

エコポイントの活用による グリーン家電購入動向調査



— 2009年7月 —



調査概要・・・2

調査フローと質問項目・・・3

サンプルの背景と基本属性・・・4

調査結果のまとめ・・・6

1. 購入者の動向	7
3製品の購入状況／グリーン家電の選択／グリーン家電の選択とエコポイントの影響	
2. 購入予定者の動向	10
3製品の購入予定／グリーン家電の選択予定とその理由	
3. エコポイントの認知状況	12
4. エコポイントの認知経路	14
5. エコポイント交換商品人気ランキング	15
6. エコポイント交換商品や申請手続きについて	16
7. エコポイント制度への評価・対応・意識	18
8. エコポイントによる今後の需要への影響についての考察	20
9. 地上デジタルの普及についての考察	21



- 調査テーマ：エコポイントの活用によるグリーン家電購入動向調査
- 調査目的：エコポイントの活用実態と意識、今後の購入計画を把握し、2009年・2010年以降の家電の需要および地上デジタル普及への影響を探る
- 調査項目：別紙<調査フローと質問>参照
- 調査期間：2009年7月 7/1(水):スクリーニング調査 7/3(金)~7/5(日):本調査
- 調査方法：Webアンケート スクリーニング調査後、A・Bの2画面で実施
- 調査対象：全国の生活者800人(20歳以上の男女)
 - A:購入者 5/15~6/30に3製品(地デジ対応テレビ、エアコン、冷蔵庫)のいずれかを購入した400人
 - B:購入予定者 今後2年以内に3製品(地デジ対応テレビ、エアコン、冷蔵庫)のいずれかを購入予定の400人
- 調査主体：株式会社シード・プランニング



<スクリーニング>

- 3製品の購入(2009年5月15日～6月30日までの購入家電)⇒該当者は **調査A** へ
- 3製品の購入予定(今後2年以内)⇒該当者は **調査B** へ(Aにも該当する場合はAへ)

(フェースシート)

- 地デジ視聴状況、地デジに関する認知度、エコポイントの認知度
- 基本属性(性別・年代・職業・家族構成・居住地)

<調査A：購入者400人>

- 5月15日～6月30日までの購入家電
- 3製品別 購入商品の位置づけ／購入時期／購入場所
- 機種選択の重視点／エコポイント対象商品の選択と選択理由
- エコポイントによる家電購入の影響
→当初想定以上のランクアップ
→想定外の商品の購入(追加購入) など

<調査B：購入予定者400人>

- 2年以内購入予定の家電
- 3製品別 購入予定時期／購入予定場所
- 機種選択の重視点／エコポイント対象商品に注目する理由

<調査A・B 共通質問 全800人>

- エコポイントの認知状況(10項目の認知状況)
- 認知経路
- 関心のあるポイント交換商品と希望商品
- エコポイントの交換や申請手続きについての要望
- エコポイント制度への評価
(環境政策・地デジ普及策・景気対策への有効性)
- エコへの意識