

経済産業省 御中

CONFIDENTIAL

令和6年度電力市場監視機能強化等事業 (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

2025年2月14日

株式会社インテージリサーチ



目次

1 調査実施概要	2
----------	---

2 調査結果	4
--------	---

スクリーニング単体集計 ①電気	5
-----------------	---

- 1.対象者属性
- 2.直近1か月の電気料金
- 3.「電気の小売自由化」認知度
- 4.電気の購入先・料金プラン変更有無
- 5.小売自由化の内容認知度

スクリーニング単体集計 ②ガス	22
-----------------	----

- 1.対象者属性
- 2.直近1か月のガス料金
- 2.直近1か月のガス料金：プロパンガス（LPG）料金
- 3.「ガスの小売自由化」認知度
- 4.ガスの購入先・料金プラン変更有無
- 5.小売自由化の内容認知度

本調査集計 ①電気	40
-----------	----

- 1.対象者属性
- 2.電気の購入先・料金プラン変更時の情報源
- 3.電力会社の選択に際して重視していること/特に重視すること
- 4.電気とのセット販売
- 5.切替に要した日数
- 6.非化石証書の認知度
- 7.電気を販売する事業者の説明

- 8.電気の購入先・料金プランを変更したきっかけ・決め手
- 9.電気の購入先・料金プランを変更後の金額差
- 10.電気の購入先を変更しない理由

本調査集計 ②ガス	70
-----------	----

- 1.対象者属性
- 2.ガスの購入先・料金プラン変更時の情報源
- 3.ガス会社の選択に際して重視していること/特に重視すること
- 4.ガスとのセット販売
- 5.切替に要した日数
- 6.ガスの購入先・料金プランを変更したきっかけ・決め手
- 7.ガスの購入先・料金プランを変更後の金額差
- 8.ガスの購入先を変更しない理由

3 Findings	97
------------	----

- Findings 小売自由化の認知状況
- Findings 変更の動機 —電気—
- Findings 変更の動機 —ガス—
- Findings 非変更理由 —電気—
- Findings 非変更理由 —ガス—
- Findings 小売自由化認知度×電気・重視していること
- Findings 小売自由化認知度×電気・非変更理由（比較検討なし）
- Findings 小売自由化認知度×ガス・重視していること
- Findings 小売自由化認知度×ガス・非変更理由（比較検討なし）



1 調査実施概要

調査実施概要

項目	内容
1.調査方法	インターネット調査
2.調査対象者	<ul style="list-style-type: none">● スクリーニング調査：20歳以上の一般男女● 本調査：①電気の購入先変更者、②電気の購入先非変更者、③都市ガスの購入先変更者、④都市ガスの購入先非変更者
3.調査エリア	全国
4.サンプル数	<ul style="list-style-type: none">● スクリーニング調査：10,000サンプル● 本調査：1,602サンプル（各500サンプル以上） ①電気の購入先変更者、②電気の購入先非変更者、③都市ガスの購入先変更者、④都市ガスの購入先非変更者
5.サンプル割付	<ul style="list-style-type: none">● スクリーニング調査：母集団準拠 人口構成比に準拠し、割当抽出を行った。 （令和2年国勢調査をベースに人口動態を加味したデータを使用）● 本調査 スクリーニング調査より、①～④該当者各500サンプル以上を確保 <p>※ ①電気の購入先変更者、②電気の購入先非変更者にも③都市ガスの購入先変更者、④都市ガスの購入先非変更者が含まれ、③都市ガスの購入先変更者、④都市ガスの購入先非変更者にも①電気の購入先変更者、②電気の購入先非変更者が含まれるため、集計上の各総数は500サンプル以上となる。</p>
6.調査期間	2025年1月17日～2025年1月21日
7.報告書の見方	<ul style="list-style-type: none">● 集計は、小数点以下第2位を四捨五入している。したがって、数値の合計が100.0%にならない場合がある。● 回答の割合（%）は、その質問の回答者数（n：number of caseの略）を基数として算出している。したがって、複数回答の質問は全ての割合を合計すると100.0%を超えることがある。● 本文や図表中の選択肢表記は、場合によって語句を短縮・簡略化している。● ページタイトルに、単一回答は「SA」、複数回答は「MA」と記載している。● クロス集計の図表では、分析の軸（＝表側）とした調査回答者の属性（性別／年齢別など）でnが少ないもの（30人未満）は、標本誤差が大きくなるため、参考として図示しているが、分析の対象からは除いている。● クロス集計の分析コメントは、TOTALとの比率の差の検定を行い、有意水準5%で統計的に有意な差のあると考えられる箇所について記載している。

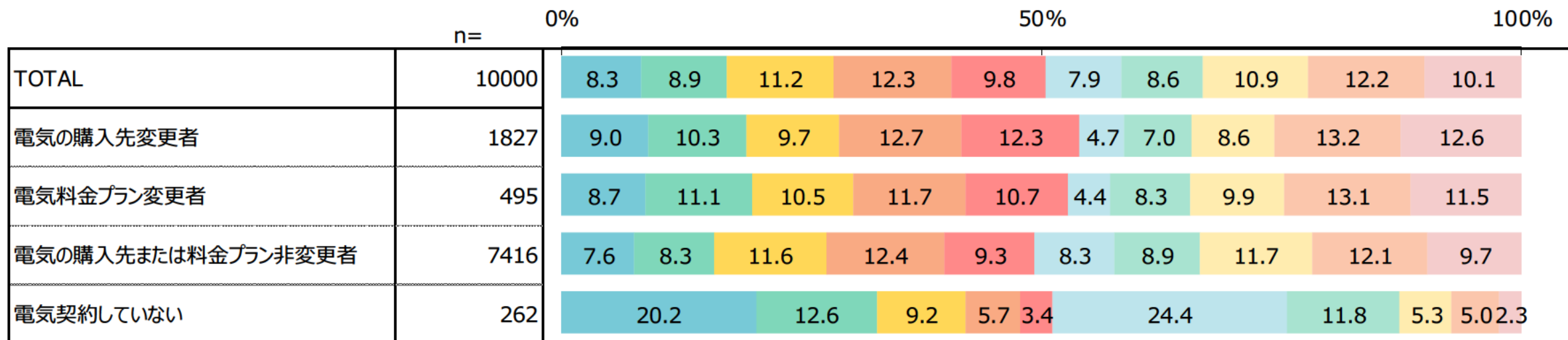
2 調査結果



スクリーニング単体集計 (10,000s) ①電気

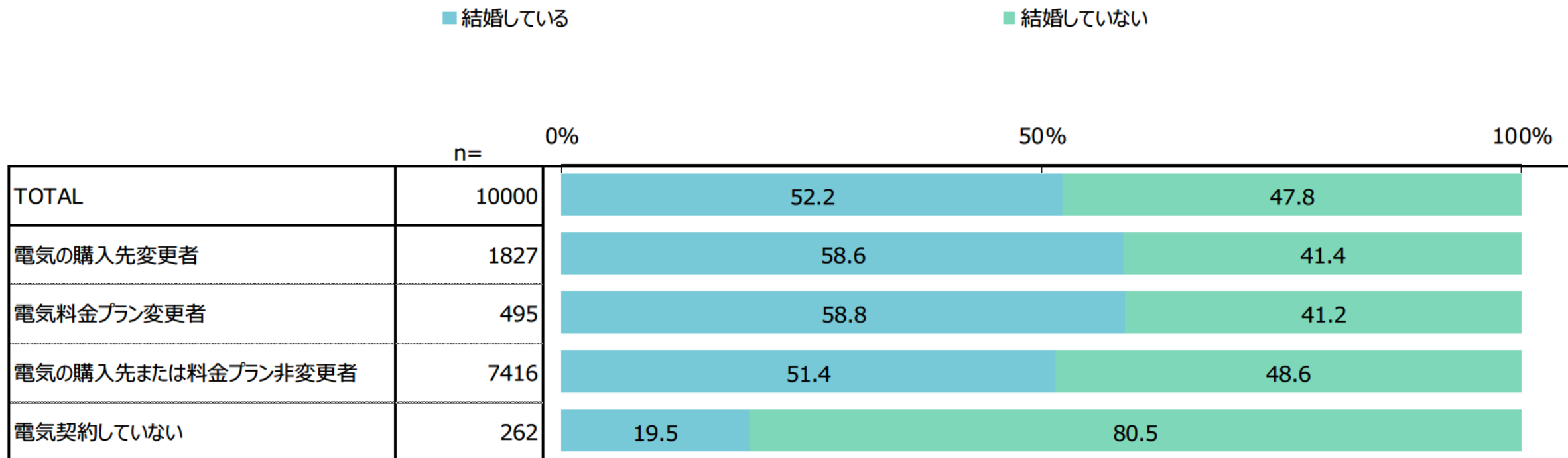
1.対象者属性(SA) —性年代—

■ 男性20-29歳 ■ 男性30-39歳 ■ 男性40-49歳 ■ 男性50-59歳 ■ 男性60-69歳 ■ 女性20-29歳 ■ 女性30-39歳 ■ 女性40-49歳 ■ 女性50-59歳 ■ 女性60-69歳



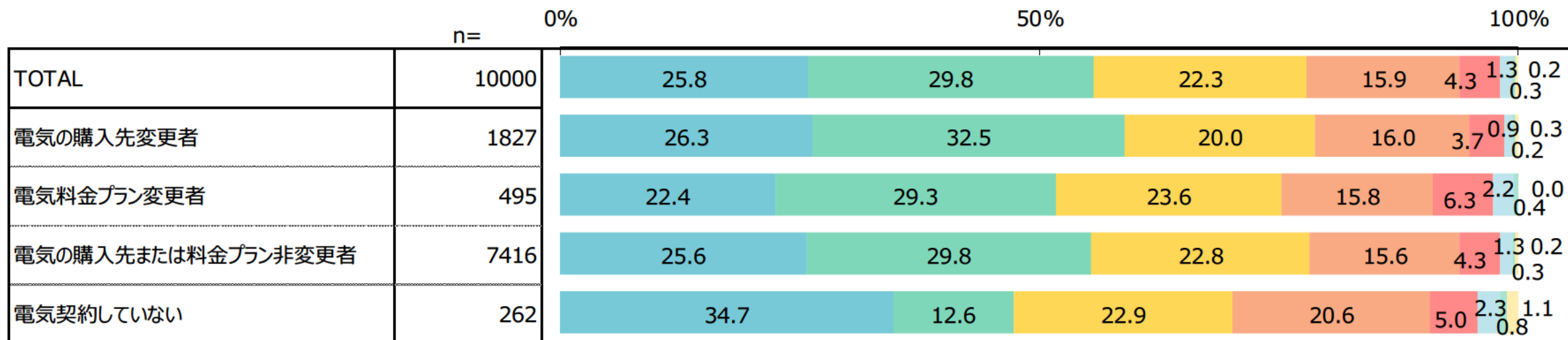
*性年代

1.対象者属性(SA) —未既婚—



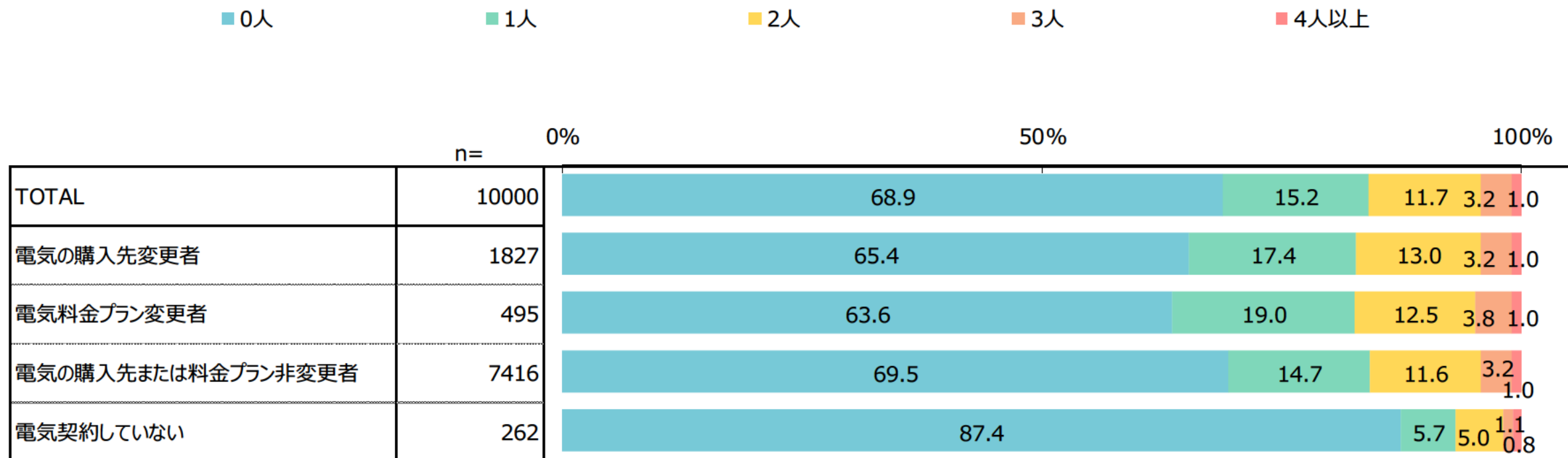
1.対象者属性(SA) —同居者数—

■ 1人暮らし ■ 2人 ■ 3人 ■ 4人 ■ 5人 ■ 6人 ■ 7人 ■ 8人以上



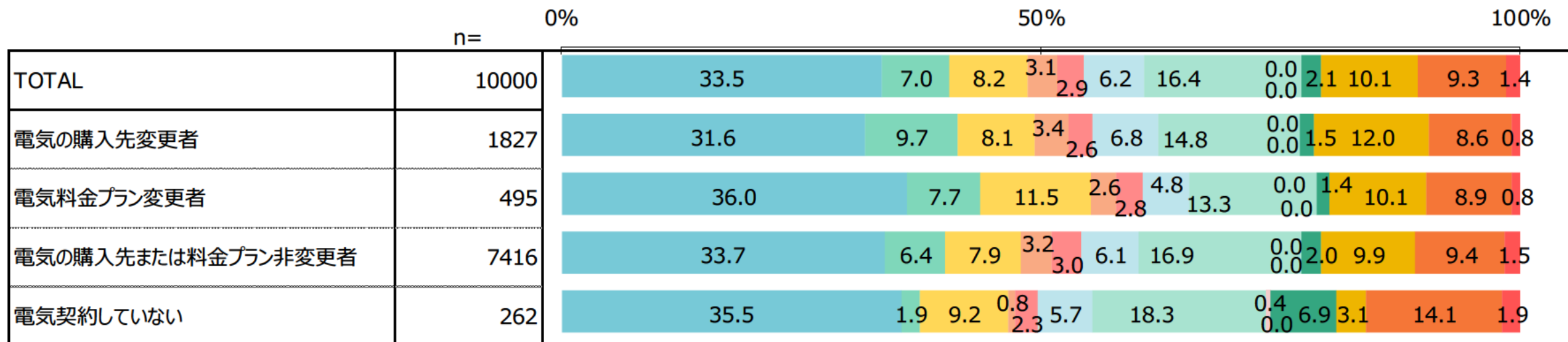
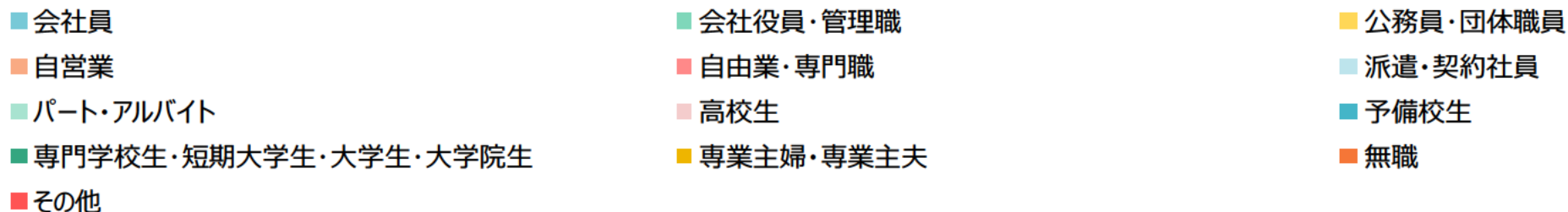
SC4 現在の同居者数をお答えください。(回答は1つ) ※あなたご自身も含めた数をお答えください。

1.対象者属性(SA) 一同居子供人数—

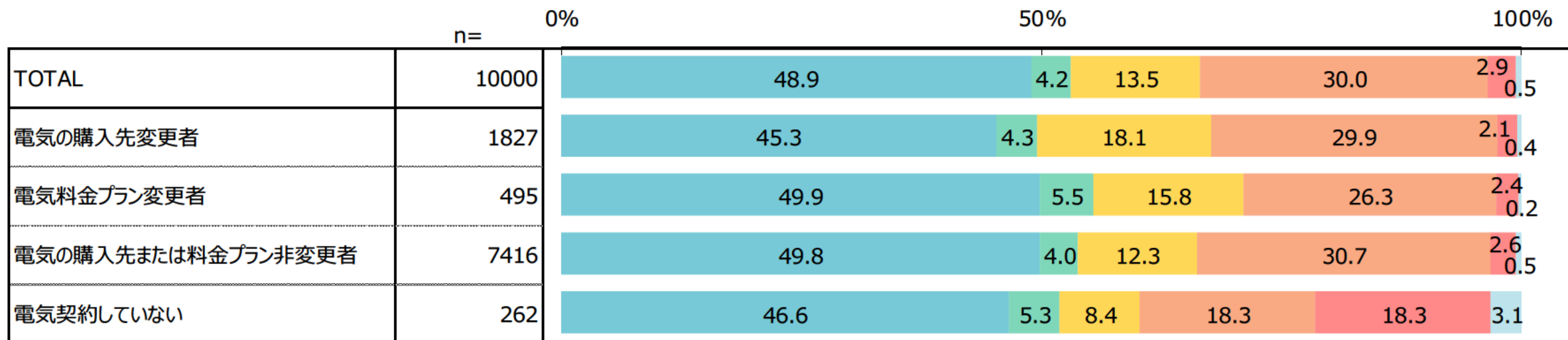
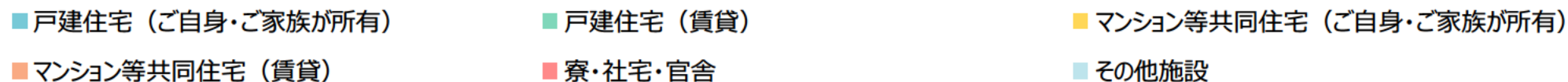


[属性] 同居子供人数

1.対象者属性(SA) —職業—

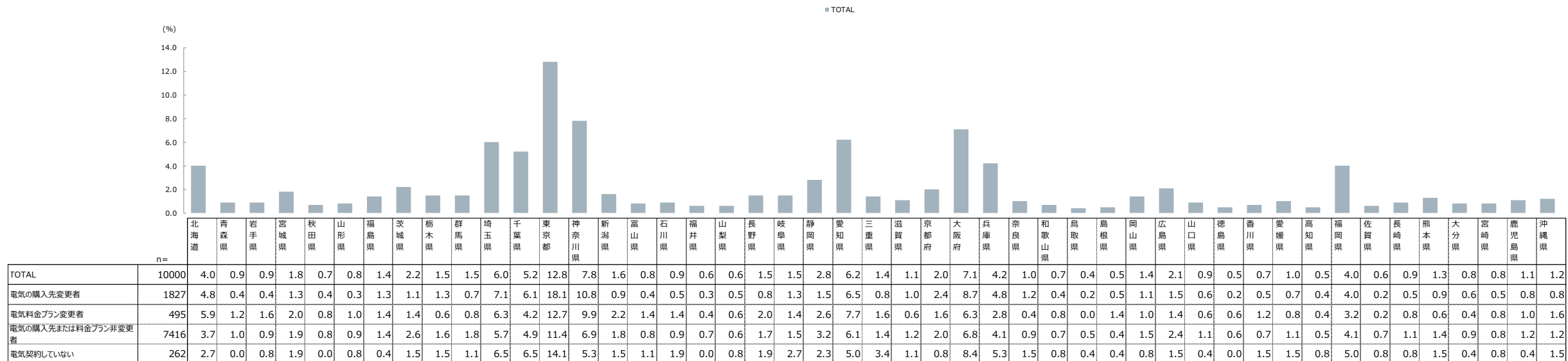


1.対象者属性(SA) —住居形態—



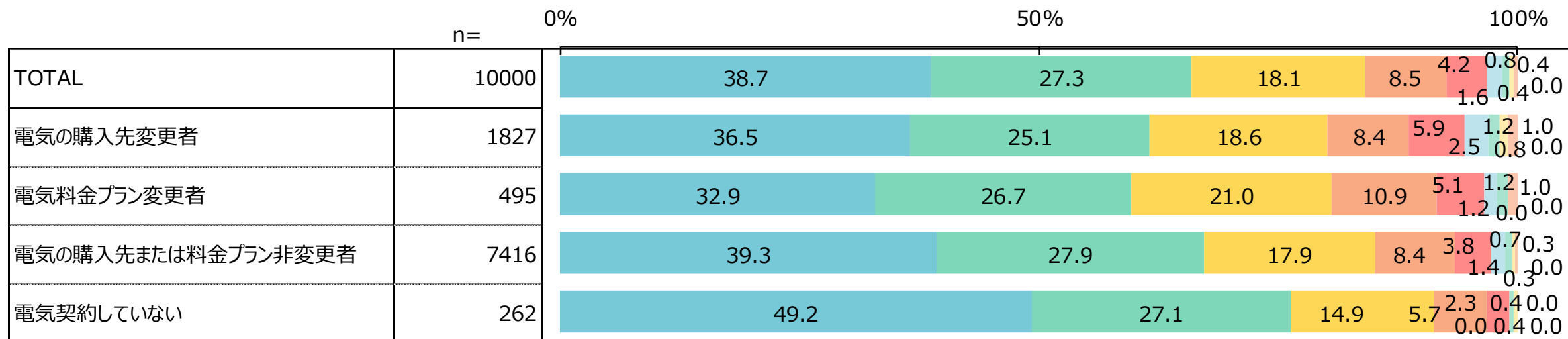
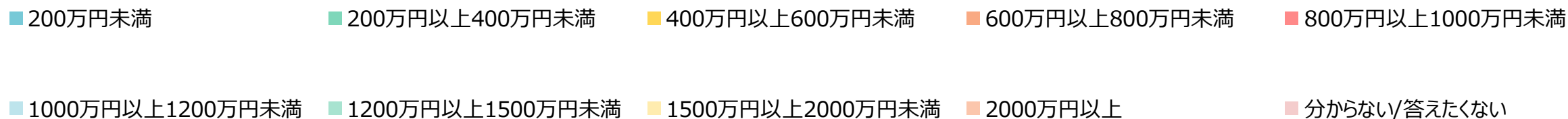
SC3 あなたがお住まいのご自宅の住居形態をお答えください。(回答は1つ)

1.対象者属性(SA) —居住地—

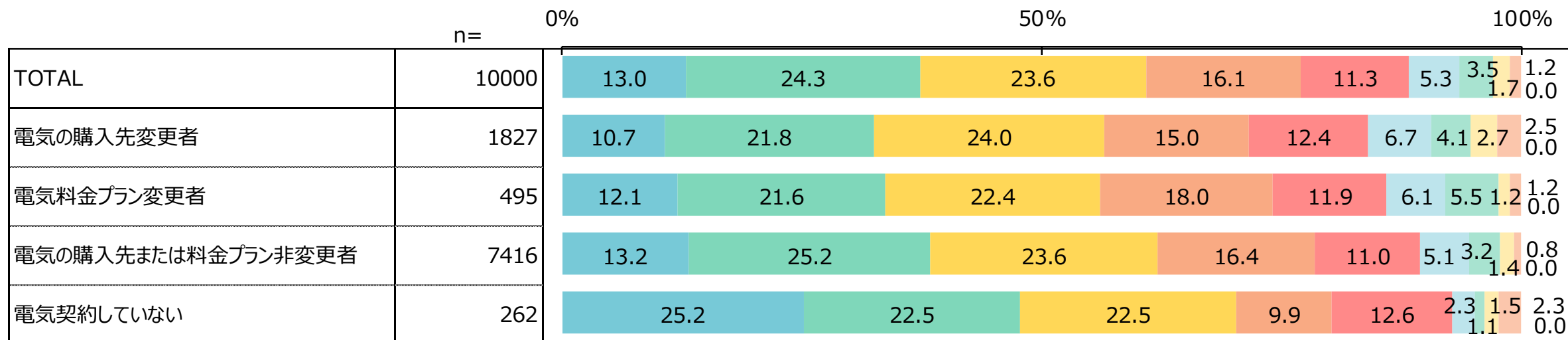
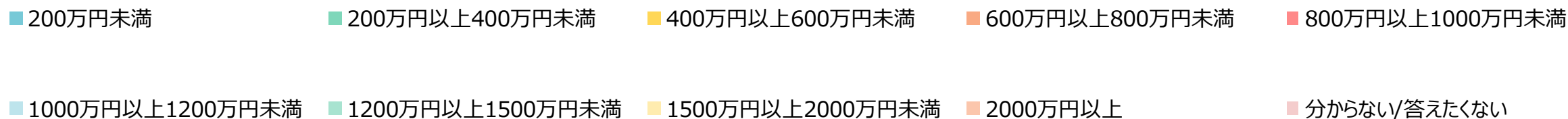


SC5 あなたが現在お住まいの都道府県をお答えください。(回答は1つ)

1.対象者属性(SA) —個人年収—



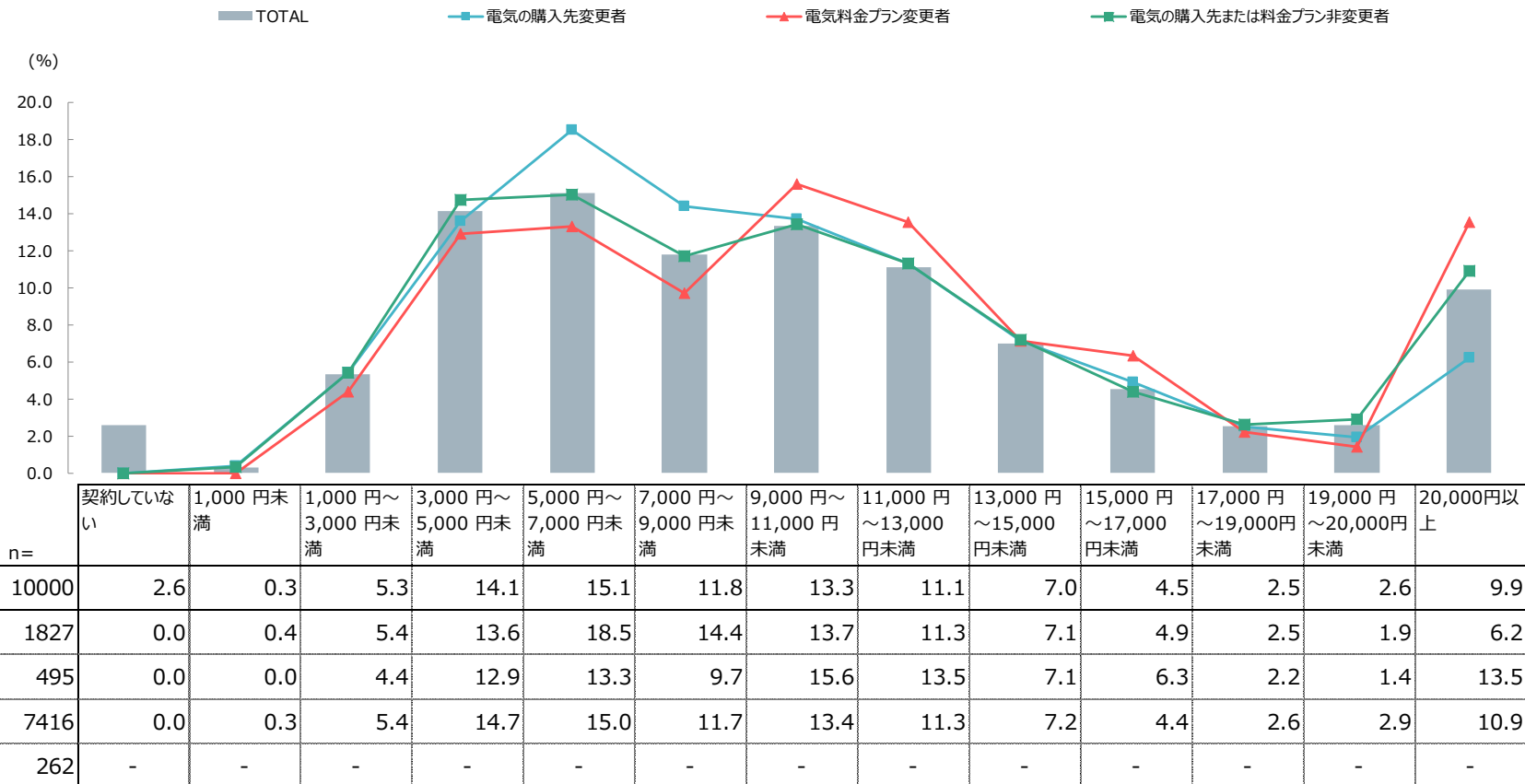
1.対象者属性(SA) —世帯年収—



[属性] 世帯税込年収

2.直近1か月の電気料金(SA)

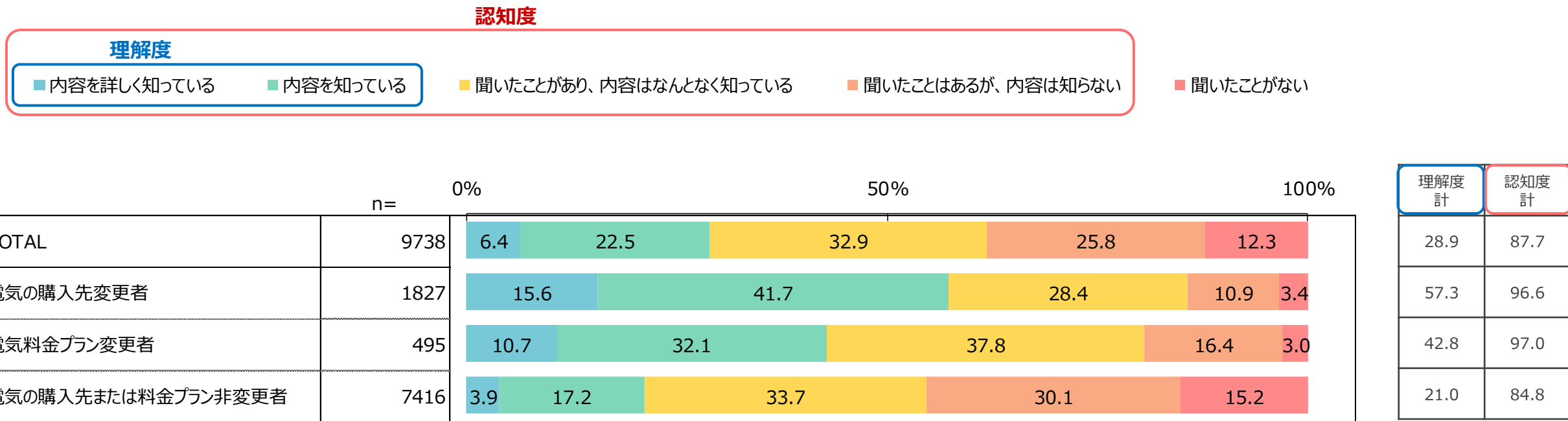
- TOTALでは、「5,000 円～7,000 円未満」が最も高く、15.1%。「3,000 円～5,000 円未満」14.1%、「9,000 円～11,000 円未満」13.3%が続く。
- 電気の購入先変更者では「5,000 円～7,000 円未満」が最も高く、18.5%。電気料金プラン変更者では「9,000 円～11,000 円未満」が最も高く、15.6%。電気の購入先または料金プラン非変更者では「5,000 円～7,000 円未満」が最も高く、15.0%。
- 電気の購入先変更者は、他と比べて19,000 円以上の割合が低くなっている。



SC6 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。（回答はそれぞれ1つ）：電気料金

3. 「電気の小売自由化」認知度(SA)―変更状況別―

- TOTALでは、『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28.9%、『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87.7%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96.6%、電気料金プラン変更者が97.0%、電気の購入先または料金プラン非変更者が84.8%となっている。
- 電気の購入先変更者と電気の購入先または料金プラン非変更者では、『認知度』に11.8ポイントの開きがみられる。



【ベース：電気契約者】

SC7 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。（回答はそれぞれ1つ）：電力の小売自由化

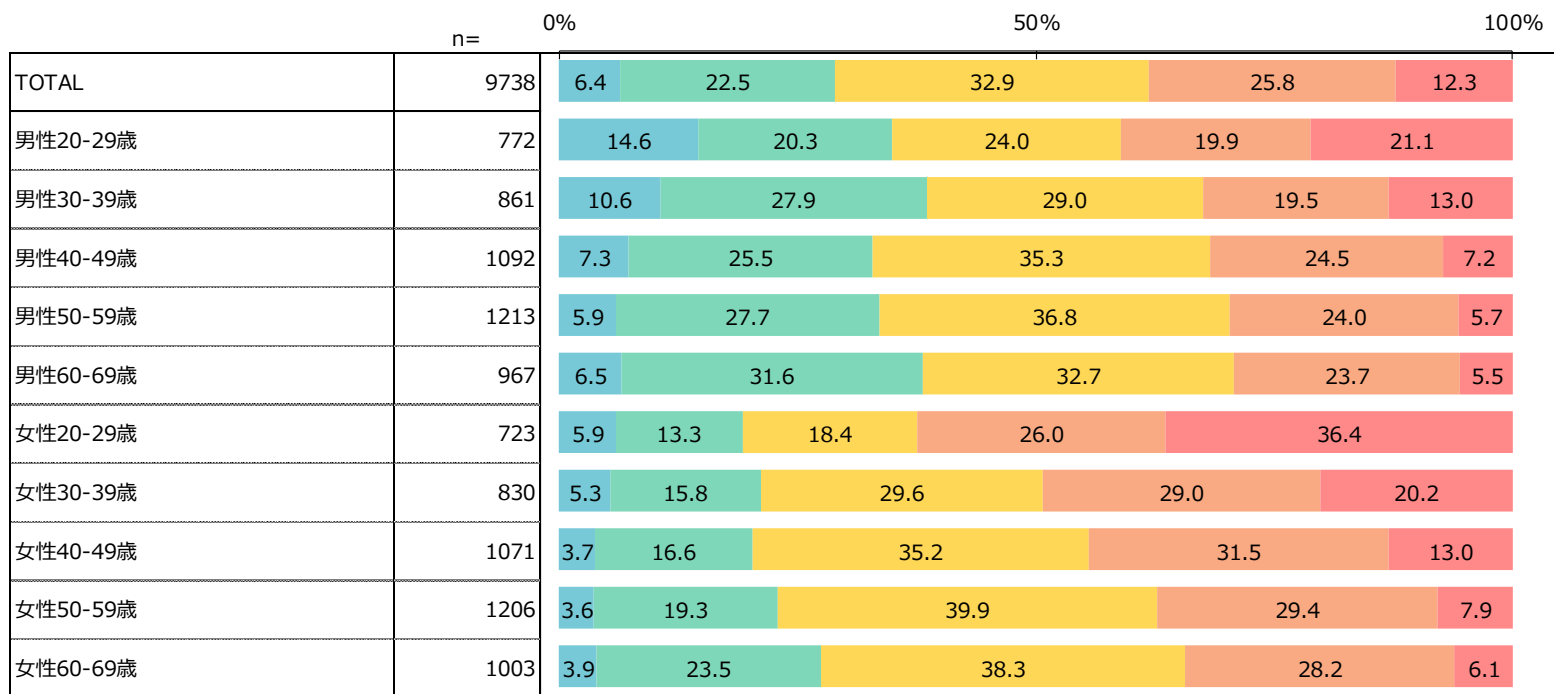
3. 「電気の小売自由化」認知度(SA)一性年代別

- 性年代別にみると、『理解度』は全年代において男性のほうが高い。
- 『認知度』は年齢が上がるにつれ割合も高くなり、特に男性60代は94.5%、女性60代は93.9%と高くなっている。

認知度

理解度

■ 内容を詳しく知っている ■ 内容を知っている ■ 聞いたことがあり、内容はなんとなく知っている ■ 聞いたことはあるが、内容は知らない ■ 聞いたことがない



理解度計	認知度計
28.9	87.7
35.0	78.9
38.4	87.0
32.9	92.8
33.6	94.3
38.2	94.5
19.2	63.6
21.1	79.8
20.4	87.0
22.9	92.1
27.4	93.9

【ベース：電気契約者】

SC7 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。（回答はそれぞれ1つ）：電力の小売自由化

4.電気の購入先・料金プラン変更有無(SA)

- TOTALでは、「比較検討も行っておらず、変更もしていない」が最も高く、62.4%。「購入先」を変更した：直近1年以上前に変更の申込みをした」と「比較検討は行ったが、変更していない」13.7%が続く。
- 電気の購入先変更者は18.8%、電気料金プラン変更者は5.1%。
- 電気の購入先変更者では、「直近1年以上前」が73.0%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71.1%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」は82.0%「比較検討は行ったが、変更していない」は18.0%となっている。

	令和4年度 n=6,761	令和5年度 n=9,328	令和6年度 n=9,738
電気の購入先または料金プラン変更あり	31.0%	27.3%	23.8%
電気の購入先変更あり	24.5%	21.2%	18.8%
電気料金プランの変更あり	6.4%	6.0%	5.1%
電気の購入先非変更（料金プラン変更者含む）	75.5%	78.8%	81.2%

「購入先」変更の申込みをした

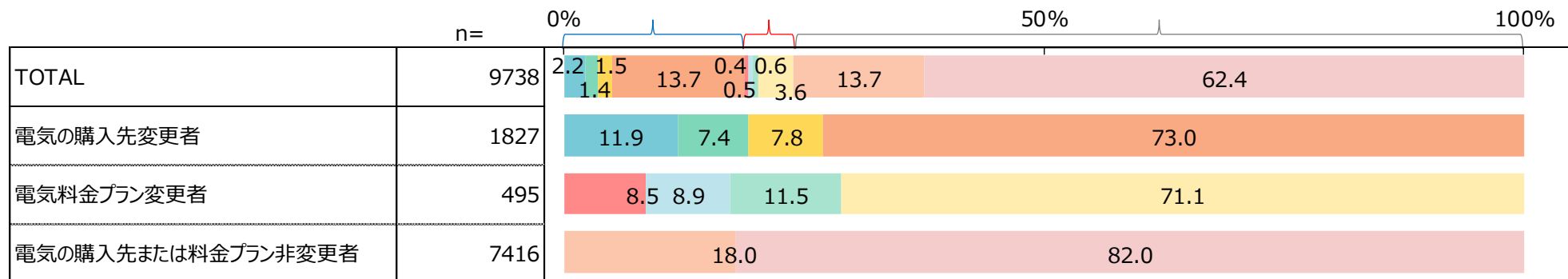
- 「購入先」を変更した：直近3ヶ月以内に変更の申込みをした
- 「購入先」を変更した：直近4～6ヶ月以内に変更の申込みをした
- 「購入先」を変更した：直近6ヶ月～1年以内に変更の申込みをした
- 「購入先」を変更した：直近1年以上前に変更の申込みをした

購入先は変更していないが「料金プラン」変更の申込みをした

- （購入している会社は変更していないが）「料金プラン」を変更した直近3ヶ月以内に変更の申込みをした ※令和4年度はSC7の電気で「契約上、個人の意思では購入先の変更が難しい」以外の回答者ベース
- （購入している会社は変更していないが）「料金プラン」を変更した直近4～6ヶ月以内に変更の申込みをした ※グラフデータの足しあげた数値が表と一致しない場合がある。
- （購入している会社は変更していないが）「料金プラン」を変更した直近6ヶ月～1年以内に変更の申込みをした
- （購入している会社は変更していないが）「料金プラン」を変更した直近1年以上前に変更の申込みをした

「購入先」「料金プラン」いずれも変更していない

- 比較検討は行ったが、変更していない
- 比較検討も行っておらず、変更もしていない

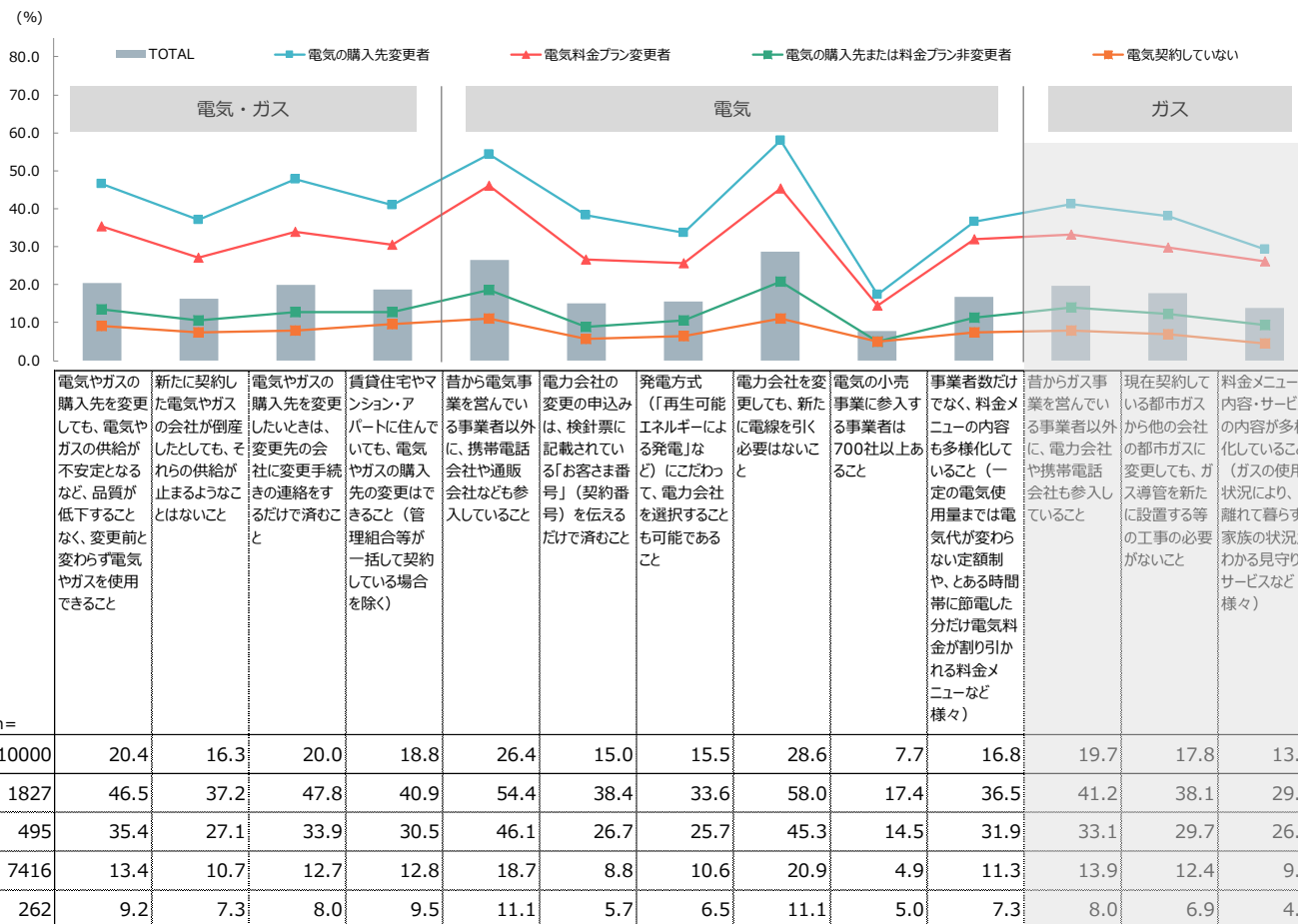


【ベース：電気契約者】

SC8 電気やガスの小売自由化にとまない、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。（回答はそれぞれ1つ）
 ※「購入先」または「料金プラン」を複数回変更されている方は、直近の変更についてお答えください。：電気

5.小売自由化の内容認知度 (MA)：確かに知っている

- 小売自由化について「確かに知っている」は、TOTALでは、「電力会社を変更しても、新たに電線を引く必要はないこと」が最も高く、28.6%。「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」26.4%、「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」20.4%が続く。
- 電気の購入先変更者は、すべての項目において「確かに知っている」と回答した割合が高く、2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者については、ほとんどの項目に対して「確かに知っている」と回答した割合が2割以下となっている。

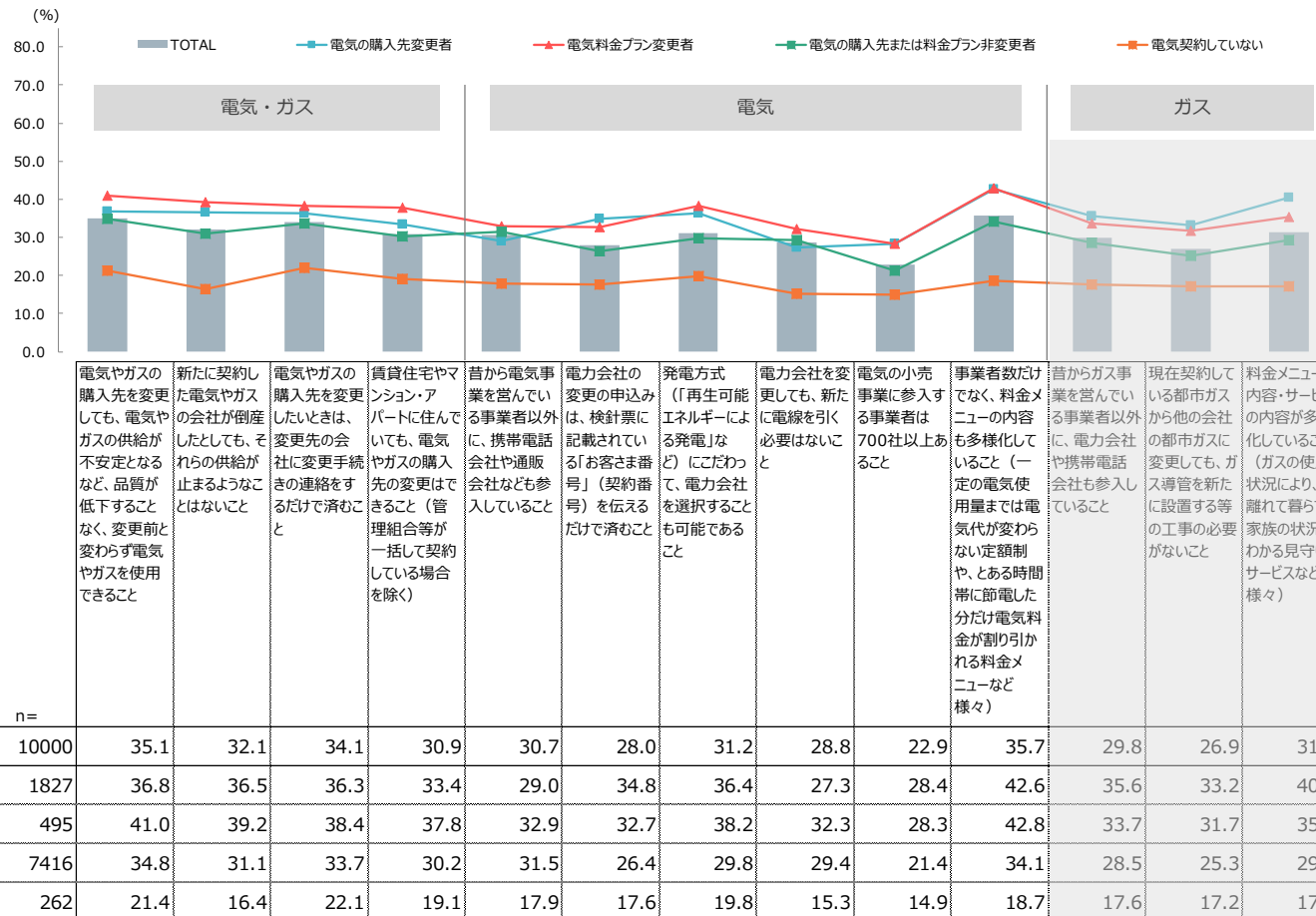


	n=	電気やガスの購入先を変更しても、電気やガスの供給が不安定となるなど、品質が低下することなく、変更前と変わらず電気やガスを使用できること	新たに契約した電気やガスの会社が倒産したとしても、それらの供給が止まるようなことはないこと	電気やガスの購入先を変更したいときは、変更先の会社に変更手続きの連絡をすただけで済むこと	賃貸住宅やマンション・アパートに住んでいるも、電気やガスの購入先の変更はできること（管理組合等が一括して契約している場合を除く）	昔から電気事業を営んでいる事業者以外に、携帯電話会社や通販会社なども参入していること	電力会社の変更の申込みは、検針票に記載されている「お客さま番号」（契約番号）を伝えるだけで済むこと	発電方式（「再生可能エネルギーによる発電」など）にこだわって、電力会社を選択することも可能であること	電力会社を変更しても、新たに電線を引く必要はないこと	電気の小売事業に参入する事業者は700社以上あること	事業者数だけでなく、料金メニューの内容も多様化していること（一定の電気使用量までは電気代が変わらない定額制や、とある時間帯に節電した分だけ電気料金が割り引かれる料金メニューなど様々）	昔からガス事業を営んでいる事業者以外に、電力会社や携帯電話会社も参入していること	現在契約している都市ガスから他の会社の都市ガスに変更しても、ガス導管を新たに設置する等の工事の必要がないこと	料金メニューの内容が多様化していること（ガスの使用状況により、離れて暮らす家族の状況がわかる見守りサービスなど様々）
TOTAL	10000	20.4	16.3	20.0	18.8	26.4	15.0	15.5	28.6	7.7	16.8	19.7	17.8	13.8
電気の購入先変更者	1827	46.5	37.2	47.8	40.9	54.4	38.4	33.6	58.0	17.4	36.5	41.2	38.1	29.4
電気料金プラン変更者	495	35.4	27.1	33.9	30.5	46.1	26.7	25.7	45.3	14.5	31.9	33.1	29.7	26.1
電気の購入先または料金プラン非変更者	7416	13.4	10.7	12.7	12.8	18.7	8.8	10.6	20.9	4.9	11.3	13.9	12.4	9.4
電気契約していない	262	9.2	7.3	8.0	9.5	11.1	5.7	6.5	11.1	5.0	7.3	8.0	6.9	4.6

* 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。（回答はそれぞれ1つ）※このアンケートをお答えになる前の状況についてお答えください。

5.小売自由化の内容認知度 (MA)：見聞きしたことがあるような気がする

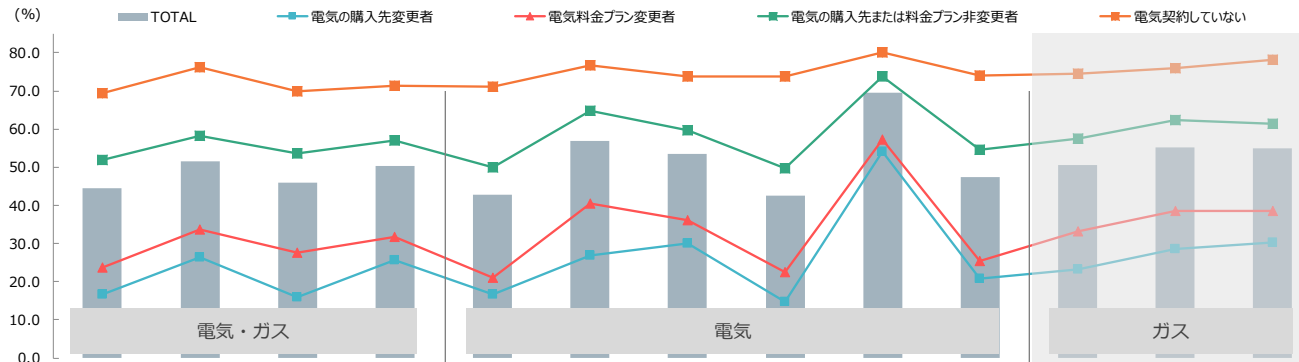
- 小売自由化について「見聞きしたことがあるような気がする」は、電気の購入先変更者ならびに電気料金プラン変更者はほとんどの項目において割合が高いが、「昔から電気事業を営んでいる事業者以外に、携帯電話会社や通販会社なども参入していること」と「電力会社を変更しても、新たに電線を引く必要はないこと」は電気の購入先または料金プラン非変更者が他と比べて高い割合となっている。



* 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。（回答はそれぞれ1つ）※このアンケートをお答えになる前の状況についてお答えください。

5.小売自由化の内容認知度 (MA)：知らない

- 小売自由化について「知らない」は、TOTALでは、「電気の小売事業に参入する事業者は700社以上あること」が最も高く、69.5%。「電力会社の変更の申込みは、検針票に記載されている「お客さま番号」(契約番号)を伝えるだけで済むこと」57.0%が続く。
- 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者は、全ての項目において高くなっており、電気の購入先変更者並びに電気料金プラン変更者と比較して認知度が低いことがわかる。



項目	説明
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	新たに契約した電気やガスの会社が倒産したとしても、それらの供給が止まるようなことはないこと
電気やガスの購入先を変更したいときは、変更先の会社に変更手続きの連絡をすただけで済むこと	賃貸住宅やマンション・アパートに住んでいる事業者以外でも、電気やガスの購入先の変更はできること(管理組合等が一括して契約している場合を除く)
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	電力会社の変更の申込みは、検針票に記載されている「お客さま番号」(契約番号)を伝えるだけで済むこと
発電方式(「再生可能エネルギー」による発電)などにこだわって、電力会社を選択することも可能であること	電力会社を変更しても、新たに電線を引く必要はないこと
電気の購入先変更者ならびに電気料金プラン変更者	電気の購入先変更者ならびに電気料金プラン変更者
事業者数だけでなく、料金メニューの内容も多様化していること(一定の電気使用量までは電気代が変わらない定額制や、とある時間帯に節電した分だけ電気料金が割り引かれる料金メニューなど様々)	昔からガス事業を営んでいる事業者以外に、電力会社や携帯電話会社も参入していること
現在契約している都市ガスから他の会社から他の会社への変更しても、ガス導管を新たに設置する等の工事の必要がないこと	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(ガスの使用状況により、離れて暮らす家族の状況がわかる見守りサービスなど様々)

	n=	44.5	51.6	45.9	50.4	42.9	57.0	53.4	42.6	69.5	47.5	50.5	55.3	55.0
TOTAL	10000	44.5	51.6	45.9	50.4	42.9	57.0	53.4	42.6	69.5	47.5	50.5	55.3	55.0
電気の購入先変更者	1827	16.7	26.3	15.9	25.6	16.7	26.8	30.0	14.7	54.2	20.9	23.3	28.6	30.2
電気料金プラン変更者	495	23.6	33.7	27.7	31.7	21.0	40.6	36.2	22.4	57.2	25.3	33.1	38.6	38.6
電気の購入先または料金プラン非変更者	7416	51.8	58.2	53.6	57.0	49.9	64.8	59.6	49.7	73.7	54.6	57.6	62.3	61.3
電気契約していない	262	69.5	76.3	69.8	71.4	71.0	76.7	73.7	73.7	80.2	74.0	74.4	76.0	78.2

* 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。(回答はそれぞれ1つ) ※このアンケートをお答えになる前の状況についてお答えください。



スクリーニング単体集計 (10,000s) ②ガス

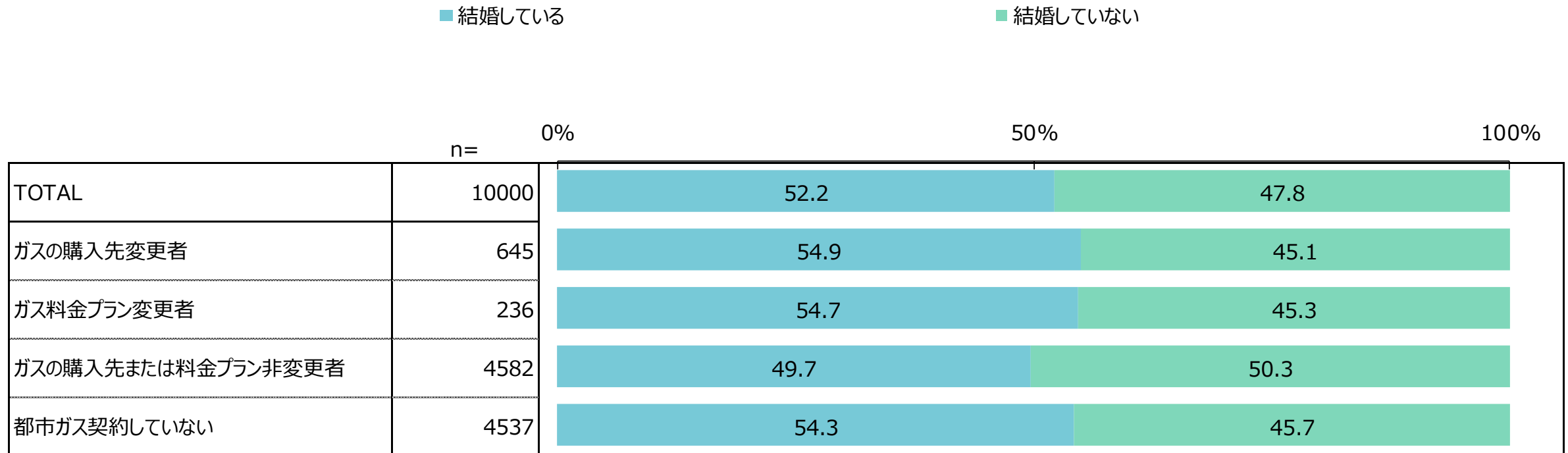
1.対象者属性(SA) 一性年代

■ 男性20-29歳 ■ 男性30-39歳 ■ 男性40-49歳 ■ 男性50-59歳 ■ 男性60-69歳 ■ 女性20-29歳 ■ 女性30-39歳 ■ 女性40-49歳 ■ 女性50-59歳 ■ 女性60-69歳



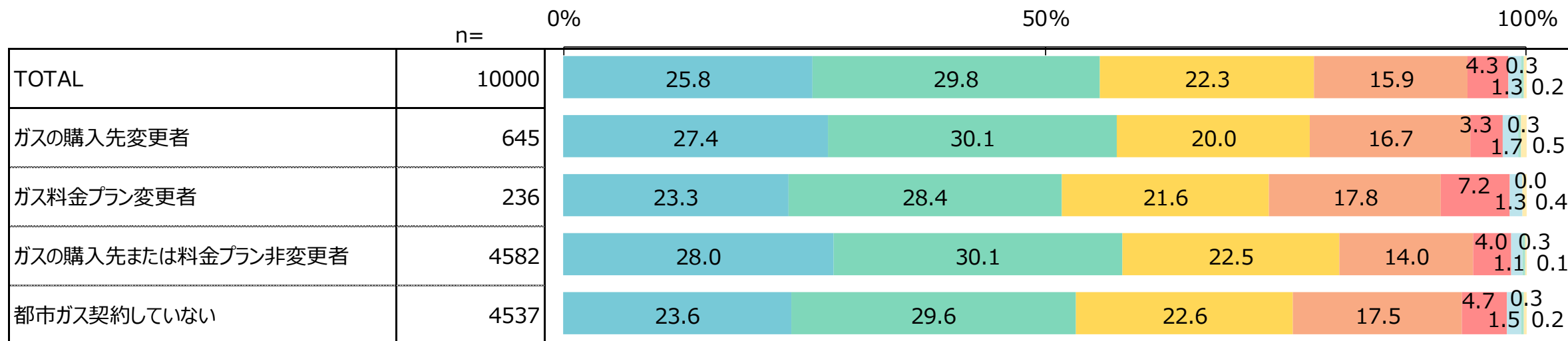
*性年代

1.対象者属性(SA) —未既婚—



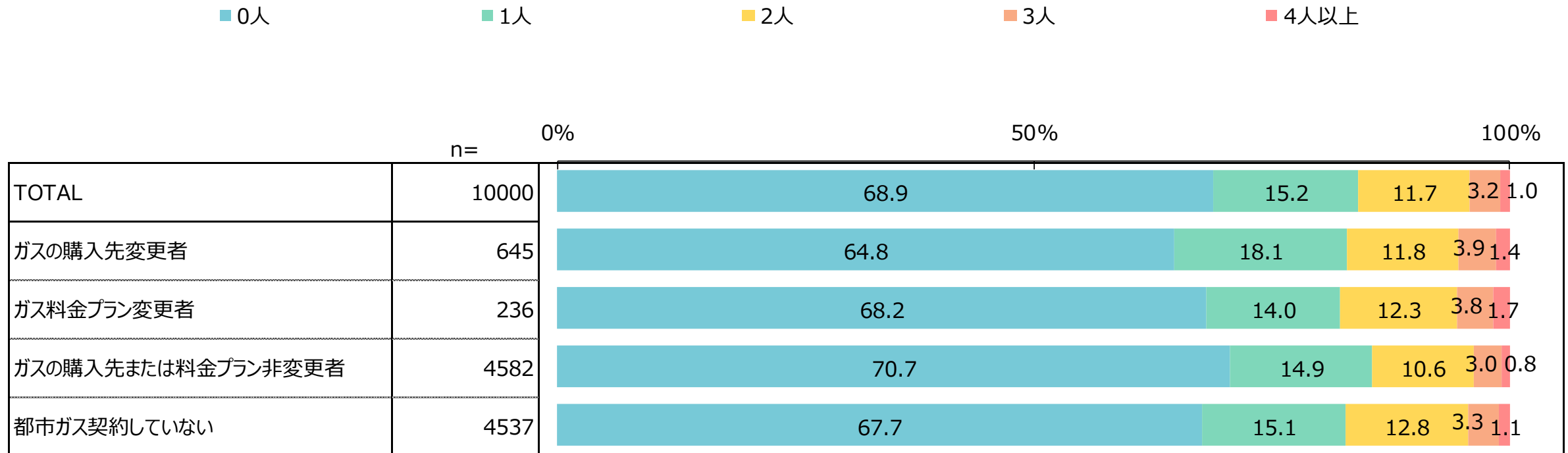
1.対象者属性(SA) 一同居者数

■ 1人暮らし ■ 2人 ■ 3人 ■ 4人 ■ 5人 ■ 6人 ■ 7人 ■ 8人以上



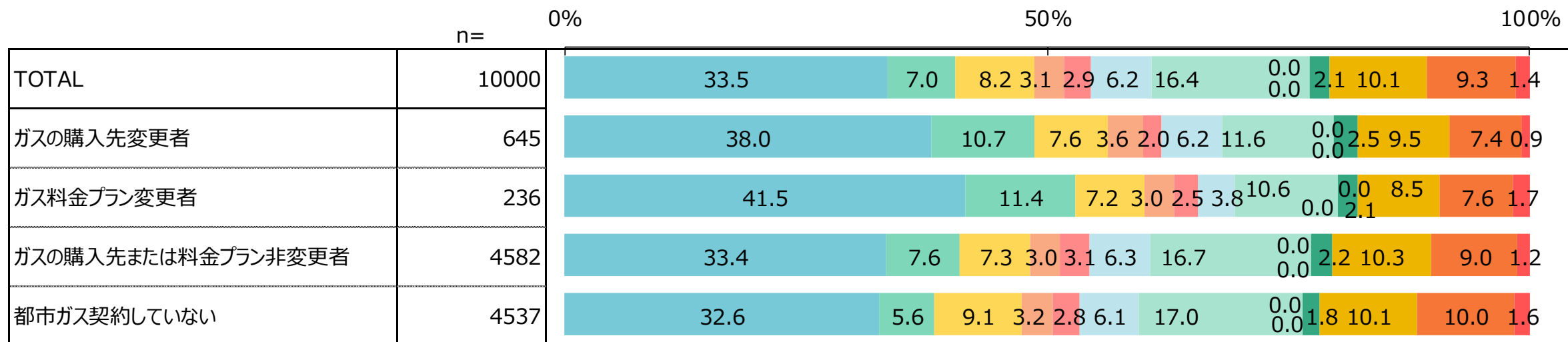
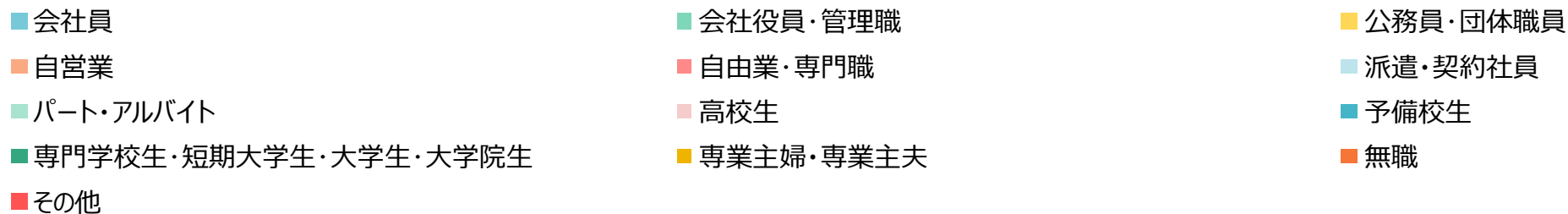
SC4 現在の同居者数をお答えください。(回答は1つ) ※あなたご自身も含めた数をお答えください。

1.対象者属性(SA) 一同居子供人数—

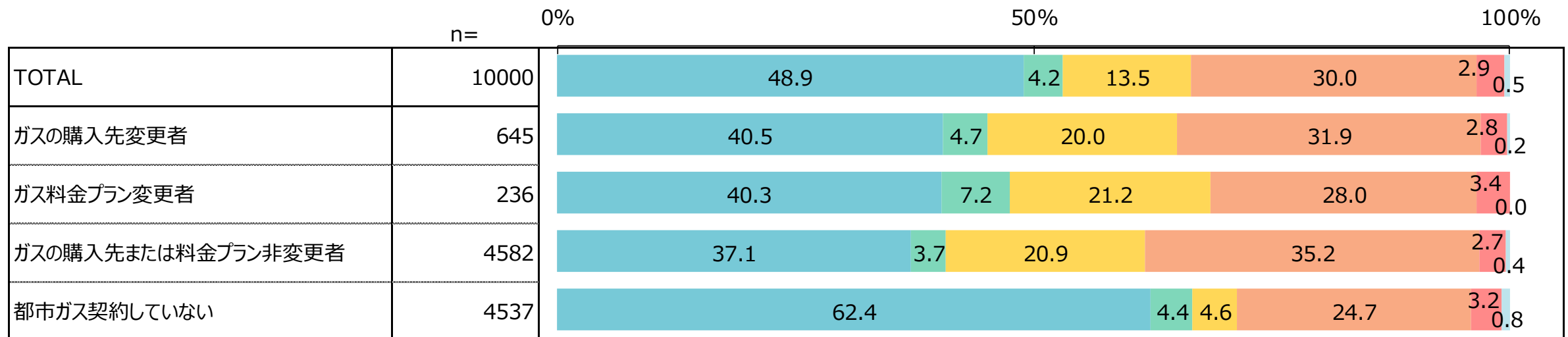
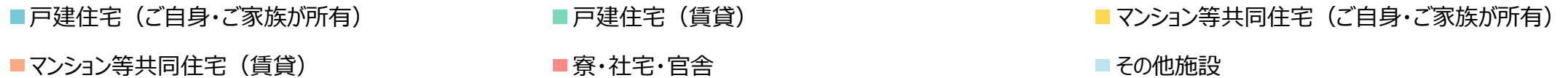


[属性] 同居子供人数

1.対象者属性(SA) —職業—

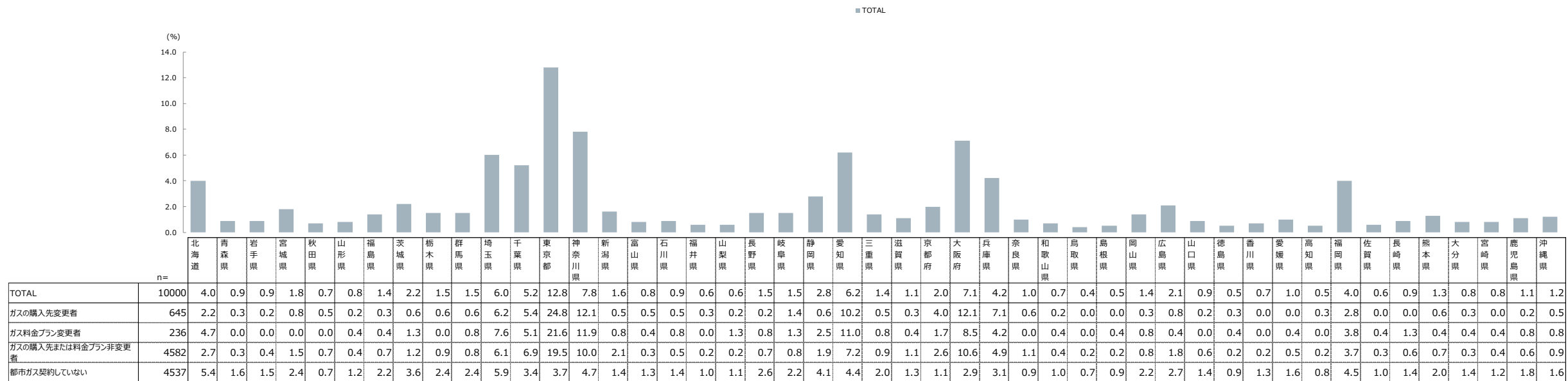


1.対象者属性(SA) —住居形態—



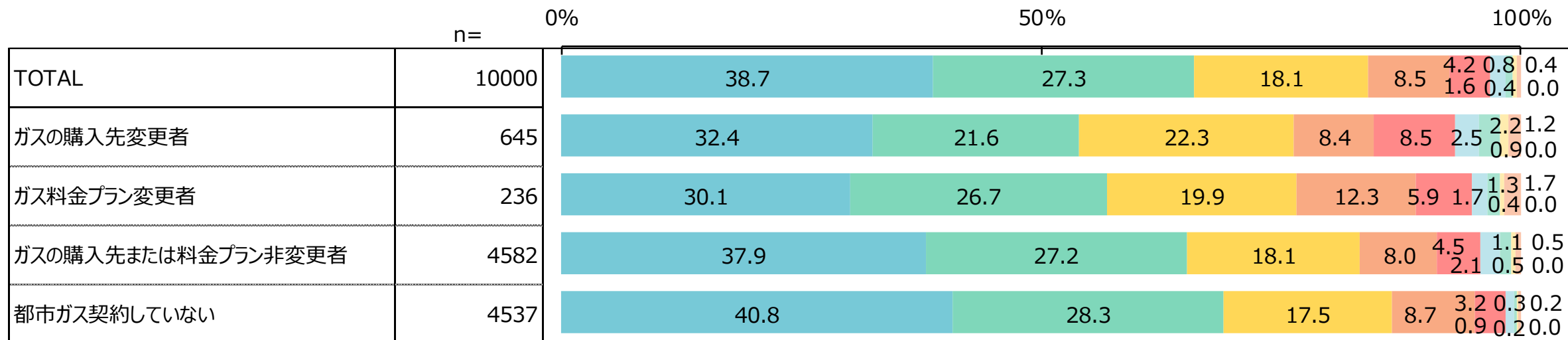
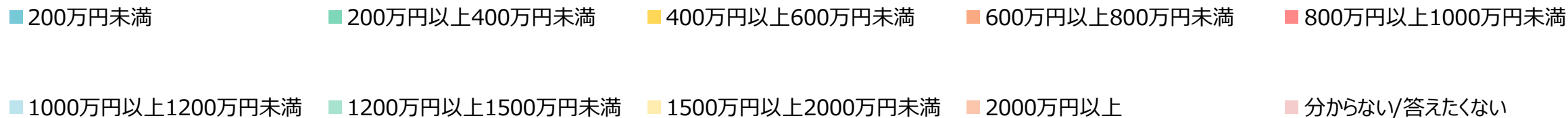
SC3 あなたがお住まいのご自宅の住居形態をお答えください。（回答は1つ）

1.対象者属性(SA) —居住地—

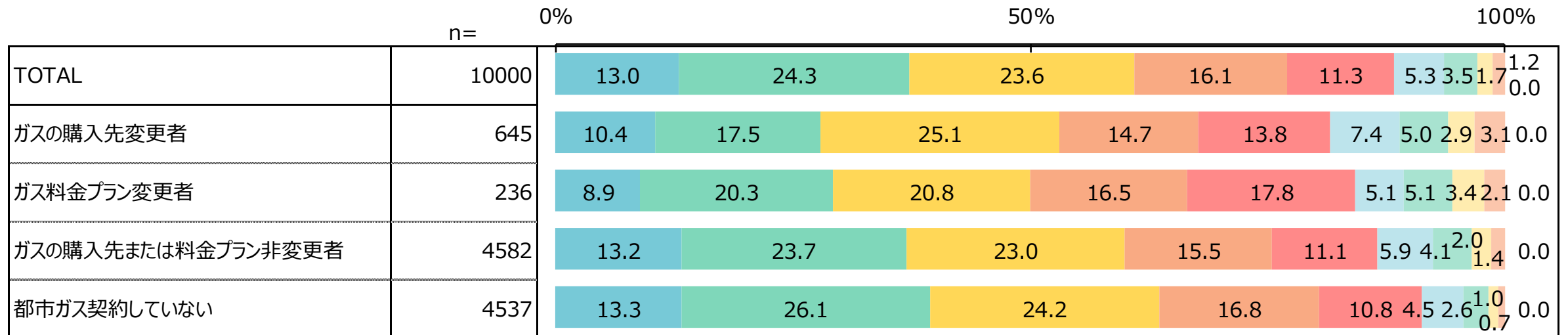
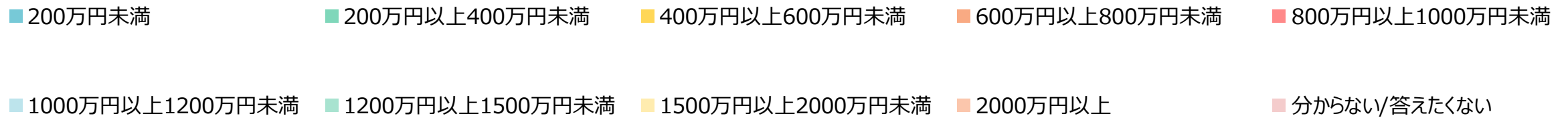


SC5 あなたが現在お住まいの都道府県をお答えください。(回答は1つ)

1.対象者属性(SA) —個人年収—



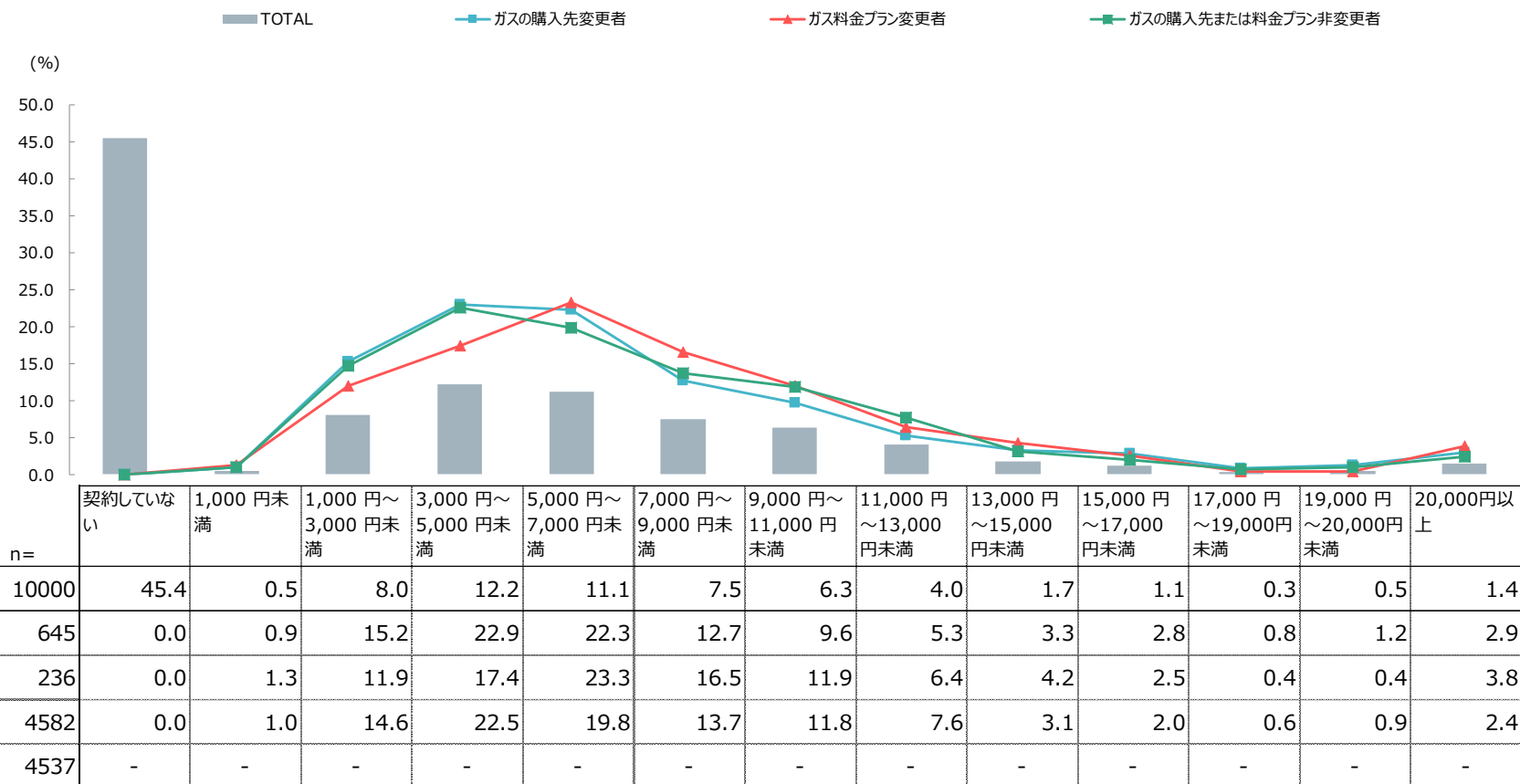
1.対象者属性(SA) —世帯年収—



[属性] 世帯税込年収

2.直近1か月のガス料金(SA)

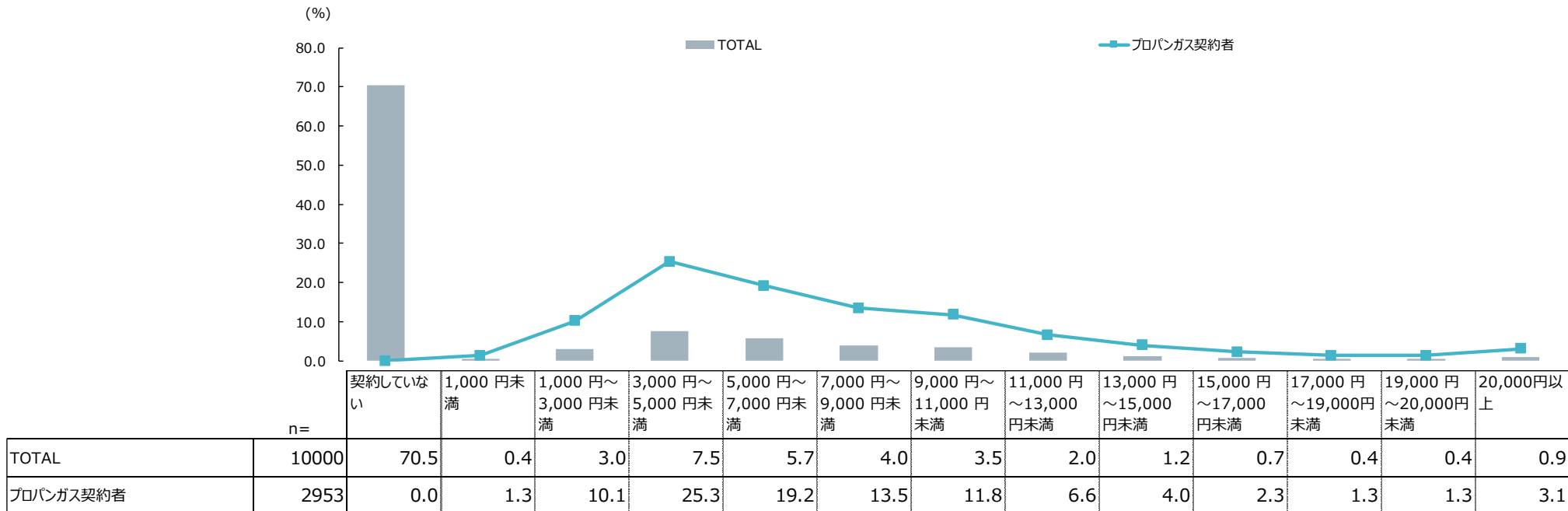
- TOTALでは、「3,000 円～5,000 円未満」が最も高く、12.2%。「5,000 円～7,000 円未満」11.1%、「7,000 円～9,000 円未満」7.5%が続く。
- ガスの購入先変更者では「3,000 円～5,000 円未満」が最も高く、22.9%。ガス料金プラン変更者では「5,000 円～7,000 円未満」が最も高く、23.3%。ガスの購入先または料金プラン非変更者では「3,000 円～5,000 円未満」が最も高く、22.5%。



SC6 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。（回答はそれぞれ1つ）：都市ガス料金

2.直近1か月のガス料金(SA)：プロパンガス（LPG）料金

- TOTALでは、「3,000円～5,000円未満」が最も高く、7.5%。「5,000円～7,000円未満」5.7%、「7,000円～9,000円未満」4.0%が続く。
- プロパンガス契約者の割合は、全体の29.5%。
- プロパンガス契約者では、「3,000円～5,000円未満」が最も高く、25.3%。「5,000円～7,000円未満」19.2%が続く。



SC6 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。（回答はそれぞれ1つ）：プロパンガス（LPG）料金

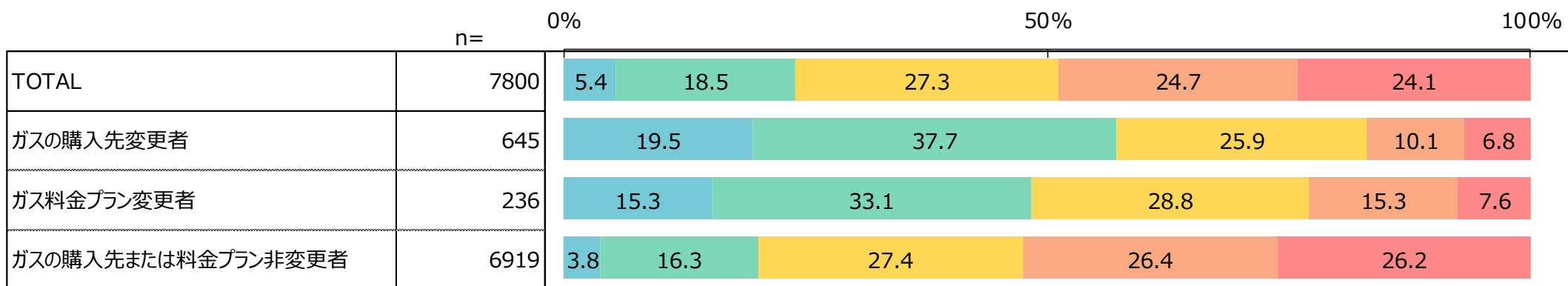
3. 「ガスの小売自由化」認知度(SA)―変更状況別―

- TOTALでは、『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24.0%、『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75.9%となっている。
- 変更状況別では、『認知度』の割合は、ガスの購入先変更者が93.2%、ガス料金プラン変更者が92.4%、ガスの購入先または料金プラン非変更者が73.8%となっている。
- ガスの購入先変更者とガスの購入先または料金プラン非変更者では、『認知度』に19.4ポイントの開きが見られる。

認知度

理解度

■ 内容を詳しく知っている ■ 内容を知っている ■ 聞いたことがあり、内容はなんとなく知っている ■ 聞いたことはあるが、内容は知らない ■ 聞いたことがない



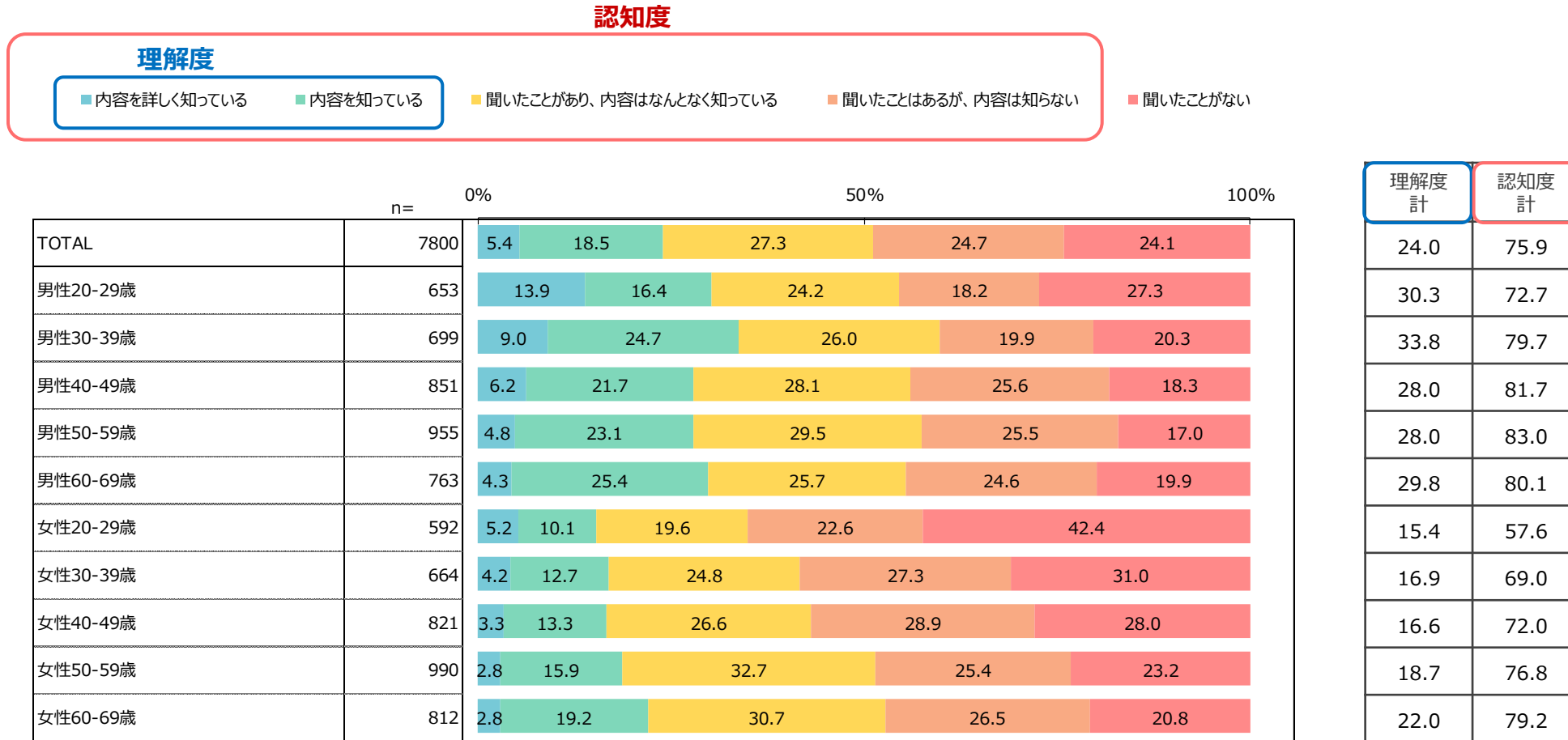
理解度計	認知度計
24.0	75.9
57.2	93.2
48.3	92.4
20.0	73.8

【ベース：ガス契約者】

SC7 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。（回答はそれぞれ1つ）：ガスの小売自由化

3. 「ガスの小売自由化」認知度(SA)一性年代別

- 性年代別にみると、『理解度』は全年代において男性のほうが高い。
- 『認知度』は、男性40代以上で8割台と高くなっている。



【ベース：ガス契約者】

SC7 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。（回答はそれぞれ1つ）：ガスの小売自由化

4.ガスの購入先・料金プラン変更有無(SA)

- TOTALでは、「比較検討も行っておらず、変更もしていない」が最も高く、69.0%。「比較検討は行ったが、変更していない」14.9%が続く。
- ガスの購入先変更者は11.8%、ガス料金プラン変更者は4.3%。
- ガスの購入先変更者では、「直近1年以上前」が65.0%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61.9%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」は82.2%「比較検討は行ったが、変更していない」は17.8%となっている。

	令和4年度 n=3,798	令和5年度 n=5,298	令和6年度 n=5,463
ガスの購入先または料金プラン変更あり	17.1%	19.5%	16.1%
ガスの購入先変更あり	12.0%	15.1%	11.8%
ガス料金プランの変更あり	5.0%	4.4%	4.3%
ガスの購入先非変更（料金プラン変更者含む）	88.0%	84.9%	88.2%

※令和4年度はSC7の都市ガスで「契約上、個人的意思では購入先の変更が難しい」以外の回答者ベース

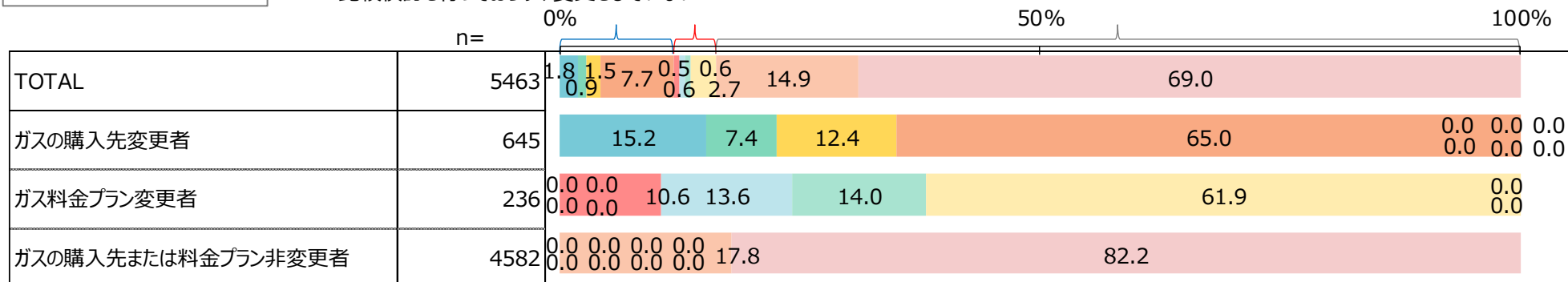
※グラフデータの足しあげた数値が表と一致しない場合がある。

「購入先」変更の申込みをした

購入先は変更していないが「料金プラン」変更の申込みをした

「購入先」「料金プラン」いずれも変更していない

- 「購入先」を変更した：直近3ヶ月以内に変更の申込みをした
- 「購入先」を変更した：直近4～6ヶ月以内に変更の申込みをした
- 「購入先」を変更した：直近6ヶ月～1年以内に変更の申込みをした
- 「購入先」を変更した：直近1年以上前に変更の申込みをした
- （購入している会社は変更していないが）「料金プラン」を変更した直近3ヶ月以内に変更の申込みをした
- （購入している会社は変更していないが）「料金プラン」を変更した直近4～6ヶ月以内に変更の申込みをした
- （購入している会社は変更していないが）「料金プラン」を変更した直近6ヶ月～1年以内に変更の申込みをした
- （購入している会社は変更していないが）「料金プラン」を変更した直近1年以上前に変更の申込みをした
- 比較検討は行ったが、変更していない
- 比較検討も行っておらず、変更もしていない

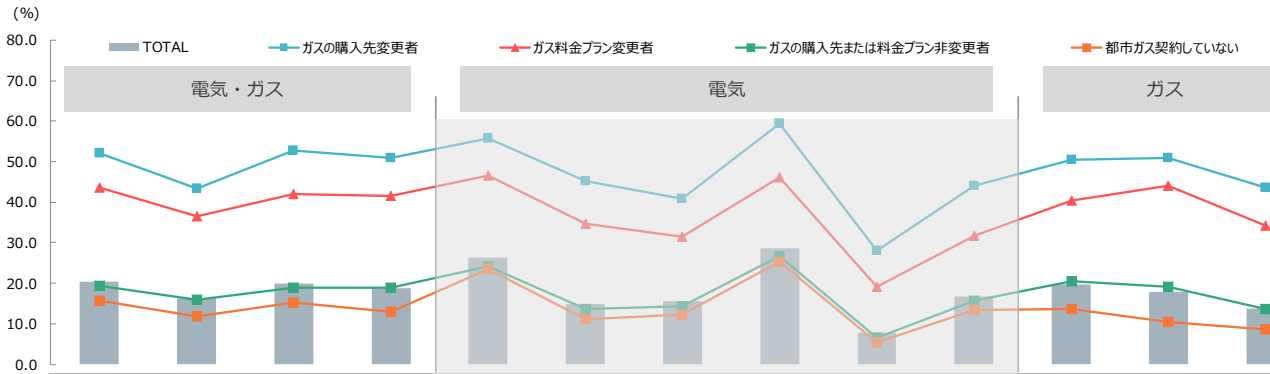


【ベース：都市ガス契約者】

SC8 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。（回答はそれぞれ1つ）
※「購入先」または「料金プラン」を複数回変更されている方は、直近の変更についてお答えください。：ガス

5.小売自由化の内容認知度(MA)：確かに知っている

- 小売自由化について「確かに知っている」は、TOTALでは、ガスに関しては「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」20.4%が高い。
- ガスの購入先変更者は、すべての項目において「確かに知っている」と回答した割合が高く、多くの項目で50%以上となっている。
- ガスの購入先または料金プラン非変更者、ならびに都市ガス契約していない者については、ほとんどの項目に対して他と比べて低くなっている。



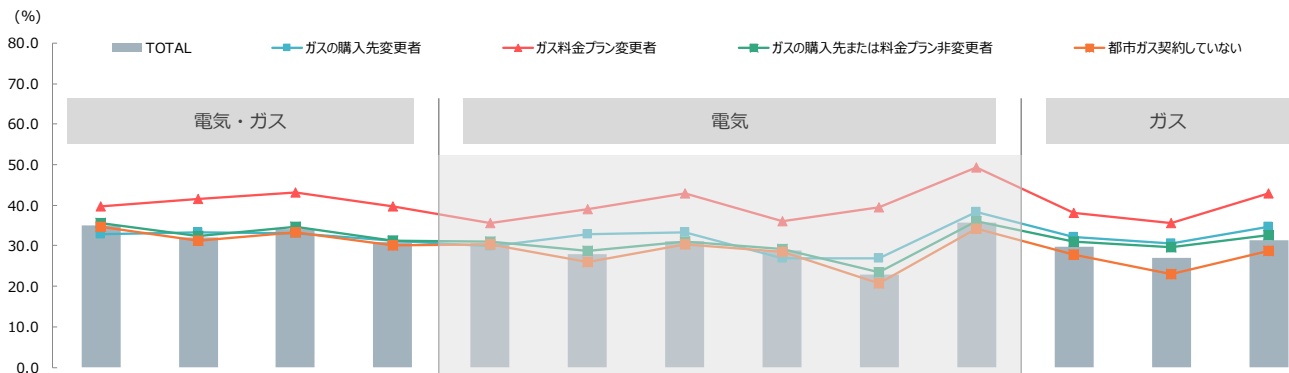
	電気やガスの購入先を変更しても、電気やガスの供給が不安定となるなど、品質が低下することなく、変更前と変わらず電気やガスを使用できること	新たに契約した電気やガスの会社が倒産したとしても、それらの供給が止まるようなことはないこと	電気やガスの購入先を変更したいときは、変更先の会社に変更手続きの連絡をすることで済むこと	賃貸住宅やマンション・アパートに住んでいる場合、電気やガスの購入先の変更はできること（管理組合等が一括して契約している場合を除く）	昔から電気事業を営んでいる事業者以外に、携帯電話会社や通販会社なども参入していること	電力会社の変更の申込みは、検針票に記載されている「お客さま番号」（契約番号）を伝えるだけで済むこと	発電方式（「再生可能エネルギー」による発電）などにこだわらず、電力会社を選択することも可能であること	電力会社を変更しても、新たに電線を引く必要はないこと	電気の小売事業に参入する事業者は700社以上あること	事業者だけでなく、料金メニューの内容も多様化していること（一定の電気使用量までは電気代が変わらない定額制や、とある時間帯に節電した分だけ電気料金が割り引かれる料金メニューなど様々）	昔からガス事業を営んでいる事業者以外に、電力会社や携帯電話会社も参入していること	現在契約している都市ガスから他の会社の都市ガスに変更しても、ガス導管を新たに設置する等の工事の必要がないこと	料金メニューの内容が多様化していること（ガスの使用状況により、離れて暮らす家族の状況がわかる見守りサービスなど様々）
--	---	---	--	---	--	---	--	----------------------------	----------------------------	--	--	--	--

	n=	20.4	16.3	20.0	18.8	26.4	15.0	15.5	28.6	7.7	16.8	19.7	17.8	13.8
TOTAL	10000	20.4	16.3	20.0	18.8	26.4	15.0	15.5	28.6	7.7	16.8	19.7	17.8	13.8
ガスの購入先変更者	645	52.1	43.3	52.7	50.9	55.7	45.1	40.8	59.4	28.1	44.0	50.5	50.9	43.7
ガス料金プラン変更者	236	43.6	36.4	41.9	41.5	46.6	34.7	31.4	46.2	19.1	31.8	40.3	44.1	34.3
ガスの購入先または料金プラン非変更者	4582	19.3	15.9	19.0	18.8	24.1	13.6	14.3	26.7	6.5	15.6	20.4	19.1	13.6
都市ガス契約していない	4537	15.8	11.7	15.3	12.9	23.4	11.1	12.2	25.2	5.3	13.4	13.6	10.4	8.6

* SC9 電気やガスの小売自由化の内容について、あなたご存知の範囲でお答えください。（回答はそれぞれ1つ）※このアンケートをお答えになる前の状況についてお答えください。

5.小売自由化の内容認知度(MA)：見聞きしたことがあるような気がする

- 小売自由化について「見聞きしたことがあるような気がする」は、ガス料金プラン変更者は他と比べて割合が高い項目が多く、都市ガス契約していない者は他と比べて割合が低い項目が多い。



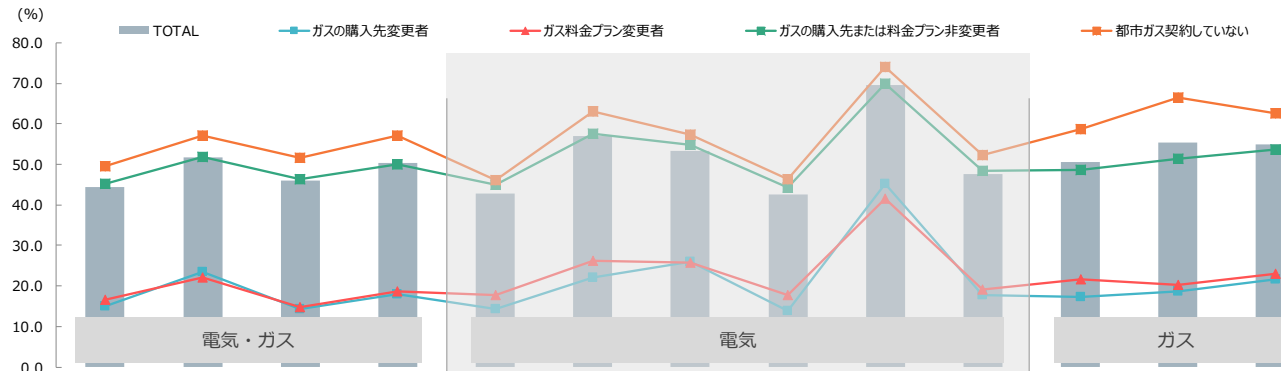
	電気やガスの購入先を変更しても、電気やガスの供給が不安定となるなど、品質が低下することなく、変更前と変わらず電気やガスを使用できること	新たに契約した電気やガスの会社が倒産したとしても、その供給が止まるようなことはないこと	電気やガスの購入先を変更したいときは、変更先の会社に変更手続きの連絡をすることで済むこと	賃貸住宅やマンション・アパートに住んでいる場合、電気やガスの購入先の変更はできること（管理組合等が一括して契約している場合を除く）	昔から電気事業を営んでいる事業者以外に、携帯電話会社や通販会社なども参入していること	電力会社の変更の申込みは、検針票に記載されている「お客さま番号」（契約番号）を伝えるだけで済むこと	発電方式（「再生可能エネルギー」による発電）など、にこだわって、電力会社を選択することも可能であること	電力会社を変更しても、新たに電線を引く必要はないこと	電気の小売事業に参入する事業者は700社以上あること	事業者数だけでなく、料金メニューの内容も多様化していること（一定の電気使用量までは電気代が変わらない定額制や、とある時間帯に節電した分だけ電気料金が割り引かれる料金メニューなど様々）	昔からガス事業を営んでいる事業者以外に、電力会社や携帯電話会社も参入していること	現在契約している都市ガスから他の会社の都市ガスに変更しても、ガス導管を新たに設置する等の工事の必要がないこと	料金メニューの内容が多様化していること（ガスの使用状況により、離れて暮らす家族の状況がわかる見守りサービスなど様々）
--	---	---	--	---	--	---	---	----------------------------	----------------------------	---	--	--	--

	n=	35.1	32.1	34.1	30.9	30.7	28.0	31.2	28.8	22.9	35.7	29.8	26.9	31.3
TOTAL	10000													
ガスの購入先変更者	645	32.9	33.3	33.0	31.2	29.9	32.9	33.2	26.8	26.8	38.3	32.1	30.5	34.7
ガス料金プラン変更者	236	39.8	41.5	43.2	39.8	35.6	39.0	42.8	36.0	39.4	49.2	38.1	35.6	42.8
ガスの購入先または料金プラン非変更者	4582	35.6	32.3	34.6	31.3	30.9	28.8	31.0	29.2	23.5	36.0	31.0	29.6	32.7
都市ガス契約していない	4537	34.7	31.3	33.2	30.0	30.4	25.9	30.4	28.4	20.7	34.3	27.7	23.1	28.7

* 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。（回答はそれぞれ1つ）※このアンケートをお答えになる前の状況についてお答えください。

5.小売自由化の内容認知度(MA)：知らない

- 小売自由化について「知らない」は、TOTALでは、ガスに関しては「現在契約している都市ガスから他の会社の都市ガスに変更しても、ガス導管を新たに設置する等の工事の必要がないこと」55.3%が高い。
- 都市ガス契約していない者は、全ての項目において高くなっている。



	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	新たに契約した電気やガスの会社が倒産したとしても、それらの供給が止まるようなことはないこと	電気やガスの購入先を変更したいときは、変更先の会社に変更手続きの連絡をすただけで済むこと	賃貸住宅やマンション・アパートに住んでいる場合、電気やガスの購入先の変更はできること（管理組合等が一括して契約している場合を除く）	昔から電気事業を営んでいる事業者以外に、携帯電話会社や通話会社なども参入していること	電力会社の変更の申し込みは、検針票に記載されている「お客さま番号」（契約番号）を伝えるだけで済むこと	発電方式（「再生可能エネルギーによる発電」など）にこだわらず、電力会社を選択することも可能であること	電力会社を変更しても、新たに電線を引く必要はないこと	電気の小売事業に参入する事業者は700社以上あること	事業者だけでなく、料金メニューの内容も多様化していること（一定の電気使用量までは電気代が変わらない定額制や、とある時間帯に節電した分だけ電気料金が割り引かれる料金メニューなど様々）	昔からガス事業を営んでいる事業者以外に、電力会社や携帯電話会社も参入していること	現在契約している都市ガスから他の会社の都市ガスに変更しても、ガス導管を新たに設置する等の工事の必要がないこと	料金メニューの内容が多様化していること（ガスの使用状況により、離れて暮らす家族の状況がわかる見守りサービスなど様々）
--	---	---	--	---	--	--	--	----------------------------	----------------------------	--	--	--	--

	n=	44.5	51.6	45.9	50.4	42.9	57.0	53.4	42.6	69.5	47.5	50.5	55.3	55.0
TOTAL	10000	44.5	51.6	45.9	50.4	42.9	57.0	53.4	42.6	69.5	47.5	50.5	55.3	55.0
ガスの購入先変更者	645	15.0	23.4	14.3	18.0	14.4	22.0	26.0	13.8	45.1	17.7	17.4	18.6	21.6
ガス料金プラン変更者	236	16.5	22.0	14.8	18.6	17.8	26.3	25.8	17.8	41.5	19.1	21.6	20.3	22.9
ガスの購入先または料金プラン非変更者	4582	45.1	51.8	46.3	49.9	44.9	57.6	54.7	44.2	69.9	48.5	48.6	51.3	53.7
都市ガス契約していない	4537	49.5	57.0	51.5	57.1	46.2	63.0	57.4	46.4	74.0	52.3	58.7	66.5	62.6

* 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。（回答はそれぞれ1つ）※このアンケートをお答えになる前の状況についてお答えください。

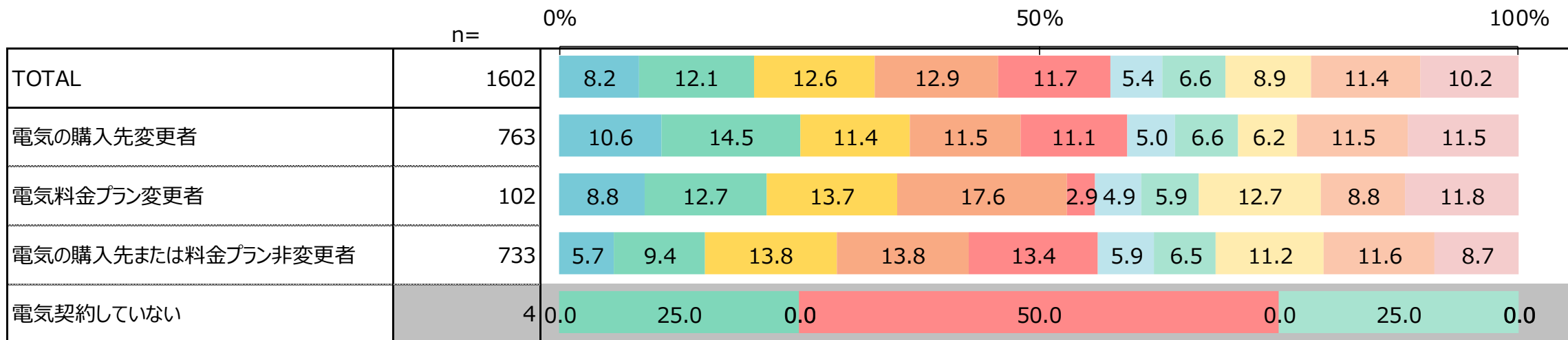


本調査集計

①電気

1.対象者属性(SA) 一性年代一

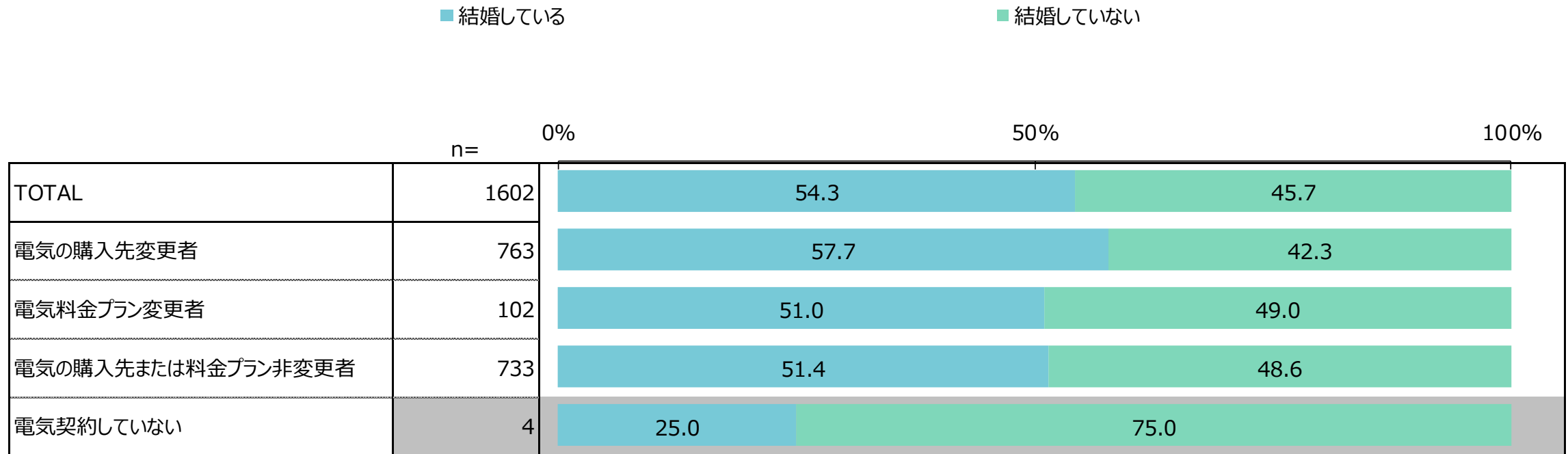
■ 男性20-29歳 ■ 男性30-39歳 ■ 男性40-49歳 ■ 男性50-59歳 ■ 男性60-69歳 ■ 女性20-29歳 ■ 女性30-39歳 ■ 女性40-49歳 ■ 女性50-59歳 ■ 女性60-69歳



※n=30未満は参考値

*性年代

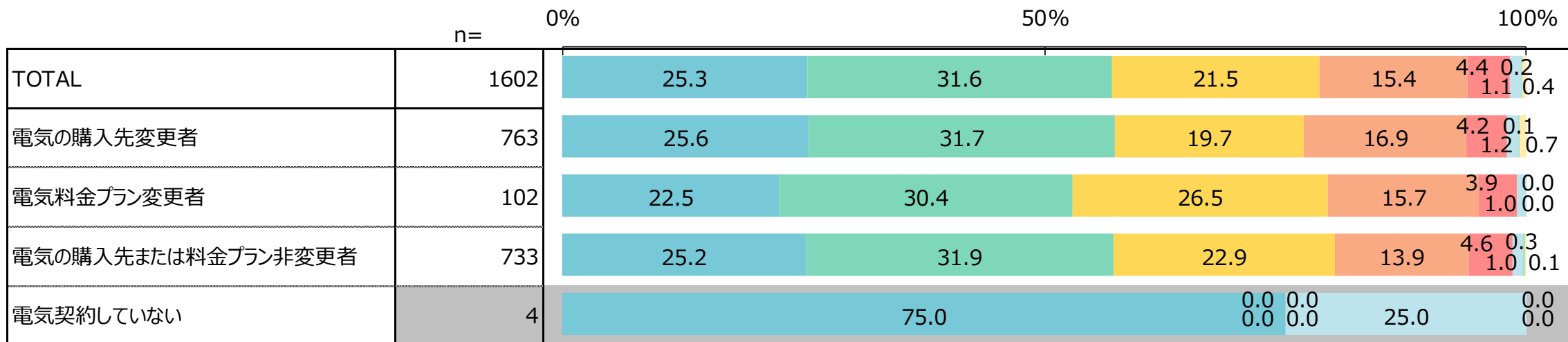
1.対象者属性(SA) —未既婚—



※n=30未満は参考値

1.対象者属性(SA) —同居者数—

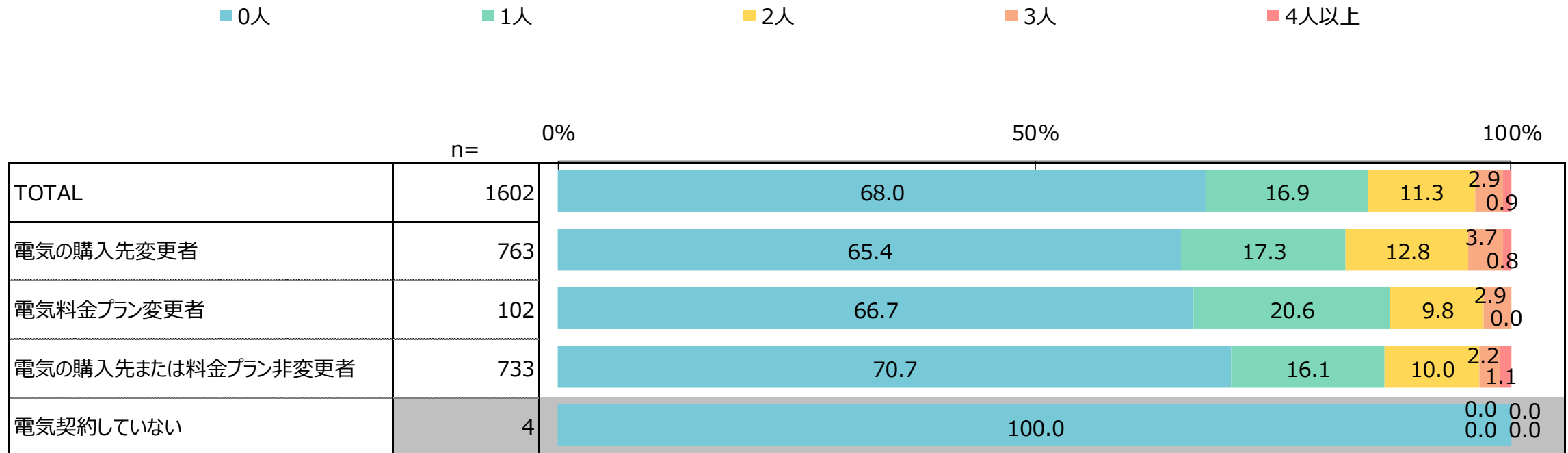
■ 1人暮らし ■ 2人 ■ 3人 ■ 4人 ■ 5人 ■ 6人 ■ 7人 ■ 8人以上



※n=30未満は参考値

SC4 現在の同居者数をお答えください。(回答は1つ) ※あなたご自身も含めた数をお答えください。

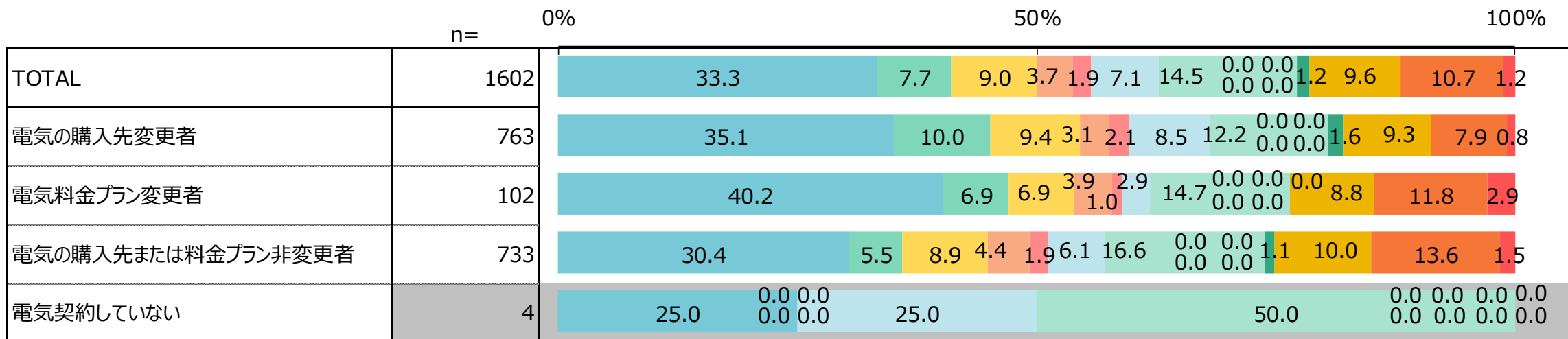
1.対象者属性(SA) 一同居子供人数



※n=30未満は参考値

1.対象者属性(SA) —職業—

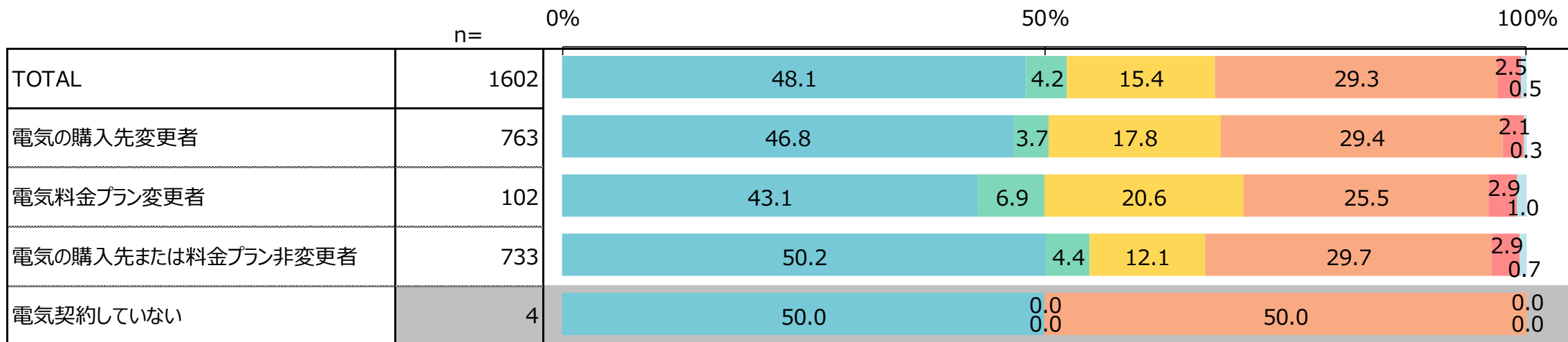
- 会社員
- 会社役員・管理職
- 公務員・団体職員
- 自営業
- 自由業・専門職
- 派遣・契約社員
- パート・アルバイト
- 小学生以下
- 中学生
- 高校生
- 予備校生
- 専門学校生・短期大学生・大学生・大学院生
- 専業主婦・専業主夫
- 無職
- その他



※n=30未満は参考値

1.対象者属性(SA) —住居形態—

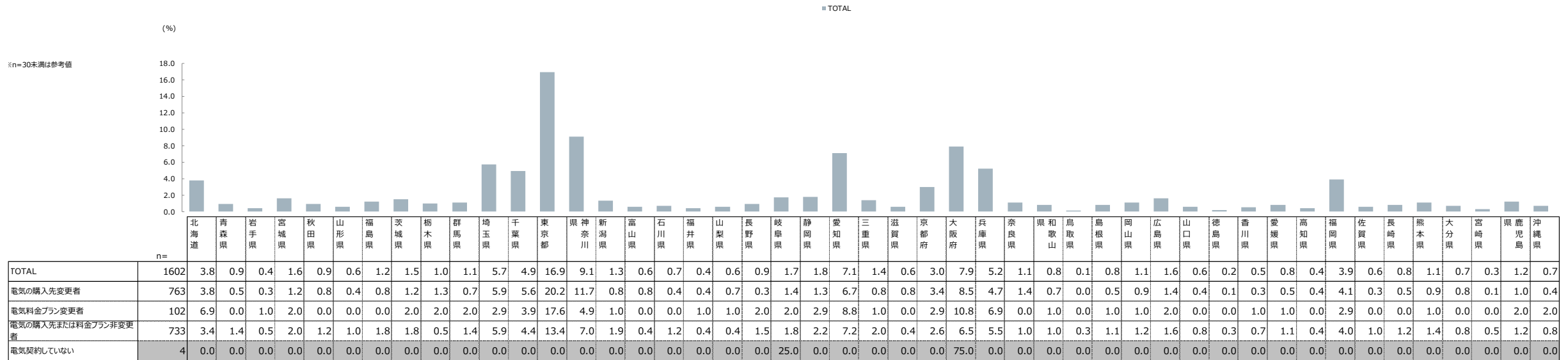
- 戸建住宅（ご自身・ご家族が所有）
- 戸建住宅（賃貸）
- マンション等共同住宅（ご自身・ご家族が所有）
- マンション等共同住宅（賃貸）
- 寮・社宅・官舎
- その他施設



※n=30未満は参考値

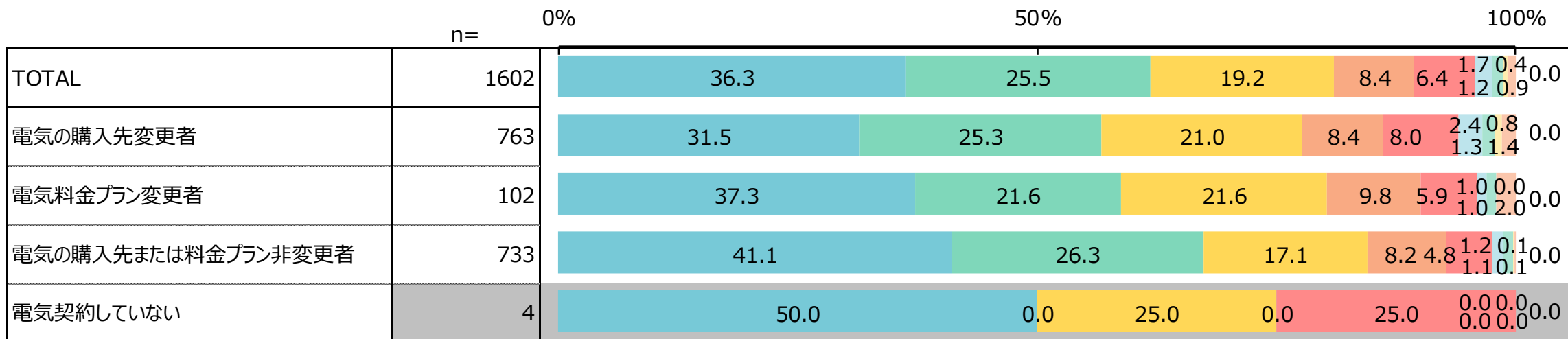
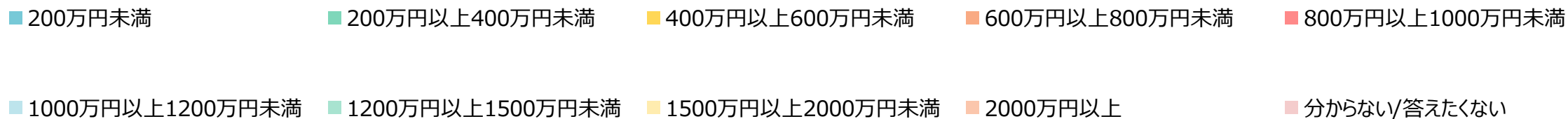
SC3 あなたがお住まいのご自宅の住居形態をお答えください。（回答は1つ）

1.対象者属性(SA) —居住地—



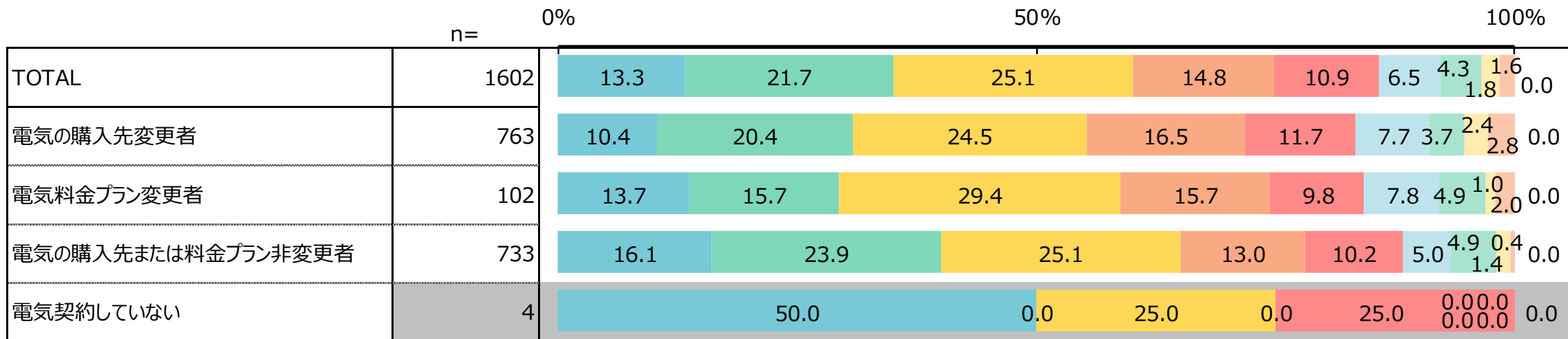
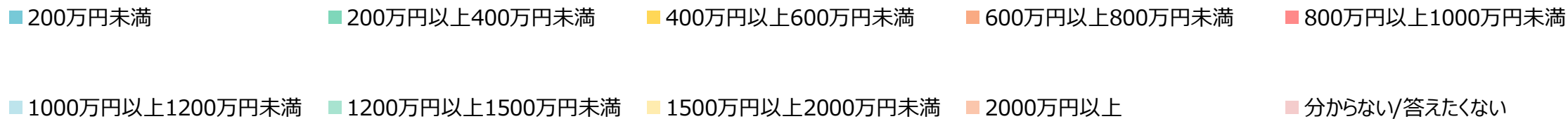
SC5 あなたが現在お住まいの都道府県をお答えください。(回答は1つ)

1.対象者属性(SA) —個人年収—



※n=30未満は参考値

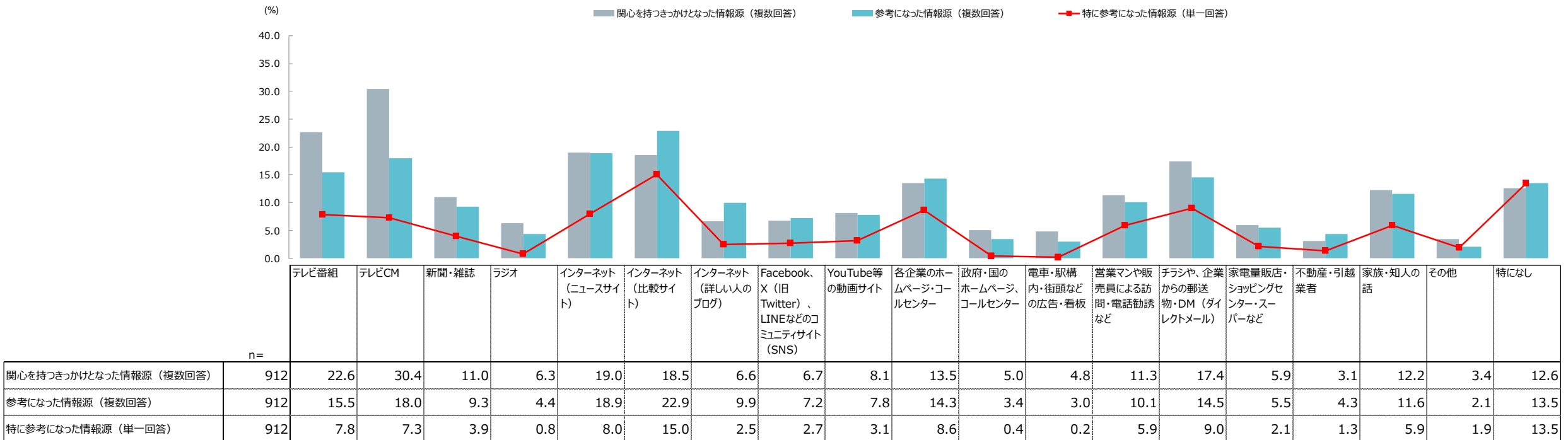
1.対象者属性(SA) —世帯年収—



※n=30未満は参考値

2.電気の購入先・料金プラン変更時の情報源

- 関心を持つきっかけとなった情報源は、「テレビCM」が最も高く、30.4%。「テレビ番組」22.6%、「インターネット（ニュースサイト）」19.0%が続く。
- 参考になった情報源は、「インターネット（比較サイト）」が最も高く、22.9%。「インターネット（ニュースサイト）」18.9%、「テレビCM」18.0%が続く。
- 特に参考になった情報源は、「インターネット（比較サイト）」が最も高く、15.0%。「チラシや、企業からの郵送物・DM（ダイレクトメール）」9.0%、「各企業のホームページ・コールセンター」8.6%が続く。

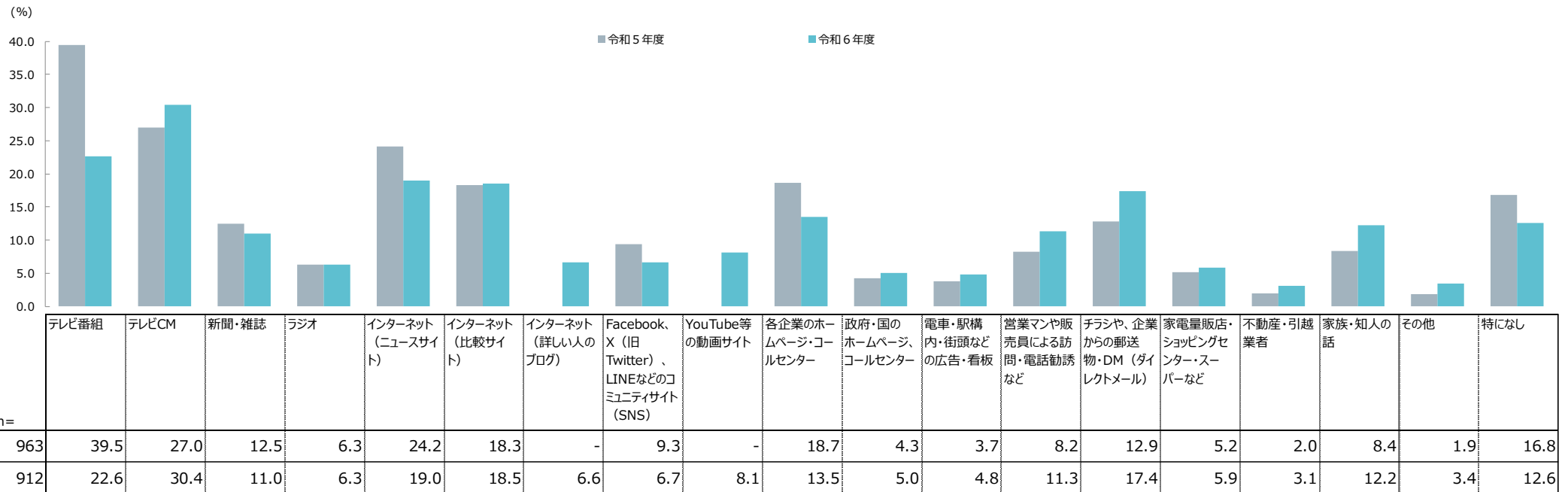


【ベース：電力の小売自由化の内容認知者かつ変更比較検討実施者】

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（回答はいくつでも）(2)参考になった情報源（回答はいくつでも）(3)特に参考になった情報源（回答は1つ）

2.電気の購入先・料金プラン変更時の情報源—きっかけとなった情報源(MA)—【経年比較】

- 関心を持つきっかけとなった情報源を経年比較でみると、令和5年度と比較して「テレビ番組」は16.9ポイント、「インターネット（ニュースサイト）」と「各企業のホームページ・コールセンター」はそれぞれ5.2ポイント低くなっている。

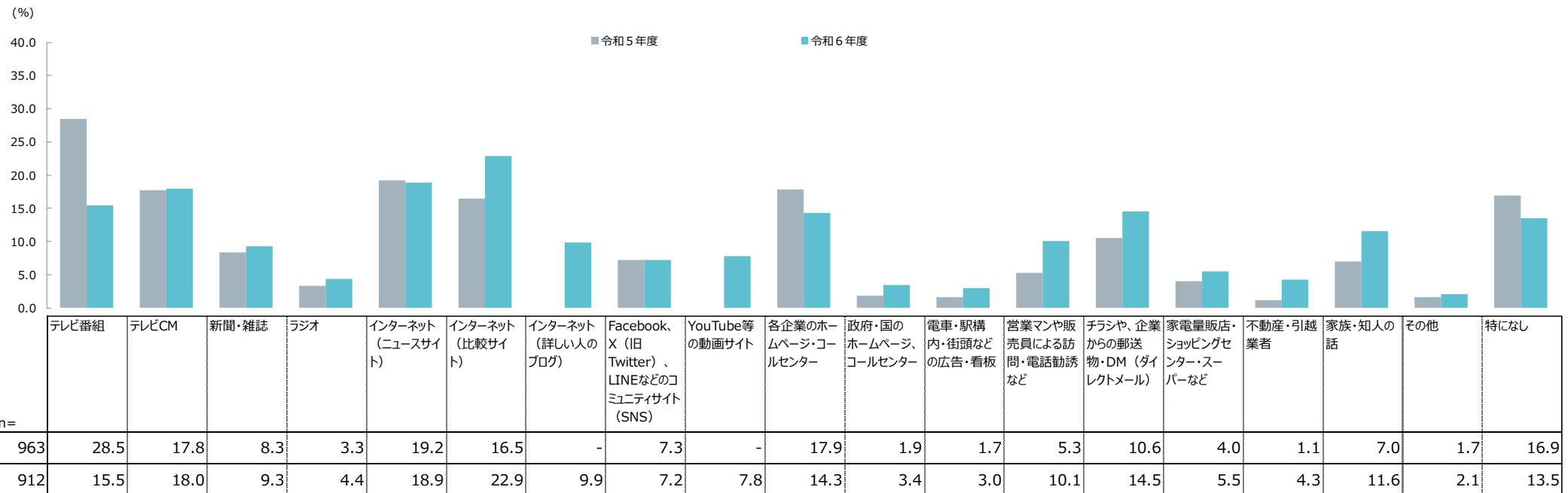


【ベース：電力の小売自由化の内容認知者かつ変更比較検討実施者】

<関心を持つきっかけとなった情報源（回答はいくつでも）> Q1_1「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。

2.電気の購入先・料金プラン変更時の情報源—参考になった情報源(MA)—【経年比較】

- 参考になった情報源を経年比較でみると、令和5年度と比較して「テレビ番組」は13.0ポイント低下している一方、「インターネット（比較サイト）」は6.4ポイント高くなっている。

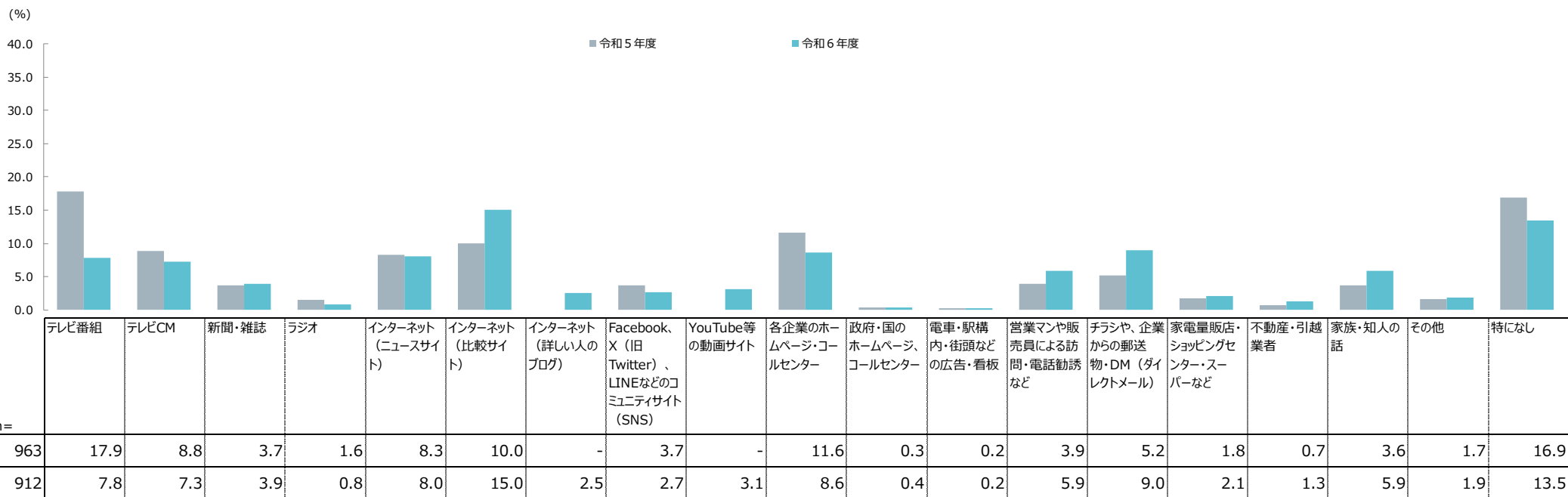


【ベース：電力の小売自由化の内容認知者かつ変更比較検討実施者】

<参考になった情報源（回答はいくつでも）> Q1_2「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。

2.電気の購入先・料金プラン変更時の情報源—特に参考になった情報源(SA)—【経年比較】

- 特に参考になった情報源を経年比較でみると、令和5年度と比較して「テレビ番組」は10.1ポイント低下している。他方、「インターネット（比較サイト）」は5.0ポイント高くなっている。

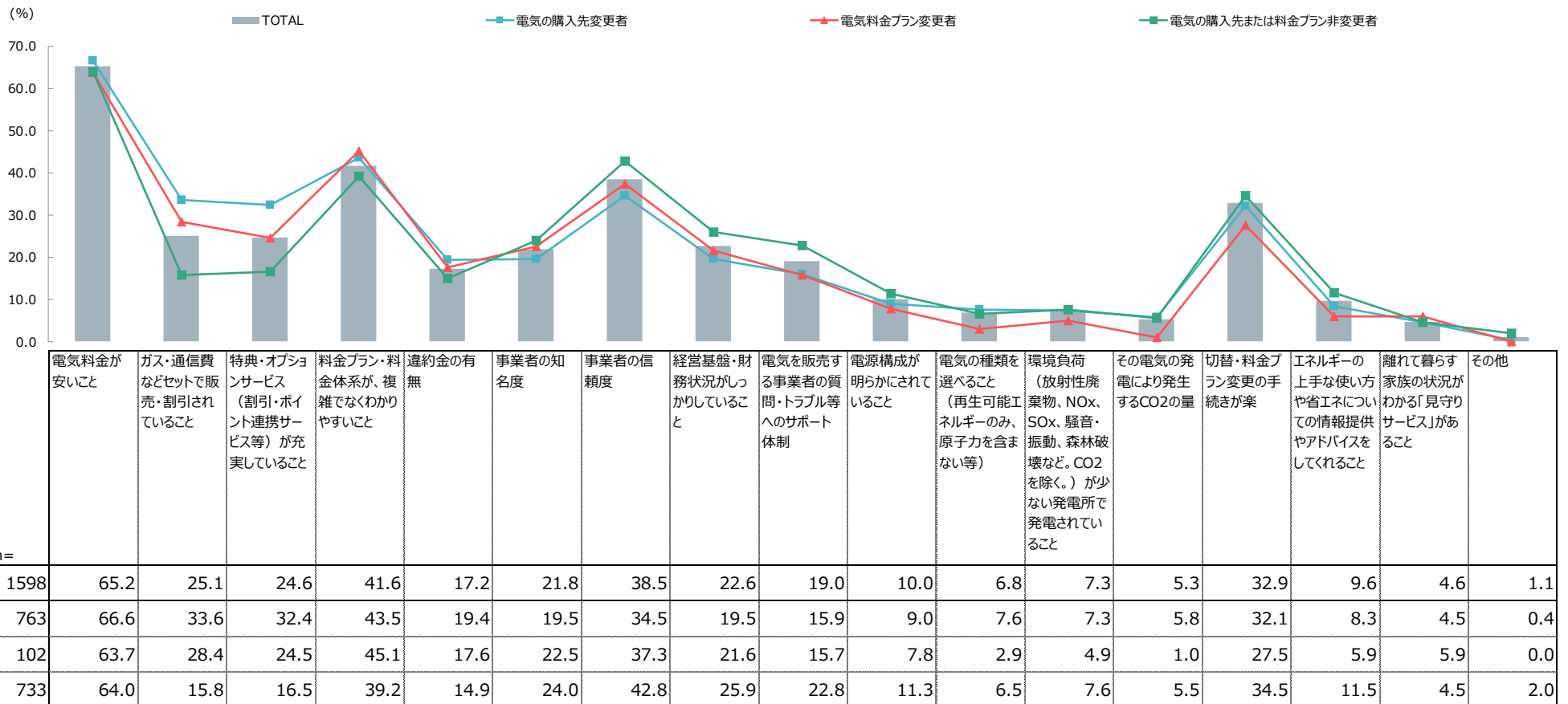


【ベース：電力の小売自由化の内容認知者かつ変更比較検討実施者】

<特に参考になった情報源（回答は1つ）> Q1_3「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。

3.電力会社の選択に際して重視していること(MA)

- TOTALでは、「電気料金が安いこと」が最も高く、65.2%。「料金プラン・料金体系が、複雑でなくわかりやすいこと」41.6%、「事業者の信頼度」38.5%が続く
- 変更状況別にみると、電気の購入先変更者では、「ガス・通信費などセットで販売・割引されていること」33.6%、「特典・オプションサービス（割引・ポイント連携サービス等）が充実していること」32.4%、「違約金の有無」19.4%が高い。
- 電気の購入先または料金プラン非変更者では、「事業者の信頼度」42.8%、「経営基盤・財務状況がしっかりしていること」25.9%、「電気を販売する事業者の質問・トラブル等へのサポート体制」22.8%が高い。

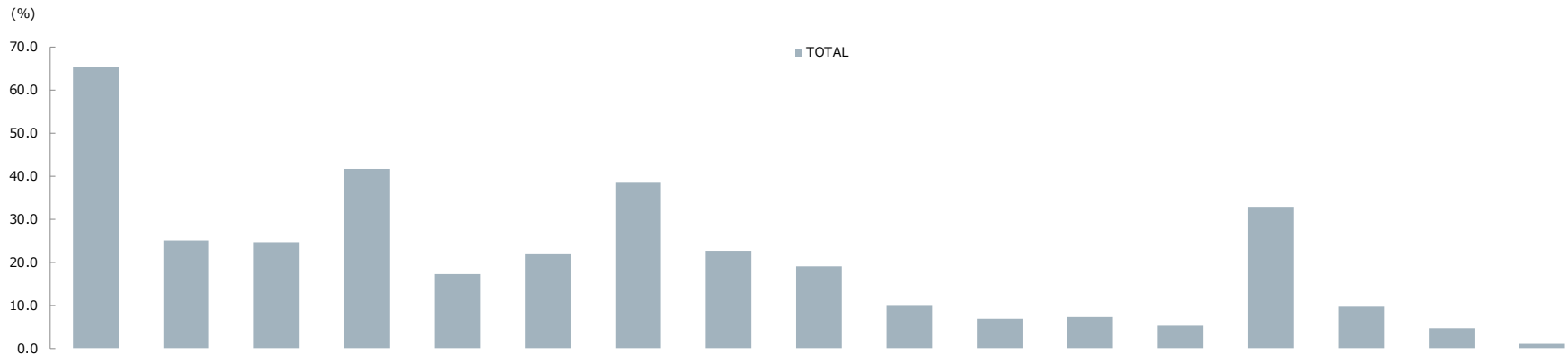


【ベース：電気の購入者】

Q2 あなたが電力会社の選択に際して重視している（又は重視したい）ことについてお答えください。（回答はいくつでも）

3.電力会社の選択に際して重視していること(MA)

- 性年代別にみると、「事業者の信頼度」は女性60代で56.1%、女性50代で47.8%、「料金プラン・料金体系が、複雑でなくわかりやすいこと」は女性40代で52.8%、「切替・料金プラン変更の手続きが楽」は女性50代で44.0%、女性60代で43.3%と高い。



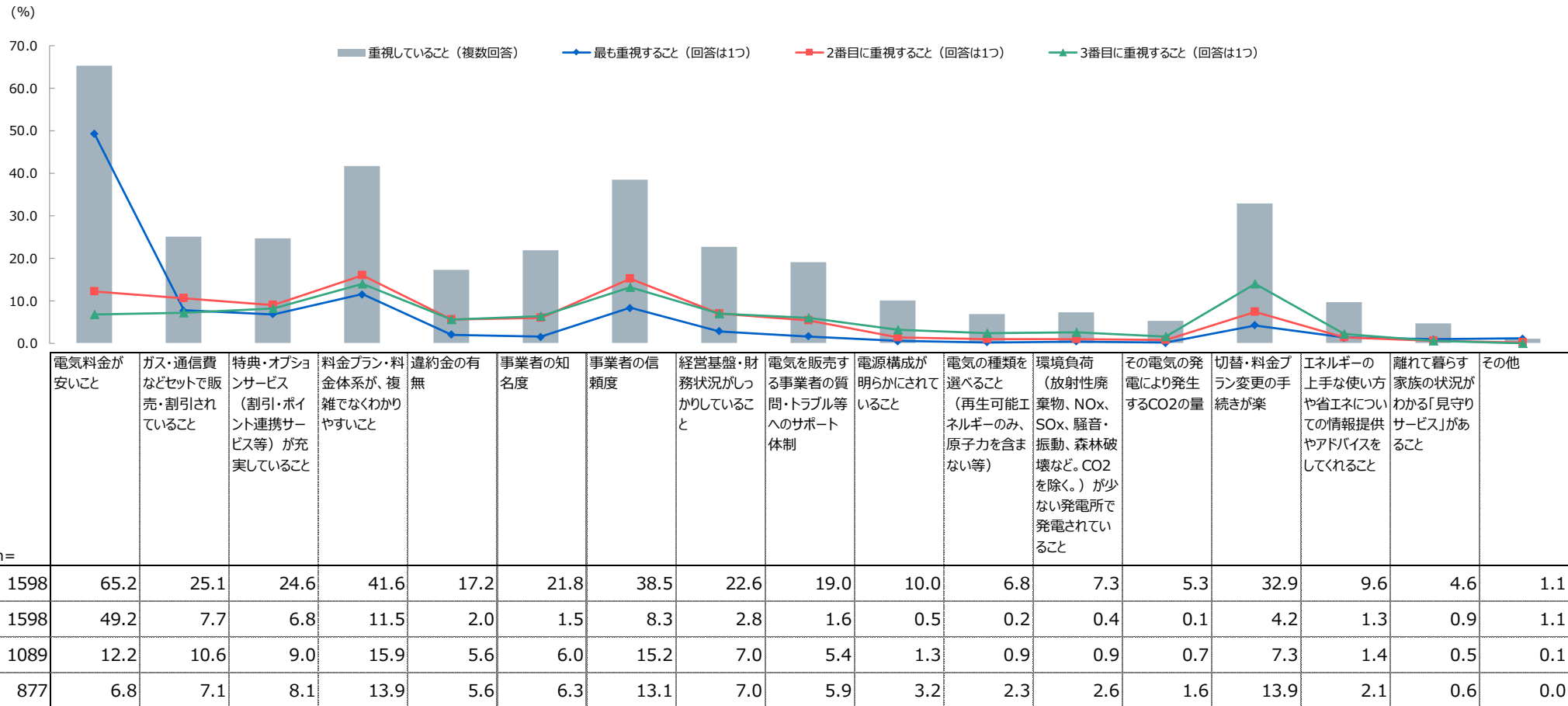
	n=	電気料金が安いこと	ガス・通信費などセットで販売・割引されていること	特典・オプションサービス(割引・ポイント連携サービス等)が充実していること	料金プラン・料金体系が、複雑でなくわかりやすいこと	違約金の有無	事業者の知名度	事業者の信頼度	経営基盤・財務状況がしっかりしていること	電気を販売する事業者の質問・トラブル等へのサポート体制	電源構成が明らかにされていること	電気の種類を選べること(再生可能エネルギーのみ、原子力を含まない等)	環境負荷(放射性廃棄物、NOx、SOx、騒音・振動、森林破壊など。CO2を除く。)が少ない発電所で発電されていること	その電気の発電により発生するCO2の量	切替・料金プラン変更の手続きが楽	エネルギーの上手な使い方や省エネについての情報提供やアドバイスをしてくれること	離れて暮らす家族の状況がわかる「見守りサービス」があること	その他
TOTAL	1598	65.2	25.1	24.6	41.6	17.2	21.8	38.5	22.6	19.0	10.0	6.8	7.3	5.3	32.9	9.6	4.6	1.1
男性20-29歳	132	53.8	30.3	31.1	40.9	20.5	19.7	28.0	15.2	12.9	9.8	7.6	10.6	6.1	21.2	12.1	11.4	0.0
男性30-39歳	193	62.2	27.5	26.9	32.6	12.4	19.7	29.5	15.5	8.8	5.2	4.7	5.2	4.7	28.5	7.3	6.2	0.5
男性40-49歳	202	66.8	20.8	20.8	39.1	14.4	17.3	29.7	15.8	12.4	6.9	4.0	4.0	2.0	24.3	6.9	3.5	1.5
男性50-59歳	207	62.8	23.7	20.3	36.7	13.5	22.7	40.6	20.8	20.3	14.0	6.8	8.2	3.9	31.4	8.7	4.8	1.4
男性60-69歳	186	61.8	16.1	12.4	33.9	13.4	23.1	42.5	32.3	22.6	16.7	9.1	7.0	8.6	32.3	10.8	2.7	2.2
女性20-29歳	86	68.6	26.7	27.9	44.2	31.4	20.9	29.1	19.8	12.8	11.6	12.8	11.6	5.8	29.1	9.3	8.1	0.0
女性30-39歳	104	74.0	32.7	32.7	47.1	23.1	19.2	37.5	22.1	26.0	5.8	2.9	3.8	4.8	41.3	7.7	1.9	1.0
女性40-49歳	142	70.4	27.5	31.0	52.8	16.9	20.4	38.7	19.7	23.9	4.2	4.2	4.9	2.8	35.2	9.9	2.1	2.1
女性50-59歳	182	69.8	21.4	28.6	48.4	21.4	27.5	47.8	31.9	28.6	9.3	7.7	6.6	7.1	44.0	12.1	2.7	1.1
女性60-69歳	164	65.9	31.7	23.8	48.8	17.1	25.6	56.1	30.5	22.6	14.6	10.4	13.4	7.9	43.3	11.6	4.3	0.6

【ベース：電気の購入者】

Q2 あなたが電力会社の選択に際して重視している（又は重視したい）ことについてお答えください。（回答はいくつでも）

3.電力会社の選択に際して重視していること(MA)/特に重視すること(SA)

- 重視していることは、「電気料金が安いこと」が最も高く、65.2%。「料金プラン・料金体系が、複雑でなくわかりやすいこと」41.6%、「事業者の信頼度」38.5%が続く。
- 最も重視することは、「電気料金が安いこと」が最も高く、49.2%。「料金プラン・料金体系が、複雑でなくわかりやすいこと」11.5%、「事業者の信頼度」8.3%が続く。
- 2番目に重視することは、「料金プラン・料金体系が、複雑でなくわかりやすいこと」が最も高く、15.9%。「事業者の信頼度」15.2%、「電気料金が安いこと」12.2%が続く。
- 3番目に重視することは、「料金プラン・料金体系が、複雑でなくわかりやすいこと」「切替・料金プラン変更の手続きが楽」が最も高く、13.9%。「事業者の信頼度」13.1%が続く。

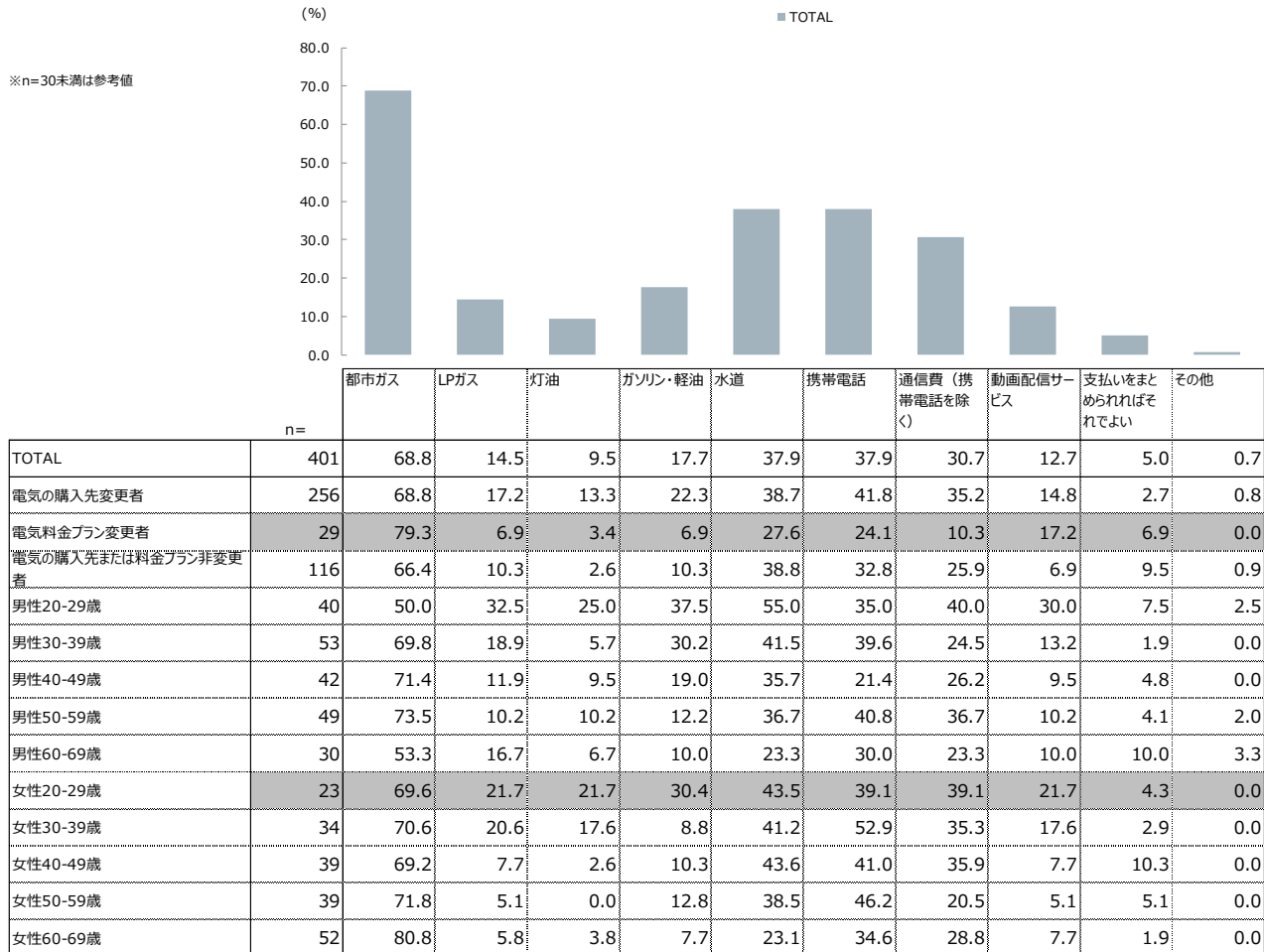


【ベース：電気の購入者】

Q3 あなたが電力会社の選択に際して重視している（又は重視したい）ことについて、特に重視することについて順位をお答えください。※「戻る」ボタンから上位の順位を修正できます。※前問でお選びになったものが2つの場合は2番目までをお答えください。

4.電気とのセット販売(MA)

- TOTALでは、「都市ガス」が最も高く、68.8%。「水道」「携帯電話」37.9%が続く。
- 変更状況別にみると、電気の購入先変更者は、「携帯電話」41.8%、「水道」38.7%が高くなっている。
- 性年代別にみると、男性20代は割合が高い項目が多く、特に「水道」は55.0%と高い。

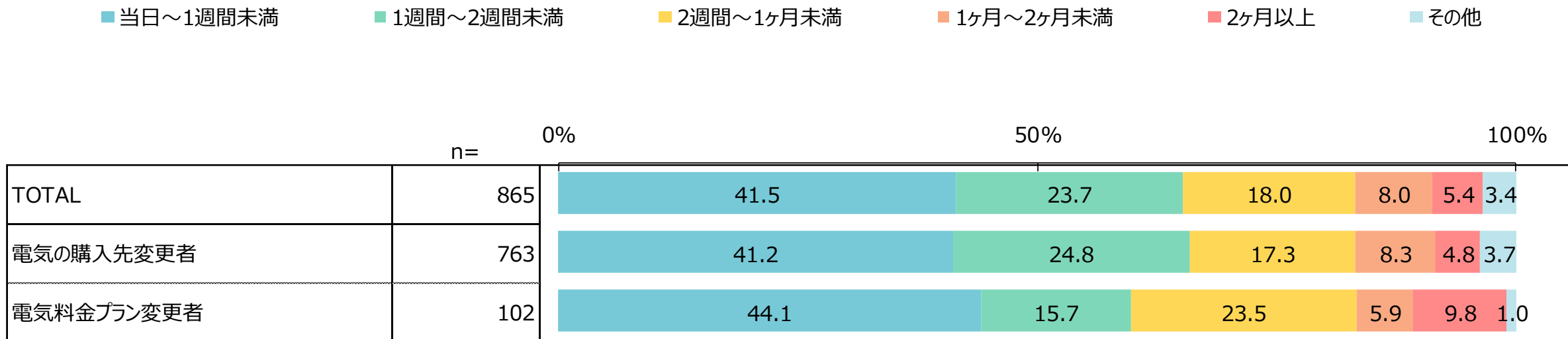


【ベース：Q2で「ガス・通信費などセットで販売・割引されていること」選択者】

Q4 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からお答えください。（回答はいくつでも）

5.切替に要した日数(SA)

- TOTALでは、「当日～1週間未満」が最も高く、41.5%。「1週間～2週間未満」23.7%、「2週間～1ヶ月未満」18.0%が続く。
- 電気の購入先変更者では、「当日～1週間未満」が最も高く、41.2%。「1週間～2週間未満」24.8%が続く。
- 電気料金プラン変更者では、「当日～1週間未満」が最も高く、44.1%。「2週間～1ヶ月未満」23.5%が続く。



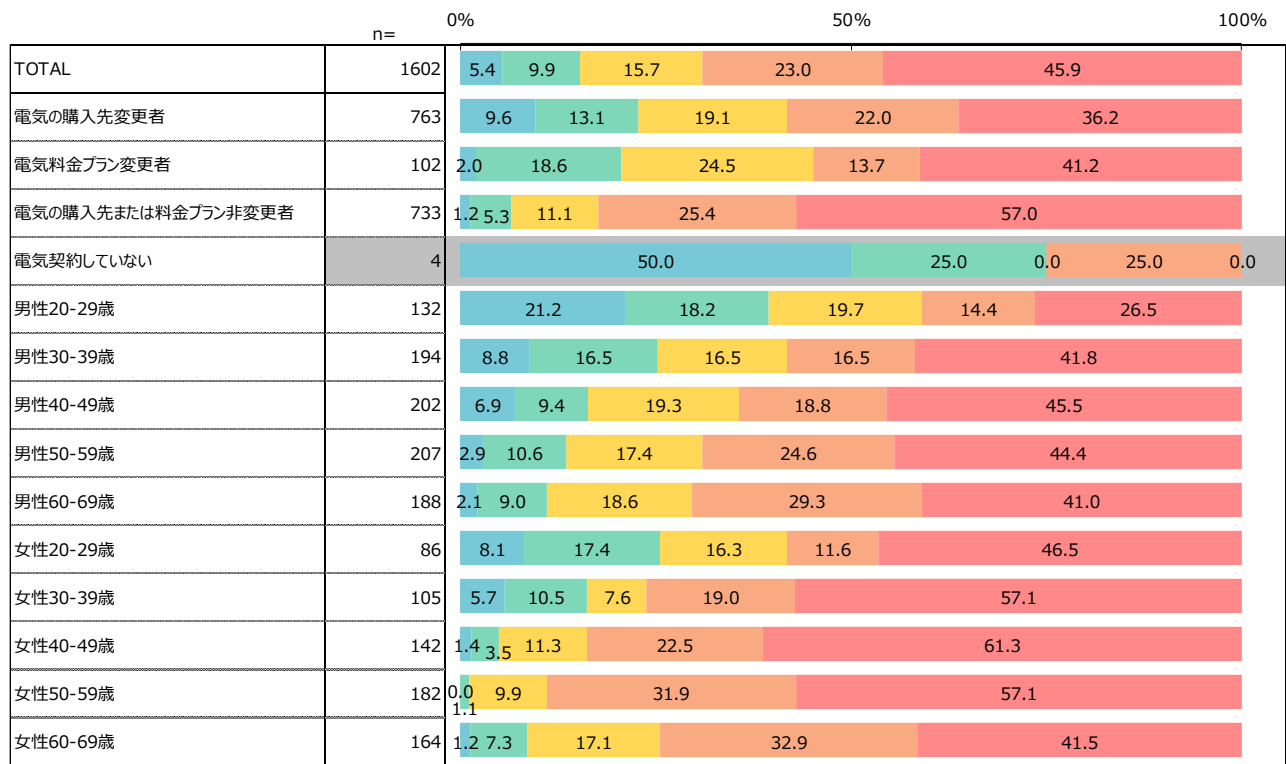
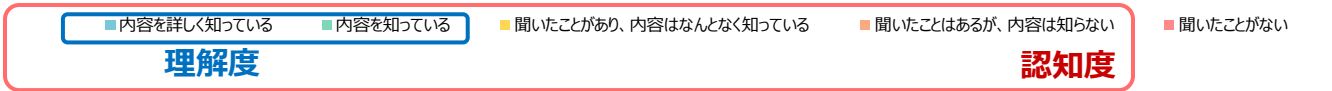
【ベース：電気の購入先または料金プラン変更者】

Q5「電気の購入先」または「電気料金プラン」の切替にかかった日数についてお答えください。

※「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」の申込みをされてから、変更が適用されるまでの日数をお答えください。（回答は1つ）

6.非化石証書の認知度(SA)

- 「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15.3%、『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54.1%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63.8%、電気料金プラン変更者が58.8%、電気の購入先または料金プラン非変更者が43.0%となっている。
- 性年代別では、『理解度』の割合は、男性では20代～30代、女性では20代が高くなっている。



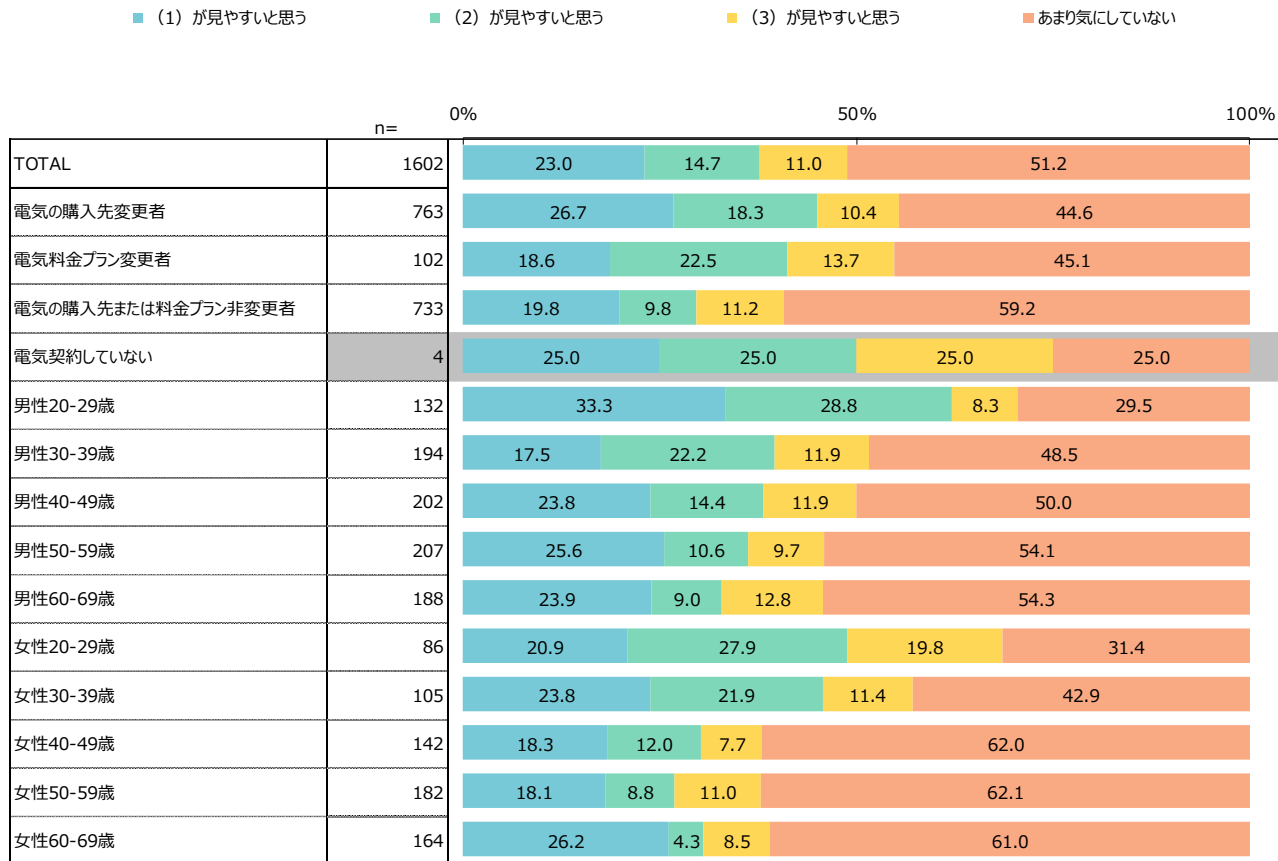
理解度計	認知度計
15.3	54.1
22.7	63.8
20.6	58.8
6.5	43.0
75.0	100.0
39.4	73.5
25.3	58.2
16.3	54.5
13.5	55.6
11.2	59.0
25.6	53.5
16.2	42.9
4.9	38.7
1.1	42.9
8.5	58.5

※n=30未満は参考値

Q6 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。（回答は1つ）
 ※化石燃料を使用しない電源（非化石電源）で発電されたという価値（環境価値）を、電気と分離して取引できるように証書化したものです。環境価値はすべて証書化されるため、電気を販売する会社が非化石電源から電気を調達しても、証書を別途調達しない限り、その電気について環境価値の訴求はできません。

7.電気を販売する事業者の説明(SA)

- TOTALでは、「(1)が見やすいと思う」が最も高く、23.0%。「(2)が見やすいと思う」14.7%、「(3)が見やすいと思う」11.0%が続く。
- 変更状況別にみると、電気の購入先変更者は「(1)が見やすいと思う」が26.7%、電気料金プラン変更者は「(2)が見やすいと思う」が22.5%と高くなっている。
- 性年代別にみると、男女ともに20代～30代では「(2)が見やすいと思う」が2割台と高く、女性40代～60代では「あまり気にしていない」が6割台と高い。



※n=30未満は参考値

Q7 電気を販売する事業者の説明（電源構成表示）のグラフ（上記、情報例を参照）について、どう思いますか。（回答は1つ）
 消費者の選択のため、電気を販売する事業者には、電源構成の割合（石油、石炭、ガス、原子力、再生可能エネルギー等）や、その電気を発電する際に排出されるCO2の量（CO2排出係数）の開示が望ましいとされています（開示する際に求められる情報例については、以下を参照）。

7.電気を販売する事業者の説明(SA)

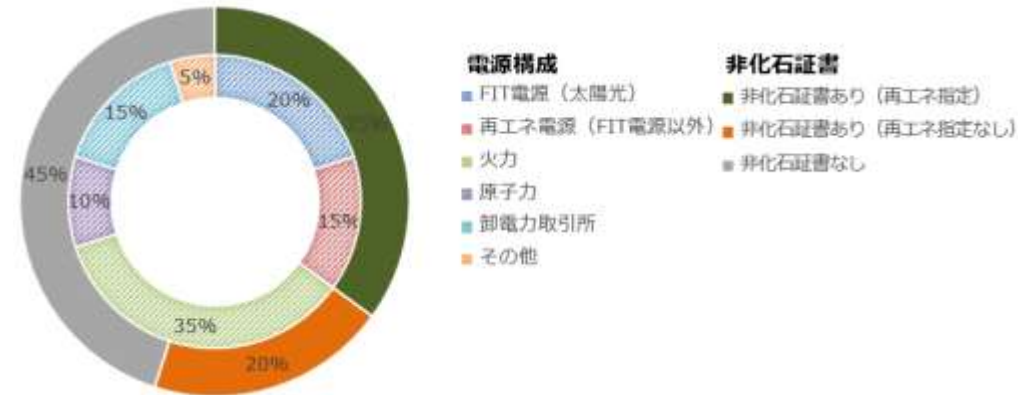
(1) 当社の電源構成・非化石証書使用状況

令和5年4月1日～令和6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)



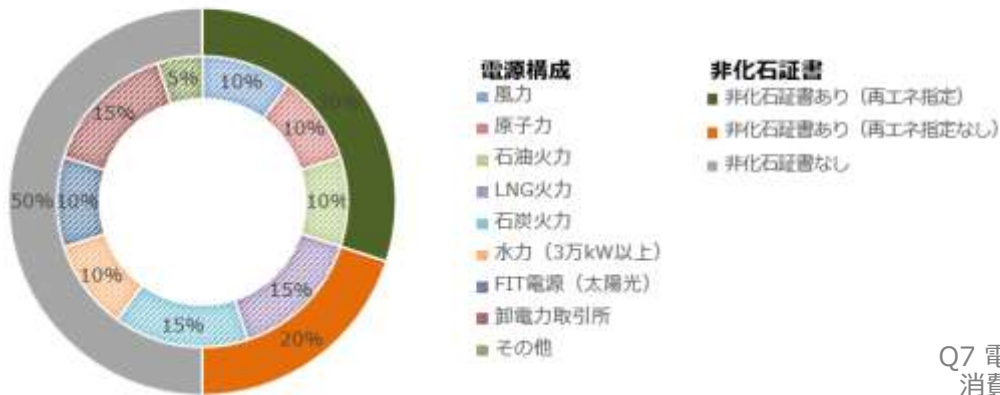
(2) 当社の電源構成・非化石証書使用状況

令和5年4月1日～令和6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5年4月1日～令和6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)

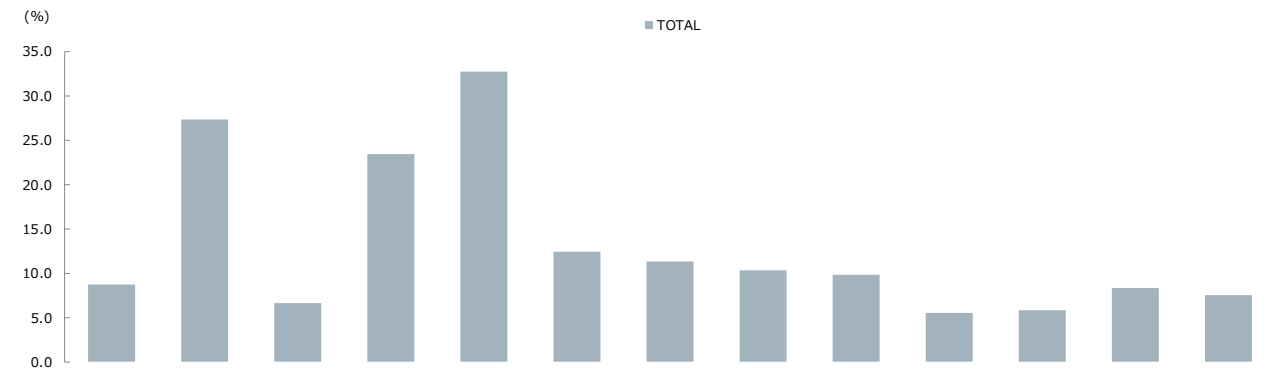


(1) ~ (3) はアンケート調査実施時に回答者へ例示したイメージグラフ

Q7 電気を販売する事業者の説明（電源構成表示）のグラフ（上記、情報例を参照）について、どう思いますか。（回答は1つ）
消費者の選択のため、電気を販売する事業者には、電源構成の割合（石油、石炭、ガス、原子力、再生可能エネルギー等）や、その電気を発電する際に排出されるCO2の量（CO2排出係数）の開示が望ましいとされています（開示する際に求められる情報例については、以下を参照）。

8.電気の購入先・料金プランを変更したきっかけ・決め手—きっかけになったこと(MA)—

- TOTALでは、「今よりも安い料金プランが出たこと」が最も高く、32.7%。「住居の変化（引っ越し・新築・リフォームなど）」27.3%、「今の電気料金が高い」23.4%が続く。
- 変更状況別にみると、TOTAL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、男女ともに20代～30代は「住居の変化」が3割～4割台と高い。



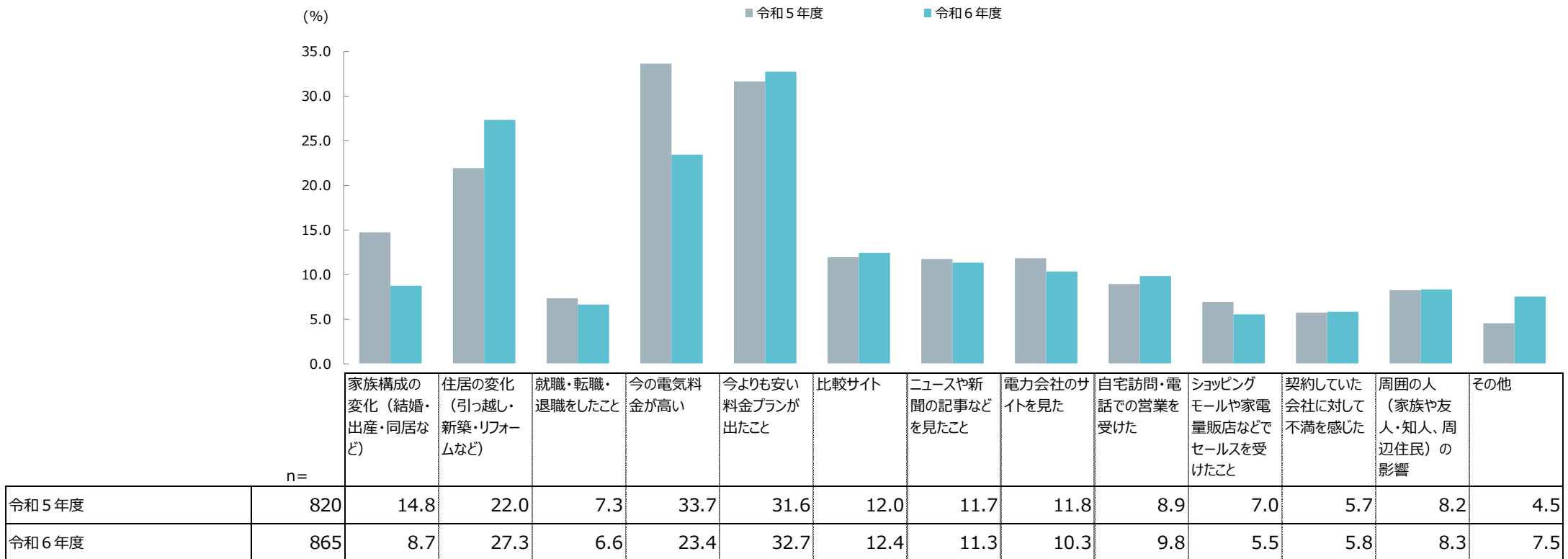
	n=	家族構成の変化 (結婚・出産・同居など)	住居の変化 (引っ越し・新築・リフォームなど)	就職・転職・退職をしたこと	今の電気料金が高い	今よりも安い料金プランが出たこと	比較サイト	ニュースや新聞の記事などを見たこと	電力会社のサイトを見た	自宅訪問・電話での営業を受けた	ショッピングモールや家電量販店などでセールスを受けたこと	契約していた会社に対して不満を感じた	周囲の人 (家族や友人・知人、周辺住民) の影響	その他
TOTAL	865	8.7	27.3	6.6	23.4	32.7	12.4	11.3	10.3	9.8	5.5	5.8	8.3	7.5
電気の購入先変更者	763	8.4	27.4	6.3	22.7	32.9	12.8	11.3	10.1	9.6	5.8	5.5	7.9	7.9
電気料金プラン変更者	102	10.8	26.5	8.8	28.4	31.4	8.8	11.8	11.8	11.8	3.9	7.8	11.8	4.9
男性20-29歳	90	15.6	41.1	17.8	25.6	26.7	22.2	8.9	21.1	7.8	13.3	11.1	12.2	0.0
男性30-39歳	124	16.9	35.5	8.9	26.6	27.4	11.3	12.1	9.7	8.1	5.6	5.6	8.1	4.0
男性40-49歳	101	10.9	33.7	8.9	24.8	29.7	19.8	6.9	10.9	5.9	5.0	5.0	6.9	8.9
男性50-59歳	106	4.7	25.5	0.9	26.4	35.8	8.5	11.3	8.5	6.6	4.7	2.8	4.7	6.6
男性60-69歳	88	3.4	9.1	6.8	23.9	47.7	10.2	17.0	8.0	12.5	2.3	5.7	4.5	3.4
女性20-29歳	43	16.3	44.2	9.3	23.3	20.9	20.9	9.3	2.3	4.7	11.6	11.6	14.0	0.0
女性30-39歳	56	10.7	42.9	14.3	28.6	32.1	8.9	8.9	7.1	10.7	3.6	5.4	8.9	3.6
女性40-49歳	60	5.0	28.3	3.3	18.3	30.0	11.7	8.3	13.3	13.3	1.7	0.0	11.7	10.0
女性50-59歳	97	1.0	17.5	0.0	16.5	36.1	7.2	14.4	11.3	12.4	3.1	5.2	11.3	12.4
女性60-69歳	100	4.0	9.0	0.0	19.0	35.0	7.0	13.0	7.0	16.0	6.0	7.0	6.0	21.0

【ベース：電気の購入先または料金プラン変更者】

＜きっかけになったこと (回答はいくつでも) > Q8_1 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。

8.電気の購入先・料金プランを変更したきっかけ・決め手 —きっかけになったこと(MA)— 【経年比較】

- 電気の購入先・料金プランを変更したきっかけを経年比較でみると、令和5年度と比較して「今の電気料金が高い」は10.3ポイント、「家族構成の変化（結婚・出産・同居など）」は6.1ポイント低くなっている一方、「住居の変化（引っ越し・新築・リフォームなど）」は5.3ポイント高くなっている。

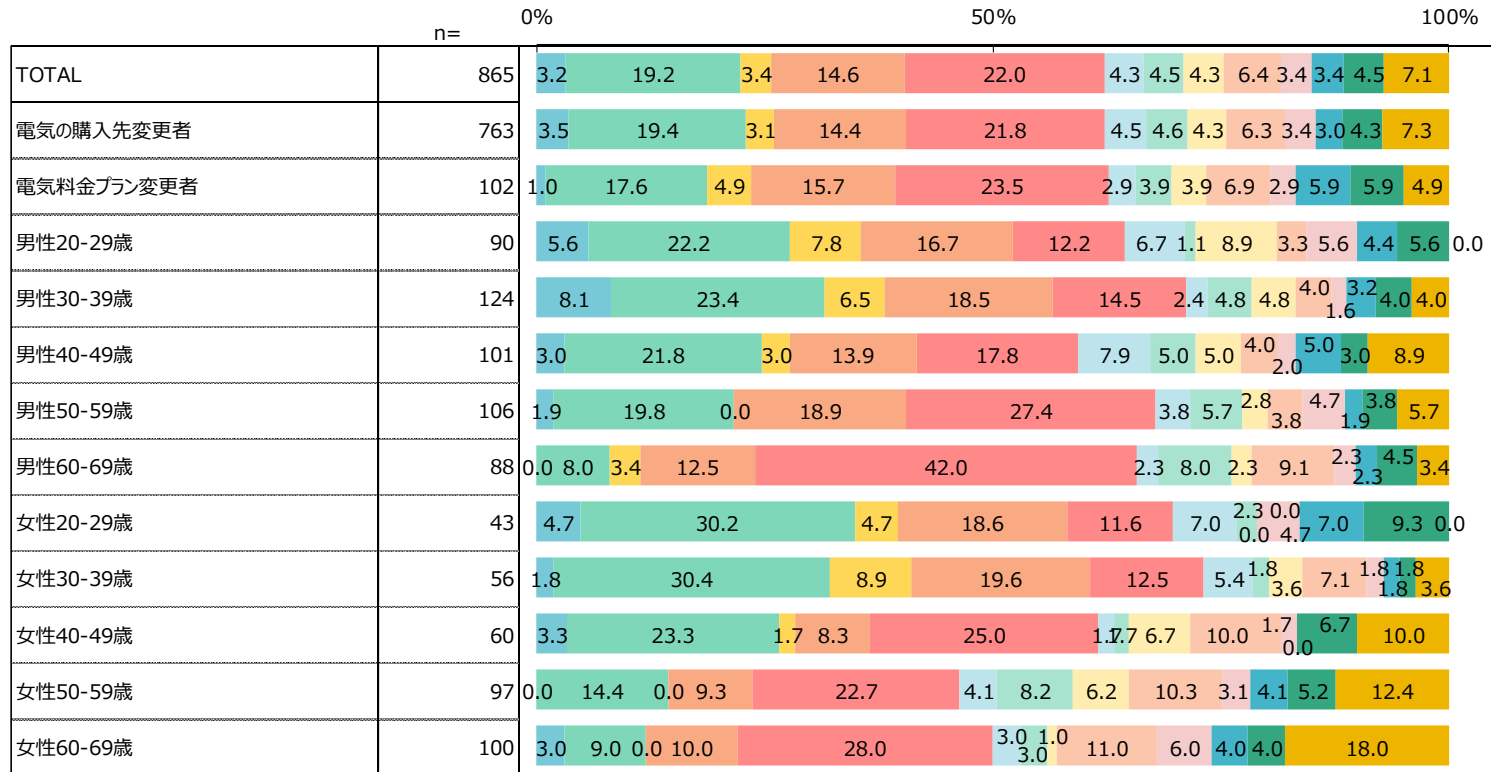
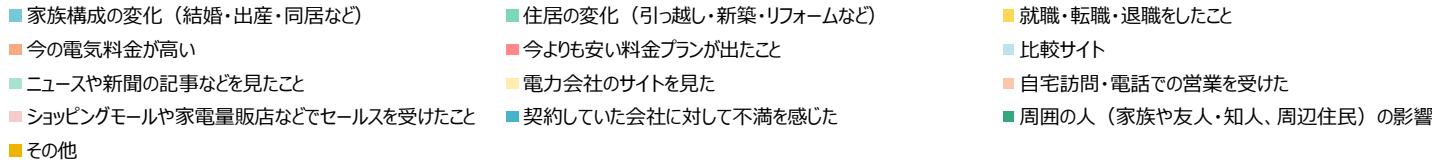


【ベース：電気の購入先または料金プラン変更者】

<きっかけになったこと（回答はいくつでも）> Q8_1 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。

8.電気の購入先・料金プランを変更したきっかけ・決め手—特に決め手になったこと(SA)—

- TOTALでは、「今よりも安い料金プランが出たこと」が最も高く、22.0%。「住居の変化（引っ越し・新築・リフォームなど）」19.2%、「今の電気料金が高い」14.6%が続く。
- 変更状況別にみると、TOTAL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、「今よりも安い料金プランが出たこと」は男性60代で42.0%、「住居の変化」は女性30代で30.4%と高い。



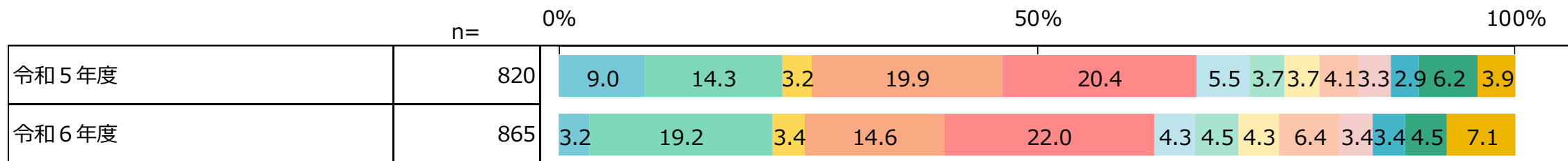
【ベース：電気の購入先または料金プラン変更者】

<特に決め手になったこと（回答は1つ）> Q8_2 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。

8.電気の購入先・料金プランを変更したきっかけ・決め手 —特に決め手になったこと(SA)— 【経年比較】

- 電気の購入先・料金プランを変更した決め手を経年比較でみると、令和5年度と比較して「家族構成の変化（結婚・出産・同居など）」は5.8ポイント、「今の電気料金が高い」は5.3ポイント低くなっている一方、「住居の変化（引っ越し・新築・リフォームなど）」は4.9ポイント高くなっている。

- 家族構成の変化（結婚・出産・同居など）
- 今の電気料金が高い
- ニュースや新聞の記事などを見たこと
- 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
- その他
- 住居の変化（引っ越し・新築・リフォームなど）
- 今よりも安い料金プランが出たこと
- 電力会社のサイトを見た
- 契約していた会社に対して不満を感じた
- 就職・転職・退職をしたこと
- 比較サイト
- 自宅訪問・電話での営業を受けた
- 周囲の人（家族や友人・知人、周辺住民）の影響

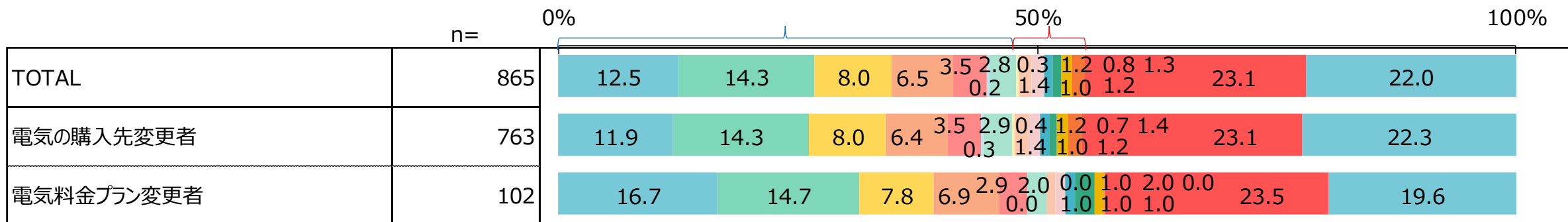
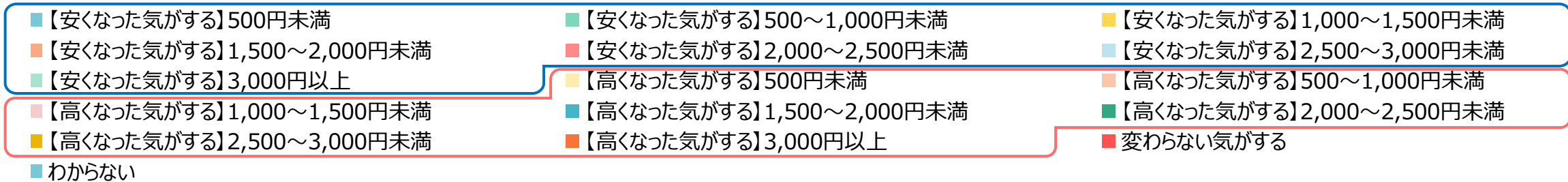


【ベース：電気の購入先または料金プラン変更者】

<特に決め手になったこと（回答は1つ）> Q8_2 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。

9.電気の購入先・料金プランを変更後の金額差(SA)

- TOTALでは、「変わらない気がする」が最も高く、23.1%。「【安くなった気がする】500～1,000円未満」14.3%、「【安くなった気がする】500円未満」12.5%が続く。
- 変更状況別にみると、TOTALと同様の傾向であり、大きな違いはない。

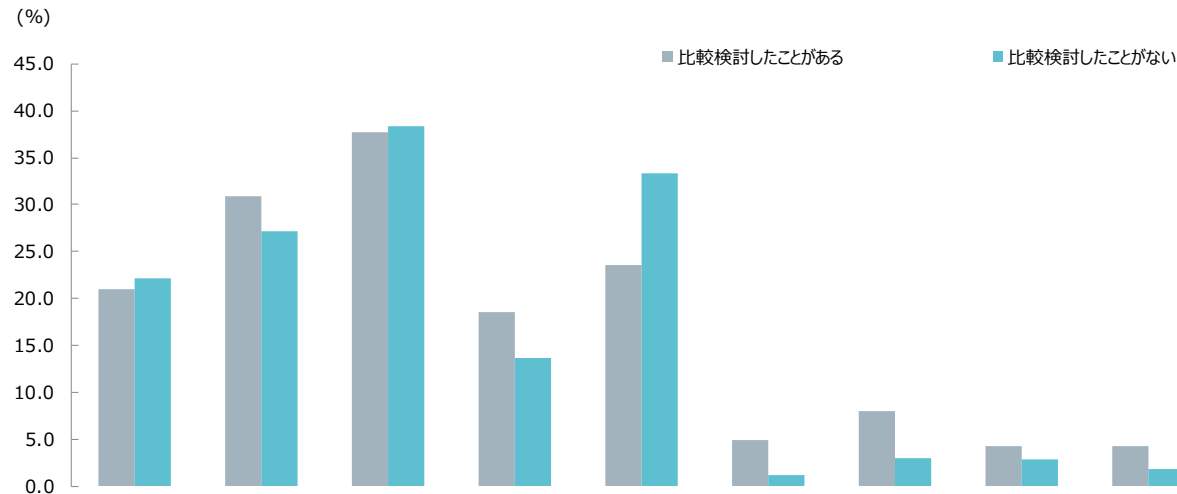


【ベース：電気の購入先または料金プラン変更者】

Q9 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。（回答は1つ）
 ※「電気の購入先」または「電気料金プラン」を複数回変更されている場合は、直近の変更についてお知らせください。

10.電気の購入先を変更しない理由(MA)

- 比較検討したことがある人では、「今まで通り慣れている会社がよいから」が最も高く、37.7%。「変更するメリットがないから」30.9%、「切替・料金プラン変更の手続きが面倒くさそうだから」23.5%が続く。
- 比較検討したことがない人では、「今まで通り慣れている会社がよいから」が最も高く、38.4%。「切替・料金プラン変更の手続きが面倒くさそうだから」33.3%、「変更するメリットがないから」27.1%が続く。



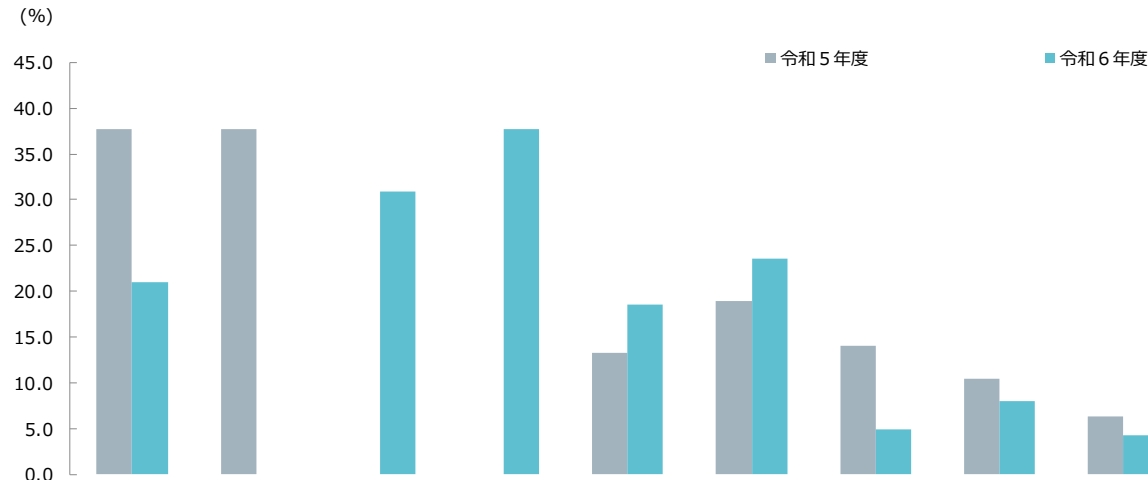
	n=	なんとなく変更してしまうことに不安があるから	変更するメリットがないから	今まで通り慣れている会社がよいから	料金体系や契約内容が複雑になりそうだから	切替・料金プラン変更の手続きが面倒くさそうだから	今の電力会社でも、様々な電気（「再生可能エネルギー」など）から自分にあったものを選ぶことが期待できるから	今の電力会社でも、セット料金などの新しい割引サービスを受けることが期待できるから	今の電力会社でも、自分のライフスタイルにあった料金体系を選ぶことが期待できるから	今の電力会社から電気を買う方が、地元地域への貢献になりそうだから	会社の体制や実績に不安があるから	地球環境問題など社会貢献への取組みに積極的ではなさそうだから	営業マンやサービスマンから悪質な勧誘を受けたから	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、事業者を自分たちでは決定できないから	その他
比較検討したことがある	162	21.0	30.9	37.7	18.5	23.5	4.9	8.0	4.3	4.3	10.5	0.6	3.1	2.5	1.9
比較検討したことがない	571	22.2	27.1	38.4	13.7	33.3	1.2	3.0	2.8	1.8	4.0	1.6	2.5	10.3	3.5

【ベース：電気の購入先又は料金プラン非変更者】

Q10 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。（回答はいくつでも）

10.電気の購入先を変更しない理由(MA)ー比較検討したことがあるー【経年比較】

- 比較検討したことがある人を、経年比較でみると、令和5年度と比較して「なんとなく変更してしまうことに不安があるから」は16.8ポイント、「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」は12.2ポイント低くなっている。



	n=	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良いから	変更するメリットがないから	今まで通り慣れている会社が良いから	料金体系や契約内容が複雑になりそうだから	切替・料金プラン変更の手続きが面倒くさそうだから	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	今の電力会社でも、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	今の電力会社でも、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	今の電力会社から電気を買う方が、地元地域への貢献になりそうだから	会社の体制や実績に不安があるから	地球環境問題など社会貢献への取組みに積極的ではなさそうだから	営業マンやサービスマンから悪質な勧誘を受けたから	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	その他
令和5年度	143	37.8	37.8	-	-	13.3	18.9	14.0	10.5	6.3	5.6	11.2	3.5	4.9	14.7	4.9
令和6年度	162	21.0	-	30.9	37.7	18.5	23.5	4.9	8.0	4.3	4.3	10.5	0.6	3.1	2.5	1.9

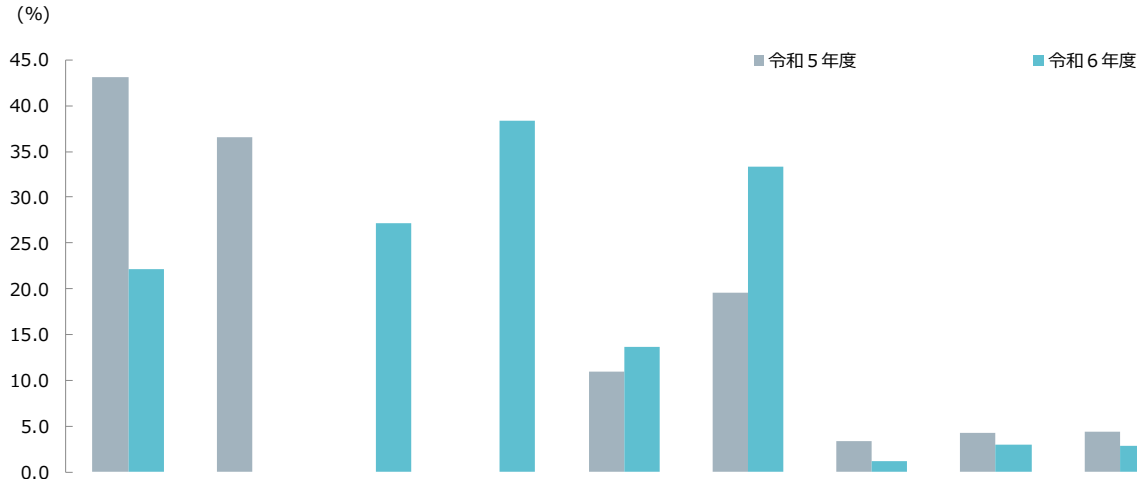
※令和5年度「変更するメリットがなく、今まで通り慣れている会社が良いから」は、令和6年度では「変更するメリットがないから」と「今まで通り慣れている会社が良いから」に分けて聴取した。

【ベース：電気の購入先又は料金プラン非変更者】

Q10 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。(回答はいくつでも)

10.電気の購入先を変更しない理由(MA)ー比較検討したことがないー【経年比較】

- 比較検討したことがない人を、経年比較でみると、令和5年度と比較して「なんとなく変更してしまうことに不安があるから」は20.9ポイント低下している一方、「切替・料金プラン変更の手続きが面倒くさそうだから」は13.8ポイント高くなっている。



	n=	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良いから	変更するメリットがないから	今まで通り慣れている会社が良いから	料金体系や契約内容が複雑になりそうだから	切替・料金プラン変更の手続きが面倒くさそうだから	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）から自分にあつたものを選ぶことが期待できるから	今の電力会社でも、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	今の電力会社でも、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	今の電力会社から電気を買う方が、地元地域への貢献になりそうだから	会社の体制や実績に不安があるから	地球環境問題など社会貢献への取組みに積極的ではなさそうだから	営業マンやサービスマンから悪質な勧誘を受けたから	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ので、事業者を自分たちでは決定できないから	その他
令和5年度	594	43.1	36.5	-	-	10.9	19.5	3.4	4.2	4.4	4.4	9.1	2.5	9.3	9.4	2.2
令和6年度	571	22.2	-	27.1	38.4	13.7	33.3	1.2	3.0	2.8	1.8	4.0	1.6	2.5	10.3	3.5

※令和5年度「変更するメリットがなく、今まで通り慣れている会社が良いから」は、令和6年度では「変更するメリットがないから」と「今まで通り慣れている会社が良いから」に分けて聴取した。

【ベース：電気の購入先又は料金プラン非変更者】

Q10 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。（回答はいくつでも）

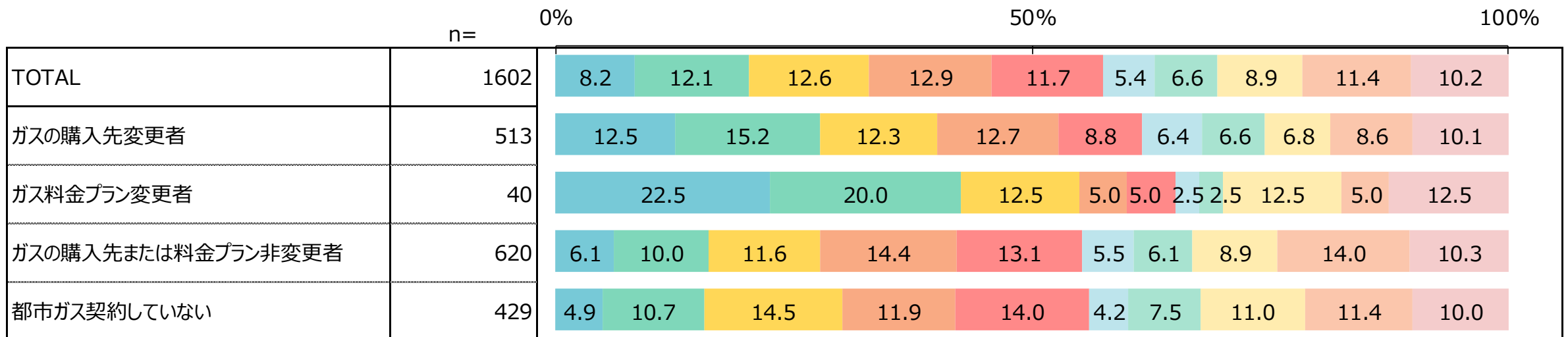


本調査集計

②ガス

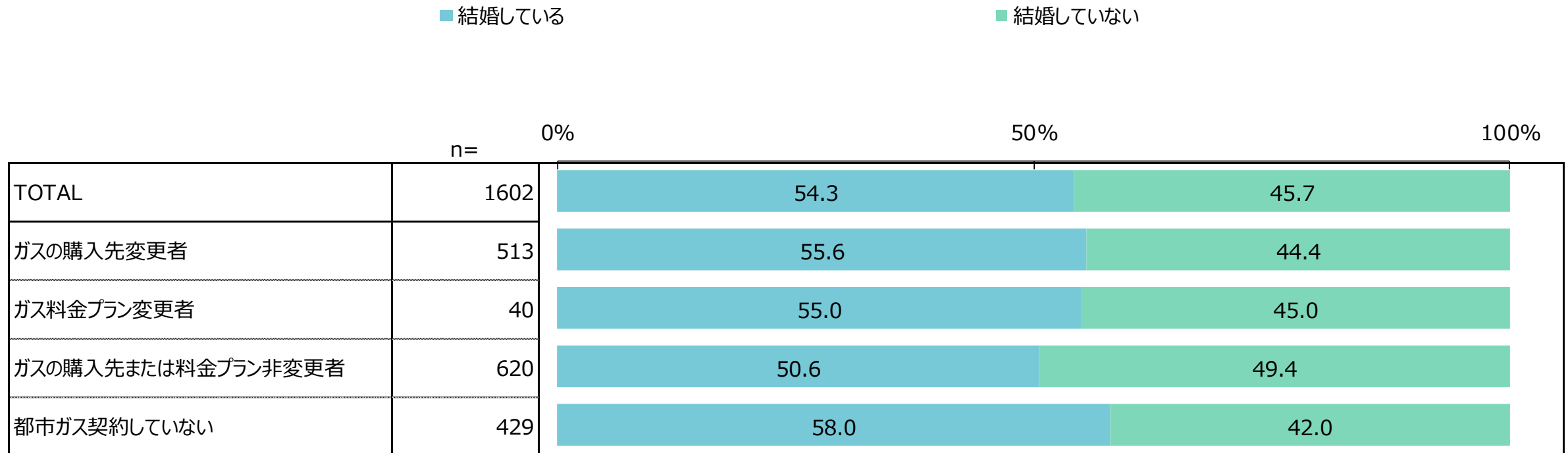
1.対象者属性(SA) 一性年代

■ 男性20-29歳 ■ 男性30-39歳 ■ 男性40-49歳 ■ 男性50-59歳 ■ 男性60-69歳 ■ 女性20-29歳 ■ 女性30-39歳 ■ 女性40-49歳 ■ 女性50-59歳 ■ 女性60-69歳



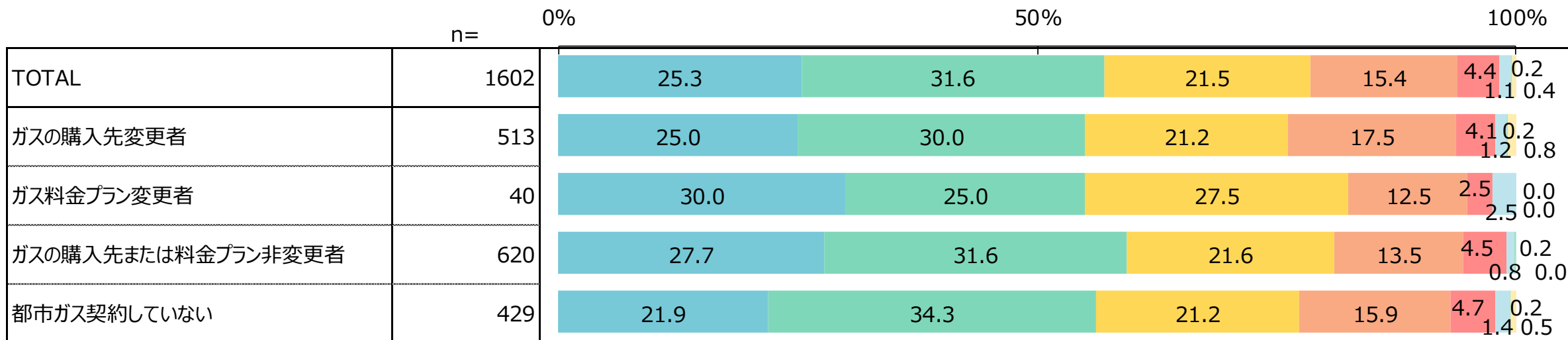
*性年代

1.対象者属性(SA) —未既婚—



1.対象者属性(SA) —同居者数—

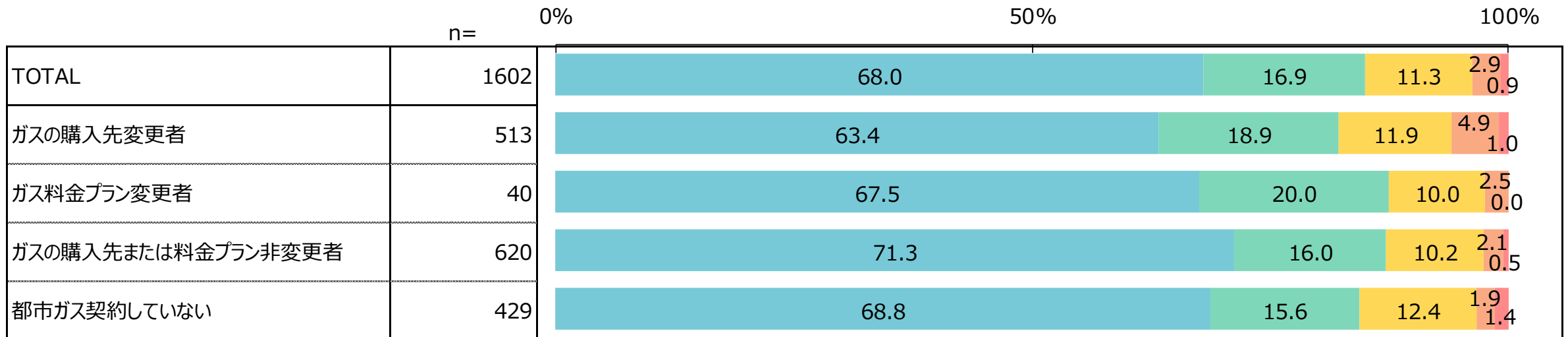
■ 1人暮らし ■ 2人 ■ 3人 ■ 4人 ■ 5人 ■ 6人 ■ 7人 ■ 8人以上



SC4 現在の同居者数をお答えください。(回答は1つ) ※あなたご自身も含めた数をお答えください。

1.対象者属性(SA) 一同居子供人数

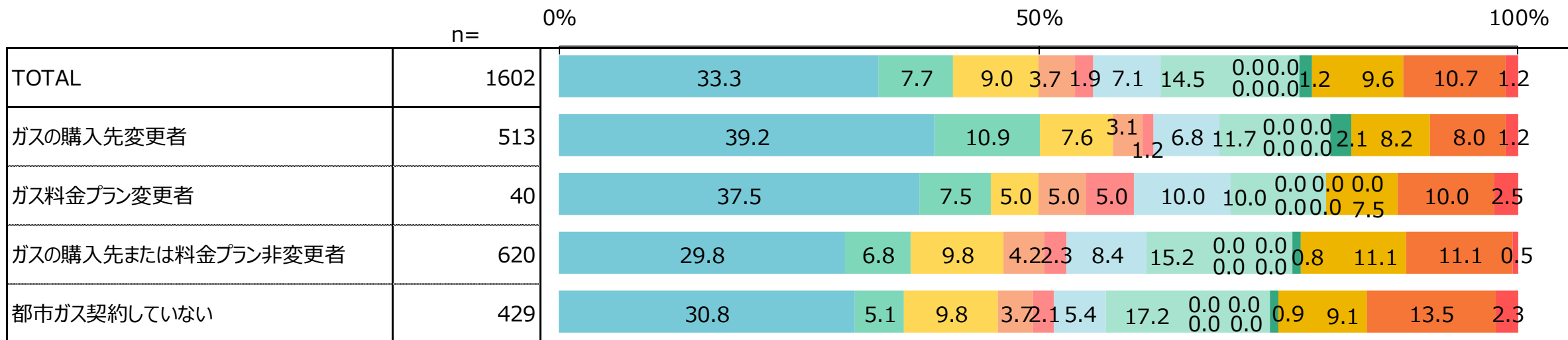
■ 0人 ■ 1人 ■ 2人 ■ 3人 ■ 4人以上



[属性] 同居子供人数

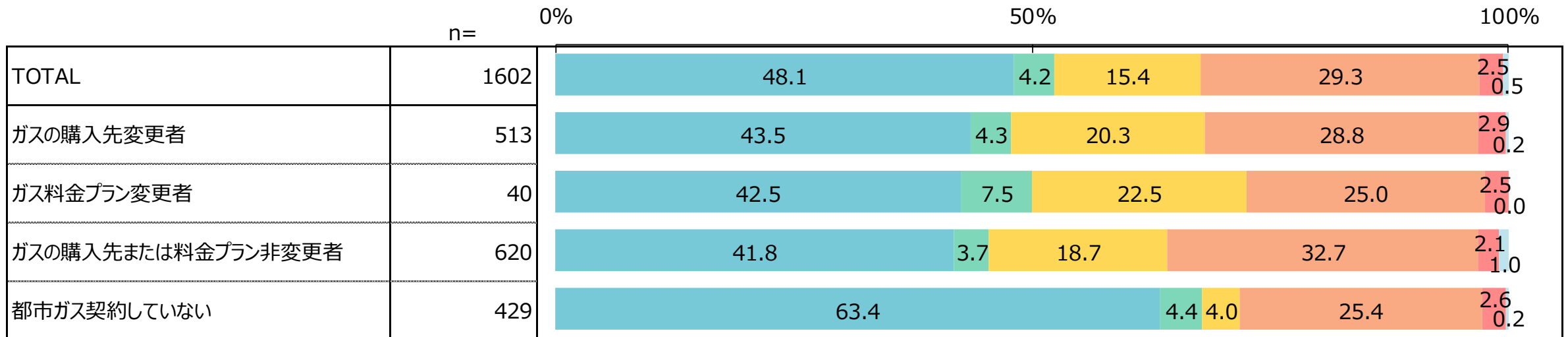
1.対象者属性(SA) —職業—

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



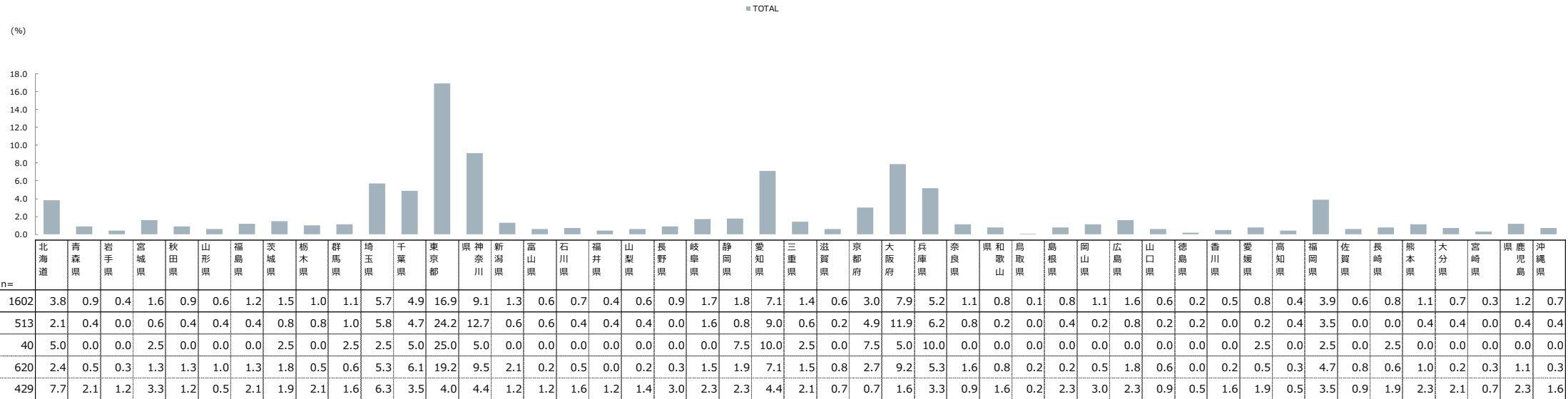
1.対象者属性(SA) —住居形態—

- 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



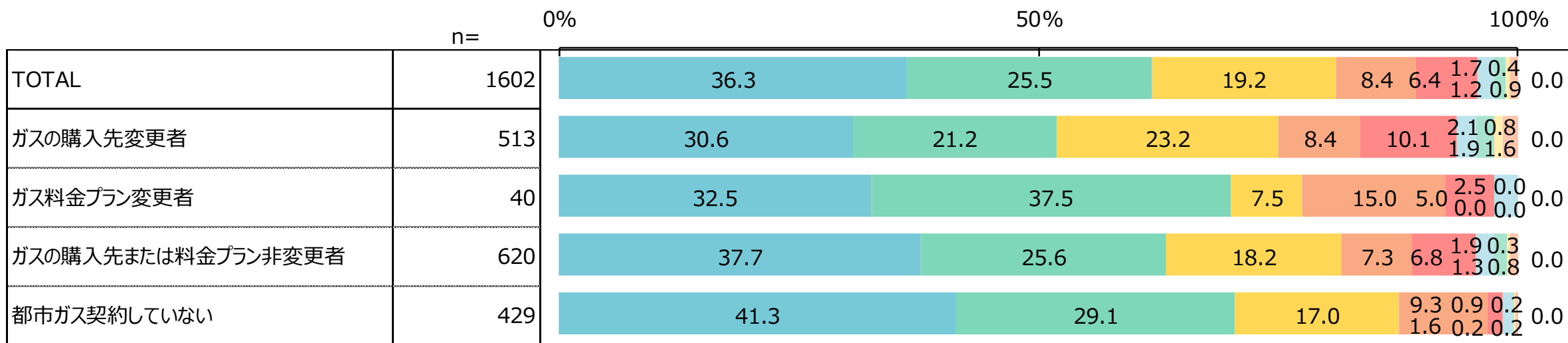
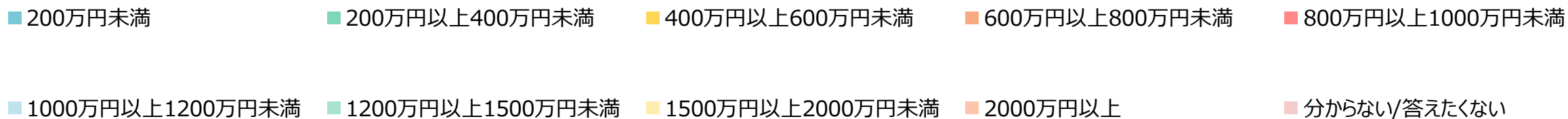
SC3 あなたがお住まいのご自宅の住居形態をお答えください。（回答は1つ）

1.対象者属性(SA) —居住地—

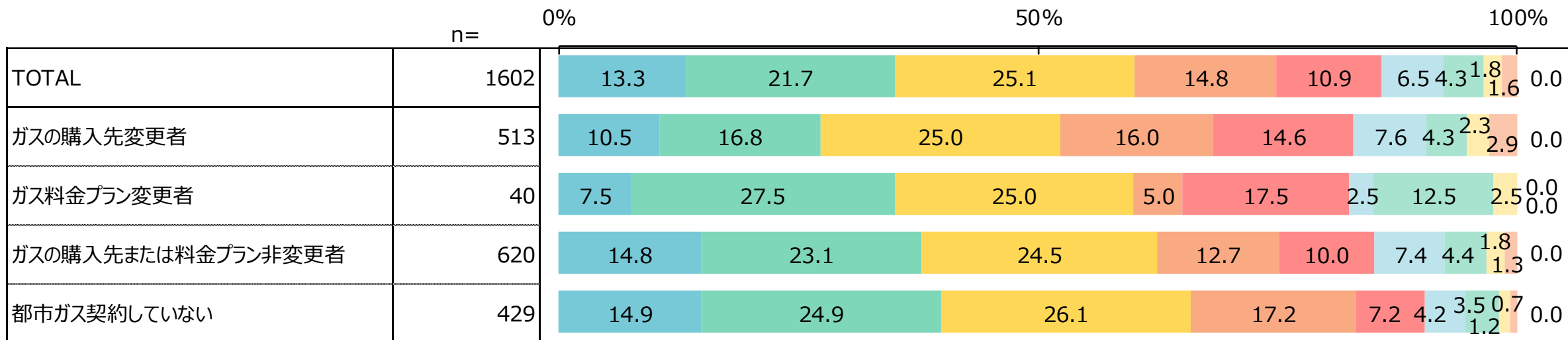
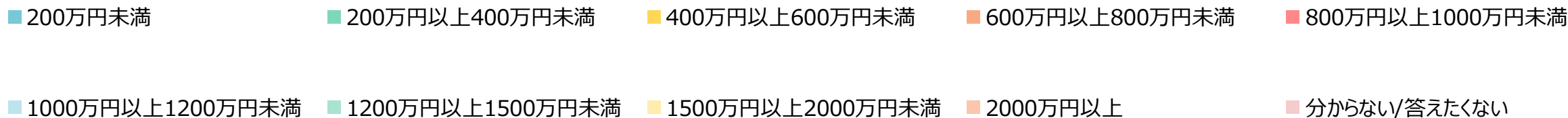


SC5 あなたが現在お住まいの都道府県をお答えください。(回答は1つ)

1.対象者属性(SA) —個人年収—



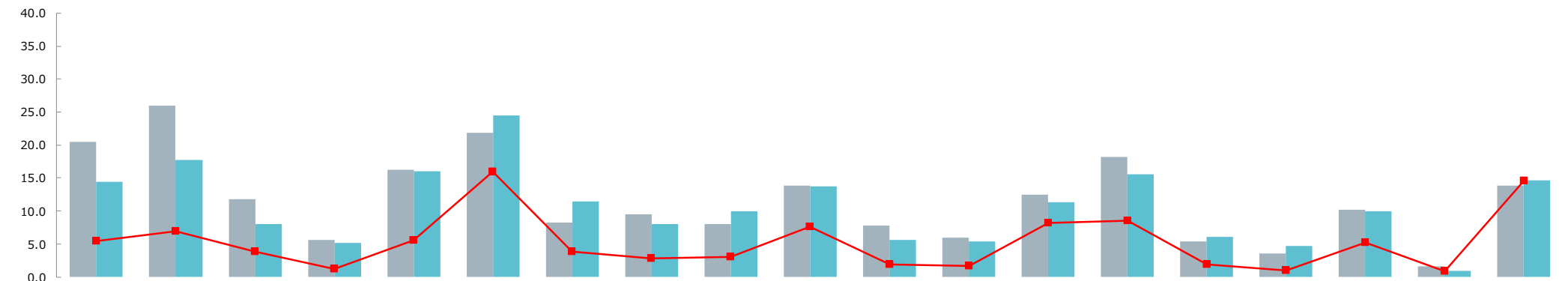
1.対象者属性(SA) —世帯年収—



2.ガスの購入先・料金プラン変更時の情報源

- 関心を持つきっかけとなった情報源は、「テレビCM」が最も高く、26.0%。「インターネット（比較サイト）」21.9%、「テレビ番組」20.5%が続く。
- 参考になった情報源は、「インターネット（比較サイト）」が最も高く、24.5%。「テレビCM」17.7%、「インターネット（ニュースサイト）」16.0%が続く。
- 特に参考になった情報源は、「インターネット（比較サイト）」が最も高く、16.0%。「チラシや、企業からの郵送物・DM（ダイレクトメール）」8.5%、「営業マンや販売員による訪問・電話勧誘など」8.2%が続く。

(%) 関心を持つきっかけとなった情報源（複数回答） 参考になった情報源（複数回答） 特に参考になった情報源（単一回答）



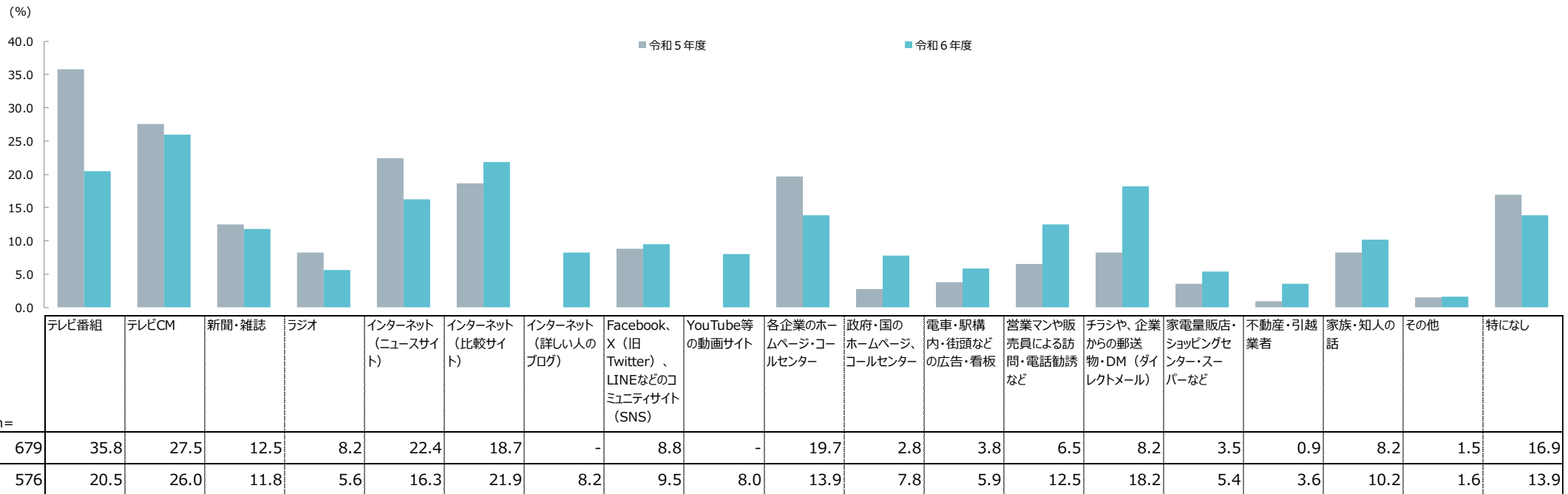
情報源	関心を持つきっかけとなった情報源（複数回答） (%)	参考になった情報源（複数回答） (%)	特に参考になった情報源（単一回答） (%)
テレビ番組	20.5	14.4	5.4
テレビCM	26.0	17.7	6.9
新聞・雑誌	11.8	8.0	3.8
ラジオ	5.6	5.2	1.2
インターネット（ニュースサイト）	16.3	16.0	5.6
インターネット（比較サイト）	21.9	24.5	16.0
インターネット（詳しい人のブログ）	8.2	11.5	3.8
Facebook、X（旧Twitter）、LINEなどのコミュニティサイト（SNS）	9.5	8.0	2.8
YouTube等の動画サイト	8.0	9.9	3.0
各企業のホームページ・コールセンター	13.9	13.7	7.6
政府・国のホームページ、コールセンター	7.8	5.6	1.9
電車・駅構内・街頭などの広告・看板	5.9	5.4	1.7
営業マンや販売員による訪問・電話勧誘など	12.5	11.3	8.2
チラシや、企業からの郵送物・DM（ダイレクトメール）	18.2	15.6	8.5
家電量販店・ショッピングセンター・スーパーなど	5.4	6.1	1.9
不動産・引越業者	3.6	4.7	1.0
家族・知人の話	10.2	9.9	5.2
その他	1.6	0.9	0.9
特になし	13.9	14.6	14.6

【ベース：ガスの小売自由化の内容認知者かつ変更比較検討実施者】

Q11 「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（回答はいくつでも）(2)参考になった情報源（回答はいくつでも）(3)特に参考になった情報源（回答は1つ）

2.ガスの購入先・料金プラン変更時の情報源—きっかけとなった情報源(MA)—【経年比較】

- 関心を持つきっかけとなった情報源を経年比較でみると、令和5年度と比較して「テレビ番組」は15.3ポイント低下している一方、「チラシや、企業からの郵送物・DM（ダイレクトメール）」は10.0ポイント高くなっている。

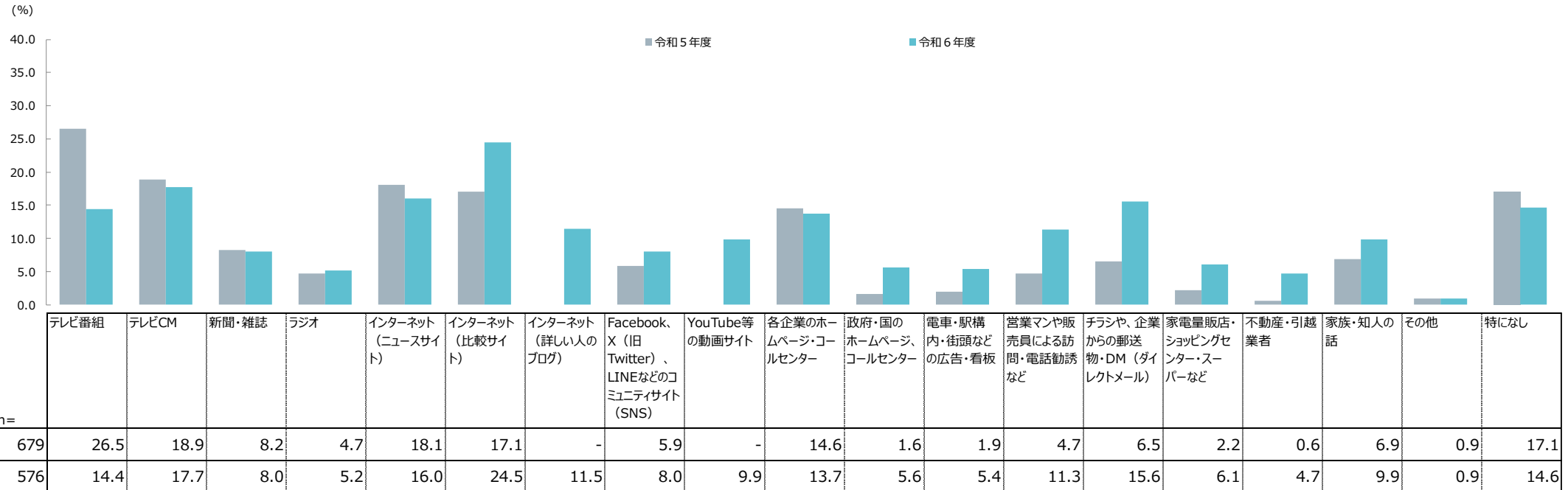


【ベース：ガスの小売自由化の内容認知者かつ変更比較検討実施者】

<関心を持つきっかけとなった情報源（回答はいくつでも）> Q11_1「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。

2.ガスの購入先・料金プラン変更時の情報源—参考になった情報源(MA)—【経年比較】

- 参考になった情報源を経年比較でみると、令和5年度と比較して「テレビ番組」は12.1ポイント低下している一方、「チラシや、企業からの郵送物・DM（ダイレクトメール）」は9.1ポイント、「インターネット（比較サイト）」は7.4ポイント高くなっている。

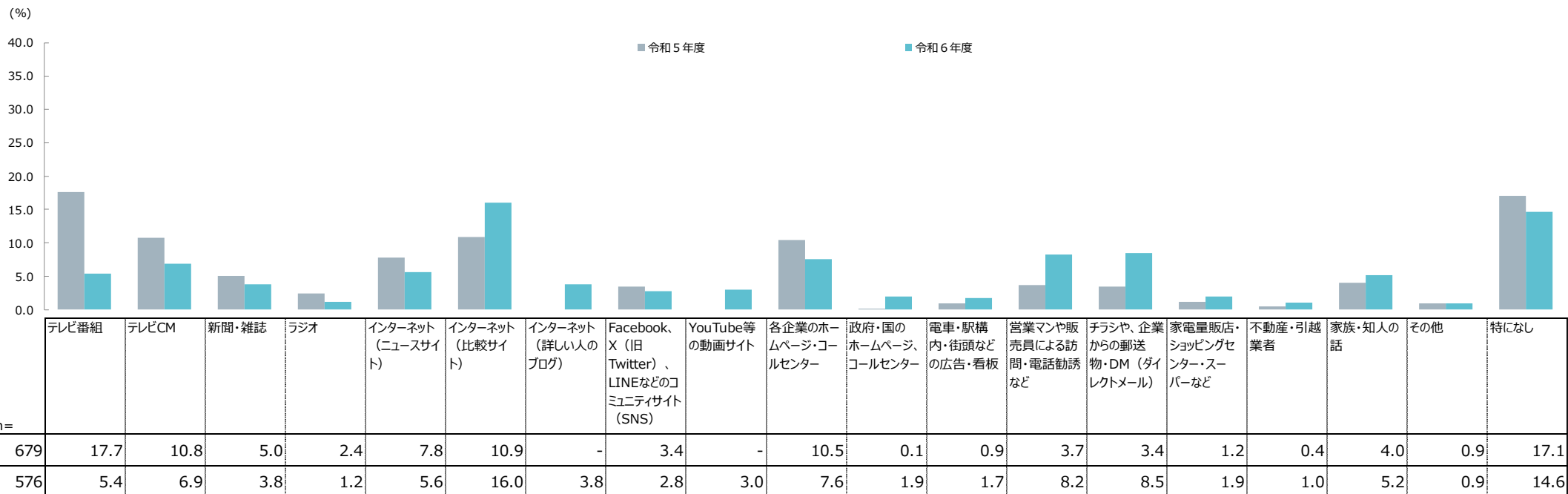


【ベース：ガスの小売自由化の内容認知者かつ変更比較検討実施者】

<参考になった情報源（回答はいくつでも）> Q11_2「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。

2.ガスの購入先・料金プラン変更時の情報源—特に参考になった情報源(SA)—【経年比較】

- 特に参考になった情報源を経年比較でみると、令和5年度と比較して「テレビ番組」は12.3ポイント低下している。他方、「インターネット（比較サイト）」と「チラシや、企業からの郵送物・DM（ダイレクトメール）」は5.1ポイント高くなっている。

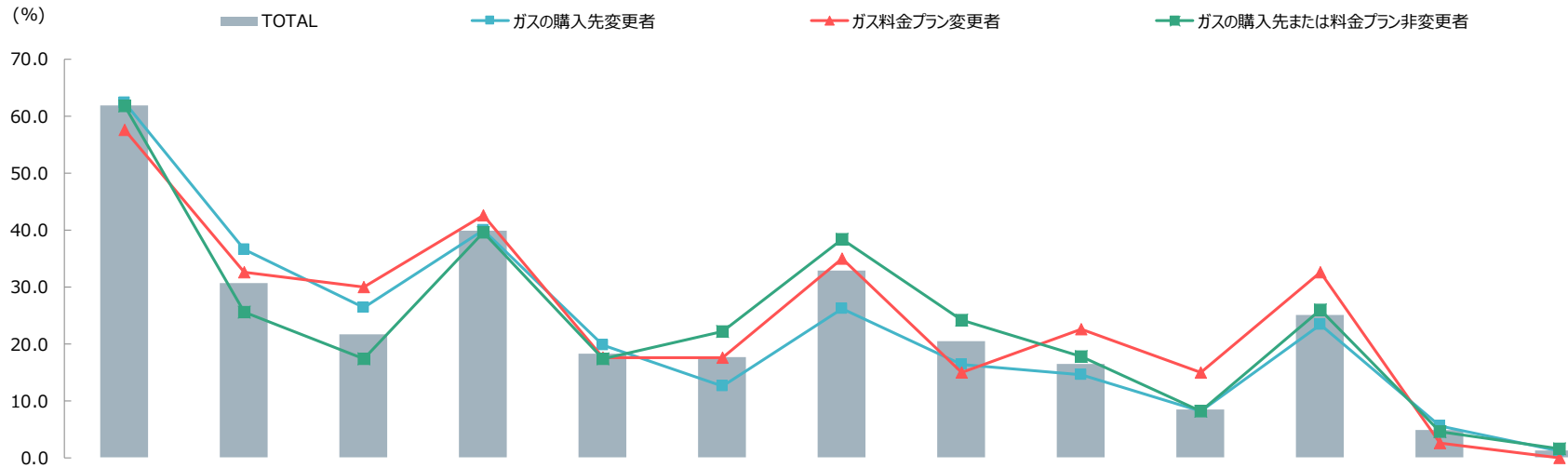


【ベース：ガスの小売自由化の内容認知者かつ変更比較検討実施者】

<特に参考になった情報源（回答は1つ）> Q11_3「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。

3.ガス会社の選択に際して重視していること(MA)

- TOTALでは、「ガス料金が安いこと」が最も高く、61.9%。「料金プラン・料金体系が、複雑でなく分かりやすいこと」39.8%、「事業者の信頼度」32.9%が続く。
- 変更状況別にみると、ガスの購入先変更者では、「電気・通信費などセットで販売・割引されていること」36.5%、「特典・オプションサービス（割引・ポイント連携サービス等）が充実していること」26.3%が高い。
- ガスの購入先または料金プラン非変更者では、「事業者の信頼度」38.4%、「経営基盤・財務状況がしっかりしていること」24.2%、「事業者の知名度」22.1%が高い。



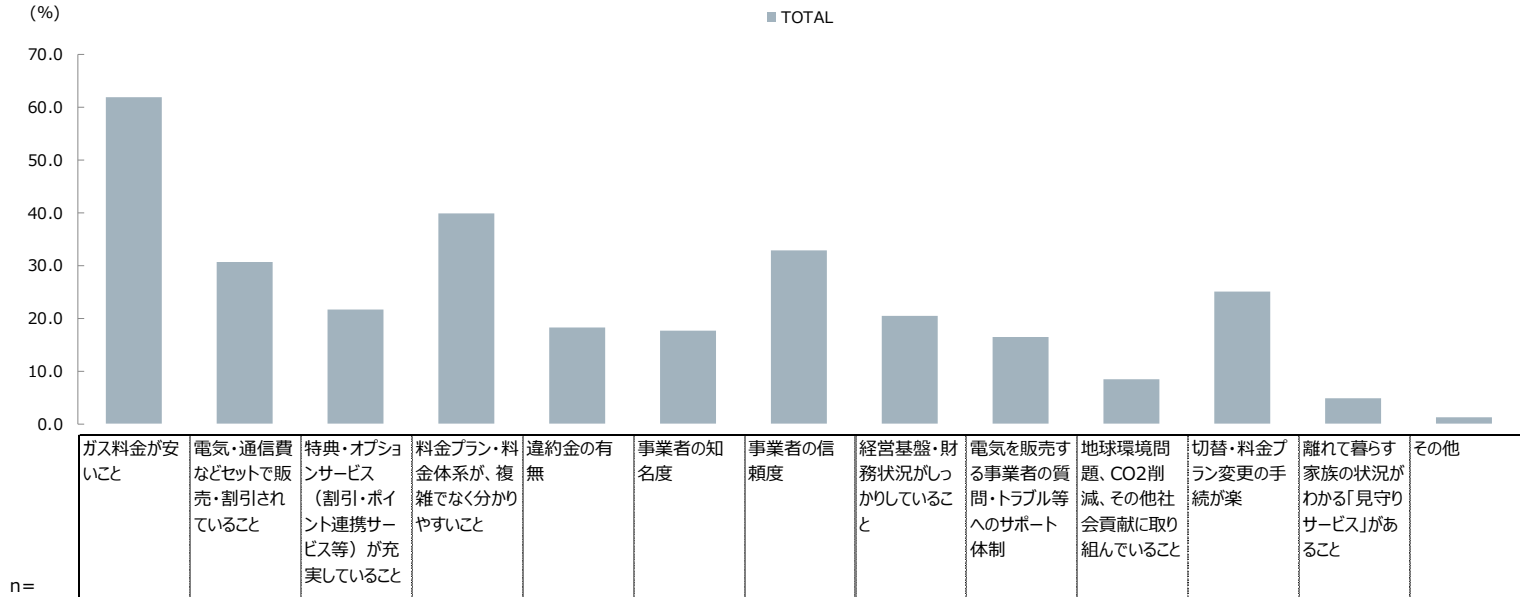
	n=	ガス料金が安いこと	電気・通信費などセットで販売・割引されていること	特典・オプションサービス（割引・ポイント連携サービス等）が充実していること	料金プラン・料金体系が、複雑でなく分かりやすいこと	違約金の有無	事業者の知名度	事業者の信頼度	経営基盤・財務状況がしっかりしていること	電気を販売する事業者の質問・トラブル等へのサポート体制	地球環境問題、CO2削減、その他社会貢献に取り組んでいること	切替・料金プラン変更の手続きが楽	離れて暮らす家族の状況がわかる「見守りサービス」があること	その他
TOTAL	1173	61.9	30.6	21.7	39.8	18.3	17.7	32.9	20.5	16.5	8.4	25.1	4.9	1.3
ガスの購入先変更者	513	62.4	36.5	26.3	40.0	19.7	12.5	26.1	16.4	14.6	8.2	23.4	5.5	1.2
ガス料金プラン変更者	40	57.5	32.5	30.0	42.5	17.5	17.5	35.0	15.0	22.5	15.0	32.5	2.5	0.0
ガスの購入先または料金プラン非変更者	620	61.8	25.6	17.3	39.5	17.3	22.1	38.4	24.2	17.7	8.2	26.0	4.5	1.5

【ベース：都市ガスの購入者】

Q12 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。（回答はいくつでも）

3.ガス会社の選択に際して重視していること(MA)

- 性年代別にみると、「料金プラン・料金体系が、複雑でなくわかりやすいこと」は女性60代で51.2%、「事業者の信頼度」は女性50代で46.6%、女性60代で45.5%と高い。



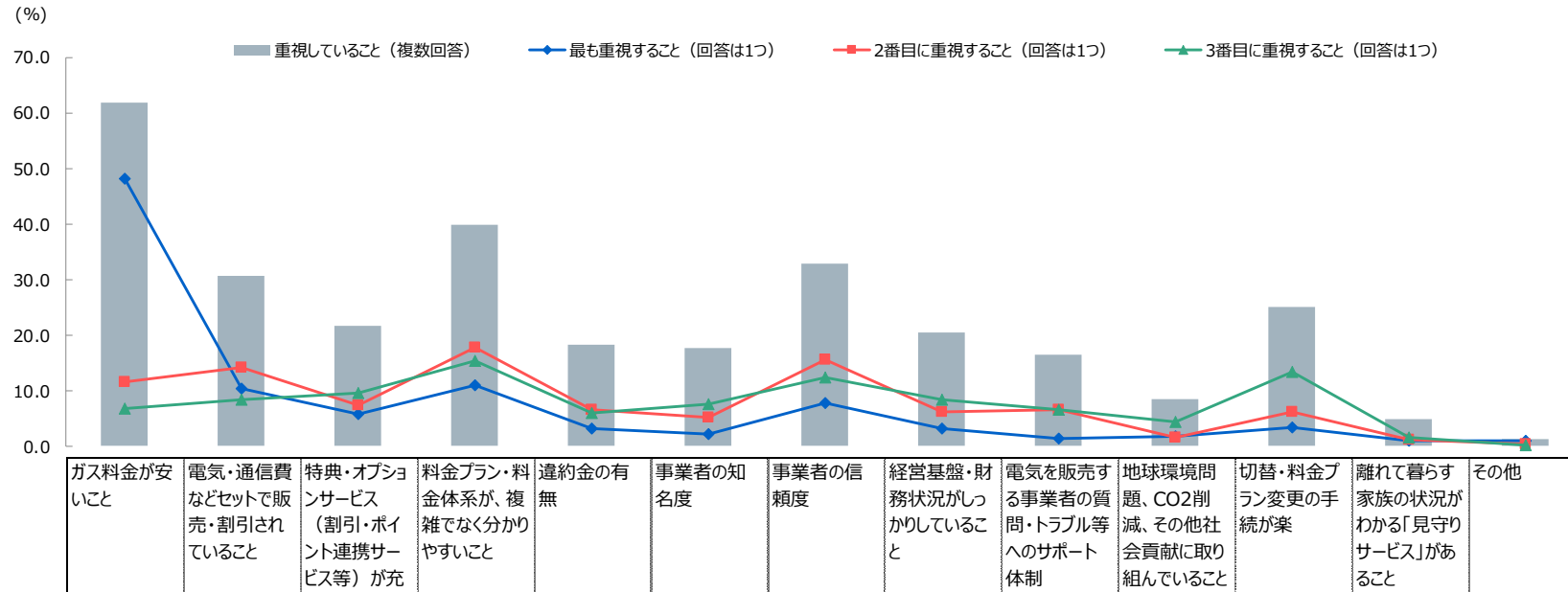
	n=	ガス料金が安いこと	電気・通信費などセットで販売・割引されていること	特典・オプションサービス(割引・ポイント連携サービス等)が充実していること	料金プラン・料金体系が、複雑でなくわかりやすいこと	違約金の有無	事業者の知名度	事業者の信頼度	経営基盤・財務状況がしっかりしていること	電気を販売する事業者の質問・トラブル等へのサポート体制	地球環境問題、CO2削減、その他社会貢献に取り組んでいること	切替・料金プラン変更の手続きが楽	離れて暮らす家族の状況がわかる「見守りサービス」があること	その他
TOTAL	1173	61.9	30.6	21.7	39.8	18.3	17.7	32.9	20.5	16.5	8.4	25.1	4.9	1.3
男性20-29歳	111	47.7	33.3	24.3	38.7	21.6	15.3	21.6	13.5	14.4	20.7	16.2	15.3	0.0
男性30-39歳	148	60.8	29.7	22.3	33.8	16.2	13.5	27.0	13.5	11.5	6.1	19.6	6.1	0.0
男性40-49歳	140	64.3	30.0	17.9	31.4	16.4	14.3	25.0	13.6	12.9	5.0	14.3	3.6	1.4
男性50-59歳	156	63.5	25.0	21.2	34.6	14.7	17.3	28.8	19.9	10.9	5.8	25.0	3.2	3.2
男性60-69歳	128	60.2	22.7	8.6	34.4	10.9	17.2	38.3	22.7	17.2	8.6	19.5	3.1	0.0
女性20-29歳	68	58.8	35.3	23.5	45.6	27.9	16.2	26.5	20.6	19.1	11.8	30.9	5.9	0.0
女性30-39歳	73	72.6	39.7	21.9	49.3	21.9	15.1	37.0	20.5	16.4	6.8	26.0	2.7	1.4
女性40-49歳	95	68.4	31.6	32.6	43.2	24.2	24.2	32.6	21.1	25.3	7.4	32.6	5.3	1.1
女性50-59歳	133	69.2	33.8	22.6	46.6	22.6	16.5	46.6	27.1	21.1	6.8	38.3	1.5	3.0
女性60-69歳	121	55.4	33.1	26.4	51.2	15.7	28.9	45.5	33.9	22.3	9.1	33.9	3.3	1.7

【ベース：都市ガスの購入者】

Q12 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。（回答はいくつでも）

3. ガス会社の選択に際して重視していること(MA)/特に重視すること(SA)

- 重視していることは、「ガス料金が安いこと」が最も高く、61.9%。「料金プラン・料金体系が、複雑でなく分かりやすいこと」39.8%、「事業者の信頼度」32.9%が続く。
- 最も重視することでは、「ガス料金が安いこと」が最も高く、48.2%。「料金プラン・料金体系が、複雑でなく分かりやすいこと」10.9%、「電気・通信費などセットで販売・割引されていること」10.4%が続く。
- 2番目に重視することは、「料金プラン・料金体系が、複雑でなくわかりやすいこと」が最も高く、17.8%。「事業者の信頼度」15.5%、「電気・通信費などセットで販売・割引されていること」14.2%が続く。
- 3番目に重視することは、「料金プラン・料金体系が、複雑でなくわかりやすいこと」が最も高く、15.3%。「切替・料金プラン変更の手続きが楽」13.3%、「事業者の信頼度」12.3%が続く。



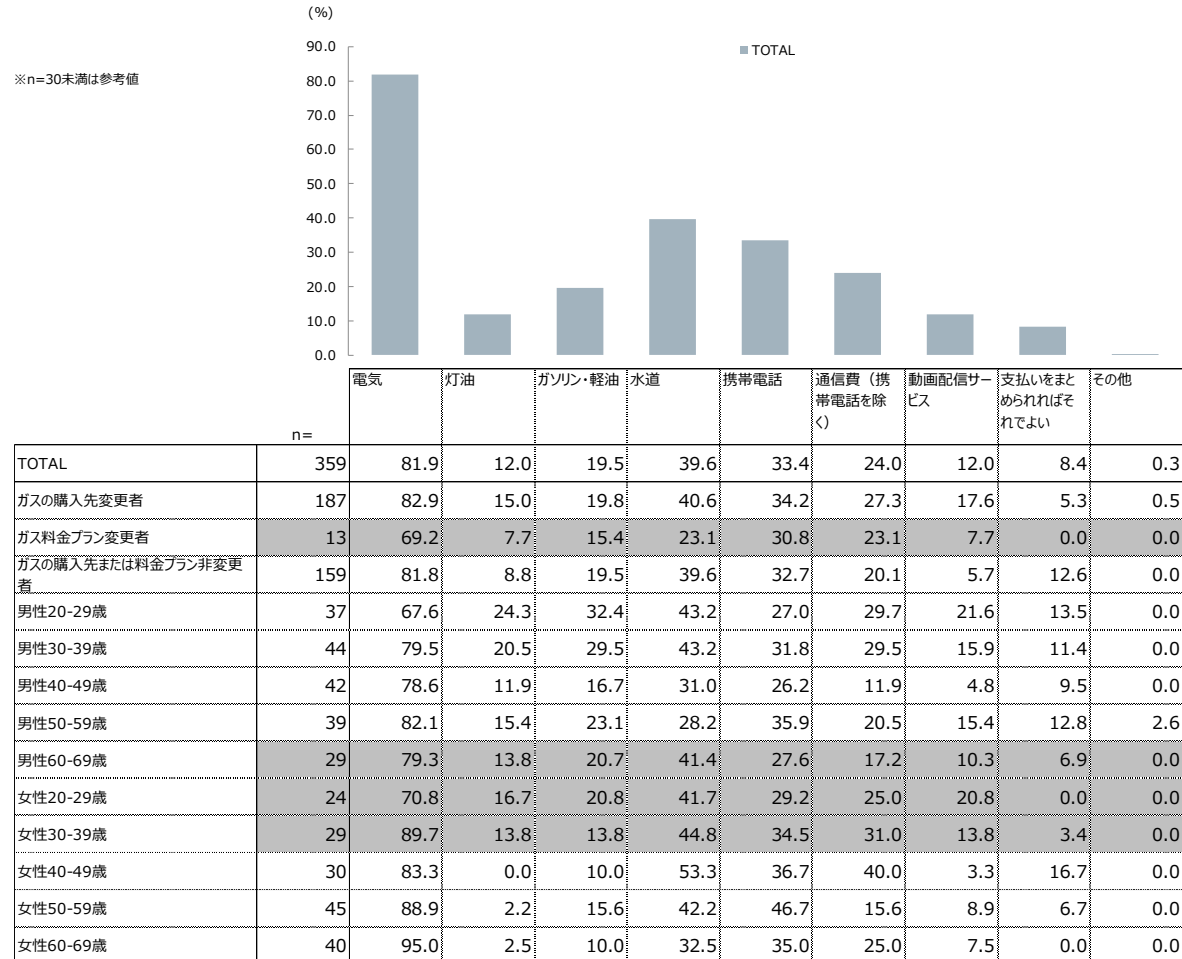
	n=	ガス料金が安いこと	電気・通信費などセットで販売・割引されていること	特典・オプションサービス (割引・ポイント連携サービス等) が充実していること	料金プラン・料金体系が、複雑でなく分かりやすいこと	違約金の有無	事業者の知名度	事業者の信頼度	経営基盤・財務状況がしっかりしていること	電気を販売する事業者の質問・トラブル等へのサポート体制	地球環境問題、CO2削減、その他社会貢献に取り組んでいること	切替・料金プラン変更の手続きが楽	離れて暮らす家族の状況がわかる「見守りサービス」があること	その他
重視していること (複数回答)	1173	61.9	30.6	21.7	39.8	18.3	17.7	32.9	20.5	16.5	8.4	25.1	4.9	1.3
最も重視すること (回答は1つ)	1173	48.2	10.4	5.8	10.9	3.2	2.1	7.8	3.2	1.4	1.7	3.3	0.9	1.0
2番目に重視すること (回答は1つ)	740	11.5	14.2	7.4	17.8	6.6	5.1	15.5	6.2	6.5	1.5	6.1	1.2	0.3
3番目に重視すること (回答は1つ)	563	6.7	8.3	9.6	15.3	5.9	7.6	12.3	8.3	6.6	4.3	13.3	1.6	0.2

【ベース：都市ガスの購入者】

Q13 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、特に重視することについて順位をお答えください。※「戻る」ボタンから上位の順位を修正できます。※前問でお選びになったものが2つの場合は2番目までをお答えください。

4.ガスとのセット販売(MA)

- TOTALでは、「電気」が最も高く、81.9%。「水道」39.6%、「携帯電話」33.4%が続く。
- 変更状況別にみると、ガスの購入先変更者は「動画配信サービス」17.6%が高くなっている。
- 性年代別にみると、男性20代は「灯油」24.3%、女性60代は「電気」95.0%が高くなっている。

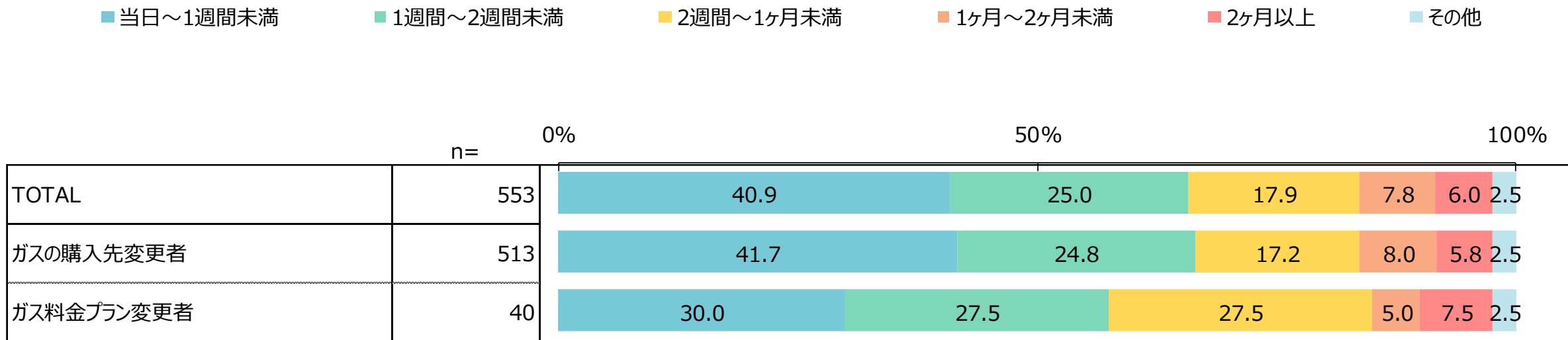


【ベース：Q12で「電気・通信費などセットで販売・割引されていること」選択者】

Q14 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かお答えください。（回答はいくつでも）

5.切替に要した日数(SA)

- TOTALでは、「当日～1週間未満」が最も高く、40.9%。「1週間～2週間未満」25.0%、「2週間～1ヶ月未満」17.9%が続く。
- ガスの購入先変更者では、「当日～1週間未満」が最も高く、41.7%。「1週間～2週間未満」24.8%が続く。
- ガス料金プラン変更者では、「当日～1週間未満」が最も高く、30.0%。「1週間～2週間未満」と「2週間～1ヶ月未満」が27.5%と続く。

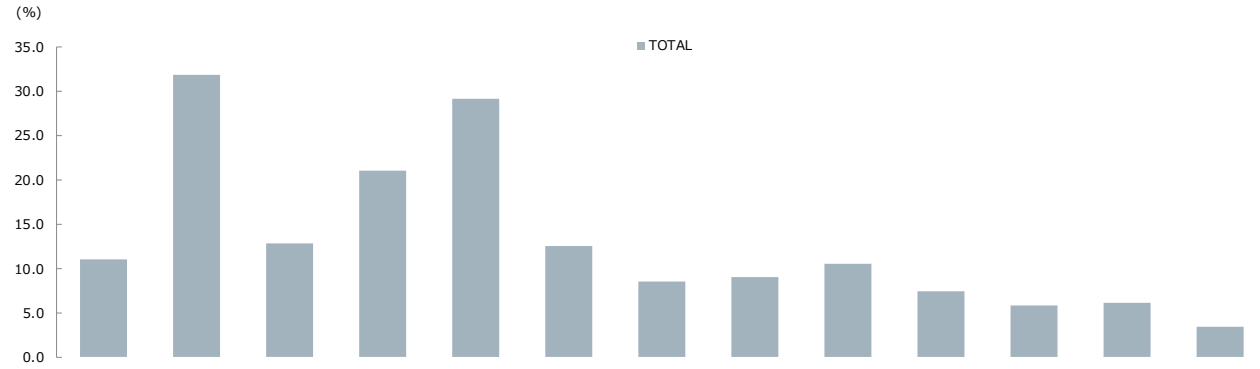


【ベース：都市ガスの購入先又は料金プラン変更者】

Q15 「ガスの購入先」または「ガス料金プラン」の切替にかかった日数についてお答えください。
 ※「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」の申込みをされてから、変更が適用されるまでの日数をお答えください。（回答は1つ）

6.ガスの購入先・料金プランを変更したきっかけ・決め手—きっかけになったこと(MA)—

- TOTALでは、「住居の変化（引っ越し・新築・リフォームなど）」が最も高く、31.8%。「今よりも安い料金プランが出たこと」29.1%、「今のガス料金が高い」21.0%が続く。
- 変更状況別にみると、TOTAL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、「住居の変化」は男性20代～30代で4割台と高い。



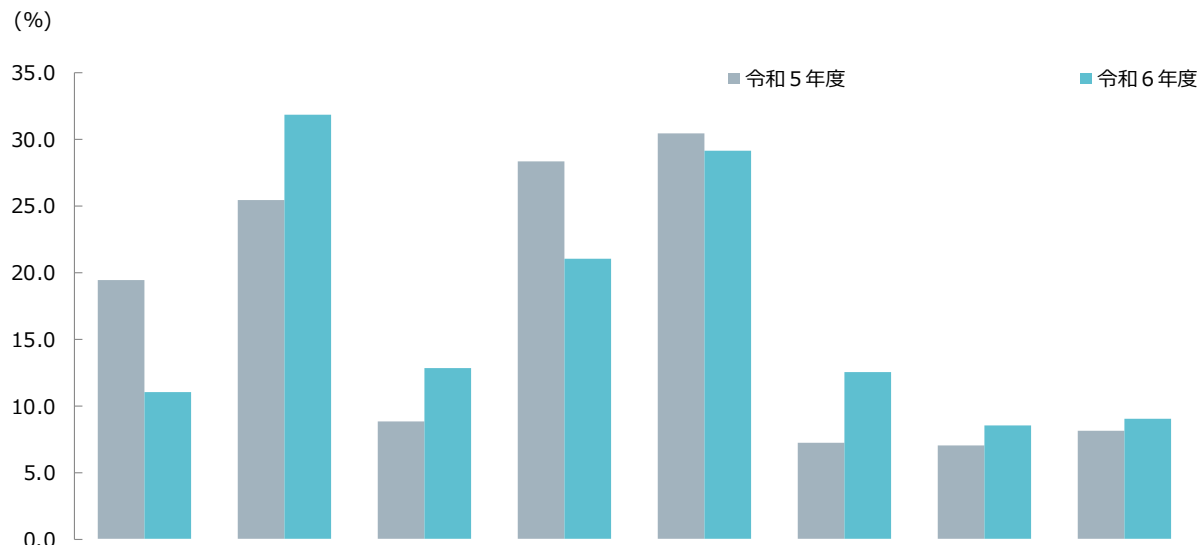
n=	家族構成の変化 (結婚・出産・同居など)	住居の変化 (引っ越し・新築・リフォームなど)	就職・転職・退職をしたこと	今のガス料金が高い	今よりも安い料金プランが出たこと	比較サイト	ニュースや新聞の記事などを見たこと	ガス会社のサイトを見た	自宅訪問・電話での営業を受けた	ショッピングモールや家電量販店などでセールスを受けたこと	契約していた会社に対して不満を感じた	周囲の人(家族や友人・知人、周辺住民)の影響	その他	
TOTAL	553	11.0	31.8	12.8	21.0	29.1	12.5	8.5	9.0	10.5	7.4	5.8	6.1	3.4
ガスの購入先変更者	513	11.5	32.6	12.3	20.9	29.4	12.5	8.6	9.0	10.5	7.4	6.0	6.6	3.3
ガス料金プラン変更者	40	5.0	22.5	20.0	22.5	25.0	12.5	7.5	10.0	10.0	7.5	2.5	0.0	5.0
男性20-29歳	73	27.4	45.2	24.7	28.8	21.9	17.8	13.7	16.4	9.6	16.4	9.6	12.3	0.0
男性30-39歳	86	15.1	47.7	15.1	26.7	24.4	15.1	9.3	4.7	8.1	9.3	7.0	3.5	1.2
男性40-49歳	68	7.4	33.8	14.7	19.1	32.4	19.1	11.8	10.3	7.4	4.4	5.9	2.9	1.5
男性50-59歳	67	6.0	26.9	7.5	19.4	32.8	7.5	4.5	11.9	7.5	3.0	3.0	6.0	4.5
男性60-69歳	47	0.0	12.8	6.4	25.5	38.3	8.5	6.4	6.4	14.9	0.0	6.4	8.5	0.0
女性20-29歳	34	17.6	41.2	26.5	20.6	29.4	14.7	5.9	20.6	5.9	8.8	14.7	8.8	0.0
女性30-39歳	35	20.0	31.4	22.9	28.6	37.1	2.9	5.7	0.0	11.4	8.6	5.7	2.9	0.0
女性40-49歳	40	5.0	37.5	7.5	12.5	27.5	10.0	2.5	5.0	12.5	2.5	0.0	2.5	5.0
女性50-59歳	46	2.2	15.2	4.3	13.0	21.7	10.9	15.2	6.5	15.2	8.7	2.2	8.7	13.0
女性60-69歳	57	5.3	14.0	0.0	10.5	31.6	10.5	5.3	7.0	15.8	8.8	3.5	5.3	10.5

【ベース：都市ガスの購入先又は料金プラン変更者】

＜きっかけになったこと（回答はいくつでも）＞ Q16_1 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。

6.ガスの購入先・料金プランを変更したきっかけ・決め手 —きっかけになったこと(MA)— 【経年比較】

- ガスの購入先・料金プランを変更したきっかけを経年比較でみると、令和5年度と比較して「家族構成の変化（結婚・出産・同居など）」は8.5ポイント、「今のガス料金が高い」は7.3ポイント低くなっている一方、「住居の変化（引っ越し・新築・リフォームなど）」は6.4ポイント、「比較サイト」は5.3ポイント高くなっている。



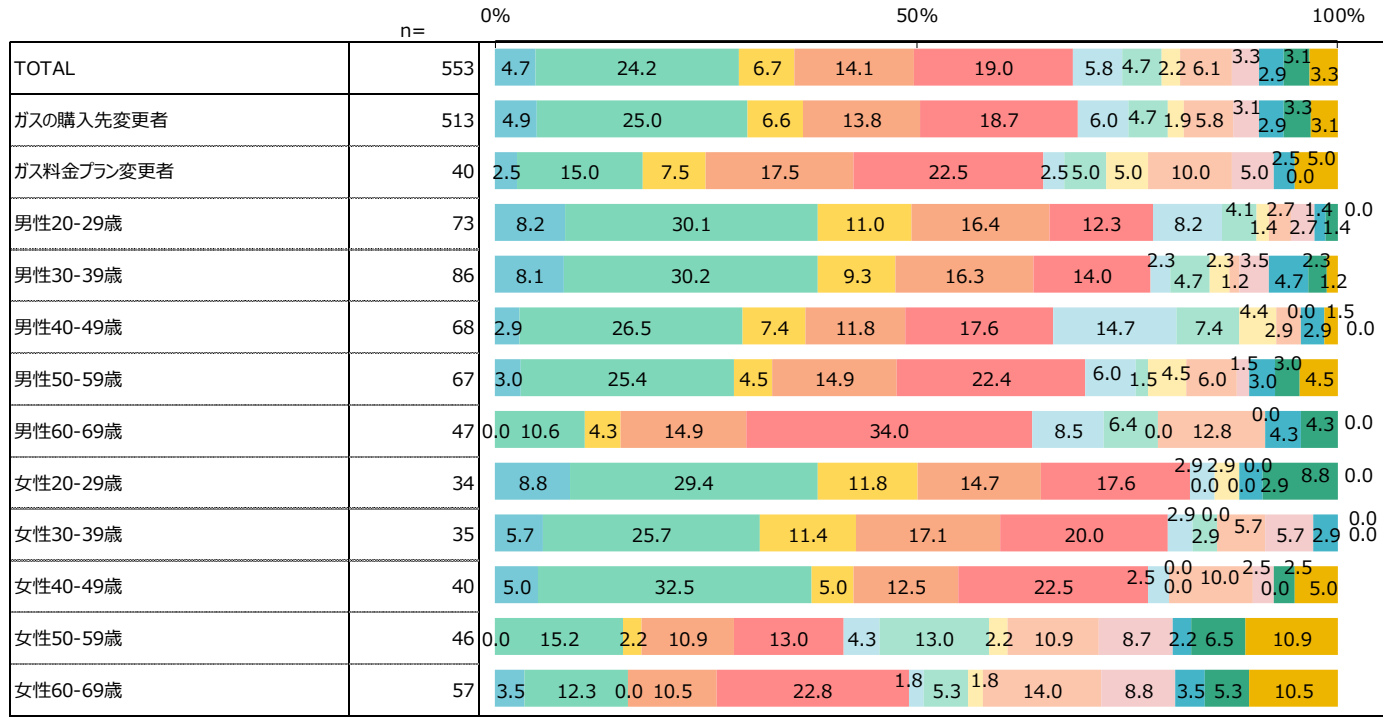
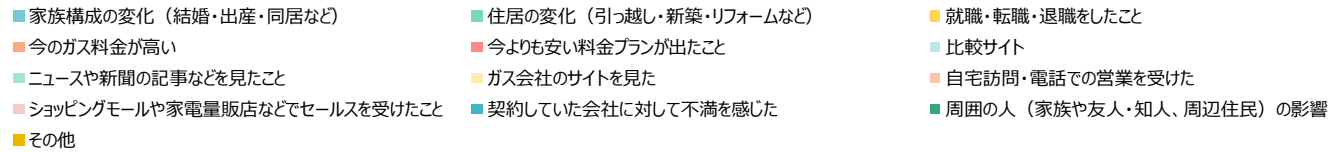
n=		家族構成の変化（結婚・出産・同居など）	住居の変化（引っ越し・新築・リフォームなど）	就職・転職・退職をしたこと	今のガス料金が高い	今よりも安い料金プランが出たこと	比較サイト	ニュースや新聞の記事などを見たこと	ガス会社のサイトを見た	自宅訪問・電話での営業を受けた	ショッピングモールや家電量販店などでセールスを受けたこと	契約していた会社に対して不満を感じた	周囲の人（家族や友人・知人、周辺住民）の影響	その他
令和5年度	555	19.5	25.4	8.8	28.3	30.5	7.2	7.0	8.1	6.7	9.2	7.9	11.2	1.3
令和6年度	553	11.0	31.8	12.8	21.0	29.1	12.5	8.5	9.0	10.5	7.4	5.8	6.1	3.4

【ベース：都市ガスの購入先又は料金プラン変更者】

<きっかけになったこと（回答はいくつでも）> Q16_1 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。

6.ガスの購入先・料金プランを変更したきっかけ・決め手—特に決め手になったこと(SA)—

- TOTALでは、「住居の変化（引っ越し・新築・リフォームなど）」が最も高く、24.2%。「今よりも安い料金プランが出たこと」19.0%、「今のガス料金が高い」14.1%が続く。
- 変更状況別にみると、TOTAL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、「今よりも安い料金プランが出たこと」は男性60代で34.0%、「比較サイト」は男性40代で14.7%、「自宅訪問・電話での営業を受けた」は女性60代で14.0%と高い。



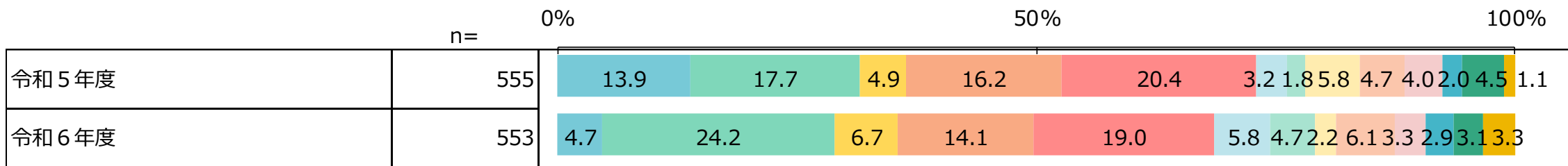
【ベース：都市ガスの購入先又は料金プラン変更者】

<特に決め手になったこと（回答は1つ）> Q16_2 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。

6.ガスの購入先・料金プランを変更したきっかけ・決め手 —特に決め手になったこと(SA)— 【経年比較】

- ガスの購入先・料金プランを変更した決め手を経年比較でみると、令和5年度と比較して「家族構成の変化（結婚・出産・同居など）」は9.2ポイント低くなっている一方、「住居の変化（引っ越し・新築・リフォームなど）」は6.5ポイント高くなっている。

- 家族構成の変化（結婚・出産・同居など）
- 今のガス料金が低い
- ニュースや新聞の記事などを見たこと
- 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
- その他
- 住居の変化（引っ越し・新築・リフォームなど）
- 今よりも安い料金プランが出たこと
- ガス会社のサイトを見た
- 契約していた会社に対して不満を感じた
- 就職・転職・退職をしたこと
- 比較サイト
- 自宅訪問・電話での営業を受けた
- 周囲の人（家族や友人・知人、周辺住民）の影響

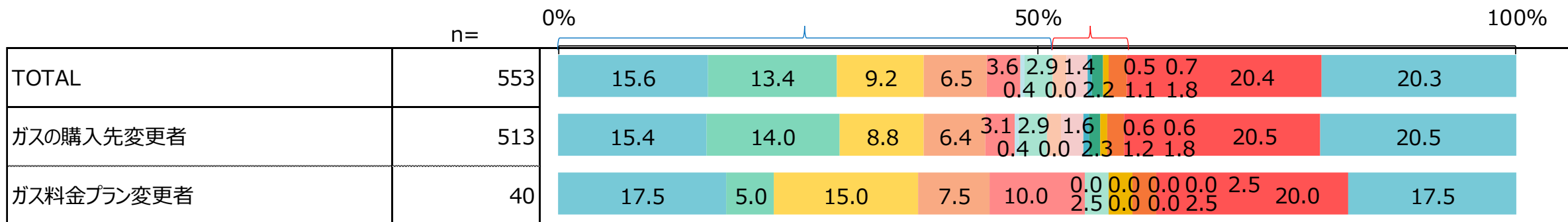
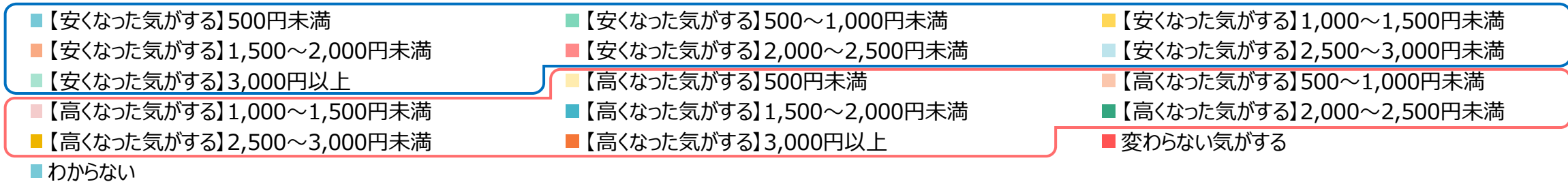


【ベース：都市ガスの購入先又は料金プラン変更者】

<特に決め手になったこと（回答は1つ）> Q16_2 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。

7.ガスの購入先・料金プランを変更後の金額差(SA)

- TOTALでは、「変わらない気がする」が最も高く、20.4%。「【安くなった気がする】500円未満」15.6%、「【安くなった気がする】500～1,000円未満」13.4%が続く。
- 変更状況別にみると、TOTALと同様の傾向であり、大きな違いはない。

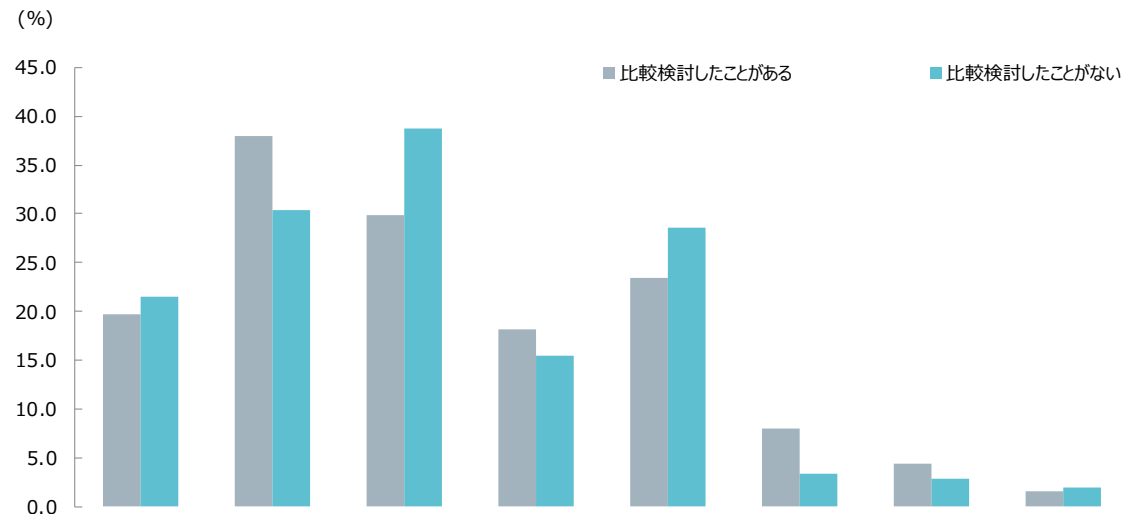


【ベース：都市ガスの購入先又は料金プラン変更者】

Q17 あなたは、「ガスの購入先」または「ガス料金プラン」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、毎月のガス料金で大体どの程度の差がありましたか。（回答は1つ）
 ※「ガスの購入先」または「ガス料金プラン」を複数回変更されている場合は、直近の変更についてお知らせください。

8.ガスの購入先を変更しない理由(MA)

- 比較検討したことがある人では、「変更するメリットがないから」が最も高く、38.0%。「今まで通り慣れている会社がよいから」29.9%、「切替・料金プラン変更の手続きが面倒くさそうだから」23.4%が続く。
- 比較検討したことがない人では、「今まで通り慣れている会社がよいから」が最も高く、38.7%。「変更するメリットがないから」30.4%、「切替・料金プラン変更の手続きが面倒くさそうだから」28.6%が続く。



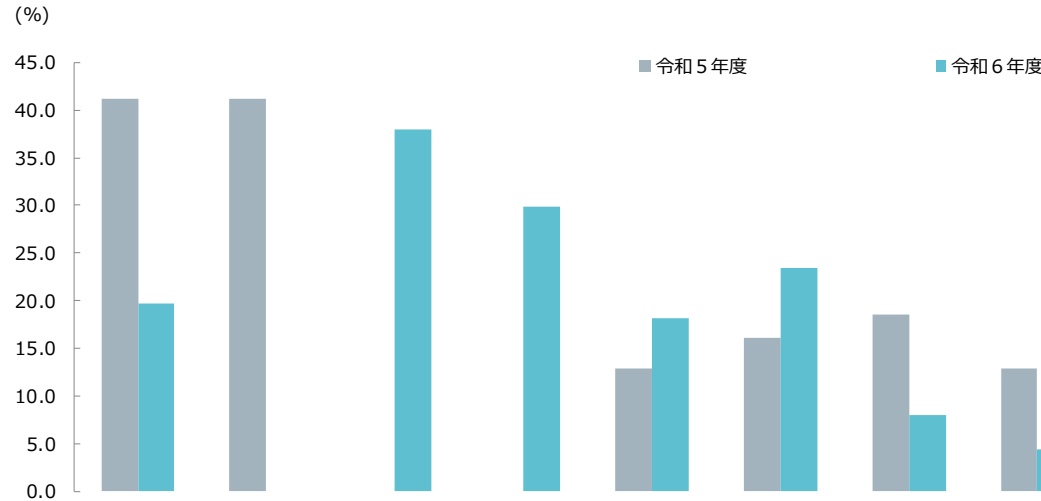
n=		なんとなく変更してしまうことに不安があるから	変更するメリットがないから	今まで通り慣れている会社がよいから	料金体系や契約内容が複雑になりそうだから	切替・料金プラン変更の手続きが面倒くさそうだから	今のガス会社でも、セット料金などの新しい割引サービスを受けることが期待できるから	今のガス会社でも、自分のライフスタイルにあった料金体系を選ぶことができるから	今の電力会社から電気を買う方が、地元地域への貢献になりそうだから	会社の体制や実績に不安があるから	地球環境問題など社会貢献への取組みに積極的ではなさそうだから	営業マンやサービスマンから悪質な勧誘を受けたから	マンションやアパー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	その他
比較検討したことがある	137	19.7	38.0	29.9	18.2	23.4	8.0	4.4	1.5	4.4	2.2	0.0	5.1	6.6
比較検討したことがない	483	21.5	30.4	38.7	15.5	28.6	3.3	2.9	1.9	2.1	0.6	1.4	7.7	2.9

【ベース：都市ガスの購入先又は料金プラン非変更者】

Q18 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。（回答はいくつでも）

8.ガスの購入先を変更しない理由(MA)―比較検討したことがある―【経年比較】

- 比較検討したことがある人を、経年比較でみると、令和5年度と比較して「なんとなく変更してしまうことに不安があるから」は21.4ポイント、「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」は10.5ポイント低くなっている。他方、「切替・料金プラン変更の手続きが面倒くさそうだから」は7.3ポイント、「料金体系や契約内容が複雑になりそうだから」は5.3ポイント高くなっている。



	n=	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良いから	変更するメリットがないから	今まで通り慣れている会社が良いから	料金体系や契約内容が複雑になりそうだから	切替・料金プラン変更の手続きが面倒くさそうだから	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	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	今の電力会社から電気を買う方が、地元地域への貢献になりそうだから	会社の体制や実績に不安があるから	地球環境問題など社会貢献への取組みに積極的ではなさそうだから	営業マンやサービスマンから悪質な勧誘を受けたから	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	その他
令和5年度	124	41.1	41.1	-	-	12.9	16.1	18.5	12.9	4.0	7.3	2.4	1.6	12.1	2.4
令和6年度	137	19.7	-	38.0	29.9	18.2	23.4	8.0	4.4	1.5	4.4	2.2	0.0	5.1	6.6

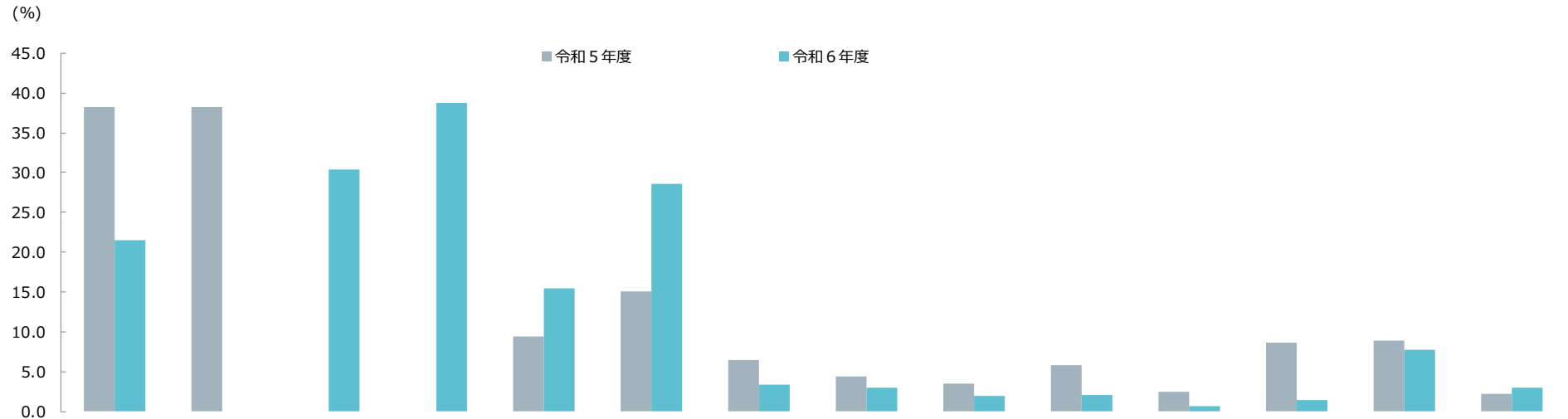
※令和5年度「変更するメリットがなく、今まで通り慣れている会社が良いから」は、令和6年度では「変更するメリットがないから」と「今まで通り慣れている会社が良いから」に分けて聴取した。

【ベース：都市ガスの購入先又は料金プラン非変更者】

Q18 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。（回答はいくつでも）

8.ガスの購入先を変更しない理由(MA)—比較検討したことがない—【経年比較】

- 比較検討したことがない人を、経年比較でみると、令和5年度と比較して「なんとなく変更してしまうことに不安があるから」は16.7ポイント低下している一方、「切替・料金プラン変更の手続きが面倒くさそうだから」は13.5ポイント高くなっている。




	n=	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	変更するメリットがないから	今まで通り慣れている会社がよいから	料金体系や契約内容が複雑になりそうだから	切替・料金プラン変更の手続きが面倒くさそうだから	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	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できるから	今の電力会社から電気を買う方が、地元地域への貢献になりそうだから	会社の体制や実績に不安があるから	地球環境問題など社会貢献への取組みに積極的ではなさそうだから	営業マンやサービスマンから悪質な勧誘を受けたから	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	その他
令和5年度	497	38.2	38.2	-	-	9.5	15.1	6.4	4.4	3.4	5.8	2.4	8.7	8.9	2.2
令和6年度	483	21.5	-	30.4	38.7	15.5	28.6	3.3	2.9	1.9	2.1	0.6	1.4	7.7	2.9

※令和5年度「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」は、令和6年度では「変更するメリットがないから」と「今まで通り慣れている会社がよいから」に分けて聴取した。

【ベース：都市ガスの購入先又は料金プラン非変更者】

Q18 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。（回答はいくつでも）



3 Findings

Findings 小売自由化の認知状況

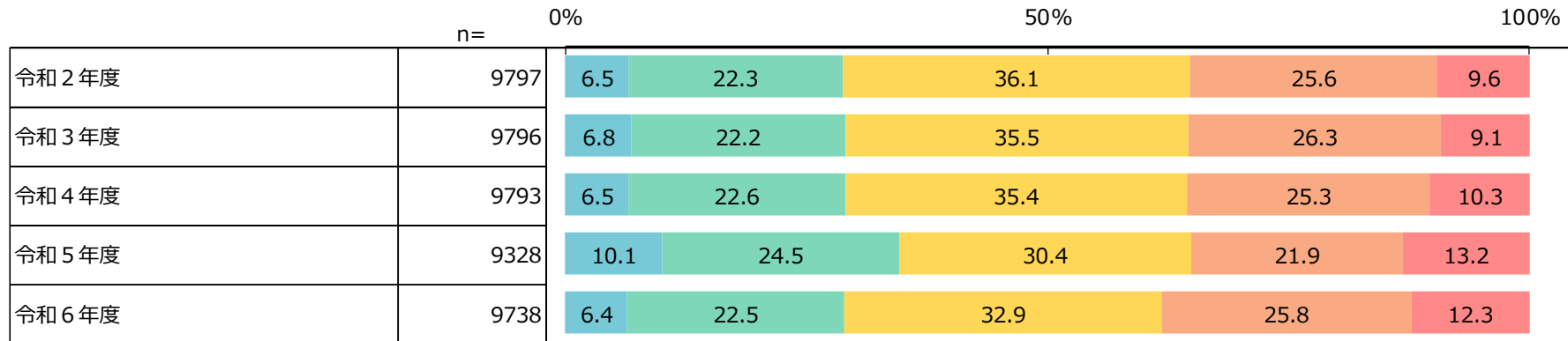
- 小売自由化の認知状況（SC7）を時系列で見ると、「認知度」は、電気については9割弱で横ばい、ガスについては8割弱でやや減少傾向が見られる。
- 「理解度」は、電気、ガスともに令和5年度に増加したが、今年度は令和4年度並みに戻っている。電気のスポット市場価格は令和4年度から高騰が見られたものの、令和5年1月から導入された「電気・ガス価格激変緩和対策」や、令和5年6月の電気料金改定等のインパクトが現れていたと考えられる。

理解度

認知度

■ 内容を詳しく知っている ■ 内容を知っている ■ 聞いたことがあり、内容はなんとなく知っている ■ 聞いたことはあるが、内容は知らない ■ 聞いたことがない

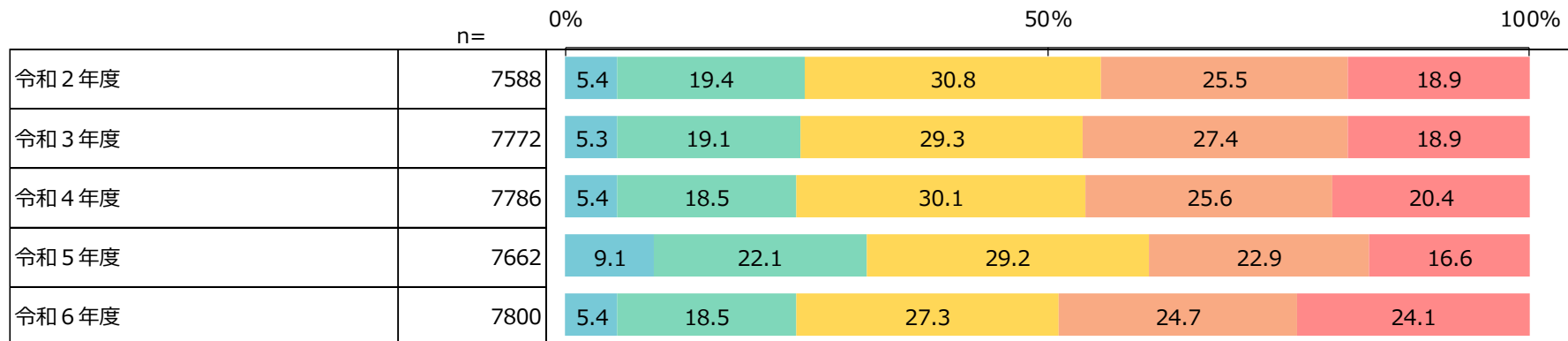
電気



【ベース：電気契約者】

理解度計	認知度計
28.8	90.5
29.0	90.8
29.1	89.8
34.6	86.8
28.9	87.7

ガス



【ベース：ガス契約者】

理解度計	認知度計
24.8	81.1
24.4	81.1
23.9	79.6
31.2	83.3
24.0	75.9

Findings 変更の動機 ー電気ー

- 電気の購入先または料金プランを変更した「きっかけ」(Q8_1) を前回比較すると、令和5年度と比べて上位3項目は同じだが、「今の電気料金が高い」が10ポイント程度低下し、「今よりも安い料金プランが出たこと」が1位に、「住居の変化(引っ越し・新築・リフォームなど)」も5ポイント程度増加して2位となった。
- 「決め手」(Q8_2) も同様の動きが見られ、令和5年6月の電気料金改定等の影響が低下したと考えられる。代わりに、料金プランの比較や住居の変化等が上位となっている。「自宅訪問・電話での営業を受けた」も4位に入り、小売事業者の営業活動が浸透してきていると考えられる。

Q.電気の購入先・料金プラン変更理由「きっかけ」(電気の購入先または料金プラン変更者)

	令和5年度 (n=820)	(%)
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6年度 (n=865)	(%)
1位	今よりも安い料金プランが出たこと	32.7
2位	住居の変化(引っ越し・新築・リフォームなど)	27.3
3位	今の電気料金が高い	23.4
4位	比較サイト	12.4
5位	ニュースや新聞の記事などを見たこと	11.3

Q.電気の購入先・料金プラン変更理由「決め手」(電気の購入先または料金プラン変更者)

	令和5年度 (n=820)	(%)
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	周囲の人(家族や友人・知人、周辺住民)の影響	6.2

	令和6年度 (n=865)	(%)
1位	今よりも安い料金プランが出たこと	22.0
2位	住居の変化(引っ越し・新築・リフォームなど)	19.2
3位	今の電気料金が高い	14.6
4位	自宅訪問・電話での営業を受けた	6.4
5位	ニュースや新聞の記事などを見たこと	4.5

Findings 変更の動機 –ガス–

- ガスの購入先または料金プランを変更した「きっかけ」(Q16_1)を前回比較すると、「今のガス料金が高い」が7ポイント程度下げて3位に、「住居の変化(引っ越し・新築・リフォームなど)」が6ポイント程度上げて1位になった。電気と同様、燃料費高騰の影響が低下し、日常的なライフステージの変化に伴い、比較サイト等を確認しながらスイッチしていることが考えられる。
- 「決め手」(Q16_2)についても、「住居の変化」が6ポイント程度上げて1位になった。「自宅訪問・電話での営業を受けた」も5位に入っており、電気と同様、小売事業者の営業活動が浸透してきていると考えられる。

Q.ガスの購入先・料金プラン変更理由「きっかけ」(ガスの購入先または料金プラン変更者)

	令和5年度 (n=555)	(%)
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6年度 (n=553)	(%)
1位	住居の変化(引っ越し・新築・リフォームなど)	31.8
2位	今よりも安い料金プランが出たこと	29.1
3位	今のガス料金が高い	21.0
4位	就職・転職・退職をしたこと	12.8
5位	比較サイト	12.5

Q.ガスの購入先・料金プラン変更理由「決め手」(ガスの購入先または料金プラン変更者)

	令和5年度 (n=555)	(%)
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	ガス会社のサイトを見た	5.8

	令和6年度 (n=553)	(%)
1位	住居の変化(引っ越し・新築・リフォームなど)	24.2
2位	今よりも安い料金プランが出たこと	19.0
3位	今のガス料金が高い	14.1
4位	就職・転職・退職をしたこと	6.7
5位	自宅訪問・電話での営業を受けた	6.1

Findings 非変更理由 ー電気ー

- 電気の購入先または料金プランを変更しない理由（Q10）を前回比較すると、比較検討したことがある者は「なんとなく変更してしまうことに不安があるから」が17ポイント程度下げて4位に、「今まで通り慣れている会社がよいから」と「変更するメリットがないから」が1位、2位となった。比較検討したことがない者も同様の傾向だが、「切替・料金プラン変更の手続きが面倒くさそうだから」が13ポイント程度上げて2位となった。
- 「なんとなく変更してしまうことに不安」から、「今まで通り慣れている会社がよい」、「変更するメリットがない」、「手続きが面倒くさそう」といった具体的な非変更理由への移り変わりが見られる。

Q.電気の購入先・料金プラン非変更理由（比較検討したことがある）

	令和5年度（n=143）	(%)
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	変更するメリットがなく、今まで通り慣れている会社がよいから（※）	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6年度（n=162）	(%)
1位	今まで通り慣れている会社がよいから（※）	37.7
2位	変更するメリットがないから（※）	30.9
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	23.5
4位	なんとなく変更してしまうことに不安があるから	21.0
5位	料金体系や契約内容が複雑になりそうだから	18.5

Q.電気の購入先・料金プラン非変更理由（比較検討したことがない）

	令和5年度（n=594）	(%)
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	変更するメリットがなく、今まで通り慣れている会社がよいから（※）	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6年度（n=571）	(%)
1位	今まで通り慣れている会社がよいから（※）	38.4
2位	切替・料金プラン変更の手続きが面倒くさそうだから	33.3
3位	変更するメリットがないから（※）	27.1
4位	なんとなく変更してしまうことに不安があるから	22.2
5位	料金体系や契約内容が複雑になりそうだから	13.7

※「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」は、「変更するメリットがないから」と「今まで通り慣れている会社がよいから」に分けて聴取した。

Findings 非変更理由 –ガス–

- ガスの購入先または料金プランを変更しない理由（Q18）を前回比較すると、比較検討したことがある者は「なんとなく変更してしまうことに不安があるから」が21ポイント程度下げて4位に、「変更するメリットがないから」と「今まで通り慣れている会社がよいから」が1位、2位となった。比較検討したことがない者も同様の傾向だが、1位と2位の順位は異なっている。
- ガスについては、比較検討したが「変更するメリットがない」との声が多いことから、比較検討の場面でのメリット訴求等の情報提供が必要と考えられる。また、電気と同様、「手続きが面倒そう」、「料金体系や契約内容が複雑になりそう」との項目も割合が増加しており、スイッチ時の負担感軽減のための情報提供も求められる。

Q.ガスの購入先・料金プラン非変更理由（比較検討したことがある）

	令和5年度 (n=124)	(%)
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
1位	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（※）	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	12.9

	令和6年度 (n=137)	(%)
1位	変更するメリットがないから（※）	38.0
2位	今まで通り慣れている会社がよいから（※）	29.9
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	23.4
4位	なんとなく変更してしまうことに不安があるから	19.7
5位	料金体系や契約内容が複雑になりそうだから	18.2

Q.ガスの購入先・料金プラン非変更理由（比較検討したことがない）

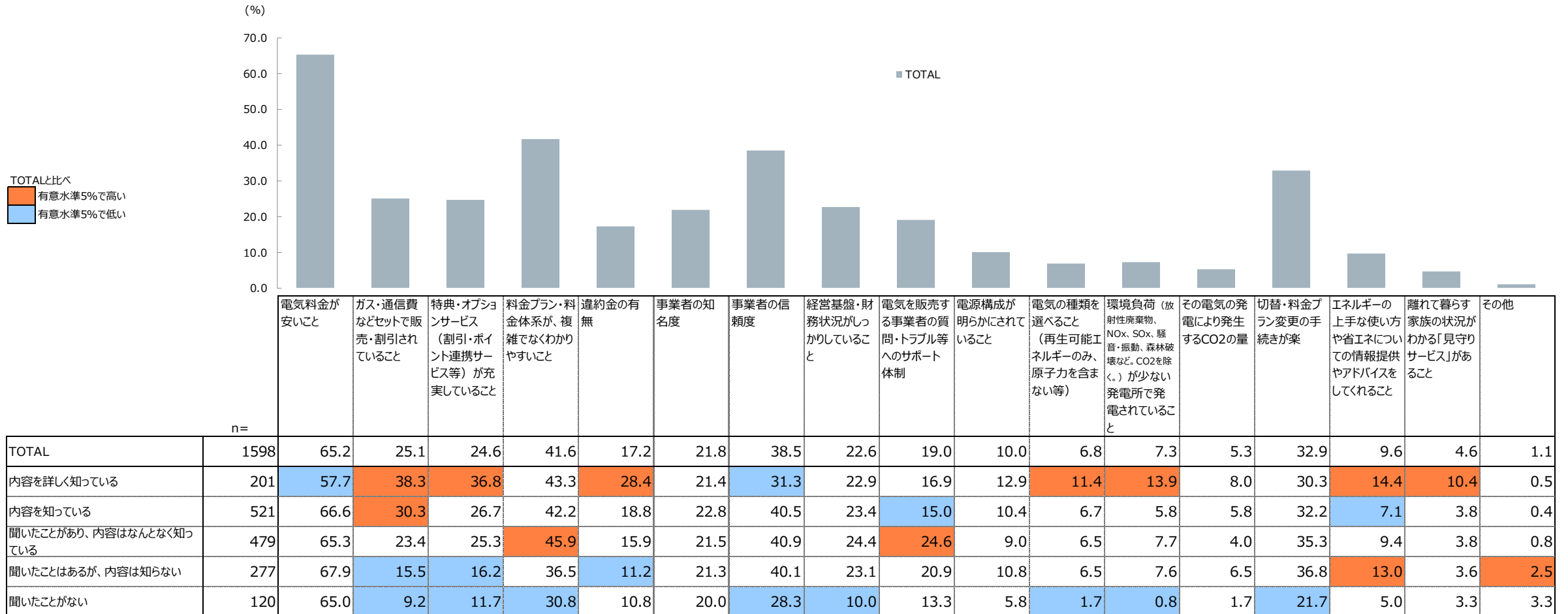
	令和5年度 (n=497)	(%)
1位	なんとなく変更してしまうことに不安があるから	38.2
1位	変更するメリットがなく、今まで通り慣れている会社がよいから（※）	38.2
3位	切替・料金プラン変更の手続きが面倒くさそうだから	15.1
4位	料金体系や契約内容が複雑になりそうだから	9.5
5位	マンションやアパートなどでガスを同一事業者と契約することが入居条件となっているので、事業者を自分では決定できないから	8.9

	令和6年度 (n=483)	(%)
1位	今まで通り慣れている会社がよいから（※）	38.7
2位	変更するメリットがないから（※）	30.4
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	28.6
4位	なんとなく変更してしまうことに不安があるから	21.5
5位	料金体系や契約内容が複雑になりそうだから	15.5

※「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」は、「変更するメリットがないから」と「今まで通り慣れている会社がよいから」に分けて聴取した。

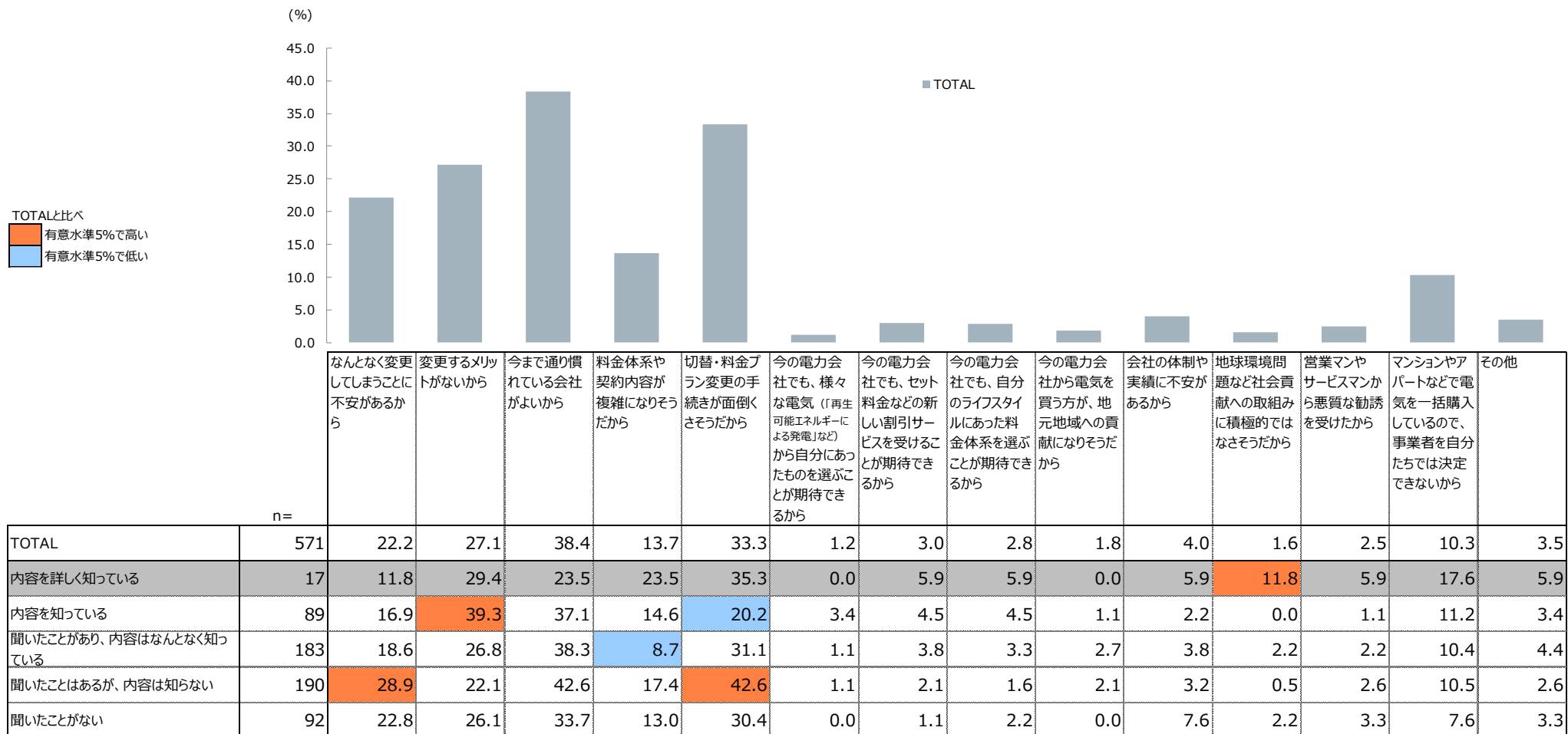
Findings 小売自由化認知度×電気・重視していること

- 電力会社選択時の重視点（Q2・Q3）を、小売自由化認知度（SC7）別にみると、理解度が高い者は、「ガス・通信費などセットで販売・割引されていること」や「特典・オプションサービス（割引・ポイント連携サービス等）が充実していること」、「違約金の有無」等が高くなっている。メリットやリスクを踏まえて電力会社を選択しようとしていると考えられる。
- また、「内容を詳しく知っている」者は、「電気の種類を選べること（再生可能エネルギーのみ、原子力を含まない等）」や「環境負荷（放射性廃棄物、NOx、SOx、騒音・振動、森林破壊など。CO2を除く。）が少ない発電所で発電されていること」も高くなっている。環境の側面から電力会社を選ぼうとしていると考えられる。
- 他方、「聞いたことはあるが、内容は知らない」者は、「料金プラン・料金体系が、複雑でなくわかりやすいこと」や「電気を販売する事業者の質問・トラブル等へのサポート体制」を重視している。



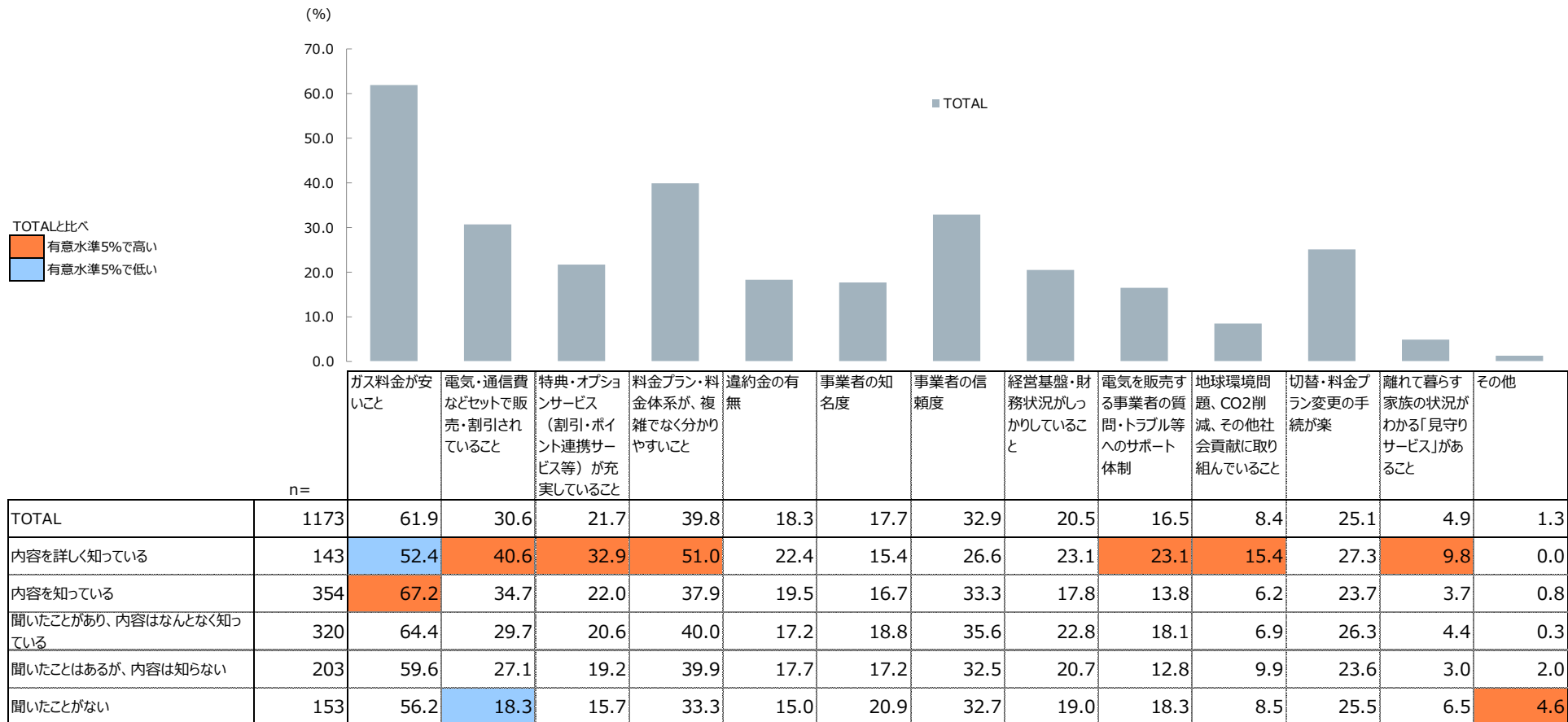
Findings 小売自由化認知度×電気・非変更理由（比較検討なし）

- 電気の購入先を変更しない理由（Q10）を、小売自由化認知度（SC7）別に見ると、TOTALで最も高い「今まで通り慣れている会社がよいから」は認知度では差がなかった。
- 「内容を知っている」者は、「変更するメリットがないから」が高くなっていった。一定程度、内容を認知している者でも、メリットはないと考えて比較検討を行わない場合があると考えられる。
- また、「聞いたことはあるが、内容は知らない」者は、「なんとなく変更してしまうことに不安があるから」と「切替・料金プラン変更の手続きが面倒くさそうだから」が高くなっていった。比較検討する前の段階の阻害要因は、なんとなく不安、面倒くさそう、であり、内容に関する情報提供の前に、不安や手間に関するハードルを下げる情報提供が必要と考えられる。



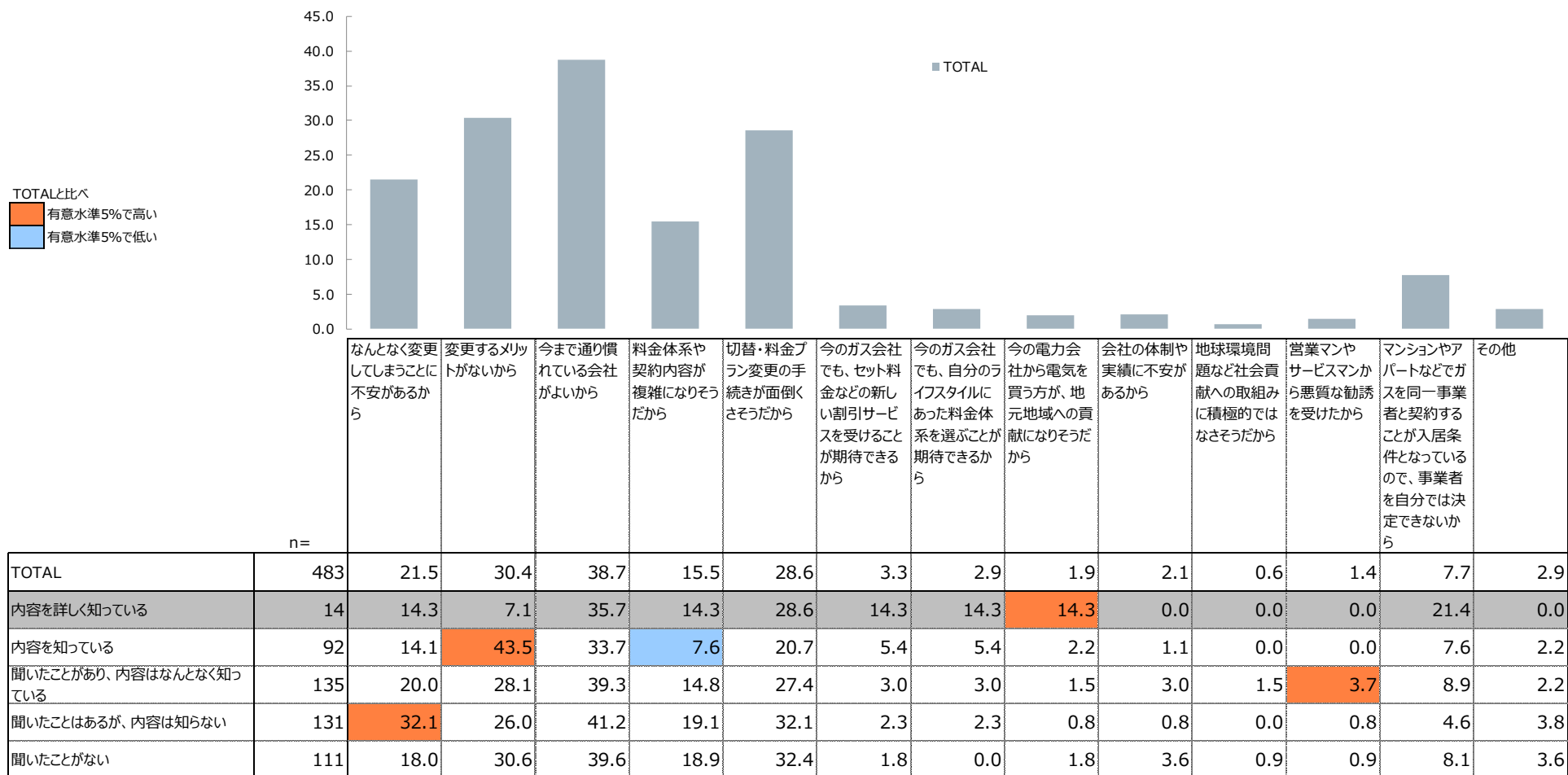
Findings 小売自由化認知度×ガス・重視していること

- ガス会社選択時の重視点（Q12・Q13）を、小売自由化認知度（SC7）別にみると、認知度が高い者は、電気と同様、「電気・通信費などセットで販売・割引されていること」や「特典・オプションサービス（割引・ポイント連携サービス等）が充実していること」等が高くなっている。
- 「ガス料金が安いこと」は、「内容を知っている」者が高く重視しているのに対して、「内容を詳しく知っている」者は低くなっている。
- 「内容を詳しく知っている」者は、ガス料金の安さよりも、「料金プラン・料金体系が、複雑でなく分かりやすいこと」や「電気を販売する事業者の質問・トラブル等へのサポート体制」、「地球環境問題、CO2削減、その他社会貢献に取り組んでいること」等を重視していると考えられる。



Findings 小売自由化認知度×ガス・非変更理由（比較検討なし）

- ガスの購入先を変更しない理由（Q18）を、小売自由化認知度（SC7）別にみると、TOTALで最も高い「今まで通り慣れている会社がよいから」は認知度では差がなかった。
- 「内容を知っている」者は、「変更するメリットがないから」が高くなっており、電力と同様、一定程度、内容を認知している者でも、メリットはないと考えて比較検討を行わない場合があると考えられる。
- また、「聞いたことはあるが、内容は知らない」者は、「なんとなく変更してしまうことに不安があるから」が高くなっていった。電力と同様、比較検討する前の阻害要因は、なんとなく不安、であり、内容に関する情報提供の前不安等に関するハードルを下げる情報提供が必要と考えられる。





株式会社インテージリサーチ