

省エネ性能のいい家電製品を選んで、賢く節電・省エネ

— 大阪省エネラベルキャンペーン実行委員会 —

2016年夏は、家電量販店の店頭でキャンペーンを実施

2016年夏のキャンペーンは、家電量販店の店頭で、直接消費者に訴えるキャンペーンを行いました。マツヤデンキあびこ店とケーズデンキ箕面店では、店頭でアンケートをとり、ヤマダ電機 LABI 1 なんば店とジョーシン大日イオンモール店ではシール投票を行いました。若者や子ども連れの家族、年配の夫婦など多くの方にご協力いただきました。

店頭では対象家電製品を購入あるいは購入予定の方が対象ではなく、来店された方全員を対象として行いましたが、結果は写真に見られるように、ハガキアンケートとほぼ同じ傾向でした。

「値段は最終的には購入の決め手になるけど、やっぱり省エネのものを選びます。」「ちょっと高いけど、長く使っていると得になるのよね。」「次に買い替えるときはラベルを参考にします。」など、なかには店員と間違っ売り場を尋ねる方もおられましたが、たくさんの会話が生まれました。



シール投票結果

協力していただいた店舗	
・マツヤデンキあびこ店	6月18日(土)
・ケーズデンキ箕面店	6月30日(木)
・ヤマダ電機 LABI 1 なんば店	7月19日(火)
・ジョーシン大日イオンモール店	7月31日(日)



ヤマダ電機 LABI 1 なんばの店頭にて

これまでの活動から ～統一省エネラベルの貼付は定着～

大阪省エネラベルキャンペーン実行委員会では、これまで「統一省エネラベル」が対象製品に貼られているかについて、参加団体の会員がモニタリングを実施し、2015年夏は47名が参加し、のべ79店舗をモニタリングしました(表1)。

その結果、エアコン、冷蔵庫、テレビではほぼ貼られている状態になっていることが分かります。電気便座と蛍光灯器具は調査年によって開きがありますが、2012年度以降は70%前後、30%前後で推移しており、十分とは言えない状況です。

表1 モニタリングの結果

	2015年度夏			2014年度夏	2013年度夏	2012年度		2011年度		2010年度		2009年度	
	調査数	貼付数	貼付率			冬	夏	冬	夏	冬	夏	冬	夏
エアコン	5,287	4,718	89%	97%	96%	96%	98%	99%	91%	91%	91%	92%	90%
冷蔵庫	3,600	3,269	91%	93%	90%	95%	93%	97%	89%	87%	94%	80%	90%
液晶テレビ	3,922	3,501	89%	90%	93%	85%	83%	95%	83%	85%	83%	81%	100%
プラズマテレビ	60	50	83%	100%	96%	97%	66%	92%	86%	81%	66%	71%	60%
電気便座	934	627	67%	73%	79%	72%	73%	97%	83%	80%	77%	83%	60%
蛍光灯器具	3,430	849	25%	34%	26%	42%	33%	76%	59%	57%	67%		

右の写真はある量販店の冷蔵庫に貼られていたものです。多くの家電量販店で統一省エネラベルと価格や製品説明が一体のものとして打ち出されるシステムが作られるようになっていきます。



家電選択のときに価格とともに省エネ性能を重視が定着

2013年冬のキャンペーンからは、家電量販店の協力を得て、対象家電を買われた消費者に「ハガキアンケート」への協力を依頼し、統一省エネラベルの認知度と役立ち度の調査を行いました。その結果、家電製品を「選んだ決め手」は価格と省エネ性能を重視していることが分かりました。

また、「統一省エネラベルを知っていた」「見たことがある程度」を合わせると58～75%、統一省エネラベルは「非常に役立った」「ある程度役立った」は77～82%でした。

ラベルの認知度は意外と高く、役立ち度は「非常に役立った」が比較的低くなっていますが、「ある程度役立った」を加えると製品選択の場面で高い役割を示しているといえます。

表2 ハガキアンケートの結果

回収枚数	2015冬		2014冬		2013冬	
	枚数	割合	枚数	割合	枚数	割合
選んだ決め手となったのは(複数回答可)	17		60		76	
1. 価格が安いから。	8	47%	33	55%	42	55%
2. デザインが気に入ったから。	7	41%	4	7%	4	5%
3. 省エネ性能が高いから。	8	47%	24	40%	36	47%
統一省エネラベルをご存知でしたか						
1. 知っていた。	5	29%	32	53%	19	25%
2. 見たことがある程度。	5	29%	13	22%	23	30%
3. 知らなかった。	7	41%	15	25%	34	45%
統一省エネラベルは役に立ちましたか						
1. 非常に役立った。	2	12%	21	35%	30	39%
2. ある程度役立った。	11	65%	28	47%	28	37%
3. あまり役立たなかった。	0	0%	4	7%		0%
4. 全く役立たなかった・気にしていない。	4	24%	7	12%	18	24%
無回答					1	1%

統一省エネラベルとは

統一省エネラベルは、2002年の東京都「省エネ商品拡大キャンペーン」、2003年の京都市「京のアジェンダ21フォーラム」の「省エネ製品グリーンコンシューマーキャンペーン」がきっかけとなり全国に広がりました。そして2004年に各地域の地方公共団体や市民団体により全国省エネラベル協議会が設立され、省エネラベルと省エネ型家電製品の普及促進が行われてきました。

2006年の省エネ法の改正にともない、小売事業者の情報提供に係る努力義務として10月より「統一省エネラベル」が施行されました。

統一省エネラベルは、エネルギー消費の多い家電製品対象5品目(エアコン、テレビ、冷蔵庫、電気便座、蛍光灯器具(うち家庭用のも))について、図にあるように省エネ性能の違いが一目でわかるよう5段階の☆印の数と年間の電気料金を表示したもので、消費者が省エネ製品の選択を容易にするためのものです。

大阪では、大阪府、大阪市、堺市などの行政と、消費者団体や環境団体などが参加する実行委員会を2006年に設立し、省エネ型家電製品の普及促進をはかる大阪省エネラベルキャンペーンを実施しています。