

平成 15 年度
地球温暖化防止に向けた事業者活動等
に関するアンケート調査結果報告書

長野県
平成 16 年（2004 年）3 月

目 次

1.	はじめに	1
2.	関係団体等へのヒアリング及びアンケート調査	2
2.1	関係団体等へのヒアリング結果	2
2.2	アンケート調査	8
2.2.1	アンケート調査対象	8
2.2.2	質問事項	9
2.2.3	アンケート調査結果	10

1. はじめに

昨年の夏、欧州を襲った熱波で約2万人が死亡したのをはじめ、世界各地で地球温暖化の影響とされる異常気象などの異変が報じられています。また、その影響で2050年までに、恐竜絶滅以来最大規模となる、地球上の動植物の4分の1が絶滅する恐れがあるとの学術研究が英科学誌ネイチャーにも掲載されました。

その原因とされる二酸化炭素などの温室効果ガスの排出量は、私たちが化石燃料に依存してエネルギーや資源を大量に消費したことにより、日本全体で1990年度と比較して2000年度では8.0%増加しており、特に長野県では15.2%も増加しています。

長野県では、本年度、「2010年度までに温室効果ガス排出量を1990年度比6%削減する」という厳しい目標を掲げ、地球温暖化防止のための県民・事業者・行政等の各主体のアクションプランを盛り込んだ「長野県地球温暖化防止県民計画」を策定し、さらに、この計画の実効性を担保するための政策・制度を検討しているところです。

そこで、この計画を実現し、持続可能な脱温暖化社会を構築するための政策・制度の参考とさせていただくため、平成16年2月から3月にかけて、「地球温暖化防止に向けた事業者活動等に関するアンケート調査」と題して、本県における温室効果ガスの排出実態を把握するとともに、事業者の皆様の新エネ・省エネ対策などの地球温暖化防止に向けた取組状況や考え方、政策・制度に関するご意見・ご要望をお聞かせいただきました。

その結果がまとまりましたので、ここに報告いたしますとともに、アンケート調査にご協力いただきました皆様に感謝申し上げます。

2. 関係団体等へのヒアリング及びアンケート調査

2.1 関係団体等へのヒアリング結果

アンケート調査に先駆け、関係団体等に対して本調査の目的を説明し、対象事業者リストの確認と傘下事業者等へのアンケート依頼について理解・協力を得るとともに、今後の政策・制度の参考とするため、地球温暖化防止に向けた取組み状況や考え方などのヒアリングを実施し、アンケート質問事項や対象事業者リスト等へのフィードバックを行った。

その結果について、平成 15 年 7 月 9 日から 9 月 26 日にかけて、県ホームページ上で募集した県民意見を含め、次のような項目に分類して以下に簡潔にまとめた。

- (1) 温室効果ガス排出量の把握及び削減計画の策定
- (2) 新エネルギー及び省エネルギー設備・構造の導入
- (3) マイカー通勤の削減等による温室効果ガス排出量の削減
- (4) 低公害車導入等による温室効果ガス排出量の削減
- (5) 営業時間の長時間化と自動販売機
- (6) 省エネ家電製品の普及
- (7) 環境経営・環境認証制度
- (8) 地球温暖化対策全般
- (9) その他の意見及び情報等（廃棄物対策など）

なお、表中の記号は以下のように団体の業種を表している。

民：一般県民からの公募意見 売：卸売・小売、外食等 環：環境保全関連
建：建築・建設関係 車：自動車関係 他：旅館、その他

表 2.1.1 「温室効果ガス排出量の把握及び削減計画の策定」に係る意見及び情報等

<p>現在及び 今後の取組</p>	<p>売 外食産業の CO₂ 排出量は全体の 1.5%程度に止まっている。省エネは当初、流通対策が主体であったが、現在では各店舗での調理に用いるエネルギー対策なども含めている。</p> <p>売 現在、物流の省エネ化を進めるため、共同配送なども委員会で議論している。</p> <p>売 温暖化に関連した目標としては、コンビニエンスチェーン業界全体として 1990 年度比単位店舗面積あたりの CO₂ 排出量 ± 0 % をほぼ達成した。なお、各社温室効果ガス排出量の中長期的な削減計画は作成していないが、年次目標で計画を立てている。</p> <p>売 コンビニ店舗で使用しているエネルギーはほぼ電気のみである。店舗毎の使用量のばらつきは特にはない。</p> <p>売 単位面積単位時間あたりの CO₂ 発生量を前年比 2%削減する目標を設定し、達成しているが、新店の増加で総量は増える傾向にある。総量を削減する対策として、様々な対策を推進している。</p>
<p>考え方 及び 意見・要望</p>	<p>環 エネルギー消費量削減の努力が報われるような制度が必要である。やはり金銭的なメリットが必要で、公平な削減をするためには炭素税のような税制度がいいのではないか。</p> <p>環 従業員が 50 人以上の事業所なら自動車の燃料も含めて、エネルギー消費量は把握しているので、対応しやすいと思う。廃棄物にかかわる GHG 把握は難しいかもしれない。中小企業は法律の改正や親会社の要求には生き残るためすぐ反応する。</p> <p>車 温室効果ガス排出量の把握、公表等は、時代の要請。</p> <p>車 タクシーの車両数が長野県の自動車保有台数のわずかしが占めないとしても、ロードリーダーとして、温暖化問題には率先して取り組むべきだと考えている。</p> <p>民 一定規模以上の事業所の自主的行動に任せられた施策となっており、今後の課題に書かれているように実効性があるのかどうか不透明である。このため、今後実効性を重視し、強制的な施策（環境税としての目的を持った地方税の導入など）を講じるようなことがあるとすれば、経済的打撃は大きく、県民の生活にも大きなマイナスである。</p>

	<p>売 長野県において地球温暖化防止条例を検討する場合には、事業者の自主的な取組みを支援することを前提とした検討を望む。規制的手法（排出量の削減義務化等）ではなく、省エネ機器使用への助成や支援を望む。</p> <p>民 条例で地球温暖化対策計画書作成を検討する場合には、当該企業の実態にあった柔軟なものとなるようにして欲しい。既に、省エネルギー法に基づく届出を実施している事業所があり、このうえで地球温暖化対策計画書の作成を義務化するのは国と自治体の二重規制となるため、これら事業所においては地球温暖化対策計画書作成の免除を望む。新たな計画書作成は事業者の負担となる。さらに、個別事業所単位ではなく企業全体としての取組みを念頭に、個別事業所への排出目標の設定などは規定すべきでない。</p>
--	--

表 2.1.2 「新エネルギー及び省エネルギー設備・構造の導入」に係る意見及び情報等

<p>現在及び 今後の取組</p>	<p>売 高層ビルやガスが使えないところでは、安全や職場環境を踏まえて、最近ではIHヒータなどを使った電化厨房が出てきている。</p> <p>売 加工されたものを仕入れ、店舗での調理工程を減らす取組も、店舗での省エネにつながっている。</p> <p>売 初期コストがかかるので、2,3年その効果について様子を見てランニングコストで回収できそうであれば検討している。</p> <p>売 省エネはコスト削減という観点で取組んでいる。</p> <p>売 お客の入る空間では省エネには限界がある。</p> <p>売 新店舗には最新の省エネ技術を取り入れている。</p> <p>売 加盟店の電力の8割を本部で負担しているため、店内の省エネ設備の導入はランニングコストなどを考え、本部が一斉に行っている。10年ほど前は節電装置の導入が主体だったが、照明、冷蔵庫、冷房などへのインバーター式の導入が主体になってきている。</p> <p>売 設備は本部投資なので、設備変更がある場合は全店で一斉に行っている。</p> <p>売 コンビニは小回りが効き、新立地は省エネ機器などの導入が進むのでエネルギー原単位は年々下がる。</p> <p>建 施主の予算によるが、高气密高断熱化すると一般的に原材料費などの初期投資が増加するので、ランニングコストや断熱性能との兼ね合いになる。</p> <p>建 天然ガスがクリーンだとは思いますがランニングコストの面から灯油の場合が多い。</p> <p>建 外断熱は効果がある。室内の温熱環境は全然違う。</p> <p>建 床暖房を施工する住宅も増えている。</p> <p>建 窓ガラスについては今では、ペアガラスが基本となっている。しかし、日本のペアガラスはただ窓ガラスが2枚あるだけ。</p> <p>建 木製サッシは断熱性能が良く、結露しない。</p>
<p>課題</p>	<p>環 さらに省エネとなると設備投資が必要となり、中小企業では、やりたいと思っても効果測定のためのエコナビを買うだけでもお金がかかるため足踏みしている。</p> <p>環 省エネ診断等に中小企業も関心はあるが、専門家がないので対応がしにくい。</p> <p>建 太陽光は蓄電ができれば良いが、まだ高すぎる。</p> <p>建 ペレットは普及にはコストパフォーマンスが求められる。</p> <p>建 次世代省エネ基準に対応するのは、結構面倒。</p>
<p>考え方 及び 意見・要望</p>	<p>他 ホテル・旅館の省エネ改修は設備投資にかなりの費用が必要になるので、初期投資を軽くする制度が必要だと考えられる。ということがメリットになるのかの情報提供も必要ではないか。</p> <p>環 省エネ機器の導入は初期投資が大きいので中小企業には難しいが、行政がバックアップしてESCO事業が確立されて広まれば可能性はあると思う。良い業者だけとは限らないので、第三者機関で検証することも必要だと思われる。</p> <p>建 建築物については、質の良いものを作って長く使うのが最も良い。</p>

建	省エネ住宅は、割増融資があるので、インセンティブにはなっていると思う。
建	長野県は地域によって温度差があり、省エネの考え方も違う。あまり高気密高断熱にしないほうが良いという考え方もある。
建	建築物への自然エネルギー導入や緑化を普及させるには補助金（初期投資の軽減）が必要である。
建	燃料電池には期待している。将来は車で発電するような時代が来るかもしれない。
建	敷地内の緑化を行うほうが良いのではないか。
建	現在、住宅の省エネ性能については、住宅品質法（住宅の品質確保の促進等に関する法律）に基づく住宅性能表示制度における検査しかない。住宅ローンなどの優遇が受けられる場合もあるが、さらなるインセンティブが必要である。
建	断熱材の施工にあたっては工事管理も大切な要素である。
民	地域自給型再生可能エネルギー開発に関して、電気料金に環境負荷の程度により環境負荷税を段階的に上乘せすることと、エコ電気利用者登録と登録料を設け、登録料および環境負荷税を再生可能エネルギー開発に利用し、太陽光、風力、バイオマス等の再生可能エネルギー設備設置家屋、事業者の減税をするようにしたらどうか。
民	条例の検討にあたっては、環境と経済が両立することを念頭にすべき。電気料金への省エネ課徴金については、国との施策の整合性や経済的な損失の観点から採用すべき施策ではない。
民	長野県に豊富な水力エネルギーの価値を見直し、地球温暖化防止条例（仮称）にて、既設の流れ込み式の中小水力（30MW以下）も条例の対象エネルギーとして頂きたい。

表 2.1.3 「マイカー通勤の削減等による温室効果ガス排出量の削減」に係る意見及び情報等

現在及び 今後の取組	環 売 売 売	マイカー通勤の節減運動は 30 人規模の事業所が最も熱心で、規模が大きくなると把握・報告がしきれないようだ。県ももっとしっかりやって欲しい。 通勤手段は郊外店舗が多いため、ほとんどがマイカー通勤。 各店舗のパートナーの通勤は近所から来る人が多いので、自転車、徒歩が多い。 社員はほとんどがマイカー通勤であるが、2 km 以下は原則禁止。
課題	売 売	小売業は勤務時間が不規則で、10 段階に分かれているため、相乗り通勤などは難しい。 相乗りデーなどを実施しているが、営業、事務、修理など部署によって就業時間が違うのでなかなか難しい。
考え方 及び 意見・要望	環 環 民 民 車 車 車 車	一定規模以上の事業者マイカー通勤禁止距離の設定の義務付けなど、大きな網をかけるのは県でいい。自動車関連の税金やガソリン代を高くしたり、公共交通機関を無料、或いは、100 円均一にするなどしないと、経営者にとっては、通勤手当としてガソリン代を支払ったほうが安く済んでしまう。 トップがその気にならないと駄目。 条例にマイカー通勤の自粛を盛り込むのであれば、それを代替する公共交通機関の充実を希望する。 公共交通網の整備、駐車場の整備、通勤手当の見直し、化石燃料に地域炭素税（環境負荷税）導入が必要。 関係省庁が集まって骨太の議論をする必要がある。 公共交通機関を使う意識改革を行うのは行政の仕事。 公共交通機関の利便性向上を言う人が多いが、有識者を含めて言うだけで実行が伴っていない。 マイカーを所有するのは仕方が無いが、工夫のある使い方をすべき。トータルな取組は行政で先導すべき。 レール輸送及び海運輸送をもっと活用すべき。

表 2.1.4 「低公害車導入等による温室効果ガス排出量の削減」に係る意見及び情報等

<p>現在及び 今後の取組</p>	<p>車 ユーザーの自動車購入動機としては、20 歳代はスタイル、30 代以上では性能で選ぶ人が多い。</p> <p>車 各社、車の環境情報の説明は当然している。車の燃費性能はだんだん良くなっており、3つ の割合が年々増加している。</p> <p>車 現在、新車新規登録台数は減少傾向で、登録 10 年以上経過が 26%強である。</p> <p>車 省エネ運転講習会を年に何回か開催している。削減効果の大きいところでは、20%程度の燃費削減になったところもある。</p> <p>車 全国に先駆け、仮眠用蓄熱マットの助成を行っており、平成 13 年度には、環境省から表彰された。</p> <p>売 商品詰替え等の営業車は効率的な運行システムで動いている。また、営業車も順次低燃費車へ更新している。</p> <p>車 ハイブリッドや低 P M 車も助成対象になったので、助成対象は増えていくと考えている。</p> <p>車 トラック業界の各社とも車輛の保有台数は減少してきている。</p> <p>車 タクシーは燃料補充ができない山間僻地を除いてほとんどが L P G 車。</p> <p>車 現在 L P G 車の燃費基準は無いので、協会からメーカーサイドなどに働きかけはしている。</p> <p>車 バス協会に環境委員会を独立して設置していることや上高地のハイブリッドバス(50~60 台)導入は全国的にも少ない。</p> <p>車 エコドライブを中心として、毎日実施する取組を会員各社で申し合わせている。</p> <p>売 2010 年に燃料電池車が実用市販されるようになれば、エネルギー革命が起きるだろう。</p>
<p>課題</p>	<p>車 まだまだハイブリッド車は高い。</p> <p>車 スタンドなどのインフラが整備されないと、C N G 車の導入は難しい。</p>
<p>考え方 及び 意見・要望</p>	<p>車 自家用車の占める割合が圧倒的に大きいので、そちらの対策が重要である。</p> <p>民 導入にあたっては費用増加分の助成が必要である。</p> <p>車 自動車税制のグリーン化について、税収が減るとの理由で 3つ 車に絞るのはどうか。</p> <p>車 各家庭あたりの自動車保有台数を 1 台にするというのは無理である。市町村合併で足の確保ができなければ、移動距離は長くなる。</p> <p>車 市街地と郊外を結ぶバスが必要。</p> <p>民 低公害車の導入への普及支援を検討する必要がある。</p>

表 2.1.5 「営業時間の長時間化と自動販売機」に係る意見及び情報等

<p>現在及び 今後の取組</p>	<p>売 外食産業では、経済状況にもよるが業界では営業時間を短くする方向。24 時間営業は、会社の中でも立地によってやっているところとそうでないところがある。</p> <p>売 営業時間はコスト対効果という面では厳しい面もあるが、地域住民の要請があればこれからも 24 時間化を含めて延長していく。</p> <p>売 お客様のニーズや生活スタイルの多様化、地域性やマーケットの状況、また、仕入れ、準備、陳列などは店を閉じてからもやっており、その間に店を開いていた方が効率的という考え方もある。</p> <p>売 長時間営業は、マーケットが必要としていることが第 1 の理由である。</p> <p>売 少なくとも昼間とは違うマーケットが夜間にはあるということはいえる。</p> <p>売 24 時間営業のメリットとしては、店のオペレーション(仕入、清掃、陳列、物流など)の効率が良い。</p> <p>売 店を 6 時間閉めたらエネルギーが 1/4 減るわけではない。現在、動力 8 : 照明 2 の割合で、冷凍冷蔵は 24 時間運転である。</p> <p>売 軽井沢のようなところを除いて、ほとんどが 24 時間営業だが、第一種専住地域に出店するような場合については 24 時閉店も視野に入れている。</p>
-----------------------	---

	<p>売 セルフガソリンスタンドは 24 時間営業である。また、セルフはフルの 3 倍の売上げがあり、その影響で石油の SS の数も今後、さらに集約化していくであろう。</p> <p>売 自動販売機は設置から 6 , 7 年で更新している。長野県では規模の大きいタイプの比率が高い。</p> <p>売 自販機は現在はほとんどが省エネタイプである。最近の更新時にはトップランナー機器を導入している。</p> <p>売 電力のピークカットを行うエコベンダー方式（冷却コンプレッサーを停止する）を採用しているものが多い。</p> <p>売 フロン回収破壊法に基づいて、フロンの回収も徹底して取組んでいる。</p>
考え方 及び 意見・要望	<p>売 自販機は日本全体の総発電量のわずか 0.7% 程度。公平な削減へ導く制度が必要ではないか。</p> <p>売 自動販売機は、すでに様々な省エネ化が進められている。営業の自由を奪うような施策を県が条例に規定することのないように希望する。</p> <p>売 コンビニには、利便性以外にも安全安心の役割が期待されている。</p> <p>売 コンビニは生活必需であり、遊戯店とは異なることを認識してほしい。</p> <p>売 地域ごとに 24 時間営業の店舗を交代制にするという案は、経営者が異なることやコンビニの集客範囲の狭さから難しい。</p>

表 2.1.6 「省エネ家電製品の普及」に係る意見及び情報等

現在及び 今後の取組	<p>売 省エネルギーセンターの省エネ製品普及推進優良店の量販店だけに絞った制度で当初とは話が違い不満である。</p>
課題	<p>売 小売店が比較的値段の高い省エネタイプを薦めると、「高いものを薦められて」という反発がある。</p>
考え方 及び 意見・要望	<p>民 排出の伸びの著しい「民生」部門での排出削減を促す省エネ機器への普及支援を検討する必要がある。</p> <p>民 電気は一般市民にとって生活必需品であり、電気料金が必然的に値上げとなるような制度は反対。</p>

表 2.1.7 「環境経営・環境認証制度」に係る意見及び情報等

現在及び 今後の取組	環	環境認証取得のメリットを出すためにも、入札や税金などの優遇措置があればいいのではないかと。
	環	会員企業では 1 割強が ISO14001 を取得している。協会では取得の支援として講習会を開催しているが、参加者は減ってきている。また、取得している事業者に対してもフォローアップ（システムの定着や事務量低減の方法など）の講習会を開催しており、こちらは数多くの参加者がある。
	建	ISO14001 を取得する建設会社は最近増えてきたが、20～30 社程度で、ほとんどが大手である。
	建	ISO14001 を取得している建築士事務所は無いと思う。維持するのが大変である。
	車	トラック業界では、ISO14001 や 9001 を取得している会社はまだ少ない。交通エコロジー・モビリティ財団のグリーン経営認証をやるようとしている会社もある。
	車	タクシー業界では、交通エコロジー・モビリティ財団のグリーン経営認証を推進していきたいと考えている。
	売	環境認証はコスト対効果を考えて今後の取得を考えていきたい。
売	ISO14001 の目標はグループの事業全体で設定している。こまめな消灯や冷暖房の温度管理だけでは限界であり、持続可能とはいえない。したがって必ず本業の中での目標設定をしている。グループ各社にも ISO14001 認証取得を進めており（現在 20 社）、2005 年度末までには 40 社の取得を目指している。グループの中では、経済性ではまだまだでも、社会的価値で評価できる仕組みを導入できればいい。	

	売 SRI(社会的責任投資)の評価がより重要である。テナントへの出店者、利用客、サプライヤーなど様々なステークホルダーと連携をしながら、何をしているかを具体的に示し、実効性ある配慮行動をとる必要がある。具体的な例としては、直接の取引だけではなく、取引先の製造プロセスまでをマネジメントしている。
考え方及び意見・要望	環 取得の促進策としては、入札や取引で取得した事業所を優遇する制度が必要ではないか。

表 2.1.8 「地球温暖化対策全般」に係る考え方及び意見・要望

考え方及び意見・要望	<p>環 規制を行う場合も猶予期間や経過措置を設けたほうがいいのではないか。中小企業への規制は厳しいと思う。生き残ることが先なので、経営にマイナスになるとすると反対するだろう。</p> <p>民 現行の国の各環境法規制より強化されるような条例は反対する。条例で県独自の規制を制定される場合も、企業に過大な負担とならないよう配慮され、特に、小規模事業者には適用されないような規定としていただきたい。</p> <p>売 現場の実態を踏まえた制度設計を行い、関係者の理解を得るべきである。</p> <p>売 行政はフランチャイズ事業者のビジネスモデル、一般市民のコンセンサスをよく踏まえ、社会負担効率の高い施策にして欲しい。</p> <p>売 行政の縦割りが弊害になっている。川下産業だけに規制をかけられるのは困る。</p> <p>民 条例規制で過度な負担を県民に与えないことが重要。</p>
------------	---

2.2 アンケート調査

2.2.1 アンケート調査対象

アンケート調査対象者は長野県内の事業者等とした。調査した事業者区分及び調査数、返送数については表 2.2.1 に示す通りである。

表 2.2.1 調査事業者数及び回収数

事業者区分		調査数	回収数	回収率 (%)
第 1 種及び第 2 種エネルギー指定管理工場		166	127	76.5%
床面積 3,000m ² 以上の大規模事業所(店舗)		300	84	28.3%
店舗面積 1,000m ² 以上の店舗		240	32	13.3%
営業時間 16 時間以上の店舗		389	95	25.2%
内 訳	コンビニエンスストア、スーパー	217	78	35.9%
	ファミリーレストラン	63	6	9.5%
	レンタル業、大規模ブックストア	20	2	10.0%
	カラオケ、ゲームセンター、マンガ喫茶等	35	2	5.7%
	ガソリンスタンド	54	10	18.5%
自動販売機関連事業者		59	30	50.8%
30 台以上の自動車保有者		203	67	33.0%
自動車販売者		41	14	34.1%
家電販売店		31	17	54.8%
近年の大規模建築物設計・施工業者及び一般住宅設計・施工業者		63	21	33.3%
総計		1,492	487	32.6%

注 1) 「第 1 種及び第 2 種エネルギー指定管理工場」、「床面積 3,000m² 以上の大規模事業所」のうち、県及び市町村等の公共施設については、調査を実施していない。

注 2) 調査数には、区分に共通する事業者を含む。

2.2.2 質問事項

事業者別の質問項目は次のとおりである。

表 2.2.2 事業者別のアンケート質問項目

質問項目	事業者区分												
事業所の概要													
エネルギー消費と温室効果ガスの削減計画													
自然エネルギーの利用状況と導入施策													
省エネルギーの取組と省エネ設備導入施策													
事業所の緑化状況													
建物への新工ネや省エネ設備の施工状況													
次世代省エネ基準の状況・課題・効果													
長野モデル省エネ住宅の普及策													
省エネ診断やE S C O事業への意見													
マイカー通勤の現状													
低公害・低燃費車の保有台数と導入予定													
車燃料使用と削減の取組													
低公害・低燃費車の販売台数と普及施策													
長時間営業のメリット・デメリット													
家電販売店の省エネ機器の販売状況と普及													
自動販売機の取り扱い台数の傾向													
環境マネジメントシステムの状況													
県への意見・要望													

凡例) 事業者区分の番号の内容はつぎのとおり

第1種エネルギー指定管理工場

第2種エネルギー指定管理工場

床面積 3,000m² 以上の大規模事業所

店舗面積 1,000m² 以上の店舗

営業時間 16 時間以上の店舗

自動販売機関連事業者

30 台以上の自動車保有者

自動車販売者

家電販売店

近年の大規模建築物設計・施工業者 + 一般住宅設計・施工業者

2.2.3 アンケート調査結果

(1) 温室効果ガス排出量

各事業者のエネルギー使用量、温室効果ガス削減目標を、第1種エネルギー指定管理工場、第2種エネルギー指定管理工場、床面積3,000m²以上の大規模事業所、店舗面積1,000m²以上の店舗、営業時間16時間以上の店舗、家電販売店について調査した。

集計については、エネルギー使用量の回答がほとんどなかった家電販売店については除外した。

1) 業種別の床面積当たりの排出量

業種別の床面積当たりの年間温室効果ガス排出量（二酸化炭素換算）を表2.2.3に示す。ここでは、小売業を百貨店、スーパー、その他小売店に分けて示した。同表の「ガソリン・軽油」の値は、各事業者で使用している車から排出される温室効果ガスを含んだ値である。通勤による排出量は、後述する事業所ごとのマイカー通勤の距離分布（20頁）より算出した値である。

床面積当たりの温室効果ガス排出量は、製造業が最も多く、次に小売業のスーパーが多くなっていた。なお、業種名の後ろの下線数字は、排出量を算出するのに使用した母集団数である。

表 2.2.3 業種別温室効果ガス排出量（二酸化炭素換算）(kg/年間)

業種(母集団数)	床面積当たり (kg/m ²)	ガソリン・軽油 (kg/事業者)	通勤による 排出量(kg/事業者)
製造業(100)	638.6	1,530,721.5	352,172.6
小売業:百貨店(4)	200.3	311,939.6	16,113.9
小売業:スーパー(60)	326.1	953,851.8	
小売業:その他(2)	111.8	79,664.3	
宿泊業(15)	113.4	130,859.4	31,081.3
飲食店(1)	96.9	15,982.7	13,566.9
娯楽(1)	145.4	45,322.4	22,477.2
病院(3)	161.6	112,126.3	609,735.3
その他(33)	98.3	100,696.4	6,138.6

注1) 通勤による排出量 = マイカー通勤の距離 × 2 (往復) / 燃費 (ガソリン車、12.9km/L : ECCJ 省エネルギーセンターホームページより) × ガソリンの温室効果ガス排出係数 (2.38kg/L) × 年通勤日数 (262日)

注2) () 内下線数字は、排出量を算出するのに使用した母集団数である。コンビニエンスストア、ファミリーレストラン等のチェーン店は、各店舗でなく本部がデータを把握している場合が多く、回答が少なかつたため、計算していない。

注3) 宿泊業：ホテル、旅館 娯楽：ゲームセンター、カラオケ等 その他：事務所ビル、大口自動車保有者、建築関係等

表 2.2.4 業種別エネルギー消費量

業種	床面積当たり (MJ/m ²)
製造業(100)	11,828
小売業:百貨店(4)	3,959
小売業:スーパー(35)	6,841
小売業:その他(2)	4,055
宿泊業(15)	1,990
飲食店(1)	1,962
娯楽(1)	3,791
病院(3)	2,852
その他(33)	2,180

また、参考として燃料別の温室効果ガス排出量（二酸化炭素換算）を表 2.2.5に、燃料別のエネルギー消費量を表 2.2.6に示す。（ ）の中の下線数字は原単位を算出するのに使用した母集団数である。

床面積当たりの排出量で最も多かったのは、製造業の「電力」、次いで「重油」であった。

なお、表 2.2.5の燃料別の排出量を全て合計しても、表 2.2.3の業種別の排出量と同じ値にはならない。これは、各事業者によって使用する燃料が異なるためである。

表 2.2.5 燃料別温室効果ガス排出量（二酸化炭素換算）(kg/m²・年間)

(kg/m ²)	電力	LPG	都市ガス	灯油	重油	コークス
製造業	340.3 (99)	43.3 (60)	95.0(10)	67.7(63)	296.3(69)	956.9 (2)
小売業(百貨店)	86.7(4)	-	26.6 (3)	0.4 (2)	186.8 (2)	-
小売業(スーパー)	180.5 (32)	32.3 (23)	12.7 (5)	17.5(4)	267.3 (14)	-
小売業(その他)	107.9 (2)	-	1.1 (1)	6.6 (1)	-	-
宿泊業	36.8 (13)	3.9 (4)	18.5(4)	30.4(8)	89.0 (10)	-
飲食店	50.3 (1)	-	-	-	46.7 (1)	-
娯楽	145.4 (1)	-	-	-	-	-
病院	63.6 (3)	-	6.8 (2)	162.1(1)	39.5 (3)	-
その他	68.3 (32)	20.3(6)	14.0(17)	17.4 (10)	58.5 (9)	-

注1) 燃料別の排出量原単位は、その燃料を使用している業者のみの原単位である。(回答使用量/回答業者数)

注2)(数字)は母集団数、-は回答なし

表 2.2.6 燃料別エネルギー消費量 (MJ/m²・年間)

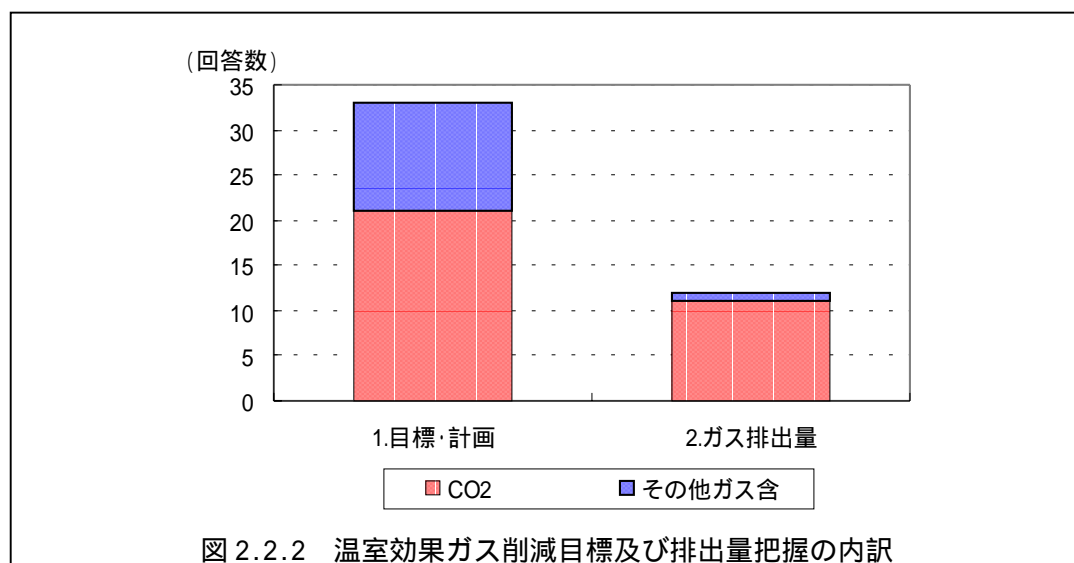
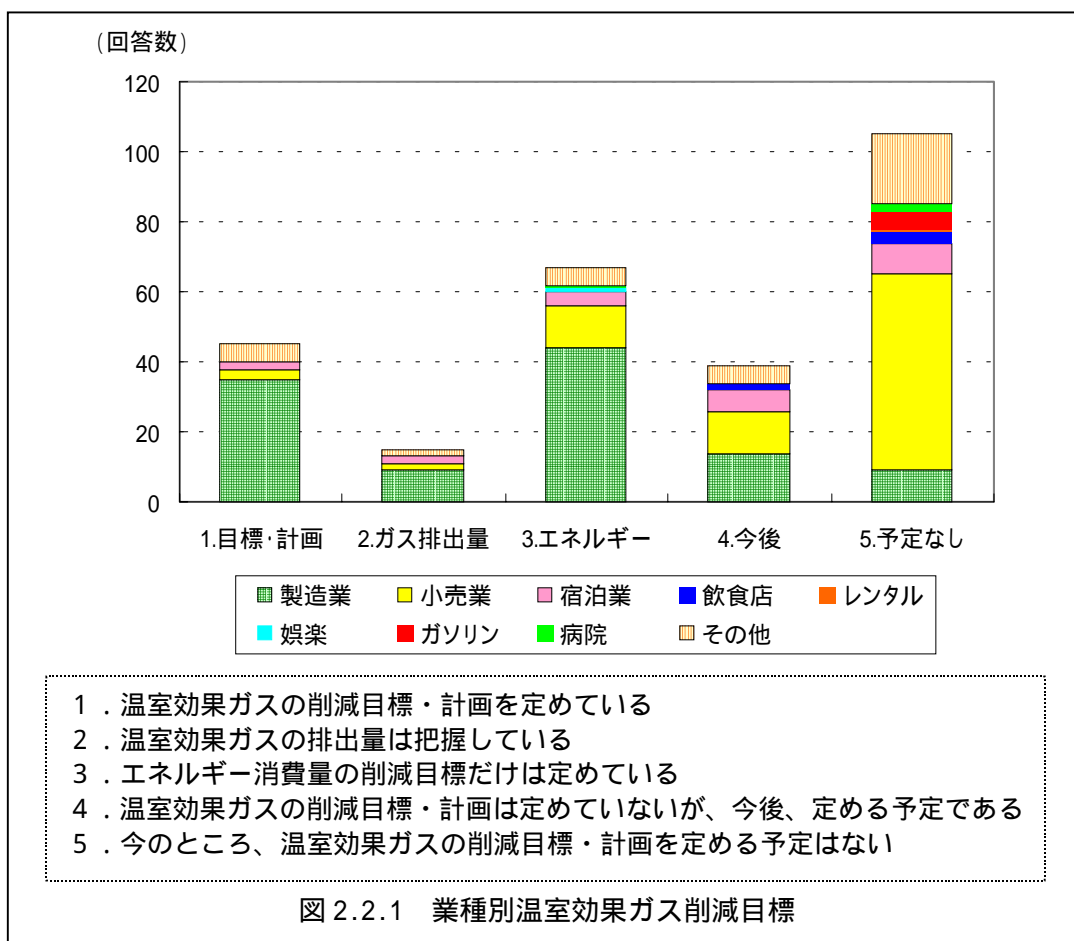
(MJ/m ²)	電力	LPG	都市ガス	灯油	重油	コークス
製造業	7,620.9 (99)	738.8(60)	1,851.8(10)	988.5(63)	4,138.2(69)	8,860.5(2)
小売業(百貨店)	2,262(4)	-	519(3)	6(2)	2,609(2)	-
小売業(スーパー)	4,706(32)	550(23)	247(5)	256(4)	3,734(14)	-
小売業(その他)	2,815(2)	-	21(1)	96(1)	-	-
宿泊業	934.8(13)	66.3(4)	360.9(4)	444.4(8)	1,243.2(10)	-
飲食店	1,310.7(1)	-	-	-	651.7(1)	-
娯楽	3,791.0(1)	-	-	-	-	-
病院	1,423.0(3)	-	132.0(2)	2,366.0(1)	552.0(3)	-
その他	1,728.8(32)	346.7(6)	272.3(17)	253.8(10)	817.3(9)	-

注1) 燃料別の排出量原単位は、その燃料を使用している業者のみの原単位である。(回答使用量/回答業者数)

注2)(数字)は母集団数、-は回答なし

2) 温室効果ガス削減目標

「温室効果ガス削減目標を定めているか」についての回答を、業種別に図 2.2.1 に示す。最も多かった回答は「5. 予定なし」であり、小売業、特にコンビニエンスストアが多くを占めていた。次に多かったのは「3. エネルギー」で、これは製造業が多くを占めていた。製造業の多くが、第 1 種、第 2 種エネルギー指定管理工場に指定されているためと推察される。また、温室効果ガス排出量について、目標を定める、あるいは把握している回答のうち、その温室効果ガスが「CO₂のみ」か「その他ガスを含む」かについての回答を図 2.2.2 に示す。



(2) 自然エネルギー・省エネルギー

自然エネルギー利用や省エネルギー設備導入の現状及び導入すべき施策等を、第1種エネルギー指定管理工場、第2種エネルギー指定管理工場、床面積3,000㎡以上の大規模事業所、店舗面積1,000㎡以上の店舗、営業時間16時間以上の店舗、家電販売店の各事業者について調査・集計した結果を以下に示す。

1) 自然エネルギー等の利用状況

各事業者の自然エネルギー等利用状況について図2.2.3に示す。現在の利用状況及び今後の導入予定とともに、自然エネルギーでは太陽エネルギーが最も多く、全体ではエネルギーを有効活用するコージェネレーションシステムが最も多くなっていた。

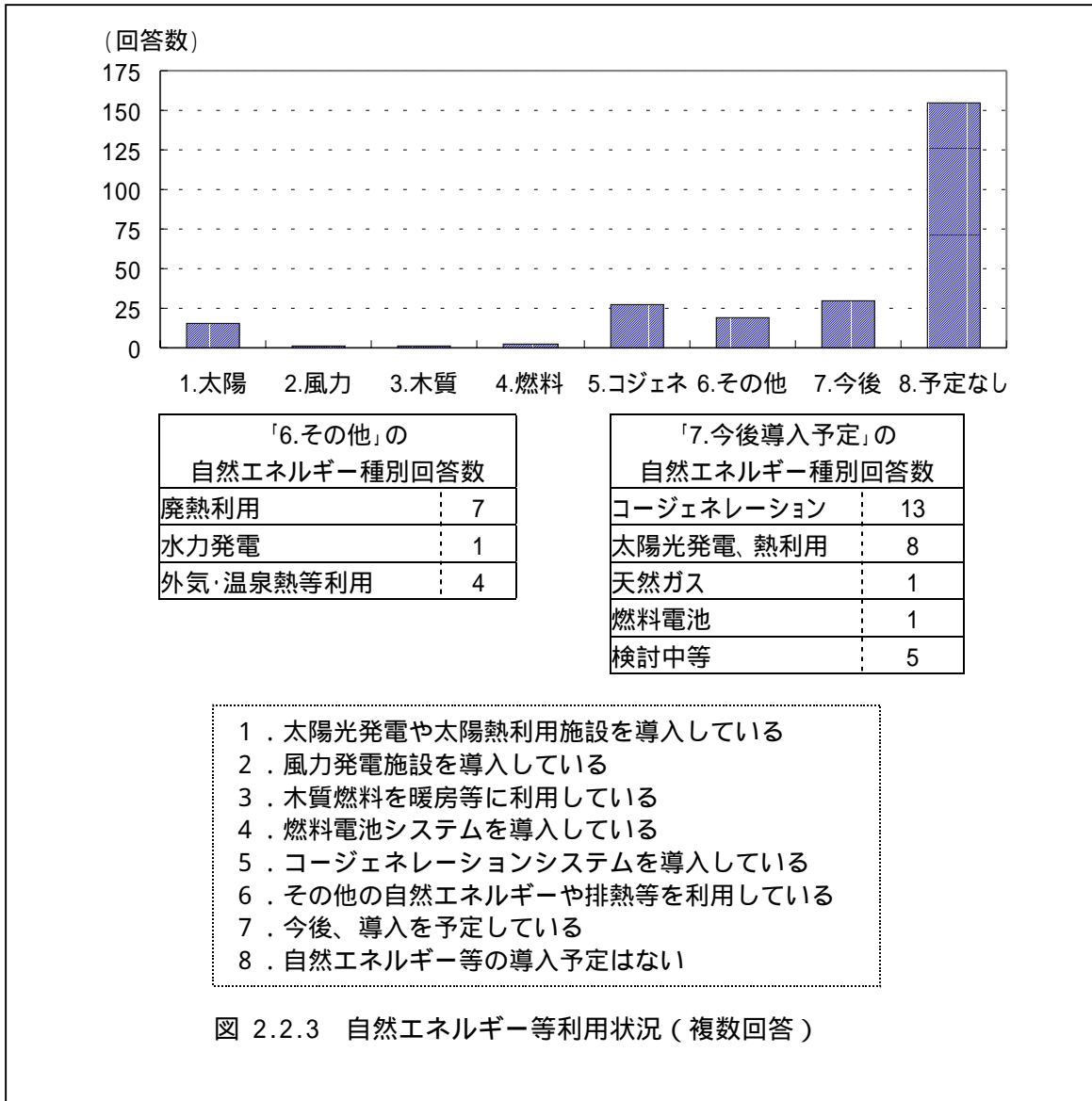
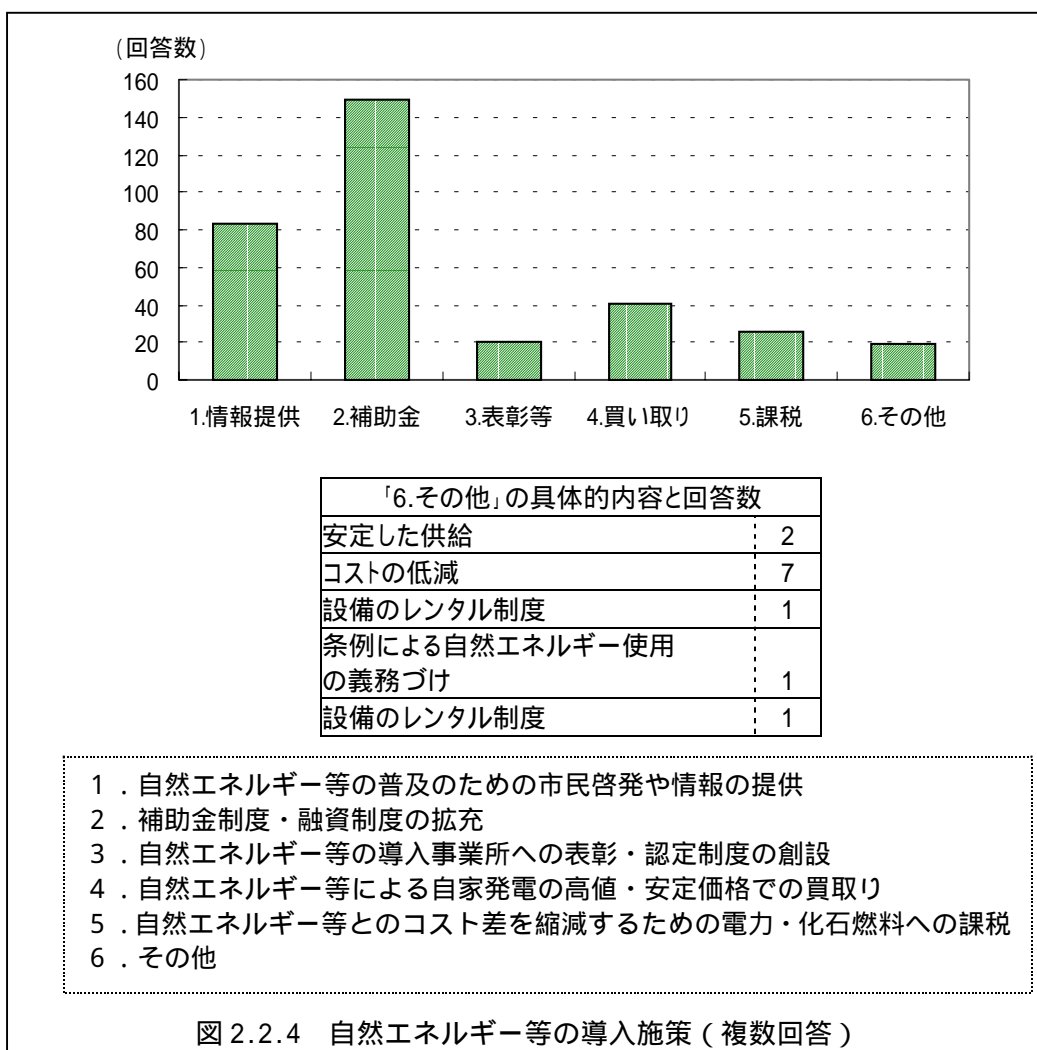


図 2.2.3 自然エネルギー等利用状況（複数回答）

2) 自然エネルギー等の導入施策

「自然エネルギー等を導入するきっかけとなる施策」についての回答を図2.2.4に示す。
 「2.補助金・融資制度の拡充」施策が最も支持を集めているほか、「6.その他」にもコストの削減という回答があり、コスト支援についての要望が最も強かった。



3) 省エネルギー等への取組について

省エネルギーへの取組み 10 項目について、全業種及び業種毎の実施状況を、図 2.2.5 に示す。全体で見ると、「清掃点検」、「消灯」、「適温化」の順に実施している事業者が多かった。業種毎にみると、全項目において製造業が実施率の高い傾向にあった。

「省エネルギーへの取組み 10 項目」以外の取組みについては、機器のインバーター化が最も多くなっていた。

< 省エネルギーへの取組み 10 項目 >

空調の適温化(冷房 28 、暖房 20)を実施している	高効率蛍光灯の採用やインバーター照明を導入している
空調のフィルター清掃や冷却設備・ボイラーの保守点検を定期的に行っている	省エネタイプのOA機器を導入している
昼休み消灯や使用しない区域の消灯をしている	低公害・低燃費車を導入している
電力不要時の機器のコンセント抜きや作業エリアの負荷遮断	電気ポットや電気使用暖房など熱転換効率の悪い電力機器の使用は避けるようにしている
事業所の自動販売機の削減・夜間消灯・利用時間の短縮化をしている	省エネ診断や ESCO 事業など、省エネルギーサービスを活用している

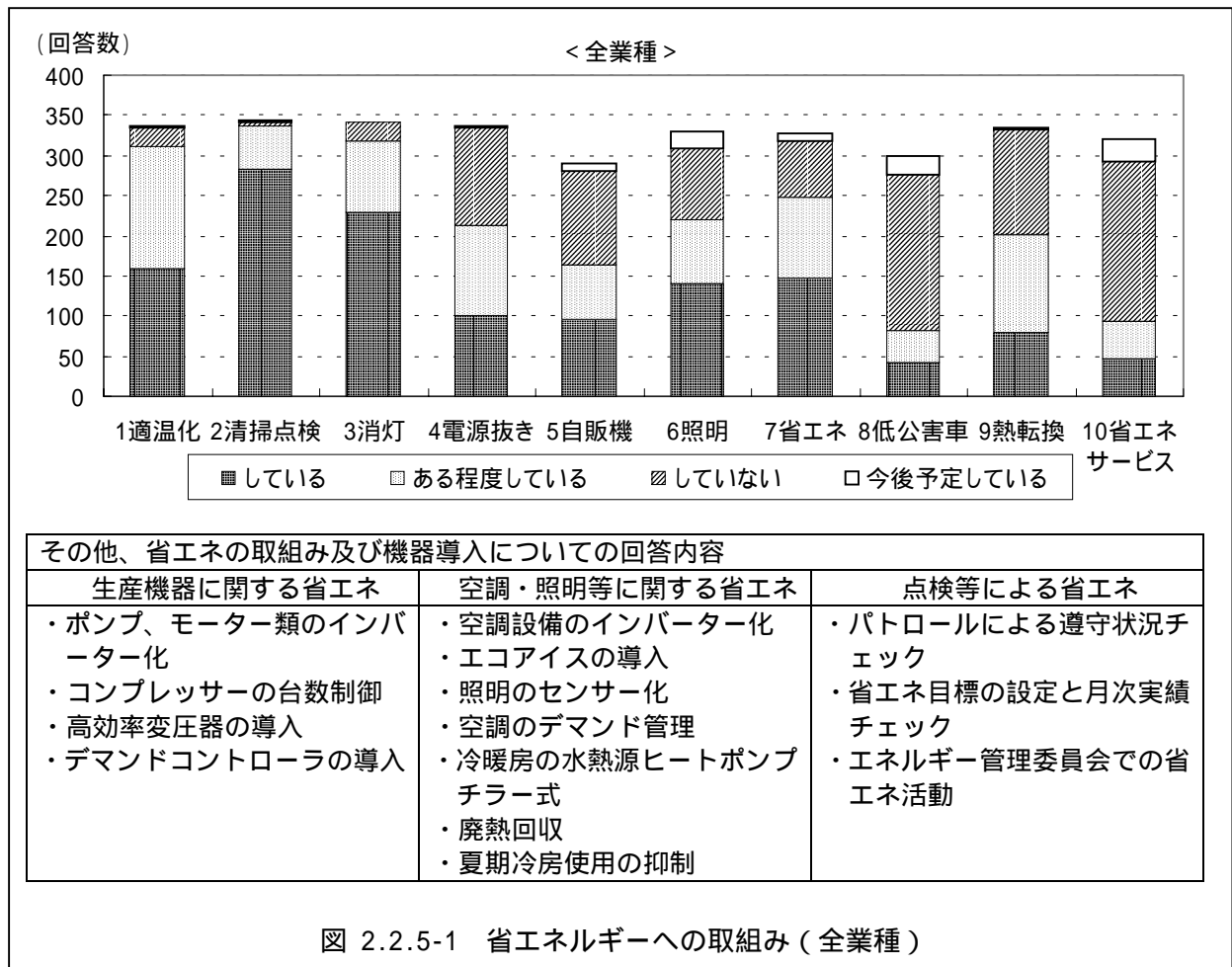
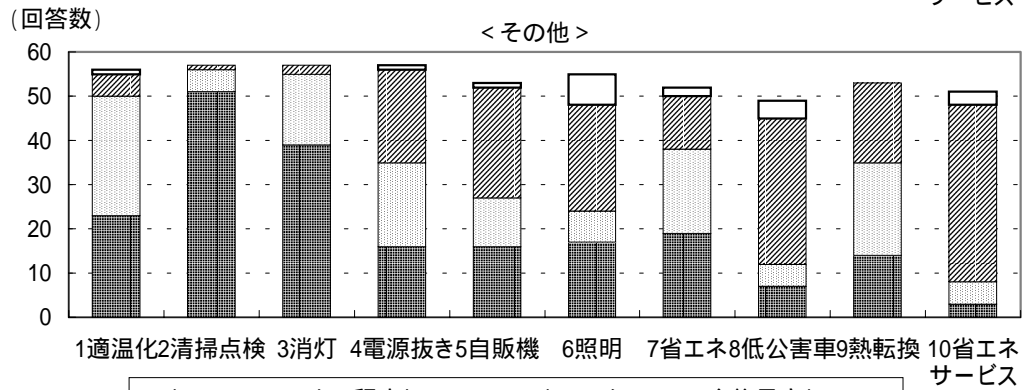
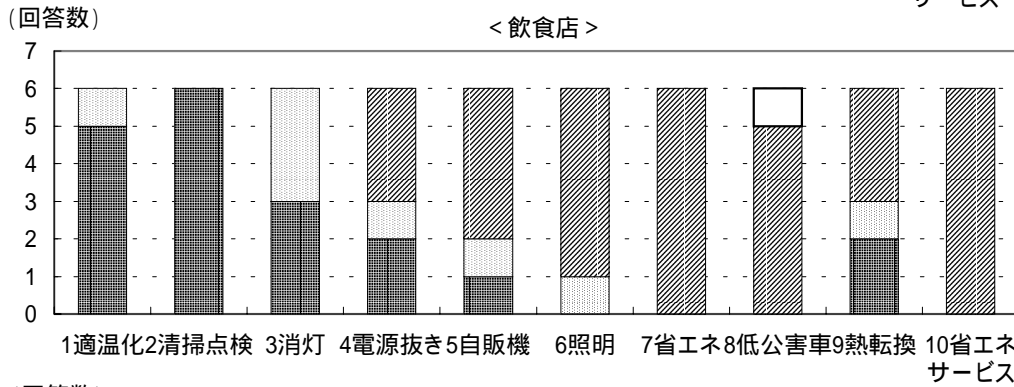
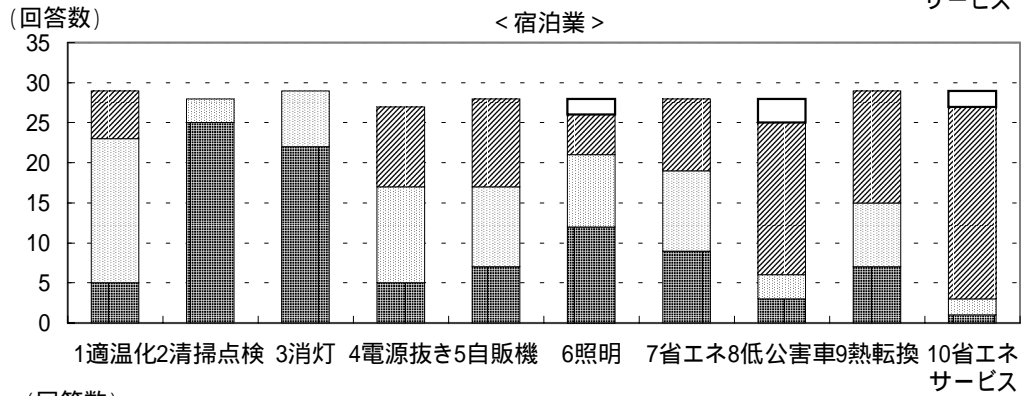
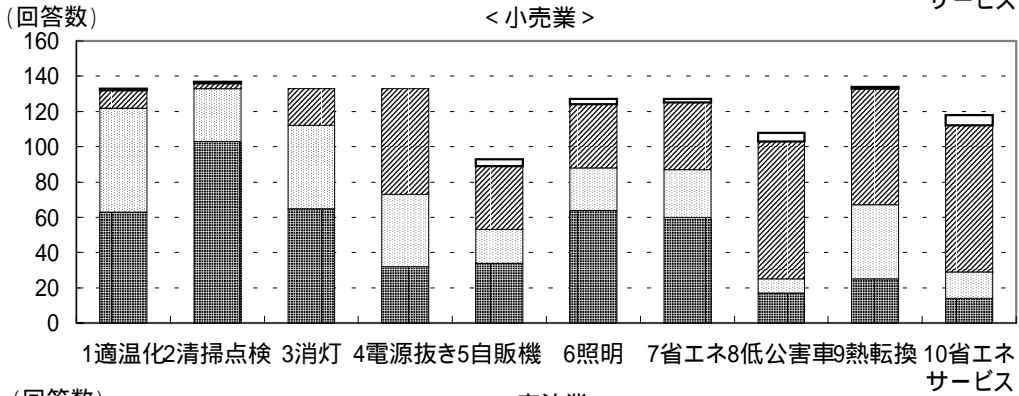
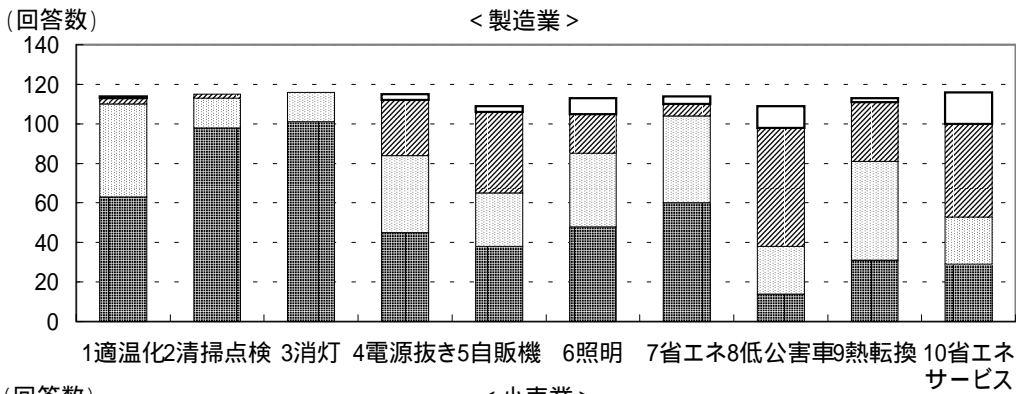


図 2.2.5-1 省エネルギーへの取組み (全業種)



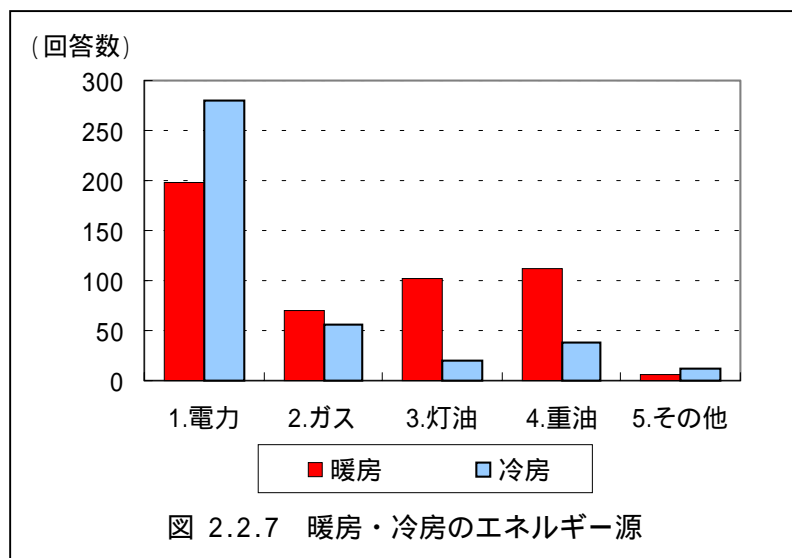
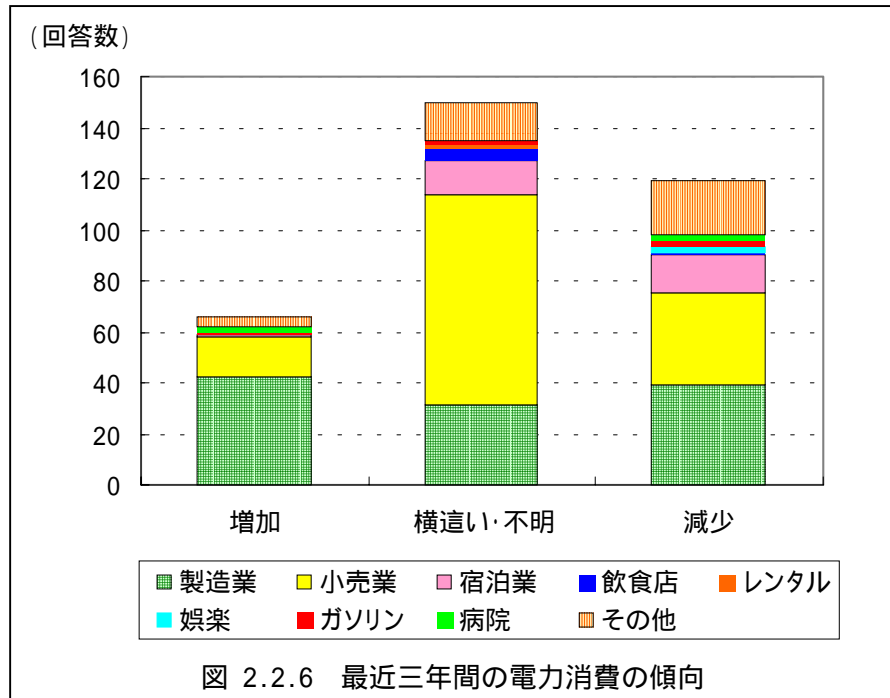
■ している □ ある程度している ▨ していない □ 今後予定している

図 2.2.5-2 省エネルギーへの取組み

注) その他にはレンタル業、ガソリン販売、病院を含む

業種別の最近の電力消費の傾向を図 2.2.6に示す。全体で見ると「増加」の回答は少なかったが、製造業については「増加」と「減少」の回答がほぼ同数であった。小売業については、「横這い・不明」の回答がもっとも多く、「増加」より「減少」の方が多かった。

また、暖房・冷房のエネルギー源を図 2.2.7に示す。冷房は電力がもっとも多かったが、暖房はガス、灯油、重油を合わせた回答と電力がほぼ同数であった。



4) 省エネルギーの導入施策

「省エネ活動に取り組んだり、省エネ設備を導入するきっかけとなる施策」についての回答を図 2.2.8に示す。自然エネルギー同様、「2.補助金・融資制度の拡充」施策が最も支持を集めた。

その他意見については、行政の施策というより、会社方針によるという回答が多かった。また、「4.電力・化石燃料への課税」については、ヒアリングの意見にもあった、「県民負担が大きく、県経済への悪影響が懸念される」という意見があった。

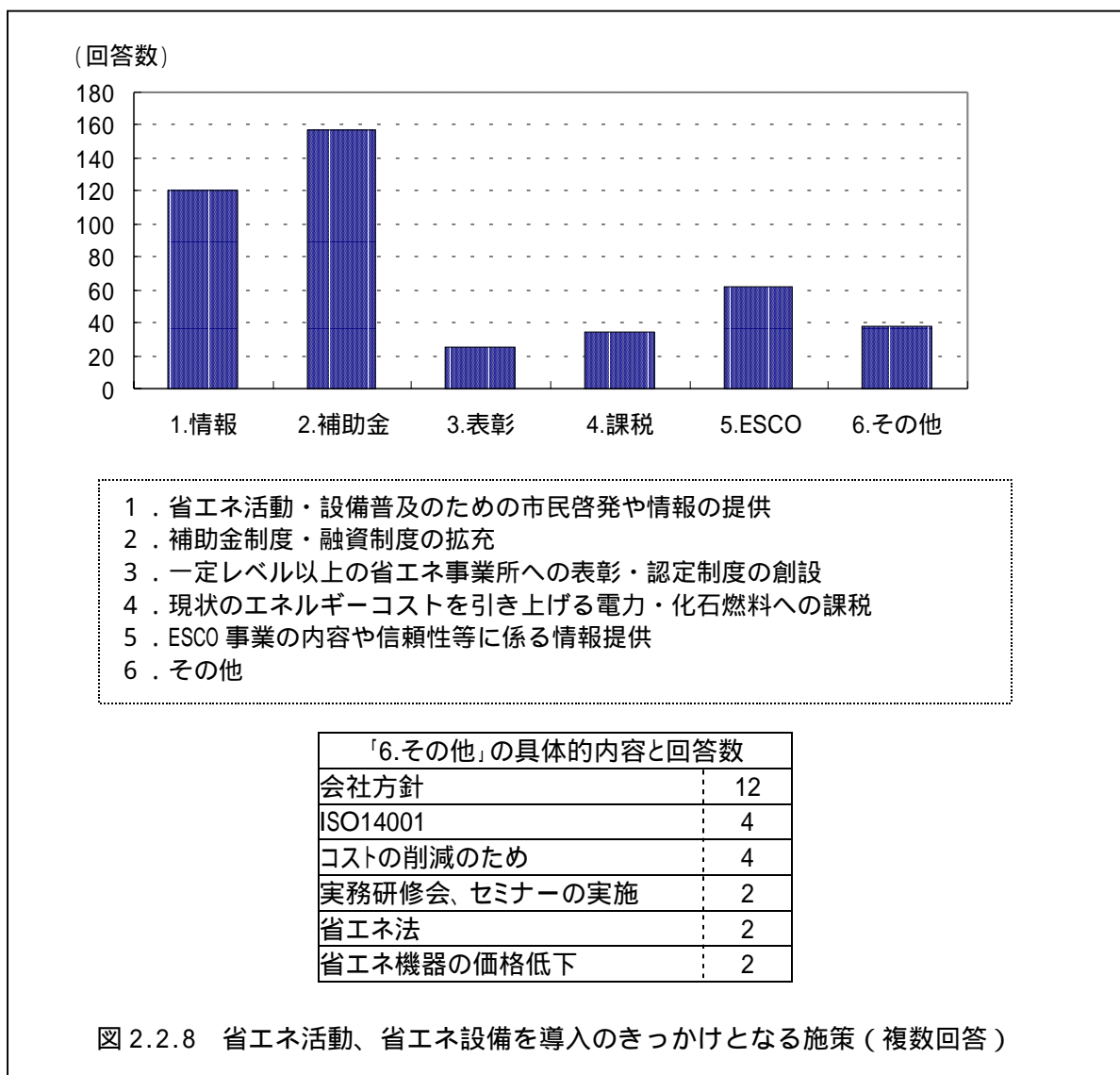


図 2.2.8 省エネ活動、省エネ設備を導入のきっかけとなる施策（複数回答）

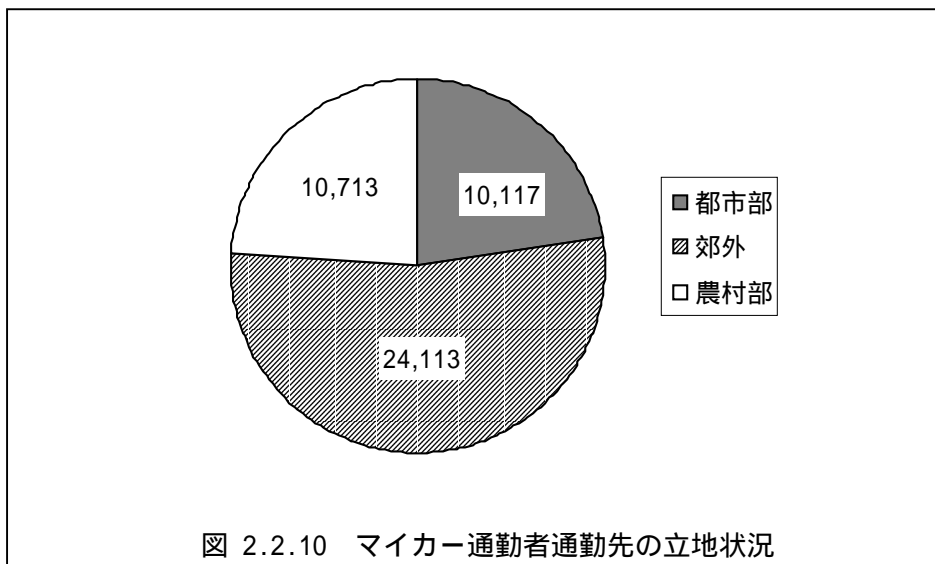
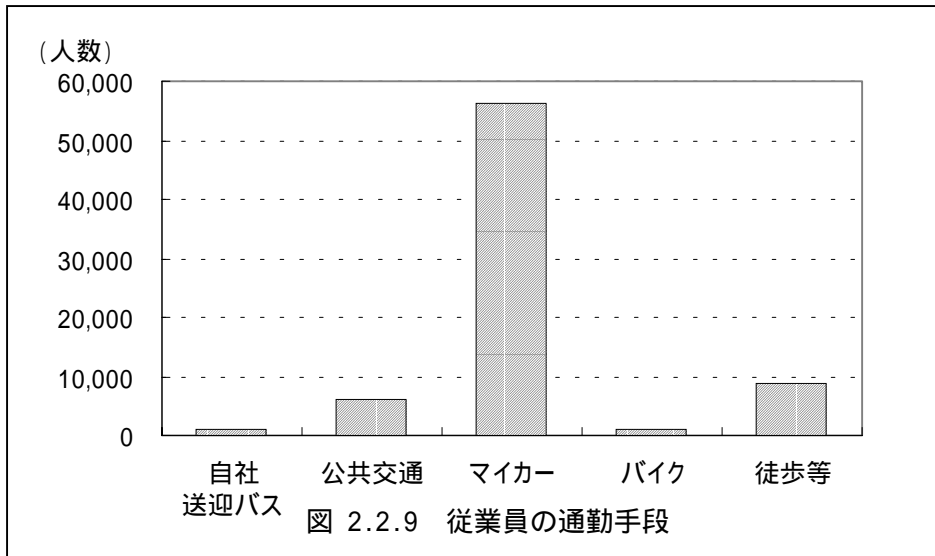
(3) 従業員の通勤手段

各事業所の従業員の通勤手段について、第1種エネルギー指定管理工場、第2種エネルギー指定管理工場、床面積3,000m²以上の大規模事業所、店舗面積1,000m²以上の店舗、営業時間16時間以上の店舗、家電販売店の各事業者を調査・集計した結果を以下に示す。

1) 従業員の主たる通勤手段別の概略人数

従業員の通勤手段別人数を図2.2.9に示す。マイカー通勤が最も多く、交通手段のほとんどを占めていた。

マイカー通勤者の通勤先の立地環境内訳を図2.2.10に示す。郊外立地の事業所だけでなく、都市部の事業所でも多くの従業員がマイカー通勤をしていた。

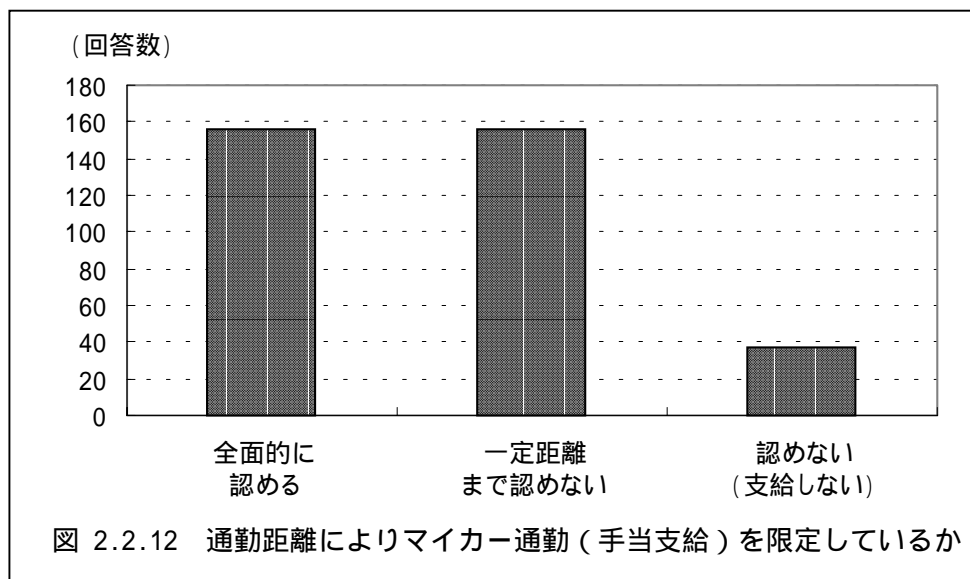
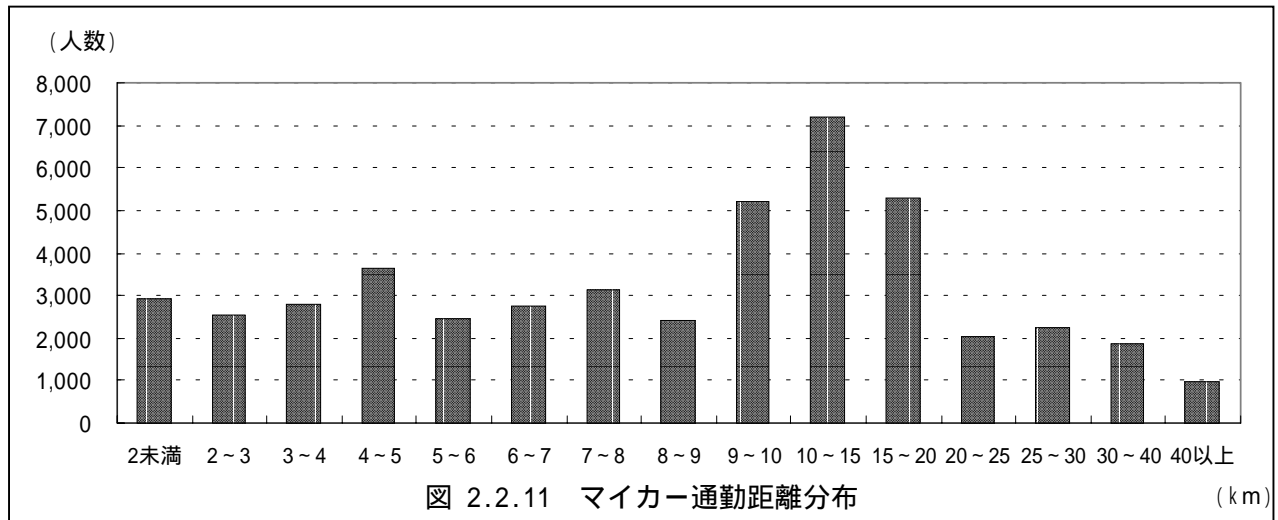


2) マイカー通勤の距離分布

マイカー通勤の距離分布を図 2.2.11に示す。10～15kmの通勤者が最も多かった。

あまり無理なく自転車通勤が可能(30分程度)であると思われる、6km以内の通勤者は通勤者全体の30%ほどであった。

また、マイカー通勤手当についての回答を図 2.2.12に示す。「全面的に認めている」、「一定距離まで認めない」がほぼ同数で、認めていない事業所は少なかった。また、マイカー通勤手当が認められない距離は、平均で2.8kmであった。



(4) 大口自動車使用

30 台以上の自動車保有者について、保有車の種別及び燃料使用量等を調査した結果を以下に示す。回答のあった業種の内訳は表 2.2.7の通りである。

なお、ここで言う低燃費車とは「エネルギーの使用の合理化に関する法律」(省エネ法)に基づき定められた燃費基準(トップランナー基準)を早期達成している自動車であり、マークの意味は以下の通りである。

- ・ : 排出ガス 75%低減レベルの自動車
- ・ : 排出ガス 50%低減レベルの自動車
- ・ : 排出ガス 25%低減レベルの自動車

表 2.2.7 大口自動車使用回答内訳

総回答数	68
タクシー	22
トラック	34
レンタカー	4
レンタカー(重機)	3
乗り合いバス	4
不明	1

注) レンタカー(重機)とは、工事用トラックや重機などのレンタル会社を指す

1) 低燃費車保有台数

ガソリン、ディーゼル車の保有台数及び低燃費車の内訳台数を表 2.2.8に、車種別・業種別の台数を表 2.2.9に示す。燃料別に見ると、ガソリンで低燃費車の割合が多いのは貨物車で、ディーゼルでは乗用車であった。

業種別にみると、トラックおよびタクシーが保有台数における低燃費車の割合が高くなっていた。また、CNG車、LPG車を所有しているのはほぼタクシー会社のみだった。

表 2.2.8 ガソリン・ディーゼル保有台数及び の数別保有台数
<ガソリン>

車種	総数	低燃費車	低燃費車 / 総数	内訳		
乗用車	1235	62	5.0%	23	38	1
貨物車	84	21	25.0%	19	0	2

<ディーゼル>

車種	総数	低燃費車	低燃費車 / 総数	内訳		
乗用車	551	56	10.2%	4	35	17
貨物車	2253	98	4.3%	41	41	16

表 2.2.9 業種別車種別台数

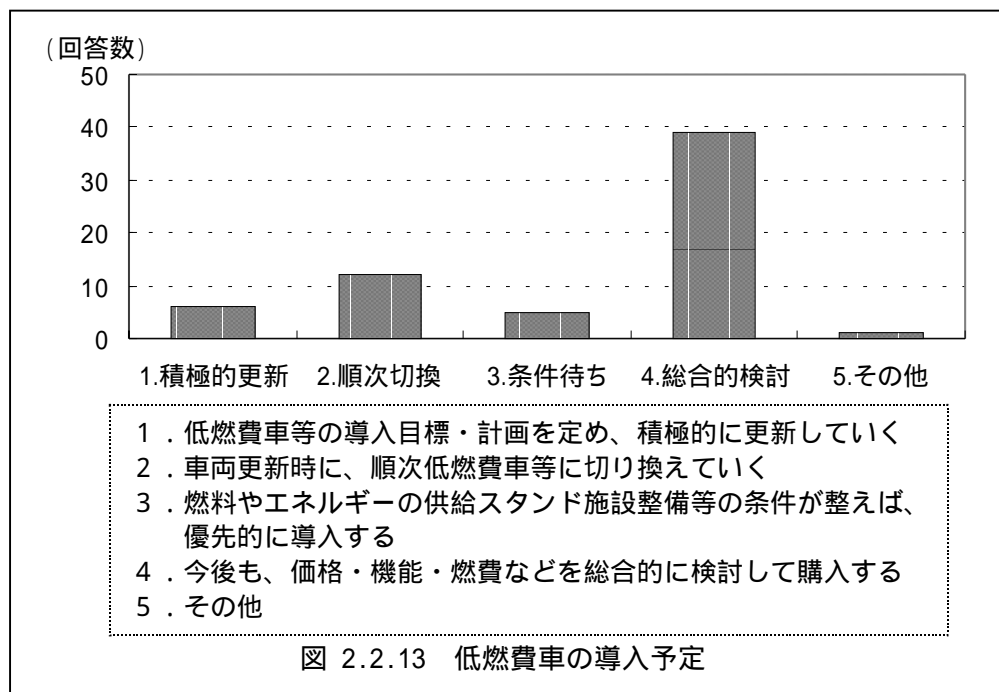
	乗用車					低燃費車割合	
	ガソリン	ディーゼル	CNG	LPG	その他	ガソリン	ディーゼル
合計	1235(62)	551(56)	37	1185	3	5%	10%
タクシー	46(5)	89(52)	36	1148	1	11%	58%
トラック	60(15)	3(3)	0	0	0	25%	100%
レンタカー	1088(31)	40(0)	0	0	0	3%	0%
レンタカー(重機)	15(6)	0(0)	0	0	0	40%	0%
乗り合いバス	25(4)	418(0)	1	0	2	16%	0%

	貨物車					低燃費車割合	
	ガソリン	ディーゼル	CNG	LPG	その他	ガソリン	ディーゼル
合計	84(21)	2253(98)	0	3	2	25%	4%
タクシー	3(0)	2(0)	0	0	0	0%	0%
トラック	49(18)	1922(77)	0	3	2	37%	4%
レンタカー	2(0)	251(0)	0	0	0	0%	0%
レンタカー(重機)	13(3)	75(21)	0	0	0	23%	28%
乗り合いバス	17(0)	3(0)	0	0	0	0%	0%

2) 低燃費車の今後の導入予定

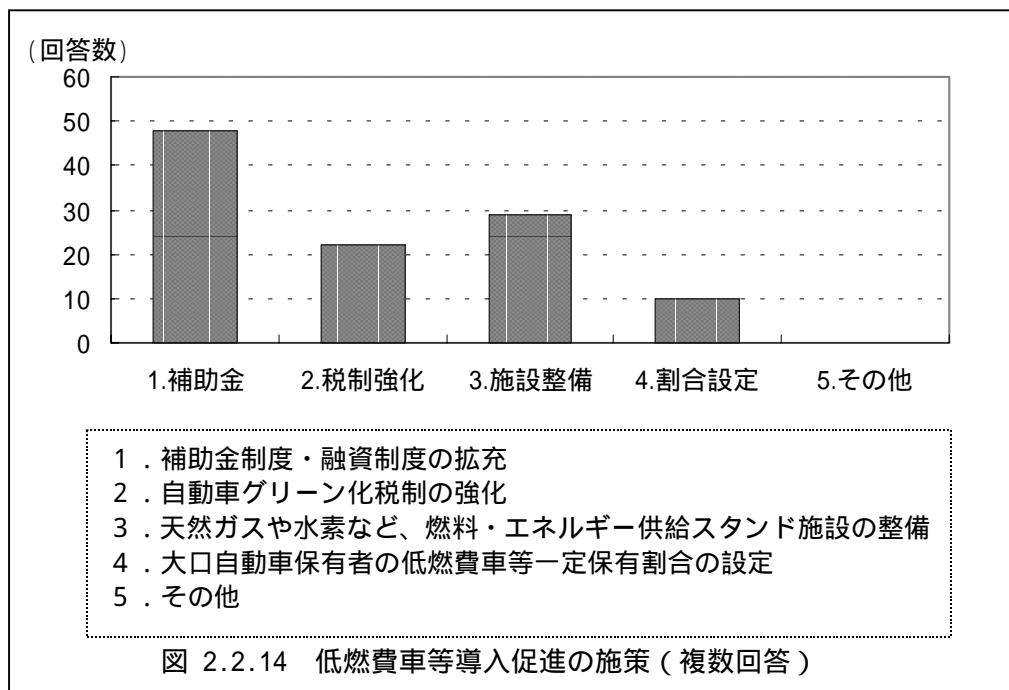
低燃費車の今後の導入予定についての回答を図 2.2.13に示す。「4.総合的に検討する」がもっとも多く、「1.積極的更新」「2.順次切換」など、低燃費車への積極的な移行についての回答はあまり多くなかった。

なお、「5.その他」の回答は、バス1社で、「導入したいが山岳地帯のため不可能」との回答だった。



3) 低燃費車等導入促進の施策

「低燃費車等の導入促進の施策として、有効で実現可能な施策」についての回答を図2.2.14に示す。自然エネルギーの施策、省エネルギーの施策の回答と同様、「1.補助金」の回答が最も多かった。次に多かったのは「3.施設整備」であった。



4) 車種別燃料使用量

タクシー、トラック、乗り合いバス各事業者の、車種別年間燃料使用量を表 2.2.10に示す。レンタカーについては、利用者が入れた燃料について考慮することができないため、ここでは示していない。

ガソリンについてはタクシーの1台当たりの燃料使用量が最も多かった。軽油については、トラックが最も多く、同じ大型ディーゼル車を利用している乗り合いバスよりも多かった。

表 2.2.10 車種別燃料使用量（1台当たり）

	ガソリン (L/年)	軽油 (L/年)	CNG (m ³ /年)	LPG (L/年)
タクシー	3,678	5,350	-	7,444
トラック	1,914	16,041	-	4,027
乗り合いバス	2,024	15,838	2,800	-

注) - は回答なし

5) 燃料使用量の傾向

最近3年間の燃料使用量増減の傾向を図 2.2.15に示す。「減少」傾向が最も多く、次いで「横這い」であった。「増加」と回答したのは、トラック会社とレンタカー会社のみであった。タクシー会社で増加と回答した事業者はなく、景気の影響を受けていると考えられる。

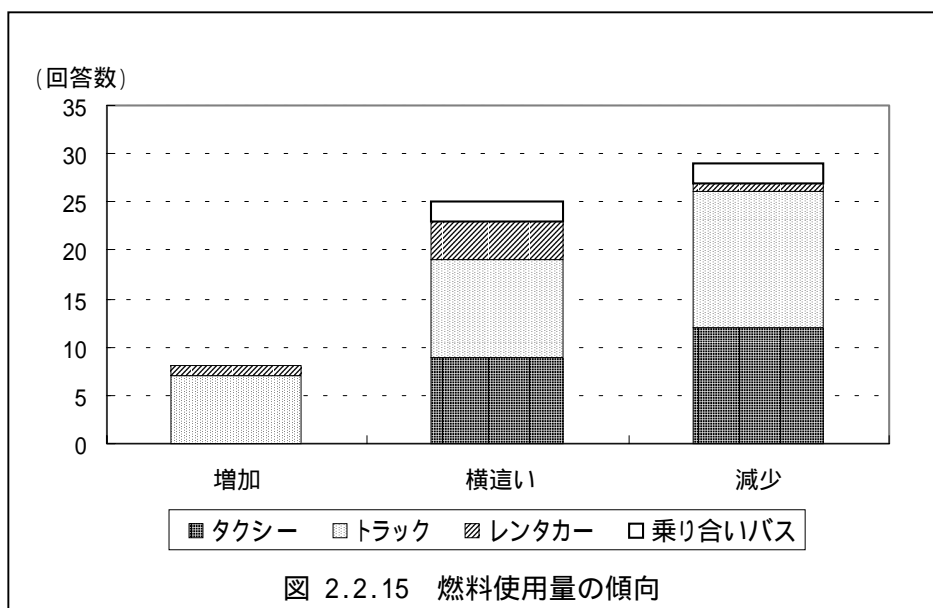
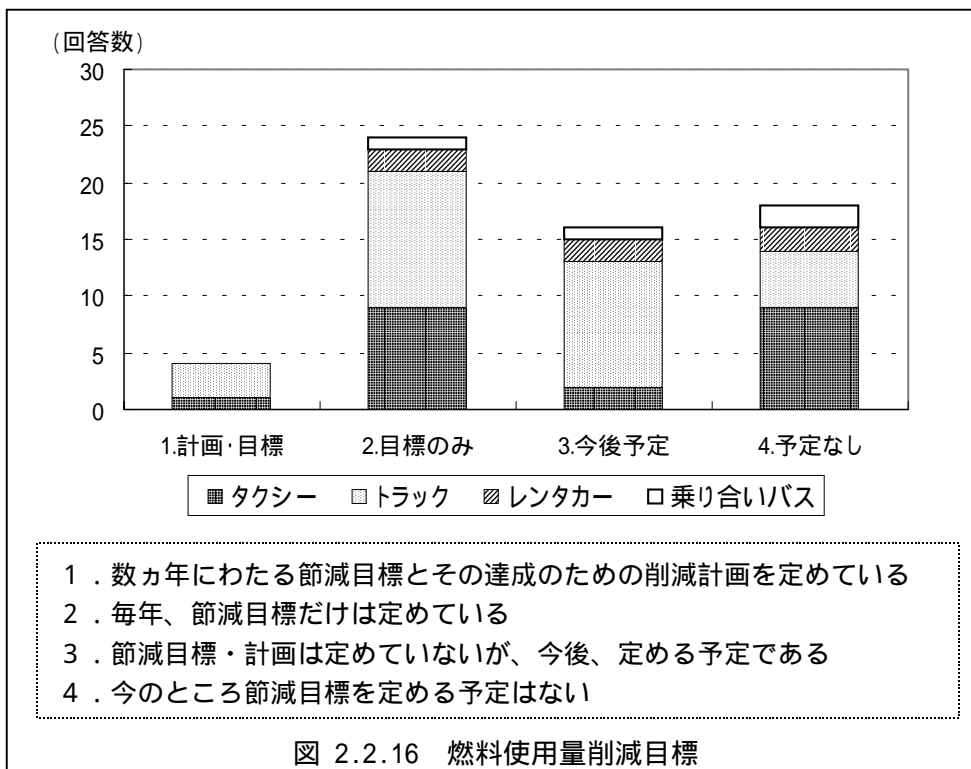


図 2.2.15 燃料使用量の傾向

6) 燃料使用量の節減目標

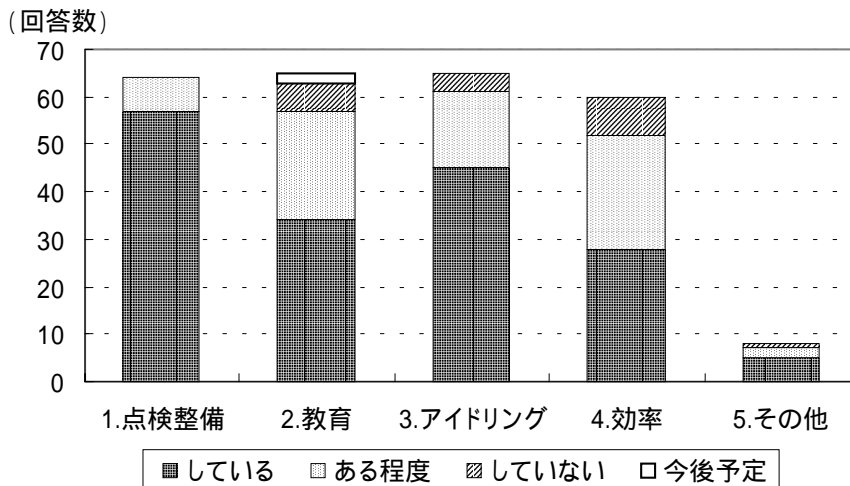
「燃料使用量の節減目標」についての回答を、図 2.2.16に示す。「2.目標のみ定めている」が最も多く、次いで「4.予定なし」が多かった。「1.目標と削減計画を定めている」と回答した事業者が最も少なく、内訳はトラック3社とタクシー1社であった。また、「4.予定なし」ではタクシーが半数を占めていた。



7) 燃料使用量の節減への取組み

「燃料使用量の節減に向けての取組み」に対する回答を、図 2.2.17に示す。最も多かったのは「1.点検整備」であり、これは安全管理上も重要なため実施率が高いものと考えられる。

また、「5.その他」の具体的な回答にあるデジタルタコグラフは、安全運転の徹底を目的として主に大型車に装着が義務づけられているタコグラフを、メモリーカードに電子情報として蓄積できるようにしたものである。パソコン解析が容易なため、現在は安全運転だけでなく、運行事業の業務効率化に利用されている。



1. 車の点検整備の徹底と適正なタイヤ空気圧の維持
2. 運転手へのエコドライブ教育
3. アイドリングストップ運動
4. 空荷(客)運転を低減するための効率的な車運行システムの運用
5. その他

「5.その他」の具体的な取組み	業者
ガソリンからディーゼルへの切替	レンタカー(重機)
デジタルタコグラフ装着により経済、安全運行管理	トラック
等速運転等タコグラフによる省エネ運転指導	トラック
使用燃料の燃費、改善率に基づく個人表彰制度	トラック
低燃費講習会	トラック
回送距離の削減	タクシー

図 2.2.17 燃料使用量の削減に向けての取組み

<参考: デジタルタコグラフ装着義務対象車>

- A. 貸切バス
- B. 往路 100kmを超える路線バス
- C. 路線トラック
- D. 8トン以上のトラック
- E. 最大積載量5トン以上のトラック
- F. 「D」「E」を牽引するトラクター
- G. 全国15都市のハイヤー・タクシー
- H. 特別積み合わせ貨物運送に係わる運行系統に配置する事業用自動車

(5) 自動車販売

自動車販売者について、低燃費車の販売傾向等を調査した結果を以下に示す。回答のあったのは14社（うち国産車販売12社、外国産車販売2社）であった。

1) 自動車タイプ別の販売台数及び低燃費車の種別販売台数

平成15年度の自動車販売台数について、乗用車を表2.2.11に、貨物車を表2.2.12に示す。乗用車、貨物車とも、ガソリン車の方が低燃費車の販売割合が高くなっていた。特に貨物車においては、ほとんどが低燃費車であった。またディーゼル車は乗用車、貨物車とも販売台数が少なく、低燃費車の販売割合も低かった。

また、乗用車のガソリン車は（排出ガス75%低減レベル）の販売割合が最も高く、貨物車のガソリン車は（排出ガス50%低減レベル）が最も高かった。

表 2.2.11 自動車販売台数（乗用車）

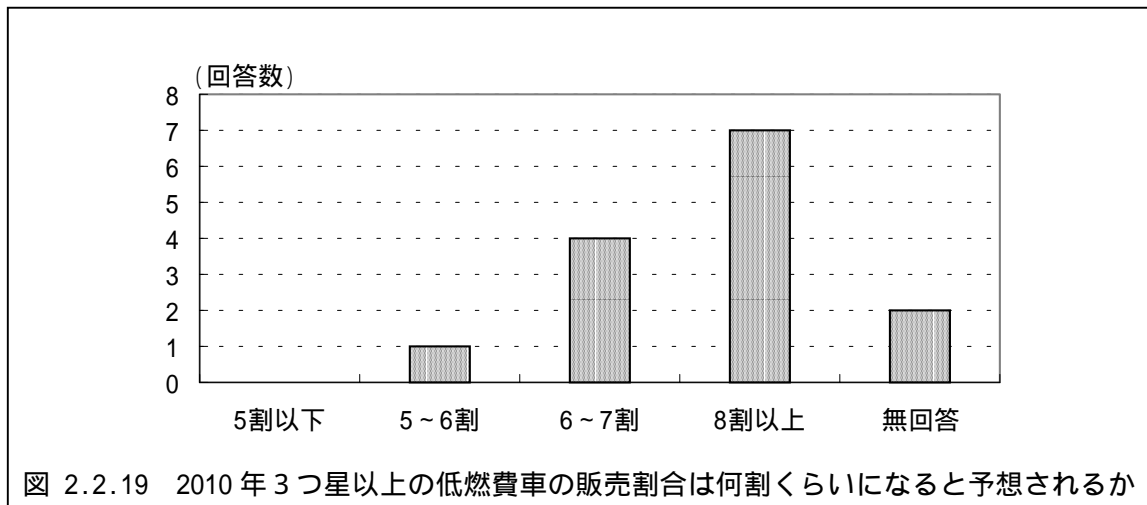
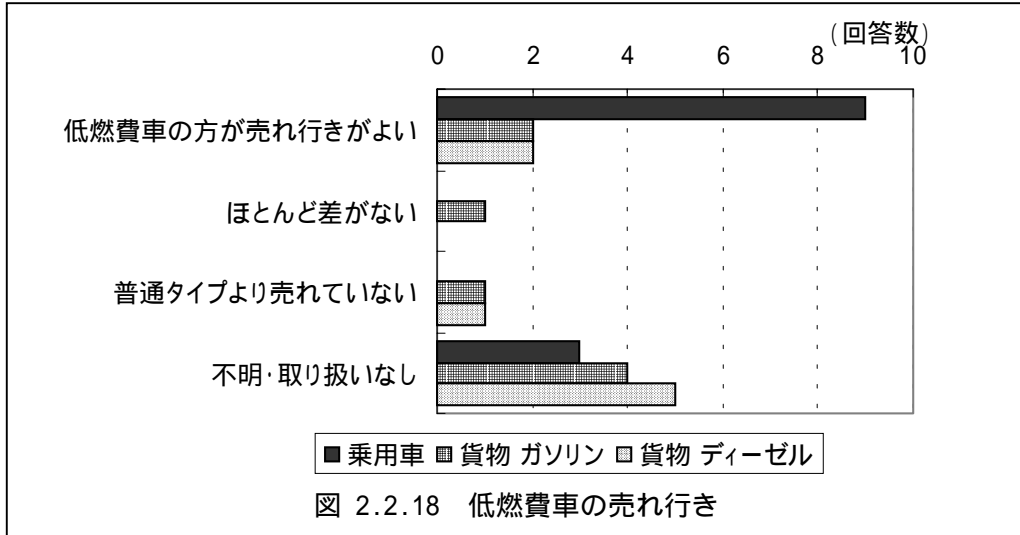
区分	総販売台数	低燃費車 (総販売台数における割合)			
					低燃費車合計
ガソリン車	29,501	12,564 42.6%	6,266 21.2%	4,672 15.8%	23,502 79.7%
ディーゼル車	113	0 0.0%	0 0.0%	2 1.8%	2 1.8%
その他	132				

表 2.2.12 自動車販売台数（貨物車）

区分	総販売台数	低燃費車 (総販売台数における割合)			
					低燃費車合計
ガソリン車	3,130	1,179 37.7%	1,805 57.7%	23 0.7%	3,007 96.1%
ディーゼル車	1,197	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
その他	0				

2) 低燃費車の売れ行き

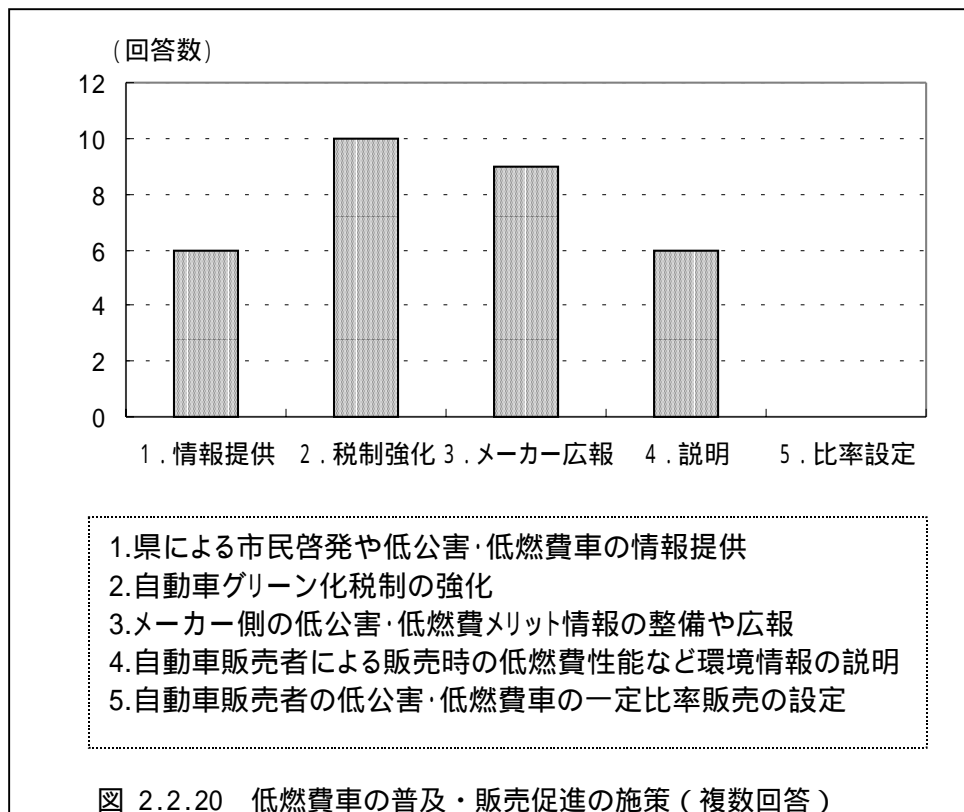
過去3年間の低燃費車の売れ行きについて質問した回答を、図 2.2.18に示す。乗用車は全て普通車より売れ行きが良いという回答であったが、貨物車については意見が分かれた。将来の売れ行きについては、8割以上が3つ星以上になると考えている事業者が最も多かった。



3) 低燃費車の普及・販売促進の施策

「低燃費車等の普及・販売促進施策」についての回答を図 2.2.20に示す。

「2.グリーン化税制強化」の回答が最も多く、「5.自動車販売者の低公害・低燃費車の一定比率販売の設定」については事業者の負担が大きいためか、選択した事業者はなかった。



(6) 長時間営業

事業所の営業時間並びに長時間営業のメリット・デメリットについて、第1種エネルギー指定管理工場、第2種エネルギー指定管理工場、床面積3,000m²以上の大規模事業所、店舗面積1,000m²以上の店舗、営業時間16時間以上の店舗の各事業者について集計・分析した結果を以下に示す。

1) 業種別の営業時間

業種別の営業時間について、図2.2.21に示す。また、各業種別の営業時間割合について図2.2.22に示す。

23～24時間営業では、コンビニエンスストアと製造業がほとんどを占めていた。ただし、製造業全体をみると、9時間までが過半数であった。

なお、病院、宿泊業（ホテル・旅館）については業務の性質上24時間となるため、ここでは図示していない。

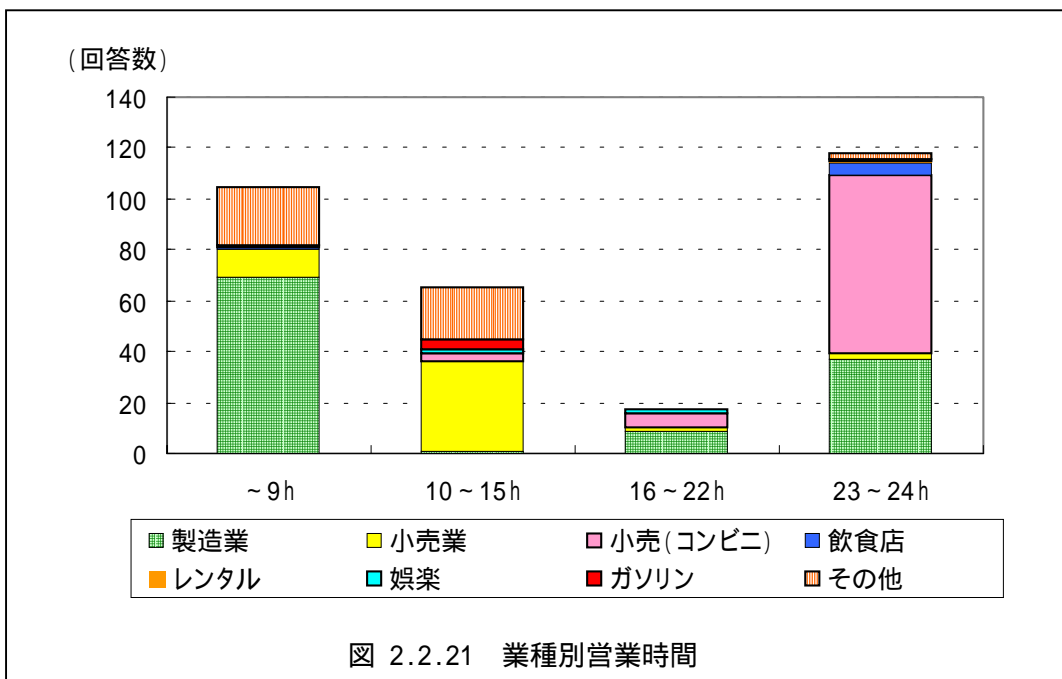


図 2.2.21 業種別営業時間

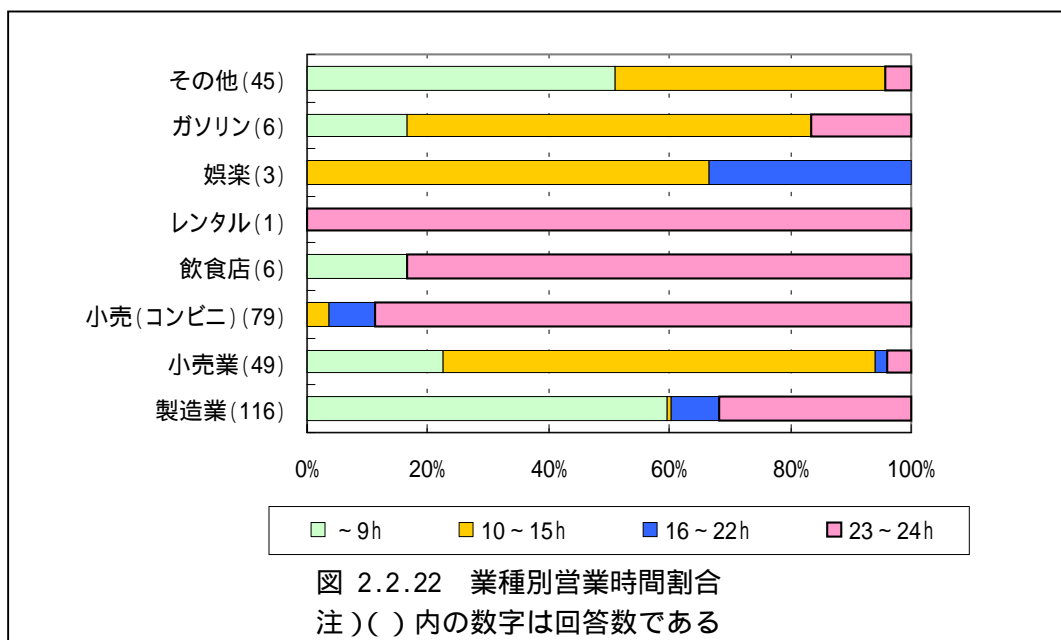


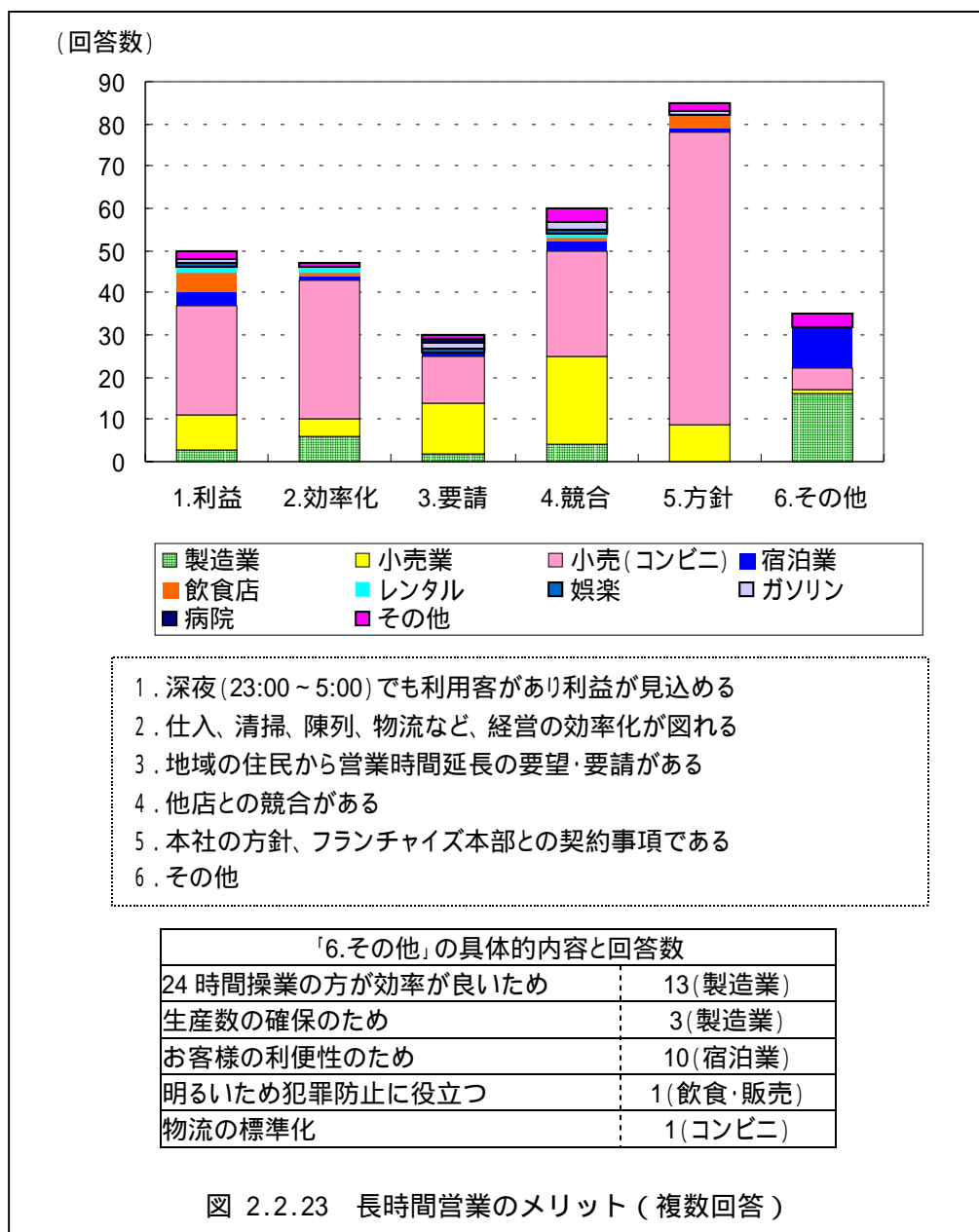
図 2.2.22 業種別営業時間割合
注) () 内の数字は回答数である

2) 長時間営業のメリット・デメリット

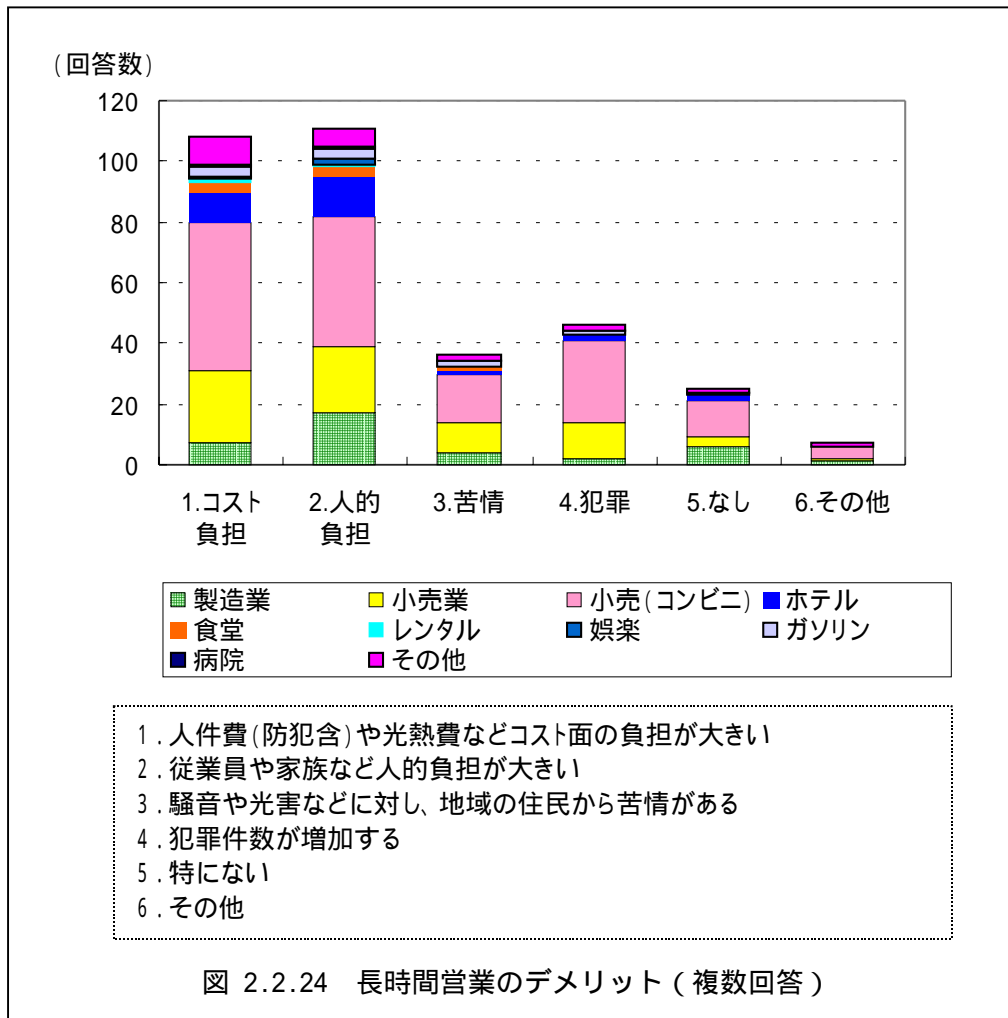
長時間営業するメリットについての業種別の回答を図 2.2.23に示す。なお、小売業の中でもコンビニエンスストアの調査数が多かったため、ここでは分けて示した。

最も回答が多かったのは、「5.本店の方針、契約事項」であった。これはコンビニエンスストアの回答が多かったためである。次に多かったのは「4.他社との競合」であり、コンビニエンスストア以外の小売業についても、回答が多かった。「3.地域住民の要請」が最も少なかった。

また、その他の回答においてメリットではないが、町のとて要綱で23時と決まっている(軽井沢町)ため、それ以上の営業はないとの回答があった。



長時間営業するデメリットの回答を図 2.2.24に示す。最も多かったのは「2.人的負担」及び「1.コスト負担」であった。「5.特にない」は「6.その他」を除いて最も少なく、程度の差はあれ、ほとんどの事業者が負担を感じている結果となった。「6.その他」については、「深夜帯の人員確保が困難」との回答であった。



(7) 自動販売機

自動販売機の取り扱い台数の傾向について、自動販売機関連事業者に調査した結果を図 2.2.25 に示す。「2.横這い」が最も多くなっており、次いで「3.減少」が多かった。

年どれくらい増加・減少しているかについては、9.2%増加が1社、1~3%減少が2社、5%減少が2社、15%減少が1社となっていた。

また、長野県内に設置されている自動販売機の総数（平成16年3月現在）を表 2.2.13 に示す。平成16年3月現在、長野県内に設置されている自動販売機の台数は66,577台であり、屋外に設置されている数のほうが屋内より多いが、その差はわずかである。

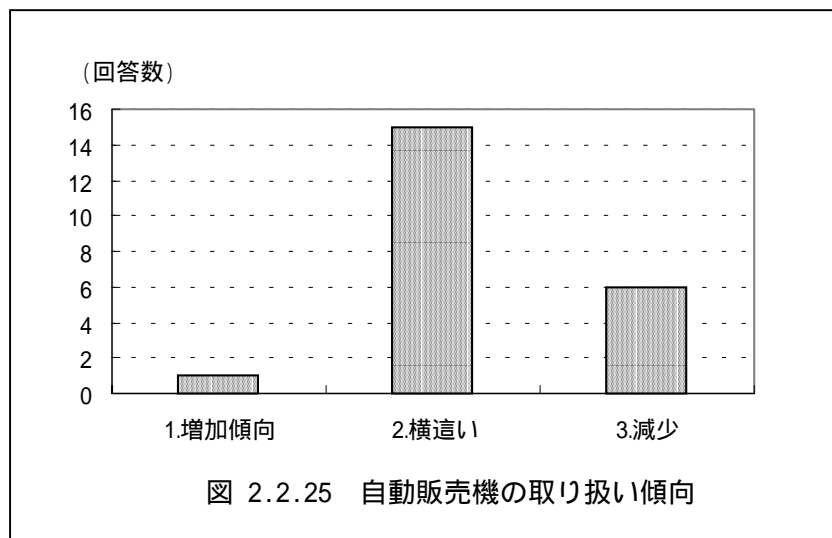


図 2.2.25 自動販売機の取り扱い傾向

表 2.2.13 長野県自動販売機台数

自動販売機台数			自動販売機のうちカップ式台数		
屋外	屋内	合計	屋外	屋内	合計
35,716	30,861	66,577	565	8,395	8,960
屋外	屋内	合計	屋外	屋内	合計
53.6%	46.4%	-	6.3%	93.7%	-

出典：全国清涼飲料工業会、日本自動販売協会資料

(8) 家電販売店における省エネ家電の販売状況と普及施策

省エネルギー機器の販売状況と普及施策について、店舗面積1,000m²以上の店舗（大規模家電量販店）、家電販売店（小規模店）の回答結果を集計・分析した。

1) 家電6品目別の販売台数とトップランナー販売台数

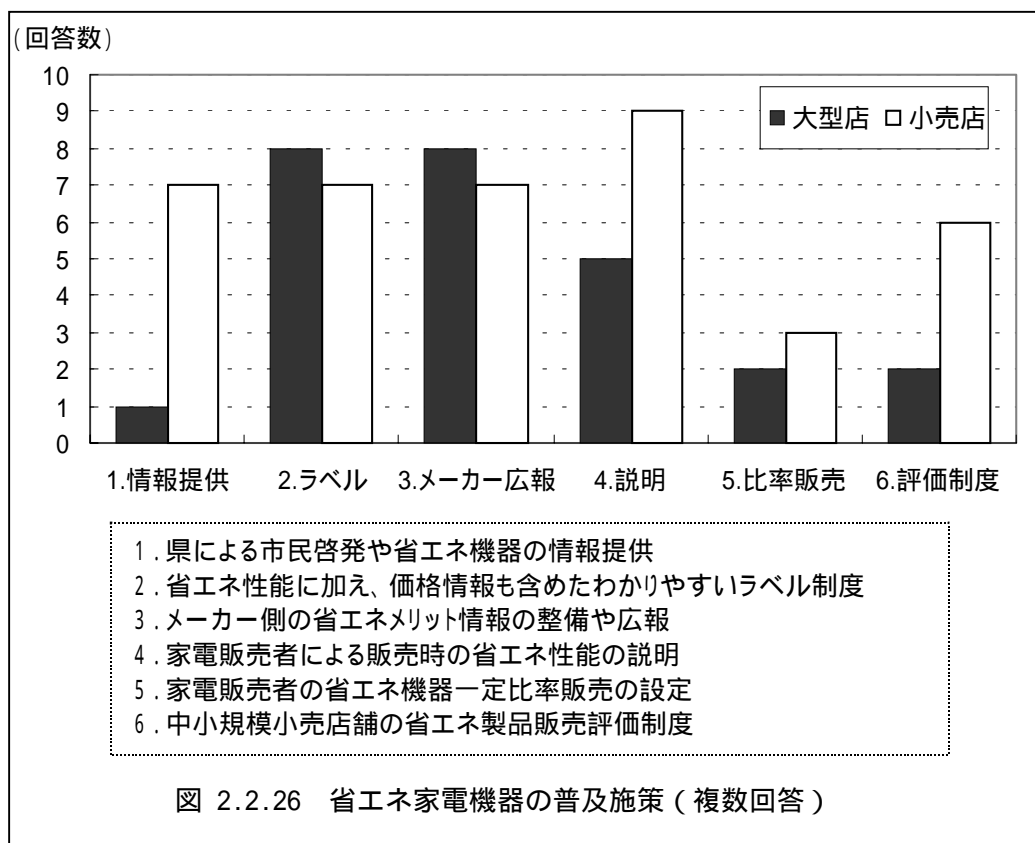
家電6品目別の販売台数とトップランナー販売台数を表2.2.14に示す。パソコンを除き、大規模家電量販店より小規模店の方がトップランナー販売率は高い結果となった。パソコンについては、小規模店は販売台数自体が少なかった。

表 2.2.14 家電6品目別の販売台数およびトップランナー販売台数

	エアコン			テレビ			冷蔵庫		
	販売台数	トップ台数	トップ割合	販売台数	トップ台数	トップ割合	販売台数	トップ台数	トップ割合
大規模店(7)	259	71	27.4%	600	40	6.7%	410	100	24.4%
小規模店(17)	346	177	51.2%	694	251	36.2%	551	320	58.1%
合計	605	248	41.0%	1294	291	22.5%	961	420	43.7%
	ビデオ			照明			パソコン		
	販売台数	トップ台数	トップ割合	販売台数	トップ台数	トップ割合	販売台数	トップ台数	トップ割合
大規模店(7)	360	55	15.3%	480	45	9.4%	290	160	55.2%
小規模店(17)	302	65	21.5%	1377	903	65.6%	108	55	50.9%
合計	662	120	18.1%	1857	948	51.1%	398	215	54.0%

2) 省エネ家電機器の普及施策

「省エネ性能の優れた家電機器の普及を促進する施策」として、有効で実現可能と考えられるものの大規模・小規模店別回答結果を図2.2.26に示す。大規模・小規模店を合わせて最も回答が多かったのは「2.ラベル」「3.メーカー広報」であったが、小規模店のみでは「4.説明」が最も多かった。これは販売スタイルの違いによるものと考えられる。



(9) 緑化の状況

各事業所における緑化状況について、第1種エネルギー指定管理工場、第2種エネルギー指定管理工場、床面積3,000m²以上の大規模事業所、店舗面積1,000m²以上の店舗、営業時間16時間以上の店舗、家電販売店の各事業者について調査し、集計結果を以下に示す。

1) 業種別の全体敷地面積に対する敷地緑化の割合

各事業所の全体敷地面積に対する敷地緑化の割合を、業種別に図2.2.27に示す。なお、ここでは「緑化率0%」及び「面積不明」については、集計から抜いた。

9%以下が最も多かったが、製造業だけでみると20~29%が最も多かった。製造業は敷地面積が広いから、余裕を持って緑化できていると考えられる。

また、緑化率の平均を表2.2.15に示す。製造業の次に回答の多かったその他では、事務所ビルが多かった。

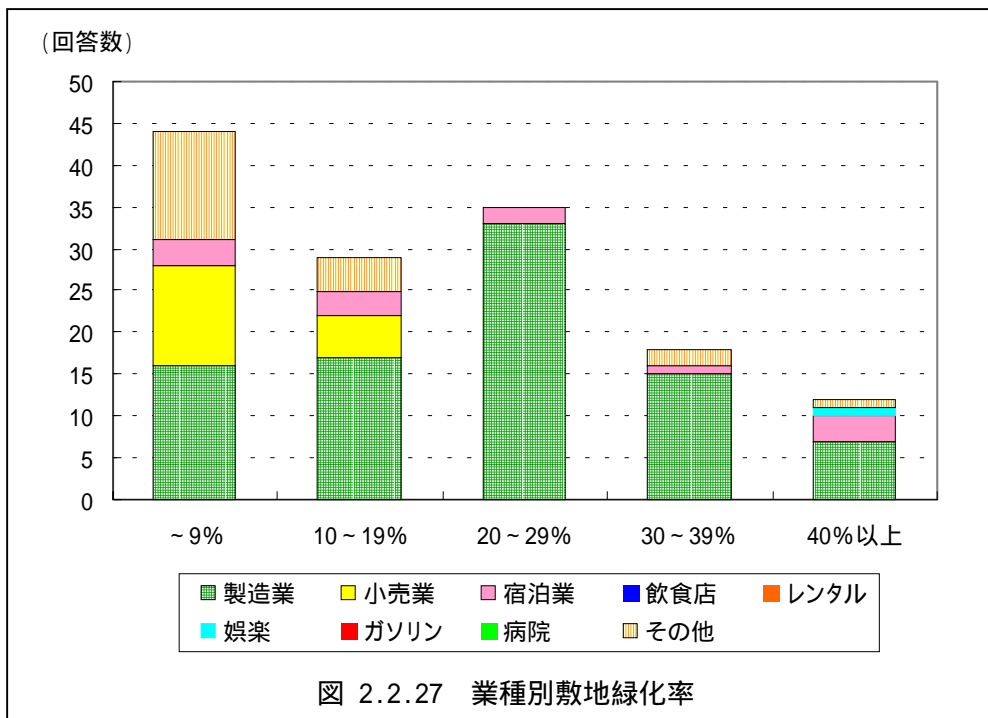


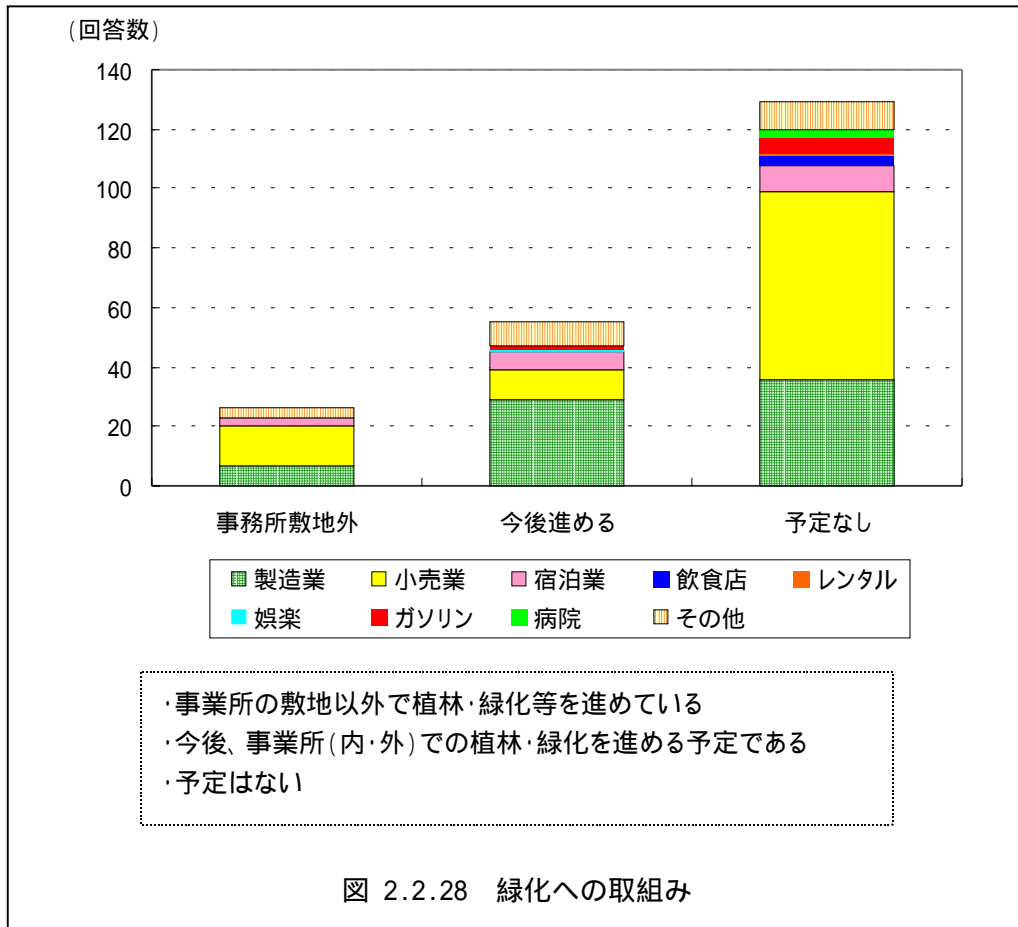
図 2.2.27 業種別敷地緑化率

表 2.2.15 業種別緑化率平均

業種	回答数	緑化率平均
製造業	88	20.0%
小売業	17	1.1%
宿泊業	12	3.4%
飲食店	0	0.0%
レンタル	0	0.0%
娯楽	1	0.4%
ガソリン	0	0.0%
病院	0	0.0%
その他	20	2.8%

2) 各事業者の緑化への取組み

事業者への緑化への取組みについての回答結果を業種別に図 2.2.28に示す。「予定なし」が最も多く、次いで「今後進める」が多くなっていた。



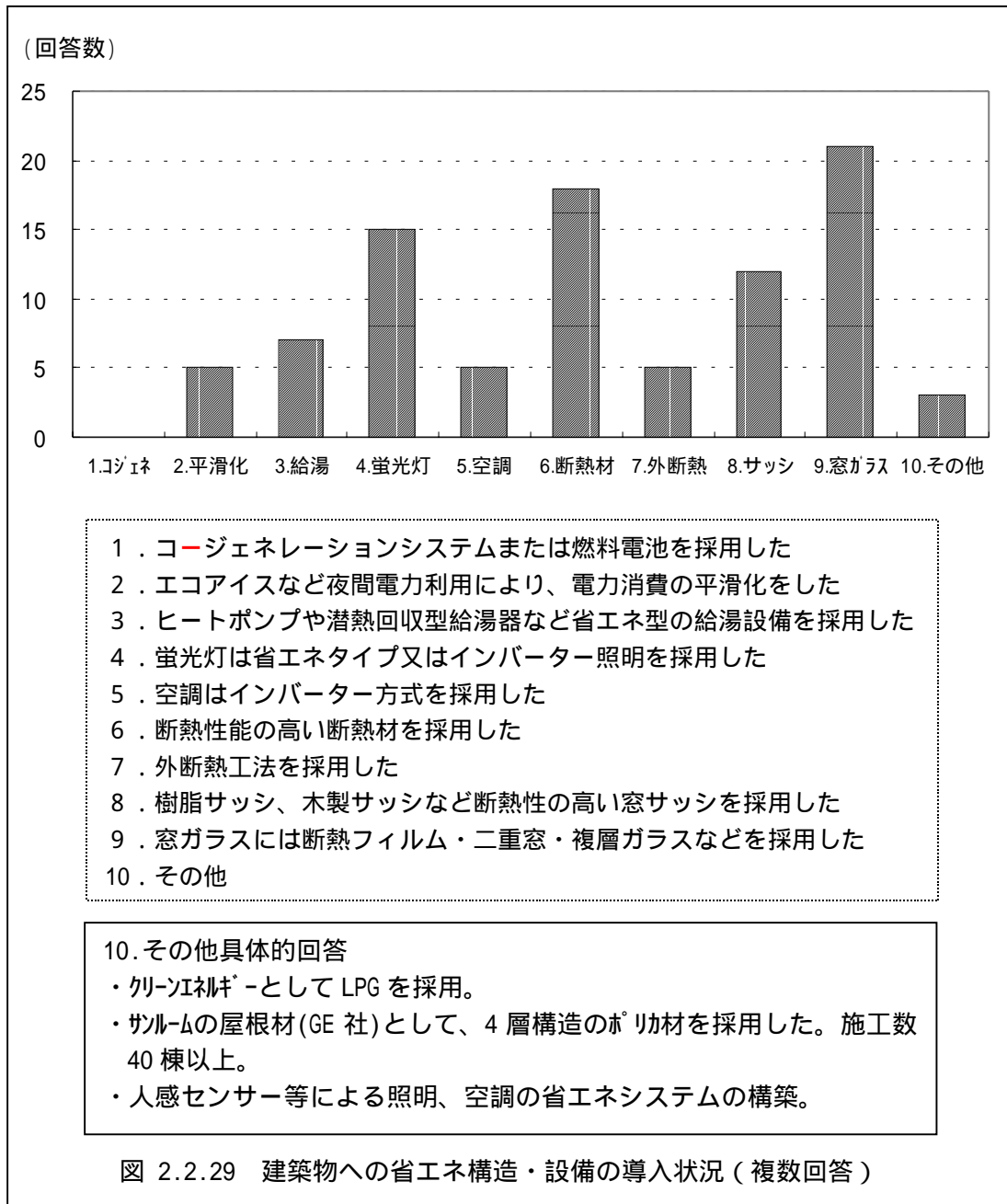
(10) 建物への自然エネルギー、省エネ設備の施工状況

近年の大規模建築物設計・施工業者及び一般住宅設計・施工業者 21 社(設計事務所 8 社、建設工事主体 6 社、土木・建築工事 7 社)について、建物への自然エネルギー、省エネ設備の施工状況を調査した結果を以下に示す。

1) 省エネ構造・設備の導入状況(一般住宅・大規模建築物)

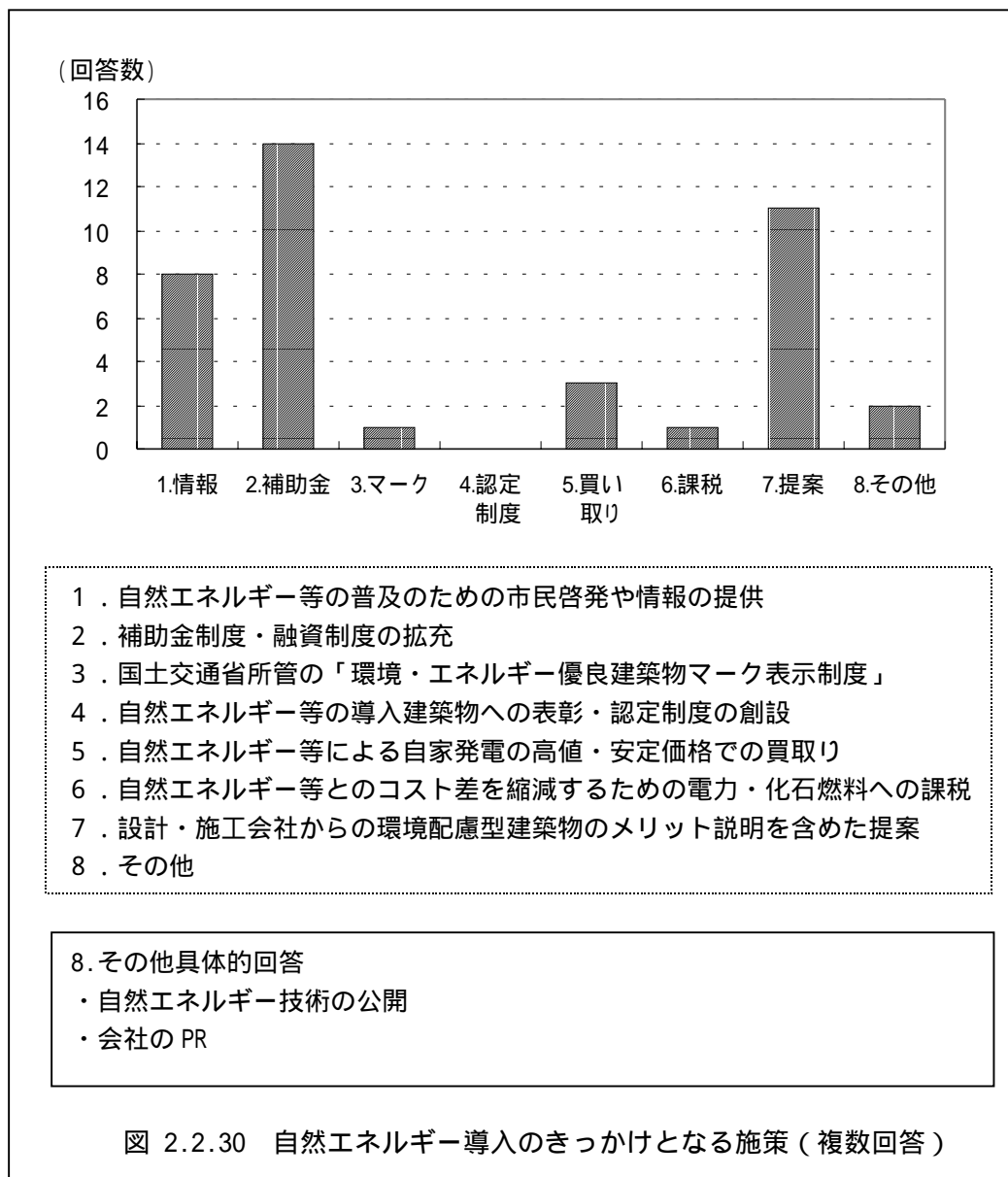
「一般住宅・大規模建築物(延床面積 2,000m²以上)への省エネルギー構造や設備の導入状況」についての回答を図 2.2.29に示す。「9.窓ガラス」の回答が最も多く、次に「6.断熱材」であった。

自然エネルギーの利用については、井戸水の利用が一件あるのみで、その他には自然エネルギーの利用事例の回答はなかった。



2) 自然エネルギー導入施策（一般住宅・大規模建築物）

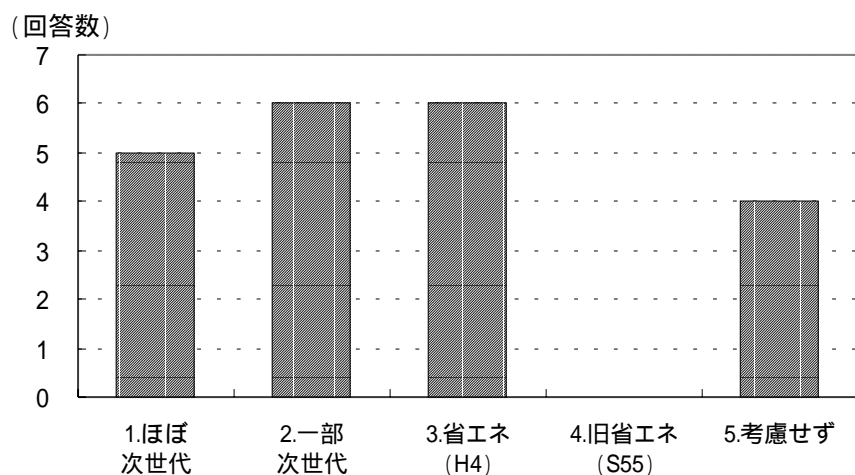
「建築主が自然エネルギー等を導入しようとするきっかけになる施策等」についての回答を 図 2.2.30に示す。「2.補助金」が最も多く、次に多かったのは「7.提案」であった。「4.表彰・認定制度の創設」については、選択した事業者はなかった。



3) 次世代省エネ基準の施工状況（一般住宅・大規模建築物）

「一般住宅・大規模建築物について、次世代省エネ基準（断熱構造・空調・機械換気・照明・給湯・昇降機に関する基準）で施工しているか」についての回答結果を

図 2.2.31に示す。「2.一部次世代」「3.平成4年制定省エネ」が同数で最も多く、「4.旧省エネ」の回答はなかった。



- 1. ほぼ次世代省エネ基準で施工した
- 2. 一部次世代省エネ基準で施工した
- 3. ほぼ平成4年に制定された省エネルギー基準に従って施工した
- 4. ほぼ昭和55年に制定された旧省エネルギー基準に従って施工した
- 5. 特に省エネ基準は考慮せずに施工した

図 2.2.31 建築物への次世代省エネ基準の施工状況

注) 次世代省エネ基準とは、「住宅に関わるエネルギー使用の合理化に関する建築主の判断基準及び同設計・施工の指針」(平成11年制改訂)をいい、断熱性等の基準である。

4) 次世代省エネ基準を採用する際の障害（一般住宅・大規模建築物）

「建築物へ次世代省エネ基準を採用するにあたり障害となる事項」についての回答を図 2.2.32に示す。コストの問題である「2. 建築費」の回答が最も多くなっていた。また、その他具体的な回答の中に、基準自体について「画一的で地域にあわない」と疑問視する意見もあった。

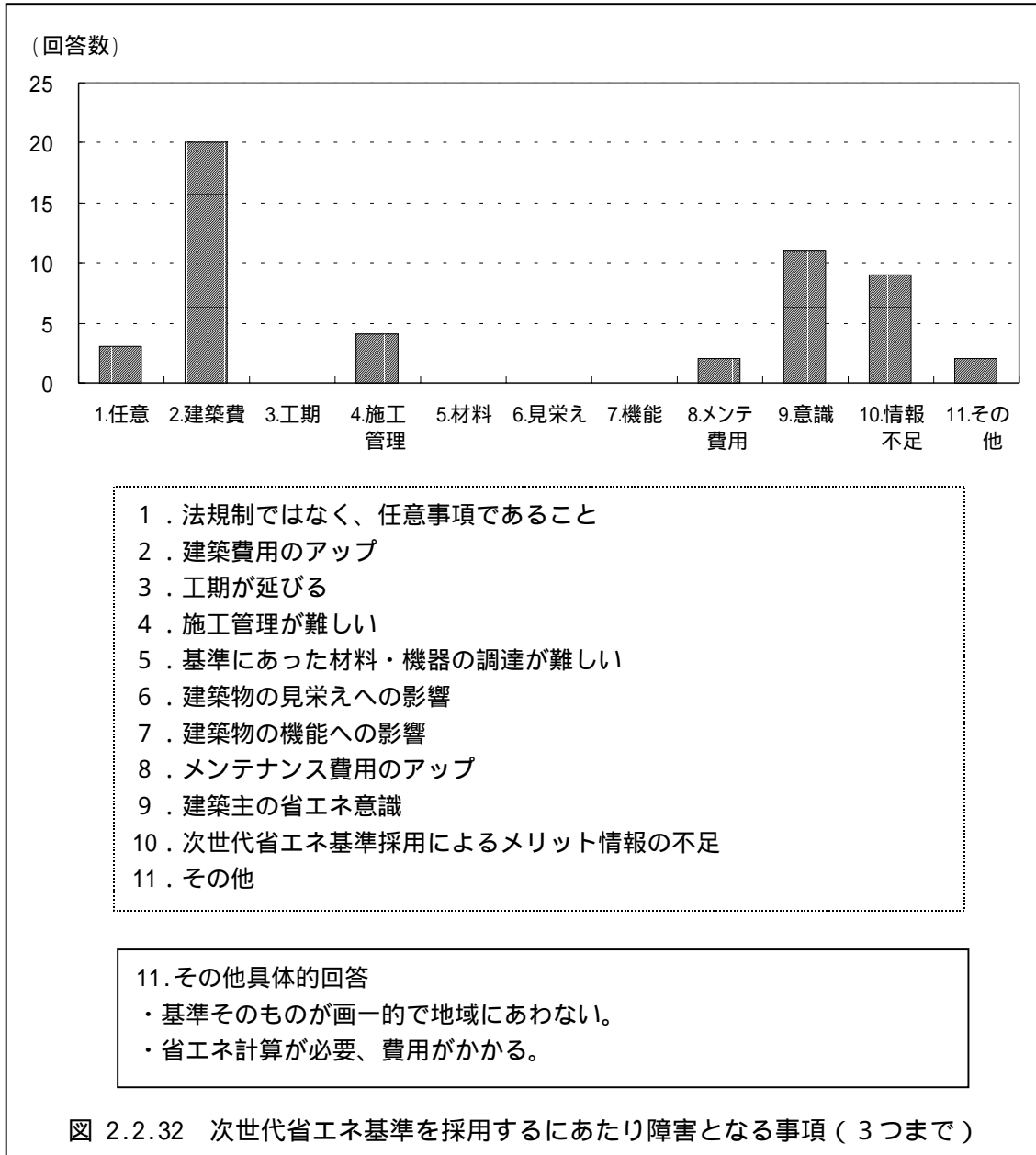
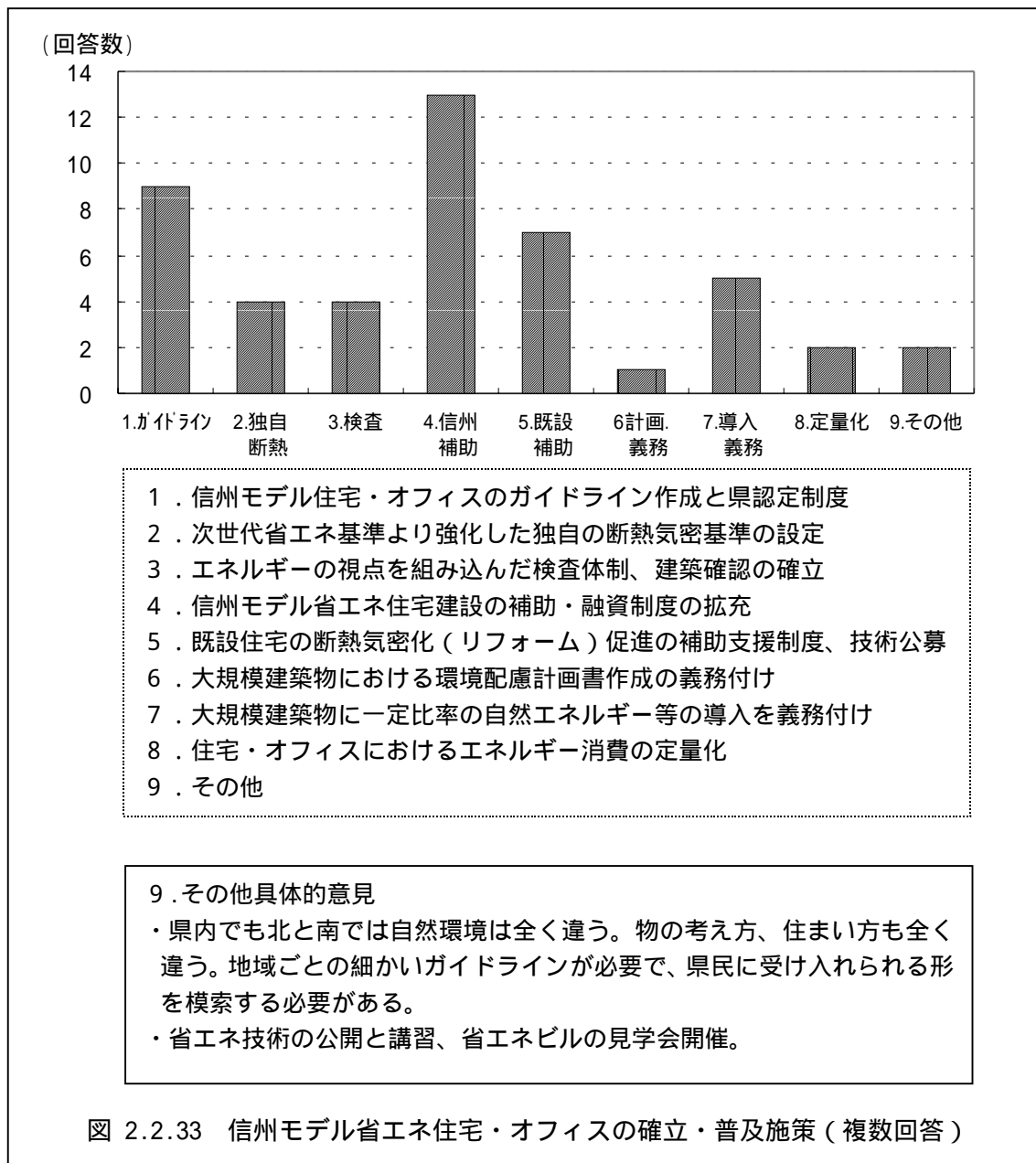


図 2.2.32 次世代省エネ基準を採用するにあたり障害となる事項（3つまで）

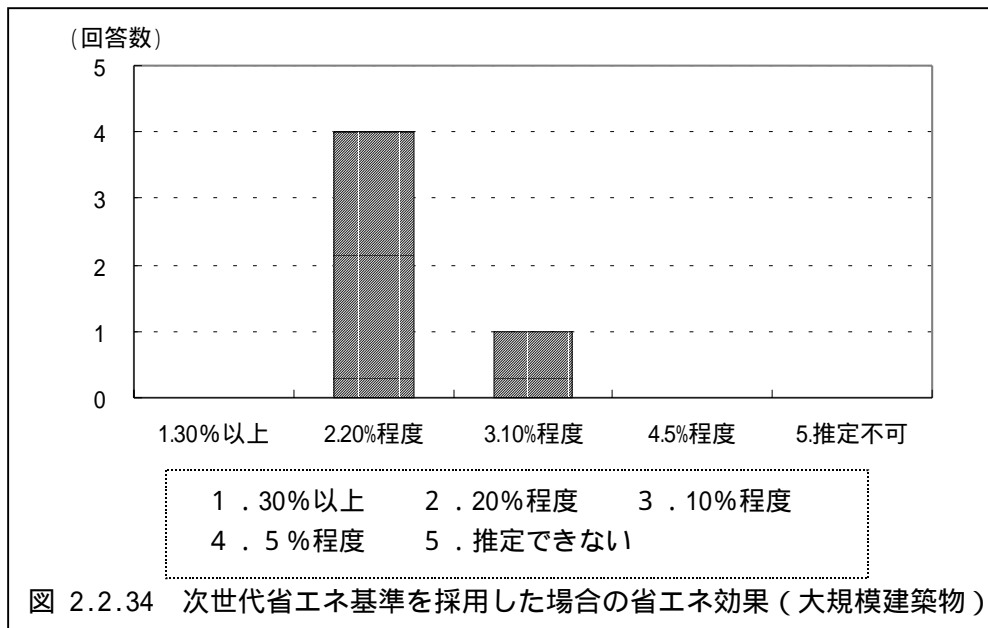
5) 信州モデル省エネ住宅・オフィスの確立・普及施策（一般住宅・大規模建築物）

「信州モデル省エネ住宅・オフィスの確立・普及に有効で実現可能な施策」についての回答結果を図 2.2.33に示す。「4.信州モデル省エネ住宅建設の補助・融資制度の拡充」の回答が最も多く、次に多かったのは「1.ガイドライン作成と県認定制度」であった。負担が増える「6.環境配慮計画書作成の義務付け」について、選択したのは1社のみであった。



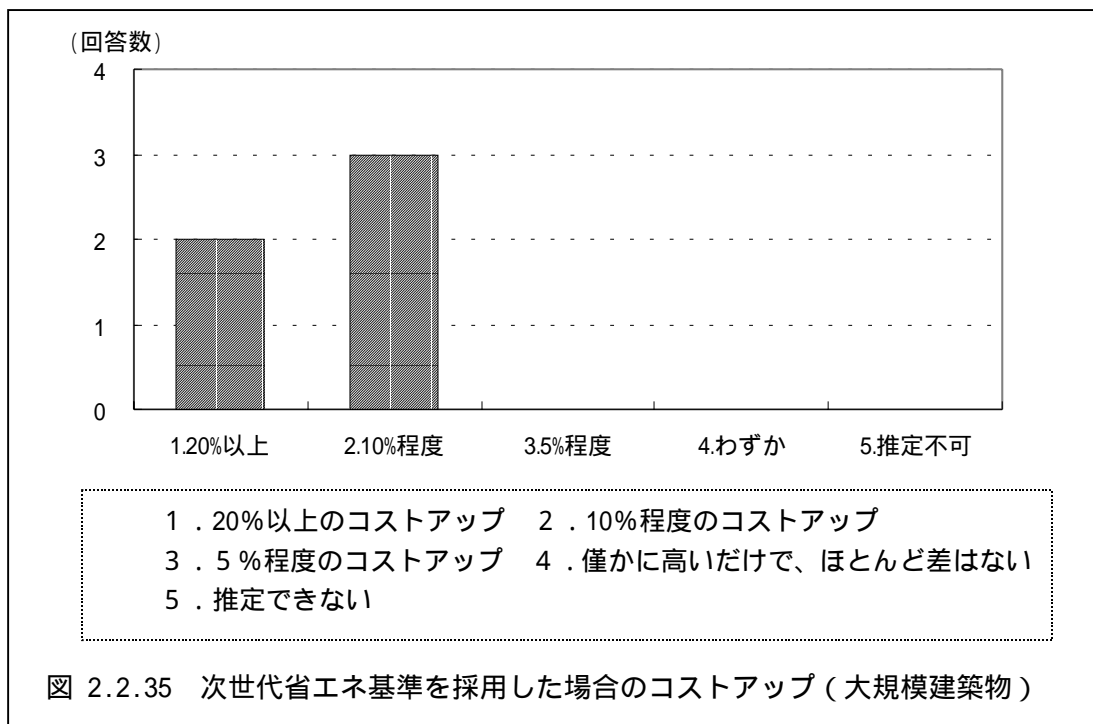
6) 次世代省エネ基準を採用した省エネ効果（大規模建築物）

「次世代省エネ基準を採用した大規模建築物は、従来の新省エネ基準を採用した建築物と比較して完成後のエネルギーはどの程度削減されると推定されるか」についての回答を図 2.2.34に示す。回答のあった5事業者のうち、「2.20%程度」が4社で最も多かった。



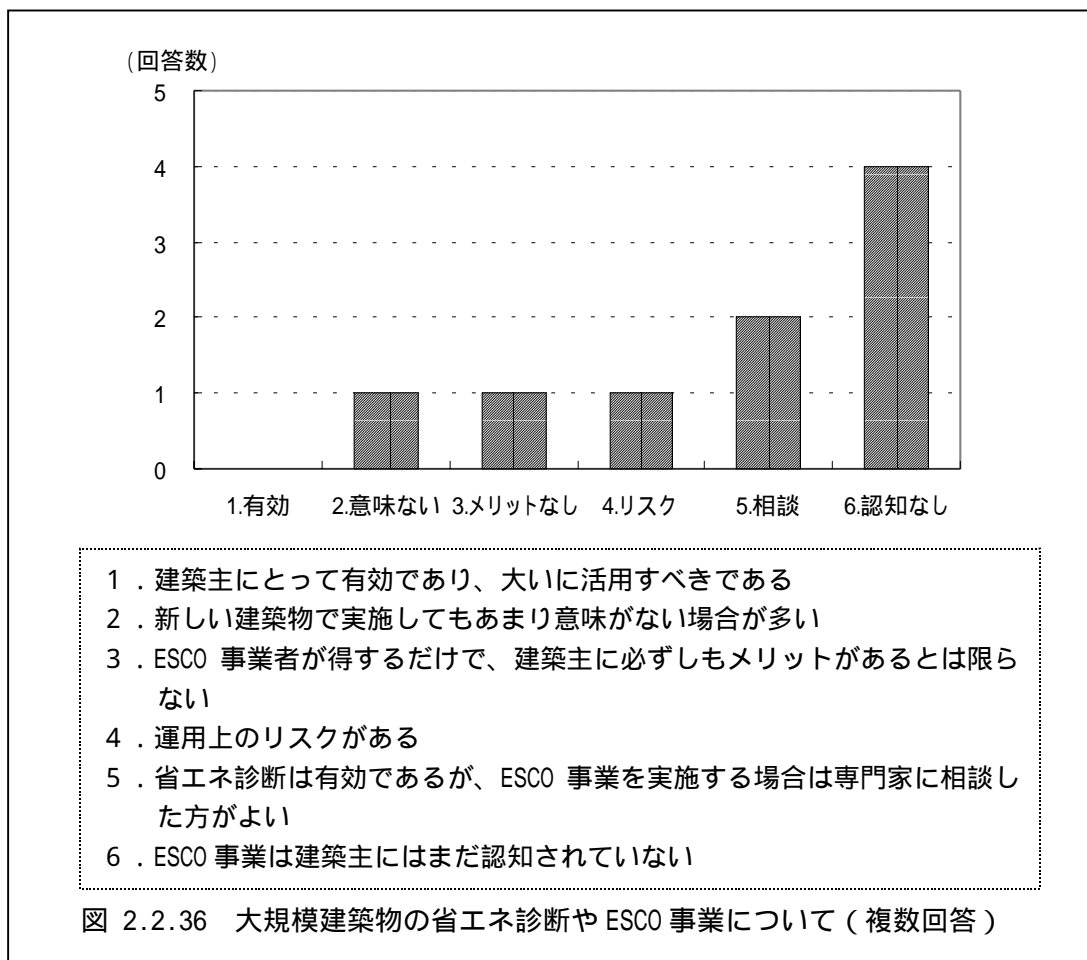
7) 次世代省エネ基準を採用したコストアップ（大規模建築物）

「次世代省エネ基準を採用した大規模建築物は、従来の新省エネ基準を採用した建築物と比較して建設コストはどの程度アップした（する）と推定されるか」についての回答を図 2.2.35に示す。回答のあった5事業者のうち、「2.10%程度」が3社、「1.20%以上」が2社と意見が分かれた。



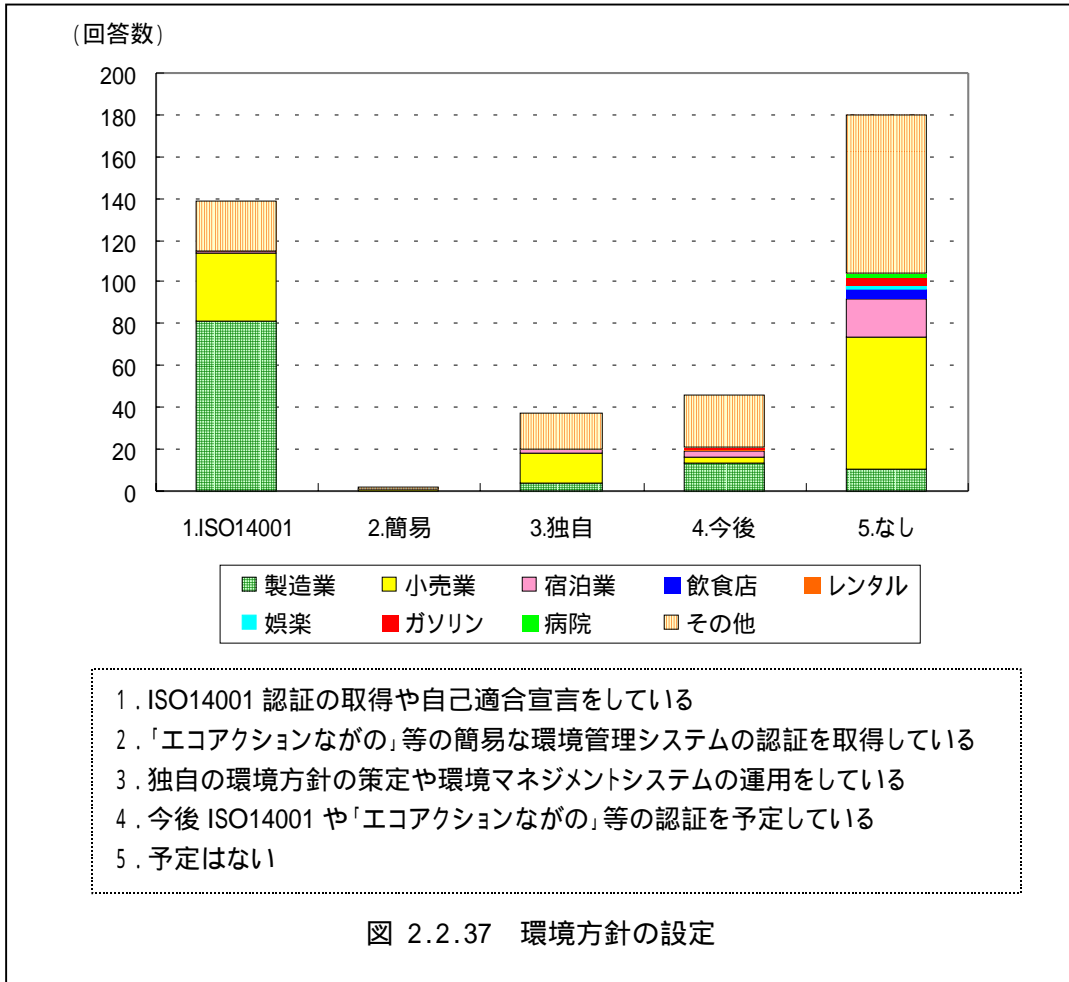
8) 省エネ診断や ESCO 事業について (大規模建築物)

「大規模建築物の省エネ診断や ESCO 事業についてどのような意見を持っているか」についての回答を図 2.2.36に示す。「6.ESCO 事業は認知されていない」との回答が最も多く、「1.有効であり、活用すべき」との意見を選択した事業者はなかった。



(11) 環境方針の設定

環境方針を定めているか、すべての事業者について調査し、集計した結果を業種別に図2.2.37に示す。「5. 予定なし」が最も多かったが、次に多かったのは「1. ISO14001」であった。「1. ISO14001」を選択した中で最も多い業種は製造業であった。次に多かったのは小売業であるが、大手チェーンの本社が取得している場合が含まれており、事業所自体は取得していないものも含まれていると考えられる。その他については、自動販売機関連会社、建築業者が多かった。



(12) 地球温暖化対策に関わる長野県への意見・要望

長野県への意見・要望について主なものを、以下1～8についてとりまとめ、表に示す。

1. 建築物の省エネなどに対する意見・要望
2. マイカー通勤、公共交通機関に対する意見・要望
3. 低公害車導入等についての意見・要望
4. 営業時間の長時間化に関する意見・要望
5. 自動販売機に関する意見・要望
6. 自然エネルギー等に対する意見・要望
7. 県の情報提供などに対する意見・要望
8. その他意見・要望

業種	1.建築物への省エネ等に対する意見・要望
建築・建設業	全国一律高气密、24 時間換気ではなく、信州の風土、気候にあったシステムを進めて欲しい。自然を活かせば、無駄なエネルギーを省けるのではないが。
製造業	一般家庭での温暖化防止活動を推進する。民家新築家屋への自然エネルギー利用設備の設置を義務づける。
製造業	一戸建てではなく、マンションを増やす。(暖房等の効率の良いエネルギー利用)
建築・建設業	ハード面での規制を考えるだけでなく、人びとの住まい方、例えば一時代前のような隙間風の入るような家での暮らし方も思い出して、人間の方から自然に近づく、或いは帰るような部分も考え合わせて、広く県民に宣伝することが大切ではないか。
建築・建設業	省エネ住宅の普及
建築・建設業	公共施設は太陽光発電活用推進。省エネ住宅化の推進のための補助金制度(仕様、性能の基準)。簡易、電力使用量、表示器具、各戸に取付。公共施設、使用エネルギー(電気、水、灯油、ガソリン)、長期データに基づく使用の意識付け(目標値設定)、コントロール。断熱仕様、構造の一般開示に準ずる。
建築・建設業	大規模公共建築物の屋上には必ずソーラーパネルを載せる。大学とのタイアップによる研究(自然エネルギーの効率的利用について)
建築・建設業	県保有施設のエコ化、省エネ化を推進すべき。
建築・建設業	当社は円形のサンルームを開発(意匠権取得済)、信州発として全国展開を計画している。サンルームは冬は暖かいが、夏暑すぎるのが従来のイメージだが、屋根材に世界の GE 社の画期的屋根材を使用し、明るさは 100%で断熱効果は抜群である。信州発の環境に配慮した製品として、長野県独自でも良いのでモデルとして認定して頂きたい。

業種	2.マイカー通勤、公共交通機関に対する意見・要望
宿泊業、製造業	駐車場確保の問題でマイカー通勤制限を加えたいが、立地的に交通網が更に発達しない限りは難しい。交通手段が車しかないのが現状である。公共交通機関の充実を望む。
大口自動車保有者	足下の県職員(教職員、警察、現業機関等)からマイカー通勤自粛。公共交通機関利用を促進するような都市計画づくり(学校、公共機関を駅徒歩圏に)。事業用自動車買い換え購入の補助金。自家用貨物から営業用貨物自動車輸送人の転換。
製造業	公共バスの充実(マイカー通勤者の半減)
小売業	マイカー通勤は原則禁止等の厳しい条例を作らなければエネルギー・環境等改善されないと思う。
小売業	自動車税の逆の発想で徒歩の人の税金に恩典があるような制度はどうか。
大口自動車保有者	アイドリングストップ、相乗りの励行、公共交通機関の利用促進などの義務づけが必要である。
建築・建設業	フレックスによる渋滞緩和

業種	3.低公害車導入等についての意見・要望
製造業	ディーゼル車の規制を行う。
製造業	市街地へ乗り入れる車を少なくするための交通アクセス整備、公用車のハイブリッド化等。
小売業、その他、製造業	ハイブリッド車両購入時の助成金制度の拡大
小売業	エコカー(ハイブリッド等)の拡販と安く買える価格(100~199万台)の開発。電気自動車への取組強化の進言(世界的レベルで)。
製造業	CO ₂ の削減を行うために燃料の代替を行いたいと考えているが、LNG等のインフラが整っていない為に実施するのが困難。早期の整備を期待する。
小売業、自動車販売	低公害車使用の推進(一般市民への啓発、税制優遇)。
宿泊業	冬の寒さにも強く4輪駆動のエコカーの開発と普及が必要。
大口自動車保有者	公用車への低燃費車導入(警察等含む)。
自動車販売	国の認定する低燃費車の普及を促進することが地球温暖化防止につながるのか疑問。低燃費車認定の基準(目標値)は車両重量毎に定められている。(例えば車重1266kg~1515kgの車は13kg/L、1516kg~1765kgの車は10.5km/Lなど)このため微妙な燃費と車重の違いにより燃費の良い車より悪い車の方が低燃費車として認定されることになる。CO ₂ 削減のためには、国の認定する低燃費車の普及を促すのではなく、純粋に燃費の良い車(重量等に関係なく)の普及を促進すべきではないか。

業種	4.営業時間の長時間化に関する意見・要望
小売業	出来れば夜中は店を閉めたいと思っているが、本部との契約上出来ない。もし県の方から本部に指導出来るのであれば、切にお願いしたい。
小売業	今の24時間型営業を全県統一で短縮型にしてもらえばよい。
小売業	24時間深夜営業は、ある程度規制すべき。長野県の場合、それほど需要の無い地域が多いし、犯罪も増加している。環境面、コスト面からしても、負担が大きい。パチンコ等遊戯場は21時まで、食品等生活に欠かせないものは23時までとする。
小売業	消費者も便利で当たり前になっている自由な社会で、行政が個々の経済活動に口を挟むことはよくない。

業種	5.自動販売機に関する意見・要望
小売業	弊社では、関連会社と協力し、国産間伐材を30%以上使用したカートカンの飲料を、県、関係機関に対して積極的に提案して行く。昨年、県内自販機の削減という指針が出されたが、現在、公共施設に設置してあるアルミ・スチール缶自販機をカートカンに交換することにより、自販機台数を減らす以上の効果があると思う。
小売業	自動販売機に対する目標値が高く、台数削減ということになれば、雇用を半減せざるを得ない。自販機の消費電力もある程度限界に来ていると思うし、稼働台数を増やせなくなれば、事業を行っていく意味もなく、結局は弱い者にしわ寄せが来る。今後のことを考えれば当然の事と思うし、協力はしなければならないと考えてはいるが、目標値に不公平感がある。
小売業	県の意見及び地球温暖化に対する気持ちはよくわかるが、私共も生活がかかっている。自動販売機も、今の機械はこのようなことを良く検討して作っているし、私共も絶えず全員で環境等に気がつかって仕事をしている。昨今の長野県は、規制ばかりで進歩、先行きが不足していると思う。何でもストップストップには限度があると思う。

業種	6.自然エネルギー等に対する意見・要望
製造業	風力・太陽光発電を取り入れる対応策を求める。
製造業	自然エネルギーの使用拡大支援(補助金拡大)
小売業	太陽熱を利用するために、県で資金を安い利息で貸し付けたら良いと思う。
小売業	省エネ設備(ソーラーパネル他)を家庭用で検討したことがあるが、値段が高かったり、訳の分からない業者がいたり導入には気が引ける。県・国が、もっと省エネ設備についてアピールをして欲しい。業者の説明では、安心出来ない。店舗に関して言えば、本部がしっかり考えて取り組んでいてくれるので、安心して任せている。
建築・建設業	新しいエネルギー源の開発を進めながら、今現状残されている天然の資源を有効に利用していくしかないと思う。太陽光、風力発電etcの更なる高効率化の研究開発も必要だし、地域別(地熱、温泉熱、木材やわら等のバイオを燃焼させて得られる熱源)発電の考え方を進めて欲しい。
小売業	重油使用施設へCO ₂ 排出規制値を厳しくする。
小売業	新エネルギーの普及に当たり、自治体が率先して係わっていくべきだ。家庭への設置に対する助成制度をしっかりと後押しする。
建築・建設業	太陽エネルギー、熱電池、風力発電は未だ設置コスト面で「安い価格で快適な家」づくりには採用出来ない。国、県等の大幅助成が望まれる。
建築・建設業	建築分野においては、地球温暖化防止対策を推進するために、厳しい予算の中で出来る限りの方法を考えているが、一般的にはまだ危機意識は薄く、浸透していないのが現状である。県に対する要望は公共施設においてもっと積極的に自然エネルギー利用の設備を導入し、その効果を民間にアピールしてほしい。

業種	7.県の情報提供、ガイドライン作成などに対する意見・要望
製造業	事業所が省エネ活動に取り組み安くなるきっかけを提供して欲しい。
製造業	取引先等よりのCO ₂ 削減等の指示はたくさんあり、努力しているが、県等よりの情報は少ない。NEDO等を取得する為に是非とも明確なバックアップが欲しい。
製造業	地球温暖化対策に関する資料、県の取組内容についての省エネセミナー等を市町村単位で開催していただきたい。
製造業	地球温暖化対策を活動するにあたってのガイドライン配布や温室効果ガスの削減目標を設定する具体的手法など、活動の方向性や把握の指導を行って欲しい。
製造業	「長野県地球温暖化防止県民計画」が策定されたとのことだが、全く県民に知らされていない。更なるPRをお願いしたい。
製造業	今後環境ISOの目的目標にCO ₂ 削減を取り上げる予定で、県として、業種別にガイドラインを設け、運用しやすい環境作りをして頂ければ有り難い。
小売業	省エネ活動、設備普及の為に市民啓発や情報の提供。
小売業	環境問題に対する県民(国民)の意識が自分を含めてまだまだ低い気がする。これから政策や制度をすすめるためには具体的でわかりやすい研修会や情報提供をお願いしたい。企業においてはトップの理解や決断がないと取り組めないということもあり、国の政策としての法令の制定等も必要になると思う。
小売業	具体的に、こうすればコストが安くなるといった、業種別に合ったマニュアルがあれば分かりやすく、エネルギーの無駄使いが減るのではないかな？
宿泊業	地球温暖化対策は策定されているが、住民に周知されていない。具体的施策が実施されていない様に思う。
病院	新規建設改築等の時には、ある程度導入計画は考えられるが、コストがかかりすぎて、取り組みができないでいる。導入コストに見合った補助金等をお願いしたい。
病院	意識向上の為にPR(テレビ、新聞、雑誌、ポスターなどで)
建築・建設業	温暖化対策について、具体的な施策がわかっているようでわからない。もっとPRして欲しい。
大口自動車保有者	エネルギーの節約、これからの社会環境等について企業向けセミナーの開催

業種	8.その他意見・要望
製造業	中小製造業のように、ISO14001取得の経費負担は厳しいことから、「エコアクションなごの」の普及に力を注いで頂ければと思う。
製造業	2010年度までの削減目標が、1990年度比-6%という厳しいものだが、放置できる課題ではないので、できるところから省エネ施策・環境保全施策を進めている。価値観が画一化され、都会も田舎もない生活スタイルになってきたことが、CO ₂ 排出量15%up/10年につながったと思う。(運輸の上昇、民生の上昇)県の機関、大学、企業が協力して環境に関連する技術を確立し、他県から資金を集め、その富を教育、文化、社会資本の整備(省エネ型設備への置換)に充ててはと思う。継続的にリーダーシップをとるには、学校教育の充実が重要だと思う。急に旧来の不便な生活に戻そうとしても、理解は得にくいものがあるので、時間をかけて説明し、PDCAをまわしながら、省エネ先進県を目指してほしい。実践結果を長野県から発信し、世界のCO ₂ 排出量削減につながれば素晴らしい。
製造業	温暖化に関する県条例を制定するのであれば、既存の省エネ法等により網のかかっている事業所は除外し、他の事業所について展開すべきと考える。法・条例等で複数の削減指標を求められても物が絞れず双方の実効性が薄れ、省エネ(脱温暖化)にマイナスになるのでは。
製造業	道路の立体交差等によるスムーズな車の流れ。乱開発の防止(農地、緑地の保全)。省エネを推進出来る人材育成(省エネ実践者の教育機会)

業種	8.その他意見・要望
製造業	1990 年度比で 15.2%も増加している長野県は異常だと思う。その原因をもっと詳しく公表し、明日からでも実行できる温暖化対策を提案してほしい。又、今頃このような内容のアンケートを実施しているようでは、対応が遅いと思う。県の政策や取組についてのアンケートの方が意味があると思う。
製造業	京都議定書による目標達成は困難と思われるので、CO ₂ 排出量の少ない新エネルギー政策を強力に進めて欲しい。
小売業	一つ一つの積み重ねが大切と感じる。行政の中で、ある程度の権限を持つ調整機関が必要。
小売業	単なる情報提供や啓発活動にとどまらずきちとしたインセンティブと罰則規定もしくは税負担をもうけてもらいたい。我々中小企業は厳しい競争と金融機関からの圧力(収支財務状況に対して)にさらされており、毎日生き抜くだけでも必死である。もし、よけいな出費そして競争に負けたとしても誰も評価はしてくれない。
その他	企業は行政の指導プランを尊重し、温暖化防止に協力すること。税制面の優遇策を明確にすること。
その他	国レベルの施策との整合性、経団連環境行動計画により既に自主的な取り組みを推進している事業者への配慮を含めた施策としてもらいたい。
その他	国レベルの施策との整合をもった対策を実施して欲しい(電気への課徴金や再生可能電力の供給目標義務化は国の政策と二重規制となる)。排出量の増加が著しい民生や運輸部門に関連する住民や地域レベルの自主的な取り組みを促す施策を先に実施して欲しい。自主的な取り組みを推進し、成果をあげつつある。義務的な措置を行うことでなく、既に取り組みを進めている事業者の自主的な取り組みを支援することが大切と思う。
大口自動車保有者	排ガス規制も必要だと思うが、そのためには国、県の助成制度を拡充して貰いたい。車両のコストアップ等、経営は圧縮されるばかりである。
自動車販売	車依存社会からの脱却は超ローカル市場の中では非現実的である。マイカー通勤削減は市街地以外では不可能。経済を萎縮させるような発想ではなく、エコカー普及の為に税金等のサポートを考え、経済活性化に結びつけたらどうか。
製造業	一般廃棄物は各々地域の焼却設備で処分しているが、一部の地域を除いて、まだまだ回収がされていない。早急に推進をお願いしたい。CO ₂ 削減の為に一手段として企業に対する環境税の早期導入が必要かもしれない。
製造業	過去 10 年以上に亘る業界自主努力による低減に対し、適切な評価がなされなかった気がする。生活、雇用、経済、環境と、あらゆる角度からの対策と、取り組み易いところからという安易な切り口でなく、公平感のある対応を望む。
小売業	健全な森林の整備、都市緑化の推進などはとても良いことだと思う。特に都市緑化は家庭から事業所から、すぐにでも始められると思う。
小売業	店頭に設置してあるリサイクルボックスを利用し、アルミ缶、ペットボトル、牛乳パックなど決まり事を守らず、ゴミ捨て場と思い違いをしている人が多くいる。県・市より県民・市民にもっとリサイクルについて、マナーについてしっかりとした教育の呼びかけを強く要望したい。
小売業	必要な事は、充分分かっているが、それを取り巻く環境の遅れだと思う。啓発や情報の提提という事だけでなく、メリットある機器の開発や、低コスト化が絶対に必要である。これだけ贅沢になった世の中で、精神論や耐乏を求めてもダメ。国民(県民)一人一人のアイデアを集結し、すばらしい省エネ機器が出来たら良い。簡易にそんなアイデアを持ち寄れる場所やグループが出来たら良いと思う。そんなところは行政指導型でも良いのではないか。機器ばかりでなく、森林等自然の問題も同じだと思う。必要な気持ちとやらなければいけない気持ちをもっと高揚させて行きたいと思う。
小売業	省エネとあわせて、行政、メーカー、流通、消費、全て(国民一体となって)取り組む必要があるのではないかと思う。自分さえよければ、自分さえ利益を上げられれば後はだれかが考えるだろうという感が、まだまだあるように思える。各自の責任をはっきりすべきだと思う。

8. その他意見・要望	
小売業	県として、当チェーンに対する要求事項等あれば、本部で検討し、地球温暖化対策へ取り組んでいきたいと思う。
小売業	急激な変化は県民生活に大きな支障があるので、考慮して行動して欲しい
宿泊業	長野県独自の緑化運動を県民が理解し、全国に世界に発信しよう。
その他	家庭排水の管理。排水内容の浄化管理。飲料水の無塩素化。一般廃棄物の無焼却化(オールリサイクル)。産業廃棄物の無焼却化(オールリサイクル)。
飲食店	京都会議以降国や自治体レベルでの取り組みがあまり行われていない。また CO ₂ を出さないエネルギー開発も遅れていると思う。企業や家庭でもより関心を持って取り組まないとあまり改善されないと思う。このようなアンケート等を行うことで再度認識するには良い機会だと思うので、断続的にこのプロジェクトを推進して頂きたい。
その他	毎年、各事業所ごとの温室効果、ガス削減等の実施状況調査があるが、温室効果ガスの削減目標を定める方法や排出量の算出方法など具体的なことがわからないのでご教示いただきたい。
その他	当社は、複合商業施設の管理会社であり、テナントに対し省エネや環境対応について情報提供を主に行っている。また、駐車場に44本以上の高低木を植える等、緑化に努めており、客から好印象。周囲は山や田畑であり、これらにマッチした施策に心掛けている。
大口自動車保有者	CO ₂ 吸収に役立つ森林整備に力を入れる。代替燃料の早期開発及び供給方法が安易に出来る方法。
大口自動車保有者	事故通行止め、雪による通行止めの時間が長すぎる。冬期の長時間通行止めではアイドリングストップは難しい。
大口自動車保有者	県内の高原地帯ではソーラー関係は盛んに進んでいると思うが、風力発電などについては今一なので、その方面も大いに期待出来るのではないかと思う。自然エネルギーを大いに取り込む研究が期待したい。山小屋には風力発電器を早急に取り組んでみたら、PR になると思う。
大口自動車保有者	目標が高いのは良いが、無理な制度にならないようにして欲しい。
製造業	時系列的にCO ₂ の状況で判断をしたいのだが、どのようにすればいいのか？ 将来も環境税が導入されると聞いているが、実際はどのようになっているのか？
大口自動車保有者	どんな仮説をもってアンケートしたのか、設問から狙いが読みとれない。ただアンケートを取って集計し発表して終わりなら、こんな仕事に財政資金を使って欲しくない。通勤マイカー削減のためのアンケートは、どこかの団体で実施済みなので、それを参考にすれば良いと思う。長野県が平均より悪いことを初めて知ったので、各自に認識させて削減、努力する。
小売業	我々小売業家電は家電リサイクル品目以外の物をお客様から預かるが、個人客であり、行政の産廃扱いはおかしい。地球温暖化対策は日本だけでやっても無理だと思う。
建築・建設業	建設廃材のリサイクル(燃料以外の方法)の需要の拡大を考えるべき。
建築・建設業	都市計画法の中で宅地の緑地化を推進するための緑地化率を定める。
製造業	過剰暖房、過剰冷房への個人レベルの意識は、経済的理由で進んでいるが、どの程度の意識(温度調整)でどの位の節約が出来るか、一般家庭での例を普及してほしい。