

「グリーン購入全国フォーラム in 札幌～環境でこそ儲ける～」  
かわらばん井戸端会議（ポスターセッション） ポスターセッション要領

## 1. 目的

ポスターセッション形式による事例紹介と、環境活動に取り組む上で課題をどのように克服し成功に至ったかについて、直接発表者と参加者の方々に情報交換していただく機会とすること。

## 2. ポスターセッション全体の流れ

- ・参加者が自由に展示を閲覧し、発表者と参加者が話し合う機会とする。
- ・複数の展示が並行して、1セット10分のプログラム（説明4分、質疑応答・歓談6分）を5回行う（50分）。ただし、各展示において発表者と参加者間の話が尽きない場合は、プログラム（50分間に連続して1セット10分のプログラムを5回行うこと）よりも、会話を優先する。

## 3. 1セット10分のプログラムの内容

### (1) 説明「貴団体が環境活動に取り組み、グリーン市場の開拓を決断した背景」（4分）

- ・発表団体の環境経営の紹介
- ・発表内容例（パネルディスカッションと同じテーマ）

#### 【グリーン市場の開拓】

- ・環境配慮を優先して購入（取引）してくれる相手はいるのか。いる場合、どのようにアプローチするのか。いない場合、どのように開拓しているのか。

#### 【購入・調達者（消費者）への環境価値・環境活動の伝え方】

- ・なぜ貴団体が環境活動に取り組むのか。どのような環境価値があるのか。環境価値・環境活動を購入・調達者（消費者）へどのように伝えているのか。

### (2) 参加者との質疑応答・歓談（6分）

参加者との交流時に想定されるQ & Aの視点

- ・顧客も自身も含めて、環境配慮を優先した購入（取引）の実現までにどのような議論や葛藤があったのか。
- ・「安かろう悪かろう」ではない環境配慮型商品・サービスの成功と失敗の境界は何か。
- ・ステークホルダー（消費者、地域社会、バリューチェーン等）との関係が環境活動と事業に与える影響。

## 4. 発表者にご用意いただく資料

### (1) ポスターの様式（詳細：ポスター作成要領参照）

- ・展示スペース：A0版縦（縦1,189mm×横841mm）
- ・ポスター原稿：パワーポイントA4版スライド8枚まで。A3版に拡大し、8枚を並べて展示する。
- ・\*パネルディスカッション参加団体：パネルディスカッションの説明資料をA3版に拡大し展示する。
- ・\*既存のポスター、パネル等も活用可能。

### (2) ポスター作成スケジュール

- ・締切：2014年1月27日（月）

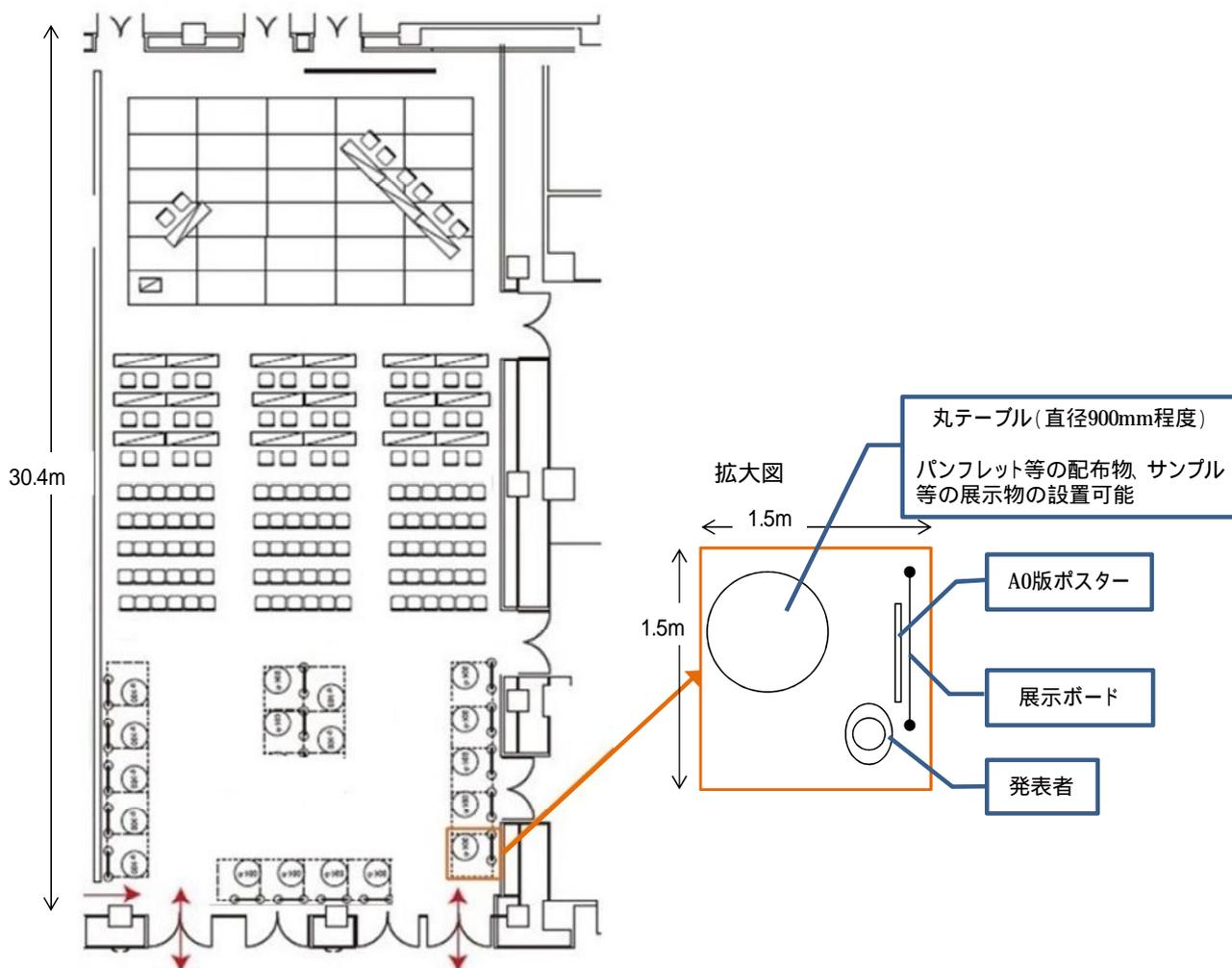
- ・送付物：ポスター原稿（パワーポイント A4 版スライド 8 枚）ファイルをメールで送付する。  
\* 1月 27 日（月）から GPN 事務局にて印刷加工を開始。  
またはポスター現物を郵送する。

- ・送付先：グリーン購入ネットワーク事務局（担当：高岡）宛  
〒103-0002 東京都中央区日本橋馬喰町 1-4-16 馬喰町第一ビル 9F  
TEL: 03-5642-2030 / FAX: 03-5642-2077 E-mail : gpn@gpn.jp

### (3) パンフレット等の配布物、サンプル等の展示物

配布物や展示物を設置する場合、送付先、到着日時、配布物部数は以下のとおり。

- ・送付先：〒060-0001 北海道札幌市中央区北 1 条西 11-1 ロイトン札幌  
3 階事務局控室「Greener week 『グリーン購入全国フォーラム in 札幌』」  
TEL : 011-271-2711
- ・到着日時：2014 年 2 月 5 日（水）15:00～18:00 必着  
\* 配達所要日数は 2～3 日（地域により異なる）。
- ・配布物部数：200 部
- ・展示期間：2014 年 2 月 6 日（木）～2 月 7 日（金）  
\* ポスターセッションは 2 月 7 日（金）16:10～17:00 に開催。それ以外は展示のみ。
- ・会場図



「グリーン購入全国フォーラム in 札幌～環境でこそ儲ける～」  
かわらばん井戸端会議（ポスターセッション） ポスター作成要領

1.ポスターサイズ

- ・1団体分のポスターサイズは A0 版縦（縦 1,189mm × 横 841mm） です。

2.ポスターの原稿

- ・パワーポイント A4 版スライド 8 枚まで。A3 版に拡大し、8 枚を並べて展示します（下図参照）。
- ・既存のポスター、パネル等もご活用いただけます。パワーポイント A4 版スライド以外の仕様で原稿を作成いただく場合、お知らせください。

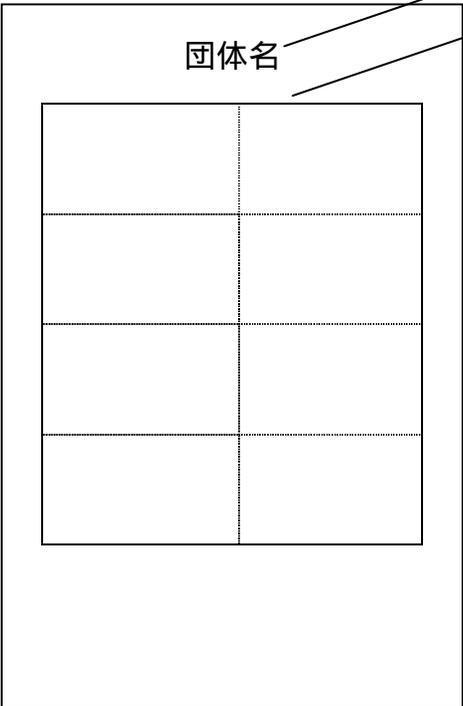
3.使用言語と文字の大きさ・画像

日本語。基本的に文字の大きさは最低 2m 離れた位置で判読できる大きさ（目安：仕上がり 32pt 以上。パワーポイント A4 版スライドの場合 20pt 以上。）とします。

画像解像度の目安は 100dpi、1169 × 1654 ピクセル程度以上です。

4.ポスターの内容

- ・貴団体名、貴団体の環境経営・環境活動（貴団体が環境活動に取り組み、グリーン市場の開拓を決断した背景）をご記載いただきます。
- ・既存の環境経営・環境活動に関する資料もご活用ください。
- ・図表等を使用しつつ、ポスター単独で取組内容が把握できるよう、視覚的に表示します。
- ・構成、デザイン、着色、使用字体等は自由です。

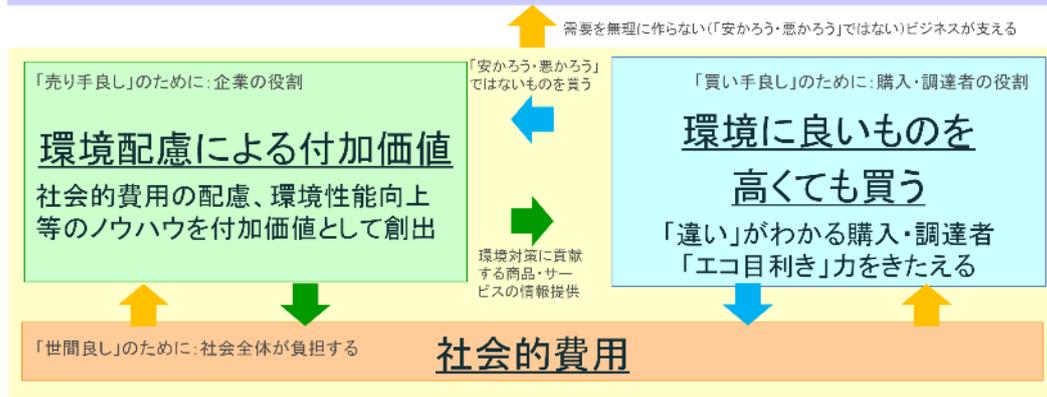
<p>(展示イメージ)</p> 	<p>団体名の表示：事務局でご用意します。</p> <p>ポスターの原稿： パワーポイント A4 版スライドを A3 版に拡大し、8 枚並べて展示します。（既存のポスター、パネル等の掲示も可）</p> <p>文字の大きさの目安： 32pt 以上。パワーポイント A4 版スライドの場合 20pt 以上。</p> <p>ポスターの内容： 貴団体の環境経営・環境活動（貴団体が環境活動に取り組み、グリーン市場の開拓を決断した背景）</p> <p>&lt; 内容例（視点） &gt;</p> <p>【グリーン市場の開拓】 環境配慮を優先して購入（取引）してくれる相手はいるのか。 いる場合、どのようにアプローチするのか。 いない場合、どのように開拓しているのか。</p> <p>【購入・調達者（消費者）への環境価値・環境活動の伝え方】 なぜ貴団体が環境活動に取り組むのか。 どのような環境価値があるのか。 環境価値・環境活動を購入・調達者（消費者）へどのように伝えているのか。</p>
---	---

グリーン購入全国フォーラムin札幌～環境でこそ儲ける～  
**「環境でこそ儲ける」とは**

「買い手よし、売り手よし、世間よし、地球よし」の四方よし の実現

「世間よし」「地球よし」のために:経済の役割

「環境を貧困にさせず、壊さず、良くする」価値に支払う経済  
**「エコがもたらす経済性」を評価するビジネス商習慣**



\* 参考文献:小林光(2013)環境でこそ儲ける.東洋経済新報社/小林光(2013)小林光のエコ買いな?.日本経済研究センター

「グリーン購入全国フォーラムin札幌～環境でこそ儲ける～」のテーマについて (補足説明)

今年度のグリーン購入全国フォーラムは『環境でこそ儲ける』をテーマに設定し、基調講演から、パネルディスカッション、かわらばん井戸端会議(ポスターセッション)へ展開します。

基調講演においてご講演いただく小林光氏(慶應義塾大学大学院教授)の著書を参照し、「環境でこそ儲ける」について、以下のとおり、補足説明いたします。

1. 「環境でこそ儲ける」とは

「買い手よし、売り手よし、世間よし、地球よし」の四方よしの実現です。

そのためには、環境を壊して得る利益で成り立つ経済から、環境に手入れをして利益を出す(環境を貧困にさせず、壊さず、良くする価値に支払う)経済への転換が必要です。

2. 「買い手よし、売り手よし、世間よし、地球よし」の四方よしに必要なこと

四方よしには「環境を貧困にさせず、壊さず、良くする」価値に支払う経済にすること、現在の日本の経済に欠けている「エコがもたらす経済性を評価するビジネス商習慣」が必要です。

3. 「エコがもたらす経済性」を評価するビジネス商習慣に必要なこと

エコがもたらす経済性を評価し、需要を無理に作らない(安からう・悪からうではない)ビジネスを成り立たせるためには、「環境に良いものを高くても買う」という需要側の力を得ることが必要であり、企業にも消費者にも行政にも違いがわかる「エコ目利き」の創出が求められます。

4. 企業、購入・調達者、行政・社会、経済の役割と取組を考える

「環境を貧困にさせず、壊さず、良くする」価値に支払う経済に向けて、企業、購入・調達者(消費者、企業、行政を含む)、行政・社会、経済の役割を考えます。

企業:環境配慮による付加価値の創出(製品・サービスの環境性能向上、公益実現への貢献)

購入・調達者:環境に良いものを高くても買う(「違い」がわかる「エコ目利き」の創出)

行政・社会:社会的費用の低減

経済:「環境を貧困にさせず、壊さず、良くする」価値に支払う経済(「エコがもたらす経済性」を評価するビジネス商習慣の創出)

グリーン購入全国フォーラムin札幌～環境でこそ儲ける～  
**「環境経営」を考える**

**「環境経営」5つの要素**

- 1.環境を経営戦略に織り込む  
事業戦略・事業展開の中で、正面から取り組む  
Ⅰ 環境経営によって、商品力をアップする  
Ⅱ 環境経営を支える社会システム・インフラを構築する
- 2.成長障害リスクを軽減する  
社会的費用の顕在化等、企業の持続性に対するリスクを減らす
- 3.成長の源泉となる付加価値を創出する  
製品・サービスの環境性能向上とともに、他の価値の向上を掛け合わせる
- 4.トップのリーダーシップと企業理念、企業ガバナンス  
環境向上に企業内を向かせる力と、企業内に好循環を生む「拠り所」をつくる
- 5.ステークホルダーと共鳴する共進化  
消費者、地域社会、バリューチェーン等と継続的に対話し、一体的進化を追求する

**「環境経営」革命の3つの鍵**

- 1.コーベネフィット(複数価値の同時達成)
- 2.マルチ・エージェント(多数の主体を意識的に巻き込む)
- 3.共進化(多数のステークホルダーと共に変化・進化しながら公益達成)

\* 参考文献: 小林光(2013)環境でこそ儲ける. 東洋経済新報社 / 小林光(2013)小林光のエコ買いな? , 日本経済研究センター

5. 「環境経営」を考える

環境配慮による付加価値の創出のためにヒントとなる、「環境経営」を推進する5つの要素と、「環境経営」革命の3つの鍵を考えます。