

経済産業省 御中

令和 5 年度産業経済研究委託事業 (電力・ガス小売自由化における消費者の 選択行動アンケート調査事業)

報告書

2024年2月

目次

I. 調査実施概要		page 2	②ガス		page 45
II. 調査結果			1. 対象者属性（変更状況別）		page 46
◆スクリーニング調査集計			2. ガスの購入先・料金プラン変更時の情報源		page 49
①電力自由化（10,000ss）		page 5	3. ガス会社の選択に際して重視していること		page 50
1. 対象者属性（変更状況別）		page 6	4. ガスとのセット販売		page 53
2. 直近1か月の電気料金		page 9	5. 切替に要した日数		page 54
3. 「電力の小売自由化」認知度		page 10	6. ガスの購入先・料金プランを変更したきっかけ・決め手		page 55
4. 電気の購入先・料金プラン変更有無		page 12	7. ガスの購入先・料金プラン変更後の金額差		page 57
5. 小売自由化認知度		page 13	8. ガスの購入先を変更しない理由		page 58
②ガス自由化（10,000ss）		page 16	III. Findings		
1. 対象者属性（変更状況別）		page 17	◆小売自由化の浸透状況		page 60
2. 直近1か月のガス料金		page 20	◆変更の動機		page 61
3. 「ガスの小売自由化」認知度		page 22	◆非変更の理由		page 63
4. ガスの購入先・料金プラン変更有無		page 24			
5. 小売自由化認知度		page 25			
◆本調査集計					
①電気		page 28			
1. 対象者属性（変更状況別）		page 29			
2. 電気の購入先・料金プラン変更時の情報源		page 32			
3. 電力会社の選択に際して重視していること		page 33			
4. 電気とのセット販売		page 36			
5. 切替に要した日数		page 37			
6. 非化石証書の認知度		page 38			
7. 電気を販売する事業者の説明		page 39			
8. 電気の購入先・料金プランを変更したきっかけ・決め手		page 41			
9. 電気の購入先・料金プラン変更後の金額差		page 43			
10. 電気の購入先を変更しない理由		page 44			

I . 調査実施概要

I. 調査実施概要

1. 調査方法

- インターネット調査

2. 調査対象者

- スクリーニング調査：20歳以上69歳以下の一般男女
- 本調査：①電気を切り替えた方 ②電気を切り替えていない方
③都市ガスを切り替えた方 ④都市ガスを切り替えていない方

3. 調査エリア

- 全国

4. サンプル数

- スクリーニング調査：10,000ss
- 本調査：1,570ss

5. サンプル割付

- スクリーニング調査：2020年（令和2年）国勢調査を基にした人口構成比により割付
- 本調査：スクリーニング調査より、①～④の該当者を抽出、それぞれ500ss以上
①電気を切り替えた方、②電気を切り替えていない方の回答者の中には、③都市ガスを切り替えた方、④都市ガスを切り替えていない方が含まれ、
③都市ガスを切り替えた方、④都市ガスを切り替えていない方の回答者の中には、①電気を切り替えた方、②電気を切り替えていない方が含まれるため、
本調査1,570ssとなるが、集計上の各総数はそれぞれ500ss以上となる。

6. 調査期間

- 2024年2月19日～2024年2月21日

7. 調査結果を見る上での注意事項

- 回答はn（有効回収数）を基準とした百分率で表し、小数点第2位を四捨五入した。このため、百分率の合計が100%にならない場合がある。

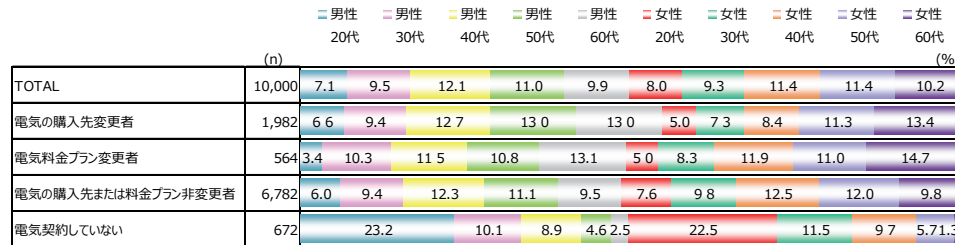
Ⅱ. 調査結果

- スクリーニング調査集計
 - ①電力自由化（10,000ss）

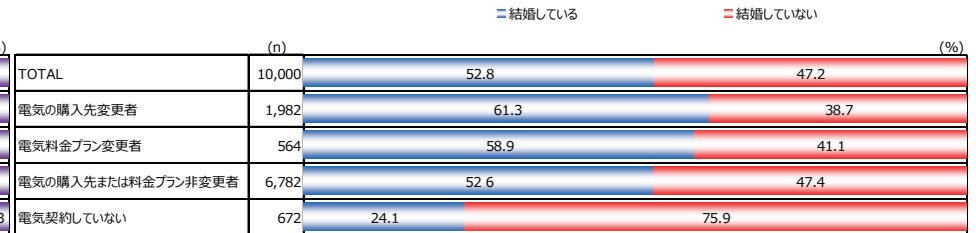
1.対象者属性



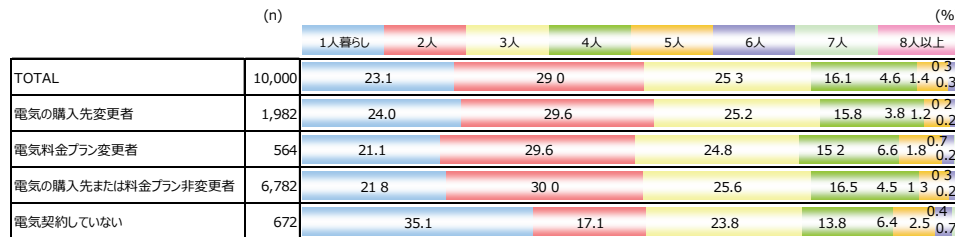
◆性年代



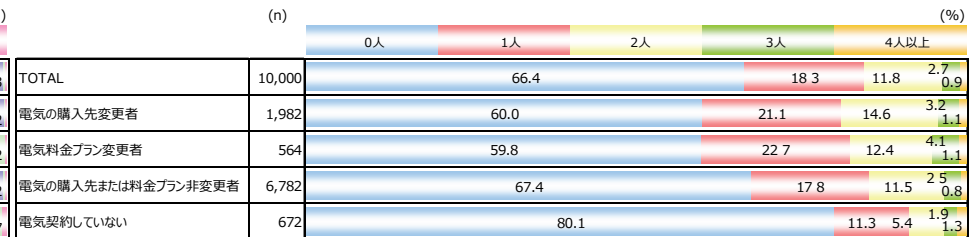
◆未既婚



◆同居人数

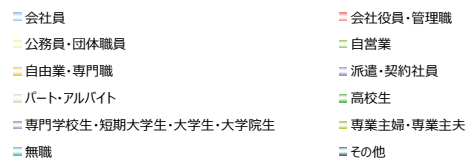


◆同居子供人数

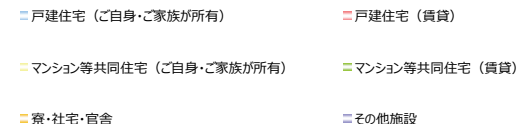


1.対象者属性

◆職業



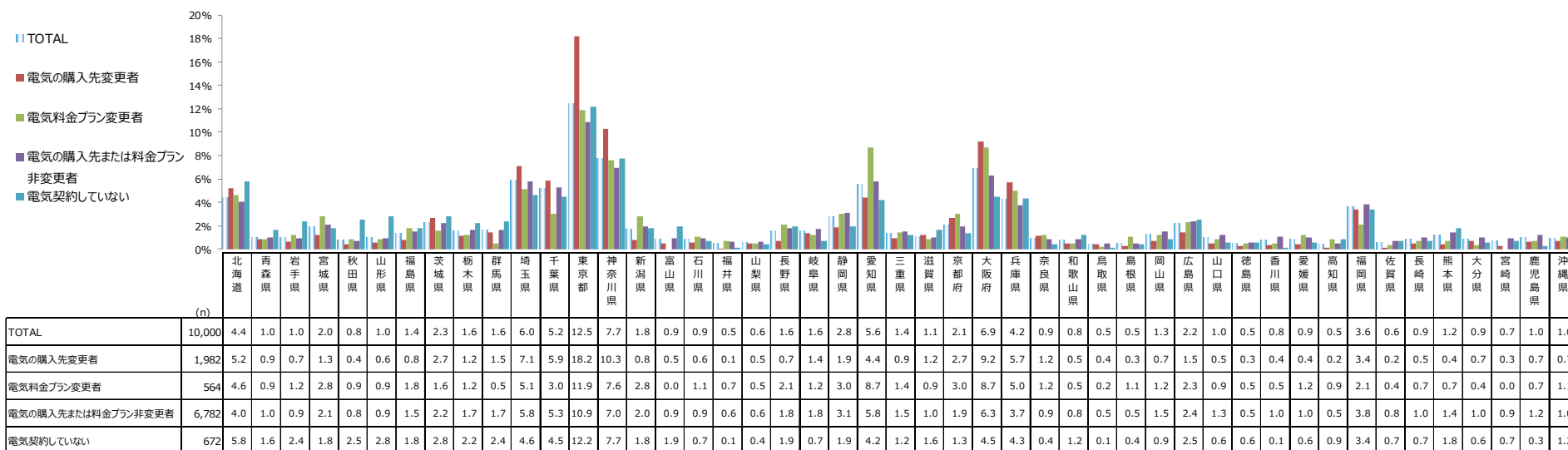
◆住居形態



	(n)													(%)
TOTAL	10,000	35.6	3.7	4.3	3.9	3.6	5.9	14.1	0.1	2.0	12.9	12.5	1.6	
電気の購入先変更者	1,982	37.0	5.3	4.9	4.6	4.0	6.5	11.6	0.0	1.3	12.8	11.4	0.7	
電気料金プラン変更者	564	35.8	3.7	3.4	5.5	3.7	5.9	12.9	0.0	1.2	14.7	11.7	1.4	
電気の購入先または料金プラン非変更者	6,782	35.7	3.4	4.4	3.6	3.5	6.0	15.0	0.1	1.8	13.4	11.8	1.5	
電気契約していない	672	30.5	1.2	2.8	2.8	3.3	3.7	13.8	0.3	6.5	7.0	22.9	5.1	

	(n)													(%)
TOTAL	10,000	51.8	4.4	13.8	26.9	2.6	0.4							
電気の購入先変更者	1,982	47.6	4.5	19.6	26.6	1.3	0.4							
電気料金プラン変更者	564	52.1	3.4	17.6	24.5	1.8	0.7							
電気の購入先または料金プラン非変更者	6,782	53.8	4.2	11.9	27.5	2.2	0.4							
電気契約していない	672	44.2	7.6	12.4	23.8	11.5	0.6							

◆居住地



1.対象者属性

◆個人年収

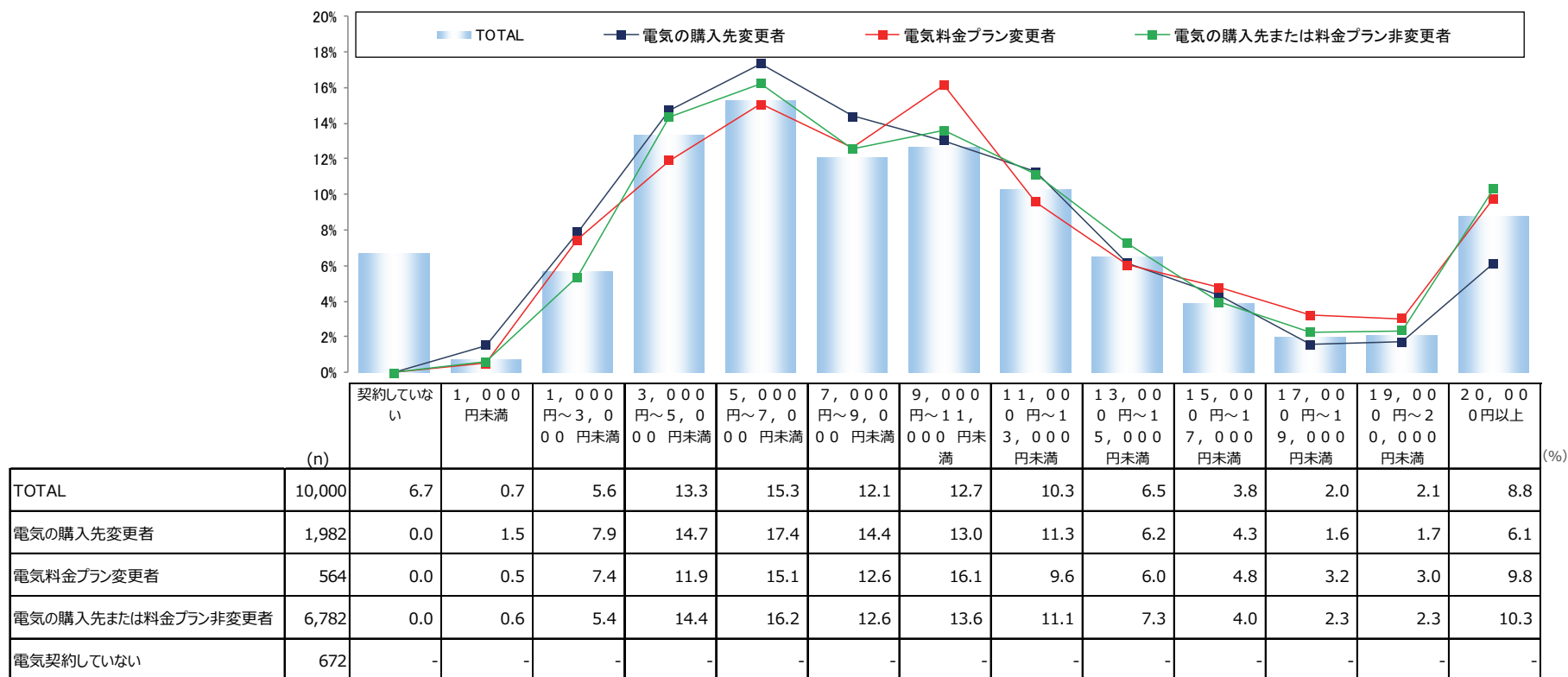
	(n)	200万円未満	200万円以上 400万円未満	400万円以上 600万円未満	600万円以上 800万円未満	800万円以上 1,000万円未満	1,000万円以上 1,200万円未満	1,200万円以上 1,500万円未満	1,500万円以上 2,000万円未満	2,000万円以上	分からない 答えたくない	(%)
TOTAL	10,000	34.0	20.9	13.4	6.7	3.1	1.1	0.3	0.9	0.6	19.0	
電気の購入先変更者	1,982	31.3	21.7	15.3	9.7	5.2	1.5	0.8	1.6	0.9	12.0	
電気料金プラン変更者	564	34.8	23.9	16.7	8.0	2.0	1.6	0.5	1.8	0.4	10.5	
電気の購入先または料金プラン非変更者	6,782	34.6	21.1	13.1	6.0	2.8	1.1	0.2	0.7	0.5	19.8	
電気契約していない	672	34.5	13.7	7.7	3.1	0.3	0.3	0.1	0.7		39.1	

◆世帯年収

	(n)	200万円未満	200万円以上 400万円未満	400万円以上 600万円未満	600万円以上 800万円未満	800万円以上 1,000万円未満	1,000万円以上 1,200万円未満	1,200万円以上 1,500万円未満	1,500万円以上 2,000万円未満	2,000万円以上	分からない 答えたくない	(%)
TOTAL	10,000	9.9	17.5	16.0	12.4	8.2	3.4	3.0	1.5	1.4	26.9	
電気の購入先変更者	1,982	9.2	17.8	16.5	15.0	11.3	3.9	4.9	2.6	2.1	16.6	
電気料金プラン変更者	564	8.7	19.3	19.7	15.4	8.5	5.3	4.4	2.5	1.2	14.9	
電気の購入先または料金プラン非変更者	6,782	9.8	18.0	16.3	12.0	7.8	3.3	2.5	1.1	1.1	28.1	
電気契約していない	672	13.2	10.0	8.5	6.0	3.0	1.0	0.7	1.2	1.6	54.8	

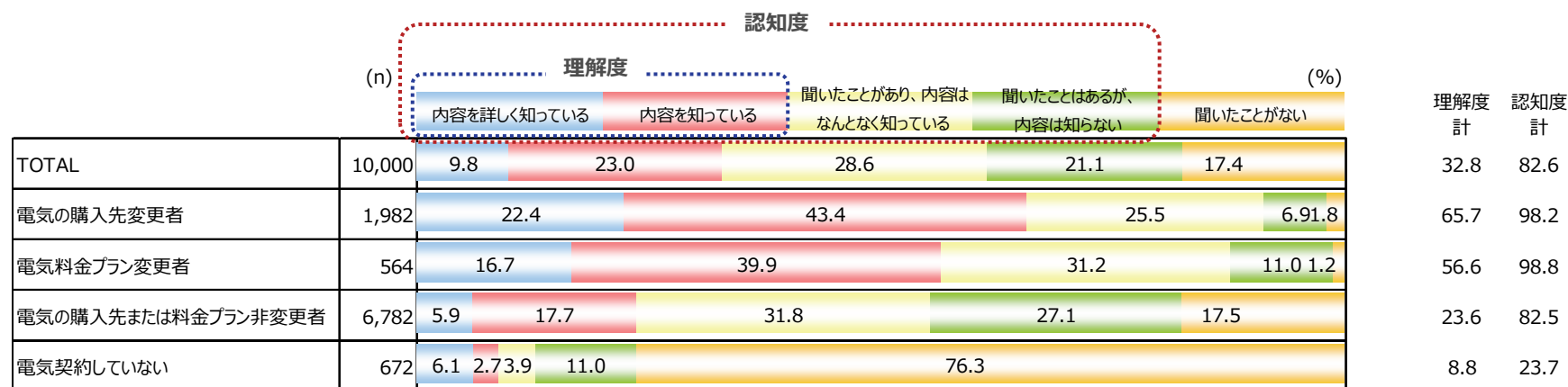
2.直近1か月の電気料金

- SC6_1 あなたのご家庭での直近1ヶ月の電気料金・都市ガス料金・プロパンガス(LPG)料金について、それぞれ金額をお答えください。／電気料金(単一回答)
- 全体では、電気料金は「5,000円～7,000円未満」が15.3%で最も高く、「3,000円～5,000円未満」が13.3%で続いている。
- “電気の購入先変更者”は「5,000円～7,000円未満」が17.4%で最も高い。“電気料金プラン変更者”は「9,000円～11,000円未満」が16.1%で最も高い。“電気の購入先または料金プラン非変更者”は「5,000円～7,000円未満」が16.2%で最も高い。
- 「20,000円以上」の回答割合は“電気の購入先または料金プラン非変更者”が最も高くなっている。



3.「電力の小売自由化」認知度 – 変更状況別 –

- SC7_1 現在、電気やガスの小売(販売)自由化によって、(電気やガスの)購入先を自由に変えることができますが、あなたはこれらについて、どの程度ご存知ですか。／電力の小売自由化(単一回答)
- 全体では、「電力の小売自由化」の『理解度(「内容を詳しく知っている」「内容を知っている」の合計値(青点線枠))』は32.8%、『認知度(「内容を詳しく知っている」～「聞いたことはあるが、内容は知らない」までの合計値(赤点線枠))』は82.6%となっている。
- 変更状況別では、『認知度』の割合は、“電気の購入先変更者”が98.2%、“電気料金プラン変更者”が98.8%、“電気の購入先または料金プラン非変更者”が82.5%となっている。
- 切り替えを行っている方の認知度と切り替えを行っていない方の認知度には15pt以上の差がある。
- 電気契約していない方の認知度は23.7%となっている。



3.「電力の小売自由化」認知度 – 性年代別 –

- SC7_1 現在、電気やガスの小売(販売)自由化によって、(電気やガスの)購入先を自由に変えることができますが、あなたはこれらについて、どの程度ご存知ですか。／電力の小売自由化(単一回答)
- 性年代別では、『認知度』の割合は、女性60代が95.4%で最も高く、男性60代が93.4%で続いている。
- 男性20代の35.7%、女性20代の44.8%が電力の小売自由化を「聞いたことがない」と回答しており、男性、女性ともに『認知度』は年齢層が下がるごとに低くなる。

	(n)	認知度					(%)	理解度 計	認知度 計
		理解度		聞いたことがあり、内容は		聞いたことはあるが、			
		内容を詳しく知っている	内容を知っている	なんとなく知っている	内容は知らない	聞いたことがない			
TOTAL	10,000	9.8	23.0	28.6	21.1	17.4		32.8	82.6
男性20代	714	12.7	16.1	16.0	19.5	35.7		28.9	64.3
男性30代	949	14.0	21.2	24.3	19.7	20.8		35.2	79.2
男性40代	1,213	12.6	25.0	29.2	19.2	14.0		37.6	86.0
男性50代	1,104	12.3	28.9	31.4	17.8	9.5		41.2	90.5
男性60代	991	12.4	38.4	28.4	14.2	6.6		50.9	93.4
女性20代	795	6.8	9.3	17.0	22.1	44.8		16.1	55.2
女性30代	930	7.7	17.1	24.9	25.5	24.7		24.8	75.3
女性40代	1,144	6.7	17.4	32.9	26.7	16.3		24.1	83.7
女性50代	1,140	6.5	22.6	35.5	24.0	11.3		29.1	88.7
女性60代	1,020	6.6	28.8	37.9	22.1	4.6		35.4	95.4

4.電気の購入先・料金プラン変更有無

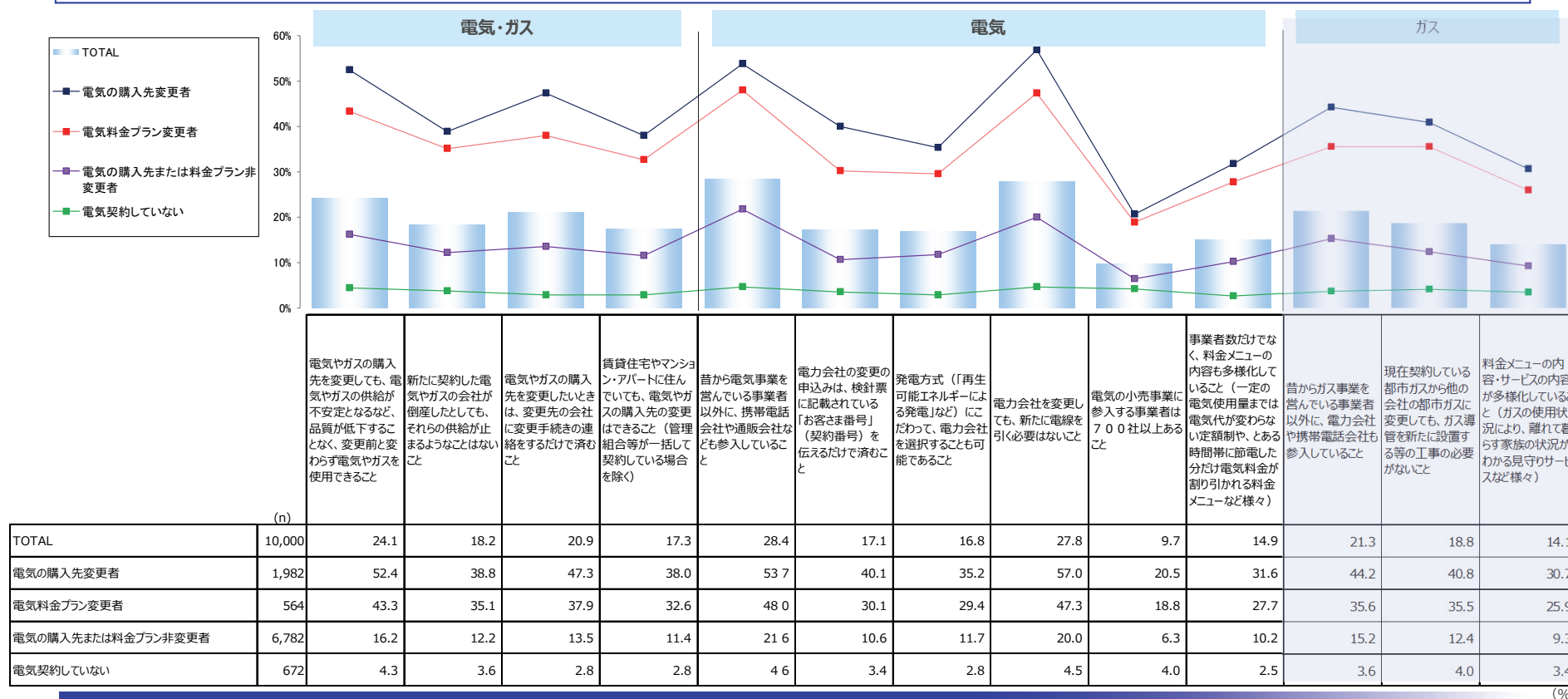
- SC8_1 電気やガスの小売自由化にともない、あなたのご家庭では「購入先」または「(購入している会社は変更していないが)料金プラン」を変更されましたか。／電気(単一回答)
- 全体では、「購入先」「料金プラン」いずれも変更せず「比較検討も行っていない」が59.2%で最も高い。
- “電気の購入先変更者”では、「直近1年以上前」が74.1%で最も高い。“電気料金プラン変更者”でも、「直近1年以上前」が80.3%で最も高い。
- “電気の購入先または料金プラン非変更者”では、「比較検討も行っていない」が81.5%となった。

(SC6の電気で「契約していない(n=672)」を含まない電気の購入者ベース)

	(n)	「購入先」変更の申し込みをした(切り替えた)				購入先は変更していないが、「料金プラン」変更の申し込みをした(切り替えた)				「購入先」「料金プラン」いずれも変更していない(切り替えていない)		(%)
		直近3か月以内	直近4~6か月以内	直近6か月~1年以内	直近1年以上前	直近3か月以内	直近4~6か月以内	直近6か月~1年以内	直近1年以上前	比較検討は行った	比較検討も行っていない	
TOTAL	9,328	1.9	1.5	2.2	15.7	0.4	0.3	0.4	4.9	13.5	59.2	
電気の購入先変更者	1,982	8.8	6.9	10.2							74.1	
電気料金プラン変更者	564	7.3	5.3	7.1							80.3	
電気の購入先または料金プラン非変更者	6,782			18.5							81.5	

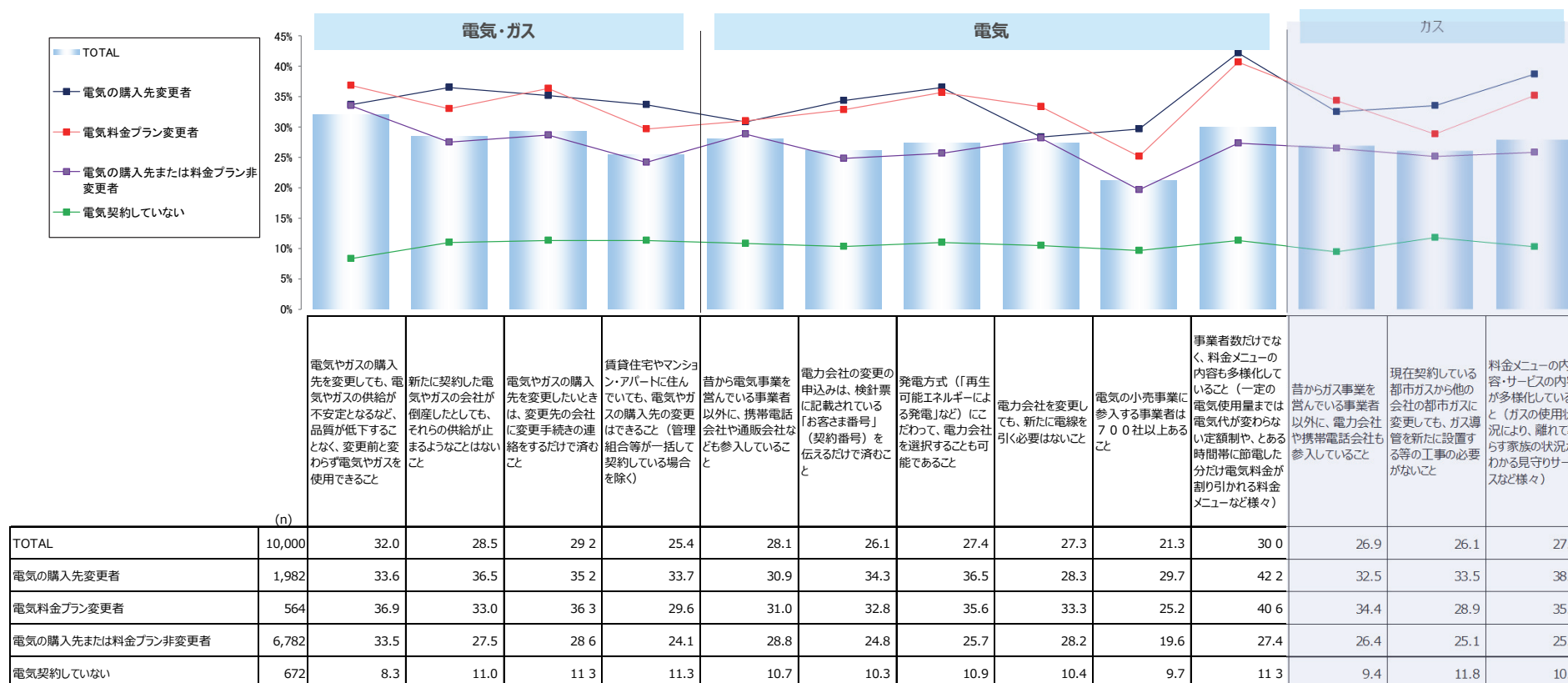
5.小売自由化認知度

- SC9 電気やガスの小売自由化の内容について、あなたがご存知の範囲でお答えください。／確かに知っている(それぞれ単一回答)
- 小売自由化について『確かに知っている』と回答があった内容のうち、「昔から電気事業を営んでいる事業者以外に、携帯電話会社や通販会社なども参入していること」が28.4%となっており、最も認知されている。
- “電気の購入先変更者”については、すべての内容において『確かに知っている』と回答した方の割合が高く、3項目においては50%以上となっている。
- “電気の購入先または料金プラン非変更者”、ならびに“電気契約していない”方のうち、ほとんどの内容に対して『確かに知っている』と回答した方は20%に満たない。



5.小売自由化認知度

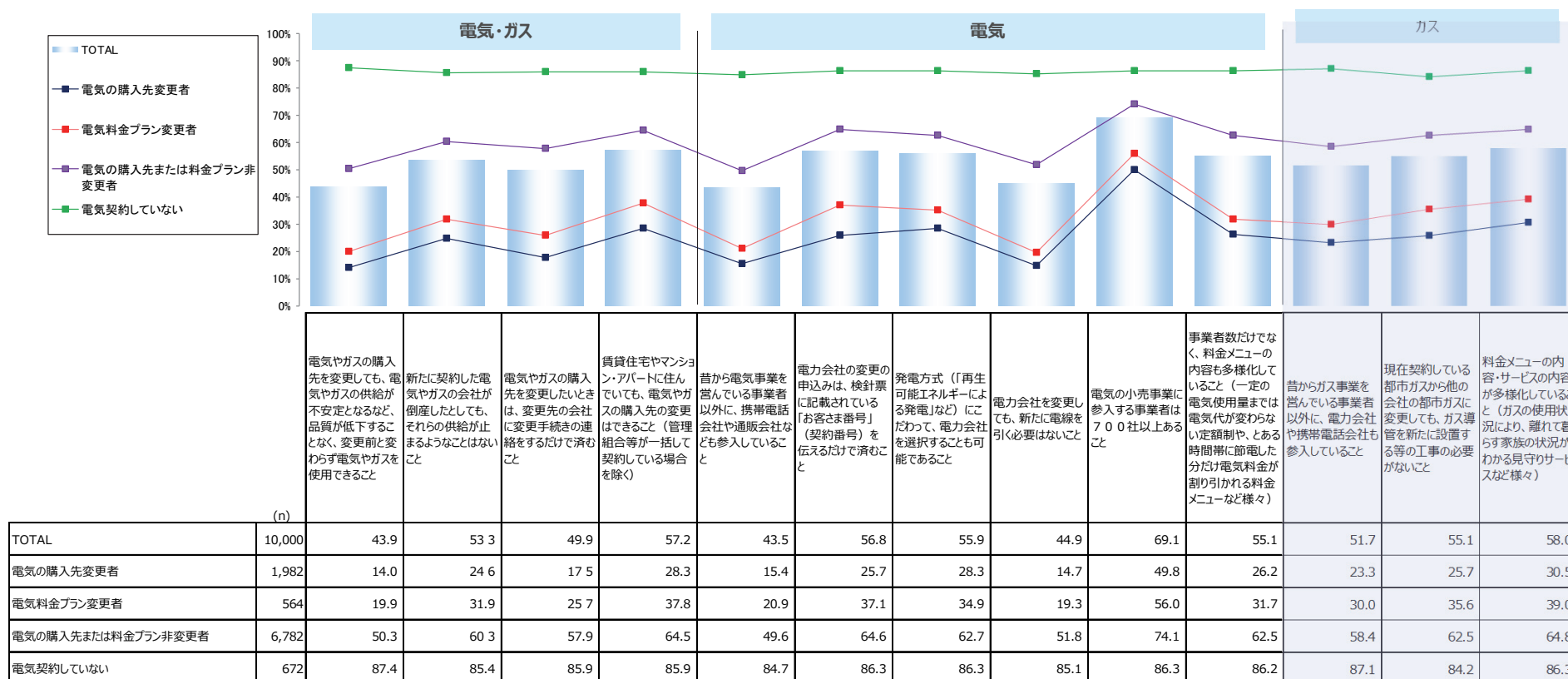
- SC9 電気やガスの小売自由化の内容について、あなたがご存知の範囲でお答えください。／見聞きしたことがあるような気がする(それぞれ単一回答)
- “電気の購入先変更者”及び“電気料金プラン変更者”と、“電気の購入先または料金プラン非変更者”の回答割合をみると、『確かに知っている』と回答した場合と比較して、その差は大きくない。
- “電気契約していない”方では、すべての項目で10%前後の回答割合となっている。



5.小売自由化認知度

■ SC9 電気やガスの小売自由化の内容について、あなたがご存知の範囲でお答えください。／知らない(それぞれ単一回答)

- 小売自由化について『知らない』と回答があった内容のうち、「電気の小売事業に参入する事業者は700社以上あること」が69.1%で最も認知度が低い。
- “電気の購入先変更者”及び“電気料金プラン変更者”においても同様であり、「電気の小売事業に参入する事業者は700社以上あること」の割合がそれぞれ49.8%、56.0%で最も認知度が低い。
- “電気契約していない”方では、すべての項目で90%近い回答割合となっており、認知度が低いことがわかる。

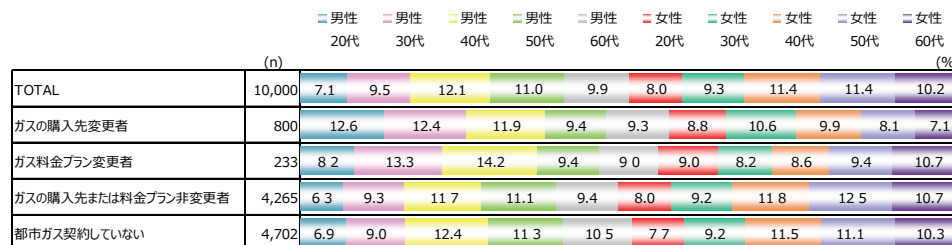


(%)

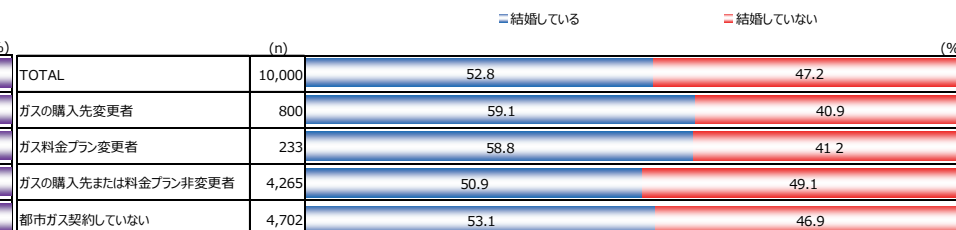
- スクリーニング調査集計
 - ②ガス自由化（10,000ss）

1.対象者属性

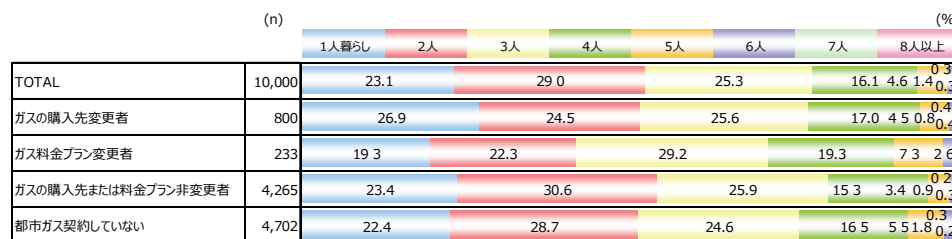
◆性年代



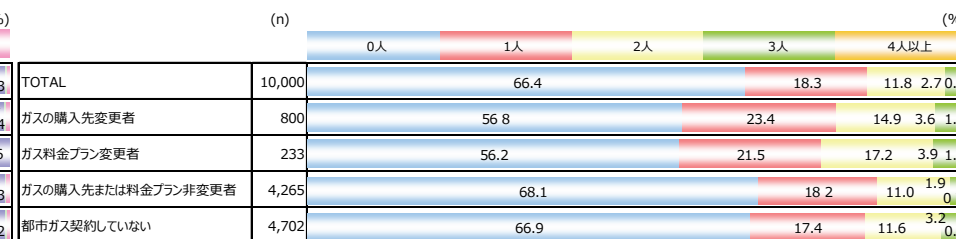
◆未既婚



◆同居人数



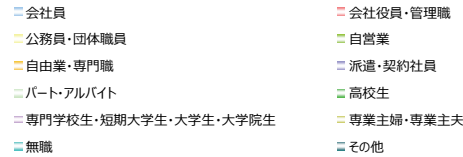
◆同居子供人数



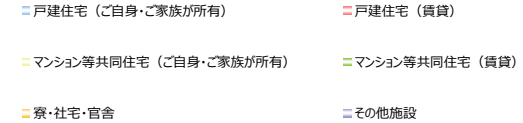
1.対象者属性



◆職業



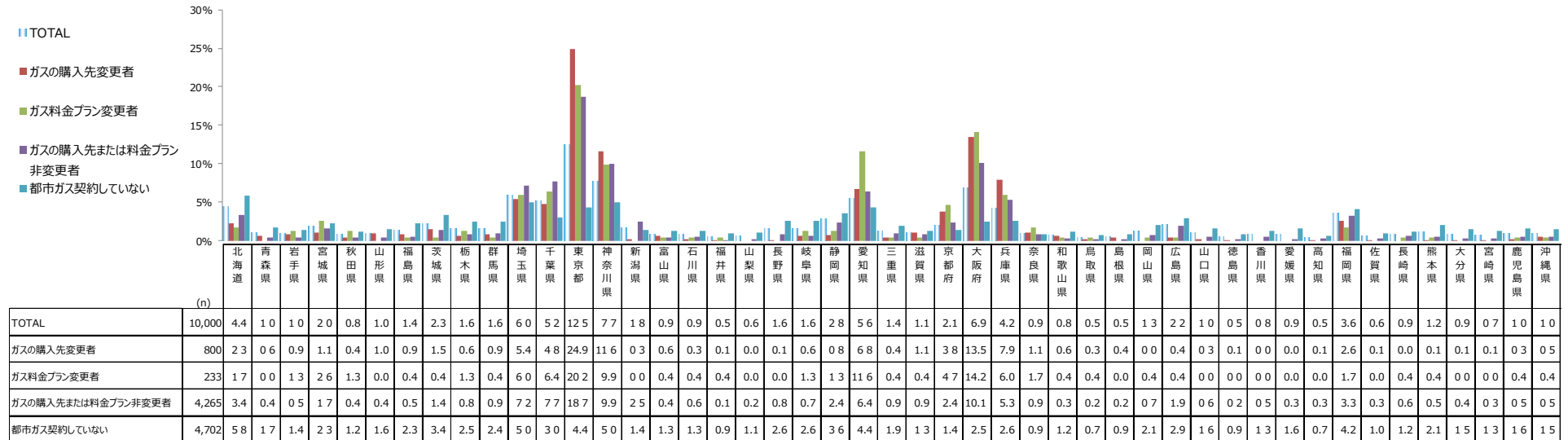
◆住居形態



	(n)	(%)											
TOTAL	10,000	35.6 3.7 4.3 3.9 3.6 5.9 14.1 0.1 2.0 12.9 12.5 1.6											
ガスの購入先変更者	800	43.9 6.1 4.8 4.0 5.4 4.9 10.5 0.0 2.0 9.3 8.3 1.0											
ガス料金プラン変更者	233	45.1 5.2 2.6 6.0 3.0 4.3 13.3 0.0 3.9 9.4 6.9 0.4											
ガスの購入先または料金プラン非変更者	4,265	35.4 3.9 3.9 3.5 4.0 6.8 13.6 0.1 1.9 13.7 11.8 1.5											
都市ガス契約していない	4,702	33.9 2.9 4.7 4.1 3.0 5.4 15.2 0.1 2.0 13.0 14.0 1.7											

	(n)	(%)					
TOTAL	10,000	51.8 4.4 13.8 26.9 2.6 0.4					
ガスの購入先変更者	800	41.0 6.1 18.9 31.0 2.6 0.4					
ガス料金プラン変更者	233	48.9 4.7 23.2 21.9 1.3 0.0					
ガスの購入先または料金プラン非変更者	4,265	41.2 3.2 22.4 30.2 2.4 0.5					
都市ガス契約していない	4,702	63.4 5.3 4.6 23.5 2.9 0.4					

◆居住地



1.対象者属性

◆個人年収

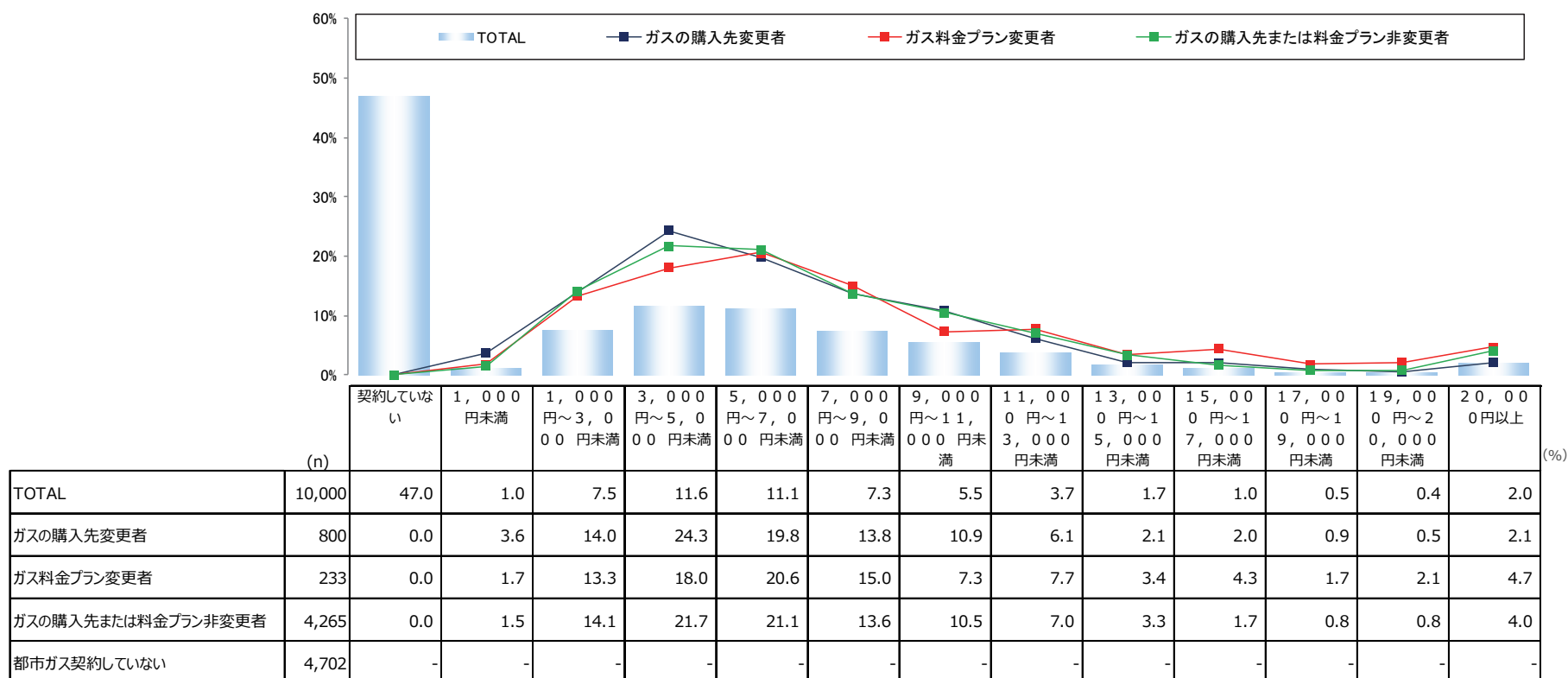
(n)		(%)															
		200万円未満	200万円以上 400万円未満	400万円以上 600万円未満	600万円以上 800万円未満	800万円以上 1,000万円未満	1,000万円以上 1,200万円未満	1,200万円以上 1,500万円未満	1,500万円以上 2,000万円未満	2,000万円 以上	分からない 答えたくない						
TOTAL	10,000	34.0			20.9			13.4		6.7	3.1	1.1	0.9	0.6	19.0		
ガスの購入先変更者	800	24.8			23.6			16.3		10.8		7.3	1.9	2.5	0.9	1.5	10.6
ガス料金プラン変更者	233	28.3			22.7			21.0		9.0		4.7	2.6	2.1	0.4	0.9	8.2
ガスの購入先または料金プラン非変更者	4,265	34.0			20.3			13.5		6.4	3.4	1.3	1.1	0.4	0.7	19.0	
都市ガス契約していない	4,702	35.9			20.9			12.4		6.1	1.9	0.8	0.5	0.2	0.4	20.9	

◆世帯年収

		(n)										(%)	
		200万円未満	200万円以上 400万円未満	400万円以上 600万円未満	600万円以上 800万円未満	800万円以上 1,000万円未満	1,000万円以上 1,200万円未満	1,200万円以上 1,500万円未満	1,500万円以上 2,000万円未満	2,000万円以上	分からない 答えたくない		
TOTAL	10,000	9.9	17.5	16.0	12.4	8.2	3.4	3.0	1.5	1.4	26.9		
ガスの購入先変更者	800	8.4	15.5	15.5	16.6	13.8	4.0	6.5	2.9	3.0	13.9		
ガス料金プラン変更者	233	6.4	15.5	22.7	12.9	12.9	5.6	5.2	2.6	3.4	12.9		
ガスの購入先または料金プラン非変更者	4,265	9.0	17.2	16.1	12.4	7.8	3.8	3.3	1.6	1.5	27.4		
都市ガス契約していない	4,702	11.1	18.1	15.7	11.7	7.3	2.8	2.1	1.0	0.9	29.3		

2.直近1か月のガス料金

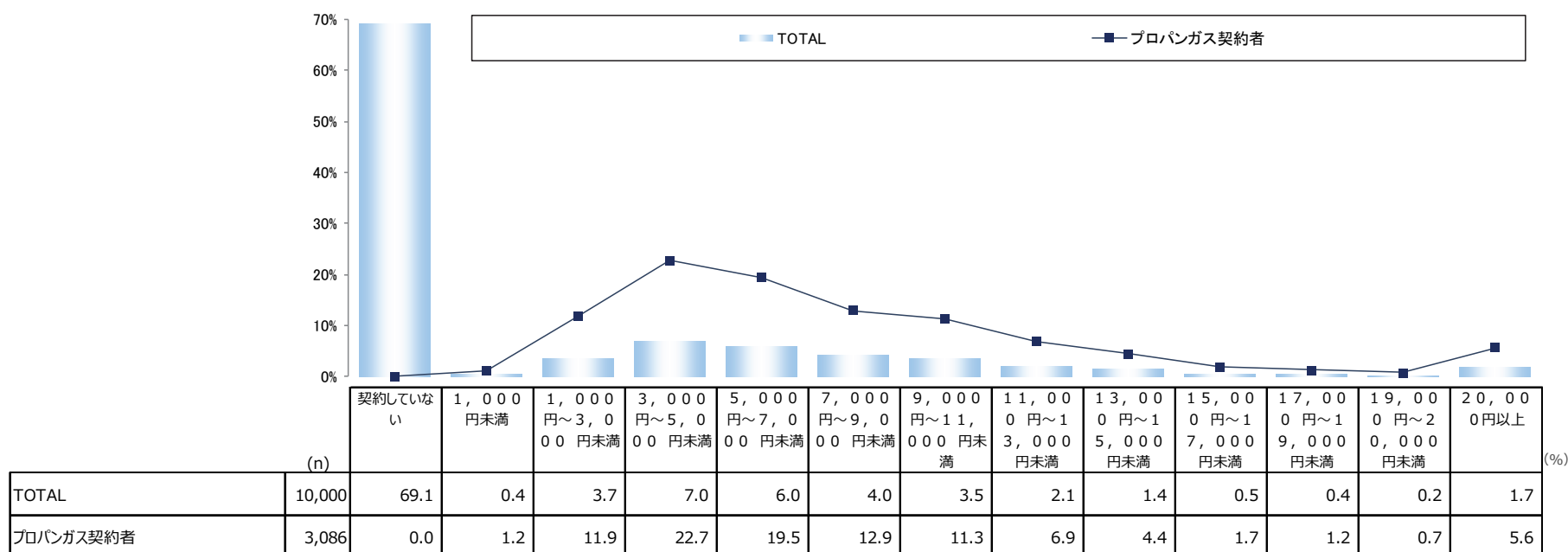
- SC6_2 あなたのご家庭での直近1ヶ月の電気料金・都市ガス料金・プロパンガス(LPG)料金について、それぞれ金額をお答えください。／都市ガス(単一回答)
- 全体では、都市ガス料金は「3,000円～5,000円未満」が11.6%で最も高く、「5,000円～7,000円未満」が11.1%が続いている。
- “ガスの購入先変更者”は「3,000円～5,000円未満」が24.3%で最も高い。“ガス料金プラン変更者”は「5,000円～7,000円未満」が20.6%で最も高い。“ガスの購入先または料金プラン非変更者”は「3,000円～5,000円未満」が21.7%で最も高い。
- 「20,000円以上」の回答割合は“ガス料金プラン変更者”が最も高くなっている。



2.直近1か月のガス料金

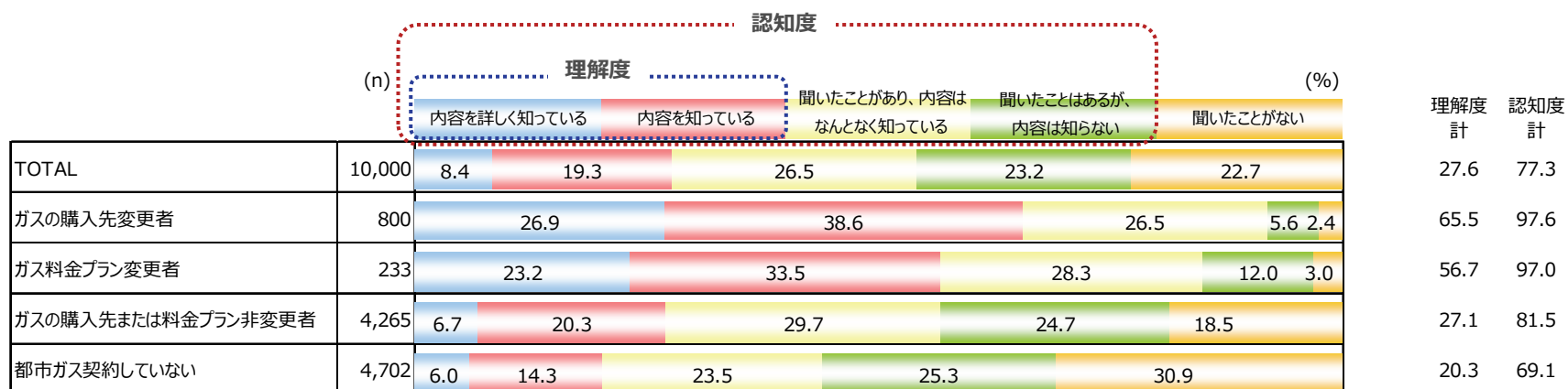
- SC6_3 あなたのご家庭での直近1ヶ月の電気料金・都市ガス料金・プロパンガス(LPG)料金について、それぞれ金額をお答えください。／プロパンガス(単一回答)
- “プロパンガス契約者”の割合は、全体の30.8%。
- “プロパンガス契約者”では、プロパンガス料金は「3,000円～5,000円未満」が22.7%で最も高く、「5,000円～7,000円未満」が19.5%で続いている。

(SC6のプロパンガスで「契約していない (n=6,914)」を含まないプロパンガスの購入者ベース)



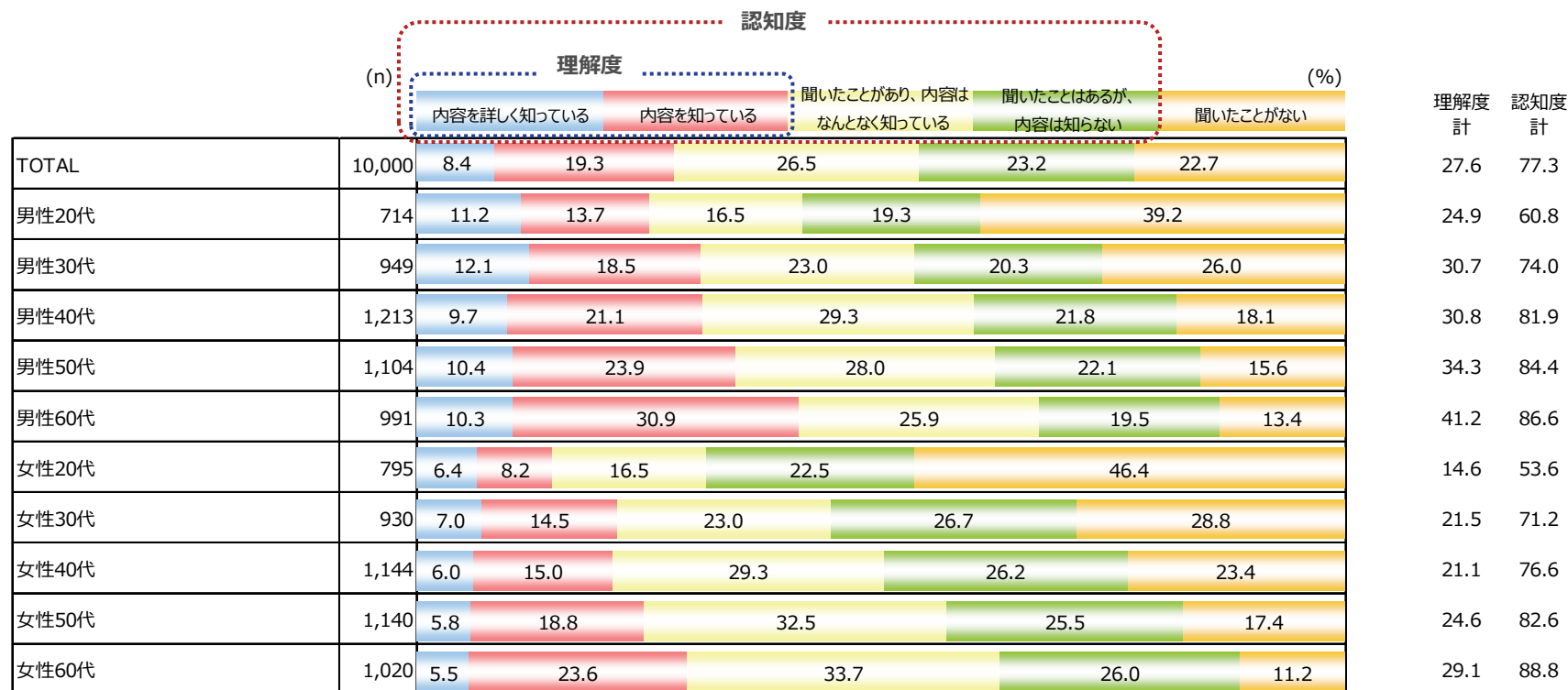
3.「ガスの小売自由化」認知度 – 変更状況別 –

- SC7_2 現在、電気やガスの小売(販売)自由化によって、(電気やガスの)購入先を自由に変えることができますが、あなたはこれらについて、どの程度ご存知ですか。／ガスの小売自由化(単一回答)
- 全体では、「ガスの小売自由化」の『理解度(「内容を詳しく知っている」「内容を知っている」の合計値(青点線枠))』は27.6%、『認知度(「内容を詳しく知っている」～「聞いたことはあるが、内容は知らない」までの合計値(赤点線枠))』は77.3%となっている。
- 変更状況別での『認知度』の割合は、“ガスの購入先変更者”が97.6%、“ガス料金プラン変更者”が97.0%、“ガスの購入先または料金プラン非変更者”が81.5%となっている。
- 切り替えを行っている方の認知度と切り替えを行っていない方の認知度には15pt以上の差がある。
- “都市ガス契約していない”方の認知度は69.1%となっている。



3.「ガスの小売自由化」認知度 ― 性年代別 ―

- SC7_2 現在、電気やガスの小売(販売)自由化によって、(電気やガスの)購入先を自由に変えることができますが、あなたはこれらについて、どの程度ご存知ですか。／ガスの小売自由化(単一回答)
- 性年代別では、『認知度』の割合は、女性60代が88.8%で最も高く、男性60代が86.6%で続いている。
- 男性20代の39.2%、女性20代の46.4%がガスの小売自由化を「聞いたことがない」と回答しており、男性、女性ともに『認知度』は年齢層が下がるごとに低くなる。



4.ガスの購入先・料金プラン変更有無

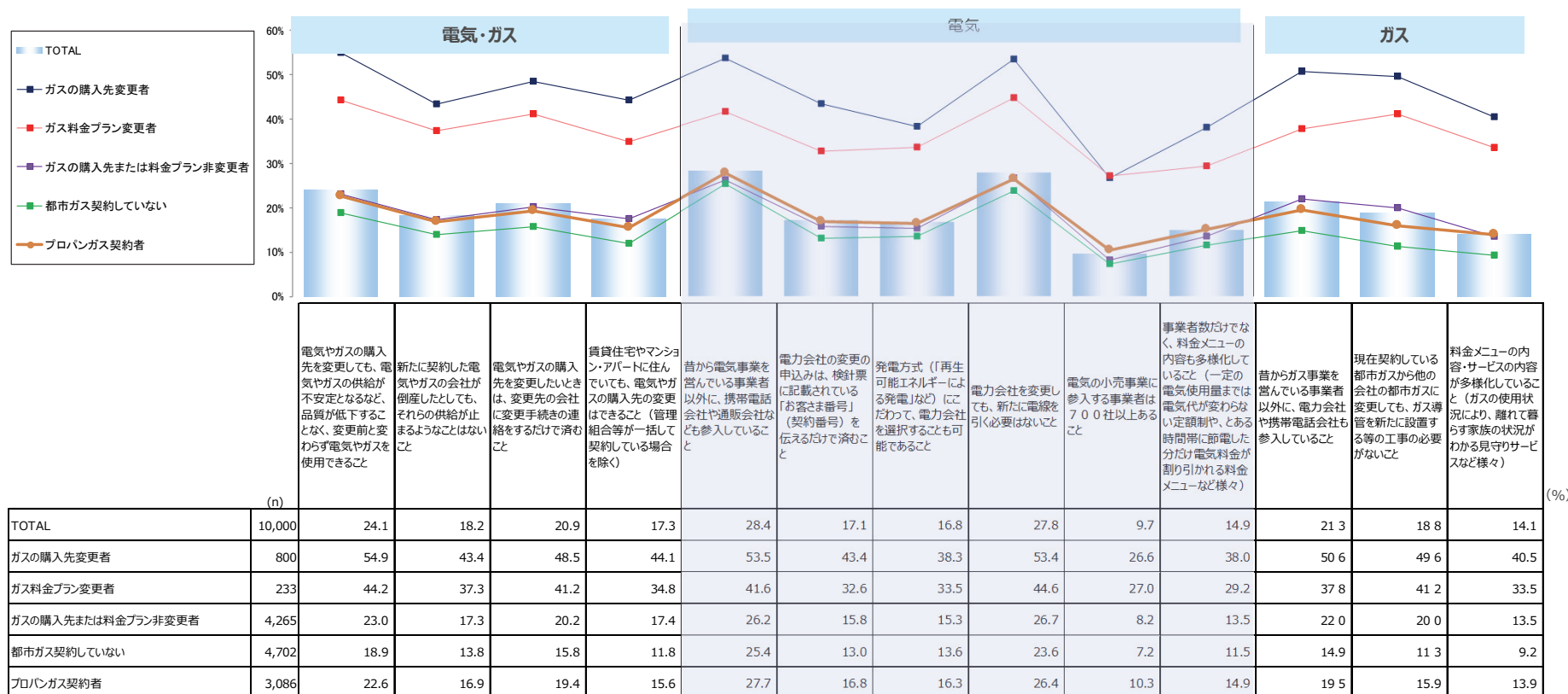
- SC8_2 電気やガスの小売自由化にともない、あなたのご家庭では「購入先」または「(購入している会社は変更していないが)料金プラン」を変更されましたか。／ガス(単一回答)
- 全体では、「購入先」「料金プラン」いずれも変更せず「比較検討も行っていない」が64.8%で最も高い。
- “ガスの購入先変更者”では、「直近1年以上前」が59.4%で最も高い。“ガス料金プラン変更者”でも、「直近1年以上前」が67.0%で最も高い。
- “ガスの購入先または料金プラン非変更者”では、「比較検討も行っていない」が80.5%となった。

(SC6のガス(都市ガス)で「契約していない(n=4,702)」を含まない都市ガスの購入者ベース)

		「購入先」変更の申し込みをした（切り替えた）				購入先は変更していないが、「料金プラン」変更の申し込みをした（切り替えた）				「購入先」「料金プラン」いずれも変更していない（切り替えていない）		
		直近 3か月 以内	直近 4～6か月 以内	直近 6か月～ 1年以内	直近 1年 以上前	直近 3か月 以内	直近 4～6か月 以内	直近 6か月～ 1年以内	直近 1年 以上前	比較 検討は 行った	比較 検討も 行っていない	(%)
	(n)											
TOTAL	5,298	2.2	1.8	2.1	9.0	0.5	0.5	2.9	15.7	64.8		
ガスの購入先変更者	800	14.8		12.0		13.9		59.4				
ガス料金プラン変更者	233	9.9		12.4		10.7		67.0				
ガスの購入先または料金プラン非変更者	4,265	19.5			80.5							

5.小売自由化認知度

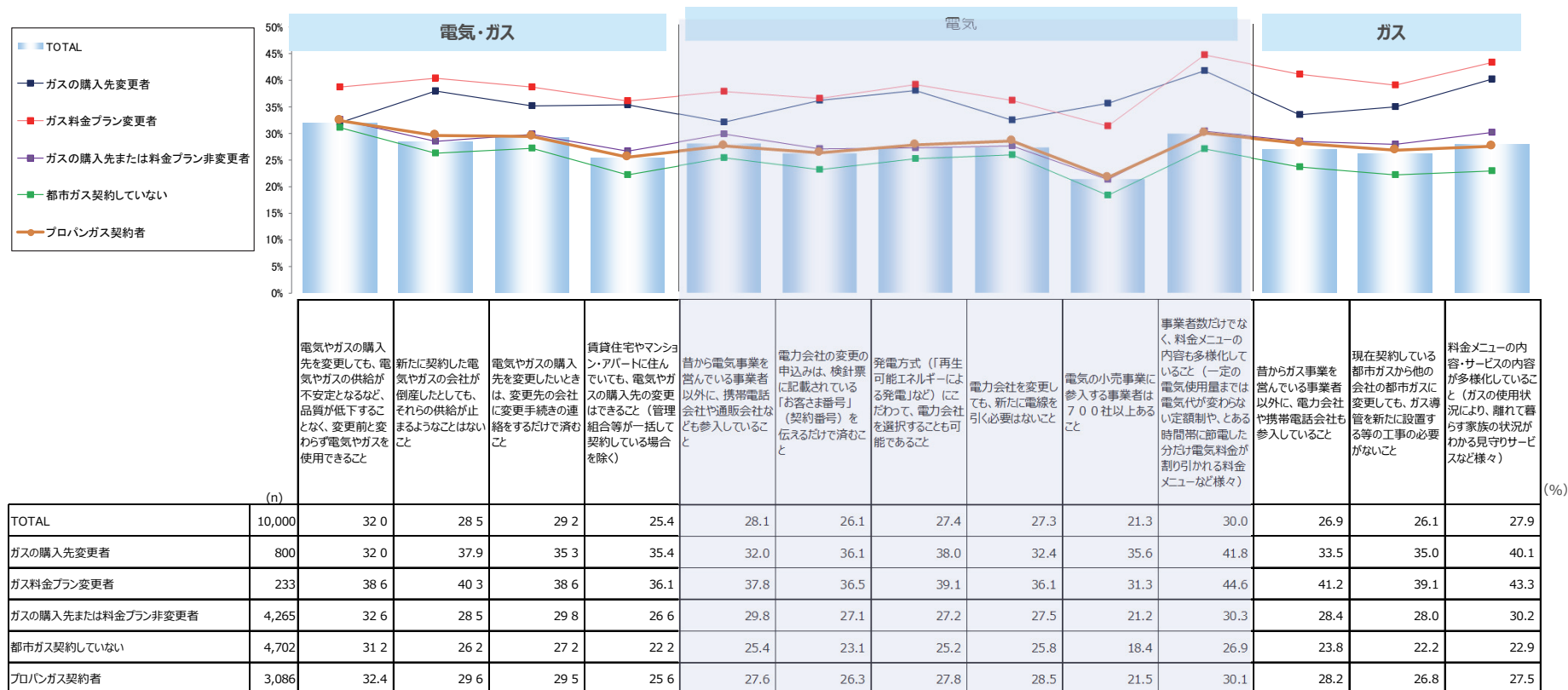
- SC9 電気やガスの小売自由化の内容について、あなたがご存知の範囲でお答えください。／確かに知っている(それぞれ単一回答)
- 小売自由化について『確かに知っている』と回答があった内容のうち、「電気やガスの購入先を変更しても、電気やガスの供給が不安定となるなど、品質が低下することなく、変更前と変わらず電気やガスを使用できること」が24.1%となっており、最も認知されている。
- “ガスの購入先または料金プラン非変更者”、“都市ガス契約していない方”及び“プロパンガス契約者”については、20%前後もしくは20%未満の回答が多く、すべての内容において、ガスを切り替えた方よりも割合が低くなっている。



※「プロパンガス契約者」はSC6のプロパンガスで「契約していない(n=6,914)」以外のサンプルであり、都市ガスを利用している方／利用していない方のいずれかの内数となる。

5.小売自由化認知度

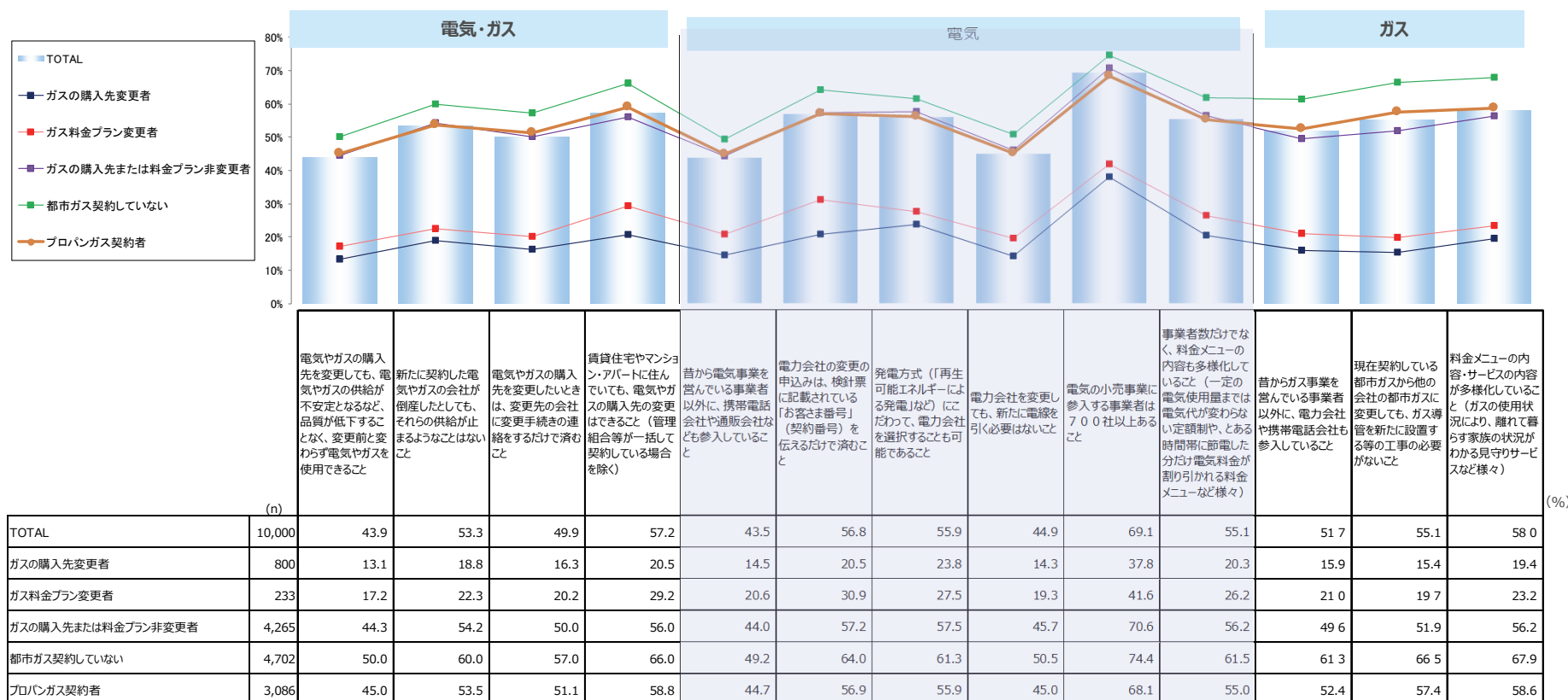
- SC9 電気やガスの小売自由化の内容について、あなたがご存知の範囲でお答えください。／見聞きしたことがあるような気がする(それぞれ単一回答)
- “ガスの購入先変更者”及び“ガス料金プラン変更者”と“ガスの購入先または料金プラン非変更者”の回答割合をみると、『確かに知っている』と回答した場合と比較して、その差は大きくない。



5.小売自由化認知度

■ SC9 電気やガスの小売自由化の内容について、あなたがご存知の範囲でお答えください。／知らない(それぞれ単一回答)

- 小売自由化について『知らない』と回答があった内容のうち、「料金メニューの内容・サービスの内容が多様化していること」が58.0%で最も認知度が低い。
- “ガスの購入先または料金プラン非変更者”、“都市ガス契約していない”方及び“プロパンガス契約者”では、すべての内容で44%以上の回答割合となっており、認知度が比較的低いことがわかる。

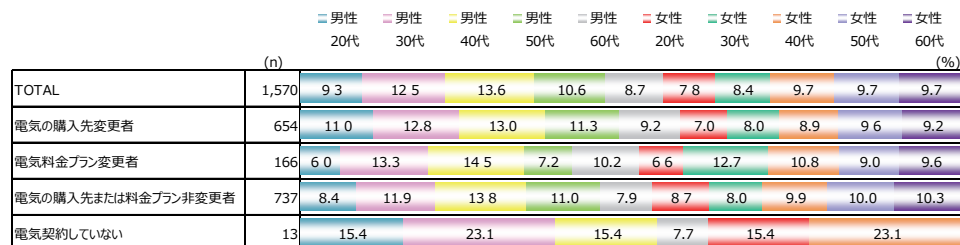


● 本調査集計

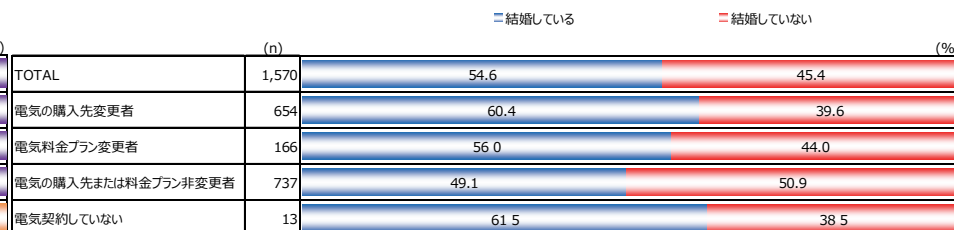
① 電気

1.対象者属性

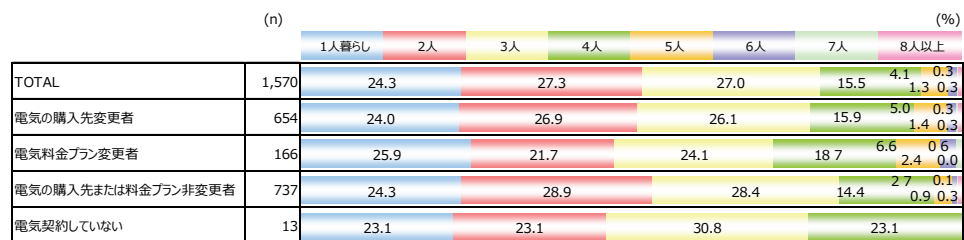
◆性年代



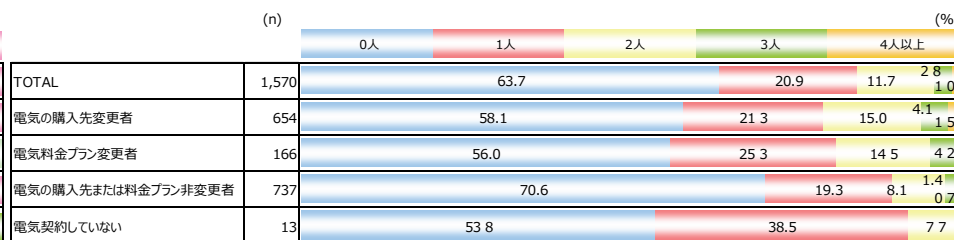
◆未既婚



◆同居人数

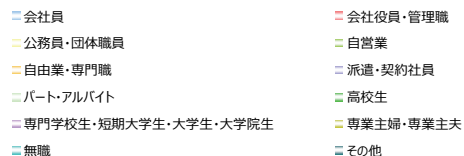


◆同居子供人数

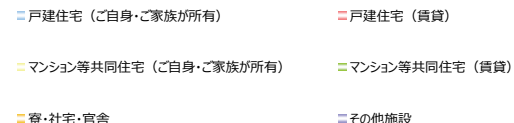


1.対象者属性

◆職業

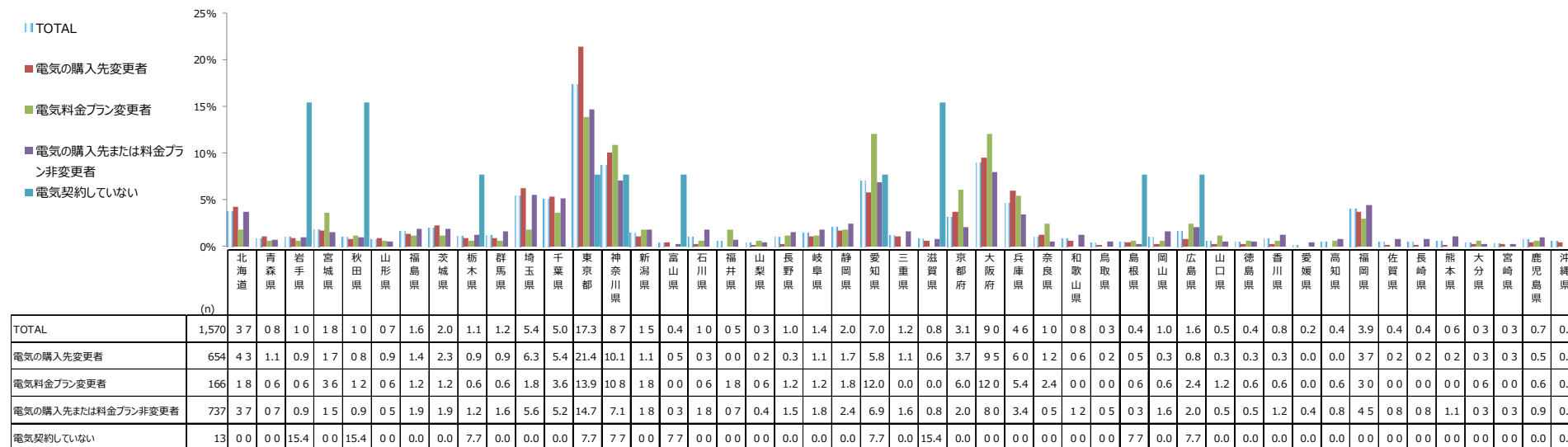


◆住居形態



	(n)	(%)											(n)	(%)						
TOTAL	1,570	42.7	4.4	4.8	3.9	3.8	5.0	12.7	1.8	10.6	9.6	0.8	TOTAL	1,570	46.4	5.4	16.4	28.9	2.5	0.4
電気の購入先変更者	654	44.8	5.2	5.7	3.8	4.1	5.5	10.4	2.0	10.2	8.1	0.2	電気の購入先変更者	654	44.6	6.0	19.6	27.7	1.8	0.3
電気料金プラン変更者	166	41.0	6.0	3.6	5.4	3.0	4.2	9.6	1.8	12.0	12.0	1.2	電気料金プラン変更者	166	48.2	4.2	18.1	27.7	1.2	0.6
電気の購入先または料金プラン非変更者	737	41.5	3.1	4.2	3.3	7.4	4.9	15.5	1.6	10.6	10.4	1.2	電気の購入先または料金プラン非変更者	737	48.0	4.6	12.9	30.4	3.5	0.5
電気契約していない	13	23.1	15.4	7.7	23.1	7.7	7.7	15.4					電気契約していない	13	23.1	30.8	30.8	15.4		

◆居住地



1.対象者属性

◆個人年収

		(n)										(%)
		200万円未満	200万円以上 400万円未満	400万円以上 600万円未満	600万円以上 800万円未満	800万円以上 1,000万円未満	1,000万円以上 1,200万円未満	1,200万円以上 1,500万円未満	1,500万円以上 2,000万円未満	2,000万円以上	分からない 答えたくない	
TOTAL	1,570	30.3			20.6		15.9	8.7	4.6	1.1 1.3 0.3	1.0 1.8 0.6	16.0
電気の購入先変更者	654	26.5			22.9		17.3	11.3	7.5	1.2 1.8 0.6	1.1	9.8
電気料金プラン変更者	166	31.3			21.7		18.7	10.2	3.0	1.2 3.0	1.2	9.6
電気の購入先または料金プラン非変更者	737	33.5			18.2		14.2	6.1 2.6 0.5	1.1 0.8 0.1			22.8
電気契約していない	13	30.8			30.8		7.7	7.7				23.1

◆世帯年収

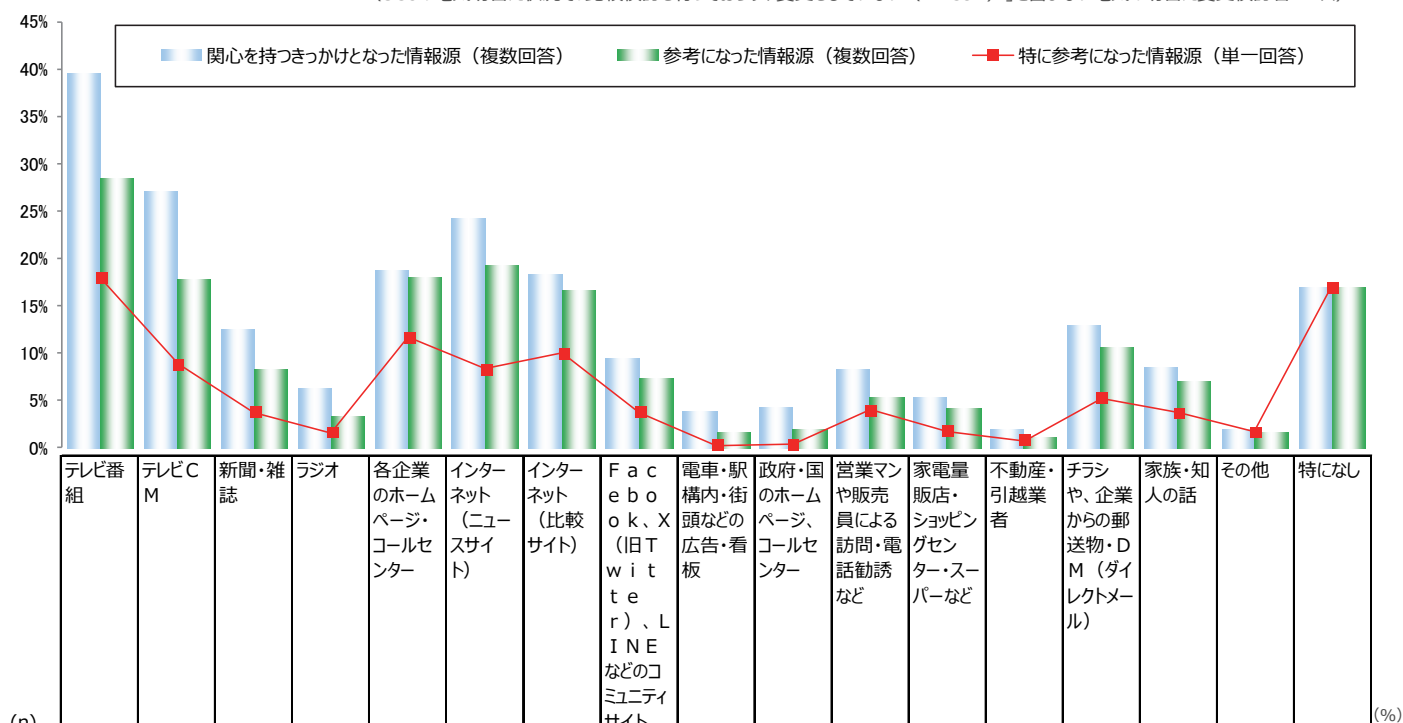
	(n)	200万円未満	200万円以上 400万円未満	400万円以上 600万円未満	600万円以上 800万円未満	800万円以上 1,000万円未満	1,000万円以上 1,200万円未満	1,200万円以上 1,500万円未満	1,500万円以上 2,000万円未満	2,000万円以上	分からない 答えたくない
TOTAL	1,570	9.4	16.6		16.3	12.6	9.7	4.1	4.7	2.2 2.3	22.1
電気の購入先変更者	654	8.0	17.1		16.4	15.1	12.1	4.6	6.7	3.1 2.6	14.4
電気料金プラン変更者	166	7.8	13.9		20.5	16.3	9.0	6.0	7.2	3.0 2.4	13.9
電気の購入先または料金プラン非変更者	737	10.9	17.0		15.2	9.6	7.9	3.3 2.4 1.2	1.9		30.7
電気契約していない	13	15.4	7.7		23.1	7.7	7.7	7.7			30.8

2.電気の購入先・料金プラン変更時の情報源

- Q1 「電気の購入先」または「電気料金プラン」の変更検討について、関心を持つきっかけとなった情報源や参考にした情報源をお答えください。(1)関心を持つきっかけとなった情報源(複数回答)(2)参考になった情報源(複数回答)(3)特に参考になった情報源(単一回答)

- 『関心を持つきっかけとなった情報源』は、「テレビ番組」が39.5%で最も高く、「テレビCM」が27.0%で続いている。
- 『参考になった情報源』は、テレビ関係の他、インターネットの活用割合が高い。
- 『特に参考になった情報源』は、「テレビ番組」が17.9%で最も高く、「各企業のホームページ・コールセンター」が11.6%で続いている。

(SC8の電気切替え状況で「比較検討も行っておらず、変更もしていない(n=594)」を含まない電気の切替え変更検討者ベース)

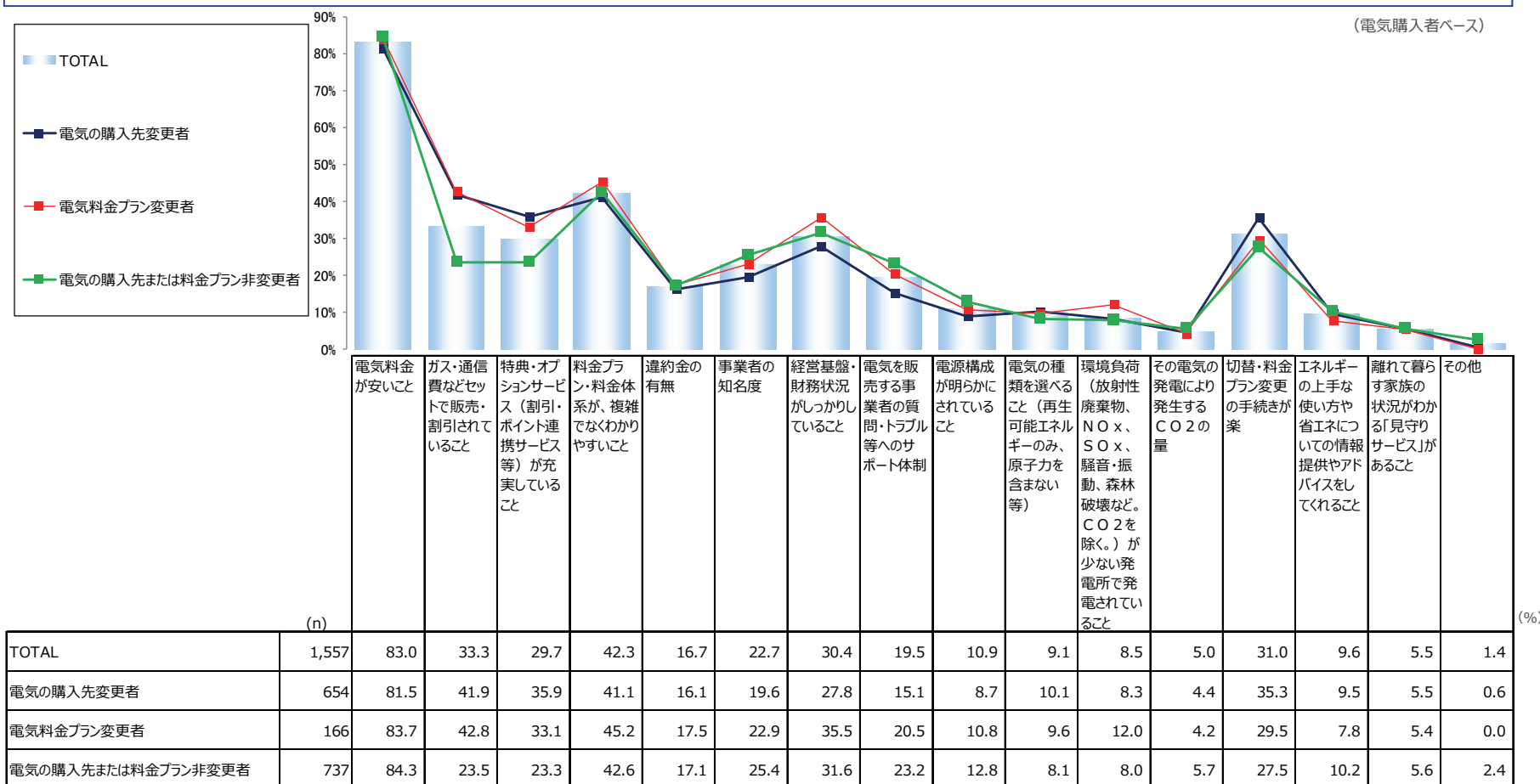


	(n)	テレビ番組	テレビCM	新聞・雑誌	ラジオ	各企業のホームページ・コールセンター	インターネット (ニュースサイト)	インターネット (比較サイト)	Facebook, X (旧Twitter), LINEなどのコミュニティサイト	電車・駅構内・街頭などの広告・看板	政府・国のホームページ・コールセンター	営業マンや販売員による訪問・電話勧誘など	家電量販店・ショッピングセンター・スーパーなど	不動産・引越業者	チラシや、企業からの郵送物・DM (ダイレクトメール)	家族・知人の話	その他	特になし
関心を持つきっかけとなった情報源 (複数回答)	963	39.5	27.0	12.5	6.3	18.7	24.2	18.3	9.3	3.7	4.3	8.2	5.2	2.0	12.9	8.4	1.9	16.8
参考になった情報源 (複数回答)	963	28.5	17.8	8.3	3.3	17.9	19.2	16.5	7.3	1.7	1.9	5.3	4.0	1.1	10.6	7.0	1.7	16.9
特に参考になった情報源 (単一回答)	963	17.9	8.8	3.7	1.6	11.6	8.3	10.0	3.7	0.2	0.3	3.9	1.8	0.7	5.2	3.6	1.7	16.9

3.電力会社の選択に際して重視していること

■ Q2-1 あなたが電力会社の選択に際して重視している(または重視したい)ことについてお答えください。／重視していること(複数回答)／変更状況別

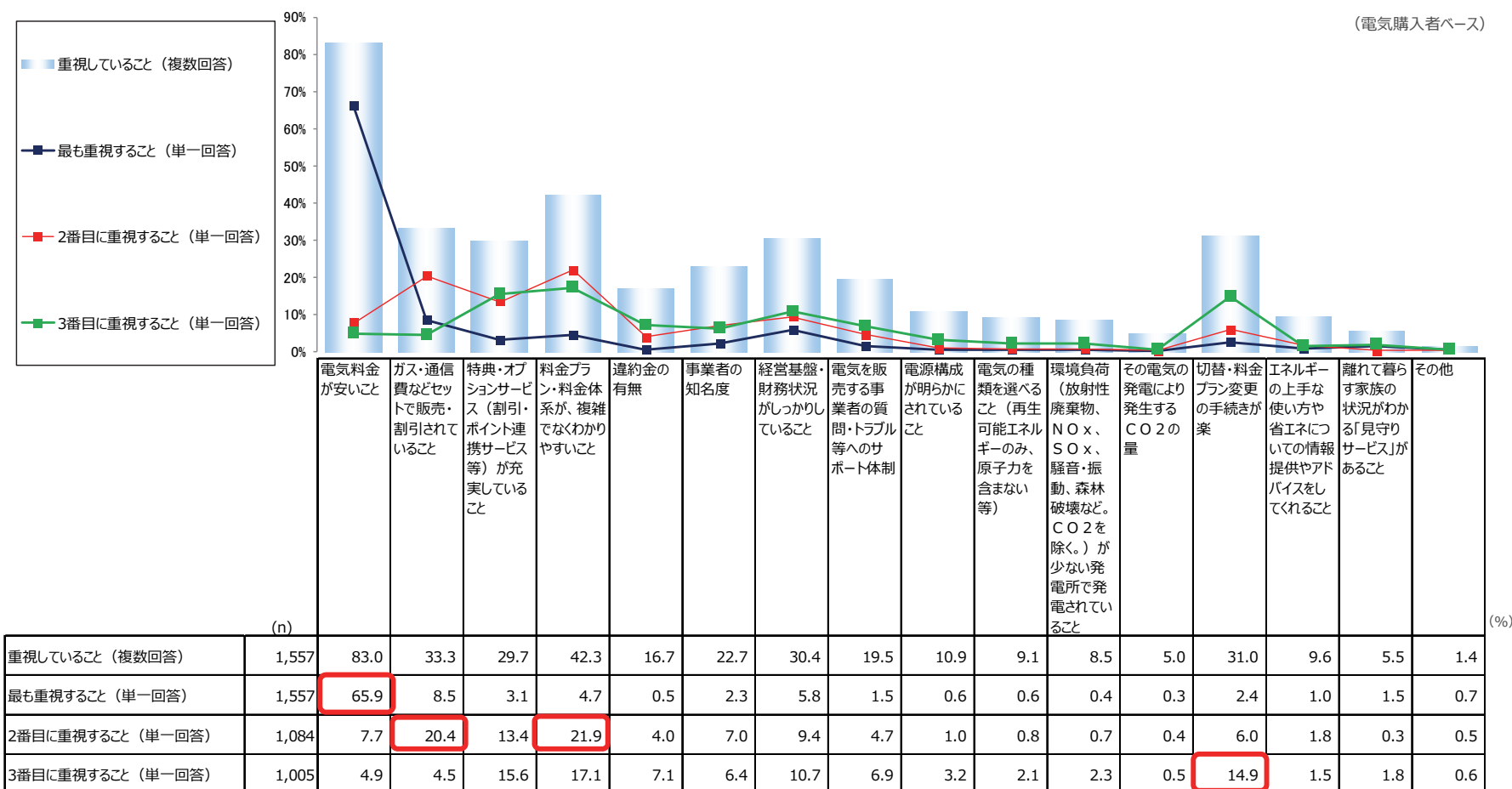
- 電力会社の選択に際して重視していることは、全体では「電気料金が安いこと」が83.0%で最も高く、「料金プラン・料金体系が、複雑でなくわかりやすいこと」が42.3%で続いている。
- 電気の変更状況別にみても大きな違いは見られないが、購入先変更者及び料金プラン変更者においては非変更者と比較して「セット販売・セット割引」、「特典・オプションサービス」に対する関心の高さがうかがえる。



3.電力会社の選択に際して重視していること

■ Q2-1 あなたが電力会社の選択に際して重視している(または重視したい)ことについてお答えください。／重視していること(複数回答)／上位3項目(単一回答)

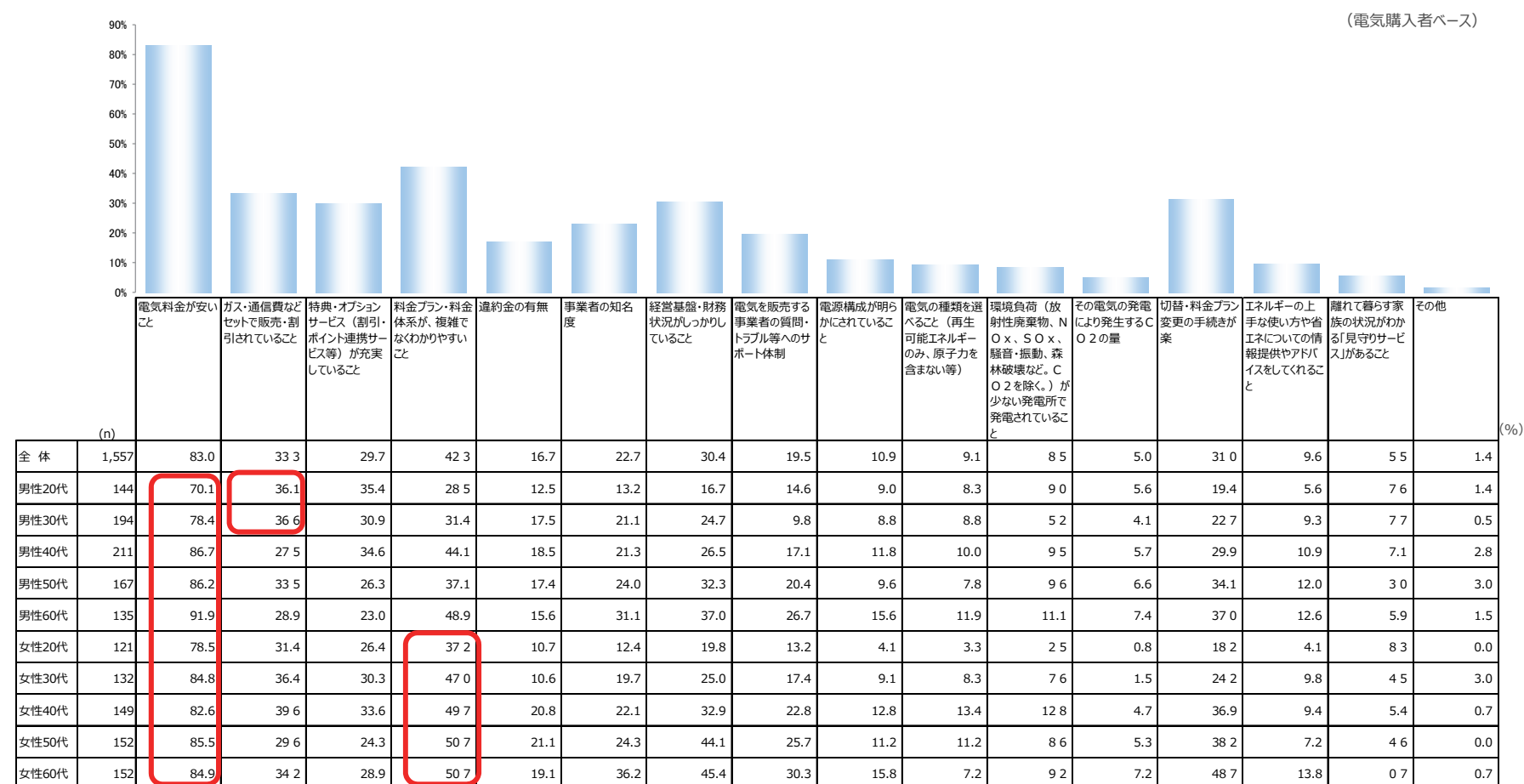
- 電気の購入者ベースにおいて、最も重視することは「電気料金が安いこと」が65.9%で最も高い。2番目に重視することについては「料金プラン・料金体系が、複雑でなくわかりやすいこと」が21.9%、「ガス・通信費などセットで販売されていること」が20.4%で続く。
- 全体でも比較的割合の高い「切替・料金プラン変更の手続きが楽」は、3番目の重視項目として上位に上がる。



3.電力会社の選択に際して重視していること

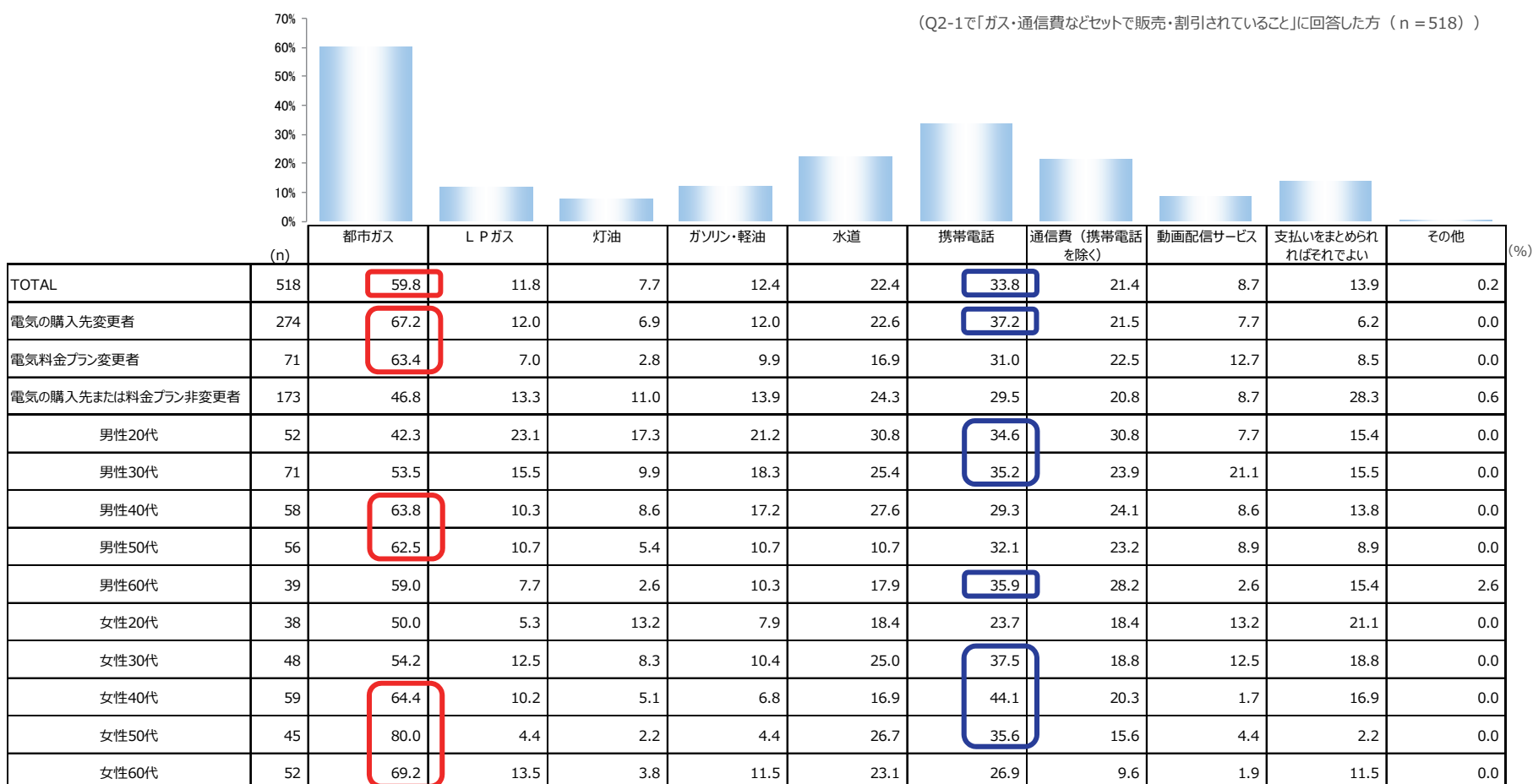
■ Q2-1 あなたが電力会社の選択に際して重視している(または重視したい)ことについてお答えください。／重視していること(複数回答)／性年代別

- 性年代別にみると、「電気料金が安いこと」がすべての性年代別区分で70%を超えている。
- 男性20代30代は、セット割や特典・オプションサービスへの関心が高いことが伺える。
- すべての年代の女性が、「料金プラン・料金体系が、複雑でなくわかりやすいこと」への関心が高いことが伺える。



4.電気とのセット販売

- Q2_2 電気とのセット販売についてお答えください。何とセットで契約中、もしくは販売・割引されているとよいとお答えください。（複数回答）
- 『電気とのセット販売』については、全体では「都市ガス」が59.8%で最も高く、「携帯電話」が33.8%、「水道」が22.4%で続く。
- 「ガス」「水道」「携帯電話」のライフラインとのセット販売に対する関心が高い。
- 変更状況別、性年代別にみても、同様の傾向がみられる。



5.切替に要した日数

- Q3 電気の購入先の変更、または料金プランの変更を行った際に、切替にかかった日数についてお答えください。(単一回答)
- 『電気の購入先変更』の切替にかかった日数は、「当日～1週間以内」が36.2%で最も高く、「1週間～2週間未満」が23.9%で続く。
- 『電気料金プラン変更』の切替にかかった日数は、購入先変更と同様に「当日～1週間以内」が36.7%で最も高くなるが、次いで「2週間～1か月未満」が24.1%が続いている。

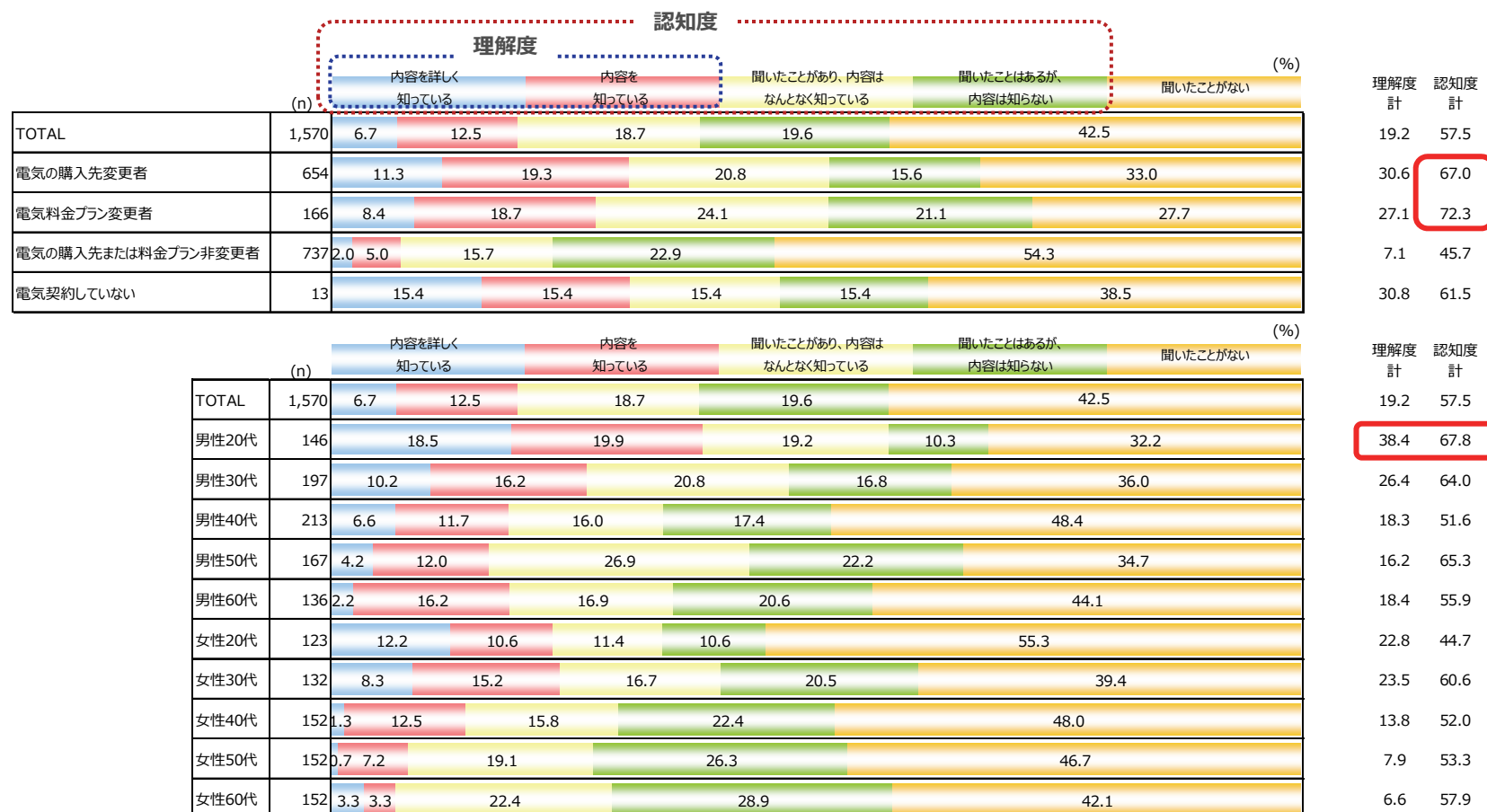
(電気変更者ベース)

(%)

	(n)	当日～ 1週間以内未満	1週間～ 2週間未満	2週間～ 1か月未満	1か月～ 2か月未満	2か月以上	その他
TOTAL	820	36.3	22.4	22.9	8.3	6.0	4.0
電気の購入先変更者	654	36.2	23.9	22.6	7.5	5.8	4.0
電気料金プラン変更者	166	36.7	16.9	24.1	11.4	6.6	4.2

6.非化石証書の認知度

- Q4 電気を販売する会社が「再生可能エネルギーを利用している」「CO2排出量ゼロの電気である」などと訴求するために必要な、非化石証書についてご存じですか。(単一回答)
- 『非化石証書』については、『理解度(「内容を詳しく知っている」「内容を知っている」の合計値)』は19.2%、『認知度(「内容を詳しく知っている」～「聞いたことはあるが、内容は知らない」までの合計値)』は57.5%となっている。
- 変更状況別での『認知度』の割合は、電気の購入先変更者が67.0%、電気料金プラン変更者が72.3%となっている。
- 性年代別では、男性20代の『理解度』『認知度』が比較的高いことが伺える。



7.電気を販売する事業者の説明

- Q5 電気を販売する事業者の説明(電源構成表示)のグラフ(次項に情報例を例示)について、どう思いますか。／見やすいと思うグラフを選択(単一回答)
- 次項の情報例の比較においては、全体では、「①」のグラフの選択率が26.8%で最も高い。変更状況別にみても、同様の傾向となる。
- 性年代別にみると、すべての性年代で「①」のグラフ選択率が高い。「あまり気にしていない」の回答割合が、高齢になるほど高くなることが確認できる。

	(n)	①が見やすいと思う	②が見やすいと思う	③が見やすいと思う	あまり気にしていない
TOTAL	1,570	26.8	16.1	9.4	47.7
電気の購入先変更者	654	31.2	21.9	9.2	37.8
電気料金プラン変更者	166	30.1	15.7	10.2	44.0
電気の購入先または料金プラン非変更者	737	21.7	10.7	9.5	58.1
電気契約していない	13	46.2	38.5	7.7	7.7

	(n)	①が見やすいと思う	②が見やすいと思う	③が見やすいと思う	あまり気にしていない
TOTAL	1,570	26.8	16.1	9.4	47.7
男性20代	146	38.4	31.5	4.8	25.3
男性30代	197	27.4	23.4	10.2	39.1
男性40代	213	29.1	16.0	7.5	47.4
男性50代	167	24.0	12.0	9.6	54.5
男性60代	136	17.6	10.3	10.3	61.8
女性20代	123	26.0	18.7	13.8	41.5
女性30代	132	33.3	18.2	7.6	40.9
女性40代	152	22.4	10.5	11.8	55.3
女性50代	152	23.7	10.5	12.5	53.3
女性60代	152	25.0	9.2	7.2	58.6

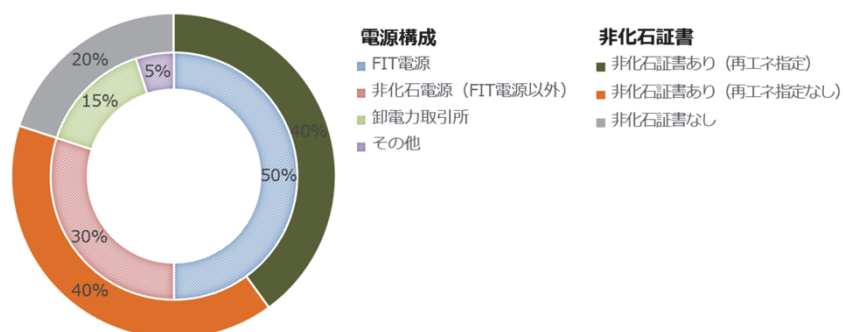
7.電気を販売する事業者の説明

- Q5 電気を販売する事業者の説明(電源構成表示)のグラフ(下記、情報例を参照)について、どう思いますか。／見やすいと思うグラフを選択(単一回答)

①

当社の電源構成・非化石証書使用状況

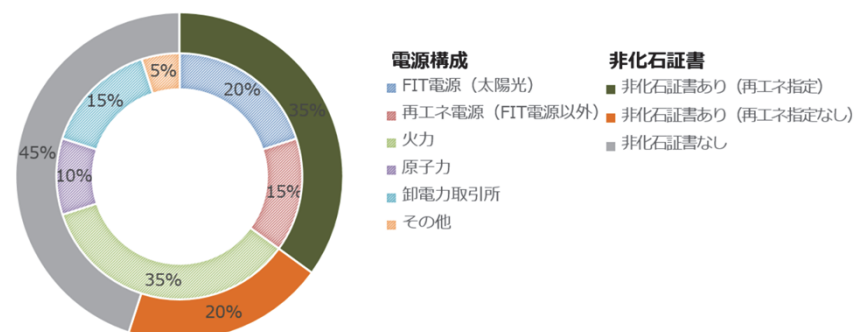
令和4年4月1日～令和5年3月31日供給電力分実績値
(内側円：電源構成 外側円：非化石証書)



②

当社の電源構成・非化石証書使用状況

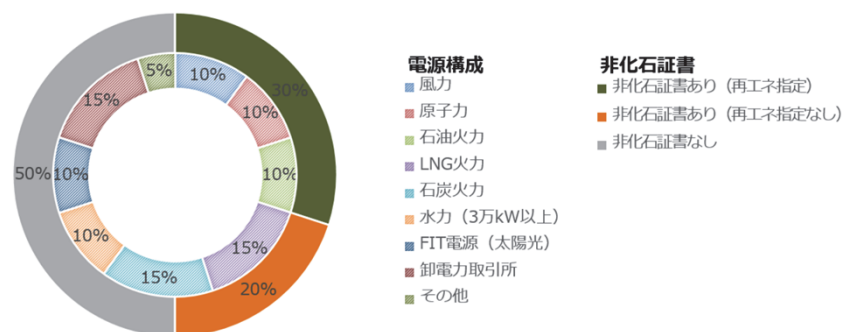
令和4年4月1日～令和5年3月31日供給電力分実績値
(内側円：電源構成 外側円：非化石証書)



③

当社の電源構成・非化石証書使用状況

令和4年4月1日～令和5年3月31日供給電力分実績値
(内側円：電源構成 外側円：非化石証書)

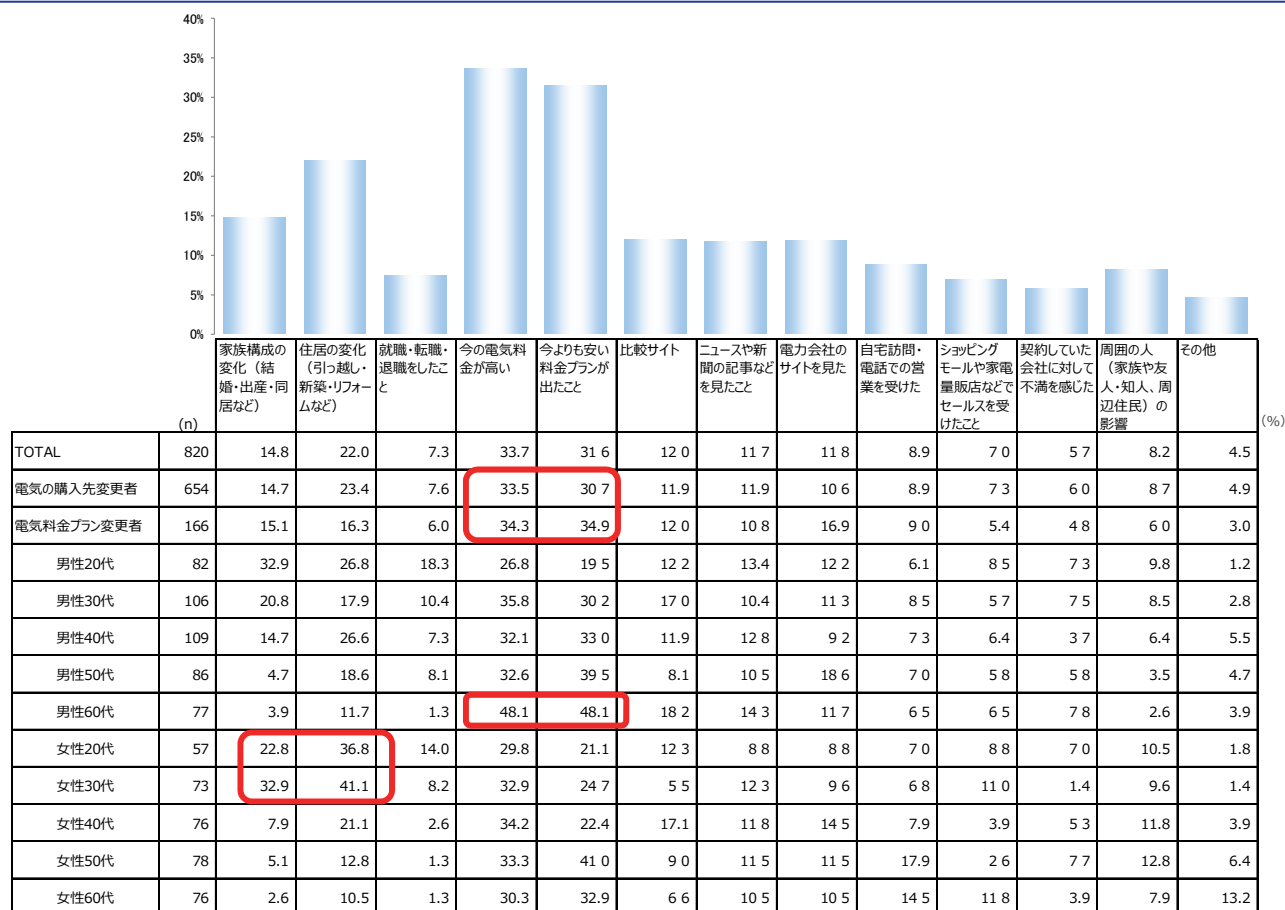


①～③はアンケート調査実施時に
回答者へ例示したイメージグラフ

8.電気の購入先・料金プランを変更したきっかけ・決め手

- Q6 あなたが、「電気の購入先」または「電気料金プラン」を変更したきっかけをお答えください。また、その中で、特に決め手になったきっかけを、ひとつお答えください。／きっかけになったこと(複数回答)

- 全体では、「今の電気料金が安い」が33.7%で最も高く、「今よりも安い料金プランが出たこと」が31.6%で続く。
- 電気の変更状況別にみると、全体と同様の傾向であり、大きな違いはない。
- 性年代別にみると、男性60代は全体と同様の傾向が強くなる。一方で、女性20代及び30代においては「家族構成の変化」「住居の変化」の割合が高く、生活環境の変化がきっかけの上位に挙げられている。



8.電気の購入先・料金プランを変更したきっかけ・決め手

- Q6 あなたが、「電気の購入先」または「電気料金プラン」を変更したきっかけをお答えください。また、その中で、特に決め手になったきっかけを、ひとつお答えください。／特に決め手になったこと(単一回答)
- 全体では、「今よりも安い料金プランが出たこと」が20.4%で最も高く、「今の電気料金が安い」が19.9%で続いている。
- 変更状況別では、購入先変更者は「今の電気料金が安い」が20.5%で最も高く、料金プラン変更者は「今よりも安い料金プランが出たこと」が27.7%で最も高い。
- 年代別では、若年層において比較的「家族構成の変化」や「住居の変化」の割合が高くなり、高齢層になるほど「今よりも安い料金プランが出たこと」の割合が高くなる。

(電気変更者ベース)

		家族構成の変化	住居の変化	就職・転職・退職をしたこと	今の電気料金が安い	今よりも安い料金プランが出たこと	比較サイトを見たこと	ニュースや新聞の記事などを見たこと	電力会社のサイトをみた	自宅訪問・電話での営業を受けたこと	ショッピングモールや家電量販店などでセールスを受けたこと	契約していた会社に対して不満を感じた	周囲の人の影響	その他	(%)
	(n)														
TOTAL	820	9.0	14.3	3.2	19.9	20.4	5.5	3.7	3.7	4.1	3.3	2.9	6.2	3.9	
電気の購入先変更者	654	9.2	15.3	3.5	20.5	18.5	5.5	3.1	3.1	4.0	4.0	2.8	6.4	4.3	
電気料金プラン変更者	166	8.4	10.2	1.8	17.5	27.7	5.4	6.0	6.0	4.8	0.6	3.6	5.4	2.4	
男性20代	82	20.7			17.1	6.1	17.1	8.5	6.1	3.7	3.7	1.2	2.4	3.7	1.2
男性30代	106	17.0		11.3	3.8	23.6	16.0	6.6	2.8	1.9	1.9	1.9	3.8	6.6	2.8
男性40代	109	9.2		17.4	1.8	17.4	22.9	7.3	3.7	0.9	3.7	1.8	1.8	6.4	5.5
男性50代	86	2.3	12.8	5.8	19.8	29.1	2.3	2.3	8.1	2.3	2.3	5.8	2.3	4.7	
男性60代	77	2.6	5.2	0.0	24.7	37.7	10.4	3.9	3.9	2.6	2.6	2.6	2.6	1.3	2.6
女性20代	57	14.0			26.3	7.0	15.8	10.5	5.3	0.0	1.8	3.5	1.8	8.8	1.8
女性30代	73	13.7			27.4	4.1	20.5	11.0	1.4	4.1	1.4	1.4	6.8	0.0	6.8
女性40代	76	6.6	14.5	1.3	22.4	15.8	9.2	3.9	7.9	2.6	2.6	3.9	7.9	1.3	
女性50代	78	1.3	6.4	1.3	17.9	25.6	2.6	6.4	5.1	11.5	2.6	3.8	9.0	6.4	
女性60代	76	1.3	7.9	1.3	18.4	23.7	2.6	5.3	2.6	11.8	7.9	1.3	5.3	10.5	

9.電気の購入先・料金プランを変更後の金額差

- Q7 あなたは、「電気の購入先」または「電気料金プラン」を変更したとお答えになりましたが、変更することによって、毎月の電気料金で大体どの程度の差がありますか。(単一回答)
- 変更前との月々の電気料金の差額は、全体では「500～1,000円未満」が13.0%、「500円未満」が12.8%となっており、「変わらない気がする」は16.8%となっている。
- 変更状況別でみると、“電気の購入先変更者”は「1,000～1,500円未満」が13.0%と最も高く、“電気料金プラン変更者”は「500～1,000円未満」が15.1%と最も高い。

(電気変更者ベース)

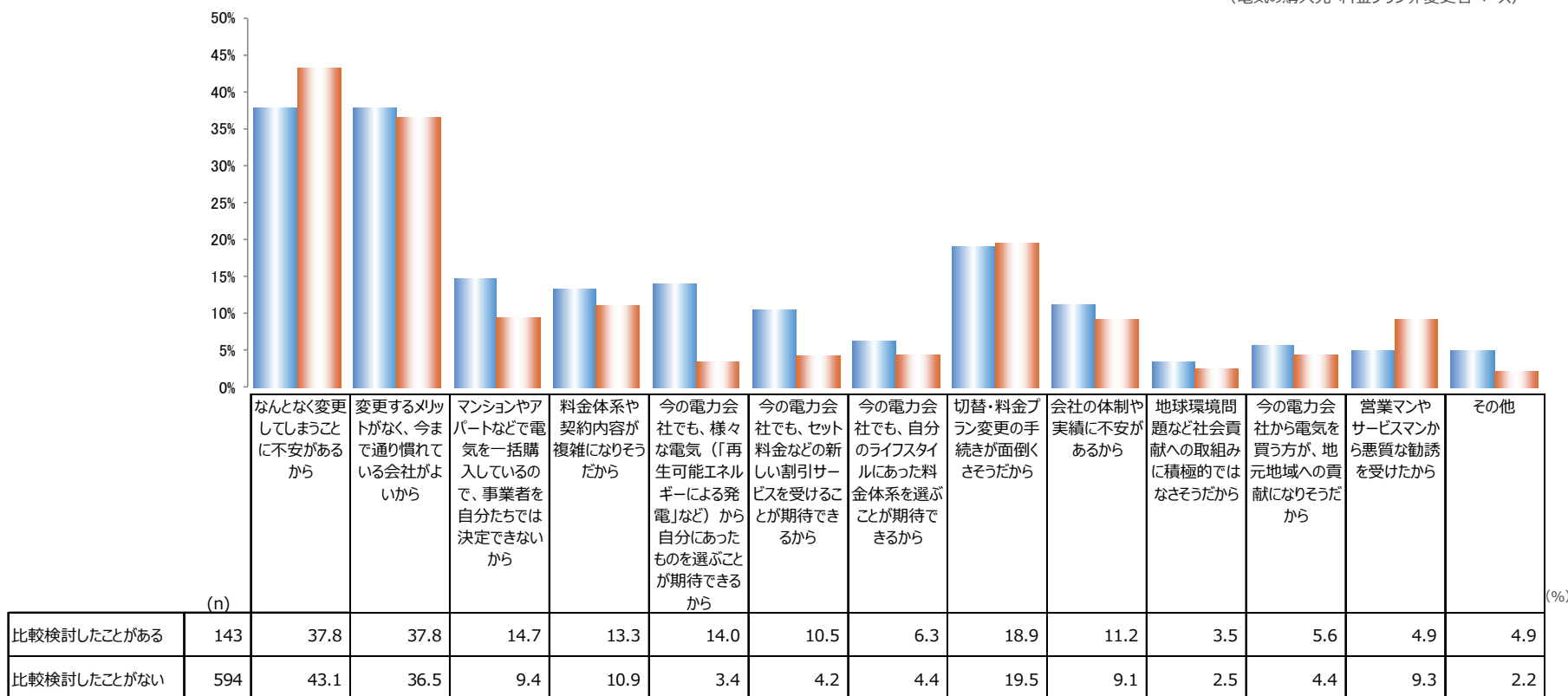
	(n)	500円未満	500～1,000円未満	1,000～1,500円未満	1,500～2,000円未満	2,000～2,500円未満	2,500～3,000円未満	3,000円以上	変わらない気がする	高くなつた気がする	(%)
TOTAL	820	12.8	13.0	11.7	10.2	5.9	2.7 3.5	16.8	1.1	22.2	
電気の購入先変更者	654	12.4	12.5	13.0	11.3	5.5	2.4 3.4	16.5	0.9	22.0	
電気料金プラン変更者	166	14.5	15.1	6.6	6.0	7.2	3.6 4.2	18.1	1.8	22.9	

10.電気の購入先を変更しない理由

■ Q8 あなたが、現在電気を購入している会社から他の会社に変更しない理由をすべてお答えください。／比較検討したことがある(複数回答)／比較検討したことがない(複数回答)

- 『比較検討したことがある』方については、「なんとなく変更してしまうことに不安があるから」「変更するメリットがなく、今まで通り慣れている会社がよいから」の2項目が37.8%で最も高く、「切替・料金プラン変更の手続きが面倒くさそうだから」が18.9%で続いている。
- 『比較検討したことがない』方については、「なんとなく変更してしまうことに不安があるから」が43.1%で最も高く、「変更するメリットがなく、今まで通り慣れている会社がよいから」が36.5%で続いている。

(電気の購入先・料金プラン非変更者ベース)

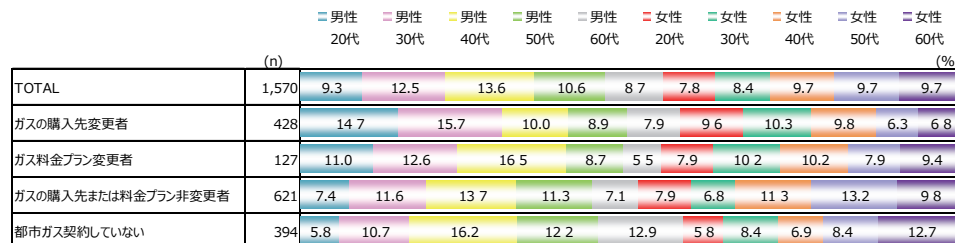


●本調査集計

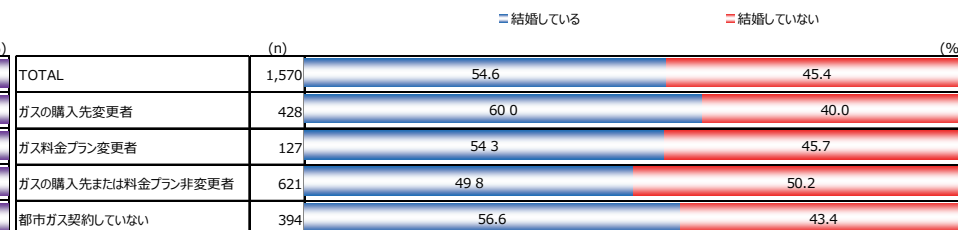
②ガス

1.対象者属性

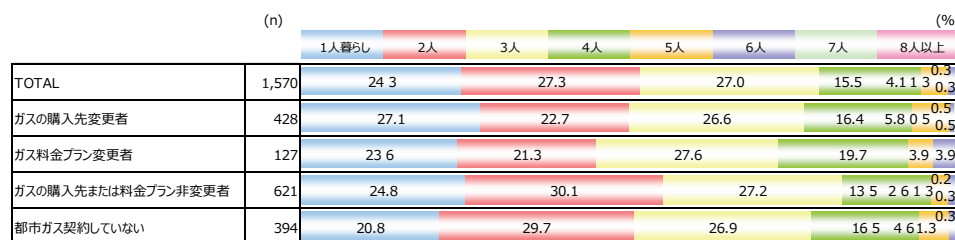
◆性年代



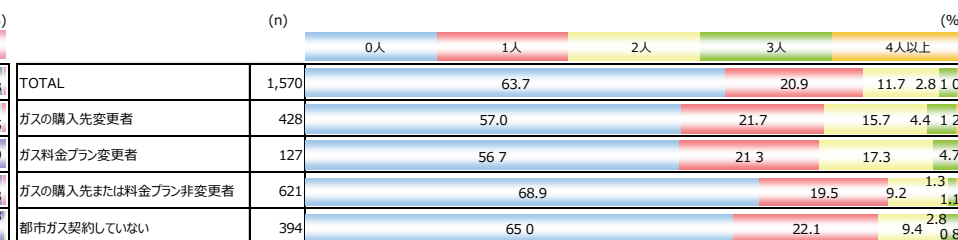
◆未既婚



◆同居人数



◆同居子供人数



1.対象者属性

◆職業

- 会社員
- 公務員・団体職員
- 自由業・専門職
- パート・アルバイト
- 専門学校生・短期大学生・大学生・大学院生
- 無職
- 会社役員・管理職
- 自営業
- 派遣・契約社員
- 高校生
- 専業主婦・専業主夫
- その他

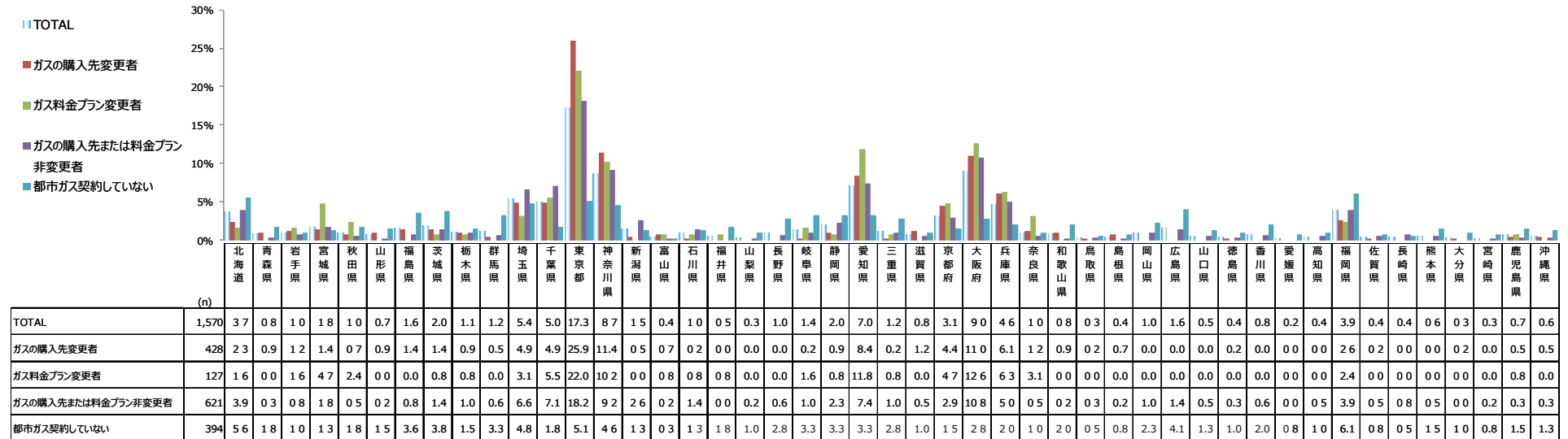
	(n)	(%)											
TOTAL	1,570	42.7	4.4	4.8	3.9	3.8	5.0	12.7	1.8	10.6	9.6	0.8	
ガスの購入先変更者	428	47.2	6.1	6.1	3.7	4.7	5.1	8.9	2.3	8.9	6.5	0.5	
ガス料金プラン変更者	127	42.5	7.1	3.1	6.3	3.1	3.1	12.6	3.9	11.0	7.1		
ガスの購入先または料金プラン非変更者	621	41.5	3.9	4.2	3.2	3.7	5.2	14.2	0.8	12.1	9.8	1.4	
都市ガス契約していない	394	39.6	2.5	4.8	4.3	3.3	5.3	14.5	2.0	10.2	13.2	0.3	

◆住居形態

- 戸建住宅（ご自身・ご家族が所有）
- 戸建住宅（賃貸）
- マンション等共同住宅（ご自身・ご家族が所有）
- マンション等共同住宅（賃貸）
- 寮・社宅・官舎
- その他施設

	(n)	(%)				
TOTAL	1,570	46.4	5.4	16.4	28.9	2.50.4
ガスの購入先変更者	428	40.0	7.2	18.2	31.5	2.30.7
ガス料金プラン変更者	127	41.7	6.3	24.4	26.8	0.8
ガスの購入先または料金プラン非変更者	621	40.4	3.7	21.4	30.8	3.20.5
都市ガス契約していない	394	64.5	5.6	3.8	23.6	2.30.3

◆居住地



1.対象者属性

◆個人年収

	(n)	200万円未満	200万円以上 400万円未満	400万円以上 600万円未満	600万円以上 800万円未満	800万円以上 1,000万円未満	1,000万円以上 1,200万円未満	1,200万円以上 1,500万円未満	1,500万円以上 2,000万円未満	2,000万円以上	分からない 答えたくない
TOTAL	1,570	30.3	20.6	15.9	8.7	4.6	1.1	1.3	1.0	0.3	16.0
ガスの購入先変更者	428	23.4	25.9	16.4	10.7	8.6	1.4	2.1	0.5	1.6	9.3
ガス料金プラン変更者	127	29.9	17.3	20.5	9.4	6.3	2.4	3.1	0.8	1.6	8.7
ガスの購入先または料金プラン非変更者	621	32.4	16.7	15.6	8.7	3.2	1.0	1.1	0.3	0.8	20.1
都市ガス契約していない	394	34.8	22.1	14.5	6.1	2.0	0.8	0.3	0.5	0.0	19.0

◆世帯年収

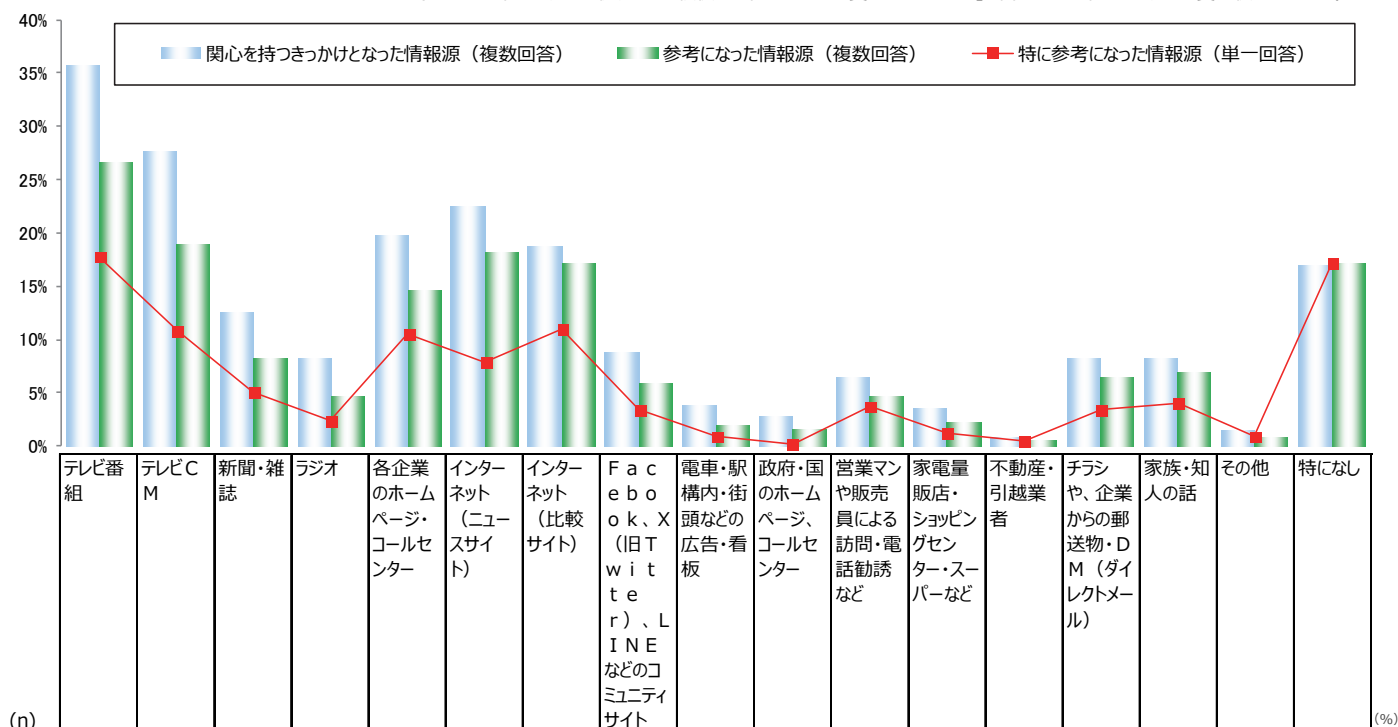
	(n)	200万円未満	200万円以上 400万円未満	400万円以上 600万円未満	600万円以上 800万円未満	800万円以上 1,000万円未満	1,000万円以上 1,200万円未満	1,200万円以上 1,500万円未満	1,500万円以上 2,000万円未満	2,000万円以上	分からない 答えたくない
TOTAL	1,570	9.4	16.6	16.3	12.6	9.7	4.1	4.7	2.2	2.3	22.1
ガスの購入先変更者	428	8.4	16.1	14.7	16.6	12.9	4.9	8.2	2.8	3.0	12.4
ガス料金プラン変更者	127	7.1	13.4	23.6	10.2	12.6	6.3	4.7	3.9	5.5	12.6
ガスの購入先または料金プラン非変更者	621	9.0	15.9	16.1	12.1	7.4	4.0	4.5	1.9	1.4	27.5
都市ガス契約していない	394	11.7	19.3	16.0	9.9	9.1	2.5	1.3	1.3	1.8	27.2

2.ガスの購入先・料金プラン変更時の情報源

- Q9 「ガスの購入先」または「ガス料金プラン」の変更検討について、関心を持つきっかけとなった情報源や参考にした情報源をお答えください。(1)関心を持つきっかけとなった情報源(複数回答)(2)参考になった情報源(複数回答)(3)特に参考になった情報源(単一回答)

- 『関心を持つきっかけとなった情報源』は、「テレビ番組」が35.8%で最も高く、「テレビCM」が27.5%で続いている。
- 『参考になった情報源』は、テレビ関係の他、インターネットの活用割合が高い。
- 『特に参考になった情報源』は、「テレビ番組」が17.7%で最も高く、「インターネット(ニュースサイト)」が10.9%で続いている。

(SC8の都市ガス切替え状況で「比較検討も行っておらず、変更もしていない」を含まない都市ガスの切替え変更検討者ベース)



	(n)	テレビ番組	テレビCM	新聞・雑誌	ラジオ	各企業のホームページ・コールセンター	インターネット(ニュースサイト)	インターネット(比較サイト)	Facebook, X (旧Twitter), LINEなどのコミュニティサイト	電車・駅構内・街頭などの広告・看板	政府・国のホームページ・コールセンター	営業マンや販売員による訪問・電話勧誘など	家電量販店・ショッピングセンター・スーパーなど	不動産・引越業者	チラシや、企業からの郵送物・DM (ダイレクトメール)	家族・知人の話	その他	特になし
関心を持つきっかけとなった情報源 (複数回答)	679	35.8	27.5	12.5	8.2	19.7	22.4	18.7	8.8	3.8	2.8	6.5	3.5	0.9	8.2	8.2	1.5	16.9
参考になった情報源 (複数回答)	679	26.5	18.9	8.2	4.7	14.6	18.1	17.1	5.9	1.9	1.6	4.7	2.2	0.6	6.5	6.9	0.9	17.1
特に参考になった情報源 (単一回答)	679	17.7	10.8	5.0	2.4	10.5	7.8	10.9	3.4	0.9	0.1	3.7	1.2	0.4	3.4	4.0	0.9	17.1

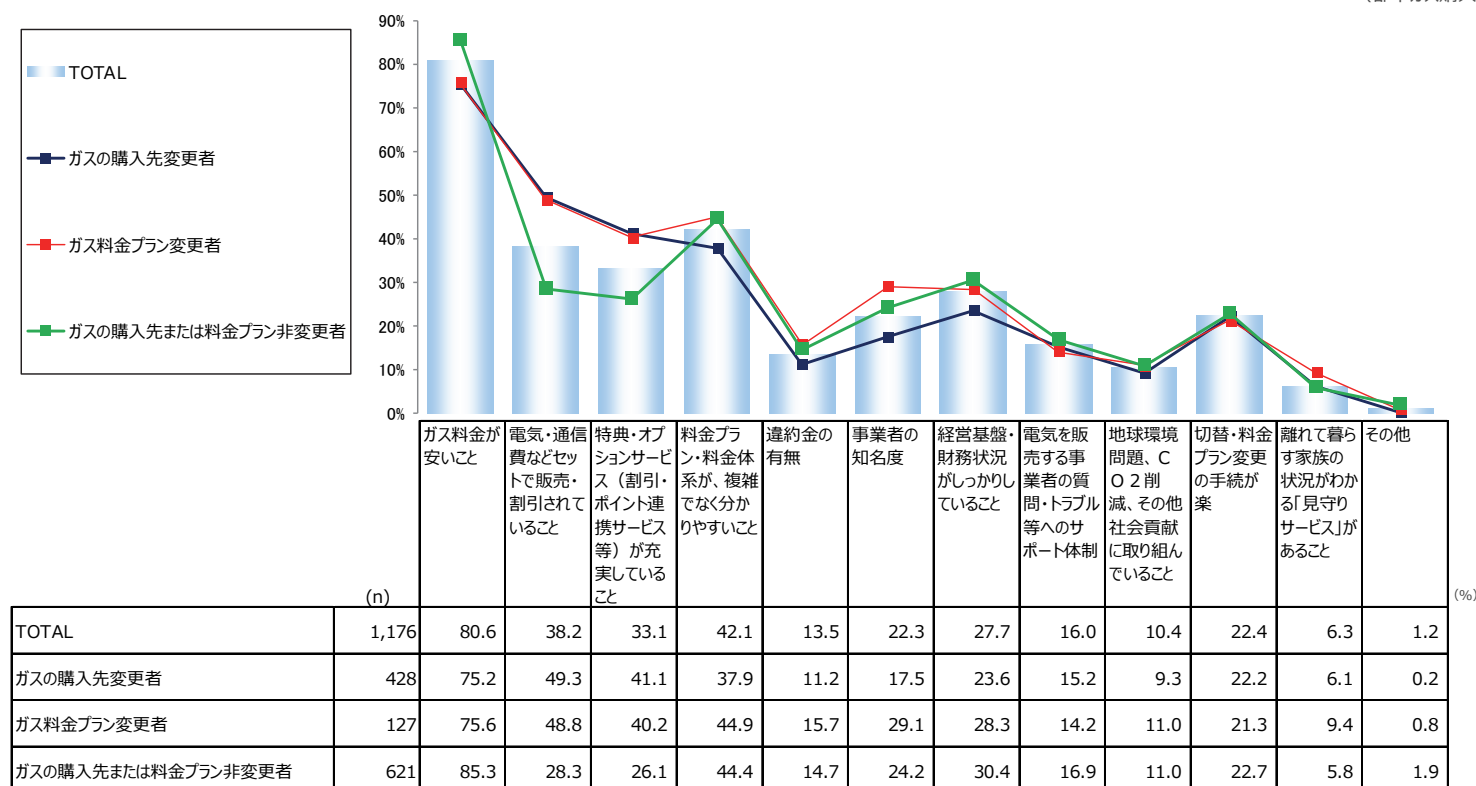
(%)

3.ガス会社の選択に際して重視していること

■ Q10 あなたがガス会社の選択に際して重視している(または重視したい)ことについてお答えください。／重視していること(複数回答)／変更状況別

- ガス会社の選択に際して重視していることは、全体では「ガス料金が安いこと」が80.6%で最も高く、「料金プラン・料金体系が、複雑でなくわかりやすいこと」が42.1%で続いている。
- ガスの変更状況別にみても大きな違いは見られないが、“ガスの購入先変更者”及び“ガス料金プラン変更者”においては”ガスの購入先または料金プラン非変更者”と比較して「セット販売・セット割引」、「特典・オプションサービス」に対する関心の高さがうかがえる。

(都市ガス購入者ベース)

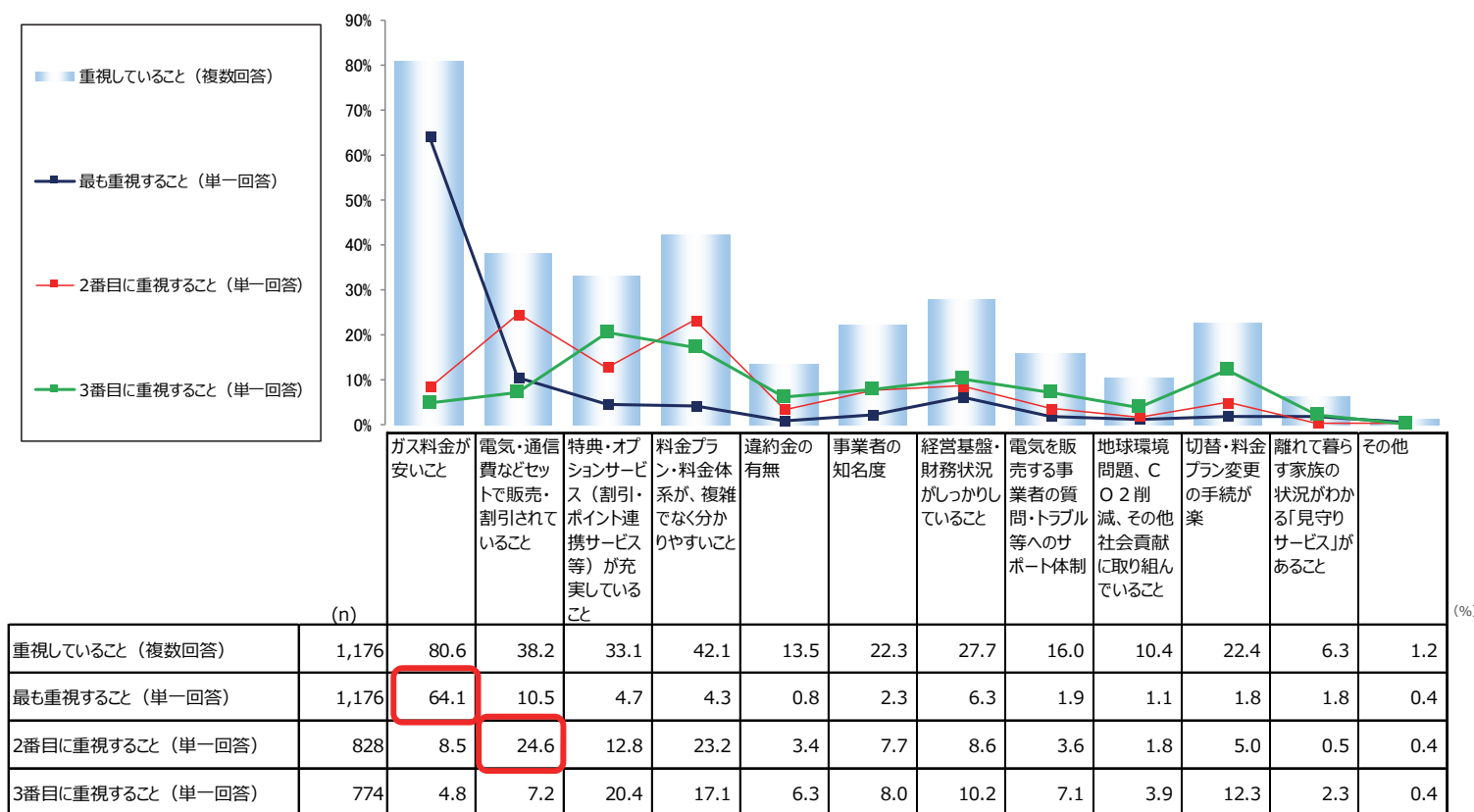


3.ガス会社の選択に際して重視していること

■ Q10 あなたがガス会社の選択に際して重視している(または重視したい)ことについてお答えください。／重視していること(複数回答)／上位3項目(単一回答)

□ ガスの購入者ベースにおいて、最も重視することは「ガス料金が安いこと」が64.1%で最も高い。2番目に重視することについては「電気・通信費などセットで販売・割引されていること」が24.6%、「料金プラン・料金体系が、複雑でなくわかりやすいこと」が23.2%で続く。

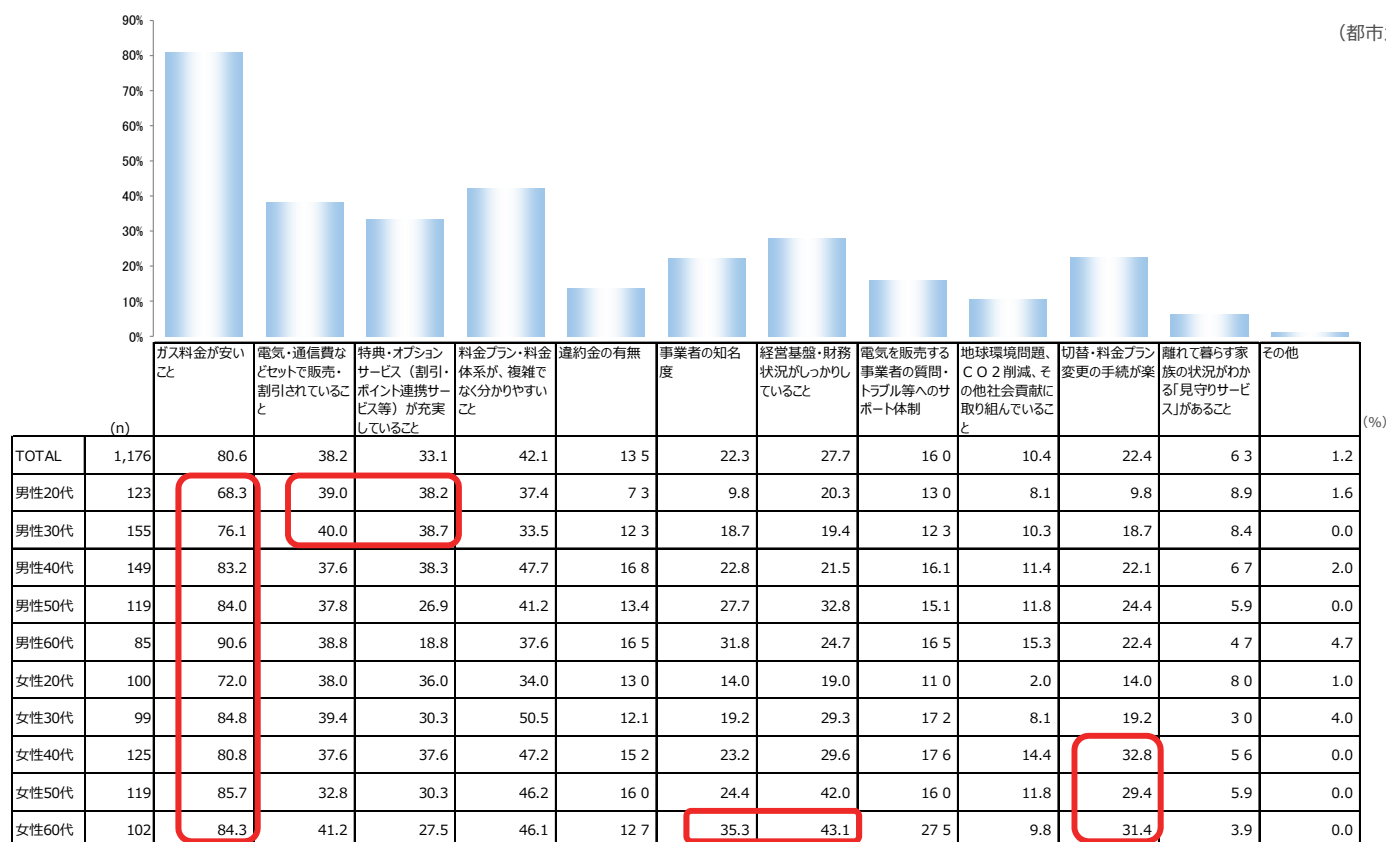
(都市ガス購入者ベース)



3.ガス会社の選択に際して重視していること

■ Q10 あなたがガス会社の選択に際して重視している(または重視したい)ことについてお答えください。／重視していること(複数回答)／性年代別

- 性年代別にみると、「ガス料金が安いこと」が男性20代を除いたすべての性年代別区分で70%を超えている。
- 男性20代30代は、セット割や特典・オプションサービスへの関心が高いことが伺える。
- 女性40代50代60代は、「切替・料金プラン変更の手続きが楽」への関心が、他の性年代別区分よりも高い。また、女性60代については、「事業者の知名度」「経営基盤・財務状況がしっかりしていること」への関心が、他の性年代区分に比べて高い。

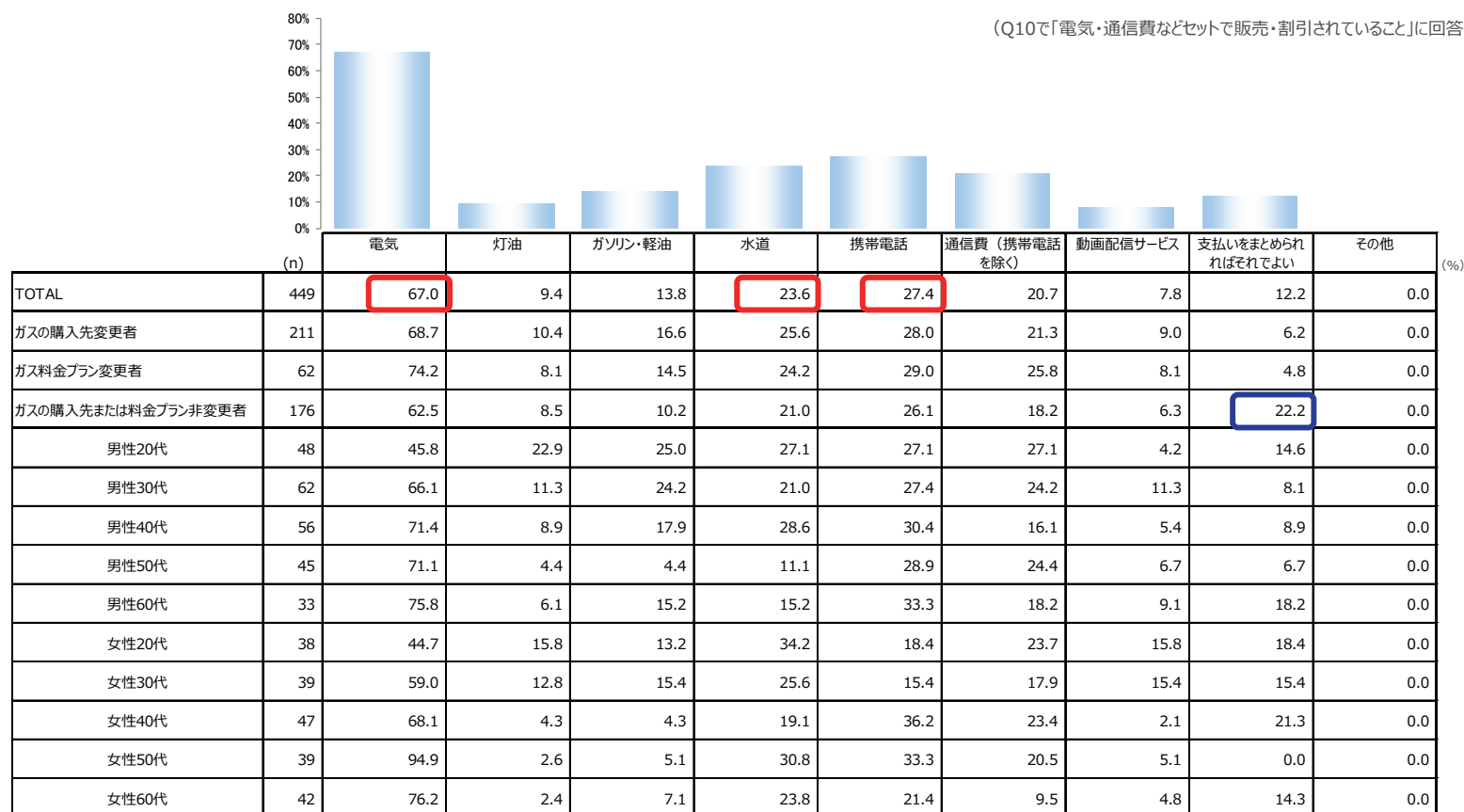


(%)

4.ガスとのセット販売

■ Q11 ガスとのセット販売についてお答えください。何とセットで契約中、もしくは販売・割引されているとよいとお答えください。(複数回答)

- 『ガスとのセット販売』については、全体では「電気」が67.0%で最も高く、「携帯電話」が27.4%、「水道」が23.6%で続く。
- 「電気」「水道」「携帯電話」のライフラインとのセット販売に対する関心が高い。
- 変更状況別、性年代別にみても、同様の傾向がみられる。



5.切替に要した日数

■ Q12 ガスの購入先の変更、または料金プランの変更を行った際に、切替にかかった日数についてお答えください。(単一回答)

- “ガスの購入先変更者”の切替にかかった日数は、「当日～1週間以内」が33.9%で最も高く、「2週間～1か月未満」が26.6%で続く。
- “ガス料金プラン変更者”の切替にかかった日数は、購入先変更と同様に「当日～1週間以内」が29.9%で最も高くなるが、次いで「1週間～2週間未満」が26.8%で続いている。

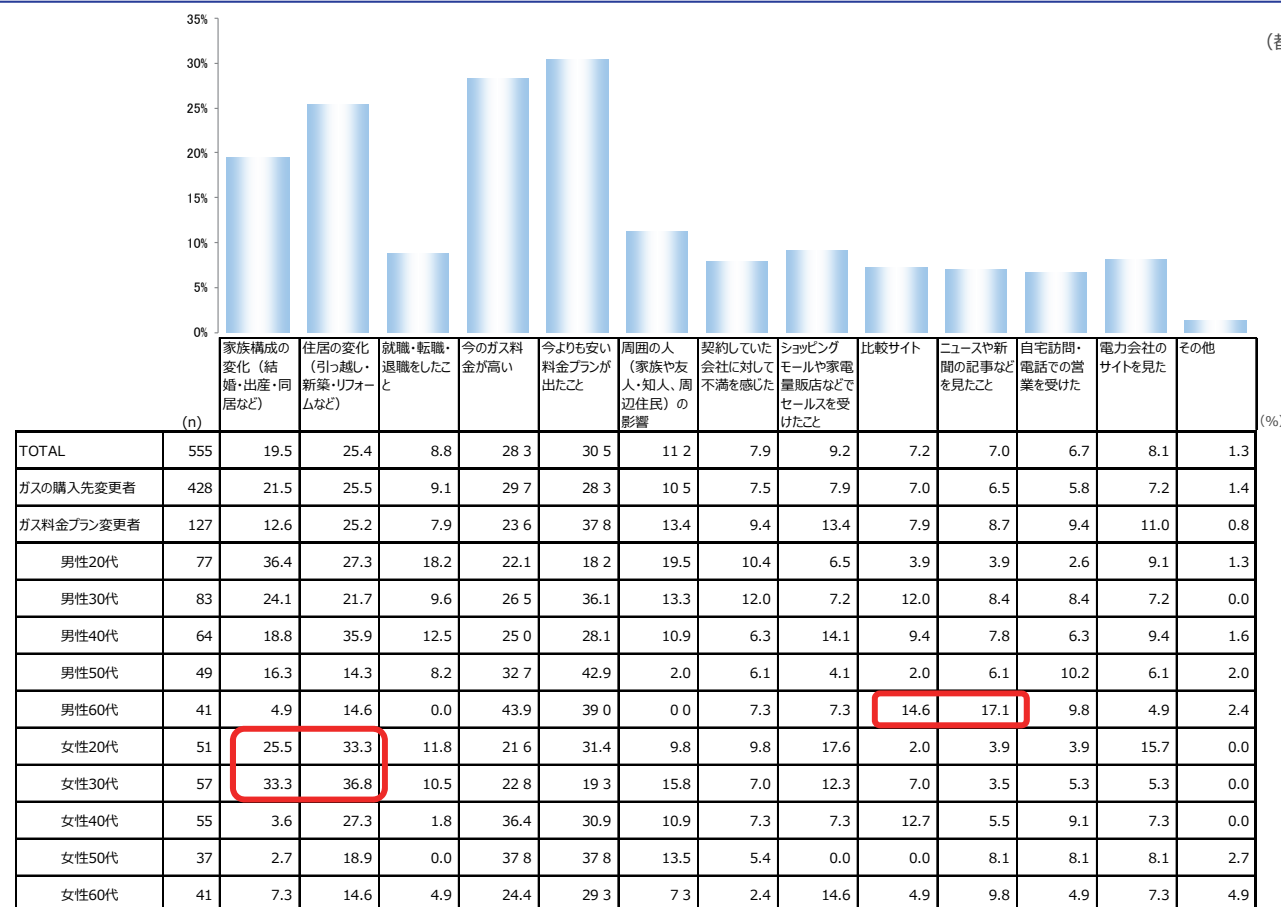
(都市ガス変更者ベース)

	(n)	当日～ 1週間以内未満	1週間～ 2週間未満	2週間～ 1か月未満	1か月～ 2か月未満	2か月以上	その他	(%)
TOTAL	555	33.0	24.5	25.9	7.4	6.1	3.1	
ガスの購入先変更者	428	33.9	23.8	26.6	7.0	5.8	2.8	
ガス料金プラン変更者	127	29.9	26.8	23.6	8.7	7.1	3.9	

6.ガスの購入先・料金プランを変更したきっかけ・決め手

■ Q13 あなたが、「ガスの購入先」または「ガス料金プラン」を変更したきっかけをお答えください。また、その中で、特に決め手になったきっかけを、ひとつお答えください。／きっかけになったこと(複数回答)

- 全体では、「今よりも安い料金プランが出たこと」が30.5%で最も高く、「今のガス料金が高い」が28.3%で続く。
- ガスの変更状況別にみると、全体と同様の傾向であり、大きな違いはない。
- 性年代別にみると、男性60代は「比較サイト」「ニュースや新聞記事などを見たこと」の割合が高くなる。女性20代及び30代においては「家族構成の変化」「住居の変化」の割合が高く、生活環境の変化がきっかけとなったことの上に挙げられている。



6.ガスの購入先・料金プランを変更したきっかけ・決め手

- Q13 あなたが、「ガスの購入先」または「電気料金プラン」を変更したきっかけをお答えください。また、その中で、特に決め手になったきっかけを、ひとつお答えください。／特に決め手になったこと(単一回答)
- 全体では、「今よりも安い料金プランが出たこと」が20.4%で最も高く、「住居の変化」が17.7%で続いている。
- 変更状況別では、“ガスの購入先変更者”、“ガス料金プラン変更者”ともに「今よりも安い料金プランが出たこと」がそれぞれ19.4%、23.6%で最も高い。
- 性年代別では、男性・女性ともに若年層において比較的「家族構成の変化」や「住居の変化」の割合が高くなり、高齢層になるほど「今よりも安い料金プランが出たこと」の割合が高くなる。

(都市ガス変更者ベース)

	(n)	家族構成の変化	住居の変化	就職・転職・退職をしたこと	今のガス料金が高い	今よりも安い料金プランが出たこと	周囲の人の影響	契約していた会社に対して不満を感じたこと	ショッピングモールや家電量販店などでセールスを受けたこと	比較サイト	ニュースや新聞の記事などを見たこと	自宅訪問・電話での営業を受けた	電力会社のサイトをみた	その他
TOTAL	555	13.9	17.7	4.9	16.2	20.4	4.5	2.0	4.0	3.2	1.8	4.7	5.8	1.1
ガスの購入先変更者	428	15.9	19.2	5.4	17.1	19.4	4.0	1.6	2.8	3.0	1.2	4.2	5.1	1.2
ガス料金プラン変更者	127	7.1	12.6	3.1	13.4	23.6	6.3	3.1	7.9	3.9	3.9	6.3	7.9	0.8
男性20代	77	29.9	16.9	7.8	10.4	11.7	7.8	2.6	1.3	1.3	2.6	5.2	1.3	
男性30代	83	18.1	14.5	6.0	19.3	19.3	3.6	1.2	2.4	4.8	1.2	4.8	4.8	
男性40代	64	14.1	21.9	7.8	15.6	18.8	6.3	4.7	3.1	3.1	3.1	3.1	1.6	
男性50代	49	8.2	12.2	4.1	20.4	30.6	2.0	4.1	2.0	8.2	6.1	2.0		
男性60代	41	2.4	12.2	22.0	26.8	0.4	9.7	7.3	9.8	7.3	4.9	2.4		
女性20代	51	17.6	19.6	5.9	11.8	19.6	2.0	2.0	5.9	15.7				
女性30代	57	21.1	28.1	7.0	7.0	15.8	3.5	1.8	5.3	1.8	3.5	5.3		
女性40代	55	1.8	21.8	1.8	20.0	18.2	10.9	1.8	5.5	5.5	7.3	5.5		
女性50代	37	2.7	13.5	24.3	32.4	13.5	2.7	8.1	2.7					
女性60代	41	4.9	12.2	2.4	17.1	22.0	2.4	14.6	4.9	4.9	4.9	4.9	4.9	

7.ガスの購入先・料金プランを変更後の金額差

- Q14 あなたは、「電気の購入先」または「電気料金プラン」を変更したとお答えになりましたが、変更することによって、毎月の電気料金で大体どの程度の差がありますか。(単一回答)
- 変更前との月々のガス料金の差額は、全体では「500～1,000円未満」が13.5%、「500円未満」が13.2%となっており、「変わらない気がする」は11.7%となっている。
- 変更状況別でみると、“ガスの購入先変更者”は「500円未満」が14.0%と最も高く、“ガス料金プラン変更者”は「500～1,000円未満」が14.2%と最も高い。

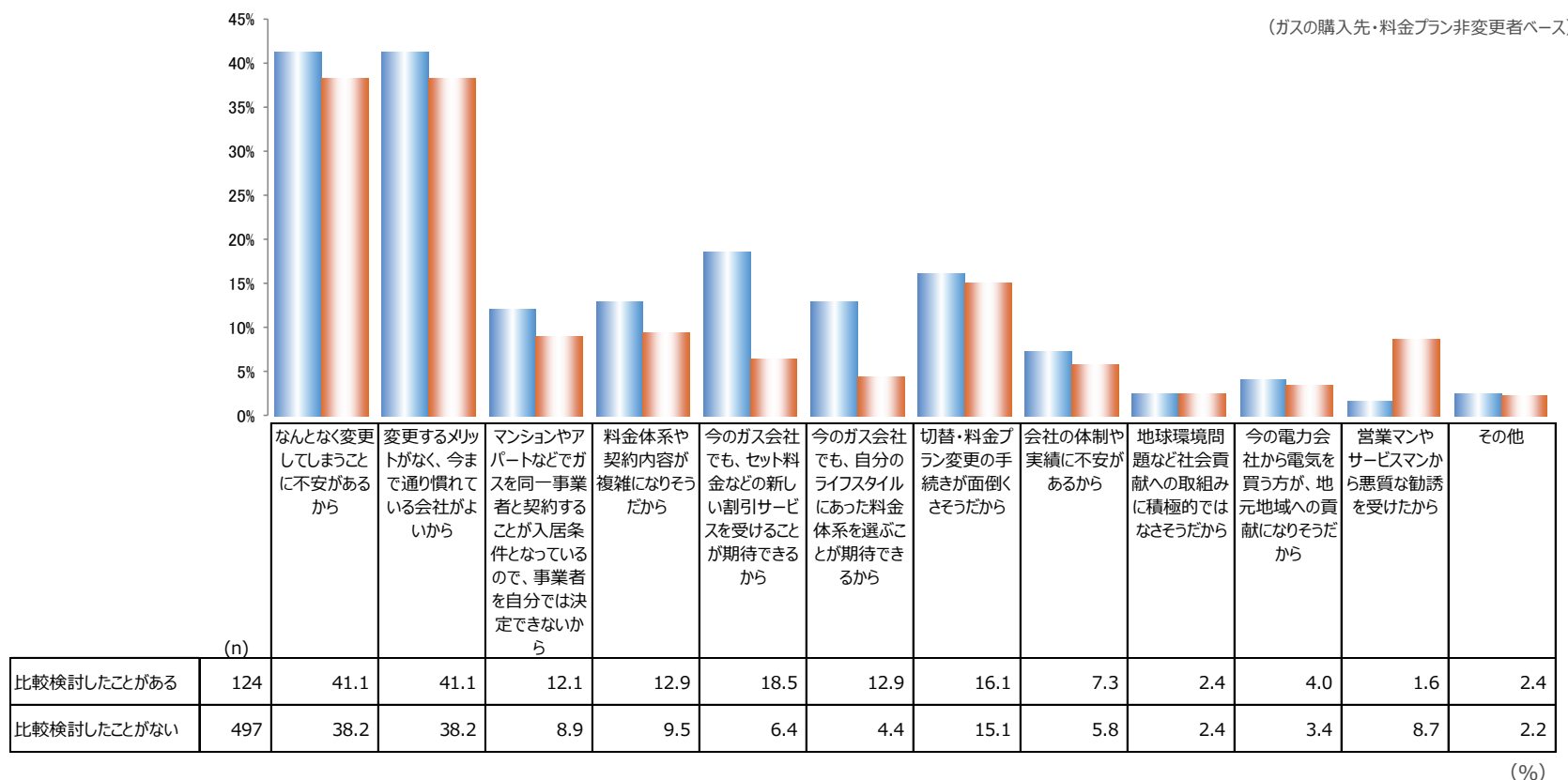
(都市ガス変更者ベース)

	(n)	500円未満	500～1,000円未満	1,000～1,500円未満	1,500～2,000円未満	2,000～2,500円未満	2,500～3,000円未満	3,000円以上	変わらない気がする	高くなつた気がする	(%)
TOTAL	555	13.2	13.5	11.0	11.7	9.5	3.4	2.2	11.7	0.9	22.9
ガスの購入先変更者	428	14.0	13.3	11.7	12.6	9.6	3.0	2.1	11.0	0.9	21.7
ガス料金プラン変更者	127	10.2	14.2	8.7	8.7	9.4	4.7	2.4	14.2	0.8	26.8

8.ガスの購入先を変更しない理由

- Q15 あなたが、現在ガスを購入している会社から他の会社に変更しない理由をすべてお答えください。／比較検討したことがある(複数回答)／比較検討したことがない(複数回答)

- 『比較検討したことがある』方については、「なんとなく変更してしまうことに不安があるから」「変更するメリットがなく、今まで通り慣れている会社がよいから」の2項目が41.1%で最も高く、「今のガス会社でも、セット料金などの新しい割引サービスを受けることが期待できるから」が18.5%で続いている。
- 『比較検討したことがない』方については、「なんとなく変更してしまうことに不安があるから」「変更するメリットがなく、今まで通り慣れている会社がよいから」の2項目が38.2%で最も高く、「切替・料金プラン変更の手続きが面倒くさそうだから」が15.1%で続いている。

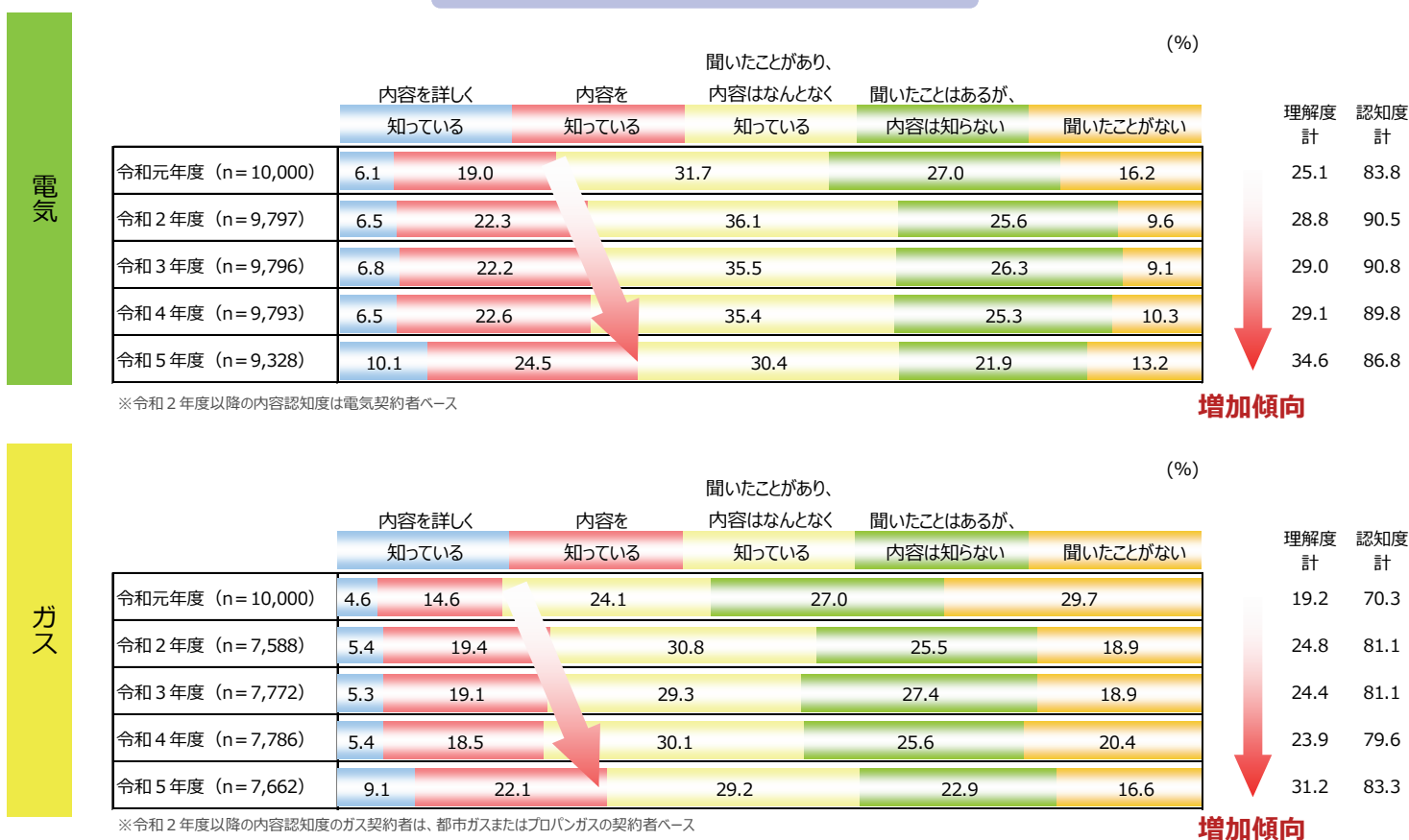


III. Findings

Findings 小売自由化の浸透状況

- 時系列にみると、「電気の購入先変更者」は前年度比2.8pt減少、「電気料金プラン変更者」は前年度比同水準での推移となった。「ガスの購入先変更者」は前年度比3.0pt上昇、「ガス料金プラン変更者」は前年度比0.8pt減少となった。
- 認知度はおおそ横ばいで推移しており、8割を超えている。理解度は着実に増加しているものの3割程度となっており、さらに高めていくために、引き続き消費者に有益な情報提供が必要であると考えられる。

小売自由化認知状況



Findings 変更の動機 ―電気―

- 電気のスイッチングのきっかけは、「料金が高い」ことや「生活環境の変化」が要因として大きなウェイトを占めている。他との比較で安くなることも要因の一つであり、比較サイトで検索することもきっかけの上位に挙げられている。
- 決め手についてもきっかけと同様。料金メニューがわかりやすく、比較することが容易な情報発信が求められていると考えられる。

令和 4年度	Q.電気の購入先や料金プラン変更理由 <u>きっかけ</u> (電気の購入先・料金プラン変更者)	(%)
1位	今の電気料金が高いこと	16.6
2位	引っ越しや住み替えをしたこと	15.8
3位	光熱費・通信費など、ほかの請求や明細と同封で、セット割引の案内が来たこと	15.4
4位	今よりも安い料金プランが出たこと	13.9
5位	ガスを販売している会社が電気とのセット割を始めたこと	11.2

令和 5年度	Q6.電気の購入先や料金プラン変更理由 <u>きっかけ</u> (電気の購入先・料金プラン変更者)	(%)
1位	今の電気料金が高い	33.7
2位	今よりも安い料金プランが出たこと	31.6
3位	住居の変化（引っ越し・新築・リフォームなど）	22.0
4位	家族構成の変化（結婚・出産・同居など）	14.8
5位	比較サイト	12.0

※令和5年度は選択肢の構成を変更している。

令和 4年度	Q.電気の購入先や料金プラン変更理由 <u>決め手</u> (電気の購入先・料金プラン変更者)	(%)
1位	引っ越しや住み替えをしたこと	12.3
2位	光熱費・通信費など、ほかの請求や明細と同封で、セット割引の案内が来たこと	10.4
3位	今の電気料金が高いこと	8.6
4位	今よりも安い料金プランが出たこと	8.3
5位	ガスを販売している会社が電気とのセット割を始めたこと	6.8

令和 5年度	Q6.電気の購入先や料金プラン変更理由 <u>決め手</u> (電気の購入先・料金プラン変更者)	(%)
1位	今よりも安い料金プランが出たこと	20.4
2位	今の電気料金が高い	19.9
3位	住居の変化（引っ越し・新築・リフォームなど）	14.3
4位	家族構成の変化（結婚・出産・同居など）	9.0
5位	比較サイト	5.5

※令和5年度は選択肢の構成を変更している。

Findings 変更の動機 –ガス–

- ガスのスイッチングのきっかけは、電気と同様に「料金が高い」ことや「生活環境の変化」が要因と考えられる。
- 決め手についてもきっかけとほぼ同様となるが、「電力会社のサイトを見た」がやや高くなっている。電気と同様に生活環境が変化をする際に、料金プランを低く抑えることが検討される。また、ウェブサイトを見るなど、事業者の情報を自ら収集しており、電気と同様に容易な比較検討のための情報発信が必要であると考えられる。

令和 4年度	Q.ガスの購入先や料金プラン変更理由 <u>きっかけ</u> (ガスの購入先・料金プラン変更者)	(%)
1位	引っ越しや住み替えをしたこと	21.7
1位	電気を販売している会社がガスとのセット割を始めたこと	21.7
3位	今よりも安い料金プランが出たこと光熱費・通信費など、ほかの請求や明細と同封で、セット割引の案内が来たこと	15.2
4位	光熱費・通信費など、ほかの請求や明細と同封で、セット割引の案内が来たこと	13.9
5位	今のガス料金が高いと感じたこと	11.9

令和 5年度	Q13.ガスの購入先や料金プラン変更理由 <u>きっかけ</u> (ガスの購入先・料金プラン変更者)	(%)
1位	今よりも安い料金プランが出たこと	30.5
2位	今のガス料金が高い	28.3
3位	住居の変化（引っ越し・新築・リフォームなど）	25.4
4位	家族構成の変化（結婚・出産・同居など）	19.5
5位	周囲の人（家族や友人・知人、周辺住民）の影響	11.2

※令和5年度は選択肢の構成を変更している。

令和 4年度	Q.ガスの購入先や料金プラン変更理由 <u>決め手</u> (ガスの購入先・料金プラン変更者)	(%)
1位	引っ越しや住み替えをしたこと	17.8
2位	電気を販売している会社がガスとのセット割を始めたこと	15.0
3位	今よりも安い料金プランが出たこと	10.0
4位	光熱費・通信費など、ほかの請求や明細と同封で、セット割引の案内が来たこと	7.8
5位	・今のガス料金が高いと感じたこと ・ガスを販売している会社から訪問営業を受けたこと	5.6

令和 5年度	Q13.ガスの購入先や料金プラン変更理由 <u>決め手</u> (ガスの購入先・料金プラン変更者)	(%)
1位	今よりも安い料金プランが出たこと	20.4
2位	住居の変化（引っ越し・新築・リフォームなど）	17.7
3位	今のガス料金が高い	16.2
4位	家族構成の変化（結婚・出産・同居など）	13.9
5位	電力会社のサイトを見た	5.8

※令和5年度は選択肢の構成を変更している。

Findings 非変更の理由 —電気—

- 電気のスイッチングの**非変更の理由**は、「なんとなく変更することへの不安」や「メリットがない」「今まで通りでよい」「手続きが面倒そう」などが要因として考えられる。また、「一括購入のため自分で決定できない」ことも要因のひとつに挙げられている。
- 比較検討したことがない方の場合、不安や面倒が挙げられている。電気の購入先を変更してもこれまでと変わらないという安心感を提供していくことが必要であると考えられる。

令和 4年度	Q.電気の購入先や料金プラン非変更理由 (比較検討したことがある)	(%)
1位	変更することのメリットがよくわからないから	26.0
1位	検討してみたより電気料金が安くならなかったから	26.0
3位	今まで通り慣れている会社の方がよいから	24.7
4位	なんとなく変更してしまうことに不安があるから	21.1
5位	新規参入の会社は、災害時などの復旧や対応など管理体制に不安があるから	20.3

令和 5年度	Q8.電気の購入先や料金プラン非変更理由 (比較検討したことがある)	(%)
1位	なんとなく変更してしまうことに不安があるから	37.8
1位	変更することにメリットがなく、今まで通り慣れている会社の方がよいから	37.8
3位	切替・料金プラン変更の手続きが面倒くさそうだから	18.9
4位	マンションやアパートなどで電気を一括購入しているので、事業者を自分たちでは決定できないから	14.7
5位	今の電力会社でも、様々な電気（「再生可能エネルギーによる発電」など）から自分にあったものを選ぶことが期待できるから	14.0

※令和5年度は選択肢の構成を変更している。

令和 4年度	Q.電気の購入先や料金プラン非変更理由 (比較検討したことがない)	(%)
1位	今まで通り慣れている会社の方がよいから	38.1
2位	なんとなく変更してしまうことに不安があるから	31.2
3位	変更することのメリットがよくわからないから	30.2
4位	新規参入の会社は、災害時などの復旧や対応など管理体制に不安があるから	18.0
5位	新規参入の会社に変更するのは、手続きが面倒くさそうだから	13.0

令和 5年度	Q8.電気の購入先や料金プラン変更理由 (比較検討したことがない)	(%)
1位	なんとなく変更してしまうことに不安があるから	43.1
2位	変更することにメリットがなく、今まで通り慣れている会社の方がよいから	36.5
3位	切替・料金プラン変更の手続きが面倒くさそうだから	19.5
4位	料金体系や契約内容が複雑になりそうだから	10.9
5位	マンションやアパートなどで電気を一括購入しているので、事業者を自分たちでは決定できないから	9.4

※令和5年度は選択肢の構成を変更している。

Findings 非変更の理由 –ガス–

- ガスのスイッチングの**非変更理由**は、電気と同様に「なんとなく変更することへの不安」や「メリットがない」「今まで通りでよい」「手続きが面倒そう」などが要因として考えられる。現状のガス会社でも新しいサービスが受けられることへの期待感も挙げられている。
- 比較検討したことがない方においても大きな違いはみられない。電気と同様に、不安や面倒を解消し、ガスの購入先を変更してもこれまでと変わらないという安心感を提供していくことが必要であると考えられる。

令和 4年度	Q.ガスの購入先や料金プラン非変更理由 (比較検討したことがある)	(%)
1位	変更することのメリットがよくわからないから	25.9
1位	今まで通り慣れている会社の方がよいから	25.9
3位	なんとなく変更してしまうことに不安があるから	23.2
4位	検討してみて思ったより電気料金が安くならなかったから	18.9
5位	新規参入の会社は、災害時などの復旧や対応など 管理体制に不安があるから	13.5

令和 5年度	Q15.ガスの購入先や料金プラン非変更理由 (比較検討したことがある)	(%)
1位	なんとなく変更してしまうことに不安があるから	41.1
2位	変更することのメリットがなく、今まで通り慣れている会社の方がよいから	41.1
3位	今のガス会社でも、セット料金などの新しい割引サービスを受けることが 期待できるから	18.5
4位	切替・料金プラン変更の手続きが面倒くさそうだから	16.1
5位	・料金体系や契約内容が複雑になりそうだから ・今のガス会社でも、自分のライフスタイルにあった料金体系を選ぶことが 期待できるから	12.9

※令和5年度は選択肢の構成を変更している。

令和 4年度	Q.ガスの購入先や料金プラン非変更理由 (比較検討したことがない)	(%)
1位	変更することのメリットがよくわからないから	35.4
2位	今まで通り慣れている会社の方がよいから	35.4
3位	なんとなく変更してしまうことに不安があるから	29.0
4位	新規参入の会社は、災害時などの復旧や対応など 管理体制に不安があるから	11.2
5位	新規参入の会社に変更するのは、手続きが面倒くさそうだから	9.5

令和 5年度	Q15.ガスの購入先や料金プラン非変更理由 (比較検討したことがない)	(%)
1位	なんとなく変更してしまうことに不安があるから	38.2
2位	変更することのメリットがなく、今まで通り慣れている会社の方がよいから	38.2
3位	切替・料金プラン変更の手続きが面倒くさそうだから	15.1
4位	料金体系や契約内容が複雑になりそうだから	9.5
5位	マンションやアパートなどでガスを同一事業者と契約することが入居条件と なっているので、事業者を自分では決定できないから	8.9

※令和5年度は選択肢の構成を変更している。