

～県の取組～

## 設備整備のための支援

家電・照明  
45%

LED照明器具

HEMS

我が家の省  
エネエコアッ  
プで支援

給湯・厨房  
33%

高効率給湯器

太陽熱温水器

地中熱温水器

高断熱浴槽

暖房・冷房  
22%

ペレットストーブ

遮熱フィルム

遮熱塗装

その他

節水型トイレ

創エネ

太陽光発電

- ①電力自活住宅普及促進補助
- ②市民共同太陽光発電
- ③地域密着型価格低減等促進事業
- ④頭金0円ローン方式
- ⑤県有施設の屋根貸し
- ⑥メガソーラー等にかかる情報提供

## 省エネ行動への誘導取組

家電

省エネ家電の情報提供制度

住宅

CASBEEを用いた環境性能表示制度

普及啓発

電気・ガスダイエット

エコライフDAY

地域エコマネー

夏冬キャンペーン

各種イベント

夜エコ・朝活協力店

ヒント(県民意識調査)

⑧太陽光  
発電の設  
置難しい  
理由

若い人は値段が高いことが一番のネック⇒金銭的支援。  
高齢の人はタイミングや屋根の問題が大きい⇒リフォームや正しい知識の普及が有効か。

⑩住宅の  
断熱化条  
件

若い人にはライフサイクルコストの低減を明示することが有効。  
高齢者には結露を防げる、健康に良いことなどをアピールしていくことが重要。

太陽光発電による創エネと、LED照明等による省エネにより、一般家庭の年間電気使用量相当量を賄う「電力自活」を目指すとともに、太陽光発電及び省エネ機器の普及拡大を図る。



(※1) 新エネルギー財団 (NEF) 調べ 埼玉県; 1095.19kWh (NEF導入促進事業補助金調査データ平成17年)

(※2) (54W-6.5W) × 3カ所 × 6時間 × 365日 = 312kWh (メーカーカタログなどによる)

(※3) 省エネルギーセンター調べ (平成20年度待機時消費電力調査報告書)

太陽光発電パネル  
**四畳半 = 1kW**  
 相当の広さ(7㎡)で  
 発電

⇒創エネ・省エネ対策で、  
 家庭での電力自活を目指そう！！

【課題】太陽光発電設置後に省エネ・節電の継続されない可能性

(平成24年度)3地域でモデル実施

東松山市  
(市の率先実施モデル)

秩父地場産センター  
(広域団体モデル)

桶川市商工会  
(商工会単独モデル)

設置希望者



とりまとめ

事業主体

商工会など

参画

工務店

電気店 ...

価格交渉等による  
価格低減

メーカー・代理店

価格低下で普及促進  
安心・安全設置

地元事業者が参画  
地域経済の活性化

価格交渉等による  
価格低減

## 【モデル事業の成果】

3団体(東松山市・(財)秩父地場産センター・桶川市商工会)において、以下の成果を達成〔共通事項〕

- 組織化や事業者の登録・認証制度により、信用力の向上、役割(責任)分担の明確化 ⇒ 地元事業者の意欲向上
- チラシ・ポスター等の作成、市民向け講演会の開催 ⇒ 地元事業者から購入するメリット・注意喚起
- 販売・営業研修、施工研修の実施(スキルアップ) ⇒ ワンストップ化、安心・安全の提供
- システム価格40万円/kWの提示 ⇒ 低価格化の実現

※成果報告会 10月22日(月)実施 参加者:27市町村、3商工会議所、14商工会 等 計83人

- ・是非取り組んでみたい(さいたま市、行田市、嵐山町、寄居町商工会)
- ・検討したい(鴻巣市、寄居町、宮代町、行田市商工会、庄和町商工会、荒川村商工会)

〔意見等〕

- ・事業者数(特に市外業者)が多く、市主体の取組困難、民間主導が良い(川越市、所沢市、春日部市)
- ・規模の小さな町村(対応する職員がいない、事業者がいない)では、取組困難(ときがわ町、寄居町、宮代町)
- ・広域で取り組んだ方(スケールメリット)が良い(春日部市、伊奈町、嵐山町)
- ・産業振興部門との連携が必要(ふじみ野市)

## 【課題】

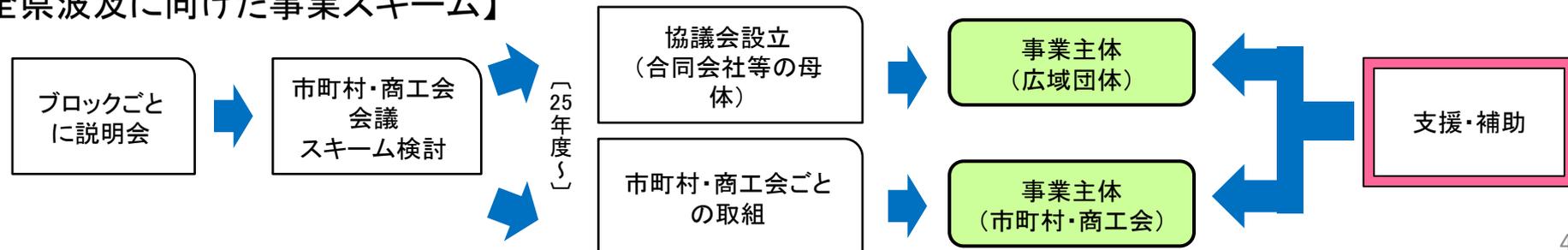
○価格低減のための”一括発注”は、在庫を抱えるリスクなど(資金・保管場所・発注数未確定)のため現実的には困難なことを確認

⇒ 実際には、パネルメーカーと対等に交渉(目利き)ができるコンサルなどによる価格交渉・見積り合わせや、事業者間のパネル融通など各地域の工夫で価格低減を実現

○全県波及に向け、継続的に、①情報提供、②人材育成(価格交渉・販売・施工)、③地域住民への周知活動 が必要

## 【全県波及に向けた事業スキーム】

〔予算案発表後〕



県内に本店を置く金融機関7社が、初期投資がなくても太陽光発電設備を設置できる低利融資制度を創設。平成25年度も各金融機関において、継続を検討中。【課題】返済期間が長期に及ぶ。H24.12月末現在の融資件数:83件。

### 埼玉りそな銀行

- 埼玉りそなソーラーローン

### 武蔵野銀行

- むさしの「くらし快適ローン」  
(太陽の恵み・エコリフォームローン)

### 埼玉縣信用金庫

- さいしん太陽光発電&エコリフォームプラン

### 川口信用金庫

- 安心リフォームプラン「一家団欒」(変動金利型)  
～太陽光発電設備利用可能プラン～

### 青木信用金庫

- リフォームローン(ソーラー発電設備設置応援プラン)

### 飯能信用金庫

- はんしんソーラーローン「ECO-LIFE」

### JAバンク埼玉

- とくとくエコプランリフォームローン

家庭部門については、目標とかなりの乖離がある。一層の施策が必要。

## 課題：キーワード

### 受け手の課題

#### 意識と行動のギャップ

- ・「省エネは重要」との“意識”はあるが“行動”に結びつかない

#### 情報・実感

- ・省エネメリットが見えない
- ・得た情報が周囲にない

#### 初期費用

- ・省エネ製品購入、設備設置に対する家計の優先度が低い

### 仕掛け側の課題

#### 行政の対策が限定

- ・規制は現実的でない。補助対象も多く限界あり

#### 効果訴えにくい

- ・節電してもCO2排出量は増。エネルギー消費量の2/3が電力

#### 県の省エネ施策支援

- ・家電等の設備支援が主であり、建物躯体には力が弱い

#### 既存住宅は手つけられてない

- ・改修件数：9万戸うち省エネ対策は4.5千戸(5%)→拡大

#### 明確な役割分担が必要

- ・国、県、市町村、NPOの役割分担明確でない

#### 誰からはじめるのか

- ・全世帯を対象に施策を仕掛けており、効果的ではない

#### 売り手が待ちの体制

- ・省エネ製品を個別に売りにいくことはない

#### 省エネ製品製造企業のインセンティブ

- ・省エネ家電等を製造・販売した場合のメリットが小さい

#### タイミング

- ・結婚や新築に合わせ省エネのお得情報が提供できてない