

家庭への省エネ機器導入促進研究会 開催結果

- 1 日 時 令和元年 10 月 23 日（水）午後 2 時～ 4 時
- 2 場 所 京都ガーデンパレスホテル「桜」
- 3 出席者 別添名簿のとおり
- 4 議 事

- **これまでの論点整理について**

研究会の設置趣旨とこれまでの研究会の議論の経過について説明。

- **「高効率機器への更新誘導に係るキャンペーン（検討案）」京都府地球温暖化対策課**

研究会委員の御意見等を踏まえた京都府案を紹介。削減効果と予算を考慮し、冷蔵庫と LED を対象とした検討案。また、啓発効果と省エネに加え、キャンペーンの景品に府内産品等を検討しており、配送時に再配達防止の観点も盛り込みたい旨を説明。

- **その他 意見交換**

京都府検討案を受け、委員による意見交換。買替えの意思がない層へのアプローチ方法、効果的な啓発時期、事業としての広がりのある対象家電等について、御議論いただいた。

5 主な意見

<買換えに来ない層へのアプローチ方法について>

- ・ 環境意識があり、手元資金のある人は既に省エネ機器に更新済。
- ・ 買換えに来ない層というのは、自由な移動が困難な人、高齢者、手元資金のない人、「もったいない心理」の働く人等が考えられる。
- ・ 通常の省エネ診断など、ハードルを上げると、この層に参加してもらいにくい。買換えに来ない層にいかに参加してもらえるか、条件はよく考える方が良い。
- ・ ビジネスでも家庭でも家電によってはメンテナンス頼りなどところがあるので、古いものの発見や企画においてメンテナンス業者等も考慮すると良いのでは。
- ・ 子どもを対象とし、環境教育の視点を加えると、買換えに来ない層へのアプローチや事業そのものの広がりができるのでは。
- ・ イギリスでは、Energy Poverty※を避けるための取組があり、福祉の視点から省エネ啓発を行うのも一案。

※Energy Poverty

各家庭が電気やクリーンな調理設備が手に入らない状態等、近代的なエネルギー・サービスへのアクセスの欠如を指す。（出典：国際エネルギー機関（IEA））

<啓発方法・時期について>

- ・ 古いものから上位 300 件等とすれば、インパクトがあり古いものを対象とできる。
- ・ 古いもの順に対象としていくのであれば、品番の確認等の仕組みが必要。
- ・ 秋にキャンペーンを行うこととし、夏休みに子どもたちに古い家電を探してもらうのも面白いのでは。子どもから両親、祖父母への働きかけが期待できる。
- ・ 大学生が家電を融通し合っているケースもあり、彼らに新しい家電を与える代わりにデータを提供してもらうなど、京都らしい事業も検討できるのではないかな。

<対象家電について>

- ・ 温暖化によりエアコンの稼働率が上がっていると思うので、エアコンを対象とするのも良いと思う。しかし、他の家電に比べ、省エネエアコンは高機能で高コストである。
- ・ 給湯器は削減効果が大きく、民間企業が協力しやすいのではないかな。まだ実証段階ではあるが、給湯器は電力需給のインバランスにも使える可能性がある。
- ・ 家庭内の消費電力では、現在は照明が最も多い。既製品の大半は LED であり、電球の交換は進んでいるが、器具の交換には至っていないため、対象となり得る。
- ・ 冷蔵庫は各家庭に普及しているので対象として良いと思う。京都は 300～370L を使用している方が多い。
- ・ いずれにしても、いかに古いものを換えてもらえるかが重要。

6 今後について

- ・ 本日頂戴した御意見をもとに京都府で企画案を練り上げていきたい。
- ・ 実際に事業を展開する場合には、委員の皆様に御協力いただきたい。
- ・ 研究会については、今後、必要に応じて開催する。