

コロナ禍で家電の購入額が増えた人は3割弱。
2020年以降に初めて購入した家電ジャンルのトップ3は
「生活家電」、「美容・理容家電」、「健康家電」

- 家電に関する調査 -

<https://insight.rakuten.co.jp/report/20210929>

楽天インサイト株式会社は、「家電に関する調査」をインターネットで実施しました。今回の調査は、2021年8月17日（火）から8月18日（水）の2日間、楽天インサイトに登録しているモニター（約220万人）の中から、全国の20～69歳の男女1,000人を対象に行いました。2020年以降に購入した家電ジャンルやその詳細な品目、家電への支出の変化を聴取しました。

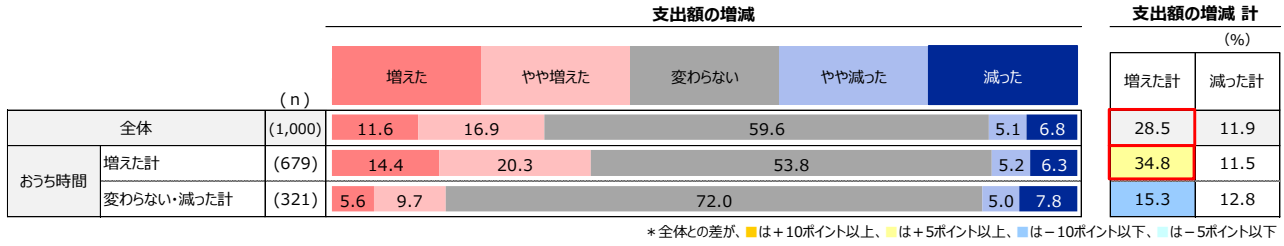
■□ 調査結果 □■

■2020年以降の家電全般の購入額が「増えた」計は28.5%、「減った」計は11.9%。また2020年以降の“おうち時間”が増えた人では「増えた」計が34.8%に

2019年と2020年以降を比較した家電全般の購入支出の増減を聴取したところ、支出が「増えた」計（「増えた」と「やや増えた」の合計）は28.5%、「変わらない」は59.6%、「減った」計（「減った」と「やや減った」の合計）は11.9%となった。

また、別の設問で2019年と2020年以降を比較した在宅時間の増減を質問した。いわゆる“おうち時間”が「増えた」計（「増えた」または「やや増えた」）の人において、家電全般の購入支出が「増えた」計は34.8%となり、全体（28.5%）と比較して高かった。一方、“おうち時間”が「変わらない・減った」計（「変わらない」または「減った」、「やや減った」）の人においては家電全般の購入支出が「増えた」計が15.3%であった。家電全般の購入支出の増加に在宅時間の増加が影響していることがうかがえる。

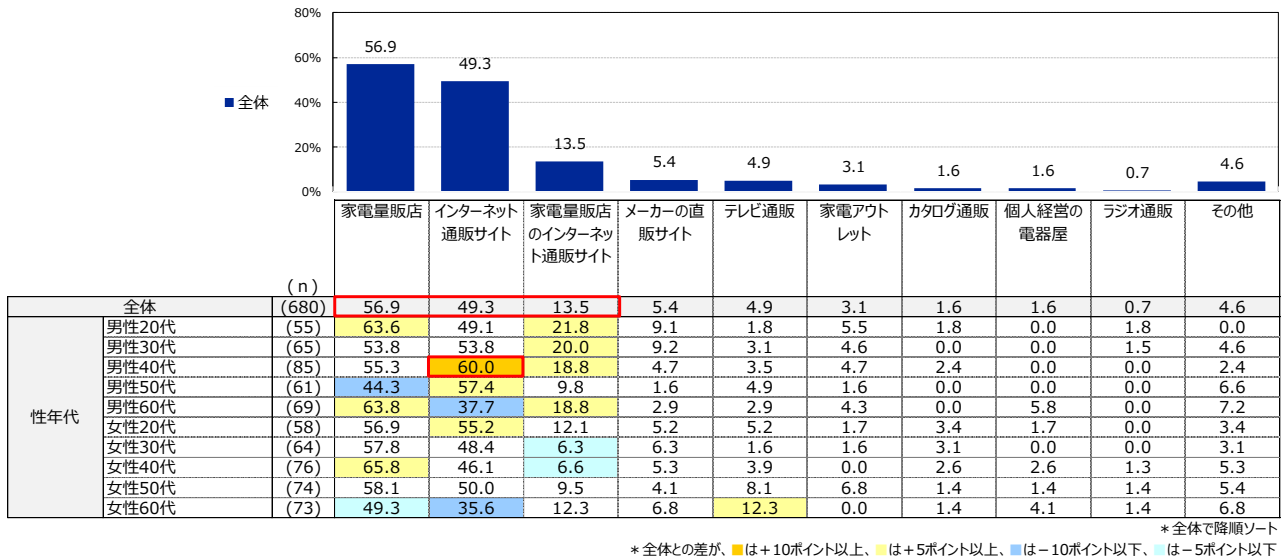
◇2020年以降の家電全般に対する支出額の増減 (n=1,000：全員回答) 単一回答 単位：%



■2020年以降に購入した家電の購入場所は「家電量販店」と回答した人が半数以上で最多。次いで、「インターネット通販サイト」が5割弱

2020年以降に購入した家電の購入場所は「家電量販店」(56.9%)と回答した人が最も多く、次いで「インターネット通販サイト」(49.3%)、「家電量販店のインターネット通販サイト」(13.5%)となった。コロナ禍においても購入場所は「家電量販店」が最多となったが、「インターネット通販サイト」との差は約7ポイントと、主なチャネルは上記2つとなっている。また、性年代別で見ると、男性40代で「インターネット通販サイト」(60.0%)が全体(49.3%)と比べて10ポイント以上高かった。

◇2020年以降に購入した家電の購入場所 (n=680：いずれかの家電を購入した人) 複数回答 単位：%

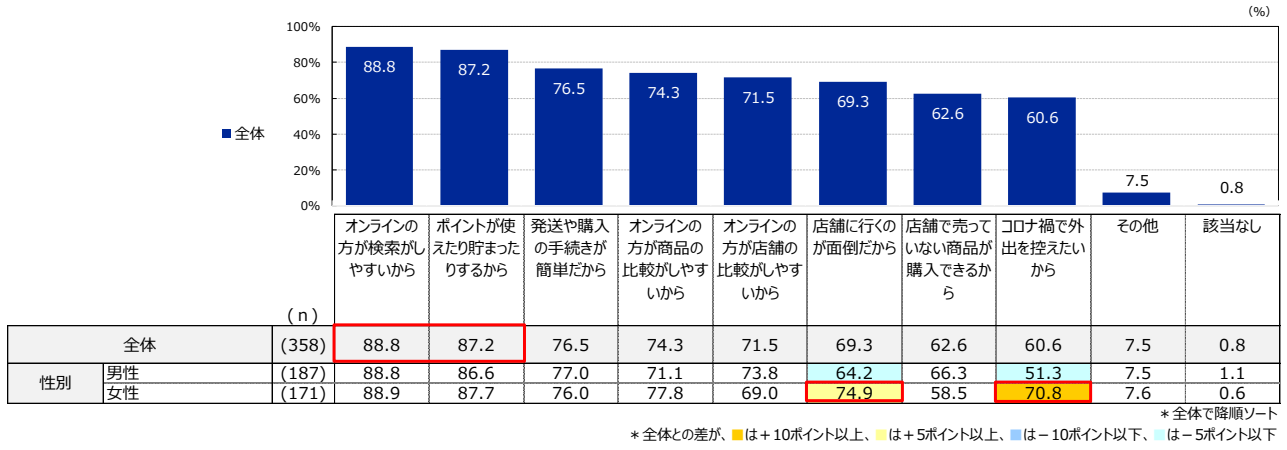


■インターネットで家電を購入する理由は「オンラインの方が検索がしやすいから」と「ポイントが使えたり貯まったりするから」が9割弱

「インターネット通販サイト」または「メーカーの直販サイト」で家電を購入する(した)人に、提示した理由ごとに「非常にそう思う」～「全くそう思わない」の5段階評価を聞き、「そう思う」計(「非常にそう思う」と「そう思う」の合計)の回答を集計した。その結果、「オンラインの方が検索がしやすいから」が88.8%、「ポイントが使えたり貯まったりするから」が87.2%となった。また、女性では「店舗

に行くのが面倒だから」(74.9%) および「コロナ禍で外出を控えたいから」(70.8%) と回答した人が全体(それぞれ69.3%、60.6%)と比べて多かった。

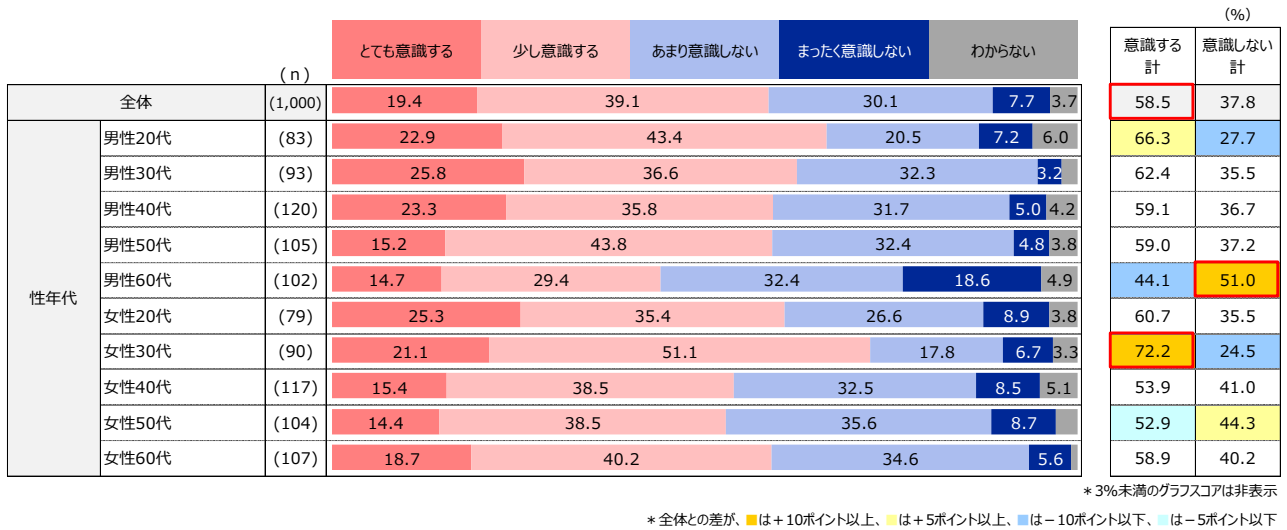
◇2020年以降にインターネットで家電を購入した理由 (n=358: インターネットで家電を購入した人) 複数回答 単位: %



■家電購入の際、お得に購入できる「買い時」を意識する人は6割弱

家電を購入する際、セールなどのお得に購入できる時期(「買い時」)を意識するかを聞いたところ、「意識する」計(「とても意識する」と「少し意識する」の合計)は58.5%、「意識しない」計(「あまり意識しない」と「まったく意識しない」の合計)は37.8%となった。また、女性30代では「意識する」計(72.2%)が全体(58.5%)に比べて10ポイント以上高く、男性60代では「意識しない」計(51.0%)が全体(37.8%)に比べて高かった。

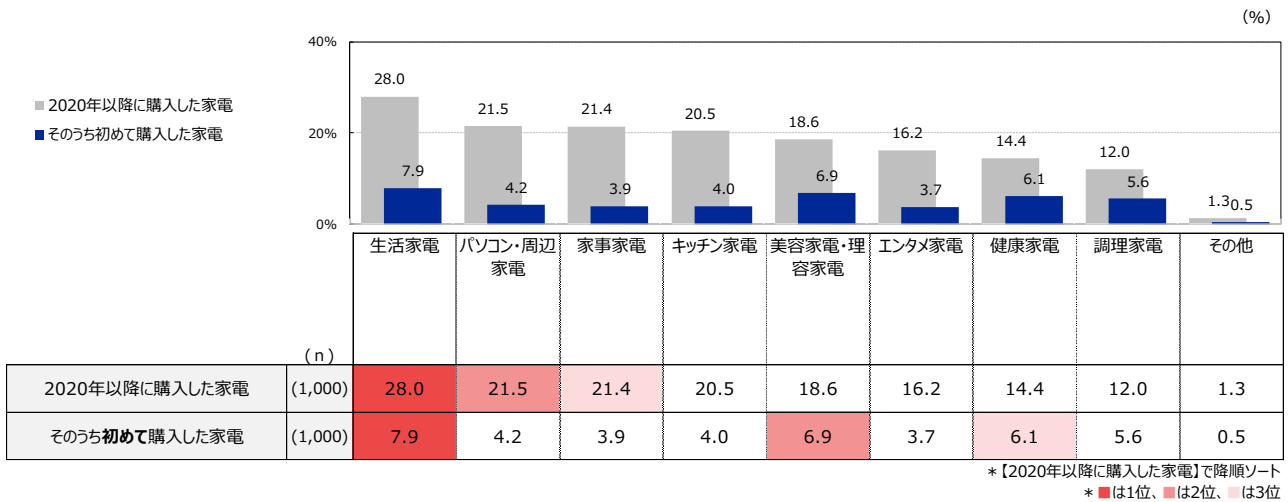
◇家電を買う際、お得に買える時期を意識するか (n=1,000: 全員) 単一回答 単位: %



■2020年以降に購入した家電ジャンルのトップ3は「生活家電」、「パソコン・周辺家電」、「家事家電」。
2020年以降に初めて購入したものでは「生活家電」に次いで「美容家電・理容家電」、「健康家電」

2020年以降に購入した家電ジャンルを質問したところ、エアコン、空気清浄機などの「生活家電」が28.0%、次いで「パソコン・周辺家電」が21.5%、「家事家電」が21.4%となった。また、これまで購入したことがなく2020年以降に初めて購入した家電ジャンルでは、「生活家電」(7.9%)に次いで「美容家電・理容家電」(6.9%)と「健康家電」(6.1%)が続いた。2020年以降の“おうち時間”増加の影響か、「美容家電・理容家電」や「健康家電」といった、自分への投資となるジャンルの家電を購入する生活者がいることがうかがえる結果となった。

◇2020年以降に購入した家電 (n=1,000：全員) 複数回答 単位：%



※注 回答者に提示した家電のカテゴリ分けは下記の通り。

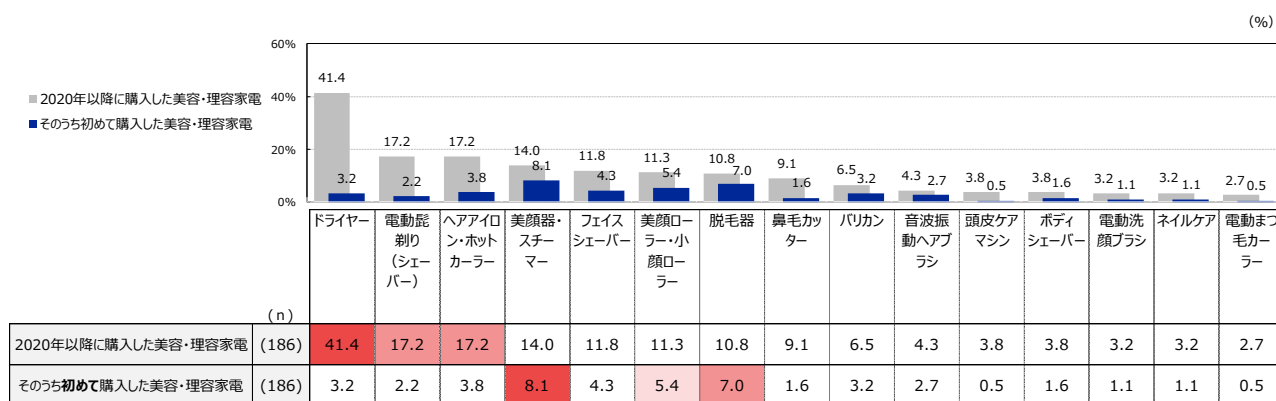
- エンタメ家電：テレビ・ブルーレイレコーダー・DVDレコーダー・ホームシアター・スピーカー・サウンドバーなど
- キッチン家電：冷蔵庫・炊飯器・電子レンジ・オープンレンジ・食器洗い機・食器乾燥機など
- 調理家電：圧力鍋・ホームベーカリー・コーヒーメーカー・エスプレッソメーカー・ホットプレートなど
- 生活家電：エアコン・クーラー・扇風機・空気清浄機・除湿機・加湿器など
- 家事家電：掃除機・洗濯機・洗濯乾燥機・アイロン・衣類スチーマーなど
- パソコン・周辺家電：パソコン本体・ヘッドセット・モニター・キーボード・マウスなど
- 健康家電：マッサージ器・フィットネス機器・体重計・電動歯ブラシ・体温計・活動量計など
- 美容家電：美顔器・スチーマー・脱毛器・小顔ローラー・ネイルケア・電動まつ毛カーラーなど
- 理容家電：電動髭剃り・フェイスシェーバー・ドライヤー・ヘアアイロン・ホットカーラーなど

■2020年以降に購入した「美容・理容家電」では「ドライヤー」がトップ、初めて購入したものでは「美顔器・スチーマー」

2020年以降に購入した「美容・理容家電」を各品目ごとにみると、「ドライヤー」(41.4%)と回答した人が最も多く、次いで「電動髭剃り(シェーバー)」、「ヘアアイロン・ホットカーラー」(ともに17.2%)となった。また、購入した「美容・理容家電」の中でこれまで購入したことがなく2020年以降に初めて購入したものでは、「美顔器・スチーマー」(8.1%)、「脱毛器」(7.0%)、「美顔ローラー・小顔ローラー」(5.4%)がトップ3となった。

購入の理由では「いつまでも若々しくありたいから」、「年齢を感じるようになったから」と回答した人が21.0%で最も多く、次いで「おうち時間を充実させたいから」(17.7%)となった。

◇2020年以降に購入した美容・理容家電 (n=186：美容・理容家電を購入した人) 複数回答 単位：%



*【2020年以降に購入した美容・理容家電】で降順ソート
 *全体との差が、■は+10ポイント以上、■は+5ポイント以上、■は-10ポイント以下、■は-5ポイント以下
 *■は1位、■は2位、■は3位

◇美容・理容家電を購入した理由(トップ10) (n=186：美容・理容家電を購入した人) 複数回答 単位：%

美容・理容家電を購入した理由(トップ10)

順位	理由	%
1位	いつまでも若々しくありたいから	21.0
	年齢を感じるようになったから	21.0
3位	おうち時間を充実させたいから	17.7
4位	より理想の自分に近づきたいから	15.6
5位	自分のコンプレックスを補いたいから	14.0
6位	コロナ禍で美容・理容のために使える時間が増えたから	12.4
7位	店頭売り場を見たから	10.2
8位	コロナ禍でマスクをすることによる肌荒れやたるみ気になるから	8.6
9位	コロナ禍で美容室・エステなどに行けないから	8.1
10位	家族や友人などから勧められたから	7.0
	新聞・雑誌・テレビなどの健康記事や番組を見たから	7.0

*12位以下は非表示

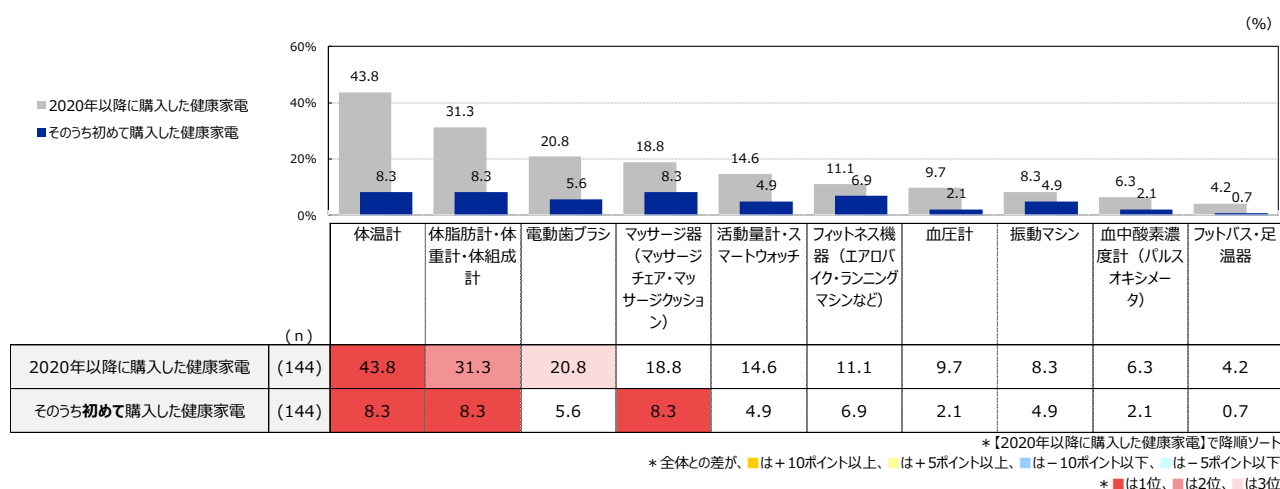
■2020年以降に購入した「健康家電」では「体温計」がトップ、続いて「体脂肪計・体重計・体組成計」

2020年以降に購入した「健康家電」を各品目ごとにみると「体温計」が43.8%、「体脂肪計・体重計・

体組成計」が31.3%、「電動歯ブラシ」が20.8%となった。2020年以降に初めて購入した健康家電では、「体温計」、「体脂肪計・体重計・体組成計」、「マッサージ器（マッサージチェア・マッサージクッション）」が同率トップ（いずれも8.3%）となった。

購入の理由では「健康・体調の維持改善・管理をしたいから」（61.8%）と回答した人が最も多く、次いで「コロナ禍になって体重や運動不足などが気になっているから」（20.8%）、「コロナ禍で健康のために使える時間が増えたから」（19.4%）となった。

◇2020年以降に購入した健康家電（n=144：健康家電を購入した人）複数回答 単位：%



◇健康家電を購入した理由（トップ10）（n=144：健康家電を購入した人）複数回答 単位：%

健康家電を購入した理由（トップ10）

順位	理由	%
1位	健康・体調の維持改善・管理をしたいから	61.8
2位	コロナ禍になって体重や運動不足などが気になっているから	20.8
3位	コロナ禍で健康のために使える時間が増えたから	19.4
4位	コロナ禍で会社や学校などから健康状態の把握を求められているから	14.6
5位	店頭の売り場を見たから	9.7
6位	コロナ禍で病院・フィットネスジム・マッサージなどに行きづらいから	9.0
7位	家族や友人などから勧められたから	6.9
	新聞・雑誌・テレビなどの健康記事や番組を見たから	6.9
9位	健康家電に使える費用が増えたから（他の支出が減ったから）	5.6
10位	SNSでインフルエンサーなどが使っているのを見たから	3.5

* 11位以下は非表示

【調査概要】

調査エリア：全国
 調査対象者：20歳～69歳 男女
 回収サンプルサイズ：1,000 サンプルサイズ
 調査期間：2021年8月17日（火）から8月18日（水）
 調査実施機関：楽天インサイト株式会社

(注) 本レポートでは小数点第2位以下を四捨五入しているため、合計値は必ずしも100%とならない場合があります。