

団体・組織の概要

※太枠内、必須事項。その他は、該当する項目を記載してください。

団体/会社名	特定非営利活動法人アクト川崎		
代表者	竹井 斎	担当者	新垣 辰夫
所在地	〒210-0005 川崎市川崎区東田町3-25 Tel:044-766-7021 FAX:044-200-3921 E-mail: act-kawasaki-jm@nihty.com		
設立の経緯 ／沿革	アクト川崎は、川崎市域で地球温暖化防止活動をするために発足し、川崎市の「川崎市地球温暖化対策地域推進計画」の下、「かわさき地球温暖化対策推進協議会」と連携し、市民、事業者、学校、行政が行うそれぞれの地球温暖化対策活動の支援を行っている。 平成18年5月設立され、主に川崎市内で地球環境保全活動に取り組んでいる特定非営利法人である。		
団体の目的 ／事業概要	川崎市は、地球温暖化問題を地域から解決するため、「川崎市地球温暖化対策地域推進計画」を策定し、この計画の推進組織として「かわさき地球温暖化対策推進協議会」が発足し、その事務局を特定非営利法人アクト川崎が担っている。 「かわさき地球温暖化対策推進協議会」との密接な連携のもとに、川崎市の市民・事業者・学校・行政をはじめ、川崎市内の地球環境保全をめざす他のNPO、事業者と協働をはかりながら、川崎市における地球温暖化防止活動を推進している。 主な事業は、上記協議会の運営、情報発信（ニュース、ホームページ）、普及啓発（上映会、シンポジウム、講演会）、普及イベント開催などを実施している。		
活動・事業実績 （企業の場合は 環境に関する 実績を記入）	<p><平成18年度></p> <p>平成18年4月 川崎市より「かわさき地球温暖化対策推進協議会」運営を受託 平成18年8月 平成19年2月 ごみ問題連絡会議フォーラム共催 平成18年8月 11月 市内小学校出前講座(地球温暖化・新エネ・省エネ対策) 平成18年10月 環境教育における学社連携推進事業 平成18年10月 ウェブサイトで発信「川崎からStop地球温暖化」(サイト構築) 平成18年10月 平成19年1月 ニュースレターの発行 平成19年2月 川崎発ストップ温暖化展運営</p> <p><平成19年度></p> <p>平成19年4月 川崎市より「かわさき地球温暖化対策推進協議会」運営を受託 平成19年7月 「家庭における省エネ推進事業」に関わる研究会発足 平成19年8月 「総合的な学習夏期実技研修会」(教員対象)実施 平成19年10月 グリーン電力基金・地域共同プロジェクト交付決定 市民共同発電所プロジェクト設置 平成19年11月 川崎市民共同おひさま発電所募金活動開始 平成19年12月 川崎市民共同おひさま発電所事業キックオフイベント開催 (講演会&映画「不都合な真実」上映会)</p>		
ホームページ	http://www.web-k.jp/actkawasaki/index.html		
設立年月	平成17年12月17日 *認証年月日(法人団体のみ) 平成18年5月15日		
資本金/基本財産 （企業・財団）	平成18年3月31日現在 940千円	活動事業費/ 売上高(H18)	平成18年度 3,758千円
組織	<p>スタッフ/職員数 1名(内専従 1名)</p> <p>個人会員 28名 法人会員 11名 その他会員(賛助会員等) 9名</p>		

政策のテーマ 多様な事業者が参加するエコチケットを用いた省エネ商品の普及

■政策の分野

- ・地球温暖化防止
- ・社会経済のグリーン化

■政策の手段

- ・調査研究
- ・国民の参加促進

団体名：特定非営利活動法人アクト川崎

担当者名：原 徹

■キーワード	省エネ製品	エコビジネス	エコチケット	異業種連携
--------	-------	--------	--------	-------

① 政策の目的

家庭における省エネ活動の促進には省エネ製品の普及が欠かせないが、先進的な省エネ製品を販売しているにもかかわらず、市民（消費者）に対する動機付けが不足しているため、その普及が進んでいないのが現状である。そこで、家庭に関連する多様な事業者が連携して取り組む仕組みとして『エコちゃんずチケット』を提案する。

② 背景および現状の問題点

- 家庭からの二酸化炭素の排出量は増加している一方、市民の温暖化に対する意識も高くなっている。しかし、市民一人ひとりが日常の出来る範囲で努力はしているにもかかわらず、結果としてCO2の排出量削減に結びついていない。
- 先進的な製品が販売されているにもかかわらず、市民（消費者）に対する具体的な動機付けが不足しているため、それらの商品が家庭に浸透していない。
- かわさき地球温暖化対策推進協議会は、省エネの推進、グリーンコンシューマーの普及など様々な取り組みを行ってきた。その中で、市民と事業者の連携により、取り組み内容が豊富化するなど具体的な実践に結びついた事例がある。
- 以上の現状認識と活動の実績を踏まえ、家庭に関連する多様な事業者が連携する仕組み『エコちゃんずチケット』を提案する。

詳しくは、資料（参照多様な事業者の連携による家庭における低炭素生活への仕組みづくり（以下「報告書」と言う。）第1章～第4章）

③ 政策の概要

《エコちゃんずチケット（仮称）》の概要

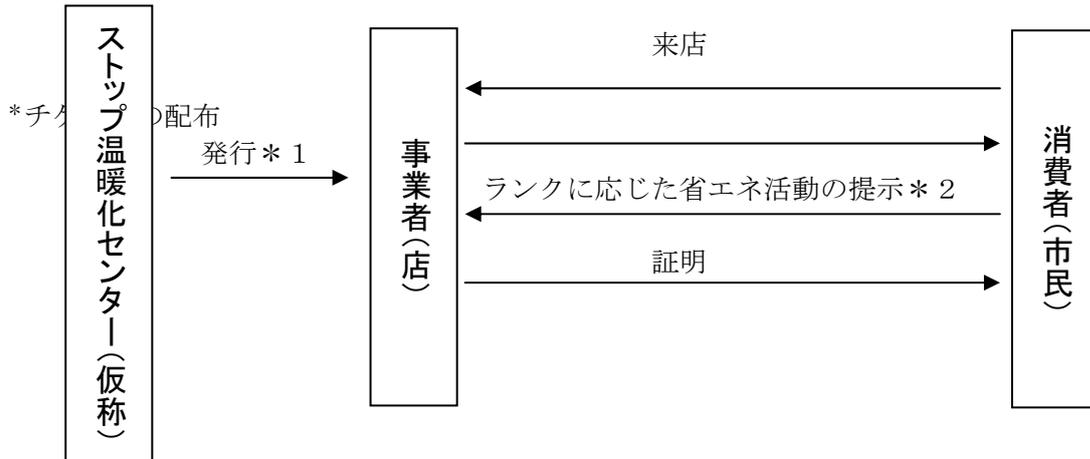
- 市民の省エネ意識の喚起を目的として、地域の事業者と協働で、省エネ活動のインセンティブとなる、ある価値を持ったチケットを配布する。
- このチケットは、1回だけの利用ではなく、3段階に分けて利用できる。1段階目は、宣言登録だけを想定し、2段階目、3段階目と、取り組む内容を高度化することで、消費者にはより一層の省エネ行動を促すと共に、事業者にはリピーターを増やすことが可能となる。
- また、このチケットは、電気、ガス、エコドライブ、省資源等の数種類発行し、業種を問わず地域内の事業者により、配布、価値交換して市民に還元する。このシステムで肝要なことは、異業種間連携により活動の社会性を高めることである。
- 協力する事業者は、顧客情報の獲得やリピーターの増大等のメリットがあるが、更に協力度合を高めるため、チケット発行数の多い事業者の表彰等も検討する。

詳しくは、資料参照（報告書第5章）

④ 政策の実施方法と全体の仕組み（必要に応じてフローチャートを用いてください）

(1) エコちゃんずチケットの仕組み

(ア) ストップ温暖化センター（仮称）が発行し、事業者を通じて配布する。



*1 チケットは、ストップ温暖化センター（仮称）が発行した版下電子データを各事業者が、自己負担で適宜、編集、印刷して消費者（市民）へ配布する。

- *2 省エネ行動の資料提供
- 業種に応じた低炭素生活のためのチェックリスト
 - その他実践活動に役立つメニューなど
 -

(イ) 事業者は、提出されたチケットと引き換えにランクに応じた経費やサービスを提供する。
この場合、チケットと景品等との引き換えは、発行店に限らず、このシステムの参加事業者に通して行える。

(ウ) 段階別チケットの内容

Aランク、Bランク、Cランクの3ランクのチケットを、電気、ガス、自動車等々の分野別に発行する。

(エ) チケットの適用事例（電気分野）と価値

表面

エコちゃんず チケット 年月日 発行 ****店		 エコちゃんず <small>エコちゃんず 証明書</small>		 エコちゃんず <small>エコちゃんず 証明書</small>		 エコちゃんず <small>エコちゃんず 証明書</small>
	取扱店	証明印	取扱店	証明印	取扱店	証明印

裏面

年月日	わたしのエコライフ宣言	電気を大切に使うための チェックリストを記入しま す。	電気使用量	
住所	私は、地球温暖化の防 止のため、電気を大切に 使います。		年月	kW
氏名			前年同月比	kW

- * 1 ランク A、B、C に対応した景品ないしサービスを提供した場合、お店の証明印を押す。
- * 2 東京電力の「電気使用量のお知らせ」を見て記入する。

チケットの価値は、業種や事業者ごとに決め、それに見合う景品を提供する。

⑤ 政策の実施主体（提携・協力主体があればお書きください）

提案団体であるNPO法人アクト川崎は、川崎市域で地球温暖化防止活動をするために発足したが、川崎市が策定した「川崎市地球温暖化対策地域推進計画」の推進組織である「かわさき地球温暖化対策推進協議会」と連携し、市民、事業者など、それぞれの主体が取り組む地球温暖化対策の支援を行なっている。

これまで、かわさき地球温暖化対策推進協議会は、省エネの推進、グリーンコンシューマーの普及など様々な取り組みを行ってきた。その中で、市民と事業者の連携により、取り組み内容が豊富化するなど具体的な実践に結びついた事例がある。

以上の実績を踏まえ、アクト川崎がストップ温暖化センター（仮称）を担う。

⑥ 政策の実施により期待される効果（具体的にお書きください）

《消費者への効果》

- * 消費者に省エネ製品を購入する動機付けになる。
- * 家庭における省エネ行動のきっかけを提供できる。
- * 省エネ製品を購入することで、家庭からの二酸化炭素排出量を低減する。

《事業者への効果》

- * 省エネ製品の販売を促進する。
- * 省エネに積極的な顧客を獲得できる。
- * リピーターが増加する。

⑦ その他・特記事項

検討課題

- ① 若年層においては、インターネットによるチケットの配布、登録、景品交換が有効と考えられるので、インターネット併用を検討する。
- ② 小規模店において、配布や景品交換、データ登録等の作業を負担できるか、また、軽減策を検討する。
- ③ チケットを市内共通とするか、発行店のみで通用するようにするか、協力事業者の意見を取り入れて検討する。