

太陽光発電システム採用層の実態調査について

- 生活者の環境配慮意識、省エネ意識に変化
- 若年層より高齢層に人気
- オール電化採用 89%、有利な電気契約指向、時間帯別契約が 68%

2004年2月25日

株式会社住環境研究所

積水化学工業株式会社（社長：大久保尚武）住宅カンパニーの調査・研究部門である株式会社住環境研究所（所長：白崎 明、千代田区神田須田町 1-1）は、セキスイハイム・ツーユーホームに入居されたお客様を対象に「太陽光発電システム採用者の利用状況調査」を実施しました。その結果をご報告いたします。

*同時に総合住宅展示場来場者の内の既建築者意識調査(昨年7月実施)との比較も行いました。

◇調査の目的	太陽光発電システム搭載住宅購入者の環境意識および、太陽光発電システムの実態確認
◇調査の方法	郵送アンケート方式
◇調査時期	2003年7月～8月
◇対象者	2001年4月～2002年2月に着工された太陽光発電システム搭載のセキスイハイム、ツーユーホーム建築者 ・ 発送数=1980世帯（全国） ・ 回収数=620世帯、未着（住所間違い等）=26、回収率 31.7% ・ 分析対象数=577世帯

『一般建築層計画層調査』（総合住宅展示場来場者の内既建築者）

◇調査の目的	住宅建築者の環境に対する意識の確認、光熱費などの実態把握
◇調査の方法	郵送アンケート方式
◇調査時期	2003年7月
◇対象者	総合住宅展示場来場者（北海道・東海地区を除く全国） ・ 分析対象数=210世帯

1. 太陽光発電システム搭載住宅購入者の顧客属性

- ①購入者平均年齢 46.5 歳 世帯主年齢 55 歳以上が 29%【グラフA】
- ②建物延べ床面積 141.3 m²【グラフB】
- ③搭載太陽光発電システム 3.4kW【グラフC】

*太陽光発電システム購入者年齢は総合住宅展示場既建築者より 2.3 歳高齢且つ 55 歳以上が 22%多い。

2. 太陽光発電システムの採用理由

- ①若年層は「光熱費」低減を狙って採用する人が多い。(20代 44%、30代 30%)【グラフD】
- ②高齢者になるほど増える「地球や子孫のことを考えて」(60代では 17%)。【グラフD】

*総合住宅展示場来場者既建築層も「子育て世代は経済性、高齢になるほど環境」という傾向が見られる。

3. 光熱費の実態

- ①太陽光発電システム搭載住宅購入者の 89%がオール電化を採用。
(総合展示場来場者既建築者は 48%)【グラフE】
- ②太陽光発電システム搭載住宅購入者の 68%が時間帯別契約を締結。
(一般的な従量電灯契約は 11%)【グラフF】
- ③太陽光発電システム搭載住宅購入者の光熱費は、総合住宅展示来場者既建築者に比べ、約 1 万 1 千円削減。(最もエネルギー使用量の少ない 5 月での対比)【グラフG】

	月次 光熱費
太陽光発電システム、オール電化採用者	3,423 円 (電気代)
総合住宅展示場既建築者 (一般)	14,492 円 (電気+ガス代)
差額	11,069 円

- ④太陽光発電システム搭載住宅購入者の 27%が電力消費も減少したと認識。
(「多くなった」38%、「変化なし」35%、「以前より減った」27%)【グラフH】

4. 環境意識の変化

- ①太陽光発電搭載住宅購入者の 57%が生活の省エネ化を実践。
(「生活が変わった」22%、「少し変わった」35%)【グラフI】

*変化の内容は「節電・省エネに努めるようになった」「不要な電気はこまめに消す」「深夜電力を活用するようになった」。また電気だけでなく水も意識するようになったなど「環境への意識が高まってきた」という意見もあった。【グラフJ】

②太陽光発電住宅搭載住宅購入者は、より環境配慮に取り組んでいる。【グラフK】

	環境配慮取組意識の高い層	地球配慮行為度の高い層
太陽光発電システム搭載住宅購入者	45%	32%
総合住宅展示場来場者既建築者（一般）	29%	19%

*採用した時、どちらかといえば「光熱費を考慮して」採用。

（グラフD参照「地球を考慮して」8%、「光熱費を考慮して」24%）

*環境配慮の取組み意識：ゴミを出さない努力、水を使わない努力など8項目についての努力度

*地球配慮行為：買い物時は必ず袋を持参する、高くてもエコマークのものを買うなど
5項目の生活習慣

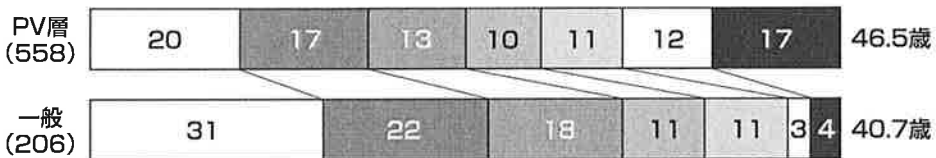
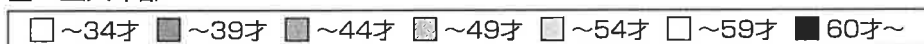
この件に関するお問い合わせは下記までお願いします。

株式会社住環境研究所 市場調査研究室 岡本・遠藤 TEL. 03-3256-7571

〒101-0041 千代田区神田須田町 1-1 三井あさひビル

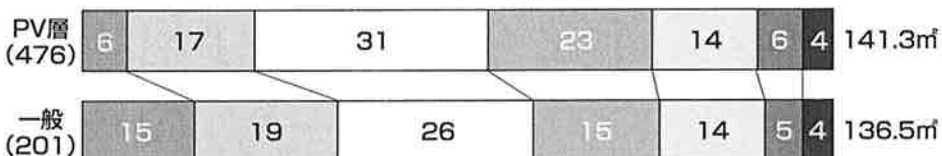
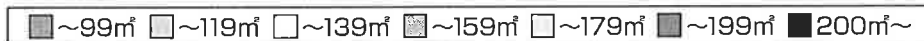
A

■ご主人年齢



B

■延べ床面積



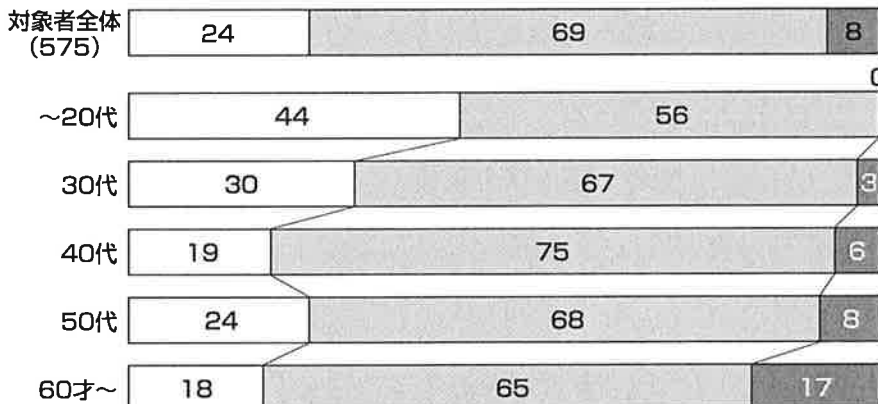
C

■太陽光発電システムの容量



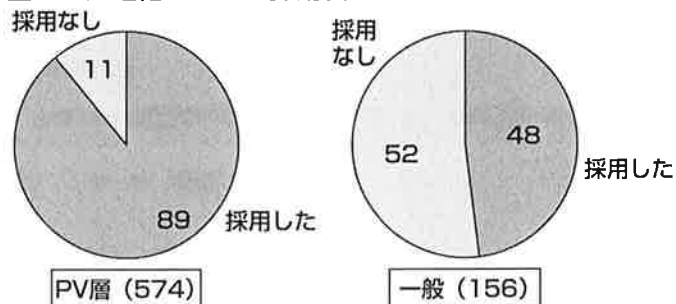
D

■太陽光発電システム採用理由〈ご主人年齢別〉



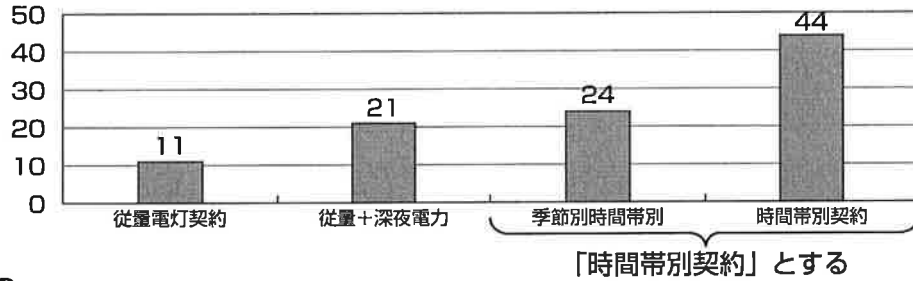
E

■オール電化システム採用度



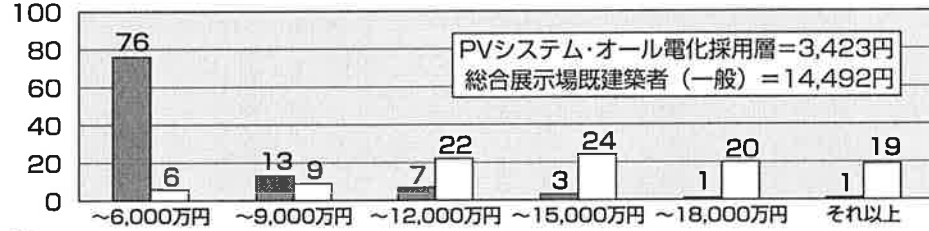
F

■電気契約の種類 (PV層全体 526)



G

■5月分光熱費比較 ■PVシステム・オール電化採用層(350) □総合展示場既建築者(一般)(54)



H

■電気使用量の変化意識

	多くなった	変化なし	以前より減った
対象者全体 (566)	38	35	27
〈電気契約の種類別〉			
時間帯別契約	43	31	26
従量+深夜電力	34	39	27
従量電灯契約	27	40	33

注: 時間帯別契約と従量+深夜電力の「多くなった」欄に矢印が伸びています。

■光熱費の変化意識

	高くなった	←	同じ位	→	安くなった
対象者全体 (563)	5	4	12	24	55
〈電気契約の種類別〉					
時間帯別契約	3	3	8	24	61
従量+深夜電力	8	6	15	18	53
従量電灯契約	9	2	30	33	26

注: 時間帯別契約と従量+深夜電力の「安くなった」欄に矢印が伸びています。

I

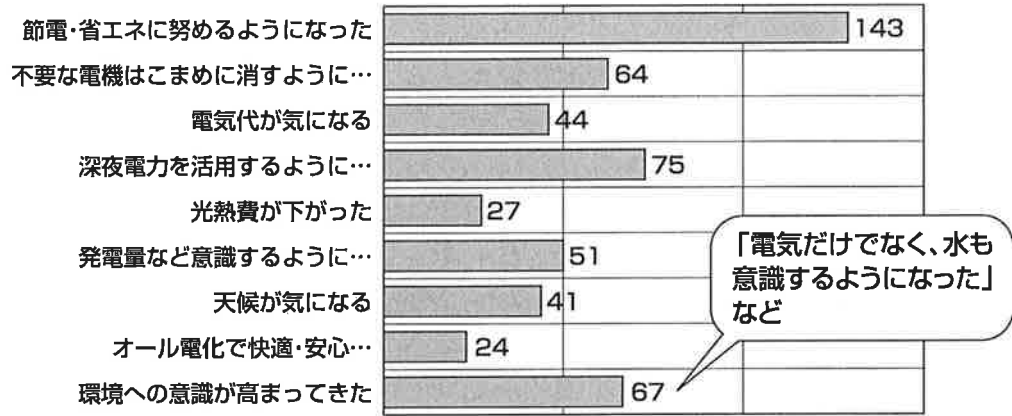
■生活変化意識

	生活が変わった	多くなった	←	→	以前と変わらない
対象者全体 (550)	22	35	11	32	
〈電気契約の種類別〉					
時間帯別契約	25	35	12	28	
従量+深夜電力	22	30	8	40	
従量電灯契約	9	32	11	48	

注: 時間帯別契約と従量+深夜電力の「多くなった」欄に矢印が伸びています。

J

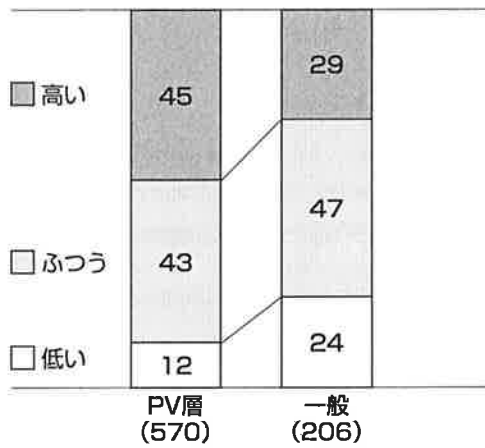
■変化した内容〈フリーアンサーより〉N=359世帯（単位：実数）



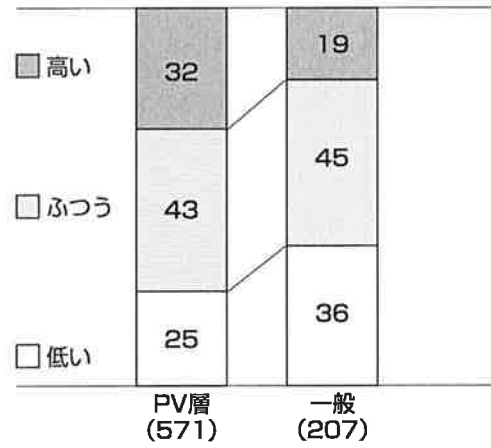
K

■環境配慮の意識・行為度比較（加重値の和）

〈環境配慮取り組み意識〉



〈地球配慮行為〉



「取り組み意識」：以下8項目についての努力度

- 電機・ガスを使わない努力／ゴミを出さない努力
- ゴミを再利用する努力／水を使わない努力／
- 水を再利用する努力／水を汚さない努力
- 空気を汚さない努力／みどりを増やす努力

「地球配慮行為」：以下5項目の生活習慣

- 買い物等は必ず袋を持参する
- 高くてもエコマークのものを買う
- ゴミは必ず分別し資源ゴミに出す
- 鍋や食器は汚れをふき取ってから洗う
- エコカーを選ぶor車を持たない主義

※太陽光発電システムをPV、PV搭載の戸建住宅入居者層をPV層としています。

「太陽光発電システム搭載住宅、入居後高まる環境意識」

当研究所では2002年3月に発表した「環境配慮及びライフサイクルコストに関するアンケート調査」に続き、「太陽光発電システム搭載住宅購入者及び総合住宅展示場来場者既建築者の環境に関する実態調査」を実施しました。

結果はほぼ想定した通りのものとなりましたが、幾つか興味のあるものもありました。

一つは、太陽光発電システム搭載住宅購入者と総合住宅展示場来場者既建築者共通して、「若年層は経済性を重視し、高齢層は環境意識が高い」ことです。

日常のゴミの問題から地球環境に関する課題まで総じてこの傾向が見られました。戸建て住宅を建築する若年層は、正に子育て世代です。教育費や住宅ローンと今もこれからも多くの費用が必要であり、また時間的なゆとりも少ない世代です。環境より節約や得になることを重視していると思われます。但し、節約等を重視することが、結果としては環境配慮となっていると思われます。一方、高齢層はモノの無い時代に育ち「もったいない」「モノを大切に使う」という感性を身につけています。その貴重な感性が環境意識の高さに繋がっているのでしょうか。

もう一つは、太陽光発電システム搭載住宅購入者に見られた結果ですが、入居後大いに環境意識が高まることです。今回対象の人達へのセクスイハイムでの訴求が「環境と経済性の両立」であり、そのため購入者が経済性重視という意見に傾く傾向があったのかもしれませんが、その後、大きく環境配慮にシフトしていきます。エネルギー使用量においても、家が大きくなったにも関わらず、約3割の人が「使用量が減った」と答えています。正直、驚く結果ですが、意識がモノを変えるのではなく、モノが意識を変えるという結果になりました。

今後、住宅メーカーとしては、40才以下の豊かな時代に育ってきた人達に環境意識を高めてもらえるような様々な提案をしていくことが重要であるという感想を持ちました。

株式会社住環境研究所
所長 白崎 明