

# 第11回 グリーン購入大賞 応募用紙

記入日：2009年 7月 24日

応募区分	募集テーマ			
	テーマ1	テーマ2	テーマ3	テーマ4
	企業や行政のグリーン購入の推進	環境配慮型製品・サービスの開発とコミュニケーションの推進	グリーンコンシューマーの育成	食に関するグリーン購入の取組み推進
	大手企業	1	2	3
	中小企業	5	6	7
	行政	9	10	11
民間団体・学校	13	14	15	16
プロジェクト	17	18	19	20

※応募区分「ひとつだけに○」を付けてください。※複数の区分へ応募する場合は、それぞれ作成下さい。

応募者のプロフィール	団体名	(フリガナ) ハンキュウデンテツカブシキカイシャ <b>阪急電鉄株式会社</b>		
		※プロジェクトでの応募の場合は、こちらにプロジェクトに参加している主な団体名をご記入下さい。 企画監修 NPO法人 環境市民 共催：阪急阪神ホールディングス(株) 協賛：5企業、協力：沿線19自治体、後援：環境省・国土交通省近畿運輸局・(社)日本民営鉄道協会		
	応募担当者連絡先	所在地：〒		
		部署名：	役職名：	
		氏名（フリガナ）：		
		電話番号：	FAX番号：	
		メールアドレス：		
	ホームページ	<a href="http://rail.hankyu.co.jp">http://rail.hankyu.co.jp</a> <a href="http://rail.hankyu.co.jp/ecotrain/">http://rail.hankyu.co.jp/ecotrain/</a>		
	資本金（企業のみ）			
	従業員・職員数			
事業内容（※行政の場合は、記入は不要です）：	鉄道事業、不動産事業、エンタテインメント・コミュニケーション事業、流通事業			

グリーン購入の取組み状況	※応募団体及びプロジェクトとしてのグリーン購入の取組み状況を簡単にお書き下さい。
	当社が中核会社となっている阪急阪神ホールディングスグループでは、多岐にわたる事業会社が共通の目標で取組める活動として「グリーン購入」に注力し、『グリーン購入の基本原則』を制定し、グループ全従業員に対する環境保全活動のファーストステップとして取組んでいる。環境保全活動の強化月間には、グリーン購入基本原則の徹底を含む各活動の強化をグループ広報誌や社内ポスターを用いて行うなど啓発活動にも積極的に取り組んでいる。 なお、上記取組みに対し、第9回グリーン購入大賞の審査員特別賞を受賞している。



### 3. 活動による成果・効果(できるだけ具体的・定量的な内容をご記入下さい。)

※特に「グリーン購入活動による地球温暖化防止の取組」については高く評価します。

8ヶ月間の運行期間中に本列車をご利用いただいたお客様は延べ800万人と推計される。これらのお客様に対し、地球温暖化を中心とした環境問題についての情報を提供し、商品、サービスのグリーン購入を中心とした行動をうながす啓発活動を行った。具体的な啓発の状況は以下の通りである。

#### ポスターの掲出枚数

・1両につき42枚のポスター枠のある車両、3編成全24両の車両にポスターを掲出。奇数車両、偶数車両で異なるポスターを掲出。一時点のポスターの掲出枚数は1008枚である。

#### ポスター内容の更新頻度

・内容の陳腐化を避けるため、2ヶ月おきにポスターを交換し、内容の更新を図った。

#### ポスターの種類

8ヶ月間で合計177種類のポスターを掲出した。制作者の内訳は、以下のとおりである。

・今回の列車を企画・監修したNPO法人環境市民と当社が制作したもの 88種類

〔 温暖化の現状12種類、環境クイズ9種類、環境マンガ6種類、環境首都コンテスト6種類、  
環境NPOの活動紹介6種類、世界の先進的な都市の紹介3種類、沿線のエコスポット6種類、  
子どもエコ絵画コンテスト作品紹介12種類、客観的なデータによる温暖化対策促進4種類 等 〕

・本取組みの後援団体である環境省・国土交通省近畿運輸局・(社)日本民営鉄道協会、ならびに沿線の19の自治体(府県市町)が制作したもの 72種類

・本取組みに協賛した民間企業が提供したもの 17種類

#### 子どもたちの参加

子ども達を対象にしたエコ絵画コンテスト(応募者504名)、ファミリー・ファン向けイベントでの列車の特別展示(参加者約5,000名)、沿線の小学校を対象にした貸切列車の運行と車内での環境教育の実施(1校 児童約150名)等参加型の取組みをあわせて実施し、行動啓発を図ることができた。

本列車に乗車されたお客様からは、「環境について考えるきっかけとなった」「子どもにポスターの説明を求められ、環境について教える機会となった」等の評価をいただいている。

### 4. 活動に関して、①先進性・独自性、②継続性・発展性についてご記入下さい。(各200字程度)

①先進性・独自性本取組みにおいては、以下の点が先進的であり、独自性の高い点と考えている。

- ・ 関西の主要都市である、京都・大阪・神戸を結ぶ路線の特性を活かし、非常に多くの人の目にふれやすい電車の内外をメディアとして使用して、環境啓発を図った。
- ・ 短期ではなく、8ヶ月間続けてキャンペーンを行った。
- ・ 主催者である鉄道事業者だけでなく、環境NPO、沿線の自治体や企業等多様な主体が連携・協働しながら、環境についてのメッセージを発信した。
- ・ 環境NPOの活動紹介や、日本の環境首都コンテストに入賞した自治体等、一般の人には目につきにくい情報発信も行った。
- ・ 子ども達を対象にしたエコ絵画コンテスト、ファミリー・ファン向けイベントでの列車の特別展示、沿線の小学校を対象にした貸切列車の運行と車内での環境教育の実施等、未来の世代の参加を心がけた。
- ・ ポスターで啓発する行動提案として、商品サービスを環境の視点で選ぶグリーン購入を中心に構成した

#### ②継続性・発展性

本取組みは、阪急阪神ホールディングスグループで推進する社会貢献活動「阪急阪神 未来のゆめ・まちプロジェクト」のシンボル施策と位置づけている(そのため、社会貢献活動のシンボルと本列車のラッピングは同一デザイナーを採用)。「未来のゆめ・まちプロジェクト」は今年の4月からスタートした取組みで、環境を重点領域として設定しており、当社ではエコトレイン号の取組みから、さらにCSR・環境活動を発展させていく予定である。

具体的な例としては、2010年春に開業予定の新駅摂津市駅を、日本初のCO2排出量ゼロの「カーボン・ニュートラル・ステーション」とするほか、新駅開業にあわせてエコトレインと同様の列車の運行や、鉄道事業者の利用可能なさまざまなメディアを活用した環境啓発の取組みの継続した実施等が挙げられる。

### 5. 添付資料について(添付資料がある場合、その内容をお書き下さい)

- ・エコトレイン 未来のゆめ・まち号 車内に掲出したポスターのサンプル
- ・エコトレインのウェブサイト <http://rail.hankyu.co.jp/ecotrain/about.html>