先順位

ヒアリング調査の結果、主に協賛については、同業他社の参加が、自社の参加の意思決定の要因になりうるということが明らかになった。そのため、例えば、業界や地域に影響力、知名度の高い企業が参加することで、同じ業界内に加速的な参加が広まることも想定され、そのような企業に優先的に働きかけをしていくことが考えられる。

また、アンケート調査では、カーボンオフセットの取り組みを検討する可能性があると回答した16事業者のうち10事業者は協賛活動の経験もあると回答したことから、協賛活動に取り組む企業では、比較的カーボンオフセットをする可能性があると考えられる。

ゆえに、本制度の運営にあたっては、協賛企業として本制度に参加された事業者に対し

てカーボンオフセットの導入も呼びかけることは比較的有効であると考えられる。

➤ 企業の参加促進のための次なる施策

◇企業側が納得して参加できる制度の詳細検討

ヒアリング調査の結果、企業にカーボンオフセットや協賛等の参加を促すためには、企業側にとって納得できる公平性の高い制度にしていくことが必要であることが確認できた。

今後は次のような制度詳細の検討について取組むことが望まれる。

- ① 削減量の追加性、削減量の評価の公正性、および削減活動の継続性の検討
 - 本制度によってどれだけ削減効果があるのか、自社が参加することでどれだけ貢献できたのか。
 - 前年との差を削減量とすることが、果たして公平なのか。
 - 削減しきれない閾値に達した場合、継続性が担保できるか。
 - 1. ② 家庭による削減努力と協賛の価値のレベルの整合性の検討
 - 協賛品が複数ある場合に、協賛品ごとの単位削減量あたり（例えば 1t-CO₂あたり）の経済的価値のばらつきを抑えるにはどうすべきか。

◇社会的な盛り上がりの促進

ヒアリング調査の結果、温暖化政策そのものの盛り上がりが不足していることが、企業が当該制度に参加するにあたっての障壁となる可能性があることが分かった。

そのため、CO₂バンク制度を市民に積極的にアピール、プロモーションし、その意義や必要性を市民全体に理解し盛り上げていくことで、企業としても参加しやすい環境が作りあげることができると考えられる。

次年度以降の取り組みとして、この制度のモデル実施の継続による詳細内容を検討していくとともに、イベントやマスコミ等を通じたプロモーションの実施など、社会的な理解と認知を高める施策が重要と考えられる。

(3) ケーススタディの実施

本制度の事業スキームを確定するため、ケーススタディを通じて検証を行う。本年度実施するケーススタディは、以下のとおりとする。

① 対象行動・CO2 排出削減行動

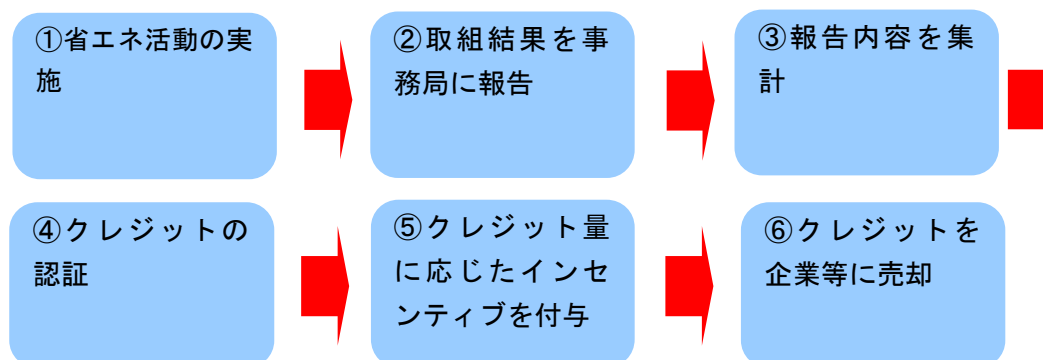
国内クレジット制度等既存の制度が活用できない次の排出削減活動による CO2 削減量をクレジット化する。

ア. 家庭の省エネ行動（電気、ガスの削減量。対前年同月比）

イ. 中小事業者の省エネ行動（電気、ガスの削減量。対前年同月比）

② ケーススタディの基本スキーム

ケーススタディの基本スキームは、以下のとおりとする。



③ 実施方法

A. 家庭の省エネ行動

項目	方法
a. 取組実施者	エコタウン取組地域内の住民及び市内企業で協力いただく従業員
b. 取組期間	1月
c. 対象とする省エネ行動	電気及びガスの使用量の削減行動
d. 報告事項	電気、ガスの使用量及びCO2削減量等
e. 取り組んでいただいた家庭へのインセンティブ	CO2削減量を記した認定証を全員に交付。あわせて、クレジットを創出した方、電気・ガスの使用量が少ない方に、農協直販所で使用可能な金券を配布する。

B. 中小事業者の省エネ行動

項目	方法
a. 取組実施者	兵庫県中小企業家同友会会員、神戸商工会議所会員、KEMS取得事業所、市内企業団体等を通じて取組実施者を募集
b. 取組期間	1月
c. 対象とする省エネ行動	電気及びガスの使用量の削減行動
d. 報告事項	電気、ガスの使用量及びCO2削減量等
e. 取り組んでいただいた	前年度比でCO2排出量を削減していただいた企業に、CO2削減

いた企業へのインセンティブ	量を記した認定証を交付。 次年度以降も、省エネ行動を継続していただくため、表彰制度の創設等、その他インセンティブを検討していく。
---------------	---

④ 検証項目

項目	本制度の想定内容	ケーススタディ
制度目的	各年度における家庭、中小企業等の省エネ・省CO2活動の推進	2012年度冬季における、家庭、中小企業等を対象にした、エネルギー消費量の低減
参加表明	制度参加者が国内クレジット等、他の排出量取引制度に参加していないことを確認し、二重登録を防止。	省エネ活動の報告を通じて確認
エネルギー報告	<ul style="list-style-type: none"> 実施時期 家庭 夏季・冬季に各1回 企業 一年間 集計項目 電気及び都市ガスの使用量 報告内容 各制度参加者がCO2削減量を計算、事務局へ提出 	<ul style="list-style-type: none"> 実施時期 家庭 冬季（1ヶ月のみ） 企業 冬季（1ヶ月のみ） 集計項目 電気及び都市ガスの使用量 報告内容 各制度参加者がCO2削減量を計算、事務局へ提出
集計作業及びクレジット管理	こうべCO2バンク事務局で集計及びクレジット管理を行う。	集計作業は外注作業、事務局が集計結果、クレジット管理を行う。
評価基準の検討	ポイント付与、表彰の評価基準を研究会で（毎年）検討し、研究会でこうべクレジットを認証する。	前年度比で評価。 具体的な目標削減率は与えていない。削減効果が確認された家庭、事業者の全てを表彰の対象。
参加者へのインセンティブ	<ul style="list-style-type: none"> 家庭 エネルギー報告によるポイント等の取得 企業 環境優良企業として表彰 	<ul style="list-style-type: none"> 家庭 神戸産農産物購入のための金券発行 企業 CO2削減量認定証の交付 (次年度以降、表彰制度の創設も検討)
運営資金方策の検討	下記事業者の開拓 <ul style="list-style-type: none"> こうべCO2バンク制度のサポート企業としての協賛金の拠出 こうべクレジット購入によるオフセット希望事業者 	各事業者に依頼。 <ul style="list-style-type: none"> JAから協賛金拠出。 市内イベント(ルミナリエ等)でのこうべクレジット購入によるオフセットを協議中。
手続き	一連の手続きをWEB上で管理できるよう素案を作成する。	

(4) こうべ CO2 バンクの広報周知に関する検討

こうべ CO2 バンク制度の PR 用のチラシ、WEB 構成について、下記のコンテンツを満たす素材を検討し、神戸市らしさを反映した原案を作成した。

- こうべ CO2 バンク制度の意義と目的
- こうべクレジットの種類、用途
- こうべ CO2 バンク制度の手続き
- こうべクレジット制度のロゴマーク
- 表彰状のイメージ

(5) こうべ CO2 バンク事業スキームの最終検討

ケーススタディの実施結果及び、前述までの検討結果を踏まえて、提案した「こうべ CO2 バンク制度事業スキーム」を検証し、事業スキームを確定させる。

項目	検証内容
制度目的	ケーススタディとしては、2012 年度冬季における家庭、中小企業等のエネルギー消費量を対象にした、冬の省エネ対策の推進を目的に実施した。こうべ CO2 バンク制度の目的としては、家庭、中小企業等において、エネルギー消費量が上昇する夏季・冬季における省エネ・省 CO2 活動の市内に広く推進させることを目的として、こうべ CO2 バンク制度の役割を位置づける。
参加表明	ケーススタディでは、冬季における電気・都市ガスに関する省エネ活動の報告を通じて確認したが、住宅用の太陽光発電や燃料電池等の国内クレジット制度プログラム型排出削減事業に参加しているケースが考えられるため、他の排出量取引制度に参加していないことを確認し、二重登録を防止するしくみを設ける必要がある。
エネルギー報告	家庭において毎月エネルギー使用量を報告することは、制度参加者に負担となるため、夏季・冬季にそれぞれ 1 回ずつ実施する。モニタリング期間はそれぞれ 3 ケ月とする。 企業についてはエネルギー使用量の季節変動に関係がなく 1 年間の報告で評価する。 企業については、省エネ表彰制度を充実させる。 ・実施時期 家庭 夏季・冬季に各 1 回 企業 一年間 ・集計項目 電気及び都市ガスの使用量。企業については燃料系使用量も今後検討 ・報告内容 各制度参加者が CO2 削減量を計算、事務局へ提出するしくみを構築
集計作業及びクレジット管理	基本的にこうべ CO2 バンク事務局で集計及びクレジット管理を行う。エネルギー報告資料を事前に計算シート化しておき、制度参加者各自が電子ファイル等で提出できるような仕組みを構築する。
評価基準の検討	ケーススタディでは、前年度比で削減効果が確認できた家庭及び企業を表彰の対象としたが、当該制度への協賛金や販促券の抛出状況等を鑑みながら、制度参加者に不公平感なく景品付与、表彰を与えるように評価基準をこうべクレジット認証委員会で毎年検討し、クレジット認証を行う。

参加者へのインセンティブ	<p>ケーススタディで実現した制度参加者へのインセンティブを持続可能な仕組みに構築する。今回実施した</p> <p>【今回実施したインセンティブ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・家庭 神戸産農産物購入のための金券発行 ・企業 CO2 削減量認定証の交付 <p>(次年度以降、表彰制度の創設も検討)</p>
運営資金方策の検討	<p>ケーススタディで実現した協賛金、オフセット購入先を開拓できる持続可能な仕組みを構築する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・JA から協賛金拠出。 ・市内イベントやルミナリエ等におけるこうべクレジット購入によるオフセット。
手続き	<p>こうべCO2バンク制度の説明ツールを含めて、一連の手続きや制度参加者へのインセンティブがPR出来るようなWEBを作成する。</p>

(6) こうべCO2バンク運営管理体制、運営資金方策の検討

本制度の最大の特徴である、税金を投入することなく、協賛金やクレジット収入で運営を継続できる持続可能な事業スキームを構築するため、本制度の運営管理者となる「こうべCO2バンク事務局」の役割分担を整理した上で、本事業を効率的に実施できる運営管理体制及び運営資金方策を検討、決定する。

■ こうべクレジット管理システム

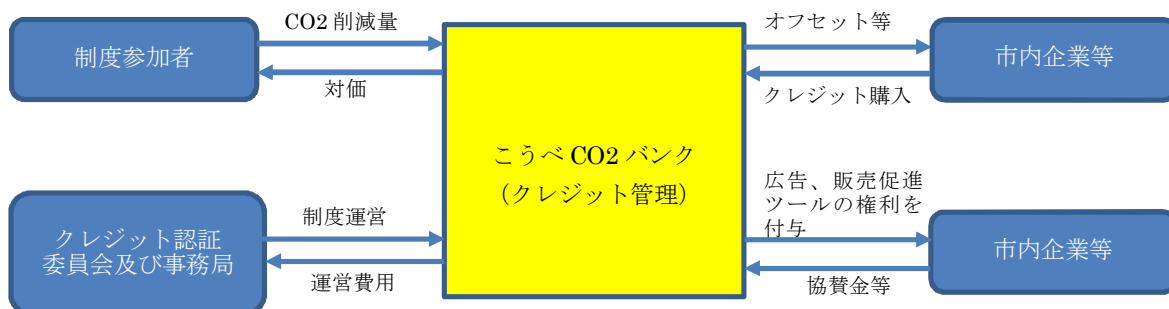


表 2-3 排出量クレジット等管理システム

システム名	管理する対象	開発事業者	内容
こうべ CO2 バンク (クレジット管理) システム	排出量、商品券等、クレジット購入費、協賛等	こうべ CO2 バンク事務局	こうべクレジットの創出支援、オフセット創出支援及びクレジット管理を行う。

2.4 広報ツール

➤ ロゴ制作

本制度を各種媒体において説明・告知する際に、本制度を象徴するデザインが必要と考え、ロゴマークを制作した。制作にあたっては「CO2削減（またはその証であるCO2削減クレジット）」「神戸らしさ」「市民の協力」等といったメッセージを訴求できるようにすることを念頭に置き、まず下表に記載の複数案を作成した。

表 2-3 ロゴマーク案

 <p>KOBE CREDIT</p> <p>A 案</p>	 <p>こうベクレジット 神戸CO₂削減バンク</p> <p>B 案</p>	 <p>こうべCO₂バンク</p> <p>C 案</p>
 <p>こうベクレジット</p> <p>D 案</p>	 <p>こうベクレジット KOBE ECO L.P.</p> <p>E 案</p>	 <p>こうベクレジット 神戸CO₂削減バンク</p> <p>F 案</p>
 <p>こうベクレジット</p> <p>G 案</p>	 <p>こうべ CO₂ バンク</p> <p>H 案</p>	 <p>こうべ CO₂ バンク</p> <p>I 案</p>
 <p>こうべ CO₂ バンク</p> <p>J 案</p>	 <p>こうべ CO₂ バンク</p> <p>K 案</p>	 <p>こうべCO₂バンク</p> <p>L 案</p>
 <p>こうべCO₂バンク</p> <p>M 案</p>		

これら複数案の中から一案を採択するにあたって、本制度構築のために設置された「こうべCO2バンク制度に関する研究会」の委員（5名）による選定を実施した。具体的には各

委員に1位から3位まで選んでもらい、各1位、2位、3位にそれぞれ5点、3点、1点と重み付けした得点を与えその合計点を採点した。採点の結果としてH案が最も高い点数を得たため、これをこうべCO2バンクのロゴマークとして採択した。



採択されたロゴマーク

➤ チラシのコンテンツ検討

本制度を告知・説明するチラシの作成にあたっては、出来るだけ分かりやすい表現を心がけるとともに、チラシのように情報を掲載出来るスペースが狭い媒体においては情報過多にしないことが重要である。そのためチラシはあくまで本制度の存在の認知を広げ、参加候補者に少しでも関心を持ってもらうことを主眼に置いた告知ツールであるべきと考えられる。従って、チラシの役割は市民や事業者に、本制度について興味を持ってもらい、より詳細な情報を提供できるWEBサイトなどの媒体に誘導することであると言える。

また、本制度の参加対象者別にチラシの内容を分けることが有効であると考えられる。そのため、本制度の参加対象者として

- 電気とガスの省エネ活動によりCO2を削減する家庭
- 電気とガスの省エネ活動によりCO2を削減する中小企業
- カーボンオフセットを実施する事業者（案では「企業・イベント主催者」向けとしている）
- 家庭のCO2削減を協賛で支援する事業者（案では「小売業・宿泊等サービス業」向けとしている）

の4者を挙げ、各対象向けのチラシの内容を検討した。

なおチラシのサイズはA4で、両面を利用し、片面に各対象向けの内容を掲載し、もう片面には共通内容として本制度の概要について触れることを想定した。

以上を踏まえて作成したチラシの案を参考資料2に記す。

➤ 表彰状のコンセプト検討

中小企業が省エネ活動によるCO2削減に取り組むためのインセンティブとしては、CO2削減量を神戸市が認定し、表彰することが挙げられる。表彰状は事業者が事業所内に飾る等してPRしやすくするために、綺麗なデザインが施されていることに加え、「公式な発行物」として視認されやすいことが必要であると考えられる。そのためには本制度のロゴマークや神戸市のロゴマーク等がデザインに含まれ、また発行元の捺印がされていることが有効であると考えられる。

また、表彰状は特定の事業者による特定のCO2削減活動に対して発行されるものであるため、他社による流用や複製は防ぐ必要がある。そのため表彰状発行の事実を管理するために発行番号等を明記する等の対策が必要と考えられる。

表彰状には以下のような情報項目が必要であると考えられる。

表 2-4 表彰状における情報項目

情報項目	表記例
表彰企業名	株式会社●●●●殿
住所	神戸市●●区●●XX-XX-XX
書類の説明	こうべ CO2 バンクの●●※に基づいて、下記の通り貴殿が地球温暖化対策に貢献されたことを証します。
証書発行番号	2013-XXXX-XXXX
証書発行日付	2013-XX-XX
温室効果ガス削減量、削減率	XX tCO ₂ e 削減率 XX%
対象範囲	●●工場における電気・ガスの使用
対象期間	2013-XX-XX から 2013-XX-XX まで
比較期間	2013-XX-XX から 2013-XX-XX まで

※制度の規定文書名や証書発行ルール文書名などを想定
 以上を踏まえて作成した表彰状の案を参考資料 3 に記す。

➤ WEBサイトのコンテンツ検討

WEBサイトにおいては、その特性を活かして本制度の詳細等を含む多くの情報量を記載することが可能となる。また、本制度の理解を促進するために、WEBサイトのコンテンツ構成はチラシと同様、各対象別の情報提供とすることを主軸に置き、本制度における具体的な参加事例等の紹介をすることが、有効であると考えられる。

以上を踏まえて作成したWEBの案を参考資料 4 に記す。

表 2-5 広報ツール一覧

区分	対象	作成部数	配布方法	内容
チラシ	市民	原案作成 (コピー配布)	モデル事業検討会 の各委員に配布	市民、中小企業に向けた ケーススタディへの参加 者の募集
チラシ	企業	原案作成 (コピー配布)	制度参加要請に向 けたヒアリング時に 配布	協賛金の拠出ツール、商 品券等のノベルティの提 供ツールとして
ウェブページ	市民、企業	素案作成	神戸市ウェブサイト からリンク(予定)	モデル事業の周知、協賛 金、制度サポーターの募 集

2.5 事業報告（ケーススタディ）

① 冬の節電を目的としたモデル事業（ケーススタディ）の実施

- ・モデル事業検討会を通じて募集した結果、市民 168 件、中小企業 7 社が参加
- ・1月の電力、都市ガス使用量の報告結果を基に前年度比で CO2 削減量を評価

② インセンティブ

市民：前年度比で CO2 削減を達成した家庭に対して、農協直販店で利用できる商品券を配布。また、全ての参加者に向けて地球温暖化対策貢献証書を配布。

企業：前年度比で CO2 削減を達成した企業に対して、CO2 削減効果の記された地球温暖化対策貢献証書を配布し、市のホームページ等で環境対策優良企業として公表。

③ CO2 削減量算定結果

市民対象	前年度比 CO2 削減量	8,736kgCO2/月
事業所対象	前年度比 CO2 削減量	11,745kgCO2/月

また、エネルギー使用量報告に合せて、市民の省エネ活動に関するヒアリングを行ったところ、以下の報告があった。

- 照明設備の LED 化や人感センサーの導入、省エネ家電の買換えによるもの。(5 件)
- エアコンの設定温度の低下や運転抑制、こまめな消灯等、電気設備の運用改善行為によるもの。(15 件)
- ガスファンヒーターの設定温度や暖房時間の削減、風呂の追い焚き回数の削減等のガス設備の運用改善行為によるもの。(4 件)

④ 評価方法

前年度比の CO2 削減率で評価をした場合、前年度において既に節電・省エネ努力を実施している家庭では、ケーススタディでは不利な評価となるため、住居形態別（戸建・共同）の世帯構成毎（1 人～4 人以上）に分類し、今回報告対象となった CO2 排出量の少なさにより順位付けを行い、JA 商品券の配布を行った。

②日刊自動車新聞記事（平成 24 年 12 月 25 日）

毎年、「省エネコンテスト」を実施している富士通テンが、本 CO2 モデル事業に参画することが紹介されました。

富士通テン 冬の省エネコンテスト 今回は神戸市とコラボ

【神戸】富士通テン（重松崇社長、神戸市兵庫区）は、来年2月までの3カ月間、同社グループ従業員の家での節電努力を競う「冬の省エネコンテスト」を実施している。夏冬合わせて4回目の実施となる今回は、初めて神戸市の地球温暖化対策事業に参画。市と協力して家庭での省エネ取り組みを加速させる。

「ト」とし、国内グループ従業員の家庭で節電や省エネに取り組む。冬では期間中の電気やガス、灯油の使用量から二酸化炭素（CO₂）の発生量を算出し、前年からのCO₂削減率を競う。

昨冬のコンテストには約200世帯が参加。2人世帯が使用する電力量約3年分となる1万3864kWhの節電につなげるなど成果をあげた。

今回は初めて神戸市の地球温暖化対策事業「こうべCO₂バンク」のケーススタディーに参加する。各家庭での節電取り組みを市に報

告し、市は同事業拡充の課題を検証する。同社は、神戸市在住で同コンテストに参加する従業員に、ケーススタディーへの参加を促し、市と協力し省エネ意識向上を目指す。社内でも今冬の自主目標として昨冬比でCO₂の9%削減を掲げる。窓ガラスへの断熱フィルムの貼り付けやLED（発光ダイオード）照明の取り付け拡大など、グループ全体で節電、省エネに努める。

3. 事業の総括

表 3-1 事業実施結果

視 点	結 果 ・ 内 容
(1)モデル事業の成果	
①目標設定と達成度	<p>■目標設定</p> <p>東日本大震災を契機として、昨年度から既に節電・省エネに取り組んでいる家庭、事業者が多いことから、前年度比のCO2削減率を目標に設定することは望ましくないため、具体的な削減目標は定めず、事業者については前年度比CO2削減量、家庭については住居形態別世帯構成毎の前年度比CO2排出量により評価することとした。</p> <p>■達成度</p> <p>ケーススタディにより、家庭については168件が参加し、全ての家庭で前年度比CO2削減が確認された。事業者については10件の参加があり、そのうち9件でCO2削減が確認された。</p>
②温室効果ガスの削減効果	<p>ケーススタディにより、家庭については168件の参加で8.7tCO₂(52kgCO₂/件・月)、事業者については、10件の参加で11.7tCO₂(1,300kgCO₂/1箇所・月)であった。</p>
③消費電力及び消費電力量の削減効果	<p>消費電力の削減効果は、家庭については平均で3.5%。事業者では、平均4.7%であった。</p>
④採択金額に対する費用対効果	<p>ケーススタディ実施によるCO2削減量は20.4tCO₂/月であり、年間で評価(冬季・夏季の6ヶ月評価)すると122.4tCO₂/年となるため、CO2削減1t当たりの費用は12.2万円となる。</p>
⑤運営コスト	<ul style="list-style-type: none"> ・ケーススタディ参加者の募集は、環境意識の高い環境保全協定締結事業者における職員を対象に説明会を開催し、情報の伝達、収集を迅速に対応できる体制とした。 ・エネルギー使用状況報告を書式化して、予め参加者へ配布することによって市民が参加しやすい形態とした。 ・オフセット先、協賛金の拠出等の開発支援については、広く募集するのではなく、環境意識の高い事業者・団体を予め選定しておき、訪問を重ね協賛金の拠出を可能にした。また、今後も同等のアプローチを展開できるように情報収集を行った。
(2)モデル事業の評価	
①先進性・独自性	<ul style="list-style-type: none"> ・こうべCO₂バンク制度へのサポーター、協賛金拠出により、自己資金の調達により持続可能なクレジット制度を構築する。 ・市民の省エネ・地球温暖化対策を促すためのインセンティブとして、神戸市内の地産地消で利用可能なノベルティの提

	<p>供やルミナリエに代表される神戸のランドマークとなる事業のオフセットに活用するなど、神戸市の独自性を生み出せる事業である。</p> <p>・企業の省エネ取組を定量的に評価し、市民に広く PR する手立てを備えており、企業間における環境意識のさらなる高揚を誘発できる制度である。</p>
②幅広い対象者の設定	<p>家庭を中心とした市民が対象である。また、国内クレジット等の他の排出量取引制度に参加できないような中小企業、業務部門における省エネ支援を対象としており、幅広い主体を対象としている。</p>
③取り組みやすさ	<p>市民、企業ともに夏季及び冬季のエネルギー報告のみであり、市民や事業者が参加しやすい制度となっている。報告についても web サイトを開設し、排出量算定システムやこうべクレジット購入システムを完備することで、より容易に制度に参加しやすくなると考えられる。</p>
④対象者からの評価	<p>事業報告書が完成した段階で、モデル事業検討部会を開催し、市民や事業者等の事業の対象者からの評判についてヒアリングを実施する。また、年度明けには本制度を本市内に広く普及させるため、制度説明会等を行う。</p>
⑤課題・問題点等	<p>・こうべ CO2 バンク制度を持続可能な制度とするために、毎年、少なくとも200万円程度の協賛金拠出や商品券等のノベルティ提供が必要と考えられ、制度を経済的に支援可能な企業のチャンネルを多く持ち、経済的支援を恒常的に確保することができる仕組みを構築しなければならない。</p> <p>・本制度は、削減量の評価を通年ベースで行うより、エネルギー使用量が多くなる夏季、冬季の2断面とした方が、制度に参加し易いと考えられるので、制度の削減目標値が年間削減効果ではなく、市民や企業の省エネ・省 CO2 を導くというスローガン要素の強い目標となっている。</p>

4. 今後の展望

① 継続可能性

今回の企業ヒアリングを通じて、本制度への協賛金拠出、商品券等のノベルティ提供しやすい神戸市内企業等を出来るだけ多くリストアップし、協賛金を拠出した企業には、今後、開設を予定している WEB 上でのコマースできる権利を与えるなど、こうべ CO2 バンク制度に参加しやすく運営資金を担保できるような体制を整えることが必要である。また、同時に市民の誰もが容易に本制度に参加できるように、WEB 上でクレジット創出、購入を支援できるクレジット管理システムを作成し、市民、企業が容易に参加できる仕組みが必要と考えられる。

② 他事業との連携可能性

創出されたこうべクレジットが他の自治体等でも流通できるように品質を高めることをまず検討する。次に、組成されたクレジットから他事業との連携可能性について検討する。

③ 波及可能性

クレジット創出となる制度参加者や協賛金拠出企業の絶対数を増やすため、WEB 構築ならび制度普及用のチラシ等を充実させる。また、神戸市独自で実施されているイベントの現状把握を行い、オフセット需要を調査するとともにオフセット利用者を広く募集できるような体制を整備する。

参考資料

- 参考資料 1. 第 1 回こうべ CO2 バンクモデル事業検討会資料
- 参考資料 2. こうべ CO2 バンク制度チラシ案
- 参考資料 3. こうべ CO2 バンク制度 表彰状案
- 参考資料 4. こうべ CO2 バンク WEB サイトコンテンツ案