

エコ活動に対するポイント制度「EXPOエコマネー」についての事例報告*

The case study about a point system "EXPO Eco-Money" to environmental consideration behavior *

谷口庄一**・森川高行***

By Sshoichi TANIGUCHI**・Takayuki MORIKAWA***

1. はじめに

環境に配慮した活動（エコ活動や公共交通の利用など）を実行するとポイントが付与され、蓄積ポイントがエコ商品やさらなるエコ活動の原資として還元される（公共交通運賃の割引など）エコポイント制度として2005年に開催された2005年日本国際博覧会（以下愛知万博）で行った『EXPOエコマネー』に関する実証的実験について報告をする。

『EXPOエコマネー』は愛知万博の博覧会協会事業のひとつとして行われたエコポイント社会実験である。本実験は名古屋大学森川研究室とNPO法人エコデザイン市民社会フォーラムが事務局となり2005年日本国際博覧会協会と協働で実施した。

本稿では愛知万博長久手会場内EXPOエコマネーセンター来場者に対するアンケート結果を踏まえて、環境配慮行動を促進・支援するための仕組みとしてエコポイント制度がどのように利用者に受け入れられたのかを報告する。

2. EXPOエコマネー事業の概要

『EXPOエコマネー』は、2005年3月25日から9月25日までの185日間開催された愛知万博で環境通貨の社会実験として実施された。EXPOエコマネーセンターは長久手会場内コモン3に設置された。

『EXPOエコマネー』は、市民一人ひとりの環境配慮行動を促すための仕掛けとして位置づけることができる。地球温暖化防止や循環型社会の実現を目的に、市民・企業・行政それぞれの「環境に配慮した行動」によってCO2排出を削減し、ポイント寄付等による植樹でCO2を固定化するという一連の行動の連鎖を促すため、ICチップを内蔵した愛知万博の入場券を使ってポイント管理をするものである。この『EXPOエコマネー』を一元的に扱った『EXPOエコマネーセンター』には、愛知万博会期中に約60万人の来場者を得た。

表-1 EXPOエコマネーセンター実績

来館者数	596,121人
エコ市民活動（リピーター含む）	481,951人
純エコ市民数	215,290人
CO2削減効果	約233トン

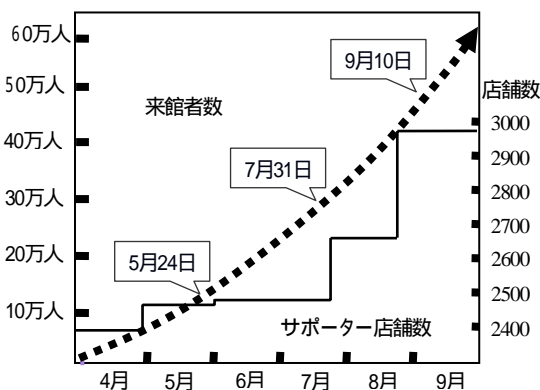


図-1 EXPOエコマネーセンター来場者数及びサポーター店舗数の経緯

*キーワード：意識調査分析、地球環境問題、住民参加

**正員、工修、リージョナルブレインズ

s-taniguchi@office.so-net.ne.jp

(愛知県一宮市大志1-5-9-602、

TEL0586-28-7270、FAX0586-23-2935)

***正員、工博、名古屋大学大学院環境学研究科教授

(名古屋市千種区不老町

TEL 052-789-3564、FAX 052-789-3565)

morikawa@nagoya-u.ac.jp

3. EXPOエコマネー参加者の行動

エコマネーセンターへの総来館者が約60万人、入場者比率（博覧会入場者に対する来館者比率）は2.7%である。博覧会協会が入場者比率の目標としていたのは1%（1500万人の入場者目標の1% = 15万人）であった。

EXPOエコマネーセンターにおいて発行したエコポイントの総数は約327万ポイント。その内訳として愛

知万博会場内でのエコ活動によって取得されたものは27%で、残りの73%は会場外のエコ活動によるものであった。

『EXPOエコマネー』はポイントを集めるだけでなく、使うこともエコ活動につながる仕組みであり、エコ商品との交換やエコツアーなどへの懸賞応募などが可能であった。『EXPOエコマネー』ではエコポイントを使うことによる環境意識啓発を提案している。

社会還元	植樹寄付	社会的規範
個人還元	商品交換	個人行動
懸賞応募	情報不足者への配慮	

4. 来館者アンケートの概要と結果

9月15日～25日の10日間にEXPOエコマネーセンターの来館者にアンケートを実施した。1065名の回答を得た。内訳は男性29%、女性66%であった。

重複回答や小学生以下の回答を除き、有効回答数は741であった。

『EXPOエコマネー』に参加したことによってエコ活動に関して意識の変化があったのかについてみると、「エコ活動が身近になった」341人(54.0%)、「博覧会をきっかけにエコ活動を続ける」386人(47.9%)、「マイバッグが普通になった」298人(40.2%)と回答している。「ポイント収集に努力した」が199人(26.9%)であり、EXPOエコマネーがポイント収集に終わらなかった事を示している。概ね『EXPOエコマネー』を通じて普段の生活におけるエコ活動との連携ができたのではないかと考えられる。

『EXPOエコマネー』に対する評価は、「楽しくエコ活動ができる」という回答が436人(58.8%)であり、「商品と交換できるから」という回答の186人(25.1%)を33.7ポイントも上回った。当初EXPOエコマネーセンターが景品交換所的に扱われることを危惧していたが、『EXPOエコマネー』がエコ活動を支援する仕組みであることが理解されていたと言える。

今後のEXPOエコマネー事業に対しての要望を見ると、「エコマネーを発行してくれる店舗の充実」が466人(62.6%)と最も多く、「交換商品メニューの充実」374人(50.5%)、「寄付メニューの充実」220人(29.4%)をそれぞれ12.1ポイント、33.2ポイント上回った。これは生活レベルの身近な場所にエコ活動を証明してくれる場が増えることが望まれている。また、ポイントを発行してくれることによって、自分の行動そのものがなんとなくエコロジーにつながっているように実感できるという回答者が多かった

5. 今後の課題

2005年11月20日に名古屋市金山駅前の商業施設「アスナル金山」内に『EXPOエコマネーセンター』が再オープンした。愛知万博での実証実験を踏まえて、1年間の社会実験に入る事になった。EXPOエコマネーセンターの利用者は愛知万博会場が位置する長久手町、豊田市、瀬戸市居住者の利用が多かった。アンケート調査時点で金山での継続事業が発表されていたこともあり、金山センター利用可能性についての結果を見ると、名古屋市居住者は181人(68.8%)が金山センターも是非利用したいと回答したのに対して、豊田市20人(26.7%)、長久手町9人(25.0%)、瀬戸市16人(30.2%)となり、EXPOエコマネーセンターの距離が遠く、生活圏から遠ざかることで利用可能性が低くなった。一方春日井市などは18人(58.1%)と高くなっている。これは中央線で金山に直接結ばれている事が寄与していると考えられる。

5. おわりに

EXPOエコマネーは、今回はマネーとして流通されているわけではないため、厳密に言えば地域通貨ではなく、あくまでポイントシステムである。どちらかといえば、エコバリュー(環境の価値、環境配慮行動の価値)の評価に近い。エコマネーセンターでエコ行動を証明するのではなく、企業・団体が認証したものをポイント化するものである。あらゆるエコ活動を同列で扱うしくみになっている。これが、エコ活動を見えやすくしたにつながった。

環境問題は複雑に課題を含んでおり、地球規模の話となると身近な生活と結びつけることが難しいが、『EXPOエコマネー』は環境配慮行動への最初の一步を簡単にすることができたと言える。『EXPOエコマネー』参加者の居住地を見る限り、EXPOエコマネーセンターのような施設は生活圏内の身近な場所に立地させていくことが、継続的な環境配慮行動誘発を支援していくものと考えられる。

謝辞

本調査は財団法人2005年日本国際博覧会協会及びNPO法人エコデザイン市民社会フォーラムの協力を得て行ったものである。ここに謝意を表します。