

報道関係各位

平成28年3月15日  
株式会社 クロス・マーケティング

# 2016年4月「電力小売りの全面自由化」開始 電力会社切り替え検討者は約45% 切り替え選択の重視点は「料金の安さ」が大多数

— 電力小売りの全面自由化に関する調査 —

株式会社クロス・マーケティング(本社:東京都新宿区、代表取締役社長:五十嵐 幹)は、全国47都道府県に在住する18歳~69歳の男女を対象に「電力小売りの全面自由化に関する調査」を実施しました。

## ■調査背景・目的

2014年、電気事業法の改正案が成立したことにより、2016年4月より電力の小売りが全面自由化されることとなりました。これにより、業界を問わずさまざまな企業が市場に参入し、サービスやプランを打ち出しています。開始まで数週間となった今、国民は電力小売りの全面自由化について、どのような意識を持っているのでしょうか。

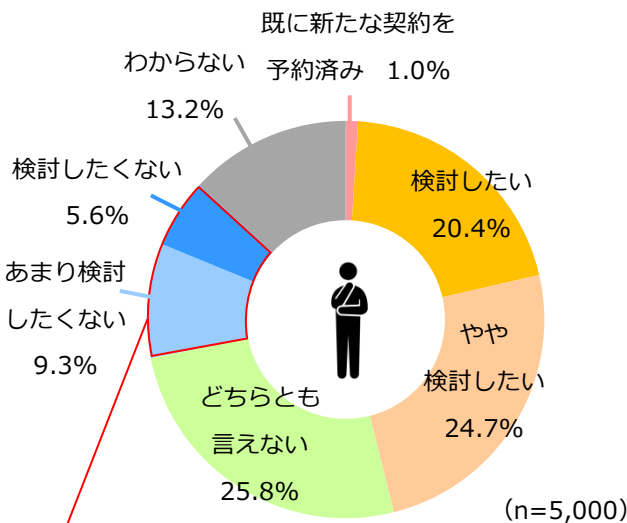
そこで今回は、電力小売りの全面自由化の認知率や検討意向、切り替えの重視点について把握し、実態を明らかにすることを目的に調査を実施しました。

◆自主調査レポートの続きはこちらへ⇒ <http://www.cross-m.co.jp/report/ed20160315/>

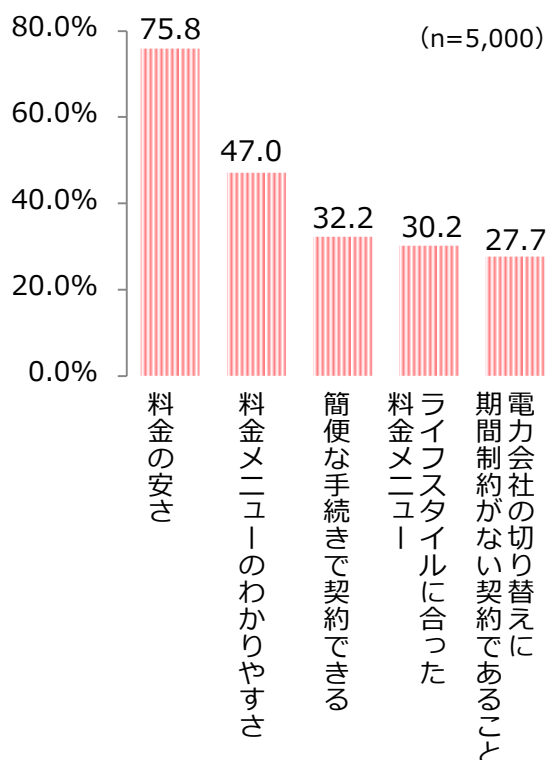
## ■調査結果 (一部抜粋)

- ✓ 電力会社切り替えの検討意向では【検討意向あり・計】(検討したい+やや検討したい)が45.1%、【検討意向なし・計】(検討したくない+あまり検討したくない)が14.9%となり、検討意向ありの割合の方が多い。検討意向なしの理由では「手続きが面倒だと思う」(41.6%)が最も高い結果に <図1>
- ✓ 電力会社切り替え選択の重視点では、「料金の安さ」(75.8%)が他の項目と比べて圧倒的に多い。以下、「料金メニューのわかりやすさ」(47.0%)、「簡便な手続きで契約できる」(32.2%)と続く <図2>
- ✓ 電力会社を切り替えようと思う減額割合では、全体としては「10%低下」(41.2%)で最も高いが、切り替えの検討意向別で見ると【検討したくない】と【わからない】の回答者は「20%低下」で半数弱(44.3~47.6%)が切り替えるとしている <図3>

<図1> 電力会社切り替えの検討意向



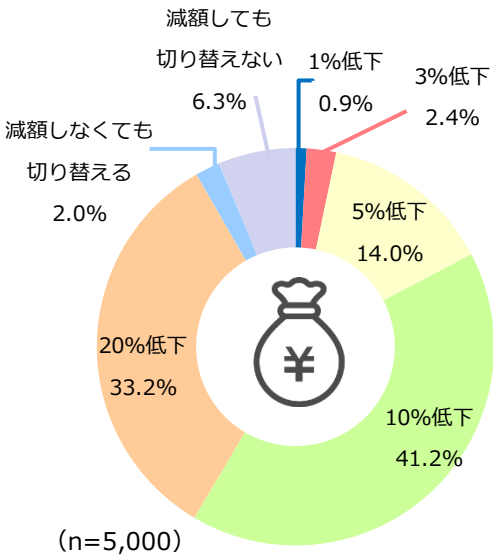
<図2> 電力会社切り替え選択の重視点



### 【非検討意向の理由 TOP5】

- |                             |       |
|-----------------------------|-------|
| 1 手続きが面倒だと思う                | 41.6% |
| 2 電気代が抑制されるとは思えない           | 37.9% |
| 3 今は自分にとってのメリットが想像できず考えられない | 35.7% |
| 4 どういった会社を選んで良いかわからない       | 29.6% |
| 5 現状に不満がない                  | 27.2% |

<図3> 電力会社を切り替えようと思う減額割合



|                          |           | 1     | 3   | 5   | 1    | 2    | 切    | 減    | 切    | 減   |
|--------------------------|-----------|-------|-----|-----|------|------|------|------|------|-----|
|                          |           | %     | %   | %   | 0    | 0    | り    | 額    | り    | 額   |
|                          |           | 低     | 低   | 低   | %    | %    | 替    | し    | 替    | し   |
|                          |           | 下     | 下   | 下   | 低    | 低    | え    | な    | え    | て   |
|                          |           |       |     |     | 下    | 下    | る    | く    | な    | も   |
|                          |           |       |     |     |      |      | て    |      |      |     |
|                          |           |       |     |     |      |      | い    |      |      |     |
|                          |           |       |     |     |      |      | も    |      |      |     |
| n=                       |           | 5,000 | 0.9 | 2.4 | 14.0 | 41.2 | 33.2 | 2.0  | 6.3  | (%) |
| 電力小売りの<br>全面自由化の<br>検討意向 | 予約済み      | 48    | 4.2 | 4.2 | 18.8 | 47.9 | 10.4 | 10.4 | 4.2  |     |
|                          | 検討したい     | 2,256 | 1.3 | 4.2 | 21.5 | 48.6 | 21.0 | 3.0  | 0.4  |     |
|                          | どちらとも言えない | 1,291 | 0.4 | 0.9 | 10.0 | 43.2 | 41.3 | 0.9  | 3.3  |     |
|                          | 検討したくない   | 746   | 0.5 | 0.8 | 4.4  | 25.9 | 47.6 | 0.9  | 19.8 |     |
|                          | わからない     | 659   | 0.5 | 0.8 | 6.5  | 29.1 | 44.3 | 1.7  | 17.1 |     |

■調査内容

- 属性設問:性別・年齢・居住地・2015年12月の概算電気料金
- 支払いを減らしたい商品・サービス(MA)
- 電力の小売り自由化の認知率(SA)
- 電力の小売り自由化について以前から知っていた内容(MA)
- 電力の小売り自由化のイメージ(SA)
- 電力の小売り自由化の魅力有無(SA)
- 電力購入会社切り替え検討意向の有無(SA)
- 電力購入会社切り替え検討意向無し理由(MA)
- 電気料金の減額割合による電力購入会社切り替え意向(SA)
- 電力購入会社選択の重視点(SA)
- 電力購入会社選択時の料金メニュー内容の興味度(SA)
- 電力購入会社選択時のセット販売やサービスの興味度(SA)
- 今後利用したい電力の小売り自由化に関する情報取得経路(MA)

■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ  
 調査地域 : 全国47都道府県  
 調査対象 : 18~69歳の男女、世帯主およびその配偶者(学生を除く)  
 調査期間 : 2016年2月17日(水)~2016年2月18日(木)  
 有効回答数 : 5,000サンプル(全国の性年代別人口構成比に基づいてスクリーニング回収し、回答者から無作為抽出)  
 調査実施会社 : 株式会社クロス・マーケティング

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>  
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F  
 設立 : 2003年4月1日  
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹  
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当: 東海林(しょうじ) TEL : 03-6859-2252 FAX : 03-6859-2275  
 E-mail : [pr-cm@cross-m.co.jp](mailto:pr-cm@cross-m.co.jp)

《引用・転載時のクレジット表記のお願い》

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

<例>「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると…」