

2016年7月28日

報道関係者各位

エクスペリアンジャパン株式会社

「電力自由化」の需要は地方の農林漁業を営む大家族世帯エリアにあり！？ 居住地×ライフスタイル軸での分析で見えた、電力自由化に関する世間の関心度

エクスペリアンジャパン株式会社（本社：東京都港区、代表取締役 CEO：有田道生、以下エクスペリアンジャパン）は、エクスペリアンジャパンが提供するライフスタイルセグメンテーションデータ「Experian Mosaic Japan」（以下 Mosaic）に、株式会社クロス・マーケティンググループの株式会社ディーアンドエム（本社：東京都新宿区、代表取締役 杉村昌弘、以下ディーアンドエム）が保有する1,500項目を超えるアンケート回答のデータをクロスさせ、「ライフスタイル軸からみた電力自由化に関する関心度」について、分析結果の一部を本日発表しました。今後、エクスペリアンジャパンでは、ライフスタイル×アンケートデータを Mosaic のオプションサービスとして提供していきます。

■ 「ライフスタイル軸からみた電力自由化に関する関心度」サマリー

- ✓ 電力自由化への理解度が高い人は、**高級賃貸マンションなどに住む「大都市で高所得のシングル世帯」**
- ✓ 電力切り替え意向の高い人は、**キャンパス周辺に住む「学生や大学関係者、若い単身者」**
- ✓ 使用電気料金の高い人は、**山間部や沿岸部に住む「農林漁業を営む大家族」**
- ✓ 企業が消費者に対して電力会社切り替えを促進するには、理解度や切り替えに対する積極度と、実際の使用電力料金や需要規模を鑑みエリアマーケティングの視点で戦略を練ることが有効な手法の一つとして考えられる。



【主なエリア】

東京都：文京区
東京都：目黒区
東京都：港区 他

【主なエリア】

京都府：京都市左京区
千葉県：勝浦市
京都府：京都市北区 他

【主なエリア】

宮崎県：児湯郡川南町
青森県：上北郡七戸町
岩手県：九戸郡軽米町 他

【特徴】

- ・世帯収入が高い
- ・20歳～49歳
- ・若い単身世帯
- ・高級賃貸マンション
- ・知識産業における管理職や専門職

【特徴】

- ・世帯収入が低い
- ・19～24歳
- ・若い単身世帯
- ・大学キャンパス周辺
- ・大学・大学院に在学、大学での仕事に従事

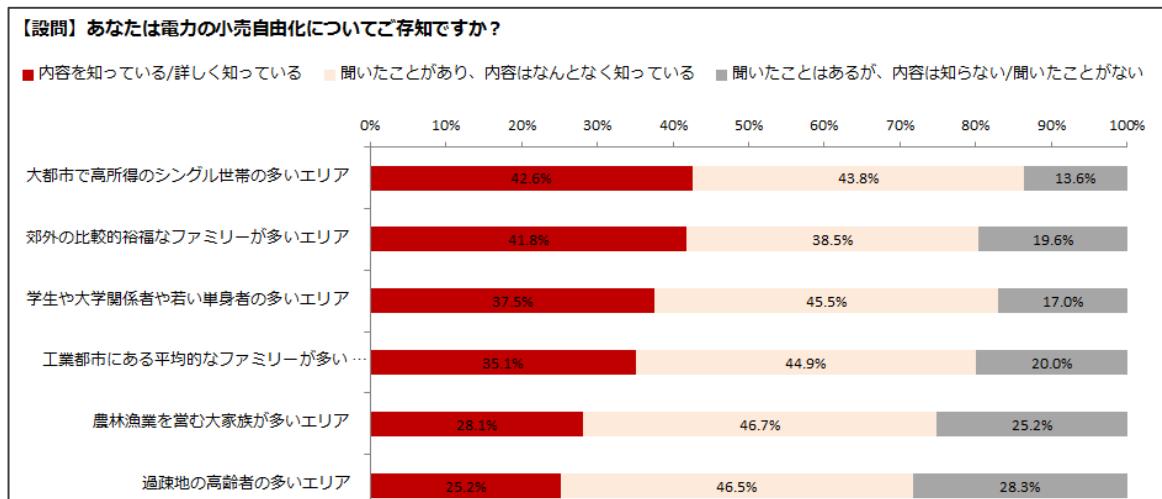
【特徴】

- ・平均的な世帯収入
- ・50歳以上
- ・三世代世帯
- ・持ち家の一戸建
- ・日本全国の山間部や沿岸部
- ・農林漁業に従事

■ 「ライフスタイル軸からみた電力自由化に関する関心度」分析結果（抜粋）

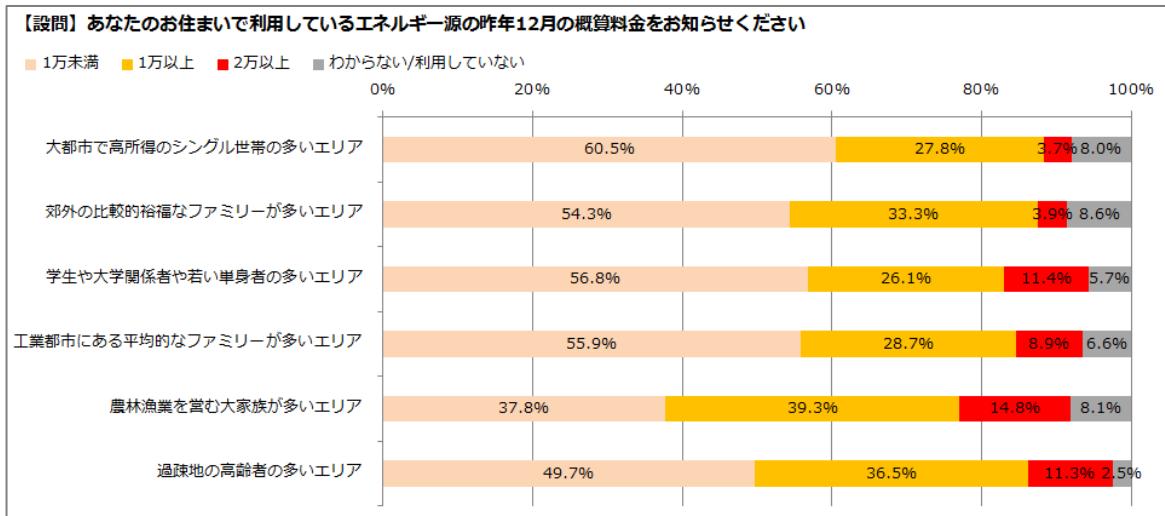
＜調査データ①＞ ライフスタイル軸からみた電力自由化の認知度

電力自由化に対する認知は、内容まで理解している人は都市部に居住する方が多く、大都市の高所得のシングル世帯の多いエリアと過疎地の高齢者が多いエリアで比較すると 10 ポイント以上の差があります。大都市に住んでいる高所得者程多くのメディアや情報に接触して、幅広く情報を得ている傾向があります。



＜調査データ②＞ ライフスタイル軸からみた使用電気料金

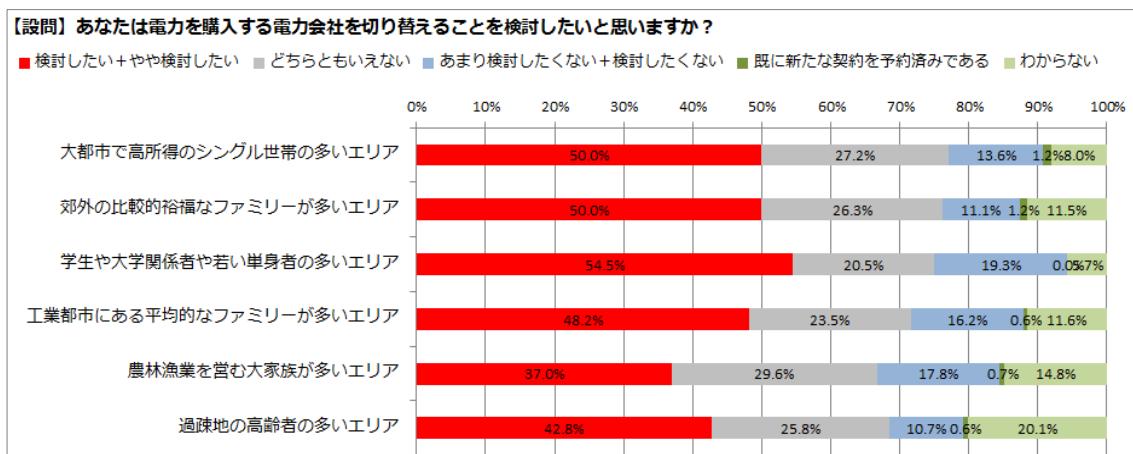
昨年12月時点の電気料金は、単身世帯では1万円未満も多いが、地方の農林漁業を営む大帯家族が多いエリアでは2万円を越える世帯が14%もあり、これは大都市の高所得シングル世帯の3倍以上の数値です。



＜調査データ③＞ ライフスタイル軸からみた電力切り替えの検討意向

電力自由化における電力会社の切り替えの検討については、都市部の単身世帯が特に高いです。地方の検討意向は低いです。

なお、その他の調査項目より、地方の農林漁業を営む家族が多いエリアでは、電力会社の変更によりメリットを得たいと感じているが、新規参入企業が少なく、選択肢の少なさから電力会社の切り替えを控えている傾向があることを読み取ることができます。



＜分析結果のまとめ＞

電力会社切り替えを促進するにあたっては、ライフスタイル観点から、理解度・切り替え積極度と、実際の使用電力料金や需要規模を鑑み、エリアマーケティングの視点で戦略を練ることが、有効な手法の一つとして考えられます。

ライフスタイル	理解度	切り替え	使用電力料金	Mosaic コード
大都市で高所得のシングル世帯	高い	消極的	標準的	A
大学生・大学関係者や若い単身者	高い	積極的	少ない	F
農林漁業を営む大家族	低い	消極的	多い	J

＜Mosaic について＞

Mosaic とは、居住地情報を基に「ライフスタイル」という軸で消費者を分類することを可能にした、消費者セグメンテーションデータです。日本の全町丁目レベルを 14 グループ、52 タイプ、220 セグメントに分類し、家族構成や年収レベル、居住状況、オンラインリテラシーや車所有状況など、各エリアの居住者のライフスタイル情報がペルソナとして把握できます。Mosaic コードと呼ばれるライフスタイル別の居住地データを町丁目レベルで保有しているため、ライフスタイルからみたエリアマーケティング（営業・販促施策）を実施していくことができます。

※Mosaic について詳しくはこちら → <http://www.experian.co.jp/ems/mosaic.html>

＜ディーアンドエムのアンケートデータについて＞

調査手法 : インターネットリサーチ
調査地域 : 全国 47 都道府県
調査対象 : 18~69 歳の男女、世帯主およびその配偶者（学生を除く）
調査期間 : 2016 年 2 月 17 日（水）~2016 年 2 月 18 日（木）
有効回答数 : 5,000 サンプル(全国の性年代別人口構成比に基づいてスクリーニング回収し、回答者から無作為抽出)
調査実施会社 : 株式会社クロス・マーケティング

■今後提供予定の Mosaic オプションサービス

エクスペリアンジャパンでは、ディーアンドエムが保有する各種アンケートデータと Mosaic 連携をさらに進めていく予定です。今後、「自動車」「金融」「携帯電話」「メディア接触率」「旅行」などのさまざまなカテゴリーでのアンケート連携データを提供し、市場動向の把握や見込み客のインサイト分析、サービス開発、プロモーションのプランニングと、エリアマーケティング施策において活用いただくことを想定しています。

●株式会社ディーアンドエムについて

株式会社クロス・マーケティンググループの戦略子会社として 2015 年 4 月 1 日設立。企業のマーケティングを支援する業務を中心に、高品質な消費者データを、広く・高度に活用し、消費者に対し満足度の高いプロモーション体験を提供することを通じて、費用対効果の高い最先端のマーケティングサービスのお客様へのご提供を目指しています。

詳細については、<http://www.d-and-m.co.jp> をご覧ください。

●エクスペリアンジャパン株式会社について

1999 年 12 月設立。世界各国でデータや分析ツールを提供しているグローバルな情報サービス企業であるエクスペリアングループとしての強みと、日本国内での累計 5,300 社以上の取引実績を生かし、マーケティングサービス、海外企業調査サービス、意思決定分析サービスを軸に事業を展開。マーケティングオートメーションやメールマーケティングソリューション、企業信用調査報告書、金融機関向けの与信戦略管理や不正対策ソリューションを提供しています。

詳細については、<http://www.experian.co.jp> をご覧ください。

●エクスペリアンについて

エクスペリアンは、世界各国でデータや分析ツールを提供しているグローバルな情報サービス企業です。信用リスク管理、不正防止、マーケティングのターゲット絞り込みや意思決定の自動化などのサービスを提供しています。また、企業だけでなく個人に対しても、信用情報管理や ID 盗難防止などのサポートを行っています。2015 年には米『フォーブス』誌の「世界で最も革新的な企業（World's Most Innovative Companies）」の一社として選出されました。

アイルランドのダブリンに本社を置き、イギリスのノッティンガム、米国カリフォルニア州コスタメサとブラジルのサンパウロに事業本部を構え、37 か国で 17,000 人以上の従業員を擁し、ビジネスを展開しています。Experian plc はロンドン証券取引所に上場し (EXPN) 、FTSE 100 インデックスにも選ばれています。2016 年 3 月期の年間売上高は 46 億ドルにのぼりました。

詳細については、<http://www.experianplc.com> 、または動画‘[Inside Experian](#)’（英語）をご覧ください。

＜本件に関するお問い合わせ＞

エクスペリアンジャパン株式会社 マーケティング部

電話番号：03-5786-2653（部門直通） E-mail：pr@jp.experian.com（広報窓口）

「Experian」とそのロゴ、「Mosaic」は、エクスペリアンとその関連会社の、EU・米国・日本・各国における登録商標、または商標です。その他、記載されている会社名および製品・サービス名などは、各社の商標・登録商標です。無断複写・転載を禁じます。