

懸賞への応募でCO₂削減

印刷版凸

カーボンオフセットサービス開始

凸版印刷は、CO₂排出権を使ったカーボンオフセット事業を手がけるリサイクルワン（東京・渋谷）と提携し、世界で初めてとなる「カーボンオフセット・Web懸賞キャンペーンサービス」を開発した。

開始。食品やトイレタリーメーカー、消費財メーカーなどを中心に営業を展開し、懸賞キャンペーンの関連受注も含め、2008年度3億円、11年度には15億円の売り上げを目指す。

カーボンオフセットとは、削減努力をしても排

出してしまふCO₂を、クレジットの購入や他の削減活動に投資することで、埋め合わせをする差引き制度のこと。今ケースでは、企業が商品の懸賞キャンペーンとして本サービスを導入。消費者がWeb上の懸賞に応募し、参加の意志を表明すると、それに比例した量のCO₂排出権を企業が購入して排出量を相殺（オフセット）する仕組みとなっている。

みとなっている。消費者にとっては、対象商品を購入し、懸賞に参加するだけで、地球温暖化防止に参加できるほか、導入する企業にとっては、消費者の認知が高いセールスプロモーションと、排出権取引を組み合わせたことで、CO₂削減効果とキャンペーン応募数の増加が見込める。

カーボンオフセット制度については、広島県廿日市市が、市のイベントの参加者を対象に、イベントに参加するために利用したマイカーや公共交通機関が排出するCO₂量と相殺するシステムを取り入れたり、佐川急便や千趣会なども、商品配送の受取時にポイント制としている。政府は、7月の洞爺湖サミットでの導入を検討しており、相殺のための標準的な排出量算定方法や排出権の基準など、その基盤整備に乗り出している。