



2024年2月29日

住宅（ZEH・ゼッチ）※に関する意識調査を実施
～ZEH（ゼッチ）購入意向は約8割（75.6％）に拡大～
～中小の工務店・ハウスメーカーのZEH（ゼッチ）の建設率は20％と課題も～

「ともに、未来を切拓く」をパーパスに掲げる株式会社山善（大阪本社：大阪市西区／代表取締役社長：岸田貢司 以下、当社）は、近年の節約ニーズが高まるなか、全国の消費者（住宅購入者・購入購入予定者）と、全国の中小工務店・ハウスメーカーに従事する、合わせて1,087名を対象に住宅（ZEH・ゼッチ）※に関する意識調査を行いました。

※ZEH：ネット・ゼロ・エネルギー・ハウスの略。太陽光発電による電力創出・省エネルギー設備の導入、外皮の高断熱利用などにより、生活で消費するエネルギーよりも生み出すエネルギーが上回る住宅のこと。

〈アンケート調査概要〉

- ・調査内容：住宅（ZEH・ゼッチ）に関する意識調査
- ・調査対象：全国（※石川県、富山県、福井県、新潟県を除く）
消費者 中小工務店・ハウスメーカー従事者 1,087名※下記詳細
消費者 545名（住宅購入経験者・住宅購入予定者・ZEH認知者）
中小工務店・ハウスメーカー 542名（従業員数100名以下）
- ・調査方法：インターネット調査
- ・調査期間：2024/1/12～1/15

【調査サマリー】

- ① 省エネについては9割近い人が意識していると回答。省エネを意識するきっかけの1位は「光熱費の高騰」。
- ② ZEHについての認知は全体では31.1%。その内、住宅購入経験者・購入予定者では52.1%、中小工務店・ハウスメーカーでは25.9%と、中小工務店・ハウスメーカーでの認知が低い結果に。
- ③ 消費者でZEH住宅へ住みたい・購入したいと回答した人は、8割近く。その理由の1位は「光熱費を削減・節約できる」。
- ④ 中小工務店・ハウスメーカーのZEHの建設率は、約5割の業者が20%以下と低く、ZEHに対するノウハウ不足が課題。

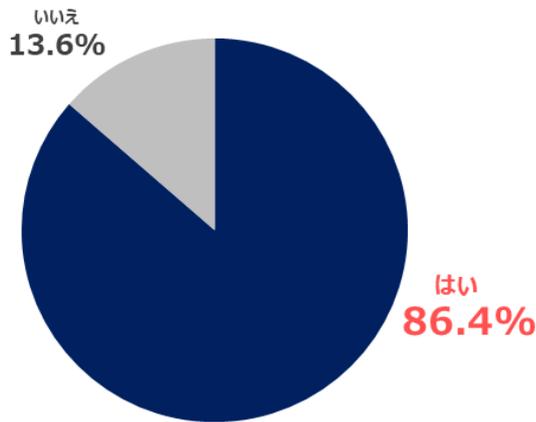
【調査結果】

①省エネについては9割近い人が意識していると回答。省エネを意識するきっかけの1位は「光熱費の高騰」。

省エネについては9割近い（86.4%）人が意識しており、省エネを意識するきっかけの1位は、「光熱費の高騰」（80.5%）が突出して多い結果となりました。次いで、「物価高騰による家計圧迫」が約5割（47.3%）、「近年の世界情勢不安によるエネルギー供給不足」（35.7%）、災害が起こったとき（35.2%）と続き、周辺環境や社会情勢の変化により意識をするようになった人が大半であることがわかります。

その中で節約のために取り組んでいることとしては、「光熱費を減らす」（63.7%）、「水道費を減らす」（40.4%）など、ライフラインの節約に関する回答が上位に挙がりました。

Q | 普段の生活で「省エネ」を意識していますか？

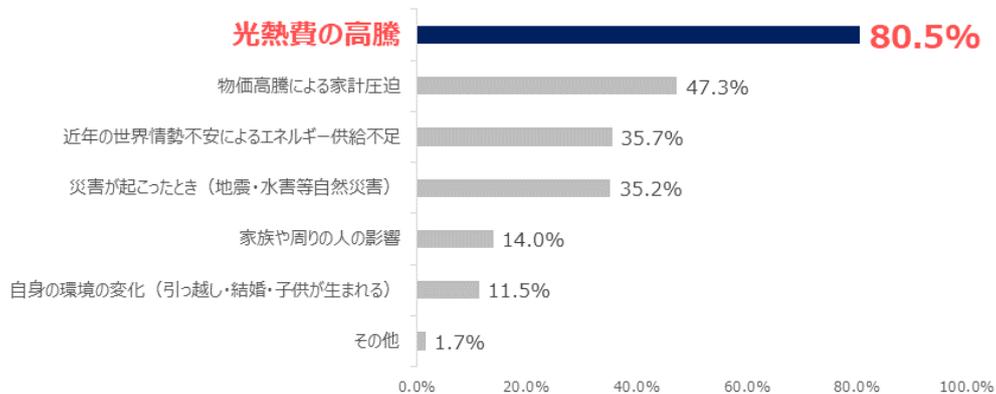


Point 9割近い人が「意識している」と回答。

(n = 545)

※株式会社山善 調べ ※インターネット調査

Q | （省エネを「意識している」と回答した人） あなたが省エネを意識するようになったきっかけは何ですか？

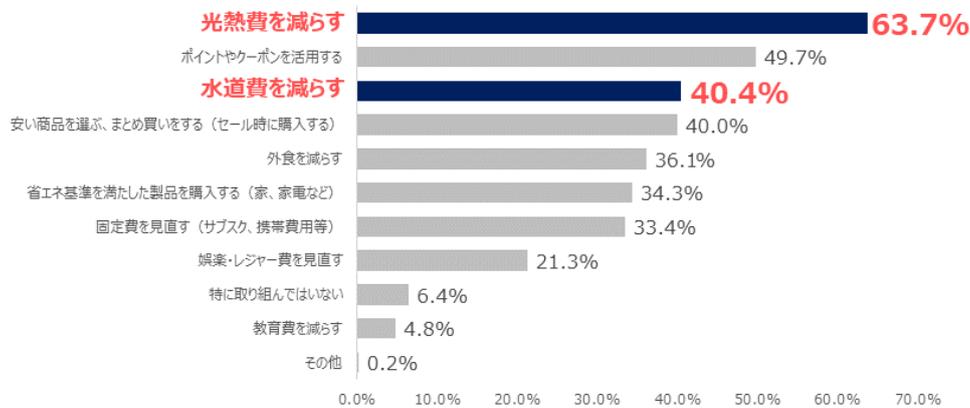


Point 省エネを意識するきっかけの1位は「光熱費の高騰」。

(n = 471)

※株式会社山善 調べ ※インターネット調査

Q | 近年、生活費が高騰していますが長期的に節約のために取り組んでいること、取り組もうと思っていることを教えてください。

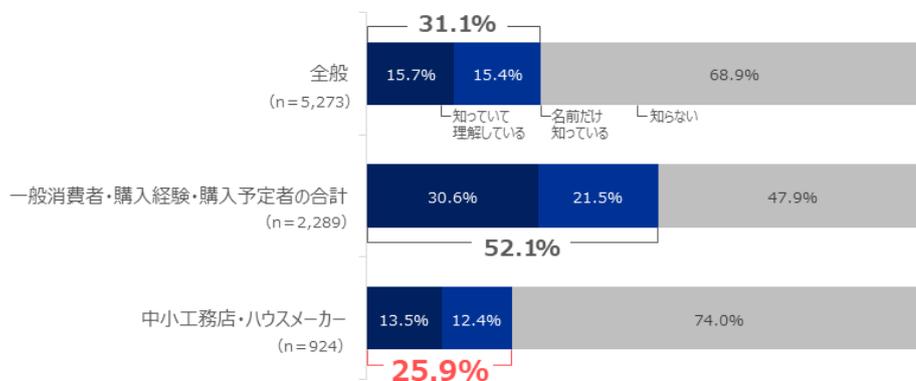


Point 光熱費や水道費などのライフラインの節約が上位に。 (n=545)
※株式会社山善 調べ ※インターネット調査

②ZEHについての認知は全体では31.1%。その内、住宅購入経験者・購入予定者では52.1%、中小工務店・ハウスメーカーでは25.9%と、中小工務店・ハウスメーカーでの認知が低い結果に。

次に「ZEHを知っている人」は、全体では31.1%となりました。その内、住宅購入経験者・購入予定者では52.1%、中小工務店・ハウスメーカーでは25.9%と、購入経験者や購入検討層では半数が認知している一方で、中小の業者の認知はスコアが低いという結果になりました。

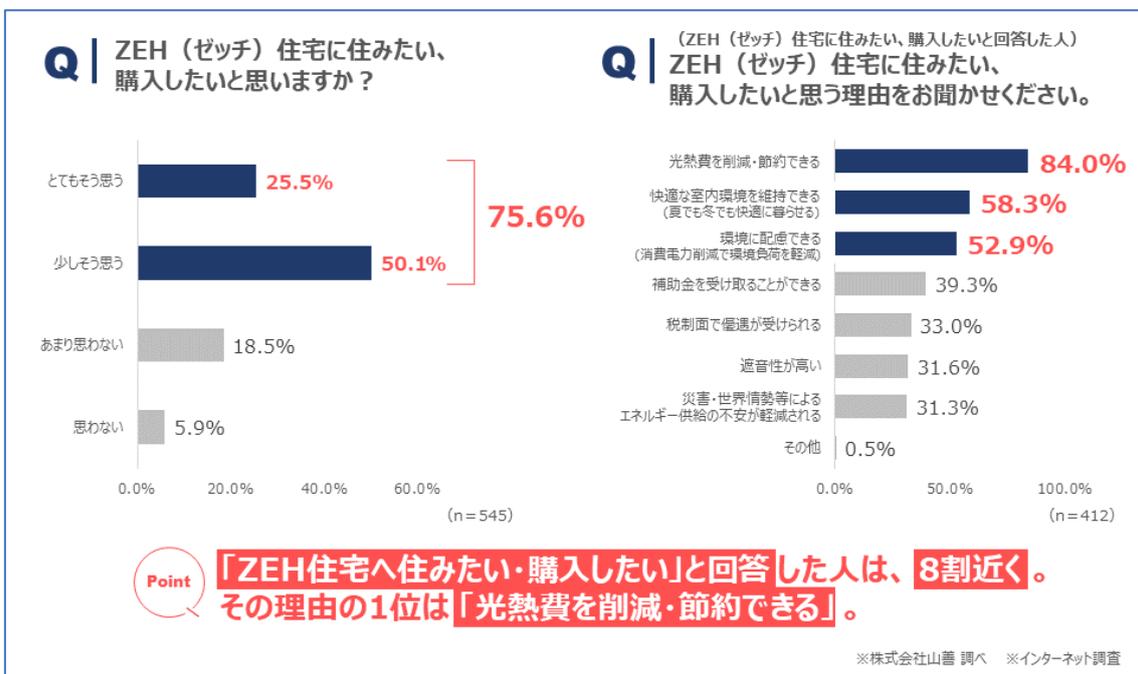
Q | 「ZEH（ゼッチ）住宅」を知っていますか？



Point 購入経験者や購入検討層では半数が認知している一方で、中小の業者の認知が低い。

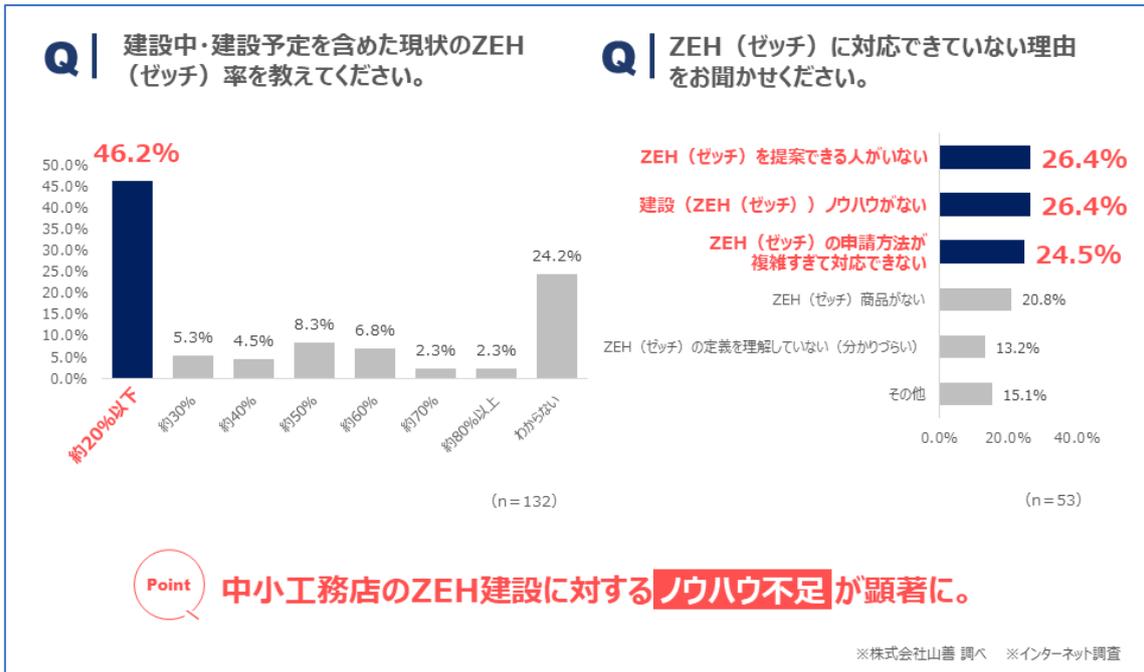
③ 消費者で ZEH 住宅へ住みたい・購入したいと回答した人は、8 割近く。その理由の 1 位は「光熱費を削減・節約できる」。

次に、ZEH を知っている・知らないに関わらず、「ZEH（ゼッチ）住宅に住みたい、購入したいと思いませんか？」という問いに対しては、住みたい・購入したいと回答した人は、8 割近く（75.6%）となっており、ZEH 住宅へのニーズが高まっていることがうかがえます。また、その理由としては、1 位が「光熱費を削減・節約できる」（84.0%）、2 位が「快適な室温環境を維持できる（夏でも冬でも快適に暮らせる）」（58.3%）、3 位が「環境に配慮できる（消費電力削減で環境負荷を軽減）」（52.9%）となり、節約できる点と快適な室内環境、環境への配慮といった回答が上位に挙がりました。



④ 中小工務店・ハウスメーカーの ZEH の建設率は、約 5 割の業者が 20%以下と低く、ZEH に対するノウハウ不足が課題。

中小建設業の ZEH の建設率については 5 割近くの業者が約 20%以下と低い状況となっており（46.2%）、ZEH の導入が進んでいない様子が見えます。さらに、『政府目標 2030 年「ZEH 水準」「太陽光発電設備 6 割設置」について準備・対策はできていますか？』という質問に対し、「あまりできていない」「できていない」と回答した業者に ZEH 導入が進んでいない理由を聞くと、「ZEH を提案できる人がいない」、「建設ノウハウがない」といった回答が上位に挙がるなど、ZEH 建設に対するノウハウ不足が顕著となりました。



【調査結果に関して担当者コメント】

昨今の光熱費高騰、物価高に起因し、消費者の省エネ意識は高く、光熱費を抑制出来る ZEH 住宅購入意欲は 8 割近いとの結果になりました。消費者の ZEH の認知度は年々増加傾向にあります。建築業者側の課題は山積しており、結果として半数の事業者が ZEH 提供率 2 割以下と低迷しています。消費者へ ZEH を訴求できる人材、ツール、対応商品といったソフトとハード両面でのノウハウ蓄積がより一層必要になると考えます。一方で、政府は様々な制度の創設、改正、補助事業あるいは税制優遇等を打ち出し、省エネ・高断熱住宅の普及に取り組んでおり、今後も脱炭素化を背景に、ますます住宅の省エネ化は進んでいくものと確信しています。

株式会社山善

住建事業部

マーケティング部 戦略企画室 リーダー

茶谷 直明（ちゃたに・なおあき）





【山善の ZEH（ゼッチ）の取り組みについて】

当社の住建事業部では、商社として仕入先様と販売店様、工務店様、ビルダー様とともに、住宅というインフラづくりを通じて社会課題の解決に取り組んできました。健康で快適な住空間を提供するだけでなく、業界の脱炭素化を目指すための第一歩として ZEH への取り組みはまさに社会貢献でもあります。当社は、「ZePlus パートナーズクラブ」にご賛同いただいた工務店様、ビルダー様に、住宅の ZEH 化に最適な商品、ノウハウ、技術を提供することで、環境配慮型高性能住宅の普及拡大に尽力しています。商社としての情報収集能力で、いち早く市場のニーズやトレンドを把握し、お客様に快適な暮らしを提案することが、当社の価値であると考えております。

【「山善 BASE CAMP」でも記事を公開しています】

茶谷が登場し、今回の調査結果について、より深い考察を行っています。

<https://yamazen-basecamp.jp/mirai/entry-2042.html/>

今後も当社は、パーパスである「ともに、未来を切拓く」のもと、世界のものづくりと豊かな暮らしをリードしてまいります。

※ ニュースリリースの内容は発表時のものです。

閲覧いただいている時点では内容が異なっている場合がありますのでご了承下さい。

(お問合せ窓口) 株式会社 山善 広報・IR室 担当 尾藤
電話 090-9873-6745
E-mail : info07@yamazen.co.jp