

エコハマ（横浜市エコ家電応援キャンペーン第1弾）の実施結果について

温暖化対策・環境創造・資源循環委員会
令和6年3月18日
温暖化対策統括本部

1 実績

(1) 目的と手法

国交付金を活用し、省エネ性能の高い家電製品の購入を支援することにより、家計負担の軽減とCO2排出量の削減、脱炭素ライフスタイルへの転換への意識醸成やきっかけづくりにつなげていくことを目的とし、ポイント還元にあたっては、市民の皆様へ確実に還元する手法を導入。

(2) 実施時期

令和5年8月29日（火）～令和6年1月31日（水）（156日間）

(3) 還元額

約12億27万円（還元予算額16億円、約75%執行）

(4) 申請件数

約5.7万件

〈内訳〉

電子申請	約4.9万件（86.0%）
郵送申請	約0.8万件（14.0%）

(5) 申請製品数

約6.2万台

〈内訳〉

エアコン	約1.4万台（23.0%）
冷蔵庫（冷凍庫含む）	約3.0万台（47.5%）
LED照明器具	約1.8万台（29.5%）

(6) CO2削減量

約4,000トン

※約1,500世帯分の年間CO2排出量（スギの木約45万本分の年間CO2吸収量）に相当

(7) 登録店舗数・販売額

383店舗・約80億円

店舗種別	店舗数	販売額
家電量販店	57店舗（14.9%）	76億2,246万円（95.1%）
街の電器店	186店舗（48.6%）	3億4,261万円（4.3%）
その他（ホームセンター等）	140店舗（36.5%）	4,550万円（0.6%）
合計	383店舗	80億1,057万円

(8) その他

- 市民雇用人数 延べ96人
※事業委託業務のうち、コールセンター等業務に従事するスタッフの90%以上
- 利用者・登録店舗アンケート結果
裏面参照

2 分析・評価

(1) 項目別

項目	内容
実施時期	・手続き上、8月末からの実施となったが、夏のエアコン需要を踏まえた前倒しを求めご意見が多く寄せられ、効果的な実施時期を検討する必要がある。
還元額・対象製品等	・還元額が、他都市実績等から算定した想定約75%となるなど、利用実績については想定を下回ったが、これは、実施時期、全国的に家電の販売が前年を下回った影響、エアコンの対象製品数がやや少なかったことなど複数の要因が考えられ、第2弾に向けては、可能な改善を加える必要がある。
申請方法	・電子申請が多数であった一方、郵送申請も1割を超えており、概ね想定に近いニーズを確認できた。 ・申請手続きの簡素化を求めご意見が多く寄せられた。
還元方法	・独自手法により、市民の皆様へ確実な還元を行うことができた。
脱炭素化	・CO2排出量の削減が進み、また、利用者アンケートでは、満足度は9割を超え、7割が「省エネ性能の高い製品の購入のきっかけになった」、ほぼ全員が「キャンペーンをきっかけに脱炭素行動に取り組みたい」と回答するなど、脱炭素行動のきっかけづくりにつながった。
地域経済への波及効果	・登録店舗アンケートでは、満足度は約6割となり、約4割が「対象家電の売り上げが増加した」と回答しており、地域経済への波及効果がみられたが、「変わらない」も約6割だったことから、より効果的な周知に努める必要がある。 ・8割以上が、次回も登録したいと回答し、参加意欲の高さを確認できた。

(2) 総括

利用された市民の皆様へ、確実に還元する独自の手法を導入した点をはじめ、円滑に運用することができた。また、想定は下回ったものの一定の利用実績が確保でき、利用者アンケートでは高い評価を得た点を踏まえ、総合的に、事業目的に沿った効果が十分に出ていると捉えており、第2弾では、第1弾の手法等を継続するとともに、改善を加えながら実施していく必要がある。

3 第2弾における改善点

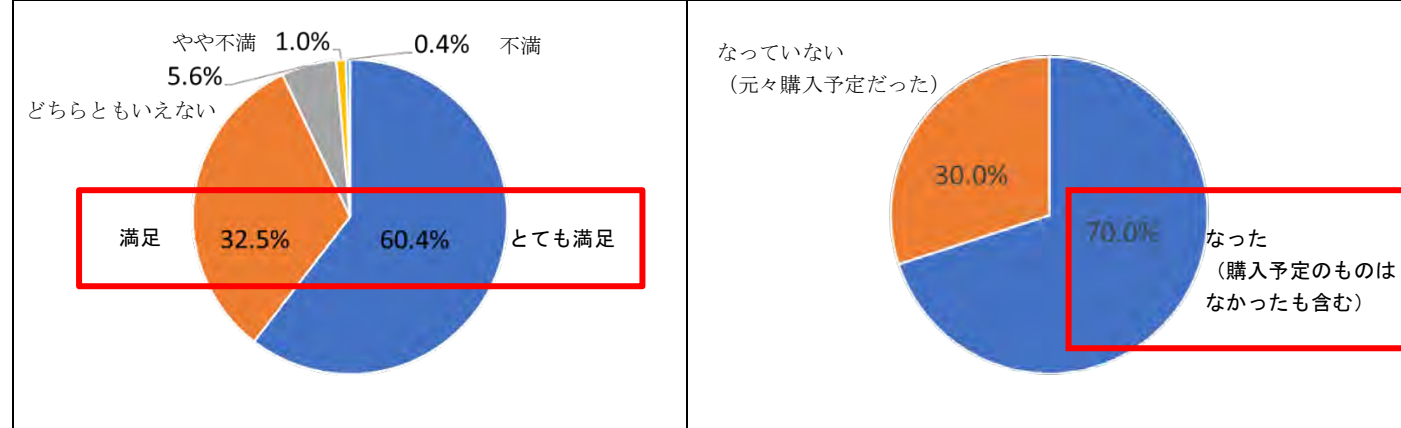
項目	内容
開始時期	・エアコンの購入需要時期を含め、6月中の早い時期からの開始。
対象製品	・エアコンの対象製品を拡げるため、★基準を[3.0→2.4]に変更。
広報	・開始前広報の強化及び期間中の効果的広報の展開。
地域経済への波及効果	・アンケートやヒアリングの実施によるご要望等を踏まえ、街の電器店の周知を強化。

裏面あり

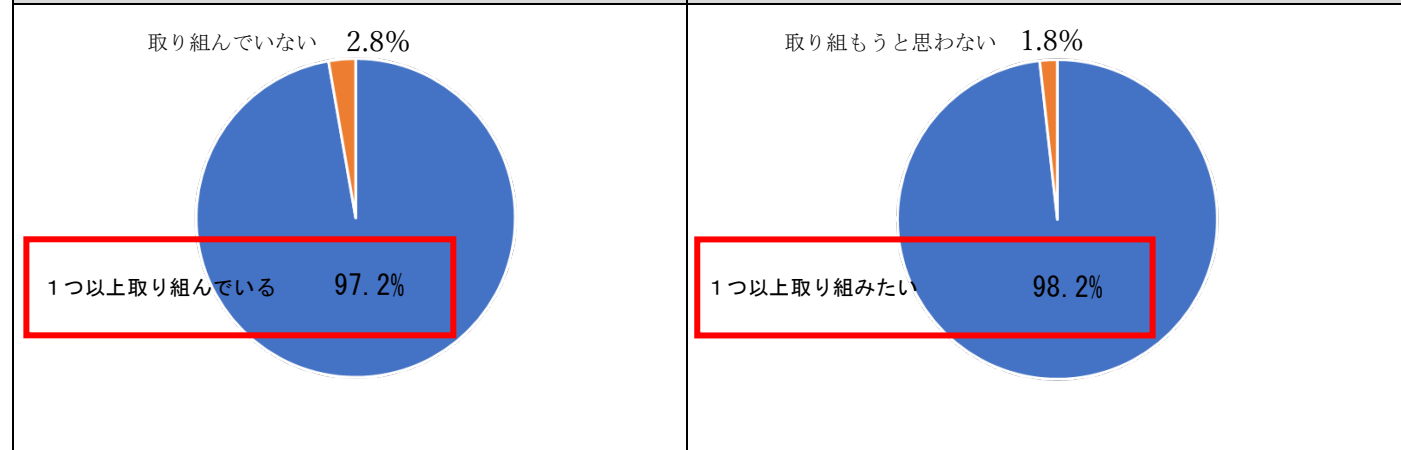
【参考】主なアンケート結果

(1)利用者アンケート (回答数 n=52,586)

このキャンペーンに対する満足度を教えてください。
このキャンペーンが、当初購入を予定していた製品よりも省エネ性能の高い製品を買うきっかけになりましたか。



今すでに取り組んでいる脱炭素行動を教えてください。(複数回答可)
このキャンペーンをきっかけに、どんな脱炭素行動に取り組もうと思いましたか。(複数回答可)



主な選択肢	回答数	割合	回答数	割合
家電製品を購入する際に省エネルギー効果の高い製品を購入	26,973	51.3%	31,257	59.4%
地球温暖化への対策に取り組む企業の商品の購入やサービスの利用	6,572	12.5%	15,095	28.7%

このキャンペーンに対するご意見がありましたらご自由にご記入ください。

<概要>
キャンペーンを評価いただき、今後の継続実施を期待する声とともに、申請手続きの簡素化、広報の強化、キャンペーン期間の前倒し、対象製品の拡大、還元上限額の引き上げなどに関するご意見が寄せられました。

<キャンペーンを評価いただくご意見>

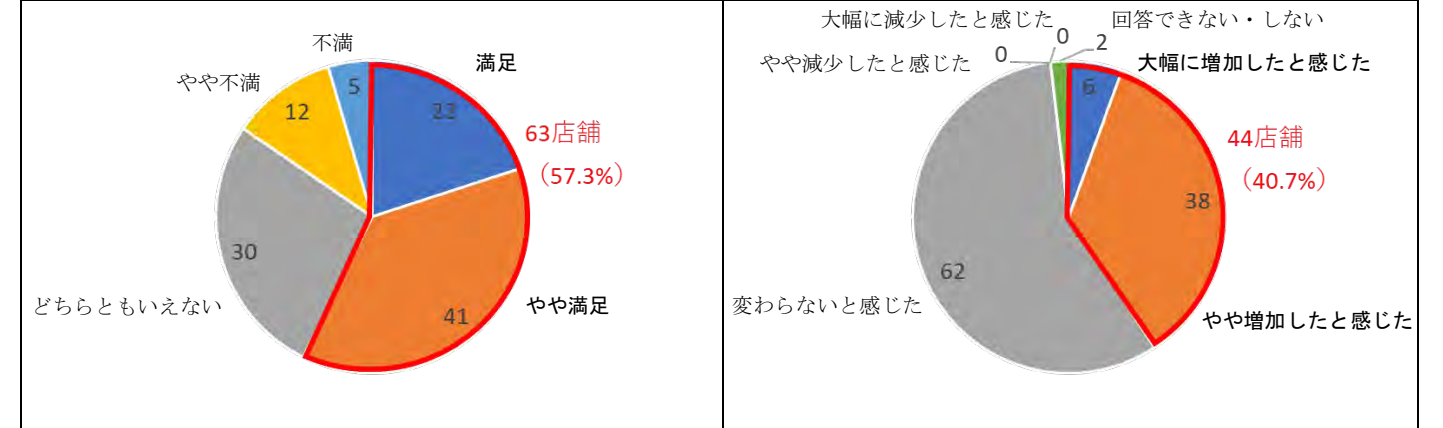
- ・エコな取り組みに参加できたのは、とても良かった。
- ・地元企業も応援でき、環境のためにも家計にもとても良いキャンペーン。
- ・省エネ家電への買い換えにより環境と経済に良い効果をもたらすので、ぜひ継続して続けてほしい。
- ・価格の高い省エネエアコンを買うきっかけとなった。今後もこのようなキャンペーンを実施してほしい。
- ・還元キャンペーンがあると購入に踏み切りやすかった。

<改善につながるご意見>

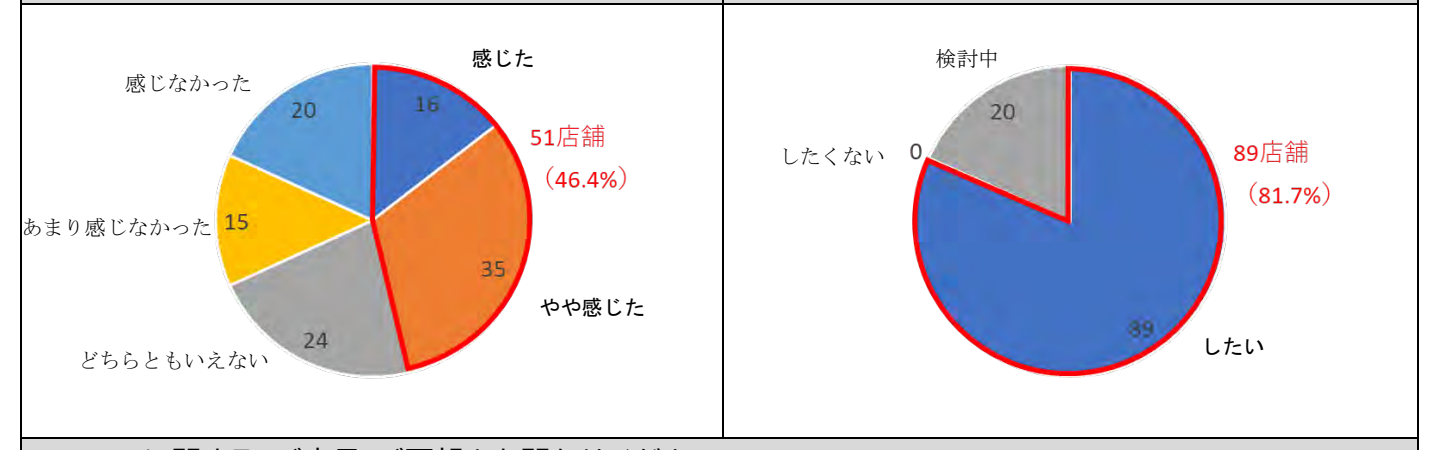
- ・もっと簡単に申請できるようにしてほしい。
- ・お店に行くまでこのキャンペーンを知らなかったので、広報をしっかりと行ってほしい。
- ・エアコンを対象にするのであれば、もっと早い時期から実施してほしい。
- ・もう少し手が届きやすい値段だと嬉しかった。
- ・エアコンや冷蔵庫は高額なため、還元上限額の引き上げをしてほしい。

(2)登録店舗アンケート (n=110)

エコハマに対する満足度を教えてください。
エコハマ登録店舗となったことにより、前年同時期と比較して対象家電の売り上げに影響があったと感じましたか。



エコハマにより、省エネ性能の高い製品を選んだお客様が増えたと感じましたか。
今後も同様のキャンペーンが行われる場合、店舗登録したいと思いますか。



エコハマに関する、ご意見・ご要望をお聞かせください。

<概要>
利用者アンケートと同様に、キャンペーンを評価いただく声とともに、申請手続きの簡素化、対象製品の拡大、広報の強化などに関するご意見が寄せられました。

<キャンペーンを評価いただくご意見>

- ・脱炭素への取組をしながら買い換え促進のきっかけづくりになるので、キャンペーンはありがたい。
- ・売上も向上し、お客様の反応も良かった。是非、次回も期待している。
- ・お客様の購買意欲の後押しになる施策なので、有効だと思う。

<改善につながるご意見>

- ・申請手続きに必要な書類が多く、複雑に感じた。
- ・エアコンの省エネ基準が厳しかった。脱炭素への取り組みとしては良いと思うが、上位モデルでないと対象にならないので、問合せはあったが購買に至らなかった。
- ・エコハマを知らないお客様が多かったため、もっとPRをして欲しい。