

2013年3月29日
株式会社マーシュ
〒154-0012 東京都世田谷区駒沢1-4-15 真井ビル7F
TEL: 03-5433-0321 FAX: 03-5433-0481

自主調査<ミニリサーチ第36回>

家電に関するアンケート

<生活家電・季節家電編>

http://www.marsh-research.co.jp/mini_research/mr201303appliances.html

調査概要

調査実施: 2013年3月6日(水)~3月8日(金)

調査方法: インターネット調査

対象者: 全国20代~60代男女

サンプル数: 800s

割付:

【性別】 男性: 50.0%、女性: 50.0%

【年齢】 20代: 20.0%、30代: 20.0%、40代: 20.0%、50代: 20.0%、60代: 20.0%

調査方法: インターネット調査

調査機関: 株式会社マーシュ

弊社運営のアンケートモニターサイト「D STYLE WEB」の登録会員を対象に実施

インターネットリサーチ・モニターリクルート

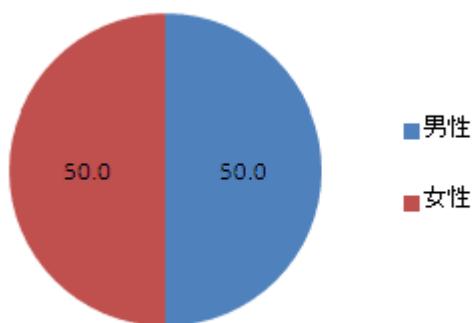
marsh
株式会社マーシュ

調査項目

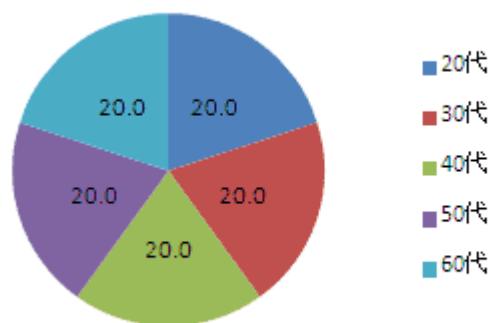
- ・属性(性別、年齢、居住地、未既婚・同居家族の有無)
- ・家電製品を購入する際の傾向(単一回答)
- ・家電製品を購入する際の訪問店舗数(単一回答)
- ・家電製品を購入したあとに後悔した経験の有無(単一回答)
- ・後悔したことがある生活・季節家電(複数選択)
- ・後悔したことがある生活・季節家電の中で直近で購入したもの(複数選択)
- ・その家電の評価(数値入力)
- ・その家電について後悔した理由(複数選択)
- ・後悔した気持ちの解決方法(自由回答)

対象者属性 N=800

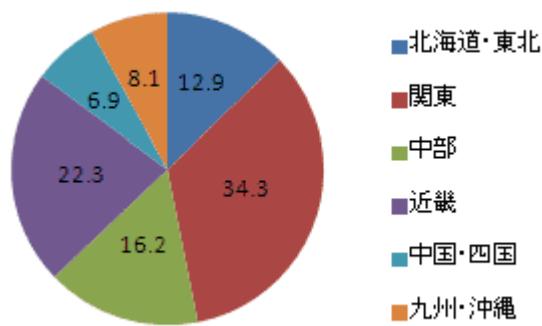
性別



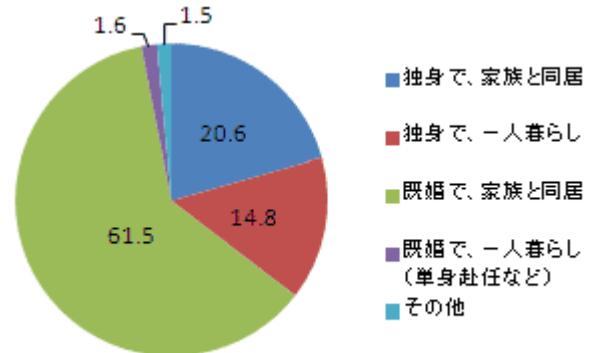
年代



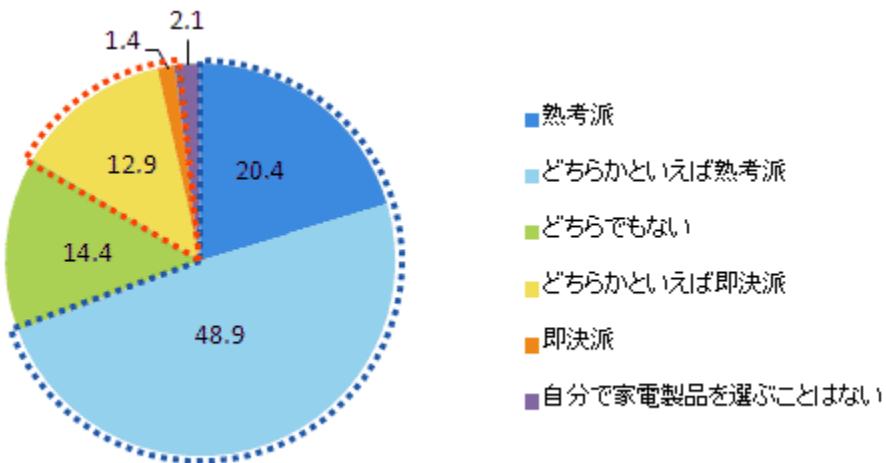
居住地



未既婚・同居家族の有無



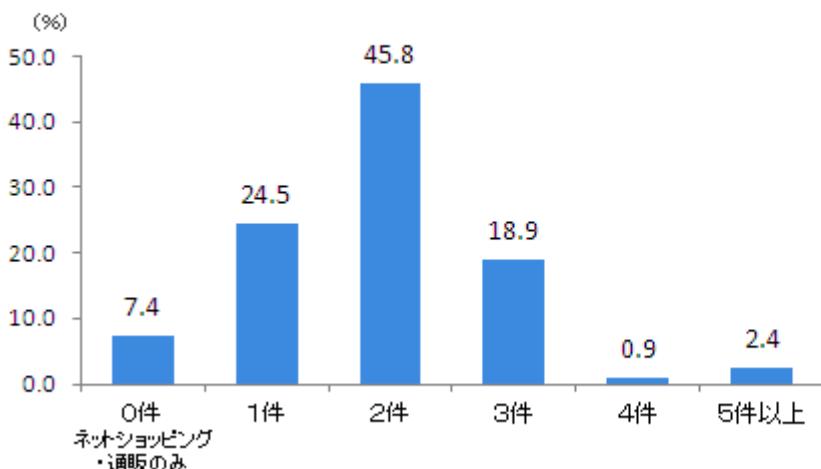
Q1. あなたは「家電製品」を購入する際、じっくり検討してから購入するタイプ(熟考派)ですか？
それとも、あまり迷わずに決めるタイプ(即決派)ですか？(1つ選択)



家電製品を購入する際の傾向 N=800

家電製品を購入する際に、熟考してから購入するか即決するか、自分がどちらのタイプにあてはまると思うか答えてもらった。「熟考派」「どちらかといえば熟考派」と答えた人が7割(69.3%)で多く、「即決派」「どちらかといえば即決派」と答えた人は14.3%となった。「どちらでもない」という人は14.4%で、「自分で家電製品を選ぶことはない」という人は2.1%だった。

Q2. あなたは、購入したい「家電製品」を選ぶ際、平均で何件ぐらいのお店を見に行きますか。(1つ選択)
インターネットでの情報収集は含みません。



通販・ネットショッピングのみ	1件	2件以上(計)	
全体 n=783	7.4	24.5	68.0
男性 n=392	9.2	23.5	67.4
女性 n=391	5.6	25.6	68.7
20代 n=151	14.6	23.2	62.2
30代 n=156	5.8	15.4	78.9
40代 n=158	7.6	27.2	65.2
50代 n=159	6.3	23.3	70.5
60代 n=159	3.1	33.3	63.5

家電製品を購入する際の訪問店舗数 n=783

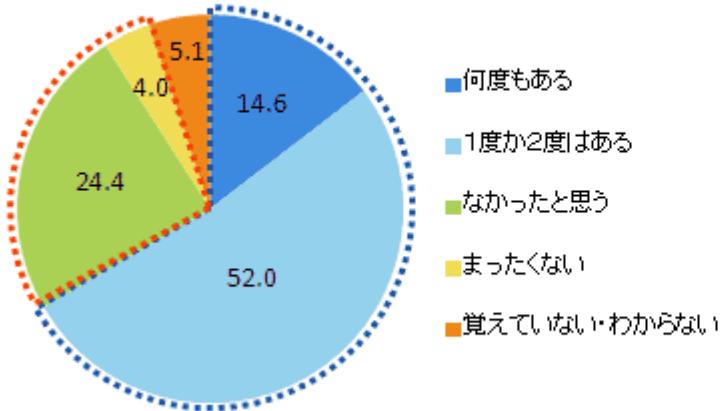
購入したい家電製品を選ぶ際に、平均で何件ぐらい店舗を見に行くかをたずねた。

最も多かったのは「2件」(45.8%)で、次が「1件」(24.5%)、「3件」(18.9%)となった。「0件(ネットショッピング・通販のみ)」という人は7.4%で、「4件」または「5件以上」という人が3.3%となった。2件以上の人を合計すると68.0%になり、複数の店舗を見てから購入製品を決める人が7割近いという結果になった。

年代別に見ると、20代では「0件(ネットショッピング・通販のみ)」が他の年代に比べて多く(14.6%)、30代では2件以上の人人が78.9%となっており、全体を10ポイント上回った。

後悔した経験が「ある」人

Q3. あなたは今までに、「家電製品」を購入したあと、何らかの理由で後悔したことはありますか。(1つ選択)



	+ある 1度へ か何 2度 度も はあ ある る	+ない つへ たな くか なつ いた と思 う	わ覚 かえ らて ない いな い ・	
全体	n=783	66.5	28.4	5.1
Q2				
0件 (ネットショッピング・通販のみ)	n=58	70.7	20.7	8.6
1件	n=192	58.9	33.9	7.3
2件以上	n=533	68.9	27.2	3.9

家電製品を購入したあとに後悔した経験の有無 n=783

家電製品を購入したあと、何らかの理由で後悔した経験があるかどうかたずねたところ、66.6%の人が「ある」という結果だった。

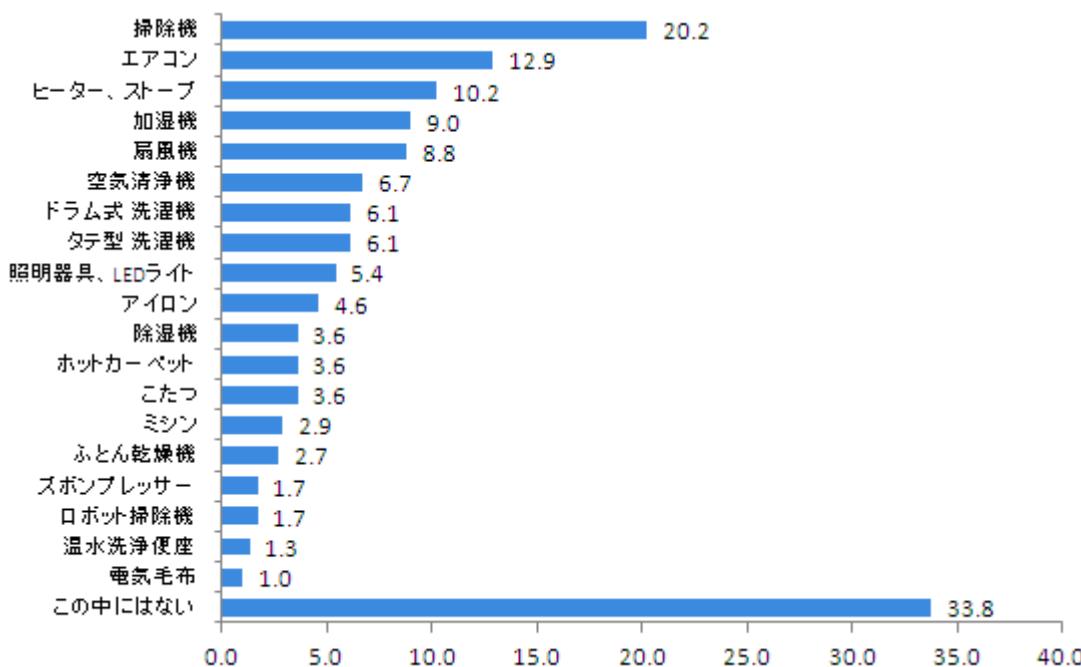
「1度か2度はある」という人が最も多く52.0%で、「何度もある」という人が14.6%となっている。

一方、「なかったと思う」は24.4%と約4人に1人で、「まったくない」は4.0%、「覚えていない・わからない」が5.1%となった。

また、前問の「平均何件ぐらいのお店を見に行きますか」に対する回答別で比較したところ、【0件(ネットショッピング・通販のみ)】の人で「ある」の割合が70.7%と全体に比べ若干高くなっているが、【2件以上】と答えた人でも68.9%と同じぐらいの割合であった。

後悔した経験が「ある」人

Q4 - 1. 次にあげる家電製品の中で、あなたが後悔したことのある製品があれば、いくつでもお選びください。(複数選択可)



後悔したことがある生活・季節家電 n=521

後悔したことが「ある」と答えた人に對し、その製品の種類を答えてもらった。

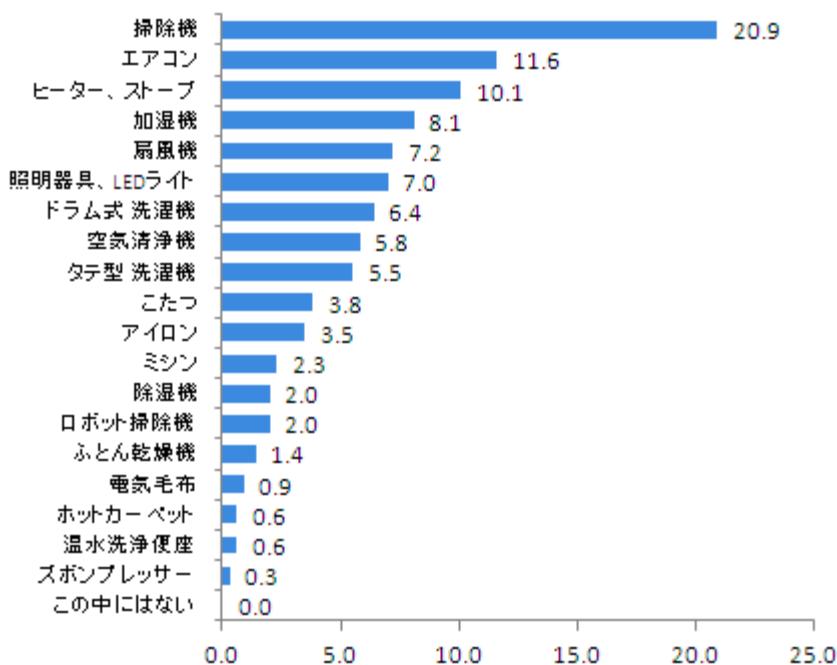
尚、今回のアンケートでは洗濯機・掃除機などの生活家電と、エアコン・扇風機などの季節家電についてのみ尋ねている。

今回挙げた19種類の生活・季節家電の中で、後悔したことがある製品として最も多かったのは「掃除機」だった。20.2%と、5人に1人の割合。次に多かったのは「エアコン」(12.9%)、続いて「ヒーター、ストーブ」(10.2%)、「加湿機」(9.0%)、「扇風機」(8.8%)となかった。「この中にはない」との回答は33.8%で、3人に1人は今回挙げた製品については後悔した経験がないとの回答だった。

後悔したものとして生活家電・季節家電があてはまる人

Q 4 - 2 . その中で、最も購入時期が新しい製品を1つお選びください。 (1つ選択)

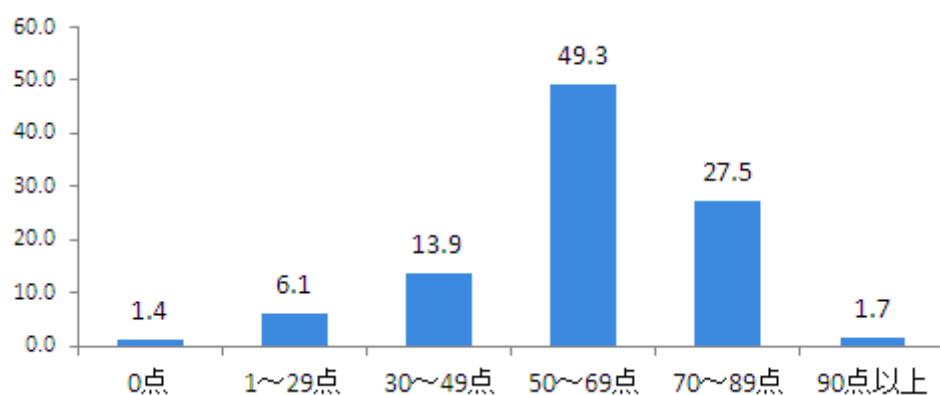
Q 5 . その家電について、100点満点で評価を付けるとしたら、何点ですか。 (数値入力)



後悔したことがある生活・季節家電の中で直近で購入したものと、

その商品の評価(100点満点)、後悔した理由、後悔した気持ちの解決・対処方法 n=345

後悔したことがある家電として、今回挙げた生活・季節家電に該当するものがあった人に、その中で最も購入時期が新しいものを選択してもらい、それについて幾つか質問をした。概ねQ4-1と変わりなく、「掃除機」が20.9%で最も多く、次が「エアコン」(11.6%)、「ヒーター、ストーブ」(10.1%)、「加湿器」(8.1%)、「扇風機」(7.2%)、「照明器具、LEDライト」(7.0%)と続いた。



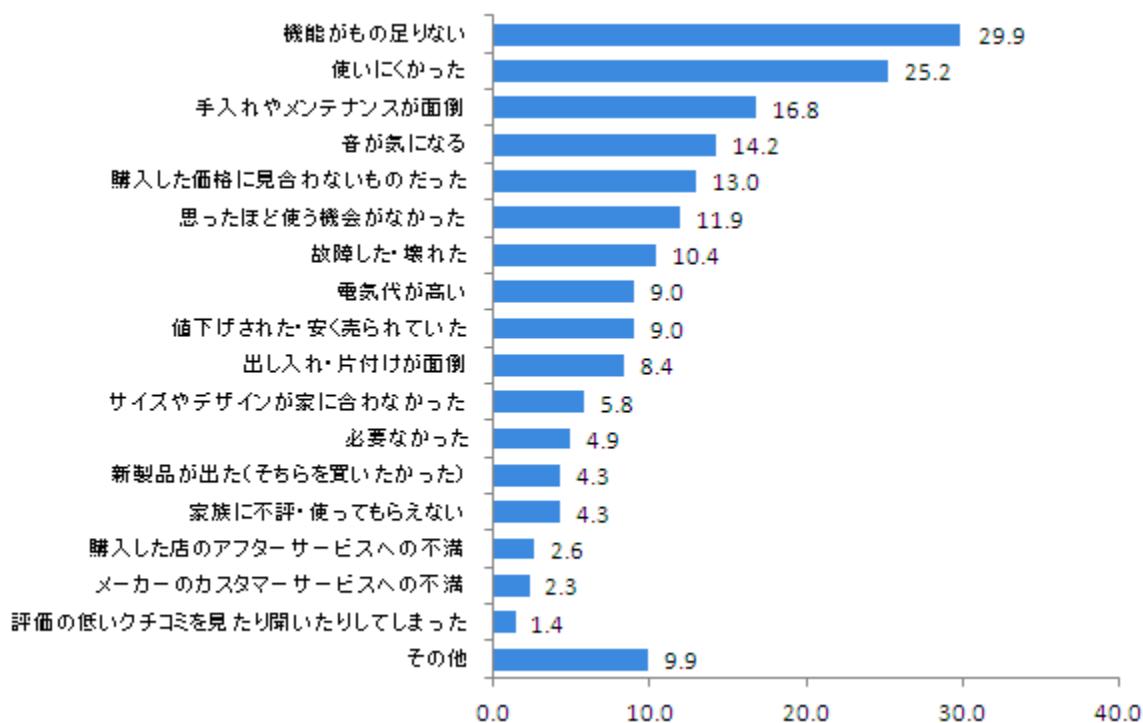
【その商品の評価(100点満点で)】

Q4-2で選択した、最も購入時期が新しい「後悔した商品」について、100点満点で点を付けてもらったところ、「50~69点」の回答が約半数で最も多くなった(49.3%)。

「70~89点」が27.5%、「30~49点」が13.9%、「1~29点」が6.1%、「90点以上」が1.7%、「0点」が1.4%となり、全体の平均では55.0点となっている。

Q6. 後悔した理由として、大きなものを5つまでお選びください。(5つまで選択可)

Q7. 後悔した気持ちを、どのように解決したり、対処されましたか。どのようなことでも構いませんのでご自由にお書きください。(自由回答)



【後悔した理由(最大5つまで)】

後悔した理由を最大5つまで選択してもらった。最も多かったのは、「機能がもの足りない」(29.9%)で約3割となっている。次が「使いにくかった」(25.2%)で、4人に1人が選択している。続いて「手入れやメンテナンスが面倒」(16.8%)、「音が気になる」(16.8%)、「購入した価格に見合わないものだった」(13.0%)、「思ったほど使う機会がなかった」(11.9%)、「故障した・壊れた」(10.4%)となっている。「その他」を選択した人は9.9%おり、『コードレスを買えばよかった』(掃除機)、『起動が遅い』(エアコン)、『乾燥に時間がかかり過ぎる』(ドラム式洗濯機)、『風が出て寒さを感じる』(空気清浄機)など、具体的な不満点が挙げられた。

【後悔した気持ちの解決・対処方法】 () 内は購入した商品・年代・性別

- 『解決できていないが、我慢して使い続けている。早く壊れないかと思っている。』(掃除機/20代女性)
『なるべく他の掃除機の広告などを見ないようにする』(掃除機/50代女性)
『残念だけど諦めて、買い換えました。』(エアコン/50代男性)
『起動(スイッチを入れてから冷え始めるまでの時間)が遅くて、非常に不満。
確かめなかつ自分が悪いので、何も対処はしていない。』(エアコン/60代女性)
『電気代が高いので、補助的に使うようにして、エアコンやホットカーペットで暖を取るようにした。』
(ヒーター、ストーブ/20代女性)
『とりあえず使っている。機能は弱いがまったく役に立たないわけではなさそうなので』(扇風機/30代男性)
『買ったとき知っていた価格で一番安かったんだけど、自分に言い聞かせた』(照明器具・LEDライト/20代男性)
『給水の量が少なすぎてすすぎが不十分なため、運転途中で洗濯機のドアを開け自分でバケツで湯を入れている。
自分で工夫して満足のいく仕上がりになるようにして対処している。』(ドラム式洗濯機/40代女性)
『自宅の新築時に設置したが、その後の家電などの購入時には、必要性をよく考えるようになった。』
(空気清浄機/60代男性)
『買ってしまったものは仕方ないので使っているが、次回購入の時にはよく検討しようと思う。』
(タテ型洗濯機/50代女性)
『メーカーに連絡して交換してもらったが、その交換してもらったものも暖かくならない。』(こたつ/60代女性)
『ミシンは買っていないと思うことにして、見えない所に隠した。。。』(ミシン/50代女性)

会社名： 株式会社マーシュ
代表取締役：町田 正一
所在地： 〒154-0012 東京都世田谷区駒沢1-4-15 真井ビル7F
電話番号： 03-5433-0321
FAX番号： 03-5433-0481
設立： 2001年12月21日
資本金： 5,000万円
従業員数： 82名(正社員64名、アルバイト18名) *2012年4月現在
事業内容： 1. インターネットリサーチ (Web上でのアンケート調査) 業務
2. モニタリクルート (座談会、会場調査などの参加者募集) 業務
3. アンケートモニターサイト「D STYLE WEB」の運営・管理
加盟団体： 社団法人日本マーケティングリサーチ協会 (JMRA)、アジア経営者連合会
取得認証： プライバシーマーク 登録番号 12390094(04)
ホームページ <http://www.marsh-research.co.jp/>
Facebookページ <http://www.facebook.com/marsh.research>

調査に関するお問い合わせについて

弊社自主調査結果を引用・転載いただく際は、お手数ですが
かならず「出典」を明記していただきますようお願い申し上げます。
(例) マーシュ調べ
ご一報いただける場合、またはご質問などございましたら、お気軽にお問い合わせください。

掲載についてのお問い合わせ先

株式会社マーシュ 担当 / 日高
【電話】 03-5433-0321 (平日9:30 ~ 18:30)
【メール】 info@marsh-research.co.jp

インターネット調査のお見積り・ご相談はこちらまで

株式会社マーシュ 営業企画担当
【電話】 03-5433-0321 (平日9:30 ~ 18:30)
【メール】 info@marsh-research.co.jp
【フォーム】 https://www.marsh-research.co.jp/inquiry_form.html