

2013年4月19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37回>

# 家電に関するアンケート

## <キッチン家電編>

[http://www.marsh-research.co.jp/mini\\_research/mr201304\\_1kitchen.html](http://www.marsh-research.co.jp/mini_research/mr201304_1kitchen.html)

### 調査概要

調査実施: 2013年4月4日(木) ~ 4月8日(月)

調査方法: インターネット調査

対象者: 全国の20代~60代既婚女性

サンプル数: 500s

割付: 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

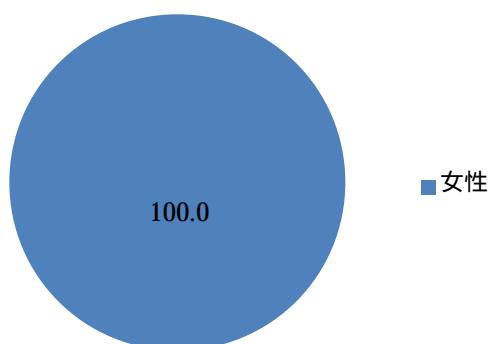
**marsh**  
株式会社マーシュ

## 調査項目

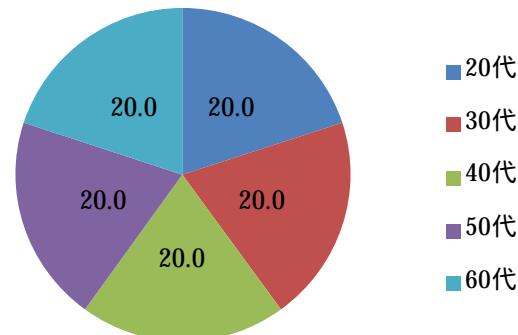
- ・属性(性別、年代、居住地、婚姻状況と子ども有無)
- ・キッチン家電を購入する時の傾向(单一回答)
- ・キッチン家電を購入する時の訪問店舗数(单一回答)
- ・キッチン家電を購入して後悔した経験の有無(单一回答)
- ・購入して後悔したことがあるキッチン家電(複数選択)
- ・その中で購入時期が最も新しいもの(单一回答)
- ・そのキッチン家電を購入して後悔した理由(自由回答)
- ・その(後悔した)キッチン家電の評価(数値入力)
- ・その(後悔した)キッチン家電をどうしたか(单一回答)

対象者属性 N=500

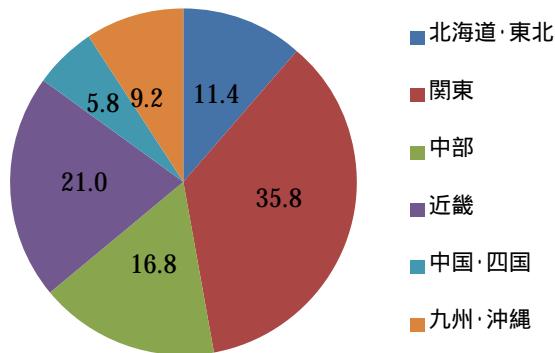
性別



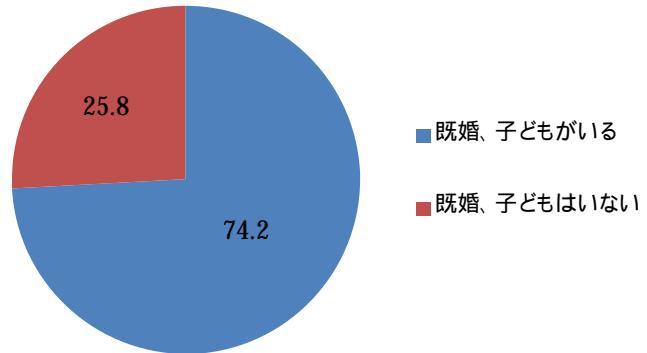
年代



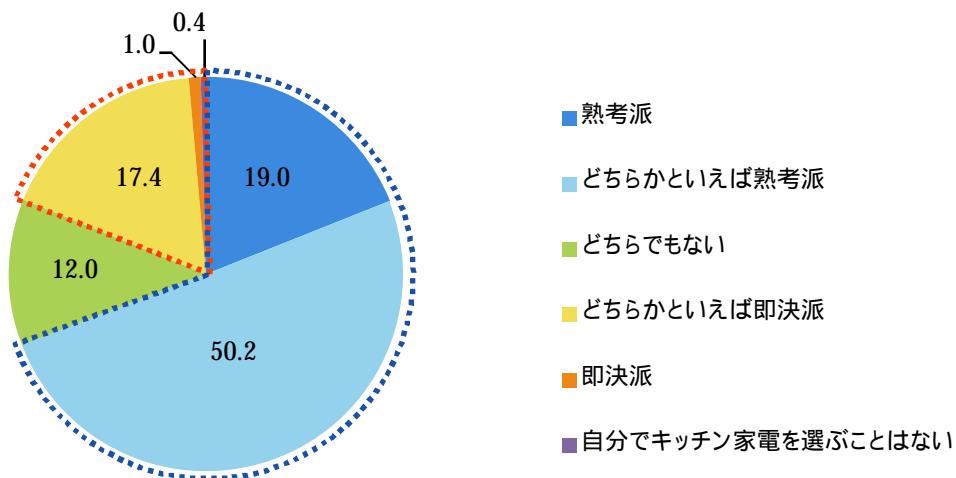
居住地



未既婚・子ども有無



Q1. あなたは「キッチン家電」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)

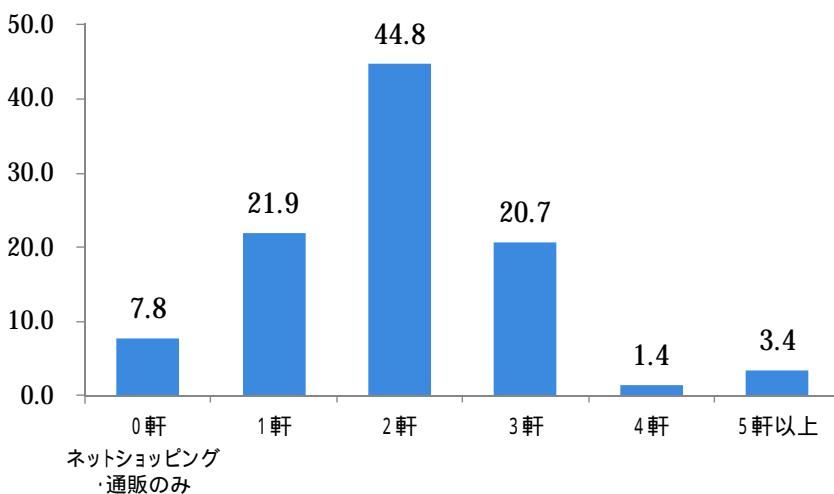


キッチン家電を購入する時の傾向 N=500

キッチン家電を購入する際に、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(69.2%)、「即決派」「どちらかといえば即決派」と答えた人が18.4%となった。

「どちらでもない」という人は12.0%、「自分で家電製品を選ぶことはない」という人は0.4%だった。

Q2. あなたは、購入したいと思っている「キッチン家電」を選ぶ際、平均で何軒ぐらいのお店を見に行きますか。  
(1つ選択)



通販・ネットショッピングのみ	1軒	2軒以上(計)
全体 n=498	7.8	21.9
20代 n=100	12.0	13.0
30代 n=100	5.0	24.0
40代 n=100	9.0	23.0
50代 n=99	6.1	25.3
60代 n=99	7.1	24.2

キッチン家電を購入する時の訪問店舗数 n=498

購入したいキッチン家電を選ぶ際に、平均で何軒ぐらいの店舗に見に行くかをたずねた。

最も多かったのは「2軒」(44.8%)で、次が「1軒」(21.9%)、「3軒」(20.7%)となった。

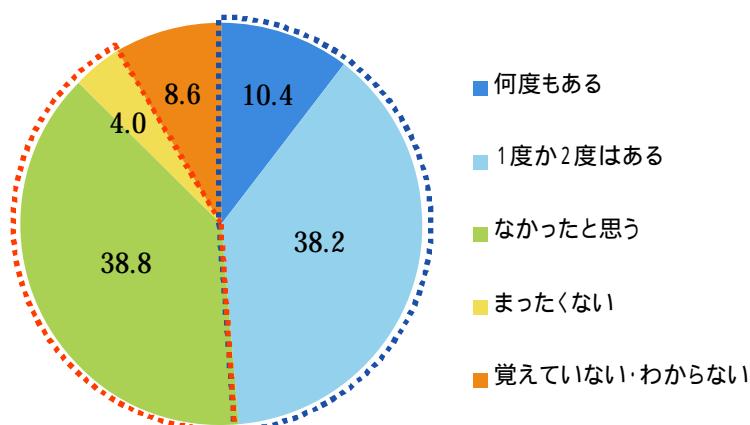
「0軒(ネットショッピング・通販のみ)」という人は7.8%で、「4軒」または「5軒以上」という人が4.8%となった。

2軒以上の人を合計すると70.3%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。

この7割は、20代～60代の男女を対象とした前回の調査(生活家電・季節家電編)とほぼ同じ割合となっている。

年代別に見ると、20代では「0軒(ネットショッピング・通販のみ)」と答えた人が12.0%で、他の年代に比べてやや高かった。

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



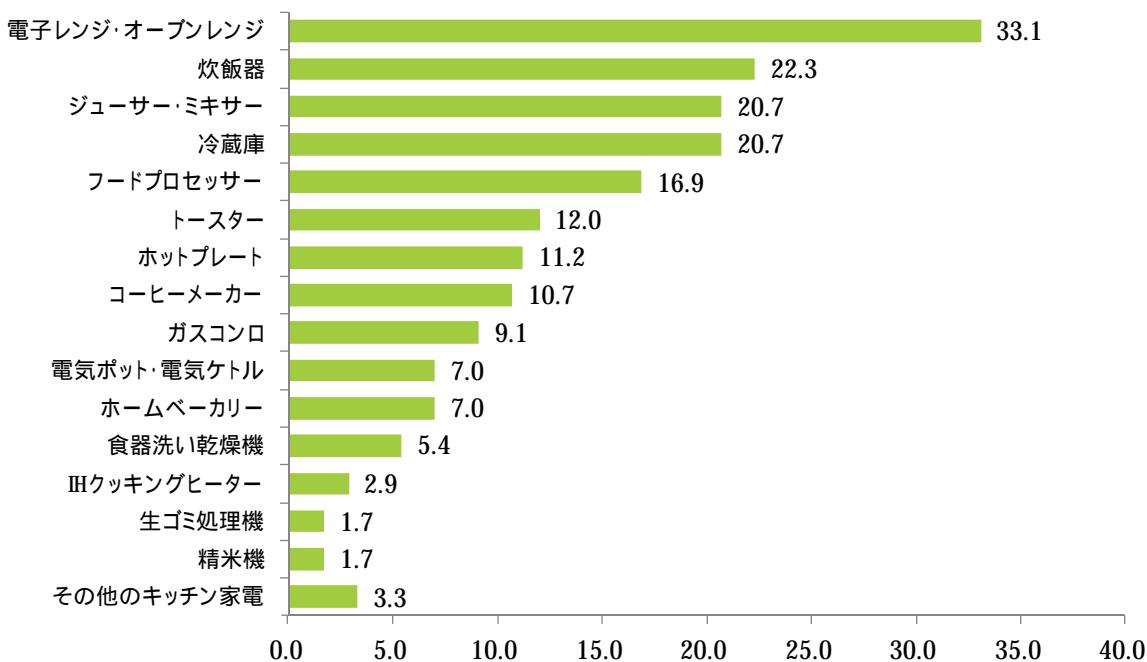
+ある	+ない	わ覚
1度へ	まつへ	かえ
か何度	たな	らて
度も	くか	ない
はあ	なつ	いな
る	いた	い
る)	と	*
全體 n=498	48.6	42.8
Q2 0軒 n=39	28.2	56.5
1軒 n=109	40.3	47.7
2軒以上 n=350	53.4	39.7
		6.9

#### キッチン家電を購入して後悔した経験の有無 n=498

キッチン家電を購入したあと、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、約半数、48.6%の人が「ある」と答えた。「何度もある」と答えた人は10.4%で、「1度か2度はある」と答えた人が38.2%となっている。最も多かったのは「なかつたと思う」という回答で(38.8%)、「まったくない」は4.0%、「覚えていない・わからない」が8.6%となった。尚、前回の調査(生活家電・季節家電編)では、「ある」の割合が66.5%と6割を超えていた。また、Q2の「平均何軒ぐらいのお店を見に行きますか」という質問に対する回答別で比較したところ、0軒(ネットショッピング・通販のみ)、または1軒だけと答えた人よりも、2軒以上見に行くと答えた人の方が、後悔した経験がある人の割合が高かった。

### キッチン家電を購入したあと後悔したことがある方

#### Q4 - 1. 次にあげる「キッチン家電」の中に、購入してから後悔したことのある製品はありますか。(複数選択可)

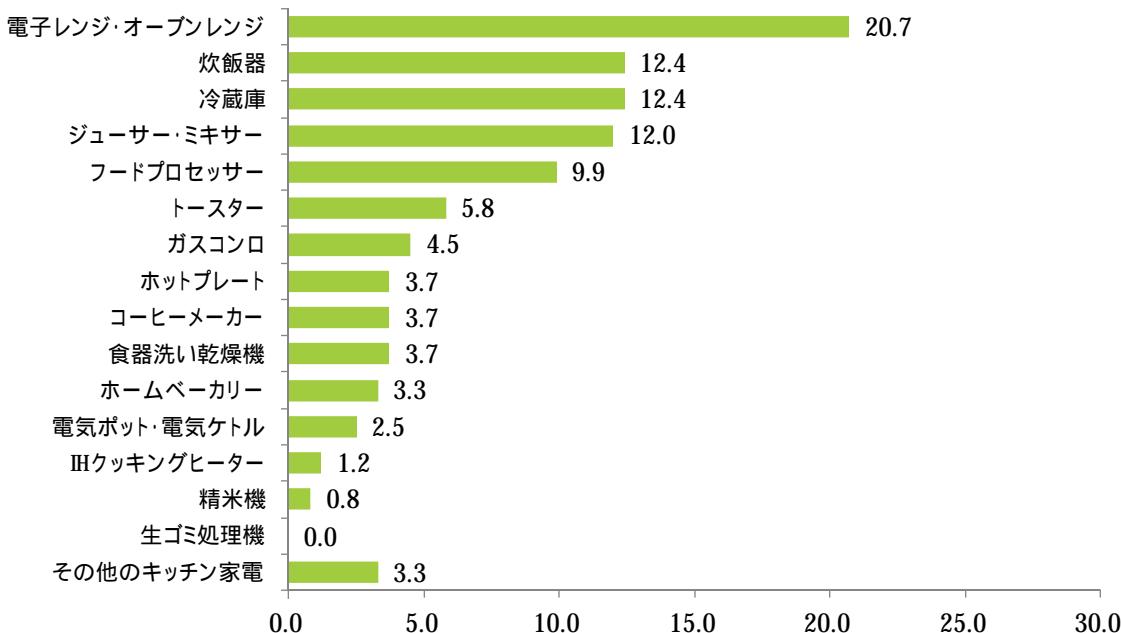


#### 購入して後悔したことがあるキッチン家電 n=242

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。選択肢として挙げた15種類のキッチン家電のうち、最も多かったのは「電子レンジ・オーブンレンジ」で33.1%、3人に1人という割合だった。次に多いのが「炊飯器」(22.3%)で、「ジューサー・ミキサー」(20.7%)、「冷蔵庫」(20.7%)、「フードプロセッサー」(16.9%)と続いた。「その他のキッチン家電」(3.3%)の具体的な内容は、ブレンダー、ロースター、ホットサンドメーカー、ワッフルメーカーなど。

Q4-2. 後悔したことのあるキッチン家電の中で、最も購入時期が新しいものを1つお選びください。(1つ選択)

Q5. そのキッチン家電を購入して後悔した理由を、具体的にお聞かせください。(自由回答)



後悔したキッチン家電のうち最も購入時期が新しいものと、後悔した理由 n=242

後悔したことのあるキッチン家電のうち、最も購入時期が新しいものを1つ選択してもらい、後悔した理由を答えてもらった。ここでも最も多かったのは「電子レンジ・オーブンレンジ」(20.7%)。次いで、「炊飯器」「冷蔵庫」(共に12.4%)、「ジューサー・ミキサー」(12.0%)、「フードプロセッサー」(9.9%)と続いている。

【後悔した理由】(一部を抜粋) ( )内は年代

#### 電子レンジ・オーブンレンジ n=50

- 『汚れがつきやすく、多機能すぎて使いこなせない。わかりやすくしてほしい。』 (20代)
- 『スチームレンジがほしかったが当時は高くて買えなかっただので、スチームオーブンの機能が付いたレンジにした。しかし2~3年でスチームレンジが購入可能な値段に下がったので、もう少し待てば良かったと後悔した。』 (40代)
- 『店員さんに薦められて購入したが、加熱ムラがあった。』 (50代)
- 『ヘルシオを購入したが、食器棚の横上10センチ開けなければいけないので食器棚を買い替えた。』 (60代)

#### 炊飯器 n=30

- 『期待したほどお米がふくらしない。』 (20代)
- 『以前使用していたものと炊き上がりがわらない。窯に米がこびりつく。いくら調節してもそこが焦げ付く。』 (40代)
- 『ホットケーキミックスでケーキが「焼ける」機能があったので、パウンドやシフォンを作ったら、3~5回で内釜の塗装が剥げてきた。あまりにも早すぎる。』 (50代)

#### 冷蔵庫 n=30

- 『デザインを重視してしまい、二人暮らしだし、容量も400くらいあれば十分だと思って購入したが、やっぱり使っていくうちに、小さいと感じ、野菜室、冷凍庫も使い勝手が良くないと日々感じる。』 (30代)
- 『ドアポケットが壊れやすい。冷凍庫と野菜室が縦型になっており使いにくい。』 (40代)
- 『氷が自動でできるのだが、出来るのに時間がかかり過ぎて1回に6個しか出来ないので、とても不便です。』 (60代)

#### ジューサー・ミキサー n=29

- 『音がうるさい。展示してあった物の中ではそれほど大きくなかったが、持ち帰ってみると思ったよりも大きく、収納場所にやや困った。』 (20代)
- 『洗うとき、色々部品があって少しへんどくさい。意外に重い。なので、あまり使う気になれない。』 (30代)
- 『価格重視で購入したため、後々もっと色々な機能が付いているものにすればよかったと後悔した。』 (30代)

## 【後悔した理由】(一部を抜粋)つづき

フードプロセッサー n=24

『簡単に掃除ができると店員さんに言われて買いましたが、結構手間がかかった』 (40代)

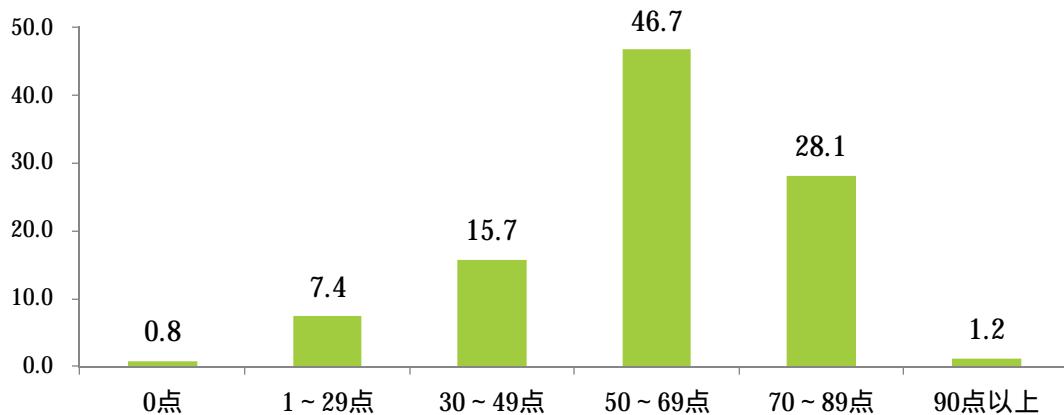
トースター n=14

『サイズが小さすぎて使いづらい。蓋を開けるときに開閉がしづらい』 (20代)

ガスコンロ n=11

『安全装置が付いている為、海苔を炙ったり網使用の調理ができない。』 (60代)

Q6. その(後悔した)キッチン家電について100点満点で評価を付けるとしたら、何点でしょうか。(数値入力)

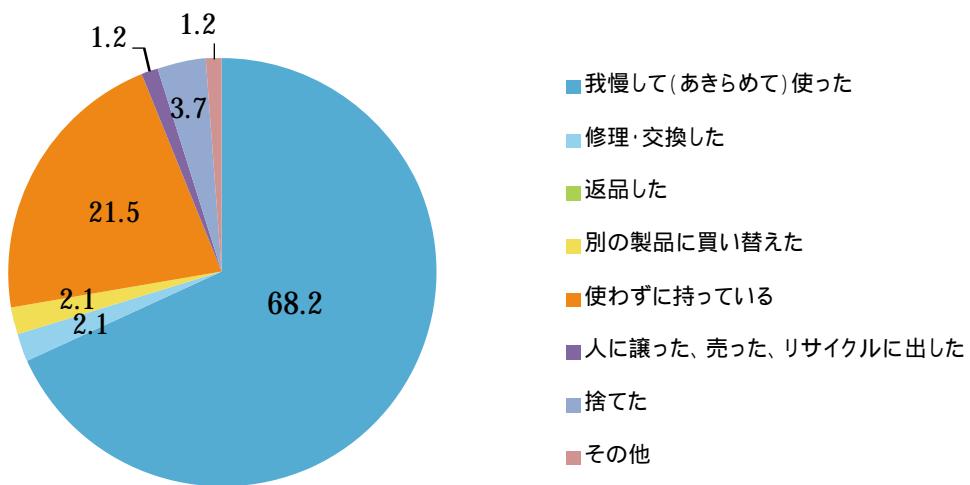


後悔したキッチン家電の評価 n=242

Q4-2で選択した商品に100点満点で点を付けてもらった。「50~69点」の回答が約半数(46.7%)最も多く、「70~89点」が28.1%、「30~49点」が15.7%、「1~29点」が7.4%、「90点以上」が1.2%、「0点」が0.8%となった。

全体の平均は54.3点。前回の調査(生活家電・季節家電編)の55.0点とほぼ同じ平均となった。

Q7. その(後悔した)キッチン家電は、その後どうされましたか。(1つ選択)



後悔したキッチン家電を、その後どうしたか n=242

Q4-2で選択した後悔してしまった商品を、その後どうしたのか答えてもらった。

すると、約7割、68.2%の人が「我慢して(あきらめて)使った」と回答。次に多いのが「使わずに持っている」(21.5%)だった。その他は、「捨てた」(3.7%)、「修理・交換した」、「別の製品に買い替えた」(共に2.1%)、「人に譲った、売った、リサイクルに出した」(1.2%)。「返品した」と答えた人は0人だった。

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. モニターリクルート（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](mailto: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](mailto:info@marsh-research.co.jp)  
【フォーム】 [https://www.marsh-research.co.jp/inquiry\\_form.html](https://www.marsh-research.co.jp/inquiry_form.html)