

家庭用ヒートポンプ給湯機購入動機・使用満足度調査【2022年1月以降】

〈概要版〉

一般社団法人 日本冷凍空調工業会
ヒートポンプ給湯機委員会

1. 調査の目的

2022年1月以降、家庭用ヒートポンプ給湯機(エコキュート)を購入したお客様を対象にエコキュートに対する購入動機、購入検討時の不安、決め手、使用満足度を調査し、結果を前回調査(2022年1月実施)と比較し、今後の普及促進の可能性について検証することを目的とした。

2. 調査方法

2022年1月～2024年10月にエコキュートを購入した戸建住宅にお住まいの方で、東北、関東、中部、近畿、九州地方合わせて825人にインターネット調査を実施した。

3. 実施時期

2024年11月(調査会社:株式会社マクロミル)

4. 回答者属性

地域:東北 99人 12.0%、関東 198人 24.0%、中部 198人 24.0%、近畿 198人 24.1%、九州 132人 16.0%

性別:男性 478人 57.9%、女性 347人 42.1%

年代:20歳代 3.5%、30歳代 15.3%、40歳代 21.6%、50歳代 26.9%、60歳代～32.7%

5. 調査結果

5-1 結果の概要

今回の調査で以下の内容が明らかになった。

- (1) 購入背景は、「故障・老朽化による買替」が約53%とトップ(前回46%から7ポイントアップ)となり、約半数が「買替」ということがわかった。「新築」は33%(前回47%から14ポイントダウン)と割合が減少した。
- (2) エコキュート購入前に使用していた給湯器の割合は、「エコキュート」が47%で特に多く、前回26%から21ポイント増加していることがわかった。
- (3) エコキュート購入前の給湯器使用期間が10年以上の割合が高いのは、電気温水器、エコキュート、石油給湯器の順であった。
- (4) エコキュート購入時に他に検討した給湯器の有無は、「比較検討していない」が前回調査時より82から89%と増加し、決め打ち傾向が強まっている。
- (5) 購入時の決断のキッカケは、「工務店、ハウスメーカーなどの勧め」30%、「補助金が適用されるから」13%、「家電量販店やホームセンターなどの店頭にて」8%がトップ3となった。「補助金が適用されるから」は、2022年の前回調査時5%より13%に8ポイント増加。国の高効率給湯器への支援事業の影響と考えられる。購入背景との関係を調査したところ、新築は、「工務店、ハウスメーカーなどの勧め」が多い。リフォーム、買替は「工務店、ハウスメーカーなどの勧め」、「補助金が適用されるから」の順に多かった。
- (6) 購入時の不安点は、「導入コストが高いのでは」「停電の時に使えないのでは」「故障時の対応は大丈夫か」「電気代(光熱費)が下がらなくなるのでは」が40%以上であった。緊急時の懸念項目を不安視する割合が大きい。
- (7) 購入の決め手は「光熱費が安くなると思った」39%、「オール電化住宅にしたかった」36%、「販売店の勧め」25%、「補助金が適用されるから」23%の順に多かった。「補助金が適用され

るから」は、2022年の前回調査時6%から23%に17ポイント増加。国の高効率給湯器への支援事業の影響と考えられる。購入背景および購入時の他給湯器検討有無との関係を調査したところ、「新築」の場合、他給湯器検討有無に関わらず、「オール電化住宅にしたかった」が高く、根強い人気を読み取れる。また購入時に他給湯器検討「有」の場合、「無」と比較して、「光熱費が安くなると思った」を決め手にしている割合が大きくなっていった。

- (8) 購入先は「住宅会社・工務店」28%、「住宅設備店」24%、「リフォーム店」11%からの購入がトップ3。前回調査より「住宅会社・工務店」が14ポイント減少、「住宅設備店」、「リフォーム店」、「量販店」が数ポイント増加となっており、「買替」の割合が増加していると考えられる。「インターネット販売」の割合は6%であり、前回と変化なし。購入背景および購入時の他給湯器検討有無との関係を調査したところ、他給湯器の検討有無に関わらず、「新築」では「住宅会社・工務店」と「住宅設備店」で合わせて60%以上に達しているのに対し、「買替」では購入先が多様になっている傾向は前回調査と変わりなかった。
- (9) 購入満足度は「満足」「やや満足」合計で85%、「どちらでもない」12%、「不満」「やや不満」合計3%。不満は少ない状況であった。
- (10) 購入機種を選択理由は、「選択の余地はなかった」35%がトップ。「選択の余地はなかった」を除くと、「購入価格」28%、「タンク容量」22%、「省エネ性能」15%がトップ3であり、基本的な点を重視した選択傾向であった。太陽光発電の電力による昼間沸き上げ機能の順位が前回8位から今回5位に上昇しており、太陽光発電の余剰電力をエコキュートで活用することが注目されていることがわかる。
- (11) 災害時における「停電時のお湯使用」「断水時の生活用水使用」を考慮して購入した割合は、ともに50%を超えており、前回調査時から微増している。緊急時の懸念項目が購入時の不安として上位に位置していることもあり、更なる訴求が必要と思われる。
- (12) エコキュートの各機能の満足度は、概ね50%前後であり、不満は少なかった。
- (13) アプリの各機能についての満足度は、使用していない人を除いた結果として、各機能の満足度は50%前後であり、不満は少なかった。
- (14) ご家庭で使用している、あるいは導入を考えている機器・設備について調査したところ、エコキュートを購入した人の大半(82%)はIHクッキングヒーターを使用しており、オール電化ユーザーと考えられる。37%が太陽光発電システム、6%が電気自動車を使用しており、エコキュートユーザーは、環境を意識したユーザーの割合が多いと考えられる。
- (15) 太陽光発電システムを使用している方に対して、太陽光固定買取制度(FIT)終了後は、太陽光で発電した電気を、どのように活用しようと主に考えているか調査した結果、「今まで契約している電力会社に買い取ってもらう」48%、「今まで契約している電力会社以外の買取事業者に買い取ってもらう」12%、「電気自動車や蓄電池に充電する」11%の順に多かった。「エコキュートのわき上げに使う」が10%と前回調査時と比較して4ポイントアップしており、余剰電力活用の訴求の効果が出てきていると推測される。
- (16) 各電力会社から、どの時間帯でも同一価格の料金契約や、昼間時間帯が割安な料金契約が発表されていることの認知度と加入の状況を調査した結果、「既に参加している」が28%、「参加を検討中」が6%であり、肯定的な回答が計34%、参加を検討したがメリットがないので加入していない9%、知っているが興味がない8%。否定的な回答が計17%。知らない41%であり、市場の理解を高めるための説明活動は、今後の課題と考える。
- (17) DR(デマンド・レスポンス)の認知度を調査した結果、「知っている・名前だけは聞いたことがある」は25%にとどまっており、業界として、周知活動は今後の課題と考える。

(18) 前項の DR(デマンド・レスポンス)が実施される際、参加に対する意向と参加状況を調査した結果、既に参加している人も含め、約 8 割の人が DR 参加に関心を持っている。ユーザーへのメリットに魅力があれば、DR の普及拡大が見込まれる。

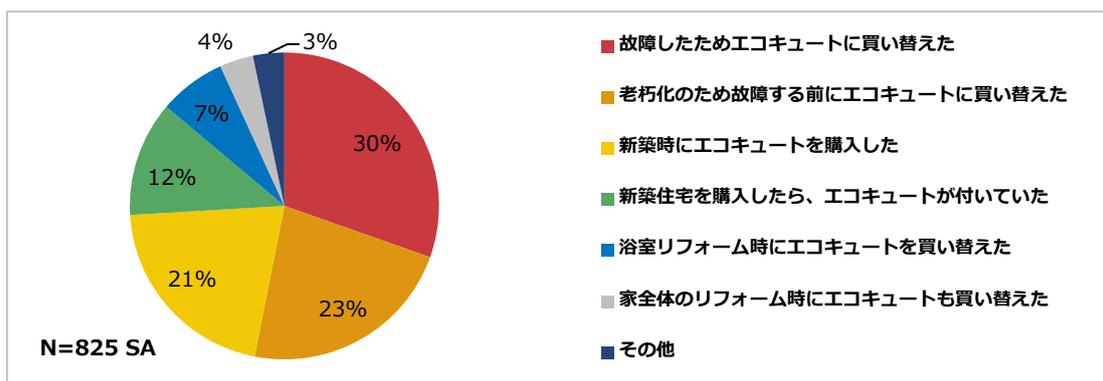
(19) エコキュートが地球温暖化対策に貢献できることの認知度を調査した結果、「知っている」は 32%にとどまっており、業界として、周知活動が今後の課題と考える。

5-2 集計結果

以下にアンケート調査結果を報告する。

※数字は小数点以下第 1 位を四捨五入しているため合計があわない場合があります。
SA は単一回答を、MA は複数回答を表します。

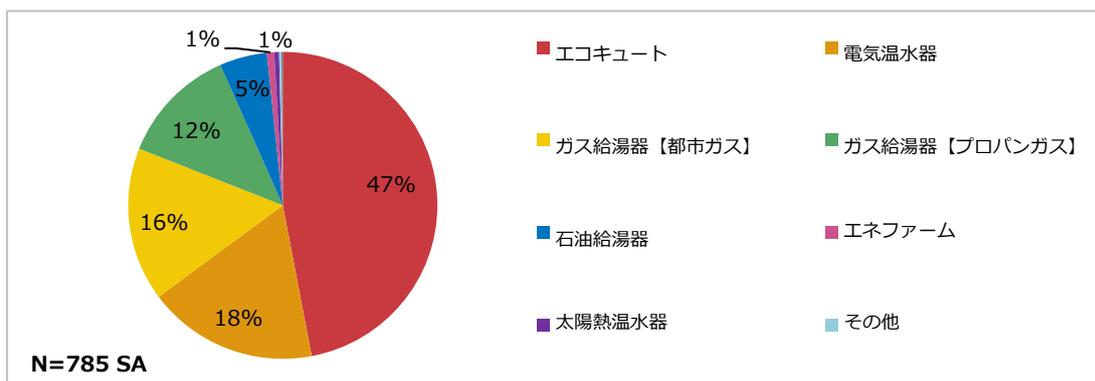
① エコキュートを購入した背景に最も近いものを 1 つお答えください。



・「故障による買替」30%、「老朽化による故障の前に買替」23%、合計 53%。2022 年の前回調査時 46%より 7 ポイント増で、「買替」の割合が増加している。

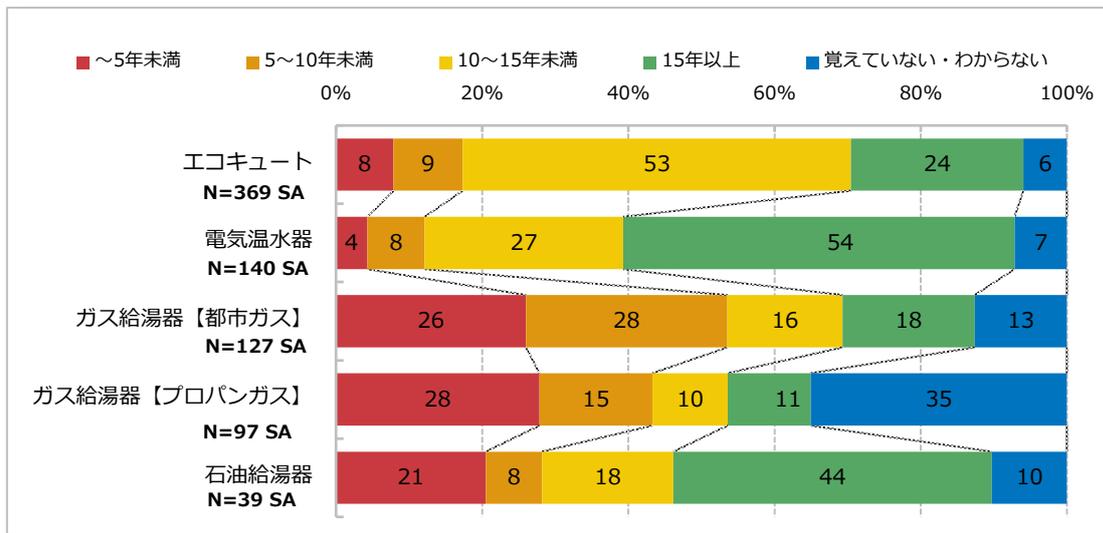
・「新築時に購入」21%、「新築住宅に付いていた」12%合計 33%。2022 年の前回調査時 47%より 14 ポイント減で、新築時に購入の割合が減少している。

② エコキュート購入の前に使用していた給湯器は何ですか。



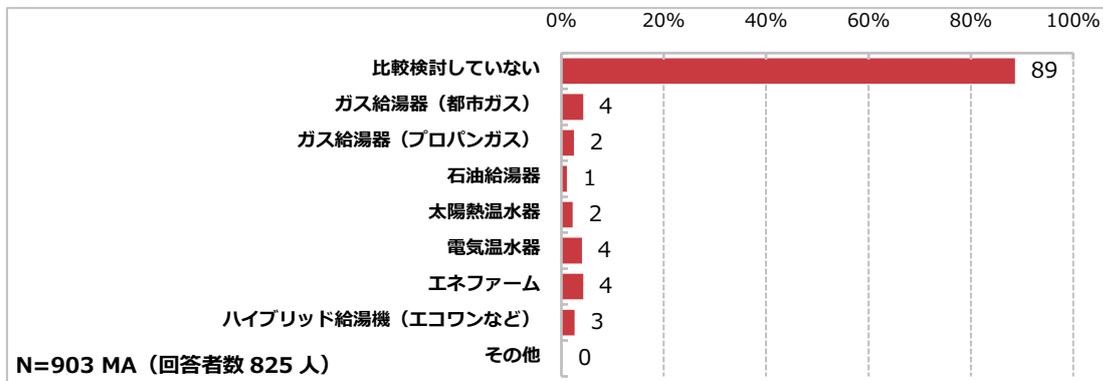
・エコキュート購入前に使用していた給湯器の割合は、「エコキュート」47%で特に多く、前回 26%から 21 ポイントアップしていることがわかった。2 位以下が「電気温水器」18%、「ガス給湯器【都市ガス】」16%、「ガス給湯器【プロパンガス】」12%であった。

③ エコキュート購入までに主に使用していた給湯器はどの程度ご使用されておりましたか。



・エコキュートの場合、使用期間 10～15 年未満が 53%と高かった。

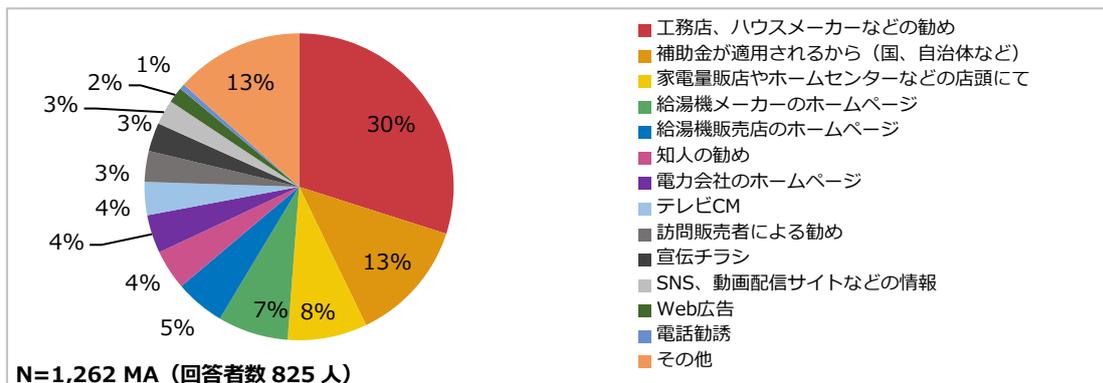
④ エコキュートを購入する際、他に検討された給湯器はありましたか。



・「比較検討していない」89%、「ガス給湯器」4%、「エネファーム」4%、「電気温水器」4%の順に多かった。

・「比較検討していない」が前回調査時より 82→89%と増加し、決め打ち傾向が強まっている。

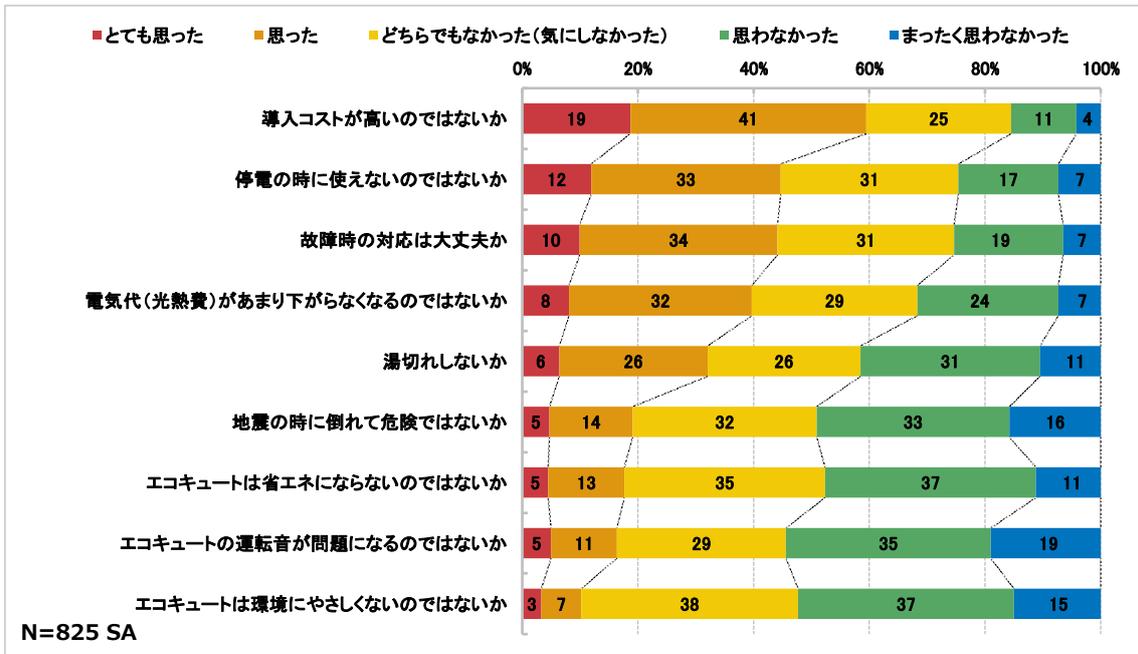
⑤ エコキュート購入決断のキッカケは何ですか。



・「工務店、ハウスメーカーなどの勧め」30%、「補助金が適用されるから」13%、「家電量販店やホームセンターなどの店頭にて」8%の順に多かった。「補助金が適用されるから」は、2022年の前回調査時 5%より 13%に 8ポイント増加。国の高効率給湯器への支援事業の影響と考えられる。

※本設問は、購入のきっかけとなった媒体を調査するための設問であり、前回 2022 設問と選択肢を変更している。

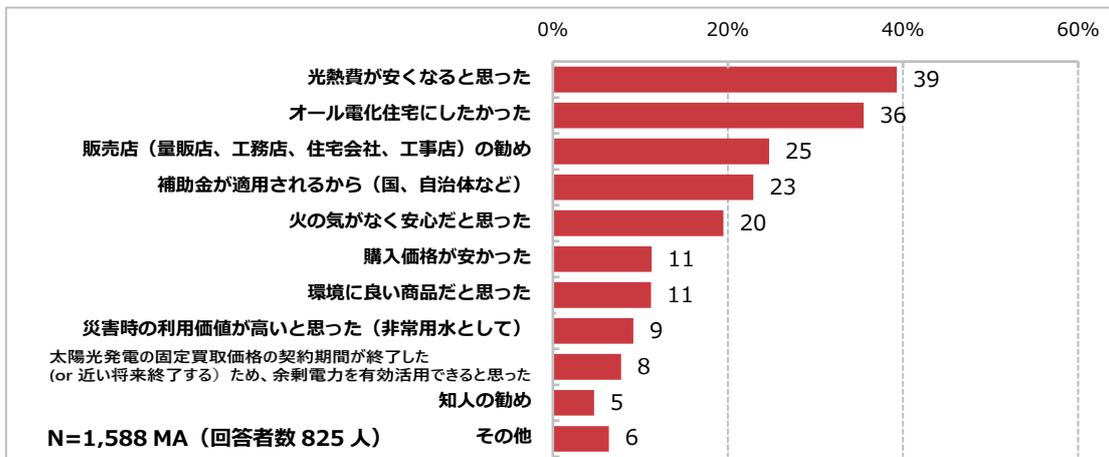
⑥ 今回のエコキュート購入の際、次のそれぞれの項目について、不安に思いましたか。



・「とても思った」、「思った」の計・「導入コストが高いのではないかと」60%、「停電の時に使えないのではないかと」45%、「故障時の対応は大丈夫かと」44%の順に多かった。

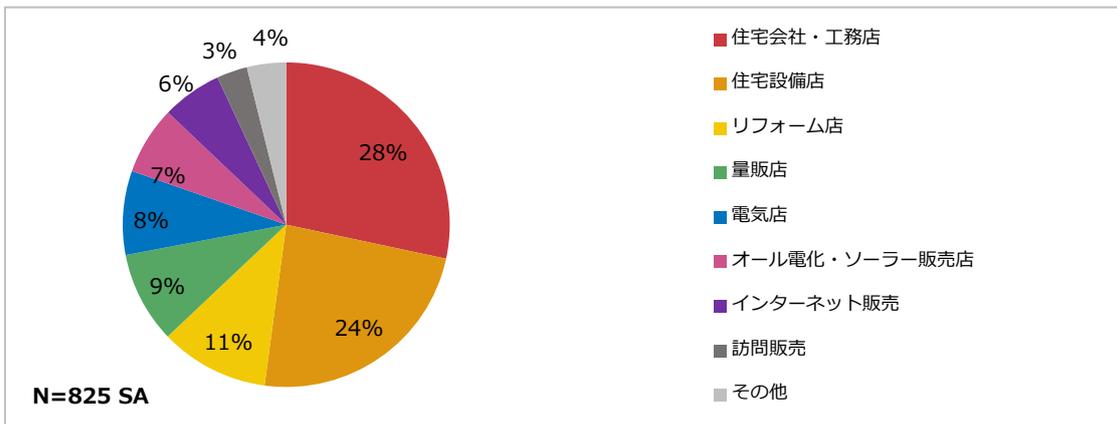
タンク内に残湯があれば、停電時でもお湯の使用が可能であることを、購入前は知らない方が多いと思われる。

⑦ エコキュート購入の決め手はなんですか。あてはまるものをすべてお選びください。



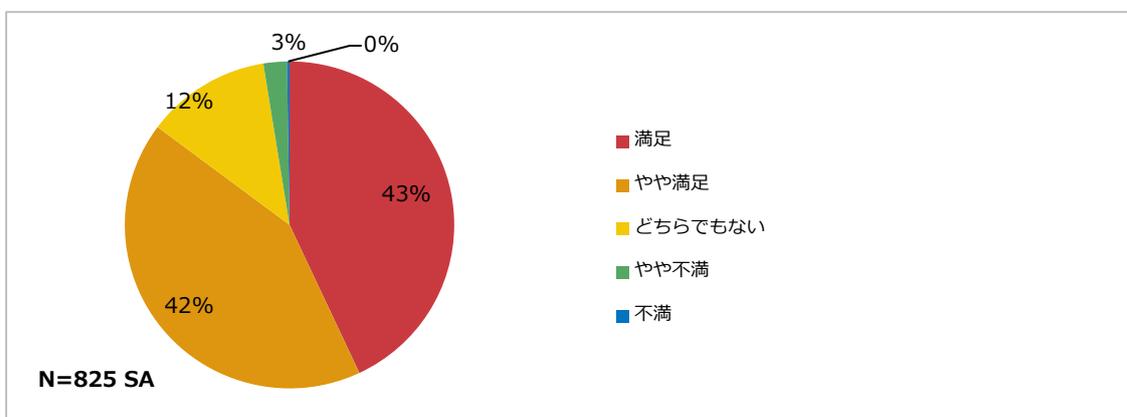
・「光熱費が安くなると思った」39%、「オール電化住宅にしたかった」36%、「販売店の勧め」25%、「補助金が適用されるから」23%の順に多かった。「補助金が適用されるから」は、2022年の前回調査時 6%から 23%に 17ポイント増加。国の高効率給湯器への支援事業の影響と考えられる。

⑧ エコキュートをどこで購入しましたか。



・「住宅会社・工務店」28%、「住宅設備店」24%、「リフォーム店」11%、「量販店」9%、の順に多かった。2022年の前回調査時より「住宅会社・工務店」が14ポイント減、「住宅設備店」、「リフォーム店」、「量販店」が数ポイント増となっており、「買替」の割合が増加していると考えられる。

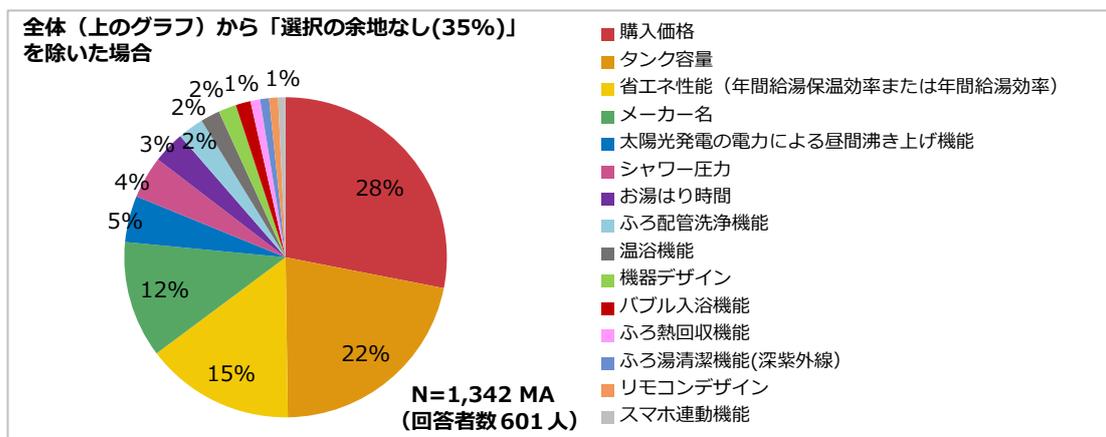
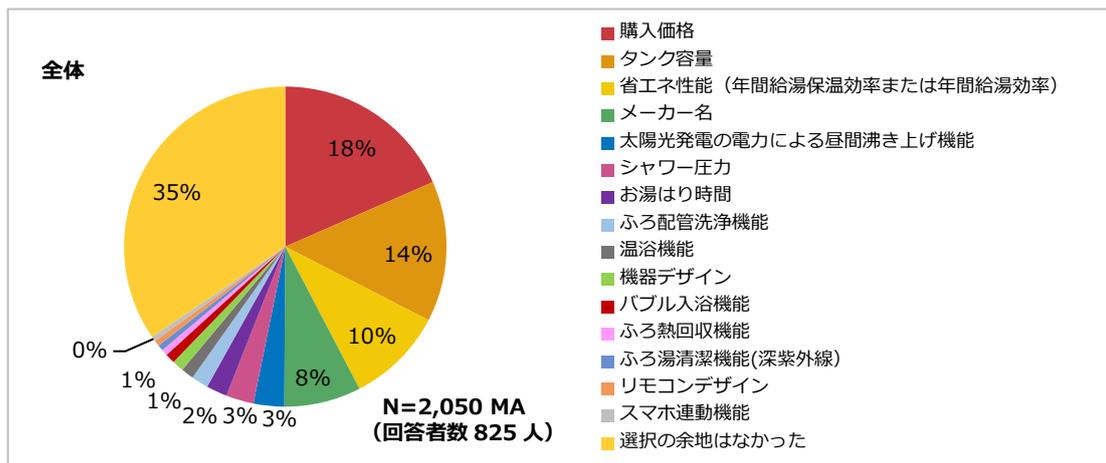
⑨ エコキュート購入に対して、満足していますか。



・「満足」「やや満足」を合わせると、合計85%の人が満足と回答。不満は3%と少ない。

⑩ あなたが、今回購入されたモデルを選択した理由は何ですか。

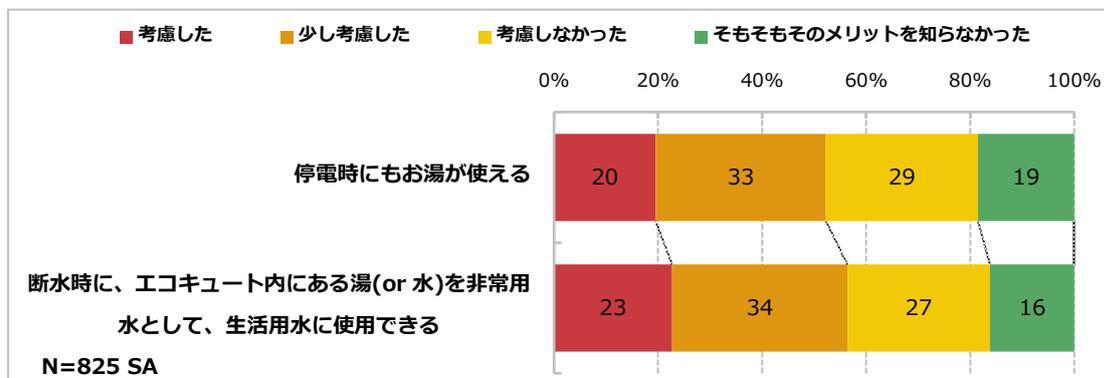
あてはまるものを、1位から最大3位までお選びください。



- ・「選択の余地はなかった」35%、「購入価格」18%、「タンク容量」14%、「省エネ性能」10%、「メーカー名」8%の順に多かった。
 - ・「選択の余地はなかった」を除くと、「購入価格」、「タンク容量」、「省エネ性能」と基本的な点を重視した選択傾向にあった。
- 太陽光発電の電力による昼間沸き上げ機能の順位が前回 8 位から今回 5 位に上昇している。

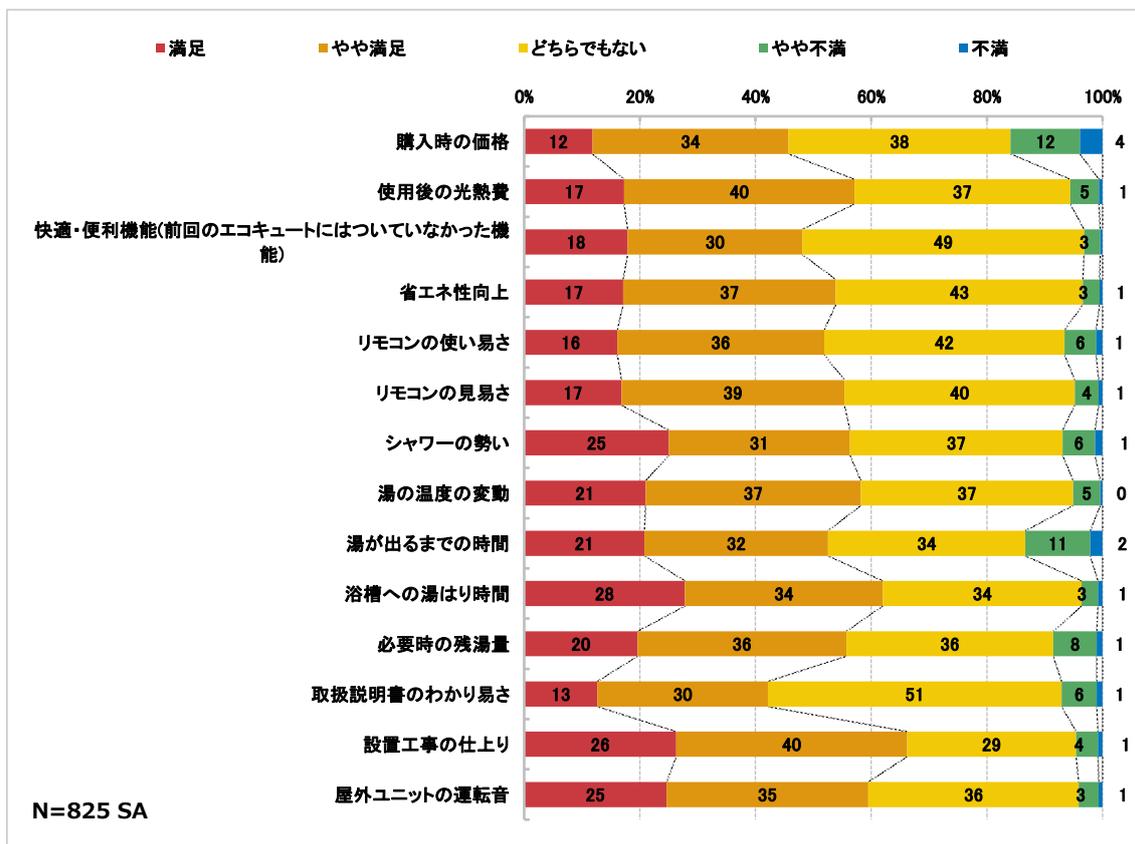
⑪ エコキュートは、災害時に利用価値が高いこともメリットとしております。

購入時、下記項目につき、どの程度、考慮されたかをお聞かせください。



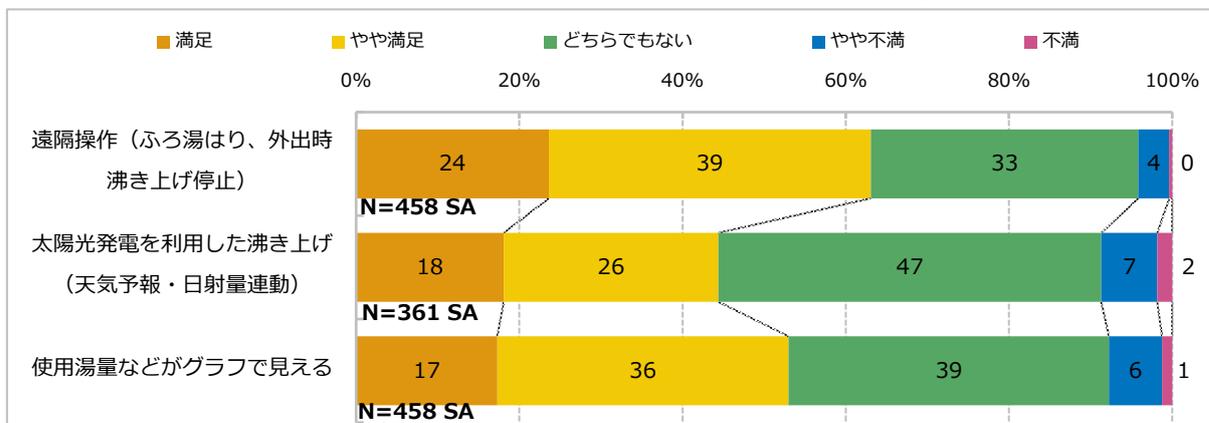
- ・「停電時にお湯が使用できる事」を考慮したのは 53%、「断水時に非常用水として使用できる事」を考慮したのは 57%であった。
 - ・購入時に考慮した割合は、前回調査時から「停電時にお湯が使用できる事」が 3 ポイント、「断水時に非常用水として使用できる事」が 2 ポイントの微増に留まる。
- 災害時のメリットについて、更なる訴求が必要と思われる。

⑫ エコキュートの下記各項目につき、どの程度、満足されていますか。



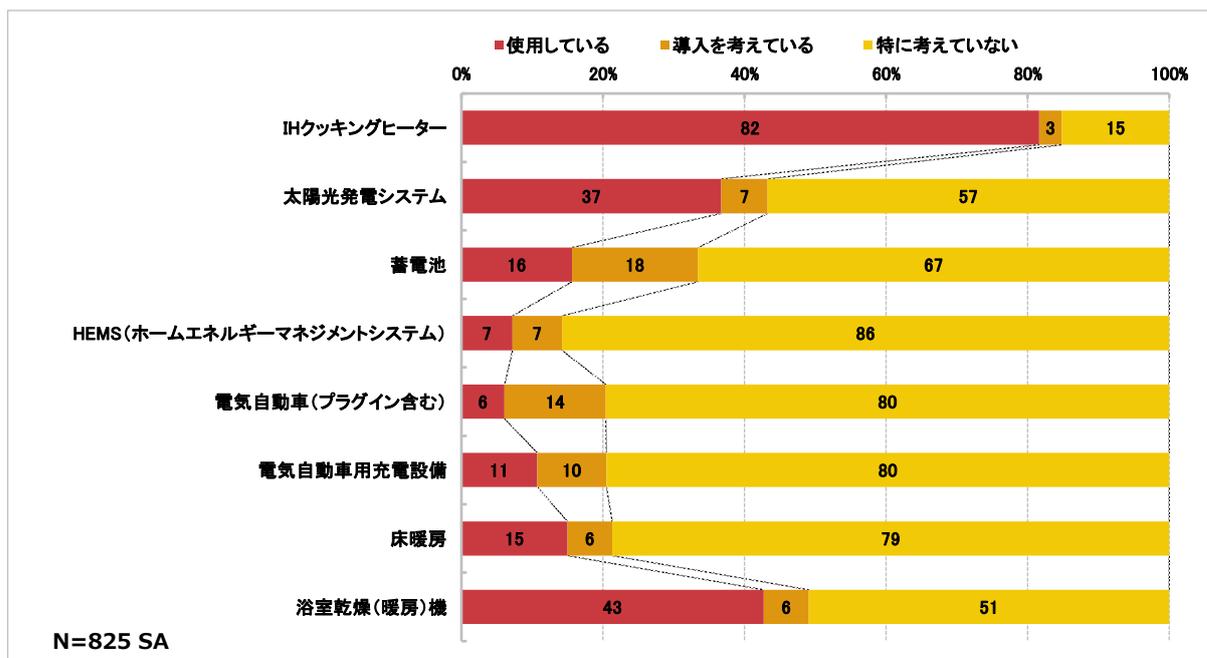
・概ね、各機能の満足度は50%前後であり、不満は少ない。

⑬ エコキュートのアプリをご使用されている場合、各機能についての満足度を教えてください。



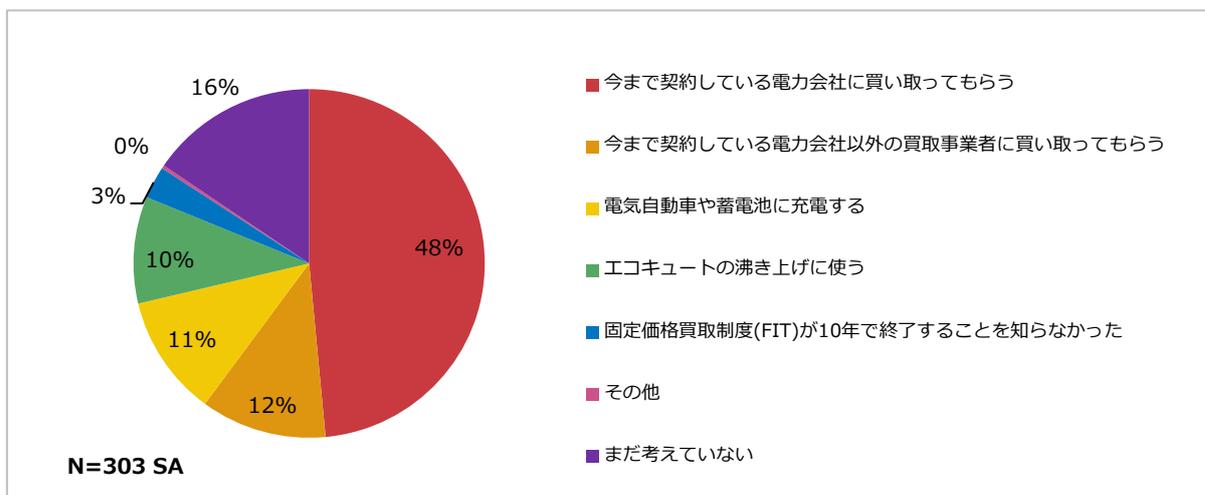
・アプリを使用していない人を除き、各機能の満足度は50%前後であり、不満は少ない。

⑭ ご家庭で使用している、あるいは導入を考えている機器・設備はありますか。



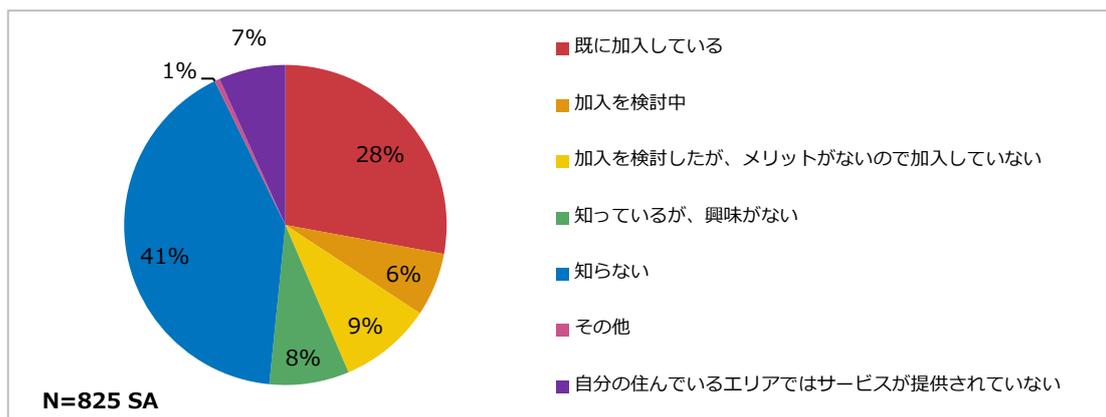
・エコキュートを購入した人の大半(82%)はIHクッキングヒーターを使用しており、オール電化ユーザーと考えられる。37%が太陽光発電システム、6%が電気自動車を使用しており、エコキュートユーザーは、環境を意識したユーザーの割合が多いと考えられる。

⑮ 『太陽光発電システムを使用している方』にお聞きます。太陽光固定買取制度(FIT)終了後は、太陽光で発電した電気を、どのように活用しようと主に考えていますか。



・「今まで契約している電力会社に買い取ってもらう」48%、「今まで契約している電力会社以外の買取業者に買い取ってもらう」12%、「電気自動車や蓄電池に充電する」11%の順に多かった。
 ・「エコキュートの沸き上げに使う」が10%と前回調査時と比較して4ポイントアップしており、余剰電力活用の訴求の効果がでてきていると推測される。

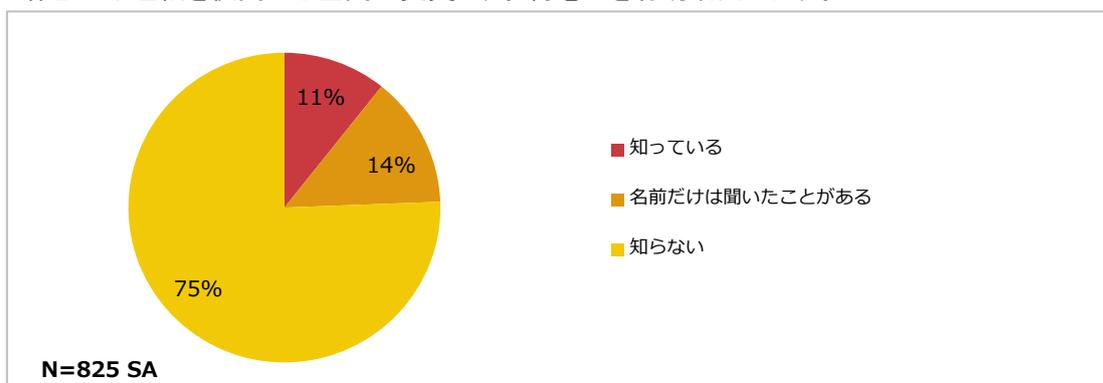
⑩ 各電力会社から、どの時間帯でも同一価格の料金契約や、昼間時間帯が割安な料金契約が発表されていることをご存じですか？知っている方は加入の状況についてお答えください。



・エコキュートで昼間に沸き上げを考慮した電力料金プランは、「既に参加している」が 28%、「参加を検討中」が 6%であり、肯定的な回答が計 34%、「参加を検討したがメリットがないので加入していない」9%、「知っているが興味がない」8%と否定的回答が計 17%。知らない 41%であり、市場の理解を高めるための説明活動は、今後の課題と考える。

⑪ 現在、政府方針でエコキュートへの DR(デマンド・レスポンス(※))機能搭載が検討されています。DR はご存じですか？

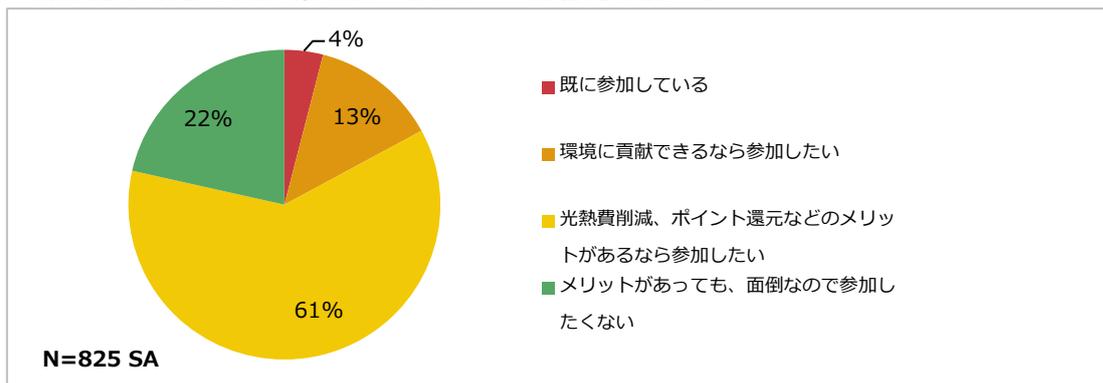
(※)DR(デマンド・レスポンス)とは、電力の需給状況に応じて、電気製品の電力消費パターンを変化させる取り組みです。例えば、エコキュートの場合、太陽光発電で余剰電力が生じた際に、沸き上げ運転を夜間から昼間に変更し、余剰電力を有効活用します。



・DR(デマンド・レスポンス)の認知度「知っている・名前だけは聞いたことがある」は 25%にとどまっており、業界として、周知活動は今後の課題と考える。

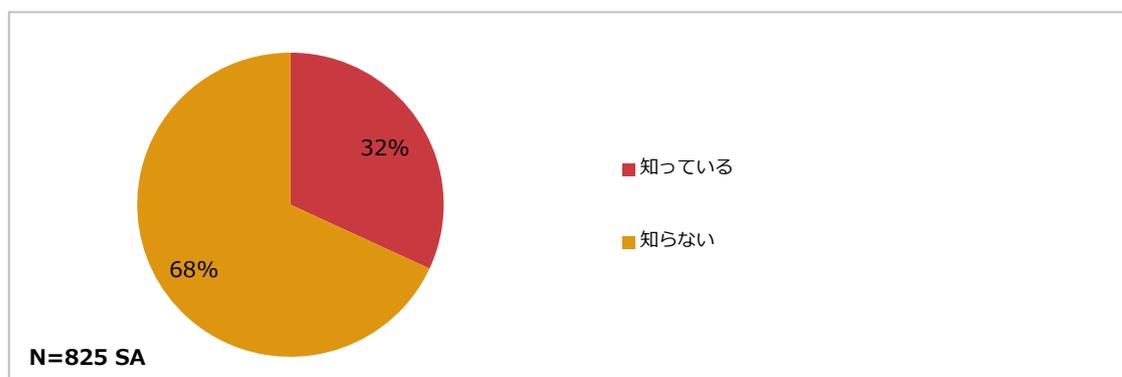
⑱前項の DR(デマンド・レスポンス)が実施される際は参加してみたいですか？

あなたの考え・状況に最も近いものを1つお答えください。



- ・既に参加している人も含め、約 8 割もの人が DR 参加に関心を持っている。
- ・ユーザーへのメリットに魅力があれば、デマンド・レスポンスの普及拡大が見込まれる。

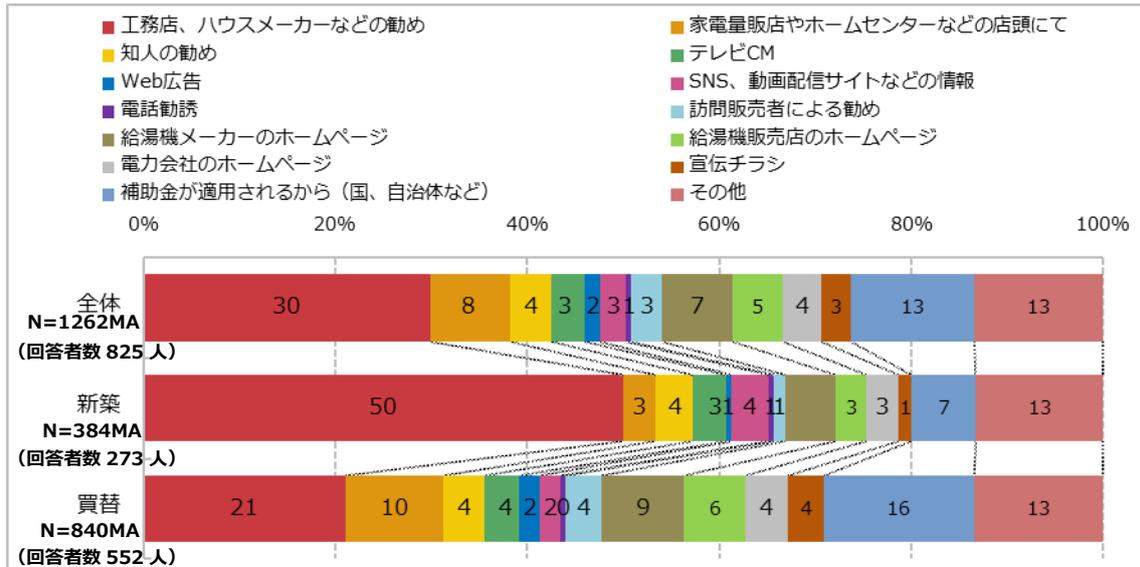
⑲今、政府が地球温暖化対策として、2050 年カーボンニュートラルの実現に向けて取り組んでいますが、エコキュートがその取り組みに貢献できることをご存じですか？



- ・エコキュートが地球温暖化対策に貢献できることの認知度(知っている)は 32%にとどまっている。
- ・業界として、周知活動が今後の課題と考える。

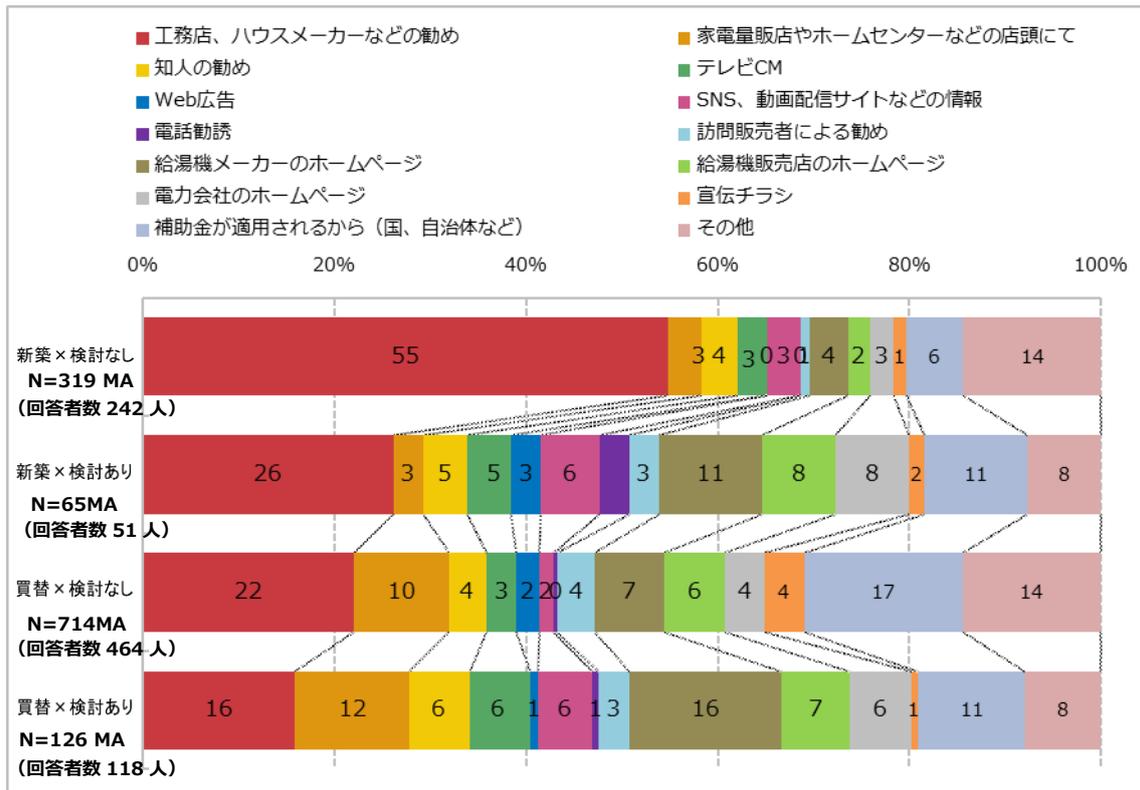
【3】関連集計結果(クロス集計結果)

a) “①購入背景”と”⑤購入決断のキッカケ”の関連



・新築は、「工務店、ハウスメーカーなどの勧め」が多い。「リフォーム」、「買替」は「工務店、ハウスメーカーなどの勧め」、「補助金が適用されるから」の順に多かった。既築で「補助金が適用されるから」が増加したのは国の高効率給湯器への支援事業の影響と考えられる。

b) ”①購入背景”と“③購入時に検討した他給湯器”と“⑤購入決断のキッカケ”の関連

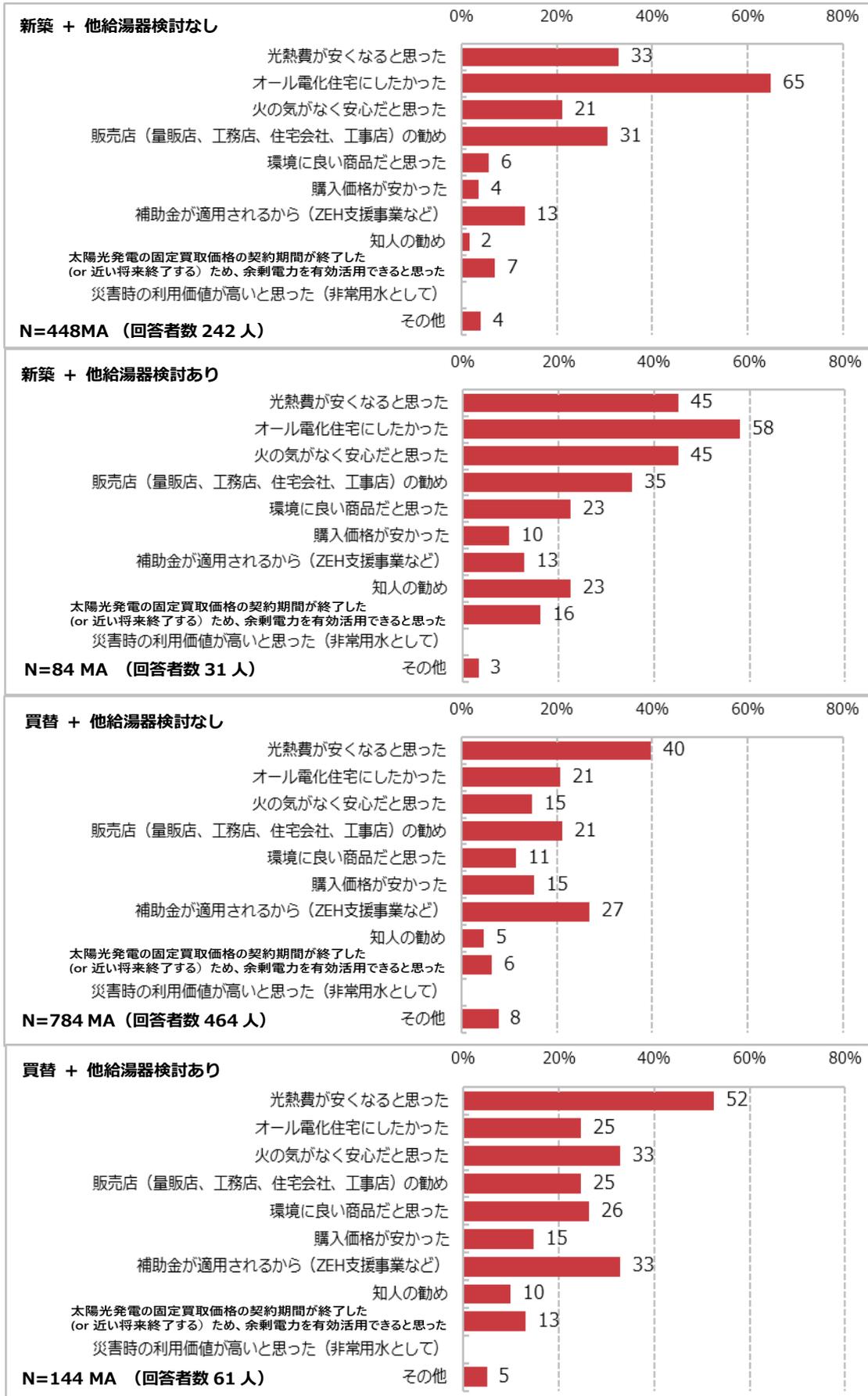


・購入決断のキッカケを購入背景(新築/買替)と購入時の他給湯器検討(あり/なし)で分けて比較すると、「新築」では他給湯器検討「あり」「なし」では、「あり」は購入時に消費者は様々な情報を収集していることが伺える。一方「なし」は「工務店、ハウスメーカーなどの勧め」が半数以上となっている。

・「買替」は他給湯器検討「なし」の場合の方が「補助金が適用されるから」の割合が増える傾向がある。「あり」の場合は、「給湯機メーカーのホームページ」や「SNS、動画配信サイトなどの情報」

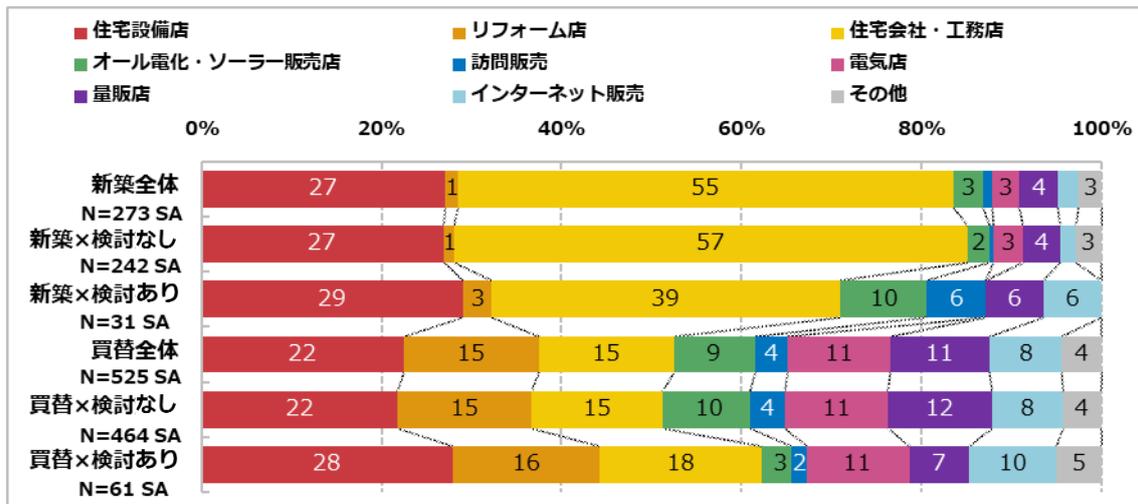
が増える傾向にあり、こちらも購入者が様々な情報を取得しようとしていることが伺える。
 ・「購入時に他給湯機を検討した」購入者は様々な情報を様々な手段で取得した結果、比較してもエコキュートを選んで頂いていることがわかった。

C) "①購入背景"と③購入時に検討した他給湯器"と"⑦購入の決め手"の関連



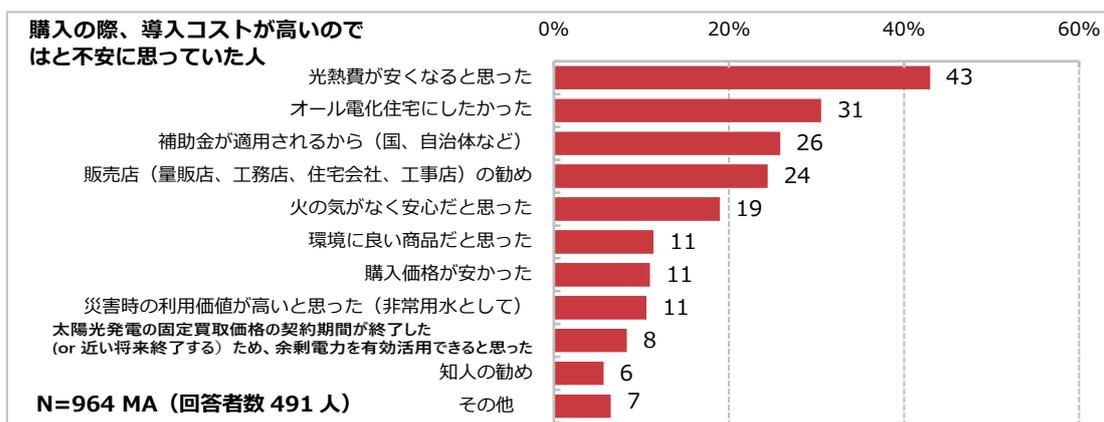
- ・購入の決め手を購入背景(新築/買替)と購入時の他給湯器検討(あり/なし)で分けて比較すると、他給湯器検討の「あり」「なし」に関わらず、「新築」では、「オール電化住宅にしたかった」を購入の決め手にした割合が60%前後と、根強い人気を読み取れる。
- ・「買替」に限定すると、他給湯器検討「あり」の場合が「なし」の場合より、ランニングコスト以外にも「火の気がなく安心だと思った」「環境に良い商品だと思った」を購入の決め手にした割合が10ポイントほど大きくなっている。この2つの訴求を更に強化する事が、他給湯器からの買替促進に繋がるのではと推測できる。
- ・他給湯器検討「あり」と「なし」で比較すると、「新築」「買替」どちらにおいても、他給湯器検討「あり」の場合が「なし」の場合より「光熱費が安くなると思った」の割合が10%以上大きくなっており、購入の決め手としてランニングコストが重要視されていると推測される。

d) ”①購入背景”と“③購入時に検討した他給湯器”と“⑧購入先”の関連



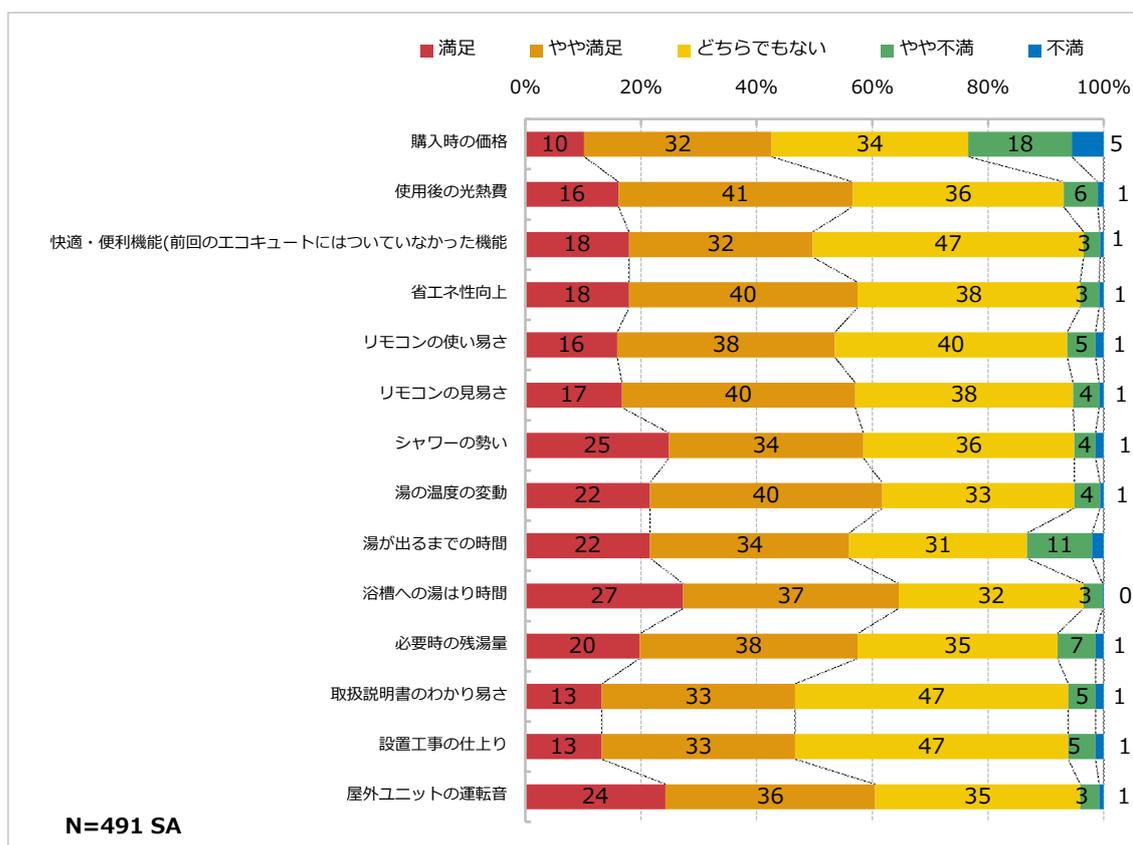
- ・購入先を購入背景(新築/買替)と購入時の他給湯器検討(あり/なし)で分けて比較すると、「新築」では「住宅会社・工務店」が過半数を占め、次いで割合の多い「住宅設備店」と合わせると80%を超えている。一方「買替」の購入先は多様だが、ここでも「住宅設備店」の割合が多い。
- ・「新築」「買替」ともに検討「なし」が圧倒的に多いが、他給湯器の検討「あり」ではいずれも「住宅設備店」の比率がアップしており、また「買替」に限定すれば「オール電化・ソーラー販売店」と「量販店」は検討「あり」で比率を落としていることから、様々な給湯器の取り扱いがある所での購入相談になる傾向が多いのではないかとと思われる。

e) ”⑥購入時の不安有無”と”⑦購入の決め手”の関連



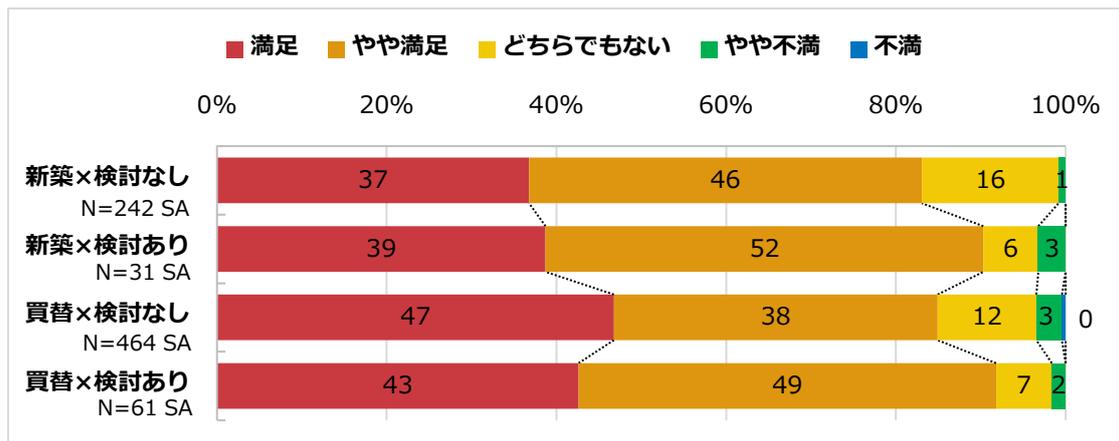
・購入時に「導入コストが高いのではないか」の質問に対して、とてもそう思う、そう思うと回答した人に限定した購入の決め手は、限定なしの場合 (P6・⑦) と比較して、「光熱費が安くなると思った」が 4 ポイントほど大きくなっている。導入コストに不安を覚えながらも、光熱費の節約を意識して購入に至ったと推測できる。

f) ”⑥購入時の不安有無”と”⑫購入後の各項目に対する満足度”の関連



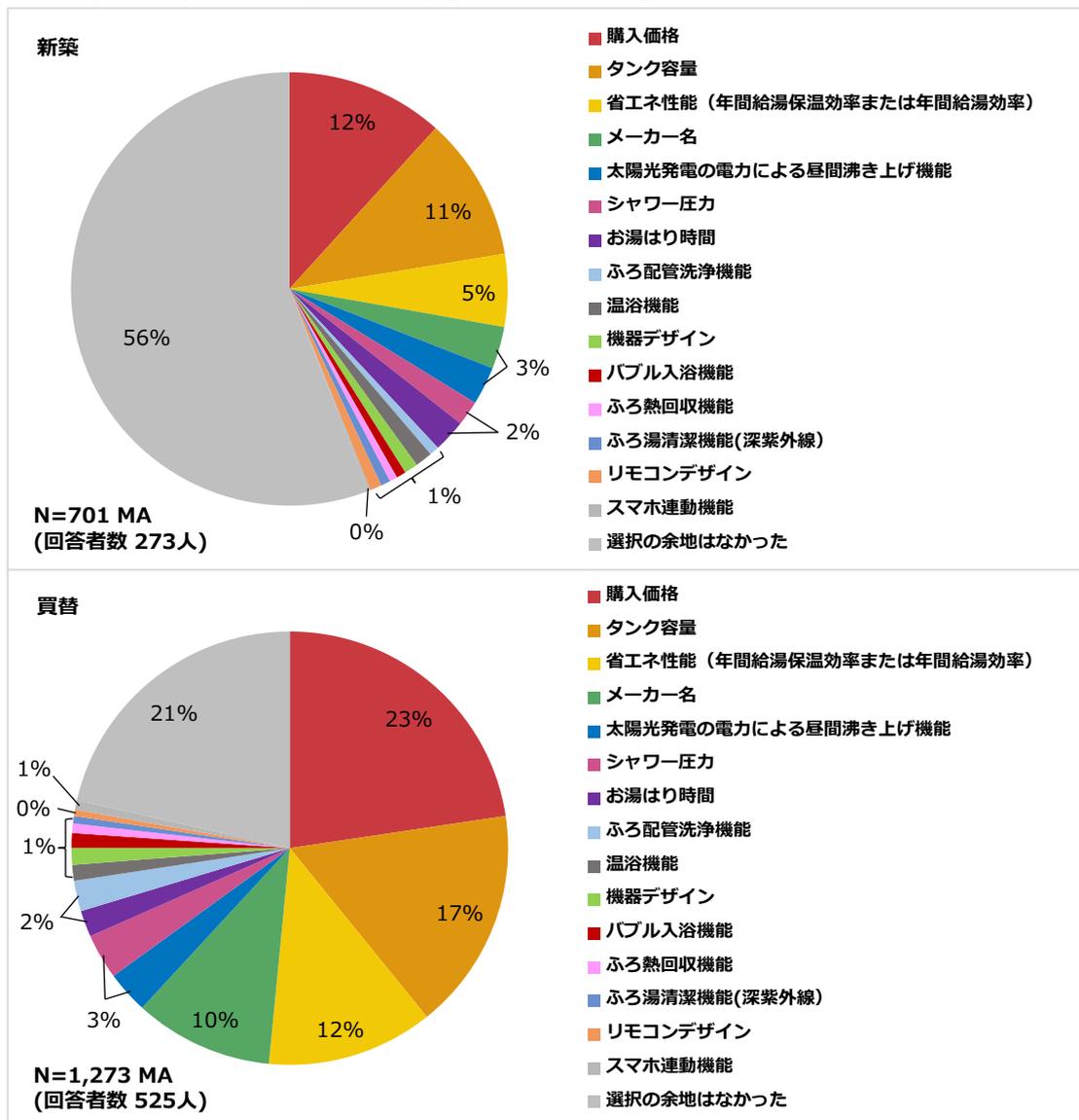
・購入時に「導入コストが高いのではないか」の質問に対して、とてもそう思う、そう思うと回答した人に限定した購入後の各項目に対する満足度は、限定なしの場合 (P8・⑫) と比較して、購入時の価格に対する不満の割合が 7 ポイント大きくなっている。

g) ”①購入背景”と“⑥購入時に検討した他給湯器”と“⑪エコキュート購入満足度”の
 関連



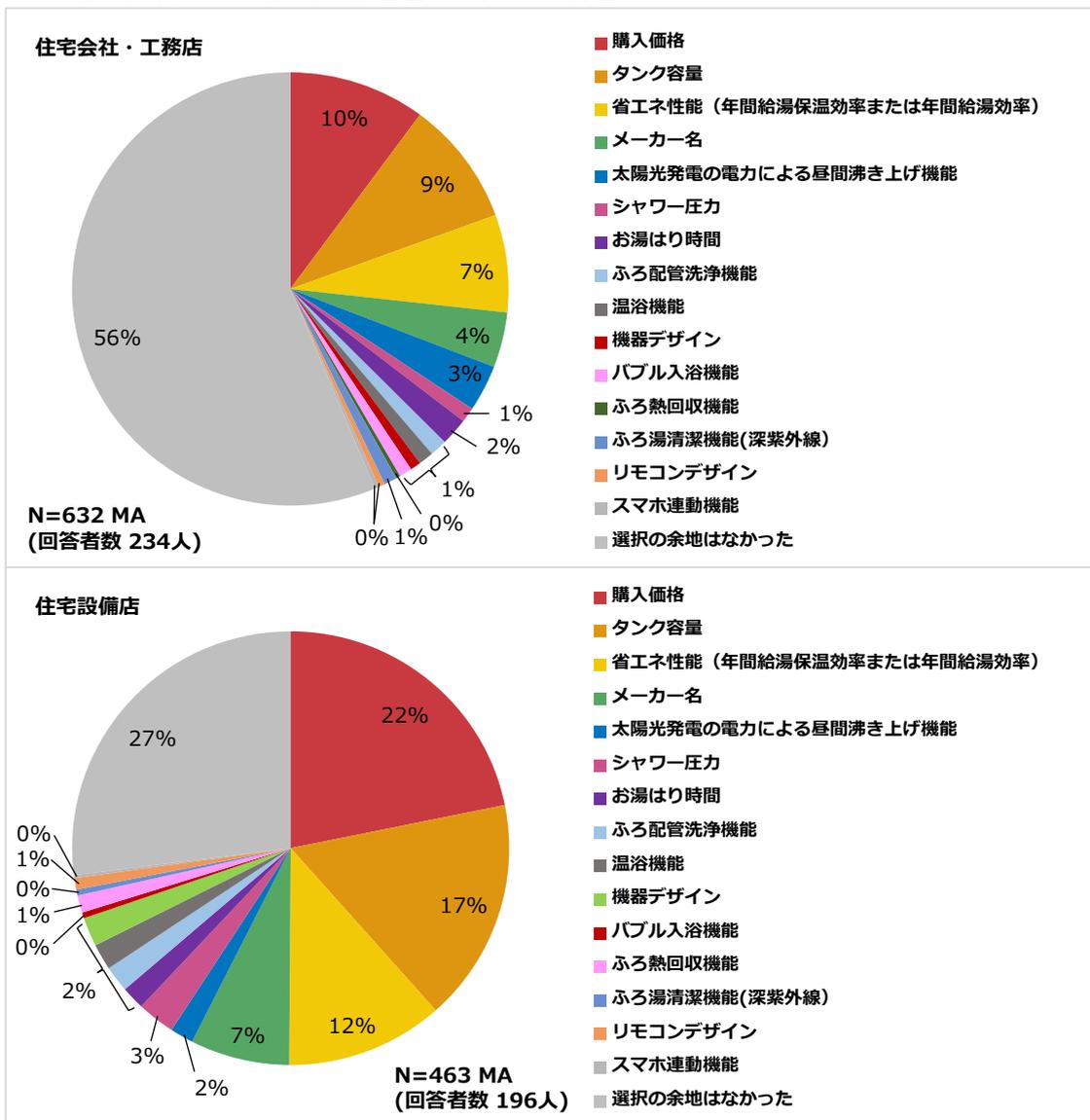
・エコキュート購入満足度を購入背景(新築/買替)と購入時の他給湯器検討(あり/なし)で分けて比較すると、「新築」「買替」に関わらず、購入時の他給湯器を検討「あり」の場合は「なし」の場合と比較して、「満足」「やや満足」の割合が 7~8 ポイントほど高い。「やや不満」「不満」の割合に大きな差はなく、前回調査と比較すると検討あり/なしの満足度は逆転していることがわかった。

h) ”①購入背景”と“⑫購入機種選択理由”の関連



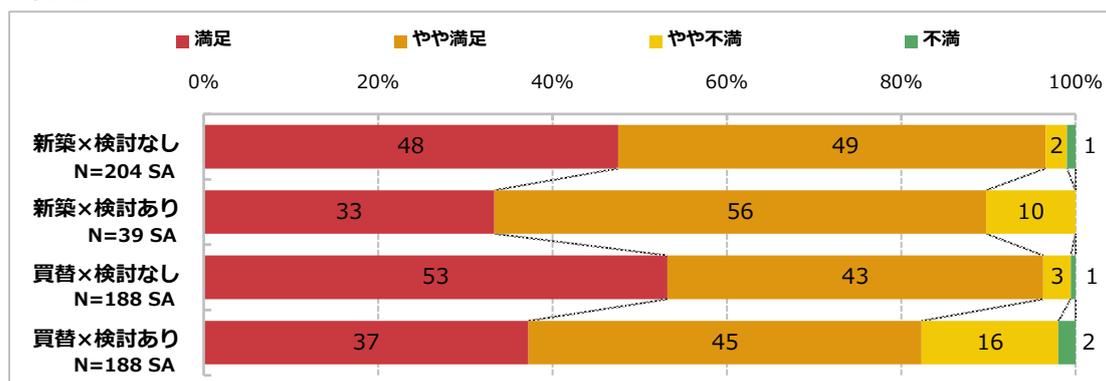
・購入機種選択理由を購入背景(新築/買替)で分けて比較すると、「新築」では、「選択の余地はなかった」が56%と半数以上になっており、受動的な機種選択になっている一方で、「買替」では、「選択の余地はなかった」が21%と大幅に低下し、「購入価格」23%、「タンク容量」17%、「省エネ性能」12%、「メーカー名」10%の順となっており、能動的な機種選択傾向にあった。

i) "⑩購入先"と"⑫購入機種選択理由"の関連



・購入機種選択理由を購入先(住宅会社・工務店/住宅設備店)で分けて比較すると、「住宅会社・工務店」の場合は、限定なしの結果(P7⑩)と比較して、「購入価格」の割合が 8 ポイント小さく、「選択の余地なし」が 21 ポイント大きくなっているのに対し、「住宅設備」の場合は、「購入価格」の割合が 4%大きく「選択の余地なし」が 8 ポイント小さくなっている。

j) ”①購入背景”と“④購入時に検討した他給湯器”と“⑩エコキュート購入満足度”の
関連



・エコキュート購入満足度を購入背景(新築/買替)と購入時の他給湯器検討(あり/なし)で分けて比較すると、「新築」「買替」に関わらず、購入時の他給湯器を検討「あり」の場合は「なし」の場合と比較して、「満足」が 15 ポイントほど小さく、「やや不満」が 8 ポイント以上大きくなっており、満足度の違いがあることがわかった。

6.まとめ

今回の調査で、エコキュート購入背景として「買替」が「新築時の購入」を上回ったことが確認できた。また「買替」の場合、光熱費の安さや補助金事業を決め手にしている点、購入先が多様になっている点など新築時の購入と異なる傾向も確認でき、今後も、カタログ、ホームページなどによる「買替」ニーズに対応した情報提供が必要と考えられる。

一方で、家庭のエネルギー使用の約 3 割を占める給湯分野において、カーボンニュートラル達成に向けて、今後エコキュートに求められる役割も増していくことが想定されることから、「新築時の購入」割合を高めていくべく、エコキュート導入のメリットについて更なる周知活動が必要と考えられる。

太陽光発電の余剰電力の活用への注目が高まっており、昼間への沸き上げ時間帯のシフトが可能な点やデマンド・レスポンスに対応した運転ができる点など、エコキュートのストロングポイントについて、業界一体となって周知活動を行うことが、更なるエコキュートの普及に繋がると考える。