エココインの運用とその効果に関する実践的研究

— 福井市田原町商店街を事例として —

PLACTICAL RESEARCH ABOUT ADMINISTRATION OF ECO COIN AND THE EFFECTS

町田幹樹 — * 1

野嶋慎二 — * 2

キーワード：
環境保護, 商店街, 地域通貨, エココイン

Keywords :
Ecology, Shopping street, Resional money, Eco coin

Masaki MACHIDA — * 1

Shinji NOJIMA — * 2

This essay discloses some effects and problems by the eco coin in investigating and analyzing the user circumstance, listening investigations through the social experiment. There are three effects by the eco coin. (1) The community effect, (2) the effect of improvement in the environment consciousness, and (3) the creating the new faculty. There are also mainly two problems. The eco coin project had some fixed user, but it didn't have some user not to get some new user as a whole. And the rate of realization is low.

From these problems, the eco coin project needs to put in the event united with environmental activities for getting some continuous effects by the eco coin in the future.

1. 研究の背景と目的

全国の商店街では消費者のライフスタイルの変化やニーズの多様化、モータリゼーションの進展、郊外型ショッピングセンターの影響等により衰退傾向にある。しかし、商店街は単に商品を売買する場だけでなく、古くから地域のコミュニティをはじめ、地域の生活や活力を支える担い手としての様々な機能があった。こうした中、一部の商店街では衰退に歯止めをかけ、こうした多様な機能を再生するための様々な方法で取組んでいる。なかでも環境に焦点を当て、環境活動を取り入れながら商店街作りを行っているところも多い。そのための方法として、本研究ではエココインに着目する。エココインとは「地域通貨」の一つであり、消費者が買い物時などに環境に配慮した活動を行うと、店舗側からその活動に対して渡されるコインのことである。主な活動としてはマイバッグ^{注1)}やマイ箸^{注2)}等の持参がある。

エココインの事例^{注3)}としては少なく、またエココインを対象とした既存の研究はなく、エココインによるまちづくり効果は明らかにされていない。しかし、エココインは環境活動の場として商店街に新たな機能を付加することにより商店街を再生するための1つの方法として考える。

本研究は、福井県福井市の田原町商店街を研究対象とし、エココイン導入の社会実験を1年間かけて行い、エココインがもたらす環境意識面での効果をはじめ、商店街や周辺住民にもたらす様々な効果を明らかにすることで、エココインの有効性を明らかにする。さらに課題について明らかにすることで、今後のエココインによる商店街の環境の向上及び活性化方法としての基礎的知見を得ることを

目的とする。

研究方法は、まず、エココインを導入している他地区の事例を検討した後^{注4)}、田原町商店街に適合したエココインシステムを商店街組合と協同で構築する。次に、これを実践し、エココインの利用状況などの調査分析を行い、運用上の成果と課題を明らかにする。さらに、田原町商店街へのヒアリングによりエココインのもたらす多様な効果や取り組み上の課題を明らかにする。

2. 調査概要

(1) 調査対象地区の概要

田原町商店街は福井県福井市の中心より北に約1kmに位置し、福井大学と隣接した近隣商店街である。ここは幹線道路としての役割も担っている比較的交通量の多い市道であり、全長約600mの線状の商店街で、現在44店舗ある(表1)。また、路面電車の乗り換え駅や中学校、高校、大学、県立美術館、市立図書館等の施設が隣接する文教地区である(図1)。

2004年6月より田原町商店街の空き店舗を活用して地域交流拠点「たわら屋^{注5)}」が置かれた。これは福井市「元気のある商店街づくり推進事業(2003年度)」がきっかけとなり、2003年10月に福井大学の都市計画系研究室と田原町振興組合の共同で始められた産官学の取り組みである。たわら屋は「交流の場」、「情報発信の場」、「自己表現、発表の場」の3つの機能を持ち、普段は学生が常駐し、商店街や地域再生の企画等を行う。

(2) エココイン導入の経緯

2005年福井大学工学部の授業で田原町商店街における

*1 (株)スペース 名古屋本部
(〒460-0002 名古屋市中区丸の内2-12-13丸の内プラザビル)

*2 福井大学大学院工学研究科 教授・博士(工学)

*1 Space Co., Ltd.

*2 Prof., Dept. of Architecture, Faculty, of Engineering, Fukui University, Dr. Eng.

図1 田原町商店街配置図

※ 濃い色の着いている箇所が店舗の位置を示している

表1 田原町商店街店舗構成

業種	食料品店	飲食店	理・美容室	衣料品店	日用品店	書店	クリーニング店	時計店	その他	合計
全店舗数	8	14	5	2	5	1	1	1	7	44
エココイン参加店舗数	4	4	2	2	5	1	1	1	0	20

表2 エココイン導入までの流れ

年月日	内容
2005年4・5月	授業でエココイン企画を立ち上げる 他地区で実施されているエココインの調査
2005年6月	第一回田原町商店街振興組合や地域住民との協議会
2005年7・8月	田原町商店街全店舗に訪問し、エココイン参加店舗を募集 上記と同時にエココインの価格設定や譲渡条件の確認のためヒアリング
2005年9月	第2回田原町商店街振興組合や地域住民との協議会 →エココイン実施決定 エココイン3000枚の製作（福井大学の施設を利用） 告知（地元新聞、テレビ、ラジオ） 田原町商店街周辺役1000世帯にチラシをポスティング
2005年10月	エココイン実施

ゼロエミッションがテーマとしてあげられ、たわら屋に所属している学生がエココインを提案したのが始まりであり、たわら屋が企画運営を行っている。表2は立案から実施までの流れである。

(3)調査方法

エココイン流通状況や、商店街機能の向上、環境意識の向上、コミュニティの向上などの実態調査はエココイン参加店舗全20店舗に3回ヒアリングを行った。1回目は2005年11月22日、2回目は2005年12月20日～27日にかけて行い、3回目は2006年6月7日に行った。さらに消費者のエココイン参加状況に関して、96人の消費者へのヒアリング調査を2006年7月13日～8月6日にかけて行った。

3. エココインの概要

(1)田原町商店街でのエココイン運営システム

表3 店舗の譲渡条件の内訳

譲渡条件	店舗数
マイバッグ	14
マイ箸	2
マイトレイ	1
エコシャンプー、詰め替えボトルの利用	2
来店時の自家用車の不使用	1

図2 田原町商店街のエココインシステム

田原町商店街でのエココインは地域の通貨として使えるものではなく、換金のみでエココインを循環させるシステムを取っている。商店街エココイン参加店舗へは1枚2.2円で販売し、たわら屋での換金は1枚2円で行っている。

田原町商店街のシステムを図2に示す。このようにたわら屋がシステムの中に入ることによって店舗が振興組合などに換金しに行く負担を無くしている。また消費者がたわら屋に換金しにくることで、たわら屋において消費者の声を拾うことができ、またエココイン利用者の年齢層等がわかりエココインの運営に反映させることが出来る。

(2)エココインの価格設定と製作枚数

エココインの価格設定は次の通りに決定した。

全エココイン参加店舗での譲渡条件（表3）から、マイバッグを譲渡条件とする店舗ではポリ袋1枚の価格、マイ箸であれば箸1膳の価格を聞き、それらが2円数十銭～50円であることから、全ての参加店舗が金銭的負担を負わないように、エココイン1枚の価格を2.2円とした。

さらに、田原町商店街振興組合と地域住民との協議会で、たわら屋に利益が捻出されるように、エココイン参加店舗へコインを販売する場合は1枚2.2円とし、消費者に換金する場合は1枚2円で行い、たわら屋に1枚につき0.2円の利益がでるようにした。

表3は譲渡条件を示しており、これらの活動につきエココイン1枚を渡すこととした。

コインは当初 3000 枚製作した。これは参加 20 店舗に 100 枚ずつ渡し、残り 1000 枚をたわら屋にストックする予定であった。その後不足が生じ次第追加製作し 3269 枚（計 6269 枚）製作した^{注6）}。

4.エココインの利用状況

(1)店舗の利用状況

表 4 に田原町商店街の 2005 年 10 月から 2007 年 2 月までの田原町商店街のコイン配布枚数、回収枚数を記す。

田原町商店街では回収枚数（換金または商品に交換されたエココインの枚数）が 1195 枚であり、これは配布枚数 7649 枚の約 15.6% である。合計制作枚数は 6269 枚、換金枚数は 1195 枚であり、イベントでの回収枚数は 1010 枚であり、これを足すと 8474 枚となる。これに対して、配布枚数が 7649 枚であるため常にコインの在庫が不足した状態にある。月平均回収量は 85.3 枚と月平均配布枚数の 546 枚と比べると少ない。

また、譲渡別利用状況であるが表 3 のように 2006 年 6 月の時点で、マイバッグの利用率が最も高くなっており、次にマイ箸である。マイバッグはエココイン利用者がもっとも行いやすく、マイバッグが定着し始めているといえる。しかしマイバッグ活動は大手スーパーでも行っているため、商店街で行っているという特徴が薄れてしまう恐れがある。

エココインの流通状況について 2005 年 10 月から 2007 年 2 月までの 14 ヶ月間を図 3 に記す。エココイン開始当初は店舗のエココインの追加購入が多く、最大で 700 枚、平均で約 463.4 枚であったが、2006 年になってから下降傾向に入り、2006 年 4 月には最も流通していた月の 3 分の 1 に落ち込んでいる。

図 4 は各店舗の初期購入枚数を示しており、食料品店 4 のみ 400 枚と多いが、他は大半が 100 枚から始めている。

また図 5 は追加購入の枚数を示しており、追加購入枚数上位 4 店舗を店舗ごとに図 6,7,8,9 に示す。これを見ると、どの店舗も購入枚数が減少していることがわかる。最も購入している食料品店 4 では、現在も継続的に購入し続けてはいるものの、月購入枚数が減少してきている。

例えば図 6、図 8 のように飲食店 2、食料品店 3 も開始から 2、3 ヶ月までは月に 100 枚ずつ購入していたが、2006 年に入ってから徐々に回数が減り、現在は枚数も減少してきている。これは、エココインを利用している人が実施当初は多かったが、固定されてきて、新規の消費者が少ないことが原因の一つである。さらに、表 4 にあるように、配布枚数が 7649 枚と少ないため、利用者に換金してもらわないと、コインが回らないことと、エココインの流通可能枚数が少ないため、店舗がエココインを出すことを気兼ねしてしまっていることも原因のひとつになっている。

さらに 3 回のヒアリングにおいて各店舗の主な利用者層（表 5）を聞いたところ各店舗とも利用者層の変化はなく、10 代以下の利用が多いと答えた店舗が 4 店舗と多く、子どものエココインへの関心が高いと伺える。しかし、子どもを持つであろう 30 代から 50 代の利用者層が少ないことから、子どもの関心は高いが、親の関心が低く、商店街で買い物をしているがエココインを利用しないことが分かる。また、60 代以上になると少し増えるのは商店街の利用客が 60 代をこえたお年寄りが多いこともあるが、孫のため、子

ものためにエココインに参加していることがヒアリングからわかる。

表 4 田原町商店街での実施状況

配布枚数	7649枚	月平均配布枚数	546枚
回収枚数	2205枚	月平均回収枚数	85.3枚
(常時回収1195枚+イベント回収1010枚)			
回収率	28.83%		
製作枚数	6269枚		
(初期製作枚数3000枚+追加製作枚数3269枚)			
流通可能枚数	8474枚		
(回収枚数2205枚+製作枚数6269枚)			

表 5 店舗別エココイン利用者層

（数字は全 20 店舗中回答のあった店舗数を示す。複数回答あり。）

調査日	年 齢							
	20代未満	20代	30代	40代	50代	60代以上	利用者なし	わからない
2005年11月	5	2	4	5	2	5	5	0
2005年12月	5	2	5	5	3	4	4	3
2006年6月	6	2	4	4	3	2	9	0

図 3 月別エココイン購入枚数

図 4 各店舗の初期購入枚数

図 5 各店舗の追加購入枚数

図6 飲食店2の月別購入枚数

図7 クリーニング店の月別購入枚数

図8 食料品店3の月別購入枚数

図9 食料品店4の月別購入枚数

表6 消費者のヒアリング結果

(数字は人数)

		エココイン活動に参加したことはありますか？			
		はい	いいえ	無回答	総計
エココイン活動を知っていますか？	はい	15	25	1	41
	いいえ		44	9	53
	無回答		1	1	2
総計		15	70	11	96

表7 消費者のエココイン不参加理由

(数字は人数)

エココインに参加しない理由は何ですか	面倒だから	マイバッグを買い物に持っていない	活動内容がわからない	商店街周辺に住んでいない	普段、商店街を利用しない	合計
	6	4	6	4	5	25

(2) 消費者のエココイン利用の現状

2006年7月から8月まで田原町商店街の利用者にエココインの認知度、利用状況を聞いた。ヒアリング結果を表6に記す。

「エココイン活動を知っていますか」と言う質問に対し、「はい」と答えた方が96人中41人と全体の42.7%であったが、「エココイン活動に参加したことはありますか」と言う質問に対し、「はい」と答えた方が41人中、15人と全体96人中の15.6%であった。

また、エココイン活動を知っている人で、「エココイン活動に参加したことはありますか」と言う質問に対し、「いいえ」と答えた方が41人中、25人であった。参加しない理由を聞いた結果を表7に記す。

参加しない理由の中で「面倒だから」と「活動内容がわからない」がそれぞれ6人と最も高い割合を示す。エココインの存在自体は知っていても内容を認知されていないという現状が浮き上がった。

(3) エココイン運営上の課題

田原町商店街で2005年10月からの約1年間のエココイン活動を社会実験として行ってきた中で、利用者が少ないという課題と、次に換金が少ないという課題があげられ、それぞれの要因をこれまでの考察と店舗からのヒアリングにより整理する。(1)システムの運営上の課題、(2)認知度の課題、(3)意識面での課題(店舗側、消費者側)の3つに分類して述べる。

(1) 利用者が少ない

① システムの運営上の課題

- ・エココインは手作りのため量産できず、店舗に売買取るエココインのストックが足りない

② 認知度の課題

- ・エココイン実施店舗が分かりにくい
- ・新規の利用者を捕まえない

③ 意識面での課題(店舗側、消費者側)

(店舗側)

- ・エココインの枚数が少ないため、使用することを気兼ねする
- ・エココイン譲渡を忘れる
- ・コインを所有しているだけで譲渡しない

(消費者側)

- ・面倒だと参加しない

(2) 換金が少ない

① システムの運営上の課題

- ・消費者がエココインを換金せずに溜めている
- ・エココインとの交換商品が少ない

② 認知度の課題

- ・エココインシステムを利用者が把握していない

③ 意識面での課題(店舗側、消費者側)

(消費者側)

- ・換金しても利益が低いと参加しない

5. エココインによる効果

エココインの効果について2005年11月、12月、さらに2006年6月に実施した全参加店舗へのヒアリングより(1)コミュニティ向上、(2)環境意識の向上、(3)新たな消費者の行動の3点に注目し分析を進める。店舗へのヒアリング結果を表8に記す。

(1) コミュニティの向上

コミュニティに関する回答では2005年11月の段階では全20店舗中、「消費者との会話が増えた」は5店舗、「消費者との会話が少し増えた」は5店舗が答えている。「特にない」も7店舗と多い。半数の店舗に変化は見られないが、エココイン購入枚数上位4店舗を見ると、全ての店舗で「消費者との会話が増えた」及び「少し増えた」と回答しており、エココイン利用の高い店舗ではエココインについての会話が生まれていることがわかる。また、内容を見ても「マイバッグを作った」など消費者にも店主にも会話の切り口となり易いことがわかった。しかし、2006年6月には「消費者との会話が増えた」が0店舗と減少している。またエココイン利用の多い上位4店舗にも同様のことが言え、2005年11月には4店舗ともコミュニティ効果があったが、2006年6月には1店舗に減少している。

表8 エココインの効果

効果	詳細	全20店舗の回答数			エココイン購入上位4店舗の回答数			内容
		2005年11月	2005年12月	2006年6月	2005年11月	2005年12月	2006年6月	
コミュニティ	消費者との会話が増えた	5	5	0	2	0	0	・エココインが始まり、消費者の顔を覚えるようになり、声をかけるようになった。 ・マイバッグがきっかけとなり消費者と話をした。 ※「変わらない」のうち、「元々意識が高かった」と回答する店舗が7店舗、「変わらないがマイバックを使うようになった」が1店舗含む。
	消費者との会話が少し増えた	5	3	5	2	1	1	
	興味を示す消費者がいる	2	0	0	0	0	0	
	特にない	7	11	7	0	3	3	
	無回答	1	1	8	0	0	0	
店主の環境意識	少し高まった	4	5	4	1	0	2	・買い物でマイバッグを利用していた親子が、子ども一人でなくてもマイバッグを使う。 ・親子で買い物に来て子どもにマイバッグの使い方を教える。 ・子どもが親にマイバッグの利用を促す。
	変わらない	15	14	8	3	4	2	
	無回答	1	1	8	0	0	0	
新しい消費者の行動	子どもがマイバッグを使う	1	0	0	1	0	0	
	親子でエココインを利用する	1	1	0	0	0	0	
	ポリ袋をいらないという人が増えた	0	2	0	0	0	0	
	コインのためでなく環境のために行う	1	0	0	1	0	0	
	ない	6	9	15	1	2	4	
	分からない	10	7	0	1	2	0	
	無回答	1	1	5	0	0	0	

これより、実施直後の時点では話題性もあってコミュニティのきっかけとなっているが、それは一部の店舗であり、月日が経つと薄れて行く傾向にある。コミュニティ効果を継続させるためには、消費者の興味を引く新しいしなかけを試みる必要がある。

(2) 環境意識の向上

環境意識に対する変化の回答では 2005 年 11 月では「変わらない」が 15 店舗と多かった。しかしその中で「もともと高いから」と回答した人が 7 店舗あり、以前からの環境への意識が伺える。また、「変わらないが自分もマイバッグを持ち出した」が 1 店舗あった。「少し高まった」が 4 店舗と一部の店主にエココインによる環境意識の変化が見られた。

しかし、2005 年 12 月には「変わらない」が 13 店舗と増え、2006 年 6 月には「無回答」を含めると、16 店舗が変化していない。これより、エココイン導入初期の環境への意識変化は 4 店舗であったが、次第に低くなっていくことがわかった。環境意識の向上を継続的に行っていく上で、環境に関するイベント等を行う必要がある。

(3) 新たな消費者の行動

2005 年 11 月には「分からない」が 10 店舗、「ない」が 6 店舗と多い。しかし、子供が自らマイバッグを使っており、エココインへの関心の高い子供がいることが 1 店舗で見られ、小さい子供のいる親が子供を連れてエココインに参加することがある店舗が 1 店舗ある。その内容を見てみると、子どもにマイバッグの使い方を教えており、エココインを通して教育を行うという新たな商店街の使われ方が見られた。また、ヒアリング時に小学生が課外学習でエココインを調べていた。しかし、2005 年 12 月、2006 年 6 月となるごとに新たな使われ方がなくなり、「ない」と回答する店舗が 15 店舗と機能が失われている。

このようにエココインによって商店街が教育の場として使われる事例が見られたが、しかし、継続してその機能を維持することは困難であった。そのために子供を対象としたエココインイベントなど、エココインを通じて環境教育を行えるようなイベントが必要となると考える。

表9 イベントでの回収状況

性別	年齢	持参したコイン枚数												人数
		10	20	30	40	50	60	70	100	130	160			
女性	幼稚園生	2												2
	小学生	1												1
	中学生	1												1
	30代	2								1	1			4
	40代	3	1											4
	50代	5	5											10
	60代	4			1		1							6
	70代			1	1									2
女性人数計		18	6	1	2	0	1	0	0	1	1			30
男性	小学生	1	1			1								3
	30代								1					1
	40代							1						1
男性人数計		1	1	0	0	1	0	1	1	0	0			5
人数計		19	7	1	2	1	1	1	1	1	1			35
総枚数計														1010

6. イベントによるコイン回収の試み

(1) エココイン回収状況

エココインを運営して行く上で、4(3)で上げたように、いくつかの課題がでてきた。その中で、4(3)①システムの運営上の課題と②認知度の課題がエココイン流通の妨げとなっている。そこでこれら2つの課題を克服するためにエココインを用いたイベントを開催した。

流通を高める上でエココインのストックが足りないことが一番の問題であると考えられ、エココインを回収することが必要であった。そこで以下の4つを観点にイベントを企画する。

- ・エココインを大量に回収できる
- ・消費者がエココインを使いたくなる
- ・エココイン利用率を上げる
- ・新規の参加者を獲得する（興味を持ってもらう）

今回はエココイン 10 枚で 1 回の抽選を行うイベントとし、開催日を 2006 年 12 月 20,21,22 日の 3 日間行なった。

イベントでのエココイン回収状況と利用消費者層を表9に記す。回収状況として、3 日間で 1010 枚の回収があった。

利用消費者を見てみると、3 日間での総数が 35 人とやや少ない結果となった。抽選会への参加は商店街の利用者の中で最も多い 50 代以上の女性が多い。しかし、その中に小学生も数名いた。

また、回収枚数を見てみると、10 枚、20 枚での利用者が半数以上を占める中、50 枚以上での利用者もあり、最高枚数が 160 枚という結果となった。イベントが少ない枚数を持っている利用者の回収を促す役割を果たしたと言える。

(2) イベントによる効果

2006 年 12 月の抽選会による効果を店舗のエココイン購入総枚数から見てみると、告知開始の 2006 年 12 月 1 日から 1000 枚の購入があった。これは図 3 から見て分かるように、2006 年 10 月と 11 月の購入総枚数がそれぞれ 200 枚と 0 枚であることから、この抽選会により消費者の利用が急激に増えたことが分かる。

しかし、2007 年 1 月の購入総枚数は 0 枚と、エココイン利用の増加が止まっており、イベント前の利用増加効果はあるが継続性に欠けることがわかった。

しかし、イベントによるエココイン回収効果は高く、2006 年 12 月の回収枚数が抽選会の 1010 枚であり、通常（イベント回収以外）の平均回収枚数が 2005 年 10 月～2007 年 2 月の期間で 70.3 枚と比べると、通常の月の 14.4 倍の回収であった。

7. まとめ

本研究では、エココインを商店街で試行的に実践し、これを実施している店舗を対象として、利用状況やヒアリングを行うことで、エココインの運用上の課題と、これによる商店街、消費者への効果について考察した。この結果、以下の知見を得た。

(1) エココインの運用上の課題

4 章 (3) エココイン運用上の課題でまとめているように、課題として①利用者が少ないこと、②換金が少ないこと、であった。原因としては(1)システムの運営上の課題、(2)認知度の課題、(3)意識面での課題（店舗側、消費者側）の 3 つがあり、それぞれの改善の必要性が明らかになった。

特に、換金が 2 円と少額ということもあり換金枚数が少なく、多くのコインの追加製作が必要であり、追加製造にかかる費用と手間が課題となっている。現在補助金を使って学生がこれに当たっているため継続しているが、商店街独自で行おうとする場合には費用対効果を考えると継続が困難と考えられる。安価に多くのコインを製作する方法の検討（例えば紙のシートにスタンプを押す方法やコインを紙に変えるなど）が必要である。

(2) エココインがもたらす効果

①エココイン利用度の比較的高い店舗では、エココインが店主と消費者との間に生まれる会話のきっかけとなっている店舗が存在していることがわかった。しかし、それは実施から 6 ヶ月という初期の段階のことであり、コミュニティが広がって行かない。継続していくための方策が必要である。

②エココインにより環境意識が向上している店舗が存在するがそれは一部の店舗であった。環境意識の向上を促すイベントなどの仕組みが必要とされる。

③エココインにより商店街が小学生の教育の場になるということもあった。しかし、コミュニティと同様、子供向けのエココインを使った環境イベントなどを実施し、一過性のものではなく継続して行っていく必要がある。

(3) イベントがもたらす効果のまとめ

イベントによって消費者が家庭に溜めているエココインを回収し、流通させることができるためエココインの循環を良くすることができた。これにより、エココインのストック不足が解消される。しかし、これも一時的な効果であり、継続性に欠けるため、持続的に環境に対する関心を高めることを行う必要がある。

今後エココイン活動を発展させるには、エココイン利用者のエココイン離れの防止、新たなエココイン利用者の獲得のため、また環境意識の高まりが低かったことから、定期的な環境改善と一体となったエココインイベントの実施がエココイン運営に必要となる。

注

注 1) マイバッグの活動は、買い物時に持参した鞆に品物を入れてもらうことにより、ポリ袋をもらわず資源の節約を行う活動。

注 2) マイ箸の活動は、飲食店において持参した箸を使用することで、店舗の割り箸を使用せずに節約する活動。

注 3) エココインの事例は、愛知県名古屋市の大門商店街、東京都品川区の商店街連合会、滋賀県草津市の NPO 元気村、愛知県岡崎市の 21 世紀を創る会・みかわ等があげられる。前者 2 つは商店街で行っているエココインであり、3 つ目の NPO 元気村では子どもを対象としたエココインである。また 4 つ目は実験事業として行われたエココインで、まつりの際に子どもを対象として行われた。

注 4) 大門商店街は愛知県名古屋市中村区にあり、大門通り沿いの南北約 500m、東西約 500m の商店街であり、現在 145 店舗ある。周辺には 2 つの小学校がある。1999 年から名古屋市「ゴミ非常事態宣言」により、商店街内にリサイクルステーションを設ける等し、エコで商店街としての統一を図ろうとしている。大門商店街のエココイン企画は名古屋市「ゴミ非常事態宣言（1999 年）」により商店街振興組合の協議の末、2000 年に実施された。

大門商店街のエココインシステム

注 5) たわら屋は福井大学都市計画系の学生を中心に十数名の学生で構成されている。商店街の活性化活動や田原町の環境改善活動を商店街組合や地域住民と共にやっている。

注 6) 本事業費用はコインの制作費が大半を占めている。これは学生が工学部材料開発工学科の機械を用いて、紙をプラスチックで挟むことで作製しており、アルバイト費約 30 万円であった。他の経費は、広告・印刷費が約 8 万円、他諸雑費である。これらの経費の全ては文部科学省現代 GP（現代的教育ニーズ取組支援プログラム）の助成を受けて行われている。

[2007 年 4 月 17 日原稿受理 2007 年 7 月 26 日採用決定]