

民間企業等による試行と制度検討に係る 分科会(第二分科会)からの中間報告

-
1. 第二分科会において議論された内容
 2. 民間企業等による試行及び効果検証について
(5事業者を採択し、施行実施中)
 3. 環境コンシェルジュ制度化に向けたリスク等の整理(個人情報保護管理について)

1. 第二分科会において議論された内容

1. 第二分科会において議論された内容

- ① 環境コンシェルジュ制度の理念やコンセプトを明確にする必要がある。また、自治体を絡めた事業スキームも検討すべき。
⇒制度スキームとして地域コミュニティと民間企業等によるコミュニティベースでの検討及び整理を行った。→検討会において最終的な議論をお願いしたい(資料3)
- ② 排出量と受診世帯属性によるクラスタ分析などで、うちエコ診断のターゲットを設定する必要がある。
⇒マーケティング勉強会を開催し、ターゲットを具体的に取りまとめた。(資料2-3 2.4及び資料3)
- ③ 診断時に、受診者に信頼感を与えるようなフレームを検討すべき。
⇒診断時に提供するサービスごとのリスクの整理を行う。また、民間等試行実施においても、自社サービスと合わせて実施した場合の課題の整理を実施中。(資料2-3 3.)
- ④ 他省庁における類似の取組との違い、本事業の優位性について整理し、他事業との協力なども検討すべき。
⇒他省庁の事例については、事務局にて整理を行い、協力方法などを検討中。(資料3)
- ⑤ 民間団体で自立的な診断が普及するためには、費用対効果のバランスが鍵と考えられるため(メリットがないと継続できない)、実証のアウトプットとして分析が必要である。
- ⑥ 押売リスク等につながる利益相反の問題は、企業間連携が一般的となっている現代ではどの企業にも該当することであり、業種・業態で線引きするよりは、ルールや制度を設計すべきである。

2. 民間企業等による試行及び効果検証 について

2-1. 民間企業等による試行のスケジュール

作業項目		平成23年度						
		10月	11月	12月	1月	2月	3月	
検討会		第1回 8/1		第2回 12/5		第3回		
第二分科会		第1回 9/20		第2回		第3回 最終報告		
マーケティング勉強会		第1回		第2回		第3回		
民間企業等による試行	公募	① 公募	◆					
		② 募集締め切り、採択・契約	◆ 締め切り	◆ 採択	◆ 契約			
	診断実施の結果の分析 (タイプA)	① 診断員養成			◆			
		② 診断募集体制の整備・募集			◆			
		③ 診断			◆			
		④ 満足度調査、課題抽出、分析、取りまとめ			◆			
	フィージビリティスタディ (タイプB)	① 診断可能性の推定			◆			
		② 診断サービスの課題整理			◆			
		③ フィージビリティスタディの実施			◆			
		④ フィージビリティスタディの結果、分析結果の取りまとめ			◆			
	5	取りまとめ	民間企業等試行実施事業 実施結果取りまとめ					◆

2-2. 採択事業者一覧

タイプA:民間企業等がうちエコ診断の試行実施を行い、その実施に係る効果等を検証・評価する事業

タイプB:うちエコ診断を自社のサービスとして展開すると想定した場合のフィージビリティスタディを実施する事業

(※それぞれの事業内容については、2-6で詳述)

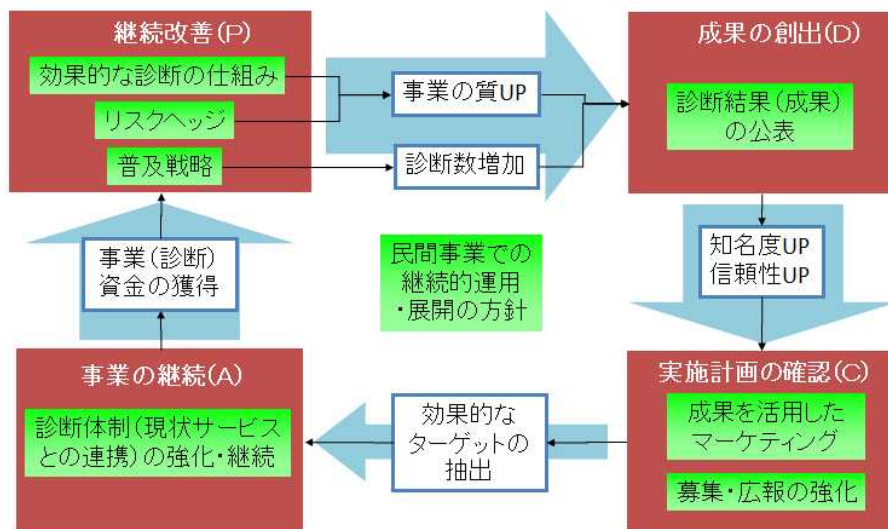
	事業者名	業種	事業実施地域
タイプA	エコワークス株式会社	建築工事等	熊本県、福岡県
	セコム株式会社	警備業 (特にホームセキュリティ業)	東京都
タイプB	生活協同組合連合会 ユーコープ事業連合	生活協同組合	神奈川県、静岡県、山梨県
	パルシステム 生活協同組合連合会	生活協同組合	東京都
	株式会社LIXIL	建築工事等	東京都、埼玉県、千葉県、 神奈川県

2-3. 民間企業等による試行の実施方針

現状のうちエコ診断
からの展開

地域別のコミュニティを中心とした
うちエコ診断の実施方針

民間によるサービス提供分野別の
コミュニティを中心とした
うちエコ診断の実施方針



実施方針を運用戦略に展開

民間によるサービス提供分野別のコミュニティ
を中心としたうちエコ診断の運用戦略

① うちエコ診断と民間サービスとの連携効果の把握

・連携する民間サービスの顧客層が、うちエコ診断の「打てば響く層/タイミング」にあるか 等

② 特定の顧客層におけるうちエコ診断のニーズの把握(満足度調査等)

・顧客のうちエコ診断受診の満足度
・顧客の診断に対する関心 等

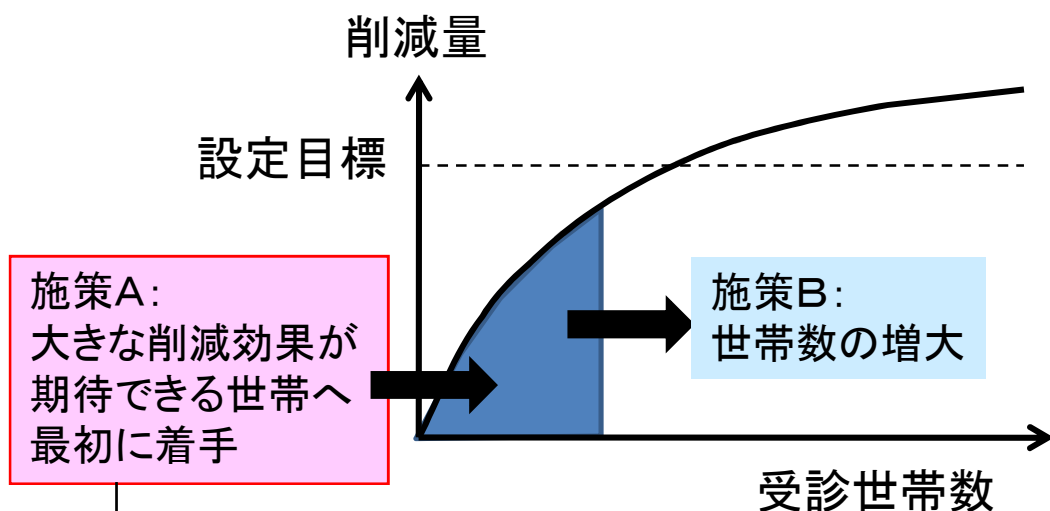
③ 企業等が持っている特定の顧客層における診断効果の検証(顧客の満足度、実施率の検証)

※次年度以降に実施

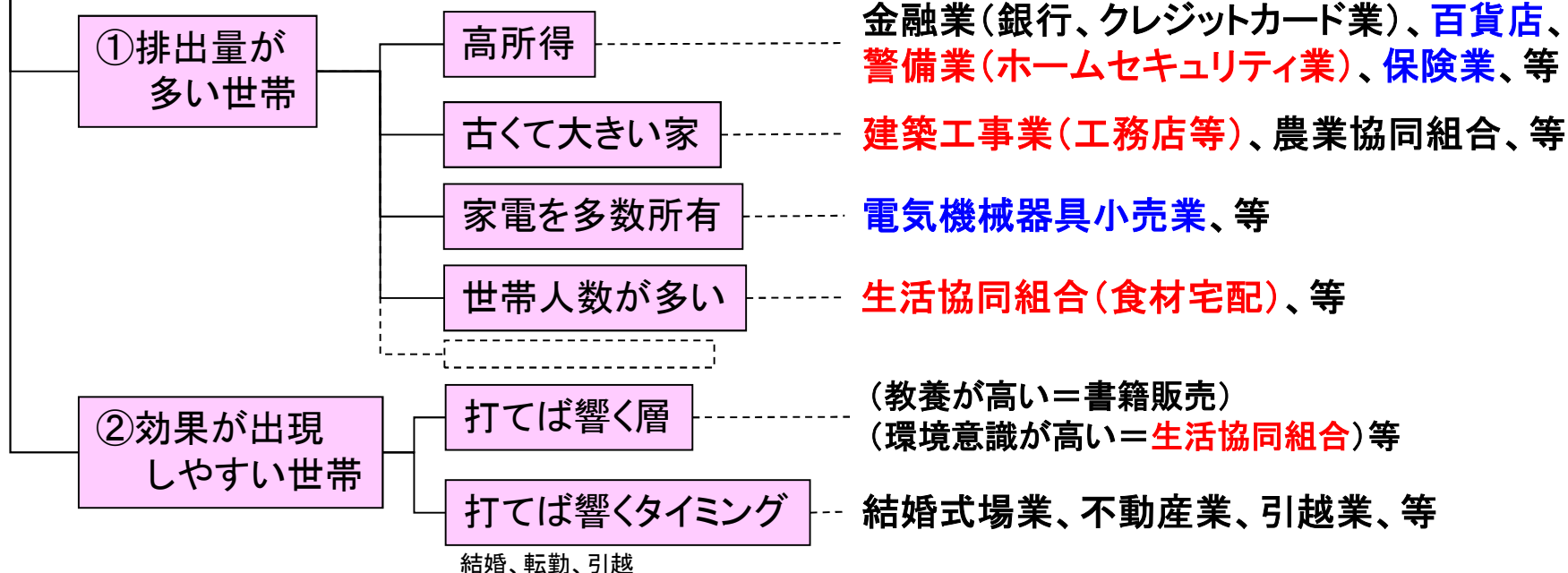
④ 事業を継続させる上での課題抽出

・連携する民間サービスへの付加価値、費用対効果 等

2-4. うちエコ診断のターゲット層について(仮説)



- うちエコ診断で目指す削減目標を達成するためには、左図の2つの施策の方向性が考えられる。
- 『民間企業等の診断』では、早期に実績を示すためにも施策Aを中心に行い、施策Aに合致するターゲット層と、その層との接点に強みがある企業を選定する。
- 一方、受診の裾野を広げる施策Bについては、『地域別のコミュニティ』も活用する、社会的影響力のあるキーパーソンを狙うSNSを活用する、等が考えられる。



2-5. 民間企業等の選考に向けての考え方

うちエコ診断の効果的な実施拡大に向けた一つの方針

① 民間企業のノウハウ・サービスの活用

② 民間企業のもつ顧客への展開

第1段階: 押売りのリスク低減の為、継続的な接点のある顧客へ募集(本年度)

第2段階: 不特定多数の顧客への展開(次年度以降に実施)

<本年度>

① うちエコ診断をサービスの追加するメリットのある民間企業の選定

② 多くの顧客を抱える業種、または、多くのお客と接する業種

ただし、これらの民間企業ないしは業種の顧客が、CO₂を大量に排出しているかどうかは不明確である。

→したがって、診断効果のある顧客層(受診世帯)を、**本年度の成果から検証できるよう、民間企業等による試行を設計・実施する。**

2-6. 本年度の実施フレーム

民間企業等による試行実施では、以下のタイプA又はタイプBのいずれかを選択して行うものとする。

民間企業試行実施

タイプA 診断実施と結果の分析

- 診断員の養成
- 受診家庭の募集
- 診断の実施
- 民間実施における結果の分析と取りまとめ など

タイプB フィージビリティスタディ

- 以下の事項について、社内検討及び調査を実施。
 - ターゲット顧客の把握、診断の受容可能性の検証
 - うちエコ診断の受診の可能性確認【クライアントアンケート】
 - 業界における市場の確認【市場調査】、等
 - 自社としてのメリット評価軸と評価結果
 - サービスの実施体制等（業務プロセス、規模、対象地域、採算性、法制等）

3. 環境コンシェルジュ制度化に向けたリスク等の整理(個人情報保護管理について)

3-1. うちエコ診断において想定されるリスクの概要

想定される事業実施リスク	事例	うちエコ診断における現時点の措置	制度化に向けた課題
① 個人情報の漏えい等によるリスク	<ul style="list-style-type: none"> ・事務局からの個人情報の流出 ・診断員による個人情報入りUSBの紛失 ・記入済みの事前アンケートの誤送信 	<ul style="list-style-type: none"> ・個人情報の特定、同意の取得 ・ワークフローの作成及びリスク管理表の作成 ・データ送受信手順の作成(パスワード付ZIPファイル) ・PC上のデータ管理(アクセス権の設定) 	<ul style="list-style-type: none"> ・データ管理期間の限定 ・個人情報保護管理体制の明確化および文章化 ・診断員・事務局職員へのうちエコ診断事業に係る継続的な教育
② 消費者トラブル	<ul style="list-style-type: none"> ・必要のない環境機器を強く提案された ・訪問診断の際に、家庭内の物を破損した 	<ul style="list-style-type: none"> ・個別の商品を提案しない ・訪問先での物品等の破損の対策 ・訪問先に応じた診断員の選定(女性宅へは女性診断員で対応等) 	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者保護関連法への対応 ・押し売り等との線引きの仕方(診断員、事務局) ・診断員・事務局の保護(賠償問題への対応)
③ 中立性を損ねる等の診断結果に係るリスク	<ul style="list-style-type: none"> ・必要のない環境機器を強く提案された ・無理な削減方法を強く提案された 	<ul style="list-style-type: none"> ・診断ソフトによる評価手法・評価結果の内部検証 ・診断ロジックの整理 	<ul style="list-style-type: none"> ・診断ソフトの検証体制の確立 ・診断ロジックの公開
④ データ管理の不備によるデータ等毀損のリスク	<ul style="list-style-type: none"> ・操作ミスによる診断結果のデータ等の毀損・紛失 ・不正アクセス 	<ul style="list-style-type: none"> ・使用するPCの限定、利用者の限定 ・ファイル共有ソフトの削除 	<ul style="list-style-type: none"> ・複数年間保持のデータ管理体制の確立
⑤ 模倣等の成り済ましによるリスク	<ul style="list-style-type: none"> ・にせの診断による詐欺 ・うちエコ診断の信用の失墜 	<ul style="list-style-type: none"> ・診断ソフト・手法・名称の権利の明確化 	<ul style="list-style-type: none"> ・積極的な広報により、正統な診断の姿・制度を広く認知させる。 ・法的な手続きによる保護の検討

3-2. 消費者トラブル(リスク)の制度化に向けた課題

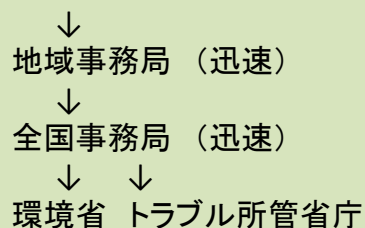
現時点での措置

1. 診断員養成研修にて、倫理規程として研修

- ① 営業活動の禁止
 - ・ 特定商品への誘導
 - ・ 販売行為
- ② マナー問題
 - ・ 家庭訪問のマナー
 - ・ 法への抵触
- ③ 診断員資格の濫用
 - ・ 勧誘、無断で診断
 - ・ 診断目的以外の事柄を発言

2. 苦情・トラブルの処理フロー

トラブル(受診者⇄診断員)



3. 訪問先での物品毀損

診断員全員にボランティア保険を適用

制度化に向けた課題

1. 消費者保護関連法への対応

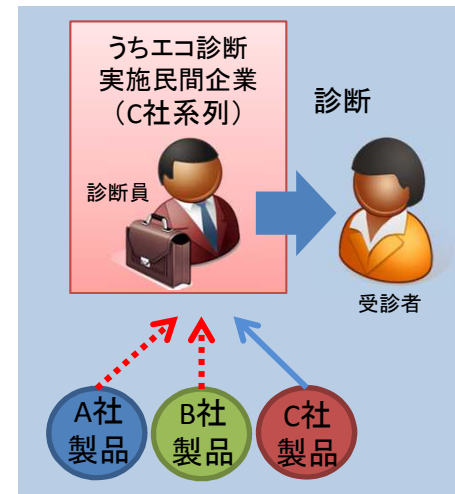
特定商取引に関する法律等について、民間試行実施も含めて、改め確認した上で、**ガイドライン等の整備を検討・養成研修会での教育へ反映**
 (直接、訪問販売する訳ではないものの)
 → 特定商取引に関する法律
 → 消費者基本法 等の確認
 ⇒ 消費者庁(ヒアリング先)

2. 診断と営業との線引き

(押売等のリスク対応)
 ・ 地域別コミュニティにおける展開
 当該事項に詳しい専門家、団体の紹介に留めるなどの枠組み・診断手順を明確にする
 → **診断マニュアルの整備**
 ・ 分野別(民間)における展開
 すでに各社のサービスは法に基づき実施されていることから、うちエコ診断の部分が及ぼす影響を試行実施の中で検証

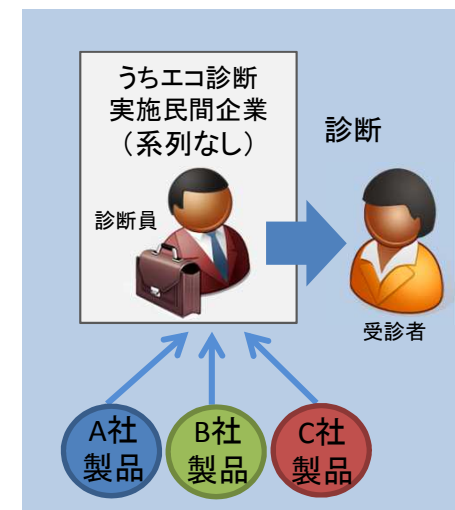
3. 診断員・事務局の保護

・ **診断・運用マニュアルの整備と履行**
 ・ ボランティア保険等への継続的な加入



例: 特定の機器を勧める可能性

例: 特定の機器を勧める可能性は低い
が、診断と営業との線引きは必要



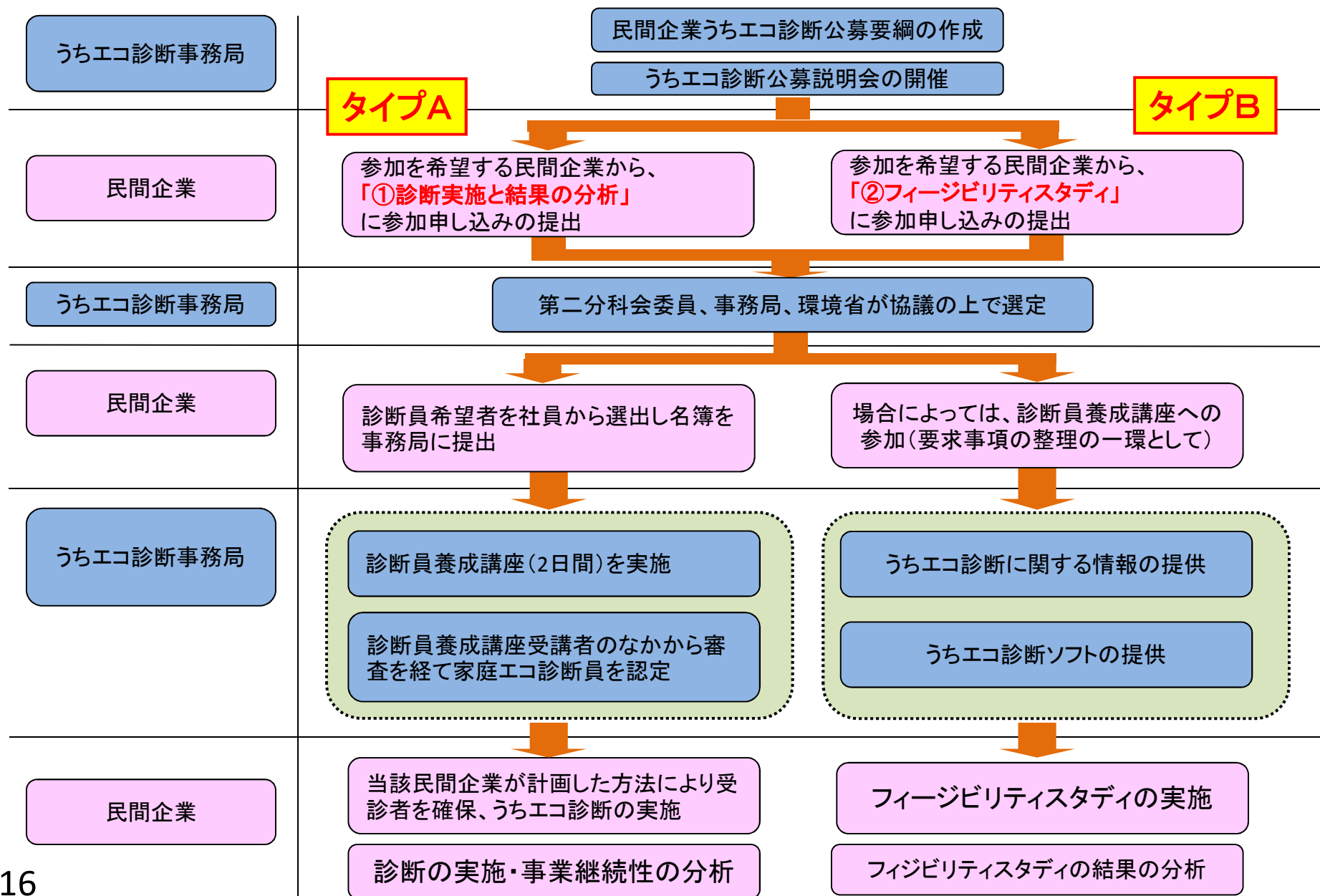
3-3. 今後必要と思われる個人情報管理の主な管理事項

・現時点の運用体制に加えて、今後必要と思われる管理事項を抽出し、これらの課題に対する方針案を想定した。今後、具体的な検討を行い、次年度に向けた方針を検討する。

今後必要と思われる個人情報の管理事項	事例	課題の概要	課題に対する方針案	
1. 個人情報管理体制の明確化	・申込みをしたが都合で受診をキャンセルしたい場合、申込書の個人情報を削除してほしいが、窓口が明確でない	・苦情の受付窓口は、地域事務局→全国事務局として現行運用しているが、個人情報の取り扱い(開示、訂正、利用停止)に関する窓口についても設置し、公表する必要がある	・個人情報保護法に準じる体制の明確化(個人情報管理責任者他の管理体制一覧の作成・公表)	・うちエコ診断個人情報保護規程の整備・履行(左の2項目に限らず、全体の規程を整備)
2. データ管理(保管)期間の特定(安全間措置)	・受診をしたが、その結果がいつまで保存されているのか明確に示されていない。	・データの保管期間が明確にされていないことから、これを明確にし、事務局関係者に徹底する。 ・複数年のフォローを想定し、事後アンケート等の発送・回収が容易に行えるような管理を行う	・データ保管期間の決定(受診者フォローアップ方針の決定後に規定)	
3. 事務局に対する個人情報保護に関する教育の強化	・診断員や事務局職員の個人情報管理に関する知識が不安である。	・診断員に関わらず、事務局職員の継続的な個人情報に関する教育も必須である	・診断員→フォローアップ研修の中で実施(毎年1回)(Web研修等の検討) ・全国の事務局職員に対する研修(上記と同様)	

參考資料

参考1. 試行実施の進め方



参考2. 民間実証における業種別応募状況

公募に際して想定した業種		タイプA	タイプB
①	警備業(特にホームセキュリティ業)	1	0
②	生命保険業又は損害保険業	2	0
③	建築工事等	1	4
④	生活協同組合	1	2
⑤	百貨店	0	0
⑥	電気機械器具小売業	0	1
⑦	その他 (住宅コンサルティング業、施設総合管理業)	0	2
合計(社)		5	9