

推動各機關宣導品改為發放綠點方案

一、緣起

為鼓勵民眾採購綠色產品及其他環保行動，並引領民眾力行綠色生活，擴大綠色消費市場，藉以帶動綠色經濟循環，本署自民國（下同）104 年 12 月起即正式對外推動環保集點制度。歷經將近 3 年之積極推動，目前有超過 20 萬名會員加入響應，已漸具初步推動成效。而本署於 106 年 11 月 30 日行政院第 3578 次院會進行「環保集點推動綠色消費辦理情形與展望」報告，院長裁示：「請各部會共同配合，於各項業務推動時能與環保集點制度結合...，共同為環境永續發展努力。」因此，如何持續強化及深化跨機關及單位之合作，自為環保集點制度現階段必須尋求突破之工作重點。

二、面臨問題

本署「環保集點制度補助作業要點」第 3 點規定參加指定環保活動者可獲得補助，意旨可於活動內發放綠點予民眾。本署自 106 年度 422 全國揪團認養淨灘活動、海洋日活動等全國性活動皆試辦發放綠點，每人宣導品成本自新臺幣（下同）100 元降低為 50 元，且民眾可購買需要的環保產品，反映良好。然而，就中央部會及各機關參與情況，目前僅有交通部觀光局、高雄市環保局、新竹市環保局、宜蘭縣環保局、金門縣環保局於推動業務過程中，曾以認購綠點點數方式取代既有宣導品（包含獎品）發放，其他機關對於此種做法則處於觀望，致使政府機關對於綠色消費或環保集點制度尚未有效發揚示範之效。分析背後原因有以下幾項：

- (一) 環保集點制度是否為長期性政策仍具不確定性，因而外界仍裹足不前。
- (二) 環保集點制度於環保機關本身之落實程度尚非普遍，而其他機關較難以主動率先投入。

- (三) 相對於一般實體宣導品，其他機關對於非實體化之綠點點數的採購、保管、發放等作業程序較不熟悉，因而尚難主動探詢或採用。
- (四) 相對於一般實體宣導品（無論實用性高低），民眾對於綠點點數之認識仍未完全普遍，而點數對於民眾之吸引力亦待確認。

三、建議作法

為解決上述問題，建議優先推動環保機關宣導品改為更能使民眾喜愛或利用之型式發放，符合落實綠色生活之宗旨，並建立適當之作業流程或成功案例，供其他政府機關作為後續實施之參考。具體做法建議如下：

- (一) **強制本署（含委辦單位）及受本署補助之各地方政府以綠點作為宣導品發放：**已於 106 年 6 月 27 日奉准鼓勵本署各單位規劃相關推廣活動如有發放宣導品，可改以綠點替代發放。自 107 年度下半年起，建議強制本署各單位提報至少 1 項規劃有發放宣導品之活動，將實體宣導品改為綠點點數發放，點數費用由各單位活動費用支應；108 年度檢討成效並強制納入各委辦計畫宣導品之相關規定；109 年度起全部活動宣導品皆改為發放綠點。另有關地方政府向本署申請補助者，自 108 年度起提報補助計畫中之推廣活動，應將實體宣導品改為綠點點數發放。109 年度如已將發放綠點機制運作成熟，再推廣至中央各部會及地方政府。
- (二) **發放其他有價禮券或加值點券：**禮券或點券紙本尚有之環保及保管問題，此種做法可能被定性為商品禮券，依據消費者保護法第 17 條，券面設計須符合各主管自行公告之「○○○禮券定型化契約應記載及不得記載事項」相關規定，因而須預先安排履約擔保機制（通常為信託），尤須審慎評估。另外尚須建立禮券或點券載具及處理後續金流等作業，有其困難性。基於上述，為聚焦推動環保集點制度，而且綠點費用目前已有信託機制，建議仍以發放綠點點數為主。
- (三) **考量各地區民眾接受程度不同，因個案因素例外可發放實體宣導品，**

但以購買環保產品（環保標章、碳標籤、節能標章、省水標章或綠建材標章）為優先，舉例如下：

- 1、偏遠地區大眾運輸不足或環保產品販售通路較不普及，綠點使用上較受限制。
- 2、長者較喜愛生活用品，類似綠點之虛擬宣導品較無誘因。
- 3、宣導品與活動議題有相當的關連性，如宣傳惜食觀念之活動，以格外品（醜蔬果）製作之餐點作為宣導品。