

# 省エネ家電普及促進事業～省エネマイスターによる診断・アドバイス事業～ 業務完了報告書サマリー

## 1. 活動名

省エネ家電普及促進事業～省エネマイスターによる省エネ診断・アドバイス事業～  
尚、当事業はセブンイレブンみどりの基金の助成事業です。

## 2. 活動の背景

京都議定書では2008～2012年の間に、温室効果ガス排出量の1990年比6%削減が義務づけられているが、2007年度には逆に8.7%増加している。

特に、家庭部門からの二酸化炭素(CO2)排出量は1990年比40%も増加している。

家庭からのCO2排出源の38%を占める電気消費量の削減が必須である。又、電気消費量の2/3を占める4品目(エアコン、冷蔵庫、テレビ、照明)を対象を絞って対策することが効果的と考え、これを軸に活動を実施した。

## 3. 活動の目的

宇部市地球温暖化対策ネットワーク(UNCCA)では、2007年・2008年度に実施した「地域連携による省エネ電球促進事業」、「宇部市省エネ家電普及促進事業」を引き継ぎ、宇部市、及び宇部電器商組合と連携して、2009年度「省エネ家電促進事業/うべ省エネマイスターによる省エネ診断・アドバイス事業」を実施する。

これにより、地球温暖化対策や省エネ家電に一定の知識を有する省エネマイスターを養成し、一般家庭を対象に省エネ家電の診断やアドバイスを行い、省エネ家電の普及促進を図る。

並行して、地域メディア、家電商、行政機関、事業所、学術機関、市民団体等と連携して、省エネ照明キャンペーン等を実施し、市民や地域を対象にした省エネ意識の啓発を行い、中長期的に省エネ行動様式が地域に根付くことを目的とする。

## 4. 活動の成果・数値目標

継続的に事業を行い、省エネ意識・省エネ行動様式が地域・市民に定着することを目標とするが、単年度(本年度)における目標を以下のとおり定めた。

- ①省エネ家電に関する意識調査 ……一般家庭 300世帯  
電器商組合員 50店舗
- ②省エネ診断・アドバイス実施世帯 ……50世帯
- ③省エネ電球取替個数 ……300個
- ④照明等の省エネ化 企業・事業所訪問 ……10箇所
- ⑤省エネ宣言者 ……50名

## 5. 活動の実施期間

2009年4月1日～2010年3月31日

## 6. 活動の実施内容、及び結果

### 1) 省エネ家電に関する意識調査(7月に実施)

家電製品に対する省エネ対策、省エネ家電の認知度、省エネ製品の購入動機等を一般家庭に対してアンケート形式で意識調査を実施すると共に、省エネ製品の認知度、消費者の購買動向、及び省エネ製品販売の動機付け等を電器商組合員に対してもアンケート形式で意識調査を実施した。

調査数

一般家庭	341世帯(目標 300世帯)
電器商組合員	54店舗(目標 50店舗 - - - 加盟店総数 73店舗)

地球温暖化に対して、具体的に数値化して理解している人はそんなに多くはないと思われるが、大半の人が何らかの形で地球環境に懸念を持っており、家庭での

省エネ行動の必要性を感じておられることが読み取れる。

現在、政府が実施しているエコポイント制度を活用して、省エネタイプの家電製品への買換えが進んでいるが、今以上に省エネへの対応の必要性を分かり易くキャンペーン等をすることが必要である。

調査内容、集計・分析結果は添付資料(1)、(2)を参照のこと。

## 2) 「うべ省エネマイスター」養成講座実施(8月20日に実施)

地元の電器商組合である「宇部電器商組合」の組合員を対象に、省エネマイスターの養成講座を実施し、43名が受講した。

講座受講修了者には「うべ省エネマイスター認定証」を授与した。

この結果、2008年授与者43名、2009年(本年)授与者11名の合計54名が省エネマイスターとして登録され、今後の活発な活動が期待される。

講座内容は添付資料(3)を参照のこと。

## 3) 「省エネマイスター」派遣事業(9月1日～12月20日に実施)

省エネ診断を希望する世帯に「うべ省エネマイスター」を派遣し、家電製品の現状調査と、それらを省エネ家電に取替えた場合の省エネ診断とアドバイスをエアコン・冷蔵庫・テレビ・白熱電球の4機種に対して実施した。

機器の診断に加えて、家電の使い方を少し改善するだけで大きな省エネ効果が得られることを併せて診断した。

マイスター29名により102世帯の調査・診断・アドバイスを実施した。

調査内容、集計結果は添付資料(4)、(5)を参照のこと。

さらに、事業所等を9月16日～2月9日に訪問し、事務室の照明等について省エネ型に転換するよう要請活動を行った。

訪問・要請先数 19箇所(目標 10箇所)

訪問先は添付資料(6)を参照のこと。尚、添付カタログ「照明器具リニューアルのおすすめ」(添付資料(7))にて内容を説明し、採用の検討を要請した。

## 4) 省エネ電球普及キャンペーン(第1期 7月、第2期 11、12月に実施)

宇部電器商組合と連携して、白熱電球に換えて省エネ電球(電球型蛍光灯)普及促進のキャンペーンを実施した。

実施に際して、ちらし配布や地元メディア活用による広報・啓発行い、特価での販売を実施した。

また、省エネ宣言者には省エネ電球や景品(賛同企業からの寄付等)を支給した。

販売実績 第1期 230 個(目標 第1、2期合せて300個)

第2期 465 個

合計 695 個

省エネ宣言者 57 名(目標 50名)

「省エネチャレンジ宣言」申込み書・集計結果は添付資料(8)、(9)を参照のこと。

## 5) LED照明設置事業所の視察の実施(1月8日に実施)

一斉にLED照明に切替えた事業所を視察し、費用対効果等を取材した。

収集した情報は広報の素材として活用する予定である。

視察事業所 岩国ビジネスホテル&スパ

岩国市麻里布町3丁目1-12  
応対者 竹野 幸一 統括課長  
弊事務局 仰木 事務局長、清水事務局員  
溝田 幹事

LED照明切替え調査内容は添付資料(10)を参照のこと。

#### 7. 実施スケジュール

添付資料(11)を参照のこと。

#### 8. 今後の展望

以上の報告の他に、リサイクルフェア(10月11日)、宇部まつり(11月1日)で省エネキャンペーンを実施し、多くの市民に省エネについての体験をして貰い、興味・理解が得られたと思う。

また、省エネ家電の開発・普及の現状を知り、自己を啓発すると共に、一般市民の啓蒙・啓発に役立てるため、省エネセミナー、省エネ家電フォーラムに参加した。

今後も、宇部電器商組合と協力し、また行政の助言も得て、地球環境保全のために省エネの大切さを更に一般市民に認知して貰うよう、本年度の活動を来年度以降も継続していくことが重要である。

尚、現政府は温暖化ガス排出量削減25%(1990年比)を世界に発信しており、更なる啓蒙・啓発が求められることは必然である。