

太陽光発電の歴史は意外と古く、1954年のアメリカまでさかのぼることができません。しかし、一般家庭に急速に普及したのは、ここ十数年です。急速な普及

の要因は、技術革新もあつたと思いますが、やはり京都議定書などに代表されるような世界的な環境問題への取り組みが与えた意識の変化があるように思います。

京都議定書に批准しなかったアメリカでさえ、グリーン・ニューデール政策を推し進めています。もともと環境意識の強かったヨーロッパ各



津嘉山 貞雄

論壇

国は言うに及ばず、環境問題への取り組みが世界的に急務の課題となつていきます。それが意識の変化を促したので

ではないでしょうか。日本も例外ではなく、消費電は、昨年から再開された1kw当たり7万円の大型補助と今月1日より始まった新しい余剰電力買い取り制度も相まって、急速に普及して

太陽光発電システムの普及

消費者は十分な知識を

者はエコ商品を選んで買うようになり、エコバッグを利用するなど意識の変化が見られます。また、政府の環境への取り組みも、太陽光発電・低燃費自動車・風力発電等への公共事業や補助金政策などを行つていきます。特に太陽光

しかし、ここに来て急速に普及していることによるひずみでしょうか、昨今のニュームの中で、太陽光発電システムの販売をめぐるトラブルの話が増えています。例えば「売電により光熱費がゼロになり、さらに購入ローンもま

かなえる」と言われたが、そこまで発電しなかった。「補助金対象です」と言われたが、実際には補助金対象外で補助金がもらえなかった。というように営業マンの営業文句をうのみにして購入し、トラブルに発展する事例が増えているようです。

消費者庁もこれらの問題に対して、警告を発するなど対策を講じていますが、被害はまだまだ増える傾向にあります。これらの被害に遭わない

ようにするには、政府の業界への指導力も必要だと思えますが、一番大事なのは消費者自身が製品に対する知識を付けることだと考えます。

太陽光発電は、本当に良いものです。しかし、一部の業者のせいで消費者の不信を買、それが連鎖的に業界全体に波及してしまつては、せっかくの良い商品も台無しです。その負の連鎖を断ち切るためにも、消費者には製品の特徴や、施工・販売業者の善しあしの知識を付けてもらいたいのです。

それが結果的には「太陽光発電システムを付けて良かった」と、消費者自身のためになり、さらには太陽光発電の普及につながっていく正の連鎖を生み、環境問題解決の一助になるのではないのでしょうか。