

北海道の冬季の節電の取組結果について

令和 2年 6月
北 海 道

普及PRの主な取組

○ 節電に結びつく消費行動への働きかけ

- ・ 広く道民に対し、節電につながる消費の喚起を促す取組として、『みんなで暖まろう！』応援キャンペーン」を実施。
- ・ 民間企業や団体、地方自治体等、14社17団体がキャンペーンに賛同し、広報媒体等へのキャンペーンロゴの掲載や、店頭へのポスター掲示等の取組を実施。

○ リーフレットの作成・配付

- ・ 枚 数 120,000枚(A3二つ折り両面印刷1枚もの)
- ・ 内 容
 - ◇ 『みんなで暖まろう！』応援キャンペーン」への賛同の呼びかけ
 - ◇ 無理なくできる節電の取組の紹介 等
- ・ 配布先 市町村、振興局、道立施設、道立学校、需給連絡会構成団体等

○ ポスターの作成・配付

- ・ 枚 数 2,800枚(B2版およびA3版)
- ・ 内 容 『みんなで暖まろう！』応援キャンペーン」のキャンペーンロゴを活用し、消費活動をしながら節電にも結びつく取組を呼びかけ
- ・ 配布先 『みんなで暖まろう！』応援キャンペーン」賛同企業・団体、市町村、振興局等

○ PRイベント

- ・ 省エネルギー・新エネルギー普及啓発パネル展(道庁1階ロビー)

○ ホームページ等による節電の取組等の周知

- ・ 道庁ホームページや、道庁公式ブログ・ツイッター等を活用した情報発信

○ メディア等を活用したPR

- ・ 北海道ビジネスページへの掲載(日本経済新聞)
- ・ 札幌市内の大型ビジョンでの放映(札幌駅前、地下歩行空間、4丁目プラザ等)

○ 民間企業との協働(包括連携協定等)による節電PR

- ・ ポスター掲示、チラシ配架(セイコーマート、セブン-イレブン、ファミリーマート、北洋銀行、北海道銀行)
- ・ 自動販売機電光掲示板の活用(コカ・コーラ)
- ・ コンビニエンスストアでの店内放送(セイコーマート)
- ・ レシートの余白を活用した広報(セブン-イレブン)

○ ほっかいどう・省エネ3S（スリーエス）キャンペーン冬の陣

- ・啓発イベントの実施
 - ◇ 地球温暖化防止フォーラム、パネル展(道庁1階ロビー)
 - ◇ 環境フェスタ in チカホ
- ・ウォームビズの実施(11月～4月)
 - ◇ 北海道あったまろうキャンペーンの実施(参加数約3,700事業所)
- ・広報活動
 - ◇ 道のホームページ、メールマガジンによる広報

道が自ら行った節電の主な取組

- ・執務室や廊下の照明の間引き、不必要な照明の消灯徹底
- ・室内温度を考慮した空調機器の運転
- ・パソコン等のOA機器の省電力機能の活用、待機電力の削減
- ・電気ポット、冷蔵庫等の電気製品の使用抑制
- ・エレベーターの一部停止
- ・退庁時のブラインドによる室内保温