

2012年9月18日

株式会社オールアバウト

## オールアバウトが専門家ならではの視点で 新たな潮流を分析する「生活トレンド研究所」を開設 ～第一弾として「最新家電」に関するアンケート調査を実施～

総合情報サイト「All About」を運営する株式会社オールアバウト(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長兼 CEO:江幡哲也)は、All About の“その道のプロ(=ガイド)”が研究員となり、専門家ならではの知見を活かして、生活者における新潮流を解き明かすことを目的としたマーケティング・チャンネル「生活トレンド研究所」を新たに設立いたしました。第一弾のレポートとして、All About『家電』ガイドの戸井田園子氏を研究員ガイドに迎え、「最新家電」に関するアンケート調査を実施しました。調査協力は、株式会社マクロミル。調査期間は2012年8月29日(水)～8月30日(木)、女性1,000人から有効回答を得ました。

■「生活トレンド研究所」の URL: [http://allabout.co.jp/trend\\_lab/](http://allabout.co.jp/trend_lab/)

### 【調査結果のポイント】

**1)現在所有している最新家電は、1位「空気清浄機」、2位「体組成計」、3位「LED電球」**  
最新家電のうち現在、所有しているものを尋ねたところ、最も多かったのは「空気清浄機」(40.1%)、次いで「体組成計※」(36.5%)、「LED電球」(30.2%)となりました。体脂肪や筋肉量、骨量など人間の体の組成を計測する「体組成計」が2位になるなど、健康管理へのニーズの高まりがうかがえます。【図1】

### **2)今後購入を検討している最新家電は、1位「ホームベーカリー」、2位「LED電球」、3位「サイクロン掃除機」**

今後、最新家電の購入を検討している人に、最も購入したい家電を尋ねたところ、昨今主婦中心に人気を集めている「ホームベーカリー」(20.1%)に次いで、「LED電球」(16.4%)、「サイクロン掃除機」(10.8%)となりました。また、年代別・子どもの有無別の分布でみていくと、「ホームベーカリー」の購入意欲が高いのは「30代」、「LED電球」については年齢が上がるほど、購入意欲が徐々に高まっており、どちらも「子どもがいる」世帯の方が、そうでない世帯よりも、購入意欲が高い結果となりました。【図2】  
【図3】

### **3)欲しい家電を購入しなかった理由は、「価格が高い」「今すぐ必要ではない」**

今後購入を検討していると回答した商品を含めて今まで購入しなかった理由について尋ねたところ、人気1位の「ホームベーカリー」では、「今すぐ必要なものではない」(50.0%)、「価格が高い」(33.9%)、「使用頻度が少なそう」(33.3%)となりました。【図4】  
また、人気第2位の「LED電球」では、「価格が高い」(66.7%)、「今すぐ必要なものではない」(41.9%)という結果になり、「価格」「必要性」の部分が購入における大きな判断ポイントになっていることが分かります。【図5】

#### 4)「ホームベーカリー」の購入意欲が最も高いのは「賃貸マンション」に住んでいる人

最も購入を検討する商品と現在の住居形態をクロス集計したところ、「分譲マンション」に住んでいる人は、他の住居形態に比べ「LED電球」の購入意欲が高い傾向(26.4%)になりました。また、「ホームベーカリー」については、「賃貸マンション」に住んでいる人が他の住居形態よりも購入意欲が高い(26.9%)ことがわかりました。【図6】

#### ■「家電」ガイド 戸井田園子氏のコメント

欲しい家電として「ベーカリー」が1位となり、市場の人気を裏付ける結果となりました。中でも、購入意欲が高いのが「30代」かつ「賃貸マンション」という結果から、子育て世代が多いと推測されます。これは、趣味や料理が好きというだけでなく、食への安全性を考えベーカリーを利用したいと考えているからでしょう。家族の健康のためにも、手作りが手軽にできる調理家電は主婦の興味が高いようです。

また2位の「LED電球」ですが、年齢が上がるほど購入に前向きなのは、持ち家率が高くなるからですが、中でも分譲マンションに住む人の購入意欲が高いという結果は、一般的に戸建住宅より分譲マンションの方が、廊下・玄関・洗面所・トイレ・クローゼットなど、個室以外のスペースにダウンライトのような電球を利用している器具が多いからと推測されます。「価格が高い」「今直ぐ必要ない」という理由で、購入を控えている結果も見受けられましたが、数が多いほど節電効果が高くなりますので、長期的な投資効果を考えて早期に購入することをおすすめしたいです。

#### ■調査概要

- ・調査期間: 2012年8月29日(水)～2012年8月30日(木)
- ・調査対象: 20歳以上60歳未満の女性(マクロミルモニタ会員)
- ・有効回答数: 1,000件
- ・属性: 20代 250s、30代 250s、40代 250s、50代以上 250s、
- ・調査方法: インターネットリサーチ
- ・調査機関: マクロミル

「生活トレンド研究所」について [http://allabout.co.jp/trend\\_lab/](http://allabout.co.jp/trend_lab/)

「生活者のトレンドと未来をひも解くマーケティング・チャネル」であることをミッションに掲げ、総合情報サイト「All About」で活躍する住宅、マネー、健康、グルメ、一般消費財等、様々な領域における専門家(＝ガイド)が研究員となって、企業と生活者がより良い関係性を構築するための調査、市場分析を行なっています。その分野における高い専門性はもちろんのこと、生活者・実務家としての考えや想いも兼ね備えた「All Aboutガイド」ならではの分析・考察を重ねることで、表面的な定量データでは捉えられない新たな潮流や課題を浮き彫りにしていきます。

本件に関する報道機関からのお問い合わせ先:

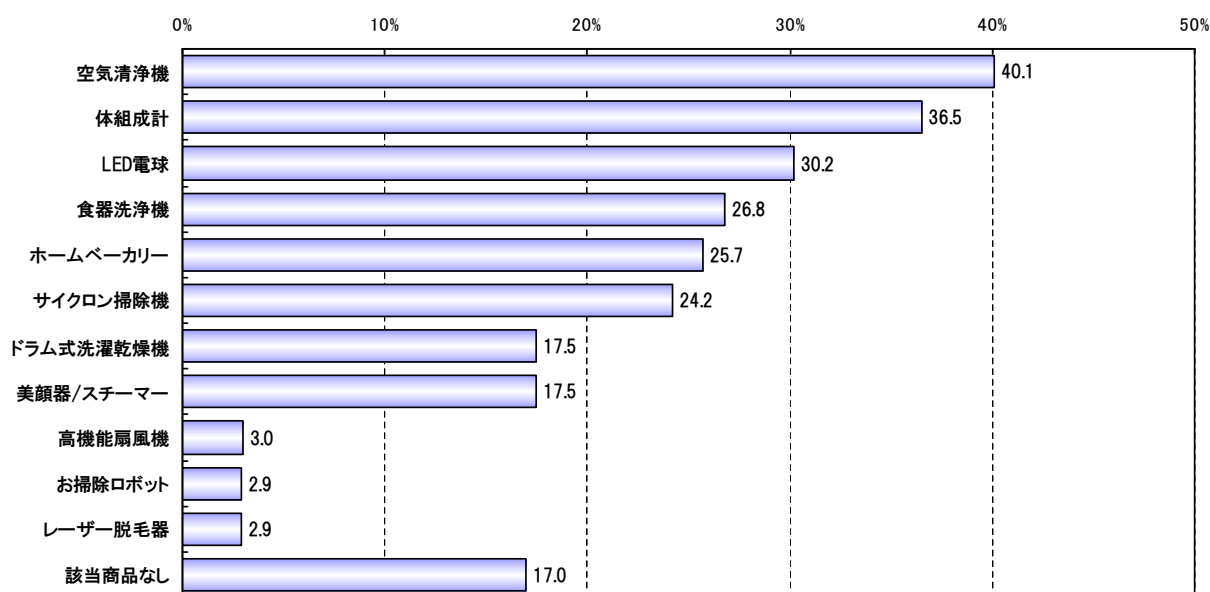
株式会社オールアバウト 広報担当: 柏原  
TEL:03-6362-1309 FAX:03-6682-4229 E-mail: [pr@staff.allabout.co.jp](mailto:pr@staff.allabout.co.jp)

#### 《引用・転載時のクレジット表記のお願い》

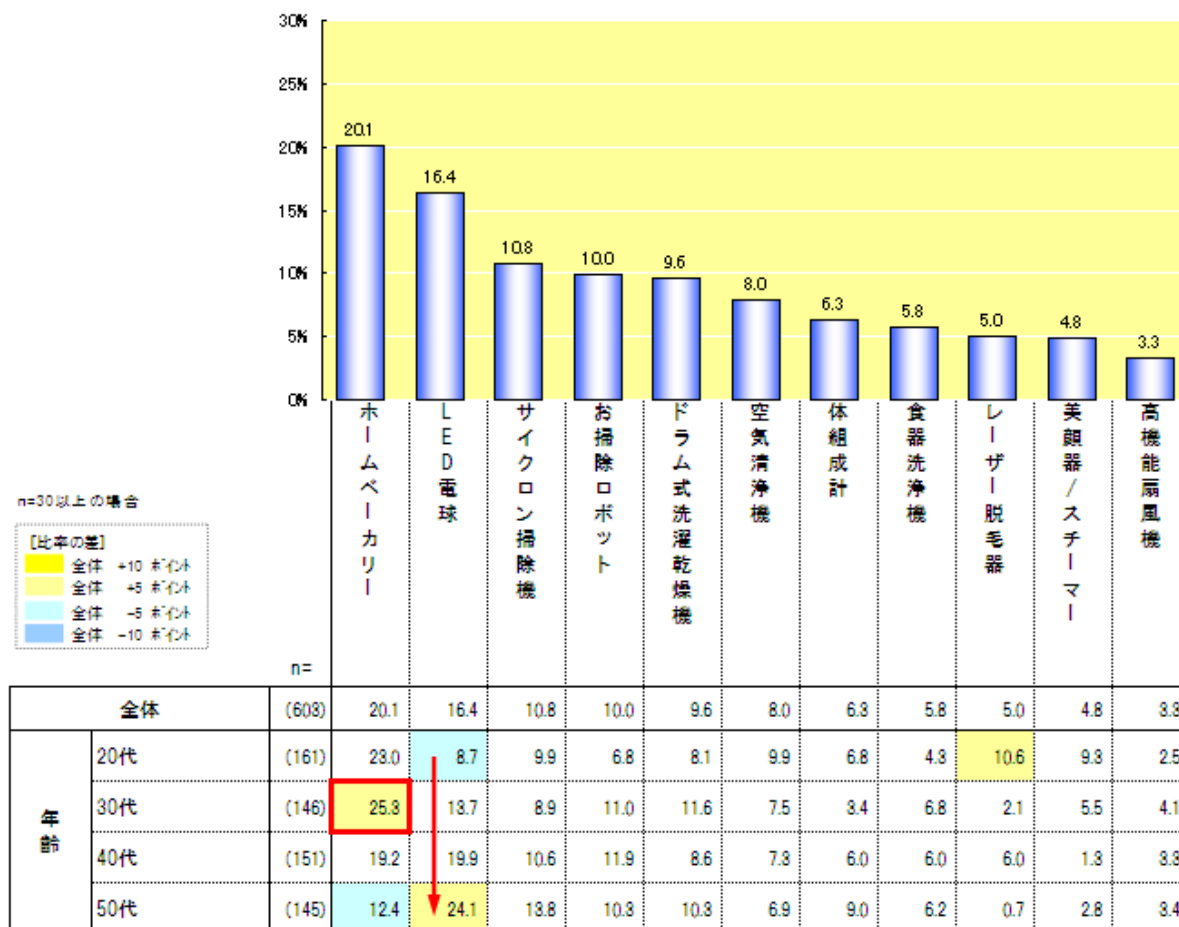
本リリースの引用・転載の際は、必ず「生活トレンド研究所の調査」である旨を示すクレジットを明記していただけますようお願い申し上げます。

## ■調査結果データ

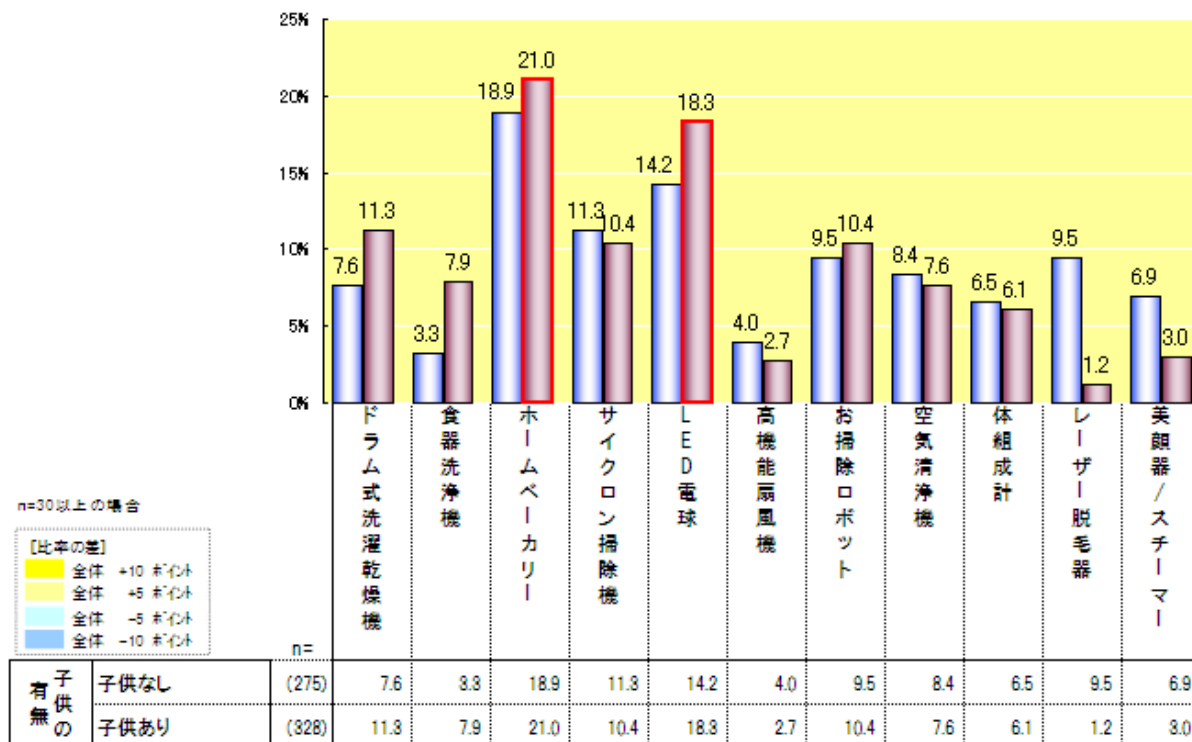
【図1】現在、所有している家電は次のうちどれですか？（n=1,000、複数回答）



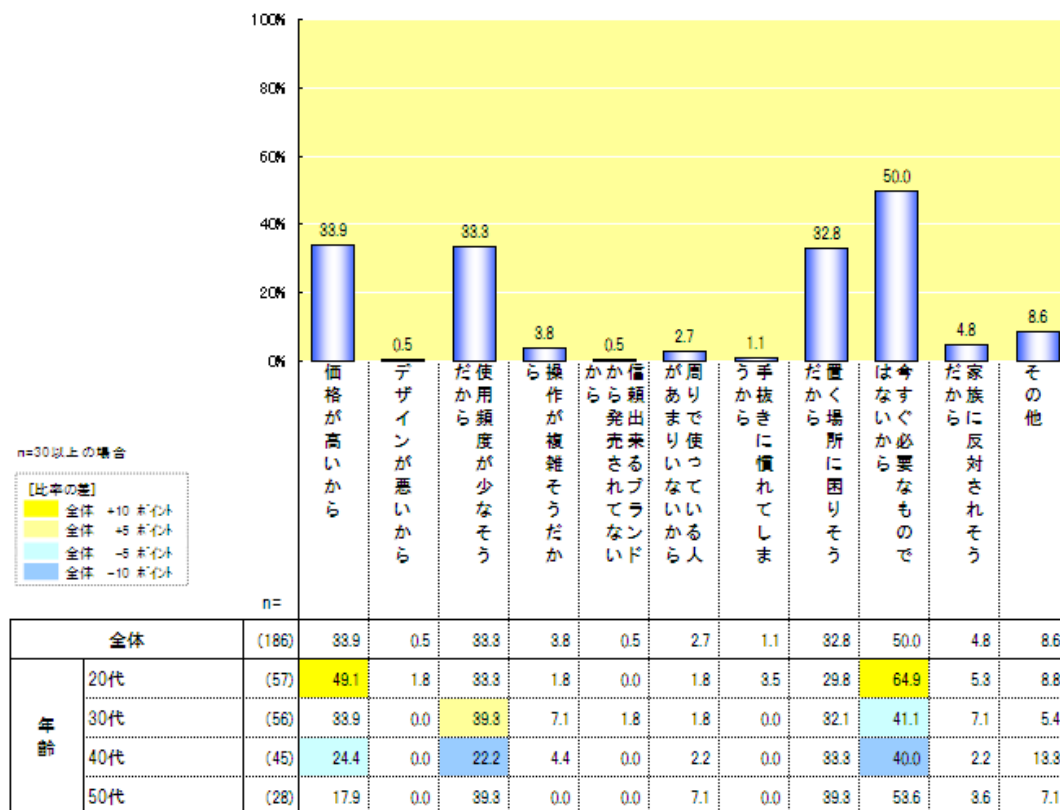
【図2】最も購入したい家電は次のうちどれですか？（n=603:家電購入を検討している人）



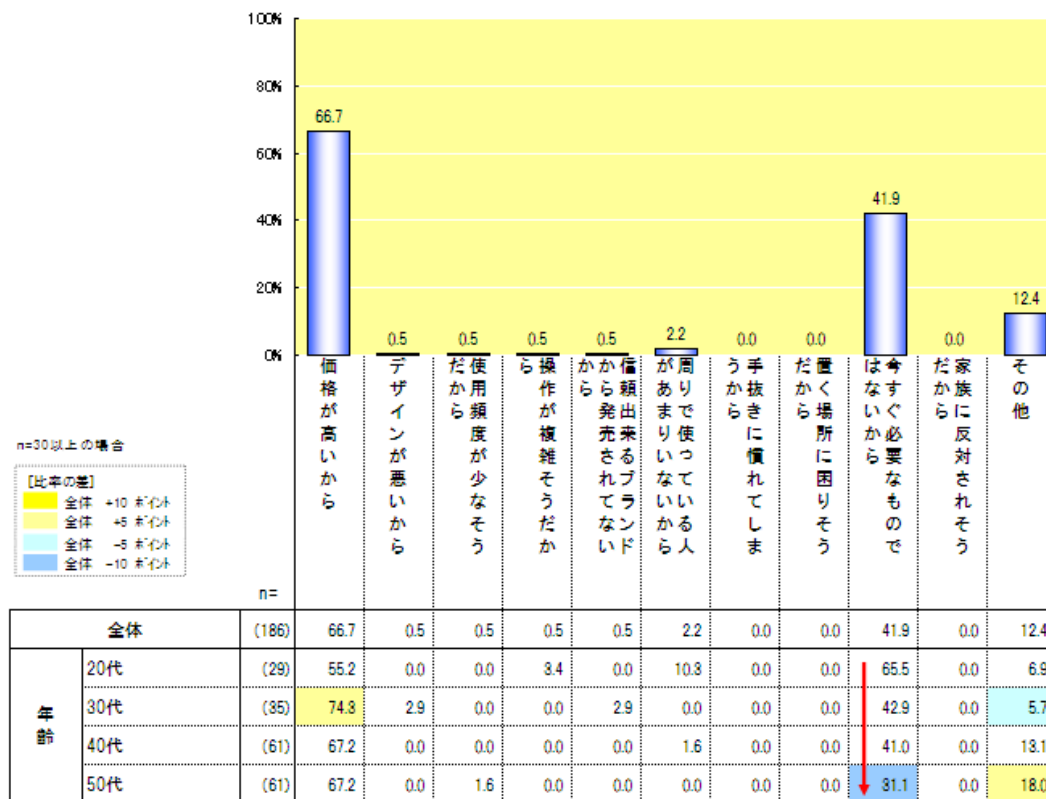
【図3】最も購入を検討する商品×子どもの有無 (n=603)



【図4】今後購入を検討していると回答した商品「ホームベーカリー」を今まで購入しなかった理由は何ですか？ (n=186、複数回答)



【図5】今後購入を検討していると回答した商品「LED電球」を今まで購入しなかった理由はなんですか？  
(n=186、複数回答)



【図6】最も購入を検討する商品×現在の住居形態 (n=603)

