

NRCLレポート 電力自由化に向けての意識調査

2015年7月調査結果

 **日本リサーチセンター**
Member of Gallup International Association

東京都中央区日本橋本町2-7-1
TEL:03-6667-3400（代） FAX:03-6667-3470
<http://www.nrc.co.jp/>

■日本リサーチセンター（NRC）では、

全国15～79歳男女1,200人を対象に、訪問留置のオムニバス調査（NOS：日本リサーチセンター・オムニバス・サーベイ）を、毎月定期的の実施しております。

本レポートは、NOSを利用した自主調査「一般家庭向けの電力自由化について」の紹介です。

■主な結果は以下の通りです。（2015年7月時点）

①電力の自由化についての認知率は6割を超える一方で、内容について知っている割合は約2割と低い

- 電力自由化について、聞いたことがある人は全体の64%。
- 「内容を知っている」層に限ると23%にとどまり、制度の内容についてはそれほど周知されていないことが分かる。
- また、「ガス自由化」については「聞いたことがない」が73%と多く、電気に比べてガスの方はさらに認知度が低い。

②電力会社を変更するかどうか決まっていない人が半数以上を占める

- 電力会社の変更意向は「わからない」が53%を占めている。現時点で変更意向があるのは全体の15%にとどまる。

③電気の購入先を選ぶ際の重視点は「従来より安い」「供給が安定している」「料金プランが分かりやすい」

- 「従来の電力会社より安い」が全体の63%と最も高い。次いで「供給が安定している」「料金プランが分かりやすい」も50%超と高い。
- 変更意向がある層では、「契約期間の縛りがない」「再生可能エネルギーの使用量が多い」が全体と比べて重視されており、この点の変更意向を高める施策となる可能性がある。

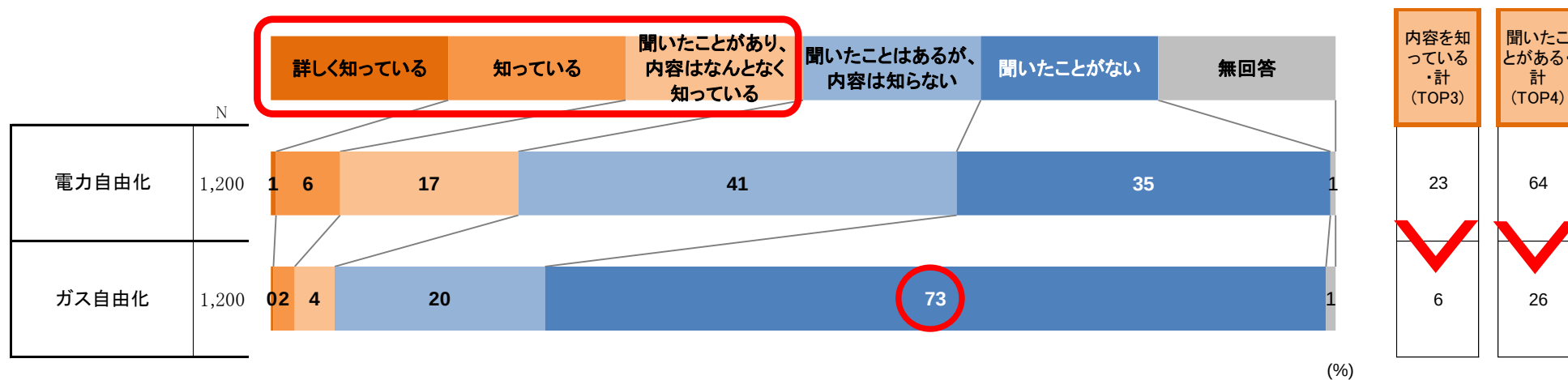
④既存以外の電力事業者の情報は約6割の人が知りたいと思っている

- 約6割の人が、既存以外の電力事業者の情報を知りたいと思っている。
- 知りたいことの内容は、「電気料金単価の設定額の理由」「安定的な電気の供給が可能か」「トラブルが起きたときのバックアップや対応」が50%超と高い。

- ◆電力自由化について、「詳しく知っている」「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」を合計した“内容を知っている・計”は23%。また、「聞いたことはあるが、内容は知らない」を加えた“聞いたことがある・計”は64%であった。言葉自体は知っているものの、内容についての理解は進んでいない。（2015年7月時点）
- ◆ガス自由化についても同様に聞いたところ、“内容を知っている・計”は6%、“聞いたことがある・計”は26%であり、「聞いたことがない」が73%と高い。電力自由化と比較すると際立って低く、認知は広まっていない。

Q あなたは電力自由化について、来年2016年4月からどのように変わるかご存知ですか。（単一回答）

Q あなたは、現在国が、ガス自由化を検討していることをご存知ですか。（単一回答）



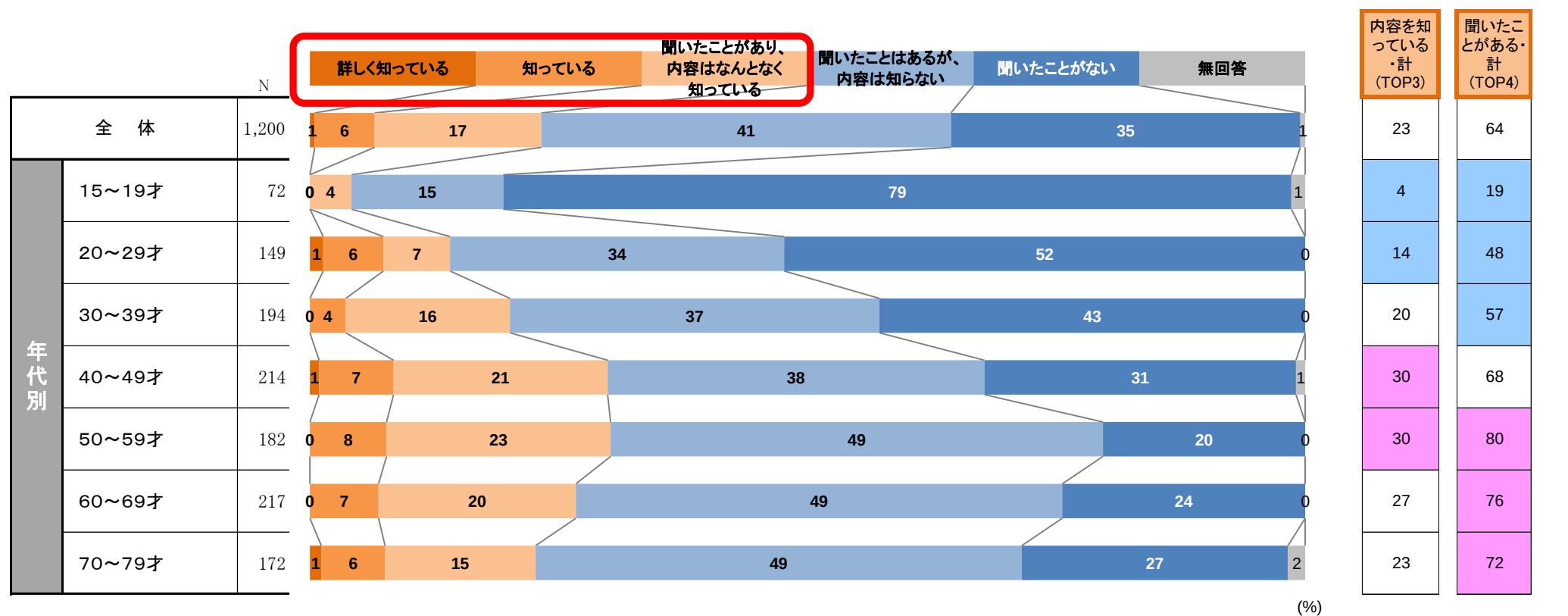
<質問紙で提示した説明文>

電力自由化：多くの電力を使用する電力事業者向けに続いて、来年2016年4月からご家庭や小規模店舗も使用する電気の購入先を選択できる電力自由化が開始されます。

ガス自由化：現在、国では、ご家庭のガスの購入先が自由に選べるようになる「ガスの自由化」も検討しています。

- ◆ 電力自由化の認知度を年代別にみると、“内容を知っている・計”は、10～20代で低く、40～50代で30%と最も高い。“聞いたことがある・計”でみると、50代以上では72～80%と高い。
- ◆ いずれの年代も「聞いたことはあるが、内容は知らない」と「聞いたことがない」が大部分を占めている。

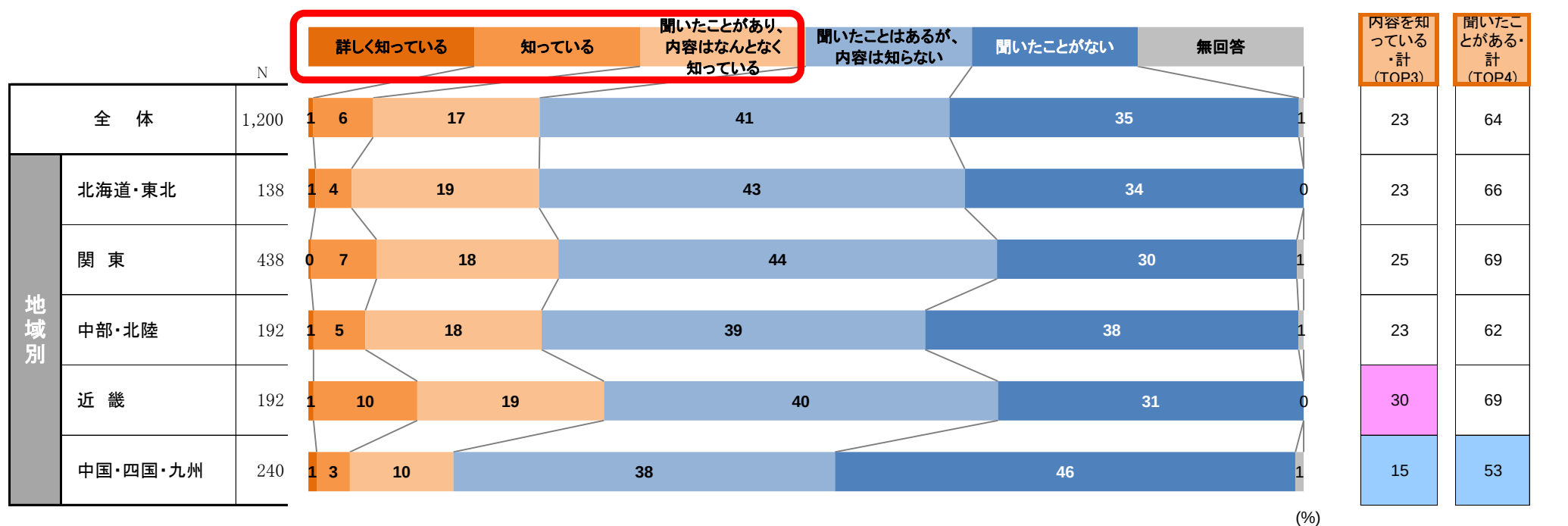
Q あなたは電力自由化について、来年2016年4月からどのように変わるかご存知ですか。（単一回答）



■ 全体より5ポイント以上高い ■ 全体より5ポイント以上低い

◆電力自由化の認知度について地域別にみると、“内容を知っている・計”は近畿で30%と最も高く、一方、中国・四国・九州では15%と倍の差が開いた。“聞いたことがある・計”でみても、中国・四国・九州は53%で最も低い。

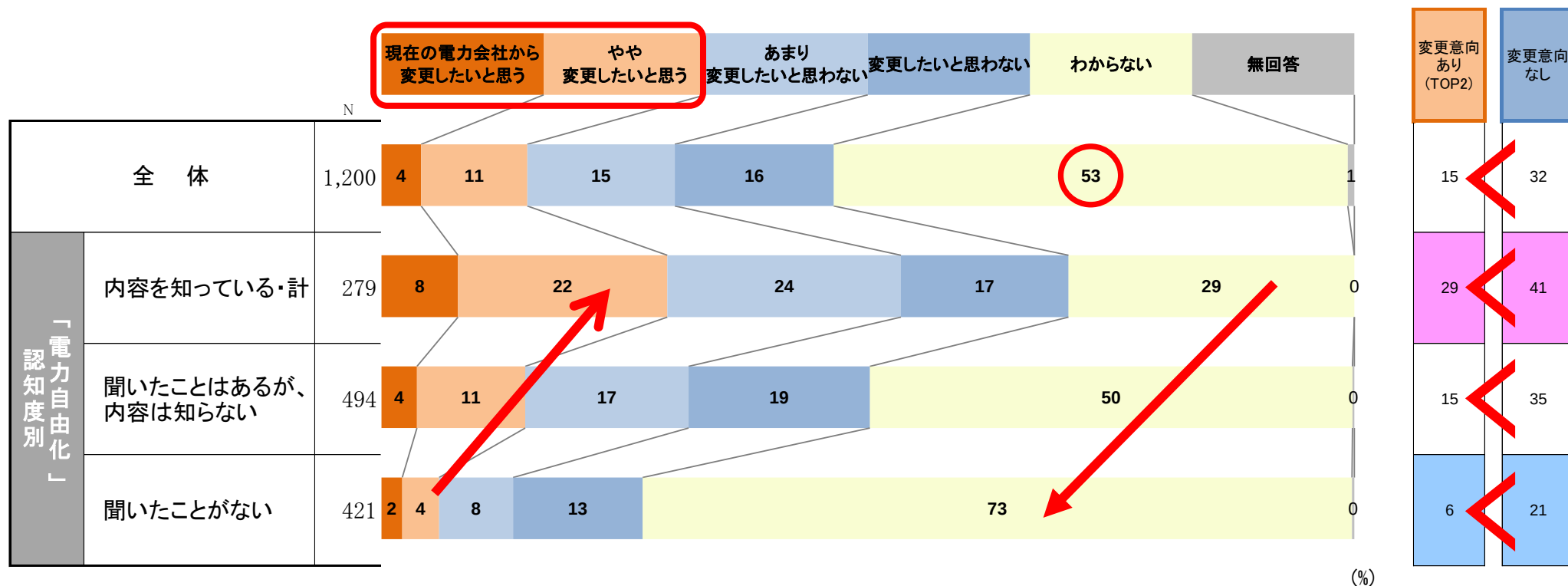
Q あなたは電力自由化について、来年2016年4月からどのように変わるかご存知ですか。（単一回答）



■ 全体より5ポイント以上高い ■ 全体より5ポイント以上低い

- ◆ 2016年4月からの電気の購入先について、「変更したい」「やや変更したい」を合計した“変更意向あり”は全体で15%、「あまり変更したいと思わない」「変更したいと思わない」を合計した“変更意向なし”は32%であった。一方で、「わからない」が53%と最も多く、半数以上の人は態度を決めかねている。
- ◆ 認知度別にみると、内容を知っている人ほど、「わからない」が少なくなる傾向にある。
- ◆ 電力自由化を“聞いたことはあるが、“内容は知らない”層では「わからない」が50%、“聞いたことがない”層では「わからない」が73%を占めている。しかし、いずれにしても、“変更意向あり”よりも“変更意向なし”の方が多い。

Q 来年2016年4月からご家庭の電気の購入先を選べるようになった場合、あなたは、現在の電力会社から購入先を変えたいですか。（単一回答）



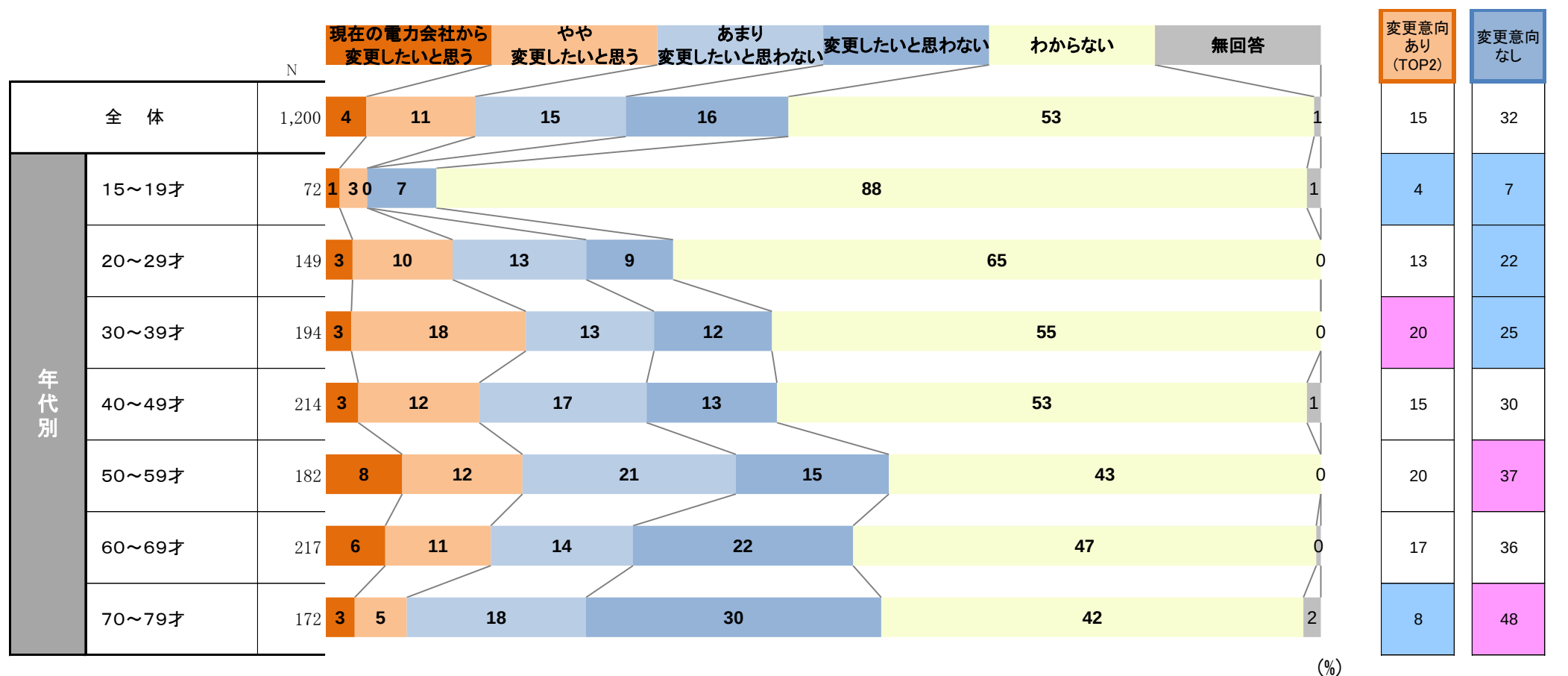
※内容を知っている・計:「詳しく知っている」「知っている」「聞いたことがあり、なんとなく知っている」の合計

■ 全体より5ポイント以上高い

■ 全体より5ポイント以上低い

- ◆ 電力会社の変更意向を年代別にみると、“変更意向あり”は最も高い30代でも20%であり、10代・70代では10%未満である。
- ◆ “変更意向なし”は、年代が上がるにつれて高くなる傾向があり、70代では約半数を占める。
- ◆ いずれの年代も「わからない」が大部分を占めている。

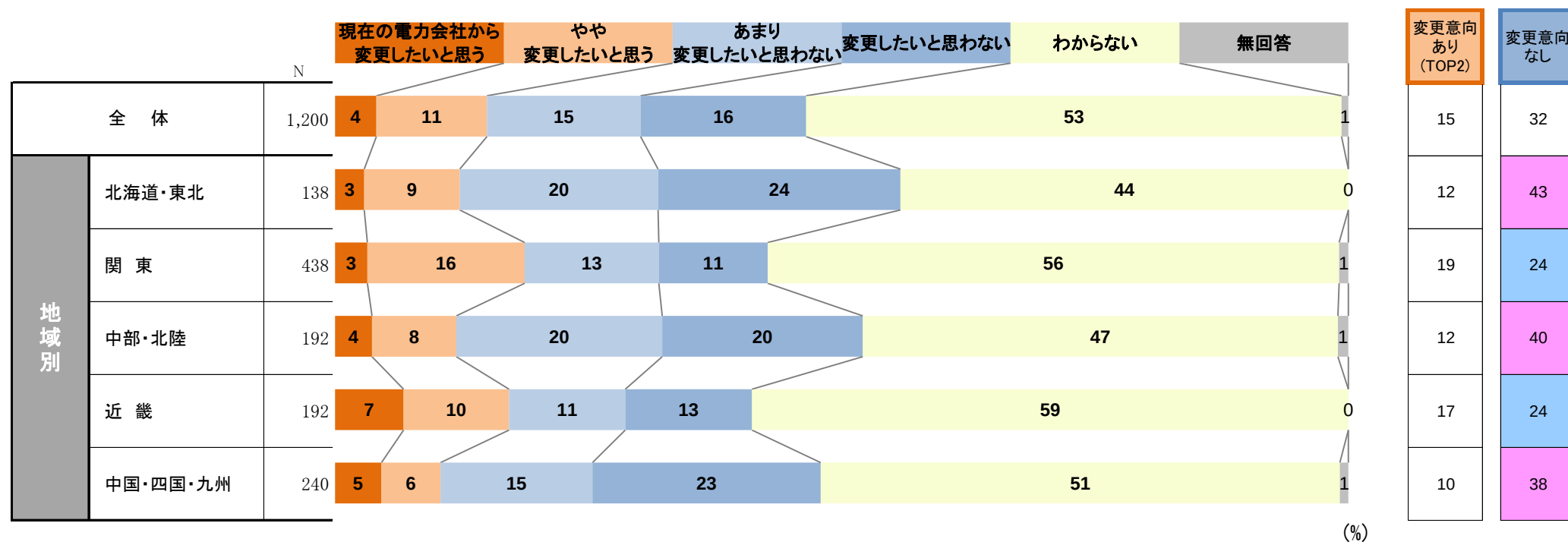
Q 来年2016年4月からご家庭の電気の購入先を選べるようになった場合、あなたは、現在の電力会社から購入先を変えたいですか。（単一回答）



■ 全体より5ポイント以上高い ■ 全体より5ポイント以上低い

- ◆ 電力会社の変更意向を地域別にみると、“変更意向あり”は、関東で若干高いものの、地域差は顕著ではない。
- ◆ “変更意向なし”は、北海道・東北、中部・北陸、中国・四国・九州では40%前後と高く、関東・近畿は24%と低い。

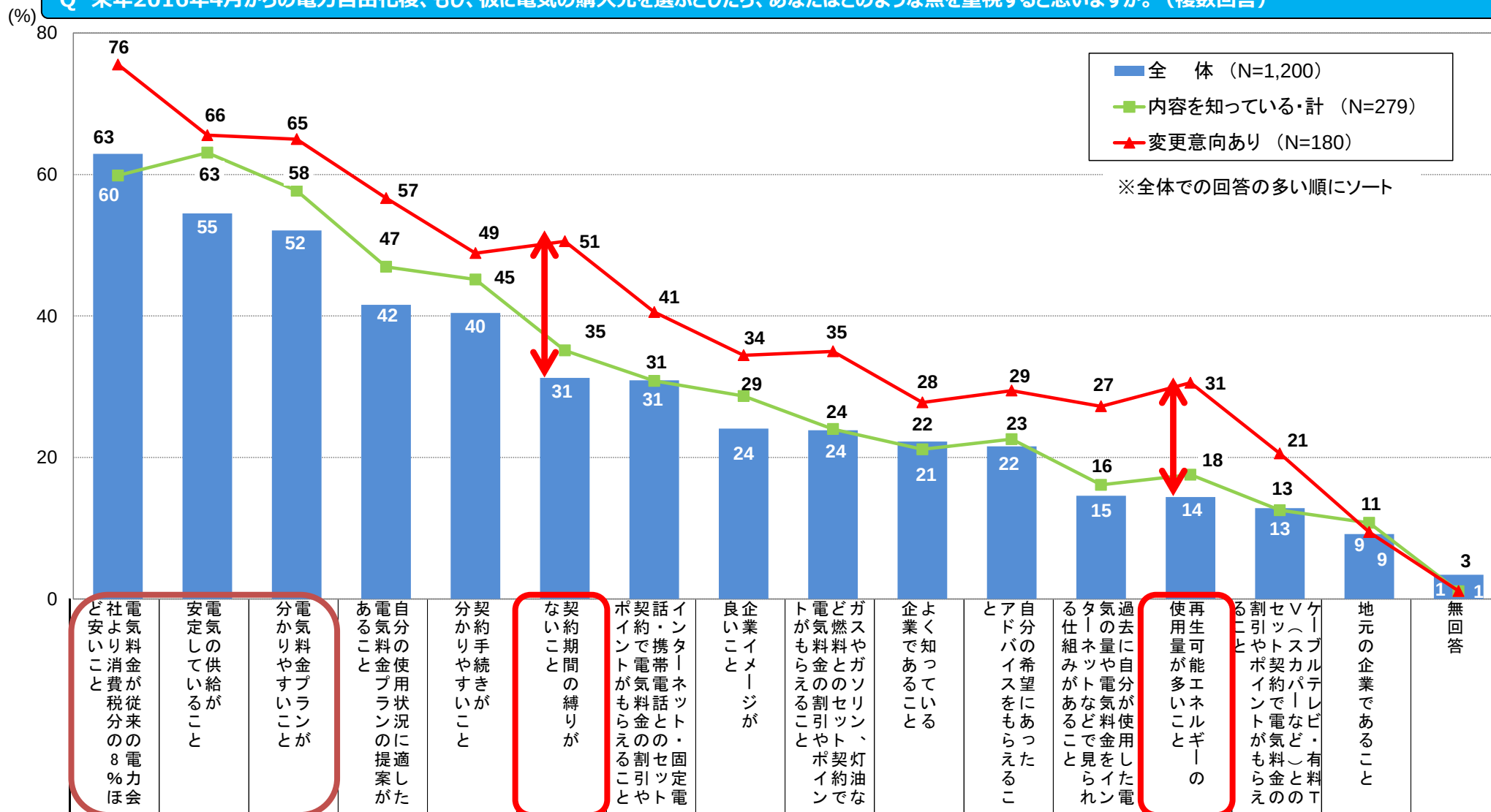
Q 来年2016年4月からご家庭の電気の購入先を選べるようになった場合、あなたは、現在の電力会社から購入先を変えたいですか。（単一回答）



■ 全体より5ポイント以上高い ■ 全体より5ポイント以上低い

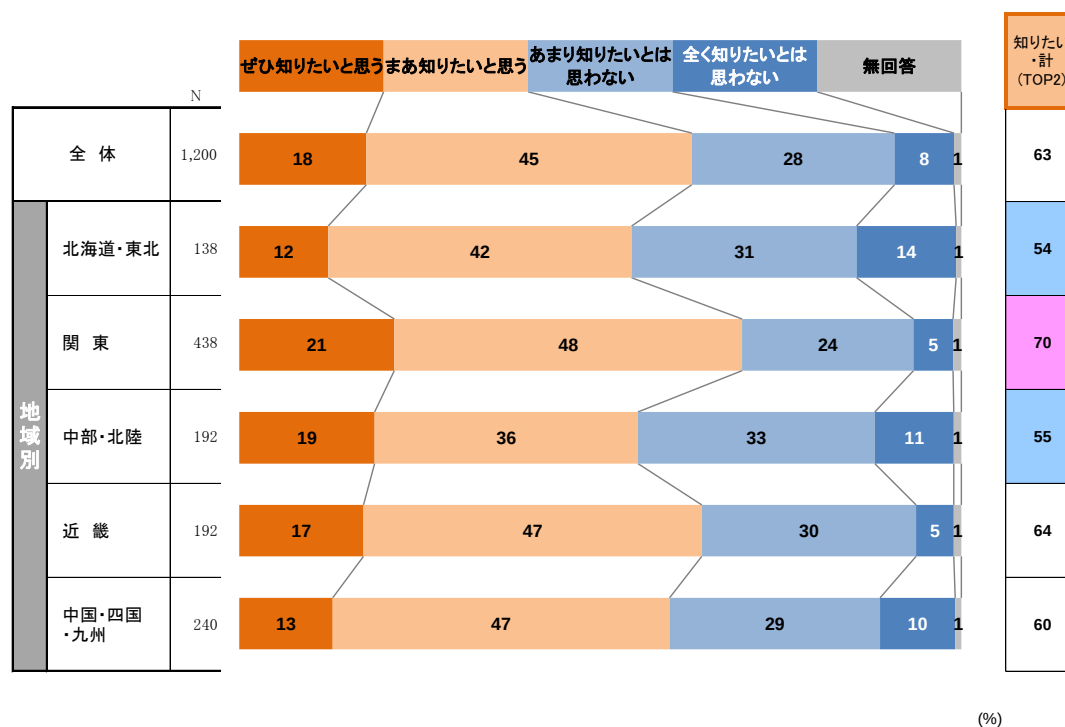
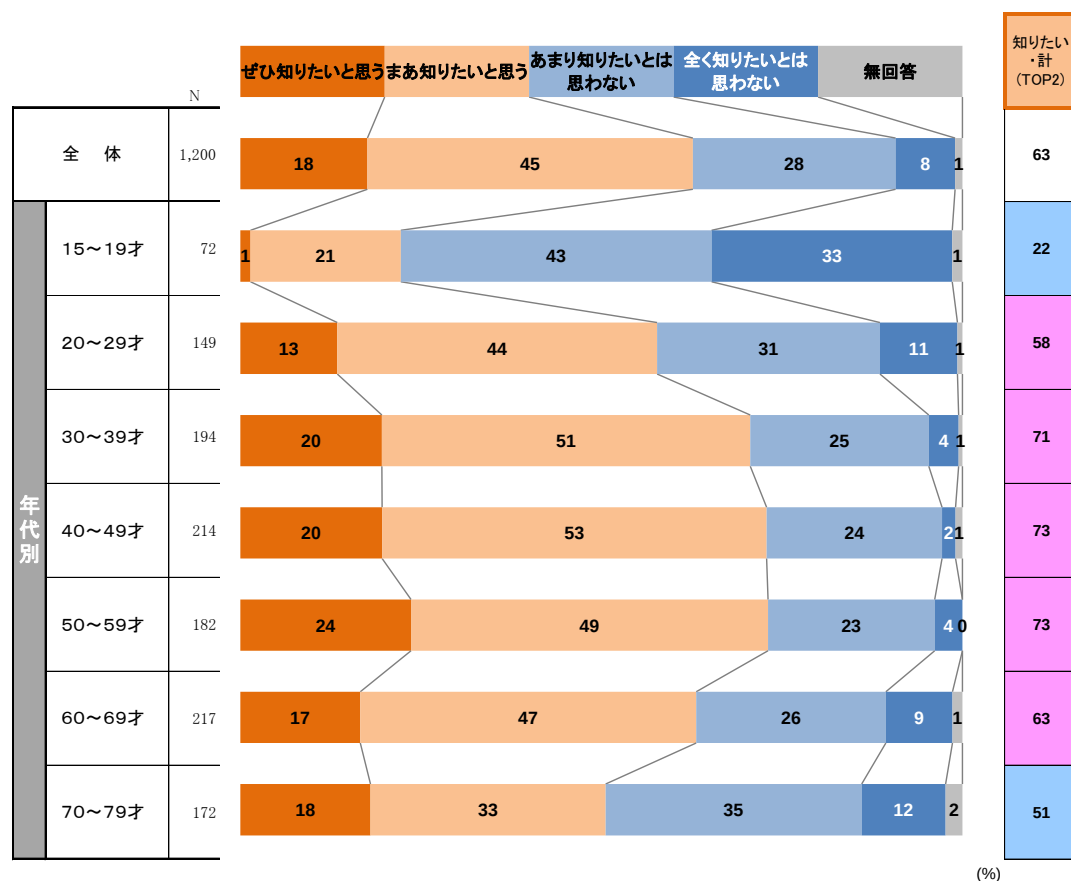
- ◆電気の購入先を選ぶ場合の重視点として、全体でみると「電気料金が従来の電力会社より消費税分の8%ほど安いこと」が63%と最も高い。次いで、「電気の供給が安定していること」(55%)、「電気料金プランが分かりやすいこと」(52%)が続く。
- ◆“内容を知っている”と回答した人では、「電気の供給が安定していること」が63%で全体と比べ8ポイント高い。
- ◆“変更意向あり”の人では、「電気料金が従来の電力会社より消費税分の8%ほど安いこと」が76%と最も高い。また全体と比べると、「契約期間の縛りがいいこと」が20ポイント、「再生可能エネルギーの使用量が多いこと」が17ポイント、それぞれ高い。

Q 来年2016年4月からの電力自由化後、もし、仮に電気の購入先を選ぶとしたら、あなたはどのような点を重視すると思いますか。（複数回答）



- ◆ 既存以外の電力事業者の情報について、「ぜひ知りたいと思う」「まあ知りたいと思う」を合計した“知りたい・計”は、全体の63%であった。
- ◆ 年代別にみると、30～50代は70%を超えている一方で、10代(22%)と70代(51%)は全体と比べ低い。
- ◆ 地域別にみると、関東で70%と最も高く、北海道・東北、中部・北陸では50%台と低い。

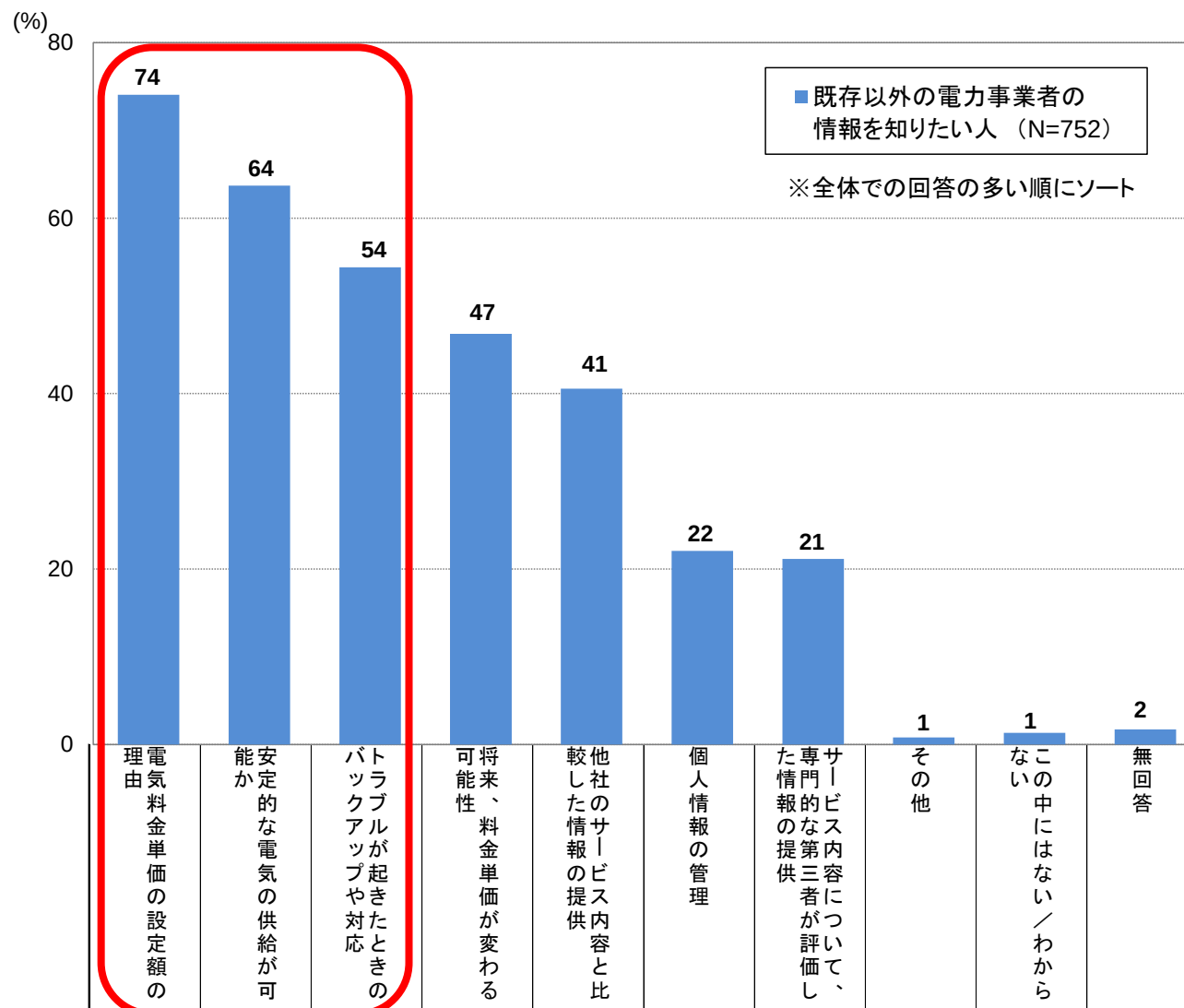
Q 電力自由化に伴い、既存の電力会社(東京電力や関西電力など)以外の電力事業者(全国600社以上あり)から、さまざまな電気料金メニューやサービスの情報提示が予想されます。あなたは、それらの情報を知りたいと思いますか。(単数回答)



■ 全体より5ポイント以上高い ■ 全体より5ポイント以上低い

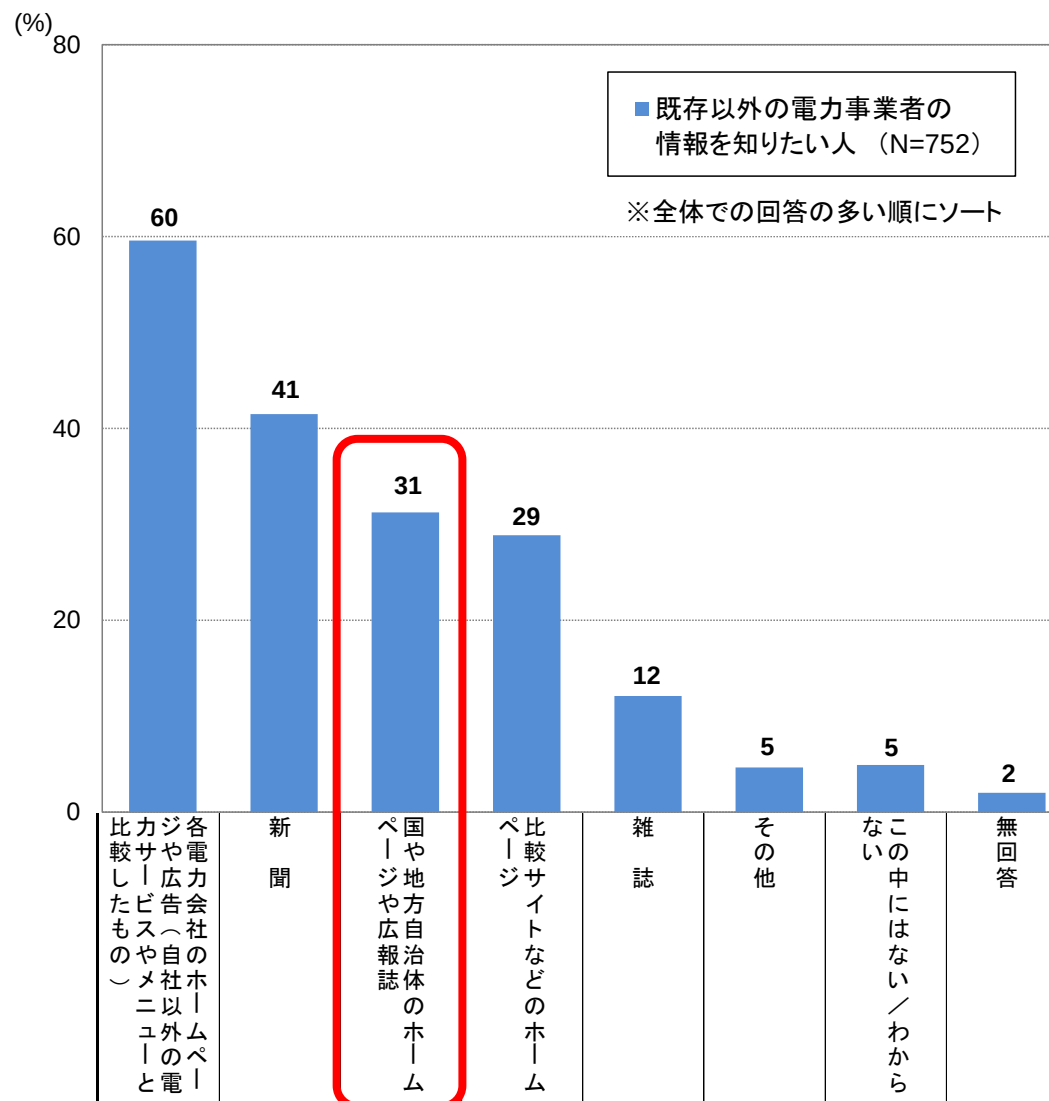
◆既存以外の電力事業者の情報で知りたいことは、「電気料金単価の設定額の理由」が74%で最も高く、「安定的な電気の供給が可能か」(64%)、「トラブルが起きたときのバックアップや対応」(54%)と続く。この上位3項目が50%を超えており、料金と電気の供給体制に関心が高いことが分かる。

Q 既存以外の電力事業者について、どのような情報を知りたいですか（複数回答）



- ◆ 既存以外の電力事業者の情報入手先としては、「各電力会社のホームページや広告」が60%で最も高い。
- ◆ 企業側からの情報以外にも、「国や地方自治体のホームページや広報誌」(31%)からも情報を得たいという要望が伺える。

Q 既存以外の電力事業者について、どこからその情報を手に入れたいと思いますか。(複数回答)



調査方法

- NOS（日本リサーチセンター・オムニバス・サーベイ）
- 調査員による個別訪問留置調査

調査対象

- 全国の15～79歳の男女個人 1,200人
- ※エリア・都市規模と性年代構成は、日本の人口構成比に合致するよう割付をおこなった

抽出方法

- 毎月200地点を抽出、住宅地図データベースから世帯を抽出し個人を割当て

調査期間

- 2015年7月調査 2015/7/1 ～ 2015/7/13

NOS（日本リサーチセンター・オムニバス・サーベイ）について

調査パネルを使ってインターネットで簡単に情報収集できる時代になりましたが、NOSでは、40年以上にわたって、

①調査員を使った訪問留置、②パネルモニターではない毎回抽出方式で調査を継続しており、代表性のある信頼の高いデータを提供しております。

NOSは、毎月1回定期的に実施する乗り合い形式（オムニバス）の調査です。

毎回ランダムに決められた200地点にて、対象となる方に調査員が協力を依頼してアンケートを回収します。

性年代構成を日本の人口構成比に合わせているため、全体結果は日本を代表する意見としてそのままご覧になることができます。

インターネット調査では、回収が難しい60代以上の対象者やインターネットを使っていない人の実態や意識を分析するのに有用な手法と言えます。

《 引用・転載時のお願い 》

本レポートの引用・転載の際は、下記連絡先にメールにて掲載のご連絡をお願い致します。

連絡先：日本リサーチセンター広報室 メール：information@nrc.co.jp

**掲載では必ず当社クレジットを明記していただき、
調査結果のグラフ・表をご利用の場合も、データ部分に当社クレジットの掲載をお願い致します。**