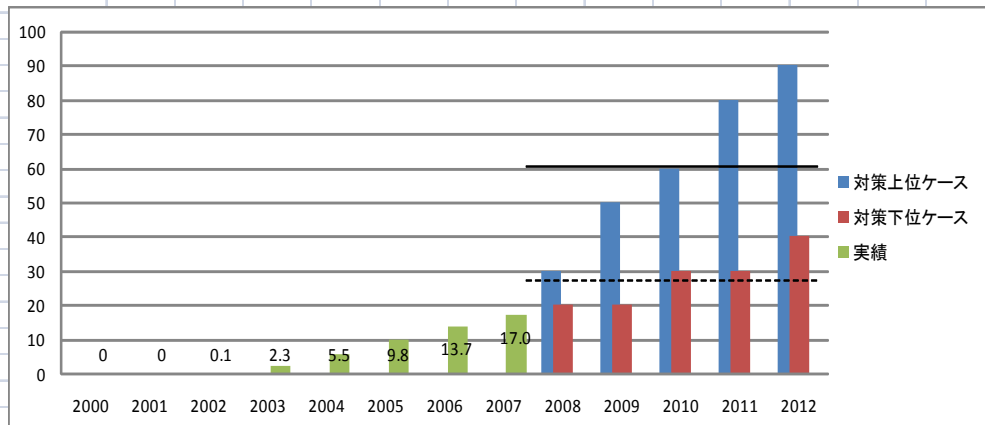
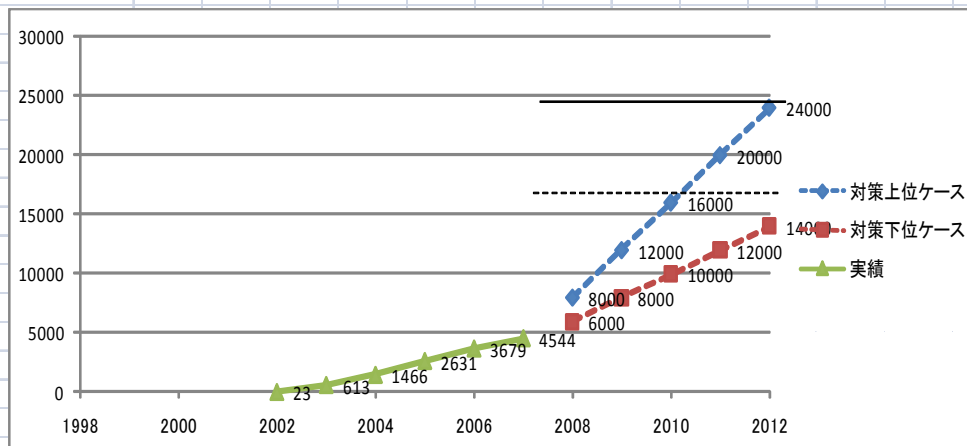


# 業務用省エネ型冷蔵・冷凍機の普及①

排出削減量(万t-CO2)														第一約束 期間平均
年度	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	
対策上位ケース									30	50	60	80	90	62
対策下位ケース									20	20	30	30	40	28
実績	0	0	0.1	2.3	5.5	9.8	13.7	17.0						



対策評価指標(単位:施設)														第一約束 期間平均
年度	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	
対策上位ケース									8000	12000	16000	20000	24000	16000
対策下位ケース									6000	8000	10000	12000	14000	10000
実績			23	613	1466	2631	3679	4544						



## 対策・施策の進捗状況 に関する評価

### ①コンビニへの業務用省エネ型冷蔵・冷凍機・空調一体システムの導入

2005年から実施した「業務部門二酸化炭素削減モデル事業」により、導入台数は確実に増加している。

第一約束期間における目標達成のため、2008年度から拡充した「業務部門対策技術率先導入補助事業」の中で更なる導入拡大を図っていくこととしている。

### ②物流拠点、大規模小売店舗等への自然冷媒冷凍装置の導入

2005～2007年度に実施した「省エネ型低温用自然冷媒冷凍装置の普及モデル事業」は順調に補助が行われ、既に2.4万t-CO2を削減する実績を上げている。

第一約束期間中の目標値は3.38万t-CO2(物流拠点、大規模小売店舗等への自然冷媒冷凍装置の導入分のみ)であり、2008年度から拡充した「省エネ自然冷媒冷凍装置導入促進事業」を引き続き着実に実施できれば、期間中の上積みは可能と考えられる。

## 業務用省エネ型冷蔵・冷凍機の普及②

### [予算・補助]

#### ○業務部門対策技術率先導入補助事業(①)

平成19年度予算 2.5億円の内数

平成20年度予算 19億円の内数

#### ○省エネ型低温用自然冷媒冷凍装置の普及モデル事業(②)

(平成17～19年度)

平成19年度実績 採択事業所数:19事業所 支出額:約2億円

#### ○省エネ自然冷媒冷凍装置導入促進事業(平成20～24年度)(②)

平成20年度予定 予算額3億円

### [普及啓発]

○冷凍装置を使用している冷凍倉庫、食品製造、物流、スーパー等の業界団体に助成制度の周知を図っている。

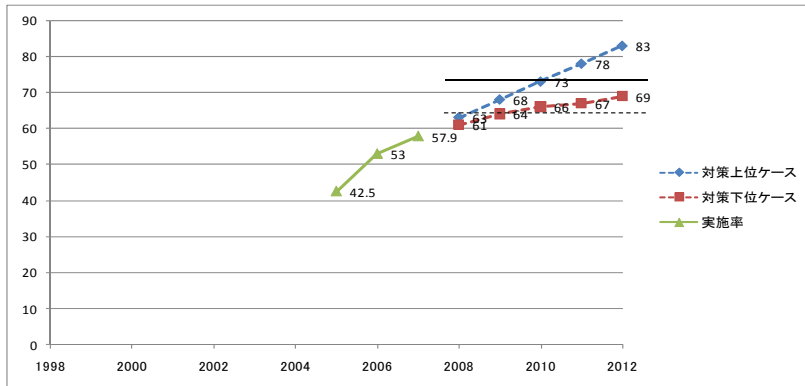
# 国民運動の実施①

## ①クールビズ

対策評価指標(単位:実施率%)

年度	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	第一約束 期間平均
対策上位ケース									63	68	73	78	83	73
対策下位ケース									61	64	66	67	69	65
実施率 【実績率】						42.5 【32.7】	53 【43.2】	57.9 【48.1】						

【 】内の数字は、「COOL BIZ」開始以来、冷房の設定温度を高く設定している企業等の割合(実績率%)

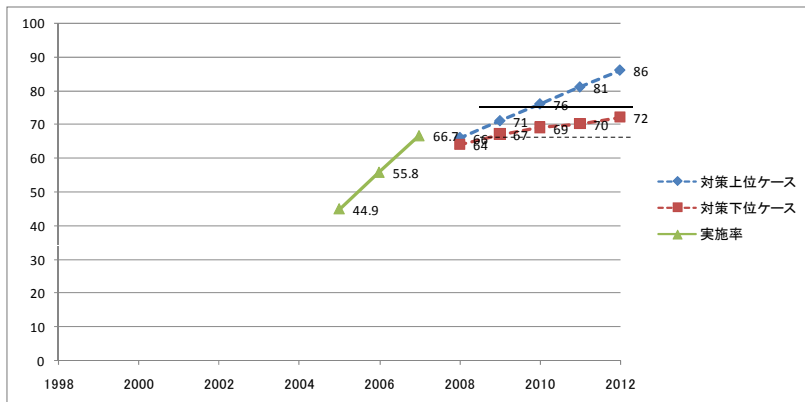


## ②ウォームビズ

対策評価指標(単位:実施率%)

年度	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	第一約束 期間平均
対策上位ケース									66	71	76	81	86	76
対策下位ケース									64	67	69	70	72	68
実施率 【実績率】						44.9 【30.5】	55.8 【41.4】	66.7 【52.3】						

【 】内の数字は、「WARM BIZ」開始以来、暖房の設定温度を低く設定している企業等の割合(実績率%)



## 対策・施策の進捗状況 に関する評価

一人ひとりが温暖化防止のアクションを起こして温暖化を止めようという地球温暖化防止「国民運動」推進事業を2005年4月から実施しているところ。本事業によりクールビズの推進を開始して以来、冷房設定温度を高く設定している企業等の割合は、クールビズ初年度の2005年度が32.7%(42.5%)、2006年度が43.2%(53%)、2007年度が48.1%(57.9%)と、着実に上昇しており、施策による一定の効果が出ていると考えられる。しかしながら、実施率は6割弱であり、クールビズのさらなる定着に向けて、引き続き施策のより一層の推進が必要である。

また、ウォームビズについても同様に、初年度の2005年度は30.5%(44.9%)、2006年度は41.4%(55.8%)、2007年度は52.3%(66.7%)の実績率となり、施策の効果が出ていると考えられるが、ウォームビズのさらなる定着に向けて、引き続きより一層の施策の推進が必要である。

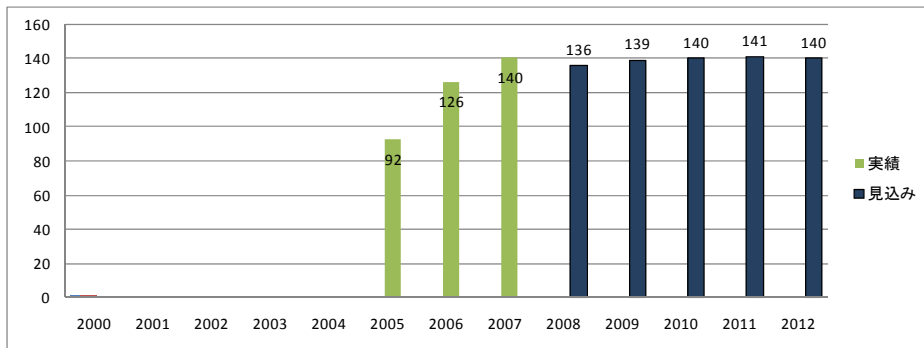
※括弧内は、実績率に本事業実施前からの実施割合を含めた「実施率」

# 国民運動の実施②

## ①クールビズ

排出削減量(万t-CO2)

年度	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
実績						92	126	140					
見込み									136	139	140	141	140

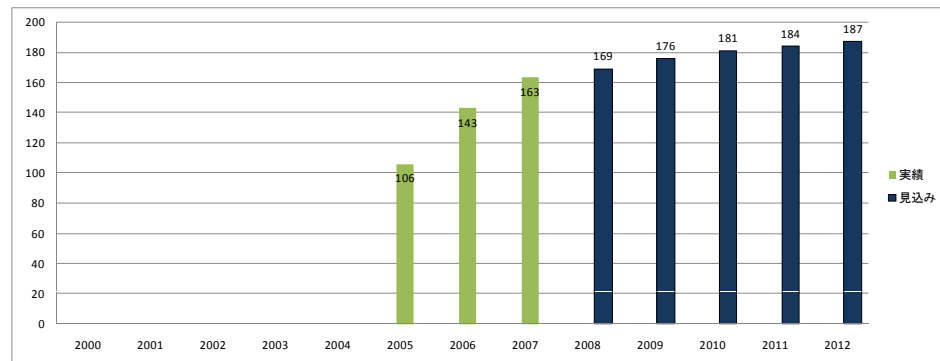


\* 2005年度に42.5%である実施率が、2008年度に61%、2009年度に64%、2010年度に66%、2011年度に67%、2012年度に69%で推移すると仮定した場合の試算値。

## ②ウォームビズ

排出削減量(万t-CO2)

年度	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
実績						106	143	163					
見込み									169	176	181	184	187



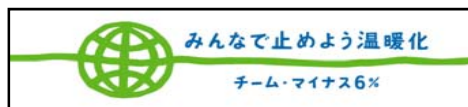
\* 2005年度に44.9%である実施率が、2008年度に64%、2009年度に67%、2010年度に69%、2011年度に70%、2012年度に72%で推移すると仮定した場合の試算値。

注) 排出削減量の実績については、他の対策の対策効果との重複分があるため、把握が困難であるが、クールビズについては2010年度に66～73%の実施率を、ウォームビズについては2010年度に69～76%の実施率を目標としている。2010年度の排出削減量は、両取組の効果から他の対策効果を差し引いた数字として約100万t-CO2と試算している。なお、他の対策との重複を差し引かない場合のCO2排出削減見込量は約320万-CO2に相当すると推計している。

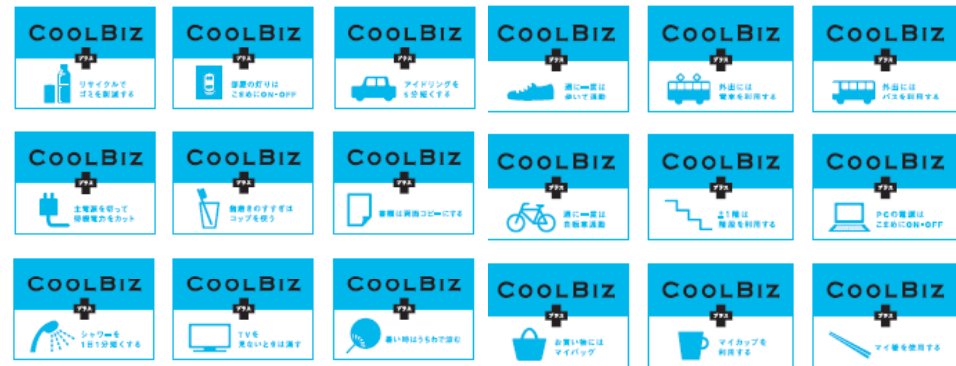
# 国民運動の実施③

## 地球温暖化防止国民運動「チーム・マイナス6%」

- 一人ひとりが温暖化防止のアクションを起こして温暖化を止めようという運動が2005年4月にスタート。チームリーダーは総理大臣、サブリーダーが環境大臣。
- 「COOL BIZ」「WARM BIZ」などの温暖化防止活動を呼びかけている。
- 「COOL BIZ」4年目の今年は、商業施設での「COOL BIZ」のより一層の推進など、オフィスに限らずあらゆるライフスタイルでの「COOL BIZ」の実践を呼び掛けていく予定。日本百貨店協会加盟全店(全国266店舗)や映画「ゲゲゲの鬼太郎」上映劇場(150シアター以上)で冷房温度を通常よりも2度高める取組が7月7日から1ヶ月間実施される予定。
- さらに、今年は、「COOL BIZ」に加えて、もう1アクションを呼び掛ける「COOLBIZ+(プラス)」運動を展開し、温暖化防止の取組の裾野を広げていく予定。



- チーム員数  
約 230万人
- チーム員企業・団体数  
約 2万2千団体  
(6月30日現在)



<ロゴマーク>

チーム・マイナス6%の運動に賛同する企業が使えるロゴを制作提供

**COOLBIZ**

**WARMBIZ**



<6つのAction>

- 温度調節を適正に、●エコドライブを実施 ●過剰包装を断る。●水道を無駄に使わない●省エネ製品の買換促進●電器の使い方CO2減らす

# 国民運動の実施④

## ■エコポイントモデル事業の実施

(全国型3件、地域型9件)(2008年度予算額 特会350百万円)



### 1. 施策の概要

低炭素社会形成のためには、特に近年の増加が著しい業務・家庭部門の温室効果ガス削減が必要不可欠である。そこで、温暖化対策型の商品・サービスの購入や省エネ行動に伴い、ポイントがたまり、そのポイント商品等へ交換することにより、経済的インセンティブを付与する仕組みであるエコポイントのモデル事業を全国的に普及させ、国民運動の切り札として積極的に推進しようとするものである。

### 2. 施策の状況

- ・今年度のモデル事業として採択した全国型3件、地域型9件の立ち上げ支援を行う。
- その一環として、本年5月に、エコポイントモデル事業における共通の名称(「エコ・アクション・ポイント」)とロゴマークを導入し、またモデル事業におけるポイント対象商品等の考え方を公表した。
- ・エコポイントモデル事業の広報事業としては、普及啓発用パンフレットを作成するとともに、エコ・アクション・ポイントHPを立ち上げた。
- ・モデル事業のうち、高田馬場西商店街振興組合による東京高田馬場地域におけるモデル事業(4月13日～)、ふらの市民環境会議による富良野市におけるモデル事業(6月21日～)、財団法人北海道環境財団による全国型エコポイント事業の北海道札幌地域での先行実施事業(7月1日～)、においてポイント付与試行事業の開始。

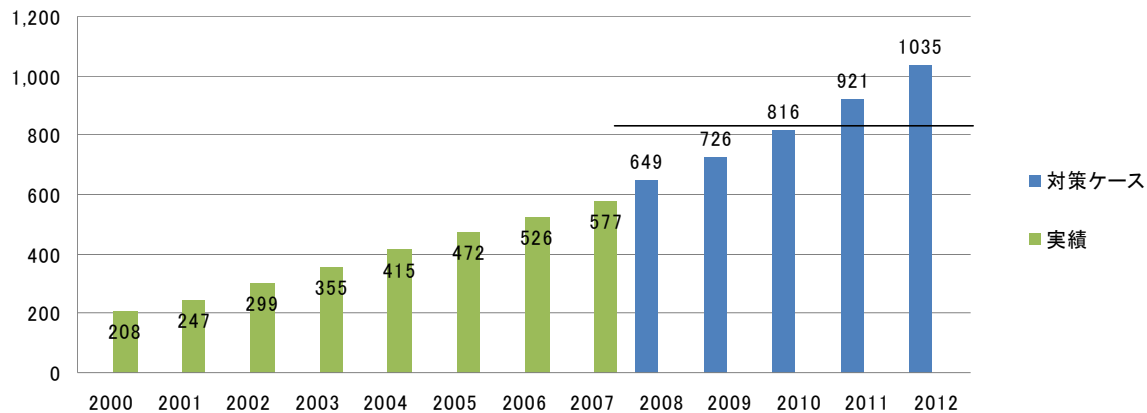
### 3. 効果

効果はモデル事業の成果を踏まえ年度末に算定する予定。

# 省エネ機器の買い替え促進①

排出削減量(万t-CO2)

年度	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	第一約束 期間平均
対策ケース									649	726	816	921	1,035	830
実績	208	247	299	355	415	472	526	577						



a)省エネ型電気ポット、b)食器洗い機、c)電球型蛍光灯、d)節水シャワーヘッド、e)空調用圧縮機省エネ制御装置

対策評価指標(単位:省エネ機器の導入台数(万台))

年度	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	第一約束 期間平均
a) 対策上位ケース									990	1,080	1,180	1,290	1,390	1,186
b) 対策上位ケース									740	830	920	1,020	1,140	930
c) 対策上位ケース									14,430	16,540	19,140	22,220	25,750	19,616
d) 対策上位ケース									1,580	1,710	1,840	1,970	2,100	1,840
e) 対策上位ケース									8	10	11	13	15	11
a) 実績	119	219	351	484	615	725	816	891						
b) 実績	231	275	330	399	471	542	598	630						
c) 実績	7,247	7,540	8,027	8,664	9,458	10,487	11,594	13,225						
d) 実績	254	452	653	859	1,069	1,194	1,322	1,426						
e) 実績	0	1	2	3	4	4	6							

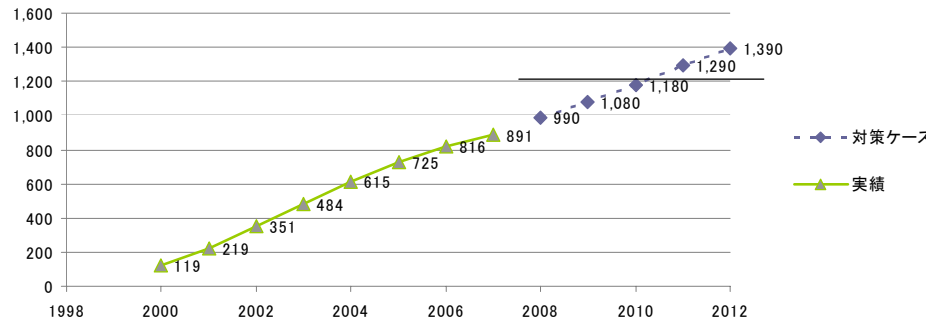
## 対策・施策の進捗状況 に関する評価

a)省エネ型電気ポット、b)食器洗い機、d)節水シャワーヘッド、e)空調用圧縮機省エネ制御装置については、目標に向けて増加しており一定の施策の効果が出ていると考えられる。しかし、近年、増加速度が減速気味であり、引き続き施策の強化が必要である。

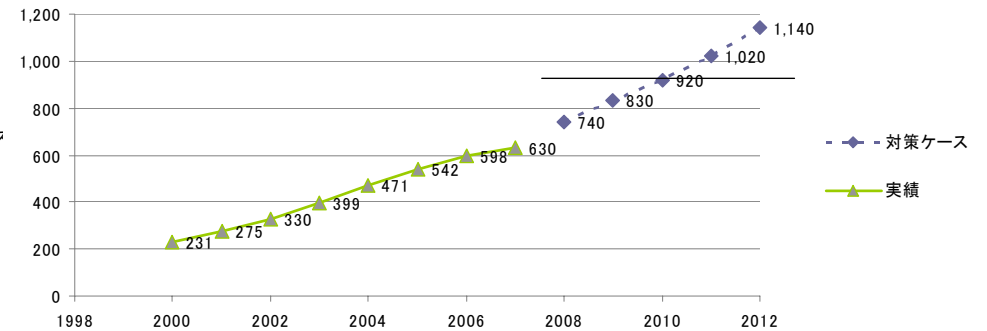
c)電球型蛍光灯については、目標に向けて順調に増加しており施策の効果が出ていると考えられる。ただし、期待される排出削減見込み量が大きく、また、目標も高く設定されているため、引き続き施策の強化が必要である。

# 省エネ機器の買い替え促進②

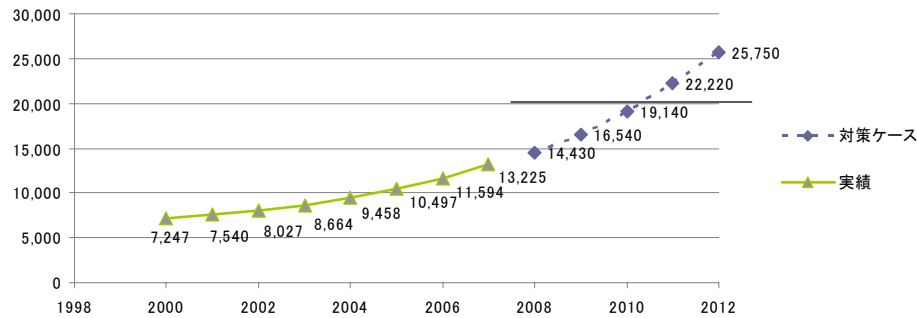
a) 省エネ型電気ポット



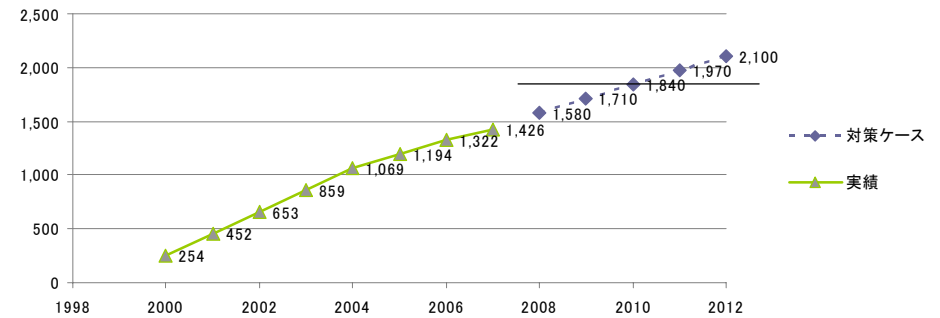
b) 食器洗い機



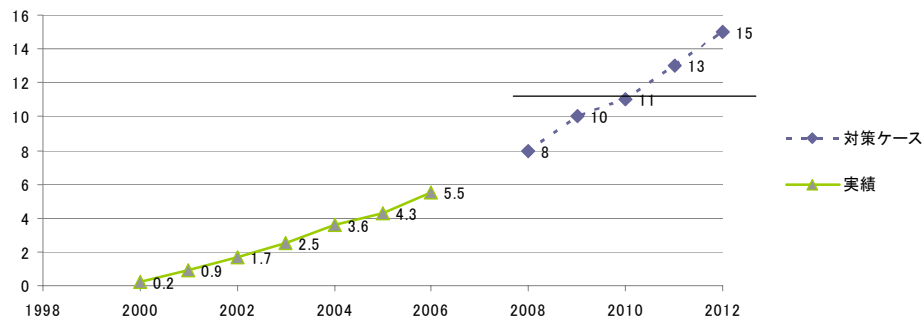
c) 電球型蛍光灯



d) 節水シャワーヘッド



e) 空調用圧縮機省エネ制御装置





# 省エネ機器の買い替え促進③

目達計画で掲げる省エネ機器(環境省)



電気ポット  
54%の省エネ  
259万tのCO2削減



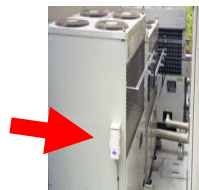
食器洗い機  
56%の省エネ  
63万tのCO2削減



電球型蛍光灯  
80%の省エネ  
412万tのCO2削減



節水シャワーヘッド  
20%の省エネ  
68万tのCO2削減



空調用圧縮機省エネ制御装置  
13%の省エネ  
14万tのCO2削減

トップランナー基準対象機器(経済産業省)

省エネ機器の  
普及推進

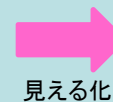
「チーム・マイナス6%」では、  
関係企業・団体と連携して  
ロゴマークを作成し、  
買い替え促進を積極的にPR



## 省エネ製品買換え促進事業

### <家庭部門>

CO2削減効果  
診断システム



・省エネ製品への買換え効果を見える化。流通・メーカー連携し、店頭等での買換え促進キャンペーンを実施

### <業務部門>

【調光機能センサー】

【インバーター】



・企業等へ省エネ照明への買換えを促すため、買換えのメリット等を普及啓発するためシンポジウム等を実施

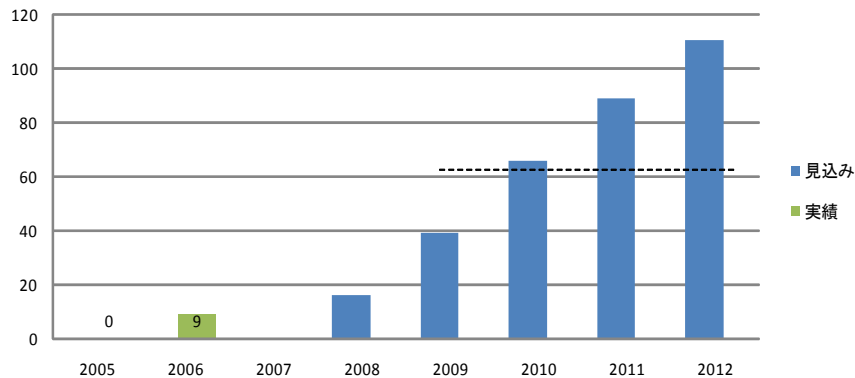
# 廃棄物処理を通じたエネルギー起源CO2対策の推進①

## ～実績・見込み・評価～

表1. 排出削減量の実績と見込み (万t-CO2)

年度	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
見込み				15.8	39	65.9	89.1	110.8
実績	0	9						

第一約束  
期間平均  
64.12



### 対策・施策の進捗状況に関する評価

- 一般廃棄物処理に係る廃棄物発電量は着実に増加している(表2)。
- 産業廃棄物処理に係る廃棄物発電は、一定の施設整備が確認される(表3)。
- プラスチック製容器包装の分別収集量・再商品化量は増加している(表4)。

表2. 廃棄物発電(一般廃棄物)の発電量増分(単位:GWh)

年度	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
見込み						390		
実績	0	136						

第一約束  
期間平均  
390

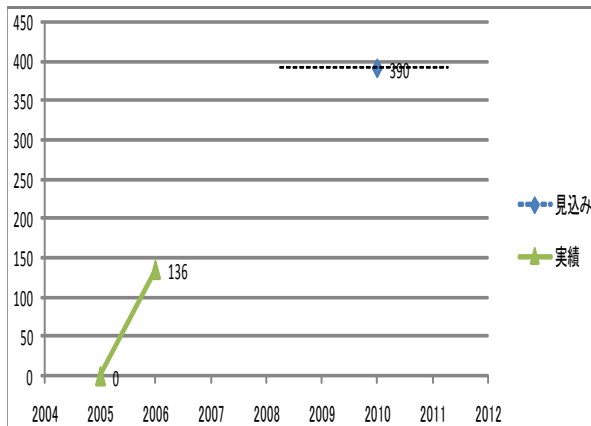


表3. 廃棄物発電(産業廃棄物)の発電量増分(単位:GWh)

年度	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
見込み			245	490	735	980	1225
実績		0					

第一約束  
期間平均  
735

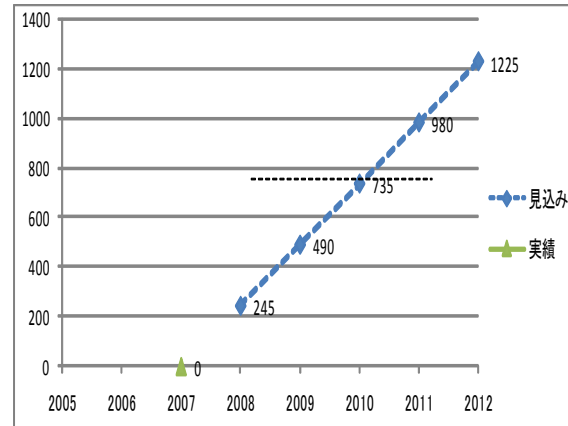
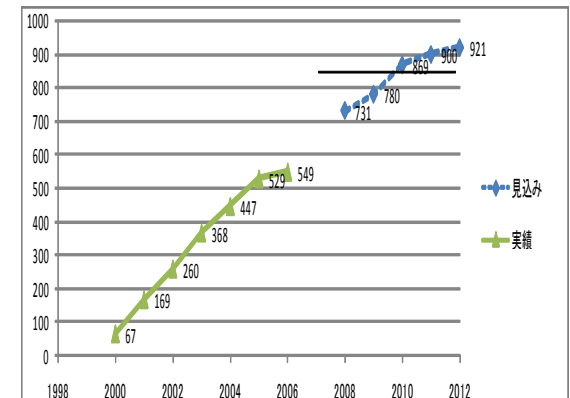


表4. 容器包装プラスチックの分別収集見込量(指定法人経由)(単位:千トン)

年度	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
見込み									731	780	869	900	921
実績	67	169	260	368	447	529	549						

第一約束  
期間平均  
840



## 廃棄物処理を通じたエネルギー起源CO2対策の推進② ～施策の概要～

循環型社会形成推進交付金によって、市町村の廃棄物・リサイクル施設の整備を促進。



国庫補助事業「廃棄物処理施設における温暖化対策事業」を実施して廃棄物発電等を促進。

全産連の自主行動計画の支援、容器包装廃棄物の3Rの推進、パッカー車両へのBDF導入、等..

廃棄物  
発電や  
廃棄物  
の3R  
促進



### 【一般廃棄物発電】

- ・年間発電量390GWh増  
(2010年時点)
- ・16.6万tのCO<sub>2</sub>削減

### 【産業廃棄物発電】

- ・年間発電量735GWh増  
(2010年時点)
- ・31.2万tのCO<sub>2</sub>削減

### 【車両対策】

- ・0.3万tのCO<sub>2</sub>削減

### 【容器包装プラスチックのリサイクル】

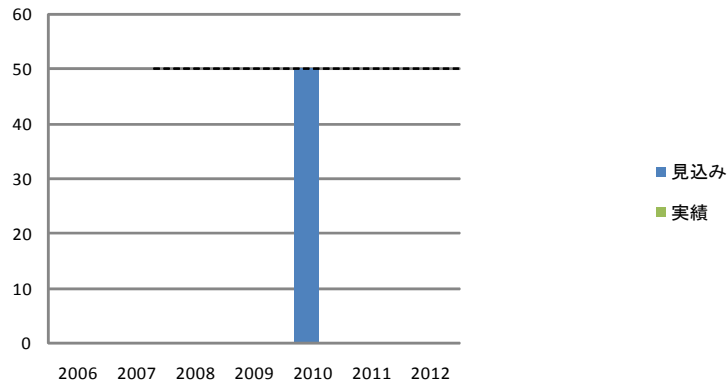
- ・18万tのCO<sub>2</sub>削減

# 廃棄物の最終処分量の削減等①～実績・見込み・評価～

表1. 排出削減量(万t-CO2)

年度	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
見込み					50		
実績							

第一約束  
期間平均  
50



## 対策・施策の進捗状況に関する評価

●最終処分量は一般廃棄物・産業廃棄物ともに着実に減少(表2, 3)。

表2. 一般廃棄物(食物くず、紙くず、繊維くず、木くず)の最終処分量(単位:千トン)

年度	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
見込み											310		
実績	846	763	632	628	609								

第一約束  
期間平均  
310

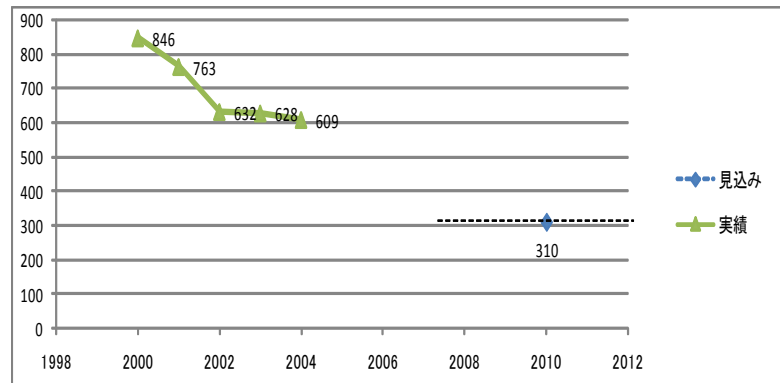


表3. 産業廃棄物(家畜死体、動植物性残渣、紙くず、繊維くず、木くず)の最終処分量(単位:千トン)

年度	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
見込み											123		
実績	336	345	335	289	272								

第一約束  
期間平均  
123

