

## 「ウーマンリサーチ」～EMS機器についてのアンケート～

# 女性が選ぶEMSエクササイズ機器 利用率第1位は「MTG SIXPAD」、 満足度／NPS第1位は「ヤーマン キャビスパ」

女性のための生活情報紙を展開する株式会社サンケイリビング新聞社（所在地：東京都千代田区、代表取締役社長：細井 英久）では、読者が選ぶお勧めの商品やサービスを様々な切り口で調査し、結果をランキングにして発表するWebコンテンツ「ウーマンリサーチ」を提供しています。 [https://mrs.living.jp/woman\\_research/topics/3661755](https://mrs.living.jp/woman_research/topics/3661755)

### ◆今回のテーマはEMS機器に関するランキング

2019年7月～9月に実施した「EMS（※1）エクササイズ機器についてのアンケート」において、「MTG SIXPAD」が**利用率第1位**、「ヤーマン キャビスパ」が**利用満足度、NPS（※2）で第1位**となりました。



受賞ロゴ

（※1）EMS=Electrical Muscle Stimulationの略で、電気刺激を与えることによって筋肉を動かし、収縮させて鍛えるエクササイズ機器

（※2）NPS=Net Promoter Scoreの略で、顧客ロイヤルティ（企業やブランドに対する愛着や信頼）を数値化するための指標

▼「MTG SIXPAD」 <https://www.mtgec.jp/wellness/sixpad/>

▼「ヤーマン キャビスパ」 <https://www.ya-man.com/brand/yaman/products/forbody/>

### ◆興味のある人が多いEMS機器。ユーザーが重視するポイントは？

リビング新聞グループのシンクタンクである株式会社リビング暮らしHOW研究所では、全国のWeb会員約428,000人を対象に「EMSエクササイズ機器」についての調査を実施。回答者1146人中、EMS機器を持っている人は12.4%と少数なもの、「興味がある」人は68.9%と注目度が高い結果となりました。ユーザーの利用目的や重視するポイントなど、詳しく聞きました。

リビング暮らしHOW研究所 ウェブサイトはこちら⇒ <https://www.kurashihow.co.jp>

### ◆ユーザーの利用目的は？女性が選ぶEMS機器、利用率トップ3は「SIXPAD」「スレンダートーン」「3D Shaper」、利用満足度／NPSトップは「キャビスパ」

調査では利用しているEMS機器を聞いたところ、利用率第1位は「MTG SIXPAD」、第2位は「ショップジャパン スレンダートーン」、第3位は「RIZAP 3D Shaper」となりました。（表1）また、利用者に満足度を聞いたところ、第1位は「ヤーマン キャビスパ」、第2位は「RIZAP 3D Shaper」、第3位は「MTG SIXPAD」（表2）、NPS第1位は「ヤーマン キャビスパ」、第2位は「マクセル もてケア」、第3位は「RIZAP 3D Shaper」という結果となりました。（表3）

EMS機器を活用している人に利用目的を聞いたところ、「ダイエットのため」が55.6%と半数を占め、次いで「運動不足だったから」「筋トレのため」という結果になりました。「使用しながら家事などが出来るところがとても良い」（30代女性）、「自分のリラックス&リフレッシュのために使用、自分の時間を楽しんでいます」（40代女性）など、「ながら使い」や、「癒やし」のために使っている人も。

女性が選ぶEMS機器 利用率	
第1位	MTG SIXPAD
第2位	ショップジャパン スレンダートーン
第3位	RIZAP 3D Shaper

（表1）

女性が選ぶEMS機器 利用満足度	
第1位	ヤーマン キャビスパ
第2位	RIZAP 3D Shaper
第3位	MTG SIXPAD

（表2）

女性が選ぶEMS機器 NPS	
第1位	ヤーマン キャビスパ
第2位	マクセル もてケア
第3位	RIZAP 3D Shaper

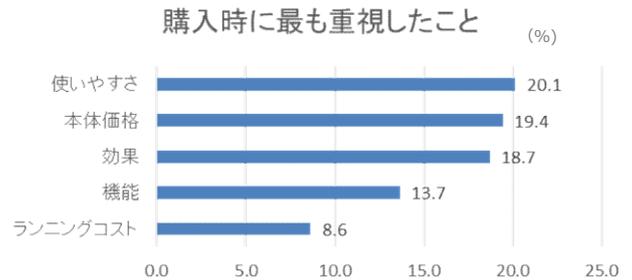
（表3）

サンケイリビング新聞社

2019年11月13日  
株式会社サンケイリビング新聞社

## ◆購入時に重視したのは「使いやすさ」、ポイントは「使い続けられるか」

購入時に最も重視したことは、「使いやすさ」が20.1%と最も多く、次いで「本体価格」、「効果」という結果に。「ランニングコスト」は8.6%と5番目ですが、多くの機器は粘着パッドを別途購入する必要があり、「筋肉運動はしっかりできるが、パッドは消耗品のためランニングコストが高い」（20代女性）などの意見も。使いやすさやコストも含め「使い続けられるか」がポイントになるようです。（[グラフ1](#)）



(グラフ1)

## ◆価格に対する意識は独身・既婚で差あり、ブランドごとの違いも

調査ではEMS機器の価格について、「ちょっと高いと思う価格」、「ちょっと安いと思う価格」等についても聞いたところ、既婚女性と独身女性では各項目すべてで価格差があることがわかりました。（[表4](#)）同様に、利用メーカーごとの結果も、消費者の意識に差がみられるという結果に。メーカーごとの詳細はお問い合わせください。

	高すぎてとても手が出ないと思う価格	ちょっと高いと思う価格	ちょっと安いと思う価格	安すぎて品質を不安に思う価格	
既婚	¥34,049	¥22,914	¥8,364	¥4,343	※平均値 (表4)
独身	¥26,053	¥19,877	¥7,754	¥3,972	

【調査概要】 期間：2019.9.25～9.29／サンケイリビング新聞社公式サイト「リビングWeb」「あんふぁんWeb」「シティリビングWeb」各Web会員へのアンケート / 調査対象：女性 1146人

【回答者プロフィール】 エリア：全国 / 年代：20代以下9.2%、30代28.6%、40代32.4%、50代以上29.8% / 独身31.0%、既婚69.0% / 子どもあり58.2%、なし41.8% データは小数点2位以下四捨五入

今後もサンケイリビング新聞社では、様々なテーマで調査を実施、報告してまいります。第1位を受賞された企業には、受賞ロゴ・調査データ活用のご提案もしております。受賞ロゴは店頭ツール・商談資料・ブランドサイト・検索エンジン等、幅広くご利用いただけます。詳しくはお問い合わせください。

### 【ウーマンリサーチ 過去のランキング】

- ・低糖質な野菜 [https://mrs.living.jp/woman\\_research/topics/3616883](https://mrs.living.jp/woman_research/topics/3616883)
- ・葉酸サプリ [https://mrs.living.jp/woman\\_research/topics/3621975](https://mrs.living.jp/woman_research/topics/3621975)
- ・育毛剤 [https://mrs.living.jp/woman\\_research/topics/3629165](https://mrs.living.jp/woman_research/topics/3629165)
- ・横浜のパーティー会場 [https://mrs.living.jp/woman\\_research/topics/3635863](https://mrs.living.jp/woman_research/topics/3635863)
- ・フードジャー [https://mrs.living.jp/woman\\_research/topics/3643045](https://mrs.living.jp/woman_research/topics/3643045)
- ・オーダーメイドまくら [https://mrs.living.jp/woman\\_research/topics/3649867](https://mrs.living.jp/woman_research/topics/3649867)
- ・動画配信サービス [https://mrs.living.jp/woman\\_research/topics/3653981](https://mrs.living.jp/woman_research/topics/3653981)

### ■本リリースに関するお問い合わせ先

株式会社サンケイリビング新聞社 新規事業開発室 担当：濱村  
E-mail : hmrrnozo@sankeiliving.co.jp