

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。

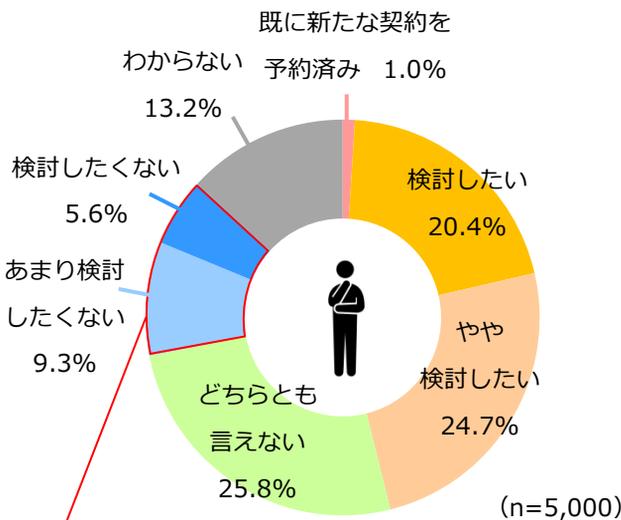
そこで今回は、電力小売りの全面自由化の認知率や検討意向、切り替えの重視点について把握し、実態を明らかにすることを目的に調査を実施しました。

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

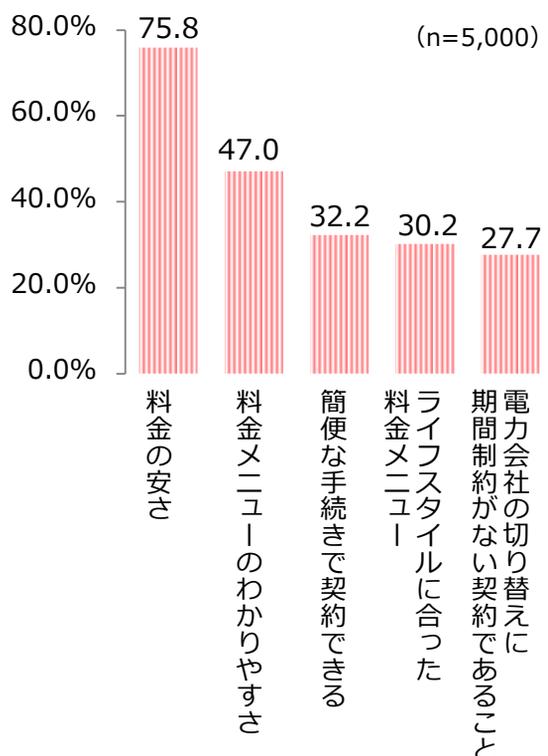
■調査結果 (一部抜粋)

- ✓ 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



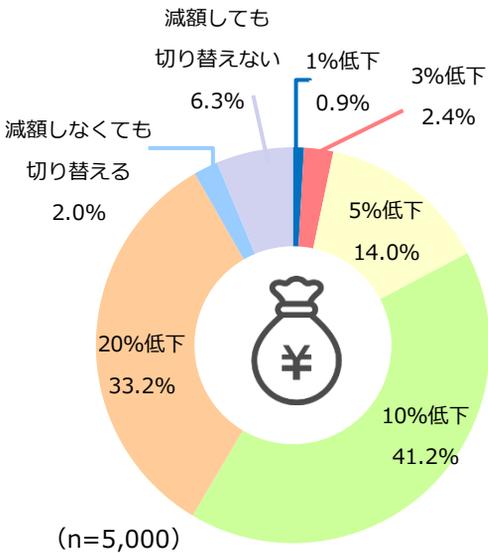
<図2> 電力会社切り替え選択の重視点



【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	な	
					下	下	る	く	な	も	
							て				
							い				
							も				
n=30以上で											
全体+10pt以上											
全体+5pt以上											
全体-5pt以下											
全体-10pt以下											
n=											
全体		5,000	0.9	2.4	14.0	41.2	33.2	2.0	6.3	2.0	6.3
電力小売りの 全面自由化の 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

≪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…」