

2011年7月29日

家庭における節電に関するアンケート調査結果について

株式会社 鹿児島地域経済研究所

【調査概要】

調査目的 東日本大震災（以下、「震災」）による原発事故の影響を受け、関東・東北地方では電力使用制限令が発動され、九州でも電力供給が不安視されるなど、全国的に省電力への取り組みが広がりを見せている。こうした状況下、鹿児島県において家庭の節電に対する意識や取り組み状況を把握し、今後の生活のあり方等を考察する資料とする。

調査時期 2011年7月13日、14日

調査方法 インターネット（調査委託先：株式会社マクロミル）

調査対象 20歳以上の鹿児島県居住者

有効回答 515人

回答者属性

【年齢別】	回答数	構成比 (%)
20歳～24歳	33	6.4
25歳～29歳	45	8.7
30歳～34歳	90	17.5
35歳～39歳	85	16.5
40歳～44歳	79	15.3
45歳～49歳	56	10.9
50歳～54歳	44	8.5
55歳～59歳	40	7.8
60歳以上	43	8.3
全体	515	100.0

【性別】	回答数	構成比 (%)
男性	232	45.0
女性	283	55.0
全体	515	100.0

【未既婚別】	回答数	構成比 (%)
未婚	200	38.8
既婚	315	61.2
全体	515	100.0

【子どもの有無別】	回答数	構成比 (%)
子供なし	238	46.2
子供あり	277	53.8
全体	515	100.0

株式会社 鹿児島地域経済研究所

【要約】

- ・ 日常生活において節電を意識している人の割合は、震災前の 67.6%から震災後は 83.3%へと 15.7^{ポイント}増加し、震災を境に県民の節電への意識が高まっている。また、節電に対する意識は男性に比べて女性の方が高いことが明らかになった。
- ・ 今夏、家庭で節電に取り組んでいる人の割合は 77.9%。消費電力を抑えるため、「こまめに照明を消す」「エアコンの使用を控えめにする」「エアコンの設定温度を高めにする」ことを実践している人が多い。また、節電のために新たに購入したものは「涼感グッズ」「カーテン、すだれなど遮光・断熱機能のインテリア商品」などの回答が多かった。
- ・ 暑さをしのぐための行動は「窓を開けて風通しをよくする」「不要な電気を消す」などが多く挙げられており、お金をかけず、容易に実践できる方法が上位に入った。
- ・ エコや節電に配慮したもので購入したいものは、LED（発光ダイオード）照明器具が最も多かった。特に 60 歳以上の 86.0%が LED 照明器具を購入したいと考えており、高年齢層で LED 照明器具の購入意欲が高い結果となっている。

【調査結果】

1. 震災前と震災後の節電に対する意識

- ・ 日常生活において節電を意識している人の割合（「強く意識している」「ある程度意識している」の割合の合計）は、震災前の 67.6%から震災後は 83.3%へと 15.7^{ポイント}増加し、震災を境に県民の節電への意識が高まっている（図表 1）。また、男性と比較して女性の方が、節電に対する意識が高いことが分かった（図表 2）。
- ・ さらに未既婚別では既婚の方が、子どもの有無別では子ども有りの方が節電に対する意識が高くなっている（図表 3）。

2. 節電への取り組み

- ・ 今夏、家庭での節電に取り組んでいる人の割合（「積極的に取り組んでいる」「ある程度取り組んでいる」の割合の合計）は 77.9%となった（図表 4）。
- ・ 今夏、節電に取り組んでいる人のうち、78.8%は今夏以降も節電を続けるとしている（図表 5）。九州電力管内においても節電が要請されるなど電力不足が懸念される中で、今後、節電が日常生活にさらに定着していくことが予想される。
- ・ 家庭での消費電力を抑えるために「こまめに照明を消す、コンセントを抜く、電源を切る（88.3%）」「エアコンの使用を控えめにする（70.6%）」「エアコンの設定温度を高めにする（68.6%）」ことを実践している人が多い（図表 6）。
- ・ 節電のために新たに購入したものは「涼感グッズ（31.9%）」が最も多く、「カーテン、すだれなど遮光・断熱機能のインテリア用品（25.9%）」「クールビズ関連商品（23.7%）」がそれに続いた（図表 7）。「その他」の中に「何も購入していない」という回答が 1 割強あった。

3. 暑さをしのぐためにとる行動

- ・ 暑さをしのぐためにとる行動として、最も多かったのは「窓を開けて風通しをよくする（75.7%）」であった（図表 8）。「不要な電気を消す（73.4%）」「涼しい格好で過ごす（72.4%）」と回答した人の割合も 7 割を超え、お金をかけずに、容易に実践できる方法が上位に入っている。

4. 地域や社会で効果のある節電方法

- ・ 地域や社会で効果のある節電方法として、最も多かったのは「ネオンなどの点灯時間の短縮・消灯（66.4%）」だった。以下、「太陽光（ソーラー）パネルの設置（56.5%）」「空調の使用を抑える（55.0%）」「クールビズの普及・徹底（50.3%）」が続いた（図表 9）。

5. 今後、節電やエコに配慮したもので購入したいもの

- ・ 今後、節電やエコに配慮したもので購入したいものは「LED（発光ダイオード）照明器具」が 61.2%と突出している（図表 10）。省エネに配慮した家電として注目される LED 照明への関心の高さがうかがえた。特に 60 歳以上の 86.0%が LED 照明を購入したいと考えており、高年齢層の LED 照明の購入意欲が比較的強いことが分かった（図表 11）。以下、「涼感グッズ（32.6%）」「カーテン、すだれなど遮光・断熱機能のインテリア用品（29.9%）」「扇子、うちわ（28.5%）」「日傘、サングラス（28.3%）」の順となった。

6. 「節電」に対するイメージ

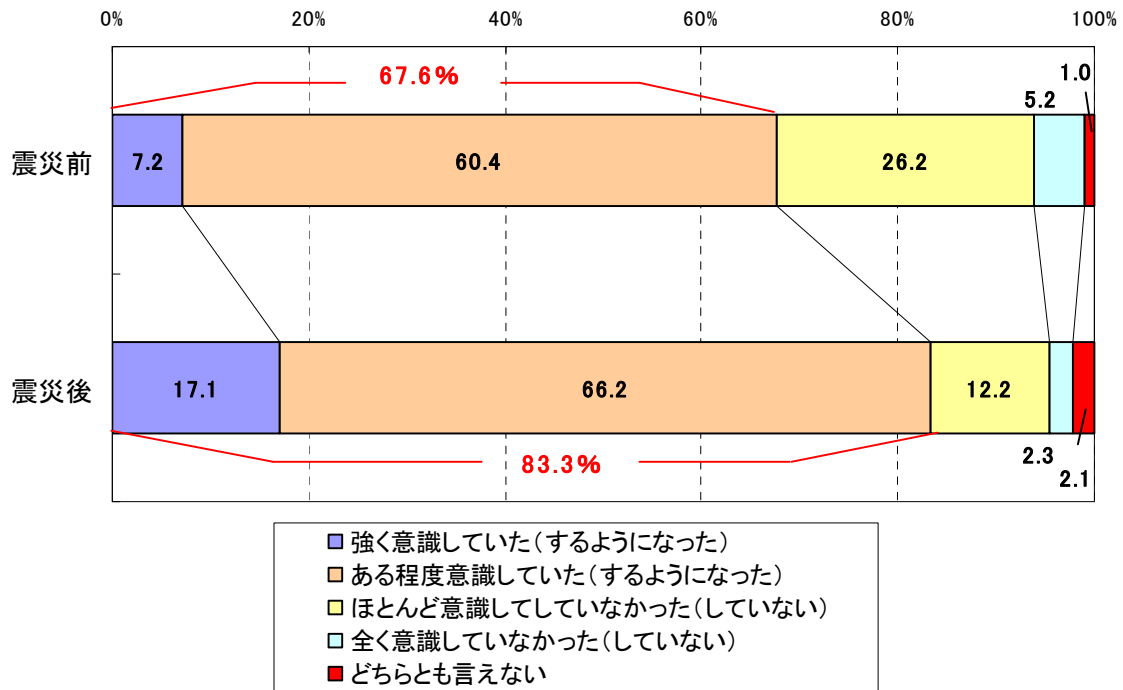
- ・ 「節電」に対するイメージとして、8 割以上が「電気代の節約になる（82.9%）」と回答した（図表 12）。また、過半数が「地球にやさしい（57.9%）」「生活スタイルを見直す良い機会になる（54.0%）」と考えており、「節電」に対して好意的なイメージを持っている回答が多かった。

以上

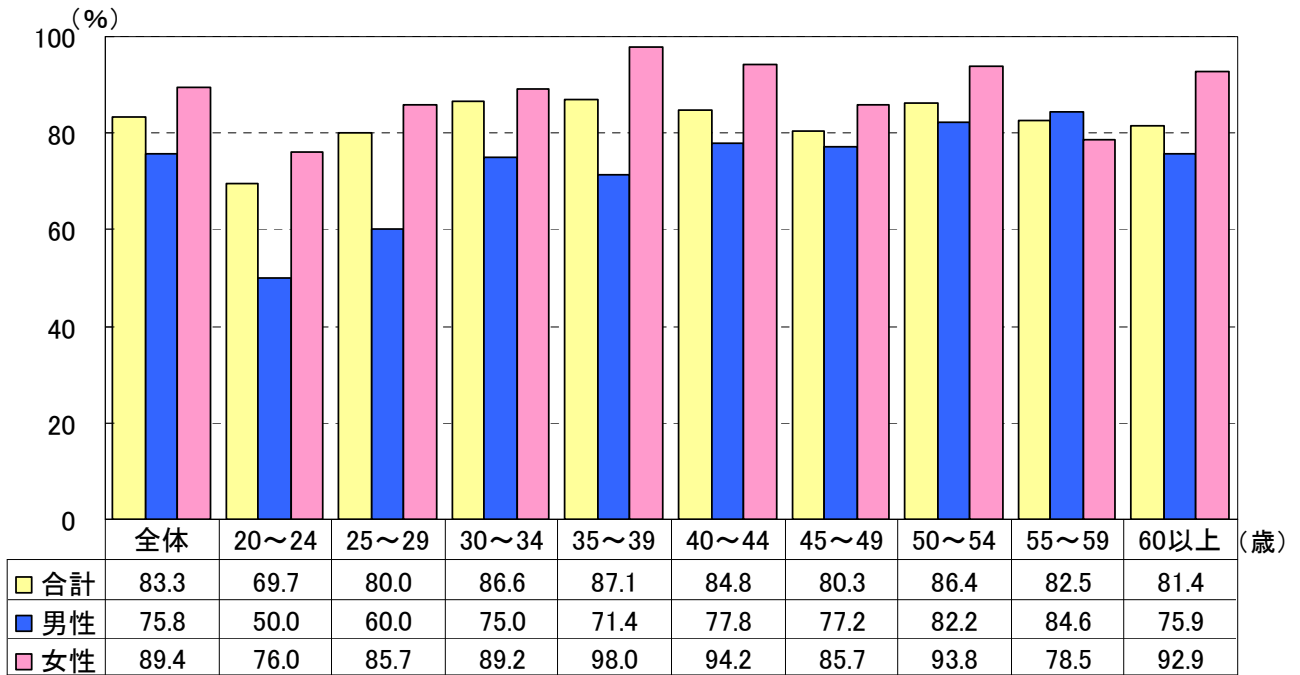
【本件に関するお問い合わせ】 経済調査部（Tel 099-225-7491）

【調査結果図表】

(図表1) 震災前と震災後の節電に対する意識の変化



(図表2) 震災後に節電を意識するようになった人の割合 (男女別、年齢別)



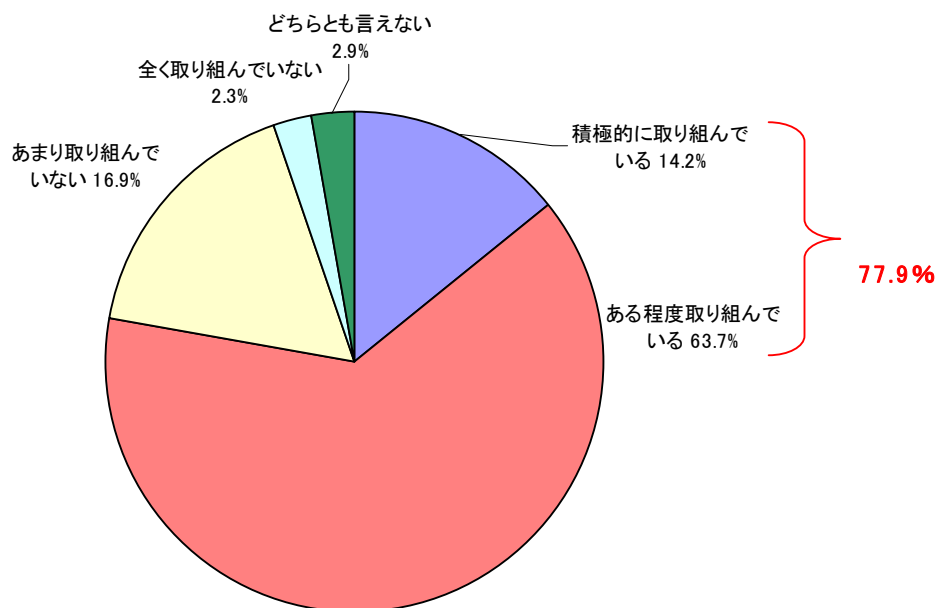
(図表3) 節電への意識 (未既婚別、子どもの有無別)

節電を意識している人の割合 (%)

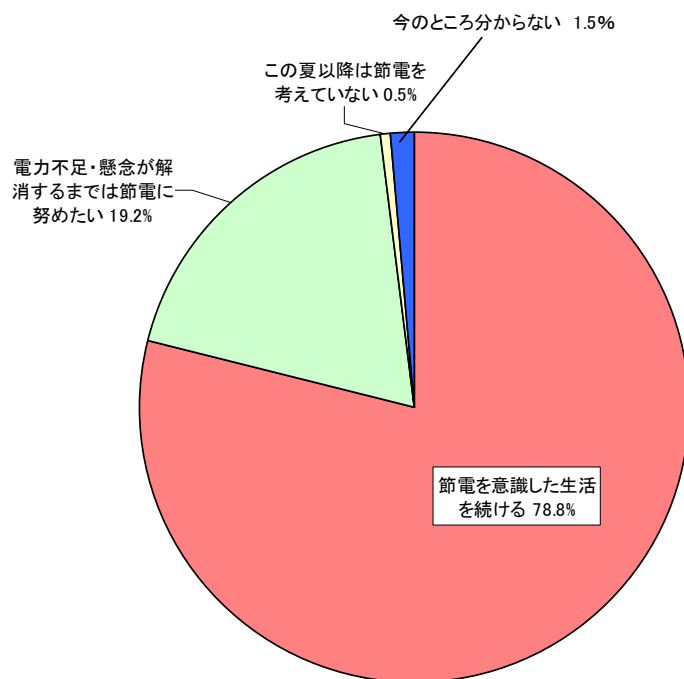
	震災前	震災後
未婚	60.5	75.0
既婚	72.1	88.5

	震災前	震災後
子どもなし	63.4	79.4
子どもあり	71.1	86.6

(図表4) 今夏の家庭での節電への取り組み状況

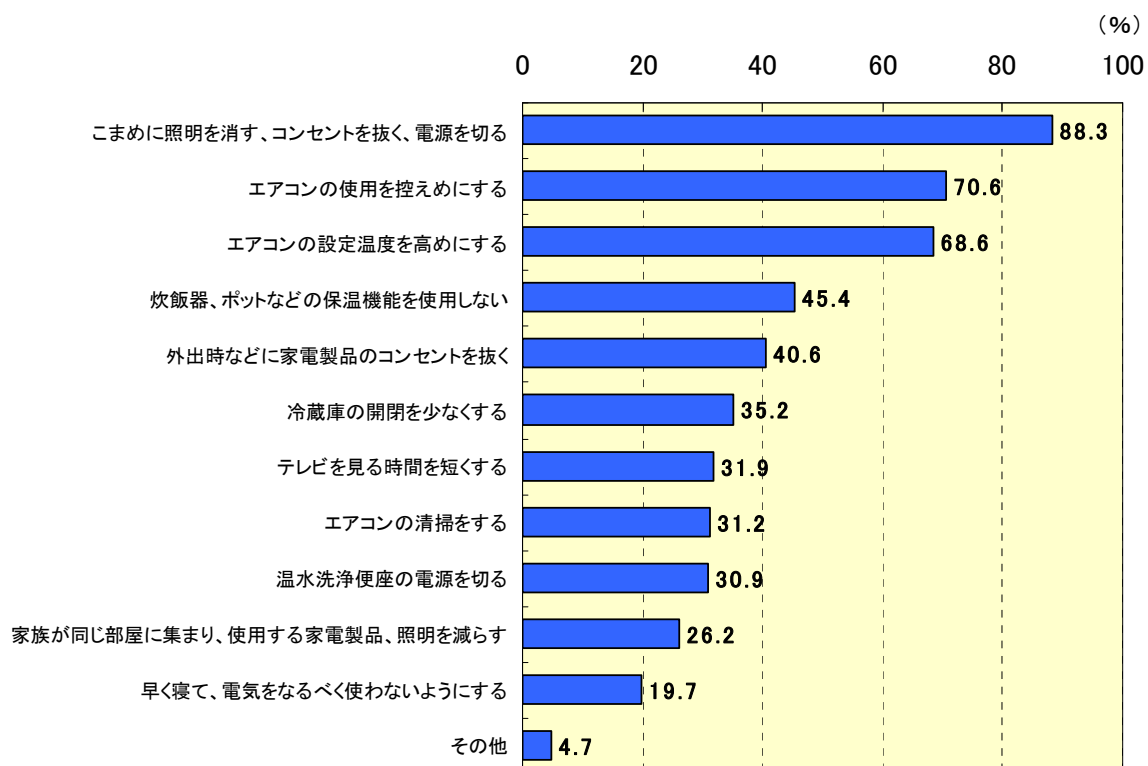


(図表5) 今夏以降の節電への取り組み



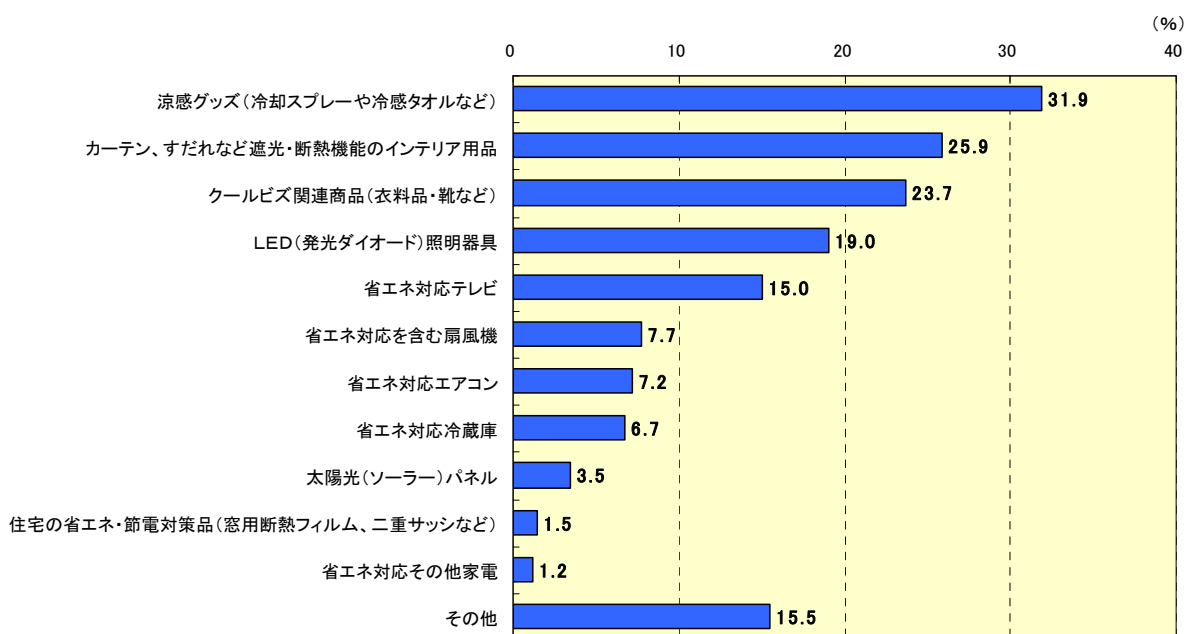
注) 節電に「積極的に取り組んでいる」「ある程度取り組んでいる」と回答した人のみ

(図表6) 家庭での消費電力を抑えるために実践していること



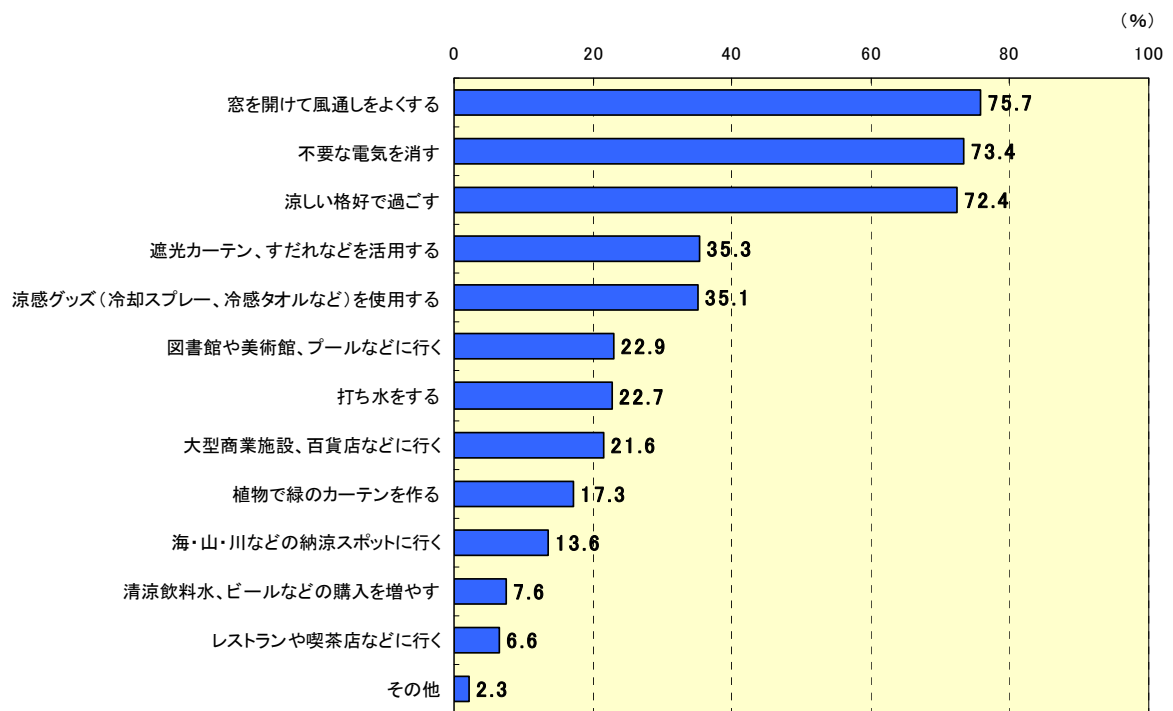
注) 節電に「積極的に取り組んでいる」「ある程度取り組んでいる」と回答した人のみ

(図表7) 節電のために新たに購入したもの

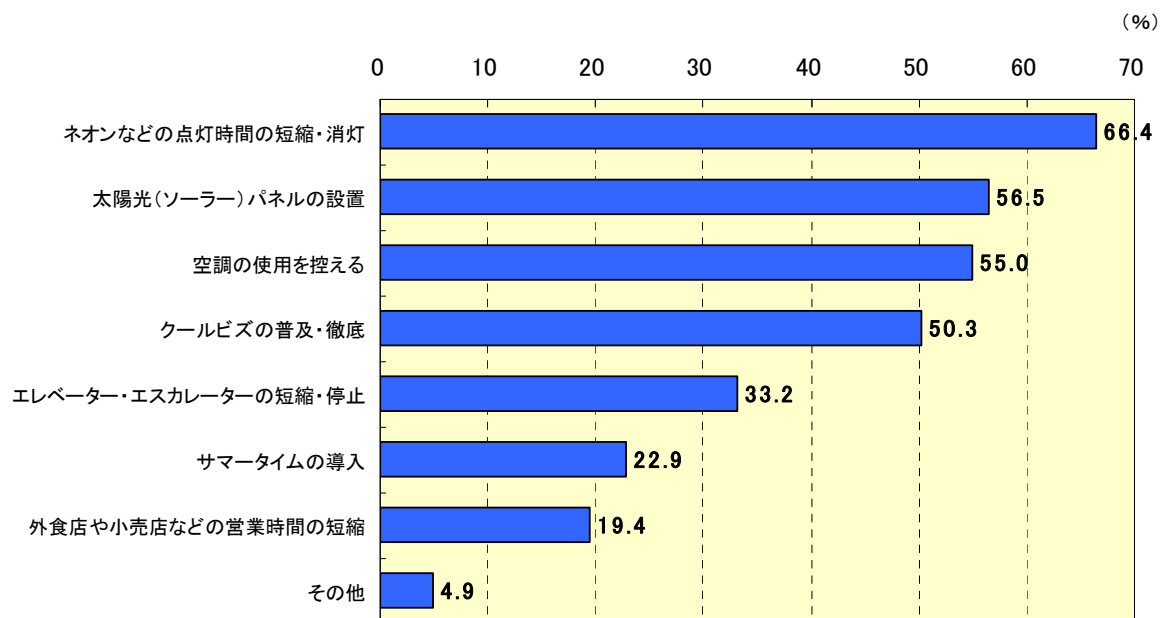


注) 節電に「積極的に取り組んでいる」「ある程度取り組んでいる」と回答した人のみ

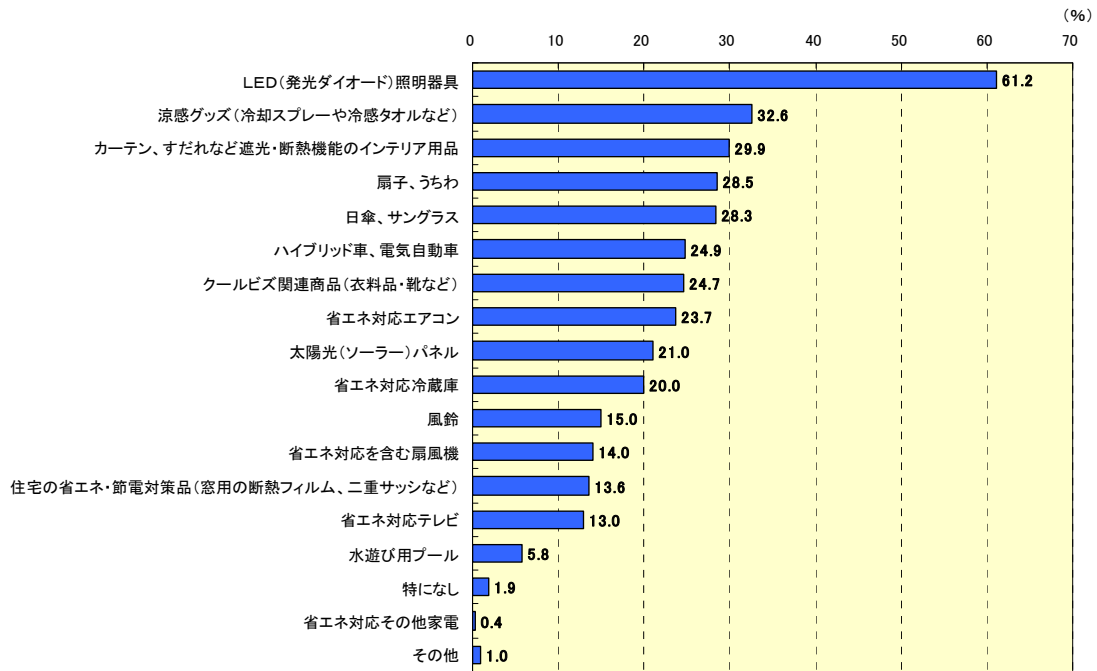
(図表8) 暑さをしのぐためにとる行動



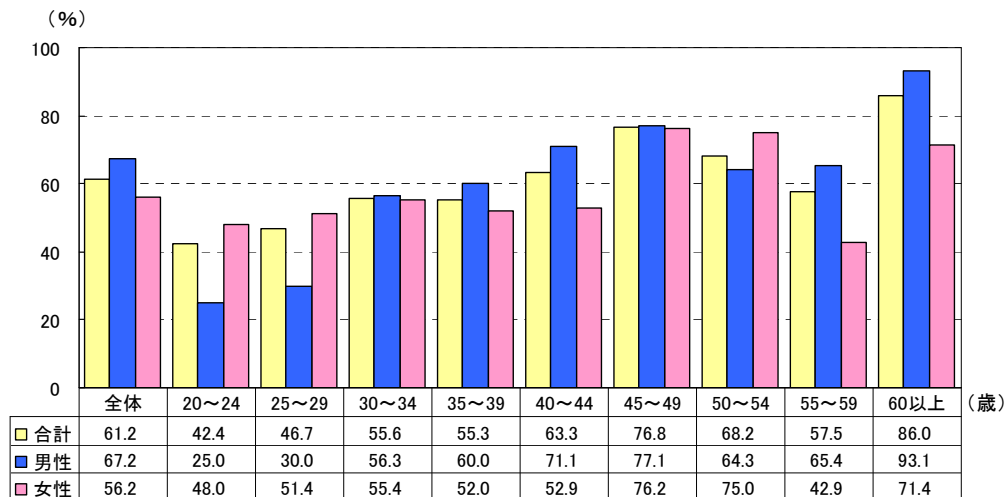
(図表9) 地域や社会で効果のある節電方法



(図表 10) 今後、節電やエコに配慮したもので購入したいもの



(図表 11) LED照明器具を購入したい人の割合(男女別、年齢別)



(図表 12) 「節電」に対するイメージ

