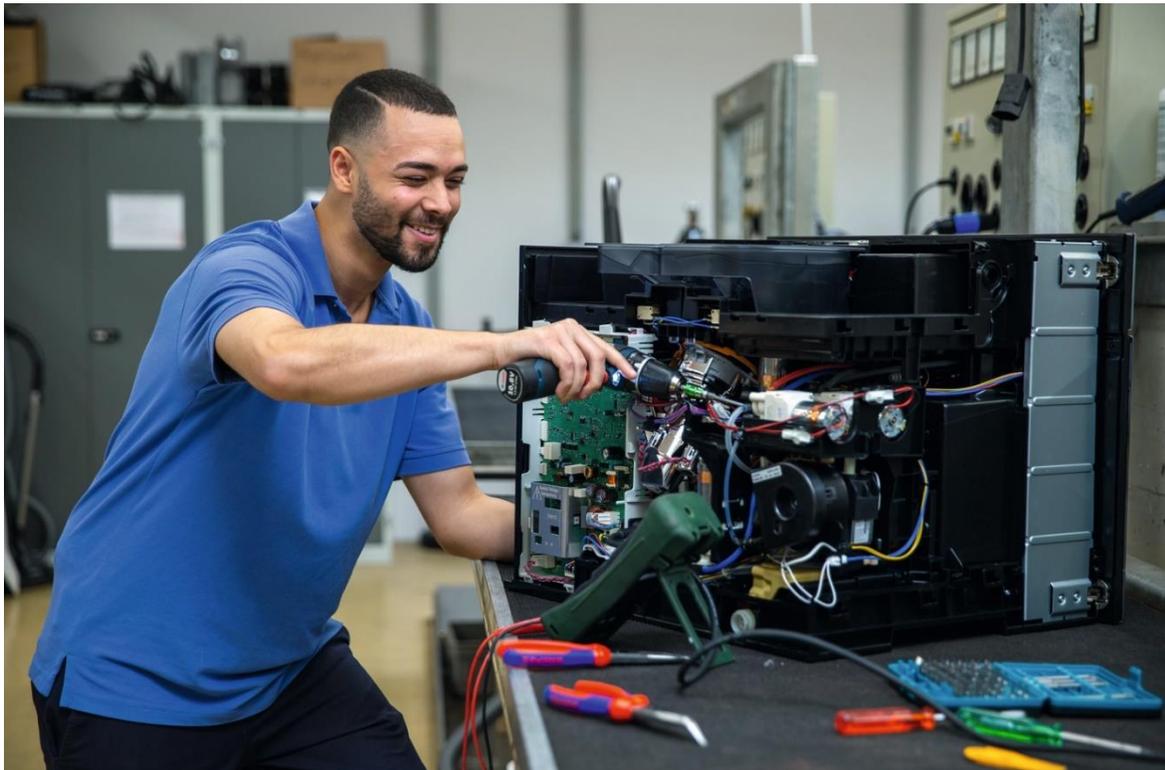


## プレスリリース

(※ドイツにて 2024/8/29 に配信されたプレスリリースの和訳版となります)

### サーキュラーエコノミーの広がり：独占調査により、循環型家電製品の受容度が高いことが明らかに



- ▶ 調査対象者の4人に3人はリサイクル材料で作られた家電製品を信頼
- ▶ 80%以上が再生部品の使用を検討
- ▶ 価格、耐久性、エネルギー効率が引き続き最も重要な購入基準

ドイツ・ギューターズロー発、2024年8月29日 – 市場調査機関のInnofactがMieleに代わって実施した独占調査によると、消費者の大多数はリサイクル品またはリファービッシュ品（修理再生品）の家電製品を信頼しています。製品や材料を可能な限り循環させ続けるという考え方は、明らかに重要性を増しています。その一方で、リファービッシュ品を購入する人々の目的が節約であることも事実です。今回、洗濯機、オーブン、掃除機などの家電製品のサーキュラリティについて人々が何を知り、どの程度受け入れているかを初めて調査しました。調査は、8月初旬にドイツの男女1,000人を対象に実施されました。

サーキュラリティ（循環性）という用語をよく知っている消費者は全体の5分の1（21%）にとどまりましたが、3分の1以上がこの用語をリサイクル（42%）やサーキュラーエコノミー（41%）などのキーワードと正しく関連付けています。したがって、サーキュラー活動について理解はあるものの、その具体的な意味をさらに明確化することが必要です。それにもかかわらず、サーキュラリティの受容度は高まっています。事実、調査対象者の4分の3は、リサイクル材料（73%）または再生部品（65%）を含む家電製品の耐久性も信頼していると回答しています。

今回の調査によると、サーキュラー活動を導入する最も重要な2つの動機は、廃棄物の削減と資源の節約です（いずれも89%）。しかし、関心の高まりに反して、いくつかの障害が道を阻んでいます。調査対象者の約3分の2は、品質欠陥などの問題を懸念しています（62%）。もう一つの重要な側面は、入手可能な製品の選択肢が限られていることです（58%）。それに対し、衛生上の懸念（27%）や購入時の時間的制約（21%）が果たす役割は二次的で、適切な製品の決定を急ぐという理由でサーキュラーエコノミーの話題を無視することを選ぶ人は5人に1人にとどまっています。

## Miele はパイロットプロジェクトに注力

「サーキュラー活動は、ニッチなトレンドから脱却しつつあると同時に、需要が高まっています。Mieleでも一連のパイロットプロジェクトなどを通じて、このことを考慮に入れています」と、Mieleの企業広報部門エグゼクティブディレクターで、サステナビリティも担当するRebecca Steinhage（レベッカ・シュタインハーゲ）は述べています。Mieleは、この7月からヨーロッパ5カ国で、新品スペアパーツの代替品として再生電子部品を提供しています。オランダでは、中古洗濯機を検査、修理、クリーニングし、「リファーマビッシュ品」のラベルを付けて関心のある顧客に販売しています。Mieleは、世界最大級の家電見本市「IFA 2024」において循環型コードレススティック掃除機のコンセプトを発表します。これは、完全モジュラー型デザインを採用し、ライフサイクルの終了時にほぼ完全に材料サイクルに戻すことができ、しかもほぼ完全にリサイクル材料でできています。

## 男性はブランド、女性はエネルギー効率で選ぶ傾向がある

今回の調査では、性別に基づいた購買行動の違いが明らかになりました。女性は男性よりもエネルギー効率を重視し、男性は女性よりもブランドで選ぶ傾向が強く見られました。しかし、価格（79%）、耐久性（76%）、エネルギー効率（71%）は、男女ともに購入を決定する際に最も重要な要素となっています。これと一致するように、調査対象者の70%が時間とコストを節約できるのであれば、自分で修理できることが重要と答えています。スペアパーツが入手しやすいことも重要です。オンライン説明動画は、修理に関して望まれている支援オプションです。また、調査対象者の5人に4人（81%）が、修理用のスペアパーツと

して再生部品を使用するとも回答しています。その場合、部品の保証期間が長く（74%）、適正な価格である（73%）ことが重要だとしています。

主原料がリサイクル材料である場合に、購入する可能性が最も高い家電製品を消費者に尋ねたところ、最も多かった回答は「掃除機」でした（56%）。次いで多かったのが洗濯機（41%）でした。他の選択項目（クッカー、オーブン、クッキングヒーター、食器洗い機、コーヒーマシン、冷蔵庫、衣類乾燥機）は、いずれも35%前後でした。将来に目を向けると、調査対象者の約70%が家電製品のサーキュラリティを将来の環境や社会にとって不可欠な要素と考えているという明確な傾向も見られます。また、60%の人がこれを自分自身の問題として捉えています。「今回の結果を受けて、私たちは自ら設定した戦略的方針を断固たる姿勢で追求していくつもりです」と、Steinhageは付け加えています。

## Mieleはベルリンで開催されるIFAに出展

Mieleは、IFA（2024年9月6～10日開催）において、ホール2.1のスタンド101（メインブース）、およびホール27のスタンド40で展示を行います。スタンド40では、材料が完全に循環し続けるサーキュラーエコノミーの実現を目指す「ゆりかごからゆりかごへ(cradle to cradel)」の原則の共同提唱者であるMichael Braungart（マイケル・ブラウンガート）教授との緊密な協力のもとで開発された、前述の循環型掃除機のデザインスタディを含むハイライトを展示する予定です。また、Mieleカスタマーサービスは、さまざまなスペアパーツを紹介するほか、今後の家電製品のメンテナンスや修理において人工知能（AI）が果たす役割について説明します。さらに、洗濯機の修理を体験できる修理チャレンジも開催されます。

## ※当プレスリリースに掲載の掃除機・プロジェクトについて、日本での導入は未定です。

企業概要：Mieleは、キッチン、ランドリー、フロアケアのための刺激的なポートフォリオを持つ、プレミアム家電製品の世界的な大手サプライヤーとして広く認められています。また、ホテル、オフィス、ケア、医療テクノロジー向けの機械、システム、およびサービスを提供しています。1899年の創業以来、ミーレは品質、革新性、性能、時代を超えたエレガンスの面で、「Immer Besser」、つまり「常により良いものを」というブランドプロミスを果たしてきました。耐久性と省エネ性に優れた家電製品により、お客様の日常生活を可能な限り持続可能なものにするお手伝いをしています。今もなおミーレ家とツィンカン家という2つの創業家が所有しており、15カ所に生産工場を構え、そのうち8工場はドイツ国内にあります。世界の従業員数は約2万2,700人で、最新の売上高は49.6億ユーロでした。本社はヴェストファーレン地方のギュータースローにあります。

本記事には1枚の写真が付いています



**写真1**：家電製品を修理する、あるいは修理を依頼する人が次第に増えています。Mieleの調査によると、回答者の5人に4人（81%）が修理に再生部品を使用することに前向きです。（写真提供：Miele）

ドイツ本社サイトおよび本社運営ソーシャルメディアアカウント

記事および写真のダウンロード：[www.miele-press.com](http://www.miele-press.com)

ソーシャルメディア： @Miele

 @Miele

 Miele