

# インセンティブをデザインして社会課題を解決する

明治大学リバティールーム  
2013/07/05 9:00-10:30

特定非営利活動法人 ごみじゃぼん 代表理事  
神戸大学大学院経済学研究科 教授  
石川雅紀

2013/07/05

©NPO法人ごみじゃぼん

1

# インセンティブをデザインする…???

2013/07/05

©NPO法人ごみじゃぼん

2

インセンティブとは、動機付けの事です

社会課題とは何でしょう？

個人（個別企業）の課題と社会の課題

## 個人（個別企業）の課題と社会の課題の例

### 個人（個別企業）の課題例

- 就活
- 恋愛，結婚
- 旅行ルートを選択

### 社会的課題の例

- 失業率
- 人口問題
- 気候変動（温暖化ガス排出抑制）

## 社会の課題の特徴

### 個人（個別企業）の選択に任せると生じる

- エアコン，自動車などを使うと温暖化ガスが排出される。
- 気候変動が促進される。
- 地球規模で被害を受ける。
  
- 自分だけ省エネルギーに勤めてもほとんど役に立たない。

## インセンティブ設計による解決とは？

個人（個別企業）の選択の条件を変える

- ・割り勘での飲み会
- ・のみ放題での飲み会
- ・自分で飲む分をその都度支払う飲み会

## デザインとは：

目的を達成するための一番よい方法  
を実現可能な形で示す。



2013/07/05

©NPO法人ごみじゃぼん

9

## 目的：

1. 座る
2. 収納する
3. 調和する
4. 廃棄する



2013/07/05

©NPO法人ごみじゃぼん

10

## インセンティブのデザインとは：

課題を達成するための一番よい動機付け  
を実現可能な形で示す。

## 誰がデザインするの？

行政？ 議員？ 専門家？ 大学？ NPO？ 市民？

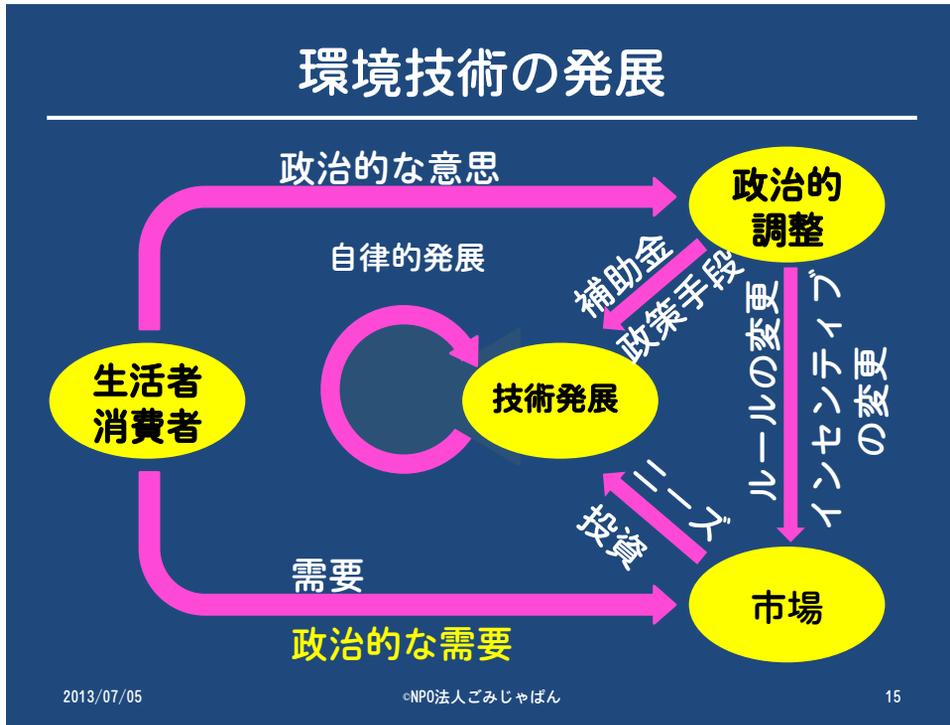
誰でもアイデアがあれば提案できる…  
けど、実現は難しい

## 社会のデザインが実現困難な理由

社会は利害が違う様々な人や組織でできているから、  
「一番よい方法」がたくさんある

## 「一番よい方法」をどうやって見つけるか？

1. 合意するまで話し合う  
政治的方法
2. それぞれのアイデアをやる  
市場を利用する方法



## 市場における政治的調整

### 需要側からのアプローチ

- ナイキ製品に対するボイコット(1996)
- フランスワインに対するボイコット(1995)
- 中国における労働者の自殺(2010)  
Hon Hai Precision Industry Co., Ltd. の労働者が次々と自殺した。

ボイコットで国際政治の舞台では  
解決が困難な問題が解決した。

ボイコットがおこる前に対策が行われる事も…

2013/07/05

©NPO法人ごみじゃぼん

17

## 政治的消費者運動

---

この発表での定義

政治的目的のための消費、または  
政治的目的のための消費の促進。

Negative political consumerism: NPC  
ボイコット等

Positive political consumerism: PPC  
フェアトレードなど

2013/07/05

©NPO法人ごみじゃぼん

18

## 政治的消費運動

---

### 長所

NPC は大変有効

直接の対抗手段が難しい

### 短所/危険性

NPCは無実の人を傷つける可能性あり

NPC の持続性あるか

PPC はインパクトが弱い

NPCは手段が目的化しやすい

## 必要なのは、

---

政治的消費者運動で、  
十分大きなインパクトがあり、  
経営のコアに影響を及ぼし、  
問題に焦点を絞り、  
持続可能な運動。

## ごみじゃぱん

特定非営利活動法人 2006年9月6日（内閣府認証）

神戸大学学生を中心とし、神戸大学内に事務局

メーカー，流通，行政，大学，生活者と連携

2007年から減装（へらそう）ショッピング活動を展開

## 減装（へらそう）ショッピング

生活者が商品を買う瞬間に

容器包装ごみに関する情報を提供し

包装の軽い商品の購入を推奨する事で

社会全体での容器包装ごみの発生抑制を実現する

## 減装（へらそう）ショッピング

活動を実施している店舗で、このマークのついた商品を買っていただくと、ごみを減らすことができます！



2013/07/05

©NPO法人ごみじゃぼん

23

## 店頭での活動



ごみじゃぼん

24

## 商品棚での情報提供



2013/07/05

©NPO法人ごみじゃぼん

25

## 減装（へらそう）ショッピングの特徴

1. 学生・生活者が基準を決めている事
2. メーカー，流通，行政，大学，生活者の連携
3. 成果の定量化，見える化

2013/07/05

©NPO法人ごみじゃぼん

26

## 東播磨区消費者団体の方と共に推奨作業

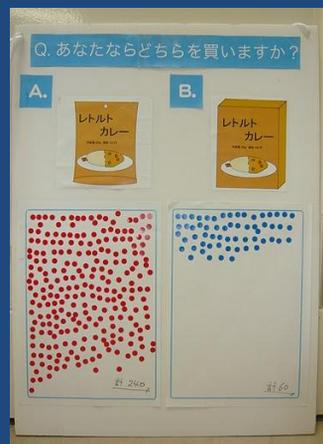


2013/07/05

©NPO法人ごみじゃぼん

27

## 各店舗にてパネルアンケート実施



2013/07/05

©NPO法人ごみじゃぼん

28

## 店舗イベント実施



2013/07/05

©NPO法人ごみじゃぼん

29

## 減装caféで本音トーク

生活者の方と学生が、ゆったりお茶を飲みながら、  
ごみにまつわる様々な話題についてざっくばらんに  
お話しします。



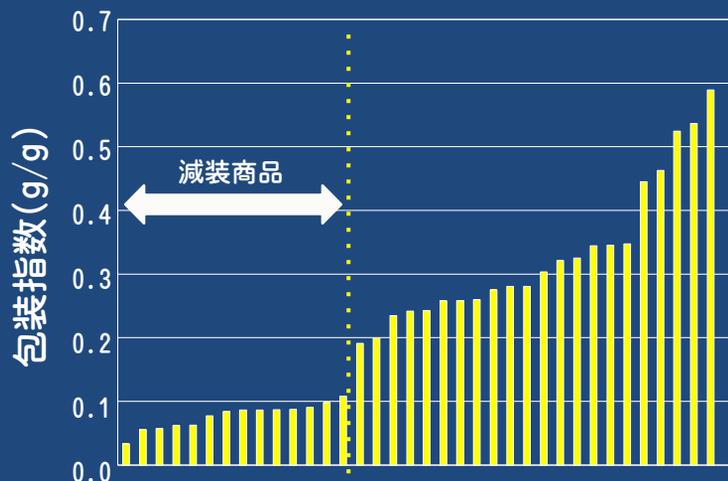
2013/07/05

©NPO法人ごみじゃぼん

30

## 推奨商品の選定

包装指数 = 包装重量 / 中身重量



2013/07/05

©NPO法人ごみじゃばん

31

## 推奨された減装商品 2009-2010

減装商品数:	ca. 1,200
重量測定商品数:	ca. 4,000
カテゴリー数:	119

減装商品の包装指数は、カテゴリ内全商品

の包装指数の **48%**

2013/07/05

©NPO法人ごみじゃばん

32

## 商品に減装マークが入った商品

ヤマザキパン社 ロールパン

累計販売個数 約1,200万個

包装削減量 約24トン

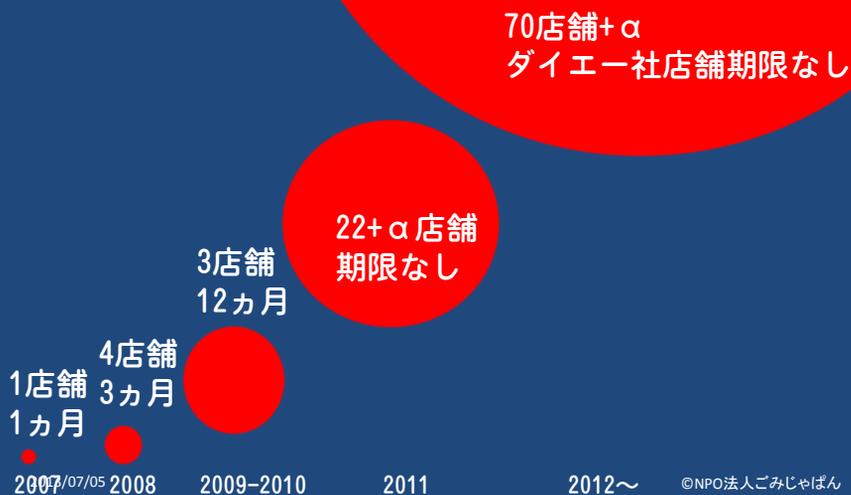
(2011/11/01-2012/10/25)

2013/07/05

©NPO法人ごみじゃぼん

33

## 拡大する事業規模



©NPO法人ごみじゃぼん 34

御清聴ありがとうございました。

ごみじゃばんは、  
容器包装ごみ半減を目指して活動を深化・拡大します。  
ご支援，ご協力ぜひともお願いいたします。