

2024 年度



実施結果

九都県市首脳会議環境問題対策委員会

キャンペーンの概要

1 キャンペーン名称

「九都県市省エネ家電買替キャンペーン」

2 目的

家庭部門の二酸化炭素排出量削減を目的として、家庭での電気使用量が多いエアコン及び電気冷蔵庫を対象に省エネ家電への買替を啓発する。

3 期間

令和 6 年 11 月 1 日（金）から令和 7 年 1 月 31 日（金）まで（応募締切：令和 7 年 2 月 10 日（月））

4 対象者

埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県にお住まいの方

自宅で 10 年以上使用しているエアコン、電気冷蔵庫を期間内に対象製品に買い替えた方

5 応募方法

郵送又はインターネット（九都県市首脳会議環境問題対策委員会ホームページの応募フォーム）

6 対象製品

- ・統一省エネラベルにおける省エネ性能多段階評価が 3 つ星以上のエアコン（冷房能力が 2.8 kW 以下）
- ・統一省エネラベルにおける省エネ性能多段階評価が 2.2 つ星以上のエアコン（冷房能力が 3.6 kW 以上）
- ・統一省エネラベルにおける省エネ性能多段階評価が 3 つ星以上の電気冷蔵庫

7 周知広報協力先（敬称略、企業名は五十音順）

株式会社エディオン、株式会社ケースホールディングス、株式会社コジマ、上新電機株式会社、株式会社ソフマップ、株式会社ノジマ、株式会社ビックカメラ、株式会社ヤマダデンキ、株式会社ヨドバシカメラ [埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県内の各店舗]
埼玉県電機商業組合、千葉県電機商業組合、東京都電機商業組合、神奈川県電機商業組合 [各加盟店舗]

8 賞 品

● 省エネ家電買替キャンペーン (300 名)

Dyson Dyson Purifier Hot+Cool™ Gen 1 空気清浄ファンヒーター 5 名様

アイロボット ルンバ コンボ エッセンシャル ロボット 8 名様

デロンギ 電気ケトル アイコナ・ヴィンテージコレクション 20 名様

RELAX マルチレトロラジオ 30 名様

1 都 3 県ごはんのお供セット 50 名様

※【埼玉県】塩だれ深谷ねぎ 黒胡椒仕立て 【東京都】江戸前生のり佃煮

【千葉県】しょうゆの実 【神奈川県】しらす辣油

レジ袋型エコバッグ「デコ活」ロゴ入 187 名様

● 探そう！ビンテージ エアコン賞・冷蔵庫賞 (各 1 名)

エアコン賞

ボルネード サーキュレーター 1 名様

冷蔵庫賞

ティファール クックフォーミー 3L 1 名様

● 抽選と発送

九都県市首脳会議環境問題対策委員会の Zoom での立ち会いのもと、2 月 19 日に抽選を行った。3 月 1 日までに当選者に届くように発送作業を行った。

20 名様
デロンギ
電気ケトル
アイコナ・ヴィンテージ
コレクション

5 名様
Dyson
Dyson Purifier
Hot+Cool™
Gen1
空気清浄
ファンヒーター

8 名様
アイロボット
ルンバ
コンボ エッセンシャル
ロボット

30 名様
RELAX
マルチ
レトロラジオ

187 名様
レジ袋型
エコバッグ
「デコ活」ロゴ入

50 名様
1 都 3 県
ごはんの
お供セット

【埼玉県】塩だれ深谷ねぎ 黒胡椒仕立て
【東京都】江戸前生のり佃煮

【千葉県】しょうゆの実
【神奈川県】しらす辣油

さらに
探そう！ビンテージ
エアコン賞・冷蔵庫賞

買い替え前のエアコン、
電気冷蔵庫の製造年が
一番古い方にプレゼント！

エアコン賞
ボルネード
サーキュレーター

冷蔵庫賞
ティファール
クックフォーミー 3L
(各 1 名様)

あうちの
家電は
何年製
ですか？

9 啓発物

- ポスター 仕様…A2
- チラシ 仕様…A4両面

省エネ家電

買替キャンペーン

2024.11.1 Fri - 2025.1.31 Fri

あなたが始める“脱炭素型ライフスタイル”

自宅に10年以上使用しているエアコン・電気冷蔵庫を省エネ家電に買い替えると、CO₂排出量の削減が見込まれます。この機会に、地球にやさしい選択をしてみませんか？

今なら、抽選で300名様にプレゼントが当たる！

【キャンペーン期間】令和6年 11月1日(金)から1月31日(金)
 【応募締切】令和7年 2月10日(月) 必着
 【応募資格】自宅に10年以上使用しているエアコンや電気冷蔵庫をキャンペーン期間内に、対象製品に買い替えた方
 ・埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県にお住まいの方

対象製品 統一省エネラベルの多段階評価点が下記に該当する

エアコン 冷房能力が 2.8kW 以下の製品が 3つ星以上
 3.6kW以上の製品が 2.2つ星以上

電気冷蔵庫 3つ星以上

※統一省エネラベルの例

こちらからも統一省エネラベルの星の数(多段階評価点)が確認できます！
 省エネ型製品情報サイト 検索

20歳以上 デロンギ 電気ケトル アイコナ・ヴィンテージコレクション

5歳以上 Dyson Purifier Hot+Cool™ Gen1 空気清浄ファンヒーター

8歳以上 アイロボット ルンバ コンボ エssenシャル ロボット

30歳以上 RELAX マルチ レトロラジオ

187歳以上 レジ袋型エコバッグ「デコ活」ロゴ入

1都3県こはんのお供セット

【埼玉県】ぬだれ塚谷ねが 風切歌仕立て
 【東京都】江戸前生のり巻
 【千葉県】しょうゆの笑
 【神奈川県】しらす焼魚

※賞品や色は限りません。写真はイメージです。賞品については予告なく変更の可能性がありますので、予めご了承ください。

【主催】九都県市首脳会議環境問題対策委員会
 (埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、茨城県、栃木県、群馬県、千葉県、さいたま市、相模原市)

【協賛】 エコマーク 環境省 省エネマーク 省エネラベル

応募方法

下記の1/2いずれかの方法で、ご応募ください。応募する際は、応募書のご記入となります。

いずれの応募方法でも、購入日、購入した製品の型番の記載のある購入を証明する書類の写し(レシートや納品書等)および家電リサイクル券の写しを必ず添付または同封してください。※詳しくはホームページでご案内をください。

1 インターネット

<https://tokenshi-kankyo.jp/eco-recycle/2024campaign.html>

又は 九都県市 省エネ家電 検索

応募フォームの必要事項を入力の上、購入を証明する書類と家電リサイクル券の写し(スマートフォン撮影可)を添付してください。

2 郵送

応募用紙に必要事項をご記入の上、購入を証明する書類の写し(コピー)と家電リサイクル券の写し(コピー)を封筒に入れて以下の応募先へご郵送ください。※1封につき1枚

〒336-0021 さいたま市南区別所3-1-10
 関東図書館内
 九都県市省エネ家電買替キャンペーン事務局 行き

留意事項

〈抽選発表及び賞品発送等〉
 ・当落者の発表は賞品の発送をもって代えさせていただきます。
 ・探そう！ピンチーエアコン賞・冷蔵庫賞には事前に連絡します。
 ・その他、本人確認書類や家電リサイクル券の提出を求められる場合があります。賞品の発送は2月下旬予定です。
 ・必要書類の提出がない場合は提出書類に虚偽の記載や不備がある場合は、当選が無効となりますので、ご注意ください。

〈個人情報の取扱い〉
 当選者への賞品の発送に使用するほか、個人が特定できないよう統計的に処理をした上で、事業効果の検証に使用し、今後の施策の参考とします。
 また、メールにて本キャンペーンに関するアンケート調査を依頼する事にも使用します。
 ※不要になったエアコン、電気冷蔵庫については、家電リサイクル法に基づき、正しく処分してください。

探そう！ピンチーエアコン賞・冷蔵庫賞

探そう！ピンチーエアコン賞・冷蔵庫賞に応募される方は、①両面印刷された全体的な写真及び②製造日、機種、メーカー名等が記載された銘板を撮影した写真を添付してください。※後日、当選者に写真の提出を依頼します。
 写真の提出がない場合は当選が無効となりますので予めご了承ください。

型番はどこに書いてあるの？

メーカーによって異なりますが、以下の部分に記載されている事が多いです。不明な場合は、各メーカーのホームページ等でご確認ください。

エアコン エアコン 室内機本体の横または下
 電気冷蔵庫 冷蔵庫を開いた内側

(主 催) 九都県市首脳会議環境問題対策委員会(埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、茨城県、栃木県、群馬県、千葉県、さいたま市、相模原市)
 (同 合 せ) 九都県市省エネ家電買替キャンペーン事務局 関東図書館内 TEL048-862-2901 FAX048-862-2908

〒336-0021 さいたま市南区別所3-1-10

応募用紙

【応募に必要なもの】
☒ 購入を証明する書類の写し(コピー) ☐ 家電リサイクル券の写し(コピー)
 ※応募書と同一の住所の記載をお願いします

フリガナ
 お名前
 性別
 年齢
 職業
 住所
 アパート・マンション名
 メールアドレス

対 象
☐ エアコン
☐ 電気冷蔵庫

探そう！ピンチーエアコン賞・冷蔵庫賞への応募
☐ 応募する
 ※当選者には、写真の提出を依頼します。

■買替前の製品

型番	メーカー
製造年(西暦)	使用年数(約年)

※およびその使用年数を記入下さい

■今回購入した製品

型番	メーカー
統一省エネラベル	エアコン・冷房能力が2.8kW以下の製品で3つ星以上 ③3.6kW以上の製品で2.2つ星以上の製品
電気冷蔵庫	3つ星以上の製品

購入店

購入店	買替理由
買替理由	☐ 省エネ・電気代節約 ☐ 古くなったため(故障) ☐ 本キャンペーンを知って ☐ 販売店でのキャンペーン ☐ その他()

■アンケート

Q1 何をきっかけにこのキャンペーンを知りましたか？(複数回答可)

☐ 行政の広報 ☐ 企業等のHP、SNS ☐ チラシ ☐ ポスター ☐ POP ☐ WEB広告 ☐ 店員から
☐ その他()

Q2 何をきっかけにこのキャンペーンに応募しようと思いましたか？(複数回答可)

☐ 商品が当たるから ☐ 応募方法が簡単だったから ☐ 店頭で勧められたから ☐ ピンチーエアコン賞が魅力的だったから
☐ その他()

● スイングポップ

省エネ家電
買替キャンペーン
2024.11.1 Fri - 2025.1.31 Fri

令和6年 11月1日(金) から 令和7年 1月31日(金)

抽選で賞品が当たる!

詳しくはこちらへ

● 三角ポップ

省エネ家電
買替キャンペーン
2024.11.1 Fri - 2025.1.31 Fri

抽選で300名様に賞品が当たる!

賞品の一例

Dyson
Purifier
Hot+Cool™
Gen1
空気清浄
ファンヒーター

アイロボット
ルンバ
コンボ エッセンシャル
ロボット

詳しくはこちらへ

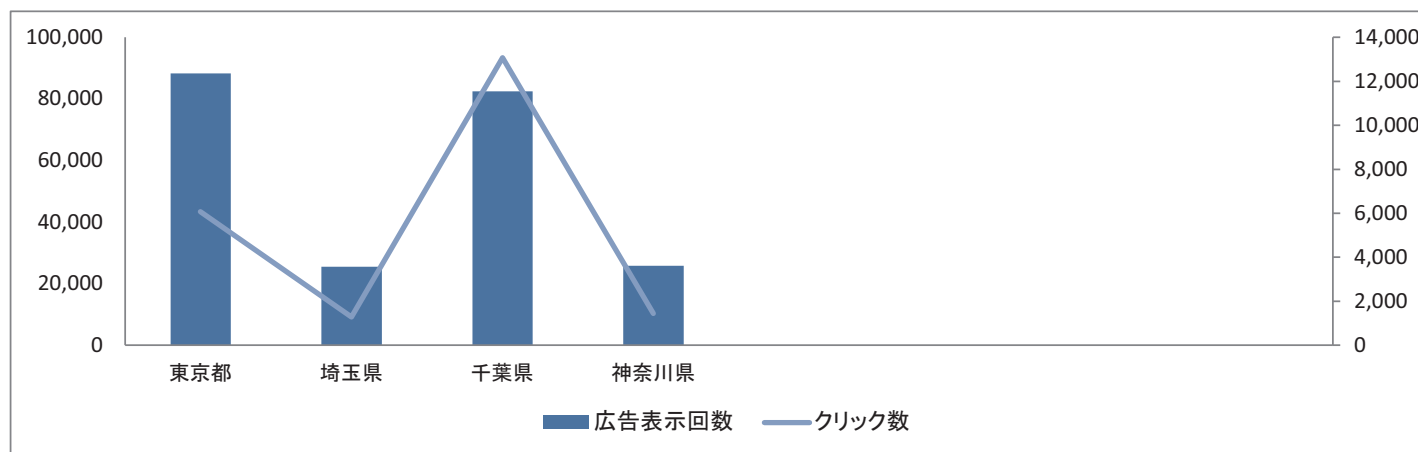
〔主催〕 九都県市首脳会議環境問題対策委員会
(埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、横浜市、川崎市、千葉市、さいたま市、相模原市)

10 広 報

- 記者発表 九都県市各自治体でのプレス発表
- 各自治体のホームページや広報誌等に掲載
- 省エネ家電買替キャンペーン Google 広告運用レポート (2024/12/16~2025/01/15)

媒体名	広告掲載方式	広告表示回数	クリック数	クリック率
Google	検索 (省エネ家電買替 CP)	222,231	21,863	9.84%

● 都県別クリック数



今回の広告運用では、検索広告のクリック率(CTR)が9.84%と高い水準を維持しました。特に「エアコン 故障」(CTR 17.00%)や「エアコン リビング」(CTR 24.82%)といったキーワードが好調で、ユーザーの関心をしっかりと捉えられていることが分かります。全体の広告表示回数も22万回を超え、安定した露出が確保されています。

買替キャンペーン実施結果

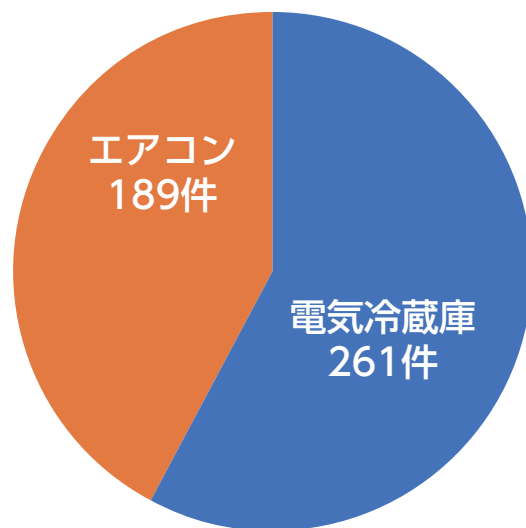
1 応募件数

全応募件数 450 件

(1) 製品別

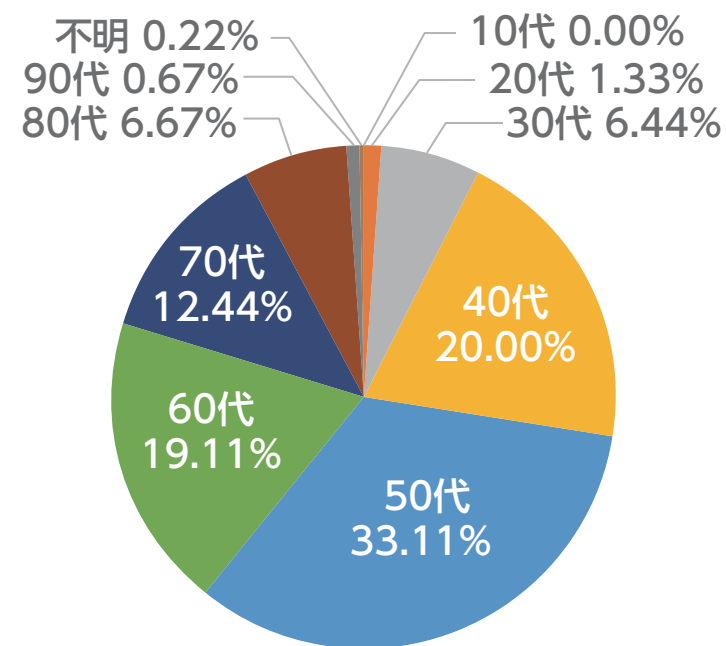
電気冷蔵庫：261 件

エアコン：189 件



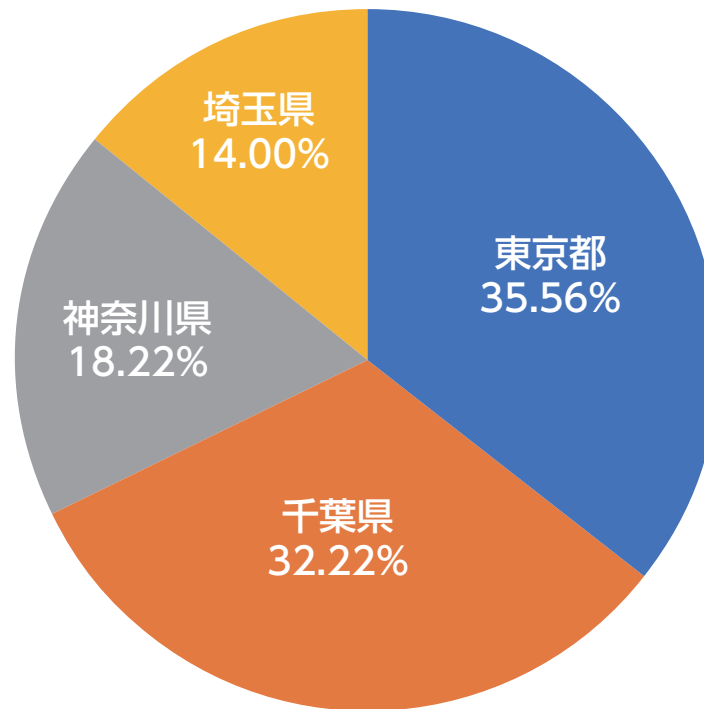
(2) 購入者の年代別

年代	件数	割合(%)
10 代	0	0.00
20 代	6	1.33
30 代	29	6.44
40 代	90	20.00
50 代	149	33.11
60 代	86	19.11
70 代	56	12.44
80 代	30	6.67
90 代	3	0.67
不明	1	0.22
合計	450	100.00



(3) 地域別応募数（都県別）

	件数	割合(%)
東京都	160	35.56
千葉県	145	32.22
神奈川県	82	18.22
埼玉県	63	14.00
合計	450	100.00



(3) 地域別応募数 (各都県詳細)

● 東京都 (160 件)

市区町村	件数	割合(%)
練馬区	17	10.63
西東京市	15	9.38
世田谷区	13	8.13
町田市	13	8.13
足立区	12	7.50
杉並区	10	6.25
江戸川区	8	5.00
府中市	7	4.38
大田区	7	4.38
三鷹市	5	3.13
豊島区	4	2.50
板橋区	4	2.50

市区町村	件数	割合(%)
八王子市	4	2.50
東村山市	4	2.50
東久留米市	4	2.50
新宿区	3	1.88
品川区	3	1.88
葛飾区	3	1.88
武蔵野市	3	1.88
文京区	2	1.25
荒川区	2	1.25
青梅市	2	1.25
国分寺市	2	1.25
清瀬市	2	1.25

市区町村	件数	割合(%)
稲城市	2	1.25
台東区	1	0.63
江東区	1	0.63
渋谷区	1	0.63
北区	1	0.63
立川市	1	0.63
日野市	1	0.63
東大和市	1	0.63
武蔵村山市	1	0.63
羽村市	1	0.63

● 神奈川県 (82 件)

市区町村	区	件数	割合(%)
横浜市	都筑区	3	3.66
	保土ヶ谷区	3	3.66
	旭区	2	2.44
	緑区	2	2.44
	泉区	1	1.22
	金沢区	1	1.22
	港南区	1	1.22
	港北区	1	1.22
	鶴見区	1	1.22
	中区	1	1.22
	南区	1	1.22
川崎市	宮前区	7	8.54
	川崎区	5	6.10
	幸区	5	6.10
	麻生区	5	6.10
	高津区	1	1.22

市区町村	区	件数	割合(%)
相模原市	南区	6	7.32
	中央区	5	6.10
	緑区	4	4.88
平塚市		4	4.88
藤沢市		4	4.88
厚木市		3	3.66
横須賀市		2	2.44
鎌倉市		2	2.44
綾瀬市		2	2.44
茅ヶ崎市		2	2.44
小田原市		2	2.44
大和市		1	1.22
海老名市		1	1.22
座間市		1	1.22
秦野市		1	1.22
大磯町		1	1.22
南足柄市		1	1.22

● 埼玉県 (63 件)

市区町村	区	件数	割合(%)
さいたま市	岩槻区	12	19.05
	中央区	4	6.35
	浦和区	4	6.35
	桜区	3	4.76
	見沼区	2	3.17
	緑区	2	3.17
	西区	1	1.59
	大宮区	1	1.59
	南区	1	1.59
越谷市		5	7.94
川口市		4	6.35
鴻巣市		4	6.35
川越市		3	4.76
北本市		3	4.76

市区町村	区	件数	割合(%)
所沢市		2	3.17
行田市		1	1.59
春日部市		1	1.59
狭山市		1	1.59
深谷市		1	1.59
草加市		1	1.59
蕨市		1	1.59
戸田市		1	1.59
入間市		1	1.59
朝霞市		1	1.59
新座市		1	1.59
富士見市		1	1.59
鶴ヶ島市		1	1.59

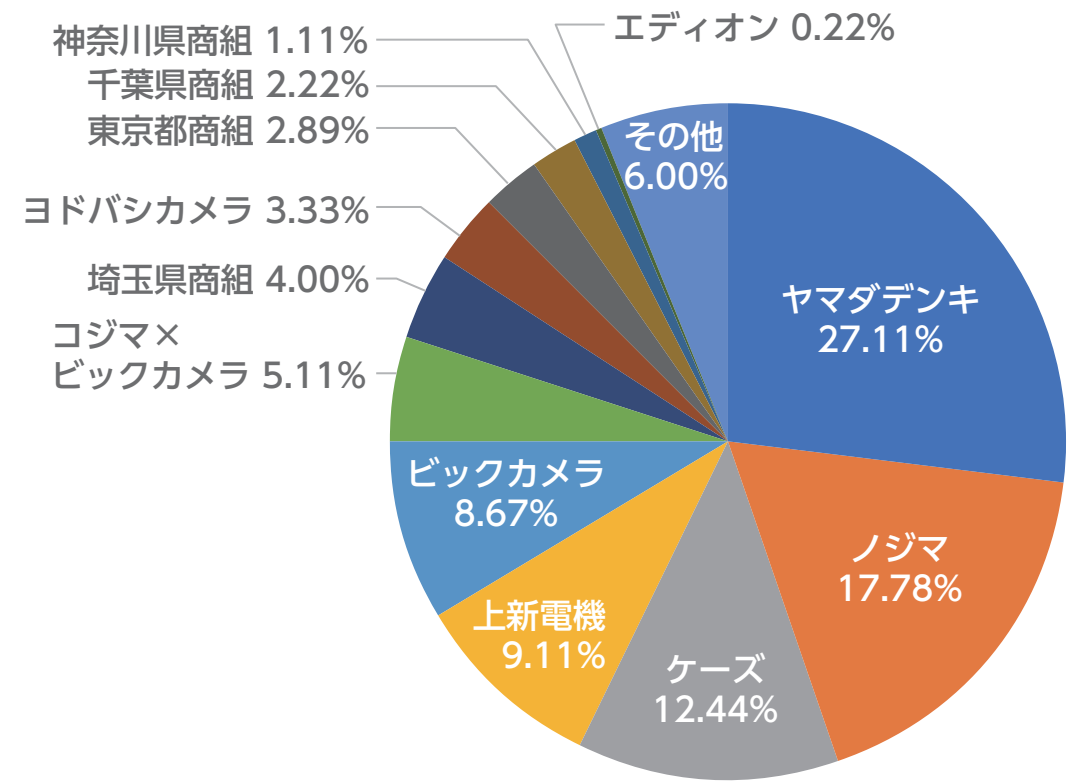
●千葉県（145 件）

市区町村	区	件数	割合(%)
千葉市	緑区	6	4.14
	中央区	5	3.45
	花見川区	5	3.45
	稲毛区	5	3.45
	美浜区	4	2.76
	若葉区	3	2.07
船橋市		13	8.97
松戸市		11	7.59
市川市		10	6.90
鎌ヶ谷市		8	5.52
柏市		7	4.83
夷隅郡御宿町		6	4.14
木更津市		5	3.45
佐倉市		5	3.45
習志野市		4	2.76
四街道市		4	2.76
野田市		3	2.07
成田市		3	2.07
市原市		3	2.07
白井市		3	2.07
匝瑳市		3	2.07

市区町村	区	件数	割合(%)
東金市		2	1.38
旭市		2	1.38
我孫子市		2	1.38
君津市		2	1.38
浦安市		2	1.38
富里市		2	1.38
香取郡東庄町		2	1.38
夷隅郡大多喜町		2	1.38
勝浦市		1	0.69
流山市		1	0.69
八千代市		1	0.69
袖ヶ浦市		1	0.69
八街市		1	0.69
印西市		1	0.69
南房総市		1	0.69
山武市		1	0.69
印旛郡酒々井町		1	0.69
香取郡神崎町		1	0.69
香取郡多古町		1	0.69
長生郡一宮町		1	0.69
長生郡長柄町		1	0.69

(4) 販売機関別

企業名	件数	割合(%)
ヤマダデンキ	122	27.11
ノジマ	80	17.78
ケース	56	12.44
上新電機	41	9.11
ビックカメラ	39	8.67
コジマ×ビックカメラ	23	5.11
埼玉県電機商業組合	18	4.00
ヨドバシカメラ	15	3.33
東京都電機商業組合	13	2.89
千葉県電機商業組合	10	2.22
神奈川県電機商業組合	5	1.11
エディオン	1	0.22
その他	27	6.00
合計	450	100.00



2 買替による年間消費電力量および CO₂ 排出量の削減効果

※電気冷蔵庫のうち、型番不明により削減量を算出できない応募が 1 件あったため、261－1=260（件）を有効件数として 1 件当たりの削減量算出に使用

※エアコンのうち、型番不明により削減量を算出できない応募が 2 件あったため、189－2=187（件）を有効件数として 1 件当たりの削減量算出に使用

●消費電力量（kWh）

製品	件数		買替による削減量 (kWh)	1 件当たりの 削減量(削減量/件数) (kWh)	1 世帯当たりの 削減割合(%)	1 件当たりの 年間節約金額(円)
	応募総数	有効件数				
電気冷蔵庫	261	260	70,717 ～ 89,400	271.99 ～ 343.85	6.89 ～ 8.70	8,431.64 ～ 10,659.23
エアコン	189	187	45,429	242.94	6.15	7,531.01
合計	450	447	116,146 ～ 134,829	259.83 ～ 301.63	6.58 ～ 7.64	8,054.87 ～ 9,350.56

※環境省 省エネ製品買替ナビゲーション「しんきゅうさん」などにより算出

※1 世帯当たりの削減割合は、1 件当たりの削減量（便宜上 1 件を 1 世帯とみなす）を 1 世帯当たりの年間消費電力量（環境省「家庭部門の CO₂ 排出実態統計調査」ウェブサイト（2022 年度データ）に掲載されていた 3,950 kWh を使用）で除したもの

※1 件当たりの年間節約金額は、1 件当たりの削減量に 31 円/kWh（公益社団法人全国家庭電気製品公正取引協議会 新電力料金目安単価（税込））を乗じたもの

●CO₂ 排出量（kg）

製品	件数		買替による削減量 (kg)	1 件当たりの 削減量(削減量/件数) (kg)	1 世帯当たりの 削減割合(%)
	応募総数	有効件数			
電気冷蔵庫	261	260	30,353 ～ 38,404	116.74 ～ 147.71	3.06 ～ 3.88
エアコン	189	187	19,665	105.16	2.76
合計	450	447	50,018 ～ 58,069	111.90 ～ 129.91	2.94 ～ 3.41

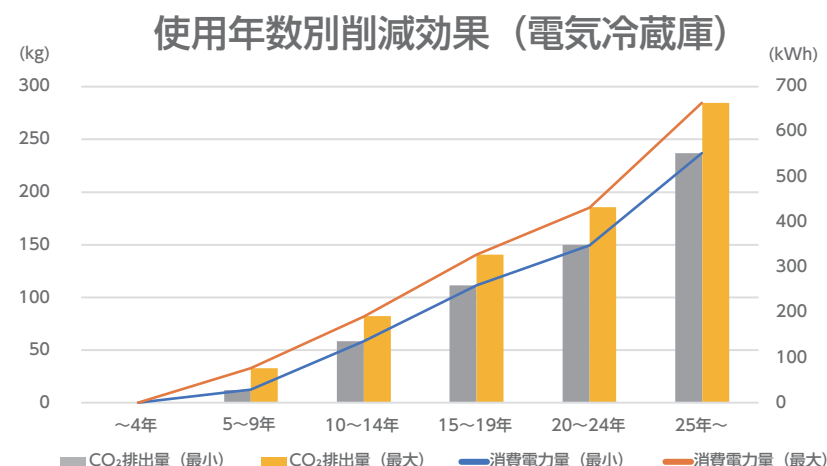
※環境省 省エネ製品買替ナビゲーション「しんきゅうさん」などにより算出

※1 世帯当たりの削減割合は、1 件当たりの削減量（便宜上 1 件を 1 世帯とみなす）を 1 世帯当たりの年間 CO₂ 排出量（省エネ製品買替ナビゲーション「しんきゅうさん」（2022 年度データ）に掲載されていた 3,810 kg を使用）で除したもの

3 買替による年間消費電力量および CO₂ 排出量の削減効果（使用年数別）

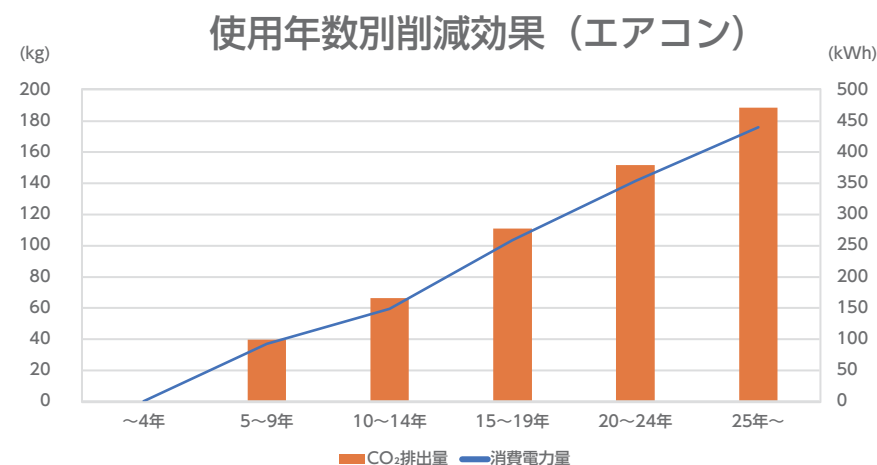
● 電気冷蔵庫

使用年数	件数	買替効果			
		年間消費電力量(kWh)		年間 CO ₂ 排出量(kg)	
～4 年	0	0	0	0	0
5～9 年	2	29.00	～ 76.50	12.00	～ 33.00
10～14 年	80	136.74	～ 191.10	58.66	～ 82.53
15～19 年	96	260.06	～ 327.85	111.57	～ 140.65
20～24 年	53	348.62	～ 432.40	149.77	～ 185.64
25 年～	30	552.20	～ 663.20	237.03	～ 284.50



● エアコン

使用年数	件数	買替効果	
		年間消費電力量(kWh)	年間 CO ₂ 排出量(kg)
～4 年	0	0	0
5～9 年	3	92.67	39.67
10～14 年	70	149.04	66.47
15～19 年	70	259.00	111.10
20～24 年	32	354.00	151.84
25 年～	13	439.77	188.69
不明	1		



買替前製品の購入年が不明なものは除外

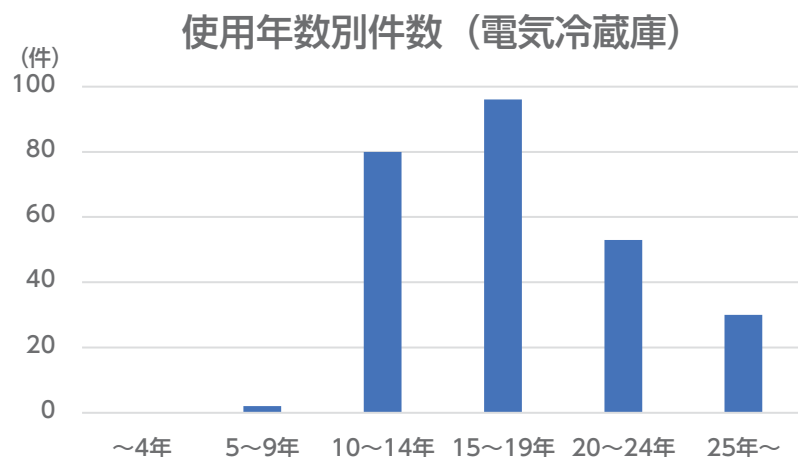
4 ビンテージ賞および買替前製品の平均使用年数

ビンテージ賞…電気冷蔵庫：1982 年
(使用年数：42 年)

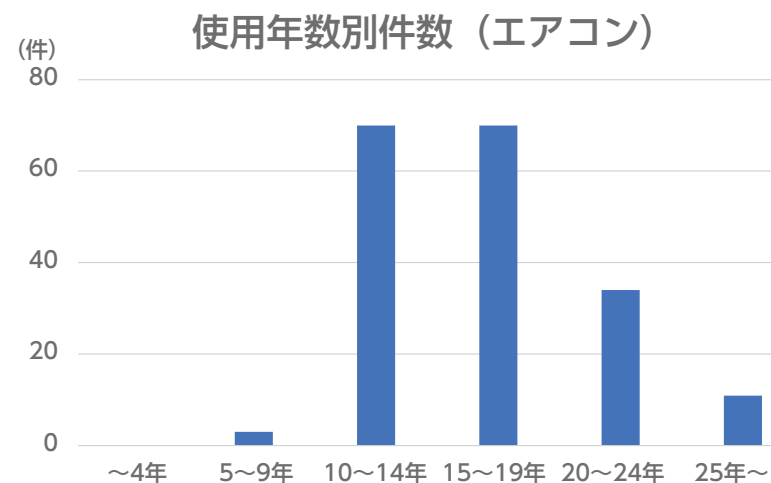
エアコン：1988 年
(使用年数：36 年)

平均使用年数…電気冷蔵庫：約 17.52 年

エアコン：約 16.28 年



使用年数	件数
～4 年	0
5～9 年	2
10～14 年	80
15～19 年	96
20～24 年	53
25 年～	30



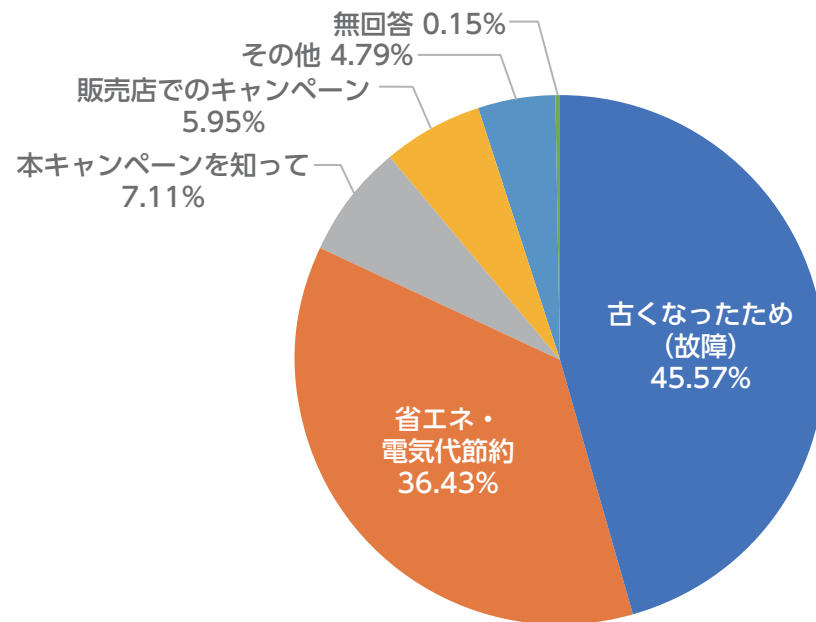
使用年数	件数
～4 年	0
5～9 年	3
10～14 年	70
15～19 年	70
20～24 年	32
25 年～	13

5 買替理由

● 主な理由

選択肢	件数
古くなったため（故障）	314
省エネ・電気代節約	251
本キャンペーンを知って	49
販売店でのキャンペーン	41
その他	33
無回答	1

※複数回答

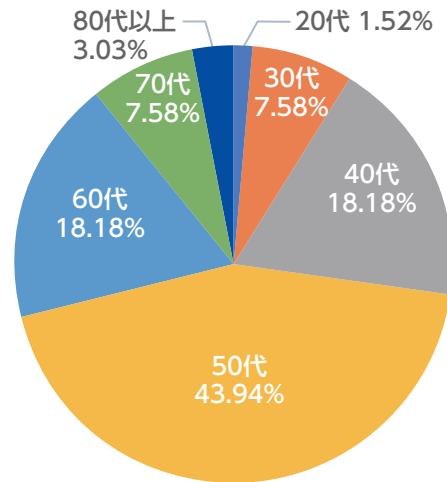


● その他の内訳

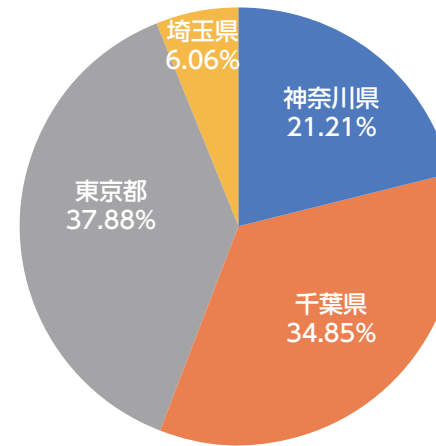
記入内容	件数
サイズを変更したいため	9
東京ゼロエミポイントのため	9
引っ越しのため	6
古くなったため	4
家族人数の変化	3
不調・故障・劣化のため	3
新築・リフォームのため	1
電気代節約のため	1
セールを実施していたため	1
3台目を購入するので一緒に買った	1
野菜室真ん中タイプがずっと欲しかったので	1

6 応募者へのアンケート結果 回答数 66 件

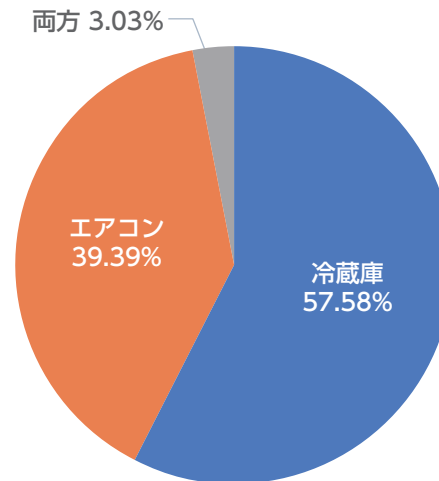
Q 1 あなたの年齢を選択してください。



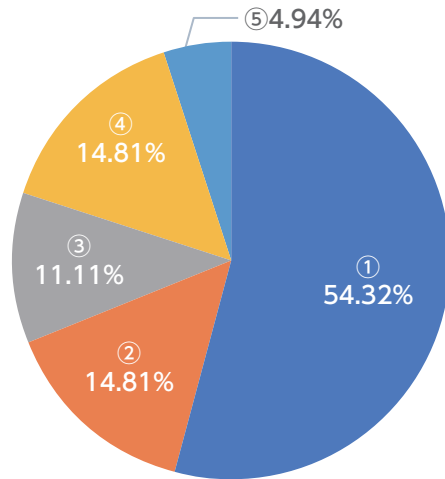
Q 2 あなたのお住まいの地域を選択してください。



Q 3 今回のキャンペーンでは、
どちらの家電を買い替えましたか？

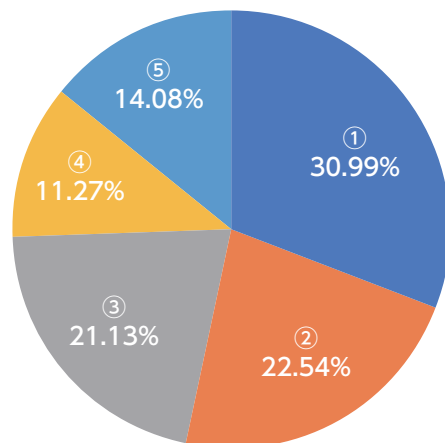


Q 4 何をきっかけにこのキャンペーンに応募しようと思いましたか



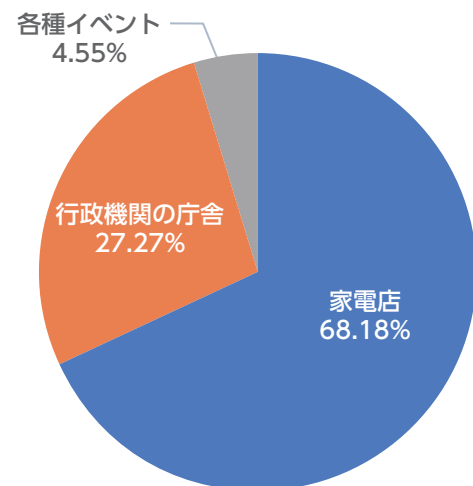
- ① 賞品が当たるから
- ② 店員に勧められたから
- ③ 応募方法が簡単だったから
- ④ ビンテージ賞が魅力的だったから
- ⑤ その他
 - ・ 知人から勧められたから
 - ・ 東京都の補助金制度を知り、千葉県でもないか探して知った。
 - ・ 24 年お付き合いしたエアコン。エコにしたいくて。買い替えをしました。
 - ・ 買い替え時と思い購入

Q 5 何をきっかけにこのキャンペーンを知りましたか（複数回答可）

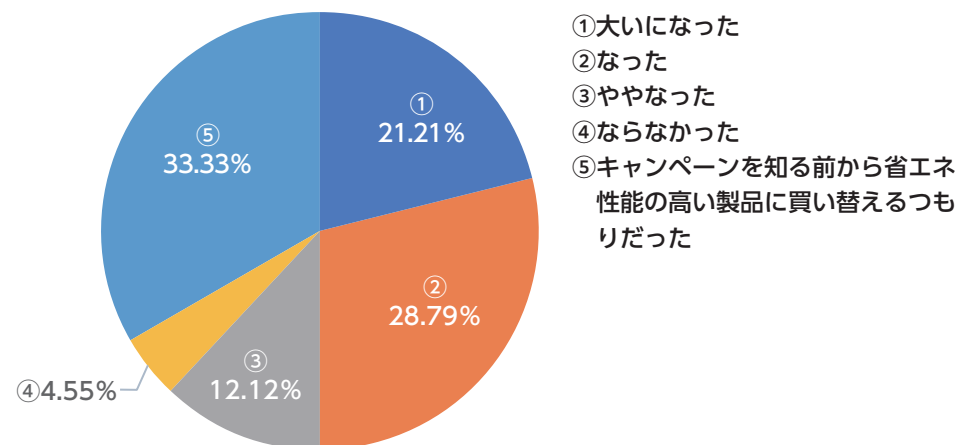


- ① キャンペーンのチラシ・ポスターを見た
- ② 行政の広報を見た・聞いた（広報誌やホームページ、テレビ・ラジオ番組等）
- ③ 購入の時に店員から聞いた
- ④ Google 等の web 広告を見た
- ⑤ その他
 - ・ 自分で買い替え補助等の検索をして知った
 - ・ 知人
 - ・ 家電買い替えで、何か割引サービスがないかネットで検索していた時にたまたま見つけた
 - ・ インターネット検索
 - ・ インターネットで偶然見かけました。
 - ・ 偶然「店舗の片隅にパンフレットが置いて有り知ることが出来、応募しました。店員さんからの説明は有りませんでした。
 - ・ 買い替えのため、ネット検索していた時に、見つけて、魅力的に感じた。

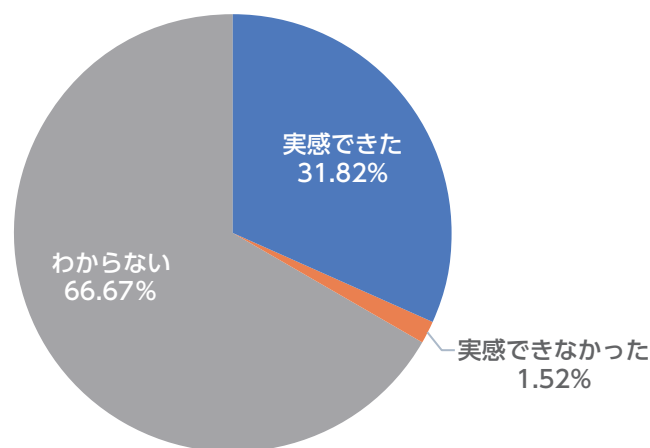
Q 6 Q 5 で「キャンペーンのチラシ・ポスターを見た」にチェックを入れた方に質問です。そのチラシ・ポスターはどこでご覧になりましたか（複数回答可）



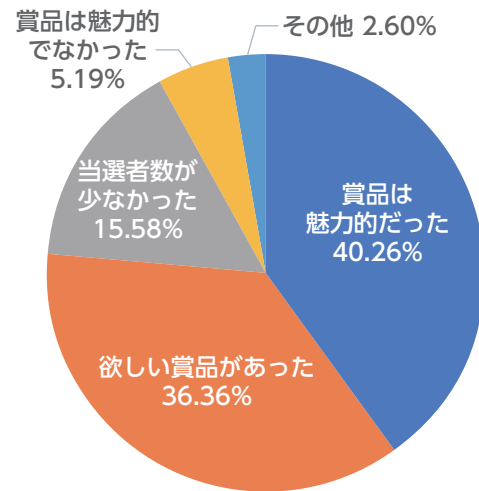
Q 7 このキャンペーンを知ることによって、より省エネ性能の高い製品に買い替えるきっかけになりましたか



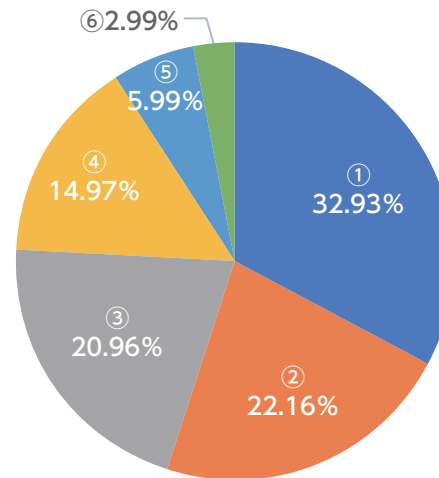
Q 8 省エネ性能の高い製品に買い替えた効果は実感できましたか（電気代・ガス代など）



Q 9 賞品についてのご意見をお聞かせください（複数回答可）

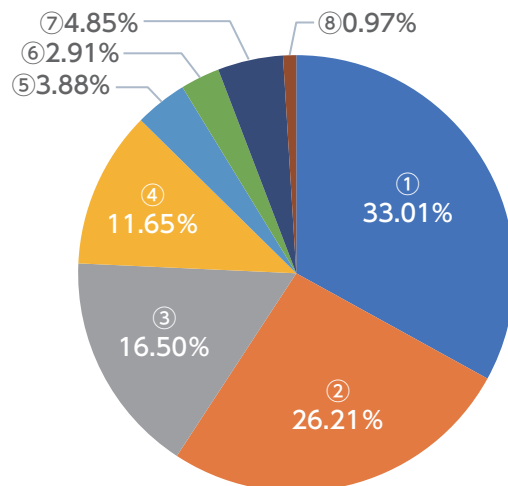


Q 10 普段どのような省エネに関する取り組みをされていますか（複数回答可）



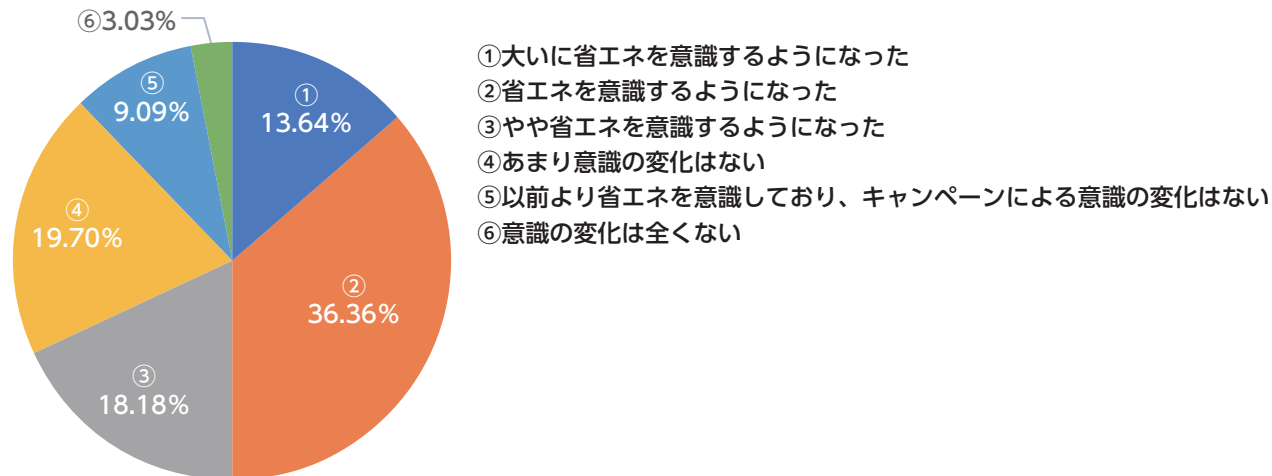
- ①エアコンの設定温度を調整する
- ②LED 照明に取り換える
- ③シャワーは不必要に流したままにしない
- ④冷蔵庫の温度を適切に設定する
- ⑤テレビの画面の明るさを下げる
- ⑥その他
 - ・電気代が安い時間帯に洗濯機をまわす、照明が不必要な際はこまめに消す
 - ・ソーラーと蓄電池を備えている。照明を 1 人でいるときはつけない。東電のアプリをチェックし使いすぎていたら次の月はそうならないように気をつける。お風呂の湯量を少なくし食器洗いはお湯をあまり使わない
 - ・断熱窓に交換。
 - ・エアコンとコタツの併用、エアコンと扇風機の併用

Q 11 あなたはご家庭でのエネルギーの使い方や家電・給湯器の選び方にどのような意識をもっていますか（複数回答可）



- ①家電・給湯器を使用する際に、エネルギーを使いすぎることによる環境への影響を意識することがある
- ②価格が高くても省エネ性能の高い家電・給湯器を購入するほうがお得だと思う
- ③手間をかけて省エネするよりも、家電・給湯器の機能で省エネしたい
- ④古い家電・給湯器であっても壊れるまでは使い続けたい
- ⑤家電・給湯器の省エネ性能にはこだわらず、自分の努力で省エネしている
- ⑥家電・給湯器については省エネ性能よりも機能性を重視したい
- ⑦特に意識していない
- ⑧その他
 - ・夏場のエヤコンは、使用しなくても、その他の物で工夫しながら過ごしています。

Q 12. このキャンペーンをきっかけにご家庭での省エネについて意識の変化はありましたか



Q 13 本キャンペーンへのご意見をお聞かせください

- ・キャンペーンが買い替えるきっかけになった
- ・わかりやすい補助金を期待する
- ・これからもキャンペーンを継続的にしてほしい。
- ・欲しい商品が当たらず残念でしたが、また機会があれば参加したいです。
- ・数回の実施をお願い致します。
- ・お買い物時に使える商品を頂け助かりました
- ・エコバックのデザインがもっとオシャレだといい
- ・キャンペーンがあると購入につながると思います。
- ・キャンペーンについて知る機会が少ないのももっと増やしてほしい
- ・今回、ありがたいことに、50名ほどの方が当たる賞品をいただきました(ありがとうございます)、補助金が出て、少しでもお得に購入できたらもっとありがたかったかな、と思いました。
- ・現金でも嬉しい
- ・災害対応ラジオの賞品が良かった。
- ・ビンテージものの結果を知りたい。
- ・地球環境保護のためとてもいいキャンペーンだと思います。一方で、古い家電製品であっても大事に使ってきた愛着のある製品は、なかなか省エネが高い製品にすぐ買い替えるのは難しい背景もあるため、大事に使用してきた製品を買い替えたタイミングで、このようなキャンペーンがあるとありがたいと思います。

- ・省エネについて考えるきっかけになった
- ・当選したので満足度は高まりました。
- ・意識するためにも、このようなキャンペーンはありがたい
- ・冷蔵庫を約20年前のものから買い替えました。省エネをこれからも実施していきます。
- ・東京ゼロエミポイントに比べて、弱すぎる。これでは買い替え意欲を刺激しない。また、東京ゼロエミポイントを購入のきっかけにした人が大勢いるのだから、御事業としての投資額は無駄であったと思う。
- ・このような企画は時々行って、国民に意識を広げるのは良いことだと思うが、実際には壊れるまで使い続けてしまうように思う。家電などの性能向上にも限界はあるのではないと思う。
- ・たまたま買い換えの時期に重なったが、必要だと思います。
- ・生活環境によって使用頻度も変わるが、長く物を大事に使用する事も大事だと思うけれど、日々家電は進歩していて省エネが進んでいるのが改めて感じました。省エネを痛感する大々的なアピールがもっと必要ですね。
- ・賞品が豪華だった
- ・気候温暖化のなか電力の使用方法は特に気にしております。省エネ家電のこのようなキャンペーンを定期的実施していただき省エネ意識が広く浸透すると良いです。

7 まとめ

- ・ 総応募件数は 450 件。製品別では電気冷蔵庫が 261 件、エアコンが 189 件
- ・ 購入者の年代別にみると、50 代が 33.11% で最も多い。次いで 40 代が 20.00%、60 代が 19.11% となっている
- ・ 地域別にみると、東京都からの応募が 35.56% で最多
- ・ 本キャンペーンによる買い替えでの年間消費電力量の削減効果は、最大で 134,829 kWh
- ・ 本キャンペーンによる買い替えでの年間 CO₂ 排出量の削減効果は、最大で 58,069 kg
- ・ 削減効果は、電気冷蔵庫・エアコンともに使用年数が長いほど大きくなる傾向にある
- ・ 平均使用年数は、電気冷蔵庫が 17.52 年、エアコンが 16.28 年
- ・ 買替理由は「古くなったため（故障）」が最多
- ・ 事後アンケートでは、約 6 割の方が「このキャンペーンを知ることにより省エネ性能の高い製品に買い替えるきっかけになった」、また約 7 割の方が「このキャンペーンをきっかけに家庭での省エネを意識するようになった」と回答