

【神野部会長】 定刻になりましたので、ただいまから第2回目になりますが、東京都の環境審議会企画政策部会を開会したいと存じます。委員の皆様におかれましては、ご多用中のところ万障お繰り合わせでご出席いただきまして、本当にありがとうございます。

きょうはお手元の議事次第にございますように、大きく2つの議題を用意いたしております。東京都における家庭部門対策について、省エネ情報が確実に伝わる仕組みづくりについて、という大きく2つの議題をご検討いただくことになっております。

それでは、審議に先立ちまして、事務局の方から確認事項がございますので、お願いしたいと思います。

【村山企画課長】 事務局を務めさせていただいております企画課長の村山でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

本日の出席についてお知らせをいたします。ただいまご出席の委員10名で、部会総数16名の過半数に達しております。審議会規則によります定足数を満たしていることをご報告させていただきます。

以上でございます。

【神野部会長】 それでは、早速議事に入らせていただきたいと思います。先ほども申し上げましたように、本日大きく2つの議題をご検討いただくことになっておりますが、まずお手元の議事次第の1にございます、東京都における家庭部門対策について、これについて事務局から資料についてご説明いただければと思いますので、よろしくお願いいたします。

【澤副参事】 地球環境担当の副参事をしております澤でございます。

お手元の資料をご説明した上でご審議いただければと思います。きょうもたくさんの資料がございまして、まず資料1、2、3というのがメインの資料になります。それ以外に、参考資料と右上に記載したものが1から6までございます。さらに、きょうお手元にお配りをし、参考ということでA4版の1枚コピーがございまして、さらに、A3版の非常に大きなカラーコピー2枚もおつけをしておりますので、よろしくお願いいたします。

では、議事の1ということで、東京都における家庭部門対策、まず資料1に沿って、東京都の家庭部門CO₂排出の現状と地域特性についてご説明をいたします。資料1をごらんください。

前回お示しをしたデータも含めて、かなり掘り下げたものをご用意いたしました。まず、全体像でございますが、東京都全体の中で家庭部門が23%、全国が13%に比べて、家庭部門の割合が多いということは前回もお示しをしております。

また、下に移りまして推移でございますが、CO₂で見ますと、この10年間で約9%ですが、エネルギー消費量という観点から見ますと、17%伸びております。内訳的には、電力が6割、ガスが3割、その他というような内訳になってございます。

裏面の2ページでございます。どうして伸びてしまったか、増加してしまったということで、要因分析を掲げてございます。図表にありますように、2つ大きく要因が考えられます。1点目が世帯数の増加ということです。それから、2点目が1つの世帯あたりのエネルギー消費が伸びている。この2つが相まってエネルギーの増大、さらにはCO₂の排出量の増加ということにつながっているかと思えます。当然世帯数の増と、1世帯あたりのエネルギー消費の増というのは密接に関連をしており、全く切り分けて考えることはできないと思えます。

さらに、2つ目の1世帯あたりの増加要因でもう少し詳しく見てまいりますと、家電製品の保有台数の増加や、大型化が進んでいる。さらには、ライフスタイル関係でいいますと、深夜化・個別化ということが複合的に関連して全体を押し上げていると考えられます。

では、1つ1つ要因についてデータを見てまいりたいと思えます。3ページをごらんください。前回もお示ししましたとおり、世帯数の全体はこの10年間で15%伸びておりますが、単身世帯は30%伸びました。さらに今後、2010年度まで伸び続けると見ておきまして、単身でいいますと、1990年度比で4割と、複数世帯は一方で1割増にとどまるということで、単身世帯の増が非常に大きな課題になってくるかと思っております。

この単身世帯の割合ですが、下のグラフにございますように全国と比べますと、東京が非常に特徴的な位置を占めておきまして、全体の4割以上を単身世帯が占めているということで、東京の非常に際立った地域特性をあらわしていると思えます。

続きまして、4ページでございます。では、この単身世帯と言われているものの中身ですが、実は2つの大きな山がございまして、1つは若年単身世帯が全体の36%を占めております。これは、20代までの若い世代の方が東京に集中をしているという傾向が依然続いている。さらに、今後の伸びを考えますと、高齢者の単身世帯、現在約

2割でございますけれども、この高齢者単身世帯が今後伸びていくだろうということで、この2つの大きな山があるという特徴がございます。

1つ1つの世帯ごとのCO₂排出量がどうなっているのかということで、下のグラフに移りまして、これは世帯ごとの1人当たりのCO₂排出量でございますので、例えば横軸に1、2、3、4、5とあるのは、世帯の人数です。ですから、1世帯、単身世帯の方の1人当たりのCO₂というのは1600kgぐらいに達していると。一方、例えば平均的といいますか、4人暮らしのご家庭ですと、1人当たりですと1000kgを切るというような年間のCO₂の排出量になっております。したがって、世帯が分割してふえていくと、単身が伸びていくに従って、CO₂の排出量もトータルとしては伸びていくと、そういう構造になってございます。

以上が世帯数の伸び、あるいは単身世帯の状況についてご説明をいたしました。

次に、2つ目の大きな要因として、1世帯当たりのエネルギー消費量の増加について見てまいりたいと思います。5ページをごらんください。上の円グラフは、前回も若干お示ししてございますが、もう少し詳しく見てまいりたいと思います。家庭における消費電力の割合を家電製品別に見た場合、当然、エアコン、冷蔵庫が大きく、全体の4割を占めているわけですが、以下、照明器具、テレビと続きまして、さらに各ご家庭に20年前にはなかったような家電製品として、電気カーペットや温水洗浄便座、乾燥機、食器洗い機、そういったものがどんどんふえているという状況がデータ的にも読み取ることができます。下の保有台数の推移は、前回もお示ししたとおりでございます。

続いて、6ページをご覧ください。全体で保有台数、あるいは家電製品の種類がどんどんふえているということに加えまして、大型化も進んでいると。これは、テレビを例にとりましてございますが、1992年に比べまして2000年度でいいますと、全国ベースではございますけれども、29インチ以上の大型テレビがどんどんふえているという傾向にございます。さらに、当然テレビの消費電力量というのは、大きくなればなるほどふえるということは下のグラフでもプロットしてあるとおり、当然機種によって省エネ型のものとそうでないものとありますが、全体的には右肩上がりの傾向でございますので、大型化が進むことによって各家庭の消費電力量もふえざるを得ないという状況でございます。

最後になりますが、7ページでございます。深夜化、ライフスタイルの変化につい

てデータをお示ししてございます。コンビニエンスストアがこれだけふえているということでもわかりますように、深夜化が進んでいると。特に東京においてそれは顕著にあらわれており、まず左側の折れ線グラフですが、これはそれぞれの時間帯、例えば午前2時に睡眠をとっている人が何割いるかというグラフです。例えば、午前2時を見ますと、一番下の折れ線、これが平成13年度になりますが、大体9割ぐらいの人が寝ている。ということは、10人に1人は起きているということをお示ししてございます。これは年々真夜中に起きている方がふえている。この折れ線グラフがどんどん下に下がっているという傾向が見えます。

また、同じように、全国比較で申し上げますと、右の棒グラフ、年を追うごとに、午前零時の段階で寝ている方の割合がどんどん減っていますが、中でも東京は全国に比べて寝ている人の割合が少ない、すなわち起きている人が多いという傾向がございまして、こういったことがすべて複合的に影響して、家庭部門のCO₂排出量を押し上げていると考えております。

以上が東京の現状及び地域特性についてデータでご説明をいたしました。

続きまして、そういった現状に対して、東京都として家庭部門対策をどのように考えているのかというものを一表にまとめたものが、カラー版の資料2というものになります。左に、私が申し上げました要因分析を掲げてございます。重複を避ける意味でタイトルだけ読み上げますが、1人当たりのCO₂排出量の多い単身世帯が増加をしてこういったことが全体を押し上げているという傾向にございます。

また、電化生活が進み、生活のスタイルも深夜化、個別化が進行して、消費電力量が増加しているのではないかと分析をしております。こういった特性を踏まえて、下に移りますが、都として対策を講ずるときの柱を3つの方針として立てました。それは、このような東京の地域特性に対応した効果的な対策の実施、ということが1点目。

それから、省エネ情報が確実に伝わる仕組みづくりの推進ということで、行政が強制をするのではなくて、実効性のある誘導策を打っていきたいと考えております。

また、その仕組みをつくる時に、行政が一方向的に何か押しつけるというのではなく、NGO、関係団体の方々と一緒に考えてつくり上げていく、様々な主体との連携、協働による地域家庭の取組を支援する、そういう手法を考えてございます。

では、具体的に家庭部門における温暖化対策でございまして、右に大きく四角に囲んだ中にお示した柱を3本立てました。1つ目が「省エネ技術の普及・促進」、2つ

目が「人材の育成・活用」、3つ目が「普及啓発」、この3つでございます。

まず、省エネ技術の普及・促進でございます。1点目の省エネ情報が確実に伝わる仕組みづくり、これは後ほど資料3で詳しく見てまいりたいと思いますし、今回部会にお諮りをして、何とか具体的な制度に結びつけたいところが、この1点目でございます。いわゆる省エネラベルをどういうふうにしていくのか、これが焦点になってこようかと思えます。

さらに、2つ目でございますが、単身世帯向けにどういう施策を打っていくべきかということで、単身世帯、これは若年層を主に考えております。例えばシングル向けの家電販売のときに、より省エネ型の、例えば冷蔵庫やエアコン、そういったものを買っていただけるような仕組みを考えていきたいと思っております。

ちなみに、お手元に参考ということで、お配りをさせていただきました1枚もののA4のコピーがございます。既にいろいろな形で実は、ものを売る、買うということだけではなくて、レンタルという手法も考えられてございます。これはイトーヨーカ堂さんの例ですが、広告の一番下の方に「家電レンタルパック」というのがございます。シングルライフを応援しますということで、テレビからレンジまで含めて4商品で月々3,800円と。あるいは、ニューファミリーということですから、2人世帯あるいは3人世帯ぐらいなのではないでしょうか、少し大きめのものをそろえて、月々8,000円。

こういったことに既に、販売する側も目をつけ始めているという事例でございます。当然、若年単身者の場合、数年東京にいて、次にどこに行くかわからない。あるいは、東京の特性として、単身赴任の方も意外に多いということで、省エネ型のものを買っていただくと同時に、その短期間、東京に滞在する中でレンタルという、所有から活用という手法で省エネ型の商品を使っていただく、そういった仕組みも考えられるのではないかと考えてございます。

また、2つ目の になります。そもそも若年単身者の方はどこに住んでいるかと申しますと、総務省の「住宅統計調査」によれば、約9割の方が賃貸住宅、ワンルームマンションですとか、賃貸アパートにお住まいであると。そうすると、もう既にエアコンとかは備え付けのものがあることも多いわけで、そういったものを最初から省エネ型にする必要があるということで、こちらは消費者に直接訴えるということと同時に、ここにございますように、施主さんですとか、デベロッパーさんですとか、あるいは大学関係に働きかけをしていくということも必要になってくるかと思えます。

また、3つ目の業界団体への働きかけということですが、小型冷蔵庫が例に書いてございますが、こちらの方は参考資料の2番でございます。「冷蔵庫の大きさと年間電気代の関係」というタイトルでグラフがございましてござらんください。当然、1人暮らし、あるいは2人暮らしの方というのは400リットルの大型冷蔵庫を使う必要はございません。100とか200程度の小振りの冷蔵庫を使用していると思いますが、実は、この規模の冷蔵庫には余り省エネ型のものがないのです。逆に、400リットル前後の最新型でノンフロン対応というものになりますと、年間の電気代が5,000円を切っているものが出ております。ところが、200とか100リットルになりますと、年間1万円ぐらいかかるとというのが普通のタイプです。そうすると、1年間で5,000円ぐらいの差があると。冷蔵庫を二、三年で買い換えるという方はいらっしゃらないと思うので、10年使うとすると5万円。初期の段階で数万円の差というのは使えば使うほど埋まってくる、あるいは使えば使うほどお得になるというところなのですが、メーカーさん側はなかなかこの価格帯で省エネ型をつくるメリットをまだ感じていただけていないので、そこら辺に行政としてアプローチをする余地があるのではないかと考えてございます。当然、小さいもの、安いものということではなかなか難しいとは思いますが、その辺りの誘導策についても考えていきたいと思っております。

では、資料2の方に戻っていただきまして、1つ目の柱の3つ目です。省エネ設備を誘導する仕組みづくりということで、考えているのは、やはり省エネ関係の情報を一元化する必要があるだろうと。いろいろなホームページ等でもありますが、都としてももっとわかりやすい情報提供を行っていききたいと思っております。

さらに、今までのお話はどちらかというと、家電製品のお話でしたが、では1つ1つの家庭において自然エネルギー、再生可能エネルギーをもっとご利用いただける余地があるのではないかとということで、促進できるような仕組み、ここにございますように、余剰電力買取制度の拡大等についても関係機関に働きかけていく必要があると考えております。

2つ目の柱、人材の育成につきましては、国の温暖化対策推進法における活動推進員という制度がございます。こういったものも活用しながら、あるいは都独自の、伊藤委員がやっていただいております環境学習リーダー、こちらも都として500人規模で卒業生を迎えることができっております。こういった方々の活用を今後考えていきたいと思っております。

また、当然家庭部門ですから、地域に根ざした活動ということになりますので、区市町村、あるいはNGOとの連携、あるいはそちらの方で主体的に活動するのを都がバックアップする、そういったことを考えていきたいと思っております。

最後の普及啓発活動につきましては、具体的に、今、考えているのは、小学生の環境学習の強化ということであります。現在、小学生の高学年は、ごみとかりサイクルを勉強している場合が多いのですが、さらに一歩進めて、地球環境あるいは温暖化の問題についてもぜひ取り組んでいただきたいということで、教育庁を通じて我々としても働きかけをしていきたいと。また、具体的な学習の場として、先日オープンしました東京臨海風力発電所、愛称が「東京風ぐるま」と決まりましたが、こちらと、さらに近くにあります有明の水素供給ステーション、こういったところを結んで、ごみリサイクルからさらに広げて、自然エネルギーのことですとか、温暖化のことについて学習するコースといたしますか、そういったものを整備していきたい。ちなみに、現在でも埋立地に年間5万人ぐらいの子供たちが見学に来ており、その子供たちにぜひそういう機会を提供をしていきたいと思っております。

また、個々の家庭におきましても環境家計簿の普及ですとか、省エネ診断をやっていただくと、そういったこともインターネット等を通じて行っていきたい。あるいは、区市町村、NGOと手を組んで輪を広げていきたいと考えております。

以上が、東京の現状と温暖化対策における家庭部門の全般的なお話をさせていただきました。

【神野部会長】 どうもありがとうございました。

それでは、ただいま事務局からご説明いただきました資料に基づいて、皆様からご質問ご意見をちょうだいしたいと思います。何か資料面でご質問がございましたら、よろしいでしょうか、資料面は。

ちょっと細かいことですが、3ページ目の単身世帯というのは、割とエネルギー問題に大きな影響を持っているというのを初めて理解したのですが、東京都の次に1世帯当たりの人員が少ないのは鹿児島ですよね、この図でいくと。逆に多いのが山形になっていますよね。これは、都市化と説明要因とはどういうふうになるのかなと思って。かなり一律に説明できないような、どういう理由でこういうふうになるのか、何の要因でこう単身者が増加していくのかというのが。東京都は何かわかるような気がするのですが、後について言うと、かなりばらけているので、何かなければ結構で

ございます。

【澤副参事】 各府県の状況について詳しくは知らないのですが、幾つかの要因が重なっているからと思います。大家族がまだ残っていらっしゃる地域もあるでしょうし、逆に過疎が進んで若い人が都会に出て行ってというようなそういった影響も、例えばここにある鹿児島あたりには見えるのかもしれませんが、ちょっと詳しくは、すみません。

【神野部会長】 いえいえ。もう廃止になりました生活しやすいデータのランキングの高い県は割と世帯数が大きいところになりますね。

【澤副参事】 そうですね、富山とかそうですね。

【神野部会長】 はい。

【福川委員】 多分先生のご質問あったのは、単身者の割合が多いということで、そのまま世帯当たりのエネルギーの増加につながっているわけではないのではないかと、例えば鹿児島では単身者が多いけれども、本当に東京並みにエネルギーを使っているか。東京、同じような世帯があったとしても、東京独自の何か理由が、暑いとかですね、あるいは住宅の形式とかわからないけれども、あるのではないかと、というようなことだと思ふのですが。

【澤副参事】 そういった意味では、その後いろいろな幾つか要因分析をして、1世帯にどれぐらいの家電製品があるとか、深夜化、ライフスタイルの問題とかが、多分東京の場合には色濃く出てきているのではないかなと思います。

【神野部会長】 どうもありがとうございました。

ほかはいかがでございましょうか。なければ、ご意見をいろいろちょうだいしたいと思ひます。

【村上委員】 こういう対策を実施者としてどの程度の成果が上がるか、試算とか見通しとかお持ちでございませうか。

【澤副参事】 資料2の3つの柱というのは、今後都としても取り組んでいかなければいけない施策の概要みたいなものをお示ししてございまして、具体的にいつからどういった形でやるかというのは今後の課題です。したがって、この施策を全部うった場合、あるいは個々の施策が打たれた場合にどれぐらいCO₂が減るかというところまでの試算は、今の段階ではまだしてございませう。

【神野部会長】 よろしいですか。ほかにはございませうでしょうか。

【森田委員】 大変よくまとまっていて、東京都の特徴をとらえた施策の検討をなされていると思います。よく検討されているということを前提として、さらにできれば幾つかご検討ができないだろうかというお願いでございます。

1つは、東京都の単身世帯が多いということで、その単身世帯で使われている電化製品の省エネ化をさらに技術開発をするというようなことは大変いいことだと思うのですが、そこをもう少し突っ込んで。やはり特に単身世帯のうち若い世帯は省エネという言葉ではなかなか売れないというところはあるからこそ、民間企業の方はそれ用の新製品をなかなか開発、技術開発の投資を少し躊躇されているのではないかと、うふうにお聞きしましたけれども。

その点、もう少し若者にうける、どちらかという東京ブランドというようなものをもっと積極的に開発していくということを東京都がお勧めになられるということを期待します。

やはり環境にいいということだけでなかなか売れないときに、何かのブランドイメージということで、うまいことインテグレートしてやっていくということが多分このあたりの商品開発の一番大切なところでございます。これをやっていくためには、やはり民間企業との大変緊密な連携が必要になろうかと思います。

それから、もう1つ、東京都は若者層と老人層が非常にどっちも単身層がふえていると。すなわち、個別化とここではおっしゃられたのですが、では、少しお年の世代の単身者というのは、若者と違ってそういうブランドイメージというのでそんなに商品を選ばれない。そういうときには、電化製品の使い方ということがやはり省エネにかなり大きく効いてくるだろうということですね。若い方はなかなかその使い方ということに対してライフスタイルを変えるということが非常に難しいのか、これはよくわかりませんが、例えば、割とお年の方はそれなりのライフスタイルに対して注意をするだけの時間をお持ちかもわからない。そういうときには、やはりその世代に応じたきめ細かい対策をやっていかなければならない必要がある。

特に、最近ITというものがCO₂を減らすということをよく言われているのですが、少々IT化で減らしても、使い方がまずければどんどんCO₂はふえていくと。だから、そのライフスタイルと技術の使い方、この2つをどう組み合わせるかということが、また非常におもしろい、非常に頭を使うところだと思います。このあたりのところも少しご検討いただきたいということです。

それから、企業の普及啓発のところでございますが、やはり最近、普及啓発で非常に効果を持っているというのは、民間企業のテレビコマーシャルとかそういった大変上手なコマーシャルというのが非常に学ぶ価値があるものだと思いますね。特にいろいろな番組をおつくりになられ、そういったものの中で環境というものに対する付加価値と申しますか、環境プレミアムをかなり引き上げて、それで少々高くても環境にいいものなら買おうという消費者に気を起こさせる。それが間接的に企業の売り上げに結びついて、ある環境の制約がかかっている場合にはマクロ経済を引き上げるという非常にいい効果をもたらすと思うのです。

したがって、そういった民間企業とうまく連携をして、その普及啓発をやりながら、結果的に環境にいいものが売れて、それで東京都全体の経済の活性化にもつなぐという、このシナリオをうまくお書きになれるということが必要かと思えます。

以上です。

【神野部会長】 はい。何かございますか、どうぞ。

【澤副参事】 私どもは、まさに森田委員がおっしゃったとおり、特に若年層に対しては、省エネは格好いいというようなところまでもっていけたらなと思っています。それがどうやってできるかというのはありますが、高くても買いましょう、買うんだと、そういった商品が出てきて、それが普及していくことを我々もねらっているわけです。

例えば、この間、電機メーカーの人と話をしていた、やはり冷蔵庫の話で、小さくて安いものはもう中国製品にはかなわない。今、自分たちは韓国と戦いをしているというようなことをおっしゃってしまして。そこで日本なりに付加価値をつけられる部分の商品が、国内あるいは都内で売れるような、そういったところをねらっていきたいと思っております。

【神野部会長】 どうもありがとうございます。

【飯田委員】 全体として非常によくまとまっておりますし、さらに実効的なものにするためにということで建設的な提案だと思えますが、これを本当にさらに実効的なものとするために幾つか提案したいと思えます。きょうのご報告を聞いて、東京都の問題は省エネ、特に家庭部門に関しては省エネルギーというよりは省電力という問題だろうととらえることが必要だということが非常によくわかると思えますが。

省電力というときに2つの視点が必要で、1つはこのラベリングで目指しているエ

エネルギーの効率、機器の効率化ですね、これが重要で、これはこれでまた後で具体的な施策を提案したいと思います。

もう1つは、熱利用といいますか、電気を熱に利用することというのは、できるだけ今後、やめていくべきであるという、これはエクセルギーとかあるいは低温熱と言われております。つまり、エネルギーの利用にあたっては、量だけでなく、質を考慮に入れる必要があるという意味で、北欧、ドイツなんかでは電気を暖房に使うのは犯罪的だというぐらいの認識がありますので、これをいかに抑制していくかという施策がもう1つ必要だと。

その2つを進めていく上で、まずラベリングはやはり非常に有効な手段で、今後ガイドラインを運用していくという話ですが、もっと確実にこれをやはり表示義務的なところまでもっていくというのがまず、第一段階としては必要だろうと思います。

さらにその上に、例えば欧州の例が今回、参考資料4に出てますが、欧州全般ではたしかこのラベルF、Gあたりについては販売禁止、デンマークではたしかE以下に関しては販売禁止という措置がとられていますし、逆にカテゴリーAについてはむしろ補助金がつくと、そういう禁止もしくは課徴金もしくは逆にいうとインセンティブという、そういう施策までやはり踏み込むべきではないか。

具体的には、販売禁止ぐらいを、例えば2年ぐらいのタイムスパンをやってもいいと思いますし、東京都だけでやることだけでもすごく意味がありますし、よそに行って買うとかいろいろごちゃごちゃ言う議論も出ると思いますが、しかし東京都がやるということにものすごく大きなインパクトがあって。これは一昨年ぐらい、私の同僚のロンドン大学の研究でも出ていますが、高度な省エネ機器が出てくると、一気に市場はそっちの方にふれていくというのがありますが、そういう流れをつくるという意味で販売禁止をやるべきだと思います。また、販売禁止じゃなくても、それは日本社会ではなかなか政治的に難しいということであれば、それこそF、Gにカテゴライズされたものに対しては5%か10%の課徴金を乗せ、Aに関してはそれを原資として補助金を出していくといったお金の流れをつくるべきだろうと思います。

先ほどの課徴金という意味でいうと、機器に対する課徴金も必要だと思うのですが、家庭部門に対する、これはデンマークが省電力基金、省電力トラストというものを持っていますが、それと同じように、例えば1キロワット時当たり0.1円とか、そういった省電力基金を検討されてはどうかと。この省電力基金を使って何にするかという、

まさにこの単身者のところでエアコン、これは電力量として何が多いかという、冬の暖房なのです。冬の暖房をエアコンでやるというのは基本的に余り好ましくない、これを例えば先ほどの自然エネルギーなんかと組み合わせて、屋上に太陽熱温水器を設けて、太陽熱温水器をガスでバックアップをする。できればバイオペレットボイラーによるバックアップの方が望ましいですが、いわゆる自然エネルギーを中心とする暖房に、これは初期投資がかかりますから、そういうものに補助金を出していくような大胆な施策を検討されてはどうかと思います。

とりあえず、現時点では以上でございます。

【神野部会長】 はい。いかがですか。

【澤副参事】 今、飯田委員がお話になったのが参考資料4というのは、私どもの方でもおつけしております。上半分は国のeマークの話なのですが、下に写真が載っております、ぱっと見て私も、随分、ドイツの量販店というのはすっかりしているなと思ったのが第一印象です。

もしよろしければ、飯田委員の方からもう少し詳しくお話しいただいてもいいと思いますが、いかがでしょうか。

【飯田委員】 東京都のラベルも機能としてはほとんど似ているかと思えます。ヨーロッパ全体でというか、欧州連合全体でこの家電製品、これも特定機種、冷蔵庫、テレビ等々決まっておりますが、これに関してAからGまで省エネの基準を決めて、共通基準によって分類をしているということです。これを使って各国施策をしているわけです。

特に、基本的に省エネの劣るものに関しては欧州全体で販売を禁止していこうということで、これは施工されているかどうか確認しておりませんが、大体FとGあたりは販売を禁止していくということで市場から退場していただく。逆に、この表示をするだけでも、これは日本のトップランナーもそれをねらっているわけですが、市場としてはこのAランクの方にどんどん商品がシフトしていく。そういう形で欧州統一の省エネラベルを最も積極的に活用しているのはやはりデンマークで、インターネットのホームページがありますが、ホームページ上でこのランクAの製品が、しかもどこで一番安く買えるかということもすべて検索できる、そういう制度があります。さらに先ほど申し上げたように、デンマークは1段階上げて、E以下は販売禁止、そしてAに関してはデンマークの省電力トラストから補助金が出てきて、さらに消費者は安

く買えるという形で、さらにそれを使った各国の普及施策は若干のバラエティーがあるといえます。欧州の省エネラベルは、かなり商品自体に大きく、この右の写真にあるように、販売価格と同じ大きさでこれが表示をされていて、消費者にとっては非常に購入の手がかりとして役立つ情報であるということです。

以上です。

【神野部会長】 ありがとうございます。どうぞ。

【松本委員】 ラベリングとか後の話に恐らくかかわってくると思いますが、高齢者と若者の単身世帯がふえているということについて、高齢者のエネルギーの使い方とか、使っている時間ですね、それからその目的というのは、若者と大きく異なります。私も自分の親が高齢になって初めていろいろなことがわかってきたのですが、例えば高齢者の場合には、とにかく長い時間家にいる。ですから、使う時間を少なくしろと言われても、それは大変な生活の質の低下につながっていくことになります。長い時間使えて、しかも快適な温度で低エネルギー消費ということ、これは高齢者にとっては選択しようもなく必要な条件だと考えるべきだと思います。

そういう意味で、いろいろな施策を入れていくときに、例えば、お金の負担を大きくする形のインセンティブではなくて、少なくする形のインセンティブがお年寄りには必要ではないかなと思います。若者に対するのと同じ施策を入れるべきかどうか、今、自分でも答えを持ってないのですが、そういった対象によって異なる要素があることは踏まえておくべきだと思います。

一方、若者というのはほとんど家にいない。家にいないにもかかわらずものすごい量の電力を使っている。しかも、大学等で聞きますと、多くの若い人たちのライフスタイルとして、厚い布団を真夏にかけながら、強い冷房をかけて寝るというのをよく聞きます。皆がそうだとはいいいませんが、こうした例をみても、対象によって異なる要素を踏まえた対策というのをやはりどこかで考えなければならないと思います。

もう1点が、家庭の中の省エネということを考えるときに、一步外へ出てみると、生活の多くがビルの中であり、JR等の電車とかバスの中なのですね。そういうところは四六時中、空調がかかってない時期が1年間ではほとんどないというような世界になっているわけです。そういった状況をどうするのか、ある程度考えていかないと、例えば若者が家庭に帰って突然何か省エネのライフスタイルに変えなさいと言われてもなかなか難しいのかなという気がします。

それから、もう1点、これも東京都でどこまで何ができるかはわからないのですが、量販店のあり方について。委員のお話に来てから、私は、量販店になるべく行って色々見えています。いわゆる他店より1円でも安くするというところで量販店の基本的な商売が成り立っているという中で、ノンフロンとか電磁波が出ませんとか、そういうことが大きく表示はされていますが、メーカーが環境投資をして、それを当初価格にある程度、反映せざるを得ないような状況があるときに、メーカーが価格を設定できないような量販店との関係のあり方というものが、基本的に、今、問題になってきているのかという気がします。

これは、この場でどうこう議論できない事柄かもしれませんが、メーカーが環境への負荷の点でいいものを出して、よく売れるけれどももうからないというような状況があるということを知り、そういう現状もどこかで検討される必要があるのではないかと考えております。

【神野部会長】 どうぞ。

【坂本(雄)委員】 資料1関係なのですが、単身が多いとかいろいろございますけれども、いまいち何かエネルギー消費の構造、特に東京都におけるエネルギー消費の構造というのがはっきりになってない、鮮明化してないという感じがあります。そこをちゃんとつかまないと、またとんちんかんな政策をやりそうな危険があるので、そこをはっきりつかんで、自信を持った、確実な対策が打ち出せれば、と思います。家電の消費エネルギーが増大しているとか、単身者が夏に布団をいっぱいかけて冷房しているとか、そういうことを断片的におっしゃられても、いまいち迫力がないのではないかと思います。

この資料1の5ページ目に家電製品の消費電力の割合がございますけれども、これは全国の消費ですよ。だから、東京都は単身者が多いのだから、この全国の値をこのまま使っているのかという疑いも出てきますよね。それから、エネルギーとして大事なお湯ですね、それから暖房を灯油とかガスでやられている方もいると思いますが、その辺のデータは電力じゃないですから入っていませんよね。他のページの方にあるのかもわかりませんが。

そういうことで、エネルギーの消費構造というものを、特に東京都におけるそういう独特のライフスタイルが多い中での消費構造というものをつかむ必要があると思います。それが、たとえばはっきりわからないにしる、大体これらしいというところを検

討してみても、それからここがターゲットだということで判断されてやられる方がよろしいのではないかとということをお願いしたいと思います。

【神野部会長】 全体としては、今、坂本先生がおっしゃったようなことだと思いますが、とりあえず家庭部門の分析のアイテムは大体こんなものでよろしいですか。もう少しつけ加えるようなこと、項目とかございますか。つまり、今、坂本委員がおっしゃったのは、全体の施策を打つとき、全体をもう少し見すえた上で、戦略なりターゲットを絞ってと、こういうお話ですよ。

【坂本(雄)委員】 そうです。

【飯田委員】 それだけに関していうと、きょうの資料1の1枚目に、私の理解では東京都において家庭部門が全国で非常に多いということは出ておりますし、別途、最大の問題の業務部門に関してはアクション1、2で取組むということになっているはずですので、それから運輸部門もアクション5番目でしたか、ほかのところにそれぞれターゲットを絞ってやっていて、きょうは家庭部門という話ですので、そしてその家庭部門がその下、1ページ目の下で、電力が非常に多いと。そして、二酸化炭素もエネルギーも非常にふえているというふうに、しかもそれも裏で要因が出ておりますので、全体としての外れではないのではないかと私は見ておりますが。

【神野部会長】 家庭部門に限った上でそのターゲットや戦略がこれでいいのかということ。

では、どうぞ。

【初鹿委員】 資料1の2ページに書いてございますが、エネルギーセーブをすることなのか、CO₂をセーブすることなのか、目的を明確にした方がいいのではないかと。すなわち資料2で、エネルギーは17%増加しているがCO₂は9%の増加にとどまっている。これは電力構成の変化、エネルギー構成の変化に伴ってCO₂排出原単位も変化していくからです。

もちろん、一時的には省エネルギーをすることが目標になるかと思いますが、同じ省エネルギーにしても、エネルギー源によってCO₂を排出する原単位も違うわけですから、その点を考慮した方がいいのではないかと。今回はCO₂削減が目標であるということが第1点。

それから、先ほど飯田委員の方からいろいろご意見ありましたが、省エネルギー機器を使うということはまことに賛成でございますが、その開発普及につれて導入して

いくべきである。ただ、その場合、例えば欧州の熱事情と、温暖である東京、あるいは日本の熱事情は全く需要の構造が違うわけで、寒冷な欧州であってはもちろん暖房、あるいは給湯需要が圧倒的に多いということでございます。このような欧州の事例をそのまま使えるかどうか。欧州を参考にすることは結構ですが、東京の実態をつぶさに調査してその結果に照らして見るべきではないかと思えます。

それから、高効率機器につきましても、資料2で普及促進策、補助事業等紹介しておりますが、高効率機器、例えば空気の熱を利用するヒートポンプの場合、COPという成績係数を使ってその効率を評価します。現在は、技術の開発が進んでおりますので、給湯であれ暖房であれ冷房であれ、熱需要に対してどういう機器が一番効率がよいのか実態調査すべきではないかと考えております。ぜひ事実に基づく評価をしていただいて施策を決めていただきたいと思いますと思っております。

加えまして、資料2の省エネ設備を誘導する仕組みづくりの で、太陽光、自然エネルギーの普及開発ということがございます。余剰電力買取制度、これは東電も実施しており、民間企業として取り組んでいるという珍しい例ではないかと思えます。それにより、太陽光に限って言いますと世界最大の導入量になっております。一方、補助金制度、助成制度はなくなるような機運にございますので、国の制度ではございますが、ぜひ都にあってもそういう制度との連携で考えていくべきではないかと考えている次第です。

【神野部会長】 はい。どうぞ。

【村上委員】 家庭部門ということになりますと、やはりライフスタイルということが非常に、先ほど何人か委員からご発言がございますけれども、ライフスタイルがどうなるかということになるわけで、なかなかその場合、規制となじみにくいから誘導になりがちということなのですが、先ほど坂本委員がご発言しましたように、一体実態はどうなっているかということ、何が一番効いているかということですね。

私ども建築学会で、今、1人の人間がどれだけのエネルギーをどういう分野で使っているかと、全部それを、家を建てるエネルギーから食べ物から自動車に乗るとか電車、もちろん暖房、冷房も入れてやってみますと、例えば郊外の大学の学生がマイカーで通学しますと、トータルで半分を車が占めているのがありますよね。だから、トータルの中で見ますと、暖房とか給湯とか冷房はごくわずかでございまして。いや、だから暖房とか冷房に対する対応が必要ないというのではございませんで、どれだけ

人間の家庭生活上でエネルギーを使っているからどこをターゲットということは、十分にそのベースを踏まえた上でやらないと、効果の展望というのは開けてこないのではないかと思います。

今、言ったように、1人の学生と1人の人間がどれだけ食べ物、飲み物、電車、通勤、家を建てる、暖房全部含めて、ライフスタイルを調べて、これは理科大の井上隆先生がやっていますけれども、そういうのを少しご参考いただければ、もう少し的確になるとと思います。

【神野部会長】 はい。伊藤委員さん、よろしくお願いします。

【伊藤委員】 ちょっと話題が変わってしまうかもしれないのですが、特に家庭部門において、省エネの製品ですとか技術の開発と同時に、ソフトの面でそういったものの使い方であったり、そのライフスタイルを変えていくということはすごく大切なことだと思っています。ただ、開発するだけではなくて、それを選ぶのもやはり人だと思っています。そういった意味でここに人材の育成や環境学習の強化が施策に入ったことは大変うれしいことだと思っています。

具体的には、まず最初の地球温暖化防止活動推進員の育成ということですが、学習リーダーやカウンセラーなど人材づくりをとすることは大変ありがたいと思います。ただ、今、技術はどんどん進んでいきますし、2年、3年違うとどんどん現状も変わっていくと思いますので、リーダーやカウンセラーなどに対しても、新しいことをどんどん伝えていく機会を持っていただきたい。そして、新しく正しい情報をリーダーたちが市区町村に戻って広めていく。一般の住民たちに広めていく機会を市区町村と一緒に講座を開いていくなどです。なるべく都の方で推進していただきまして、人材を育成して、さらに講座を市区町村で開く。そこまでを具体的に進めていってほしいと思います。

あと、普及啓発の中で、環境学習の強化とありますが、確かに小学生などを見ますと、リサイクルなど、今、ちょっとした大人よりも小学生の方がごみの分別なり、これはリサイクルするのだということをすごくよく知っていますので、環境学習ってすごく大事なことだと思っています。今、先に送っていただいた資料を見ますと、地球温暖化への関心が高いのは結構学生などが、主婦よりよっぽど高いですね。それもやはり今の環境学習がかなり進んできているからだと思っています。また、ごみリサイクルは割と子供にとっては身近なことなのですが、省エネしましょうといったり、

環境にやさしいものを買いましょうというのを小学生に言ってもわかりづらいことです。例えば、具体的に電気のつけっぱなしはもったいない、待機電力は消すだとか、自分はどれだけ1日で電気を使っているのだということをお母さんにわからせるようなこと、そしておうちに帰ったら、TVのつけっぱなしはもったいないから消すんだ、こっこの部屋使っていないから消すんだというのをお母さんに教えてあげられるような環境学習が広まるように。それで、子供の力ってすごいと思うのですね。子供の力を使って家庭への普及、教育、そういったものも考えていかれるといいなと思っています。

【神野部会長】 原委員。

【原委員】 東京都の環境基本計画を改訂しようという話が起きたときに、この街は基本的に消費都市であって、電力も自動車もよそから輸入している。その上でどうするかということをお考えたいということが議論の前提にあったように思います。

その意味で、大変困難な問題ではありますが、築地にしろ大井にしろ、中央卸売市場へ入ってくる食べ物をもらいいただくとわかりますように、これはむちゃくちゃなエネルギーを費やしてつくられた、例えば施設栽培の野菜であり、あるいは遠洋のマグロですね、これは本当にクレージーな量のエネルギーを費やして、自然を破壊することによってつくられるような、そういうことが行われているわけです。野菜にいちいちラベルを貼って、これは露地だ、これは施設産だというわけにはいきませんが、何かそのところを我々として認識をしておく必要があるのではないかと。電気洗濯機とかエアコンのところについ目がいきますけれども、実は3食我々が食べているものがいかに強烈な、これは深いですとWTOの問題にまでいってしまうわけですが、資源浪費的なものであるか。端的に言いますと、少なからぬ種類の野菜などは北海道から遠い距離を運んで来るのではなくて、東京の人は東京産の野菜を食べる、これは全中あたりが怒るかもしれませんがね。農林省もびっくりするかもしれませんが、恐らくそういう東京都民としての気構えといいますか、消費者がものを選択することによって生産者に生産のあり方を変えていただく。せめてふぞろいな規格外の野菜を意識的に食べようではないかというぐらいのところから始めていただきたいですね。

【神野部会長】 ありがとうございます。

はい、では石福委員、どうぞ。

【石福委員】 今、いろいろなお話が生まれて、大変すばらしいお話だと思うので

すが、このまず資料2の右側の3本柱ですね。どうも3本柱の決め方にちょっと疑問を感じておまして。まず、そういう啓発とか啓蒙とか、これは大変重要だと思うのですね。これをなくしてはだめ。ただ、そのときに、実は正しい省エネに対する正しい認識というのがまずあるわけです。ところが、正しい認識というのは、実は専門家の中でも大変議論があるところで。きょうもこの席でもちょっと出ましたけれども、電力を熱に使うのはだめだという考え、それも正しいのですが、いや、電力だってヒートポンプという非常に効率のいい使い方があって、ガス燃料よりはるかにいいんだという考え方もある。それをどう突き詰めていくか、まだなかなか答えが出ない。そういったような問題。それから、先ほどの食料の問題なんかもいろいろな意見があると思うのですね。

そういった議論を高めて、それが一般の都民にちゃんと正しく認識できるということがまず大切だと思うのです。それで、そういった認識に基づいて、この省エネに対する理念、モラルといったものを高めて、いいものを買うような仕組みも必要なのですけれども。

それと同時に、もう1つは、そういったことと経済との結びつきなのですね。これがなかなかうまくいかないと。環境にいいことをやるとお金がかかるといって誰もってこない。環境によくて、かつ経済的だというお話は非常に受け入れやすいわけです。

先ほどの参考資料4のE Uラベルなんかも、エネルギー消費量が少ないのは環境にいいのですが、もう1つは経済的にもいいわけですよ。そういうものが整合しているからうまいので。

ところが、すべて整合するとは限らない複雑なものもあって、そういったものをうまく、環境にいいことは経済的にもなるような、そういった仕組みをつくっておくということですね。例えば、高いものに税金をかけるというのは簡単な、高いというか悪いやつを税金かける販売停止とかいろいろある、そんな仕組みをがっちりつくることが必要な点ですね。

そうすると、そういった都民のモラルが高まること。それから、そういうモラルを高めるような経済的な仕組みがあること。そうすると、その中から省エネの技術というものが、本当のいい技術が伸びていく。それは特にメーカーに号令をかけなくても、皆さんのモラルとかが高まって、経済的な各処置ができれば、自然にいいものがあら

われてくる。

どうも3本柱の組み方が、経済的な仕組みでちょっとないのがちょっと迫力がないのではないかという気がいたします。

【神野部会長】 飯田委員

【飯田委員】 はい、簡単に。

今の石福委員のご意見に全く賛成ですね。ですから、先ほど私の提案したのも、そういう仕組みをもうちょっと前面に出されたらいいと。

先ほどのお話、初鹿委員に少しお答えする前に、村上委員がおっしゃったことですが、運輸部門が大事だということで、これは先ほど私も言いましたけれども、たしか運輸に関しては別の柱がありますので。ここは家庭部門で、しかも日本の家庭部門というのはエネルギー全体で見ると、ヨーロッパ、アメリカなんかには比べると非常に消費量が少ないのですが、電力消費量が多くて、熱の消費量が少ない。その熱の消費量が今まで1部屋に集まってスポット暖房でこたつに使っていたのが、全館暖房に今後変わっていくので、今後ふえるというのが、今の大体エネルギー研究者の共通の理解だということで。電力消費量が多いというのが、まずこれを減らさなきゃいけないというのがもう東京だけじゃなくて全国的な問題ですし、これはここにフォーカスされているのは全く的外れじゃないということで、これはこちらの事務局の資料に全面的に私は支援したいと思うのですが。

先ほど、初鹿さんが事実に基づいてというふうにおっしゃったわけですが、事実プラス物理原則に基づいてやはり外せない原理があるだろうということです。つまり、具体的にいうとエントロピーの原則です。先ほど、省エネかCO₂かという、CO₂だというふうにおっしゃったわけですが、エネルギー政策あるいは電力政策を考えると、どちらか一方ということはありませんで、当然両方のことを考えなきゃいけない。とりわけCO₂で暗におっしゃりたいのは原子力のこともかもしれませんが、例えばこれから原子力は全基停止することになった場合には、全く逆の方に、例えば原単位はふえていくわけですね。そういったこともちょっと考えなきゃいけないということで、省エネとCO₂、両方当然視野に入ると。

それから、欧州と日本はよく新エネ部会とか総合部会でも私そういう議論をして、欧州は寒く日本は暖かいという非常に変な神話があるわけです。日本でも北海道、東北、日本海側は欧州の北の方に負けないほど非常に寒いですが、逆に、ヨーロッパで

もイタリアとかは非常に温暖なところでも地域熱供給とか行われているわけですね。それは、寒い暖かいに関係なく、いわゆる質の低い、本当に60度ぐらいの熱でまかなえる程度の温熱をどういうリソースからまかなうのかというストラテジーに関しては全く共通であるということです。それは、やはりエクセルギーの原則で、要は質の高い電力をそういうものに基本的には使うべきではないという原則は共通していると。それが日本のエネルギー政策、永田町、霞ヶ関でやっているものには全くないということが欠陥だというふうに私はずっと主張しているわけです。

それから、3点目で、COP、これは当然その程度のこととは了解しております。しかし、COPというのは往々にして隠れみに使われるわけです。COPの議論以前に、電気ストーブ、電気ヒーター、それから最近ですと床暖房を電気でまかなうオール電化住宅、しかも電熱ヒーターですね、あれは。電気料金が一遍に月に4万とか6万になりますね。電気料金だけの問題じゃなくて、エコロジ的にこれは非常に犯罪的だと思います。まず、そのCOPの議論以前に、電熱を使うような暖房はやはり相当これはエコロジ的にも経済的にも非常に悪いということは大々的にキャンペーンすべき。これは、温熱暖房便座も入りますけれども。これがまず第1点。

その上でCOPの議論、これは本当に長くなるのであれなんです、確かにCOPはエアコンに関しては高いわけですが、これは2つのオプションがあるわけです。つまり、電気を使ってCOPの高い大きいエアコンを使って暖房することもできるし、しかし非常に廃熱、エクセルギーの小さい廃熱もしくは太陽熱なんかを使っても暖房できる。どちらをするかという、当然プライオリティーとしてはエクセルギーの低い方に当然プライオリティーがくるべきなので、これはもう議論の余地はないですね。しかし、そのCOPの非常に高いエアコンは、全否定すべき技術じゃないし、これは十分使える技術だという、そういうセカンドベストだろうという話ですが、ちょっとその議論は細かくなりすぎるのでもうやめておきます。

最後に、自然エネルギーの話なのですが、先週までグリーンエネルギー国際会議というのをやっていたわけですが、日本全体はこの4月から施行されるのに、2010年までに1.35%だと。それを聞いて、ヨーロッパもアメリカもアジアの国もほとんど失笑をかうぐらいに、しかもそれが大きい数字だというふうに政府は認識しているという話をすると、ほとんど笑われるぐらいの小さい数字なのですね。ほとんどの国が、ヨーロッパでは10%、カリフォルニアでは20%ぐらいを2010年、あるいはカリフォルニ

アは2017年ですが、目指すと。

やはり東京都だけでも率先利用の中で、例えば電力の10%を自然エネルギーで目指すような率先行動も、きょうの省エネとは違いますけれども、これは自然エネルギーに当たりますので、そういったこともぜひご検討に入れていただくと、まさに東京都がチャレンジになるのではないかというふうに思います。

【神野部会長】 まだあるかもしれませんが、次の議題がございますので、当面家庭部門における温暖化施策についてはこの辺で打ち切らせていただく、というわけではありませんが、また引き続き、今、出ましたご意見を参考にしながら都の方でまとめていただくというふうにさせていただければと思います。

それで、きょうの議論で非常に多くの方々からご指摘いただいたことは、この背部にある目的を見失わないこと、というご指摘だったと思います。すべてのものはいろいろ連関しているということを見失わないことだというふうに思います。

飯田委員からエクセルギーという言葉がたくさん出ておりますが、これはヨーロッパの場合にはかなり小さなうちから教え込まれている概念で、エネルギーの仕事量というふうに言ったらいいのでしょうかね、そういうことを教える前に、先ほども伊藤委員から学習の重要性がございましたが、ちょっと僕もびっくりしたのですけれども、個別にしか教えてないのですね。ヨーロッパの環境教育というのは、まず最初に教えるのは全体性です、万物はすべてつながっている。ですから、経済というのは何かと子供たちに教えるときには、経済というのはオイコスとノモスで、家計のやり繰りですから、地球の資源をうまくやり繰りするということが経済ですよ、だから経済というのには一方で節約という意味もあるのですよと、まず教えますし。エコロジーというのも、オイコスとノモスで、これは家計の科学なんですからと、そういうふうに教えて、ガイヤというか、すべての生あるものと生なきものが1つの有機体として関連しているということから始めて、それぞれごみの問題とか教え込んでいきますので、全体をやはり関連づけるということが重要で。

もちろん、ここの家庭部門における温暖化対策というのは、先ほど議論が出ておりますように、背後にライフスタイルの問題とかそういう問題がございますので、ここだけの政策で完結できるわけではなくて、さまざまな生活をサポートするようなシステム、ライフスタイルを変えていくような政策を打たざるを得ないのではないかと。

そうしたことを含めて、事務局の方でもう1回、今の意見を踏まえてまとめていた

だきますが、当面は、今のご意見では、技術と人材と教育といいですか、啓発、普及問題、3本立てぐらいで当面整理していくということで、もう一度まとめ直していただくということにさせていただければと思います。

それでは、議事の2の方に移ります。先ほどちょっと1の方で言い足りないご意見がございましたら、2のところでもた出していただいても構いません。省エネ情報が確実に伝わる仕組みづくりについてということで、事務局の方から資料についてご説明いただければと思います。

【澤副参事】 はい。資料3にいく前に、すみません、先ほど私がお説明した資料の中で、単位が違っていたところがございますので、この場を借りて訂正させていただきます。資料1の4ページ目でございます。4ページ目の下の棒グラフなのですが、縦軸、1人当たりのCO₂排出量1,000トンとなっておりますが、キログラムの誤りでございました。訂正をさせていただきます。

では、続きまして議題の2の方のラベリング制度関係に移らせていただきます。既にご議論の中でラベリングの方にも踏み込んだご発言もございまして、ちょっと重複をする部分もあろうかと思いますが、資料の3をごらんください。私の話の中にも幾つかポイントはもう出てきており、また時間の都合もありまして、簡略にご説明をいたします。

左上の背景及び現在のラベリング制度の問題点ということですが、特に1990年代、この10年間、エネルギー効率が非常にいい製品がもう既に出てまいりました。テレビコマーシャルを見ていると当社比で4分の1、3分の1ということがうたわれております。ただ一方、省エネ性能は悪いけれども、安いよというものも多く売られており、消費者にとってそこら辺の情報がまだまだ行き渡っていない、そういう状況にあるのかと思います。

また、国でもJIS規格の省エネラベリング制度、いわゆるeマークを持っているわけですが、我々としては幾つかやはり課題もあるだろうと考えております。

eマークにつきましては、参考資料4ということで、先ほどのEUラベルのご説明のときに使わせていただいた資料の上半分が国のeマークのご説明になっておりますが、端的に申し上げて、オレンジは悪いけれども、緑のeマークはいいのだよということなのですが、製品そのものにこの表示義務はなく、カタログについておりますので、なかなか比較対照が消費者にとってできづらいというところがございます。

また、これは何年かに1度トップランナーを定めて、それに対して何%達成ということなのですが、例えば技術が急速に進歩しておりますので、大型冷蔵庫などを見ますと、ほとんどすべてがこの緑色のeマーク、かつ達成率が200%というようなものがずらずら並んでいて、どれがいいのか悪いのかが一目ではわかりづらくなってきているのではないだろうかという課題を私どもは認識をしております。

そこで、都として3に移りますが、これまでの普及啓発活動に加えて、省エネ性能のいいものを、消費者の皆さんがより選択しやすい仕組みをつくっていかうということで、この省エネ性能を製品にきっちり表示をするような制度をつくりたいと。その際に、ランニングコスト、年間の電気料金、そういったものの掲示をしていかうということを考えております。

対象製品は、昨年夏のキャンペーンではエアコンと冷蔵庫でしたが、さらに拡大を図っていきたいと思っております。

また、右上に移りまして表示方法ですが、原則、製品本体に、EUラベルの場合は価格の横に同じぐらいの大きさできっちり書かれているというものがございまして、そういったものを参考にしていきたいと思っております。

さらに、販売の現場において、こういう省エネ情報をきっちり消費者の皆さんにお伝えをする、その説明責任のようなものを制度化できないかということを考えております。

具体的には、4番のところがございますように、ガイドラインをつくっていきたく思います。そのガイドラインの根拠を、今後、挑戦の1とか2の部分ともかかわりますが、条例の中で位置付けてガイドラインを作成していきたいと。その際には、初期の段階から業界団体、消費者団体、NGOと連携、協働を図って作成をしていきたく思っております。

具体的なスケジュールでございますが、本日がもう年度末ということで、来年度15年度中に実行委員会方式の検討組織を立ち上げてガイドラインを作成し、試行を経て条例に結びつけていきたいというふうに考えております。

昨年夏の“少”エネキャンペーンのときの資料を参考資料3ということでおつけしております。左下に、実物はもう少し大きいのですが、縮小版のラベルをお示ししました。これは、省エネカタログからデータはすべて取っておりまして、緑色の100%以上達成の部分をA、B、Cに3分割をして表示をいたしました。かつ、5年間の電

気代を販売価格と合わせて表示をして、合計金額を載せたということがポイントで
ございます。

ただ、いろいろ課題もございまして、都民の方、あるいはNPOの方からのご指摘
を受けています。例えばこの5年間の電気代を足してしまうと、見た目の金額が大き
くなってしまい、選びづらくなるとか、あるいは日本の量販店の売り場の状況が、こ
の写真にございますように、さまざまな情報がいろいろな形で表示されてまして、非
常に目立ちにくく、製品間の比較もしづらいという状況もあろうかと思えます。

ただ、我々としてはラベルの何かデザインを今後考えていきたいと思いますというこ
ではなく、消費者にどういった情報をどういった形でお伝えするのがベストかとい
うことを関係の機関、団体と意見交換をしていきたいと思っています。

実はこの“少”エネ拡大キャンペーンが多分もとになったろうということで、京
都市さんの方でも同じような取組が既に始まってございます。A3番の縦の大きな参
考という資料をお配りさせていただいておりますが、京都市は、京都市直営ではな
く、市内の関係団体と一緒に、この3月1日からゴールデンウィーク期間でし
ょうか、これもキャンペーン方式ですが、市内の量販店等でここにありますようなラ
ベルを貼っていきこうという取組をされております。ラベルのデザインに関しては、こ
ちらの方があか抜けてるという意見もありますが、私どもとしては初めて昨年やった
という自負は持っております。

ただ、これもわかりやすさ、わかりにくさというのはまだあると思えます。昨日、
あるシンポジウムでNHKの池上彰さん、「週刊こどもニュース」のお父さん役をさ
れている方にお会いしまして、このラベルの話をしたら、即座に、電気代を足して表
示するのは消費者にとってはマイナスだと。何かと比べて値段が下がっていくとい
うような表示をした方がいいのではないかという鋭いご指摘も受けておりまして、今
後、消費者にとってどういった形で示せば、省エネ型で少し高くてもこちらの方を
買おうかなというふうに財布を開いていただけるような中身を検討していきたいと思
っております。

ちなみに、前回のキャンペーンの周知度を都政モニターアンケートとで調べており
ます。参考資料5という、ちょっと分厚い、32ページほどのホチキスとめの資料がご
ざいまして、この中に、これは全般的には温暖化に対する認識とか、省エネ生活を皆
さんはどうしていますかということでお伺いをしている中で、国のeマーク、さらに

は都の“少”エネラベルについてお伺いをいたしました。国のeマークについては、半分ぐらいの方が知らないというふうに、また、都のキャンペーンにつきましては、短期間、2カ月ということもありまして、4分の3の方が知らないということでした。

一番私としてこのデータでおもしろいなと思ったのは、20ページをごらんいただきたいと思いますが、参考資料の5の20ページにクエスチョンの10というのがございます。これは、どれくらい安い製品と省エネ型の高い製品で格差があって、それが何年間で回収できるか、どれくらいの差だったら皆さん買いますかというのを伺った設問になっています。我々の当初の予測だと、もう少し消費者の方は気短かなと思ったのです。一、二年で回収できなければ、そんな高い商品は買わないというふうにお答えになるのかなと思ったら、意外に3年程度ならという方が約半分、それから5年程度あるいは7年程度を合わせますと、さらにパーセントが上がるということで、価格差あるいは電気代の情報がしっかり伝われば、消費者側もきっちりそれを受けとめて、消費行動に反映させていただける余地がちゃんとあるんじゃないかなということをも1つデータとしても裏付けできたのではないかと考えております。

“少”エネラベルにつきましては、以上でございます。

【神野部会長】 はい、どうもありがとうございました。

今、ご説明いただきました仕組みづくりについての事務局の案について、ご意見、ご質問ございましたらどうぞ、松本委員。

【松本委員】 このラベルについて、まず質問です。国の省エネ基準はブラウン管テレビだけで、かなり電力消費が大きい大型プラズマテレビ等は、たしか現時点では入っていないと思うのですが、これはもちろん含められるということによろしいのでしょうかという確認です。

それから、この販売価格ですが、恐らくこれだと10万円台ぐらいで売っているわけですね。価格は量販店が自由に設定し書き込んだということによろしいのでしょうか。それが質問で、その後コメントさせていただきたいのですが。

【澤副参事】 では、テレビに関しては、ちょっと我々の中でもいろいろ議論がございまして、液晶なりプラズマが今、入っていない、これをどう扱うか。あるいは、テレビの場合、いろいろな機能別にカテゴライズされたデータになっておりまして、一律テレビというカテゴリーで横並びの比較ができない状況にございます。そこら辺をどうするかというのは1つ大きな課題だと思います。ただ、東京都の側にそういう細

かいデータがなかなかないということがありまして、やはり国の方の、あるいはメーカー側のデータに依拠する必要があるということで、こちら辺はガイドラインの策定のときに深く議論していきたいと思っております。

それから、もう1つ、ラベルの価格ですが、これは我々もキャンペーンをやって、日々変わるわけですね、量販店さん。ですから、これは基本的には量販店さんでつくってくださいということで、プロトタイプをお渡ししているのですが、価格の下に電気代が載っているとすると、これを毎日量販店としては書換えとかつくり換えをしなければいけないということで、販売価格の横に、例えば同じ大きさで電気代を載せてくださいというような何か手法としてはいろいろ考えられるのかなと思います。基本的にはその日売っている価格と同時に、電気使用量なり電気代の情報がきちり伝わる、そんなものを考えております。

【神野部会長】 よろしいですか。

【松本委員】 はい。意見なのですが。大型プラズマが現在の段階では電力消費量が非常に高いので、どうか含めていただきたいと思います。

それから、今回はもちろん二酸化炭素にフォーカスをして、しかもなるべくシンプルでわかりやすい情報が非常に大事だとは思っていますが、一方で冷蔵庫に関しては、この京都のパフレットに出ていますけれども、京都議定書の対象物質として、やはりノンフロンかどうかという簡易な情報を一言入れていただきたいと思います。

これに関して、恐らくメーカーからはTEWI (Total Equivalent Warming Impact) の観点からみた計算の方法でやってはどうかというご意見が出てくるかと思えます。そのデータがあるのはいいのですが、ほとんど一般の人にはわからない。ノンフロンかどうかという情報と、電力消費量の情報をわかりやすく分けて書くのは1つではないかと思えます。

先ほど、私の申し上げたことが断片的だというご指摘がありました。私はNGOにいたときに、エネルギーキャンペーン、特に家庭からのCO₂排出に関するキャンペーンを何年かやっていたりして、その時得たデータや知見に照らしてみても、今回、東京都がおつくりになったデータというのは非常にいい整理の仕方をされていると思いました。このデータを踏まえた上で、そのデータの背景と内容にもう1つ踏み込んで、自治体だからこそ国ではできない配慮の仕方というのが可能ではないか、という意味で先ほどの意見を申し上げました。やはり、エアコンは非常に大きいCO₂排出源のひ

とつです。

私自身、専門家の先生のご指導を得ながら、十二、三年前に各家庭から出る二酸化炭素のデータを1,000件以上で取りました。たしかに、村上委員がおっしゃったように、その時のデータからも車を持っている家庭のCO₂排出量は、ほかの省エネ努力を全部吹き飛ばしてしまうぐらい大きいことがわかります。私が先ほどそれを申し上げなかったのは、今、車のことを話しているのではなかったのと言及しなかっただけです。先ほどのご指摘をよく考えてみれば、やはり家庭部門について説明する時も、運輸は含まれていませんよ、もし自家用車からのCO₂排出量を入れたらこういうことになりますよ、という数値を常に都民に対して示すというのは非常に重要なことかもしれないと思いました。

【神野部会長】 ありがとうございます。

【飯田委員】 できるだけ手短に。まず、第1点は、先ほどの議論にもありましたが、やはり経済メカニズムとか、それから場合によっては販売、ある基準から販売禁止といったところまで踏み込んだところをぜひ検討の、少なくとも素案の方に入れていただければと。

それから、先ほど出ていたテレビ、照明を拡大されるのは非常にいいことで、その基準づくりというのは非常に難しいと思っておりますが、できるだけざっくりとしたカテゴリーにしていった方がいいと思います。つまり、プラズマの中で比較をするのではなくて、テレビというファンクションの中で機能していくと。ここは非常に難しいのはわかっておりますが、そういう技術選択が中で行われるような方向がいいかなと。

それから、先ほどちょっと私が言及した、エアコンはちょっと別にして、直接電熱で使うような電気暖房に関しては、DもしくはEというカテゴリーを設けて、ゆくゆくは課徴金なり販売禁止は厳しいかもしれませんが、そういうカテゴリーになるようなことも少し視野に入れてはどうかと。最近ですと、ハロゲンヒーターという非常にグロテスクなものまで登場していますので、ああいったものはやはりどんどん避けていくべきだろうと。

そして、京都の話なのですが、あちこちで、東京都が刺激になってこういうのが出てきたというのは非常にいいことなのですが、一方で基準とラベルが乱立するというのは非常に今度、消費者にとって混乱を与えますので、やはり京都市に働きかけていただいて、後発であれば後発の仁義の切り方というか、あると思いますので。ラベル

は独自性があってもいいと思いますが、少なくとも基準に関してはハーモナイゼーションしていかないと、これは販売店側、メーカー側も混乱してきますし、こういうのが全国四十幾つあって、さらにほかの政令指定都市で出てくるとますます混乱してくるので、これについては東京都さんの方から京都市に働きかけるべきだろうというふうに思います。

以上です。

【神野部会長】 今の経済メカニズムの話は、当面、今、省エネ情報が伝わる仕組みづくりにおいて、この仕組みづくりをする場合にもいずれ経済メカニズムと連動できるような情報にすべきだと、そういうご意見ですか。

【飯田委員】 そうです。4番の実効性ある制度にするためにの中に、細かい項目で入れるか、大きな4番目に入れるかと。

【神野部会長】 リンクさせた方がいいですね。

【飯田委員】 はい。具体的に念頭にあるのは、つまりゆくゆくはDカテゴリー、あるいはもっとひどいEカテゴリーのようなものは都の条例で販売禁止していく可能性もあるのだよということと、それから省エネ課徴金、あるいは省電力課徴金といった制度を大枠の方で検討していく中で、例えばAといった機種にはいずれ補助金なりやっていくことも考えるという意味で。それから、DとかEに課徴金を載せていくと、そういったことも含めて。

【神野部会長】 どうもありがとうございました。

【西堤委員】 今の飯田委員のご意見なんですが、都道府県別のハーモナイズ化、これについてやはりすごくそのとおりだと思います。国の方ともある程度歩調を合わせていただいて、東京都が先鞭をつけられるにしても、余り突出されすぎますと、やはりつくる方も結構これ大変なことになりますので、その辺のご配慮もいただきたいのが1つと。

それから、もう1つ、飯田委員の意見でちょっとご賛同できないのは、販売禁止とか課徴金とかペナルティー型を結構提案されているのですが、やはりこれつくる側といたしまして、インセンティブ型というんですかね、そちらの方をぜひお願いしたいなというふうに思います。

それから、ちょっと資料3の方で若干意見を言わせていただきたいのですが、3の都の提案の中の5の販売店の説明責任のところなのですが、この中で、「省エネ制度

の説明を必ず行うなど」ということが書いてありますが、実際問題、お店に行って買う人の行動を考えてみますと、省エネ制度の説明を必ず行うほどの余裕のある商売って量販店であるのかというふうな気がしまして。ここまでは、「必ず」というほど言わなくてもいいのではないかなというふうな感じがいたします。

ただ、参考資料3にございました、電気代がどのくらい節約できるかというのは、私も去年買った記憶があるのですが、店によってこれだけ電気代がお得ですというのを結構計算しているんですね。その基準が本当にそうなのかなというのはちょっと首をかしげたところがありますので、できましたらこういうところはもう基準を決めていただいて、キャンペーンのときにやっていただくと、より信憑性が上がるのではないかなというふうな感じがいたします。

それから、ちょっと最初の議題の中で、一言だけ私言いたかったことがありまして。今後の所帯数の伸びを見た場合、3ページの上の方の図なのですが、結構これまでは単身所帯の伸びが目立っていたのですが、2010年にかけては単身所帯の伸びは今までに比べるとかなり鈍ってきて、普通所帯はそれほど鈍らないというような感じがするんですね。というのは、やはり若者が減ってきているというのがかなり影響があると思います。

そういうことから考えますと、この提案された資料2の省エネ技術の普及促進のところなのですが、順番からいきますと、単身所帯は2つ目にもってこなくても、3番目でもいいような感じがしまして。2番と3番を入れかえてはどうかというような感じがちょっといたしました。

それから、もう1つ、普及啓発のところには小中学校における派遣事業と臨海風力発電所及び水素ステーションなど施設見学の実施というのがございまして、突然この水素ステーションというのがここで出てくるのですが、これをここで出されるのなら、その前に、例えば省エネ設備を誘導する仕組みづくりのところには、燃料電池とかそういうような言葉をちょっと入れられると連携がとれるのではないかと思います。

以上です。

【澤副参事】 幾つか、ラベルの方でポイントになるところに限って申し上げます。省エネ情報を販売店において説明を必ず行うべきというところですが、これは「など」ということで、今後検討する中で考えたいのですが、確かにきっちり情報が掲示されていれば、こと細かに説明をしてもらわなくてもいいよという消費者の側の考え方も

あると思いますので、こちら辺は実態に則してどこまでやる必要があるのか、あるいは有効なのかというのを検討していきたいと思っております。

世帯数の伸びに関しましては、伸びの鈍化はありますが、やはり都の特性としての単身世帯対策は1つ大きな柱なのかと思っております。

【神野部会長】 はい、ありがとうございました。

あと、いかがでございましょうか。では、ご発言まだなかった方。

【福川委員】 最初のまずカラーの資料の右だけで十分なのかという問いかけを神野先生がおっしゃったときに、村上先生は家電製品はあがっているけれども、省エネ住宅に対する融資などというのはありますが、住宅そのもののことが書いてないというのは、もう住宅そのものは対策が十分なのかどうか、ちょっとそれも私ははっきりしないので。あるいは、本当に密閉した住宅をつくる方がいいのか。風通しのいい住宅をつくる方がいいのかという問題もあるでしょうから、なかなかまた家電製品ほど話は簡単ではないということもあって出ているのかなと思いましたが。何かそこが1つ不足していないのだろうかという感じが、すぐできるということとは別に、あるかなと思いました。

それで、後半のお話を聞いていてふと思ったのですが、本来ならば住宅の家賃にこの家に住んだらエネルギーがいくらかかるかというのがないと、あればますます本当は、あるべきなんだろうとある意味で思います。というのは、さっきから単身者が攻撃の対象にされているのですが、すぐ見てわかるように、要するに東京の単身者の住む家というのは、多分風通しも悪いだろうし、日もそう当たらないだろうし、すぐエアコンつけたくなる部屋に決まっているわけですね。そういうことを含めたところから恐らく改善しないと、この機器だけを省エネ化しても問題は解決しないと、大きく言えばそこに至るだろうと思います。

恐らく、そういうワンルームマンション的なものもあれば、それから大手デベロッパーがつくる大規模なマンションもあるし、あるいは住宅メーカーがつくる住宅、あるいは工務店がつくる住宅もあるわけですが、今の議論に則して言えば、難しいことかもしれないけれども、家電という非常にわかりやすいものに加えて、場合によってはやはり住宅そのものについてこの住宅の省エネルギーコストはどうなのかということまでもやはり、遠い将来は視野に入れる必要があるだろうと。それを本当によくしていくためには都市をよくしていかなきゃいけないのですけれども。後ろの議論と前

の議論を絡めると、そういうこともすぐにはできないけれど、視野に入れる必要があるのではないかということを感じました。

【神野部会長】 当面そうしますと、今のこのラベリングというわけにもいかないから、それは坂本先生含めて、住宅の省エネの、情報システムはちょっとまだラベリングというのではちょっと無理かもしれませんので、将来検討していくということによるしいでしょうか。

【神野部会長】 それでは、初鹿委員どうぞ。

【初鹿委員】 確実に伝わる仕組みづくりという点でいきますと、基準は、先ほど議論がありましたように、東京都だけ独自のものというよりは、全国統一して、どこでも標準化できるような基準がいいと思っております。

そのとき、物差しとしては絶対値としての熱効率の基準がいいのではないかと。キロワットアワーだけで評価しますと、仕事量では評価できない相対的なものになってしまいますので、物差しを明確にして、十分専門家の方にご議論いただきたいと思うのです。わかりやすく、かつ明快なものがいいと思っております。

1点目の課題になりますが、先ほどの課徴金の問題につきましては、私は西堤委員と全く同じ意見でございます。強制的にやるよりは、自発的に市場原理を用いてやっていくことが一番いい功を奏する方策ではないかと思っております。

それから、もう1つ、エクセルギーという議論がありました。ここで議論するつもりはございませんが、エネルギー密度が低くて十分なものについて、先ほどご指摘がありました。例えば、北海道は暖房需要が非常に大きく、データを見ますと、家庭用エネルギーの80%以上が重油とか灯油という石油消費であり、東京都と全く様相を異にしています。したがって、東京における使用実態に合わせた施策を検討することが重要ではないかと改めて感じる次第でございます。

東京都の電力化率、全エネルギーに占める電力の比率は非常に高く、しかもさらに伸びています。それは、先ほど来ありましたように、利便性だとか安全性など、ライフスタイルとの関係が非常に強いのではないかとと思っております。そういう広い意味で、部会長も背景にはいろいろなリンクがあるとおっしゃったこととのつながりで評価すべきであろうと思います。そういう意味で、文化的にはライフスタイルなども考慮して検討していくべき課題ではないかと思っております。

以上でございます。

【神野部会長】 はい。先ほど来出ているご意見で、この基準が他の道府県とハーモナイズする、他の道府県で採用しても問題ないというようなことなのかということがご議論になっているわけですが、これは基本的には東京都としては他の都道府県でこれを基準にしてもらっても構わない。もちろん、場合によってはライフスタイルの問題があるので、場合によってはそれぞれファインチューニングする場合があるかもしれませんが、そういうおつもりで作成されているということでもいいですね。

【澤副参事】 はい。1つの政策展開の手法として、都がまず先鞭をつけると。それが周辺の県にも波及をしてということも考えておりますし、どこかほかの県と、あるいは市と一緒にやっていきましょうというお話があれば、それは一緒にやっていけると思います。ただ、いきなり全国レベルとなりますと、なかなか国の方の動きとの関係もございますので、後々としてやるべきことをやっていきたいとします。

【神野部会長】 というよりも、この基準が都以外のところで採用しても、普遍的に妥当するものかどうかということが議論になっていたわけですが、それについては一応普遍的に妥当するというふうに考えて、もちろん特殊な生活、ライフスタイルが変わってくるので特殊な場合はあったとしても、基本的には普遍的に妥当し得る基準であるというふうな考えという理解でいいですね、ということを確認したいのですが。

【澤副参事】 北から南までいろいろな条件がございますので、都が今回つくろうとしているガイドラインに盛り込まれている情報なりがすべてストレートに当てはまるかどうかというのはちょっとまた別の判断が必要だと思っておりますが、できるだけそういう普遍的な物差しをガイドラインの中に盛り込んでいきたいとします。

【神野部会長】 はい、どうぞ。

【平井委員】 制度基準づくりにつきましては、本日の資料で提起された内容でおおむね良いのかなと思います。ただ、温暖化問題への対応は、制度基準づくりでおしまいはなく、実際にそれが生きて世の中を変えていくためにも、都にもっと汗をかいで欲しいと考えます。最初のテーマの中でも触れられていましたが、NGOやNPOを含む市民や民間企業や業界団体などと連携したパートナーシップ型の取組を意欲的に進めていただいて、ぜひ、せっかくつくった制度や基準が実行力を発揮するようにしてもらいたいと要望します。

本日の資料の中で、京都の取組の事例が紹介されていましたが、こうしたパートナーシップ型の取組が制度や基準を活かすものになるろうと考えており、このような取組

に結びつくような制度基準づくりに配慮していただきたい。また、パートナーシップという意味では、複数の行政がお互いに連携した広域的な取組に発展させることも必要と考えます。

個人的な内容になりますが、私は、様々な企業やNGO・NPOのメンバーと一緒に、温暖化対策のためのライフスタイル見直しに関するフォーラム活動に関わっており、昨年、初めて東京都にもこの活動への参加と支援をいただきましたが、世の中には同様の活動が多様に展開されていますので、行政にはぜひ、こうした民間レベルの活動への支援も積極的に行っていただきたいと要望します。市民と企業と行政が連携してパートナーシップ型の取組を展開していくことで、市場のグリーン化が効果的に進むと考えており、東京都には、ぜひ、そうした展開に行政として大きな役割を果たしていただきたいと思ひますし、繰り返しになりますが、制度や基準づくりもそうした方向に沿ったものでなければならぬと考えます。

【神野部会長】 はい、森田委員。

【森田委員】 2点、検討をお願いしたいのですが、1つは、こういった制度をまさに魂を入れるために、やはりキャンペーンというのはモデル地区か何かを設定して徹底的におやりになられることが大切かと思ひますね。東京都は京都と全く違ういい点は、秋葉原という大変いいところを抱えて、あそこに徹底したキャンペーンをおやりになる。要するに、これくらい安くなりますよということといえば、多分秋葉原の商店街のってこられるだろうと思ひますが、それが1つ。

それから、2点目。この“少”エネラベルというのはやはり、いかに次の技術開発を促進するためのイノベーション、このインセンティブを与えるかということが一番大きなポイントになると思ひますね。そういう意味では、こういった“少”エネラベルをある程度全国レベルのハーモナイズした基準を置くということは非常に大切なことで、それによってイノベーション起こると思ひます。

ただし、もう1つ考えなきゃいかんのは、新しい技術開発というのは初期投資がかなりいると。その初期投資があるときに、非常に、しかもそのアイデアというのは実は多くのイノベーションを見てみると、最初のイノベーションというのは中小企業でかなりのところが起きていると思ひますね。その中小企業で起きたイノベーションが市場にもって行くまでに、だれが支えるかということと消費者なのですね。そうすると、こういったエコラベルでも、こういうチャレンジする商品を暖かく見守るためのそう

いった“少”エネラベルというのもどうしても必要になってくると思うのです。それによって、これはものすごく高いけれども、でもこれは支えてあげようという形で消費者がそれを支えてくれるようなラベルというのは、これは余り全国统一しなくてもいいと思うのですね。東京都でそういうふうに、皆さんがそういうふうに納得されればいいわけで。そういうようなラベルを何とか考えていただきたい。これを2つ目のお願い。

それから、1つコメントですが、先ほどから環境税と自発的取組ということのいろいろなどちがいいかという議論がありましたけれども、これはどちらも二律背反のものではなくて、やはり環境税というのを導入したとして、自発的に頑張れば環境税払わなくてもいいという仕掛けさえつくれば、どちらも両立できることだと思うのですね。だから、それは制度の設計の仕方だと思うのです。

ただし、これはやはり国の制度との幾つかのすり合わせが必要だということは確かでございますし、今後とも慎重に検討していかなきゃいかんということも確かなんですけれども、やはりあまり二律背反に議論されない方がよろしいんじゃないかなという気がいたしました。

以上でございます。

【神野部会長】 どうぞ。

【飯田委員】 手短に追加しますと、先ほどの東京都が汗をかくという提案、非常に賛成です。その具体的な法案として提案したいのは、公共調達をやればいいんじゃないかと。つまり、東京都と区とその他の関連機関すべては、今後、この表示Aしか買わないということを高らかに宣言して、そのメッセージを出すだけでも非常に大きな影響があると。

それから、2つ目、住宅の話があったのですが、ヨーロッパでは住宅に関する熱性能のラベリングが最近始まっていますので、これは中に入っている、いわゆる暖房製品、日本の場合冷房も考慮する必要があると思いますが、それも含めたものを次の視点として、これはほかのキャンペーンともつながってきますが、検討していただいてはどうか。

それから、あと追加で、京都の話に触れてハーモナイゼーションを私言ったのですが、これはちょっと逆の意味に議論が進んでしまったのですが、決して東京都の突出するのを私はとめるためじゃなくて、突出はどんどんしていただいていいと思います。

最低限のハーモナイゼーションをしていただきつつ、どんどん前に進んでいただきたという趣旨で申し上げたので、後ろの方に引っ張る趣旨で使っていただきたくはないなど。

それから、インセンティブの話は森田委員の意見に全く賛成で。しかもこれはいわゆる環境税という大枠じゃなくて、課徴金という非常にスペシフィックなものでローカルにできることですので。そして、これはさまざま、インセンティブは確かに経済以外のいろいろなインセンティブがありますが、やはり経済が必要だというきょう大きな流れとしてはあって、経済的なインセンティブを与えようとすれば、どこかで原資が必要で、そうすると汚染者負担原則でどこかから取るしかないという議論は当然であり、そのことはやはりきちんと議論の俎上に乗せるべきであろうということです。

【神野部会長】 はい。

【坂本(雄)委員】 いろいろ政策的な提案がいっぱい出てますけれども、やはりちゃんと政策の効果があつたかどうかということを実証できるようなエネルギーの計測システムやモニタリングが必要だと思います。それをちゃんとやらないと、しかもそれが割合短期間にわかって、政策の評価ができるということを考えないと駄目だと思います。こうした政策は、非常に難しい問題をはらんでいると思います。例えば、家庭用のエアコンの効率を上げれば、すぐ何かエネルギー消費が減るようなイメージを持っていらっしゃいますが、逆に使用時間が長くなったり、使用する部屋がふえたりして、必ずしもCO₂削減、エネルギー消費削減に直結しないわけですね。

そういうことがございますから、やはりちゃんとした計量が必要です。昔なんか、電力会社さんはあまりこういうことに協力してくれなかったんですが、最近はそうでもないと思いますので、ぜひ計量をサンプリングで結構でございますから、何かやるような評価のシステムをつくっていただきたいということを申し上げたいと思います。

【神野部会長】 そうしますと、一応この省エネ情報が確実に伝わる仕組みづくりという東京都の案につきまして、今、いろいろご議論いただきましたけれども、内容についてはほぼご了解いただいているような印象を受けました。

それで、いろいろご提案いただいているわけですが、課徴金制度と結びつけるとか、キャンペーンをやったとか、公共調達とかですね、それから技術革新の問題も、いろいろいただいておりますが、課徴金については賛否もありますので、もちろんこの省エネ情報を伝えるラベリングシステムということが、省エネ政策を進める上での政

策のごく一部の一環であることは間違いないので、書き方はちょっと事務局と調整しますが、実効性ある制度というところに少し他の政策を有効に活用できるような方向でこれを生かしていくというような趣旨の文言をちょっと盛り込むか何かで調整をさせていただければ、きょういただいたご意見はほぼ吸収といえますか、反映できるのではないかと思いますので、ひとまずその案文その他につきましては、私と事務局の方で調整させていただくということで、原則としてこの省エネ情報が確実に伝わる仕組みづくりの案についてはご了解いただいたということで締めさせていただいてよろしいでしょうか。

そうしましたら、既にちょっと予定の時間も過ぎておりますが、その他については、これは事務局からご説明いただければと思いますが。議題の3番目ですね。

【澤副参事】 時間がない中、申しわけないのですが、まだご説明をしていない資料が1つございます。まず、参考資料6でございますが、省エネ運動の一環としまして、都庁がこの数カ月やってきたことを資料としておつけしてございます。電力危機が言われる中、東京都でも2月5日から3月末日まで都庁の省エネルギー運動ということでご協力をさせていただいております。ただ、都庁自体もこれまでいろいろなことをやってまいりまして、10年間で電力消費量を2割カットしたりする中で、さらに何ができるかということで考えましたが、中ほどに四角で困ってございますが、エスカレーターの一部をとめたりとか、第一庁舎、第二庁舎にあります、エントランスホールをめっきり暗くしたりとか、そういったことをさせていただいております。また、水道局、下水道局におきまして、冬場のピーク時の作業時間帯をずらすというようなこともさせていただいております。

この間、さまざまマスコミでも取り上げられまして、効果としては本当に小さなものではありませんが、都庁、例えば昼休み真っ暗になっているとか、都庁に来たら随分暗くなっているなど、張り紙を見たら節電をしているんだなということで、私どもとしても目の前の電力危機ということもありますが、長期的には東京全体を省エネルギー型の都市に変えていかなければならないということで取組をしておりますので、PR効果はある程度あったのかと思っております。PR方々ご説明をさせていただきました。

もう1つ、前回の部会の際に幾つかご質問をいただいておりますが、次回、挑戦の1、2等でお答えできる部分はその場でお答えしたいと思うのですが、運輸部門等

につきましてはお答えをする機会がないので、この場で口頭なのですが、簡単にご回答をしたいと思います。

まず、自動車の関連ですが、前回、普通乗用車、比較的大きな普通乗用車が伸びて小型の乗用車が下がってきていますと、だから大型化が進んで、運輸部門でもCO₂排出量が多くなっていますということをご説明しましたが、全国でも同じような推移になっているのかというご質問がございました。これは、トレンドとしては全国も同じように、普通乗用車がグンと伸びて、小型が下がっています。ただ、2つを比べてみますと、全国では軽自動車の割合というのが非常に高いですね。そこら辺が都と全国を比べた場合の特徴としてあろうかと思えます。

続きまして、貨物の保有台数が減っていますと。これはグラフでもお示しをしておりますが、では実際貨物から排出されるCO₂も減っているのかというご質問がございました。これも、お答えとしては、CO₂も減っております。貨物の延べ走行距離自体が減っているということもございまして、国のデータでも東京都分の輸送トン数が減っているということで、CO₂自体も減っているという結果が出ております。

さらに、運輸部門第3問目になりますが、これは先ほどの家庭部門におけるマイカーの割合との関係もあるのですが、今回お示した車から発生するCO₂で緑ナンバーですね、輸送を生業としている部分を除いた白ナンバーの車の家庭と業務というんですか、オフィスの割合はどうなっているのかというご質問がございました。これにつきましては、さまざまいろいろな試算の仕方を内部で検討して、世帯当たりのガソリン消費量等から類推をした結果、白ナンバーの車、乗用車から排出されているCO₂の4分の1は家庭からの排出であろうと推計してございます。したがって、この部分、4分の1の部分は、ある意味、家庭部門から出ているということなのです。今回の家庭部門対策では、あえて車の部分は運輸部門対策ということで直接的にはお示しをしていない部分でございます。

最後のご質問で、4問目になりますが、これは産業部門のお話でございます。産業部門、大幅に減っているのはなぜかと。幾つか要因があるけれども、それぞれ寄与度を示せないかというお話がございました。これは私、前回のときに工場の省エネも進んだけれども、生産量とか工場の数そのものが減ったというお話をさせていただいたのですが、細かくデータを見てまいりますと、1つやはり大きく減る要因としては、生産量そのものが減少をしております。

それと、産業構造がそもそも変化をして、エネルギー多消費型の工場がなくなって、それ以外のものに転換をしているということで、プラスマイナスで考えるとCO₂が減っていると。ただ、原単位ですね、製品1つをつくるに当たるCO₂の量というのは、生産量が減るとか、生産規模が減っていますから、効率的には悪くなっていますので、そこら辺は若干ふえているという方にトレンドが動いております。したがって、このプラスマイナスを合わせて全体として大きく減っていると中身を見てまいりますと言えるのかなと思います。

以上、大きくはこの4問ご質問いただいていたと思います。それ以外、業務部門とかビル対策につきましては、次回以降の部会において適宜こちらの方からご説明をしたいと思っております。

【神野部会長】 はい、ありがとうございました。

それ以外に連絡事項は事務局の方ございますか。

【村山企画課長】 それでは、2点ほど事務的なご連絡をさせていただきます。

1点目でございますが、前回1月の部会でもお知らせ申し上げましたが、5名の調査員を1月27日付で任命をさせていただきました。きょう配布資料、参考資料1の委員名簿の裏面にお名前等を記載させていただきました。この調査員の方々は主に挑戦2の建築物の省エネ化につきまして専門的な意見ですとか、あるいは調査をいただくためにご就任いただいたものでございます。

進め方といたしましては、事務局が今後各調査員と意見交換いたしまして、それをこの当部会にフィードバックをするというやり方を考えてございます。よろしくお願いをいたします。

2点目は、次回の部会の日程でございます。次回は5月末ごろを予定しております。具体的な日程につきましては、また別途皆様方と調整をさせていただき、ご連絡申し上げますので、よろしくお願いをいたします。

以上でございます。

【神野部会長】 どうもありがとうございました。

はい、どうぞ。

【飯田委員】 すみません、きょうは家庭部門が中心だったわけですが、東京都がこの厳しい電力需給に関するこういうこと、非常に素晴らしいことですが、むしろこれから夏に向けてもっと厳しくなるわけで、次回、5月末ということで間に合うか間に

合わないかという話もありますが、やはり業務部門の電力消費がやはり都内というか、関東は非常に多いという、これは初鹿さんよくご存じなわけで、全体、ざっくり6,000万キロワットのうち大体3,000万キロワットはいわゆる夏のピーク時に業務部門が使っているわけで。これは、ある意味非常に希少財である夏のピーク時の電力を業務部門が安い電気料金でいわばただ乗りをしているという、非常に乱暴な言い方をするとですね、まさにきょうはちょっと課徴金のことばかり申し上げますが、ここの部分に関して何か緊急的に、きょうはいきなり課徴金ですることは難しいにしても、東京電力さんと協定なり何らかの方法でそういうやはり全体としてそこのところにふたを設けるような措置というのは検討していくべきじゃないか。これは軽々に、今、安全にかかわることで、地域に関しては原発再開の圧力が相当高まっていますが、一方で福島県知事を初め、地域の側の反発も非常に大きい。これは安全をないがしろにするのかということですので。むしろ省電力の方でこの危機を乗り切る施策を相当真剣に考えるべきで、これはぜひ東京電力さんにはご検討いただきたいと思います。

【神野部会長】 ちょっと事務局の方と相談しながら対処してまいりたいと思います。それでは、以上をもちまして、本日の議事を終了させていただきます。