

新たな温暖化対策の方向性と制度設計の基本スタンスについて（案）

基本的考え方	審議会での主な意見等	制度設計の基本スタンス（基本原則）
--------	------------	-------------------

挑戦 2

「新築建築物に対し、より高い省エネルギー性能の達成を義務化」

- 事業活動における省エネルギーを推進するためには、建築物の断熱や設備などの、建物の性能そのものを省エネ型にしていくことが必要
- 東京は、今後建築物の更新期を迎える。オフィスやマンション等の更新が進むこれからの時期は、建築物の省エネルギー化を図る絶好の機会

建築物の新築時等に、一定レベルの省エネ性能を義務付けるとともに、ヒートアイランド対策等の強化の観点から、被覆対策や人工排熱対策等を求める

現行の「建築物環境計画書制度」と「緑化計画書制度」を統合して、敷地及び建築物に対する総合的な環境配慮を進めていく

運用時の省エネ努力との相乗効果により、着実にCO₂削減を図る

*制度の方向性について

制度対象となる事業者が、自らに求められる内容が明確にわかるような制度の名称を考慮すべき。

消費者は個々の項目ごとの評価よりも商品の総合的な評価・環境に積極的に取り組む企業への総合的な信頼感に反応する。市場原理からみれば、一定の配慮の基準の達成の有無を、非常に高いレベルで判断し、それについて総合評価を与えるような評価制度が有効

建築物をめぐるエネルギー消費はライフサイクルにまでさかのぼると複雑になりすぎるので、建築物の省エネルギー性能を高めることに特化すべき。

温暖化問題の観点からもノンフロンの発泡剤を使うところを評価できるようにすべき。

ヒートアイランド対策では、風通しや緑の連続性など、建物だけではなく、敷地の使い方、都市計画につながる対策も併せて配慮していく必要がある。

現行2制度を統合するならば、提出書類等の一本化も図るべき

マンションの表示制度は、省エネ性能だけでなく、緑化や被覆対策などもいれるべき。マンション性能は、省エネ性能に限らず多面的であり、省エネ性能だけの表示は好ましくない。マンションの性能や説明内容が、消費者にわかりやすく伝わるような広報やPRなど普及促進策が必要。これが販売業者へのメッセージとして働く。基準や表示内容などについては、他法令や制度との整合をはかるべき

制度設計の基本スタンス（基本原則）

ひとつひとつの建物の環境性能の向上が積み重なって「ふたつの温暖化」問題の緩和を導く

新築時に環境性能を高める対策を重視

現行制度（建築物環境計画書制度と緑化計画書制度）をベースに、さらに充実・強化を図る

現行制度をレベルアップし、さらに内容を充実

- 敷地と建築物を一体的に捉え、緑化対策と被覆対策を総合的に推進
- 省エネルギー性能をより高いレベルに誘導するとともに、新たに被覆対策、人工排熱対策などを環境配慮項目に追加
- 風通しや緑の連続性など、地域に拡がる視点からの配慮項目の追加を検討

建築物の環境性能が評価される市場形成のため、公表のしくみを充実

- 国等の制度との調整をはかりつつも、マンションは、販売時に環境配慮の内容を表示・説明する仕組みを創設

挑戦 3

「消費者に省エネルギー情報が確実に伝わるしくみづくりを推進」

（省エネラベル表示等の制度化）

家庭部門からのCO₂排出量削減のためには、消費者への普及啓発活動だけではなく、消費者が省エネルギー型製品を選択しやすいしくみの構築が必要

東京の特性に対応した効果的な対策を実施

進む電化生活、生活の深夜化・個別化等による消費電力増
1人当たりCO₂排出量の多い単身世帯の増加

省エネ情報が確実に伝わるしくみづくり（省エネラベル表示）を推進

様々な主体との連携・協働による地域・家庭の取組を支援

- 省エネ技術の普及
省エネ情報が確実に伝わるしくみづくり、単身世帯向けの施策の推進、省エネ設備を誘導するしくみづくり
- 人材の育成・活用
地球温暖化防止活動推進員の育成、省エネアドバイスの実施
- 普及啓発
環境学習の強化、地域における取組支援 など

*省エネ情報が確実に伝わるしくみづくり（省エネラベル表示）について

全国に標準化できるものとしていく必要がある。

ノンフロンである旨の表示も必要

プラズマテレビも表示対象品目に加えるべき

電気使用量など表示の統一基準をつくったほうが消費者に対する信頼性が向上する。

ラベリング化は有効な措置。次の技術開発を促進するためのインセンティブを消費者の選択により与えるのがラベリングの一番のポイント。

環境にいいことは経済的にもいいことになるという情報提供は有効

レベルの低いものは販売禁止や課徴金を求めるなどの経済的な措置も検討すべき。

ペナルティー型ではなく、インセンティブ型の施策にすべき。

ガイドライン策定に当たっては、消費者団体、業界団体、NGOの参加を求めるべき。

制度に魂をいれるため、モデル地区を設定したキャンペーンを実施するのが有効

単身世帯対策は、若者層と高齢者層とに分けて。若者層には、若者にうける対策の展開を。高齢者層は使っている時間が長いので、快適でかつ少エネルギーなものの提起を。

*普及啓発等について

消費者・都民への普及啓発活動は、従来と変わらず重要な事項。積極的に進めていくべき。

低年齢の段階での環境学習が重要。家庭での省エネやライフスタイルの変革につながる。

消費者に、少々高くても環境にいいものを買おうという気を起こさせるような宣伝を。企業とうまく連携して宣伝を行い、結果的に環境にいいものが売れていくようなシナリオが大切。

家庭部門対策にもなるため、マイカー対策や住宅の省エネ対策も検討したほうがよい。

東京の実態を踏まえて制度構築し、それを全国にむけて提案

東京では、家庭からのCO₂排出量に占める電力使用量の割合が大きい。*家電製品対策の重要性

消費者が商品選択にあたり、省エネ情報及び環境情報が確実に提供される省エネラベル表示制度を構築

- 販売者に対し、家電製品等の省エネ情報と年間電力使用量、ノンフロンなどについての表示と説明を求める制度を構築
- 対象品目、表示方法等の検討に当たっては、消費者団体や業界団体、NGOなどとの連携・協働を図る（ ）

人材育成や普及啓発、情報提供も、これまで同様に重視し、積極的に実施

「家電で少エネ実行委員会」での検討経過については、企画政策部に報告予定

新たな温暖化対策の方向性と制度設計の基本スタンスについて（案）