

報道関係各位

2017年5月24日  
株式会社クロス・マーケティング

## 2017年4月「都市ガス小売りの全面自由化」開始 切り替え意向者は約2割 メリット訴求が切り替え推進のポイントか

—都市ガス小売りの全面自由化に関する調査—

株式会社クロス・マーケティング(本社:東京都新宿区、代表取締役社長:五十嵐 幹)は、関東(東京・埼玉・千葉・神奈川)と関西(大阪・京都・兵庫・奈良)に在住する18~79歳の有職者男女を対象に「都市ガス小売りの全面自由化に関する調査」を実施しました。

### ■調査背景・目的

2017年4月より、都市ガス小売りの全面自由化が開始されました。これまで消費者は自分が住んでいる地域のガス会社からしか都市ガスを購入できませんでしたが、今後は自由にガス会社を選択することが可能となりました。

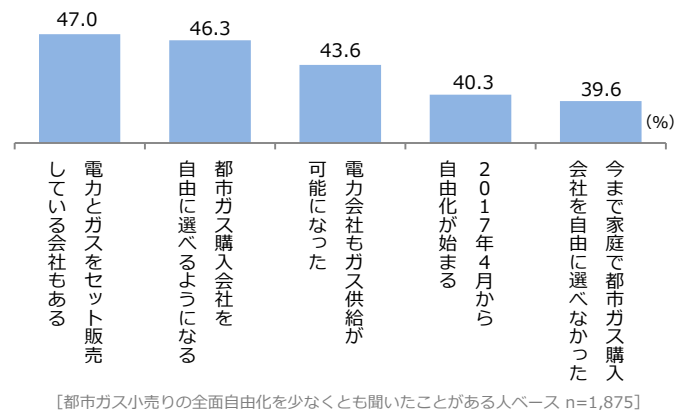
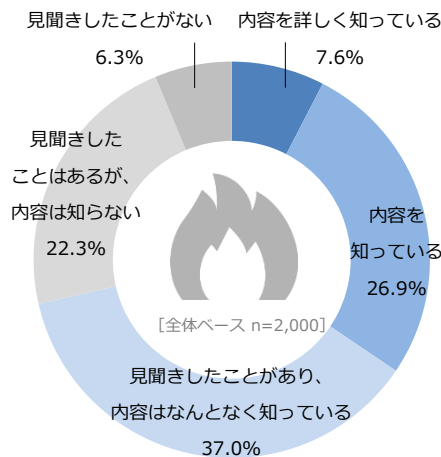
そこで今回の調査では、都市ガス小売りの全面自由化の認知度や検討意向、その理由などを聴取し、2016年4月に開始された電力小売りの全面自由化について、クロス・マーケティングで調査を実施した際の結果と比較をしながら、実態を明らかにしました。

◆自主調査レポートの続きはこちらへ → <https://www.cross-m.co.jp/report/life/tg20170524/>

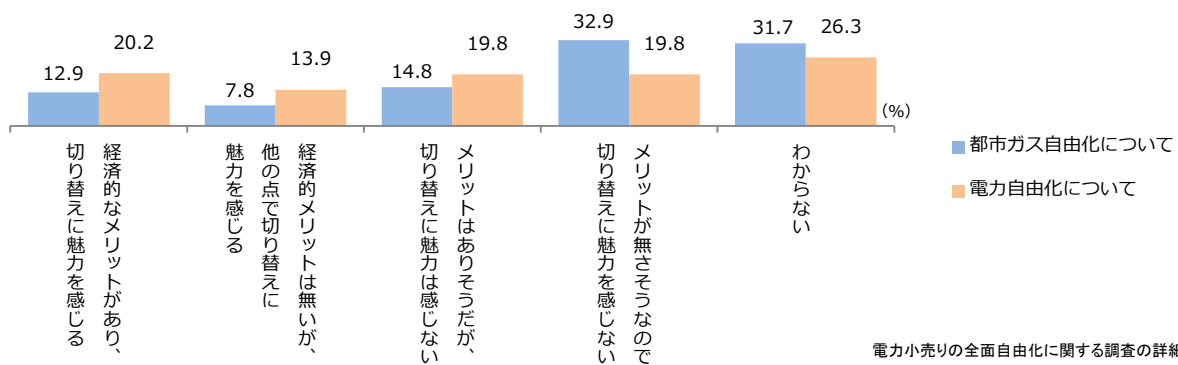
### ■調査結果 (一部抜粋)

- ✓ 都市ガス小売りの全面自由化の認知は94%、内容認知は72%となった。内容認知者の認知内容は、「電力とガスをセット販売している会社もある」が47%で最多となった。〈図1-1,1-2〉
- ✓ 制度の魅力・メリットの評価を都市ガス自由化と電力自由化で比較をすると、都市ガスでは「魅力あり」が21%、「魅力なし」が48%となり、電力では「魅力あり」が34%、「魅力なし」が40%となり、都市ガスより電力の方が魅力やメリットを感じられていることがわかった。〈図2〉
- ✓ 都市ガス会社切り替え検討意向は「契約・予約済み」が2%、「検討意向あり」が22%、「検討意向なし」が42%となった。非検討意向の理由では、「現状に不満がないから」が39%で最多となり、「メリットが想像できず考えられないから」が30%、「ガス代が抑制されると思えないから」が29%と続いた。これは、必要場面でも消費されないガス代は料金の減額が想像しにくく、手続きを最後まで切り替えをしようという意識が持たれにくいのではないかと考えられる。〈図3-1,3-2〉

### <図1-1> 都市ガス小売りの全面自由化の認知度 <図1-2> 都市ガス小売りの全面自由化の認知内容 TOP5



### <図2> 都市ガス小売りの全面自由化の魅力・メリット評価(電力小売り全面自由化の評価との比較)

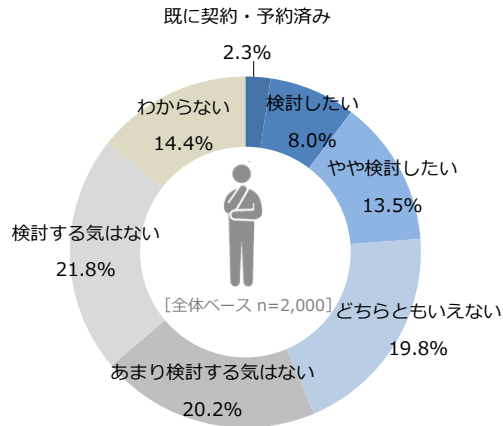


[全体ベース 都市ガス n=2,000/電力 n=5,000]

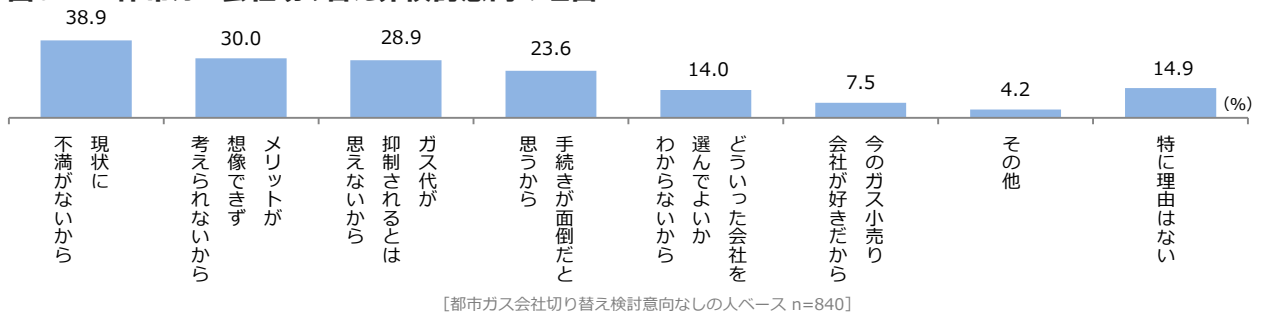
電力小売りの全面自由化に関する調査の詳細はこちら

<https://www.cross-m.co.jp/report/life/ed20160315/>

＜図3-1＞都市ガス会社切り替えの検討意向



＜図3-2＞都市ガス会社切り替え非検討意向の理由



■全調査内容

- 属性設問 (性別・年代・居住地・婚姻状況・同居人数・同居者・職業・業種・住居の使用エネルギー・都市ガス利用料)
- 都市ガス小売りの全面自由化の認知率 (SA)
- 都市ガス小売りの全面自由化の認知内容 (MA)
- 都市ガス小売りの全面自由化の魅力・メリット評価 (SA)
- 都市ガス会社切り替えの検討意向 (SA)
- 都市ガス会社切り替えの非検討理由 (MA)
- 金額を減らしたい商品・サービス (MA)
- 電力自由化を機に切り替えた商品・サービス (MA)
- 都市ガス小売り全面自由化のイメージ (SA)
- 都市ガス会社を切り替えようと思う減額割合 (SA)
- 都市ガス小売りの全面自由化の魅力度 (SA)
- 都市ガス小売り会社を選ぶ際の重視点 (SA)
- 都市ガス会社を選ぶ際に興味のある料金メニュー (SA)
- 都市ガス会社を選ぶ際に興味のあるセット販売・サービス (SA)
- 都市ガス小売りの全面自由化についての情報入手経路 (MA)
- 都市ガス小売りの全面自由化についての今後の情報入手経路 (MA)

■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ  
 調査地域 : 関東一都三県 (東京・埼玉・千葉・神奈川)、関西二府二県 (大阪・京都・兵庫・奈良)  
 調査対象 : 18～79歳の男女、世帯主及びその配偶者 (学生を除く)  
 都市ガス供給エリア在住かつ住宅がオール電化でない人  
 調査期間 : 2017年4月28日 (金)～2017年5月1日 (月)  
 有効回答数 : 本調査2,000サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

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

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : 東海林(しょうじ) TEL : 03-6859-2252 FAX : 03-6859-2275  
 E-mail : [pr-cm@cross-m.co.jp](mailto:pr-cm@cross-m.co.jp) お問い合わせ : [https://www.cross-m.co.jp/cromegane/cromegane\\_media/](https://www.cross-m.co.jp/cromegane/cromegane_media/)

＜引用・転載時のクレジット表記のお願い＞

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。  
 <例>「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」