

## 第2章 3R エコポイントシステム導入の意義・効果

### 2-1 3R エコポイントシステム導入の意義・効果

3R エコポイントシステムに関係する主体としては、事業者、市民・消費者、NPO/NGO、行政（自治体）の各組織を想定しています。以下に、それぞれの主体における 3R エコポイントシステムを導入する意義・効果を記載します。

#### (1) 事業者にとっての意義・効果

3R の推進により地域に貢献することで、地域との連携強化や CSR（企業の社会的責任）を果たすことにつながります。一部の事業では、3R 行動が行われることで廃棄物削減効果・コスト削減効果（レジ袋削減等）があります。また、ポイントの付与・還元・利用によって、新しい視点から顧客満足度を向上することに加え、サービスを差別化して競争力を強化することで、集客・宣伝効果、固定客の確保と共に売上増加にも寄与します。ポイントの付与・還元・利用に関する情報を蓄積し、マーケティングに活用することもできます。

また、日常生活の行動が変わることにより、現在の事業内容に与える影響（良い影響、悪い影響）を考慮して、事業者にとって中長期的な視点で貢献できる活動内容を再構築していくきっかけになります。

#### (2) 市民・消費者にとっての意義・効果

日常生活の中で身近な 3R 行動として何を行えるかを知ることができ、特定の 3R 行動を行うことで循環型社会形成に貢献するとともに、当該行動を行って貯めたポイントを還元することで商品やサービスと交換することができます。また、ポイントを環境負荷低減に貢献する商品・サービスと交換（還元）することで、更に循環型社会の形成に貢献することができます。

(3) NPO/NGO にとっての意義・効果

3R エコポイントの運営に協力することにより、3R の推進、及び NPO/NGO の設立目的の社会貢献に寄与することができます。また、3R エコポイントシステムの運営を通じて地域と協働・連携することで、NPO/NGO 活動を更に活発化させることができます。

(4) 行政（自治体）にとっての意義・効果

ポイントをインセンティブとして市民・消費者の 3R 行動を促進することで、3R 推進等の政策目的を実現することができ、また、3R 行動による廃棄物処理コストの縮減・廃棄物処理サービスの向上といった直接的な効果に加え、市民・消費者の 3R に関する意識改革に寄与することで、今後の 3R 行動の促進につながる二次的な効果が見込まれます。また、地域の活性化・認知度向上に寄与することも効果としてあげられます。