

### 【3】家電製品省エネラベル

#### (1) 家電製品省エネラベルの概要

高効率な冷蔵庫やエアコンが店頭で並ぶようになり、適切に選択することで大幅な省エネが可能です。省エネ型機器への転換は、国の温暖化施策の中でも主要な対策として位置づけられています。省エネ型製品は販売価格が高い傾向がありますが、毎年の電気代を考慮にいれトータルで見ると、お得になることもあります。

省エネ型製品を消費者に認知してもらい、選択を促進するために、わかりやすいラベルによる表示が試みられています。国が定めた「省エネ性能マーク」では、省エネ目標の達成度がわかるように表示がされています。

これに対して地域から、より消費者が選択しやすいラベルを作る動きが起こってきました。2002年夏には東京都、2003年春には京都で、新しい省エネラベルの試みが始まり、今年からは全国への展開が進められています。

#### (2) 家電製品省エネラベルの特徴

##### わかりやすい表示

製品の省エネ度を、AAA(トリプルA)からB,Cまで5段階でわかりやすく表示しています。また、販売価格に10年間の電気代を加えた、トータルでの負担額も表示しています。省エネ性能のいい機種のほうが、販売価格は高くても、電気代を含めた価格で見ると、却って安くなっていることも多くあり、ラベルを見ながら比較してもらえるようになっています。



### 小売店にとってのメリット

小売店にとってみると、高効率機種のほうが高い値段で売れるため、受け入れられやすくなっています。ラベル表示があると、電気代を含めたトータルの費用が安くなることを消費者に説明しやすいという評価もあります。

またラベルを作成・印刷するソフトが配布されており、各小売店でパソコンを使用してラベルを打ち出すこととなりますが、それほど大きな負担ではありません。

### 地域コミュニティをベースにした活動の広がり

行政、市民、販売店のそれぞれに役割があり、協力しあうことで活動が広まります。特にラベル制度はお互いにメリットがあるために、協力関係を作りやすい条件があり、その後のパートナーシップ関係を築くためにもいい機会と考えます。

## (3) 家電製品省エネラベルの成果

2003年3月から開始された省エネラベルの取り組みは、2004年からのキャンペーンでは府内160店舗に広がりました。

また売上データの分析から、省エネラベル表示によって、購買者がより省エネ性能の高い商品を選ぶことがから明らかになりました。この期間には全国的にも省エネ性能が向上しましたが、省エネラベルに取り組んだ家電販売店では、期間中に販売されたエアコンの平均COP(効率値)、冷蔵庫の平均年間消費電力量のいずれも、前年度比で性能の向上が全国平均を上回りました。ラベル表示による効率向上分を計算すると、エアコンでは8.0%、冷蔵庫では4.6%になります。

その結果、省エネラベルを貼付した家電販売店でエアコン・冷蔵庫を購入した家庭では、今後10年間に約147万kWhの電気の省エネ効果が見込まれます。この取り組みで1kWh節電するために必要であった費用は約2円にとどまり、費用対効果としても優れています。

なお、二酸化炭素排出削減効果は今後10年間にわたって約992トン(火力平均換算)と推計されます。

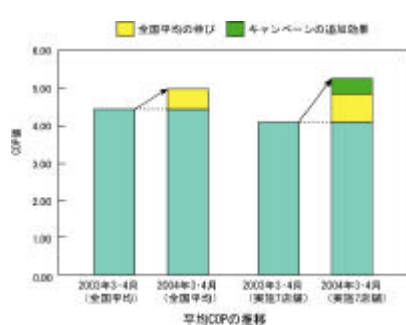


図1 エアコンのCOP値の向上

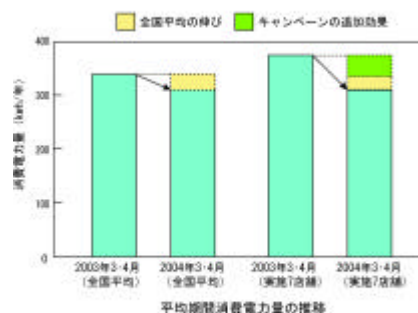


図2 冷蔵庫の期間電力量の減少

「家電製品省エネラベル」については、京都省エネラベル協議会へお問い合わせ下さい。事務局は弊社(担当:伊東)がおこなっております。