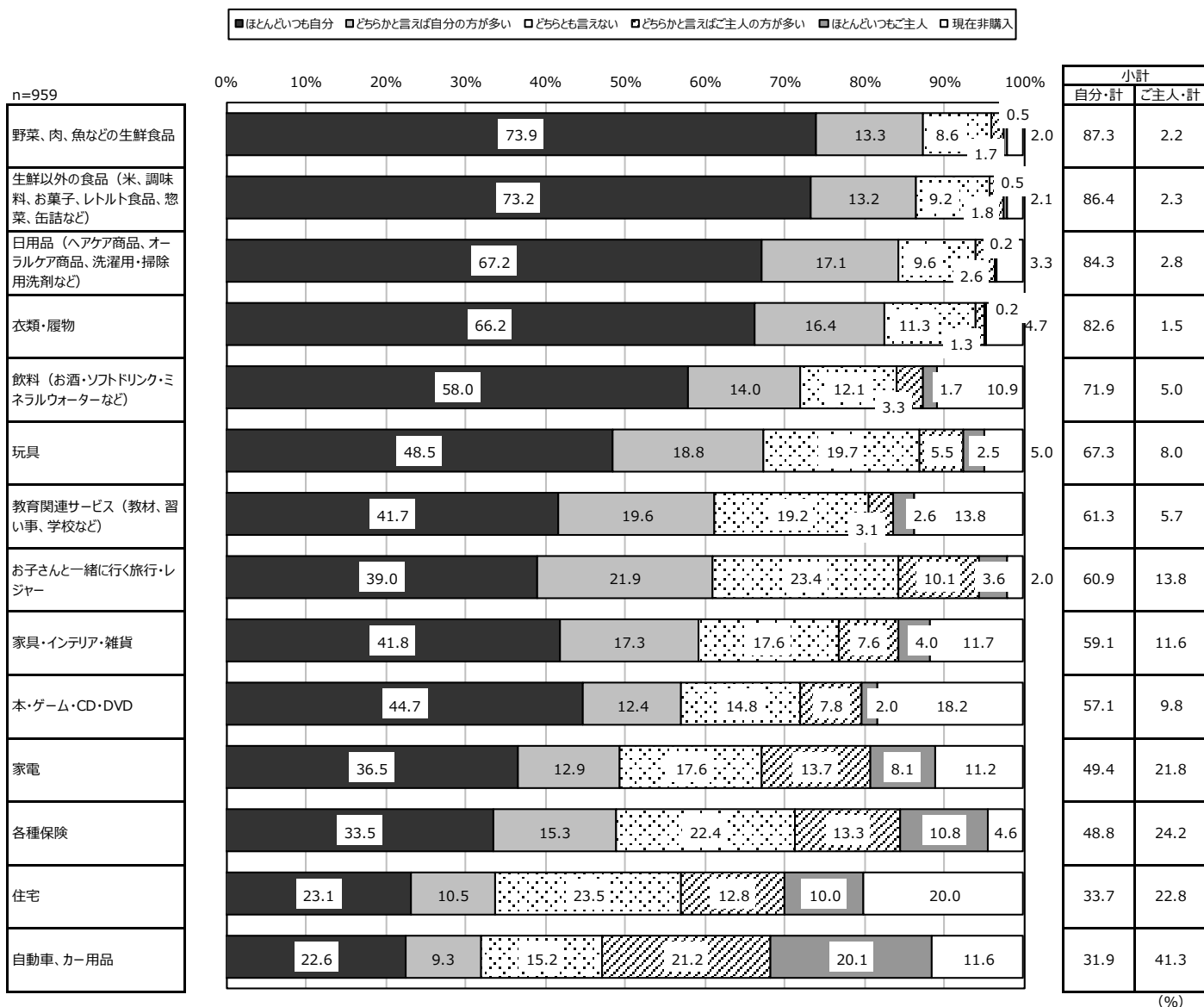


ママ ▶ 食品・日用品・衣料品はママが情報収集をしている

■ 商品カテゴリ別 現在の商品購入時情報収集者 [既婚者/それぞれ単一回答]

商品カテゴリ別 回答分布比較：単純集計（17年ママ全体）



※ 「自分・計」の値が高い項目から順に表示

個人のレポートや社内文書など自由に引用することができます。
ただし、出所として、本署名は必ず明記するようお願いいたします。

出所表記例『日本のママ白書2017 C MINDSHARE INC』

本レポートについてのお問い合わせ 株式会社マインドシェア 03-6823-1216

<http://mindshare.co.jp/mama/whitepaper2017/>

2-7 商品購入時情報収集者

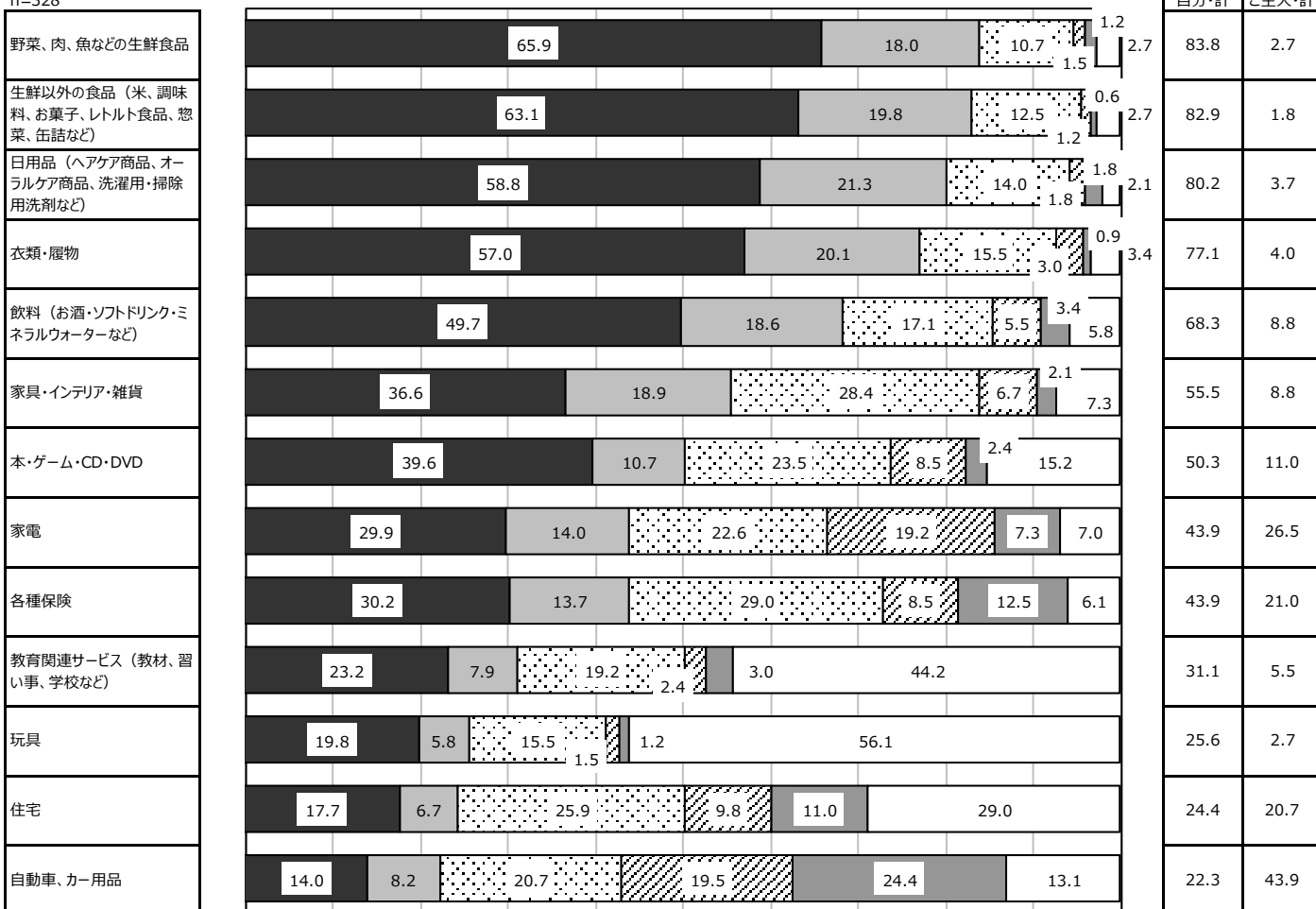
既婚子どもなし ▶ 食品・日用品・衣料品は自分が情報収集をしている

■ 商品カテゴリ別 現在の商品購入時情報収集者 [既婚者/それぞれ単一回答]

商品カテゴリ別 回答分布比較：単純集計（17年既婚子どもなし全体）

■ ほとんどいつも自分 □ どちらかと言えば自分の方が多い □ どちらとも言えない □ どちらかと言えばご主人の方が多い ■ ほとんどいつもご主人 □ 現在非購入

n=328



※ 「自分・計」の値が高い項目から順に表示

(%)

個人のレポートや社内文書など自由に引用することができます。
ただし、出所として、本署名は必ず明記するようお願いいたします。

出所表記例『日本のママ白書2017 C MINDSHARE INC』

本レポートについてのお問い合わせ 株式会社マインドシェア 03-6823-1216

<http://mindshare.co.jp/mama/whitepaper2017/>