

# News

2015年1月22日

博報堂エネルギーマーケティング推進室 第5回 生活者調査

## 「電力小売自由化」についての認知率 80.8%

- 「電力自由化時に」電力会社を「変えてみたい」と答えた人は、64.0%で約2/3に。
- 電力会社選択時に最重視するのは、「料金の安さ」で75.5%。  
続いて「料金メニューや手続きのわかりやすさ」「安心安全イメージの企業」が5割前後の支持。

博報堂エネルギーマーケティング推進室は、2010年よりエネルギーに関する生活者調査を実施しておりますが、このたび、2016年春に予定されている「電力小売の自由化」にむけて、生活者がどのようにとらえているかを調査し、結果がまとまりましたので、ご報告いたします。

調査結果によると、「電力小売自由化」の認知率は80.8%で、男性の方が、認知や理解が高いことが分かりました。また、「電力小売自由化」時に、電力会社を変更したいかどうか尋ねたところ、約2/3に当たる64.0%が「変えてみたい」と答えました。ただし、これらの人のうち「自由化後すぐ変える」のは17.2%で、「最初に変えた人の様子を見て変える」が49.2%で、すぐに大きな動きにはならないもの、様子を見つつ、料金をみながらいずれは電力会社の変更を考えようとしている人が多いことが分かりました。

また、電力会社選択重視点では、「料金の安さ」が75.5%と最も多いものの、60代女性は料金よりも「料金メニューや手続きのわかりやすさ」「安心安全な企業であること」などを優先しているなど、料金以外のサービス体制の充実も必要だと考えられます。

博報堂エネルギーマーケティング推進室では、今後も生活者を中心とする研究とソリューションを開発し、生活者視点でエネルギー自由化時代に必要なサービスや商品などのマーケティングについて、企業の皆様に提案してまいります。

### ＜調査結果トピックス＞

- ◇ 「電力小売自由化」の認知率は、80.8%。男性の方が高い認知・理解。
- ◇ 電力小売自由化時に、電力会社を「変えてみたい」と答えた人は、64.0%で約2/3に。
- ◇ 変えてみたい人の電力会社の変更時期について、「自由化後すぐに変える」人が17.2%。「最初に変えた人の様子を見てかえる」が49.2%。
- ◇ 電力会社の切り替え意向と料金の関係、「料金が下がらなくても切り替える」のは、5.6%。「10%までの引き下げ率」で、42.1%と約4割の人が「切り替える」と回答。
- ◇ 電力会社選択時に最重視するのは、「料金の安さ」で75.5%。続いて「料金メニューや手続きのわかりやすさ」「安心安全イメージの企業」が5割前後の支持。60代女性に限っては「安心安全イメージ」「手続きのわかりやすさ」が「料金の安さ」より支持が高い。
- ◇ 電力自由化で可能になる、さまざまなメニュー。いろいろな種類の割引メニューに支持。

◆ 本件に関するお問い合わせ

博報堂 広報室

西本・西尾

TEL:03-6441-6161

FAX:03-6441-6166

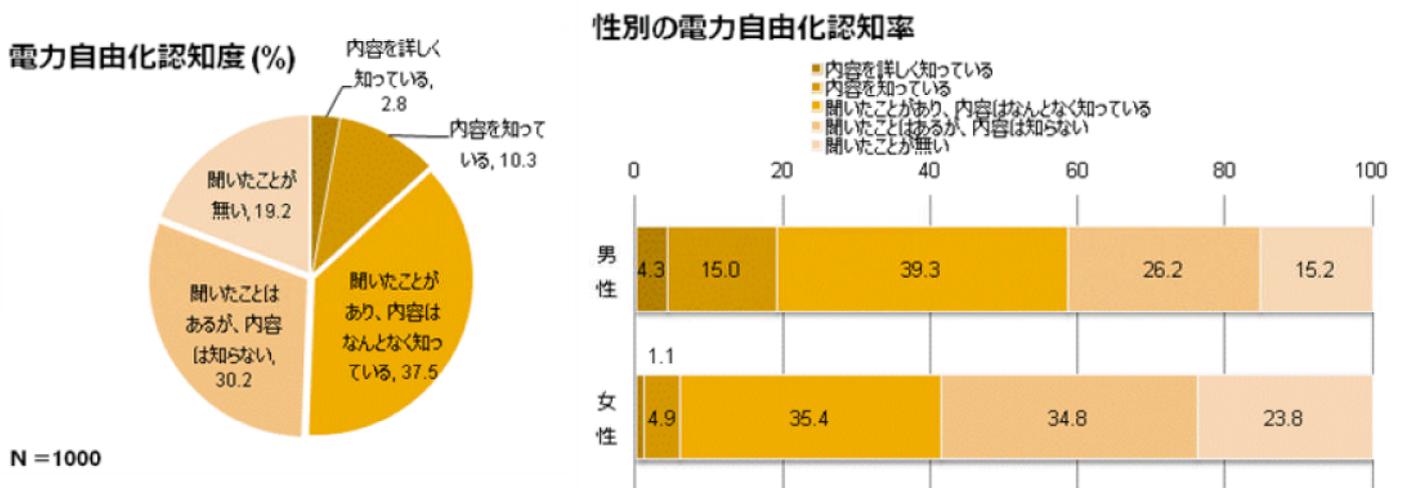
## 添付資料：調査データ

◇ 「電力小売自由化」の認知率は、80.8%。男性の方が高い認知・理解。

「電力自由化」について、「内容までよく知っている」「内容をある程度知っている」「聞いたことはある」と答えた人は、80.8%となり、8割の人が「電力小売自由化」についての認知がありました。

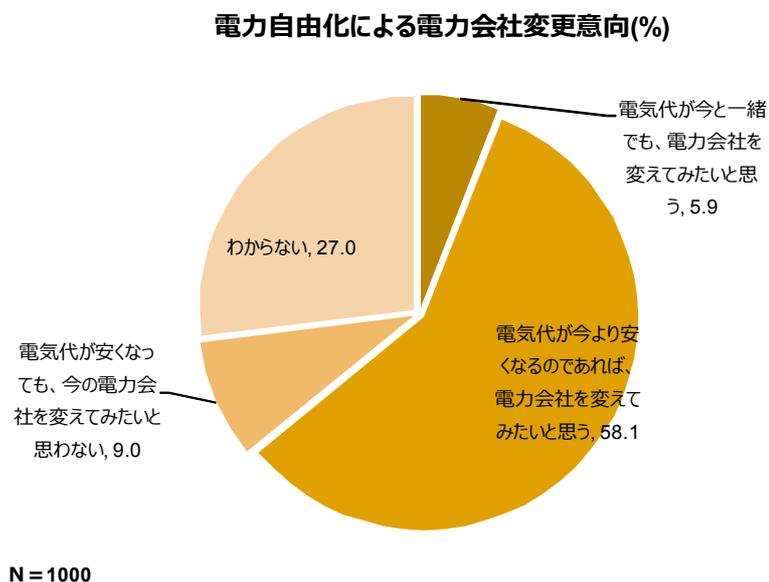
ただし、男女によって認知度合いに差が出ました。

男性の方が全体認知度が高く（84.8%）、また、内容理解度（「内容を詳しく知っている」+「内容を知っている」+「聞いたことがあり、内容はなんとなく知っている」）が58.6%と半数以上だったのに対し、女性は認知度は76.2%、内容理解度は41.4%と10ポイント前後男性より低い結果となりました。



◇ 電力小売自由化時に、電力会社を「変えてみたい」と答えた人は、64.0%で約2/3に。

2016年4月に電力小売自由化が実現された際に、電力会社を変更したいかどうか聞いてみたところ、「電気代が今と一緒でも変えてみたい：5.9%」「電気代が安くなるのであれば変えてみたい：58.1%」となり、合わせて64.0%と約2/3の人が「変えてみたい」と考えていることがわかりました。



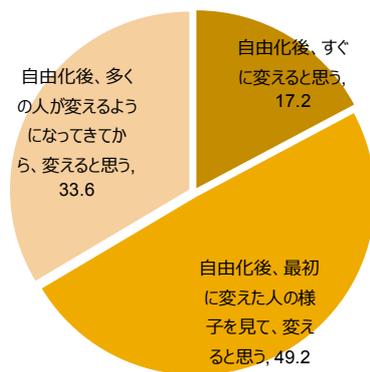
◇電力会社の変更時期について、「自由化後すぐに変える」人が 17.2%。「最初に変えた人の様子を見てかえる」が 49.2%で約半数。

電力会社を変えてみたいという人に、いつ変更しようと思うか聞いてみたところ、「自由化後すぐ」と答えた人が 17.2%でした。「最初に変えた人の様子を見て」が 49.2%と約半数となりました。

また、この変更時期については、性別による差も大きく、「自由化後すぐに変える」という人は男性では 21.1%と 2 割以上なのに対し、女性は 12.0%と男性の半分程度で、男性よりも女性の方が慎重なようです。

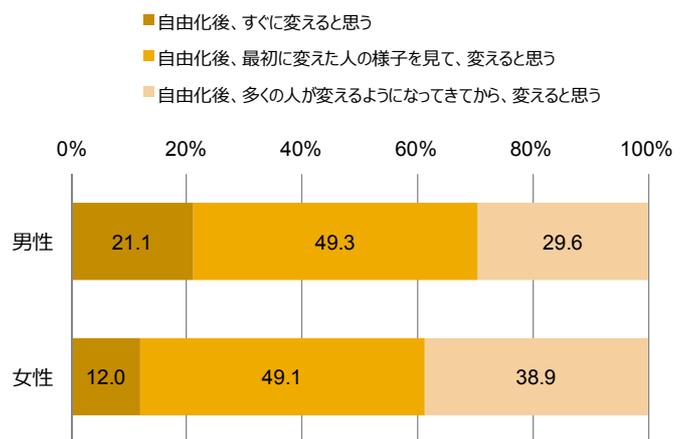
また、年齢による差もみられ、20代で「すぐに変える」という人は 10.2%と 1 割なのに対し、60代では 20.7%と 2 倍の人が「すぐに変える」と答えています。

電力自由化による電力会社変更時期(%)

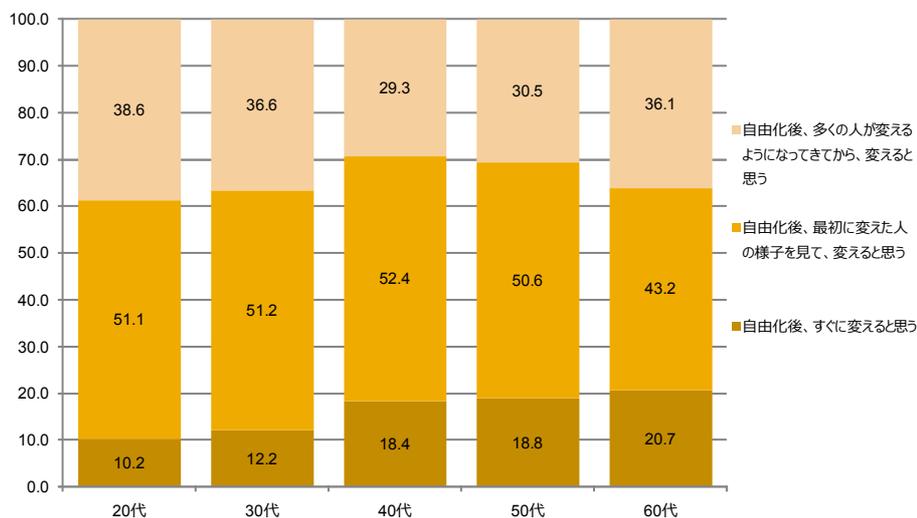


N = 640

性別の電力自由化による電力会社スイッチ意向



性年代別の電力自由化による電力会社スイッチ意向

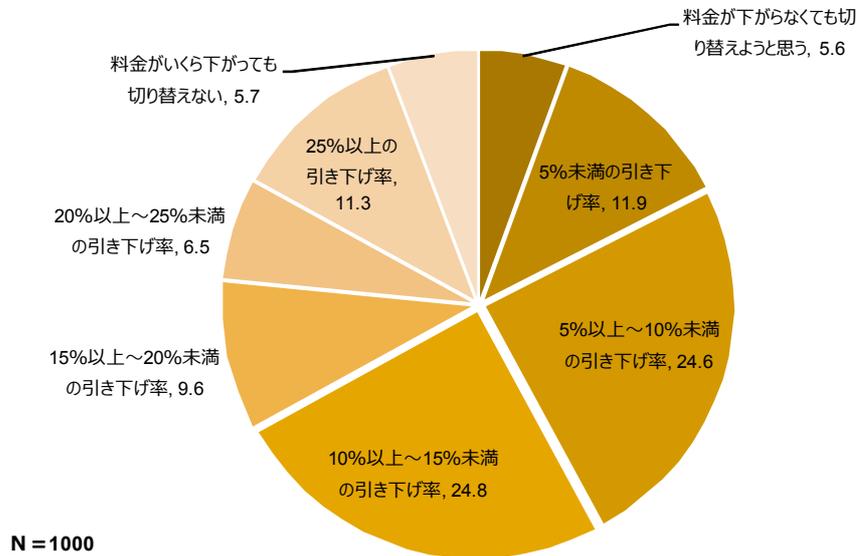


◇電力会社の切り替え意向と料金の関係、「料金が下がらなくても切り替える」のは、5.6%。「10%までの引き下げ率」で、42.1%と約 4 割の人が「切り替える」と回答。

電力自由化に伴い、料金が引き下げられることが予想されていますが、現状からどれくらい下がれば、「他の電力会社への切り替え」を検討するか聞いてみたところ、「料金が下がらなくても切り替えようと思う」人は 5.6%でした。

10%以内の引き下げ率で、全体の約4割に当たる42.1%の人が「切り替えようと思う」と答えました。15%引き下げられると、66.9%と7割の人が「切り替えようと思う」と答えています。10～15%の価格の引き差があれば、電気事業者を変更する動きが活発になりそうです

料金低下レベル別電力会社切り替えの実施意向



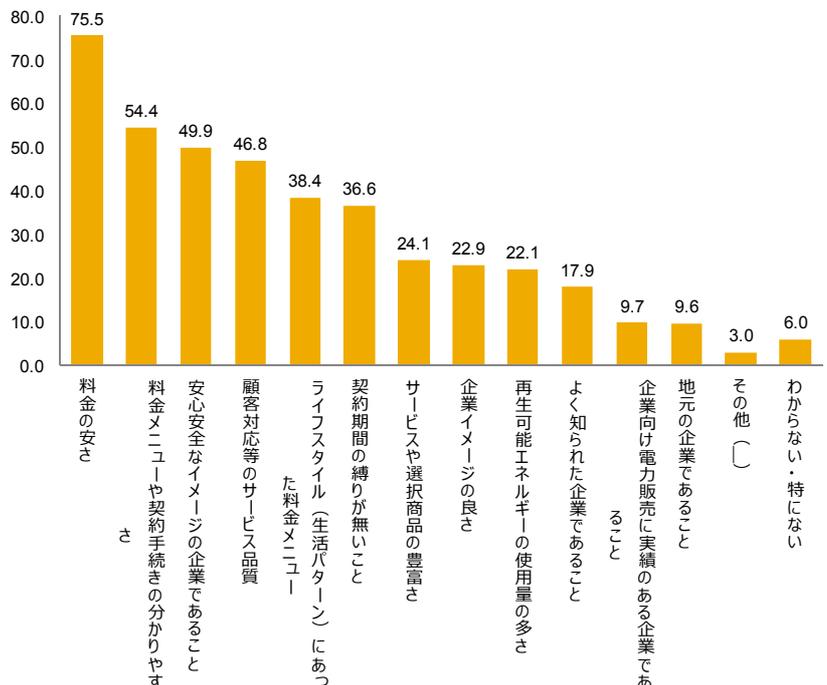
◇ 電力会社選択時に最重視するのは、「料金の安さ」で75.5%。続いて「料金メニューや手続きのわかりやすさ」「安心安全イメージの企業」が5割前後の支持。ただし60代女性に限っては「安心安全イメージ」「手続きのわかりやすさ」が「料金の安さ」より支持が高い。

電力小売り自由化時に、電力会社を選択するときに、どのような点について重視するかを聞いてみたところ、もっとも「重視する」と答えた人数が多かったのは「料金の安さ」で75.5%と4人に3人が重視することが分かりました。

また、「料金メニューや契約手続きのわかりやすさ：54.4%」「安心安全なイメージの企業であること：49.9%」「顧客対応などのサービス品質：46.8%」なども、重視点として多く上がってきています。

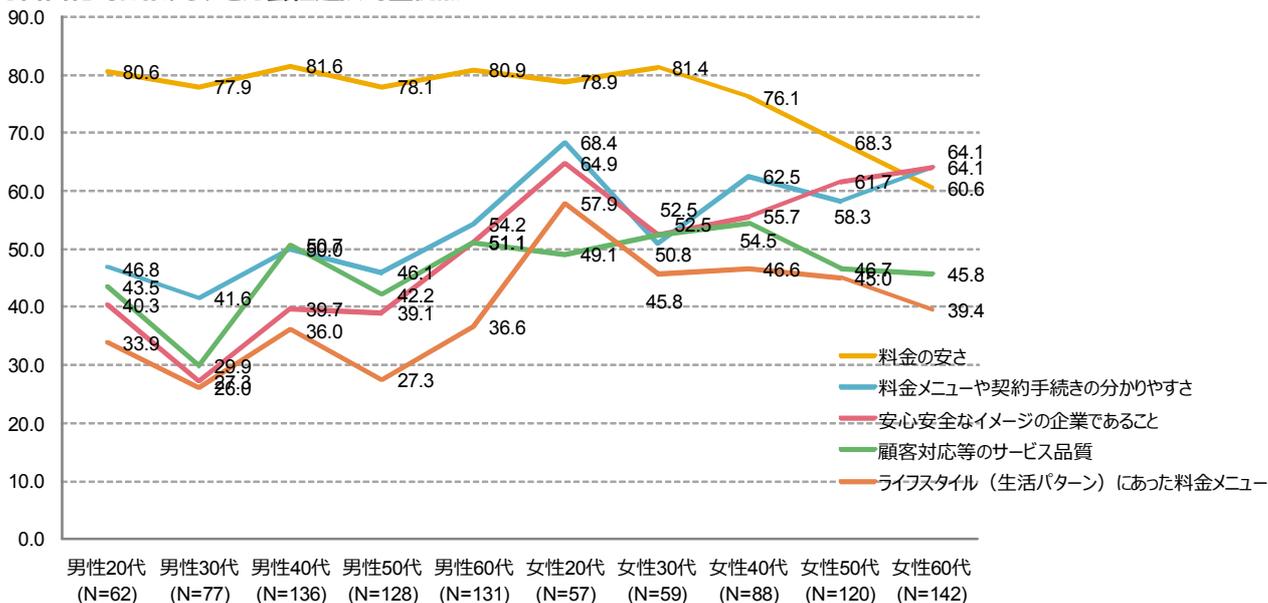
また、この回答について性年代別にみてみたところ、それぞれ特徴があり、女性の方が料金以外の重視点を気にする人が多く、また、年齢が上がるにつれ「料金の安さ」の指示が下がっています。

電力自由化時における、電力会社選択時重視点



とくに 60 代女性の場合は、「料金の安さ：60.6%」よりも、「メニューや手続きのわかりやすさ：64.1%」「安心安全イメージ：64.1%」の方が上回る結果となりました。

電力自由化時における、電力会社選択時重視点



◇ 電力自由化で可能になる、さまざまなメニュー。いろいろな種類の割引メニューに支持。

電力小売自由化により、電力小売企業はあたらしいサービスメニューを開発することが予想されています。現在、想定できそうなサービスのうち、利用意向を聞いてみたところ、最も利用意向が高かったのは「長期契約による割引メニュー：64.9%」でした。

続いて、「時間帯によって料金単価が異なるメニュー：59.5%」「電機とガスや水道のセット販売による割引メニュー：58.8%」「蓄電池を活用して電気代を抑制できるサービス：54.5%」「電機と通信のセット販売による割引メニュー：54.2%」となりました。

まずは、わかりやすい割引サービスが支持される傾向にあるようです。

電力自由化による利用意向メニュー案評価



N = 1000

<調査概要>

調査時期：2014年9月

調査地域：全国

調査対象：20代～60代男女 1000名 調査方法：インターネット調査

<博報堂エネルギーマーケティング推進室>

2011年9月に発足したスマートグリッドビジネス推進室を改組し、2014年8月に発足。2016年春に予定されている電力小売自由化を見据え、既存電力会社による新しいサービス開発や電力事業に参入する新規企業などのマーケティング、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、エネルギーにマーケティングが必要となる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。