

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 .
150

2011/7

特集

いつでも、どこでも…

いまどき“モバイル”スタイル

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

カゴメ株式会社
「野菜生活100」

特集

いつでも どこでも…

いまどぎ“モバイル”スタイル

昨年、大ヒットしたパナソニックの「ポケットトルツ」は電動歯ブラシの市場規模を2倍にまで引き上げた立役者となりましたが、他にもハンディミストやイオン発生機、ヘアアイロンなど共に、“モバ美（モバビュー）”という1つのトレンドを生み出しました。

そうしたヒットの背景にあるのが「自宅で味わう快適性を、外でも!」という消費者心理。

美健だけでなく食品・日用品など、女性は日ごろどんなものを携帯しどのような潜在ニーズがあるのでしょうか。

今号は、M-2生活者モニターアンケート結果から、“モバイル”に対する意識や実態、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 2011年5月中旬

調査対象 20歳～40歳代で、有職、もしくは、週に4～5日以上外出する女性70名（有職70%、無職30%、未婚15%、既婚85%）

調査手法 インターネット または、Fax自記アンケート

外出先や移動中にすること

職場（外出先）で、化粧直しをする、通勤（外出）途中に、音楽を聴く本を読む、ゲームをする、通勤（外出）途中に、お菓子などで小腹満たしする」は、それぞれおよそ7割が行っている。

歯をみがく」は28.6%、携帯美容家電を使う」は11.4%。

職場・外出先、移動中にすることがあるもの N=70

