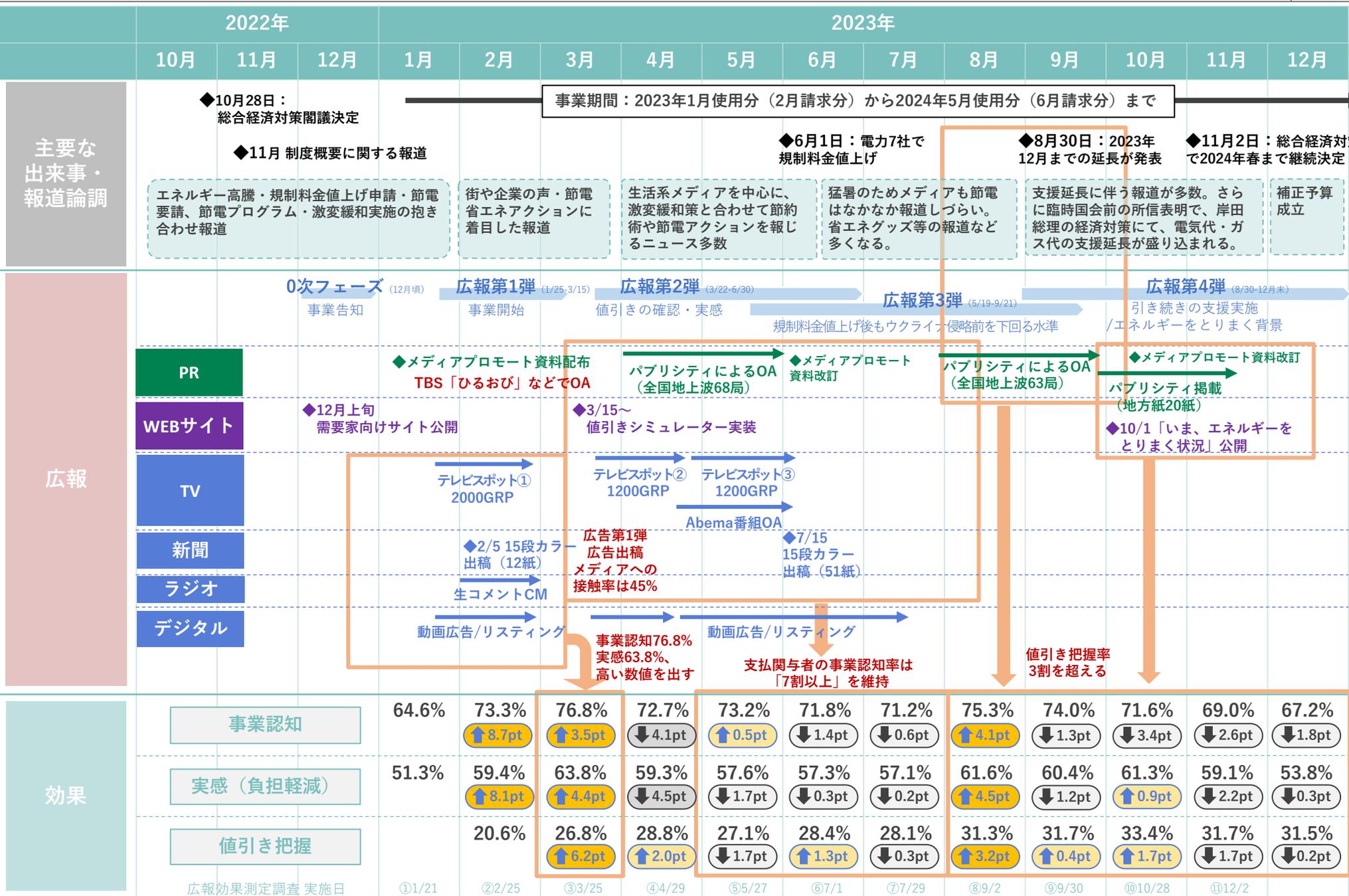


令和4年度 電気・ガス価格激変緩和対策事業 広報効果測定 報告資料

2024.8



広報施策の全体像



0次フェーズ

2022年12月頃



◆事業告知チラシ（予告）

電気料金や都市ガス料金の負担緩和策が始まります。

2023年1月の使用分から値引き開始

支援の仕組み・支援内容

値引き原資 → 電気・都市ガスの小売事業者など → 料金値引き → 家庭・企業などの利用者

電気代
 単世帯約
1K向けあたり
7円支援
 多世帯約
1K向けあたり
3.5円支援
 標準世帯 2,800円/月の負担軽減

都市ガス代
 1000㎡未満の
単世帯など
1㎡あたり
30円支援
 標準世帯 900円/月の負担軽減

詳しくは請求書やウェブサイトをご覧ください

資源エネルギー庁 本庁いなかセンター 0120-013-305 製造総研 <https://dericgao-gekikokanso.go.jp/general>

◆事業告知チラシ（開始後）

電気料金や都市ガス料金の負担緩和策が始まっています。

2023年1月の使用分から値引き開始

支援の仕組み・支援内容

値引き原資 → 電気・都市ガスの小売事業者など → 料金値引き → 家庭・企業などの利用者

電気代
 単世帯約
1K向けあたり
7円支援
 多世帯約
1K向けあたり
3.5円支援
 標準世帯 2,800円/月の負担軽減

都市ガス代
 1000㎡未満の
単世帯など
1㎡あたり
30円支援
 標準世帯 900円/月の負担軽減

詳しくは請求書やウェブサイトをご覧ください

資源エネルギー庁 本庁いなかセンター 0120-013-305 製造総研 <https://dericgao-gekikokanso.go.jp/general>



※開始後 URL変更

事務局制作意図

柔らかいトーンのマジックアワーの街並みのイラストをメインに使用して親しみやすい印象を与えながら、本事業のスキームをアイコンで分かりやすく伝えることを意図し制作



◆需要家サイトDL用チラシ

◆経済産業省TOPページバナー

開始前



開始後



事務局制作意図

上からのメッセージにならないよう、エネルギー価格が高騰する中ですでに省エネ、節電をしている人たちにまずは感謝を伝え、一方で政府も価格の負担軽減策をして支えていることをアピール。エネルギーと密接な生活シーンを切り出してエネルギーの大切さにも気づきを与えることを意図して制作した。

第1弾

2023年1月25日～3月15日

広報第1弾 事業開始

2023年1月25日～3月15日

メイン
メッセージ

エネルギー価格の負担軽減策
はじまっています。

主な
訴求内容

・国が支援する施策・値引き額の認知獲得
・省エネ・節電の啓発

テレビスポット①

・1月25日～2月21日、**全国地上波114局**、**2,000GRP**

電力・都市ガス事業者とのTVCMカップリングを実施

◆電気

東京電力→関東・山梨・静岡、関西電力→関西
東北電力→青森・岩手・秋田・宮城・山形・福島・新潟

◆ガス

盛岡ガス→岩手、岩手県都市ガス協会→岩手、静岡ガス→静岡
広島ガス→広島、西部ガスホールディングス→福岡・熊本・長崎

メディアへの取り上げ依頼・交渉

(放送局番組担当者との着座面談、メディア向け情報配信サービスの活用)

1月上旬 メディアプロモート資料配布

- ◆エネルギー高騰の背景 ◆激変緩和措置の制度
- ◆省エネTIPS ◆その他エネルギー関係の支援策
- ◆専門家(節約アドバイザー等)のコメント

1月24日 CMリリース(第1弾)作成・配信

1月 **テレ東「WBS」**でOA

3月20日「高橋ひかるさん」素材CMリリース配信

<メディアプロモート資料>



2022年

11月15日 **サイトオープン**

2023年

1月24日 **TOPを需要家ページへ
CM OAに合わせたデザイン変更と
コンテンツ(動画など)追加**

2月7日～ **CM改訂に伴う改訂
明細書の解説を掲載**

3月15日 **シミュレーター公開**



2月5日朝刊：15段カラー出稿

- ・中央5紙(朝日新聞・読売新聞・毎日新聞・産経新聞・日経新聞)
- ・ブロック紙(北海道新聞、中日新聞、西日本新聞)
- ・沖縄2紙(琉球新報、沖縄タイムス)
- ※日本新聞協会2023年2月「印象に残った新聞広告」選出

パーソナリティ読み上げの60秒生コメントCM

- ・2月1日～2月28日実施
- ・**全国99局FM**(JFN系列)、**AM**(JRN系列、NRN系列)
- ・各局4回実施

YouTube：動画広告(84,866,450 imp)

X(Twitter)：プロモツイートinタイムラインにて動画広告(28,504,506 imp)

FB/Instagram：フィード、ストーリー、タイムラインにて動画広告(22,588,411 imp)

Abema：動画広告(2,601,000 imp)

TVer：動画広告(14,814,523 imp)

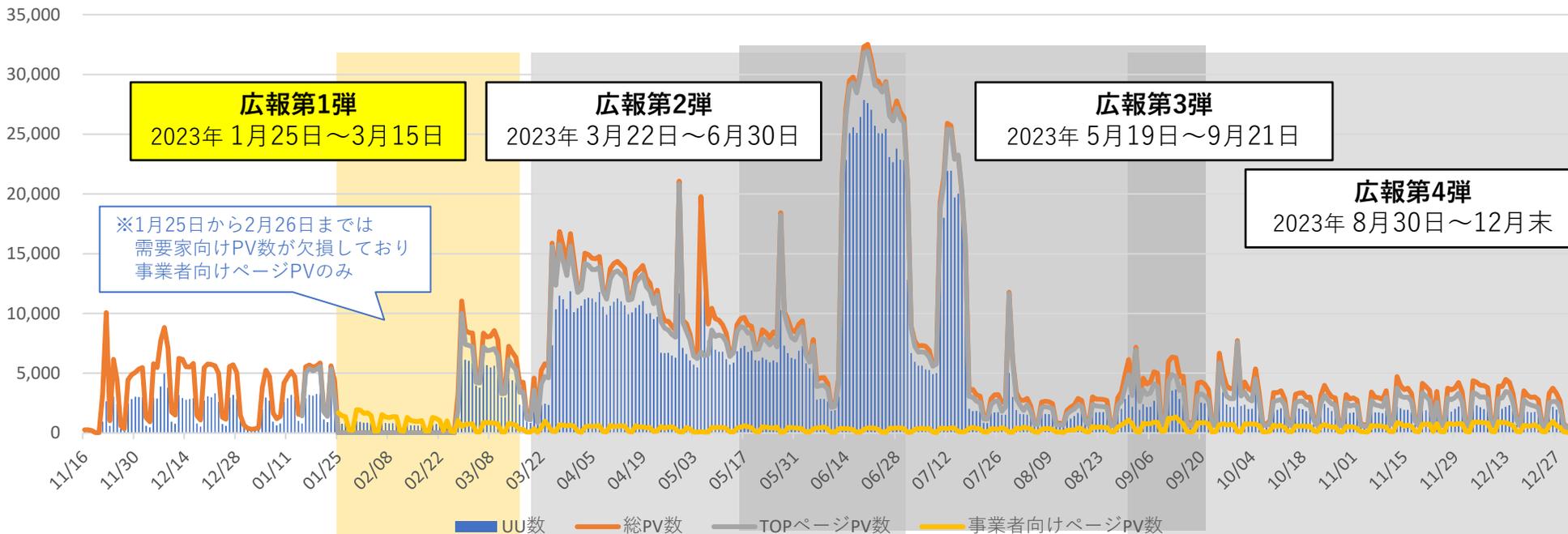
Yahoo!ブランドパネル：動画広告(35,612,536 imp)

検索広告：Google、Yahoo!にて実施(1,617,528 imp)

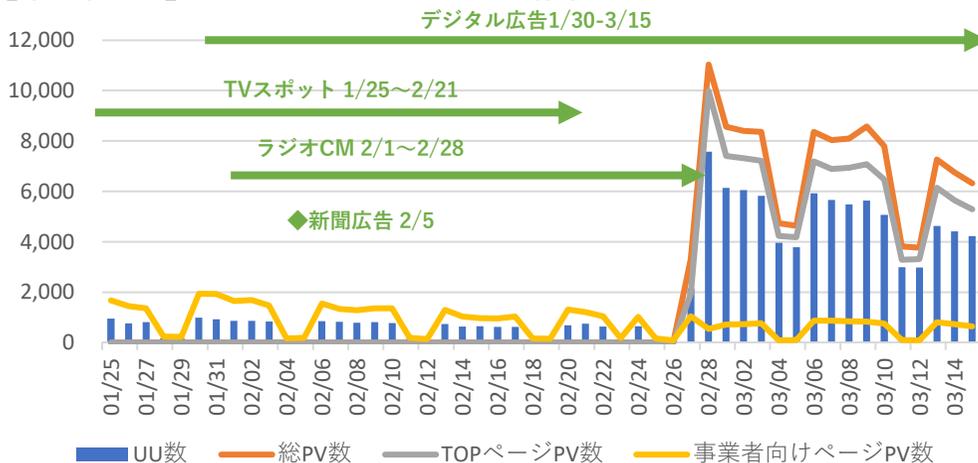


◆【全期間】WEBサイト アクセス数推移

電気ガス価格激変緩和対策事業特設サイト アクセス数推移 (2022/11/15～2023/10/25)



◆【第1弾のみ】WEBサイト アクセス数推移



2023年1月25日～3月15日 (計)

| | |
|-------------|---------|
| UU数 | 100,795 |
| 総PV数 | 117,809 |
| TOPページPV数 | 100,500 |
| 事業者向けページPV数 | 42,243 |



事業の実施開始と、冬の省エネと節電を訴求する内容でTV CMの動画を制作。

◆TVCM/動画広告 コンテ（15秒）

◆全国地上波114放送局（1月25日～2月21日、2,000GRP出稿）

| No. | 局名 | No. | 局名 | No. | 局名 |
|-----|-------------|-----|--------------|-----|-----------|
| 1 | 日本テレビ放送網 | 41 | 東北放送 | 81 | テレビ新広島 |
| 2 | TBSテレビ | 42 | 仙台放送 | 82 | 広島ホームテレビ |
| 3 | フジテレビジョン | 43 | 東日本放送 | 83 | 山口放送 |
| 4 | テレビ朝日 | 44 | 福島中央テレビ | 84 | テレビ山口 |
| 5 | テレビ東京 | 45 | テレビユー福島 | 85 | 山口朝日放送 |
| 6 | 読売テレビ放送 | 46 | 福島テレビ | 86 | 南海放送 |
| 7 | 毎日放送 | 47 | 福島放送 | 87 | あいテレビ |
| 8 | 関西テレビ放送 | 48 | テレビ新潟放送網 | 88 | テレビ愛媛 |
| 9 | 朝日放送テレビ | 49 | 新潟放送 | 89 | 愛媛朝日テレビ |
| 10 | テレビ大阪 | 50 | 新潟総合テレビ | 90 | 四国放送 |
| 11 | 中京テレビ | 51 | 新潟テレビ21 | 91 | 高知放送 |
| 12 | CBCテレビ | 52 | 山梨放送 | 92 | テレビ高知 |
| 13 | 東海テレビ | 53 | テレビ山梨 | 93 | 高知さんさんテレビ |
| 14 | 名古屋テレビ放送 | 54 | テレビ信州 | 94 | 長崎国際テレビ |
| 15 | テレビ愛知 | 55 | 信越放送 | 95 | 長崎放送 |
| 16 | 福岡放送 | 56 | 長野放送 | 96 | テレビ長崎 |
| 17 | RKB毎日放送 | 57 | 長野朝日放送 | 97 | 長崎文化放送 |
| 18 | テレビ西日本 | 58 | 静岡第一テレビ | 98 | サガテレビ |
| 19 | 九州朝日放送 | 59 | 静岡放送 | 99 | 熊本県民テレビ |
| 20 | TVQ九州放送 | 60 | テレビ静岡 | 100 | 熊本放送 |
| 21 | 札幌テレビ放送 | 61 | 静岡朝日テレビ | 101 | テレビ熊本 |
| 22 | 北海道放送 | 62 | 北日本放送 | 102 | 熊本朝日放送 |
| 23 | 北海道文化放送 | 63 | チューリップテレビ | 103 | 大分放送 |
| 24 | 北海道テレビ放送 | 64 | 富山テレビ放送 | 104 | テレビ大分 |
| 25 | テレビ北海道 | 65 | テレビ金沢 | 105 | 大分朝日放送 |
| 26 | 青森放送 | 66 | 北陸放送 | 106 | 宮崎放送 |
| 27 | 青森テレビ | 67 | 石川テレビ放送 | 107 | テレビ宮崎 |
| 28 | 青森朝日放送 | 68 | 北陸朝日放送 | 108 | 鹿児島読売テレビ |
| 29 | テレビ岩手 | 69 | 福井放送 | 109 | 南日本放送 |
| 30 | IBC岩手放送 | 70 | 福井テレビジョン放送 | 110 | 鹿児島テレビ放送 |
| 31 | 岩手めんこいテレビ | 71 | 西日本放送 | 111 | 鹿児島放送 |
| 32 | 岩手朝日テレビ | 72 | 山陽放送 | 112 | 琉球放送 |
| 33 | 秋田放送 | 73 | 岡山放送 | 113 | 沖縄テレビ放送 |
| 34 | 秋田テレビ | 74 | 瀬戸内海放送 | 114 | 琉球朝日放送 |
| 35 | 秋田朝日放送 | 75 | テレビせとうち | | |
| 36 | 山形放送 | 76 | 日本海テレビジョン放送 | | |
| 37 | テレビユー山形 | 77 | 山陰放送 | | |
| 38 | さくらんぼテレビジョン | 78 | 山陰中央テレビジョン放送 | | |
| 39 | 山形テレビ | 79 | 広島テレビ放送 | | |
| 40 | 宮城テレビ放送 | 80 | 中国放送 | | |

動画広告に接した割合は32.8%

広報第1弾終了直後の調査（第3回 3/25実施）より

※TVCMとデジタルを合わせたスコア

◆TVCM/動画広告 調査結果 (第2回調査 2/25実施 よりコメント抜粋)

- 事業内容及び当広告のわかりやすさに関する声が多く挙がった。
- ナレーションの声質などから、節電への取り組みに対する前向きな声も多数みられ、訴求内容の伝達・理解に当素材は寄与したといえる。

説明がわかりやすい

| | |
|--|-------|
| ここまでわかりやすい政策は珍しい。それに何の手続きもいらぬ点も良い。具体的にどれだけ緩和措置がされているかもわかるもの。こうしたことがポイントごとに簡潔に表現されている点がとても良い。 | 男性40代 |
| テンポよく説明が進んでいたと思います。明るい色使いで、図がわかりやすかったです。節電についてのお願ひもあってよかったと思う。 | 女性40代 |
| わかりやすい優しい言葉で伝えているところと、家計負担が軽減されるということがわかりやすかった | 女性40代 |
| 簡潔ではあるが、伝えたいことが簡潔に述べられている。自分にも、この事業に取組もうという意欲が生じた。また、どの様に取り組むかの具体例も述べられており、好感を持った。 | 女性70代 |

節電・省エネに前向きになれる

| | |
|---|-------|
| 省エネ、節約のお願ひと同時に使用料金の低減を実施することに一般家庭の状況を理解しているように思います。 | 男性70代 |
| コンセントを抜くシーンで、節電の意識が芽生えた。国も補助金を出すなど対策はしているんだなと思えた。 | 男性40代 |
| 価格緩和の負担額が良く分かり、省エネや節電など協力しようと思える気にさせる。 | 女性60代 |

ナレーションの優しい雰囲気が良い

| | |
|---|-------|
| ナレーションの言葉がとてもわかりやすく、理解しやすいと思った。また動画も優しいイメージで、文字なども大きくとてもわかりやすいので、良い動画だと思った。 | 女性60代 |
| ナレーションや色使いが柔らかく、優しい雰囲気であること。落ち着いた音楽であること。 | 男性30代 |
| 丁寧な伝え方をされていると思ったから。動画のテンポも速すぎず落ち着いたナレーションで好感が持てた | 女性50代 |

短時間にまとめられていて良い

| | |
|---|-------|
| 15秒間に伝えたい内容がまとめられている。理解しやすい。軽減はしてもらえぬけど、最後に節電や省エネのお願ひをさりげなくしているところが良い。協力しようという気持ちになる。 | 女性40代 |
| 短い時間で簡潔に政府の負担軽減策を紹介している。最後に節電を呼び掛けていて好感が持てる。 | 男性60代 |
| 短時間の中に用途が全部詰め込まれて完結している、とても興味を持つし分かりやすいとおもいました。 | 女性70代 |

「生きるためのエネルギー」が印象に残る

| | |
|---|-------|
| 生きるためというメッセージが良いです。最後に省エネと節電を呼びかけているところも良いです | 男性50代 |
| 生きるためのエネルギーだから、省エネと節電をお願いします、というメッセージが、本質をついていると思うから。 | 女性50代 |
| 説明がとてもわかりやすい。「生きるためのエネルギー」の言葉がとても印象的。 | 女性50代 |



事業の実施開始と、支援の額を訴求する内容の15段のカラー新聞広告を制作。全国紙及び地方紙の12紙にて出稿をした。

◆新聞15段 2023年2月5日掲載

◆出稿先一覧（計12紙）

| | 新聞名 | 発行部数 |
|----|--------|------------|
| 1 | 北海道新聞 | 825,506 |
| 2 | 朝日新聞 | 3,747,070 |
| 3 | 日本経済新聞 | 1,586,324 |
| 4 | 読売新聞 | 6,424,774 |
| 5 | 西日本新聞 | 393,937 |
| 6 | 毎日新聞 | 1,778,971 |
| 7 | 中日新聞 | 1,840,385 |
| 8 | 産経新聞 | 969,122 |
| 9 | 琉球新報 | 141,025 |
| 10 | 沖縄タイムス | 146,606 |
| 11 | 東京新聞 | 377,318 |
| 12 | 北陸中日新聞 | 74,412 |
| | (合計) | 18,305,450 |

事務局制作意図

政府からのストレートなメッセージとともに、電気・都市ガスの負担軽減額がいくらなのか、どうしたら値引き額が確認できるのか、申請は必要なのか、という人々の疑問に丁寧に答えていくことを意図。

新聞広告に接した割合は18.7%

広報第1弾終了直後の調査（第3回 3/25実施）より

（日本新聞協会2023年2月「印象に残った新聞広告」選出）

◆パーソナリティ読み上げの60秒生コメントCM

ここで資源エネルギー庁からのお知らせです。

最近「電気や都市ガスの料金が高くなった」と感じませんか？世界的なエネルギー価格の高騰がその理由ですが、日本のエネルギー自給率が低いことも、原因のひとつ。

日本は他の国より、値上げを抑えています、今後も値上げが続くかと思うと、心配ですね。

皆さんがこれまで通り明るく、暖かい暮らしを送れるように、国が電気・都市ガス料金の負担を軽減する支援策が始まっています。

申請は必要ありません。ぜひ、1月と2月の検針票や料金明細を比べてみてください。値引きされていることが分かりますよ。

詳しくは、資源エネルギー庁の特設サイトをチェック。ご不明な点は0120-013-305まで。

生きるために、大切なエネルギー。まずは省エネや節電から、一緒に付き合い方を考えていきましょう。

資源エネルギー庁からのお知らせでした。

事務局制作意図

ラジオのパーソナリティによるナレーションで、エネルギー価格高騰の背景と、負担軽減策が始まっていることを自然に語りかけるように訴求。一方的なお知らせにならないよう留意して制作。

◆放送局

- ・2月1日～2月28日実施
- ・全国99局FM（JFN系列）、AM（JRN系列、NRN系列）
- ・各局4回実施

| | | | | | |
|----|---------------|----|--------------|----|-----------|
| 1 | STVラジオ | 34 | FM長野 | 67 | エフエム山陰 |
| 2 | 北海道放送 | 35 | 山梨放送 | 68 | 中国放送 |
| 3 | FM北海道 | 36 | エフエム富士 | 69 | 広島FM |
| 4 | FM NORTH WAVE | 37 | 静岡放送 | 70 | 山口放送 |
| 5 | 青森放送 | 38 | FM静岡 | 71 | エフエム山口 |
| 6 | エフエム青森 | 39 | 北日本放送 | 72 | 西日本放送 |
| 7 | IBC岩手放送 | 40 | FMとやま | 73 | FM香川 |
| 8 | エフエム岩手 | 41 | 北陸放送 | 74 | 南海放送 |
| 9 | 山形放送 | 42 | F M石川 | 75 | FM愛媛 |
| 10 | エフエム山形 | 43 | 福井放送 | 76 | 四国放送 |
| 11 | 秋田放送 | 44 | F M福井 | 77 | エフエム徳島 |
| 12 | エフエム秋田 | 45 | CBCラジオ | 78 | 高知放送 |
| 13 | 東北放送 | 46 | 東海ラジオ | 79 | FM高知 |
| 14 | エフエム仙台 | 47 | FM AICHI | 80 | RKB毎日放送 |
| 15 | ラジオ福島 | 48 | ZIP-FM | 81 | 九州朝日放送 |
| 16 | ふくしまFM | 49 | 岐阜放送 | 82 | FM福岡 |
| 17 | 茨城放送 | 50 | FM GIFU | 83 | CROSS FM |
| 18 | 栃木放送 | 51 | FM三重 | 84 | LOVE FM |
| 19 | エフエム栃木 | 52 | エフエム滋賀 | 85 | FM佐賀 |
| 20 | FMぐんま | 53 | KBS京都 | 86 | 長崎放送 |
| 21 | TBSラジオ | 54 | FM京都 | 87 | FM長崎 |
| 22 | 文化放送 | 55 | 朝日放送ラジオ | 88 | 大分放送 |
| 23 | ニッポン放送 | 56 | MBSラジオ | 89 | エフエム大分 |
| 24 | TOKYO FM | 57 | ラジオ大阪 | 90 | RKK熊本放送 |
| 25 | J-WAVE | 58 | FM大阪 | 91 | FM熊本 |
| 26 | interfm | 59 | FM802 | 92 | 宮崎放送 |
| 27 | ラジオ日本 | 60 | FMCOLO765 | 93 | エフエム宮崎 |
| 28 | F Mヨコハマ | 61 | ラジオ関西 | 94 | 南日本放送 |
| 29 | NACK5 | 62 | Kiss FM KOBE | 95 | FM鹿児島 |
| 30 | bayfm | 63 | 和歌山放送 | 96 | 琉球放送 |
| 31 | 新潟放送 | 64 | RSK山陽放送 | 97 | ラジオ沖縄 |
| 32 | FM-NIIGATA | 65 | FM岡山 | 98 | エフエム沖縄 |
| 33 | 信越放送 | 66 | 山陰放送 | 99 | ラジオNIKKEI |

ラジオ広告に接した割合は11.5%

広報第1弾終了直後の調査（第3回 3/25実施）より



事業の実施開始と、冬の省エネと節電を訴求する内容の動画（TVCMと同内容）

◆TVCM/動画広告 コンテ（15秒）

◆デジタル出稿先・インプレッション（動画広告）

| 媒体 | 出稿量 | 出稿時期 |
|---|----------------|-------------|
| YouTube | 84,866,450 imp | 1月30日～3月15日 |
| Twitter プロモツイートinタイムライン にて動画広告 | 28,504,506 imp | 1月30日～3月15日 |
| AbemaTV | 2,601,000 imp | 1月25日～2月28日 |
| Tver | 14,814,523 imp | 1月25日～2月28日 |
| Facebook/Instagram フィード、ストーリー、 タイムライン | 22,588,411 imp | 1月30日～3月15日 |
| Yahoo! ブランドパネル | 35,612,536 imp | 1月30日～2月28日 |

動画広告に接した割合は32.8%
広報第1弾終了直後の調査（第3回 3/25実施）より

※TVCMとデジタルを合わせたスコア

◆検索広告

Google、Yahooにて関連KWの検索対象者に向けた検索広告を実施。

| 媒体 | 出稿量 | 出稿時期 |
|--------|---------------|-------------|
| Google | 317,042imp | 1月30日～3月15日 |
| Yahoo | 1,300,486 imp | 1月30日～3月15日 |



物価上昇に関する動向・データやエネルギー関連の施策例を〈生活編〉と〈企業・経済編〉と〈社会編〉の3部構成で取りまとめた、電気代・ガス代の負担軽減策を解説するメディア向けの提供資料を作成し、報道機関等に配布した。

◆1月上旬 メディアプロモート資料配布

The materials are organized into three main sections:

- 生活編 (Life Edition):** Focuses on household energy costs and relief measures. Includes a title page: "電気・ガス価格激変緩和対策に関するメディア向け提供資料" (Media-oriented provision materials regarding electricity and gas price relief measures).
- 企業・経済編 (Business/Economy Edition):** Focuses on energy costs for businesses and the economy. Includes a title page: "景気は改善傾向だが、企業は厳しい状況が続く～総合経済対策として電気代・ガス代の負担軽減策を実施～" (Economy is improving, but companies continue to face a difficult situation ~ Comprehensive economic measures to implement electricity and gas cost reduction measures ~).
- 社会編 (Society Edition):** Focuses on energy prices and support for vulnerable people. Includes a title page: "エネルギーを巡る不確実性への対応～電気・ガス価格の高騰には値引きの支援策を実施～" (Response to uncertainty surrounding energy ~ Support measures for electricity and gas price increases ~).

Each individual page within these sections contains detailed data, including line graphs showing price trends, pie charts for cost breakdowns, and text explaining the impact of price changes and the effectiveness of relief measures.

本資料の提供先に関するお問い合わせはメディア向けです。

本件担当(オズメンバーール)

本件、ご不明点やご要望ございましたら下記メールアドレス、または担当者までご連絡下さいませ。

事務局メールアドレス: energy@ozma.co.jp

加藤 080-5896-5966

吉田 080-5896-6042

伊田 070-3852-6590



◆メディアプロモート先

- ・TV65件、Web24件、新聞・雑誌41件、計130件にアプローチ
- ・情報番組やニュース報道で取り上げられた

| | |
|----|------------------------------|
| 1 | 日本テレビ (ZIP!) |
| 2 | 日本テレビ (スッキリ) |
| 3 | 日本テレビ (news every.) |
| 4 | 日本テレビ (ズームイン!!サタデー) |
| 5 | 日本テレビ (シューイチ) |
| 6 | TBSテレビ (ひるおび) |
| 7 | フジテレビ (めざましテレビ/めざましどようび) |
| 8 | フジテレビ (めざまし8) |
| 9 | テレビ朝日 (グッド!モーニング) |
| 10 | テレビ朝日 (モーニングショー) |
| 11 | TBSテレビ (THE TIME,) |
| 12 | TBSテレビ (新・情報7days ニュースキャスター) |
| 13 | テレビ東京 (Newsモーニングサテライト) |
| 14 | 日本テレビ (ZIP!) |
| 15 | 日本テレビ (スッキリ) |
| 16 | 日本テレビ (news every.) |
| 17 | 日本テレビ (ズームイン!!サタデー) |
| 18 | 日本テレビ (シューイチ) |
| 19 | TBSテレビ (THE TIME,) |
| 20 | TBSテレビ (新・情報7days ニュースキャスター) |
| 21 | フジテレビ (めざましテレビ/めざましどようび) |
| 22 | フジテレビ (めざまし8) |
| 23 | テレビ朝日 (グッド!モーニング) |
| 24 | テレビ朝日 (モーニングショー) |
| 25 | テレビ朝日 |
| 26 | 読売テレビ |
| 27 | 東海テレビ |
| 28 | 九州朝日放送 |
| 29 | 北海道テレビ (イチモニ!) |
| 30 | 青森テレビ |
| 31 | IBC岩手放送 |
| 32 | 岩手めんこいテレビ (8っぴーインフォ) |
| 33 | ABS秋田放送 |
| 34 | 秋田テレビ |
| 35 | さくらんぼテレビジョン |
| 36 | 東日本放送 |
| 37 | 福島放送 |
| 38 | 新潟放送 |
| 39 | テレビ山梨 |
| 40 | 信越放送 |

| | |
|----|------------------------|
| 41 | 静岡第一テレビ |
| 42 | テレビ静岡 |
| 43 | 富山テレビ放送 |
| 44 | 北陸放送 |
| 45 | 福井放送 |
| 46 | 岡山放送 |
| 47 | 日本海テレビジョン放送 |
| 48 | 中国放送 |
| 49 | 山口朝日放送 |
| 50 | 南海放送 (キラリ☆夜なカフェ) |
| 51 | テレビ愛媛 |
| 52 | 四国放送 |
| 53 | テレビ高知 |
| 54 | テレビ長崎 |
| 55 | 佐賀テレビ |
| 56 | テレビ熊本 |
| 57 | 大分放送 |
| 58 | 宮崎放送 |
| 59 | 鹿児島テレビ |
| 60 | 琉球放送 |
| 61 | フジテレビ (Live news イット!) |
| 62 | フジテレビ (Live News α) |
| 63 | TBSテレビ (Nスタ) |
| 64 | 日本テレビ (NEWS ZERO) |
| 65 | TBSテレビ (NEWS23) |

| | |
|----|------------------------------|
| 1 | Web (エンシカルSTORY) |
| 2 | Web (TOKYO HEADLINE) |
| 3 | Web (ハフポスト) |
| 4 | Web (クロワッサン) |
| 5 | Web (SDGs connect) |
| 6 | Web (BUSINESS INSIDER JAPAN) |
| 7 | Web (アットタイム) |
| 8 | Web (DIAMOND online) |
| 9 | Web (PRESIDENT Online) |
| 10 | Web (日経クロストrend) |
| 11 | Web (日経ビジネスオンライン) |
| 12 | Web (オルタナ オンライン) |
| 13 | Web (エコジン) |
| 14 | Web (オルタナ) |
| 15 | Web (環境新聞) |
| 16 | Web (日本商業新聞) |
| 17 | Web (ママスタジアム) |
| 18 | Web (エネルギーフォーラム) |
| 19 | Web (eWoman) |
| 20 | Web (マガジンサミット) |
| 21 | Web (ビジネス+IT事業室) |
| 22 | Web (Business Journal) |
| 23 | Web (MarkeZine) |
| 24 | Web (ITmedia ビジネスオンライン) |

| | |
|----|--------------------------|
| 1 | ビジネス・経済誌 (プレジデント) |
| 2 | ビジネス・経済誌 (週刊ダイヤモンド) |
| 3 | ビジネス・経済誌 (THE21) |
| 4 | ビジネス・経済誌 (WEDGE) |
| 5 | ビジネス・経済誌 (経済界) |
| 6 | ビジネス・経済誌 (週刊エコノミスト) |
| 7 | ビジネス・経済誌 (財界) |
| 8 | 業界紙 (エネルギーフォーラム) |
| 9 | 業界紙 (環境エネルギー産業情報) |
| 10 | 業界紙 (エコシステム) |
| 11 | 業界紙 (ガスエネルギー新聞) |
| 12 | 雑誌 (育児・家庭教育) (灯台) |
| 13 | 雑誌 (育児・家庭教育) (SESAME) |
| 14 | 雑誌 (育児・家庭教育) (tocotoco) |
| 15 | 雑誌 (育児・家庭教育) (かぞくのじかん) |
| 16 | 雑誌 (生活情報) (Casa BRUTUS) |
| 17 | 雑誌 (生活情報) (家電批評) |
| 18 | 雑誌 (生活情報) (Get Navi) |
| 19 | 雑誌 (生活情報) (Begin) |
| 20 | 雑誌 (生活情報) (Goods Press) |
| 21 | 雑誌 (生活情報) (LDK) |
| 22 | 雑誌 (生活情報) (Tarzan) |
| 23 | 雑誌 (生活情報) (暮らしの手帖) |
| 24 | 雑誌 (生活情報) (アンドプレミアム) |
| 25 | 雑誌 (生活情報) (MONOQLO) |
| 26 | 雑誌 (生活情報) (プレジデントfamily) |
| 27 | 雑誌 (生活情報) (Free & Easy) |
| 28 | 雑誌 (生活情報) (nice things.) |
| 29 | 雑誌 (生活情報) (新春すてきな奥さん) |
| 30 | 雑誌 (生活情報) (月刊ニューライフ) |
| 31 | 雑誌 (生活情報) (月刊ベターホーム) |
| 32 | 雑誌 (生活情報) (特選街) |
| 33 | 雑誌 (生活情報) (monoマガジン) |
| 34 | 女性誌 (女性セブン) |
| 35 | 女性誌 (週刊女性) |
| 36 | 女性誌 (女性自身) |
| 37 | 女性誌 (オレンジページ) |
| 38 | 女性誌 (クロワッサン) |
| 39 | 女性誌 (リンネル) |
| 40 | 女性誌 (ハルメク) |
| 41 | 通信社 (共同通信) |

報道実績

2023年1月25日 TBS「ひるおび」

光熱費高騰と節約術を紹介

2023年3月31日 千葉テレビ「モーニングこんぱす」

節約術関連の話題で支援策も紹介

2023年3月3日 テレビ東京「WBS」

物価高騰のニュース内で支援内容を紹介

◆1月24日 CMリリース（第1弾）作成・配信

2023年1月24日
経済産業省
資源エネルギー庁

報道関係者各位

**電気料金・都市ガス料金の負担軽減策に関する
国民の皆様の理解促進に向けたTV-CMなどを開始
2023年1月25日(水)より順次実施予定**

資源エネルギー庁は、2023年1月25日(水)から電気料金・都市ガス料金の負担軽減策に関する理解促進を目的にTV-CMやWEB、新聞、ラジオを通して情報発信を行います。あわせて25日(水)から、資源エネルギー庁のHPでもTV-CMを25日(水)より公開します。

世界情勢を背景としたエネルギー価格の高騰による電気料金・都市ガス料金の上昇は、日本の経済社会に大きな影響を与えています。電気料金は、春以降さらに上昇する可能性があり、都市ガスも今後料金の上昇が見込まれ、これにより家庭や企業などの負担増が見込まれます。この状況に対応するため、各小売事業者などを通じて、電気・都市ガスの使用量に応じた料金の値引きを行い、急激な料金の上昇によって影響を受ける家庭・企業などの負担を軽減する事業を実施いたします。

そこで、国民のみならず、本支援事業に関するご理解と認知促進に向けた広報活動を行ってまいります。
(支援事業ページURL: <https://denkigas-gokihenkanwa.go.jp/>)

CM画像

CM画像

最後に、今冬の電力供給は、安定供給に最低限度必要とされる予備率3%以上を全国で確保しているものの、厳しい見通しです。また、大規模な高電圧のトラブルが発生した場合、安定供給ができない可能性が懸念されます。そのため、政府、電力会社においては、休止している発電所の稼働など、供給力の確保に最大限の努力をしています。資源エネルギー庁は、国民・事業者に対して、12月から3月までの間、「重稼働などをして需給を下げる」使っていない稼働の稼働を消す「お湯の出す前に注意する」など、無理のない範囲での節電・省エネへの協力を呼び掛けています。ご協力の程、よろしくお願いたします。

<本件に関する報道関係の問い合わせ先>

本件電気料金・都市ガス料金の負担軽減策 広報PR事務局
平務局メールアドレス: energy@ozma.co.jp

電気料金・都市ガス料金の負担軽減概要

●電気料金の負担軽減
標準世帯では2800円
電力料金について具体的には、2023年1月※から1キロワットアワーあたり主に家庭向けなどの低圧契約は7円、主に企業向けなどの高圧契約は3.5円を補助します。政府は、毎月の電力使用量が400キロワットアワーの標準的な世帯の場合、料金プランにかかわらず2800円削減されるとしています。
※2023年1月使用分(12月請求分)から開始

●都市ガス料金の負担軽減
標準世帯では900円
都市ガスについては、1立方メートルあたり30円の支援を行う。政府は、毎月※の使用量が30立方メートルの標準的な世帯の場合、月額900円削減されるとしています。
※2023年1月使用分(12月請求分)から開始




本事業による値引きの実施については、ご契約の小売電気事業者・都市ガス事業者などのご利用明細から確認できます。各家庭や企業などでの値引き総額は、値引き単価に月々の使用量を乗ることで算出できます。

TV・新聞・ラジオ・WEBでの情報発信概要

| 媒体 | 期間 | エリア/媒体 |
|-----|------------------|---|
| テレビ | 2023年1月25日～2月21日 | 全国地上波114局(47都道府県) |
| 新聞 | 2023年2月上旬 | 読売新聞、朝日新聞、毎日新聞、産経新聞、日経新聞、北海道新聞、中日・東京・北陸中日新聞、西日本新聞、沖縄タイムス、琉球新報 |
| ラジオ | 2023年2月中 | 全国99局 (FM/JRN系列、AM/JRN系列、NRN系列) |
| WEB | 2023年1月25日～ | 各種SNS、WEBメディア |

掲載結果：計12件

| NO | サイト名 | 日付 | 種別 |
|----|--------------------|------------|-----------|
| 1 | @nifty ビジネス | 2023/01/24 | ポータルサイト |
| 2 | @Press | 2023/01/24 | リリース配信サイト |
| 3 | Barclay Global BIZ | 2023/01/24 | 情報サイト |
| 4 | BIGLOBE ニュース | 2023/01/24 | ポータルサイト |
| 5 | GameBusiness.jp | 2023/01/24 | 専門サイト |
| 6 | infoseek ニュース | 2023/01/24 | ポータルサイト |
| 7 | RBB TODAY | 2023/01/24 | 専門サイト |
| 8 | SEOTOOLS ニュース | 2023/01/24 | その他 |
| 9 | とれまがニュース | 2023/01/24 | その他 |
| 10 | マピオンニュース | 2023/01/24 | その他 |
| 11 | 財経新聞 | 2023/01/24 | 専門サイト |
| 12 | ビズハック | 2023/01/25 | 専門サイト |

※事後計測のため、実際の露出と若干数値が異なります。
(サイトなどが既にクローズしている可能性があります)

※著作権の関係で、CM画像は資料からは割愛



◆WEBサイト

2022年11月15日（火） サイトオープン



2023年1月24日（火） TOPを需要家ページへ



2023年2月7日（火） CM改訂に伴う改訂/明細書の解説を掲載



2023年3月15日（木） シミュレーター公開





- 広報第1弾 終了時点で何らかの施策に接触した層は45%程度。（第3回 3/25調査）
- 動画広告は32.8%で、いずれか施策認知に占める動画広告の割合は75.3%となっている。

◆第3回調査（3/25実施）結果より抜粋

| | | n | 動画広告 | 政府広報CM (15秒版) | 政府広報CM (65秒版) | ラジオ広告 | 新聞広告 | 特設事業サイ ト | 政策ページ | いずれか 施策認知 |
|----------|----------|-------|------|------------------|------------------|-------|------|-------------|-------|--------------|
| ※全体 第2回 | | 4,800 | 33.2 | 18.7 | 15.8 | 10.7 | 21.6 | 14.8 | 11.2 | 44.2 |
| 全体 第3回 | | 4,800 | 32.8 | 18.7 | 16.4 | 11.5 | 22.5 | 16.7 | 11.8 | 45.0 |
| 性年代 | 男性20代 | 400 | 44.3 | 34.0 | 28.3 | 26.0 | 30.3 | 30.8 | 29.0 | 58.3 |
| | 男性30代 | 400 | 37.5 | 22.8 | 20.5 | 19.0 | 21.0 | 21.5 | 17.0 | 46.8 |
| | 男性40代 | 400 | 34.5 | 22.5 | 17.8 | 15.8 | 22.5 | 19.0 | 17.8 | 48.3 |
| | 男性50代 | 400 | 28.5 | 18.0 | 16.3 | 12.5 | 22.3 | 14.3 | 9.8 | 37.5 |
| | 男性60代 | 400 | 31.3 | 17.0 | 16.8 | 6.0 | 21.5 | 13.5 | 8.3 | 43.8 |
| | 男性70代 | 400 | 35.8 | 22.3 | 21.5 | 12.0 | 37.0 | 19.8 | 12.5 | 54.8 |
| | 女性20代 | 400 | 29.3 | 15.3 | 14.3 | 10.5 | 13.5 | 18.0 | 10.3 | 38.8 |
| | 女性30代 | 400 | 27.5 | 13.3 | 11.8 | 8.5 | 10.5 | 13.5 | 8.5 | 33.0 |
| | 女性40代 | 400 | 26.5 | 13.8 | 9.3 | 4.0 | 10.3 | 11.5 | 6.8 | 35.3 |
| | 女性50代 | 400 | 28.0 | 14.3 | 11.8 | 8.5 | 16.8 | 10.3 | 4.0 | 39.0 |
| | 女性60代 | 400 | 36.8 | 15.5 | 15.0 | 9.0 | 22.0 | 15.0 | 10.3 | 47.3 |
| 女性70代 | 400 | 34.0 | 16.8 | 14.5 | 10.3 | 29.8 | 17.0 | 10.8 | 51.0 | |
| エリア | 北海道電力エリア | 244 | 27.8 | 17.2 | 13.7 | 9.3 | 19.6 | 17.2 | 11.2 | 41.7 |
| | 東北電力エリア | 324 | 41.1 | 20.2 | 17.7 | 13.5 | 28.3 | 19.6 | 13.2 | 51.5 |
| | 北陸電力エリア | 83 | 38.4 | 22.9 | 16.9 | 9.6 | 18.0 | 16.1 | 14.7 | 43.9 |
| | 中部電力エリア | 627 | 30.7 | 18.5 | 17.0 | 11.6 | 24.7 | 17.9 | 10.2 | 44.5 |
| | 東京電力エリア | 1,849 | 32.3 | 19.2 | 17.0 | 12.9 | 21.8 | 15.2 | 11.8 | 44.0 |
| | 関西電力エリア | 902 | 31.9 | 16.5 | 14.3 | 9.7 | 23.3 | 16.0 | 10.9 | 44.9 |
| | 中国電力エリア | 250 | 33.8 | 19.4 | 16.1 | 13.7 | 21.5 | 20.7 | 14.2 | 46.8 |
| | 四国電力エリア | 120 | 32.0 | 24.4 | 20.5 | 6.6 | 16.6 | 19.4 | 10.6 | 43.7 |
| | 九州電力エリア | 370 | 36.6 | 18.3 | 16.9 | 9.5 | 21.4 | 18.0 | 13.7 | 47.3 |
| 沖縄電力エリア* | 131 | 26.0 | 14.5 | 16.8 | 12.2 | 15.3 | 16.8 | 12.2 | 33.6 | |

単位：％ *沖縄はブースト含むかつ関与者ベース

Q9 あなたは、先ほどの動画広告をご覧になったことがありましたか。

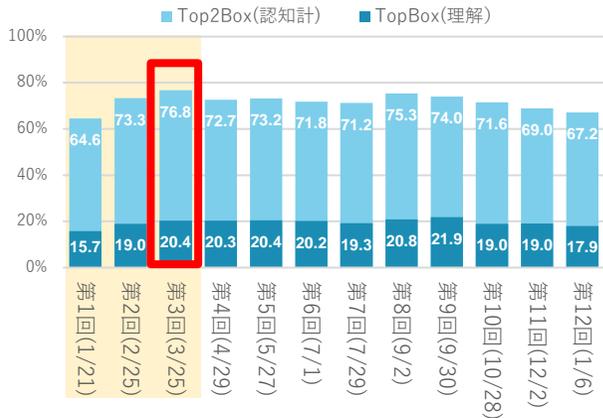
Q12 各広報物ごとに、あなたをご覧になったことがあるかお知らせください。（それぞれ1つつつ）

(全体) いずれか施策認知に占める動画広告：75.3%

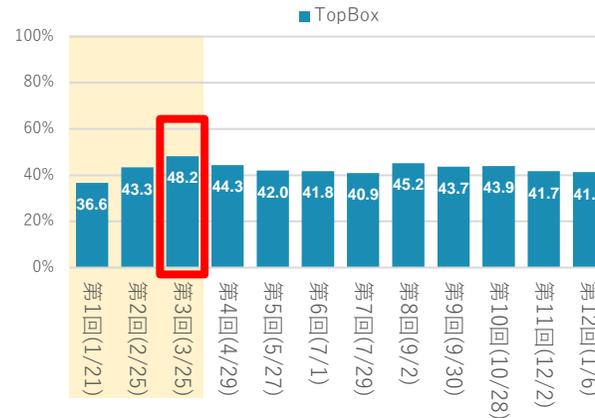


- 第1弾広報終了時点の事業認知計は**76.8%**に到達（ただし仕組み理解自認者は20.4%に留まる）
- 賛同、負担軽減、省エネの各評価も **6割超**と伸長。
- 値引把握は26.8%。事業認知者および賛同者も、値引き自体は多くが未確認といえる。

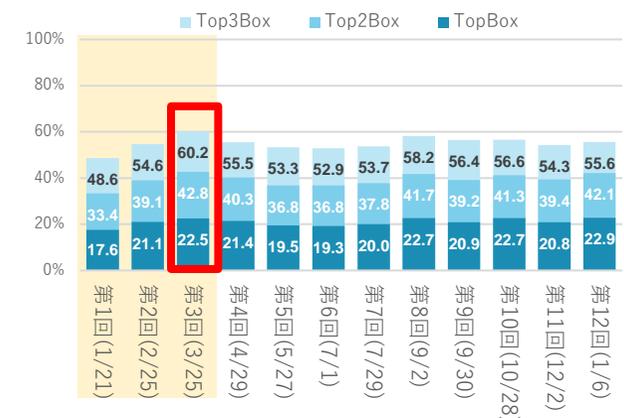
事業認知



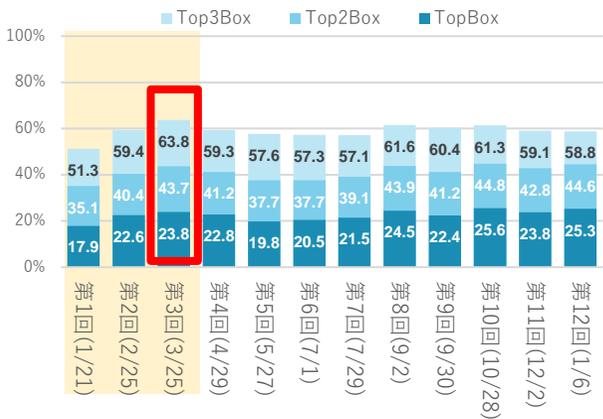
対象認知



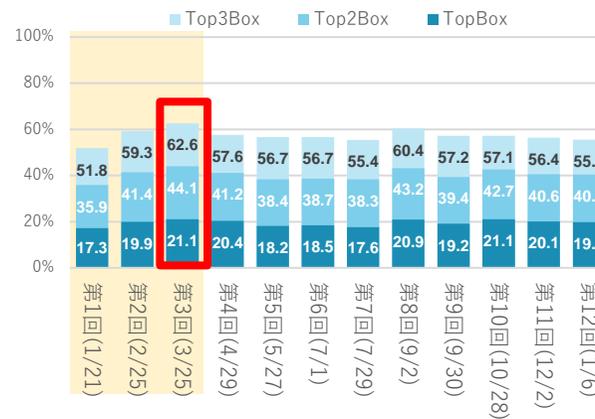
賛同度(7SD)



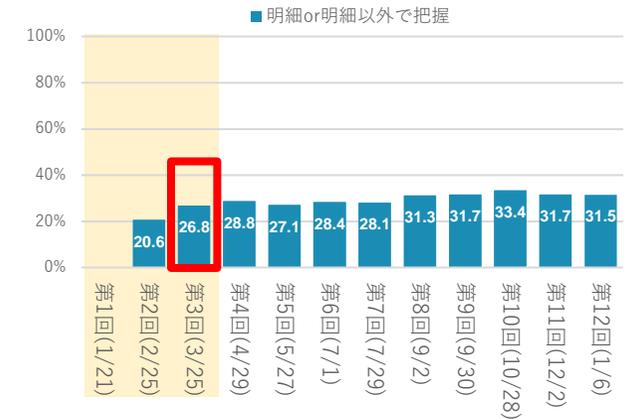
負担軽減(7SD)



省エネ意識(7SD)



値引き把握(明細or明細以外)



SC3 あなたは、2023年から実施される「電気・ガス価格激変緩和対策事業*」をご存知ですか。SC4 「電気・ガス価格激変緩和対策事業」について、以下の内容ごとにあなたの心を教えてください。
 SC5 あなたは、「電気・ガス価格激変緩和対策事業」による値引きを確認できましたか。確認できた方はどのように確認したか、あてはまるものを全てお選びください。

第2弾

2023年3月22日～6月30日



広報第2弾
値引きの確認・実感

2023年3月22日～6月30日

メイン
メッセージ

・大切なエネルギーだから、
引き続き、省エネと節電も。
・エネルギー価格の負担軽減実施中

主な
訴求内容

値引き額の認知や値引きの実感

テレビ

テレビスポット②

・3月22日～6月5日、**全国地上波114局、2,400GRP**

YouTube：動画広告<15秒版> (57,327,772 imp)

FB/Instagram：動画広告<15秒版> (53,551,225 imp)

Twitter：動画広告<15秒版> (85,343,157 imp)

Yahoo!ブランドパネル：動画広告 (59,321,728 imp)

LINE：動画広告 (69,279,377 imp)

Abema広告：動画広告 (1,338,850 imp)

デジタル

ABEMA TV「新発見！エネルギー教室

①2023年6月19日 20:30-21:00

新発見！！エネルギー教室-エネルギーを知る-#1
視聴数：13,292

②2023年6月26日 20:30-21:00

新発見！！エネルギー教室-エネルギーを知る-#2
視聴数：11,726

ABEMA番組

メディアへの取り上げ依頼・交渉（継続）

（放送局番組担当者との着座面談、メディア向け情報配信サービスの活用）

3月 メディアプロモート資料更新

- ◆明細表の見方
- ◆値引き額の計算方法等のコンテンツを追加

PR

3月中旬 「高橋ひかるさん」素材CMリリース配信

3月31日 千葉テレビ「モーニングこんぱす」

4月以降 全国地上波68局で30~60秒のパブリシティによるOA

WEBサイト

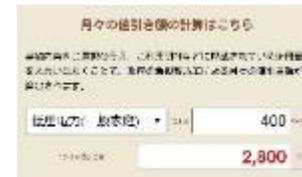
3月15日～ 値引き計算シミュレーター実装

3月20日～ 新CM制作に伴うデザイン変更と
コンテンツ（CM動画など）追加

■特設ホームページ
<https://denkigas-gekihenkanwa.go.jp/>

3月24日（金）高橋さんクリエイティブ開始

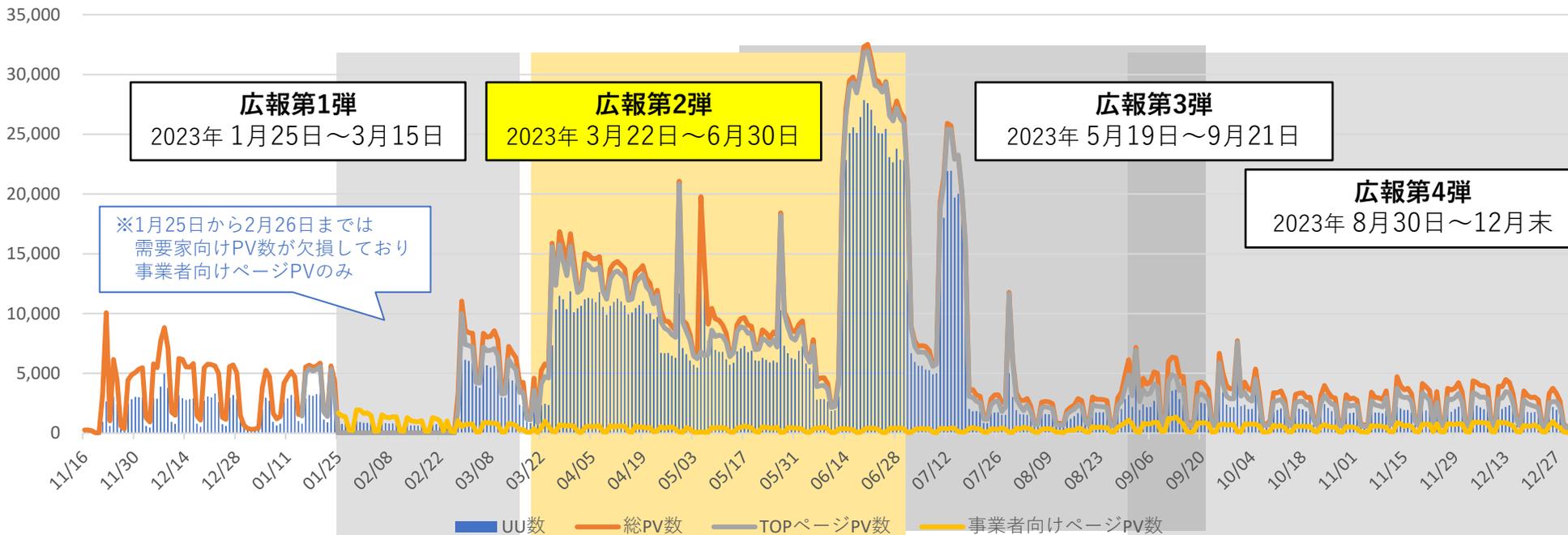
6月19日（月）Abema番組公開



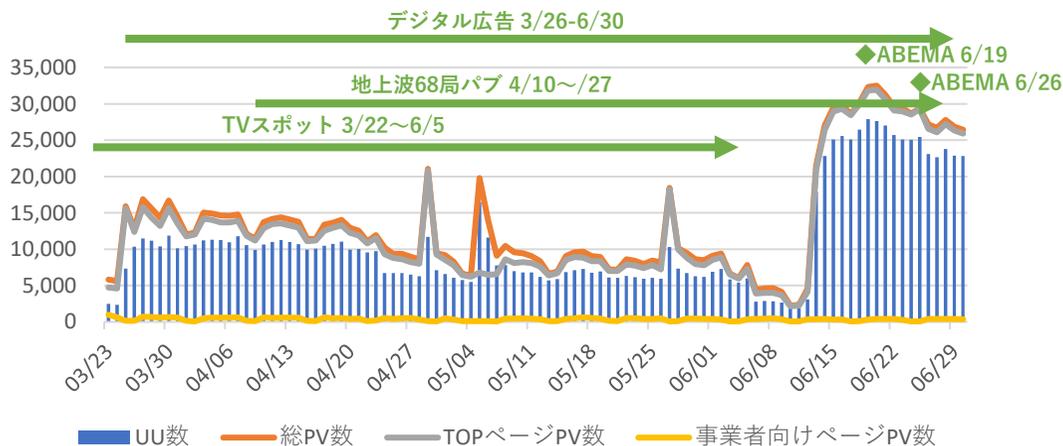


◆【全期間】WEBサイト アクセス数推移

電気ガス価格激変緩和対策事業特設サイト アクセス数推移 (2022/11/15～2023/10/25)



◆【第2弾のみ】WEBサイト アクセス数推移



2023年3月22日～6月30日 (計)

| | |
|-------------|-----------|
| UU数 | 1,086,775 |
| 総PV数 | 1,375,715 |
| TOPページPV数 | 1,294,152 |
| 事業者向けページPV数 | 35,449 |



明細書の確認と負担軽減策の実感を促す内容でTV CMの動画を制作。

◆TVCM/動画広告 コンテ（15秒）

◆全国地上波114放送局（3月22日～6月5日、2,400GRP出稿）

| No. | 局名 | No. | 局名 | No. | 局名 |
|-----|-------------|-----|--------------|-----|-----------|
| 1 | 日本テレビ放送網 | 41 | 東北放送 | 81 | テレビ新広島 |
| 2 | TBSテレビ | 42 | 仙台放送 | 82 | 広島ホームテレビ |
| 3 | フジテレビジョン | 43 | 東日本放送 | 83 | 山口放送 |
| 4 | テレビ朝日 | 44 | 福島中央テレビ | 84 | テレビ山口 |
| 5 | テレビ東京 | 45 | テレビユー福島 | 85 | 山口朝日放送 |
| 6 | 読売テレビ放送 | 46 | 福島テレビ | 86 | 南海放送 |
| 7 | 毎日放送 | 47 | 福島放送 | 87 | あいテレビ |
| 8 | 関西テレビ放送 | 48 | テレビ新潟放送網 | 88 | テレビ愛媛 |
| 9 | 朝日放送テレビ | 49 | 新潟放送 | 89 | 愛媛朝日テレビ |
| 10 | テレビ大阪 | 50 | 新潟総合テレビ | 90 | 四国放送 |
| 11 | 中京テレビ | 51 | 新潟テレビ21 | 91 | 高知放送 |
| 12 | CBCテレビ | 52 | 山梨放送 | 92 | テレビ高知 |
| 13 | 東海テレビ | 53 | テレビ山梨 | 93 | 高知さんさんテレビ |
| 14 | 名古屋テレビ放送 | 54 | テレビ信州 | 94 | 長崎国際テレビ |
| 15 | テレビ愛知 | 55 | 信越放送 | 95 | 長崎放送 |
| 16 | 福岡放送 | 56 | 長野放送 | 96 | テレビ長崎 |
| 17 | RKB毎日放送 | 57 | 長野朝日放送 | 97 | 長崎文化放送 |
| 18 | テレビ西日本 | 58 | 静岡第一テレビ | 98 | サガテレビ |
| 19 | 九州朝日放送 | 59 | 静岡放送 | 99 | 熊本県民テレビ |
| 20 | TVQ九州放送 | 60 | テレビ静岡 | 100 | 熊本放送 |
| 21 | 札幌テレビ放送 | 61 | 静岡朝日テレビ | 101 | テレビ熊本 |
| 22 | 北海道放送 | 62 | 北日本放送 | 102 | 熊本朝日放送 |
| 23 | 北海道文化放送 | 63 | チューリップテレビ | 103 | 大分放送 |
| 24 | 北海道テレビ放送 | 64 | 富山テレビ放送 | 104 | テレビ大分 |
| 25 | テレビ北海道 | 65 | テレビ金沢 | 105 | 大分朝日放送 |
| 26 | 青森放送 | 66 | 北陸放送 | 106 | 宮崎放送 |
| 27 | 青森テレビ | 67 | 石川テレビ放送 | 107 | テレビ宮崎 |
| 28 | 青森朝日放送 | 68 | 北陸朝日放送 | 108 | 鹿児島読売テレビ |
| 29 | テレビ岩手 | 69 | 福井放送 | 109 | 南日本放送 |
| 30 | IBC岩手放送 | 70 | 福井テレビジョン放送 | 110 | 鹿児島テレビ放送 |
| 31 | 岩手めんこいテレビ | 71 | 西日本放送 | 111 | 鹿児島放送 |
| 32 | 岩手朝日テレビ | 72 | 山陽放送 | 112 | 琉球放送 |
| 33 | 秋田放送 | 73 | 岡山放送 | 113 | 沖縄テレビ放送 |
| 34 | 秋田テレビ | 74 | 瀬戸内海放送 | 114 | 琉球朝日放送 |
| 35 | 秋田朝日放送 | 75 | テレビせとうち | | |
| 36 | 山形放送 | 76 | 日本海テレビジョン放送 | | |
| 37 | テレビユー山形 | 77 | 山陰放送 | | |
| 38 | さくらんぼテレビジョン | 78 | 山陰中央テレビジョン放送 | | |
| 39 | 山形テレビ | 79 | 広島テレビ放送 | | |
| 40 | 宮城テレビ放送 | 80 | 中国放送 | | |

事務局制作意図

エネルギー価格の負担軽減がなされていること、その値引きが明細書で確認できることをタレント「高橋ひかる」を活用して押しつけにならないように表現。同時に夏季に向けての省エネと節電の協力も訴えた。



明細書の確認と負担軽減策の実感を促す内容でTV CMの動画（TVCMと同内容）

◆TVCM/動画広告 コンテ（15秒）

◆デジタル出稿先・インプレッション（動画・静止画）

| 媒体 | 出稿量 | 出稿時期 |
|--------------------|----------------|-------------|
| YouTube | 57,327,772 imp | 3月26日～6月5日 |
| Facebook/Instagram | 53,551,225 imp | 3月26日～6月30日 |
| Twitter | 85,343,157 imp | 3月26日～6月30日 |
| Yahoo!ブランドパネル | 59,321,728 imp | 3月26日～6月30日 |
| LINE広告 | 69,279,377 imp | 4月24日～6月30日 |
| Abema | 1,388,850 imp | 3月22日～4月23日 |

事務局制作意図

エネルギー価格の負担軽減がなされていること、その値引き額がいくらからいなのか、タレント「高橋ひかる」を活用して押しつけにならないように表現。同時に夏季に向けての省エネと節電の協力も訴えた。

※上記、集計は第2弾広報実施期間に配信した広告の内、左記のクリエイティブの配信結果を記載しています。（第3弾で配信したクリエイティブの数値は除外しています。）

**動画広告に接した割合は15秒版34.8%、8秒版23.6%
いずれか動画認知は36.9%**

広報第2弾終了直後の調査（第6回 7/1実施）より



◆TVCM/動画広告 調査結果 (第5回調査 5/27実施 より抜粋)

- 15秒素材において「わかりやすい内容」が過去素材も含めてトップを保持。ほか「印象、省エネ意向、助かる意識、明細確認、計算意向」で現施策間トップ。
- 15秒素材は過去素材も含めて最も好感度が高い。

態度変容

Q17 以下の広報物により、あなたが受けた印象や気持ちの変化として、あてはまるものをお選びください。(それぞれいくつでも)

| | n | 印象に残った | わかりやすい内容だった | 省エネ・節電に取り組むと思った | 当事業に良い印象をもった | 当事業について詳しく調べようと思った | 当事業により家計が助かると思った | 明細書を見ようと思った | 明細書を見て、自分の値引き額を計算しようと思った | 電気・都市ガス事業者のWEBサイトを見ようと思った | 資源エネルギー庁のWEBサイトを見ようと思った | あてはまらない |
|-------------|-------|--------|-------------|-----------------|--------------|--------------------|------------------|-------------|--------------------------|---------------------------|-------------------------|---------|
| 動画広告 (15秒版) | 4,800 | 15.2 | 31.8 | 19.6 | 12.4 | 5.0 | 21.1 | 24.9 | 14.4 | 6.6 | 5.1 | 21.6 |

好感度

Q18 以下の広報物は、あなたにとってどの程度好感がもてましたか。それぞれお選びください。

| | n | 好感度の程度 | | | | | | | Top2 Box (%) | Top3 Box (%) | 前回(第4回) | |
|-------------|-------|-----------|--------|----------|-----------|------------|---------|-----------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | | 非常に好感がもてる | 好感がもてる | まあ好感がもてる | どちらともいえない | あまり好感がもてない | 好感がもてない | 全く好感がもてない | | | Top2 Box (%) | Top3 Box (%) |
| 動画広告 (15秒版) | 4,800 | 9.0 | 27.8 | 28.9 | 24.0 | 3.8 | 2.0 | 4.4 | 36.8 | 65.7 | 38.6 | 67.3 |

◆TVCM/動画広告 調査結果（第4回調査 4/29実施 よりコメント抜粋）

- 金額が明示されることで「わかりやすい」という印象が多く想起。
- ほかに「タレント」への好印象のほか、「省エネ・節電」への取り組みに対する意識づけが促進された。
- 一方で金額以外の内容が乏しいことを指摘する意見も一部で見られた。

シンプルでわかりやすい

| | |
|--|-------|
| 簡潔な緩和策の説明でわかりやすい。高齢者にもわかりやすい簡潔な説明である。 | 女性70代 |
| シンプルで要点が簡潔にまとめられているので、理解がしやすかった。これ以上長い時間の広告となると集中がなく頭に残らない気がする | 男性20代 |

省エネ、節電の重要性が伝わる

| | |
|---|-------|
| エネルギーの需要と供給のバランスが難しい中で、これからはエネルギーも大事に節約して使って行かなければと感じた | 女性40代 |
| 省エネに対してあまり関心がなかったが、少し考えが変わりました。今後明細をよく見て極力無駄な使い方はしないよう心がける。 | 男性60代 |

タレントに好感を持てる

| | |
|---|-------|
| 高橋ひかるさんの声が非常聞き取りやすく、明細書を確認すれば値引き額を確認する事ができるなど、わかりやすい内容だったと思います。 | 女性20代 |
| タレントが感じがよく、無駄な情報がないのでわかりやすいです。 | 男性60代 |

金額が分かりやすい

| | |
|--|-------|
| 具体的な額がわかりやすい。政府が行う事ははっきりわかった。節電をよびかけているのはわかった。 | 女性60代 |
| 金額が分かりやすい。寄り添っていているような印象を受ける。 | 男性30代 |

わかりにくい／伝わりにくい

| | |
|--|-------|
| 安くなるというだけで、明細のどこを見たら、いくら安くなっているのかの説明がない | 男性60代 |
| 何か助成がされているような雰囲気だったが、さっと映像が流れてしまって、内容がしっかりと把握できなかった。 | 女性40代 |

宣伝にお金を使ってほしくない

| | |
|--|-------|
| 値引きよりも使用料を下げて欲しい。CMにお金使うより、値引き額を増やした方がいい | 女性50代 |
| 政府が援助していることをアピールするために税金で広報するのならば、その分を当該事業にまわしたほうがよいと感じる。節電は普段から家計のために行っているの、呼びかけは不要に感じる。 | 男性40代 |

標準世帯でない自分の金額がわからない

| | |
|--|-------|
| 標準家庭でそれなりに安くなるのは分かるが、一人暮らしならどのくらい安くなるのか | 女性30代 |
| 標準世帯への効果だけでなく、何通りかの世帯構成例での効果も示すべきだと思った。確かに更なる節電、節ガスも必要だと思った。 | 男性70代 |

もっと周知してほしい

| | |
|--|-------|
| 以外とわかりやすいが、何度も流しているわけでないの、周知されていないと思う。もっともっと広報を！ | 女性60代 |
| 金額が分かりやすいので、この広告をもっと目につくようにしてほしい。 | 男性70代 |

**◆ABEMA TV「新発見！エネルギー教室」30分×2本**

①2023年6月19日 20:30-21:00 新発見！！エネルギー教室-エネルギーを知る-#1
視聴数：13,292

②2023年6月26日 20:30-21:00 新発見！！エネルギー教室-エネルギーを知る-#2
視聴数：11,726

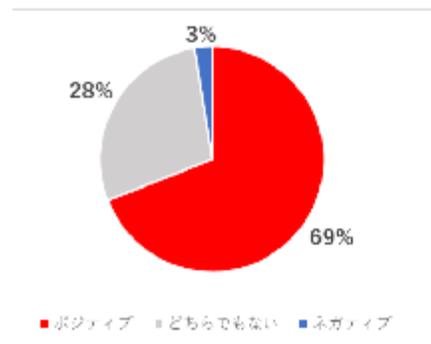
ABEMA TV「新発見！エネルギー教室」に接した割合は11.7%
広報実施直後の調査（第7回 7/29実施）より

◆ABEMA TV「新発見！エネルギー教室」 ABEMA総評

- 今回の訴求テーマとして、『エネルギー問題』と一般視聴者にとって難解なイメージが強い内容であったが、専門家先生方の解説をはじめ、イラストや写真等を活用し、視聴者にとってわかりやすい番組に仕上がった。
- 淡々とエネルギー等についての説明をするのではなく、内容が変わるごとにクイズコーナーを入れることによって、テンポも良くなり見やすい番組構成にすることができた。
- スタジオ演者に関しては各年代の代表としてABEMAとの親和性も高く知名度もある5名を起用することができ、番組パワーを上げることができた。

視聴者コメント

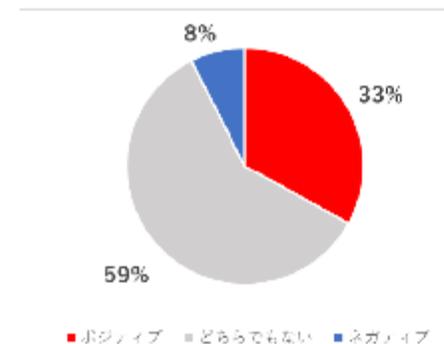
■#1：エネルギーを知る



■コメント抜粋

- ・エネルギー気になる👍
- ・おもしろいww
- ・エネルギーって見れるんだ！！すご！！
- ・実験面白い！
- ・めちゃくちゃ分かりやすい
- ・なんか良い番組
- ・勉強になるww
- ・分かりやすいね
- ・ためになる～
- ・へーこんな施策あったんだ
- ・対策があるんだありがてえ
- ・健介くんいい質問
- ・パンサーの司会いいね
- ・尾形頑張れ
- ・意外と楽しかったあべまいいね
- ・改めて学べて良かったな
- ・節電だいじ
- ・来週も楽しみ

■#2：これからのエネルギーを考える



■コメント抜粋

- ・待ってました～
- ・ワクワク
- ・そわそわ
- ・健介くんでてる
- ・なるほど
- ・こんなのあるんだ
- ・すご
- ・勉強なるなー
- ・結構テンポいいのも〇
- ・わかりやすい
- ・CO2を再利用とかすごくね？
- ・明日から試そう
- ・ためになったねー
- ・明日からやってみよう
- ・期待
- ・中身の濃さ



◆取り上げOA実施の放送局（全国68放送局）

| No. | 放送日 | 放送局 | 番組名 | 広告換算 | No. | 放送日 | 放送局 | 番組名 | 広告換算 | |
|-----|---------|------|-----------|------------------|---------|-----|---------|---------------|-----------------|-------------|
| 1 | 4/10(月) | KSB | 瀬戸内海放送 | にこまるinfo | 260,000 | 35 | 4/21(金) | YBC 山形放送 | あっぶるTIME | 240,000 |
| 2 | 4/10(月) | KTV | 関西テレビ | HITMON!! | 360,000 | 36 | 4/21(金) | KAB 熊本朝日放送 | ナビステ | 240,000 |
| 3 | 4/11(火) | yab | 山口朝日放送 | ナビテレ! | 480,000 | 37 | 4/21(金) | BSS 山陰放送 | ミニミニ告知板 | 160,000 |
| 4 | 4/11(火) | NKT | 日本海テレビ | ジョイジョイヌーン | 240,000 | 38 | 4/24(月) | YTS 山形テレビ | みるるんステーション | 480,000 |
| 5 | 4/11(火) | OBS | 大分放送 | アレ・コレBOX | 200,000 | 39 | 4/24(月) | TVh テレビ北海道 | みにっつ | 200,000 |
| 6 | 4/12(水) | TUT | チューリップテレビ | 生活ナビテレビ | 200,000 | 40 | 4/24(月) | TYS テレビ山口 | t y s インフォメーション | 185,000 |
| 7 | 4/12(水) | UX | 新潟テレビ21 | スーパーJにいがたプラスアイ | 792,000 | 41 | 4/24(月) | KRY 山口放送 | 熱血テレビ | 320,000 |
| 8 | 4/12(水) | SDT | 静岡第一テレビ | Dstyle | 120,000 | 42 | 4/25(火) | KKT 熊本県民テレビ | Life+ | 199,800 |
| 9 | 4/12(水) | KTK | テレビ金沢 | マル得配便 | 200,000 | 43 | 4/25(火) | TSK さんいん中央テレビ | ひるまえ えいっとくんハウス | 120,000 |
| 10 | 4/12(水) | FTV | 福島テレビ | スマイルプラス | 120,000 | 44 | 4/25(火) | KTN テレビ長崎 | プチまる! | 200,000 |
| 11 | 4/13(木) | BBT | 富山テレビ放送 | サ・キ・ド・リ! | 260,000 | 45 | 4/26(水) | MIT めんこいテレビ | 8っぴーインフォ | 100,000 |
| 12 | 4/13(木) | EAT | 愛媛朝日テレビ | グッチョイ! | 360,000 | 46 | 4/28(金) | HTV 広島テレビ | 知っとる | 240,000 |
| 13 | 4/13(木) | SAY | さくらんぼテレビ | さくらんぼテレサーチ | 240,000 | 47 | 4/28(金) | TUF テレビユー福島 | 福の空 | 180,000 |
| 14 | 4/13(木) | JRT | 四国放送 | ヒルとく情報 | 320,000 | 48 | 4/28(金) | KKB 鹿児島放送 | ほっ!とブレイク | 200,000 |
| 15 | 4/14(金) | JSC | テレビせとうち | 得ナウ | 520,000 | 49 | 4/28(金) | IBC 岩手放送 | 金曜情報館 | 100,000 |
| 16 | 4/14(金) | FBC | 福井放送 | おじゃまっテレ ワイド&ニュース | 160,000 | 50 | 4/28(金) | RKK 熊本放送 | ゲツキン早出し便 | 180,000 |
| 17 | 4/14(金) | KTS | 鹿児島テレビ | かごnewマルシェ | 160,000 | 51 | 4/28(金) | MRO 北陸放送 | ハッピーフライデー | 200,000 |
| 18 | 4/14(金) | UTY | テレビ山梨 | みなみおぼちゃんのがっちり金曜日 | 360,000 | 52 | 5/1(月) | RNC 西日本放送 | RNCnewseveryCM枠 | 520,000 |
| 19 | 4/15(土) | AAB | 秋田朝日放送 | イチオシっ! | 260,000 | 53 | 5/2(火) | NBS 長野放送 | 暮らしのターミナル | 180,000 |
| 20 | 4/15(土) | HTB | 北海道テレビ | イチモニ! | 200,000 | 54 | 5/4(木) | KFB 福島放送 | キラリ情報パック | 240,000 |
| 21 | 4/15(土) | ABA | 青森朝日放送 | 夢はここから生放送 ハッピー | 320,000 | 55 | 5/4(木) | RNB 南海放送 | キラリ☆夜なカフェ | 200,000 |
| 22 | 4/16(日) | SATV | 静岡朝日テレビ | いろどりナビ | 120,000 | 56 | 5/5(金) | TBC 東北放送 | ひるまでウォッチン! | 240,000 |
| 23 | 4/17(月) | IAT | 岩手朝日放送 | わくわく情報館 | 160,000 | 57 | 5/5(金) | BSN 新潟放送 | とれたて情報館 | 240,000 |
| 24 | 4/17(月) | ITV | あいテレビ | チャンネルあい | 480,000 | 58 | 5/5(金) | ABC 朝日放送 | 本日はダイアンなり | 640,000 |
| 25 | 4/17(月) | OHK | 岡山放送 | OH!グッドセレクション | 520,000 | 59 | 5/9(火) | STS サガテレビ | かちかちPress | 200,000 |
| 26 | 4/18(火) | ABS | 秋田放送 | chu→モク! | 100,000 | 60 | 5/12(金) | NBC 長崎放送 | 情報ピカップ | 200,000 |
| 27 | 4/18(火) | HOME | 広島ホームテレビ | 情報LAND | 260,000 | 61 | 6/5(月) | TeNY テレビ新潟 | Oh!すずめTeNY | 240,000 |
| 28 | 4/18(火) | SBS | 静岡放送 | お買い物いいね | 320,000 | 62 | 6/8(木) | OAB 大分朝日放送 | タウンスパイス | 520,000 |
| 29 | 4/18(火) | EBC | テレビ愛媛 | イチ推し! | 240,000 | 63 | 6/11(日) | NST 新潟総合テレビ | スマイルナビゲーション | 480,000 |
| 30 | 4/18(火) | HAB | 北陸朝日放送 | とくとくミィー5ch | 160,000 | 64 | 6/15(木) | ATV 青森テレビ | わっち!! | 200,000 |
| 31 | 4/18(火) | UMK | テレビ宮崎 | UMK | 200,000 | 65 | 6/16(金) | TUY テレビユー山形 | ぴぴたいむ | 320,000 |
| 32 | 4/19(水) | AKT | 秋田テレビ | ぼちぼちch | 100,000 | 66 | 6/23(金) | TKU テレビ熊本 | タウンTOWN | 120,000 |
| 33 | 4/20(木) | FTB | 福井テレビ | CHOICE! | 160,000 | 67 | 6/25(日) | TVO テレビ大阪 | たこるの耳より情報 | 700,000 |
| 34 | 4/21(金) | RCC | 中国放送 | ランキンLand! | 440,000 | 68 | 6/27(火) | TVA テレビ愛知 | 10っとく! | 320,000 |
| | | | | | | | | | (計) | 18,336,800円 |

広告換算とは、新聞・雑誌・Webニュースサイトなどのメディア上で「記事」として掲載された際の露出成果や認知効果を、同じ枠を広告として購入した場合の広告費に換算し、その金額で評価するという広報・PR業務におけるスタンダードな成果測定手法です。（@PressのHPより抜粋）



◆WEBサイト

2023年3月24日（金） 高橋さんクリエイティブ開始

2023年6月19日（月） Abema番組公開



■ 施策認知率は46.8%と過去最高水準となった(WEBバナー影響が大きい)

※動画施策認知は出稿期間の短さの影響を受け、数値としては減少する結果となった

◆第6回調査（7/1実施）結果より抜粋

| | | n | 動画広告 (15秒版) | 動画広告 (8秒版) | 政府広報CM (15秒版) | 政府広報CM (65秒版) | 特設事業サイ ト | 政策ページ | ABEMA TV 「新発見!! エネル ギー教室」 | WEBバナー | いずれか 施策認知 | いずれか 動画広告認知 |
|---------|----------|-------|----------------|---------------|------------------|------------------|-------------|-------|---------------------------------|--------|--------------|----------------|
| ※全体 第2回 | | 4,800 | 33.2 | | 18.7 | 15.8 | 14.8 | 11.2 | | | 44.2 | 33.2 |
| ※全体 第3回 | | 4,800 | 32.8 | | 18.7 | 16.4 | 16.7 | 11.8 | | | 45.0 | 32.8 |
| ※全体 第4回 | | 4,800 | 33.8 | 22.7 | 13.3 | 11.8 | 19.8 | 10.2 | | | 40.4 | 35.9 |
| ※全体 第5回 | | 4,800 | 37.8 | 25.7 | 14.5 | 13.1 | 21.7 | 11.7 | | | 43.5 | 39.8 |
| 全体 第6回 | | 4,800 | 34.8 | 23.6 | 14.4 | 13.2 | 21.1 | 10.4 | 11.2 | 21.6 | 46.8 | 36.9 |
| 性年代 | 男性20代 | 400 | 43.5 | 36.0 | 27.5 | 27.8 | 32.3 | 24.8 | 24.3 | 38.5 | 59.8 | 46.5 |
| | 男性30代 | 400 | 38.3 | 30.0 | 23.3 | 20.3 | 25.8 | 18.8 | 16.0 | 31.3 | 51.8 | 40.8 |
| | 男性40代 | 400 | 31.3 | 22.0 | 13.0 | 12.5 | 20.0 | 10.8 | 8.0 | 22.5 | 44.0 | 33.0 |
| | 男性50代 | 400 | 35.0 | 22.3 | 13.8 | 11.5 | 17.3 | 8.5 | 10.0 | 21.0 | 43.5 | 36.3 |
| | 男性60代 | 400 | 38.5 | 26.0 | 15.8 | 15.0 | 23.0 | 9.3 | 8.8 | 20.8 | 49.8 | 40.3 |
| | 男性70代 | 400 | 37.3 | 26.5 | 15.0 | 12.3 | 21.3 | 8.8 | 12.8 | 24.0 | 52.0 | 38.8 |
| | 女性20代 | 400 | 30.5 | 23.0 | 14.0 | 12.5 | 20.8 | 11.5 | 12.5 | 20.3 | 41.8 | 33.0 |
| | 女性30代 | 400 | 28.8 | 18.8 | 12.5 | 11.3 | 19.5 | 10.8 | 10.8 | 17.8 | 40.8 | 31.5 |
| | 女性40代 | 400 | 28.3 | 13.8 | 8.5 | 6.8 | 14.8 | 6.8 | 7.0 | 14.0 | 39.3 | 29.8 |
| | 女性50代 | 400 | 33.5 | 20.3 | 8.0 | 7.8 | 16.0 | 5.5 | 5.5 | 14.3 | 42.0 | 35.3 |
| エリア | 北海道電力エリア | 262 | 39.2 | 21.8 | 12.8 | 10.8 | 19.5 | 8.4 | 9.9 | 17.3 | 48.8 | 40.5 |
| | 東北電力エリア | 325 | 33.2 | 24.8 | 15.5 | 18.8 | 22.7 | 11.1 | 11.1 | 21.0 | 46.5 | 35.2 |
| | 北陸電力エリア | 88 | 31.9 | 16.6 | 11.7 | 8.0 | 20.9 | 8.1 | 9.6 | 15.8 | 45.6 | 32.7 |
| | 中部電力エリア | 598 | 35.8 | 26.7 | 16.1 | 14.5 | 23.5 | 12.7 | 12.6 | 22.1 | 47.1 | 38.4 |
| | 東京電力エリア | 1,824 | 35.0 | 22.2 | 14.5 | 12.9 | 19.8 | 9.1 | 10.6 | 22.2 | 46.7 | 36.8 |
| | 関西電力エリア | 891 | 35.0 | 25.2 | 15.5 | 13.3 | 22.5 | 11.9 | 11.9 | 21.0 | 46.7 | 37.7 |
| | 中国電力エリア | 235 | 30.5 | 22.3 | 10.6 | 9.7 | 19.6 | 9.8 | 10.0 | 23.2 | 45.8 | 32.9 |
| | 四国電力エリア | 127 | 34.1 | 23.4 | 15.3 | 16.7 | 24.8 | 14.3 | 12.8 | 19.9 | 45.8 | 35.7 |
| | 九州電力エリア | 428 | 34.1 | 24.4 | 12.0 | 10.8 | 20.0 | 9.5 | 11.2 | 22.5 | 46.7 | 36.5 |
| | 沖縄電力エリア* | 122 | 28.7 | 16.4 | 10.7 | 13.9 | 18.0 | 7.4 | 10.7 | 26.2 | 46.7 | 30.0 |

単位：% *沖縄はブースト含むかつ関与者ベース ※第2-3回の動画広告は旧素材のスコアを掲載

(全体) いずれか施策認知に占める動画広告(15秒版or8秒版) : 78.9%

Q10/12 あなたは、先ほどの動画広告をご覧になったことがありましたか。

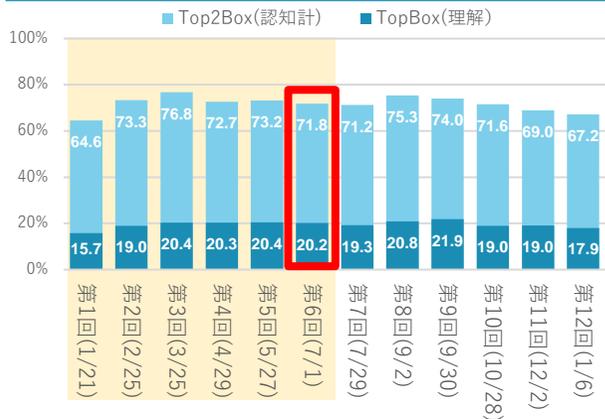
Q15 各広報物ごとに、あなたがご覧になったことがあるかお知らせください。(それぞれ1つずつ)

Q21 この広報物は6月中旬からWEB上で出稿されています。(サイズが異なるものもございます) あなたはこの広報物をご覧になったことがありますか。

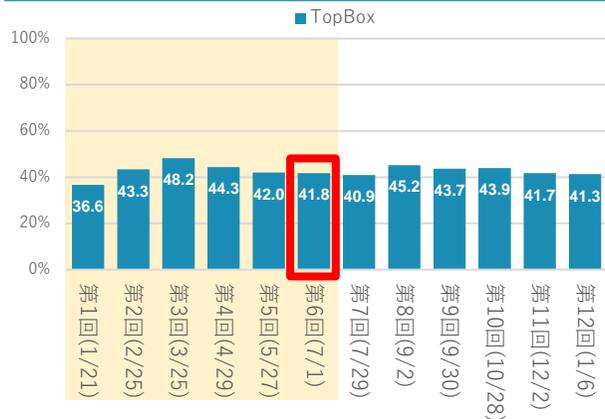


- 第2弾広報終了時点の事業認知計は**71.8%**で第1弾終了時の76.8%からやや減少。
- 賛同、負担軽減、省エネの各評価は3月末から減少傾向。
- 値引把握は**28.4%**と、第1弾終了時の26.8%から**1.6ポイント増加**。

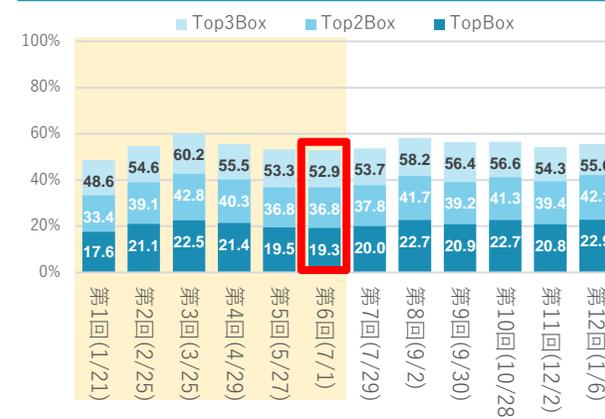
事業認知



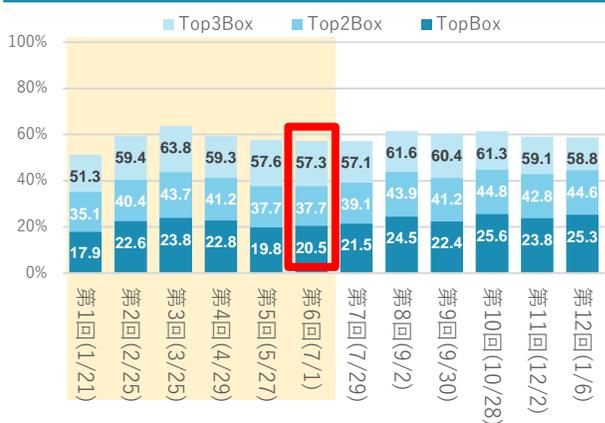
対象認知



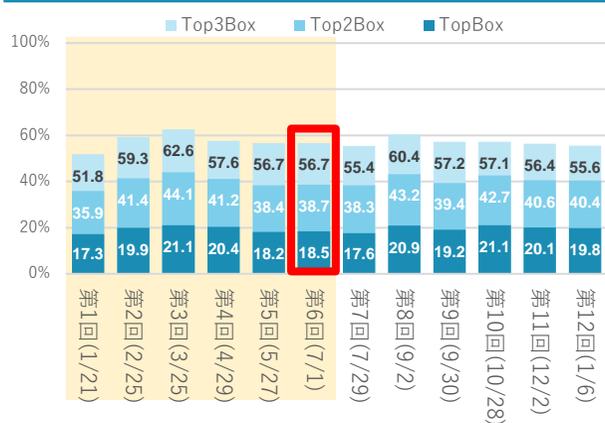
賛同度(7SD)



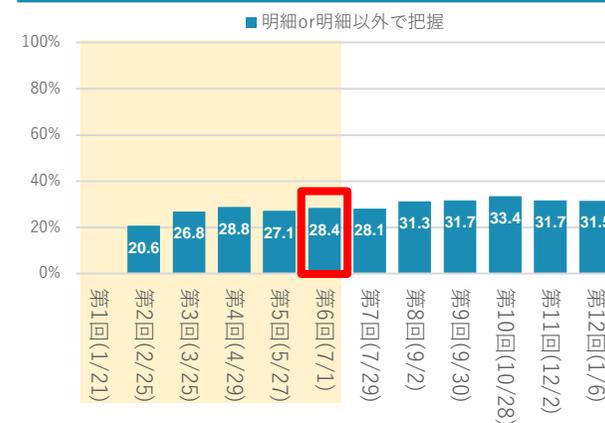
負担軽減(7SD)



省エネ意識(7SD)



値引き把握(明細or明細以外)



SC3 あなたは、2023年から実施される「電気・ガス価格激変緩和対策事業*」をご存知ですか。SC4 「電気・ガス価格激変緩和対策事業」について、以下の内容ごとにああなたの心を教えてください。
 SC5 あなたは、「電気・ガス価格激変緩和対策事業」による値引きを確認できましたか。確認できた方はどのように確認したか、あてはまるものを全てお選びください。

第3弾

2023年5月19日～9月21日



広報第3弾
**規制料金値上げ（ウクライナ前
 同水準）を上回る支援**
 2023年5月19日～9月21日

メイン
 メッセージ

政府の負担軽減策などにより、
 ウクライナ侵略前を下回る
 水準に抑えられています。

主な
 訴求内容

・生活への影響に対するファクト

新聞

7月15日朝刊：15段カラー出稿

- ・計51紙に掲載（中央紙5しほかブロック紙、地方紙）
- ・ウクライナ侵略前を下回る料金水準に抑えられていることを訴求する内容

PR

メディアへの取り上げ依頼・交渉（継続）

（放送局番組担当者との面談、メディア向け情報配信サービスの活用）

6月 メディアプロモート資料更新

TVパブ（63局）

デジタル

- Yahoo!ブランドパネル**：バナー広告（57,438,7340 imp）
- LINE**：バナー広告（32,908,219 imp）
- FB/Instagram**：バナー広告（24,666,647 imp）
- Twitter**：バナー広告（19,687,102 imp）
- Smart News**：バナー広告（35,809,171 imp）
- YDA**：バナー広告（14,281,651imp）
- GDN**：バナー広告（5,653,615imp）

広報第3弾の開始タイミングについて

2023年5月19日に7社（北海道電力株式会社、東北電力株式会社、東京電力エナジーパートナー株式会社、北陸電力株式会社、中国電力株式会社、四国電力株式会社及び沖縄電力株式会社）の電気料金値上げ認可申請を認可したタイミングで、負担軽減策を発信する広報を強化。

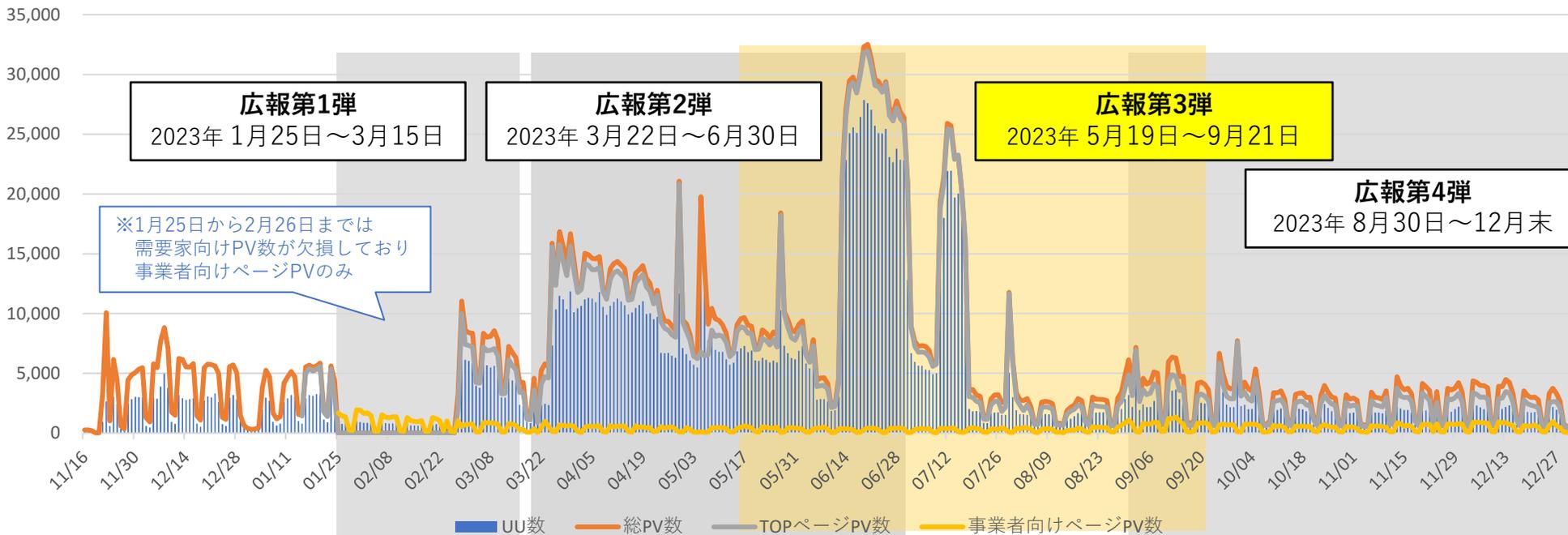
6月からの規制料金値上げに関するニュースが取り上げられる中、政府の負担軽減策などにより、ウクライナ侵略前を下回る水準に抑えられていることを発信した。

（※5月19日からTVパブ（63局）の終了時期までを広報第3弾と設定）



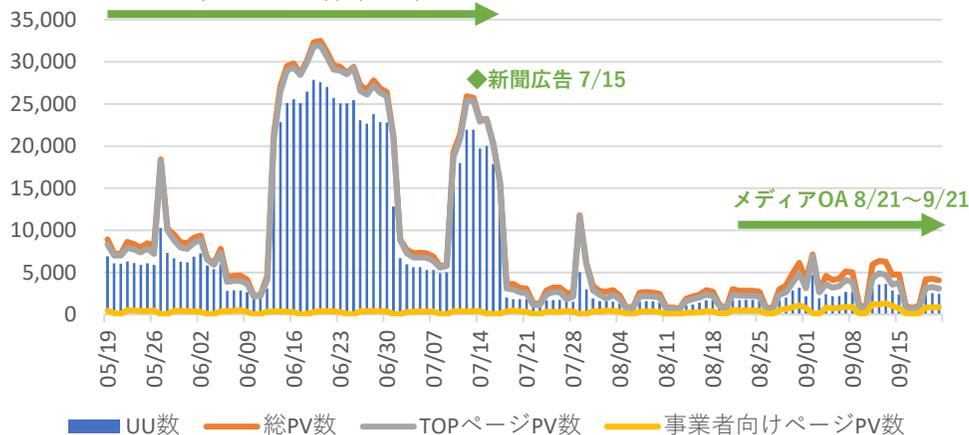
◆【全期間】WEBサイト アクセス数推移

電気ガス価格激変緩和対策事業特設サイト アクセス数推移 (2022/11/15～2023/10/25)



◆【第3弾のみ】WEBサイト アクセス数推移

◆デジタル広告 4/24-7/17



2023年5月19日～9月21日 (計)

| | |
|-------------|-----------|
| UU数 | 901,176 |
| 総PV数 | 1,159,251 |
| TOPページPV数 | 1,097,430 |
| 事業者向けページPV数 | 45,678 |



ウクライナ侵略前を下回る料金水準に抑えられていることを訴求する内容の15段のカラー新聞広告を制作。

◆新聞15段 2023年7月15日掲載

◆出稿先一覧（計51紙）

| | 新聞名 | 発行部数 | | 新聞名 | 発行部数 | | 新聞名 | 発行部数 |
|----|--------|-----------|----|--------|------------|----|--------|---------|
| 1 | 朝日新聞 | 3,747,070 | 18 | 長崎新聞 | 161,501 | 35 | 上毛新聞 | 263,827 |
| 2 | 毎日新聞 | 1,778,971 | 19 | 四国新聞 | 155,744 | 36 | 山陰中央新報 | 169,830 |
| 3 | 日経本紙 | 1,586,324 | 20 | 熊本日日新聞 | 231,981 | 37 | 南日本新聞 | 240,288 |
| 4 | 読売新聞 | 6,424,774 | 21 | 神戸新聞 | 95,000 | 38 | 河北新報 | 378,045 |
| 5 | 産経新聞 | 969,122 | 22 | 愛媛新聞 | 179,098 | 39 | 埼玉新聞 | 63,150 |
| 6 | 中日新聞 | 1,840,385 | 23 | 福井新聞 | 166,496 | 40 | 山形新聞 | 181,410 |
| 7 | 西日本新聞 | 393,937 | 24 | 奈良新聞 | 95,000 | 41 | 千葉日報 | 122,974 |
| 8 | 北海道新聞 | 825,506 | 25 | 大分合同新聞 | 164,056 | 42 | 岐阜新聞 | 129,443 |
| 9 | 茨城新聞 | 122,355 | 26 | 岩手日報 | 173,562 | 43 | 山口新聞 | 84,653 |
| 10 | 徳島新聞 | 169,355 | 27 | 中国新聞 | 510,126 | 44 | 神奈川新聞 | 133,641 |
| 11 | 山陽新聞 | 283,723 | 28 | 下野新聞 | 273,952 | 45 | 伊勢新聞 | 100,180 |
| 12 | 東奥日報 | 195,584 | 29 | 高知新聞 | 139,494 | 46 | 福島民報 | 221,730 |
| 13 | 佐賀新聞 | 120,643 | 30 | 宮崎日日新聞 | 166,173 | 47 | 琉球新報 | 141,025 |
| 14 | 京都新聞 | 322,043 | 31 | 日本海新聞 | 143,223 | 48 | 沖縄タイムス | 146,606 |
| 15 | 山梨日日新聞 | 174,301 | 32 | 新潟日報 | 370,056 | 49 | 福島民友 | 152,509 |
| 16 | 北日本新聞 | 203,342 | 33 | 静岡新聞 | 514,340 | 50 | 信濃毎日新聞 | 399,464 |
| 17 | 朝日新聞 | 311,751 | 34 | 長崎新聞 | 197,093 | 51 | 上毛新聞 | 377,318 |
| | | | | (計) | 26,512,174 | | | |

事務局制作意図

6月からの規制料金値上げに関するニュースが取り上げられる中、今回の負担軽減策や申請料金の査定による圧縮などで、生活への影響が大きくないことをファクトベースで伝える広告。数字ばかりな無機質なものにならないようタレントを活用した。

新聞広告に接した割合は20.5%

広報実施直後の調査（第7回 7/29実施）より



◆新聞広告 調査結果 (第7回調査 7/29実施 より抜粋)

- 新聞広告は「印象」と「値引き確認・計算」の喚起に有効。新聞広告の好感は施策間で最も高い。
- 今回の施策間比較では「新聞広告」の行動喚起が最も大きい。
- 他施策と比べて特に差をつけたのは「省エネ取り組み」と「家族や友人と話題」。

態度変容

Q16 以下の広報物により、あなたが受けた印象や気持ちの変化として、あてはまるものをお選びください。(それぞれいくつでも)

| | n | 印象に残った | わかりやすい内容だった | 省エネ・節電に取り組むようになった | 当事業に良い印象をもった | 当事業について詳しく調べようと思った | 当事業により家計が助かると思った | 明細書を見ようと思った | 明細書を見て、自分の値引き額を計算しようと思った | 電気・都市ガス事業者のWEBサイトを見ようと思った | 資源エネルギー庁のWEBサイトを見ようと思った | あてはまらない |
|------|-------|--------|-------------|-------------------|--------------|--------------------|------------------|-------------|--------------------------|---------------------------|-------------------------|---------|
| 新聞広告 | 4,800 | 11.6 | 18.9 | 11.9 | 10.7 | 5.4 | 18.8 | 18.6 | 12.2 | 6.8 | 4.6 | 32.4 |

好感度

Q17 以下の広報物は、あなたにとってどの程度好感がもてましたか。それぞれお選びください。

| | n | 非常に好感がもてる | 好感がもてる | まあ好感がもてる | どちらともいえない | あまり好感がもてない | 好感がもてない | 全く好感がもてない | Top2 Box (%) | Top3 Box (%) |
|------|-------|-----------|--------|----------|-----------|------------|---------|-----------|--------------|--------------|
| 新聞広告 | 4,800 | 8.0 | 21.3 | 28.5 | 30.0 | 5.1 | 2.7 | 4.3 | 29.4 | 57.9 |

行動喚起

Q18 あなたは「電気・ガス価格激変緩和対策事業」にまつわる広報物をご覧になった後、どのような行動をとりましたか。以下の中から該当するもの全てをお選びください。(いくつでも)

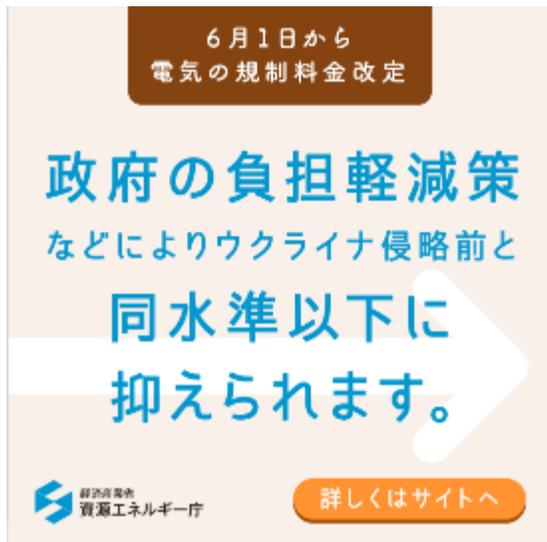
| | 推計人口 (万人) | 省エネ・節電に取り組むようになった (より積極的に取り組むようになった) | 事業について調べた | 明細書を見た | 明細書を見て、自分の値引き額を計算した | 電気・都市ガス事業者のWEBサイトを閲覧した | 資源エネルギー庁の特設事業サイトを閲覧した | 資源エネルギー庁の政策ページを閲覧した | 口コミや評判を調べた | SNSやブログの投稿を見た | SNSやブログで投稿した | 家族や友人と話題にした | その他 | 左記のいずれか行動あり | |
|------|-----------|--------------------------------------|-----------|--------|---------------------|------------------------|-----------------------|---------------------|------------|---------------|--------------|-------------|-----|-------------|-----|
| 新聞広告 | 1,181 | 1,222 | 299 | 122 | 443 | 226 | 233 | 94 | 90 | 99 | 75 | 55 | 233 | 5 | 917 |

単位：万人(推計)



負担軽減策を伝えるバナー

- ・ LINE
- ・ Facebook/Instagram
- ・ Twitter



- ・ Yahoo!ブランドパネル/YDA



事務局制作意図

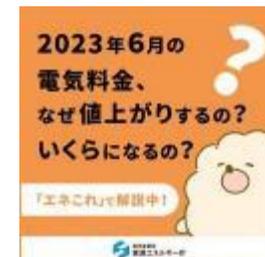
6月からの規制料金値上げに関するニュースが取り上げられる中、今回の負担軽減策や申請料金の査定による圧縮などで、生活への影響が大きくないことを訴え、公式サイトへ誘引。

◆デジタル出稿先・インプレッション（バナー広告）

| 媒体 | 出稿量 | 出稿時期 |
|--------------------|----------------------------------|---------------------------|
| Yahoo!ブランドパネル | 35,403,726 imp 22,034,614 imp | 6月13日～6月30日 7月1日～7月16日 |
| LINE | 32,908,219 imp | 6月6日～6月30日 |
| Facebook/Instagram | 24,666,647 imp | 4月24日～6月30日 |
| Twitter | 19,687,102 imp | 6月6日～6月30日 |
| Smart News | 35,809,171 imp | 7月10日～7月17日 |
| YDA | 14,281,651 imp | 7月10日～7月17日 |
| GDN | 5,653,615 imp | 7月10日～7月17日 |

※上記、集計は第3弾広報実施期間に配信した広告の内、左記のクリエイティブの配信結果を記載している。（第2弾で配信したクリエイティブの数値は除外している。）

バナー各種



WEBバナー（規制料金）に接した割合は24.7%

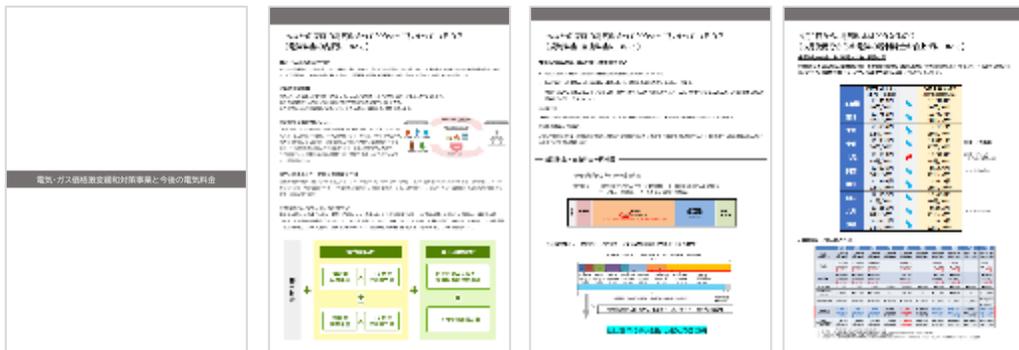
広報実施直後の調査（第7回 7/29実施）より



「電気・ガス価格激変緩和対策事業と今後の電気料金」、「気になるエネルギー事情と節電方法」、「省エネ家電で家計も地球も優しく」、「暮らしの中で考えるエネルギーの節約について」の4つのパートで構成された全17ページのリリース資料を作成・配布した。

◆6月 メディアプロモート資料配布（抜粋）

電気・ガス価格激変緩和対策事業と今後の電気料金



省エネ家電で家計も地球も優しく



気になるエネルギー事情と節電方法



暮らしの中で考えるエネルギーの節約について



◆取り上げOA実施の放送局（全国63放送局）

| No. | 放送日 | 放送局 | 番組名 | 広告換算 | No. | 放送日 | 放送局 | 番組名 | 広告換算 | |
|-----|---------|------|----------|---------|-----|---------|------|------------|------------------|---------|
| 1 | 8/21(月) | UHB | 北海道文化放送 | 200,000 | 33 | 9/5(火) | eat | 愛媛朝日テレビ | グッチョイ! | 120,000 |
| 2 | 8/24(木) | FTB | 福井テレビ | 640,000 | 34 | 9/5(火) | TVA | テレビ愛知 | 10っとく! | 320,000 |
| 3 | 8/25(金) | TKU | テレビ熊本 | 120,000 | 35 | 9/5(火) | NBS | 長野放送 | 暮らしのターミナル | 180,000 |
| 4 | 8/25(金) | KAB | 熊本朝日放送 | 240,000 | 36 | 9/5(火) | ATV | 青森テレビ | わっち!! | 200,000 |
| 5 | 8/25(金) | UTY | テレビ山梨 | 360,000 | 37 | 9/6(水) | TUT | チューリップテレビ | 生活ナビテレビ | 100,000 |
| 6 | 8/28(月) | ITV | あいテレビ | 480,000 | 38 | 9/6(水) | RNB | 南海放送 | RNBホット情報 | 240,000 |
| 7 | 8/28(月) | KTN | テレビ長崎 | 200,000 | 39 | 9/6(水) | HTV | 広島テレビ | 知っとる | 120,000 |
| 8 | 8/29(火) | KSB | 瀬戸内海放送 | 260,000 | 40 | 9/6(水) | TOS | テレビ大分 | Toskeyのタネ | 100,000 |
| 9 | 8/29(火) | HOME | 広島ホームテレビ | 260,000 | 41 | 9/6(水) | MIT | 岩手めんこいテレビ | 8っぴーインフォ | 100,000 |
| 10 | 8/29(火) | SDT | 静岡第一テレビ | 120,000 | 42 | 9/6(水) | ITC | 石川テレビ放送 | 石川さん情報Liveリフレッシュ | 160,000 |
| 11 | 8/29(火) | OBS | 大分放送 | 200,000 | 43 | 9/7(木) | TVO | テレビ大阪 | たここの耳より情報 | 392,000 |
| 12 | 8/30(水) | SUT | テレビ静岡 | 120,000 | 44 | 9/7(木) | BBT | 富山テレビ放送 | サ・キ・ド・リ! | 260,000 |
| 13 | 8/30(水) | TSC | テレビせとうち | 520,000 | 45 | 9/7(木) | NST | 新潟総合テレビ | スマイルナビゲーション | 240,000 |
| 14 | 8/30(水) | ABA | 青森朝日放送 | 320,000 | 46 | 9/7(木) | ABS | 秋田放送 | chu→モク! | 100,000 |
| 15 | 8/31(木) | EBC | テレビ愛媛 | 240,000 | 47 | 9/7(木) | HTB | 北海道テレビ | イチ盛り! | 600,000 |
| 16 | 8/31(木) | RKC | 高知放送 | 120,000 | 48 | 9/8(金) | khb | 東日本放送 | アルヨ | 210,000 |
| 17 | 8/31(木) | KFB | 福島放送 | 240,000 | 49 | 9/8(金) | BSS | 山陰放送 | ミニミニ告知板 | 160,000 |
| 18 | 8/31(木) | yab | 山口朝日放送 | 240,000 | 50 | 9/8(金) | TUF | テレビユー福島 | 福の空 | 180,000 |
| 19 | 8/31(木) | YTS | 山形テレビ | 240,000 | 51 | 9/8(金) | NBC | 長崎放送 | 情報ピカップ | 200,000 |
| 20 | 8/31(木) | RKK | 熊本放送 | 180,000 | 52 | 9/8(金) | RCC | 中国放送 | ランキンLand! | 220,000 |
| 21 | 8/31(木) | JRT | 四国放送 | 160,000 | 53 | 9/8(金) | MRO | 北陸放送 | ハッピーフライデー | 100,000 |
| 22 | 8/31(木) | UMK | テレビ宮崎 | 200,000 | 54 | 9/8(金) | KTS | 鹿児島テレビ | かごnewマルシェ | 160,000 |
| 23 | 9/1(金) | NCC | 長崎文化放送 | 100,000 | 55 | 9/9(土) | MMT | ミヤギテレビ | ちょっとブレイクタイム | 140,000 |
| 24 | 9/2(土) | AAB | 秋田朝日放送 | 260,000 | 56 | 9/11(月) | ABN | 長野朝日放送 | いまドキッ! | 120,000 |
| 25 | 9/3(日) | SATV | 静岡朝日テレビ | 120,000 | 57 | 9/12(火) | BSN | 新潟放送 | とれたて情報館 | 240,000 |
| 26 | 9/4(月) | TVH | テレビ北海道 | 200,000 | 58 | 9/14(木) | AKT | 秋田テレビ | ぼちぼちch | 100,000 |
| 27 | 9/4(月) | tbc | 東北放送 | 240,000 | 59 | 9/15(金) | IBC | アイビーシー岩手放送 | 金曜情報館 | 100,000 |
| 28 | 9/4(月) | UX | 新潟テレビ21 | 792,000 | 60 | 9/19(火) | TeNY | テレビ新潟 | Oh!すすめTeNY | 120,000 |
| 29 | 9/4(月) | RAB | 青森放送 | 400,000 | 61 | 9/20(水) | STV | 札幌テレビ放送 | Mylist | 200,000 |
| 30 | 9/5(火) | OAB | 大分朝日放送 | 260,000 | 62 | 9/20(水) | TSS | テレビ新広島 | ひろしま満点ママ!! | 260,000 |
| 31 | 9/5(火) | TSK | 山陰中央テレビ | 120,000 | 63 | 9/21(木) | TUY | テレビユー山形 | びびたいむ | 240,000 |
| 32 | 9/5(火) | FCT | 福島中央テレビ | 200,400 | | | | (計) | 14,334,400円 | |

広告換算とは、新聞・雑誌・Webニュースサイトなどのメディア上で「記事」として掲載された際の露出成果や認知効果を、同じ枠を広告として購入した場合の広告費に換算し、その金額で評価するという広報・PR業務におけるスタンダードな成果測定手法です。（@PressのHPより抜粋）

- 「政府広報CM(15秒版)」が19.3%で施策間トップ。「特設事業サイト」は漸減傾向。
- 男性20代は各施策認知が高く、特に「政府広報CM(15秒版)」「特設事業サイト」で30%強。

◆第8回調査（9/2実施）結果より抜粋

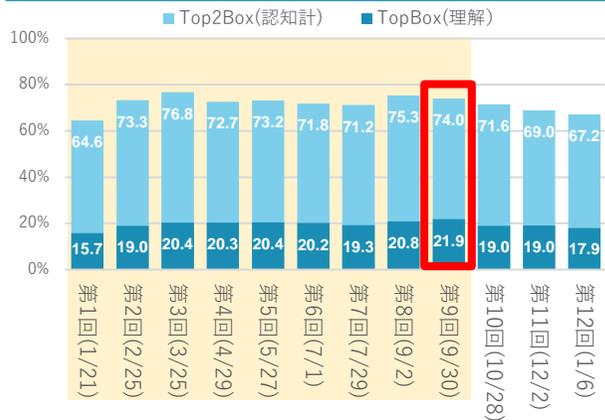
| | | n | 政府広報CM (15秒版) | 政府広報CM (65秒版) | エネ庁 特設 事業サイト | エネ庁 政策 ページ | エネ庁 記事 | ABEMA TV 「新発見!! エネル ギー教室」 | いずれか 施策認知 |
|---------|----------|-------|------------------|------------------|-------------------|-----------------|----------|---------------------------------|--------------|
| ※全体 第2回 | | 4,800 | 18.7 | 15.8 | 14.8 | 11.2 | 11.2 | | 44.2 |
| ※全体 第3回 | | 4,800 | 18.7 | 16.4 | 16.7 | 11.8 | 11.8 | | 45.0 |
| ※全体 第4回 | | 4,800 | 13.3 | 11.8 | 19.8 | 10.2 | 10.2 | | 40.4 |
| ※全体 第5回 | | 4,800 | 14.5 | 13.1 | 21.7 | 11.7 | 11.7 | | 43.5 |
| ※全体 第6回 | | 4,800 | 14.4 | 13.2 | 21.1 | 10.4 | 10.4 | 11.2 | 46.8 |
| ※全体 第7回 | | 4,800 | 13.8 | 12.3 | 18.1 | 10.9 | 11.1 | 11.7 | 40.4 |
| 全体 第8回 | | 4,800 | 19.3 | 16.8 | 16.0 | 11.2 | 11.8 | 11.4 | 29.9 |
| 性年代 | 男性20代 | 400 | 32.0 | 28.3 | 31.0 | 25.0 | 26.3 | 24.5 | 44.3 |
| | 男性30代 | 400 | 23.0 | 17.8 | 20.3 | 15.0 | 15.0 | 11.0 | 31.5 |
| | 男性40代 | 400 | 16.3 | 16.5 | 15.8 | 10.0 | 8.8 | 10.5 | 27.0 |
| | 男性50代 | 400 | 15.5 | 11.3 | 11.0 | 9.3 | 9.5 | 4.3 | 21.3 |
| | 男性60代 | 400 | 18.3 | 16.5 | 12.8 | 10.0 | 9.5 | 11.5 | 28.3 |
| | 男性70代 | 400 | 23.8 | 22.0 | 18.5 | 13.5 | 13.8 | 12.0 | 36.0 |
| | 女性20代 | 400 | 18.3 | 16.3 | 19.0 | 14.0 | 14.5 | 13.5 | 26.8 |
| | 女性30代 | 400 | 11.8 | 10.3 | 13.0 | 9.3 | 9.3 | 7.3 | 21.0 |
| | 女性40代 | 400 | 10.0 | 9.0 | 8.8 | 5.8 | 5.0 | 6.3 | 18.8 |
| | 女性50代 | 400 | 16.8 | 13.0 | 14.3 | 7.5 | 9.5 | 7.0 | 25.5 |
| エリア | 北海道電力エリア | 257 | 17.4 | 15.3 | 11.3 | 7.0 | 8.2 | 5.9 | 25.8 |
| | 東北電力エリア | 339 | 20.5 | 15.8 | 16.3 | 10.9 | 13.3 | 12.6 | 31.4 |
| | 北陸電力エリア | 81 | 18.6 | 11.5 | 18.3 | 7.6 | 12.9 | 6.4 | 27.8 |
| | 中部電力エリア | 651 | 17.6 | 15.5 | 15.7 | 9.8 | 10.8 | 12.0 | 30.2 |
| | 東京電力エリア | 1,765 | 20.4 | 17.1 | 15.6 | 11.7 | 11.7 | 11.1 | 29.9 |
| | 関西電力エリア | 892 | 18.0 | 16.7 | 16.2 | 12.4 | 12.5 | 12.7 | 29.6 |
| | 中国電力エリア | 252 | 17.0 | 15.1 | 16.6 | 9.1 | 11.2 | 10.7 | 29.8 |
| | 四国電力エリア | 145 | 21.7 | 19.4 | 17.1 | 12.3 | 11.5 | 11.1 | 31.0 |
| | 九州電力エリア | 398 | 20.5 | 20.9 | 19.2 | 13.8 | 13.5 | 13.2 | 32.3 |
| | 沖縄電力エリア* | 120 | 13.3 | 14.2 | 15.0 | 8.3 | 10.8 | 12.5 | 25.0 |

単位：% *沖縄はプースト含む



- 全指標で上昇し、時系列で最も高い第3回(3/25)に肉薄
- 特に省エネ意識は+5.0ptと伸び幅が大きい

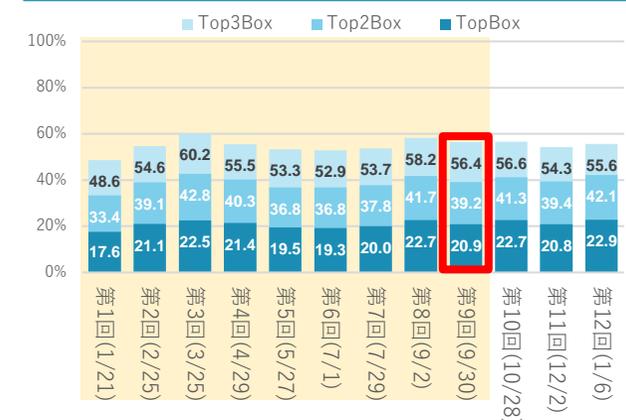
事業認知



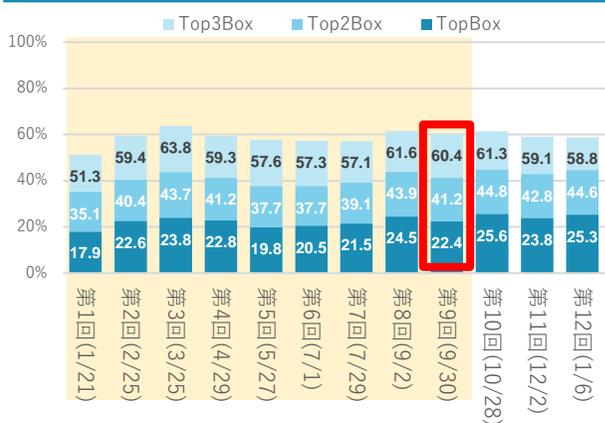
対象認知



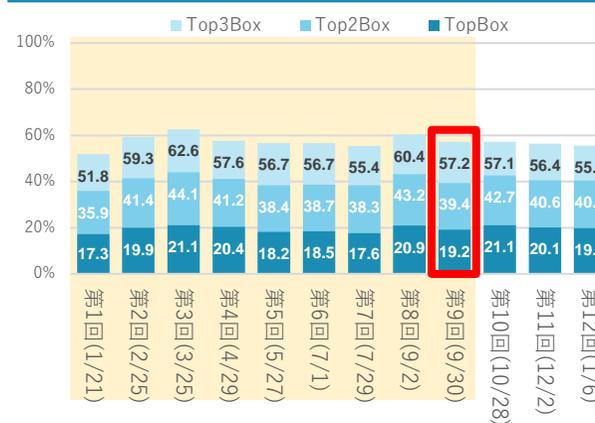
賛同度(7SD)



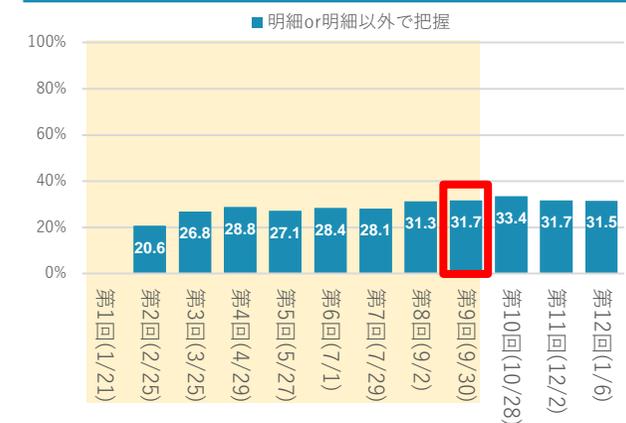
負担軽減(7SD)



省エネ意識(7SD)



値引き把握(明細or明細以外)



SC3 あなたは、2023年から実施される「電気・ガス価格激変緩和対策事業*」をご存知ですか。SC4 「電気・ガス価格激変緩和対策事業」について、以下の内容ごとにあなたの心を教えてください。
 SC5 あなたは、「電気・ガス価格激変緩和対策事業」による値引きを確認できましたか。確認できた方はどのように確認したか、あてはまるものを全てお選びください。

第4弾

2023年8月30日~2023年12月末



広報第4弾
引き続きの支援実施
/エネルギーをとりまく背景
 2023年 8月30日～12月末

メイン
 メッセージ

**引き続き、電気代・都市ガス代の
 値引き支援を行います。**

主な
 訴求内容

・支援期間延長
 ・日本のエネルギーをとりまく背景

メディアへの取り上げ依頼・交渉（継続）
 （放送局番組担当者との着座面談、メディア向け情報配信サービスの活用）

9月20日 リリース（3回目）

- ・プロモート資料改訂
- ・新聞パブ

P
R

2023年9月29日(金) 「いま、エネルギーをとりまく状況」公開

2023年10月23日(月) 省エネポータルコンテンツ追加

2023年11月28日(火) 資源エネルギー庁による取組チラシ公開

W
E
B
S
a
i
t
e

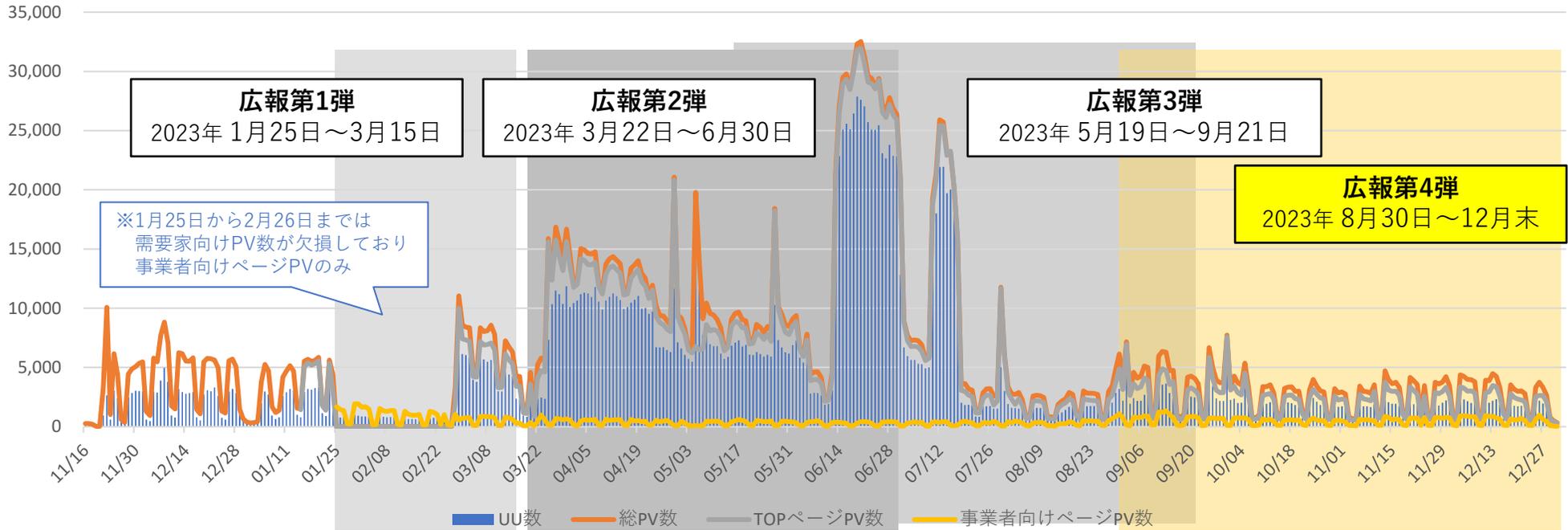
広報第4弾の開始タイミングについて

2023年8月30日、岸田総理が燃料油価格対策等についての会見を実施。ガソリン等の新しい激変緩和措置を9月7日から発動することを発表。それを踏まえて、『引き続き、電気代・都市ガス代の値引き支援を行う』ことを伝える広報活動を開始した。

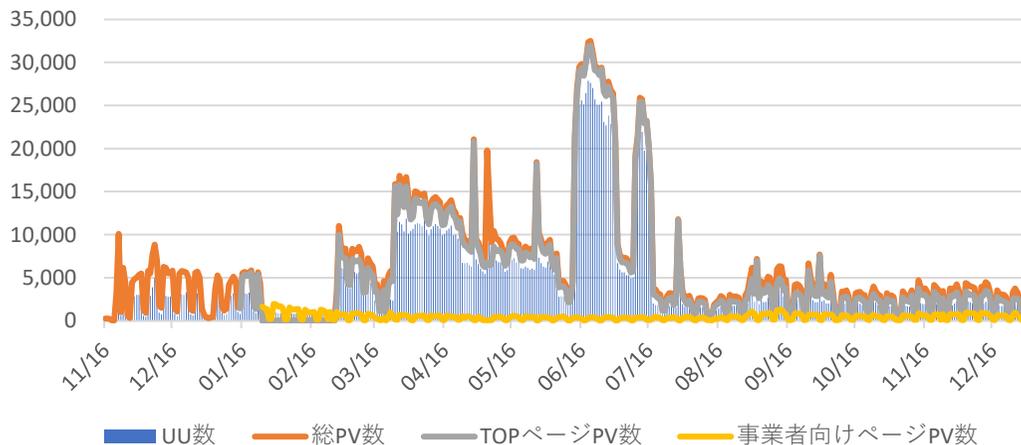


◆【全期間】WEBサイト アクセス数推移

電気ガス価格激変緩和対策事業特設サイト アクセス数推移 (2022/11/15～2023/10/25)



◆【第4弾のみ】WEBサイト アクセス数推移



2023年8月30日～12月末 (計)

| | |
|-------------|---------|
| UU数 | 213,262 |
| 総PV数 | 371,763 |
| TOPページPV数 | 296,075 |
| 事業者向けページPV数 | 63,927 |



◆リリース原稿 2023年9月20日 支援継続を踏まえたリリース

報道関係者各位

2023年9月20日
経済産業省引き続き、電気代・都市ガス代の
値引き支援を行います

政府は、電気・都市ガス料金の値上がりにより影響を受ける家計や企業の負担を軽減するため、電気・都市ガスの小売事業者などを通じて値引き支援を実施しており、物価高に対応する経済対策を策定し、実行するまでの間、**10月以降も電気代・都市ガス代の支援を継続**します。

参考：電気・ガス価格激変緩和対策事業 特設サイト <https://denkigas.gekihenganwa.go.jp/>

値引き期間

9月使用分に対する措置を当面（12月使用分まで）延長

値引き率



電気
低：3.5円/kWh
高：1.8円/kWh



都市ガス
15円/㎡
(3.0㎡以下は15円/㎡、3.0㎡以上は15円/㎡)

＜エネルギー市場急変の背景＞

ロシアによるウクライナ侵襲以降、ロシアの天然ガスの輸出量を大幅削減し、ウクライナ侵襲に対する制裁として西は原油がロシア産原油の供給減少などをおこしたこと、世界のエネルギー供給に大きな影響が生じた。その結果、世界のエネルギーの需給バランスは大いに傾き、世界的にエネルギー価格が急騰する状況へとつながっています。このような状況下、エネルギーの取引値を輸入に依存する日本の電気代・ガス代・都市ガス代にも大きな影響を及ぼしています。また、急激な急騰による影響も顕著となっています。こうした中、日本では、電気・都市ガス・都市ガスへの負担軽減策を実施することなどにより、国民の負担を軽減しているというが現状です。

緊急で、対応して、改めて、対応して、エネルギーを安定するための、1つは、どのようなエネルギーのあり方が望ましいのか、私たち一人一人が考えることが必要です。

*自衛隊エネルギー庁では、エネルギーに関する様々なテーマの解説動画をホームページ上で公開しています。

詳しくはこちらをご覧ください。 → <https://www.mechouren.go.jp/about/special/jp/>

＜お問合せの問い合わせ先＞

電気・ガス価格激変緩和対策事業 広報PR担当

メールアドレス:energy@ozma.co.jp



◆リリースの転載先

掲載日： 2023年9月20日

件数： 計46件掲載

見出し： 「引き続き、電気代・都市ガス代の値引き支援を行います」

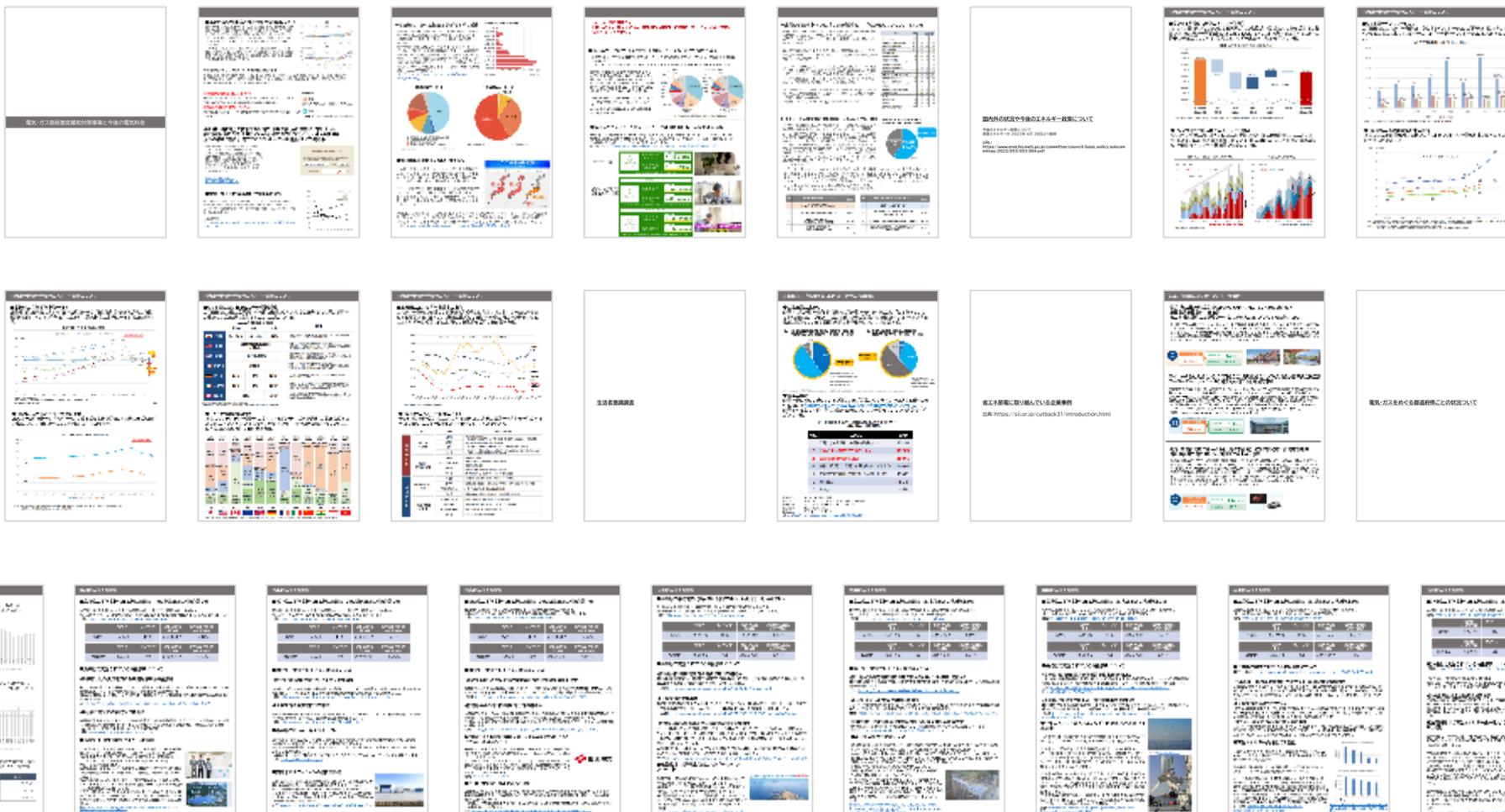
| NO | サイト名 | 運営会社名 | 配信元 |
|----|-------------------------|------------------|----------|
| 1 | @nifty ビジネス | ニフティ株式会社 | @Press |
| 2 | @Press | ソーシャルワイヤー株式会社 | - |
| 3 | @Press - nordot | ソーシャルワイヤー株式会社 | @Press |
| 4 | BIGLOBEニュース | ビッグロブ株式会社 | @Press |
| 5 | GameBusiness.jp | 株式会社イード | @Press |
| 6 | infoseekニュース | 楽天株式会社 | @Press |
| 7 | NEWS Collect | ノアドット株式会社 | @Press |
| 8 | NEWSCAST | ソーシャルワイヤー株式会社 | - |
| 9 | Newsweek | 株式会社CCCメディアハウス | @Press |
| 10 | RBB TODAY | 株式会社イード | @Press |
| 11 | SANSPO.COM | 株式会社産業経済新聞社 | @Press |
| 12 | SEOTOOLSニュース | プラストホールディングス株式会社 | @Press |
| 13 | ZAKZAK | 株式会社産経デジタル | @Press |
| 14 | エキサイトニュース | エキサイト株式会社 | @Press |
| 15 | とれまがニュース | 株式会社サイトスコープ | @Press |
| 16 | マピオンニュース | 株式会社ONE COMPATH | @Press |
| 17 | 財経新聞 | 株式会社財経新聞社 | @Press |
| 18 | 徳島新聞 | 一般社団法人徳島新聞社 | @Press |
| 19 | @DIME | 株式会社小学館 | PR Times |
| 20 | @nifty ビジネス | ニフティ株式会社 | PR Times |
| 21 | BIGLOBEニュース | ビッグロブ株式会社 | PR Times |
| 22 | BtoBプラットフォーム 業界チャンネル | 株式会社インフォーマート | PR Times |
| 23 | CNET Japan | 朝日インタラクティブ株式会社 | PR Times |
| 24 | infoseekニュース | 楽天株式会社 | PR Times |
| 25 | JBpress | 株式会社日本ビジネスプレス | PR Times |
| 26 | JORUDAN SOCR NEWS | ジョルダン株式会社 | PR Times |
| 27 | NewsCafe | 株式会社イード | PR Times |
| 28 | ORICON NEWS | オリコン株式会社 | PR Times |
| 29 | PR Times | 株式会社PR TIMES | - |
| 30 | PRESIDENT Online | 株式会社プレジデント社 | PR Times |

| NO | サイト名 | 運営会社名 | 配信元 |
|----|----------------|-------------------|----------|
| 31 | RBB TODAY | 株式会社イード | PR Times |
| 32 | SEOTOOLSニュース | プラストホールディングス株式会社 | PR Times |
| 33 | STRAIGHT PRESS | 株式会社マッシュメディア | PR Times |
| 34 | Techable | 株式会社マッシュメディア | PR Times |
| 35 | イザ! | 株式会社産経デジタル | PR Times |
| 36 | ウレぴあ総研 | ぴあ株式会社 | PR Times |
| 37 | エキサイトニュース | エキサイト株式会社 | PR Times |
| 38 | とれまがニュース | 株式会社サイトスコープ | PR Times |
| 39 | ニコニコニュース | 株式会社ドワンゴ | PR Times |
| 40 | フレッシュアイニュース | 株式会社スカラコミュニケーションズ | PR Times |
| 41 | マピオンニュース | 株式会社ONE COMPATH | PR Times |
| 42 | 現代ビジネス | 株式会社講談社 | PR Times |
| 43 | 財経新聞 | 株式会社財経新聞社 | PR Times |
| 44 | 産経ニュース | 株式会社産経デジタル | PR Times |
| 45 | 時事ドットコム | 株式会社時事通信社 | PR Times |
| 46 | 朝日新聞デジタル& | 株式会社朝日新聞社 | PR Times |



「電気・ガス価格激変緩和対策事業と今後の電気料金」に、「国内外の状況や今後のエネルギー政策について」、「生活者意識調査」、「省エネ節電に取り組んでいる企業事例」、「電気・ガスをめぐる都道府県ごとの状況について」の4つのパートで構成された資料集を加えた全25ページのリリース資料を作成・配布した。

◆7～9月 メディアプロモート資料配布





◆メディアプロモート先：TV

| | |
|----|-------------|
| 1 | 毎日放送 |
| 2 | 中部日本放送 |
| 3 | NHK大阪放送局 |
| 4 | 山陰中央テレビ |
| 5 | 山陰放送 |
| 6 | 讀賣テレビ放送 |
| 7 | 日本テレビ放送網(株) |
| 8 | 日本放送協会 |
| 9 | KSB瀬戸内海放送 |
| 10 | (株)テレビ朝日 |
| 11 | 日本海テレビジョン |
| 12 | テレビ東京 |
| 13 | TBSテレビ |
| 14 | テレビ朝日 |
| 15 | ABCテレビ |
| 16 | CBC |
| 17 | ABCテレビ (ほか) |
| 18 | 毎日放送 |
| 19 | とちぎテレビ |
| 20 | テレビ西日本 |
| 21 | RKB毎日放送 |
| 22 | NHK福岡放送局 |
| 23 | テレビ埼玉 |
| 24 | 千葉テレビ放送 |
| 25 | テレビ山口 |
| 26 | 山口朝日放送 |
| 27 | テレビ神奈川 |
| 28 | テレビ新潟放送 |
| 29 | 新潟テレビ21 |
| 30 | テレビ朝日 |

| | |
|----|----------|
| 31 | 新潟放送 |
| 32 | 新潟総合テレビ |
| 33 | 山口放送 |
| 34 | 長崎国際テレビ |
| 35 | サガテレビ |
| 36 | 長崎文化放送 |
| 37 | 中京テレビ放送 |
| 38 | 名古屋テレビ放送 |
| 39 | 長崎放送 |
| 40 | テレビ長崎 |
| 41 | 熊本県民テレビ |
| 42 | 熊本朝日放送 |
| 43 | 熊本テレビ |
| 44 | 山梨放送 |
| 45 | テレビ山梨 |
| 46 | テレビせとうち |
| 47 | 朝日放送 |
| 48 | テレビ信州 |
| 49 | 長野朝日放送 |
| 50 | テレビ大分 |
| 51 | 大分朝日放送 |
| 52 | 大分放送 |
| 53 | 札幌テレビ放送 |
| 54 | 北海道テレビ放送 |
| 55 | 北海道放送 |
| 56 | 岡山放送 |
| 57 | 群馬テレビ |
| 58 | 信越放送 |
| 59 | 長野放送 |
| 60 | 岐阜放送 |

| | |
|----|------------|
| 61 | テレビ宮崎 |
| 62 | 宮崎放送 |
| 63 | あいテレビ |
| 64 | 鹿児島放送 |
| 65 | MBC 南日本放送 |
| 66 | テレビ大阪 |
| 67 | テレビ愛媛 |
| 68 | 高知放送 |
| 69 | 高知さんさんテレビ |
| 70 | テレビ高知 |
| 71 | 静岡第一テレビ |
| 72 | 山陽放送 |
| 73 | 中国放送 (RCC) |
| 74 | 広島テレビ放送 |
| 75 | 広島ホームテレビ |
| 76 | テレビ新広島 |
| 77 | 鹿児島テレビ |
| 78 | 琉球放送 |
| 79 | 琉球朝日放送 |
| 80 | 沖縄テレビ |
| 81 | 北日本放送 |
| 82 | チューリップテレビ |
| 83 | 富山テレビ放送 |
| 84 | 静岡朝日テレビ |
| 85 | 静岡放送 |
| 86 | 福島中央テレビ |
| 87 | 福島放送 |
| 88 | テレビユー福島 |
| 89 | 北海道文化放送 |
| 90 | 青森放送 |

| | |
|-----|------------|
| 91 | 青森朝日放送 |
| 92 | 青森テレビ |
| 93 | テレビ岩手 |
| 94 | テレビ金沢 |
| 95 | 北陸朝日放送 |
| 96 | 福井放送 |
| 97 | 岩手朝日テレビ |
| 98 | アイビーシー岩手放送 |
| 99 | 岩手めんこいテレビ |
| 100 | 宮城テレビ放送 |
| 101 | テレビ静岡 |
| 102 | 三重テレビ放送 |
| 103 | びわ湖放送 |
| 104 | 京都放送 |
| 105 | 山形テレビ |
| 106 | テレビユー山形 |
| 107 | さくらんぼテレビ |
| 108 | 秋田テレビ |
| 109 | 秋田朝日放送 |



◆メディアプロモート先：新聞・雑誌・Web

| | |
|-----|--------------|
| 110 | 朝日新聞社 |
| 111 | 読売新聞社 |
| 112 | 共同通信社 |
| 113 | 日本経済新聞社 |
| 114 | 北海道新聞社 |
| 115 | 東奥日報社 |
| 116 | 山陽新聞社 |
| 117 | 山陰中央新報社 |
| 118 | 新日本海新聞社 |
| 119 | 時事通信社 |
| 120 | 中国新聞社 |
| 121 | 岩手日報社 |
| 122 | 河北新報社 |
| 123 | 秋田魁新報社 |
| 124 | 山形新聞社 |
| 125 | 下野新聞社 |
| 126 | 中日新聞社 |
| 127 | 上毛新聞社 |
| 128 | 徳島新聞社 |
| 129 | 高知新聞社 |
| 130 | 福島民友新聞社 |
| 131 | 福島民報社 |
| 132 | 静岡新聞社 |
| 133 | 山梨日日新聞社 |
| 134 | 新日本海新聞社 大阪支社 |
| 135 | みなと山口合同新聞社 |
| 136 | 愛媛新聞社 |
| 137 | 佐賀新聞社 |
| 138 | 長崎新聞社 |
| 139 | 北國新聞社 |
| 140 | 北國新聞社 |

| | |
|-----|-------------------|
| 141 | 新潟日報社 |
| 142 | 茨城新聞社 |
| 143 | 神奈川新聞社 |
| 144 | 岐阜新聞社 |
| 145 | 西日本新聞社 |
| 146 | 中日新聞社 |
| 147 | 千葉日報社 |
| 148 | 埼玉新聞社 |
| 149 | 大分合同新聞社 |
| 150 | 熊本日日新聞社 |
| 151 | 宮崎日日新聞社 |
| 152 | 南日本新聞社 |
| 153 | 沖縄タイムス |
| 154 | 琉球新報社 |
| 155 | 神戸新聞社 |
| 156 | 奈良新聞社 |
| 157 | 伊勢新聞社 |
| 158 | 山梨日日新聞 |
| 159 | 信濃毎日新聞 |
| 160 | エネルギー・資源 |
| 161 | 新エネルギー新聞 |
| 162 | 油業報知新聞 |
| 163 | 環境市場新聞 |
| 164 | 月刊 環境ビジネス |
| 165 | ELEMINIST |
| 166 | Sustainable Today |
| 167 | オルタナ |
| 168 | エコジーン |
| 169 | 読売新聞社 |
| 170 | 株式会社熟産業経済新聞社 |

| | |
|-----|--------------|
| 171 | 全国石油商業組合連合会 |
| 172 | 石油通信社 |
| 173 | 油業報知新聞社 |
| 174 | 燃料油脂新聞社 |
| 175 | 石油化学新聞社 |
| 176 | 東京新聞 |
| 177 | 日本経済新聞 東京本社版 |
| 178 | スマートグリッド |
| 179 | メカトロニクス |
| 180 | 電子デバイス産業新聞 |
| 181 | オートメ新聞株式会社 |
| 182 | プロパン産業新聞 |
| 183 | プロパン新聞 |
| 184 | エネルギーと環境 |
| 185 | 新エネルギー新報 |
| 186 | 化学工業日報 |
| 187 | 産業と環境 |
| 188 | 日経サイエンス |
| 189 | ガスレビュー |
| 190 | ガスメディア |
| 191 | 石油ガス・ジャーナル |
| 192 | 電気書院 |
| 193 | 燃料電池新聞 |
| 194 | 月刊誌「未来材料」 |
| 195 | 環境緑化新聞 |
| 196 | 朝日新聞 東京本社版 |
| 197 | エコシステム |
| 198 | 環境コミュニケーションズ |
| 199 | 環境新聞 |
| 200 | 電波新聞 |

| | |
|-----|-----------------------------|
| 201 | 環境展望台 |
| 202 | 月刊スマートハウス |
| 203 | 電気情報社 |
| 204 | 日報ビジネス社 |
| 205 | 日本工業出版株式会社 |
| 206 | 環境エネルギー産業情報 |
| 207 | 日本経済新聞 東京本社版 |
| 208 | 日本経済新聞 東京本社版 |
| 209 | ガスエネルギー新聞 |
| 210 | 電気新聞 |
| 211 | ガスエネルギー新聞 |
| 212 | 学校法人先端教育機構 事業構想 大学院大学 |
| 213 | 株式会社トランスメディア |
| 214 | 一般社団法人大丸有環境共生型ま ちづくり推進協会 |
| 215 | エスプレ |
| 216 | afterFIT |
| 217 | イーズ |
| 218 | アクセスインターナショナル |
| 219 | インプレス |
| 220 | 環境ビジネスオンライン |
| 221 | エネルギーレビューセンター |
| 222 | エネルギーフォーラム |
| 223 | 日経エネルギーNEXT |
| 224 | ソトコト |
| 225 | 新エネルギー新聞 |
| 226 | プレジデント |
| 227 | マイナビニュース |
| 228 | @DIME |
| 229 | withnews |
| 230 | CSRマガジン ドットコム |

**◆メディアプロモート先：新聞・雑誌・Web**

| | |
|-----|--------------------|
| 231 | SUSTAINABLE BRANDS |
| 232 | GREENZ |
| 233 | IDEAS FOR GOOD |
| 234 | ELEMINIST |
| 235 | 省エネルギー |
| 236 | スマートジャパン |
| 237 | 日経ESG |
| 238 | Sustainable Japan |

◆メディアコメント 抜粋/まとめ

- 毎年のことであっても「エアコン掃除で節電」など定番話題はありがたく、特にメーカー発信ではないオーソライズされた情報はとても扱いやすい。
- エネルギー庁という権威ある/確かなところからの情報は、1つあると本当に助かるのでありがたい。
- 特に画期的/新しい省エネ関連の話題がなくても、エビデンスとして番組で紹介したり放送内容の根拠（信憑性の確保）にできるデータ、調査内容はとてもありがたく、長く手元においておきたい資料。
- 電気・ガス代の節約術については何度も取り扱っている。今年（2023年）の夏も暑いため、取り上げる予定ではいる。地域ごとの違いや海外などの情報があれば嬉しい。
- エネルギー情勢の動き・トレンドと、具体的な制度の検討状況に興味がある。
- 省庁の政策に関しても取材を行っている。現在特に再生可能エネルギー、蓄電池に関する情報を求めている。
- 事業においては支援開始や延長などのタイミングで事実ベースで掲載することはあるが、節電節約などだと、よほど新しいものか画期的な課題解決できるような情報が必要。



全国紙及び地方紙の20紙にて、パブリシティとして情報を発信した。

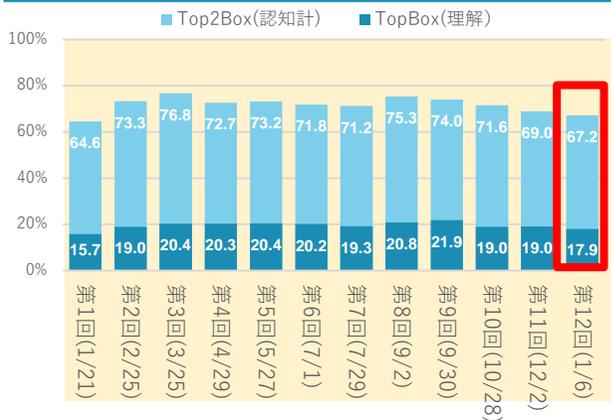
◆パブ原稿掲載紙一覧（計20紙）

| | 新聞名 | 広告費換算 |
|----|--------|------------|
| 1 | 山口新聞 | 81,000 |
| 2 | 東京新聞 | 1,072,500 |
| 3 | 北陸中日新聞 | 307,500 |
| 4 | 四国新聞 | 130,130 |
| 5 | 神奈川新聞 | 156,000 |
| 6 | 埼玉新聞 | 145,500 |
| 7 | 福島民報 | 225,000 |
| 8 | 山陽新聞 | 360,000 |
| 9 | 山梨日日新聞 | 123,750 |
| 10 | 千葉日報 | 200,000 |
| 11 | 佐賀新聞 | 189,000 |
| 12 | 上毛新聞 | 156,000 |
| 13 | 新潟日報 | 252,300 |
| 14 | 神戸新聞 | 670,312 |
| 15 | 日本海新聞 | 104,650 |
| 16 | 北日本新聞 | 128,800 |
| 17 | 奈良新聞 | 248,400 |
| 18 | 河北新報 | 252,000 |
| 19 | 伊勢新聞 | 750,000 |
| 20 | 徳島新聞 | 126,750 |
| | (合計) | 5,679,592円 |

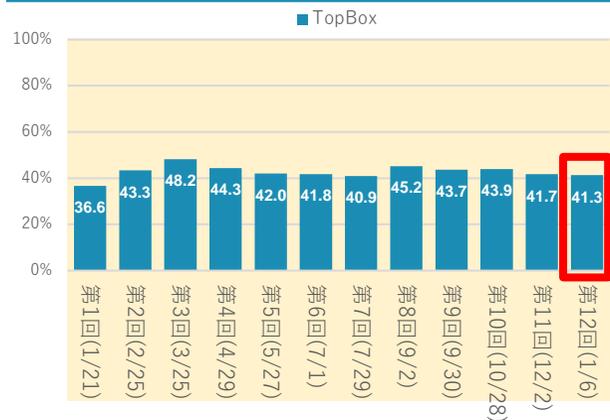


■ 事業認知が漸減している一方で、低下していた賛同度に回復傾向。

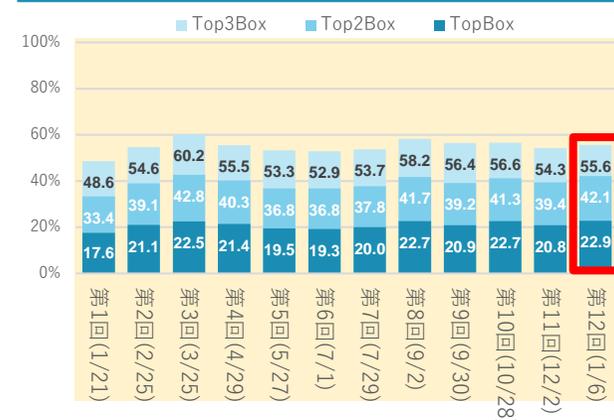
事業認知



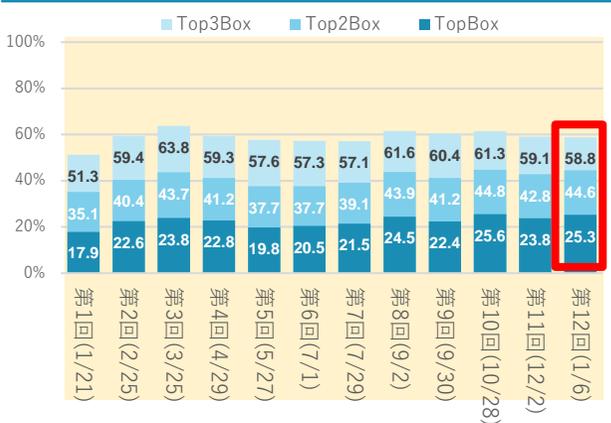
対象認知



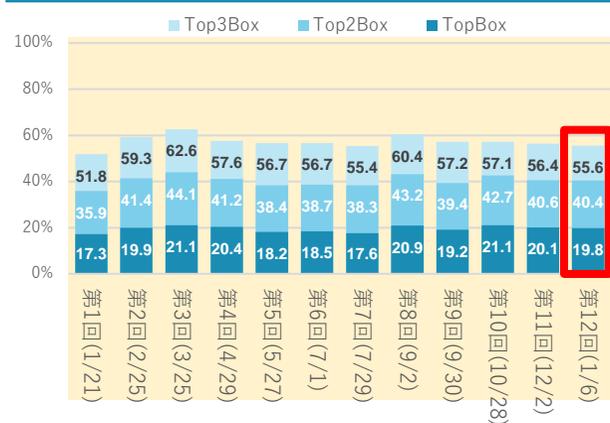
賛同度(7SD)



負担軽減(7SD)



省エネ意識(7SD)



値引き把握(明細or明細以外)



SC3 あなたは、2023年から実施される「電気・ガス価格激変緩和対策事業*」をご存知ですか。SC4 「電気・ガス価格激変緩和対策事業」について、以下の内容ごとにあなたの心を教えてください。
 SC5 あなたは、「電気・ガス価格激変緩和対策事業」による値引きを確認できましたか。確認できた方はどのように確認したか、あてはまるものを全てお選びください。