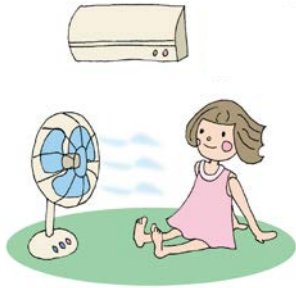


52週の
MD研究

2013.冷房機・扇風機の利用 アンケート



日本マーケティング研究所グループ
株式会社マーケティング・コミュニケーションズ
URL: <http://www.mcto.co.jp>
Email: support@mcto.co.jp

「52週のMD研究」では主要な季節のできごとの際に、何をどんな理由で選んだのかという、「実際の行動＝事実」をまとめています。
2013年の夏は例年を上回る猛暑日が続きましたが、「冷房機・扇風機」の自宅での実際の使い方を調査しました。

調査結果のポイント

扇風機 >
冷房機

●自宅にいる時に、「扇風機をいつも使う」51%
「冷房機をいつも使う」28%。

浸透しつつある
新・扇風機

- 新タイプの扇風機を使っている人は34%。
利用が多い新機能は「サーキュレーション効果」
「イオン・除菌・消臭効果」のあるもの。
- 既利用者は多くはないが、興味がある人が多いものは「パソコン・デスクにつける扇風機」。

調査概要

調査対象：
弊社管理オピネット会員
※ファミリー世帯を中心に対象とした。
「オピネット URL: <http://www.opi-net.com>」

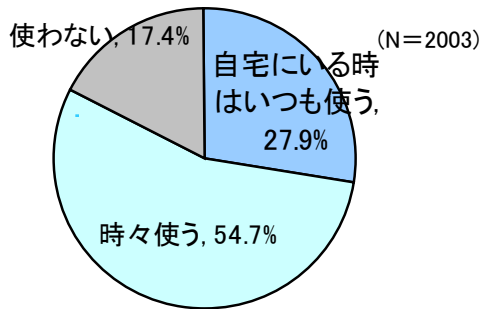
調査期間： 2013年7月13日～7月15日
調査方法： インターネット調査

対象	回収人数:2003人 地域:全国
調査内容	①冷房機、扇風機の利用頻度 ②新・扇風機の利用有無 ③新・扇風機の認知と興味

自宅での利用度合い[単数回答]

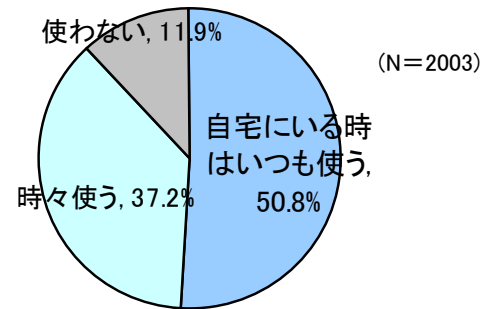
- ・「自宅にいる時はいつも使う」は、「冷房機」28%、「扇風機」51%。
「扇風機」の方が「自宅にいる時はいつも使う」人が多かった。
- ・『5人以上』では、「冷房機」を「いつも使う」が他より低く、「扇風機」を「いつも使う」が多かった。
- ・『1人暮らし～2人暮らし』は、「冷房機をいつも使う」は他とあまり差はなかったが、「使わない」は2割。
→「いつも使う」人と「使わない」人の差が他層より少し多くなった。

[冷房機]



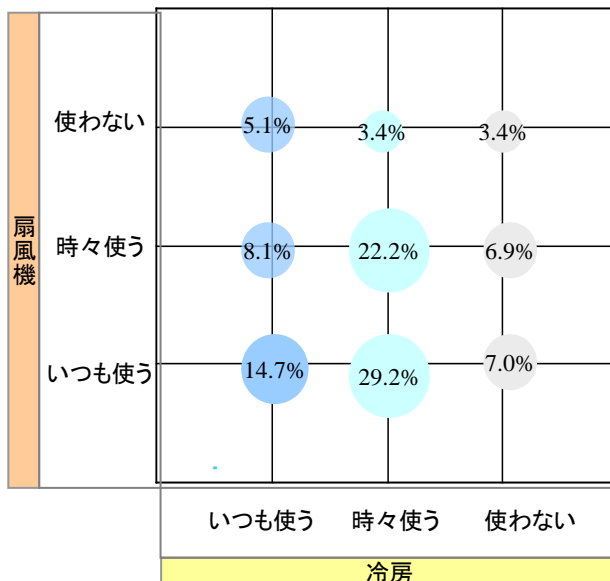
	いつも使う	時々使う	使わない
1人暮らし	30.6	50.0	19.4
2人暮らし	29.3	51.6	19.2
3人暮らし	25.1	60.4	14.4
4人暮らし	29.7	52.8	17.5
5人以上	24.0	58.3	17.7
男性	28.2	54.7	17.2
女性	27.7	54.7	17.6

[扇風機]



	いつも使う	時々使う	使わない
1人暮らし	48.5	39.2	12.3
2人暮らし	51.6	35.5	12.9
3人暮らし	50.2	37.2	12.0
4人暮らし	52.0	36.7	11.4
5人以上	55.2	34.9	9.9
男性	50.9	38.4	10.7
女性	50.8	36.0	13.1

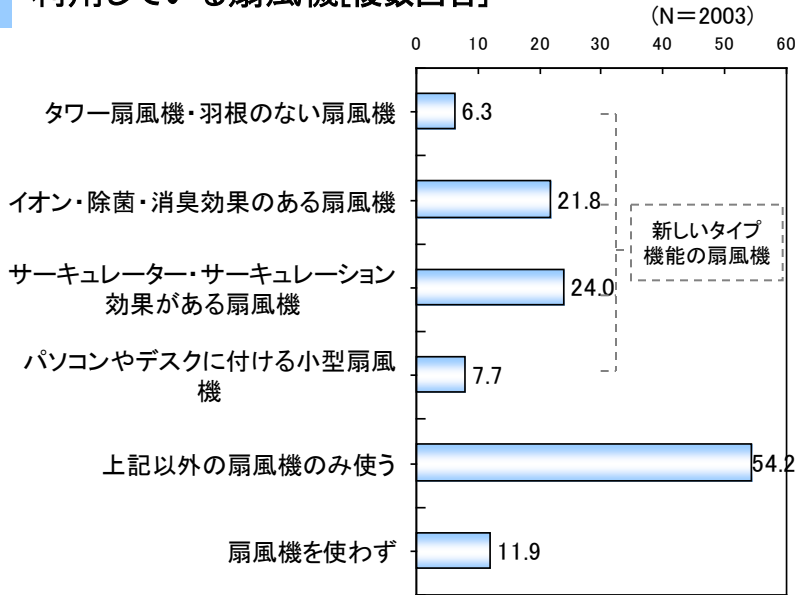
[冷房機と扇風機の利用の関係]



・「扇風機と冷房機の両方を使っている」人が74%と多い。

・最も多い使い方は、「扇風機はいつも使うが冷房機を使うのは時々」(29%)。

利用している扇風機[複数回答]



・新しいタイプ・機能の扇風機を使っている人は34%。

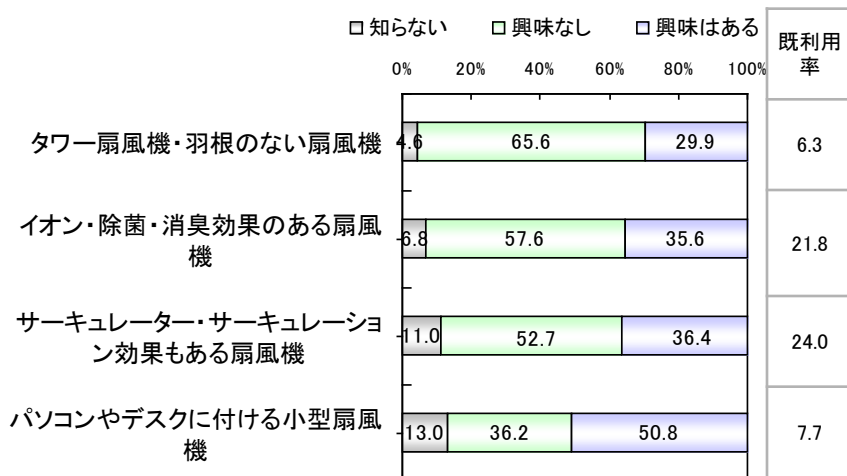
・使っているもので多かったものは、「サーキュレーション・サーキュレーション効果があるもの」「イオン・除菌・消臭効果があるもの」。

・「イオン・除菌・消臭効果があるものは、『女性・20～40代』で多かった。

・「パソコン・デスクにつける小型扇風機」は、『20～30代』で少し高くなった。

	タワー扇風機・羽根のない扇風機	イオン・除菌・消臭効果のある扇風機	サーキュレーター・その効果がある扇風機	パソコンやデスクに付ける小型扇風機	上記以外の扇風機のみ使う	扇風機を使わず
1人暮らし	4.9	13.8	14.2	6.3	52.6	12.3
2人暮らし	6.6	24.7	26.2	8.5	51.6	12.9
3人暮らし	6.7	24.2	25.7	8.9	54.5	12.0
4人暮らし	6.8	21.0	24.9	6.1	57.2	11.4
5人以上	5.2	20.3	25.0	8.3	56.3	9.9
20代・男性	10.6	14.9	19.1	12.8	63.8	4.3
20代・女性	8.8	33.8	26.5	10.8	52.9	7.4
30代・男性	8.4	18.4	24.0	10.5	57.5	11.7
30代・女性	8.5	27.8	32.7	12.0	49.3	10.2
40代・男性	6.4	22.3	25.3	10.1	56.4	11.5
40代・女性	7.3	25.4	26.3	9.4	50.8	15.1
50代～・男性	5.5	17.9	20.2	3.6	55.8	10.5
50代～・女性	2.2	18.6	18.6	4.3	55.0	14.9

新しい機能・タイプの扇風機の認知・興味[利用していない人:単数回答]



・どのタイプの扇風機も、「知らない」という人は少なかった。

・「興味がある」とした人が多くなったのは「パソコン・デスクにつける小型扇風機」。既利用率は8%と低かったが、利用していない人で興味がある人は半数と高くなった。

マーケティング・コミュニケーションズのショッパー・リサーチサービス



適切なモニターをご用意いたします

- お客様の立場に立ち率直な意見を言えるモニター
鋭い視点を持ったモニターをご用意いたします。

トータルでのサポートをいたします

- お店の強みと課題がわかりやすい、報告書をご提案いたします。
- 店舗クリニックと合わせた、総合的なご提案を致します。

ミステリーショッパー

- 徹底的にサポート致します
- ショッパーの視点、専門家の視点からの改善案を提案いたします
- ショッパー・リサーチを基に、プランニングのご提案、実施のサポートを致します
- 改善点が一目瞭然な報告書をご用意いたします
- 課題解決に向けた実践的な店舗改善の店頭強化メニューを提案いたします



店舗クリニック

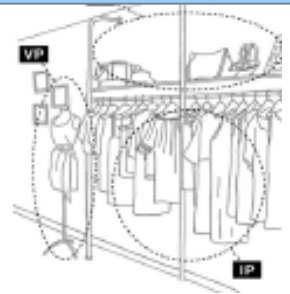
- ショッパーの視点、専門家の視点からの改善案を提案いたします

【お客様モニター】

- 覆盖面で来店。模擬購買など接客を受けて、診断項目に従って評価。
その評価に至った具体的な理由や印象など「生の声」も記入。

【専門家】

- お客様では評価の難しい、店舗環境やVMDなどの診断を項目に従い実施。



リサーチ&コンサルティング・サービス(RCS) 企画立案、調査から戦略提案、実施展開まで

Relationship 生活者、市場、クライアントとの“対話”と“絆”
Customize “個別課題”に合わせた“最適解”をご提案
Satisfaction 企画から展開まで“一貫した”サービスにより“満足価値”を実現

Information

【会社概要】

- 商号 株式会社マーケティング・コミュニケーションズ
- 創業 1958年(日本マーケティング研究所グループ 略称JMR)
- 設立 1973年
- ホームページ 会社案内 <http://www.mcto.co.jp>
生活者サイト <http://www.opi-net.com>

■ 個人情報の取り扱いについて

株式会社マーケティング・コミュニケーションズは
プライバシーマークを取得しています。



【レポートのお問い合わせ】

編集・発行: 株式会社マーケティング・コミュニケーションズ
〒102-0094
東京都千代田区紀尾井町3-23
文藝春秋新館
TEL: 03-3222-4250 FAX: 03-3222-4258
URL: <http://www.mcto.co.jp>
<http://www.opi-net.com>
Email: support@mcto.co.jp

編集担当: 52週のMDチーム