

ネットリサーチ DIMSDRIVE「ウォーターサーバー」に関する調査結果を発表

『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
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

インターワイヤード株式会社運営のネットリサーチサービス「ディムドライブ」(本社:東京都品川区)では、『家庭用ウォーターサーバーに関するアンケート』を2011年1月25日～1月27日に行い、導入のきっかけ、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。
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。
(ウォーターサーバー導入率は、89,713人の事前調査を行い、データを得ています)

調査結果の詳細 <http://www.dims.ne.jp/timelyresearch/2011/110209>

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

回答者の“家庭用ウォーターサーバー導入率”(現在導入者)は3.3%であった。
“利用ブランド”は「アクアクララ」が30.4%と3割以上を占め1位。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%という割合であった。

『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**■導入のきっかけは「おいしい水を飲みたかった」**

ウォーターサーバーの導入を決めたきっかけは、「味が美味しい水を飲みたかった」が最も多く28.2%と、『味』を求めた人が多かった。また、「水道水に不安があった」という人も26.6%居たが、その不満も『味』に関する回答「おいしくない」が最も多い(67.7%)。
ウォーターサーバーの導入は『水の味へのこだわり』によるものが大きいようである。

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**■「おいしい」…味に対して87%が満足**

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。※1

『満足』している人の割合が最も高かったのは【味・おいしさ】で、87.8%であった。
“サーバーを検討したきっかけ”でもある『味』について、9割近くが「おいしい」と満足している事が分かった。
また、“水の味を重視する人”は特に、【味・おいしさ】に対して、より満足度が高い事も分かった。※2
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。
一方、最も『満足』の割合が低かったのは【価格・費用】50.4%で、満足度は半数にとどまった。

※1 6項目は下記の通りです。

①味・おいしさ、②水の安全性、③価格・費用、④ボトルやサーバーの大きさ・サイズ、⑤配送員の対応、⑥メンテナンスサービス

※2 水の味を重視する人…設問【導入のきっかけ】にて「味がおいしい水を飲みたかった」と回答、または設問【導入ブランド重視ポイント】にて「水の味」と回答した人

■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

各項目について満足度の高いブランドを見てみると、
『ボトル・サーバー』に対しては【サントリーの天然水】、『おいしさ』に対しては【アクアクララ】…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。

◆6項目における、満足度1位のブランド

- ①味・おいしさ⇒【アクアクララ】(92.0%)、②水の安全性⇒【アルピナウォーター】(84.0%)
③価格・費用⇒同率1位:【アクアクララ】・【ハワイウォーター】(58.0%)
④ボトルやサーバーの大きさ・サイズ⇒同率1位:【ハワイウォーター】・【サントリーの天然水】(78.0%)
⑤配送員の対応⇒【富士の湧水】(82.0%) ⑥メンテナンスサービス⇒【ハワイウォーター】(78.0%)

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)

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

DIMSDRIVEの「Timely Research」(タイムリーリサーチ)について

DIMSDRIVEの公開調査「タイムリーリサーチ」は、その時「旬」な商品やサービス、時事問題などをテーマとして取り上げ、独自で調査を行い、結果をWEB上で公開しています。
隔週1回実施しており、本アンケートは第248回です。

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/>

<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> Web マーケティングリサーチサイト「DIMSDRIVE」運営

<調査結果に関するお問合せ>

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