

新生活にオススメしたい製品の意識調査を実施 先輩・親が薦める必需品は「電気ケトル」と「浄水器」

～ 震災以降、健康・安心な製品を選ぶ傾向に ～

三菱レイヨン株式会社(本社:東京都港区、社長:鎌原正直)のグループ会社である、浄水器、医療用
水処理装置の販売を行う三菱レイヨン・クリンスイ株式会社(本社:東京都中央区、社長:島田勝彦 以下、
当社)では、春の新生活シーズンを前に、新生活の必需品に関する意識調査を実施しました。

【調査概要】

調査時期:2011年11月10日(木)

調査方法:インターネット定量調査

調査対象:①2012年春に新生活を始めて2年目から5年目を迎える全国の男女(先輩)

②2012年春に新生活を始める子供を持つ男女(親)

サンプル数:①241件(男性120、女性121)、②227件(男性127、女性100)

【主な調査結果概要】

- (1) 新生活者に最も薦めたい製品は、先輩、親ともに1位「電気ケトル」、2位「浄水器」。
食生活に深く関わる製品が「空気清浄機」など他の選択肢を上回る。

新生活の先輩と新生活を始める子供を持つ両親に、「新生活に最もあってよかった、薦めたいものは何か?」と聞いたところ、先輩の28.2%、親の33.5%が「電気ケトル」、先輩の22.8%、親の24.2%が「浄水器」と回答。食生活を豊かにする2製品が「空気清浄機」など他の選択肢を10%以上上回る結果となった。

- (2) 電気ケトルの選択理由は、先輩、親とも時間の短縮など湯沸かしの「利便性」が1位。
浄水器の選択理由は、先輩、親ともに「安心」が1位、「味の向上」が2位。
特に親の約7割が「安心」と回答。子の健康を気遣う親の心情が読み取れる結果に。

上位製品を選んだ理由を聞くと「電気ケトル」では、「忙しい朝にもすぐにお湯が沸き便利」など利便性を挙げる回答が最も多く挙げられた。浄水器では、水の「安心」や「おいしさ」のためとの回答が多かった。特に親からは、「健康によいと思うから」など子供の新生活を心配する気持ちを表した回答が多数見受けられた。

- (3) 製品を購入する際に重視するのは、先輩、親ともに1位「性能」、2位「価格」。
親は環境性能にも注目。震災以降、「健康・安心・安全なもの」を選ぶ傾向も強く。

「選択した製品の購入に際して、重視することは何か?」を聞いたところ、「性能(機能)」、「価格」の順に選択され、性能面、価格を重視する傾向が見受けられたほか、親は先輩に比べて「環境性能」を選択する傾向が高かった。また、震災前後での購入意識の変化についての設問では、特に「健康・安心・安全なもの」を選ぶ傾向が強くなっていることが分かった。

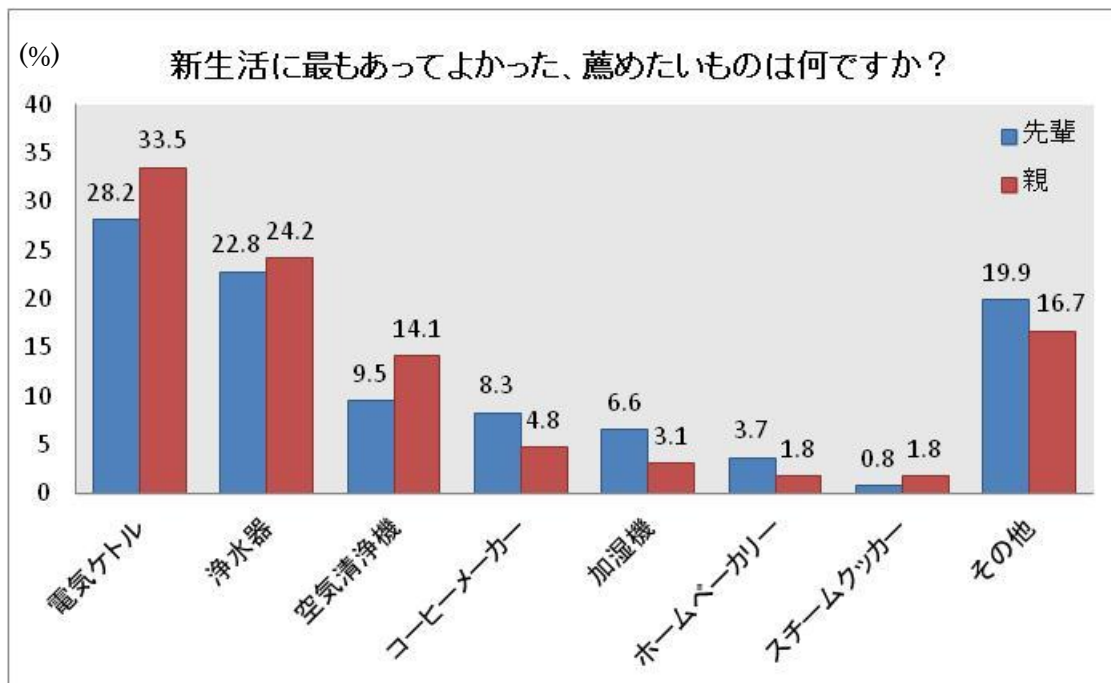
当社では、1月より新生活応援をテーマとした浄水器の販売キャンペーンを実施します。初めての浄水器購入にぴったりな《クリンスイ》を販売店舗に取り揃えるなどして、この春より新生活を開始される方を応援します。

また、今回のような消費者の皆様の声を聞くアンケートで得た結果を浄水器《クリンスイ》の製品開発の参考にし、安心で美味しい水を提供して人々の豊かな暮らしの創造に貢献していきます。

(1) 新生活者に最も薦めたい製品は、先輩、親ともに1位「電気ケトル」、2位「浄水器」。食生活に深く関わる製品が「空気清浄機」など他の選択肢を上回る。

新生活の先輩と新生活者の両親に、「新生活に最もあってよかった、薦めたいものは何か？」と聞いたところ、先輩、両親ともに、1位「電気ケトル」、2位「浄水器」、3位「空気清浄機」の順に選択された。

特に「電気ケトル」と「浄水器」の日々の食生活に密接する2製品については、他の選択肢を10%以上上回った。



(2) 電気ケトルの選択理由は、先輩、親とも時間の短縮など湯沸かしの「利便性」が1位。浄水器の選択理由は、先輩、親ともに「安心」が1位、「味の向上」が2位。特に親の約7割が「安心」と回答。子の健康を気遣う親の心情が読み取れる結果に。

製品を選んだ理由を自由回答で聞く設問に対しては、電気ケトルでは先輩と親の両属性の回答者とも「利便性」を回答する割合が最も高かった。浄水器では先輩と親ともに、「安心」という回答が最も多く、次いで「おいしさ」が挙げられた。中でも親の約7割が「安心」と回答した。

その他では、空気清浄機について、「マンションなのであまりドアをあけられないのであってよかった」など、経験者ならではの回答が挙げられた。

主な選択理由：

・電気ケトル

「お湯さえあれば、お茶でもインスタントのものでも手軽に食べられる」(先輩 30代女性)

「ミルクを作る時にポットより早く沸くから便利」(先輩 20代女性)

「必要な量のお湯がすぐ沸くので何かと便利」(親 60代以上女性)

「一人暮らしの時にガス切り忘れ事故などを心配しなくてもよい」(親 50代男性)

・浄水器

「知らない地で水道を使う不安が和らいだから」(先輩 40代男性)

「飲み水は浄水されたきれいで美味しい物を飲みたいから」(先輩 40代女性)

「安心安全な水を口にすることができる」(親 50代女性)

「健康によいと思うから」(親 50代男性)

「水道水に不安がある為」(親 40代女性)

・「空気清浄機」

「マンションなのであまりドアをあけられないのであってよかった」(先輩 30代女性)

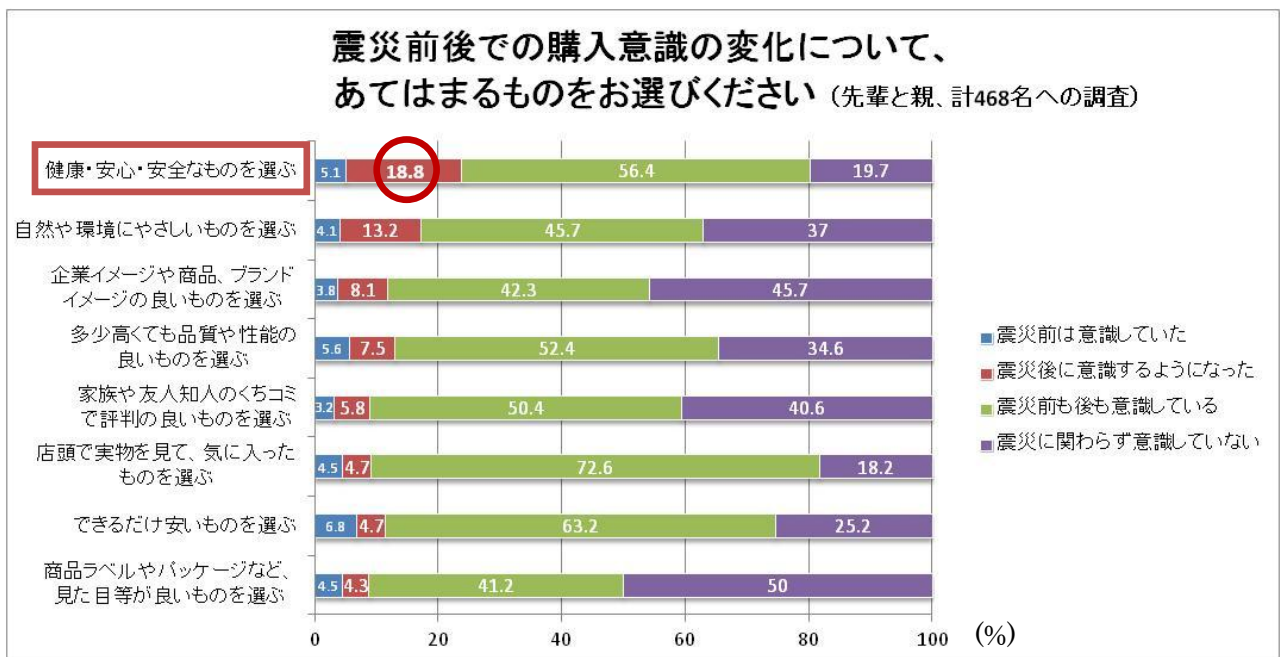
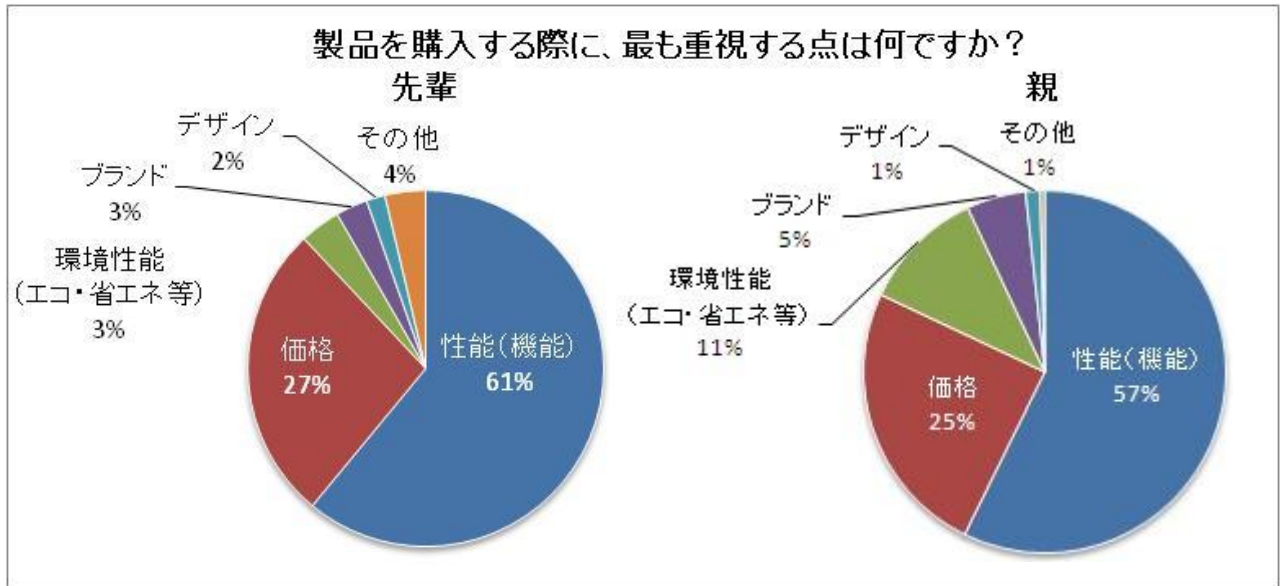
「ネコのトイレの匂い消しに役立つ」(先輩 30代女性)

(3) 製品を購入する際に重視するのは、先輩、親ともに1位「性能」、2位「価格」。親は環境性能にも注目。震災以降、「健康・安心・安全なもの」を選ぶ傾向も強く。

「選択した製品の購入に際して、重視することは何か」を聞いたところ。先輩、親ともに「性能(機能)」、「価格」の順に選択された。特に「性能(機能)」は両者とも約6割が重要視している。

さらに親では、11%が「環境性能(エコ・省エネ等)」を選択している。

また、「震災前後での購入意識の変化についてあてはまるものはどれか?」という設問では、震災後に意識するようになったものとして、「健康・安心・安全なものを選ぶ」が挙げられた。



【クリンスイ新生活応援キャンペーン情報】

《クリンスイ》春の新生活応援キャンペーン「もはや浄水器は、生活の必需品！」

ひとり暮らしをはじめめる大学の新生や、引越しをする新社会人など、この春より新生活を開始するお客様向けに、初めての浄水器購入に最適なカートリッジを増量した《クリンスイ》製品を販売店舗に取り揃え、POPなど店頭ツールを使用したキャンペーンを実施します。また、一部店舗では、当社製品のデモンストラーション販売も行います。



新生活応援キャンペーン 店頭ツール

・キャンペーン実施期間

2012年1月中旬～2012年3月末

・キャンペーン実施場所

全国のスーパー、カメラ・家電量販店、ホームセンターなど

・展開製品

ポット型《クリンスイ CP002》+カートリッジ 2個

蛇口直結型《クリンスイ CB013》+カートリッジ 2個



展開製品の CP002W(写真左)と CB013W(写真右)