

一般家庭用レンジフード国内シェア No.1^{※1}のFUJIOH^{※2}

空気環境改善ブランド「QUANTENKI(カンテンキ)」始動にあたり、生活者の意識を調査。

多くの電化製品が「暮らしへの投資」として買い替えられる一方、レンジフードは「故障」が主流と判明。

富士工業株式会社(神奈川県相模原市/厨房機器製造・販売/代表取締役社長 柏村浩介 以下、FUJIOH)は、2月10日に空気環境改善ブランド「QUANTENKI(カンテンキ)」を発表しました。FUJIOHは、調理時の換気だけでなく空気環境全体を捉え直すことで、人々の暮らしをより豊かにすることを目指しています。その考えを踏まえ、「電化製品の買い替え」に関する意識調査を実施しました。

その結果「故障を待たず、より良い暮らしのための投資として買い替える」傾向がみられる一方、レンジフードでは依然「故障したら交換」が主流である実態を明らかにしました。またレンジフードを故障前に買い替えた層では、男女で異なる新しい価値観(男性:性能重視/女性:快適性・デザイン重視)が浮上しました。こうした生活者の意識を捉え、空気環境改善ブランド「QUANTENKI(カンテンキ)」はレンジフードを「暮らしを彩る電化製品」へと進化させます。

※1 富士工業グループは、一般家庭用レンジフード供給台数国内シェア No.1。(2021年4月 東京商工リサーチ調べ ODM 生産品含む)

※2 FUJIOHは、富士工業グループの企業ブランドです。



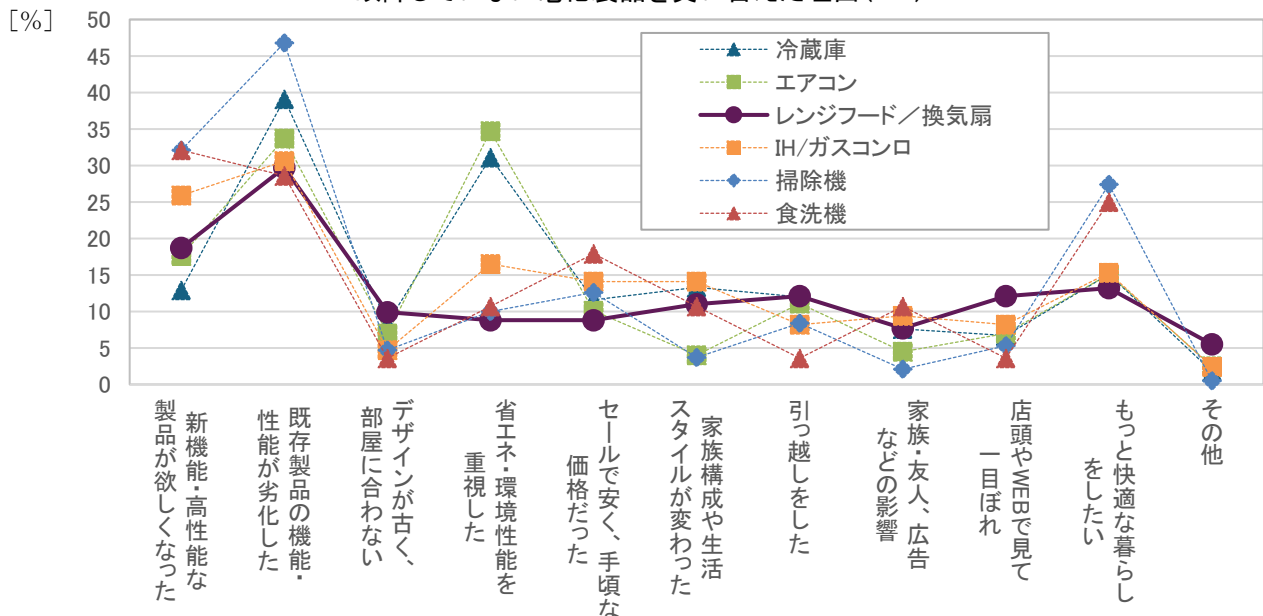
※イメージ

■調査結果ハイライト

1. 故障前買い替えの理由は「機能・性能の劣化」が最多。省エネ意識も高く、暮らしの質を高める「投資」としての側面も。

今回の調査では約70%の人が「故障前に電化製品を買い替えた」経験があると回答しました。理由としては、掃除機や電子レンジなど多くの電化製品において、「既存製品の機能・性能が劣化した」(掃除機46.8%、電子レンジ44.7%)がトップとなりました。また、エアコンや冷蔵庫といった高消費電力の製品では「省エネ・環境性能を重視した」(エアコン34.7%)という回答が上位に入るなど、「使えるから使い続ける」のではなく、より快適で環境にも配慮した暮らしを求める「投資」として買い替えを行う消費者の姿が浮き彫りになりました。

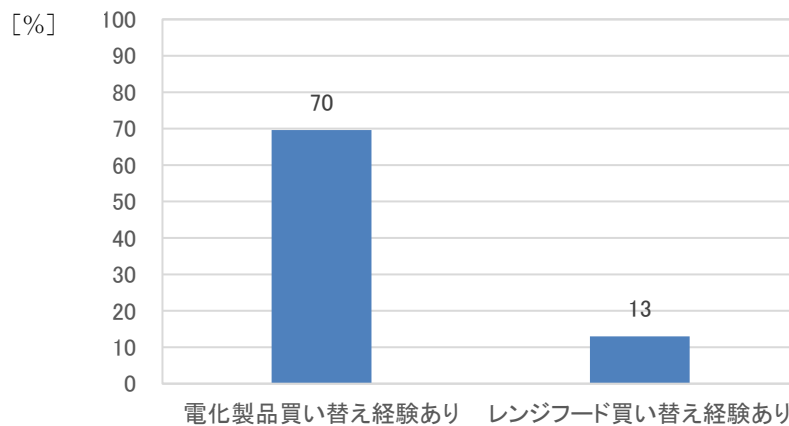
故障していない電化製品を買い替えた理由(MA)



2.レンジフードは「故障したら買い替える」という意識が主流。

約 70%の人が「故障前に電化製品を買い替えた」経験がある一方、レンジフードは約 13%にとどまり、「レンジフードは故障したら買い替える」という考え方が主流であることが明らかになりました。

故障前の電化製品の買い替え経験

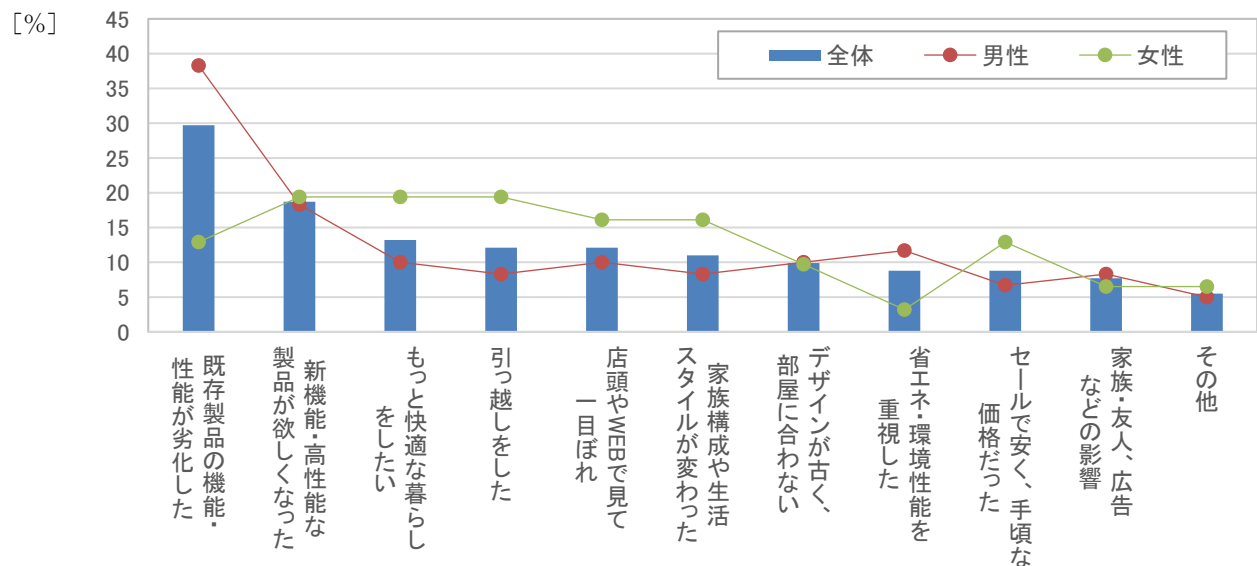


3.故障前のレンジフードの買い替え動機には男女差が判明。

レンジフード故障前に買い替えた人に限定して理由を深掘りすると、男女間で異なる価値観が見えてきました。男性は、「機能・性能が古くなった」など、製品スペックや合理的な価値判断を重視する傾向にあります。一方女性は、「キッチンのインテリアに合わなくなった」「もっと日々の暮らしを快適にしたかった」など、デザインや快適性といったライフスタイルや感性を重視する傾向が顕著でした。

この結果は、特に女性の間で、レンジフードを単なる「換気設備」としてだけでなく、キッチン空間や日々の暮らしの心地よさを左右する重要な要素として捉える視点があることを示しています。それは、レンジフードも「壊れたら交換する機器」から、「デザインや快適性で選び、よりよい暮らしのための電化製品」へと進化する可能性を示唆しています。

故障していないレンジフードを買い替えた理由(MA)



■調査結果を受け、「QUANTENKI」で目指す未来

今回の調査で故障前の電化製品の買い替えを検討においては、機能的な不満解消だけではなく、暮らしをより豊かにするための「投資」という側面があることが明らかになりました。FUJIOH は、この価値観がレンジフードをはじめとした換気・空気環境改善製品の分野にも必ず広がっていくと考えています。

だからこそ私たちは、新ブランド「QUANTENKI」を立ち上げました。目に見えない空気の流れやその変化の兆しを読み解き、最適な環境へと整えた先人の知恵「観天望気」に由来するこのブランドを通じて、空気環境が暮らしの豊かさに直結する重要な要素であることを伝え、製品選びの基準を変えていくことを目指します。

「故障したら仕方なく取り替える」から、「暮らしを豊かにするために、積極的に選ぶ」へ。
FUJIOH は「QUANTENKI」とともに、換気・空気環境改善製品の新たな価値を提案し、すべての人の暮らしをより豊かに変える挑戦を続けてまいります。

■FUJIOH の QUANTENKI (カンテンキ)とは
「カンテンキ(QUANTENKI)」は、レンジフードをはじめとした換気を中心に空気環境を整える製品や取り組みを総称する、FUJIOH のブランドです。名称は、日本古来の知恵「観天望気(かんでんぼうき)」に由来し、空や自然の変化から気配を読み取る感覚になぞらえて、目に見えない空気に目を向けるという思想を表しています。さらに「quantum(量子)」の概念も重ね、暮らしや環境の細部にまで着目しながら、空気環境を通じて生活の質を高める未来を目指すブランドとして展開します。

家庭用・業務用の幅広い製品や情報発信を通じ、空気にこだわる新しい暮らし方の提案を進めています。



調査概要

調査期間:2025年12月3日~8日

調査対象:全国20~79歳男女

有効回答数:700名

調査方法:インターネット調査

調査機関:自社調査

※本リリースに関する内容をご掲載の際は、必ず「FUJIOH 調べ」と明記してください。

【富士工業グループ会社概要】

事業概要:一般家庭用/業務用厨房機器の企画・開発設計・生産・販売・アフターサービス

代表者:代表取締役社長 柏村浩介

創立:1941年12月

所在地:神奈川県相模原市中央区淵野辺2丁目1番9号

従業員数:936名(連結従業員数)

グループ会社 富士ホールディングス株式会社

富士工業株式会社

富士工業販売株式会社

フジテックメンテナンス株式会社

株式会社ヒートアンドクール

Fujioh International Trading Pte. Ltd.

芙子帝風商貿(上海)有限公司 (Fujioh Trading Shanghai Co.,Ltd.)

Fujioh Marketing Malaysia Sdn. Bhd.

台灣富士皇股份有限公司 (Fujioh Marketing Taiwan Co., Ltd.)

[関連会社]アリアフィーナ株式会社

公式 Web :<https://www.fujioh.com>

NEWS RELEASE に関するお問い合わせ

富士ホールディングス株式会社 コミュニケーションデザイングループ

TEL: 042-718-5661 E-MAIL: fujioh.cdg@fujioh.com