

「ウーマンリサーチ」～炊飯器についてのアンケート～

女性が選ぶ“高額炊飯器”ランキング 利用率第1位は「象印マホービン 圧力IH炊飯ジャー 極め炊き」、 満足度第1位は「三菱電機 備長炭 炭炊釜」

次回購入意向第1位は「タイガー魔法瓶 土鍋圧力IH炊飯ジャー〈炊きたて〉」

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/article/3723955

◆今回のテーマは炊飯器に関するランキング

2019年12月に実施した「炊飯器についてのアンケート」において、「象印マホービン 圧力IH炊飯ジャー 極め炊き」が**利用率第1位**、「三菱電機 備長炭 炭炊釜」が**利用満足度第1位**、「タイガー魔法瓶 土鍋圧力IH炊飯ジャー〈炊きたて〉」が**次に購入したい炊飯器第1位**となりました。



受賞ロゴ

▼「象印マホービン 圧力IH炊飯ジャー 極め炊き」 <https://www.zojirushi.co.jp/syohin/ricemaker/nwju/>

▼「三菱電機 備長炭 炭炊釜」 <https://www.mitsubishielectric.co.jp/home/suihanki/product/sumitaki/nj-vxa10/index.html>

▼「タイガー魔法瓶 土鍋圧力IH炊飯ジャー〈炊きたて〉」 <https://www.tiger.jp/feature/ricemaker/product/jpgs/gohoubidaki/>

◆食卓に欠かせない「ご飯」、炊飯器の種類も豊富

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「炊飯器」についての調査を実施。回答者1302人中、3万円以上の高価な炊飯器を「持っている」人は19%と少数でしたが、「持っていない」人の中で「興味がある」と答えた人は71.8%にのぼり、注目度が高い結果となりました。食べる頻度は「1日2食」が50%、「1日1食」が26.3%、「1日3食」が15.7%と食卓に欠かせない「ご飯」。種類が豊富な炊飯器について、購入時に重視したポイントなど、詳しく聞きました。

◆女性が選ぶ高額炊飯器ランキング、利用率トップ3は「象印マホービン」「タイガー魔法瓶」「パナソニック」、利用満足度トップは「三菱電機」、次回購入したい炊飯器トップは「タイガー魔法瓶」

女性が選ぶ炊飯器、利用率第1位は「象印マホービン 圧力IH炊飯ジャー 極め炊き」、第2位は「タイガー魔法瓶 圧力IH炊飯ジャー〈炊きたて〉」、第3位は「パナソニック Wおどり炊き」という結果に**(表1)**。また、利用満足度第1位は「三菱電機 備長炭 炭炊釜」、第2位は「パナソニック Wおどり炊き」、第3位は「日立 ふっくら御膳」**(表2)**、次に購入したい炊飯器第1位は「タイガー魔法瓶 土鍋圧力IH炊飯ジャー〈炊きたて〉」という結果になりました**(表3)**。

女性が選ぶ炊飯器ランキング 利用率	
第1位	象印マホービン 圧力IH炊飯ジャー 極め炊き
第2位	タイガー魔法 圧力IH炊飯ジャー〈炊きたて〉
第3位	パナソニック Wおどり炊き

(表1)

女性が選ぶ炊飯器ランキング 利用満足度	
第1位	三菱電機 備長炭 炭炊釜
第2位	パナソニック Wおどり炊き
第3位	日立 ふっくら御膳

(表2)

女性が選ぶ 次に購入したい炊飯器	
第1位	タイガー魔法瓶 土鍋圧力IH炊飯ジャー〈炊きたて〉
第2位	象印マホービン 炎舞炊き
第3位	パナソニック Wおどり炊き

(表3)

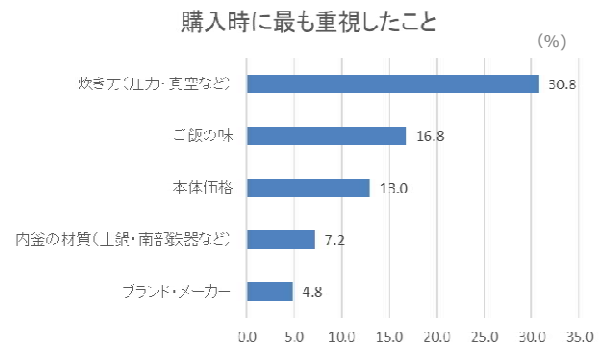
サンケイリビング新聞社

2020年1月9日
株式会社サンケイリビング新聞社

◆購入理由は「おいしいご飯が食べたい」、購入時に重視したポイントは「炊き方」

購入した理由について聞いたところ、「おいしいご飯が食べたかったから」が73.1%と最も多く、次いで「機能が良かったから」と続きました。

購入時に最も重視したポイントは、圧力や真空など「炊き方」が30.8%と最も多く、次いで「ご飯の味」、「本体価格」という結果に（グラフ1）。「ご飯が美味しく炊き上がるので、以前よりお米を食べる回数が増えました。機能が複雑ではなく使いやすいので、不器用な旦那も使いこなせる。ふっくらもちりで米本来の旨みや甘みを感じられます」（20代女性）、「本当に美味しく炊けます。高い炊飯器で躊躇したけれど、これにして良かった」（30代女性）、「以前使っていた炊飯器と比べ、ごはんが格段においしく炊ける。炊飯器がいいと、こんなに味が変わるんだ！と驚きました」（40代女性）など、買い替えによって味や機能の進化に驚く人も多いようです。



(グラフ1)

◆購入の決め手は店員のススメ

購入した場所は「家電量販店」が75%という中で、購入の決め手となっているのは「店員のおすすめ」という意見が多く見られました。「店員に、ご飯をよく食べる家庭はおいしいご飯を炊くことにお金をかける価値があると言われ、なるほど！と思った」（30代女性）、「家電量販店員が『自分も同じ炊飯器を使っていて、各社の炊飯器で食べ比べたが、これが一番美味しかった』と言われたのが決め手に」（40代女性）など、「身近な専門家」のアドバイスが購入の後押しをしてくれるようです。

【調査概要】 期間：2019.12.18～12.22／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 1302人／調査対象商品：約3万円以上の炊飯器（象印マホービン 炎舞炊き・圧力IH炊飯ジャー・極め炊き・STAN.／シロカ×長谷園 かまどさん電気／タイガー魔法瓶 土鍋圧力IH炊飯ジャー〈炊きたて〉・圧力IH炊飯ジャー〈炊きたて〉／東芝 真空圧力IH／バーミキュラ ライスポット／パナソニック Wおどり炊き・おどり炊き／バルミューダ The Gohan／日立 ふっくら御膳／三菱電機 本炭釜KAMADO、本炭釜・備長炭 炭炊釜／リンナイ 直火匠）

【回答者プロフィール】 エリア：全国／年代：20代7.8%、30代30.6%、40代33.1%、50代以上28.6%／独身26.2%、既婚73.8%／子どもあり61.3%、なし38.7% 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】

- ・甘酒 https://mrs.living.jp/woman_research/article/3698638
- ・ヘアドライヤー https://mrs.living.jp/woman_research/article/3704337
- ・加湿器 https://mrs.living.jp/woman_research/article/3707610
- ・機能性チョコレート https://mrs.living.jp/woman_research/article/3710745

■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