

# 家庭用ヒートポンプ給湯機購入動機・使用満足度調査【2020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

2020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2020年1月に実施した調査と比較し、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

2020年1月～2021年12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518人にインターネット調査を実施した。

### 3. 実施時期

2022年1月(調査会社:株式会社マクロミル)

### 4. 回答者属性

地域:東北 62人 12.0%、関東 124人 23.9%、中部 125人 24.1%、近畿 124人 23.9%、九州 83人 16.0%

性別:男性 269人 51.9%、女性 249人 48.1%

年代:20歳代 8.7%、30歳代 21.6%、40歳代 21.8%、50歳代 21.6%、60歳代～26.3%

### 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・老朽化による買い替え」が約36%とトップ。前回調査時との変化点は、「新築」47%(▼7ポイント)、「買替」46%(△6ポイント)とほぼ同じ割合になった事である。
- (2) 購入時の決断動機は、「エコキュートのランニングコストが安い」22%、「販売店の勧め」19%、「エコキュートの導入費用が安い」17%がトップ3であり、その割合含め前回調査時と同じ。自発的購入であればランニングおよび導入費用重視、そうでなければ販売店の勧めに従っている傾向にあった。  
購入背景との関係を調査したところ、「買替」の場合、「新築」と比較して、「販売店の勧め」の割合が小さく、「製品ホームページ」「カタログ」の割合が大きいなど、購入に対し自発的な動きの傾向にあった。
- (3) 購入時の不安点は、「導入費用が高いのでは」「停電時使用できないのでは」「ランニングコストが下がらないのでは」「故障時の対応は大丈夫か」が40%以上であった。前回調査時との変化点は、「停電時使用できないのでは」46%(△8ポイント)、「故障時の対応は大丈夫か」42%(△6ポイント)といった、緊急時の懸念項目を不安視する割合が増加した事である。
- (4) 購入の決め手は「ランニングコスト低」「オール電化住宅にしたい」がトップ2。  
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い」が60%オーバーと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、「ランニングコスト低」を決め手にしている割合が10%近く高くなっていた。
- (5) 購入者の約40%が「住宅会社・工務店」、約20%が「住宅設備店」からの購入。前回調査時との変化点は、「ネット購入」の割合が6%と3ポイントアップしている事である。

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、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85%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にあった。

- (6) 購入満足度は「満足」「やや満足」合計で94%であり、前回調査時とほぼ同じ割合であった。
- (7) 購入機種を選択理由は、「選択の余地はなかった」29%がトップ。「選択の余地はなかった」を除くと、「購入価格」23%、「タンク容量」21%、「省エネ性能」17%がTOP3であり、基本的な点を重視した選択傾向にあった。

購入背景との関係を調査したところ、「選択の余地はなかった」の割合が「新築」で46%と受動的になっている一方で、「買替」は14%と能動的な機種選択になる傾向にあった。

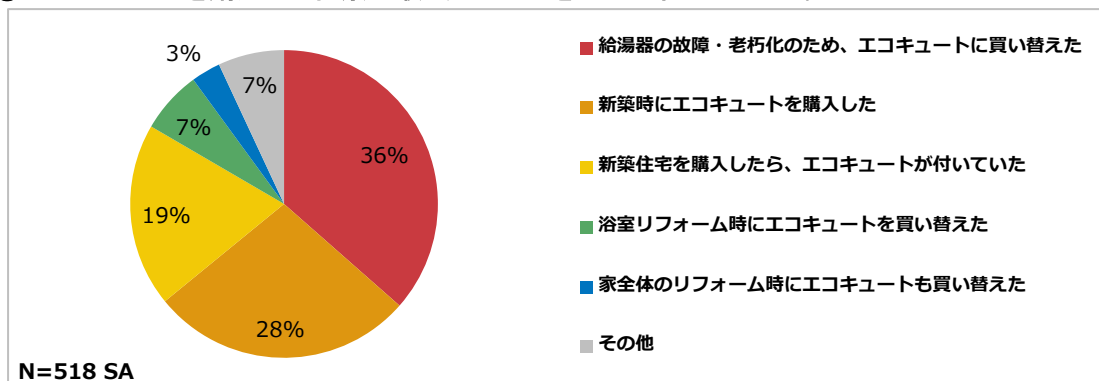
- (8) 災害時における「停電時のお湯使用」「断水時の生活用水使用」を考慮して購入した割合は、ともに50%前後と前回調査時から減少している。緊急時の懸念項目が購入時の不安として増加している事もあり、更なる訴求が必要と思われる。
- (9) 太陽光発電固定価格買取期間満了(卒FIT)に伴う、太陽光発電の余剰電力活用方法は、半数程度が「今まで契約していた電力会社での買取」を考えている。また太陽光発電の余剰電力を「エコキュートのわき上げに使用する」の割合が6%と前回調査時より5ポイントアップしており、余剰電力活用可能な機種設定およびその訴求の効果が出てきていると思われる。
- (10) 太陽光発電の余剰電力をエコキュートのわき上げに活用できると認知している割合は48%と前回調査時から増加が見られない。
- (11) 使用しているタンク容量は、「370Lクラス」43%、「460Lクラス」42%と前回調査時とほぼ同じ割合。想定人数は、「370Lクラス」4人、「460Lクラス」5人が90%近く。  
購入背景との関係を調査したところ、「新築」と比較して「買替」は370Lの割合が大きく、550Lの割合が小さくなる傾向にあった。
- (12) 購入時に省エネ性能を意識して購入したのは48%と前回調査時より25ポイントアップ。一方で「年間給湯(保温)効率」が高いほど、光熱費低下に繋がる事を知っているのは36%とまだ低い割合であった。
- (13) ユーザーが考えるエコキュートの更なる普及に必要な項目は、「ランニングコスト低減」が65%、「機器導入費用低減」が52%。継続的な機器の性能向上、コストダウンおよび補助金導入などが必要になると思われる。

## 5-2 集計結果

以下にアンケート調査結果を報告する。

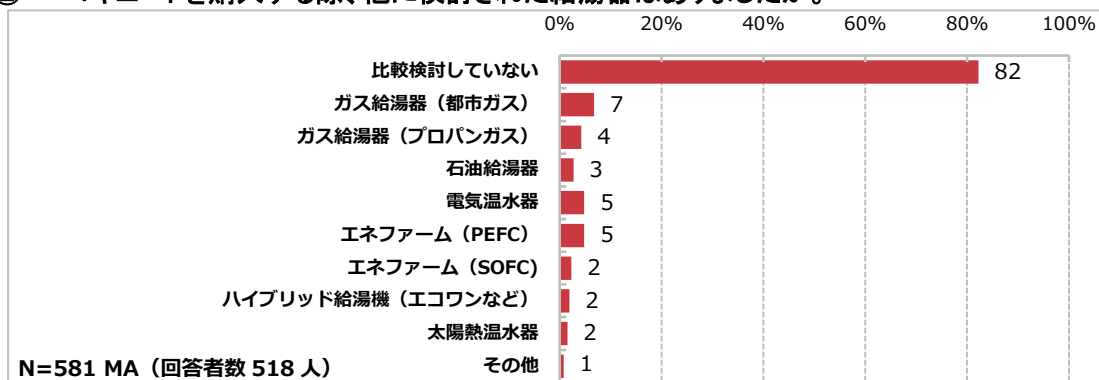
※数字は小数点以下第1位を四捨五入しているため合計があわない場合があります。  
SA は単一回答を、MA は複数回答を表します。

### 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。



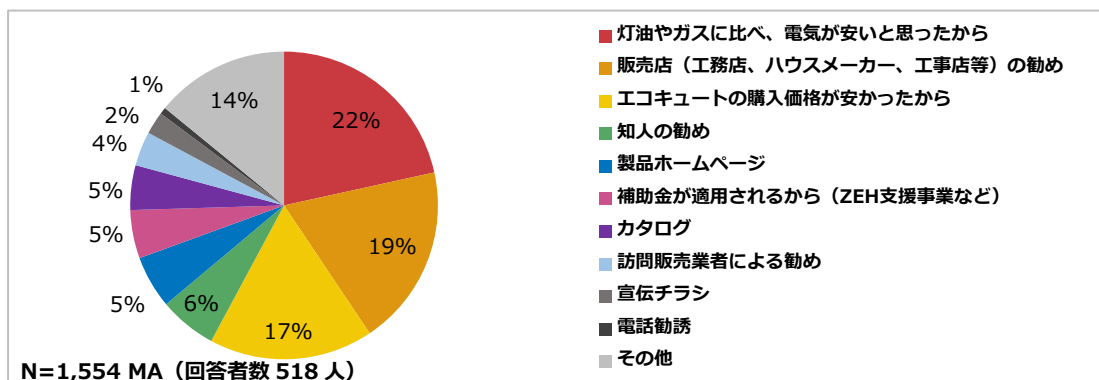
- ・「故障・老朽化による買い替え」36%、「新築時に購入」28%、「新築住宅に付いていた」19%の順に多かった。
- ・前回調査時との変化点は、「新築」が47% (▼7ポイント)、「買替」が46% (△6ポイント) とほぼ同じ割合になった事である。

### ② 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。



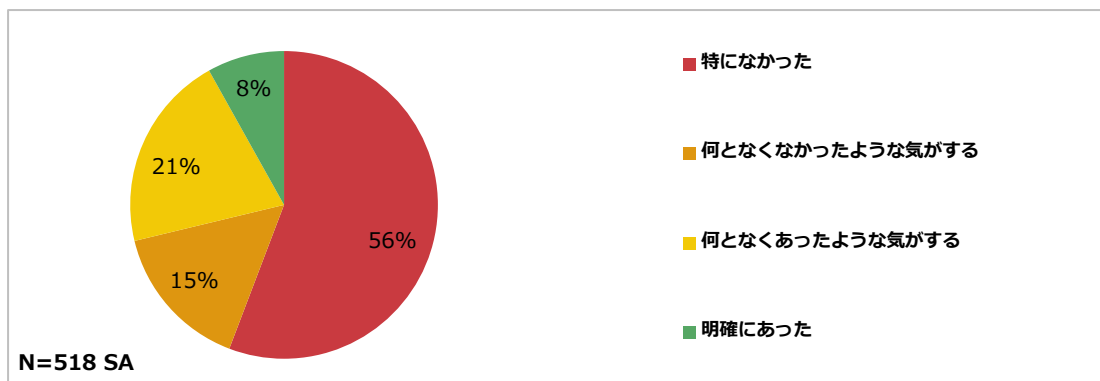
- ・「比較検討していない」82%、「ガス給湯器」11%、「エネファーム」7%、「電気温水器」5%の順に多かった。
- ・前回調査時同様に「比較検討していない」が80%を超えており、決め打ち傾向は変わらない。

### ③ エコキュート購入決断のキッカケは何ですか。



- ・「灯油やガスに比べ、電気が安いと思った」22%、「販売店の勧め」19%、「エコキュートの購入価格が安かった」17%の順に多かった。
- ・前回調査時とトップ3の項目および割合はほぼ同じであり、自発的購入であればランニングコストおよび機器導入費用重視、そうでなければ販売店の勧めに従っている傾向にあった。

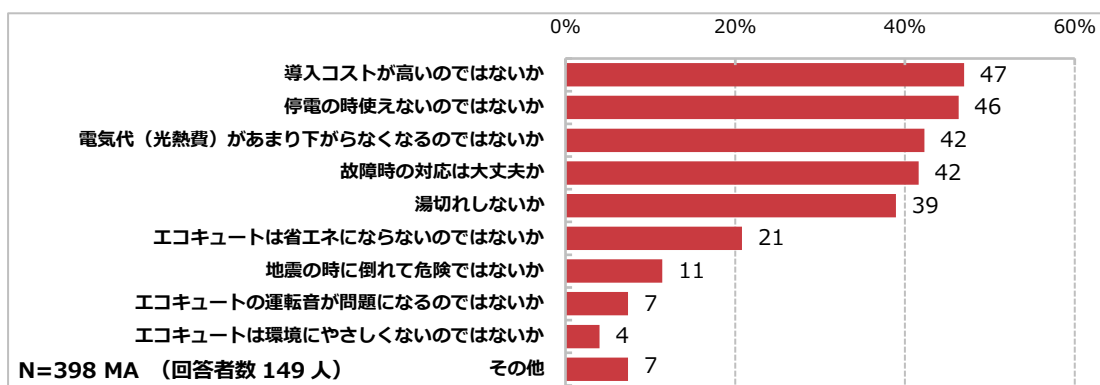
④ エコキュート購入の際、あなたが何か不安に思ったことはありますか。



- ・「特になかった」56%、「何となくあった」21%、「何となくなかった」15%の順であった。
- ・不安が無かったのは71%、不安があったのは29%と前回調査時とほぼ同じ割合であった。

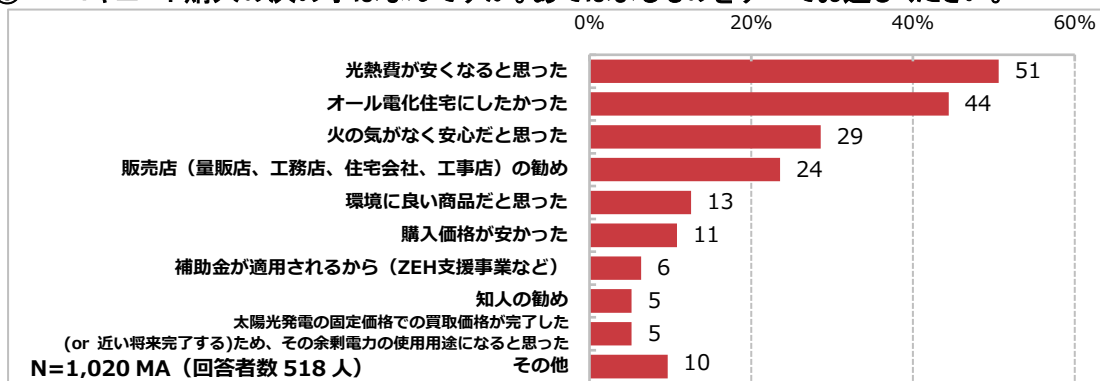
⑤ 不安があった人のうち、あなたが具体的に不安に思ったことはなんですか。

あてはまるものをすべてお選びください。



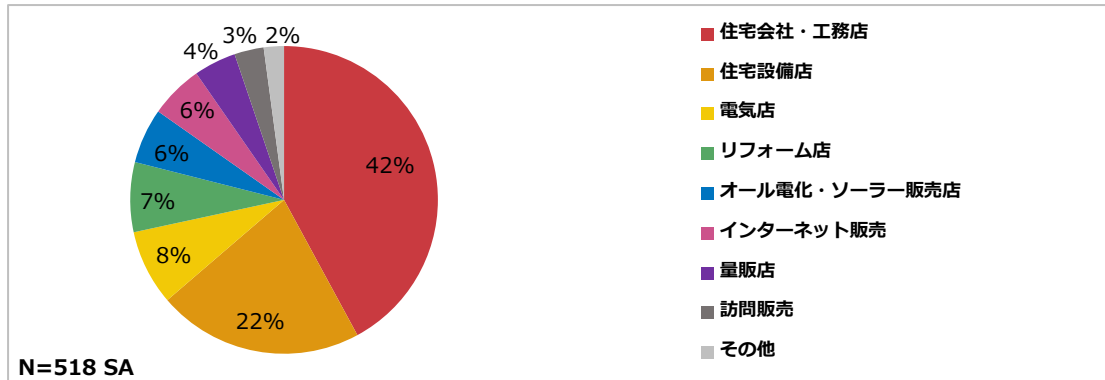
- ・「導入コストが高いのではないかと」47%、「停電の時使えないのではないかと」46%、「電気代があまり下がらなくなるのではないかと」「故障時の対応は大丈夫かと」42%の順に多かった。
- ・前回調査時との変化点は、「停電の時使えないのではないかと」が46%( $\Delta 8$ ポイント)、「故障時の対応は大丈夫かと」が42%( $\Delta 6$ ポイント)と緊急時の懸念項目を不安視する割合が増加した事である。

⑥ 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」51%、「オール電化住宅にしたかった」44%、「火の気がなく安心だと思った」29%、「販売店の勧め」24%の順に多かった。
- ・購入の決め手とした各項目の割合は、前回調査時とほぼ同じであった。

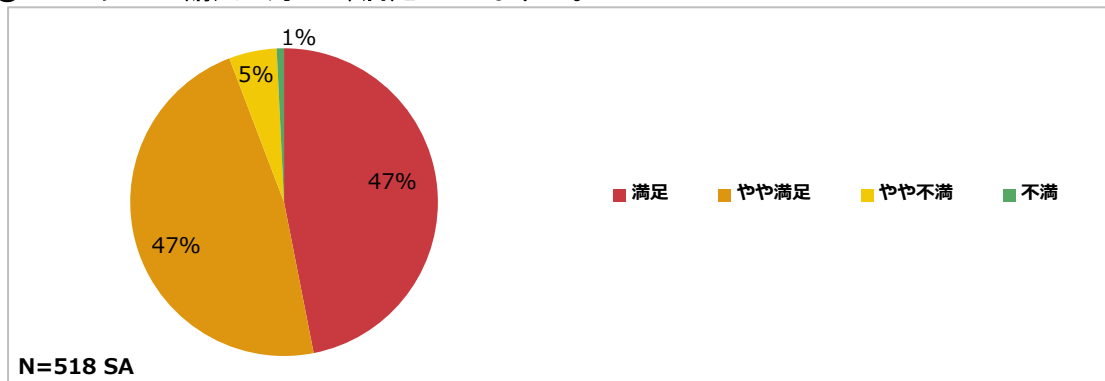
⑦ エコキュートをどこで購入しましたか。



・「住宅会社・工務店」42%、「住宅設備工事店」22%、「電気店」8%、「リフォーム店」7%の順に多かった。

・前回調査時との変化点は、ネット購入による割合が 6%と 3 ポイントアップしている事である。

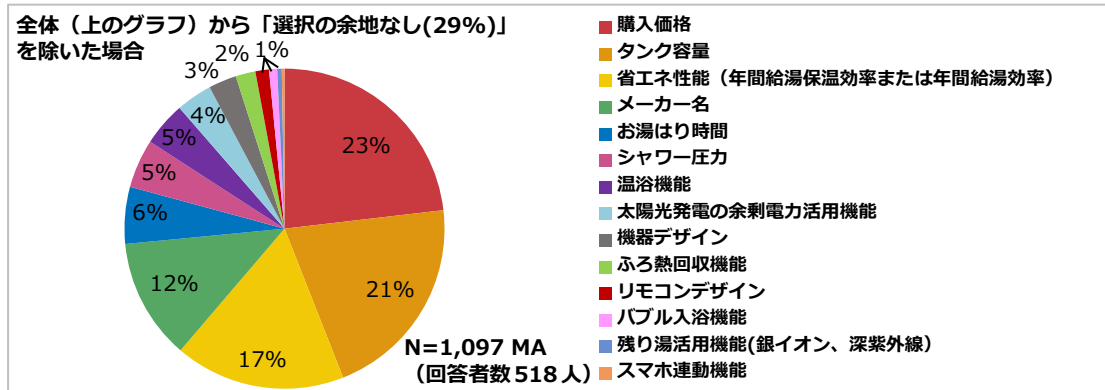
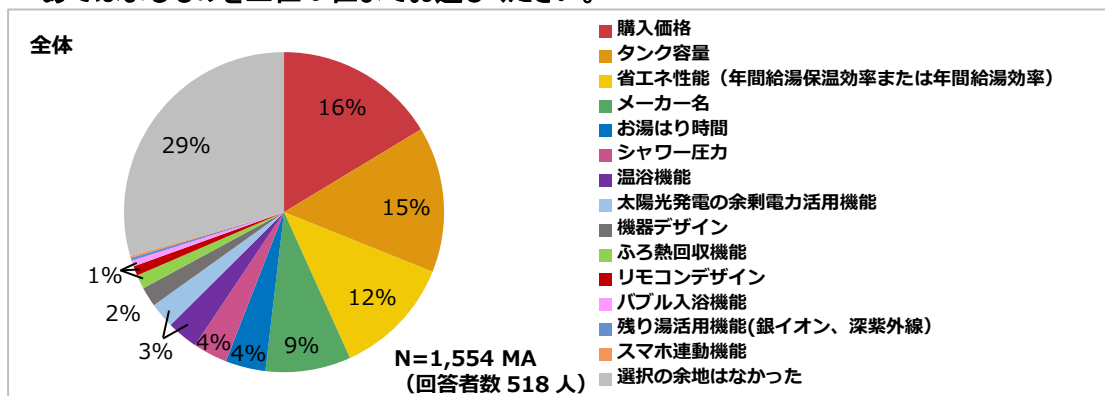
⑧ エコキュート購入に対して、満足していますか。



・「満足」「やや満足」を合わせると、94%が満足しており、前回調査時とほぼ同じ割合であった。

⑨ 購入された機種を選択した理由は何ですか。

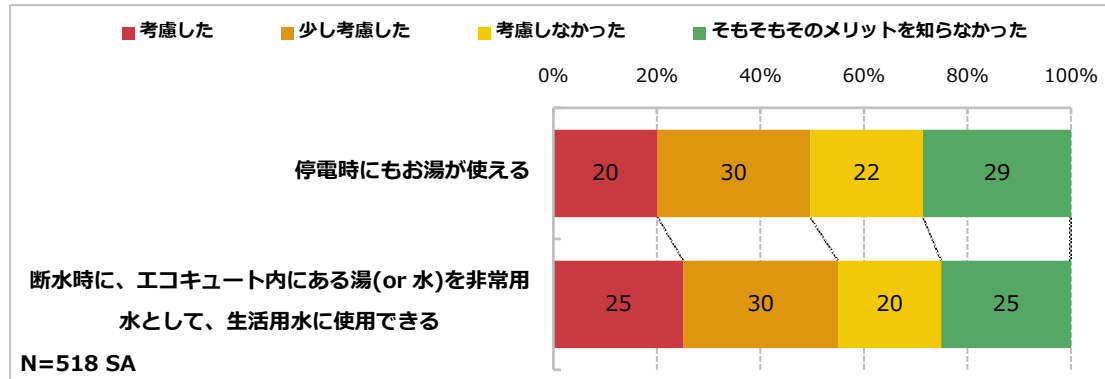
あてはまるものを上位 3 位までお選びください。



- ・「選択の余地はなかった」29%、「購入価格」16%、「タンク容量」15%、「省エネ性能」12%、「メーカー名」9%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」23%、「タンク容量」21%、「省エネ性能」17%と基本的な点を重視した選択傾向にあった。

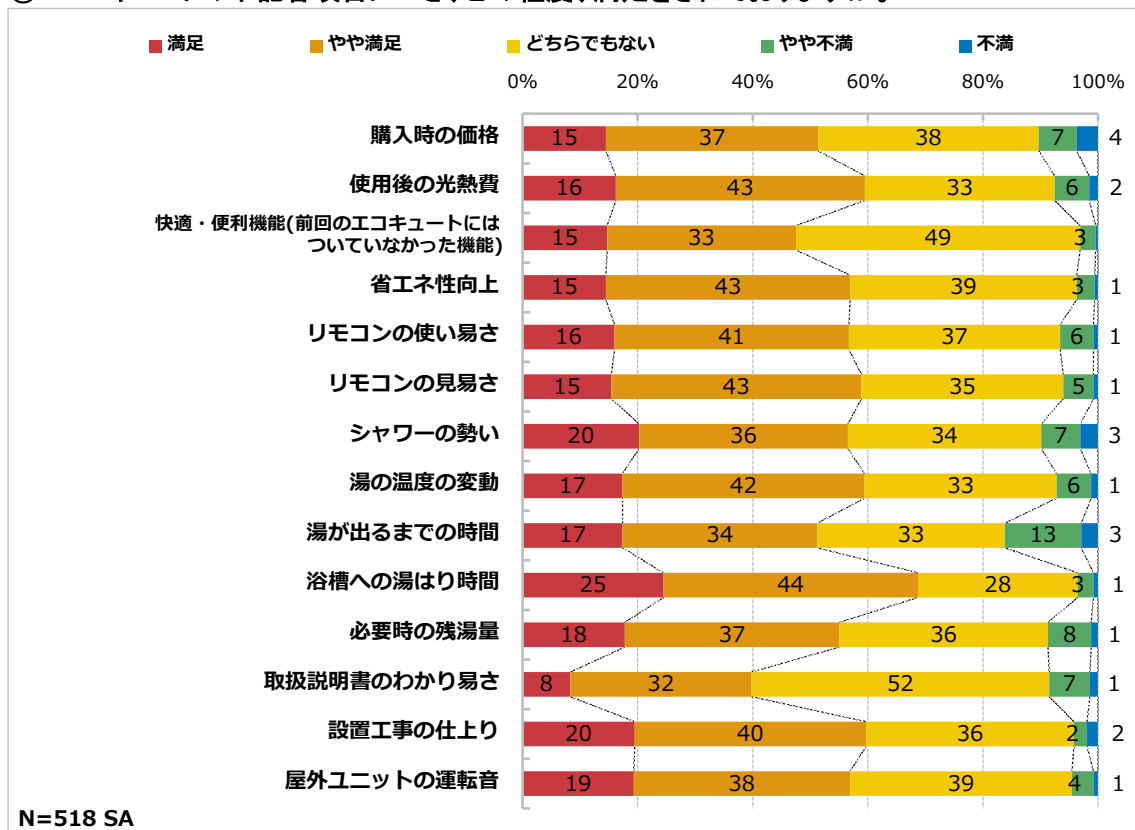
⑩ エコキュートは、災害時に利用価値が高いこともメリットとしております。

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50%、「断水時に非常用水として使用できる事」を考慮したのは55%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9ポイント、「断水時に非常用水として使用できる事」が4ポイントそれぞれ減少している。緊急時の懸念項目が購入時の不安として増加している事も踏まえ、更なる訴求が必要と思われる。

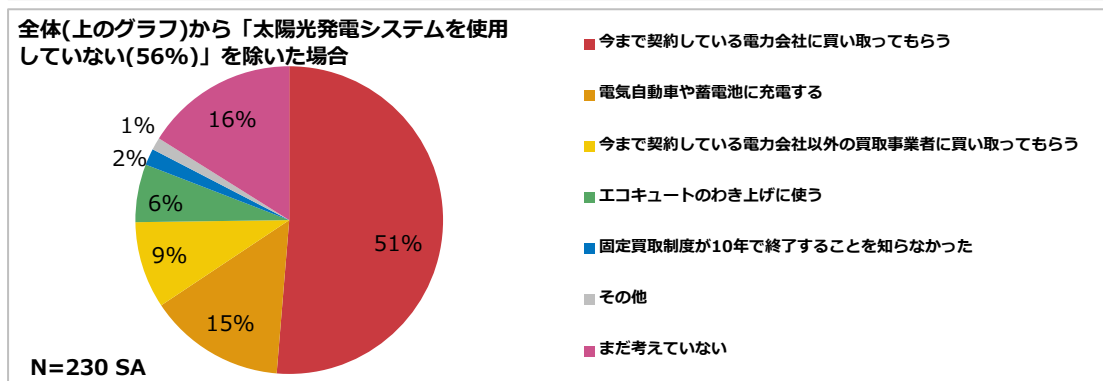
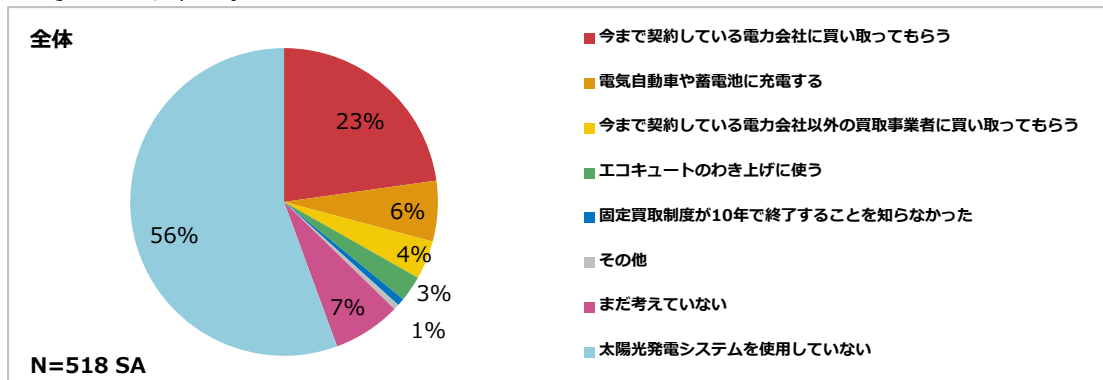
⑪ エコキュートの下記各項目につき、どの程度、満足をされておりますか。



- ・満足している項目は、「浴槽への湯はり時間」69%、「設置工事の仕上がり」60%、「使用後の光熱費」「湯の温度の変動」59%の順に多かった。
- ・不満を感じている項目は、「湯が出るまでの時間」16%、「購入時の価格」11%、「シャワーの勢い」10%、「必要時の残湯量」9%の順に多かった。

・前回調査時から、満足および不満の割合が大きく変化した項目は無かった。

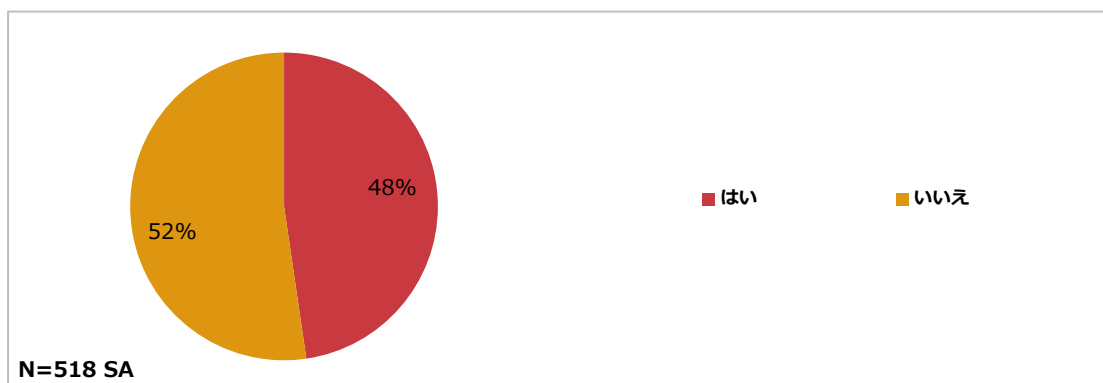
⑫ 太陽光固定買取制度(FIT)終了後は、太陽光で発電した電気を、どのように活用しようと主に考えていますか。



・「太陽光発電システムを使用していない」56%、「今まで契約している電力会社に買い取ってもらう」23%、「まだ考えていない」7%、「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」6%の順に多かった。

・「太陽光発電システムを使用していない」を除くと、「今まで契約している電力会社に買い取ってもらう」51%は、前回調査時とほぼ同じ割合であった。前回調査時からの変化点としては「エコキュートのわき上げに使う」が6%と5ポイントアップしており、余剰電力活用可能な機種設定およびその訴求の効果がでてきていると推測される。

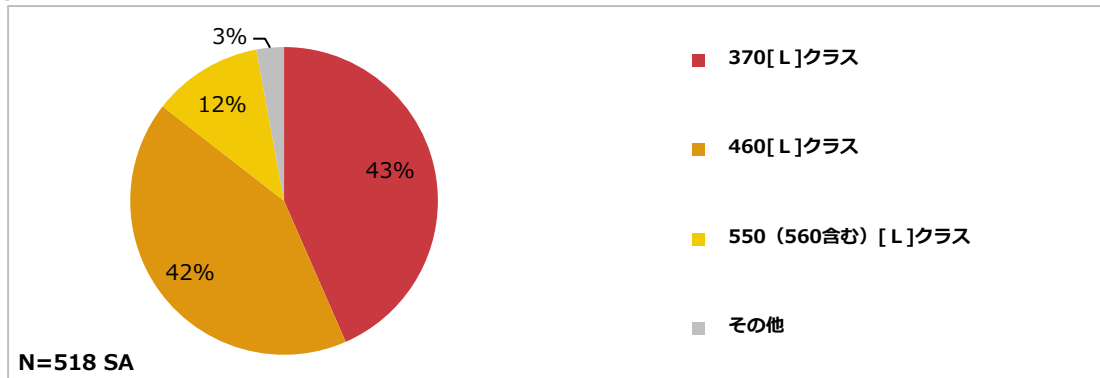
⑬ 太陽光発電システムとエコキュートの機器連携により、太陽光発電システムで発電した自然エネルギー(電気)を、エコキュートのわき上げに有効活用出来ることをご存知ですか。



・「活用できる事を知っている」48%、「活用できることを知らない」52%であった。

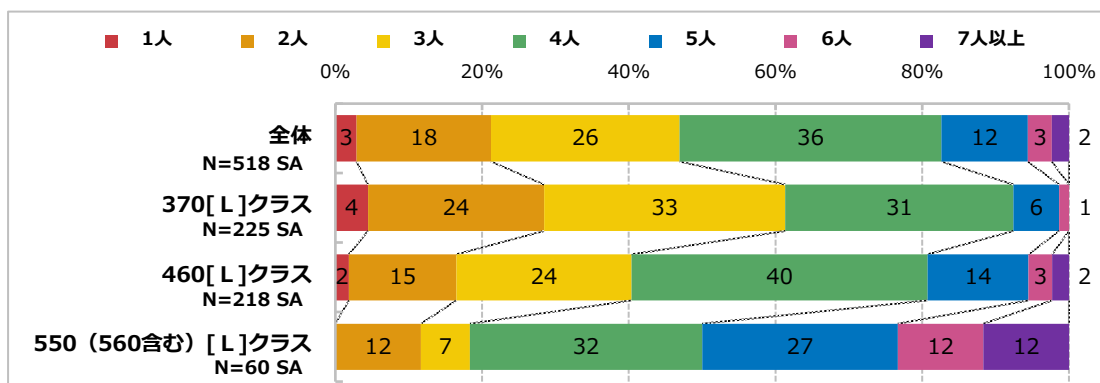
・前回調査時から余剰電力活用を認知している割合が増加していない。この割合を上げ、そのメリットを認知してもらう事がエコキュートの普及促進に繋がると思われるため、更なる訴求を行う事が重要になると考えられる。

⑭ ご家庭でお使いのエコキュートのタンク容量はどのクラスですか。



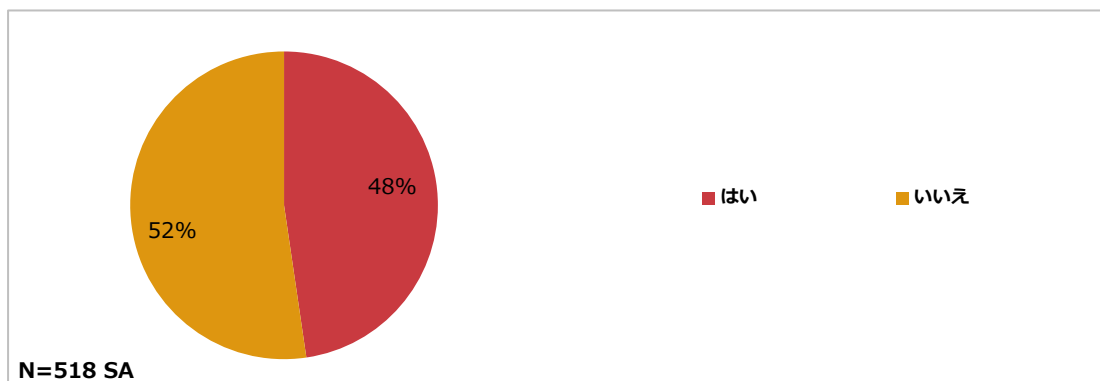
・「370L」43%、「460L」42%、「550L」12%の順に多く、前回調査時とほぼ同じ割合であった。

⑮ エコキュートのタンク容量は最大何名でのご使用を想定し決定されましたか。



・370L は 4 人以下、460L は 5 人以下を想定している割合が 90%近くになっている。

⑯ エコキュートを購入される際、省エネ性能(「年間給湯保温効率」、又は「年間給湯効率」)を意識されましたか。

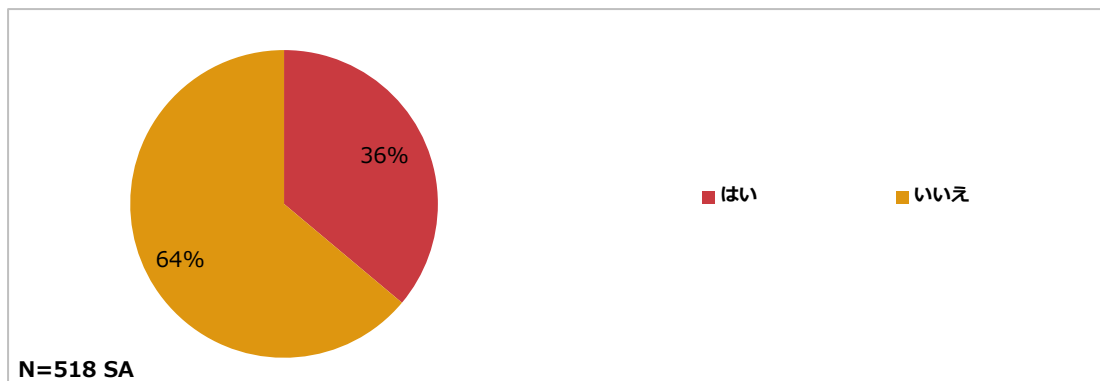


・「意識していない」が 52%、「意識した」が 48%とほぼ半々であった。

・前回調査時から「意識した」が 25 ポイントアップしている。

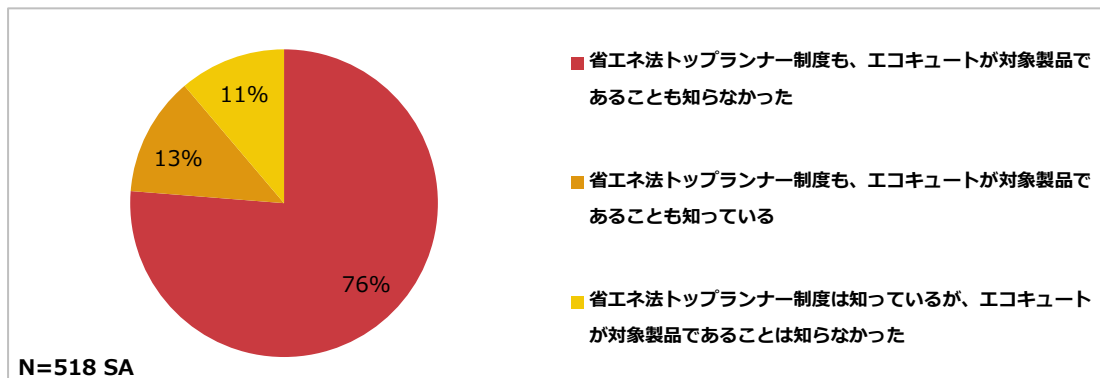


- ⑰ 「年間給湯保温効率」、又は「年間給湯効率」が高い数値になると、光熱費低下につながることをご存知ですか。



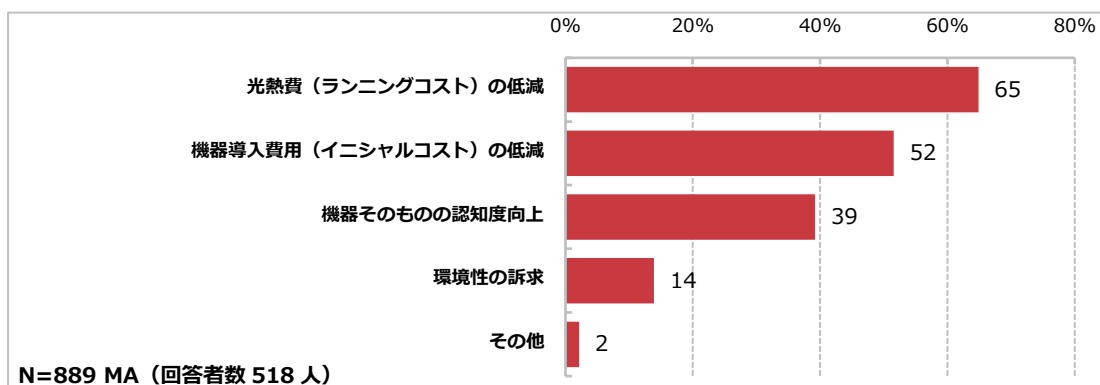
- ・「年間給湯保温効率、又は年間給湯効率が高い数値になると、光熱費低下につながることを認識している」割合は36%であった。
- ・認識している割合は、前回調査時から9ポイントアップしているものの、まだ低い結果となっている。今後2025年トップランナー対応で年間給湯(保温)効率を上げた製品が市場投入されていくため、そのランニングコストメリットを更に訴求することが必要になると考えられる。

- ⑱ エコキュートは省エネ法トップランナー制度の対象製品であることをご存知ですか。



- ・「省エネトップランナー制度も、エコキュートが対象製品であることも知らなかった」が76%であった。
- ・前回調査時と比較して、各項目の割合はほぼ同じであり、認知度アップは実現していない。

- ⑲ カーボンニュートラル、脱炭素社会の実現に向けて、エコキュートの更なる普及促進をさせるためには、具体的にどういった手段が効果的だと思いますか。あてはまると思うものをすべてお選びください。

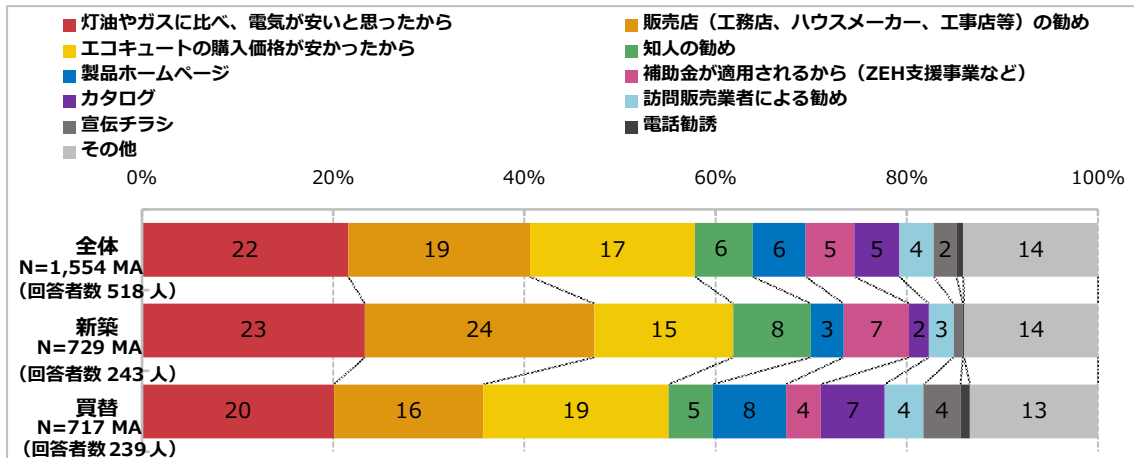


- ・「光熱費の低減」65%、「機器導入費用の低減」52%、「機器そのものの認知度向上」39%の順に多かった。
- ・エコキュートの更なる普及には、光熱費および機器導入費用それぞれの低減がユーザー視点か

ら求められている事がわかった。前者に関しては継続的な機器の性能向上、後者に関してはコストダウンおよび補助金導入などが必要になると考えられる。

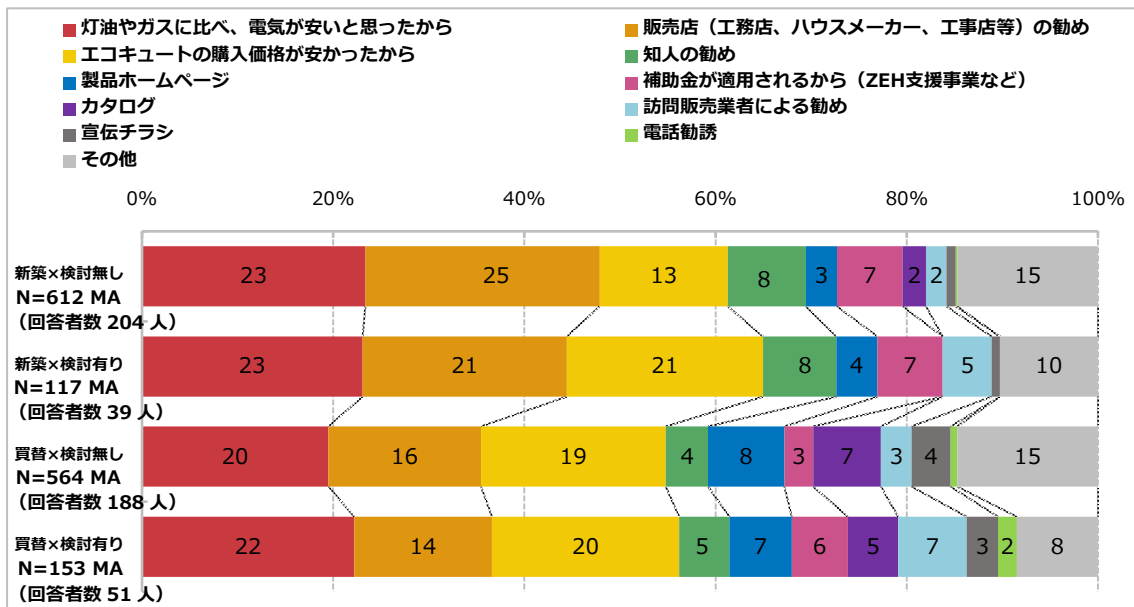
### [3] 関連集計結果(クロス集計結果)

#### a) “①購入背景”と”③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)で分けて比較すると、「買替」の場合、「新築」と比較して、「販売店の勧め」が8%小さく、「製品ホームページ」「カタログ」が5%大きくなっており、購入に対し自発的な動きの傾向にあった。

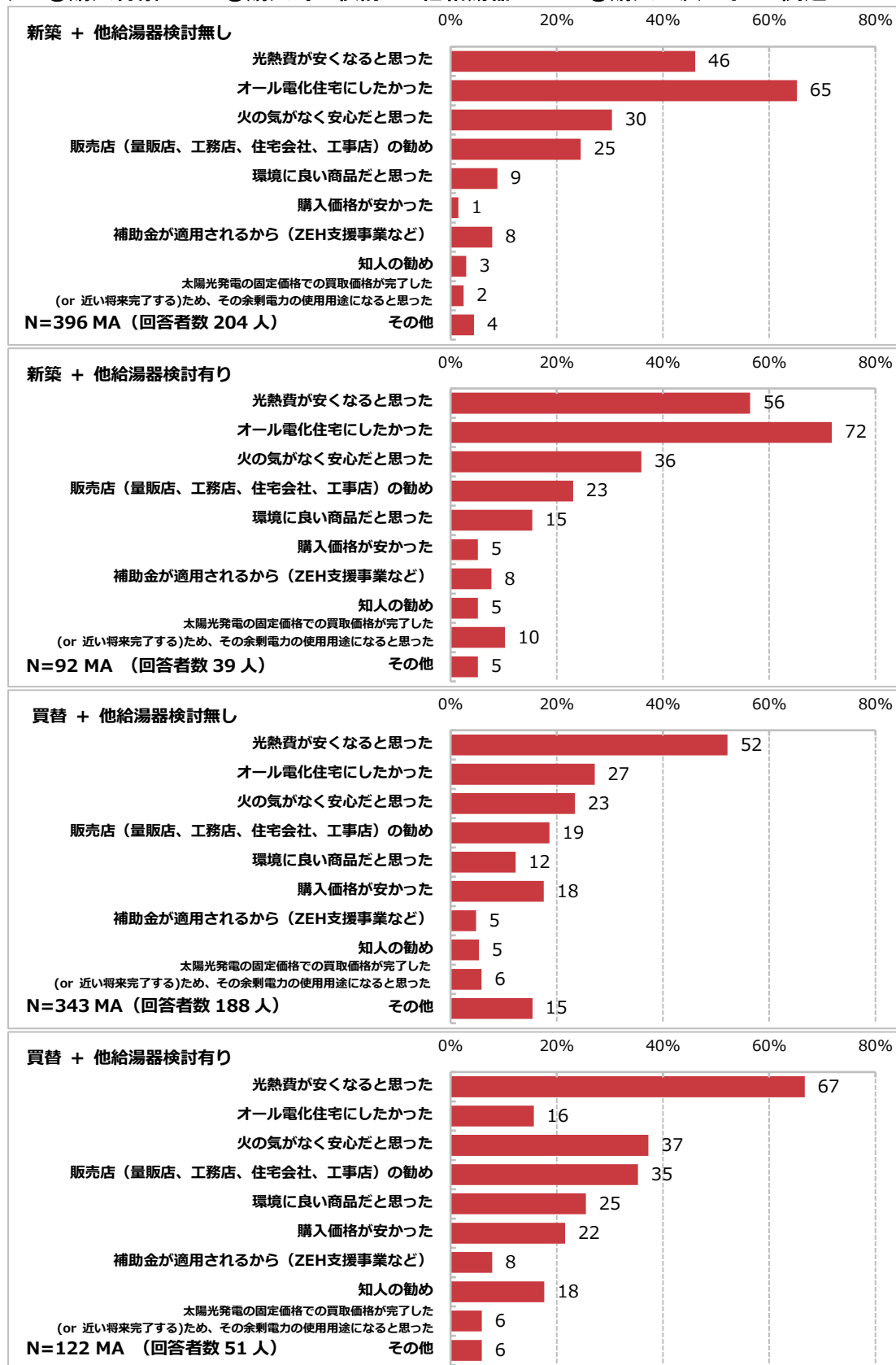
#### b) ”①購入背景”と“②購入時に検討した他給湯器”と“③購入決断のキッカケ”の関連



・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(有り/無し)で分けて比較すると、「新築」では他給湯器検討「有り」「無し」で「エコキュートの購入価格が安かった」の割合に8%の違いが見られる。これは「有り」の場合、他給湯器を検討する中で、単純な機器導入費用比較で安かったという事ではなく、エコキュートの実売価格が想定より安かった事で、その価格差であればエコキュートを購入したいという決断に至ったと推測される。

・「買替」では、他給湯器検討「有り」「無し」による大きな違いは見られなかった。

c) "①購入背景"と"②購入時に検討した他給湯器"と"⑥購入の決め手"の関連

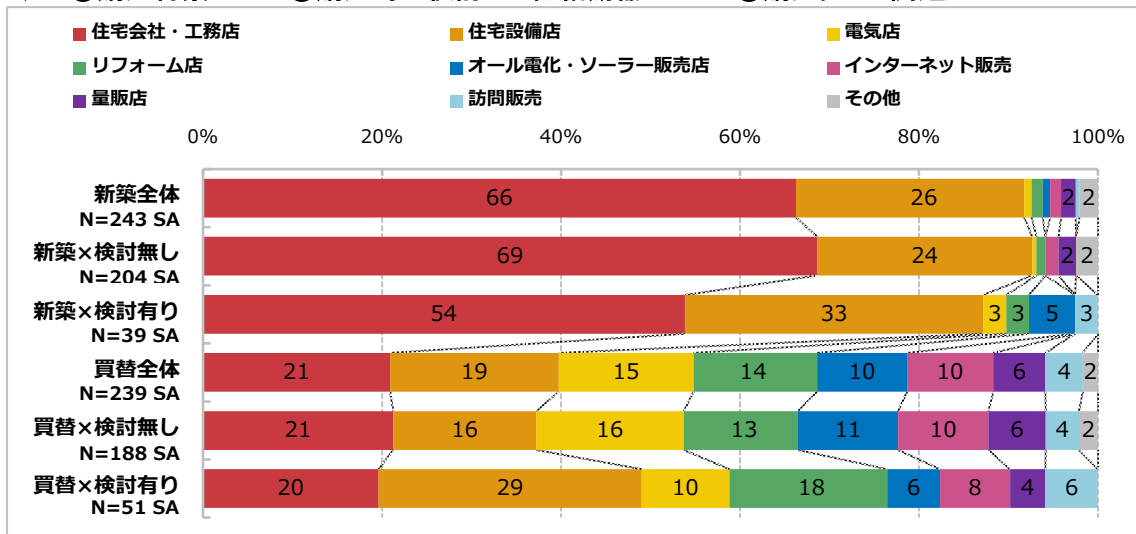


- ・購入の決め手を購入背景(新築/買替)と購入時の他給湯器検討(有り/無し)で分けて比較すると、他給湯器検討の「有り」「無し」に関わらず、「新築」では、「オール電化住宅にしたかった」を購入の決め手にした割合が60%オーバーと、根強い人気を読み取れる。
- ・「買替」に限定すると、他給湯器検討「有り」の場合が「無し」の場合より、ランニングコスト以外にも「火の気がなく安心だと思った」「環境に良い商品だと思った」「販売店の勧め」「知人の勧め」を購入の決め手にした割合が10%程大きくなっている。特に前者2つの訴求を更に強化する事

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。

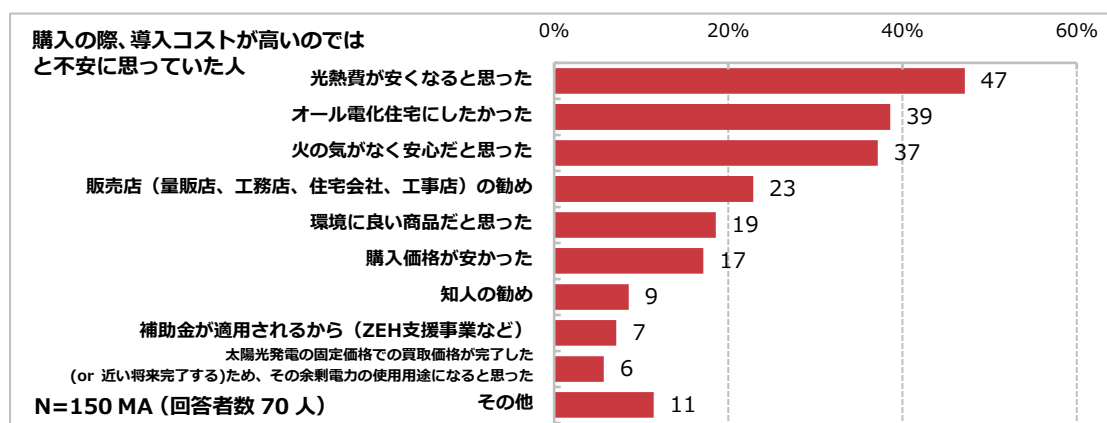
- ・他給湯器検討「有り」と「無し」で比較すると、「新築」「買替」どちらにおいても、他給湯器検討「有り」の場合が「無し」の場合より「光熱費が安くなると思った」の割合が10%近く大きくなっており、購入の決め手としてランニングコストが重要視されていると推測される。

d) ”①購入背景” と ”②購入時に検討した他給湯器” と ”⑦購入先” の関連



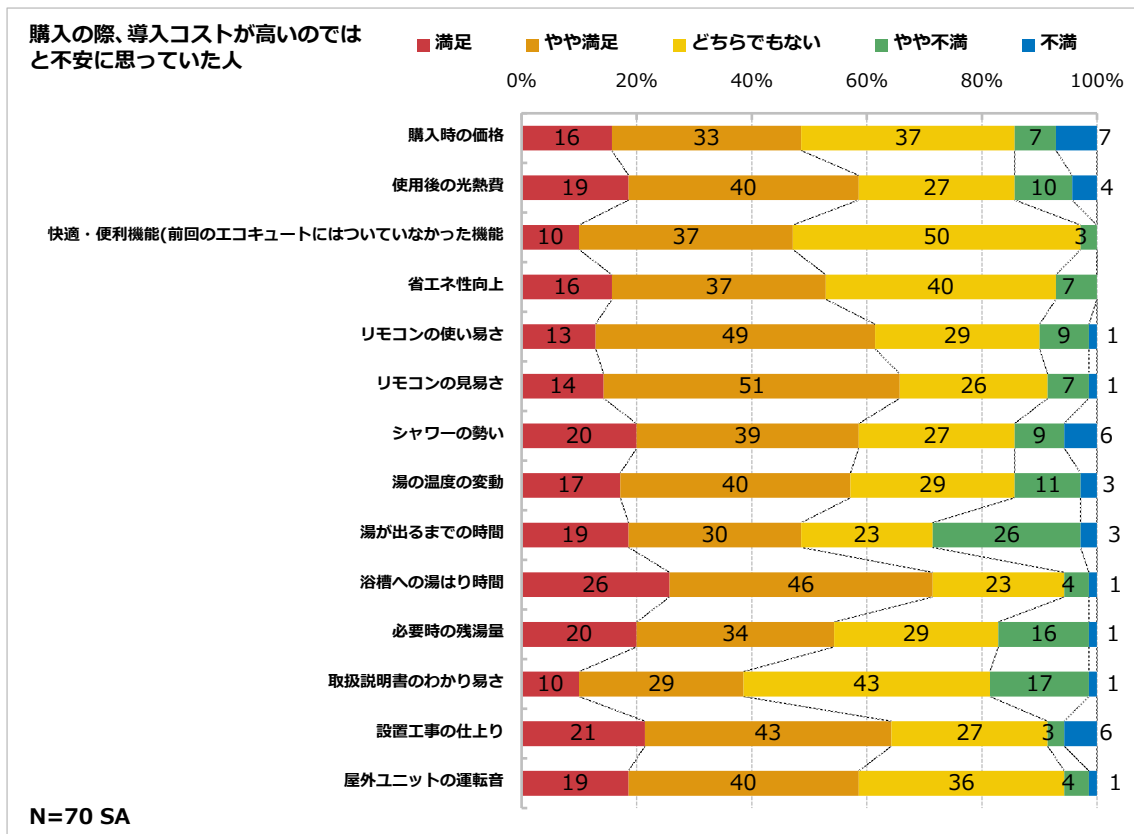
- ・購入先を購入背景(新築/買替)と購入時の他給湯器検討(有り/無し)で分けて比較すると、他給湯器検討の「有り」「無し」に関わらず、「新築」では「住宅会社・工務店」と「住宅設備店」での購入があわせて85%以上に達しているのに対し、「買替」では多様な購入先になっている傾向にあった。
- ・「買替」に限定すると、他給湯器検討「有り」の場合が「無し」の場合より、「住宅設備店」が13%、「リフォーム店」が5%、大きくなる一方で、「電気店」が6%、「オール電化・ソーラー販売店」が5%、小さくなっている。購入時に他給湯器を検討しているという事は、様々な給湯器の取り扱いがある所での購入相談になる傾向が多いと予測されるため、前記のような割合の違いに繋がったと思われる。

e) ”⑤購入時の不安有無” と ”⑥購入の決め手” の関連



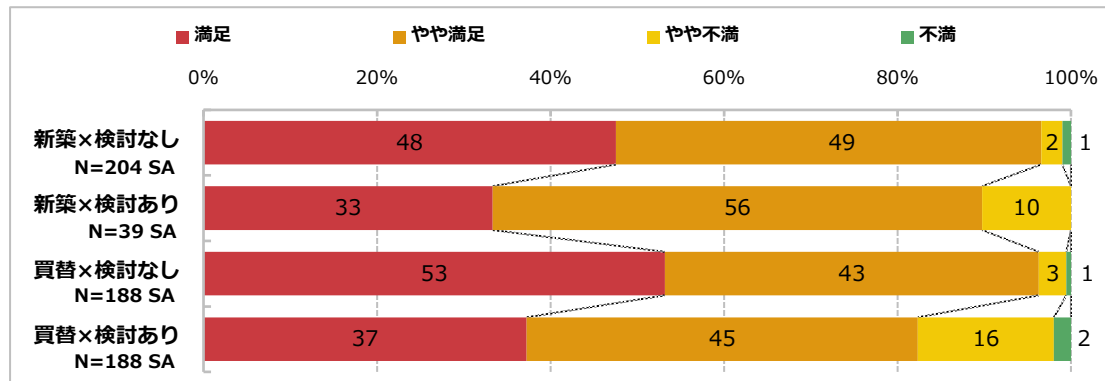
- ・購入時に「導入コストが高いのではないかと不安に思っていた人」に限定した購入の決め手は、限定無しの場合(P4)と比較して、「火の気がなく安心だと思った」が8%、「環境に良い商品だと思った」が6%程大きくなっている。導入コストに不安を覚えながらも、火災への不安払拭や環境への貢献などを意識して購入に至ったと推測できる。

f) ”⑤購入時の不安有無”と”⑪購入後の各項目に対する満足度”の関連



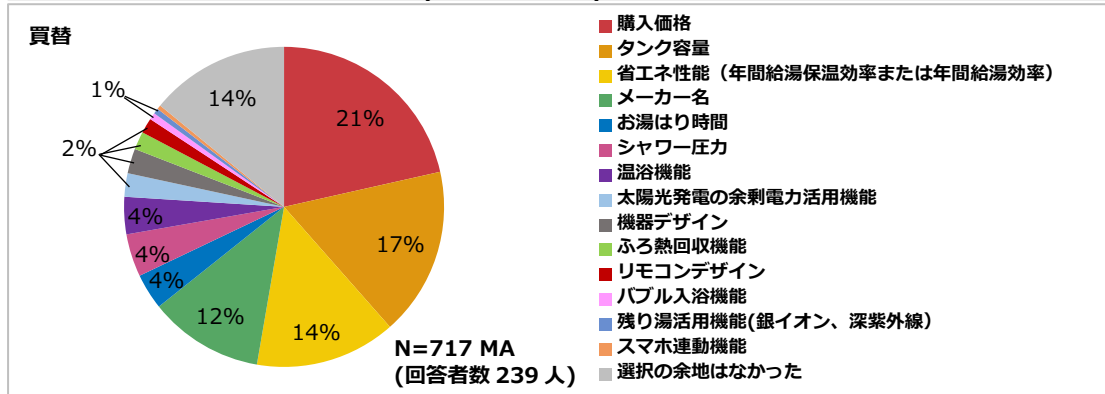
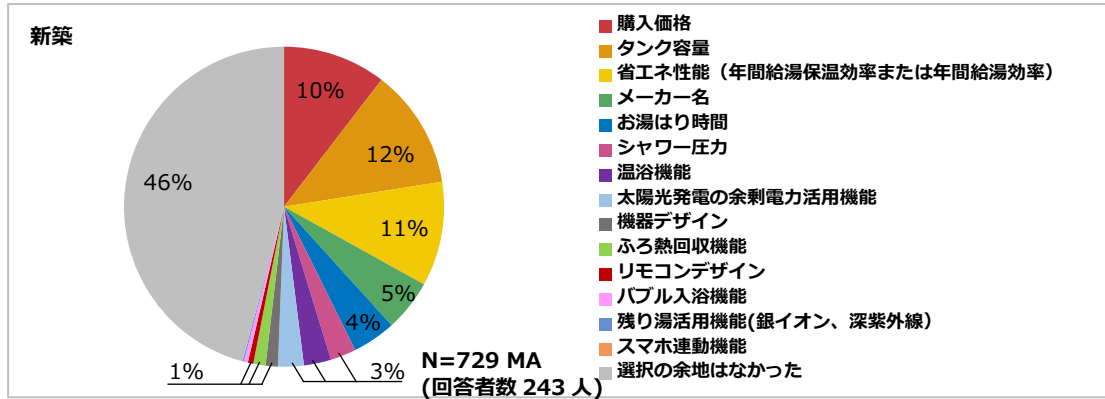
・購入時に「導入コストが高いのではないか」と不安に思っていた人に限定した購入後の各項目に対する満足度は、限定無しの場合(P6)と比較して、「湯が出るまでの時間」「必要時の残湯量」「取扱説明書のわかり易さ」に対する不満の割合が8%以上大きくなっている。

g) ”①購入背景”と”②購入時に検討した他給湯器”と”⑧エコキュート購入満足度”の関連



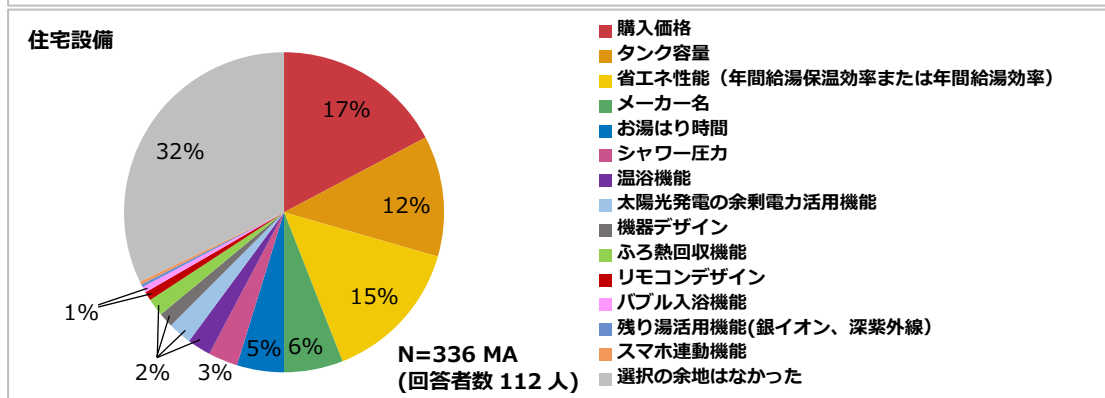
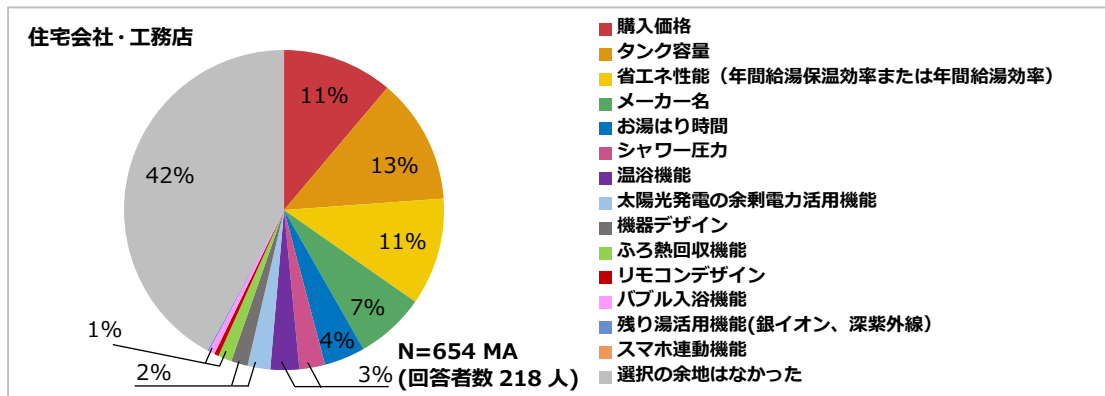
・エコキュート購入満足度を購入背景(新築/買替)と購入時の他給湯器検討(有り/無し)で分けて比較すると、「新築」「買替」に関わらず、購入時の他給湯器を検討「有り」の場合は「無し」の場合と比較して、「満足」が15%ほど小さく、「やや不満」が8%以上大きくなっており、満足度の違いがあることがわかった。

h) ”①購入背景”と”⑨購入機種選択理由”の関連



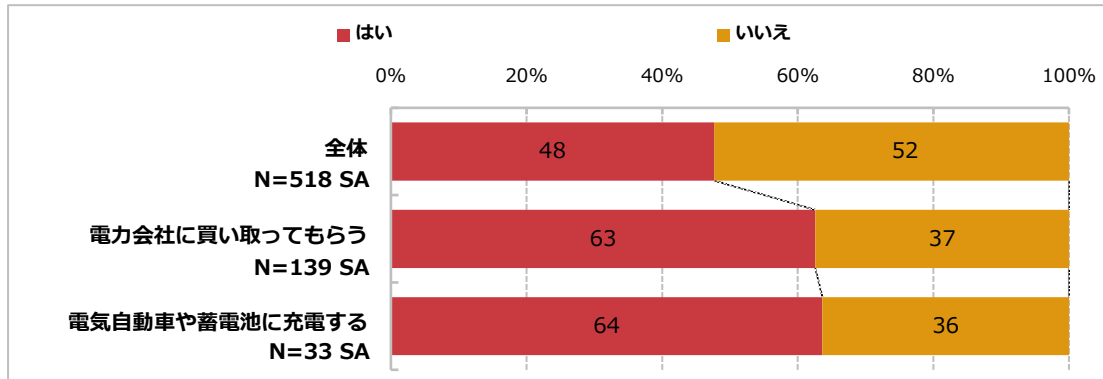
・購入機種選択理由を購入背景(新築/買替)で分けて比較すると、「新築」では、「選択の余地はなかった」が46%と半数近くになっており、受動的な機種選択になっている一方で、「買替」では、「選択の余地はなかった」が14%と大幅に低下し、「購入価格」21%、「タンク容量」17%、「省エネ性能」14%、「メーカー名」12%の順となっており、能動的な機種選択傾向にあった。

i) ”⑦購入先”と”⑨購入機種選択理由”の関連



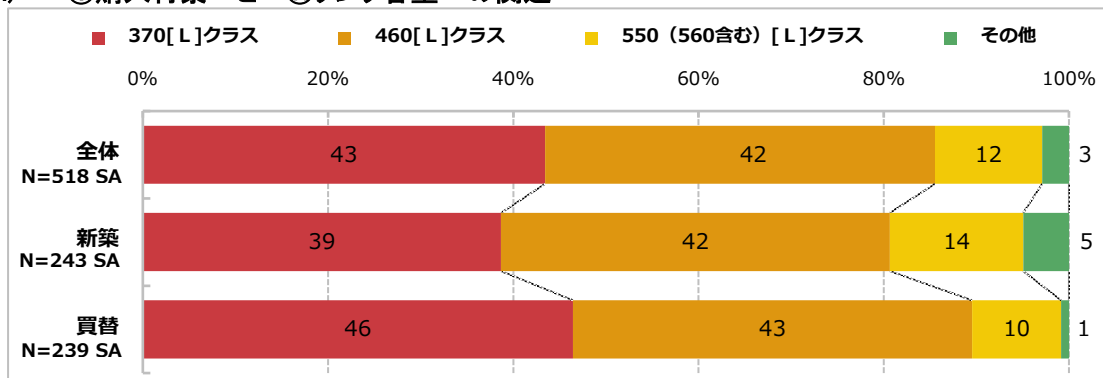
・購入機種選択理由を購入先(住宅会社・工務店/住宅設備)で分けて比較すると、「住宅会社・工務店」の場合は、限定無しの結果(P5)と比較して、「購入価格」の割合が5%小さく、「選択の余地なし」が13%大きくなっているのに対し、「住宅設備」の場合は、ほぼ限定無しの結果と同じであった。

j) ”⑫ 太陽固定買取制度 FIT 終了後の発電活用” と “⑬PV 余剰電力のエコキュートへの活用認知度” の関連



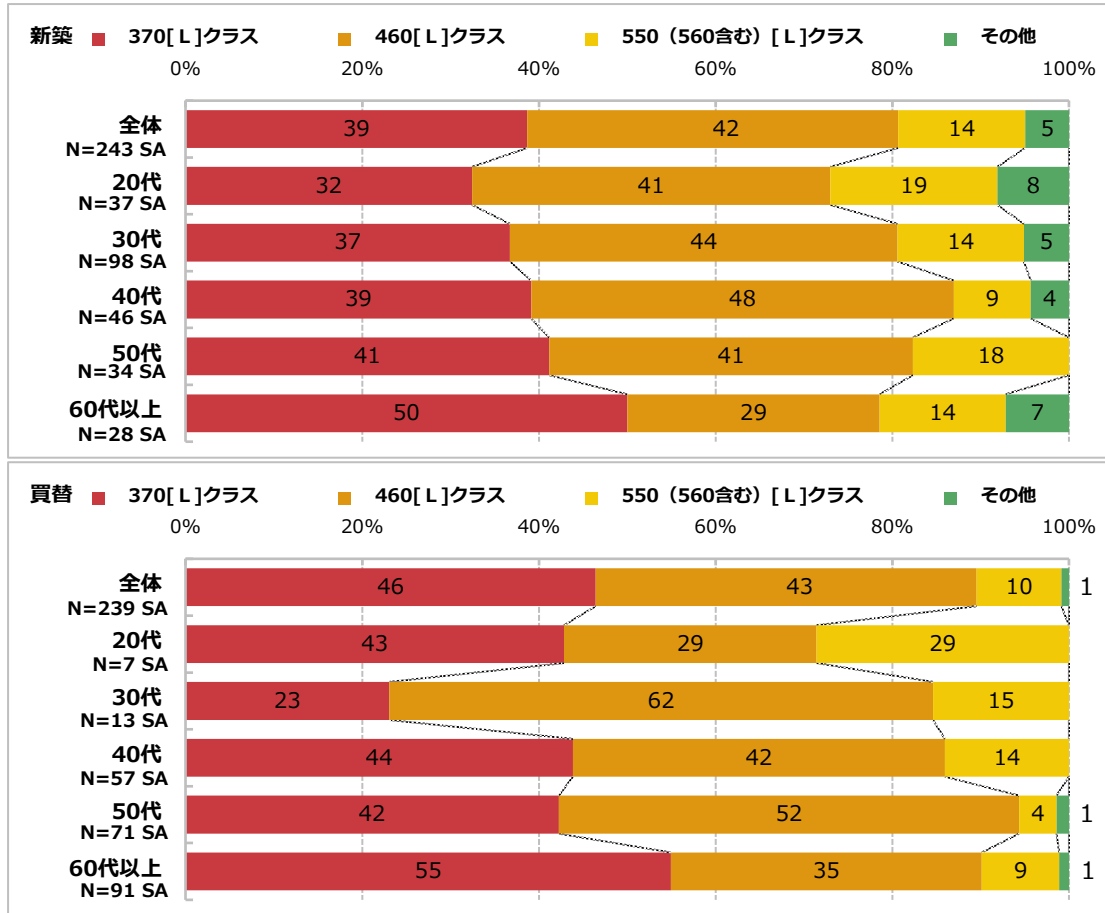
・太陽固定買取制度(FIT)終了後、太陽光で発電した電気を「電力会社買い取ってもらう」「電気自動車や蓄電池に充電」する人に限定すると、PV 余剰電力のエコキュートへの活用認知度は、15%程大きくなっている。

k) ”①購入背景” と “⑭タンク容量” の関連



・タンク容量を購入背景(新築/買替)で分けて比較すると、「買替」は370L割合が大きく、550L割合が小さくなる傾向にあった。

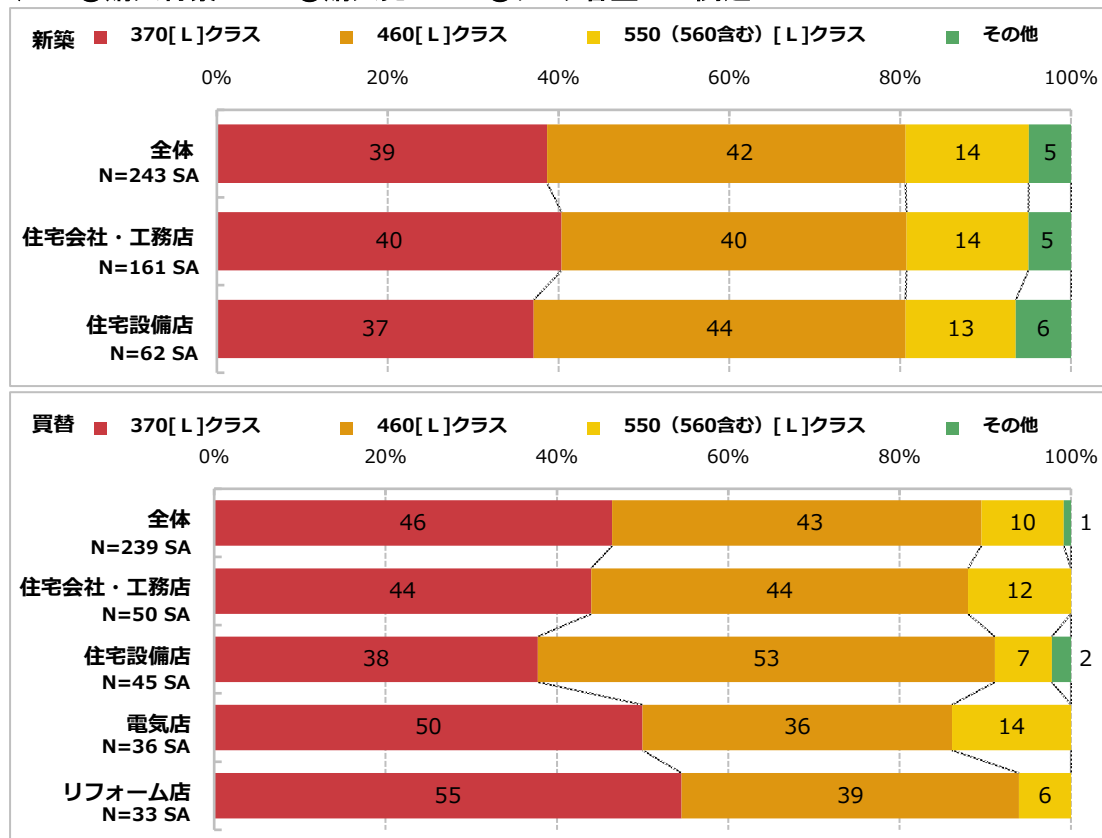
1) ” ①購入背景”と“年齢層”と“⑭タンク容量”の関連



- ・タンク容量を購入背景(新築/買替)と年代で分けて比較すると、「新築」「買替」に関わらず、年代が上がるにつれて、370Lを選定した割合が大きくなる傾向にあった。
- ・「買替」においては、550Lはほとんど選定されていなかった。



m) ” ①購入背景” と “⑨購入先” と “⑭タンク容量“ の関連



・タンク容量を購入背景(新築/買替)と購入先で分けて比較すると、「新築」の場合は、購入先による違いはほとんどなかった。一方「買替」の場合は、購入先を限定していない「全体」に対して「住宅設備店」はタンク容量が大きくなる傾向、リフォーム店はタンク容量が小さくなる傾向にあった。

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」とほぼ同じ割合になってきたことを確認できた。また「買替」の場合、自発的な動きで購入している点、光熱費が安い事を購入の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た。2001年エコキュート販売開始以来、設置後10～15年経過し買替を検討するユーザー割合が今後大きくなっていくことが予想されるため、そこにターゲットを絞ったカタログやホームページなどの充実、または各購入先への比較資料の提供などが必要になってきたのではと思われる。

またエコキュート購入の際の不安点として、「停電の時使えないのでは」を挙げる割合が前回調査時から大きくなった一方で、エコキュートの災害時利用メリットの認知度割合が前回調査時から変わっていない事がわかった。更に太陽光発電の余剰電力活用のユーザー認知度が前回調査時とほとんど変わっていない事がわかった。昨今の自然災害の増加および今後の太陽光発電の固定価格買取期間満了(卒FIT)件数増加を踏まえると、非常時にタンク残湯が使用できる点および余剰電力で運転できる点はエコキュートのストロングポイントとなりえるため、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。

タンク容量に関しては、購入背景、年齢層、購入先などによる傾向を掴むことができた。「買替」および「年代が上」であれば、タンク容量が小になる傾向にあり、今まで使用してきた経験から最適な容量が選択されていると思われる。

以上