

商店街事業者のエコポイント制度 参加意向の分析

原 理史¹・伊豆原 浩二²

¹正会員 社団法人環境創造研究センター（〒456-0018 愛知県名古屋市中熱田区新尾頭三丁目10-1）

E-mail: hara@kankyosoken.or.jp

²正会員 名古屋産業大学大学院（〒488-8711 愛知県尾張旭市新居町山の田3255-5）

E-mail: izuhara@nagoya-su.ac.jp

近年、地域の活性化や環境配慮行動を促進するための取り組みとして、エコポイントの導入が様々な形で行われている。本研究では豊田市中心市街地を例として商店街の事業者に対してアンケートを行った結果を分析し、エコポイント参加意向に対しての「環境意識」、「制度の認知や理解」、「制度に対する意識」の影響を検討した。分析の結果、「環境意識」、「制度の認知や理解」、「制度に対する意識」がそれぞれ高い方がエコポイント参加意向に肯定的な影響を与えており、その中でも「環境意識」の影響が大きい結果が見出された。

Key Words : eco-point, shopping district store

1. 研究の目的

(1) 背景

近年、地域の活性化や環境配慮行動を促進するための取り組みとして、エコポイントの導入が様々な形で行われている。エコポイントは公共交通利用への転換や、環境配慮商品の購入やマイバッグ持参など様々な環境配慮行動に対して商品等の割引に用いることのできるポイントを発行することでインセンティブを付与し、行動を促進させる仕組みである。

公共交通促進を目的とした交通エコポイントについては、これまで様々な形で導入され、その効果が研究されている。倉内ら¹⁾は消費者の交通エコポイントの交通行動転換効果や参加意向、環境意識についてアンケート分析を行い、公共交通への転換が促進される可能性があることを示すと共に、公共交通への転換効果、再参加への高い受容性、環境意識の行動への肯定的な影響などについての知見を得ている。

谷口ら²⁾は EXPO エコマネーの事例から環境行動の変化の要因について分析しており、経済的なインセンティブだけでなく利他的行動についても重要な要因になっているとしている。同時に参加者はエコポイント事業に対して、「商品の充実」よりも「ポイント対象店舗の充実」を重要視しているという結果が得られている。

これらの研究はエコポイント事業は公共交通への転換など環境配慮行動の促進に効果があること、また参加者は取組みフィールドの拡大を重要視していることを示している。取組みフィールドの拡大には、事業所がエコポイント制度に参加してもらわなければならない。すなわち、店舗事業者の立場から見れば、エコポイントを発行したり、交換する商品やサービスなどを準備して消費者に提供する制度への参加を左右する要因を検討することが重要と考えられる。

(2) 研究の目的

事業所のエコポイント制度への参加、発行活動は事業活動における環境配慮行動の一つと考えられる。例えば広瀬ら³⁾、原ら⁴⁾の研究においては、個人のレベルでは環境意識が環境配慮行動の水準に肯定的に影響することが指摘されている。このことは事業者においても環境意識が事業における環境配慮行動に肯定的に影響することを予想させる。すなわち事業者の環境意識が高ければ、エコポイントの参加意向の水準は高いかもしれない。

一方、事業者の環境意識は高くても、エコポイントの制度について、例えば事務が煩雑で労力が多いなど、否定的な意識を持っているとすれば、制度への参加に積極的にはなれないであろう。このようなエコポイント制度に対する意識が参加意向に影響する可能性は十分考えら

れる。

また、そもそも地域で運用されているエコポイントの制度をあまりよく理解していなければ、事業者にとって導入する意識は働かないであろう。つまり制度の認知や理解が低ければ、制度への参加意向に否定的に影響する可能性が考えられる。

そこで本研究では以下の作業仮説を置くことにする。

- ・事業者の環境意識が高ければ、エコポイント制度への参加意向の水準は高い
- ・事業者の認知度や理解度が高ければ、エコポイント制度への参加意向の水準は高い
- ・事業者の制度に対する意識が肯定的であれば、エコポイント制度への参加意向の水準は高い

これらの仮説に基づき、豊田市中心市街地を例として商店街の事業者に対してアンケートを行った結果を分析し、事業者側から見たエコポイント制度の参加意向に対して「環境意識」、「制度の認知・理解」、「制度に対する意識」の影響を検討する。また、これらの意識や認知・理解が参加意向にどのように影響するかについての分析を行うとともに事業者による違いについても検討する。これらの分析を通じて事業者のエコポイント制度参加促進のための知見を得ることを本研究の目的とする。

2. 研究の方法

(1) 対象地域のエコポイント制度

分析対象とした参加意向の対象となる「とよたエコポイント制度」は豊田市と関係者のネットワーク組織、「とよたエコライフ倶楽部」が行う、地域バスの利用や環境配慮商品を購入する買物客など、一般市民のエコ活動を支援する割引ポイントの発行制度である。豊田市内の事業者や店舗は加盟店登録をすることで、この制度に参加でき、参加店は割引ポイントとして来店客がエコ商品を買うなどのエコ活動に伴ってGREENシール（1枚1円相当）を配布する。GREENシールは50枚ごとに様々なオリジナルエコ商品を買う時の割引に使われる。

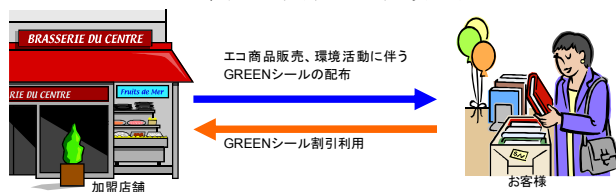


図-1 とよたエコポイント制度

(2) アンケート調査

豊田市ではこの制度の普及に努めており、その一環として制度の参加意向についてアンケート調査を行った。調査では2009年11月下旬に豊田市商店街連盟の協力のもと加盟店に制度の説明資料とともに調査票を配布し、

2009年12月上旬に回収を行った。配布数は401、回収数は173、回収率は43%であった。

回答事業所は一般小売店、飲食店、理容等サービス業がおおよそ8割を占めている（図-2）。また従業員数を図-3に示すように比較的小規模な事業所が多い。

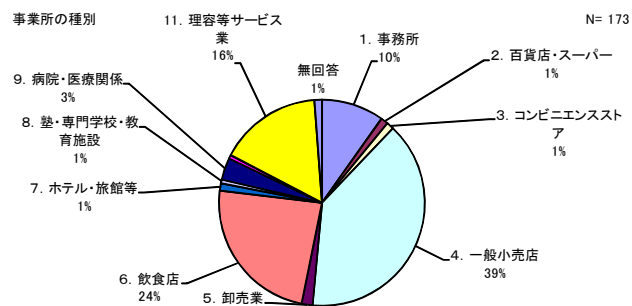


図-2 事業所の種別割合

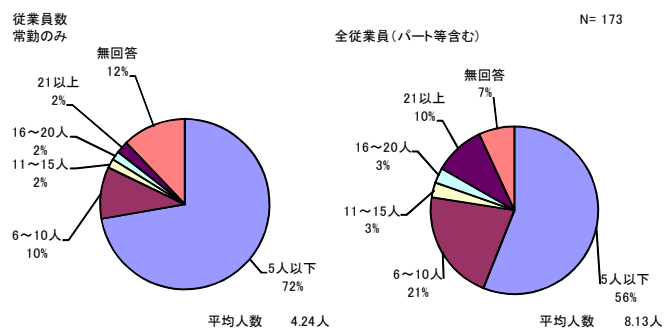


図-3 従業員数

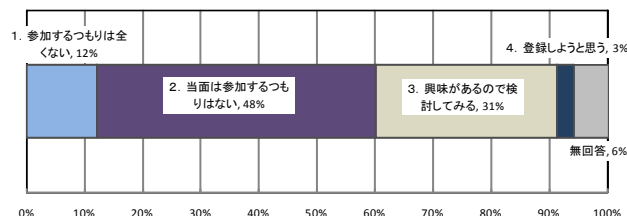


図-4 エコポイント制度への参加についての考え

回答者のエコポイント制度への参加の考えについては図-4に示した。「興味があるので検討してみる」と「登録しようと思う」を合わせて34%が導入に肯定的な回答であり、これを「エコポイント参加肯定的」グループとする。また「参加するつもりは全くない」及び「当面は参加するつもりはない」を合わせて60%が導入に否定的な回答であり、これを「エコポイント参加否定的」グループとする。

これらの対象者については、エコポイント制度の参加意向に影響を与える要因として「環境意識」、「制度の認知・理解」、「制度に対する意識」について表-1に示す質問項目を設け、4件法または5件法で回答を得た。

この他、事業所の業種、事業所の規模、回答者の性別と職責について回答を得ている。

表一 影響を与えると考えられる意識や認知・理解についての質問項目

環境意識	①地球温暖化は重要な問題で将来の環境が心配だ。	5件法
	②地球温暖化の進行は自分たちの事業活動が原因の一つになっていると思う。	
	③環境にやさしい事業活動は地球温暖化対策として重要だと思う。	
	④やるつもりになれば環境に優しい事業活動はできると思う。	
	⑤環境に優しくするために事業活動上多少不便になるのはしかたないと思う。	
	⑥環境に優しい事業活動することは事業者として当然だと思う。	
	⑦今後はできるだけ環境にやさしい事業活動をしように思う。	
制度の認知・理解	認知度／とよたエコポイント制度をご存知でしたか 理解度／とよたエコポイントの内容はご理解いただきましたか	4件法
制度に対する意識	①そもそもなにをしいいかわからない	5件法
	②似たような（ポイント）事業がありすぎる	
	③制度が普及してからでないと参加は難しい	
	④参加しても客が増えるとは思えない	
	⑤参加しても環境に貢献できるとは思えない	
	⑥登録の手続きがめんどうだと思う	
	⑦シールの経費が余分だと思う	
	⑧GREEN シールの配布対象になる商品やサービスがない	
	⑨接客の手間が増えるのが困る（客への説明が大変）	
	⑩事務仕事が増えるのが困る	

(3) 分析方法

まず、意識や認知・理解の参加意向に対する影響について検討するため、回答者を、「エコポイント参加肯定的」グループと「エコポイント参加否定的」グループに分けて、それぞれの質問項目について最も肯定的な回答を5点（5件法の場合）または4点（4件法の場合）、最も否定的な回答を1点として平均値を算出して比較し

た。次に影響の特徴について検討するため、3つの分野別要因の質問項目の平均得点を各回答者について算出し、「エコポイント参加肯定的」グループと「エコポイント参加否定的」グループの二つを目的変数とした判別分析を行った。また平均得点の平均値を事業所の種類、回答者属性別に算出して、その特徴を考察した。

3. 分析結果

(1) 参加意向に対する意識や認知・理解の影響

エコポイント参加意向に対する環境意識、認知・理解、制度に対する意識の影響を検討するため、「エコポイント参加肯定的」グループと「エコポイント参加否定的」グループについて、それぞれの質問項目の回答の得点の平均値を比較した。

a) 環境意識の影響

表一2は環境意識の各項目について回答の得点平均値を比較した結果である。7つの項目のいずれについても「エコポイント参加肯定的」グループの方が「エコポイント参加否定的」グループよりも平均の得点が高い結果となった。またt検定の結果、6項目について得点の差が1%有意であった。これらのことから、「エコポイント参加肯定的」グループの方が「エコポイント参加否定的」グループより環境意識の水準が高いと言え、環境意識はエコポイント制度の参加意向に影響していると考えられる。この結果は事業者の環境意識が高ければ、エコポイント制度への参加意向の水準は高いという仮説を支持していると言える。

b) 制度の認知・理解の影響

表一3は制度の認知度と理解度について回答の得点平均値を比較した結果である。得点は高い方が認知度、理解度とも高いことを示している。いずれについても「エ

表一2 エコポイント参加意向別の環境意識の比較

項目	得点平均（サンプル数）		得点差	平均差の検定 P
	エコポイント参加肯定的(3,4)	エコポイント参加否定的(1,2)		
①温暖化等将来の環境が心配	4.54 (59)	4.17 (104)	0.36	0.005 **
②温暖化は事業活動が原因	3.44 (59)	3.31 (104)	0.14	0.409
③環境配慮事業活動は重要	4.26 (59)	3.76 (104)	0.50	0.000 **
④環境配慮事業活動は可能	4.13 (59)	3.70 (104)	0.43	0.000 **
⑤環境配慮事業活動の不便はしかたない	3.72 (59)	3.29 (104)	0.43	0.001 **
⑥環境配慮事業活動は当然	4.06 (59)	3.67 (104)	0.38	0.001 **
⑦できるだけ環境配慮事業活動しよう	4.13 (59)	3.81 (104)	0.32	0.008 **

・10%有意、*5%有意、**1%有意

表－3 エコポイント参加意向別の制度の認知度と理解度の比較

項目	得点平均（サンプル数）		得点差	平均差の検定 P
	エコポイント参加 肯定的(3,4)	エコポイント参加 否定的(1,2)		
制度の認知度	2.00 (59)	1.68 (104)	0.32	0.013 *
内容の理解度	2.52 (59)	2.24 (104)	0.28	0.042 *

・10%有意、*5%有意、**1%有意

表－4 エコポイント参加意向別の制度に対する意識の比較

項目	得点平均（サンプル数）		得点差	平均差の検定 P
	エコポイント参加 肯定的(3,4)	エコポイント参加 否定的(1,2)		
①そもそもなにをしていいかわからない	2.57 (59)	2.35 (104)	0.22	0.175
②似たような(ポイント)事業がありすぎる	2.68 (59)	2.33 (104)	0.35	0.022 *
③制度が普及してからでないと参加は難しい	2.67 (59)	2.17 (104)	0.50	0.002 **
④参加しても客が増えるとは思えない	2.17 (59)	1.98 (104)	0.19	0.217
⑤参加しても環境に貢献できるとは思えない	3.47 (59)	2.61 (104)	0.86	0.000 **
⑥登録の手続きがめんどうだと思ふ	2.98 (59)	2.59 (104)	0.39	0.008 **
⑦シールの経費が余分だと思ふ	2.35 (59)	2.30 (104)	0.05	0.740
⑧シール配布対象商品やサービスがない	2.58 (59)	2.14 (104)	0.44	0.008 **
⑨接客の手間が増える(客への説明等)	2.91 (59)	2.36 (104)	0.55	0.001 **
⑩事務仕事が増えるのが困る	2.78 (59)	2.37 (104)	0.41	0.007 **

・10%有意、*5%有意、**1%有意

コポイント参加肯定的」グループの方が「エコポイント参加否定的」グループよりも平均の得点が高く、t検定の結果、得点の差が5%有意であった。これらのことから、「エコポイント参加肯定的」グループの方が「エコポイント参加否定的」グループより認知度も理解度も高いと言え、制度の認知や理解はエコポイント制度の参加意向に影響していると考えられる。この結果は事業者の認知度や理解度が高ければ、エコポイント制度への参加意向の水準は高いという仮説を支持していると言える。

c) 制度に対する意識の影響

表－4 は制度に対する意識の各項目について回答の得点平均値を比較した結果である。得点は高い方が制度に対して肯定的な意識を持っていることを示している。10項目のいずれについても「エコポイント参加肯定的」グループの方が「エコポイント参加否定的」グループよりも平均の得点が高い結果となった。またt検定の結果、6項目について得点の差が1%有意、1項目が5%有意であった。これらのことから、「エコポイント参加肯定的」グループの方が「エコポイント参加否定的」グループよりエコポイント制度に対する意識が肯定的と言え、制度に対する意識はエコポイント制度の参加意向に影響していると考えられる。この結果は事業者の制度に対する意識が肯定的であれば、エコポイント制度への参加意向の水準は高いという仮説を支持していると言える。

る意識が肯定的であれば、エコポイント制度への参加意向の水準は高いという仮説を支持していると言える。

(2) 分野別平均値による影響の分析

前節では測定した質問項目がほとんどがエコポイントへの参加意向に影響を与えていることが明らかとなった。本節では、「環境意識」、「制度認知・理解」、「制度意識」の3つの分野ごとに質問項目の平均得点を各回答者について算出し、参加意向に対する影響の特徴を分析した。

a) 分野別平均値による判別分析

3つのうちどの分野がより大きな影響を与えているかについて検討するため、環境についての意識（「環境意識」）、制度の認知や理解（「制度認知・理解」）、制度に対する意識（「制度意識」）の分野別平均値を説明変数とし、「エコポイント参加肯定的」グループと「エコポイント参加否定的」グループに分けた参加意向を目的変数とした判別分析を行った。

分析の結果、線形結合している説明変数はなく、表－6に示す判別係数を得た。この中で最も判別係数が大きいのは「環境意識」であり、グループを判別する上での影響が最も大きい。すなわち「環境意識」分野の要因が

エコポイントの参加意向に最も大きく影響を与えていることを示していると考えられる。同様に、2番目は「制度意識」が影響しており、この中で最も影響が小さいのは「制度認知・理解」の分野と考えられる。

表-6 判別分析の結果 (n=118)

変 数	標準化判別係数	F値	P値
環境意識(平均点)	0.5747	6.9620	0.0095
制度意識(平均点)	0.5498	6.4751	0.0123
制度認知・理解(平均点)	0.3308	2.2863	0.1333

b) 事業所種類、回答者属性による分野別平均値の比較

分野別平均得点の平均値を事業所の種類、回答者属性別に算出して、その特徴を考察した。

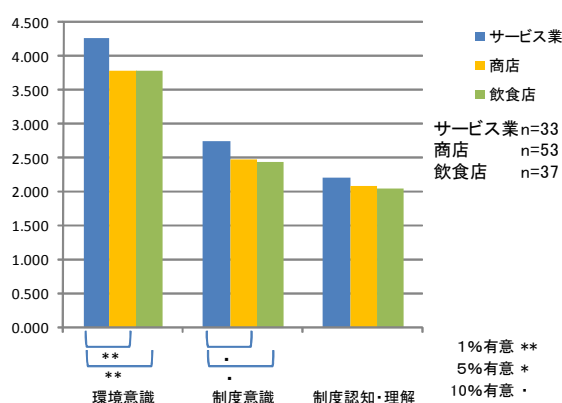


図-5 事業所業種別の平均値の比較

図-5 に事業所の業種別に分野別の平均値を算出した結果を示す。結果を比較すると、いずれも他の業種に比べサービス業が高い傾向がある。また「環境意識」についてはt検定で1%、「制度意識」については10%で差が有意であった。サービス業に比べて、一般の商店や飲食店の「環境意識」や「制度意識」は低く、これらを向上させることがエコポイント参加意向の向上を促進するために重要であることを示していると考えられる。

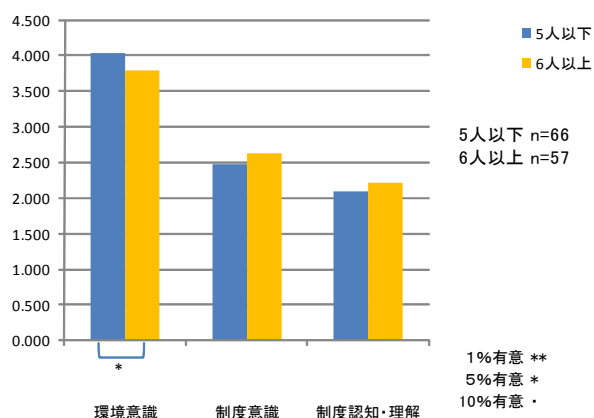


図-6 事業所規模別の平均値の比較

図-6 には事業所規模別の平均点を示した。「制度意識」や「制度認知・理解」については規模の大きい事業所の方が水準が高くなっているが、t検定では有意ではなく差があるとは言えない。一方「環境意識」については5%有意で規模の大きい事業所の水準が規模の小さい事業所に比べて低いことが示された。このことは規模の大きい事業所について環境意識を向上させることが、エコポイント参加意向の向上の促進に重要であることを示唆していると考えられる。

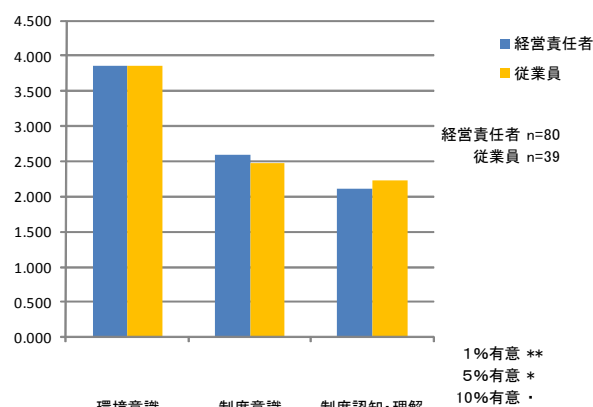


図-7 回答者職責別の平均値の比較

図-7 は回答者の職責別の平均値の比較を示したものである。「環境意識」、「制度意識」、「制度認知・理解」のいずれについても有意な差は見られなかった。

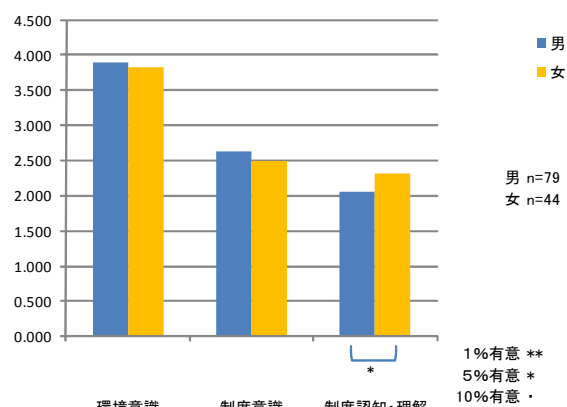


図-8 回答者性別の平均値の比較

図-8 は回答者の性別による比較であるが、「制度認知・理解」について男性の方が5%有意で水準が低い結果となり、男性に対する制度の認知や理解の浸透が重要であることを示唆している。

4. まとめ

本研究では豊田市中心市街地を例として商店街の事業者に対してアンケートを行った結果を分析し、エコポイ

ント参加意向に対しての、「環境意識」，「制度の認知や理解」，「制度に対する意識」の影響を検討した。

まず「環境意識」，「制度の認知や理解」，「制度に対する意識」についてエコポイント参加意向に対する意識要因の影響を検討するため，回答者を「エコポイント参加肯定的」グループと「エコポイント参加否定的」グループに分け，それぞれについて質問に対する回答の得点の平均値を比較した。その結果，「環境意識」は7項目中6項目について，「制度の認知や理解」は2項目とも，「制度に対する意識」は10項目中7項目について，「エコポイント参加肯定的」グループの方が「エコポイント参加否定的」グループよりも平均得点が有意に高い結果となった。これらの結果は以下の3つの仮説を支持するものと考えられる。

- ・事業者の環境意識が高ければ，エコポイント制度への参加意向の水準は高い
- ・事業者の認知度や理解度が高ければ，エコポイント制度への参加意向の水準は高い
- ・事業者の制度に対する意識が肯定的であれば，エコポイント制度への参加意向の水準は高い

次にこれらの3つのうちどの分野がより大きな影響を与えているかについて検討するため，「環境意識」，「制度認知・理解」，「制度意識」の3つの分野ごとに質問項目の平均得点を各回答者について算出して説明変数とし，参加意向を目的変数とした判別分析を行った。分析の結果，最も判別係数が大きいのは「環境意識」であり，「環境意識」分野の要因がエコポイントの参加意向に最も大きく影響を与えていると考えられる。

また3つの分野ごとの平均得点について「事業所種別」，「事業所規模別」，「回答者職責別」，「回答者性別」の平均値を比較した。その結果，「事業所種別」ではサービス業に比べて一般の商店や飲食店の「環境意識」や「制度意識」が低いこと，「事業所規模別」では規模の大きい事業所の方が小さい事業所に比べて「環境意識」が低いこと，「回答者性別」では男性の方が女性に比べて「制度認知・理解」の水準が低いことが明らかとなった。エコポイントの参加意向の向上を促進するためには，これら水準の低い対象の「環境意識」や「制度意識」，あるいは「制度認知・理解」を向上させることが重要と考えられる。

以上の結果により，商店街においてエコポイント制度の導入を促進するにあたって事業者についての一定の知見が得られたと考えられる。

今回の分析ではエコポイントの参加意向に対して「環境意識」が最も大きく影響しているという結果を得ているが，「環境意識」，「制度意識」，「制度認知・理解」を並列的に扱うことについては若干検討の余地があると考えられる。例えば「環境意識」よりも「制度意識」の方が事業者の意識としては具体的なものかもしれない。また「制度認知・理解」は「環境意識」や「制度意識」とは異なる階層にあるのかもしれない。影響している要因は一般的な意識から具体的な理解にいたる序列などの，階層的な構造がある可能性も考えられる。このような構造を仮想した場合「エコポイント参加肯定的」グループと「エコポイント参加否定的」グループでは影響する内容が異なっている可能性も否定できない。したがってエコポイントの参加意向に対する影響要因について，より詳細な構造を検討することが今後の課題と考えられる。

参考文献

- 1) 倉内信也,永瀬貴俊,森川高行,山本俊行,佐藤仁美：公共交通利用に対するポイント制度「交通エコポイント」への参加意向および交通手段選択に影響を及ぼす意識要因の分析,土木計画学研究・論文集, No. 23, no. 2, 2006
- 2) 谷口庄一,森川高行：エコポイントが環境配慮行動に与える影響－愛知万博での事例報告－,土木学会論文集 G, Vol. 63, No. 4, 403 - 412, 2007.
- 3) 広瀬幸雄：環境配慮行動の規定因について，社会心理学研究 第10巻，第1号，44-55，1994.
- 4) 原理史，伊豆原浩二：公共交通利用促進キャンペーンにおける環境配慮意識の通勤行動への影響に関する研究，第39回土木計画学研究発表会・講演集(157)，CD-ROM, 2009.
- 5) 原理史,伊豆原浩二：「普及啓発による環境配慮行動の促進に環境意識が及ぼす影響の分析～二つの環境配慮行動を例として～」,環境共生, Vol. 18, 2011, 掲載予定

THE ANALYSIS OF THE ECO-POINT SYSTEM PARTICIPATION INTENTION OF THE SHOPPING DISTRICT STORE

Masashi HARA and Kouji IZUHARA