

新聞業界のカーボンニュートラル行動計画フェーズⅡ目標

		計画の内容
1. 国内の企業活動における2030年の削減目標	目標	
	設定根拠	<p><u>対象とする事業領域</u>： 新聞・通信各社の本社・支社等のオフィス部門及び印刷工場</p> <p><u>将来見通し</u>：</p> <p><u>BAT</u>：</p> <p><u>電力排出係数</u>： 政府提供の数値による（P6参照）</p> <p><u>その他</u>： ・2030年目標は、指標を「エネルギー消費原単位」とし、算出の分母は「延べ床面積」 ・基準年は政府の2030年目標（政府公約）と同一の2013年 ・カバー率（社数ベース）の維持に努める</p>
2. 低炭素/脱炭素製品・サービス等による他部門での削減		<p><u>概要・削減貢献量</u>： ・環境啓発記事・広告の掲載 ・環境関連イベントの主催・共催・協賛 ・新聞協会主催の研修会を通じた環境問題に対する社員の意識向上・啓発</p>
3. 海外での削減貢献		<p><u>概要・削減貢献量</u>： ※日本国内での事業活動を前提にしている。</p>
4. 2050年カーボンニュートラルに向けた革新的技術の開発・導入		<p><u>概要・削減貢献量</u>： ・技術開発は各社が取り組んでおり、新聞協会としてBATの開発は行っていないが、優れた技術の顕彰、機関誌やセミナーでの紹介などを通じ、業界内の情報共有と意識向上に努めている。 ・製版過程で自動現像機を使わないため廃液を排出せず、環境負荷を低減できる完全無処理CTPプレート（無処理刷版）は、2021年度時点で58.6%の印刷工場が導入している。 ・先進例①＝文字や写真を表現する「網点」の高精細化。インキ量を削減し生産段階のエネルギー使用量、CO₂排出量削減に寄与している。 ・先進例②＝AI技術を活用し輪転機を自動運転。安定した印刷により、損紙の削減に寄与している。</p>
5. その他の取組・特記事項		<p>◇省エネ関連 ・印刷損紙の節減（82社：2013年度比で18社増） ・輪転機の更新。省エネ性能向上（3社）</p>

- ・環境対応型インキの使用（65社：2013年度比で10社増）
溶剤に大豆油を使ったインキの導入/高濃度インキを採用しインキ使用量を削減
- <その他の事例>
 - ・新聞製作システムを更新。原稿モニターのペーパーレス化を促進。コピー用紙・トナーとも前年比43～45%削減
 - ・設備洗浄用の白灯油使用量を運用見直しで削減。昨年度比13%削減
 - ・巻取紙の芯際に残る紙の径を変更。使用量を削減
- ◇リサイクル関連
 - ・刷版をリサイクルし、再度刷版として利用（33社：2013年度比で11社増）
 - ・新聞梱包用バンド、古紙のリサイクル（74社：2013年度比で20社増）
- <先進事例>
 - ・新聞古紙を回収し製紙会社に直接引き渡す「クローズド・ループ」の展開
 - ・工場の損紙を製紙会社に渡し再利用する「損紙クローズド・ループ」の展開
 - ・プラスチックごみのサーマルリサイクル推進
- <その他の事例>
 - ・巻き取り紙の不良紙や芯残紙のリサイクル
 - ・工場での損紙や段ボール類、本などを製紙会社に戻し、リサイクル
- ≪輸送関連の取り組み≫
 - ◇委託先への対応、自社での取り組み
 - ・委託先（もしくは自社）で環境に配慮した車両を導入（12社）
 - ・委託先（もしくは自社内）への環境に配慮した取り組みの呼び掛け（26社）
 - <具体例>
 - ・環境配慮型車両の導入（委託先への働き掛け）
 - ・アイドリングストップや安全運転の実施の呼び掛け
 - ・エコドライブの推奨
 - ・輸送ルートの見直し
 - <先進事例>
 - ・電気自動車のEVトラックを使って印刷工場から販売店まで新聞を輸送する実証実験を実施
 - ・外食チェーン店と提携し、新聞輸送のトラックに塩などを載せる共同輸送を実施。CO2削減効果は年間1.3t
- ≪植林活動関連の取り組み≫（新規設問）
 - ・社会貢献事業、環境関連イベントなどで植林活動を行っている（8社）
- <植林活動の詳細（抜粋）>
 - ・分収林制度を活用して9.87ヘクタールに約3万本のヒノキを植樹。CO2吸収量は推計10～30t-CO2/年程度（似た植樹本数の森林の数値から推測）。
 - ・本社と新聞販売店、古紙回収業者の3者で運営する古紙回収推進組織で植林事業を推進。植林地は9か所。植林したクヌギやケヤキ、ミズナラの苗木は計約7300本。
 - ・約7ヘクタールの土地にトドマツを植樹。一帯は台風で被害を受けた国有林の一部。新聞販売店が回収した古紙の売却代金で活動費用を賄う。
 - ・約400ヘクタールの土地に植林。
 - ・新聞社、県、森林所有者、林業会社の4者で「森林づくり協定」を締結。1ヘクタールの土地にヤマザクラ、ケヤキ、カエデなど計3000本を植栽。CO2吸収量の推定値は当初の10年で41.63t、更新後の協定期間の10年で107.78tの見込み。

- ・海外での植林活動に中高生を定期的に派遣。直近では 20 人をベトナム・ホーチミンに派遣し、マングローブの苗木 400 本を植えた。

《再生可能エネルギー関連の取り組み》

◇再生可能エネルギーの導入

- ・本支社、印刷工場太陽光発電を実施（8 社）
本支社で使う電力をグリーン電力に変更（2 社）

<取り組み例の詳細（抜粋）>

- ・印刷工場で太陽光発電設備を自営。自家消費。2021 年度の発電量は 11 万 9000kWh
 - ・本社に太陽光パネルを設置。年間 2 万 kWh 以上を発電。CO2 削減効果は年間 6t 以上。発電した電気はビル内で使用
 - ・印刷工場に太陽光発電設備を導入。電力販売契約（PPA）方式を採用。年間発電予測量は 53 万 kWh。工場の年間消費電力の約 11%を賄う。CO2 の排出削減量は年間 235.5t
 - ・1 工場、2 支社、1 支局に太陽光発電設備を設置。このうち 1 支社と支局は自家消費。1 工場（発電量は年間 1 万 3000kWh）・1 支局（発電量は年間 1 万 4000kWh）は全量売電
 - ・社有地に太陽光パネルを設置。年間発電量は 29 万 8248kWh
 - ・5 支社の電力を CO2 フリー電力に変更
 - ・編集部門で使う電力について「グリーン電力証書」を取得
- <その他の取り組み事例>
- ・都の温室効果ガス削減義務率を超えて削減した排出枠を自治体に寄付
 - ・電力会社の再生可能エネルギー事業を目的とした社債に協賛、投資
 - ・太陽光発電などを手掛ける地元の電力会社に出資

《本社・印刷工場を通じた取り組み》

◇省エネ関連

- ・照明の間引きや省エネ・人感センサー照明器具の導入（86 社）
うち 22 社が照明の LED 化を推進
- ・電力機器等の抑制、省エネ対応機器の導入（73 社）
うち 8 社が省エネ型業務用エアコン、吸収式温水機などを導入
- ・ウォームビズ・クールビズの実施（93 社）
- ・不要照明等のこまめな消灯（92 社）
- ・パソコン・OA 機器等の省エネ設定やこまめな電源オフの徹底（66 社）
- ・空調機器の使用時間の見直し（70 社）

《情報発信》

◇新聞の普及度

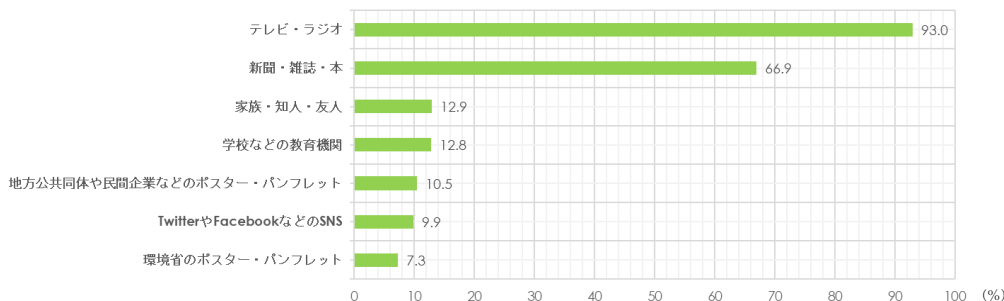
- ・新聞協会加盟紙の総発行部数は 3302 万 7135 部（2021 年 10 月現在）
 - ・日本の総人口は 1 億 2592 万 7902 人（2022 年 1 月、住民基本台帳）
 - ・全国の世帯数は 5976 万 1064（同上）
- 新聞はおおよそ「4 人に 1 人」、「2 世帯に 1 世帯」に普及している。
→これに加え新聞各社がウェブサイト・電子版でニュースを発信し、ポータルサイトやニュースアプリなどにも記事を提供している。

◇報道の影響力

新聞・通信社の最大の貢献は、報道による啓発だと考えている。報道の影響力の一端は、以下の調査結果からうかがえる。

[内閣府の調査から]

「気候変動の影響について知った情報源」（複数回答）は「テレビ・ラジオ」が93.0%、「新聞・雑誌・本」が66.9%。



(n=1654、複数回答)

出典：2020年、内閣府「気候変動に関する世論調査」
調査データをもとにグラフを作成

[アメリカン・エクスプレス社の調査から]

「気候変動への対処に目を向ける際、最も影響を受けるもの」（上位2つを回答）として、回答者の64%が「ニュースや新聞記事」を挙げた。10の選択肢の中で最も多く、他の情報源と比べてとりわけ高い。

諸外国と比べても、「ニュースや新聞記事」と答えた人の割合が多い。

	グローバル平均	オーストラリア	カナダ	インド	日本	メキシコ	英国	米中
ニュースや新聞記事	44%	42%	48%	27%	64%	36%	48%	43%
ドキュメンタリー	34%	38%	37%	17%	22%	49%	46%	32%
ソーシャルメディア	24%	27%	16%	37%	22%	30%	21%	18%
家族	18%	15%	19%	19%	14%	22%	13%	19%
政府関係者（大統領など）	12%	14%	13%	21%	3%	4%	13%	13%
友人	12%	14%	13%	15%	7%	10%	12%	13%
企業	11%	9%	7%	18%	13%	10%	9%	10%
書籍	8%	6%	5%	15%	8%	12%	3%	6%
勤め先	7%	6%	5%	13%	8%	5%	6%	6%
地方政府関係者（市長、議員など）	6%	3%	7%	14%	2%	3%	4%	9%

(サンプル数は米が998、日・豪・印・英が各1000、メキシコ・カナダ999、上位2つを回答)

出典：アメリカン・エクスプレス・インターナショナル「SDGs消費に対する意識調査」（2022年）

《報道・言論・広告・事業活動》

多岐にわたる活動で、読者・市民の環境問題に対する意識を高めている。

- ・環境啓発記事・広告の掲載（58社）
- ・環境関連事業の主催・共催・協賛（40社）
- ・環境理念・基本方針等の設定（31社）
- ・自社ウェブサイトでのPR（26社）

<報道・言論活動の例>

- ・気候変動に警鐘を鳴らす企画記事
- ・SDGsの理解促進を図る若年層向けの連載・特集

<広告活動の例>

- ・SDGsに関する学びの場を作る広告企画

	<p><主催事業の例></p> <ul style="list-style-type: none">・環境対応の商品・サービスの展示会・環境対策に関する顕彰事業・地域の清掃活動
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

◇ 昨年度フォローアップを踏まえた取組状況

【昨年度の事前質問、フォローアップワーキングでの委員からの指摘を踏まえた計画に関する調査票の記載見直し状況（実績を除く）】

- 昨年度の事前質問、フォローアップワーキングでの指摘を踏まえ説明などを修正した
（修正箇所、修正に関する説明）

- 昨年度の事前質問、フォローアップワーキングでの指摘について修正・対応などを検討している
（検討状況に関する説明）

2030年目標の目標数値について深掘りの要望をいただいた。同目標数値は2016年12月に第3次自主行動計画に移行してからの経過年数に鑑みて、また省エネ法の数値目標にならない議論を重ねた結果であることから、早急な見直しの検討に入る段階にはないと考えている。

エネルギー使用量削減に向け、各社懸命な努力を継続した結果、現時点で毎年目標を達成しており、今後も業界としての省エネ推進を喚起していく。

◇ 2030年以降の長期的な取組の検討状況

2050年に向けた指針の策定について今後検討する。

日本新聞協会における地球温暖化対策の取組

日本新聞協会

I. 日本新聞協会の概要

(1) 主な事業

標準産業分類コード：

日本新聞協会に加盟する新聞・通信社の主な事業は、日刊新聞の発行である。また、新聞発行業以外にも、出版・印刷業、情報提供サービス業、各種文化事業などを行っている。

(2) 業界全体に占めるカバー率

業界全体の規模		業界団体の規模		カーボンニュートラル行動計画参加規模	
企業数		団体加盟企業数	102社	計画参加企業数	102社
市場規模		団体企業売上規模		参加企業売上規模	
エネルギー消費量		団体加盟企業エネルギー消費量		計画参加企業エネルギー消費量	169,077.7kl (原油換算)

出所：

新聞協会アンケートに基づき作成。新聞協会は発行部数1万部以上の日刊紙が加盟している団体。日本には当協会に加盟していない様々な新聞があり、当協会は非加盟を含む業界全体の社数、紙数などを把握していない。

回答社のうち2社については、回答内容に不備があったため、集計から除外している。

(3) 計画参加企業・事業所

① カーボンニュートラル行動計画参加企業リスト

エクセルシート【別紙1】参照。

未記載

(未記載の理由)

② 各企業の目標水準及び実績値

エクセルシート【別紙2】参照。

未記載

(未記載の理由)

※環境に関するホームページを開設している社には、新聞協会の環境ホームページからリンクを張っている（個別企業の詳細については承知していない）。

(4) カバー率向上の取組

① カバー率の見通し

年度	自主行動計画 (2012年度) 実績	カーボンニュー トラル行動計画 フェーズⅠ策定 時 (2013年度)	カーボンニュー トラル行動計画 フェーズⅡ策定 時 (〇〇年度)	2021年度 実績	2030年度 見通し
企業数	78社 (72%)	102社 (94.4%)		102社 (100%)	
売上規模					
エネルギー 消費量					

(カバー率の見通しの設定根拠)

② カバー率向上の具体的な取組

	取組内容	取組継続予定
2021年度	参加呼びかけ（各社社長級の会合等）	有
	取り組み状況の共有（団体ニュースレター・HP等）	有
	セミナーの開催	有
	中小企業への情報提供	有
2022年度以降	参加呼びかけ（各社社長級の会合等）	有
	取り組み状況の共有（団体ニュースレター・HP等）	有
	セミナーの開催	有
	中小企業への情報提供	有

(取組内容の詳細)

環境問題を所管する委員会の委員長（全国紙経営幹部）名で毎年、加盟新聞・通信全社に調査票を送り、自主行動計画の意義を説明のうえ、調査への協力を求めている。2016年度調査（2015年度を対象）からは、基準年変更が功を奏し、カバー率（社数ベース）でほぼ100%を達成している。今後とも、これを前提に進めていきたい。

(5) データの出典、データ収集実績（アンケート回収率等）、業界間バウンダリー調整状況
 【データの出典に関する情報】

指標	出典	集計方法
生産活動量	<input type="checkbox"/> 統計 <input type="checkbox"/> 省エネ法 <input checked="" type="checkbox"/> 会員企業アンケート <input type="checkbox"/> その他（推計等）	
エネルギー消費量	<input type="checkbox"/> 統計 <input type="checkbox"/> 省エネ法 <input checked="" type="checkbox"/> 会員企業アンケート <input type="checkbox"/> その他（推計等）	
CO ₂ 排出量	<input type="checkbox"/> 統計 <input type="checkbox"/> 省エネ法・温対法 <input type="checkbox"/> 会員企業アンケート <input checked="" type="checkbox"/> その他（推計等）	※新聞協会ではCO ₂ 排出量を数値目標指標に していない。政府提供のデータシートによ り、結果として算出している。

【アンケート実施時期】

2021年4月～2022年3月

【アンケート対象企業数】

102社

【アンケート回収率】

100%

【業界間バウンダリーの調整状況】

- 複数の業界団体に所属する会員企業はない
- 複数の業界団体に所属する会員企業が存在

バウンダリーの調整は行っていない
 （理由）

バウンダリーの調整を実施している
 <バウンダリーの調整の実施状況>

【その他特記事項】

II. 国内の企業活動における削減実績

(1) 実績の総括表

【総括表】(詳細はエクセルシート【別紙4】参照。)

	基準年度 (2013年度)	2020年度 実績	2021年度 見通し	2021年度 実績	2022年度 見通し	2030年度 目標
生産活動量 (単位：千㎡)	2,492.14	2,558.47		2,545.58		
エネルギー 消費量 (単位：万kl)	23.38	17.38		16.91		
内、電力消費量 (億kWh)	8.34	6.32		6.15		
CO ₂ 排出量 (万t-CO ₂)	53.75 ※1	32.47 ※2		31.28 ※4		※6
エネルギー 原単位 (kl：千㎡)	93.80	67.94		66.42		
CO ₂ 原単位 (t-CO ₂ ：千㎡)	215.66	126.93		122.87		

(会員社から延べ床面積の修正申告があり、2013年度以降の各年度の集計値を修正。これに伴い各年度のエネルギー消費原単位も変わった)

【電力排出係数】

	※1	※2	※3	※4	※5	※6
排出係数[tCO ₂ /万 kWh]	5.67	4.41		4.36		
基礎/調整後/その他	調整後	調整後		調整後		
年度	2013	2020		2021		
発電端/受電端	受電端	受電端		受電端		

【2030年度実績評価に用いる予定の排出係数に関する情報】

排出係数	理由/説明
電力	<input type="checkbox"/> 基礎排出係数(発電端/受電端) <input checked="" type="checkbox"/> 調整後排出係数(発電端/受電端) 業界団体独自の排出係数 <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 計画参加企業の温室効果ガス排出量算定・報告・公表制度における非化石価値証書の利用状況等を踏まえ、基礎・調整後排出係数とは異なる係数を用いた。(排出係数値：〇〇kWh/kg-CO₂ 発電端/受電端) <input type="checkbox"/> 過年度の実績値(〇〇年度 排出係数値：〇〇kWh/kg-CO₂ 発電端/受電端) <input type="checkbox"/> その他(排出係数値：〇〇kWh/kg-CO₂ 発電端/受電端) <業界団体独自の排出係数を設定した理由>

その他燃料	<ul style="list-style-type: none">■ 総合エネルギー統計（〇〇年度版）<input type="checkbox"/> 温暖化対策法<input type="checkbox"/> 特定の値に固定<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> 過年度の実績値（〇〇年度：総合エネルギー統計）<input type="checkbox"/> その他 <p><上記係数を設定した理由></p>

(2) 2021年度における実績概要

【目標に対する実績】

<2030年目標>

目標指標	基準年度/BAU	目標水準	2030年度目標値
エネルギー消費原単位	2013年度	年平均1%削減	

目標指標の実績値			進捗状況		
基準年度実績 (BAU目標水準)	2020年度 実績	2021年度 実績	基準年度比 /BAU目標比	2020年度比	進捗率*
93.80	67.94	66.42	年平均 ▲4.2%	▲2.23%	※

* 進捗率の計算式は以下のとおり。

$$\text{進捗率【基準年度目標】} = \frac{(\text{基準年度の実績水準} - \text{当年度の実績水準})}{(\text{基準年度の実績水準} - \text{2030年度の目標水準})} \times 100 (\%)$$

$$\text{進捗率【BAU目標】} = \frac{(\text{当年度のBAU} - \text{当年度の実績水準})}{(\text{2030年度の目標水準})} \times 100 (\%)$$

※年平均削減率を目標に設定していないため、進捗率は算出できない。

【調整後排出係数を用いたCO₂排出量実績】

	2021年度実績	基準年度比	2013年度比	2020年度比
CO ₂ 排出量	31.28万t-CO ₂	-41.8%	-41.8%	-3.7%

(3) BAT、ベストプラクティスの導入進捗状況

BAT・ベストプラクティス 等	導入状況・普及率等	導入・普及に向けた課題
	2021年度 ○○% 2030年度 ○○%	
	2021年度 ○○% 2030年度 ○○%	
	2021年度 ○○% 2030年度 ○○%	

(4) 生産活動量、エネルギー消費量・原単位、CO₂排出量・原単位の実績

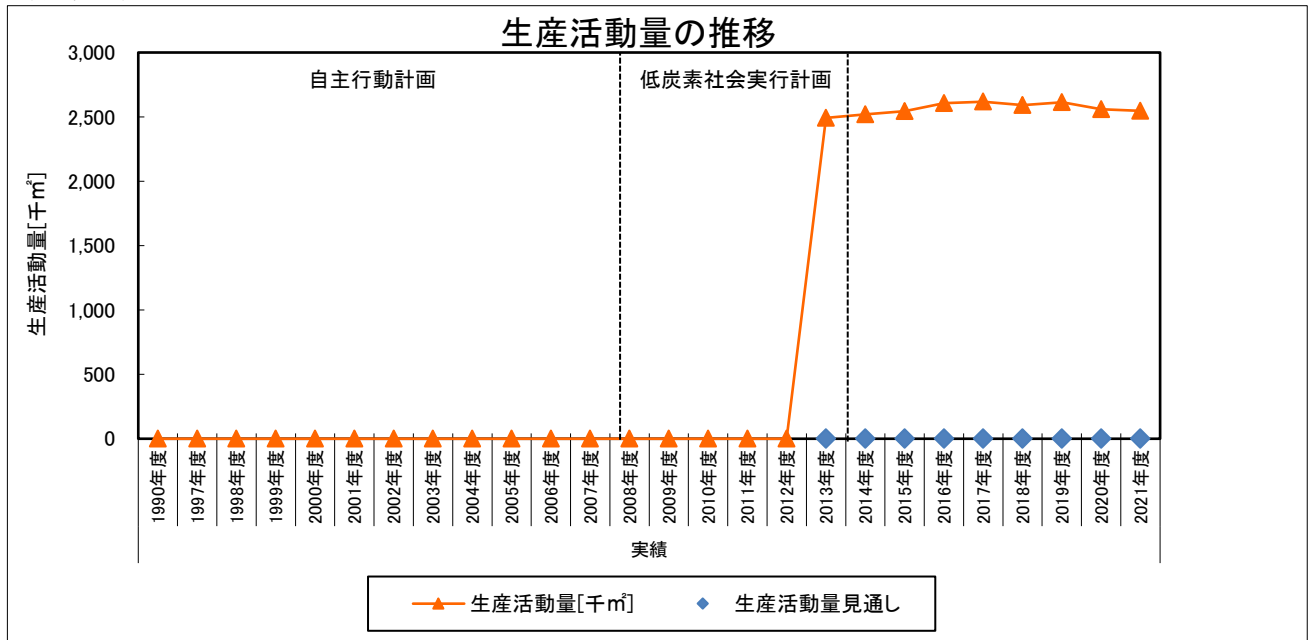
【生産活動量】

<2021年度実績値>

生産活動量（単位：千m²）：2545.58（基準年度比2.1%増、2020年度比▲0.5%）

<実績のトレンド>

（グラフ）



（過去のトレンドを踏まえた当該年度の実績値についての考察）

新聞協会の2030年数値目標では、生産活動量として延べ床面積を採用している。

自主行動計画参加社の生産活動量（延べ床面積）は、年度ごとに参加社数が異なるほか、報告範囲を変更する社もあるため、単純な経年比較はできない。

生産活動量（延べ床面積）を、基準年度（2013年度）比で見ると2.1%増だった。

【エネルギー消費量、エネルギー原単位】

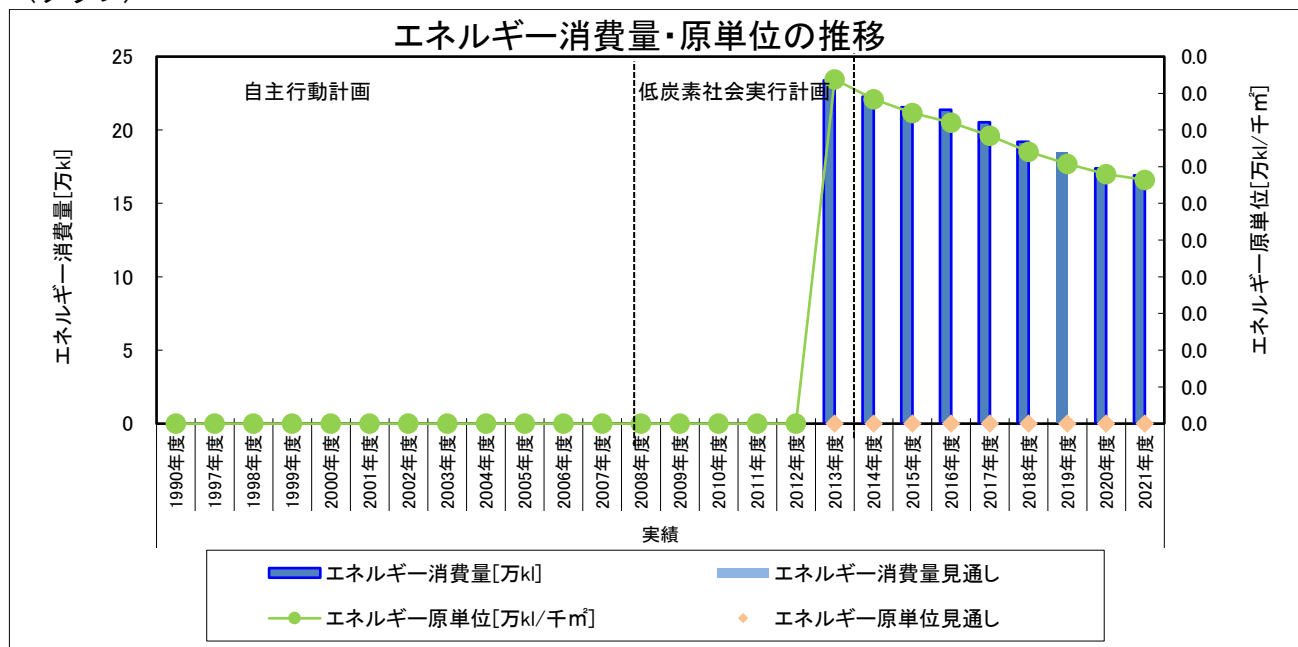
＜2021年度の実績値＞

エネルギー消費量（単位：万kl）：16.91 （基準年度比▲27.7%、2020年度比▲2.7%）

エネルギー原単位（単位：kl/千㎡）：66.42 （基準年度比▲29.19%、2020年度比▲2.2%）

＜実績のトレンド＞

（グラフ）



（過去のトレンドを踏まえた当該年度の実績値についての考察）

エネルギー消費量については単純な経年比較ができない。年度ごとに自主行動計画の参加社数が異なるほか、報告範囲を変更する社もあるため。ただ、上記グラフからは、エネルギー消費量およびエネルギー原単位は、おおむね減少傾向をたどっていることがうかがえる。

＜他制度との比較＞

（省エネ法に基づくエネルギー原単位年平均▲1%以上の改善との比較）

新聞協会の2030年数値目標は、省エネ法に準拠して立てた。

（省エネ法ベンチマーク指標に基づく目指すべき水準との比較）

ベンチマーク制度の対象業種である

＜ベンチマーク指標の状況＞

ベンチマーク制度の目指すべき水準：○○

2021年度実績：○○

＜今年度の実績とその考察＞

■ ベンチマーク制度の対象業種ではない

【CO₂排出量、CO₂原単位】

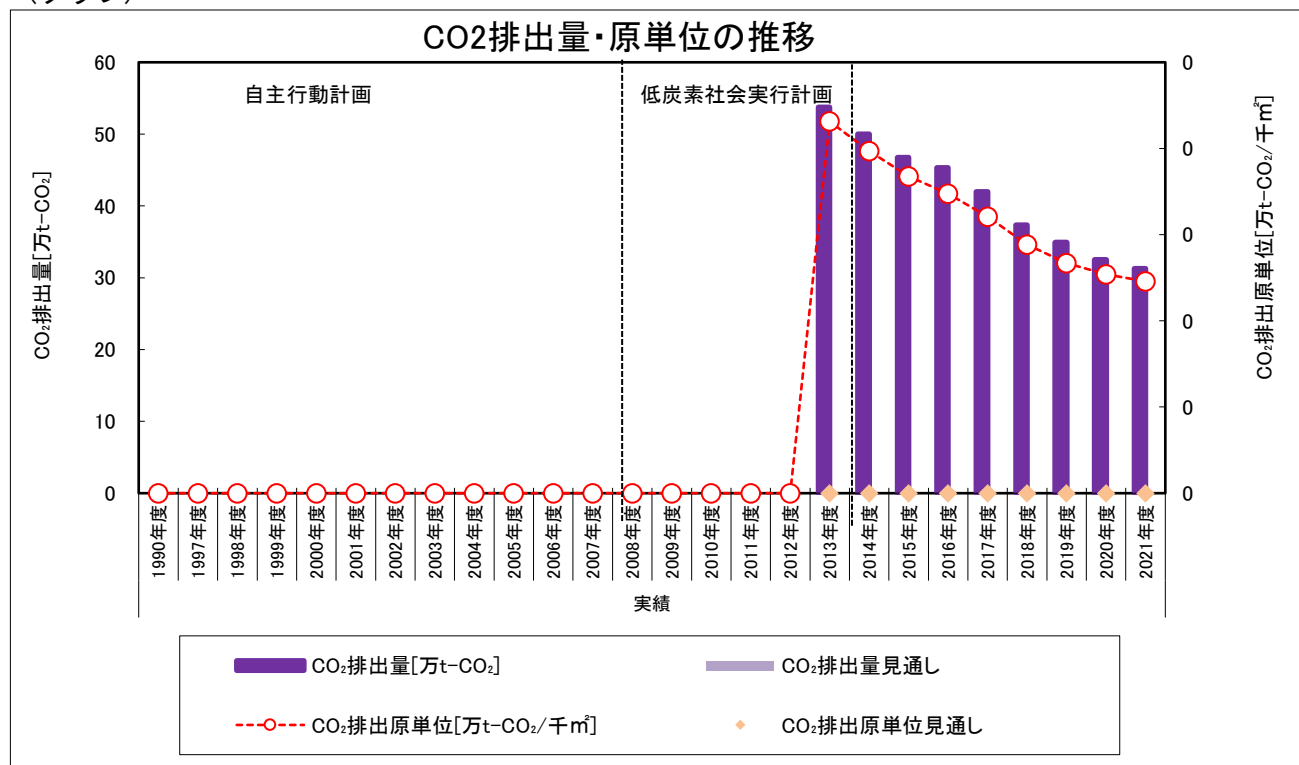
＜2021年度の実績値＞

CO₂排出量（単位：万t-CO₂ 電力排出係数：4.36t-CO₂/kWh）：31.28（基準年度比▲41.8%、2020年度比▲3.7%）

CO₂原単位（単位：t-CO₂ 電力排出係数：4.36t-CO₂/kWh）：122.87（基準年度比▲43.02%、2020年度比▲3.2%）

＜実績のトレンド＞

（グラフ）



電力排出係数：4.36t-CO₂/kWh

（過去のトレンドを踏まえた当該年度の実績値についての考察）

新聞協会は、CO₂排出量やCO₂原単位の削減を直接的な目標指標にしておらず、算出された排出量についても、年度ごとに参加社数などが異なっているため、単純な経年比較はできない。

ただ、上記グラフからは、CO₂排出量およびCO₂排出量原単位ともに総じて減少傾向をたどっていることがうかがえる。

【要因分析】（詳細はエクセルシート【別紙5】参照）

（CO₂排出量）

	基準年度→2021 年度変化分		2020 年度→2021 年度変化分	
	（万 t-CO ₂ ）	（%）	（万 t-CO ₂ ）	（%）
事業者省エネ努力分	▲14.300	▲26.6	▲0.720	▲2.2
燃料転換の変化	▲0.271	▲0.5	▲0.020	▲0.1
購入電力の変化	▲8.790	▲16.4	▲0.295	▲0.9
生産活動量の変化	0.894	1.7	▲0.161	▲0.5

（エネルギー消費量）

	基準年度→2021 年度変化分		2020 年度→2021 年度変化分	
	（万 k l）	（%）	（万 k l）	（%）
事業者省エネ努力分	▲6.969	▲29.8	▲0.386	▲2.2
生産活動量の変化	0.501	2.1	▲0.088	▲0.5

（要因分析の説明）

新聞協会は、CO₂排出量やエネルギー消費量の削減を直接的な目標指標にしておらず、算出された排出量についても、年度ごとに参加社数が異なっているため、単純な経年比較はできない。

ただ、上記表からは、CO₂排出量およびエネルギー消費量ともに概ね減少傾向をたどり、特に「事業者省エネ努力分」が大きく寄与していることがうかがえるため、これを糧に引き続き努力していきたいと考えている。

(5) 実施した対策、投資額と削減効果の考察

【総括表】

年度	対策	投資額	年度当たりの エネルギー削減量 CO ₂ 削減量	設備等の使用期間 (見込み)
2021 年度	※会員各社の取組は多岐にわたるため、具体例を表外に記載(17～19ページ)。			
2022 年度 以降				

【2021 年度の取組実績】

(設備投資動向、省エネ対策や地球温暖化対策に関連する投資の動向)

- ・ 損紙の削減、環境対応型インキの導入、刷版のリサイクルなどに取り組む印刷工場が増えている。
- ・ 本社、支社、印刷工場に太陽光発電設備を導入する社が増えつつある。
- ・ 既存の照明設備の更新は、本社、工場共に全て LED 化が基本となっている。
- ・ 熱源設備の更新に際し、省エネ性の高い機器の導入が進んでいる。
- ・ 植林活動に取り組んでいる社もある。

(取組の具体的事例)

※会員各社の取り組みの一部を抜粋。詳細は【別紙 6-1】参照。

◇省エネ関連

- ・ 印刷損紙の節減 (82 社 : 2013 年度比で 18 社増)
- ・ 輪転機の更新。省エネ性能向上 (3 社)
- ・ 環境対応型インキの使用 65 社が実施 (2013 年度比で 10 社増)
溶剤に大豆油を使ったインキの導入/高濃度インキを採用しインキ使用量を削減

<その他の事例>

- ・ 新聞製作システムを更新。原稿モニターのペーパーレス化を促進。コピー用紙・トナーとも前年比 43～45%削減
- ・ 設備洗浄用の白灯油使用量を運用見直しで削減。昨年度比 13%削減
- ・ 巻取紙の芯際に残る紙の径を変更。使用量を削減

◇リサイクル関連

- ・ 刷版をリサイクルし、再度刷版として利用 (33 社 : 2013 年度比で 11 社増)
- ・ 新聞梱包用バンド、古紙のリサイクル (74 社 : 2013 年度比で 20 社増)

<先進事例>

- ・ 新聞古紙を回収し製紙会社に直接引き渡す「クローズド・ループ」の展開
- ・ 工場の損紙を製紙会社に渡し再利用する「損紙クローズド・ループ」の展開
- ・ プラスチックごみのサーマルリサイクル推進

<その他の事例>

- ・巻き取り紙の不良紙や芯残紙のリサイクル
- ・工場での損紙や段ボール類、本などを製紙会社に戻し、リサイクル

《植林活動関連の取り組み》（新規設問）

- ・社会貢献事業、環境関連イベントなどで植林活動を行っている（8社）

<植林活動の詳細（抜粋）>

- ・分収林制度を活用して9.87ヘクタールに約3万本のヒノキを植樹。CO2吸収量は推計10~30t-CO2/年程度（似た植樹本数の森林の数値から推測）。
- ・本社と新聞販売店、古紙回収業者の3者で運営する古紙回収推進組織で植林事業を推進。植林地は9か所。植林したクヌギやケヤキ、ミズナラの苗木は計約7300本。
- ・約7ヘクタールの土地にトドマツを植樹。一帯は台風で被害を受けた国有林の一部。新聞販売店が回収した古紙の売却代金で活動費用を賄う。
- ・約400ヘクタールの土地に植林。
- ・新聞社、県、森林所有者、林業会社の4者で「森林づくり協定」を締結。1ヘクタールの土地にヤマザクラ、ケヤキ、カエデなど計3000本を植栽。CO2吸収量の推定値は当初の協定期間10年で41.63t、更新後の10年で107.78tの見込み。
- ・海外での植林活動に中高生を定期的に派遣。直近では20人をベトナム・ホーチミンに派遣し、マングローブの苗木400本を植えた。

《再生可能エネルギー関連の取り組み》

◇再生可能エネルギーの導入

- ・本支社、印刷工場太陽光発電を実施（8社）
- ・本支社で使う電力をグリーン電力に変更（2社）

<取り組み例の詳細（抜粋）>

- ・印刷工場で太陽光発電設備を自営。自家消費。2021年度の発電量は11万9000kWh
- ・本社に太陽光パネルを設置。年間2万kWh以上を発電。CO2削減効果は年間6t以上。発電した電気はビル内で使用
- ・印刷工場に太陽光発電設備を導入。電力販売契約（PPA）方式を採用。年間発電予測量は53万kWh。工場の年間消費電力の約11%を賄う。CO2の排出削減量は年間235.5t
- ・1工場、2支社、1支局に太陽光発電設備を設置。このうち1支社と支局は自家消費。1工場（発電量は年間13万3000kWh）・1支局（発電量は年間1万4000kWh）は全量売電
- ・社有地に太陽光パネルを設置。年間発電量は29万8248kWh
- ・5支社の電力をCO2フリー電力に変更
- ・編集部門で使う電力について「グリーン電力証書」を取得

<その他の取り組み事例>

- ・都の温室効果ガス削減義務率を超えて削減した排出枠を自治体に寄付
- ・電力会社の再生可能エネルギー事業を目的とした社債に協賛、投資
- ・太陽光発電などを手掛ける地元の新電力会社に出資

《本社・印刷工場を通じた取り組み》

◇省エネ関連

- ・照明の間引きや省エネ・人感センサー照明器具の導入（86社）
うち22社が照明のLED化を推進
- ・電力機器等の抑制、省エネ対応機器の導入（73社）
うち8社が省エネ型業務用エアコン、吸収式温水機などを導入
- ・ウォームビズ・クールビズの実施（93社）
- ・不要照明等のこまめな消灯（92社）
- ・パソコン・OA機器等の省エネ設定やこまめな電源オフの徹底（66社）
- ・空調機器の使用時間の見直し（70社）

(取組実績の考察)

- ・上記の通り、会員各社が引き続き省エネ対策に取り組んでいる。

【2022 年度以降の取組予定】

(今後の対策の実施見通しと想定される不確定要素)

※【別紙 6-2】参照

【IoT 等を活用したエネルギー管理の見える化の取組】

【他事業者と連携したエネルギー削減の取組】

個別社の取り組みとして、新聞輸送便に塩などを混載する共同輸送の例がある。荷主である新聞社と外食チェーンの連携により実現。

【業界内の好取組事例、ベストプラクティス事例、共有や水平展開の取組】

※技術開発は基本的に個別各社が取り組んでおり、新聞協会としての BAT の開発はしていない。個別各社の成功事例は、当協会の各種顕彰活動で表彰し、機関誌などを通じて情報共有を進め、各社での検討を促している。

(6) 想定した水準（見通し）と実績との比較・分析結果及び自己評価

【目標指標に関する想定比の算出】

* 想定比の計算式は以下のとおり。

$$\text{想定比【基準年度目標】} = \frac{\text{（基準年度の実績水準－当年度の実績水準）}}{\text{（基準年度の実績水準－当年度の想定した水準）}} \times 100（\%）$$

$$\text{想定比【BAU 目標】} = \frac{\text{（当年度の削減実績）}}{\text{（当該年度に想定した BAU 比削減量）}} \times 100（\%）$$

想定比＝（計算式）

＝〇〇%

【自己評価・分析】

<自己評価及び要因の説明>

- 想定した水準を上回った（想定比＝110%以上）
- 概ね想定した水準どおり（想定比＝90%～110%）
- 想定した水準を下回った（想定比＝90%未満）
- 見通しを設定していないため判断できない（想定比＝－）

（自己評価及び要因の説明、見通しを設定しない場合はその理由）

「エネルギー消費原単位を 2013 年を基準年とし、年平均 1%削減する」との目標を推進しており、30 年の原単位を想定して議論していない。

（自己評価を踏まえた次年度における改善事項）

(7) 次年度の見通し

【2022 年度の見通し】

	生産活動量	エネルギー消費量	エネルギー原単位	CO ₂ 排出量	CO ₂ 原単位
2021 年度 実績	2,545.58 (延べ床面積・千㎡)	169,077.7 (原油換算・kl)	66.42 (kl/千㎡)	31.28 (万 t-CO ₂)	122.87 (t-CO ₂ /千㎡)
2022 年度 見通し					

（見通しの根拠・前提）

(8) 2030 年度目標達成の蓋然性

【目標指標に関する達成率の算出】

* 達成率の計算式は以下のとおり。

$$\text{達成率【基準年度目標】} = \frac{\text{基準年度の実績水準} - \text{当年度の実績水準}}{\text{基準年度の実績水準} - 2020 \text{ 年度の目標水準}} \times 100 (\%)$$

$$\text{達成率【BAU 目標】} = \frac{\text{当年度の BAU} - \text{当年度の実績水準}}{\text{2020 年度の目標水準}} \times 100 (\%)$$

達成率 = (計算式)

= ○○%

※新聞協会は「2013 年度比でエネルギー消費原単位を年平均 1%削減する」ことを目標としており、上記の計算式で達成率を測ることができない。

【自己評価・分析】

<自己評価とその説明>

目標達成

(目標水準を上回った要因)

(達成率が 2021 年度目標を大幅に上回った場合、目標水準の妥当性に対する分析)

目標未達

(目標未達の要因)

(9) クレジットの取得・活用及び創出の実績・予定と具体的事例

【業界としての取組】

クレジットの取得・活用をおこなっている

今後、様々なメリットを勘案してクレジットの取得・活用を検討する

目標達成が困難な状況となった場合は、クレジットの取得・活用を検討する

■ クレジットの取得・活用は考えていない

商品の販売等を通じたクレジット創出の取組を検討する

商品の販売等を通じたクレジット創出の取組は考えていない

【活用実績】

- エクセルシート【別紙7】参照。

【個社の取組】

- 各社でクレジットの取得・活用をおこなっている
 - 各社ともクレジットの取得・活用をしていない
 - 各社で自社商品の販売等を通じたクレジット創出の取組をおこなっている
 - 各社とも自社商品の販売等を通じたクレジット創出の取組をしていない
- 各社の取組については把握していない。

【具体的な取組事例】

取得クレジットの種別	
プロジェクトの概要	
クレジットの活用実績	

取得クレジットの種別	
プロジェクトの概要	
クレジットの活用実績	

創出クレジットの種別	
プロジェクトの概要	

創出クレジットの種別	
プロジェクトの概要	

Ⅲ. 低炭素製品・サービス等による他部門での貢献

(1) 低炭素製品・サービス等の概要、削減見込量及び算定根拠

	低炭素製品・サービス等	削減実績 (2021年度)	削減見込量 (2030年度)
1	※報道等による啓発について、表外に記載		
2			
3			

(当該製品・サービス等の機能・内容等、削減貢献量の算定根拠や算定の対象としたバリューチェーン/サプライチェーンの範囲)

(2) 2021年度 of 取組実績

(取組の具体的事例)

《情報発信》

◇新聞の普及度

- ・新聞協会加盟紙の総発行部数は3302万7135部(2021年10月現在)
- ・日本の総人口は1億2592万7902人(2022年1月、住民基本台帳)
- ・全国の世帯数は5976万1064(同上)

→新聞はおよそ「4人に1人」、「2世帯に1世帯」に普及している。

→これに加え新聞各社がウェブサイト・電子版でニュースを発信し、ポータルサイトやニュースアプリなどにも記事を提供している。

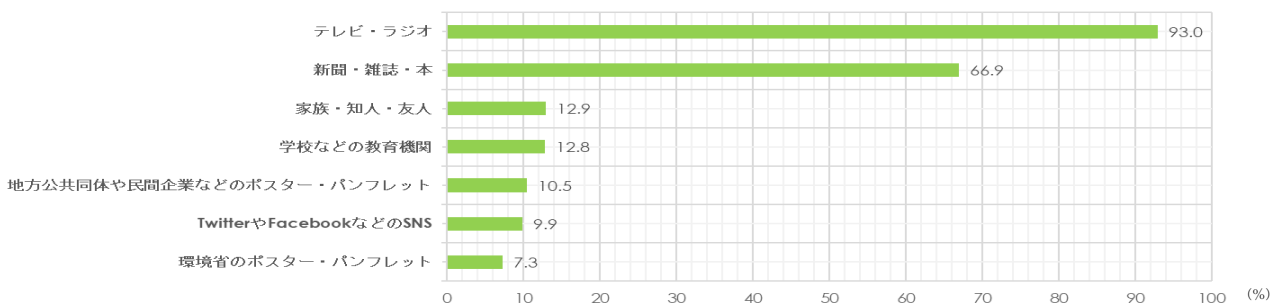
(取組実績の考察)

◇報道の影響力

新聞・通信社の最大の貢献は、報道による啓発だと考えている。報道の影響力の一端は、以下の調査結果からうかがえる。

[内閣府の調査から]

「気候変動の影響について知った情報源」(複数回答)は「テレビ・ラジオ」が93.0%、「新聞・雑誌・本」が66.9%。



(n=1654、複数回答)

出典：内閣府「気候変動に関する世論調査」(2020年)
調査データをもとにグラフを作成

[アメリカン・エクスプレス社の調査から]

「気候変動への対処に目を向ける際、最も影響を受けるもの」(上位 2 つを回答)として、回答者の 64%が「ニュースや新聞記事」を挙げた。10 の選択肢の中で最も多く、他の情報源と比べてとりわけ高い。

諸外国と比べても、「ニュースや新聞記事」と答えた人の割合が多い。

	グローバル平均	オーストラリア	カナダ	インド	日本	メキシコ	英国	米国
ニュースや新聞記事	44%	42%	48%	27%	64%	36%	48%	43%
ドキュメンタリー	34%	38%	37%	17%	22%	49%	46%	32%
ソーシャルメディア	24%	27%	16%	37%	22%	30%	21%	18%
家族	18%	15%	19%	19%	14%	22%	13%	19%
政府関係者 (大統領など)	12%	14%	13%	21%	3%	4%	13%	13%
友人	12%	14%	13%	15%	7%	10%	12%	13%
企業	11%	9%	7%	18%	13%	10%	9%	10%
書籍	8%	6%	5%	15%	8%	12%	3%	6%
勤め先	7%	6%	5%	13%	8%	5%	6%	6%
地方政府関係者 (市長、議員など)	6%	3%	7%	14%	2%	3%	4%	9%

(サンプル数は米が 998、日・豪・印・英が各 1000、メキシコ・カナダ 999、上位 2 つを回答)
出典：アメリカン・エクスプレス・インターナショナル「SDGs 消費に対する意識調査」(2022 年)

(3) 2022 年度以降の取組予定
2021 年度と同様の活動を推進する。

IV. 海外での削減貢献

(1) 海外での削減貢献の概要、削減見込量及び算定根拠

	海外での削減貢献	削減実績 (2021年度)	削減見込量 (2030年度)
1	※会員社の取り組みの具体例を表外に記載		
2			
3			

(削減貢献の概要、削減貢献量の算定根拠)

(2) 2021 年度の実績

(取組の具体的事例)

会員社の個別の取り組みで、以下の事例がある。

- ・海外での植林活動に中高生を定期的に派遣。直近では 20 人をベトナム・ホーチミンに派遣し、マングローブの苗木 400 本を植えた。

(取組実績の考察)

(3) 2022 年度以降の取組予定

各社の取り組みなので、協会では把握していない。

V. 2050年カーボンニュートラルに向けた革新的技術の開発・導入

技術開発は基本的に個別各社が取り組んで、新聞協会としてのBATの開発はしていない。個別各社の成功事例は、当協会の各種顕彰活動で表彰し、機関誌などを通じて情報共有を進め、各社での検討を促している。

(1) 革新的技術・サービスの概要、導入時期、削減見込量及び算定根拠

	革新的技術・サービス	導入時期	削減見込量
1			
2			
3			

(技術・サービスの概要・算定根拠)

(2) 革新的技術・サービスの開発・導入のロードマップ

	技術・サービス	2025	2030	2040	2050
1					
2					
3					

(3) 2021年度の実績

(取組の具体的事例、技術成果の達成具合、他産業への波及効果、CO2削減効果)

① 参加している国家プロジェクト

② 業界レベルで実施しているプロジェクト

技術開発は各社が取り組んでおり、新聞協会としてBATの開発は行っていないが、各社の成功事例は機関誌で共有し、顕彰活動も実施している。

最近の「新聞技術賞(旧新聞協会賞・技術部門)」授賞作で環境負荷低減につながるものは以下の通り。

- ・AI技術の活用による輪転機の自動運転(2021年度)

AI技術を活用して輪転機の自動運転を実現。印刷する紙の張力制御の安定化により、損紙削減に寄与。

- ・ローラ再生装置の開発(2017年度)

インキを新聞用紙に転写するためのゴムローラーは長く使うと劣化する。このゴムローラーを再び輪転機で使えるよう再生させる装置を開発。輪転機1セットあたり約140~200本のゴムローラーのゴム巻き替えや研磨を内製化し、省資源化に寄与。

- ・新聞用完全無処理CTPプレートの開発と実用化(2015年度)

製版過程で自動現像機が不要になったため廃液を一切排出しない完全無処理CTPプレート(無処理刷版)を実用化。

詳しくは過去の新聞協会賞授賞作品を掲載した下記の新聞協会ウェブサイトを参照。

<https://www.pressnet.or.jp/about/commendation/kyoukai/works.html>

③ 個社で実施しているプロジェクト

新社屋建設や輪転機をはじめとした印刷工場機器の更新の際には、各社で省エネ効果のあるものを導入するよう努めている。

- ・製版過程で自動現像機が不要になったため廃液を一切排出せず、環境負荷低減が可能な完全無処理 CTP プレート（無処理刷版）は、2021 年度時点で 58.6%の新聞印刷工場が導入している。
- ・紙面の写真などを構成する微小な点（網点）を細かくすることで、使用インキ量を削減した例では、生産段階でのエネルギー使用量と CO2 排出量の削減につなげた。
- ・AI 技術を活用し、輪転機の自動運転を実現した社は、印刷の安定化により、損紙を削減した。

(4) 2022 年度以降の取組予定

(技術成果の見込み、他産業への波及効果・CO2 削減効果の見込み)

① 参加している国家プロジェクト

② 業界レベルで実施しているプロジェクト

技術開発は基本的に個別各社が取り組んでおり、新聞協会としての BAT の開発はしていない。個別各社の成功事例は、当協会の各種顕彰活動で表彰し、機関誌などを通じて情報共有を進め、各社での検討を促している。

また、各社の技術部門の責任者、実務担当者の会合等でも先進社の導入事例の共有、見学会なども企画・実施している。個別各社の技術開発の一助となるよう情報共有の場を積極的に設けている。

③ 個社で実施しているプロジェクト

個別各社の取り組みについては把握していない。

(5) 革新的技術・サービスの開発に伴うボトルネック（技術課題、資金、制度など）

(6) 想定する業界の将来像の方向性（革新的技術・サービスの商用化の目途・規模感を含む）

* 公開できない場合は、その旨注釈ください。

(2030 年)

(2030 年以降)

新聞は将来にわたり、国内外で発生するニュースや、国民が必要とする情報を毎日伝え、多様な意見・論評を広く提供することで民主主義社会の維持と発展に寄与して行く所存です。

VI. 情報発信、その他

(1) 情報発信（国内）

① 業界団体における取組

取組	発表対象：該当するものに「○」	
	業界内限定	一般公開
環境対策実務担当者を対象とした研修会を年1回開催。自主行動計画の進捗状況について報告し、理解を深めてもらうほか、行政やエネルギーの専門家等の講演を設けて啓発している（直近5年の研修会のテーマについては表外に記載）。	○	
ウェブサイトに「新聞界における環境への取り組み」というページを設け、環境省への報告を含む自主行動計画関連の文書を掲載しているほか、会員新聞社の環境関連ウェブサイトを紹介している。 https://www.pressnet.or.jp/about/environment/		○

<具体的な取組事例の紹介>

環境対策実務担当者向け研修会のテーマ

◇2021年度（参加＝20社40人）

- ・EVトラックの現状と輸送への導入における展望（三菱ふそうトラック・バス）
- ・GXリーグ基本構想について（経済産業省）
- ・「グリーン電力証書」について（新聞1社）

◇2020年度（参加＝21社33人）

- ・老朽化した印刷工場の省エネの取り組みとその効果（新聞1社）
- ・コロナ禍におけるオフィスの効率的な空調設備の運用方法（省エネルギーセンター）
- ・バイオプラスチックの普及促進と課題について（日本バイオプラスチック協会）
- ・製作部門の廃プラスチック削減を中心とした環境活動への取り組み（新聞1社）

◇2019年度（参加＝26社38人）

- ・効率化と環境配慮への取り組み——印刷体制再編とコストミニマムを目指して（新聞1社）
- ・環境への最新の取り組み——製品分野での木質バイオマス活用事例の紹介（日本製紙グループ）
- ・再エネの調達手段とグリーンエネルギー証書の活用方法（日本自然エネルギー）

◇2018年度（参加＝20社28人）

- ・オフィスでできる、気候変動対策に効くグリーン購入の実践方法（グリーン購入ネットワーク）
- ・汐留メディアタワーの省エネの取り組み（三菱地所プロパティマネジメント）
- ・新聞用完全無処理CTPプレートの最新動向と環境への取り組み（富士フイルムグローバルグラフィックシステムズ）

◇2017年度（参加＝23社37人）

- ・省エネ推進に役立つ諸施策～優遇制度、最新技術、省エネ診断など（省エネルギーセンター）
- ・ローラ再生装置の開発について（新聞1社）
- ・企業活動におけるこれからの環境・SDGsの取り組み～再エネ活用など取り組み事例を交えて（日本ビジネス出版）

② 個社における取組

取組	発表対象：該当するものに「○」	
	企業内部	一般向け
環境報告書を社内配布、コーポレートサイトで公開	○	○
環境対策会議、社内イントラネット、社内報で告知、啓発	○	
環境対策委員会の内容を社内報で周知	○	
取り組みの社内HP掲載、行政ポスターの掲示	○	

<具体的な取組事例の紹介>

報道機関として、環境問題に関する記事を随時掲載し読者・市民の意識を高めている。また、環境をテーマにした広告の掲載やイベントの開催に積極的に取り組んでいる。全国規模の環境フォーラムをはじめ、地域に密着した自然環境保護啓発イベント、小・中学生や親子向けなど次世代を意識した参加型の環境保全イベントなどを展開している。

《情報発信》

◇新聞の普及度

- ・新聞協会加盟紙の総発行部数は3302万7135部（2021年10月現在）
- ・日本の総人口は1億2592万7902人（2022年1月、住民基本台帳）
- ・全国の世帯数は5976万1064（同上）

→新聞はおよそ「4人に1人」、「2世帯に1世帯」に普及している。

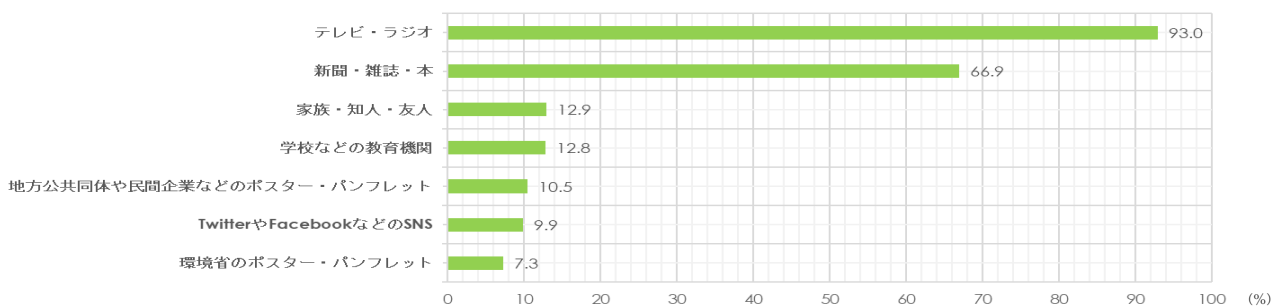
→これに加え新聞各社がウェブサイト・電子版でニュースを発信し、ポータルサイトやニュースアプリなどにも記事を提供している。

◇報道の影響力

新聞・通信社の最大の貢献は、報道による啓発だと考えている。報道の影響力の一端は、以下の調査結果からうかがえる。

[内閣府の調査から]

「気候変動の影響について知った情報源」（複数回答）は「テレビ・ラジオ」が93.0%、「新聞・雑誌・本」が66.9%。



(n=1654、複数回答)

出典：内閣府「気候変動に関する世論調査」（2020年）
調査データをもとにグラフを作成

[アメリカン・エクスプレス社の調査から]

「気候変動への対処に目を向ける際、最も影響を受けるもの」(上位 2 つを回答)として、回答者の 64%が「ニュースや新聞記事」を挙げた。10 の選択肢の中で最も多く、他の情報源と比べてとりわけ高い。

諸外国と比べても、「ニュースや新聞記事」と答えた人の割合が多い。

	グローバル平均	オーストラリア	カナダ	インド	日本	メキシコ	英国	米国
ニュースや新聞記事	44%	42%	48%	27%	64%	36%	48%	43%
ドキュメンタリー	34%	38%	37%	17%	22%	49%	46%	32%
ソーシャルメディア	24%	27%	16%	37%	22%	30%	21%	18%
家族	18%	15%	19%	19%	14%	22%	13%	19%
政府関係者 (大統領など)	12%	14%	13%	21%	3%	4%	13%	13%
友人	12%	14%	13%	15%	7%	10%	12%	13%
企業	11%	9%	7%	18%	13%	10%	9%	10%
書籍	8%	6%	5%	15%	8%	12%	3%	6%
勤め先	7%	6%	5%	13%	8%	5%	6%	6%
地方政府関係者 (市長、議員など)	6%	3%	7%	14%	2%	3%	4%	9%

(サンプル数は米が 998、日・豪・印・英が各 1000、メキシコ・カナダ 999、上位 2 つを回答)
 出典：アメリカン・エクスプレス・インターナショナル「SDGs 消費に対する意識調査」(2022 年)

《報道・言論・広告・事業活動》(102 社が回答した会員社アンケートから)

多岐にわたる活動で、読者・市民の環境問題に対する意識を高めている。

- ・環境啓発記事・広告の掲載 (58 社)
- ・環境関連事業の主催・共催・協賛 (40 社)
- ・環境理念・基本方針等の設定 (31 社)
- ・自社ウェブサイトでの PR (26 社)

＜報道・言論活動の例＞

- ・気候変動に警鐘を鳴らす企画記事
- ・SDGs の理解促進を図る若年層向けの連載・特集

＜広告活動の例＞

- ・SDGs に関する学びの場を作る広告企画

＜主催事業の例＞

- ・環境対応の商品・サービスの展示会
- ・環境対策に関する顕彰事業
- ・地域の清掃活動

③ 学術的な評価・分析への貢献

(2) 情報発信(海外)
 <具体的な取組事例の紹介>

(3) 検証の実施状況

① 計画策定・実施時におけるデータ・定量分析等に関する第三者検証の有無

検証実施者	内容
<input checked="" type="checkbox"/> 政府の審議会	
<input type="checkbox"/> 経団連第三者評価委員会	
<input type="checkbox"/> 業界独自に第三者（有識者、研究機関、審査機関等）に依頼	<input type="checkbox"/> 計画策定 <input type="checkbox"/> 実績データの確認 <input type="checkbox"/> 削減効果等の評価 <input type="checkbox"/> その他 ()

② (①で「業界独自に第三者（有識者、研究機関、審査機関等）に依頼」を選択した場合)
 団体ホームページ等における検証実施の事実の公表の有無

<input checked="" type="checkbox"/> 無し	
<input type="checkbox"/> 有り	掲載場所：

Ⅶ. 業務部門（本社等オフィス）・運輸部門等における取組

(1) 本社等オフィスにおける取組

① 本社等オフィスにおける排出削減目標

業界として目標を策定している

削減目標：〇〇年〇月策定

【目標】

【対象としている事業領域】

■ 業界としての目標策定には至っていない

(理由)

新聞協会は自主行動計画策定時から部門ごとのエネルギー消費量を算出しておらず、支社、支局、通信局などオフィスの定義も統一していない。

② エネルギー消費量、CO₂排出量等の実績

本社オフィス等の CO₂ 排出実績 (〇〇社計)

	2010 年度	2015 年度	2016 年度	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度
延べ床面積 (万㎡) :								
CO ₂ 排出量 (万 t-CO ₂)								
床面積あたりの CO ₂ 排出量 (kg-CO ₂ /m ²)								
エネルギー消費量 (原油換算) (万 kl)								
床面積あたりエネル ギー消費量 (l/m ²)								

II. (1) に記載の CO₂ 排出量等の実績と重複

■ データ収集が困難

(課題及び今後の取組方針)

③ 実施した対策と削減効果

【総括表】（詳細はエクセルシート【別紙8】参照。）

（単位：t-CO₂）

	照明設備等	空調設備	エネルギー	建物関係	合計
2021 年度実績					
2022 年度以降					

【2021 年度の実績】

（取組の具体的事例）

※本社・印刷工場を通じた取組の具体例については、3、17、40 ページに記載。

（取組実績の考察）

【2022 年度以降の取組予定】

（今後の対策の実施見通しと想定される不確定要素）

(2) 運輸部門における取組

① 運輸部門における排出削減目標

業界として目標を策定している

削減目標：〇〇年〇月策定

【目標】

【対象としている事業領域】

■ 業界としての目標策定には至っていない

(理由)

取材・営業用の自家用貨物車や社有車は、各社の業務や業態が異なるので把握できない。なお、新聞輸送は新聞社本体の取り組みではない。

荷主として、委託先の輸送会社に環境配慮型の車両の導入を呼び掛けている。

② エネルギー消費量、CO₂排出量等の実績

	2010 年度	2015 年度	2016 年度	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度
輸送量 (万トン)								
CO ₂ 排出量 (万 t-CO ₂)								
輸送量あたり CO ₂ 排出量 (kg-CO ₂ /トン)								
エネルギー消費量 (原油換算) (万 kl)								
輸送量あたりエネ ルギー消費量 (l/トン)								

II. (2) に記載の CO₂ 排出量等の実績と重複

■ データ収集が困難

(課題及び今後の取組方針)

新聞社本体の取り組みに新聞輸送は含まれていない。戸別配送を実現するために構築された輸送網は非常に緻密かつ、複数の業者が担当している場合もあり、すべてを把握することは極めて困難である。委託先への取り組み充実の働きかけは今後も継続して行う予定。

③ 実施した対策と削減効果

* 実施した対策について、内容と削減効果を可能な限り定量的に記載。

年度	対策項目	対策内容	削減効果
2021年度			〇〇t-CO ₂ /年
2022年度以降			〇〇t-CO ₂ /年

【2021 年度の実績】

(取組の具体的事例)

※詳細は【別紙6】参照

- ・ 荷主として、委託先の輸送会社に環境配慮型の車両の導入を働きかけている。会員社アンケートでは、12社が2021年度に「委託先（もしくは自社）で環境に配慮した車両を導入している」と回答（BlueTec システム搭載車、天然ガス車、アドブルー装備車、アイドリングストップ機能装備車など）。26社が「委託先（もしくは自社内）に環境に配慮した取り組みを呼び掛けている」と回答した。

<具体例>

- ・ アイドリングストップや安全運転の実施の呼び掛け
- ・ エコドライブの推奨
- ・ 輸送ルートの見直し
- ・ 電気自動車のEVトラックを使って印刷工場から販売店まで新聞を輸送する実証実験の例がある。
- ・ 荷主である新聞社と外食チェーンが連携し、新聞輸送便に塩などを混載する共同輸送を実現した例がある。輸送効率を高め排出CO₂を削減した。

(取組実績の考察)

【2022 年度以降の実績】

(今後の対策の実施見通しと想定される不確定要素)

(3) 家庭部門、国民運動への取組等

【家庭部門での取組】

【国民運動への取組】

報道機関として、環境問題に関する記事を随時掲載し読者・市民の環境に対する意識を高めている。また、環境をテーマにした広告の掲載やイベントの開催に積極的に取り組んでいる。全国規模の環境フォーラムをはじめ、地域に密着した自然環境保護啓発イベント、小・中学生や親子向けなど次世代を意識した参加型の環境保全イベントなどを展開している。

■環境問題に関する報道

《情報発信》

◇新聞の普及度

- ・新聞協会加盟紙の総発行部数は3302万7135部（2021年10月現在）
- ・日本の総人口は1億2592万7902人（2022年1月、住民基本台帳）
- ・全国の世帯数は5976万1064（同上）

→新聞はおよそ「4人に1人」、「2世帯に1世帯」に普及している。

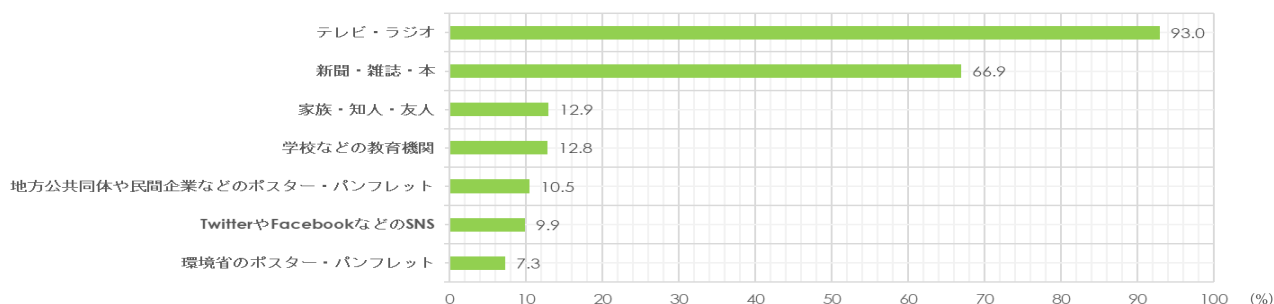
→これに加え新聞各社がウェブサイト・電子版でニュースを発信し、ポータルサイトやニュースアプリなどにも記事を提供している。

◇報道の影響力

新聞・通信社の最大の貢献は、報道による啓発だと考えている。報道の影響力の一端は、以下の調査結果からうかがえる。

[内閣府の調査から]

「気候変動の影響について知った情報源」（複数回答）は「テレビ・ラジオ」が93.0%、「新聞・雑誌・本」が66.9%。



(n=1654、複数回答)

出典：内閣府「気候変動に関する世論調査」（2020年）
調査データをもとにグラフを作成

[アメリカン・エクスプレス社の調査から]

「気候変動への対処に目を向ける際、最も影響を受けるもの」(上位 2 つを回答)として、回答者の 64%が「ニュースや新聞記事」を挙げた。10 の選択肢の中で最も多く、他の情報源と比べてとりわけ高い。

諸外国と比べても、「ニュースや新聞記事」と答えた人の割合が多い。

	グローバル平均	オーストラリア	カナダ	インド	日本	メキシコ	英国	米国
ニュースや新聞記事	44%	42%	48%	27%	64%	36%	48%	43%
ドキュメンタリー	34%	38%	37%	17%	22%	49%	46%	32%
ソーシャルメディア	24%	27%	16%	37%	22%	30%	21%	18%
家族	18%	15%	19%	19%	14%	22%	13%	19%
政府関係者 (大統領など)	12%	14%	13%	21%	3%	4%	13%	13%
友人	12%	14%	13%	15%	7%	10%	12%	13%
企業	11%	9%	7%	18%	13%	10%	9%	10%
書籍	8%	6%	5%	15%	8%	12%	3%	6%
勤め先	7%	6%	5%	13%	8%	5%	6%	6%
地方政府関係者 (市長、議員など)	6%	3%	7%	14%	2%	3%	4%	9%

(サンプル数は米が 998、日・豪・印・英が各 1000、メキシコ・カナダ 999、上位 2 つを回答)
 出典：アメリカン・エクスプレス・インターナショナル「SDGs 消費に対する意識調査」(2022 年)

《報道・言論・広告・事業活動》

多岐にわたる活動で、読者・市民の環境問題に対する意識を高めている。

- ・環境啓発記事・広告の掲載 (58 社)
- ・環境関連事業の主催・共催・協賛 (40 社)
- ・環境理念・基本方針等の設定 (31 社)
- ・自社ウェブサイトでの PR (26 社)

＜報道・言論活動の例＞

- ・気候変動に警鐘を鳴らす企画記事
- ・SDGs の理解促進を図る若年層向けの連載・特集

＜広告活動の例＞

- ・SDGs に関する学びの場を作る広告企画

＜主催事業の例＞

- ・環境対応の商品・サービスの展示会
- ・環境対策に関する顕彰事業
- ・地域の清掃活動

VIII. 国内の企業活動における 2030 年度の削減目標

【削減目標】

<2020 年> (2013 年 4 月策定)

新聞・通信各社の本社・支社等のオフィス部門および印刷工場におけるエネルギー消費量（原油換算）を、目標年（2020 年度）において、基準年（2005 年度）の水準より 13%以上削減する。

<2030 年> (2016 年 11 月策定)

新聞・通信各社の本社・支社等のオフィス部門および印刷工場におけるエネルギー消費原単位を、目標年（2030 年度）まで、2013 年を基準年に年平均 1%削減する。

【目標の変更履歴】

【その他】

【昨年度フォローアップ結果等を踏まえた目標見直し実施の有無】

- 昨年度フォローアップ結果を踏まえて目標見直しを実施した
(見直しを実施した理由)

■ 目標見直しを実施していない

(見直しを実施しなかった理由)

現在遂行中の 2030 年度目標は省エネ法に準拠して策定し、策定からの経過年数に鑑みても深掘りは現実的ではない。各社の省エネ余力は今後徐々に小さくなることも予想される中、2030年の段階で目標を達成することこそが最重要だと考える。

【今後の目標見直しの予定】

- 定期的な目標見直しを予定している (〇〇年度、〇〇年度)
 必要に応じて見直すことにしている
(見直しに当たっての条件)

(1) 目標策定の背景

- ・新聞協会が 2013 年 4 月に策定した第 2 次自主行動計画における 2020 年目標は、各社の努力により 2015 年度までに達成することができた
- ・カバー率（社数ベース）100%を常に目指す

(2) 前提条件

【対象とする事業領域】

- ・エネルギー：「電力」「都市ガス」「LPガス」「重油」「灯油」「蒸気」「温水」「冷水」が対象
- ・延べ床面積：「本社・支社等のオフィス部門および印刷工場」が対象。なお、最終的な報告対象は各社判断による

【2030年の生産活動量の見通し及び設定根拠】

<生産活動量の見通し>

新聞協会は2030年の生産活動量（延べ床面積）を予測した数値を出していない。

<算定・設定根拠、資料の出所等>

【計画策定の際に利用した排出係数の出典に関する情報】 ※CO₂目標の場合

排出係数	理由/説明
電力	<input type="checkbox"/> 基礎排出係数（発電端/受電端） <input type="checkbox"/> 調整後排出係数（発電端/受電端） 業界団体独自の排出係数 <input type="checkbox"/> 計画参加企業の温室効果ガス排出量算定・報告・公表制度における非化石証書の利用状況等を踏まえ、基礎・調整後排出係数とは異なる係数を用いた。（排出係数値：〇〇kWh/kg-CO ₂ 発電端/受電端） <input type="checkbox"/> 過年度の実績値（〇〇年度 排出係数値：〇〇kWh/kg-CO ₂ 発電端/受電端） <input type="checkbox"/> その他（排出係数値：〇〇kWh/kg-CO ₂ 発電端/受電端） <業界団体独自の排出係数を設定した理由>
その他燃料	<input type="checkbox"/> 総合エネルギー統計（〇〇年度版） <input type="checkbox"/> 温暖化対策法 <input type="checkbox"/> 特定の値に固定 <input type="checkbox"/> 過年度の実績値（〇〇年度：総合エネルギー統計） <input type="checkbox"/> その他 <上記係数を設定した理由>

【その他特記事項】

(3) 目標指標選択、目標水準設定の理由とその妥当性

【目標指標の選択理由】

- ・省エネ法に準拠
- ・カバー率（社数ベース）の向上

【目標水準の設定の理由、2030年政府目標に貢献するに当たり自ら行いうる最大限の水準であることの説明】

＜選択肢＞

- 過去のトレンド等に関する定量評価（設備導入率の経年的推移等）
- 絶対量/原単位の推移等に関する見通しの説明
- 政策目標への準拠（例：省エネ法1%の水準、省エネベンチマークの水準）
- 国際的に最高水準であること
- BAUの設定方法の詳細説明
- その他

＜2030年政府目標に貢献するに当たり最大限の水準であることの説明＞

- ・2020年目標は各社の努力で達成したため、2016年12月、新たに2030年目標を定めた第3次自主行動計画を策定した。これは、新聞協会理事会で了承を得た後、加盟する新聞・通信各社の経営トップに周知している。
- ・指標は、エネルギー消費量の使用効率を示す「エネルギー消費原単位」とした。これは省エネ法に準拠している。基準年は、「未曾有」と表現しても良いであろう節電努力をした東日本大震災後の2013年とした。そうすることで、新聞界を挙げて、さらなる改善に努力する姿勢を明確にした。
- ・目標とした数値（エネルギー消費原単位を年平均1%削減）は、省エネ法の数値目標になった。算出するための分母は、数値が変動しにくい「延べ床面積」とした。これは、省エネ法に準拠していることに加え、新聞社印刷工場では照明や空調など建屋系のエネルギー消費量が、機器類を稼働させる動力系よりもウエートが大きいというエネルギー消費の実態に基づき、最適だと判断したからだ。各社が新聞協会に数値を報告しやすいこともある。また、「延べ床面積」は、自社で原単位管理を行う社の大多数が採用している。

【BAUの定義】 ※BAU目標の場合

＜BAUの算定方法＞

＜BAU水準の妥当性＞

＜BAUの算定に用いた資料等の出所＞

【国際的な比較・分析】

- 国際的な比較・分析を実施した（〇〇〇〇年度）
（指標）

（内容）

（出典）

(比較に用いた実績データ) ○○○○年度

■ 実施していない

(理由)

第3次自主行動計画において、国際的な比較・分析は目標に含まれていないため。

【導入を想定しているBAT (ベスト・アベイラブル・テクノロジー)、ベストプラクティスの削減見込量、算定根拠】

<設備関連>

対策項目	対策の概要、 BATであることの説明	削減見込量	普及率 実績・見通し
			基準年度○% ↓ 2021年度○% ↓ 2030年度○%
			基準年度○% ↓ 2021年度○% ↓ 2030年度○%

(各対策項目の削減見込量及び普及率見通しの算定根拠)

(参照した資料の出所等)

<運用関連>

対策項目	対策の概要、 ベストプラクティスであることの説明	削減見込量	実施率 見通し
			基準年度〇% ↓ 2021年度〇% ↓ 2030年度〇%
			基準年度〇% ↓ 2021年度〇% ↓ 2030年度〇%

(各対策項目の削減見込量及び実施率見通しの算定根拠)

(参照した資料の出所等)

<その他>

対策項目	対策の概要、ベストプラクティスであること の説明	削減見込量	実施率 見通し
			基準年度〇% ↓ 2021年度〇% ↓ 2030年度 〇%

(各対策項目の削減見込量及び実施率見通しの算定根拠)

(参照した資料の出所等)

2022年6月に会員（新聞・通信）102社を対象に、日本新聞協会の自主行動計画への賛同社を募るとともに、2020年度を対象としたエネルギー消費量および省エネへの取り組み状況を把握するためのアンケートを実施した。その結果の概要は以下の通り（カッコ内は取り組んでいる社数）。アンケートは今後も年1回の頻度で実施する。

◇省エネ関連

- ・印刷損紙の節減（82社：2013年度比で18社増）
- ・輪転機の更新。省エネ性能向上（3社）
- ・環境対応型インキの使用（65社：2013年度比で10社増）
溶剤に大豆油を使ったインキの導入/高濃度インキを採用しインキ使用量を削減

<その他の事例>

- ・新聞製作システムを更新。原稿モニターのペーパーレス化を促進。コピー用紙・トナーとも前年比 43~45%削減
- ・設備洗浄用の白灯油使用量を運用見直しで削減。昨年度比 13%削減
- ・巻取紙の芯際に残る紙の径を変更。使用量を削減

◇リサイクル関連

- ・刷版をリサイクルし、再度刷版として利用 (33社:2013年度比で11社増)
- ・新聞梱包用バンド、古紙のリサイクル (74社:2013年度比で20社増)

<先進事例>

- ・新聞古紙を回収し製紙会社に直接引き渡す「クローズド・ループ」の展開
- ・工場の損紙を製紙会社に渡し再利用する「損紙クローズド・ループ」の展開
- ・プラスチックごみのサーマルリサイクル推進

<その他の事例>

- ・巻き取り紙の不良紙や芯残紙のリサイクル
- ・工場での損紙や段ボール類、本などを製紙会社に戻し、リサイクル

《輸送関連の取り組み》

◇委託先への対応、自社での取り組み

- ・委託先（もしくは自社）で環境に配慮した車両を導入 (12社)
- ・委託先（もしくは自社内）への環境に配慮した取り組みの呼び掛け (26社)

<具体例>

- ・環境配慮型車両の導入（委託先への働き掛け）
- ・アイドリングストップや安全運転の実施の呼び掛け
- ・エコドライブの推奨
- ・輸送ルートの見直し

<先進事例>

- ・電気自動車のEVトラックを使って印刷工場から販売店まで新聞を輸送する実証実験を実施
- ・外食チェーン店と提携し、新聞輸送のトラックに塩などを載せる共同輸送を実施。CO2削減効果は年間1.3t

《植林活動関連の取り組み》（新規設問）

- ・社会貢献事業、環境関連イベントなどで植林活動を行っている (8社)

<植林活動の詳細（抜粋）>

- ・分収林制度を活用して9.87ヘクタールに約3万本のヒノキを植樹。CO2吸収量は推計10~30t-CO2/年程度（似た植樹本数の森林の数値から推測）。
- ・本社と新聞販売店、古紙回収業者の3者で運営する古紙回収推進組織で植林事業を推進。植林地は9か所。植林したクヌギやケヤキ、ミズナラの苗木は計約7300本。
- ・約7ヘクタールの土地にトドマツを植樹。一帯は台風で被害を受けた国有林の一部。新聞販売店が回収した古紙の売却代金で活動費用を賄う。
- ・約400ヘクタールの土地に植林。
- ・新聞社、県、森林所有者、林業会社の4者で「森林づくり協定」を締結。1ヘクタールの土地にヤマザクラ、ケヤキ、カエデなど計3000本を植栽。CO2吸収量の推定値は当初の10年で41.63t、更新後の協定期間の10年で107.78tの見込み。
- ・海外での植林活動に中高生を定期的に派遣。直近では20人をベトナム・ホーチミンに派遣し、マングローブの苗木400本を植えた。

《再生可能エネルギー関連の取り組み》

◇再生可能エネルギーの導入

- ・本支社、印刷工場太陽光発電を実施 (8社)
- ・本支社で使う電力をグリーン電力に変更 (2社)

<取り組み例の詳細（抜粋）>

- ・印刷工場で太陽光発電設備を自営。自家消費。2021年度の発電量は11万9000kWh

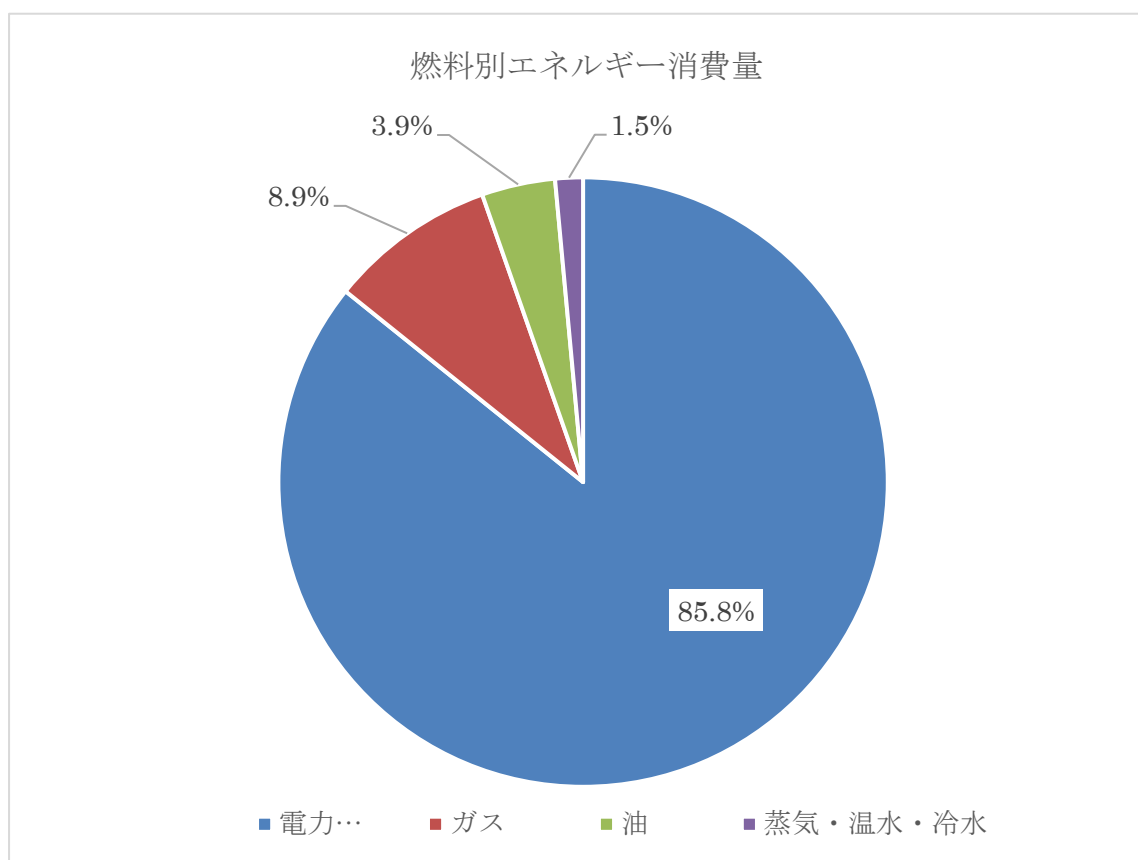
- ・ 本社に太陽光パネルを設置。年間 2 万 kWh 以上を発電。CO2 削減効果は年間 6t 以上。発電した電気はビル内で使用
 - ・ 印刷工場に太陽光発電設備を導入。電力販売契約 (PPA) 方式を採用。年間発電予測量は 53 万 kWh。工場の年間消費電力の約 11%を賄う。CO2 の排出削減量は年間 235.5t
 - ・ 1 工場、2 支社、1 支局に太陽光発電設備を設置。このうち 1 支社と支局は自家消費。1 工場(発電量は年間 13.3 万 kWh)・1 支局(発電量は年間 1.4 万 kWh)は全量売電
 - ・ 社有地に太陽光パネルを設置。年間発電量は 29 万 8248kWh
 - ・ 5 支社の電力を CO2 フリー電力に変更
 - ・ 編集部門で使う電力について「グリーン電力証書」を取得
- <その他の取り組み事例>
- ・ 都の温室効果ガス削減義務率を超えて削減した排出枠を自治体に寄付
 - ・ 電力会社の再生可能エネルギー事業を目的とした社債に協賛、投資
 - ・ 太陽光発電などを手掛ける地元の新電力会社に出資

《本社・印刷工場を通じた取り組み》

◇省エネ関連

- ・ 照明の間引きや省エネ・人感センサー照明器具の導入 (86 社)
うち 22 社が照明の LED 化を推進
- ・ 電力機器等の抑制、省エネ対応機器の導入 (73 社)
うち 8 社が省エネ型業務用エアコン、吸収式温水機などを導入
- ・ ウォームビズ・クールビズの実施 (93 社)
- ・ 不要照明等のこまめな消灯 (92 社)
- ・ パソコン・OA 機器等の省エネ設定やこまめな電源オフの徹底 (66 社)
- ・ 空調機器の使用時間の見直し (70 社)

(4) 目標対象とする事業領域におけるエネルギー消費実態



【工程・分野別・用途別等のエネルギー消費実態】

出所：新聞協会業界アンケートに基づき作成。

※用途別エネルギー消費量は把握していない。

【電力消費と燃料消費の比率 (CO₂ベース)】

電力： 85.8%

燃料： 14.2%