

## 2-5 省エネルギー

### (1) 2010(平成22)年までの施策

#### ①普及啓発やキャンペーン

##### A. CO<sub>2</sub>削減コンテストの実施

全国の自治体で「環境家計簿」の取り組みが行われていますが、参加者が少なかったり、活動が継続しないことが課題です。理由の一つに、記入する負担が大きいことがあげられます。こうした負担を軽減し、活動を継続させるために、表彰制度を設けたり経済的なインセンティブを提供することも効果があると思われます。たとえば市内の家庭や事業所を対象に省エネルギーのコンテストを行い、成果のあったところを表彰する制度が考えられます。その成果（ノウハウなど）を公開することで、さらなる普及につなげることが期待できます。経済的なインセンティブとして、商工会・商店街とタイアップし、賞品をつけたり、省エネポイントとして商店で使えるようなしくみを導入したりすることが考えられます。

##### B. 省エネルギー家電の普及啓発

主要家電の買い換え時に省エネタイプを選定することで、確実にCO<sub>2</sub>削減が達成できます。省エネ型製品の有利性・経済性を市民にPRすると同時に、市民が家電製品を購入する電気店、家電量販店に協力を求めます。(財)省エネルギーセンターが実施する「省エネルギー型製品販売事業者評価制度」への応募を働きかけることも考えられます。

#### コラム：省エネ型製品普及推進優良店

(財)省エネルギーセンターでは、省エネルギー型製品の一層の普及を推進するため、省エネルギー型製品の積極的な販売並びに消費者に省エネルギーに関する適切な情報提供を行っている家電販売店を評価する「省エネルギー型製品販売事業者評価制度」を2003(平成15)年に創設しました。省エネルギーセンターに設置された「省エネ型製品普及推進評価委員会」が店舗の自己評価書と現地調査に基づき、(1)店舗の経営方針、(2)人材、(3)省エネ型製品の販売促進方法、(4)省エネ型製品の販売実績、(5)店舗の省エネルギーへの取り組み——の5つの観点から審査を行い、優良店を決定します。2005(平成17)年は応募条件を500㎡以上の大型店に拡大したほか、500㎡以下の中小規模家電販売店を選定する枠が新設されています。「優良店」と認められた店舗は、省エネ型製品普及推進優良店のロゴマークを使用できるほか、新聞、雑誌、消費者団体やNPOの機関誌、地方自治体の広報誌を通じてPRされます。

#### ②省エネルギー建築・改修の普及啓発・経済的支援

すでに見たように1999年の「住宅の次世代省エネルギー基準」を確実に達成することで、かなりの省エネルギーが見込まれるので、新・改築、改修にあたってこの基準を確実に実施してもらうことが重要です。市民に対して、そのための普及啓発(有利性などのPR)を行うだけでなく、新エネルギーと組み合わせた福生型エコエネルギーモデル住宅の検討・提案を行い、その有利性などをPRすることが考えられます。工務店に対する講習会の実施なども有効と思