

# ZEHの流れを自社のマーケティングに登録ビルダーは約6500、底力を示すとき

(一社)ZEH推進協議会 代表理事 **小山 貴史氏**

住宅の断熱性や省エネ性能を上げ、太陽光発電などクリーンエネルギーを創ることで、空調や給湯、照明といった年間の一次消費エネルギー量の収支をゼロにした住宅「Net Zero Energy House」(ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス:略称ZEH(ゼッチ))。ZEH普及に向けたロードマップの公表や普及を後押しする国の支援制度など、普及に向けての動きが加速してきている。ZEH推進協議会的小山貴史代表理事に、ZEH推進の意味、今後の展望について話を聞いた。

## 1年間で3.4万棟から4.2万棟へ

——ZEHを取り巻く環境が大きく変化してきていると感じます。

**小山** 2014年のエネルギー基本計画で「2020年までに標準的な新築住宅で、2030年までに新築住宅の平均でZEHの推進をめざす」とした政策目標が掲げられました。それ

を受けて2015年に資源エネルギー庁に有識者やハウスメーカーなどによる検討委員会が立ち上がることとなり、ZEHの普及目標をより具体化した「ZEHロードマップ」が公表されました。その後も進展度合いと追加的な対策を踏まえた丁寧なフォローアップがなされ、今年5月には、その取りまとめが行われています。定義の確立や事業者の補助、技術者の育成などが時を追って示されており、普及に向けた道筋が明確化されたものです。

また、第5次エネルギー基本計画でもZEH推進の方向性が示されているほか、今年度は環境省、経済産業省、国土交通省の三省合同での補助金制度が設けられました。

——どのような進展度合いなのでしょう。

**小山** ZEHの普及状況は2016年度の約3.4

万棟から2017年度には約4.2万棟になりました。注文戸建て住宅を主体として順調に増加しています。2020年度までに自社で提供する住宅の過半数をZEHとすることを宣言・公表した工務店、ハウスメーカー、建築設計事務所を「ZEHビルダー」とする登録制度を2016年度から始めていますが、2018年5月には、この数が6500社を超えました。ZEH支援事業の対象がこのZEHビルダーによる案件とされていることもあり、ここまでは予想を上回る早さです。

## 2050年にはストック平均でゼロエミッションをめざす

——風向きの変化で一気に普及が進みそうですね。

**小山** 決して順風満帆であったわけではありません。住宅団体の中には、ZEHに対して賛成・反対の双方意見が混在しています。住宅の供給は、住生活基本法の中に位置づけ

られ、良好な居住環境の形成やそれを確保することで、より良い暮らしを創ってきた歴史があります。エネルギー政策の一つとしてZEHという新しい概念が舞い込んできたわけですから、皆が一枚岩となって一気にまい進していくのは難しい。

ZEH推進協議会はそうした中、それぞれの立場やスタンスを認め合いながらZEHを推進していく必要性から2017年に生まれた新しい団体です。いわば建て主と産官学との架け橋となり、オールジャパンで取り組んでいくための母体。2050年に家庭部門におけるストック平均でゼロエミッションをめざす、とする地球温暖化対策計画に基づき、先導と普及の役割を果たしていきたいと思っています。

——事業者としての取り組みは？

**小山** エコワークス(株)自身が取り組みを始めたのは2016年からです。ZEH率は2016年度が86%、2017年度には93%を達成することができました。

徹底していることはZEHありきではないこと。ZEHは目的ではなくあくまで手段です。家づくりは建て主の幸せの実現であり、そのお手伝いをすることが、我々ビルダーの役目です。健康かつ快適につながるZEHの機能と価値が伝われば選択につながると確信しています。ですから契約した後にお客様向けのセミナーを開催し、パリ協定や地球温暖

化のお話をさせていただいています。それによってZEH化の価値を理解して下さったお客様の中には、住宅の目的が変わったとってくださる方もおられます。

——モチベーションを支えているのはお客様の声ですね。

**小山** はい。2015年にCOP21でパリ協定採択の現場にいたことが私の原体験になりました。我々は子どもたちの未来に受け継ぐことができる住まいづくりをしていくことが使命であると。そして、社員の間でも使命感に火がついたのだと思います。2030年、2050年に向けてそういうお客様を多くつくることです。

## ZEHの価値をいかに伝えるか

——ZEH普及に求められていることは？

**小山** 約6500のZEHビルダーは、二極化が進む傾向にあり、事実、ZEHビルダー全体の3/4はまだ実績がありません。一方で「ZEHビルダー評価制度五つ星認定」もあり、事業規模の大小にかかわらず熱心なところはますます力を入れて取り組みを進めています。

熱心なところは、ZEHの流れを自社のマーケティングに積極的に活かそうとしていることが特徴です。普及の障壁は、技術的な課題やFIT価格の低下などが理由ではなく、経営方針の違いであり、コンセンサスと教育に集約される

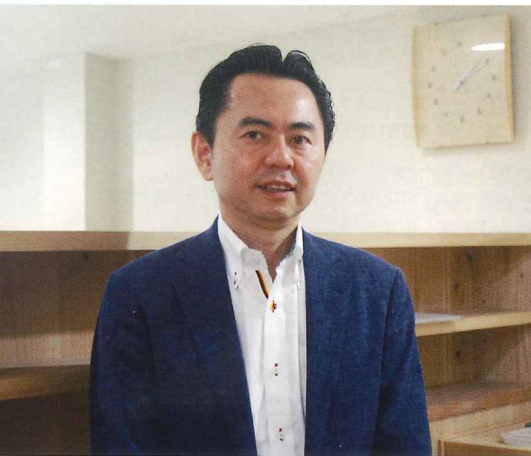
と言ひ換えられるかもしれません。

——ZEHが一般化していくには何が必要でしょうか。

**小山** 残念ながら現在、建て主から「ZEHにしてください」という要望はありません。その理由はZEHの潜在メリットが伝わっていないから。建築の職能には、ZEHの概念がないため、省エネ性能や太陽光発電による費用をきちんと説明する力がビルダー側に十分備わっていないことに起因しています。協議会としては研修セミナーを実施することで裾野を広げる活動に力を入れています。

全国に3万社あるといわれるビルダーのうち、登録が約6500社というまだまだのように聞こえますが、この6500社で新築戸建住宅の75%を供給しています。戸建住宅に限っているZEHの支援対象が今後、集合住宅や賃貸住宅に広がっていく中で、さらに力をつける時です。換言すれば、このビルダーたちが力をつけることこそ、日本の脱炭素にとって大きな意味を持つと思います。2017年に建てられた注文戸建住宅は約30万棟。そのうちの15%にあたる約4.2万棟がZEHでした。ZEHがこれだけ建てられているのは世界で日本だけでしょう。

また、幅広い分野の事業者にも、ZEHビジネスへの参画を期待したい。オールジャパンで取り組む中に、相乗効果や新規開拓の種が潜んでいると思います。



プロフィール  
小山 貴史(おやま たかし)  
注文住宅専門の工務店・エコワークス(株)代表取締役。ZEH推進協議会の代表理事として、全国を飛び回りながらZEH普及の旗振り役を担う。ZEHロードマップ検討委員会委員、グリーン建築推進フォーラム委員なども兼務。