

—生活情報の発信における企業の役割—

○原 憲子 武井玲子 肥後盛明
ライオン（株）

【目的】近年、インターネット、ファックスなど新しい情報メディアの発達が著しい。主に学校、行政、企業で活用されてきたこれらの新情報メディアは、ここ1～2年で急速に家庭へも浸透し、生活者が生活情報入手の際の有用な手段として注目されつつある。そこで、これら新情報メディアの活用状態も含め、生活者が生活に必要な技術情報を得るための入手手段とその活用状況について、質と量の両面から調査、解析を行い、情報発信側のひとつである企業の役割について考察を行った。

【方法】生活情報の事例として「環境に関する情報」と「洗剤など家庭用品の使い方に関する情報」を取り上げ、これらの情報を現在入手している手段とその内容の満足度、また、今後期待する入手手段と内容、企業の役割などについてアンケート調査を行った。対象は、一般主婦、学生各200名とし、方法は留置・自記入方法とした。同時に、新情報メディアの特性を解析し、比較検討するため、同内容のアンケート調査をインターネットでも実施した。

【結果】対象者あるいは情報内容によって情報メディアの活用状態・満足度は異なっていた。また、企業の情報開示・発信に対し、生活者の期待が大きいことも明らかとなった。これらの結果と共に、企業が生活者にとって有用な生活情報を発信するための情報メディアの活用方法と内容について報告する。