

## 新どさんこレポート vol.02

### テーマ：北海道民のエネルギー意識

道民はエネルギーの大消費者、  
料金やコストに敏感で節約意識が高い。  
電力小売り自由化の関心層は道民の4割存在。  
節約一辺倒ではなく、  
旅行など生活を豊かにするために電力の購入先を選ぶ  
“ポジティブなスイッチ志向”が見えてきました。



北海道博報堂「新どさんこ研究所」（新ど研）では、生活者を取り巻く環境変化が加速していく中、北海道民の意識や行動も変わっていくという仮説のもと、「一步先の道民＝新どさんこ」の姿を生活者のデータ分析や未来予測から提言していきます。

**Q** 今回のレポートでは、北海道民のエネルギーについての意識をご紹介します。

冬の暖房使用や、広大な土地を車で移動する時のガソリン消費など、

一人あたりの消費エネルギーがもっとも高い北海道ですが、

「売電」や「(電力の)自給自足」への関心は他の都府県よりも低い傾向があるようです。

太陽光発電や家庭用燃料電池などを取り入れる、というよりは、マイバッグを使用したり

無駄な電気を減らすことで身近なところから節約・節電を試みている様子。

一方で、電力小売り自由化に関心のある人は4割。より安い電力の購入先を求めています、

電力小売り自由化関心層が今後「お金をかけたい」と思っているのは、「旅行」や

「健康や体力の維持・増進」、「食生活の充実」などでした。

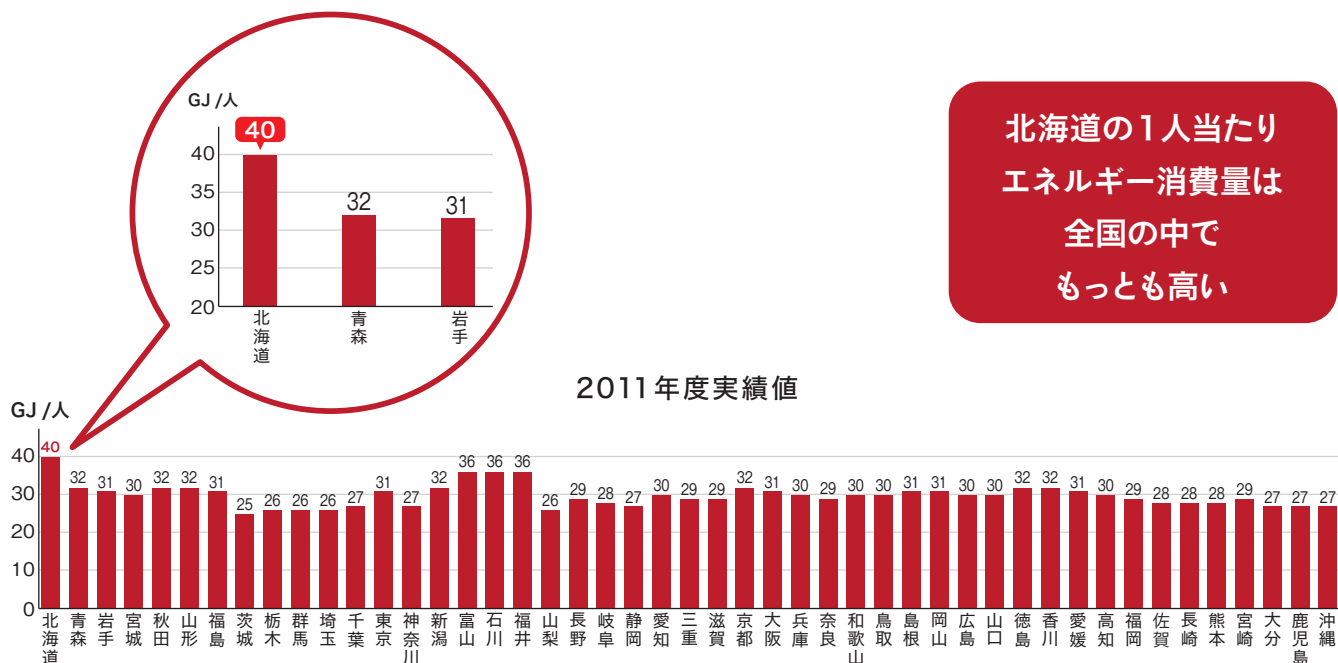
また、北海道全体に比べて「お金をかけるモノと節約するモノとでメリハリをつけて買物」という回答が多く、

電力を安くすることでその分趣味や嗜好を充実させたい、という傾向が浮き上がってきました。

## データのご紹介

## ① 家庭部門 都道府県別 人口1人当の電力・熱配分後帰属最終エネルギー消費量

(家庭において、石炭・石油・天然ガス・都市ガス・電力などを合わせた総エネルギー消費量を1人当たりで算出したもの / 単位:ギガジュール)  
出典: 経済産業省 資源エネルギー庁 都道府県別エネルギー消費統計



北海道の1人当たり  
エネルギー消費量は  
全国の中で  
もっとも高い

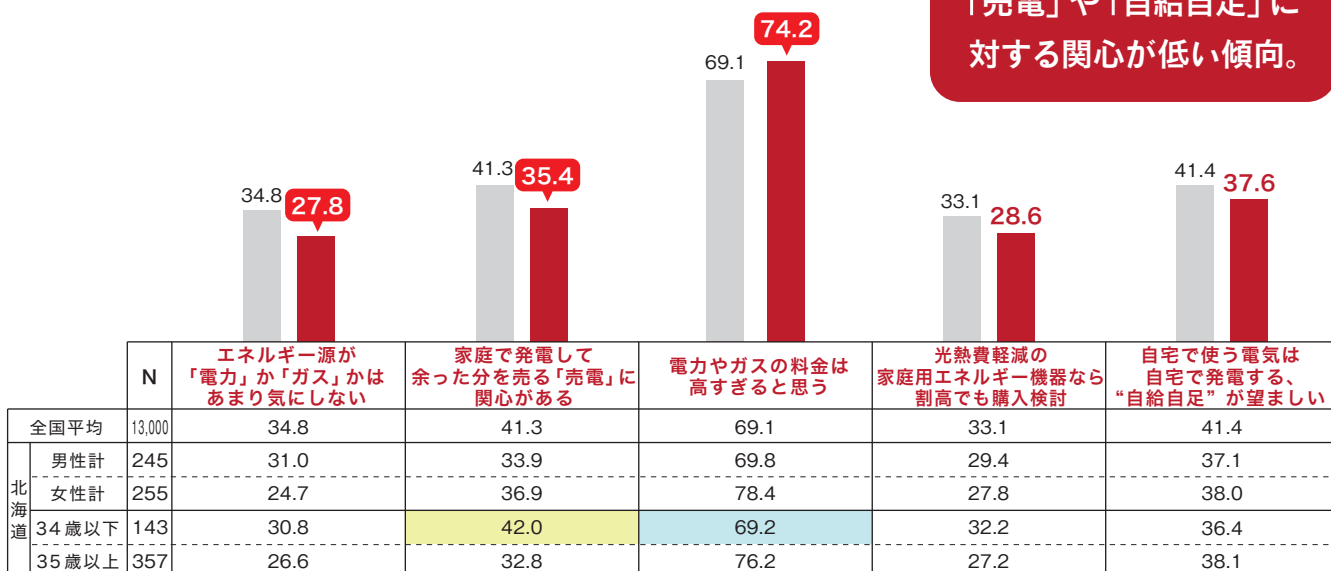
## ② 北海道民のエネルギーに関する意見

出典: 博報堂「2015年度エリアHABIT調査(2015年10月調査)」

Q. さまざまな「エネルギーや電力・ガス」に関する意見について、  
あなたのお考えにどの程度あてはまりますか? (5段階)

■ 全国平均 ■ 北海道  
(全国平均と北海道の差が大きい項目順)

光熱費が高いと  
感じている。  
「売電」や「自給自足」に  
対する関心が低い傾向。



全体差 ■ +10 ■ +5 ■ -5 ■ -10

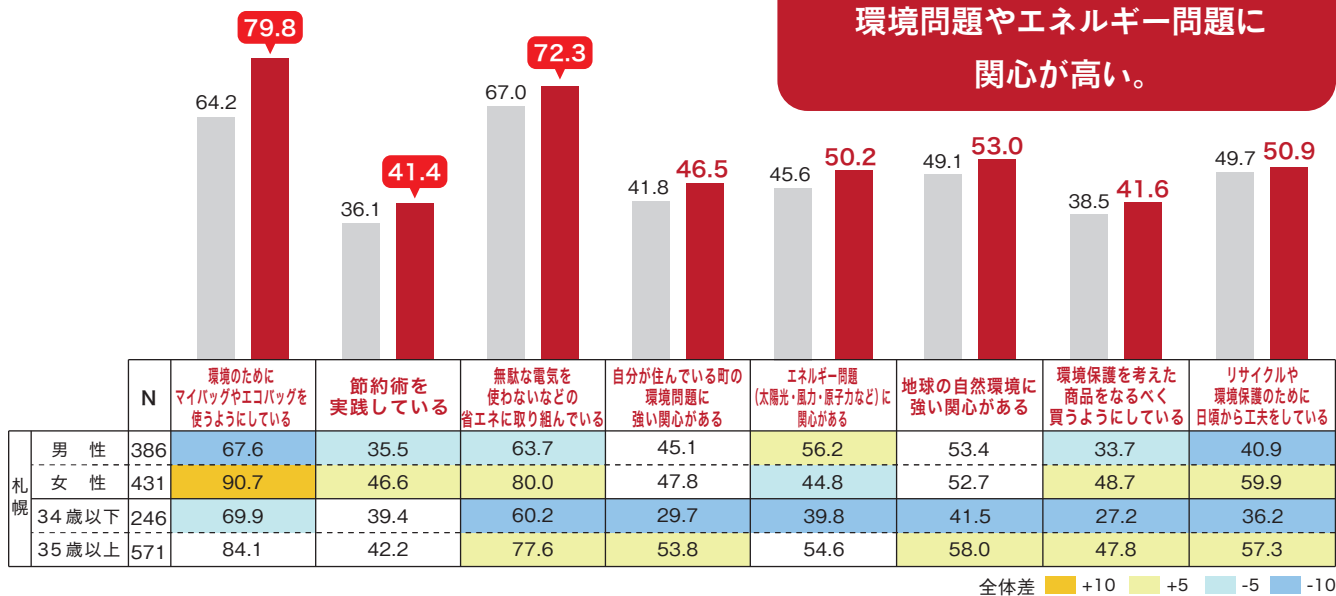
### 3 北海道民の環境・節約意識

出典：ビデオリサーチ「ACR/ex2015年度調査（2015年4月～6月実施）」

Q. 日常生活や環境・社会活動についてあてはまるものをお知らせ下さい。（「はい」という回答率）

■ 7地区平均 ■ 札幌  
（7地区平均と札幌の差が大きい項目順）

環境のためにマイバッグやエコバッグを使用する人多数、とくに女性で9割。35歳以上で節約術や省エネを実践する人が多く、環境問題やエネルギー問題に関心が高い。



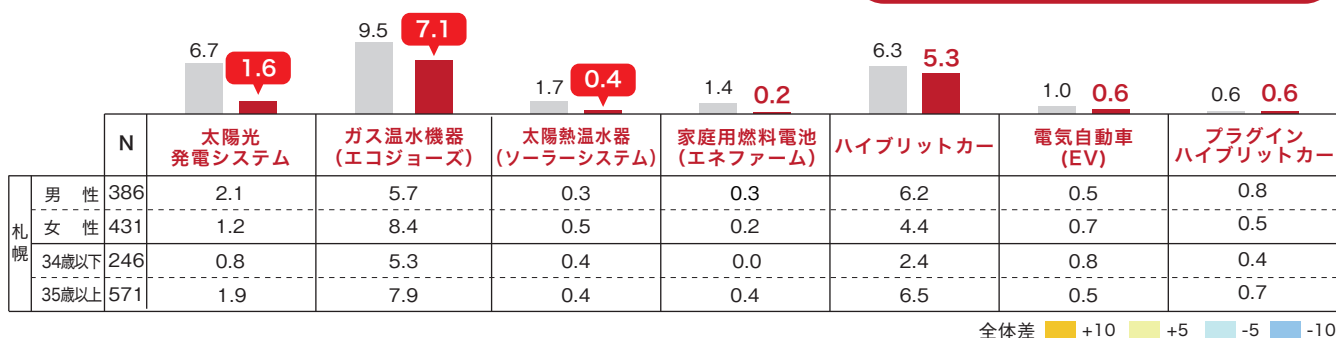
### 4 北海道民が所有している環境によい・節約になる商品（耐久財）

出典：ビデオリサーチ「ACR/ex2015年度調査（2015年4月～6月実施）」

Q. 耐久財などでお持ちのものをお知らせ下さい。（「持っている」という回答率）

■ 7地区平均 ■ 札幌  
（7地区平均と札幌の差が大きい項目順）

太陽光発電システムやガス温水機器の所有は少ない。ハイブリットカー等エコカーも保有は若干少なめとなっている。



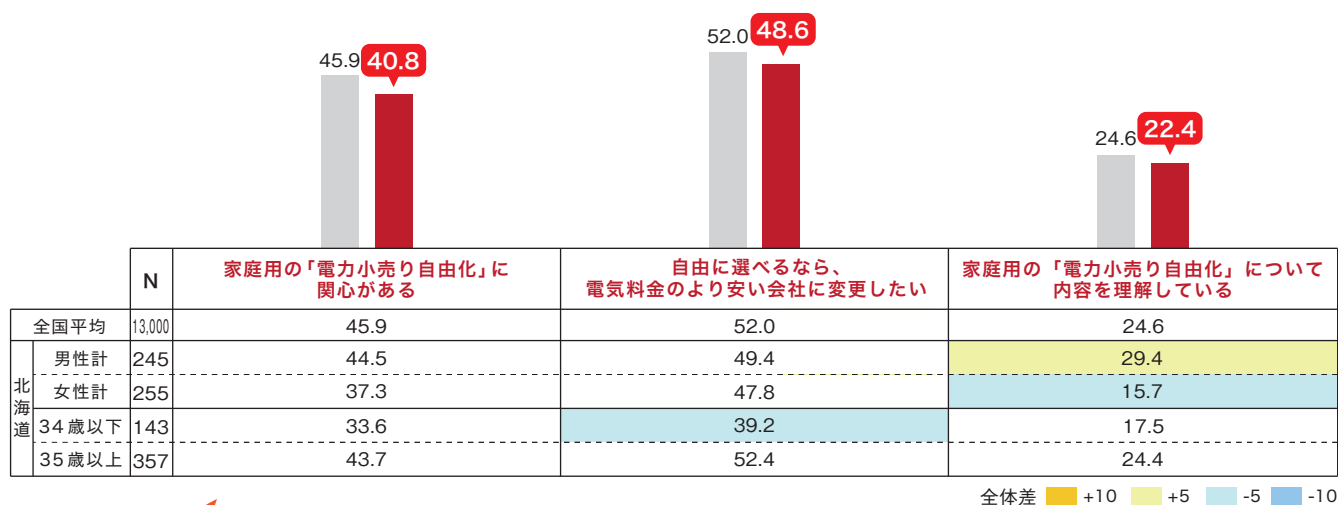
## 5 北海道民の電力自由化への関心

出典：博報堂「2015年度エリアHABIT調査(2015年10月調査)」

Q. さまざまな「電力自由化に対する意見」について、あなたの考えに近いものを、お選び下さい。(5段階)

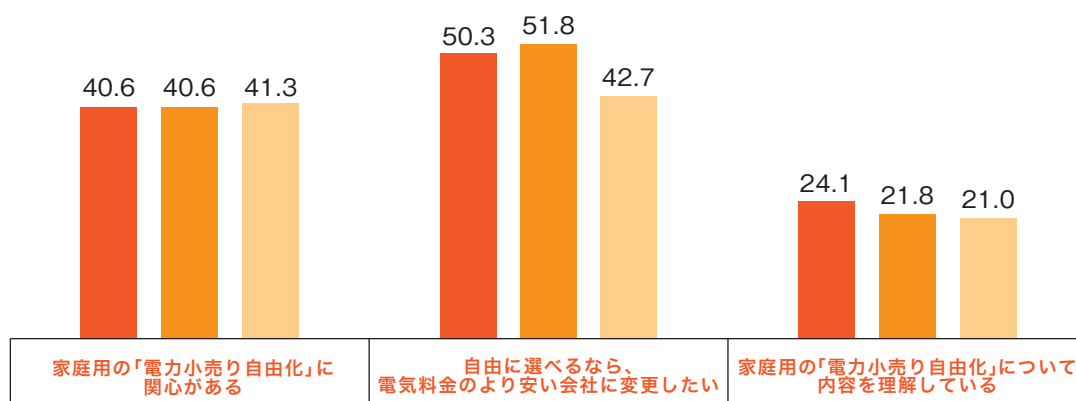
■ 全国平均 ■ 北海道  
(全国平均と北海道の差が大きい項目順)

「電力小売り自由化」への関心が  
全国平均よりも低め。  
特に34歳以下の若者において内容を理解し、  
より安い電力会社への移行について  
考えている人が少ない。



### ！ 北海道地域別の違い

■ 札幌市内 ■ 道央(札幌除)+道南 ■ 道東+道北

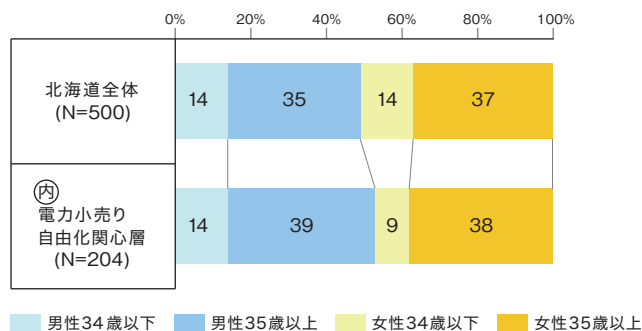


「自由を選べるなら、電気料金のより安い会社に変更したい」については  
「道東・道北」で他より7ポイント以上少なく、金額に寄らず現状の電気会社を選ぶ傾向の人たちが多い。  
他の設問項目については、あまり差はなかった。

## 6 北海道の「電力小売り自由化関心層」ってどんな人？

出典：博報堂「2015年度エリアHABIT調査(2015年10月調査)」

### 性別・年齢割合の比較



	N	自由に選べるなら、電気料金のより安い会社に変更したい	家庭用の「電力小売り自由化」について内容を理解している
電力小売り自由化関心層	204	78.4	48.0

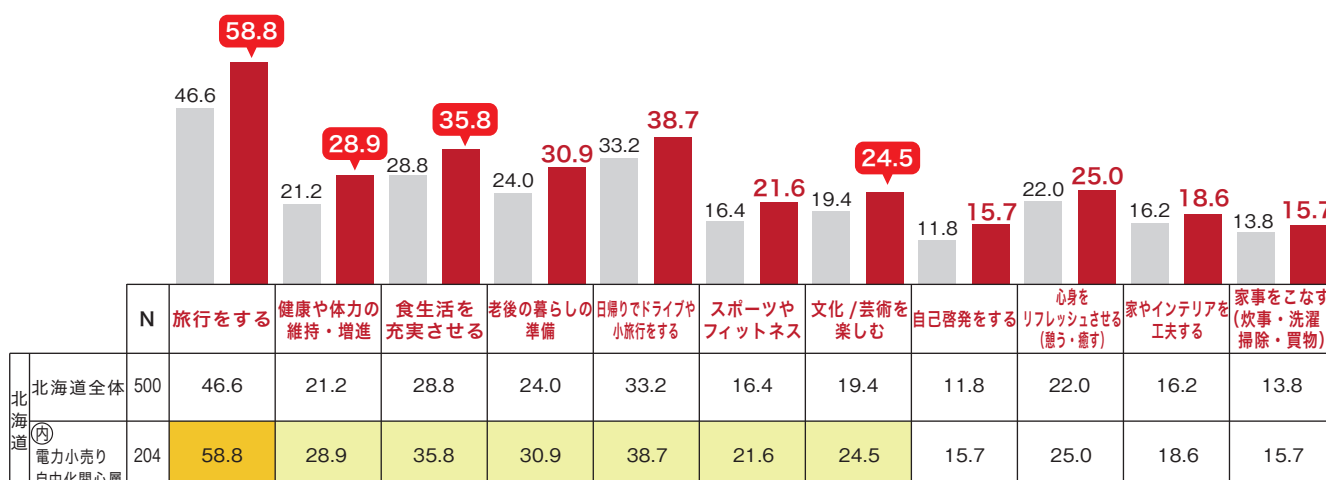
北海道の電力小売り自由化関心層は、北海道全体よりも男性35歳以上が4ポイント高く、34歳以下女性が5ポイント低い傾向でした。

また、電力小売り自由化関心層の中で、「自由に選べるなら、電気料金のより安い会社に変更したい」と答えた人は78.4%と、やはりコスト意識が高い傾向です。男性高年代がまず動こうとしていると推測されます。

また、「電力小売り自由化」に関心は持っているものの、内容について理解している人はそのうちの半分にとどまっていますが、2015年10月時点での調査結果のため、より理解が進んでいると思われます。

### 「今後(も)、しっかりお金をかけて行きたいと思うこと」(複数回答)

■ 北海道全体 ■ 電力小売り自由化関心層  
(北海道全体と電力小売り自由化関心層の差が大きい項目順)

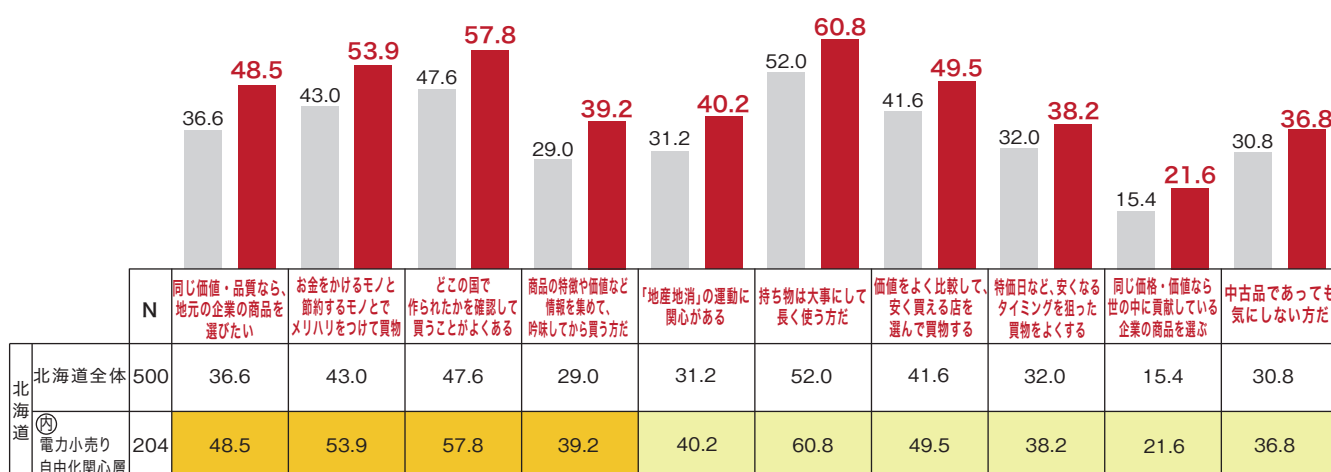


北海道の電力小売り自由化関心層が、「今後(も)、しっかりお金をかけて行きたいと思うこと」として、北海道全体よりも「旅行をする」と答えた人が12.2ポイント、「健康や体力の維持・増進」が7.7ポイント高い結果でした。

また、「食生活を充実させる」と答えた人が7ポイント、「文化/芸術を楽しむ」も5.1ポイント高く、自身の趣味や嗜好にお金をかけて、生活を豊かにしていこうという人が多い傾向でした。

## Q. 買物についての行動・意見で、自分にあてはまるものや、考えに近いもの(複数回答)

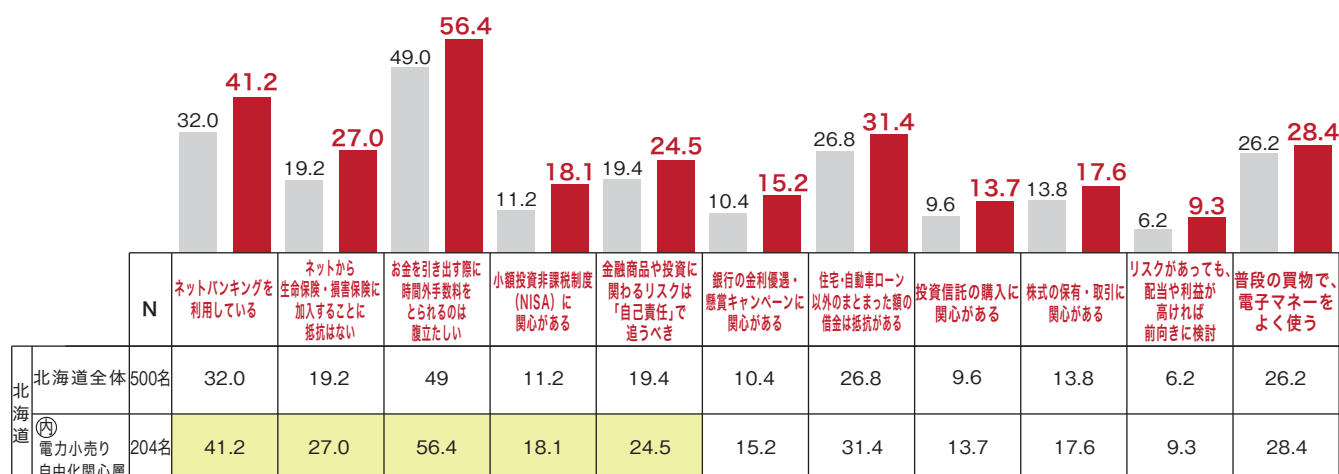
■ 北海道全体 ■ 電力小売り自由化関心層  
(北海道全体と電力小売り自由化関心層の差が大きい項目順)



北海道で家庭用の「電力小売り自由化」に関心のある人たちは、北海道全体に比べて「お金をかけるモノと節約するモノとでメリハリをつけて買物」が10.9ポイント高くなっています。お金をかけたいものについては前述のとおり「旅行」や「自分の健康や体力の維持・増進」などの趣味が挙げられた一方で、「持ち物を大事にして長く使う」「中古品であっても気にしない」など、お金の使いどころを割りきっている様子が伺えます。ほか、「同じ価格・品質なら、地元の企業の商品を選びたい」が北海道全体よりも11.9ポイント、「地産地消の運動に関心がある」が9ポイント高く、地元意識も高い傾向にあることが分かりました。

## Q. 「金融機関・商品やお金に対する意見や態度」のうち、自分の考えや行動に近いもの(複数回答)

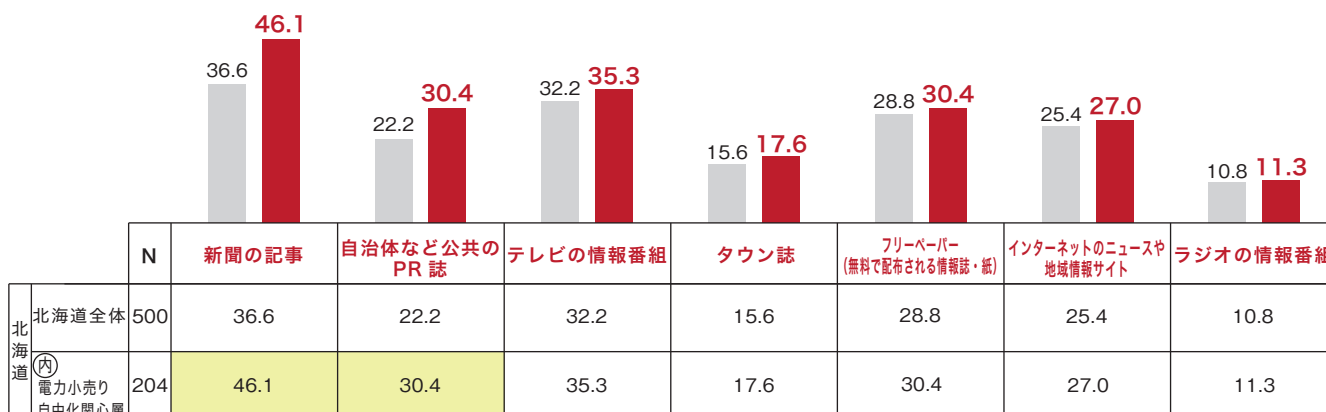
■ 北海道全体 ■ 電力小売り自由化関心層  
(北海道全体と電力小売り自由化関心層の差が大きい項目順)



電力小売り自由化関心層は、北海道全体に比べて「ネットバンキングを利用している」人が9.2ポイント、「ネットから生命保険・損害保険に加入することに抵抗はない」人が7.8ポイント高くなっています。金融商品への関心は、北海道全体よりも全般的に高く、とくにNISAについては6.9ポイント高くなっていました。また、「お金を引き出す際に時間手数料をとられるのは腹立たしい」人が7.4ポイントと高く、ここでも「節約志向」が現れていました。

Q. 住まいの地域（都道府県や市町村）のニュース・出来事や、イベント、行政サービスなどの情報を、どのような媒体や場所で得ることが多いか（複数回答）

■ 北海道全体 ■ 電力小売り自由化関心層  
 （北海道全体と電力小売り自由化関心層の差が大きい項目順）



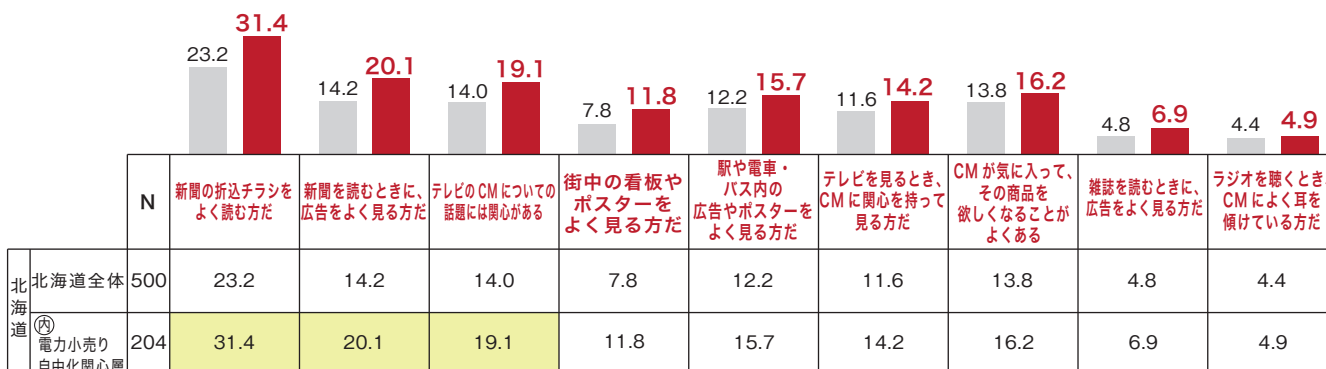
電力小売り自由化関心層の地元の情報源についてクローズアップすると、

「新聞の記事」と答えた人が北海道全体よりも9.5ポイント、「自治体など公共のPR誌」が8.2ポイント高くなっています。

「電力小売り自由化」に関心のある人は新聞の記事の他、公共のPR誌にも注目し、地元情報を入手していることが分かりました。

Q. 「広告に対する接し方や意識、また広告から受ける影響」について自分の考えや行動に近いもの（複数回答）

■ 北海道全体 ■ 電力小売り自由化関心層  
 （北海道全体と電力小売り自由化関心層の差が大きい項目順）



北海道で電力小売り自由化関心層は、「新聞の折り込みチラシをよく読む方だ」が8.2ポイント高く、

「新聞を読むときに、広告をよく見るほうだ」が北海道全体よりも5.9ポイント、「テレビCMについての話題には関心がある」人は5.1ポイント高くなっています。広告からの情報収集意識は高い傾向でした。



今回の発見の  
ポイント

## 新どさんこは、 賢くエネルギーなタイプ？

広大で寒冷な北海道、道民にとってエネルギーは欠かせない大切なものです。  
省エネはもちろん、

どこから来たエネルギーなのかに関心があるのもうなずけます。

とくに女性や35歳以上の世代でエコ意識が高く、  
エコバッグ持参や節約に積極的なのが特徴的です。

電力小売り自由化については全体的に関心が低めで、  
且つ男性の方が詳しくそうです。

今後女性に浸透するかがポイントといえます。

また、北海道では灯油も重要なエネルギーですが、最近の原油安から  
比較的安価なため、電気代まで目が向きにくいのかもかもしれません。

電力小売り自由化の関心層の分析を行いました。コストをおさえて、  
その分を旅行やレジャーなど楽しみに使う新どさんこの姿が  
浮かび上がってきました。

これからもエネルギー大消費は変わらないものの、  
その分メリハリをつけた消費行動は興味深いと思います。

新どさんこは、賢くエネルギーなタイプといえるのではないのでしょうか。

## 新ど研

北海道博報堂「新どさんこ研究所」（新ど研）とは？

生活者を取り巻く環境変化が加速していく中、北海道民も変わっていくという仮説のもと  
「一歩先の道民＝新どさんこ」を生活者データ分析や未来予測から見出す専門組織です。



所長

**山岸 浩之** Hiroyuki Yamagishi

2014年北海道博報堂入社。

コミュニケーション戦略局長兼マーケティング部長として、  
北海道の様々なクライアントの戦略立案やリサーチを担当。