

生活者研究レポート

RESEARCH & DESIGN  
for Marketing & Merchandising M2

# CenSor's センサーズアイ EYE

Trend Report & Life Style Information  
for Marketing & Merchandising

Vol .  
143

2010/5

特集

広がる、深まる、進化する・・・  
暮らしの情報源 インターネット

M-2生活者モニター・アンケート調査レポート

THEヒット商品

赤城乳業 株式会社  
「ガリガリ君」

Tokyo New  
Spot Information

ecute (エキュート)東京  
atre (アトレ) 吉祥寺  
LOTTE CITY HOTEL (ロッテシティホテル) 錦糸町

## 暮らしの情報源 インターネット

成熟期に入り もはや生活に欠かせない存在となったインターネット。電子商取引 (EC) は年 1兆円の急成長で、市場規模 10兆円も視野に入ってきたと言われています。

また、最近では自分の体験や心情などをブログやツイッターで発信する消費者も増え、話題が話題を呼ぶ波状効果で注目度が上がる商品も登場。いかにネットを活用し、消費者と対話するか、ということも企業にとって重要な課題となっているようです。

そこで今号は、M-2生活者モニターアンケート結果から、インターネット情報の活用実態や評価を探ります。

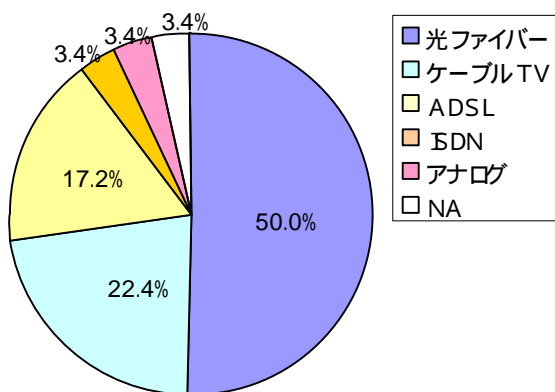
### M-2生活者モニターアンケート 回答者のインターネット利用状況

調査時期 2010年3月下旬  
調査対象 全国のインターネットを利用している  
30代・40代女性 (未婚・既婚 = 2:8)  
調査手法 : Fax自記アンケート

自宅のインターネット接続は「光ファイバー」が半数。自宅のネット環境も大容量化が進んでいるようす。インターネット利用手段は「パソコン」が93.0%。「パソコン」と携帯電話の併用も42.1%。インターネット利用頻度は「ほぼ毎日」が75.9%。インターネットは生活の一部となっている。

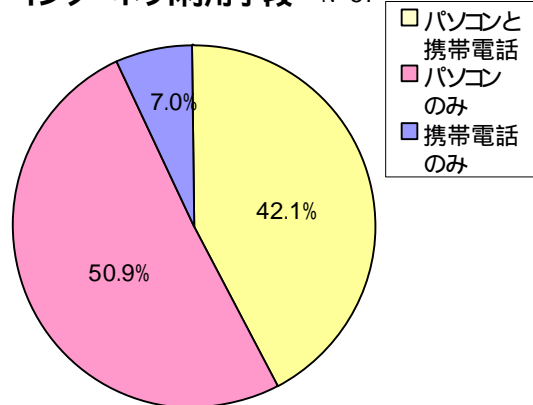
自宅のインターネット接続環境

N=58



インターネット利用手段

N=57



インターネット利用頻度

N=58

