

平成 29 年度 二酸化炭素排出抑制対策事業費等補助金

地域における地球温暖化防止活動促進事業

「網走市地球温暖化対策に関する市民アンケート調査」

結果報告

平成 29 年 11 月

公益財団法人北海道環境財団
北海道地球温暖化防止活動推進センター

目 次

1. 調査目的	1
2. 調査概要	1
3. 調査結果	2
3-1. 回答者の属性	2
3-2. 地球温暖化に関する意識・意向状況について	3
3-3. 家庭での取り組み状況について	5
3-4. クールチョイスの認知状況について	10
3-5. 広報誌による広報・啓発効果や今後の対策について	12
4. 資料	15
4-1. 調査票	15
4-2. 市広報誌掲載記事「網走市でのクールチョイスな取り組み」	20
4-3. 網走市冊子「ストップ・ザ・温暖化」	21

1. 調査目的

平成 29 年度地域における地球温暖化防止活動促進事業において、当センターと網走市が連携し、網走市民を対象に、国民運動「COOL CHOICE」（以下、「クールチョイス」という）及び網走市が推進する地球温暖化防止行動「家庭でできる 10 の取り組み」等に関する事項を調査した。

本調査では、市民の地球温暖化防止に関する意識・意向、取組の実践度やその特性等を把握し、今後の地域における地球温暖化対策を進める上での基礎的知見の獲得を主目的としている。加えて、本調査に先立ち、市内の民間団体等が行うクールチョイスに該当する取組を取りまとめ、市広報誌「広報あばしり」にてクールチョイスに関する広報・啓発を行ったことから、その効果などの把握を併せて行うこととする。

2. 調査概要

(1) 調査主体

公益財団法人北海道環境財団（北海道地球温暖化防止活動推進センター）、網走市

(2) 調査期間

平成 29 年 10 月

(3) 調査対象

網走市民 600 人（住民基本台帳より 18 歳以上を無作為抽出）

(4) 調査方法

郵送

(5) 調査内容

調査票のとおり（4-1 参照）

参考資料として以下も同封。

・ 広報誌掲載記事（4-2 参照）

・ 網走市製作「ストップ・ザ・温暖化」冊子（4-3 参照）

(6) 回答数（回答率）

186 人（31%）

3. 調査結果

本調査により得られた結果は、3-1. 回答者の属性、3-2. 地球温暖化に関する意識・意向について、3-3. 家庭での取り組み状況について、3-4. クールチョイスの認知状況について、3-5. 広報誌による広報・啓発効果や今後の対策について に分類・整理した。

以下、それぞれの結果概要および各設問への回答を示す。

3-1. 回答者の属性

(1) 概要

年代構成は、60代が25.8%と最も多く、次いで50代・40代(21.0%)、70代(14.0%)であった。世帯人数は、2人世帯が36.6%と最も多く、次いで1人世帯(27.4%)、3人世帯(17.2%)であった。職業種は、会社員が52.7%と最も多く、男女比率は、男性が約7割、女性が約3割であった。

(2) 回答結果

問1 回答者について

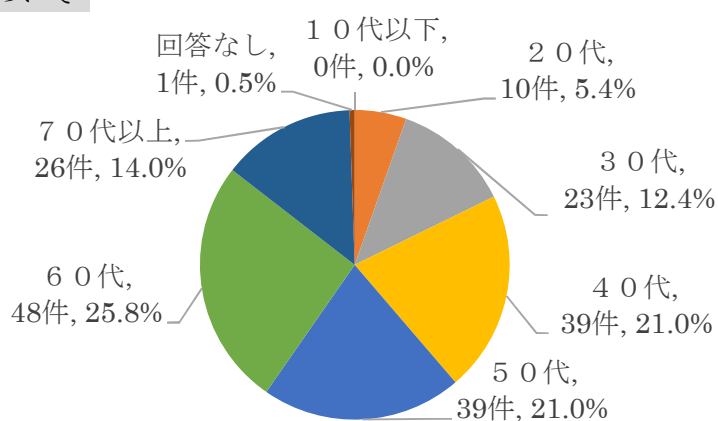


図 1-1. 回答者の年代構成 (n=186)

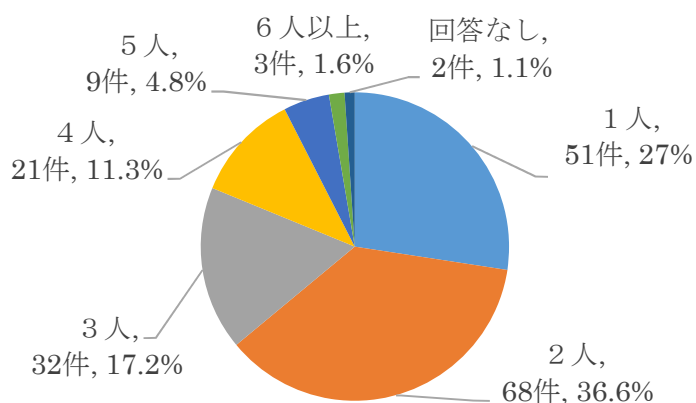


図 1-2. 回答者の世帯人数 (n=186)

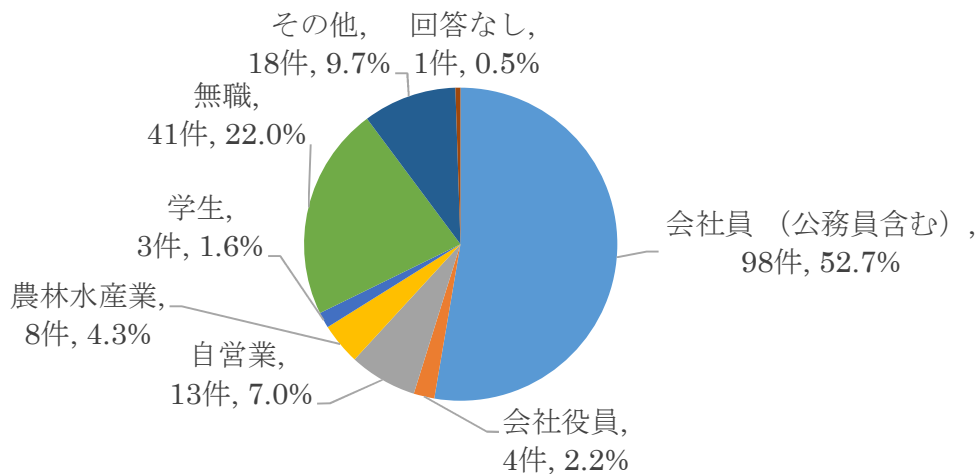


図 1-3. 回答者の職業構成 (n=186)

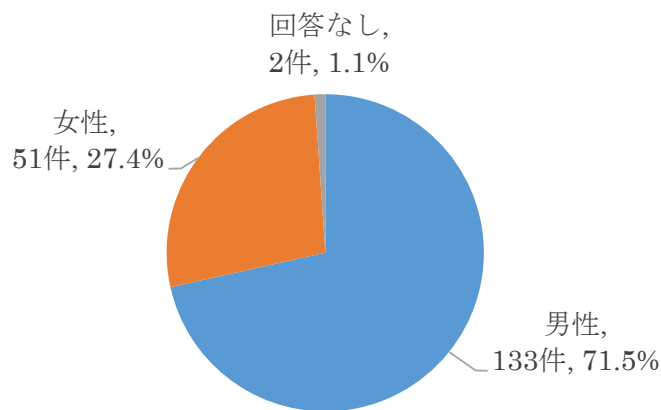


図 1-4. 回答者の性別構成 (n=186)

3-2. 地球温暖化に関する意識・意向について

(1) 概要

『地球温暖化の影響を実感するのはどれくらい先か』という設問では、「すでに実感している」との回答が 80.6%と最も多い。温暖化防止のために自身の生活習慣を変える必要性については、「そう思う」が 47.3%、「ややそう思う」が 31.1%となり、合わせると 77.4%の方が必要であると思うと回答している。この回答者による、『省エネなど温暖化対策に繋がる取り組みの実践状況』については、「快適な生活を損なわない程度に実践している」が 58.3%と最も多く、次いで、「多少手間がかかっても積極的に実践している」(18.1%)、「あまり実践していない」(11.8%)、「どちらともいえない」(11.1%)、「実践していない」(0.7%)となっている。また、「あまり実践していない」「どちらともいえない」「実践していない」と回答した理由としては、「実践効果が見えない・判らない」「自身に適切な取り組みを選ぶことが難しい」がともに最も多く(13件)、次いで「何をすればいいか情報が不足している」(11件)、「従来の生活習慣を変えることが難しい」(8件)であった。

(2) 回答結果

問 2 地球温暖化により、異常気象（高温、ゲリラ豪雨等）の増加、流氷の減少、農作物の収穫量変化など、網走市においても様々な影響が出ると予想されています。「あなた」が地球温暖化の影響を実感するのはどれくらい先だと思えますか？

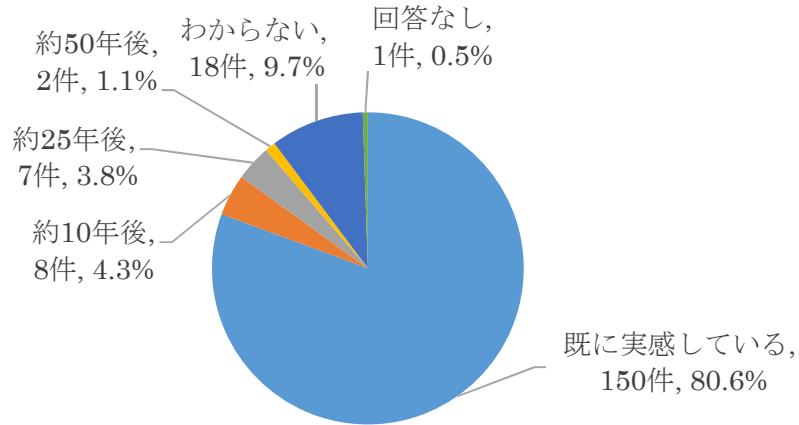


図 2. 地球温暖化の実感について (n=186)

問 3 地球温暖化を少しでも食い止めるために、自身の生活習慣を変える必要があると思いますか？

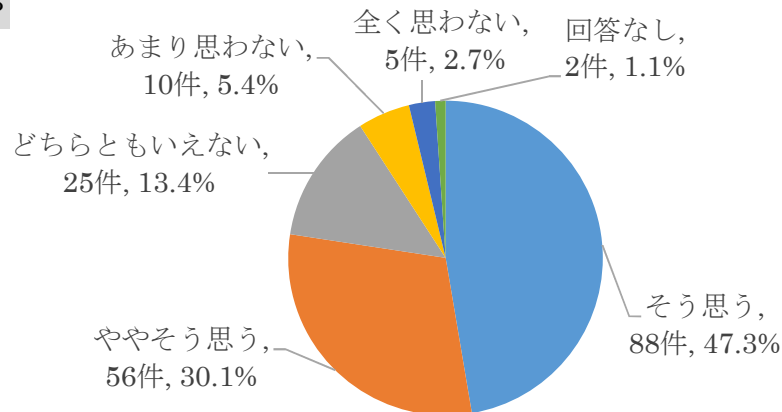


図 3. 生活習慣を変える必要性について (n=186)

問 4 問 3 で「そう思う」「ややそう思う」と回答した方にお伺いします。自身の生活の中で、省エネなどの温暖化対策に繋がる取り組みを実践していますか？

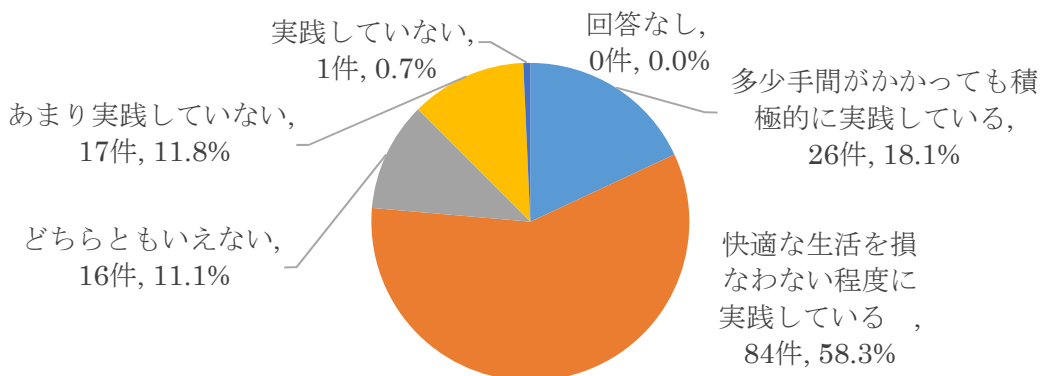


図 4. 温暖化防止に繋がる取り組みの実践度 (n=144)

問5 問5 問4で「どちらともいえない」「あまり実践していない」「実践していない」と回答した方にお伺いします。そのように回答した理由を教えてください。(2つ選択)

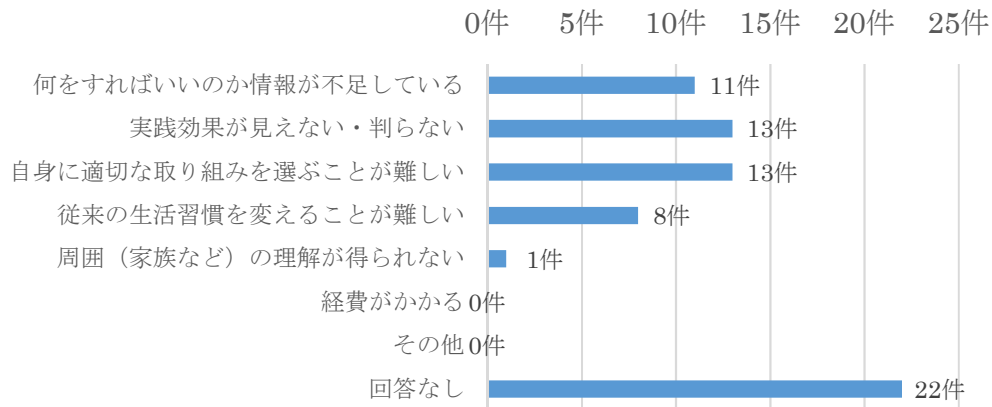


図5. 取り組み実践の阻害要因 (n=34)

3-3. 家庭での取り組み状況について

(1) 概要

家庭での取り組み状況を把握するため、網走市が推進する家庭向けの地球温暖化防止行動「家庭でできる10の取り組み」に対して回答を得た。

取り組みの実践状況については、各項目において異なっており、例えば、行動内容④『テレビを見ていないときは消す』については、6割の方が「常に実践している」と回答しているのに対し、行動内容⑤『冷蔵庫の設定温度を季節に合わせて調整』では、2割の方が「常に実践している」との回答になっている。「常に実践している」との回答が最も多い行動内容は、⑩『トイレを使わないときはふたをする、便座と洗浄水の温度を低温にする』で67.2%、一方、「実践できない」との回答が最も多かったのは①『暖房の運転時間を1日1時間短縮する』と⑨『電子レンジで下ごしらえする』で16.7%であった。

また、取り組みの実践を妨げる理由では、各項目において「生活習慣を変えることが難しい、または生活習慣に合わない」という回答が上位を占める。ただし、機器交換を伴う行動項目⑧『白熱電球をLED電球に交換』では、「経費がかかる」が最も多い。

(2) 結果

問 6 網走市では、家庭での地球温暖化対策を促進するために『家庭でできる 10 の取り組み』を制作・配布しています。その中で実践している取り組みについて、それぞれ最も近い番号を一つ選び「○」をつけてください。また、実践できないと回答した方は、実践を妨げる主な理由を、下欄から選び、ご記入ください。

表 1. 家庭でできる 10 の取り組みの実践度（実践を妨げる主な理由除く）（n=186）

行 動 内 容	常に 実践して いる	半分程度 実践して いる	実践 しようと 思う	実践 できない	回答 無し
① 暖房の運転時間を 1 日 1 時間短縮する	52 件 28.0%	48 件 25.8%	39 件 21.0%	31 件 16.7%	16 件 8.6%
② アイドリングストップを実践する	78 件 41.9%	45 件 24.2%	25 件 13.4%	21 件 11.3%	17 件 9.1%
③ 入浴はみんなでつぎつぎ入る シャワーは流しっぱなしに注意する	106 件 57.0%	36 件 19.4%	19 件 10.2%	14 件 7.5%	11 件 5.9%
④ テレビを見ていないときは消す	117 件 62.9%	42 件 22.6%	16 件 8.6%	2 件 1.1%	9 件 4.8%
⑤ 冷蔵庫の設定温度を季節に合わせて 調節	45 件 24.2%	43 件 23.1%	57 件 30.6%	27 件 14.5%	14 件 7.5%
⑥ 給湯器を低温に設定して洗いもの をする	84 件 45.2%	46 件 24.7%	25 件 13.4%	17 件 9.1%	14 件 7.5%
⑦ ジャーや電気ポットの保温を止める	104 件 55.9%	26 件 14.0%	26 件 14.0%	17 件 9.1%	13 件 7.0%
⑧ 白熱電球を LED 電球に交換する	64 件 34.4%	43 件 23.1%	49 件 26.3%	19 件 10.2%	11 件 5.9%
⑨ 電子レンジで下ごしらえをする	38 件 20.4%	61 件 32.8%	43 件 23.1%	31 件 16.7%	13 件 7.0%
⑩ トイレを使わないときはふたをする 便座と洗浄水の温度を低温にする	125 件 67.2%	22 件 11.8%	17 件 9.1%	11 件 5.9%	11 件 5.9%

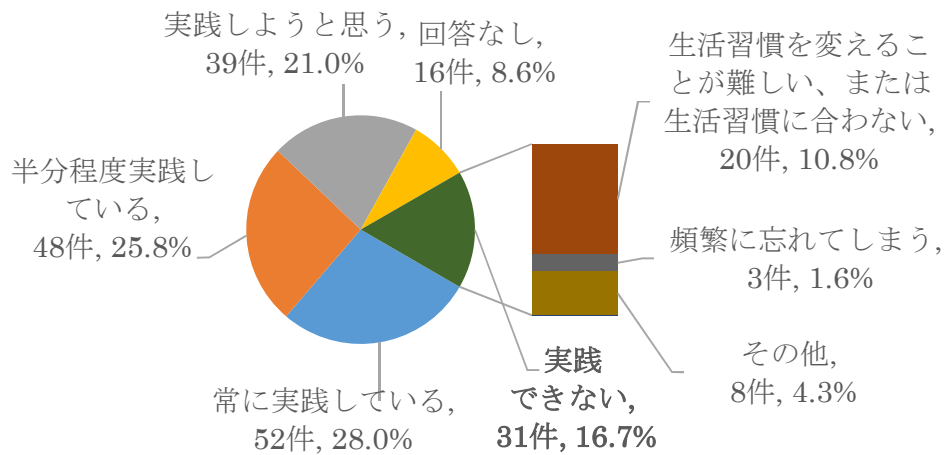


図 6-1. 暖房の運転時間を1日1時間短縮する (n=186)

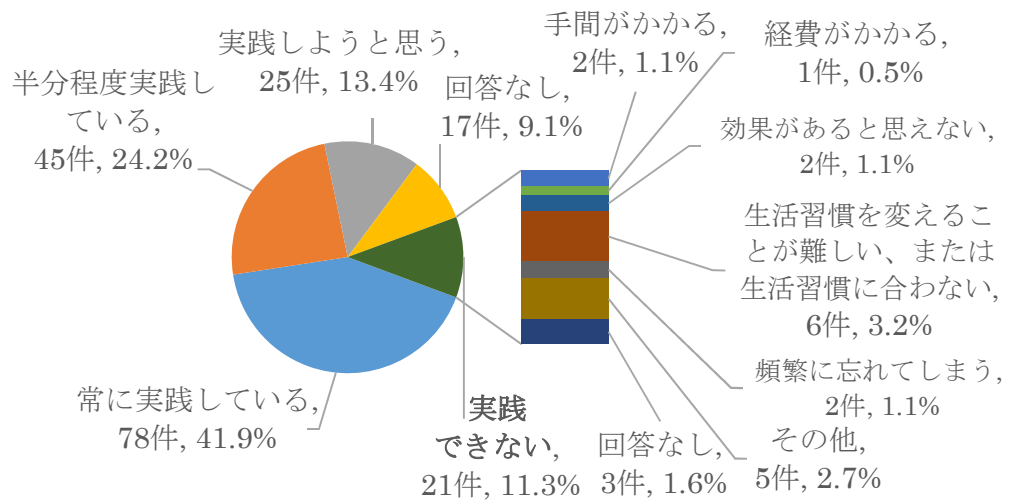


図 6-2. アイドリングストップを実践する (n=186)

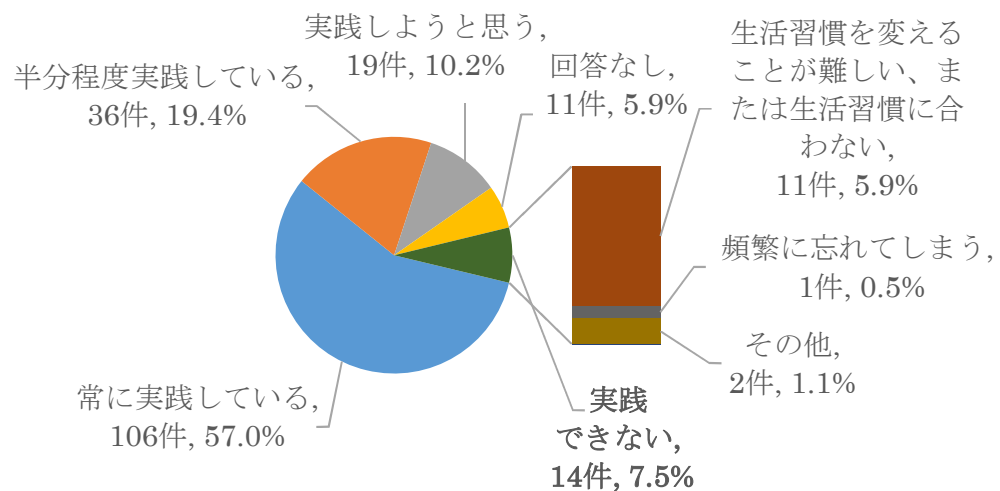


図 6-3. 入浴はみんなでつぎつぎ入る (n=186)

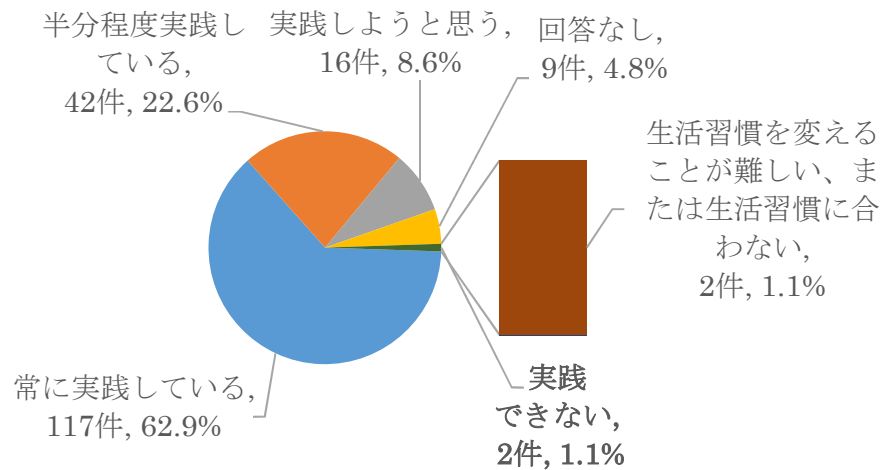


図 6-4. テレビを見ていないときは消す (n=186)

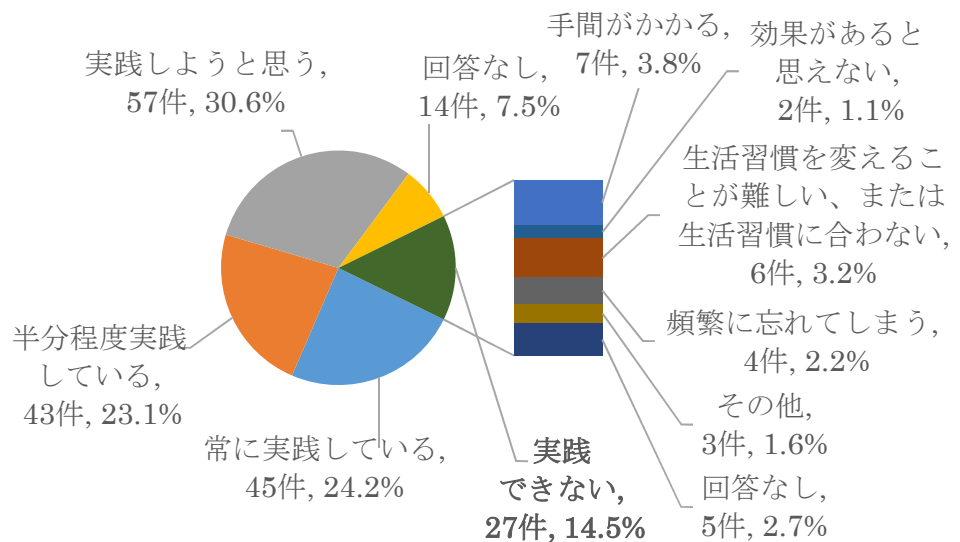


図 6-5. 冷蔵庫の設定温度を季節に合わせて調節 (n=186)

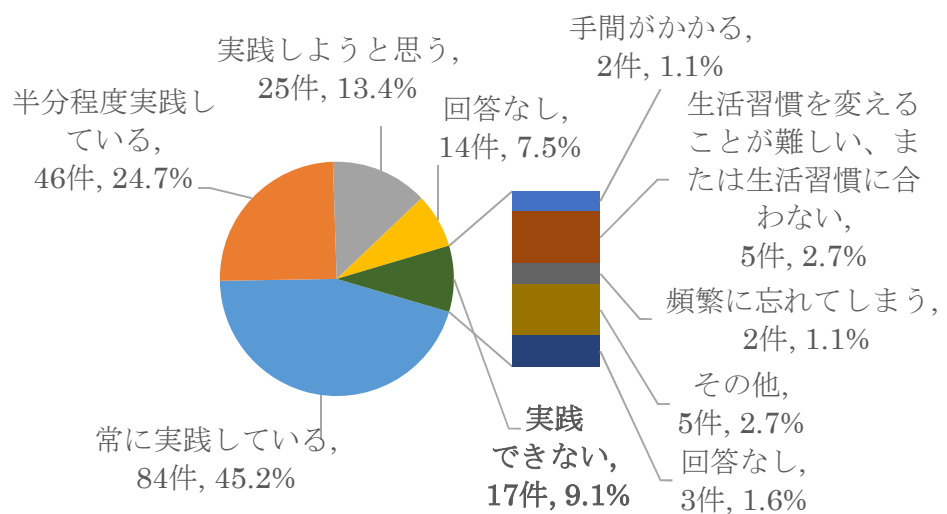


図 6-6. 給湯器を低温に設定して洗いものをする (n=186)

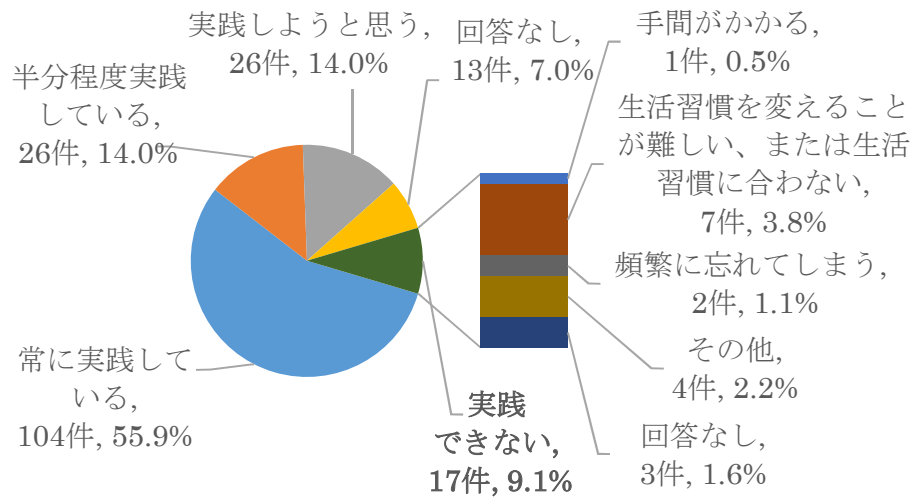


図 6-7. ジャーや電気ポットの保温を止める (n=186)

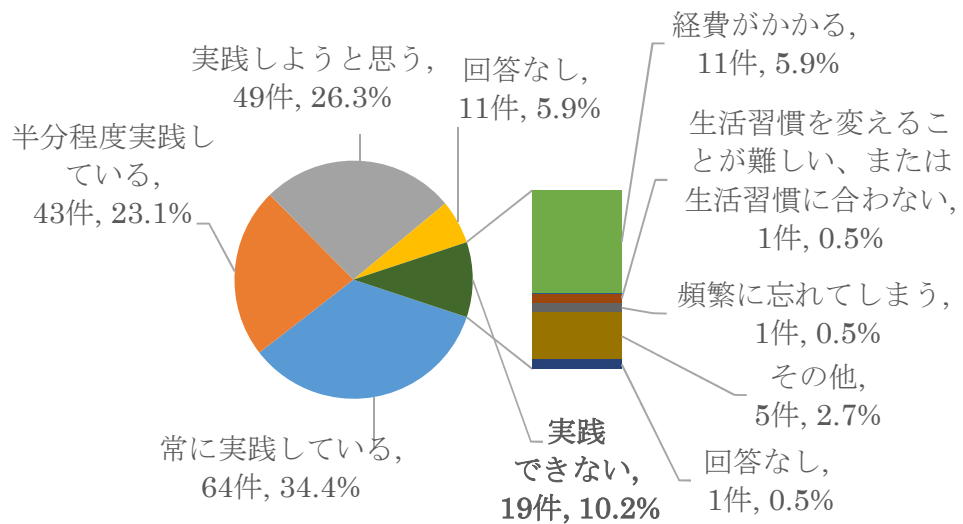


図 6-8. 白熱電球を LED 電球に交換する (n=186)

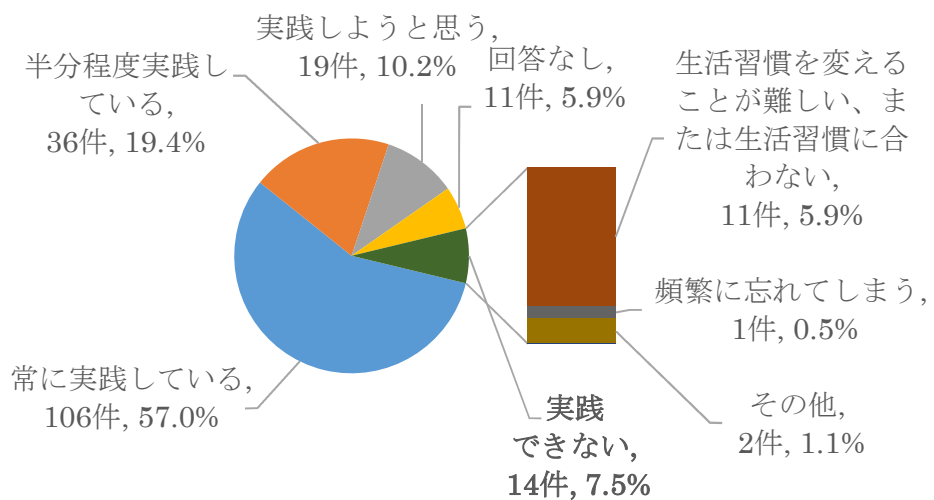


図 6-9. 電子レンジで下ごしらえをする (n=186)

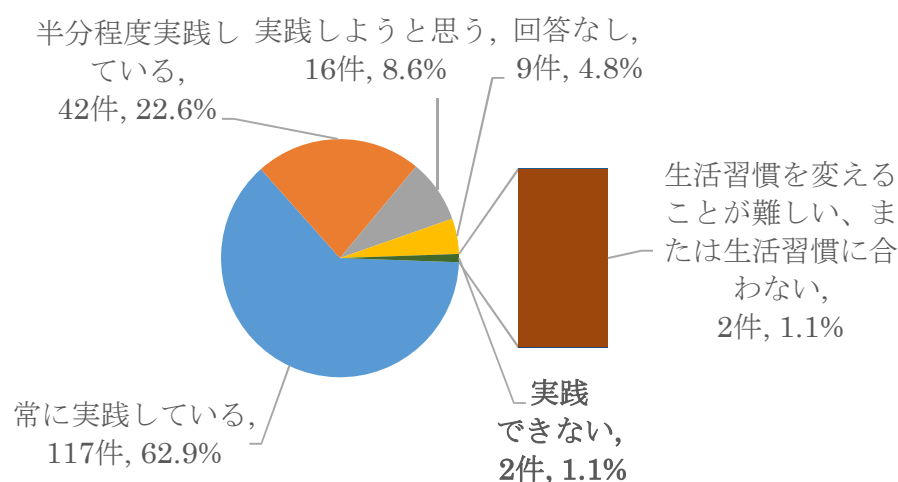


図 6-10. トイレを使わないときはふたをする (n=186)

3-4. クールチョイスの認知状況について

(1) 概要

日本の削減目標の認知度については、「知っていた」が 45.7%であり半数以下となっている。さらに、クールチョイスの認知度については、「知っていた」との回答が 17.2%、クールチョイスのロゴについては、「見たことがある」との回答は、7.0%という結果となった。

なお、クールチョイスを知った要因としては、「市広報誌 (広報あばしり)」が最も多く (22 件)、次いで「テレビ・雑誌・メディア関連など」(18 件) であった。

(2) 回答

問 7 現在、日本は 2030 年度までに、26% (2013 年度比) の温室効果ガスを削減することを世界に約束していますが、そのことを知っていましたか？

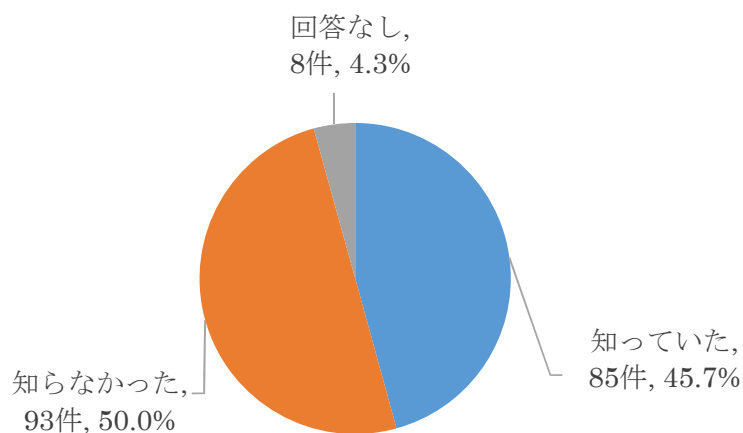


図 7. 中期目標の認知度 (n=186)

問8 国民運動「クールチョイス」を知っていましたか？

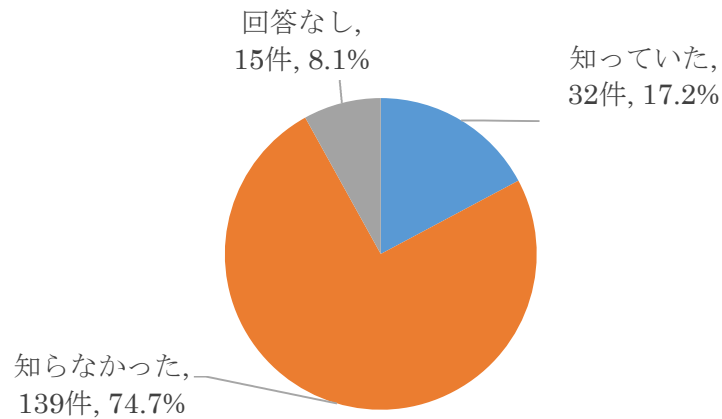


図8. クールチョイスの認知度 (n=186)

問9 クールチョイスに賛同する自治体・団体・企業などは、上記のようなロゴマークを掲げています。見たことはありますか？

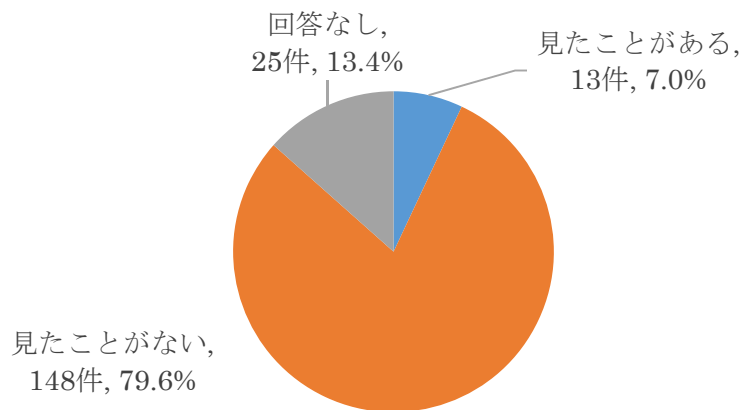


図9. クールチョイスロゴマークの認知度 (n=186)

問10 問8で「知っていた」、問9で「見たことがある」と回答した方にお伺いします。どこで「知りました」か？ または「見ました」か？ (複数選択)

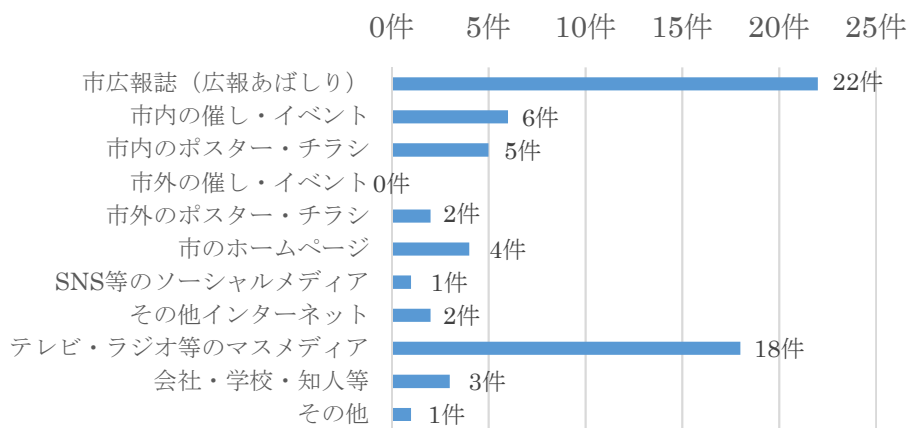


図10. クールチョイスを知った要因 (n=38)

3-5. 広報誌による広報・啓発効果や今後の対策について

(1) 概要

市広報誌「広報あばしり（10月号）」でクールチョイス事例の紹介記事を「見た」との回答は、22.0%であった。また、掲載事例の認知状況については、「全く知らなかった」が46.8%と最も多く、次いで「少しは知っている」（22.0%）、「あまり知らなかった」（21.5%）、「よく知っていた」（5.9%）となっている。掲載事例を見た感想については、「地域の未来や温暖化対策について考えるきっかけになった」が最も多く（81件）、次いで「温暖化対策に取り組む必要性が理解できた」（71件）、「網走市内の取り組みを継続的に紹介してほしい」（71件）、「地域活性化や地域課題の解決に繋がる形で、温暖化対策を進める必要があると感じた」（63件）と回答している。

クールチョイスなどの取り組みの周知に適した広告媒体としては、「市広報誌」と最も多く（57件）、次いで「テレビ・ラジオ等のマスメディア」（35件）、SNS等のソーシャルメディア」（11件）と続いた。

温暖化対策を進めていく上での網走市に期待する役割と機能については、「網走市ならではの温暖化対策に向けた取り組みの創出」が最も多く（92件）、次いで「環境教育・学習の充実化（特に次世代を担う層に対して）」と「ごみの減量化・リサイクルの推進」（68件）であった。

(2) 回答結果

問 11 今年度の市広報誌（広報あばしり）10月号では、市内の民間団体が実践するクールチョイスの取り組み事例をご紹介します。該当記事を市広報誌で見たことがありますか？

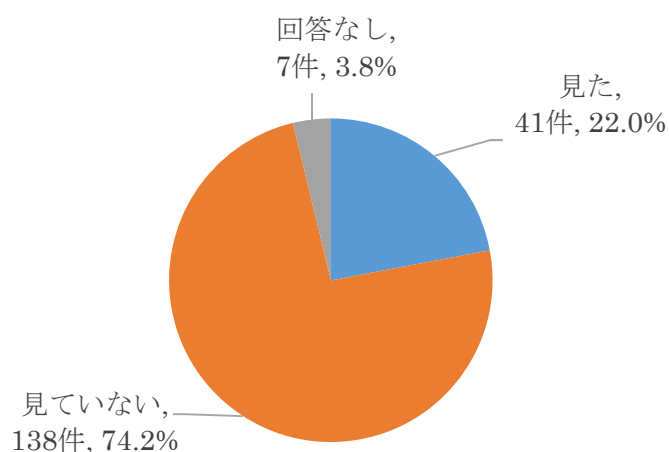


図 11. 市広報誌面でクールチョイスの紹介記事を見たか (n=186)

問 12 該当記事にある市内のクールチョイスの取り組みを、既知っていましたか？

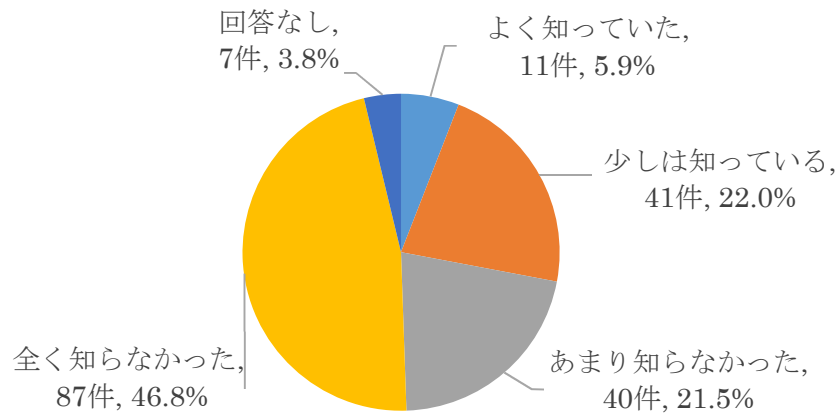


図 12. 広報誌に掲載した市内のクールチョイス事例の認知度 (n=186)

問 13 問 13 該当記事 (同封資料) をご覧になられて、どのような感想をお持ちになりましたか？ (複数選択)

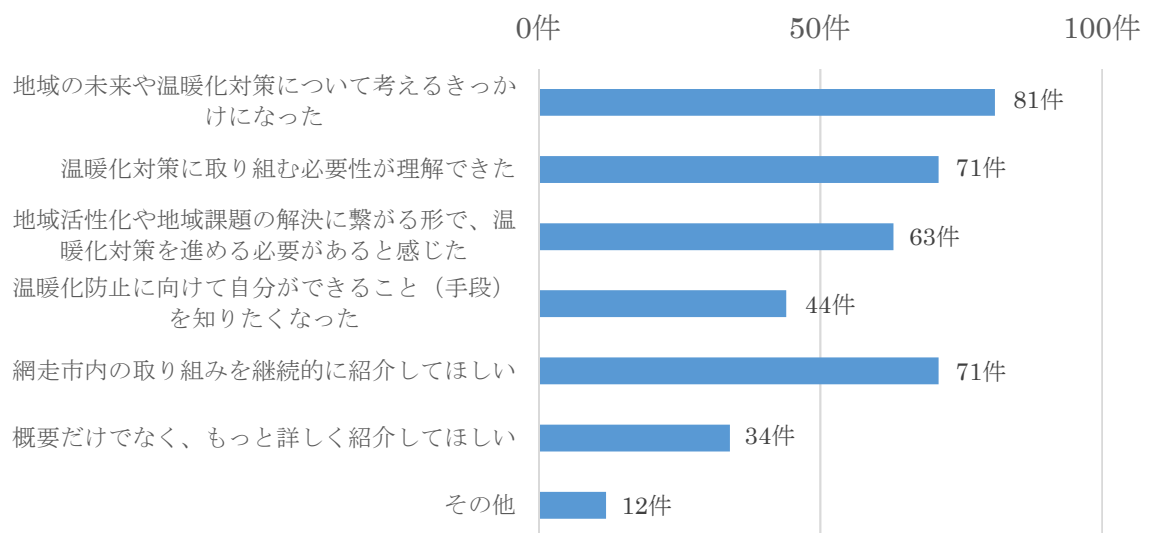


図 13. 記事への感想 (n=186)

問 14 「クールチョイス」など、市が進める取組を周知する上で、こういった広報媒体が有効だと考えられますか？(1つ選択)

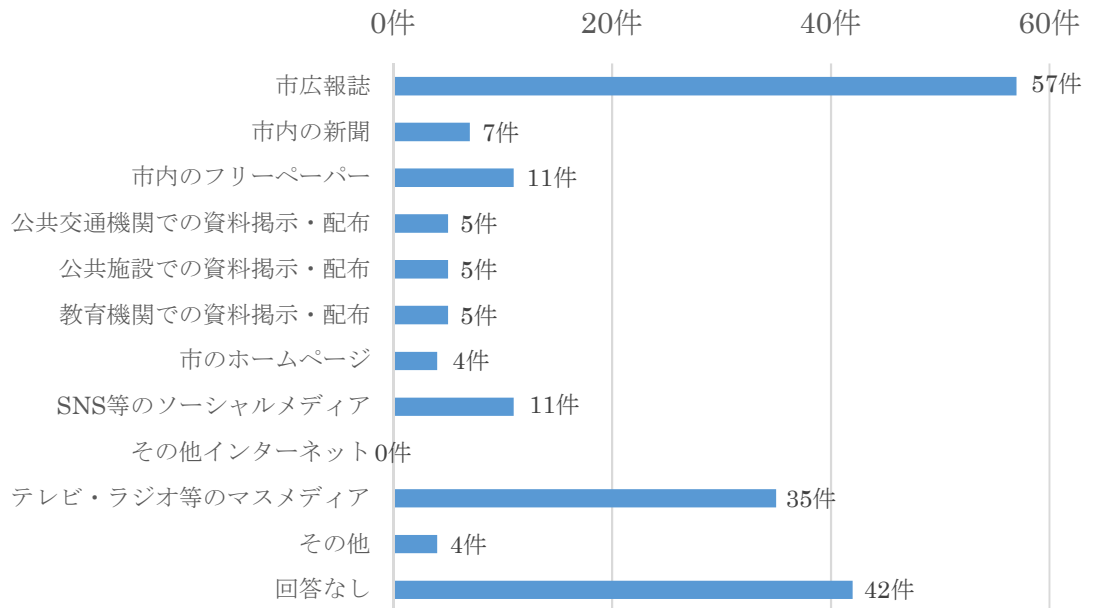


図 14. 有効な広告媒体 (n=186)

問 15 温暖化対策を進めていく上で、網走市に期待する役割や機能について (2つ選択)

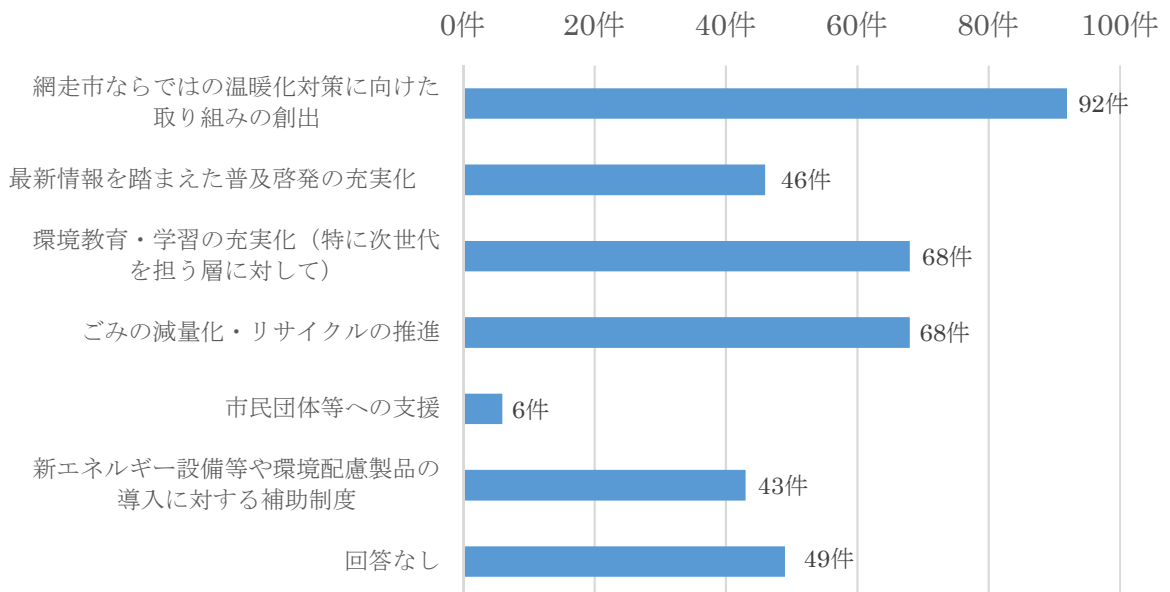


図 15. 網走市に期待する役割や機能 (n=186)

4. 資料

4-1. 調査票

「網走市地球温暖化対策に関する市民アンケート調査」

ご協力をお願い

日頃より網走市の環境行政にご理解、ご協力頂きありがとうございます。

近年、世界各地において地球温暖化による環境等への影響が確認されており、政府は温暖化防止に向けた取り組みの一つとして、2015年7月より温暖化対策に資するあらゆる「賢い選択」を促す国民運動「COOL CHOICE（クールチョイス）」を立ち上げています。

網走市では、この運動に賛同し、その一環として「ストップ・ザ・温暖化 第2次改訂版『家庭でできる10の取り組み』」パンフの制作及び全戸配布、エコドライブ普及のための体験型イベントの実施や温暖化防止に関する情報発信等に取り組み、市民の皆様に向けて、暮らしの中でできる地球温暖化対策について呼びかけているところです。

そこで、この度は、市民の皆様の地球温暖化対策に関する意識や行動、クールチョイスの認知度等を把握するためのアンケートを行い、今後の地球温暖化防止対策の施策を進めるための参考とさせて頂きたいと考えています。ご多忙の折とは存じますが、本調査の主旨をご理解頂き、ご協力頂きますようお願い申し上げます。

ご記入頂きましたアンケート用紙は、平成29年10月22日（日）までに、同封の返信用封筒（切手不要）にてご返送くださいますようお願いいたします。

- ※ 皆様からいただいたデータは、本調査以外の目的で使用することはありません。
- ※ このアンケートの回収および集計作業につきましては、環境省事業として網走市と調査を協働する公益財団法人北海道環境財団（札幌市）が実施します。
公益財団法人北海道環境財団とは、北海道知事から指定を受け「北海道地球温暖化防止活動推進センター」として活動している組織です。
- ※ 調査結果は個人が特定されない形で取りまとめ、網走市及び公益財団法人北海道環境財団が公表します。
- ※ アンケートの内容について、網走市および公益財団法人北海道環境財団から、皆さまに直接お問い合わせをすることは一切ございません。

お問い合わせ先

網走市 市民環境部 生活環境課 環境対策係
TEL：0152-44-6111（内線 340・405）

問8 国民運動「クールチョイス」を知っていましたか？「O」をつけてください。

1. 知っていた【→問10へ】 2. 知らなかった【→問9へ】

国民運動「クールチョイス」とは？

政府は「2030年度までに温室効果ガス排出量を2013年度比で26%削減する」という目標を掲げ、その達成に向けた国民運動として、省エネ・低炭素型の製品・サービス・行動など、温暖化防止のために、あらゆる「賢い選択」をしようという取組「クールチョイス（賢い選択）」を推進しています。



問9 クールチョイスに賛同する自治体・団体・企業などは、上記のようなロゴマークを掲げています。見たことはありますか？「O」をつけてください。

1. 見たことがある【→問10へ】 2. 見たことがない【→問11へ】

問10 問8で「知っていた」、問9で「見たことがある」と回答した方にお伺いします。どこで「知りました」か？または「見ました」か？該当するもの全てに「O」をつけてください。

1. 市広報誌（広報あばしり） 2. 市内の催し・イベント 3. 市内のポスター・チラシ
4. 市外の催し・イベント 5. 市外のポスター・チラシ 6. 市のホームページ
7. SNS等のソーシャルメディア 8. その他インターネット
9. テレビ・ラジオ等のマスメディア 10. 会社・学校・知人等
11. その他（ ）

問11 今年度の市広報誌（広報あばしり）10月号では、市内の民間団体が実践するクールチョイスの取り組み事例をご紹介します（同封資料『網走市でのCOOL CHOICEな取り組み』をご覧ください）。該当記事を市広報誌で見たことがありましたか？「O」をつけてください。

1. 見た 2. 見ていない

問12 該当記事（同封資料）にあるJA オホーツク網走・流水硝子館の取り組みは、既知っていましたか？

1. よく知っていた 2. 少し知っている 3. あまり知らなかった 4. 全く知らなかった

裏面に続きます。

4-2. 市広報誌掲載記事「網走市でのクールチョイスな取り組み」

クール チョイス 網走市での COOL CHOICE な取り組み

「クールチョイス」(=賢い選択)とは、地球温暖化防止に向けて政府が呼びかけている国民運動です。

省エネ・低炭素型の製品・サービス・行動など、温暖化防止に貢献しつつ快適な暮らしにもつながる、あらゆる「賢い選択」をしていこうという取り組みです。

網走市はこの取り組みに賛同し、市民の皆さんや、市内事業所および団体の皆さんとともに、網走ならではの「クールチョイス」を進めていきたいと考えています。

COOL CHOICE

網走市内で実施されている「クールチョイス」な取り組み事例を紹介します

これらの取り組みはいずれも、温暖化防止という視点だけでなく、この地の特性や状況を踏まえ、網走の未来を見据えて進められているものです。

皆さんの暮らしの中にあるさまざまな選択と行動を、改めて考えるきっかけとなれば幸いです。

◆ 網走の恵みを子どもたちに「地産地消給食」

パン用小麦の一大産地である網走・オホーツク。網走市ではその地域の恵みを次世代に受け継いでいくため、**網走産小麦100%のパンを地域の小中学校の給食に提供する、「地産地消給食」**を地域一丸となつて進めています(①)。

子どもたちからは「**美味しくなった**」と評判(②)。学校からは「**食べ残しが減った**」と驚きの声寄せられています。地域の食の大切さを知り、農業に関心を持つことで、地域に新たな可能性が生まれています。

地域のものを選ぶ「地産地消」。本事例のような食育や地域農業の活性化など、地域に多くのメリットをもたらす取り組みです。長距離輸送が発生しないため、温暖化防止にも効果的です。

COOL CHOICE

詳しくは⇒<http://www.heco-spc.or.jp/coolchoice/abashiri1.html>



(協力：JAオホーツク網走)



(協力：流水硝子館)

◆ ガラス工房が伝える「地域と環境への思い」

流水など、この地でしか見られない自然のかたちをモチーフに、「**地域とその環境を守る**」という思いを込め、ガラス工芸品を作る「流水硝子館」。

ガラス工芸品の原料には、**オホーツクの地で廃蛍光灯から地域資源として生まれ変わったリサイクルガラス**を使用(③)。地域資源の活用とリサイクルという2つの要素が、地域と環境への思いを色濃く伝えます。

また、**製作で発生する大量の排熱を館内暖房に活用する**など(④)ガラス工房だからできる、さまざまな取り組みを積極的に進めています。

年々減少する流水。それを食いつめるため、本事例ではガラス工房だからできる選択をとっています。皆さんの暮らしにも、我が家だから、〇〇だからできる、大小さまざまな賢い選択があるはず。網走の未来を思い、できることから取り組んでみませんか？

詳しくは⇒<http://www.heco-spc.or.jp/coolchoice/abashiri2.html>

本項は北海道地球温暖化防止活動推進センターと協働で制作しています。

問い合わせ： 生活環境課環境対策係(内線340)

あばしり 8

4-3. 網走市冊子「ストップ・ザ・温暖化」

網走市



第2次改訂版

●このままでは地球が危ない!

地球の気温を生物が生きていける状態に保つものが、大気にある二酸化炭素(CO₂)・メタンなどの温室効果ガスです。ところが最近、この温室効果ガスが急が増えて温室効果が強くなりすぎ、地球の気温が上がっています。この現象が「地球温暖化」です!

●これからどうなるの?

このまま温室効果ガスの量が多くなると、2100年には地球の平均気温が最大4.8℃上がると予測されています。



ブナ林が大きく減少する。



南方で生息する昆虫等が北に移動する。



降雨が増加する。台風の雨量も増える。



真夏日が大幅に増える。熱波により、熱中症患者が増加し、マラリアが発生する可能性が高まる。



人口や産業が集中する沿岸域が被害を受ける。
・1mの海面上昇で約90%の砂浜が消失する。

そのほかにも…

水不足の発生
食糧不足問題
エネルギー不足
砂漠化の進行
…
などが考えられます

私たちが住む網走でも次のようなことが起こると予想されています。

流氷の減少	流氷が運んでくるプランクトンなどが来なくなるため魚が獲れなくなる。また、観光客も減少する。
海水温の上昇	サケやマスが河川に遡上する時期が遅れたり、遡上する数が減少する。
気温の上昇	干ばつが起こったり、病害虫の多発などの影響で農作物の収穫量が減少する。
異常気象の増加	1時間に20mm以上の激しい雨の降る場所が広域化し、洪水など大きな災害が発生する。

●いま行動しなければ…

近年頻発している、ゲリラ豪雨や暴風雪などによる災害や異常気象などは、地球温暖化が影響していると考えられており、このまま地球温暖化が進むと、近い将来危機的な状況となることは確実です。国際的にも気候変動に関する条約・協定が締結されるなど、世界的な重要課題となっています。

網走市では、平成26年度の市内全体の温室効果ガス(324,997トン)のうち、約36%(116,423トン)が一般家庭から排出されており、皆さんが身近なところから排出される温室効果ガスを削減することで、地球温暖化の防止に大変大きな効果があります。

●できることからはじめよう温暖化対策!

この取り組みを網走市の全世帯(約18,000世帯)が実践すると1年間で約10,008トン(556kg×18,000世帯)の温室効果ガスが削減できます。

これは平成26年度の網走市内の全世帯からの温室効果ガス排出量(116,423トン)の約8.6%に相当します。家庭から排出される温室効果ガスの8%削減に向けて取り組みを実践しましょう。



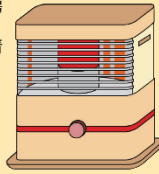
家庭でできる10の取り組み

★目標値: 8% 削減を目指しましょう!!

1. 暖房の運転時間を1日1時間短縮する。

お出かけや寝る15分くらい前に暖房を切りましょう。
日中は日差しを取り入れたり、部屋着を工夫して体感温度を上げましょう。

CO₂ 36kg
節約 約1,378円



6. 給湯器を低温に設定して洗いものをする。

ゴム手袋をつけると、低温でもあらいものがつらくありません。
あらかじめ汚れをふき取っておくと使うお湯の量が少なくなります。

CO₂ 22kg
節約 約824円



2. アイドリングストップを実践する。

信号待ちやコンビニに駐車するときなど、少しの時間でもアイドリングストップを行いましょう。

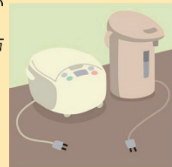
CO₂ 40kg
節約 約2,643円



7. ジャーや電気ポットの保温を止める。

ジャーやポットの保温は利用時間が長いと、多くの電気を消費します。
ごはんは電子レンジで温めなおす方が電力の消費は少なくなります。

CO₂ 105kg
節約 約4,447円



3. 入浴はみんなでつぎつぎに入るシャワーは流しっぱなしに注意する。

時間を置かずに入浴することで追い炊きが必要なくなります。
頭やからだを洗うときは、シャワーを止めましょう。

CO₂ 151kg
節約 約6,672円



8. 白熱電球をLED電球に交換する。

LEDは寿命が長く、気温が低くてもすぐ明るくなります。
つけたり消したりする回数が多い場所や、廊下やトイレなど寒い場所からLED電球に替えてみましょう。

CO₂ 62kg
節約 約2,612円



4. テレビを見ていないときは消す。

家事の最中や出かけるときはテレビを消しましょう。
消すときは主電源を切り、長期に家を空ける場合は、プラグを抜きましょう。

CO₂ 10kg
節約 約435円



9. 電子レンジで下ごしらえをする。

下ごしらえに電子レンジを併用すると、調理時間の短縮につながり、ビタミンCの損失も抑えられます。

CO₂ 37kg
節約 約6,871円



5. 冷蔵庫の設定温度を季節に合わせて調整する。

設定温度を強から中に変更しましょう。
冬の間は弱に設定し、扉をあける回数・時間を減らし、食品を詰め込まないようにするなど、食品の傷みに注意してください。

CO₂ 42kg
節約 約1,791円



10. トイレを使わないときはふたをする。便座と洗浄水の温度を低温にする。

ふたカバーやシートカバーを装着して設定温度を低めにし、省エネ機能を活用しましょう。

CO₂ 51kg
節約 約2,179円



※ CO₂は年間のCO₂削減量 節約は年間の節約金額です。
※ CO₂削減量と節約金額はあくまでも目安であり、各ご家庭により異なります。また、燃料等の価格変動によっても変わることがあります。

※参考: 「全国地球温暖化防止活動推進センターウェブサイト (<http://www.jccca.org/>)」

●お問い合わせ先●
網走市
生活環境課 環境対策係
電話0152-44-6111 内線340・405