



## Z E H 事 業 計 画 書

定型様式2 ( 1 / 1 枚)

※ZEHビルダー登録の要件を満たした場合、当団体はビルダー事業者に「ビルダー登録書」を発行後、以下の情報をHPにて公表します。

1. ZEHビルダー情報、2. 今後の普及率目標(年度毎)

## 1. ZEHビルダー情報

B登録

|                 |            |                |                          |
|-----------------|------------|----------------|--------------------------|
| 事業者名            | 株式会社大沼建築   |                |                          |
| 登録名称(屋号等)       | 株式会社大沼建築   |                |                          |
| 採択された際に公表する電話番号 | 0237861633 | 採択された際に公表するURL | http://www.ohnuma-k.com/ |
| 業種              | 住宅設計・住宅施工  | グループ網数         | 0                        |
| 住宅の種別区分         | 新築注文住宅     |                |                          |
| 登録エリア           | 北海道以外の都府県  | ZEH目標の公表方法     | ホームページ                   |

## 2. 今後の普及率目標(年度毎)

※ZEH、NearlyZEH及びその他の住宅の目標割合を記入すること。

※目標は平成32年にZEH普及率が50%以上となっていることが求められます。

注文…新築注文住宅 建売…新築建売住宅 既築…既築改修

単位 ( 戸 )

|   | 平成28年度目標 |       | 平成29年度目標 |       | 平成30年度目標 |       | 平成31年度目標 |       | 平成32年度目標 |       |
|---|----------|-------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|
|   | 注文       | 建売    | 注文       | 建売    | 注文       | 建売    | 注文       | 建売    | 注文       | 建売    |
| ZEH 受託率                                   | 注文       | 20 %  | 注文       | 30 %  | 注文       | 40 %  | 注文       | 50 %  | 注文       | 60 %  |
|   | 建売       | %     | 建売       | %     | 建売       | %     | 建売       | %     | 建売       | %     |
|   | 既築       | %     | 既築       | %     | 既築       | %     | 既築       | %     | 既築       | %     |
|   | 合計       | 20 %  | 合計       | 30 %  | 合計       | 40 %  | 合計       | 50 %  | 合計       | 60 %  |
| Nearly ZEH 受託率                            | 注文       | 10 %  | 注文       | 15 %  | 注文       | 20 %  | 注文       | 25 %  | 注文       | 30 %  |
|   | 建売       | %     | 建売       | %     | 建売       | %     | 建売       | %     | 建売       | %     |
|   | 既築       | %     | 既築       | %     | 既築       | %     | 既築       | %     | 既築       | %     |
|   | 合計       | 10 %  | 合計       | 15 %  | 合計       | 20 %  | 合計       | 25 %  | 合計       | 30 %  |
| ZEH シリーズ受託率の合計<br>(ZEH受託率+Nearly ZEH 受託率) | 注文       | 30 %  | 注文       | 45 %  | 注文       | 60 %  | 注文       | 75 %  | 注文       | 90 %  |
|   | 建売       | %     | 建売       | %     | 建売       | %     | 建売       | %     | 建売       | %     |
|   | 既築       | %     | 既築       | %     | 既築       | %     | 既築       | %     | 既築       | %     |
|   | 合計       | 30 %  | 合計       | 45 %  | 合計       | 60 %  | 合計       | 75 %  | 合計       | 90 %  |
| その他の住宅受託率                                 | 注文       | 70 %  | 注文       | 55 %  | 注文       | 40 %  | 注文       | 25 %  | 注文       | 10 %  |
|   | 建売       | %     | 建売       | %     | 建売       | %     | 建売       | %     | 建売       | %     |
|   | 既築       | %     | 既築       | %     | 既築       | %     | 既築       | %     | 既築       | %     |
|   | 合計       | 70 %  | 合計       | 55 %  | 合計       | 40 %  | 合計       | 25 %  | 合計       | 10 %  |
| 合計  | 注文       | 100 % | 注文       | 100 % | 注文       | 100 % | 注文       | 100 % | 注文       | 100 % |
|   | 建売       | %     | 建売       | %     | 建売       | %     | 建売       | %     | 建売       | %     |
|   | 既築       | %     | 既築       | %     | 既築       | %     | 既築       | %     | 既築       | %     |
|   | 合計       | %     | 合計       | %     | 合計       | %     | 合計       | %     | 合計       | %     |

## 3. 具体的なZEH普及策(ZEH低コスト化への取り組み等)

計画を達成するための、具体的な普及策を記入すること。

## 【1】ZEHの周知・普及に向けた具体策

極力機械に頼らず、太陽や風という自然エネルギーで心地よさを実現する「パッシブデザイン」を設計の段階で計画し、躯体はSW工法で断熱気密性を高める住宅を増やしていきます。ホームページやニュースレター、チラシなどの媒体を活用して周辺地域にZEH住宅の完成見学会を定期的に開催していきます。そして、一般住宅とZEH住宅の性能の違いを明確に伝え、お客様にZEH住宅に住むことのメリットを理解してもらえるように取り組んでいきます。

## 【2】ZEHのコストダウンにむけた具体策

躯体の断熱性能を上げるためにSW工法を採用します。また高効率な設備器具、エココートやヒートポンプ式のアエアコンやパネルヒーターを使用します。基本計画段階で、極力コンパクトな設計を心がけ、方位、敷地、開口部の大きさや位置を把握して太陽光と太陽熱、そして風を活用した設計を行い光熱費を抑える設計を計画します。また夏と冬の日射取得を適正化するために意匠設計の段階から計画していきます。

## 【3】その他の取り組みなど

ZEH住宅の実物件をお客様から光熱費のデータをまとめたり、住んでからの「お客様の生の声」を聞いてもらったり、「お客様の声」をホームページやチラシなどに住んだことがない人でもわかるように掲載していきたいと思ひます。また今後はZEH住宅の体験型モデルハウスを建築し宿泊体験を募っていただければと考えています。