

2006年(平成18年)10月12日

株式会社 大広  
総務人事局 広報部

～大広 生活意識トレンドレポート<D-SCAN2006 Vol.2>～  
景気回復のなか、新商品の購入意向高まる！」

株式会社大広(社長:高野功)は、首都圏の3,000におよぶサンプルを対象とした多面的・多角的な調査を核に、独自の生活者総合データベース「D-SCAN」を構築しております。今回は、新世代型の家電商品や通信サービスに対する生活者の意識を、非利用者も含む幅広い層で調査・分析を行いました。

大広ではこの広範な層において、新製品・サービスへの興味・接触状況、パソコンの保有～利用状況、携帯電話の利用状況、インターネットショッピングの利用状況、インターネットでの情報収集。これら5つの項目で、その意識を詳細に分析、ネット調査とはまた違った多様な生活者の気持ち、市場全体を俯瞰することができました。ポイントは以下の通りです。

注目される男性消費、高収入層でのネットショッピング、  
若い女性の携帯フリークぶり。

<調査結果に見る5つのポイント>

- 1 : 新しい製品、サービス : 関心度と購入意向の差が少ない「今が旬!商品」は、やはり薄型ハイビジョンテレビ、洗濯乾燥機、HD内蔵DVDレコーダー。特に男性の意欲の高さが目立つ。
- 2 : パソコンの保有～利用状況 : ほぼ4分の3世帯が所有。9割がネット接続し、ホームページ・メールは全年代で広く利用。
- 3 : 携帯電話の利用状況 : 若い層、特に女性はフリークとも言える利用ぶり。
- 4 : ネットショッピングの利用状況 : 利用経験は3～4割だが未経験者の今後利用意向は2割と拡大の余地あり。文化・マナー・グルメでは高所得層の活発な購入も。
- 5 : インターネットでの情報収集 : 商品情報、「まずはネットでチェック」が定着。

D-SCAN 調査2006 調査設計 /

調査地域 / 首都圏 40 km

調査対象 / 18 ~ 74 歳

・サンプル数 / 3000サンプル (有効回収)

抽出方法 / 3段階確率比例抽出法

調査方法 / 訪問留置 (自記入式)

調査時期 / 2005 年 10 月

D-SCAN調査は(株)リサーチ・アンド・ディベロプメント社のCORE調査をベースに  
当社オリジナルの項目を追加して実施しているものです。

この件に関するお問合せは下記までお願いいたします。

株式会社大広 総務人事局広報部 遠藤、長谷川

TEL:03-3437-8601

なお、資料として添付いたしました調査データにつきましては、大広のホームページ  
(<http://www.daiko.co.jp>)にも掲載しております。