

# 経済観測

「エコポイント」の活用によるグリーン家電普及促進事業」が、5月15日から始まった。省エネタイプの家電（エアコン、冷蔵庫、地上デジタル放送対応テレビに限定）を購入すると、「グリーン家電エコポイント」がもらえて、将来1割1割1円で交換できる、という仕組みだ。ただ、ポイントの使い道、使い方、今のところ、未定。消費者は領収書と

## エコポイント

保証書を保存しておくなくてはいけない。

経済産業省は、これから事務局を発足させ、カタログを準備して、消費者から送られてくる領収書の真偽を確かめつつ（これは結構大変ではないか）、ポイントを確認するという膨大な作業をすることになる。この作業の紙の量、通信費や事務局の電気代、周知徹底のための宣伝用資源などを考えると、果たして、これが「エコ」なのか。

エコポイントがついていない商品からつい

東京大教授

伊藤 隆敏

ている商品に移行するところは、エコに貢献ということになるが、エコポイントがなくても、その商品を買っていったかもしれない。結局、エコ推進の純増部



分はかなり疑問だ。まだまだ疑問はある。そもそも「省エネ」推進であるならば、なぜ省エネ洗濯機、掃除機や省電力電球などが入っていないのか。

エアコン、冷蔵庫、テレビは毎年購入するものではない。数年に一度の買い物であろう。ポイントがついたことで、制度実施前の買い控え分の需要がいま出ている。制度終了間際に駆け込み需要があるだろうが、制度終了後に落ち込む。消費の純増になるだろうか。

ひとつだけ確かなことがある。事務局の人員費が膨大になるだろうということである。この事業の趣旨が、危機対応の財政支出（雇用対策）、というのであれば納得する。

伊藤隆敏  
毎日新聞経済観測用原稿、

## 第 6 回、エコポイント ホームページ用注

(注)

今回の「エコポイントの活用によるグリーン家電普及促進事業」は、経済産業省、環境省、総務省が共同で推進している。一方、環境省が単独で推進を準備している「エコ・アクション・ポイント」という制度もある。

今回の 3 省共同推進のエコ・ポイントは、

[http://www.env.go.jp/policy/ep\\_kaden/index.html](http://www.env.go.jp/policy/ep_kaden/index.html)

に詳しいが、要するに、エコにかこつけて買い替え促進による家電業界救済をするというもの。自動車の買い替えに補助金を出すことを決めたのでそれを家電業界にも拡大した、というもの。経済産業省の政策意識が色濃く出ている。この事業推進のためにエコがどれだけ失われることか。(膨大なポイント引き換えをさばく事務局にかかるエコ費用を考えてみるがよい)

一方、環境省が独自に推進しているという「エコ・アクション・ポイント」は、

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

このホームページによると、環境省は、「家庭部門の温室効果ガスを削減するため、国民に身近で、わかりやすい形で、一人ひとりの取組を促すエコ・アクション・ポイント事業を推進しています。」とのことだ。さらに詳しく読むと、環境省の「単独」だけあって、きわめて論理的にはきれいだ。「エコ・アクション・ポイントとは、消費者による温暖化対策型の商品・サービスの購入や省エネ行動を経済的インセンティブを付与することにより、誘導する仕組みです！」とある。明快だ。

しかし、この環境省のエコ・ポイントは、ホームページでは、「推進中」とあり、ポイントのため型なども決まっているようだが、店頭で見たことがない。まだ始まっていないのか？似たようなポイント制度が二省で喧嘩をしながら推進するところが、いかにも日本の縦割り官僚組織だ。