

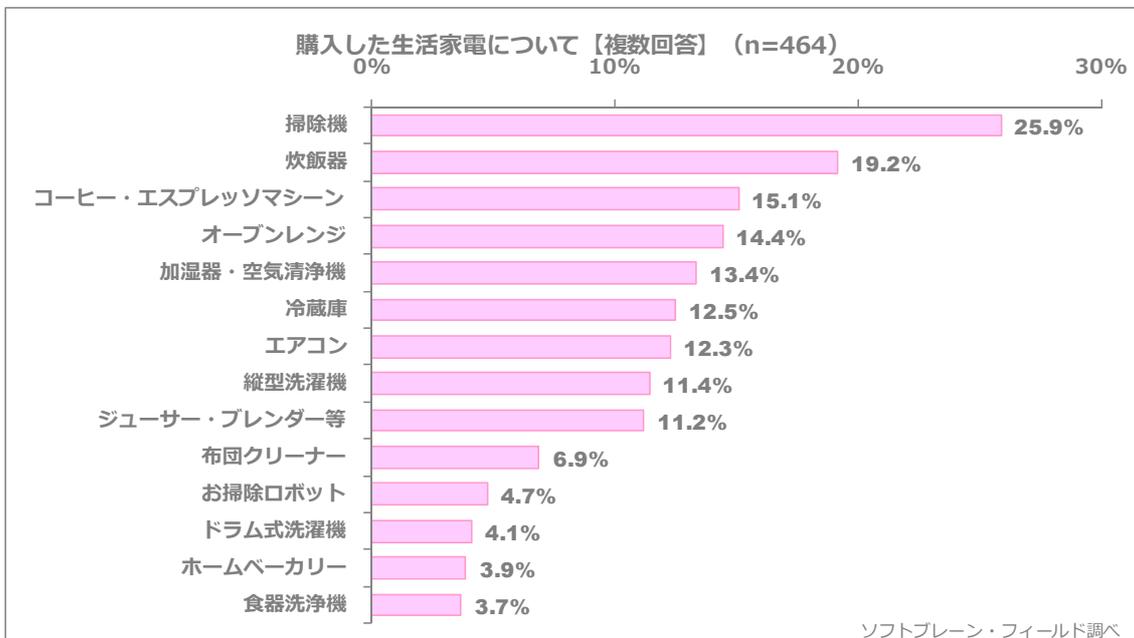
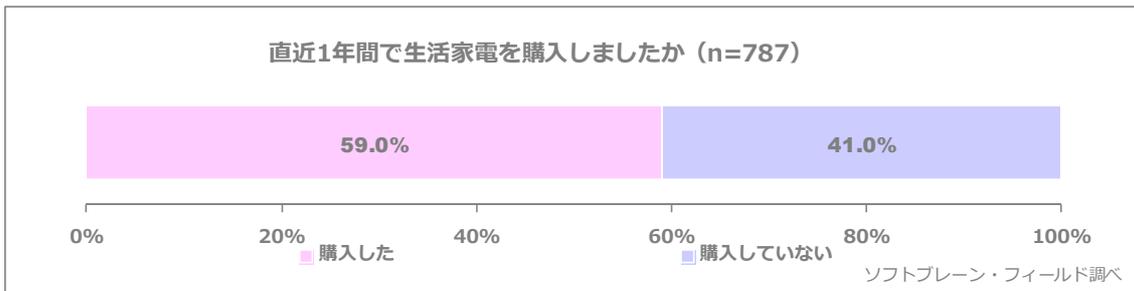
**人気家電はドラム式洗濯機とロボット掃除機
外出中に家事が終わるので高くても「満足」**

～生活家電の購入に関する調査（既婚女性編）～

フィールドマーケティング支援サービスを提供するソフトブレン・フィールド株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：木名瀬博）では、「生活家電の購入に」についてのアンケートを2016年3月10日～3月16日に実施しましたので、その結果を報告します。アンケートの対象は、30代～40代の主婦を中心とする当社サービス登録の既婚女性会員で、有効回答者数は787名（平均年齢46歳）でした。

【調査結果】

(1) 直近、1年間で購入した生活家電について

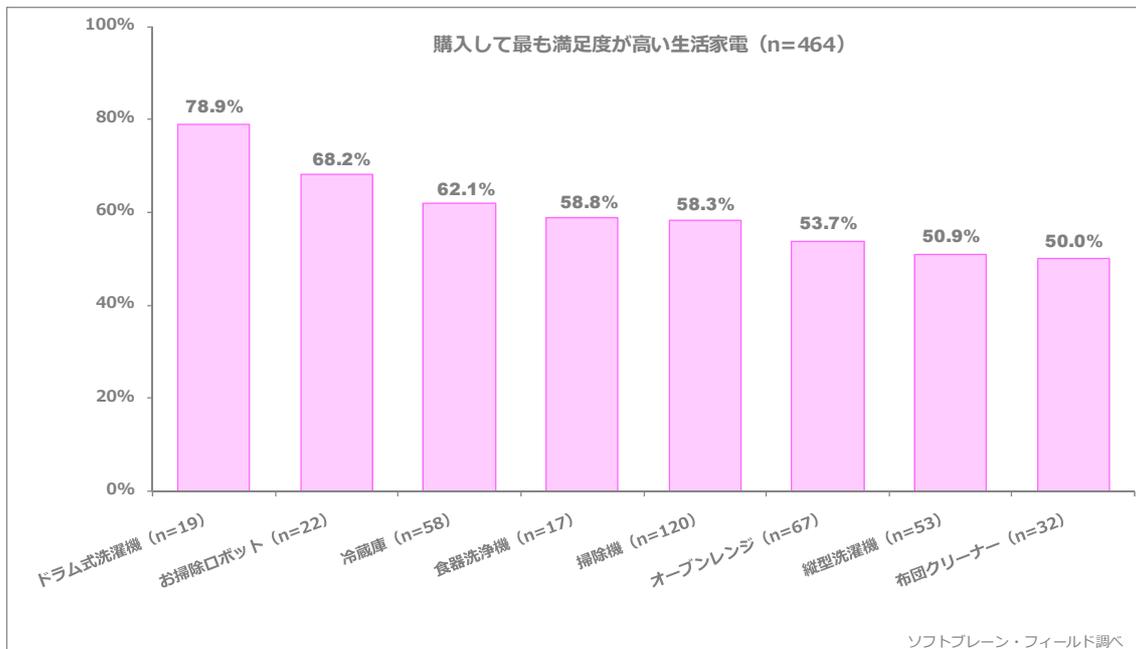


図表 1:直近 1 年間で生活家電を購入しましたか (n=787)、図表 2:購入した生活家電について【複数回答】(n=464)

アンケートではまず、直近 1 年間で掃除機や炊飯器等の生活家電を購入したかを確認しました。

その結果、最も多かったのは「掃除機」で 25.9%、ついで「炊飯器」が 19.2%、「コーヒー、エスプレッソマシーン」が 15.1%、「オープンレンジ」が 14.4%、「加湿器・空気清浄機」が 13.4%と続きました。

(2) 購入して最も満足度が高い生活家電について



図表 3: 購入して最も満足度が高い生活家電 (n=464)

続いて直近、1年間で購入した生活家電の中で最も満足度が高かった家電について聞いたところ、「ドラム式洗濯機」が購入者数は 19 名でしたが、購入者に占める満足度は 78.9%と他の生活家電とくらべて高い数字となりました。

具体的な理由を見ると、「乾燥機能が付いているので、最初に設定すれば洗濯から乾燥までの一連の作業が無人で出来て便利。」(50代、購入価格：150,001円～200,000円)、「洗濯時間が短くなり、水道料金が格段に安くなりました。」(40代、購入価格：200,001円～300,000円)といったように購入価格帯は 150,000 円以上ですが、それに見合った時短が実感できていることが満足度につながっているようです。

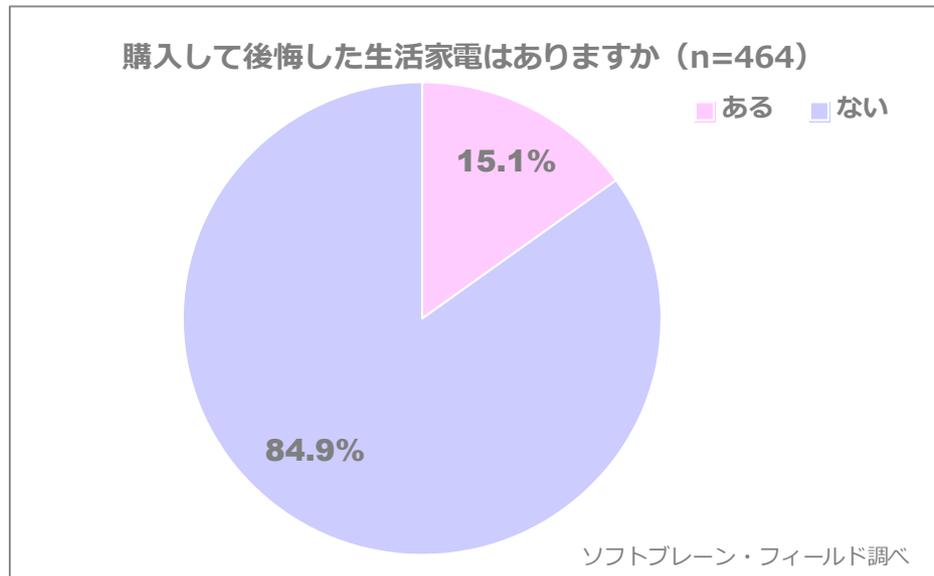
また、「お掃除ロボット」についても購入者数は 22 名ですが、そのうち 68.2%が最も満足していると回答。「思っていたより部屋の隅々まできれいに掃除してくれる。電源を入れて外出できるから、時間をうまく使える。」(40代、購入価格 10,001円～30,000円)、「育児をしながら掃除ができるから。」(30代、購入価格 50,001円～100,000円)というように、外出中や子供の相手をしている時にでも自動で掃除が終わっていることについての評価が寄せられました。

3番目は「冷蔵庫」で、購入者 58 名のうち、62.1%が最も満足度が高いと回答しました。

理由を見ると、「節電効果が高かったこと。大容量なのでかさ張る野菜やサラダ、刺身等を容器ごと冷やせる。」(60代以上、購入価格：150,001円～200,000円)、「冷蔵庫の容量が多く、封を開けたものはほぼ収納でき片付きます。また、真空保存機能も大活躍です。」(40代、購入価格：300,001円以上)といったように「節電(節約)」や「大容量」といったポ

イントが満足度につながっているコメントが多数見られました。

(3) 購入して後悔した生活家電について

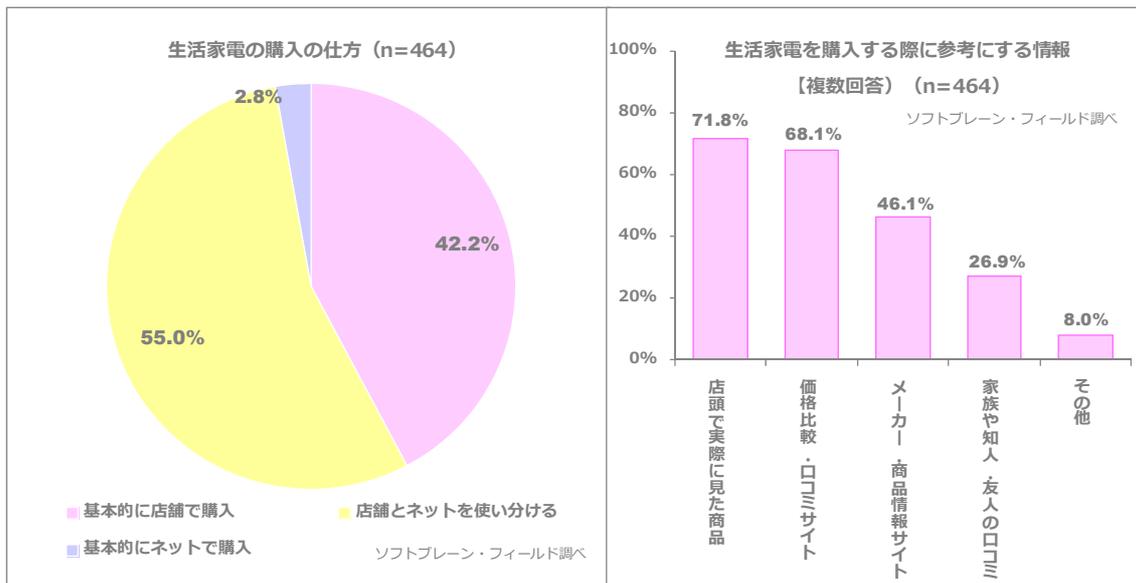


図表 4: 購入して後悔した生活家電はありますか (n=464)

逆に購入して後悔した生活家電があるかを聞いたところ、「ある」が 15.1%に対して「ない」が 84.9%と、多くの方が購入した家電について満足している様子が見られました。

ちなみに後悔した方々の意見を見ると、「簡単とは思いますが私が考えたような使い方では無かった。2~3回使用して後はほこりがかぶっています。」(60代以上、ホームベーカリー購入、購入金額：10,001円~30,000円)、「購入した際は、物珍しさもあって使用していたが、段々使用頻度が少なくなり、最近ではあまり出番がない。」(40代、ジューサー、ブレンダー等、購入金額：10,001円~30,000円)といったように購入したが使っていないというコメントが多く見られました。

(4) 生活家電の購入の仕方について



(左) 図表 5: 生活家電の購入の仕方 (n=464)、(右) 図表 6: 生活家電を購入する際に参考にしている情報【複数回答】(n=464)

アンケートでは、生活家電を購入する際の行動についても聞きましたが、「基本的に店舗で購入」が42.2%、「店舗とネットを使い分ける」が55.0%、「基本的にネットで購入」が2.8%となりました。

購入する際に参考にしている情報としては「店頭で実際に見た商品」が71.8%、「価格比較・口コミサイト」が68.1%と店頭での情報収集が僅差でトップとなりました。

具体的な買い方を見てみると、「大型家電は運搬設置、保証・修理の便利さのために家電量販店で購入する。それ以外はネットで買う方が価格が安い場合はネットで購入。家電の部品や消耗品などはネットで購入することが多いですね。」(40代)、「使用方法などが単純な家電、例えば、掃除機などは口コミを見てネットで購入。実物を見ないと不安がある大型家電や、値段が高い家電、例えば冷蔵庫や洗濯機等、毎日使う家電は、性能より使い勝手や、フタの開け閉めなども、確認したいため、ネットの口コミを見た上で、店舗で実際に見て購入する。毎日使う必需品の家電は、一度失敗すると、痛手が大きいので、どうしても慎重になりますね。」というように、運搬設置の有無や保証が必要か、また実際の使い勝手も含めて、価格を検討し、店舗とネットを使い分けている様子が見えてきました。

【調査実施概要】

対象：当社登録の会員

調査方法：当社リサーチサイト「リサれぼ！」を活用したインターネットリサーチ

調査地域：全国

調査期間：2016年3月10日～3月16日（7日間）

有効回答者数：787名

回答者（既婚女性）の属性：30代以下22%、40代45%、50代29%、60代以上5%

【ソフトブレイン・フィールド株式会社 会社概要】

ソフトブレイン・フィールド株式会社は、ソフトブレイン株式会社(市場名：東証1部・4779、

本社：東京都中央区、設立年月日：1992年6月17日、代表取締役社長：豊田浩文）のグループ会社として、全国の主婦を中心とした登録スタッフ約53,000名のネットワークを活用し、北海道から沖縄まで全国のドラッグストアやスーパー、コンビニ、専門店など115,000店舗以上をカバーし、営業支援（ラウンダー）や市場調査（ミステリーショッパー、店頭調査など）を実施しています。

当社代表の木名瀬博は、2004年にアサヒビールの社内独立支援制度に応募し、合格第1号事業として独立しました。

「木名瀬 博のフィールド虎の巻」（URL：<http://www.sbfield.co.jp/column/>）

本社所在地：東京都港区赤坂3-5-2 サンヨー赤坂ビル5階

設立：2004年7月

資本金：151,499,329円

代表取締役社長：木名瀬 博

URL：<http://www.sbfield.co.jp/>

【会員登録について】

・パソコン用登録 URL：<https://www.sbfield.co.jp/pc/>

・携帯用登録 URL：<https://www.sbfield.co.jp/m/>

会員登録いただくと、当社からお仕事情報を配信いたします。スーパーマーケットやドラッグストアなどの量販店、公共施設や遊戯施設、専門サービスを提供する全国チェーンのお店から飲食店まで、あなたの生活圏がそのままお仕事のフィールドとなります。

【報道関係お問い合わせ先】

ソフトブレイン・フィールド株式会社

広報室 柳原（やなぎはら）/具志堅（ぐしけん）/矢治（やじ）

TEL：03-6328-3630 FAX：03-6328-3631

MAIL：solution@sbfield.com