

アジア・欧米・日本、全21都市での約16,000人の生活者調査 最新版

経済危機を乗り越え、元気なアジアの生活者。

- ・ パソコン・携帯電話の使用が世界で最も進んでいるアジアのIT事情。
- ・ 「日本製品」は「高品質」で「カッコいい」が、「活気」があるのは「韓国製品」。
- ・ 暮らし向き見通しも楽観的。

博報堂では、グローバル市場でのマーケティング・コミュニケーション戦略に活用するための生活者調査『グローバルH A B I T』を2000年から毎年行っております。本調査は、世界19都市で各都市15～54才の生活者、合計約11,000名と、日本では首都圏・関西圏の約5000名を対象にしており、全体で約16,000人のデータとなっています。(調査実施時期については、都市によって異なります。)このたび2002年の速報データがまとまりましたので、活発な動きを見せる東アジアを中心に、第3回目の調査結果をご紹介します。

この3年間は、ITの伸びの著しい3年間でもありました。急伸びつづけたアジアでは、2002年データでは、香港・ソウルなどで日米を凌ぐほどのPC保有率・携帯保有率となっています。経済危機を乗り越え成長に転じている韓国・タイや、未曾有の急成長の中国本土などは、生活も活気に満ちているようで、この一年の暮らし向きも「良くなった」、今後一年の暮らし向き予想も「良くなる」と前向きな評価となっています。

また、アジア市場における日本製品のイメージは、「高品質」で「カッコいい」イメージを保つ一方、韓国製品は「活気」があるという評価が高くなっています。若者に人気のポップカルチャーも両国の製品のイメージに影響を与えているようで、香港・台湾発のチャイニーズコンテンツはやはり根強いものの、日本・韓国のドラマや音楽なども浸透してきています。

< 調査概要 > -----

調査都市: 中国(上海、北京、広州)、香港、台湾(台北)、タイ(バンコク)、マレーシア(クアラルンプール)、シンガポール、韓国(ソウル)、フィリピン(マニラ)、インドネシア(ジャカルタ)、ベトナム(ホーチミン)、インド(デリー、ムンバイ)、米国(ニューヨーク、ロサンゼルス)、イタリア(ミラノ)、スペイン(マドリード)、オーストラリア(シドニー)、日本(東京、大阪)

調査対象: 15～54才の男女個人で、各都市500～800サンプル、日本は東京大阪合わせて5,000サンプル

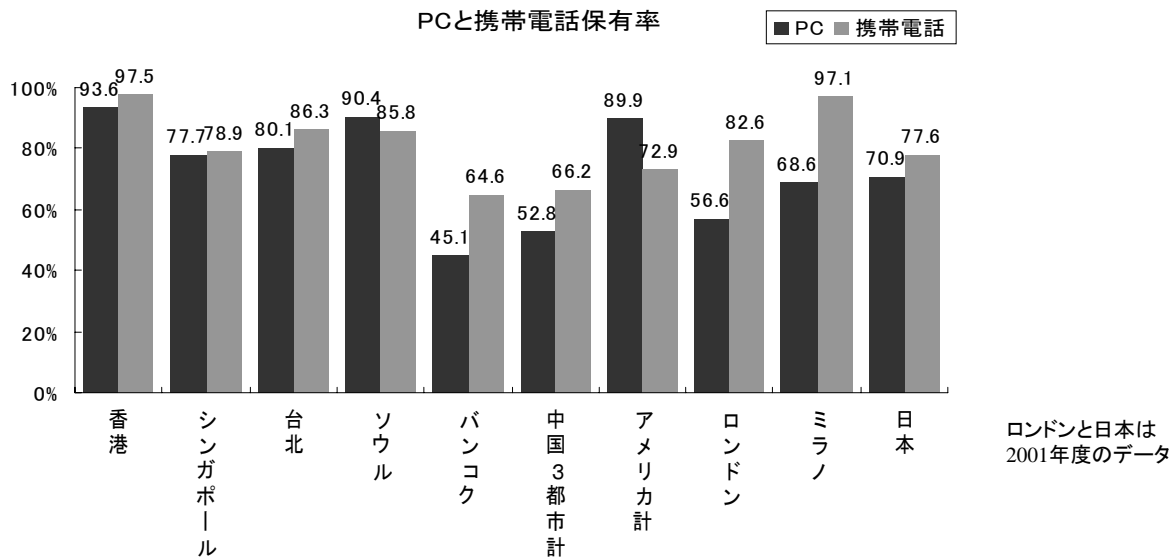
調査方法: 訪問面接調査(アジア)、訪問面接・留置(欧州)、郵送(米国)、訪問面接・郵送(日本)

本件に関するお問い合わせ

博報堂	広報室	宮川・寺島	Tel : 03-5446-6161
	研究開発局	室川・大橋	Tel : 03-5446-6153

世界的にも、進んでいるアジアのIT事情

- 香港・シンガポール・台北・ソウルのアジア4都市は、PC保有率、携帯電話保有率ともに非常に高く、PC・携帯電話の保有率に代表されるIT浸透度は日米欧と並ぶ、もしくは上回るほどの勢いとなっています。
- 普及率という点では遅れ気味の中国3都市とバンコクでも、携帯電話保有率の伸びは著しく、この3年間でバンコクは2.44倍（2000年：26.4% 2002年：64.6%）、中国3都市（北京・上海・広州）では1.96倍（2000年：33.8% 2002年66.2%）に伸びており、アメリカに迫る勢いです。



携帯メールは世界的なトレンド。携帯でのインターネットは圧倒的に日本。携帯電話活用度の低いアメリカ

- 携帯電話におけるメール使用（ショートメッセージ含む）は、すでに世界的なトレンドとなっており、アメリカ、台北、バンコクをのぞくと、60%以上の携帯ユーザーがメールを使っています。
- 携帯電話でのインターネットの使用は、日本が他を圧倒して高くなっています。
- メール・インターネットを含め、「何も利用していない」人が一番多いのがアメリカ。携帯電話活用度が一番遅れている地域の一つがアメリカであるといえそうです。

<携帯メール・携帯インターネットサービス利用状況>

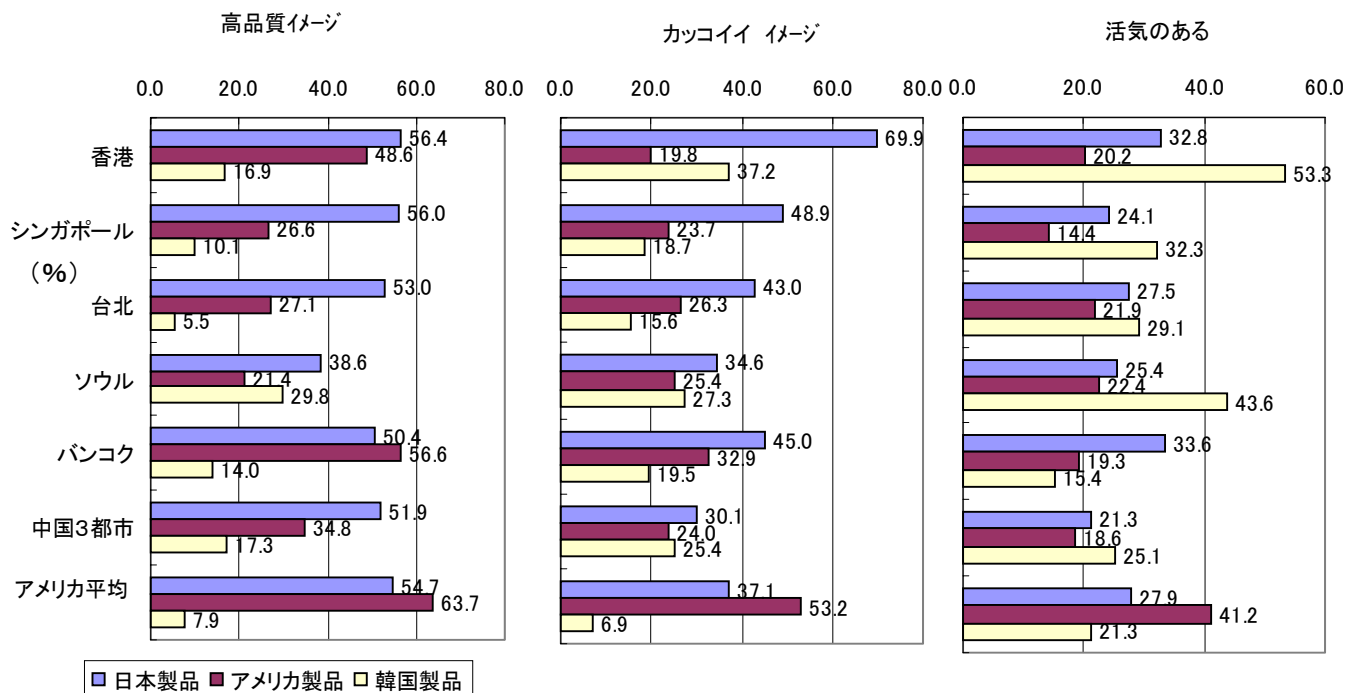
■ =スコア50%以上

	メール (%)	インターネット / ウェブ (%)	何も利用していない (%)
香港	61.8	6.7	37.7
シンガポール	79.3	1.5	20.5
台北	42.5	3.5	57.1
ソウル	67.5	16.2	31.3
バンコク	46.8	3.1	52.4
中国3都市計	71.4	4.1	28.1
アメリカ計	32.4	5.8	65.0
ロンドン	65.1	7.0	32.7
ミラノ	73.0	3.2	26.6
日本	75.3	71.2	21.3

* 2001データ

「日本製品」「アメリカ製品」「韓国製品」のメイドインイメージ ～ “高品質”と“かっこよさ”の日本製品 “活気”の韓国製品

- 「日本製品」の「高品質」「カッコイイ」イメージは、強固で、バンコクとアメリカを除く各都市で、アメリカ製品、韓国製品を圧倒して高い評価を得ています。
- 「韓国製品」は、品質や定評はまだまだ低いものの、「活気」については、多くの都市で、日本製品・アメリカ製品をしのぐ評価となっています。「カッコイイ」も、香港・中国ではアメリカ製品を上回っており、日本製品に迫る勢いです。



アジアでの若者エンタテインメント～日本・韓国のポップカルチャーも浸透中ですが、香港・台湾のチャイニーズパワーは、圧倒的です。

- 香港・台北・中国本土・シンガポール等の中国系の多いエリアでは、ドラマ・音楽では、香港・台湾発のチャイニーズコンテンツが圧倒的に強くなっています
- 日本のドラマや音楽・ポップスも、アジア各地で浸透しており、韓国ドラマも、それに続いています。
- ただし、映画はやはりハリウッドが強く、欧米（アメリカ）映画に軍配があがるようですが、ソウルでは国産映画の人気の高くなっています。

< 各国の若者が好きなポップカルチャー（各国とも15才～24才男女対象） >

■ =スコア50%以上

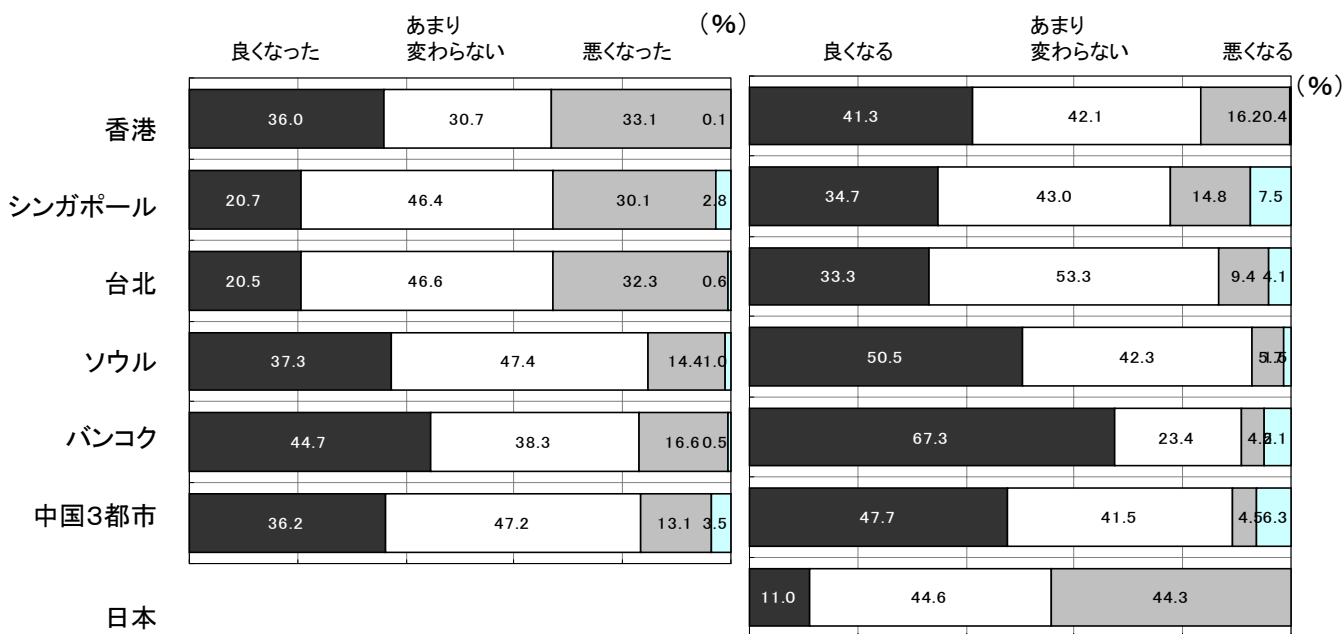
	よく見るテレビドラマ				好きな音楽・ポップス				よく見る映画			
	香港・台湾	日本	韓国	欧米	香港・台湾	日本	韓国	欧米	香港・台湾	日本	韓国	欧米
香港	64.5	22.5	7.5	7.5	93.5	45.5	17.5	40.5	19.5	3.5	1.5	16.5
シンガポール	41.7	17.3	12.6	11.0	25.2	11.0	2.4	48.0	27.6	8.7	3.1	48.8
台北	38.9	18.2	23.2	3.5	83.3	28.3	6.6	30.8	24.7	6.6	2.5	46.5
ソウル	1.0	1.0	68.3	0.5	0.5	4.0	28.6	24.5	8.5	2.0	76.9	30.0
バンコク	5.0	10.5	2.5	10.5	0.0	7.0	1.0	25.0	5.0	5.5	1.0	31.5
中国3都市	66.6	15.2	13.3	10.3	76.9	23.7	17.7	17.5	46.2	10.6	9.3	21.1

アジアにおける暮らしむき ~この1年の評価はばらつきはあるが、これからの1年には楽観的な意見が大勢。ただし、日本だけはかなり悲観的。

- ・「この1年の暮らし向き評価」は、ソウル・中国3都市・バンコクなど経済環境が好調な地域で「良くなった」という評価が高く、逆に不況の色の濃かったシンガポール・台北では「悪くなった」計が「良くなった」計を上回っています。
- ・「今後1年の暮らし向き予想」は、日本をのぞくアジア全域で「良くなる」というスコアが高く、特にこの1年の評価の良かったソウル・バンコク・中国3都市は楽観的な予想が非常に高くなっています。この一年の暮らし向きの悪かったシンガポール・台北でも、好転するとの期待が「悪くなる」を上回っており、これに比べて、日本だけは目立って悲観的で、「悪くなる」が「良くなる」の4倍にも上っています。

この1年の暮らし向き評価

今後1年の暮らし向き予想



ご紹介したデータ以外にも、以下のような調査結果がありました。

●ライフスタイル重視ポイント

～世界中が求める普遍的な価値は「健康」「家族」「安定」

●趣味 各国比較

～買い物はアジア的な趣味？欧米は買い物よりも外食を好む

...など