

熊本市における耐久消費財普及状況調査

一家に3台！所有台数の多いルームエアコン

～薄型・大画面テレビの本格普及はまだこれから～

耐久消費財の普及状況については、総務省統計局「全国消費実態調査」、ならびに内閣府経済社会総合研究所「消費動向調査」等のデータが存在しているが、今回は熊本市における耐久消費財の普及状況を知るために、熊本市在住の女性を対象にしたアンケート調査を実施した。併せて、熊本市で今年12月から地上デジタルテレビ放送がスタートすることを踏まえて、特にテレビにスポットを当てている。

【調査結果の要約】

1. 普及率95%以上の品目は「冷蔵庫、電気掃除機、洗濯機、ルームエアコン、電子レンジ」という白物家電と「乗用車」、「テレビ」。「食器洗い機」の普及率は25.6%、「乾燥機一体型洗濯機」の普及率は17.0%と、いずれもかなり普及しはじめている。
2. 1,000世帯当たり所有数量では、「ルームエアコン」が2,958台で、2,145台の「携帯電話」、2,062台の「テレビ」を大きく引き離して圧倒的なトップ。ルームエアコンはほぼ“一家に3台”の状況であるといえる。
3. 年代別所有状況では、AV志向の20代、ファミリー志向の30代、情報・デジタル志向の40代という特徴がみられる。
4. 地上デジタルテレビ放送についての認知度は高い（地上デジタルテレビ放送開始時期は84.2%、地上アナログテレビ放送終了時期は71.2%が「知っていた」と回答）。
5. 今後のテレビの買い替え・買い増しについては約半数が積極的だが、「未定、わからない」も33.2%を占める。次に購入したいテレビでは「液晶テレビ」が52.4%でトップ。テレビ購入の際に重視することは「価格」（70.0%）と「画質」（69.8%）。
6. 地上デジタルテレビ放送等についての認知度は高く、またテレビの買い替え・買い増し意欲もそれなりに高いが、具体的にはイメージできていない人が多い。熊本市における薄型・大画面テレビの本格普及はまだこれからだと思われる。

【調査概要】

- ・ 調査対象：熊本市在住の20代から60代の女性モニター500人
- ・ 調査時期：2005年11月
- ・ 調査方法：郵送法
- ・ 回答数：453人（回答率90.6%）
* うち単身世帯を除いた431人を対象として分析を行った。

	実数		構成比 (%)
		うち単身世帯を除く	
20代	54	49	11.4
30代	107	102	23.7
40代	92	90	20.9
50代	91	90	20.9
60代	109	100	23.2
合計	453	431	100.0

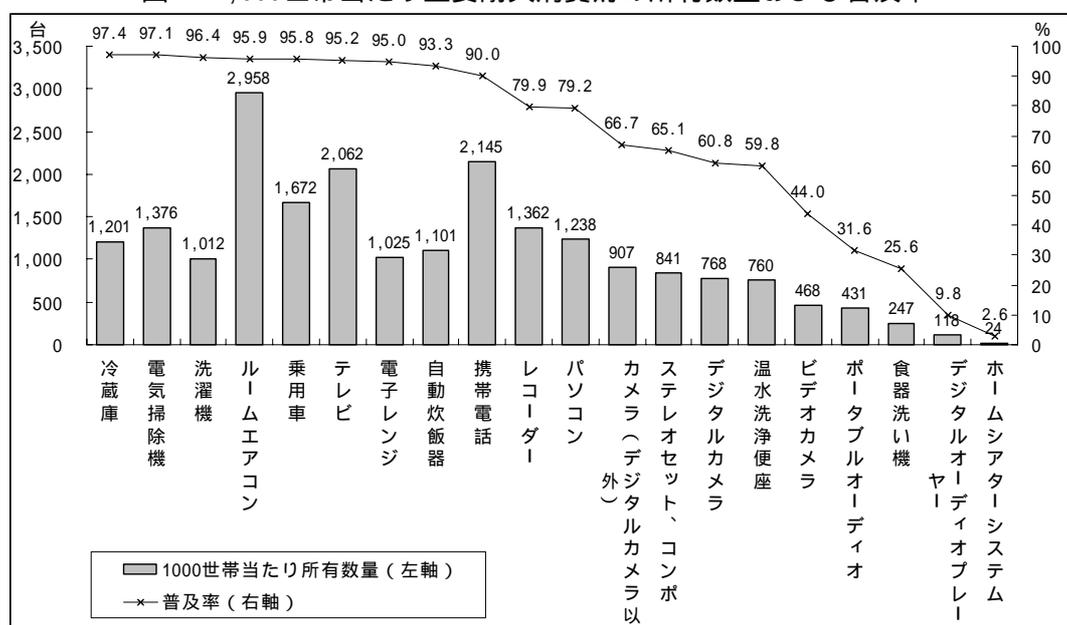
1. 普及率が高いのは白物家電・乗用車、テレビ、所有台数が多いのはルームエアコン

主要耐久消費財20品目について、普及率ならびに所有数量を尋ねた結果が下の図1である。普及率が高いのは「冷蔵庫、電気掃除機、洗濯機、ルームエアコン、電子レンジ」といったいわゆる“白物家電”、および「乗用車」、「テレビ」であり、以上7品目の普及率は95%以上となっている。なお、最近登場した白物家電の普及率をみると、「食器洗い機」が25.6%、「乾燥機一体型洗濯機」（図1では「洗濯機」に含まれる）が17.0%という結果であった。一般に、家電製品の普及率が10%を超えるとその後に普及が急拡大されていると言われており（いわゆる“10%の壁”）、「食器洗い機」と「乾燥機一体型洗濯機」はともに本格的な普及段階に入ったと考えてよいだろう。

その他、最近注目されている商品では、「液晶テレビ」10.8%、「デジタルオーディオプレーヤー」（iPodなど）9.8%、「プラズマテレビ」5.0%、「ホームシアターシステム」2.6%と、「液晶テレビ」だけが10%を超えているがいずれもまだ普及率は高くない。

次に1,000世帯当たり所有数量をみてみると、「ルームエアコン」が2,958台で圧倒的に多くなっており、これは「携帯電話」の2,145台、「テレビ」の2,062台を大きく引き離している。すなわち、本調査の結果では、一般に“1人1台”のイメージがある携帯電話よりも“1部屋1台”のルームエアコンの方が多く所有されていて、ほぼ“一家に3台”という状況であることがわかる。

図1 1,000世帯当たり主要耐久消費財の所有数量および普及率



2. AV志向の20代、ファミリー志向の30代、情報・デジタル志向の40代

1,000世帯当たり所有数量を年代別（注：世帯主の年齢ではなく回答者（女性）の年齢）にみてみよう。20代で所有数量が多いのは「レコーダー」であり、年代が上がるほど

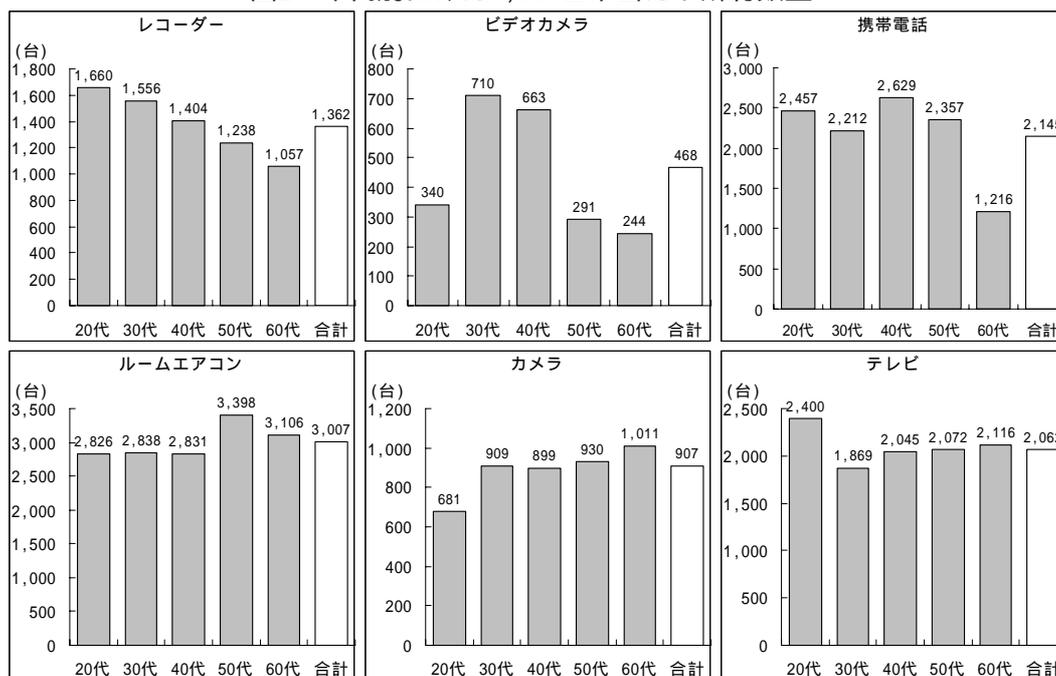
所有数量は少なくなっている。また、「ステレオセット、コンポ」も似たような傾向にあり、また両親・祖父母との同居が多いこともあって「テレビ」の所有数量も多い。

30代では「ビデオカメラ」および「デジタルカメラ」の所有数量が多い。特に「ビデオカメラ」の所有数量は30代と40代だけが突出して多くなっており、この年代の層では“子供の成長ぶりを撮影”するために購入している人が多いことがうかがえる。

40代の所有数量が多いのは「携帯電話」や「パソコン」といった情報機器であり、この2つの品目はほぼ同じ傾向を示している。また、「ポータブルオーディオプレーヤー」や「デジタルオーディオプレーヤー」も40代が最も高くなっていることが特徴である。

50代にはさほど顕著な特徴はみられないが、「ルームエアコン」をはじめとした白物家電の所有数量が多めとなっている。60代で所有数量が多いのは、デジタルカメラ以外の「カメラ」であった。これは「レコーダー」などとは逆に、年代が上がるほど所有数量が増える傾向にある（図2）。

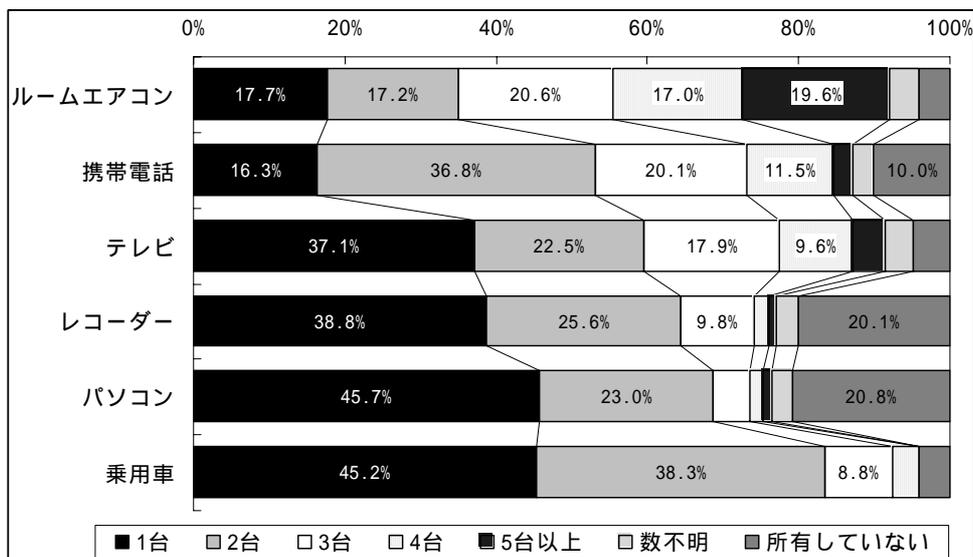
図2 年代別にみた1,000世帯当たり所有数量



3. 所有台数が多いのはやはりエアコン、趣味性の高いレコーダーとパソコンにも注目

世帯で複数所有されていることが多い6品目について、その所有状況を整理してみると、「ルームエアコン」の所有台数の多さがはっきりとあらわれる。また、“1人1台”のイメージが強い「携帯電話」、そして「テレビ」も3台以上所有している世帯が多い。なお、「所有していない」の比率が2割と高い一方で、複数所有比率が高いのが「レコーダー」と「パソコン」である。すなわち、これらは“持っていない人は持っていないが、好きな人は複数所有している”品目であり、いわば趣味性の高い商品だといえよう（次頁図3）。

図3 主要品目の複数所有状況



4. 地上デジタルテレビ放送についての認知度は総じて高い

熊本市で今年12月から地上デジタルテレビ放送が開始されることを「知っていた」と答えたのは84.2%であり、地上デジタルテレビ放送の認知度は高いといえる（図4）。一方、2011年7月に地上アナログテレビ放送が終了することを「知っていた」と答えたのは71.2%であり、地上デジタルテレビ放送開始に比べるとやや知られていないといえよう。総じて地上デジタルテレビ放送についての認知度は高いが、20代をはじめとする若い世代においてはやや関心が低いようである（図5）。

図4 地上デジタルテレビ放送の開始

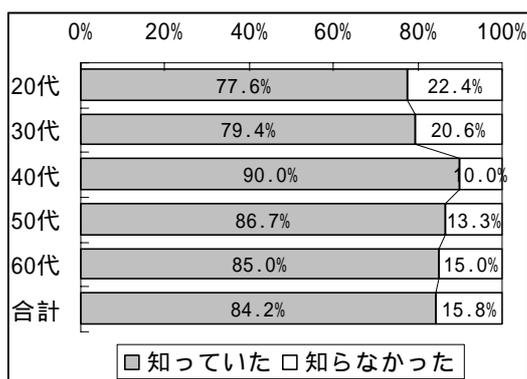
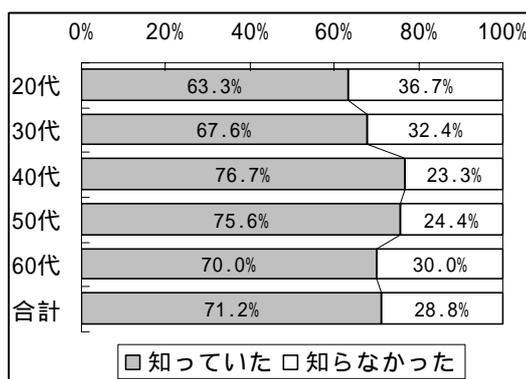


図5 地上アナログテレビ放送の終了

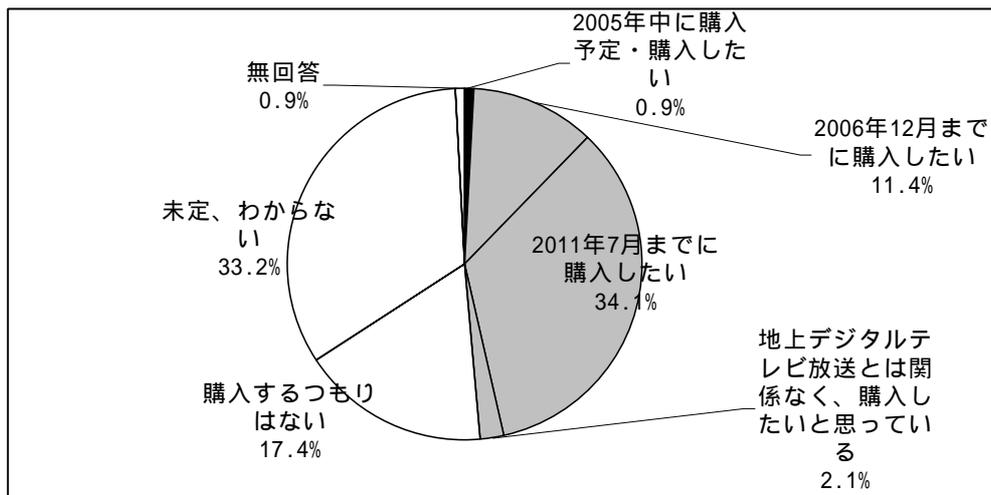


5. 34.1%が「2011年までにテレビを購入したい」と回答、人気は「液晶テレビ」

今後のテレビの買い替え・買い増し予定で最も多かったのは、「地上アナログテレビ放送が終了する2011年7月までに購入したい」の34.1%であった。また、それ以外にも「地上デジタルテレビ放送が始まる2006年12月までに購入したい」の11.4%など、購入意欲の

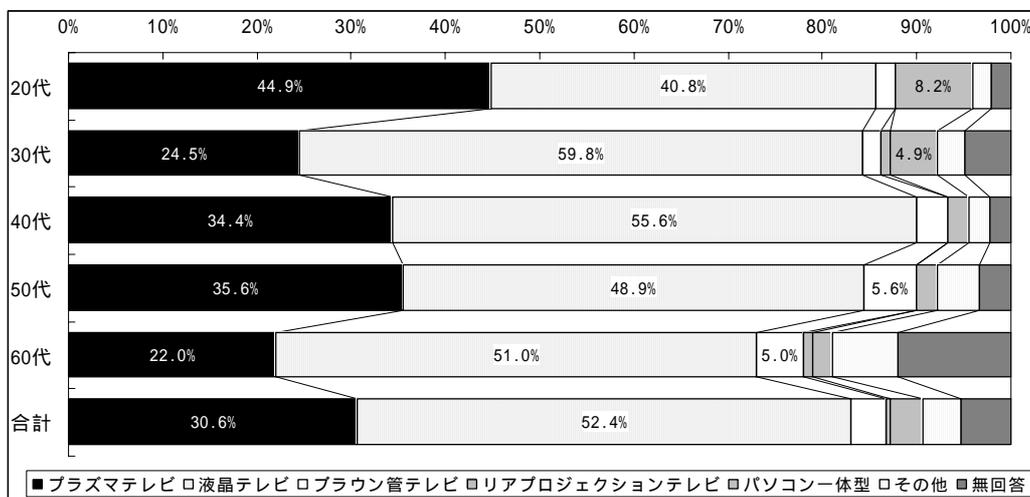
ある人が約半数（48.5%）を占めている。その一方で、「購入するつもりはない」が17.4%、「未定、わからない」が33.2%も存在しており、地上デジタルテレビ放送の開始・地上アナログテレビ放送の終了とテレビの購入とは直接的な関係があるとはいえないだろう。ただし、2011年7月の地上アナログテレビ放送終了までにはまだ数年あるため、今後この「未定、わからない」の層がどう動くかは注目される（図6）。

図6 今後のテレビの買い替え・買い増し予定



次にテレビを購入するとしたらどのタイプを選ぶか、という設問に対しては、「液晶テレビ」という回答が52.4%で最も多く、次いで「プラズマテレビ」が30.6%と、この2つで8割以上を占めるという結果が出た。一方、アメリカでは一般的であり、日本においても“第三のテレビ”として注目されはじめている「リアプロジェクションテレビ」はまだ認知度が低いようで、わずか0.5%（2人）の回答であった（図7）。

図7 次に購入したいテレビ

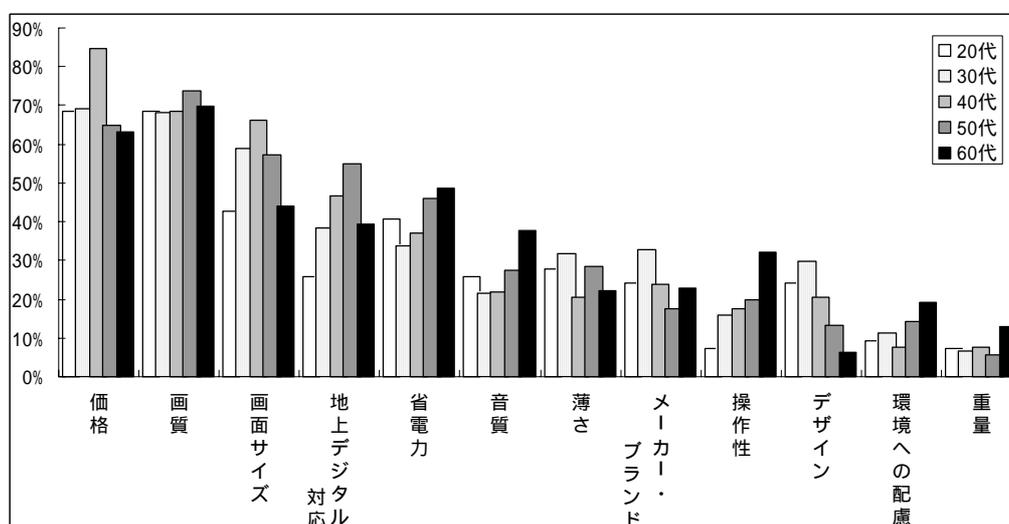


6. テレビ購入の際に重視するのは「価格」と「画質」、60代は注文がうるさい

テレビを購入する際に重視することとしては、「価格」が70.0%、「画質」が69.8%で1、2位を争った。最近流行のプラズマテレビや液晶テレビといった薄型・大画面テレビはどうしても高額になるため、「価格」を重視する人が多いのは予想どおりであったが、40代以外ではその「価格」を「画質」が上回っていることは注目されよう。

この設問は、年代による差異がかなり大きく、ブランドやデザイン重視の30代、圧倒的に価格重視の40代、地上デジタル対応に関心が強い50代、操作性、音質、環境への配慮、重量など、最も注文がうるさい60代、という傾向がみられた(図8)。

図8 テレビ購入の際に重視すること



おわりに

今回最も驚いたのは「ルームエアコン」の所有台数の多さであった。一般的に“1人1台”と考えられている携帯電話よりも“1部屋1台”のルームエアコンの方が多く所有されていることは注目すべき結果であり、熊本の特徴といえるだろう。また、最近1年間にも多く(52台)購入されており、猛暑や新製品の登場などに後押しされたとはいえ、買い替え・買い増しの意欲も旺盛であるといえる。

「食器洗い機」や「乾燥機一体型洗濯機」などの普及率が“10%の壁”を超え、熊本市においても本格的な普及局面に入ったとみられることも注目されよう。また、「レコーダー」および「パソコン」の普及率が80%に迫っていることも目につく。

なお、今回スポットをあてた「テレビ」であるが、地上デジタルテレビ放送開始などについての認知度は高いものの、具体的にテレビ放送がどうなるのか、視聴するのに必要な機材は何か、といったことを正確に把握している人は多くないような印象を受けた。いつ、どんなテレビ(チューナー、レコーダーも含めて)を購入すべきか、消費者は迷っている。熊本市における薄型・大画面テレビの本格普及は、まだまだこれからであるといえよう。