

広がる、 行動の輪。

「業績に左右されない長期継続」「社員自らの参加」「当社オリジナリティ」の3テーマを基本方針として、広く世界の人たちに環境保全の大切さを呼びかけ、それに応えてくれた人たちとともに行動しています。

コスモ アースコンシャス アクト



「コスモ アースコンシャス」とは、「地球を愛し、感じるころ」の意味を込めた造語です。

コスモ石油とTOKYO FMをはじめとするJFN（全国FM協議会加盟38局）がパートナーシップを組んで、地球環境の保護と保全を全世界の人々に呼びかけ、環境に対して自ら行動していこうというものです。

全国FM局と一緒に、環境保全を全世界に呼びかけていく活動をしています。



クリーン・キャンペーン

1年を通じて、自然と親しみながら環境活動を楽しんでいます。清掃活動以外にも、ライブ、スポーツイベントなどで、子どもから大人までが参加できるように工夫しています。

2001～2003年度の実績
実績/会場合計/124ヶ所 参加者合計/55,298名 ごみの総回収量/841,894リットル

アースデー・コンサート

1990年から、毎年4月22日の「アースデー」に開催しています。「アースコンシャス～地球を愛し、感じるころ～」のコンセプトに共感した、国内外のアーティストがコラボレーションし、地球への愛を歌い上げます。

2003年度の出演者/忌野清志郎、佐野元春、及川光博、夏川りみ



野口健講演会&展示会

エベレストや富士山のごみに象徴される環境問題を取り上げ、皆様と一緒に考える講演会を、2002年度から全国で実施しています。野口さんがエベレスト清掃登山から持ち帰ったごみなども展示しています。

WEB ▶ <http://www.cosmo-oil.co.jp/earth/index.html>

ラジオ番組を通じて環境保全メッセージを発信

2003年度は、FMレギュラー番組として、地球上に存在する美しい自然を一つの物語のようして伝える「コスモ アースコンシャス アクト～ずっと地球で暮らそう。」をオンエアしました。出演者はミュージシャンの一三十一（ひとみとい）さんです。

【ずっと地球で暮らそう。】/JFN全国38局ネット 毎週日曜7:40～7:55他
※2004年度は毎週土曜10:55～11:00他に変更しています。

ずっと地球で
暮らそう。

環境コミュニケーション

環境広告をはじめ、出版物[※]、イベントなどさまざまなコミュニケーション・ツールやメディアを活用して、より多くの人に情報を開示するとともに、皆様の声に真摯に耳を傾け、私たちの進むべき道しるべとしています。

※裏表紙を参照ください。



「炎は消えた」篇

「森はなくせない」篇

「明日の空」篇

より多くの人に
環境保全に関心を持っていただきたい
そんな思いを込めた環境広告に
大きな反響をいただきました

第71回 毎日広告デザイン賞

「準部門賞」

1931年に創設された、長い歴史を誇る賞です。時代を象徴するほどの影響力やメッセージ力のある作品が対象になります。2003年度、コスモ石油の「環境広告」シリーズの「森はなくせない」篇が準部門賞を受賞しました。

第17回 東京新聞 読者が選ぶ東京新聞カラー広告大賞

「最優秀賞」

専門家やクリエイターを一切交えず、読者自らがカラー広告を選考するもので、読者に支持された広告が対象になります。「明日の空」篇が最優秀賞を受賞し、2年連続でカラー広告部門の最優秀賞に輝きました。

第12回 中日新聞広告賞

「優秀賞」

読者による一次審査と専門家による二次審査によって選ばれ、「暮らしに役立つ情報がえられる」「話題性・社会性がある」といった審査基準のほかに、表現上の完成度も考慮されます。「炎は消えた」篇は優秀賞を受賞しました。

コーポレートメッセージ調査 企業名想起率ランキング

「ココロも満タンに」が第3位に。

日経BPコンサルティングがウェブサイト上でアンケートを実施、250社のコーポレートメッセージを対象に、企業名を想起できるかどうかやイメージなどを聞いた。有効回答数は1万8933件（男性60%、女性39%）、平均年齢は40歳。調査期間は2004年6月24日～7月23日。