

BECC JAPAN 2022

エネルギーを多く消費する世帯の ライフスタイル

2022年7月28日

株式会社インテージ 甲斐 聡

Create Consumer-centric Values



0. 発表内容

本編：エネルギー使用量と消費者の意識・行動

1. エネルギーパネルの紹介
2. エネルギー使用量の多い世帯・少ない世帯の特徴 [【エネルギーパネル】](#) × [【360°viewer】](#)
3. エネルギー使用量と省エネ行動実施率の関係 [【エネルギーパネル】](#) × [【追加調査】](#)
4. (番外)サステナブル行動セグメントと省エネ行動実施率の関係 [【サステナブル行動セグメント】](#) × [【追加調査】](#)
5. エネルギー使用量と消費者の行動の関係

Appendix

1. エネルギー価格の上昇についての意識

1. エネルギーパネルの紹介

1. エネルギーパネル

- 対象世帯：日々の買い物情報を提供するモニター（全国52,500s）
- 2019年5月～2022年5月のエネルギー（電気・ガス）使用量・購入金額
- 属性情報：基本属性（性・年代・未既婚、居住地）、職業、住居形態、家族構成、同居人数、年収、最終学歴、など

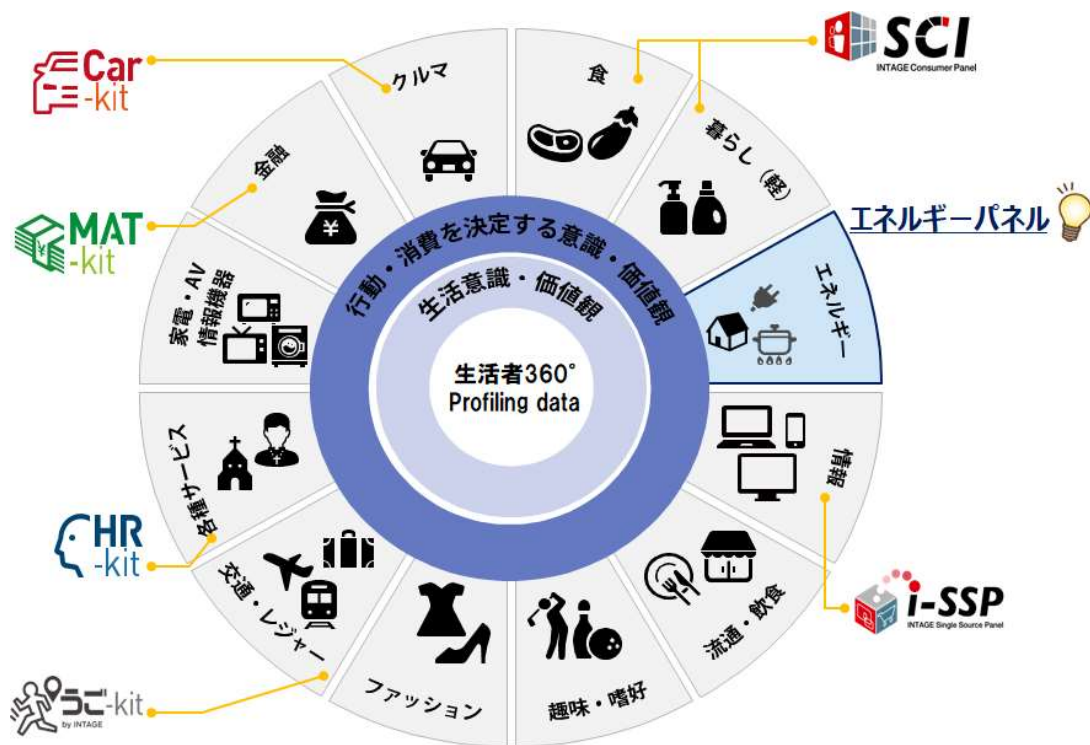


表 エネルギー種別・年別・一カ月あたり有効回答数

年度	電気	都市ガス	LPガス
2019年 (5月～12月)	13,711～ 17,653s/月	6,953～ 8,832s/月	2,830～ 3,673s/月
2020年 (1月～12月)	7,681～ 17,445s/月	3,936～ 8,913s/月	1,581～ 3,780s/月
2021年 (1月～12月)	7,783～ 12,463s/月	3,851～ 6,229s/月	1,593～ 2,399s/月
2022年 (1月～5月)	10,133～ 12,483s/月	5,375～ 6,247s/月	2,072～ 2,435s/月

2. エネルギーパネルデータの集計方法

【集計対象条件】

- 2021年度全ての月の電気・都市ガス・LPガスのデータが揃っていること
 - 対象地域は関東甲信、東海、近畿、中国、四国、九州（寒冷地として北海道、東北、北陸、亜熱帯地域として沖縄を対象外）
- ※地域の定義は「家庭部門のCO2排出実態統計調査」（環境省）（以下「家庭CO2統計」という）に準ずる

【集計対象数】

- 2,762s（関東甲信：1,094s、東海：416s、近畿：547s、中国：275s、四国：142s、九州：288s）

【対象地域のエネルギー使用量の算定方法】

- 国勢調査の地域別（6地域）・建方別（戸建・集合）・世帯類型別（単身・2人以上）に併せたウェイトバック集計

$$E = \sum_i \sum_j \sum_k \frac{N_{ijk}}{n_{ijk}} X_{ijk} \quad \dots \text{ (式)}$$

E：対象地域全域のエネルギー使用量合計

i：地域6区分

X：あるエネルギー種のある世帯でのエネルギー使用量

j：建方2区分

N：調査対象世帯数（国勢調査に基づく母集団）

k：世帯類型2区分

n：有効回答世帯数

3. エネルギーパネルデータの妥当性

- エネルギーパネルによるエネルギー使用量（2021年度）と「家庭CO2統計」の同一地域のエネルギー使用量（2020年度）を月別の推移で比較
- 年次は異なるものの、曲線のカーブは「電気・ガスの合計」「電気」「都市ガス」「LPガス」いずれも類似の傾向を示す

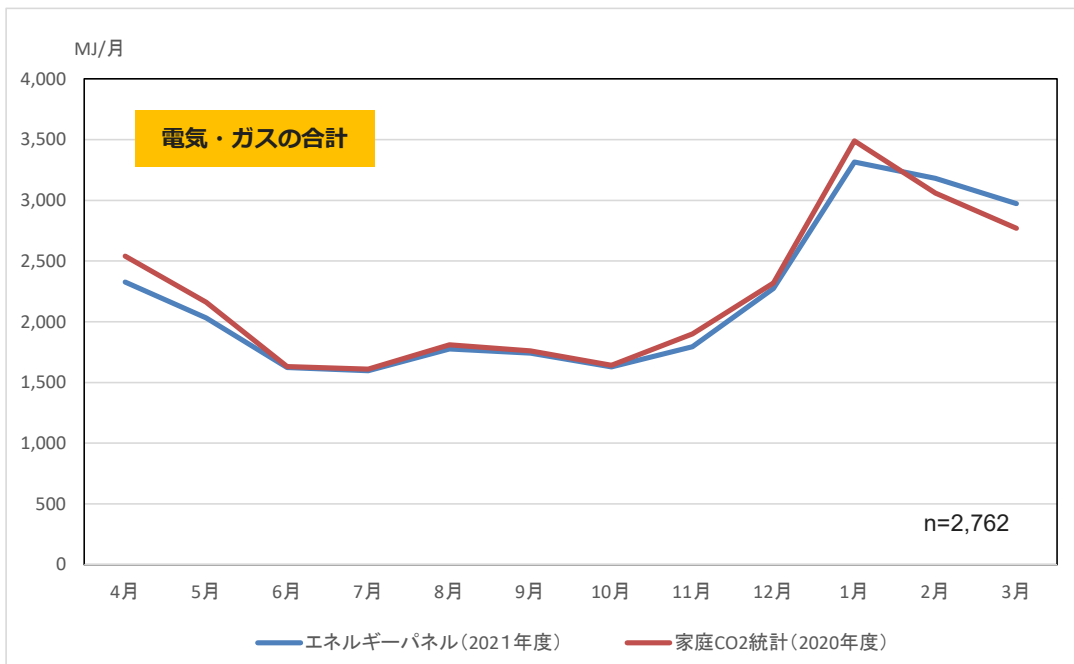


図 月別電気・ガス使用量の推移比較
(エネルギーパネルと家庭CO2統計の比較)

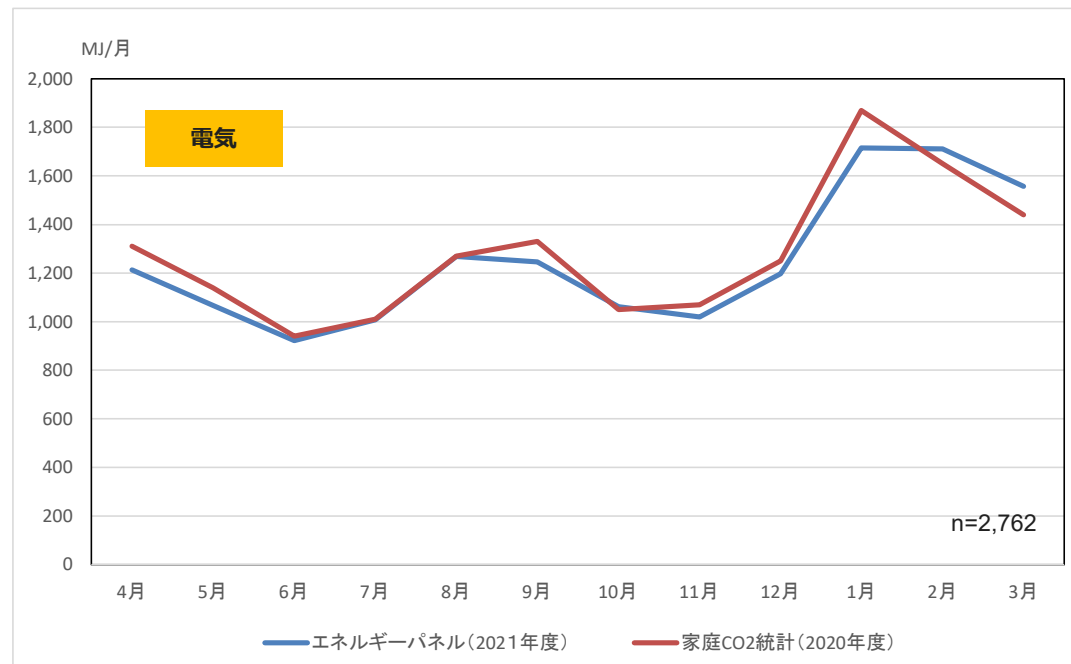


図 月別電気使用量の推移比較
(エネルギーパネルと家庭CO2統計の比較)

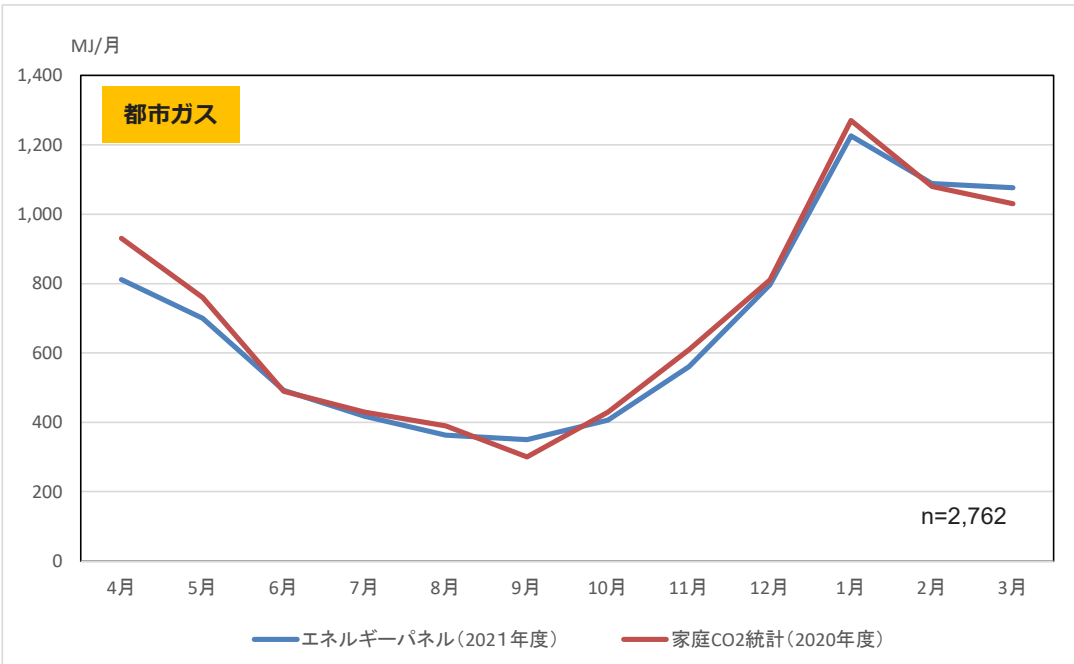


図 月別都市ガス使用量の推移比較
(エネルギーパネルと家庭CO2統計の比較)

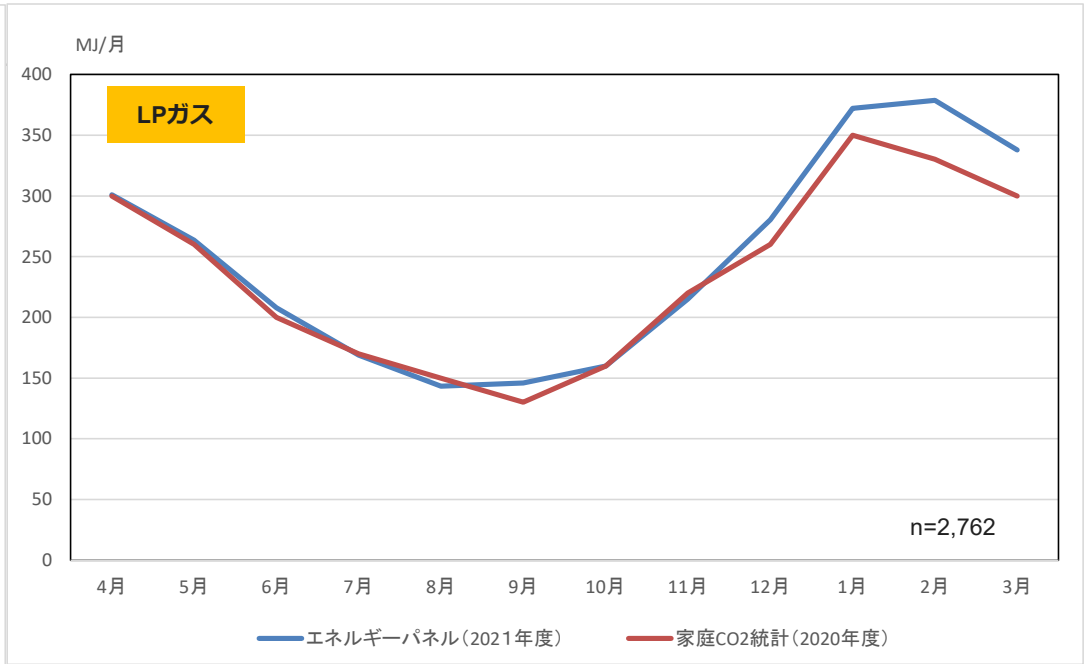


図 月別LPガス使用量の推移比較
(エネルギーパネルと家庭CO2統計の比較)



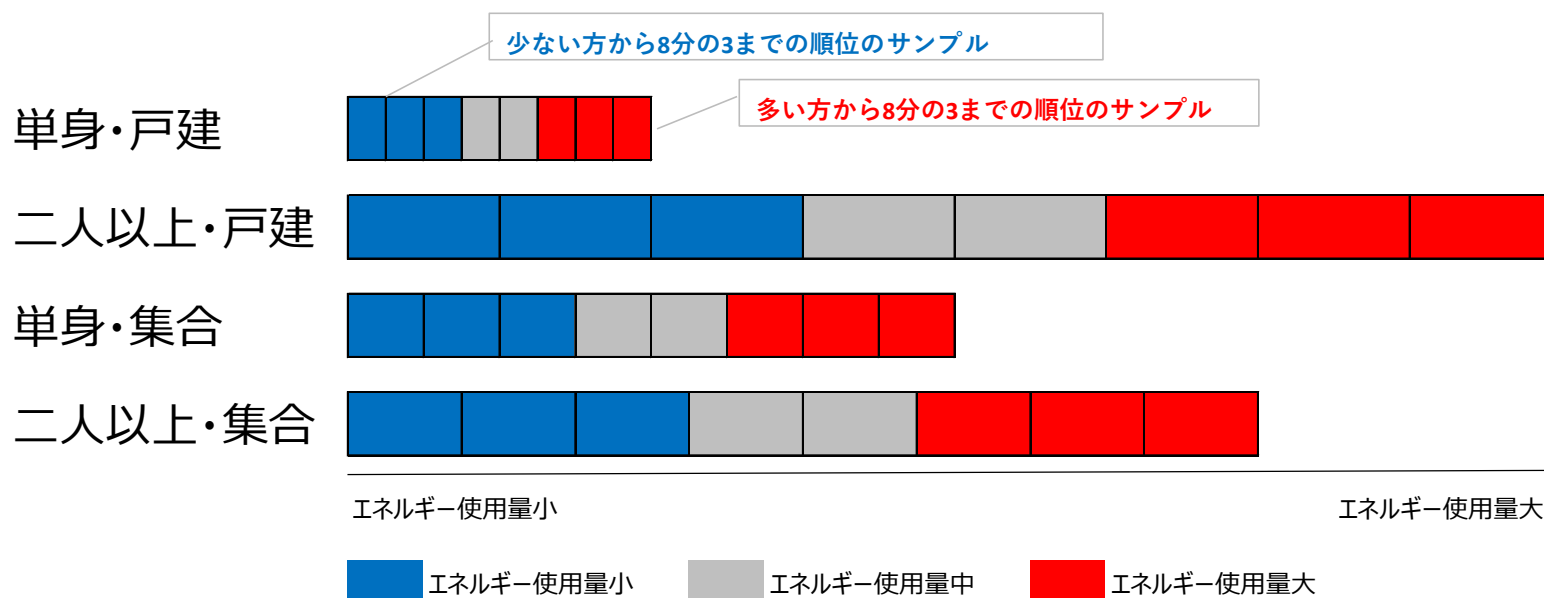
「家庭CO2統計」など政府統計のサンプルへ追加調査はできないが、エネルギーパネルから適切なサンプルを抽出した調査は可能

2. エネルギー使用量の多い世帯・ 少ない世帯の特徴

【エネルギーパネル】 × 【360°viewer】

4. エネルギー使用量の多い世帯・少ない世帯とは

- エネルギー使用量を特徴づける属性（世帯類型と建方）それぞれに対し、4つのセグメントに分類
- 各セグメントごとにエネルギー使用量に応じ順位付けし、少ない方から8分の3を超える順位の最初のサンプルまでをエネルギー使用量小、多い方から8分の3を超える最初のサンプルまでをエネルギー使用量大と定義する





生活者360° Viewer

膨大なストックデータから生活者のパーソナリティや暮らし・体験を細密描写
体温や手触りが感じられるくらいにリアリティのある生活者理解がはじまります

ターゲットを正確に捉え、ブレのない戦略立案へ

属性やパーソナリティ（生活意識・価値観）など、生活者の判断や行動の‘核’となる部分からターゲットの輪郭を捉える。さらに、商品・サービスの購入・利用経験やメディア接触状況を重ね合わせ、ターゲットを立体的かつ細密に描写する。

データに裏付けられたターゲット像を携えながら、‘ブレのない’ パワフルな企画立案、施策の実行を力強く支援します。



15,000 項目の ‘記録’ がターゲットをもの語る

網羅する情報は「属性」「パーソナリティ（生活意識・価値観）」「消費領域」「メディア領域」の4領域。分析対象の項目数は、実に ‘15,000’ にもおよびます。

アンケートやログで収集した膨大な情報はデータに立脚した生活者の‘体験の記憶’ そのもの。ターゲットの体験を含めたプロファイリングが雄弁にもの語り、広大にして細部に渡る理解を加速します。



【特徴】

- ◆ エネルギー使用量の多い世帯
 - ・ 世帯年収が高い
 - ・ 品質が良い商品・サービスを好む（拘りをもって購入）
 - ・ 洗濯の頻度が多い
- ◆ エネルギー使用量の少ない世帯
 - ・ お金を使うことに慎重
 - ・ 節約を重視
 - ・ 人付き合いには積極的でない

エネルギー使用量の**少ない**世帯

項目

エネルギー使用量の**多い**世帯

基本属性



5,018,200円

世帯年収

6,389,310円

価値観



+10.5%	最低限必要なものがあれば良い	
+7.5%	人付き合いをあまり積極的に広げたいと思わない	
+6.7%	車は目的地までの移動手段の一つでしかない	
+6.2%	あまり人とは付き合いたくない	

消費意識
・行動



+9.3%	お金を使うことには慎重な方	
+7.7%	欲しいものはお金をためてから買う	
+7.6%	生活に最低限必要なものだけを購入するようにしている	
+7.4%	多少の手間や時間がかかっても、お金の節約になるものを選びたい	
+6.9%	同じものを買うなら、安いところを探して買う	
+6.3%	ディスカウントストアなど安売り店をよく利用する	
	多少出費が多くなっても、より品質の良い商品やサービスを求める方だ	+10.1%
	品質が良ければ高くても買う	+8.7%
	良いと思う商品やサービスは、その理由を説明できる	+7.2%

食と暮らし



+11.2%	食費はできるだけ節約するようにしている	
+6.5%	献立を考える時、節電できることを意識する	
+6.3%	生活に最低限必要なものだけを購入するようにしている	
	衣類によっては別々に洗濯する	+11.5%
	洗濯物を室内に干す	+12.2%

3. エネルギー使用量と 省エネ行動実施率の関係

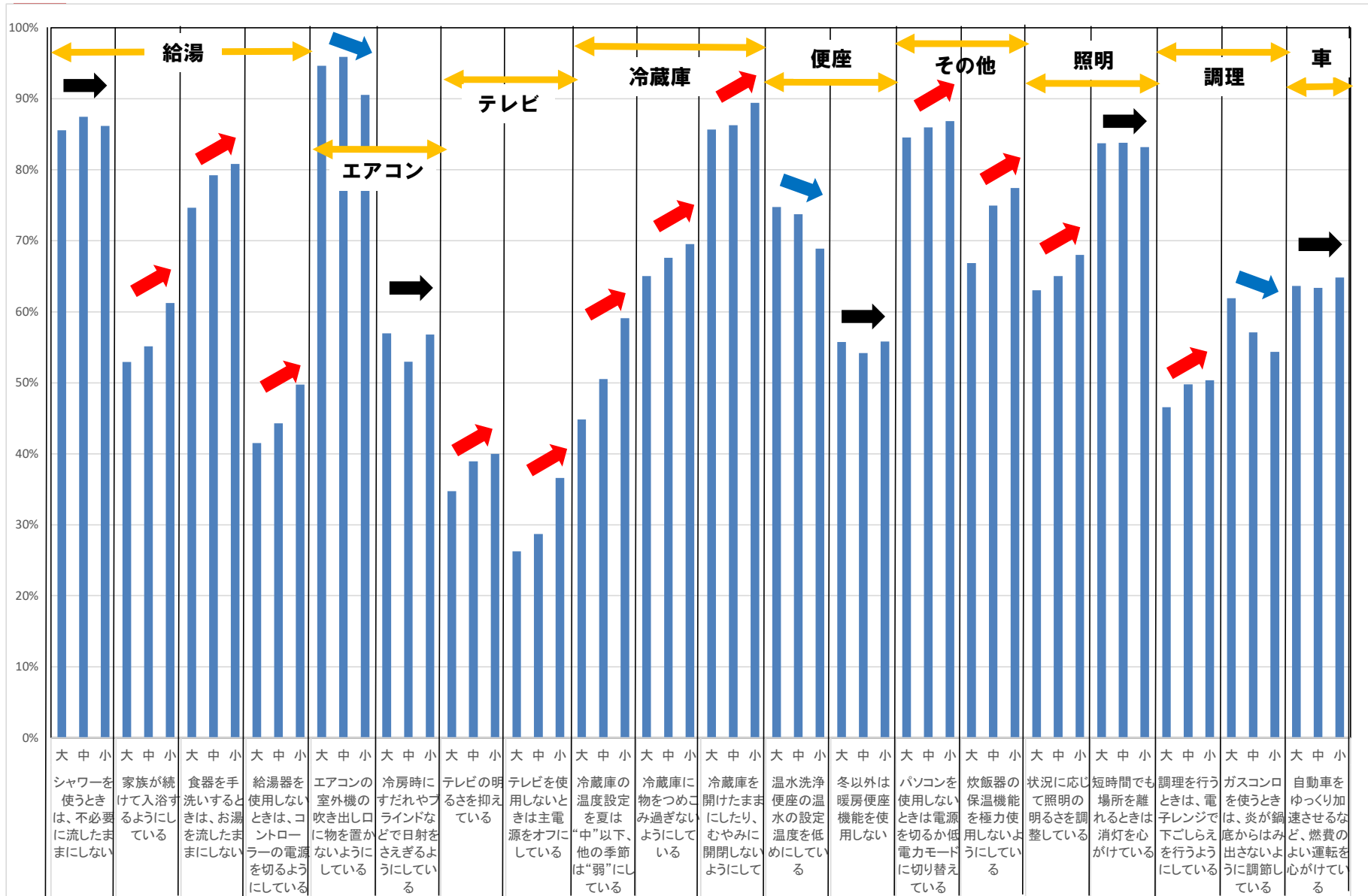
【エネルギーパネル】 × 【追加調査】

エネルギー使用量別に見た省エネ行動実施率 （※R2年度家庭CO2統計の省エネ行動）

- エネルギー使用量が少ない世帯とエネルギー使用量が多い世帯の省エネ行動実施率を比較。
- 特に、冷蔵庫、テレビ、その他家電、給湯に関する省エネ行動は、エネルギー使用量が少ない世帯で実施率が高い

表 分野別・エネルギー使用量と省エネ行動実施率の関係

分野	取り組み数	正の相関 エネルギー使用量が少ないほど取り組みが進んでいる	無相関 エネルギー使用量と取り組み状況が関係しない	負の相関 エネルギー使用量が多いほど取り組みが進んでいる
給湯	4	3	1	
エアコン	2		1	1
テレビ	2	2		
冷蔵庫	3	3		
便座	2		1	1
その他家電	2	2		
照明	2	1	1	
調理	2	1		1
自動車	1		1	
合計	20	12	5	3



【凡例】

正の相関
 エネルギー使用量と省エネ行動実施率が正の相関

無相関
 エネルギー使用量と省エネ行動実施率に相関無し

負の相関
 エネルギー使用量と省エネ行動実施率が負の相関

n=2,762

図 エネルギー使用量と省エネ行動実施率の関係

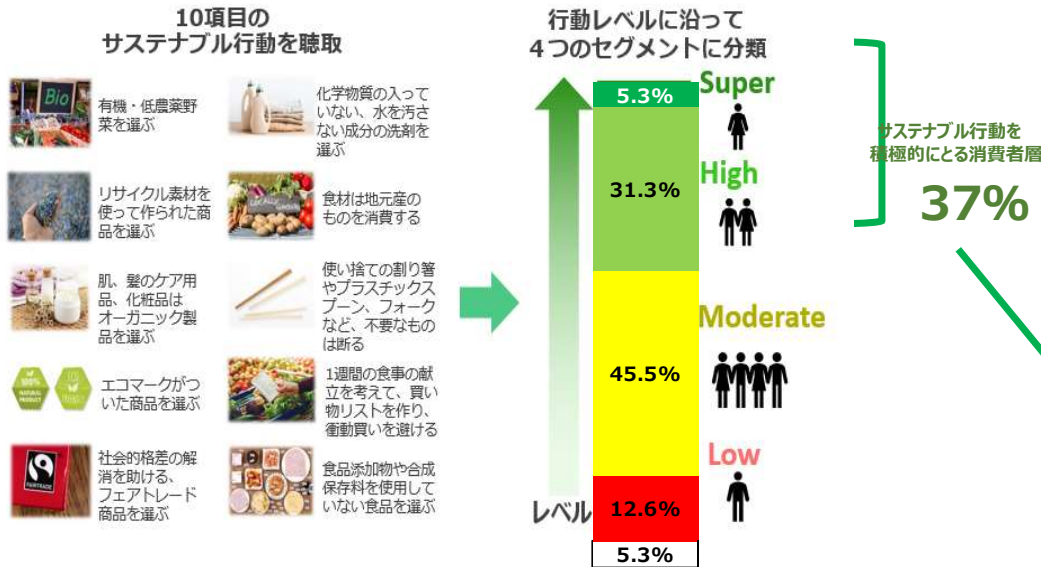
4. サステナブル行動セグメントと 省エネ行動実施率の関係

【サステナブル行動セグメント】 × 【追加調査】

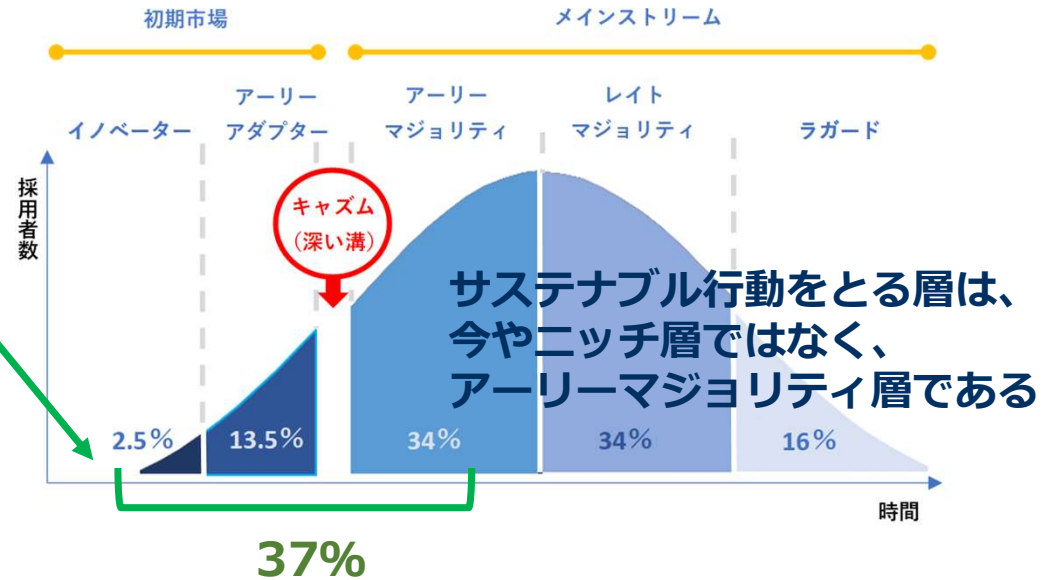
サステナブル行動セグメントによる分類

- エネルギーパネルを独自のサステナブル行動セグメントで4つに分類 (Super、High、Moderate、Low)
- サステナブルな取り組みをしているSuperは5%、Highは31%。計37%が比較的サステナブルな行動を実施。

エネルギーパネルの分類結果



ロジャース「イノベーター理論」



サステナブルな行動実践者の省エネ行動

- 先の20個の省エネ行動の実施率を、サステナブル行動セグメント別に見てみる。
- Superでは65%が20の省エネ行動のうち80%超を実践している。全体平均の2倍近くに相当。

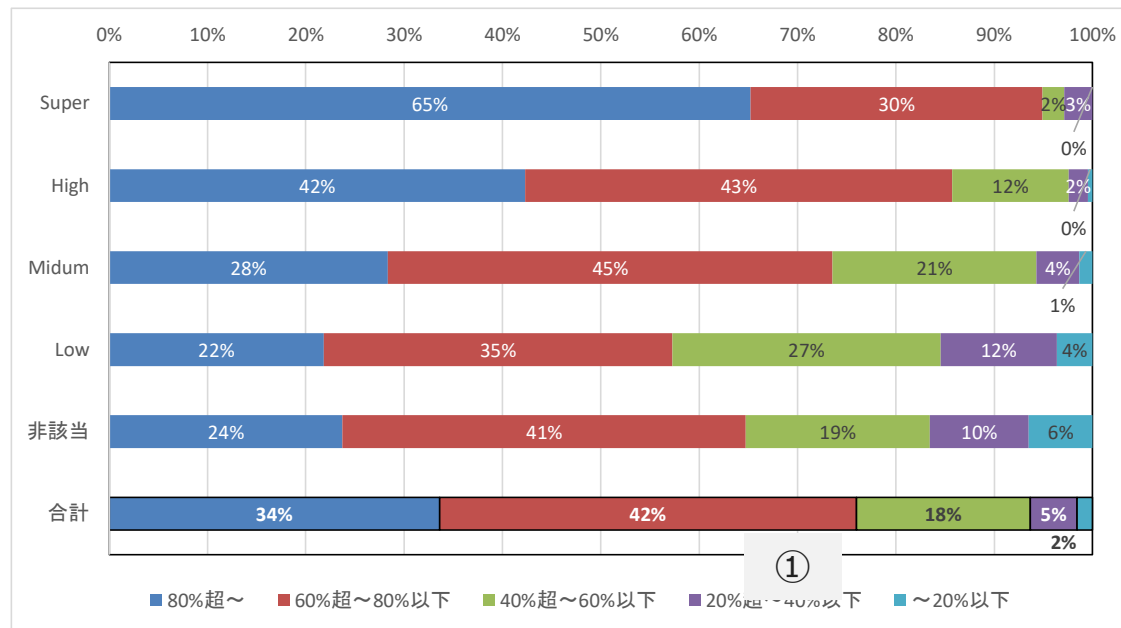


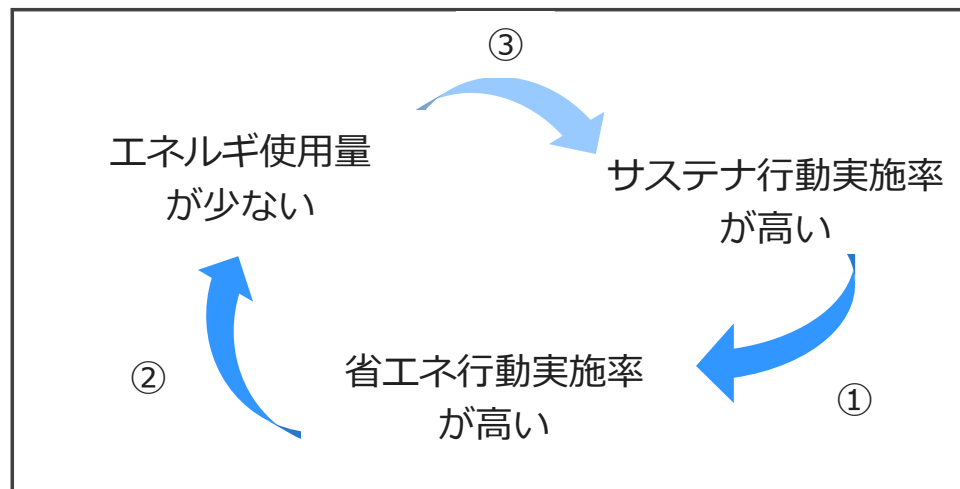
図 サステナブル行動セグメント別省エネ行動実施率 n=2,762

5. エネルギー使用量と消費者の行動の関係

エネルギー使用量と消費者の行動の関係

【結論】

- ① サステナブル行動を実施している人は省エネ行動も積極的に実施していることが伺える（P16参照）
- ② エネルギー使用量の少ない世帯では省エネ行動の取り組みが進んでいることが伺える（P12～13参照）



【課題】

- ③ サステナブル行動の実施状況とエネルギー使用量の関係性を明らかにする

Appendix 1.

エネルギー価格の上昇についての意識

エネルギー価格の上昇についての意識

- 消費者は、1～2割の価格上昇で値上げを実感。
- 電気料金の一部である燃料調整費は、2021年1月から上昇をはじめ、12月には2～4円/kWhの価格上昇。この時点で4割超の人が値上げを実感している。さらに、2022年3月には3～7円/kWhの価格上昇。この時点でさらに3割の人が値上げを実感。
- 電気料金の単価を28円/kWhとすると、1割～2割の価格上昇で大半の消費者は値上げを実感。
- ガソリン価格についても、1年で約30円、約2割の値上げがあった2021年12月に約半数の人が値上げを実感。

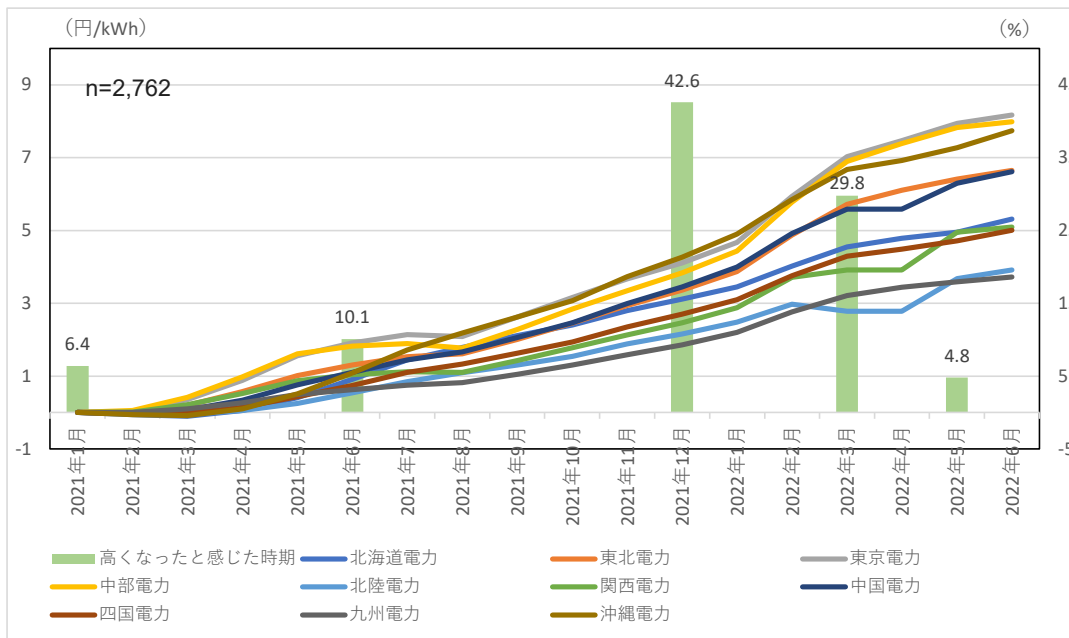


図 燃料調整費の推移と電気料金の価格上昇を実感したタイミング
(燃料調整費出典：新電力ネット、元出典：各電力会社HP)

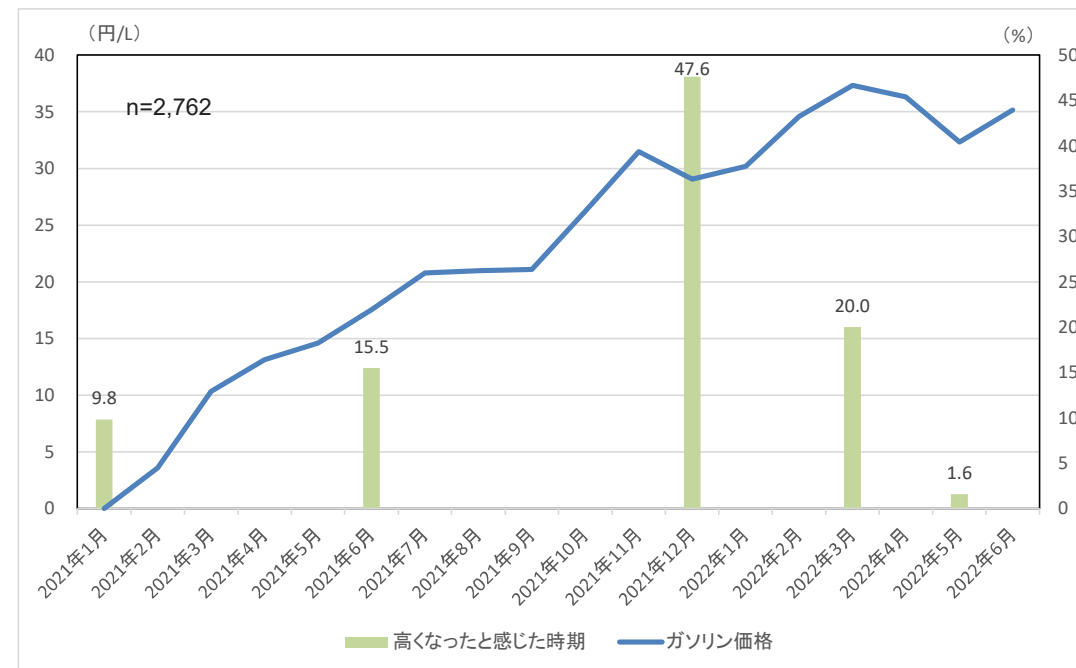
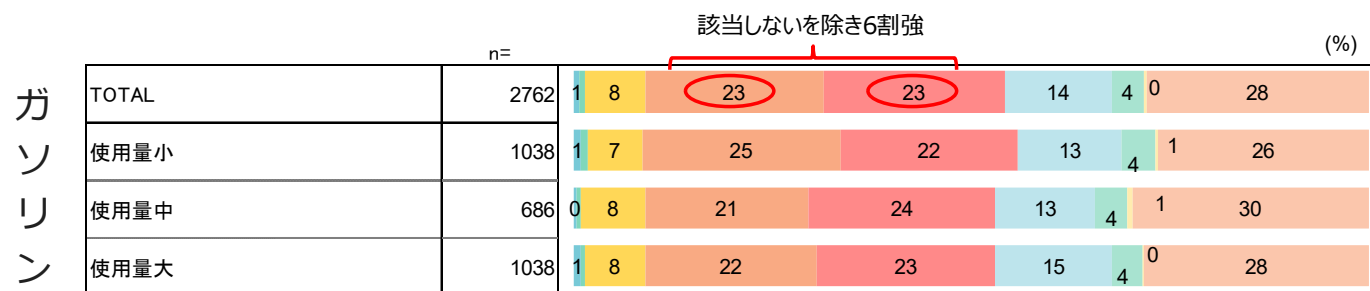
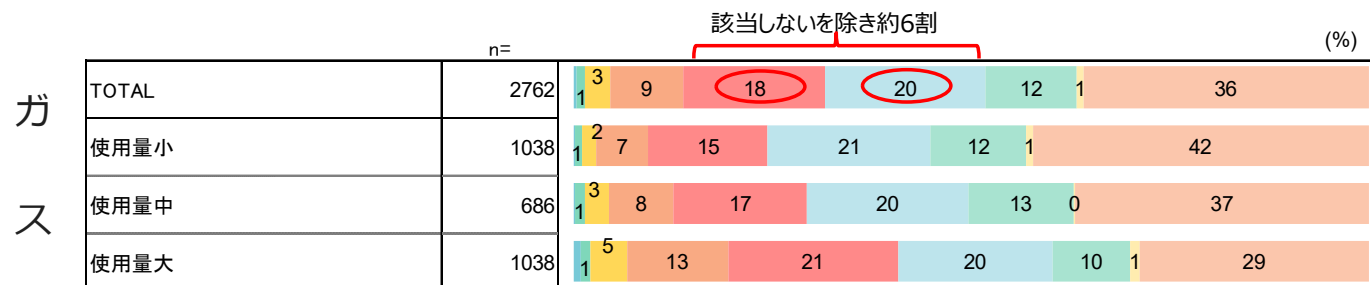
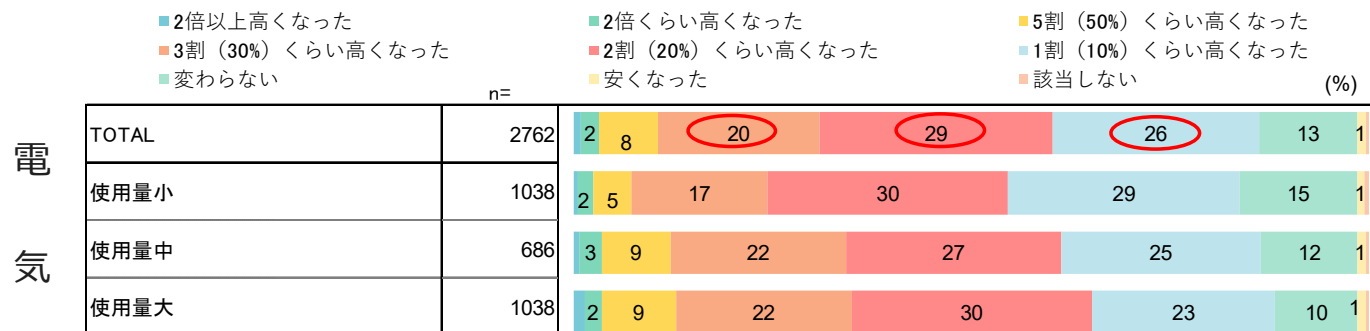


図 ガソリン価格の推移とガソリンの価格上昇を実感したタイミング
(ガソリン価格出典：新電力ネット、元出典：資源エネルギー庁)

エネルギー価格の上昇についての意識

- 一年前に比べ、エネルギー価格がどの程度の値上げしていると感じているかを、6月に調査。
- 値上げ幅の認識は適切な消費者が多い

- 電気は1割～3割の値上げとの回答が75%
- ガスは1～2割の値上げとの回答が6割
- ガソリンは2割～3割の値上げとの回答が6割以上





Create Consumer-centric Values

お客様企業のマーケティングに寄り添い、共に生活者の幸せを実現する

株式会社インテージ