

# 閲覧率の算出方法（小売電気事業者）

- 閲覧率は2022年7月の1ヶ月間の実績を元に算出する。
- 契約者数や会員制サイト登録者数は、一般消費者を対象とする。

## ■ 閲覧率A（全電灯契約者が会員制サイト登録する場合）

$$\frac{\text{省エネ情報を提供している会員制サイト(Web)の月間ユニークログイン者数}}{\text{電気契約者の会員制サイト登録者数}}$$

## ■ 閲覧率B（全電灯契約者の一部が会員制サイト登録する場合）

$$\frac{\text{省エネ情報を提供している会員制サイト(Web)の月間ユニークログイン者数}}{\text{電気契約者の会員制サイト登録者数}}$$

# 閲覧率の算出方法（都市ガスならびにLPガス小売事業者）

- 閲覧率は2022年7月の1ヶ月間の実績を元に算出する。
- 契約者数や会員制サイト登録者数は、一般消費者を対象とする。

## ■ 閲覧率A（都市ガスまたはLPガス契約者全員が会員制サイト登録する場合）

省エネ情報を提供している会員制サイト(Web)の月間ユニークログイン者数

---

都市ガスまたはLPガス契約者の会員制サイト登録者数

## ■ 閲覧率B（都市ガスまたはLPガス契約者の一部が会員制サイト登録する場合）

省エネ情報を提供している会員制サイト(Web)の月間ユニークログイン者数

---

都市ガスまたはLPガス契約者の会員制サイト登録者数

# 節電キャンペーンによる一戸あたりの節電量の算出方法

- 節電キャンペーンによる一戸あたりの節電量は、1コマ（30分）あたり1世帯あたりの節電量とする。（節電キャンペーンによる一戸あたりの節電量は、一般消費者が実施した節電について算出すること。）
- 世帯ごとの削減量は、経済産業省のERABガイドラインに準拠して求めたベースラインを元に算出すること。
- 2022年7月～8月の2ヶ月間の「節電キャンペーンによる一戸あたりの節電量」を算出する。

## ■ 節電キャンペーンによる一戸あたりの節電量

$$\frac{\text{節電要請した時間帯の総削減量 [kWh]}}{\Sigma(\text{節電成功者数}^* \times \text{節電要請したコマ数}) [\text{世帯} \cdot \text{コマ}]}$$

※節電成功者数が把握できない場合は、参加者数を代用し、様式の備考欄にその旨を記載

### 例) 2022年7月～8月の2ヶ月間で3回節電要請を実施

- 1回目：総削減量300kWh、節電成功者数5、コマ数6  
⇒10.0 kWh/(世帯・コマ)
- 2回目：総削減量400kWh、節電成功者数4、コマ数8  
⇒12.5 kWh/(世帯・コマ)
- 3回目：総削減量600kWh、節電成功者数3、コマ数6  
⇒33.3 kWh/(世帯・コマ)

$$\frac{(300+400+600) [\text{kWh}]}{[(5 \times 6) + (4 \times 8) + (3 \times 6)] [\text{世帯} \cdot \text{コマ}]} = 16.25 [\text{世帯} \cdot \text{コマ}]$$

**16.25 kWh/(世帯・コマ)を様式に記載**