【令和２年度】

「ZEH（ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス）の普及啓発」に関するアンケート

リサーチプラン

１　調査の背景と目的

　H29に実施したQネット調査で、ZEH（※）を認知している層の方がZEH導入を検討する割合が高いことが判明したため、大阪府では、これまでZEHの認知を高めるべく、積極的なPRを行ってきた。また、大手ハウスメーカーでも、ZEH使用の標準化等を実施している。

　しかしながら、大阪府の新築住宅に占めるZEH普及率が未だ低いことを受け、ZEHの認知度や理解度、住宅購入において重視する点等を再度調査し、今後のZEHの普及啓発の計画・方針に反映させる。

※ZEHとは

　住宅の高気密・高断熱化や太陽光発電などの設置により、年間のエネルギー収支が概ねゼロとなる次世代住宅で、「環境に優しい」「光熱費の削減」「健康に良い」等のメリットがある。

２　調査仮説

仮説１　住宅の省エネ・断熱性能を重視する人は、ZEHにしている。

仮説２　住宅メーカー等からZEHを勧められた人は、それ以外の人に比べ、ZEH購入を検討する割合が高い。

仮説３　検討したがZEHにしなかった人は、コスト面で断念する割合が高い。

３　調査対象

過去5年以内に新築戸建て住宅を購入した人　300サンプル

４　質問項目

■予備質問　３問

ＳＣ１　市町村（SA）

ＳＣ２　自宅の購入形態・築年数（SA）

ＳＣ３　太陽光パネルの設置状況（SA）

■本質問　９問

Q１　世帯収入（SA）

Ｑ２　住宅関連情報の情報源（MA）

Q３　住宅購入を検討していたときに重視したもの（MA）

Ｑ４　住宅購入を検討していたときのZEＨの認知度（SA）

Ｑ５　【内容を知っていた人】ZEHのメリット認識（MA）

Q６　ZEHの検討・購入状況（SA）

Ｑ７　住宅メーカー等からZEHをすすめられたことがあるか（SA）

Ｑ８　【Ｑ６＝ZEHにした人】決め手となったメリット（SA）

Ｑ９　【Ｑ６＝検討したがZEHにしなかった人】その理由（MA）

５　検証

仮説１　Ｑ３×Ｑ６

仮説２　Q７×Q６

仮説３　Ｑ９