

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 .
146

2010/11

特集

M-2モニターの
2010年“私のヒット商品”
& M-2スタッフの“PICK UP 2010”

THE ヒット商品

日清食品 株式会社
日清カップヌードルごはん
日清カップヌードルごはん シーフード

特集

M-2モニターの 2010年“私のヒット商品”

全国各地でうだるような最高気温を記録した今夏。7～9月の消費はエアコンや冷菓などの“盛夏商材”景気に沸きました。7月まで開かれたワールドカップ南アフリカ大会の「岡田ジャパン」や家電エコポイント制度、“家飲み派”の増加による内食需要など引き続き“巣ごもり消費関連の商品・サービスが活況だった様です。今号は、今年1年を振り返り M-2生活者モニターアンケート結果による「私のヒット商品」、そしてM-2スタッフによる、店頭ウォッチングからの「PICK UP 2010」をお送りします。

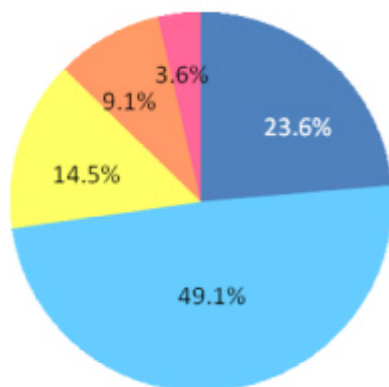
M-2 生活者モニター アンケート

調査時期 2010年9月末
 調査対象 東阪の20代～60代女性 55名
 (およそ 未婚 既婚 = 3 : 7 子供有 無 = 7 : 3 有職 無職 = 6 : 4)
 調査手法 : Fax自記アンケート

今年 / 来年のお財布事情は？

今年、わが家の財布のヒモは固かった」23.6% + 「少し固かった」49.1% = 72.7%。
 来年、わが家の財布のヒモは固そうだ」32.1% + 「少し固そうだ」52.8% = 84.9%と
 来年はさらに引き締めムードアップの様相？！

◆2010年わが家の財布のヒモは固かった



◆2011年わが家の財布のヒモは固そうだ

