

ネットリサーチDIMSDRIVE
第248回公開調査
『家庭用ウォーターサーバー』に関するアンケート

2011年2月9日
インターワイヤード株式会社

インターワイヤード株式会社が運営するネットリサーチのDIMSDRIVEでは、「家庭用ウォーターサーバー」についてアンケートを行い、導入のきっかけや、ブランド選択のポイント、水の味やメンテナンスサービスへの満足度などについてまとめました。

調査は2011年1月25日(火)～1月27日(木)にかけて実施し、家庭用ウォーターサーバー導入者500人から回答を得ています。

調査結果の詳細

<http://www.dims.ne.jp/timelyresearch/2011/110209/>

CONTENTS

- 自宅にウォーターサーバーを導入している人は3.3% 利用ブランドはアクアクララが1位
- ここ2年で導入した人が6割
- ボトル方式は、半数が「リターナブル方式」
- 『水の味へのこだわり』が、ウォーターサーバー導入のきっかけに
- 美味しい水を求めてウォーターサーバーを導入。しかしブランド選びはコストも重視
- ブランドで満足ポイントに違い。アクアクララは「おいしさ」、ハワイウォーターは「メンテナンス」に評価
- 水の味にこだわる人は、ウォーターサーバーの『水のおいしさ』に満足・・・9割超
- サーバーが大き過ぎる・・・
- ややコストがかかっても、「安全性」や「水の味」は重視したい

調査概要

本調査			事前調査		
調査方法	インターネットを利用したアンケート調査		調査方法	インターネットを利用したアンケート調査	
調査期間	2011年1月25日～1月27日		調査期間	2011年1月19日～1月25日	
調査対象者	家庭用ウォーターサーバー導入者 500名		調査対象者	全国20代以上の男女 89,713名	
性別	N	%	性別	N	%
男性	302	60.4	男性	47803	53.3
女性	198	39.6	女性	41910	46.7
年代	N	%	年代	N	%
20代	65	13.0	20代	9570	10.7
30代	150	30.0	30代	26278	29.3
40代	136	27.2	40代	28340	31.5
50代	107	21.4	50代	17375	19.4
60代以上	42	8.4	60代以上	8150	9.1

調査項目

<事前調査> (対象: 全国男女89,713名)

- 家庭用ウォーターサーバー導入経験
- 現在導入しているウォーターサーバーのブランド

<本調査> (対象: 現在ウォーターサーバーを導入している人 500名)

- 自宅に初めてウォーターサーバーを導入した時期
- 導入のきっかけ
- 水道水への不満点
- ウォーターサーバーの水を使うシーン
- 配送方式・ボトル方式
- 導入ブランド選択ポイント
- 利用ブランドに対する満足度(6項目別)
- 利用ブランドに対して気に入っている点(自由回答)、不満点(複数回答)
- 『コストの安さ』と比べて:(安全性、水の味など、コストとどちらを重視するか)

今回調査対象とした、ウォーターサーバー10ブランド

◆各ブランド利用者 50名ずつです。

- | | |
|--------------------|--------------------|
| ① アクアクララ | ⑥ ハワイウォーター |
| ② クリクラ(旧クリスタルクララ) | ⑦ TOKAI「おいしい水の宅配便」 |
| ③ 富士の湧水 | ⑧ CLYTIA(クリティア) |
| ④ サントリーの天然水(ウォーター) | ⑨ アクアセレクト |
| ⑤ コスモウォーター | ⑩ アルピナウォーター |

◆ブランド抽出について

89,713人を対象に事前調査を行い、ウォーターサーバーの導入状況、現在導入しているブランドを尋ねました。

調査期間: 2011年1月19日~1月25日

「現在導入しているウォーターサーバーブランド」の回答を元に、利用者の多い上位10ブランドを抽出しています。

事前調査

自宅にウォーターサーバーを導入している人は3.3% 利用ブランドはアクアクララが1位

■家庭用ウォーターサーバー 導入経験

家庭用ウォーターサーバーの導入経験は、「現在自宅に導入している」人は3.3%であった。
「以前自宅で導入していた」人3.9%を含めた『ウォーターサーバー導入経験者』は7.2%であった。

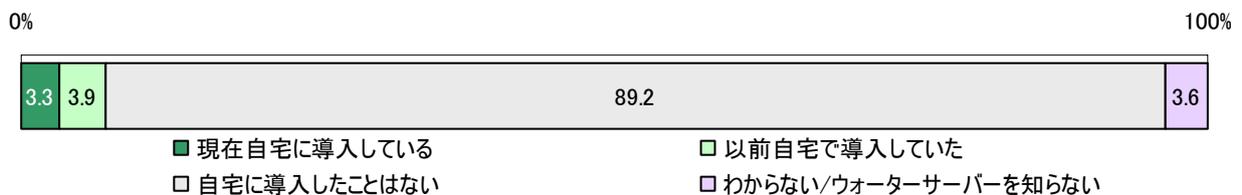
■現在導入しているブランド

ウォーターサーバーを現在、自宅に導入している人に『利用ブランド』を尋ねた。
1位は「アクアクララ」で30.4%と、3割以上を占めている。次いで2位:「クリクラ」17.7%、3位:「富士の湧水」6.4%、4位:「コスモウォーター」4.9%と続いた。

全員(事前調査)

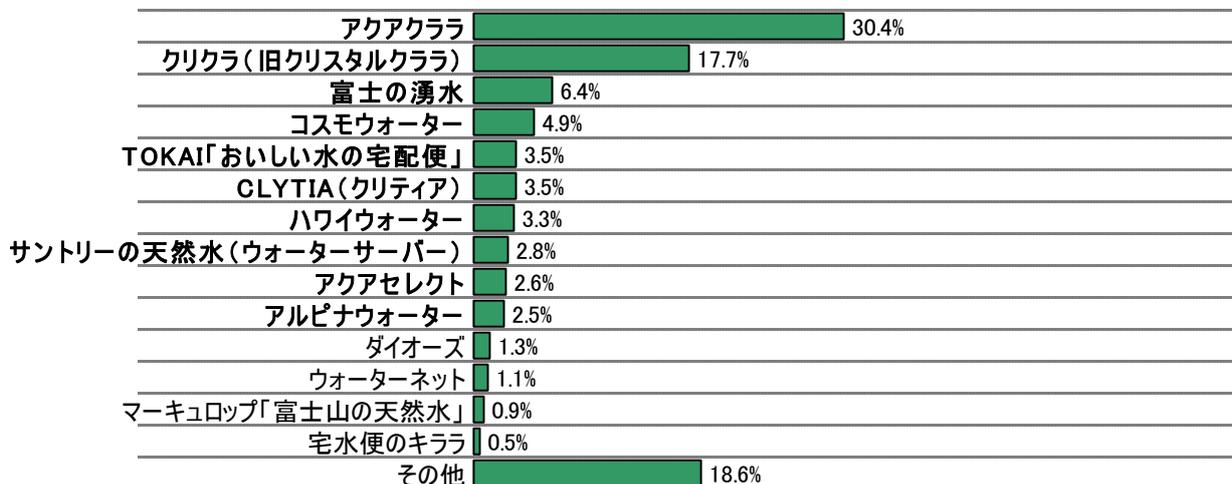
N=89,713

あなたのご自宅では、家庭用ウォーターサーバー(水の宅配サービス)を導入していますか?(単一回答)



利用経験あり・・・7.2%

現在、ご自宅に導入しているウォーターサーバーのブランドをお答え下さい。



※今回は、上位10ブランドの利用者に、以下のアンケートを実施しております。

本調査

ここ2年で導入した人が6割

■自宅に初めてウォーターサーバーを導入した時期

「2010年」に導入した人が35.2%と最も多く、「2009年」23.4%と続いた。
回答者の63.2%が『2009年以降』に導入しており、ここ2年間でウォーターサーバーの普及が進んだ事が伺える結果である。

■ウォーターサーバーの用途

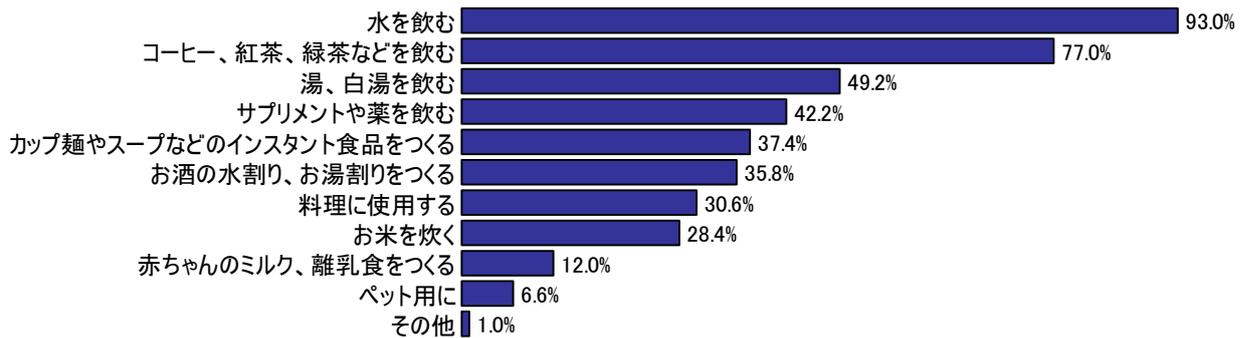
ウォーターサーバーの水の用途については、「水を飲む」が93.0%と、ほとんどの人がサーバーの水をそのまま飲んでいることが分かった。
次いで「コーヒー、紅茶、緑茶などを飲む」77.0%、「湯、白湯を飲む」49.2%と、飲み物に利用しているケースが目立つ。
「料理に使用する」は30.6%、「お米を炊く」は28.4%と、料理に利用している人は3割ほどであった。

ウォーターサーバー導入者 N=500
あなたのご自宅では、いつごろウォーターサーバーを導入しましたか？（単一回答）



2009年以降に導入…63.2%

どんなときにウォーターサーバーを利用していますか。（複数回答）



ボトル方式は、半数が「リターナブル方式」

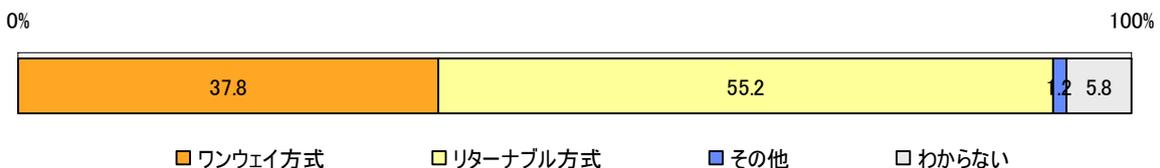
■お届け（ボトル）方式

ボトルのお届け・回収方式は、「ワンウェイ方式（家庭でボトルを処分）」37.8%、「リターナブル方式（メーカーがボトルを回収）」55.2%と、「リターナブル方式」のサーバーを利用している人が多い。

■配送方式

配送の方式は「定期配送」47.2%、「好きな時に届けてもらえる（不定期）」48.8%と半々である。

ウォーターサーバー導入者 N=500
水の届け方（ボトル）はどのような方式ですか。（単一回答）



水の配送方法はどのような方式ですか。（単一回答）



『水の味へのこだわり』が、ウォーターサーバー導入のきっかけに

■導入のきっかけ

どんなきっかけで、ウォーターサーバーの導入を決めたのか。その理由については、「味が美味しい水を飲みたかった」が28.2%と最も多く、「水(ミネラルウォーターなど)を買いに行くのが面倒だった」27.6%、「水道水に不安があった」26.6%が僅差で続いた。

『水の味』を求めている人も多いが、買いに行く手間や水道水への不安から導入を考えた人も多いようである。

また、「友人、知人の家や実家で実物を見て」という人が23.8%と2割超、「会社、職場で利用していたので」13.8%、「美容室、スポーツクラブなど外の店で実物を見かけて」9.2%と、『実物を見て欲しくなった』という人も多い。

■水道水への不安

「水道水に不安がある」と回答した人の“水道を不安に思う点”については・・・

「おいしくない」67.7%と、『味』に対する不満が最も多かった。

「安全性に不安がある」54.1%、「衛生面に不安がある」51.9%と、『安全面』については『味』よりも1割以上少ない値であった。

「味が美味しい水を飲みたかった」、「水道水の味に対する不満」など、ウォーターサーバーの導入のきっかけは『水の味へのこだわり』によるものが大きいようである。

ウォーターサーバー導入者

N=500

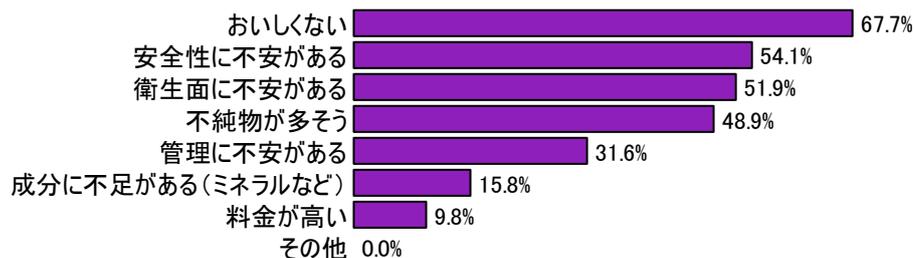
どんなきっかけや理由で、ウォーターサーバーの導入を決めましたか？(複数回答)



「水道水に不安がある」回答者

N=133

「水道水」に対して、あなたが普段感じている事・イメージを教えてください。(複数回答)



美味しい水を求めてウォーターサーバーを導入。しかしブランド選びはコストも重視

■ウォーターサーバーのブランド選択理由

ウォーターサーバーを導入する際に、なぜそのブランドを選んだのか。ブランド選択理由を尋ねた。
最も多く回答されたのは「価格・費用」43.0%、次いで「水の質」36.8%、「水の味」33.6%と続いた。

サーバー自体の導入は『味』がポイントになっていたが、ここでは「水の味」よりも「価格・費用」の方が値が高い。
美味しい水を求めてウォーターサーバーを導入したが、コストも重視したい、という意識が伺える結果であった。

<ブランド別>

ブランド別に選択理由を見てみると、
「価格・費用」が最も多い・・・
【クリクラ】、【アルピナウォーター】、【コスモウォーター】。

「水の質」が最も多い・・・
【富士の湧水】、【TOKAI】。【コスモウォーター】も値は高かったが、「価格・費用」の方がもっと高かった。

「水の味」が最も多い・・・
【アクアクララ】、【アクアセレクト】。【アクアクララ】は「水の味」の値が52.0%と5割を超えている。

【アクアクララ】は味で、【クリクラ】【アルピナウォーター】【コスモウォーター】は価格で選ばれたというのが主な特徴である。
【アルピナ】の「価格」は66.0%と他の項目に比べて断トツで、特に「価格」要素が強い事が伺える。

また、【ハワイウォーター】は「価格」と「味」で、【サントリーの天然水】は「水の質」と「価格」で、【クリティア】は「水の質」、「価格」、「届け方」など、複数のポイントを踏まえて選ばれている事が伺える

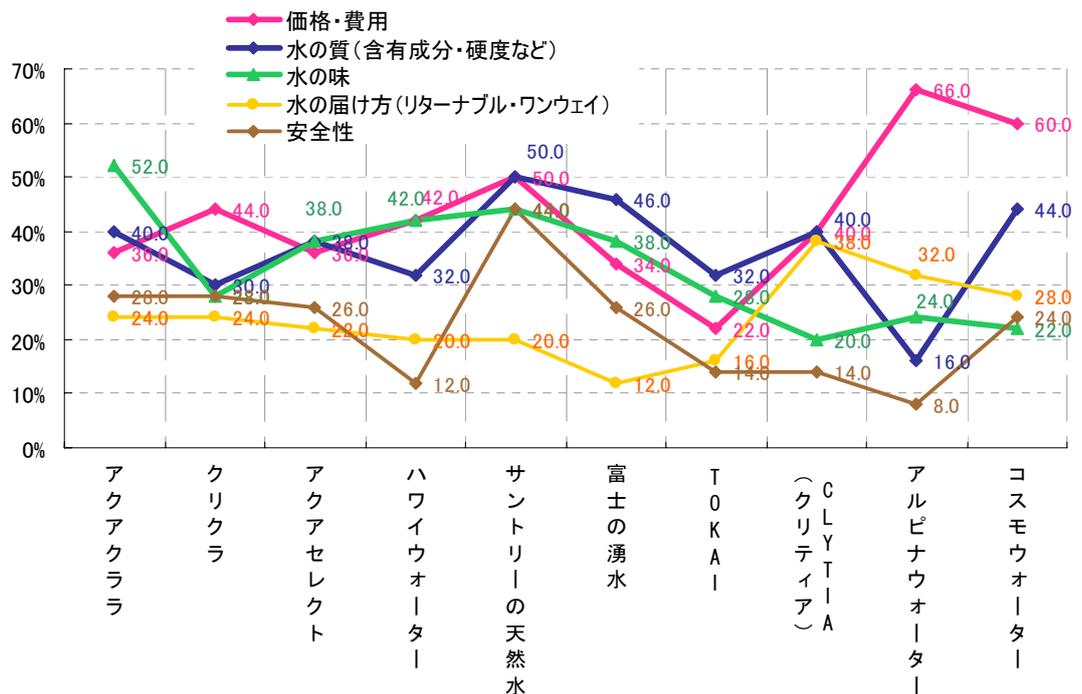
ウォーターサーバー導入者 N=500

そのブランドを選んだポイントは何ですか。(複数回答)

※上位5項目を抜粋



◆ブランド別：選んだポイント上位5項目の値



ブランドで満足ポイントに違い
アクアクララは「おいしさ」、ハワイウォーターは「メンテナンス」に評価

■利用しているサーバーに対する満足度(10ブランド全体)

自宅に導入しているウォーターサーバーについて、どのような事柄に満足し、どのような事柄に不満を抱くのか……。項目ごとに満足度を尋ねたところ、次のような結果となった。

『満足した』について……

最も『満足』している人の割合が高かったのは【味・おいしさ】87.8%であった。
“ウォーターサーバーを検討したきっかけ”でもある『味』は、導入後も満足度も高く、“おいしい”と満足している人が多いようである。最も『満足』の割合が低かったのは【価格・費用】で50.4%と、満足度は半数にとどまっている。

『不満』の値について……

一方、『不満』と感じる人が多い項目は、【価格・費用】が15.4%と、項目の中で唯一、1割以上の値となった。他の項目については1割未満となっており、特に【味・おいしさ】については1.0%と僅かだった。

■項目ごとの満足度(満足度上位5ブランド比較)

◆味・おいしさ

1位:【アクアクララ(92.0%)】であった。2位は90.0%で4ブランドが並び、上位5ブランドは満足度が9割を超えている。

◆水の安全性

1位:【アルピナウォーター】(84.0%)、2位:【富士の湧水】(82.0%)という順であった。上位6ブランドで8割以上の満足度となっている。

◆価格・費用

1位は同率で2ブランド。【アクアクララ】(58.0%)・【ハワイウォーター】(58.0%)であった。

◆ボトルやサーバーの大きさ・サイズ

1位は同率で2ブランド。【ハワイウォーター】(78.0%)・【サントリーの天然水】78.0%であった。

◆配送員の対応

1位【富士の湧水】82.0%、2位【アクアセレクト】80.0%であった。

◆メンテナンスサービス

1位【ハワイウォーター】78.0%は、2位【アクアセレクト】68.0%よりも10%満足度が高く、飛びぬけている。

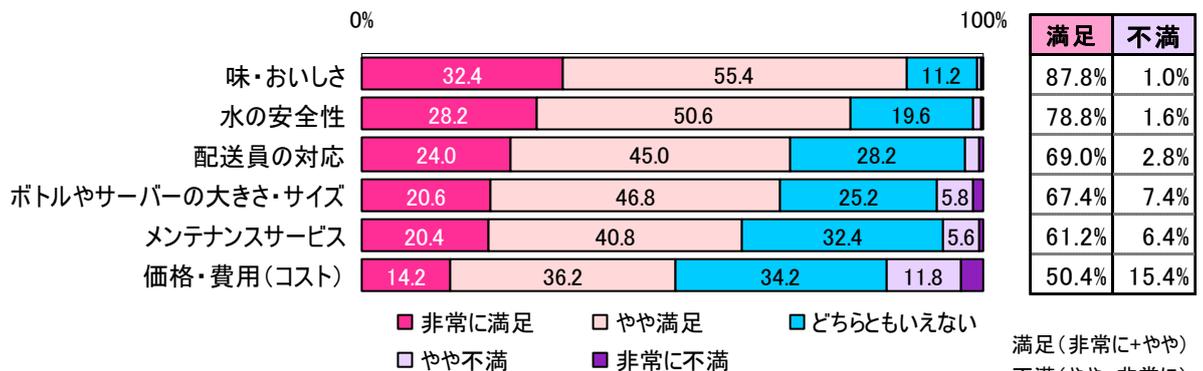
【サントリーの天然水】は『ボトル・サーバー』に対する満足度、【アクアクララ】は『おいしさ』に対する満足度が高い……。など、ブランドによって、それぞれ満足されている項目に違い・特色がある事が分かった。

【ハワイウォーター】は『メンテナンス』の値が他社よりも10ポイント以上高く、他の項目も満足度が高い。

ウォーターサーバー導入者

N=500

ご自宅で利用しているウォーターサーバーの水について、次の項目の満足度はどのくらいですか？(単一回答)



◆満足度 上位5ブランド (満足度…「非常に満足」+「やや満足」の値)

<味・おいしさ>

順位	ブランド	満足度
1	アクアクララ	92.0%
2	アクアセレクト	90.0%
	ハワイウォーター	90.0%
	サントリーの天然水	90.0%
	クリティア	90.0%

<ボトルやサーバーの大きさ・サイズ>

順位	ブランド	満足度
1	ハワイウォーター	78.0%
	サントリーの天然水	78.0%
3	アクアクララ	76.0%
4	アクアセレクト	74.0%
5	アルピナウォーター	66.0%

<水の安全性>

順位	ブランド	満足度
1	アルピナウォーター	84.0%
2	富士の湧水	82.0%
3	ハワイウォーター	80.0%
	コスモウォーター	80.0%
	TOKAI	80.0%
	クリティア	80.0%

<配送員の対応>

順位	ブランド	満足度
1	富士の湧水	82.0%
2	アクアセレクト	80.0%
3	ハワイウォーター	74.0%
4	アルピナウォーター	72.0%
5	TOKAI	70.0%
	サントリーの天然水	70.0%

<価格・費用>

順位	ブランド	満足度
1	アクアクララ	58.0%
	ハワイウォーター	58.0%
3	コスモウォーター	56.0%
4	サントリーの天然水	54.0%
	アルピナウォーター	54.0%

<メンテナンスサービス>

順位	ブランド	満足度
1	ハワイウォーター	78.0%
2	アクアセレクト	68.0%
3	サントリーの天然水	66.0%
	アクアクララ	66.0%
	富士の湧水	66.0%

水の味にこだわる人は、ウォーターサーバーの『水のおいしさ』に満足・・・9割超

■“味”にこだわる人の、おいしさに対する満足度

- ① “ウォーターサーバーの導入を決めたきっかけ”で「味がおいしい水を飲みたかった」と回答した人、
- ② “導入ブランドを選んだポイント”で「水の味」と回答した人、
- ①・②をそれぞれ『水の味を重視している人』とし、ウォーターサーバーの水の味にどれくらい満足しているかを見た。

“ウォーターサーバーの水のおいしさ”に対して『満足』と回答した割合は、

- ①【味がおいしい水を飲みたかった人】93.6%、②【水の味でブランド選択者】97.6%と高い割合である。②については100%に近い。

水の味を重視しない人を含む、【回答者全体】の値は87.8%で、

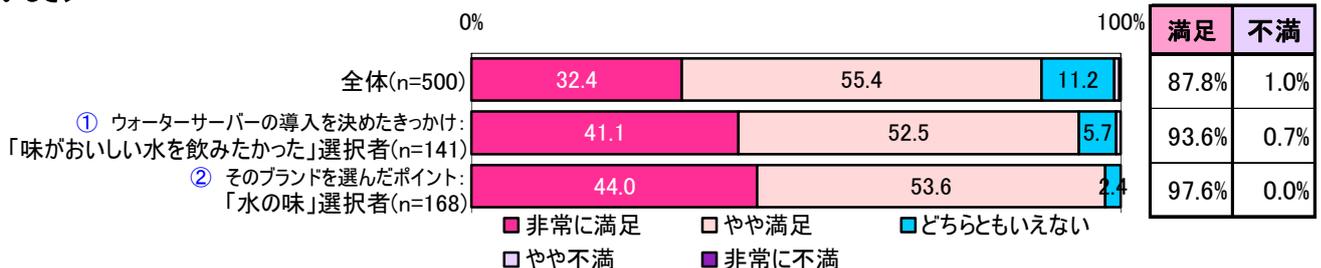
水の味を重視している人は重視していない人比べて、ウォーターサーバーの水の味に、より満足しているという事が分かった。おいしさにこだわって選んだ結果、味に満足している・・・という事も伺える。

①②共に、「非常に満足」と回答した人は4割を超えている。

では、ご自宅で利用しているウォーターサーバーの水について、次の項目の満足度はどのくらいですか？(単一回答)

◆水の「味」を重視している人の、『味・おいしさ』の回答

<味・おいしさ>



サーバーが大き過ぎる・・・

■ 利用サーバーへの不満・要望

最も多かったのは「サーバーが大き過ぎる」16.2%、次いで「サーバーレンタル料が高い」14.6%、「サーバーの稼働音がうるさい」12.4%と続いた。

「水がおいしくない」は2.6%で、僅かである。

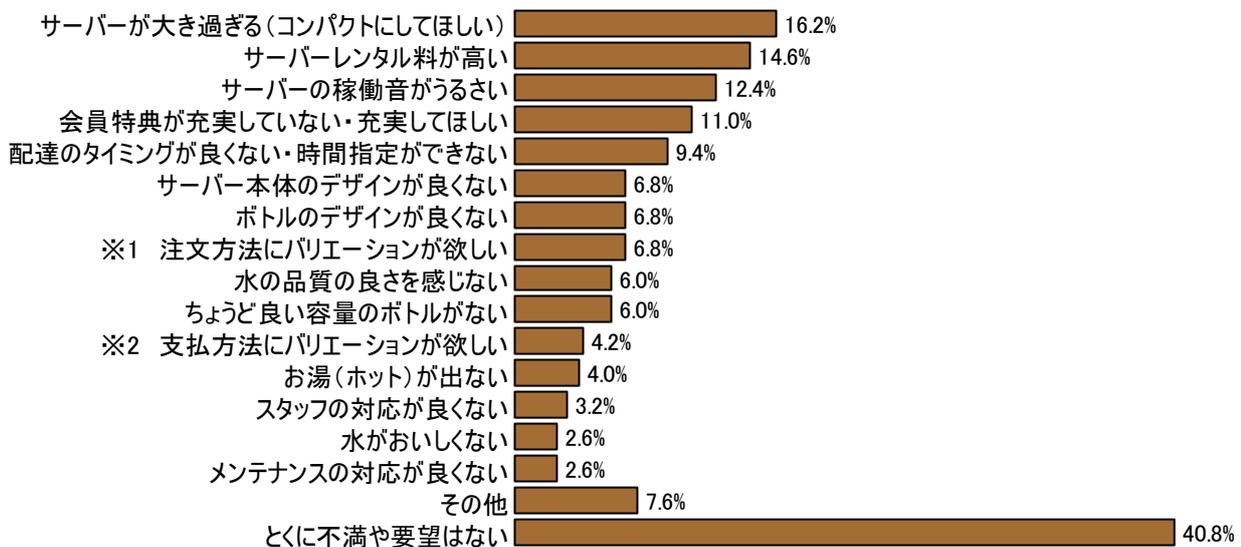
「会員特典を充実してほしい」という人は11.0%と1割であった。

「とくに不満や要望はない」という人は40.8%で、不満点や要望がある人は6割であった。

「その他」の自由回答では、【価格】について、【ボトル】についてのコメントが多く、

【ボトル】については、「ボトルが重いのでセットしにくい」という意見が目立った。

ご自宅で利用しているウォーターサーバーについて、不満に思っている事、要望などはありますか。(複数回答)



※1 注文方法にバリエーションが欲しい⇒ネット・メール・電話など

※2 支払方法にバリエーションが欲しい⇒クレジットカード・振込・銀行引き落としなど

◆ 本体について

◆ 「その他」の自由回答より抜粋

夏は発熱が凄い
お湯だけでなく、水の方にも子供が出せないようロックをつけて欲しい
冷水の温度が低すぎる
湯・水を出すレバーが使いにくい

◆ ボトルについて

ボトルの水が最後までうまく出ない
ボトルが重いので主人がセットしないと使えない
ボトルの質が柔らかいので、サーバーにセットする時はめにくい

◆ 価格について

電気代が高い
メンテナンス料が高い
とにかく水が高い
有料道路使用料が安くなったにもかかわらず、
それが理由の価格設定であったのにもかかわらず値段が変わらない

◆ 配送・注文について

一回に3本以上じゃないと注文が出来ない。1本からにしてほしい。

ややコストがかかっても、「安全性」や「水の味」は重視したい

■コストよりも重視するものは？

水の安全性や味、手間など、ウォーターサーバーに関する項目について、『コストの安さ』とどちらを重視するかを尋ねた。

【水の安全性】は78.2%、【水の味】は76.0%の人が「コストよりも重視している」と回答。ややコストがかかっても安全性や味は重視したい人が多いようだ。

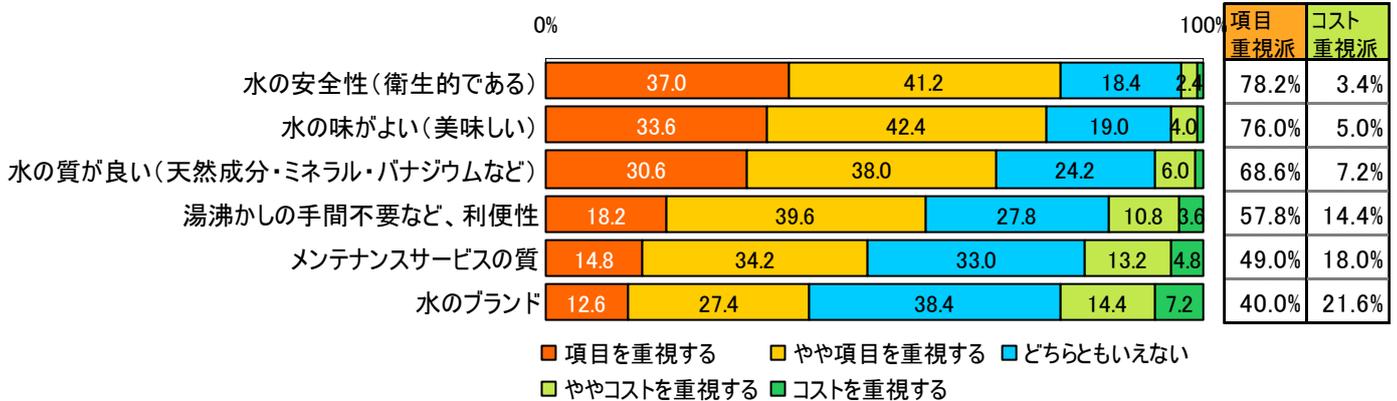
一方『コスト重視派』が最も多かったのは【水のブランド】21.6%である。

コストより重視されている順は、水の安全性⇒水の味⇒水の質⇒手間・利便性⇒メンテナンスサービスの質⇒水のブランド であった。

ウォーターサーバー導入者

N=500

家庭用ウォーターサーバーに関する次の項目について、『価格・コストの安さ』と比べた場合、どちらをどの程度重視しますか。(単一回答)



項目重視派(項目を重視+やや項目を重視)
 コスト重視派(コストを重視+ややコストを重視)

■ネットリサーチのDIMSDRIVEについて■

インターワイヤード株式会社が運営する『DIMSDRIVE』は、全国に18万人のモニターを擁し、インターネットリサーチを通じて調査企画・設計から分析・提案までを提供する、マーケティングのトータルソリューションサービスです。広告効果測定やライフスタイル分析など、目的に応じた調査でお客様の戦略立案をサポートしています。

◆DIMSDRIVEホームページ <http://www.dims.ne.jp/>

■インターワイヤード株式会社について■

<所在地> 東京都品川区東品川2-2-25 サンウッド品川天王洲タワー3F
 <TEL> 03-5463-8255
 <代表者> 斉藤 義弘
 <事業内容> ネットマーケティングリサーチサービス「DIMSDRIVE」運営

●調査結果に関するお問い合わせは●

インターワイヤード株式会社 DIMSDRIVE事務局(ディムスドライブ事務局)
 TEL: 03-5463-8256 Email: timely@dims.ne.jp