

「省エネルギー小委員会意見」に対する意見

平成29年9月3日

[氏 名]	公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会 消費者提言特別委員会
[住 所]	東京都渋谷区渋谷1丁目17番14号全国婦人会館2階
[電話番号]	03-6434-1125 (代表)
[FAX番号]	03-6434-1161
[電子メールアドレス]	nacs-teigen@nacs.or.jp
<p>【意 見】 省エネルギーにつきましては、気候変動の影響が顕著に表れている現在、地球環境と密接な関係にある省エネルギーを再度見直すことが必要であると考えます。 そこで、特に力を入れていただきたい部分につきまして意見を述べます。</p> <p style="text-align: center;">記</p> <p>・ 該当箇所 P.7 産業トップランナー制度</p> <p>・ 意見内容 産業トップランナー制度が順調に進められていることが分かります。 しかし、まずは官公庁・学校・病院・福祉施設・市民会館・娯楽施設等、国や地方自治体の公共施設で取組が推進されることを希望します。</p> <p>・ 理由 それらの優先順位を上げることによって、他の民間事業への波及効果が増し、より促進されると考えるからです。</p> <p>・ 該当箇所 P.9 運輸部門の省エネ取組の強化</p> <p>・ 意見内容 「宅配便を一度で受け取りましょう キャンペーン」には、私共NACSも団体として参画しているところです。 商品が速やかに配達され大変便利になりました。この便利さを享受しているのは消費者ですが「送料無料」が当然と思わず、配送にあっては、人手・時間・輸送車の燃料等がかかっていることを認識するべきです。そして、消費者もある程度の負担を覚悟しなければならぬと考えます。 eコマース事業者においても、指示する立場であって荷主の立場ではないということ で当事者意識を持たないということは許されません。積極的に再配達の回避策を講ず</p>	

るべきです。輸送に係るあらゆる事業者に省エネ取組の目標を定め、それに伴う適正なコスト増は、消費者も含めて負担しなければならないと思います。

・理由

eコマースにより通信販売取引が急増しています。若い共働き夫婦世代のみならず、高齢者世代にもその傾向は、今後も続くと思われ、再配達による弊害をなくすことが急務だからです。

・該当箇所

P.12 機器トプランナー制度

・意見内容

省エネ家電の買い替えについて、10年前の製品との年間消費電力の違いを、具体的に金額で示すなどして広報していただけると、消費者の行動変容が促されると思います。

・理由

2017年4月18日朝日新聞の夕刊、「eco活プラス」“節約できる電気代で「分割払い」”という記事に新旧冷蔵庫の電気代の比較表が載っていました。そのような表は消費者に分かりやすく、買い替えをする方が良いという説得力があります。

・意見内容

店舗において商品ごとに省エネラベルが表示されているように、インターネットの広告についても、商品紹介の画面に省エネラベルの表示を義務付けてほしいものです。

・理由

インターネットで検索して購入する商品を選ぶ消費者が増加しているからです。

・該当箇所

P.13 住宅・ビルのゼロエネルギー化

・意見内容

国は、実現に向けて効果的な広報を行い、ZEHビルダーが消費者に対して適切な説明をするよう指導してください。

・理由

ZEHの普及を実現するためには、消費者がそれを良く理解し、将来にわたりメリットがあるものとして受け入れ、ZEHビルダーと契約する必要があるからです。

・該当箇所

P.15 おわりに

・意見内容

エネルギー小売事業者に対し、省エネにつながる情報提供やメニューの提案を行うようガイドライン等で指導してください。

・理由

2016年4月の電力自由化により、消費者は電力小売事業者を自由に選べるようになりました。事業者を変えるだけで、また、メニューを変えるだけで、電気代が安くなるということだけでは、消費者の省エネ行動につながりません。エネルギー小売事業者は、引き続き、消費者の省エネ行動につながる情報提供を行うとともに、デマン

ドレスポンスのように、省エネ努力が正当に評価されるようなメニューの提供が必要
と考えるからです。

以上。

今回のパブリックコメントの趣旨が広く一般の消費者に伝わり、より多くの方が省エ
ネに関心を抱いて行動して行くことを期待します。

