

②家庭部門の検討から く家庭から脱温暖化社会へのアプローチ

1 家庭部門の「守備範囲」

一言に「家庭部門の脱温暖化」といっても、そこから受ける印象は人それぞれかと思われる。それは、家庭生活自体が非常に数多くの要素から成り立っており、例えば電気やガスといったエネルギーを消費すること、上下水道を使うこと、ごみを出すこと、マイカーに乗ることのそれぞれが、何らかのかたちでCO₂を排出することにつながるからである。また、なかには太陽光発電システムを導入している家庭もあるだろうし、そもそも住まいそれ自体の断熱性能によって、冷暖房に要するエネルギー量も変わってくる。

今回、部門別に取組方策を検討するにあたり、家庭部門は家庭生活にまつわる多くの要素を他の部門に委ねるかたちになった。例えば、上下水道については市役所対策に、自動車利用については運輸(交通)部門に、再生可能エネルギーの導入は再生可能エネルギー普及対策に、というようである。それは、分野別の

5つのワーキングチーム(以下、WT)で議論するという検討体制を敷いたことによるものであるが、結果として、ハードウェアとしての「住宅そのもの」と、そこに住まい活動する「市民のライフスタイル」の大きく2つが検討要素に絞り込まれた。全3回の家庭部門WTでは、これらを中心に具体的な方策や課題が議論されることになった。

2 住宅の省エネ・長寿命化

①CASBEE横浜の拡充

本市では、建築物の環境への負荷低減を促すことを目的として、平成17年7月から「横浜市建築物環境配慮制度」を運用している。床面積が5,000m²を超える建物を建築する場合、横浜市版建築物総合環境性能評価システム、通称「CASBEE(キャスビー)

横浜」を使用し、建物の長寿命化や省エネ対策等がどれだけなされているかを自己評価して、市へ届け出ることを条例で義務付けている。

これを拡充すること、すなわち床面積の基準値を下げる

ことによる対象の拡大や、CASBEE横浜の戸建住宅版である「CASBEEすまい(戸建て)」の導入が、環境配慮住宅に市民が住む機会を増大させることにつながる。中小規模のマンションが当該制度の対象になったり、市民が戸建の環境配慮住宅を建築する契機になったりするからである。このほか、マンション等の広告時にCASBEE横浜による自己評価結果の公表を義務付けることなどによっても、市民等が環境に配慮された建築物を選択しやすくすることを目指している。

WTでは、CASBEE横浜を拡充するのか、むしろ現状ではより普及している住宅性能評価制度(注1)を選択すべきなのかについて、活発に意見が交わされたが、いずれにしても制度上の規制をかけないと脱温暖化の推進には限界があるという見解は一致した。外部助言者からは、環境意識の高い消費者でも、最終的に一番気にするのはデザインであることが経験上明らかという意見があり、筆者としては得心のいくところであつ

た。購買行動の法則に任せている限り、使い勝手や気に入ったデザインが備わっていないとその環境性能や機能であり、環境への配慮に半ば強引にでも注意を向けさせるような仕組みがないと、省エネ住宅の普及には弾みが見つからないということである。あるいは、そうした仕組みがあればこそ、環境配慮とデザインの両立した物件が生まれるのかもしれない。

また、最終的なユーザーである市民に受け入れられることのほか、建設業界及び不動産業界の理解・合意がないと物件として流通しないという指摘もあった。

住宅を建てる、購入するというのは、多くの市民にとつては一生に一度あるかどうかという話であり、しかも一度建てられたものはハードウェアとして環境に長く影響を与えるものになる。WTではリサイクル・廃棄物処理の点にも議論が及んだが、環境に負荷の少ない建物を、分かりやすく選択できる環境整備に注力すべきことは間違いない。

執筆

南 正也

地球温暖化対策事業本部
地球温暖化対策課担当係長

池上 武史

地球温暖化対策事業本部
地球温暖化対策課担当係長

(注1)

「住宅の品質確保の促進等に関する法律」に基づき、住宅の建築・購入時に住宅の性能(構造耐力、省エネルギー性、遮音性等10分野)を相互比較したり、希望の性能を設計者・施工者に伝えたりすることができるようになる制度。性能評価は、国土交通大臣に登録された登録住宅性能評価機関が行う。

(注2)

横浜市が平成19年度から、「身近な地域・元気づくりモデル事業」として始めた。

日常生活圏において、自治会・町内会などの地域の団体が集まって、話し合いをしながら課題解決を図り、地域の市民が自分たちが望む地域をつくっていく取組を支援する事業。

② 脱温暖化リノベーション手法の開発・実施

本市には、主に昭和40～50年代に開発された中古集合住宅が数多く存在する。建築物として改修の時期を迎えつつあるとともに、高齢化に伴う人口減少によりコミュニティの維持・存続が喫緊の課題となつている。建築物としての環境配慮の側面はもとより、コミュニティの再形成、高齢化対応をはじめとする福祉施策、防災対策等を含めた持続可能性を高めていこうというのが、脱温暖化リノベーションの考え方である。

WTでは、具体的な候補地名もいくつかあがりながらの議論となつた。その中では、UR都市機構(独立行政法人都市再生機構)と連携して団地再生に取り組むことが有効でないかという意見が出された。都市機構は全国津々浦々に物件を保有しており、大都市の中心地域から地方の過疎地域まで、様々なケースを実践することができるはずというのである。公共交通、緑の活用、福祉、再生エネルギー/新エネルギーの導入・活用などのテーマが関連し、住民合意が必要なことも含めて、団地再生は現代の地域コミュニティの課題解決の縮図であるとの

発言もあった。

以前、「市民主体の地域運営(エリアマネジメント)」(注2)の事例として、ある団地が自立的・自立的に課題解決に取り組む現場に入ったことのある筆者の経験から、その発言は正鵠を射たものと感じられた。しかし、その団地では、子育て支援や交通の充実、障がい児・者や高齢者の生活支援、さらには居場所づくりや建物の大規模修繕といったあらゆる地域課題に取り組んでいたものの、地球温暖化対策の観点はまだなかったように思う。

脱温暖化リノベーションは、手法自体の研究・開発もおお上といったところがあると思われるが、同時にそこに住む市民にとつて、脱温暖化の推進が追求すべき価値であることが自然に認識されるような環境づくりが、われわれに求められる仕事であろう。

③ エネルギーマネジメントの普及

家庭生活をする以上、エネルギー利用をまったくのゼロにすることはできない。照明・家電製品の利用や給湯、冷暖房などに使わざるをえないエネルギーの使用量を監視し、適切に管理しようというのが、エネルギーマネジメントの考

え方である。

住宅内のエネルギー消費機器をネットワーク化し、自動制御まで行うホームエネルギーマネジメントシステム(HEMS)という仕組みもあるが、一般的に導入しやすいのは、「省エネナビ」という機器である。住宅の分電盤にセンサーを取り付けると、表示器に電力使用量やそこから換算したCO2排出量が即時に表示されるというものである。数万円で購入できる、簡易版のHEMSといえる。

WTでは、例えば新築のマンションに標準装備するようにはどうかという提案がされた。これについては、設置費用を価格に転嫁できない——「省エネナビを全戸に完備!」は、ほとんどの市民にとつて(残念ながら)セールスポイントにはならない——デベロッパーにとつては、収入減を覚悟しなければならぬため、設置義務化が前提になるという意見があつた。ただ、「だから難しい」という話にはならず、むしろ、そうであれば義務化を真剣に検討してみるのも価値があるという議論の流れになった。

省エネナビは、それ自体エネルギーを削減する機器ではないが、設置した世帯におい

ては経験的にエネルギー使用量が下がるといわれており、「住宅用太陽光発電システムに助成するよりも、省エネナビの購入補助のほうが費用対効果は高いのでは」とのコメントまであつた。全面的な普及には、低所得者への支援措置が不可欠との意見にも顧慮しながら、比較的身近に取り組めるエネルギー管理手法として、認知度の向上を含めて一層の普及を図っていかなければならない。

3 エネルギー消費の少ない生活様式の普及

筆者は、日ごろから市民・事業者に対し、地球温暖化の現状及び地球温暖化対策の重要性について啓発活動及び広報活動を行うことを業務の一つとしている。市民・事業者とふれあつてその声を直接伺う機会や具体的な行動を訴える機会を多く持つている。しかし、具体的な行動を訴えていく中で、市民の方々に「行動」を起こしていた、だくためのいわゆる「決め手」に欠けていることを常日頃感じているところである。家庭部門のWTの議論に参加することで、そのヒントや何らかのきっかけが与えられるのではないかとこの期

待を持つて臨んだ。

そのWTにおけるエネルギー消費の少ない生活様式の普及に関する議論のうち、特に次の2点について整理してご報告したい。

① 市民の生活様式の転換

ここでまず議論になつたのは、市民が生活様式を転換するためには、それ相応の「理由」が当然必要であり、それをどう提示するかが極めて重要ということである。

従来から、脱温暖化行動については、普及啓発主体の取組を進めてきている。「地球温暖化が事実であること」、「その影響が顕在化していること」、「温暖化の原因の一つに市民の生活があること」を示し、そのためには省エネ行動や太陽光発電などの新エネルギー導入など具体的な取組が必要であることを訴える手法である。その中で、省エネ行動を実践する「理由」として提示してきたのは、「省エネ」が「家計にもお得」である、ということであつた。

このことが「理由」として生きるかどうかは、「省エネ」が「家計にもお得」ということが市民にどれだけ合理的で納得できることであるかである。

省エネが家計にもプラスになる、ということとはわかりやすい。だからこのこと自体を訴えるのはそう難しいことではない。しかし、一口に省エネ行動と言っても様々で、その一つ一つをみるとそれによるお得額はそう大きなものではない。それはつまり、その行動に要する手間とお得な金額とのバランスが今ひとつということを意味している。例をあげると、「冬の暖房時の室温を20℃に」ということについて、1日9時間使用したとして年間のお得額は1170円である。「テレビを見ないときは消す」では、25インチのブラウン管テレビで1日1時間見る時間を減らした場合、年間で700円である。啓発担当として日ごろ市民に接している筆者としては、この金額が年額ではなく月額ならと何度思ったことが。

こういったことからWTでは、省エネによる家計へのお得感が継続した行動の「理由」になり得るのはごく一部の層に限られ、むしろ、有効なのは「脱温暖化のライフスタイルが「かっこいい」ということや「社会貢献につながる」ということではないか、という指摘がなされた。

そのためには当然いくつも

のハードルが存在する。

そもそも「省エネ」が持っている「けちくさい」「面倒」といったイメージを払拭する必要があるだろう。もしかしたら、「省エネ」という言葉をもっと違うイメージを呼び起こす言葉に変えることも考えるべきかも知れない。このひとつとして、すでに「ロハス」という言葉があり、この言葉を前面に押し出すのも一つの手段であるとの指摘もあった。

「ロハス」とは、Lifestyles of health and sustainabilityの略で、一般的に「健康と持続可能な社会に配慮したライフスタイル」を意味する。行動の基準が健康や環境にどのような影響があるか、ということであり、結果的に脱温暖化に資するライフスタイルにつながると思われる。

このロハスな人々について、明確な定義により抽出されているわけではないものの、横浜市でも一定程度存在するものと思われる。このような人々にとって、より二酸化炭素を出さない生活の実践は受け入れやすいものであろう。まずはこの層の人々を増やすことが考えられる。そのためには、この層の人々に対し、ある共通の軸で情報発信、情報提供等をいかにに行い、「かっこ

いい」をより実感していただくことが望まれるのではないかと。そのための方法として、メディアとの連携、各種機能をもったカード(住基カードと連携させたらおもしろいのではないかと)、という指摘もあった。横浜版のロハスクラブを作った仲間意識の醸成、といったことがアイデアとして出された。こういったことが実現すれば、この層の拡充にもつながると考えられる。

いずれにせよ、従来の「省エネは家計にお得」だけでは限界があることは明白であり、生活様式の転換促進には、「かっこいい」といった新たな価値観を紹介し、広めていくことが必要であることは間違いない。

②省エネ家電の普及

WTにおける議論は、実はこの項のタイトルである省エネ家電をいかに普及させるかよりも、省エネではない家電をいかに普及させないか、ということに進んだ。

家電の買い換えそのものは、家電がほぼ必需品となつていける今、数年から10数年ごとに必ずと言っていいほど起こるわけであり、またメーカーの努力によって省エネ性能も日進月歩で向上している。

このような状況のもと指摘

されたのは、買い換えそのものに注力するよりも、実際に買い換えが必要になったときに、省エネとはいえない製品が省エネ性能の高い製品よりも安く売られている現実であり、こういった製品の購入をとどめる誘導策についてその必要性が指摘された。

なお、家電製品の普及に絡む大事な点として、製品の廃棄やリサイクルについても、適切になされるための体制整備が欠かせないということが指摘されたことを付け加えておきたい。

4 まとめ

脱温暖化社会の構築は、市民・事業者の協力なしには進めることができないものであるが、とりわけ家庭部門の取組は、一人ひとりの市民の「志」に裏打ちされた行動によるところが非常に大きい。もとより、市民の高い意識頼りではなく、望まれる市民行動を自然に導くような政策立案と実施が、われわれ行政の使命である。365万市民のパワーを十分に発揮いただくことで「環境モデル都市・横浜」を名実ともに確固たるものとすべく、たゆまず取組を進めていきたい。

△2章は南、3章は池上がそれぞれ担当した。▽