

世界16都市生活者の「エコカー」に対する関心度

■エコカーへの関心度は、7割台から1割台まで、都市によって大きな差。

・台北、ソウル、メロマニラでは東京(61.1%)以上に関心が高い。

■タイプ別では、「電気自動車」と「ハイブリッド車」が認知・関心ともに高い。

・サンパウロの関心度1位は「フレックス車」。「燃料電池車」の認知はまだ低い。

■関心はあっても、実際の車購入時に環境配慮を重視するのは東京のみ。

博報堂では、グローバル市場でのマーケティング戦略に活用するためのオリジナル生活者調査『Global H A B I T (グローバルハビット)』を、2000年より毎年、アジアと欧米の主要34都市で中・上位収入層を対象に実施しています。

今年は、最新(2011年実施)のGlobal H A B I T調査のデータをもとに様々な角度から分析を行い、日本企業がグローバル市場で戦うためのヒントを全10回シリーズでご紹介しています。

第4回レポートでは、世界中の自動車メーカーがしのぎを削る「エコカー」について、世界16都市の生活者の関心度や認知度について分析した結果をご報告いたします。

※この調査では、次の7つのタイプ(電気自動車、ハイブリッド車、プラグインハイブリッド車、燃料電池車、水素エンジン車、クリーンディーゼルエンジン車、フレックス/バイオ燃料エンジン車)をエコカーと定義し、調査しました(p.2参照)。

※調査16都市= 香港、台北、ソウル、シンガポール、クアラルンプール、バンコク、メロマニラ、ジャカルタ、ホーチミンシティ、デリー、北京、東京、モスクワ、フランクフルト、ニューヨーク、サンパウロ

1. エコカーへの関心度

エコカーに対する関心度は、最も高い都市(台北・73.6%)から最も低い都市(ホーチミンシティ・14.7%)まで、都市によって大きく差がある。台北、ソウル、メロマニラの関心度は7割前後で、東京(61.1%)以上に関心が高い。ニューヨーク、香港でも6割を超えている。

2. エコカーのタイプ別認知度

エコカーの各タイプの認知度について4段階評価*で聞いたところ、「特徴や内容をよく知っていた」と「ある程度知っていた」の合計値が高かったのは「電気自動車」と「ハイブリッド車」であった。この2タイプを比較すると、「ハイブリッド車」に関しては半数以上の生活者が「知らなかった」と答えた都市が複数あり(電気自動車はゼロ)、「電気自動車」が一步リードしていると言えそうである。「日本再生戦略」の環境分野で注目される「燃料電池車」は、認知度レベルにおいては低めにとどまっている。

(*4段階:特徴や内容をよく知っていた、ある程度知っていた、名前だけは聞いたことがあった、知らなかった)

3. エコカーのタイプ別関心度

エコカーのタイプ別に興味/関心の程度について5段階評価*で尋ね、「非常に関心がある」と「ややある」の合計値をタイプ別に比較してみたところ、「電気自動車」の関心度が最も高く、全ての都市でトップ3に入った。次いで関心が高かったのは「ハイブリッド車」。多くの都市で「電気自動車」と「ハイブリッド車」が関心度1・2位を競っている。

一方、サンパウロでは「フレックス/バイオ燃料エンジン車」が関心度1位となっている。

(*5段階:非常に関心がある、やや関心がある、どちらともいえない、あまり関心がない、全く関心がない)

4. 自家用車購入時の「環境対応」重視度

車保有者が車を購入する際に重視した点のランキングを見てみると、「環境に配慮している」がトップ10に入ったのは、東京のみであった。東京以外の都市では、「環境に配慮している」ことは、実際の車購入時には重視されていない様子が伺える。また、「燃費が良い」は10都市でトップ10入りしており、うち9都市はアジアであった。アジアでは「環境への配慮」よりも「燃費の良さ」が重視されていると言える。

1. エコカーへの関心度

・エコカーに対する関心度を5段階評価で尋ね、「非常に興味がある」と「やや興味がある」の合計を見てみると(図:棒グラフ)、最も高い都市(台北・73.6%)から最も低い都市(ホーチミンシティ・14.7%)まで、都市によって大きく差がみられた。

【関心度:高】台北、ソウル、メロマニラでは、東京(61.1%)以上に関心が高い。ニューヨーク、香港も6割を超えている。

【関心度:中】北京、バンコク、フランクフルト、クアラルンプール、ジャカルタ、サンパウロ、約3~4割の関心度。

【関心度:低】ホーチミンシティ、シンガポール、モスクワ、デリーは1~2割台と低く、エコカーへの関心が高くない様子が伺える。

・自家用車の購入意向者ベースで見ると(図:折れ線)、各都市とも都市平均よりエコカーへの関心度は高まる。特に、バンコクでは都市の全体平均よりも3割以上、シンガポールでは2割以上、香港、北京、フランクフルト、ジャカルタ、デリーは1割以上高い結果となっている。

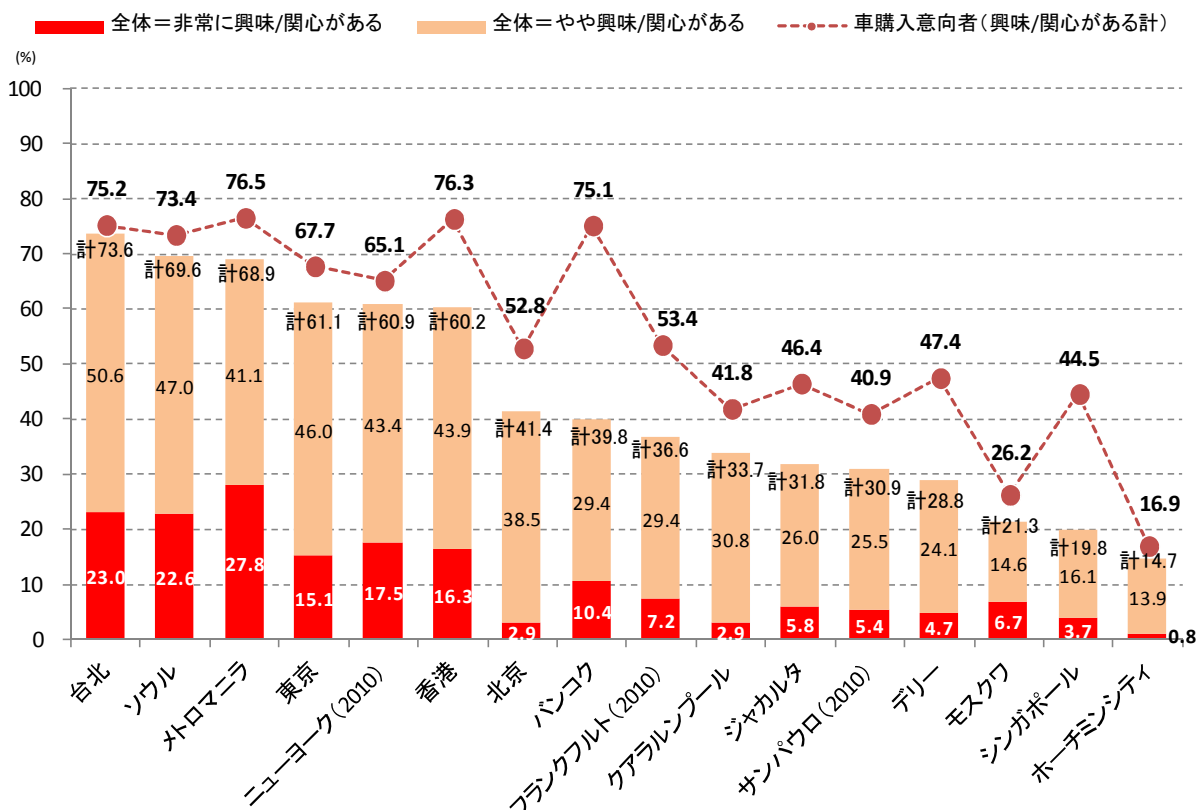
<補足>

この調査結果については、各国の法規制や税制の違い、「エコカー」の定義が国によってまちまちである点などに留意しておく必要がある。

・欧州ではCO₂排出量規制が始まっており、2012年から2018年までに目標値を達成できなかった場合、自動車メーカーは罰金を支払わなければならないため、排気量の少ない車種の生産が進められている。このため欧州では、「CO₂排出量の低さ」が車を購入する時の判断基準の1つとなっていると言われている。この調査では、フランクフルトのエコカー関心度は約4割だが、仮に『CO₂排出量が低い車』という表現で質問した場合には、より高い関心を示した可能性がある。

・一方、シンガポールでは、車は交通手段としてよりも嗜好品としての側面が強いと言われている。交通渋滞緩和を目的とした車両総量規制政策が実施される中で、車購入価格は日本の2倍近くとも言われている。車購入には高い費用がかかるため、「環境に配慮した車」よりも「グレードが高く、カッコイイ車」を志向する傾向が高いという見方もできる。

Q: 電気自動車やハイブリッド車などのエコカーについて、どの程度関心がありますか。(5段階)



<Global HABIT調査におけるエコカー(eco-conscious car)のタイプと定義> (対象者に呈示)

- 電気自動車: 100%電気を使い、「モーター」で走行する自動車
- ハイブリッド車: ガソリンやディーゼルやLPGを燃料とする「エンジン」と、電気で動く「モーター」を組み合わせて走行する自動車
- プラグインハイブリッド車: 家庭用電源で充電が可能なハイブリッド車
- 燃料電池車: 水素と酸素を反応させて発電した電気で「モーター」を回転させ、走行する自動車
- 水素エンジン車: ガソリンの代わりに水素を燃料として、「エンジン」で走行する自動車
- クリーンディーゼルエンジン車: もともとガソリンエンジン車に比べて燃費がよく、二酸化炭素排出量も少ないディーゼルエンジン車を、窒素酸化物の排出量においても改良した自動車
- フレックス/バイオ燃料エンジン車: とうもろこしやサトウキビ、木材など主に植物を原料として作られるバイオエタノールや、動植物性の油脂を分解してつくるバイオディーゼルなどを燃料として走行する自動車

(参考データ) 都市別の「自家用車保有率」と「自家用車購入意向率」(割合/N数)のデータをp8に掲載しています。

2.エコカーのタイプ別認知度

・各都市におけるタイプ別の認知度について4段階評価(特徴や内容をよく知っていた、特徴や内容をある程度知っていた、名前だけは聞いたことがあった、知らなかった)で聞いたところ、タイプによって認知度に大きく差があった。「認知度TOP2」(特徴や内容をよく知っていた、ある程度知っていた)の割合が5割以上の都市と、「知らなかった」割合が5割以上の都市の数をそれぞれカウントし比較すると(下表)、「電気自動車」と「ハイブリッド車」の2タイプがリードしている状況がわかる。

- ・「電気自動車」は、「認知度TOP2」5割以上が計6都市、「知らなかった」5割以上の都市はゼロであったことから、最も認知が進んでいるエコカーのタイプと言えそうである。
- ・「ハイブリッド車」は、「認知度TOP2」5割以上は5都市で、「知らなかった」5割以上は4都市となっており、「電気自動車」に比べると、まだ認知が進んでいない都市が多い結果となっている。
- ・「プラグインハイブリッド車」は2都市(香港・台北)、「クリーンディーゼルエンジン車」は1都市(香港)、「フレックスバイオ燃料エンジン車」は1都市(サンパウロ)で「認知度TOP2」が5割以上だが、「知らなかった」5割以上も、各5都市以上と少なくない。
- ・「燃料電池車」、「水素エンジン車」は、「認知度TOP2」が5割を超えた都市は1都市もない結果であった。

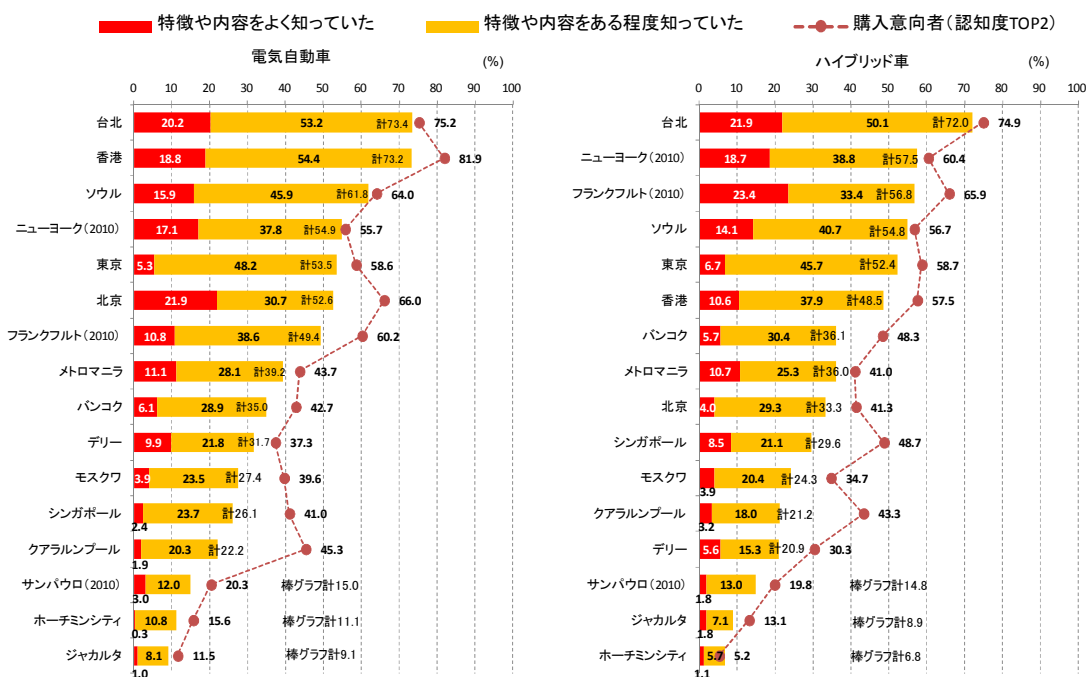
これらの結果は、既に製品化が進み販売されているモデルの有無、モーターショーをはじめとしてメディアで取り上げられる機会の多さ等が強く影響していると考えられる。

また、「日本再生戦略」の環境分野で2015年までに市場投入すると明記されている「燃料電池車」は、認知度レベルにおいては低めにとどまっている。

タイプ別認知状況分類表

	認知度TOP2が5割以上 (特徴や内容をよく/ある程度知っていた計)	「知らなかった」割合が5割以上
電気自動車	<6都市> 台北、香港、ソウル、ニューヨーク、東京、北京	
ハイブリッド車	<5都市> 台北、ニューヨーク、フランクフルト、ソウル、東京	<4都市> ジャカルタ、ホーチミンシティ、デリー、サンパウロ
プラグインハイブリッド車	<2都市> 香港、台北	<5都市> シンガポール、ジャカルタ、ホーチミンシティ、デリー、サンパウロ
クリーンディーゼルエンジン車	<1都市> 香港	<6都市> シンガポール、クアラルンプール、ジャカルタ、ホーチミンシティ、デリー、モスクワ
フレックス/バイオ燃料エンジン車	<1都市> サンパウロ	<7都市> シンガポール、クアラルンプール、ジャカルタ、ホーチミンシティ、デリー、北京、モスクワ
燃料電池車		<7都市> シンガポール、クアラルンプール、ジャカルタ、ホーチミンシティ、デリー、モスクワ、サンパウロ
水素エンジン車		<8都市> シンガポール、クアラルンプール、ジャカルタ、ホーチミンシティ、デリー、北京、モスクワ、サンパウロ

※「電気自動車」「ハイブリッド車」の認知度詳細 (都市別)(全体ベース/購入意向者ベース)

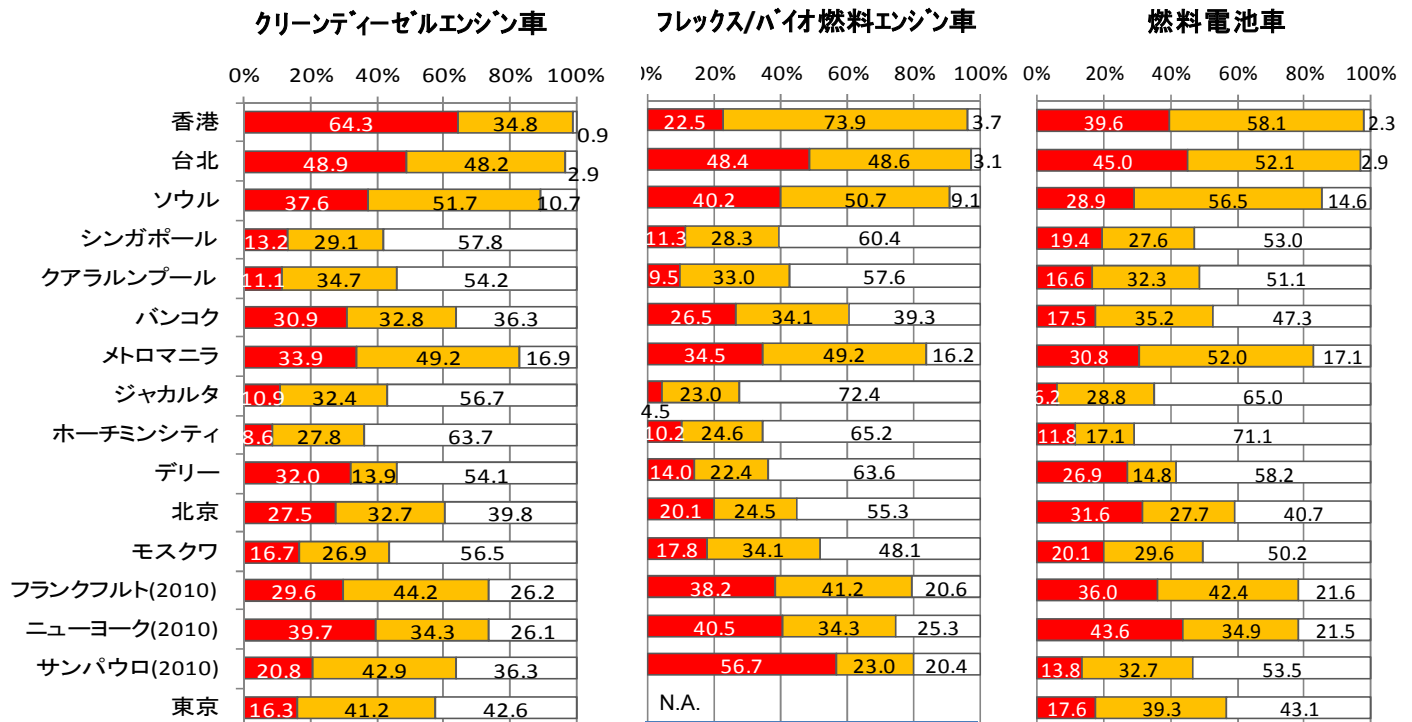
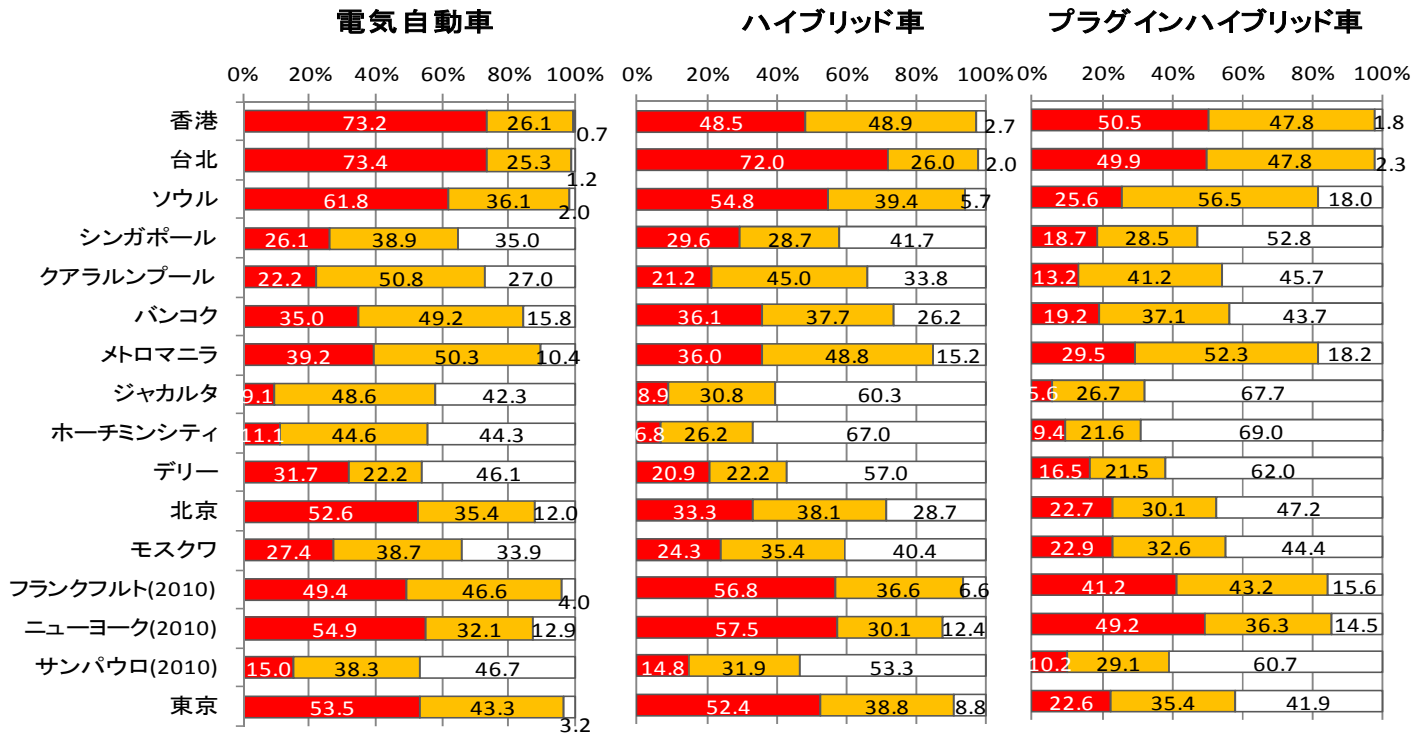


・車購入意向者ベースで見ると、「電気自動車」の認知が都市全体よりも2割以上高いのはクアラルンプール、1割以上高いのは北京、フランクフルト、モスクワ、シンガポールであった。

「ハイブリッド車」の認知が都市全体よりも2割以上高いのはクアラルンプール、1割以上高いのはバンコク、シンガポール、モスクワとなっている。

エコカーのタイプ別認知度(都市全体)

■ 認知度TOP2(特徴や内容を知っていた) ■ 名前だけは聞いたことがあった □ 知らなかった



3. エコカーのタイプ別関心度

(※分析対象:エコカー関心度3割以上の計12都市)

- ・エコカーのタイプ別の関心度について、p2の「エコカー関心度」が3割以上であった12都市について、5段階評価(非常に関心がある、やや関心がある、どちらともいえない、あまり関心がない、全く関心がない)の結果をみたところ、「非常に関心がある」と「やや関心がある」の合算(以下「関心度TOP2」と表記)では、「電気自動車」が全ての都市でトップ3に入り、最も関心が高かった。次いで「ハイブリッド車」への関心が高い。
- ・エコカーへの関心度が高い(6割以上)都市(台北、ソウル、メトロマニラ、ニューヨーク、香港、および東京)では、香港以外の都市で「電気自動車」と「ハイブリッド車」が1・2位を競っている。3位は都市によってバラツキが見られる。
- ・エコカーへの関心度が中程度(3割以上6割未満)の都市(北京、バンコク、フランクフルト、クアラルンプール、ジャカルタ、サンパウロ)でも、「電気自動車」は全都市でトップ3に入り、関心度の高さが伺える。

※サンパウロでは、「フレックス/バイオ燃料エンジン車」が1位(5割超)となっており、他都市とは明らかに異なる様子を見せている。これは、ブラジル政府が1931年から展開しているバイオエタノール政策の影響が大きいと考えられる。2003年からフレックス車の販売が開始され、2005年にはフレックス車が新車販売台数の7割を占めるようになってきている。(農林水産政策研究所「ブラジルにおける バイオ燃料政策(2011年8月)」より)。

Q.それぞれのエコカーについて、どの程度興味や関心がありますか。(各都市トップ3)

■エコカーへの関心度が高い(6割以上)都市

	台北	ソウル	メトロマニラ	ニューヨーク(2010)	香港	東京※
1	ハイブリッド車	電気自動車	電気自動車	ハイブリッド車	電気自動車	ハイブリッド車
2	電気自動車	ハイブリッド車	ハイブリッド車	電気自動車	プラグインハイブリッド車	電気自動車
3	クリーンディーゼルエンジン車	フレックス/バイオ燃料エンジン車	燃料電池車	水素エンジン車	クリーンディーゼルエンジン車	超低燃費ガソリン車※

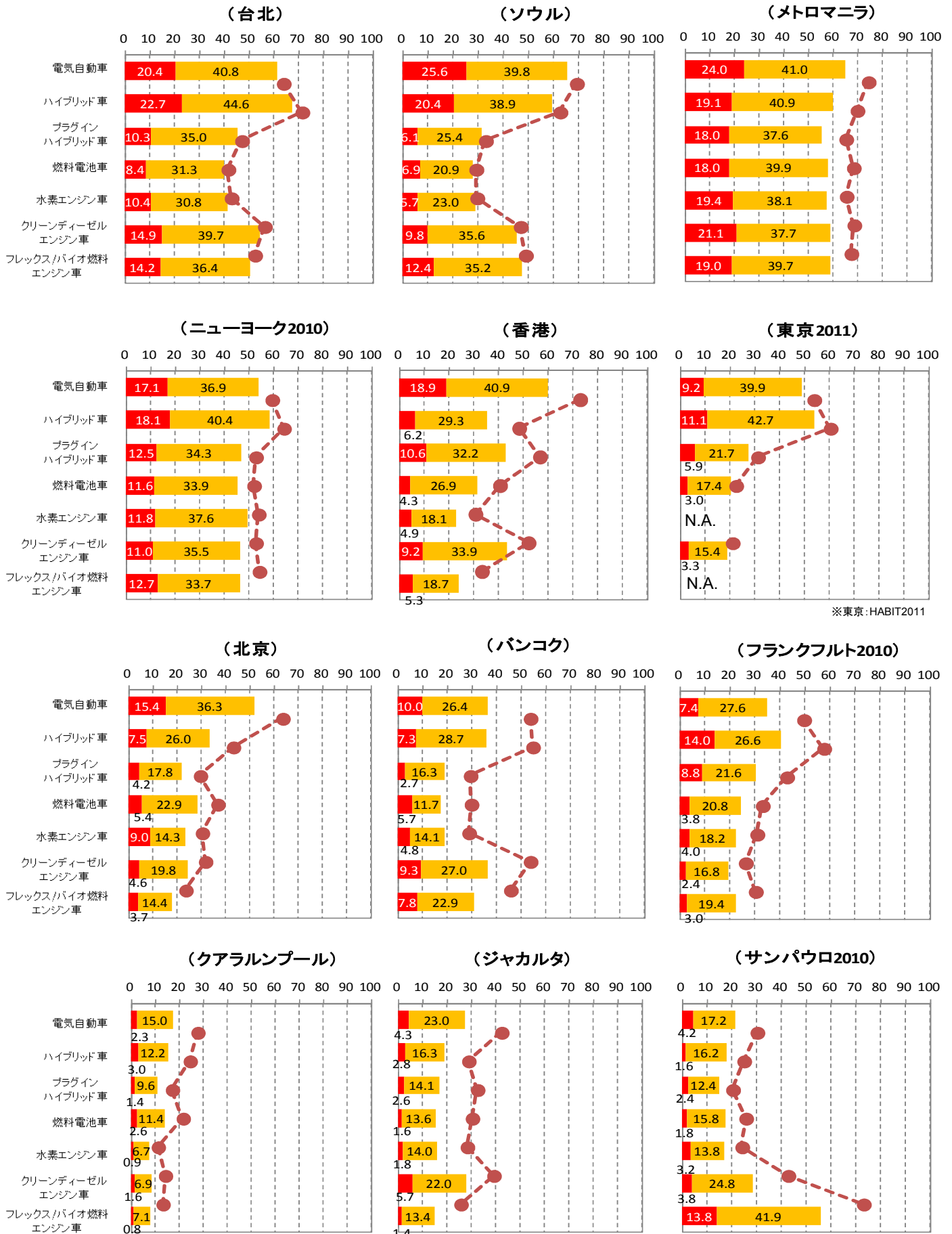
※東京:HABIT2011

■エコカーへの関心度が中程度(3割以上6割未満)の都市

	北京	バンコク	フランクフルト(2010)	クアラルンプール	ジャカルタ	サンパウロ(2010)
1	電気自動車	電気自動車	ハイブリッド車	電気自動車	クリーンディーゼルエンジン車	フレックス/バイオ燃料エンジン車
2	ハイブリッド車	ハイブリッド車	電気自動車	ハイブリッド車	電気自動車	クリーンディーゼルエンジン車
3	燃料電池車	クリーンディーゼルエンジン車	プラグインハイブリッド車	燃料電池車	ハイブリッド車	電気自動車

(参考)各都市のエコカータイプ別関心度

■ 全体=非常に興味/関心がある ■ 全体=やや興味/関心がある -●- 車購入意向者(興味/関心がある計)



4. 自家用車購入時の「環境対応」重視度

車保有者が車を購入する時に重視した点(選択肢26項目)において、「エコカー」に関連する項目として「環境への配慮」と「燃費」にフォーカスしてみると、「環境に配慮している」がトップ10入りしたのは、東京のみという結果であった。東京以外の都市では、「環境に配慮していること」は実際の車購入時には重視されていない様子が伺える。

また、「燃費が良い」は10都市でトップ10に入り、うち9都市がアジアであった。ここ数年ガソリン価格が高騰していることもあり、燃費の良い車が好まれる傾向が強くなっていると考えられ、アジア各都市では「環境に配慮」よりも「燃費が良い」ことが重視されていると言える。

自家用車購入時の重視点<トップ10>

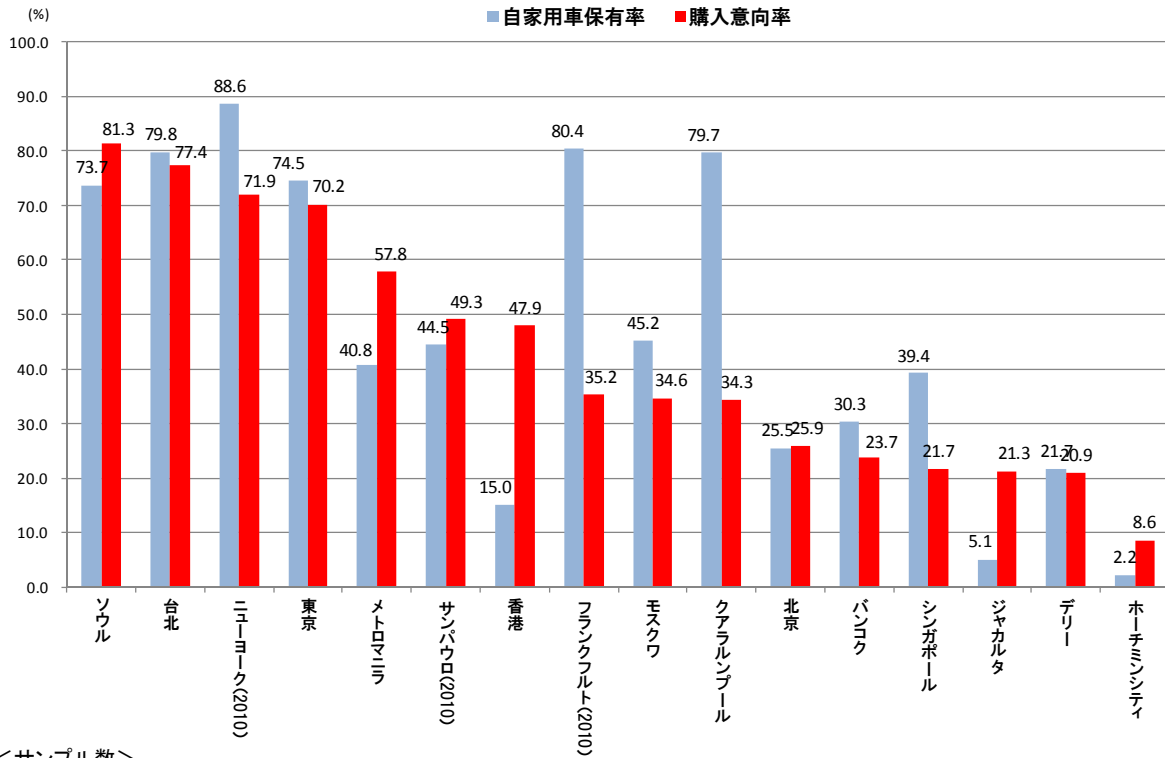
(選択肢26項目)

	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位	9位	10位		燃費が良い	環境に配慮している	
香港	安全性が高い (86.7%)	評価されているブランドである (71.1%)	エンジン性能 (64.4%)	燃費が良い (63.0%)	楽に運転ができる (61.5%)	価格に見合っている (61.5%)	室内が広々としている (48.1%)	走行時の室内の静かさ (44.4%)	外観スタイルが良い (42.2%)	内装デザインが良い (42.2%)	ボディ全体の大きさ (42.2%)		16位 (30.4%)	
台北	安全性が高い (83%)	評価されているブランドである (66.3%)	エンジン性能 (66.3%)	燃費が良い (63.0%)	価格に見合っている (61.1%)	長距離の移動でも乗っている全員が快適に過ごせる (52.8%)	内装デザインが良い (48.1%)	長く乗り続けられる (45.7%)	室内が広々としている (44.7%)	乗り降りがしやすい (44.6%)			18位 (30.5%)	
ソウル	安全性が高い (54.0%)	評価されているブランドである (44.2%)	価格に見合っている (41.2%)	エンジン性能 (41.0%)	燃費が良い (39.2%)	室内が広々としている (36.9%)	楽に運転ができる (34.9%)	外観スタイルが良い (34.4%)	雪道や悪路が楽に走れる (32.9%)	長く乗り続けられる (32.9%)			26位 (7.5%)	
シンガポール	安全性が高い (77.0%)	楽に運転ができる (68.5%)	価格に見合っている (68.5%)	運転が楽しい (67.6%)	エンジン性能 (65.7%)	乗り降りがしやすい (62.9%)	長距離の移動でも乗っている全員が快適に過ごせる (60.6%)	長く乗り続けられる (58.7%)	評価されているブランドである (58.2%)	内装デザインが良い (57.7%)		11位 (56.8%)	22位 (28.6%)	
クアラルンプール	安全性が高い (51.7%)	価格に見合っている (47.0%)	燃費が良い (44.8%)	エンジン性能 (42.0%)	運転が楽しい (38.6%)	楽に運転ができる (38.6%)	長く乗り続けられる (35.6%)	長距離の移動でも乗っている全員が快適に過ごせる (35.1%)	内装デザインが良い (35.0%)	外観スタイルが良い (34.4%)	評価されているブランドである (34.4%)		21位 (18.3%)	
バンコク	安全性が高い (57.9%)	長く乗り続けられる (54.6%)	価格に見合っている (53.5%)	燃費が良い (53.1%)	評価されているブランドである (51.6%)	エンジン性能 (50.9%)	多目的に使える (49.8%)	内装デザインが良い (49.8%)	楽に運転ができる (48.7%)	外観スタイルが良い (47.6%)			26位 (28.9%)	
トロモナラ	エンジン性能 (92.9%)	評価されているブランドである (90.2%)	楽に運転ができる (88.0%)	安全性が高い (87.7%)	運転が楽しい (86.6%)	価格に見合っている (85.8%)	長距離の移動でも乗っている全員が快適に過ごせる (83.1%)	乗り降りがしやすい (83.1%)	長く乗り続けられる (82.0%)	走行時の室内の静かさ (79.0%)		20位 (66.8%)	12位 (76.6%)	
ジャカルタ	楽に運転ができる (87.0%)	安全性が高い (84.8%)	運転が楽しい (82.6%)	価格に見合っている (80.4%)	多目的に使える (78.3%)	長く乗り続けられる (76.1%)	エンジン性能 (76.1%)	燃費が良い (71.7%)	長距離の移動でも乗っている全員が快適に過ごせる (65.2%)	室内が広々としている (63.0%)			11位 (54.3%)	
ホーチミンシティ	内装デザインが良い (75.0%)	価格に見合っている (75.0%)	楽に運転ができる (70.0%)	安全性が高い (65.0%)	ステータスがある (65.0%)	室内が広々としている (60.0%)	燃費が良い (60.0%)	長く乗り続けられる (60.0%)	雪道や悪路が楽に走れる (50.0%)	外観スタイルが良い (50.0%)	エンジン性能 (50.0%)	走行時の室内の静かさ (50.0%)	22位 (25%)	
デリー	多目的に使える (63.1%)	楽に運転ができる (55.4%)	価格に見合っている (55.4%)	運転が楽しい (54.9%)	長く乗り続けられる (50.8%)	評価されているブランドである (50.8%)	安全性が高い (49.2%)	内装デザインが良い (47.7%)	外観スタイルが良い (47.2%)	乗り降りがしやすい (47.2%)	エンジン性能 (46.7%)	走行時の室内の静かさ (46.7%)	20位 (33.8%)	21位 (31.8%)
北京	エンジン性能 (66.4%)	安全性が高い (65.5%)	運転が楽しい (61.2%)	評価されているブランドである (60.3%)	価格に見合っている (58.6%)	楽に運転ができる (57.8%)	燃費が良い (57.3%)	室内が広々としている (52.2%)	外観スタイルが良い (52.2%)	雪道や悪路が楽に走れる (51.3%)			20位 (37.1%)	
モスクワ	安全性が高い (80.3%)	運転が楽しい (75.0%)	楽に運転ができる (73.8%)	価格に見合っている (73.4%)	評価されているブランドである (70.1%)	乗り降りがしやすい (61.5%)	内装デザインが良い (61.1%)	エンジン性能 (60.2%)	長距離の移動でも乗っている全員が快適に過ごせる (60.2%)	外観スタイルが良い (59.4%)		11位 (59.0%)	23位 (29.9%)	
フランクフルト(2010)	外観スタイルが良い (49.8%)	内装デザインが良い (44.5%)	価格に見合っている (35.6%)	長く乗り続けられる (31.6%)	運転が楽しい (31.3%)	先進的な技術がある (30.8%)	評価されているブランドである (30.8%)	安全性が高い (28.1%)	高速走行性に優れている (25.6%)	エンジン性能 (25.4%)		13位 (22.9%)	25位 (11.4%)	
ニューヨーク(2010)	安全性が高い (75.3%)	楽に運転ができる (74.4%)	運転が楽しい (71.7%)	多目的に使える (67.6%)	価格に見合っている (67.0%)	評価されているブランドである (66.1%)	エンジン性能 (64.3%)	雪道や悪路が楽に走れる (58.2%)	長く乗り続けられる (57.8%)	外観スタイルが良い (57.8%)		11位 (57.5%)	25位 (33%)	
サンパウロ(2010)	楽に運転ができる (61.0%)	安全性が高い (59.6%)	運転が楽しい (59.2%)	価格に見合っている (56.5%)	長く乗り続けられる (56.1%)	燃費が良い (55.2%)	エンジン性能 (51.6%)	評価されているブランドである (50.7%)	多目的に使える (42.2%)	内装デザインが良い (41.7%)			22位 (15.7%)	
東京	楽に運転ができる (51.6%)	安全性が高い (51.1%)	燃費が良い (43.8%)	外観スタイルが良い (32.4%)	価格に見合っている (31.8%)	環境問題に配慮している (31.7%)	エンジン性能 (30.9%)	長距離の移動でも乗っている全員が快適に過ごせる (28.9%)	乗り降りがしやすい (24.0%)	ボディ全体の大きさ (23.9%)				

(参考データ)

都市別の「自家用車保有率」と「自家用車購入意向率」(割合/N数)

<自家用車保有率/購入意向率>



<サンプル数>

	ソウル	台北	ニューヨーク(2010)	東京	メトロマニラ	サンパウロ(2010)	香港	フランクフルト(2010)	モスクワ	クアラルンプール	北京	バンコク	シンガポール	ジャカルタ	デリー	ホーチミンシティ
全体	540	900	502	2,624	900	501	900	500	540	900	909	900	540	900	898	900
車保有者	398	718	445	1,527	367	223	135	402	244	717	232	273	213	46	195	20
購入意向者	439	697	361	1,439	520	247	431	176	187	309	235	213	117	192	188	77

※ニューヨーク、フランクフルト、サンパウロは15-54歳男女。それ以外は15-59歳男女。

<第4回レポート 調査概要>

【調査都市】 16都市

香港、台北、ソウル、シンガポール、クアラルンプール、バンコク、メロマニラ、ジャカルタ、ホーチミンシティ、デリー、北京、東京、モスクワ、フランクフルト、ニューヨーク、サンパウロ

※フランクフルト、ニューヨーク、サンパウロは2010年データ(15-54歳男女)

※東京は、HABIT2011年データ

【調査対象】 15-59歳男女

【サンプル数】 11,230名 ※東京のサンプル数は除く

【調査時期】 2011年5月下旬~8月上旬

博報堂のグローバル生活者調査

Global H A B I T[®]

Global H A B I Tは、2000年から世界の主要34都市で毎年実施している博報堂オリジナルの生活者調査のデータベースです。都市間での比較はもちろん、同一都市の時系列比較も可能です。Global H A B I T調査では、「同一の生活者」(シングルソース)に、ライフスタイル、価値観からメディア接触、購入態度、様々なカテゴリーのブランド使用状況や意識を聞いています。そのため、ブランドユーザーはもちろん、意識レベルでのブランド支持者(購入意向者・好意者・ファン等)の分析が可能です。

<「Global H A B I T 2011」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)、韓国(ソウル)、シンガポール、マレーシア(クアラルンプール)、フィリピン(メロマニラ)、インドネシア(ジャカルタ)、ベトナム(ホーチミンシティ)、インド(デリー、ムンバイ)、ロシア(モスクワ)

*中国(大連/瀋陽/武漢/成都/杭州/寧波/西安/福州)、オーストラリア(シドニー)、ドイツ(フランクフルト及び周辺、ベルリン)、フランス(パリ)、イタリア(ミラノ)、スペイン(マドリッド)、アメリカ(ニューヨーク、ロサンゼルス、シカゴ)、イギリス(ロンドン)、ブラジル(サンパウロ)、は2010年以前に調査。

調査対象: 15~59才男女で各都市540~900名

*上海/北京/広州については、「中国パワー生活者」(世帯月収15,000元以上、25~59才の男女2,100名)を追加

*デリー/ムンバイについては、「インドパワー生活者」(SEC A2以上、世帯月収30,000ルピー以上、25~59才の男女1,200名)を追加

サンプルは、世帯収入によってスクリーニングされた各都市の中上位収入層(都市人口の50~90%程度)が対象

調査時期: 2011年5月下旬~8月上旬

調査方法: 訪問面接(香港・台北・韓国以外のアジア、ロシア)
会場での個人面接(香港・台北・韓国)

主要調査項目(※一部の項目はアジア・中国のみ):

<デモグラフィック / ライフスタイル>

- デモグラフィック ●ライフスタイル ●環境意識 ●カントリーイメージ ●メディア/情報接触
- 買い物 ●趣味 ●スポーツ ●耐久財所有 ●カテゴリー知覚 ●旅行 ●住居

<商品・サービスの使用状況>

- 保険 ●クレジットカード ●コンビニエンスストア ●エアライン ●自家用車 ●二輪車 ●AV製品
- 家電製品 ●携帯電話/スマートフォン ●PC/プリンタ ●デジタルカメラ/デジタルビデオカメラ
- 複写機 ●時計 ●TVゲーム ●アルコール/非アルコール飲料 ●食品(インスタント食品、菓子)
- トイレタリー ●化粧品 ●パーソナルケア商品 ●生理用品/紙オムツ

本件に関するお問合せ

博報堂	広報室	大野・山野	Tel:03-6441-6161
博報堂	研究開発局	高月	Tel:03-6441-6153
博報堂	次世代電動生活@ラボ	深谷	Tel:03-6441-7461