

最近の記事や報道で、役に立った情報は？

一番役立った情報は「節電・省エネ」！  
長期的な視点でのエネルギーマネジメント(エネマネ)意識も向上

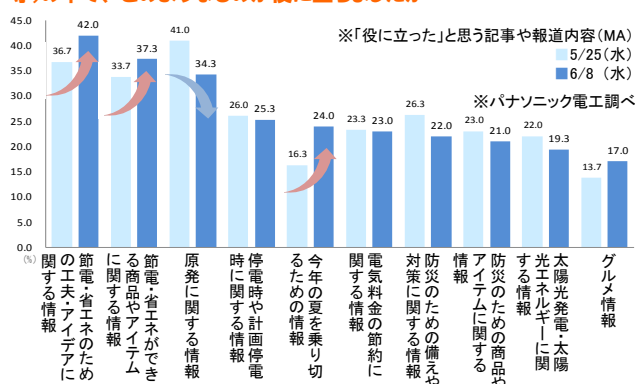
パナソニック電工では、毎週、メディア報道された情報のなかで役に立った情報は何かを問うアンケート調査を、東北エリア・関東エリア・その他エリアの男女計300名を対象に実施しています。今回は、6/8(水)に実施した調査の結果をいち早くお届けします。

**「節電・省エネ」が1番の関心事**

役に立った記事・報道内容として挙げたものを多い順に並べると、「節電・省エネのための工夫・アイデアに関する情報」(前回※36.7%⇒今回42.0%)、「節電・省エネができる商品やアイテムに関する情報」(前回33.7%⇒今回37.3%)が、1位・2位という結果になりました。また、「今年の夏を乗り切るための情報」も、前回の16.3%から今回は24.0%と、大幅にポイントを増やしました。暑い夏を目前にし、さらに節電への意識が高まっているようです。

※前回調査:2011年5月25日(水)に同条件で実施

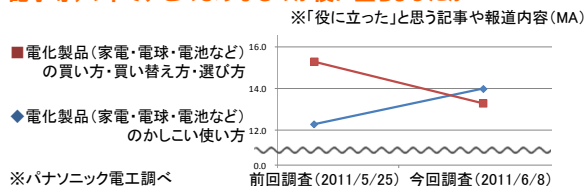
あなたが最近ご覧になった記事や報道等(新聞・テレビ・ネット上の記事等)の中で、どのようなものが役に立ちましたか



**電化製品は「選び方」から「使い方」へ**

また、電化製品に関する情報が役に立ったという人の中では、「電化製品(家電・電球・電池など)のかしこい使い方」(前回12.3%⇒今回14.0%)が「電化製品(家電・電球・電池など)の買い方・買い替え方・選び方」(前回15.3%⇒今回13.3%)を上回る結果となりました。「選び方」から「使い方」へ、電化製品に対する意識が変化しつつあるようです。

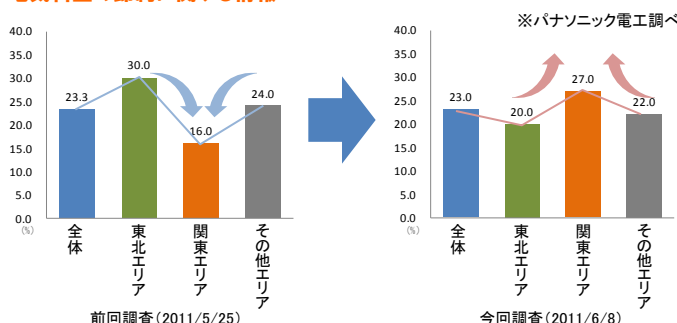
あなたが最近ご覧になった記事や報道等(新聞・テレビ・ネット上の記事等)の中で、どのようなものが役に立ちましたか



**関東エリア、「電気料金の節約」への関心がアップ**

前回の調査では「電気料金の節約に関する情報」が役に立ったという人が16.0%と、他のエリアを大きく下回った関東エリアですが、今回の調査では27.0%と、他のエリア(東北エリア:前回30.0%⇒今回20.0%、その他エリア:前回24.0%⇒今回22.0%、全体:前回23.3%⇒今回23.0%)を上回り、前回からも11.0ポイントほどポイントがアップするという結果になりました。関東エリアに関しては、節電・省エネだけではなく、電気料金をも気にする傾向が強まっています。

電気料金の節約に関する情報



**この夏だけでなく、長期的な視点でのエネマネの大切さを考える声も**

さらに、具体的に役に立った情報の内容を聞いてみると、「LEDは初期投資はかかるが、電気代・消費電気も抑えられ、無理をしない節電ができると思った」、「LEDは、長期的にはコストダウンになることがわかった」など、長く継続できる節電への意識が高まっていることがうかがえる声や、「エネルギーに対する考え方が変わった」、「家庭用蓄電池の開発と普及に期待したい」など、さらにはエネルギー自体への関心や、エネマネに対する意識の高まりがうかがえる声もあがりました。

参考データ

あなたが最近ご覧になった記事や報道等(新聞・テレビ・ネット上の記事等)の中で、どのようなものが役に立ちましたか。

■「役に立った」と思う記事や報道内容(MA)

	節電・省エネができる商品やアイテムに関する情報	節電・省エネのための工夫・アイデアに関する情報	防災のための商品やアイテムに関する情報	防災のための備えや対策に関する情報	停電時や計画停電時に関する情報	今年の夏を乗り切るための情報	原発に関する情報	経済復興に関する情報	太陽光発電・太陽光エネルギーに関する情報	その他の自然エネルギーに関する情報	燃料電池(エネファーム)に関する情報	家庭用蓄電池・蓄電型商品に関する情報	エネマネ・エネルギー・マネジメントに関する情報	オール電化に関する情報	電化製品(家電・電球・電池などの買い方・使い替え方・選び方)	電化製品(家電・電球・電池などのかしこい使い方)	エコ環境保全に関する情報	電気料金の節約に関する情報	水・食料など生活上の安全に関する情報	商品供給やサービス提供などの企業活動に関する情報	労働環境・働き方の工夫に関する情報	有識者や著名人による、社会への提言	震災によって変化した価値観や生活習慣に関する情報	文化・習慣など日本ならではの良さが感じられる情報	グルメ情報	旅行・レジャー情報	芸能関連情報	その他の情報	ひとつもない・わからない
全 体	37.3	42.0	21.0	22.0	25.3	24.0	34.3	15.0	19.3	13.3	5.3	8.7	1.3	6.3	13.3	14.0	11.0	23.0	15.7	5.7	4.7	8.7	15.3	9.7	17.0	14.3	10.3	4.3	26.0
東北エリア	37.0	39.0	24.0	30.0	26.0	24.0	30.0	19.0	19.0	14.0	3.0	9.0	0.0	6.0	12.0	12.0	14.0	20.0	11.0	7.0	5.0	8.0	21.0	9.0	13.0	9.0	8.0	5.0	29.0
関東エリア	35.0	45.0	22.0	21.0	36.0	23.0	35.0	14.0	17.0	12.0	4.0	4.0	3.0	5.0	14.0	17.0	8.0	27.0	18.0	3.0	6.0	7.0	14.0	12.0	16.0	15.0	12.0	3.0	21.0
その他エリア	40.0	42.0	17.0	15.0	14.0	25.0	38.0	12.0	22.0	14.0	9.0	13.0	1.0	8.0	14.0	13.0	11.0	22.0	18.0	7.0	3.0	11.0	11.0	8.0	22.0	19.0	11.0	5.0	28.0

■「特に役に立った」と思う記事や報道で、具体的に内容を覚えているもの(SA)

	節電・省エネができる商品やアイテムに関する情報	節電・省エネのための工夫・アイデアに関する情報	防災のための商品やアイテムに関する情報	防災のための備えや対策に関する情報	停電時や計画停電時に関する情報	今年の夏を乗り切るための情報	原発に関する情報	経済復興に関する情報	太陽光発電・太陽光エネルギーに関する情報	その他の自然エネルギーに関する情報	燃料電池(エネファーム)に関する情報	家庭用蓄電池・蓄電型商品に関する情報	エネマネ・エネルギー・マネジメントに関する情報	オール電化に関する情報	電化製品(家電・電球・電池などの買い方・使い替え方・選び方)	電化製品(家電・電球・電池などのかしこい使い方)	エコ環境保全に関する情報	電気料金の節約に関する情報	水・食料など生活上の安全に関する情報	商品供給やサービス提供などの企業活動に関する情報	労働環境・働き方の工夫に関する情報	有識者や著名人による、社会への提言	震災によって変化した価値観や生活習慣に関する情報	文化・習慣など日本ならではの良さが感じられる情報	グルメ情報	旅行・レジャー情報	芸能関連情報	その他の情報	ひとつもない・わからない
全 体	7.3	17.0	2.3	2.7	3.7	3.7	9.0	1.0	2.0	1.3	0.0	1.0	0.3	0.3	1.7	2.3	0.7	3.0	0.7	0.0	1.0	1.3	2.3	1.7	2.7	2.3	1.3	1.3	26.0
東北エリア	10.0	8.0	3.0	5.0	0.0	2.0	12.0	3.0	3.0	1.0	0.0	1.0	0.0	0.0	3.0	3.0	2.0	2.0	1.0	0.0	0.0	2.0	3.0	2.0	3.0	1.0	1.0	0.0	29.0
関東エリア	6.0	20.0	4.0	0.0	11.0	4.0	6.0	0.0	1.0	2.0	0.0	0.0	1.0	1.0	2.0	2.0	0.0	6.0	0.0	0.0	3.0	1.0	2.0	1.0	1.0	2.0	1.0	2.0	21.0
その他エリア	6.0	23.0	0.0	3.0	0.0	5.0	9.0	0.0	2.0	1.0	0.0	2.0	0.0	0.0	0.0	2.0	0.0	1.0	1.0	0.0	1.0	2.0	2.0	4.0	4.0	2.0	2.0	2.0	28.0

【調査概要】

対象エリア：①東北エリア(岩手・宮城・福島・茨城) ②関東エリア(1都3県) ③その他エリア(関西2府4県) / 調査対象：20代~50代の男女300名(各エリア100名) / 調査方法：インターネット調査

【一般からのお問い合わせ先】

パナソニック電工株式会社 広報部

TEL:06-6908-1131(大代表) 受付(平日のみ) 8:50~17:30