

(新)省エネ製品買換え促進事業(エネ特会)

300百万円(0百万円)

地球環境局地球温暖化対策課

1. 事業の概要

省エネ製品への買換えについては、これまでもメーカーや流通が中心となって、その効果等を伝える普及啓発活動を展開してきたところであるが、実際の買換え行動に上手く結びついていない。

その要因として、店舗等での省エネ効果の呼びかけが単に販売促進のための売り文句としか認知されていないこと、買換の際に生じる「もったいない」という思いに対して、廃棄する際の環境負荷を含めた旧型製品を利用することによるエネルギーの無駄、「本当のもったいない」を消費者に十分伝え切れていないこと、人口や気候風土などの地域特性等により求められる省エネ製品は異なっているにもかかわらず、PRが全国画一的となっており、消費者側の共感が十分得られていないことなどが挙げられる。

このため、環境省では経産省と連携して「省エネ家電普及促進フォーラム」を設立し、国とメーカー、流通等が一体となった省エネ製品買換え促進キャンペーンを、地域特性も考慮しつつ展開するとともに、一連のキャンペーンを通じて、廃棄する際の環境負荷を含めた省エネ製品への買換えによるCO2削減効果を消費者に分かりやすく伝えることで、省エネ製品への買換えを促進する。また、併せて、オフィスビルでの省エネ照明への買換え促進も図り、家庭部門並びに業務部門でのCO2排出量のより一層の削減を図る。

2. 事業計画

(1) 省エネ製品買換え促進キャンペーンの実施

国と流通・メーカーが一体となって、省エネ製品への買換えが温暖化防止対策として有効であることを伝えるキャンペーンを店頭等で展開する。また、省エネ製品への関心を持った消費者層に対して、その関心を実際の買換え行動へと結びつけるために、廃棄する際の環境負荷も含め、省エネ製品への買換えによるCO2削減効果を分かりやすく伝えるためのシステムを構築するとともに、同システムを各店舗に配布することで、消費者と向き合う販売員の省エネ製品への買換えの呼び掛けに信頼と説得力をもたせ、もって省エネ製品への買換えを促進するものである。

(2) “目指せ1千万トンCO2削減” オフィスビル等における省エネ照明買換えキャンペーンの実施

オフィスビル等の業務部門における照明について、日本全国で40W

以上の蛍光灯器具を、初期照度補正と昼光利用を取り入れた省エネ型の照明器具に交換した場合、１千万トンのＣＯ２削減効果が見込まれる。

そこで、オフィスビル等の管理者に対して、省エネ型の照明器具に買換えるメリットと、ランニングコストの低減による初期投資額の回収時期などについて、商品事例などを盛り込んだパンフレット等を作成提供することで、省エネ照明への買い換えマインドを高める。また、省エネ照明を率先して導入する企業を表彰するとともに、それらの優秀な企業の取組をＰＲすることにより、企業間の競争意識を創出し、省エネ照明への買い換えを推進する。

３．施策の効果

省エネ製品への促進を図ることにより、第１約束期間における家庭部門の排出量削減目標の達成を図る。

４．備考

委託費 ３００百万円

(1) 省エネ製品買換促進キャンペーンの実施	１５０百万円
店頭での買換えキャンペーンの展開	８０百万円
ＣＯ２削減効果診断システムの構築事業	７０百万円
 (2) “ 目指せ１千万トンＣＯ２削減 ” オフィスビル等における省エネ照明買換キャンペーン	 １５０百万円

省エネ製品買換え促進事業

< 家庭部門での取組 >

省エネ製品買換え促進キャンペーンの実施



国が旗振り役となり、流通、メーカー等と一体となって、買換え促進キャンペーンを展開

CO2削減効果
診断システム
の構築事業

- 過去10年前から現在までの製品データを元に、再資源化も考慮したエネルギー使用量(初期コストの回収時期等を含む)を診断するシステムを構築
- 「本当のもったいない」を製品購入者が自ら診断できるシステムを全国の店舗・ネットへ(省エネ基準が定められた17品目を対象)

店頭等での
買換え促進

- 販売員の省エネ製品販売技能を向上
- 診断システム等を用いた販売技能の向上(技能大会的な要素を含めたキャンペーンイベントを全国10地域程度で展開)
- 企業と連携して、省エネ製品普及マニュアルやポスターや映像等の普及促進グッズを作成配布

信頼あるCO2削減効果の提示

国・企業の本気感の創出

「本当のもったいない」提示
買換え気運の醸成

「関心」を
「買換え行動」へ

< 業務部門での取組 >

オフィスビル等における省エネ照明 買換えキャンペーンの実施

【調光機能センサー】



【インバータ】



冊子の作成、
シンポジウム等の開催

- 買換えメリットと設備投資の資金回収のタイミング等について分かりやすく記載した冊子を作成(3万冊)
- シンポジウムを全国7箇所で開催。

率先導入企業の
表彰等のPR

- 業種、規模毎に実践率から優秀企業を選出。優秀企業は企業の取組などを紹介。
- 優秀企業の表彰式典の開催。

担当者のマインド
と理解を高める。

企業マインドを高
め、省エネ製品の
買換えを促進