

ecO<sub>2</sub> 社会システム構築

SECOM 信頼される安心な 社会へ

## 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 実施報告

2013年2月18日

セコム株式会社  
社会・環境推進部

ecO<sub>2</sub> 社会システム構築

SECOM 信頼される安心な 社会へ

## 会社概要

□ **セコム株式会社**

- 本社所在地: 東京都渋谷区神宮前一丁目5番1号
- 設立年月日: 昭和37年7月7日
- 総グループ社員数: 50,757人 (2012年4月1日現在)
- 連結売上高: 6,791億円 (2012年3月期)

□ **事業概要**

昭和37年に日本で初めての警備保険会社として創業。主力のオンライン・セキュリティシステムでは、企業で約86万3000件、家庭で約85万3000件、合計で約171万6000件(日本国内・2012年9月末現在)のご契約先を有しています。平成元年には「社会システム産業」を宣言。セコムグループとしてセキュリティ、防災、メディカル、保険、地理情報サービス、情報系事業などを展開。セキュリティで培った安全のネットワークをベースに、安全・安心で快適で便利なサービスシステムをトータルで提供する、新しい社会システムづくりに取り組んでいます。

社会システム構築

ecO<sub>2</sub> 社会システム構築

SECOM 信頼される安心な 社会へ

## 平成24年度うちエコ診断実施概要

- **実施期間** 平成24年7月12日～平成25年2月28日
- **募集対象** セコム・ホームセキュリティユーザー
- **募集範囲**
  - 関東圏(東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県)
  - 関西圏(大阪府、京都府、兵庫県)
- **目標件数** 100件
- **診断員数** 14名
- **ご案内方法**
  - DM発送
  - 顧客訪問による案内
- **実施件数** 108件(2月28日までの見込み)



ecO<sub>2</sub> 社会システム構築

SECOM 信頼される安心な 社会へ

## セコムの参加目的

温室効果ガス排出量が増加傾向にある家庭部門の省エネ対策は重要であるという認識のもと、本事業を通じて社会に貢献したいと考えます。

また、「うちエコ診断」を弊社のホームセキュリティユーザーへのサービスとして試行することで、環境保全に対する各家庭の取り組み方やニーズ等の情報収集を行い、弊社サービス拡充の参考とします。

↓

**タイプ2による実施**

ecO<sub>2</sub> 社会システム構築

SECOM 信頼される安心な 社会へ

## ①診断件数の拡大

よりスムーズに受診件数を上げることで、エコ活動の裾野を広げる。

告知 → 勧誘 → お願ひ

DM発送 10件 + 訪問、チラシ配付 42件 + 訪問、説得 56件 = 108件 (2月末見込み)

\*7月約43,000部発送  
\*9月約44,000部発送

計 約87,000部

10月以降始動  
12月以降始動

計 約1,400件

DMによる 10件 : 受診率0.01%  
勧誘による 42件 : 受診率3%  
お願ひによる 56件 : 受診率4%

ecO<sub>2</sub> 社会システム構築

SECOM 信頼される安心な 社会へ

## ②診断内容の満足度とエコ活動の実践状況をリサーチ

エコ活動を良く理解し、実践することでCO2削減効果をあげる。

○総合的な満足度

やや不満	2%
不満	6%
満足	92%

○診断内容の理解度

あまり理解できていない	7%
理解できた	93%

○提案内容の実行度

あまり実行できていない	11%
実行できた	89%

○継続的な受診希望

希望しない	3%
希望する	97%

○診断員の説明

理解できた	28%
よく理解できた	68%

○質問に対する診断員の回答

理解できた	37%
よく理解できた	63%

※( )は前年実施データによる

1月31日現在までに実施した79件のデータ




## 成果と今後への課題

<成果>

- CO2削減効果予測 (79件の実績より)
  - 年間1.1<sup>ト</sup> (1家庭当り、平均家族数2.8名)
    - ↳ 参考: 1人・1日・1kg×365日×2.8名=1.0<sup>ト</sup>

<課題>

- より効率的な受診者の拡大
  - 告知活動(DM、チラシ配付)だけでは大きな母集団を作れない。対面による説得が必要。

↓

事業活動(商品やサービスの販売)の一環として、具体的な事例を切り口に他のエネルギーを含むCO2全体の削減へと展開する方がより効果的か？

7




ご清聴ありがとうございました。

セコム株式会社  
社会・環境推進部

8

### 1. 生協の事業概要と実施概要

**生協の事業概要**

私たちパルシステムグループは、関東を中心に1都9県の9の地域生協で構成する生協です。「安全で安心な商品」を「ご自宅までお届け」する商品の供給を中心に、健康、環境、住宅など組合員の普段の暮らしを支えます。  
東京、神奈川、千葉、埼玉、茨城、山梨、群馬（栃木、福島、静岡）

**「うちエコ診断」参加の目的**

組合員家庭の省エネ活動を支援するため、「うちエコ診断」を通じて、家庭のエネルギー利用状況を診断した上で、中立性・信頼性を確保したきめ細やかな組合員支援の展開を目的としています。



### 1. 生協の事業概要と実施概要

**実施概要および体制**

2013年度はパルシステムグループの役職員・組合員が診断員となり、実施しました。

**診断件数** 実施 198件、目標 270件 (73.3%)

**受診対象者**

組合員 及び 役職員を対象に、うちエコ診断に試行的に取り組みました。

**診断員** グループ役職員及び組合員



### 2. 受診後アンケートとりまとめ（満足度調査）

**受診者数** 198人、回収 175人（回収率 88%）

**うちエコ診断の満足度「省エネに役立つ」**

診断前 (N=116)	とてもそう思う 35.3%	そう思う 62.1%
診断後 (N=45)	とてもそう思う 35.6%	そう思う 55.6%

受診者は90%以上の高い満足度が得られました。

**受診後アンケートのまとめ**

「事前アンケート」は、冷暖房・シャワー・車の行先・テレビはあまり意識せず使用しており、普及啓発により削減が期待できます。

「診断ソフト」は、「CO<sub>2</sub>内訳」「総合診断結果」「ランキング」などが好評でした。

「診断員」は、面識の有無によらず、満足度は非常に高かったです。



### 3. 3か月後アンケートとりまとめ（省エネ行動の実績）

**実施数** 198件、回収 45件（回収率 23%）

**受診家庭が診断後に導入した対策**

- ・ 節水シャワーヘッド 38%
- ・ 交通手段の転換 16%
- ・ 低燃費者への買い替え 4%
- ・ 省エネ型エアコン 2%

きめ細かいアドバイスにより、高い削減効果が得られました。

**受診者の声**

- ・ グラフ化して、実際の数値・平均値がひと目で分かり良かった(茨城)
- ・ ランキングや削減目標にあわせた具体的な改善方法を教えてもらったので、「やってみよう」という気になった(千葉)
- ・ 回収年や機器代など、細かい数値が出ていて参考になりました(神奈川)
- ・ 診断を受け、改めて家中の家電を点検しました(茨城)
- ・ アドバイスいただいたので、無理しないで努力目標5%削減できそうです(山梨)

**省エネ対策は、必要なタイミングに合わせた情報提供が効果的なことが実証されました。**

### 4. 3か月後アンケートとりまとめ（CO<sub>2</sub>削減量推定）

パルシステムの診断実績は、診断より**2割多く削減**（実績値）しました。2011年度の全国平均値と比較しても、高い削減効果が示されました。

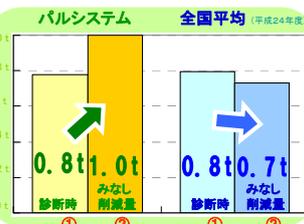
**削減効果（推定値）**

診断実績（推計値）をもとに、CO<sub>2</sub>削減量を推定すると**約200t**です。

2012年度パルシステム全体

**約1t/世帯/年 × 約200世帯 = 約200t/年**

1世帯あたり削減量(年間) 2012年度の実施件数 推定される削減効果



### 5. 課題および展望（省エネ支援の方法）

**(1) 今年度の成果**

全国平均（平成22年度）に比べ、「受診後アンケート」「3か月後アンケート」ともに高い効果を示す結果が出ました。

**(2) 今後の課題**

① **運営体制の整備（診断員確保と実施団体の十分な教育体制）**

生協と組合員、職員が社会状況変化に対応できる知識を身につけた人材育成の担い手（診断員）が活躍する交流の場や、学習・経験できる体制づくりが必要です。

② **人材育成と活動の場づくり**

今回の結果を定着・継続させるためにも、運営体制の整備と定期的な「活動の場づくり」が必要です。



5.課題および展望（今後の省エネ支援） 

2) 今後の展望 

組合員の生活の向上と、暮らし方の転換のために生協ができること  
組合員の暮らし方の転換につながる支援を目ざします。

**組合員活動との連携**  
省エネ・節電により、くらしのエネルギー効率を高めることで、  
過度の電力依存から脱却を目ざします。

**省エネ機器や太陽光発電設備などの導入サポート**  
家庭の条件に適した省エネ機器・設備を選ぶため、省エネ効果や  
費用等条件より組合員が比較・購入するために支援します。 

**パルシステムは「協同の力」で  
生活者がエネルギーを選択できる社会の実現を目ざして、  
エネルギー消費量が増加する夏冬に、  
省エネ・節電対策を、130万人へ呼びかけます。**

# 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

ENEOSエネルギー診断サービス  
「Dr. おうちのエネルギー」

2013年2月18日  
JX日鉱日石エネルギー株式会社

## 目次

<b>1. 実施概要</b>	
(1) エネルギー診断サービス概要	… P2
(2) 展開状況	… P3
<b>2. 結果報告</b>	
(1) 診断実績・成約実績	… P4
(2) 受診者アンケート結果	… P5
(3) 家庭エコ診断事業取り組み総括	… P6
<b>3. 今後に向けて</b>	
(1) 家庭エコ診断事業の課題	… P7
(2) 来年度以降の取り組み	… P8

### 1. (1) エネルギー診断サービス概要(タイプ3)

ENEOS エネルギー診断サービス “家庭のエネルギーのホームドクター”

**Dr. おうちのエネルギー**  
専門の知識・技術を有するエネルギー診断士が、お客様一人ひとりのご家庭を診断、エネルギーに関する課題を解決するサービス

実際にご自宅に伺い調査を行うことで、きめ細やかな診断・提案が可能

告知  
申込受付

診断訪問  
(1回目訪問)  
診断士による  
現地調査

エネルギー  
診断報告書  
エネルギー  
ライフプラン

提案訪問  
(2回目訪問)  
診断結果の  
報告・提案

お客様のエネルギーライフを把握

省エネ行動 機器の省エネ性能 住宅の断熱性能

お客様のエネルギー意識などについてもヒアリングを行い総合評価

お客様毎の最適プランをご提案

診断報告とお客様毎にオーダーメイドしたプランをご提案

### 1. (2) 展開状況

全国43都道府県で約440名の診断士が誕生！ 診断活動を展開中

【12月末時点】  
診断士数 437名  
認定店数 108店

【診断士の育成について】

- 省エネルギーセンター監修の「診断士認定研修」を2泊3日で実施 [開催回数: 42回(12月末時点)]
- 研修では「省エネ知識」「コミュニケーションスキル」「タブレット端末操作スキル」の習得を徹底指導
- 筆記試験、実技試験を経て診断士として認定

### 2. (1) 診断実績・成約実績

#### 1. 診断実績

お客様に「診断により得られるメリット」を十分に対面告知することで診断獲得増加

診断件数推移(件、累計)

6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
111	193	298	480	739	1,008	1,290

⇒「省エネにつながる行動面のアドバイス」とともに「機器性能」「住宅性能」についても詳細にご報告を実施

#### 2. 成約実績(家庭エコ診断における「拡張サービス」)

買い替えによる光熱費削減・環境負荷低減メリットを具体的に説明することで、機器等の成約にも直結(十分な説明時間を取れることから、高付加価値商品の成約にも繋がります)

診断項目	主な成約実績
エネルギー機器	太陽光発電、太陽熱温水器、エコジョーズ 等
家電製品	エアコン、冷蔵庫、照明器具 等
住宅関連商品	バスリフォーム 等

### 2. (2) 受診者アンケート結果(抜粋、n=52)

Q1. 診断サービスを受けられた主な目的は何でしたか？

我慢しないで省エネしたい	38%
光熱費を減らしたい	31%
節電対策をしたい	17%
環境により生活をしたい	12%

Q2. 「エネルギー診断結果のご報告」内容で興味を持たれたものはありましたか？(複数回答)

総合評価	自宅の省エネ評価	50%
	自宅のエネルギー使用量	42%
省エネ行動	自宅で未実施の省エネ行動	54%
	ライフスタイルの省エネ度	35%
省エネ機器	冷蔵庫	50%
	照明器具	48%
	エアコン	29%
	テレビ	17%
	給湯器	17%
	ガスコンロ	8%
住宅性能	住宅の省エネ度	44%

Q3. ライフスタイル等を十分聞いたうえで提案をしてくれましたか？

十分に聞いてくれた	42%	85%
聞いてくれた	42%	
普通	13%	
少し押し付け気味だった	0%	
押し付け気味だった	0%	

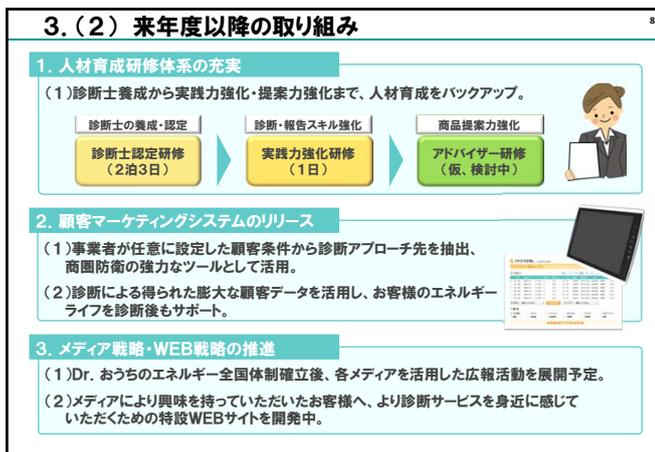
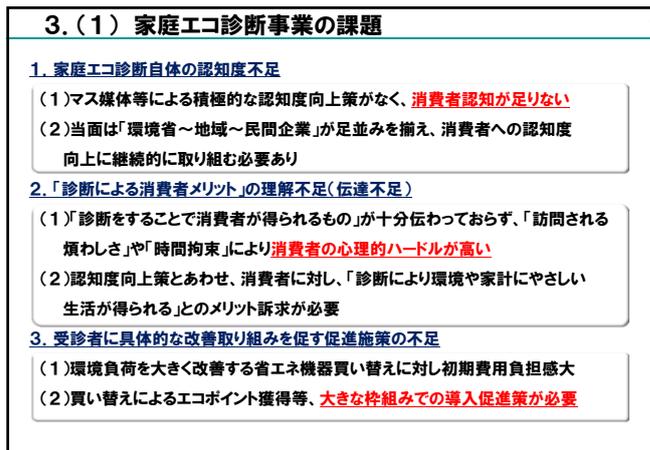
Q4. 今回の提案は、ご家庭で実施できそうな提案になっていましたか？

必ず実施できそう	6%	
おそらく実施できる	54%	60%
どちらともいえない	35%	
あまりできそうにない	4%	
できそうにない	0%	

Q5. 診断サービスについての総合的な満足度についてお答えください。

とても満足	21%	77%
満足	56%	
普通	23%	
やや不満	0%	
不満	0%	

・省エネ/光熱費削減が主な受診動機 ⇒ 環境以外にも診断ニーズを引き出すキーワードがある  
・自宅で作れていない省エネ行動や、「冷蔵庫/照明/エアコン」など欲しいけど買えない商品への関心が高い ⇒ 診断を通じた具体的な提案が、省エネ機器導入へのきっかけとなる可能性



ご清聴ありがとうございました

ENEOS エネルギー診断サービス

**Dr. おうちのエネルギー**



エネルギーを、ステキに。

**ENEOS**

Copyright © 2013, OJ Nippon Oil & Energy Corporation. All Rights Reserved.

増改築

**タイプ3** 民間における取組の実施報告

「ECOエネシミュレーション《リフォーム版》」  
を用いた診断実施について

ミサワホーム株式会社  
ストック事業本部 三田村 聡

増改築

**実施概要**

**体制**



全国150カ所の  
拠点でサポート



全国1,000名の  
リフォームエンジニアが診断

**受診対象**



戸建から  
アパート・マンション  
店舗まで対応

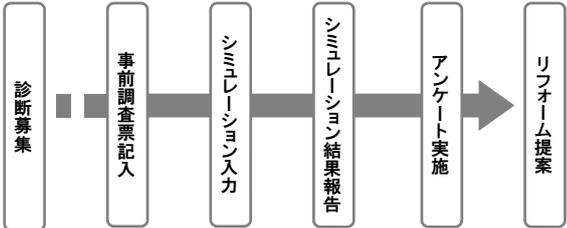


ミサワホームのオーナー様  
ミサワホーム以外の戸建・マンション

増改築

**実施概要**

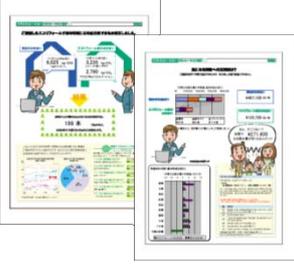
**診断の流れ**



増改築

**実施概要**

**ソフトの概要**



CO2削減・光熱費削減効果  
がわかる



断熱改修・高効率設備等  
が提案可能

増改築

**実施概要**

**告知・募集**



キャンペーン



イベント

増改築

**成果**

**取組成果**

**診断をキッカケに省エネ改修提案**

⇒ 新規の一般顧客への浸透が図れず、  
省エネ改修増へのフックにはならなかった。

**ソフト比較検証への協力**

⇒ 建物(ハード)の省エネ提案に特化し、機能を一層強化

### 3. ポスターセッション

#### (1) 地域協議会

- ① 北海道うちエコ診断地域推進協議会
- ② 福井県うちエコ診断地域協議会
- ③ 徳島県環境コンシェルジュ協議会
- 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
- 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



# 家庭エコ診断シンポジウム

## 北海道うちエコ診断地域推進協議会

担当：公益財団法人北海道環境財団

〒060-0004

北海道札幌市中央区北4条西4丁目1番地

TEL: 011-218-7881 FAX: 011-218-7812

HP: <http://www.heco-spc.or.jp>

### 【実施概要および体制】

H24年北海道うちエコ診断地域推進協議会

地域事務局：（公財）北海道環境財団

#### ① 旭川市地域

- ・NPO法人旭川NPOサポートセンター
- ・環境の保全と創造に関する旭川地域協議会
- ・旭川市

#### ④ 帯広市地域

- ・帯広市
- ・帯広消費者協会（協力）

#### ② 下川町地域

- ・（一財）下川町ふるさと開発振興公社
- ・下川町

#### ⑤ 富良野市地域

- ・地球温暖化防止活動推進員
- ・ふるの市民環境会議
- ・富良野市

#### ③ 江別市地域

- ・えべつ地球温暖化対策地域協議会
- ・江別市

地域の実状・ポテンシャルに即した試行実施

5地域の  
試行実施

診断実施立ち上げ支援？！

- ・実施事例の提供
- ・運営ノウハウ
- ・診断員支援 etc.

将来の実施イメージ  
(財源があれば...)



### 【今年度の成果(一例)】

#### ■受診者の拡大

手応えあり 苦戦した

1地域 : 4地域

他の環境施策（EAP事業）に組み込み、受診者を獲得

→受診に対してインセンティブが必要では？

#### ■継続的な実施に向けた実務

地域の連携主体が担う

地域センターが担う

4地域 : 1地域

受付業務等の実務に関わり、事業のメリットや業務量を把握した上で、事業の継続を検討

→自治体等には主体的に関わってもらう事が大事

#### ■診断員の確保

地域の診断員がいる

近郊の診断員もしくは不在

2地域 : 3地域

地元の診断員は地域の実態に即した提案が可能！

→まずは、診断員となりうる地域の人材育成が急務！

#### ■民間事業者の拡張サービス

地元の企業となら可能性あり 可能性なし

1地域 : 4地域

数件の工務店しかない地域であれば

民間事業者との連携も可能

→地域によっては、人的・経済的な余裕のある企業が少ない。自治体が参画した協議会では、公平性を維持するのは難しいのでは？

#### ■資金の目途

自治体予算獲得済み

自治体予算要望中

自治体予算要望間に合わず

自治体予算ではやりたくない

1地域 : 2地域 : 1地域 : 1地域

広大な北海道（市町村数179）で

公平に受診機会を得るには、自治体単位での実施が現実的。

→しかし地方自治体は財政難...

国の明確な支援や財源の投入が必要

### 【課題および展望】

地域の人材育成

類似する資格との役割分担

ソフト・貸出条件（簡易版・敷居が高い）  
煩雑な事務改善

ターゲット層の絞り込み（受診ニーズ？）

国の温暖化対策における明確な位置づけ

etc...



# 家庭エコ診断シンポジウム

## 埼玉家庭の省エネ推進協議会

担当：秋元・穴見

〒330-0074

埼玉県さいたま市浦和区北浦和5-6-5

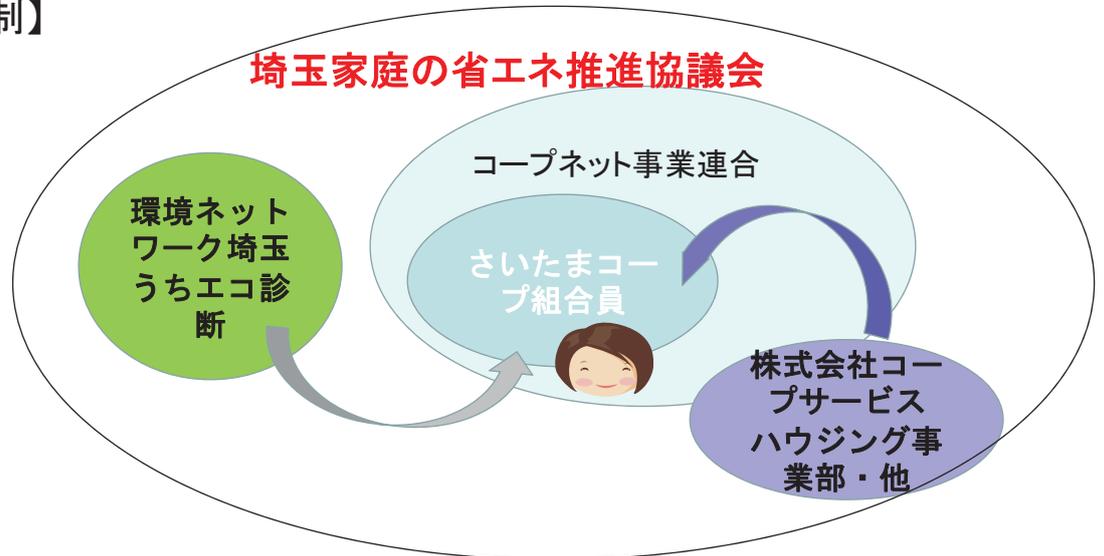
埼玉県浦和合同庁舎3階

TEL: 048-749-1217 FAX: 048-749-1218

HP: <http://www.kannet-sai.org/uchieco/>

### 【実施概要および体制】

さいたまコープの組合員さんを対象に実施した。事務局は特定非営利活動法人環境ネットワーク埼玉が担った。



### 【今年度の成果】

- ・うちエコ診断の認知度を上げることが出来た。
- ・さいたまコープの組合員さんは主婦が多いので、口コミによる広報が効果的だとわかった。
- ・消費者トラブルが懸念材料だったが、生協の関連会社の取り次ぎを行うことで、信頼性・安全性が確保された。
- ・人を集める手法のヒントを得ることが出来た。
- ・何十万人もの組合員組織を持つさいたまコープとの連携は、今後うちエコ診断を拡大する上で重要になってくると思われる。そのためにも大きな一歩を踏み出せた。
- ・うちエコ診断を実施した方からは参考になったとの声が聞かれた。



### 【課題および展望】

- ・さいたまコープは組合員組織なので、組織合意に時間がかかり、団体、企業等と比べてスムーズに進まないところがあった。
- ・コープサービスでは家電製品の取り扱いがないため、家電等の買い替えについては、家電量販店等での対応をお願いすることとなった。
- ・うちエコ診断後のリフォームや太陽光発電の導入、家電の買い替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
- ・今年度は県内に8つある地域のうち、西部地域のみ絞って診断を実施したので、これから他の地域にも広げていく余地がある。
- ・さいたまコープは様々なイベントを実施していることもあり、今後協議を重ねてイベント等の機会を利用して診断を増やしていきたい。



# 家庭エコ診断シンポジウム

## 福井県うちエコ診断地域協議会

担当：加藤 浩史

〒910-0859

福井県福井市日之出2-2-16

TEL: 0776-30-0092 FAX: 0776-21-1261

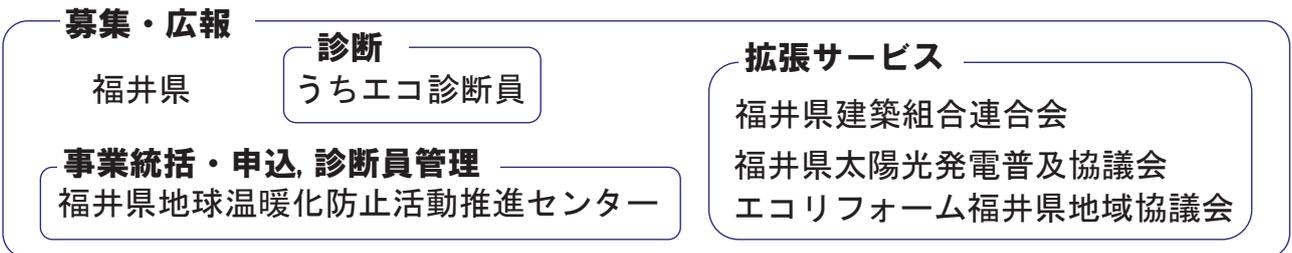
HP: <http://stopondanka-fukui.jp/suggest/EcoCheck/>

### 【実施概要および体制】

#### 1. 協議会結成の目的

家庭のエネルギー診断と対策提案を一体化したサービスを提供していく事業展開を行うこと

#### 2. 体制



#### 3. 取組内容

- ・団体を通じた診断募集による、民間団体と連携した診断募集先の拡大を実施した
- ・省エネ製品や見積の依頼先の紹介等の診断後拡張サービスを、受診者の要望のもとに実施した(営業活動とならない範囲)
- ・診断後の「拡張サービス」についてのアンケートをお願いし、成果を検証した

### 【今年度の成果】

#### 1. 申込件数 84件

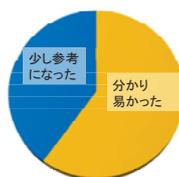
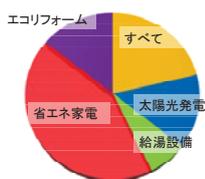
#### 2. 建築組合連合会との連携

- ・初年度の今年のうちエコ診断を理解してもらうため事務局職員への診断を実施し、リフォーム依頼者や太陽光発電設置者へ診断を呼びかけた。



#### 3. 事後資料の取り組み評価

・どの項目を説明したか？ 受診者の評価は？



改善点・ご意見は？ (診断員より)

- ・もっと詳細に説明してほしい
- ・省エネ家電ページでの表中の多段階評価について
- ・星の数の基準をどのように説明すれば良いのか？
- ・省エネリフォームの減税についての説明
- ・内容を詳しく説明すると結構時間がかかる
- ・簡単にどの程度説明すれば良いのか？
- ・今のところは、十分な内容だと思う

### 【課題および展望】

- 課) 県からの要望で、個別企業ではなく組合単位での参加要請により電器商組合にも参加を依頼しましたが、参加実現しなかった。
- 展) うちエコ診断を必要としている人に、確実に告知できるように、広報の仕方に配慮が必要。
- 展) 福井県建築組合連合会の協力で、新築・リフォーム(リフォーム補助金との連動)を考えている方に、診断を勧めてもらうことを依頼。
- 展) 省エネ家電の買替えを提案できる店舗の参加が必要であるため、電器商組合や家電量販店の参加を再度検討していきます。



# 家庭エコ診断シンポジウム

## 静岡県「うちエコ診断」事業化研究会

担当：静岡県地球温暖化防止活動推進センター

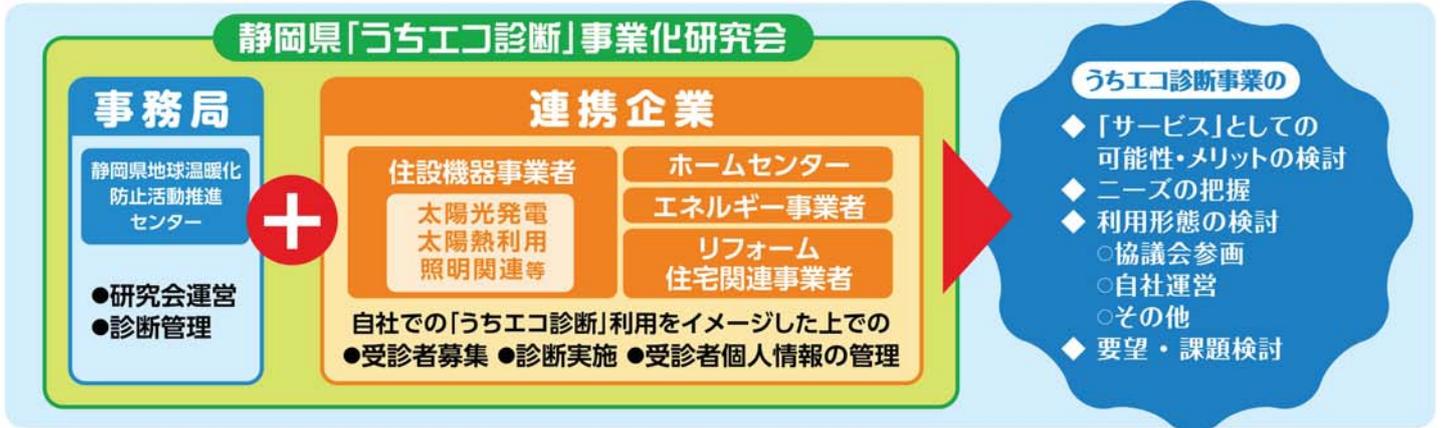
〒420-0851

静岡市葵区黒金町12-5 丸伸ビル2階

TEL:054-271-8806 FAX:054-254-7052

HP:http://uchieco.co.jp/

### 【実施概要および体制】



まずは連携企業とともに「静岡県うちエコ診断事業化研究会」を設立し、地域で「うちエコ診断事業」を自立運営するための方向性を探った研究会では、協議会設立の前段階として、民間企業の「うちエコ診断」利用および協議会参画の可能性、課題等の整理を行った

### 【今年度の成果と課題】

《対象》  
《診断方法》  
《結果》

**顧客候補者、既存顧客への診断**

ライフステージ（住宅建設、家族構成の変化等）のタイミングや興味関心が一致した場合は受診してくれ、その評価は高い一方、タイミング、関心とも一致していないと診断案内への反応は鈍い

**イベントで一般来場者への診断**

来場目的や興味関心が一致していないと、案内への反応も鈍く、受診はさらに難しい  
＜課題＞  
・診断時間  
・足をとめる「きっかけ」程度のツール開発

**連携企業の従業員への診断**

従業員のスキルアップにつながり、受診内容がすぐに活用（Action）できる等評価が高い  
＜課題＞  
・協議会への参画メリットが低い

今後の  
活用方法  
イメージ

**2段階によるステップアップ型の診断を展開**

<p>ステージ1 簡易診断</p> <p>個人診断員（地域事務局連携）による診断</p>	<p>省エネ行動、買い替えにつなげる啓発ツールとしての利用 診断時には、その後の行動提案として、商品や事業者名が掲載されたチラシ等を配布する （掲載企業からの参加費や広告料などを運営資金とする）</p>
<p>ステージ2 専門診断</p> <p>従業員診断員または個人診断員による診断</p>	<p>さらに詳しい提案・診断を要望された場合、 うちエコ診断+自社のシミュレーションソフトによる 専門診断を行う</p>

**「環境コンシェルジュ」  
資格の取得を  
従業員のスキルアップと  
モチベーション向上に活用**

- 協議会運営に向けた《要望》と《課題》
- うちエコ診断普及に向けた《要望》

- ＜要望＞チラシ配布の容認 ステージ1用の「簡易版診断ツール」の開発
- ＜課題＞協議会への入会資格、商材販売につながった場合の成功報酬
- 認知度向上に向けた「広報」と最初の診断のきっかけづくりのための「行政サポート」

### 【今後の展望】

<p>事業規模による 協議会参画への 可能性の違い</p>	<p><b>全国規模の大企業</b></p> <p>▲協議会参画への可能性は低い （自社に認知度、広報力、ソフト開発力がある場合）</p> <p>★資格制度の活用にはメリットを感じる</p>	<p><b>地域の中小企業・商店</b></p> <p>★協議会参画への可能性が高い</p> <p>診断案内チラシや診断時に配布する資料にて 自社商品や事業者名PRができることや商材販売の きっかけとなるのがメリットとして想定される</p>
---------------------------------------	---	--

地域において民間企業が「うちエコ診断」を活用する場合、事業規模によってメリットを感じる活用方法が異なる活用方法ごとに「うちエコ診断」事業の利用形態（協議会参画、自社運営、資格制度の利用）が異なるため、事業規模が協議会への参画や期待度につながる。地域における協議会運営には、中小企業・商店の参画・連携がカギとなる

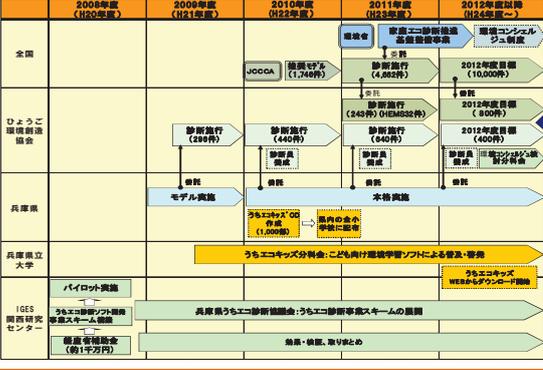
### 兵庫県環境コンシェルジュ検討分科会

担当：(財)ひょうご環境創造協会 環境創造部 前田

〒654-0037 神戸市須磨区行平町3-1-31  
Tel : 078-735-2738 Fax : 078-735-2292  
E-mail : maeda-k@eco-hyogo.jp

### 【うちエコ診断事業の取組成果】

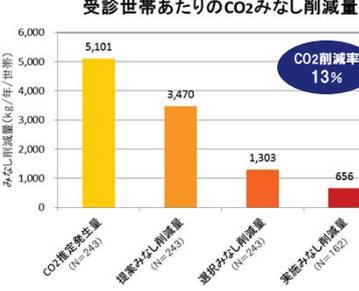
#### うちエコ診断事業の経過



2012年度目標  
1,200件  
2月7日現在  
972件実施  
★達成率81%

#### 平成23年度診断時のソフトによる推定 <CO2削減効果>

- H23うちエコ診断によるCO2削減量 : 106t/年 (N=162)
  - 受診世帯あたりのCO2みなし削減量 : 656kg/年 (N=162) → 削減率13% (N=243:162換算)
  - 選択率: 20% (N=243) 実施率: 59% (N=243:162換算)
- (※ 削減率=削減量/CO2発生量)



### 【実施概要および体制】

#### 兵庫県環境コンシェルジュ検討分科会

●2012年10月30日、兵庫県うちエコ診断協議会の下に分科会として設置。

**兵庫県環境コンシェルジュ検討分科会設置要綱**

(目的)  
第1条 地域実態によるうちエコ診断実施を促して、持続的に自立的な取組が定着することを目的として「環境コンシェルジュ推進方式」を検討するため、兵庫県うちエコ診断協議会の下に兵庫県環境コンシェルジュ検討分科会(以下「分科会」という。)を設置する。

(目的事項)  
第2条 分科会は、うちエコ診断実施を促すための調査・検討を行う。  
第3条 分科会は、うちエコ診断実施を促すための調査・検討を行うこと。  
第4条 分科会は、うちエコ診断実施を促すための調査・検討を行うこと。  
第5条 分科会は、うちエコ診断実施を促すための調査・検討を行うこと。

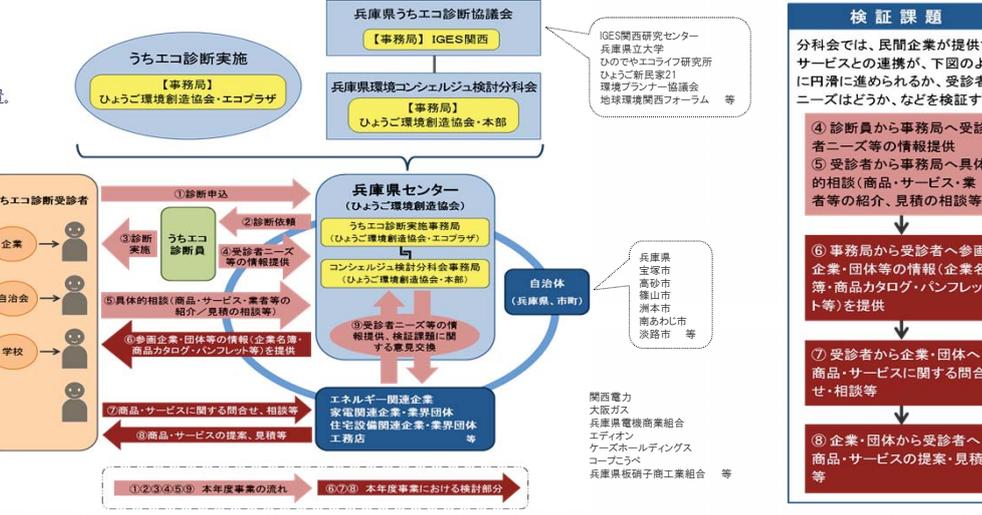
(組織)  
第6条 分科会の会長は、学識経験者、民間企業、業界団体、行政機関及び各種団体等から選出する。

(会長)  
第7条 分科会の会長は、分科会を統括し、分科会の業務を執行する。

(委員)  
第8条 分科会の委員は、分科会の業務を執行する。

(事務局)  
第9条 分科会の事務局は、分科会の業務を執行する。

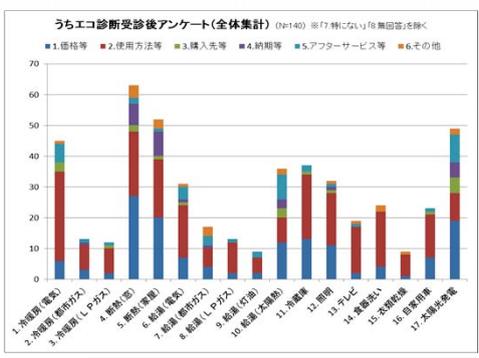
(その他)  
第10条 分科会の業務は、平成24年10月30日から施行する。



### 【今年度の成果】

●うちエコ診断受診後アンケートによる受診者ニーズ調査  
■調査期間: 2012年11月～2013年1月 ■アンケート回収数: 140(人)  
■内容: 受診後アンケートに設問を追加、冷暖房(電気)・太陽光発電の17分野について、「ざらに詳しく知りたい」内容を調査。

(単位:人)	1.価格等	2.使用し方	3.購入先	4.納期等	5.その他	計
1.冷暖房(電気)	6	29	3	0	6	45 (36)
2.冷暖房(都市ガス)	3	8	0	1	1	13 (10)
3.冷暖房(LPGガス)	2	8	1	0	0	11 (9)
4.暖房(窓)	27	21	2	7	2	63 (59)
5.断熱(家壁)	20	19	1	9	1	52 (53)
6.給湯(電気)	7	17	1	1	4	31 (22)
7.給湯(都市ガス)	4	6	0	1	3	17 (10)
8.給湯(LPGガス)	2	10	0	0	1	13 (11)
9.給湯(灯油)	2	5	0	0	2	9 (6)
10.給湯(太陽熱)	12	8	3	3	8	36 (19)
11.冷蔵庫	13	21	1	0	2	37 (31)
12.照明	11	17	1	1	1	32 (25)
13.テレビ	2	15	0	0	1	19 (17)
14.洗濯機	4	18	0	0	2	24 (21)
15.衣類乾燥	1	7	0	0	1	9 (7)
16.自家発電	7	14	1	0	1	23 (19)
17.太陽光発電	19	9	5	5	9	49 (24)

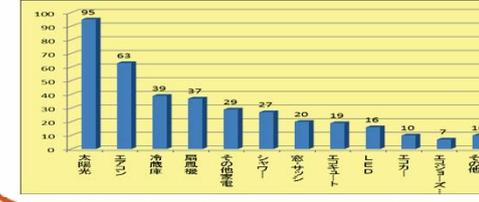


#### ●うちエコ診断員・事務局報告書の「診断項目以外で提案した内容」および「受診者からの要望」に記入された内容を整理し、受診者ニーズを調査。(N=286)

##### <うちエコ診断員・事務局報告書のまとめ>

うちエコ診断員・事務局報告書の「診断項目以外で提案した内容」および「受診者からの要望」として記入された内容を整理すると、以下のとおりとなる。

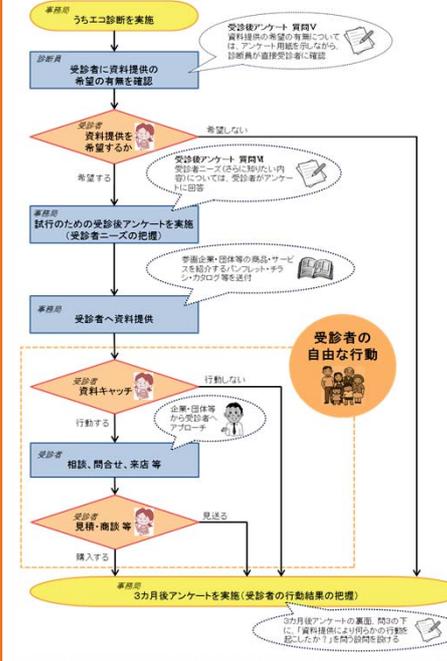
- うちエコ診断対象期間: 平成24年4月～12月
- うちエコ診断受診者数: 732名
- 診断員が「兵庫県環境コンシェルジュ検討分科会」に有益な情報を記入した受診者数: 286名
- 項目別記入人数は下表のとおり(※複数項目記入があるため、記入数計は286を上回る)



項目	記入人数	記入率
太陽光	19	95
エアコン	13	63
冷蔵庫	13	39
洗濯機	13	37
その他電気	13	29
給湯	13	27
断熱	13	20
照明	13	19
テレビ	13	16
衣類乾燥	13	10
自家発電	13	7
太陽光発電	13	10
その他	13	45

### 【課題および展望】

●平成25年度は、自立的運用を探るための試行を実施予定。  
自立的運用に向けて、「受診者に資料を提供することにより、その後の行動に効果及ぼすかを、受診後アンケート、3ヵ月後アンケートにより調査する。





# 家庭エコ診断シンポジウム

## 徳島県環境コンシェルジュ協議会

担当：杉原 幸・犬伏 聡

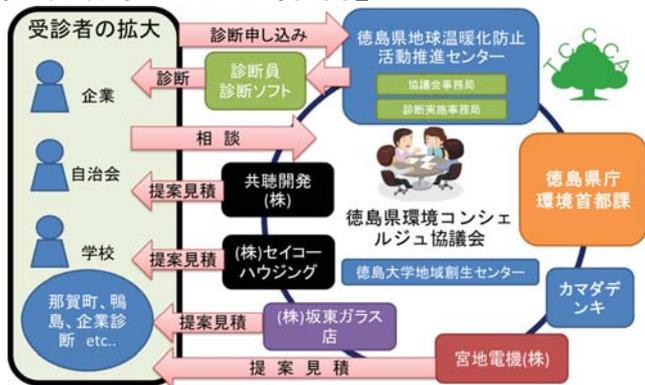
〒770-0873

徳島県徳島市東沖洲1丁目23番地

TEL: 088-678-6091 FAX: 088-664-6033

HP: <http://tccca.org/>

### 【実施概要および体制】



### 今年度の目標

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、省エネ機器の販売を行う
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

### 各組織の役割

- 徳島大学地域創生センター・・・会議のファシリテーション及び合意形成を担当
- 徳島県庁・・・地方自治体としての助言
- カマダデンキ・・・吉野川市において家電製品の販売
- 宮地電機(株)・・・LEDの販売
- (株)坂東ガラス店・・・ペアガラスの販売
- (株)セイコーハウジング・・・うちエコ診断受託企業として助言
- 共調開発(株)・・・太陽光発電の販売
- 徳島県地球温暖化防止活動推進センター・・・コンソーシアムの事務局

### 【今年度の成果】

#### 会議について

##### ■2回のコンソーシアムを実施

(特徴)

- ・PCM/WS手法でコンソーシアムを運営。
- ・地域に根ざした事業所(地元の電気屋)をメンバーに加入



#### ■かもじま駅前まちづくり会議に協力

かもじま駅前まちづくり会議では、低炭素型活性化まちづくりを目指して街に賑わいを取り戻す活動をしており、空き店舗を活用し、参加型のフリーマーケットを開催している。今回は、商店街の一部にブースを設け、週1回、そこで診断を実施した。



### 62件のうちエコ診断の実施

→ 1件の見積もり (ペアガラス18枚)

### 今後に向けての意見交換ができた

#### 今年度のうちエコ診断について

##### ■企業・自治体職員の団体診断

5つの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(上図)を配布した。



### 【課題および展望】

#### 会議で話し合われたこと①

- ・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の診断をするべき
- ・お年寄りの方には設備投資できないと言われる。

#### 実際の現場では・・・

・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。

#### 会議で話し合われたこと②

・診断をしている時にカタログの必要性を感じる

#### 実際の現場では・・・

・鴨島では、パネル・カタログを準備できたもの以外の診断では用意できなかった。

#### 会議で話し合われたこと③

・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

#### 実際の現場では・・・

・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。

#### 会議で話し合われたこと④

・診断件数が50件では少なすぎるのでは？

#### 実際の現場では・・・

・約3ヶ月の間に63件(6)の診断で精一杯だった。

#### ＜協議会から出た意見＞

①見積もり1件という結果を考えると「一気に自立する」のは現実的に困難。うちエコ診断をまずは浸透させ、もう一段階おくことが大事。

②地域特性を活かしたコンシェルジュになるべき。徳島では高齢化が進んでいるので、見守りを兼ねたうちエコ診断などが良いのではないかと？

③世間に広くちらしをまく手法は難しい(今年度4500世帯にチラシを配布したが、2件のみの応募であった)。婦人会等様々な団体と協力していくことが大事。



# 家庭エコ診断シンポジウム

## 佐賀県うちエコ診断推進コンソーシアム

担当：高木 淳剛

〒840-0801 佐賀県佐賀市駅前中央 1-8-32  
アイスクエアビル3階  
地域活動支援・コンソーシアム推進部門  
TEL/FAX: 0952-37-9397

### 【実施概要および体制】

#### 1.協議会結成の目的

平成26年度以降、地域に根づいた活動を行っているNPO等または消費者団体等と連携し、第三者からの事業資金支援等を受け、自立した診断事業実施の可能性を探る。

#### 2.実施主体と役割

管理主体：特定非営利活動法人温暖化防止ネット 地域活動支援・コンソーシアム推進部門（地域事務局）

役割：佐賀中部地域の広報、佐賀中部地域の受信家庭の募集と受付、受診家庭情報の管理、診断結果の管理、診断員派遣、事業成果のまとめと管理、事業の経理事務、苦情受付と対応

連携主体1：特定非営利活動法人とす市民活動ネットワーク

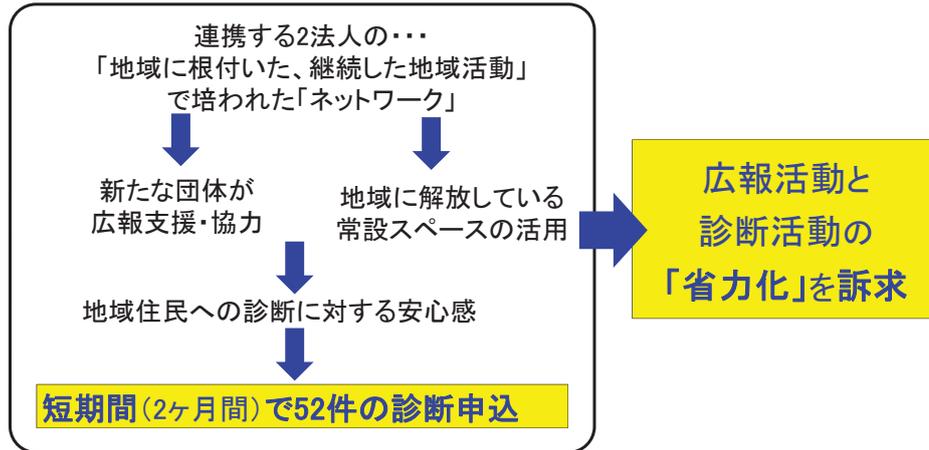
役割：佐賀東部地域の広報、佐賀東部地域の受診家庭の募集と受付、診断会場の提供（常設）

連携主体2：特定非営利活動法人唐津環境防災推進機構KANNE

役割：佐賀西北部地域の広報、佐賀西北部地域の受診家庭の募集と受付、診断会場の提供（イベント形式）

### 【今年度の成果】

#### うちエコ診断の効率的な広報と実施



あなたも『うちエコ診断』を受けてみませんか？

診断は無料！  
簡単です！

ご家庭の  
エネルギー診断をします

『うちエコ診断員』が、ご自宅のエネルギー消費や、CO2  
を診断し効果的な「省エネ」と「ストップ温暖化」を提案

このようなことがわかります

- 「ご自宅のエコジョーブル」を解説します  
STEP1 ーさて、ご自宅のCO2排出量の順位は？ー  
家庭から出るCO2排出量を提示し、平均世帯との比較を順位  
で示します  
STEP2 ーご自宅のCO2排出削減の目標を決めてみましょう！ー  
家庭からのCO2排出量とCO2削減量を「ロードマップ」で表し、  
家庭の「現在地」「目的地」をかかひやすく示します  
STEP3 ーご自宅の「どこから」どのくらいCO2が出ている？ー  
炊飯、洗濯、給湯、自動車、テレビなどの分野に分けて表示し、  
家庭からのCO2が「どこから」どのくらい出ているのかを  
やすく示します
- 「省エネってどうすればいいの？」という疑問にお答えします  
STEP4 ー効果的な対策を個別別、そして総合的に提案ー  
CO2削減効果の高い項目の対策と費用対効果を表示します。  
その中から実行したいものを選択すれば、家庭全体の排出量の  
削減に結びついたり「オーダーメイド型省エネ対策」を提案し、光熱  
費削減などについての情報（削減効果や費用対効果など）も知るこ  
とができます
- 「省エネで、いくら光熱費がお得なの？」という疑問にお答えします  
省エネ対策を実施した場合は、「光熱費の削減額」や「費用対効果」  
を分かりやすく示します

うちエコ診断員は  
家庭のエネルギー診断員（専任・兼任エコ診断員）が、専用の「パソコンソフト」  
を用いながら、およそ15分程度で診断を行います。  
また、おかげで「どこから」どのくらい出ているのかを診断します。  
そして、どのような対策をするか、削減費やCO2を下げられるかを提案します。

特定非営利活動法人 温暖化防止ネット 地域活動支援・コンソーシアム推進部門  
〒840-0818 佐賀県佐賀市駅前中央 1-8-32 アイスクエアビル3階 TEL 0952-37-9397

### 【課題および展望】

#### 1.課題

- ①短期間で多くの方にご応募いただいたことで、診断実施事務局側の受診家庭と診断員との日程調整に苦労した。その結果、事業受託法人側の診断員で診断するケースが増えた。
- ②高齢者のみの家庭の診断が多く、長期間で投資効果が得られる提案は困難。このような世帯に対する拡張サービスをどのように展開していくかという課題がある。このようなこともあり、今年度は、拡張サービスや通年で事業展開するときの検証材料を得ることが困難であった。

#### 2.展望

- ①連携主体が日常から、生活感のある地域活動を継続していくことによって培われた「顔の見えるネットワーク」とおとした広報活動は、地域住民に安心感をあたえ、また新たな協力者（個人・団体）が現れやすい。
- ②地域活動や市民活動の延長線上で事業を展開していくことで、手間暇のかからない広報と、効率的な受診申込者の獲得が可能であり、費用対効果の面からも第三者へ説得しやすいため期待できる。
- ③次年度以降のコンソーシアムの構成では、地域に根付いた市民活動を行うNPO等と、これらの活動を具体的に支援している民間企業等の事業者と、協働して事業展開し、いっしょに、拡張サービスの展開も図っていく。



# 家庭エコ診断シンポジウム

## かわさきうちエコ協議会

担当：笹子まさえ

〒213-0001  
川崎市高津区溝口1-4-1高津市民館内  
TEL: 044-813-1313 FAX: 044-813-1350  
HP: <http://www.cckawasaki.jp/kwccca/>

### 【実施概要および体制】

実施概要：うちエコ診断による提案・アドバイスを、具体的な実現に結びつけるため、協議会を形成することにより、省エネ機器買い替え、太陽光発電設備等の導入・設置アドバイス、見積もり、購入等を円滑に行うことを可能にする。



体制：運営主体：川崎市センター

役割：協議会運営、まとめ

☆連携主体1：川崎市新エネルギー振興協会

構成団体：トヨオカ電気(株)、(株)パシフィックコーストインダストリー、(株)カワデン、ロコビルダー、(株)イズズ、(株)光陽電業社、(有)コモリ、東横化学(株)、福島電機(株)、星建設(株)、(有)インテリアコア、(株)昭栄電工社、(株)鈴徳、家入電気(株)、高橋工務店

役割：見積り、設置アドバイス等

☆連携主体2：ノジマ電気ノクティ溝口店(交渉中)

役割：見積り、省エネ機器購入アドバイス等

☆連携主体3：川崎市

役割：広報等

注意した点：

- ・診断員は、協議会名簿のリストを持参し、受診者から省エネ製品購入の相談・依頼があった場合は、協議会リストを提供する。
- ・診断員が直接、業者を紹介したり斡旋したりはしない。
- ・苦情、相談への対応は、川崎市センター長、事務局長が対応する。

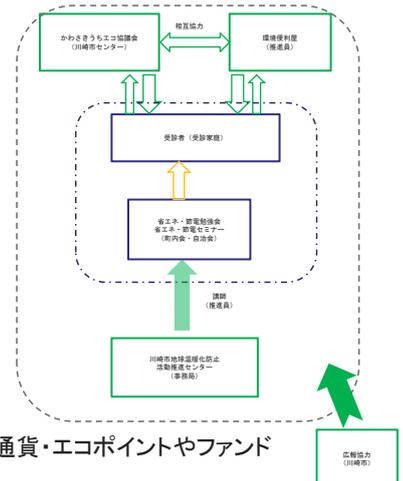
### 【今年度の成果】

- ・診断員、企業、行政と連携をもち、協議会を構成することにより、受診者の質問や要望に対して、より積極的に答えることが可能となった。
- ・川崎市の広報紙でも取り上げられて、最大限の広報協力が得られた。しかしながら、それだけではインパクトが足りないという結果も得られ、機器買替を促進する経済的なインセンティブや、例えば、高齢者世帯に対しての実際的な環境改善に結び付くような生活支援の必要性が明確になった。



### 【課題および展望】

- ・全国的組織を持つチェーン店形式の企業の場合、支店だけでは意志決定ができなく、本店の方針を仰ぐことが多い。うちエコ診断に対する認知度が低い中、なかなか理解が得られない現状があり、今後、本社アプローチも行うなどの推進策が必要である。
- ・自治体による太陽光発電への補助金も伸び悩んでいる状況があり、今以上の設備導入費用の支援策などが求められている。ファンド創設等に期待する。
- ・かわさき節電・省エネコンソーシアムで、町内会・自治会への学習会・セミナーを展開している。平成25年度は、この活動にうちエコ診断の協議会活動を組み合わせて、生活支援に結び付くような「環境便利屋」として、推進員と一緒に、家庭へのアプローチを強化していく。また、地域通貨・エコポイントやファンド連携などによる経済的インセンティブを検討していく。





## (2) 民間企業等

① 一般社団法人 JBN

② TOTO株式会社

③ 株式会社LIXIL

(発表者様からのお申し出により、p53を削除しました)

④ 東彩ガス株式会社

⑤ おひさま進歩エネルギー株式会社

⑥ 日本興亜損害保険株式会社

⑦ セコム株式会社

⑧ パルシステム生活協同組合連合会

⑨ JX日鉱日石エネルギー株式会社

⑩ ミサワホーム株式会社



# 家庭エコ診断シンポジウム

## 一般社団法人 JBN

担当：JBN環境委員会

〒104-0032

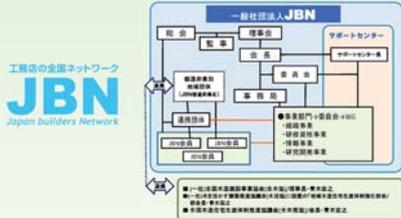
東京都中央区八丁堀3-4-10 京橋北見ビル東館 6階

TEL: 03-5540-6678 FAX: 03-5540-6679

HP: <http://www.jbn-support.jp/>

### 【実施概要および体制】

#### ■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。

#### ■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

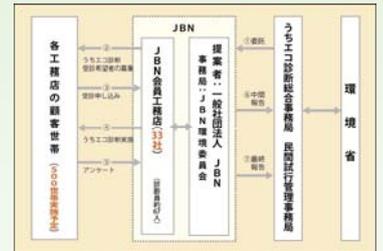
##### ■工務店の仕事と役割



- 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
- 長く大切に住まいに使っていく良きパートナー

#### ■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
- 実施エリア 北海道・関東・中部・関西・中国・四国・九州



### 【今年度の成果】

#### ■家庭(うち)エコ診断実績



- 診断実施件数 430世帯(87%)
- 受診後アンケート回収 336世帯(78%)
- 事後アンケート回収 118世帯(27%)
- 訪問診断の割合 95%
- 家庭(エコ)診断による削減効果  
診断後の消費電力削減率 6.7%  
診断後のCO<sub>2</sub>削減率 12.2%

(2013年2月1日時点)

#### ■9割以上が訪問診断を実施



①訪問診断(顧客宅にて)

②窓口診断(イベント会場にて)

#### ■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



##### 受診後アンケート お客様の声 (一部抜粋)

自分の考えだけではなく  
なにかどう頑張れば  
良いのか気が付かないので、  
専門的な意見が聞けて  
とても参考になりました。

非常に安心感ある、かつ具  
体的な取組です。私も資  
格がほしいです。

今後、リフォーム時や機器  
の買い替え時期に大いに参  
考になると思いました。

##### 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



#### ■メディア(新聞・雑誌など)への掲載

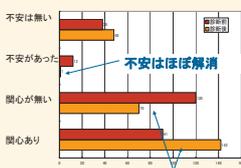


各地の雑誌・新聞などで、うちエコ診断の取り組みについてご紹介いただきました。



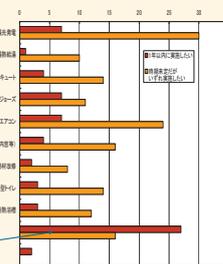
#### ■エコリフォームへの関心度アップ

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



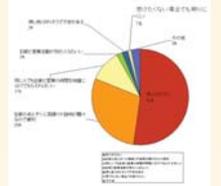
リフォームのご希望は多いが、高価格な設備機器は  
リフォーム開始決定が多い期間にある。  
節水型のシャワーヘッドは手ごろな価格のため、  
1年以内のご希望が多い。

##### ●受診後のリフォーム検討項目



●拡張サービスとして取り組んだ、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。

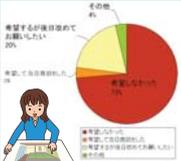
●受診者の関心を踏まえて行われる営業活動についてどう思われますか？



### 【課題および展望】

#### ■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」



(※診断後のエコ改修受注数については、追跡調査中。)

#### ■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、特に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」の3つのサービスメニューが確立し、顧客のより豊かな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。



# 家庭エコ診断シンポジウム

## TOTO株式会社

担当：マーケティング部 中村、TOTOリモデルサービス（株） 猪瀬

〒154-8540  
東京都世田谷区桜新町2-24-2  
TEL: 03-5451-1112 FAX: 03-5451-1095  
HP: <http://www.toto.co.jp/>

### 【実施概要および体制】

#### 目的

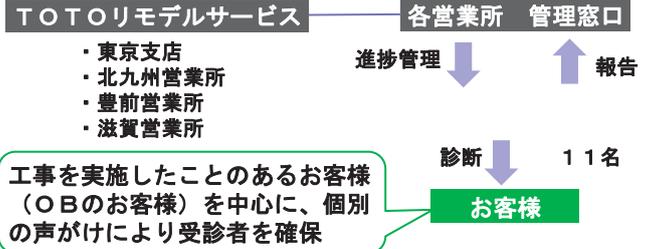
リフォーム業者(=当社のお得意様)による活用を想定した、「うちエコ診断」の有効性の検証

- 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



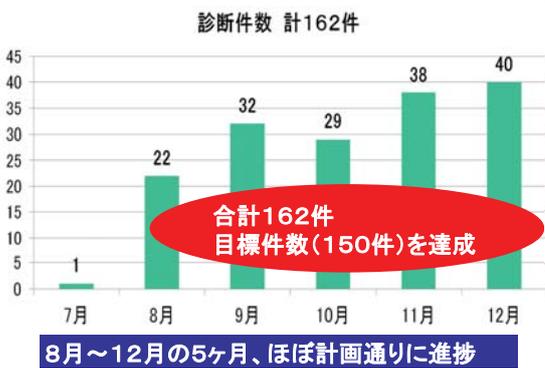
#### 実施体制

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



### 【今年度の成果】

#### 診断件数



#### 地域別 診断件数

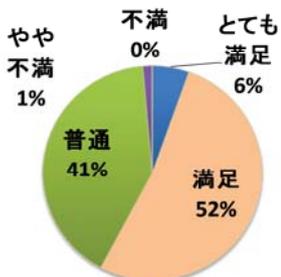


#### 受診者の属性



#### お客様の満足度

##### 総合的な満足度



6割弱のお客様が満足。エコ意識を引き出すことができた。OBのお客様向けサービスとして有効

#### リフォーム需要喚起の効果

■対策選択 TOP3 対策選択状況 2013年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%

自動車関連の選択が多い

■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%

リフォーム工事の選択は少ない

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

### 【課題および展望】

#### 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



業務部 担当：柳 雅春

〒343-0108  
埼玉県越谷市越ヶ谷 1-1-4-1  
TEL: 0120-78-1031 FAX: 048-962-1119  
HP: <http://tosaigas.co.jp/>

## 実施概要および体制

### 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CO<sub>2</sub>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

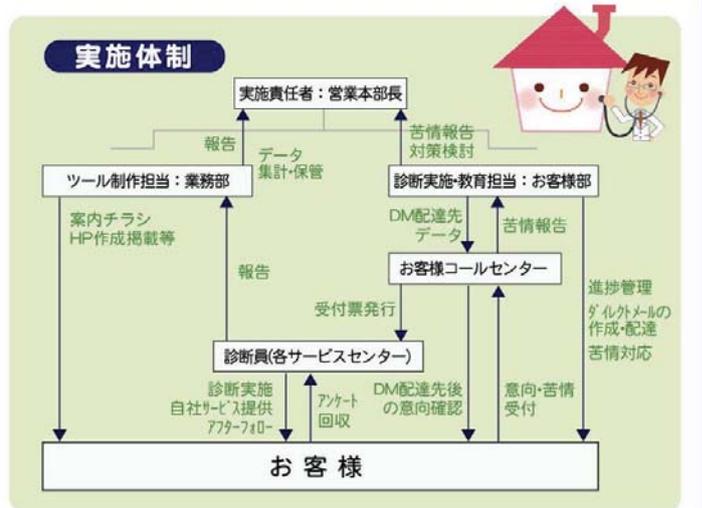
埼玉県東部地区を中心とした需要家20万件

#### 3. 募集方法

- ・東彩ガス情報誌「彩ライフ」(発行部数20万部/7、11月号での募集)
- ・HPでの募集
- ・ガス展での募集

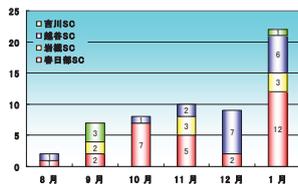


### 実施体制



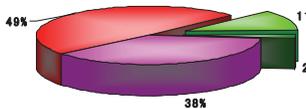
## 今年度の成果

■ 月別うちエコ診断実施件数



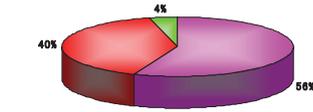
省エネに役立つ・楽しい・信頼できる

- とても思う
- そう思う
- どちらとも思えない
- あまりそう思わない
- そう思わない



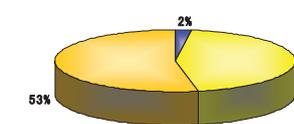
■ 診断員について (態度・説明・提案・コミュニケーション等)

- とても良い
- 良い
- 普通
- やや悪い
- 悪い



削減効果でCO<sub>2</sub>と光熱費 どちらに関心がありますか？

- CO<sub>2</sub>
- 両方
- 光熱費



1月31日現在の診断件数は累計で58件と当初の計画を下回っておりますが診断を実施いただいたお客様の診断員への評価は96%の満足をいただいている結果となりました。

目的である接点強化では成果を出せたと思います。

また、「うちエコ診断」を受診した87%のお客様は受診したことに満足をいただいているものの、やはりCO<sub>2</sub>削減だけよりも光熱費削減もしくは両方に関心をお持ちのお客様が多くいらっしゃる事が検証できました。

## 課題および展望

### <制度の課題と展望>

- 環境コンシェルジュ制度が普及するためには民間企業の活力が必要不可欠だが、今回の試行事業では診断からサービス提案に至るケースはほとんどなく、民間企業のビジネスモデルとして成立させるためには、更なる制度改善が必要。
- 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、民間企業のサービスがより効果的に提案でき、かつ、診断時間を短くすることで受診者の負担を減らすなど、受診者、診断者双方がメリットを享受できる工夫が不可欠である。



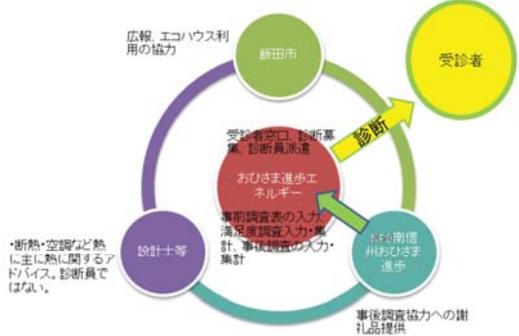
# 家庭エコ診断シンポジウム

## おひさま進歩エネルギー株式会社

担当：牧内 文隆

〒395-0044  
長野県飯田市本町2-15  
TEL: 0265-56-3711 FAX: 0265-56-3712  
HP: <http://www.ohisama-energy.co.jp>

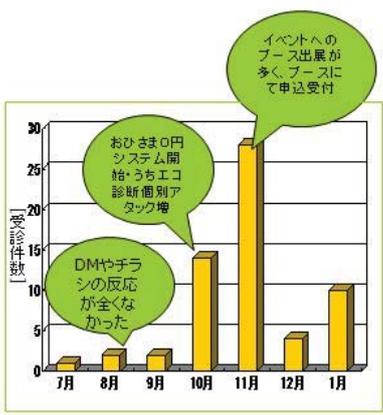
### 【実施概要および体制】



飯田市所有のエコハウスにて診断希望者の対応を行う。エコカフェの事業や、NPO南信州おひさま進歩の協力も得て、また飯田市には診断希望者募集にあたっては広報という形でご協力いただく。

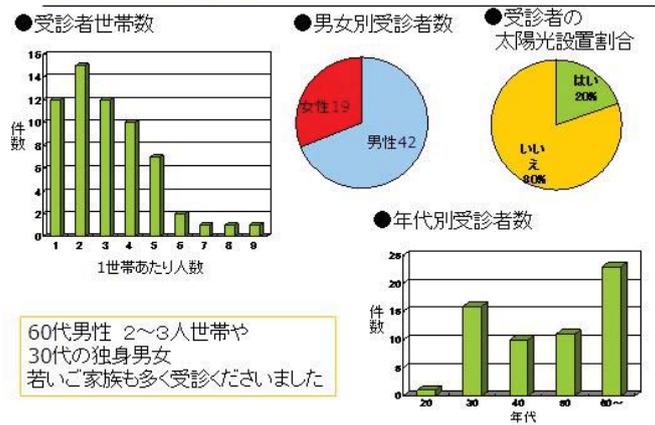
この地域の家庭においては、自家用車使用、熱（断熱・空調・給湯・冷蔵庫）部門の二酸化炭素排出量が多いと考えられるが、診断を行う事でより明らかにしていく。公共交通の利便性を考えた時、自家用車使用を無理に抑える事は現実的ではないが、自転車・徒歩通勤による健康面へのアプローチをする。又、寒冷地として熱対策を行うこともより効果的なCO2排出削減につながると考える。うちエコ診断による家庭部門のCO2削減は、市の目指す将来への手段として非常に有効であり市の協力も得られ、この事業によるCO2削減効果が期待できる。

### 【今年度の成果】 うちエコ診断実施状況

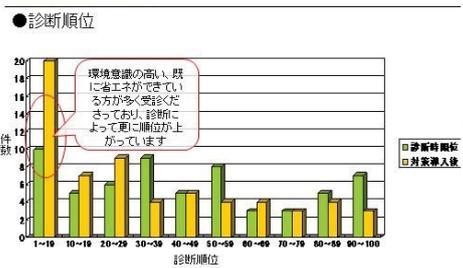


- 診断員数: 4名
- 診断開始: 7月下旬より
- 実施対象者: 飯田・下伊那地域の方を対象
- PR方法:
  - 市民へチラシを配布(回覧板)
  - おひさま0円システム設置者設置希望者へのDM
  - おひさま発電所等関係者などへの個別アピール
  - 飯田・下伊那地域における環境イベントブース出展等
- 診断数: 61件(25年2月4日現在)

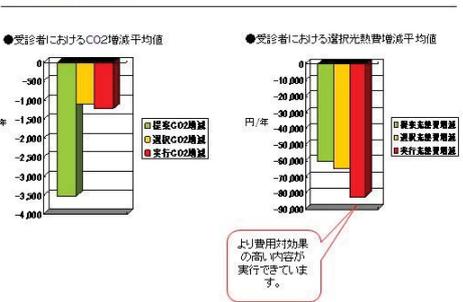
### 受診者属性



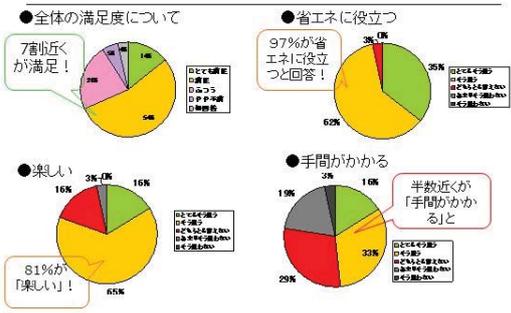
### 診断結果①



### 診断結果②



### 満足度調査結果



### 【課題および展望】

- ◎ 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



# 家庭エコ診断シンポジウム

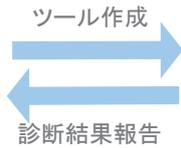
日本興亜損害保険株式会社

経営企画部CSR室  
代理店開発部

〒100-8965  
東京都千代田区霞ヶ関3-7-3  
TEL: 03-3593-5378 FAX: 03-3593-5383  
HP: <http://www.nipponkoa.co.jp/>

## 【実施概要/体制】

 日本興亜損保



【代理店・診断員】



募集・診断・調査

申込・受診・回答

【受診者】



- ・パンフレットの作成
- ・診断結果の取りまとめ
- ・アンケート結果の取りまとめ
- ・効果分析

- ・受診者募集
- ・事前アンケート実施
- ・診断実施
- ・事後調査実施

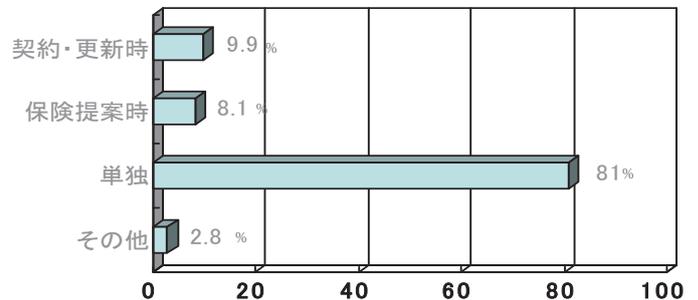
- ・受診申込
- ・事前アンケート回答
- ・診断受診
- ・取組実施
- ・事後調査回答

代理店数：6 代理店  
診断員数：8 名

## 【実施結果】

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%)

保険の手続時(契約・更新等)に実施 : 14 名  
 保険の提案時(契約以外)に実施 : 9 名  
 保険とは関係なく単独で実施 : 115 名  
 その他 : 4 名



## 【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。今後の生活に活かしていきます。
- ・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そうです。
- ・家庭のエコ度がヨソの家と比較できて良かった。

## 【課題】

- ・「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/診断員ともに負担が大きい。
- ・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、複数回の訪問が必要。受付～診断終了まで1日で完結するのが望ましい。
- ・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。



# 家庭エコ診断シンポジウム

## セコム株式会社

社会・環境推進部 担当：内田

〒150-0001  
東京都渋谷区神宮前1-5-1  
TEL: 03-5775-8518 FAX: 03-5775-8902  
HP: <http://www.secom.co.jp/>

### 【実施概要】

- **実施期間** 平成24年7月12日～平成25年2月28日
- **募集対象** セコム・ホームセキュリティユーザー
- **募集範囲** 関東圏（東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県）  
関西圏（大阪府、京都府、兵庫県）
- **目標件数** 100件
- **診断員数** 14名
- **ご案内方法** DM発送  
顧客訪問による案内
- **実施件数** 108件（2月28日までの見込み）



### 【重点ポイント】

#### ①診断件数の拡大

よりスムーズに受診件数を上げることで、エコ活動の裾野を広げる。



#### ②診断内容の満足度とエコ活動の実践状況をリサーチ

エコ活動を良く理解し、実践することでCO2削減効果をあげる。



### 【今年度の成果】

- **CO2削減効果予測** (79件の実績より)  
年間 1.1トﾝ (1家庭当り、平均家族数2.8名)  
↳ 参考：1人・1日・1kg×365日×2.8名 = 1.0トﾝ

### 【課題および展望】

- **より効率的な受診者の拡大**  
告知活動（DM、チラシ配付）だけでは大きな母集団を作れない。  
対面による説得が必要。

事業活動（商品やサービスの販売）の一環として、具体的な事例を切り口に他のエネルギーを含むCO2全体の削減へと展開する方がより効果的か？

信頼される安心を、社会へ。



## パルシステム生活協同組合連合会

環境推進室 担当：浜田・大塚

〒169-8527

東京都新宿区大久保2-2-6 ラクアス東新宿

TEL: 03-6233-7238 FAX: 03-3232-6536

HP: <http://www.pal-system.co.jp/index.html>

### 【実施概要および体制】

パルシステムは「協同の力」で生活者が  
エネルギーを選択できる社会の実現を旨とします。

実施概要：2012年度は、パルシステムグループの  
役職員・組合員が診断員となりました。

対象者：組合員 及び 役職員を対象

診断員：グループ役職員及び組合員

診断件数：実施 198件、目標 270件(73.3%)



pal\*system  
生活 パルシステム

私たちパルシステムグループは、  
関東を中心に1都9県の9の地域生協から  
構成する生協です。「安全で安心な商品」を  
「ご自宅までお届け」する商品の供給を  
中心に、健康、環境、住宅など組合員の  
普段の暮らしを支えます。

東京、神奈川、千葉、埼玉、茨城、山梨、  
群馬 (未実施エリア: 栃木、福島、静岡)

### 【今年度の成果】 全国平均(平成22年度)に比べ、「満足度調査」「事後アンケート」ともに高い結果が出ました。

#### ① 受診後アンケートとりまとめ (定性評価)

受診者数 198人、回収 175人 (回収率 88%)

##### I 事前調査票について

事前アンケートでは、「冷暖房使用期間」「車の行先」  
「シャワー使用時間」「テレビ視聴時間」は、日常生活で  
意識して行動していないことがわかり、きめ細かい  
情報提供により、省エネ効果が期待できます。

##### II 診断ソフトについて

「CO<sub>2</sub>内訳」「総合診断結果」  
「ランキング」等具体的かつ  
総合的な行動支援が好評です。



##### III 今回診断を行った診断員について

同じ生協の組合員・役職員の立場からのアドバイスは  
「満足度調査」は、いずれも90%以上と高い効果でした。

##### IV うちエコ診断受診後のご感想

- ・回収年や機器代など、細かい数値が参考になりました(神奈川)
- ・診断を受け、改めて家中の家電を点検しました(茨城)
- ・アドバイス頂いたので、無理せず努力目標5%削減できそうです(山梨)

診断前 (N=116)	とてもそう思う, 35.3%	そう思う, 62.1%
診断後 (N=45)	とてもそう思う, 35.6%	そう思う, 55.6%

法人別削減量	神奈川	千葉	埼玉	茨城	山梨	連合会	合計
提案 CO <sub>2</sub> 増減量	-23.0 t	-21.0 t	-3.7 t	-62.6 t	-14.6 t	-7.6 t	-3.1 t
削減 CO <sub>2</sub> 量	-1.6 t	-6.4 t	-0.25 t	-15.4 t	-7.6 t	-4.1 t	-35.4 t

#### ② 事後アンケートとりまとめ (定量評価)

#### 診断実績(推計値)

#### <考察>

実施数 198件、回収 45件 (回収率 23%)

診断員によるきめ細かいアドバイス効果で、  
高い省エネ効果が得られました。

受診家庭が診断後に導入した対策

- ・省エネ型エアコン 2%
- ・節水シャワーヘッド 38%
- ・低燃費者への買い替え 4%
- ・交通手段の転換 16%



パルシステムの診断実績は、  
診断時より20%多く削減できました。  
2011年度の全国平均値と比較しても、  
高い削減効果が示されました。

約 1t/世帯/年 × 約 200t世帯  
= 約 200 t/年

エネルギー消費量が増加する夏冬に、  
省エネ節電対策を呼びかけます。

### 【課題および展望】

課題として、今回の効果的な省エネ・節電手法と結果を  
定着させることを課題としています。

今回の結果を定着させる為には、生協と組合員・職員が  
社会状況変化に対応できる知識を身につけた人材育成  
の担い手(診断員)が活躍する交流の場や、学習・経験  
できる体制をつくり、当組合130万人へ呼びかけます。

「減らす」とは、  
節電と省エネ、効率化と  
最適化によりエネルギー  
消費をいっそう減らします

#### 私たちの目指すもの

パルシステムのビジョン

「減らす」を実践するため、

エネルギー消費の見える化します。



くらしのエネルギー効率を高めることで、  
過度の電力依存から脱却を目指します。



# 家庭エコ診断シンポジウム

## J X 日鉱日石エネルギー株式会社

システムインテグレート事業部 担当：北村

〒100-8162

東京都千代田区大手町2-6-3

TEL: 03-6275-5252 FAX: 03-3276-1334

HP: <http://www.noe.jx-group.co.jp>

/lande/product/doctor/index.html

### ENEOS エネルギー診断サービス



## Dr. おうちの エネルギー

### “家庭のエネルギーのホームドクター”

専門の知識・技術を有するエネルギー診断士が、お客様一人ひとりのご家庭を診断、エネルギーに関する課題を解決するサービス

実際にご自宅に伺い調査を行うことで、きめ細やかな診断・提案が可能



### 展開状況

全国43都道府県で約440名の診断士が誕生！  
診断活動を展開中

【2012年12月末時点】

診断士数 437名

認定店数 108店



#### 【診断士の育成について】

- 省エネルギーセンター監修の「診断士認定研修」を2泊3日で実施  
[開催回数: 42回(12月末時点)]
- 研修では「省エネ知識」「コミュニケーションスキル」「タブレット端末操作スキル」の習得を徹底指導
- 筆記試験、実技試験を経 診断士として認定を実施

### 取り組み実績

全国で1,000件以上の診断を実施

#### ◆診断実績



#### ◆より幅広くご家庭のエネルギーアドバイスを行うための取り組みを展開中



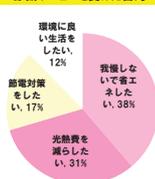
### お客様の声

診断サービスの満足度は約80%！

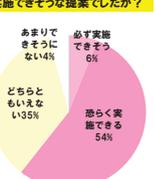
#### ◆受診者アンケート抜粋 n=52

- 診断サービスの受診動機は「我慢しないで省エネしたい」「光熱費を減らしたい」
- 60%の方が診断結果・提案をもとにご家庭の省エネ・光熱費削減を実践できそう！と実感
- 約80%の方が診断サービスに満足いただいている

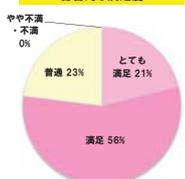
#### 診断サービスを受けた目的



#### 今回の提案はご家庭で実施できそうな提案でしたか？



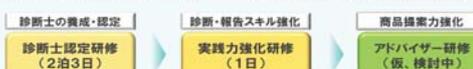
#### 総合的な満足度



### 来年度以降の取り組み

#### 1. 人材育成研修体系の充実

(1) 診断士養成から実践力強化・提案力強化まで、人材育成をバックアップ。



#### 2. 顧客マーケティングシステムのリリース

- 事業者が任意に設定した顧客条件から診断アプローチ先を抽出、商圏防衛の強力なツールとして活用。
- 診断による得られた膨大な顧客データを活用し、お客様のエネルギーライフを診断後もサポート。

#### 3. メディア戦略・WEB戦略の推進

- Dr. おうちのエネルギー全国体制確立後、各メディアを活用した広報活動を展開予定。
- メディアにより興味を持っていただいたお客様へ、より診断サービスを身近に感じていただくための特設WEBサイトを開発中。



# 家庭エコ診断シンポジウム

## ミサワホーム株式会社

ホームイング企画課 担当：西川 真哉

〒163-0833  
東京都新宿区西新宿2-4-1  
TEL: 03-3349-8136 FAX: 03-5381-7295  
HP: <http://www.misawa.co.jp/reform>

### 【実施概要および体制】

#### ■ 体制

- ミサワホームでは、「ミサワホームイング」のブランドでリフォーム事業を展開。
- 全国約150箇所のミサワホームイング営業拠点で診断を受付。
- 約1,000名のリフォームエンジニアが診断を実施。
- 診断方法をマニュアルにて周知（希望エリアで研修会を実施）

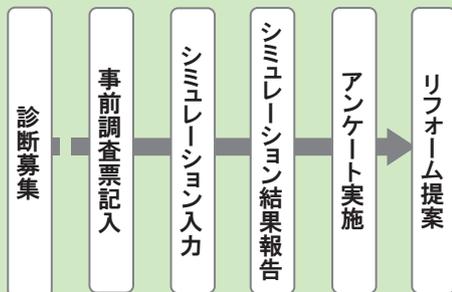


#### ■ 受診対象

- ミサワホームのオーナー様
- ミサワホーム以外の戸建・マンションにお住まいの方
- 主に上記の管理顧客へのアプローチにより受診者を募集
- 新規の一般顧客に対して、自社Webページから診断応募を受付（キャンペーン期間中）



#### ■ 診断の流れ



#### ■ 告知・募集



- 専用チラシによる告知
- 全国統一リフォームキャンペーンでの診断告知（チラシ配布、自社Webページ）
- 集客イベント・セミナー等での告知

#### ■ ソフトの概要



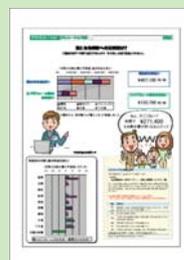
【表紙】



【コンセプト】



【CO2削減効果】



【光熱費削減効果】



【リフォーム提案】

- 2008年5月から同ソフトを使用した診断を継続的に実施中
- 既に活用されていた、新築・建替時用シミュレーションソフトを再編成して開発したリフォーム用ソフト
- 建築環境・省エネルギー機構発行「自立循環型住宅への設計ガイドライン」をベースに作成

- 断熱改修・高効率設備等のエコリフォーム導入による省エネ効果  
をシミュレーション
- CO2削減効果が杉の木植樹に換算した本数でわかる
- 光熱費削減効果がエコリフォーム導入前後の年間差額でわかる
- 光熱費削減効果は給湯、調理などの用途別とエネルギー種別でわかる

### 【今年度の成果】

- 家庭エコ診断をきっかけとした省エネ改修提案  
キャンペーンやイベントでの告知により管理顧客へのエコ診断の認知度向上が図れたが、診断申込みに至る数は多くはなく、省エネ改修提案増に繋がらなかった。

- シミュレーションソフトの検証  
ミサワホームオリジナルソフト「ECOエネシミュレーション」と「うちエコ診断ソフト」との比較検証に協力。  
建物の省エネルギー化に向けた改善提案ツールとして、建築物に関するシミュレーション結果の精度の高さ等、ソフトの特長を再確認

### 【課題および展望】

- 「家庭エコ診断」の認知度向上  
管理顧客のうち、環境に関する意識の高い方への診断実施が一巡したと思われることから、引き続き、新規の一般顧客に向けた診断の認知度向上を図る方策を実施していきたい。

- 受診者のメリット創出  
診断実施の動機づけ強化を図るため、省エネ改修のテーマによりWeb上でのシミュレーション導入やソフトの改善等を検討。  
また、省エネ改修促進を目的とした補助金や減税等の要件の1つに家庭エコ診断実施を加える等、政策的な誘導も望まれる。



## 4. パネルディスカッション

- 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」

- テーマ趣旨

家庭における地球温暖化対策の取組として、家庭向けエコ診断制度による家庭エコ診断に期待が寄せられている。多くの国民が受診することにより、家庭のエネルギー使用状況や効果的な対策の内容が理解され、提案に基づく対策を実施いただくことが望まれる。

現在、家庭エコ診断としては、地域に根差した展開、民間による展開により試行事業を展開している。民間事業者は、診断実施に資する数々の資源として対策提案の専門性、信頼感、顧客ネットワーク等を有する。その参画は、より具体的な診断を多くの国民に提供するために欠かせない条件のひとつである。

民間事業者の積極的な参画実現に向けて、“家庭の CO<sub>2</sub> 排出削減”と“事業者の利益確保”の両立がカギである。本パネルディスカッションでは、今年度試行事業を経験した参加事業者の方々にご意見をいただき、議論を通じて民間事業者の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について考えていきたい。

- ディスカッションの論点

**論点 1** H24 年度試行事業者（民間試行事業者、協議会試行事業者）による今年度事業を振り返っての総括

**論点 2** 今後の展開に向けた課題と解決に向けた展望

- 登壇者

コーディネーター

東京工業大学ソリューション研究機構 特任教授

金谷 年展 氏

パネリスト

一般社団法人 J B N 環境委員会副委員長

小山 貴史 氏

セコム株式会社 常務取締役総務本部長

中山 泰男 氏

J X 日鉱日石エネルギー株式会社 グループマネージャー

畑山 英一 氏

埼玉家庭の省エネ推進協議会 事務局長

秋元 智子 氏

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



## 参考2:ポスター配置図(第1会議室)

