

企業における温暖化防止策 & 個人の温暖化防止策を考える

2021/09/03 加藤啓子



テーマ選定の理由

二酸化炭素排出量の8割は企業
よって、企業の地球温暖化対策が重要
しかし、日本の企業の地球温暖化対策がどの程度きち
んとできているのか。不明であるので調べてみた。
その上で自治体として企業の対策を把握し、
市としての政策立案に繋げる必要があると考えたから。

公益財団法人世界自然保護基金ジャパン WWF JAPAN の 温暖化防止評価



- ▶ WWFとは？
 - ▶ 地球環境の悪化を食い止め、人類が自然と調和して生きられる未来
 - ▶ の構築に貢献することを目的とする法人。
 - ▶ 目的のための事業
 - (1) 生物多様性の保全及び人類による自然環境への負荷の軽減のための活動、調査研究、政策提言及び環境保全思想の普及
 - (2) 世界自然保護基金国際事務局(WWF インターナショナル)への協力並びに関係諸団体との連携
 - (3) その他この法人の目的達成上必要な事業
- 2 前項の事業については、本邦及び海外において行うものとする。

2014年8月第1回目電気機器会社編のランキング

順位	総合得点 (100点満点)	企業	目標・実績 (50点満点)	情報開示 (50点満点)
1	82.2	ソニー	33.6	48.6
2	81.4	東芝	32.8	48.6
3	80.6	リコー	32.0	48.6
4	75.7	コニカミノルタ	31.3	44.4
5	74.4	富士通	29.9	44.4

温暖化対策の目標および実績に対する評価（計11指標）

情報開示についての評価（計10指標）

この中で、特に実効性の面で重視されたのは、以下の7つの指標です。

- 長期的なビジョン

環境容量を意識した長期的視点を持ち、定量的な議論により整合性のある目標設定に繋げている

- 削減量の単位

総排出量＋原単位

- 省エネルギー目標

総量＋原単位

- 再生可能エネルギー目標

Scope1, 2における活用量、グリーン電力購入量等

- 総量削減目標の難易度

年間あたりの排出削減率が1.5%以上

- ライフサイクル全体での排出量把握・開示

Scope1,2,3を開示
Scope3は15のカテゴリーを意識した
排出量把握

- 第三者による評価

5

2021/9/17

「SCOPE（スコープ）」とは？
温室効果ガス算定の「範囲」のことです。

SCOPE1は事業者自らによる温室効果ガス直接排出、
SCOPE2は他社から供給された電気、熱・蒸気の使用に伴う間接排出、
SCOPE3は、スコープ1、2を除いて、企業が原料調達から生産、販売、廃棄までにおける間接排出のことを指します。

4つ視点での取り組み

環境負荷ゼロを目指して

ソニーの事業活動は、地球環境が健全であって始めて成り立ちます。

将来にわたり心豊かな生活がおくれるように、ソニーは環境に関わる4つの視点のそれぞれにゴールを設定し、地球環境に与える負荷をゼロにするために行動します。



ソニーが取り組む4つの環境の視点から

気候変動



ソニーは、気候変動問題を社会と企業の活動にかかわる重大なリスクの一つであると同時に、ビジネスの機会を提供するものでもあると考え、積極的に行動しています。

[詳細へ](#)

気候変動に対する方針

事業所の温室効果ガス排出量の削減

製品・サービスの温室効果ガス排出量の削減

環境NGOとの協働

バリューチェーンの温室効果ガス排出量の把握

化学物質管理



ソニーは、製品や事業所で使用する化学物質について、予防的措置の観点に基づいて確実な管理を行っています。

[詳細へ](#)

化学物質管理に対する方針

事業所における化学物質の管理

製品に含まれる化学物質の管理

資源保全



ソニーは、限りある資源の有効活用に向けて、資源の循環や再生材の使用といった省資源に配慮した製品設計に取り組んでいます。

[詳細へ](#)

資源保全に対する方針

事業所における資源保全の取り組み

製品・サービスにおける資源保全の取り組み

製品リサイクル

生物多様性保全



ソニーは、事業所の緑化活動や周辺地域の自然回復活動を通じて、生物多様性の保全に取り組んでいます。

[詳細へ](#)

生物多様性保全に対する方針

事業所による生物多様性の保全

製品および営業活動による生物多様性の保全

製品のライフサイクルステージから

環境技術



ソニーは、環境負荷の低減につながる環境技術の開発に努めています。

[詳細へ](#)

調達



ソニーは、製品のライフサイクルを通じた環境負荷削減のため、省エネ、省資源、化学物質管理などの分野で調達先と協業しています。

[詳細へ](#)

物流



ソニーは、製品や部品の輸送にともなうCO₂の排出量削減にも積極的に取り組んでいます。

[詳細へ](#)

製品・サービス



ソニーは、省エネ、省資源、化学物質削減に貢献する環境配慮製品の創出に努めています。

[詳細へ](#)

事業所



ソニーは、全世界の製造・非製造事業所において、一貫した方針に基づきグローバルに環境活動を行っています。

[詳細へ](#)

製品リサイクル



ソニーは、個別生産者責任の理念を支持し、使用済み製品の回収・リサイクルやリサイクルに配慮した設計を推進しています。

[詳細へ](#)

製品リサイクルに対する方針と実績

製品のリサイクル性向上の取り組み

各国・地域における製品リサイクル実績

各国・地域での製品リサイクル情報

Sony's Action

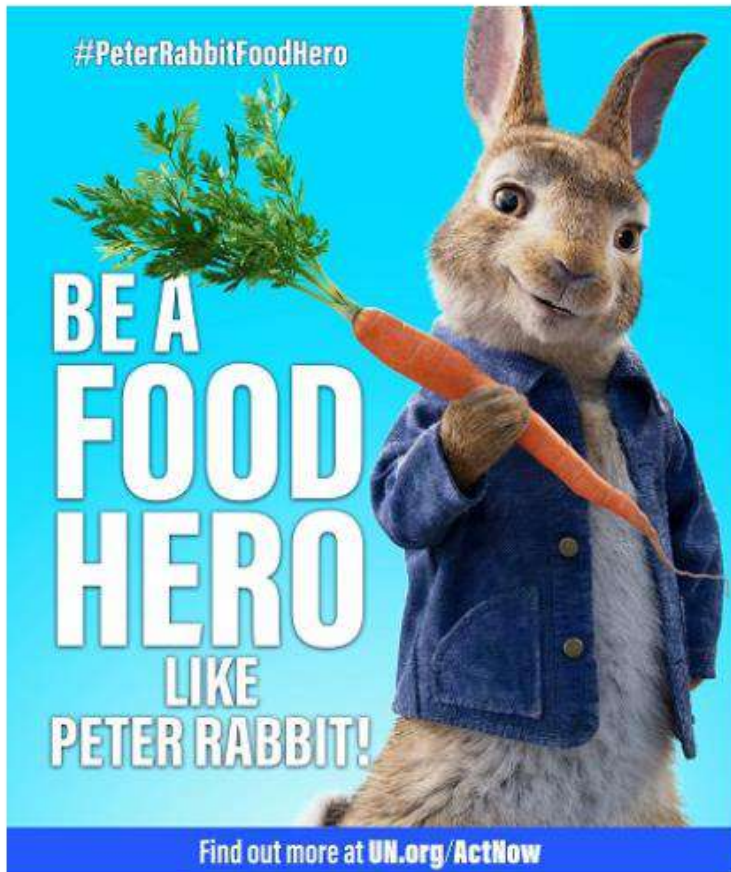
ソニーはこのような環境問題に取り組むため、「環境に配慮された食材使用の推進」を目標に掲げ、社員一人一人に普段の生活や社員食堂での食事を通して食材の環境配慮を意識し行動する事を促します。



普段の生活に サステナブルフードを

サステナブルラベルがついている食材を選ぶなど、普段の生活の中に取り入れられるちょっとした工夫をガイドブックにまとめて、社員への配布を行います。他にも、社内セミナーやイベントを開催するなど、環境に配慮した食生活の重要性を社員と一緒に考えていきます。

ひとりひとりがフードヒーローになろう！



「フードヒーロー」になるための4つのアクション

- ① 果物や野菜をもっと食べよう (Eat more fruits and vegetables.)
- ② 地元の旬の食べ物を買おう (Buy local and seasonal food.)
- ③ 家で野菜や果物を育てよう (Grow food at home.)
- ④ 食べ物を無駄にしない (Waste less food.)

10

2021/9/17

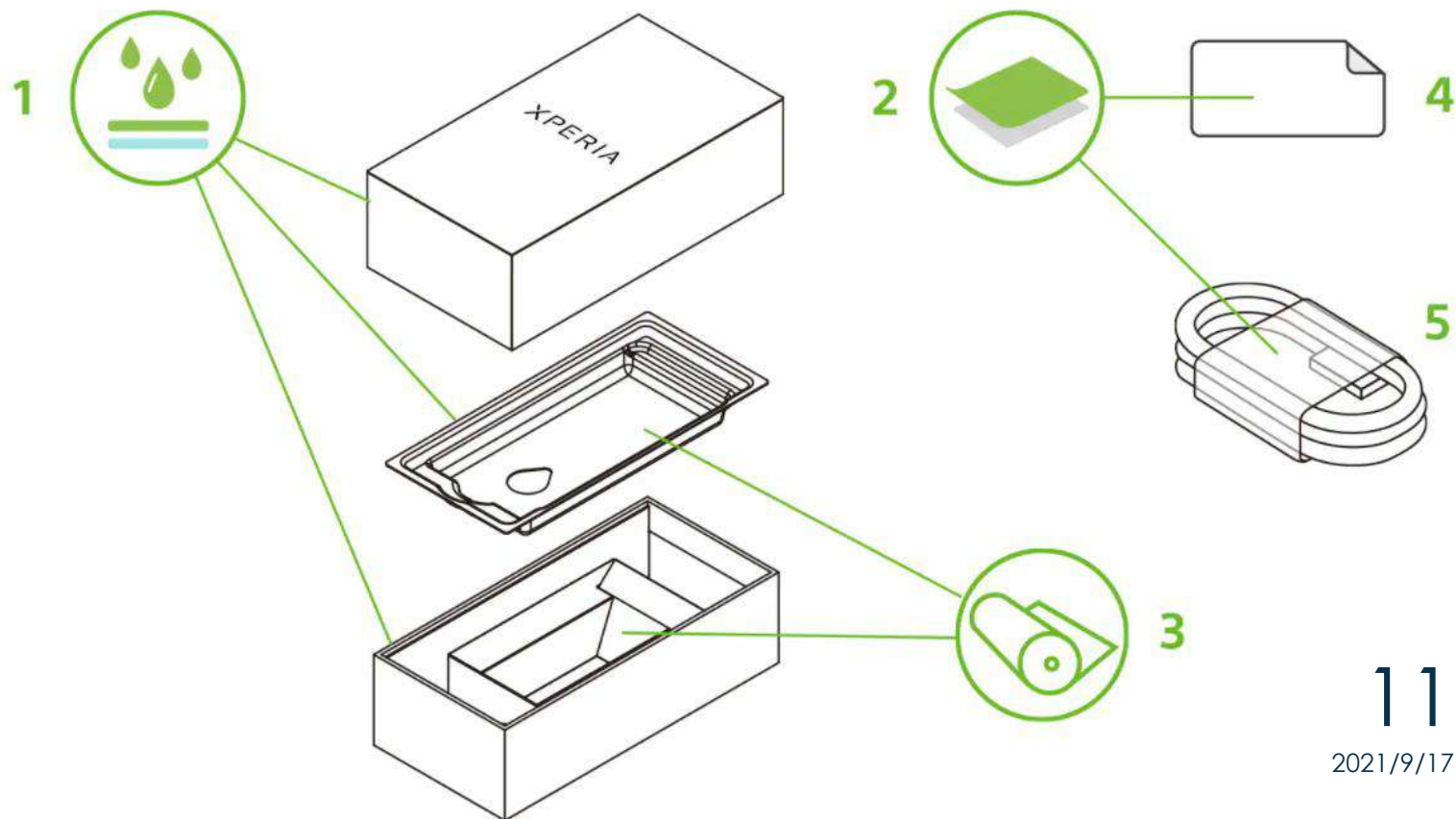
Xperia™：プラスチックを
使わないパッケージへ

※およびサービスの内容は地域により異なります。

XPERIA

1 III

[1] フィルムラミネート → ニス加工 [2] フィルム → 紙 [3] プラスチック → 紙製ボード、パルプ
[4] ステッカー [5] USBケーブル用スリーブ

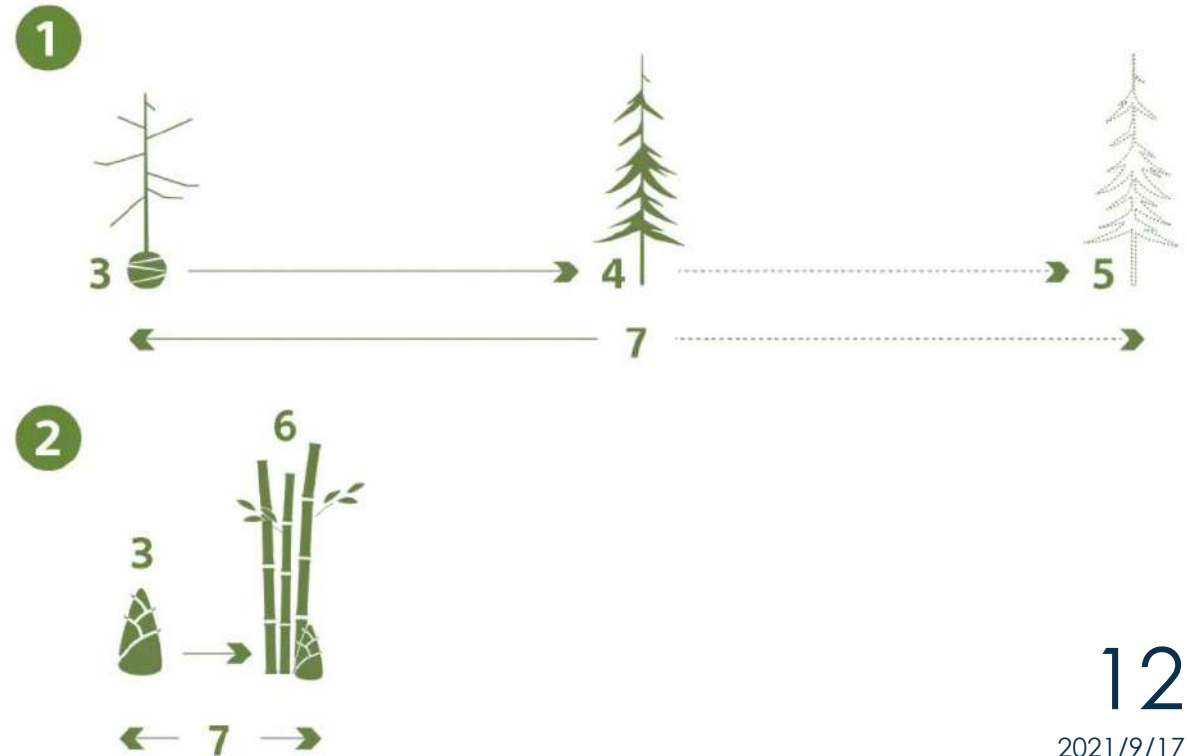


持続可能な素材の採用

自然環境への負荷を低減するため、短年成長植物を素材に使用

多くの紙製品は成長サイクルが長い植物から作られていますが、「オリジナルブレンドマテリアル」では、短期間で成長する竹やさとうきびなどを採用しています。ライフサイクルが長い植物は、人間が何世代にもわたる管理をする必要があるのに対し、成長サイクルが短い植物は必要な分だけ栽培して選定や伐採ができるため、CO2の排出など自然に及ぼす影響が小さくなるというメリットがあります。

オリジナルマテリアルの開発

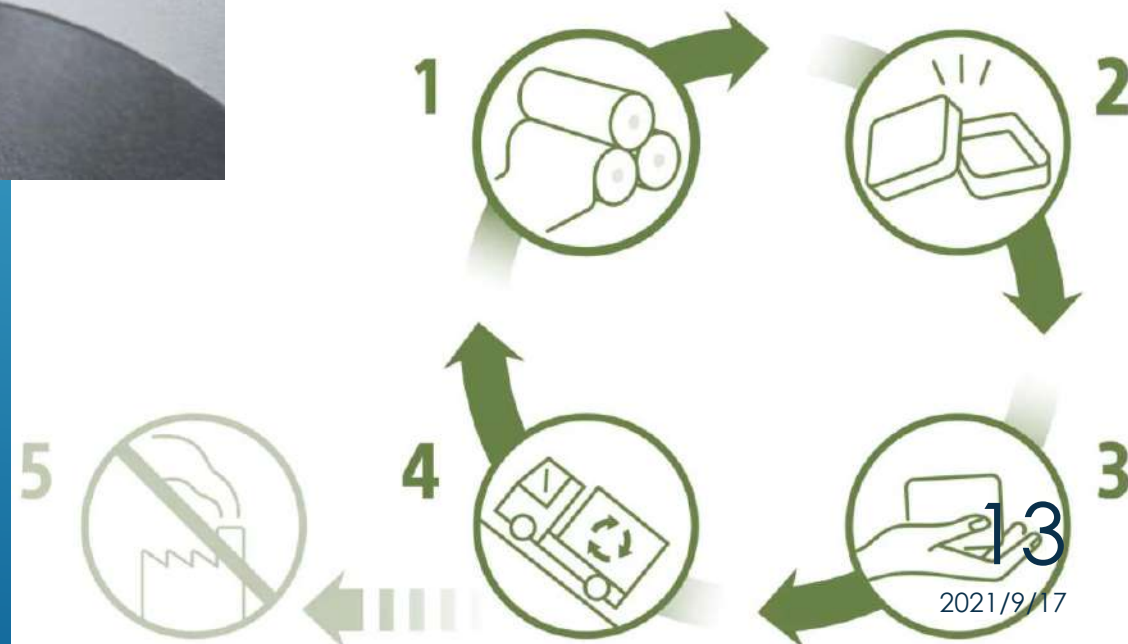


リサイクル¹を前提とした素材開発

「オリジナルブレンドマテリアル」を使用したパッケージは、分別せずに他の紙類と一緒に回収に出すことが可能なため、リサイクル¹のしやすさにつながっています。

着色もせず、そのまま素材の色を

「ブレンドマテリアル」は着色されていないため、自然な色合いを保つ材質になりました。





へらそう！

製品のプラスチック



やめよう！

使い捨てプラスチック



はじめよう！

プラスチック清掃



カフェでは、
プラスチック製のストローや
カップの提供を中止



売店では、レジ袋の
配布を中止し、
エコバッグを推奨



会議室では、プラスチック製の
ストローやカップ、
ペットボトル飲料などの提供を中止

ソニーは製品や事業活動でプラスチックを使用している企業として、
この危機的な状況を重く受けとめ、その解決を目指すプロジェクトを立ち上げました。

それが、この「One Blue Ocean Project」です。

海の美しさを未来につなげるため、プラスチックを使わない生活へ。
ソニーグループの全社員の力を合わせ、3つのアクションを展開します。

流山市役所でも取り組めることたくさんありそう

14

2021/9/17

2015年2月第2回目輸送用機器会社のランキング

順位	総合得点 (100点満点)	企業	目標・実績 (50点満点)	情報開示 (50点満点)
1	87.5	日産自動車	37.5	50.0
2	70.4	本田技研工業	27.3	43.1
3	65.0	豊田合成	28.9	36.1
4	63.9	トヨタ自動車	26.0	37.8

2016年4月第3回目食料品会社編ランキング

順位	企業	【総合得点】 (100点満点)	【目標・実績】 (50点満点)	【情報開示】 (50点満点)
第1位	麒麟ホールディングス	80.0	32.8	47.2
第2位	日本たばこ産業	70.4	27.3	43.1
第3位	味の素	63.0	26.6	36.5

環境戦略

- 4 キリンググループ概要
- 6 トップメッセージ
- 8 長期環境ビジョンとCSVコミットメント
- 10 マテリアリティ(重要課題)の特定
- 12 **特集** **キリンのチャレンジ** ～2020年までに紙容器すべてをFSC®認証紙へ
- 13 **特集** **キリンのチャレンジ** ～さらなる温室効果ガス排出削減へ
- 14 ステークホルダー・エンゲージメント
- 16 外部からの評価

活動内容 主な取り組み状況

18 ■生物資源

- 19 目標と実績
- 20 **重点1** 紅茶葉
- 21 **重点2** 国産ホップ
- 22 **重点3** 国産ブドウ
- 23 **重点4** 紙・印刷物
- 24 **重点5** パーム油

26 ■水資源

- 27 目標と実績
- 28 **重点1** 水源地
- 30 **重点2** 製造工程
- 32 **重点3** 排水

34 ■容器包装

- 35 目標と実績
- 36 **重点1** 紙容器
- 38 **重点2** ペットボトル
- 40 **重点3** 缶
- 41 **重点4** びん

- 50 **重点5** 再生可能エネルギー

52 ■廃棄物削減と汚染の防止

- 53 廃棄物の発生抑制と再資源化
- 54 廃棄物の適正管理／大気・水質・土壌の汚染防止
- 55 規制物質の管理

環境マネジメント

グループ方針・ガバナンス・
その他の取り組み状況

- 57 環境保全活動の推進体制
- 60 経営方針／環境方針／長期環境ビジョン
- 61 CSVコミットメント
- 62 環境課題に対するリスクと機会
- 64 生物資源に関する方針
- 65 環境に配慮した商品の開発
- 66 原料・資材の調達における環境配慮
- 67 環境コミュニケーション

資料・データ編

- 70 環境データ算定方法
- 72 マテリアルバランス
- 74 水資源
- 75 容器包装
- 76 地球温暖化
- 80 廃棄物削減と汚染の防止
- 81 化学物質管理
- 82 環境会計
- 83 サイトデータ
- 84 環境マネジメントシステム認証取得履歴
- 85 環境への取り組みの歴史
- 91 GRI内容索引

2017年6月第4回目小売業・卸業編ランキング

順位	企業	【総合得点】 (100点満点)	【目標・実績】 (50点満点)	【情報開示】 (50点満点)
第1位	イオン	61.1	20.8	40.3
第2位	ローソン	57.3	11.5	45.8
第3位	日立ハイテクノロジーズ	54.5	17.7	36.8
第4位	キヤノンマーケティング ジャパン	53.8	18.8	35.1
第5位	ヤマダ電機	51.6	27.6	24.0

2017年10月第5回金融・保険業編ランキング

順位	総合得点 (100点満点)	企業	目標・実績 (50点満点)	情報開示 (50点満点)
1	78.2	東京海上ホールディングス	35.2	43.1
2	75.1	MS&ADインシュアランスグループホ ールディングス	34.1	41.0
3	72.5	SOMPOホールディングス	35.7	36.8
4	60.0	野村ホールディングス	23.2	36.8

2018年10月第6回建設・不動産業編ランキング

順位	総合得点 (100点満点)	企業	目標・実績 (50点満点)	情報開示 (50点満点)
第1位	85.5	積水ハウス	38.3	47.2
第2位	79.7	戸田建設	39.1	40.6
第3位	77.6	鹿島建設	39.1	38.5
第4位	74.3	大東建託	27.1	47.2
第5位	73.1	大成建設	38.0	35.1
第6位	70.74	清水建設	31.5	39.2
第7位	70.65	大和ハウス工業	23.4	47.2
第8位	70.4	大林組	34.6	35.8

基本的な考え方

積水ハウスグループは1999年の「環境未来計画」発表以来、住まいづくりを通して環境問題の解決に向け、多くの実効性ある取り組みを進めてきました。

特に現在、世界中で頻発する甚大な自然災害の原因とされる地球温暖化を社会の存続にかかわる差し迫った大きなリスクと捉え、脱炭素に向けた様々な取り組みを強化しています。そして、世界で最も多くの住まいを供給している積水ハウスグループがバリューチェーン全体でこれに取り組むことで、脱炭素社会への移行を一層効果的に進めることができると考えています。

「わが家」を世界一 幸せな場所にするために不可欠である健全な地球環境を取り戻すべく、ステークホルダーの皆様と協力して取り組みを進めてまいります。

取り組みテーマ・KPI

取り組みテーマ	KPI	単位	2020年度実績		2021年度目標	2022年度目標
			目標	実績		
居住段階の脱炭素化	戸建住宅ZEH比率※1	%	88%	91%	89%	90%
	賃貸住宅ZEH戸数※2	戸	1200戸	2976戸	1800戸	2500戸
	分譲マンションZEH戸数(累積戸数)※3	戸	32戸	32戸	196戸	540戸
	いどころ暖熱戸数※4	戸	1000戸	1005戸	1200戸	1250戸
	新築住宅からのCO ₂ 排出削減率※5	%	42%	54.7%	2030年までに45%削減※7	
事業活動の脱炭素化	事業活動からのCO ₂ 排出削減率※6	%	29%	19.4%	2030年までに50%削減※7	
	RE100進捗率※8	%	6%	16.4%	25%	35%
サプライチェーンの脱炭素化	サプライヤー SBT目標設定率※9	%	—	18.6%	2030年までに80%	

※1 北海道以外のエリアにおける賃貸・分譲住宅のZEH比率

※2 ZEH Ready以上の受注戸数

※3 ZEH Oriented以上の竣工戸数

※4 部分断熱・暖房リフォーム「いどころ暖熱」(P.32)を実施した戸数

※5 スコープ3・カテゴリ11排出量の2013年度比削減率。現SBT目標のバウンダリーでの算定(株式会社清池組を除く)

※6 スコープ1,2排出量の2013年度比削減率(2020年度排出実績は株式会社清池組を含む)

※7 株式会社清池組を含めた目標への見直しを検討中

※8 事業活動で使用した電力量に対する、「積水ハウスオーナーでんぎ」(P.33)が購入した卒FITを迎えた太陽光発電電力量等の比率

※9 当社主要サプライヤーがSBT目標を設定した割合

TCFD(気候変動タスクフォース)に基づく情報開示は、統合報告書を参照して下さい。

TCFD
TASK FORCE ON
CLIMATE-RELATED
FINANCIAL
RISKS

脱炭素社会の実現

戸建住宅ZEHの進捗状況



※積水ハウスのZEH比率は請負・建売含む。大手ハウスメーカーZEH比率は請負のみ。
 ※大手ハウスメーカーZEH比率とは、全国各地に営業拠点を有し、規格住宅を提供しているハウスメーカー全体の比率(引用元:「更なるZEHの普及促進に向けた今後の検討の方向性等について」、ZEHロードマップフォローアップ委員会、令和3年3月31日)



「ファミリースイート」の大空間
 「5本の樹」計画の庭を臨む大開口



積水ハウスオリジナル
 瓦型太陽光発電システム

ZEHの普及は脱炭素社会に不可欠な取り組みです。しかし、社会のためであっても、ZEHにすることでプランに制約が生じると、普及が図りにくなります。このため、当社は多くの人に受け入れられるZEHとなるよう、様々な工夫をおこなってきました。例えば、リビングに吹き抜けや大きな窓を採用すれば明るく開放的で快適な空間にできる反面、省エネ性能では不利になります。これに対し当社は、窓を始め建物全体の断熱性能を高めることで、快適性と省エネ性を両立させています。当社は鳥や蝶が集まる樹種を植える庭づくりとして「5本の樹」計画を推進しています。大開口の採用により、豊かな庭を快適なリビングから楽しめるZEH

が実現します。

また、ZEHに不可欠な太陽光パネルは一般的に大判サイズが用いられており、屋根瓦などの上に設置すると目立って美観を損ねたり、複雑な形状の屋根ではZEHに必要なパネル枚数を設置できず、プラン変更が必要となる場合があります。これに対し当社では小判の瓦型太陽光パネルを標準採用しているため、複雑な屋根形状でも大容量のパネルを設置でき、しかも目立たないため、ZEHとお客様が望まれる美しい外観を実現することが可能です。

「グリーンファーストゼロ」は、新型コロナウイルスの影響がもたらした生活形態の変化にも対応できるものと考えています。在宅勤務で心配される電力消費量の増加は、ZEHの省・創エネ性能で抑えることができます。また、当社が推奨する明るく広々とした空間設計は、在宅時間が増えても、ストレスを感じさせず、快適な暮らしを可能とします。今後も、アフターコロナ社会で生じる新たなニーズにも対応し、ZEHの更なる進化を目指します。

※1 ZEH: ネット・ゼロ・エネルギー・ハウスの略。省エネ・創エネにより、快適な室内環境を実現しながら年間の一次エネルギー収支ゼロを目指す住宅

※2 2020年4月～2021年3月までの「ZEH」、Nearly ZEH、ZEH Oriented(積雪量100cm以上の多雪地など)の北海道以外のエリアにおける供給実績。北海道は75%

※3 「ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス支援事業調査結果(2020年版)」(資源エネルギー庁、一般社団法人 環境共創イニシアチブ)における公開値

グループ支援でレジリエンス性を強化 「グリーンファーストゼロ+R」

地震や台風をはじめとするさまざまな自然災害に対して、建物自体が災害に耐えられる頑丈さを備え、かつ被災後も生活空間、水・食糧・エネルギーを確保できし続けられる防災ゼロエネルギーハウスが求められています。エネルギー確保の観点からはZEHの構成設備が役立ちます。晴れた日中に電力を供給できる「太陽電池」、ガスと水の供給があれば雨天時や夜間でも発電できる「燃料電池」、さらに、太陽電池や燃料電池で発電した余剰電力を蓄えておくことのできる「蓄電池」の3電池連携システムならば、停電が複数日にわたって続いても普段に近い暮らしが可能になります。

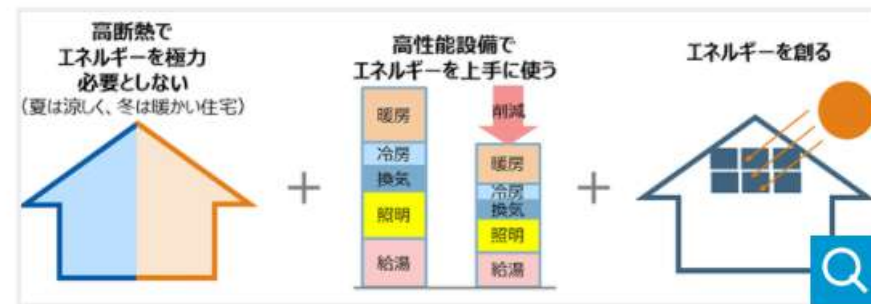
当社では、いざ災害が起きた際にはこの様な建物自体のレジリエンス性によってまずはオーナー様の安全を確保します。そして、会社を挙げた組織力によりオーナー様の安否や被災状況をいち早く把握するとともに全国の工場を地域復旧支援の拠点とするなど、オーナー様が1日でも早く日常生活を取り戻して頂けるよう、体制を整え支援を行います。「グリーンファーストゼロ+R」は、建物自体のレジリエンス性に加えて、すまい単体では解決できない課題を組織力により解決したものです。積水ハウスは今後も住まい手と社会の幸せを実現するZEHの価値創造と普及に努め、住宅業界を先導してまいります。



1.ZEH（ゼッチ）（ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス）とは

ZEH（ゼッチ）（ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス）とは、「外皮の断熱性能等を大幅に向上させるとともに、高効率な設備システムの導入により、室内環境の質を維持しつつ大幅な省エネルギーを実現した上で、再生可能エネルギーを導入することにより、年間の一次エネルギー消費量の収支がゼロとすることを目指した住宅」です。

BS朝日の「宇賀なつみのそこ教えて！」にて、「ZEH」「冬の省エネキャンペーン」が特集されました。



2018年6月第7回医薬品編ランキング

順位	総合得点 (100点満点)	企業	目標・実績 (50点満点)	情報開示 (50点満点)
1	73.6	第一三共	25.0	48.6
2	71.2	アステラス製薬	24.0	47.2
3	69.4	エーザイ	22.1	47.2
4	69.0	塩野義製薬	23.2	45.8

2018年10月第8回運送業関連ランキング

順位	総合得点 (100点満点)	企業	目標・実績 (50点満点)	情報開示 (50点満点)
1	73.6	川崎汽船	25.0	48.6
2	69.8	東日本旅客鉄道	31.3	38.5
3	66.9	小田急電鉄	30.5	36.5

2019年1月第9回目機械・精密機器編ランキング

機械

順位	総合得点 (100点満点)	企業	目標・実績 (50点満点)	情報開示 (50点満点)
1	80.5	ナブテスコ	34.6	45.8
2	74.9	日立建機	34.6	40.3
3	74.7	ダイキン工業	34.4	40.3
4	71.9	クボタ	26.0	45.8
5	70.6	ダイフク	28.9	41.7

精密機器

順位	総合得点 (100点満点)	企業	目標・実績 (50点満点)	情報開示 (50点満点)
1	73.4	ニコン	23.4	50.0

2019年5月第10回目素材産業その1ランキング

順位	総合得点 (100点満点)	企業	目標・実績 (50点満点)	情報開示 (50点満点)
1	82.0	住友化学	36.2	45.8
2	79.3	富士フイルムHD	32.0	47.2
3	73.9	積水化学工業	25.3	48.6
4	68.2	三井化学	22.4	45.8

ゴム製品

順位	総合得点 (100点満点)	企業	目標・実績 (50点満点)	情報開示 (50点満点)
1	74.3	横浜ゴム	31.3	43.1

繊維製品

順位	総合得点 (100点満点)	企業	目標・実績 (50点満点)	情報開示 (50点満点)
1	64.1	東レ	24.5	39.6

パルプ・紙

順位	総合得点 (100点満点)	企業	目標・実績 (50点満点)	情報開示 (50点満点)
1	84.5	レンゴー	35.9	48.6

2019年8月第11回目素材産業その2編ランキング

電気・ガス

順位	総合得点 (100点満点)	企業	目標・実績 (50点満点)	情報開示 (50点満点)
1	69.1	東京ガス	21.9	47.2
2	61.2	九州電力	15.4	45.8

石油・石炭製品

順位	総合得点 (100点満点)	企業	目標・実績 (50点満点)	情報開示 (50点満点)
1	68.3	コスモエネルギーHD	21.1	47.2

鉄鋼

順位	総合得点 (100点満点)	企業	目標・実績 (50点満点)	情報開示 (50点満点)
1	83.3	東京製鐵	37.5	45.8

非鉄金属

順位	総合得点 (100点満点)	企業	目標・実績 (50点満点)	情報開示 (50点満点)
1	79.5	フジクラ	32.3	47.2

金属製品

順位	総合得点 (100点満点)	企業	目標・実績 (50点満点)	情報開示 (50点満点)
1	68.7	LIXILグループ	24.2	44.4
2	67.2	東洋製罐グループHD	33.9	33.3

企業の対策や評価視点を自治体は取り入れているか？

市の公共施設等の測定量等については把握できるが、公共施設以外の個人のCO₂削減量等についてはどう把握しているのか。

企業にアクションを起こしているのか？

◆ 温室効果ガスの主な排出国

(上位6カ国、CO₂換算)

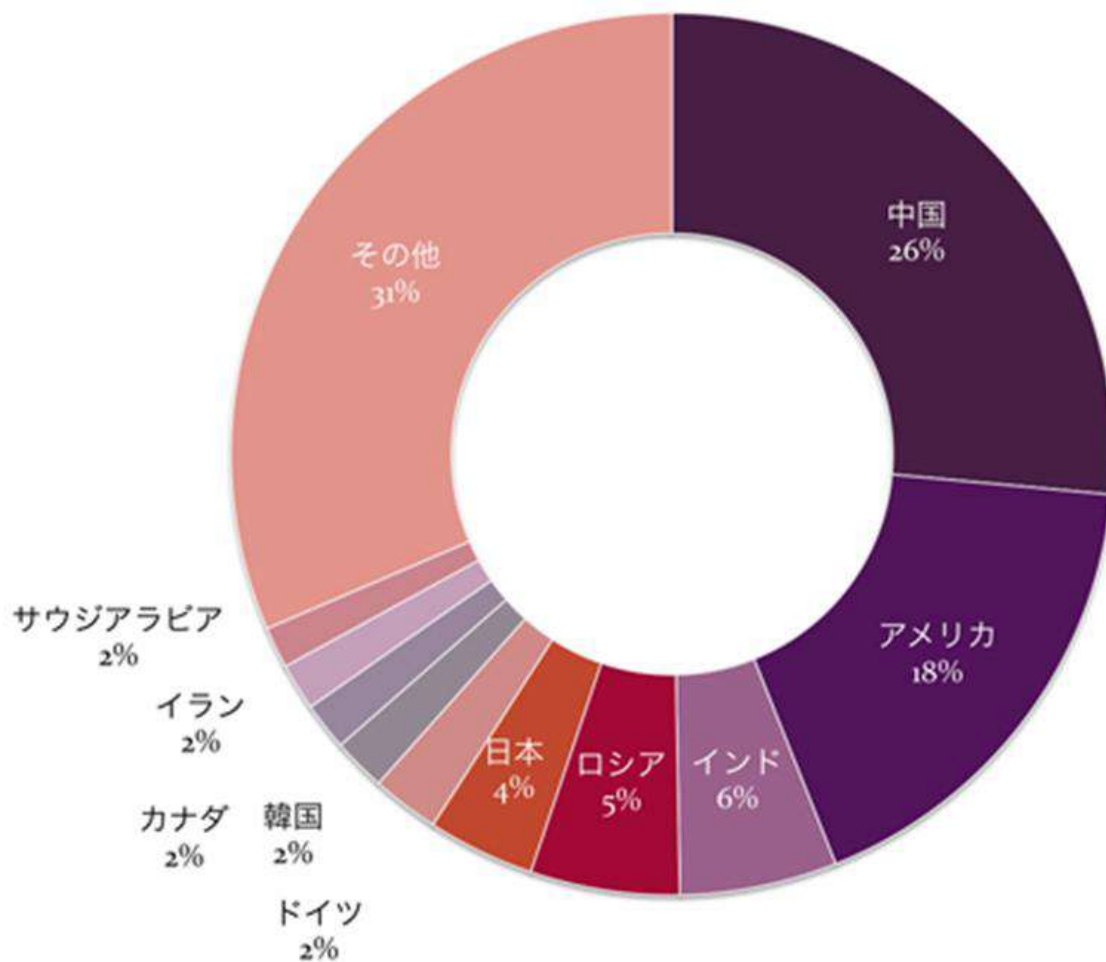
世界全体の
排出量
205億3400万トン
(1990年)
↓
328億4000万トン
(2017年)



◆ 排出量を1人当たりで見ると...



世界のCO₂排出量



主要国の温暖化対策ランキング

国名 点数

1~3位 該当なし —

4位 スウェーデン  74.42

5位 英国  69.66

6位 デンマーク  69.42

45位 日本  42.49

61位 米国  19.75

企業の温暖化対策を評価する世界的な基準

投資家

政府機関

取引先

消費者

企業を見る時の判断材料

CDP

温暖化対策を
8段階で評価

 Aリスト**38社**
2019年(世界最多)

リーダーシップ
A A-

環境リスクを
どのように解
決できるか

マネジメント
B B-

環境リスクや
その影響をど
のように管理
しているか

認識
C C-

環境リスクが
自社にどの
ような影響を
もたらすか

情報開示
D D-

現状の把握

F...回答せず

評価に結びつく

評価に結びつく

SBT

パリ協定に沿った
削減目標の認定

 **62社**
2020年2月

TCFD

温暖化に伴う事業見通し
の情報開示基準

 **249社・機関**
2020年3月

28

2021/9/17

- 公共交通機関を利用しよう
- ヒートポンプや家庭用コージェネレーションを入れよう
- 使っていないコンセントを抜こう
- 買い替え時は省エネ製品を選ぼう
- 冷暖房は冷やしすぎ、暖めすぎ、つけっ放しをさけよう
- 電力会社を再生可能エネルギー重視の会社に切り替えよう／グリーン電力を買おう
- 太陽光発電などの導入を検討してみよう

エアコンの冷房の設定温度を27度から28度にする
エアコンの暖房の設定温度を21度から20度にする
エアコンを1日1時間短くする

私たちができること

—うちエコ！アクション②—

ものを買うときは、必要なものを必要な量だけ、が原則ですが、
購入するときには出来るだけ環境によいものを選びましょう。

① 買い物袋を持ち歩く。



② 包装の少ないものを選ぶ。



③ 洗剤などは、中身の詰め替えができるものを選ぶ。



④ 電球が切れた場合には、電球形蛍光灯に取り替える。



⑤ 繰り返し使えるリターナブル瓶を使う。



⑥ エネルギー効率の良い家電製品を選ぶ。



⑦ 燃費の良い車を選ぶ。



⑧ リサイクル商品を購入する。



⑨ 買い物には、鉄道や自転車を利用したり、歩いて行く。



さらに進めて。
プラスチック容
器でないものを。

環境に配慮した製品についているマークを参考に、
グリーン購入を心がけましょう。



エコマーク

「生産」から「廃棄」にわたるライフサイクル全体を通して環境への負荷が少なく、環境保全に役立つと認められた商品に付けられています。



省エネ性マーク

省エネ基準を満たしたエアコン、蛍光灯器具、テレビ、冷蔵庫、冷凍庫、ストーブ、ガス調理機器、ガス湯水機器、石油湯水機器、電気機器、変圧器、電子計算機、電気ディスク装置についている。緑色のラベルは省エネ基準達成率100%以上の製品。



国際エネルギースターマーク

排熱時消費電力に関する基準を満たしたコンピュータ、プリンタ、FAX、コピーなど8つのOA機器についている。



グリーンマーク
グリーンマーク

トイレットペーパー、コピー用紙、ノートなど古紙を規定の割合以上利用した製品についている。



統一省エネラベル

エアコン、テレビ、電気冷蔵庫については機器単体のエネルギー消費量が大きく、製品毎の省エネ性能の差が大きいことから、省エネラベル制度及び年間の目安電気料金に加え、多段階評価制度を組み合わせた統一省エネラベルによる表示を定めています。

全国地球温暖化防止活動推進センター

<http://www.jccca.org>

JCCCA
Japan Center for Climate Change Actions

30

2021/9/17