

52週の  
MD研究

# 2013.節電アンケート



日本マーケティング研究所グループ  
株式会社マーケティング・コミュニケーションズ  
URL: <http://www.mcto.co.jp>  
Email: [support@mcto.co.jp](mailto:support@mcto.co.jp)

「52週のMD研究」では主要な季節のできごとの際に、何をどんな理由で選んだのかという、「実際の行動＝事実」をまとめています。  
電力逼迫が言われている2012年の夏は、「節電」についてのトレンドも探りました。

## 調査結果のポイント

### 節電度合い

- 「節電している」88%。(昨対7%ダウン)
- 「電力使用量・節電度」をチェック43%。

### 節電策

- 「不要な照明を消す」8割。  
「エアコン設定温度28℃より下げない」は54%。昨年より1割ダウン。

### 活用度の高い 節電グッズ

- 扇風機、冷却グッズ(クールタオル、冷却スプレー)。  
組合せるなど、使い方を一工夫しての活用も。

## 調査概要

調査対象:  
弊社管理オピネット会員  
※ファミリー世帯を中心に対象とした。  
「オピネット URL:<http://www.opi-net.com>」

調査期間: 2013年7月13日～7月15日  
調査方法: インターネット調査

### 対象

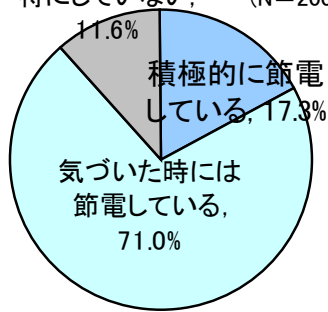
回収人数:2002人  
家族構成:1人暮らし 268人、2人暮らし543人、  
3人暮らし 541人、4人暮らし458人  
5人以上 192人  
地域:全国

### 調査内容

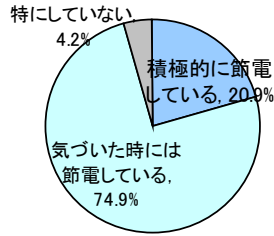
①節電の有無  
②節電策  
③節電グッズ  
他

## 今年の夏の節電度合い[単数回答]

[2013] 特にしていない, (N=2002)



[2012]



・「気づいた時には節電をしている」が71%と高くなった。

・但し、「積極的に節電をしている」は、昨年と比べると3%下がった。昨年と比べると、猛暑日が多かったことも影響しているようである。

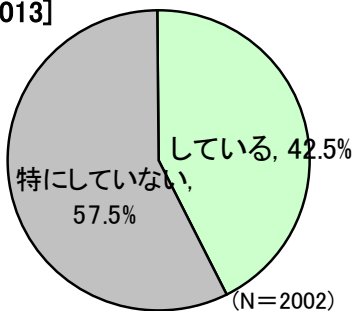
	積極的に節電をしている	気づいた時にはしている	特にしていない
1人暮らし	17.2	67.2	15.7
2人暮らし	18.0	71.1	10.9
3人暮らし	16.3	73.0	10.7
4人暮らし	16.6	72.1	11.4
5人以上	20.3	68.2	11.5
男性	17.7	70.7	11.6
女性	17.0	71.3	11.6

・昨年同様、「5人以上」の人数の多い家族で「積極的に節電をしている」が他層より多くなった。

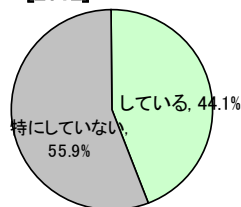
が、昨年は、「積極的に節電」が高くなった「1人暮らし」「男性」で、今年は高くならなかった。

## 電力使用量・節電度はチェックしているか[単数回答]

[2013]



[2012]

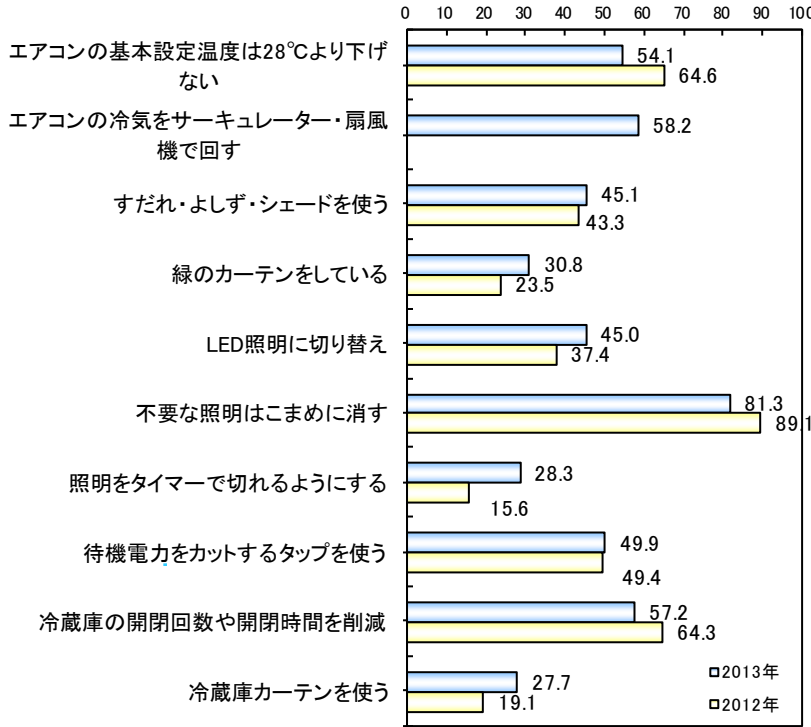


・「している」人は42.5%。

昨年と比べて大きな違いはなかった。

	している	特にしていない
1人暮らし	39.6	60.4
2人暮らし	41.8	58.2
3人暮らし	46.0	54.0
4人暮らし	41.0	59.0
5人以上	41.7	58.3
男性	41.5	58.5
女性	43.4	56.6

## 節電策として実施率比較(冷房、照明、待機電力、冷蔵庫)[単数回答]



・昨年と比べて、「エアコンを28度より下げない」という人が減った。  
→猛暑日が多かったことも影響している。

・逆に、実施率が高まったものは、「すだれ・よしず・シェード」「緑のカーテン」「LED照明」「冷蔵庫カーテン」。  
→節電・涼しくなる対策グッズを利用する人は増えた。  
特に、昨年では少なかった「2～3人暮らし」で増えた。

実施している人(2013年)	エアコンの基本設定温度は28℃より下げない	エアコンの冷気をサーキュレーター・扇風機で回す	すだれ・よしず・シェードを使う	緑のカーテンをしている	LED照明に切り替え	不要な照明はこまめに消す	照明をタイマーで切れるようにする	待機電力をカットするタップを使う	冷蔵庫の開閉回数や開閉時間を削減	冷蔵庫カーテンを使う
1人暮らし	46.3	58.2	45.1	30.8	45.0	81.3	28.3	49.9	57.2	27.7
2人暮らし	53.3	57.5	47.8	28.4	44.4	76.5	25.7	49.3	50.4	26.5
3人暮らし	58.4	58.2	46.0	31.9	44.0	82.3	31.3	50.6	58.9	29.7
4人暮らし	55.0	58.2	45.8	30.5	42.7	81.5	28.7	49.7	57.1	26.8
5人以上	52.4	57.6	44.1	31.2	46.3	81.2	27.7	51.5	59.0	27.7
男性	52.2	60.4	43.7	30.4	43.8	81.1	27.8	48.6	55.8	26.5
女性	55.9	59.0	46.5	31.1	46.1	81.5	28.9	51.1	58.7	29.0

## 役立っている節電グッズ [自由回答]

・最も多くあがったのが「扇風機」。  
次に多くなったのが「アイスノン・クールタオル」「冷却スプレー」。  
特に、去年より、「冷却スプレー」が増えた。

1位	扇風機
2位	アイスノン・クールタオル
3位	冷却スプレー

### 冷却スプレーのバリエーション



頭を冷やす



靴を冷やす



シャツを冷やす

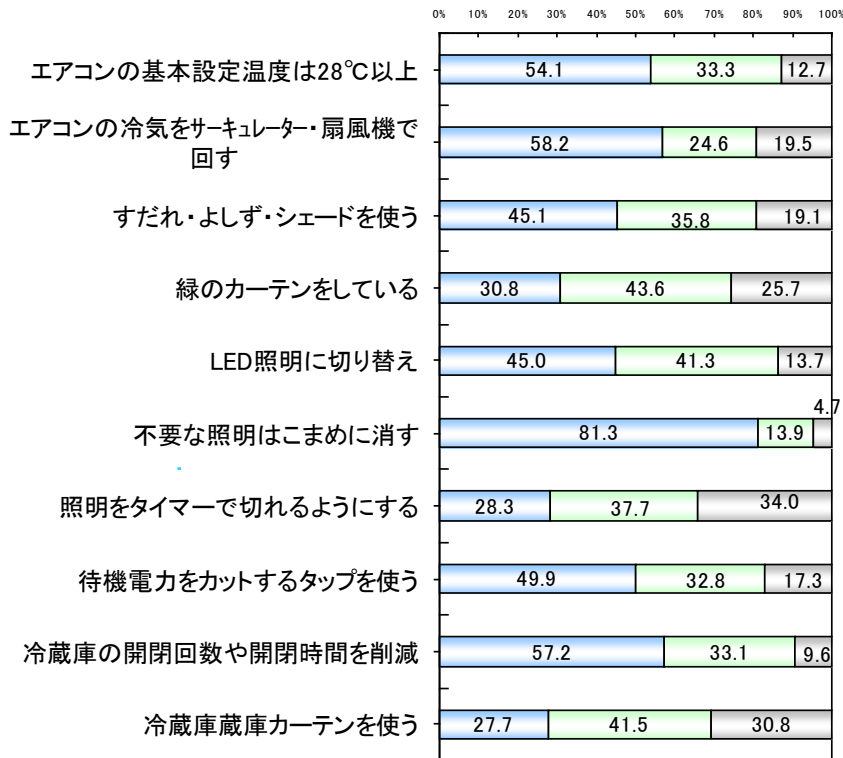


ペットも涼しく

## 今年の節電策実施状況(冷房、照明、待機電力、冷蔵庫)[単数回答]

[2013]

□している □した方がいいと思うがしていない □したいと思わない



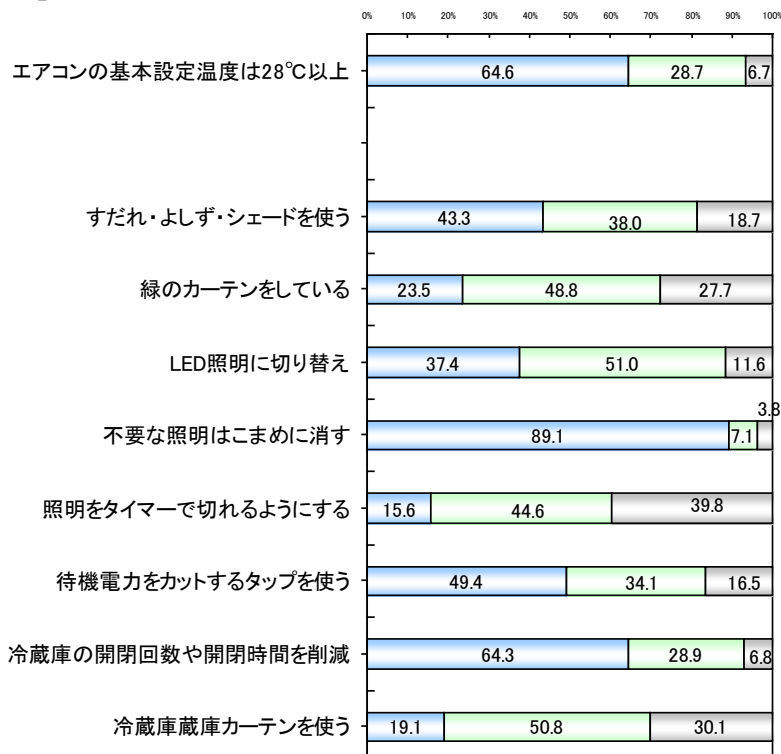
[した方がいいと思うが出来ていない=潜在需要]が大きいもの

・「緑のカーテン」  
「冷蔵庫カーテン」  
「LED照明」

・但し、「冷蔵庫カーテン」は、「したいと思わない」人も3割以上あり、意向は少し分かれた。

[2012]

□している □した方がいいと思うがしていない □したいと思わない



## ■クールビズ

・3年目を迎えたスーパークールビズ。2013年は、女性のクールビズの推奨も加わった。

2013年は、男性のクールビズスタイルだけでなく、汗や匂い、熱がこもるといった悩みを解消する機能性の高い素材やアイテム、涼しさを演出するヘアメイクなど、女性ならではのクールビズスタイルをフォーカス。新たにピンクのクールビズロゴを加え、売場やメディアと連携して女性のクールビズを呼びかけている。



**SUPER COOLBIZ**  
COOLBIZ COOLBIZ

エアコン消して 涼しいところに集まろう

**COOL SHARE**

**COOL SHARE**

「THE SUIT COMPANY」ではこの夏、「だらしのないクールビズをやめよう。」をキャッチフレーズにフォーマルで「COOL」なクールビズを提案する『THE COOL SUIT!』キャンペーンを実施している。



## ■キュウリビズ

・全農福島県本部において、政府が地球温暖化防止のための政策として考案・実施している「クールビズ」をヒントに考案した造語

東北6県によるキュウリビズキャンペーン  
～東北の夏野菜を食べて暑い夏を乗りきろう!～



## マーケティング・コミュニケーションズのショッパー・リサーチサービス



### 適切なモニターをご用意いたします

- お客様の立場に立ち率直な意見を言えるモニター  
鋭い視点を持ったモニターをご用意いたします。

### トータルでのサポートをいたします

- お店の強みと課題がわかりやすい、報告書をご提案いたします。
- 店舗クリニックと合わせた、総合的なご提案を致します。

## ミステリーショッパー

- 徹底的にサポート致します
- ショッパーの視点、専門家の視点からの改善案を提案いたします
- ショッパー・リサーチを基に、プランニングのご提案、実施のサポートを致します
- 改善点が一目瞭然な報告書をご用意いたします
- 課題解決に向けた実践的な店舗改善の店頭強化メニューを提案いたします



## 店舗クリニック

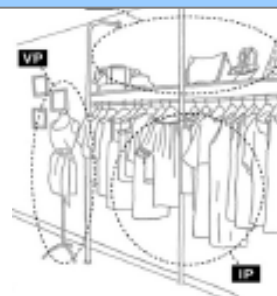
- ショッパーの視点、専門家の視点からの改善案を提案いたします

#### 【お客様モニター】

- 覆盖面で来店。模擬購買など接客を受けて、診断項目に従って評価。  
その評価に至った具体的な理由や印象など「生の声」も記入。

#### 【専門家】

- お客様では評価の難しい、店舗環境やVMDなどの診断を項目に従い実施。



リサーチ&コンサルティング・サービス(RCS) 企画立案、調査から戦略提案、実施展開まで

**Relationship** 生活者、市場、クライアントとの“対話”と“絆”  
**Customize** “個別課題”に合わせた“最適解”をご提案  
**Satisfaction** 企画から展開まで“一貫した”サービスにより“満足価値”を実現

## Information

### 【会社概要】

- 商号 株式会社マーケティング・コミュニケーションズ
- 創業 1958年(日本マーケティング研究所グループ 略称JMR)
- 設立 1973年
- ホームページ 会社案内 <http://www.mcto.co.jp>  
生活者サイト <http://www.opi-net.com>

### ■ 個人情報の取り扱いについて

株式会社マーケティング・コミュニケーションズは  
プライバシーマークを取得しています。



### 【レポートのお問い合わせ】

編集・発行: 株式会社マーケティング・コミュニケーションズ  
〒102-0094  
東京都千代田区紀尾井町3-23  
文藝春秋新館  
TEL: 03-3222-4250 FAX: 03-3222-4258  
URL: <http://www.mcto.co.jp>  
<http://www.opi-net.com>  
Email: [support@mcto.co.jp](mailto:support@mcto.co.jp)

編集担当: 52週のMDチーム