

## 6. 家電製品との関わり

### ■関わりのある家電製品（キッチンまわり）

\*○付番号はモニターNO

家電製品	毎日使う	よく使う	たまに使う	使わない	意識対象外
冷蔵庫	①7~8年前より使用 ③古い;家族数に対して小さい ④⑥10年前以上;大きいサイズが欲しいがスペース問題より我慢 ⑤5~6年前より使用 ⑩2年前;もっと薄型がよい			・買い換え理由は、全て古くなった為	②⑥⑨
電子レンジ	①最近購入 ③古い/時間かかる ⑤	⑦ ⑩			②⑥⑧⑨
オーブン	③ ⑤		⑩		①②⑥⑦⑧⑨
トースター	① ③ ⑩	⑧			②⑤⑥⑦⑨
炊飯器	①⑧2年前;タイマーの使い方が複雑 ③最近購入;操作が複雑 ⑤⑩2年位で壊れやすい	⑦			②④⑥⑨
ジューサー ミキサー	⑩新製品がでると買い換える		③掃除に手間	⑤	①②⑥⑦⑧⑨
ホットプレート		⑧ ⑩ ⑨冬季のみ;追い立てられる感じで、落ち着かない	①		②③⑤⑥⑦
電気鍋		⑤冬季のみ(時々)			①②③⑥⑦⑧⑨⑩
ジャーポット	⑦壊れたため、まもなく買い換えたい ⑨	⑤冬季のみ(時々)	⑩	⑧上から押す力が必要。やめた	①②③⑥
食器洗い器					①②③⑥⑦⑧⑨⑩ ⑤(欲しいがスペース問題で我慢)
食器乾燥器	⑩食器洗い器も付いているとよい				①②③⑤⑥⑦⑧⑨
フードプロセッサー		⑤			①②③⑥⑦⑧⑨⑩
浄水器	③効能わかりにくい				①②⑤⑥⑦⑧⑨⑩
コーヒーメーカー	① ⑩	⑤冬季のみ(時々)時間が経つと味が落ちる			②③⑥⑦⑧⑨
電磁調理器		⑩			①②③⑤⑥⑦⑧⑨
電気コンロ				⑩	①②③⑤⑥⑦⑧⑨

\*製品自体を保有していない場合も含む

#### <モニター内訳>

- ・ジュニアシルバー ①単身男性/②③夫・妻/④⑤夫・妻
- ・シニアシルバー ⑥単身男性/⑦単身女性/⑧単身女性  
⑨⑩夫・妻

#### ■使用頻度と使用者

- ・使用頻度が高い製品は、以下のとおり。  
1. 冷蔵庫 2. 炊飯器 3. 電子レンジ

- ・キッチン関連の家電製品の使用者は、女性中心。日常生活の必需品とされている冷蔵庫でさえ、3名の男性が使用していない。男性群の中で比較的使用しているのが、ジュニアシルバーの単身男性。夫婦健在の場合は、ほぼ炊事は妻任せという状態である。

#### ■買い換え理由

- ・日常生活に不可欠な冷蔵庫・炊飯器の買い換え理由は、“古くなった”あるいは“壊れた”が中心である。他製品に関しては、“新製品情報より”“もらいもの”が一部理由としてあげられているが、特に理由は意識されていないことが多い。

#### ■使い勝手の不満点

- ・製品に対する発言は消極的で、製品を受け身の立場で使用していると想定される。
- ・不満点としてあげられている要素は、冷蔵庫はサイズ・置くスペースに関する事、その他はほとんど“操作の難しさ”があげられる。

## ■関わりある家電製品（AV関係）

	毎日使う	よく使う	たまに使う	ほとんど使わない	意識対象外
ステレオ			①型が古い	④⑤⑦⑨⑩	②③⑥⑧
ラジカセ			①	④⑤⑦⑨⑩	②③⑥⑧
ラジオ		⑤故障。安価なので購入；扱いは簡単だが、音が悪い	①	④⑦⑨⑩	②③⑥⑧
テープレコーダー		⑦もらい物	①	④⑤⑨⑩	②③⑥⑧
テレビ	②③⑦古くなり買い換え ⑥故障のため購入；リモコンが使いにくい ⑧故障のため購入 ④		⑤⑨⑩	①	
ビデオデッキ			①②娘の希望；リモコンが使いにくい ③CMを見て購入；リモコンが使いにくい ④⑤	⑦⑨⑩	⑥⑧
ビデオカメラ					①②③④⑤⑥ ⑦⑧⑨⑩
衛星放送受信システム					①②③④⑤⑥ ⑦⑧⑨⑩

\*製品自体を保有していない場合も含む

### <モニター内訳>

- ・ジュニアシルバー ①単身男性／②③夫・妻／④⑤夫・妻
- ・シニアシルバー ⑥単身男性／⑦単身女性／⑧単身女性  
⑨⑩夫・妻

### ■使用頻度と使用者

- ・日常品として使用されている製品は、テレビである。ついで、使用されるのが、ビデオデッキ。これは、テレビとセットと考えられるが、使いこなしているという段階には満たないといえる。
- ・各家庭にかなり普及されていると思われる、ステレオ・ラジカセ・ラジオ・テープレコーダーに関しては、家族のいずれかが保有しているものの、自分らの目につかないところにある。あるいは、気が付かない状態が想定される。音楽関連AV製品は、シルバー世帯の生活に浸透していないと捉えられる。
- ・AV製品全般に男女差はあまり見られない。

### ■買い換え理由

- ・テレビを除くとほとんどの製品が、家族の意志で購入されると考えられ、シルバーの意見は関与されていないようである。
- ・テレビに関しては、“故障” “古くなった” ことが理由としてあげられる。

### ■使い勝手の不満点

- ・日常生活に取り入れられているテレビやビデオデッキへは、ボタンが小さく扱いにくい、見にくいなど“リモコン”に対する不満がある。その他に関しては、不満点が生まれるほど使用されていない。

## ■関わりのある家電製品（リビング関連）

	毎日使う	よく使う	たまに使う	使わない	意識対象外
洗濯機	①③ ⑤全自動発売時に購入 ⑩	⑧少量の時は節約のため手洗い		④⑦全自動でボタンが多く使いこなせない	②⑥⑨
乾燥機	⑩(冬場、洗濯機とセット)音がうるさい			④	①②③⑥⑦⑧⑨ ⑤(欲しいがスペースの問題)
掃除機	①③⑤	⑩買い換えが多い	⑦ホースの高さ・角度が合わない ⑧	④	②⑥⑨
アイロン	③		① ⑤2回/1週；新型が欲しい ⑦古くなり買い換え ⑧⑩コードレスがほしい	④	②③⑥⑨
布団乾燥機			⑧2階まで布団を運ぶのが大変で購入 ⑩		①④⑤⑥⑦⑨
シェーバー	⑥すぐ切れなくなる。が刈の方が安上がり	⑨	①④古くなり買い換え	②⑤すぐ切れ味が悪くなる	③⑦⑧⑩
ドライヤー			⑤CM見て購入 ⑩子供が購入	④	②③⑥⑦⑧⑨ *わからない①
マッサージャー			①②⑧ ⑩便利と思い購入。使わず		③④⑤⑥⑦⑨
温水機					①②③④⑤⑥⑦ ⑧⑨⑩

### <モニター内訳>

- ・ジュニアシルバー ①単身男性/②③夫・妻/④⑤夫・妻
- ・シニアシルバー ⑥単身男性/⑦単身女性/⑧単身女性  
⑨⑩夫・妻

### ■使用頻度と使用者

- ・商用頻度の高い製品は、洗濯機と掃除機の2製品である。
- ・リビングまわりの家電製品の使用者は、女性中心。男性専用のシェーバーでさえ、使い捨てタイプのカミソリ愛用者が多いのか、使用頻度はさほど高くないようである。
- ・シェーバー以外に、男性群はシニア単身男性が数種使用しているのを除くと、ほとんどリビングまわりの家電製品との関わりは薄い。
- ・掃除、洗濯など家事は、すべて妻任せという状態である。

### ■買い換え理由

- ・同居している子供夫婦の考え、あるいは古くなった、壊れたなどが理由として想定されるが、特に理由は意識されていないことが多い。
- ・少数意見ではあるが、便利になる（全自動洗濯機・マッサージャー）、体が楽になる（布団乾燥機）といった身体への快適性が、買い換えや新規購入を促しているようだ。

### ■使い勝手の不満点

- ・製品に対する発言は、消極的で製品を受け身で使用していると想定される。
- ・不満点としてあげられる要素は、操作の難しさとシルバー世帯にフィットしていないこと（サイズ・少人数）である。

## ■関わりのある家電製品（冷暖房）

	毎日使う	よく使う	たまに使う	使わない	意識対象外
エアコン	⑤(夏場) ⑥(夏場); リモコンがなく不便	①⑦古くなり ⑩ 買い換え	②古く、力が弱い。 買い換えたい リモコンがなく不便 ③型が古く大きい リモコンがなく不便 ⑧音がうるさい。 風が冷たい。		④⑨
ヒーター				⑩壊れて破棄	①②③④⑤⑥ ⑦⑧⑨
こたつ	⑥⑧	⑦		①⑩使わないので 破棄	②③④⑤⑨
電気毛布				①④⑤⑩	②③⑥⑦⑧⑨
電気カーペット	⑥⑧	⑤便利と思い 購入 ⑩			①(使っているようだ) ②③④⑦⑨
電気あんか	④⑧		⑦	①⑩	②③⑥⑨
加湿器					①(使っているようだ) ②③④⑤⑥⑦ ⑧⑨⑩
扇風機	①⑥⑧		⑦	④暑くて購入 ⑤⑩	②③⑨

### <モニター内訳>

- ・ジュニアシルバー ①単身男性/④⑤夫・妻  
②③夫・妻…銭湯経営のため、保温良好  
暖房不必要
- ・シニアシルバー ⑥単身男性/⑦単身女性/⑧単身女性  
⑨⑩夫・妻

### ■使用頻度と使用者

- ・使用頻度が高い製品は、エアコン。こたつ・扇風機の使用頻度はグンと少なくなり、むしろ電気カーペットの方が使用されている。じっと座って暖まる、涼まるというより、自由行動ができる冷暖房機具が生活に取り入れられている。
- ・使用状況に男女の差異は見られない。

### ■買い換え理由

- ・エアコンに関しては、“古くなったため”という理由が目立つ。機能と性能が、よりアップしたものを求める傾向が見られる。
- ・その他の製品に関しては、購入理由、買い換えとも、特に意識されていない。

### ■使い勝手の不満点

- ・エアコンに関しては、“リモコン”機能がないことへの不満が目立つため、最近の購入でないことが伺える。その他に、発言は少なく、製品に対して消極的である。

## ■関わりのある家電製品 (OA)

	毎日使う	よく使う	たまに使う	使わない	意識対象外
パソコン	①型が古い			⑨⑩	②③④⑤⑥⑦⑧
ワープロ				①(息子使用) ④⑤( " ) ⑨⑩	②③⑥⑦⑧
電卓		⑨	①④⑩	⑤	②③⑥⑦⑧
コピー			(①北-店 利用)	④⑤1回のみ使用	②③⑥⑦⑧⑨⑩
電話	①②店用・家用が同じで 取り次ぎが面倒 ③内線機能の操作が難しい ⑥ダイヤルが大きい物使用	④⑤子機付 ⑧ 購入 ⑨⑩	⑦		
FAX					①②③④⑤⑥ ⑦⑧⑨⑩

\* 製品自体を保有していない場合も含む

### <モニター内訳>

- ・ジュニアシルバー ①単身男性/②③夫・妻/④⑤夫・妻
- ・シニアシルバー ⑥単身男性/⑦単身女性/⑧単身女性  
⑨⑩夫・妻

### ■使用頻度と使用者

- ・電話はどの世帯でも、頻繁に使用されている。さらに、各世帯の生活形態に合わせ、子機をつけるなど工夫されている。
- ・電話以外では、電卓が男性群中心に使われている程度で、OA関連製品は、シルバー生活にまだ浸透していない様子である。

### ■買い換え理由

- ・電話機に関しては、他の家電製品と比べ、比較的、より使いやすい機能やシステムになっているものに、チャレンジする傾向が見られる。

### ■使い勝手の不満点

- ・電話機に関しては、“使いこなす難しさ”に対するコメントが1組の夫妻からあがっているが、他は問題意識をもっているものは見当たらない。他は、基本的機能のみ使用し、使っていると想定される。

## ■新商品に対するニーズ

操作性に対する ニーズ		<ul style="list-style-type: none"> <li>・新商品は使い方がわからない ①</li> <li>・新製品は操作が難しいので、シンプル操作（ボタンひとつ）がよい ④⑦⑧⑩</li> <li>・老人用リモコン・スイッチ（効果が明確、説明文字が大きい） ⑥⑩</li> </ul>
情報に対する ニーズ		<ul style="list-style-type: none"> <li>・新商品の情報が少ない ①</li> </ul>
各製品への ニーズ	ラジオ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・難しい機能は付けず、音質の良さのみを追求したもの。高値でもOK ⑤</li> </ul>
	補聴器	<ul style="list-style-type: none"> <li>・性能がよいもの。高値でもOK ⑥</li> <li>・わずらわしくないもの（耳の中に入れない） ⑦⑧</li> </ul>
	掃除機	<ul style="list-style-type: none"> <li>・軽量。老人サイズのもの ⑦</li> </ul>
新しいアイデア		<ul style="list-style-type: none"> <li>・家庭用自販機 ⑨</li> </ul>

- 操作性に対するニーズが最も多く、“操作がシンプルであること”がポイント。さらに、エルゴノミクスの方向からもシルバー向けハードウェアが求められてる。
- 製品ベースで見ると、補聴器へのニーズが目立つ。シルバー市場のみとターゲットとする製品の見直し、開発が必須であると想定される。