

生活者研究レポート
センサーズ・アイ

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.
147

2011/1

特集

ロングセラー、復刻、リバイバル…

私の定番商品

M2生活者モニター・アンケート調査レポート

THEヒット商品

株式会社 ユニクロ
「ヒートテック」

特集

ロングセラー、復刻、リバイバル・・・

私の定番商品

新製品の大ヒットが出にくい今、食品・飲料メーカー各社が、定番・ロングセラー商品に注力したり、過去にヒットした商品を見直し、復活させるなど、手堅い戦略も、このところ目立ちます。

消費者側にとっても、節約志向の高まる中「冒険して失敗したくない」心理が働き、信頼感のある定番商品を支持する動きも強まっているようです。

そこで今号は、M-2生活者モニターアンケート結果から、定番商品に対する意識や購買実態、ニーズを探ります。

M-2 生活者モニター アンケート

調査時期：2010年10月下旬

調査対象：東阪の20～60代女性55名

(未婚・既婚 = およそ3:7 子供有・無 = およそ7:3)

調査手法：Faxまたはインターネット自記アンケート

指名買いする銘柄のあるカテゴリー

「マヨネーズ」が54.5%と指名買い率が高い。次いで、「ヨーグルト」「チョコ菓子」「インスタントラーメン」。

日用品では、「シャンプー」45.5%、「洗濯洗剤」36.4%、「歯みがき粉」30.9%など。

指名買い率が比較的低いのは、「防虫剤」9.1%、「食器洗剤」20.0%、「風邪薬」21.8%。
ブランドにあまりこだわりなし?

指名買いを永く続けている“私の定番”があるカテゴリー N=55

