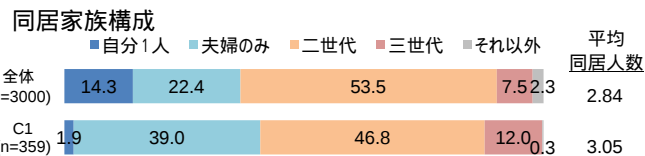
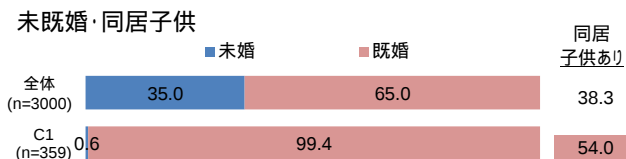
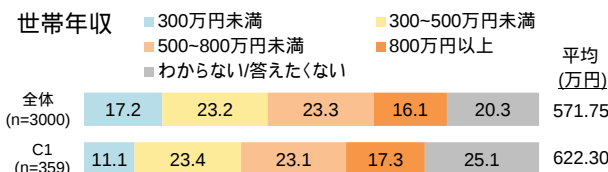
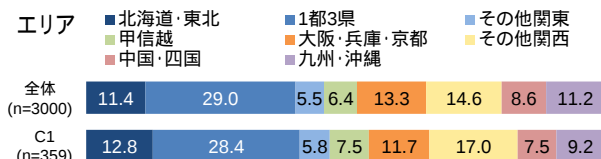
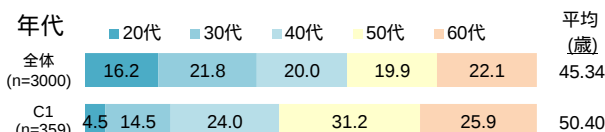
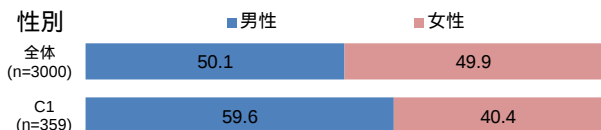


クラスタープロフィール詳細

クラスター 1 : [構成比 : 12.0% (n=359)]

2

- 男性が多め、ほぼ全数が既婚者。
- 夫婦のみ家庭の比率が高い。
- 省エネ関心度や取り組み意向が低い。
- エコ診断興味や受診意向も低く、エコ全般に関する関与が低いクラスター。

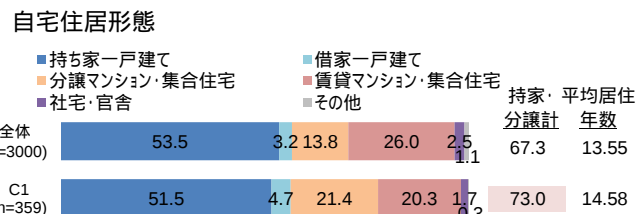


同居家族

	夫・妻	父・母	祖父母	子供	孫	兄弟・姉妹	その他の方
全体 (2571)	72.1	31.3	2.1	47.2	1.1	9.7	2.5
C1 (352)	97.2	15.6	0.3	55.4	0.9	0.9	0.9

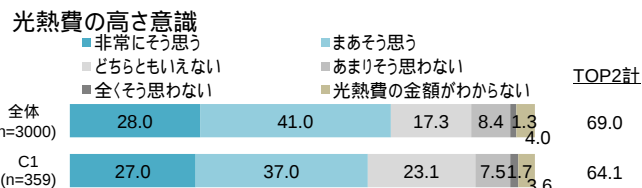
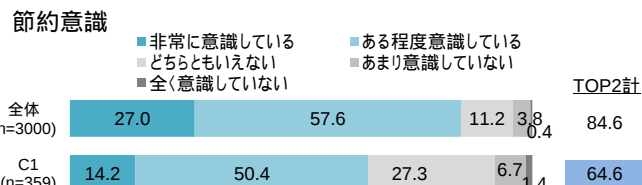
同居子供学齢

	乳幼児 (0-6歳)	小学生	中学生	高校生	大学生	社会人 / その他
全体 (1213)	28.9	21.8	13.8	15.0	11.9	36.6
C1 (195)	17.4	20.0	19.5	16.4	14.9	42.6



自宅の住み替え・リフォーム意向 (TOP2)

	住み替え	リフォーム
全体 (3000)	28.3	38.9
C1 (359)	18.7	22.9



自宅の設備・施工導入状況

	C1(359)	
	ある	導入したい
TOP5 (ある)		
省エネ・高効率給湯器	17.5	7.8
IH調理器 (電磁調理器)	15.6	8.9
ハイブリッド車、プラグイン・ハイブリッド車	8.1	18.7
太陽光発電	3.9	4.5
高機能・高断熱省エネ住宅	2.8	6.7

普段のタッチポイント

TOP10	C1(359)
テレビ番組	71.3
新聞記事	59.6
インターネットのニュースサイト	35.4
テレビ広告	27.6
新聞広告	22.0
ヤフーなどの検索サイト	20.9
雑誌	13.9
チラシ	10.9
友人、知人、家族の話	10.3
ラジオ	9.7

生活意識

TOP10	C1(359)
安定した生活をおくってゆきたい	52.6
身体的に健康な生活を送りたい	41.5
経済的に豊かな生活をしたい	36.2
家族の幸せを第一に考える生活をしたい	34.3
多くの友人より気心の知れた少数友人と一緒にいる方が好き	32.0
自分の思い通りの生活をしたい	27.9
楽しさ、面白さを求め生活をエンジョイしたい	25.1
仕事よりも、生活を楽しむことを重視したい	24.0
自分の感性や感覚を磨いていきたい	20.3
無駄がない生き方をしたい	19.8

毎日の生活の中で実践していること

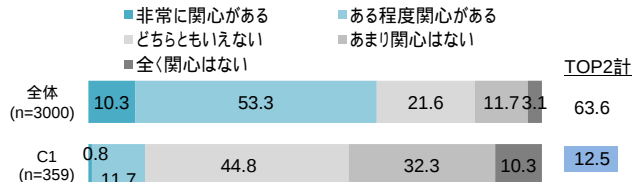
TOP10	C1(359)
家族を大事にする	40.4
日々楽しく過ごす	32.9
のんびりと毎日を過ごす	31.8
夫婦の関係を大事にする	30.1
シンプルに暮らす	27.6
趣味を深める	20.3
充実した時間を過ごすことを大事にする	19.5
友人との関係を大事にする	18.7
精神的な充実や満足度を大事にする	15.6
教養を深める	14.5

* 全体比 ■ +10pt.以上 ■ +5pt.以上 ■ -10pt.以下 ■ -5pt.以下

クラスター 1 : [構成比 : 12.0% (n=359)]

3

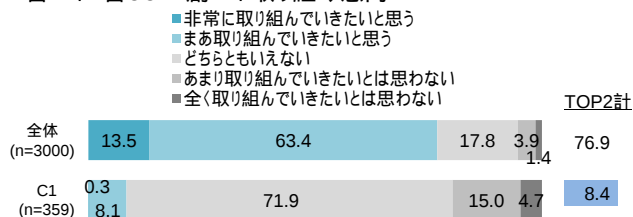
省エネ・省CO2・創エネ関心度



省エネ・省CO2・創エネ関心が高まるタイミング

TOP5	C1(45)
テレビ・新聞・雑誌等で関連する報道を見聞きした時	57.8
インターネットの記事や書き込みで関連する情報を見た時	31.1
光熱費を節約したいと思った時	22.2
関連する書籍を読んだ時	11.1
家のリフォームをした(検討している)時	8.9

省エネ・省CO2・創エネ取り組み意向



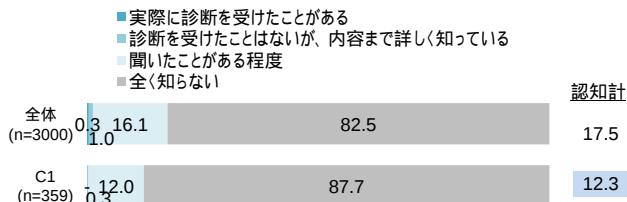
省エネ・省CO2・創エネ取り組み意向理由

TOP5	C1(30)
光熱費が安くなるから	66.7
電力が不足しているから	43.3
限られた資源の有効利用に貢献したいから	26.7
次世代にエネルギー資源を残したいから	26.7
地球温暖化対策に貢献したいから	20.0
メディアで省エネ・創エネの必要性が訴えられているから	20.0

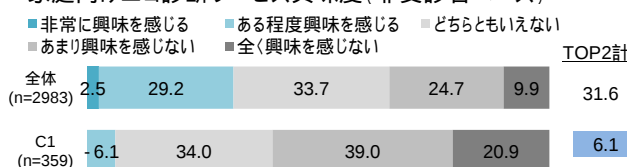
環境・エネルギー情報タッチポイント

TOP10	C1(359)
テレビ番組	62.4
新聞記事	49.6
インターネットのニュースサイト	20.6
テレビ広告	13.4
ヤフーなどの検索サイト	9.2
新聞広告	8.6
雑誌	7.0
ラジオ	5.8
友人、知人、家族の話	4.7
書籍	3.9

「うちエコ診断」認知・受診状況



家庭向けエコ診断サービス興味度 (非受診者ベース)



家庭向けエコ診断サービス魅力点 (興味あり層ベース)

TOP5	C1(22)
家庭にあった診断をオーダーメイドで実施	50.0
何に光熱費を使っているかわかる	50.0
専門のソフトを使ってわかりやすく表示	40.9
どの位光熱費が減っているかわかる	31.8
節約につながる改善策を提案してくれる	27.3

家庭向けエコ診断サービスに興味を感じない理由

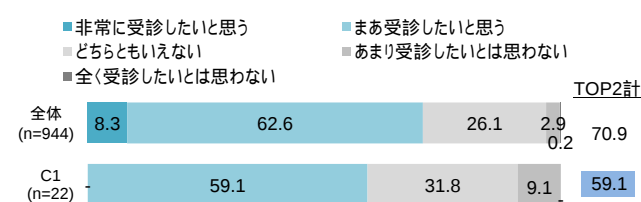
(興味なし + 中間層ベース)

TOP5	C1(337)
自宅に診断員が来ることに抵抗があるから	35.9
受診するメリットがよくわからないから	32.3
自宅受診のために日程を調整することが面倒だから	25.8
診断自体を信用できないから	20.2
忙しくて時間がとれないから	19.9

「うちエコ診断」診断方法評価

TOP5	C1(359)
WEBサイト上で結果がすぐわかる簡易診断	49.3
公共施設等での簡易診断	30.4
アプリ上で結果がすぐわかる簡易診断	30.4
スーパーやショッピングセンター等での簡易診断	29.2
家電量販店や電気店での簡易診断	28.1

家庭向けエコ診断サービス受診意向 (興味あり層ベース)



家庭向けエコ診断サービス受診意向理由 (意向あり層ベース)

TOP5	C1(13)
光熱費の無駄を見直して節約したいから	100.0
基本的なエネルギー消費状況を把握したいから	46.2
自分の家の状況が平均的な家庭と比べてどう知りたいから	46.2
家電機器買い替えの際の参考にしたいから	23.1
普段の取り組みがどの程度効果をあげているか知りたいから	15.4

家庭向けエコ診断サービス非受診意向理由

(意向なし + 中間層ベース)

TOP5	C1(9)
自宅に診断員が来ることに抵抗があるから	55.6
受診するメリットがよくわからないから	22.2

以下同率「申し込み手続きの方法がよくわからないから」「自宅受診のために日程を調整することが面倒だから」「自宅以外で受診できる場所が近所になら」「事前や事後のアンケート等に答えるのが面倒だから」「診断時間が長いから」

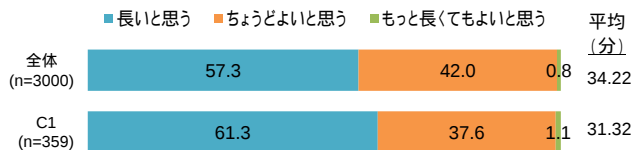
「うちエコ診断」受診インセンティブ魅力度

TOP5	C1(359)
診断を受けてリフォームすると数年間は固定資産税減免措置がある	27.9
診断を受けてエコカーを購入すると自動車税減免措置がある	27.3
診断を受けると機器買い替え時に値引きになる	23.7
対策による省エネ効果を具体的な数値として確認できる	23.4
診断による対策を実施することで確実に省エネ効果が出る	21.7

家庭向けエコ診断サービスを受診したいタイミング (TOP3)

TOP3	C1(359)
家を建てる時	29.8
リフォームを検討する時	23.4
電化製品の買い替え時	17.0

「うちエコ診断」診断時間評価

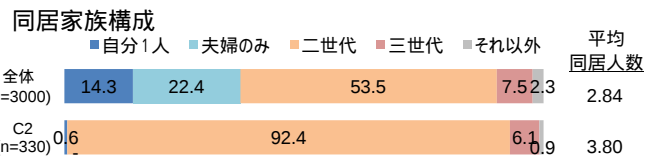
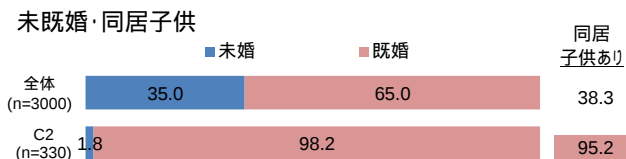
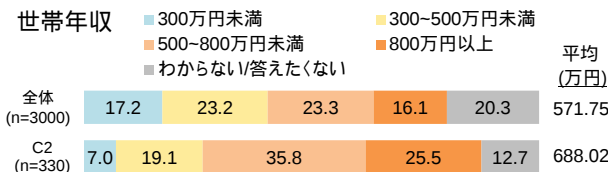
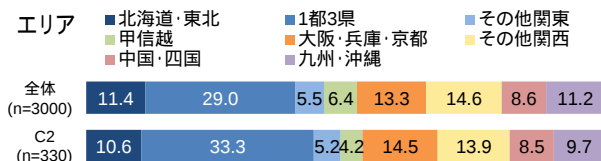
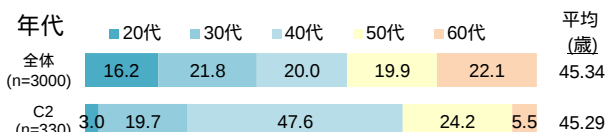
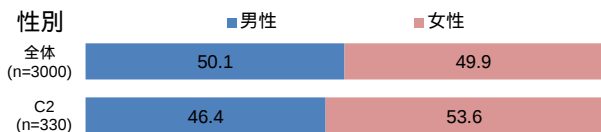


* 全体比 +10pt.以上 +5pt.以上 -10pt.以下 -5pt.以下

クラスター 2 : [構成比 : 11.0% (n=330)]

4

- 既婚・子供（主に小・中・高）同居者がほぼ全数を占めており、約半数が40代。
- 持家・分譲比率が高いが、居住年数は平均より短い。
- その為か、住み替え・リフォーム意向は低め。
- 省エネ関心度、取り組み意向は高い。
- エコ診断興味・受診意向ともに高い。

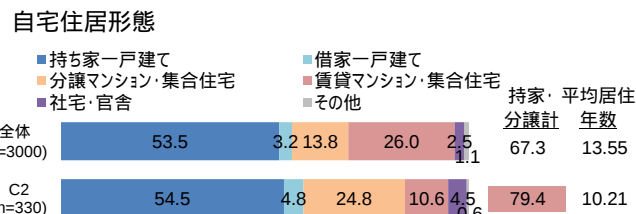


同居家族

	夫・妻	父・母	祖父母	子供	孫	兄弟・姉妹	その他の方
全体 (2571)	72.1	31.3	2.1	47.2	1.1	9.7	2.5
C2 (328)	94.2	7.9	0.3	97.6	0.3	1.2	1.5

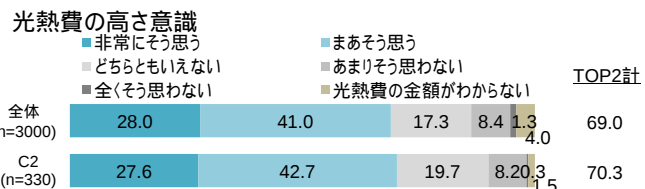
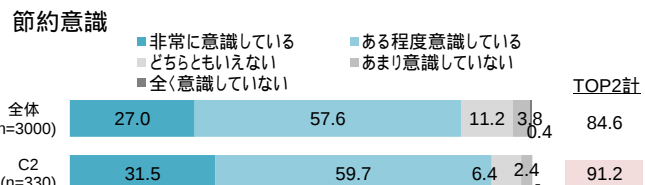
同居子供学齢

	乳幼児 (0-6歳)	小学生	中学生	高校生	大学生	社会人 / その他
全体 (1213)	28.9	21.8	13.8	15.0	11.9	36.6
C2 (320)	20.6	40.9	25.0	26.9	15.3	17.5



自宅の住み替え・リフォーム意向 (TOP2)

	住み替え	リフォーム
全体 (3000)	28.3	38.9
C2 (330)	23.0	31.3



自宅の設備・施工導入状況

	C2(330)	
	ある	導入したい
TOP5 (ある)		
IH調理器 (電磁調理器)	26.4	12.1
省エネ・高効率給湯器	25.2	16.1
高機能・高断熱省エネ住宅	10.3	10.3
太陽光発電	8.5	11.5
ハイブリッド車、プラグイン・ハイブリッド車	7.3	33.9

普段のタッチポイント

	C2(330)
TOP10	
テレビ番組	80.3
新聞記事	69.7
インターネットのニュースサイト	36.7
テレビ広告	35.5
新聞広告	30.0
ヤフーなどの検索サイト	24.8
雑誌	24.5
友人、知人、家族の話	15.8
チラシ	13.3
書籍	12.7
ラジオ	12.7

生活意識

	C2(330)
TOP10	
安定した生活をおくってゆきたい	64.5
身体的に健康な生活を送りたい	53.9
家族の幸せを第一に考える生活をしたい	44.2
経済的に豊かな生活をしたい	40.9
多くの友人より気心の知れた少数友人と一緒にいる方が好き	37.0
仕事よりも、生活を楽しむことを重視したい	34.8
環境問題は、自分の周りでこれから重要になっていくと思う	34.2
無駄がない生き方をしたい	32.7
外見よりも内面を磨いていきたい	25.5
楽しさ、面白さを求め生活をエンジョイしたい	22.1
自分の感性や感覚を磨いていきたい	22.1
自分の思い通りの生活をしたい	22.1

毎日の生活の中で実践していること

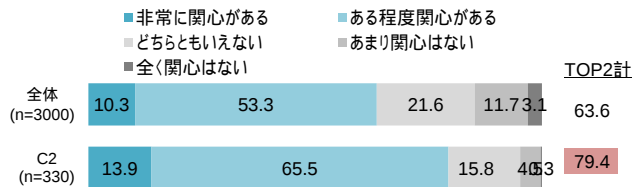
	C2(330)
TOP10	
家族を大事にする	60.3
シンプルに暮らす	39.1
日々楽しく過ごす	35.5
のんびりと毎日を過ごす	33.0
夫婦の関係を大事にする	29.7
友人との関係を大事にする	24.2
充実した時間を過ごすことを大事にする	22.7
教養を深める	21.2
できる限り長く仕事を続けられるように頑張る	20.9
精神的な充実や満足を大事にする	20.6

* 全体比 ■ +10pt.以上 ■ +5pt.以上 ■ -10pt.以下 ■ -5pt.以下

クラスター 2 : [構成比 : 11.0% (n=330)]

5

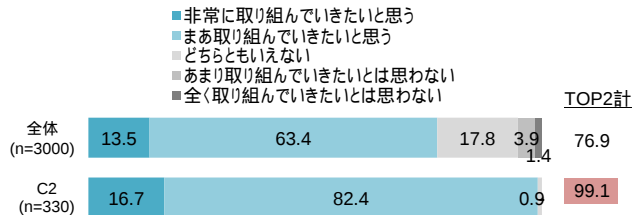
省エネ・省CO2・創エネ関心度



省エネ・省CO2・創エネ関心が高まるタイミング

TOP5	C2(262)
テレビ・新聞・雑誌等で関連する報道を見聞きした時	79.0
光熱費を節約したいと思った時	63.4
インターネットの記事や書き込みで関連する情報を見た時	19.8
関連する書籍を読んだ時	12.6
環境イベント等に参加した時	10.7

省エネ・省CO2・創エネ取り組み意向



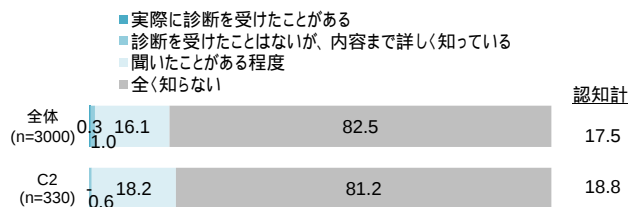
省エネ・省CO2・創エネ取り組み意向理由

TOP5	C2(327)
光熱費が安くなるから	96.9
限られた資源の有効利用に貢献したいから	89.3
地球温暖化対策に貢献したいから	87.2
電力が不足しているから	81.0
次世代にエネルギー資源を残したいから	78.6

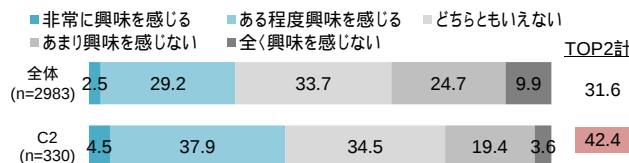
環境・エネルギー情報タッチポイント

TOP10	C2(330)
テレビ番組	82.7
新聞記事	66.1
テレビ広告	21.2
インターネットのニュースサイト	18.8
雑誌	16.4
新聞広告	14.5
ヤフーなどの検索サイト	9.4
ラジオ	7.9
友人、知人、家族の話	7.6
書籍	7.3

「うちエコ診断」認知・受診状況



家庭向けエコ診断サービス興味度 (非受診者ベース)



家庭向けエコ診断サービス魅力点 (興味あり層ベース)

TOP5	C2(140)
節約につながる改善策を提案してくれる	66.4
家庭にあった診断をオーダーメイドで実施	65.0
どの位光熱費が減らせているかわかる	51.4
何に光熱費を使いすぎているのかわかる	47.1
省エネ・CO2削減改善策を提案してくれる	40.7

家庭向けエコ診断サービスに興味を感じない理由

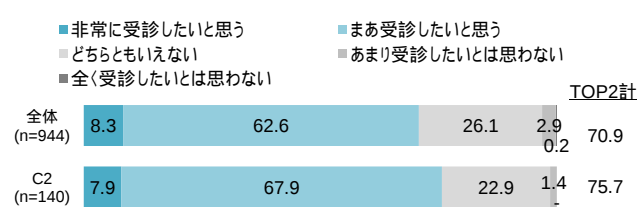
(興味なし + 中間層ベース)

TOP5	C2(190)
自宅に診断員が来ることに抵抗があるから	53.2
自宅受診のために日程を調整することが面倒だから	36.3
受診するメリットがよくわからないから	30.5
忙しくて時間がとれないから	28.4
自宅以外の場所に受診しに行くことが面倒だから	20.0

「うちエコ診断」診断方法評価

TOP5	C2(330)
WEBサイト上で結果がすぐわかる簡易診断	76.7
公共施設等での窓口診断	60.0
スーパーやショッピングセンター等での簡易診断	60.0
家電量販店や電気店での簡易診断	58.8
公共施設等での簡易診断	57.9

家庭向けエコ診断サービス受診意向 (興味あり層ベース)



家庭向けエコ診断サービス受診意向理由 (意向あり層ベース)

TOP5	C2(106)
光熱費の無駄を見直して節約したいから	89.6
自分の家の状況が平均的な家庭と比べてどうか知りたいから	45.3
基本的なエネルギー消費状況を把握したいから	38.7
普段の取り組みがどの程度効果をあげているかわかりたいから	34.0
家電機器買い替えの際の参考にしたいから	20.8

家庭向けエコ診断サービス非受診意向理由

(意向なし + 中間層ベース)

TOP5	C2(34)
自宅受診のために日程を調整することが面倒だから	41.2
自宅に診断員が来ることに抵抗があるから	38.2
忙しくて時間がとれないから	32.4
申し込み手続きの方法がよくわからないから	17.6
事前や事後のアンケート等に答えるのが面倒だから	14.7

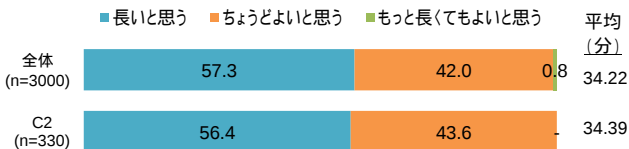
「うちエコ診断」受診インセンティブ魅力度

TOP5	C2(330)
対策による省エネ効果を具体的な数値として確認できる	66.7
診断による対策を実施することで確実に省エネ効果が出る	65.8
診断を受けてリフォームすると数年間は固定資産税減免措置がある	61.5
診断を受けてエコカーを購入すると自動車税減免措置がある	59.7
診断を受けて、太陽光発電などの省エネ・創エネ機器を買った補助金が出る	59.1

家庭向けエコ診断サービスを受診したいタイミング (TOP3)

TOP3	C2(330)
家を建てる時	41.2
リフォームを検討する時	40.3
電化製品の買い替え時	37.3

「うちエコ診断」診断時間評価

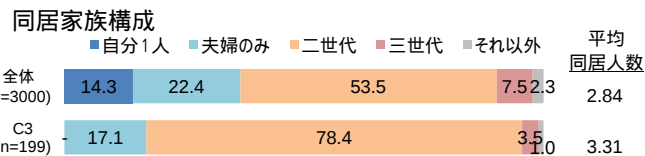
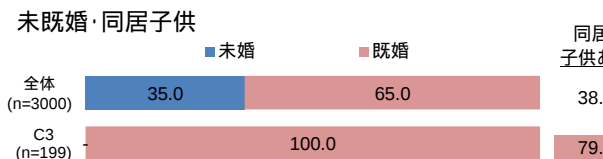
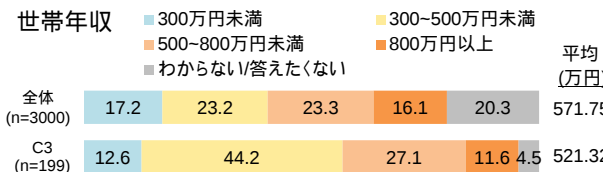
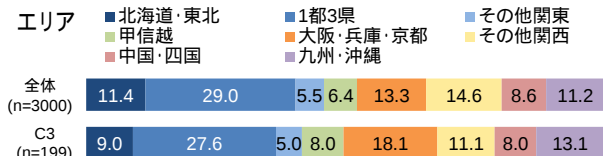
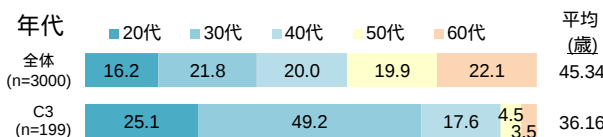


* 全体比 +10pt.以上 +5pt.以上 -10pt.以下 -5pt.以下

クラスター 3 : [構成比 : 6.6% (n=199)]

6

- 既婚・子供（主に乳幼児）同居者が8割。
- 半数が30代で、男性比率が高い。
- 賃貸マンション・集合住宅居住率が高く、住み替え意向も高い。
- 省エネ関心度はやや低めだが、取り組み意向はやや高い。
- エコ診断興味度は低め、受診意向は平均的。
- 受診したいタイミングとして「家を建てる時」が特に高い。

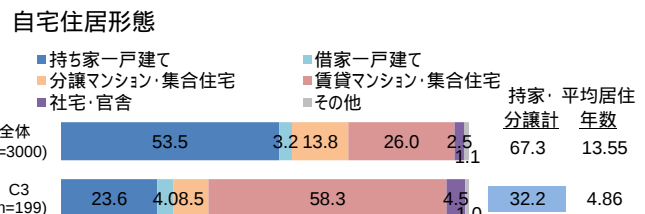


同居家族

	夫・妻	父・母	祖父母	子供	孫	兄弟・姉妹	その他の方
全体 (2571)	72.1	31.3	2.1	47.2	1.1	9.7	2.5
C3 (199)	97.5	5.0	0.5	79.9	1.0	-	0.5

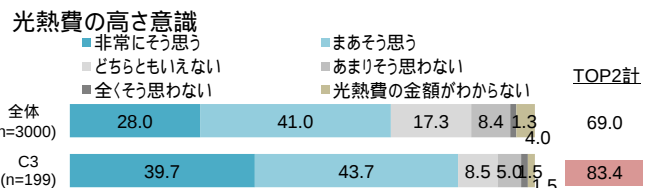
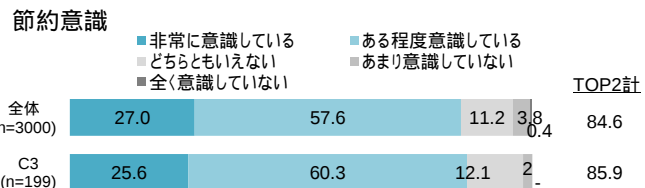
同居子供学齢

	乳幼児 (0-6歳)	小学生	中学生	高校生	大学生	社会人 / その他
全体 (1213)	28.9	21.8	13.8	15.0	11.9	36.6
C3 (159)	80.5	23.9	7.5	4.4	2.5	3.1



自宅の住み替え・リフォーム意向 (TOP2)

	住み替え	リフォーム
全体 (3000)	28.3	38.9
C3 (199)	46.2	18.8



自宅の設備・施工導入状況

	C3(199)	
	ある	導入したい
TOP5 (ある)		
IH調理器 (電磁調理器)	16.1	18.1
省エネ・高効率給湯器	12.1	21.1
高機能・高断熱省エネ住宅	6.5	18.6
太陽光発電	6.0	27.6
ハイブリッド車、プラグイン・ハイブリッド車	5.0	31.7

普段のタッチポイント

	C3(199)
TOP10	
テレビ番組	63.3
インターネットのニュースサイト	52.8
ヤフーなどの検索サイト	35.2
新聞記事	28.1
テレビ広告	20.1
友人、知人、家族の話	16.6
雑誌	13.1
チラシ	9.0
フリーペーパー	8.0
新聞広告	7.5
企業 / 団体のWEBサイト	7.5

生活意識

	C3(199)
TOP10	
安定した生活をおくってゆきたい	54.3
経済的に豊かな生活をしたい	44.7
家族の幸せを第一に考える生活をしたい	44.2
身体的に健康な生活を送りたい	35.7
多くの友人より気心の知れた少数友人と一緒にいる方が好き	35.7
仕事よりも、生活を楽しむことを重視したい	34.2
無駄がない生き方をしたい	32.2
自分の思い通りの生活をしたい	28.1
楽しさ、面白さを求め生活をエンジョイしたい	27.6
自分の感性や感覚を磨いていきたい	21.1
よりよい収入が得られる仕事につきたい	21.1

毎日の生活の中で実践していること

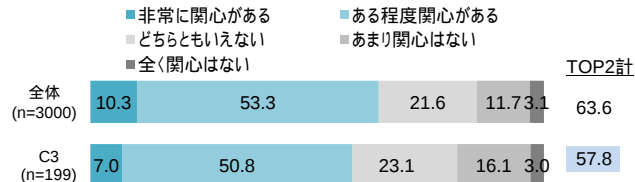
	C3(199)
TOP10	
家族を大事にする	51.8
夫婦の関係を大事にする	38.7
のんびりと毎日過ごす	32.2
シンプルに暮らす	30.7
日々楽しく過ごす	28.1
充実した時間を過ごすことを大事にする	20.1
趣味を深める	18.6
友人との関係を大事にする	16.1
自分らしさを深める	15.1
教養を深める	14.6

* 全体比 ■ +10pt.以上 ■ +5pt.以上 ■ -10pt.以下 ■ -5pt.以下

クラスター 3 : [構成比 : 6.6% (n=199)]

7

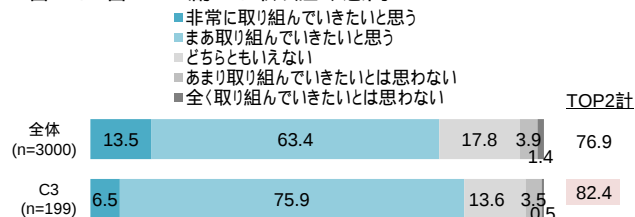
省エネ・省CO2・創エネ関心度



省エネ・省CO2・創エネ関心が高まるタイミング

TOP5	C3(115)
テレビ・新聞・雑誌等で関連する報道を見聞きした時	55.7
光熱費を節約したいと思った時	51.3
インターネットの記事や書き込みで関連する情報を見た時	25.2
引っ越しをした時	12.2
子供が生まれた(子供を持つことを考えた)時	9.6

省エネ・省CO2・創エネ取り組み意向



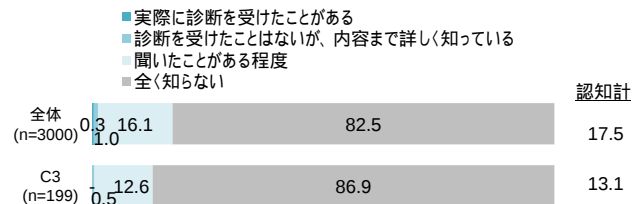
省エネ・省CO2・創エネ取り組み意向理由

TOP5	C3(164)
光熱費が安くなるから	97.0
限られた資源の有効利用に貢献したいから	54.9
電力が不足しているから	50.6
子供や孫の教育のため	47.6
地球温暖化対策に貢献したいから	42.7

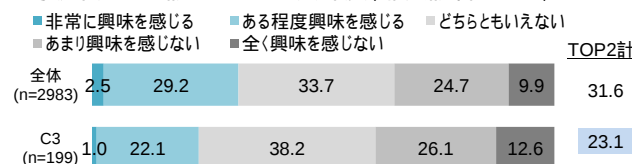
環境・エネルギー情報タッチポイント

TOP10	C3(199)
テレビ番組	55.3
インターネットのニュースサイト	33.2
新聞記事	25.6
ヤフーなどの検索サイト	19.1
テレビ広告	17.6
友人、知人、家族の話	8.0
雑誌	6.5
ラジオ	4.0
書籍	3.5
イベント	3.5

「うちエコ診断」認知・受診状況



家庭向けエコ診断サービス興味度 (非受診者ベース)



家庭向けエコ診断サービス魅力点 (興味あり層ベース)

TOP5	C3(46)
家庭にあった診断をオーダーメイドで実施	56.5
何に光熱費を使っているかわかる	56.5
どの位光熱費が減っているかわかる	54.3
節約につながる改善策を提案してくれる	47.8
自分の家のランキングがわかる	34.8

家庭向けエコ診断サービスに興味を感じない理由

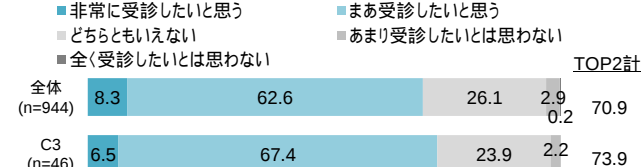
(興味なし + 中間層ベース)

TOP5	C3(153)
自宅に診断員が来ることに抵抗があるから	40.5
自宅受診のために日程を調整することが面倒だから	28.1
受診するメリットがよくわからないから	26.1
忙しくて時間がとれないから	25.5
自宅以外の場所に受診に行くことが面倒だから	19.0

「うちエコ診断」診断方法評価

TOP5	C3(199)
WEBサイト上で結果がすぐわかる簡易診断	66.8
アプリ上で結果がすぐわかる簡易診断	46.7
家電量販店や電気店での簡易診断	44.7
スーパーやショッピングセンター等での簡易診断	40.2
公共施設等での簡易診断	40.2

家庭向けエコ診断サービス受診意向 (興味あり層ベース)



家庭向けエコ診断サービス受診意向理由 (意向あり層ベース)

TOP5	C3(34)
光熱費の無駄を見直して節約したいから	88.2
普段の取り組みがどの程度効果をあげているか知りたいから	32.4
基本的なエネルギー消費状況を把握したいから	29.4
自分の家の状況が平均的な家庭と比べてどうか知りたいから	29.4
家電機器買い替えの際の参考にしたいから	17.6
日常の中で取り組めるエコ活動についての知識を深めたい	17.6

家庭向けエコ診断サービス非受診意向理由

(意向なし + 中間層ベース)

TOP5	C3(12)
自宅に診断員が来ることに抵抗があるから	66.7
自宅受診のために日程を調整することが面倒だから	33.3
自宅以外の場所に受診に行くことが面倒だから	25.0
忙しくて時間がとれないから	25.0
受診するメリットがよくわからないから	8.3

以下同率「申し込み手続きの方法がよくわからないから」
「事前や事後のアンケート等に答えるのが面倒だから」「診断時間が長いから」

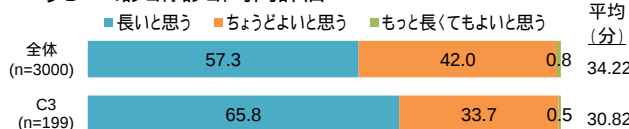
「うちエコ診断」受診インセンティブ魅力度

TOP5	C3(199)
診断を受けると500円分のクオカード等のプレゼントがもらえる	45.2
診断による対策を実施することで確実に省エネ効果が出る	44.2
対策による省エネ効果を具体的な数値として確認できる	41.7
診断を受けて、太陽光発電などの省エネ・創エネ機器を買い替えると補助金が出る	41.2
診断を受けると機器買い替え時に値引きになる	38.7

家庭向けエコ診断サービスを受診したいタイミング (TOP3)

TOP3	C3(199)
家を建てる時	51.3
電化製品の買い替え時	28.6
リフォームを検討する時	24.1

「うちエコ診断」診断時間評価

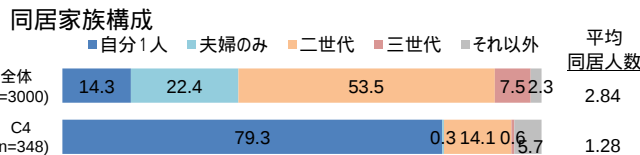
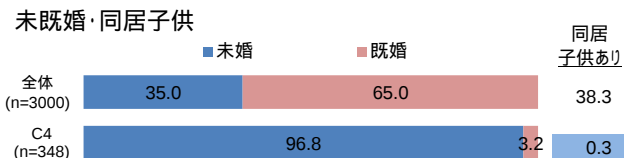
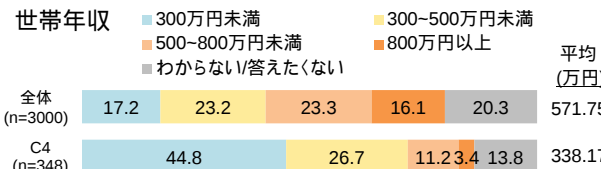
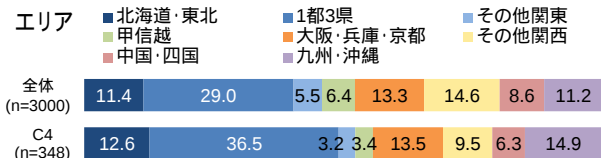
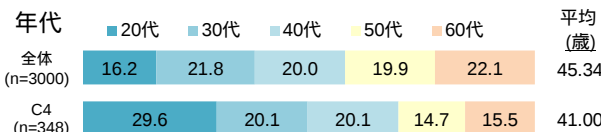
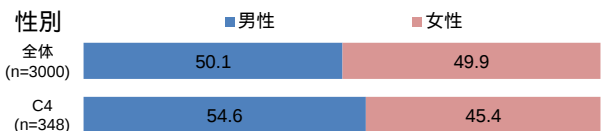


* 全体比 +10pt.以上 +5pt.以上 -10pt.以下 -5pt.以下

クラスター 4 : [構成比 : 11.6% (n=348)]

8

- 未婚・独居者が8割を占める。
- 約7割が賃貸マンション・集合住宅住まいで、住み替え意向が高い。
- 省エネ関心度、取り組み意向共に高い。
- エコ診断興味度はやや高いものの、受診意向は低め。
- 受診したいタイミングとして「引っ越し」が高い。
- 情報源はネットのニュースサイトが高い。

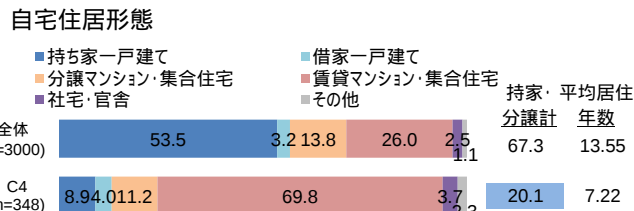


同居家族

	夫・妻	父・母	祖父母	子供	孫	兄弟・姉妹	その他の方
全体 (2571)	72.1	31.3	2.1	47.2	1.1	9.7	2.5
C4 (72)	1.4	44.4	1.4	26.4	2.8	15.3	23.6

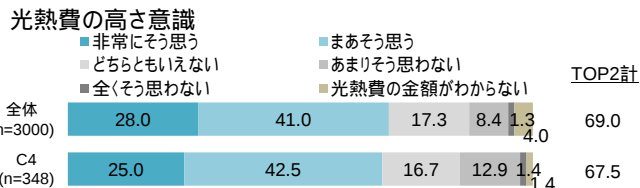
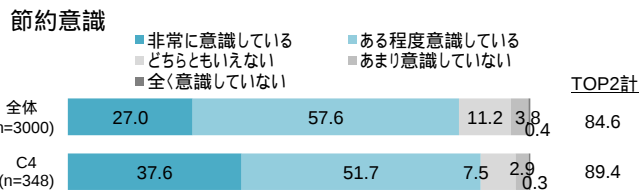
同居子供学齢

	乳幼児 (0-6歳)	小学生	中学生	高校生	大学生	社会人 / その他
全体 (1213)	28.9	21.8	13.8	15.0	11.9	36.6
C4 (19)	5.3	10.5	5.3	21.1	5.3	63.2



自宅の住み替え・リフォーム意向 (TOP2)

	住み替え	リフォーム
全体 (3000)	28.3	38.9
C4 (348)	42.0	34.3



自宅の設備・施工導入状況

	C4(348)	
	ある	導入したい
TOP5(ある)		
IH調理器 (電磁調理器)	10.6	20.4
省エネ・高効率給湯器	5.5	18.1
ハイブリッド車、プラグイン・ハイブリッド車	2.0	25.3
太陽熱温水器	1.1	11.5
省エネルギーフォーム済	0.9	14.4

普段のタッチポイント

TOP10	C4(348)
テレビ番組	77.9
インターネットのニュースサイト	63.5
ヤフーなどの検索サイト	44.8
テレビ広告	39.7
新聞記事	39.4
雑誌	30.2
友人、知人、家族の話	24.1
書籍	19.8
店頭での広告	19.0
交通 (駅貼り、中吊り) 広告	18.7

生活意識

TOP10	C4(348)
安定した生活をおくってゆきたい	71.3
身体的に健康な生活を送りたい	63.5
経済的に豊かな生活をしたい	51.4
多くの友人より気心の知れた少数友人と一緒にいる方が好き	50.9
自分の思い通りの生活をしたい	48.0
楽しさ、面白さを求め生活をエンジョイしたい	46.3
自分の感性や感覚を磨いていきたい	40.8
無駄がない生き方をしたい	40.8
環境問題は、自分の周りでこれから重要になっていくと思う	39.1
仕事よりも、生活を楽しむことを重視したい	38.8

毎日の生活の中で実践していること

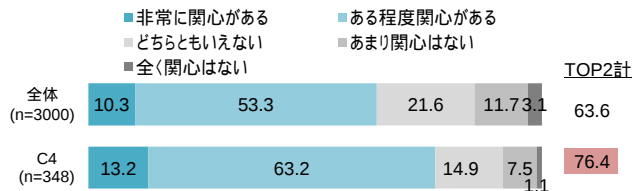
TOP10	C4(348)
シンプルに暮らす	49.1
のんびりと毎日を過ごす	46.6
日々楽しく過ごす	43.1
趣味を深める	39.4
自分らしさを深める	37.9
充実した時間を過ごすことを大事にする	35.6
友人との関係を大事にする	34.5
精神的な充実や満足を大事にする	33.6
教養を深める	28.7
自分のセンスを磨く	23.9

* 全体比 ■ +10pt.以上 ■ +5pt.以上 ■ -10pt.以下 ■ -5pt.以下

クラスター 4 : [構成比 : 11.6% (n=348)]

9

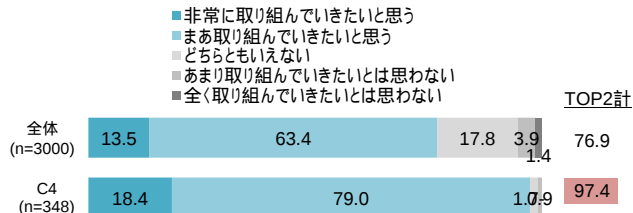
省エネ・省CO2・創エネ関心度



省エネ・省CO2・創エネ関心が高まるタイミング

TOP5	C4(266)
テレビ・新聞・雑誌等で関連する報道を見聞きした時	76.7
光熱費を節約したいと思った時	62.0
インターネットの記事や書き込みで関連する情報を見た時	47.4
関連する書籍を読んだ時	21.8
環境イベント等に参加した時	10.5

省エネ・省CO2・創エネ取り組み意向



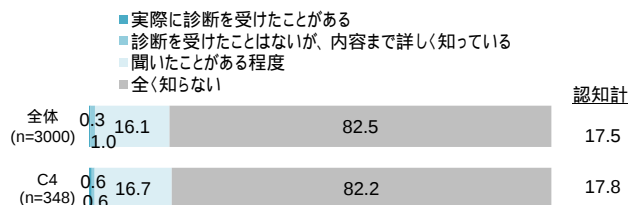
省エネ・省CO2・創エネ取り組み意向理由

TOP5	C4(339)
光熱費が安くなるから	97.3
限られた資源の有効利用に貢献したいから	76.4
地球温暖化対策に貢献したいから	74.3
電力が不足しているから	70.5
次世代にエネルギー資源を残したいから	61.7

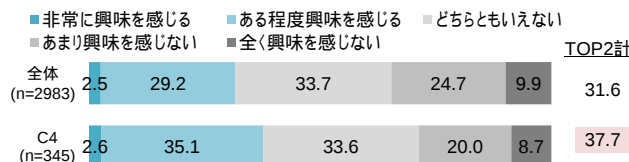
環境・エネルギー情報タッチポイント

TOP10	C4(348)
テレビ番組	73.3
インターネットのニュースサイト	46.3
新聞記事	38.2
テレビ広告	25.0
雑誌	23.3
ヤフーなどの検索サイト	22.4
書籍	14.9
交通(駅貼り、中吊り)広告	10.6
新聞広告	10.3
ラジオ	10.1

「うちエコ診断」認知・受診状況



家庭向けエコ診断サービス興味度(非受診者ベース)



家庭向けエコ診断サービス魅力点(興味あり層ベース)

TOP5	C4(130)
家庭にあった診断をオーダーメイドで実施	66.9
節約につながる改善策を提案してくれる	60.0
何に光熱費を使っているのかわかる	58.5
省エネ・CO2削減改善策を提案してくれる	49.2
どの位光熱費が減らせているかわかる	49.2

家庭向けエコ診断サービスに興味を感じない理由

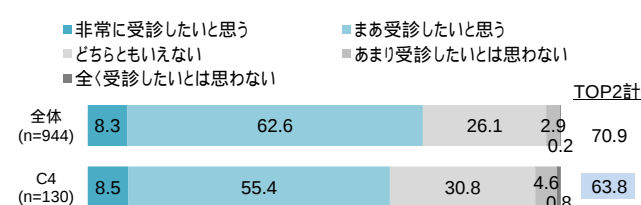
(興味なし + 中間層ベース)

TOP5	C4(215)
自宅に診断員が来ることに抵抗があるから	49.3
自宅受診のために日程を調整することが面倒だから	36.7
受診するメリットがよくわからないから	33.0
忙しくて時間がとれないから	30.2
自宅以外の場所に受診しに行くことが面倒だから	20.9

「うちエコ診断」診断方法評価

TOP5	C4(348)
WEBサイト上で結果がすぐわかる簡易診断	76.4
アプリ上で結果がすぐわかる簡易診断	60.9
公共施設等での窓口診断	59.2
家電量販店・電気店での会場診断	58.3
家電量販店や電気店での簡易診断	58.0

家庭向けエコ診断サービス受診意向(興味あり層ベース)



家庭向けエコ診断サービス受診意向理由(意向あり層ベース)

TOP5	C4(83)
光熱費の無駄を見直して節約したいから	90.4
基本的なエネルギー消費状況を把握したいから	56.6
自分の家の状況が平均的な家庭と比べてどうか知りたいから	39.8
普段の取り組みがどの程度効果をあげているか知りたいから	37.3
日常の中で取り組めるエコ活動についての知識を深めたい	27.7

家庭向けエコ診断サービス非受診意向理由

(意向なし + 中間層ベース)

TOP5	C4(47)
自宅に診断員が来ることに抵抗があるから	57.4
自宅受診のために日程を調整することが面倒だから	36.2
自宅以外の場所に受診しに行くことが面倒だから	31.9
忙しくて時間がとれないから	29.8
申し込み手続きの方法がよくわからないから	27.7

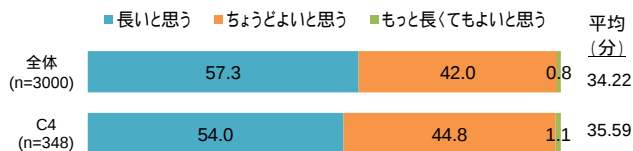
「うちエコ診断」受診インセンティブ魅力度

TOP5	C4(348)
対策による省エネ効果を具体的な数値として確認できる	66.4
診断による対策を実施することで確実に省エネ効果が出る	63.5
診断を受けると機器買い替え時に値引きになる	58.0
診断を受けて、太陽光発電などの省エネ・創エネ機器をかうと補助金が出る	54.9
非常に精度の高い診断が受けられる	54.0

家庭向けエコ診断サービスを受診したいタイミング(TOP3)

TOP3	C4(348)
電化製品の買い替え時	44.5
家を建てる時	40.8
引っ越しを検討する時	34.2

「うちエコ診断」診断時間評価

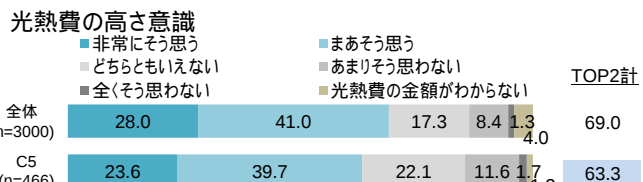
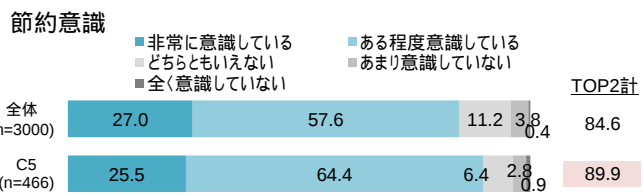
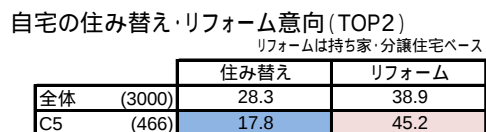
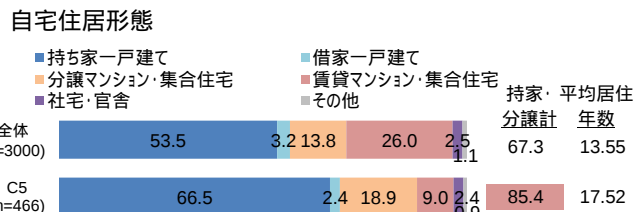
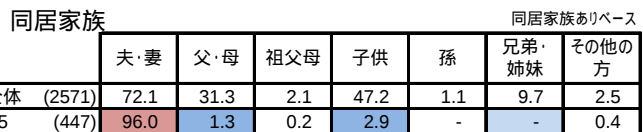
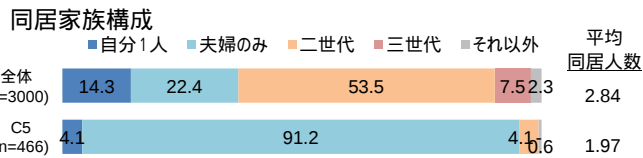
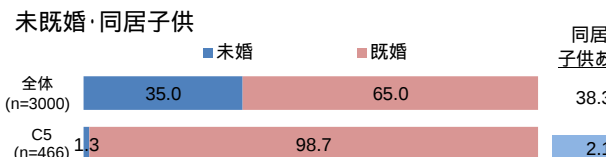
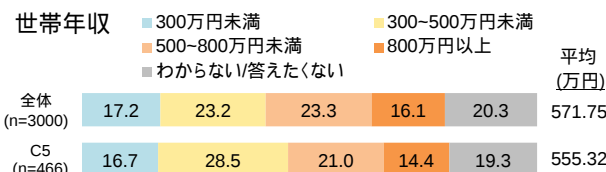
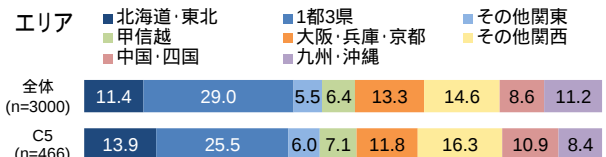
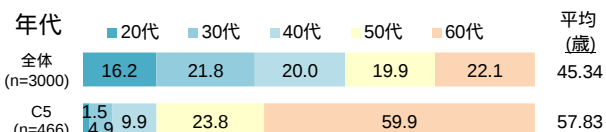
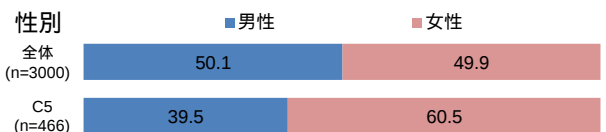


* 全体比 ■ +10pt.以上 ■ +5pt.以上 ■ -10pt.以下 ■ -5pt.以下

クラスター 5 : [構成比 : 15.5% (n=466)]

10

- 既婚で夫婦のみ世帯が9割を占める。
- 女性が多め。60代が6割で、最高平均年齢。
- 7割が持家一戸建てに居住しており、平均居住年数も長い。
- リフォーム意向がやや高い。
- 省エネ関心度、取り組み意向共に高い。
- エコ診断興味度・受診意向は平均並。
- 情報源としてテレビ番組、新聞記事が特に高い。



自宅の設備・施工導入状況

	C5(466)	
TOP5(ある)	ある	導入したい
IH調理器 (電磁調理器)	22.7	17.0
省エネ・高効率給湯器	21.7	20.0
ハイブリッド車、プラグイン・ハイブリッド車	9.9	36.9
高機能・高断熱省エネ住宅	8.2	15.5
省エネリフォーム済	5.2	17.4

普段のタッチポイント

TOP10	C5(466)
テレビ番組	90.6
新聞記事	75.3
インターネットのニュースサイト	42.7
テレビ広告	38.8
新聞広告	34.3
ヤフーなどの検索サイト	25.5
雑誌	24.5
友人、知人、家族の話	24.0
ラジオ	22.1
チラシ	15.7

生活意識

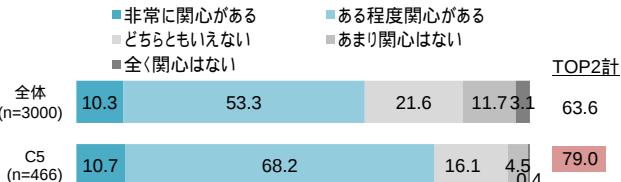
TOP10	C5(466)
安定した生活をおくってゆきたい	71.9
身体的に健康な生活を送りたい	71.7
家族の幸せを第一に考える生活をしたい	47.4
多くの友人より気心の知れた少数友人と一緒にいる方が好き	42.7
環境問題は、自分の周りでこれから重要になっていくと思う	41.2
経済的に豊かな生活をしたい	38.8
無駄がない生き方をしたい	36.7
楽しさ、面白さを求め生活をエンジョイしたい	32.8
自分の思い通りの生活をしたい	32.6
外見よりも内面を磨いていきたい	32.4

毎日の生活の中で実践していること

TOP10	C5(466)
家族を大事にする	60.5
夫婦の関係を大事にする	53.9
日々楽しく過ごす	49.8
シンプルに暮らす	49.8
趣味を深める	41.8
のんびりと毎日過ごす	41.4
友人との関係を大事にする	39.9
充実した時間を過ごすことを大事にする	38.8
精神的な充実や満足度を大事にする	33.0
自分らしさを深める	30.0

* 全体比 ■ +10pt.以上 ■ +5pt.以上 ■ -10pt.以下 ■ -5pt.以下

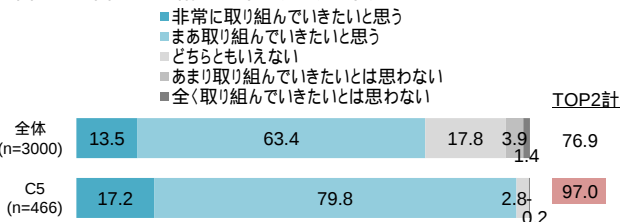
省エネ・省CO2・創エネ関心度



省エネ・省CO2・創エネ関心が高まるタイミング

TOP5	C5(368)
テレビ・新聞・雑誌等で関連する報道を見聞きした時	83.4
光熱費を節約したいと思った時	62.8
インターネットの記事や書き込みで関連する情報を見た時	26.9
関連する書籍を読んだ時	14.4
家のリフォームをした(検討している)時	13.3

省エネ・省CO2・創エネ取り組み意向



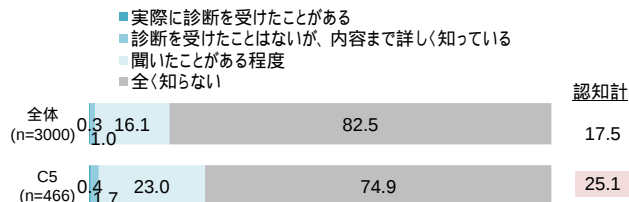
省エネ・省CO2・創エネ取り組み意向理由

TOP5	C5(452)
光熱費が安くなるから	95.4
限られた資源の有効利用に貢献したいから	85.6
地球温暖化対策に貢献したいから	83.8
電力が不足しているから	76.1
次世代にエネルギー資源を残したいから	72.3

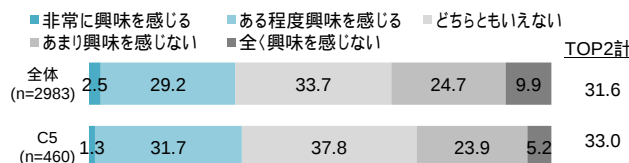
環境・エネルギー情報タッチポイント

TOP10	C5(466)
テレビ番組	86.3
新聞記事	72.7
インターネットのニュースサイト	29.4
テレビ広告	25.3
新聞広告	22.7
雑誌	15.5
ラジオ	15.2
友人、知人、家族の話	14.4
ヤフーなどの検索サイト	13.1
企業のパンフレット	10.9

「うちエコ診断」認知・受診状況



家庭向けエコ診断サービス興味度(非受診者ベース)



家庭向けエコ診断サービス魅力点(興味あり層ベース)

TOP5	C5(152)
家庭にあった診断をオーダーメイドで実施	69.7
節約につながる改善策を提案してくれる	67.8
何に光熱費を使っているのかわかる	61.2
どの位光熱費が減らせているかわかる	49.3
省エネ・CO2削減改善策を提案してくれる	48.7

家庭向けエコ診断サービスに興味を感じない理由

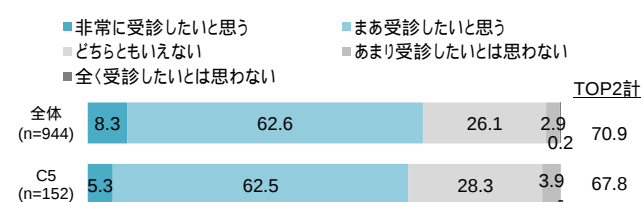
(興味なし + 中間層ベース)

TOP5	C5(308)
自宅に診断員が来ることに抵抗があるから	45.5
受診するメリットがよくわからないから	39.0
自宅受診のために日程を調整することが面倒だから	33.8
自宅以外の場所を受診に行くことが面倒だから	20.1
忙しくて時間がとれないから	16.6

「うちエコ診断」診断方法評価

TOP5	C5(466)
WEBサイト上で結果がすぐわかる簡易診断	72.7
公共施設等での簡易診断	56.7
公共施設等での窓口診断	55.2
スーパーやショッピングセンター等での簡易診断	53.6
家電量販店や電気店での簡易診断	52.8

家庭向けエコ診断サービス受診意向(興味あり層ベース)



家庭向けエコ診断サービス受診意向理由(意向あり層ベース)

TOP5	C5(103)
光熱費の無駄を見直して節約したいから	85.4
基本的なエネルギー消費状況を把握したいから	54.4
自分の家の状況が平均的な家庭と比べてどうか知りたいから	41.7
家電機器買い替えの際の参考にしたいから	34.0
普段の取り組みがどの程度効果をあげているか知りたいから	32.0

家庭向けエコ診断サービス非受診意向理由

(意向なし + 中間層ベース)

TOP5	C5(49)
自宅に診断員が来ることに抵抗があるから	51.0
自宅受診のために日程を調整することが面倒だから	49.0
自宅以外の場所を受診に行くことが面倒だから	26.5
受診するメリットがよくわからないから	18.4
申し込み手続きの方法がよくわからないから	18.4

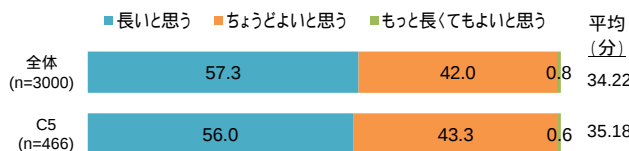
「うちエコ診断」受診インセンティブ魅力度

TOP5	C5(466)
診断による対策を実施することで確実に省エネ効果が出る	61.2
対策による省エネ効果を具体的な数値として確認できる	60.3
診断を受けてエコカーを購入すると自動車税減免措置がある	53.9
診断を受けてリフォームすると数年間は固定資産税減免措置がある	52.6
診断を受けて、太陽光発電などの省エネ・創エネ機器を買うと補助金が出る	48.3

家庭向けエコ診断サービスを受診したいタイミング(TOP3)

TOP3	C5(466)
リフォームを検討する時	43.6
電化製品の買い替え時	37.8
家を建てる時	34.1

「うちエコ診断」診断時間評価

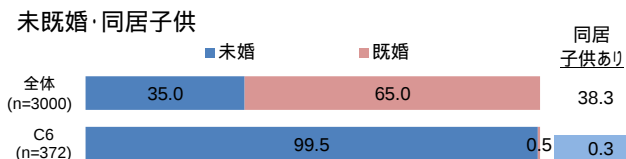
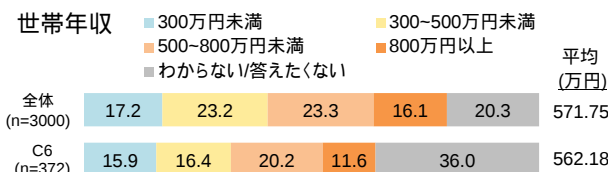
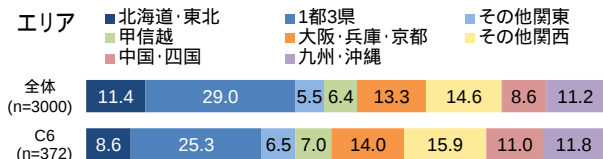
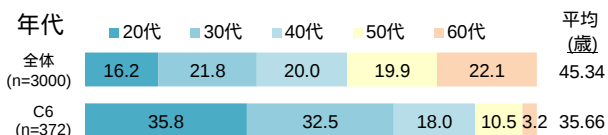
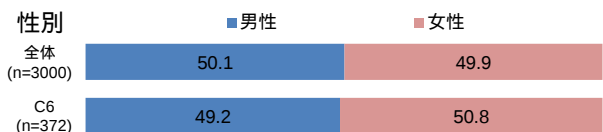


* 全体比 +10pt.以上 +5pt.以上 -10pt.以下 -5pt.以下

クラスター 6 : [構成比 : 12.4% (n=372)]

12

- 未婚・親と同居者が8割以上を占める。
- 7割が30代以下。
- 持家一戸建て居住者が8割。
- 節約意識、光熱費の高さ意識がやや高い。
- 省エネ関心度、取り組み意向共に高い。
- エコ診断興味度はやや高く、受診意向は平均並。

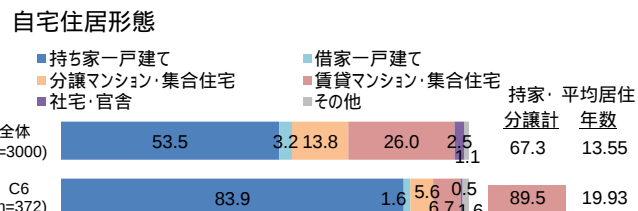


同居家族

	夫・妻	父・母	祖父母	子供	孫	兄弟・姉妹	その他の方
全体 (2571)	72.1	31.3	2.1	47.2	1.1	9.7	2.5
C6 (369)	0.3	97.0	8.1	5.4	0.3	41.7	2.7

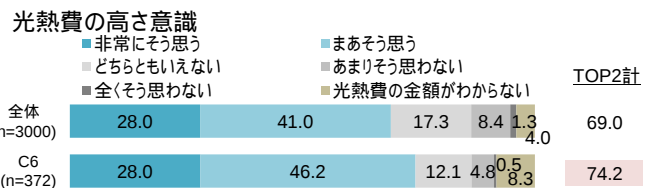
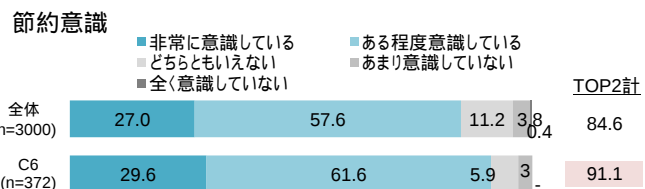
同居子供学齢

	乳幼児 (0-6歳)	小学生	中学生	高校生	大学生	社会人 / その他
全体 (1213)	28.9	21.8	13.8	15.0	11.9	36.6
C6 (20)	10.0	15.0	25.0	25.0	15.0	40.0



自宅の住み替え・リフォーム意向 (TOP2)

	住み替え	リフォーム
全体 (3000)	28.3	38.9
C6 (372)	31.2	42.0



自宅の設備・施工導入状況

	C6(372)	
	ある	導入したい
TOP5(ある)		
IH調理器 (電磁調理器)	16.4	16.7
省エネ・高効率給湯器	13.7	23.1
ハイブリッド車、プラグイン・ハイブリッド車	7.0	29.6
太陽光発電	5.6	22.0
太陽熱温水器	4.8	12.4

普段のタッチポイント

TOP10	C6(372)
テレビ番組	85.2
新聞記事	71.8
インターネットのニュースサイト	58.9
テレビ広告	43.8
ヤフーなどの検索サイト	39.5
新聞広告	32.5
雑誌	32.3
友人、知人、家族の話	23.4
書籍	20.7
交通 (駅貼り、中吊り) 広告	19.9

生活意識

TOP10	C6(372)
安定した生活をおくってゆきたい	69.6
身体的に健康な生活を送りたい	67.2
経済的に豊かな生活をしたい	54.8
楽しさ、面白さを求め生活をエンジョイしたい	53.2
自分の思い通りの生活をしたい	49.7
多くの友人より気心の知れた少数友人と一緒にいる方が好き	49.5
仕事よりも、生活を楽しむことを重視したい	47.3
自分の感性や感覚を磨いていきたい	46.5
無駄がない生き方をしたい	44.4
環境問題は、自分の周りでこれから重要になっていくと思う	40.3

毎日の生活の中で実践していること

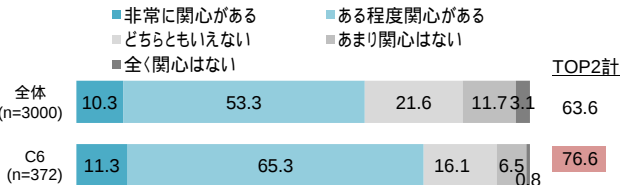
TOP10	C6(372)
のんびりと毎日を過ごす	50.5
日々楽しく過ごす	48.4
趣味を深める	46.2
シンプルに暮らす	42.7
家族を大事にする	38.7
精神的な充実や満足を大事にする	37.4
教養を深める	33.6
自分らしさを深める	33.3
友人との関係を大事にする	32.5
充実した時間を過ごすことを大事にする	31.7

* 全体比 ■ +10pt.以上 ■ +5pt.以上 ■ -10pt.以下 ■ -5pt.以下

クラスター 6 : [構成比 : 12.4% (n=372)]

13

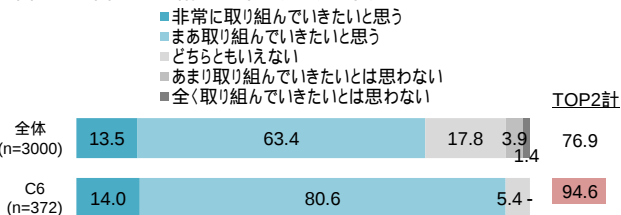
省エネ・省CO2・創エネ関心度



省エネ・省CO2・創エネ関心が高まるタイミング

TOP5	C6(285)
テレビ・新聞・雑誌等で関連する報道を見聞きした時	82.8
光熱費を節約したいと思った時	55.1
インターネットの記事や書き込みで関連する情報を見た時	40.4
関連する書籍を読んだ時	20.0
友人・知人・家族の話を聞いた時	11.6

省エネ・省CO2・創エネ取り組み意向



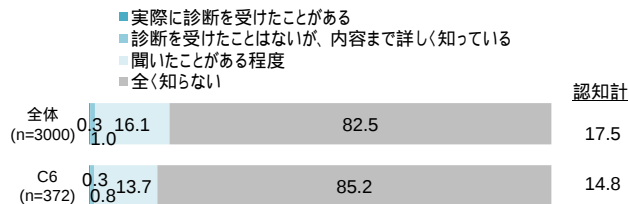
省エネ・省CO2・創エネ取り組み意向理由

TOP5	C6(352)
光熱費が安くなるから	96.9
限られた資源の有効利用に貢献したいから	73.3
地球温暖化対策に貢献したいから	72.7
電力が不足しているから	69.9
次世代にエネルギー資源を残したいから	51.7

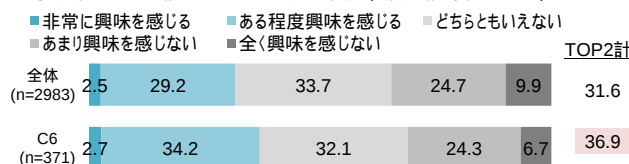
環境・エネルギー情報タッチポイント

TOP10	C6(372)
テレビ番組	81.2
新聞記事	66.4
インターネットのニュースサイト	38.7
テレビ広告	26.3
雑誌	21.0
ヤフーなどの検索サイト	18.0
新聞広告	15.6
友人、知人、家族の話	12.1
書籍	11.8
ラジオ	10.5

「うちエコ診断」認知・受診状況



家庭向けエコ診断サービス興味度 (非受診者ベース)



家庭向けエコ診断サービス魅力点 (興味あり層ベース)

TOP5	C6(137)
家庭にあった診断をオーダーメイドで実施	67.2
何に光熱費を使っているかわかる	63.5
節約につながる改善策を提案してくれる	52.6
どの位光熱費が減っているかわかる	50.4
知識をもった専門家が診断	45.3

家庭向けエコ診断サービスに興味を感じない理由

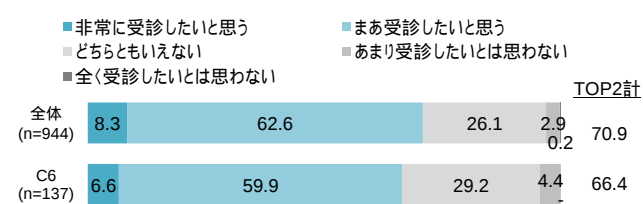
(興味なし + 中間層ベース)

TOP5	C6(234)
自宅に診断員が来ることに抵抗があるから	56.0
自宅受診のために日程を調整することが面倒だから	43.6
自宅以外の場所に受診に行くことが面倒だから	35.0
受診するメリットがよくわからないから	31.2
忙しくて時間がとれないから	27.8

「うちエコ診断」診断方法評価

TOP5	C6(372)
WEBサイト上で結果がすぐわかる簡易診断	80.6
家電量販店・電気店での会場診断	62.1
アプリ上で結果がすぐわかる簡易診断	62.1
家電量販店や電気店での簡易診断	60.8
公共施設等での窓口診断	59.9

家庭向けエコ診断サービス受診意向 (興味あり層ベース)



家庭向けエコ診断サービス受診意向理由 (意向あり層ベース)

TOP5	C6(91)
光熱費の無駄を見直して節約したいから	90.1
基本的なエネルギー消費状況を把握したいから	46.2
自分の家の状況が平均的な家庭と比べてどうか知りたいから	45.1
普段の取り組みがどの程度効果をあげているか知りたいから	30.8
具体的な情報や対策のアドバイスが欲しいから	30.8

家庭向けエコ診断サービス非受診意向理由

(意向なし + 中間層ベース)

TOP5	C6(46)
自宅に診断員が来ることに抵抗があるから	58.7
自宅受診のために日程を調整することが面倒だから	47.8
申し込み手続きの方法がよくわからないから	34.8
忙しくて時間がとれないから	30.4
受診するメリットがよくわからないから	23.9

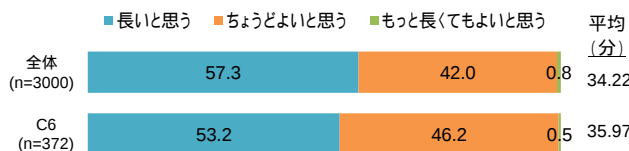
「うちエコ診断」受診インセンティブ魅力度

TOP5	C6(372)
対策による省エネ効果を具体的な数値として確認できる	70.2
診断を受けると機器買い替え時に値引きになる	64.8
省エネ効果に応じて何らかのポイントが獲得できる	64.0
診断による対策を実施することで確実に省エネ効果が出る	63.7
診断を受けてリフォームすると数年間は固定資産税減免措置がある	62.6

家庭向けエコ診断サービスを受診したいタイミング (TOP3)

TOP3	C6(372)
家を建てる時	48.1
電化製品の買い替え時	43.5
リフォームを検討する時	41.9

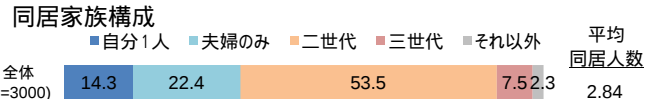
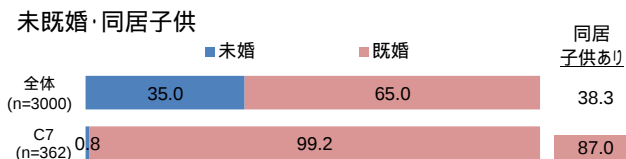
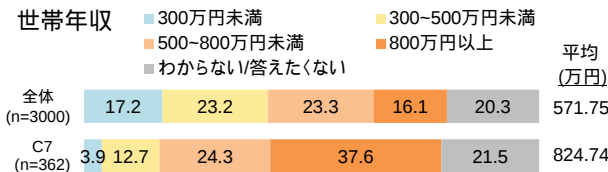
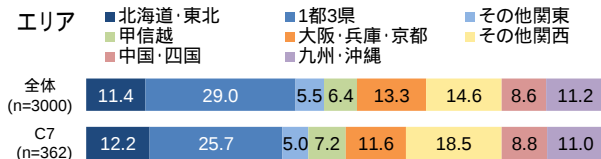
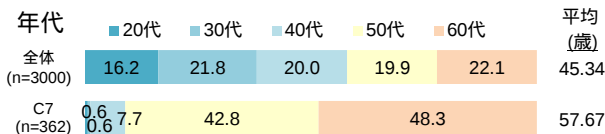
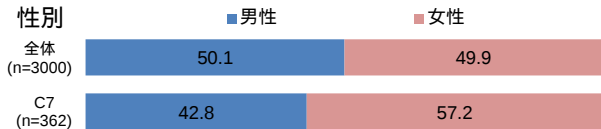
「うちエコ診断」診断時間評価



* 全体比 +10pt.以上 +5pt.以上 -10pt.以下 -5pt.以下

クラスター 7 : [構成比 : 12.1% (n=362)]

- 既婚・子供（主に社会人）同居者が9割。
- 4割が50代、5割が60代で、平均年齢が高い。
- 平均世帯年収が最も高い。
- 9割が持家一戸建て居住で、平均居住年数が最も長く、リフォーム意向も高い。
- 省エネ関心度、取り組み意向共に高い。
- エコ診断興味度も高いが、受診意向は平均並。
- 受診したいタイミングとして「リフォーム」が高い。

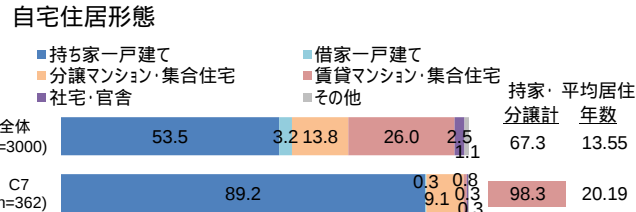


同居家族

	夫・妻	父・母	祖父母	子供	孫	兄弟・姉妹	その他の方
全体 (2571)	72.1	31.3	2.1	47.2	1.1	9.7	2.5
C7 (362)	95.0	33.1	0.3	87.8	5.0	1.1	2.5

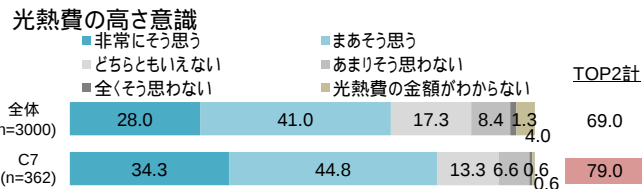
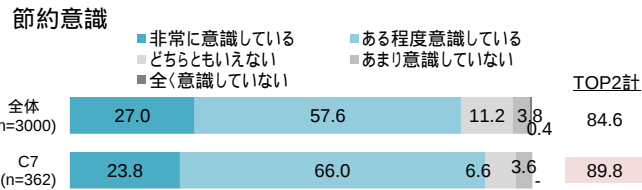
同居子供学齢

	乳幼児 (0-6歳)	小学生	中学生	高校生	大学生	社会人 / その他
全体 (1213)	28.9	21.8	13.8	15.0	11.9	36.6
C7 (318)	1.9	2.5	6.3	10.4	13.8	79.6



自宅の住み替え・リフォーム意向 (TOP2)

	住み替え	リフォーム
全体 (3000)	28.3	38.9
C7 (362)	19.6	60.1



自宅の設備・施工導入状況

	C7(362)	
TOP5 (ある)	ある	導入したい
IH調理器 (電磁調理器)	29.3	22.4
省エネ・高効率給湯器	23.5	29.6
ハイブリッド車、プラグイン・ハイブリッド車	14.4	45.3
太陽光発電	11.6	26.0
高機能・高断熱省エネ住宅	7.5	25.7

普段のタッチポイント

TOP10	C7(362)
テレビ番組	88.1
新聞記事	87.3
インターネットのニュースサイト	45.3
新聞広告	43.6
テレビ広告	42.8
ヤフーなどの検索サイト	32.9
友人、知人、家族の話	29.6
雑誌	27.3
チラシ	25.7
ラジオ	22.1

生活意識

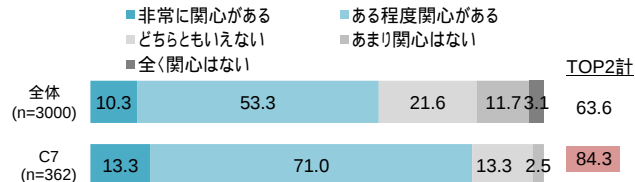
TOP10	C7(362)
身体的に健康な生活を送りたい	76.8
安定した生活をおくってゆきたい	72.1
家族の幸せを第一に考える生活をしたい	53.0
環境問題は、自分の周りでこれから重要になっていくと思う	48.9
経済的に豊かな生活をしたい	47.5
多くの友人より気心の知れた少数友人と一緒にいる方が好き	47.0
人間関係を重視していきたい	41.7
自分の感性や感覚を磨いていきたい	41.4
楽しさ、面白さを求め生活をエンジョイしたい	38.4
外見よりも内面を磨いていきたい	37.0

毎日の生活の中で実践していること

TOP10	C7(362)
家族を大事にする	63.5
シンプルに暮らす	48.1
日々楽しく過ごす	47.5
夫婦の関係を大事にする	44.8
友人との関係を大事にする	39.8
のんびりと毎日を過ごす	36.2
趣味を深める	36.2
充実した時間を過ごすことを大事にする	35.6
精神的な充実や満足度を大事にする	35.4
自分らしさを深める	30.7

* 全体比 ■ +10pt.以上 ■ +5pt.以上 ■ -10pt.以下 ■ -5pt.以下

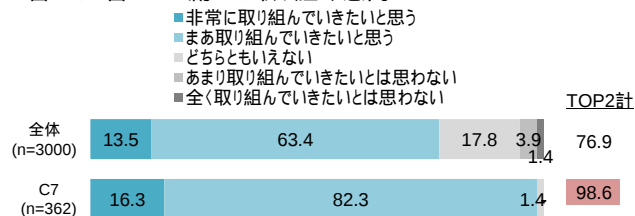
省エネ・省CO2・創エネ関心度



省エネ・省CO2・創エネ関心が高まるタイミング

TOP5	C7(305)
テレビ・新聞・雑誌等で関連する報道を見聞きした時	81.6
光熱費を節約したいと思った時	70.5
インターネットの記事や書き込みで関連する情報を見た時	30.2
家のリフォームをした(検討している)時	18.7
関連する書籍を読んだ時	16.4
友人・知人・家族の話を聞いた時	16.4

省エネ・省CO2・創エネ取り組み意向



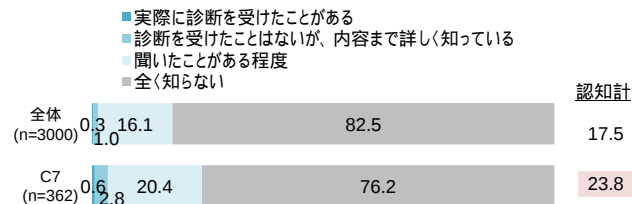
省エネ・省CO2・創エネ取り組み意向理由

TOP5	C7(357)
光熱費が安くなるから	95.8
限られた資源の有効利用に貢献したいから	90.2
地球温暖化対策に貢献したいから	88.2
電力が不足しているから	79.3
次世代にエネルギー資源を残したいから	74.8

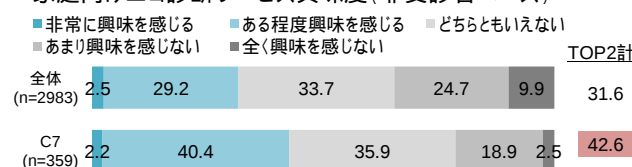
環境・エネルギー情報タッチポイント

TOP10	C7(362)
テレビ番組	86.2
新聞記事	85.6
インターネットのニュースサイト	34.0
テレビ広告	31.8
新聞広告	27.6
雑誌	20.4
ラジオ	20.2
友人・知人・家族の話	19.6
ヤフーなどの検索サイト	16.9
企業のパンフレット	14.1

「うちエコ診断」認知・受診状況



家庭向けエコ診断サービス興味度 (非受診者ベース)



家庭向けエコ診断サービス魅力点 (興味あり層ベース)

TOP5	C7(153)
家庭にあった診断をオーダーメイドで実施	73.9
節約につながる改善策を提案してくれる	71.2
何に光熱費を使っているのかわかる	62.1
どの位光熱費が減らせているかわかる	56.9
省エネ・CO2削減改善策を提案してくれる	56.2

家庭向けエコ診断サービスに興味を感じない理由

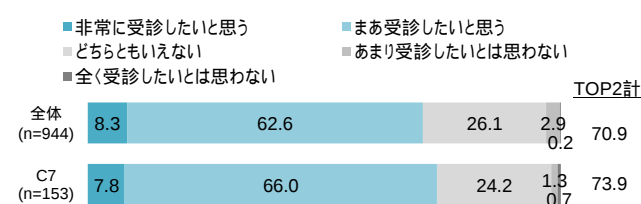
(興味なし + 中間層ベース)

TOP5	C7(206)
自宅に診断員が来ることに抵抗があるから	56.8
自宅受診のために日程を調整することが面倒だから	36.9
受診するメリットがよくわからないから	35.0
自宅以外の場所を受診に行くことが面倒だから	22.8
忙しくて時間がとれないから	20.9

「うちエコ診断」診断方法評価

TOP5	C7(362)
WEBサイト上で結果がすぐわかる簡易診断	70.7
公共施設等での窓口診断	60.5
公共施設等での簡易診断	58.8
スーパーやショッピングセンター等での簡易診断	57.2
家電量販店・電気店での会場診断	55.2

家庭向けエコ診断サービス受診意向 (興味あり層ベース)



家庭向けエコ診断サービス受診意向理由 (意向あり層ベース)

TOP5	C7(113)
光熱費の無駄を見直して節約したいから	86.7
基本的なエネルギー消費状況を把握したいから	57.5
自分の家の状況が平均的な家庭と比べてどうか知りたいから	50.4
普段の取り組みがどの程度効果をあげているか知りたいから	39.8
日常の中で取り組めるエコ活動についての知識を深めたい	38.1

家庭向けエコ診断サービス非受診意向理由

(意向なし + 中間層ベース)

TOP5	C7(40)
自宅に診断員が来ることに抵抗があるから	65.0
自宅受診のために日程を調整することが面倒だから	52.5
忙しくて時間がとれないから	27.5
事前や事後のアンケート等に答えるのが面倒だから	22.5
自宅以外の場所を受診に行くことが面倒だから	17.5

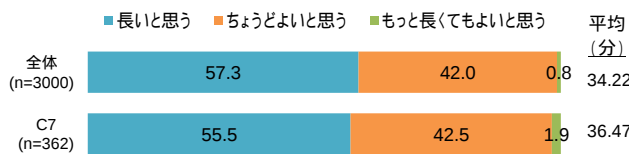
「うちエコ診断」受診インセンティブ魅力度

TOP5	C7(362)
診断による対策を実施することで確実に省エネ効果が出る	68.0
対策による省エネ効果を具体的な数値として確認できる	65.7
診断を受けてリフォームすると数年間は固定資産税減免措置がある	63.8
診断を受けてエコカーを購入すると自動車税減免措置がある	62.4
診断を受けて、太陽光発電などの省エネ・創エネ機器を買うと補助金が出る	60.5

家庭向けエコ診断サービスを受診したいタイミング (TOP3)

TOP3	C7(362)
リフォームを検討する時	53.9
電化製品の買い替え時	44.2
家を建てる時	43.6

「うちエコ診断」診断時間評価

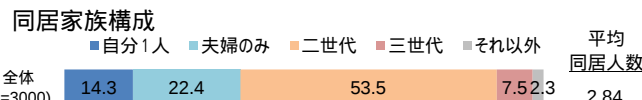
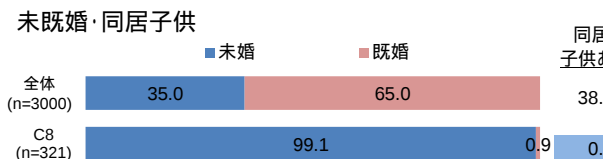
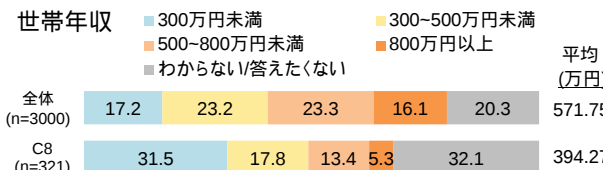
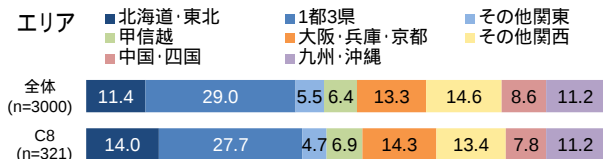
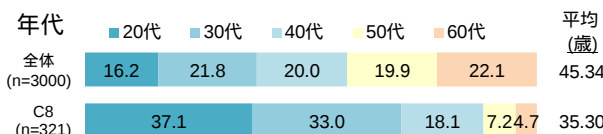
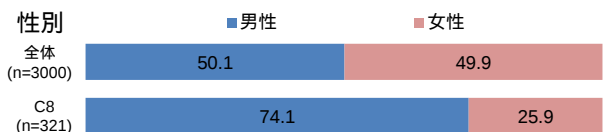


* 全体比 ■ +10pt.以上 ■ +5pt.以上 ■ -10pt.以下 ■ -5pt.以下

クラスター 8 : [構成比 : 10.7% (n=321)]

16

- 未婚がほぼ全数、4割が独居。
- 7割が男性。30代以下が7割を占めており、平均年齢が最も低い。
- 賃貸マンション・集合住宅居住率が高めで、住み替え・リフォーム意向は低い。
- 省エネ関心度、取り組み意向共に低い。
- エコ診断興味度、受診意向も共に低い。

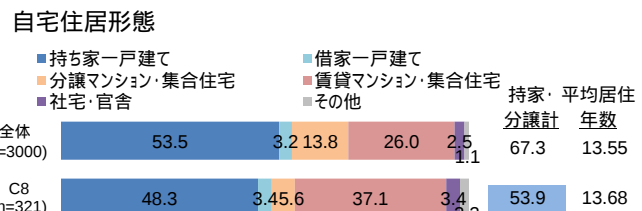


同居家族

	夫・妻	父・母	祖父母	子供	孫	兄弟・姉妹	その他の方
全体 (2571)	72.1	31.3	2.1	47.2	1.1	9.7	2.5
C8 (201)	-	90.0	8.0	5.5	0.5	36.8	6.5

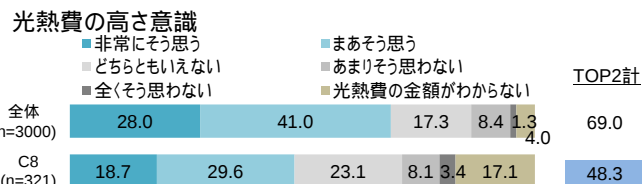
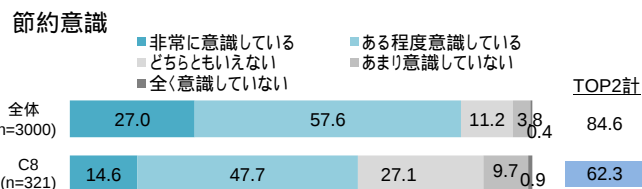
同居子供学齢

	乳幼児 (0-6歳)	小学生	中学生	高校生	大学生	社会人 / その他
全体 (1213)	28.9	21.8	13.8	15.0	11.9	36.6
C8 (11)	18.2	9.1	9.1	36.4	18.2	36.4



自宅の住み替え・リフォーム意向 (TOP2)

	住み替え	リフォーム
全体 (3000)	28.3	38.9
C8 (321)	20.6	16.8



自宅の設備・施工導入状況

	C8(321)	
	ある	導入したい
TOP5(ある)		
IH調理器 (電磁調理器)	11.8	5.9
省エネ・高効率給湯器	6.5	5.3
ハイブリッド車、プラグイン・ハイブリッド車	3.4	11.5
太陽光発電	3.1	4.0
太陽熱温水器	2.5	1.6

普段のタッチポイント

	C8(321)
TOP10	
テレビ番組	60.7
インターネットのニュースサイト	49.8
ヤフーなどの検索サイト	36.1
新聞記事	33.6
テレビ広告	24.9
友人、知人、家族の話	16.5
雑誌	15.3
ブログや掲示板などの口コミサイト	15.3
ラジオ	13.1
twitter	11.2

生活意識

	C8(321)
TOP10	
安定した生活をおくってゆきたい	45.5
自分の思い通りの生活をしたい	35.8
経済的に豊かな生活をしたい	35.2
身体的に健康な生活を送りたい	33.3
多くの友人より気心の知れた少数友人と一緒にいる方が好き	28.3
仕事よりも、生活を楽しむことを重視したい	24.6
楽しさ、面白さを求め生活をエンジョイしたい	24.3
外見は人を判断する重要な基準になると思う	20.9
無駄がない生き方をしたい	20.2
よりよい収入が得られる仕事につきたい	20.2

毎日の生活の中で実践していること

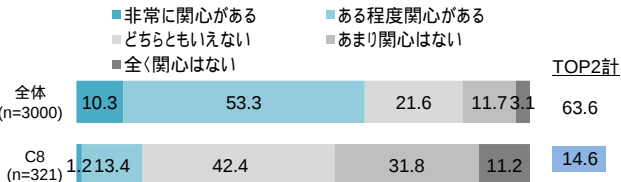
	C8(321)
TOP10	
のんびりと毎日を過ごす	31.2
趣味を深める	27.1
シンプルに暮らす	25.2
日々楽しく過ごす	23.4
教養を深める	17.1
友人との関係を大事にする	16.2
自分らしさを深める	15.9
精神的な充実や満足度を大事にする	13.4
できる限り長く仕事を続けられるように頑張る	11.8
自分のセンスを磨く	10.6

* 全体比 ■ +10pt.以上 ■ +5pt.以上 ■ -10pt.以下 ■ -5pt.以下

クラスター 8 : [構成比 : 10.7% (n=321)]

17

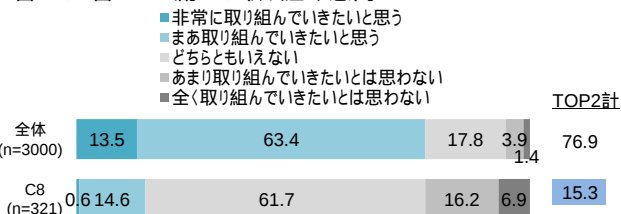
省エネ・省CO2・創エネ関心度



省エネ・省CO2・創エネ関心が高まるタイミング

TOP5	C8(47)
テレビ・新聞・雑誌等で関連する報道を見聞きした時	55.3
インターネットの記事や書き込みで関連する情報を見た時	27.7
関連する書籍を読んだ時	21.3
光熱費を節約したいと思った時	17.0
家のリフォームをした(検討している)時	8.5

省エネ・省CO2・創エネ取り組み意向



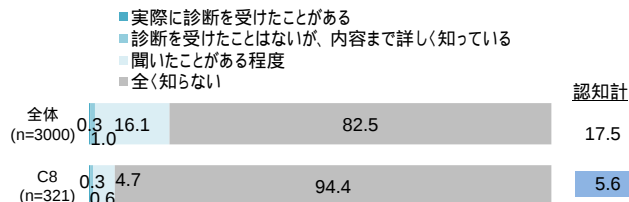
省エネ・省CO2・創エネ取り組み意向理由

TOP5	C8(49)
光熱費が安くなるから	69.4
電力が不足しているから	18.4
限られた資源の有効利用に貢献したいから	16.3
メディアで省エネ・創エネの必要性が訴えられているから	14.3
東日本大震災の被災地に貢献できると思うから	12.2

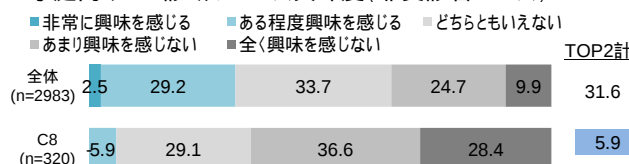
環境・エネルギー情報タッチポイント

TOP10	C8(321)
テレビ番組	46.1
新聞記事	26.8
インターネットのニュースサイト	21.8
ヤフーなどの検索サイト	12.1
テレビ広告	9.0
書籍	6.5
ラジオ	5.9
雑誌	5.6
友人、知人、家族の話	5.3
ブログや掲示板などの口コミサイト	5.0

「うちエコ診断」認知・受診状況



家庭向けエコ診断サービス興味度 (非受診者ベース)



家庭向けエコ診断サービス魅力点 (興味あり層ベース)

TOP5	C8(19)
どの位光熱費が減らせているかわかる	47.4
家庭にあった診断をオーダーメイドで実施	36.8
専門のソフトを使ってわかりやすく表示	36.8
何に光熱費を使いすぎているのかわかる	31.6
節約につながる改善策を提案してくれる	21.1

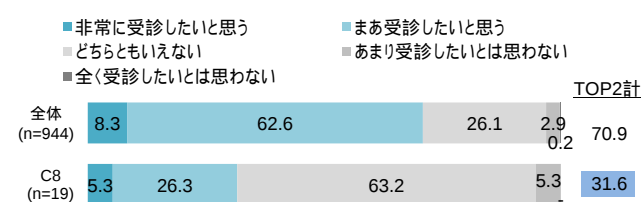
家庭向けエコ診断サービスに興味を感じない理由

TOP5	C8(301)
自宅に診断員が来ることに抵抗があるから	35.5
受診するメリットがよくわからないから	33.2
自宅受診のために日程を調整することが面倒だから	25.9
忙しくて時間がとれないから	22.9
診断自体を信用できないから	19.9

「うちエコ診断」診断方法評価

TOP5	C8(321)
WEBサイト上で結果がすぐわかる簡易診断	47.7
アプリ上で結果がすぐわかる簡易診断	33.3
公共施設等での窓口診断	29.3
住宅展示場・工務店等での会場診断	27.7
家電量販店や電気店での簡易診断	25.9
公共施設等での簡易診断	25.9

家庭向けエコ診断サービス受診意向 (興味あり層ベース)



家庭向けエコ診断サービス受診意向理由 (意向あり層ベース)

TOP5	C8(6)
光熱費の無駄を見直して節約したいから	83.3
普段の取り組みがどの程度効果をあげているか知りたいから	33.3
基本的なエネルギー消費状況を把握したいから	33.3
リフォームをする際の参考にしたいから	33.3
日常の中で取り組めるエコ活動についての知識を深めたい	33.3

家庭向けエコ診断サービス非受診意向理由

TOP5	C8(13)
自宅に診断員が来ることに抵抗があるから	38.5
申し込み手続きの方法がよくわからないから	30.8
忙しくて時間がとれないから	23.1
受診するメリットがよくわからないから	15.4
自宅受診のために日程を調整することが面倒だから	15.4
自宅以外の場所に受診しに行くことが面倒だから	15.4

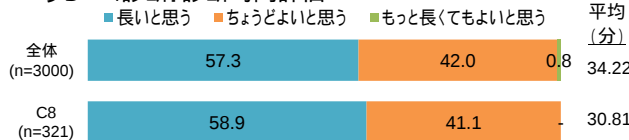
「うちエコ診断」受診インセンティブ魅力度

TOP5	C8(321)
診断を受けると500円分のクオカード等のプレゼントがもらえる	29.3
省エネ効果に応じて何らかのポイントが獲得できる	29.0
診断を受けると機器買い替え時に値引きになる	28.7
診断を受けてリフォームすると数年間は固定資産税減免措置がある	24.9
対策による省エネ効果を具体的な数値として確認できる	23.7

家庭向けエコ診断サービスを受診したいタイミング (TOP3)

TOP3	C8(321)
家を建てる時	28.3
電化製品の買い替え時	17.8
リフォームを検討する時	17.4

「うちエコ診断」診断時間評価

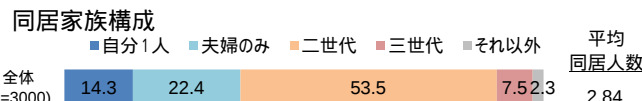
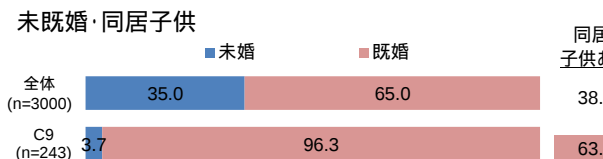
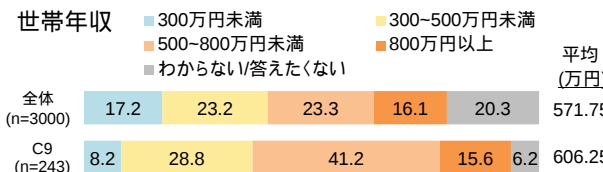
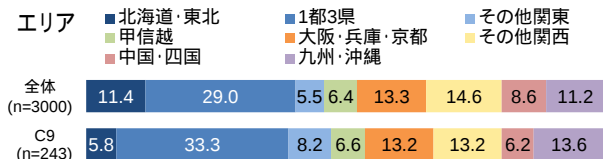
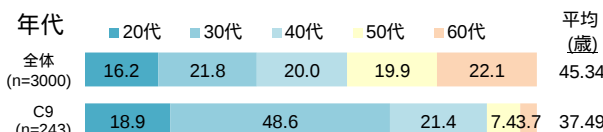
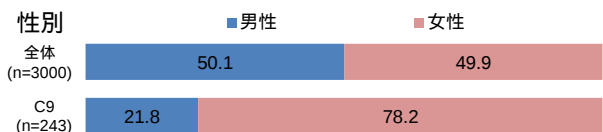


* 全体比 ■ +10pt.以上 ■ +5pt.以上 ■ -10pt.以下 ■ -5pt.以下

クラスター 9 : [構成比 : 8.1% (n=243)]

18

- 既婚・子供（主に乳幼児・小学生）同居者が7割を占める。
- 8割が女性で、30代以下が7割を占める。
- 半数が賃貸マンション・集合住宅居住で、住み替え・リフォーム意向が高い。
- 省エネ関心度、取り組み意向共に高い。
- エコ診断興味度、受診意向も高い。
- 自宅設備導入意向も全般的に高く、受診したいタイミングは「電化製品の買い替え時」が高い。

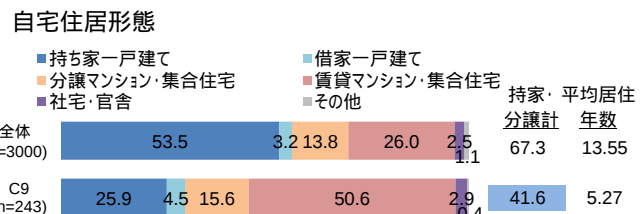


同居家族

	夫・妻	父・母	祖父母	子供	孫	兄弟・姉妹	その他の方
全体 (2571)	72.1	31.3	2.1	47.2	1.1	9.7	2.5
C9 (241)	96.7	6.6	0.4	65.6	0.4	-	1.2

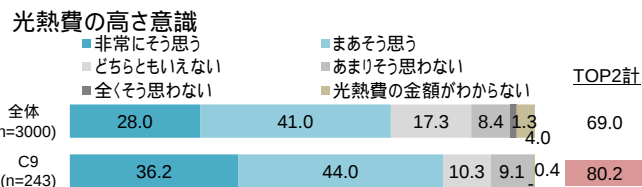
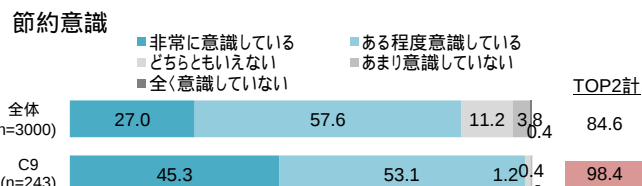
同居子供学齢

	乳幼児 (0-6歳)	小学生	中学生	高校生	大学生	社会人 / その他
全体 (1213)	28.9	21.8	13.8	15.0	11.9	36.6
C9 (158)	70.9	27.2	6.3	7.0	6.3	7.6



自宅の住み替え・リフォーム意向 (TOP2)

	住み替え	リフォーム
全体 (3000)	28.3	38.9
C9 (243)	54.7	44.6



自宅の設備・施工導入状況

	C9(243)	
	ある	導入したい
TOP5(ある)		
IH調理器 (電磁調理器)	21.8	27.6
省エネ・高効率給湯器	17.7	38.3
ハイブリッド車、プラグイン・ハイブリッド車	8.2	56.0
高機能・高断熱省エネ住宅	8.2	39.9
太陽光発電	4.9	43.6

普段のタッチポイント

TOP10	C9(243)
テレビ番組	88.9
インターネットのニュースサイト	61.3
新聞記事	58.4
テレビ広告	53.9
雑誌	51.9
ヤフーなどの検索サイト	49.4
友人、知人、家族の話	45.3
フリーペーパー	31.7
新聞広告	30.0
チラシ	28.4

生活意識

TOP10	C9(243)
安定した生活をおくってゆきたい	89.3
身体的に健康な生活を送りたい	88.9
家族の幸せを第一に考える生活をしたい	81.1
経済的に豊かな生活をしたい	72.8
多くの友人より気心の知れた少数友人と一緒にいる方が好き	69.5
楽しさ、面白さを求め生活をエンジョイしたい	68.3
人間関係を重視していきたい	66.3
環境問題は、自分の周りでこれから重要になっていくと思う	65.8
自分の感性や感覚を磨いていきたい	63.4
無駄がない生き方をしたい	57.2

毎日の生活の中で実践していること

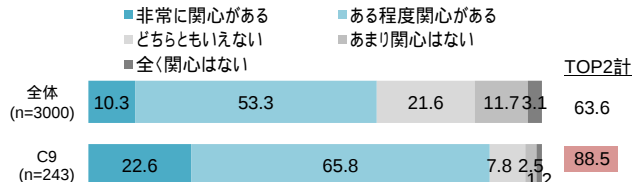
TOP10	C9(243)
家族を大事にする	88.9
日々楽しく過ごす	75.7
夫婦の関係を大事にする	72.4
友人との関係を大事にする	62.1
精神的な充実や満足度を大事にする	61.3
充実した時間を過ごすことを大事にする	59.3
シンプルに暮らす	50.6
自分らしさを深める	48.6
のんびりと毎日を過ごす	46.5
教養を深める	42.8

* 全体比 ■ +10pt.以上 ■ +5pt.以上 ■ -10pt.以下 ■ -5pt.以下

クラスター 9 : [構成比 : 8.1% (n=243)]

19

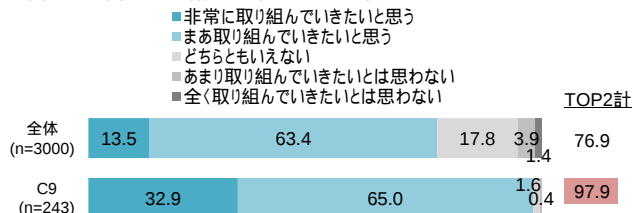
省エネ・省CO2・創エネ関心度



省エネ・省CO2・創エネ関心が高まるタイミング

TOP5	C9(215)
テレビ・新聞・雑誌等で関連する報道を見聞きした時	87.9
光熱費を節約したいと思った時	80.0
インターネットの記事や書き込みで関連する情報を見た時	52.1
子供が生まれた(子供を持つことを考えた)時	26.0
友人・知人・家族の話を聞いた時	24.7

省エネ・省CO2・創エネ取り組み意向



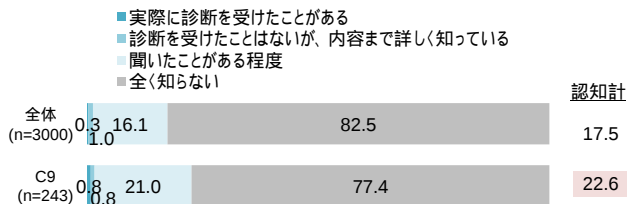
省エネ・省CO2・創エネ取り組み意向理由

TOP5	C9(238)
光熱費が安くなるから	99.2
限られた資源の有効利用に貢献したいから	88.2
電力が不足しているから	85.3
地球温暖化対策に貢献したいから	84.9
次世代にエネルギー資源を残したいから	83.2

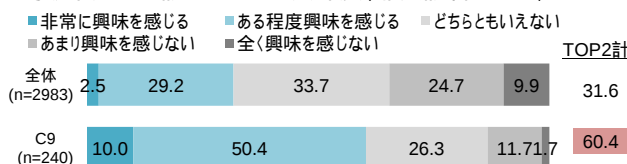
環境・エネルギー情報タッチポイント

TOP10	C9(243)
テレビ番組	90.5
新聞記事	57.6
インターネットのニュースサイト	46.1
雑誌	37.4
テレビ広告	35.8
友人・知人・家族の話	29.6
ヤフーなどの検索サイト	27.6
企業のパンフレット	18.1
イベント	17.7
書籍	16.5

「うちエコ診断」認知・受診状況



家庭向けエコ診断サービス興味度 (非受診者ベース)



家庭向けエコ診断サービス魅力点 (興味あり層ベース)

TOP5	C9(145)
家庭にあった診断をオーダーメイドで実施	82.8
何に光熱費を使っているかわかる	80.0
節約につながる改善策を提案してくれる	77.2
どの位光熱費が減っているかわかる	67.6
省エネ・CO2削減改善策を提案してくれる	60.0

家庭向けエコ診断サービスに興味を感じない理由

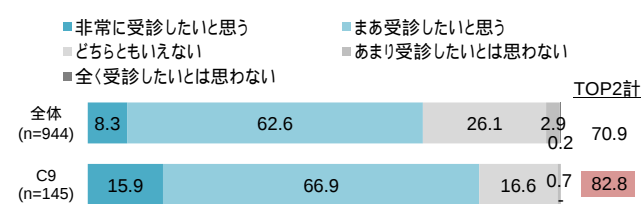
(興味なし + 中間層ベース)

TOP5	C9(95)
自宅に診断員が来ることに抵抗があるから	73.7
自宅受診のために日程を調整することが面倒だから	58.9
忙しくて時間がとれないから	40.0
自宅以外の場所を受診に行くことが面倒だから	30.5
受診するメリットがよくわからないから	28.4

「うちエコ診断」診断方法評価

TOP5	C9(243)
WEBサイト上で結果がすぐわかる簡易診断	92.6
アプリ上で結果がすぐわかる簡易診断	79.4
公共施設等での窓口診断	77.8
スーパーやショッピングセンター等での簡易診断	77.4
家電量販店や電気店での簡易診断	76.5

家庭向けエコ診断サービス受診意向 (興味あり層ベース)



家庭向けエコ診断サービス受診意向理由 (意向あり層ベース)

TOP5	C9(120)
光熱費の無駄を見直して節約したいから	92.5
基本的なエネルギー消費状況を把握したいから	67.5
自分の家の状況が平均的な家庭と比べてどうか知りたいから	52.5
具体的な情報や対策のアドバイスが欲しいから	50.0
普段の取り組みがどの程度効果をあげているか知りたいから	47.5

家庭向けエコ診断サービス非受診意向理由

(意向なし + 中間層ベース)

TOP5	C9(25)
自宅に診断員が来ることに抵抗があるから	64.0
自宅受診のために日程を調整することが面倒だから	64.0
自宅以外の場所を受診に行くことが面倒だから	32.0
申し込み手続きの方法がよくわからないから	28.0
忙しくて時間がとれないから	20.0

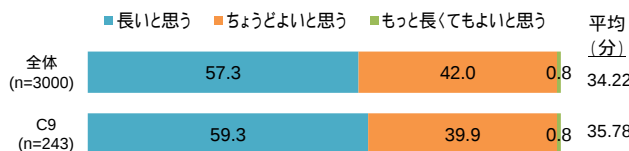
「うちエコ診断」受診インセンティブ魅力度

TOP5	C9(243)
対策による省エネ効果を具体的な数値として確認できる	86.0
診断による対策を実施することで確実に省エネ効果が出る	85.6
診断を受けてエコカーを購入すると自動車税減免措置がある	82.3
診断を受けて、太陽光発電などの省エネ・創エネ機器を買うと補助金が出る	77.8
診断を受けると機器買い替え時に値引きになる	76.5

家庭向けエコ診断サービスを受診したいタイミング (TOP3)

TOP3	C9(243)
電化製品の買い替え時	62.1
家を建てる時	61.3
引っ越しを検討する時	46.5

「うちエコ診断」診断時間評価



* 全体比 +10pt.以上 +5pt.以上 -10pt.以下 -5pt.以下