

2016年9月2日  
凸版印刷株式会社

## 電気料金に関する意識調査

～《Shufoo!お買い物動向レポート Vol.10》 お得より堅実性を重視！電力会社を変更したのはたったの6%だけ！「比較が面倒、必要性を感じない」と消極的、ガス自由化の認知も3分の1にとどまる～

2016年4月1日から各家庭が電気の購入先を自由に選べる「電力小売自由化」が開始し、約半年が経過しました。開始以降、多くの事業者が参入し、市場競争が活発化しています。

凸版印刷株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:金子真吾)が運営する国内最大級の電子チラシサービス「Shufoo!(シュフー)」(※1)は、「Shufoo!」を利用する全国の既婚女性 46,109 名を対象に電力自由化および電気料金に関する意識調査を実施しました。

### 《主なトピックス》

#### ▼ 電力自由化については、ほぼ全員の主婦が認知していた

- 主婦のほぼ全員(97%)が、電力自由化について「内容を知っている」「聞いたことがある」と回答
- 前回の電力自由化に関するアンケート調査時(2016年1月実施)の85%より12ポイント増加、確実に認知は広まる

#### ▼ 実際に電力会社を変更したのは、わずか6%の家庭のみ！

- 92%の家庭が電力会社を「変更していない」と回答
- 変更していない理由としては「プラン・サービスの比較が面倒」が最多(28%)、次いで「必要性を感じない」(25%)と、電力会社の見直し自体を行わない家庭が多い
- 今後の変更についても「しばらくは検討するつもりがない」(82%)という回答が圧倒的多数、見直しには消極的もしくは無関心

#### ▼ 電力会社の変更は、安心感+節約に繋がるお得があるかが最大の決め手

- 電力会社を変更した家庭は、「電気料金が安い」(48%)、「セット割引がある」(33%)と家計の節約に直結するかどうかの変更の決め手となっている
- 「ポイントがたまる」(17%)などの金銭的な付加価値も重視
- 変更した電力会社は、「通信会社」(39%)、「ガス会社」(26%)などの生活に密着したインフラ企業が多い
- 約3割の主婦のみが、変更して電気代が「安くなったと実感」している
- 変更前と比較すると、月額電気料金は「500～1,000円」(32%)、次いで「1,000～1,500円」(17%)安くなったと回答し、年間約12,000円前後の節約に

#### ▼ 2017年4月開始の『ガス自由化』は3人に1人が認知、乗り換え希望者は全体の11%にとどまる！

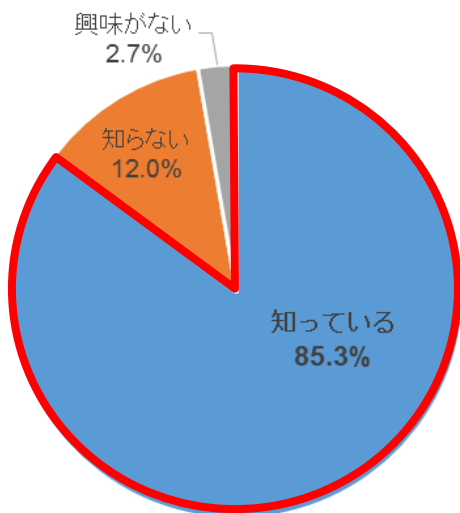
- 主婦の31%が、ガス小売自由化について「内容を知っている」「聞いたことがある」と回答
- ガス会社を「料金が安くなるのであれば乗り換えたい」という意向があるのは、認知している主婦の35%、つまり全体の11%のみにとどまる

まず電力自由化に関する意識調査にあたって、「Shufoo!」ユーザーに電力自由化について知っているか聞いてみました。その結果、主婦の97%が「内容を知っている」、また「聞いたことがある」と回答し、ほぼ全員が認知していることがわかりました。

これは2016年1月に実施した前回の電力自由化に関する意識調査の結果(85%)より12ポイントも増えており、実際に電力自由化が開始してから確実に認知が広まったとうかがえます。

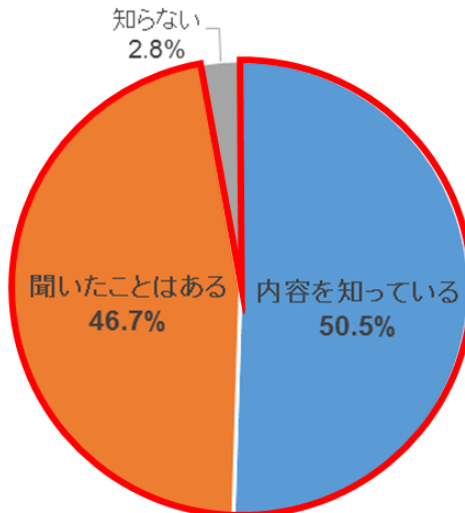
Q. 2016年4月から始まる「電力自由化」について  
知っていますか？

(前回調査結果/2016年1月実施)



Q. 2016年4月から始まった「電力自由化」について  
知っていますか？

(今回調査結果)

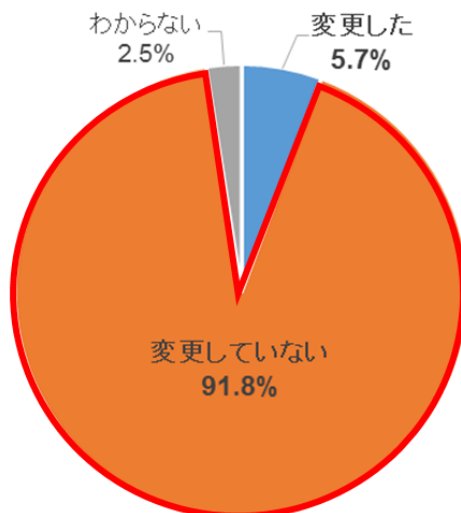


次に電力会社を変更したかどうかを聞いたところ、実際に変更したのはたったの6%の家庭のみであることが明らかになりました。ほとんどの家庭(92%)が電力会社を変更しておらず、電力会社の乗り換えは進んでいないのが実態のようです。

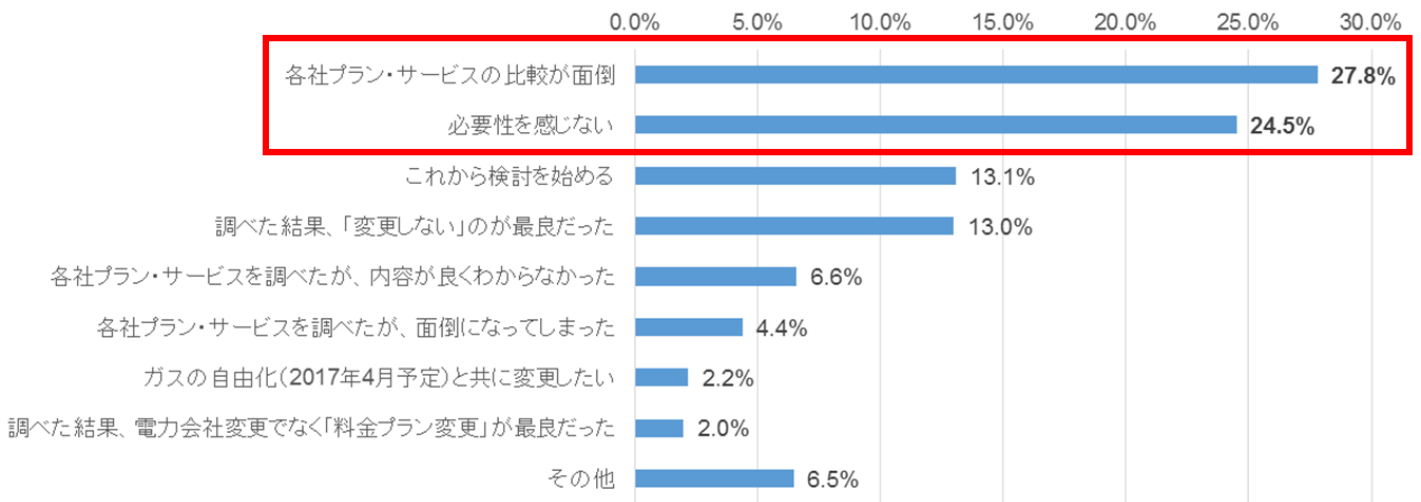
変更していない理由としては「各社プラン・サービスの比較が面倒」が28%と最も多く、次いで「必要性を感じない」(25%)と続き、電力会社の見直し自体を行わない家庭が多いことがわかりました。「その他」の理由としては、「入居している集合住宅が一括契約している」という回答も多く、住居形態によって変更できない場合もあることが見受けられます。

また今後の変更についても「しばらくは検討するつもりがない」という回答が82%と圧倒的多数で、主婦は電力会社の見直しにはまだ消極的もしくは無関心であることが推測されます。

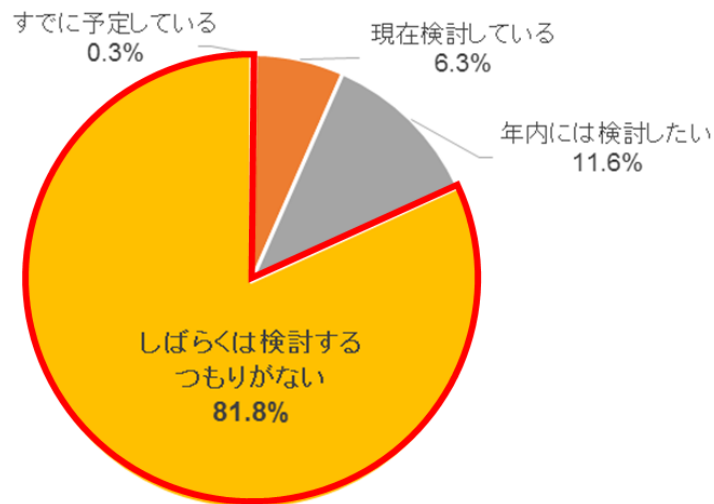
Q. 電力自由化に伴い、電力会社を変更しましたか？



Q.電力会社を変更していない理由を教えてください



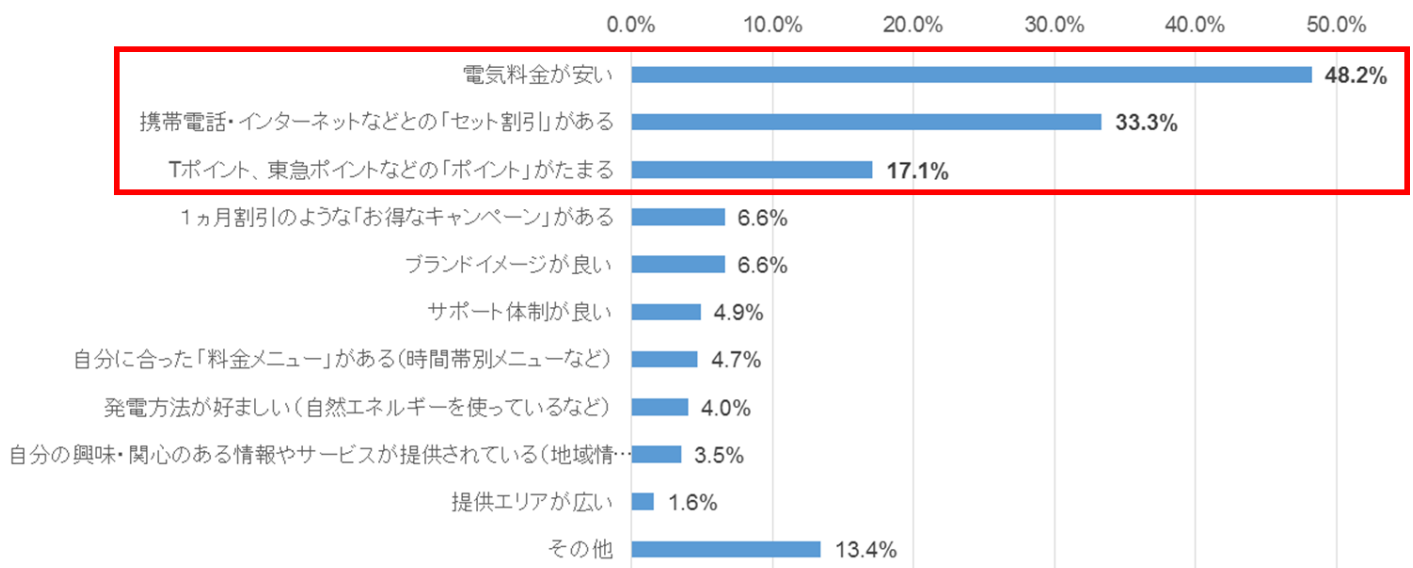
Q. 今後電力会社を変更する予定はありますか？もしくは検討していますか？



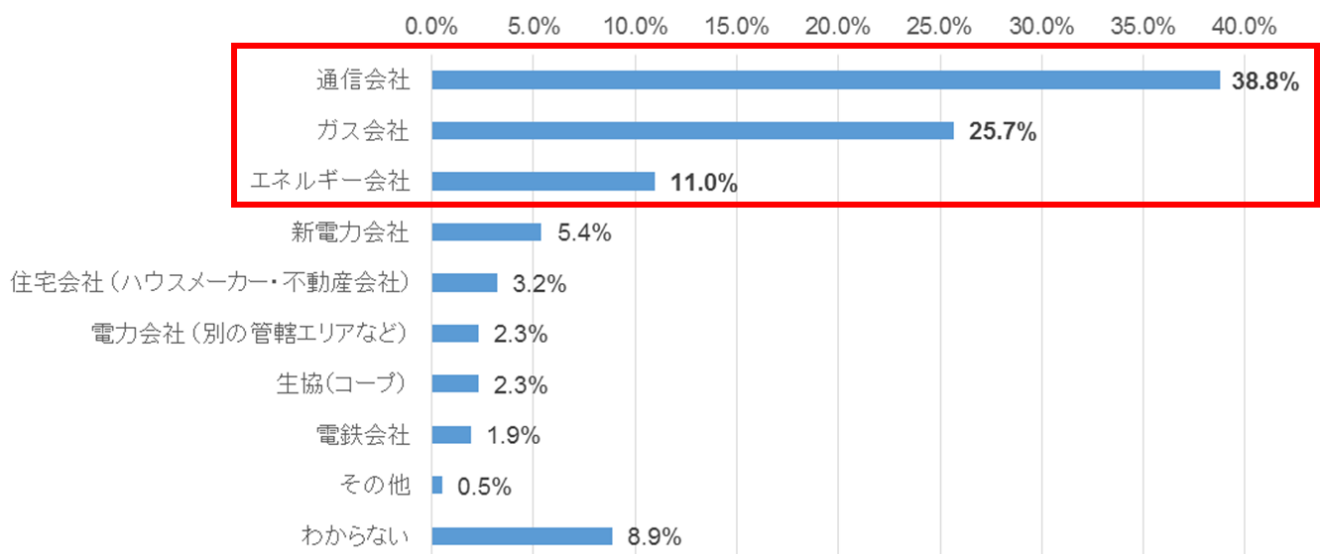
一方で、電力会社を変更した主婦に、電力会社を選ぶ決め手を聞いたところ、1位が「電気料金が安い」(48%)、2位が「セット割引がある」(33%)と回答し、家計の節約に直結するかどうかが決め手となっていることが判明しました。また「ポイントがたまる」(17%)などの金銭的な付加価値が受けられるかどうかも、重視していることがうかがえます。

変更した電力会社は、「通信会社」(39%)、「ガス会社」(26%)、「エネルギー会社」(11%)などの生活に密着したインフラ企業が多く、やはり安心感を求めていると推測されます。また自由回答では、通信会社は「ポイントが貯められる」、ガス会社は「ガス料金とのセット割引が受けられる」など、安心感以外のお得も享受できることが重要であると考えられます。

### Q. 電力会社を選ぶにあたり、決め手となったことは何ですか？



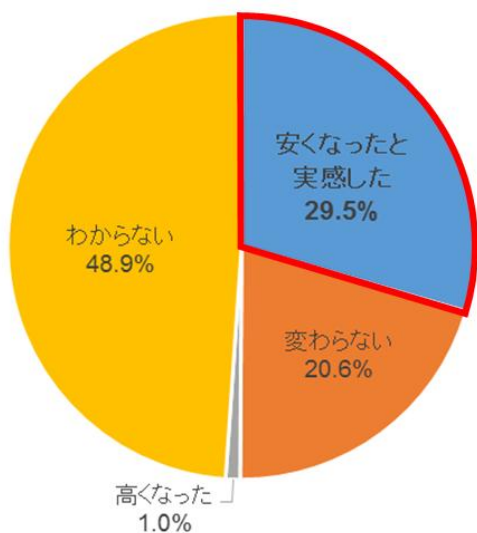
### Q. 変更した電力会社を教えてください



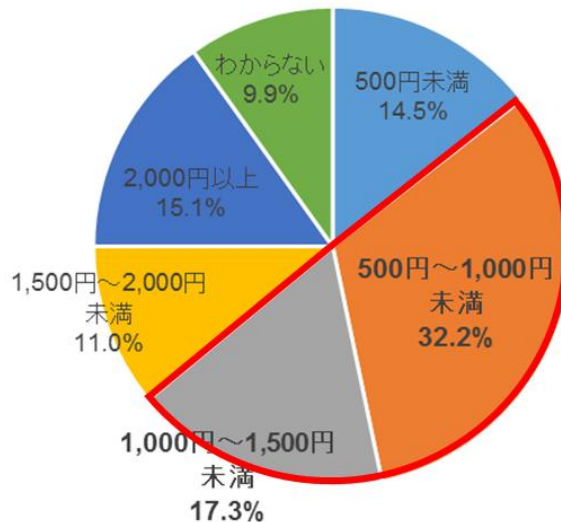
さらに電力会社を変更した主婦のうち約3割の主婦が、電気代が「安くなったと実感」していることがわかりました。しかしながら「わからない」(49%)、「変わらない」(21%)の回答が大半を占め、まだ節約はできていないと感じているようです。

また電気代が「安くなったと実感している」主婦に、昨年同月と比較し、月額電気料金がどれくらい安くなったかを聞いたところ、「500～1,000円未満」(32%)が最多で、次いで「1,000～1,500円未満」(17%)と続き、年間約12,000円前後の節約になることが判明しました。

Q. 電力会社を変更して、電気代が安くなったと実感しますか？

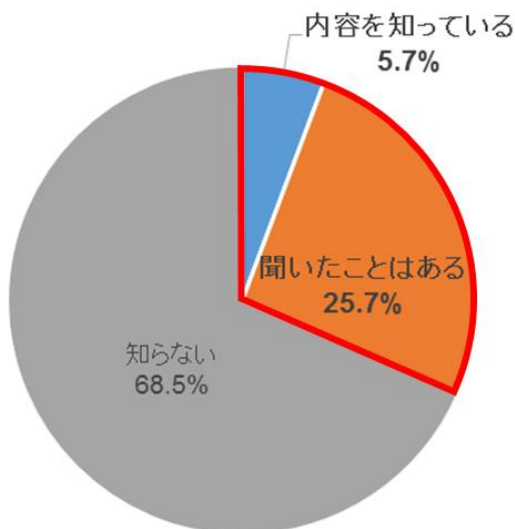


Q. 電力会社を変更後、昨年同月と比較し月額電気料金はどれくらい安くなりましたか？

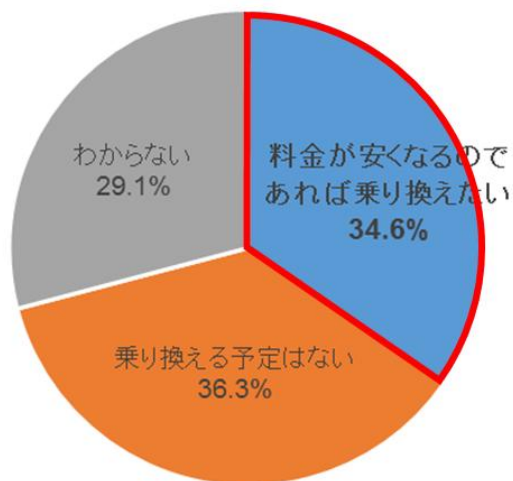


最後に、2017年4月に開始する『ガス小売自由化』について知っているか聞いたところ、主婦の約3割が「内容を知っている」、また「聞いたことがある」と回答しました。また認知している主婦のうち35%が、ガス会社を「料金が安くなるのであれば乗り換えたい」という意向があることも明らかになりました。『ガス小売自由化』の認知は全体の3分の1しかなく、さらに乗り換えの意向があるのも全体のわずか11%にとどまりました。

Q. 2017年4月から始まる(予定の)「ガスの自由化」について知っていますか？



Q. ガス会社を乗り換える予定はありますか？



今回の調査では、電力会社の変更は、安心感があつた上で家計の節約に繋がるお得があるかが決め手であることが判明しました。全体的に電気やガスなどの生活に必要なインフラにおいては、まずはお得より堅実性を重視し、その上でお得であれば変更を検討する傾向があると見受けられます。

#### 【調査概要】

調査エリア: 全国

調査対象者: 「シュフーポイント」会員(10代から60代までの女性)

サンプル数: 46,109

調査期間: 2016年7月27日から31日まで

調査方法: インターネットリサーチ

\* 本ニュースリリースに含まれる調査結果をご掲載頂く際は、必ず「凸版印刷株式会社『Shufoo!』調べ」と明記下さい。

#### ※1) 「Shufoo!」について

凸版印刷が2001年8月より運営を開始し、20-40代の女性を中心に利用されている国内最大級の電子チラシサイト。大手流通各社、地域主力スーパーなど約3,200法人、約104,000店舗が参加(2016年5月末現在)しています。チラシの閲覧回数や閲覧部分のデータを収集・分析するマーケティング機能も備えています。また生活者は、スマートフォン、タブレット端末、PC、デジタルテレビなど様々なデバイスから日本全国の電子チラシを閲覧することができます。

• PC <http://www.shufoo.net>

• iPhone <http://itunes.apple.com/jp/app/id373909230?mt=8>

• iPad <http://itunes.apple.com/jp/app/id373911706?mt=8>

• Android <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.toppan.shufoo.android&hl=ja>

\* 本ニュースリリースに記載している会社名および商品・サービス名は各社の商標または登録商標です。

\* ニュースリリースに記載された内容は発表日現在のものです。その後予告なしに変更されることがあります。

以 上