

# 住まいの断・密力強化方策研究会



## 京都から全国へ ～家電省エネラベルの事例～

ENERGY SAVING  
省エネ推進  
認定団  
「ストップ温暖化」

AAA AA A B C  
省エネ基準達成率100%以上 < 100%未満

この商品の省エネ性能は?  
**AAA**

CO2電機  
省エネ基準達成率 年間消費電力  
261% 170 kWh/年  
目標年次2011年

販売価格+電気代で見ると!  
販売価格 **160,000** 円(税込)  
10年間の電気代 **37,400** 円(目安)

合わせて見ると **197,400** 円

省エネ製品の選択は  
地球温暖化を防ぎます。

2004年度版



京都府地球温暖化防止活動推進センター

Kyoto Center for Climate Actions

京都府地球温暖化防止活動推進センター  
事務局長 木原浩貴

(立命館大学授業担当講師/龍谷大学非常勤講師  
京都府立大学生命環境科学研究科博士後期課程)

2006年度版  
この商品の  
省エネ性能は?  
★★★★★

省エネ基準達成率 100%未満  
100%以上

省エネ基準達成率 年間消費電力  
100% 450 kWh/年  
目標年次2010年度

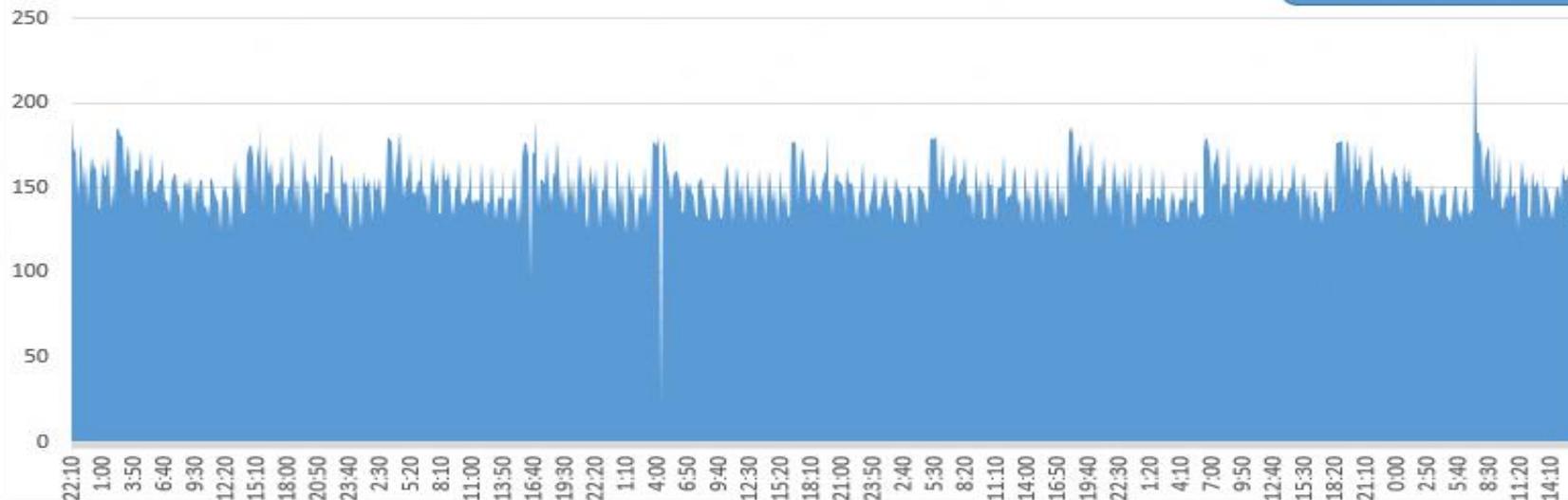
メーカー名 | 機種名  
1年間使用した場合の目安電気料金  
**9,900** 円

使用説明中の価格表員に別途し、省エネ性能の高い製品を選びましょう。

# 冷蔵庫の更新による省エネ 実例

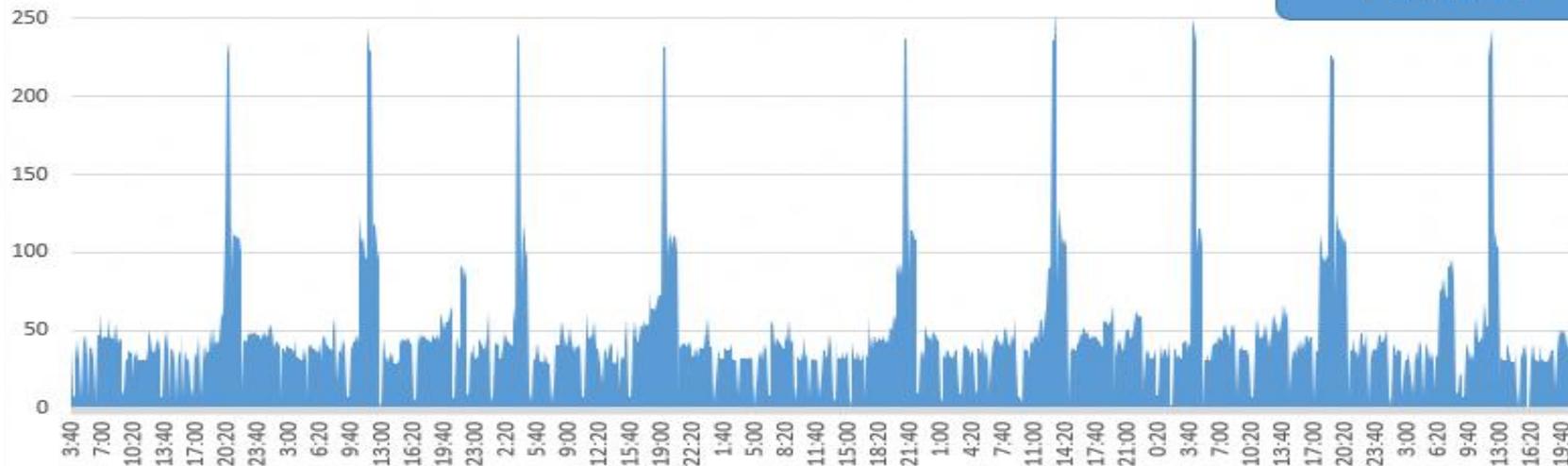
更新前 2005年製400リットル型 (計測期間7/2~7/8)

平均151W



更新後 2018年500リットル型 (計測期間7/18~7/28)

平均46W



# 東京都の「少」エネルギーラベル(2002年)

「少」エネ商品で  
地球温暖化ストップ!

この製品は、  
“少”エネ  
ランク **A** ★★☆☆  
です。

**A** **B** **C** **D**

← 消費電力量 (E) (e) 多  
少

販売価格	140,000 円
5年間の電気代(目安)	92,690 円
<b>合わせてみると</b>	<b>232,690 円</b>

温暖化阻止!  
東京作新  
東京都

全体をA～Dランクとし、省エネ基準達成率100%以上の製品を、消費電力量の少ないものからA～Cランクとしました。  
なお、年間電気代は、使用方法等によって異なる場合があります。

日本においては、省エネ基準に達しているかどうかの2段階のラベルしかなく、かつ電気代が表示されておらず、消費者の目から見て、参考にしづらかった。



東京都が、2002年7～8月に協力店を募ってラベル表示の実験を実施。

省エネ基準値以上の製品の消費電力量の差を3等分し、上からA、B、Cランクに。基準値以下をDランクに。

# 京都の省エネルギーラベル(2003年)

省エネ性能	省エネ率	年間消費電力量	販売価格	12年間※の電気代(目安)	合わせて見ると
AAA	205%	190kWh	120,000円	52,440円	172,440円
AA	137%	280kWh	120,000円	77,280円	197,280円
A	132%	380kWh	120,000円	104,880円	224,880円
B	78%	480kWh	120,000円	132,480円	252,480円
C	80%	690kWh	120,000円	190,440円	310,440円

この商品の省エネ性能は? **AAA**

この商品の省エネ性能は? **AA**

この商品の省エネ性能は? **A**

この商品の省エネ性能は? **B**

この商品の省エネ性能は? **C**

省エネ製品の選択は、地球温暖化を防ぎます。 

- 地球温暖化対策地域協議会である「京のアジェンダ21フォーラム」が中心となり、多様な主体が参加する実行委員会を組織。
- 2003年3月～5月に、**京都市内の18店舗**でエアコンと冷蔵庫に表示する社会実験を実施（ラベル打ち出しソフトを提供、出力は販売店が担当）。
- 併せて、販売店の店員向け、消費者向け学習会を実施。

# 京都の省エネラベル(2003年)

## 実行委員会メンバー

### <市民セクター>

気候ネットワーク、京都消費者団体連絡協議会、環境市民、京都市地域女性会、京都市保健協議会連合会

### <事業者セクター>

協力販売店の担当者、京都府電機商業組合、KES認証事業部

### <行政セクター>

京都市（産業観光局商業振興課、環境局地球環境政策課）  
事務局：京のアジェンダ21フォーラム

※この年の10月に  
京都府地球温暖化  
防止活動推進センター  
が誕生



# 2004年以降の展開



## 京都

2004年 実施体制を、実行委員会から「京都省エネラベル協議会」へと移行。

2004年 府全域に拡大。特に宮津・与謝野地域で、パートナーシップによるキャンペーンが実現。

2005年 府と市が地球温暖化対策条例でラベルの貼付を義務化。

## 全国

2004年 東京、京都の他、札幌、大阪、高知でキャンペーンを実施。マニュアルを整備。

2004年 「全国省エネラベル協議会」が発足。

2005年 15地域で実施。

2006年 30地域で実施。

ENERGY-SAVING  
省エネラベル  
「ストップ温暖化」

AAA AA A B C  
省エネ基準達成率100%以上 ▶ 100%未満

この商品の省エネ性能は?  
**AAA**

〇〇電機  
省エネ基準達成率 年間消費電力量  
目標年(2004年) 261% 170 kWh/年

販売価格+電気代で見ると!  
販売価格 **160,000** 円(税込)  
10年間の電気代 **37,400** 円(目安)

合わせて見ると **197,400** 円

省エネ製品の選択は地球温暖化を防ぎます。  
2004年度版

こす

# 東京都も条例でラベル表示を義務化



ENERGY・SAVING

## 東京都省エネラベリング制度の概要



東京都では、平成17年3月の環境確保条例の改正により、家電製品の省エネ性能を表示する制度を創設しました。この制度は、消費者が家電製品を購入するときに、省エネ意識を喚起し、省エネ型家電製品の選択を促すこと、また省エネ製品の普及拡大と技術開発を促進することを目的としています。7月1日より、対象機器を販売する事業者に対して、省エネラベルの店頭での表示を義務付けています。

省エネ基準達成率を  
5段階で評価！

省エネラベル



未来を選べる  
あなたがえらべる

10年間の電気代と販売  
価格の合計  
point!  
ランニングコストも考えて商  
品を選択しよう！



# 事業所の反応



## 「当社の信頼感増大につながった」

えんどう たかし  
遠藤 孝さん

(株) 谷山無線電機営業本部商品企画部長。京都府内に9店舗を構える中規模家電量販店の本社部長として、昨年より省エネラベルの取組を全社的に推進している。

——なぜこのキャンペーンに社として参加する決定をされたかをお聞かせください。

かなり以前から、省エネ型家電製品の販売促進をどのようにして行ったらよいかについて、問題意識を持っていました。きっかけは約8年前に大手メーカーが「超省エネ」エアコンを発売したことです。「超省エネ」だけでは、お客様にどう説明するかが難しいので、以来、社内で勉強会を持ち、製品情報のみならず、地球環境問題や温暖化についても社員同士で学習してきました。

その中で、販売戦略上、省エネ度の高い商品を販売することで生産性も上がるということがスタッフの間でも理解できていたと思います。ですから、

え、忙しくなることはわかっていました。しかしスタッフは積極的で、実行委員会の作成したラベルソフトに記載されていない商品についても自分達で率先して入力したりしてくれています。

商品にどの程度説明表示があると、お客様に親切でわかりやすいかということについてはいろいろ工夫していますが、まだまだ十分ではないかも知れません。

ただ、今回はまだお目見えしていませんが、全店で共通に使えるプライスカードにこの省エネラベルの表示を一体で刷り込めるソフトを開発しました。これがうまく作動すると、労力も減り、見た目もすっきりした表示ができるでしょう。

ついでにご意見をお聞かせください。

「京都市地球温暖化対策条例(仮称)」の答申書も社内で回覧していますが、条例化には賛成で、当社だけではなくできるだけ多くの店舗にもこの取組が拡がり、全国的なものになると良いですね。

当社では今年度の経営方針を策定しましたが、その中で「環境に対する取組を強化する」という項目を追加しました。

すぐにといいわけではありませんが、ゆくゆくは環境マネジメントシステムの構築、認証の取得も考えていきたいと考えています。

省エネラベルについては、品目を増やしていくことを検討されてはどうか。特に薄型テレビについては、

# 事業所の反応

## 担い手からの メッセージ

### ■後藤幸男さん（京都府電機商業組合宮津支部長）

省エネ性能の高い製品を消費者にお勧めしやすくなって、実際に、売り上げに占める「AAA」の製品の割合がのびており、このキャンペーンは成果をあげていると思います。また、私たち販売者にとっての良い学習の機会になっていると感じています。今後も、このような取組に積極的に関わって行きたいと考えています。なお、省エネ製品選の意義についての情報は、消費者にはまだまだ行き渡っていないと感じています。今後、消費者向けの情報発信をさらに充実させていた  
だければ、ラベルの効果はより大きくなると考えます。

ゴトウ電機の店頭  
宮津市エコネットワーク  
が作成した啓発用ののぼりも  
掲げられている



### ■中山康成さん（宮津市エコネットワーク事務局 地球温暖化防止活動推進員）

キャンペーン実施期間中に、十店を訪ね、お話を聞かせていただくことができました。ラベル表示自体の評も高く、今後ともしていきたいという意見がほとんどでありました。また、広報誌への掲載や宮津市連合婦人会を中心とした消費者明会の開催も高く評していただいています。

ただし、宮津市の家電販売店は、そのほとんどが店が小さく、展示品も少ない状況であることから、販売は消費者宅へ直接訪問し商談する方法が主なようです。こうしたことから、該地域においては、ラベル表示だけでなく、訪問時に消費者に配布するためのチラシ（京都府地球温暖化防止活動推進センター、地域協議会など、第三者機関が高性能省エネ商品を推奨していることが分かるもの）などが必要であると考えられます。

最後に、今回、センターと地球温暖化策地域協議会（宮津市エコネットワーク）が中心となり、市民、事業者、行政など、あらゆる主体が役割を分担して事業を進められたことは、正にパートナーシップの構築であり、今後の活動を推進するにあたって意義深いものであると考えます。

# 全国の「統一省エネラベル」へ

2006年 総合資源エネルギー調査会省エネルギー基準部会 小売事業者表示判断基準小委員会にて、全国省エネラベル協議会のラベルをもとにした「統一省エネラベル」の設計を検討。

※京都省エネラベル協議会の伊東真吾（京都府地球温暖化防止活動推進センター事務局長）が委員として参画。

同年 エネルギーの使用の合理化に関する法律が改正施行され、小売事業者に対して省エネルギーに関する情報提供の努力義務が規定された。

これに基づき、全国省エネラベル協議会が実施していた「統一省エネラベル」を運用。

全国省エネラベル協議会は役目を終えて解散。





# 省エネルギーの効果



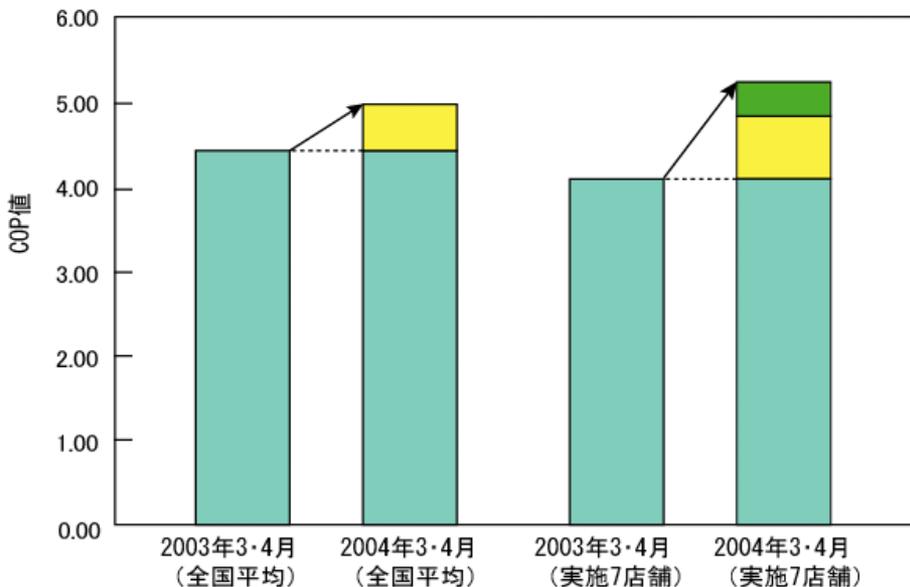
2004年春の実施店の内、売上数データの提供のあった京都府内の量販店7店において一定期間内（昨年および今年の同時期）に販売されたエアコン・冷蔵庫の平均エネルギー消費性能（COP、年間消費電力量）を全国平均（ACSISS-E3500データ）と比較。その差をラベルの省エネ効果として推定。

## エアコン 8%の効果

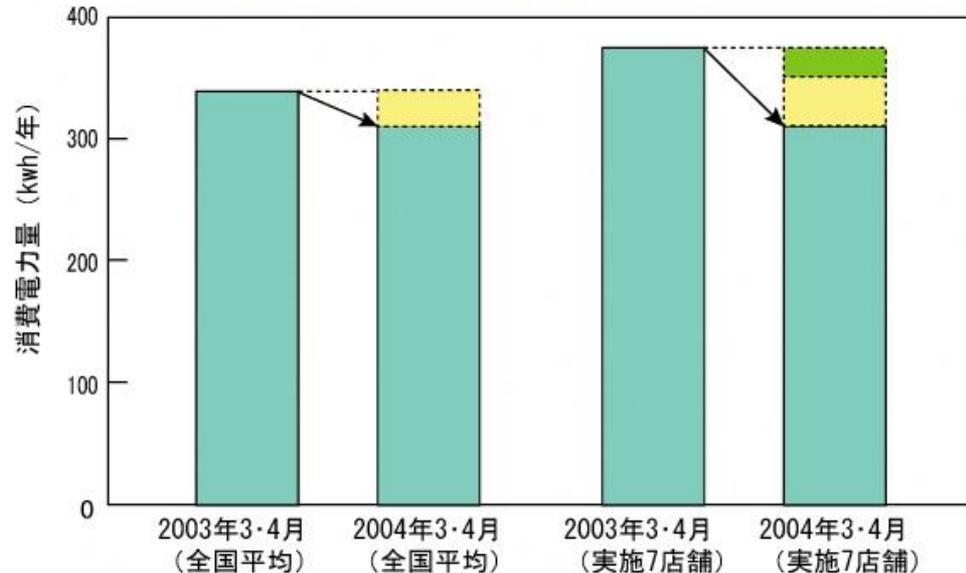
## 冷蔵庫 4.6%の効果

■ 全国平均の伸び ■ キャンペーンの追加効果

■ 全国平均の伸び ■ キャンペーンの追加効果



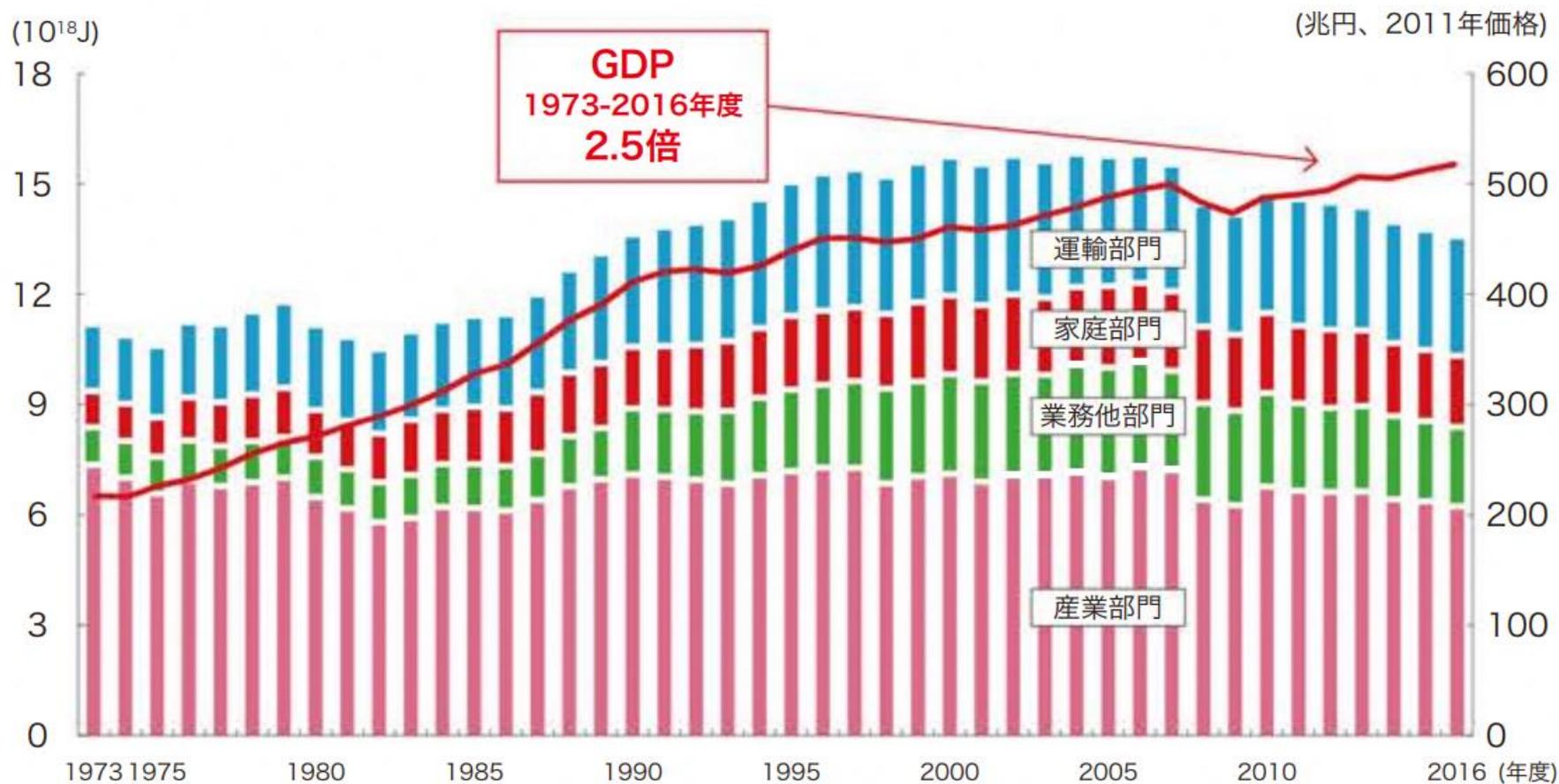
平均COPの推移



平均期間消費電力量の推移

# 日本のエネルギー消費量

## ■ わが国の最終エネルギー消費と実質GDPの推移



出所：資源エネルギー庁「平成29年度エネルギーに関する年次報告」(エネルギー白書)

# 部門別エネルギー消費量の推移

## ■ 部門別最終エネルギー消費の推移（シェア別）

原油換算百万kℓ



家庭部門は、2005年以降に12.2%のエネルギー消費量削減に成功

# 省エネルギー(を使った政策的措置)の 必要性と効果

望ましい（経済的メリットもある）と考えられる省エネルギー水準と現状の差  
= 省エネルギーギャップ

省エネルギーギャップを生み出す障壁  
= 省エネルギーバリア

例えば

- ・不完全情報
- ・逆選択
- ・スプリットインセンティブ
- ・リスク
- ・資金調達力
- ・取引費用
- ・機会費用
- ・限定合理性

- ・ 省エネルギーギャップを抱える状態で市場にまかせておけば、社会的損失が発生する。公的機関の介入が支持される。
- ・ 省エネルギーによる情報提供は、消費行動の限定合理性、情報の非対称性に起因する逆選択を防ぐのに効果的。
- ・ ラベリングは、メーカーにも影響を与える。（良い評価を得られる製品を積極的に開発し、市場に投入しようとする）。消費者行動の変容よりもメーカーの変化の影響が大きいとの研究も（robinson, 1991）。
- ・ これが行き過ぎると、「爆風モード」等の問題に発展することも。

若林雅代, & 木村幸. (2009). 省エネルギー政策理論のレビュー--省エネルギーの「ギャップ」と「バリア」. 電力中央研究所報告 Y 研究報告, (8046), 1-29.

Robinson, 1991, The Proof of the Pudding: Making Energy Efficiency Work. Energy Policy, 19(7), 631-645