経済産業省の2020年度ZEH支援事業でZEHビルダー登録を行ったハウスメーカー、工務店は7697社で、本道は243社と全国の都道府県で9番目に多い。しかし施工棟数全体に占めるZEHの割合が30%以上のビルダーは28社で、その他は多くが実績ゼロというのが実態。北海道でZEHに否定的な声が少なくないのは、他地域に比べ不利な条件が制度に加味されていないことへの反発が背景にある一方、それでも住まい手にとって良い住宅を追求した結果、ZEH化に正面から取り組むビルダーもいる。北海道のZEH化を阻む障害とそのブレイクスルーを先行ビルダーの事例に探る。

7年間で平均単価が10%増

住まいのウチイケ（室蘭市）

超高断熱仕様のエコハウスゼロ

2014年からZEH仕様の「eco-house ZERO（エコハウスゼロ）」を展開。7年間のZEH施工実績はニアリーZEHを含め88棟で、20年は19棟、ZEH化率は55%だった。

成田智昭氏

商品開発企画室の成田智昭室長は、「ZEHに取り組み始めてから確実に1棟あたりの平均単価は上がった」と強調する。コスト増など他の要因もあるが、7年間で約10%の上昇率だ。

エコハウスゼロのUA値は0・15W／㎡K。第一種熱交換換気システムを採用し、暖房は床下に設置したエアコン1台で全館空調。超高断熱で暖房負荷が小さく、40坪以内の住宅ならば容量5・8kWの太陽光発電設備を載せればZEHの要件を満たすという。

苫小牧市ウトナイの常設モデルハウスはエコハウスゼロ仕様で、見学者には最初からZEHを提案する。「お客様のほとんどはZEHのことを知らずに来場するが、断熱性能が高い家の暖かさは体験してもらえば伝わる。数字の説明以上に実感が大事」と成田氏。モデルハウスのほか、ZEHを建てたOB客からの紹介で同社を訪れる顧客も多い。

こうした好循環を作り上げるまでには約4年間の試行錯誤があった。とくに最初の1棟の顧客を見つけるのは難しく、社員の家をZEHにして年間光熱費のデータを集め、顧客への提案用の資料を作った。

成田氏は「ZEHの基準をクリアすること自体は難しいことではないが、外皮性能や一次エネルギー消費量を簡易計算ではなく詳細な数値を使って求めることができるスタッフが必要」と言う。計算方法を理解することで、基準をクリアするためのノウハウも身に付く。

同社は「25年度までに新築と既築の両方でZEH化率75%」を目標としており、より幅広い顧客層にZEHを選択してもらうためには価格設定が鍵となる。成田氏は「規格化してコストを抑えれば2000万円でもZEHを建てられる」と話す。

もちろん収益とのバランスもあり、仕入れコストを下げるには建材メーカーとの交渉も必要になるが、同社のように一定規模の年間施工棟数の実績があり、メーカーとの交渉力を持つビルダーにとっては「一次取得層に手の届く価格でZEHを普及する」ことも決して不可能ではないという一例と言える。