

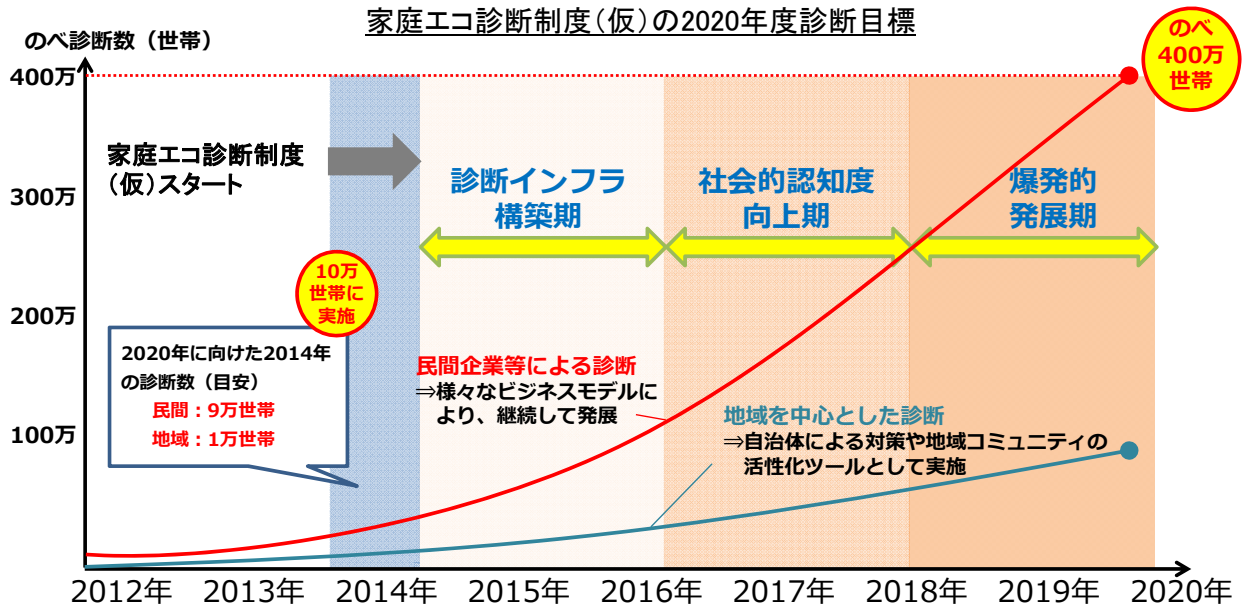
普及戦略検討分科会(第一分科会)からの報告

1. 受診者拡大のための手法検討
2. 家庭エコ診断制度(仮)構築に向けた検討

1. 受診者拡大のための手法検討

1-1. 家庭エコ診断制度(仮)の2020年度に向けた目標

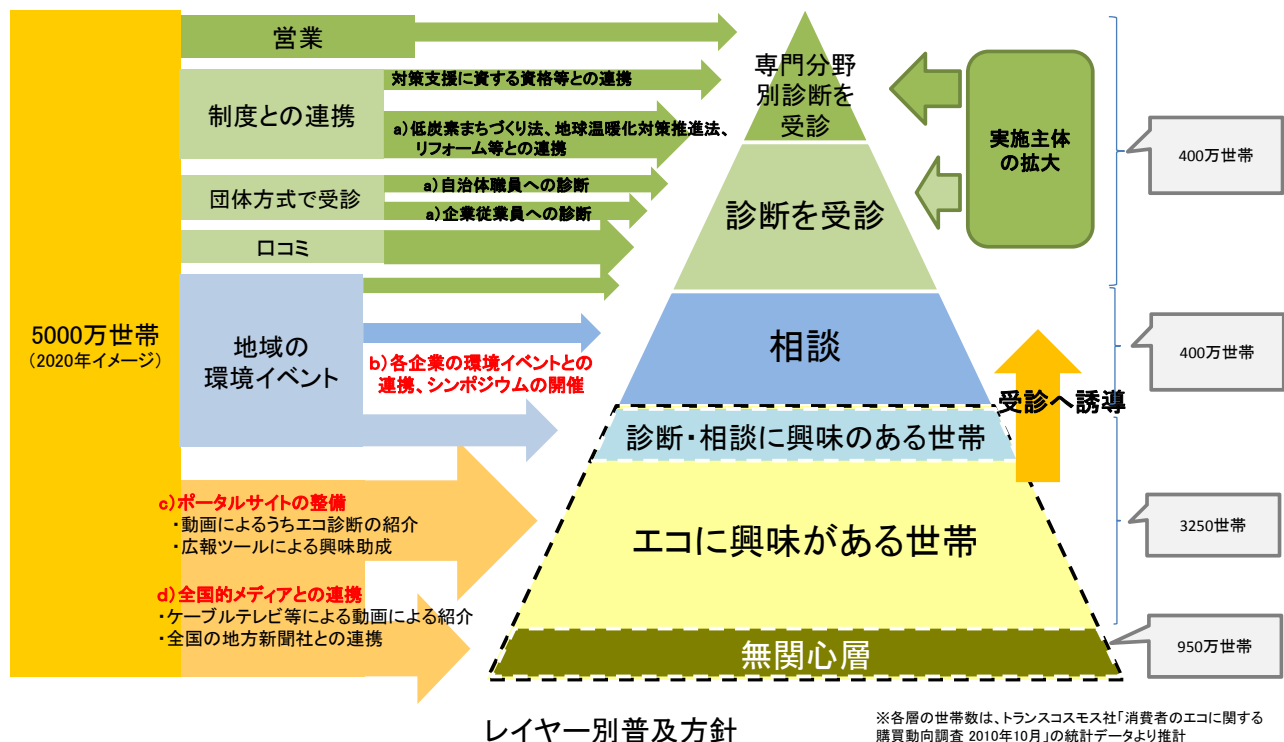
- 2020年までに受診400万世帯を達成するためには、普及戦略による社会的認知度の向上とともに、各家庭が気軽に診断を受診できるような環境を構築する必要がある。
- 全国で各家庭が診断を受け入れる体制を整備した上で(診断インフラ構築期)、環境意識の高い家庭に診断を受診してもらい、その効果を広げていく(社会的認知度向上期)。そして、2020年度に向けて全世帯に向けた積極的な広報展開を実施し(爆発的発展期)、家庭向けエコ診断制度の社会的定着を目指す。



3

1-2. 普及戦略の基本方針

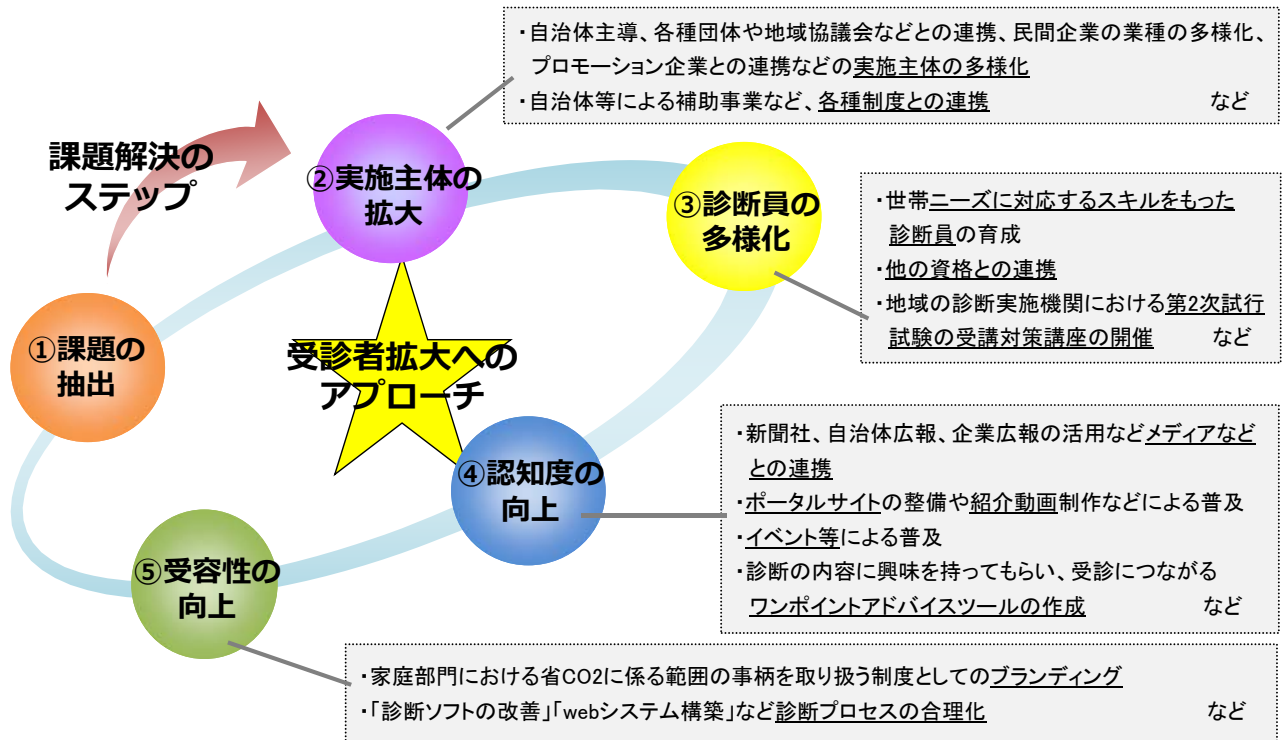
- 平成24年度検討会における議論をふまえ、以下の方針で平成25年度普及戦略を進める。
- ・目標(2020年までにのべ約400万世帯の受診)達成に向けては受診者拡大へのアプローチが重要。
 - ・受診者層を関心度合いから主に4段階に分類し、受診者層別に制度の普及を進める。



4

1-3. 平成25年度事業における受診者拡大方策のポイント

受診者拡大には、「エコに無関心な層」「エコに興味がある層」を受診に誘導する働きかけが重要である。受診者層の拡大に向けて、以下の方策を進める。



5

1-4. 第1回普及戦略検討分科会での審議・結果を受けた検討

第1回普及戦略検討分科会(平成25年5月28日開催)にて、平成25年度の普及戦略案を審議・検討した。この検討結果を受け、2020年度の目標達成に向けた普及戦略案を策定する予定。

主たるご意見

- ◆ 普及のための施策が先行している感がある。施策投入の「セグメント」「ターゲット」「投資効果」など明らかにした方が良い。
- ◆ ターゲットを絞り込む際の条件は「エコへの関心度」だけではないはず。「儲かる儲からないといった経済的観点」「リフォームニーズ」など他の条件も併せて調査した方が良い。
- ◆ メディア戦略以外の普及策も並行して実行した方が効果的である(例:学校教育での環境学習との連携など)



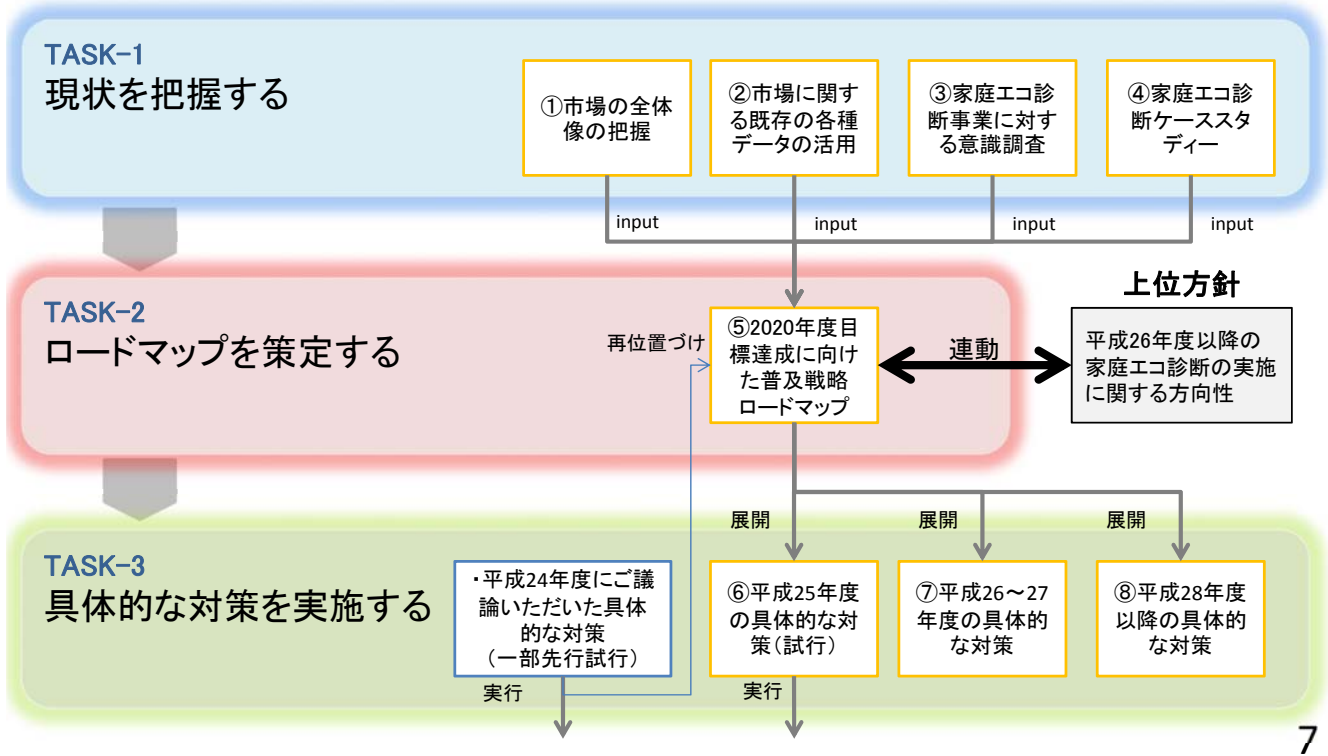
「市場の現状」「家庭エコ診断事業に対する反応」「先行ケーススタディー」などを改めて調査し、「2020年度目標達成に向けた普及戦略ロードマップ」を策定する予定。

6

1-5. 2020年度の目標達成に向けた普及戦略策定のためのタスク

2020年度の目標達成に向けた具体的な普及戦略の策定には、以下フローでタスクを解決していく。

普及戦略策定フローとタスク



1-6. 2020年度に向けた普及戦略策定のための詳細スケジュール案 (TASK-1、TASK-2)

		平成25年度 7月~8月								
		1st	2nd	3rd	4th	5th	6th	7th	8th	9th
段階		現状把握			課題の確認 対策検討 目標設定		とりまとめ		実施準備	
検討会・分科会		第1回検討会	タスクフォース会議を開催しタスクを解決する							第2回第1分科会
TASK-1 現状を把握する	①市場の全体像の把握	課題解決方針・役割の設定・準備など	調査設計(目的・対象・地域・方法・有効回答数など)と設問確認など調査準備	ネット調査	調査データの分析	普及戦略ロードマップとりまとめのための検討 ・調査結果から明らかになった課題の確認 ・課題を解決するための対策の検討 ・目標の設定 ・効果の確認 など				
	②市場に関する既存の各種データの活用		対象データの洗い出しとデータの収集	調査データの分析						
	③家庭エコ診断事業に対する意識調査		調査設計(目的・対象・地域・方法・有効回答数など)と設問確認など調査準備	ネット調査	調査データの分析					
	④家庭エコ診断ケーススタディー		調査方法・項目・内容・調査対象	調査実施	調査結果とりまとめ					
TASK-2 ロードマップを策定する		普及戦略ロードマップとりまとめ								

Additional notes: 家庭エコ診断事業(仮)の制度や診断の提供方法などのブラッシュアップに活用できる情報も併せて整理する。

1-7. 2020年度に向けた普及戦略策定のためのタスク解決スケジュール

本日の第1回検討会にて「当該普及戦略検討方針」を確認いただいた後、企画立案に入る。第2回の普及戦略検討分科会までに企画を行い、平成25年度対策の実施、平成26年度以降の進め方の審議など具体的な行動に移行する。

区分		平成25年度													
		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月		
検討会 第一分科会 第二分科会			第1回	第1回	第1回		第2回	第2回	第2回	中間報告		第3回	第3回	第3回	最終報告
企画承認	企画立案方針の合意			確認	(第1回検討会で確認)										
	第一分科会委員との合意形成			個別説明											
企画立案	市場調査と施策決定			市場調査 施策検討	決定										
	第2回第1分科会報告と合意				報告	(第2回第一分科会)									
	普及戦略決定				確認	(第1回検討会で確認)									
企画実行	平成25年度の具体的な施策の市場投入											報告	第3回第一分科会	確認	(第3回検討会)
次年度以降の準備	平成26年度以降の普及戦略の進め方(詳細決定・予算化など)											報告	確認	確認	
		計画と実施ならびに効果測定													
		イベント・説明会 開催準備													

11

1-8. 平成25年度における普及戦略展開試行のスケジュール

○平成24年度にご議論いただいた方策について、一部先行しながら、戦略マップに再度位置づけし、平成26年度からの展開につなげる。

区分		平成25年度													
		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月		
検討会 第一分科会 第二分科会			第1回	第1回	第1回		第2回	第2回	第2回	中間報告		第3回	第3回	第3回	最終報告
診断試行	連携・自治体	地域試行実施説明会													結果とりまとめ
	民間	民間向け説明会 公募・採択													結果とりまとめ
普及戦略	普及戦略の検討	2020年度に向けた度普及戦略策定(前ページ)													
	①家庭エコ診断ポータルサイト	企画検討	制作	完成	運用・コンテンツ追加によるブラッシュアップ・効果の確認										
	②家庭エコ診断の紹介動画	企画検討	制作	完成	広報計画表に基づいた活用と効果の確認										
	③ワンポイントアドバイスツール	企画検討	制作	完成	活用と効果の確認										
	④うちエコ診断紹介パンフレット	企画検討	制作	完成	活用と効果の確認										
	⑤イベントへの出展	企画検討												出展	
⑥制度展開を見据えた説明会の開催	企画検討													説明会開催準備	制度説明会開催
		戦略として位置づけ													

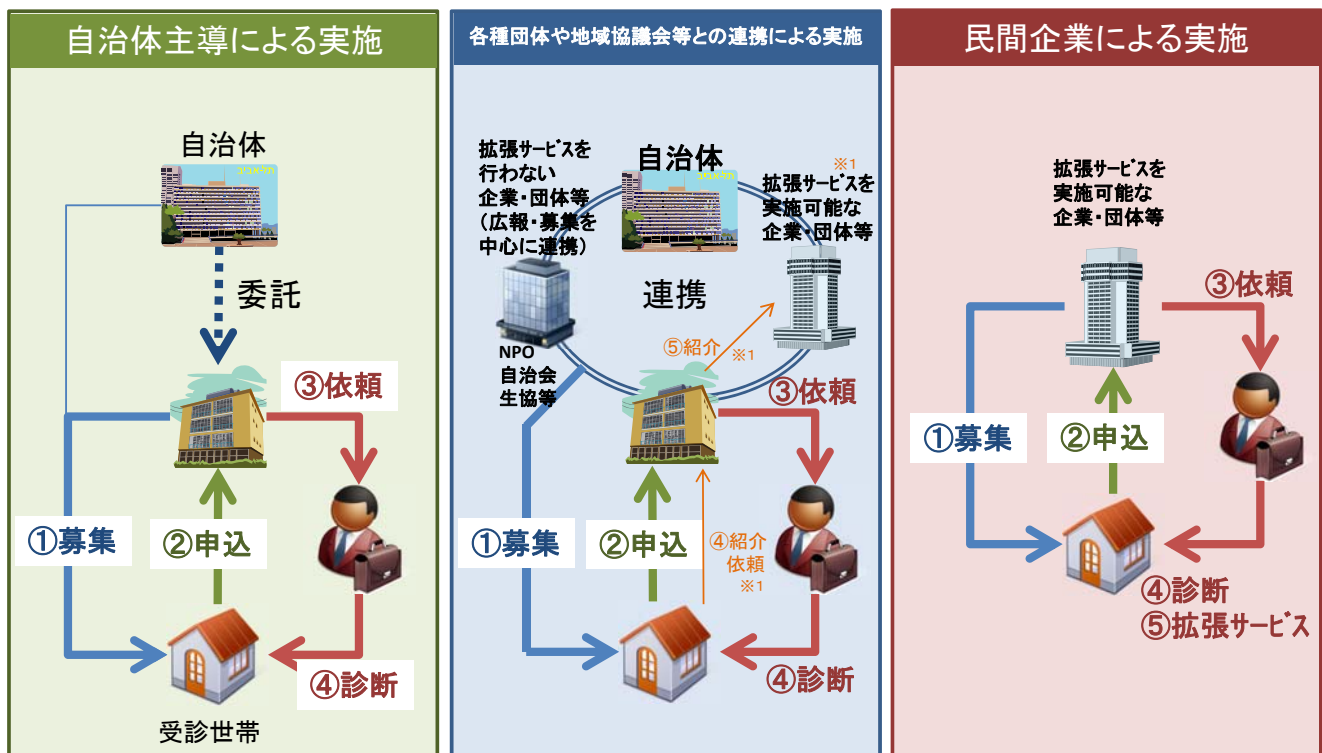
12

2. 家庭エコ診断制度(仮)構築に向けた検討

13

2-1. 平成25年度診断実施スキーム(再掲)

○3つの実施スキームに応じた形態で、自治体、民間企業及び様々な他の制度との連携を図る。



※1: 地域協議会等との連携による実施においては、拡張サービスを実施可能な企業・団体等との連携が可能な場合にのみ紹介を実施する。なお、これらの企業・団体等との連携が無い場合は、拡張サービスを実施しない。

14

2-2. 平成24年度民間試行事業の概要 タイプ分類と実施団体

実施内容		実施団体
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	<ul style="list-style-type: none"> ○ 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
	タイプ2 CO ₂ 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	<ul style="list-style-type: none"> ○ 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
	タイプ3 「うちエコ診断」と同様に、CO ₂ ・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	<ul style="list-style-type: none"> ○ 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グループ株式会社、株式会社ジャパングラスエナジー) ○ ミサワホーム株式会社



15

2-3. 平成24年度民間試行事業の概要 検証項目

- 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「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	○	○	○
	② CO ₂ 削減可能性の高い顧客とのコンタクト容易性の検証		○	
制度構築に向けた検討	③ 診断による受診者メリット創出の検証(満足度、CO ₂ 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	○		
	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	○	○	○
	⑥ 質の高い家庭向けエコ診断の要件整理	○	○	○

16

2-4. 平成25年度民間試行事業の目的

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
- 課題2 「拡張サービス」による自立性確保の困難性
- 課題3 関係者(受診者、診断員、実施組織)の診断実施負担の大きさ
- 課題4 消費者問題対策の厳格運用による課題
- 課題5 タイプ1(うちエコ診断:自社サービス型)とタイプ2(うちエコ診断:業務検証型)のタイプの違いの希薄化
- 課題6 複数事業者が参画する共同事業体の質の担保
- 課題7 タイプ3(独自診断型)とうちエコ診断との差異と共通性を踏まえた適切な位置づけ

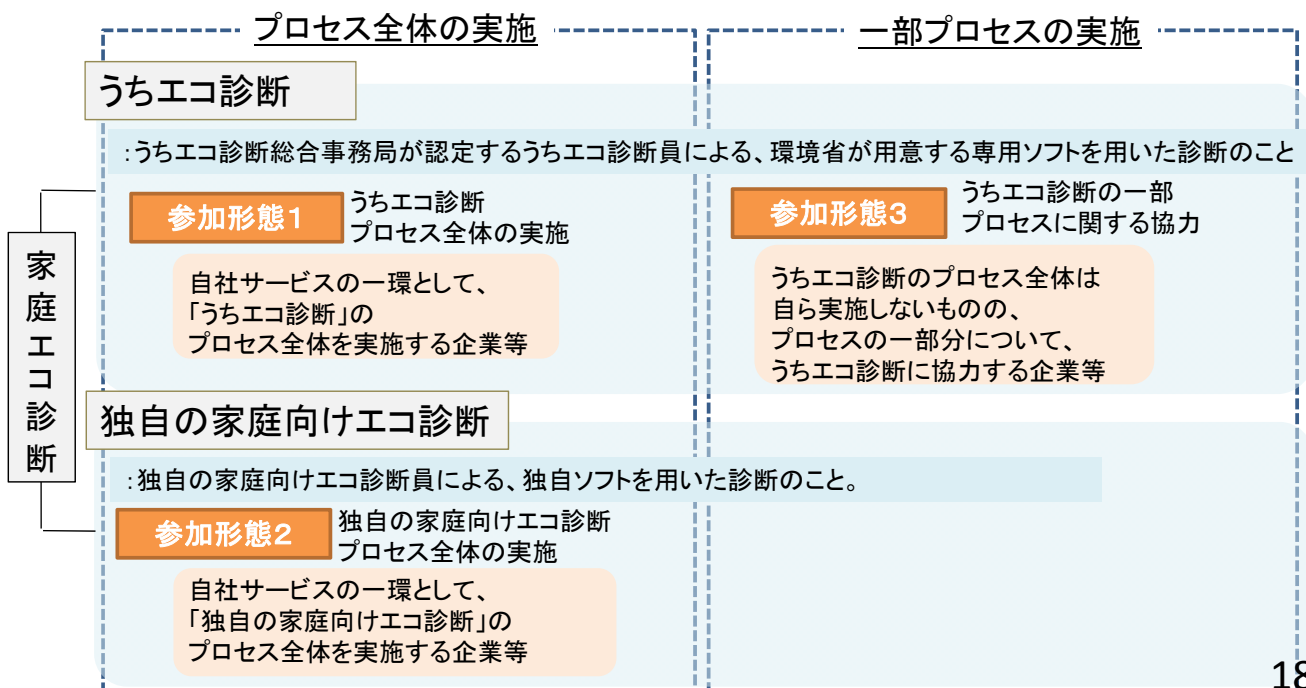
平成25年度の民間試行事業の展開

- 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1~7)
- B) 独自の家庭エコ診断実施主体との連携のあり方を検討する (←課題7)
- C) 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、2)
- 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3)
- E) 「拡張サービス」ルールを一部変更する (←課題4)

17

2-5. 平成25年度民間試行実施にあたって①参加形態

- 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
- B) 独自の家庭エコ診断実施主体との連携のあり方を検討する

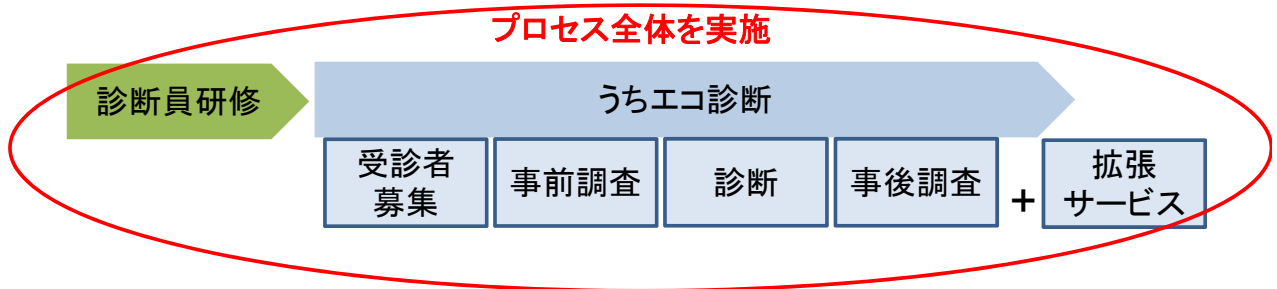


18

2-6. 平成25年度民間試行実施にあたって ①参加形態

参加形態1 うちエコ診断プロセス全体の実施

自社サービスの一環として、「うちエコ診断」のプロセス全体を実施する企業等



○診断によって提示される対策を商品・サービスとして扱っており、販売促進等を目的として診断サービスを用いる企業等

例：建築工事・リフォーム等関連業、住宅設備・電気機械器具等販売関連業、エネルギー関連業 等

○顧客満足度向上を通じた新規顧客獲得、既存顧客維持等を目的として診断サービスを用いる企業等

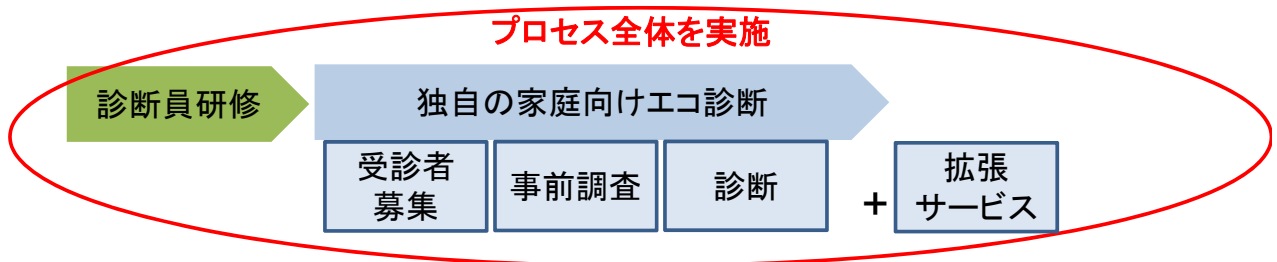
例：ホームセキュリティ業、保険業、生活協同組合、農業協同組合、クレジットカード等関連業、銀行業、不動産業、引越業、児童福祉事業 等

19

2-7. 平成25年度民間試行実施にあたって ①参加形態

参加形態2 独自の家庭エコ向け診断プロセス全体の実施

自社サービスの一環として、「独自の家庭向けエコ診断」のプロセス全体を実施する企業等



○独自の家庭エコ診断ソフトの要件

- ・シミュレーションソフト等によって診断世帯の各種エネルギー使用実態を踏まえたCO2排出総量及び内訳が示されること。
- ・CO2排出内訳別にCO2削減のための対策提案が示されること。

○特定の製品やサービス等を販売促進することを目的とせず、公平性のある診断ができること。

○独自の家庭向けエコ診断を実施し、その結果に基づき対策に取り組むことで、家庭のCO2削減に寄与するものであること。

○環境省との連携事業としての独自の家庭エコ診断のあり方検討に協力すること。

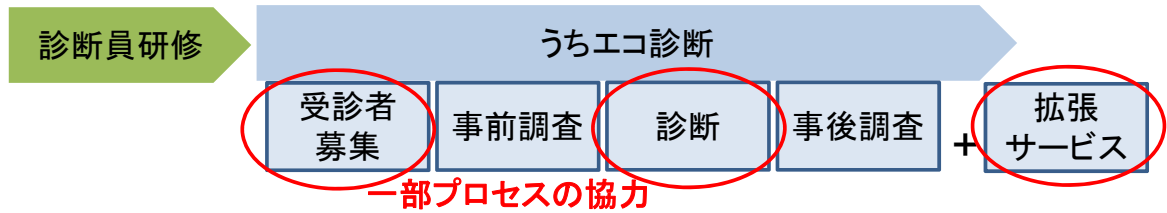
- ・PR方法(例：家庭エコ診断の効果的なキャンペーン募集方法等)
- ・診断プロセスの共通基盤整備(例：個人情報保護、消費者問題対策等)
- ・診断ソフトの共通基盤整備(例：受診者視点での分かりやすい診断、情報提供のための診断ソフトのロジック検証及び共同改善の実施)

20

2-8. 平成25年度民間試行実施にあたって ①参加形態

参加形態3 うちエコ診断の一部プロセスに関する協力

うちエコ診断のプロセス全体は自ら実施しないものの、プロセスの一部について、自社の持つ資源を有効活用することで、家庭エコ診断に協力する企業。



- 診断の「受診者募集」に関する協力ができる企業等
 (例: 会員のネットワークを有する等、受診者との間のメディアとしての機能を有する企業等
 [例: ホームセキュリティ業、保険業、生活協同組合、フィットネスクラブ、ケーブルテレビ等])
- 「診断場所の提供」「受診インセンティブ提供」に関する協力ができる企業等
 (例: 診断を行う場所を有している、受診者が集まることにメリットを感じる企業等 [例: 児童福祉事業、小売店等])
- 「診断員の養成と診断実施」に関する協力ができる企業等
 (例: 診断に関するスキル・ノウハウを有する人材を有している企業等
 [例: 対策提案の専門知識を持つ企業等、受診者との円滑なコミュニケーションに長けた企業等])
- 「対策提案に関する見積・商品紹介等」に関する協力ができる企業等
 (例: 対策実施に関する受診者の具体的なニーズに対応できる専門知識や資源を有する企業等
 [例: 建築工事・リフォーム等関連業、住宅設備・電気機械器具等販売関連業、エネルギー関連業等])
- 「対策効果の見える化」に関する協力ができる企業等
 (例: 対策実施によるエネルギー使用量削減実績を定量的に提示できる企業等
 [例: エネルギー関連業、HEMSプロバイダ等])
- 「従業員の受診という形での協力ができる企業等」

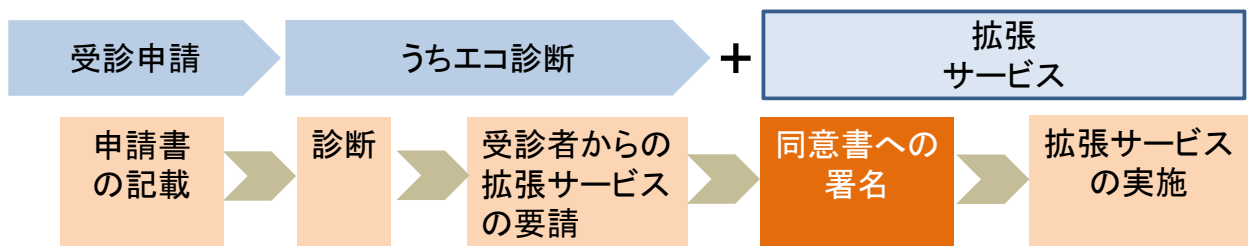
21

2-9. 平成25年度民間試行実施にあたって ④「拡張サービス」ルールの一部変更

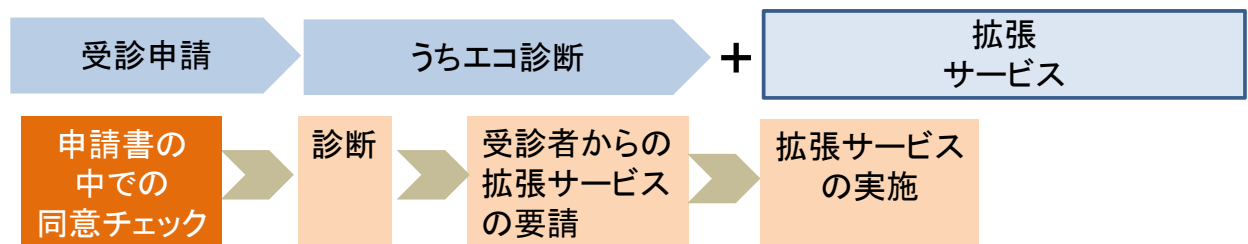
E) 「拡張サービス」ルールを一部変更する

＜参加形態1に関係＞

平成24年度の「拡張サービス」実施プロセス



平成25年度に新たに用意する「拡張サービス」実施プロセス



22

2-10. 平成25年度民間試行実施採択事業者一覧および試行内容

参加形態 1 環境省の「うちエコ診断」を事業者の取組として実施



住宅



【住宅設備機器の卸売業】

- 住宅設備商社が、得意先の工務店・リフォーム店の顧客に対してエコ診断サービスを提供する。自社開発している省エネ機器提案ツールも組み合わせて、省エネ商材の普及を目指す。
- 宮城県から静岡県までの12都県で、9子会社によるエコ診断実施体制を構築。



【工務店の全国組織】

- 実質3年目の取組で、豊富な実績。今年度は特にリフォーム相談中の顧客に対して診断を行うことで、受診率や成約率の向上をめざす。
- 全国約3,000社の工務店が参加するネットワークから、昨年度も参加した工務店を中心に30社以上が参加。ネットワーク全体へのエコ診断サービスの普及を展開中。



【工務店等の活性化を支援する組織】

一般社団法人 全国住宅産業地域活性化協議会

- 地域にねざした住生活サービス展開の一環として、エコ診断を加え、更に省エネリフォームパッケージ提案、リフォーム工事の優待、リフォーム瑕疵保険の提供により、提案の実行促進を試行する。
- 今年度は工務店と住宅資材流通等で構成される支部22か所でのO/B施主を中心に試行展開し、将来的に全国84支部全体での展開をめざす。



【北海道のエコ住宅を推進する工務店等の組織】

北方型住宅ECO推進協議会

- 既存顧客の住宅維持管理にエコ診断サービスを導入することで、断熱先進地である北海道における新たなビジネスモデル創出をめざし、診断実施と合わせ、組織内に「ビジネスモデル検証部会」を設置し自立化の検証を行う。
- 北海道の住宅性能向上を図ってきた地域の住宅関連事業者約400社のネットワークを活用し、寒冷地に適したエコ診断を道内全域で展開することをめざす。

23

2-10. 平成25年度民間試行実施採択事業者一覧および試行内容

参加形態 1 環境省の「うちエコ診断」を事業者の取組として実施



住宅性能評価



【エコ住宅の普及啓蒙組織】

Japan Energy Pass Association
一般社団法人 日本エネルギーパス協会

- 環境省のうちエコ診断と同会の独自住宅性能評価「エネルギーパス」を組み合わせたサービスを、建物に関する専門知識を有する人材が展開することにより、エコ診断サービスの付加価値向上をめざす。
- 同会の認定試験合格者230名から診断を行う有志を募り、専門家同士の定期研修会で新たなエコ診断サービスの有効な募集、成約方法等のベストプラクティス共有を行う。

一般社団法人パッシブハウスジャパン

PASSIVEHOUSE JAPAN 【エコ住宅の普及啓蒙組織】
www.passivehouse-japan.org

- 環境省のうちエコ診断と同会の独自住宅性能評価「建物の燃費ナビ」を組み合わせたサービスを、建物に関する専門知識を有する人材が展開することにより、エコ診断の付加価値向上をめざす。
- 同会の有資格者400名以上、賛助会員100社以上のネットワークを活用した受診募集と、全国5都市を巡回型診断することでイベント性を持たせた展開を実施。

24

2-10. 平成25年度民間試行実施採択事業者一覧および試行内容

参加形態 1 環境省の「うちエコ診断」を事業者の取組として実施



エネルギー

西部ガス 【ガス供給事業】

- 今年度は福岡、北九州、熊本、長崎地区で「うちエコ診断」を試行展開し、お客さまの暮らしにおける省エネ行動の促進や、拡張サービスへの展開を検証していく。
- 将来的には当社の販売チャネルが、エネルギー診断を通じて、省エネ機器やリフォームの提案に繋げ、省エネソリューションの確立をめざす。

TAJIMA 白島石油株式会社 【LPガス販売事業】

- 安全・快適そしてエコにガスをご利用いただくためのベーシック・サービスとして、三多摩、埼玉県、南群馬の顧客に広く診断サービス提供をめざす。
- ガス器具の定期点検という顧客との直接コンタクトの機会を捉えた受診率向上や効率的な診断の実施モデルが確立すれば、広く中小規模のLPガス事業者向けモデルとして各地に広がることも期待。

東彩ガス 【ガス供給業】

- 昨年度に続き2年目の取組で、既存の都市ガス、LPガス顧客向けのみならず、今年度は新規顧客の担当部署からも診断員を養成し、新規顧客への接点ツールとしての位置づけも併せて検証する。
- 埼玉県を中心とした20万件に都市ガス、LPガス事業を展開しており、エコ診断サービスの導入により、既存顧客のリフォーム需要、新規顧客の獲得に加え、CSRの実現をめざす。

KITAGAS 【ガス供給事業】

北海道ガス株式会社

- エネルギー会社としてのサービスの一環としてうちエコ診断を行うとともに、天然ガス普及率の低い北海道において、環境性の高い天然ガスの普及拡大に貢献するためのツールとしても利用する。
- 行政機関として診断事業を行う札幌市とも連携を行い、相乗効果により札幌市全体でのうちエコ診断の普及をめざす。

ミライフ 【LPガス販売事業】

- 1年に1度行う自主的なガス器具の点検サービスをLPガス顧客に実施。また密接な顧客接点により暖房機器設置等の設置時期の情報蓄積もあり、これらの機会を活かして継続的な診断勧誘、実施をめざす。
- 関東圏を中心に、LPガス事業、リフォーム事業を42店舗で展開しており、エコ診断サービスの導入による、受診者への付加価値提供と持続的な事業確立の展開を期待。

25

2-10. 平成25年度民間試行実施採択事業者一覧および試行内容

参加形態 1 環境省の「うちエコ診断」を事業者の取組として実施



家電

ビックカメラ 【家電販売店】

- 家電販売店内での参加呼びかけ・エコ診断実施により、家電製品買い替え検討者に省エネ機器等の導入を促す。受診者が検針票のみ持参し、診断員が問診によりその場で情報入力する方式の試行や、公平中立な診断の担保を重視した診断を行う。
- 全国30店舗ごとに3人の診断員を養成し、営業時間中最低1人は診断員がいる状態を構築する。

まちづくり

次世代郊外まちづくり 【まちづくり組織】

スマートコミュニティ推進部会

- 横浜市と東急電鉄が推進する「次世代郊外まちづくり」のモデル地区（たまプラーザ駅北側地区）で、住民と地域ぐるみで快適かつ省エネルギーな街づくりを進める中、エコ診断サービス導入の可能性を検証する。
- 「次世代郊外まちづくり」の取組として、既成市街地における生活者中心のスマートコミュニティ化を目的とした「スマートコミュニティ推進部会」参加企業が、地区内約6,500世帯の希望者を対象に診断を実施する。

26

2-10. 平成25年度民間試行実施採択事業者一覧および試行内容

参加形態 1 環境省の「うちエコ診断」を事業者の取組として実施



地域 協同組合

JA/JA全農 【農業協同組合】

- 「JAエコライフ宣言」に取り組む「女性組織協議会会員」を主対象に、日頃から組合員と接点を持つ渉外担当者等がエコ診断を行う。また連合会職員も診断員となりJAの診断を支援するとともに、全国の在住職員の診断を行う。
- 農家世帯は比較的家屋が広くCO2削減の可能性が高いと想定されるが、今年度の試行を踏まえ、H26年度以降は約400万戸の組合員を対象に順次JAグループ全体に取組を広げることをめざす。

pal*system 【生活協同組合】

- 今年3年目の取組で、組合員活動や住まい事業と連携により、関東1都9県の約130万人の組合員家庭の省エネ活動支援の仕組みづくりにつなげる。
- パルシステムのエネルギー政策「減らす・止める・切り替える」の実現に向けて、生活者一人ひとりの省エネを応援できる仕組みづくりを目指す。

協同労働の協同組合 日本労働者協同組合連合会加盟 【地域福祉事業等】 ろくまよ 企業組合 労協しまね事業団

- 高齢者世帯の健康増進と省エネ対策につながる断熱提案等のエコ診断サービスを、従来から行っている生活総合支援事業に追加することをめざす。昨年度は昨年度島根県事業を受託し、多数診断を実施した経験もあり。
- 島根県大田市地域限定の取組であるが、高齢者を対象として、地域の診断提案のシーズを有する企業との連携による診断サービスモデルは、各地に広がる可能性を有する。

27

2-10. 平成25年度民間試行実施採択事業者一覧および試行内容

参加形態 2 事業者独自の診断ソフトを使い、診断を実施

エネルギー

関西電力 【電気供給事業】

- 現在実施している省エネルギーコンサルティング活動やインターネットによる電気ご使用量の見える化サービス『はびeみる電』に加え、新たに独自のエコ診断サービスを開始することで、お客さまの省エネや電力負荷平準化を推進する。
- 環境省との連携事業として位置付け、関西全域での展開を行うとともに、診断ソフトのロジック検証等の取組を合わせて実施。

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】 (共同実施会社：JX日鉱日石エネルギー株式会社、ENEOSグループ株式会社、株式会社ジャパングスエナジー)

- 共同実施会社3社による家庭向け診断サービス。昨年度に続き2年目の取組。独自の診断士認定研修で認定された500人以上の診断員による2,000件以上のエコ診断実績。
- 今年度はさらに診断員を増員し、昨年度以上の診断件数実施をめざす。また、環境省との連携事業として位置付け、診断ソフトのロジック検証等の取組を合わせて実施。

28

2-11. 平成25年度民間試行実施のスケジュール

