

①-i): 「WARM BIZ」「COOL BIZ」における全体計画および現時点での進捗状況

凡例 ◎: 企画詳細内容検討中
 ○: 協力依頼済
 △: 交渉準備中

平成18年度							平成19年度				
8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月

取組1 主要マイルストーン			COOLBIZ	WARMBIZ	WARMBIZ	WARMBIZ			COOLBIZ		
------------------	--	--	---------	---------	---------	---------	--	--	---------	--	--

施策	連携先	進捗状況	進捗状況
●後期チームマイナス6% 新聞 キックオフ	環境省	◎	交渉も含めた準備期間
●家の中からCO2削減 新聞	環境省	◎	交渉も含めた準備期間
①「WARM BIZ item100選」の紹介 ～ファッション/生活備品/下着/食/住宅設備まで～	民放テレビ	○	交渉も含めた準備期間 ①
②親子で、家族で楽しく参加「WARM BIZ」体操、 ソング、アニメ創作		△	交渉も含めた準備期間 ②
③衣食住「WARM BIZ」賛同企業大集合 アドトレイン企画		○	交渉も含めた準備期間 ③
④2007年「COOLBIZ」実行宣言	アパレル産業協会 経団連ほか	○	交渉も含めた準備期間 ④
⑤『我が家のオリジナル・ウォーム鍋』コンテスト ～大手食品メーカーとの連携イベント～	大手食品メーカー	○	交渉も含めた準備期間 ⑤
⑥「地域(ブロック)別「WARM BIZ」川柳」募集」	地方紙、地方自治体	○	交渉も含めた準備期間 ⑥
⑦女性誌「WARM BIZ」スタイルブック競演 ～BOOK IN BOOK企画～	雑誌社	◎	交渉も含めた準備期間 ⑦
「WARM BIZ」企業連合広告		◎	交渉も含めた準備期間 ⑧
⑨百貨店、GMS 衣食住「WARM BIZ」 ～06年生活スタイル提案～	百貨店、GMS	○	交渉も含めた準備期間 ⑨
⑩「WARM BIZ」大作戦 情報発信～		○	交渉も含めた準備期間 ⑩
⑪大手ビル管理会社との温度設定アクション連携	大手ビル管理会社	○	交渉も含めた準備期間 ⑪
⑫「ディスカバー エコライフ」 日本全国「WARM BIZ」郷土鍋”見本市	地方自治体、企業、 マスコミ	△	交渉も含めた準備期間 ⑫
⑬居酒屋メニューでのWARMBIZメニューの訴求	居酒屋チェーン	◎	交渉も含めた準備期間 ⑬

①- i): 「WARM BIZ」における 想定効果

「WARM BIZ」では「COOL BIZ」と比較して外気温の差等を考慮すると4倍のCO2削減効果が想定される。

図表「WARM BIZ」における想定効果(1/2)

施策	評価基準	目標	想定効果 (CO2削減量)
「WARM BIZ」 オフィスでの実施	平成18年度 新規賛同企業	賛同企業数目標値 賛同企業数目標値: 7,100社 ^{※1} (大企業476社 ^{※2} : 中・小企業6,624社 ^{※2}) ^{※1} 平成17年度11月から平成18年7月末までの新規賛同企業(約3,500社)及び平成18年8月から平成19年3月迄の新規賛同企業数の予想値(約3,600社=平成18年4月から7月迄の4ヶ月間の増加数に基づき算出) ^{※2} 大企業と中小企業の比率を6.7:93.3とする (平成17年度実績値(10月時点迄)→大企業270社: 中小企業3730社)	計 約324万t/年
	平成17年度 賛同企業数	CO2削減量 大企業CO2削減量 476 × 1,800t ^{※3} =856,800t削減 中小企業CO2削減量 6,624 × 360t ^{※3} =2,384,640t削減 ^{※3} 大企業は中小企業に対して5倍の電力を消費していると仮定し、184万t(平成17年度の「COOL BIZ」の実績値46万tの4倍の削減効果があると見なす)を大企業・中小企業の比率で換算	
合計		賛同企業数目標値 : 4,000社(平成17年度の「COOL BIZ」賛同企業数と同規模を想定) CO2削減量 : 平成17年度「COOL BIZ」実績値46万tに対して「WARM BIZ」の想定効果は4倍とみなす	計 約184万t/年
			CO2削減量: 小計 約508万t/年

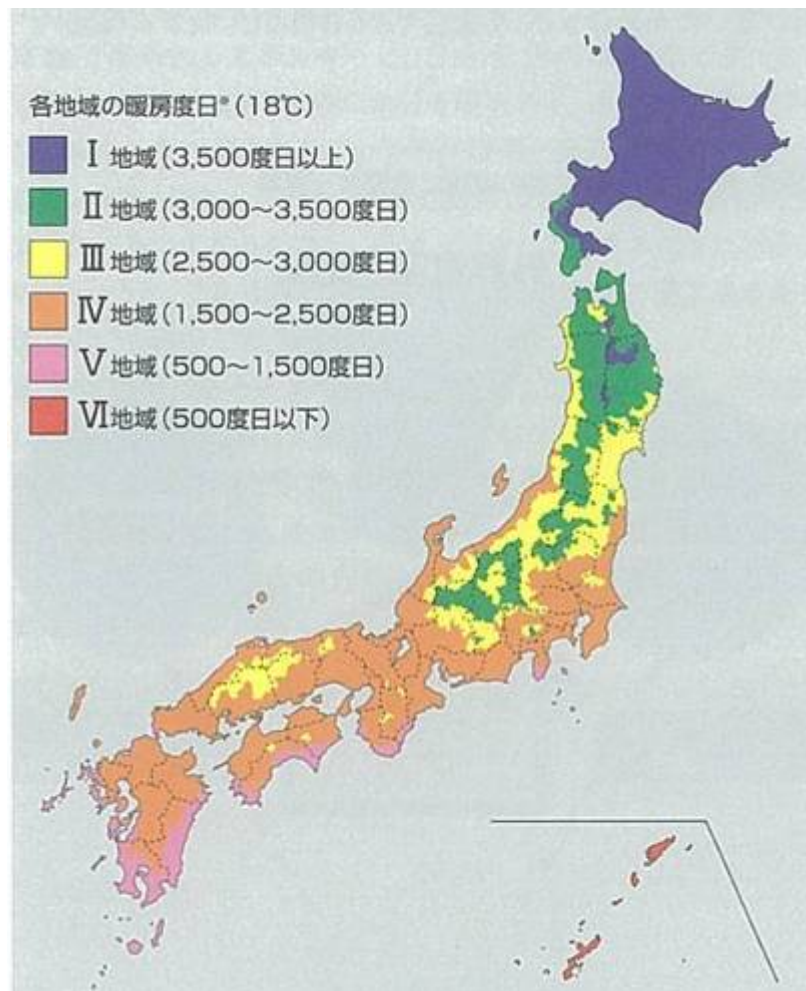
※あくまでもこれら数値は様々な指標から算出した試算値であり、今年度の削減目標値

図表「WARM BIZ」における想定効果(2/2)

施策	評価基準	目標	想定効果 (CO2削減量)
「WARM BIZ」 家庭での実施	実施世帯数	<p>地域毎^{※1}の削減量</p> <p>I 地域 世帯数(227.8万世帯)^{※2} × 実践率(11%)^{※3} × 暖房使用期間(169日間)^{※4} × 1日の使用時間(9時間)^{※5} × 設定温度の下げ幅(1℃) × 「CO2係数(0.555)」^{※6} = 約21.2万トン</p> <p>II 地域 世帯数(136.7万世帯)^{※2} × 実践率(11%)^{※3} × 暖房使用期間(155.5日間)^{※4} × 1日の使用時間(9時間)^{※5} × 設定温度の下げ幅(1℃) × 「CO2係数(0.555)」^{※6} = 約11.7万トン</p> <p>III 地域 世帯数(410.8万世帯)^{※2} × 実践率(11%)^{※3} × 暖房使用期間(131.8日間)^{※4} × 1日の使用時間(9時間)^{※5} × 設定温度の下げ幅(1℃) × 「CO2係数(0.555)」^{※6} = 約29.7万トン</p> <p>IV 地域 世帯数(3,744万世帯)^{※2} × 実践率(11%)^{※3} × 暖房使用期間(96.3日間)^{※4} × 1日の使用時間(9時間)^{※5} × 設定温度の下げ幅(1℃) × 「CO2係数(0.555)」^{※6} = 約198万トン</p> <p>V 地域 世帯数(115万世帯)^{※2} × 実践率(11%)^{※3} × 暖房使用期間(49日間)^{※4} × 1日の使用時間(9時間)^{※5} × 設定温度の下げ幅(1℃) × 「CO2係数(0.555)」^{※6} = 約3.1万トン</p> <p>VI 地域 世帯数(44万世帯)^{※2} × 実践率(11%)^{※3} × 暖房使用期間(23.7日間)^{※4} × 1日の使用時間(9時間)^{※5} × 設定温度の下げ幅(1℃) × CO2係数(0.555)^{※6} = 約0.6万トン</p> <p>※¹住宅の省エネルギー基準における地域区分を参考に全国を6地域に分類(次ページの参考ページ参照) ※²総務省統計局平成16年 ※³地球温暖化防止大規模「国民運動」推進事業における「浸透度把握調査」月次レポートより、平成17年6月と9月における「COOL BIZ」実施率の増加を参考 ※⁴住宅の省エネルギー基準における地域区分6地域の最も暖房を使用する地域の使用期間を169日間とし、その他の地域を暖房度日を参考に使用期間を算出 ※⁵省エネルギーセンター数値を参考 ※⁶平成18年3月「地球温暖化対策の推進に関する法律施行令の一部を改正する政令」について(環境省)より</p>	計 約264万t/年
			CO2削減量: 小計約264万t/年
合計			CO2削減量: 計約772万t/年

※あくまでもこれら数値は様々な指標から算出した試算値であり、今年度の削減目標値

図表(参考) 省エネルギー地域区分



地域区分	該当する都道府県
I 地域	北海道
II 地域	青森、岩手、秋田
III 地域	宮城、山形、福島、栃木、新潟、長野
IV 地域	茨城、群馬、埼玉、千葉、東京、神奈川、富山、石川、福井、山梨、岐阜、静岡、愛知、三重、滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山、鳥取、島根、岡山、広島、山口、徳島、香川、愛媛、高知、福岡、佐賀、長崎、熊本、大分
V 地域	宮崎、鹿児島
VI 地域	沖縄

出展: 建築環境・省エネルギー機構参考

出展: 環境省発行「省エネルギー住宅『省エネ住宅』は21世紀の器
図6 省エネルギー基準における地域区分参照

①- ii) 「取組4: 商品選択を通じた削減」



エコ製品を選んで買おう

チーム・マイナス6%

①- ii) 「商品選択を通じた削減」における継続点と進化点

継続（18年度前期の成果）

継続点1:

「省エネ製品買替」における連携企業・団体の更なる拡大、声かけの実施。

継続点2:

「ハロー！環境技術」を旗頭とした、家電業界・流通業界・各種メディアとの連携の実施

継続点3:

インターネット上のポータルサイトでもロゴの掲出、及び取組4の啓発を実施。



進化

進化点1: 「身近なライフスタイル訴求へ」

省エネ製品の優れた性能と過ごす生活を魅力的に打ち出し、ライフスタイルの中へ定着。

進化点2: 「環境技術の実感機会の拡大」

顧客接点の多い流通業界との連携によるエコ製品の実感機会の創出。

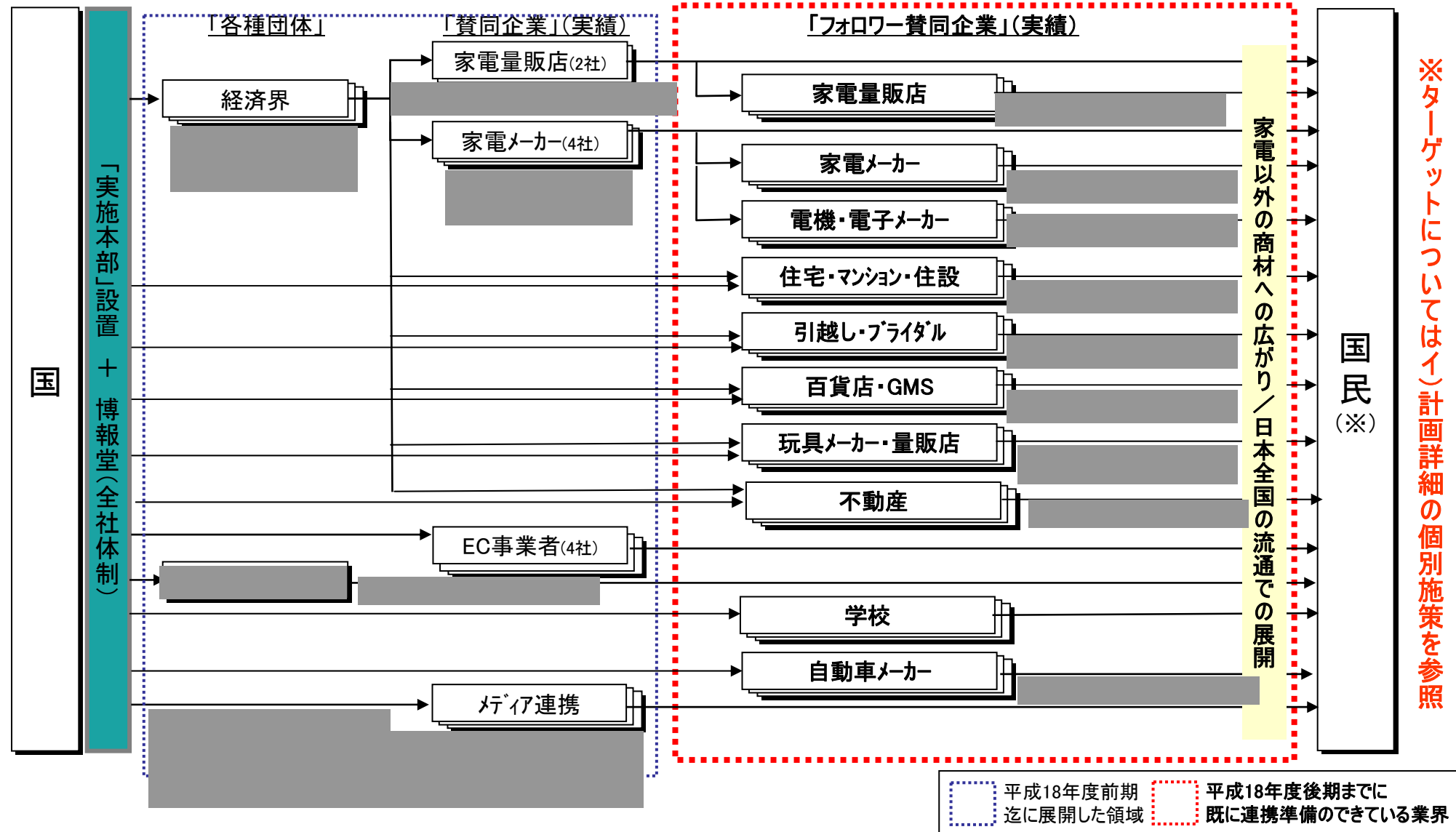
進化点3: 「家電以外への拡大」

家電に加え、環境技術を軸にした住宅・自動車などのメーカーとの連携強化、拡大。

①- ii) 「商品選択を通じた削減」における連携企業・団体の拡大

取組4では家電以外の分野でのエコ製品の利用促進と、「ハロー！環境技術」を軸にした流通業界との連携により、魅力的なエコライフを描く。

図表.取組4「商品選択を通じた削減」における連携企業・団体の拡大



※ターゲットについてはイ(計画詳細の個別施策を参照