

2024 年度



実施結果

九都県市首脳会議環境問題対策委員会

キャンペーンの概要

1 キャンペーン名称

「九都県市高効率給湯器買替キャンペーン」

2 目的

家庭部門での二酸化炭素排出量削減を目的として、高効率給湯器への買替を啓発する。

3 期間

令和6年11月1日（金）から令和7年1月31日（金）まで（応募締切：令和7年2月10日（月））

4 対象者

埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県にお住まいの方

自宅で10年以上使用している給湯器を期間内に対象製品に買い替えた方

5 応募方法

郵送又はインターネット（九都県市首脳会議環境問題対策委員会ホームページの応募フォーム）

6 対象製品

・ヒートポンプ給湯機（エコキュート）

JIS C 9220：2018に基づく年間給湯保温効率、又は年間給湯効率が3.0以上（寒冷地仕様は2.7以上）。

・潜熱回収型ガス給湯器（エコジョーズ）

給湯暖房器にあっては、給湯部熱効率が94%以上。給湯単能器、ふろ給湯器にあっては、モード熱効率が83.7%以上。

・潜熱回収型石油給湯機（エコフィール）

油だき温水ボイラーにあっては、連続給湯効率が94%以上。石油給湯機の直圧式にあっては、モード熱効率が81.3%以上。石油給湯機の貯湯式にあっては、モード熱効率が74.6%以上。

・電気ヒートポンプ・ガス瞬間式併用型給湯器（ハイブリッド給湯機）

熱源設備は電気式ヒートポンプとガス補助熱源機を併用するシステムで貯湯タンクを持ち、年間給湯効率（JGKAS A 705）が102%以上。

・家庭用燃料電池（エネファーム）

一般社団法人燃料電池普及促進協会（FCA）が公表する登録機器リストに登録されている製品。

7 周知広報協力先（敬称略、企業名は五十音順）

株式会社エディオン、株式会社ケーズホールディングス、株式会社コジマ、上新電機株式会社、株式会社ソフマップ、株式会社ノジマ、株式会社ビックカメラ、株式会社ヤマダデンキ、株式会社ヨドバシカメラ [埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県内の各店舗]

一般社団法人埼玉県 LP ガス協会、公益社団法人千葉県 LP ガス協会、一般社団法人東京都 LP ガス協会、

公益社団法人神奈川県 LP ガス協会および各 LP ガス協会会員に関連する給湯器販売店舗

一般社団法人日本ガス協会および各会員に関連する埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県内の給湯器販売店舗

一般社団法人日本ガス石油機器工業会および各会員に関連する埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県内の給湯器販売店舗

8 賞 品

● 九都県市高効率給湯器買替キャンペーン (100 名)

HIS 旅行に使える HIS 商品券「SKY」10 万円分 3 名様

パナソニック ヘアードライヤー ナノケア 5 名様

今治エコタオル (バスタオル) 4 枚セット 10 名様

KINTO トラベルタンブラー 350 ml 20 名様

1 都 3 県ご当地カレー 4 個セット 62 名様

※【埼玉県】北本トマトカレー

【千葉県】房総ポークカレー

【東京都】おつかれさまライトなカレー ホットスパイシー

【神奈川県】よこすか海軍カレー

● 探そう！ビンテージ 給湯器賞 (1 名)

リファ リファファインバブル ワン



● 抽選と発送

九都県市首脳会議環境問題対策委員会の Zoom での立ち会いのもと、2 月 19 日に抽選を行った。3 月 1 日までに当選者に届くように発送作業を行った。

- ポスター 仕様…A 2
- チラシ 仕様…A 4 両面

応募方法

↓

応募方法

下記の1・2いずれかの方法で、ご応募ください。応募に係る費用は、応募者のご負担となります。

1 1・2いずれの応募方法でも、買替前の給湯器に記載されている製品型番（銘板）の写真および新たに購入した給湯器の購入日と製品型番がわかる購入を証明する書類の写し（納品書など）を必ず添付または同封してください。

※詳しくはホームページで応募事項をご確認ください。

2 郵送

応募用紙に必要な事項をご記入の上、買替前の給湯器にある型番（銘板）の写真と購入を証明する書類（コピー）と共に封筒に入れて以下の応募先へご郵送ください。★1につき1枚

〒336-0021 さいたま市南区別所3-1-10
関東図書株式会社
九都県市高効率給湯器買替キャンペーン事務局 行き

留意事項

＜当選発表 及び 賞品発送時＞

- ・当選者の発表は真島の発表をもって代えさせていただきます。真島の発表は2月下旬予定です。
- ・必要書類の提出がない場合又は提出書類に虚偽の記載や不備がある場合は、当選が無効となりますので、ご注意ください。

＜個人情報取扱い＞

当選者へのお知らせの発行に使用するほか、個人が特定できないよう統計的に処理した上で、事業成果の集計に使用し、今後の施策の参考とします。また、メーカーに本キャンペーンに関するアンケート調査を依頼する事にも使用します。

型番（型式）はどこに書いてあるの？

メーカーによって異なりますが、以下の部分に記載されている事が多いです。各メーカーのホームページ等でご確認ください。

（主 催）九都県市官製企業連携環境問題対策委員会（埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、横浜市、川崎市、千葉市、さいたま市、相模原市）
（問合せ）九都県市高効率給湯器給湯器買替キャンペーン事務局 関東図書株式会社 TEL048-882-2901 FAX048-882-2908

応募用紙

フリガナ		年	世界人口	人
お名前		齢	増	
□□□-□□□□				
ご住所	アパート・マンション名 〒 - -			
	メールアドレス @			

型番（型式）はどこに書いてあるの？

メーカーによって異なりますが、以下の部分に記載されている事が多いです。各メーカーのホームページ等でご確認ください。

■ 買替前の給湯器

型番（型式）	
メーカー	
製造年（西暦）	年 使用年数（約）年 ※およその使用年数をご記入下さい

■ 今回購入した給湯器

型番（型式）	
メーカー	

【応募に必要なもの】 ■ 買替前の製品型番（銘板）がわかる写真 ■ 購入した給湯器の購入日と製品型番がわかる書類（納品書など）のコピー

購入店	
買替理由 (複数選択可)	☐ 省エネ ☐ 故障 ☐ 古くなったため ☐ 本キャンペーンを知って

探そう！
ピンチページ給湯器
への応募

☐ 応募する

■ アンケート

Q1 何をきっかけにこのキャンペーンを知りましたか？（複数回答可）

☐ 行政の広報 ☐ 企業等のHP、SNS ☐ チラシ ☐ ポスター ☐ POP ☐ WEB 広告 ☐ 店員から

□その他（ ）

Q2 何をきっかけにこのキャンペーンに応募しようと思いましたか？（複数回答可）

☐ 賞品が当たるから ☐ 応募方法が簡単だったから ☐ 店員に勧められたから ☐ ピンチページが魅力的だったから

□その他（ ）

● スイングポップ



高効率給湯器
買替キャンペーン

令和6年 11月1日(金)から 令和7年 1月31日(金)

抽選で賞品が当たる!

詳しくはこちらへ

● 三角ポップ



高効率給湯器
買替キャンペーン

令和6年 11月1日(金)から 令和7年 1月31日(金)

抽選で100名様に賞品が当たる!

賞品の一例

パナソニック
ヘアードライヤー
ナノケア

HIS
旅行に使える
HIS商品券「SKY」
10万円分

詳しくはこちらへ

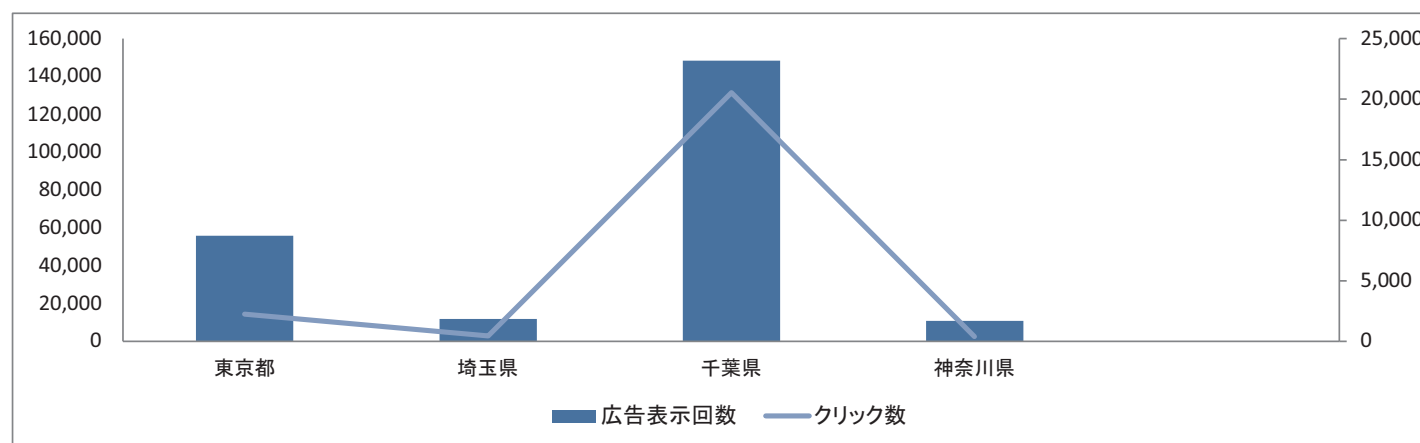
〔主催〕九都県市首脳会議環境問題対策委員会
(埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、横浜市、川崎市、千葉市、さいたま市、相模原市)

10 広 報

- 記者発表 九都県市各自治体でのプレス発表
- 各自治体のホームページや広報誌等に掲載
- 高効率給湯器買替キャンペーン Google 広告運用レポート (2024/12/16~2025/01/15)

媒体名	広告掲載方式	広告表示回数	クリック数	クリック率
Google	検索 (高効率給湯器買替 CP)	226,904	23,655	10.43%

● 都県別クリック数



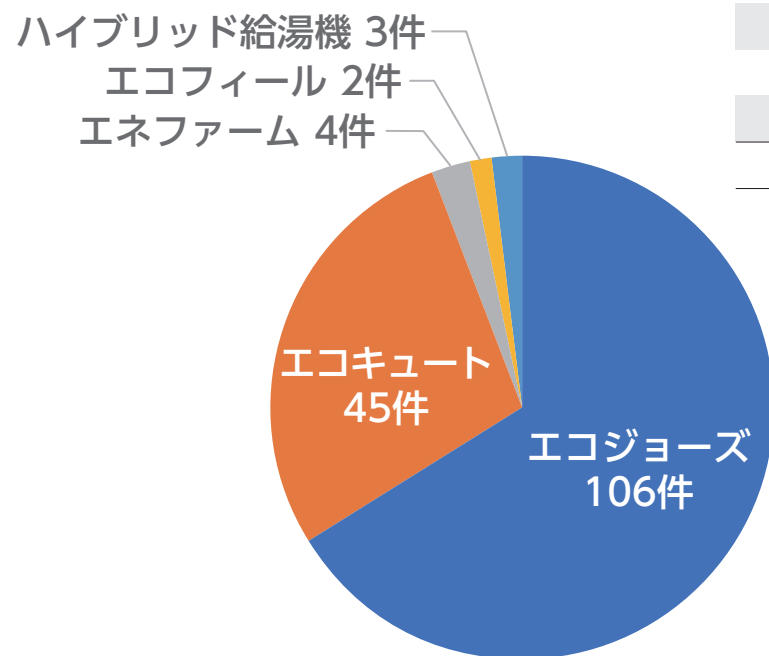
高効率給湯器買替 CP の検索広告は、クリック率 (CTR) が 10.43% と良好な数値を記録しました。特に「給湯器 故障」(CTR 15.02%) や「高効率給湯器」(CTR 19.19%) のクリック率が高く、ユーザーの興味をしっかりと引き付けています。全体の広告表示回数も 22 万回を超え、安定したパフォーマンスが確認されました。

買替キャンペーン実施結果

1 応募件数 全応募件数 160 件

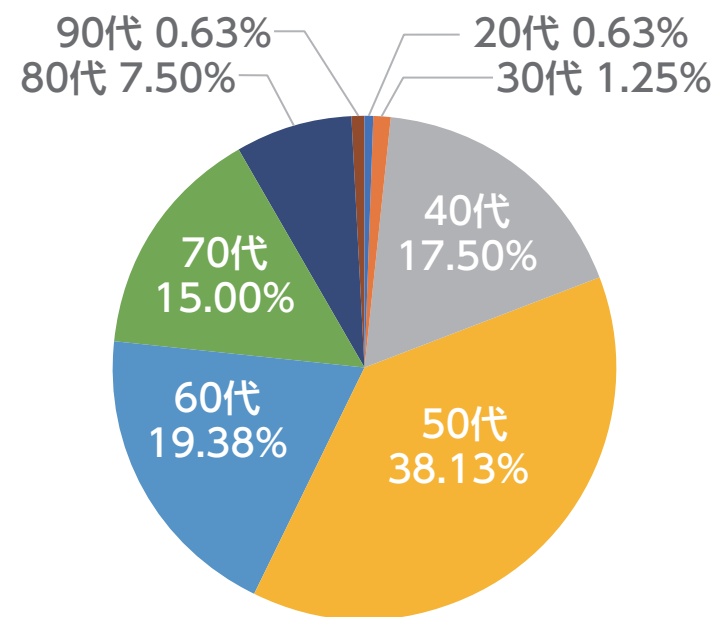
(1) 製品別

エコジョーズ：106 件
 エコキュート：45 件
 エネファーム：4 件
 ハイブリッド給湯機：3 件
 エコフィール：2 件



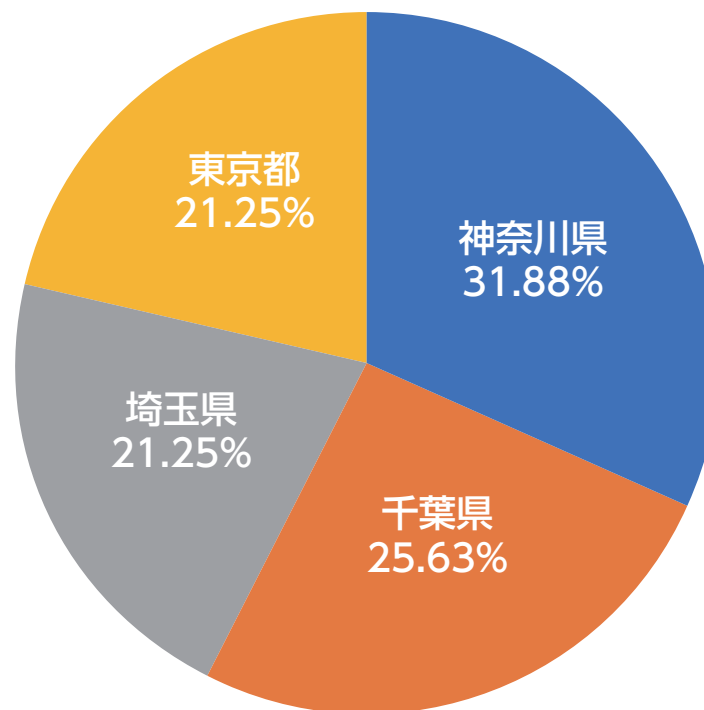
(2) 購入者の年代別

年代	件数	割合(%)
20 代	1	0.63
30 代	2	1.25
40 代	28	17.50
50 代	61	38.13
60 代	31	19.38
70 代	24	15.00
80 代	12	7.50
90 代	1	0.63
合計	160	100.00



(3) 地域別応募数（都県別）

	件数	割合(%)
神奈川県	51	31.88
千葉県	41	25.63
埼玉県	34	21.25
東京都	34	21.25
合計	160	100.00



(3) 地域別応募数 (各都県詳細)

● 東京都 (34 件)

市区町村	件数	割合(%)
足立区	5	14.71
府中市	4	11.76
江戸川区	3	8.82
調布市	3	8.82
目黒区	2	5.88
大田区	2	5.88
小平市	2	5.88
あきる野市	2	5.88
西東京市	2	5.88

市区町村	件数	割合(%)
江東区	1	2.94
中野区	1	2.94
杉並区	1	2.94
豊島区	1	2.94
北区	1	2.94
板橋区	1	2.94
三鷹市	1	2.94
町田市	1	2.94
東村山市	1	2.94

● 神奈川県 (51 件)

市区町村	区	件数	割合(%)
川崎市	麻生区	6	11.76
	多摩区	3	5.88
	川崎区	2	3.92
	高津区	2	3.92
	中原区	1	1.96
	宮前区	1	1.96
横浜市	旭区	3	5.88
	青葉区	2	3.92
	磯子区	2	3.92
	鶴見区	2	3.92
	戸塚区	2	3.92
	泉区	1	1.96
	神奈川区	1	1.96
	瀬谷区	1	1.96
	南区	1	1.96

市区町村	区	件数	割合(%)
相模原市	中央区	2	3.92
	緑区	1	1.96
	南区	1	1.96
藤沢市		6	11.76
厚木市		5	9.80
座間市		2	3.92
茅ヶ崎市		1	1.96
秦野市		1	1.96
小田原市		1	1.96
山北町		1	1.96

● 埼玉県 (34 件)

市区町村	区	件数	割合(%)
さいたま市	西区	3	8.82
	見沼区	2	5.88
	大宮区	1	2.94
	中央区	1	2.94
	南区	1	2.94
吉川市		4	11.76
川口市		3	8.82
上尾市		3	8.82
草加市		3	8.82
所沢市		2	5.88

市区町村	区	件数	割合(%)
久喜市		2	5.88
川越市		1	2.94
行田市		1	2.94
本庄市		1	2.94
東松山市		1	2.94
蕨市		1	2.94
新座市		1	2.94
日高市		1	2.94
ふじみ野市		1	2.94
白岡市		1	2.94

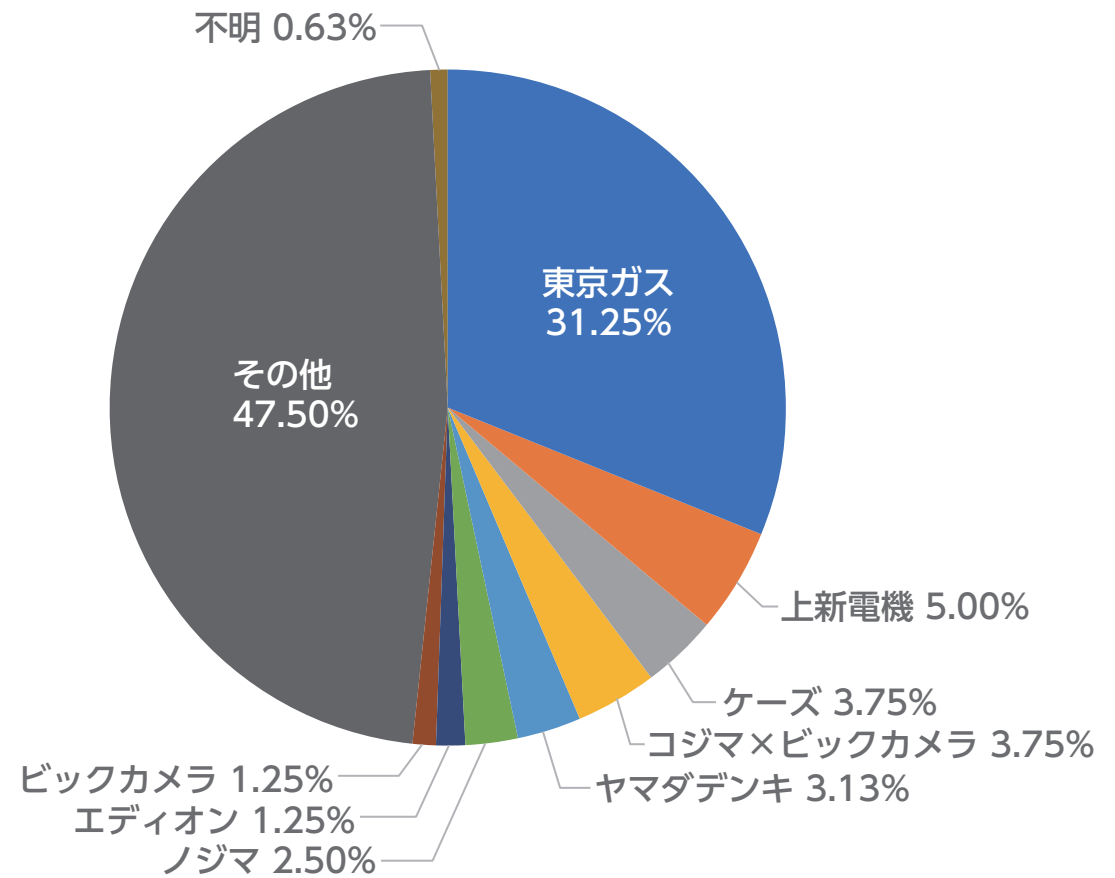
●千葉県（41 件）

市区町村	区	件数	割合(%)
千葉市	中央区	2	4.88
	稲毛区	2	4.88
	花見川区	1	2.44
	緑区	1	2.44
船橋市		5	12.20
市川市		4	9.76
習志野市		3	7.32
柏市		3	7.32
銚子市		2	4.88
松戸市		2	4.88
野田市		2	4.88

市区町村	区	件数	割合(%)
成田市		2	4.88
流山市		2	4.88
浦安市		2	4.88
香取郡多古町		2	4.88
木更津市		1	2.44
佐倉市		1	2.44
市原市		1	2.44
我孫子市		1	2.44
匝瑳市		1	2.44
山武郡横芝光町		1	2.44

(4) 販売機関別

企業名	件数	割合(%)
東京ガス	50	31.25
上新電機	8	5.00
ケース	6	3.75
コジマ×ビックカメラ	6	3.75
ヤマダデンキ	5	3.13
ノジマ	4	2.50
エディオン	2	1.25
ビックカメラ	2	1.25
その他	76	47.50
不明	1	0.63
合計	160	100.00



2 買替による年間消費電力量および CO₂ 排出量の削減効果

※年間消費電力量は電気給湯器から電気給湯器への買替による応募が無かったため算出していない

※1 世帯当たりの削減割合は、1 件当たりの削減量（便宜上 1 件を 1 世帯とみなす）を 1 世帯当たりの年間 CO₂ 排出量（省エネ製品買換ナビゲーション「しんきゅうさん」（2022 年度データ）に掲載されていた 3,810 kg を使用）で除したもの

※買い替えた製品により、以下の通り二酸化炭素削減量を算出

ヒートポンプ給湯機（エコキュート） 1 件あたり年間 525.6 kg 削減

潜熱回収型ガス給湯器（エコジョーズ） 1 件あたり年間 70.9 kg 削減

潜熱回収型石油給湯機（エコフィール） 1 件あたり年間 70.9 kg 削減

電気ヒートポンプ・ガス瞬間式併用型給湯器（ハイブリッド給湯機） 1 件あたり年間 596.5 kg 削減

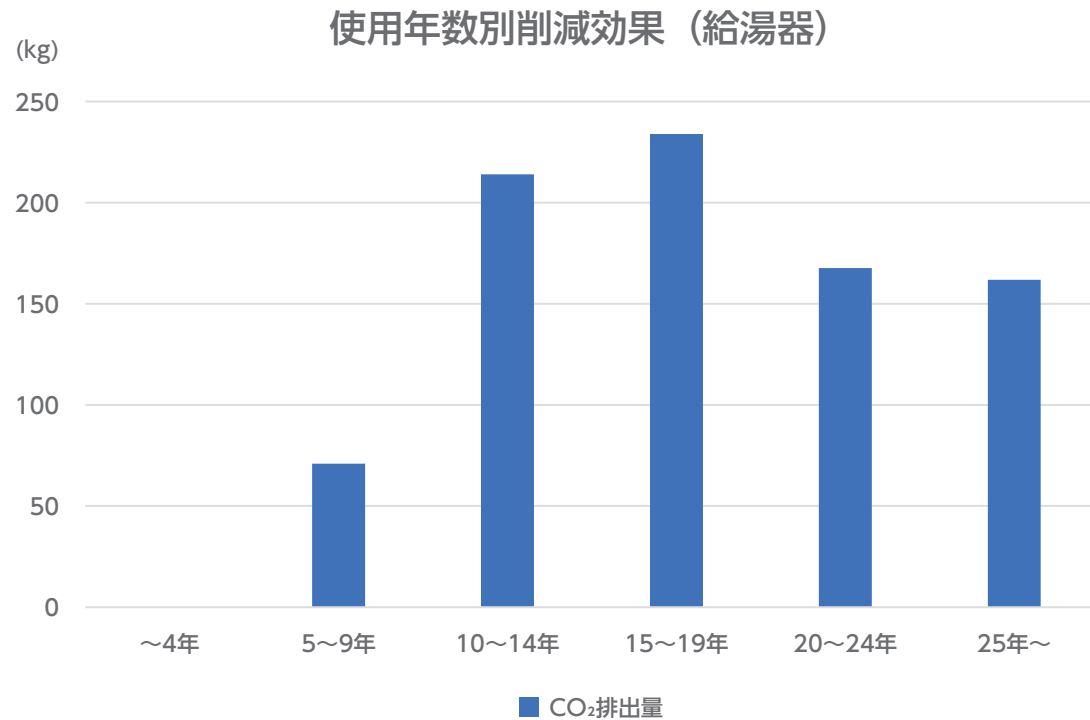
家庭用燃料電池（エネファーム） 1 件あたり年間 163.8 kg 削減

● CO₂ 排出量 (kg)

製品	件数	買替による削減量 (kg)	1 件当たりの 削減量(削減量/件数) (kg)	1 世帯当たりの 削減割合(%)
給湯器	160	33,753.90	210.96	5.54

3 買替による年間消費電力量および CO₂ 排出量の削減効果（使用年数別）

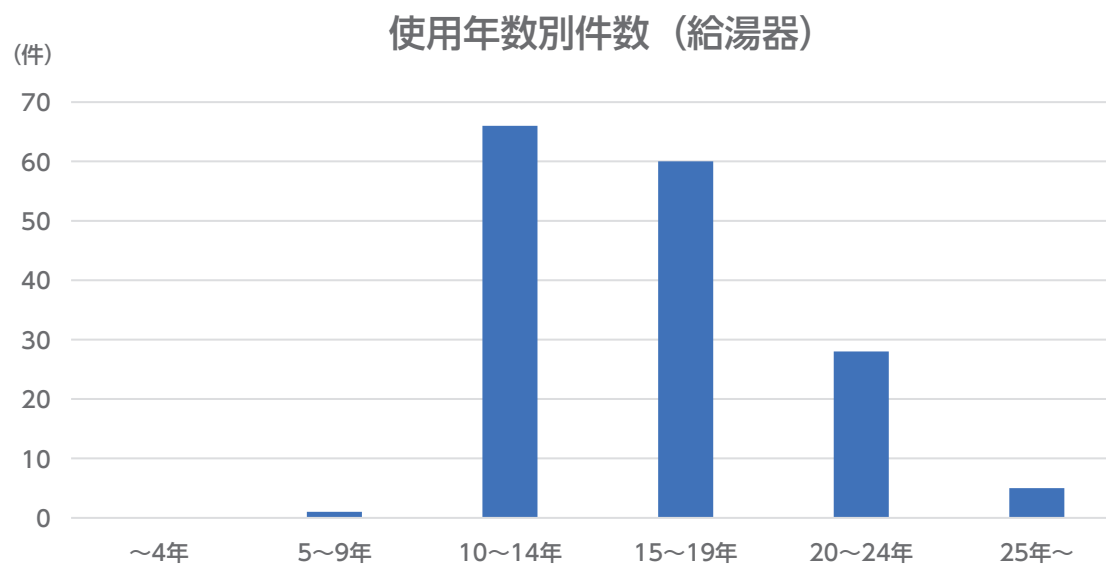
使用年数	件数	使用年数別削減効果
		CO ₂ 排出量 (kg)
～4 年	0	0.00
5～9 年	1	70.90
10～14 年	66	213.98
15～19 年	60	233.96
20～24 年	28	168.34
25 年～	5	161.84



4 ビンテージ賞および買替前製品の平均使用年数

ビンテージ賞…1994 年 （使用年数：31 年）

平均使用年数…約 16.14 年

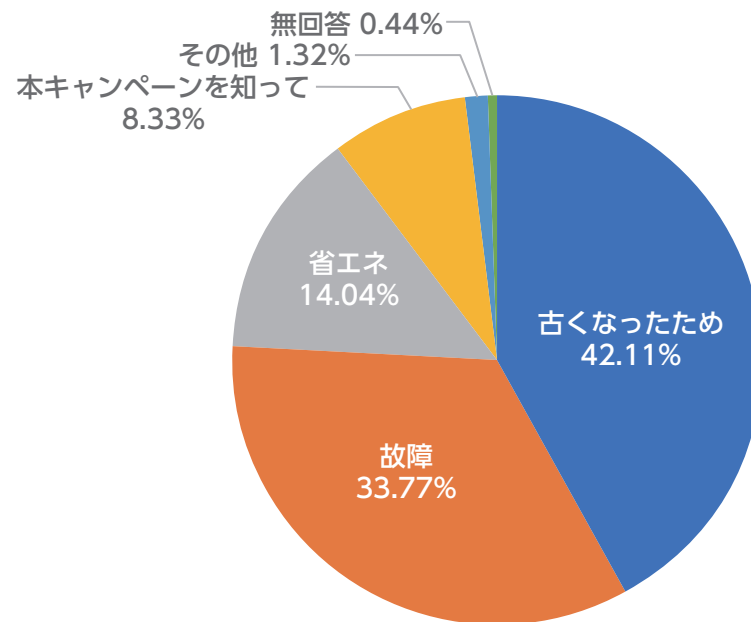


5 買替理由

● 主な理由

選択肢	件数
古くなったため	96
故障	77
省エネ	32
本キャンペーンを知って	19
その他	3
無回答	1

※複数回答

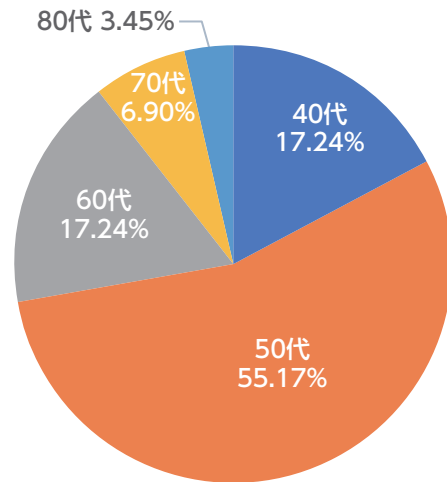


● その他の内訳

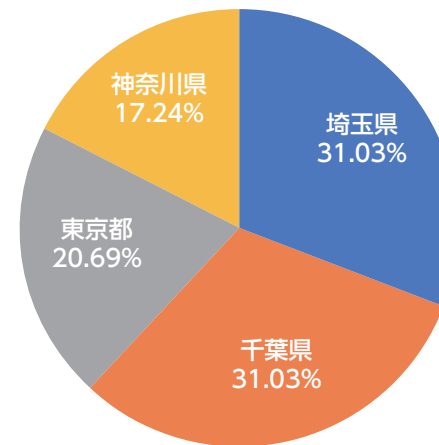
記入内容	件数
テレビ朝日で給湯器の宣伝をしていたから	1
お風呂のリフォームのため	1
浴室工事に伴って、買い替えた	1

6 応募者へのアンケート結果 回答数 29 件

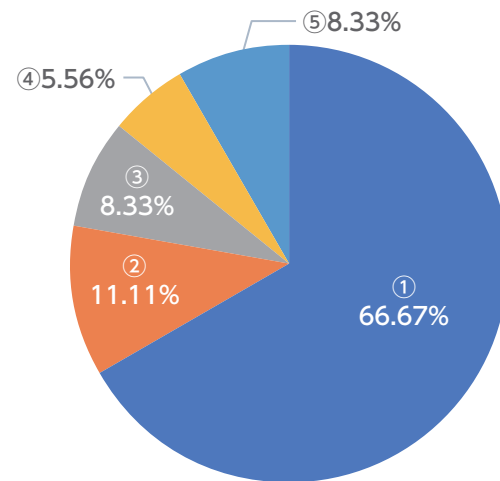
Q 1 あなたの年齢を選択してください。



Q 2 あなたのお住まいの地域を選択してください。



Q 3 何をきっかけにこのキャンペーンに応募しようと思いましたか（複数回答可）

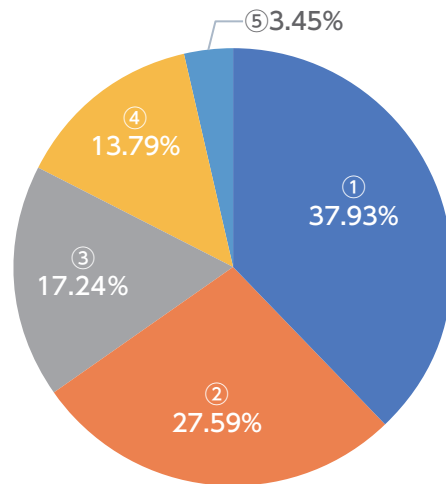


- ① 賞品が当たるから
- ② 応募方法が簡単だったから
- ③ 店員に勧められたから
- ④ ビンテージ賞が魅力的だったから
- ⑤ その他

その他のきっかけ

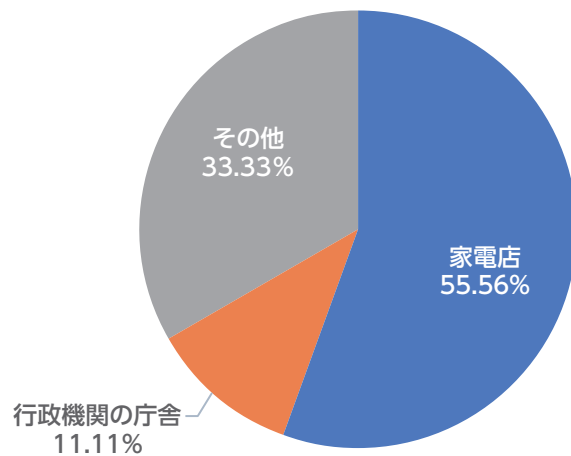
- ・ 取り付け作業に来ていただいた方の勧めです。
- ・ 当選等は考えられませんでした、何となく応募しました。
- ・ 市役所の職員から紹介された

Q 4 何をきっかけにこのキャンペーンを知りましたか？



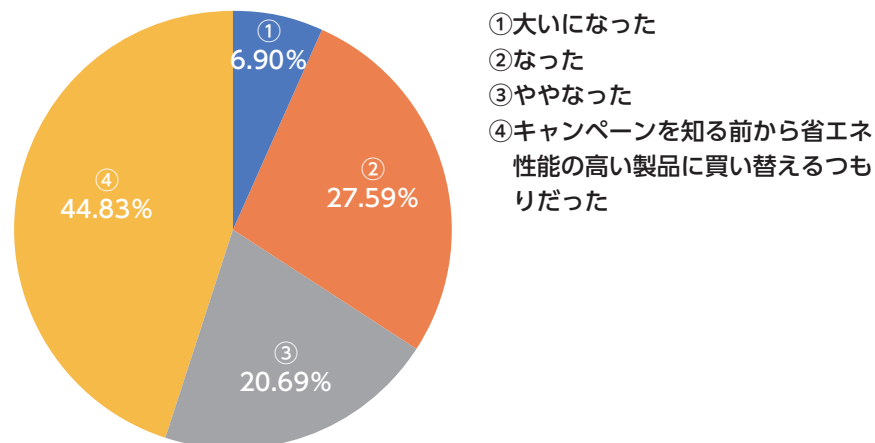
- ①行政の広報を見た・聞いた（広報誌やホームページ、テレビ・ラジオ番組等）
- ②キャンペーンのチラシ・ポスターを見た
- ③購入の時に店員から聞いた
- ④Google 等の web 広告を見た
- ⑤その他（場所や手段について、具体的に入力してください）
・取り付け作業の方から。

Q 5 Q 4 で「②キャンペーンのチラシ・ポスターを見た」にチェックを入れた方に質問です。 そのチラシ・ポスターはどこでご覧になりましたか？（複数回答可）

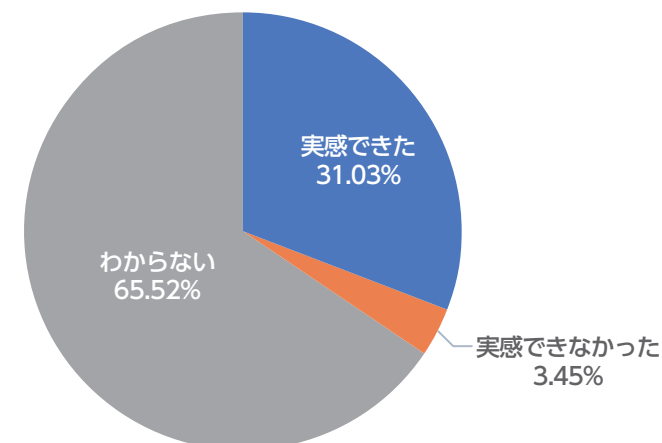


- その他の内訳
- ・ ホームページ
- ・ ショールーム

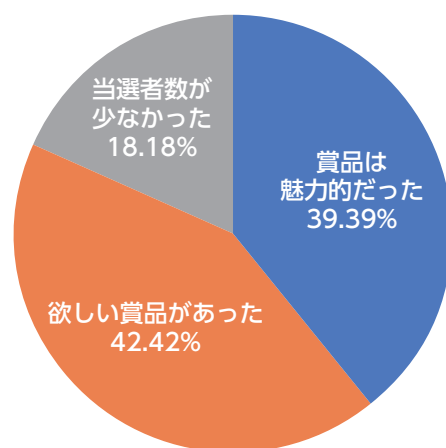
Q 6 このキャンペーンを知ることによって、より省エネ性能の高い製品に買い替えるきっかけになりましたか？



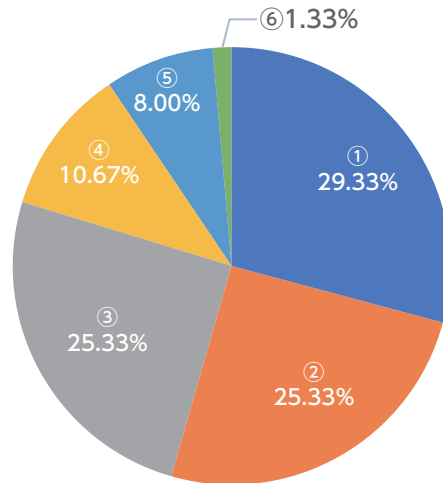
Q 7 省エネ性能の高い製品に買い替えた効果は実感できましたか？（電気代・ガス代など）



Q 8 賞品についてのご意見をお聞かせください（複数回答可）

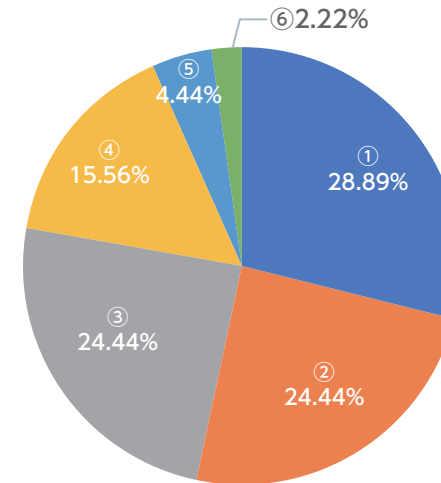


Q 9 普段どのような省エネに関する取り組みをされていますか？（複数回答可）



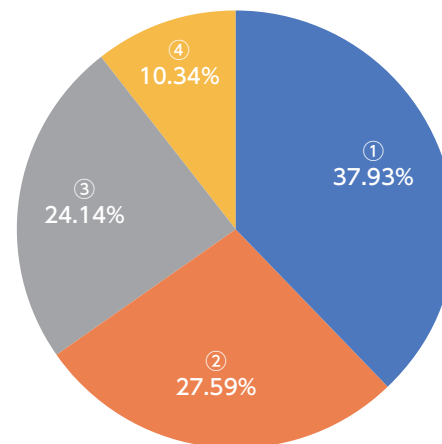
- ① エアコンの設定温度を調整する
- ② LED 照明に取り換える
- ③ シャワーは不必要に流したままにしない
- ④ 冷蔵庫の温度を適切に設定する
- ⑤ テレビの画面の明るさを下げる
- ⑥ 特に取り組んでいない

Q 10 あなたはご家庭でのエネルギーの使い方や家電・給湯器の選び方にどのような意識を持っていますか？（複数回答可）



- ① 価格が高くても省エネ性能の高い家電・給湯器を購入するほうがお得だと思う
- ② 家電・給湯器を使用する際に、エネルギーを使いすぎることによる環境への影響を意識することがある
- ③ 手間をかけて省エネするよりも、家電・給湯器の機能で省エネしたい
- ④ 古い家電・給湯器であっても壊れるまでは使い続けたい
- ⑤ 家電・給湯器の省エネ性能にはこだわらず、自分の努力で省エネしている
- ⑥ 特に意識していない

Q 11 このキャンペーンをきっかけにご家庭での省エネについて意識の変化はありましたか？



- ① 省エネを意識するようになった
- ② やや省エネを意識するようになった
- ③ 以前より省エネを意識しており、キャンペーンによる意識の変化はない
- ④ あまり意識の変化はない

Q 12 本キャンペーンへのご意見をお聞かせください。

- ・今の広報はネットによるものが主流だと思います。
- ・もう少し応募が簡単だと良い。
- ・少しでも省エネする気持ちになれば良いです。
- ・身近でできることが良い形で地球に還元できると良いなと常に思います。
- ・省エネを意識するキッカケになると思います。
- ・給湯器は壊れていなかったのですが、お取り替えを勧められたので、交換しました。こういうキャンペーンがあると、ちょっと嬉しいですね。
- ・いいキャンペーンなのに周知されてないような気がします。
- ・もっと多い方が良い
- ・購入時の補助金を出してほしかった
- ・業者にもつと周知して欲しかった。前の給湯器の銘板などとれなかつたかもしれない。
- ・応募の仕方が面倒だった
- ・自分自身は省エネを元々意識しているが、このようなキャンペーンで世間に意識付けるのは有意義
- ・たまたま見つけたが、世の中的に周知されてないキャンペーン
- ・とても興味深い試みだと、思いました。普段意識することはないのですが、考えるいいきっかけとなりました。
- ・最初は、使用しているモノで良いかな、と思っていましたが、買い替えることで、こんなにも違うものかと痛感しています。このキャンペーンが、買い替えのキッカケになったので、良い企画だったと思います。
- ・給湯機メーカーとうまくリンクしていないような
- ・地球全体の事を考えて一人一人が少しずつ努力していかないといけないと思います。新しいものに買い換えるところによって不必要なエネルギーを予防して快適になることは地球に優しいけれど、買い換える事によるお金もかかるので補助金やキャンペーンがあると助かります。
- ・埼玉に住み、東京で仕事をしていますが東京都民は家電の買い替えにも助成金があり羨ましく思っていた所に本キャンペーンを知りチャンスが有るかなと思い応募しました。当選者数は多い方が良くかと。
- ・応募にあたり、手間が、結構大変でした。
- ・こんなキャンペーンがあることを知らなかった。
- ・キャンペーンも買い替えのきっかけになったので 他にも色々して欲しいです
- ・省エネについては昨今のエネルギーコストの上昇やインフレが根強いため生活を守るという意識が強い。

7 まとめ

- ・ 総応募件数は 160 件
- ・ 購入者の年代別にみると、50 代が 38.13% で最も多い。次いで 60 代が 19.38%、40 代が 17.50% となっている
- ・ 地域別にみると、神奈川県からの応募が 31.88% で最多
- ・ 本キャンペーンによる買い替えでの年間 CO₂ 排出量の削減効果は、33,753.90 kg
- ・ 平均使用年数は 16.14 年
- ・ 買替理由は「古くなったため」が最多
- ・ 事後アンケートでは、5 割を超える方が「このキャンペーンを知ることにより省エネ性能の高い製品に買い替えるきっかけになった」と回答、また 6 割を超える方が「このキャンペーンをきっかけに家庭での省エネを意識するようになった」と回答