

2010. 12. 17

## 次世代電動生活™レポート①「スマートグリッドに関する生活者調査」

## スマートグリッド、

## 今最も進んでいると思うのは「アメリカ」。10年後は「日本」。

- スマートグリッドの認知は、36.7%で、まだ半数以上の生活者は「知らない」。
- 「スマートグリッド」について知っているほど、「投資に賛成」。

博報堂では、全国の20～60代男女400名を対象に「スマートグリッドに関する生活者調査」を実施いたしましたので、その結果をご報告いたします。

今回の調査結果では「スマートグリッド」についての認知は36.7%となり、まだ半数以上の人「知らない」状態であることがわかりました。しかしながら、「スマートグリッド」についての説明をした上で生活者に質問をしてみると、8割近くの77.3%が「魅力的」と答えました。一方で、「投資をしてでもスマートグリッドを実現すべきかどうか」については、全体では「賛成」は約半数の51.1%でしたが、「スマートグリッド」への理解や認知が高いほど、「投資に賛成」という人が増え、「スマートグリッド」についての認知・理解向上が今後、生活者の賛同を得るために重要であることがわかりました。

また、「今、スマートグリッドが進んでいると思う国」は「アメリカ」を始め、ヨーロッパの国が並びましたが、「10年後に、最も進んでいる国」のトップは「日本」となりました。生活者が「スマートグリッド」に対して期待していることが伺われます。

博報堂は今後も電気自動車やスマートグリッドなどの進展による生活および生活者の意識変化を調査し、「次世代電動生活™レポート」として発行して参ります。また、これまでの研究成果もあわせて、クライアントの当該領域のビジネス支援にも役立ててまいります。

## &lt;調査結果トピックス&gt;

- ◇ 「スマートグリッド」という言葉の認知率は、全体では36.7%で半数以上が知らない。ただし、男性30～50代は半数近くが「知っている」。
- ◇ スマートグリッドについて「魅力的」と答えたのは8割近くの77.3%。理解や認知が高いほど、魅力度も上がる。
- ◇ スマートグリッドが実現するのは、「15年以内」が約半数。
- ◇ スマートグリッドへの投資について「賛成」なのは半数程度。ただし、スマートグリッドという言葉を理解している層は7割以上が賛成。「スマートグリッド」への理解推進が重要。スマートグリッドへの費用負担、「導入費用」は「国」、「運営費用」は「国」「自治体」「企業」で。
- ◇ 今、スマートグリッドが最も進んでいる国は「アメリカ」。10年後は「日本」。
- ◇ 今後、スマートグリッドの中心になっていくとおもわれる業界は、「電力」がトップ。
- ◇ 創エネ、新エネ関連の商品やサービスで認知率が9割以上のものは、「電気自動車」「風力発電」「ハイブリッドカー」「太陽光発電」。今後所有意向が高いのは、「LED照明」「太陽光発電」「ハイブリッドカー」。

◆ 本件に関するお問い合わせ

博報堂 広報室

西尾・西原

TEL:03-6441-6161

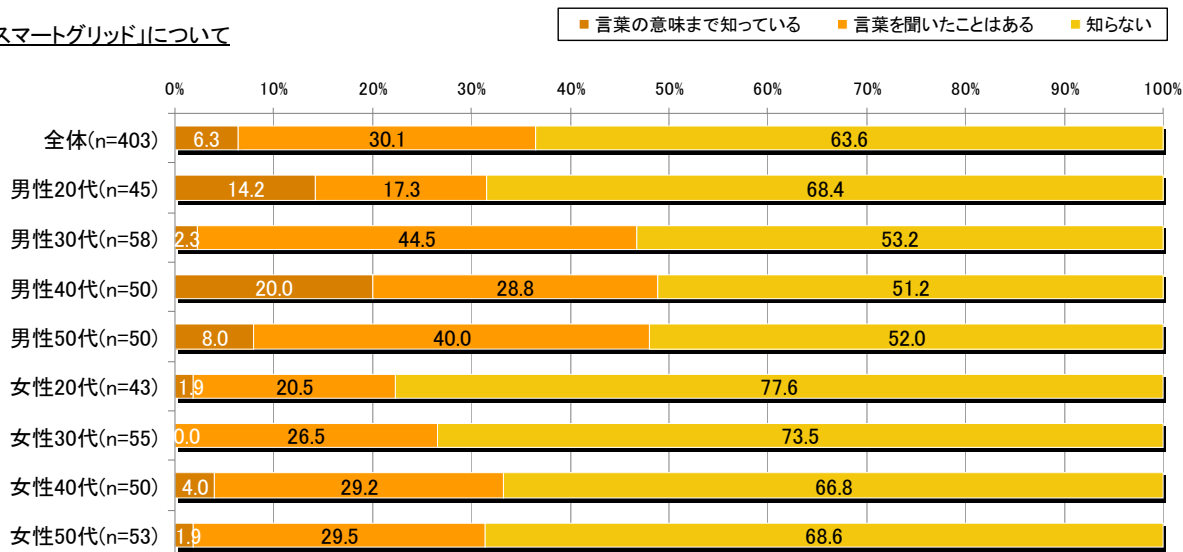
## 添付資料：調査データ

- ◇ 「スマートグリッド」という言葉の認知率は、全体では 36.7%で半数以上が知らない。  
 ただし、男性 30～50 代は半数近くが「知っている」。

「スマートグリッド」という言葉について「意味まで知っている」「聞いたことがある」と答えた人は全体の3分の1強にあたる 36.4%でまだまだ知らない人が多い言葉であることがわかりました。

ただし、ビジネスマン層である男性の認知率は高く、30 代男性=46.8%、40 代男性 48.8%、50 代男性 48.0%と半数近くが「意味まで知っている」「聞いたことがある」と答えました。とくに 40 代男性は「意味まで知っている」が 20%もいることがわかりました。

「スマートグリッド」について

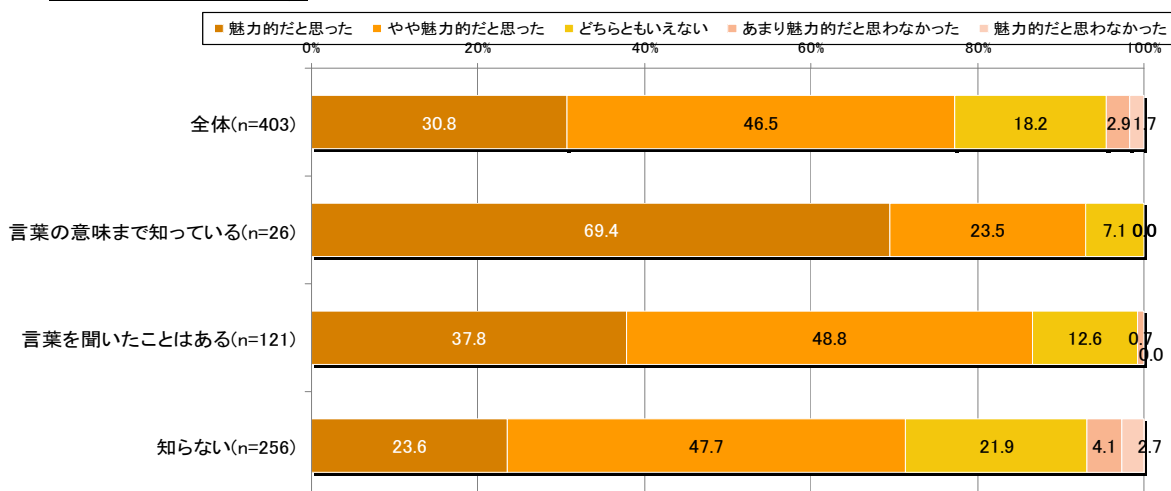


- ◇スマートグリッドについて「魅力的」だと答えたのは 8 割近くの 77.3%。理解や認知が高いほど、魅力度も上がる。

スマートグリッドについて、その内容を説明した上で、「魅力的かどうか」質問したところ、全体の 8 割近くの 77.3%が「魅力的」と答えました。(魅力的+やや魅力的)

特に、スマートグリッドについて事前に「意味まで知っている」「聞いたことがある」といった層は、魅力度も高いことがわかりました。スマートグリッドについて世の中での関心が高まれば高まるほど、魅力度が上がるということが想定されます。

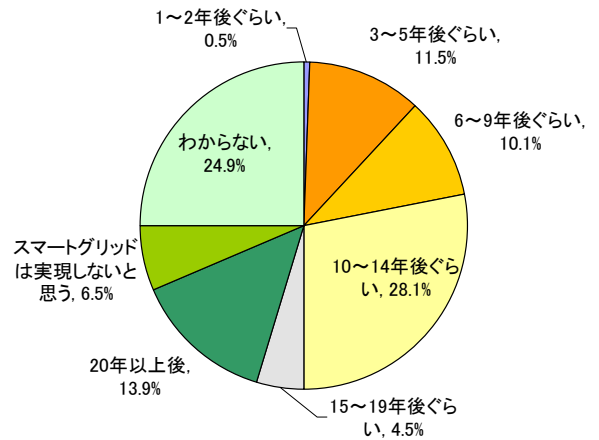
スマートグリッドの魅力度



◇ スマートグリッドが実現するのは、「15年以内」が約半数。

スマートグリッドが実現するのは「いつごろだと思うか」については、「1～2年後：0.5%」「3～5年ぐらい：11.5%」「6～9年後：10.1%」「10～14年後：28.1%」など、全体の半数近くが、大体15年以内に実現するのではないかと想像していました。一方で、「20年以上：13.9%」「実現しない：6.5%」と2割近くが近い将来での実現に懐疑的であることが分かりました。

スマートグリッドが実現するの？

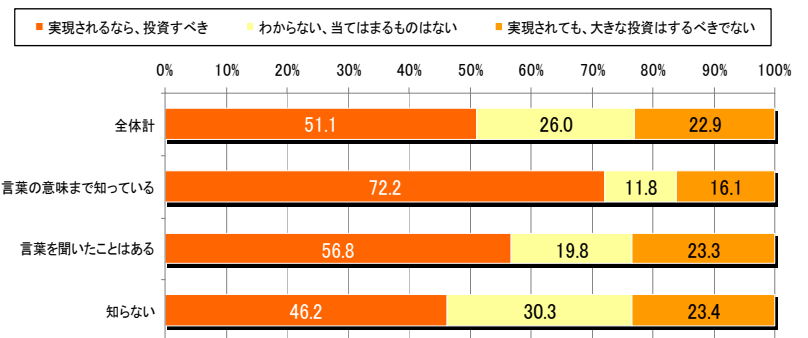


- ◇ スマートグリッドへの投資について「賛成」なのは半数程度。ただし、スマートグリッドという言葉の意味を理解している層は、7割以上が賛成。「スマートグリッド」の理解推進が重要。
- ◇ スマートグリッドへの費用負担、「導入費用」は「国」、「運営費用」は「国」「自治体」「企業」で。

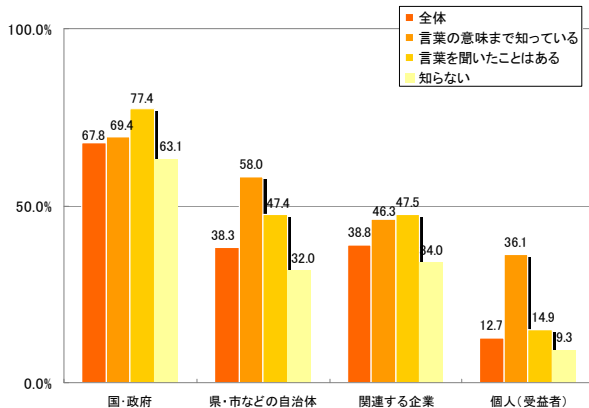
スマートグリッドについて、今後投資すべきかどうかを確認したところ、「エネルギー効率が良くなり、省エネを実現するならば、賛成」という人が半数の51.1%でした。しかしながら、これを「意味まで知っている」人に限ると72.2%が賛成に、「意味を知っている」「聞いたことがある」人に限ると59.5%が賛成と答えており、「スマートグリッド」についての理解度が高ければ、投資に対する理解も上がることがわかりました。

また実現に当たって、「だれが費用負担をすべきか」を聞いたところ、「導入にかかる費用」は、「国」が67.8%と圧倒的に高くなりました。一方で、「運営にかかる費用」については「国：48.4%」「自治体：41.0%」「企業：43.7%」と3者が拮抗しており、個人負担も4分の1の人が負担すべきとこたえました。また、個人の受益負担については、「スマートグリッド」について「意味まで知っている」という層では45.9%となり、スマートグリッドの実現による意義やメリットについて、まだまだ説明が必要だといえそうです。

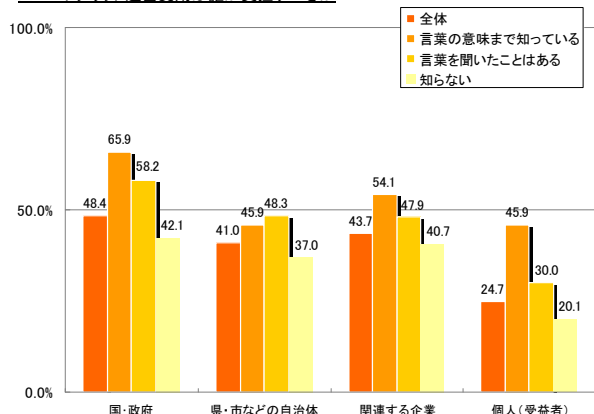
スマートグリッドへの投資意向



スマートグリッド導入費用はだれが負担すべきか



スマートグリッド運営費用は誰が負担すべきか



◇ **今、スマートグリッドが最も進んでいる国は「アメリカ」。10年後は「日本」。**

スマートグリッドが、現在「もっとも進んでいる国がどこだと思うか」については「アメリカ」「スウェーデン」「ドイツ」の順となり、日本は5位でした。しかしながら、「10年後に最も進んでいる国はどこか」については、「日本」「アメリカ」「スウェーデン」となり、日本がトップとなりました。現在は、欧米にリードされて入るものの、いずれ日本がトップになるのではないかと日本人の「期待」を感じます。

また、日本がスマートグリッドでトップになるべきかどうかについても、55.0%の人が「思う」「ややそう思う」と答えています。

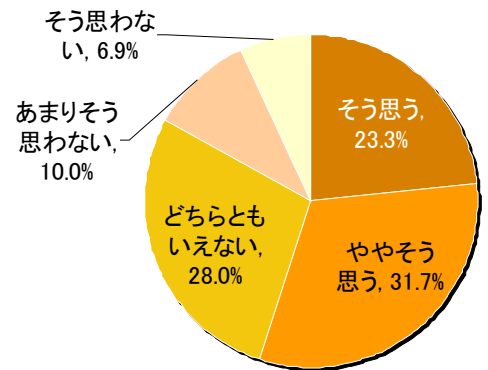
今、スマートグリッドが進んでいる国

順位	国名	(%)
1位	アメリカ合衆国	18.9%
2位	スウェーデン	16.2%
3位	ドイツ	14.9%
4位	フィンランド	8.5%
<b>5位</b>	<b>日本</b>	<b>6.7%</b>
6位	デンマーク	6.5%
7位	ノルウェー	5.1%
8位	カナダ	2.7%
9位	オーストラリア	2.0%
10位	シンガポール	2.0%

10年後にスマートグリッドが進んでいる国

順位	国名	(%)
<b>1位</b>	<b>日本</b>	<b>22.1%</b>
2位	アメリカ合衆国	14.7%
3位	スウェーデン	11.8%
4位	ドイツ	10.2%
5位	デンマーク	5.3%
6位	中国	4.2%
7位	フィンランド	4.1%
8位	イギリス	4.0%
9位	シンガポール	3.2%
10位	韓国	3.1%

日本はスマートグリッドでトップ国になるべきか



◇ **今後、スマートグリッドの中心になっていくとおもわれる業界は、「電力」がトップ。**

今後、日本でスマートグリッドを進めていく上で、中心になっていく業界や企業については、「中心になっていく業界」では「電力会社」が圧倒的にトップで、72.7%が選択しました。続いて、「製造業(電気)」「情報通信業」となっています。

また、中心になっていく企業は、「地球環境に気を配っている」「技術力のある」「新分野に進出している」というイメージが高まることもわかりました。

順位	業種	(%)
1位	電力	72.7%
2位	製造業(電気)	34.2%
3位	情報通信業	30.6%
4位	ガス	29.5%
5位	住宅業	27.2%
6位	石油	24.1%
7位	製造業(精密機器)	23.2%
8位	製造業(機械)	21.5%
9位	建設・土木業	18.7%
10位	建築業	18.0%

◇ 創エネ、新エネ関連の商品やサービスで認知率が9割以上のものは、「電気自動車」「風力発電」「ハイブリッドカー」「太陽光発電」。

今後所有意向が高いのは、「LED照明」「太陽光発電」「ハイブリッドカー」。

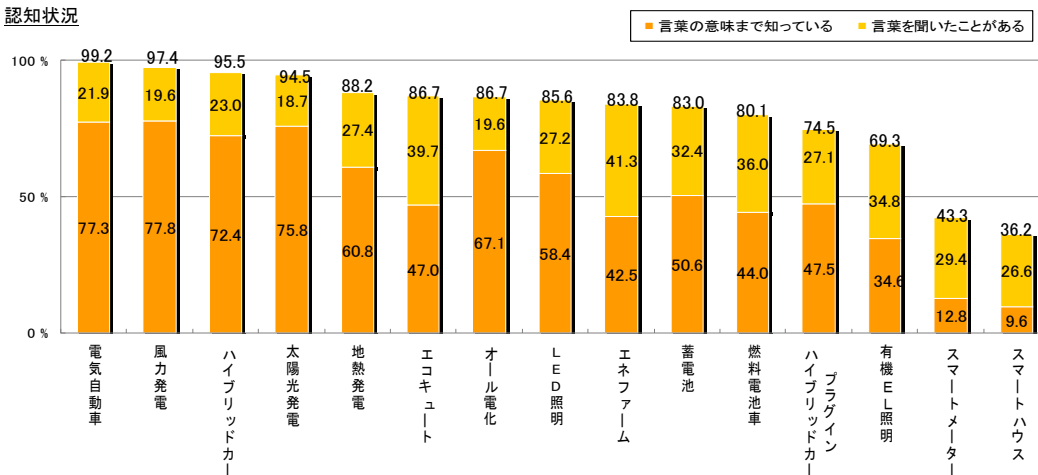
スマートグリッド以外の「新エネルギー、創エネルギー関連の商品やサービス」についてそれぞれの認知率、理解率を調べたところ、「電気自動車」「風力発電」「ハイブリッドカー」「太陽光発電」は認知率が9割以上となり、また理解率も7割を超えていました。

一方で、「スマートハウス」「スマートメーター」については、認知率はそれぞれ36.2%、43.3%で理解率は1割程度となり、まだまだ一般生活者に浸透した言葉や概念ではないことがわかりました。ただしビジネスマンに限っては「スマートハウス」は50%が「知っている」と答えていました。

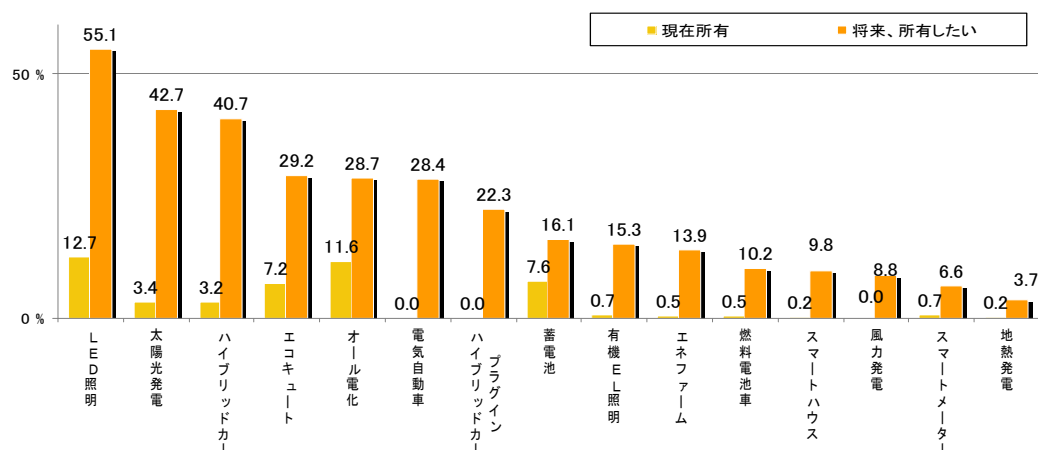
また、これらの商品、サービスについての現在の所有状況や今後の所有意向を聞いたところ、現在所有で最も高いのは「LED照明」の12.7%で今後の所有意向も55.1%と高い意向がありました。

「LED照明」について所有意向が強いのは「太陽光発電：42.7%」「ハイブリッドカー：40.7%」となり、現在すでに普及し始めているものに対しての「所有意向」が強い結果となりました。

認知状況



所有状況、所有意向



調査概要

調査主体：HAKUHODO UNIV.（通称：博報堂大学）次世代電動生活研究ゼミ\*

調査時期：2010年11月下旬

調査地域：全国

調査対象：20～60代男女合計400名 男性200名、女性200名

なお、本レポート内の比率については、実調査数字を割り戻して全国数字として計算しているため、n=403にて分析しております。

調査方法：インターネットアンケート調査

\*電気自動車やスマートグリッドなどの進展によって生活および生活者の意識がどう変化するかということをテーマに調査・研究を行う、(株)博報堂の企業内大学、HAKUHODO UNIV.（通称：博報堂大学）のゼミ。