

## 冷蔵庫の省エネ性能 — 「省エネ性能」が重視される冷蔵庫、年間消費電力量は5年で12%減少 —

GfK Japan（東京：中野区）は、全国の有力家電・IT取扱店の販売実績データ等を基に、冷蔵庫の消費電力のトレンドをまとめた。

### 【概要】

- ・冷蔵庫で重視される項目の上位に「省エネ性能」。購入者の49%が「省エネ性能」と回答した<sup>\*1</sup>。
- ・冷蔵庫の年間消費電力量<sup>\*2</sup>は、2017年と比べて12%減少した。
- ・少容量・中容量・大容量の全てのサイズで消費電力は減少傾向にある。

### 【購入者は冷蔵庫を選ぶ際に「省エネ性能」を重視】

資源エネルギー庁の省エネポータルサイトによると、冷蔵庫の家庭における電力消費はエアコンに次いで2番目に多い<sup>3</sup>。使用しないときにオフにできる他家電と異なり、24時間常に稼働しておく必要がある冷蔵庫の省エネ性能は重要なポイントである。GfKの調査では、直近1年の冷蔵庫購入者の49%が「省エネ性能」を重視したと回答した。「大きさ」「容量」「使いやすさ」などデザイン面の項目と並んで上位に挙げられており、「省エネ性能」は購入時に確認されるポイントの一つになっている。

### 【冷蔵庫の年間消費電力量は5年で12%減少、すべてのクラスで省エネ性能が向上】

冷蔵庫の年間消費電力量は、5年前の2017年と比べて12%減少した（図1）。2017年の年間消費電力量は平均321kwと300kwを上回っていたが、年々減少し2022年では同282kwとなった。5年の減少幅を電気代に換算すると、1年あたり1190円程度<sup>\*4</sup>を節約できることになる。

容量クラス別では、小容量（200L以下）で17年比11%減、中容量（201-400L）で同18%減、大容量（401L以上）で同9%減と、どのクラスにおいても消費電力が減少した。大容量の冷蔵庫は、無駄な稼働を抑制するインバーターやセンサーが搭載されていたり、断熱性能に優れていたりすることから、もともと省エネ性能の高いモデルが多かったが、さらに消費電力が抑えられた。また、これまで消費電力が大きかった中容量クラスにおいても省エネ化が進み、年間消費電力の減少幅は最も大きい18%減であった。

図1. 冷蔵庫 年間消費電力量平均 (kw/年)



## 【電気代値上がりの中で「省エネ」はより重視される可能性】

22年10月の全国消費者物価指数によると、電気代は前年同月比で20.9%上昇し、家計への負担は継続している。また、来年以降さらなる値上げが行われる可能性もある。加えて、電力需給の逼迫対策として、政府要請に基づく冬の節電も12月1日から始まった。

電気代、節電対策の双方の点において、これからも省エネのニーズは継続するだろう。冷蔵庫に限らず、今後の家電の買い替えや商品選びの際には、より一層「省エネ」が注目ポイントになると考えられる。

### \*1. gfknewron consumer 調査結果に基づく

- 調査主体：GfK
  - 調査実施機関：GfK
  - 本調査対象：2021年10月～22年9月における 冷蔵庫・冷凍庫購入者 約4,000名
  - 調査方法：インターネット調査
  - 回答者属性：性、年代、就業状況、世帯年収、家族構成、他
  - 調査内容：メーカー名、比較検討メーカー名、購入前使用メーカー、購入重視点、購入店舗、参考にした情報源、他
- gfknewron consumerはgfknewronが提供するソリューションの一つです。  
2018年から四半期に一度調査を実施しており、最新の消費者動向をいち早く把握することができるプラットフォームです。

\*2. 2015年のJIS改正後の2016年以降の発売モデルを対象とし、販売台数を加味した加重平均を算出

\*3. 資源エネルギー庁 省エネポータルサイト

[https://www.enecho.meti.go.jp/category/saving\\_and\\_new/saving/index.html#general-section](https://www.enecho.meti.go.jp/category/saving_and_new/saving/index.html#general-section)

\*4. 公益社団法人 全国家庭電気製品公正取引協議会が定めた電力料金目安単価 31円/kWh（税込、令和4年7月22日改定）を乗じて算出

### gfknewronについて

AIを搭載したソフトウェア「gfknewron」は、シングルプラットフォームによって得られるデータや市場調査などを活用して意思決定者がビジネスパフォーマンスの概要を瞬時に把握することを可能にします。新しいターゲット市場の検証から、顧客のニーズに応じた製品の調整、将来の市場評価まで、社内の複数のチームが同時にいつでもアクセスでき、同じデータを使って部門間の問題に対処することができます。更に早い段階で課題を特定し、戦略的な計画を立てるのに役立ちます。AIがサポートする予測は、市場競争で優位に立つために、正確な情報に基づく迅速な意思決定に役立ちます。



本リリースに関するお問い合わせ先

GfK Japan  
Marketing & Communications  
平川 己津子  
Email: [mitsuko.hirakawa@gfk.com](mailto:mitsuko.hirakawa@gfk.com)