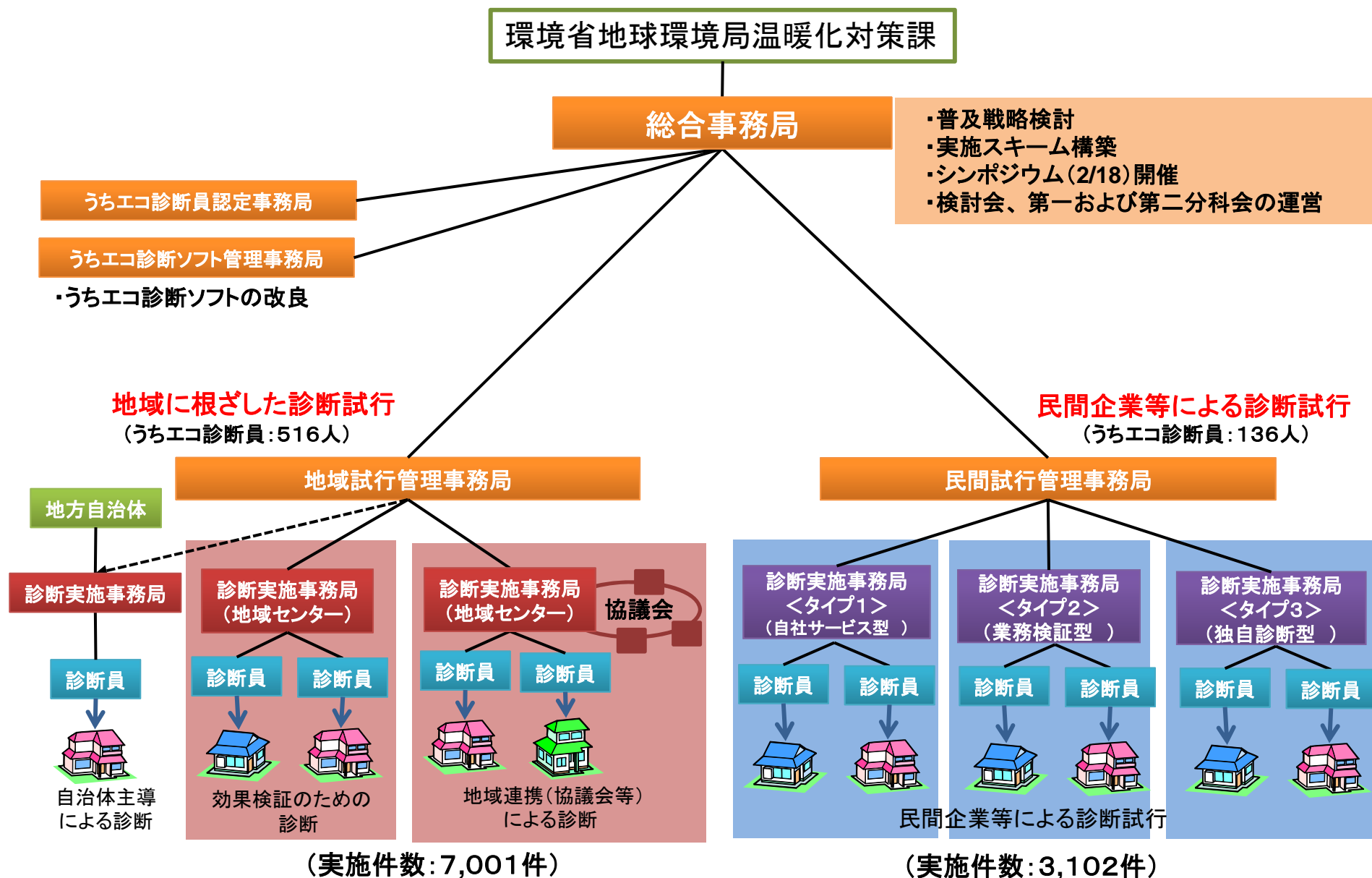


## 環境コンシェルジュ制度検討分科会 からの報告

1. スキーム別診断実施の概要
2. 地域に根ざした診断試行のとりまとめ
3. 民間企業等による診断試行のとりまとめ
4. 環境コンシェルジュ制度(仮)について

# 1. スキーム別診断実施の概要

# 1-1. 平成24年度事業の全体枠組み【再掲】



## 1-2. 診断実施スキーム別の実施実績

実施内容		実施団体	診断件数 (診断件数/予定件数)	主な検討内容
地域に根ざした診断試行	① 効果検証のための診断	39地域事務局による試行 (青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、新潟県、富山県、石川県、長野県、岐阜県、静岡県、三重県、滋賀県、京都府、大阪府、奈良県、和歌山県、鳥取県、島根県、岡山県、山口県、徳島県、香川県、高知県、福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、鹿児島県、沖縄県、川崎市)	4,899件/4,970件 (約98.6%)	①実施率についての検証 (第二分科会) ②受診者拡大のための手法検討 (第一分科会)
	② 地域連携(協議会等)による診断	8事務局にて協議会を構成し、うちエコ診断を実施しながら課題等を抽出 (北海道、埼玉県、福井県、静岡県、兵庫県、徳島県、佐賀県、川崎市)	1,071件/1,290件 (約83%)	①受診者拡大のための手法検討 (第一分科会)
	③ 自治体主導による診断	12自治体にて事業化 (札幌市、山形県、豊島区、静岡市、富山県、安城市(愛知県)、京都市、兵庫県、徳島県、上勝町(徳島県)、島根県、大分県)	1,041件/1,220件 (約87%)	②自立的運用の要件整理 (第一分科会)
合計			7,001件/7,480件(約93%)	
民間企業等による診断試行	タイプ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」を実施する事業者	○ 一般社団法人JBN ○ TOTO株式会社 ○ 株式会社LIXIL ○ 東彩ガス株式会社 ○ おひさま進歩エネルギー株式会社	898件/950件 (約95%)	①受診者拡大のための手法検討 (第一分科会)
	タイプ2 CO <sub>2</sub> 削減の可能性が高いと想定される顧客と接する機会を有し、その顧客に対し「うちエコ診断」を実施する事業者	○ 日本興亜損害保険株式会社 ○ セコム株式会社 ○ パルシステム生活協同組合連合会	425件/570件 (約75%)	②自立的運用の要件整理 (第一分科会)
	タイプ3 「うちエコ診断」と同様に、CO <sub>2</sub> ・エネルギー削減を目的とした独自の家庭向けのエコ診断を、自社サービスとして行っている、もしくは今後行う予定であり、診断サービスを環境省との連携事業の一環として位置付けて実施する事業者	○ Dr.おうちのエネルギー事務局 (JX日鉱日石エネルギー株式会社、ENEOSグローブ株式会社、株式会社ジャパンガスエナジー) ○ ミサワホーム株式会社	1,779件/2,000件 (約89%)	③独自診断との連携検討 (第一分科会)
合計			3,102件/3,520件(約88%)	

3

地域試行実施において、茨城県、山梨県、愛知県、広島県、愛媛県、宮崎県では実施していない。

## 2. 地域に根ざした診断試行のとりまとめ

## 2-1. 地域に根ざした診断試行における検証目的について

地域に根ざした診断試行の検証内容は、受診者拡大手法及び民間企業等との連携手法の検討の二本柱である。具体的には、3タイプのスキームの診断を対象に下記2項目について検証を行った。

検証内容		(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
受診者拡大のための手法検討	①募集方法の違いによる受診者数拡大の手法の検証	●	●	●
民間企業等との連携における手法検討	②民間企業等との連携の可能性についての検証		●	

なお、地域に根ざした診断試行における、CO<sub>2</sub>排出量、対策実施率、みなし削減量については資料2-2で示す。

診断実施件数：(1)効果検証のための診断4,899件、(2)地域連携(協議会等)による診断1,071件、(3)自治体主導による診断1,041件

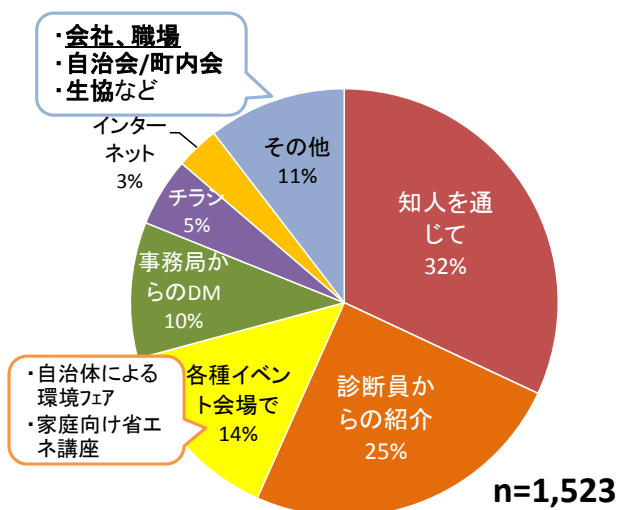
## 2-2. 地域試行実施における検証結果について

### 検証① 募集方法の違いによる受診者数拡大の手法の検証

- ・地方自治体で実施している太陽光発電補助金制度など、うちエコ診断以外の事業と連携をはかり、受理等の条件として診断の受診を位置づけることで一定数の受診者を確保した。

【兵庫県においては、太陽光発電補助と合わせて診断を実施し、診断を申請要件とした場合は145件全件受診、診断を推奨とした場合は40件/2,000件であった。】

- ・協議会で地域に根ざした団体や生協と連携したことにより、口コミによる展開や受診者の募集先が広がった。
- ・実際の受診者アンケートからは、チラシ配布やインターネットなど既存の募集方法はあまり受診にはつながらず、知人や診断員からの紹介が受診につながったことが分かった。



「(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」の  
受診者(4,998件)に対して、診断後3ヶ月後に実施した  
事後アンケートにおいて、うちエコ診断を知ったきっかけについて調査を行った。

## 2-3. 地域試行実施における検証結果について

### 検証② 民間企業等との連携の可能性についての検証

- ・募集先拡充のために検討した協議会形式の診断(1,071件)においては、地域事務局が自治体、業界団体、NPO、市民団体等と連携を行った。
- ・ただし、連携先の確保および拡張サービス提供の整備のために協議会の立ち上げに時間がかかった。  
例)全国規模の企業と連携する場合は、本店と地域支店双方の理解が必要のため、協議会体制構築に時間がかかった。
- ・平成24年度事業において、診断後の拡張サービス提供まで実施された件数が少なかったため、民間企業においては協議会参加へのメリットを得られにくかった。

地域協議会における連携先一覧

地域事務局	協議会名	協議会メンバー		
		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	埼玉家庭の省エネ推進協議会		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	-	建築組合連合会、太陽光発電普及協議会、エコリフォーム福井県地域協議会
静岡県	静岡県「うちエコ診断」事業化研究会	-	住設機器事業者(太陽光発電、太陽熱利用、照明関連等)、ホームセンター、エネルギー事業者、リフォーム住宅関連事業者	
兵庫県	兵庫県環境コンシェルジュ検討分科会	兵庫県、宝塚市、高砂市、篠山市、淡路市、洲本市、南あわじ市	エネルギー関連業、住宅設備関連業、家電量販店、生協、板硝子商工業組合	研究機関、大学
徳島県	徳島県環境コンシェルジュ協議会	徳島県	家電量販店、ガラス店、工務店、太陽光発電設置事業者	NPO法人
佐賀県	佐賀県うちエコ診断推進コンソーシアム	-	-	NPO法人
川崎市	かわさきうちエコ協議会	川崎市	家電量販店	エネルギー協会



## 2-4. 課題を踏まえた今後の展開(案)

### 平成24年度事業の結果から明らかになった課題

- ① 受診者拡大手法については、地域に根ざした診断を実施する過程で、属人的なつながりにより受診者の確保が得られたが、この様な口コミによる受診者募集については数の限界があると考えられる。
- ② 地域協議会等、民間企業と連携して診断実施と拡張サービスを提供する場合、拡張サービスに結びつく対策メニューが少なく、拡張サービスへの移行が困難であった。



### 平成25年度事業における展開方法について(案)

- ① 新規の受診者に診断を拡大するために、自治体等による診断事業と各種制度(太陽光発電設置補助金制度、エコポイント制度等)と連携し展開する方法を他地域に展開する。
- ② 診断後の拡張サービスを実施しやすくするために、うちエコ診断ソフトに民間企業の拡張サービスに関連する対策メニューの追加検討を行う。



平成26年度以降の展開を見据えて、地域に根ざした団体や様々な民間企業との連携を行いさらなる試行を実施する。このために、協議会等を形成し得る主体間のマッチングの場を設ける等、実施主体の拡大を図る。

### 3. 民間企業等による診断試行のとりまとめ

## 3-1. 民間試行事業における検証内容について

- 民間試行事業の検証内容は大きく「攻め」（「受診者拡大のための手法検討」「自立的運用」と）と「守り」（「事業リスク低減」）の2本柱。具体的には3タイプのスキームの診断により下記6項目を検証。

検証内容		うちエコ診断		独自診断	
		タイプ1	タイプ2	タイプ3	
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	●	●	●
		②CO <sub>2</sub> 削減可能性の高い顧客とのコンタクト容易性の検証		●	
環境コンシェルジュ 制度構築 に向けた 検討	自立的運用	③診断による受診者メリット創出の検証（満足度、CO <sub>2</sub> 削減効果等）	●	●	●
		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	●		
	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	●	●	●
	環境コンシェルジュの範囲	⑥質の高い家庭向けエコ診断の要件整理	●	●	●
診断件数		898件	425件	1,779件	

タイプ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」を実施する事業者

タイプ2:CO<sub>2</sub>削減の可能性が高いと想定される顧客と接する機会を有し、その顧客に対し「うちエコ診断」を実施する事業者

タイプ3:「うちエコ診断」と同様に、CO<sub>2</sub>・エネルギー削減を目的とした独自の家庭向けのエコ診断を、自社サービスとして行っている、もしくは今後行う予定であり、診断サービスを環境省との連携事業の一環として位置付けて実施する事業者

## 3-2. 民間試行事業の結果検証

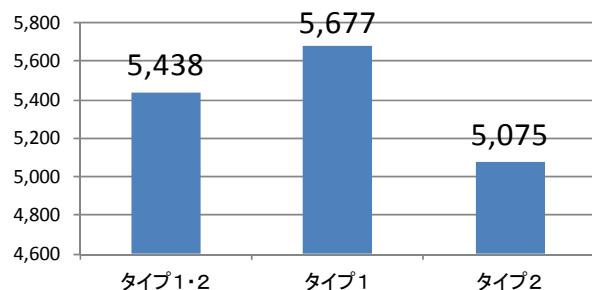
### 検証① 一体的な推進による家庭向けエコ診断の認知度及び受診数の向上

- 既存顧客に対するDMや、新規顧客に対する新聞折り込み等のチラシ配布はほとんど効果がない。民間企業の高い認知度やネットワークを活用しても、間接的な参加呼びかけでは受診数確保につながらない。(実施エリアが限定されているため、マス媒体を使った認知度向上策の採用が見送られた面がある。)
- 受診者の多くは診断員と面識がある人であり、属人的なチャンネルを使った対面呼びかけが受診につながっている。  
受診者と継続的な接点を有する事業者には有利。一方で受診者確保には手間暇が掛かる、新規顧客の確保手段としてはうまく機能しないといった課題が浮上。

### 検証② CO<sub>2</sub>削減可能性の高い顧客との接触容易性の検証

- CO<sub>2</sub>削減量の多少との相関が高い指標として現在明らかな「現状のCO<sub>2</sub>排出量」の違いを、タイプ1とタイプ2の受診者で比較したところ、タイプ2の方が「現在のCO<sub>2</sub>排出量」が少なく、仮説と相反した結果となった。(実際の診断では受診者数確保に苦労したことから、特定の層に絞って募集をするといったことはできなかった(タイプ2企業))  
タイプ2の方がCO<sub>2</sub>削減可能性の高い顧客との接触容易性を有しているか否かについては、現時点では明確に実証できない。診断実施地域の差の方が影響が大きいといったことが想定されるため、更なる分析が必要。

●現在のCO<sub>2</sub>排出量平均(kg-CO<sub>2</sub>/世帯・年、速報値)



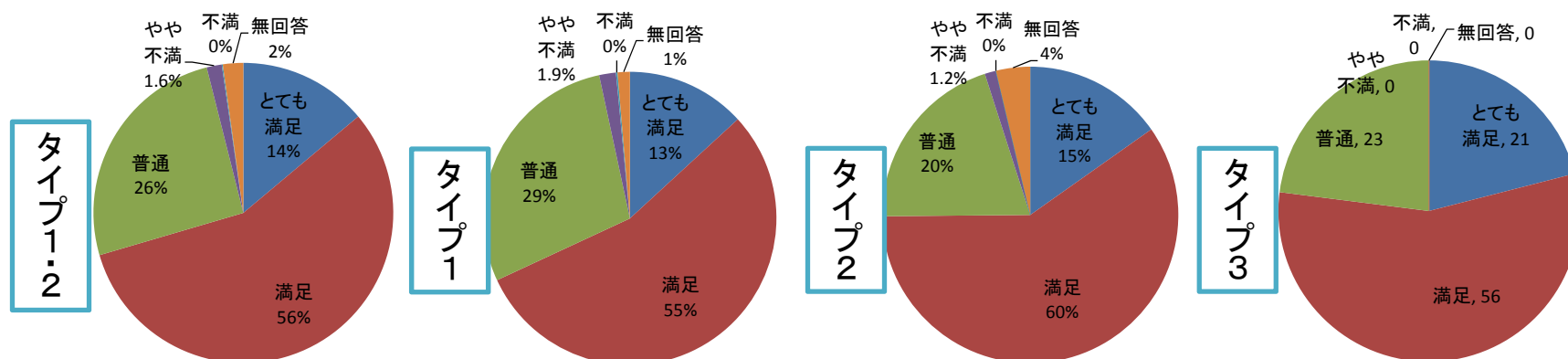
注)タイプ1:JBN、TOTO、LIXIL、東彩ガス。  
タイプ2:日本興亜、セコム、パルシステム

### 3-3. 民間試行事業の結果検証

#### 検証③ 診断による受診者メリット創出の検証(満足度、CO<sub>2</sub>削減効果等)

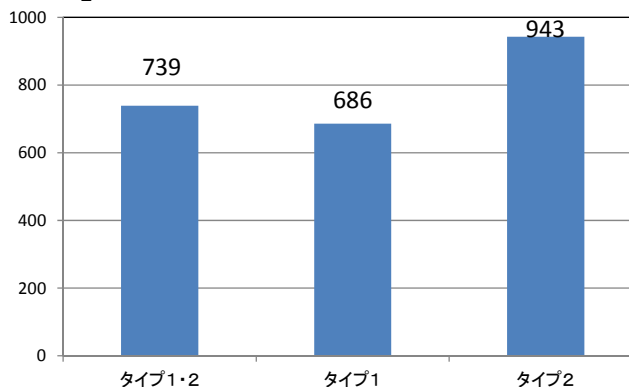
- 受診者の満足度(とても満足、満足の合計)は、タイプ1, 2平均で70%、タイプ1平均で68%、タイプ2平均で75%、タイプ3で77%。
- CO<sub>2</sub>削減効果として、対策実施によるみなしCO<sub>2</sub>削減量をみると、タイプ1, 2平均で-739kg、タイプ1で-686kg、タイプ2で-943kg。

#### ●総合的な満足度(速報値)



注)タイプ1: JBN、TOTO、LIXIL、東彩ガス、おひさまシンポ。タイプ2: 日本興亜、セコム、パルシステム。タイプ3: JX

#### ●対策実施によるCO<sub>2</sub>削減量平均(kg-CO<sub>2</sub>/世帯・年、速報値)



注1)タイプ1: JBN、TOTO、LIXIL、東彩ガス。タイプ2: セコム、パルシステム

注2)タイプ3診断の診断プロセスや診断ソフトは、対策実施によるCO<sub>2</sub>削減量を把握・推計するように設計されていない。

## 3-4. 民間試行事業の結果検証

### 検証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

- タイプ1 : 診断後の「**拡張サービス**」実施につなげることが難しかった。「拡張サービス」を実施しても短期的な成約に結び付く割合は1%程度。  
(理由: 診断では、複数の提案を行った上で、家庭が自主的に対策を選択することとなっており、対策提案で商材が選択されない限りは成約に結びつかない。)
- タイプ2 : 直接的に「拡張サービス」を志向している訳ではないが、**既存顧客に対する満足度向上以上の目に見える効果を得るには至らなかった**(新規顧客獲得、本業の契約維持・更新、送客可能性 等。)  
⇒今年度の結果からは「拡張サービス」による売上増加を原資に診断事業の自立化を図るモデルの確立は難しい。  
⇒一方で、タイプ3には実施店舗により高い成約率を上げ始めている例もあり、「拡張サービス」による自立化を目指すためには、実施事業者の努力と制度のあり方との一体での改善検討が必要。

### 検証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

- 診断と営業の明確な区別や、営業前に受診者の意向を明確にする同意書署名を行う「拡張サービス」ルールを設定・運用。現時点でトラブル報告は受けていない。
- 厳格な「拡張サービス」ルールの緩和を望む声**が、タイプ1企業から挙がっている。  
⇒消費者保護の視点を維持しつつ、「拡張サービス」ルール緩和の検討が必要。
- 採択事業者が実際に診断を実施するケースは少なく、支社や代理店、加盟企業等が診断を行うケースがほとんど。  
⇒複数事業者が参画する共同事業体の場合、主幹事企業だけでなく参加企業全体の質の担保が必要。

## 3-5. 民間試行事業の結果検証

### 検証⑥ 質の高い家庭向けエコ診断の要件整理

#### タイプ1、2

- 事前～診断～受診後～事後の4プロセスを設定し、質の高い診断実施と、効果検証のためのデータ取得を行っているが、受診者・診断員双方にとっての負担になっている。  
⇒ 診断の質を担保しつつ、負担軽減につながる対策の検討が必要。  
(特に診断継続のカギを握る **診断員の負担軽減が重要**)

#### タイプ3

- 独自ソフト、独自ブランド展開という違いはあるものの、診断ソフトや診断員の質確保、消費者問題対策の実施等はうちエコ診断と同様の基盤を有している。
- タイプ3企業が制度参加に求めるものは、国の事業に参画していることの信用。  
診断数目標達成に不可欠なタイプ3の **家庭エコ診断事業制度における位置づけの明確化**が必要。



## 3-6. 課題を踏まえた今後の展開(案)

- 民間試行事業は、多様な事業者の参加により、診断件数目標のクリア(予定)、「拡張サービス」ルールによる消費者保護の確保、受診者の高い満足度の確保といった成果が得られた。
- 一方で、主に自立性確保面での課題が明らかになったことから、次年度事業の中で改善を図ることで、引き続き民間試行事業を推進することが必要。

### 平成24年度検証結果から明らかになった課題

- 課題1 受診者確保の困難性(←検証①)
- 課題2 タイプ1と2の違いの希薄化(←検証②、③)
- 課題3 「拡張サービス」による自立性確保の困難性(営業、成約につながらない)(←検証④)
- 課題4 消費者問題対策の厳格運用による課題(←検証⑤)
- 課題5 複数事業者が参画する共同事業体の質の担保(←検証⑤)
- 課題6 関係者(受診者、診断員、実施組織)の診断実施負担の大きさ(←検証⑥)
- 課題7 タイプ3の差異と共通性を踏まえた適切な位置づけ(←検証⑥)

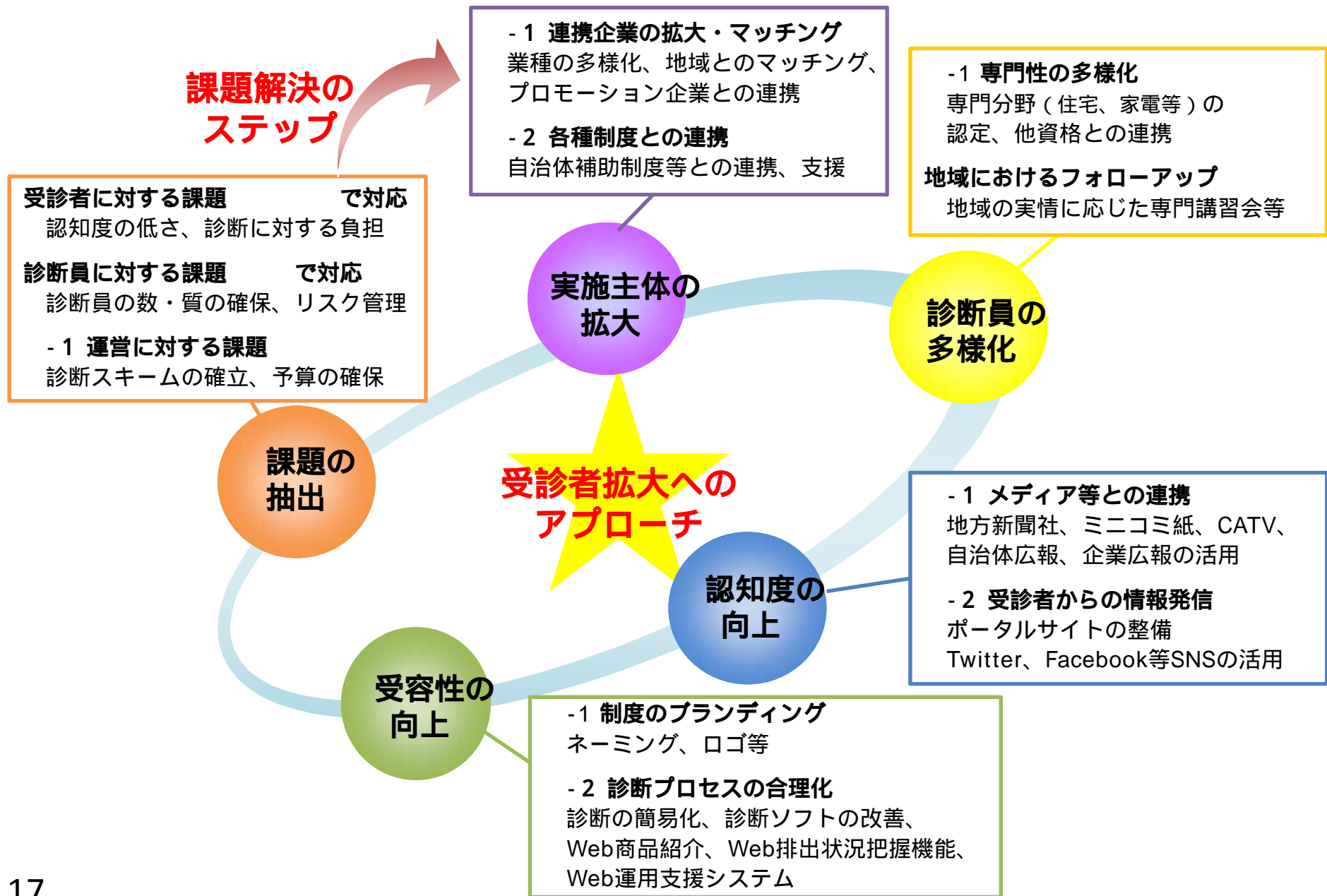
### 平成25年度の民間試行事業の展開(案)

- A) 実施タイプ(1~3)の枠設定をなくし、幅広い事業者ニーズに即した参加ケースを用意する(←課題2、3、5、7)
- B) 受診者確保に向けた裁量付与や認知度向上策への追加支援を実施する(←課題1)
- C) 「拡張サービス」ルールを一部変更する(←課題4)
- D) 診断プロセスを簡易化し、関係者の負担を軽減する(←課題6)
- E) 独自ソフトを持っている民間事業者等との連携方法について検討を行うために連絡会等を設ける(←課題7)



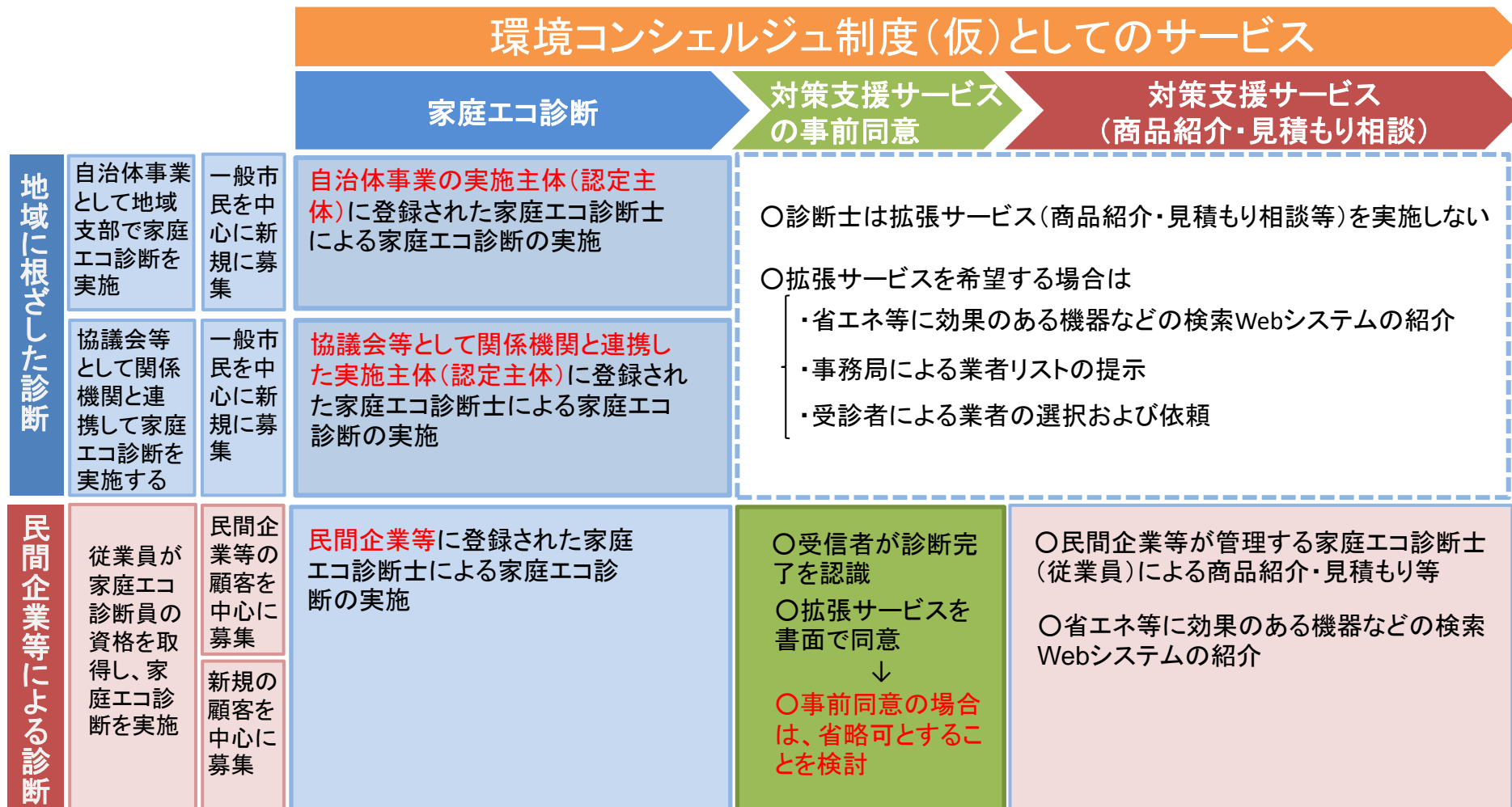
## 4. 環境コンシェルジュ制度(仮)について

# 4-1. 受診者拡大へのアプローチ(案)

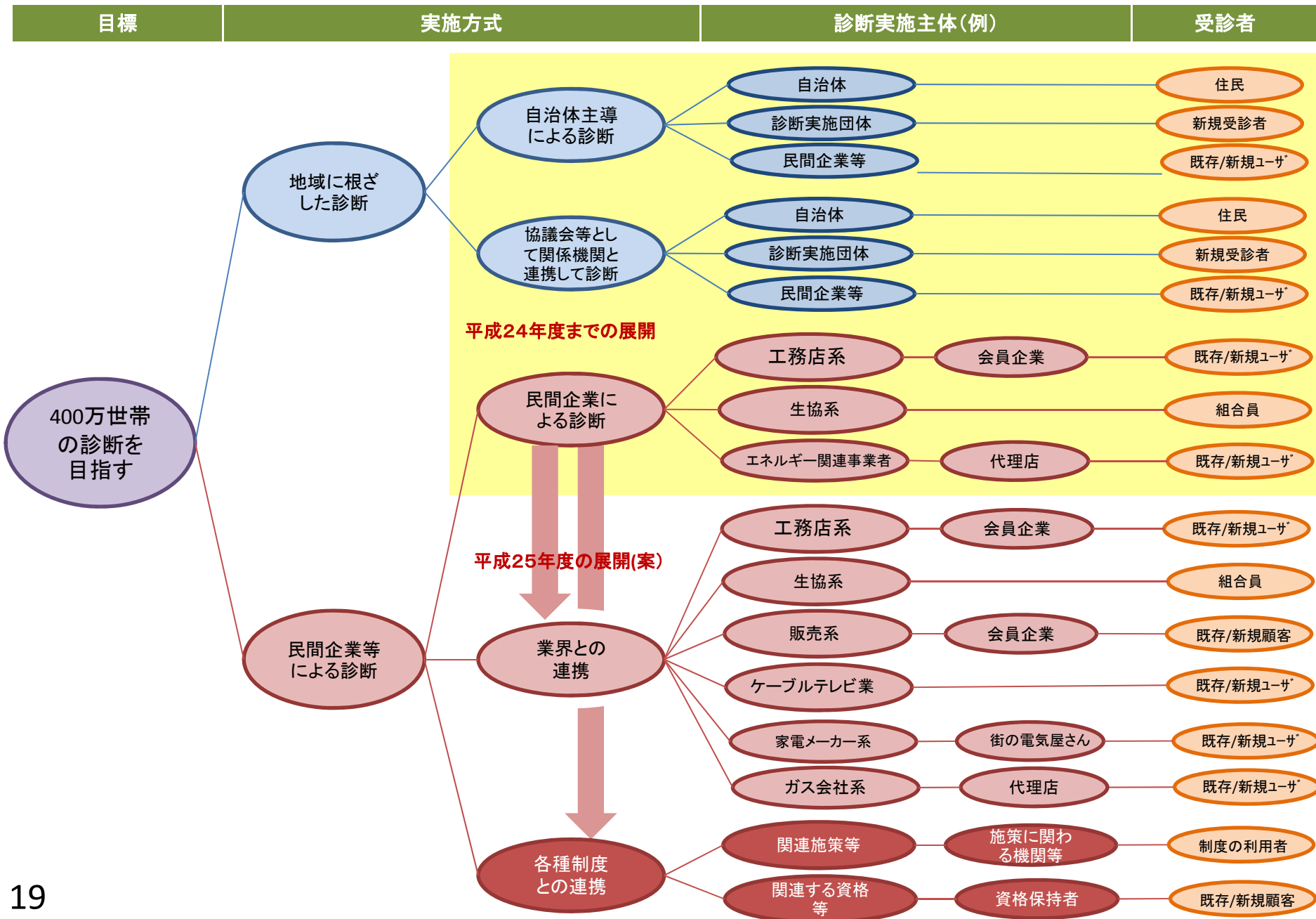


## 4-①-1. 環境コンシェルジュ制度(仮)サービスの範囲の検討(案)

- 環境コンシェルジュ制度(仮)のサービス範囲としては、家庭エコ診断の実施と、(必要に応じて)専門性に対応した商品紹介等(拡張サービス)までを行う。
- 拡張サービスをあらかじめ希望する受診者に対しては、申込時に確認し、専門知識を有する診断員が対応する。

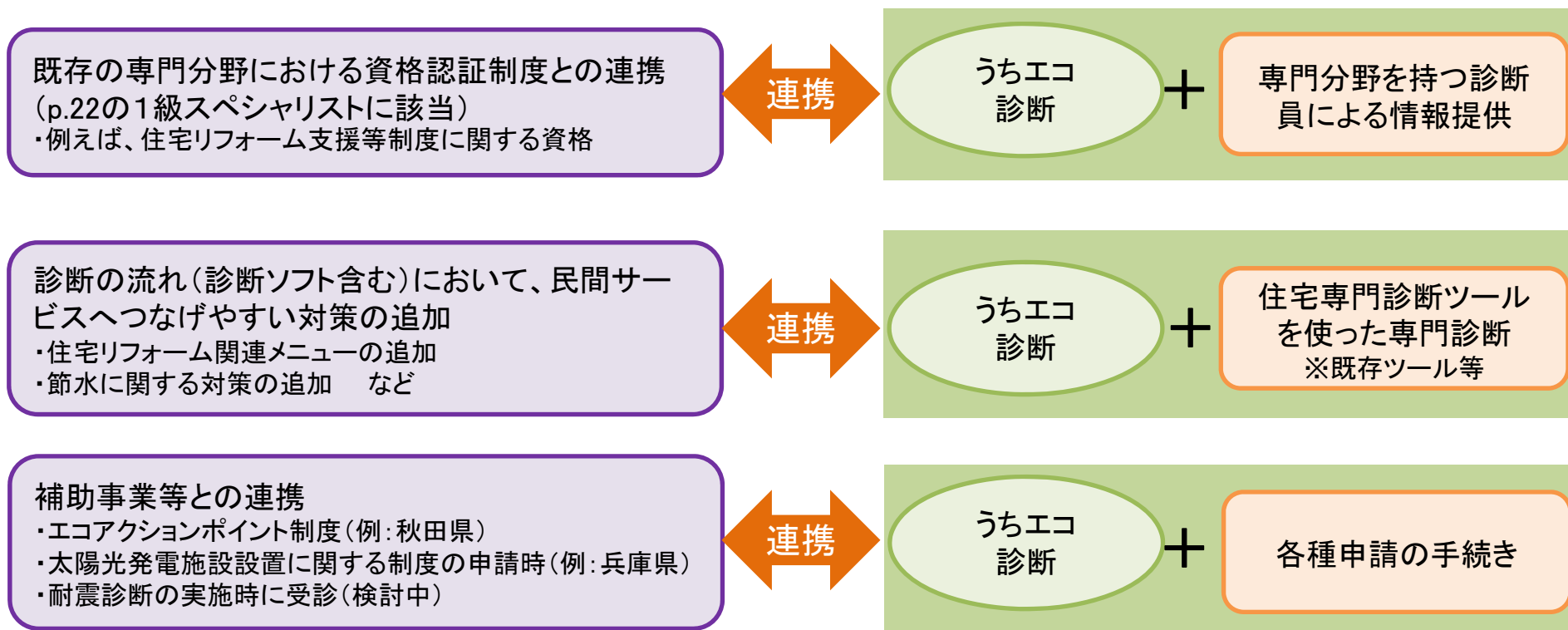


# 4-②-1 . 実施主体の拡大・診断員の多様化(案)



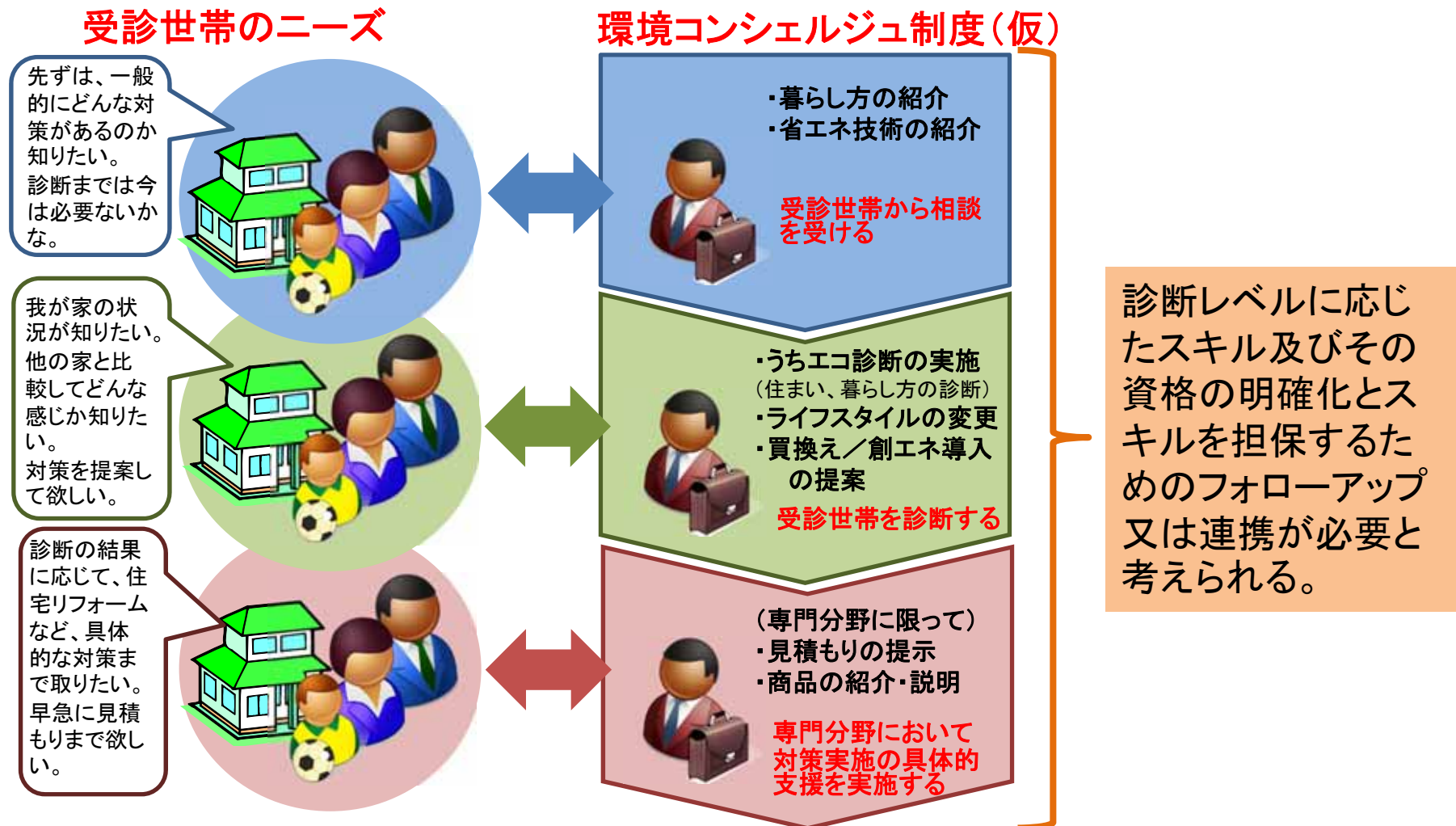
## 4-②-2. 実施主体の拡大・診断員の多様化(案)

- ・大きな方策の一つとして国や自治体等の制度に組み込むことで、受診者人数の増加を見込む。
- ・また、他の専門分野との制度連携が可能になれば、これらの専門分野の資格保持者を診断員として連携することが可能となり、さらには資格保持者のユーザを受診者と捉えることが可能となることから、他の資格制度や各種の補助事業等との連携を早急に検討する必要がある。



## 4-③-1. 専門性の多様化とフォローアップ

- これまでのうちエコ診断の満足度調査等から得られた結果として、受診世帯の様々なニーズに応じた診断スキルが必要となると考えられる。
- 情報提供などを主眼に置いた**相談員レベル**、診断を実施して各家庭に応じた対策を提案する**診断員のレベル**、さらには、家庭エコ診断を前提として具体的な対策実施の支援(商品の紹介や見積もり等)までを行う**専門家レベル**が必要となると考えられる。





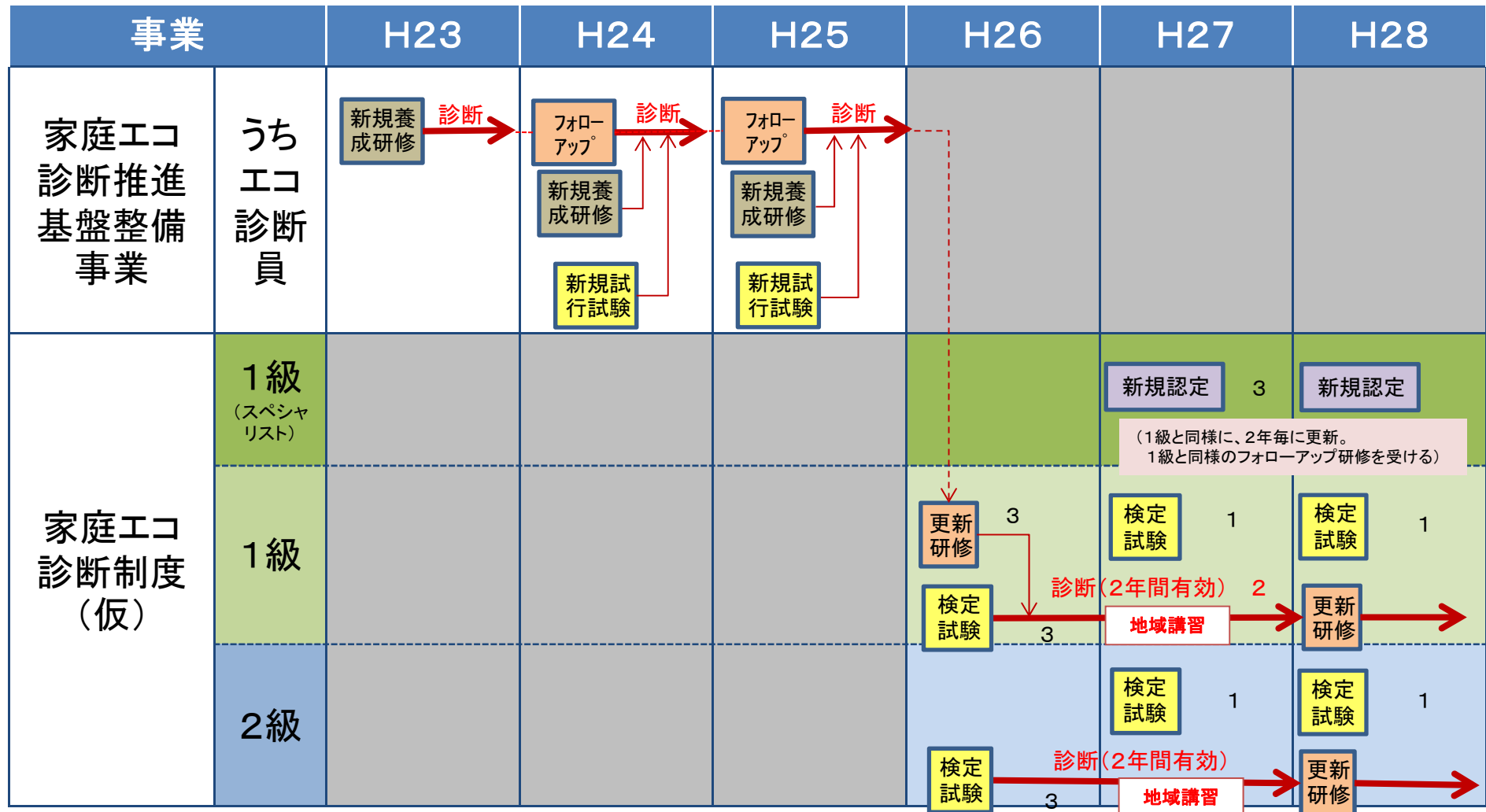


## 4-③-2 . 診断員・相談員の養成制度(案)

平成25年度までは、新規養成研修・新規試行試験の合格者に対し診断員の認定を行い、フォローアップ研修により事業の継続性を担保する。また、場合によっては、地域における地域講習も検討する。

平成26年度からは、新規検定試験の合格者を診断員として認定し、診断実施事務局に登録後、診断を行う。

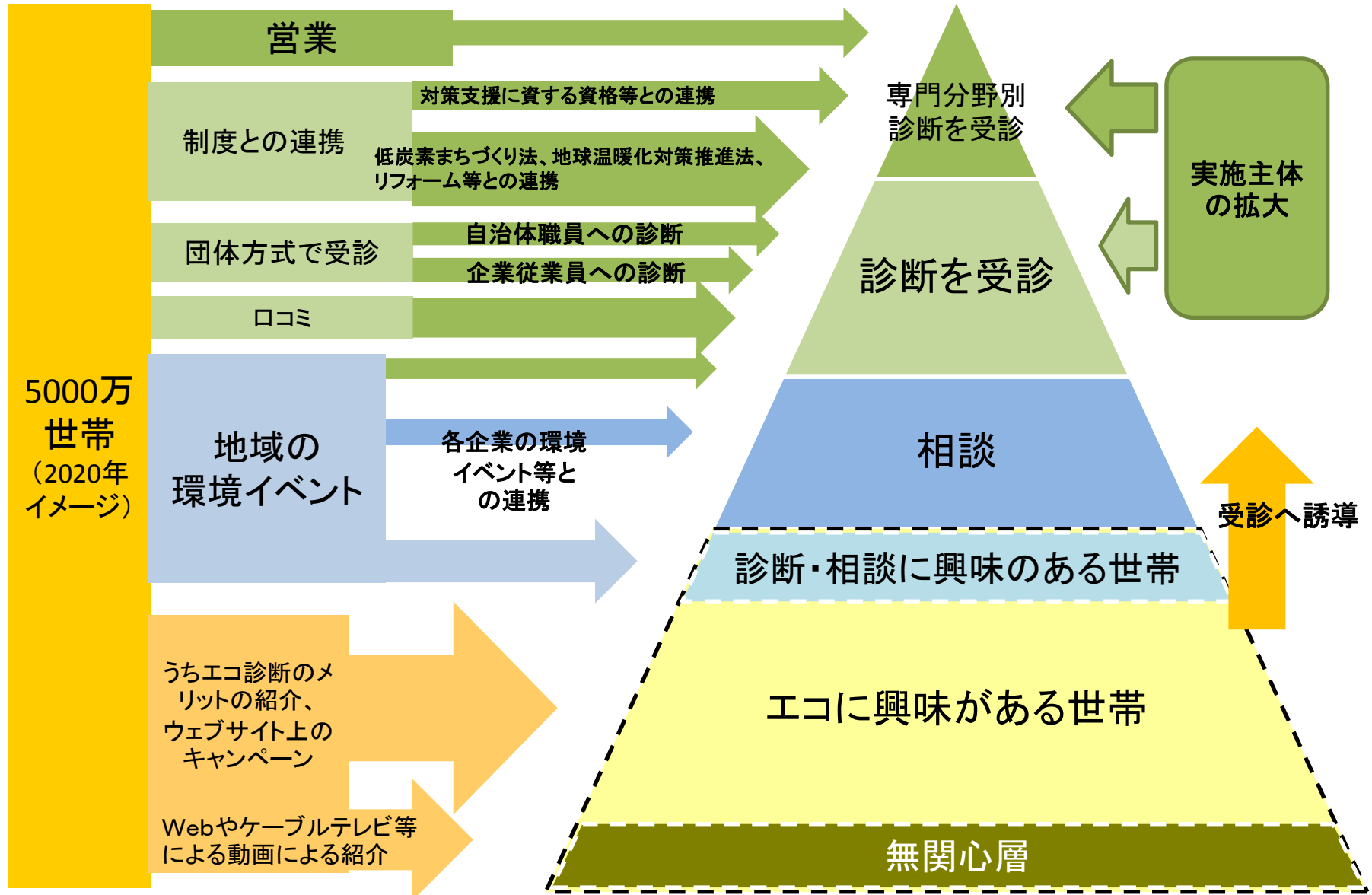
ただし、初年度の実行性を担保するため、平成26年度については平成25年度の診断員を対象に更新研修（講義+確認テスト）も併せて行う。





# 4-④-1. 認知度の向上(案)

それぞれの消費者層に応じて、異なったアプローチによる普及を進める。  
 ○様々な普及手法を用いて受診を促進し、2020年断面では、以下のような受診者層を想定する。



## 4-⑤-2. 診断プロセスの簡易版の検討(案)

### 診断のプロセスの合理化

(1) 本年度の検証においては、通常版と簡易版との実施率・受診者満足度では、差異は見られないものの、診断員の診断方法として、受診者の要望をつかむという点での課題が残った。

→ **検証に活用した診断数が少なかったことから、次年度改めて地位を増やして実施を行うことを想定。**

#### <メリット>

- ① 受診者及び診断員の負荷の軽減
- ② 企業診断の障壁を下げる

#### <課題>

- ① 診断方法の整理
- ② 診断員への再教育
- ③ 簡易版の実施の判断基準の明確化
- ④ 簡易版実施時のデータの扱い

診断ケースにより3種類を使い分ける  
実施事務局の判断により決定

#### 通常(60分)版の診断プロセス

例: 3つの分野を3階層の説明深さ(対策一覧→個別説明→費用回収)で実施。  
<3分野×3階層>



#### 簡易版①

診断分野を担保し、診断の深さを省略する  
<3分野×1階層>



#### 簡易版②

診断分野数を減らし、診断の深さ(下位画面の活用)を担保  
<1分野×3階層>



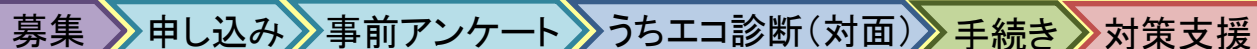
### 運用のプロセスの合理化・多様化

(1) 実施主体の受診者募集の負荷の軽減

→ **Webでの排出現状の見える化による意識向上** → **相談・診断への誘導を図る**

(2) 対策支援サービスのリスクの低減 → **エコ商材等のデータベースの公表**

#### 現状の運用プロセス



(1) Webによる見える化  
(平均値との比較、排出分野ごとの排出量)

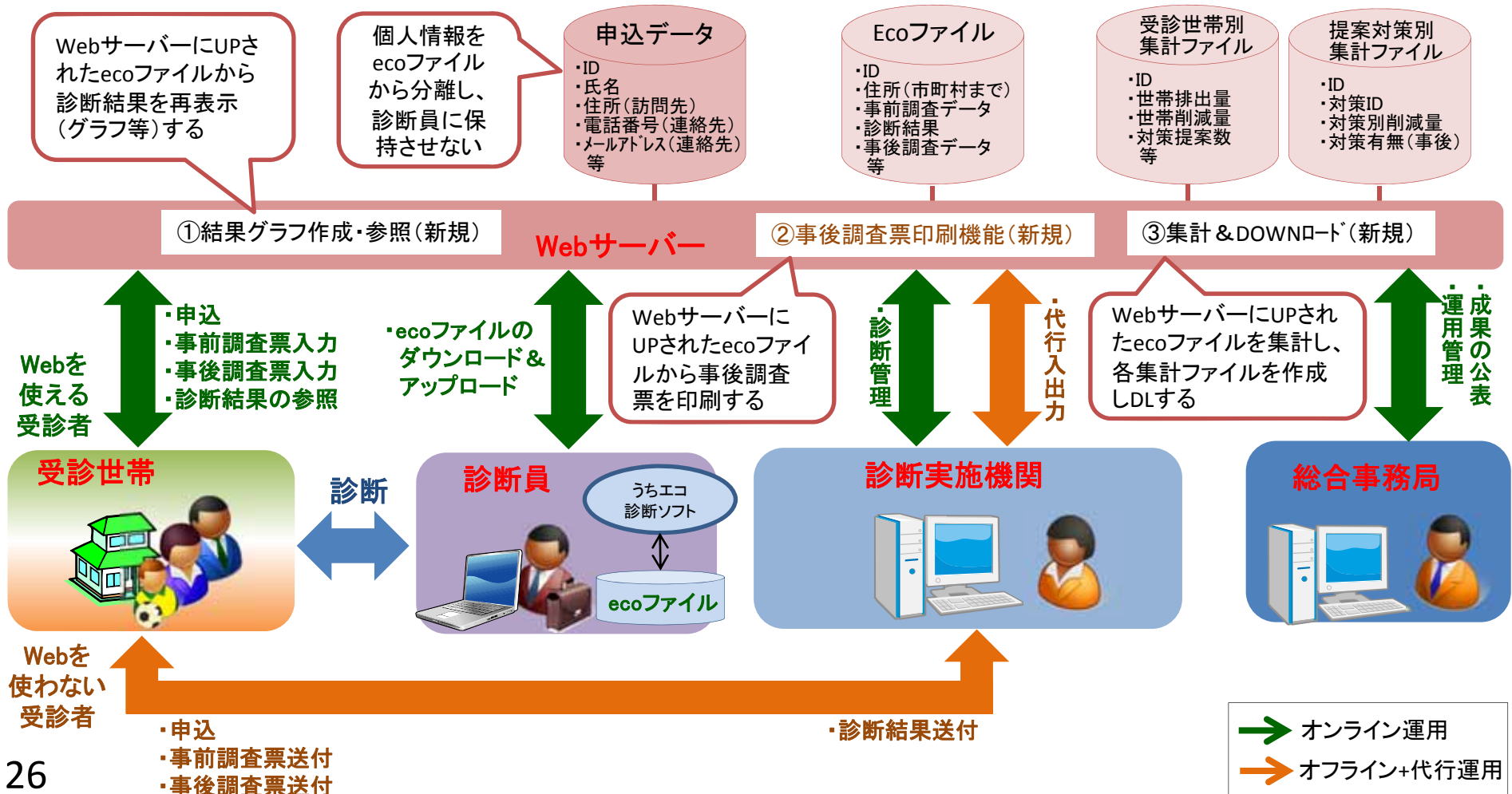
(2) Webによる商品等紹介  
(見積もり以降はサービス対象外)

## 4-⑤-2. 課題解決のためのシステム改善(案)

<システム整理の目的>

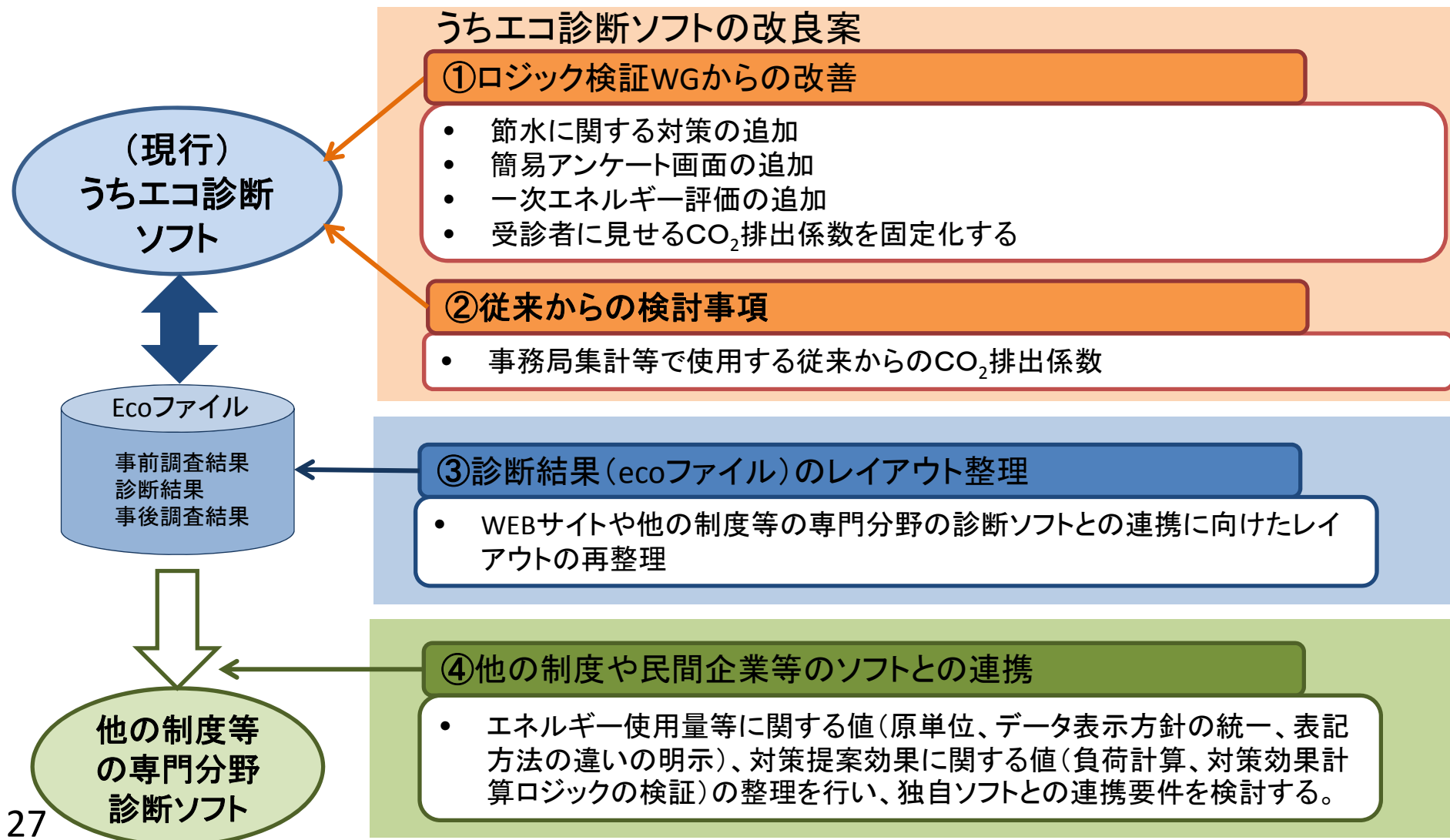
・実施事務局からの運用を通して出された課題を解決するために、以下の再整理を行った。

- 個人情報データをecoファイルから分離し、個人情報流出のリスクを低減する。
- 診断実施事務局及び診断員の負担を軽減するために、診断結果のWeb表示(①)及び事後調査票のweb印刷(②)を新規構築する。
- 現在の運用形態(Web運用、代行運用、オフライン運用)を整備し、各主体が実施すべき作業をWeb中心の作業に移行し、Webにローカルで個々に行っていた作業を一括処理(③)する機能を新規構築し(実際は移植)、運用効率を高める。



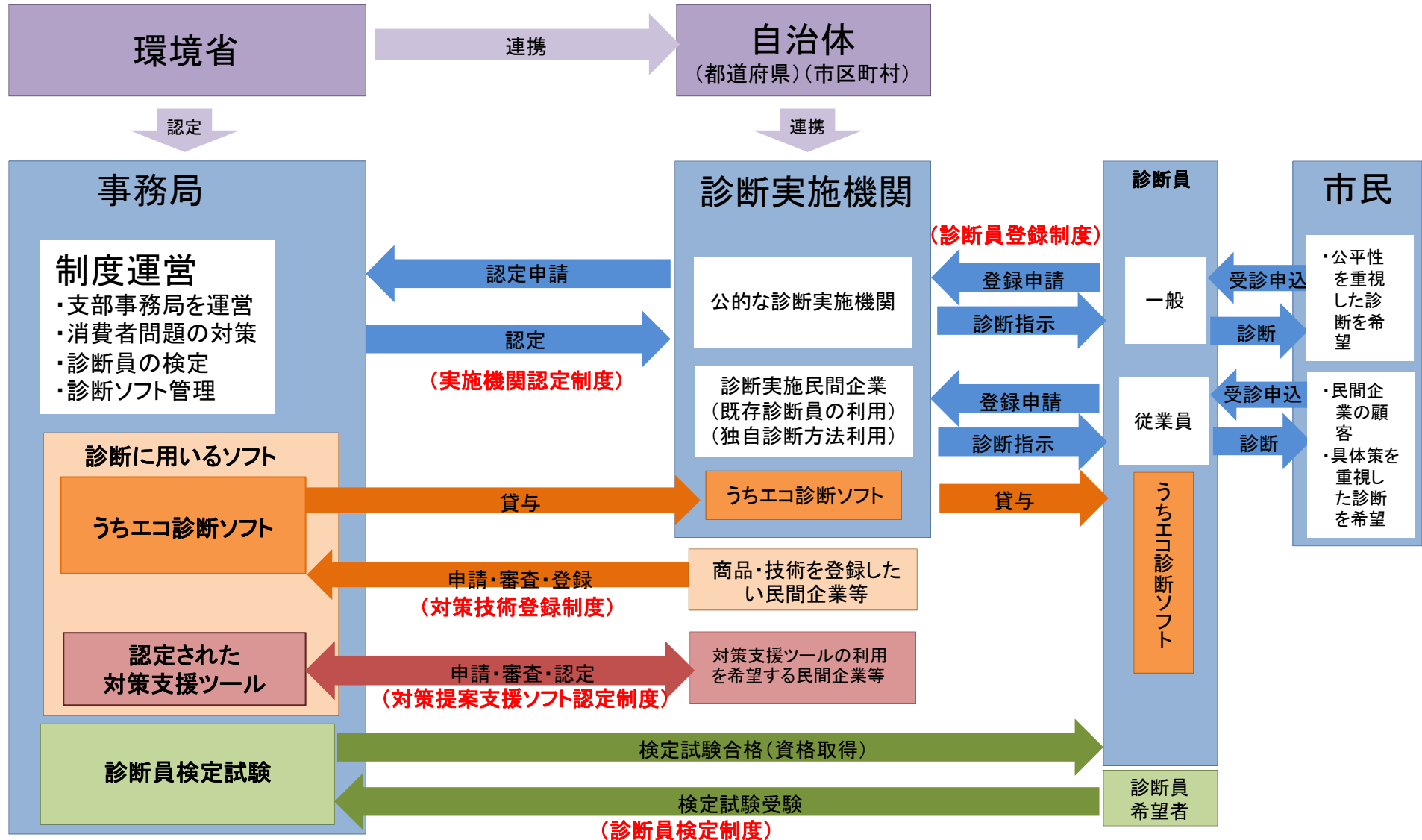
## 4-⑤-2. うちエコ診断ソフトの改良および独自ソフトとの連携方針(案)

- ・ うちエコ診断ソフトロジック検証WGの議論を受けて、現行のうちエコ診断ソフトに対して、①ロジック検証WGからの改善、②診断結果のレイアウト整理、③他の制度や民間企業等のソフトとの連携を予定。
- ・ 民間企業が独自でソフトを持っている場合は、本年度の検証結果を受けて、どのように要件を整理し連携していくか引き続き検討を行う。



## 4-2. 環境コンシェルジュ制度(仮)における運用体制(案)

○ 家庭エコ診断制度(仮)の運用にあたって、以下のような体制が必要になる。



## 4-2. 事業リスクに対する対応方針(案)

- 事前対応策としては、体制整備(窓口の明確化、規程・運用フロー等)と手続きを研修等にて周知する必要があるのではないか。
- 発生時の対応として、第3者機関の活用と事例周知による再発の防止。

事業リスク	想定される事態		対応策(案)	
			事前対応策	発生時の対応
苦情対応	・制度全般への苦情・意見		<ul style="list-style-type: none"> <li>・制度の見直し</li> <li>・連絡体制の構築(窓口の明確化) (4.3))</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・連絡体制に沿った早急な報告と対応</li> <li>・事例集の作成</li> </ul>
	・倫理規定違反		<ul style="list-style-type: none"> <li>・倫理規定の構築</li> <li>・更新研修における倫理規程の周知</li> <li>・連絡体制の構築(窓口の明確化)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・連絡体制に沿った早急な報告と対応</li> <li>・事例集の作成</li> <li>・認定の取り消し検討</li> </ul>
	・消費者問題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・押売り</li> <li>・特商法違反</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・対策支援サービス実施者&amp;機関の定義の明確化</li> <li>・対策支援サービス手続きの構築(事前・移行)</li> <li>・実施者&amp;機関に対する更新研修での手続きの徹底</li> <li>・更新研修における消費者問題研修・事例紹介</li> <li>・連絡体制の構築(窓口の明確化、連携先の強化)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・連絡体制に沿った早急な報告と対応</li> <li>・第3者機関等との連携 <ul style="list-style-type: none"> <li>○地域の弁護士会との連携</li> <li>○国民生活センターとの連携</li> <li>○消費生活センターとの連携</li> <li>○ADR認定機関<sup>1</sup>との連携</li> </ul> </li> <li>・認定取り消しの検討</li> </ul>
・対策支援サービス時のトラブル		<ul style="list-style-type: none"> <li>・更新研修における手続きの周知</li> <li>・更新研修における消費者問題研修・事例紹介</li> <li>・違反に対する取り消し規程の明確化</li> <li>・連絡体制の構築(窓口の明確化、連携先の強化)</li> </ul>		
個人情報保護	・個人情報の漏えい		<ul style="list-style-type: none"> <li>・個人情報保護ガイドライン( )に準拠した規程・運用フローの作成</li> <li>・実施者&amp;機関に対する更新研修での手続きの徹底</li> <li>・管理システム(Web)のセキュリティの確保</li> </ul> <small>環境省所管事業分野における個人情報保護に関するガイドライン(H21.12.10告示)</small>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・連絡体制に沿った早急な報告と対応</li> <li>・事例集の作成</li> <li>・認定取り消しの検討</li> </ul>
	・個人情報の毀損			
試験問題の作成	・問題の事前漏洩		<ul style="list-style-type: none"> <li>・試験作成者へのお願い(作成者名は秘匿)</li> <li>・作成された問題の管理(印刷先への周知)</li> <li>・試験監督官への周知(手順書の作成)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・検討中</li> </ul>



## 4-3. 環境コンシェルジュ制度(仮)の実施スキーム

○ 地域に根ざしたスキームと民間によるスキームに大別し、それぞれ3つの枠組みに集約する

	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度
診断区分	家庭エコ診断推進基盤整備事業			家庭エコ診断制度(仮称)の自立化
	診断の検証と民間試行	実施スキームの検証	基盤整備	
地域に根ざした診断	<p>①効果検証のための診断実施(うちエコ診断の気候別検証と実施率の評価)</p>	<p>①自治体主導による試行事業</p> <p>②効果検証のための診断実施</p> <p>③地域の協議会による試行事業</p>	<p>①自治体主導による実施</p> <p>②地域協議会等との連携による実施</p>	<p>①自治体主導による実施</p> <p>②地域協議会等との連携による実施</p>
民間企業による診断	<p>②民間企業によるエコ診断の試行</p> <p>③民間企業によるフーズビリティスタディ</p>	<p>④民間企業によるエコ診断のサービス化</p> <p>⑤民間企業による既存顧客への試行実施</p> <p>⑥民間企業による独自診断との連携</p>	<p>③民間企業による実施</p>	<p>③民間企業による実施</p>