

団体・組織の概要

※太枠内、必須事項。その他は、該当する項目を記載してください。

団体/会社名	沖電機株式会社		
代表者	沖 弘充	担当者	門田 真紀
所在地	〒 720-0054 広島県福山市城見町一丁目3番34号 TEL:084-922-4495 FAX:084-922-4510 E-mail:okidenki@mx4.tiki.ne.jp		
設立の経緯 ／沿革	1963年 会社設立 1969年 空調冷凍機部開設 1973年 旭ヶ丘支店開設		
団体の目的 ／事業概要	家電製品販売及び修理 空調機器設計・施工		
活動・事業実績 (企業の場合は 環境に関する 実績を記入)	<ul style="list-style-type: none"> ・2005年度、2006年度 省エネ型製品普及推進優良店 認定 (財)省エネルギーセンター ・2006年 「チームー6%」に加入 		
ホームページ	沖電機株式会社で検索		
設立年月	昭和38年 2月	*認証年月日 (法人団体のみ)	年 月 日
資本金/基本財産 (企業・財団)	1000万円	活動事業費/ 売上高 (H17)	2億2900万円
組 織	スタッフ/職員数 9名 (内 専従 名)		
	個人会員 名	法人会員 名	その他会員 (賛助会員等) 名

政策のテーマ

地球温暖化防止のための環境負荷税導入

■政策の分野

- ・地球温暖化の防止
- ・省エネ製品の技術開発及び普及・推進

■政策の手段

- ・家電3商品への環境負荷税導入
- ・

団体名：沖電機株式会社

担当者名：門田 真紀

■キーワード	環境負荷税	ラベリング活用	省エネ製品拡販		
--------	-------	---------	---------	--	--

① 政策の目的

- ・二酸化炭素排出量の軽減
- ・省エネラベリング制度の訴求と消費行動の変革
- ・環境立国として省エネ技術の向上と世界への貢献

② 背景および現状の問題点

我々に豊かな生活をもたらした高度成長と共にエネルギー消費は増加し、より快適で便利な生活を求めるライフスタイルなどから、家庭などの民生部門・運輸部門でのエネルギー消費量が増大している。生活用品の多くは大量生産、大量消費が当たり前、製品は安価であればお客様に受け入れられる。消費者も販売側も従来の意識だけでは「省エネへの取り組み」は遅々として進まない状況にある。多くの省エネ政策も国民生活にまだ浸透しているとは思われない。

③ 政策の概要

家電製品において「省エネ法の施行」また「トップランナー基準強化」など、策は導入されているが表面的で、実際購入されるものは大半が価格重視である。

一般的に省エネに配慮している製品ほど高価で、省エネ性に欠ける製品は安価な傾向にある。

またそれをより安く購入した者が「得」であるような消費行動は、地球環境改善に対しては大変不利である。

消費行動においても、省エネ性を重視し環境に配慮した製品を購入する人が「得」をえるような仕組みをつくる必要がある。つまり省エネ性に劣る製品を求めた場合は、環境や社会に負担をかけている分として『負荷税』を納め、その税収は環境意識の高い人へ、そして省エネ技術を向上させる研究費として製造事業者に戻元、また環境省の温暖化防止対策費としても活用する。

④ 政策の実施方法と全体の仕組み（必要に応じてフローチャートを用いてください）

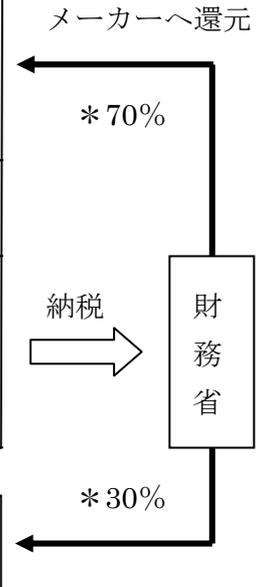
家電製品では「統一省エネラベル」がスタートしている、その多段階評価を活用する。評価に応じた段階的な環境負荷税を製造元出荷時に課税する。対象は一般家庭内で消費電力量ウエイトの高いエアコン、冷蔵庫及びテレビの3製品とする。

・仕組み

3製品の多段階評価（5つ星表示）のうち4つ星の製品を基準値0とし、3つ星評価以下の製品には課税する。

多段階評価	税率	製造事業者（メーカー）
☆☆☆☆☆	0%	前年度の業界総出荷台数（クラス別）からメーカー毎に案分し省エネ製品支援金（拡販・研究費）として支給
☆☆☆☆	0%	基準値
☆☆☆	10%	メーカーは各製品に環境負荷税を加算し出荷する
☆☆	20%	
☆	30%	

*印：分配率は協議



⑤ 政策の実施主体（提携・協力主体があればお書きください）

家電製品製造事業者、環境省、財務省

⑥ 政策の実施により期待される効果（具体的にお書きください）

- ・ 環境意識のある人にはやさしく、意識不足の人に負担していただく税として公平性があり地球温暖化防止対策費の一部負担にも貢献できる。
- ・ 製品の購入時には、省エネ性など本来の性能・機能が選択のポイントになる。
- ・ もの（製品）を大切にするという日本古来の習慣（省エネ意識の向上）がめばえる。
- ・ 製造事業者として省エネ製品の拡販と開発意欲が増す。逆に省エネ技術の乏しい事業者は支援金が受けられず厳しくなる。
- ・ 「省エネラベリング制度」など、従来の省エネ施策が生かされる。

⑦ その他・特記事項

弊社は家電製品販売を主に営業している関係上、省エネ型製品普及推進優良店に応募いたしました。優良店認定後は、名刺やチラシなど自主的にアピールしていますが、2年余り経過した今日でも優良店の認知度は低いままです。

国として他にも多くの施策が実施されているはずですが、もうそれらの力を強めていく時期に入ったのではないのでしょうか。例えば国や各自治体の仕事を受注する際、省エネ認定事業者には優遇処置があるなどの差別化も必要だと思います。