

会計検査院法第30条の2の規定に基づく報告書

「グリーン家電普及促進対策費補助金等の効果等について」

平成24年10月

会計検査院

本報告書は、環境省、経済産業省及び総務省が、短期間に多額の予算を投入して実施したエコポイント事業に関する国民の関心が高かったことに鑑みて、検査を実施し、その状況を取りまとめたことから、会計検査院法（昭和22年法律第73号）第30条の2の規定に基づき、会計検査院長から衆議院議長、参議院議長及び内閣総理大臣に対して報告するものである。

平成24年10月

会計検査院

# 目次

1	検査の背景	1
	(1) エコポイント事業の背景	1
	(2) エコポイント事業の概要	2
	(3) エコポイント事業の事務の流れ	4
2	検査の観点、着眼点、対象及び方法	5
	(1) 検査の観点及び着眼点	5
	(2) 検査の対象及び方法	6
3	検査の状況	6
	(1) エコポイントの申請状況等	6
	(2) エコポイントが付与された家電3品目	9
	(3) エコポイント事業の効果等	12
	ア 地球温暖化対策の推進	13
	(ア) 二酸化炭素削減効果	13
	(イ) エコポイント事業の実施に伴う二酸化炭素排出量の増減	23
	イ 経済活性化	27
	ウ 地デジ対応テレビの普及	29
4	所見	30

## グリーン家電普及促進対策費補助金等の効果等について

検査対象	環境省、経済産業省、総務省、一般社団法人環境パートナーシップ会議
検査の対象とした補助事業の概要	3省が、基金設置法人に対し補助金を交付して、グリーン家電普及促進基金を造成させ、グリーン家電の購入に対しエコポイントを付与するなどの事業を行うことにより、グリーン家電の普及促進を通じた地球温暖化対策の推進、経済の活性化及び地上デジタル放送対応テレビの普及を図るもの
検査の対象とした基金の造成額	6929億6837万円（平成21、22両年度）

### 1 検査の背景

#### (1) エコポイント事業の背景

政府は、「経済危機対策」（平成21年4月10日。「経済危機対策」に関する政府・与党会議、経済対策閣僚会議合同会議決定）において、太陽光、低燃費車、省エネ機器等世界トップ水準にある環境・エネルギー技術の開発・導入促進等により、世界に先駆けて「低炭素・循環型社会」を構築するとし、その中で、エコポイントの活用等による省エネ機器の普及促進等を実施することとした。

そして、政府は、エコポイントの活用等による省エネ機器の普及促進等を実施するために必要な経費として、環境省1098億円、経済産業省1098億円、総務省750億円、計2946億円の予算を平成21年度補正予算（第1号）に計上した。

その後、政府は、「明日の安心と成長のための緊急経済対策」（平成21年12月8日閣議決定）において、現下の厳しい経済・雇用状況、直面する円高・デフレ状況を踏まえ、景気回復を確かなものとするための経済対策をスピード感をもって示すこととし、この経済対策を実施するために必要な経費を追加するなどした平成21年度補正予算（第2号）に、エコポイントに関する予算として環境省793億円、経済産業省793億円、総務省733億円、計2321億円を計上した。

また、「新成長戦略実現に向けた3段構えの経済対策」（平成22年9月10日閣議決定）

において、円高等の景気下振れリスクへの対応、デフレ脱却の基盤づくりのための緊急的対応のために、エコポイントに関する予算として環境省275億円、経済産業省275億円、総務省333億円、計884億円を経済危機対応・地域活性化予備費から使用することとした。

さらに、同年10月に、円高・デフレ対応のための緊急総合経済対策を実施するために必要な経費を追加するなどとした平成22年度補正予算に、エコポイントに関する予算として環境省258億円、経済産業省258億円、総務省259億円、計777億円を計上した。

このように、エコポイントに関する予算は、補正予算に計上又は予備費から使用されており、表1のとおり、その額は、環境省、経済産業省及び総務省（以下、これらを総称して「3省」という。）の合計で6929億円に上っている。

表1 エコポイントに関する予算額

(単位：億円)

省名	年度	平成21年度補正 予算(第1号)	21年度補正 予算(第2号)	22年度予備費	22年度補正 予算	計
環 境 省		1,098	793	275	258	2,426
経 済 産 業 省		1,098	793	275	258	2,426
総 務 省		750	733	333	259	2,076
3 省 計		2,946	2,321	884	777	6,929

(注) 億円未満を切り捨てて表示しているため、計は一致しない。

## (2) エコポイント事業の概要

エコポイントに関しては、環境省は「グリーン家電普及促進対策費補助金交付要綱」、経済産業省は「グリーン家電普及促進対策費補助金交付要綱」、総務省は「省エネルギー型地上デジタル放送対応テレビジョン普及加速対策費補助金交付要綱」をそれぞれ定めて、これらにより実施することとしていた。3省は、これらの交付要綱に基づき、連携して、公募で基金設置法人に決定した一般社団法人環境パートナーシップ会議（以下、単に「基金設置法人」という。）に対して、前記の補正予算及び予備費により補助金を交付し、交付を受けた基金設置法人はグリーン家電普及促進基金を造成した。

3省は、省エネ性能の高い家電製品（以下「グリーン家電」という。）の購入に対してエコポイントを付与するなどの事業（以下「エコポイント事業」という。）を行うこ

とにより、グリーン家電の普及促進を通じた地球温暖化対策の推進、経済の活性化及び地上デジタル放送対応テレビ（以下「地デジ対応テレビ」という。）の普及を図ることとした。そして、基金設置法人は、付与したエコポイント数に応じるなどして、その基金を取り崩すこととした。

エコポイント事業においては、エアコン、冷蔵庫及び地デジ対応テレビ（以下、これらを合わせたものを「家電3品目」という。）のうち、家電製品の省エネルギー性能に関する表示である統一省エネラベルの4つ星相当以上であって21年5月15日から22年12月31日までの間に購入した製品及び統一省エネラベルの5つ星相当であって23年1月1日から23年3月31日までの間に購入した製品が、エコポイントの付与の対象となるグリーン家電（以下「エコポイント対象製品」という。）とされていた。

購入に伴い付与されるエコポイントは、エアコン及び冷蔵庫についてはそれぞれ購入価格の5%相当程度、地デジ対応テレビについては購入価格の10%相当程度とされ、様々な商品と原則として1ポイント1円換算で交換できることとされていた。なお、22年12月1日以降の購入分からは、付与されるエコポイントを減ずる変更が行われた。

エコポイント対象製品の購入の態様としては、買換えをしてリサイクルを行う場合と従前から使用していた機器に加えて新たに買い足したり、従前は所持していなかった機器を新規に購入したりする場合（以下、新たに買い足す場合と新規に購入する場合を合わせて、単に「新規購入」という。）とがある。そして、22年12月31日までは、<sup>(注1)</sup>双方の態様にエコポイントが付与されていた。このうち、買換えをしてリサイクル券を添付した場合には、エアコンは3,000点、冷蔵庫は5,000点、地デジ対応テレビは3,000点のリサイクル分のエコポイントが更に追加して付与されることになっていた。しかし、23年1月からは、エコポイントが付与されるのは買換えをしてリサイクル券を添付した場合に限られることになり、その場合であってもリサイクル分のエコポイントは付与されないこととなった。

エコポイント事業において付与されたエコポイントの概要は、表2のとおりであった。

表2 エコポイント事業において付与されたエコポイントの概要

	エ ア コ ン		冷 蔵 庫		地デジ対応テレビ	
	冷房能力	エコポイント	定格内容積	エコポイント	サ イ ズ	エコポイント
平成21年5月15日から22年11月30日までに購入分のエコポイント						
区 分	3.6kW以上	9,000点	501L以上	10,000点	46V以上	36,000点
	2.8kW、2.5kW	7,000点	401～500L	9,000点	42V、40V	23,000点
	2.2kW以下	6,000点	251～400L	6,000点	37V	17,000点
			250L以下	3,000点	32V、26V	12,000点
					26V未満	7,000点
平成22年12月1日以降から23年3月31日までに購入分のエコポイント						
区 分	3.6kW以上	5,000点	501L以上	5,000点	46V以上	17,000点
	2.8kW、2.5kW	4,000点	401～500L	5,000点	42V、40V	11,000点
	2.2kW以下	3,000点	251～400L	3,000点	37V	8,000点
			250L以下	2,000点	32V、26V	6,000点
					26V未満	4,000点
リサイクル分のエコポイント（平成21年5月15日から22年12月31日までに対象製品を購入しリサイクル券を添付して申請した場合）						
更に3,000点		更に5,000点		更に3,000点		

エコポイント事業は、23年3月31日までに購入した製品を対象に、23年5月31日まで申請を受け付け、24年3月31日までエコポイントの交換を行っていた。

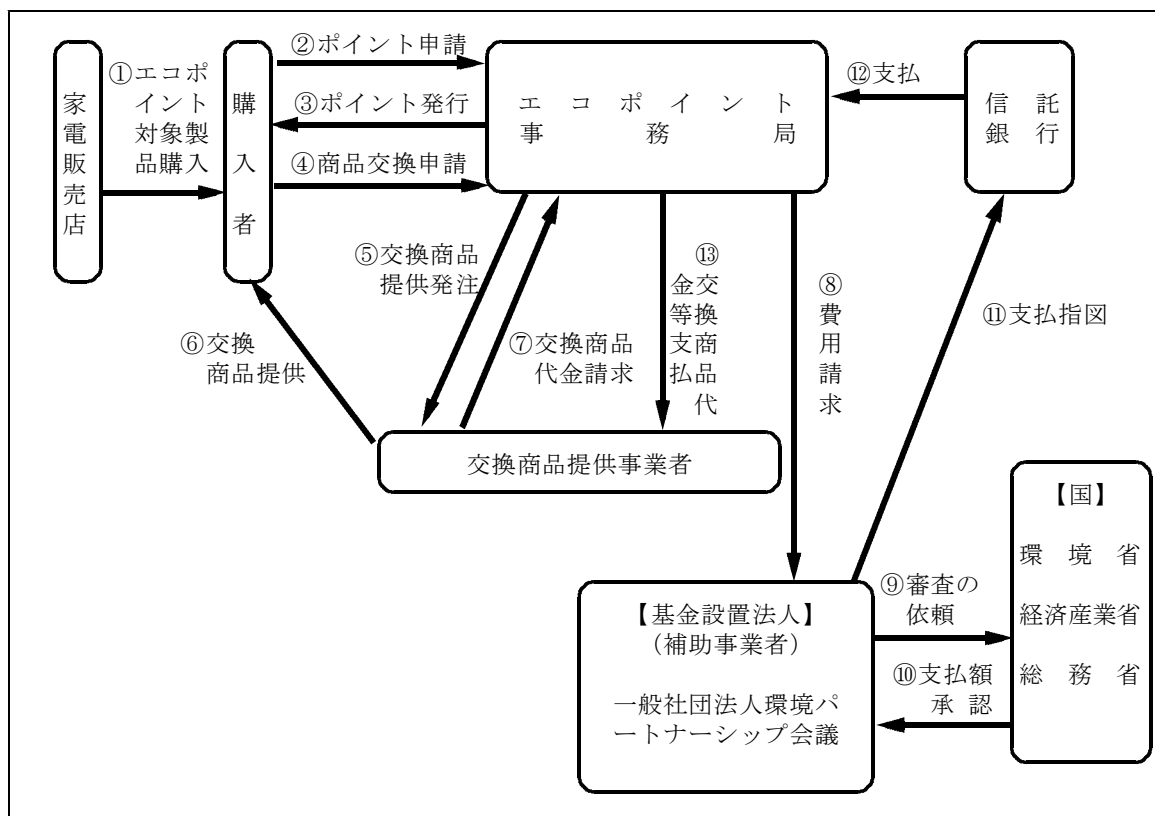
(注1) リサイクル券 「エアコン」、「テレビ」、「冷蔵庫」等の家電機器は、特定家庭用機器再商品化法（平成10年法律第97号）により、製造メーカーに引き渡してリサイクルしなければならないとされている。そして、これらを処分する際に発行されるリサイクル券は、リサイクル料金収受の証書としての役割と特定家庭用機器廃棄物管理票としての役割を持っている。

### (3) エコポイント事業の事務の流れ

エコポイント事業を実施するに当たり、基金設置法人は、エコポイントの申請に対応する業務等を民間企業のコンソーシアムであるエコポイント事務局に委託していた。<sup>(注2)</sup> また、基金設置法人は、造成した基金に係る信託契約を信託銀行と締結している。

エコポイント事業の事務の流れは、図1のとおりである。

図1 エコポイント事業の事務の流れ



なお、造成した基金からは、上記のエコポイント交換商品代金等の支払のほか、基金設置法人及びエコポイント事務局の事務的経費が支払われている。

(注2) コンソーシアム 特定の目的のために、複数の個人、企業、団体等から成る共同体、共同事業体等の組織

## 2 検査の観点、着眼点、対象及び方法

### (1) 検査の観点及び着眼点

エコポイント事業は、前記のとおり、グリーン家電の普及促進を通じた地球温暖化対策の推進、経済の活性化及び地デジ対応テレビの普及を図ることを目的として、短期間に多額の予算を投入して実施された。

そして、3省は、エコポイント事業開始当初の21年6月に、経済産業省総合資源エネルギー調査会省エネルギー部会において、エコポイント事業の効果について、二酸化炭素排出量の削減量は年間約400万t、経済効果は約4兆円の生産誘発効果と約12万人の雇用創出、地上デジタル放送化対策としての地デジ対応テレビの普及促進であると報告し公表していた。



そこで、会計検査院は、効率性、有効性等の観点から、エコポイント事業の仕組みは目的を達成する上で適切であったか、ポイント数の付与の設定は適切であったか、上記の効果は達成されたかなどに着眼して検査した。

## (2) 検査の対象及び方法

会計検査院は、21、22両年度に実施されたエコポイント事業を対象に、環境本省、経済産業本省、総務本省及び基金設置法人において会計実地検査を行った。

検査に当たっては、環境本省、経済産業本省、総務本省及び基金設置法人から、エコポイントの申請及び事業の効果に関する資料の提出を受け、さらに、会計検査院法第28条に基づいて家電3品目の製造メーカー等に対して、エコポイント対象製品の型式(注3)ごとの消費電力量等に係る資料の提出を求め、エコポイントの全申請件数を対象に、申請された個々のエコポイント対象製品の型式、リサイクル券の添付の有無、事業の効果の算出方法等を分析するなどの方法により検査を行った。

(注3) 消費電力量 家電3品目の消費電力量は、日本工業規格（J I S）の基準に基づいて算出することとされている。これによれば、エアコンは、冷房期間を3.6か月、暖房期間を5.5か月、使用時間を1日当たり18時間とするなどして算出することとされている。冷蔵庫は、冷蔵庫の扉開閉回数を1日当たり35回、周囲温度を年間365日のうち180日は30℃、185日は15℃として算出することとされている。地デジ対応テレビは、1日当たりの平均視聴時間を4.5時間、平均待機時間を19.5時間として算出することとされている。

## 3 検査の状況

### (1) エコポイントの申請状況等

会計検査院において、エコポイントの24年2月6日時点の申請状況等を集計したところ、表3のとおり、エアコン737万台、冷蔵庫525万台、地デジ対応テレビ3320万台、計4584万台であり、この約72%を地デジ対応テレビが占めていた。

表3 エコポイントの申請状況

(単位：台)

分類 家電3品目	平成21年5月15日～22年12月31日購入分			平成23年1月1日 ～23年3月31日 購入分(リサイ クル券の添付あ り)	計
	リサイクル券 の添付あり	リサイクル券 の添付なし	小計		
エアコン (割合)	3,286,488 (12.2%)	4,022,139 (25.5%)	7,308,627 (17.1%)	70,953 (2.2%)	7,379,580 (16.1%)
冷房能力					
3.6kW以上	911,061	1,094,697	2,005,758	27,981	2,033,739
2.8kW、2.5kW	1,345,486	1,354,022	2,699,508	32,156	2,731,664
2.2kW以下	1,029,941	1,573,420	2,603,361	10,816	2,614,177
冷蔵庫 (割合)	3,623,858 (13.5%)	1,462,991 (9.3%)	5,086,849 (11.9%)	171,328 (5.3%)	5,258,177 (11.5%)
定格内容積					
501L以上	887,918	211,482	1,099,400	59,363	1,158,763
401～500L	1,477,907	379,911	1,857,818	108,073	1,965,891
251～400L	852,721	294,308	1,147,029	3,311	1,150,340
250L以下	405,312	577,290	982,602	581	983,183
地デジ対応テレビ (割合)	19,918,986 (74.2%)	10,304,670 (65.3%)	30,223,656 (70.9%)	2,978,721 (92.5%)	33,202,377 (72.4%)
地デジ対応テレビサイズ					
46V以上	1,268,001	684,825	1,952,826	180,241	2,133,067
42V、40V	4,301,733	1,804,992	6,106,725	643,570	6,750,295
37V	1,807,927	648,065	2,455,992	171,406	2,627,398
32V、26V	8,873,413	4,330,106	13,203,519	1,381,247	14,584,766
26V未満	3,667,912	2,836,682	6,504,594	602,257	7,106,851
計 (割合)	26,829,332 (100%)	15,789,800 (100%)	42,619,132 (100%)	3,221,002 (100%)	45,840,134 (100%)

(注) 割合については、小数点第2位を四捨五入しているため、それぞれを合計しても100%にならない。

そして、付与されたポイント数は、表4のとおり、エアコン622億点、冷蔵庫560億点、地デジ対応テレビ5316億点、計6499億点であり、1ポイント1円換算であることから、エコポイントに係る経費に合計で6499億円が費やされることになる。そして、21年5月から23年3月までのエコポイント事業の期間に付与されたポイント数のうち約81%を地デジ対応テレビが占めていて、23年1月以降についてみると付与されたポイント数のうち約95%を地デジ対応テレビが占めていた。これは、同年7月の地上デジタル放送への完全移行に備える駆け込み需要がエコポイント事業の終了に合わせて前倒しされたことによるものと思料される。

表4 付与されたエコポイント数の内訳

(単位：千点)

分 類		平成21年5月15日～22年12月31日購入分			平成23年1月1日 ～23年3月31日 購入分(リサイ クル券の添付あ り)	計
		リサイクル券 の添付あり	リサイクル券 の添付なし	小 計		
家電3品目	購入分	23,585,524	28,480,163	52,065,687	300,977	52,366,664
	リサイクル分	9,859,464	—	9,859,464	—	9,859,464
	計 (割合)	33,444,988 ( 7.6%)	28,480,163 ( 15.5%)	61,925,151 ( 9.9%)	300,977 ( 1.3%)	62,226,128 ( 9.6%)
冷蔵庫	購入分	28,196,376	8,932,670	37,129,046	848,275	37,977,321
	リサイクル分	18,119,290	—	18,119,290	—	18,119,290
	計 (割合)	46,315,666 ( 10.5%)	8,932,670 ( 4.9%)	55,248,336 ( 8.8%)	848,275 ( 3.6%)	56,096,611 ( 8.6%)
地デジ対 応テレビ	購入分	303,285,051	146,408,877	449,693,928	22,211,125	471,905,053
	リサイクル分	59,756,958	—	59,756,958	—	59,756,958
	計 (割合)	363,042,009 ( 82.0%)	146,408,877 ( 79.6%)	509,450,886 ( 81.3%)	22,211,125 ( 95.1%)	531,662,011 ( 81.8%)
計	購入分	355,066,951	183,821,710	538,888,661	23,360,377	562,249,038
	リサイクル分	87,735,712	—	87,735,712	—	87,735,712
	計 (割合)	442,802,663 (100%)	183,821,710 (100%)	626,624,373 (100%)	23,360,377 (100%)	649,984,750 (100%)

(注) 割合については、小数点第2位を四捨五入しているため、それぞれを合計しても100%にならない。

また、リサイクル券の添付があった場合は買換え、リサイクル券の添付がなかった場合は新規購入として、買換えと新規購入の比率を示すと、表5のとおりとなる。

表5 買換えと新規購入の状況

(単位：台、%)

家電3品目	買 換 え		新 規 購 入	
	台 数	比 率	台 数	比 率
エアコン	3,357,441	45.5 【45.7】	4,022,139	54.5
（冷房能力				
3.6kW以上	939,042	46.2	1,094,697	53.8
2.8kW、2.5kW	1,377,642	50.4	1,354,022	49.6
2.2kW以下	1,040,757	39.8	1,573,420	60.2
冷 蔵 庫	3,795,186	72.2 【85.1】	1,462,991	27.8
（定格内容積				
501L以上	947,281	81.7	211,482	18.3
401～500L	1,585,980	80.7	379,911	19.3
251～400L	856,032	74.4	294,308	25.6
250L以下	405,893	41.3	577,290	58.7
地デジ対応テレビ	22,897,707	69.0 【100】	10,304,670	31.0
（地デジ対応テレビサイズ				
46V以上	1,448,242	67.9	684,825	32.1
42V、40V	4,945,303	73.3	1,804,992	26.7
37V	1,979,333	75.3	648,065	24.7
32V、26V	10,254,660	70.3	4,330,106	29.7
26V未満	4,270,169	60.1	2,836,682	39.9
計	30,050,334	65.6	15,789,800	34.4

注(1) 比率は、小数点第2位を四捨五入している。

注(2) 買換え比率の【 】書きは、環境省がエコポイント事業の効果について、当初の算出過程において仮定していた買換え率である。

環境省は、エコポイント事業の効果について、事業開始当初に二酸化炭素排出量の削減量を年間約400万tと算出する際に、リサイクル率（買換え率）をエアコン45.7%、冷蔵庫85.1%、地デジ対応テレビ100%とそれぞれ仮定していた。

しかし、実際のリサイクル率は、表5のとおりであり、冷蔵庫及び地デジ対応テレビについては、当初、リサイクル率を過大に見込んでいたことになる。特に、地デジ対応テレビについては、リサイクル率を100%と見込んでいたのに、実際は買換えが約69%、新規購入が約31%であった。

## (2) エコポイントが付与された家電3品目

会計検査院において、エコポイント事業でエコポイントが付与された家電3品目の製造メーカー等について調査したところ、エアコンは11社の2,173種類、冷蔵庫は19社の840種類、地デジ対応テレビは57社の1,364種類であった。

これらの家電3品目について、表2の区分ごとに、消費電力量が最も低い型式と最も高い型式の消費電力量を示し、さらに、各型式ごとの申請件数による消費電力量の加重平均を求めたところ、図2のとおり、エアコンについては冷房能力が、地デジ対応テレビについてはサイズがそれぞれ大きくなるにつれて、消費電力量が大きくなっていった。一方、冷蔵庫については、定格内容積が大きくなってでも必ずしも消費電力量が大きくなっておらず、消費電力量の加重平均は、定格内容積が251Lから400Lの場合が437kWhであるのに対して、定格内容積が501L以上の場合はその0.7倍の339kWhであった。

しかし、付与されるポイント数は、前記のとおり、エアコン及び冷蔵庫はそれぞれ購入価格の5%相当程度、地デジ対応テレビは10%相当程度として、表2のとおり定められていたことから、エアコン及び地デジ対応テレビについては、消費電力量が大きくなるにつれて大きなポイント数が付与されていた。

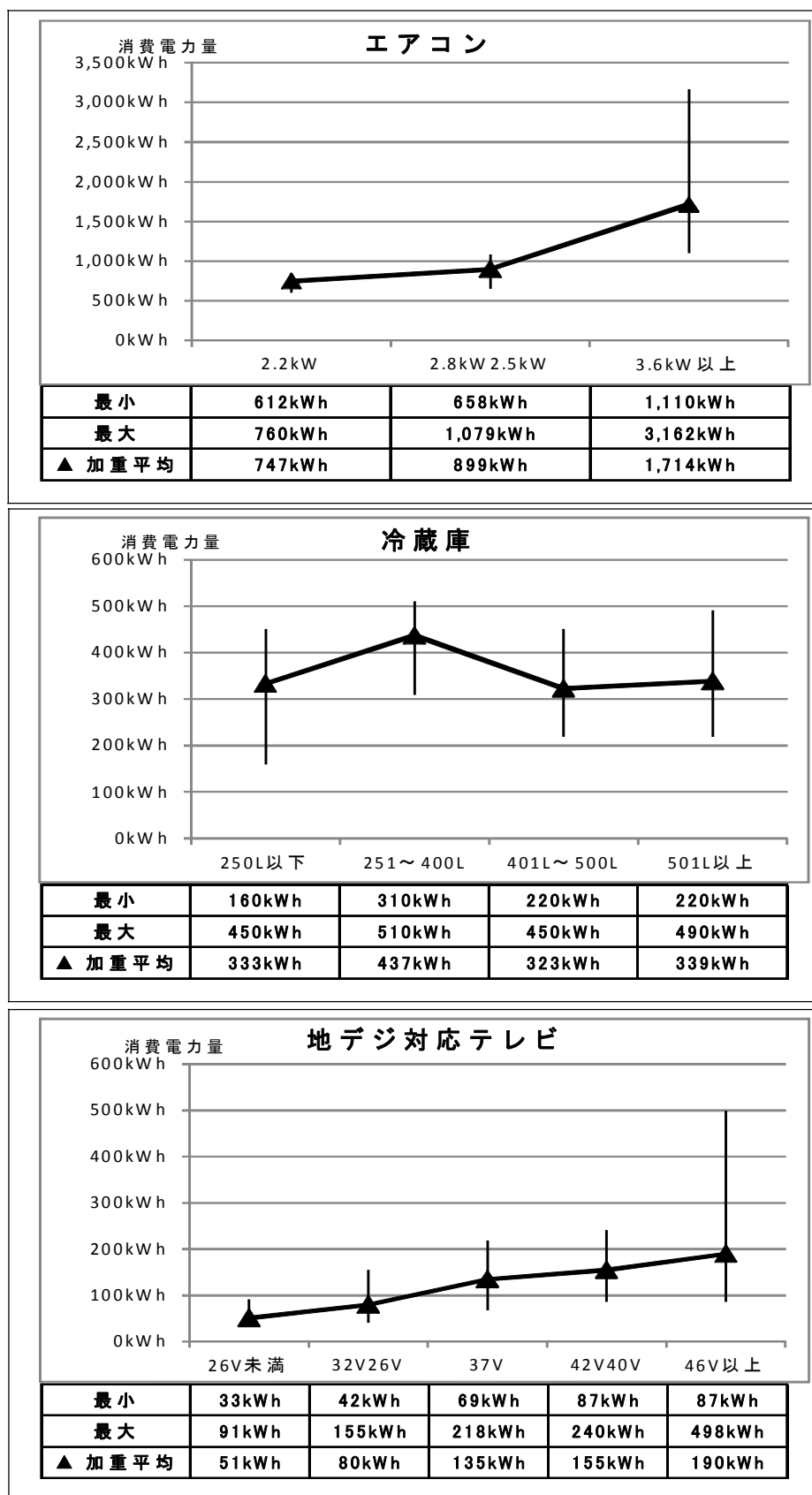
(注4)

また、「平成21年度エネルギー消費状況調査（民生部門エネルギー消費実態調査）」（経済産業省資源エネルギー庁委託調査）によっても、冷蔵庫及びテレビの「1年以内に購入した機器の大型化の有無」に関する設問において、テレビは84.7%、冷蔵庫は69.0%が大型化したとされていた。また、エコポイント制度をきっかけにテレビを買換えたとする回答者のうち、前年からのエネルギー消費量が増加したと回答した者の割合が41%であったとされていた。

これらのことから、消費者は、大きなポイント数が付与されることになっていた大型製品を購入するように誘引されていたと考えられ、エコポイント事業は、結果的に消費電力量の大きい製品の購入を促していたと思料される。

(注4) 「平成21年度エネルギー消費状況調査(民生部門エネルギー消費実態調査)」資源エネルギー庁の委託により、民間研究機関が実施した調査結果である。1年以内に購入した機器の大型化の有無については、テレビは1,645件、冷蔵庫は612件に対する割合である。また、エネルギー消費量は、エコポイント制度をきっかけにテレビを買換えた122件の中からサンプル37件を抽出し、「電灯その他需要」の昨年からの増減を調べたところ、うち41%が増加する結果となったとされている。  
なお、「電灯その他需要」とは、冷暖房機器（エアコン、こたつ、電気カーペット等）、給湯（電気給湯）及び厨房（IH）の季節需要を除いた需要を指し、テレビ、エアコン、パソコン、洗濯機等のコンセント需要がそれに当たるとされている。

図2 家電3品目のエコポイントの区分ごとの消費電力量



(注) 縦線の上端は型式ごとの消費電力量の最大値、下端は最小値、▲印は申請件数による加重平均である。

### (3) エコポイント事業の効果等

3省は、前記のとおり、エコポイント事業開始当初の21年6月に、経済産業省総合資源エネルギー調査会省エネルギー部会において、エコポイント事業の効果として、①二酸化炭素排出量の削減量は年間約400万t、②経済効果は約4兆円の生産誘発効果、約12万人の雇用創出、③地上デジタル放送化対策としての地デジ対応テレビの普及促進等を掲げていた。特に、総務省は、23年7月に地上デジタル放送への完全移行を決定していたことから、エコポイント事業を実施する以前から「デジタル放送推進のための行動計画（第7次）」（平成18年12月1日「地上デジタル推進全国会議」決定）において、<sup>(注5)</sup>地上デジタルテレビ放送受信機器の普及の目標を23年4月で5000万世帯、23年7月で1億台と設定していた。

そして、3省は、22年4月に、国家戦略担当・内閣府特命担当大臣の下に設置された副大臣・政務官級で構成する「経済対策検討チーム」の会議において、エコポイント事業に関して、対象商品の売上げの増加を把握することを目的として「対象商品の販売状況」を、事業の効果を客観的に把握することを目的として「二酸化炭素排出削減効果」をそれぞれ評価指標として示している。この中で、環境省は、21年度中のエコポイント事業による二酸化炭素排出削減効果は年間約69万tとしていた。

そして、3省は、エコポイント事業の申請受付終了後の23年6月に、「家電エコポイント制度の政策効果等について」（以下「政策効果」という。）を公表し、①地球温暖化対策の推進として、統一省エネラベル4つ星相当以上の省エネ家電製品の全出荷台数に占める割合の増加、エコポイント事業による省エネ家電製品の普及に伴う二酸化炭素削減効果を年間273万t、②経済活性化として、家電3品目について約2.6兆円の販売押し上げ、約5兆円の経済効果の呼び水、延べ年約32万人の雇用の維持・創出、③地デジ対応テレビの普及として、地デジ対応テレビの国内出荷台数の累計が制度開始当初に比べて約2.2倍（21年5月の3237万台から23年3月の7228万台）になり、地上デジタルテレビ放送受信機器の全体の出荷台数も制度開始当初に比べて約2.1倍（21年5月の5222万台から23年3月の1億1131万台）になったとしている。

(注5) 地上デジタルテレビ放送受信機器 地上アナログ放送の視聴環境を維持する観点から、「家庭内で地上デジタルテレビ放送をアナログ放送以上の画質や同等の機能で視聴するために用いられる機器」として、①地上デジタルテレビ放送受信機能を持つテレビ受信機器、②アナログテレビ受信機器に接続する地上デジタルチューナー、③アナログテレビ受信機器等に接続する地上デジタルテレビ放送受信機能を持つ録画機、④ケーブルテレビ経由で地上デジタル放送を視聴できるセットトップボックス、⑤地上デジタルテレビ放送受信機能を持

つパソコンなどをいう。

## ア 地球温暖化対策の推進

### (ア) 二酸化炭素削減効果

3省は、エコポイント事業開始当初、二酸化炭素排出量の削減量を年間約400万tとしていたが、この400万tの算出方法は公表されていなかった。

会計検査院は、この算出方法について環境省に説明を求めたところ、算出するに当たっての前提条件として、地デジ対応テレビのリサイクル率を100%、買換え前の家電3品目の消費電力量を民間調査機関に委託した家電3品目の使用期間に関する調査結果に基づいて7年製の製品の消費電力量とするなどしたとのことであった。そして、エコポイント事業により家電1台当たりの消費電力の削減率は50%～60%に達するなどとして、表6のとおり、エアコンで131万t、冷蔵庫で130万t、地デジ対応テレビで104万t、計365万tの二酸化炭素排出量が削減できると算出し、これを100万t単位になるように四捨五入して400万tとしたとのことであった。

また、環境省によれば、それぞれの数値の具体的な根拠については、根拠となる資料を散逸したため明らかにできないとのことである。

表6 二酸化炭素排出量の削減量の算出（当初）

家電3品目	対象台数	リサイクル率 (買換え率)	買換え台数	買換え前 消費電力量	買換え後 消費電力量	消費電力 削減量	削減効果
	(千台)	(%)	(台)	(kWh/年)	(kWh/年)	(kWh/年)	(t-CO <sub>2</sub> /年)
エアコン	5,740	45.7	2,623,180	1,500	600	900	1,310,278
冷蔵庫	4,820	85.1	4,101,820	950	380	570	1,297,611
地デジ対応テレビ	15,000	100.0	15,000,000	250	125	125	1,040,625
合計	25,560		21,725,000				3,648,514 ≒400万t

注(1) 対象台数は、業界団体からのヒアリングによる。

注(2) 買換え前消費電力量は、エアコンは平成7年製の2.8kWの製品、冷蔵庫は7年製の401～450Lの製品、地デジ対応テレビは7年製の32型の製品を想定した。

注(3) 排出係数 (t-CO<sub>2</sub>/kWh) は、0.000555である。

環境省は、22年4月に21年度中のエコポイント事業における「二酸化炭素排出削減効果は、約69万t」と算出して公表したが、この69万tについても、前記の400万tと同様に算出方法は公表されていなかった。会計検査院に対する同省の説明によると、同省は、表7のとおり、これを算出するに当たり、新規購入率を業界団体に



対するヒアリングにより把握した率を用いるなどしたとのことであった。

表7 平成21年度の二酸化炭素排出削減効果

<買換え>

家電3品目	対象台数	リサイクル率 (買換え率)	買換え台数	買換え前 消費電力量	買換え後 消費電力量	消費電力 削減量	削減効果 (A)
	(千台)	(%)	(台)	(kWh/年)	(kWh/年)	(kWh/年)	(t-CO <sub>2</sub> /年)
エアコン	1,884	46.6	877,944	1,491	1,145	346	168,592
冷蔵庫	2,976	75.6	2,249,856	647	346	301	375,850
地デジ対応テレビ	13,130	71.3	9,361,690	140	123	17	88,328
合計	17,990		12,489,490				632,769

<新規購入>

家電3品目	対象台数	新規購入率	新規購入台数	平均的製品 消費電力量	対象製品 消費電力量	消費電力 削減量	削減効果 (B)
	(千台)	(%)	(台)	(kWh/年)	(kWh/年)	(kWh/年)	(t-CO <sub>2</sub> /年)
エアコン	1,884	53.4	1,006,056	1,200	1,145	55	30,710
冷蔵庫	2,976	24.4	726,144	380	346	34	13,702
地デジ対応テレビ	13,130	28.7	3,768,310	129	123	6	12,548
合計	17,990		5,500,510				56,961

<合計>

- 注(1) 対象台数は、民間調査機関からのヒアリングによる。  
 注(2) 新規購入率は、家電リサイクル関係の業界団体からのヒアリングによる。  
 注(3) 買換え前消費電力量は、エアコン及び地デジ対応テレビについては平成9年製の製品のサイズ区分ごとの加重平均、冷蔵庫については10年製の製品のサイズ区分ごとの加重平均である。  
 注(4) 買換え後消費電力量は、省エネ性能カタログ(平成21年冬版)による対象製品の消費電力量をサイズ区分ごとの出荷台数比率で加重平均したものである。  
 注(5) 平均的製品消費電力量は、省エネ性能カタログ(平成21年冬版)による全製品の消費電力量をサイズ区分ごとの出荷台数比率で加重平均したものである。  
 注(6) 排出係数(t-CO<sub>2</sub>/kWh)は、0.000555である。

家電3品目	削減効果 (A) + (B)
	(t-CO <sub>2</sub> /年)
エアコン	199,301
冷蔵庫	389,552
地デジ対応テレビ	100,876
合計	689,729 ≒69万t

そして、エコポイント事業の申請受付終了後、3省は、23年6月の政策効果において、地球温暖化対策の推進として、統一省エネラベル4つ星相当以上の省エネ家電製品の全出荷台数に占める割合が増加し、エコポイント事業による省エネ家電

製品の普及に伴う二酸化炭素削減効果を年間273万tと算出した。

しかし、この273万tについても、前記の400万t及び69万tと同様に算出方法は公表されていなかった。会計検査院に対する環境省の説明によると、同省は、表8のとおり、これを算出するに当たり、エコポイント対象製品の台数を製品の出荷台数とするなどした上で、二酸化炭素排出量の削減効果の算出方法については、以下のとおりとしたと説明している。

- ① 買換え分については、出荷台数にリサイクル券が添付されていた割合を乗じて買換えによる数量を算出し、エコポイント事業により、継続して使用されるはずの従来型機器が全てエコポイント対象製品に買換えられたと仮定した上で、従来型機器の平均的な使用年数から消費電力量を算出することとして、エコポイント対象製品と従来型機器との消費電力量の差分を削減効果として算出した。
- ② 新規購入分については、出荷台数から上記①の買換えによる数量を減じて新規購入による数量を算出し、エコポイント事業により、標準的な機器が購入されるはずだった代わりにエコポイント対象製品が購入されたと仮定した上で、エコポイント対象製品と当該標準機器との消費電力量の差分を削減効果として算出した。

そして、環境省は、これらにより算出した結果を足し合わせて削減効果としていた。

表8 政策効果における二酸化炭素削減効果の算出方法  
 <平成21年度（21年5月～22年3月）－買換え>

家電3品目	対象台数	リサイクル率 (買換え率)	買換え台数	買換え前 消費電力量	買換え後 消費電力量	消費電力 削減量	削減効果 (A)
エアコン	(千台) 2,668	(%) 47.6	(台) 1,269,968	(kWh/年) 1,396	(kWh/年) 1,138	(kWh/年) 258	(t-CO <sub>2</sub> /年) 183,813
冷蔵庫	2,838	70.6	2,003,628	822	343	479	538,413
地デジ対応テレビ	14,347	65.5	9,397,285	151	122	29	152,884
合計	19,853		12,670,881				875,110

- 注(1) 対象台数は、対象製品出荷台数の実績である（以下同じ。）。  
 注(2) 買換え率は、エコポイント事業のリサイクル率(平成23年4月末時点)の実績である。  
 注(3) 買換え前消費電力量は、「平成21年度使用家電4品目の経過年数等調査」により、エアコン及び冷蔵庫は平成7年度（14年前）の製品、地デジ対応テレビは10年度（11年前）の製品をそれぞれ想定するなどした上で、その消費電力量をサイズ区分ごとの出荷台数比率で加重平均したものである。  
 注(4) 買換え後消費電力量は、省エネ性能カタログ（平成21年冬版）による対象製品の消費電力量をサイズ区分ごとの出荷台数比率で加重平均したものである。  
 注(5) 排出係数（t-CO<sub>2</sub>/kWh）は、0.000561である（以下同じ。）。

<21年度（21年5月～22年3月）－新規購入>

家電3品目	対象台数	新規購入率	新規購入台数	平均的製品 消費電力量	対象製品 消費電力量	消費電力 削減量	削減効果 (B)
エアコン	(千台) 2,668	(%) 52.4	(台) 1,398,032	(kWh/年) 1,193	(kWh/年) 1,138	(kWh/年) 55	(t-CO <sub>2</sub> /年) 43,136
冷蔵庫	2,838	29.4	834,372	377	343	34	15,915
地デジ対応テレビ	14,347	34.5	4,949,715	127	122	5	13,884
合計	19,853		7,182,119				72,935

(注) 平均的製品消費電力量は、省エネ性能カタログ（平成21年冬版）による全製品の消費電力量をサイズ区分ごとの出荷台数比率で加重平均したものである。

<22年度（22年4月～22年12月）－買換え>

家電3品目	対象台数	リサイクル率 (買換え率)	買換え台数	買換え前 消費電力量	買換え後 消費電力量	消費電力 削減量	削減効果 (C)
エアコン	(千台) 6,507	(%) 44.8	(台) 2,915,136	(kWh/年) 1,373	(kWh/年) 1,045	(kWh/年) 328	(t-CO <sub>2</sub> /年) 536,408
冷蔵庫	3,529	73.1	2,579,699	783	318	465	672,953
地デジ対応テレビ	20,185	68.3	13,786,355	143	96	47	363,505
合計	30,221		19,281,190				1,572,866

(注) 考え方は、平成21年度と同様である。

<22年度（22年4月～22年12月）－新規購入>

家電3品目	対象台数	新規購入率	新規購入台数	平均的製品消費電力量	対象製品消費電力量	消費電力削減量	削減効果(D)
	(千台)	(%)	(台)	(kWh/年)	(kWh/年)	(kWh/年)	(t-CO <sub>2</sub> /年)
エアコン	6,507	55.2	3,591,864	1,048	1,045	3	6,045
冷蔵庫	3,529	26.9	949,301	321	318	3	1,598
地デジ対応テレビ	20,185	31.7	6,398,645	98	96	2	7,179
合計	30,221		10,939,810				14,822

(注) 考え方は、平成21年度と同様である。

<22年度（23年1月～23年3月）－買換え>

家電3品目	対象台数	リサイクル率(買換え率)	買換え台数	買換え前消費電力量	買換え後消費電力量	消費電力削減量	削減効果(E)
	(千台)	(%)	(台)	(kWh/年)	(kWh/年)	(kWh/年)	(t-CO <sub>2</sub> /年)
エアコン	233	45.6	106,248	1,373	973	400	23,842
冷蔵庫	272	72.0	195,840	783	270	513	56,361
地デジ対応テレビ	5,054	67.1	3,391,234	143	83	60	114,149
合計	5,559		3,693,322				194,352

(注) 考え方は、平成21年度と同様である。

<二酸化炭素削減効果の合計（21年5月～23年3月）>

(単位：t-CO<sub>2</sub>/年)

家電3品目	買換え				新規購入			合計	備考
	削減効果(A)	削減効果(C)	削減効果(E)	計	削減効果(B)	削減効果(D)	計		
エアコン	183,813	536,408	23,842	744,063	43,136	6,045	49,181	793,244	(79万t)
冷蔵庫	538,413	672,953	56,361	1,267,727	15,915	1,598	17,512	1,285,240	(129万t)
地デジ対応テレビ	152,884	363,505	114,149	630,538	13,884	7,179	21,063	651,601	(65万t)
合計	875,110	1,572,866	194,352	2,642,329	72,935	14,822	87,757	2,730,086	<b>(273万t)</b>

(注) 小数点以下を表示していないため、合計は合致しない。

上記のように、環境省は、エコポイント事業を実施した21年5月から23年3月までの間に、エコポイント対象製品が普及したことにより、1年当たりで273万tの二酸化炭素削減効果があったとしており、この考え方等を図に表すと、図3及び図4のとおりとなる。

図3 環境省の二酸化炭素削減効果の考え方 (エアコンの例)

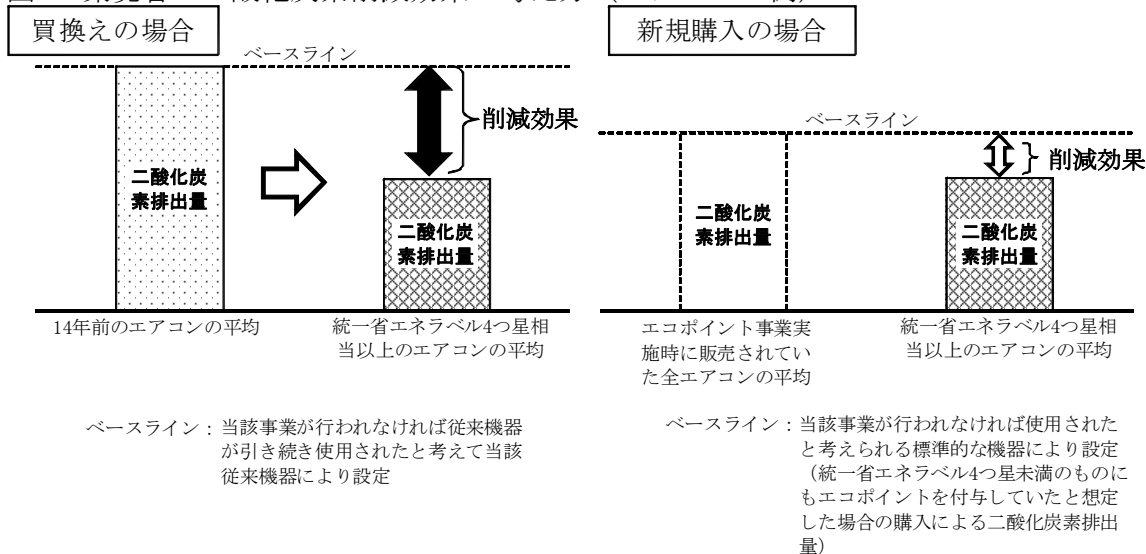
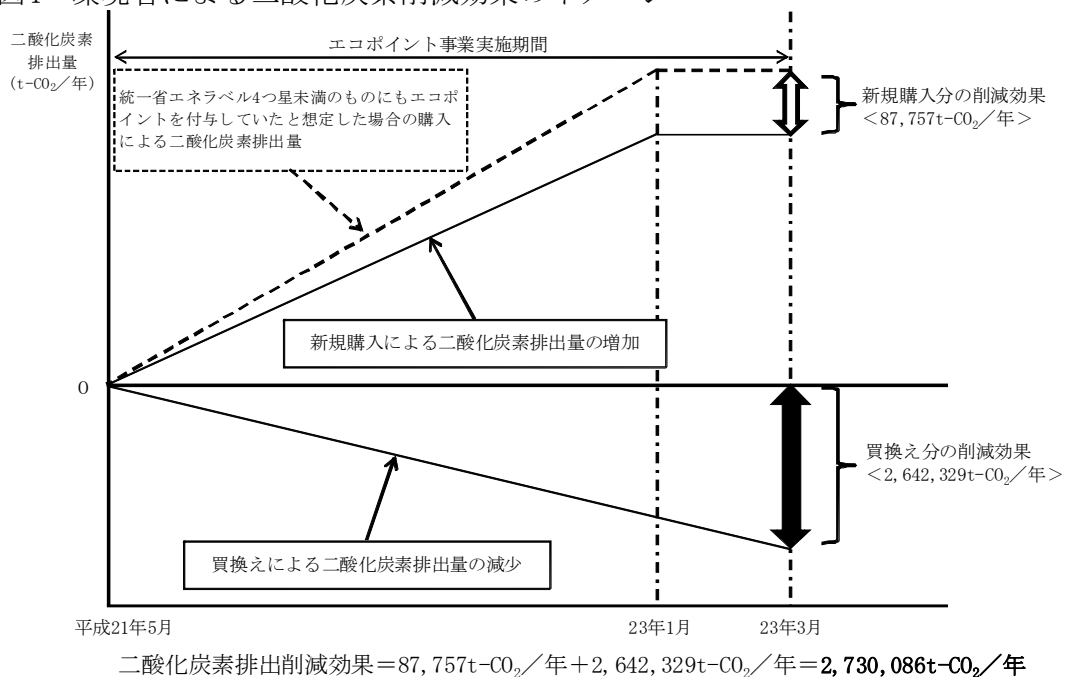


図4 環境省による二酸化炭素削減効果のイメージ



環境省は、この二酸化炭素削減効果の考え方については、二酸化炭素排出量の削減効果(注6)を測る際に世界標準として用いられているGHGプロトコルの中で用いられている削減効果の考え方と整合しているとしている。

(注6) GHGプロトコル 温室効果ガス(GHG)の算定と報告の世界的な基準の一つで、米国の世界資源研究所と世界環境経済人協議会が発行の主体となっている。

GHGプロトコルの中で用いられている削減効果の考え方とは、「ベースライン&クレジット」方式というもので、この方式においては、プロジェクトがなかった場合に起きていたであろう状況を最もよく表す仮説的な基準となる排出量をベースラインの排出量とし、プロジェクトを行うことによってこのベースラインからどれだけ削減できたかをもって、プロジェクトによる削減効果とするとされている。

そして、環境省は、会計検査院に対して、ベースラインの排出量は、新規購入の場合は、当該事業が行われなければ使用されたと考えられる標準的な機器を設定し、買換えの場合は、当該事業が行われなければ従来型機器が引き続き使用されていたと考えられる場合には当該従来型機器を設定し、そうでないと考えられる場合には標準的な機器を設定して算出することになると説明している。

これを踏まえ、環境省は、買換えの場合において、従来型機器として、エアコン及び冷蔵庫は14年前の製品、地デジ対応テレビは11年前の製品をそれぞれ設定して、エコポイント事業が行われなければこれらの機器が引き続き使用されていたとしてベースラインの排出量を算出していた。

しかし、GHGプロトコルの考え方によれば、買換えの場合にベースラインとする排出量を算出する際に、現在使用している製品がそのまま使用されたと考えることが常に認められているわけではなく、その場合には、プロジェクトがなければ現在使用している製品が引き続き使い続けられたであろうことを説明できないかもしれないことになっている。すなわち、同省は、従来型機器として設定した買換え前の家電3品目が、エコポイント事業が行われなければ引き続き使用されたことを説明しなければならないこととなる。

そして、同省は、「平成21年度使用済家電4品目の経過年数等調査」（経済産業省委託調査）により明らかになった各機器の平均的な使用年数分を遡った年度に製造された家電3品目を前記の従来型機器として設定していた。しかし、このような機器は、二酸化炭素削減効果の算出段階において既に平均的な使用年数が経過していて、エコポイント事業が行われなくとも買換えが想定されるものであり、当該事業が行われなければ引き続き使い続けられたとの説明はできないと史料される。

そこで、会計検査院は、エコポイント事業に係る二酸化炭素削減効果を求める

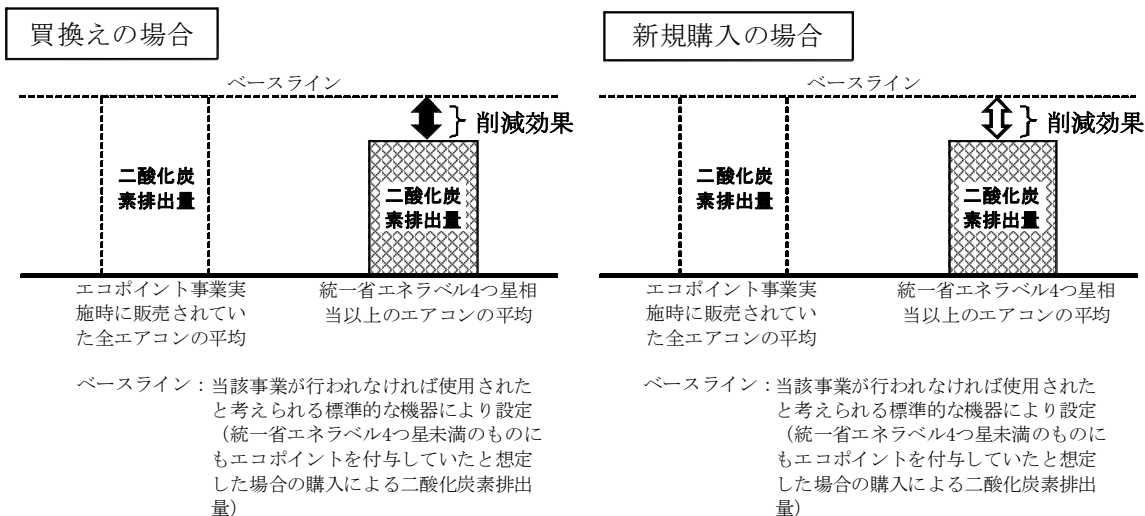
に当たっては、買換え分と新規購入分とを同じ考え方に基づいて算出することが妥当と考えられるため、それぞれに係る数値が明らかでないことなどを踏まえて、次の仮定条件の下で二酸化炭素削減効果を試算することとした。

- ① 試算の対象とするエコポイント対象製品の台数は、対象製品出荷台数の実績から計算された台数ではなく、エコポイント事業で実際に申請された台数とする。
- ② ベースラインの排出量は、エコポイント事業により平均的な使用年数より少ない年数で早めに性能の良い家電に買い換える場合の可能性を考慮して設定する必要がある。しかし、エコポイント事業がどの程度買換えの促進になったのかが不明であり、そのためのデータも存在しないことなどを踏まえて、環境省が新規購入分のベースラインとして用いていた、エコポイント事業が行われた時期に販売されていた家電3品目の1つ星から5つ星までのものの平均的消費電力量から算出した二酸化炭素排出量をベースラインとする。

なお、国内クレジット制度を運営するために設置された委員会によると、21年度におけるテレビの更新分のサイズ区分ごとの出荷台数による消費電力量の加重平均値は、128.3kWh/年であるとされているが、今回の試算においては、環境省が23年6月に政策効果を算出した際に用いた係数（127kWh/年）を使用する。

- ③ 購入の態様については、リサイクル券が添付されていた申請を「買換え」とし、それ以外を「新規購入」とする。  
この考え方を図にすると、図5のとおりとなる。

図5 「ベースライン&クレジット」方式による会計検査院の二酸化炭素削減効果の考え方  
(エアコンの例)



この考え方に基づいて、会計検査院が二酸化炭素削減効果を試算すると、表9及び図6のとおり、買換え分は13万t、新規購入分は7万tとなるため、これらを合わせた計21万tがエコポイント事業による二酸化炭素削減効果であった。

このように、環境省は、エコポイント事業を実施したことにより273万tの二酸化炭素削減効果があったとしていたが、会計検査院の試算によると、その削減効果は、環境省が算出していた二酸化炭素削減効果の8%程度の21万tにとどまっていたと思料される。



表9 会計検査院の試算による二酸化炭素削減効果

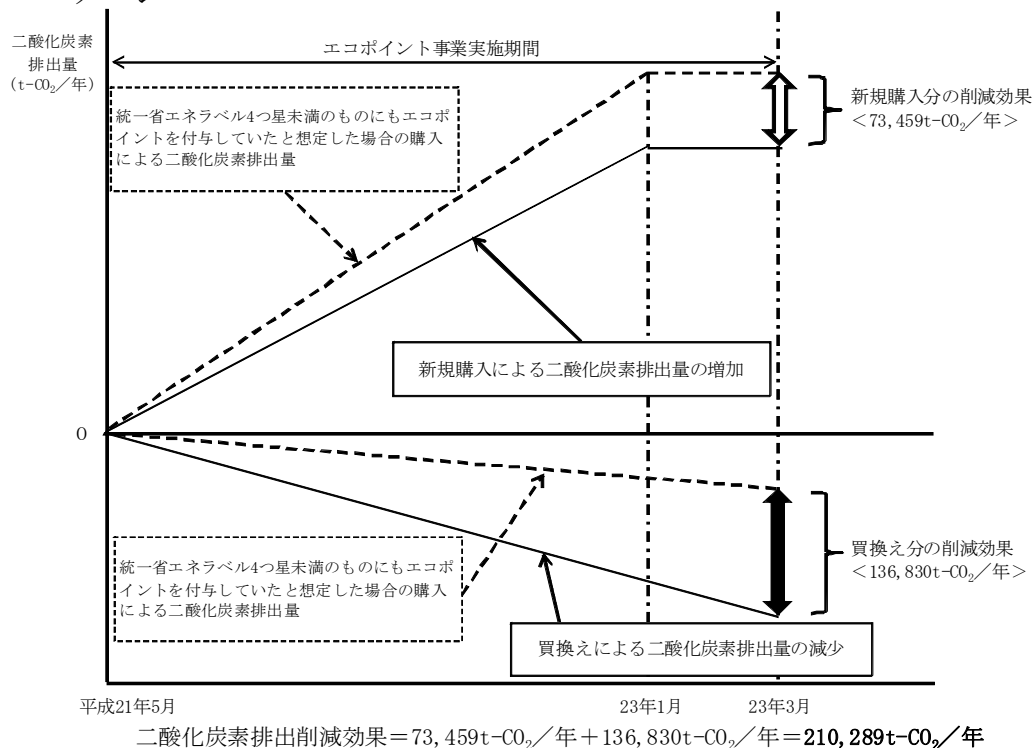
家電3品目		申請台数 (台)	ベースラインに対する消費電力量削減量 (kWh/年)	削減効果 (t-CO <sub>2</sub> /年)
平成21年度 (5月～3月) 買換え	エアコン	955,678	55	29,487
	冷蔵庫	1,615,283	34	30,810
	地デジ対応テレビ	8,275,735	5	23,213
	計	10,846,696		83,510
21年度 (5月～3月) 新規購入	エアコン	1,169,598	55	36,088
	冷蔵庫	652,107	34	12,438
	地デジ対応テレビ	4,281,278	5	12,009
	計	6,102,983		60,535
22年度 (4月～12月) 買換え	エアコン	2,330,810	3	3,923
	冷蔵庫	2,008,575	3	3,380
	地デジ対応テレビ	11,643,251	2	13,064
	計	15,982,636		20,367
22年度 (4月～12月) 新規購入	エアコン	2,852,541	3	4,801
	冷蔵庫	810,884	3	1,365
	地デジ対応テレビ	6,023,392	2	6,758
	計	9,686,817		12,924
22年度 (1月～3月) 買換え	エアコン	70,953	75	2,985
	冷蔵庫	171,328	51	4,902
	地デジ対応テレビ	2,978,721	15	25,066
	計	3,221,002		32,953
買換え分計		30,050,334		136,830
新規購入分計		15,789,800		73,459
合計		45,840,134		210,289

注(1) 申請台数は、エコポイントの申請台数を環境省が用いていた平成21、22両年度の出荷台数の割合で算出した。

注(2) ベースラインに対する消費電力量削減量は、平成21年度及び22年度(4月～12月)については、環境省の算出(表8)の新規購入分の「消費電力削減量」を用いた。また、22年度(1月～3月)については、環境省の算出(表8)の22年度(22年4月～22年12月)の新規購入分の「平均的製品消費電力量」と22年度(23年1月～23年3月)の買換え分の「買換え後消費電力量」の差を用いた。

注(3) 排出係数(t-CO<sub>2</sub>/kWh)は、環境省の算出と同じ0.000561を用いた。

図6 「ベースライン&クレジット」方式による会計検査院の二酸化炭素削減効果の試算イメージ



(イ) エコポイント事業の実施に伴う二酸化炭素排出量の増減

環境省は、24年4月に公表した「2010年度（平成22年度）温室効果ガス排出量について」等において、家庭部門における電力消費量については、20、21両年度は減少していたが、22年度は増加に転じて対前年度比6.7%増となっており、22年度の二酸化炭素排出量については、1990年度（平成2年度）に比べて34.8%増加したとしている。そして、特に近年の二酸化炭素排出量の増加が著しい家庭部門の排出削減が必要不可欠であるとしている。

3省は、前記のとおり、エコポイント事業の効果として二酸化炭素削減効果を公表していた。このうち、新規購入分に係る算出については標準的な家電3品目の消費電力量とエコポイント対象製品の消費電力量との差が削減効果であるとしていた。

しかし、3省は、エコポイント事業を実施したことに伴う二酸化炭素排出量の増減の実績については算出していない。

そこで、会計検査院において、主に家庭部門の機器を対象とするエコポイント事業の実施に関し、その前後における二酸化炭素排出量を比較して増減の実績を

試算することにした。試算に当たっては、増減理由が全てエコポイント事業の実施に伴うものと特定できないものの、可能な限り客観的な数値を取り入れることとした。すなわち、エコポイント対象製品の買換え及び新規購入は、エコポイント事業が実施されなくても行われたと考えられること、エコポイント事業が実施されなければ実際より消費電力量が低い小型のエコポイント対象製品を購入したとも考えられることなど不確実な事項が想定されるが、それらの数値等が明らかでないことなどを踏まえて、次の仮定条件の下で試算することにした。

- ① 二酸化炭素排出量の算定式は、地球温暖化対策の推進に関する法律（平成10年法律第117号）に基づく温室効果ガスの排出量の算出方法のうち、一般電気事業者等から供給された電気の使用の場合の算定式のCO<sub>2</sub>排出量（t-CO<sub>2</sub>）＝電気使用量（kWh）×単位使用量当たりの排出量（排出係数（t-CO<sub>2</sub>/kWh））を使用する。
- ② 試算の対象とするエコポイント対象製品の台数は、エコポイント事業で実際に申請された台数とする。
- ③ 消費電力量は、個々の使用形態によって異なるものの、エコポイント対象製品の型式ごとに日本工業規格（J I S）の基準で定められた各製造メーカーが公表している値を用いる。
- ④ 買換えの場合にリサイクルした製品の消費電力量は、実際の消費電力量が不明であることから、内閣府が実施した消費動向調査の家電3品目の平均使用年数によりリサイクルした製品の製造年を推定し、その製造年の当該製品の消費電力量の平均とする。
- ⑤ 購入の様子は、リサイクル券が添付されていた申請を「買換え」とし、それ以外を「新規購入」とする。
- ⑥ 排出量の増減を試算するに当たっては、買換えにより従前の二酸化炭素排出量を減ずることができた場合は二酸化炭素排出量が減少したとし、新規購入した場合は家電3品目の保有台数が増加することから二酸化炭素排出量が純増したとする。

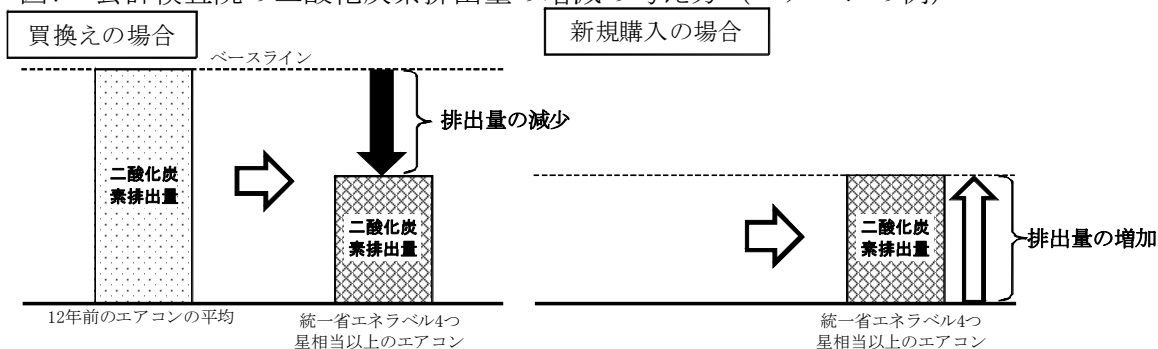
上記算出方法をまとめると、表10のとおりである。なお、後年にエコポイントの対象として購入した製品や従前より使用していた製品を廃棄する場合は、この算出方法により求められた二酸化炭素排出量の増減の値が変動することになるが、ここで算出した値は、最大値を示している。

表10 会計検査院の二酸化炭素排出量の増減実績の算出方法

項目	仮定条件
①算定式	CO <sub>2</sub> 排出量 (t-CO <sub>2</sub> /年) = 電気使用量 (kWh/年) × 単位使用量当たりの排出量 (t-CO <sub>2</sub> /kWh)
②対象台数	エコポイント申請台数
③消費電力量	型式ごとの個別消費電力量
④比較する買換え前消費電力	内閣府の消費動向調査 買換え前の製品 エアコン 平成 9、10年度の製品を想定 冷蔵庫 10、11年度の製品を想定 テレビ 11、12年度の製品を想定
⑤購入の態様	リサイクル券の有無を型式ごとに個別判定
⑥リサイクル券がない申請の二酸化炭素削減効果	消費電力の純増であり、二酸化炭素排出量の増として算出

会計検査院が試算したエコポイント事業に係る二酸化炭素排出量の増減の考え方を示すと、図7のとおりとなる。

図7 会計検査院の二酸化炭素排出量の増減の考え方（エアコンの例）



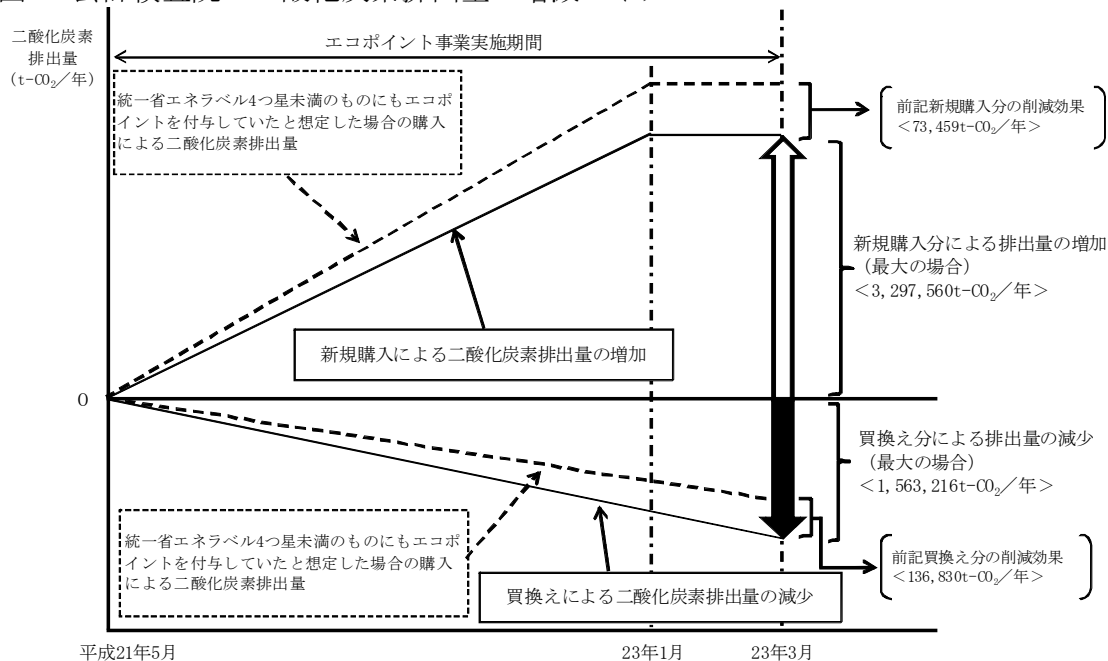
(注) 図3「環境省の二酸化炭素削減効果の考え方（エアコンの例）」の買換えの場合と考え方は同じ。

前記の算出方法によって、会計検査院がエコポイント事業に係る二酸化炭素排出量の増減実績を試算すると、表11及び図8のとおりとなる。

表11 会計検査院の試算による二酸化炭素排出量の増減実績

家電3品目	申請台数	買換え台数	買換え前消費電力量	対象製品消費電力量	増減
		新規購入台数	-		
エアコン	(台) 7,379,580	(台) 3,357,441	(kWh/年) 1,180	(kWh/年) 612~3,162	(t-CO <sub>2</sub> /年) △226,484
		4,022,139	-		2,434,909
冷蔵庫	5,258,177	3,795,186	582~1,012	160~510	△998,246
		1,462,991	-		289,872
地デジ対応テレビ	33,202,377	22,897,707	128	33~498	△338,486
		10,304,670	-		572,779
買換え分計		30,050,334			△1,563,216
新規購入分計		15,789,800			3,297,560
合計	45,840,134				1,734,344 ≒173万t増加

図8 会計検査院の二酸化炭素排出量の増減のイメージ



二酸化炭素の排出量 = 3,297,560t-CO<sub>2</sub>/年 - 1,563,216t-CO<sub>2</sub>/年 = 1,734,344t-CO<sub>2</sub>/年 (増加)

上記のとおり、買換え分については、買換え前の製品より消費電力量が下がることから、冷蔵庫で99万t二酸化炭素排出量が減少することとなるなど、一定の二酸化炭素排出量の減少が認められたものの、新規購入については、二酸化炭素排出量が純増になり、例えば、エアコンでは243万tの二酸化炭素排出量が増加していたことになる。その結果、申請されたエコポイント対象製品の合計では最大で173万tの二酸化炭素排出量が増加していたことになる。

#### イ 経済活性化

3省は、前記のとおり、政策効果において、経済効果として約2.6兆円の販売押し上げがあり、約5兆円の経済波及効果の呼び水となったとするとともに、この経済効果により延べ年約32万人の雇用を維持・創出したとしている。そして、経済産業省は、23年6月の産業活動分析で「家電エコポイント制度が生産、消費に与えた影響について」において、その詳細な算出過程を公表している。その一部を示すと、表12及び表13のとおりである。

表12 エコポイント事業による国内出荷額等の増加分 (単位：百万円)

区 分	エアコン	冷蔵庫	地デジ対応テレビ	計
国内出荷額の増加分（国産品）	86,630	80,698	619,336	786,664
国内出荷額の増加分（輸入品）	19,616	16,251	381,048	416,914
国内販売の商業マージン・貨物運賃	100,247	111,005	1,135,956	1,347,208
計	206,493	207,954	2,136,340	2,550,786

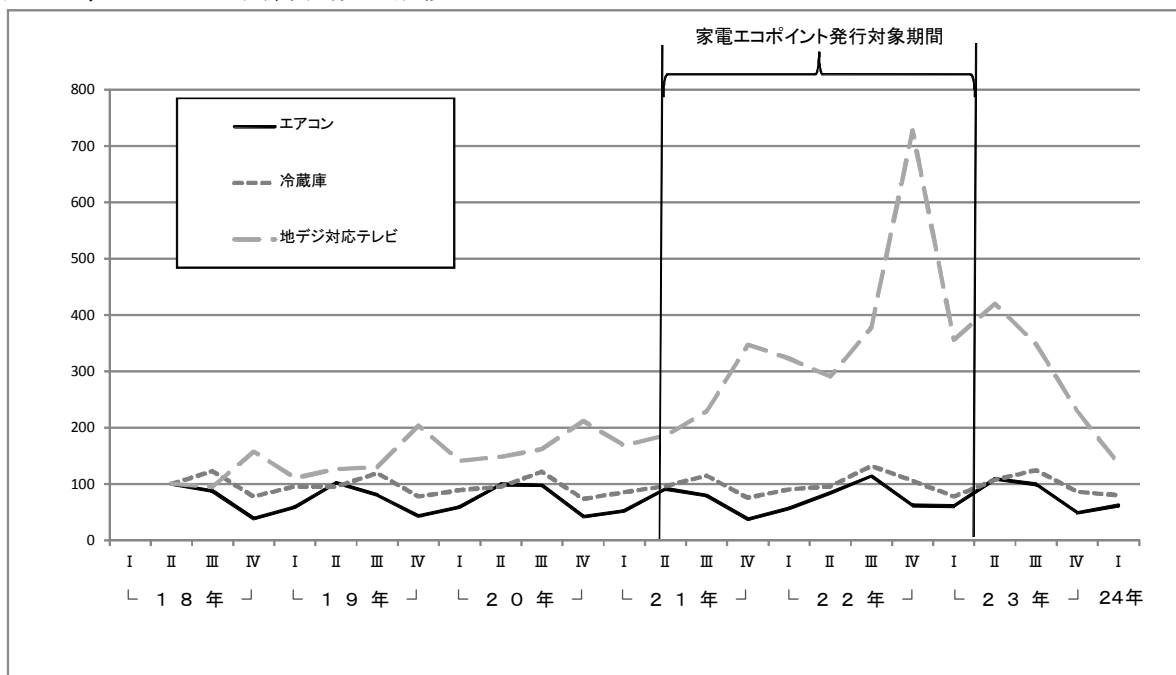
表13 エコポイント事業による生産誘発額及び雇用者数

区 分	エコポイント使用による生産波及	財の消費の増加による生産波及				合 計
		エアコン	冷蔵庫	地デジ対応テレビ	計	
生産誘発額(百万円)	1,041,277	356,527	349,722	3,270,482	3,976,731	5,018,008
雇用者数(人)	65,756	20,936	23,975	209,716	254,627	320,383

一方、エコポイント事業の効果を把握するために、同省から家電3品目の業界団体の自主統計の提出を受け、18年4月から24年4月までの家電3品目の国内出荷台数について集計してその推移をみたところ、図9のとおり、エアコン及び冷蔵庫については、

エコポイント事業の実施期間中とその前後を比べても大きな差が表れていなかった。一方、地デジ対応テレビについては、リサイクル券添付の有無がエコポイント付与の条件とされていなかった時期の後半の22年10月から12月期がピークになり、その後、大きく落ち込んでいた。

図9 家電3品目の出荷台数の推移



注(1) Iは1月～3月、IIは4月～6月、IIIは7月～9月、IVは10月～12月である。  
 注(2) 平成18年4月から6月までの出荷台数を「100」として出荷台数の推移をグラフ化した。

このような状況を、3省は、経済の「底割れ」という短期的な危機の中で、エコポイント事業の実施によって、それが落ち込まずに横ばいを維持できたと説明している。また、エコポイント事業が終了して1年が経過した現在においても、出荷台数が落ち込まずに横ばいを維持していることについては、東日本大震災後の電力需給逼迫の影響による省エネ機器への需要の高まりによるものと説明している。

なお、一般社団法人日本電機工業会は、毎年、需要予測を行っているが、エコポイント事業の実施前であった21年度冷蔵庫の出荷台数の予測については405万台としていたが、21年度の出荷実績は407万台とほぼ予測どおりであった。一方、エコポイント事業を実施していた22年度の冷蔵庫の出荷台数の予測については403万台としていたが、22年度の出荷実績は444万台と、約1割程度の伸びとなっていた。

また、22年の夏の日本の平均気温は、気象庁によると過去113年間で最も高くなるなど、全国的に記録的な高温になったとされている。経済活性化に対する効果のう

ちエアコンの需要は、この猛暑の影響も考慮に入れた上で検討をしなければならないと思料されるが、この猛暑の影響による需要の増加を考慮したとしても、エコポイント事業は経済を落ち込ませないことに一定程度寄与していたと思料される。

#### ウ 地デジ対応テレビの普及

3省は、政策効果において、地上デジタル放送化対策として実施した地デジ対応テレビの普及事業の効果として、地デジ対応テレビの国内出荷台数の累計が事業開始当初に比べて約2.2倍に増加し、地上デジタルテレビ放送受信機器全体の出荷台数も事業開始当初に比べ約2.1倍に増加し、23年3月の普及目標9200万台に対して実績は1億1131万台とこれを上回ったとしている。

しかし、21年4月の「経済危機対策」の決定前に、総務省情報通信審議会に社団法人電子情報技術産業協会から、地上デジタル放送化の移行に伴うテレビ等の需要動向が提示されており、それによれば、23年末には地上デジタルテレビ放送受信機器全体で9853万台になるとされているなど、既に地上デジタルテレビ放送受信機器全体の需要の伸びが見込まれていた。そして、同審議会に提示された需要動向と実績を対比すると、表14のとおりとなる。需要動向が暦年で示されているため、政策効果とは単純に比較できないものの、エコポイント事業が行われた21年から23年まででは、地デジ対応テレビの出荷台数の累計は、上記の需要動向において約1.5倍になるとされていたが、実績は約2.0倍になっていた。また、地上デジタルテレビ放送受信機器合計でも、需要動向において約1.5倍になるとされていたが、実績は約2.0倍になっていた。



表14 地上デジタルテレビ放送受信機器の需要動向（21年3月）と出荷実績（単位：千台、%）

区 分		年	平成	20年	21年	22年	23年	21年と 23年の 比較
			19年					
地上デジタルテ レビ放送受信機 器合計	需要動向	単年	12,914	15,221	16,695	17,686	18,207	157.2
		累計	30,729	45,951	62,646	80,332	98,538	
	出荷実績	単年	12,914	15,221	20,845	36,267	33,623	204.6
		累計	30,729	45,951	66,796	103,063	136,686	
地デジ対応 テレビ	需要動向	単年	8,079	9,552	10,434	11,050	11,572	158.3
		累計	18,773	28,325	38,759	49,809	61,381	
	出荷実績	単年	8,079	9,552	13,578	25,187	19,828	207.4
		累計	18,773	28,325	41,903	67,090	86,918	

注(1) 「地上デジタルテレビ放送用受信機器の需要動向」は、平成21年4月に総務省情報通信審議会に提出された社団法人電子情報技術産業協会の資料である。

注(2) 平成19年、20両年は実績値である。

このように、地上デジタルテレビ放送受信機器全体の需要は、地上デジタル放送化への対応による要因も大きいと考えられるが、出荷台数の実績が需要動向を上回っていることから、エコポイント事業の実施は、地デジ対応テレビの普及促進を前倒しさせていたと思料される。

#### 4 所見

政府は、地球温暖化対策として、1990年（平成2年）の温室効果ガスの排出量12億6100万tを2020年（平成32年）までに25%削減するとし、環境省は、二酸化炭素排出量の削減が必要不可欠であるとしている。

そして、政府は、「経済危機対策」において、太陽光、低燃費車、省エネ機器等世界トップ水準にある環境・エネルギー技術の開発・導入促進等により、世界に先駆けて「低炭素・循環型社会」を構築するとしている。

この一環として実施されたエコポイント事業について検査したところ、地球温暖化対策の推進については、エコポイント対象製品が統一省エネラベルの4つ星相当以上のものとされていたことから、グリーン家電の普及には寄与していたと認められる。

しかし、二酸化炭素削減効果については、前記のとおり、3省は、詳細な算出過程を明らかにしないまま273万tとしていたが、会計検査院の試算によると、その削減効果は21万tという結果になった。そして、環境省は、特に近年の二酸化炭素排出量の増加が著し

い家庭部門の排出削減が必要不可欠であるとしているが、エコポイント事業の実施に関し、その前後における二酸化炭素排出量の増減実績を比較した会計検査院の試算によると、新規購入や機器の大型化により二酸化炭素の1年当たりの総排出量が最大で173万t増加していた結果となった。

なお、エコポイント事業の効果のうち、経済の活性化及び地デジ対応テレビの普及については、地デジ対応テレビの販売推進等に一定の効果があったと思料される。

したがって、国の施策の財源には、国民の税金が充てられていることから、事業の効果を明らかにする場合には、その算出過程について十分に検討を行った上で、第三者が算出内容を評価できるようにその全てを明らかにする必要があると認められる。そして、今後、エコポイント事業のように経済活性化と地球温暖化対策を目的とする事業を実施する場合には、経済活性化の推進により商品の新規購入や機器の大型化等により消費電力量が増加して二酸化炭素排出量が増加することもあることを十分に踏まえて実施を検討する必要があると認められる。すなわち、ポイント付与の対象を買換えに限定したり、省エネ性能に応じたポイントを付与したり、二酸化炭素排出量が減少する場合に限りエコポイントを付与する仕組みを構築したりすることなどにより、二酸化炭素排出量の削減に効果のある方策を検討するとともに、二酸化炭素排出量が減少したことが検証できる仕組みを構築するなど適切な制度設計を行う必要があると認められる。

会計検査院としては、地球温暖化対策の推進については社会全体で取り組み着実な効果を上げる必要があることに鑑み、二酸化炭素排出量の削減に関する事業の実施について、今後とも多角的な観点から引き続き検査していくこととする。