dentsu
株式会社 電通
コーポレート・コミュニケーション局 広報部
105-7001 東京都港区東新橋 1-8-1
Tel 03-6216-8041
http://www.dentsu.co.jp/

NEWS RELEASE

2016 年 1 月 22 日

電通、「エネルギー自由化に関する生活者意識調査」を実施

●電力自由化、「認知」は進むも「理解」はこれから

●今後起こってほしいこと、起こると思うことは、「各家庭の電気料金が下がる」こと

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：石井 直）は、2016 年の電力、2017 年のガス小売り全面自由化などエネルギー産業構造が史上最大の転換期を迎えることから、顧客企業による新しいビジネスの創造に貢献するため、エネルギー関連のプロフェッショナルメンバーを集めたグループ横断組織、チーム「DEMS（ディームス）」を編成し、さまざまなソリューションを顧客企業に提案しています。

今春に迫った電力自由化に先立ち、2015 年 11 月に全国 20～69 歳の男女 5,000 名を対象に「エネルギー自由化に関する生活者意識調査」を実施しましたので、2014 年 12 月に実施した第 1 回調査との比較も踏まえ、その主な調査結果をお知らせします。

＜主な調査結果＞

1. **電力自由化の「認知」[*1] は全体の 62.2% (46.9%)、そのうち「内容認知」[*2] は 8.9% (6.5%)。**
   かっこ内は第 1 回調査

   ・電力自由化について「内容まで知っている」（8.9%)、「内容は分からないが、自由化されることは確かに知っている」（53.3%）を合わせると全体の 62.2%と、第 1 回調査より 15.3 ポイント増加。電力の購入先が選べるようになることが広く浸透してきていることがうかがえる。
   ・一方で、内容認知については第 1 回調査から 2.4 ポイント増にとどまり、参入企業や自由化のメリットなどの内容についての理解はあまり進んでいない。
   （参考データ①）

2. **電力の購入先の「変更意向」[*3] は全体の 21.0%（16.9%)、「検討意向」[*4] までを含めると 80.0%（73.7%）に達する。** かっこ内は第 1 回調査

   ・電力の購入先の変更意向は、「すぐにでも変更したい」（3.9%)、「変更する方向で検討したい」（17.1%）を合わせて 21.0%。これに「検討するが、変更するかどうかはわからない」（59.0%）という「検討意向」までを含めると 80.0%に達する。
   ・電力自由化への関心は着実に高まってきているものの、具体的な検討については購入先や商品内容などが明らかになってからと考える人が多い。
   （参考データ②）

dentsu

3. **変更意向者（21%を 100%とした場合）のうち 56%が月額 1,000 円の電気料金値下げで変更を検討**

・事前申込での変更意向は、「必ず事前申込」（2%）、「事前申込する方向で検討」（9%）を合わせ 11%。これは変更意向全体（21%）の約半数を占める。
・現在の電気料金から月額 500 円の値下げで変更を検討する人は変更意向全体の 29%。月額 1,000 円の値下げであった場合は 56%に達する。
（参考データ③）

※変更意向の有無に関係なく、調査対象 5,000 名に電気料金の値下げ額について聞いた場合は、約半数が月額 1,000 円の値下げで「変えてもよい」と回答。

4. **事前申込での変更意向者（全体の 11%）は、未就学児や小学生の子どもがいる 4 人家族が多い。**

・変更理由としてスコアが高いのは、「時代の流れには乗っておきたい」「新しいことを試してみたい」。
・事前申込において変更意向者が購入先企業に求めるイメージでは「安心できる」「チャレンジ精神」「個性的・ユニーク」が、また電力購入先企業に対して重視することでは「電力供給が安定している」「再生可能エネルギー」などのスコアが高い傾向にある。
（参考データ④）

5. **「電力会社」[*5] のイメージは「信頼･安心･技術力･誠実･品質･規模」、「新電力会社」[*6] は「将来性・成長力・好感」の評価が高い。**

・電力会社のイメージは「信頼できる」（37%）、「安心できる」（29%）、「技術力がある」（28%）、「誠実・まじめな」（14%）、「品質の良い」（9%）、「規模が大きい」（22%）で新電力会社を上回る。
・一方で、新電力会社は「将来性がある」（15%）、「成長力がある」（13%）、「好感が持てる」（10%）で電力会社を上回る結果となった。
（参考データ⑤）

6. **電力会社に感じるベネフィットは「安定供給・メンテナンス・災害時の迅速な対応」などにある一方で、新電力会社は「料金が安い」点にある。**

・電力会社に感じるベネフィットは「安定供給」（35%）、「日常の点検やメンテナンス」（23%）、「災害時の迅速な対応」（18%）などであり、新電力会社を大きく上回っている。
・一方、新電力会社は「月々の電気料金が安い」（15%）が電力会社を大きく上回る結果となった。
（参考データ⑥）

dentsu

7. **エネルギーに関して、「今後起こってほしいこと」は、「各家庭の電気料金が下がる」(88%)、「長期契約によって割引となる料金メニューが普及する」(45%)、「各家庭の省エネ化が進む」(45%)など。**
「今後起こると思うこと」では、「各家庭の電気料金が下がる」(55%)、「長期契約によって割引となる料金メニューが普及する」(27%)、「価格比較サイトでの電力比較が普及する」(25%)のスコアが高い。

・「各家庭の電気料金が下がる」と「長期契約によって割引となる料金メニューが普及する」の 2 つは、「今後起こってほしいこと」と「今後起こると思うこと」の両方で高いスコアとなっており、生活者の電気料金に対する関心の高さがうかがえる。
（参考データ⑦）

8. **2017 年 4 月予定のガス自由化の「認知」*1 は全体の 28.7%、そのうち「内容認知」*2 は 3.6%。ガスの「変更意向」*3 は 15.0%、「検討意向」*4 までを含めると 63.8%。**

・今回の調査では、ガス自由化に関する調査も実施。
ガス自由化について「内容まで知っている」「内容は分からないが、自由化されることは確かに知っている」と答えた人は合わせて 28.7%、「内容まで知っている」人は 3.6%。現在の電力自由化の認知(62.2%)はもちろんのこと、1 年前(2014 年 12 月)の電力自由化の認知(46.9%)に比べても低く、電力自由化に比べるとまだ認知は進んでいない。
・ガスの変更意向は「すぐにでも変更したい」「変更する方向で検討したい」を合わせると 15.0%となる。自由化 1 年前の電力変更意向（16.9%、2014 年 12 月）に比べてやや低い。
（参考データ⑧、⑨、②）

---

*1　認知：内容まで知っている＋内容は分からないが、自由化されることは確かに知っている

*2　内容認知：内容まで知っている

*3　変更意向：すぐにでも変更したい＋変更する方向で検討したい

*4　検討意向：すぐにでも変更したい＋変更する方向で検討したい＋検討するが、変更するかどうかはわからない

*5　電力会社：沖縄を除く 9 電力の平均

*6　新電力会社：通信・ガス・石油など 19 社の平均

＜調査概要について＞

・タイトル　：第 2 回「エネルギー自由化に関する生活者意識調査」
・調査手法　：インターネット調査
・調査時期　：2015 年 11 月 6 日～13 日
・エリア　　：9 電力会社管内（沖縄電力管内を除く）
・対象者　　：全国 20～69 歳の男女 5,000 名
・対象者条件：世帯主もしくは世帯主の配偶者で、自分または配偶者が電気料金を支払っている方
・調査内容　：全 44 問
一般生活者の基本属性（人口統計学的属性、家族構成、住居形態など）、エネルギーの利用実態（エネルギー供給形態、収入に占めるエネルギー費の割合など）、エネルギー自由化に関する知識・認知状況、エネルギー全般に関する考えや意識の傾向、購入先に対して求めること、電力会社・新電力会社に対する認識、購入先の変更・検討状況、事前申込意向、購入先変更のきっかけ、購入先変更時に参考にする情報など。

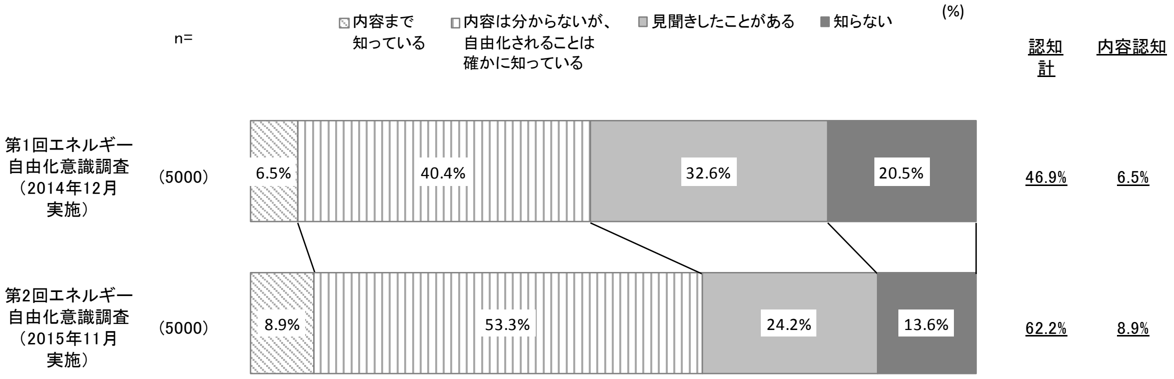
【本件に関する問い合わせ先】

株式会社電通　コーポレート・コミュニケーション局　広報部
長澤、謝　TEL：03-6216-8041

＜参考データ＞

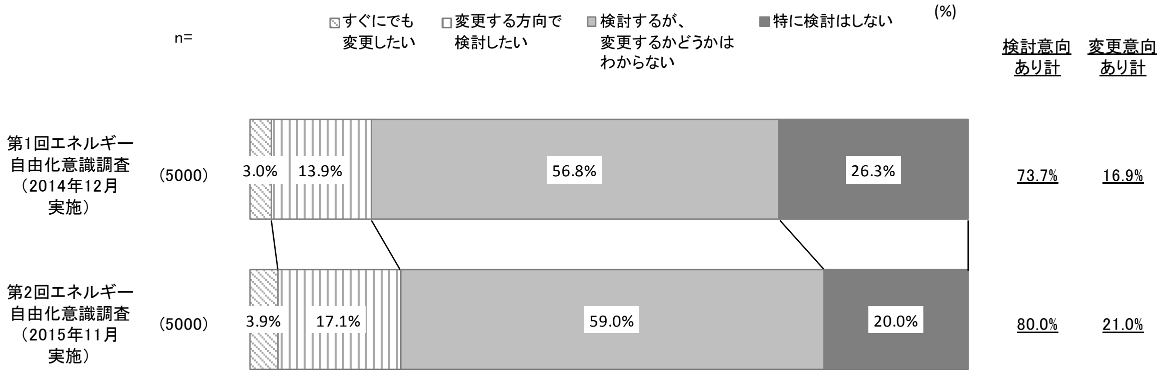
① 電力自由化に関する認知

質問：あなたは、この「家庭用電力の小売り自由化」についてご存じでしたか。

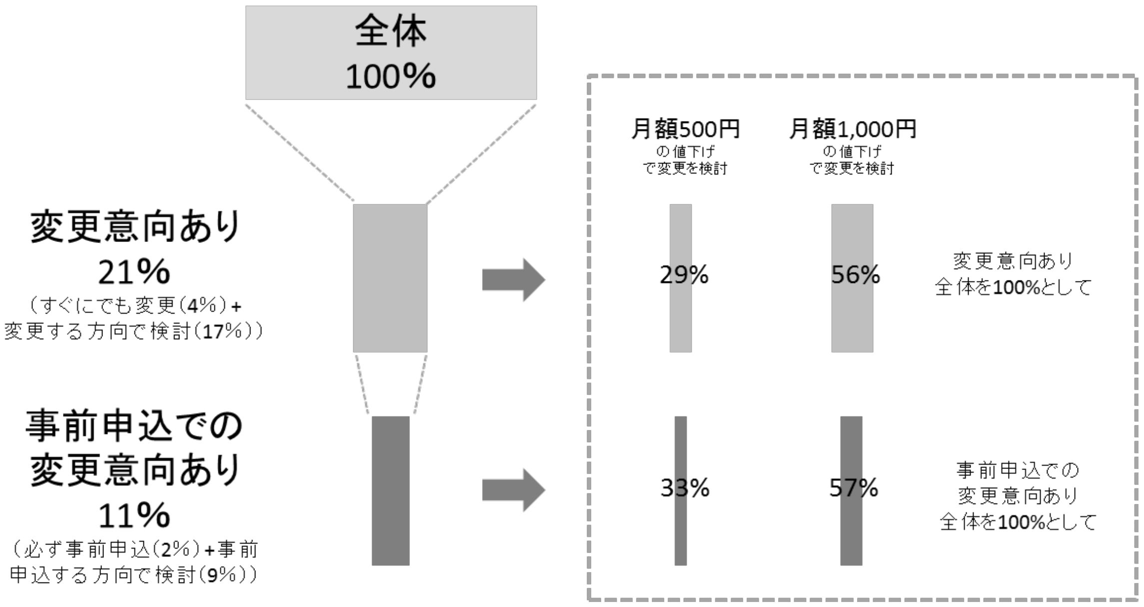


② 電力購入先の変更意向

質問：あなたは、今後電気の購入先の変更を検討したいと思いますか。



③ 電力購入先の変更意向・事前申込での変更意向と電気料金の値下げの関係

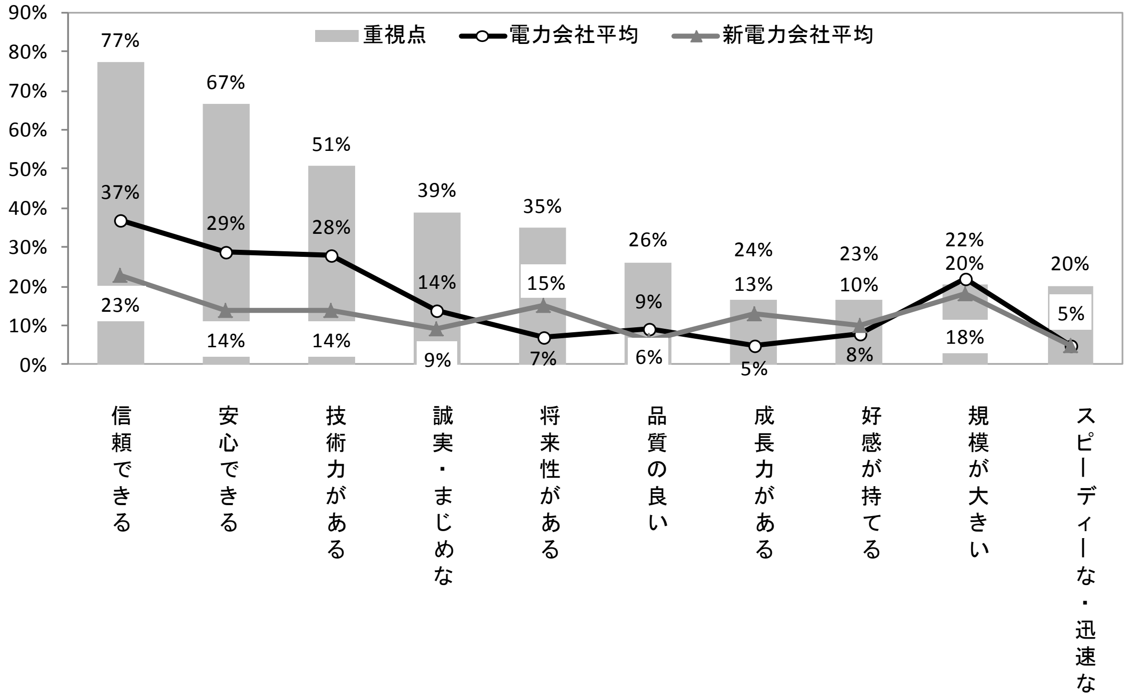


---

④ 事前申込での変更意向者のスコアが高い項目

		事前申込での変更意向者	調査対象者全体
	n=	547	5000
基本属性	4人以上の家族	31%	24%
	未就学児(3歳以上)の子供がいる	15%	10%
	小学生の子供がいる	15%	12%
	電気を使った床暖房を備えている	9%	5%
	太陽光発電システムを今後備えたい	24%	12%
	オール電化を今後備えたい	21%	12%
電力意識	電気に満足していない	44%	30%
	発電方法やエネルギー源にこだわりたい	50%	28%
自由化意識	電気料金が高くなっても再生可能エネルギーで発電した電気を購入したい	40%	20%
	変更のきっかけ：インターネット・携帯電話会社を変えるとき	17%	10%
	変更理由：新しいことを試してみたい	18%	7%
	変更理由：時代の流れには乗っておきたい	17%	8%
	電力自由化によって電力料金は下がると思う	65%	55%
	電気料金と通信費がセットになった割引	49%	36%
	電気料金とガス料金がセットになった割引	57%	45%
	電力の購入先に求めるイメージ：安心できる	55%	67%
	電力の購入先に求めるイメージ：チャレンジ精神のある	19%	12%
	電力の購入先に求めるイメージ：個性的・ユニークな	10%	4%
	電力の購入先に対して重視すること：電力供給が安定している	52%	65%
	電力の購入先に対して重視すること：再生可能エネルギー	29%	20%
	電力を購入するときに参考にする情報：企業のホームページ	71%	62%
	今後ガスの購入先を変更したい(すぐにでも+変更する方向で検討したい)	60%	15%

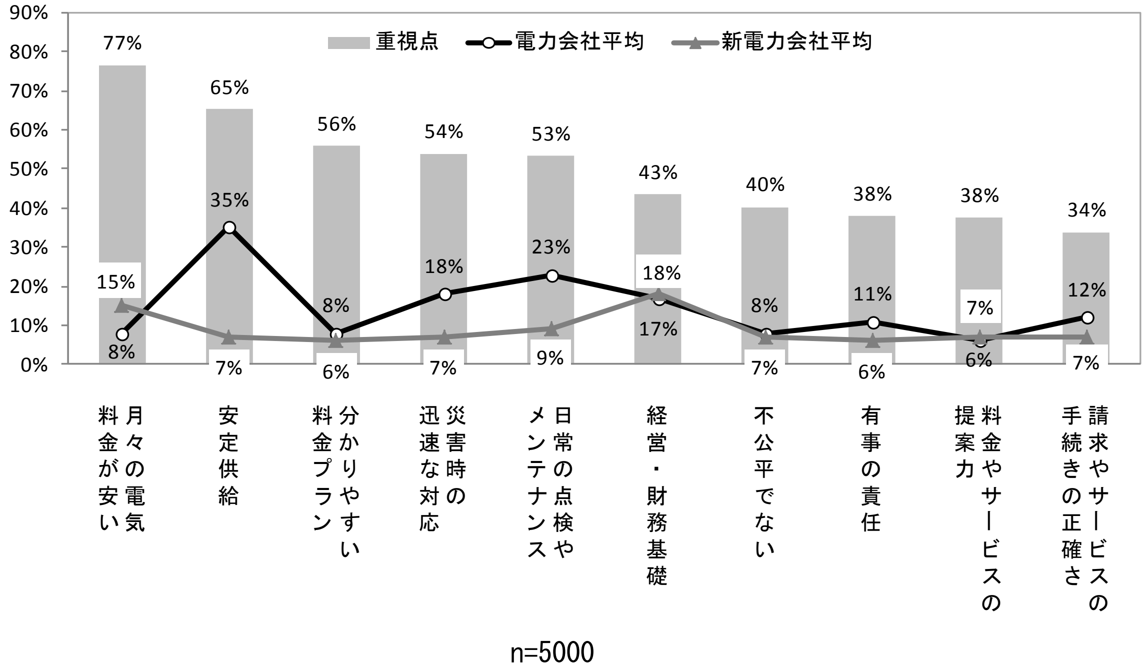
⑤ 電力会社と新電力会社のイメージ（上位 10 項目）



n=5000

---

⑥ 電力会社と新電力会社のベネフィット評価（上位 10 項目）



n=5000

⑦ 今後エネルギーに関して起こってほしいこと、起こると思うこと

■今後起こってほしいこと

各家庭の電気料金が下がる	88%
長期契約によって割引となる料金メニューが普及する	45%
各家庭の省エネ化が進む	45%
パソコン、家電などと同様に価格比較サイトでの電力比較が普及する	35%
電気利用等によってポイントがたまるサービスが各家庭に普及する	30%
各家庭のFITを利用した太陽光などの再生可能エネルギー利用が進む	29%
時間や季節などによって単価が変動する料金が普及する	29%
家族割など世帯構成によって異なる料金メニューが普及する	27%
電気とガスをセットにした契約が各家庭に普及する	26%
自治体などの地産地消エネルギー消費が各家庭に普及する	26%

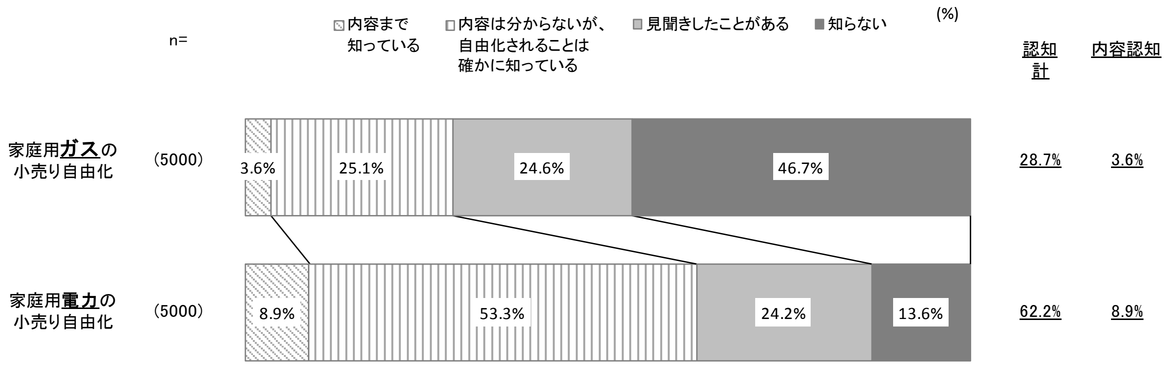
■今後起こると思うこと

各家庭の電気料金が下がる	55%
長期契約によって割引となる料金メニューが普及する	27%
パソコン、家電などと同様に価格比較サイトでの電力比較が普及する	25%
電気とガスをセットにした契約が各家庭に普及する	23%
電気と通信をセットにした契約が各家庭に普及する	23%
電気利用等によってポイントがたまるサービスが各家庭に普及する	22%
時間や季節などによって単価が変動する料金が普及する	20%
各家庭の省エネ化が進む	17%
ハイブリッド車・プラグインハイブリッド車が各家庭に普及する	16%
家族割など世帯構成によって異なる料金メニューが普及する	16%

---

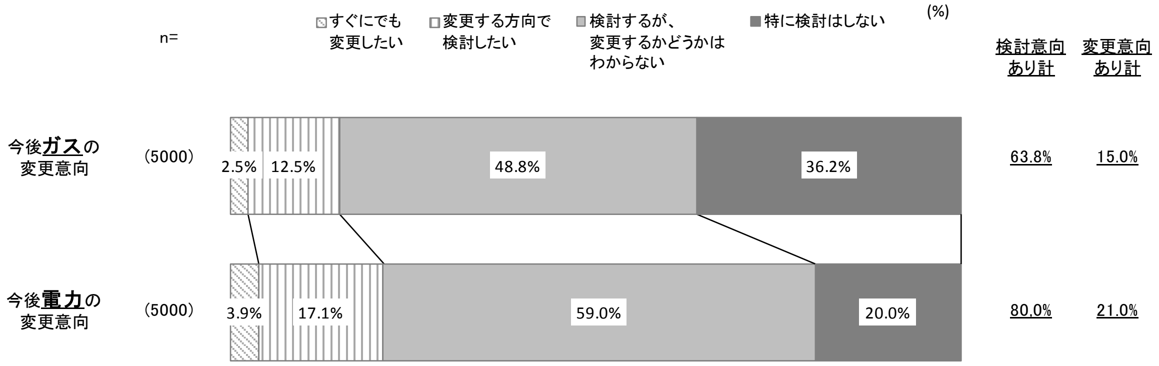
⑧ ガスの自由化と電力自由化に関する認知の比較

質問：あなたは、この「家庭用ガスの小売り自由化」についてご存じでしたか。
あなたは、この「家庭用電力の小売り自由化」についてご存じでしたか。



⑨ ガス購入先の変更意向（電力購入先の変更意向との比較）

質問：あなたは、今後ガスの購入先の変更を検討したいと思いますか。
　　　あなたは、今後電気の購入先の変更を検討したいと思いますか。



以　上