

環境コンシェルジュ制度検討分科会 (第一分科会)からの報告

1. 地域に根ざした診断試行
2. 民間企業等による診断試行
3. 環境コンシェルジュ制度についての検討

1. 地域に根ざした診断試行

1-1. 本年度事業の目的と実施スキームについて【資料1より】

○本年度事業の最終的な目的は、**家庭部門からのCO₂排出量の削減を進めるために、うちエコ診断に対する実施対策数(受診者数)と対策効果(実施率)の最大化を図ること。**

本年度事業の目的

家庭部門におけるCO₂排出量の削減の推進

= 受診者数の拡大 × 対策効果最大化(実施率の最大化)

第一分科会で主に検討

○受診者拡大のための方法の検討

・スキーム別の受診者拡大のための手法検討

○環境コンシェルジュ制度構築に向けた検討

・自立的運用に向けた要件整理

・事業リスク低減に向けたガイドラインの検討

・うちエコ診断と独自診断を対象とした環境コンシェルジュの範囲の検討

第二分科会で主に検討

○うちエコ診断効果検証・評価
手法の検討

○資格試験制度に向けた検討

本年度事業の実施スキーム

<地域に根ざした診断試行の実施スキーム>

①効果検証のための診断

②地域連携(協議会等)による診断

③自治体主導による診断

<民間企業等による診断試行の実施スキーム>

タイプ1:うちエコ診断を活用した自社サービス組込型の診断

タイプ2:うちエコ診断を活用した事業化検証を目的とした診断

タイプ3:企業独自診断を活用した連携検証を目的とした診断

1-2. 本年度事業における実施概要と中間取りまとめ

地域に根ざした診断施行において、本年度は以下の3つのスキームで実施している。

① 効果検証のための診断

うちエコ診断において提案された対策の実施率を検証し、効果的な対策を抽出する(第二分科会)とともに、受診者拡大のための手法を試行し、検討する。

② 地域連携(協議会等)による診断

地域におけるうちエコ診断事業の拡大と、実施を支援する専門家、企業との連携する手法および実現性を検討する。

③ 自治体主導による診断

自治体主導によるうちエコ診断事業の展開および受診者拡大のための手法を検討する。

11月末までの診断の実施状況

実施スキーム	実施実施局数	実施予定件数(件)	実施件数						実施件数合計(件)	進捗率
			6月	7月	8月	9月	10月	11月		
①効果検証のための診断	39	4,970	155	247	380	469	797	867	2,958	59.5%
②地域連携(協議会等)による診断	8	1,290	32	137	104	49	164	92	578	44.8%
③自治体主導による診断	9	1,220	131	150	155	122	96	166	820	67.2%
合計	42	7,480	318	534	639	640	1,057	1,125	4,356	58.2%

1-3. 「効果検証のための診断」における受診者拡大の手法

効果検証のための診断において、今年度に試行した受診者募集方法の中で、受診者募集が順調に進んでいる地域事務局における募集方法を以下に整理した。

＜典型的な受診者拡大手法＞（昨年度に実施した中心的な手法）

- ① チラシの配布 ② 新聞、ホームページ等への掲載 ③ イベントでの呼びかけ



＜その他の受診者拡大手法＞（本年度に実施している特徴的な手法）

（1）他事業との連携

- ・太陽光発電補助金等受付事業などのうちエコ診断以外の事業との連携を図り、申請受理等の条件として、うちエコ診断の受診を位置づけた。

（2）紹介方法の工夫

- ・講座や講演などの場面で、うちエコ診断の紹介を行い、概要の説明および受診者の募集を行った。
- ・日頃から強い協力関係にある自治体に対して、広報やイベント時における診断ブース出展などの協力を得て、診断の様子や受診者のコメントなどの具体的な事例を出して、一般市民への受診者募集の推進を図った。

（3）既存ネットワークの活用

- ・日頃から関係がある環境に関心を持つ企業や自治体に対して営業を行い、従業員や職員の受診の促進を行った。また、一回企業診断を受けて頂いた企業等に対して、未受診の従業員への展開を行った。



チラシの配布や周知のみでは、受診者募集の効果は低く、他の制度との連携や既存ネットワークを活用するなど、他の制度や団体等との連携が効果的だと考えられる。

→今回の結果を成功事例として全国の地域事務局で共有しさらなる受診者の拡大を図る

1-4 ①. 「地域連携による診断」における連携手法

- ・本年度地域連携による診断を実施しているのは8つの地域協議会である。
- ・協議会の構成はほとんどが自治体をメンバーとして含めている一方、民間企業については家電・小売・住宅メーカーが顕著である。

地域事務局	協議会名	協議会メンバー			連携において工夫した点
		自治体	民間企業・団体	NGO、大学、その他	
北海道	北海道 うちエコ診断 地域推進協議会	江別市、旭川市、 帯広市、富良野市、 下川町	-	地球温暖化防止地域協 議会、地球温暖化防止 推進員、市民団体	-
埼玉県	未定	-	生協、住宅関連業	-	-
福井県	福井県 うちエコ診断 地域協議会	福井県	家電量販店、リフォー ム関連業	-	-
静岡県	静岡県うちエコ診断 事業化研究会	-	ガス会社、エネルギー 関連業、住宅業	-	-
兵庫県	兵庫県 環境コンシェルジュ 分科会	兵庫県、宝塚市、 高砂市、篠山市、 淡路市	エネルギー関連業、 住宅設備関連業、家 電量販店	研究機関、大学	家電量販店との連携は、直 接本社と連携を行っている →全国への展開も検討
徳島県	徳島県 環境コンシェルジュ 協議会	徳島県	ペアガラス施工、照 明・空調、ソーラーパ ネル設置、工務店、	NPO法人(会議運営の み)	民間へのつなぎ役として、事 務局内に民間出身のコー ディネーターと連携
佐賀県	(仮称)佐賀県うちエコ診断 推進コンソーシアム (仮愛称)SUD-League	-	-	市民団体	-
川崎市	かわさき うちエコ協議会(仮)	川崎市	家電量販店、小売業	エネルギー協会	-

1-4 ② . 地域連携(協議会等)による診断

8つの地域協議会における実施概要を以下にまとめた。

受診者拡大の手法として特徴的な点は次の通り

- ・受診者対象に、連携企業の従業員顧客、町内会、生協を含められる。
- ・募集用の媒体が拡大(各広報誌やメールマガジン)。
- ・拡張サービスとして、商品紹介、見積依頼、太陽光設置等が含まれる。

地域	実施概要		
	想定する受診者	募集方法	拡張サービスの内容
北海道	一般家庭、特定町内会住民	自治体広報紙、チラシ配布、メディアへの取材・記事掲載依頼等	本年度は実施予定なし
埼玉県	生協の組合員	チラシ、生協の広報誌、DM、イベント等での呼びかけなど	実施も含めて未定
福井県	一般家庭、企業の従業員、業者の顧客対象、自治体職員	自治体広報紙による広報、店舗でのチラシ配布	・パンフレットによる具体的商品の紹介 ・見積りを依頼できる業者の紹介
静岡県	連携企業の従業員、顧客等	連携企業による募集	本年度は実施予定なし
兵庫県	未定	未定	未定
徳島県	一般家庭、事業者の従業員	電話による直接案内、DM	実施も含めて未定
佐賀県	一般家庭、企業の従業員	協議会構成団体のネットワークを介した広報活動と募集、協議会構成団体と関係のある企業への広報、自治体による広報	実施も含めて未定
川崎市	一般家庭、企業の従業員、モデル地区町内会	メールマガジンによる広報、自治会・町内会へのご案内(郵送)	・協議会名簿リストの提供 ・協議会メンバーによる太陽光パネル設置等についての見積り

1-4 ③ . 地域連携(協議会等)による診断における課題について

8つの地域協議会における現状および将来の自立化に向けたリスク及び課題を以下にまとめた。

<本年度協議会立ち上げにおける課題>

- ① 連携先の民間事業者が見つからない
- ② 連携を予定している民間事業者に事業主旨が理解されづらい
- ③ 実施地域における受診者の確保が困難

<将来の自立化運営に向けた課題>

- ① 事業運営上に必要な経費の確保
- ② より幅広い民間事業者や自治体の参画が必要



今後、この課題の克服に対して2つの可能性を検討する。

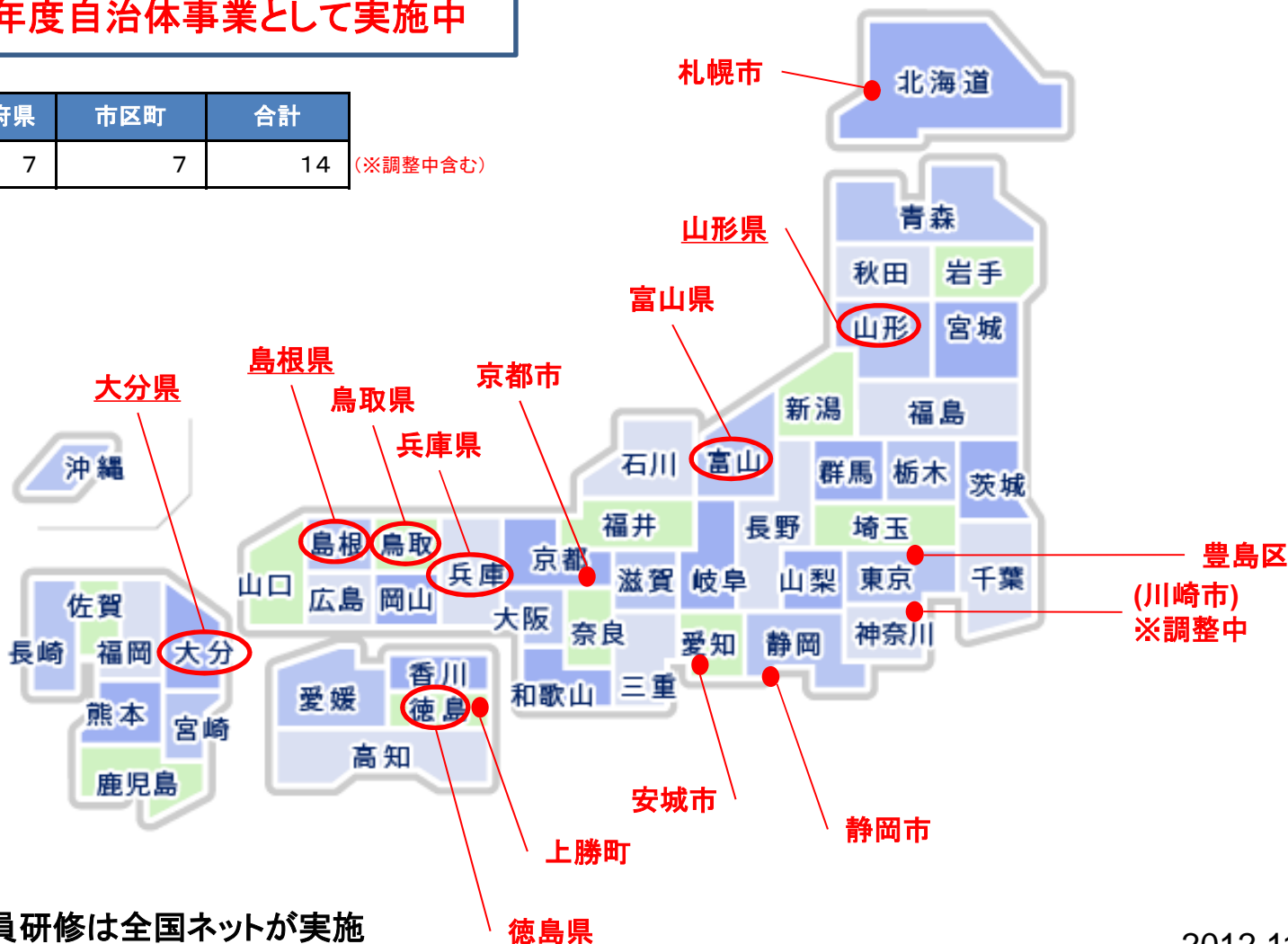
- ① 民間試行実施に参加している民間企業のうち、全国展開している民間企業の支店やグループ会社との連携を模索する。
(例えば、民間試行実施を行っているタイプ1の企業等)
- ② また、民間企業等において独自に診断員を養成することが難しい場合、地域事務局に委託する形式が考えられる。該当する民間企業・団体等に関して、連携(診断委託の形式)の可能性に関する聞き取りや検討を行う。

1-5 ① . 「自治体主導による診断」の概要

自治体主導で診断を実施している自治体を以下に整理した。

赤字:平成24年度自治体事業として実施中

	都道府県	市区町	合計
H24実施中	7	7	14 <small>(※調整中含む)</small>



1-5 ②. 「自治体主導による診断」における実施の取り組み状況

○平成24年度事業で実施している13自治体における以下の項目について状況を以下に取りまとめた。

<事業実施の目的について>

- ① 家庭部門における二酸化炭素排出量削減および地域における地球温暖化対策の推進のため
- ② 家庭部門からの二酸化炭素排出量削減の対策として、既存の普及啓発では限界を感じたため
- ③ 市民力、コミュニティ力の向上のため

<予算の項目>

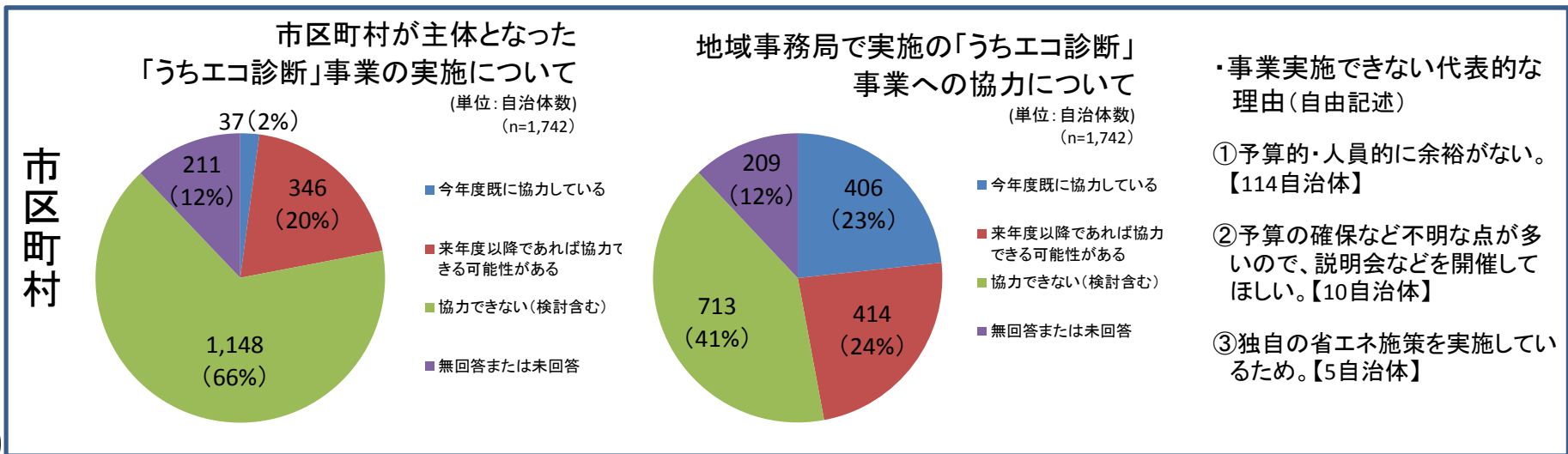
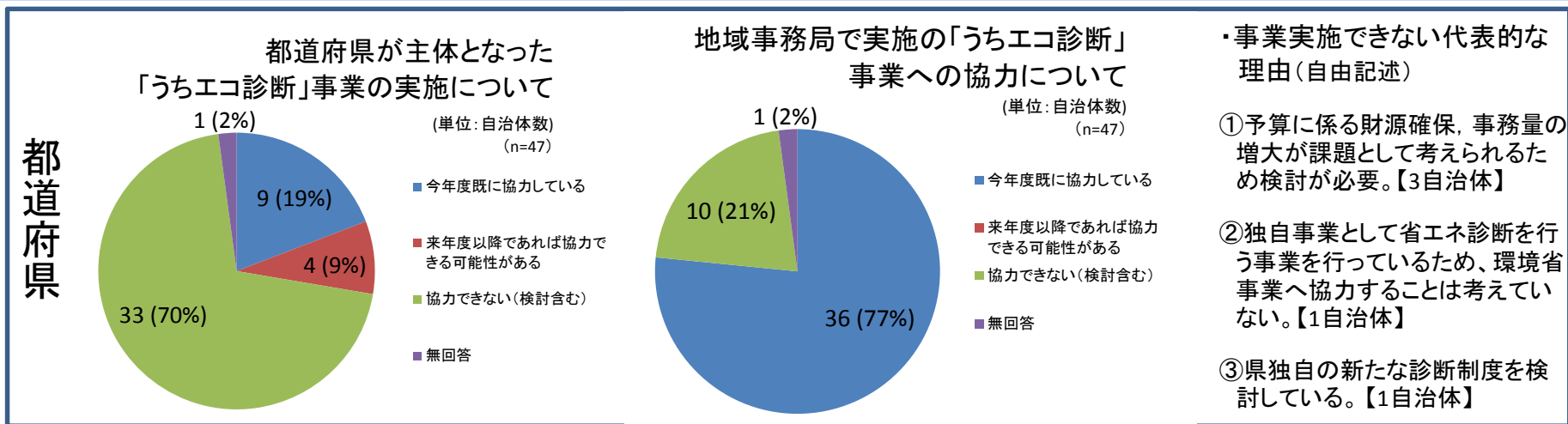
- ① 自治体における地球温暖化対策実行計画等にもとづく一般財源
- ② 他の事業(まちづくり等)との連携
- ③ 緊急雇用対策事業
- ④ 予算化はしていない(職員の努力)

<自治体の地球温暖化対策実行計画等との関連について>

- ① 実行計画等にうちエコ診断や自治体独自の診断制度の推進等が明記されている
→ (札幌市、静岡市、徳島県)
- ② 家庭の省エネ等の事業の推進等が明記されている → (山形県、京都市、鳥取県)
- ③ 民生部門のCO2削減等の方針のみが明記されている → (豊島区)
- ④ 特に明記はされていない

1-5 ③. 自治体における診断事業への意識

○平成24年6月に環境省より、全国の自治体に向けて、下記のアンケートを実施した。
 ○都道府県では、すでに地域事務局への協力がなされているが、次年度以降自治体が主体となった事業の実施は難しい。
 ○市区町村では、次年度以降の事業化および協力がある程度期待できると思われる。



2. 民間企業等による診断試行

2-1. 民間企業等による診断試行

- 今年度は民間企業等10社を採択し、診断を実施。
- 7月から11月までの診断実施数の合計は1,634件。
- タイプ1～2の診断予定数達成率は平均42%、最高値71%、最低値12%で対応に幅。

type 1 「うちエコ診断」と自社業務との関連が高く
自社サービスの一環として「うちエコ診断」を実施できる企業等

JBN 【全国工務店ネットワーク】
Japan Builders Network

- 住宅を建築した既存顧客への診断とエコリフォーム実施による事業モデル確立で家庭のCO2削減をめざす。
- 全国2,000社の工務店が参加するネットワークから昨年度も事業実施した1社含む30社が参加診断件数はタイプ1最大の500件を予定。

TOTO 【住宅設備機器の製造販売】

- 診断と自社商材を活かしたエコリフォーム実施による事業モデル確立で家庭のCO2削減をめざす。
- 独自の「グリーンリモデル診断」も組み合わせ、より詳しい診断を実施。販売店での展開も視野。

LIXIL 【住宅設備機器の製造販売】
Link to Good Living

- 診断と自社商材を活かしたエコリフォーム実施による事業モデル確立で家庭のCO2削減をめざす。
- 昨年度に続き実施2年目で、更に一歩踏み込んだ自社サービス可能性を検討。自社のリフォームFC・VC加盟店1万件での展開も視野。

東彩ガス 【ガス供給業】

- 既存のガス利用顧客への診断と創エネ設備等の設置による事業モデル確立で家庭のCO2削減をめざす。
- 埼玉県域20万の契約者を有し、ガス事業者ならではの公共性と地域密着の業務形態で、高い信頼を活かした診断を展開。

おひさま 【エネルギーサービス業】

- 市民出資等を活用して家庭に初期費0円で太陽光パネルを設置する「おひさま0円システム」設置家庭等への診断で家庭のCO2削減をめざす。
- 長野県飯田市等の自治体と組み、民間企業の立場で温暖化対策を推進しており、新しく家庭診断サービスを組み込むべく取組。

type 2 CO2削減可能性が高いと想定される顧客に対し「うちエコ診断」が実施できる企業等

日本興亜損保 【損害保険業】

- 既存の保険契約者への診断により、自社の信頼性向上と家庭のCO2削減をめざす。
- 診断による保険営業のきっかけづくり、お客さまに対する新しいサービスの提供について検討。また代理店2,7万店と波及の可能性も大きい。診断件数はタイプ2最大の300件を見込む。

SECOM 【警備業】

- 既存のホームセキュリティユーザーへの診断により、顧客の満足度向上と家庭のCO2削減をめざす。
- 昨年度に続き実施2年目で更に一歩踏み込んだサービス拡充可能性を検討。CO2削減可能性の高い層への接点が高く、高いCO2削減効果が見込まれる。

pal*system 【生活協同組合】
生活/リノシステム

- 組合員への診断や情報提供を通じて、組合員の省エネ行動支援の仕組みづくりにつなげ、家庭のCO2削減をめざす。
- 昨年度に続き実施2年目で更に一歩踏み込んだサービス拡充可能性を検討。環境意識の高い組合員130万人への展開も視野。

type 3 独自の家庭向けのエコ診断を実施できる企業等

ENEOS エネルギー診断サービス
Dr. おうちのエネルギー 【石油精製販売事業】

- JX日鉱日石エネルギー、ENEOSグループ、ジャパンガスエナジーによる家庭向け診断サービス「Dr. おうちのエネルギー」を今年6月から展開。
- 独自診断ソフト開発、1,000人のエネルギー診断士養成により、全国の顧客に対して大規模にサービスを提供予定。

MISAWA ミサワホーム 【建設業】

- 独自の診断ソフト「ECOエネシミュレーションリフォーム版」を用いて平成20年から診断を実施しており、年間約5千件の診断実績を有する。
- 全国約150拠点のネットワークを活かし、既存・新規顧客への診断を実施。

【診断実施状況】

タイプ	7月	8月	9月	10月	11月	合計
タイプ1(5社)	15	90	163	83	87	438
タイプ2(3社)	12	33	29	51	72	197
タイプ3(2社)	139	113	223	245	279	999
タイプ1,2計	27	123	192	134	159	635
タイプ1～3計	166	236	415	379	438	1,634

2-2. 検証内容のチェック(中間段階)

- 中間報告段階における検証項目①～⑥のチェックを実施。課題解決に向けた取組を実施中。

検証内容		タイプ			課題	課題解決の方向性		
		1	2	3				
環境 コンサル 制度 構築 向け 検討	受診者拡大のための手法検討	①一体的な推進による家庭向けエコ診断の認知度及び受診数の向上	○	○	○	<ul style="list-style-type: none"> ● 受診者募集が計画通り進んでいない ● 単純なチラシ・DMの発送によるヒット率が低い ● 募集時に診断のメリットを伝えるのが難しい ● 受診者にとって診断に係る負担が大きい(と感じられる) ● 診断員や営業マンのモチベーション、リテラシーが高まらない 	<ul style="list-style-type: none"> ● 受診者確保に向けた、各社の募集方法の軌道修正、実施強化とその支援を進める 	
		②CO2削減可能性の高い顧客とのコンタクト容易性の検証		○		<ul style="list-style-type: none"> ● 事後調査結果を踏まえ検証予定 ● CO2削減可能性の高い受診者の属性を把握できていない 	<ul style="list-style-type: none"> ● 受診者属性とCO2削減量の相関分析を行う 	
	自立的運用	③診断による受診者リット創出の検証(満足度、CO2削減効果等)	○	○	○	<ul style="list-style-type: none"> ● 事後調査結果を踏まえCO2削減効果を含めて検証予定 ● 診断員の質の問題 ● より詳細な情報提供ニーズ ● 受診者へのノベルティの付与タイミング 	<ul style="list-style-type: none"> ● 実施主体、診断員とCO2削減量の相関分析を行う ● うちエコ診断ソフトの改良可能性等を検討する 	
		④自社商品・サービスとの連携による「拡張サービス」実施効果の検証	○			<ul style="list-style-type: none"> ● 効果面では、企業が満足する成約には至っていない。費用面では、受診者確保のために追加負担発生。実施2年目の事業者中心に、うちエコ診断単体での自立化は困難のとの意見 	<ul style="list-style-type: none"> ● 「拡張サービス」実施1年目であり、各社の自助努力を基本に結果を検証する 	
		事業リスク低減	⑤個人情報保護や消費者問題対策を厳格運用による、診断制度の中立性・公平性の担保	○	○	○	<ul style="list-style-type: none"> ● 現時点では特に大きなトラブルやクレームはない ● 民間企業の提案書及び実施計画書の策定の際に、実施体制・運用方法について細かく確認を実施 ● チラシのPR表現のチェック等を随時実施 ● 拡張サービス実施時には受診者から同意書を取得を条件に 	<ul style="list-style-type: none"> ● 守りに関する実施体制・運用方法の事前確認及び運用段階の継続的確認を実施
		環境コンサルの範囲	⑥質の高い家庭向けエコ診断の要件整理	○	○	○	<ul style="list-style-type: none"> ● 家庭エコ診断事業の価値の源泉である診断員と診断ソフトの質の向上が重要 	<ul style="list-style-type: none"> ● 試行試験、うちエコソフトロジック検証WG、独自診断ソフトとの比較検証を実施

2-3 ①. 今後の民間企業等による診断の論点整理

論点整理(1) : 民間事業の支援について

- ① 実施組織、診断員が実施しやすいような事業プロセス、診断ソフトの改良
 - 診断時間の短縮、診断プロセスの簡略化
 - タブレットPCと結果のウェブサイトアップによる必要機器の簡略化
- ② 「家庭エコ診断」の認知度の底上げ(国民一般向け or 受診ターゲット層向け)
 - 実施主体共同でのPR
 - イベント等での効果的な訴求プログラム、キットの提供
- ③ 実施組織、診断員のモチベーション・リテラシーアップの支援
 - 診断員認定試験だけでなく、スキルアップを担保する講習会も併せてプログラム化
 - 営業マンを対象とした家庭エコ診断事業のメリット訴求の検討
- ④ 診断ソフトにおける「うちエコ診断ソフト」の位置付け検討
 - 省エネ法見直し等による一次エネルギーベースでの住宅性能評価の流れとの整合
 - 民間の独自ソフトとの連携・住み分け
- ⑤ 公的な支援のあり方検討
 - 住宅エコポイントのような受診を促す制度的なインセンティブ創設(国、自治体)

論点整理(2) : 消費者問題対策について

- 昨年度は既存顧客にのみ診断を行い、「拡張サービス」(診断後の商品紹介・見積もり相談)は禁止の上で事業実施。今年度は、新規顧客への診断や「拡張サービス」を解禁。
- 受診者から「拡張サービス」提供要請があった旨の書面(同意書)取得を義務付け、苦情連絡先の明記を実施。現時点で押し売り等の問題は起きていない。

論点整理(3) : 次年度の民間事業の募集のあり方について

① 望ましい企業の判断基準

1. 受診者の確保

- 「有料サービスとしての成立が難しい」との仮説に基づき民間試行事業を展開しているが、もう一步踏み込んで「無料サービスだからといって顧客自ら進んで受診する訳ではない」と考えるべきか。
- 一定の質の診断を行えば受診後の満足度は総じて高いことから、顧客との接触ポイントを活かして「受診してしまう」状況をつくることのできる企業が望ましいか。

2. 家庭エコ診断事業と事業モデルとの親和性

- 売り切り型ではなくメンテナンスやサービス利用まで踏み込んだ細く長くのライフサイクル型の事業モデルと親和性が高いと推察されるが、業種の違いもさることながら、企業姿勢の違いの方が影響が大きいのではないか。

② タイプ3の位置づけ

- 環境コンシェルジュ制度で想定される機能は「うちエコ診断ソフト提供」「組織認証」「診断員の認定」だが、最大のメリットである「うちエコソフト提供」を享受していないタイプ3と、環境コンシェルジュの枠の中で、今後どのような連携が望ましいか。

③ うちエコ診断事業に関心のある企業に対するレベル感に応じた参加手法の用意

- 簡易事業実施スキーム(診断は地域センター委託、企業は受診者募集と診断後の拡張サービス実施に注力)を開発するか。
- 本格事業実施スキーム(環境コンシェルジュ制度本格運用の試行として、大幅な自由裁量を付与)を開発するか。

2-3 ③. 今後の民間企業等による診断の論点整理

論点整理(4) : 「受診者拡大」と「自立的運用」の追求にむけて

中間とりまとめ結果からは、
「受診者拡大」「自立的運用」の目標達成までには距離がある

	受診者拡大	自立的運用
メリット	<ul style="list-style-type: none">● より多くの人の受診につながる● 幅広い対策実施につながる	<ul style="list-style-type: none">● 公的関与に依存しない持続的な展開につながる● 受診者への質の高いサービスの提供につながる
デメリット	<ul style="list-style-type: none">● 安易な数集めでは先細り懸念<ul style="list-style-type: none">● 現時点では受診者が自発的な判断に基づき受診する環境が醸成されておらず、「受けてもらいたい世帯」の開拓につながらない	<ul style="list-style-type: none">● 診断を自立的に実施できる企業は限られる<ul style="list-style-type: none">● 取り組む企業すべてが自立的運用段階に到達できる訳ではないため、長期的視点で取り組める一部の企業だけが実施できる可能性

<民間企業等の声>

- 既存顧客に声掛けして受診をお願いしている
- 現時点では受診者数順調だが、比較的親しい顧客を中心に受診されたので、今後は鈍化するおそれ
- 既存顧客を対象とした診断は一巡してしまった
- 多くのDMを投函したが応募は少数にとどまった
- 全契約者向けの情報誌に募集告知したが応募は少数にとどまった

<民間企業等の声>

- 受診してみれば、満足度は比較的高い
- 親しい既存顧客を相手にした場合は営業の業績につながるのではないので、今後は新規客相手に受注獲得に力点を置いて取り組む
- うちエコ診断事業単体で自立化は困難であり、社会的な支援が必要
- 「ア. 顧客は診断ニーズがあるのか？」「イ. 受診して満足してくれるか？」について冷静に見極めたい。ア. は厳しい結果、イ. は比較的良好な数字ではある

3. 環境コンシェルジュ制度についての検討

3-1 ①. 全般的な課題整理

○これまでの取組みの中で抽出した制度構築に向けての課題について以下のフレームワークを設定し、改めて整理した。

制度全体の枠組み(サービス拡大を含む)

(1) 環境コンシェルジュ
制度の位置づけにつ
いて

- ① 温暖化対策における位置づけ
- ② 家庭部門における対策の位置づけ
- ③ 国における法、計画、施策における位置づけ
- ④ 自治体における計画、施策における位置づけ
- ⑤ 企業の取組みにおける位置づけ
- ⑥ 国民の視点における社会的な位置づけ

(2) 環境コンシェルジュ
サービスのありかた
と役割

- ① 環境コンシェルジュサービス(家庭部門における対策のワンストップサービス)の考え方
- ② 環境コンシェルジュのサービスとブランディング
- ③ 環境コンシェルジュサービスと民間サービスの住み分け
- ④ 環境コンシェルジュサービスと低炭素技術開発との連動
- ⑤ 他のサービスとの差別化及び役割分担
- ⑥ 環境コンシェルジュサービスにおける家庭エコ診断の役割
- ⑦ 環境コンシェルジュサービスにおける信頼性及び精度の確保

3-1 ②. 全般的な課題整理

展開のためのターゲット設定

(3) 環境コンシェルジュサービスの担い手 (認定を受けた環境コンシェルジュ)とは	<ul style="list-style-type: none">① 環境コンシェルジュサービスが求める担い手の基礎知識、スキル及び倫理② 環境コンシェルジュサービスが求める担い手の役割と位置づけ③ 検定制度の位置づけ(国家試験か、民間検定試験か、認定試験か)④ 検定のレベルと更新、研修について
(4) 環境コンシェルジュサービスの受け手 (受診世帯)の確保と拡大について	<ul style="list-style-type: none">① 確保と方策のための戦略的仕組み、体制作り② 国、自治体、民間、メディア(SNSを含む)との連携、協力方策の構築③ 他の制度との連携方策の構築④ 成果の評価と検証⑤ 成果の公開、情報発信と活用

運用と体制の構築

(5) 環境コンシェルジュサービスの運用の体制について	<ul style="list-style-type: none">① 運用体制の考え方と仕組み② 運用主体が求められる要件③ 運用主体の位置づけと役割④ 検定合格者との関わりとフォローアップについて⑤ 運用主体に対する国、自治体、民間企業との関わりと方策⑥ 運用主体における財源の確保と採算性
(6) 環境コンシェルジュサービスにおけるリスクと低減について	<ul style="list-style-type: none">① 環境コンシェルジュサービスにおけるリスク② リスクを低減させるための方策と体制③ 生じたリスクを回避するための方策と体制

3-2. 診断のスキーム毎の受診者の拡大方策(案)

- 大きく地域に根ざしたスキームと民間によるスキームに分けられるが、さらに①～⑤までのスキーム毎に整理した。
- ④の民間試行実施企業・グループとの連携を拡大し、②協議会メンバーとしての加入や③診断員を抱えることが困難な場合には地域実施事務局との連携を行うことも検討する。

・地球温暖化に関する基礎的な知識、対策提案の基本スキル
 ・診断実施の際の倫理規定の遵守

地域に根ざした診断スキーム

民間企業等による診断スキーム

うちエコ診断の活用

- ・資格制度化
- ・基礎知識習得について、他の制度の活用

条件を満たした民間企業等による診断の活用

①自治体による事業展開

- ・実行計画に位置づけ、温暖化対策施策として実施
- ・補助金等の要件化などの他の施策との連携

②地域の協議会による事業展開

- ・地域での一般募集の受診者に対して、うちエコ診断と具体的な対策提案を行う個別診断・販売店等との連携

③民間企業等からの委託による事業展開

- ・企業等の既存事業顧客に対して、うちエコ診断を地域事務局が第三者の立場から、提供
- ・金融機関、保険会社、不動産会社 等

④民間企業等によるうちエコ診断のサービス化

- ・企業等の既存事業への従業員によるうちエコ診断の付加サービス化
- ・住宅メーカー、リフォーム、量販店 等

⑤民間企業等による独自の家庭のエコ診断

- ・家庭に対してCO2排出実態の把握、削減提案を行う、診断サービスを広く評価・広報

企業等との連携案
 うちエコ診断から対策実施のための機器等の販売店等への接続

(中立性を強調) ゼロエミッションライフに向けた多様なニーズを考慮したサービスの提供 (設備導入を主眼)

3-3. 環境コンシェルジュサービスの範囲の検討(案)

○ 環境コンシェルジュのサービス範囲としては、家庭エコ診断(うちエコ診断または条件を満たした民間企業等による診断)の実施と商品紹介等への連携(下図の手続き)を必須として、専門性に応じて拡張サービスまでを行う。

環境コンシェルジュとしてのサービス

家庭エコ診断

手続き

商品紹介・見積もり相談

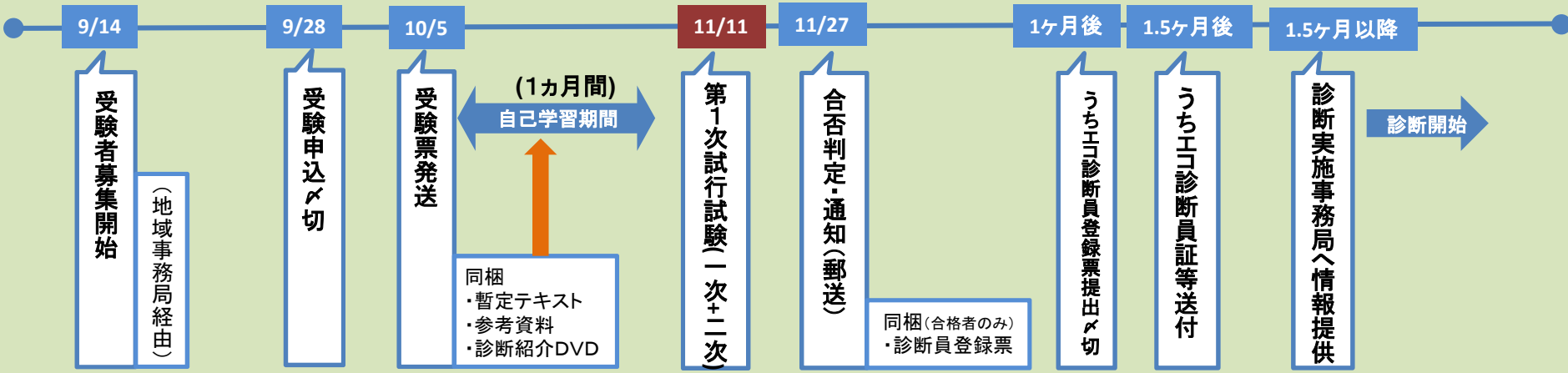
地域に根ざした診断	自治体事業として地域事務局でうちエコ診断を実施	一般市民を中心に新規に募集	地域事務局が管理するうちエコ診断員によるうちエコ診断の実施	拡張サービスを実施しない		
	民間企業と協議会を構築してうちエコ診断を実施	一般市民を中心に新規に募集	地域事務局が管理するうちエコ診断員によるうちエコ診断の実施	診断員による業者リストの提示	受診者による業者の選択および依頼	受診者から依頼された業者(協議会メンバー)による商品紹介・見積もり等
	民間企業等の依頼によりうちエコ診断を実施	民間企業等の顧客を中心に募集	地域事務局が管理するうちエコ診断員によるうちエコ診断の実施	事務局による業者リストの提示	依頼元の民間企業等に診断結果の報告	受診者による業者の選択および依頼
民間企業等による診断	従業員がうちエコ診断員としてうちエコ診断を実施	民間企業等の顧客を中心に募集	民間企業等が管理するうちエコ診断員によるうちエコ診断の実施	受診者による、うちエコ診断の完了の認識及び商品紹介・見積もり依頼の書面による依頼		民間企業等が管理するうちエコ診断員(従業員)による商品紹介・見積もり等
	従業員が自社のエコ診断サービスを実施	民間企業等の顧客を中心に募集	民間企業等の従業員が実施する家庭エコ診断の条件を満たした民間企業等による診断の実施	受診者による、うちエコ診断の完了の認識及び商品紹介・見積もり依頼の書面による依頼		民間企業等が提供する家庭エコ診断の診断員(従業員等)による商品紹介・見積もり等

※民間企業等による診断において、営業を目的とした募集後にうちエコ診断を実施する場合には、上記の手続きは不要になります。

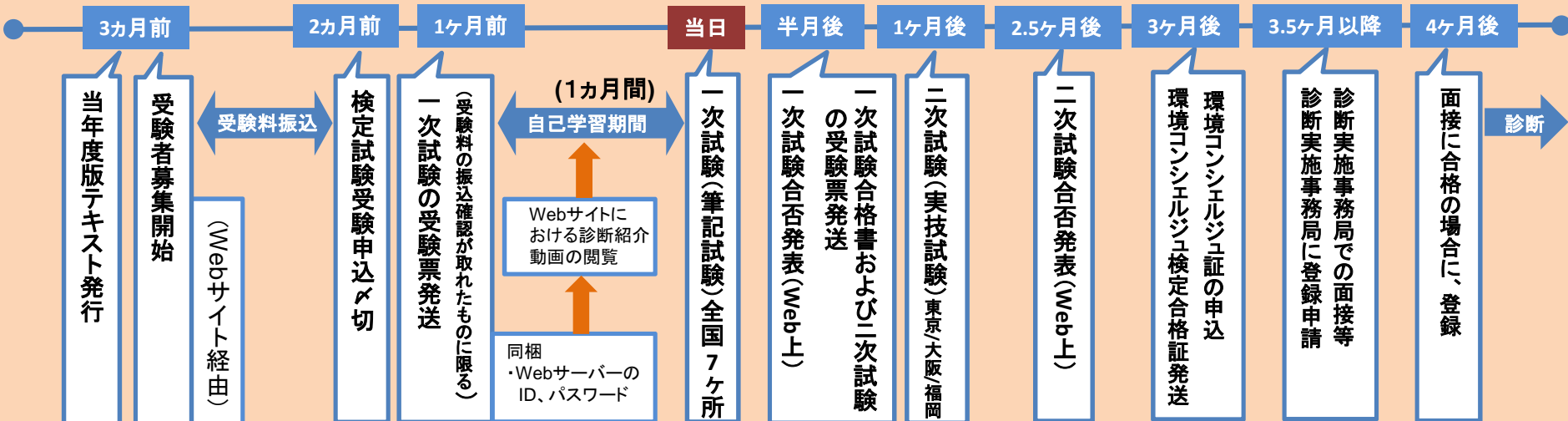
3-4. 試行試験の流れと検定試験（本番）のイメージ（案）

○ 環境コンシェルジュ制度は、当面、民間検定制度とする。

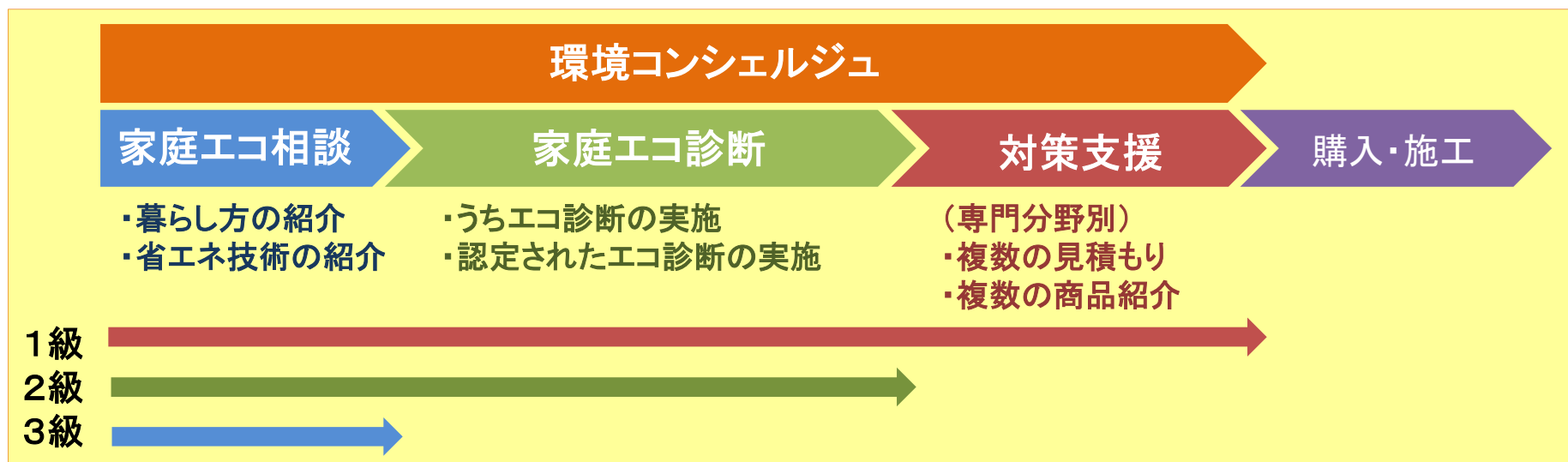
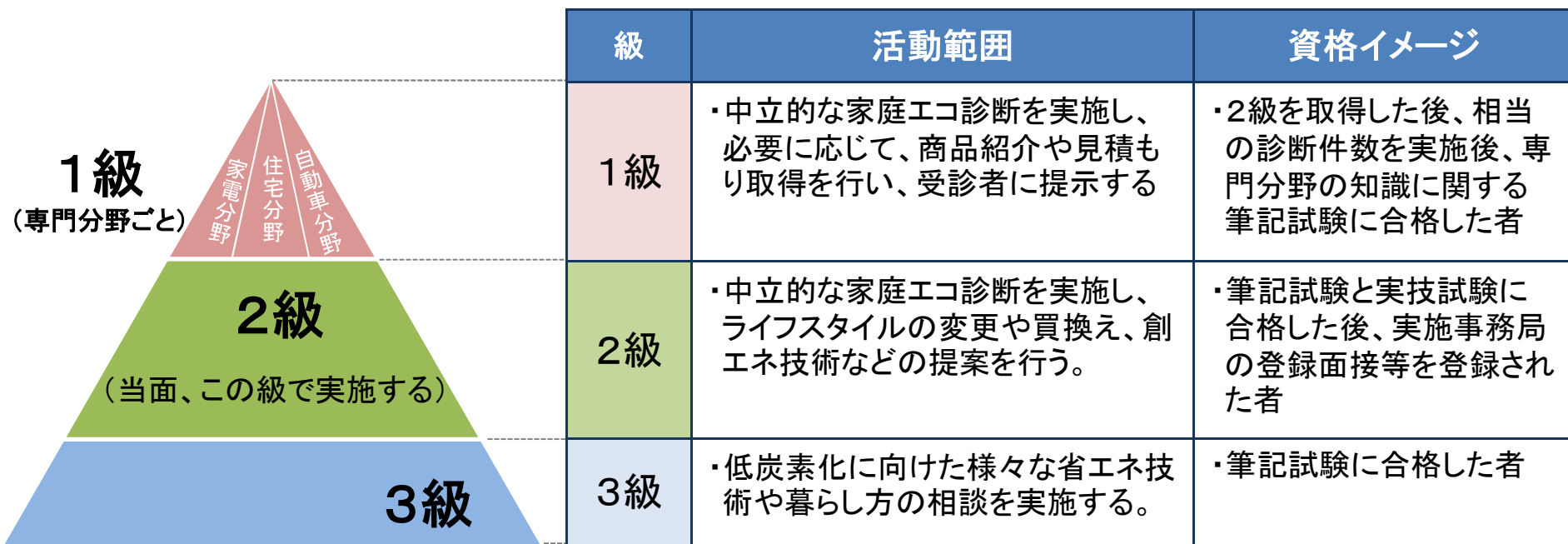
<第1次試行試験（平成24年11月11日（日））>



<本番検定試験>（平成26年以降）のイメージ

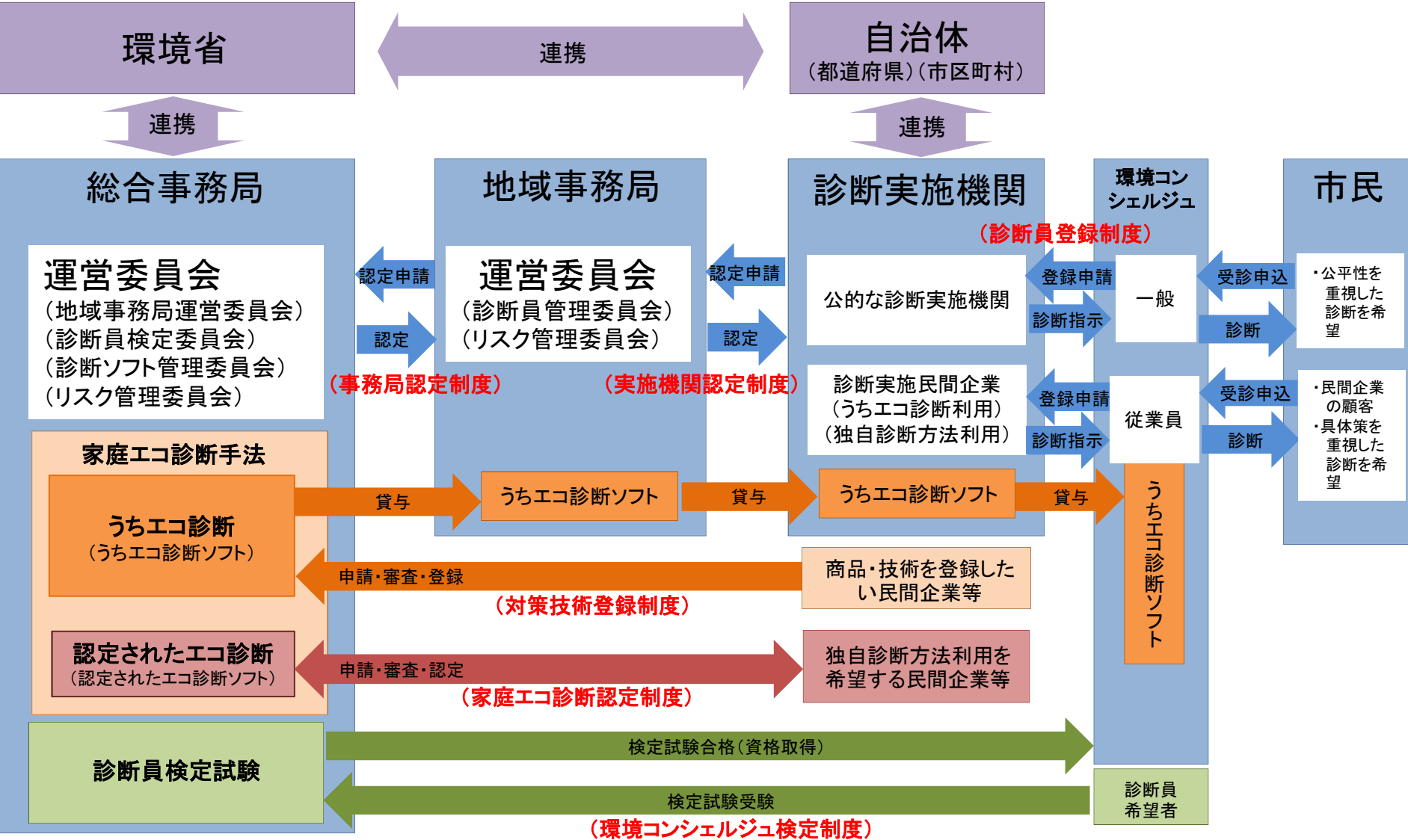


3-5. 検定試験のレベルと受診者拡大のイメージ(案)



3-6. 環境コンシェルジュ制度の実施体制の構築(案)

○ 環境コンシェルジュ制度の運用にあたって、以下のような体制と、運用継続するための各種のサブ的な制度が必要になると思われる。



3-7. 受診者・診断事業実施者の拡大に向けた活動

(1) 環境コンシェルジュ制度シンポジウムの開催

<開催目的>

開催目的としては、来年度以降の本事業や環境コンシェルジュ制度の受診者や事業実施者の拡大を目指すことにある。特に、来年度の民間実施企業の募集を見据えて、民間企業の意思決定者に本制度の魅力を伝え、団体診断の受診や来年度の事業参加を検討してもらえるようにする。

<ターゲットおよび伝えたいこと>

来年度以降の団体診断や事業実施者の拡大に向けて、実施者側の民間企業の意思決定者(CSR部門の担当者、管理職または企業の代表者など)をメインターゲットとして、うちエコ診断の受診のメリットや、民間企業自身がビジネスとして、あるいは地域の協議会に加わって実施する手法とそれぞれのメリットを伝える。

<開催概要>

上記メリットが伝えるために、環境省からうちエコ診断事業および環境コンシェルジュ制度の概要と将来構想、今年度診断事業を実施した民間10社および民間試行事務局と、8つの地域協議会のうち2団体より、今年度の成果報告について発表していただく。

また、今年度の実施者および来年度以降に本制度に関わりを検討している方々の間での情報共有・交換の場として、パネルディスカッションやポスターセッションを開催し交流を図る。

3-8. 受診者・診断事業実施者の拡大に向けた活動

(2) 環境コンシェルジュ制度シンポジウムのプログラム

日時:平成25年2月18日13時～17時

場所:全国町村会館(東京都千代田区永田町1-11-35) (永田町駅より徒歩3分)

定員:200名(無料)

時間		プログラム内容(案)	登壇者(案)
12:30 - 13:00	30分	ポスター展示	説明なし(展示のみ)
13:00 - 13:05	5分	開会あいさつ	総合事務局(理事長or事務局長)
13:05 - 13:20	15分	【講演1】 国としての家庭における地球温暖化対策の取組みと環境コンシェルジュ制度の構想	環境省
13:20 - 13:40	20分	【講演2】 うちエコ診断の概要と受診者の声	スーパーバイザー
13:40 - 14:05	25分	【講演3】 地域における取組の実施報告(5分+2団体×10分)	地域試行管理事務局 協議会代表2団体
14:05 - 14:15	10分	小休憩	
14:15 - 15:35	80分	【講演4】 民間における取組の実施報告(10分+10社×7分)	民間試行管理事務局 民間10社
15:35 - 16:00	25分	【ポスターセッション】(別会場にて、説明者付で実施)	協議会8団体 民間10社
16:00 - 17:00	60分	【パネルディスカッション】 「家庭における地球温暖化対策と環境コンシェルジュ制度の役割(案)」	コーディネーター(金谷座長) 環境省 協議会代表2団体 民間タイプ別代表3社
17:00	-	閉会	