

2011年夏 統一省エネラベルモニタリングまとめ

2011年11月

大阪省エネラベルキャンペーン実行委員会

- ◇ 実施時期 2011年6月1日～8月31日
- ◇ 実施方法 モニターが店舗を回り、統一省エネラベルの貼付状況や販売員の説明を調査。
- ◇ 参加者数 52名
- ◇ モニタリング店舗 のべ88店舗
(家電量販店、ホームセンター、大型スーパーマーケットなど)

1.モニタリング結果、ラベル貼付率

【統一省エネラベル】

	今回調査平均		2010 冬	2010 夏	2009 冬	2009 夏
	調査数	貼付率				
エアコン	6,863	91%	91%	91%	92%	約 90%
冷蔵庫	4,213	89%	87%	94%	80%	約 90%
液晶テレビ	5,772	83%	85%	83%	81%	ほぼ 100%
プラズマテレビ	580	86%	81%	66%	71%	約 60%
電気便座	1,065	83%	80%	77%	83%	約 60%
蛍光灯器具	6,359	59%	57%	67%		

【簡易ラベル(調査全事業者平均)】

	今回	2010 冬	2010 夏
電気冷凍庫	52%	27%	65%
ストーブ	18%	22%	
ガス調理器	49%	52%	61%
ジャー炊飯器	48%	56%	49%
電子レンジ	46%	63%	60%
ビデオレコーダー	12%	36%	35%
DVDレコーダー	26%	13%	32%

2.ラベルの貼付状況についてのモニターの指摘店舗件数(調査全事業者平均)

	エアコン		冷蔵庫		液晶テレビ		プラズマ		電気便座		蛍光灯器具	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
①	19	22%	8	9%	17	19%	5	6%	9	10%	11	13%
②	5	6%	7	8%	4	5%	1	1%	3	3%	6	7%
③	5	6%	2	2%	1	1%	0	0%	1	1%	0	0%
④	3	3%	1	1%	2	2%	0	0%	1	3%	2	2%

- ① POPに隠れている。 ② 小さくて見えにくい。
 ③ ラベルと商品が一致していない。 ④ その他

3.販売員の説明についてのモニター指摘件数(今回調査全事業者平均)

	エアコン		冷蔵庫		液晶テレビ		プラズマ		電気便座		蛍光灯器具	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
①	36	41%	35	27%	27	31%	20	23%	19	22%	17	19%
②	7	8%	6	7%	6	7%	6	7%	7	8%	7	8%
③	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
④	28	32%	24	27%	26	30%	19	26%	20	23%	22	25%
⑤	28	32%	22	25%	25	28%	19	26%	20	23%	15	17%

- ① よく理解され、わかりやすい。
 ② 説明内容に間違いがあった。
 ③ ほとんど知らなかった。
 ④ 説明パネルなどが設置されている。
 ⑤ 説明パンフレットが置いてある。

4.モニターより寄せられた意見

良い意見

1. スーパーマーケットにとって家電製品は品揃えに過ぎないのでは？と思っていましたが、商品または売場担当者によっては、省エネアピールを意識されていることに意外性を感じました。
2. 店全体としては省エネラベルを含むPOPの貼り付けに配慮されており、清潔感を感じた。
3. 店長は、休暇で売場担当者が代りに対応して頂きましたが、十分な対応でした。
4. 販売員が省エネの原理・方法などをくわしく説明してくれました。
5. 店全体が陳列や商品特徴・価格等の表示方法について配慮している。特に、省エネラベルの貼付についてはすべてが見やすいように貼付けされており、顧客にすがすがしい印象を与えている。

改善が必要と思われる意見

1. オーディオ専門店としては、顧客志向の観点から省エネを訴求するよりも、機能面や特長を優先させざるを得ないと判断されていると思われる。省エネに対して説明を求めても、係員自身が特に関心がないようにも思われた。
2. スーパーは家電量販店とは違い、品数も少なく販売員の説明を受けなければ購買意欲はわからない。エアコン・冷蔵庫以外は省エネ対象商品でないものが多かった。
3. 商品売場責任者の姿勢によるのか、省エネラベルを含む POP に対する扱いが歴然としている。
4. 事業内容からみて、止むをえないことかも知れないが、ホームセンターは省エネを殆ど意識していないと思われる。
5. 待機電力などへの説明や仕様等説明が必要ではないか。
6. 省エネラベルについて実際に貼っているのを学びました。電子レンジのところで質問した事についてももちろんしっかりと答えてくれましたが聞いていない事まで長々と話し続け、疲れてしまいました。店員さんもニーズに合った対応をされるとよいと思います。
7. 量販店としては中規模の店であり、各種電化製品の特徴を強力にアピールしようと工夫している。ただ、全店統一した省エネ思想をアピールしているようには感じられなかった。
8. どの売り場も一人で商品を眺めていると声をかけてきて説明してくれるのは社員ではなくメーカーさんでした。メーカーさんが売場にたくさんおられました。ラベルの説明はメーカーさんが正しく分りやすく教えてくれました。

その他

1. あるスーパーの店員さんは、お客さんによく省エネラベルについて聞かれます。私たちもよく勉強しなくてはなりませんとのこと。
2. 省エネラベルはお店であまり見たことがないように思いましたが、探してみると意外とありました。日曜日の夕方に行きましたが、お店の人はあまりいませんでした。
3. どの売り場も一人で商品を眺めていると声をかけてきて説明してくれるのは社員ではなくメーカーさんでした。メーカーさんが売場にたくさんおられました。ラベルの説明はメーカーさんが正しく分りやすく教えてくれました。
4. 全体として、当店の今回の調査では省エネをアピールするのではなく、商品の価格面を優先させる姿勢を強力に感じた。ただ、省エネに対する意識は無視されていないことから、やむなく？ラベルを「貼れる範囲で貼る」ことになったのでは・・・とも感じました。

以上