

アジア14都市のスマートフォン利用実態

- アジア14都市全てで90%以上の生活者が携帯電話かスマートフォンを保有
- アジアのスマートフォン普及は20代男女が牽引。主にソーシャルメディアのツールとして利用
- スマートフォン普及率が高い都市(ソウル、香港、シンガポール、台北)では、テレビ、パソコン、スマートフォンが3大メディアに

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 HABIT(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都市の中・上位収入層を対象に実施し、定期的なレポートを発表しています。今回は、アジア14都市におけるスマートフォン※の保有・利用サービス、メディア接触時間についての分析結果をご報告します。

1. 携帯端末(携帯電話またはスマートフォン)は今やアジア各都市で主要なメディアである

パソコンの自宅保有率は、都市によって100%~30%と差があるが、携帯電話またはスマートフォンの個人保有率は全都市で90%を上回っており、ほぼ全ての人が携帯端末を保有している。

携帯電話とスマートフォンの個人保有率を比較すると、スマートフォン保有が高い都市群、スマートフォン保有と携帯電話保有が拮抗している都市群、いまだ携帯電話保有が大勢を占める都市群に大別される。アジアは徐々に携帯電話がスマートフォンに置き換わりつつある過渡期と推測される。

2. スマートフォンの保有を性・年齢で見ると、20代男女が全体を牽引している

アジア全体では、男女20代がスマートフォン普及を牽引している。スマートフォン保有率が60%以上の都市群(ソウル・香港・シンガポール・台北)では、20代に限らず、10代から50代まで年齢を問わず普及が進んでいる。スマートフォン保有率が40~50%台の都市群(北京、上海、広州)では、高年齢層への普及はまだこれからという状況。保有率が30%以下の都市は、都市ごとに状況は異なるが、バンコクとジャカルタでは“10代女性”の保有率が最も高く、両都市のスマートフォン利用を牽引しているのが特徴的である。

3. スマートフォンでよく利用するサービス/機能、普及率の低い都市ではソーシャルメディア利用が上位を占める。

仕事以外で利用するサービスは、全ての都市でソーシャルメディアなどの「コミュニケーション」を目的とした利用が中心。スマートフォン保有率が高い都市では、情報検索やメールなど、パソコンや従来の携帯電話でよく使われていた機能の利用も活発である。一方、普及率の低い都市では、ソーシャルメディア利用が上位を占める。

4. スマートフォンでインターネット接続する場所は自宅内が最も多い

スマートフォンでインターネットに接続する場所は、自宅が中心。都市によっては「電車や駅」「オフィス」などの自宅外利用も進んでいるが、各都市のインフラの整備状況によって差がある。スマートフォンの普及率上位7都市、およびクアラルンプールでは自宅外利用の合計が自宅内利用を上回っている。

5. スマートフォンの普及が高い都市では、テレビ、パソコン、スマートフォンが3大メディアに

スマートフォン普及率が高い都市(ソウル、香港、シンガポール、台北)では、マスメディアとデジタルメディアへの延べ接触時間が1日約8時間から10時間もの長さ及び。スマートフォンでインターネットをする時間も1日70分を超えており、パソコンでのインターネット接続、テレビ視聴に次いで3番目の接触時間となっている。

スマートフォンの普及率が低い都市では、デジタルメディアへの延べ接触時間は低い一方、テレビ視聴時間は140分を超えている。中でもクアラルンプールのテレビ視聴時間は167分と突出している。

※ 本調査における「スマートフォン」の定義(調査対象者に呈示)

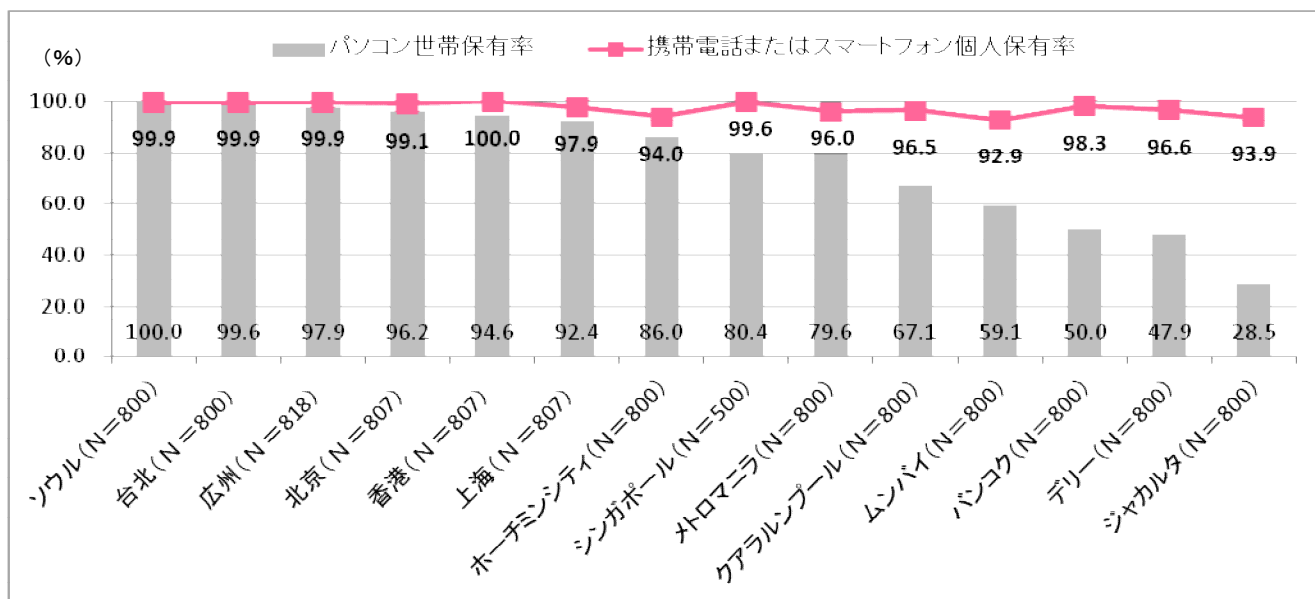
ゲームなどのアプリケーションソフトを追加することが可能な高機能携帯端末。通話に加えて、ウェブ閲覧や電子メール、文書の閲覧・編集といったパソコンと同様の機能を兼ね備える。代表的なものに、iPhoneやBlackberry、アンドロイド携帯(携帯電話向け基本ソフト(OS)「Android」を搭載したスマートフォン)がある。

<調査結果の詳細>

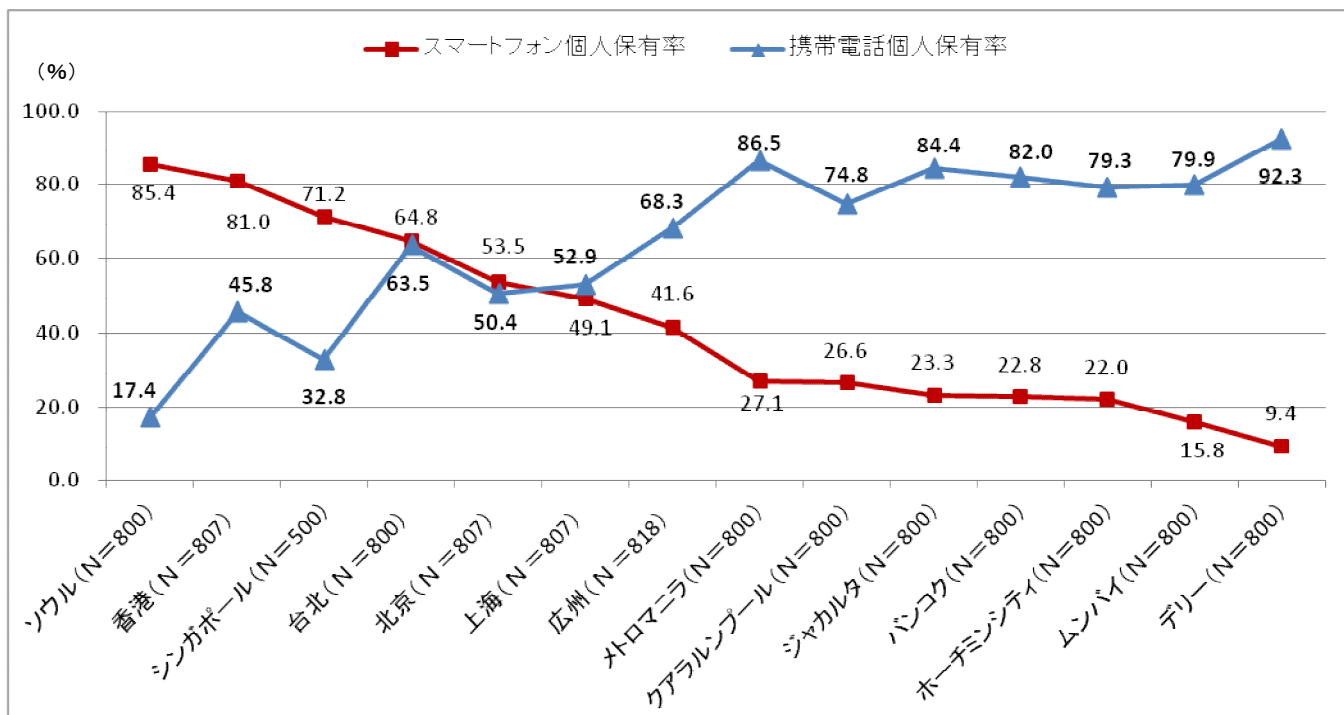
1. 通信端末の保有率(パソコン、携帯電話、スマートフォン)

アジア14都市でのパソコン自宅保有率と、携帯電話またはスマートフォンを個人保有している比率を比較した。
 (*各都市の中上位収入層を対象とした調査であることにご留意ください)

- パソコンの世帯保有率は都市によって100%~30%と差がある。
 一方、「携帯電話もしくはスマートフォンのいずれか一方または両方」を個人保有している人の割合は、都市による差はなく全都市で90%以上と非常に高い。パソコンが無くても通信手段としてほとんどの人が携帯電話もしくはスマートフォンを持っているというのが今のアジア14都市の実態であり、携帯端末「携帯電話/スマートフォン」は今やマスメディアと言える。
- 携帯電話とスマートフォンの個人保有率の内訳をみると、大きく3つに分かれる。スマートフォンの保有率が70%以上の3都市(ソウル、香港、シンガポール)、スマートフォンと携帯電話の保有率が拮抗している3都市(台北、北京、上海)、携帯電話の保有率がスマートフォンを上回る8都市(広州、マニラ、クアラルンプール、ムンバイ、バンコク、ホーチミンシティ、デリー、ジャカルタ)。アジアの各都市では、徐々に携帯電話がスマートフォンに置き換わっていく過渡期であることが推測される。



*都市はパソコン世帯保有率の高い順に並べている



*都市はスマートフォンの個人保有率の高い順に並べている

参考: HABIT調査2013
 東京15-54歳・保有率 携帯電話: 57.4% スマートフォン: 58.9%





2. 性・年齢別のスマートフォンの個人保有率



●各都市のスマートフォンの個人保有率を性・年齢別で見たところ、全体的な傾向として、いずれの都市でも男女20代の保有率が高く、各都市における保有を牽引している様子が分かる。より詳細に見ると下記のとおりとなる。

- ・スマートフォンの保有率が60%以上の4都市（ソウル、香港、シンガポール、台北）では、男女20代を中心に10～50代まで幅広い年代で保有率が高く、年齢を問わず普及が進んでいる様子がうかがえる。中でも、ソウルの10-20代男女、香港の10-30代男性と20代女性の保有率は90%を超えており非常に高い。
- ・保有率が40-50%台の中国3都市（北京、上海、広州）では、保有は10-30代に広がっているが、40-50代の保有はまだこれからといった状況がうかがえる。
- ・保有率が30%未満の都市では、スマートフォンの導入初期とも考えられ、各都市ばらばらの傾向がみられる。ジャカルタとバンコクの2都市では、10代の女性の保有率が一番高く、全体を牽引している点は他都市では見られない傾向である。

(%)

都市平均保有率	都市名	都市平均保有率	各年齢層ごとのスマートフォン保有率									
			男性					女性				
			15～19歳	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～54歳	15～19歳	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～54歳
60%以上	ソウル(N=683)	85.4	92.0	98.0	88.0	87.0	78.0	92.0	97.0	89.0	67.0	52.0
	香港(N=648)	81.0	92.0	97.0	94.0	79.0	54.0	82.0	93.0	87.0	66.0	36.0
	シンガポール(N=356)	71.2	76.7	84.4	82.8	66.1	30.0	80.0	81.3	78.1	58.1	46.7
	台北(N=518)	64.8	66.0	78.0	82.0	63.0	68.0	62.0	71.0	60.0	48.0	36.0
30%以上 60%未満	北京(N=432)	53.5	60.0	85.0	60.0	35.0	26.0	60.0	72.8	58.4	37.9	12.0
	上海(N=396)	49.1	56.0	78.4	65.3	33.7	24.0	48.0	68.0	55.4	22.5	10.0
	広州(N=340)	41.6	54.0	72.3	57.7	26.5	8.0	48.0	61.9	42.7	14.7	2.0
30%未満	メトロマニラ(N=217)	27.1	24.0	26.0	34.0	33.0	14.0	24.0	37.0	23.0	24.0	18.0
	クアラルンプール(N=213)	26.6	32.0	51.0	32.0	22.0	20.0	16.0	41.0	27.0	6.0	0.0
	ジャカルタ(N=186)	23.3	22.0	31.0	25.0	15.0	24.0	44.0	32.0	21.0	10.0	14.0
	バンコク(N=182)	22.8	34.0	34.0	25.0	18.0	10.0	44.0	36.0	17.0	5.0	6.0
	ホーチミンシティ(N=176)	22.0	26.0	37.0	28.0	16.0	18.0	26.0	24.0	22.0	9.0	10.0
	ムンバイ(N=126)	15.8	26.0	44.0	23.0	11.0	8.0	22.0	14.0	6.0	0.0	0.0
	デリー(N=75)	9.4	14.0	23.0	14.0	6.0	4.0	6.0	10.0	4.0	4.0	4.0

※  75%以上男性  75%以上女性
 50%以上男性  50%以上女性

  印は、その都市で一番高い保有率の性・年齢層をあらわしている

3. スマートフォンでよく利用するサービス/機能（通話を除く）

仕事以外でスマートフォンでよく利用するサービス/機能を聞いたところ、スマートフォンの利用法のトップ10で一番多い使い方は全都市でコミュニケーション/ソーシャルメディア系であった（右下の表参照）。更にトップ3で見ると、香港、シンガポール、メトロマニラ、ジャカルタ、バンコクの5都市では、全ての利用サービス/機能がコミュニケーション/ソーシャルメディア系であり（黄色）（左下の表参照）、スマートフォンがコミュニケーション/ソーシャルメディアのためのツールとして一番多く使われている事が分かる。

<利用サービス/機能のグループ分けの定義>

- コミュニケーション/ソーシャルメディア系(黄色)：ショートメッセージ、電子メール、チャット、SNSの閲覧・書き込み、写真の送受信/投稿、動画の投稿や送信、Twitterなどのマイクロブログ、掲示板への書き込み、他人のサイトの閲覧・書き込み、オンライン/ソーシャルゲームなど（基本的に特定の相手、もしくは複数・不特定の相手がいる行動・活動）
- エンターテインメント系（ピンク）：音楽のダウンロード/聴く、動画を見る、ゲームのダウンロード、着メロのダウンロード
- 情報/ニュース系（スカイブルー）：ニュースを見る、情報検索
- その他（白）：カメラ機能、GPS機能

<都市ごとの利用方の特徴>

・スマートフォンの保有率が60%以上の4都市

ソウルでは、情報検索やニュース、香港、シンガポール、台北では、ショートメッセージや電子メールなどパソコンや携帯電話と同じ使われ方が上位に入る。しかし20代にフォーカスしてみると、「SNSの閲覧・書き込み」が順位をあげてくる。

(*) 20-29歳男女の「SNSの閲覧・書き込み」の結果

ソウル：2位（69.5%）、香港：1位（89.2%）、シンガポール：3位（63.9%）、台北：1位（82.5%）

・スマートフォンの保有率が30%未満の都市

メトロマニラ、クアラルンプール、ジャカルタ、バンコクではSNSの閲覧・書き込みのようにソーシャルメディア系コミュニケーション・ツールとしての使われ方が多く、スマートフォンが遅れて入ってきた新興都市では、最新のサービス/機能を導入初期の段階から利用している傾向が強いことが伺われる。一方、ホーチミンシティ、ムンバイ、デリーでは情報検索ツールとしてよく活用されている。

Q.仕事以外で、スマートフォンでよく利用するサービス/機能などは何ですか(複数回答/選択肢28)

都市平均保有率	都市名	都市平均保有率	<左表>			<右表>			
			トップ3			トップ10に入った項目数			
			1	2	3	コミュニケーション/ソーシャルメディア系	エンターテインメント系	情報/ニュース系	その他
60%以上	ソウル (N=683)	85.4	情報検索 (69.8%)	カメラ機能 (68.6%)	ニュースを見る (65.1%)	5	2	2	1
	香港 (N=648)	81.0	ショートメッセージ (83%)	電子メール (79.2%)	SNSの閲覧・書き込み (75.4%)	4	2	2	2
	シンガポール (N=356)	71.2	ショートメッセージ (73.9%)	電子メール (61.6%)	SNSの閲覧・書き込み (59.6%)	5	1	2	2
	台北 (N=518)	64.8	ショートメッセージ (82.8%)	SNSの閲覧・書き込み (72.3%)	カメラ機能 (72.3%)	4	2	2	2
30%以上 60%未満	北京 (N=432)	53.5	情報検索 (63.1%)	チャット (57.3%)	ショートメッセージ (53.9%)	4	2	2	2
	上海 (N=396)	49.1	チャット (54.9%)	音楽のダウンロード/聴く(53.9%)	ショートメッセージ (52.5%)	4	3	2	1
	広州 (N=340)	41.6	ショートメッセージ (74.7%)	情報検索 (66.2%)	カメラ機能 (66.2%)	4	2	2	2
30%未満	メトロマニラ (N=217)	27.1	SNSの閲覧・書き込み (75%)	チャット (51.6%)	電子メール (38.3%)	8	1	1	0
	クアラルンプール (N=213)	26.6	SNSの閲覧・書き込み (67.5%)	情報検索 (54.2%)	ショートメッセージ (50.8%)	6	2	1	1
	ジャカルタ (N=186)	23.3	SNSの閲覧・書き込み (84.9%)	チャット (53.8%)	ショートメッセージ (46.2%)	6	1	2	1
	バンコク (N=182)	22.8	SNSの閲覧・書き込み (56.8%)	チャット (52.6%)	電子メール (38.9%)	6	1	2	1
	ホーチミンシティ (N=176)	22.0	ニュースを見る (75.4%)	情報検索 (65.6%)	チャット (62.3%)	6	2	2	0
	ムンバイ (N=126)	15.8	電子メール (76.4%)	情報検索 (66.7%)	ショートメッセージ (58.3%)	5	2	2	1
	デリー (N=75)	9.4	情報検索 (70%)	音楽のダウンロード/聴く(62.5%)	電子メール (57.5%)	5	3	1	1

＜参考資料＞スマートフォンでよく利用するサービス/機能 TOP10

Q:仕事以外で、スマートフォンでよく利用するサービス/機能などは何ですか(複数回答/選択肢28)

都市平均保有率	都市名	都市平均保有率	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
60%以上	ソウル (N=683)	85.4	情報検索 (69.8%)	カメラ機能 (68.6%)	ニュースを見る (65.1%)	ショートメッセージ (60.9%)	電子メール (60.4%)	音楽のダウンロード/聴く (60.2%)	SNSの閲覧・書込み (54.3%)	チャット (52.4%)	動画を見る (43.9%)	写真の送受信/投稿 (39.4%)
	香港 (N=648)	81.0	ショートメッセージ (83%)	電子メール (79.2%)	SNSの閲覧・書込み (75.4%)	チャット (66.7%)	カメラ機能 (66.4%)	ニュースを見る (66.2%)	情報検索 (61.2%)	音楽のダウンロード/聴く (52.9%)	GPS機能 (45.5%)	動画を見る (41.2%)
	シンガポール (N=356)	71.2	ショートメッセージ (73.9%)	電子メール (61.6%)	SNSの閲覧・書込み (59.6%)	情報検索 (45%)	カメラ機能 (44%)	チャット (41%)	ニュースを見る (36.8%)	音楽のダウンロード/聴く (31.6%)	オンライン/ソーシャルゲーム (26.7%)	GPS機能 (25.7%)
	台北 (N=518)	64.8	ショートメッセージ (82.8%)	SNSの閲覧・書込み (72.3%)	カメラ機能 (72.3%)	電子メール (71.9%)	ニュースを見る (63.6%)	チャット (54.9%)	情報検索 (54.7%)	音楽のダウンロード/聴く (53.7%)	GPS機能 (49.5%)	動画を見る (46.7%)
30%以上 60%未満	北京 (N=432)	53.5	情報検索 (63.1%)	チャット (57.3%)	ショートメッセージ (53.9%)	音楽のダウンロード/聴く (39.6%)	カメラ機能 (38.9%)	ニュースを見る (33.4%)	オンライン/ソーシャルゲーム (20.5%)	GPS機能 (17.4%)	ゲームのダウンロード (16.4%)	Twitterなどのマイクロブログ (13%)
	上海 (N=396)	49.1	チャット (54.9%)	音楽のダウンロード/聴く (53.9%)	ショートメッセージ (52.5%)	ニュースを見る (44.7%)	情報検索 (43.7%)	オンライン/ソーシャルゲーム (37.7%)	カメラ機能 (34.9%)	ゲームのダウンロード (32.7%)	電子メール (25%)	着メロのダウンロード (23.9%)
	広州 (N=340)	41.6	ショートメッセージ (74.7%)	情報検索 (66.2%)	カメラ機能 (66.2%)	チャット (65.3%)	ニュースを見る (53.9%)	Twitterなどのマイクロブログ (52.3%)	音楽のダウンロード/聴く (50%)	GPS機能 (35.7%)	着メロのダウンロード (29.2%)	電子メール (28.6%)
30%未満	メトロマニラ (N=217)	27.1	SNSの閲覧・書込み (75%)	チャット (51.6%)	電子メール (38.3%)	音楽のダウンロード/聴く (32.8%)	ショートメッセージ (32%)	情報検索 (22.7%)	動画の投稿や送信 (21.9%)	掲示板への書込み (18.8%)	Twitterなどのマイクロブログ (18.8%)	他人のサイトの閲覧・書込み (18%)
	クアラルンプール (N=213)	26.6	SNSの閲覧・書込み (67.5%)	情報検索 (54.2%)	ショートメッセージ (50.8%)	電子メール (43.3%)	チャット (35%)	音楽のダウンロード/聴く (32.5%)	カメラ機能 (31.7%)	ゲームのダウンロード (24.2%)	写真の送受信/投稿 (21.7%)	他人のサイトの閲覧・書込み (12.5%) / 動画の投稿や送信 (12.5%)
	ジャカルタ (N=186)	23.3	SNSの閲覧・書込み (84.9%)	チャット (53.8%)	ショートメッセージ (46.2%)	電子メール (45.4%)	情報検索 (42.9%)	音楽のダウンロード/聴く (33.6%)	Twitterなどのマイクロブログ (31.1%)	写真の送受信/投稿 (31.1%)	ニュースを見る (30.3%)	カメラ機能 (26.1%)
	バンコク (N=182)	22.8	SNSの閲覧・書込み (56.8%)	チャット (52.6%)	電子メール (38.9%)	情報検索 (38.9%)	ショートメッセージ (30.5%)	写真の送受信/投稿 (27.4%)	音楽のダウンロード/聴く (25.3%)	ニュースを見る (22.1%)	Twitterなどのマイクロブログ (20%)	カメラ機能 (20%)
	ホーチミンシティ (N=176)	22.0	ニュースを見る (75.4%)	情報検索 (65.6%)	チャット (62.3%)	電子メール (44.3%)	SNSの閲覧・書込み (41.8%)	音楽のダウンロード/聴く (40.2%)	ショートメッセージ (36.9%)	着メロのダウンロード (21.3%)	写真の送受信/投稿 (20.5%)	オンライン/ソーシャルゲーム (18.9%)
	ムンバイ (N=126)	15.8	電子メール (76.4%)	情報検索 (66.7%)	ショートメッセージ (58.3%)	チャット (58.3%)	音楽のダウンロード/聴く (58.3%)	SNSの閲覧・書込み (47.2%)	ゲームのダウンロード (44.4%)	ニュースを見る (37.5%)	カメラ機能 (37.5%)	写真の送受信/投稿 (33.3%)
	デリー (N=75)	9.4	情報検索 (70%)	音楽のダウンロード/聴く (62.5%)	電子メール (57.5%)	チャット (47.5%)	SNSの閲覧・書込み (47.5%)	ゲームのダウンロード (37.5%)	写真の送受信/投稿 (35%)	カメラ機能 (35%)	ショートメッセージ (27.5%)	動画を見る (25%)

4. スマートフォンでインターネットを利用する場所

下表は、スマートフォンでインターネットを利用する場所を示し、利用率30%以上の場所をハッチングしている。

- スマートフォンでのインターネット接触は個別の場所で見ると、全ての都市で自宅内利用が最も多い。
- 「自宅内」よりも「自宅外計」の方が高いのは、普及率上位4都市（ソウル、香港、シンガポール、台北）、中国3都市（北京、上海、広州）およびクアラルンプール。
- 「自宅外」での利用状況の内訳をみると、都市によって差が見られる。これは各都市の公共交通インフラや無線LAN環境の整備状況が影響していると考えられる。例えば、無線LANは、スマートフォンの普及が初期段階の都市でも良好な通信環境を得ることが可能であるため、ホーチミンシティのような新興都市でも利用率が高いと思われる。

スマートフォンでインターネットを利用する場所(複数回答)*

都市平均保有率	都市名	都市平均保有率	自宅内	自宅外						
				自宅外計	学校	オフィス	インターネットカフェ	無線LANスポット(空港/ホテル/コーヒーショップ/ショッピングモールなど)	電車/バスの中や駅	車の中<タクシー含む>
60%以上	ソウル	85.4	67.7	90.7	17.5	26.6	3.7	21.1	54.3	23.3
	香港	81.0	89.5	94.5	17.0	57.2	5.4	36.5	66.7	48.7
	シンガポール	71.2	74.3	81.8	12.1	35.5	2.3	24.1	39.1	20.5
	台北	64.8	84.8	90.1	24.2	53.1	6.9	43.0	48.7	25.7
30%以上 60%未満	北京	53.5	37.2	97.3	6.1	13.0	2.0	13.0	26.3	14.0
	上海	49.1	47.2	96.1	10.2	33.5	3.9	12.3	46.1	9.9
	広州	41.6	58.1	99.4	10.1	43.2	1.6	48.4	57.1	14.0
30%未満	メロマニラ	27.1	90.6	57.0	8.6	17.2	4.7	10.2	7.0	5.5
	クアラルンプール	26.6	65.8	78.3	3.3	23.3	3.3	17.5	3.3	10.8
	ジャカルタ	23.3	86.6	67.2	10.1	22.7	1.7	4.2	6.7	3.4
	バンコク	22.8	85.3	87.4	25.3	40.0	3.2	13.7	18.9	11.6
	ホーチミンシティ	22.0	88.5	86.9	12.3	42.6	23.8	41.8	0.8	5.7
	ムンバイ	15.8	86.1	84.7	12.5	29.2	0.0	13.9	47.2	13.9
	デリー	9.4	87.5	72.5	10.0	30.0	2.5	7.5	25.0	5.0

※ 30%以上 50%以上

※ 自宅外計: 学校orオフィスorインターネットカフェor無線LANスポット(空港/ホテル/コーヒーショップ/ショッピングモールなど)or電車/バスの中や駅or車の中<タクシー含む>

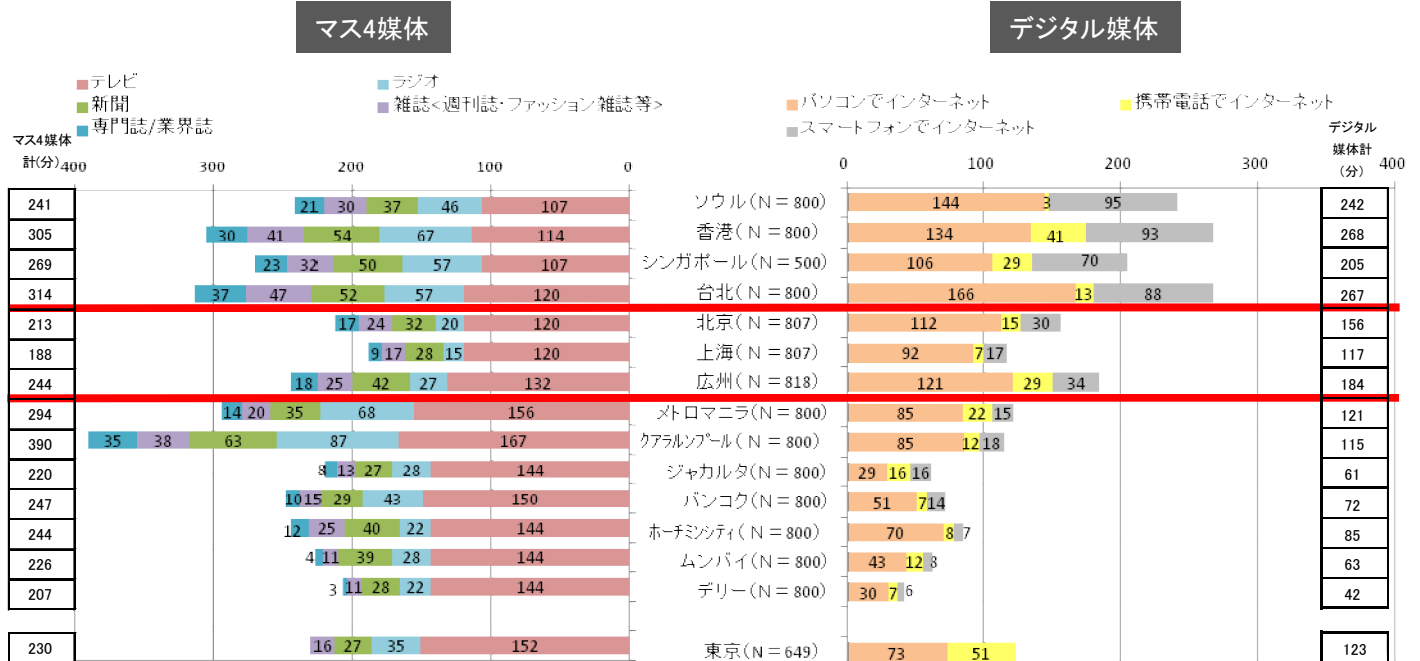
5. スマートフォンおよび各メディアへの延べ平均接触時間(平日)

下表は、マス4媒体+デジタル媒体（パソコン、携帯電話、スマートフォン）への1日当たりの延べ接触時間（単位：分）の平均を表している。（*一度に複数の媒体に接触している場合は、接触時間は重複して加算される）

- スマートフォンの保有率が60%以上の4都市（ソウル、香港、シンガポール、台北）では、各媒体への延べ平均接触時間の合計が1日あたり450分を超え、スマートフォンへの平均接触時間は1日70分を超えている。この接触時間は、パソコン、テレビに次いで3番目に長い時間である。
各媒体への接触時間をマス4媒体とデジタル媒体（パソコン、携帯電話、スマートフォン）で分けると、都市ごとに傾向が異なる。
- 香港と台北では、マス4媒体、デジタル媒体の両方への接触時間が長いが、マス4媒体の合計の方が長い。
- ソウルでは両者が拮抗している。シンガポールではマス4媒体への延べ接触時間がやや短くソウルに類似した傾向が見られる。
- スマートフォンの普及率が30%未満の都市では、デジタル媒体への延べ接触時間も短い。一方、テレビの視聴時間はどの都市でも1日140分を超えている。特にクアラルンプールはテレビ視聴時間が167分と非常に長く、マス4媒体+デジタル媒体への延べ接触時間も505分と突出している。

Q:それぞれの情報メディアをどのくらい見たり聞いたり、利用したりしていますか？(平日) (単位:分) (%)

	マス4媒体計	デジタル媒体計	合計	スマートフォン都市全体保有率
ソウル(N=800)	241	242	483	85.4
香港(N=800)	305	268	573	81.0
シンガポール(N=500)	269	205	474	71.2
台北(N=800)	314	267	581	64.8
北京(N=807)	213	156	369	53.5
上海(N=807)	188	117	305	49.1
広州(N=818)	244	184	428	41.6
メトロマニラ(N=800)	294	121	415	27.1
クアラルンプール(N=800)	390	115	505	26.6
ジャカルタ(N=800)	220	61	281	23.3
バンコク(N=800)	247	72	319	22.8
ホーチミンシティ(N=800)	244	85	329	22.0
ムンバイ(N=800)	226	63	289	15.8
デリー(N=800)	207	42	249	9.4
東京(N=649)	230	124	354	



*参考:メディア定点調査2013 東京のデータ(上下両方の図表)
15-69歳男女、「雑誌」は分類なし。「携帯電話」はスマートフォンを含む。

<第9回レポート 調査概要>

【調査都市】 14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、ムンバイ、北京、上海、広州

【調査対象】 15-54歳男女

【サンプル数】 10,932名 ※東京は除く

【調査時期】 2012年5月下旬~8月

博報堂のグローバル生活者調査

Global HABIT®

Global HABIT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 HABIT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 HABIT 2012」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)、ドイツ(フランクフルト)、ブラジル(サンパウロ)

*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(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)、ロシア(モスクワ)、は2011年以前に調査。

調査対象: 15~54才男女で各都市500~800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、25~54才の男女1,800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40,000ルピー以上、25~54才の男女1,000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: 2012年5月下旬~8月上旬

調査方法: 訪問面接(香港・台湾・韓国以外のアジア、ドイツ、ブラジル)
会場での個人面接(香港・台湾・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)
- トイレットリー ●化粧品 ●パーソナルケア商品 ●生理用品/紙オムツ

HABIT調査2013: 博報堂 研究開発局 実施

調査地区: 首都圏40km圏、近畿圏20km圏。調査対象者: 12-69歳男女。自記入式調査。約5,000サンプル。調査期間: 2013年2-3月

メディア定点調査2013: 博報堂DYメディアパートナーズ メディア環境研究所 実施

調査地区: 東京都・大阪府・愛知県・高知県。調査対象者: 15-69歳男女。郵送調査法。標本構成: 2,614サンプル。調査期間: 2013年2月

本件に関するお問合せ

博報堂 広報室	西尾・尾高・山野	Tel : 03-6441-6161
博報堂 研究開発局	小山・高月	Tel : 03-6441-6153
博報堂DYメディアパートナーズ	メディア情報研究所 加藤	Tel : 03-6441-9713