

「わかものレポート」発刊 ～ 起床時間の約 1/3 をインターネットに費やす～

2016年3月11日

株式会社ビデオリサーチ(本社:東京、社長:秋山創一)は、今の若者を取り巻く環境、ターゲット特性などをまとめた『わかものレポート』を発刊いたしました。

昨今の社会環境の加速度的変化に伴い、捉えにくくなっていると言われる若者の理解が必要になっています。当社では日本最大級の生活者データベース『ACR/ex』データと若者研究チーム「VR わかものラボ®」が実施した「若者 5,000 人調査」「ホームビジット」調査結果をまとめた「わかものレポート」を発刊する運びとなりました。若者の生活行動や意識を俯瞰し、理解を深められるものとなっております。若者に対するインサイトの発見や商品・ソリューション開発のヒントに是非ご活用ください。

<トピックス>

- ・若者の 2 人に 1 人が今の生活レベルに満足
- ・若者の 4 割が少ない友人と深く付き合いたい
- ・女性の 3 人に 1 人が父親と外食、男性の 5 人に 1 人が母親と旅行
- ・起床時間の約 1/3 をインターネットに費やす

<レポート概要>

【I. 基本レポート】

1. はじめに (人口構成など)
2. プロフィール
3. 基本的な生活意識・行動
4. 購買・情報に関する意識
5. メディア接触状況 (テレビ、ラジオ、新聞、雑誌、インターネット)
6. 周りの人との関係 (家族、恋愛など)

※「若者全体」と、当社が提唱する「わかものパーソナリティ」別の傾向を把握できます。

7. 定性編 (ホームビジット調査より)

※上記より、定量データのみを抜粋した「基本レポート(定量編のみ)」もご用意しております。

【II. 追加分析 (オプション)】

本レポートに掲載内容については、ご要望に応じた追加分析も対応いたします。

※(例) 貴社想定ターゲット設定による分析サマリー

【レポート形態】

- ・PDF ファイル、excel ファイル (CD-ROM にて納品)

【ご提供価格】

- I. 基本レポート 100万円（税別）
 基本レポート(定量編のみ) 70万円（税別）
- II. 追加分析 別途御見積

※「II. 追加分析」は、「基本レポート」または「基本レポート(定量編のみ)」をご購入いただくことが前提となります

【わかものレポート 調査概要】

『ACR/ex』	
● 調査方法:	訪問による調査対象者説得、電子調査票による調査□ ※回答者全員に通信機能付きの回答専用端末(タブレット端末)を貸与
● 対象者抽出方法:	エリア・ランダム・サンプリング ※調査対象者は、インターネット非利用者も含む無作為抽出。市場全体を母集団とする。
● 対象者条件:	12～69歳男女
● 調査エリア:	東京50km圏
● 調査時期:	4～6月、7～9月、10～12月、1～3月の年4回
● サンプル数:	有効回収 4,622s
● 主な調査内容:	①【生活者の内的特性】 性格や価値観、嗜好や消費行動といった内面を捕捉。□ ②【商品関与】 生活者の商品・ブランドとの関わり(認知・利用・欲求など) (ブランドはおよそ3,600ブランドを網羅) ③【メディア接触】 購買プロセスごとの情報入手経路と、生活者のメディア接触やメディアに対する意識 ※調査項目は、約10,000以上。日本最大級のデータベース。

※『わかものレポート』は、上記の日本最大級データベース『ACR/ex』より若者データを抽出し作成しております。

	若者5000人調査	ホームビジット調査
● 対象者条件:	15～34歳男女	18～24歳男女
● 調査時期:	2014年8月	2015年9月
● サンプル数:	有効回収 5,931s	13s
● 調査方法	登録モニターへのwebアンケート	対象者宅でのインタビュー

ビデオリサーチ「ひと研究所®」では、「シニア」「若者」等のターゲット研究や新しい「生活者セグメント」を開発することで、生活者に届きやすいコミュニケーションの研究や企業が抱えるマーケティング課題の発見・解決などを行っております。以下サイト『VR LOUNGE』では、各種情報発信やセミナー開催・書籍の刊行など、様々な活動を通じて、皆様に“いまの生活者”のリアルな姿をお届けしております。是非ご覧ください。

ひと研究所「VR LOUNGE」:<http://vrlounge.jp/at/>