



さらば、エコポイント

市川彩乃
深野雄二
古川耕平
星野友希

発表の流れ

- 1. 記事の要約
- 2. 制度の概要
- 3. 経済に対する効果
- 4. エコポイントと環境
- 5. 考察
- 6. 提案

1. 記事の要約



- 家電エコポイント制度が始まってから1年が経った。
この間薄型TVの販売台数は2008年の同時期に比べ7割増したという。
- 家電の需要の増加はGDPを押し上げることに貢献。
- 現行の制度は2010年12月に終了予定であり、その後の制度のあり方を巡る議論がなされている。

2. 制度の概要

正式名称:「エコポイントの活用によるグリーン家電普及促進事業」



システムについて

•エコポイント対象商品を購入後、ポイントに応じて交換商品を手に入れることができる。



http://ecolife.tappy-style.com/archives/cat206/post_155/

統一省エネラベル(上図)で星4つ以上の性能を持つ、

冷蔵庫 (容積)
エアコン (冷房能力)
地上デジタル放送対応テレビ (画面サイズ)

例)

1. 商品券、電子マネー
2. 地域産品
3. 環境配慮商品

※購入金額とポイント量は関係なし



パナソニック ノンフロン冷蔵庫 NR-C379M-P

http://kakaku.ecnavi.jp/item_info/10003275170100.html



富士通 ルームエアコン nocrinia (ノクリア)

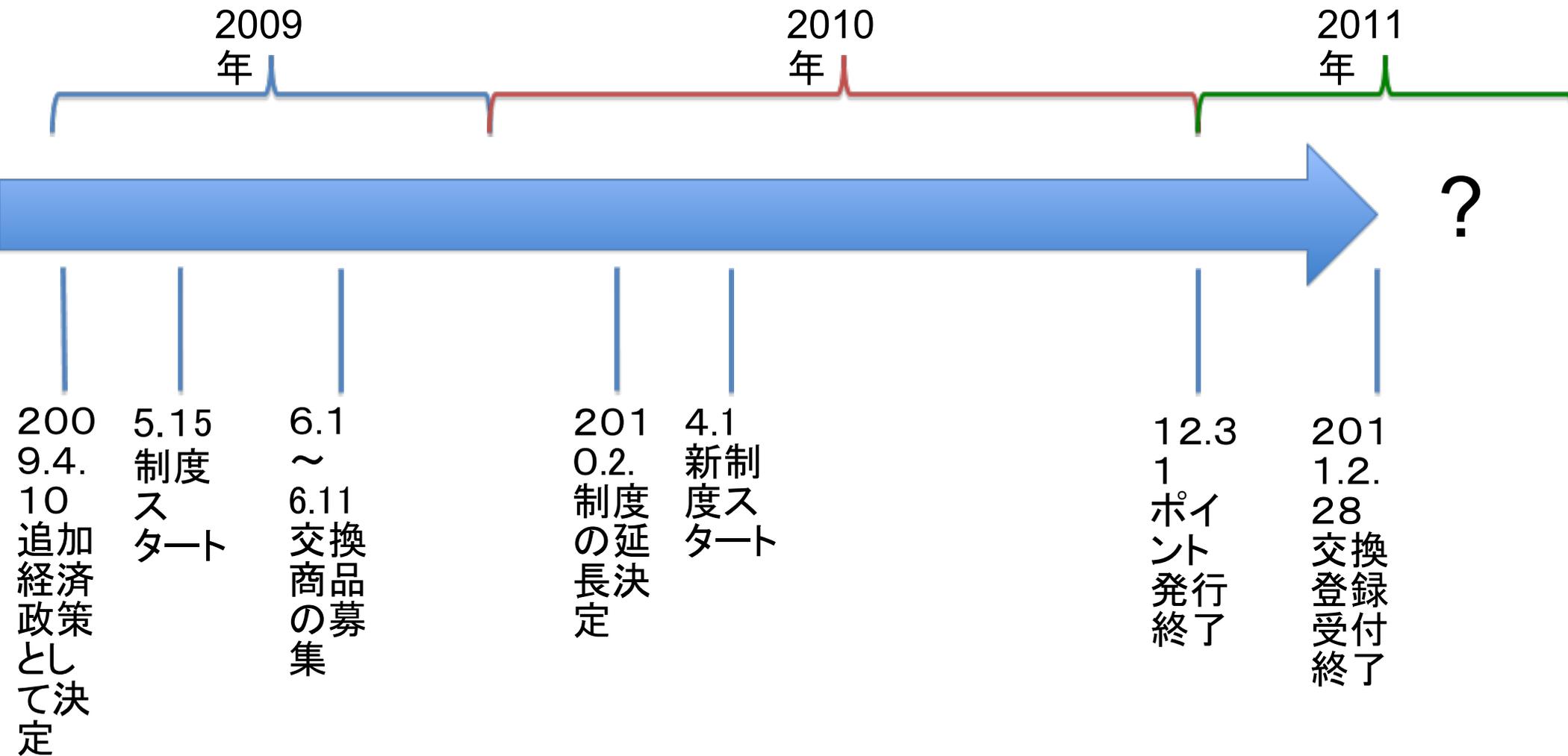
http://kakaku.ecnavi.jp/item_info/10003107170760.html



パナソニック TH-P65VT2

<http://panasonic.jp/ecopoint/>

エコポイントを巡る流れ



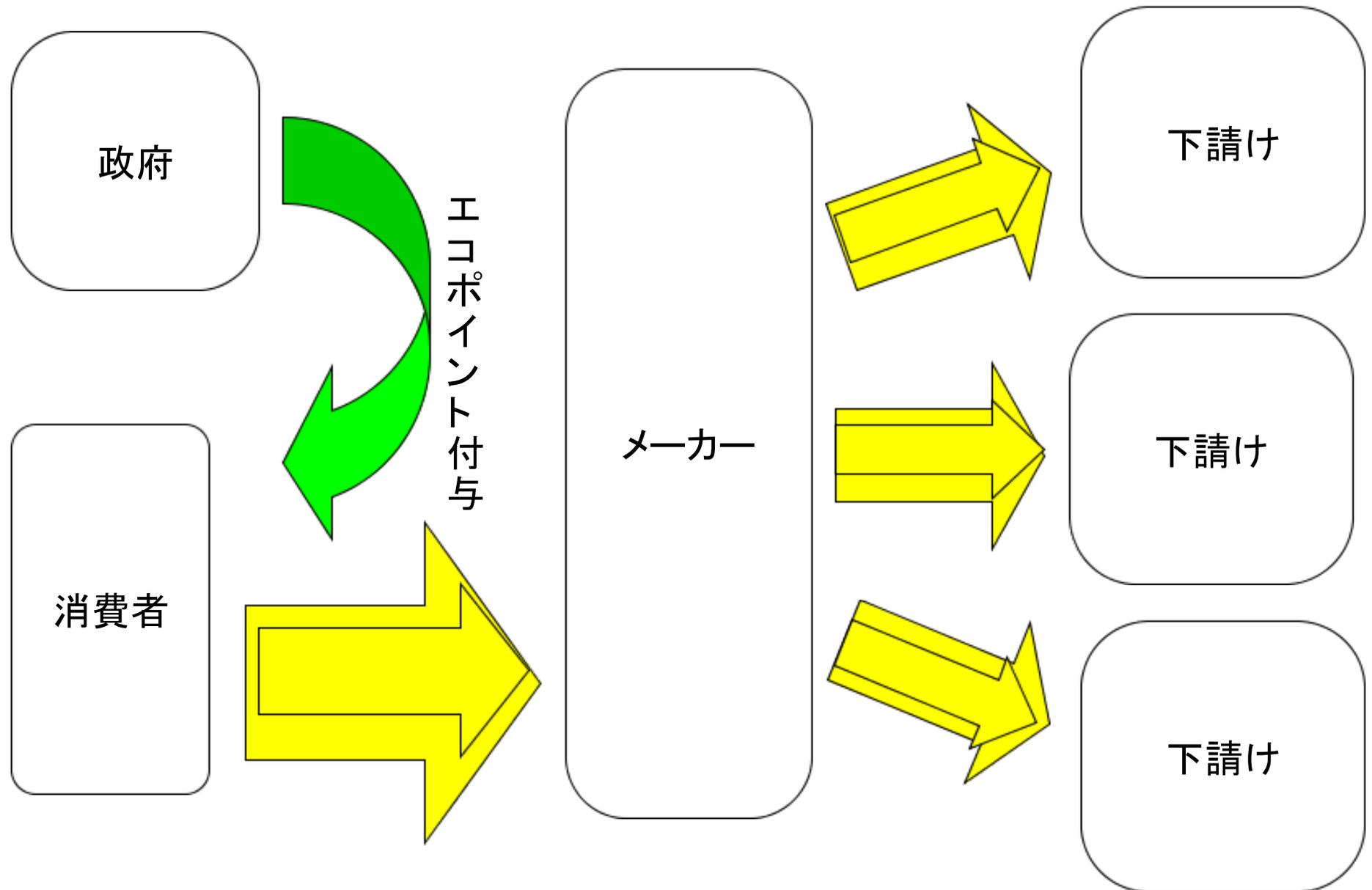
3. エコポイントによる経済効果①

- エコポイントへの投入金額：約2946億円
- 2009年度の実質GDPを0.4%押し上げる

※2009年度のGDPは475兆8982億円

⇒約2兆円のGDP上乘せに貢献

3. エコポイントによる経済効果②



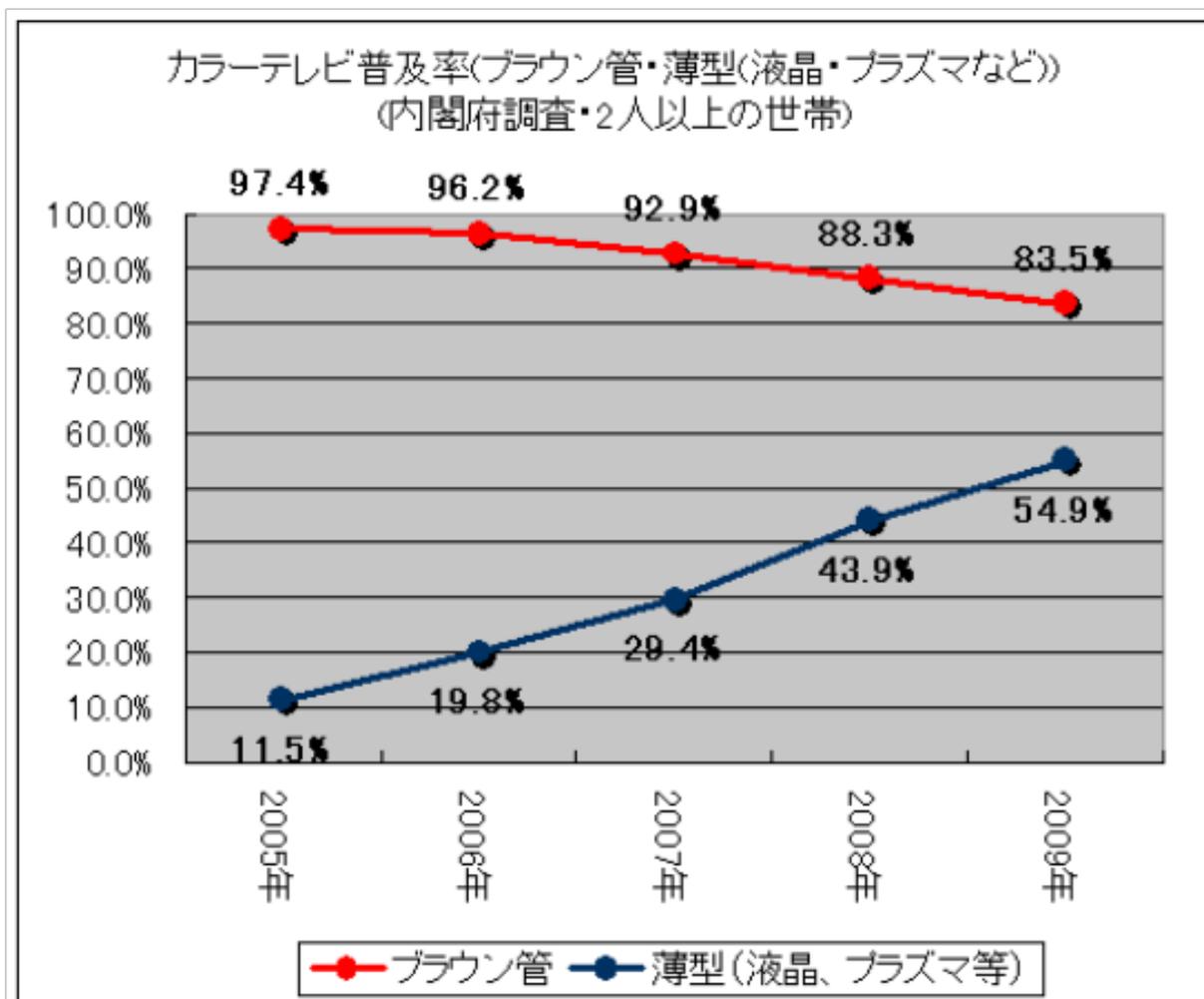
地デジ普及への貢献度

普及率: 83.8%
(2010年3月時点)

- 読売新聞 2010年5月26日

4月期の出荷台数
前年度比68.6%増

- 毎日新聞 2010年5月25日

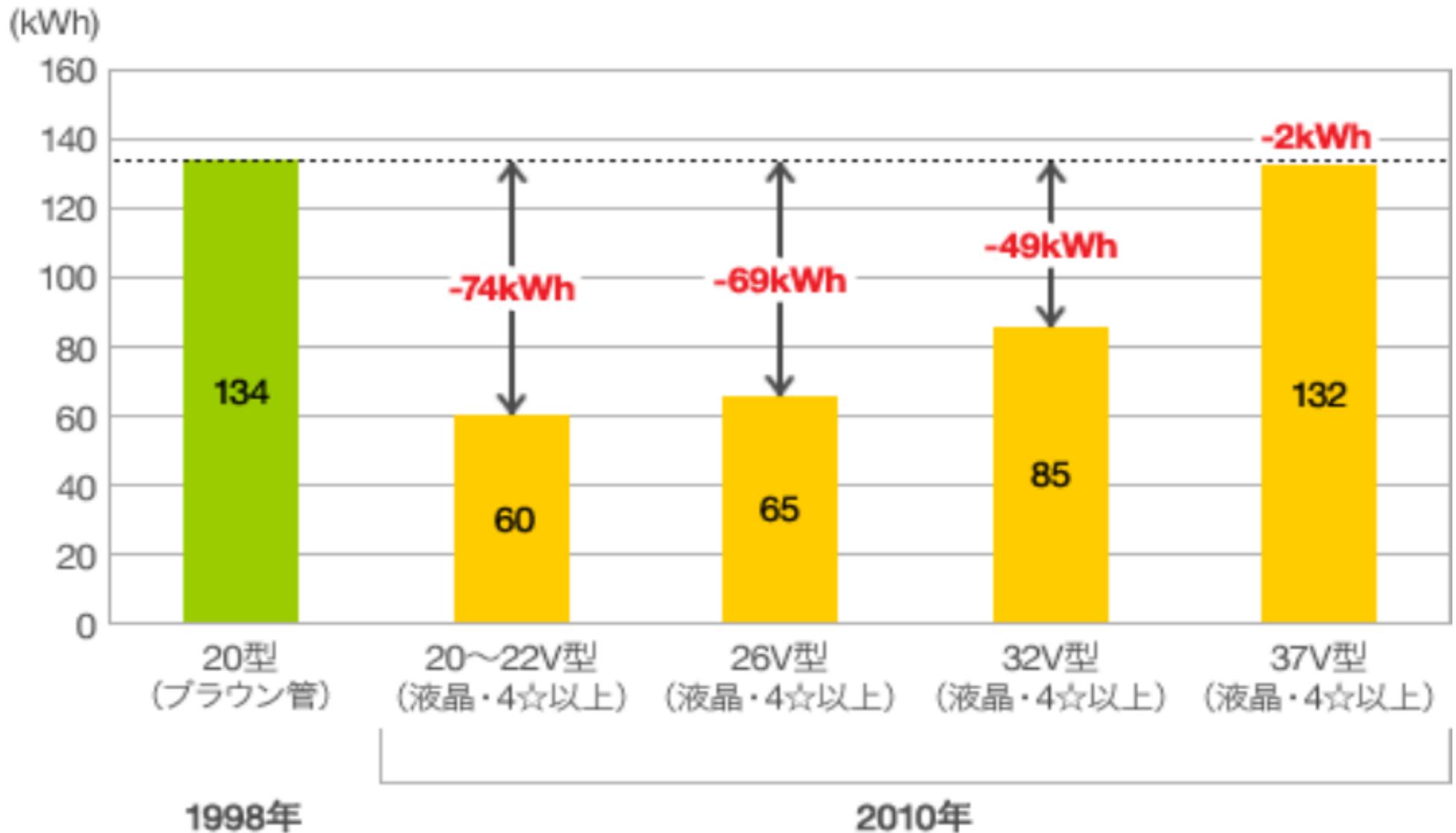


4. エコポイントは本当に「エコ」か？

- エアコン・冷蔵庫・テレビの省エネ性能を5つ星で評価する。
→4つ星か5つ星の場合のみ、エコポイントをもらえる。
- 薄型テレビ・冷蔵庫・エアコン全てにおいて、大型の家電ほど付与ポイントが多い。
→消費電力は結果的に増える可能性がある

家電店によっては、省エネ効率がよくポイントが高い商品よりも、低省エネ家電の値引き率が高く、「お買い得」なケースも出ている。

年間消費電力量比較



(業界)エゴ？

- しかし根本的な問題は…見方を変えれば、エコポイント制度は中
・高所得者への買い替え促進でしかないこと。

→ 電器業界の支援が主眼だったのでは？

実際に、買い替え促進によって、まだ使える家電がゴミとして捨てられる。

消費することでエコポイントが得られ、そのエコポイントを使うことはさらなる消費に

~~廃棄物の増加、大量生産・大量消費の助長につながる~~

- 環境に優しいとは断言できない。

そもそもエコポイント制度とは…

- 経済活性化、地デジ導入の目的も含んでいるため、短期的にみれば成功したともいえる。
- 短期的→大量生産・大量消費につながった。



これからは、長期を見据えた制度を設けなければならない。

5. 考察

これまで見てきたエコポイントについてまとめると、

- a. 環境と経済を結びつけた政策であり、消費者に環境負荷の低い商品を買うインセンティブを与えるシステム
- b. しかし環境面について踏み込んで考えてみると、必ずしも環境に良い政策であるとは断言できない。
- c. 経済活性化に貢献はしたものの、それは政策の期間が短期であったため。

エコポイントを教訓とし、今後の環境政策が満たすべき要件

I. 長期的取り組み

II. 環境にやさしい、ということを断言できる

III. 経済活動を鈍化させない



提案の前に…

エコ・アクション・ポイント(EAP)とは？

エコポイント終了後も続く環境省による政策。これに関する改良策を提示する。
仕組みはエコポイントとほとんど同じ！！

* 違うところ

- 1、対象商品：エアコン・テレビ・冷蔵庫以外の家電も対象。その他、カーシェアリングの利用やエコな文房具の購入など、エコな活動に対してポイントが付与される。
- 2、国の予算：エコポイントは国主導だから約3000億円かかったが、EAPは民間主導のため、国の予算は約3億円。

* 同じところ

エコポイントと共通の問題を持ち、この制度も改善が必要。

* 私たちの提案



ポイント・バンキングシステムの導入

6. 提案

エコ家電・ポイントバンキングシステム

《はじめに》

- ・導入する部分→EAPの省エネ家電(家電エコポイントの話だったので)に対して導入
- ・**使用年数に応じて**、ポイントが加算されていく。

《仕組み》

Step 1. 生産者：製品の耐用年数を表記

Step 2. 環境省：耐用年数から、1年あたりの使用に対して消費者にいくらポイントを付与するか算出

Step 3. 消費者：省エネ家電を購入

Step 4. 消費者：新たに同種類の家電を購入するときに、このポイントを使用できる。ポイントは購入した家電の種類毎に加算され、テレビ〇〇ポイント、冷蔵庫〇〇ポイント・・・と分ける。

《コンセプト》

購入したものを出来るだけ長く使う⇒これが真の**エコ・アクション**！！

例) プラズマテレビ

・耐用年数

4万時間=約1666日 (SHARP AQUOS 40型)

しかし、実際は、1日中テレビをつけているわけではない。

日本人の1日当たりのテレビ平均視聴時間: 約4時間

(2005年「国民生活時間調査報告書」より)

→ $40,000 \times 4 = 10,000$ (時間)=約25年

・付与ポイント

購入金額: 100,000円(40型)

1年当たりの付与ポイント: $100,000 \div 25 = 4,000$ → 4,000ポイント

また、25年間使ったらボーナスとして10%還元されるようにする。

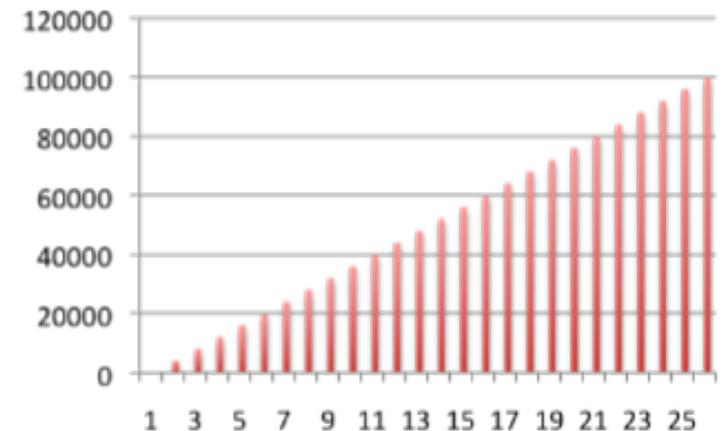
そうすると...

2年目 4,000pt

3年目 8,000pt

:

26年目 $100,000 \times 1.1 = 110,000$ pt



6. 提案 エコ家電・ポイントバンキングシステム

《エコ家電ポイント・バンキングの補足》

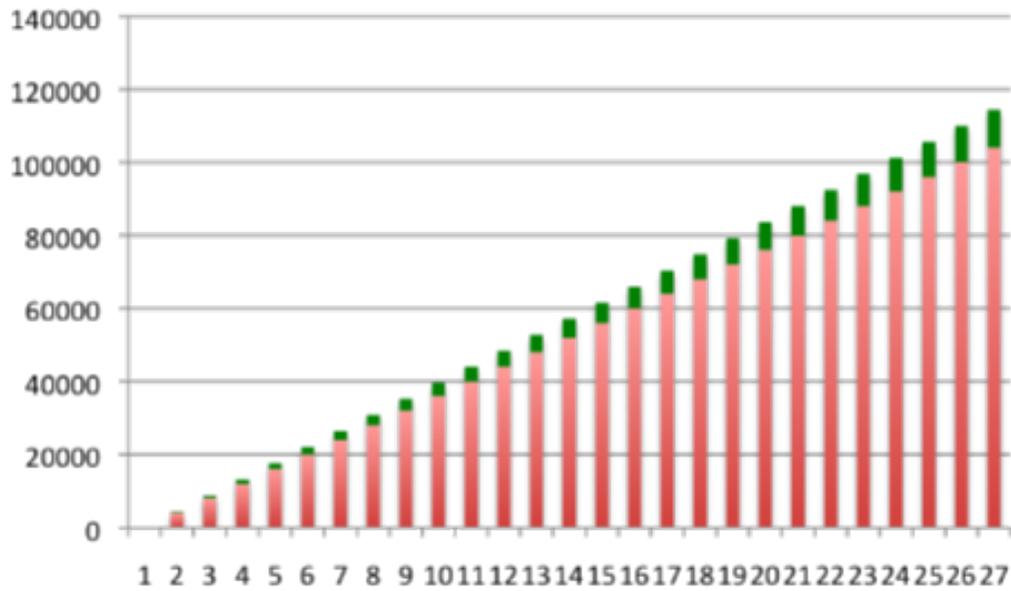
・基本的に、1pt=1円とする。

26年目にはボーナスも含め110,000ptになるから、11万円に！

・ポイントは、途中で(6年目で20,000ptになる)テレビを買い替えるときにも使用可。
ただし、その時には1pt=0.5円での使用となる。大量消費へのペナルティ

・エコ家電を生産している企業には、その企業の商品を買った消費者のポイント数の10%が補助金として与えられる。

2年目 4000pt→400pt (1pt=10円?)
3年目 8000pt→800pt
:
26年目 110,000pt→11,000pt



メリット

- エコ→エコが可能に。
- 消費者がモノを長く使う(大事にする)ことへインセンティブが働く。
- エコポイントとは違い、消費者や財を選ばない。
- 大量消費・大量廃棄の抑制
- 長期的な取り組みだから、突発的な需要増加はない。
- エコポイントより環境への負荷がかからない。
- 製品の過剰な生産を抑制

デメリット

- 省エネ家電なら何でもよいので、冷蔵庫やテレビ、エアコンなどはポイント数が高いが、LED電球など単価が安く寿命が長いものはポイントがなかなか貯まらないので、実感がない。
- 企業が耐用年数を短く表記する可能性あり。→
法律
- 政府からの補助金はあるが、企業の売上はしばらく停滞気味。耐用年数満期になったときのみ売上が一気に増える。そのため、企業にとってあまりメリットがない。

参考資料

環境省 エコポイントの活用によるグリーン家電普及促進事業の実施について

http://www.env.go.jp/policy/ep_kaden/index.html

環境省 エコ・アクション・ポイント公式サイト

<http://www.eco-action-point.go.jp/>

経済産業省 エコポイントの活用によるグリーン家電普及事業(仮称)の実施について

<http://www.meti.go.jp/topic/data/e90421j.html>

グリーン家電普及促進事業エコポイント グリーン家電エコポイント事務局ホームページ

<http://eco-points.jp/index.html>

総務省 エコポイントの活用によるグリーン家電普及促進事業の実施について

http://www.soumu.go.jp/menu_kyotsuu/important/12120.html

総務省 エコポイントの活用によるグリーン家電普及促進事業の改善について (2010グリーン家電エコポイント制度の概要)

http://www.soumu.go.jp/menu_kyotsuu/important/topics100219.html

朝日新聞「エコポイント終了？続く？ 経産相・環境相、食い違い」2009.10.14.

<http://www.asahi.com/business/topics/economy/TKY200910130357.html>

日経ビジネスオンライン「「エコポイント」見切り発車 詳細決まらず、売り場はやきもき」
2009.5.7.

<http://business.nikkeibp.co.jp/article/topics/20090430/193510/>

NHK放送文化研究所(2005)『2005年国民生活時間調査報告書』

日経オンライン「家電業界、エコポイント“終宴”」2010.4.13.

<http://business.nikkeibp.co.jp/article/topics/20090430/193510/>

三菱総合研究所「エコポイントは環境政策か」2009.6.30.

http://www.mri.co.jp/NEWS/column/eco/2009/2009856_1604.html

琉球新報「エコポイント 環境に“逆効果”が心配だ」2009.5.19.

<http://ryukyushimpo.jp/news/storyid-144723-storytopic-11.html>

富士通総研「エコポイントの経済波及効果」2009.6.10.

<http://jp.fujitsu.com/group/fri/column/opinion/200906/2009-6-1.html>

JMR生活総合研究所「エコカー、エコポイント、16兆円のインパクト 消費者から見る経済対策の有効性」2009.10

<http://www.jmrlsi.co.jp/concept/report/economy/e-pol.html>

日経Ecolomy「エコポイント制度、環境貢献度をチェック」2009.7.16.

<http://eco.nikkei.co.jp/special/ecopoint/article.aspx?id=MMECzg000016072009>

Garbagenews.com「テレビやパソコンなどの普及率をグラフ化してみる(上)…
テレビ・パソコン・ファックスなど」

<http://www.garbagenews.net/archives/861956.html>

薄型テレビ／液晶テレビ:アクオス シャープ <http://www.sharp.co.jp/aquos/>

一枚目のスライドの背景図 http://gigazine.net/index.php?/news/comments/20090624_ecopoint_item/