

報道関係者各位

2015年7月7日
パナソニック株式会社

全国の「食器洗い」事情を大調査

「食器洗い乾燥機」普及率は“西高東低”

人間関係もハードルに？ほしくても言えない…食洗機のジレンマ

“県民性博士”矢野新一氏に聞く、食器洗いと県民性の関係とは？

パナソニック株式会社はこのたび、20～50代の男女4,700名を対象として、「食器洗い」および、「食器洗い乾燥機」に関する意識・実態調査をおこないました。また、食器洗い乾燥機の普及率の理由を調べる目的で、県民性に詳しい、矢野新一氏に取材をおこないました。

■ 食器洗い乾燥機の普及率は“西高東低”！普及率1位は「奈良県」に

2014年5月に当社と三菱総研が調査したところ、全国の食器洗い乾燥機(ビルトイン型・卓上型)の普及率は平均28.4%でした。47都道府県の中でも普及率が高かったトップ3としては、1位「奈良県」(49.6%)、2位「香川県」(46.2%)、3位「広島県」(43.5%)で、普及率が低かったのは、47位「北海道」(15.5%)、46位「青森県」(18.9%)、45位「沖縄県」(19.6%)となっています。



普及率の分布を見ると、北海道・東北地方を中心とした“東側”は普及率30%未満の都道府県が集中。反対に“西側”は、トップ3の県を含め、全体的に普及率が高く、“西高東低”の図式が浮かび上がります。食器洗い乾燥機の普及率が高く、そのメリットを感じている人が多いであろう“西側”に対して、普及率が低い“東側”は、まだ食器洗い乾燥機を使用することに対

してのイメージがわからない、あるいは、購入のハードルが高い可能性があると考えられます。

そこで、この調査結果をふまえ、このたび、20～50代の男女4,700名を対象とした、全国の食器洗い、および、食器洗い乾燥機についての意識・実態調査をおこないました。

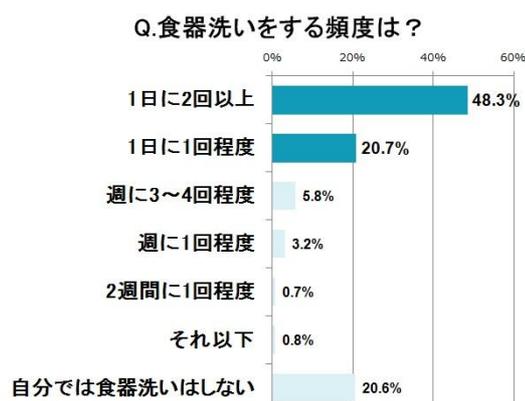
■ 全国の食器洗いの実態を大調査：食洗機購入のハードルには人間関係も？

【調査概要】

- ・調査対象：日本国内在住の20～59歳の男女4,700名（都道府県別・性別に均等割付）
※都道府県別・性別・年代別に均等割付した母集団より、各都道府県100名の調査対象を無作為抽出し実施
- ・調査期間：2015年5月27日（水）～2015年5月31日（日）
- ・調査方法：インターネット調査

◇ 約3人に1人が「ストレスを感じる」食器洗い、毎日している人が約7割に…

[グラフ1]

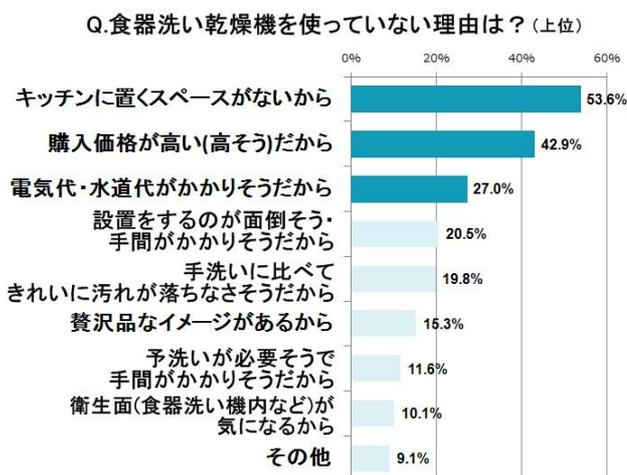


はじめに、全国の食器洗いについての実態を調査しました。自分で食器洗いをする頻度を聞くと、「1日に2回以上」(48.3%)と回答した人がもっとも多く、次いで「1日に1回程度」(20.7%)と、**毎日食器洗いをしている人が全体の約7割**にのびりました。[グラフ1] **1回の食器洗いに費やす時間は平均13.05分**で、全国的に大きな差はなく、1回あたりの時間は長くはないものの、頻度を考えると、食器洗いの負担やストレスを感じる人も少なくないと想定されます。

そこで、食器洗いに対して面倒・億劫など、ストレスを感じるどうかを調べたところ、35.5%と**約3人に1人が「ストレスを感じる」と回答**。中でも**福井県(46.0%)、岐阜県(45.0%)、鳥取県(43.0%)はストレスに感じている人が多い**結果となりました。

◇ スペースがない、電気・水道代がかかりそう…夫・姑への遠慮も購入ハードルの可能性あり？

[グラフ2]



続いて、食器洗い乾燥機を使っていない人を対象として、その理由を調べました。

その結果、もっとも多かった理由は「**キッチンに置くスペースがないから**」(53.6%)で、多くの人が食器洗い乾燥機に対して、“大きい”、“スペースをとる”といったイメージを抱いている様子。また、「電気・水道代がかかりそうだから」(27.0%)、「設置をするのに手間がかかりそうだから」(20.5%)といった、金銭面や手間に関してもネックになっているようです。[グラフ2]

特徴的だったのは**北海道・東北地方の結果で、「贅沢品なイメージがあるから」と回答している人が全国的に見ても多くなり**ました。中でも**北海道はこのイメージを持っている人が全国トップで25.3%**と、全国平均(15.3%)を10ポイント上回りました。サイズや金銭面、手間などに加えて、食器洗い乾燥機が持つイメ

ージも、導入にあたってのハードルになっている可能性も考えられます。

実際に、「水道代、電気代が今よりもかかりそう」(男性・47歳・香川県)や、「キッチンが狭いと感じているので、便利そうだと思うけど購入を考えたことがなかった」(女性・38歳・広島県)などの声が多く見られ、食器洗い乾燥機に対する固定イメージがあることが明らかになりました。

これらに加えて、「**夫や姑に対する遠慮があり、一生懸命お願いしても聞き入れてもらえるかどうか分からない**」(女性・57歳・香川県)や、「食器を洗わなくていいのは便利だと思うし使ってみたいが、家族が嫌がる」(女性・52歳・京都府)といった、**家庭内での人間関係がネックになっているという声**が特に女性から多く挙がっています。「今はキッチンが狭いが、将来的には購入して楽をしたいと思っている」(女性・28歳・鹿児島県)といった、**実は使ってみたいという意見も目立ち、購入にあたってのハードルと同時に、ジレンマも感じられる結果**となりました。

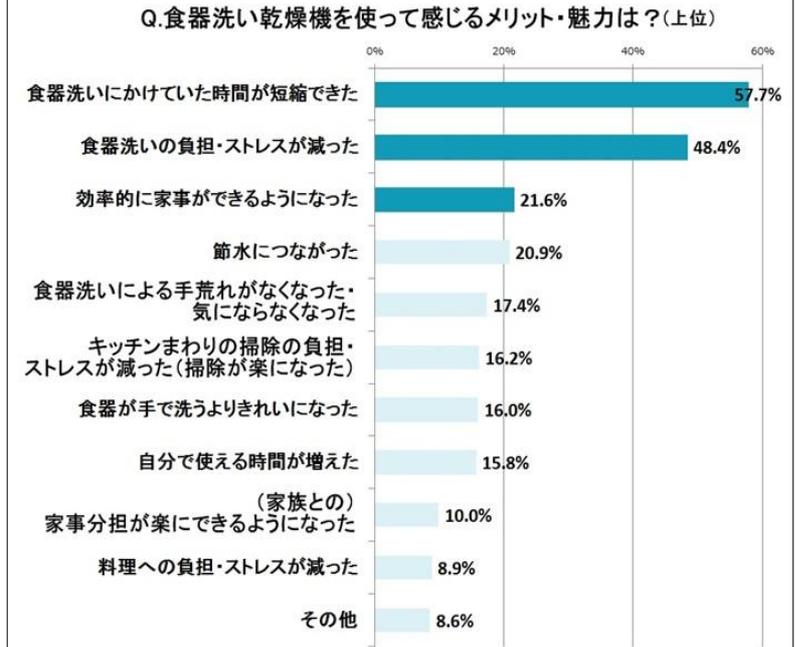
◇ 食器洗い乾燥機でストレス軽減！使用者がメリットに感じること1位は「時短」の結果に

一方、食器洗い乾燥機を使っている人は、時短やストレスの軽減などにメリット・魅力を感じている人が多く、**メリットを感じるポイントとしてもっとも多かったのは、「食器洗いにかけていた時間が短縮できた」(57.7%)**でした。また、「食器洗いの負担・ストレスが減った」(48.4%)もそれに次ぐメリットとして回答が集まり、**食器洗いのストレスを食器洗い乾燥機が軽減している**ことが分かります。

それ以外にも、「効率的に家事ができるようになった」(21.6%)、「節水につながった」(20.9%)、「食器洗いによる手荒れがなくなった・気にならなくなった」(17.4%)など、効率だけではなく、手洗いだったときに感じていた弊害についても、気にならなくなった人もいます。[グラフ 3]

具体的に、普段の生活においてどのように利点を感じているかを聞くと、以下のようなコメントが集まりました。

[グラフ 3]



「オープンキッチンのため食器洗いの音が団らんやテレビ視聴のときに気になったが、食洗機ではその点が軽減された。

また、実際に節水につながった。」(男性・51歳・福島県)

「食洗機を回している間にならなり他の用事ができるので、洗濯機と同じだと思う。ピカピカになるし、来客の際にも気を使わることなく、家事で不機嫌になるより便利なものは使った方が良いと感じる」(女性・56歳・兵庫県)

「きれいに洗えて乾燥できて衛生的。時間がないときでも、外出時にセットするだけで帰宅時に洗い上がっていて、ストレスから解放されるので、生活必需品」(女性・46歳・三重県)

「食器洗いは家事の中で一番手間だったので、子供に接する時間が増えて嬉しかった」(女性・55歳・徳島県)

「夜遅くに食器をたくさん洗うストレスから解放され、主人と一緒にゆっくりコーヒーが飲めるようになった」(女性・59歳・長野県)

「家事の時間が短縮できたし、私も自分の時間ができて快適で、以前の手洗いには戻れない」(女性・38歳・熊本県)

節水や洗浄力といった機能面のメリットや魅力を実感している人も多くいましたが、コメントにも見られるように、**全体的に時間短縮やストレス軽減、その結果としての効率性を実感している人がそれを上回っており**、これこそが食器洗い乾燥機の魅力であるとも言えます。食器洗い乾燥機を使っていない人が懸念していた電気代・水道代といったコストに関しては、その逆で節水になっていると感じている人がいたり、また、汚れが落ちなさそうといった項目に関しても、実際に使用してみるとそうした懸念が払拭されていたりするようです。

■ 県民性博士・矢野 新一氏に聞く、食器洗い乾燥機の普及率と県民性の関係

今回の調査結果をふまえ、県民性研究の第一人者であり、各都道府県の特長や県民性に詳しい矢野新一氏に、県民性に見る食器洗い乾燥機の普及率の違いについて、お話をうかがいました。

◇ 県民性も“西高東低”？新しいもの好き＆買い物上手な“西”エリア

全国の普及率の結果を見ると、全体として“西高東低”になっていますが、これは県民性によるところも大きいと感じます。**食器洗い乾燥機は、日本では、家電の中でもまだ歴史が浅く“新しい”もの**とも言えます。また、食器洗いをするのはほとんどの場合が女性であることを鑑みると、**女性の意見が購入にあたって強く反映される家電**です。**新しいものに対する興味関心度合いと、女性の家庭内での“強さ”が、食器洗い乾燥機の普及率と県民性の関連を紐解く鍵**になるでしょう。

まず、普及率が高かった“西”のエリアに関しては、**歴史的にも新しいものに対して積極的に取り入れる、開放的な姿勢**が全体的にあります。お金の使い方にシビアな傾向もありますが、**「無駄なお金を使いたくない」という気持ちがある一方で、利**

便性や自分にとってのメリットなど、「良い」と感じたものに対してはお金を使うことが多いです。

1位の奈良県は、新旧様々なものが集まる商業の街・大阪のベッドタウンとして発展してきた歴史があり、新しいものに対する抵抗がほとんどない県民性。新興住宅地とも言えるエリアなので、ご近所付き合いの中で、「隣の奥さんが使っているなら私も…」と、競争意識を潜在的に抱くことも考えられます。世帯あたりの預貯金額が全国的に見ても高いことも一因ではありますが、買い物上手、やりくり上手な人が多いことも特長です。奈良県は「ピアノ」の各家庭あたりの所有率も高いのですが、このことから、家具や家電など、比較的高額なものに対しての投資をする県民性があると言えます。

2位の香川県は、現実的な考え方で経済観念が発達しているだけに、生活も堅実。女子教育が盛んだった県ですので、女性が何事にも積極的で自立志向も強い傾向にあります。それに加え、男女ともにプライドが高いことで、見栄っ張りという要素も一部影響して普及率が高い結果になっているのではないのでしょうか。

3位の広島県は、「西」のエリアの中でも特に新しいもの好き。また、買い物に対して金額面に“うるさく言わない”県でもあります。スーパーを見ても、隣の岡山県と違って高級品が多く、東京都内の高級スーパー並の価格帯のお店もあるほどです。また、値引きが可能なことが多い量販店でも、値引き交渉をする人が少ないところ。世帯あたりの所得や預貯金額は全国平均程度ですが、ほしいものに対しては抵抗なくお金を使う、これも投資をする県だと言えるでしょう。

◇ 言いたくても言い出せない…人の目が気になる“東”エリア



反対に、北海道・東北地方を中心とした“東”エリアは、非常に保守的な傾向があります。新しいものが好きな人が少なく、競争意識というよりは、まわりの人にどう思われるかを気にしてしまう人も多いでしょう。保守的なので、新しいものだけではなく、エリア外のものに対してもシビアです。内向的な性質もあり、外からの意見よりも、内での意見の方が重視されがち。権威や伝統を重んじる風土であることから、社会的地位の高い人物や企業などからの発信・意見を重視する傾向にあるため、見知らぬブランドなどに対しては名前だけで「信頼できない」といったイメージを持たれてしまうこともあります。

一度起こったことや感じたことに対しての執着心も強い傾向にあるため、ネガティブなイメージを持たれてしまうと、それが簡単には払拭されないことが多いです。食器洗い乾燥機であれば、「大きい」「高い」などのイメージが一度ついてしまっていて、そこから抜け出せていない状況も考えられます。このことからすると、今回、北海道、青森県、新潟県や山梨県など、普及率の下位グループに“東”エリアが多いことは、納得の結果であると感じます。

また、意識調査において「贅沢なイメージがある」の回答率が高かったことには、まわりの目を気にする特性が現れています。二世帯同居家庭ではなくても、結婚していれば姑の目が気になり、結婚していなくても両親の目が気になり、そもそも購入したい気持ちがあっても言い出せない人も多いのではないのでしょうか。上の世代としては「自分たちはこうやってきた」、食器洗い乾燥機で言うと、「手で洗ってきた」という自負があり、その価値観を下世代に無意識に押し付けてしまうこともハードルになっているのかもしれませんが。例えば、43位の新潟県は勤勉でコツコツ努力するタイプの県民性。それだけに、食器洗い乾燥機は「楽をしている」と思われてしまうことを避けたい心境が反映され、普及率が低くなっている可能性もあります。

最下位の北海道に関しては、特に札幌圏は結婚をすると仕事をやめて家庭に入る女性が多く、価格意識が強くなることも影響していると考えられます。

◇ 新しいものが集まる首都圏、共働き家庭増加にともない需要が高まる可能性も？

普及率が低い他の都道府県を見ると、“西”エリアではあるものの普及率が低い沖縄県が目立ちます。沖縄県は、気候のせいもあり、とてもおおらかな気風の県です。また、生活においてお金を積極的に使うことがあまりなく、例えば自動販売機で飲み物を買うこともほとんどありません。男性も女性もおおらかで、細かいことは気にしない性格なので、食器洗いに対するストレスや不満をあまり感じないことが理由だとも考えられます。

東京都をはじめ、首都圏は普及率が低い結果になっていますが、実は東京都は共働きの家庭が全国的に見ても少なく、

専業主婦が多いのです。これは**男性の「妻ひとり養えないでどうする」というプライドがまだ残っていることも一因**として挙げられ、埼玉県、千葉県といった東京都のベッドタウンである県も影響されていると言え、専業主婦だから時間がある、だから手洗いで、という固定概念が持たれ続けている可能性も垣間見えます。ただ、**首都圏は新しいものが集まる、新しいものへの受容性も高いエリア**です。共働きの家庭が増えている現代の家庭事情を鑑みると、家事の負担を軽減するという点で、家事を担うことが多い女性だけではなく、男性と女性の家事分担をスムーズにしうる便利家電として、食器洗い乾燥機の需要は高まっていくと考えられます。需要が高まるにつれ、技術的な改善やより多くのバリエーションの食器洗い乾燥機が登場し、普及率が低かったエリアからの関心が高まることもあるでしょう。

矢野 新一(やの・しんいち) 県民性博士/株式会社ナンバーワン戦略研究所 所長

マーケティングコンサルタントとして企業にて数々の実績を積んだ後、株式会社ランチェスター戦略研究所、株式会社ナンバーワン戦略研究所を設立。マーケティング販売戦略の第一線で活躍する一方で、県民性研究の第一人者でもあり、「県民性博士」とも呼ばれる。マーケティング戦略のみならず、県民性についての著書やメディア出演も多数。



■ 静音化設計タイプが登場！暮らしにあわせて選ぶパナソニックの食器洗い乾燥機

食器洗い乾燥機に対して、依然として「置けない(スペースがない)」、「きれいに洗えなさそう」といったイメージが持たれていることが明らかになった今回の調査結果。パナソニックでは、どの家庭でも使いやすいように設計した、**コンパクトなスペースで設置ができ、静音、節水・節電、そして洗浄力を兼ね備えた、用途や好みに応じて選べる卓上型食器洗い乾燥機**(レギュラータイプ・3~6人用)を取り揃えております。卓上型食器洗い乾燥機の中に、このたび、静音化設計のファミリータイプとして、「NP-TR8」が新しく登場いたしました。

<食器洗い乾燥機 NP-TR8 製品特長>



- ・深夜に気兼ねなく使える静音化設計※1のファミリータイプ
- ・手洗いよりキレイ、洗うたびに除菌※2まで
- ・使用水量は手洗いの約1/7、約22,000円/年※3・4の節約に
- ・キッチンのスペースにあわせて置けるコンパクトさ
- ・調理器具や鍋もまとめて洗える、約6人分45点が入る庫内の広さを実現
- ・インテリアにあわせて選べる3色(ホワイト、ブラウン、グレー)

※画像は「ブラウン」

※1:50Hzでの運転音約34.5dB、60Hz時は約36.5dB(当社2014年発売NP-TR7と比べて1.5dB静音化)。運転音の表示は、日本電機工業会自主基準「食器洗い乾燥機の性能測定方法(2008年3月5日改訂)」による。使用環境、食器の種類、食器の量によって運転音は変わります。

※2:NP-TR7・TR8とNP-TCR2のみ。「バイオパワー除菌」の試験内容(食器洗い機専用洗剤 NP-TR7・TR8:約5g、NP-TCR2:約4g使用時) ●試験機関名:(一財)日本食品分析センター ●試験方法:寒天平板培養法 ●除菌の方法:高濃度洗剤液噴射方式 ●除菌の対象:庫内食器類 ●試験結果:バイオパワー除菌行程終了後、99%以上の除菌効果。上記試験は1種類の菌のみで実施。試験成績書発行年月日:2013年10月18日 試験成績書発行番号:第13085658001-01 除菌効果は食器の量や位置、汚れの程度により異なります。

※3:食器点数45点・小物24点、水温20℃の場合。 ●NP-TR8(標準コースでエコナビ運転OFFの場合):約11L ●手洗い:10Lのお湯(約40℃)でつけ置き洗した後、洗剤を10.8mL使用して洗い、毎分6Lで食器1点あたり13.5秒、小物1点あたり5.5秒流し湯ですすいだとき、使用水量は約84L(83.95L)。<日本電機工業会自主基準 標準汚染時>

※4:1日2回使った場合の、NP-TR8と手洗いの比較。新電力料金目安単価27円/kWh(税込)<家電公取協調べ>、ガス料金(都市ガス)目安単価153円/m³(税込)<当社調べ>、水道料金132円/m³(税込)、下水道使用料116円/m³(税込)<日本電機工業会調べ>で計算。 ●NP-TR8(標準コースでエコナビ運転OFFの場合):食器洗い機専用洗剤1箱600g入り408円(税込)<当社調べ>を5g使用。1回あたりの費用は、洗剤代約3.4円、電気代約21.1円、水道代約2.8円。 ●手洗い:1本395mL入り215円(税込)<総務省小売物価統計調査調べ>の洗剤を10.8mL使用。1回あたりの費用は、洗剤代約5.9円、ガス代約31.1円、水道代約20.8円。<日本電機工業会自主基準 標準汚染時>

▼パナソニック 食器洗い乾燥機

<http://panasonic.jp/dish/>

■このリリースに関するお問い合わせや取材、資料をご希望の方は下記までご連絡ください■

トレンダーズ株式会社 <http://www.trenders.co.jp/>

担当:福田 TEL:03-5774-8871 / FAX:03-5774-8872 / MAIL:press@trenders.co.jp

参考資料:食器洗い乾燥機 普及率ランキング

順位	都道府県	エリア	所有率
1位	奈良県	近畿地方	49.6%
2位	香川県	四国地方	46.2%
3位	広島県	中国地方	43.5%
4位	山口県	中国地方	41.5%
5位	石川県	中部地方	41.3%
6位	岡山県	中国地方	41.2%
7位	徳島県	四国地方	40.0%
8位	兵庫県	近畿地方	39.2%
9位	京都府	近畿地方	37.9%
10位	愛知県	中部地方	36.5%
11位	岐阜県	中部地方	35.4%
12位	佐賀県	九州・沖縄地方	35.3%
13位	愛媛県	四国地方	34.5%
14位	長崎県	九州・沖縄地方	34.3%
15位	島根県	中国地方	33.3%
同率16位	高知県	四国地方	32.0%
同率16位	福井県	中部地方	32.0%
18位	大阪府	近畿地方	30.6%
同率19位	和歌山県	近畿地方	30.3%
同率19位	三重県	中部地方	30.3%
同率19位	静岡県	中部地方	30.3%

順位	都道府県	エリア	所有率
22位	群馬県	関東地方	29.1%
23位	大分県	九州・沖縄地方	28.9%
24位	宮崎県	九州・沖縄地方	28.8%
25位	福岡県	九州・沖縄地方	28.1%
26位	鳥取県	中国地方	28.0%
27位	神奈川県	関東地方	27.2%
28位	滋賀県	近畿地方	26.8%
29位	熊本県	九州・沖縄地方	26.3%
30位	秋田県	北海道・東北地方	25.5%
31位	長野県	中部地方	25.4%
32位	富山県	中部地方	25.0%
同率33位	岩手県	北海道・東北地方	24.7%
同率33位	山形県	北海道・東北地方	24.7%
35位	鹿児島県	九州・沖縄地方	24.1%
36位	宮城県	北海道・東北地方	23.2%
同率37位	栃木県	関東地方	22.9%
同率37位	東京都	関東地方	22.9%
同率39位	福島県	北海道・東北地方	22.0%
同率39位	山梨県	中部地方	22.0%
41位	茨城県	関東地方	21.7%
42位	千葉県	関東地方	21.5%
43位	新潟県	中部地方	21.1%
44位	埼玉県	関東地方	20.2%
45位	沖縄県	九州・沖縄地方	19.6%
46位	青森県	北海道・東北地方	18.9%
47位	北海道	北海道・東北地方	15.5%

※2014年5月 パナソニック・三菱総研調べ

(普及率はビルトイン型の食器洗い乾燥機、卓上型の食器洗い乾燥機の普及率を合計した数値)