

3.4.2 原資提供事業者（企業・NPO・自治体等）にとっての参加メリット

原資提供事業者（企業、NPO、自治体等）として参加するメリットの例を以下に示す。

省エネ・温室削減効果など環境配慮に優れた自社商品・サービス等や、環境に配慮した事業者姿勢を顧客等にアピールすることができ、ブランド力向上につなげることができる（コースマーケティングに活用することができる）。

環境省が運用状況のチェック・評価等を行っている、信頼性・公平性が一定程度確保された環境配慮型のポイントプログラムである。

ポイント発行実績が多い事業者に対しては、メインプラットフォームが表彰を行っており、事業者のCSR活動の観点でも大きなメリットがある。

省パッケージ商品やペーパーレスサービス等の利用促進、社員によるエレベーターや紙の使用抑制等の促進により、事業活動における環境負荷やコストを削減することができる。また、ポイントシステム構築費についても、新たにシステムを構築する場合に比べ、既存のプラットフォームを利用することでコストを削減できる。

自らが提供したエコアクションによる環境負荷低減効果を見える化することができる。把握した環境負荷低減効果について、自らのホームページや環境報告書等でアピールすることもできる。

地域資源を活用したエコアクションを対象商品としたり、交換商品として提供した場合、地域経済の活性化に寄与することができる。

本プログラムを活用したエコアクションに関して、関係する部署・主体間の創意工夫を促すことができる。

コースマーケティング： 企業の社会問題や環境問題などへの積極的な取り組みを対外的にアピールすることで顧客の興味を喚起し、利益の獲得を目指すマーケティング手法

ブランド力向上	<ul style="list-style-type: none"> 環境配慮に優れた自社商品・サービス等や、環境に配慮した事業者姿勢を顧客等にアピールすることができる（コースマーケティングに活用することができる） 環境省が運用状況のチェック・評価等を行っている、信頼性・公平性が一定程度確保された環境配慮型のポイントプログラムである ポイント発行実績が多い事業者に対し、メインプラットフォームが表彰を行っている
環境負荷・コストの削減	<ul style="list-style-type: none"> 事業活動における環境負荷やコストを削減することができる ポイントシステム構築費についても、新たにシステムを構築する場合に比べ、既存のプラットフォームを利用することでコストを削減できる
環境負荷低減効果の見える化	<ul style="list-style-type: none"> 自らが提供したエコアクションによる環境負荷低減効果を見える化することができる 把握した環境負荷低減効果を、ホームページや環境報告書等でアピールすることができる
地域経済の活性化	<ul style="list-style-type: none"> 地域資源を活用したエコアクションを対象商品としたり、交換商品として提供した場合、地域経済の活性化に寄与することができる
組織内の創意工夫の促進	<ul style="list-style-type: none"> 本プログラムを活用したエコアクションに関して、関係する部署・主体間の創意工夫を促すことができる

図3-5 エコ・アクション・ポイントプログラムの参加メリット

【解説・注釈】

- ・事業者の継続的な環境対策の推進のためには、提供する商品・サービスの販売促進という事業者の本業の拡大を通じて環境負荷低減の取組に貢献するという視点が必要不可欠である。そのため、環境負荷低減に貢献する商品・サービスの技術開発やラインアップ拡充とともに、幅広い消費者の認知・関心喚起により当該商品・サービスの市場形成・拡大を図る必要がある。エコ・アクション・ポイントの導入により、当該商品・サービスに一般的な普及啓発手法を越えた直接的インセンティブが付与され、当該商品・サービスの市場形成・拡大に資することができると考えられる。
- ・また、事業者の間ではポイントの乱立により既存のポイントプログラム実施による差別化が難しくなりつつある。環境負荷低減に貢献する商品・サービスにのみ付与可能なポイントプログラムへの参加により、事業者単独では成しえない差別化が実現できると考えられる。
- ・エコ・アクション・ポイントプログラムは、家庭部門の環境配慮行動の促進に有効な数少ない手法の一つであり、これは自治体における環境配慮行動の促進策としても有効である。
- ・既にプラットフォームが構築されており、参加者の創意工夫によって、多様なビジネスモデルを構築するための基盤インフラとして活用することができる。
- ・地域通貨などを転換することも可能であり、地域活性化の一つのツールとすることができる。

原資提供事業者の声：(株)りそなホールディングス

りそなグループの各銀行では、通帳を発行しないことで紙の削減に貢献する普通預金口座「TIMO(ティモ)」を選択されたお客さまにポイントを進呈しています。

また、りそな銀行では投資信託の交付書類を電子媒体で提供する「投資信託電子交付サービス」を選択されたお客さまにもポイントを進呈しています。

ペーパーレスへの取り組みが地球環境への貢献に繋がっていることが、エコ・アクション・ポイントという形で「見える化」されることで、「紙がないと不安」というお客さまにも、上記サービスへのご協力をお願いしやすくなりました。

今後も、個人・法人たくさんのお取引先を持つ金融機関の特性を活かし、多くの方々に環境問題を意識するきっかけを提供し、エコアクションを呼びかけていきたいと考えています。

原資提供事業者の声：北海道下川町

下川町は平成20年に「環境モデル都市」に認定され、森林活用を中心とする低炭素化の取り組みを進めており、町民と連携した低炭素なまちづくりの一環として平成22年から「北海道エコ・アクション・ポイント(EAP)」を実施してきました。

町内における公共交通や公共温泉の利用、地産商品の購入に加え、町民向けエコツアーや、バイオマスライブ等への参加に対してもポイントを付与し、EAPへの参加を通じて町の施策に理解を深める町民も増えています。

このように、EAPは、低炭素活動に対する経済的インセンティブの付与により、町民意識を転換させる効果に加え、地域内経済循環の創出、関連施策の普及啓発にも大きな可能性を持っていると言えます。

町は今後、EAPの活用を拡充し、高齢者や環境関心層の外側にいる町民をとりこみ、低炭素社会構築と地域経済活性化にむけた官民一体の取り組み推進を図りたいと考えています。

3.4.3 サブプラットフォームについての参加メリット

サブプラットフォームにおけるメリットを以下に示す。

環境に配慮した事業者姿勢を顧客等にアピールすることができ、ブランド力向上につなげることができる。

環境省が運用状況のチェック・評価等を行っている、信頼性・公平性が一定程度確保された環境配慮型のポイントプログラムである。

自らのプラットフォーム内の参加事業者による環境負荷低減効果を、見える化することができる。把握した環境負荷低減効果について、自社・自団体のホームページや環境報告書等でアピールすることもできる。

地域資源を活用している原資提供事業者と連携・協調することで、地域経済の活性化に寄与することができる。

経済的メリットのある新規事業として活用することができる。

【解説・注釈】

- ・エコ・アクション・ポイントプログラムは各ステークホルダーが独立的に機能して、全体のプログラムを形成する仕組みであるため、サブプラットフォームにおいてもビジネスとして成立させることが求められる。

サブプラットフォームの声：(株)エコノス

当社が運営するエコ商品通販サイト「エコナミセ」は、エコ・アクション・ポイントがたまる・使える、エコなものだけを集めたショッピングモールです。

当社は「エコロジーとエコノミーの共生」というビジョンのもと、様々な環境ビジネスに取り組んでいますが、エコ・アクション・ポイントはまさにそれを体現しており、当社を通じてより広げていきたい、という思いです。より多くの企業にご参加頂くことで消費者の買い物やサービスの選択の幅が広がり、「消費行動で環境をより良い方に変えていくことができる」という考え方や実感が、より多くの消費者に認知されることを期待しています。

このプログラムは、まだまだ広がっていくチャンスに溢れています。ぜひ一緒に、未来のことを大切に思う環境カンパニーとしてエコ・アクション・ポイントとともに成長していきましょう！

4. プログラムへの参加方法

4.1 会員編

消費者・利用者が本プログラムに参加する際の基本的な手順は下図のとおり。



図 4-1 消費者・利用者の基本的な参加手順

各段階における具体的な手順を以下に示す。

会員登録する（無料）

本プログラムへの参加を希望する全ての消費者等は、メインプラットフォームあるいはサブプラットフォームが提供するホームページにアクセスし、必要な情報を入力することで会員登録することができる。

<http://eco-ap.jp/> へアクセス



上記画像は、PC画面のイメージです。別途、携帯電話端末にも対応しています。

図 4-2 会員登録の方法

エコアクションを実行する

本プログラムに登録承認されたエコアクション（環境配慮製品の購入、環境配慮サービスの利用等）を行う。



ポイントを獲得する

本プログラムに登録承認されたエコアクションを行った会員は、アクションナンバーが記載されたポイントシートを受け取るなど、事業者毎に決められた方法によりポイントを獲得することができる。（具体的なポイント獲得方法は「表 4-1 ポイント獲得の方法と具体的な方式（H23.3 現在）」に記載。）

アクションナンバー登録



<ポイントシートの例>
参加企業により、アクションナンバー配布方法は異なります。

上記画像は、PC画面のイメージです。別途、携帯電話端末にも対応しています。

図 4-3 ポイントの獲得履歴の確認

環境負荷低減効果を確認する

会員は、自らが行ったエコアクションによる環境負荷低減効果に関する情報を、プラットフォームから受け取ることができる。

CO ₂ 削減履歴		
過去100件のCO ₂ 削減履歴を表示します。		
ご利用日 ご利用内容	内容(ポイント発行元)	CO ₂ 削減量
2011年10月08日 加算	エコなポイント市場「エコイチ」の利用 (株式会社SAVAWAY)	0.060kg
2011年08月23日 加算	エコなポイント市場「エコイチ」の利用 (株式会社SAVAWAY)	0.060kg

上記画像は、PC画面のイメージです。別途、携帯電話端末にも対応しています。

図 4-4 環境負荷低減効果の確認画面

ポイントを交換する

会員は、自らが行ったエコアクションにより獲得したポイントを、様々な商品等に交換することができます。

交換商品選択

ポイント交換メニューの例

エコ関連商品

LED電球 圧力鍋

通常商品

液晶テレビ 旅の宿ギフト

商品券・他のポイント

JCBギフトカード マックカード

寄付・チャリティー

中央区の森への寄付 カーボンオフセット

参加企業提供商品

びっ(り)んキーお食事券(アレフ) 環境関連本(木葉舎) 手塚治虫エコマガジン(アトム通信)

ポイント交換フォーム入力・確認

図 4-5 ポイント交換画面

【解説・注釈】

- ・会員が会費等を支払う必要はない。また、会員の個人情報は、プラットフォームによる個人情報保護法に基づく管理により保護される。
- ・ポイントを獲得する方法は大別すると、会員がポイント申請する「アクションナンバー型」、企業がポイントを付与する「エコアクションID申請型」の2通りがある。
- ・また、具体的なポイント獲得方式は平成24年3月現在、5通り用意されており、今後も会員がポイントを獲得しやすい様々な方法を検討していく。

表4-1 ポイント獲得の方法と具体的な方式（平成24年3月現在）

<ポイント獲得方法>

	ポイント獲得方法	概要
アクションナンバー型	会員がポイント申請	会員はエコアクションを実施した際、「アクションナンバー」を取得する。プラットフォームのホームページにアクセスのうえ、アクションナンバーを入力することでポイントを獲得できる。
エコアクションID申請型	事業者がポイント登録	会員は事前にエコアクションIDを企業に登録する。会員がエコアクションを実施すると、事業者側でポイントを発行する。

<方式>

		概要
バ イ ク シ ョ ン ナ ン	ポイントシート方式	会員がエコアクションを行った際、事業者側で「アクションナンバー」を記載した「ポイントシート」を配布する。会員はプラットフォームのホームページにアクセスし、「アクションナンバー」を入力する。
	スタンプ方式	会員がエコアクションを行う度に、事業者が「スタンプシート」に押印する。スタンプが貯まったら、事業者が「ポイントシート」等アクションナンバーとの引き換えを行う。
	IC・携帯方式	事業者側で「ポイントシート」の代わりにリーダ/ライタを設置する。会員がエコアクション・ポイントアプリをダウンロードし、リーダ/ライタに携帯電話をかざすことで「アクションナンバー」入力までを一括で行う。
I E コ ア ク シ ョ ン	一括発行方式	会員は事前に事業者へエコアクションIDを登録する。エコアクションをする毎に事業者がポイントを発行する。
	API(アプリケーション・プログラミング・インタフェース)方式	一括付与方式の一種である。会員が事前に事業者サイトにエコアクションIDを登録することで、同サイト上でのエコアクションについて、事業者ホームページとプラットフォームのホームページが連動し、ポイントを自動的に発行する。

- ・ポイントには有効期限（プラットフォームが個別に設定）があるため、商品等と交換しないポイントは消滅する可能性がある。
- ・ポイントの発行対象となったエコアクションが登録取り消しとなった場合や、ポイント発行元の事業者が倒産してしまった場合でも、ポイントの有効期限までに登録されれば有効となる。

4.2 原資提供事業者（企業・NPO・自治体等）編

4.2.1 原資提供事業者としての参加

本プログラムに原資提供事業者として参加する際の基本的な手順は下図のとおり。

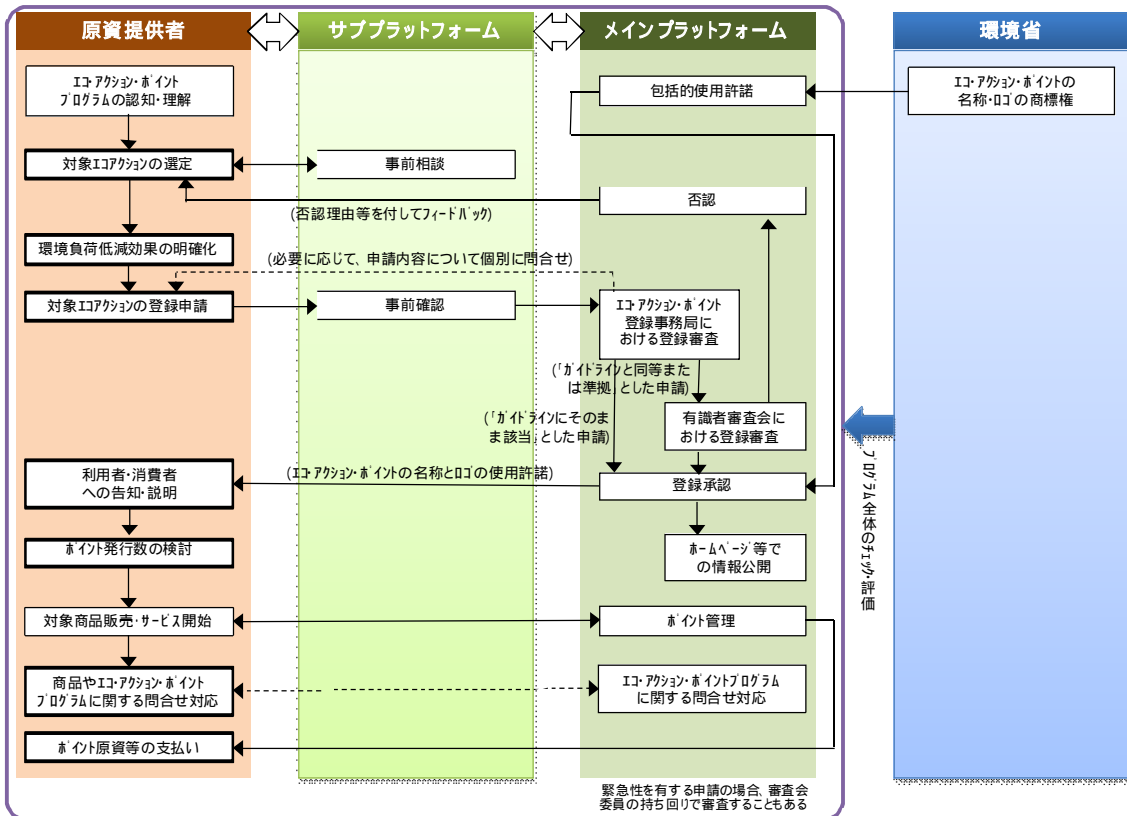


図 4-6 原資提供事業者にとっての基本的な手順

各段階における具体的な手順を以下に示す。

(1) 対象エコアクションの選定と環境負荷低減効果の明確化

原資提供事業者等は、自らが企画・提供する商品、サービス、イベント等のうち、対象となりうるエコアクションを選定し、承認基準への適合性に関する情報を収集するとともに、その環境負荷低減効果について登録申請書に記載する。環境負荷低減効果の評価は、可能な限り定量的に行うことが求められる。定量的評価が非常に困難な場合は、定性的評価を行い、想定される効果を登録申請書に記入する（この場合、環境負荷低減効果はゼロとカウント）。この場合も、原資提供事業者及びその他関係者は、環境負荷低減効果の定量化に向けた努力を継続することとする。

(2) 対象エコアクションの登録申請

原資提供事業者は、(1)で選定したエコアクションについて、プラットフォーム内に設置された登録承認機関へ登録申請を行う。登録申請にあたっては、所定の申請様式(「承認基準」6.1(p . 69))を用いること。

(3) 利用者・消費者への告知・説明

原資提供事業者は、登録承認機関から登録承認を受けた後、「エコ・アクション・ポイント」の名称及び関連ロゴを使用して、利用者・消費者に告知・説明を行うことができる。使用にあたっては、「「エコ・アクション・ポイント」事業実施に際しての名称及び関連ロゴ使用規程」(参考資料(p . 55))に従うこと。

(4) 商品・エコ・アクション・ポイントプログラムに関する問合せ対応

原資提供事業者は、提供するエコアクションに関して会員から問合せがあった場合には、それに対応する(原資提供事業者の説明責任)。

(5) ポイント原資の提供

原資提供事業者は、会員が登録した分のポイント発行原資と、所定の費用(プラットフォームが個別に設定)を支払う。

【解説・注釈】

- ・上記に示した手順のほかに、プラットフォームへの企業情報の提供・信用調査、商品登録データの提供、経済条件の調整等も必要となる(プラットフォームにより必要な手続は異なる)。
- ・原資提供事業者の事業内容とエコアクションの間に、以下のような具体的な関係がなければ登録できない。なお、東日本大震災被災地域の経済情勢に鑑み、事業スキームの中に被災地の事業者または市民が含まれる場合(5.5(p . 45 参照))に限り、当面、当該事業を企画あるいは運営している被災地以外の地域の事業者も、登録申請を行うことができることとする。
 - 1) エコアクションの対象となる商品を生産あるいは販売している
 - 2) エコアクションの対象となるサービスを提供あるいは企画している
 - 3) エコアクションの対象となる行動を企画あるいは運営している
- ・原資提供事業者に代わって、サブプラットフォームが登録申請を行うこともできる。
- ・対象エコアクションに直接ロゴを表示することができない場合、ポスターやHPなどに表示することで代用することができる。

- ・原資提供事業者は、同一期間に、同種の製品にエコ・アクション・ポイントを発行する場合には、環境負荷低減効果の程度に応じて、ポイントを傾斜的に発行するよう努めなければならない。また、同一プラットフォーム内の類似商品にはできるだけ同程度のポイントが付されるように努めなければならない。詳しくは、別冊の承認基準「6.3 エコ・アクション・ポイント発行に際しての留意事項」(p . 72) を参照のこと。
- ・原資提供事業者は、登録エコアクションに応じた表示を行う必要がある。以下にあげられるような表示をした場合には当該エコアクションの登録が取り消しとなり、名称及び関連ロゴ等の使用が中止されることがある。
 - 1) 登録されたエコアクションと合致しない表示
 - 例：輸送段階に関するエコアクションで登録承認を受けているにも関わらず、あたかも商品全体がエコアクションの対象であるような表示
 - 例：対象エコアクションとなる製品シリーズの中に対象外の製品が含まれる場合、当該シリーズへのロゴ使用。
 - 2) 十分なエコアクションが期待できないと判断されるイベント等への表示
 - 例：「森林保全活動への参加」として登録承認されているにも関わらず、間伐作業などの森林保全活動を行うのは極めて短時間であるなど、実質的に一般的な活動とほとんど変わらないイベントへの表示。
 - 3) その他、誤解を与えるような表示
- ・その他、環境情報の表示にあたっては、「環境表示ガイドライン」(平成20年1月、環境省)に従うこと。

4.2.2 交換商品等提供事業者としての参加

(1) 交換商品等の提供資格

交換商品等提供事業者は、原資提供事業者として原資提供も行うことを原則とする。

(2) 交換商品等の基準

交換商品等としては、「商品」「サービス」「環境寄付」などが考えられる。交換商品等は、承認基準を満たすような環境配慮型の商品やサービスであることが望ましいが、必須条件ではない。

(3) 交換商品等の登録方法

交換商品等を登録する場合、所定の様式（プラットフォームに相談し、入手）により、プラットフォームに6ヶ月程度の猶予をもって申請をする。

(4) 交換商品等の提供停止方法

登録した交換商品等の提供を停止する場合、所定の書式（メインプラットフォームに相談し、入手）により、プラットフォームに6ヶ月程度の猶予をもって申請する。

【解説・注釈】

- ・交換商品等としては「商品」「サービス」「環境寄付」以外にも、「商品券」「サービス券」「投資などの金融商品」等も考えられる。
- ・本プログラムでしか入手できないような商品等や、本プログラムの会員に対して何らかの特典がある商品等も期待される。

4.3 プラットフォーム・事業協力者編

4.3.1 メインプラットフォーム編

メインプラットフォームとして本プログラムを実施する事業者は、事業実施に際して、環境省が商標登録する「エコ・アクション・ポイント」の名称及び関連ロゴを使用する旨を申請し、その承認を得なければならない。

メインプラットフォームは以下の条件を満たすことが求められる。

プログラムの趣旨及び本ガイドラインに賛同・合意していること。

環境省の助言等を受け、協力すること。

全国規模で利用可能なシステムを構築できること。

あらゆる業種・業態の事業者と幅広い国民の参加を可能とすること。また、本事業への参加を希望する事業者を正当な理由なく拒絶しないこと。

簡便で汎用性の高いシステムの設計・開発（拡張・改良を含む）が可能なこと。

会員の貯めたポイントを保全できる能力を有していること。

システムを継続的に運営することが可能であること。

苦情や問合せに適切に対応し、それらを取りまとめた報告書を環境省に提出できること。

エコアクションの登録審査に関しては、プラットフォーム内の営業セクション等と独立（人員面、情報面）した「登録事務局」、外部有識者から構成される「有識者審査会」を設置できること。

年度ごとに、事業内容、結果分析、当該年度における環境負荷低減効果の見込み量等を取りまとめた報告書を環境省に提出できること。

【解説・注釈】

- ・モデル事業開始当初（平成 20 年度）は、全国型事業 3 件、地域型事業 9 件を実施したが、モデル事業最終年度（平成 22 年度）には、地域毎に行われていた取組も 1 つの全国型メインプラットフォーム（事務局：株式会社ジェーシービー）に集約し、あらゆる業種・業態の事業者や多くの国民が参加できる効率的な仕組みとした。
- ・上記 に従い全ての事業者を公平に扱うことを原則とするが、本プログラムを非倫理的に活用しようとする事業者については参加を拒絶することができる。
- ・本ポイントプログラムは「永続的」なプログラムを志向しているため、システムの運営においても会員・参加事業者に配慮した運営の継続性が要求される。サブプラットフォームは有期限であっても構わないが、メインプラットフォームは半永久的な運営が求められる。

4.3.2 サブプラットフォーム編

サブプラットフォームとして本プログラムに参加する事業者は、メインプラットフォームにその旨を申請し、承認を得なければならない。

サブプラットフォームは以下の条件を満たす必要がある。

プログラムの趣旨及び本ガイドラインに賛同・合意していること。

メインプラットフォームの指導等に従い、協力すること。

プログラムを運営するための能力を有していること。

システムを管理するための能力を有していること。

原資提供事業者からの登録申請に対する事前相談や事前確認を行う能力を有していること。

【解説・注釈】

- ・平成 24 年 3 月現在、以下のようなサブプラットフォームがエコ・アクション・ポイントプログラムに参加し、稼働中である。

表 4-2 稼働中のサブプラットフォームの例

モデル	概要	運営事業者等
食品・日用品モデル	日用品・食品分野におけるエコ・アクション・ポイントプログラム活用を円滑に進めるためのサブプラットフォームモデル	株式会社フルッタフルッタ
自治体参加型モデル	自治体が行っている環境政策(植林活動、環境教育など)の共通の基盤としてエコ・アクション・ポイントプログラムを活用しているサブプラットフォームモデル	財団法人北海道環境財団
企業内従業員・学校参加モデル	従業員等が企業・学校内でエコアクションを行った場合のインセンティブとしてエコ・アクション・ポイントプログラムを活用している、「エコビヨ連携」によるサブプラットフォームモデル	コクヨファーマニチャー株式会社
環境保護活動モデル	NPOが行っているエコアクションへの参加にエコ・アクション・ポイントを発行し、参加者拡大とエコ・アクション・ポイントの認知度向上を推進するサブプラットフォームモデル	株式会社リサイクルワン

- ・サブプラットフォームとしての参加する事業者は、以下の内容についてメインプラットフォームと十分に協議する必要がある。
 - 1) 事業の目的・目標
 - 2) 組織・体制の概要
 - 3) 事業予定期間
 - 4) 参加が見込まれる原資提供事業者数およびその内容
 - 5) 参加が見込まれるポイント交換商品等提供事業者数およびその内容
 - 6) サブプラットフォームとしての収支計画
- ・事業予定期間はメインプラットフォームの合意を得れば延長することができる。

4.3.3 事業協力者編

事業協力者として本プログラムに参加する事業者は、メインプラットフォームにその旨を申請し、承認を得なければならない。

事業協力者は以下の条件を満たす必要がある。

プログラムの趣旨及び本ガイドラインに賛同・合意していること。

メインプラットフォームの指導等に従い、事業の推進・普及拡大に協力すること。

事業の信頼性を損ねるような行動をとらないこと。

【解説・注釈】

- ・事業協力者としては、メインプラットフォームに代わって事業の一部を実施する代理店や、事業の実施に協賛する事業者等が想定される。

5 . エコ・アクション・ポイントプログラムの多様な活用モデル

エコ・アクション・ポイントプログラムはそれ自身独立したビジネスモデルであるが、多様なビジネスモデルを構築するための基盤インフラ（オペレーティング・システム（OS）のようなもの）として活用することもできる。すなわち、参加者の創意工夫により、多様な事業モデルに活用・応用することが可能である。

本章ではこれらの事業モデル例を示す。なお、以下で紹介しているのはほんの一部であり、可能な事業モデルとしてこれら以外にアイデアがあれば、メインプラットフォームに積極的にご提案いただきたい。

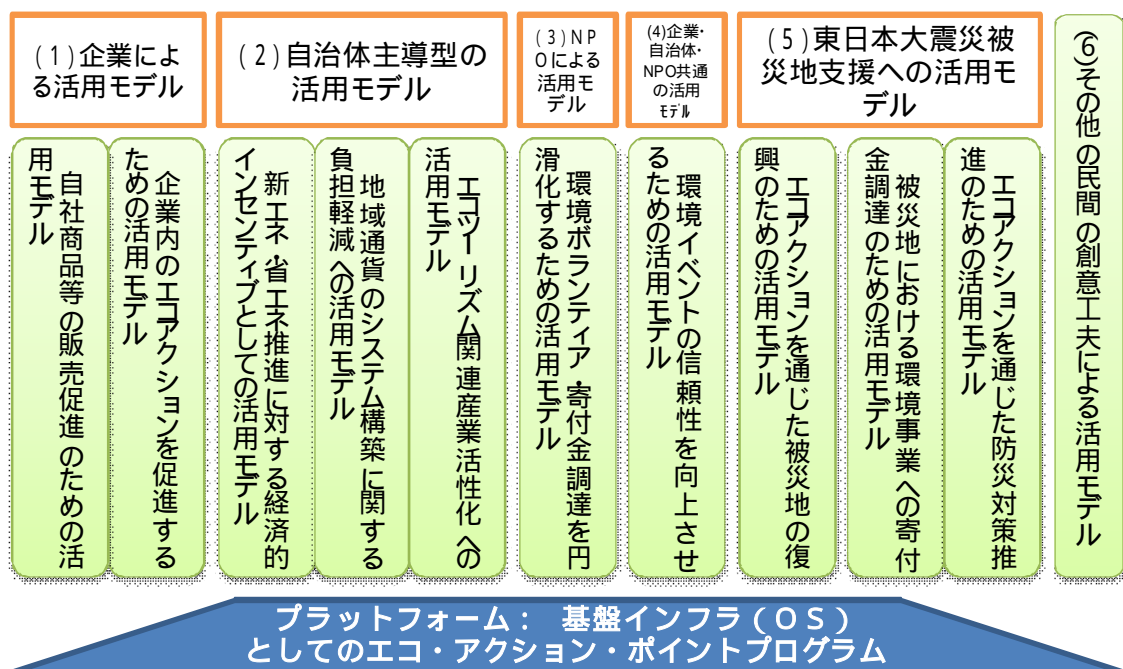


図 5-1 エコ・アクション・ポイントプログラムの基盤インフラとしての活用イメージ

5.1 企業における活用モデル例

自社商品等の販売促進のための活用モデル

(ア) 概要

自社商品等の販売促進につなげようとするビジネスモデルである。

- 1) エコ・アクション・ポイントプログラムによって集約される運用状況に関する情報等（属性、ニーズ等）を活用したマーケティング
- 2) 自社商品等の購入等に経済的なインセンティブを与えることによる顧客の囲い込み
- 3) 「環境保全」や「ポイント利用」への関心が高い新規顧客の獲得
- 4) 参加事業者間の相互送客

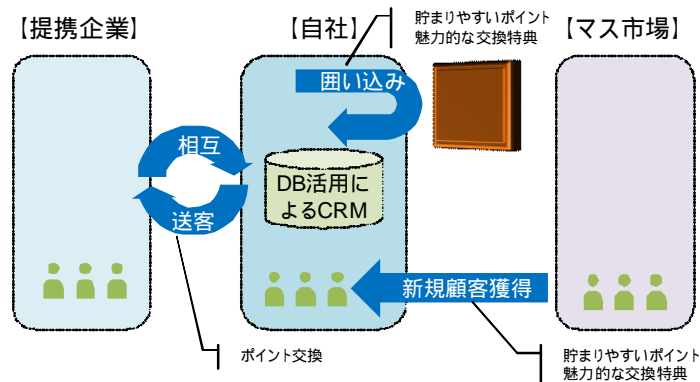


図 5-2 自社商品等の販売促進のための活用モデルの概念図¹

(イ) 参考となる活用事例

一般的なポイントビジネスの事業スキームが参考になる（図 5-3 参照）。



図 5-3 一般的なポイントビジネスの事業スキームの概念図

(ウ) エコ・アクション・ポイントプログラムの活用メリット

本事業モデルにおけるエコ・アクション・ポイントプログラムの活用メリットを以下に示す。

- 1)プラットフォームから提供されるエコ・アクション・ポイントプログラムの運用状況に関する情報を分析することにより、自社商品等のマーケティングに活用したり、消費者のニーズを踏まえた商品開発につなげることができる。
- 2)自社商品等の環境ブランド力の向上が期待できる。
- 3)自社商品の購入等に対し経済的なインセンティブを与えることによる顧客の囲い込みや、「環境保全」や「ポイント利用」への関心が高い新規顧客の獲得、参加事業者間の相互送客などができる。

(エ) 留意点・必要条件

本事業モデルについて、実施する場合の留意点や必要条件を以下に示す。

- 1)エコ・アクション・ポイントプログラムの活用にあたり対象とするターゲット層を明確にし、それに合わせたエコアクションや交換商品等の選定、事業の広報等を行うことが重要である。
- 2)エコアクションの選定にあたっては、事業者にとってコストダウンにつながり、その差額からポイント原資を捻出することができるようなエコアクションを対象とするのが望ましい。その際、消費者にとっての環境負荷低減効果との関連性のわかりやすさ・取り組みやすさや、日常的にかかわる頻度の高さについても考慮することが必要である。
- 3)交換商品等の選定にあたっては、日常的に利用する商品や嗜好性のある商品（例：レストランの食事券、旅館・ホテルの宿泊券、映画等のチケット、航空券）エコ・アクション・ポイントでしか交換できない商品、生活と環境問題の関わりを体験できるような商品等を対象とするのが望ましい。
- 4)エコ・アクション・ポイントプログラムの活用に関連する従業員教育や、問合せ対応のために必要な体制・仕組み等の整備が求められる。

事業者内のエコアクションを促進するための活用モデル

(ア) 概要

環境マネジメントシステム（ISO14001、エコアクション21等）の導入や、自主行動計画・環境報告書等の作成を行っている事業者において、従業員の環境配慮行動に対しポイントを発行することにより、事業者内の環境意識や従業員の取組意欲を高めようとするモデルである（図5-4参照）。

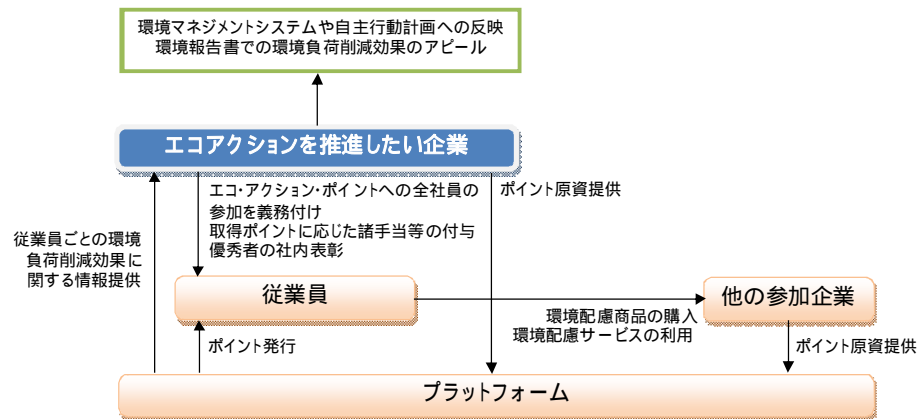


図5-4 事業者内のエコアクションを促進するための活用モデルの概念図

(イ) 参考となる活用事例

コクヨファニチャー(株)が事業主体として実施している「エコピヨ」が参考になる。当スキームは、同社が開発したICカードを使ったエコ活動ポイント化システムであり、事業者内や学校内におけるエコ活動に対してポイントを発行する事業である。概念図を図5-5に示す。



図5-5 「エコピヨ」の概念図

(ウ) エコ・アクション・ポイントプログラムの活用メリット

本事業モデルにおけるエコ・アクション・ポイントプログラムの活用メリットを以下に示す。

- ・事業者内の環境意識や従業員の取組意欲を一層高める効果が期待される。
- ・エコアクションに経済的なインセンティブ（動機付け）を与えることは、エコアクションを推進していくうえで新たな選択肢の一つとなりうる。

（エ）留意点・必要条件

本事業モデルについて、実施する場合の留意点や必要条件を以下に示す。

- ・イニシャルコストを抑えるためには、社内の環境負荷を把握するための一定の仕組みがすでに導入されていることが必要である。

例：個人または部署単位でのコピー用紙使用枚数を把握できる

- ・従業員の申告ミスや虚偽申告を防ぐための仕組み・体制が必要となる。

例：誰がどの方法でポイントをためたのかが従業員全員に見えるようにする

短期間に連続でポイントをためることができないようにする

ポイントを発行する前に、運営部局の承認が必要な仕組みとする

- ・ポイント発行額を予算内に抑えるための仕組みが必要となる。

例：ポイント発行額が月ごとの予算を超過した場合、ポイント発行を中止する

エコアクションをした従業員全員にポイント発行するのではなく、取得ポイントの上位者に対し、予め決めた順位に応じたポイントを発行する

¹ 出典：「第129回NRIメディアフォーラム」配布資料（（株）野村総合研究所、平成22年4月）をもとに改編