

2011. 10. 25

第2回「スマートグリッドに関する生活者調査」

スマートグリッドの認知率、過半数の51.0%に。

- 昨年11月の認知率36.4%から14.6ポイント増加。男性30代以上は6割以上の認知率に。
- 「スマートグリッドの運用費用」は「個人負担で」と考える人が4割以上に。

博報堂スマートグリッドビジネス推進室では、昨年11月の第1回調査に引き続き、2011年8月に全国の20～60代男女1000名を対象に第2回「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。このたび、速報がまとまりましたので、その結果をご報告いたします。

今回の調査では、「スマートグリッド」についての認知は51.0%となり、昨年の36.4%に比べ14.6%増え、過半数の人が「聞いたことがある」という状況となりました。また、「スマートグリッド」から連想するものは、昨年は「エコ」「省エネ」などの漠然としたイメージが上位だったのに対し、今回は「電気の効率的利用/有効利用」などはっきりとしたエネルギーコントロール技術であるにとらえている人が多くなりました。また、今後導入してみたいエネルギー関連サービスについては、「太陽光パネル」「家庭用蓄電池」「売電システム」となり、エネルギーを自分で作ってコントロールすることに魅力を感じる人が多いと考えられます。

スマートグリッドシステムの導入と運用に関わる費用についても、運用については「個人で負担すべきだ」と考える人が昨年の24.7%から42.4%に増加しており、スマートグリッドを自分ごととして考える人々が増えているようです。

博報堂スマートグリッドビジネス推進室では、今後も生活者を中心とする様々な研究とソリューションを開発し、生活者視点でスマートグリッド時代に必要なサービスや商品などについて、企業の皆様に提案してまいります。

<調査結果トピックス>

- ◇ 「スマートグリッド」という言葉の認知率は、昨年より14.6ポイント増え、51.0%に。過半数を超える。特に、男性30代以上は60%以上の認知率に。
- ◇ 「スマートグリッド」という言葉から連想するものは、「電気の効率的利用」「電力コントロール」。昨年と比べ、エコ関連の技術から電力を効率的に利用する技術へと意識が変化。
- ◇ 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」「太陽光発電システム」「オール電化」。興味関心が高いのは、「太陽光発電」「家庭用蓄電池」。
- ◇ スマートグリッド関連サービス、今後導入したいのは、「太陽光発電」「家庭用蓄電池」「売電システム」。
- ◇ 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「企業」もしくは「個人」。1年前の調査に比べて、「個人」負担と考える層が増加。
- ◇ なお、省エネ、自然エネルギーなどへの意識は高く、「同じ機能の商品ならば、省エネ商品を購入したい」は69.3%、「同じ機能の商品ならば、自然エネルギー利用商品を購入したい」は57.7%。

◆ 本件に関するお問い合わせ

博報堂 広報室

藤井・西原

TEL:03-6441-6161

FAX:03-6441-6166

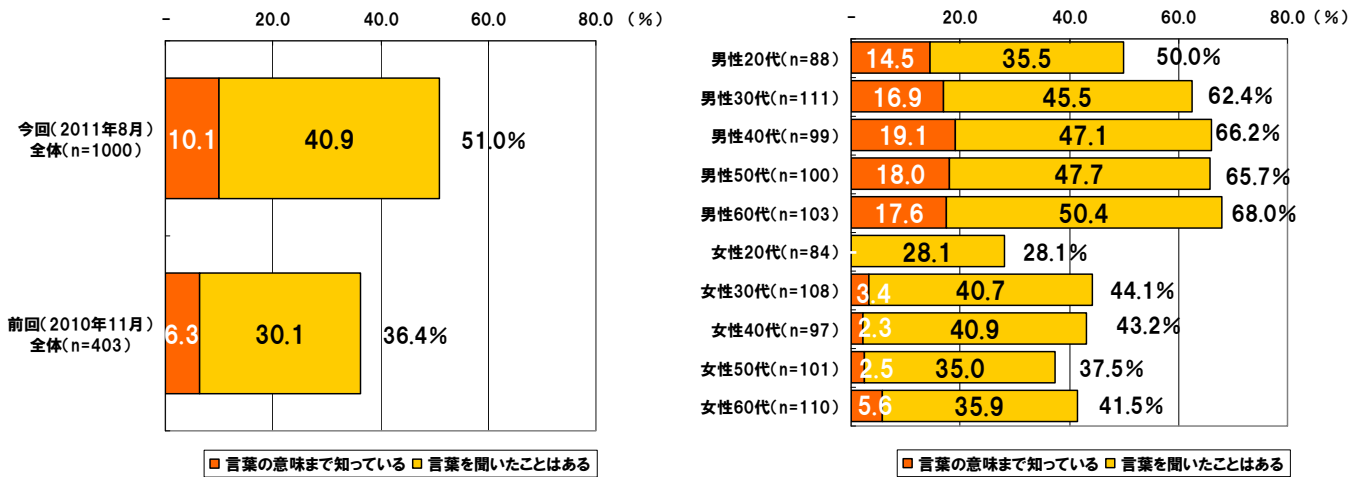
添付資料：調査データ

◇「スマートグリッド」という言葉の認知率は、昨年より 14.6%増加し、51.0%に。過半数を超える。特に、男性 30 代以上は 60%以上の認知率に。

「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」と答えた人は過半数を超える 51.0%となりました。昨年の 36.4%から、大きく伸び半数以上が「聞いたことがある」という状況となりました。

特に、男性の 30 代以上の認知率は高く、30 代男性:62.4%、40 代男性:66.2%、50 代男性:65.7%、60 代男性:68.0%となりました。

「スマートグリッド」について



◇「スマートグリッド」という言葉から連想するものは、「電気の効率的利用」「電力コントロール」。昨年と比べ、エコ関連の技術から電力を効率的に利用する技術へと意識が変化。

「スマートグリッド」という言葉から連想されるものは何か？と質問したところ、昨年は「省エネ」「エコ関連」に関する言葉が多く上がっていたのに対し、今回は「電気の効率的利用 (91件)」、「電気のコントロール (84件)」という回答が多く上がるようになりました。漠然としたエコイメージでなく、電力の有効かつ効率的な利用方法として捉える人が増えてきていることが分かります。

【前回(2010年11月)】

【今回(2011年8月)】

前回 (2010年11月) n=403			今回 (2011年8月) n=1000		
順位	項目	件数	順位	項目	件数
1	省エネ/省エネ関連	38	3	省エネ/省エネ関連	80
2	エコ/エコ関連	36	4	エコ/エコ関連	60
3	送電網/電力網/送電システム	21	5	送電網/電力網/送電システム	57
4	電気の効率的利用/有効利用	17	1	電気の効率的利用/有効利用	91
5	電力コントロール/電力調整/電力管理	13	2	電力コントロール/電力調整/電力管理	84
6	自然/環境に優しい	12	6	節電・節約	47
7	効率的/効率化/無駄をなくす/最適化	9	7	効率的/効率化/無駄をなくす/最適化	44
8	自動車/ハイブリットカー/電気自動車	8	8	簡単・簡単なもの/簡素化	31
9	簡単・簡単なもの/簡素化	8	9	自然/環境に優しい	26
10	節電・節約	5	10	コスト削減/経済的	18

◇ 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」「太陽光発電システム」「オール電化」。興味関心が高いのは、「太陽光発電」「家庭用蓄電池」。

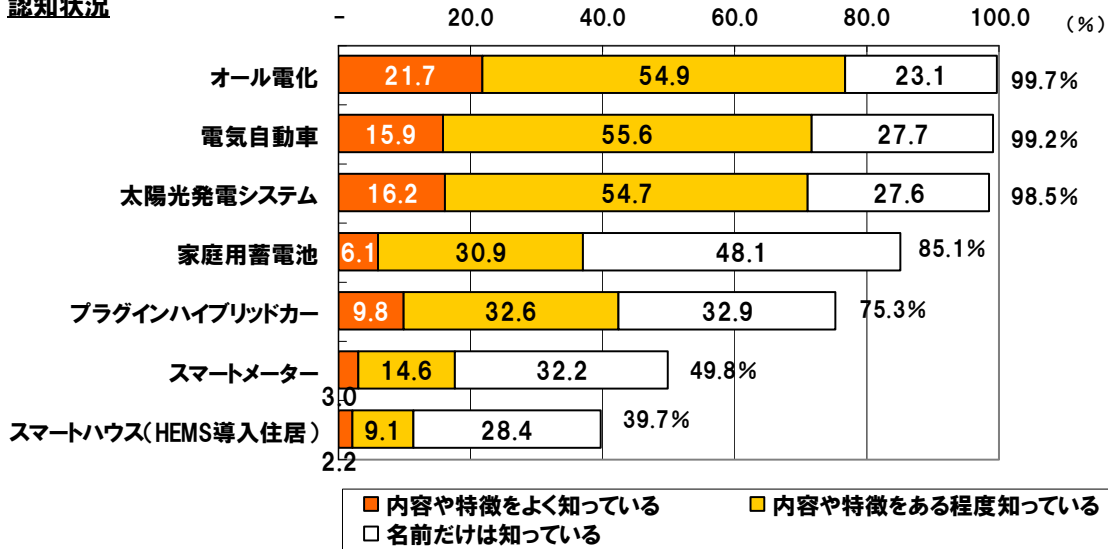
スマートグリッド以外の「新エネルギー、創エネルギー関連の商品やサービス」についてそれぞれの認知率、理解率を調べたところ、「電気自動車」「太陽光発電」「オール電化」の認知率が9割以上となりました。

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50%以下で、理解率も20%以下となり、まだまだ一般生活者に浸透した言葉にはなっていないようです。

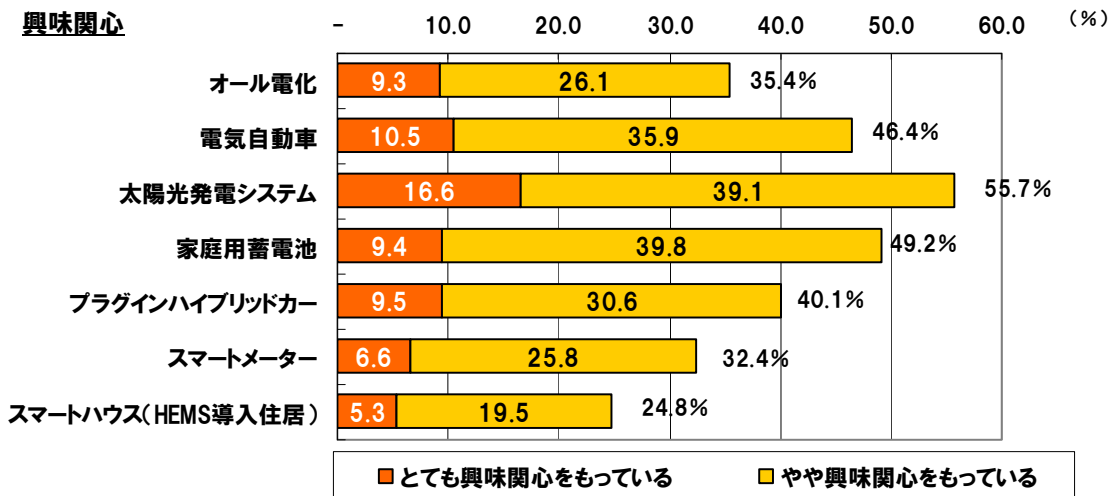
また、興味関心をもっているサービスについて調べたところ、「とても興味関心をもっている」「やや興味関心をもっている」合わせて、「太陽光発電（55.7%）」「家庭用蓄電池（49.2%）」が高いことがわかりました。

「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

認知状況



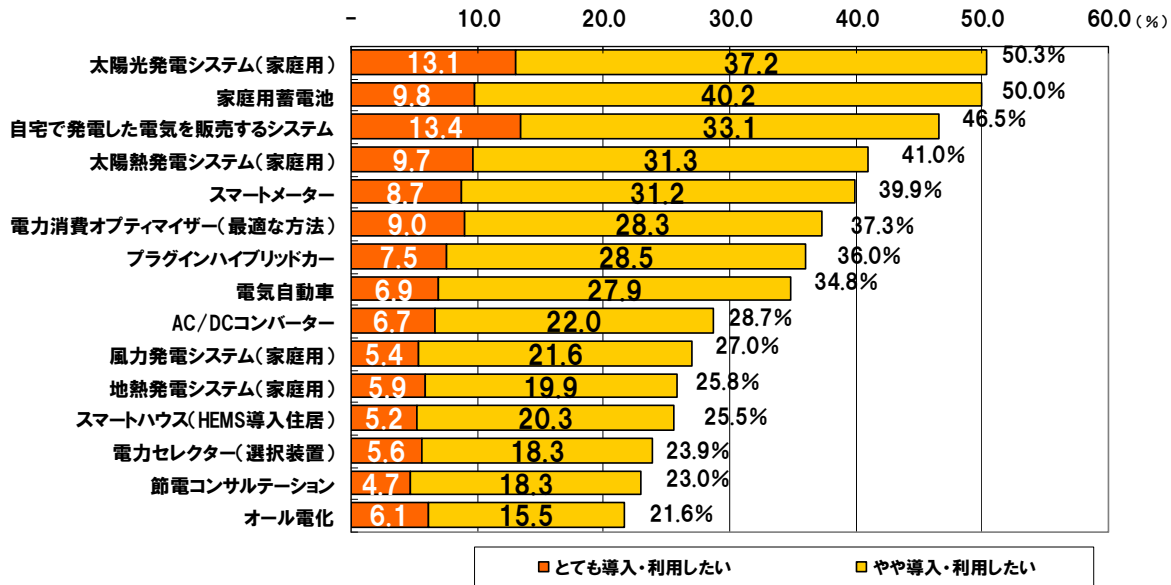
興味関心



◇ 次世代スマートグリッド関連サービス、今後導入したいのは、「太陽光発電」「家庭用蓄電池」「売電システム」。

今後登場すると思われるスマートグリッド関連サービスで今後導入したい・利用したいと考えているものを聞いたところ、「太陽光発電」と「家庭用蓄電池」が「とても導入・利用したい」「やや導入・利用したい」合わせて50%を超え、導入・利用意向が高い事がわかりました。また、「オール電化」は「とても導入・利用したい」「やや導入・利用したい」合わせても20%と低い事がわかりました。

スマートグリッド関連サービス導入意向(n=1000)

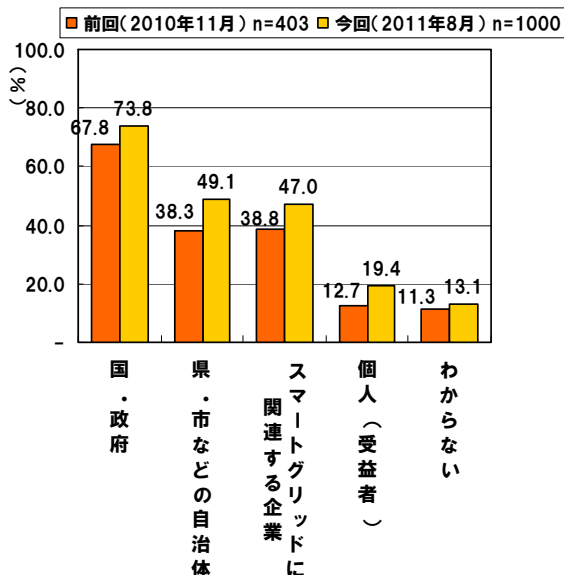


◇ スマートグリッドへの費用負担、「導入費用」は「国」、「運営費用」は「企業」もしくは「個人」。1年前の調査に比べて、「個人」負担と考える層が増加。

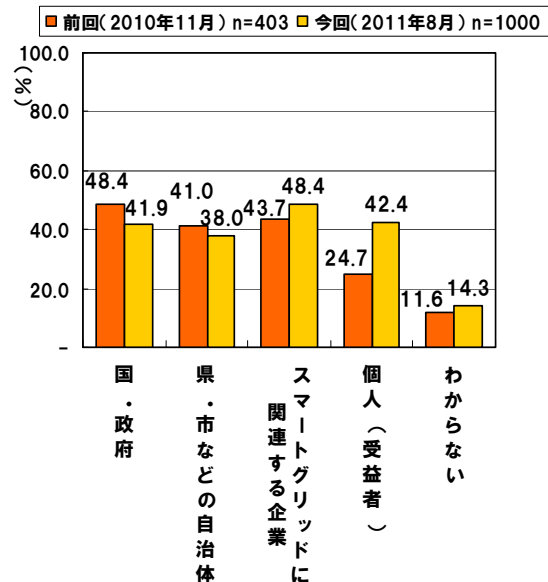
スマートグリッドの導入・運用費用をどこが負担するか質問したところ、導入費用は「国・政府(73.8%)」が負担して、運用費用については「企業(48.4%)」もしくは「個人[受益者](42.4%)」が負担と考える層が多いことがわかりました。

スマートグリッド導入に際しては、昨年と同様費用面においても「国・政府」が率先して推進していくことが望まれているようです。ただ、運用面に関しては個人[受益者]が負担すると考える層が増加している事がわかりました。

導入に関する費用の負担者



運用に関する費用の負担者



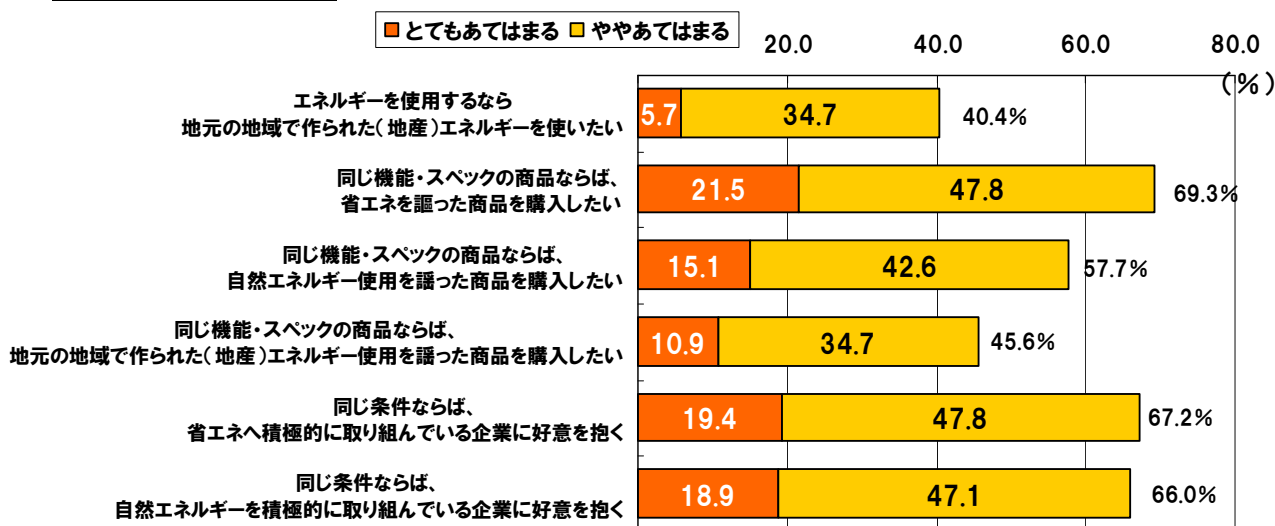
- ◇ 省エネ、自然エネルギーなどへの意識は高く、「同じ機能の商品ならば、省エネ商品を購入したい」は69.3%、「同じ機能の商品ならば、自然エネルギー利用商品を購入したい」は57.7%。
- ◇ 省エネ、自然エネルギー使用の企業への好意度も高い傾向に。

省エネや自然エネルギーを活用することについて、生活者がどのように捉えているかを様々な条件で聞いたところ、「同じ機能の商品ならば、省エネ商品を購入したい」が69.3%、「同じ機能の商品ならば、自然エネルギー利用商品を購入したい」が57.7%となり、省エネ、自然エネルギー関連の利用意向が高いことがわかりました。

また、条件が同じならば、「省エネに積極的に取り組んでいる企業に好意を感じる」が67.2%、「自然エネルギーに積極的に取り組んでいる企業に好意を感じる」が66.0%となり、2/3以上の人が省エネや自然エネルギーへの企業の取り組みを評価しようとしていることもわかりました。

省エネや自然エネルギー関連の企業活動が、購買などに影響を与えることが大きい時代になってきていると考えられます。

エネルギーに関する意識



調査概要
 調査主体：博報堂スマートグリッドビジネス推進室
 調査時期：2011年8月5日～9日
 調査地域：全国
 調査対象：20～60代男女合計1000名 男性500名、女性500名
 調査方法：インターネットアンケート調査
 比較データ：2010年11月実施調査 一般層対象 N=403

<博報堂スマートグリッドビジネス推進室>

2011年9月に正式発足。企業がスマートグリッド関連ビジネスを進めるにあたってのマーケティング、コミュニケーション上の課題解決をはじめ、次世代エネルギー社会におけるマーケティングのあり方を支援する専門ビジネス組織。業界動向・情報環境レポートの提供に加え、スマートグリッド関連ビジネスなど次世代エネルギー社会に対応した事業開発、商品・サービス開発、広告コミュニケーション活動、広報・PR活動に関する支援を行なう。