

北九州環境首都リサーチセンター 地域通貨を活用した環境ネットワークの構築に関する包括的研究	
題目	資源循環の教育プログラムと若者の行動変容に関する研究
著者	早稲田大学 永井祐二 中野健太郎
1. 研究背景	北九州環境首都リサーチセンターは設立 20 周年を迎えている。長年にわたり、北九州市の環境市民活動において、エネルギーや資源循環など多岐にわたる事業に関与してきた。活動拠点である「東田エコハウス」は、北九州市八幡東田地区で展開された数々の環境実証実験の中核を担ってきた拠点である。 かつてこの地で実施されたエコポイントの実証事業「北九州市民環境パスポート事業」は、後に「ていたんポイント事業」として市域全体に実装され、日本各地における環境ポイント事業の先駆けとなった。特に環境貢献を「見える化」するシステムは、市民活動を数値で可視化する事業のモデルケースとして高く評価された。 しかし現在、全国的な地域通貨や環境ポイントの取り組みは、レジ袋の有償化以降、かつての勢いを失いつつある。そこで 2024 年度より当センターでは、新たな環境市民活動の方法論と地域価値の創出を目指し、地域資源である「環境ミュージアム」と「イオン八幡東田」の立地特性を活かした、購買行動に根ざした環境価値の検討を進めている。
2. 本年度の活動概要	2025 年度は、実践的なアプローチを通じた「環境教育プログラムの精緻化」と、人の行動変容を促す「ナッジ (Nudge)」を活用した地域通貨および環境行動の研究を二大柱として活動を展開した。特に、今年度より始動した「新宿環境学生会議」を通じて、若者の視点を取り入れた新たな枠組みの構築に着手している。
3. 環境教育プログラムの精緻化：「イオンお店ジャック」	環境教育の実践として、小学 4 年生を対象とした体験型プログラム「イオンお店ジャック」の企画および精緻化を行った。 目的と狙い：「買い物」を通して海や魚、環境配慮商品について楽しく学ぶことを目的としている。ASC・MSC 認証ラベルの意味を知ること、子どもたちに「環境にやさしい商品を選ぶ力」を育てることを目指した。 プログラム構成と実践内容： ● 導入とプレゼンテーション：漁師の仕事や漁法、市場を経て食卓に届くまでのストーリーを解説した。また、海と魚を守るための ASC・MSC 認証ラベルについて紹介する。 ● 売り場ミッション：少人数のグループで実際の鮮魚コーナーに赴き、認証マーク付き商品の探索（ビンゴ形式）や、商品配置・価格差などの課題発見ワークを設計した。 ● ロールプレイ体験：客役と販売員役に分かれ、模擬ブースでの対話体験を実施した。「価格重視」「ラベルへの不信感」など異なる背景を持つ顧客設定に対し、学んだ知
4. 地域通貨とナッジに関する研究：新宿環境学生会議	2025 年度より始動した新宿環境学生会議において、地域通貨研究の一環として「ナッジ (Nudge)」を活用した行動変容の研究に着手した。 研究の背景と目的：新宿区のようなエネルギー消費の大きい都市型エリアにおいて、若者の「省エネ行動」を持続させるための仕組みづくりが課題となっている。そこで、強制ではなく「ついやってしまう」心理バイアスを利用して良い行動をそっと後押しするナッジの手法に着目した。 具体的な検討アプローチ：ナッジの基本フレームである「EAST」原則に基づき、以下のような視点で省エネ行動を促す環境デザインの構想を行った。 ● Easy (簡単)：教室の照明スイッチを帰り道側にまとめる、エアコンの推奨温度をデフォルト設定にするなど、手間を減らす仕組みの検討。 ● Attractive (魅力的)：階段の利用で消費するカロリーを可視化するなど、思わず選びたくなるデザインの導入。 ● Social (社会性)：「学生の〇%が階段を利用」といった提示により、周囲の同調を促すアプローチ。 ● Timely (タイミング)：新入生オリエンテーションでの一括案内など、行動しやすい瞬間を狙った情報提示。 今後の展開：これらの理論をもとに、SNS やゲーム性を取り入れながら、若者自身が「行動したくなる仕組み」をクリエイティブにデザインしていくことを次年度以降の目標としている。
5. 本事業の環境的な意義	2025 年度は、現場での「教育実践」と「ナッジ理論」という両輪で、持続可能な社会に向けた研究を推進した。 企業・自治体・教育機関が連携することで、持続可能な消費の新たな教育モデルを確立し、子どもたちの学びを実際の購買行動に結びつける社会実装へと展開する。環境負荷の低減のみならず、消費者が環境への配慮を意識的に選択できる仕組みを構築することこそが、本事業の最大の価値である。 この取り組みを通じ、地域社会における環境配慮型消費の拡大、企業の CSV (共通価値の創造) 強化、教育機関との連携による持続可能な成長モデルを構築する。次世代の消費者が高い環境意識を持って自ら未来を選択できる社会を築くことを目指す。 なお、これらの活動は「AEONTOWA リサーチセンター」の取り組みとも密接に連携しており、今後さらに研究を深化させていく予定である。