



商店街近代化推進シリーズ 55

商店街
工口活動



商店街 エコ活動

CONTENTS

1. 環境問題と小売業	1
(1) 環境問題の動き	1
(2) 小売業等における二酸化炭素の排出	1
(3) 小売業の環境問題への対応	2
2. 「商店街エコ活動」の意義と目標	2
(1) 商店街の環境変化とその対応	2
(2) 商店街エコ活動とは	3
(3) 商店街エコ活動の意義	3
(4) 商店街エコ活動の目的と目標	4
3. 商店街エコ活動の現状	5
(1) 商店街エコ活動の展開状況	5
(2) 商店街エコ活動の取り組み (事例 12 商店街)	6
(3) 事例からみた商店街エコ活動	8
4 商店街エコ活動の課題	9
(1) 商店街エコ活動の問題点	9
(2) 商店街エコ活動のあり方	10
5. これからの商店街エコ活動	13
(1) 商店街エコ活動がもたらすもの	13
(2) 商店街エコ活動への期待	15
6. エコ活動を進める商店街事例	17

1. 環境問題と小売業

(1) 環境問題の動き

1992年の地球サミット以降、地球温暖化対策として二酸化炭素（CO₂）削減が課題となっています。2007年には「地球温暖化問題に対する懇談会」が、低炭素社会実現のためには、国土・自然、交通、産業・業務から住宅、家庭にまで広範囲にわたってのCO₂削減取り組みが必要であると提言しています。

一方、最近50年間の世界の気温上昇ペースは過去100年間のほぼ倍になり、確実に温暖化が進んでいます。東南アジアでは、これまで経験したことのないような水不足が頻繁に起きています。森林もどんどん縮小し、アフリカでは砂漠化が加速しています。このようことから、地球温暖化防止に向けての対応も緊要となっ

てきています。これまで環境問題といえば、主として先進国で問題化した公害、ゴミ、水質汚染等でした。地球温暖化は局地的ではなく、地球規模の問題であること。発生源が多様で要因が複雑

に関連し合っていること。被害者は同時に加害者でもあること。これらが従来の環境問題とは異なる点です。先進国の高度な経済活動による石化燃料や化学物質の使用増大が温暖化の大きな要因であるとともに、開発途上国の経済成長及び人口増を支える先進国の経済活動と開発援助もまた大きな要因となっています。

(2) 小売業等における二酸化炭素の排出

わが国の燃料燃焼によるCO₂の排出量は、2006年環境省発表の数値で年間約11億8,600万トンです。部門別には、工業など産業部門で39%、運輸部門で21%、商業サービス業その他の部門で19%、家庭で14%です。CO₂削減にはとくに産業部門に目が向きがちですが、商業・サービス等部門の排出量は1990年度対比で40%近く増加しており、商業・サービス等部門のCO₂削減もまた急務となっています。

商業・サービス等のうち小売業では、売場当たりのCO₂排出量は、

一般小売店は比較的少なく、スーパーや百貨店の1/3、コンビニエンスストアの1/8となっており、小売業の排出量に占める一般小売店の比率は16.8%を示しており、大型店、チェーン店とともに一般小売店においてもCO₂削減の努力が求められています。

小売業の分野では、エコ活動の組織的展開は大型店、チェーン店で先行しています。業界団体や個別企業では「地球温暖化の防止」と「循環型経済社会の構築」を行動目標とした取り組みを進めています。大型店のように組織的、広域的な取り組みではないものの、一般小売店の地域的集積である商店街においても、また、その構成員である個店においても、商店街の社会的役割や社会的責任を認識しつつ、組織的に、または個別に環境問題に取り組む事例が増えてきています。

(3) 小売業の環境問題への対応

小売業においても、CO₂削減を含めて環境に配慮した、あるいは環境に優しい事業展開はもとより、環境づくりへの積極的参加・貢献が社会

結する事業を展開していくことが求められます。

商店街の目から地域社会をみると、少子化対応、高齢化対応、防犯、環境、福祉等の取り組みむべき課題が山積しています。商店街がこれらのすべてを独自に解決していくことは困難ですが、商店街が地域社会の構成員であることを十分に理解し、地域社会と共に社会的課題を解決するという商店街の役割を再認識する必要があります。

(2) 商店街エコ活動とは

商店街は地域社会と共に社会的課題、地域的課題に取り組まなければならない数多くの分野があります。今回は「環境問題」を取り上げます。「環境問題」といっても、テーマが広範にわたり取り組み方も多様です。各地の商店街で行われている「環境問題」への取り組みは、単純に体系化することはできません。そのため、ここでは環境に配慮した商店街の環境問題への取り組みを「地球温暖化対策」と「CO₂削減」に絞って体系化を試みることにします。

自然や社会の環境に配慮した活動を一般には「エコ活動」と呼ばれて

います。エコとはEcology（エコロジー＝生態学）の略です。商店街の活動も「環境活動」よりも「エコ活動」と呼んでいる地区が多いため、ここでは商店街が「地球温暖化対策」と「CO₂削減」のテーマを中心とした「環境問題」への取り組みを「商店街エコ活動」と定義します。

(3) 商店街エコ活動の意義

2009年5月から地球温暖化対策の一環として、国ではエコポイント制度を開始しました。商店街でも資源の再生（Recycle）、削減（Reduce）、再使用（Reuse）、環境負荷が高い商品・サービスの拒否（Refuse）の4R運動を採り入れた事業に取り組む地区が増えています。省資源、循環型社会の実現に向けて流通業に期待される役割は大きくなっていきます。店頭での日常的・継続的な取り組みは、地域の生活者や事業者の環境問題に対する意識啓発や行動計画にも相当の効果がありません。商店街と地域社会との関係が希薄化している中で、商店街がエコ活動を推進することで自らの社会的責任、持続可能性、存在意義の訴求が可能となります。

このような、商店街のエコ活動を

2. 「商店街エコ活動」の意義と目標

(1) 商店街の環境変化とその対応

小売業を取り巻く経営環境の変化は、商店街の景況感や組織活動にさまざまな影響を与えています。商店街に本店を出店してきたチェーン店の店長が、地域の共同活動に参加するより本部への忠誠心を優先すると、商店街が一致団結し、環境変化に対応する際に必要な組織求心力が低下する

ことになります。また、経営の悪化により小売業以外からの収入を求めようになると、次第に店の経営が疎かになり、商店街活動への理解と協力が得られにくくなります。このような中で商店街が環境変化に対応するためには、個店の積極的な取り組みを通じて競争力の強化を基軸としつつ、商店街がこうした活動を側面から支援し、個店の活動支援に直

推進することで、商店街は住民や消費者との対話・交流の機会が増え、店頭での商品販売やサービス提供を越えた社会的関係を構築することができ、商店街が積極的に社会課題の解決に向けた行動を起こすことにより、社会的な存在意義を地域社会にアピールすることができ、商店街がエコ活動に取り組むことは、商店街のイメージアップや地域コミュニティの担い手としての期待に応える意味からも、その必要性は高いものがあります。商店街が社会課題の解決の視点をもってエコ活動に取り組む中でネットワークが広がり、新たなビジネスの芽を見つけてくることもあります。商店街がエコ活動を通じて、組織活動の構成員に向けての求心力を回復し、地域社会の中での存在感を高めていくことが望まれます。

(4) 商店街エコ活動の目的と目標

商店街エコ活動を始めに際して、エコ活動を“何のために行うか”という活動目的を明確にすることが望まれます。“何のために”という活動目的を明確にした上で、次に、エコ活動を“何をめざしてやるか”という活動目標を明らかにすること

が必要で

す。エコ活動に取り組む目的として、「商店街」と「社会・地域」の2つの視点からみることができ、商店街の視点からは、環境問題やコスト問題等の“負”の『問題解決』があげられます。商業機能や空間に関する「水準向上」、社会貢献による商店街の「イメージ向上」等の“正”の付加価値向上を目的としたものや、商店街構成員の意識や意欲の向上を通じて、構成員の「内部結束力強化」等もあります。社会・地域の視点からは、環境問題に関する社会貢献、地域貢献をめざす相互啓発や地域との連携、協働による活動です。

一方、エコ活動の具体的な目標として、買物環境や歩行者空間の「環境改善」、ごみ処理や包装材等の「費用削減」、商店街の存在や主張のPR等の「広告宣伝」、既存の「販売促進」等の活動に対する補強策があります。また、使命感を持ってエコ活動を行うことによる「社会貢献」、地域の住民や事業所との交流を深める「地域連携」等もあります。

商店街のエコ活動は、縦軸としての「目的」と、横軸としての「目標」を十分に理解、認識をして、スタートすることが肝要です。何のために、

何をやるのかについての関係者における共通認識が、効果ある商店街の

エコ活動に必要不可欠です。

3. 商店街エコ活動の現状

(1) 商店街エコ活動の展開状況

① 商店街実態調査(H18)による商店街エコ活動の実態

エコ活動として、地域活動の中に『環境美化(清掃等)、リサイクル』があり、「実施済み」と「取り組み中」を合計すると49.4%と、約半数の商店街で対応しています。

『清掃等の環境美化』は商店街の日常的活動として行われている比率が高く、本来の商店街エコ活動としての活動はかなり減少すると推測されます。一方、商店街エコ活動として、『環境美化(清掃等)、リサイクル』以外にも廃油回収やゴミの共同処理等の事業、エコバッグ、マイ容器等様々なエコ活動が行われています。正確な数値の把握は困難ですが、半数には満たないものの、実際に地域活動としてエコ活動を展開している商店街はもっと多くなると考えられます。なお、『エコステーション・

リサイクルボックス』については、「実施済み・取り組み中」としている商店街は5.7%に留まっています。

このような中で、商店街全体の6.4%に過ぎない「繁栄または現状維持」の商店街では、『環境美化(清掃等)、リサイクル』の実施率は90%を上回っていると推測されます。これは、『環境美化(清掃等)、リサイクル』の活動成果というより、繁栄または現状を維持している商店街では、エコ活動にかかわらず商店街活動に積極的な活動を行っており、その総合かつ複合的成果として繁栄または現状維持があるものと推測されます。

(2) 商店街エコ活動の取り組み (事例 12 商店街)

①活動の内容

一つのエコ関連事業のみ取り組みを行っている地区はなく、1地区あたり平均4つのエコ活動を行って複合的効果を発揮しています。

②推進の主体

商店街が活動の取り組み主体となっているところが大半ですが、商店街単独ではなく市民活動グループ、NPO、学校等との連携や協働で取り組みことにより成果を上げています。また、少数ですが、地域の有志による新しい組織で取り組んでいる例もみられます。

③活動の主な目的

「商店街、商店のイメージアップ」、「環境保全、省資源、社会貢献等のエコ機運の高まりへの対応」を活動の目的としている商店街等がそれぞれ2/3を占めています。販売促進等の事業とは異なって、地域貢献、社会貢献が活動目的の大きな地位を占めています。

④活動の財源

エコ活動の財源としては「主に商店街自己財源」としている地区が半数を占めています。また、「主に行政からの補助金の活用」も1/4から指摘され、その他「個店利益の再投資」があり、補助金と自己財源等と併せて財源の確保に工夫をしています。

⑤活動の成果

エコ活動の成果として、事例12地区では「消費者のエコ意識向上」、「行政、支援機関との連携」、「地域、NPO、学校との連携」について高い評価をしています。「商店街の賑わいづくり」も上位にあるものの、「個店の売上向上」、「個店の経営意識の向上」等の個店に対する成果については、比較的低い水準に留まっています。

⑥取組みについての課題

エコ活動の取り組みに関して「商店街内部での理解促進や意識向上」が第一位に、「個店の取り組み姿勢の弱さ」が上位に指摘される等、商店街の内部問題が取り組みの課題となっっています。「行政、支援機関の支援不足」が各地域で課題の上位に挙げられています。

⑦活動に対する考え方

「商店街全体の事業としてエコ推進が必要」、「営利につながらなくともエコ活動は行っていくべきだ」、「環境保全、省資源への理解、意識向上のための勉強会に取り組みたい」が上位にあって、商店街としてエコ活動の取り組みが必要としています。これらの回答は既にエコ活動に取り組んでいる先駆的な商店街であることによると推測されます。また、行政・支援機関からの「財政・人的支援」や地域団体等との連携や協働について大きな期待が寄せられています。

⑧今後の活動の展開

エコ活動の今後の展開については「これからも現状の事業のほかに積極的に事業を広げていきたい」が半数を占めて多く、これまでの活動の継続維持、さらには積極的な展開を志向する商店街等が多くなっていきます。しかし、「条件が整っていればエコ事業を継続していきたい」とする条件派もあり、取り組みに対しては前向きではあるものの、その実施にはなんらかの制約条件を抱えているという状況がみとれます。

⑨総合評価

商店街エコ活動に対し、商店街の利害だけでなく社会的な使命感による積極的な取り組みがなされています。にぎわいづくりの展開等、エコ活動の成果は実感されているものの、個店の取り組みや意識向上について課題が残っています。活動は商店街等の「自己財源」を中心に行っており、行政等からの資金や人的支援を望む声は強くなっています。

③事例からみた商店街エコ活動

街は本来の商業活動に加え、エコ活動を通じて自らの個性を確立し、または補強してイメージを高め、地域住民と相互啓発しつつ、多様な外部関係者との連携を持ち、新たな顧客層の開拓と固定客の増加につなげる

①「三方よし」と商店街エコ活動

商店街のエコ活動は、「儲けばかり考えている」と一般に思われがちな商店街や個店において、近江商人の理念として知られる「売り手・買い手・社会（世間）に利する」という「三方よし」に取り組む、それを地域社会にアピールすることのできる、現代的な手段であるといえます。商店街の賑わいにも結び付きません。

②事例商店街におけるエコ活動

今回の12事例商店街におけるエコ活動への取り組みは、多岐の分野にわたっています。設備投資の規模や事業の主体等により、大きく次の4つに分類できます。

タイプ	事業、活動の内容	事例
ハード系 事業1 (大規模設備投資型)	LED街路灯、ソーラーアークランプ等、まとまった設備投資を必要とする事業。可燃の事業であるため、商店街のイメージアップが可能。LED導入やソーラーアークランプ化では、使用電力や電気料金の削減、売電収入等、経費面での効果もある。	遊鷹大山 東横駅前 熊本下通り 京都亀岡
ハード系 事業2 (小規模設備投資型)	商店街が、バイオディーゼルの精製機、生ゴミ処理機等の設備を購入してエコ活動に取り組む事業。直接外部の目に触れることは少ないが、商店街の環境に対する問題意識を示すことができる。精製したBDFの販売やゴミの廃棄量、料金削減等の効果がある。	山形七日町 福岡新大町
ソフト系 事業1 (自立活動型)	1.店1エコ運動、リサイクルボックスや資源回収ボックスの設置、エコバッグ推進やレジ袋削減等、当社費用負担が少なく、比較的身軽に開始できる事業。熱心に取り組むことで、地域住民との相互啓発しつつ、エコに関心の高い商店街や個店という認知とイメージを確立することができる。	杉並東田町 西蒲田 立川羽衣 川崎モトノミ その他
ソフト系 事業2 (連携事業型)	ゴミ処理、資源回収、イベント等を、他団体や事業者と連携して行うエコ活動。専門のノウハウを持つ団体や事業者等と組むことで、隠れた財源、人材で効率的、効果的なエコ活動の展開が可能。商店街のイメージアップに繋がる。	熊本中心市街地 京都三条会

事例は「6.エコ活動を進める商店街善事例」を参照

4. 商店街エコ活動の課題

① 商店街エコ活動の問題点

①消費者の評価とエコ活動

商店街が行うエコ活動は、消費者に評価されるものでなければなりません。環境にやさしい機器を導入したとしても、消費者に何の効果やメリットをもたらし、めざすのであれば、消費者の評価は得られません。商店街にとっては何もメリットのない策でも、消費者の関心をひくものであれば、消費者の評価は高くなります。商店街が取り組みを考えるエコ活動を、どのような消費者が受け入れるのか、商店街の顧客が評価してくれる活動であるのかを、商店街エコ活動を展開するに際して的確に見抜く必要があります。

②継続性、持続性のあるエコ活動

商店街の活動には、実現までの準備期間の長短、活動期間の長短、効果持続期間の長短等、“時間”に関して多様な側面を持っています。とりわけ重要になるのは、効果持続期間です。あるエコ活動に取り組んだも

の、そのイベント実施時期が終了した時点で効果が期待できなくなるというものは、エコ活動の趣旨から外れることとなります。エコ活動は即効性のある人集め活動ではなく、また、直接的な売上げ増を狙った活動でもありません。思いつきの単発事業ではなく、めざすところは地域に根付いた、地域に貢献する活動です。このため継続性、持続性のある息の長い事業でなければなりません。

③経済効果とエコ活動

商店街がエコ活動に取り組む場合、商店街はどんな反応を消費者に期待しますか。機器の導入や設備の設置には多額の投資が必要で、消費者に対するキャンペーン活動にも費用がかかります。環境意識の強い企業では、毎年相当額の環境保全のためへの投資をしますが、投資に見合う経済効果は上がりません。エコ活動の結果、売上げ増加や収益増加等の経済効果への保証は何もありません。ハード事業もソフト事業も、商店街への来街者数を増加させ、販

う必要があります。“何のために”、“何をめざして”活動に取り組むのかを、主催者として確認し、参加者や関係者に周知を図らなければなりません。

その4 商店街ぐるみで取り組む
商店街エコ活動は、商店街の発想で、商店街が独走して実施することを避けなければなりません。組合員にその趣旨が浸透していないエコ活動では、目的や成果を達成することは極めて困難です。商店街エコ活動は、商店街と個店が一体となって進めなければなりません。CO活動は、商店街と個店の役割分担により進めなければなりません。

その2 財源を確保する
商店街エコ活動は、単なる一過性のイベントに終わってはなりません。活動であるべきです。商店街エコ活動を地域に根付いた継続性のある活動とするためには、財源の確保が不可欠です。受益者負担の方式を導入する等して、自らが活動の財源を確保し、経済的自立性を持って継続実施できる“ビジネスモデル”を構築することが求められます。

その3 使命感を持つ
商店街エコ活動は、単なる流行語ではなく、社会や地域の全員がその必要性と意義を認識し、取り組んでいかなければならない活動です。商店街として、単なるイベントのテーマに終わることなく、商店、商店街は、地域のコミュニティの構成員としての使命感を持ち、商店街エコ活動に取り組まなければなりません。

5. これからの商店街エコ活動

(1) 商店街エコ活動がもたらすもの

ことが期待されます。

その1 商店街がエコ活動により、事業者と住民の環境意識と環境行動を啓発できる
商店や店主個人で不要になったものを持ち寄る「もったいないBOX」からスタートし、後に住民も不要品を持ち寄るようになり、フリーマーケットの開催へとりサイクルの輪が広がった事例もあります。商店街全体で排出する二酸化炭素量を環境負荷として測定し、環境行動指針を策定して関係者の意識啓発を行っている商店街もあります。バイオディーゼル事業を通じて商業者や住民の環境意識の高揚に貢献している商店街もあります。生ゴミバイオ処理機を使用し資源循環に貢献することで、商店街が環境問題に積極的に取り組んでいる商店街もあります。このように、各地の事例から、商店街のエコ活動は商業者や住民が日常レベルでの意識改革を相互に進めていくことで、将来的な戦略的

その2 商店街のエコ活動を通じて商店街の来街を促進し、経済効果に結びつけられる
地域のエコ活動への参加を誘発するため、商店街が「エコー店一品」という共通スローガンを掲げ、ステップ事業と運動させたラリーを企画し、個店がこの運動に参加するように工夫を凝らしている商店街もあります。ショッピングバッグのデザインを商店街の商標とし、ブランド品の開発に着手している商店街もあります。エコアケードの整備を通じて商店街の存在意義を発信し、環境に優しく安心・安全で快適な空間を提供する商店街として来街促進効果をあげている商店街もあります。ゴミ対策事業で、商店街の環境美化や新たな市街地での投資資金の活用により、商店街の資産価値を高めるなど中長期的な経済効果を誘導している事例もあります。

で、将来的な戦略的
発想まで長期的視点で成果を上げる

その3 エコ活動による地域社会との協働を通じ、商店街の存在意義を訴求できる

地域の消費者団体との協働を通じ、環境に良い個店の取り組みを統一POPで店頭に掲示すると共に、エコ活動の取り組みを子供達による「エコ調査隊」が評価し、その結果を市内での会議で報告したことより、商店街のエコ活動が市民に広く認知されるようになってきている商店街もあります。専門機関との協働により消費電力の削減等に工夫している店にエコ虫マークをつけている商店街もあります。行政、業者、住民の三者の協働による協議会の活動により、レジ袋の有料化に取り組みんでいる商店街もあります。

その4 エコ活動により個店の創意工夫を誘発し、組織求心力の回復に期待が持てる

「1店1エコ運動」で商店街統一のPOPを用意し、構成員のエコ活動への取り組みを店頭でPRする運動を展開している商店街もあります。商店街がエコに関する事業を統一して行い、実施の詳細は個店の創意工夫に任せる形で進め、看板やPOPで一体感を醸成する事業を進め

ることにより、参加店を増やし組織の結束を高めている商店街もあります。

その5 エコ活動により経費削減、活動原資の蓄積ができ、新たな経済活動が可能になる

ソーラー発電により売電することで年間数十万円の収入を得ている商店街もあります。街路灯をLED照明にし、電灯料を2/3に削減している商店街もあります。ゴミ収集を共同化し、参加店のゴミ収集費用の削減により、個店の経費削減と市街地投資事業資金を捻出して今後に備えている事例もあります。生ゴミバイオ処理機を導入し、ゴミの廃棄量と処理費用を圧縮し、再生肥料を市民や農家に配ることによって循環型社会を先導している商店街もあります。利益を地域還元する中で事業者のメリットも大きくことから、コミュニティビジネスとして、地域の有志によるNPOや中間支援組織等による事業展開が進みつつあります。

(2) 商店街エコ活動への期待

少子高齢化の進行、人口の減少が顕著な中で、大型店の売上不振による撤退が相次いでいます。限定された商圏をもつ商店街は、改めて地域社会において自らの存在意義を発揮すべく、人々が安心して暮らすやすい、持続可能な地域社会の実現をめざして、商業機能の維持、向上に向けての行動が期待されています。現時点では、消費者の環境意識が必ずしも進んでいるとは言えませんが、商店街のエコ活動を通じて、消費者の環境意識の高まりを先導することが期待されているといえます。

商店街の共同経済事業は、組合員向けの事業もあるものの、主に集客を促進して個店の売上に寄与することを意図しており、商店街から地域への一方的な働きかけが主で、短期的対応が中心となります。設備投資を伴うものが多い環境整備事業については、共同経済事業と比べて公益性的要因が高まります。組合及び組合員が長期的に資金負担を行い、維持管理を継続することから、長期的対応が必要となります。これに対して、エコ活動は地域との連携や共同が求められ、商店街の他の事業は商店

街中心で進められるのと比べて、商店街としての独自性が希薄になりがちです。長期継続的に地域社会と協働し、環境対策を相互に啓発し、経済的成果が期待されます。コミュニティの崩壊により急激にその力をなくした商店街において、エコ活動により地域コミュニティの再生を図り、商店街がその担い手となって商店街の再生を図る機会が訪れています。エコ活動の役割が期待されます。

商店街のエコ活動は、その意義に照らして事業に取り組むことの必要性は高いものがあります。今日、商店街は経済的な事業成果を直接上げることが困難な状況に陥っている地区が多くあります。経済効率の追求より、組織活動や内部統制の活性化を図ることや地域コミュニティの担い手となることへの期待感が高揚しています。商店街のエコ活動においては、地域の団体等との連携を強化していくことが必要とされています。行政には地域政策の観点から、多様な主体との協働を図りやすい施策の充実が望まれます。また、活動資金を補助金に依存せずに、地域資源活用や都市課題解決に情熱を持つ市民や投資家達が出資するLLCなどと連携し、行政に直接依存しない

エコ活動のあり方を研究していく必要もあります。商店街のエコ活動は、地域社会とのつながりが不可欠であり、今やまちづくりの観点から不可欠な取り組みとなっています。

6. エコ活動を進める商店街事例

所在地	商店街等の名称	地域・商店街等の概要	商店街等の主なエコ活動	活動の取組主体
① 山形県 山形市	七日町商店街振興組合	組合員数79（平成21年5月1日現在）、JR山形駅より約700～800m離れた市役所、市立病院、商工会議所、地方裁判所等が立ち並び中心市街地に立地	回収食用油をバイオディーゼルの燃料（BDF）に 食用油は一般家庭、飲食業、ホテル、給食センター、大型商業施設等約50 専業所から回収した食用油を、商店街にセットした設置したBDFに。一般家庭からは500mlのペットボトル1本につき1ポイントを付与、10ポイントで廃油を利用して製造した「エコ石鹸」またはBDF（バイオディーゼルの燃料）製造過程で発生するグリセリンの「エコ堆肥」と交換。製造されたBDFは100円/リで販売。山形市の市長公用車、市内ゴミ収集車、100円コミュニティバス、組合の廃油回収車等に使用。 「エコリンピックin 七日町2005」の開催 BDF利用のバスによる「一日パーク＆ライド」運行実験、レンタサイクルによるまちなか観光、粗大ゴミとして回収された放置自転車や不要家具の即売会等を開催。 新清掃活動 毎月7日朝、商店主、市、地元警察署、ボランティア等で実施 全ての商店街の街路灯をLEDに変更 400wのLED ライト1個が定価で25万円程度、設置費などを含めてトータルで3,690万円。東京都の5分の4の補助金と組合員出資で調達。 水銀灯のソケットをそのまま使用。電灯の寿命は水銀灯の5倍で約10年、400wのライトは約30年使用可、電力で83%程度の削減、電力料金で65%程度の削減効果が期待できる。	商店街振興組合
② 東京都 板橋区	遊楽大商店街振興組合	組合員数約170（内嵐助組合員50）東武東上線大山駅東側に伸びる。飲食、ファッションの店舗が多い	「ユニバーサル商店街宣言」に基づくエコ活動 エコバッグ、ペットボトルのキャップ回収、イベント時のエコ容器使用等を展開。 「ソーラーアークード」の改修でCO ₂ 削減に貢献 以前から、「人にやさしい、地球にやさしい」商店街をめざしていた。既存の歩道のアーケード屋根が劣化腐食で壊れたのを利用して、ソーラーパネルを設置し、太陽光発電を行っている。昼間発電した電 気は電力会社に売り、電料収入を得ている。	商店街振興組合
③ 東京都 豊島区	東鴨駅前商店街振興組合	組合員数78、山手線東鴨駅前国道17号（片側3車線）沿い、地蔵通りに続く東鴨の玄关口。空き店舗はゼロ。	レジ袋削減運動 杉並区は平成20年3月に「レジ袋有料化推進条例」を制定。これに合わせて商店会の27店舗で有料化に取り組み、商店会では、参加店の店頭「地球をすくうマイバッグ、資源の無駄だよレジ袋」というポスターやのぼり旗を出してPRしている。オリジナル風呂敷約2,500枚を消費者に配布し、会員の環境意識の醸成を感じ上げている。 「レジ袋削減協力金」の設置 平成21年5月、杉並区と同区商店会連合会・レジ袋削減推進協議会が、レジ袋削減の協定締結。区内2,500店舗の商店に「レジ袋削減協力金箱」の店頭設置を呼び掛け、レジ袋を請求したお客に3～5円程度の協力金を一円ごとに全額を寄付し、学校の緑化対策などに使われる。今では、商店会のほとんどの店に協力金箱が置かれている。	商店街振興組合
④ 東京都 杉並区	東田町バス通り商店会	会員数45。東京メトロ丸の内線新高円寺または南阿佐ヶ谷から徒歩10分。五日市街通沿いの向側300mに点在。スーパーと生協の店舗を核とする。地域密着型商店街		商店会・区商店会連合会・レジ袋削減協議会



所在地	商店街等の名称	地域・商店街等の概要	商店街等の主なエコ活動	活動の取組主体
			エコバッグ 平成18年の京都市の家庭ゴミ有料化を機に、商店街のオリシナル・エコバッグ「おとしやSanjoおこバグ」を、市の補助金で200枚作成した。商店街の「リボンスタンプ」一冊(加盟店で100円の購入。毎に1枚進呈、台紙1冊200枚で、300円の買物イベント・抽選会への参加ができる)と交換のみである。おとしやバグを購入することはできない等希少性を訴え、バグは同じデザインで色や形を定期的に見直している。平成19年には、京都老舗製粉「一澤信三製粉」とのコラボレーションでも話題になっている。	商店街振興組合
⑧	京都市 中京区	三多会商店街振興組合 組合員数約180。駅舎大宮駅JR三多駅前駅二条下鉄二条城前駅。約900mのアーケードがある地域の密着型の商店街	賞品回収ボックスの設置 賞品回収ボックスを設置し、月曜日から金曜日の10時から17時までの間、蛍光灯管や乾電池等を回収している。 商店街内電灯の照度の見直し 平成18年のアーケードを改修を機に、商店街内の照明の照度を見直し、無駄な水銀灯や店舗の看板内の蛍光灯を撤去した。電球を100wから80wに下げ、年間電気代を700万円から300万円に削減している。 環境運動団体との協働によるエコ活動 商店街毎の店を対象に消費電力削減運動を行い、最大で30%の消費電力の削減効果があった。環境にやさしい工夫をしている店に「エコスター」をつけ、それを採るといふ子ども向けのエコイベントを実施している。	商店街振興組合
⑨	京都市 亀岡市	亀岡商協同組合 組合員数180。京高駅よりJR嵯峨野線で20分。市内人口は約94千人。市内商協同組合が平成10年にカード事業の協同組合を設立。平成10年「ふれ愛カード」をスタート	「1店1エコ運動」と「エコポイント事業」の展開 平成15年にポイントカードのIC化を行い、「1店1エコ」と「エコポイント」事業を同時に開始した。マイバッグ、マイ箸の持参など、小売サービス業を問わず加盟店がPOPによりエコポイントの宣言書(店頭や店内に掲げる)1回の買物につき1エコポイント(または加算ポイント)が返呈される。より住民が参加の意欲を持つように、「1店1エコ」の買物でポイントが複数もらえるように「1店5エコ」化を推進中である。 空き缶・プルトップ・インクカートリッジの回収 空き缶・プルトップ・インクカートリッジの持参者には、相場によってエコポイントを返呈する。120のポイントが貯まるとプリペイドまたはポイント100円分と交換する。20ポイント分は「環境基金」「ふれ愛エコ基金」として、亀岡市の環境事業への寄付や、登録された環境子育て団体などへの支援金とする。 食用油の回収・精製 平成21年より食用油を回収して、組合事務所までパイオティエー燃料(BOP)として精製して活用している。空き缶などと同様に、廃油を持参した人には1リットルで1エコポイントを返呈している。 国・府のエコポイントとの連携 平成21年9月より、「京都エコポイント」「グリーン家電エコポイント」が「ふれ愛カード」のポイントと交換が可能になり、より利用範囲が広がった。 エコステーションの開設 平成14年度に組合事務所を兼ねた「ふれ愛エコステーション」を開設し、平成21年10月に第2の「河原町エコステーション」を開設した。	商店街振興組合

所在地	商店街等の名称	地域・商店街等の概要	商店街等の主なエコ活動	活動の取組主体
⑤	東京都 大田区	西蒲田商店街交差点 会員数67。JR蒲田駅から徒歩10分ほどの商店街に立地。他の商店街と連続している商店街	「もったいないBOX」によるリサイクル活動 商店や経営者が持つ不要品で、まだ捨ててには「もったいない」ものも、共通デザインした「もったいないBOX」に入れて店頭で置いておく。生果物や生モノ(使えないもの)は禁止で、果物等は、BOXに入れられたものを自由にとりつけていくことができる。平成19年より毎月第3土曜日に実施。実施日には参加店にイーゼル看板を配布し、店前での紹介を行うようにする。リサイクルできる古着などを持参してボックスに入れるなど、住民も参加できるようにしている。	商店会
⑥	東京都 立川市	羽衣商店街振興組合 組合員数74。郊外拠点都市JR立川駅まで一駅。南武線西国立駅から徒歩1分の住宅街に立地。商店密度は薄く店舗が点在する	「エコ1店1品」運動 商店街の店がそれぞれ、エコに貢献する商品やサービスを提供。小さな賞状を店により環境の保全に寄与し、店の能力を向上する取り組み。商店街の特色づくりにともなう、平成15年度の東京都グリーンコンシューマーマーケティング賞を受賞した。店頭には「エコ1店1品」のポスターやイーゼルの掲示してPRする。商店街のスタンプカード(ハローチップ)の普及と運動させている。立川市商店街連合会の女性部を通じて、商店街だけでなく、地域の運動に波及させつつある。 グリーンコンシューマーマーラー 参加店でのエコ商品の購入やマイバッグ持参などにより、ラリー台紙にスタンプを押し、3つ以上になると賞品が当たる抽選会に参加できる。10個のスタンプを集めると、人気ゲーム機への抽選にも参加できる。 エコポスターラリー 近隣の小学校生が、商店街のエコに取り組む個店を訪問してポスターを借り、個店の店内38ヶ所に掲示する。見に来た人に店のスタンプを押し、スタンプがたまると抽選会に参加できる。「エコポスターラリー」を実施している。 「タッパー文化」の提唱 店にタッパーを持参して、持ち帰る容器のゴミを出さないで買物を提唱する。また、食べ残しを持ち帰ることを推奨する。	商店街振興組合
⑦	川崎市 中原区	モトスミ・フレンドリー商店街振興組合 組合員数約180。川崎市のほぼ中央に位置し、人口約19万人の中核区にある。東急東横線元住吉駅から西に約580m延びる駅前商店街	環境調査・環境マニユアル作成 平成14年に川崎市の「環境マニユアル」作成に採択されたことにより、エコ活動を本格化した。環境調査・環境マニユアル作成(商店街全体の二酸化炭素を調査、商店街の環境活動の基本理念と環境行動方針を決定)、「エコポイントバンク」「エコクッキング」(エコな買物、エコな調理)とは何かを考えるプログラムを小学生16名の参加で実施し、「マイバック運動」(14種類のマイバックのコンテストを商店街イベントとして実施)に取り組みようになった。 1店1エコ運動 参加店1店が1つ以上の環境により取り組みを行い、その内容を第一POPに記載して店頭に掲示する。平成15年に始まり、翌年は50店舗が参加するようになった。年を追うごとに参加店が増え、現在は約100店舗に達している。 エコ調査隊 地元の子供たちがエコ調査隊を編成し、1店1エコ運動の参加店を訪問しインタビュー調査して、その結果をまとめて取り組みの評価を行う。	商店街振興組合

商店街近代化推進シリーズ

- 平成 元年度 No.35 活力ある街づくりのすすめ方
- 平成 2年度 No.36 商店街再構築のすすめ方
- 平成 3年度 No.37 商店街再構築とその具体的方策
- 平成 4年度 No.38 商店街活性化のための組織運営の進め方
- 平成 5年度 No.39 地域社会の活性化と商店街の果たす役割
- 平成 6年度 No.40 環境激動下における商店街活性化の方向
- 平成 7年度 No.41 高齢化社会における商店街のあり方
- 平成 8年度 No.42 中心市街地の空洞化に対応した街づくり・店づくり
- 平成 9年度 No.43 中心市街地の活性化と商店街
- 平成 10年度 No.44 中心市街地商店街の活性化方策
- 平成 11年度 No.45 商店街活性化のためのマネジメント
- 平成 12年度 No.46 商店街運営の円滑化にむけて
- 平成 13年度 No.47 個店・商店街のマーケティングのあり方
- 平成 14年度 No.48 より快適な商業環境をめざして
- 平成 15年度 No.49 商店街インターネット活用術
- 平成 16年度 No.50 産学連携による商店街の活性化
- 平成 17年度 No.51 円滑な一店逸品運動の実施に向けて
- 平成 18年度 No.52 中心市街地・商店街における空き店舗対策
- 平成 19年度 No.53 商店街ブランドづくりに向けて
- 平成 20年度 No.54 商店街と地域連携

◆ 全国商店街振興組合連合会 ◆

〒104-0041 東京都中央区新富1丁目9番1号 新富191ビル7F
 電話:(03)3553-9300
 FAX:(03)3553-9303
<http://www.syoutengai.or.jp/>

所在地	商店街等の名称	地域・商店街等の概要	商店街等の主なエゴ活動	活動の取組主体
⑩ 福岡市中央区	新天町商店街協同組合	組合員数78店、九州最大の商業街、天神地区、西鉄天神駅前には地味する広域型商店街。商店街は共同建物設備で構成	生ゴミ・段ボール対策 平成14年に生ゴミハイオ処理機を導入し、20の飲食店・食品店から排出される生ゴミを共同処理している。食糧をハイオ肥料を商店街の顧客や地域の農業生産者に配布し、環境問題に取り組み商店街としてのイメージアップを図っている。同年に段ボール圧縮機を導入して、リサイクルを実施。平成20年には、生ゴミ・段ボールとも購入時と比較して、廃棄量が67%、廃棄料金が83%の水準に下げている。組合員のゴミ出しの意識も向上し、衛生面の対応も効果を上げている。	商店街振興組合
⑪ 熊本県熊本市	下通り繁栄会	組合員数167、人口68万人の熊本市の中心にあり、「新天街」「四番街」「三番街」「四番街」の振興組合で構成	エゴ処理の取組 平成21年度のアンケートの改修に際して、「人にやさしい街づくり」を実践し、環境にやさしい内容を盛り込んだ。オリジナルのLED照明、ソーラー発電パネル、LED照明を備え、アンケート下の高木が植栽されたLED照明は消費電力が少なく、寿命が長く、省エネに寄与し、ソーラー発電で得られた電気は、電力会社に売電され、商店街収入の一部となっている。LED照明による省エネと、高木植栽により、夏季の暑さを和らげられ、ともすれば高温になる全画アンケート下の空間に清涼感を演出している。	商店街
⑫ 熊本県熊本市	熊本市中心市街地商店街	人口68万人の熊本市の中心にあり、2つの百貨店を核として、上通り、新市街とで3つのアンケート通りを構成。熊本城、広域バスターミナルに近く、行政機関も多く集まる	ゴミ処理の一掃委託契約 個店が直接業者に委託していたゴミ取集業務を、平成20年に設立された熊本城東マネジメント(株)が、商店街単位で個店から集積委託を受けている。従来のゴミ委託額の10%の減額を目標に、個店の費用負担を軽減を図っている。中心部の2商店街、81店が参加している。集積の削減とともに、ゴミ出しのルールを決定することで、参加店の意識が上がり、商店街の美化やブランド化につなげることをめざしている。なお、熊本城東マネジメント(株)は、商店街関係者等の4名の出資による会社である。しかし、利益の配分クリーナーなどの商品の提供をしている。今後は、中心市街地のまちづくり資金の支援を予定している。	熊本城東マネジメント(株)・商店街

…はハード系事業