

配布資料

環境省家庭エコ診断推進基盤整備事業

家庭エコ診断シンポジウム

～これまでの実施状況と今後の展開について～

2013年2月18日(月) 13:00～17:00

全国町村会館(ホール・第1会議室)



主催:環境省

うちエコ診断総合事務局(一般社団法人 地球温暖化防止全国ネット)

【目次】

1. プログラム	2
2. 講演	4
(1) 講演1	4
(2) 講演2	8
(3) 講演3	12
(4) 講演4	18
3. ポスターセッション	40
(1) 地域協議会	40
(2) 民間企業等	50
4. パネルディスカッション	62
参考1. 会場フロアマップ	63
参考2. ポスター配置図	64

1. プログラム

司会進行 櫻田 彩子

開会の挨拶 [13:00 – 13:05]

講演1 [13:05 – 13:15]

家庭における地球温暖化対策の取組と家庭向けエコ診断制度の展開

環境省地球環境局地球温暖化対策課 課長補佐 増田 大美 氏

講演2 [13:15 – 13:30]

うちエコ診断の概要と受診者の声

うちエコ診断スーパーバイザー 真田 由美子 氏

講演3 [13:30 – 14:00]

地域における
取組の実施報告

・地域試行実施管理事務局
・埼玉家庭の省エネ推進協議会

・徳島県環境コンシェルジュ協議会

小休憩 [14:00 – 14:10]

講演4 [14:10 – 15:30]

民間企業等における
取組の実施報告

・民間試行実施管理事務局
・一般社団法人 J B N
・株式会社 L I X I L
・おひさま進歩エネルギー株式会社
・セコム株式会社
・J X 日鉱日石エネルギー株式会社

・T O T O 株式会社
・東彩ガス株式会社
・日本興亜損害保険株式会社
・パルシステム生活協同組合連合会
・ミサワホーム株式会社

ポスターセッション(第1会議室) [15:30 – 16:00]

パネルディスカッション [16:00 – 17:00]

テーマ「持続可能な事業のツールとしての家庭エコ診断の可能性と展望」

コーディネーター：金谷 年展 氏

(東京工業大学ソリューション研究機構 特任教授)

パネリスト：秋元 智子 氏 (埼玉家庭の省エネ推進協議会)

小山 貴史 氏 (一般社団法人 J B N)

中山 泰男 氏 (セコム株式会社)

畑山 英一 氏 (J X 日鉱日石エネルギー株式会社)

増田 大美 氏 (環境省)

閉会 [17:00]

※ポスターにつきましては、ホールおよび第1会議室にて 12:30～17:30 まで展示しております。

2. 講演

(1) 講演1

家庭における地球温暖化対策の取組と
家庭向けエコ診断制度の展開

環境省地球環境局地球温暖化対策課

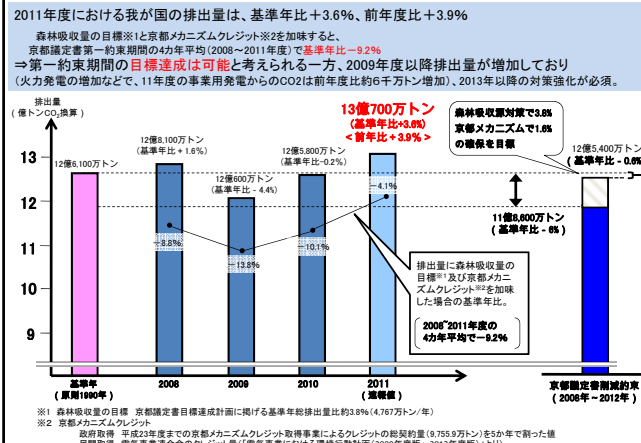
講演1 家庭における地球温暖化対策の取組と 家庭向けエコ診断制度の展開

家庭における地球温暖化対策の取組と 家庭向けエコ診断制度の展開

環境省 地球環境局 地球温暖化対策課

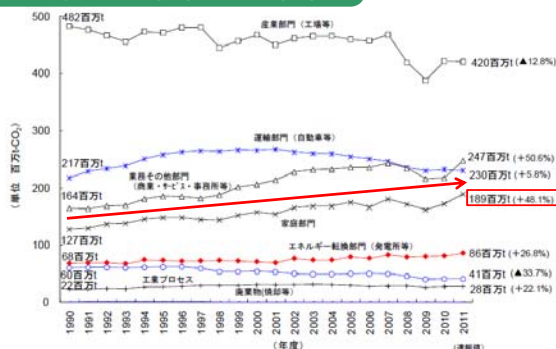


我が国の温室効果ガス排出量の推移(京都議定書目標達成の見通し)



家庭からの温室効果ガス排出量の推移

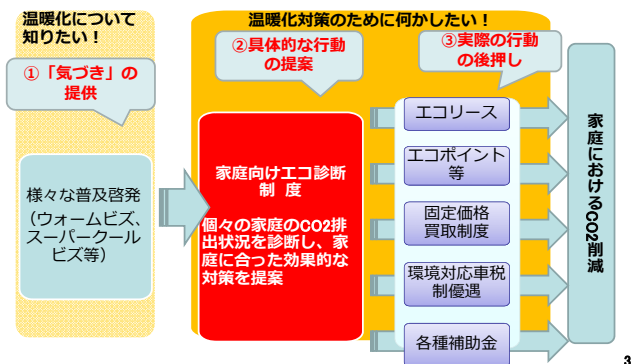
部門別CO2排出量の推移(1990～2011年度)



家庭部門における確実な温暖化対策を実施する必要性

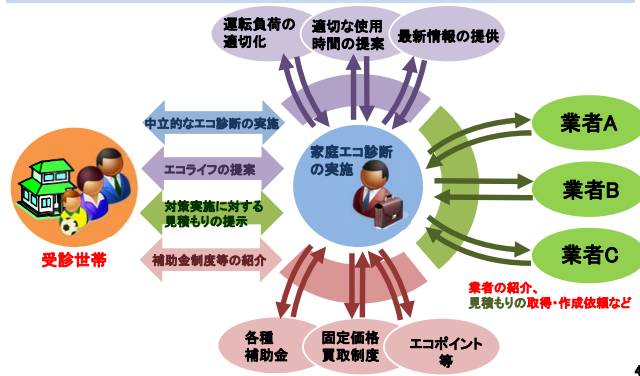
家庭向けエコ診断制度とは(1)

○家庭における省エネルギー・省CO2を目的として、受診世帯のエネルギー消費状況やCO2排出状況を見える化した上で、受診世帯に対して中立的な診断を実施【家庭エコ診断推進基盤整備事業 H23年度～25年度】



家庭向けエコ診断制度とは(2)

○ワンストップサービスとして、受診世帯に対して中立的な診断を実施し、エコなライフスタイルを提案するほか、補助金制度の紹介や見積り・取付・作成など、機器等の買い替えによる対策実施のサポートも行う。



家庭向けエコ診断制度とは(3)

○家庭向けエコ診断制度では家庭エコ診断を中心に対策の支援を行う。

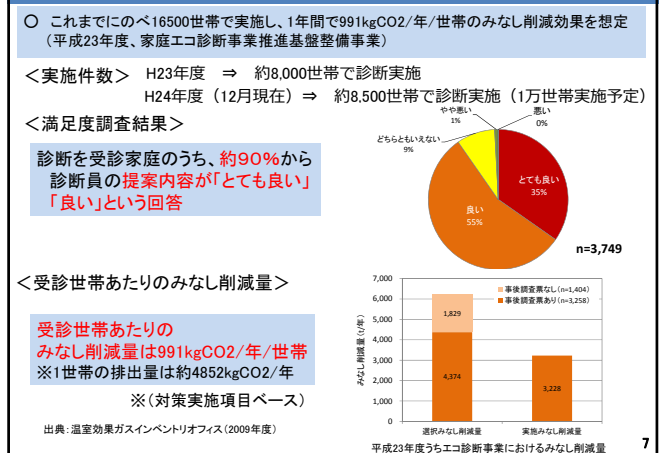


講演1 家庭における地球温暖化対策の取組と 家庭向けエコ診断制度の展開

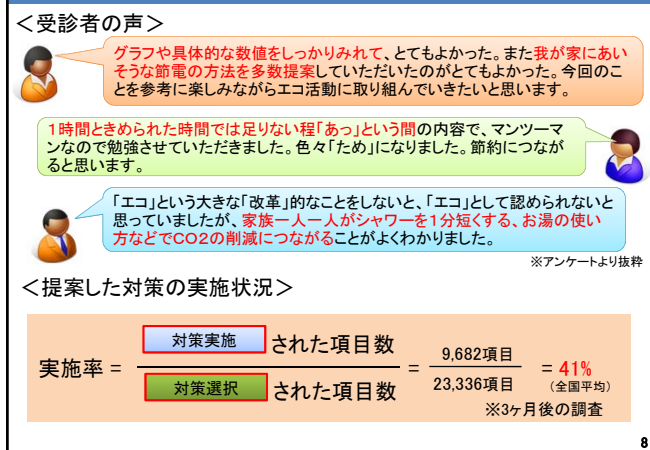
平成24年度の実施体制



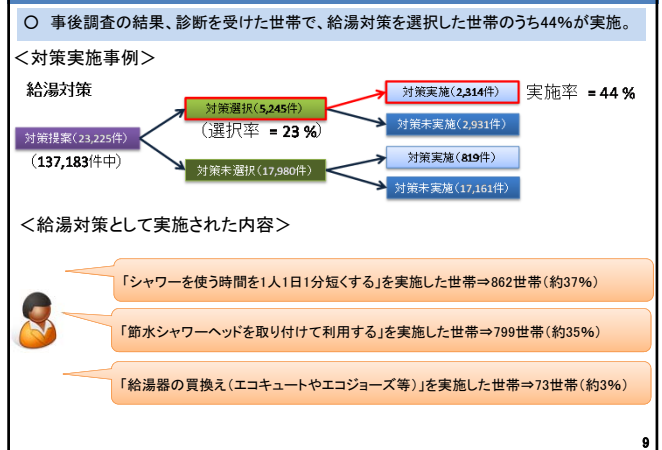
これまでの事業実施結果について(1)



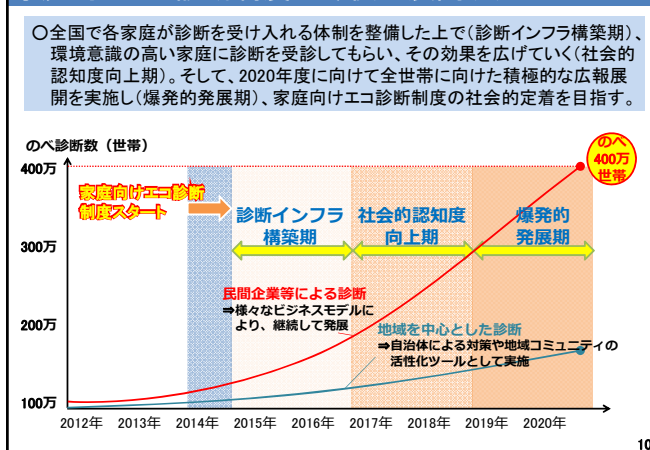
これまでの事業実施結果について(2)



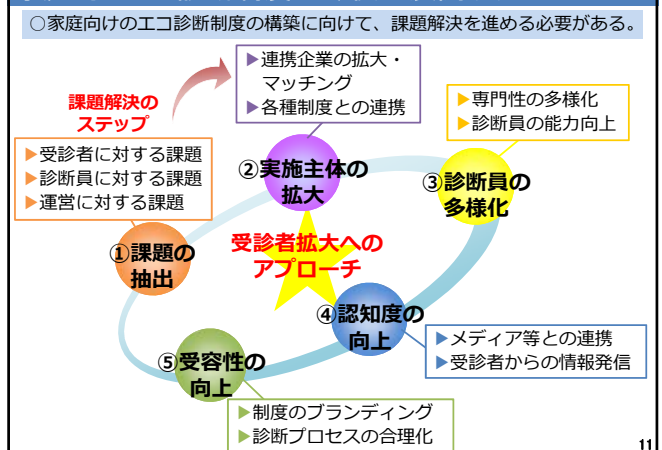
これまでの事業実施結果について(3)



家庭向けエコ診断制度の今後の展開(1)



家庭向けエコ診断制度の今後の展開(2)



講演1 家庭における地球温暖化対策の取組と 家庭向けエコ診断制度の展開

家庭向けエコ診断制度の今後の展開(3)

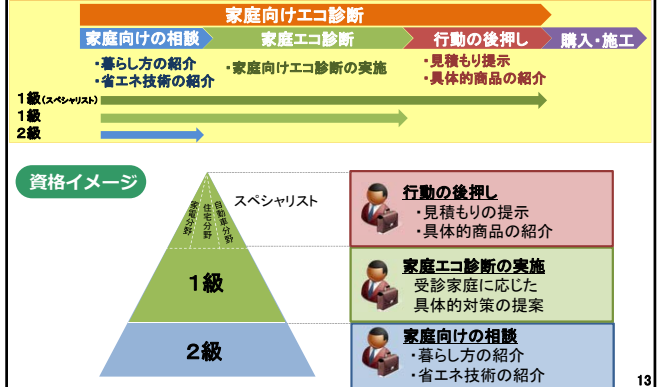
○平成26年度からの自立化に向けて、平成25年度は、基盤整備期間とし、
①自治体主導による実施、②地域協議会等との連携による実施、③民間
企業によるエコ診断サービスの実施を行う予定。

	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度
診断区分	診断の検証と民間試行	家庭エコ診断推進基盤整備事業 実施スキームの検証	基盤整備	家庭エコ診断制度の自立化
地域に 根ざした 診断	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)	①自治体主導に よる試行事業 ②効果検証のため の診断実施 ③地域の協議会に よる試行事業	①自治体主導に よる実施 ②地域協議会等との 連携による実施	①自治体主導に よる実施 ②地域協議会等との 連携による実施
民間企業 による 診断	②民間企業による エコ診断の試行 ③民間企業による フィードバック	④民間企業による エコ診断のサービス化 ⑤民間企業による既 存顧客への試行実施 ⑥民間企業による 独自診断との連携	③民間企業による エコ診断サービス の実施	③民間企業による エコ診断サービス の実施

12

家庭向けエコ診断制度の今後の展開(4)

○平成26年度からは、家庭向けのエコ診断を行うことができる診断員について、資格の認証
制度を想定。検定試験の合格者は、診断実施事務局に登録後、診断を行うことを想定。



13

(2) 講演2

うちエコ診断の概要と受診者の声

うちエコ診断スーパーバイザー

うちエコ診断の概要と受診者の声

うちエコ診断スーパーバイザー
真田 由美子

うちエコとは？ うちエコ診断とは？

“うちエコ”とは

- チャレンジ25キャンペーンが提唱する、衣食住を通じて「家(うち)」の中からできる温暖化対策のこと。

“うちエコ診断”とは

- 家庭から排出されるCO₂を「見える化」し、各家庭のライフスタイルに応じた削減対策を個別に提案する。

うちエコ診断の特徴

○家庭に合わせた、オーダーメイドの対策を提案します。

お住まいの気候やご家庭のライフスタイルに合わせて、無理なくできる地球温暖化防止対策をご提案します。

○うちエコ診断員が診断を行います。

地球温暖化問題、省エネ機器、家庭の地球温暖化防止対策の知識を持ったうちエコ診断員が、家庭での温暖化対策のなぜ？どうして？お答えします。

○専用ソフトを用いて、一目で分かるご説明をします

専用ソフトを用いて、各家庭の年間エネルギー使用量や光熱費、CO₂排出量わかりやすくお見せします。

○具体的な情報を提供します。

すぐに対策を実行できるよう、具体的にどうすればいいの？どこで売っているの？といった質問にお答えします。

家庭での確実で効果的な
地球温暖化防止対策の後押し

うちエコ診断での対策提案の方針

今、すぐに対応できる使用時間の短縮、適切な温度設定等(ソフト対応)

機器の寿命とライフプランに応じた高効率機器への買替対策(ハード対策)

家庭における太陽光発電、太陽熱利用の給湯等(創エネ)

家庭部門のCO₂排出削減量の把握

うちエコ診断実施の流れ



- 1 事前調査票の記入
- 2 申し込み
- 3 診断日時の調整
- 4 うちエコ診断実施
- 5 事後アンケートの協力

うちエコ診断の様子 * 診断は無料

企業診断



企業の従業員を
対象に診断



地域事務所の
窓口で個別に診断



イベント会場などで診断
(一部実施していない場合もあります)



受診者のご自
宅で診断

うちエコ診断

～ 実際の診断方法 ～

ご家庭のエネルギー消費状況の比較

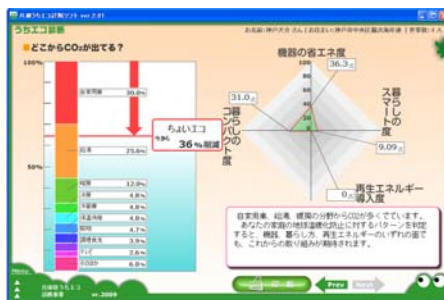
エネルギー使用の平均比較とランキング ⇒ 自分の立ち位置を認識する



- 平均的な家庭に比べて、自宅の光熱費は高いのか安いのか。
- 平均的な家庭に比べて、自宅のCO₂排出量が多いのか少ないのか。
- 「地域の家庭数を100世帯と仮定した場合」の「順位」を判定

ご家庭からのCO₂排出状況の見える化

CO₂排出分析 ⇒ “どこから” “どれだけ” 出ているか



- CO₂排出分析を家庭の生活シーンを10の分野で表現
- レーダーチャートで弱点を表示(原因分析)
- 「つもりエコ」からの脱却

分野別の詳細な対策提案

家庭における10分野別に詳細な対策を提案していきます。



- ① 冷暖房
- ② 冷蔵庫
- ③ 照明
- ④ テレビ
- ⑤ 給湯
- ⑥ 食器洗い
- ⑦ 衣類乾燥機
- ⑧ 保温(待機電力含む)
- ⑨ 自家用車
- ⑩ 太陽光

10分野、110対策の中から受診家庭の状況に応じて提案します

オーダーメイドの削減対策のご提案

効果的な対策の提案 ⇒ 確実なエネルギー削減・CO₂削減への道しるべ



- CO₂削減効果の高い上位15項目の対策を提示
- 実行に移したい対策の選択により、CO₂削減効果と経済性を提示
- 対策により順位も変化

受診者の声

● 診断件数(平成23年度)

全国で約4,662件の診断

● 受診者の声

- ・大変詳しく説明してもらい、分野別診断でこのように多くのムダがあったとは思ってもよらなかった。
- ・具体的に、グラフや数字でよく解りやすく、今後の取り組み方を提案していただきました。
- ・CO2が車に占める割合が想像していたレベルとは、相当違っていた。
- ・冷暖房にこれだけエネルギーが使われていると思わなかった。(特に暖房)

診断を受けた社員の声

※ 企業がCSR活動の一環として、うちエコ診断を社員に勧めることについてどう思うかについての回答

- ・社員に環境問題を意識させるには良い機会と思う。
- ・私の会社はエコ(CSR)活動を積極的に展開しているので、うちエコ診断を社員に勧めてもいいと思う。
- ・社員とその家族が環境について同じ問題を考えるのは大変すばらしいと思う。
- ・社会貢献として必要だと思う。
- ・従業員の意識づけになると思うので、良いと考える。

やっтерつものの、その先へ。>>



(3) 講演3

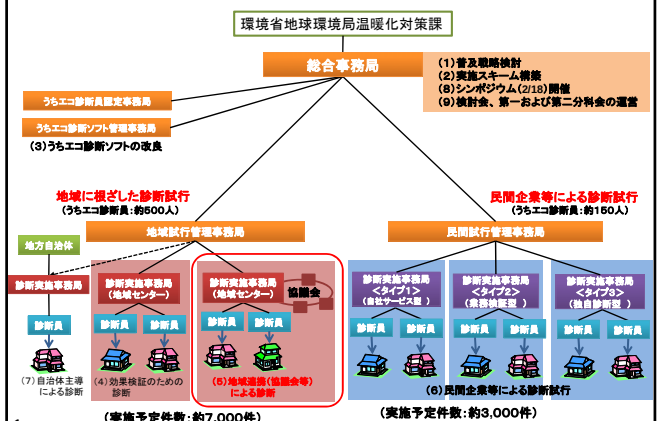
地域における取組の実施報告

- ① 地域試行管理事務局
- ② 埼玉家庭の省エネ推進協議会
- ③ 徳島県環境コンシェルジュ協議会

【講演3】地域における取組の実施報告

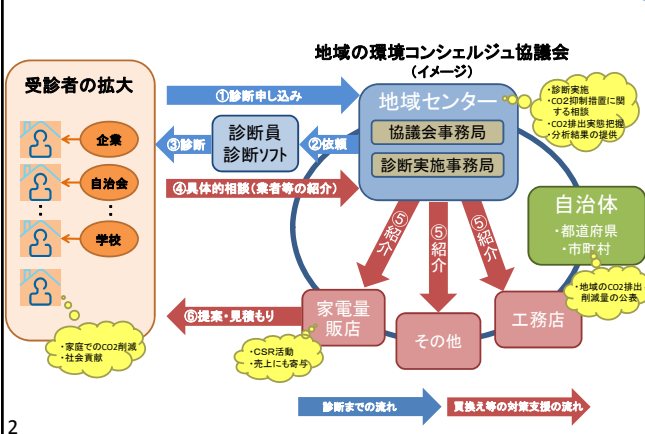


1. 本年度事業の全体枠組み



1

2. 地域連携(協議会等)による診断実施のイメージ



2

3. 地域連携による診断を実施いただいている協議会のご紹介

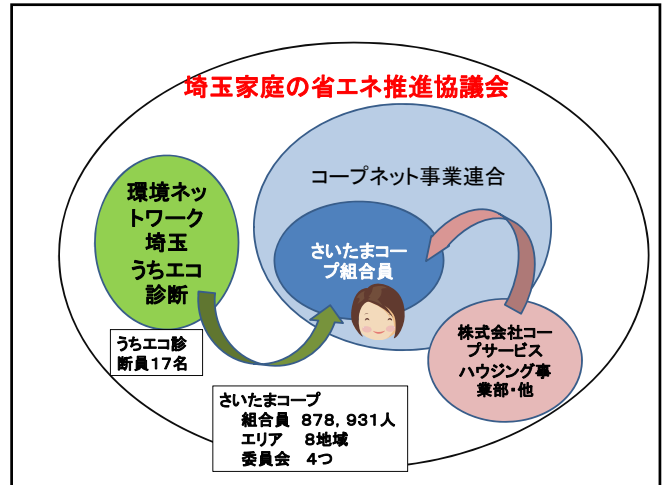
- ① 北海道うちエコ診断地域推進協議会
- ② 埼玉家庭の省エネ推進協議会 (講演対象)
- ③ 福井県うちエコ診断地域協議会
- ④ 静岡県うちエコ診断事業化研究会
- ⑤ 兵庫県環境コンシェルジュ分科会
- ⑥ 徳島県環境コンシェルジュ協議会 (講演対象)
- ⑦ 佐賀県うちエコ診断推進コンソーシアム
- ⑧ かわさきうちエコ協議会

以上、8協議会

3

地域連携試行 埼玉家庭の省エネ推進協議会

特定非営利活動法人環境ネットワーク埼玉
事務局長 秋元 智子



地域連携試行の経緯

- ・ 昨年度末に、コープ連合の方から、次年度は組合員の省エネ活動にうちエコ診断を展開できないかと相談があった
- ・ 先ずは、組合員さんへ周知が必要
- ・ 展示会でコープハウジングの方に会い、一緒に協議会として活動をしたらどうかと提案 ⇒ 三者が合意
- ・ 組合員さんは、口コミが有効とのことで、先ずはうちエコ診断を環境委員さん対象に実施してみることにした。
- ・ 地区のリーダーに呼び掛けて、反応があったところをまず起点として始めた。
- ・ うちエコ診断を受診した西部エリアが中心となっている。西部エリアリーダーの方がコープサービスで断熱リフォームを実施したことがあり、うちエコ診断に大変興味を示してくれた。

今年度の流れ

- ・ 4月10日 「エネルギー政策公開講座」
うちエコ診断の周知
- ・ 6月18日 さいたまコープと打ち合わせ
- ・ 9月11日 さいたまコープと打ち合わせ
- ・ 10月22日 「環境講座」にて組合員に説明
- ・ 11月13日 さいたまコープ、コープハウジングで、うちエコ診断合意
- ・ 12月11日 “コーププラザ富士見”でうちエコ診断
- ・ さいたまコープ組合員向けニュースにて広報
- ・ 2月 手芸カフェでうちエコ診断



実施してみて&課題

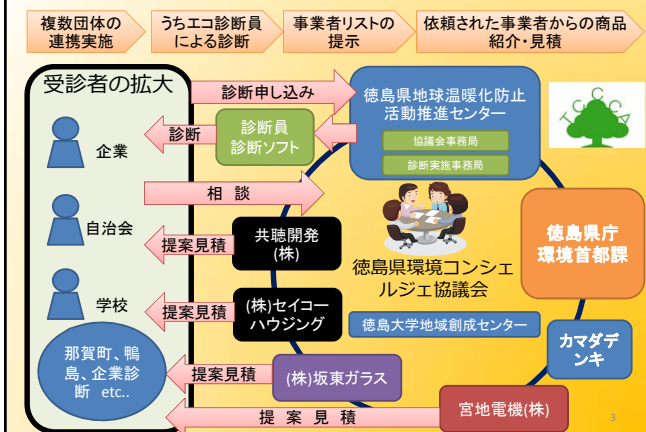
- ・ 生協なので組織合意に時間がかかり、スムーズに進まないところがあった。
- ・ 組合員さんは主婦が多いので、口コミが大変有効であると感じた。
- ・ 消費者トラブルを避けるためにも、生協との連携は効果的と思う。
- ・ コープサービスは家電製品が無いため、組合員さんは電気屋等で購入することになる。
- ・ 何十万人もの組合員を持つコープとの連携は、今後うちエコ診断を拡大する上で重要
- ・ 診断後のリフォームや家電の買換えまで到達するのは、何かもうひと押しが必要と感じた。
⇒例えば、エコポイントなど

H24年度 徳島県 環境 コンシェルジュ協議会 の結果報告

徳島県地球温暖化防止活動推進センター
服部 大輔

1 はじめに

H24年度 徳島県環境コンシェルジュ協議会イメージ



協議会の目標

1. 50件のうちエコ診断を徳島県内で行う。
2. 被験者の一般家庭より見積を取得し、販売を行う。
3. 手法や今後の継続性について意見収集を行い議論・検討する。

H24年度 うちエコ診断員一覧

服部 大輔	杉原 幸	佐藤 宏	三谷 直子	正本 英紀
池添 純子	福井 千賀子	井坂 重美	大谷 佳余	坂東 正子
吉田 真由美	松本 卓也	三木 孝司	渡辺 雅子	山口 政寛

2 会議および うちエコ診断



鴨島駅前まちづくり会議と協力



- 企業・自治体職員の団体診断
5団体の職員を診断した。
- その他の診断
イベント時や個別訪問で診断を行った。
- 那賀町企画情報課と協力
那賀町住民4500世帯に、広報の折り込み
チラシを配布した。



家庭の省エネ診断 (うちエコ診断)

を受けてみませんか? 那賀町
うちエコ診断事業(那賀町が主催、公益財団法人那賀町環境センター)では、
県民が参加する「うちエコ診断」について、那賀町の一般家庭の
環境からアドバイスを行います。

診断無料

■ 申し込み期限: 11月12日17時まで
お早めにお申し込み下さい。

利点その① 光熱費の無駄を 見直せます。	利点その② 県の平均的な世帯 との光熱費の比較 ができます。
利点その③ 省エネ機器に替え るとどのくらいお 得か知ることがで きます。	利点その④ 日々の疑問に お答えします。

■ 「15年使っている冷蔵庫、買い替えたなら省エネになる？」
■ 「太陽光パネルを設置したら、光熱費はお得になる？」
といったご相談にも診断員がお答えします!!

那賀町環境センター 申し込みは裏面へ

4500部那賀
町に配布し、
申し込みは2
件のみ!!

成果

1. 62件の診断を行った。
2. ペアガラス18枚の見積要
請が一件あった。
3. 様々な意見を収集した。

3 課題と今後の展望

議論と課題 1

会議で出た意見

- ・新築予定のある若い夫婦が狙い目
- ・家計の実権を握っている人を診断した方がよい
- ・お年寄りの方には設備投資できないと言われる。



現場での課題

- ・鴨島の診断ではお年寄り中心，企業診断では男性中心であり新婚・主婦はまれであった。

議論と課題 2

会議で出た意見

- ・診断をしているときにカタログの必要性を感じる



現場での課題

- ・鴨島の診断では、パネル・カタログを準備できたもののそれ以外の診断では用意できなかった。

会議で出た意見

- ・診断員と受診者の間にコーディネーターをかませるといい



現場での課題

- ・センター職員が多忙のため，うちエコ診断員のみでの対応がほとんどだった。

議論と課題 3

会議で出た意見

- ・診断件数が50件では少なすぎるのでは？



現場での課題

- ・約3ヶ月の間に63件の診断で精一杯だった。

今後の展望

1. 見積もり1件という結果を考えると、企業メリットも少なくすぐに自立するのは現実的に難しい。もう一段階おく必要がある。
2. チラシ配布は砂漠に水をまくようなもの。企業・婦人会・まちづくり協議会・自治体等と協力して仕組みをつくる必要がある。
3. 高齢者見守り型診断や、小学生への環境教育などとあわせた地域に根ざした取組が必要である。



ありがとうございました

(4) 講演4

民間企業等における取組の実施報告

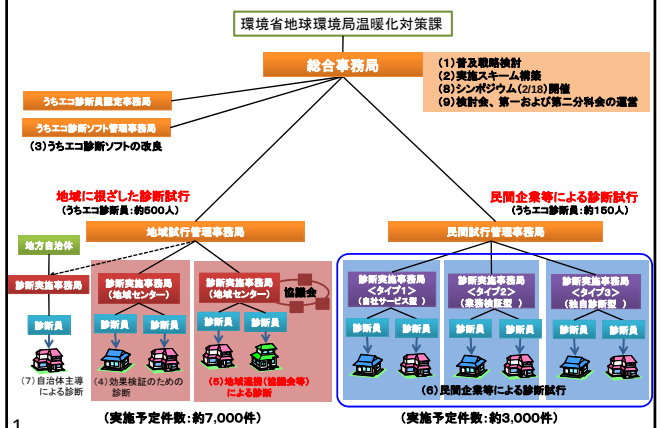
- ① 民間試行管理事務局
- ② 一般社団法人 JBN
- ③ T O T O 株式会社
- ④ 株式会社 L I X I L

(後援者様からのお申し出により、p24,p25を削除しました)
- ⑤ 東彩ガス株式会社
- ⑥ おひさま進歩エネルギー株式会社
- ⑦ 日本興亜損害保険株式会社
- ⑧ セコム株式会社
- ⑨ パルシステム生活協同組合連合会
- ⑩ J X 日鉱日石エネルギー株式会社
- ⑪ ミサワホーム株式会社

【講演4】民間企業等における取組の実施報告

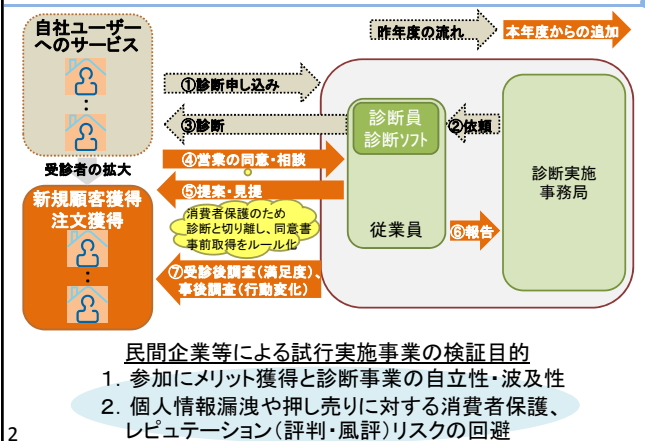


1. 本年度事業の全体枠組み



1

3. 民間企業等による診断実施のイメージ



2

3. 民間企業等試行実施事業の採択事業者のご紹介

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 【水道配管工事等事業とする工務店の全国ネットワーク】

- 住宅を営業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事業実施した住宅は30社が参加。診断件数はタイプ1最大500件を予定。

TOTO 【住宅設備機器の製造販売】

- 診断と自社資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】

- 診断と自社資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新エネルギー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。
- 東彩ガス20万の契約客を有し、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】

- 市民出資等を活用して家庭に初期費用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協力。民間企業との連携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。

3

3. 民間企業等試行実施事業の採択事業者のご紹介

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。
- 診断による保険料率の引き下げ、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2,777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削減可能性の高い顧客への接点が強く、高いCO2削減効果が期待される。

pal・system 【生活協同組合】

- 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

Dr.あちのエネルギー 【石油精製販売事業】

- 独自の日石エネルギー、ENEOSグループ、ジャパンガスエネルギーによる家庭向け診断サービス「Dr.あちのエネルギー」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。

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1千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。

4

2013.2.18 平成24年度家庭エコ診断推進基盤整備事業 シンポジウム

平成24年度 家庭エコ診断推進基盤整備事業
民間企業等試行実施事業 タイプ1
～実施報告～

一般社団法人 JBN
環境委員会 小山貴史

I. 一般社団法人 JBNについて

■一般社団法人JBN(Japan Builders Network)は全国最大の工務店ネットワークで、現在約2,700社の会員工務店から組織されています。

■JBNの会員工務店を支援する目的で設立された法人が一般社団法人JBNで、関係省庁や研究機関等と密接に連携をとりながら運営されています。

2 Japan builders Network

II 地域工務店の仕事とは

木造住宅などの設計・施工を主たる業とする地域密着型の建設業者です

■工務店の仕事と役割

正会員

資料:JBN

■北海道から沖縄まで
全国各地の気候風土に適した住まいを提供しています

設計

施工

アフターメンテナンス

■特長

- 地域の環境と生活に根ざしている
- 木の良さを熟知し、活かす技をもつ
- お客様の要望に応える確かな技術力
- 身近で小回りの効くきめ細かなサービス
- 長く大切に住まいを使っていく良きパートナー

3 Japan builders Network

III. 家庭(うち)エコ診断 体制図／診断方法

■実施体制

●JBN会員工務店 有志33社 診断員67名 ●500世帯実施予定 ●9割以上・訪問診断

■診断方法

①訪問診断(顧客宅にて)

②窓口診断(イベント会場にて)

●中国新聞社主催のリフォームフェア

4 Japan builders Network

IV. 実施可能性に関する分析の結果および考察

■JBNによる「家庭(うち)エコ」診断の特長

住まいづくりのプロがゆえのメリット

- JBN工務店各社の診断員は主に建築士
- 家づくりの専門家による、住まいや暮らし方の総合的なアドバイス
- 診断後の拡張サービスで、断熱改修などのリフォームのご相談や設備機器のご提案など、診断員がスムーズに対応
- リフォーム・機器の買い替えのご希望があった場合は、アフターメンテナンスの一環として長期的にサポート

既存顧客診断のメリット

- 受診希望者の9割は工務店の既存顧客が対象
- お客様と面識があるため、訪問診断が容易
- 訪問による現地確認で、決め細やかなアドバイス

5 Japan builders Network

IV. 実施可能性に関する分析の結果および考察

●うちエコ診断前と後でエコリフォームについて
どのように考えが変りましたか？

●受診後のリフォーム検討項目

不安は無い
不安があった
関心が無い
関心あり

不安はほぼ解消された

一診断後、リフォームへの関心度がアップ！

リフォームのご希望は多いが、高価な設備機器はリフォーム時期未定が多い傾向にある。節水型のシャワーヘッドは手ごろな価格のため、1年以内のご希望が多い。

6 Japan builders Network

IV.実施可能性に関する分析の結果および考察

●受診者の同意を踏まえて行われる営業活動についてどう思われますか？

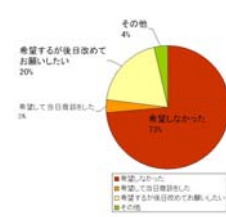


● 拡張サービスとして取り組んだ、うちエコ診断後のエコリフォームの商談については、9割以上が肯定的。
その半面実際に希望した方は少ない。商談を希望する人も、当日より、日を改めての商談の希望が多い。
※うちエコ診断後のエコ改修受注数については、追跡調査中。

7

Japan builders Network

● 診断を受けた結果、エコリフォームの
商談を希望されましたか？



Ⅲ. 自立化に向けての課題

■事業展開の可能性

●「家庭(うち)エコ診断」の対策と工務店業務の親和性

診断により顧客に助言される「対策」の多くは工務店が事業として営む事項が多く、診断実施の直後などに「対策」にかかる商談を行うことは顧客にとっても便益が大きく、エコリフォームの商談のきっかけとなる確率が他の事業者と比べて高いと思われる。

●「家庭(うち)エコ診断」の発展性と「断熱改修による健康リスクの軽減」

顧客からは単に省エネという目的だけでなく「結露を減らしたい」「冬の寒さを解決したい」等と
快適性向上を目的とした相談も多数寄せられた。その事を鑑みると、工務店の提供出来る
サービスとして、断熱改修について、省エネの面だけでなく、冬のヒートショック軽減により、
結露や高齢者への健康リスクが小さく低下することを実証的に示していきたい。

特にご高齢者への健康リスクが大きく低下することもお客様に明していきたい。

これにより、「うちエコ診断」+「快適性診断」+「建築物のメンテナンスのための診断」=定期点検
3つのサービスメニューが確立し、顧客のより豊かな住生活に資することが出来ると思われる。

★今後は、本年のよりも広い範囲で普及活動が行えるよう、東北地方も含めて参加工務店を増やし、JBN会員工務店50社で診断500世帯以上(各社10世帯実施)を目指す。

■今後の課題

●エコリフォーム受注活動の検証

「家庭(うち)エコ診断」の結果、実際にエコリフォームの受注の追跡調査による、
リフォーム受注の件数および期待額について、検証の必要があると思われる。

●エコリフォームにかかる補助金制度との連携が不可欠

例) 国土交通省 平成24年度補正予算「住宅・建築物省エネ改修等緊急推進事業」
経済産業省 平成25年度予算案「既築住宅における高性能建材導入促進事業」



リフォームで
省エネ・快適
+安全・安心



8

Japan builders Network

TOTO あしたを、ちがう「まいにち」に。

うちエコ診断 民間試行事業 報告



2012.2.18
TOTO株式会社
マーケティング部
中村 太

Copyright © TOTO LTD. All Rights Reserved. タイトル サブタイトル

うちエコ診断 試行事業参加の目的 TOTO

目的

リフォーム業者(=当社のお得意様)による活用を想定した、「うちエコ診断」の有効性の検証

- ①省エネをきっかけとしたリフォーム需要喚起
- ②環境配慮商品の普及拡大
- ③生涯顧客化の推進
- ④当社が提案する「グリーンリモデル」との相乗効果

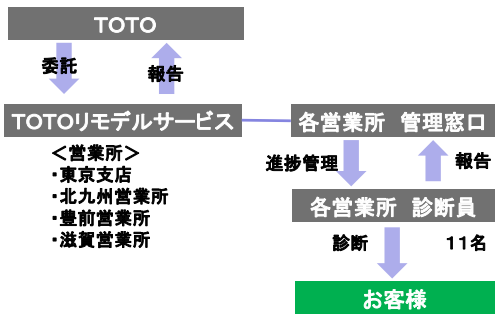


グリーンリモデル3つの視点

Copyright © TOTO LTD. All Rights Reserved. 2 タイトル サブタイトル

うちエコ診断 診断実施体制 TOTO

リフォームショップを運営するTOTOグループ会社のTOTOリモデルサービスが営業拠点で診断を実施



＜営業所＞
・東京支店
・北九州営業所
・豊前営業所
・滋賀営業所

各営業所 診断員 11名

お客様

Copyright © TOTO LTD. All Rights Reserved. 3 タイトル サブタイトル

うちエコ診断結果 TOTO

受診者募集

■募集方法

- ・イベントで案内(4拠点12回)
- ・自社ミニコミ誌に掲載
4回 計104,000部
(DM送付、新聞折込)
- ・個々のお客様に声掛け

※OBのお客様:
過去にTOTOリモデルサービスで
工事を実施したことのあるお客様

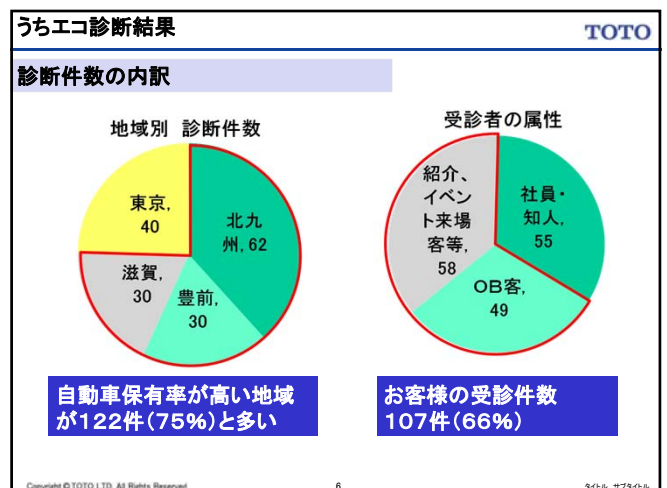
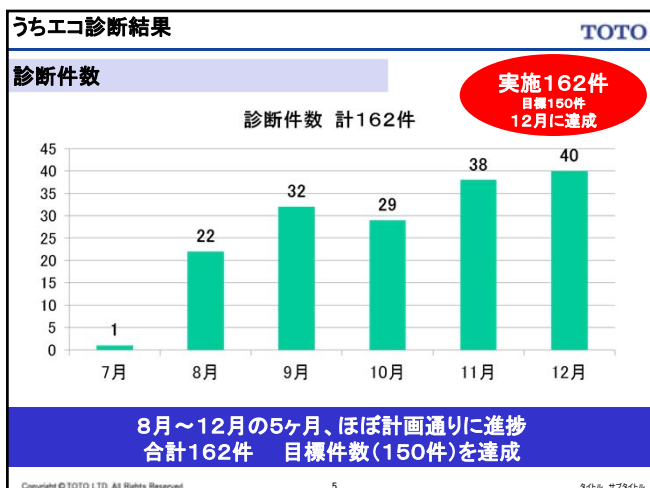
TOTOリモデルサービスの
OBのお客様を対象に募集

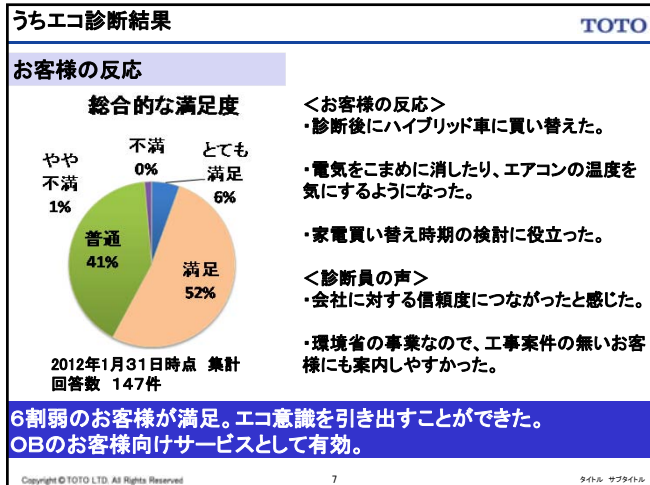


TOTOリモデルサービスミニコミ誌

OBのお客様を中心に、個別の声掛けにより受診者を確保

Copyright © TOTO LTD. All Rights Reserved. 4 タイトル サブタイトル





うちエコ診断結果 TOTO

対策選択 TOP3 対策選択状況 1月31日時点集計 100件分

1位	エコドライブ	66%
2位	扇風機を使いエアコンを止める	54%
3位	カーエアコンの温度と風量の調整	53%

自動車関連の対策が多く選択された

リフォーム関連 選択 TOP3

43位	エコジョーズ	7%
58位	オール電化	4%
66位	内窓設置	3%

リフォーム工事を伴う対策の選択は少なかった

Copyright © TOTO LTD. All Rights Reserved 8 タイトル サブタイトル

うちエコ診断結果 TOTO

リフォーム需要喚起の効果

- うちエコ診断 対策の選択
リフォーム工事による対策が選択されることが少なかった
- リフォーム提案の実施
リフォーム工事による対策が選択されなかったため、営業実績には繋がらなかった
※実施要綱を厳守し、お客様からの要望がない限り、営業活動はしなかった。
- 受注実績
うちエコ診断実施後の省エネリフォーム受注
1件 35万円（内窓の工事）

**試行事業の期間内においては、
省エネリフォームの需要を引き出すことはできなかった**

Copyright © TOTO LTD. All Rights Reserved 9

うちエコ診断結果 TOTO

まとめ

OBのお客様とのリフォーム工事完了後の関係維持に有効に活用できた。
将来リフォームが見込まれるお客様の環境配慮意識を向上することができた。

リフォーム業者が継続的に取り組むための課題

- ①うちエコ診断の認知度UPによる集客力向上
- ②診断業務の簡略化による負担軽減
時間の短縮、アンケート回数の削減 等
- ③リフォームにつながる対策項目の充実
節水機器への取替え等
- ④拡張提案の条件緩和
うちエコ診断の途中で商品やサービスの紹介ができる

**OBのお客様の関係維持のツールの一つとして有効
もっと手軽に活用できるようにすることが課題**

Copyright © TOTO LTD. All Rights Reserved 10 タイトル サブタイトル



ウイズガス

うちエコ診断 🔥
～CO2削減と接点業務強化～

東彩ガス㈱ お客様部
春日部サービスセンター 所長
吉田 裕二

TOSAI GAS

はじめに

❖会社紹介

TOSAI GAS 東彩ガス株式会社

埼玉県 SAITAMA

埼玉県東部地区

TOSAI GAS, Inc. It's 彩 life: クリーンエネルギーと暮らしのハーモニー

はじめに

❖会社紹介

TOSAI GAS

彩life館

❖東彩ガス株式会社は、春日部市、越谷市、吉川市など埼玉県東部を中心とした約20万件にLPガス、都市ガスを、供給している会社です。

TOSAI GAS, Inc. It's 彩 life: クリーンエネルギーと暮らしのハーモニー

はじめに

環境との共生

東彩ガス

❖企業理念

東彩ガスは、エネルギーサービスを通じて
環境との共生をめざし、彩りある暮らしと
豊かな社会の実現に貢献します。

TOSAI GAS, Inc. It's 彩 life: クリーンエネルギーと暮らしのハーモニー

実施概要

1. 目的
高効率ガス給湯器の販売や省エネリフォーム等、うちエコ診断におけるCO₂削減対策提案を自社の商品をお客様に提供できるメリットを活かし、本事業を通じて公的な診断事業が顧客接点強化のツールとして機能するかなど、自社業務との連携の可能性を検証することを目的としています。

2. 募集対象
埼玉県東部地区を中心とした需要家20万件

TOSAI GAS, Inc. It's 彩 life: クリーンエネルギーと暮らしのハーモニー

募集方法

❖くらしに『彩り』をお届けする情報誌 !!

彩life

隔月で21万部を発行！
地域の情報満載！
最新のガス機器情報満載！
プロが紹介する旬食レシピ！

TOSAI GAS, Inc. It's 彩 life: クリーンエネルギーと暮らしのハーモニー

■ 募集方法

彩life

彩life 7月発行

彩life 11月発行

TOSAI GAS, Inc. It's 彩 life : クリーンエネルギーと暮らしのハーモニー

■ 募集方法

彩life館

TOSAI GAS, Inc. It's 彩 life : クリーンエネルギーと暮らしのハーモニー

■ 募集方法

東彩フェア

TOSAI GAS, Inc. It's 彩 life : クリーンエネルギーと暮らしのハーモニー

成果

省エネに役立つ・楽しい・信頼できる

☒ とてもそう思う
☒ そう思う
☐ どちらとも言えない
☐ あまりそう思わない
☐ そう思わない

Category	Percentage
とてもそう思う	49%
そう思う	38%
どちらとも言えない	11%
あまりそう思わない	2%

TOSAI GAS, Inc. It's 彩 life : クリーンエネルギーと暮らしのハーモニー

成果

診断員について
(態度・説明・提案・コミュニケーション等)

☒ とても良い
☒ 良い
☐ 普通
☐ やや悪い
☐ 悪い

Category	Percentage
とても良い	57%
良い	39%
普通	4%

TOSAI GAS, Inc. It's 彩 life : クリーンエネルギーと暮らしのハーモニー

成果

削減効果でCO2と光熱費 どちらに関心がありますか？

☐ CO2
☒ 両方
☐ 光熱費

Category	Percentage
CO2	2%
両方	45%
光熱費	53%

TOSAI GAS, Inc. It's 彩 life : クリーンエネルギーと暮らしのハーモニー

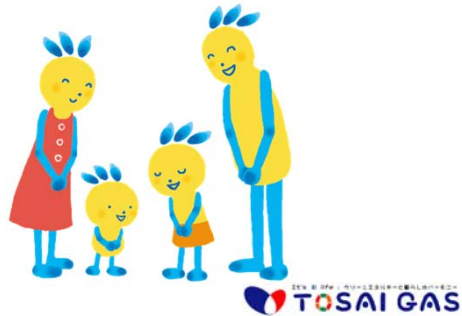
■ 今後の課題と展望

❖【制度の課題と展望】

- 環境コンシェルジュ制度の普及
制度普及には民間企業の努力が不可欠だが、診断からサービス提案へはハードルがありビジネスモデルとしては制度改善が必要ではないか。
- WINWIN
民間企業それぞれが持つ得意分野に絞った診断とすることで企業のサービスがより効果的に提案でき、かつ診断時間を短く減らすなど、双方がメリットを享受できる工夫が必要ではないか。

TOSAI GAS, Inc. It's 彩 life: クリーンエネルギーと暮らしのハーモニー

❖ご清聴ありがとうございました。



TOSAI GAS, Inc. It's 彩 life: クリーンエネルギーと暮らしのハーモニー

南信州におけるうちエコ診断事業報告



当社概要

2005年より環境モデル都市飯田市にてエネルギーの地産地消、「省」エネと「創」エネで循環型社会を目指し、公民共同の地域事業を行ってきた

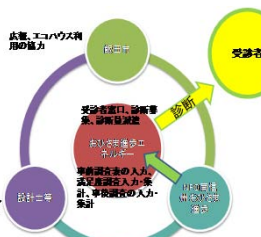
○「省」エネルギー事業

- エスコサービス事業: 使用中のエネルギーを見直し、省エネ診断・省エネ機器導入などによりエネルギーコストを削減

○「創」エネルギー事業

- おひさま発電所事業: 全国初の太陽光向け市民ファンドを創設。市の施設、保育園、事業所、個人宅など、合わせて**253ヶ所** 出力合計**1,604kW**の市民共同発電所を運営(24年12月現在)
- 「おひさま0円システム」: 市民出資を活用し、家庭向けに**初期投資0円で太陽光発電を設置**

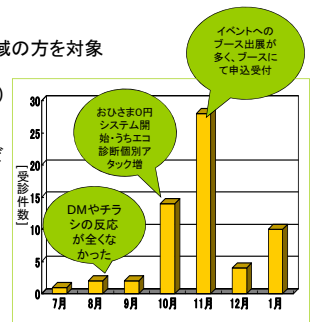
うちエコ診断事業実施の目的と検証内容



- 弊社のこれまでの事業同様、公民協働で診断事業を行う
- これまでの省エネ事業のノウハウを活かし、家庭部門の省エネに貢献
- 「おひさま0円システム」の設置希望者に新たなサービスとして診断を実施
- 診断結果やアンケートの集計結果を踏まえ、今後の新たな家庭向け事業展開を検討

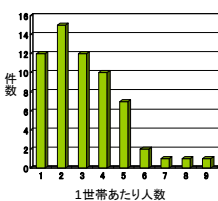
うちエコ診断実施状況

- 診断員数: 4名
- 診断開始: 7月下旬より
- 実施対象者: 飯田・下伊那地域の方を対象
- PR方法:
 - 市民へチラシを配布(回覧板)
 - おひさま0円システム設置希望者へのDM
 - おひさま発電所等関係者などへの個別アピール
 - 飯田・下伊那地域における環境イベントブース出展 等
- 診断数: 61件(25年2月4日現在)



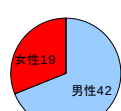
受診者属性

●受診者世帯数



60代男性 2~3人世帯や
30代の独身男女
若いご家族も多く受診くださいました

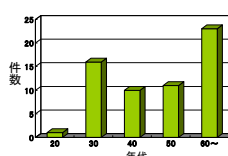
●男女別受診者数



●受診者の太陽光設置割合

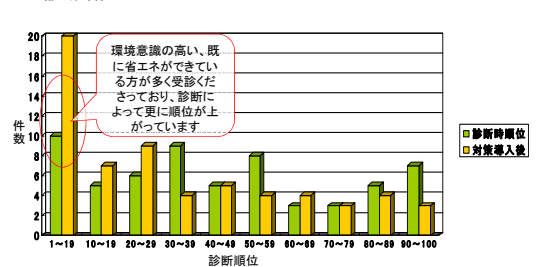


●年代別受診者数

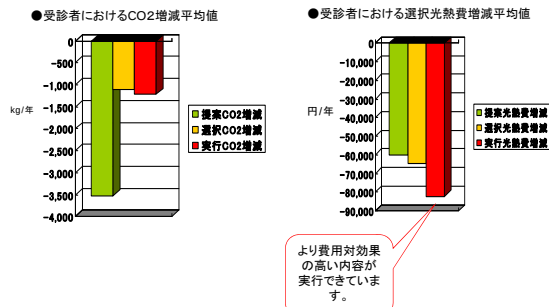


診断結果①

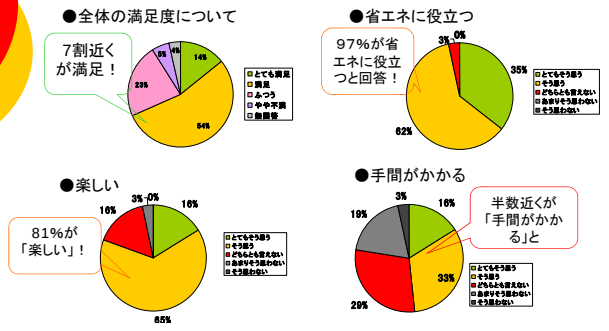
●診断順位



診断結果②



満足度調査結果



今後の課題と展望

- 受診者獲得に苦心
 - チラシやDMでは受診者獲得にほとんど繋がらなかった。地域のハウスメーカー等の事業者との連携、診断の流れの簡素化などの対策が必要。
- 思うようなサービス向上や契約アップに繋がらなかった
 - 当初は「おひさま0円システム」申込者へのサービスや契約増につなげる目的だったが、あまり診断に繋がらなかった。
 - 「おひさま0円システム」資料請求者77名中、うちエコ診断受診に繋がったのは4名。
- 受診者の多くが既に環境意識の高い方々
 - うちエコ診断事業のそもそもの課題と考えられる
 - エコ意識の高い方が、現状を知りたいという関心の元に受診される形が多い。無関心層をどのようにひきつけるか、マーケティングなどが必要と思われる。
- 来年度以降の事業への活用展開に関しては、今後分析を進め検討していく

「うちエコ診断」実施概要と成果

平成25年2月18日

日本興亜損害保険株式会社
代理店開発部



1. 「うちエコ診断」試行事業参加の目的

CO₂排出量の増加により地球温暖化が進むと……

台風や大雨など自然災害の増加

損害保険事業における収益悪化への影響大！

積極的に地球温暖化防止に取り組む必要がある。



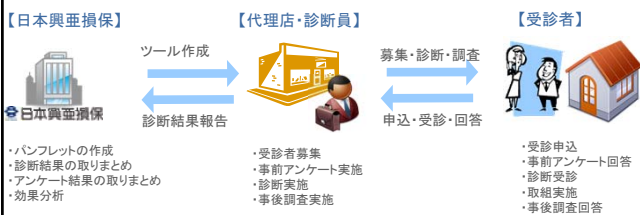
- 「うちエコ診断」という新しいサービスをお客様に提供することによる保険事業へのプラスの効果（顧客との接点強化、顧客満足度・信頼性向上、新規顧客創出等）があるのかを検証し、自社サービスとしての「うちエコ診断」を実施可否について検討する。

エコ・ファーストの約束



- カーボンニュートラル宣言企業として、自社CO₂排出量を削減します
- 保険商品・サービスを通して環境保全の重要性を広く社会に伝えていきます
- 保険との関わりを通してCO₂排出量の削減を支援し、低炭素社会の実現に取り組みます

2. 「うちエコ診断」の実施の流れ



《想定した顧客》

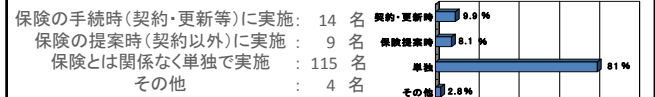
- 排出量が多い世帯（古くて大きな家・世帯人数が多い家 etc.）
- 環境問題に対する意識が高い層（ハイブリッドカーなどエコカーを所有している世帯、事故時のリサイクル部品活用顧客 etc.）
- 個人宅での診断を想定しているが、事業所での集団診断も可能

3. 「うちエコ診断」実施状況

【基本情報】

代理店数 : 6 代理店
診断員数 : 8 名
診断件数 : 147 件 (2013年1月末時点)
受診後調査回収数 125 件 (回収率 85%)

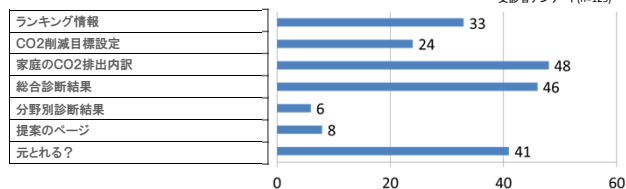
【診断のタイミング】



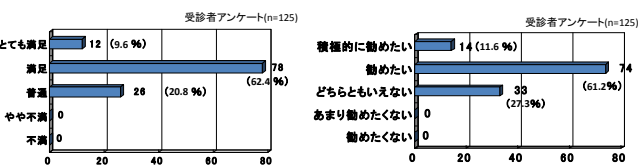
(注) 診断員アンケートに基づき集計しているため、実際の診断件数等と一致しない場合があります。

4. アンケート結果①

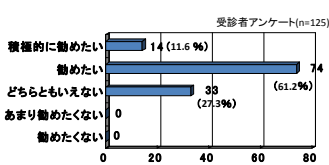
【特に役に立った診断項目】



【うちエコ診断の満足度】

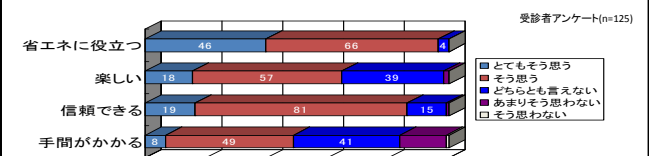


【知人への紹介意向】

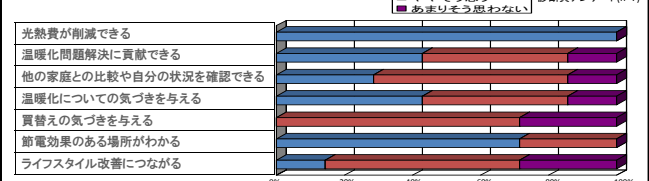


4. アンケート結果②

【「うちエコ診断」の評価】



【受診者メリット】



4. アンケート結果③

【受診者の声】

- 省エネをもっと意識しようと思いました。改めて考えるいい機会になりました。今後の生活に生かしていきたいと思います。
- とても良い取組だと思います。保険会社の代理店さんの差別化になると思います。これからも頑張ってください。
- 節電ばかり気にしていましたが、ガスにも気を配らなければいけないことを実感した。冷暖房より給湯のCO2排出量が多かったことに驚いた。
- TVや雑誌etc.で「節電」「エコ」と言われたところで、その意識はあってもなかなか実践できずにいましたが、自分の家の状態を数値やランキング等で客観的に見ることができたことで、じゃあLEDに！とか、コンセントを抜いて！とか出来る事から少しずつ意識して動けるようになってきました。書面で残るという点も、家族にパッと見せやすく、またそこから家族内でエコの輪が広がります。
- 家庭のエコ度がヨソの家と比較できて良かった。

5. 「うちエコ診断」の課題と継続実施するための提案事項

■保険会社(代理店)が「うちエコ診断」を実施するには、以下のような課題があると考えられる。

- 「事前アンケート」⇒「診断実施」⇒「診断後調査」⇒「取組状況調査」の流れは、受診者にも診断員にも負担が大きい。
- 診断に要する時間が長い(診断当日 平均45分)。30分程度、30分未満で実施できる診断が望ましい。
- 募集・説明(アンケート)と診断は別の日に行うため、1日では終わらない。受付～診断終了までの時間が1日で完結するようになればよい。
- 受診者が希望した場合、事前準備なしにその場ですぐに診断できる診断が望ましい。
- 事前調査の質問項目は、多すぎる(12%)、やや多い(41%)と感じた受診者も多かった。
- 専門的な話になるので、ハウスメーカーや家電関係でないと難しい。

■継続実施するための提案事項

- 保険会社が「うちエコ診断」を今後も継続的に実施するためには、まずは『より多くのお客様にエコを意識してもらおう』をコンセプトに、保険手続き終了後など気軽に短時間で簡便に実施できるスキームを構築いただきたい。
- 実施いただいた受診者の中で、さらに興味を持っていた方に対して、現在実施している診断方式の2パターンの用意したどうか。

誰でも気軽に『うちエコ診断』で子供たちに明るい未来を！