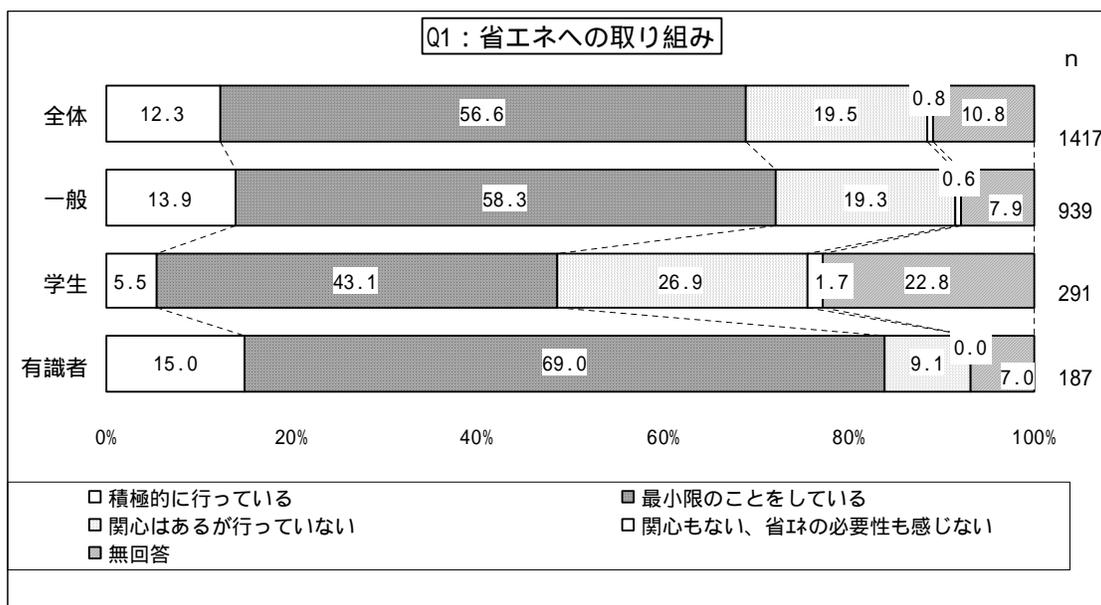


- 調査結果より -

< 報告書 P19 ~ 21 参照 >

1. 省エネの認識と行動に乖離：省エネを積極的に実行しているのは12%

今回の調査対象者のうち、約7割が何らかの省エネを行っていると回答。またその理由としては、約4割が「資源の節約や環境保全のため」と回答しており一番多い回答になっている。したがって、省エネが資源節約や環境保全のためになるとの認識はある程度広まっていると考えられるが、省エネを「積極的に行っている」と回答した人は12%にとどまっている。



< 報告書 P26 ~ 27 参照 >

2. 省エネナビ普及の課題は低廉化。現在の価格20,000円では困難。

省エネのために省エネナビを使ってみたいかとの質問に、全体の77%が「使ってみよう」と回答したが、現在の価格20,000円で購入したいと回答したのは僅か19%にとどまった。普及のためには量産効果によるコスト低減や、何らかの価格支援など更なる対策が必要である。

< 報告書 P24 ~ 25 参照 >

3. 価格差を5年で回収可能であれば、省エネ型製品を選択すると70%が回答

省エネ型製品と低価格製品のどちらかを購入する場合、購入時の価格差を5年で回収できれば、70%の人が省エネ型製品を選択すると回答している。回収時期が明確に示されており、それが5年程度であれば、省エネ型製品を購入するという一般的な考え方が表れている。

< 報告書 P24～25 参照 >

4．商品購入の判断基準は「省エネ性能」より「価格」「性能」を重視

家電や自動車などを選ぶ場合の判断基準としては、「価格」および「性能」が6品目全てにおいて「省エネ性能」を上回っている。ただしエアコンや暖房機器に関しては、省エネ性能もかなり重視されているので、さらなる技術開発や販売する際の工夫などにより、もっと省エネを意識させることができる可能性を示している。

[Q6:製品購入基準：「省エネ性能」の製品別順位]

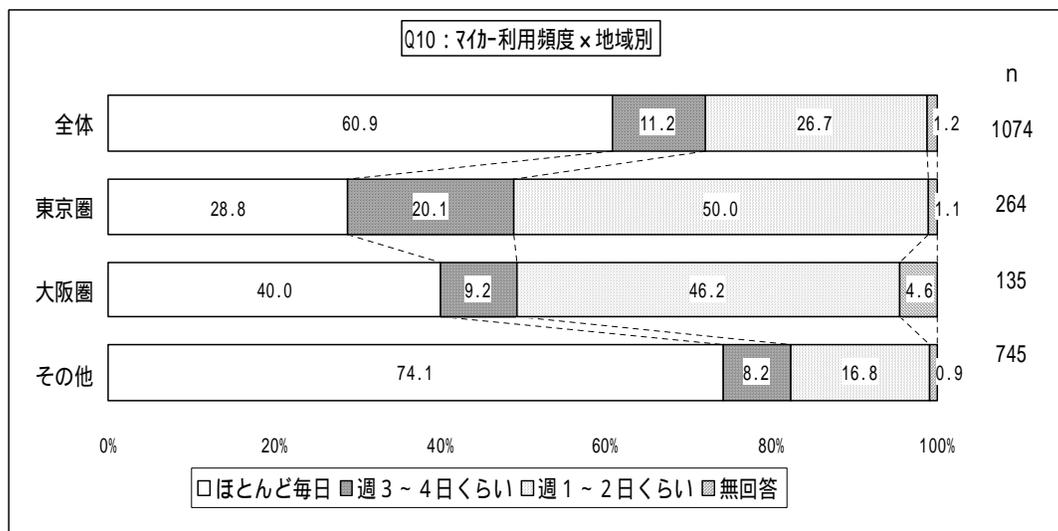
	省エネ性能		販売価格		性能	
	%	順位	%	順位	%	順位
冷蔵庫	12.7	4	26.5	2	14.8	3
テレビ	6.1	6	28.0	1	25.5	2
照明機器	12.2	4	23.7	3	29.3	1
エアコン	23.4	3	28.6	1	27.7	2
暖房機器	20.8	3	29.6	1	29.2	2
自動車	15.9	4	26.3	1	18.4	3

冷蔵庫の1位は「容量・大きさ」(30.6%)

< 報告書 P29 参照 >

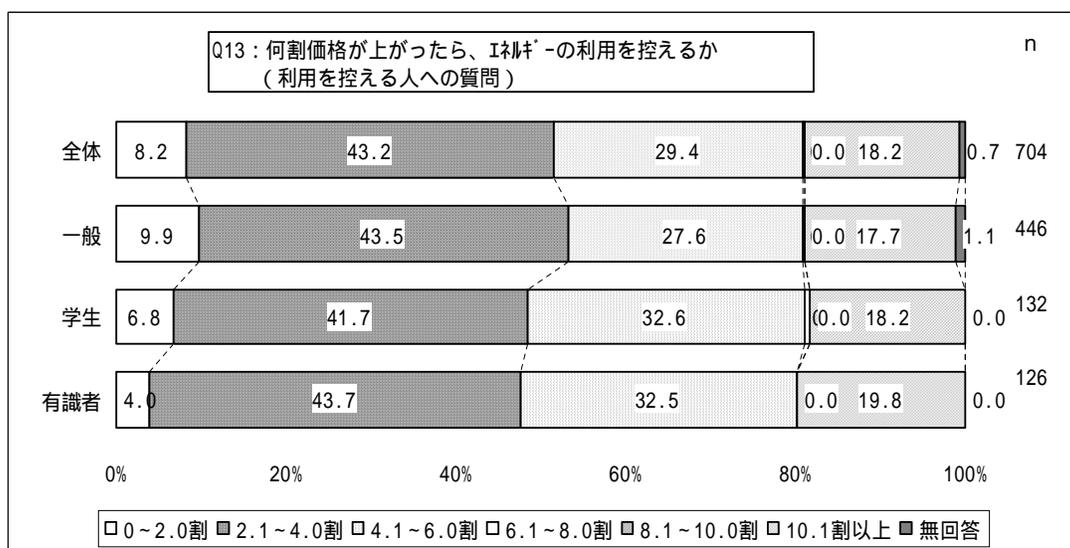
5．省エネや環境のためにマイカー利用を減らせる人は32%

東京・大阪圏以外の地域では、74%の人がほとんど毎日マイカーを使用しており、生活の足として利用している。マイカー利用者に対する「省エネ・環境問題を考えてマイカー利用を減らせるか」との質問には、「減らすことができる」と回答したのは32%。一方、東京・大阪圏では、平日は電車の利用がマイカーよりかなり多くなっており、省エネ対策も、東京・大阪など大都市と地方を分けて講じる必要がある。



6 . エネルギー価格上昇だけによる省エネ効果の可能性は低い

エネルギー利用と価格の関係は、値段が上がった場合に約半数の人が利用を控えると回答し、控えないと回答した人の倍以上に達した。しかし、何割上昇した時に利用を控えるかとの質問には、回答の多い順に「2.1～4割」(43%)、「4.1～6割」(29%)、「10.1割以上」(18%)となっており、「2割以下」と回答したのは僅か8%のみであった。この結果より、価格上昇により省エネを促進させるためには2割程度の上昇ではほとんど効果がなく、少なくとも3～4割の上昇が必要なが示されており、価格による省エネ促進の難しさが表れている。



7 . 省エネ促進のためには技術開発に最も期待

今後さらに省エネを行うために必要なものは何かを質問したところ、回答の多い順に「家電製品などの省エネ性能の向上」、「省エネ型製品の価格低下」、「クリーンエネルギー自動車の普及」となっており、主にメーカーによる技術開発への期待が高くなっている。逆に回答が少なかったのは「専門家による家庭の省エネ診断」、「家電製品などへの省エネ性能のラベリング表示」、「省エネナビの設置」となっており、自助努力を必要とする項目が並んでいる。

< 報告書 P32 ~ 33 参照 >

8 . 省エネに積極的に取り組んでいる人ほど、新エネルギーへの関心が高い

省エネへの取組みと新エネルギーへの関心度の関係を調べたところ、省エネに積極的に取り組んでいる人ほど、「バイオマス」、「燃料電池」、「コージェネレーション」について「知っていた」と回答した人の割合が多くなっており、新エネルギーへの関心が高くなっている。

[Q1:省エネへの取組み × Q16: 新エネルギーの認知度]

(各エネルギーを「知っていた」と回答した人の割合)

	バイオマス	燃料電池	コージェネレーション
(省エネを)積極的に行っている	51%	51%	40%
最小限のことをしている	39%	42%	29%
関心はあるが行っていない	25%	31%	19%
関心もない、必要性も感じない	27%	18%	9%

< 報告書 P33 ~ 34 参照 >

9 . 一般、学生のコージェネレーション、バイオマス、燃料電池に対する認知度は低い

一般や学生は、太陽光、風力など代表的な新エネルギーについては知っているが、コージェネレーション、バイオマスなどを知っている人は少なく、関心の程度があまり高くないことが分かる。コージェネレーション、バイオマス、燃料電池を「知っていた」と回答したのは、いずれも 35%以下にとどまっており、特にコージェネレーションの認知度が低くなっている。

< 報告書 P38 ~ 39 参照 >

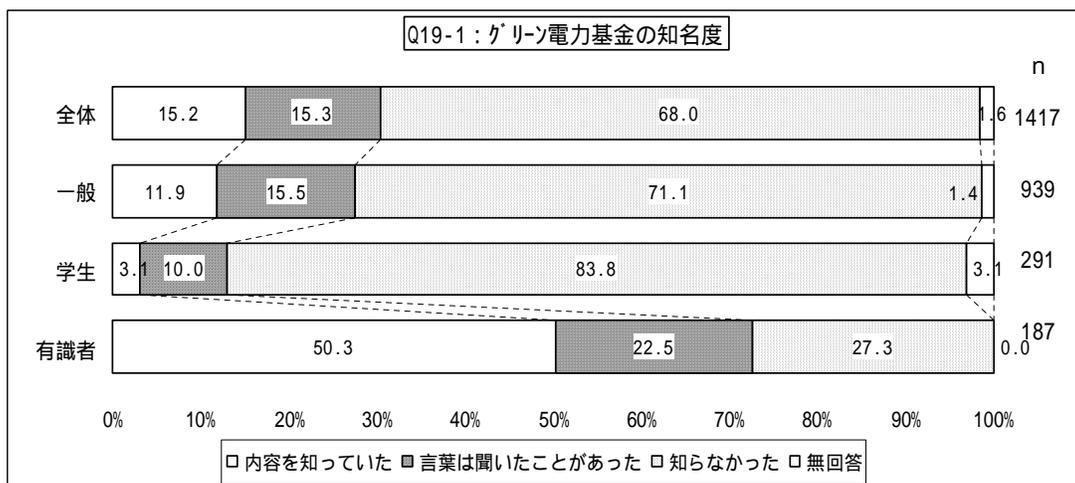
10 . 風力発電：有識者による期待と予測がともに高い。太陽光：期待は高いが予測は低い。

10 年後の新エネルギーの普及について質問したところ、一般、学生は新エネの種類による予測の違いが見られないが、有識者は風力発電への期待と予測がともに高くなっている。10 年後の期待として、90%の有識者が「(2010 年の政府目標について) 目標以上普及する」または「目標程度普及する」と回答し、予測についても 52%が「目標以上」または「目標程度」と回答している。一方、太陽光発電については、期待は高く 89%が「目標以上」または「目標程度」と回答しているが、予測では 26%にとどまっている。

< 報告書 P36～37 参照 >

11. グリーン電力基金について：一般の7割以上、学生の8割以上が「知らなかった」と回答。普及には新たな方策が必要。

グリーン電力基金を知っていたかどうかの質問に「内容を知っていた」と回答したのは15%のみで、68%が「知らなかった」と回答。申し込みたいかとの質問には、「既に申し込んでいる」または「今後、申し込みたい」の合計は14%にとどまり、「わからない」が52%、「申し込むつもりはない」が29%になっている。今後の普及促進のためには、一般に広く周知させることと、消費者の参加意欲を高める方策が期待される。



< 報告書 P40 参照 >

12. 新エネルギー普及のためには、国、自治体、メーカーへの期待が高い

新エネルギー普及のために何を期待しているかの質問に対して、回答の多い順に「国や自治体による積極的な導入」(48%)、「メーカーによる発電システム(機器)のコストダウン」(39%)、「国による設置者への補助制度」(34%)となっており、「消費者による自主的な購入、利用」は7%にとどまっている。この結果より新エネルギー普及のためには、主に国、自治体、メーカーに対して期待しており、消費者自身の行動への期待は低い。このことは、消費者の行動には限界があるため、国を中心とした普及活動に期待しているものと考えられる。

- まとめ -

【調査結果より明らかになった主なポイント】

1) 省エネの必要性の認識と省エネ促進の可能性

調査結果では、省エネを「積極的に実行している」と回答したのは12%のみであるが、「最小限のことをしている」と回答した人も含めると69%になり、約7割の人が何かしらの省エネを実行しているという回答になっている。総理府調査における質問「日常生活での省エネルギーへの関心」に対する回答を見ると、「非常に関心がある」が21%、「ある程度関心がある」が62%になっており、同様の傾向を示している。したがって、これらの結果から1～2割の人は関心も強く、現在も積極的に省エネを実行しているが、約6割の人は関心を持っているが、なかなか具体的な行動には結びついていないという現状がうかがえる。また、省エネを実行する理由としては「資源節約・環境保全のため」と回答した人が40%で一番多くなっていることも考えあわせると、省エネを実行しやすくする具体的方策やインセンティブがあれば、多くの人が省エネを積極的に実行し、大きく促進される可能性があることを示している。

2) エネルギー価格上昇による省エネ促進の可能性

調査結果では、エネルギーの値段が上がった場合に「利用を控える」と50%が回答しており、「利用を控えない」の23%を大きく上回っているが、何割価格が上がったら利用を控えるかとの質問には「2割以下」は僅か8%にとどまっている。回答が多いのは「2.1～4割」(43%)で、次いで「4.1～6割」(29%)、「10.1割以上」(18%)となっている。この結果より、価格上昇により省エネを促進させるためには2割程度の上昇ではほとんど効果がなく、少なくとも3～4割の上昇が必要なことが示されており、価格による省エネ促進の難しさが表れている。

3) 新エネルギー促進の期待と可能性

調査結果において、新エネ普及の期待と予測を比較すると、期待が大きく上回っており、新エネへの期待の高さを表わしている。一方、普及予測の低さから判断して、現実の普及における困難さがある程度は認識されているとも考えられる。

消費者が新エネルギー促進に貢献のできるグリーン電力基金については、一般的には、知名度も参加意欲も低い結果となっている。また、「新エネ普及のために期待していることは何か」との質問への回答が、主に国や自治体、メーカーに対しての期待が高くなっており、消費者自身の行動への期待が低くなっていることも考慮すると、消費者の行動には限界があるため、国民の広く薄い負担により、国を中心とした普及活動に期待しているものと考えられる。

【政策提言に向けて】

今回のアンケート調査では、1)省エネについての意識と具体的な行動の乖離、2)エネルギー価格上昇と省エネ促進の関係、3)消費者の行動による新エネ普及の困難さ、などが明らかにされた。このように省エネ、新エネの両方について、今後の促進の難しさのほう為主に明らかにされたが、特に省エネに関しては、消費者の意識の高さを考慮すると、今後の政策の進め方によっては大きな促進も期待できる。省エネの必要性に対する認識を、どのようにして具体的な行動に結びつかせるか、自主的な行動にのみ期待するのではなく、有効なインセンティブの検討も必要と思われる。

今後は今回の調査結果を基に、さらにエネルギー専門家に対して、省エネだけでなく新エネについても具体的な促進策を探るべく、アンケート調査を実施する予定である。また委員会では、専門家からのヒアリングを基に議論を行い、省エネ、新エネ促進に関する利用者サイドの役割と課題を明らかにし、少しでも有効な方策を取ることが可能となるような政策の実現に向けて検討を続け、その結果を政策提言として発表する予定である。

[資料1] アンケート調査の概要

1. 調査対象

今回の調査は、利用者サイドのうち、消費者の意識や行動を調査することを目的として実施した。したがって下記対象者のうち、一般および学生を主な対象者とし、有識者は一般および学生の回答と比較することを主な目的とした。

一般に対しては、それぞれ組織宛に送付したが、組織の意見ではなくエネルギー消費者の立場で、個人の意見として回答するように求めた。

一般 2,998 名 (1,499 組織に送付)

それぞれの組織に調査票を各 2 通送付し、組織内外を問わず(18 歳以上であれば誰でも)、個人の意見にて回答するように求めた。

性別や年齢別の比較が可能となるように、各組織に送付した 2 通のうち、少なくとも 1 部はできるだけ女性に回答してもらいたい旨を、また可能であれば異なる年代の回答を希望する旨も明記した。

地域別の比較が可能となるように、なるべく地域に関して偏りができないように送付先を選定した。

- 消費者団体 (490 名: 消費者団体リストより無作為抽出 / 代表者宛)
- NPO (494 名: 各都道府県による認証団体より無作為抽出 / 代表者宛)
- 日本生活協同組合連合会 (542 名: 全国地域生協に送付 / 専務理事宛)
- 自治体職員 (296 名: 全国の都道府県、市町村より無作為抽出 / 総務課長宛)
- 学校 (298 名: 全国の中学・高校より無作為抽出 / 理科主任または社会科主任宛)
- 農林漁業団体 (290 名: 全国リストより無作為抽出 / 代表者宛)
- 労働組合 (194 名: 全国リストより無作為抽出 / 事務局長宛)
- 企業 (198 名: 全国リストより無作為抽出 / 総務課長宛)
- 各種団体 (194 名: 全国リストより無作為抽出 / 事務局長宛)

学生 482 名

東京近郊の大学 3 校にて教員 (4 名) より、担当のクラスやゼミを受講している学生に配布。

- 経済・経営学部 (約 200 名)
- 理工学部 (約 180 名)
- 文学・社会学部 (約 100 名)

エネルギー関連有識者 488 名

- エネルギー・資源学会会員 (391 名: 会員リストより無作為に抽出)
- エネルギー関連企業・団体 (53 名: 企業・団体リストより無作為抽出 / 総務部長宛)
- エネルギー問題特別委員会関係 (44 名: 委員 28 名、専門委員会委員 10 名、事務局 6 名)

2. 配布・回収方法

上記調査対象のうち、〔 一般 エネルギー関連有識者 〕については、郵送配布・郵送回収法にて実施した。〔 学生 〕については、東京近郊の大学3校にて教員（4名）より担当のクラスやゼミを受講している学生に配布し、一部を教員が回収し、残りは郵送にて回収した。

3. 調査期間

調査票発送日 平成12年12月14～15日

調査票回収締切日 平成13年1月10日

調査票最終回収日 平成13年1月29日

4. 回収率

	送付数	回収数	回収率
一般	2,998	939	31.3%
学生	482	291	60.4%
有識者	488	187	38.3%
合計	3,968	1,417	35.7%

[資料 2 - 1]

委員名簿（敬称略・五十音順）

委員長	深海博明	慶應義塾大学 名誉教授
委員	碧海西葵	消費生活アドバイザー -
	内山洋司	筑波大学 教授
	柏木孝夫	東京農工大学 教授
	門井龍太郎	新エネルギー・産業技術総合開発機構 理事
	茅陽一	東京大学 名誉教授
	河瀬一治	全国原子力発電所所在市町村協議会 会長
	木元教子	評論家
	合田宏四郎	社団法人 日本ガス協会 副会長・専務理事
	鈴木篤之	東京大学 教授
	鈴木勝利	全日本電機・電子・情報関連産業労働組合連合会中央執行委員長
	田中靖政	学習院大学 教授
	妻木紀雄	日本化学エネルギー鉱山労働組合協議会 副議長
	十市勉	財団法人 日本エネルギー経済研究所 常務理事
	殿塚猷一	電気事業連合会 専務理事
	鳥井弘之	日本経済新聞社 論説委員
	中上英俊	株式会社 住環境計画研究所 代表取締役
	成田頼明	横浜国立大学 名誉教授
	橋本城二	財団法人 省エネルギーセンター 専務理事
	藤岡武義	日本生活協同組合連合会 常務理事
	藤本弘次	社団法人 日本電機工業会 専務理事
	榎本晃章	東京電力株式会社 常務取締役
	松田英三	読売新聞社 論説委員
	山浦紘一	石油連盟 常務理事
	山地憲治	東京大学 教授
	山本雅司	大阪ガス株式会社 代表取締役副社長
	吉崎清	社団法人 大日本水産会 専務理事
	元石一雄	財団法人 社会経済生産性本部 理事

[資料 2 - 2]

専門委員会 委員名簿（敬称略・五十音順）

委員長	内 山 洋 司	筑波大学 教授
委員	浅 田 浄 江	消費生活アドバイザー
	小 川 芳 樹	財団法人 日本エネルギー経済研究所 第二研究部長
	柏 木 勉	電機連合 電機総研 産業政策部 専門部長
	北 村 行 孝	読売新聞社 論説委員
	笹 尾 照 夫	新I社 [*] - 産業技術総合開発機構 企画調整部I社 [*] -企画課長
	鈴 木 達治郎	財団法人 電力中央研究所 上席研究員
	高 桑 康 典	社団法人 日本ガス協会 企画部長
	畑 伸 夫	石油連盟 企画部長代理
	村 越 千 春	株式会社 住環境計画研究所 取締役研究室長
	八 代 浩 久	電気事業連合会 企画部副部長