

“少” エネ商品拡大キャンペーン（2002年夏実施）

実施の趣旨

- 国の温暖化対策の強化を求める「地球温暖化阻止！東京作戦」の「電力多消費型製品は、買わない、売らない、作らない」のアクションとして実施
- 消費電力量の相対区分と電気料金の目安とを組み合わせたラベル表示により、省エネ商品の選別を強める。

キャンペーンの概要

期 間	平成 14 年 7 月 1 日～8 月 31 日（2 ヶ月間）
協力販売店	全国 149 店舗（全 20 社）で実施（都内 91 店舗、都外 58 店舗）
表示対象	家庭での電力消費量の第 1、2 位を占めるエアコンと冷蔵庫にラベルを表示
表示状況	エアコン 店頭商品中 3～4 割程度 冷蔵庫 店頭商品中 6 割程度に貼付

アンケート結果

消費者 （回答数 60）	<ul style="list-style-type: none"> ・都のラベルは参考になる 75% ・販売価格以外に電気代を参考にする 87%
販売店 （回答数 105）	<ul style="list-style-type: none"> ・都のラベルにお客さんが関心を示し、選ぶ際に役立った 57% ・商品を説明する上で相対評価は役立った 62%

成果と課題

- 都のアクションについて、都民をはじめ、NPO 等から一定の評価を得た。
- 相対表示については、ラベル作成の技術的困難さやメーカー等からは消極的な意見もでた。
- 販売価格と 5 年間の電気代を合算する表示には高額感を与えた。

“少” エネ商品で
地球温暖化ストップ！

この製品は、
省エネランク **A** ★★ ★
です。

A **B** **C** **D**

少 ← 電力消費量 → 多

販売価格	260,000 円
5年間の電気代（目安）	102,005 円
合計金額	362,005 円

温暖化阻止！
東京作戦
東京都



* 家電量販店でのラベル貼付状況