

自主調査結果サマリー

2011年 ヒット商品・話題の商業施設

2012年 1月 6日



we find true feelings

ジャストリサーチサービス株式会社

〒104-0033 東京都中央区新川2-20-7 TOKOHビル6F

TEL 03-3553-3737 FAX 03-3553-3494

URL <http://www.just-research.co.jp/>

(社)日本マーケティング・リサーチ協会正会員：会員番号20081



1. 調査目的 : 今年、話題となった商品・サービス・商業施設の利用実態を把握する
2. 調査方法 : Web調査
3. 調査対象 : 全国20～59歳の男女（当社アンケートモニター）
4. サンプルサイズ : 1090s ※割付なし
5. 調査期間 : 2011年 12月 16日（金）～ 19日（月）

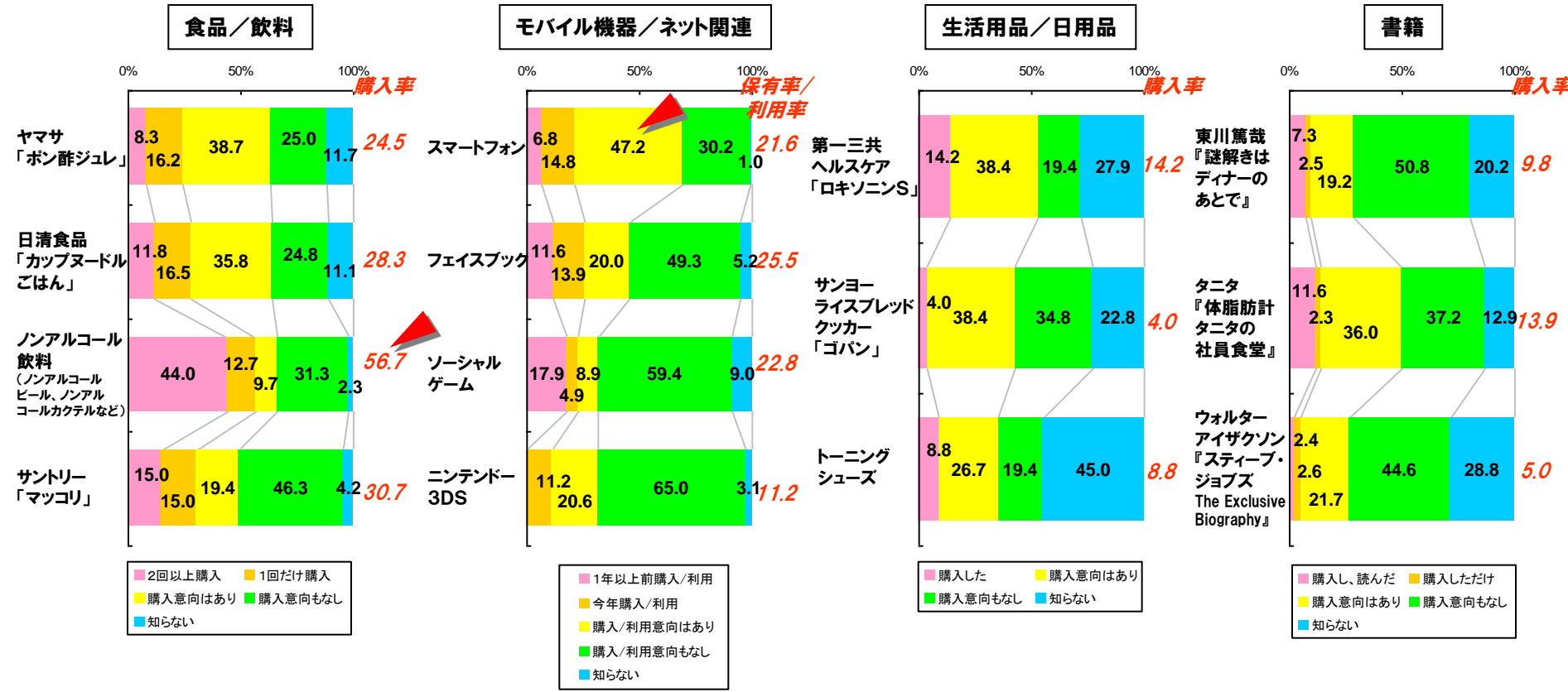
2011年ヒット商品・話題の商業施設の経験率と今後の意向は？

東日本大震災があった2011年を象徴する漢字は「絆」でした。ヒット商品も震災の影響を反映して「節電」「人とのつながり」がキーワードなんだとか。今年も、話題となった商品・サービス・商業施設の実際の経験率と意向を聞いてみました。実際のところは？？

1. 商品/サービス編

◆食品・日用品の分野では、「**ノンアルコール飲料**」が購入者**57%**とダントツ。リピーターも44%と高く、ひとつのジャンルとして確立した感がうかがえる。

◆モバイル機器/ネット関連の分野では、2011年の象徴とも言える「**スマートフォン**」が購入者**15%**（1年以上前購入者とあわせ保有者は22%）で、**これから購入したい者は47%**と半数近くに迫り、「一般携帯」とのシェア逆転も時間の問題と思われる。



2011年ヒット商品・話題の商業施設の経験率と今後の意向は？

II. 商業施設編

◆1都3県居住者に対して、2011年にオープン(リニューアル、増床含む)した首都圏の商業施設、レジャー施設についてきいたところ、利用率が高かったのは、春Openの商業施設では「**越谷レイクタウンアウトレット**」(20%)、秋Openの商業施設では「**ルミネ有楽町**」(24%)、レジャー施設では「**池袋サンシャイン水族館**」(25%)であった。

◆銀座地区に新たな若者層を呼び込むかと注目されている「ルミネ有楽町」は秋のOpenながらリピーターは既に10%となっている。

商業施設

【春オープン】

【秋冬オープン】

【レジャー】

