

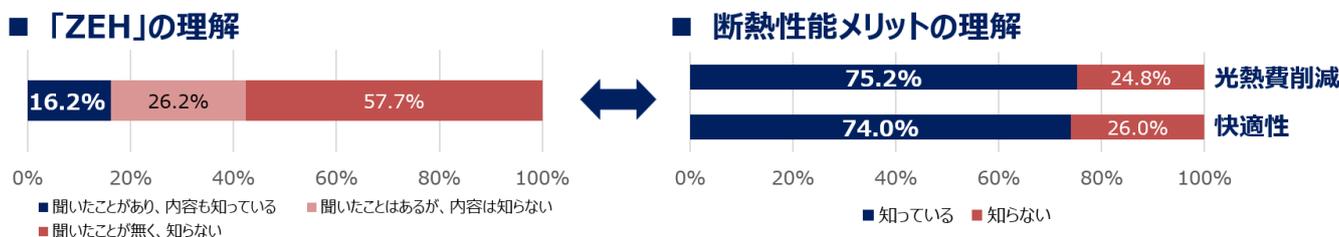
2024年9月2日

賃貸住宅への転居意向者を対象に『省エネに関する認知調査』を実施  
**高断熱賃貸住宅のメリットは分かるが、探す方法知らない**  
 ～断熱・省エネ性能を示す「ZEH」や「省エネ性能ラベル」の認知不足が要因～

パナソニックホームズ株式会社の「暮らし研究室」は、このたび、首都圏(1都3県)の賃貸住宅への転居意向者を対象に、『省エネに関する認知調査』を2024年7月に実施しました。

わが国では、2050年カーボンニュートラルの実現に向け、2030年度以降に新築される住宅をZEH(ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス)<sup>※1</sup>水準の省エネ性能にすることを目指しています<sup>※2</sup>。賃貸住宅においてもZEH物件は増加傾向にあり、不動産ポータルサイト上でも「ZEH」を表記した物件が見受けられるようになりました。一方、普及促進に向けた市場形成の先駆けとして、国土交通省は、2024年4月から「建築物省エネ法に基づく建築物の販売・賃貸時の省エネ性能表示制度」を開始し、消費者が建築物を購入・賃借する際に、「省エネ性能ラベル」で性能を把握し、比較できるようにしています<sup>※3</sup>。当社も上記の国策に歩調を合わせ、環境負荷を抑え、光熱費低減が可能な資産価値が持続する賃貸・賃貸併用住宅の提案を進めています。このたび、賃貸住宅の省エネに関する転居意向者の認知実態やニーズを把握することを目的に『省エネに関する認知調査』を実施しました。

調査の結果、「ZEH」の内容を理解している人は2割以下である反面、断熱性能の高さが光熱費削減や居住性の向上に有効であることを理解している人は7割以上もいることが分かりました。



「ZEH」と断熱性能メリットの理解度比較(n=520)

また、断熱性能が高く、光熱費を抑えられるZEH賃貸住宅(以下、ZEH賃貸)への入居について、「家賃アップ分が光熱費削減額と同等であればZEH賃貸を選ぶ」と回答した人は、「選ばない」と回答した人の2倍程度もいました。しかし、ZEH賃貸の物件を探す方法を知っている人は2割に留まることが明らかになりました。

さらに、「省エネ性能表示制度」を知っている人はわずか1割でしたが、ラベルの内容やメリットについて理解すると、「ZEH賃貸が選びやすくなる」と答えた人は6割以上に上りました。

今回の調査結果から、今後、ZEH賃貸や「省エネ性能ラベル」の認知・普及が進むことで、入居者の選択肢が増え、高付加価値化による家賃設定の上昇も予想されます。当社は、今回の調査結果を踏まえ、今後もオーナー様に向け、環境性能の高い賃貸住宅提案を強化すると共に、入居者には、ZEH賃貸を選択しやすくなるよう、提供情報の充実に努めていきます。

## ■『省エネに関する認知調査』結果サマリー

### ① 「ZEH」の内容理解者はわずか16%だが、高断熱のメリットは7割以上が認識

- ✓「ZEH」の内容を理解している人はわずか16.2%。
- ✓建物の断熱性能の高さが光熱費削減や居住性に有効と理解している人は7割以上。

### ② ZEH 賃貸に住むことで光熱費が削減できれば家賃アップを許容するが、物件を探す方法を知っている人は2割に留まる

- ✓光熱費削減額と家賃アップ額が同等であれば「ZEH 賃貸を選ぶ」と回答した人は45.8%で、選ばない人(23.8%)の約2倍。
- ✓ZEH 賃貸の物件を探す方法を知っている人は2割に留まる。

#### ■ ZEH賃貸を理解した上での受容性



#### ■ ZEH賃貸を探す方法

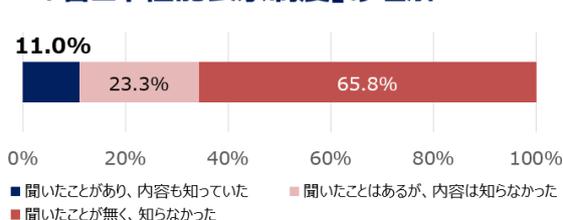


ZEH 賃貸の受容性と ZEH 賃貸物件を探す方法の認知度比較 (n=520)

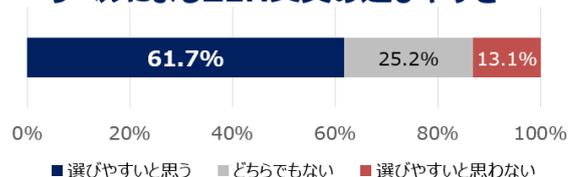
### ③ 「省エネ性能表示制度」の認知度はわずか11%。ラベル内容を理解すれば ZEH 賃貸を選びやすくなると回答した人は6割

- ✓「省エネ性能表示制度」を理解している人はわずか11.0%。
- ✓「省エネ性能ラベル」の内容を理解することで、ZEH 賃貸が選びやすくなると回答した人は61.7%。

#### ■ 「省エネ性能表示制度」の理解



#### ■ 「省エネ性能表示制度」を理解した上でのラベルによるZEH賃貸の選びやすさ



「省エネ性能表示制度」の理解度と同ラベルによる ZEH 賃貸の選びやすさの比較 (n=520)

## ■調査概要

- 調査対象：首都圏(1都3県)在住の20歳～69歳の男女520人  
(5年以内賃貸住宅転居意向者、性年代均等割付)
- 調査期間：2024年7月30日(火)～2024年7月31日(水) <2日間>
- 調査方法：インターネットリサーチ
- 調査委託先：マクロミル
- 調査主体：パナソニックホームズ株式会社

## ■ 当社の「暮らし研究室」について

日々の家事の負担を軽くするには？もっと便利な収納とは？様々な側面から住まいと暮らしについて調査・研究を実施しています。世の中やライフスタイルの変化の兆しを読み取り、暮らしのアイデアをカタチにする活動を続け、より良い住まいの提案に繋げていきます。



### 「暮らし研究室」ホームページ

<https://homes.panasonic.com/kurashi-lab/>

### ◎ パナソニック ホームズのZEH-M対応賃貸住宅についてはこちら

<https://homes.panasonic.com/chintai/lineup/zeh-m.html>

※1: ZEH(ゼッチ)(ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス)とは「外皮の断熱性能等を大幅に向上させるとともに、高効率な設備システムの導入により、室内環境の質を維持しつつ大幅な省エネルギーを実現した上で、太陽光発電システムなどによる再生可能エネルギーを導入することにより、年間の一次エネルギー消費量の収支がゼロとすることを目指した住宅」です。

※2: 国土交通省『ZEH・LCCM住宅の推進に向けた取組』より

[https://www.mlit.go.jp/jutakukentiku/house/jutakukentiku\\_house.tk4\\_000153.html](https://www.mlit.go.jp/jutakukentiku/house/jutakukentiku_house.tk4_000153.html)

※3: 国土交通省『建築物省エネ法に基づく建築物の販売・賃貸時の省エネ性能表示制度』より

<https://www.mlit.go.jp/shoene-label/>

\* 本件に関するお問い合わせ先 \*

パナソニック ホームズ株式会社 宣伝・広報部 広報課 澗随

TEL:080-8544-4376 / E-mail: [kanzui.naho@kk.panasonic-homes.com](mailto:kanzui.naho@kk.panasonic-homes.com)

HP: <https://homes.panasonic.com/company/news/release/>

## ご参考

### ■『省エネに関する認知調査』実施背景

わが国では、2050年カーボンニュートラルの実現に向け、2030年度以降に新築される住宅 ZEH（ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス）水準の省エネ性能にすることを目指しています。賃貸住宅においても ZEH 物件は増加傾向にあり、不動産ポータルサイト上でも「ZEH」を表記した物件が見受けられるようになりました。一方、普及促進に向けた市場形成の先駆けとして、国土交通省は、2024年4月から「建築物省エネ法に基づく建築物の販売・賃貸時の省エネ性能表示制度」を開始し、消費者が建築物を購入・賃借する際に、「省エネ性能ラベル」で性能を把握し、比較できるようにしています。当社も、上記の国策に歩調を合わせ、環境負荷を抑え、光熱費低減が可能な資産価値が持続する賃貸・賃貸併用住宅の提案を進めています。このたび、賃貸住宅の省エネに関する転居意向者の認知実態やニーズを把握することを目的に『省エネに関する認知調査』を実施しました。

### ■『省エネに関する認知調査』結果要約

今回の調査結果から、消費者には、建物の断熱性能が高いことのメリットが認識されている一方で、①「ZEH」が高断熱な住まいであることが認知されていないこと ②不動産ポータルサイト等で、物件に「ZEH」表示があっても、高断熱性能な住まいであることを判断できないことが分かりました。結果を受け、当社は、賃貸住宅への入居者が ZEH 賃貸を選択しやすいような環境整備の必要性をより一層認識する機会となりました。

### ■『省エネに関する認知調査』結果詳細

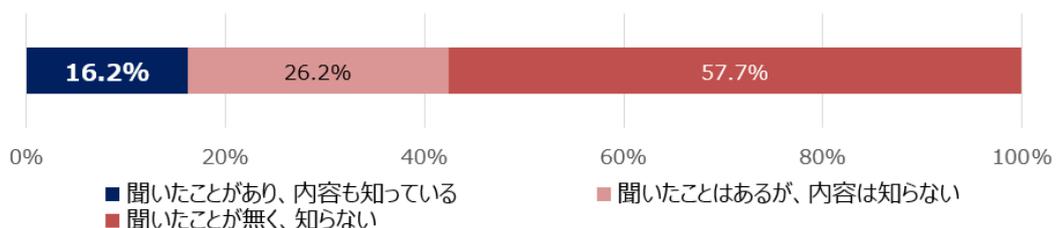
賃貸住宅への転居意向者に対して、賃貸住宅の省エネに関する意識について深掘りしました。

#### ●賃貸住宅物件の省エネに関する意識

##### ①「ZEH」の内容理解者はわずか16%だが、高断熱のメリットは7割以上が認識

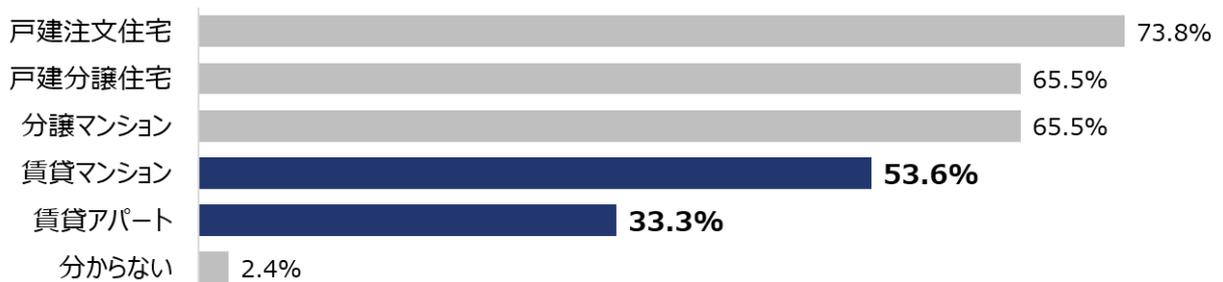
「ZEH」の理解度を伺ったところ、「聞いたことがあり、内容も知っている」人はわずか16.2%に留まりました。（図1）

図1 「ZEH」の理解度(n=520)



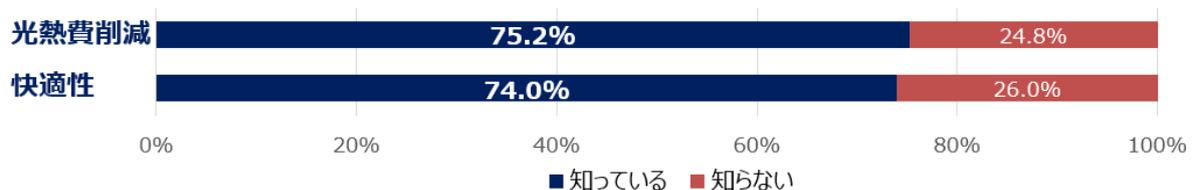
さらに、ZEH を「聞いたことがあり、内容も知っている」人に対して、「ZEH」の対象になると思う建物の種類を伺ったところ、「戸建注文住宅」は 73.8%が対象となると答えた一方、「賃貸マンション」(53.6%)、「賃貸アパート」(33.3%)は 20pt 以上も低い結果になりました。(図 2)

図 2 ZEH の対象となると思う建物の種類 (n=84)



一方で、断熱性能が高いことによるメリットである「光熱費削減」と「快適性」の理解度を伺ったところ、「光熱費削減」は 75.2%、「快適性」は 74.0%の人が「知っている」と回答したことから、断熱性能の高さによるメリットは多くの人が認識していることが分かりました。(図 3)

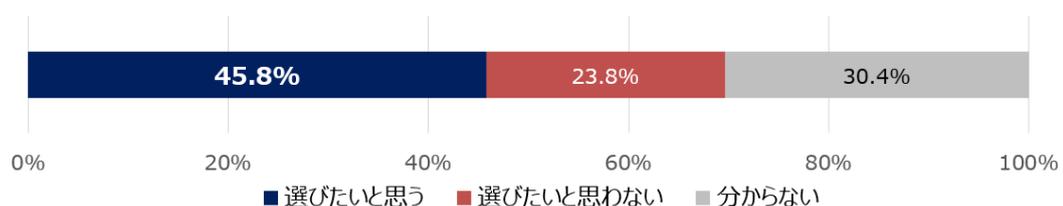
図 3 断熱性能メリットの理解度 (n=520)



② ZEH 賃貸に住むことで光熱費が削減できれば家賃アップを許容するが、物件を探す方法を知っている人は 2 割に留まる

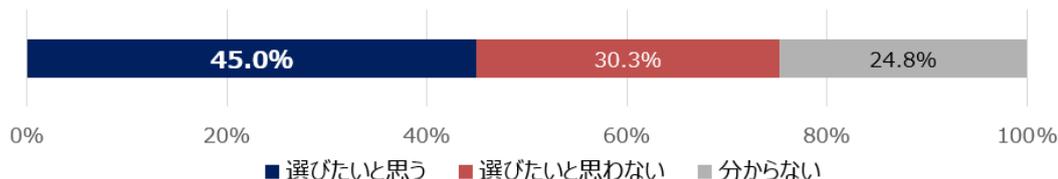
「ZEH」の賃貸住宅は、断熱性能が高く光熱費が削減できますが、一般的な賃貸住宅よりも家賃が高くなることがあります。「家賃アップ額」が「光熱費削減額」と同等であれば、一般的な賃貸住宅よりも、環境貢献できる ZEH 賃貸を選びたいかを伺ったところ、「選びたいと思う」(45.8%)と回答した人は、「選びたいと思わない」(23.8%)と回答した人の約 2 倍おり、ZEH 賃貸に対して一定の需要があることが分かりました。(図 4)

図 4 「家賃アップ額」が「光熱費削減額」と同等であれば、一般的な賃貸住宅よりも、ZEH 賃貸を選びたいと思うか (n=520)



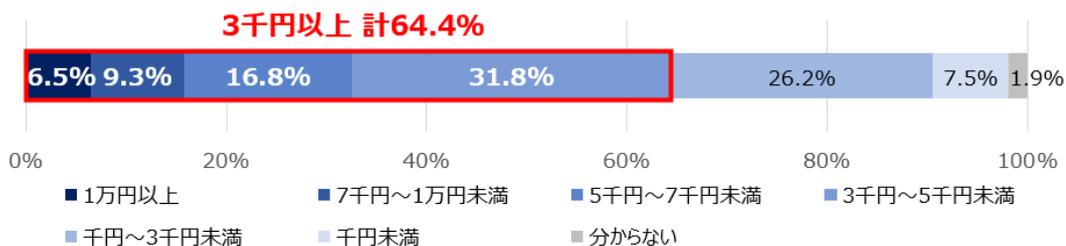
さらに、「選びたいと思う」と回答した人に、「家賃アップ額」が「光熱費削減額」より多少高い場合でも一般的な賃貸住宅よりも ZEH 賃貸を選びたいと思うかを伺ったところ、45.0%が「家賃アップ額」の方が高くても ZEH 賃貸を選ぶと回答しました。(図 5)

図 5 「家賃アップ額」が「光熱費削減額」より多少高い場合でも、一般的な賃貸住宅よりも、ZEH 賃貸を選びたいと思うか(n=238)



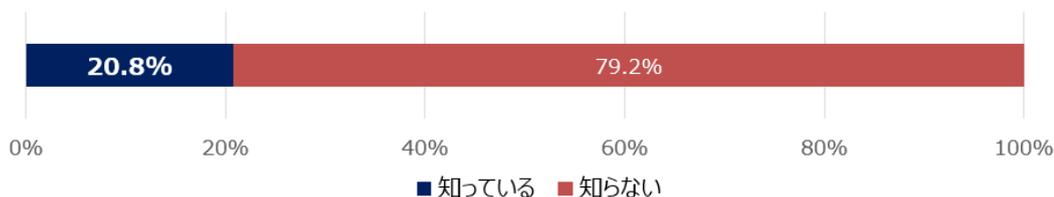
また、「選びたいと思う」と回答した人の許容できる家賃アップ金額について伺ったところ、64.4%が 3 千円以上の家賃アップを許容できることが分かりました。(図 6)

図 6 許容できる家賃アップ額(n=107)



ZEH 賃貸に対して一定の需要がある一方で、ZEH 賃貸の物件を探す方法を知っているか伺ったところ、「知っている」人は 20.8%であり、ほとんどの人が探すことができないことが分かりました。(図 7)

図 7 ZEH 賃貸を、自分でインターネット等で探す方法を知っているか(n=520)



- ③ 「省エネ性能表示制度」の認知度はわずか 11%。ラベル内容を理解すれば ZEH 賃貸を選びやすくなると回答した人は 6 割

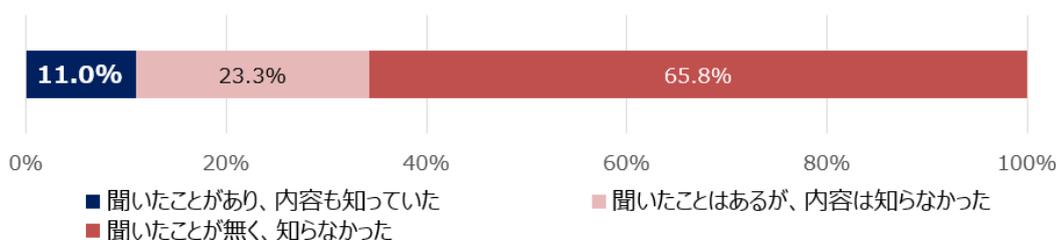
国土交通省は、2024 年 4 月から「建築物省エネ法に基づく建築物の販売・賃貸時の省エネ性能表示制度」を開始し、消費者が建築物を購入・賃借する際に、「省エネ性能ラベル」で性能を把握し、比較できるようにしています。(図 8)

図 8 「省エネ性能ラベル」



「省エネ性能表示制度」の認知について伺ったところ、「聞いたことがあり、内容も知っていた」人は 11.0%であり、ほとんどの人が知らないことが分かりました。(図 9)

図 9 「省エネ性能表示制度」の理解度 (n=520)



「省エネ性能ラベル」があると、ZEH 賃貸のように環境貢献度の高い賃貸住宅が選びやすくなると思うかについて伺ったところ、「かなりそう思う」(17.7%)、「ややそう思う」(44.0%)で、6 割 (61.7%)の人が選びやすくなると回答しました。(図 10)

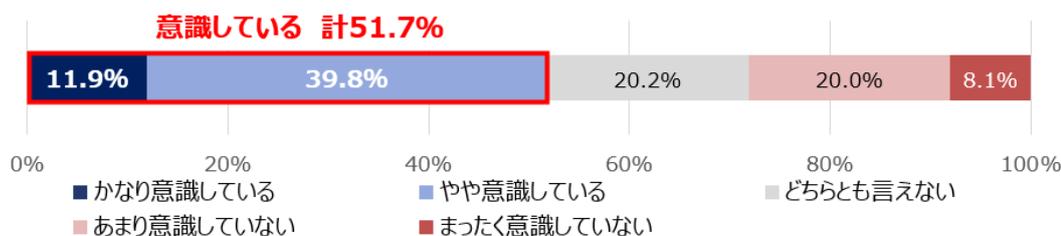
図 10 「省エネ性能ラベル」で ZEH 賃貸の選択が容易になるか (n=520)



## ●家の中の生活における環境貢献意識

『省エネに関する認知調査』では、家の中での生活において環境貢献をどの程度意識しているかについても伺いました。結果、「かなり意識している」(11.9%)と「やや意識している」(39.8%)を合わせると5割以上の人(51.7%)が意識していることが分かりました。(図 11)

図 11 家の中での生活において、環境貢献をどの程度意識しているか(n=520)



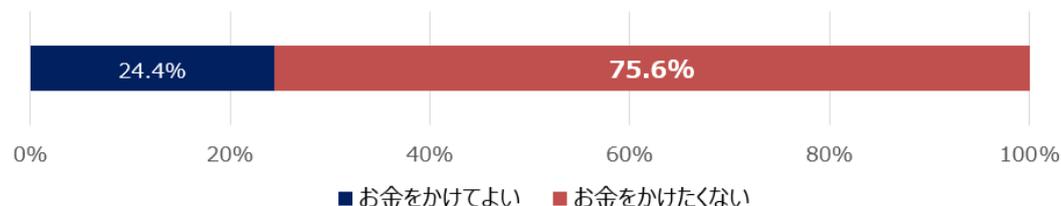
家の中での生活において、実際に環境貢献できるような取り組みをしているかを伺ったところ、「かなり取り組んでいる」(8.5%)と「やや取り組んでいる」(40.4%)を合わせると5割近く(48.9%)の人が取り組んでいることが分かりました。(図 12)

図 12 家の中での生活において、環境問題に貢献できるような取り組みをしているか(n=520)



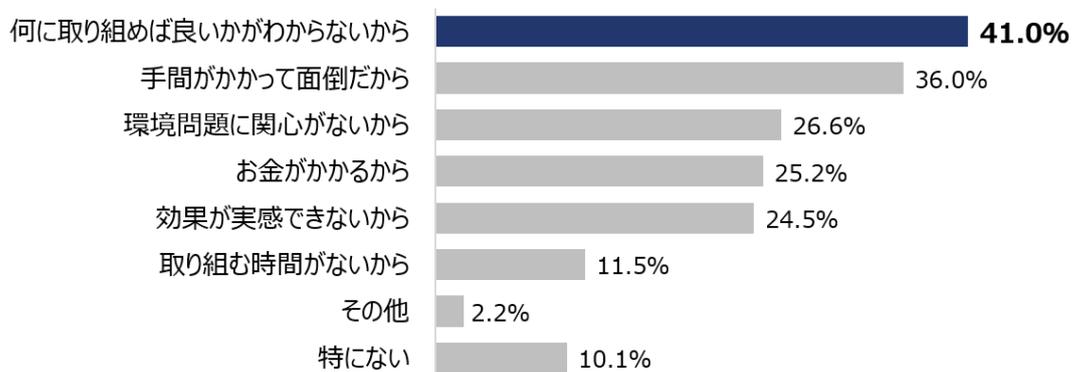
環境貢献できる取り組みについて、「かなり取り組んでいる」、「やや取り組んでいる」と回答した人に、取り組む際にお金をかけでも取り組むかどうかを伺ったところ、75.6%が「お金をかけたくない」と回答しました。(図 13)

図 13 取り組む際のお金に対する意識(n=254)



また、「あまり取り組んでいない」、「まったく取り組んでいない」と回答した方に、取り組まない理由を伺ったところ、「何に取り組めば良いかがわからないから」(41.0%)が最も多い結果となりました。(図 14)

図 14 環境問題に貢献できるような取り組みをしない理由(n=139)



この結果から、回答者の約半数が、生活の中で環境貢献に対する意識を持ち、実際に取り組んでいることが分かりました。一方で、取り組むと回答した人の多くがお金をかけたくないと答えています。さらに、取り組んでいない人は、「方法が分からない」と回答する人が最多で、手間やお金をかけたくないという意見が続きました。