

※ 参考資料2参照

主な項目	結果概要	今後の課題等	主な項目	結果概要	今後の課題等
①省エネ取組	「不要な照明はこまめに消す⇒92%」など日常的に気を遣えば取り組める項目を選択した割合が高かった。	折角向上した意識を低下させない仕組みを検討する必要。マイバッグの使用など仕組みあるものは低下しにくい。	⑦太陽光発電 ※関連⑧	自ら設置するのは難しいので別の形で普及に貢献したい人が36%。よくわからない、興味はないが36%。設置している、設置したい人は2割強。	全面的な普及については、何か大きな社会の変化や制度の変化がないと難しそうだと推測される。
②LED照明	「今後使いたい」「使っている」を合わせ9割超が、その効果を認め今後使用することになる。	他の製品と比べて安価で一般的に普及が進んでいることから、行政として支援をする意味はあまり大きくないか。	⑧太陽光発電の設置難しい理由	まだまだ高価である。借家、屋根の問題など物理的に難しい人も(3割前後)。設備そのものに不安があるからもある。	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。
③省エネ家電 ※関連⑨	「今後使いたい」「使っている」を合わせ8～9割。(回収率7割超の県政世論調査でも8割弱の結果。)	県政世論調査で購入理由を尋ねたところ、製品の買換えや新築・改築などの導入のタイミングがあったとの回答が52.9%。⇒ <u>タイミングが重要</u>	⑨エアコン買換え	機器が故障するまで買換ええないが圧倒的(56%)。電気使用量等を確認する人は買換えメリットを感じたら買換えるが15%程度いる。	ライフサイクルコストが、通常型のコストよりも下回ることがわかれば、 <u>省エネ型製品を選ぶ層が確実に存在する</u> ⇒PRが重要
④高効率給湯器	「今後使いたい」が最も多かった。一方、「知っているが使いたいとは思わない」の割合が2～3割であった。	省エネ家電と同様に買換えるのメリットを感じたら買換える可能性が高い⇒ <u>製品のメリットを含めてPRが重要</u>	⑩住宅の断熱化条件	年齢によって断熱化の条件がかなり異なることが分かった。若い世代の方が、経済的なゆとりのないせいか、 <u>費用対効果に敏感である</u> と考えられる。	若い人には <u>ライフサイクルコストの低減</u> を明示することが有効。高齢者には <u>結露を防げる、健康に良いこと</u> などをアピールしていくことが重要。
⑤建物の断熱化 ※関連⑩	「今後使いたい」が4割以上で最も多かった。「使っている」も1/4であった。なお、県政世論調査よりも数値が若干高かった。	電気・ガス代の使用量や支払金額を知っているかどうかに関わらず、「今後使いたい」が36.5～57.1%と最も多かった。⇒ <u>普及の可能性</u>	⑪省エネで受けたいサービス	ホームページやチェックリストが好評。HEMSも3割は利用してみたいという数字が出た。反対に <u>面接や融資</u> などは敬遠された。	利用してみたいサービスはないが、省エネの取組数が少ない層の中では16%に上る。 <u>省エネ意識の低い人たちへの普及啓発をいかにするか。</u>
⑥クリーンエネルギー自動車	「今後使いたい」が55%で最も多かった。「使っている」人は8%で少ない。一方「使いたいとは思わない」も2割強に上った。	県政世論調査で、購入した理由を導入のタイミングがあった47%⇒ <u>タイミングを捉えメリットをPR</u> していく必要	⑫夜型生活の見直し	7割超:朝型、夜型:26.4%。見直しが難しい人は夜型の7割(全体の2割弱)。4・50代が最も多い。(仕事上深夜に行動せざるを得ないか。)	地球温暖化対策以外にも <u>就業形態などの労働問題、青少年の健全育成、健康増進</u> など幅広い観点から推進すべき。