

エコ・アクション・ポイント

対象商品・サービス・行動の考え方（試行）

1. 趣 旨

京都議定書により2008年～2012年の5年間で、我が国には1990年比6%のCO2削減義務が課されている。しかしながら、家庭部門等のCO2排出量は、1990年以来、増加傾向が改善されず、早急な対策が必要とされている。従来から、様々な普及啓発の施策が講じられ、一般消費者の地球温暖化問題についての認識は高まっているものの、家庭部門等のCO2排出量の増加傾向になかなか歯止めが懸からないという現実を踏まえ、従来からの普及啓発に加えて、一般消費者を具体的な省CO2行動に誘導するより直接的な政策ツールとして、環境省は今般「エコポイント等CO2削減のための環境行動促進モデル事業」（以下「モデル事業」という。）を実施することとした。本事業の実施に当たっては、温室効果ガスの削減の効果のある商品・サービスの購入や行動に限定してポイントを付与していくことが重要である。このため、環境省は、モデル事業の実施に当たって、エコ・アクション・ポイントの付与対象とし得る商品・サービス・行動の考え方を示すとともに、エコ・アクション・ポイントの付与に関する留意事項を示すこととした。

なお、本「考え方」に沿って今年度のモデル事業を行うこととなるが、モデル事業を通じて、本「考え方」自体も検証し、今後、必要に応じて改訂を加えていくこととする。

また、本「考え方」の検討に当たっては、以下に示すエコ・アクション・ポイント対象商品等の登録の考え方検討会を設置し、検討を行った。

エコポイント対象商品の登録の考え方検討会名簿（敬称略）

座長	中上 英俊	株式会社住環境研究所所長
	大久保 規子	大阪大学大学院法学研究科教授
	大島 美保	アスクル株式会社
	上岡 裕	エコロジーオンライン代表
	真継 博	財団法人ひょうご環境創造協会専務理事
	松村 隆	芝浦工業大学システム工学部環境システム学科教授

2. エコ・アクション・ポイント対象商品・サービス・行動の登録について

モデル事業の実施に当たっては、温室効果ガス削減効果が認められる行動に適切にポイントを付与していく観点から、環境省のエコ・アクション・ポイントのポイントシステムを運営する事業者は、当該システムで提供するエコ・アクション・ポイントの付与対象としようとする商品、サービス、行動を本「考え方」に照らして、審査・選考し、適合するものをエコ・アクション・ポイントの付与対象とすることとし、環境省に予め登録することとする。

エコ・アクション・ポイントを発行し、その原資を負担する事業者（以下「原資提供企業」という。）は、本「考え方」に適合した商品・サービスの範囲内でエコ・アクション・ポイントを発行する商品を選定することが期待される。

本「考え方」に適合する商品等の中で、どの商品等に、どの販売ルートで、どれだけの期間、どれだけの量、エコ・アクション・ポイントを発行するかは、個々の原資提供企業の予算規模、参加戦略によって大きく異なり、また、商品等の性格、価格帯、利幅によっても大きく異なるため、原資提供企業の幅広い参加を可能としエコ・アクション・ポイントのビジネスとしての自立的な普及拡大を期する観点から、また、可能な限り多様な商品等をエコ・アクション・ポイントの対象とする観点から、これらについては原資提供企業が決定することとする。

3. エコ・アクション・ポイント対象商品・サービス等の登録の基本原則

家庭部門等での温室効果ガス削減のため、温暖化対策型の商品・サービス等の普及拡大の手段としてエコ・アクション・ポイントを位置づけるという観点から、以下の各項目をエコ・アクション・ポイント対象商品・サービス等の登録の基本原則とする。

(1) エコ・アクション・ポイント対象商品・サービスの基本原則

- ①家庭等での使用段階での温室効果ガスの排出削減に資する商品・サービスの購入。（商品・サービス原則1）
- ②家庭等での使用段階での温室効果ガスの排出のない商品・サービスの内、廃棄（焼却処分）段階での温室効果ガスの排出削減に資する商品・サービスの購入。（商品・サービス原則2）
- ③家庭等での使用段階・廃棄段階での温室効果ガスの排出のない商品・サービスの購入の内、エコ・アクション・ポイント対象商品等の拡大の観点から特に必要と思われるものについて、生産・輸送段階での温室効果

ガスの排出削減に資する観点から個別に検討するもの。(商品・サービス原則 3)

- ④カーボン・オフセットが組み込まれた商品・サービスの購入。(商品・サービス原則 4)

(2) エコ・アクション・ポイント対象行動の基本原則

- ①家庭における電力・ガスの削減等の取組により温室効果ガスの排出削減に資するもので、その取組量及びそれに伴う温室効果ガスの排出削減量が客観的に確認できるもの
- ②カーボン・オフセット付きイベント等の温暖化対策型の無償イベントへの消費者の参加

4. 商品・サービスに係る考え方

商品・サービス分野別における3の考え方に基づく具体的な「商品・サービスの購入」は以下の通りとする。

I 商品

(1) 家電製品

- ①省エネマークの付与されている商品。
- ②多段階評価にて★★(2つ星)以上付与されている商品。
- ③原資提供企業が、①又は②とおおむね同等以上の使用時省エネ性能を有することを証明した商品。

(2) 自動車

- ①ハイブリッド車
- ②天然ガス自動車
- ③原資提供企業がおおむね1割以上の燃費の向上に資することを証明した後付の自動車部品。

(3) 住宅

- ①太陽光発電システム
- ②太陽熱利用システム
- ③小型風力システム
- ④潜熱回収型給湯器(給湯効率90%以上、給湯能力60号以下)
- ⑤コージェネレーション・システム(総合効率60%以上、貯湯容量120リットル)

ル以上)

- ⑥CO₂冷媒ヒートポンプ給湯器 (COP4.0 以上)
- ⑦複層ガラス
- ⑧断熱材リフォーム (最新の断熱基準を満たすリフォーム)
- ⑨庭への植樹 (中・高木)
- ⑩その他住宅・庭園設備であって原資提供企業が以上とおおむね同等以上の温室効果ガス排出削減効果を証明したもの。

(4) 文房具

エコマーク基準の内、エコマーク商品類型 No. 112「文具・事務用品」に係る基準に該当するもの。(ただし、白墨、色白墨、グラウンド用白線は除く。)

(5) 家具

- ①エコマーク基準の内、エコマーク商品類型 No. 130「家具」に係る基準に該当するもの。(ただし、ガラス、繊維のうち未利用繊維・反毛繊維・天然繊維に係るものは除く。)
- ②非化石資源を原料とするプラスチックを 20%以上用いたもの。

(6) 家庭用品

- ①エコマーク基準の内、エコマーク商品類型 No. 128「日用品」に係る基準に該当するもの。(ただし、ガラス、ゴム、焼物、繊維のうち未利用繊維・反毛繊維・天然繊維に係るものは除く。)
- ②エコマーク基準の内、エコマーク商品類型 No. 118「プラスチック製品」に係る基準に該当するもの。
- ③エコマーク基準の内、エコマーク商品類型 No. 140「詰め替え容器・省資源型の容器」に係る基準に該当するもの。
- ④非化石資源を原料とするプラスチックを 50%以上用いたもの。

(7) 衣料品

- ①エコマーク基準の内、エコマーク商品類型 No. 103「衣服」に係る基準に該当するもの。(ただし、未利用繊維・反毛繊維・天然繊維に係るものは除く。)
- ②天然有機素材から作られた製品であって生産段階で再生可能エネルギーをおおむね 3%以上用いているもの。

(8) 食品

- ①販売店からおおむね 50km 以内又は同一都道府県内で生産・採取された食品。

(ただし、加熱された温室で製造されたもの、冷蔵・冷凍保存されているものを除く。)

②生産段階で再生可能エネルギーをおおむね 3%以上用いている食品。

(9) バイオ燃料

バイオエタノール、BDF を用いている燃料

(10) リユース商品

本、CD、DVD、ビデオ、ソフト、洋服、雑貨、ゴルフ用品、楽器などのリユース商品。(ただしエネルギー使用商品は除く。)

(11) オフセット付き商品

3.(1)のエコ・アクション・ポイント対象商品・サービスの基本原則①に該当する商品については使用段階、基本原則②に該当する商品については廃棄段階、基本原則③に該当する商品については生産・輸送段階に排出される温室効果ガスのおおむね 20%以上を CDM 等によりオフセットするコストを織り込んだ商品

II サービス

(1) レストラン

- ①「I (8) 食品」の基準を満たす食品を用いて調理をした料理
- ②調理段階で再生可能エネルギーをおおむね 3%以上用いている料理

(2) 宅配

一回目で配達された宅配便

(3) ホテル

- ①主たるエネルギー供給設備として、コージェネレーション設備やヒートポンプ式給湯設備等を導入しているホテルでの宿泊
- ②再生可能エネルギーをおおむね 3%以上用いているホテルでの宿泊
- ③アメニティーグッズの削減を行った宿泊
- ④連泊した場合にベッドメイキングを断った宿泊

(4) 公共交通機関

バス、電車等の公共交通機関の利用

(5) レジ袋等を利用しない購買

レジ袋、紙袋等の包装を利用しない購買、リユースやリサイクル包装・容器による商品の購買、また弁当等に伴い配布される割り箸、スプーン、お手ふき等を利用しない購買

(6) カーシェアリング

カーシェアリングの利用

(7) 省エネ行動促進型の金融サービス

省エネ商品購入時の融資金利優遇、省エネ型商品の購入による保険割引等金融、保険を通じて、省エネ商品・サービスの購入・利用等を促す金融サービス

(8) オフセット付きサービス

サービスの提供時に排出される温室効果ガスのおおむね 20%以上を CDM 等によりオフセットするコストを織り込んだサービス

5. 温室効果ガス削減行動に係る登録の考え方

3の考え方に基づき、エコ・アクション・ポイントの対象となる行動は以下の通りとする。

- ・電気、ガス、水の使用量の削減
- ・バイオ燃料の無償利用
- ・オフセット付きの無償イベントへの参加
- ・自転車通勤運動への参加などの無償の温暖化対策イベントへの参加

6. その他

その他4、5と同等の温室効果ガス削減効果を持つ商品・サービス・行動として環境省が認めるもの

7. エコ・アクション・ポイント付与に際しての留意事項

- (1) 原資提供企業は、自社の同種の製品に、同一期間において、エコ・アクション・ポイントを発行する場合には、温暖化対策性能に応じて、エコ・アクション・ポイントを傾斜発行するよう努めるものとする。

- (2) 本「考え方」に適合しない商品・サービス・行動に対してエコ・アクション・ポイントを発行した原資提供企業に対しては、必要に応じて環境省は、ブランド名（エコ・アクション・ポイント）・ロゴの使用の停止等の所要の措置を講ずることとする。
- (3) 本「考え方」については、企業の要望や技術開発動向を勘案し、適宜見直しを行うものとする。
- (4) 原資提供企業が当該商品の生産者とは異なる等により、本「考え方」の適合性に関する情報を有しない場合、生産者等の情報保有者は原資提供企業に対する情報提供に協力するよう努めるものとする。
- (5) 再生可能エネルギー利用や輸送距離のように時期により数値が変動するケースの場合、商品のポイント発行期間における平均値をもって適合性を評価することとする。期間が限定されていない場合は、年平均値をもって適合性を評価することとする。