

環境配慮の家 自然エネをフル活用

■エコ住宅普及



旭化成ホームズはエネルギーを世帯間で融通できる二世帯住宅「ヘーベルハウス&NICO」を投入

メーカー、開発加速

スマートハウス 二世帯モデル投入

震災以降、注目されたスマートハウス。太陽光発電や家庭用エネルギー管理システム(HEMS)、蓄電池を設置し、エネルギー使用量を効率的に管理できるのが売り

東日本大震災以降、エネルギー問題が重視される中、住宅メーカーは省エネ化を進めるための住宅開発を強化している。メーカー各社は太陽光発電などを搭載したスマートハウス(環境配慮型住宅)を相次いで投入。さらに設備に依存せず、自然

省エネ意識・政府支援追い風

住宅のZEH化 市場成長けん引

だ。省エネの意識が高まる中で、販売数も増加。機能面では従来のエネルギーの「管理」面に加え、エアコンの温度をあらかじめ設定した温度に自動制御するようなど、御も搭載されるなど、各社が進化したスマートハウスの開発を進める。二世帯住宅のバイオエ



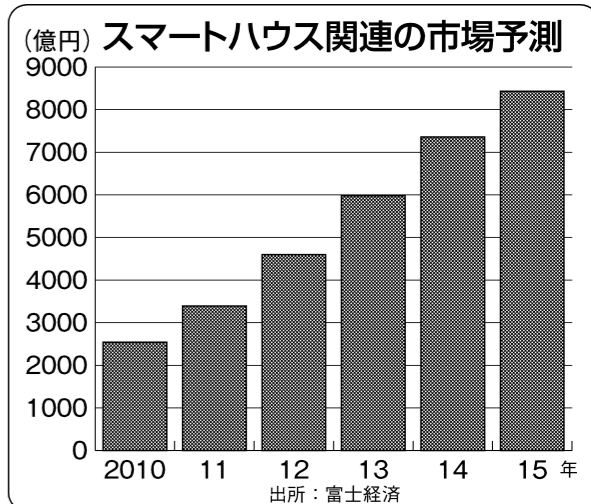
スマートハウスによる機器を通じたエネルギー管理とパッシブデザインを取り入れ、家庭内の正味のエネルギー使用量をゼロにできる「ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス(ZEH)」の開発も進んでいる。ZEHは家庭内における化石燃料を使用した一次エネルギー消費量(家電の使用は除く)を相殺してゼロにする住宅のこと。政府は2020年までにZEHを住宅の標準モデルとする方針だ。

住設機器・建材大手

シャッター業界大手の文化シャッターは、グループ会社のテンパル(東京都新宿区)が商業施設向けに展開していたオーニング(日よけ)を一戸建て住宅に投入。専用商品を開発し、省エネの需要が高い住宅向けに拡販する。ただ、こうした省エネ住宅の取り組みは大手住宅メーカーを中心に進んでいるのが現状。日本の住宅供給の90%を占めると言われる工務店では、経営規模の違いで省

工務店の 対応支援

工務店では、経営規模の違いで省エネ住宅の取り組みは大手住宅メーカーを中心に進んでいるのが現状。日本の住宅供給の90%を占めると言われる工務店では、経営規模の違いで省



「田」の字型の設計を採用。夏場、冬場と季節に応じて空間を使い分けられる。「夏の座」、「冬の座」と題した空間を1階に設けた。夏の座は深い軒で光を遮るとともに上部が吹き抜け構造となっている。上部に設置したファンが回転し、熱気を排出できるようにした。一方、冬場には南面の空間が冬の座となり、大きな開口部から日差しを取り込む。建物自体が断熱構造なので、暖かい室内環境も維持できる。吹き抜け部分のファンは冬場になると上部にたまった暖気を下に流し、循環させる役割も果たす。

復権モジュール

問題

誰がエネルギーをつくるのか。

もう一度、全力で考えようと思う。
自然からエネルギーを得る方法を



日本の家に、太陽光を、天然ガスを、地中熱を。旭化成は家からエネルギーを変えてゆきます。
かつて風車で麦をひいたように。人は自然の力をどう利用するか、知恵をしぼってきた。
今、その努力をさらに重ねることが、あらゆる分野で求められている。旭化成のヘーベルハウスは、早くから住まいとエネルギーについて研究を重ねてきた。
屋根に太陽電池モジュールを設置する「太陽発電システム」。日中生まれる余剰電力を電力会社に売り、夜は電力会社から電気を買う。そんな、新しいエネルギーの流れをつくるシステムである。
天然ガスから取り出す水素と酸素で電気をつくる、燃料電池「エネファーム」。電気を使用するその場で発電するためエネルギーロスが少なく、排熱も利用できるなど効率面で利点が多い。
そして、地中熱を利用する「ジオサーマル・システム」。実は地中の温度は1年を通じて約15℃と安定している。それを熱源として給湯・暖房に利用する新しい考え方である。
私たちは想像する。この国の4961万戸の家すべてが、自然からエネルギーをつくり出す姿を。その未来は、決して遠くないはずだ。
昨日まで世界になかったもの「自然からエネルギーを得る家」。詳しくは www.asahi-kasei.co.jp

昨日まで世界になかったものを。

AsahiKASEI