

2018年11月22日  
株式会社オールアバウト

＜消費税増税決定直後に聞く 家計と暮らし調査＞  
**家計の実態ランキング発表！**  
～ 減らしたいもの全世代 1位は「電気代」～  
～ この冬は“家で楽しむ”「インドア家族」が増加で  
家計もインフラ見直しがポイント～

総合情報サイト「All About」を運営する株式会社オールアバウト（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：江幡 哲也、以下「オールアバウト」）は大阪ガス株式会社（以下「大阪ガス」）と共同で、消費税増税決定直後の10月19日に、関西エリア（2府4県）と関東エリア（1都6県）20～60代の男女1,000名を対象に、家計と暮らし調査を共同で実施しました。主な調査結果は以下の通りです。

■ **消費税増税前！家計実態徹底調査**

- ・ 家計で減らしたいもの全世代 1位は「電気代」。減らしたくないものは「預貯金」等さまざま
- ・ 増やしたい支出は、「預貯金」「旅行費」「旅行以外のレジャー費」

この調査は消費税増税決定直後に行われました。まず家計で減らしたいものを尋ねたところ、全世代で1位に挙げられたのが「電気代」となりました。全体のTOP3は「電気代(49.3%)」「水道代(44.4%)」「ガス代(40%)」といった光熱費が挙げられ、生活インフラ費用を見直したい意向が鮮明となりました。一方、減らしたくないもの（≒家計で減らしたいもの下位10位）については、全世代で「預貯金」が1位となっています【表1】。

【表1】家計で減らしたいもの、減らしたくないもの（複数回答、N=1,000）

減らしたいもの		減らしたくないもの※	
1	<b>電気代</b> (49.3%,493票)	1	<b>預貯金</b> (5.5%,55票)
2	<b>水道代</b> (44.4%,444票)	2	<b>旅行費</b> (13.4%,134票)
3	<b>ガス代</b> (40.0%,400票)	3	<b>書籍代</b> (14.1%,141票)
4	ガソリン代 (35.6%,356票)	4	趣味にかける費用 (14.3%, 143票)
5	通信費 (携帯、PC、動画視聴等) (32.8%,328票)	5	旅行以外のレジャー費 (14.6%,146票) 教育費 (14.6%,146票)
6	食費 (出前・外食代を除く) (31.6%, 316票)	6	DVD、CD費 (15.6%,156票)
7	医療費 (31.5%,315票)	7	家電、家具などにかかる費用 (18.9%,189票)
8	店舗での日用品など 日常の買い物にかかる費用 (28.6%, 286票)	8	被服費 (20.3%,203票)
9	外食費 (26.1%,261票)	9	デリバリー・出前の食費 (21.4%,214票)
10	保険料 (25.0%,250票)	10	自動車、バイクにかかる費用 (22.2%, 222票)

※「減らしたくないもの」ランキングは、「減らしたいもの」のうち少ない順からカウントを算出しています。  
このランキングは、家計の主な科目（電気代、水道代、ガス代、ガソリン代、通信費（携帯、PC、動画視聴等）、食費（出前・外食代を除く）、医療費、店舗での日用品など日常の買い物にかかる費用、外食費、保険料、ネットショッピング費、自動車、バイクにかかる費用、デリバリー・出前の食費、被服費、家電、家具などにかかる費用、DVD、CDレンタル費、旅行以外のレジャー費、教育費、趣味にかける費用、書籍代、旅行費、預貯金、上記に当てはまるものはない）から複数選択式で算出しています。

年代別に「減らしたいもの」を見てみると「通信費」の削減意向に特徴があります。20代で30%、30代で32.5%、40代で40%となり、年代が上がるごとに「通信費」を削りたい意向が高まること[が](#)あきらかとなりました【表2】。このことは、20代にとっての「通信費」は「食費」や「外食費」よりも削れない必要経費として捉えられ、40代にとっての「通信費」は、「電気代」「水道代」「ガス代」と同じように、節約できるものと捉えられていると推測されます。

【表2】家計で減らしたいもの 年代別

20歳～29歳			30歳～39歳		
1	電気代	55.5%	1	電気代	53.0%
2	水道代	53.0%	2	水道代	48.5%
3	ガス代	48.5%	3	ガス代	43.5%
4	ガソリン代	43.0%	4	ガソリン代	35.5%
5	食費 (出前・外食代を除く)	35.0%	5	食費 (出前・外食代を除く)	34.5%
6	外食費	34.5%	6	通信費 (携帯、PC、動画視聴等)	32.5%
7	店舗での日用品など 日常の買い物にかかる費用	34.0%	7	外食費	30.5%
8	通信費 (携帯、PC、動画視聴等)	30.0%	8	店舗での日用品など 日常の買い物にかかる費用	30.0%
9	ネットショッピング費	27.5%	9	医療費	29.0%
10	医療費	27.5%	10	自動車、バイクにかかる費用	25.5%

40歳～49歳			50歳～59歳			60歳～69歳		
1	電気代	54.5%	1	電気代	47.0%	1	電気代	36.5%
2	水道代	44.0%	2	水道代	42.5%	2	水道代	34.0%
3	ガス代	40.5%	3	ガス代	40.5%	3	医療費	33.0%
4	通信費 (携帯、PC、動画視聴等)	40.0%	4	ガソリン代	36.5%	4	当てはまるものはない	32.5%
5	食費 (出前・外食代を除く)	35.5%	5	通信費 (携帯、PC、動画視聴等)	36.0%	5	ガソリン代	28.5%
6	店舗での日用品など 日常の買い物にかかる費用	34.5%	6	医療費	34.5%	6	ガス代	27.0%
7	ガソリン代	34.5%	7	食費(出前・外食代を除く)	30.5%	7	通信費 (携帯、PC、動画視聴等)	25.5%
8	医療費	33.5%	8	保険料	27.0%	8	保険料	23.0%
9	外食費	28.0%	9	店舗での日用品など 日常の買い物にかかる費用	24.0%	9	食費 (出前・外食代を除く)	22.5%
10	ネットショッピング費	27.5%	10	外食費	23.0%	10	店舗での日用品など 日常の買い物にかかる費用	20.5%

次に年代別に「減らしたくないもの」を見ると、「旅行費」「書籍代」「趣味にかける費用」がどの世代にも[ランクイン](#)しており、レジャー・趣味娯楽費は減らしたくない意向がわかりました【表3】。

【表3】家計で減らしたくないもの 年代別 ※

20歳～29歳			30歳～39歳		
1	預貯金	7.5%	1	預貯金	5.5%
2	教育費	12.5%	2	教育費	12.0%
3	旅行費	14.5%	3	趣味にかける費用	14.5%
4	趣味にかける費用	16.5%	4	書籍代	15.5%
5	旅行以外のレジャー費	17.5%	5	旅行費	16.5%
6	家電、家具などにかかる費用	18.0%	6	旅行以外のレジャー費	16.5%
7	DVD、CD費	18.5%	7	DVD、CD費	18.5%
8	書籍代	19.0%	8	被服費	19.0%
9	被服費	19.0%	9	デリバリー・出前の食費	22.0%
10	自動車、バイクにかかる費用	20.0%	10	家電、家具などにかかる費用	22.0%

40歳～49歳			50歳～59歳			60歳～69歳		
1	預貯金	4.5%	1	預貯金	5.0%	1	預貯金	5.0%
2	旅行費	13.5%	2	書籍代	10.0%	2	旅行費	6.5%
3	旅行以外のレジャー費	14.0%	3	趣味にかかる費用	13.5%	3	DVD、CD費	8.0%
4	書籍代	17.0%	4	旅行以外のレジャー費	14.5%	4	書籍代	9.0%
5	DVD、CD費	17.5%	5	DVD、CD費	15.5%	5	趣味にかかる費用	9.0%
6	趣味にかかる費用	18.0%	6	旅行費	16.0%	6	旅行以外のレジャー費	10.5%
7	教育費	19.0%	7	家電、家具などにかかる費用	16.5%	7	教育費	11.5%
8	家電、家具などにかかる費用	22.0%	8	教育費	18.0%	8	デリバリー・出前の食費	12.5%
9	被服費	24.5%	9	デリバリー・出前の食費	19.5%	9	外食費	14.5%
10	自動車、バイクにかかる費用	25.5%	10	当てはまるものはない	20.0%	10	家電、家具などにかかる費用	16.0%

※「減らしたくないもの」ランキングは、「減らしたいもの」のうち少ない順からカウントを算出しています。

次に**収入が増えたら家計で増やしたいもの**をたずねたところ、60代を除く全世代で1位に挙げられたのが「**預貯金**」となりました。全体のTOP3は「**預貯金(49.5%)**」「**旅行費(41.5%)**」「**旅行以外のレジャー費(35.0%)**」といったレジャー関連の費用が挙げられ、貯金はしつつも家族や夫婦で旅行などを楽しみたいという意向が鮮明となりました。また、全世代で「**ネットショッピング費**」がランクインしており、各世代別にみると20代で23.0%、30代で27.0%、40代で25.5%、50代で37.5%、60代で33.5%となり、ネットショッピングは生活者にとって欠かせない買い物手段となっている現状のほか、もっと利用したいという意向があきらかとなりました【表4】。

【表4】家計で増やしたいもの（複数回答、N=1,000）

全体			20歳～29歳			30歳～39歳		
1	預貯金	49.5%	1	預貯金	46.0%	1	預貯金	43.5%
2	旅行費	41.5%	2	旅行費	37.5%	2	教育費	41.0%
3	旅行以外のレジャー費	35.0%	3	教育費	34.5%	3	旅行費	38.5%
4	趣味にかかる費用	35.0%	4	旅行以外のレジャー費	31.5%	4	趣味にかかる費用	31.0%
5	教育費	33.6%	5	趣味にかかる費用	28.5%	5	旅行以外のレジャー費	30.0%
6	書籍代	31.0%	6	当てはまるものはない	27.0%	6	書籍代	28.5%
7	ネットショッピング費	29.3%	7	保険料	25.5%	7	ネットショッピング費	27.0%
8	食費 (出前・外食代を除く)	29.1%	8	ネットショッピング費	23.0%	8	被服費	27.0%
9	外食費	28.7%	9	書籍代	23.0%	9	食費 (出前・外食代を除く)	25.0%
10	家電、家具などにかかる費用	27.2%	10	食費 (出前・外食代を除く)	22.5%	10	家電、家具などにかかる費用	25.0%

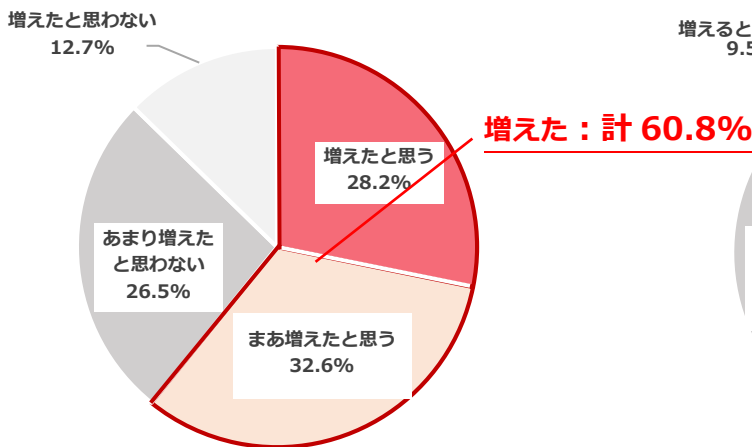
40歳～49歳			50歳～59歳			60歳～69歳		
1	預貯金	55.5%	1	預貯金	59.5%	1	旅行費	46.5%
2	旅行費	40.0%	2	旅行費	45.0%	2	預貯金	43.0%
3	教育費	37.0%	3	趣味にかかる費用	42.5%	3	外食費	42.5%
4	旅行以外のレジャー費	34.5%	4	旅行以外のレジャー費	41.5%	4	趣味にかかる費用	40.5%
5	趣味にかかる費用	32.5%	5	書籍代	39.0%	5	食費 (出前・外食代を除く)	39.0%
6	書籍代	28.0%	6	ネットショッピング費	37.5%	6	旅行以外のレジャー費	37.5%
7	保険料	27.0%	7	店舗での日用品など 日常の買い物にかかる費用	35.5%	7	書籍代	36.5%
8	外食費	26.5%	8	被服費	34.5%	8	ネットショッピング費	33.5%
9	家電、家具などにかかる費用	26.5%	9	家電、家具などにかかる費用	34.0%	9	店舗での日用品など 日常の買い物にかかる費用	32.0%
10	ネットショッピング費	25.5%	10	教育費	34.0%	10	デリバリー・出前の食費	30.0%

## ■冬は家計引き締め「家充」傾向に

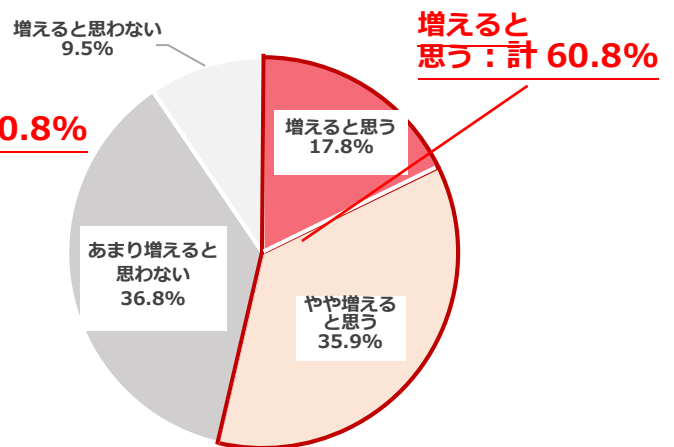
- ・今夏、家で過ごすことが増えた家庭は約6割。半数が今年の冬も家で過ごす時間が増えると思予想
- ・今年減ったのは「外食費」・「被服費」・「電気代」。消費もインドア傾向
- ・家での過ごし方ベスト3は、「テレビ視聴」「のんびりと過ごす」「家事」
- ・20～40代の世帯は動画や音楽の「サブスクリプションサービス」や家事の時短につながる「調理家電」、50～60代の世帯は、「生活家電」「パソコン・周辺機器」に関心

10年前と比較して家で過ごす時間が増えたかを尋ねると、増えた（「増えたと思う」と「まあ増えたと思う」の合算）が60.8%となり、家で過ごす傾向が高まっていることが伺えます【グラフ1】。また、今年の冬に家で過ごす時間はどう変化するかを尋ねたところ、53.7%が増えると思う（「増えたと思う」と「まあ増えたと思う」の合算）と回答し、外出よりもインドアな余暇を志向する傾向がこの冬も続く見通しであることがわかりました【グラフ2】。

【グラフ1】家で過ごす時間の変化  
(単一回答、N=1,000)



【グラフ2】今年の冬に家で過ごす時間  
(単一回答、N=1,000)



昨年より減った費用項目として「当てはまるものがない(42.8%)」が最も多い結果となりましたが、次いで「外食費(17%)」「被服費(14.8%)」「電気代(14%)」「旅行費(13.5%)」が挙がり、消費もインドア傾向であることがわかりました【表5】。

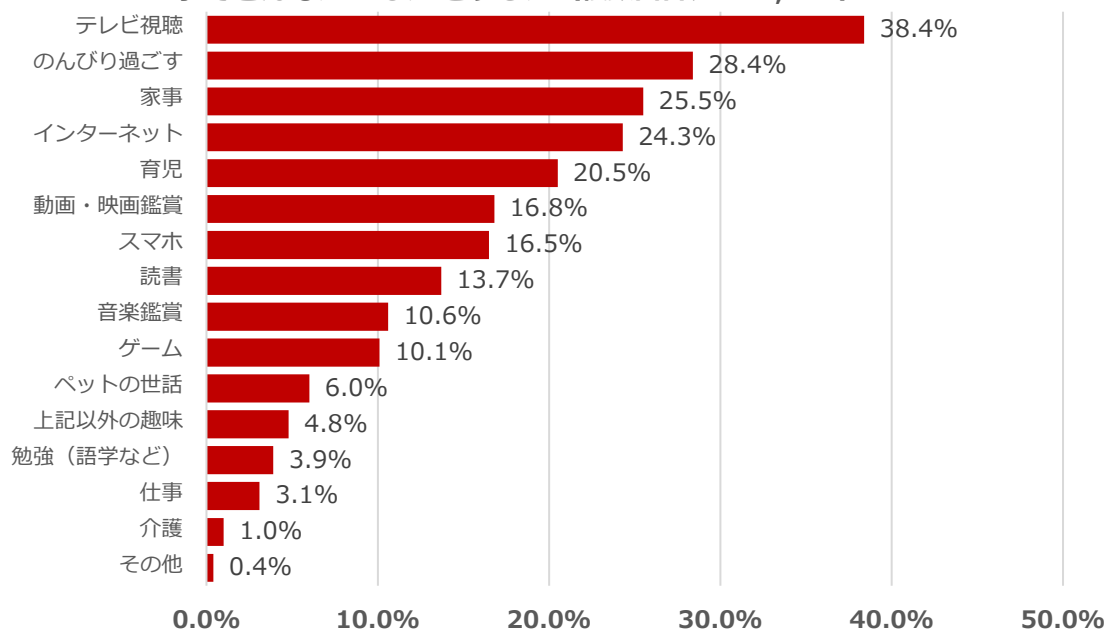
【表5】家計で昨年より減ったもの(複数回答、N=1,000)

全体			20歳～29歳		30歳～39歳			
1	当てはまるものはない	42.8%	1	当てはまるものはない	37.0%	1	当てはまるものはない	49.0%
2	外食費	17.0%	2	外食費	20.0%	2	電気代	14.0%
3	被服費	14.8%	3	DVD、CDレンタル費	19.0%	3	旅行費	14.0%
4	電気代	14.0%	4	被服費	16.5%	4	デリバリー・出前の食費	12.5%
5	旅行費	13.5%	5	旅行費	15.5%	5	外食費	12.5%
6	デリバリー・出前の食費	12.8%	6	電気代	14.5%	6	被服費	12.5%
7	ガス代	12.6%	7	デリバリー・出前の食費	14.5%	7	DVD、CDレンタル費	11.0%
8	DVD、CDレンタル費	12.6%	8	ガス代	13.5%	8	預貯金	11.0%
9	預貯金	11.5%	9	通信費 (携帯、PC、動画視聴等)	13.5%	9	旅行以外のレジャー費	10.5%
10	書籍代	10.4%	10	食費 (出前・外食代を除く)	12.5%	10	書籍代	9.0%

40歳～49歳			50歳～59歳			60歳～69歳		
1	当てはまるものはない	47.0%	1	当てはまるものはない	42.0%	1	当てはまるものはない	39.0%
2	外食費	16.0%	2	外食費	21.0%	2	被服費	18.0%
3	旅行費	15.0%	3	ガス代	18.0%	3	ガス代	16.0%
4	被服費	12.5%	4	電気代	17.5%	4	預貯金	16.0%
5	預貯金	12.5%	5	デリバリー・出前の食費	15.0%	5	電気代	15.5%
6	書籍代	11.0%	6	被服費	14.5%	6	外食費	15.5%
7	趣味にける費用	9.5%	7	ガソリン代	14.0%	7	デリバリー・出前の食費	13.5%
8	旅行以外のレジャー費	9.0%	8	DVD、CDレンタル費	11.5%	8	DVD、CDレンタル費	13.0%
9	電気代	8.5%	9	旅行費	11.5%	9	家電、家具などにかかる費用	13.0%
10	デリバリー・出前の食費	8.5%	10	旅行以外のレジャー費	10.5%	10	ガソリン代	12.5%

また、今年の冬家で過ごす時間が「増えると思う」と感じている人に、家での過ごし方を聞いたところ、「テレビ視聴（38.4%）」「のんびり過ごす（28.4%）」「家事 25.5%」となりました。【グラフ3】。

【グラフ3】 <今年の冬家で過ごす時間が増えていると感じている人>  
家でどんな過ごし方をするか（複数回答、N=1,000）



生活者の興味・関心事を尋ねたところ、20～40代の世帯は動画や音楽の「サブスクリプションサービス（20代 57%、30代 52.5%、40代 36%）」や家事の時短につながる「調理家電（20代 30.5%、30・40代 22.5%）」に関心を持っていることがわかりました。50～60代の世帯では「生活家電（50代 25.5%、60代 31%）」のほか「パソコン・周辺機器（50代 22%、60代 32.5%）」に関心を持っていることがわかりました【表6】。このことは、外出よりも家で余暇を過ごす時間が増えた家族が“家に居ながらにして”できる趣味・レジャーを嗜好し、家で過ごすことを楽しみたいと思う＝「家充」の傾向による影響だと推測されます。

【表6】興味のあるモノ・サービス（複数回答、N = 1,000）

全体		
1	定額制配信サービス (動画・音楽・雑誌・その他)	38.5%
2	当てはまるものはない	35.1%
3	生活家電	30.5%
4	調理家電	22.4%
5	パソコン・周辺機器	21.6%
6	インテリア・雑貨	21.5%
7	本・コミック・雑誌・電子書籍	20.6%
8	子供の用品・おもちゃ	20.6%
9	カメラ・AV機器	12.4%
10	スマートスピーカー	12.0%

20歳～29歳		
1	定額制配信サービス (動画・音楽・雑誌・その他)	57.0%
2	子供の用品・おもちゃ	46.0%
3	生活家電	31.5%
4	調理家電	30.5%
5	インテリア・雑貨	26.0%
6	当てはまるものはない	25.5%
7	ホームシアター	17.0%
8	パソコン・周辺機器	16.5%
9	カメラ・AV機器	16.5%
10	本・コミック・雑誌・電子書籍	16.5%

30歳～39歳		
1	定額制配信サービス (動画・音楽・雑誌・その他)	52.5%
2	当てはまるものはない	35.0%
3	子供の用品・おもちゃ	33.5%
4	生活家電	30.0%
5	インテリア・雑貨	25.0%
6	調理家電	22.5%
7	本・コミック・雑誌・電子書籍	18.0%
8	パソコン・周辺機器	16.5%
9	ゲーム機・ゲームソフト	13.5%
10	ホームシアター	12.0%

40歳～49歳		
1	当てはまるものはない	39.0%
2	定額制配信サービス (動画・音楽・雑誌・その他)	36.0%
3	生活家電	34.5%
4	本・コミック・雑誌・電子書籍	26.0%
5	インテリア・雑貨	23.5%
6	調理家電	22.5%
7	パソコン・周辺機器	20.5%
8	子供の用品・おもちゃ	14.5%
9	カメラ・AV機器	12.0%
10	DIY用品	12.0%

50歳～59歳		
1	当てはまるものはない	35.0%
2	定額制配信サービス (動画・音楽・雑誌・その他)	25.5%
3	生活家電	25.5%
4	本・コミック・雑誌・電子書籍	25.5%
5	パソコン・周辺機器	22.0%
6	インテリア・雑貨	18.5%
7	調理家電	16.5%
8	スマートスピーカー	12.0%
9	カメラ・AV機器	10.0%
10	ペット用品	9.5%

60歳～69歳		
1	上記に当てはまるものはない	41.0%
2	パソコン・周辺機器	32.5%
3	生活家電	31.0%
4	定額制動画配信サービス	21.5%
5	調理家電	20.0%
6	本・コミック・雑誌・電子書籍	17.0%
7	インテリア・雑貨	14.5%
8	カメラ・AV機器	12.5%
9	スマートスピーカー	10.0%
10	ペット用品	10.0%

■「家充」かつ消費税増税対策にも最適。電力など生活インフラ見直しには  
全国の8割が関心を示す

- ・安いだけは卒業、「自分が大事に思うことを基準に選びたい」と9割が回答
- ・関西は「定額制で使い放題」・「サポート体制の充実」も重視
- ・自分の家庭やライフスタイルに合った電力などのインフラ見直しプランに全国の8割が関心示す

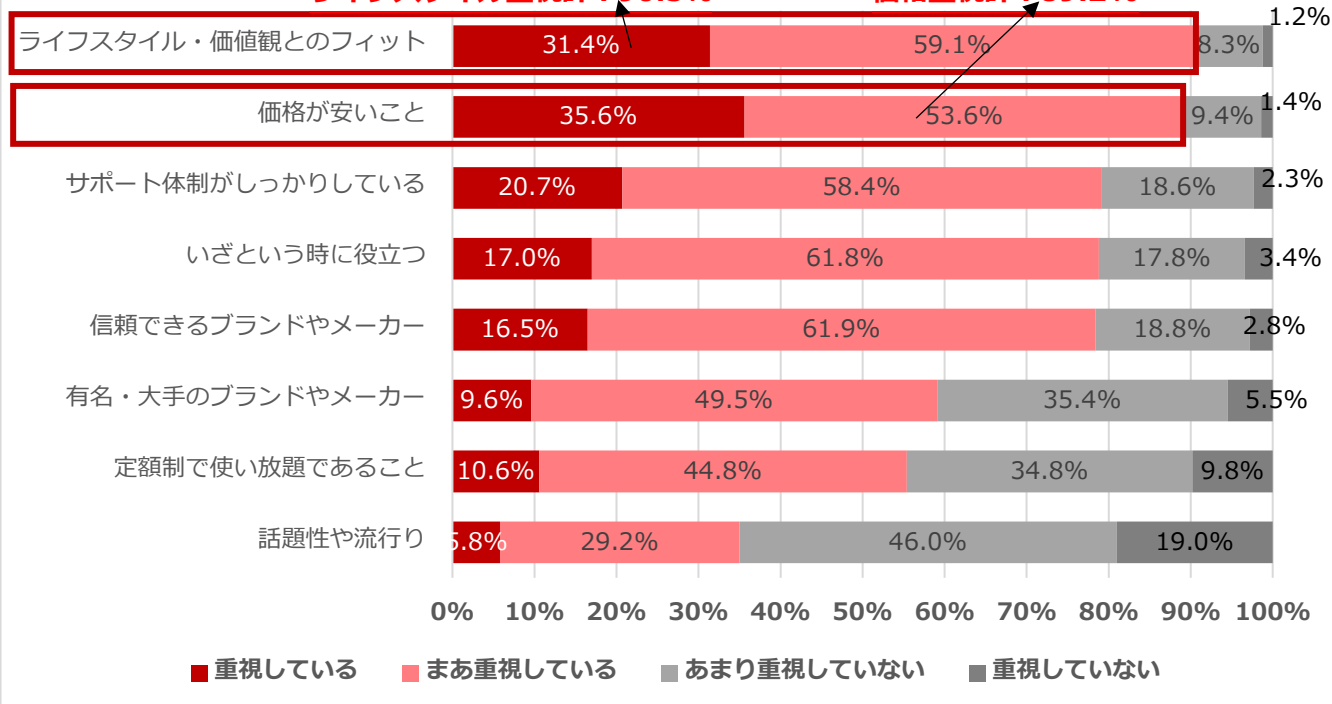
商品やサービスを選択する際に重視することを尋ねたところ、各年代共に「価格の安いことを重視（「まあ重視している（53.6%）」・「重視している（35.6%）」の合算）」が**89.2%**、「自分や家族のライフスタイルや価値観に合うことを重視（「まあ重視している（59.1%）」・「重視している（31.4%）」の合算）」が**90.5%**となり、価格の安さだけでなく、大事に思うことを基準に選択したいという生活者の意向があきらかとなりました【グラフ4】。



【グラフ4】商品やサービスの選択基準（単一回答、N=1,000）

ライフスタイル重視計：90.5%

価格重視計：89.2%

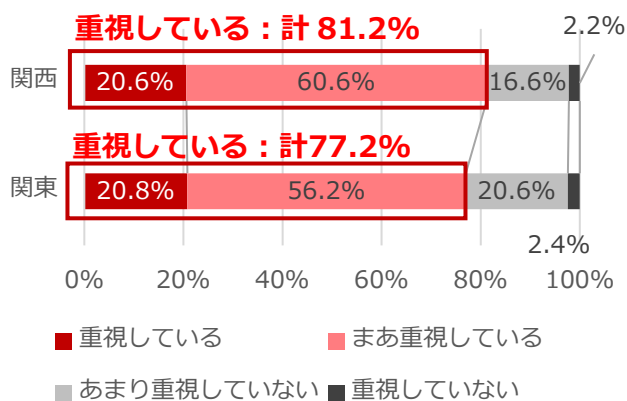


関西では価格のほかに、関東に比べて「定額制で使い放題」・「サポート体制の充実」を重視する傾向にあることがわかりました【グラフ5】【グラフ6】。

【グラフ5】商品やサービスの選択基準

＜サポート体制＞

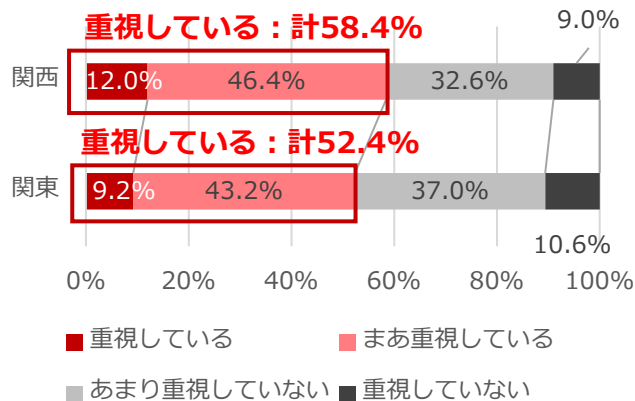
（単一回答、N=1,000）



【グラフ6】商品やサービスの選択基準

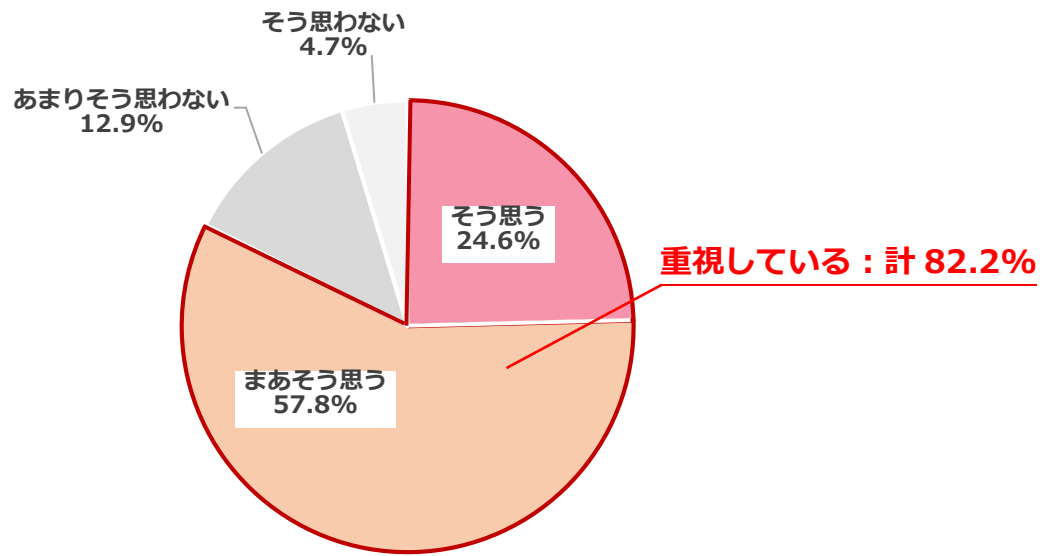
＜定額制・使い放題＞

（単一回答、N=1,000）



電気やガスなどの生活インフラ見直しにおける重視する点について尋ねたところ、全国の約8割（「そう思う（24.6%）」「まあそう思う（57.8%）」の合算）が「自分の家庭やライフスタイルに合ったインフラの見直し」に関心を示しました。これにより「家充」や消費税増税前により高まる来年の生活インフラの見直しの際には、価格だけではなく家族やライフスタイルに合ったプランへの見直しへの意向が高まるものと予想されます【グラフ7】。

【グラフ7】生活インフラ見直しに際し重視する点  
＜家族やライフスタイルに合う＞  
(単一回答、N=2,000)







## All About ガイドによる解説

### 「節約」ガイド：矢野 きくの氏

家事アドバイザー・節約アドバイザー。女性専門のキャリアコンサルタントを経て女性が働く為には家事からの改革が必要と考えて現職に。家事の効率化、家庭の省エネを中心にテレビ、雑誌、講演ほか企業サイトや新聞での連載。TV クイズ問題の作成や便利グッズの開発にも携わる。

消費税増税決定のニュース直後に行われた今回の調査では、「電気」「ガス」「水道」の生活インフラ費用や、20～40代でベスト10に入った通信費をはじめとする家計で継続的にインパクトのある固定費用の引き締め意向がより鮮明に表れた結果となりました。

生活者のライフスタイルの変化と家計に注目すると、年々「異常気象」と言われるニュースが増えている中で、今年はとくに猛暑や台風の影響も強く、家で過ごす時間も増え、この冬の見通しについても「増えると思う18%」「やや増えると思う36%」との回答を合わせると約54%の人がこの冬も引き続き家で過ごす時間が増えるだろうと予想しています。

現在の家での過ごし方のベスト3が「テレビ視聴」「のんびりと過ごす」「家事」となりましたが、今後は家で過ごす時間が増え、よりいっそう家での生活を充実させたいと考えるようになり、20～40代の世帯においては、家で楽しむことができる動画や音楽の「サブスクリプションサービス」や家事の時短につながる「調理家電」に関心が集まりました。50～60代世帯においては、ネットショッピングをもっと利用したいという意向が50代で38%、60代で34%となったことも関係し、「パソコン・周辺機器」がベスト5までにランクインしています。

また、今年減った支出に「外食費」「被服費」「旅費」が挙げられた調査結果からも分かるように、家で過ごす時間が増えたことから家計での支出にも変化が表れ、さらに来年減らしたい支出に「電気」「ガス」「水道」があげられていることから、家で過ごす時間を充実させる商品やサービスにお金を使いたく、それ以外は節約したいという意向が見えます。

現在は小売店と宅配クリーニングサービスのセットや、携帯電話やスマートフォンのキャリア契約と動画配信サービスのセットなど、「家充」サービスの選択肢も広がってきている中で、「安いだけは卒業、自分が大事に思うことを基準に選びたい」と90%が回答しているように、従来の金額だけで決めるのではなく、自分の満足度が高いことへ支出することへの意識が高まっています。

関西地区においては、「定額制で使い放題」・「サポート体制の充実」が重視されていますが、このように自分はそのようなことを重視するのか、どのようなことには時間を使いたくないのか、またその時間を使いたくないことに対してどれくらいの費用をあてられるのかを、それぞれがしっかり考えて商品やサービスを選択することが重要となってきます。

自分の家庭やライフスタイルに合ったインフラ見直しプランに全国の82%が関心を示しているように、これからの家庭での支出は単一的なものではなく、より個々のライフスタイルにあわせたものとなっていくことが予想されます。特に全世代で「減らしたい」意向が強い結果となった「電気代」の見直しに関しては、家族のライフスタイルに「家充」の傾向が見受けられ、併せて家でテレビやインターネットで動画や映画鑑賞をして過ごしたいという意向があることから、「電気代」の節約と「定額制動画配信サービス」があわせて選択できるプランなどへの関心は高まるものと推測されます。

## ■調査概要

- ・対象エリア : 関東 (茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県)  
                  関西 (大阪府、京都府、兵庫県、滋賀県、奈良県、和歌山県)
- ・対象者条件 : 20～60代の男女
- ・サンプル数 : 性年代各50名ずつ、計1,000名
- ・調査手法 : インターネット調査
- ・調査期間 : 2018年10月19日～10月24日

## ■オールアバウトについて URL : <http://corp.allabout.co.jp/>

約1,300のテーマごとに、専門の知識や経験を持った人＝「ガイド」が、その分野に関する信頼性の高い情報を提供する総合情報サイトを運営。2001年2月15日のサイトオープン以来、順調にユーザ数を伸ばし、月間総利用者数は約2,500万人（2018年7月実績）となっています。「あなたの明日が動きだす」というサイトスローガンのもと、システムだけでは到達しない満足度へ“人”がナビゲートするサービスです。

## ■大阪ガスについて URL : <http://www.osakagas.co.jp/>

ガス・電力事業を国内外で展開する「総合エネルギー事業者」へ進化するとともに、材料ソリューションなどの領域で事業拡大を進めお客さまや社会の期待にお応えする企業グループを目指しています。

**本件に関する報道機関からのお問い合わせ先 :**  
株式会社オールアバウト 広報担当 : 柏原・安田  
TEL : 03-6362-1309 FAX : 03-6682-4229  
E-mail : [pr@staff.allabout.co.jp](mailto:pr@staff.allabout.co.jp)