

平成20年度版

カレンダーユーザーの利用意識調査

< 簡易版 >

(株)コミュニティネット

調査方法

- 1.調査方法・・・インターネットによるアンケート回答法(WEBアンケート)
- 2.調査目的・・・カレンダー利用者の意識調査とその分析
- 3.調査期間・・・平成20年3月4日(火)～3月24日(月) 21日間
- 4.調査対象・・・インターネットユーザーの無作為抽出
- 5.調査区分・・・無制限(性別の分類、10代ごとの分類、性別10代ごとの分類、職業別分類、地域ごとの分類)
- 6.回答方法・・・多者単数回答方式、多者複数回答方式
- 7.有効回答・・・1,548人
- 8.男女区分=男性721人、女性827人

< 添付内容 >

- (1)基本データ表(アンケートスクリーニング<クロス表>)
- (2)グラフ図(全体、男女別、年代別)

アンケートスクリーニング<クロス表 (全体、年齢、性別)>

		アンケート1			アンケート2			アンケート3			アンケート4			アンケート5									
		好きなカレンダータイプは？			仕事で使うカレンダータイプは？			自宅で使うカレンダータイプは？			あなたは企業名入りカレンダーに抵抗がありますか？			カレンダーを選ぶ基準は？									
		卓上タイプ	壁掛けタイプ	その他	卓上タイプ	壁掛けタイプ	その他	卓上タイプ	壁掛けタイプ	その他	抵抗ない	抵抗ある	どちらでもない	サイズ	デザイン	形状	素材	耐久性	機能性	価格	その他		
全体	1,548	459	1,067	22	916	482	150	298	1,214	36	827	346	375	383	709	75	3	6	296	62	14		
		29.7%	68.9%	1.4%	59.2%	31.1%	9.7%	19.3%	78.4%	2.3%	53.4%	22.4%	24.2%	24.7%	45.8%	4.8%	0.2%	0.4%	19.1%	4.0%	0.9%		
性別	男性	721	210	498	13	396	258	67	130	579	12	447	107	167	178	302	42	2	3	155	32	7	
			29.1%	69.1%	1.8%	54.9%	35.8%	9.3%	18.0%	80.3%	1.7%	62.0%	14.8%	23.2%	24.7%	41.9%	5.8%	0.3%	0.4%	21.5%	4.4%	1.0%	
性別	女性	827	249	569	9	520	224	83	168	635	24	380	239	208	205	407	33	1	3	141	30	7	
			30.1%	68.8%	1.1%	62.9%	27.1%	10.0%	20.3%	76.8%	2.9%	45.9%	28.9%	25.2%	24.8%	49.2%	4.0%	0.1%	0.4%	17.0%	3.6%	0.8%	
年齢	10代	44	16	28	0	19	16	9	12	30	2	18	11	15	5	22	1	1	2	8	5	0	
			36.4%	63.6%	0.0%	43.2%	36.4%	20.5%	27.3%	68.2%	4.5%	40.9%	25.0%	34.1%	11.4%	50.0%	2.3%	2.3%	4.5%	18.2%	11.4%	0.0%	
	20代	442	145	289	8	273	119	50	98	327	17	212	133	97	105	227	20	0	0	61	24	5	
			32.8%	65.4%	1.8%	61.8%	26.9%	11.3%	22.2%	74.0%	3.8%	48.0%	30.1%	21.9%	23.8%	51.4%	4.5%	0.0%	0.0%	13.8%	5.4%	1.1%	
	30代	516	184	323	9	343	129	44	116	388	12	254	128	134	138	228	26	0	1	95	25	3	
			35.7%	62.6%	1.7%	66.5%	25.0%	8.5%	22.5%	75.2%	2.3%	49.2%	24.8%	26.0%	26.7%	44.2%	5.0%	0.0%	0.2%	18.4%	4.8%	0.6%	
	40代	294	68	224	2	165	103	26	41	250	3	175	48	71	63	132	14	1	2	74	5	3	
			23.1%	76.2%	0.7%	56.1%	35.0%	8.8%	13.9%	85.0%	1.0%	59.5%	16.3%	24.1%	21.4%	44.9%	4.8%	0.3%	0.7%	25.2%	1.7%	1.0%	
50代以上	239	45	191	3	111	107	21	30	207	2	158	26	55	65	96	14	1	1	56	3	3		
		18.8%	79.9%	1.3%	46.4%	44.8%	8.8%	12.6%	86.6%	0.8%	66.1%	10.9%	23.0%	27.2%	40.2%	5.9%	0.4%	0.4%	23.4%	1.3%	1.3%		
その他	13	1	12	0	5	8	0	1	12	0	10	0	3	7	4	0	0	0	2	0	0		
		7.7%	92.3%	0.0%	38.5%	61.5%	0.0%	7.7%	92.3%	0.0%	76.9%	0.0%	23.1%	53.8%	30.8%	0.0%	0.0%	0.0%	15.4%	0.0%	0.0%		
性別×年齢	男性	10代	19	5	14	0	6	11	2	3	16	0	11	3	5	3	6	0	1	1	4	4	0
				26.3%	73.7%	0.0%	31.6%	57.9%	10.5%	15.8%	84.2%	0.0%	57.9%	15.8%	26.3%	15.8%	31.6%	0.0%	5.3%	5.3%	21.1%	21.1%	0.0%
	男性	20代	156	48	105	3	85	56	15	32	122	2	87	37	32	35	74	10	0	0	25	10	2
				30.8%	67.3%	1.9%	54.5%	35.9%	9.6%	20.5%	78.2%	1.3%	55.8%	23.7%	20.5%	22.4%	47.4%	6.4%	0.0%	0.0%	16.0%	6.4%	1.3%
	男性	30代	222	85	130	7	138	58	26	52	163	7	135	36	51	60	88	11	0	0	46	15	2
				38.3%	58.6%	3.2%	62.2%	26.1%	11.7%	23.4%	73.4%	3.2%	60.8%	16.2%	23.0%	27.0%	39.6%	5.0%	0.0%	0.0%	20.7%	6.8%	0.9%
	男性	40代	156	39	115	2	87	59	10	26	128	2	99	19	38	36	66	11	0	1	38	2	2
				25.0%	73.7%	1.3%	55.8%	37.8%	6.4%	16.7%	82.1%	1.3%	63.5%	12.2%	24.4%	23.1%	42.3%	7.1%	0.0%	0.6%	24.4%	1.3%	1.3%
男性	50代以上	156	32	123	1	76	66	14	16	139	1	106	12	38	37	65	10	1	1	40	1	1	
			20.5%	78.8%	0.6%	48.7%	42.3%	9.0%	10.3%	89.1%	0.6%	67.9%	7.7%	24.4%	23.7%	41.7%	6.4%	0.6%	0.6%	25.6%	0.6%	0.6%	
男性	その他	12	1	11	0	4	8	0	1	11	0	9	0	3	7	3	0	0	0	2	0	0	
			8.3%	91.7%	0.0%	33.3%	66.7%	0.0%	8.3%	91.7%	0.0%	75.0%	0.0%	25.0%	58.3%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	0.0%	
性別×年齢	女性	10代	25	11	14	0	13	5	7	9	14	2	7	8	10	2	16	1	0	1	4	1	0
				44.0%	56.0%	0.0%	52.0%	20.0%	28.0%	36.0%	56.0%	8.0%	28.0%	32.0%	40.0%	8.0%	64.0%	4.0%	0.0%	4.0%	16.0%	4.0%	0.0%
	女性	20代	286	97	184	5	188	63	35	66	205	15	125	96	65	70	153	10	0	0	36	14	3
				33.9%	64.3%	1.7%	65.7%	22.0%	12.2%	23.1%	71.7%	5.2%	43.7%	33.6%	22.7%	24.5%	53.5%	3.5%	0.0%	0.0%	12.6%	4.9%	1.0%
	女性	30代	294	99	193	2	205	71	18	64	225	5	119	92	83	78	140	15	0	1	49	10	1
				33.7%	65.6%	0.7%	69.7%	24.1%	6.1%	21.8%	76.5%	1.7%	40.5%	31.3%	28.2%	26.5%	47.6%	5.1%	0.0%	0.3%	16.7%	3.4%	0.3%
	女性	40代	138	29	109	0	78	44	16	15	122	1	76	29	33	27	66	3	1	1	36	3	1
				21.0%	79.0%	0.0%	56.5%	31.9%	11.6%	10.9%	88.4%	0.7%	55.1%	21.0%	23.9%	19.6%	47.8%	2.2%	0.7%	0.7%	26.1%	2.2%	0.7%
女性	50代以上	83	13	68	2	35	41	7	14	68	1	52	14	17	28	31	4	0	0	16	2	2	
			15.7%	81.9%	2.4%	42.2%	49.4%	8.4%	16.9%	81.9%	1.2%	62.7%	16.9%	20.5%	33.7%	37.3%	4.8%	0.0%	0.0%	19.3%	2.4%	2.4%	
女性	その他	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	
			0.0%	100.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	

カレンダーユーザー・アンケート調査グラフ (全体、男女別)

全 体

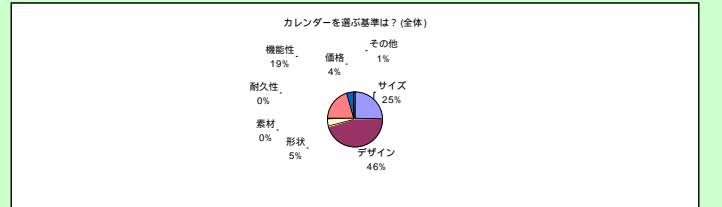
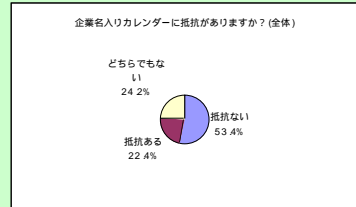
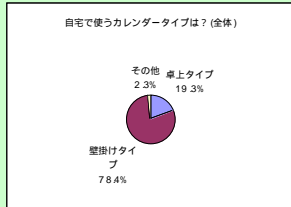
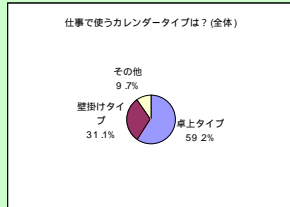
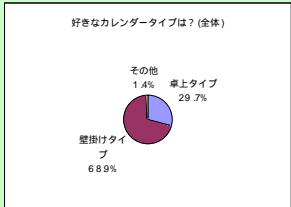
	卓上タイプ	壁掛けタイプ	その他
全体	459	1,067	22

	卓上タイプ	壁掛けタイプ	その他
全体	916	482	150

	卓上タイプ	壁掛けタイプ	その他
全体	298	1,214	36

	抵抗ない	抵抗ある	どちらでもない
全体	827	346	375

	サイズ	デザイン	形状	素材	耐久性	機能性	価格	その他
全体	383	709	75	3	6	296	62	14



好みのカレンダーは、29.7%が「卓上タイプ」に対して、68.9%が「壁掛けタイプ」と圧倒的な差ができました。

ビジネスユースとしては、実用的で機能性の高い「卓上タイプ」が「壁掛けタイプ」を上回る結果となりました。

ホームユースの場合は、離れた距離からでも日付の大きく表示できる「壁掛けタイプ」が78.8%の支持が強いようです。

「抵抗ない」と「どちらでもない」を足すと77.6%となり、企業名入れというだけで好き嫌いはありませんように考えられる。

トップに「デザイン」、2番目「サイズ」、3に「機能性」という優先順位となり、三大要素で90%を占有しています。ちなみに4年前は、「機能性」、「デザイン」、「サイズ」であり、ニーズの多様化が進み「デザイン」が重要な選択基準になっているようです。

男女別

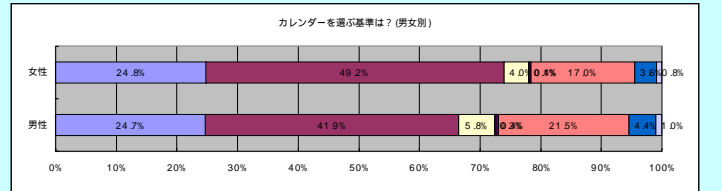
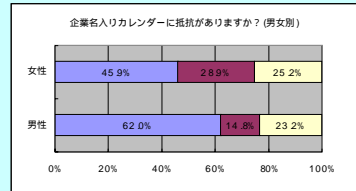
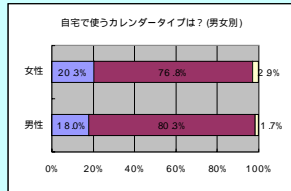
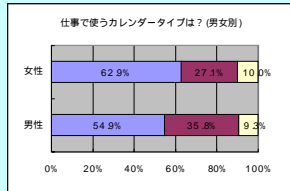
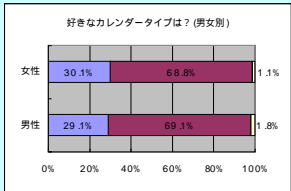
	卓上タイプ	壁掛けタイプ	その他
男性	185	471	6
女性	262	552	12

	卓上タイプ	壁掛けタイプ	その他
男性	396	258	67
女性	520	224	83

	卓上タイプ	壁掛けタイプ	その他
男性	130	579	12
女性	168	635	24

	抵抗ない	抵抗ある	どちらでもない
男性	447	107	167
女性	380	239	208

	サイズ	デザイン	形状	素材	耐久性	機能性	価格	その他
男性	178	302	42	2	3	155	32	7
女性	205	407	33	1	3	141	30	7



「卓上タイプ」は女性が若干男性を上回り、「壁掛けタイプ」は男性が女性を上回りました。

男性・女性とも「卓上タイプ」を好みますが、特に女性は男性よりも嗜好性が高い。

男性・女性とも自宅での利用は、「壁掛けタイプ」の利用率が非常に高い結果となっています。

男性に比べ、女性は、抵抗あると回答された方が約2倍の違いあり、男女で大きく意識の差が出ました。

男女とも「デザイン」が選ぶ基準となりますが、男性より女性の方が「デザイン」への比重が高いです。

年代別

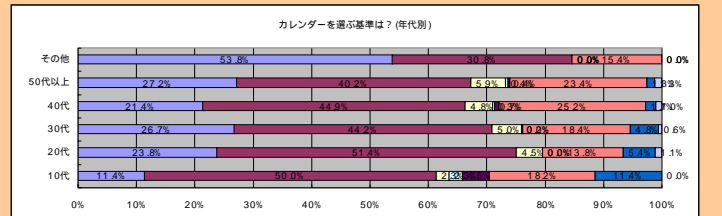
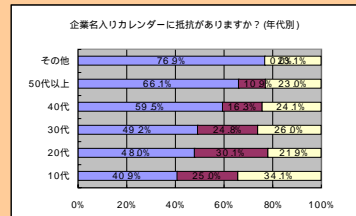
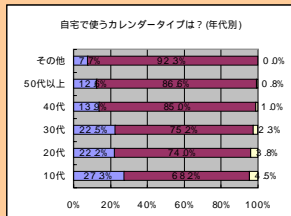
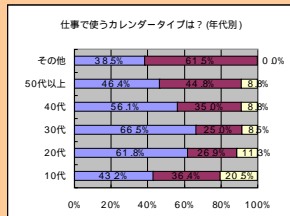
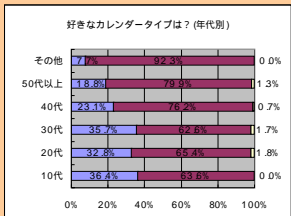
	卓上タイプ	壁掛けタイプ	その他
10代	16	28	0
20代	145	289	8
30代	184	323	9
40代	68	224	2
50代以上	45	191	3
その他	1	12	0

	卓上タイプ	壁掛けタイプ	その他
10代	19	16	9
20代	273	119	50
30代	343	129	44
40代	165	103	26
50代以上	111	107	21
その他	5	8	0

	卓上タイプ	壁掛けタイプ	その他
10代	12	30	2
20代	98	327	17
30代	116	388	12
40代	41	250	3
50代以上	30	207	2
その他	1	12	0

	抵抗ない	抵抗ある	どちらでもない
10代	18	11	15
20代	212	133	97
30代	254	128	134
40代	175	48	71
50代以上	158	26	55
その他	10	0	3

	サイズ	デザイン	形状	素材	耐久性	機能性	価格	その他
10代	5	22	1	1	2	8	5	0
20代	105	227	20	0	0	61	24	5
30代	138	228	26	0	1	95	25	3
40代	63	132	14	1	2	74	5	3
50代以上	65	96	14	1	1	56	3	3
その他	7	4	0	0	0	2	0	0



年齢を追うごとに「壁掛け」の比重が高くなっていきます。

20代、30代、40代は実用的な「卓上タイプ」を好む結果となりました。

10～30代は、「卓上タイプ」の支持が20%を超えました。

企業名入りカレンダーに対して、年代をおうごとに抵抗感は薄れていきます。

全体的に各年代とも「デザイン」の優位性に重きを置き、年齢を追うごとに「デザイン」「サイズ」「機能性」のバランスによく選択する傾向にあると考えられる。