

都内中小事業者の電力消費等の実態と今後の動向に関する調査

報告書〈概要版〉

令和5年3月

東京都産業労働局

I 調査実施の概要

1 調査目的

D Xの進展や温室効果ガスの削減目標達成に向けた取組を迫られる中、今後の中小事業者の成長にとって、脱炭素化の潮流に対応した、電力の安定的確保・利用等が必須の課題となっている。

中小事業者における電力消費等の実態、省エネ、再エネに向けた取組の状況や課題、電力不足への対応等について分析し課題を整理することで今後の支援策検討の基礎資料とする。

2 調査概要

2－1.アンケート調査概要

(1) 調査対象

東京都内に事業所を有し事業活動を行う中小事業者 7,000 件

(2) 対象業種

日本標準産業分類の大分類

(3) 抽出方法

企業信用調査業務を行う調査会社により作成された、都内に事業所を有する概ね 15 万件以上の事業者データベースを母集団として、以下のア及びイに該当するデータを除外し、対象業種ごとに無作為抽出を行い、本調査に用いるための 7,000 件のデータを作成する。

ア 業種、従業員規模、資本金規模の外形的条件により、中小企業基本法における中小企業者に該当しないと判断される者。

イ 調査票送付先に適しないもの。

(4) 調査方法

調査票の配付は郵送により行い、回収は郵送又は Web で行う。事業者が回答方法を選択できるように、受託者は、全ての調査対象に返送用封筒を配布するとともにアンケート回答用 Web サイトのログイン ID・パスワードを付与する。

(5) 調査実施機関

株式会社 C C N グループ

(6) 調査期間

令和 4 年 9 月 7 日～令和 4 年 10 月 7 日

2－2．ヒアリング調査概要

(1) 調査対象

東京都内に事業所を有し事業活動を行う中小事業者 20 件

(2) 対象業種

日本標準産業分類の大分類

※ 各業種 1 社以上を選定しヒアリングを行う。

(3) 調査方法

ヒアリングは電話により実施する。ヒアリング実施後は、内容を記録した「ヒアリングシート」を電子データにて作成。

(4) 調査実施機関

株式会社 C C N グループ

(5) 調査期間

令和 5 年 1 月 30 日～令和 5 年 2 月 10 日

Ⅱ 調査結果

■回収状況

アンケート回収数は 2230 件（個人 5 件、法人 2124 件、無回答 101 件）（回収率 31.9%）であった。

■調査結果の見方

調査結果の数値は、回答率(%)で表示している。回答率(%)の母数は、その質問項目に該当する回答者の総数であり、その数は n で示している。

原則として、各設問のグラフは選択肢別の回答割合を記載し、表には回答者の実数を記載している。

回答率(%)については、小数点第 2 位以下を四捨五入し、小数点第 1 位までを表示している。このため、その合計数値は必ずしも 100%とはならない場合がある

1 電力使用の実態

経営における電気料金の負担の増加は、「1～1.5 倍に増えている」が最も多く 42.4%となっている。

直近 3 年間における新電力等への電気供給契約の切り替えの有無は、「行った」が 17.0%に対して「行っていない」が 79.1%と、電力供給契約の切り替えを行った事業所は 2 割以下という結果になった。

2 電力等の消費に対する意識・取組

『今夏』の電力需給ひっ迫に備えて実施している対策・取組は、「クールビズの推奨」が最も多く 40.4%となっている。

『今冬、来夏』の電力需給ひっ迫に対する危機感は、「やや危機感を抱いている」が最も多く 54.5%となっている。『今冬、来夏』の電力需給ひっ迫に備えて今後新たに実施する(実施予定の)対策・取組は、「クールビズ・ウォームビズの推奨」が最も多く 28.2%、次いで「照明照度の見直し」が 21.3%、「LED 照明の導入」が 17.5%となっている。

事業所における電力使用量の把握状況は、「把握していない」が 56.2%、「把握している」が 37.3%となっている。また、時間帯毎の電力使用量の把握状況は、「把握していない」が 87.3%に対して「把握している」が 6.7%となっている。

デマンドレスポンス（DR）の認知度は、「まったく知らない」が 55.4%と最も多くなっている。デマンドレスポンス（DR）において興味のある（もてそうな）内容は、「節電した結果、電気代も安くなる」が最も多く 39.0%となっている。

電力小売会社によるポイント制度の導入予定は、「導入の予定はない」が最も多く 54.3%となっている。

3 企業におけるエネルギー消費の今後の動向

現在主に使用しているエネルギー源は、「電気」の回答が最も多くなっている。また、今後における現在使用しているエネルギー源の転換・分散の検討は、「検討していない」が9割を超えている。

国内のエネルギー資源について感じていることは、「とても不安」「やや不安」を合わせた「不安」の回答が76.8%となっている。

他の企業（特に大企業）等からのサプライチェーン排出量の削減に向けた省エネ・再エネの取組を要請されている等、取引への影響及び金融機関や株主からの、省エネ・再エネの取組を要請される等の資金調達への影響は、どちらも「影響はない」が8割を超えている。

4 カーボンニュートラル（脱炭素化）の取組

カーボンニュートラル（脱炭素化）の実施におけるメリットの有無は、「あまりメリットがない」と「まったくメリットはない」を合わせた「メリットがない」が68.1%となっている。

省エネ・再エネ設備の導入にあたり懸念となる部分（すでに導入済みの方は懸念された・困難だった部分）は、「設備投資等、初期費用がかかる」が最も多く55.0%となっている。

省エネ・再エネ設備以外の内容でカーボンニュートラルに向けて実施している取組は、「節電への取組」が最も多く35.7%となっている。

省エネ・再エネにおける経営上の課題は、「導入コストがかかること」が最も多く51.1%となっている。

5 東京都の施策

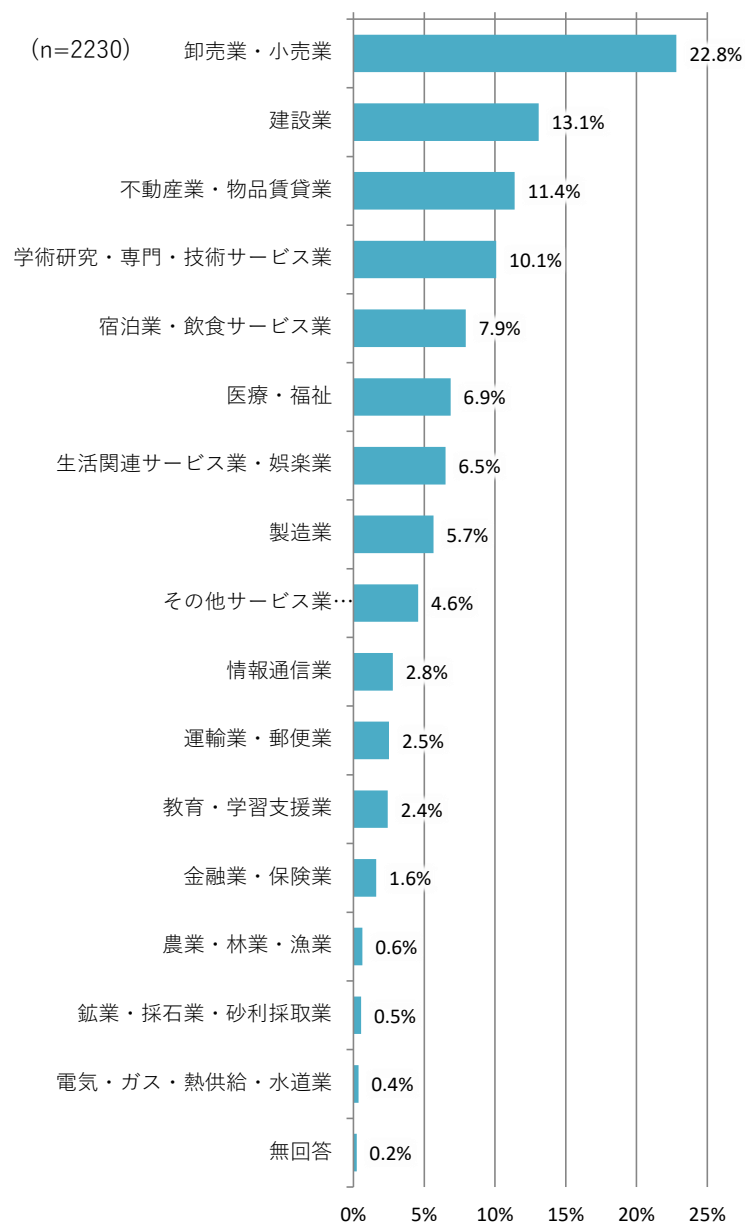
都における省エネ・再エネの導入に対する様々な支援策についての認知度は、「よく知っている」と「あることは知っている」を合わせた「知っている」が26.0%、「あまり知らない」と「まったく知らない」を合わせた「知らない」が68.5%となっている。

都における「H T T」の取組についての認知度は、「よく知っている」と「あることは知っている」を合わせた「知っている」が14.7%、「あまり知らない」と「全く知らない」を合わせた「知らない」が79.5%となっている。

電力消費の見直しや省エネ・再エネへの行政に期待する支援策は、「設備投資等に対する補助金」が最も多く53.0%、次いで「政府・自治体による導入サポートの充実」が23.3%、「制度融資等金融支援」が18.8%となっている。

回答企業の業種

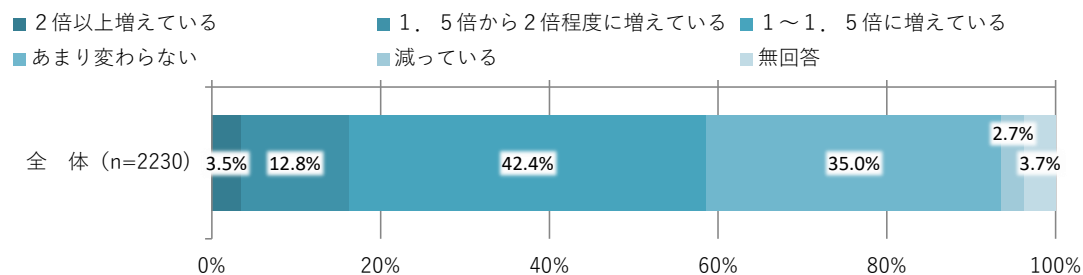
回答企業を業種別でみると、「卸売業・小売業」が最も多く 22.8%、次いで「建設業」が 13.1%、「不動産業・物品賃貸業」が 11.4%となっている。



電力使用の実態

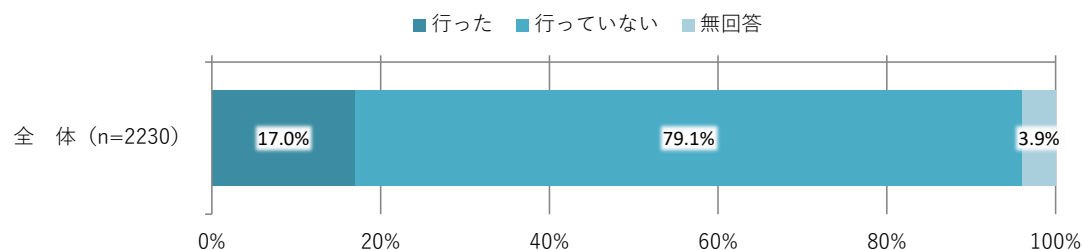
1 経営における電気料金の負担の増加（1 年前と比較）

経営における電気料金の負担の増加は、「1～1.5 倍に増えている」が最も多く 42.4%となっている。



2 直近3年間における新電力等への電気供給契約の切り替え

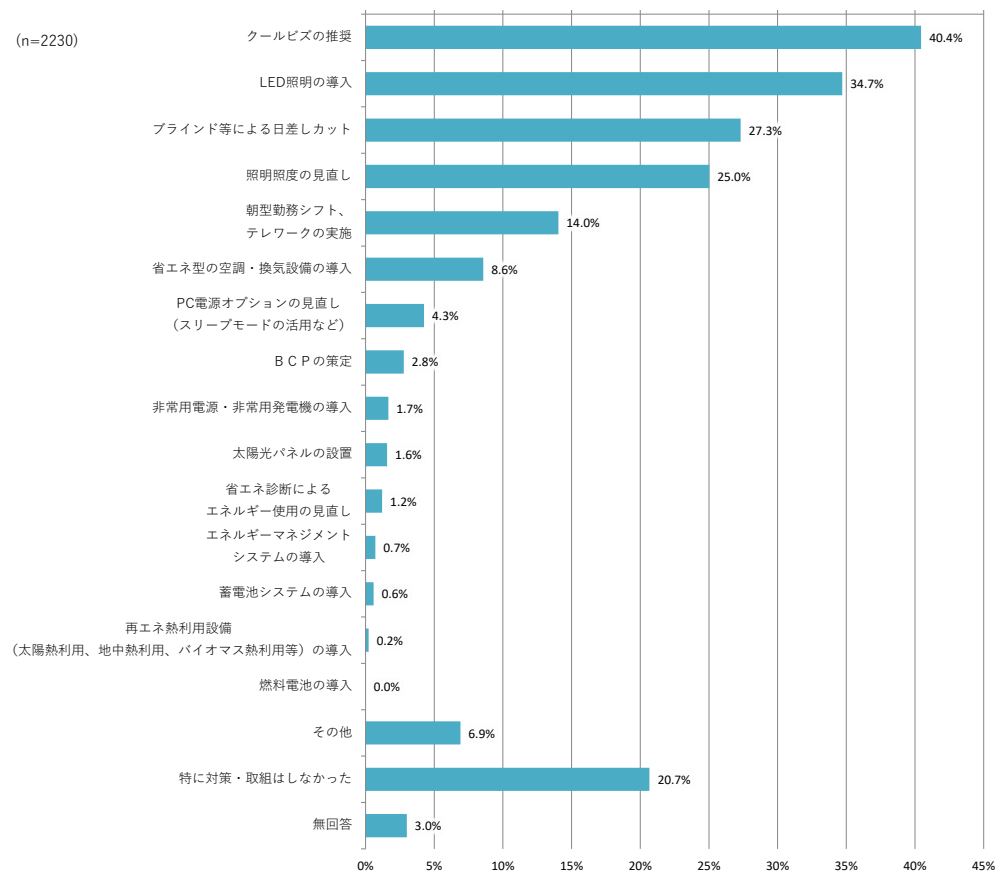
直近3年間における新電力等への電気供給契約の切り替えの有無は、切り替えを「行った」が17.0%に対して「行っていない」が79.1%と、電力供給契約の切り替えを行った事業所は2割以下となっている。



電力等の消費に対する意識・取組

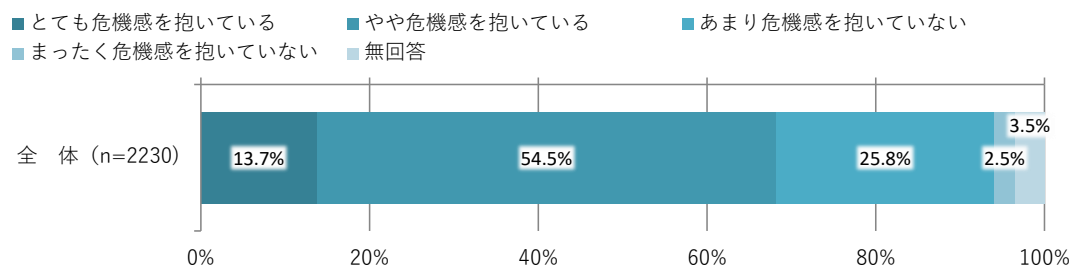
1 『今夏』の電力需給ひっ迫に備えて実施している対策・取組

『今夏』の電力需給ひっ迫に備えて実施している対策・取組は、「クールビズの推奨」が40.4%、次いで「LED照明の導入」が34.7%、「ブラインド等による日差しカット」が27.3%となっている。



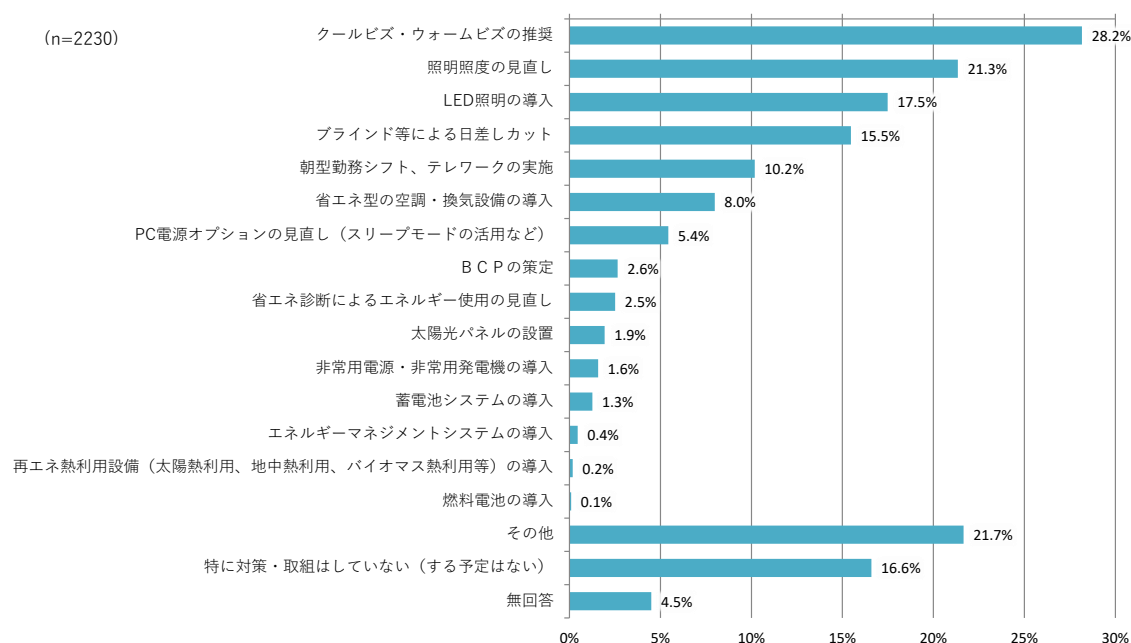
2 『今冬、来夏』の電力需給ひっ迫に対する危機感

『今冬、来夏』の電力需給ひっ迫に対する危機感は、「やや危機感を抱いている」が最も多く 54.5%、「あまり危機感を抱いていない」が 25.8%、次いで「とても危機感を抱いている」が 13.7%となっている。



3 『今冬、来夏』の電力需給ひっ迫に備えて今後新たに実施する(実施予定の)対策・取組

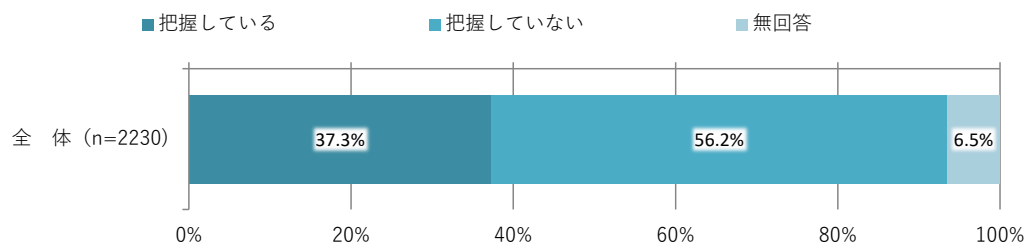
『今冬、来夏』の電力需給ひっ迫に備えて今後新たに実施する(実施予定の)対策・取組は、「クールビズ・ウォームビズの推奨」が最も多く 28.2%、次いで「照明照度の見直し」が 21.3%、「LED照明の導入」が 17.5%となっている。



4 電力使用量の把握状況

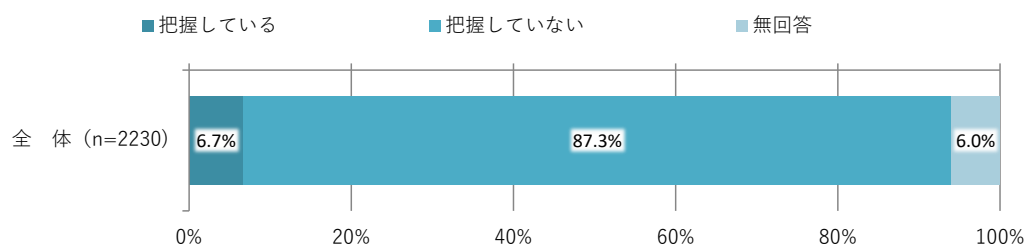
(1) 電力使用量の把握状況

事業所における電力使用量の把握状況は、「把握していない」が 56.2%、「把握している」が 37.3%となっている。



(2) 時間帯毎の電力使用量の把握状況

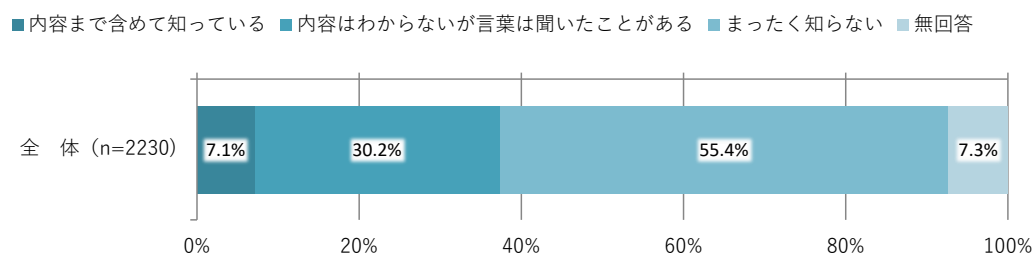
事業所における時間帯毎の電力使用量の把握状況は、「把握していない」が 87.3%に対して「把握している」が 6.7%となっている。



5 デマンドレスポンス（DR）の認知度

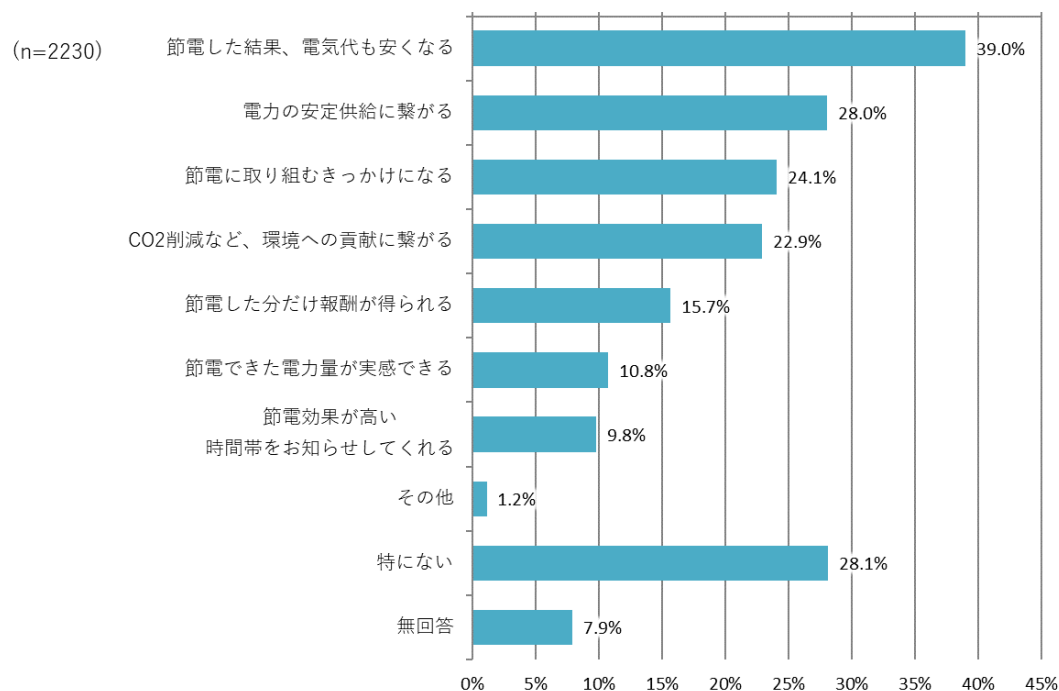
(1) デマンドレスポンス（DR）の認知度

デマンドレスポンス（DR）の認知度は、「内容まで含めて知っている」が 7.1%、「内容はわからないが言葉は聞いたことがある」が 30.2%、「まったく知らない」が 55.4%となっている。



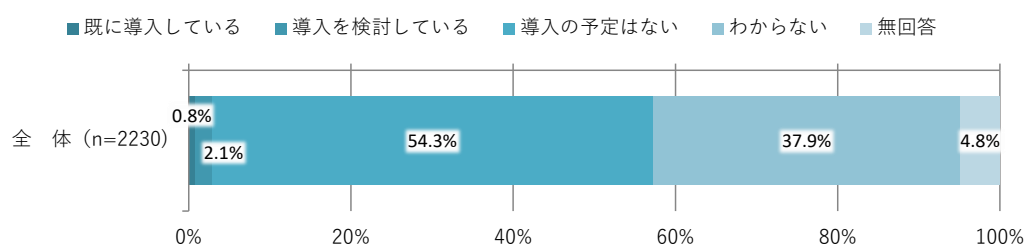
(2) デマンドレスポンス（DR）において興味のある（もてそうな）内容

デマンドレスポンス（DR）において興味のある（もてそうな）内容は、「節電した結果、電気代も安くなる」が最も多く 39.0%、次いで「電力の安定供給につながる」が 28.0%、「節電に取り組むきっかけになる」が 24.1%となっている。



6 電力小売会社によるポイント制度の導入予定

電力小売会社によるポイント制度の導入予定は、「導入の予定はない」が最も多く 54.3%、「導入を検討している」が 2.1%、「すでに導入している」が 0.8%となっている。

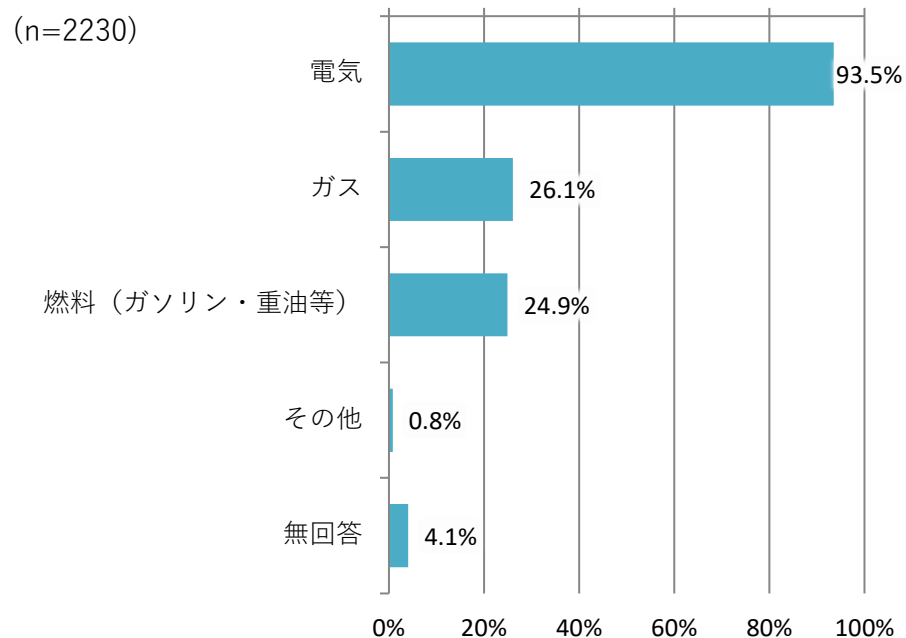


企業におけるエネルギー消費の今後の動向

1 エネルギー源の現状と転換・分散の検討

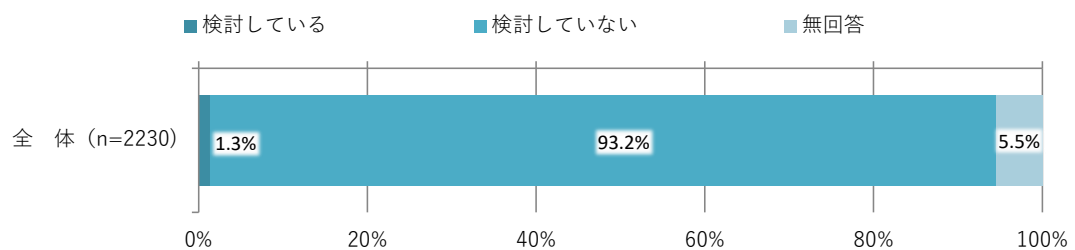
(1) 主に使用しているエネルギー源

現在主に使用しているエネルギー源は、「電気」の回答が 93.5%で最も多くなっている。



(2) エネルギー源の転換・分散の検討

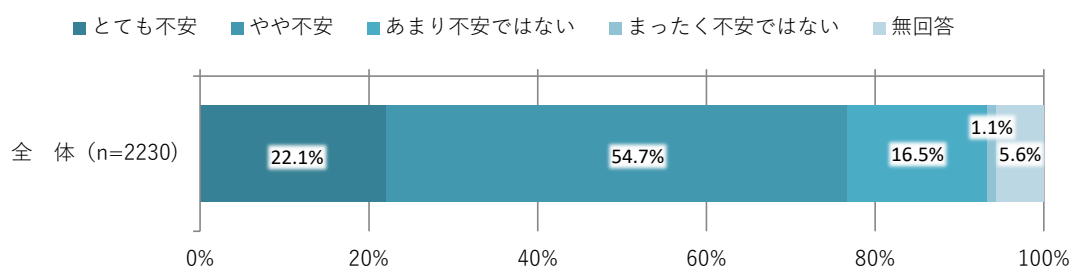
今後における現在使用しているエネルギー源の転換・分散の検討は、「検討していない」が9割を超えている。



2 エネルギー資源についての意識

(1) 国内のエネルギー資源について感じていること

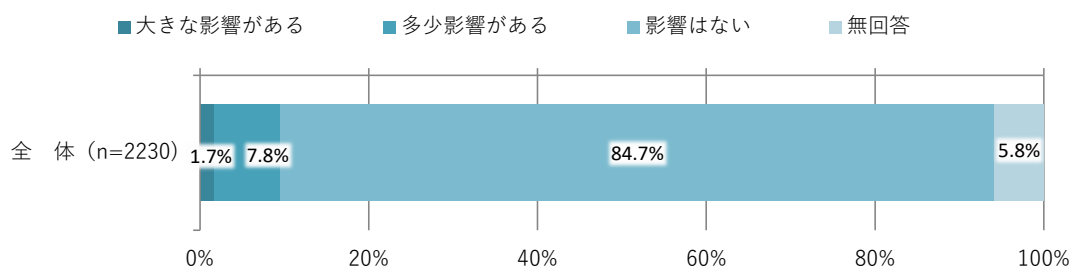
国内のエネルギー資源について感じていることは、「とても不安」「やや不安」を合わせた「不安」の回答が 76.8%となっている。



3 省エネ・再エネの取組における業務への影響

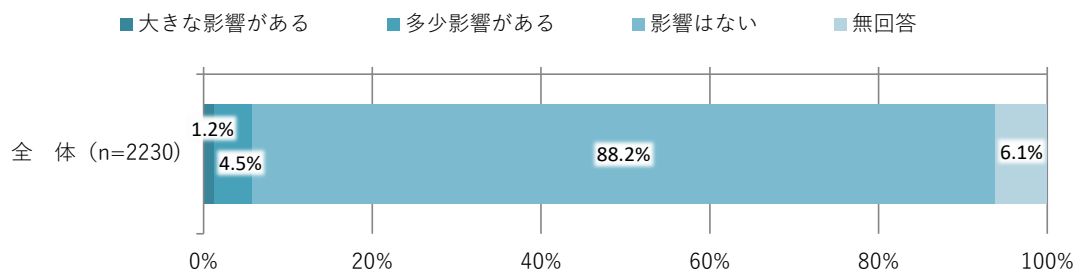
(1) 省エネ・再エネの取組に関する取引への影響

他の企業（特に大企業）等からの、サプライチェーン排出量の削減に向けた省エネ・再エネの取組を要請されている等、取引への影響は、「影響はない」が 84.7%、「多少影響がある」が 7.8%、「大きな影響がある」が 1.7%となっている。



(2) 省エネ・再エネの取組に関する資金調達への影響

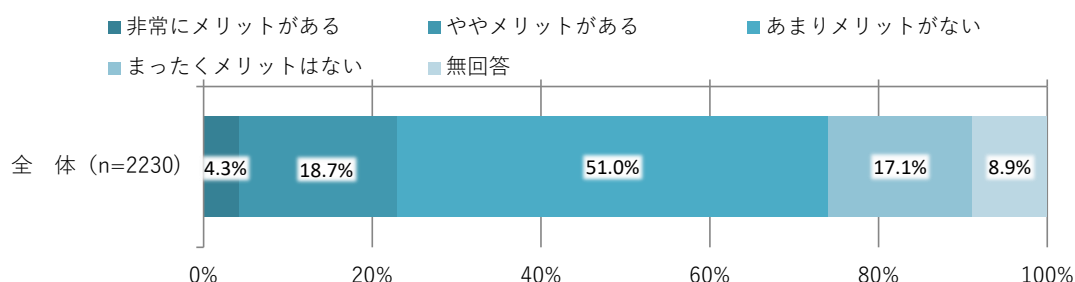
金融機関や株主からの、省エネ・再エネの取組を要請される等の資金調達への影響は、「影響はない」が 88.2%、「多少影響がある」が 4.5%、「大きな影響がある」が 1.2%となっている。



カーボンニュートラル（脱炭素化）の取組

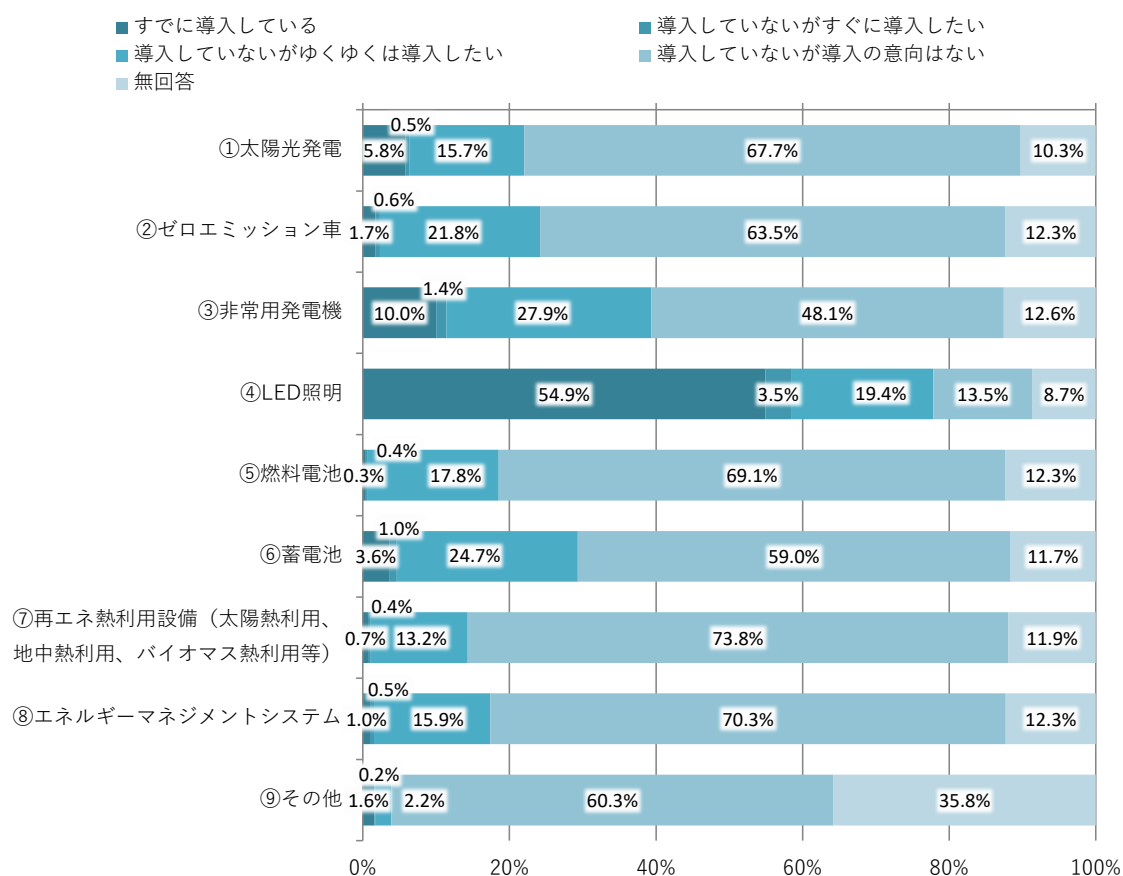
1 カーボンニュートラル（脱炭素化）の実施におけるメリット

カーボンニュートラル（脱炭素化）の実施におけるメリットの有無は、「非常にメリットがある」と「ややメリットがある」を合わせた「メリットがある」が23.0%、「あまりメリットがない」と「まったくメリットはない」を合わせた「メリットがない」が68.1%となっている。



2 省エネ・再エネ設備の導入状況・導入への意向

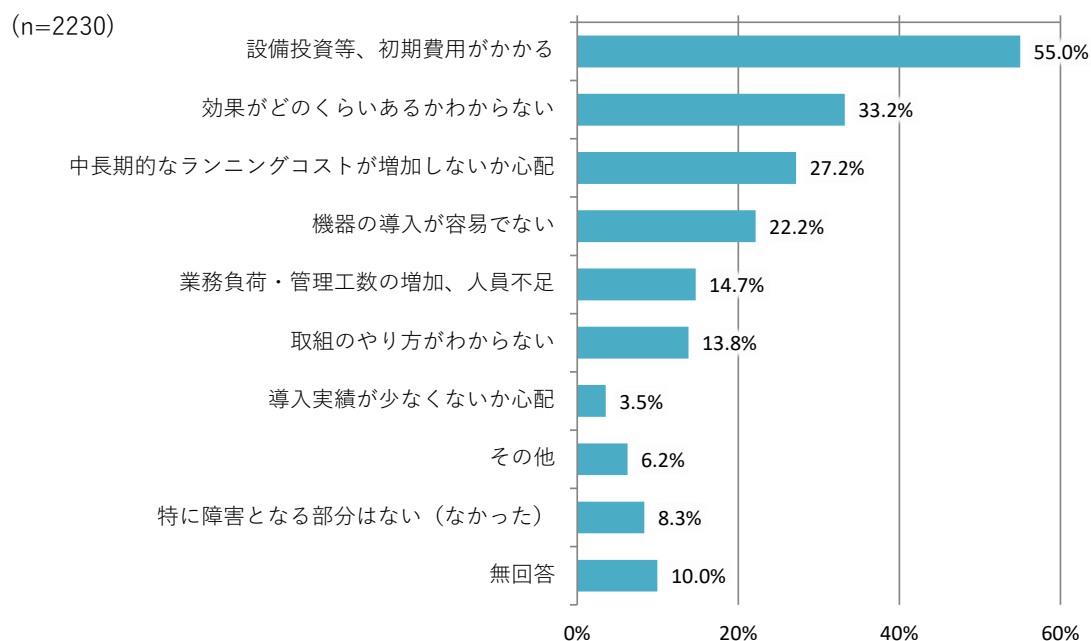
省エネ・再エネ設備の導入状況・導入への意向について「すでに導入している」と回答した設備で最も多い回答がLED照明で54.9%であった。LED照明以外の設備では「すでに導入している」という回答は10%以下であった。



3 省エネ・再エネ設備導入の取組と課題

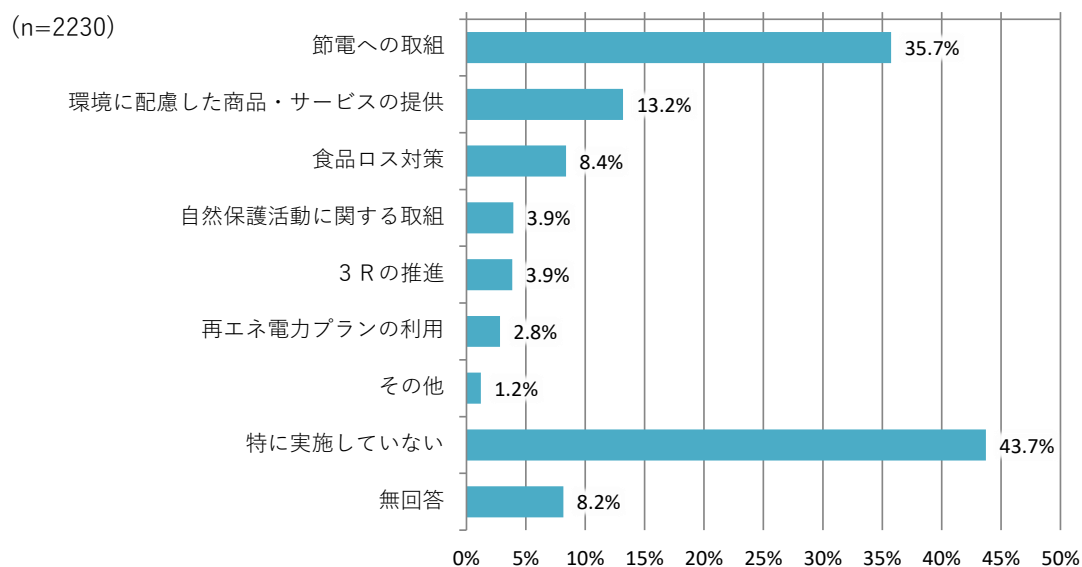
(1) 省エネ・再エネ設備導入の取組と課題

省エネ・再エネ設備の導入にあたり懸念となる部分（すでに導入済みの方は懸念された・困難だった部分）は、「設備投資等、初期費用がかかる」が55.0%、「効果がどのくらいあるかわからない」が33.2%、「中長期的なランニングコストが増加しないか心配」が27.2%となっている。



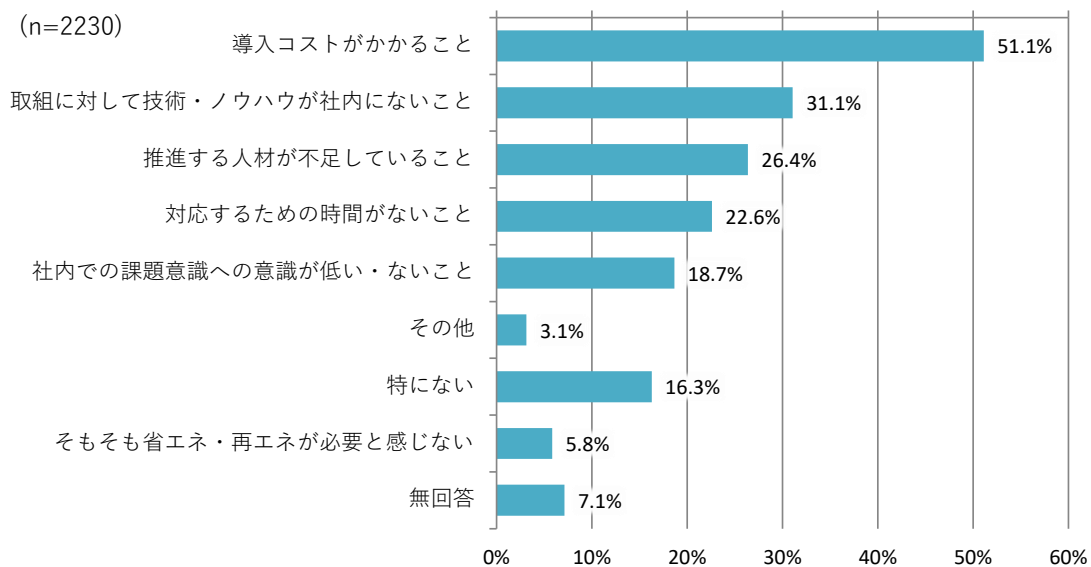
(2) 省エネ・再エネ設備以外のカーボンニュートラルへの取組

省エネ・再エネ設備以外の内容でカーボンニュートラルに向けて実施している取組は、「節電への取組」が35.7%、次いで「環境に配慮した商品・サービスの提供」が13.2%、「食品ロス対策」が8.4%となっている。



(3) 省エネ・再エネにおける経営上の課題

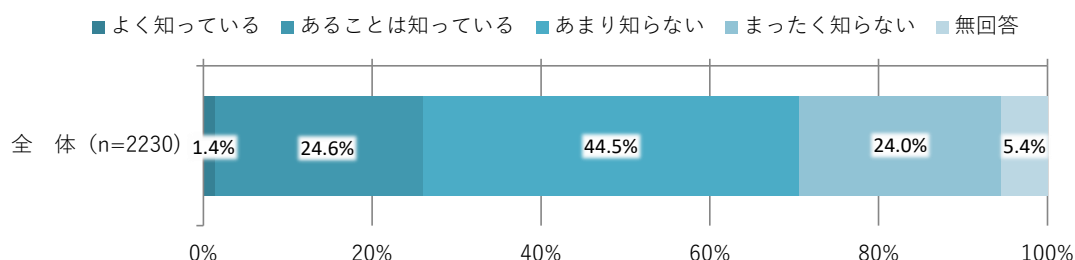
省エネ・再エネにおける経営上の課題は、「導入コストがかかること」が最も多く 51.1%、次いで「取組に対して技術・ノウハウが社内にあること」が 31.1%、「推進する人材が不足していること」が 26.4%となっている。



東京都の施策

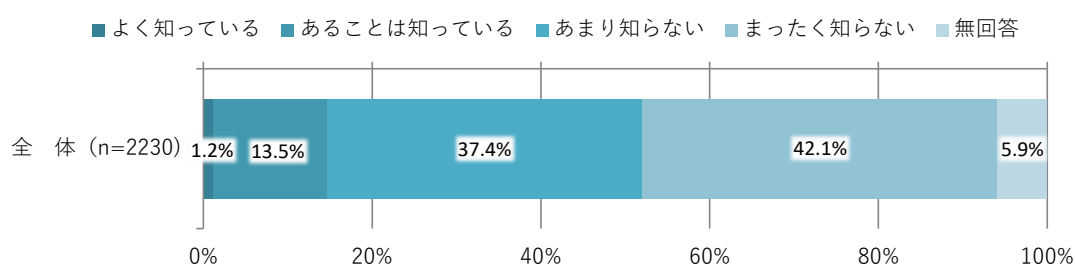
1 省エネ・再エネの導入に対する支援策の認知度

都における省エネ・再エネの導入に対する様々な支援策についての認知度は、「よく知っている」と「あることは知っている」を合わせた「知っている」が26.0%、「あまり知らない」と「まったく知らない」を合わせた「知らない」が68.5%となっている。



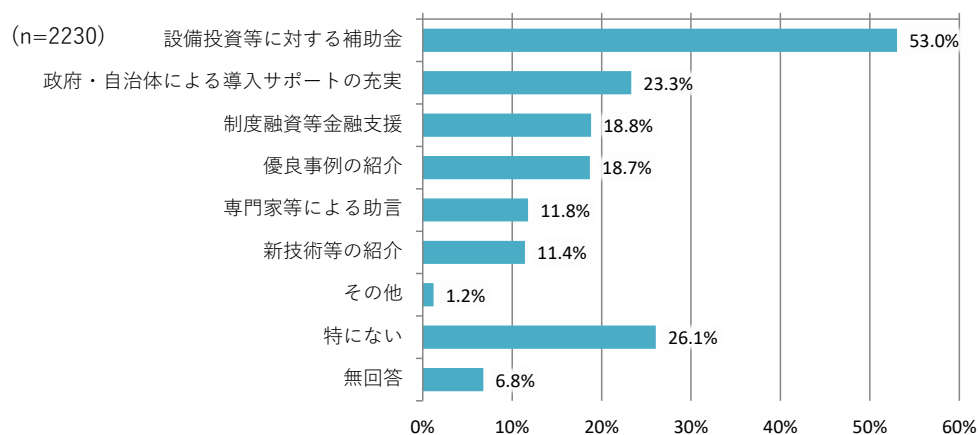
2 「H T T」の取組についての認知度

都における「H T T」の取組についての認知度は、「よく知っている」と「あることは知っている」を合わせた「知っている」が14.7%、「あまり知らない」と「全く知らない」を合わせた「知らない」が79.5%となっている。



3 電力消費の見直しや省エネ・再エネへの行政に期待する支援策

電力消費の見直しや省エネ・再エネへの行政に期待する支援策は、「設備投資等に対する補助金」が最も多く53.0%、次いで「政府・自治体による導入サポートの充実」が23.3%、「制度融資等金融支援」が18.8%となっている。



ヒアリング調査まとめ

1. テナントか自社ビルか

本調査では 20 企業へのヒアリングをおこない、テナント利用が 7 社、自社ビル保有が 12 社、テナントと自社ビル共に利用が 1 社であった。

2. 節電や省エネの取組

●テナント利用の企業

- 半数以上が設備未導入
- LED照明など簡単に導入できるものが多い
- 太陽光発電設備導入済みの企業は無かった

●自社ビルの企業

- テナントの企業と比較すると圧倒的に設備導入企業が多い
- LED照明に関してはほとんどの企業が導入済み
- 少数ではあるがEV自動車、非常用発電機、蓄電池、省エネ対応の空調設備、デマンド管理システム等の導入の企業もあった
- フロアごとに電力計を設置し、厳しく電力消費量を管理している企業も見られた

●テナント利用、自社ビル共通

- 多くの企業がテレワークやクールビズの実施

3. 節電・省エネ対策を実施（実施検討）する理由

●テナント利用、自社ビルで理由の面での違いは無い

- 電気料金の高騰もあり、コスト面を考慮しての節電が最も多い
- コストを抑えつつ環境保全にも貢献できれば良い
- 設備を新調する際に省エネ傾向のものに買い換える企業が多い

●クールビズの導入

- コスト・環境への配慮が理由と答える企業が多かった

●テレワークの実施

- 新型コロナウイルスの影響が大きく、省エネ目的で始めた企業は少ない
- 新型コロナウイルスの感染者数も落ち着いてきており、すでに可能な限り出社にしているため来夏のテレワーク実施は現時点では決まっていないと答えた企業もあった

- 非常用発電機

- 導入済みと回答した4社全てが災害時のために導入と回答
- 節電・省エネ目的での利用は現時点では無い

4. 省エネ対策の障壁・課題

- テナント利用

- 自社で出来る対策が少ないという意見が最も多い
- 設備導入時にビルの運営会社の協力が必須であり、設備導入の障壁となっている
- 退出時の原状復帰を求められ、導入を諦めた企業もあった
- 導入コストの問題で導入は難しいと答える企業も複数見られた

- 自社ビル保有

- テナント利用の企業と比較してコスト面を障壁として挙げる企業が多い
- 工場を持つ企業からは電力消費量を抑えるためには新しい機械の導入が必須という意見もあり、コストが大きな障害となっている

- 業種特有の課題

- 保育施設や飲食店では児童や利用者の衛生面・健康面が最優先であるため節電・省エネ対策は難しい
- 保育施設や飲食店では、新型コロナウイルスの影響もあり換気をおこなう関係で空調を弱くすることが出来ないという意見も見られた

- 会社形態による課題

- 大企業の完全子会社の企業ではみなし大企業とされ、中小企業向けの支援が受けられず、コスト面の障害で節電・省エネの実施が出来ていないという意見が複数見られた

5. あるといい自治体等の支援、奨励策

- 補助金等の金銭的な支援

- 設備導入時の補助金
- 再生可能エネルギーに切り替えた際の差額の補助

- 情報提供

- 具体的な節電・省エネを実施手段がわからず、何をすればよいかわからないという意見が複数あった

➤自社と同規模の企業がどのような省エネ対策をしているかなど、成功事例を提供してもらえると同様の対策を検討できる

➤省エネ設備導入による効果を数値で提示してもらえると導入検討の役に立つ

●中小企業向けの支援

➤今は大企業を中心に省エネに取り組んでいるため、中小企業向けの支援があると良い

➤4. で記載したようにみなし大企業とされるため、あまり期待していないという意見もあり子会社特有の課題がある

●テナント特有の意見

➤自社では設備導入ができないため、ビル運営会社への支援・指示をおこなうのが節電・省エネを進めていくためには効果的という意見も複数みられた

6. クールビズの実施などソフト面での対応で実感できる効果はあるか

(節電・省エネ設備未導入企業のみ)

●ほとんどの企業が実感できるような効果は無いと回答

➤消費電力量をしっかりと確認することが無い

➤実施以前と比較すれば減っているのかもしれないが、近年の電気料金の高騰もあり、目に見えるようなコスト面の効果は無いという意見が多い

➤ビルの共有部分の電気使用料金も電気料金に含まれているため、自社でおこなった節電がどの程度の効果が出ているのか分かりづらい

➤近年の電気料金の高騰もあり、実施以前よりも電気料金が上がっているという意見も多く、ソフト面のみの対策では効果が実感しにくいことがわかった

●今後、効果を実感できる可能性がある

➤昨年度から電力消費量を算出し始めたという企業もあり、今後どの程度の効果が出ているかわかる可能性はある

7. 省エネ設備の導入により生じたメリット・デメリット

(設備導入済み企業のみ)

●メリット

➤電気料金が安くなった

➤LED照明にしたことによってランニングコストとしては安くなった

➤太陽光発電設備を導入し販売している企業では多少の利益も出ているという意見もあった

●デメリット

- 多くの企業で導入コストが掛かると回答
- 導入コスト以外には現時点ではデメリットは無いという意見が多かった
- デメリットがあったらそもそも導入はしないという回答も多く、ほとんどの企業がデメリットを感じていないことがわかった

また、近年の電気料金の高騰もあり実感できるようなコスト面でのメリットが感じられないという意見も多かった

8. 脱炭素化の実施による、業種や事業所としての具体的なメリット

●メリット

- 7. で記載したようにランニングコストを抑えられるという意見が最も多かった
- 顧客から脱炭素化の要求があり、脱炭素化の実施によってビジネスチャンスが増加したと答えた企業もあった。

●デメリット

- 設備の導入コスト程度でほとんどないという回答が多かった
- 業種によっては、新設備の導入に伴い新たに資格の取得が必要になる可能性や、将来的に使用する燃料が変わることにより燃料費が上がる可能性がある。

脱炭素化を実施するにあたってメリットやデメリットではなく、やらなければならない責任や義務で実施しているという意見が多数見られた。

9. 業種全体としての省エネ対策・脱炭素化実施傾向

●製造業や加工業など大規模な設備・機械を扱う業界

- 省エネ傾向と答える企業が多かった
- 最新の設備・機械が省エネ・脱炭素化の傾向になっているため、新しい設備・機械を導入することで脱炭素化を進めている

●自動車関連業界

- 自動車業界が省エネ・脱炭素化を進めているためそれに合わせた対応が必要になってきている
- 電気スタンドや水素スタンドなど導入をしなければいけないが、ガソリンと比較して利益が小さくなることが予想されるため、脱炭素化を進めるにあたり価格設定などの課題も生じていることが分かった

●飲食店、保育施設

➤4. で記載した通り省エネ・節電などは優先度が低い

➤児童やお客様の快適さや健康面が最優先であるため、業種として省エネ・節電は難しく課題が多い

業種によっては脱炭素化傾向にあると回答した企業もあったが、業種全体での傾向はないと答える企業が多かった。

10. 興味ある新エネルギー

●最も多く挙げられた意見は太陽光エネルギー

➤既に導入済みの企業も数社

➤興味があると答える企業は多かったが、太陽光パネルを製造する段階で多量のCO₂が排出されているのではないかという意見も複数あった

●太陽光以外の自然エネルギー

➤日本には火山や河川、海など自然に恵まれているため、自然エネルギーを使うのが良いという回答も複数あった

➤安定供給が可能なのか、価格はどの程度になるかなど実用化にはまだ時間がかかるのではないかという意見が多かった

●水素エネルギー

➤車両や燃料を使用する設備がある企業からは水素エネルギーに期待するという回答が多かった

➤技術的な問題が解決され、価格も安定すれば導入しても良いという意見も複数見られた

全ての新エネルギーに共通の不安として安定供給と価格を上げる企業が多く、現時点では新エネルギーの導入に慎重な企業が多い。

11. 「2050年カーボンニュートラルの実現」についての意見

●「2050年カーボンニュートラル実現」への課題

- 2050年カーボンニュートラル実現という規模が大きすぎて、具体的に何をすれば良いのかが分かりづらいという意見が多く見られた
- 東京都では積極的に太陽光発電を導入しているが、太陽光発電のみで補えるのか、安定供給できるようになるまではその他の発電方法に頼るしかないのではないかと技術面での課題を挙げる企業も複数見られた
- 技術的な問題が解決できてもそれを導入するための費用は誰が出すのか、補助金はいくら出るのかなどコスト面でも議論が必要

●行政や自治体からの支援・指導

- 取り組む意欲はあっても具体的な方法がわからないため、企業としても個人としても取り組みにくいという意見もあり、行政からのメッセージを企業が求めていることが分かった
- 行政の強制力を強め、国が制度を整え支援・指示をしていくべきという意見も複数見られた

一方で2050年カーボンニュートラルの実現を今やるべきなのか疑問であるという回答も見られた。再生可能エネルギーの利用以前にそもそも電力が足りていないため、不安定な今ではなく電力の安定供給が可能になった後に段階的に脱炭素化を進めていくべきではないのかという意見もあった。

12. DR（デマンド・レスポンス）に対する関心・期待

●知っているという回答

- 知っているという回答したのは2社のみ
- 導入しているもしくは導入予定の企業は無かった
- 消費者の意識付けという面では良い
- 供給側から制御が可能なのではないかと意見もあった

●知らない・聞いたことはある程度という回答

- 制度としては良いと思うが企業としての導入は難しいという意見が多く見られた
- 製造や加工をおこなう企業は節電要請に対応して電力消費量を減らすとなると、機械を止めるか生産を落とすことになるため、電力供給が大事なのはわかるが生産性が優先されるという意見が複数見られた
- 大規模な設備等を持たない企業の多くは、すでに可能な範囲で節電をおこなっているため今以上に節電を要請されても対応はできないという回答が多く、電力消費

量も少ないため対応できたとしても大した効果が見込めないという意見も多数見られた

➤節電することで地域や環境に貢献でき、その結果として電気料金も抑えられるのであれば導入しても良いと思うというポジティブな意見も見られた

1 3. 行政における支援策の効果的な普及啓発の方法

●インターネット

➤目にする機会が最も多い

➤能動的に調べるという行為が必要となる

➤検索をしても欲しい情報がなかなか得られず、検索ワードの簡略化が必要という意見も見られた

●書面

➤現在も DM 等がよく届き、見る機会が多い媒体

➤興味がないものに関しては目を通さないこともある

●ニュース等のメディア

➤企業が魅力的だと感じるような支援を行政が打ち出せばメディアなどにも大きく取り上げられる

➤日常的に不特定多数の人が目にする媒体での普及が効果的である

➤無駄な広告宣伝費を使わないで普及啓発ができる

●SNS・動画配信サイト

➤近年の普及啓発には必須

➤受動的に自然と目に入る媒体

➤動画での説明が分かりやすく時代に最も合っている

●設備・機器の販売会社等の関連会社

➤支援を受けたことがあると答えた企業からは、導入する設備の販売会社から情報提供があったという回答が複数見られた

➤関連企業から情報提供があるのが最も確実という意見が多かった

➤販売企業の社員間の周知が出来ておらず、全く説明がない場合もあったという意見もあった

➤販売企業のみではなく、大規模な設備導入時には高額な費用が必要となるため、金融機関で情報提供があると良い

上記の通り様々な回答があったが、媒体の問題ではなく情報を得ようという意識の問題だという意見が多かった。情報が欲しいと思えば、行政からの普及啓発がなくても自ら調べる。普及啓発ではなく行政からの強制力を強くして義務化の様な形にしない限り普及は難しいのではないかという意見もあった。