

エネルギーッッシュな生活者！

アジアの生活者についても、とことん研究中

です。

**博報堂**では、「生活者」に関するさまざまなデータベースを構築しており、日々研究を重ねておりますが、近年は日本の生活者のみならず、世界中の生活者を対象としており、とくにアジアについては、さまざまな調査手法を用いて、細かくその動向を研究しております。

アジアはその経済的な伸長と活気は世界的に見ても目を見張るものがあり、人々の生活も豊かになってきています。また、欧米とは違う独自の文化・風土を持ち、日本と地理的にも近いため、文化面での日本の影響力も大きい地域です。一方で、国別に見れば、歴史的・地理的・民族的違いもあり、一口に「アジア」とはいえず、より、詳細な目で見えていく必要があります。

博報堂では、アジアの14都市・1万1200人を対象とした定量調査(アジアHABIT)をはじめ、アジアの家庭を実際に訪問してその生活をより深く探る「家庭訪問調査」や、インターネットを活用した調査など、さまざまな手法を用いて、「アジアの生活者」を研究しています。

今回は、これまでの研究の中から、「アジアの若者」にスポットをあてて、その傾向をご紹介します。ただきました。

## CONTENTS

- |                             |           |
|-----------------------------|-----------|
| ●アジアの若者分析                   | －IT浸透度    |
|                             | －アジアの若者の今 |
| ●博報堂の行っているアジア（海外）の生活者調査のご紹介 |           |

このインフォメーション・ノート に関するお問い合わせは

博報堂 広報室 宮川・寺島  
TEL 03-5446-6161  
FAX 03-5446-6166

e-mail : [NAOKO.MIYAGAWA@hakuhold.co.jp](mailto:NAOKO.MIYAGAWA@hakuhold.co.jp)

● アジアの若者 分析：アジアHABIT調査・家庭訪問調査から

1. 東アジア3都市（香港・ソウル・台北）の若者が一番進んでる！？

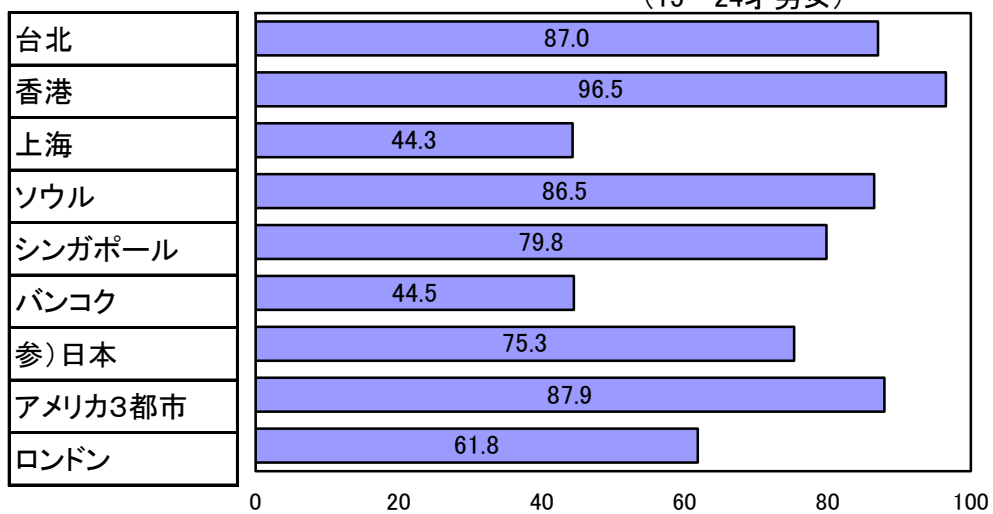
～ 若者におけるIT浸透度合い 日米欧亜比較

●PC自宅保有率は、先進アジア都市とアメリカが高い。

- ・図表①を見ると、PC自宅保有率が最も高いのは、香港で、ほぼ100%近い保有率となっています。アメリカ3都市（NY・LA・シカゴ）平均と、台北、ソウルが9割近くでほぼ同率。この4エリアが、PC先進地域といえるでしょう。
- ・シンガポール、日本2都市平均（東京・大阪）が約75%～80%で、第二グループとなっています。
- ・上海、バンコクはまだ、保有率という点では先進都市並とはいえないようです。

図① PC自宅保有率

(15～24才男女)

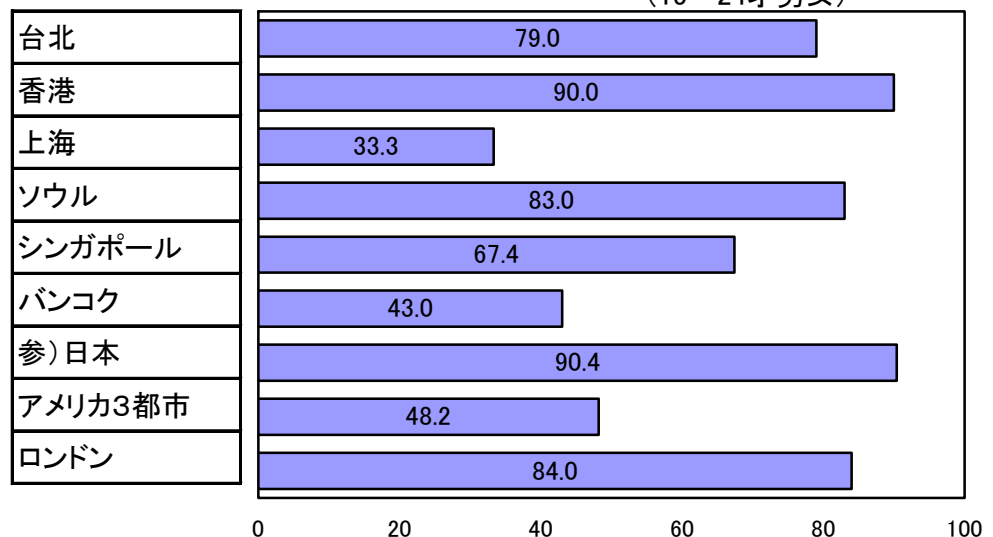


●アジアでもケータイとショートメッセージは若者に定着。

ケータイ保有率（図表②）を見ると、日本と香港が90%でトップに。（\*日本はPHS含む）。ソウルがロンドンと共に約85%で続いています。ここにあげた都市の中で50%を切っているのはバンコク、上海とアメリカ3都市平均だけです。アメリカだけは例外ですが、ケータイは世界の若者のトレンドといえます。

図② 携帯電話保有率

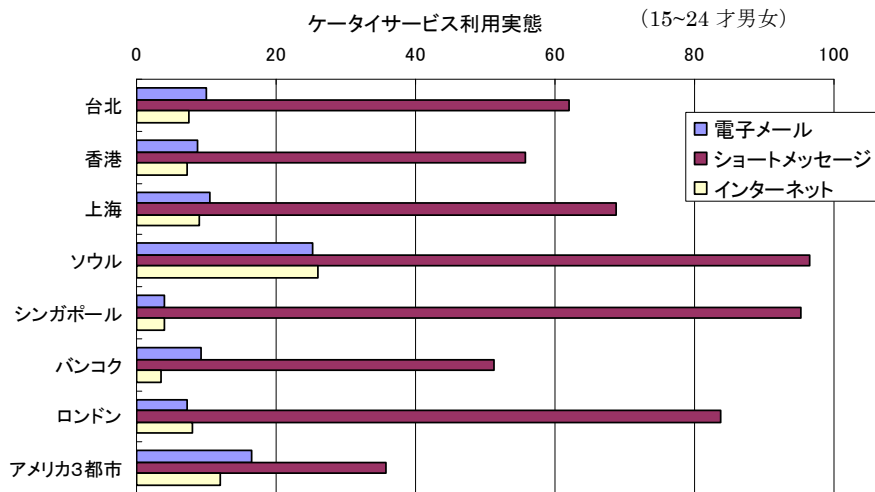
(15～24才男女)



ケータイ利用サービス（図表③）を見ると、ショートメッセージ（ショートメール）は広く普及しています。若者たちがケータイでメールをする風景は、何も日本だけのものではないのです。

アジアの若者達は、正月や誕生日など、メールを残したいときや、あやまる時などにショートメッセージを送ります。

このように、PCとケータイ、両方とも使いこなしているのは、断然東アジア3都市（香港・ソウル・台北）の若者なのです。



●ケータイメールは若者の特有メディア。

各都市通してみても、ケータイ保有率は、年齢層でそれほど差はありませんが、メールの利用率を見てみると、ヨーロッパでもアジアでも若者だけで高い利用率。アジアはもちろん、ヨーロッパでも、若者のコミュニケーションを特徴づけるメディアとなっています。

図④ ケータイ保有率・ケータイメール利用率

都市	年齢層	ケータイ保有率		ケータイメール利用率	
		保有率 (%)	保有率 (%)	利用率 (%)	利用率 (%)
台北	15~24歳	79.0	79.0	50.0	50.0
	40~49歳	80.8	80.8	9.8	9.8
香港	15~24歳	90.0	90.0	51.2	51.2
	40~49歳	92.3	92.3	11.8	11.8
上海	15~24歳	33.0	33.0	22.9	22.9
	40~49歳	47.0	47.0	20.9	20.9
ソウル	15~24歳	83.0	83.0	80.5	80.5
	40~49歳	78.7	78.7	31.7	31.7
シンガポール	15~24歳	67.4	67.4	65.1	65.1
	40~49歳	68.8	68.8	23.1	23.1
バンコク	15~24歳	43.0	43.0	24.0	24.0
	40~49歳	40.2	40.2	7.9	7.9
アメリカ3都市	15~24歳	48.2	48.2	18.4	18.4
	40~49歳	71.5	71.5	18.7	18.7
ロンドン	15~24歳	84.0	84.0	69.3	69.3
	40~49歳	85.3	85.3	41.1	41.1

## 2. アジアの若者の今

### ■テレビ・音楽・読書はアジアの若者の趣味の定番。

国によって数字のばらつきがあるものの、テレビ・音楽・読書は若者の代表的な趣味。ショッピングやインターネットが続きます。(この傾向は日本の若者とも共通の特徴です。)

アジアの若者の趣味

(15~24 才男女)

	テレビ	音楽	読書	ショッピング	ラジオ	インターネット	劇場での映画鑑賞	コンピュータゲーム	カラオケ
台北	53.0	32.0	10.5	33.0	11.0	30.0	19.0	18.0	25.0
香港	28.9	17.4	26.4	38.8	6.5	32.3	23.9	11.9	17.9
上海	46.8	49.3	38.3	31.8	10.0	41.8	10.0	22.4	20.9
ソウル	43.0	28.5	16.5	8.0	9.0	54.0	14.0	38.0	3.5
シンガポール	72.0	42.7	21.1	47.2	32.1	41.3	33.9	23.9	8.3
バンコク	80.0	83.0	39.0	21.0	59.5	21.0	19.0	17.0	2.0
参考)日本	*	63.7	30.4	50.3	*	23.1	42.0	*	38.1

\* 日本は、2000年のデータ。

### ソウルは、インターネット先進都市。一番の趣味がインターネット。

インターネットは、どこの国でも日本の若者よりも人気が高いですが、特にソウルは5割以上の若者が「趣味はインターネット」と答えており、若者のNo.1の趣味となっています。ブロードバンドですから、ネットで音楽や映像のダウンロードも日常的に行っています。制限があるため放送されない日本のドラマや音楽なども、ダウンロードすることが出来ます。

またソウルではコンピューターゲームも人気。PC房(バン)というインターネットカフェが街中に点在しており、何人が集まったら、仲間で対戦型のゲームを行います。家庭用テレビゲームより対戦型の方がいい理由として、「テレビゲームの方が画像はいいけど、みんなで楽しく遊ぶのにはコンピューターゲームの方がいい」というのが若者の意見です。個人の趣味と思われがちなゲームですが、対戦型のゲームをするのは、仲間とのコミュニケーションの一つ。日本の若者がカラオケに行く感覚と近そうです。

### シンガポール・香港は、ショッピング好き。たまには国境を越えたショッピングも。

ショッピングは、経済的に豊かなシンガポール・香港で特に高い趣味。

最近ではシンガポール・香港から、マレーシアや中国本土(深セン)まで日帰りショッピングに行くこともあるのです。近いけれど、貨幣価値が違うため、より充実したショッピングが楽しめるということです。

### バンコクは音楽大好き。

バンコクの若者に無くてはならないもの、それは音楽。基本的にはタイローカルの音楽が好き。ポップスだけでなく、ロックも人気です。(日本の音楽も、ポップス系よりもビジュアル系ロックバンドが人気。)趣味で「ラジオ」が高いのも、音楽を聞くためです。

テレビ視聴も多いバンコク。メディアは、「ながら」派が多いと言えそう。

### 台北、香港、上海の3都市はカラオケが定着。

カラオケ好きは、台北・香港・上海の3都市に集中しています。特に台北では四人に一人の若者がカラオケが趣味と答えています。J-popなども歌うらしく、「カラオケで日本語の歌を歌いたいから日本語を勉強している」という若者もいます。

## ■日本のポップカルチャーの影響力

### 中国語圏を中心にテレビドラマ・J-Pop・日本のファッション誌が若者必須アイテムに。

図表6にある通り、台北・香港・上海・シンガポールといった都市において、日本のテレビドラマはかなり人気があります。特に台北・香港・上海ではJ-popの人気も非常に高く、またファッション誌でも日本のファッション誌も読まれています。

日本のテレビドラマは95年ごろからアジア各地で放映されるようになりました。テレビ放映以外にも、ビデオCD（CDに映像を焼き付けたもの）でソフトが販売・レンタルされるなど、かなり身近な存在。「親近感が持てる、共感できる」ということが人気の一番の理由となっています。台湾発の衛星放送が主要なメディアとなっていることから中国語圏での人気が高いのです。

アジアでは、「日本といえばファッション」という印象が持たれるくらいファッションイメージも強く、「109」「茶髪」「ガングロ」「厚底」に代表されるエキセントリックなものから、マスファッション雑誌に出てくる、かわいらしいものまでよく知られています。

図6 日本のポップカルチャー浸透度

(15~24才男女)

	好きなテレビ番組		好きな音楽		よく読む雑誌	
	日本のドラマ	欧米のドラマ	J-Pop	欧米のポップス	日本のファッション誌	欧米のファッション誌
台湾(台北)	22.5	8.5	34.0	30.5	13.5	9.5
香港	16.9	5.0	37.3	24.4	26.9	7.5
中国(上海)	20.4	21.4	34.8	35.3	10.0	18.4
韓国(ソウル)	0.5	2.5	6.5	24.0	4.5	8.5
シンガポール	20.6	13.8	14.2	49.5	2.3	6.0
タイ(バンコク)	8.5	6.0	6.0	16.0	7.0	5.0

### アジアで人気を2分。日本と韓国。

日本のポップカルチャーが大好きな若者のことを、中国語圏では哈日族（はーりーぞく）と言いますが、各地でインタビューを行ってみると、すでに哈日族ブームはピークを過ぎているとのこと。今のブームは、韓国ポップカルチャーで、哈韓族も出現しています。タレントの人気も高く、ウォン・ビン（日韓合作ドラマに出演）やアン・ジェウクも日本のタレント以上の人気になってきているようです。それに比例して、韓国のメーカーも若者に人気となりつつあります。

他のアジア地域の人たちにとっては、日本と韓国のポップカルチャーは非常に似た印象で捉えられていますが、韓国の方が今トレンド。韓国ポップカルチャーブームは、圧倒的な量の差による部分も大きく、ソフト自体の価格が日本ものよりも安いのでアジア各国でセカンドベストとして購入されることが多いことなどが背景にあります。

今後、産業面ではもちろんのこと、エンタテインメント面でも、日本と韓国は共にアジアをリードするよきライバルとなっていくそうです。また、W杯や映画など日韓共催・合作ものが増えており、カルチャーの部分からよき協力関係を作っていくことで、日韓関係の改善も行われるかもしれません。

- 博報堂が行っているアジアの生活者に関するさまざまな海外調査の一例です。
- 

## ■アジアHABIT調査

- ・調査都市:
  - ・アジア地区:14都市
    - ・香港、シンガポール、台北、ソウル、クアラルンプール、上海、北京、広州、バンコク、マニラ、ジャカルタ、ホーチミン、デリー、ムンバイ
- ・調査対象者:15~54才男女個人 各都市 800サンプル
- ・調査実施時期: 2001年5月~6月

\*今回の分析は、アジアHABITに加え、グローバルHABITから代表都市を抽出し、15~24才の若者層(各都市 約200名)を対象に行いました。

⇒グローバルHABIT :上記アジア14都市に加え、欧米地区:6都市(アメリカ3都市:ニューヨーク・シカゴ・ロス、ロンドン、パリ、ベルリン)、500サンプル(各都市)にて実施したもの。

## ■アジア家庭訪問調査

- ・さまざまなテーマに基づいて、テーマに合った対象者の家庭を訪問し、社員自ら対象者に質問しながら、生活者の意識の実態を探る調査。
- ・これまでの実施例:
  - ・上海・広州ニューリッチの生活
  - ・中華圏5都市女性の美への関心
  - ・上海・広州・北京の食事情
  - ・上海・台北・ソウル・バンコクにおける若者流行文化

## ■アジア・インターネット・インサイト調査

- ・インターネットを活用した座談会形式の調査によって、対象者の意識を深掘りする調査。
- ・これまでの実施例:
  - ・上海・台北・バンコクにおける日本のポップカルチャーに対する若者意識調査