

「ウーマンリサーチ」～電気圧力鍋についてのアンケート～

女性が選ぶ電気圧力鍋 利用率第1位は「ティファール Cook4me Express」、 期待度第1位は「パナソニック電気圧力なべSR-MP300」

女性のための生活情報紙を展開する株式会社サンケイリビング新聞社（所在地：東京都千代田区、代表取締役社長：細井 英久）では、読者が選ぶお勧めの商品やサービスを様々な切り口で調査し、結果をランキングにして発表するWebコンテンツ「ウーマンリサーチ」を提供しています。 https://mrs.living.jp/woman_research/topics/3613960

◆今回のテーマは電気圧力鍋に関するランキング

2019年7月～8月に実施した「電気圧力鍋についてのアンケート」において、「ティファール Cook4me Express」が**利用率第1位**、「パナソニック電気圧力なべSR-MP300」が**期待度第1位**となりました。



受賞ロゴ

▼「ティファール Cook4me Express」

<https://www.t-fal.co.jp/sp/products/CA/multicooker/cook4me/>

▼「パナソニック電気圧力なべSR-MP300」 <https://panasonic.jp/cook/products/sr-mp300.html>

◆注目度が高い電気圧力鍋。購入時に重視するポイントは？

続々と発売されている“ほったらかし”調理家電。中でも電気圧力鍋について、リビング新聞グループのシンクタンクである株式会社リビングくらしHOW研究所では、全国のWeb会員約428,000人を対象に調査を実施。回答者1022人中、電気圧力鍋を持っている人は9.9%とまだ少数派なもの、「興味がある」人は76.2%と注目度が高い結果となりました。ユーザーが重視するポイントや電気圧力鍋のお勧めポイント、価格に対する意識など、詳しく聞きました。

リビングくらしHOW研究所 ウェブサイトはこちら⇒ <https://www.kurashihow.co.jp>

◆女性が選ぶ電気圧力鍋 利用率トップ3は「ティファール」「象印マホービン」「シロカ」、期待度トップ3は「パナソニック」「ティファール」「象印マホービン」

調査では所有している電気圧力鍋を聞いたところ、利用率第1位は「ティファール Cook4me Express」、第2位は「象印マホービン 自動圧力IHなべ」、第3位は「シロカ SP-4D151」となりました。（表1）

一方、各メーカーの「気になる製品として選ばれた数」を「所有数」で割った数値（※5個以上所有されている製品に限る）をウーマンリサーチが独自に「期待度」として算出したところ、第1位は「パナソニック 電気圧力なべSR-MP300」、第2位は「ティファール Cook4me Express」、第3位は「象印マホービン 自動圧力IHなべ」となり、パナソニックが期待度の高い製品という結果となりました。（表2）

女性が選ぶ電気圧力鍋 利用率	
第1位	ティファール Cook4me Express
第2位	象印マホービン 自動圧力IHなべ
第3位	シロカ SP-4D151

（表1）

女性が選ぶ電気圧力鍋 期待度	
第1位	パナソニック 電気圧力なべSR-MP300
第2位	ティファール Cook4me Express
第3位	象印マホービン 自動圧力IHなべ

（表2）

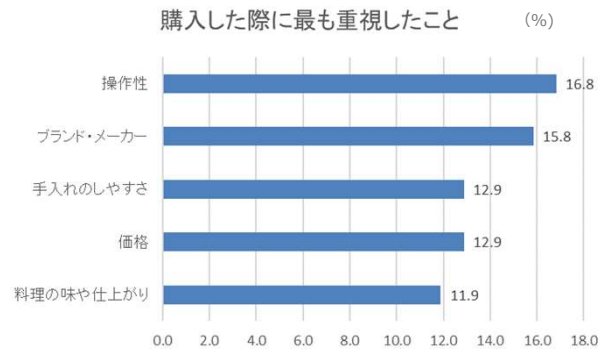
サンケイリビング新聞社

2019年9月25日
株式会社サンケイリビング新聞社

◆ユーザーは「操作性」を重視、魅力は「ほったらかし調理」「時短」

電気圧力鍋を持っている人に「購入した際に最も重視したこと」について聞いたところ、「操作性」が16.8%と最も多く、次いで「ブランド・メーカー」、「手入れのしやすさ」・「価格」の順となりました。実際に購入を検討する際には価格よりも使いやすさがポイントになるようです。(グラフ1)

電気圧力鍋の魅力についても聞いたところ、「ほったらかし調理が出来て家事の効率が上がる」(40代女性)、「使いやすく時短でおいしい料理が簡単に出来る」(40代女性)など、ほったらかし調理の利便性や時短になるという点が支持されているようです。中には「面倒な炒め物をしなくなったため、コンロは処分し電気圧力鍋を3台所有。それぞれ炊飯用、メイン食材用、副菜用と使い分けている」(30代女性)という愛好家も。



(グラフ1)

◆価格に対する意識は独身・既婚で差あり、ブランドごとの違いも

調査では電気圧力鍋の価格について、「ちょっと高いと思う価格」、「ちょっと安いと思う価格」等についても聞いたところ、既婚女性と独身女性では各項目すべてで価格差があることがわかりました。(表3) 同様に、選んだメーカーごとの結果も、消費者の意識に差がみられるという結果に。メーカーごとの詳細はお問い合わせください。

	高すぎてとても手が出ないと思う(思い始める)価格	ちょっと高い(高いと感じ始める)と思う価格	ちょっと安い(安いと感じ始める)と思う価格	安すぎて品質を不安に思う(思い始める)価格	※平均値
既婚	¥27,710	¥22,153	¥10,423	¥5,841	(表3)
独身	¥24,828	¥20,630	¥8,919	¥4,637	

【調査概要】 期間：2019.7.31～8.4/サンケイリビング新聞社公式サイト「リビングWeb」「あんふぁんWeb」「シティリビングWeb」各Web会員へのアンケート / 調査対象：女性 1022人

【回答者プロフィール】 エリア：全国/年代：20代以下7.1%、30代28.6%、40代30.7%、50代以上33.6%/独身27.9%、既婚72.1%/子どもあり57.2%、なし42.8% データは小数点2位以下四捨五入

今後もサンケイリビング新聞社では、様々なテーマで調査を実施、報告してまいります。第1位を受賞された企業には、受賞ロゴ・調査データ活用のご提案もしております。受賞ロゴは店頭ツール・商談資料・ブランドサイト・検索エンジン等、幅広くご利用いただけます。詳しくはお問い合わせください。

【ウーマンリサーチ 過去のランキング】

企業のクチコミ評判サイトランキング https://mrs.living.jp/woman_research/topics/3590258

家計簿アプリランキング https://mrs.living.jp/woman_research/topics/3601504

ママが選ぶ転職サービスランキング https://mrs.living.jp/woman_research/topics/3608715

■本リリースに関するお問い合わせ先

株式会社サンケイリビング新聞社 新規事業開発室 担当：濱村
E-mail：hmmrnozo@sankeiliving.co.jp