

米国環境保護庁(USEPA) による国際エネルギースタープログラム講演  
(仮訳)

日 時：平成15年2月7日(金) 14:00～16:00  
場 所：東京都江東区有明 東京ビッグサイト 会議棟 101 会議室  
主催者：(財)省エネルギーセンター  
講 師：米国環境保護庁 (USEPA)  
Rachel Schmeltz  
Craig Hershberg

(レイチェル・シュメルツ)

ご紹介ありがとうございました。本日は我々の説明に来て頂き感謝致します。本日ご説明する内容は、今週前半に我々が行った会合で既にお聞きになられたものと同様のものも含まれております。この点をご了承頂ければと存じます。

米国環境保護庁にて、エネルギースター担当のプログラムマネジャーをしております。また、エネルギースター計画の国際連絡担当もしております。エネルギースターの基本情報、米国での普及活動、キャンペーン展開、エネルギースターの新しい動き（新ロゴ、新ウェブサイト、新パートナーシップ合意など）、我々が行っているロゴの維持、米国以外の各国の実施現状、などをご説明します。その後ハッシュバックから基準改定情報などを含めた、エネルギースターの技術面についてご説明します。

エネルギースターの基本的目標は2つあります。非効率的な電力利用から発生する大気汚染の予防と、ロゴの使用により買い手がエネルギー効率の良い製品を認識できるようにすることです。エネルギースターは米国で様々な製品カテゴリーを網羅しています。消費者向け電子製品、家電、OE(Office Equipment)等々、その幾つかをここでご紹介致します。

米国でエネルギースターは大成功しているものと自負しており、多数の製造事業者の1万3,000以上のモデルにロゴが貼付されています。多数の小売店舗がエネルギースターロゴを販売促進に使用しています。州や公益事業者パートナーもエネルギースタープログラムを実施しています。これらの電力会社は米国の約60%の電力供給をしています。米国消費者はエネルギースターロゴ貼付製品を現在までに7億5,000万個購入しています。米国におけるエネルギースター認知度について我々はフォローしており、4割の米国消費者はエネルギースターが何かを理解しています。州や電力会社のプログラムがある場合に認知度は高く50%を超えています。ブランドのロイヤリティは高く、消費者が一度エネルギースター製品を購入すれば、周囲にエネルギースター製品を買うように薦めています。

米国の普及活動のキャンペーン展開について。一般キャンペーンと製品カテゴリー別のキャンペーンがあります。パワーマネジメントのキャンペーン活動についても最後にご紹介します。一般キャンペーンのテーマはチェンジ（変化）です。消費者がエネルギースター製品を買いたいと思うように、またエネルギースター製品を購入すれば職場や家庭で環境に良い行いができることをわかって頂けるように、テレビ、印刷物、ラジオなどを通じて働きかけています。この一般キャンペーンは、テレビ、新聞、雑誌、ラジオネットワークなどを対象に実施しています。広告価値は500万ドル以上です。多くの人々がテレビを見るゴールデンアワーに放送しています。政府によるその他サービスのお知らせ（National public service announcements）の平均よりも、15%程好調であると言えます。

家で仕事（SOHO）をする人を対象にした印刷物をご覧頂いております。背面にテーマのChange（変化）、写真をバックにして、“エネルギースターの機器を使うことにより、2,190億ポンドのGHGが大気汚染として排出されません”と記載されています。

製品普及活動には複数のプロモーションがあります。その一つに“照明を変えて世界を変えよう”というナショナルプロモーションがあり、電球や照明器具を対象に秋に実施しています。年末には消費者電子製品、テレビ、DVD、電話などに集中した普及活動。3月頃の初春、冷房に転換する時期にも普及活動を展開しています。

これらの普及活動の内容には小売事業者、製造事業者、電力会社による参加、印刷物とテレビによる広告展開、公益事業者による請求書のチラシやオンラインでの情報提供、などの共通する要素があります。ここでご覧頂いているものは箱に入れるチラシですが、製品を買って箱を開けると、「エネルギースターで世界を変えよう」というキャンペーン標語を消費者は目にします。

同様に“チェンジ”というテーマを使った、別の広告をご覧頂いておりますが、これはワシントン DC のバス停のベンチに置いたものです。“洗濯機には単に洋服をきれいにする以上のことがある”と書いてあります。読みにくいと思いますが、“エネルギースターロゴがついている洗濯機は水が約 50%少なくて済みます。エネルギー使用が少ないということは、化石燃料をより少なく燃焼することであり、スモッグ、酸性雨、気候変動への影響を小さくすることができます。洗濯機は単に洋服をきれいにする以上に環境を保護します。エネルギースターロゴを探してください”と書いてあります。

次の例ですが、これは我々が小売店舗に提供したものです。社員の休憩室やコーヒー休憩や昼食時に集まる部屋、また消費者向けの営業用に使えます。社員が家に持ち帰ることでその社員もエネルギースター貼付製品を買うこととなります。社員を“消費者”として働きかけています。

コンピュータモニタのパワーマネジメントを奨めるキャンペーンについてご説明します。米国の電力の 1%は、5,400 万台のオフィスコンピュータとモニタによって消費されています。その半分以上は夜間付けっぱなしであったり、スリープモードに入るためのパワーマネジメント機能が作動できない状態になっています。

この MPM(**monitor power management**)は、稼働しているモニタについて、60~90 ワットであったものを、電力の低いスリープモードにて、現在 2~10 ワットで済むようにしていくものです。

このキャンペーンの対象は 3 種です。まず IT 担当者(IT Manager)ですが、“EZ Save”や“EZ Wizard”というソフトを IT 担当マネジャーの方々のために用意しています。我々はまた、IT 担当マネジャーの方々が全社的に MPM を安全に単時間で実施できるように、IT コンサルテーションを行っています。エンドユーザーにはポスター、カード、マウスパッドなどのプロモーションの材料を使っていますので、モニタがスリープモードに入ればこれで良いのだとわかります。管理職の人 (upper management) を対象に 100 万モニタドライブ (“**Million Monitor Drive**”) という PR キャンペーンを行い、表彰したり、記事の掲載などのプレスリリースを行っています。

ここでこの MPM の成功例を 2 つ挙げます。Cisco Systems は第三者パーティネットワークツール(**third party network tool**)を使うことにより 5 万台のコンピュータモニタで MPM を作動させ、年間 100 万ドル節約しています。

Pitney Bowes は Windows 2000 を導入した際に、10,500 台のコンピュータで採用することによって年間 16 万ドル節約することができました。

エネルギースターの新しい動きについて。新ロゴ、新パートナーシップ合意、新ウェブサイト、ロゴをどのように我々が擁護し、維持しようとしているか、などについてご説明します。また、製品テストのイニシアティブ、小売店舗の評価、ロゴの利用のされ方、などのモニター活動についてもご説明します。これについてはかなり成功していますが、さらに実施していくつもりです。2010 年までに節約レベルを 3 倍にしていきたいと思います。ロゴの消費者認知度は、40%、50% よりも向上させるようにして、消費者が単に税優遇策での利点やインセンティブによって買うのではなく、ロゴ貼付製品をきちんと認識した上で購入するようにしていきたいと思います。

マーケットやエネルギースターロゴそのものが邪魔になり、成功のための障害になっていることがあります。確かにこれについて 3 つのレベルで制限が課されていると言えます。マークとの関係はどちらかという技術的なものであり、あまり感情的に消費者に訴えないことがあります。キャンペーンではもっと消費者に訴えるように、勉強してもらうようにしていこうと思います。ただ単にエネルギースターにおいてエネルギーが節約できるということだけではなく、環境に良いことをしているということです。美的観点からもこのマークが障害なることもあり、新しくする必要があります。その他の制限としては現実的なものであります。“エネルギースター”の字は広告に埋もれており読みづらくて目立っていません。

旧ロゴが、広告上で目立たないことの例をご覧頂いています。ここで SEARS (米国の大手小売店)、Kenmore、TRANE (エアコン製造事業者) という字は目に入りますが、“エネルギースター”の字はすぐには目に入らず、目立たないことがお分かり頂けます。LOWE'S (小売店舗)、SHARP の字は読めますが、“エネルギースター”はどこにあるか分かりません。

このようなことを理由に、ロゴを改定することになりました。“エネルギースター”と読みやすく目立つようになりしました。ブルーについてですが、マーケティングでは良い目標に向かったり、やる気を起こしたりする色にしました。作成するにしても印刷するにしても、緑がかった青 1 色であり簡単です。新ロゴの最終版ではありませんがご覧頂いております。同様の広告において旧ロゴと比べて新ロゴは目立っています。LOWE'S や SHARP の字だけではなく、“エネルギースター”の字も読むことができます。

ロゴの採用には時間がかかると思いますが、2003 年からの使用を考えています。パートナーが実際に活用するには時間がかかるでしょうし、国際合意にもしなくてはなりません。日本の経済産業省や EU との取り決めもしなくてはなりませんので、終了するには 2005 年までかかると思っています。OE 製造事業者には、パッケージや製品について 2005 年以降に新ロゴを使用して頂きたいと思っております。従って 2005 年以前の使用を要求するということでは必ずしもありません。新ロゴの使用方法についてはガイドラインを準備します。

パートナーシップ合意が合理化された経緯について。パートナーシップ合意は米国で MOU に代わるものであり、ここには 3 つのプログラム要件があります。

一つ目は、文献、資料、パッケージ、製品、ウェブサイトへのエネルギースターロゴの明確な表示。二つ目は、エネルギースター製品がどの程度あるかを示す普及度を確認するために、年間出荷量や市場関連指標の提示。三つ目は、エネルギースター適合製品リストの随時アップデート。

これらのパートナーシップ要件を設定した理由は、まず製品リストがあることで我々はさらにきちんと情報提供ができることです。ロゴ表示については、店内で、さらに家に持ち帰った後でも、消費者が製品を識別しやすくなります。市場データについては、プログラムの成功を我々が普及率として見ることができ、さらに製品を改定する際の情報になります。

パートナーシップ合意について、Grandfathering、遡及扱いについて。米国EPAは製品基準の改定に当たり、不適合製品のロゴ貼付についてこれを許容するような情報を外します。あくまでも今後貼ることができるのは新基準の製品になります。しかし製造周期に合わせるために、新規基準については発効日を設けています。製造事業者は十分余裕をもって新基準に移行していくことができるということです。

ウェブサイトの更新について。プログラムの成長に伴って、ウェブサイトでの混雑を解消し、より良いサービスをパートナーに提供するような内容に更新します。アドレスは変わりません。先週に第一弾の更新が実施され、2003年を通じて徐々に実施していきます。特徴は、ナビゲートしやすい、全ての内容の更新、新ロゴの色であるブルーへの外観の変化、二つのアプリケーションの更新と導入などです。

この二つのアプリケーションは、エネルギースターの適合製品を居住地区で買えるという製品リストに当たるショッピングツールと、オンラインで製造事業者がデータを提出できるツールです。ここでパートナーは適合製品情報をアップロードできます。製造事業者パートナーに重要であるセクション、“製品”をクリックすると、製品情報、エネルギースター適合製品、製品基準、製造事業者リスト等様々な情報が出てきます。“パートナーリソース”で、パートナーは個別情報にアクセスでき、製造事業者向け情報、小売事業者向け情報、ロゴのダウンロード、ウェブリンクの方針や政策の現況などをご覧になれます。

“製品”ページの下には、OE機器の関連データがあり、コンピュータを探すためには、“コンピュータ”をクリックすると情報が出てきます。基準、開発段階の基準、新基準、基準改定などの情報もご覧いただけますが、その他に“パートナーリソース”をクリックしても、開発段階の基準、製造や小売事業者向け情報、エネルギースターの説明、ロゴ、研修、トレーニングに使用できる情報があります。

エネルギースターロゴのブランドを損なわないようにするための活動、製品テスト、小売店舗の評価、ロゴ使用モニタリングの実施について。製品テストの目的は、適合上問題があるか、もし不適合であれば、製造事業者により是正措置がとられるように監視することです。この製品テストは、エネルギースターガイドラインを使用して独立系の試験所にて市場シェアの多い製品からテストを実施します。不適合がある場合の企業との連絡には、特定のルールやプロトコルがあ

ります。昨年の夏にテレビ、11月にDVDプレーヤー、12月と今年の1月にはモニタについてテストを実施しました。3月には電話とレーザープリンタについて実施する予定です。このテスト結果で重要なことは、全てのテレビがテストをパスして不適合がなかったということです。

小売店舗における“エネルギースター”の効率的な使用を調べる、小売店評価テストについて。一つ目は、販売員の知識と、販売過程でのエネルギースターメッセージの使用状況について。二つ目は、各機器の部門別における小売店舗でのエネルギースター認知度について。これは家電や電子機器なども部門別に見ました。三つ目は、7つの製品カテゴリーを対象に、全米7都市、5つの小売事業者について、エネルギースター適合製品の認知度のテストをしました。基本的なアプローチについてはご覧頂いております。現在までに2回のトライをしており、結果は販売員の知識は低いものであり、100点満点中で平均で40点でした。家電についての知識が一番高く、電子機器についてが一番低いという結果でした。店頭でロゴがどのように目に入るか。積極的に何かプログラムを導入しているところでは多くプロモーションの材料を置いており、州や電力会社でエネルギースタープログラムを展開しているところは、当然ながら店内でのロゴのディスプレイ展示が目立ちました。

照明関連や消費者電子機器については今後の改善が必要だと思います。適合製品の置いてある棚を見ると、現在までの市場浸透率データに概ね合致しており、不正にロゴ貼付をされている製品は少ないという結果でした。エネルギースタープログラムが販売の効果的なツールになるということを販売員に理解してもらい、知識を高めるということが今後の課題です。

ロゴ使用モニタリングについて。エネルギースターロゴと名前の、宣伝広告活動、出版物、新聞、雑誌における使用の追跡調査を毎月行っています。ウェブでの使用、ドメインネームの利用についても四半期ベースでモニターしています。違反行為がある場合には、電話や手紙で製造事業者と連絡を取り追跡します。通常はこの方法で製造事業者と個別に問題は解決されますが、エネルギースターの権限を基に、米国司法省に提訴することもできます。しかしこのような事態はほとんど起きていません。

各国のエネルギースターについて。現在エネルギースターを導入している国は、日本、オーストラリア、ニュージーランド、台湾、EU、カナダで、例外もありますがOE関連を主に対象製品としています。EUについては、EC委員会が既にウェブサイトを立ち上げており、ここでオンライン登録手順、プログラムガイドライン、日米と同内容の基準の掲載がされています。企業によるEUへの製品登録ですが、EC委員会のAndre Brisaer氏宛てに、スライド上に記載のあるEメールアドレスに直接連絡して登録することができます。プログラムの実施は加盟国レベルであり、連携をとるのはEC委員会です。プログラムは各加盟国、業界、消費者団体から成るEUのエネルギースター委員会により決定されます。また、後程紹介しますが、EUは既に作業計画（ワーキングプラン）の草案を作成しました。

EUにより今後短期間内で行われる活動について。EUは、米国EPAの既に関

始するモニタ基準改定に協力し、また、OE 機器への電力消費水準のオフモード、スタンバイモードの導入に関心を示しています。また、セントラルデータベースの開発については、製品の製造国に関係なく全パートナー間での適合製品の相互認証を可能にするものとして、米国 EPA と協力していく意向を既に固めています。ご覧のスライドはこのデータベースを簡単に図式化して機能の仕方を示しています。セントラルデータベースにデータがインプットされ、各国はそこから情報を引き出して各国別のウェブサイトインプットします。エネルギースター実施各国のウェブサイトにて各国市場の製品が掲載されます。このデータベースの構築は非常に重要で今年中に完成したいと考えています。

EC 委員会によるエネルギースター作業計画（ワーキングプラン）について。ここでの中期・長期的関心事項は、パワーサプライ(Power supply)のエネルギー効率の検討、PC 基準の見直し、ラップトップの検討、電力管理（パワーマネジメント）機能の作動、デューティサイクルを基とするエネルギー基準の設定、データや調査を基にしたの販売量や製品特性の市場モニタリングの実施などです。また、EU がエネルギースターへの導入を検討している機器については、サーバー、データホテル(data hotels)などがあります。

また、OE と消費者電子機器、例えばテレビとコンピュータモニタについて、変換 (conversion) することに関心をもちています。エネルギースターについて、EC が米国 EPA と協力することを米国 EPA は合意を得ていますが、サーバーや連続的(uninterruptable)パワーサプライなどがエネルギースターに導入されるかどうかは今後の分析等の作業終了後に決定されます。

ワーキングプランの中で他には、教育、PR 活動があります。EC 委員会と EU 各加盟国の間での調整があります。この PR 活動は、住宅部門(residential sector)、小売事業者、ビジネスユーザー、プロの消費者(professional purchaser)を対象にします。またパワーマネジメントを重視し、古くて非効率な製品におけるエネルギー使用を最小にすることがねらいです。

カナダの実施状況について。現在 50 以上の組織がカナダの NRCan——(National Resources Canada)に登録しています。主要な小売事業者は店頭や折り込みちらしなどでエネルギースターを取り上げています。米国サイトには直接リンクされています。紙面広告としては、4 カテゴリーを対象にして第 2 弾目が主要雑誌において 2004 年の 3 月末まで実施されます。今年の 2 月にはテレビ広告が実施される予定です。PR には英語と仏語があります。

台湾の実施状況について。パートナー数は 31、製品数は 500 以上で、消費者電子機器にも拡大していく模様です。国内でのロゴ使用モニタリング、ウェブサイトのアップデートなどの普及活動についても既に実施しています。ウェブサイトに Q&A コンテストというページがあります。今後は消費者の認知度、台湾での市場シェア、パートナーについてなどの調査を予定しています。また、英語と中国語による四半期ニュースレターの発行、テスト実施、サンプリング、監視などの活動があります。

オーストラリアの実施状況について。オーストラリアでは待機時消費電力に力を入れていますが、プレゼンテーション会場に配布用として設置した“Money

isn't All You Are Savings : Australia's Standby Power Strategy” という冊子にて、オーストラリアの過剰な待機時消費電力を長期的に削減するという計画が示されています。ここに対象製品もリストされています。この冊子はこのホームページ [www.energystar.gov/au](http://www.energystar.gov/au) からダウンロードできます。

ここからはクレイグ・ハッシュバーグにより基準改定等のご説明をします。

(クレイグ・ハッシュバーグ)

全 OE と消費者向け電子機器のエネルギー効率基準の作成を担当しております。

現在改定作業中の機器であるコンピュータモニタ、および、ファクシミリ、プリンタ、コピー機、マルチファンクション機器、スキャナ等の画像処理機器について、コンピュータとラップトップ基準の改定時期について、テレビ、VCR、DVD、オーディオ設備の最新基準について、などをご説明します。また、パワーサプライがエネルギースターにとってどの程度重要であるかもご説明します。

基準作成時に、製品基準改定の見極めのために我々が使用する原則があります。“全国レベルで省エネルギーになる可能性があるか。” もしあれば基準改定をする理由になります。“買い手に対してコスト効率が良いか。” “製品の購入価格が少し高くても製品寿命までに省エネルギー分としてコストを回収できるか。” “非適合製品と同等に製品性能が維持されるか、あるいは向上されるか。” 我々は消費者の望む性能や機能性を、製造事業者が最も効率の良い形で提供できるように望んでいます。“エネルギー効率は複数の技術オプションで実現できるか。” 単一の技術や 1 社しか持たない技術でのみ実現できるという場合には基準を変えないことにしています。“性能やエネルギー消費量の測定が試験で確認できるか。” 試験手順がなければ作成する必要があり、エネルギー消費量の確認ができない場合には、当該製品の基準改定は致しません。

ロゴは本プログラムにおいて重要なものであり、市場で他の製品からの差別化が図れるように、また、消費者が識別できるように、目につきやすくしたいと考えています。

基準を設定、または改定する決定をした場合には、エネルギー効率において上位約 4 分の 1 の機種がエネルギースターの適合になるようにします。この数字は、約 4 分の 1(25%) ですがフレキシブルであり、最終的に 20% や 35% に変動する可能性があります。

基準の設定、または改定には、エネルギー消費量の製品テストの実施、エネルギー効率の設定オプションの分析、業界や製造事業者や利害関係者との話し合い、各製品の情報交換など、様々な段階における作業が必要です。今週我々は日本で製造事業者や業界団体の方々とお会いし、新技術、さらに製造事業者の製品設計における障害などについてのお話をご教示頂きました。

エネルギースター適合製品の市場普及率は急激に増えており、現在ほぼ全ての OE で約 80~90% となっています。ここまで普及すると、消費者にとってはロ

ゴが差別化を図っていることにはならないことから、この普及率の 80~90%を 25%に戻します。こうしてさらにエネルギー効率の高い市場にしていこうとしています。

基準の技術面について。現行のコンピュータモニタ基準をご覧頂いていますが、スリープモードは 15 ワット以下、ディープスリープモードは 8 ワット以下です。今後これを大幅に改定する予定です。我々の目標をスライドでご覧頂いていますが、最大の変更はオンモード、スリープモード、我々がスタンバイモードと呼ぶオフモード、この 3 つのモードの全てを組み入れることです。従って、製造事業者は各モードにそれぞれ対応しなければなりません。基準は 1 つにして設定し、異なる技術に基づくことを理由にした LCD と CRT への複数基準の設定はしません。

オン、スリープ、オフの意味を皆様にご承知かと思いますが、コンピュータモニタの基準改定に当り、我々は用語を定義していかなければなりませんでした。オンはコンピュータが実際に稼働の状態で使用されている状態です。スリープは不動作状態が続き、モニタが何分か後にローパワーまたはスリープモードになる状態です。オフあるいはスタンバイは物理的にモニタがオフの状態です。これを一応スタンバイモードと呼んでいます。

スリープモードの新基準の草案をご覧頂いています。モニタの製造事業者はスリープモードを 4 ワット以下にする必要があります。過去にはスリープモードが 2 つある製品が多かったですが、現在は 1 つだけの製品がほとんどです。スリープモードが 2 つあるモニタの場合でも両方を 4 ワット以下にしなければなりません。

オフまたはスタンバイモードの基準草案をご覧頂いています。製造事業者はスタンバイのエネルギー消費量を 2 ワット以下にする必要があります。この 2 ワット以下と設定した理由は、1 年半程前に米国政府により出された大統領令で規定された待機時消費電力の基準と整合性が合うからです。ブッシュ大統領によりこの大統領令で米国政府は待機時消費電力が 2 ワット以下のコンピュータモニタを購入しなければならないと規定されました。

稼働時モード（アクティブパワー）、オンモードの基準草案をご覧頂いています。このモードでは最高許容稼働時電力を設定し、提示した公式は  $Y = 30W + 20W \times \text{メガピクセル}$  です。モニタはより多くの情報、ピクセル、高い解像度により、通常消費電力量は増えます。製造事業者からデータを頂いて、同様にデータをテストすれば、ここでの公式は変わるかもしれません。モニタの基準に稼働時の基準を入れることにした理由については、このページで説明します。

基準設定時、我々は稼働時電力モードを入れても性能は損われることはないと考えました。なぜならば、既に多くの製造事業者が稼働時電力基準をコンピュータモニタ基準として満たしているからです。基準に入れる決定をしたのは、スリープとオフモードにおける省エネルギーで追加される量が限られているからです。これからの省エネルギーの大半は稼働時電力における省エネルギーであり、稼働モード基準を満たすことにより 90%の省エネルギーが実現できると考えました。

重要なことですが、稼働時電力は動作可能率（enabling rates）に依存してい

ません。モニタの電力管理によりコンピュータモニタ上でオフにできます。またオペレーティングシステムの電力管理によりオフにすることもできます。多くの消費者がこの方法でオフにしていますが、これではエネルギースターはその省エネルギー量をとらえることができません。稼働時の電力基準が作成されれば、スリープモードが作動するかしないかに拘わらずモニタ全体のエネルギー効率がさらに高くなります。

先程の公式の例をご覧ください。モニタの結果ですが、このグラフの直線の上と下との領域で、新基準を満たしているか、いないかを示しています。ここでの問題は、製造事業者から頂いたこのデータは、製造事業者独自の手順でテストされたものであり、統一された手順で試験されたものではないことです。これを解決するために我々は稼働時電力のテスト手順を新たに設定しました。手順は既に完成しており、製造事業者の数週間以内に渡すことができると思います。それに基づいてきテストを実施しデータを頂いて、再度この表にてデータを作成できます。

コンピュータモニタのテスト手順の現状をご覧ください。この3、4カ月間、業界の方々と協力し、国際機関である VESA や IEC 基準を参考にして集中的に作業をしてきました。今後は製造事業者によるモニタのテストが実施され、新テスト手順によるデータを米国 EPA に送付して頂きます。米国 EPA はそのデータを分析して表に反映させ、間もなく最終基準草案に組み入れます。

画像処理機器の基準改定作業をしています。現行基準は4、5年前のもので、エネルギースター市場普及率は非常に高く75～90%です。画像処理機器の基準改定では、“アンブレラ基準”という方法を使います。順次連続的にやると時間がかかりすぎるため、全画像処理機器を同時に作業対象として同時進行します。

米国 EPA は現在米国業界からの草案の提出を待っています。日本の多くの製造事業者や産業協会には米国業界からもコンタクトしたかと思えます。業界から近く提出されますが、この草案の分析、検討をして再度製造事業者などとの話し合いを含めた基準改定作業を続けていく予定です。

パワーサプライについて、我々は画像処理機器の基準改定についても重要であると考えます。この2、3カ月間、製造事業者、産業協会と議論をしてきましたが、そこで問題が持ち上がりましたが、これはその暫定リストです。ある製造事業者からは画像処理機器の基準を性能で見ていくように、我々に要望がありました。例えば、1ページを印刷するための消費電力を異なる製品間で比較できるか、また白黒とカラーでの消費電力の条件の違いに対応するという事です。5年前に白黒技術を基本としてエネルギースター基準は設定されましたが、カラー技術が進歩してきたことから、プリンタやコピー機などに対して基準を分ける必要があると考えています。また基準に既に入れたスピードバンドが現在の業界によるスピードバンドの基準と整合性をもつようにしたいと考えています。

テストガイドラインは既に古いとの意見があり、明確にしていきたいと思えます。テスト手順の見直しも製造事業者側からの意見などにより対処していきたいと思えます。

用語については既に申し上げたとおり、全ての画像処理機器で整合性を持ち、

オフ、スタンバイ、オンというモード定義が使われるようにします。大きな変化はスタンバイモードです。従来コピー機のスタンバイモードは、“コピーをしている状態のちょうどすぐ下の低いモード”としていましたが、その状態を“レディモード”とし、大統領令や他機器のカテゴリー上での定義と整合させるという意味で、“スタンバイモード”を“オフモード”として使う提案を致します。

複合型製品の定義、要件について。市場にはスキャナ、プリンタ、ファクシミリ、オールインワン、などの併用型機器が多くありますが、どの機器がどのカテゴリーに分類されるかを製造事業者のために明確にしたいと考えています。

サーマルプリンタ、ロゴプリンタ、フォトプリンタなどの新技術が、ここ5年間で多く誕生しました。製造事業者の皆様からそのような技術についてご教示頂き、協力していきたいと思っております。定義を明確にして、この機器をエネルギースターの対象にするべきであると判断されれば、今後基準に取り込みたいと考えています。

デジタル・ディプリケーターについて。この機器を一部の製造事業者から、個別にカテゴリー設定するような要請がありました。デジタル・ディプリケーターは効率の高い製品であり、エネルギースター基準の対象から外しています。エネルギースターのロゴ表示がされていないことから、消費者は効率が悪いのではないかという認識を持ってしまうことがあるため、エネルギースター対象製品にするかの検討を考えています。

USBについて。USB接続の製品は数年前に比べて多くなっています。エネルギースター基準に組み入れることを検討中です。また難しいですが、接続される本体製品とは別にUSB製品をテストする方法を決定したいと考えています。

コンピュータのエネルギースター普及率は非常に高く、改定作業は今年末を予定しています。時期として2003年の秋が変更になるようであれば製造事業者、業界団体に通知します。その時点でラップトップ、ノートブック、ポータブルデバイスについても、コンピュータ基準とは別の基準を設定すべきかどうか、またその必要性があるかどうかを検討する予定です。ラップトップは従来コンピュータ基準の一部でしたが、ご承知のとおりコンピュータとラップトップでは機能や消費電力が大幅に違います。

OE機器の基準改定の予定をご覧頂いています。コンピュータモニタの最終基準は今年の夏か秋を予定しており、その時に製造事業者と発効日について相談交渉を始めます。新製品を全てエネルギースター基準に合わせることを義務づけるこの発効日ですが、私の推測では2004年の前半になると思います。画像処理機器基準の草案1は今年の夏を予定し、最終基準は2004年の春を考えています。発効日は製造事業者と交渉していきます。

最近に変更があった基準を簡単にご説明します。テレビとVCR基準については2002年7月に発効してから6、7カ月経過しました。この基準に、コンポーネントテレビジョンユニット、テレビモニタといった製品の新カテゴリーが増え、VCRとDVD、テレビとDVDなどの複合型製品に別のカテゴリーを作りました。TVとVCRの製造事業者の方には改めてTVとVCR基準をご覧頂き、自社の該当製品が登録されているかをご確認下さい。この基準は2005年7月に全て1ワ

ット以下に下げることになりました。

コンビネーションではない DVD オーディオについても、基準改定がされました。オーディオ基準には CD プレーヤーなどの様々なシステムがありますが、先月の 1 月に、これらを対象にスタンバイモードを 1 ワット以下にしました。

パワーサプライについて。パワーサプライは効率が高いとエネルギー消費を下げることから、製造事業者がエネルギースター基準を満たすための解決策になる可能性があります。全てのモードをあらゆる負荷で満たすためには、パワーサプライに着目すべきであり検討しています。

現在利用されているパワーサプライの数について表をご覧ください。右が全世界のものであり、北米では 5 億程あります。数が多いためパワーサプライのエネルギー効率を上げることにより大幅な省エネルギーになる可能性があります。

パワーサプライについて我々が着目した点は、パワーサプライにおいての省エネルギー量の大半が、稼働時に適用可能であるということです。あらゆる電力モードで消費電力を下げるという目標に合致します。例えば全ての外付けパワーサプライが 30% から 80% に、全ての内蔵パワーサプライが 70% から 80% に向上されると仮定した場合、毎年の省エネルギーは劇的な高さとなります。320 億キロワット時、すなわち 25 億ドル程エネルギー料金が下がることとなります。現在この数字を更に検討しています。パワーサプライの数は非常に多いために省エネルギー量の見込みも非常に大きいです。

パワーサプライの評価方法、個別の製品基準でどのようにパワーサプライを扱うかについてですが、考えている方法は、例えばコピー機やプリンタのパワーサプライについて 25% 負荷で 30% 効率、75% 負荷で 70% 効率、最大負荷では 80% か 85% 効率にするという方法です。現在ではまだこのパワーサプライに関する作業は早期段階です。製造事業者がより効率の良いパワーサプライを調達する場合のコストについて、コスト効率の良い購入方法はないかなどをさらに研究する必要があります。これについては是非製造事業者の方からご意見を頂きたいと思えます。

パワーサプライをプログラムに入れることに我々が関心を持っており、エネルギースターにとって重要であると考えている理由は、パワーサプライが世界的に検討されているからです。EU はパワーサプライの基準を作成しました。無負荷でのインプットパワーです。ヨーロッパの Group for Energy Efficient Appliances (GEEA) では外付けのパワーサプライに対して無負荷での消費電力を規定しました。日本のトップランナーではパワーサプライは基準の対象になっていませんが、さらに効率の高いパワーサプライによって製造事業者はトップランナー基準に適合させることができるようになるかもしれません。パワーサプライのエネルギー効率の検討作業は多くのグループ、団体により世界的に実施されています。エネルギースターが先頭を切ってこの動きを先導し、エネルギースター制度の中に高効率パワーサプライの基準を作っていきたいと思えます。

私からは以上です。この後 30 分から 45 分間の質疑応答の時間を設けます。レイチェルと私で喜んでお答えします。