

パソコン

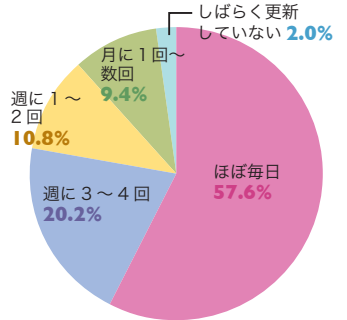
この10年間で、各種サービスの「利用経験者」率は大幅にアップ。しかし注目したいのは、「していないし、興味もない」人も同時に増加していること。パソコン利用は二極化が始まっている。

また、経験率が下がったのが「ブログ・HPの更新」。現在、ブログなどで情報発信をするミセスは、全体の2割程度だ。ここでもネット情報の「発信者」と「受信者」の二極化が進んでいると考えられる。その「発信者」である優良なブロガー消費者を押さえることは、今後さらに重要になってくるだろう。

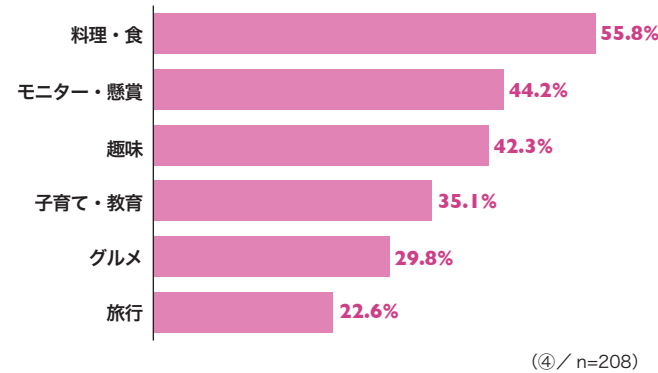
2009年「ブログを続けているミセス」のデータ

主婦ターゲットのウェブサイト「えるこみ」に自分のブログを登録している人のデータでは、ブログの更新は半数以上が「ほぼ毎日」。よく書くテーマは料理・食、モニター・懸賞など、身の回りのことその評価が中心だ。

〈ブログの更新の頻度は？〉



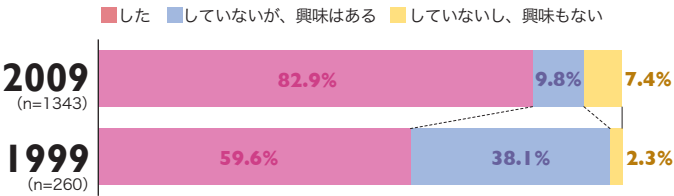
〈よく書くテーマは？〉(複数回答)



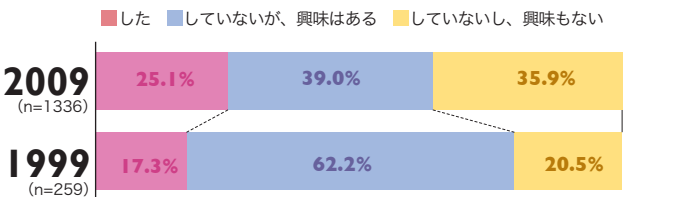
(④／n=208)

パソコンを使って、1年以内にしたことがありますか？

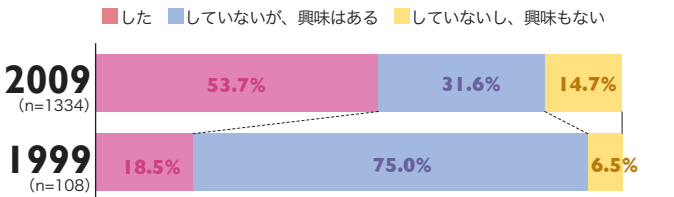
〈ネットショッピング〉



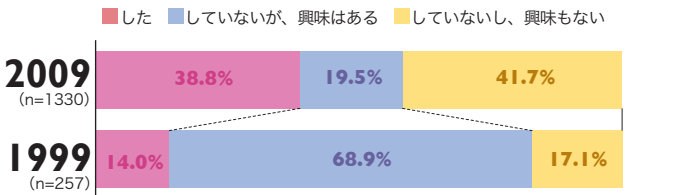
〈ネットオークション〉



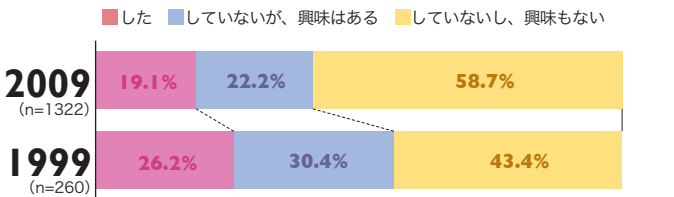
〈ネットでの宿泊予約〉



〈ネットバンキング〉



〈自分のブログやホームページの更新〉



※調査①③

FROM LIVING ネット上で「暮らしの実感クチコミ」を広げる主婦をプロデュース

ミセスの「ブロガー」1500人を囲い込み
クチコミプロモーションに活躍する「ミセスブロガーズ」

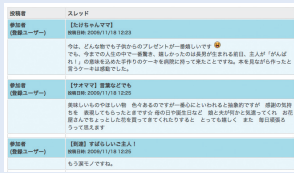


リビング新聞のウェブサイト「えるこみ」には、主婦ブロガー1500人が「ミセスブロガーズ」として登録。日常の中で出会ったイベント、新商品、育児や料理などについてのブログを更新しています。「えるこみ」では、彼女たちが「書きたい!」と思うような新商品、イベント、試写会などの情報を提供し、情報収集をお手伝い。ミセスの実感で良いと思ったポイントを素直に表現するので、読むミセスも納得し、信頼できるクチコミ情報としての広がり生まれます。

「Happy Shufu Festival 2009」では、「ブロガーズプレス」ルームで、新商品の情報収集。ブログアップのためのフォト撮影にも力が入ります

ネット掲示板での「おしゃべり」で
ホンネに迫る情報収集を
「くらしHOWネットモニター会議室」

グループインタビューは費用もかかるし、分析が難しい。もっとシンプルに、主婦の生の声を聞き、チームで共有したい。そのようなニーズに応えるのが「くらしHOWネットモニター会議室」。ネット掲示板の仕組みを使い、3～4人のミセスと女性司会者が楽しくおしゃべり。自宅のPCの前だから、ポロリとホンネがこぼれます。低予算で主婦のホンネを収集できる新しいインタビュー調査です。



デジタル活用は大きく進むが、「興味なし」も増えて二極化傾向 韓流に並ぶ、気持ちに響く「魅力」を探せ

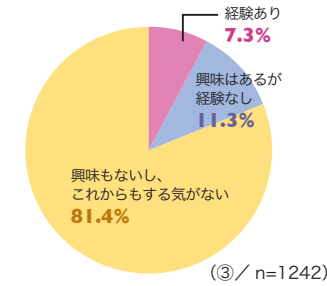
ケータイ

1999年調査でのミセスのモバイル所有率は44.8%。通話とメール以外の利用はほとんどなかった。今年、所有率は92.6%に達しているが、たとえばケータイでのショッピング経験者は思うようには伸びていないようにも見える。

しかし、ケータイサイト「シュフモ」ユーザーへの調査を見ると、8割以上が「経験あり」と回答。主婦の中でもPC活用層とケータイ活用層が分かれてきている。この二層化にどのような対策を打つかが、今後の課題だ。

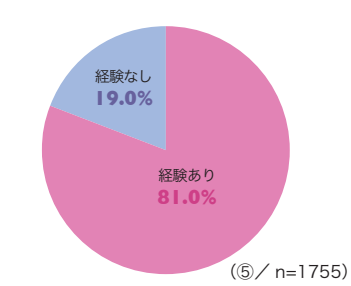
2009年「ケータイサイト」での通販経験

〈PCサイト「えるこみ」ユーザー〉



(③／n=1242)

〈ケータイサイト「シュフモ」ユーザー〉



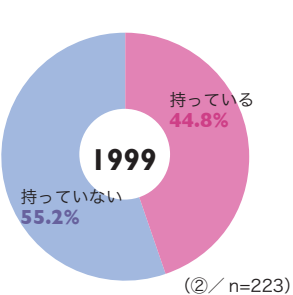
(⑤／n=1755)

【調査概要】

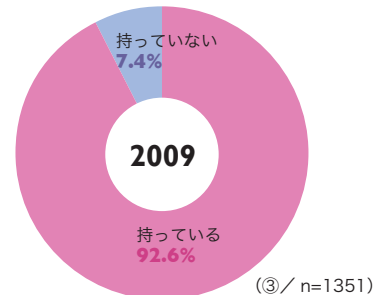
① 1999年4月 紙面掲載およびファクス調査 ② 1999年3月 紙面掲載調査 ③ 2009年11月 ウェブ調査 ④ えるこみミセスブロガーズ調査/2009年10月 ウェブ調査 ⑤ ケータイサイト「シュフモ」調査/2009年9月 ケータイウェブ調査

携帯電話の所有率

※ 1999年データはPHS、ポケベルも含む

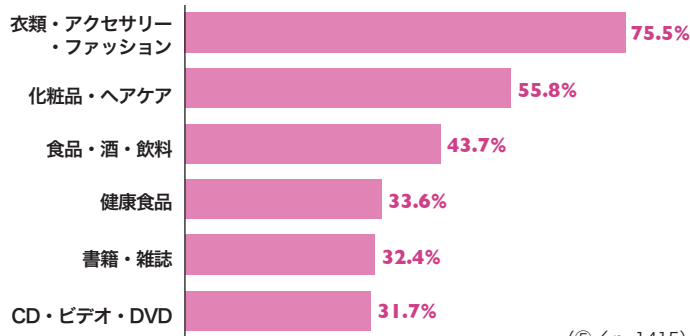


(②／n=223)



(③／n=1351)

ケータイ通販で購入したものは？(複数回答)



(⑤／n=1415)

FROM LIVING 主婦ならではの気持ちに沿って、主婦をケータイで動かす

ケータイメールを使ってミセスを「現場」に引き出す
リビングプロシード「指令メール」プロモーション



ケータイに「指令メール」を送信。ミセスはそれを見て店頭。ゲーム感覚で楽しめる仕掛けです

ワケあり商品をケータイで通販
お得志向の主婦から注目の
「バーゲン★シュフモ」

ケータイサイト「シュフモ」のユーザー向けメルマガ「週刊シュフモ」の号外として配信されるメール「バーゲン★シュフモ」。賞味期限間際のもなど「ワケあり」「限定」飲料や食品の大特価情報を紹介。ケース単位など数は多いけれど、自宅まで届き、何よりも値段が安い!と、お得に敏感なケータイサイトユーザーの主婦に注目されています。