

九州版炭素マイレージ制度推進協議会

# 九州版炭素マイレージ制度推進事業 中間報告書

---

2013年3月1日

九州版炭素マイレージ制度推進協議会

## 目次

<b>1. 事業の概要</b> .....	<b>1</b>
1.1 事業の名称.....	1
1.2 協議会の概要.....	1
1.3 事業概要.....	1
1.4 実施体制.....	2
1.5 実施工程.....	2
<b>2. 事業報告</b> .....	<b>5</b>
2.1 協議会開催状況.....	5
2.2 制度文書.....	5
2.3 排出量・クレジット等管理システム.....	5
2.4 広報ツール.....	6
2.5 事業報告.....	6
2.6 マスコミからの取材の有無.....	8
<b>3. 事業の総括</b> .....	<b>9</b>
<b>4. 今後の展望</b> .....	<b>12</b>
<b>参考資料</b> .....	<b>12</b>

# 1. 事業の概要

## 1.1 事業の名称

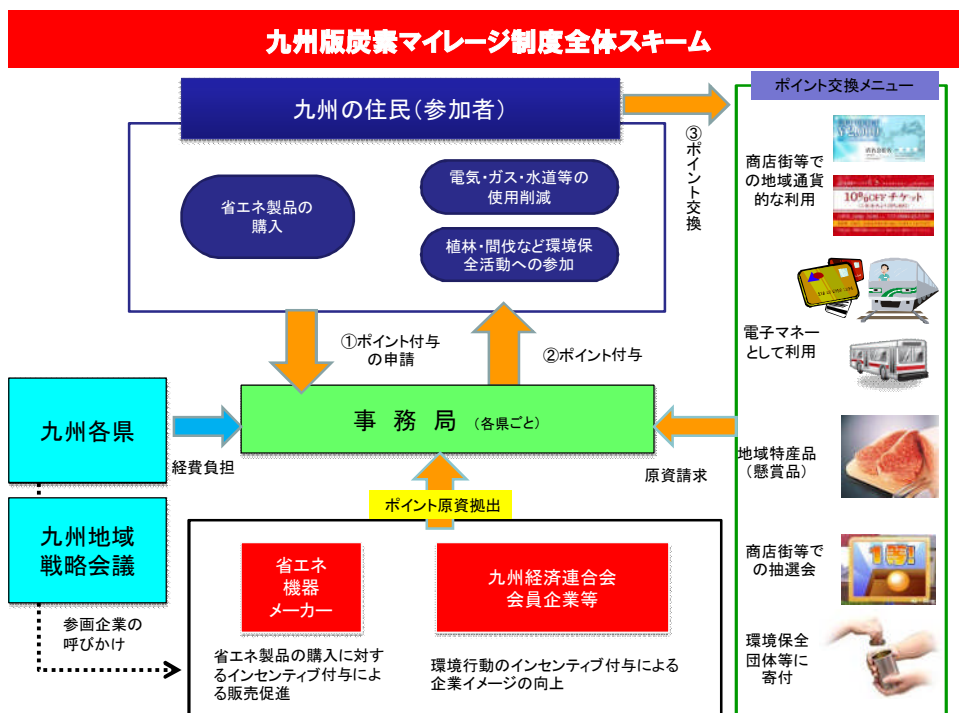
九州版炭素マイレージ制度推進事業

## 1.2 協議会の概要

表 1-1 協議会の概要

(1)協議会の名称	九州版炭素マイレージ制度推進協議会
(2)地方公共団体	福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県
(3)その他構成機関	九州各県地球温暖化防止活動推進センター、(社)九州経済連合会、九州経済同友会、九州経営者協会、九州商工会議所連合会、(財)九州経済調査協会、早稲田大学環境総合研究センター、九州旅客鉄道株式会社、西日本鉄道株式会社、西部ガス株式会社、九州電力株式会社、大分瓦斯株式会社
(4)設立年月日	平成24年8月20日

## 1.3 事業概要



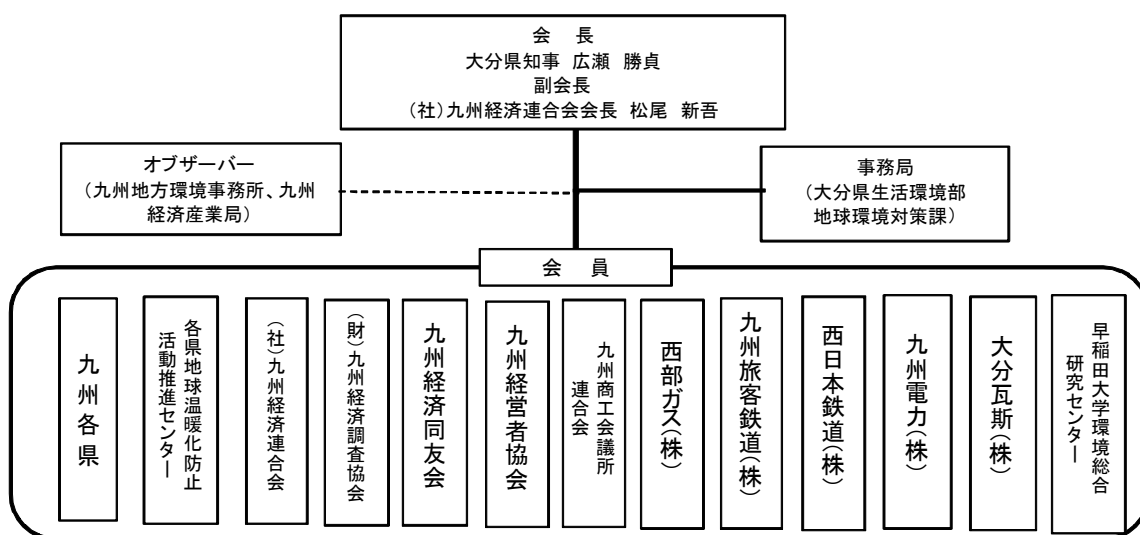
九州の家庭でのCO<sub>2</sub>排出量は各県とも増加しており、CO<sub>2</sub>排出削減のためには従来の普及啓発だけでは限界がある。そこで、九州の官民が一体となって持続可能なシステムの構築に取り組むこととし、家庭における電気、ガス、水道量の使用量削減や省エネ製品の購入、

また間伐など環境保全活動にインセンティブ（ポイント）を付与する。ポイント交換について、道の駅や農林水産物直売所などで地域通貨券として利用する。

本モデル事業では、その仕組みづくりを行うため、住民や企業を対象としたアンケート及びヒアリングなどのフィージビリティ調査を実施し、調査結果をもとに事業スキーム及びシステム（プラットフォーム）を決定する。そのシステムを活用して、九州各県で2月間、世帯数を設定して、電気使用量の削減などβ調査等を実施・検証することにより、来年度以降における九州版炭素マイレージ制度の仕組みを構築する。β調査では、ポイント交換原資として企業からの資金提供をお願いするために企業を個別に回ったり、事業者が集まる場で本制度の説明及び資金提供をお願いした。

また、企業や住民に対してWEBや新聞など通じて広報活動を行い、本制度の周知徹底を図る。

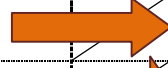

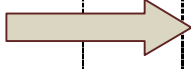
#### 1.4 実施体制



#### 1.5 実施工程

検討・実施項目	平成24年度							
	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
第1回協議会								
実施計画書作成時点における計画（計画時）	■							
報告時点における実績・計画（報告時）	8/20 開催							
フィージビリティ調査								
計画時	→							
報告時	→							

検討・実施項目	平成24年度							
	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
フィージビリティ調査結果検証								
計画時								
報告時								
システム（プラットフォーム）決定・開発、WGによる検討								
計画時								
報告時								
第1回WG								
計画時								
報告時			10/15 開催					
第2回協議会								
計画時								
報告時			10/26 開催					
各県経済団体等事業説明								
計画時								
報告時								
参加企業訪問、募集説明会開催、ファンド検討								
計画時								
報告時								
第2回WG								
計画時								
報告時				11/6 開催				
第3回協議会								
計画時								
報告時					12/25 開催			
β調査広報宣伝								
計画時								
報告時								
β調査参加者募集								
計画時								
報告時								
β調査								
計画時								
報告時								

検討・実施項目	平成24年度							
	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
<u>β調査結果検証</u>								
計画時								
報告時								
<u>第3回WG</u>								
計画時								
報告時								3/1 開催
<u>システム改良</u>								
計画時								
報告時								
<u>事業成果中間報告書作成</u>								
計画時								
報告時								
<u>県民広報</u>								
計画時								
報告時								
<u>H25実施スケジュール検討</u>								
計画時								
報告時								
<u>第4回協議会</u>								
計画時								
報告時								開催 せず

## 2. 事業報告

### 2.1 協議会開催状況

表 2-1 協議会開催状況

回	年月日	参加者数	主要議題
第1回	平成 24 年 8 月 20 日	28 名	1.協議会設立について 2.九州版炭素マイレージ制度事業について 3.FS調査事業について
第2回	平成 24 年 10 月 26 日	25 名	1.FS調査事業の結果について 2.制度スキームについて 3.β 調査の進め方について
第3回	平成 24 年 12 月 25 日	28 名	1.制度スキームと各主体の役割について 2.β 調査実施状況について 3.制度の名称募集について

### 2.2 制度文書

表 2-2 制度文書一覧

文書名	内容
九州版炭素マイレージ制度推進協議会規約	・事業の目的 ・役員 ・会員 等
九州版炭素マイレージ制度推進協議会旅費規程	・協議会の旅費に関する規程

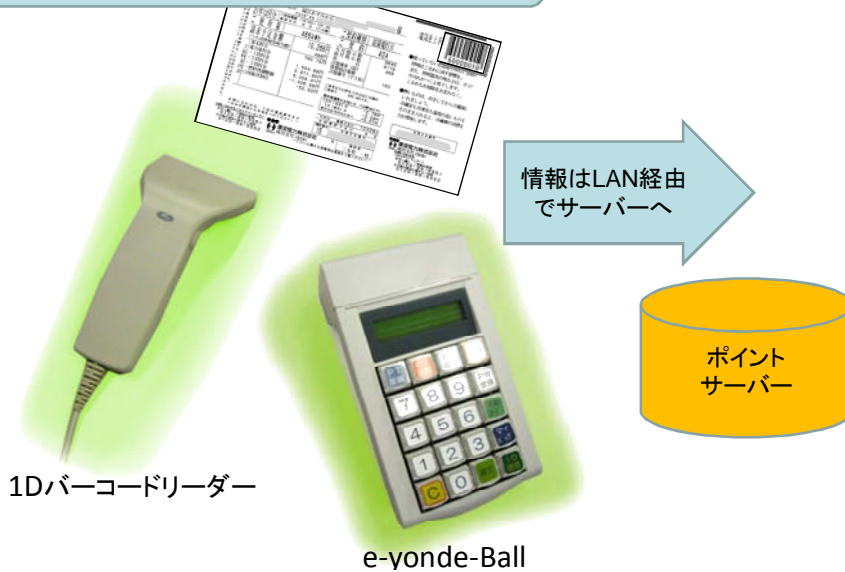
### 2.3 排出量・クレジット等管理システム

β 調査における管理システムは、早稲田大学のバーコードシステムを採用。バーコードシステムは WEB を用いることなく、参加者に付与されたバーコードに削減量等情報を入力する。参加者からすれば今回の β 調査の場合、電気検針票にバーコードを貼付したものを事務局に送付するだけという簡単な手続き。環境保全活動に参加する場合、参加者がバーコードを持っていれば、ポイントはいつでも入力可能。また、バーコードを持ってさえいれば将来的にホームページを立ち上げた場合、そこからポイント獲得点数や交換メニューを閲覧できる。事務局としてはバーコードにバーコードリーダーをかざし、ポイントを入力するだけである。ポイントの管理は早稲田大学のサーバにより行う。

なお、β 調査での電気使用量の削減量は前年同月比で算定。

## ポイントの登録

参加者IDバーコードの読み取りと、付与ポイントを入力するだけで参加者にポイントが付与される



### 2.4 広報ツール

表 2-3 広報ツール一覧

区分	対象	作成部数	配布方法	内容
リーフレット	市民	5,000部	自治会、県の機関、市町村、企業、地球温暖化防止活動推進員、環境関連団体等に郵送	β調査事業の参加者募集(電気使用量削減)
リーフレット	工事施工業者	10,000部	施工業者に対する説明会で配付	β調査事業の参加者募集(TOTO(株)の省エネ製品)
ウェブページ	市民	—	九州各県庁HPでお知らせ	β調査事業の参加者募集(電気使用量削減)

### 2.5 事業報告

#### ①フィージビリティ調査

##### ・アンケート調査

一般住民に対してインターネットによるアンケート調査を9月4日から5日にかけて行った。サンプル数目標2,000に対して2,064。

結果については資料参照。

##### ・グループインタビュー



9月28日から10月6日まで九州各県でそれぞれ実施。福岡県6名、佐賀県10名、長崎県16名、熊本県12名、大分県12名、宮崎県15名、鹿児島県11名参加。結果については資料参照。

## ②β調査

- ・対象は電気使用量削減と省エネ製品の購入。
- ・電気使用量削減は福岡県、宮崎県を除く5県で実施。期間はH24.12からH25.1の2月分。各県500世帯を目標とする。
- ・電気使用量削減の参加者は佐賀県203世帯、長崎県530世帯、熊本県238世帯、大分県320世帯、鹿児島県285世帯で合計1,576世帯。
- ・省エネ製品購入については、TOTO株式会社の製品（ウオシュレット、水栓金具）を対象にH25.1からH25.2まで実施。福岡県と大分県のみ対象。
- ・省エネ製品購入参加者は115人。うちウオシュレット36人、水栓金具79人。
- ・システムは早稲田大学のバーコードシステムを採用。
- ・ポイント交換については道の駅や地域の店で使用できるクーポン券（300円相当）及び削減量に応じた懸賞品（九州の企業から提供）。
- ・参加者には事業の内容について問うアンケート調査実施。

## ③WG

協議会を実施する前に各県の担当者及び地球温暖化防止活動推進センターから構成されるWGを実施。制度の仕組みなど協議会での議案を検討。3回実施。

## ④企業訪問

九州版炭素マイレージ制度について企業から理解をもらうことを目的として実施。九州各県100社程度訪問。

## ⑤説明会

商工会議所などの経済団体、市町村など行政機関、また消費者団体でのセミナーや会合等での本制度に関する説明会を実施。今回、β調査の省エネ製品の購入行動で参加したTOTO株式会社における施工業者を集めて説明会を実施した。

## ⑥愛称募集

九州版炭素マイレージ制度を広く住民に周知してもらうため、愛称を募集。108点の応募があり、「九州エコライフポイント」が最優秀賞となり、今後、この愛称を用いて広報活動を行う。

## 2.6 マスコミからの取材の有無

表 2-4 取材実績一覧

媒体	取材を受けた日	取材を受けた者	取材場所	放送日・発刊日
大分合同新聞	H24.12.20	大分県地球環境 対策課 吉田 豊三	大分県地球環境 対策課	H24.12.20
西日本新聞、共同通信	H25.2.13 及び 14	大分県地球環境 対策課 吉田 豊三 長崎県未来環境 推進課 辻 麻衣子	大分県地球環境 対策課  長崎県未来環境 推進課	H25.2.14 及び 15

### 3. 事業の総括

表 3-1 事業実施結果

視 点	結 果 ・ 内 容
<b>(1) モデル事業の成果</b>	
①目標設定と達成度	<p>フィージビリティ調査等に基づき協議会で決定したシステムを、九州各県のモデル地区でβ調査を実施し、省エネ行動である電気使用量の削減量を目標として設定する。</p> <p>計画では目標を九州 7 県各 1,000 世帯で 1 月間実施し、135.1t のCO2排出削減量と設定していた。今回のβ調査では九州各県で電気使用量の削減行動を実施した。県によって実施期間が 1 月から 3 月までと統一できなかったこと、また目標世帯数も九州全県で 2,241 件と目標数値には及ばなかった。削減量についても九州全体で 211,377kWh の削減量で、CO2 に換算するとおよそ 111t を削減したが、目標として設定していた 135.1t/月には及ばなかった。</p>
②温室効果ガスの削減効果	<p>β調査の実施により、CO2がどれだけ削減されたかを図ることとしている。電気使用量の削減効果は上記のとおりで、β調査で実施した省エネ製品(ウオシュレットと水栓金具)の購入によるCO2排出削減量は 2 月間で 361.1kgであった。</p>
③消費電力及び消費電力量の削減効果	<p>β調査の実施により、電力量がどれだけ削減されたかを図ることとしている。消費電力量の削減効果は上記のとおり。</p>
④採択金額に対する費用対効果	<p>予定費用効果 9,956 円/t-CO2</p>
⑤運営コスト	<ul style="list-style-type: none"> <li>・本制度のシステムについては既存のシステムを用いた。</li> <li>・既存のシステムでも、いろいろなシステムと内容や費用の比較をしながら決定した。</li> <li>・ポイント事務は事務局である大分県が一元管理。</li> </ul>
<b>(2) モデル事業の評価</b>	
①先進性・独自性	<ul style="list-style-type: none"> <li>・九州の官民が一体となって広域的に取り組む地球温暖化対策事業であること。</li> <li>・家庭でのCO2排出削減を促進させるため、電気使用量の削減や省エネ製品の購入など CO2 削減行動に経済的インセンティブを付与。</li> <li>・ポイント交換は、地域の商店街や道の駅などで使用できる地域通貨券とし、ポイントの「地産地消」を考慮したものであること。</li> </ul>
②幅広い対象者の設定	<p>対象者については、九州内での家庭としている。</p>
③取り組みやすさ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・住民に多く参加してもらうことがこの事業を成功させるポイントである。そのため、参加しやすい申請手続きが必要となるため、簡易なものとした。</li> <li>・申請については誰でも参加できるよう、郵送、FAX、メール、ネットからの申請とさまざまな媒体を活用できるようにし</li> </ul>

	<p>た。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・β調査では、報告の手間がかからないように電気検針票の提出だけ(バーコードを貼付して)をお願いした。</li> <li>・ポイント交換についても買物の利便性も考慮して、地域の商店で利用できるようにした。</li> </ul>
④対象者からの評価	<p>β調査時にアンケート調査を実施(対象者 1,022名)。設問は、モデル事業(β調査)の認知方法、モデル事業後の環境意識の変化、本制度の地球温暖化対策に対する影響、モデル事業の理解度、改善点など。回答の中での本制度に対する主な評価は以下のとおり。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・モデル事業に参加したことにより環境意識が高まった。</li> <li>・九州版炭素マイレージ制度は地球温暖化対策に効果がある。</li> <li>・モデル事業について、分かりやすかったの意見が聞かれる反面、分かりにくかった、制度の分かりやすい説明が必要との声も大きい。</li> <li>・今回のモデル事業では、電気使用量の削減を実施したが、水道使用量の削減やガス使用量の削減を削減行動追加して欲しいという意見。</li> <li>・本制度が本格的に実施された場合の参加意向について、半数が参加したいであったが、分からないがやはり半数近くあった。</li> </ul>
⑤課題・問題点等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・広域で取り組む場合の各県との意見調整について、各県とも状況異なるためスムーズにはいかなかった。県が統一するということは相当にハードルが高い。広域事業の運営の難しさを感じる。</li> <li>→なぜ、この制度を行うのか。根本から時間をかけて協議し、理解してもらった上でシステム設計に取りかかる。上からの命令ではなく、会員のコンセンサスを協議を重ねながら形成していく。システム設計では、各県の事情をよく考慮し、取り入れるべきものがあれば利用する。</li> <li>・事務局対県、企業、温暖化防止センターという型を壊すのに相当なエネルギーを費やした。</li> <li>→事務局の一方的な押しつけでは話は進まない。対立を生むだけ。ある程度の叩き台を作成した上で議論していくこと。</li> <li>・β調査について準備期間がなく、周知がうまくできず目標世帯数まで届かなかった。</li> <li>→反面、時間がないながらも実績数を集められたのは各県担当者の努力によるもの。</li> <li>・既に節電事業を実施している県、温暖化防止センターとの調整が図れなかった。</li> <li>→事務局の力不足。</li> <li>・企業からの原資負担について、ただCSRとしてだけでは企</li> </ul>

	<p>業は関心を持たない。なんらかの見返り(企業メリット)を提案する必要がある。</p> <p>→本制度での大きな課題。企業視線の見方ができなかった。H25年度は「今後の展望」に記述したように、オフセットクレジットを用いて原資提供のお願いに上がりたい。</p> <p>・経済団体会員における協議会参加意識の温度差がはっきりしていた。</p> <p>→会員企業にとっては所属している経済団体からの意向が重要なポイントを占める。よって、経済団体を十分に巻き込むことが必要。そのためには本制度の必要性について経済団体に十分理解してもらうこと。今回は事務局の説明不足。</p> <p>・β調査について、参加者住民にはなるべく負担がかからぬよう制度の分かりやすい説明や資料提出の簡易さを考えてβ調査を設計したが、それでも分かりにくさや資料提出方法の簡素化が意見として出ていた。</p> <p>→来年度、本格実施の際にはポイント対象行動が増えるので、参加者を増やすために分かりやすい周知方法や最低限の資料提出に心がけていきたい。</p>
--	--

#### 4. 今後の展望

- ・今回のモデル事業を検証することにより、来年度の本格実施に向けて仕組みを再度見直していきたい。来年度は別添資料にあるとおり、九州全域で電気、ガス、水道の使用量削減、省エネ製品の購入、環境行動に対してポイントを付与する。ポイント交換については、地域通貨的な利用や電子マネーとして使えることを検討する。地産地消という観点から、特に道の駅や農産物直売所で使用できるように店の協力を求めていきたい。実施期間は夏又は冬の節電期間にあわせる。
- ・この事業は九州地域戦略会議のモデル事業としての位置づけもあるので、モデル事業の目標期間である 2020 年度までは継続させたい。そのためには、毎年の事業を検証していくことはもちろんであるが、大きな課題である原資を企業からいかに集めるかということをよく検討していくこととする。
- ・原資提供については、オフセットクレジットを絡めたやり方を企業に提案。具体的には九州内で売却されていないオフセットクレジットを認証取得者から協議会が譲り受け、企業に少量ずつ売却する。単なる寄付ではなくオフセットクレジットを購入したということで企業のイメージアップにつながる。また、オフセットクレジットのシールを販売し原資を獲得。企業は製品にシールを貼って九州版炭素マイレージ制度に参加していること、及びオフセットクレジットを購入していることを対外的にアピール。
- ・原資については、企業だけではなく県からの財政負担も必要。少なくとも 3 年間は継続して予算要求する。ある程度、軌道に乗れば民間主導に移行できればと考える。
- ・省エネ製品については協議会で専門家による審査会を開催。省エネ製品について九州版炭素マイレージ制度推進協議会が認定したものについて権威付けをし、企業は九州版炭素マイレージ制度と認められたことで他製品と差別化を図れる。
- ・九州 7 県でうまく回っていくことが出来れば、隣県の山口県や沖縄県、また政令指定都市でエコチケット事業を既に実施している、また実施を予定している福岡市、北九州市、熊本市を巻き込むことは可能である。
- ・広域での地球温暖化対策のモデル事業が確立されれば全国的に波及できると思われる。

#### 参考資料

- 資料 1 九州版炭素マイレージ制度推進協議会規約
- 資料 2 第 1 回九州版炭素マイレージ制度推進協議会出席者
- 資料 3 " 議事録
- 資料 4 " 資料一式
- 資料 5 第 2 回九州版炭素マイレージ制度推進協議会出席者
- 資料 6 " 議事録
- 資料 7 " 資料一式
- 資料 8 第 3 回九州版炭素マイレージ制度推進協議会出席者
- 資料 9 " 議事録
- 資料 10 " 資料一式
- 資料 11 β 調査新聞記事

資料 12 愛称募集要綱

資料 13 愛称決定資料

資料 14 九州版炭素マイレージ制度に係る新聞記事

資料 15 アンケート調査表

資料 16 アンケート調査結果分析

資料 17  $\beta$  調査結果分析（未作成）