

【2016年 Vol.1】 2016.02.29

アジア生活者が各国製品に対して抱くイメージ

- 「日本製品 = 高品質」イメージ。「定評」「先端技術」「安心/安全」イメージも高く、日本製品への信頼は厚い。日本から連想するモノ・サービスのトップ3は「家電/AV製品」、「デジタル製品」、「自家用車」。
- アメリカ製品は、製品イメージ、連想するモノ・サービスともに日本製品と似ている。
- タイ製品は、全体的に中国製品とイメージが似ているが、ホーチミンシティ、ヤンゴン、インド2都市では「高品質」なイメージ。タイから連想するモノ・サービスは、1位「観光」、2位「食」、3位「ファッション製品」。

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年からアジアを中心に世界の主要都市で中・上位収入層を対象に毎年実施しています。最新(2015年実施)のGlobal HABIT調査のデータをもとに様々な角度から分析を行い、グローバル市場での可能性に繋がるヒントをご紹介します。今回のレポートでは、アジア15都市生活者が各国の製品に対して抱いているイメージについて分析した結果をご紹介します。環太平洋パートナーシップ(TPP)協定、ASEAN経済共同体(AEC)などにより、企業のサプライチェーン(原材料調達・生産管理・物流・販売)は変化していくことが予想されます。今後競争が激しくなるアジア市場において、他社製品と差別化し優位性を確保するための参考に、当レポートをご活用ください。

(15都市) 香港・台北・ソウル・上海・北京・広州・シンガポール・バンコク・ジャカルタ・クアラルンプール・メトロマニラ・ホーチミンシティ・ヤンゴン・デリー・ムンバイ
※参考としてロシア(モスクワ)、アメリカ(ニューヨーク)とブラジル(サンパウロ)のデータもご紹介します。

■ 日本製品

日本製品に対するイメージは、アジア15都市平均で1位「高品質」(71.3%)、2位「定評」(52.9%)となっており、日本製品に対する信頼の高さがうかがえる。3位「カッコイイ/センスがいい」(47.8%)と4位「先端技術」(47.6%)の割合はほぼ同じで、「安心/安全」(44.3%)が続く。また、日本から連想するモノ・サービス・エンタテインメントは、「家電/AV製品」「デジタル製品」「自家用車」がトップ3で、「アニメ/漫画」「食」「観光」が続く。都市ごとに詳しく見ても多くの都市で耐久財がトップ3だが、ソウルでは「アニメ/漫画」が1位になっている。また、ホーチミンシティでは「医療」がトップ5に入る。

■ アメリカ製品

アメリカ製品は、日本製品とイメージ項目の順位がほぼ同じで、アジア生活者が両国製品に対して似たようなイメージを持っている様子。ただし、アメリカ製品の「高品質」イメージは51.1%で日本製品よりも20ポイントほど低い。都市別に見てみると、中国3都市とインド2都市では、「カッコイイ/センスがいい」イメージが「高品質」イメージを上回っている。また、アメリカからの連想は、「デジタル製品」「家電/AV製品」「自家用車」が上位である点は日本製品と同じで、「映画」がトップ3に入っている。

■ 韓国製品

韓国製品に対するイメージは、1位「カッコイイ/センスがいい」(46.0%)、2位「活気や勢いがある」(38.4%)、3位「高品質」(31.1%)。韓国からの連想は、「ファッション製品」「デジタル製品」「化粧品」がトップ3で、4位は「家電/AV製品」。

■ 中国製品

中国製品に対するイメージは、1位「低価格」(64.9%)、2位「価格に見合う価値がある」(25.2%)、3位「活気や勢いを感じる」(24.9%)。中国からの連想は、1位「食」、2位「観光」で、「デジタル製品」と「家電/AV製品」がトップ5に入っている。

■ タイ製品

タイ製品に対するイメージは、1位「低価格」(42.6%)、2位「価格に見合う価値がある」(25.9%)、3位「活気や勢いを感じる」(23.0%)で中国製品とイメージが似ている。ただし、ホーチミンシティ、ヤンゴン、インド2都市では「高品質」「定評」が「低価格」を上回っており、他都市とは異なる傾向が見られる。タイからの連想は、1位「観光」、2位「食」で、「家電/AV製品」や「デジタル製品」は上位に入っていない。

【ご参考】インド製品

インド製品に対するイメージは、インド2都市のみで聴取したところ、「高品質」は9割以上、その他全てのイメージ項目が7割を超えており自国製品に対する信頼の高さが見られる。

1. 各国製品イメージ

下表は、各国の製品に対するイメージについて、アジア15都市平均で比較した結果である。（各都市の詳細はP.3-5参照）

- ・日本製品に対するイメージは、1位「高品質」（71.3%）、2位「定評」（52.9%）で日本製品への信頼は厚い。3位「カッコイイ/センスがいい」（47.8%）と4位「先端技術」（47.6%）の割合はほぼ同じで、「安心/安全」（44.3%）が続く。都市別に見てもアジア15都市中14都市で「高品質」が1位。
- ・アメリカ製品は、日本製品とイメージ項目の順位がほぼ同じで、アジア生活者が両国製品に対して似たようなイメージを持っている様子が見える。ただし、アメリカ製品の「高品質」イメージは51.1%で、日本製品よりも20ポイント低い結果となっている。都市別に見てみると、中国3都市とインド2都市では、「カッコイイ/センスがいい」イメージが「高品質」イメージを上回っている。
- ・韓国製品は、1位「カッコイイ/センスがいい」（46.0%）、2位「活気や勢いがある」（38.4%）、3位「高品質」（31.1%）。
- ・中国製品は、1位「低価格」（64.9%）、2位「価格に見合う価値がある」（25.2%）、3位「活気や勢いを感じる」（24.9%）。
- ・タイ製品に対するイメージは、1位「低価格」（42.6%）、2位「価格に見合う価値がある」（25.9%）、3位「活気や勢いを感じる」（23.0%）で中国製品とイメージが似ている。しかし、ホーチミンシティ、ヤンゴン、インド2都市では「低価格」イメージはトップ3には入っておらず、「高品質」「定評」のスコアの方が上回っている。
- ・インド2都市（デリー、ムンバイ）でのみインド製品について聴取したところ、「高品質」は9割以上で、その他全てのイメージ項目が7割を超えており、自国製品に対する信頼の高さが見られる。

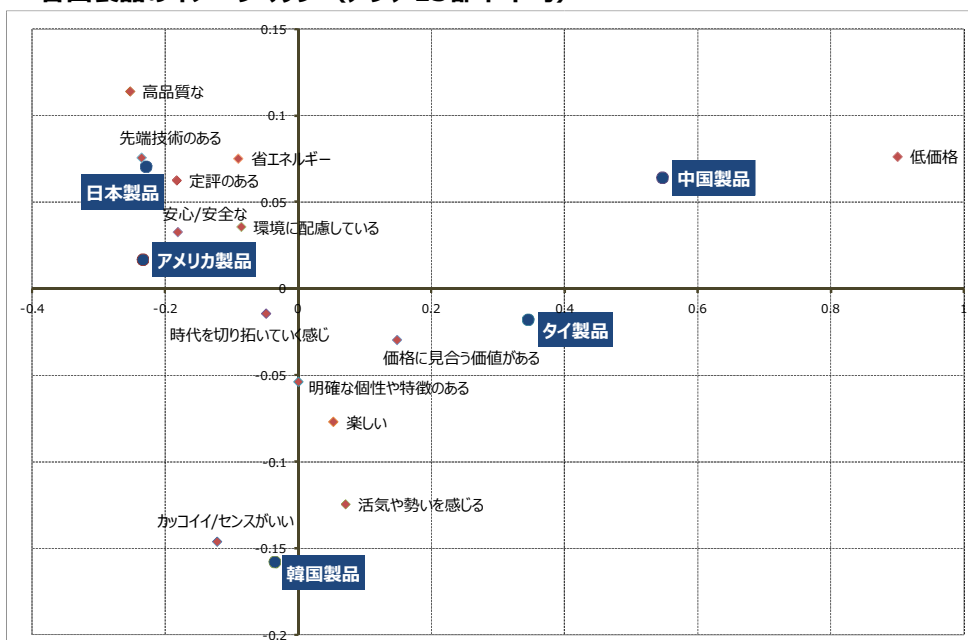
■各国製品イメージ（アジア15都市平均）

	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位	9位	10位	11位	12位	13位
日本製品	高品質な (71.3%)	定評のある (52.9%)	カッコイイ/センス がいい (47.8%)	先端技術のある (47.6%)	安心/安全な (44.3%)	時代を切り拓いて いく感じ (42.1%)	明確な個性や 特徴のある (38.8%)	活気や勢いを 感じる (36.9%)	価格に見合う 価値がある (36.1%)	楽しい (35.5%)	環境に配慮 している (31.3%)	省エネルギー (30.2%)	低価格 (16.0%)
アメリカ製品	高品質な (51.1%)	定評のある (50.3%)	カッコイイ/センス がいい (46.5%)	先端技術のある (44.6%)	安心/安全な (39.1%)	時代を切り拓いて いく感じ (38.4%)	活気や勢いを 感じる (35.8%)	明確な個性や 特徴のある (34.2%)	価格に見合う 価値がある (29.8%)	楽しい (28.9%)	環境に配慮 している (25.9%)	省エネルギー (24.0%)	低価格 (12.5%)
韓国製品	カッコイイ/センス がいい (46.0%)	活気や勢いを 感じる (38.4%)	高品質な (31.1%)	時代を切り拓いて いく感じ (30.8%)	明確な個性や 特徴のある (30.3%)	楽しい (29.8%)	価格に見合う 価値がある (29.0%)	定評のある (28.8%)	安心/安全な (25.5%)	先端技術のある (24.8%)	低価格 (23.7%)	環境に配慮 している (18.8%)	省エネルギー (16.0%)
中国製品	低価格 (64.9%)	価格に見合う 価値がある (25.2%)	活気や勢いを 感じる (24.9%)	時代を切り拓いて いく感じ (21.2%)	カッコイイ/センス がいい (19.4%)	楽しい (19.1%)	明確な個性や 特徴のある (18.8%)	定評のある (17.8%)	高品質な (17.1%)	先端技術のある (14.4%)	安心/安全な (13.7%)	環境に配慮 している (13.0%)	省エネルギー (12.1%)
タイ製品	低価格 (42.6%)	価格に見合う 価値がある (25.9%)	活気や勢いを 感じる (23.0%)	明確な個性や 特徴のある (22.3%)	楽しい (22.1%)	カッコイイ/センス がいい (18.5%)	定評のある (17.6%)	時代を切り拓いて いく感じ (17.3%)	高品質な (17.2%)	安心/安全な (15.3%)	先端技術のある (12.4%)	環境に配慮 している (12.2%)	省エネルギー (11.5%)

<参考>

インド製品 (デリー)	高品質な (94.6%)	低価格 (86.3%)	活気や勢いを 感じる (84.2%)	カッコイイ/センス がいい (83.3%)	先端技術のある (83.0%)	定評のある (82.5%)	安心/安全な (81.4%)	省エネルギー (80.6%)	価格に見合う 価値がある (79.9%)	時代を切り拓いて いく感じ (78.8%)	明確な個性や 特徴のある (77.6%)	環境に配慮 している (77.5%)	楽しい (75.6%)
インド製品 (ムンバイ)	高品質な (92.2%)	定評のある (84.0%)	カッコイイ/センス がいい (83.2%)	活気や勢いを 感じる (82.6%)	安心/安全な (81.5%)	時代を切り拓いて いく感じ (81.0%)	価格に見合う 価値がある (80.9%)	明確な個性や 特徴のある (80.0%)	楽しい (78.4%)	低価格 (76.2%)	先端技術のある (75.7%)	環境に配慮 している (73.0%)	省エネルギー (66.5%)

■各国製品のイメージマップ（アジア15都市平均）



1.各国製品イメージ（都市別詳細）

Q：次の国の製品にはどんなイメージがてはまりますか。（複数回答／選択肢13）

日本製品

	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位	9位	10位	11位	12位	13位
アジア15都市	高品質な (71.3%)	定評のある (52.9%)	カクイ/センス が いい (47.8%)	先端技術のある (47.6%)	安心/安全な (44.3%)	時代を切り拓いて いる 感じが (42.1%)	明確な個性や 特徴のある (38.8%)	活気や勢いを 感じる (36.9%)	価格に見合う 価値がある (36.1%)	楽しい (35.5%)	環境に配慮 している (31.3%)	省エネルギー (30.2%)	低価格 (16.0%)
香港	高品質な (87.3%)	安心/安全な (74.1%)	先端技術のある (70.9%)	カクイ/センス が いい (69.3%)	定評のある (65.8%)	楽しい (55.8%)	時代を切り拓いて いる 感じが (51.9%)	明確な個性や 特徴のある (50.9%)	活気や勢いを 感じる (46.1%)	価格に見合う 価値がある (42.8%)	省エネルギー (35.9%)	環境に配慮 している (34.4%)	低価格 (13.0%)
台北	高品質な (87.3%)	定評のある (71.0%)	安心/安全な (69.4%)	時代を切り拓いて いる 感じが (63.6%)	カクイ/センス が いい (58.6%)	先端技術のある (51.9%)	明確な個性や 特徴のある (51.5%)	価格に見合う 価値がある (39.4%)	楽しい (38.9%)	環境に配慮 している (32.6%)	活気や勢いを 感じる (31.6%)	省エネルギー (29.5%)	低価格 (5.1%)
ソウル	高品質な (69.6%)	カクイ/センス が いい (49.8%)	定評のある (44.4%)	先端技術のある (39.4%)	明確な個性や 特徴のある (37.6%)	安心/安全な (30.4%)	楽しい (27.0%)	時代を切り拓いて いる 感じが (24.4%)	価格に見合う 価値がある (23.8%)	省エネルギー (11.0%)	環境に配慮 している (8.8%)	活気や勢いを 感じる (6.2%)	低価格 (0.6%)
上海	高品質な (68.4%)	定評のある (47.9%)	活気や勢いを 感じる (43.2%)	カクイ/センス が いい (42.2%)	先端技術のある (42.2%)	環境に配慮 している (39.6%)	時代を切り拓いて いる 感じが (36.3%)	明確な個性や 特徴のある (36.3%)	省エネルギー (36.2%)	安心/安全な (31.9%)	楽しい (27.9%)	価格に見合う 価値がある (27.7%)	低価格 (26.2%)
北京	高品質な (50.4%)	先端技術のある (36.3%)	定評のある (33.7%)	カクイ/センス が いい (30.7%)	明確な個性や 特徴のある (25.7%)	価格に見合う 価値がある (25.0%)	安心/安全な (25.0%)	低価格 (24.5%)	省エネルギー (23.9%)	楽しい (22.7%)	活気や勢いを 感じる (22.6%)	時代を切り拓いて いる 感じが (22.6%)	環境に配慮 している (22.4%)
広州	カクイ/センス が いい (50.4%)	高品質な (44.6%)	省エネルギー (41.6%)	安心/安全な (40.5%)	明確な個性や 特徴のある (36.6%)	先端技術のある (36.6%)	環境に配慮 している (34.9%)	楽しい (34.8%)	定評のある (34.7%)	時代を切り拓いて いる 感じが (32.5%)	活気や勢いを 感じる (30.9%)	価格に見合う 価値がある (30.4%)	低価格 (22.1%)
シンガポール	高品質な (74.9%)	定評のある (58.6%)	カクイ/センス が いい (52.0%)	先端技術のある (48.0%)	安心/安全な (42.7%)	時代を切り拓いて いる 感じが (38.6%)	楽しい (34.1%)	活気や勢いを 感じる (33.1%)	環境に配慮 している (32.2%)	価格に見合う 価値がある (28.4%)	省エネルギー (26.1%)	省エネルギー (23.3%)	低価格 (6.7%)
クアラルンプール	高品質な (73.6%)	先端技術のある (72.0%)	安心/安全な (66.9%)	省エネルギー (66.9%)	環境に配慮 している (65.6%)	定評のある (63.6%)	時代を切り拓いて いる 感じが (61.4%)	活気や勢いを 感じる (61.1%)	明確な個性や 特徴のある (60.3%)	カクイ/センス が いい (57.1%)	楽しい (56.8%)	価格に見合う 価値がある (45.5%)	低価格 (22.1%)
バンコク	高品質な (65.9%)	先端技術のある (60.1%)	定評のある (51.5%)	安心/安全な (47.1%)	時代を切り拓いて いる 感じが (47.0%)	カクイ/センス が いい (45.8%)	明確な個性や 特徴のある (44.0%)	活気や勢いを 感じる (40.8%)	楽しい (35.3%)	価格に見合う 価値がある (33.8%)	環境に配慮 している (33.5%)	省エネルギー (33.0%)	低価格 (14.6%)
メトロマニラ	高品質な (70.0%)	カクイ/センス が いい (39.3%)	時代を切り拓いて いる 感じが (35.8%)	先端技術のある (33.9%)	定評のある (33.1%)	活気や勢いを 感じる (27.6%)	価格に見合う 価値がある (22.4%)	安心/安全な (16.8%)	明確な個性や 特徴のある (16.4%)	楽しい (15.0%)	低価格 (8.8%)	省エネルギー (6.9%)	環境に配慮 している (5.3%)
ジャカルタ	高品質な (75.2%)	定評のある (57.2%)	先端技術のある (50.2%)	時代を切り拓いて いる 感じが (45.1%)	活気や勢いを 感じる (40.2%)	カクイ/センス が いい (39.3%)	明確な個性や 特徴のある (37.2%)	価格に見合う 価値がある (31.6%)	楽しい (31.2%)	環境に配慮 している (28.7%)	安心/安全な (25.5%)	省エネルギー (25.1%)	低価格 (23.1%)
ホーチミンシティ	高品質な (84.1%)	定評のある (80.0%)	安心/安全な (70.1%)	価格に見合う 価値がある (63.8%)	先端技術のある (62.4%)	時代を切り拓いて いる 感じが (54.3%)	明確な個性や 特徴のある (53.1%)	カクイ/センス が いい (52.8%)	省エネルギー (49.5%)	楽しい (45.1%)	環境に配慮 している (42.6%)	活気や勢いを 感じる (37.5%)	低価格 (19.5%)
ヤンゴン	高品質な (76.0%)	定評のある (67.4%)	安心/安全な (49.8%)	価格に見合う 価値がある (38.4%)	カクイ/センス が いい (29.6%)	先端技術のある (28.6%)	楽しい (25.2%)	活気や勢いを 感じる (19.8%)	時代を切り拓いて いる 感じが (15.4%)	明確な個性や 特徴のある (14.0%)	環境に配慮 している (11.6%)	省エネルギー (7.0%)	低価格 (4.0%)
デリー	高品質な (82.0%)	活気や勢いを 感じる (52.1%)	カクイ/センス が いい (48.7%)	価格に見合う 価値がある (48.4%)	定評のある (47.8%)	時代を切り拓いて いる 感じが (47.2%)	安心/安全な (41.1%)	先端技術のある (41.1%)	楽しい (40.8%)	明確な個性や 特徴のある (39.2%)	環境に配慮 している (34.4%)	省エネルギー (29.7%)	低価格 (23.8%)
ムンバイ	高品質な (63.4%)	カクイ/センス が いい (47.2%)	定評のある (44.8%)	活気や勢いを 感じる (40.6%)	時代を切り拓いて いる 感じが (38.1%)	価格に見合う 価値がある (35.7%)	楽しい (35.0%)	明確な個性や 特徴のある (33.8%)	先端技術のある (30.3%)	環境に配慮 している (29.2%)	安心/安全な (28.0%)	省エネルギー (15.3%)	低価格 (11.7%)
<参考>													
モスクワ	高品質な (69.8%)	先端技術のある (69.4%)	安心/安全な (57.2%)	定評のある (56.2%)	明確な個性や 特徴のある (55.8%)	環境に配慮 している (55.0%)	省エネルギー (54.8%)	時代を切り拓いて いる 感じが (53.4%)	楽しい (44.8%)	カクイ/センス が いい (34.4%)	価格に見合う 価値がある (27.8%)	活気や勢いを 感じる (22.2%)	低価格 (4.6%)
ニューヨーク [14年調査]	先端技術のある (47.7%)	高品質な (39.6%)	時代を切り拓いて いる 感じが (39.6%)	定評のある (35.2%)	活気や勢いを 感じる (33.4%)	明確な個性や 特徴のある (30.8%)	カクイ/センス が いい (28.6%)	楽しい (26.0%)	価格に見合う 価値がある (25.2%)	低価格 (24.1%)	安心/安全な (18.3%)	省エネルギー (18.3%)	環境に配慮 している (16.1%)
サンパウロ [14年調査]	高品質な (67.5%)	カクイ/センス が いい (53.7%)	定評のある (42.3%)	先端技術のある (39.7%)	活気や勢いを 感じる (36.5%)	明確な個性や 特徴のある (33.3%)	時代を切り拓いて いる 感じが (31.9%)	環境に配慮 している (29.3%)	楽しい (28.7%)	省エネルギー (26.9%)	安心/安全な (26.3%)	価格に見合う 価値がある (23.2%)	低価格 (16.0%)

アメリカ製品

	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位	9位	10位	11位	12位	13位
アジア15都市	高品質な (51.1%)	定評のある (50.3%)	カクイ/センス が いい (46.5%)	先端技術のある (44.6%)	安心/安全な (39.1%)	時代を切り拓いて いる 感じが (38.4%)	活気や勢いを 感じる (35.8%)	明確な個性や 特徴のある (34.2%)	価格に見合う 価値がある (29.8%)	楽しい (28.9%)	環境に配慮 している (25.9%)	省エネルギー (24.0%)	低価格 (12.5%)
香港	安心/安全な (70.0%)	先端技術のある (61.1%)	定評のある (58.4%)	高品質な (41.9%)	カクイ/センス が いい (38.9%)	時代を切り拓いて いる 感じが (38.9%)	活気や勢いを 感じる (33.1%)	明確な個性や 特徴のある (33.3%)	楽しい (25.8%)	価格に見合う 価値がある (23.8%)	環境に配慮 している (23.4%)	省エネルギー (23.4%)	低価格 (7.0%)
台北	先端技術のある (59.6%)	時代を切り拓いて いる 感じが (57.8%)	高品質な (51.9%)	カクイ/センス が いい (47.8%)	定評のある (45.5%)	安心/安全な (43.5%)	明確な個性や 特徴のある (41.8%)	活気や勢いを 感じる (37.3%)	楽しい (26.1%)	環境に配慮 している (22.1%)	価格に見合う 価値がある (20.0%)	省エネルギー (16.0%)	低価格 (4.1%)
ソウル	時代を切り拓いて いる 感じが (50.8%)	高品質な (45.2%)	先端技術のある (45.2%)	カクイ/センス が いい (42.4%)	定評のある (40.4%)	安心/安全な (33.4%)	価格に見合う 価値がある (31.6%)	活気や勢いを 感じる (24.6%)	楽しい (23.4%)	明確な個性や 特徴のある (17.2%)	省エネルギー (11.0%)	環境に配慮 している (10.8%)	低価格 (2.2%)
上海	定評のある (45.7%)	先端技術のある (45.7%)	安心/安全な (45.3%)	明確な個性や 特徴のある (41.5%)	カクイ/センス が いい (41.4%)	楽しい (35.2%)	高品質な (33.0%)	環境に配慮 している (32.8%)	省エネルギー (31.6%)	活気や勢いを 感じる (31.0%)	時代を切り拓いて いる 感じが (30.2%)	価格に見合う 価値がある (22.6%)	低価格 (20.5%)
北京	先端技術のある (35.7%)	活気や勢いを 感じる (29.7%)	カクイ/センス が いい (28.6%)	定評のある (27.5%)	高品質な (27.4%)	価格に見合う 価値がある (24.4%)	環境に配慮 している (24.4%)	時代を切り拓いて いる 感じが (22.9%)	楽しい (22.2%)	安心/安全な (20.8%)	省エネルギー (19.3%)	低価格 (18.6%)	
広州	先端技術のある (46.3%)	定評のある (42.4%)	安心/安全な (37.0%)	環境に配慮 している (34.8%)	省エネルギー (34.8%)	カクイ/センス が いい (33.3%)	明確な個性や 特徴のある (32.2%)	活気や勢いを 感じる (31.9%)	楽しい (31.9%)	価格に見合う 価値がある (28.7%)	高品質な (28.4%)	時代を切り拓いて いる 感じが (22.1%)	低価格 (22.1%)
シンガポール	定評のある (57.4%)	高品質な (50.2%)	先端技術のある (49.0%)	カクイ/センス が いい (39.8%)	安心/安全な (39.8%)	時代を切り拓いて いる 感じが (30.6%)	活気や勢いを 感じる (29.8%)	楽しい (27.6%)	明確な個性や 特徴のある (24.9%)	価格に見合う 価値がある (21.6%)	環境に配慮 している (17.5%)	省エネルギー (15.9%)	低価格 (4.9%)
クアラルンプール	高品質な (64.1%)	定評のある (60.6%)	先端技術のある (58.7%)	安心/安全な (58.1%)	カクイ/センス が いい (57.7%)	活気や勢いを 感じる (52.7%)	時代を切り拓いて いる 感じが (50.9%)	省エネルギー (49.1%)	明確な個性や 特徴のある (46.2%)	環境に配慮 している (43.9%)	価格に見合う 価値がある (40.8%)	低価格 (12.2%)	
バンコク	高品質な (53.8%)	定評のある (53.6%)	先端技術のある (49.0%)	カクイ/センス が いい (38.1%)	時代を切り拓いて いる 感じが (36.9%)	活気や勢いを 感じる (36.0%)	安心/安全な (32.8%)	明確な個性や 特徴のある (30.8%)	楽しい (22.4%)	環境に配慮 している (22.0%)	価格に見合う 価値がある (21.9%)	省エネルギー (19.8%)	低価格 (8.3%)
メトロマニラ	高品質な (67.4%)	定評のある (49.3%)	カクイ/センス が いい (47.1%)	時代を切り拓いて いる 感じが (39.0%)	先端技術のある (29.4%)	活気や勢いを 感じる (27.8%)	価格に見合う 価値がある (19.6%)	安心/安全な (19.6%)	明確な個性や 特徴のある (16.1%)	楽しい (12.5%)	環境に配慮 している (4.6%)	低価格 (4.5%)	省エネルギー (4.0%)
ジャカルタ	高品質な (55.3%)	定評のある (50.7%)	カクイ/センス が いい (45.6%)	先端技術のある (44.9%)	時代を切り拓いて いる 感じが (36.0%)	価格に見合う 価値がある (31.7%)	明確な個性や 特徴のある (31.3%)	活気や勢いを 感じる (29.3%)	省エネルギー (27.1%)	楽しい (26.8%)	環境に配慮 している (25.8%)	安心/安全な (25.6%)	低価格 (14.7%)
ホーチミンシティ	高品質な (72.0%)	定評のある (71.1%)	安心/安全な 価値がある (65.9%)	カクイ/センス が いい (62.4%)	先端技術のある (59.8%)	時代を切り拓いて いる 感じが (57.6%)	明確な個性や 特徴のある (51.0%)	楽しい (47.4%)	環境に配慮 している (46.3%)	省エネルギー (44.6%)	活気や勢いを 感じる (41.3%)	低価格 (18.5%)	
ヤンゴン	定評のある (57.8%)	高品質な (56.0%)	カクイ/センス が いい (54.6%)	安心/安全な (39.2%)	先端技術のある (37.6%)	価格に見合う 価値がある (27.0%)	活気や勢いを 感じる (26.6%)	明確な個性や 特徴のある (24.2%)	楽しい (20.4%)	時代を切り拓いて いる 感じが (18.0%)	環境に配慮 している (11.4%)	省エネルギー (7.2%)	低価格 (2.2%)
デリー	カクイ/センス が いい (58.7%)	定評のある (50.2%)	高品質な (48.7%)	活気や勢いを 感じる (45.5%)	明確な個性や 特徴のある (45.0%)	時代を切り拓いて いる 感じが (43.1%)	楽しい (36.2%)	価格に見合う 価値がある (31.7%)	安心/安全な (31.5%)	先端技術のある (31.0%)	環境に配慮 している (30.5%)	省エネルギー (27.3%)	低価格 (23.8%)
ムンバイ	カクイ/センス が いい (56.5%)	高品質な (55.4%)	定評のある (47.3%)	活気や勢いを 感じる (45.0%)	時代を切り拓いて いる 感じが (35.2%)	価格に見合う 価値がある (31.5%)	明確な個性や 特徴のある (29.0%)	安心/安全な (27.5%)	楽しい (27.2%)	環境に配慮 している (23.5%)	先端技術のある (21.9%)	省エネルギー (14.3%)	低価格 (12.2%)
<参考>													
モスクワ	定評のある (49.4%)	高品質な (43.8%)	先端技術のある (39.2%)	カクイ/センス が いい (35.6%)	明確な個性や 特徴のある (35.0%)	時代を切り拓いて いる 感じが (29.8%)	楽しい (29.0%)	安心/安全な (21.2%)	価格に見合う 価値がある (18.8%)	省エネルギー (18.8%)	環境に配慮 している (18.0%)	活気や勢いを 感じる (17.8%)	低価格 (3.8%)
ニューヨーク [14年調査]	高品質な (74.4%)	定評のある (70.6%)	安心/安全な (66.4%)	楽しい (64.4%)	カクイ/センス が いい (62.0%)	明確な個性や 特徴のある (62.0%)	環境に配慮 している (61.4%)	活気や勢いを 感じる (59.4%)	省エネルギー (59.0%)	価格に見合う 価値がある (54.1%)	時代を切り拓いて いる 感じが (54.1%)	先端技術のある (50.9%)	低価格 (33.2%)
サンパウロ [14年調査]	高品質な (64.9%)	カクイ/センス が いい (56.7%)	定評のある (46.1%)	明確な個性や 特徴のある (30.5%)	時代を切り拓いて いる 感じが (29.3%)	楽しい (27.7%)	安心/安全な (27.7%)	先端技術のある (25.0%)	活気や勢いを 感じる (23.8%)	環境に配慮 している (20.4%)	省エネルギー (20.2%)	価格に見合う 価値がある (18.6%)	低価格 (7.6%)

1.各国製品イメージ（都市別詳細）

中国製品

	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位	9位	10位	11位	12位	13位
アジア15都市	低価格 (64.9%)	価格に見合う価値がある (25.2%)	活気や勢いを感じる (24.9%)	時代を切り拓いていく感じ (21.2%)	カッコイイ/センスがいい (19.4%)	楽しい (19.1%)	明確な個性や特徴のある (18.8%)	定評のある (17.8%)	高品質な (17.1%)	先端技術のある (14.4%)	安心/安全な (13.7%)	環境に配慮している (13.0%)	省エネルギー (12.1%)
香港	低価格 (90.4%)	価格に見合う価値がある (20.3%)	活気や勢いを感じる (10.9%)	時代を切り拓いていく感じ (10.5%)	楽しい (4.8%)	明確な個性や特徴のある (4.5%)	省エネルギー (3.0%)	定評のある (2.8%)	先端技術のある (2.5%)	安心/安全な (2.3%)	高品質な (2.0%)	環境に配慮している (1.8%)	カッコイイ/センスがいい (1.0%)
台北	低価格 (86.6%)	価格に見合う価値がある (15.8%)	楽しい (13.4%)	活気や勢いを感じる (8.0%)	明確な個性や特徴のある (6.3%)	時代を切り拓いていく感じ (4.3%)	定評のある (1.8%)	安心/安全な (1.3%)	高品質な (0.9%)	先端技術のある (0.9%)	省エネルギー (0.6%)	環境に配慮している (0.5%)	
ソウル	低価格 (95.0%)	価格に見合う価値がある (18.4%)	活気や勢いを感じる (15.4%)	楽しい (10.4%)	明確な個性や特徴のある (8.4%)	環境に配慮している (2.8%)	定評のある (2.2%)	先端技術のある (2.2%)	時代を切り拓いていく感じ (1.6%)	省エネルギー (0.6%)	カッコイイ/センスがいい (0.4%)	安心/安全な (0.4%)	高品質な (0.2%)
上海	価格に見合う価値がある (40.1%)	活気や勢いを感じる (34.2%)	低価格 (31.9%)	時代を切り拓いていく感じ (30.4%)	環境に配慮している (29.4%)	高品質な (28.3%)	定評のある (28.3%)	カッコイイ/センスがいい (28.1%)	明確な個性や特徴のある (27.9%)	先端技術のある (27.9%)	安心/安全な (27.0%)	省エネルギー (26.7%)	楽しい (26.2%)
北京	価格に見合う価値がある (31.7%)	活気や勢いを感じる (28.4%)	低価格 (25.4%)	時代を切り拓いていく感じ (23.7%)	明確な個性や特徴のある (23.4%)	高品質な (22.9%)	カッコイイ/センスがいい (22.3%)	環境に配慮している (21.4%)	安心/安全な (21.4%)	楽しい (20.1%)	定評のある (20.6%)	先端技術のある (18.8%)	省エネルギー (16.2%)
広州	活気や勢いを感じる (35.5%)	時代を切り拓いていく感じ (34.9%)	価格に見合う価値がある (30.1%)	省エネルギー (29.4%)	定評のある (28.4%)	楽しい (26.5%)	高品質な (26.0%)	明確な個性や特徴のある (25.7%)	カッコイイ/センスがいい (25.6%)	低価格 (25.5%)	安心/安全な (24.7%)	先端技術のある (22.5%)	環境に配慮している (21.1%)
シンガポール	低価格 (84.1%)	価格に見合う価値がある (17.3%)	活気や勢いを感じる (17.3%)	楽しい (8.0%)	先端技術のある (6.9%)	カッコイイ/センスがいい (6.5%)	定評のある (6.5%)	時代を切り拓いていく感じ (6.5%)	明確な個性や特徴のある (5.3%)	環境に配慮している (5.3%)	安心/安全な (4.3%)	省エネルギー (4.3%)	高品質な (3.9%)
クアラルンプール	低価格 (68.5%)	価格に見合う価値がある (37.5%)	活気や勢いを感じる (27.0%)	時代を切り拓いていく感じ (26.8%)	楽しい (26.3%)	明確な個性や特徴のある (23.6%)	省エネルギー (20.0%)	定評のある (18.1%)	カッコイイ/センスがいい (18.0%)	先端技術のある (17.0%)	高品質な (16.9%)	安心/安全な (14.4%)	環境に配慮している (14.2%)
バンコク	低価格 (61.4%)	価格に見合う価値がある (31.0%)	時代を切り拓いていく感じ (28.4%)	定評のある (27.4%)	活気や勢いを感じる (25.6%)	明確な個性や特徴のある (24.4%)	カッコイイ/センスがいい (21.6%)	楽しい (16.8%)	高品質な (15.9%)	安心/安全な (11.9%)	先端技術のある (10.9%)	省エネルギー (9.0%)	
メトロマニラ	低価格 (74.8%)	カッコイイ/センスがいい (14.4%)	価格に見合う価値がある (12.6%)	活気や勢いを感じる (12.4%)	高品質な (10.0%)	楽しい (8.0%)	時代を切り拓いていく感じ (7.5%)	明確な個性や特徴のある (7.3%)	定評のある (6.0%)	先端技術のある (5.6%)	安心/安全な (3.4%)	省エネルギー (2.6%)	環境に配慮している (2.4%)
ジャカルタ	低価格 (48.9%)	活気や勢いを感じる (43.4%)	時代を切り拓いていく感じ (33.8%)	カッコイイ/センスがいい (29.3%)	明確な個性や特徴のある (28.1%)	価格に見合う価値がある (26.5%)	高品質な (22.0%)	楽しい (22.0%)	定評のある (18.5%)	先端技術のある (16.9%)	安心/安全な (15.4%)	環境に配慮している (14.7%)	省エネルギー (13.2%)
ホーチミンシティ	低価格 (69.9%)	カッコイイ/センスがいい (20.1%)	活気や勢いを感じる (20.1%)	時代を切り拓いていく感じ (19.5%)	明確な個性や特徴のある (19.5%)	楽しい (16.6%)	先端技術のある (10.5%)	環境に配慮している (7.8%)	定評のある (7.1%)	安心/安全な (6.8%)	価格に見合う価値がある (6.4%)	高品質な (4.9%)	省エネルギー (2.1%)
ヤンゴン	低価格 (74.0%)	楽しい (14.2%)	カッコイイ/センスがいい (12.4%)	先端技術のある (12.6%)	価格に見合う価値がある (11.6%)	明確な個性や特徴のある (11.2%)	時代を切り拓いていく感じ (10.2%)	活気や勢いを感じる (10.0%)	定評のある (8.6%)	環境に配慮している (5.8%)	高品質な (5.4%)	省エネルギー (5.2%)	安心/安全な (4.6%)
デリー	低価格 (78.6%)	高品質な (47.1%)	定評のある (43.9%)	活気や勢いを感じる (43.0%)	カッコイイ/センスがいい (41.5%)	時代を切り拓いていく感じ (38.1%)	価格に見合う価値がある (37.5%)	安心/安全な (34.8%)	楽しい (34.7%)	先端技術のある (33.5%)	明確な個性や特徴のある (32.5%)	環境に配慮している (30.4%)	省エネルギー (27.0%)
ムンバイ	低価格 (80.0%)	高品質な (34.1%)	カッコイイ/センスがいい (33.7%)	定評のある (31.7%)	活気や勢いを感じる (29.6%)	楽しい (28.3%)	時代を切り拓いていく感じ (24.1%)	明確な個性や特徴のある (22.1%)	安心/安全な (19.6%)	価格に見合う価値がある (18.6%)	先端技術のある (17.7%)	環境に配慮している (15.8%)	省エネルギー (10.9%)
<参考>													
モスクワ	低価格 (82.2%)	活気や勢いを感じる (53.4%)	価格に見合う価値がある (34.0%)	定評のある (33.4%)	時代を切り拓いていく感じ (32.2%)	明確な個性や特徴のある (26.4%)	楽しい (24.6%)	省エネルギー (18.4%)	カッコイイ/センスがいい (15.0%)	先端技術のある (13.4%)	高品質な (7.4%)	環境に配慮している (7.4%)	安心/安全な (6.6%)
ニューヨーク [14年調査]	低価格 (53.3%)	価格に見合う価値がある (32.8%)	先端技術のある (24.5%)	定評のある (24.1%)	活気や勢いを感じる (23.3%)	時代を切り拓いていく感じ (20.1%)	高品質な (19.9%)	明確な個性や特徴のある (17.1%)	楽しい (15.5%)	カッコイイ/センスがいい (13.1%)	安心/安全な (9.3%)	環境に配慮している (8.7%)	省エネルギー (8.3%)
サンパウロ [14年調査]	低価格 (64.5%)	活気や勢いを感じる (36.3%)	価格に見合う価値がある (32.7%)	楽しい (31.1%)	カッコイイ/センスがいい (21.8%)	定評のある (19.0%)	時代を切り拓いていく感じ (16.0%)	高品質な (12.8%)	明確な個性や特徴のある (11.6%)	省エネルギー (11.4%)	環境に配慮している (8.8%)	先端技術のある (5.2%)	安心/安全な (4.6%)

タイ製品

	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位	9位	10位	11位	12位	13位
アジア15都市	低価格 (42.6%)	価格に見合う価値がある (25.9%)	活気や勢いを感じる (23.0%)	明確な個性や特徴のある (22.3%)	楽しい (22.1%)	カッコイイ/センスがいい (18.5%)	定評のある (17.6%)	時代を切り拓いていく感じ (17.3%)	高品質な (17.2%)	安心/安全な (15.3%)	先端技術のある (12.4%)	環境に配慮している (12.2%)	省エネルギー (11.5%)
香港	低価格 (86.3%)	価格に見合う価値がある (46.8%)	明確な個性や特徴のある (25.4%)	楽しい (24.8%)	活気や勢いを感じる (19.1%)	時代を切り拓いていく感じ (17.3%)	高品質な (8.1%)	安心/安全な (7.3%)	定評のある (6.3%)	環境に配慮している (4.4%)	省エネルギー (4.3%)	先端技術のある (1.8%)	
台北	低価格 (69.6%)	楽しい (34.9%)	明確な個性や特徴のある (26.4%)	価格に見合う価値がある (25.3%)	活気や勢いを感じる (14.9%)	カッコイイ/センスがいい (9.4%)	時代を切り拓いていく感じ (7.0%)	高品質な (4.9%)	定評のある (2.3%)	安心/安全な (1.5%)	環境に配慮している (1.4%)	省エネルギー (0.9%)	先端技術のある (0.4%)
ソウル	低価格 (84.4%)	明確な個性や特徴のある (20.8%)	楽しい (16.2%)	価格に見合う価値がある (14.8%)	活気や勢いを感じる (5.2%)	環境に配慮している (3.4%)	定評のある (2.2%)	時代を切り拓いていく感じ (1.2%)	安心/安全な (1.0%)	省エネルギー (0.8%)	高品質な (0.4%)	先端技術のある (0.2%)	
上海	低価格 (30.1%)	活気や勢いを感じる (23.1%)	価格に見合う価値がある (22.8%)	省エネルギー (22.1%)	時代を切り拓いていく感じ (21.4%)	明確な個性や特徴のある (20.6%)	楽しい (19.1%)	環境に配慮している (18.9%)	安心/安全な (17.4%)	定評のある (16.8%)	カッコイイ/センスがいい (15.3%)	先端技術のある (14.4%)	高品質な (13.5%)
北京	低価格 (27.6%)	楽しい (22.1%)	活気や勢いを感じる (21.8%)	価格に見合う価値がある (20.9%)	カッコイイ/センスがいい (18.0%)	定評のある (17.6%)	安心/安全な (17.0%)	環境に配慮している (15.6%)	定評のある (15.4%)	省エネルギー (14.0%)	先端技術のある (13.9%)	環境に配慮している (12.6%)	高品質な (9.2%)
広州	低価格 (37.0%)	先端技術のある (30.6%)	時代を切り拓いていく感じ (29.7%)	カッコイイ/センスがいい (28.8%)	活気や勢いを感じる (28.3%)	定評のある (27.5%)	明確な個性や特徴のある (26.2%)	楽しい (25.1%)	省エネルギー (20.4%)	価格に見合う価値がある (20.2%)	高品質な (18.8%)	環境に配慮している (18.6%)	安心/安全な (18.3%)
シンガポール	低価格 (70.4%)	価格に見合う価値がある (43.9%)	楽しい (17.3%)	明確な個性や特徴のある (15.5%)	活気や勢いを感じる (12.7%)	カッコイイ/センスがいい (11.6%)	定評のある (7.1%)	時代を切り拓いていく感じ (6.5%)	高品質な (5.1%)	環境に配慮している (4.9%)	省エネルギー (4.1%)	安心/安全な (3.9%)	先端技術のある (3.1%)
クアラルンプール	低価格 (63.0%)	価格に見合う価値がある (34.0%)	楽しい (25.3%)	明確な個性や特徴のある (22.0%)	活気や勢いを感じる (18.9%)	時代を切り拓いていく感じ (18.3%)	高品質な (15.9%)	定評のある (15.2%)	カッコイイ/センスがいい (14.4%)	環境に配慮している (13.9%)	安心/安全な (13.2%)	省エネルギー (12.5%)	先端技術のある (11.4%)
バンコク	価格に見合う価値がある (45.8%)	低価格 (45.8%)	活気や勢いを感じる (42.4%)	高品質な (36.3%)	定評のある (33.9%)	安心/安全な (32.8%)	明確な個性や特徴のある (31.1%)	時代を切り拓いていく感じ (29.4%)	省エネルギー (28.1%)	カッコイイ/センスがいい (26.9%)	楽しい (25.5%)	環境に配慮している (23.8%)	先端技術のある (13.6%)
メトロマニラ	低価格 (28.4%)	明確な個性や特徴のある (14.9%)	価格に見合う価値がある (13.4%)	カッコイイ/センスがいい (13.1%)	高品質な (13.0%)	楽しい (12.4%)	活気や勢いを感じる (11.3%)	定評のある (10.0%)	時代を切り拓いていく感じ (6.1%)	安心/安全な (6.1%)	先端技術のある (3.6%)	環境に配慮している (2.9%)	省エネルギー (1.5%)
ジャカルタ	活気や勢いを感じる (32.6%)	低価格 (31.2%)	明確な個性や特徴のある (22.8%)	価格に見合う価値がある (18.0%)	時代を切り拓いていく感じ (16.9%)	高品質な (16.0%)	カッコイイ/センスがいい (15.0%)	環境に配慮している (14.5%)	楽しい (13.9%)	先端技術のある (12.2%)	省エネルギー (11.5%)	安心/安全な (11.4%)	定評のある (11.4%)
ホーチミンシティ	活気や勢いを感じる (51.0%)	カッコイイ/センスがいい (50.8%)	楽しい (43.3%)	明確な個性や特徴のある (40.6%)	高品質な (39.8%)	安心/安全な (39.4%)	低価格 (37.3%)	先端技術のある (36.5%)	定評のある (34.3%)	価格に見合う価値がある (31.6%)	時代を切り拓いていく感じ (30.0%)	環境に配慮している (27.5%)	省エネルギー (22.9%)
ヤンゴン	定評のある (45.0%)	高品質な (36.0%)	安心/安全な (35.8%)	価格に見合う価値がある (31.2%)	低価格 (27.6%)	カッコイイ/センスがいい (19.8%)	楽しい (18.2%)	活気や勢いを感じる (16.0%)	先端技術のある (14.0%)	明確な個性や特徴のある (10.4%)	時代を切り拓いていく感じ (8.4%)	環境に配慮している (7.0%)	省エネルギー (4.6%)
デリー	高品質な (26.3%)	カッコイイ/センスがいい (25.6%)	定評のある (24.0%)	時代を切り拓いていく感じ (23.7%)	活気や勢いを感じる (22.4%)	明確な個性や特徴のある (22.3%)	楽しい (18.9%)	価格に見合う価値がある (17.8%)	安心/安全な (17.2%)	先端技術のある (17.2%)	低価格 (16.2%)	環境に配慮している (14.0%)	省エネルギー (12.0%)
ムンバイ	時代を切り拓いていく感じ (13.9%)	定評のある (13.4%)	活気や勢いを感じる (12.8%)	カッコイイ/センスがいい (12.1%)	高品質な (11.8%)	明確な個性や特徴のある (10.6%)	楽しい (9.9%)	価格に見合う価値がある (7.6%)	安心/安全な (7.3%)	環境に配慮している (6.6%)	先端技術のある (6.5%)	低価格 (6.1%)	省エネルギー (3.3%)
<参考>													
モスクワ	低価格 (34.8%)	活気や勢いを感じる (32.8%)	明確な個性や特徴のある (19.8%)	楽しい (15.2%)	価格に見合う価値がある (14.4%)	定評のある (13.4%)	時代を切り拓いていく感じ (12.8%)	カッコイイ/センスがいい (11.2%)	省エネルギー (7.2%)	環境に配慮している (6.8%)	先端技術のある (6.8%)	安心/安全な (6.4%)	高品質な (5.0%)

インド製品 (インドのみ)

	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位	9位	10位	11位	12位	13位
デリー	高品質な (94.6%)	低価格 (86.3%)	活気や勢いを感じる (84.2%)	カッコイイ/センスがいい (83.3%)	先端技術のある (83.0%)	定評のある (82.5%)	安心/安全な (81.4%)	省エネルギー (80.6%)	価格に見合う価値がある (79.9%)	時代を切り拓いていく感じ (78.8%)	明確な個性や特徴のある (77.6%)	環境に配慮している (77.5%)	楽しい (75.6%)
ムンバイ	高品質な (92.2%)	定評のある (84.0%)	カッコイイ/センスがいい (83.2%)	活気や勢いを感じる (82.6%)	安心/安全な (81.5%)	時代を切り拓いていく感じ (81.0%)	価格に見合う価値がある (80.9%)	明確な個性や特徴のある (80.0%)	楽しい (78.4%)	低価格 (76.2%)	先端技術のある (75.7%)	環境に配慮している (73.0%)	省エネルギー (66.5%)

1. 各国製品イメージ (都市別詳細)

韓国製品

	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位	9位	10位	11位	12位	13位
アジア15都市	カッコイイ/センスが いい (46.0%)	活気や勢いを 感じる (38.4%)	高品質な (31.1%)	時代を切り拓いて いく感じ (30.8%)	明確な個性や 特徴のある (30.3%)	美しい (29.8%)	価格に見合う 価値がある (29.0%)	定評のある (28.8%)	安心/安全な (25.5%)	先端技術のある (24.8%)	低価格 (23.7%)	環境に配慮 している (18.8%)	省エネルギー (16.0%)
香港	カッコイイ/センスが いい (72.3%)	活気や勢いを 感じる (63.0%)	時代を切り拓いて いく感じ (56.8%)	低価格 (48.6%)	価格に見合う 価値がある (44.9%)	明確な個性や 特徴のある (36.5%)	定評のある (34.9%)	安心/安全な (34.6%)	先端技術のある (34.0%)	高品質な (33.9%)	美しい (32.9%)	環境に配慮 している (10.9%)	省エネルギー (10.3%)
台北	カッコイイ/センスが いい (70.6%)	活気や勢いを 感じる (39.9%)	時代を切り拓いて いく感じ (35.3%)	明確な個性や 特徴のある (31.3%)	美しい (29.9%)	低価格 (26.1%)	先端技術のある (21.3%)	高品質な (19.9%)	価格に見合う 価値がある (19.5%)	定評のある (13.5%)	安心/安全な (8.0%)	環境に配慮 している (2.5%)	省エネルギー (2.5%)
ソウル	価格に見合う 価値がある (49.4%)	高品質な (45.8%)	安心/安全な (37.2%)	活気や勢いを 感じる (34.2%)	カッコイイ/センス が いい (34.0%)	先端技術のある (33.4%)	定評のある (13.8%)	低価格 (13.4%)	明確な個性や 特徴のある (12.8%)	美しい (12.4%)	時代を切り拓いて いく感じ (12.0%)	省エネルギー (8.0%)	環境に配慮 している (6.0%)
上海	カッコイイ/センスが いい (42.3%)	活気や勢いを 感じる (38.8%)	価格に見合う 価値がある (36.8%)	定評のある (34.2%)	時代を切り拓いて いく感じ (34.1%)	安心/安全な (33.7%)	明確な個性や 特徴のある (33.3%)	美しい (33.0%)	環境に配慮 している (28.1%)	高品質な (28.1%)	先端技術のある (26.2%)	省エネルギー (23.7%)	低価格 (22.1%)
北京	定評のある (27.5%)	活気や勢いを 感じる (27.5%)	カッコイイ/センス が いい (26.0%)	時代を切り拓いて いく感じ (25.0%)	美しい (25.0%)	低価格 (24.8%)	価格に見合う 価値がある (23.3%)	安心/安全な (22.6%)	明確な個性や 特徴のある (21.9%)	環境に配慮 している (20.6%)	高品質な (20.2%)	先端技術のある (18.6%)	省エネルギー (16.9%)
広州	価格に見合う 価値がある (39.6%)	カッコイイ/センス が いい (39.1%)	環境に配慮 している (37.9%)	活気や勢いを 感じる (37.3%)	明確な個性や 特徴のある (35.0%)	時代を切り拓いて いく感じ (34.0%)	省エネルギー (33.5%)	安心/安全な (33.0%)	美しい (32.4%)	先端技術のある (31.7%)	定評のある (29.6%)	高品質な (29.6%)	低価格 (20.1%)
シンガポール	カッコイイ/センス が いい (58.4%)	活気や勢いを 感じる (47.8%)	高品質な (39.8%)	美しい (36.3%)	定評のある (35.9%)	価格に見合う 価値がある (35.9%)	明確な個性や 特徴のある (34.1%)	先端技術のある (31.2%)	時代を切り拓いて いく感じ (24.9%)	安心/安全な (18.0%)	環境に配慮 している (16.1%)	省エネルギー (12.2%)	低価格 (11.4%)
クアラルンプール	カッコイイ/センス が いい (59.4%)	活気や勢いを 感じる (50.6%)	高品質な (50.1%)	美しい (50.1%)	明確な個性や 特徴のある (49.0%)	時代を切り拓いて いく感じ (45.5%)	安心/安全な (45.0%)	先端技術のある (42.9%)	定評のある (38.6%)	環境に配慮 している (38.6%)	省エネルギー (37.5%)	価格に見合う 価値がある (32.8%)	低価格 (22.1%)
バンコク	カッコイイ/センス が いい (45.1%)	活気や勢いを 感じる (38.3%)	明確な個性や 特徴のある (33.8%)	時代を切り拓いて いく感じ (33.5%)	定評のある (31.4%)	高品質な (28.8%)	美しい (27.9%)	先端技術のある (22.9%)	価格に見合う 価値がある (22.0%)	安心/安全な (21.5%)	環境に配慮 している (18.1%)	低価格 (16.8%)	省エネルギー (14.8%)
メトロマニラ	カッコイイ/センス が いい (39.9%)	低価格 (29.9%)	活気や勢いを 感じる (27.6%)	高品質な (20.5%)	美しい (19.1%)	時代を切り拓いて いく感じ (15.3%)	価格に見合う 価値がある (15.1%)	明確な個性や 特徴のある (14.3%)	定評のある (13.9%)	安心/安全な (13.9%)	先端技術のある (12.9%)	環境に配慮 している (4.6%)	省エネルギー (4.6%)
ジャカルタ	活気や勢いを 感じる (43.3%)	カッコイイ/センス が いい (37.1%)	明確な個性や 特徴のある (34.2%)	時代を切り拓いて いく感じ (31.1%)	低価格 (30.7%)	価格に見合う 価値がある (28.3%)	高品質な (28.2%)	美しい (25.7%)	定評のある (23.8%)	先端技術のある (19.4%)	安心/安全な (15.6%)	環境に配慮 している (15.0%)	省エネルギー (13.1%)
ホーチミンシティ	カッコイイ/センス が いい (66.4%)	安心/安全な (52.0%)	美しい (50.6%)	活気や勢いを 感じる (49.9%)	明確な個性や 特徴のある (47.0%)	高品質な (45.0%)	価格に見合う 価値がある (43.8%)	定評のある (42.1%)	時代を切り拓いて いく感じ (41.8%)	先端技術のある (38.6%)	環境に配慮 している (34.4%)	低価格 (33.5%)	省エネルギー (28.6%)
ヤンゴン	カッコイイ/センス が いい (54.4%)	定評のある (39.2%)	高品質な (29.2%)	活気や勢いを 感じる (28.0%)	美しい (28.0%)	価格に見合う 価値がある (19.8%)	安心/安全な (19.8%)	明確な個性や 特徴のある (17.4%)	先端技術のある (11.6%)	時代を切り拓いて いく感じ (11.0%)	環境に配慮 している (10.8%)	低価格 (9.0%)	省エネルギー (3.8%)
テリ	高品質な (38.1%)	カッコイイ/センス が いい (35.7%)	定評のある (33.3%)	活気や勢いを 感じる (33.2%)	時代を切り拓いて いく感じ (29.5%)	明確な個性や 特徴のある (29.2%)	美しい (26.2%)	低価格 (25.5%)	先端技術のある (23.5%)	安心/安全な (22.4%)	価格に見合う 価値がある (21.9%)	環境に配慮 している (19.4%)	省エネルギー (18.4%)
ムンバイ	高品質な (17.1%)	活気や勢いを 感じる (16.8%)	時代を切り拓いて いく感じ (15.7%)	明確な個性や 特徴のある (15.1%)	美しい (14.7%)	カッコイイ/センス が いい (14.2%)	美しい (13.5%)	安心/安全な (10.3%)	価格に見合う 価値がある (9.7%)	環境に配慮 している (9.7%)	先端技術のある (8.6%)	低価格 (7.0%)	省エネルギー (5.0%)
<参考>													
モスクワ	活気や勢いを 感じる (48.4%)	時代を切り拓いて いく感じ (39.6%)	価格に見合う 価値がある (38.4%)	先端技術のある (33.2%)	定評のある (31.8%)	美しい (28.0%)	明確な個性や 特徴のある (26.8%)	低価格 (26.8%)	省エネルギー (25.8%)	高品質な (24.4%)	カッコイイ/センス が いい (20.6%)	安心/安全な (20.2%)	環境に配慮 している (19.0%)
ニューヨーク [14年調査]	低価格 (31.0%)	価格に見合う 価値がある (20.1%)	活気や勢いを 感じる (16.9%)	高品質な (16.5%)	時代を切り拓いて いく感じ (16.3%)	先端技術のある (14.3%)	明確な個性や 特徴のある (13.3%)	定評のある (11.9%)	美しい (10.9%)	カッコイイ/センス が いい (9.5%)	安心/安全な (8.7%)	環境に配慮 している (7.0%)	省エネルギー (5.4%)
サンパウロ [14年調査]	低価格 (53.3%)	価格に見合う 価値がある (32.5%)	活気や勢いを 感じる (31.5%)	美しい (26.3%)	カッコイイ/センス が いい (23.2%)	定評のある (18.6%)	時代を切り拓いて いく感じ (15.6%)	高品質な (15.2%)	省エネルギー (13.2%)	明確な個性や 特徴のある (12.0%)	環境に配慮 している (8.2%)	先端技術のある (5.2%)	安心/安全な (3.6%)

2. 各国から連想するモノ・サービス・エンタテインメント

次に、各国から連想するモノ・サービス・エンタテインメントについて見てみたい。下表はアジア15都市平均の回答結果である。

- ・ 日本からの連想は、「家電/AV製品」「デジタル製品」「自動車」がトップ3で、「アニメ/漫画」「食」「観光」が続く。都市ごとに見てみると、多くの都市で耐久財がトップ3である中、ソウルでは「アニメ/漫画」が1位になっている。また、ホーチミンシティでは「医療」がトップ5に入る。
- ・ アメリカからの連想は、「デジタル製品」「家電/AV製品」「自家用車」が上位である点は日本製品と同じで、「映画」がトップ3に入っている。
- ・ 韓国からの連想は、「ファッション製品」「デジタル製品」「化粧品」がトップ3で、4位は「家電/AV製品」。
- ・ 中国からの連想は、1位「食」、2位「観光」で、「デジタル製品」と「家電/AV製品」がトップ5に入っている。
- ・ タイからの連想は、1位「観光」、2位「食」で、「家電/AV製品」や「デジタル製品」は上位に入っていない。

■各国からの連想するモノ・サービス・エンタテインメント (アジア15都市平均)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
日本からの連想	家電/AV製品 (72.7%)	デジタル製品 (66.3%)	自家用車 (57.9%)	アニメ/漫画 (52.5%)	食 (46.6%)	観光 (43.4%)	ファッション製品 (39.9%)	化粧品 (36.2%)	高級ブランド (34.2%)	映画 (27.1%)	医療 (26.5%)	スポーツ (25.4%)	音楽 (25.3%)	家具/インテリア (25.0%)
アメリカからの連想	デジタル製品 (48.0%)	家電/AV製品 (47.7%)	映画 (47.3%)	自家用車 (45.8%)	高級ブランド (44.1%)	音楽 (39.9%)	スポーツ (38.9%)	観光 (37.3%)	ファッション製品 (36.6%)	医療 (33.4%)	食 (30.3%)	化粧品 (26.5%)	アニメ/漫画 (25.5%)	家具/インテリア (24.4%)
韓国からの連想	ファッション製品 (44.3%)	デジタル製品 (43.7%)	化粧品 (40.0%)	家電/AV製品 (37.4%)	観光 (35.4%)	食 (35.0%)	映画 (33.9%)	音楽 (33.1%)	自家用車 (29.1%)	高級ブランド (22.3%)	医療 (20.5%)	スポーツ (19.1%)	家具/インテリア (17.8%)	アニメ/漫画 (14.7%)
中国からの連想	食 (46.3%)	観光 (40.7%)	デジタル製品 (39.0%)	映画 (32.2%)	家電/AV製品 (31.6%)	スポーツ (30.0%)	家具/インテリア (27.9%)	ファッション製品 (26.2%)	音楽 (22.9%)	アニメ/漫画 (19.7%)	自家用車 (19.1%)	化粧品 (18.4%)	医療 (18.1%)	高級ブランド (16.2%)
タイからの連想	観光 (44.8%)	食 (37.8%)	ファッション製品 (21.8%)	映画 (19.8%)	家具/インテリア (18.2%)	音楽 (16.6%)	スポーツ (16.5%)	家電/AV製品 (15.4%)	デジタル製品 (14.1%)	医療 (13.4%)	化粧品 (12.5%)	高級ブランド (11.9%)	自家用車 (9.9%)	アニメ/漫画 (9.7%)

3. 日本から連想するモノ・サービス・エンタテインメント

日本から連想するモノ・サービス・エンタテインメントのアジア15都市平均のトップ5は、「家電/AV製品」「デジタル製品」「自家用車」「アニメ/漫画」「食」。次いで「観光」。都市ごとに見てみると、多くの都市で耐久財が1位である中、ソウルはアニメ/漫画が1位になっている。また、ホーチミンシティでは医療がトップ5に入る。ヤンゴン、デリー、ムンバイでは、食、観光、アニメ/漫画などのソフトコンテンツはトップ5に入っていない。

また、年代別に比較してみると都市によって異なる傾向が見られる。例えば、香港では「家電/AV製品」や「デジタル製品」の香港全体スコアは8割超だが、10代は7割程度。ファッション製品や化粧品は香港全体スコアは7割で10代は5割前後となっている。シンガポールでは年代別で差が大きいカテゴリーが多い。10代は「アニメ/漫画」のスコアは突出して高いものの、他のカテゴリーはシンガポール全体よりも低く、50代は耐久財や食・化粧品は全体スコアよりも高い傾向が見られる。このように都市によっては若者への影響力が低下していると考えられるカテゴリーがあるなど、年代による違いがある点に注意が必要である。

■日本から連想するモノ・サービス・エンタテインメント

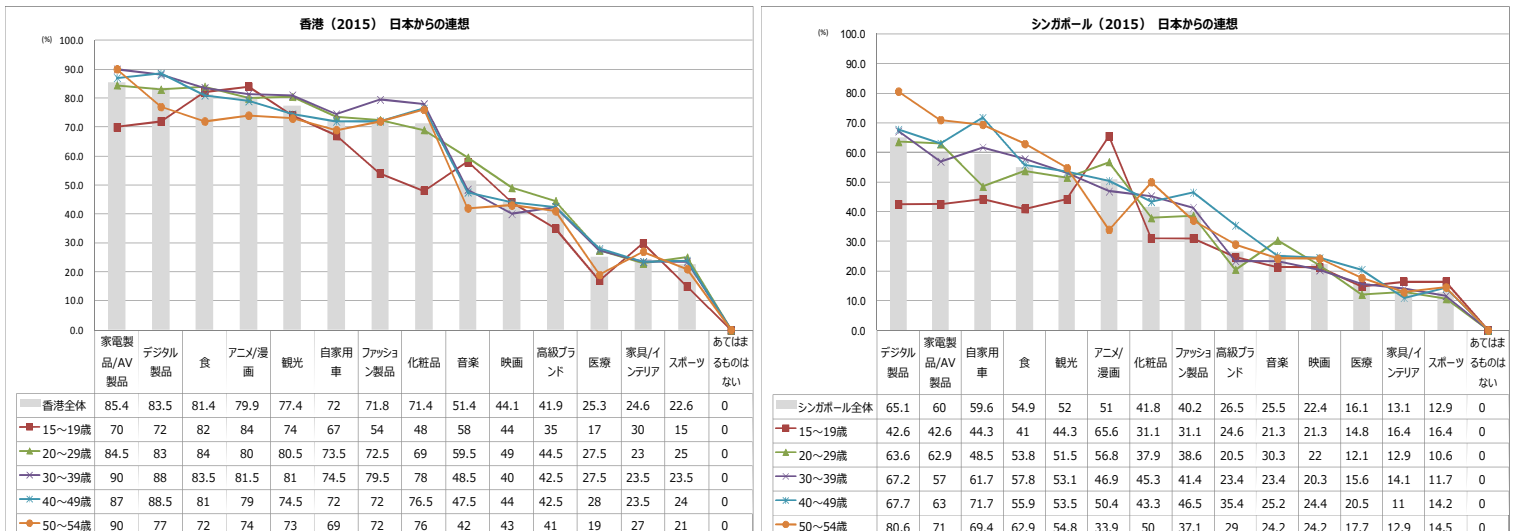
Q:「日本」から連想するモノ・サービス・エンタテインメントなどをいくつか選んでください(複数回答/選択肢14)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
アジア15都市	家電/AV製品 (72.7%)	デジタル製品 (66.3%)	自家用車 (57.9%)	アニメ/漫画 (52.5%)	食 (46.6%)	観光 (43.4%)	ファッション製品 (39.9%)	化粧品 (36.2%)	高級ブランド (34.2%)	映画 (27.1%)	医療 (26.5%)	スポーツ (25.4%)	音楽 (25.3%)	家具/インテリア (25.0%)
香港	家電/AV製品 (85.4%)	デジタル製品 (83.5%)	食 (81.4%)	アニメ/漫画 (79.9%)	観光 (77.4%)	自家用車 (72.0%)	ファッション製品 (71.8%)	化粧品 (71.4%)	音楽 (51.4%)	映画 (44.1%)	高級ブランド (41.9%)	医療 (25.3%)	家具/インテリア (24.6%)	スポーツ (22.6%)
台北	家電/AV製品 (87.5%)	デジタル製品 (82.1%)	観光 (78.3%)	食 (73.8%)	アニメ/漫画 (67.3%)	ファッション製品 (61.8%)	化粧品 (56.9%)	自家用車 (47.6%)	音楽 (46.3%)	映画 (37.6%)	医療 (31.4%)	スポーツ (19.9%)	高級ブランド (19.8%)	家具/インテリア (18.8%)
ソウル	アニメ/漫画 (73.8%)	家電/AV製品 (73.0%)	デジタル製品 (59.0%)	観光 (49.0%)	食 (46.6%)	自家用車 (33.2%)	ファッション製品 (20.6%)	化粧品 (17.8%)	音楽 (17.4%)	映画 (15.8%)	家具/インテリア (14.6%)	スポーツ (9.0%)	高級ブランド (7.6%)	医療 (5.8%)
上海	家電/AV製品 (83.6%)	デジタル製品 (75.4%)	アニメ/漫画 (61.7%)	自家用車 (60.4%)	観光 (48.1%)	化粧品 (40.2%)	食 (39.8%)	ファッション製品 (36.8%)	医療 (36.4%)	高級ブランド (33.5%)	音楽 (25.8%)	映画 (25.7%)	スポーツ (21.2%)	家具/インテリア (21.1%)
北京	デジタル製品 (58.0%)	家電/AV製品 (54.8%)	自家用車 (45.5%)	アニメ/漫画 (44.1%)	観光 (29.5%)	ファッション製品 (24.7%)	食 (24.4%)	スポーツ (22.2%)	家具/インテリア (22.1%)	高級ブランド (20.7%)	映画 (19.1%)	音楽 (18.8%)	医療 (17.8%)	化粧品 (17.5%)
広州	家電/AV製品 (51.8%)	デジタル製品 (50.9%)	アニメ/漫画 (43.9%)	食 (43.0%)	観光 (42.6%)	化粧品 (41.4%)	自家用車 (40.2%)	ファッション製品 (39.9%)	医療 (38.0%)	映画 (33.8%)	スポーツ (33.3%)	高級ブランド (32.7%)	家具/インテリア (31.8%)	音楽 (30.4%)
シンガポール	デジタル製品 (65.1%)	家電/AV製品 (60.0%)	自家用車 (59.6%)	食 (54.9%)	観光 (52.0%)	アニメ/漫画 (51.0%)	化粧品 (41.8%)	ファッション製品 (40.2%)	高級ブランド (26.5%)	音楽 (25.5%)	映画 (22.4%)	医療 (16.1%)	家具/インテリア (13.1%)	スポーツ (12.9%)
クアラルンプール	自家用車 (69.7%)	家電/AV製品 (68.9%)	アニメ/漫画 (67.4%)	デジタル製品 (65.0%)	観光 (60.1%)	食 (57.7%)	化粧品 (50.6%)	医療 (47.4%)	ファッション製品 (46.8%)	高級ブランド (46.5%)	家具/インテリア (45.5%)	映画 (41.1%)	スポーツ (39.6%)	音楽 (36.7%)
バンコク	家電/AV製品 (74.0%)	自家用車 (65.5%)	食 (60.8%)	デジタル製品 (57.0%)	観光 (51.9%)	アニメ/漫画 (51.1%)	ファッション製品 (48.9%)	化粧品 (45.3%)	高級ブランド (33.1%)	スポーツ (30.0%)	映画 (28.9%)	音楽 (28.8%)	家具/インテリア (26.9%)	医療 (25.4%)
メトロマニラ	家電/AV製品 (76.3%)	デジタル製品 (70.0%)	食 (48.4%)	アニメ/漫画 (43.1%)	自家用車 (41.8%)	ファッション製品 (29.3%)	観光 (24.9%)	高級ブランド (24.9%)	化粧品 (20.3%)	家具/インテリア (18.1%)	映画 (13.0%)	医療 (11.4%)	スポーツ (7.4%)	音楽 (6.1%)
ジャカルタ	自家用車 (72.0%)	家電/AV製品 (67.5%)	アニメ/漫画 (55.7%)	デジタル製品 (52.4%)	食 (49.4%)	映画 (30.1%)	観光 (29.7%)	高級ブランド (27.8%)	化粧品 (27.5%)	ファッション製品 (27.3%)	医療 (25.6%)	スポーツ (22.7%)	家具/インテリア (22.6%)	音楽 (17.5%)
ホーチミンシティ	デジタル製品 (89.3%)	家電/AV製品 (88.5%)	自家用車 (72.3%)	アニメ/漫画 (57.0%)	医療 (47.5%)	食 (44.3%)	観光 (43.3%)	高級ブランド (42.9%)	化粧品 (34.9%)	映画 (27.1%)	家具/インテリア (25.9%)	ファッション製品 (25.6%)	スポーツ (20.0%)	音楽 (19.0%)
ヤンゴン	自家用車 (82.0%)	家電/AV製品 (68.4%)	デジタル製品 (52.4%)	高級ブランド (29.2%)	家具/インテリア (18.6%)	映画 (15.2%)	ファッション製品 (14.2%)	食 (13.8%)	観光 (13.0%)	アニメ/漫画 (11.6%)	化粧品 (11.6%)	スポーツ (6.2%)	医療 (6.2%)	音楽 (4.6%)
デリー	家電/AV製品 (79.9%)	デジタル製品 (66.1%)	自家用車 (59.6%)	高級ブランド (49.1%)	ファッション製品 (39.5%)	スポーツ (37.1%)	家具/インテリア (34.7%)	化粧品 (31.1%)	観光 (29.4%)	アニメ/漫画 (28.3%)	医療 (27.0%)	食 (25.9%)	音楽 (20.5%)	映画 (16.4%)
ムンバイ	家電/AV製品 (64.9%)	高級ブランド (60.6%)	デジタル製品 (60.1%)	スポーツ (56.4%)	ファッション製品 (53.9%)	自家用車 (47.3%)	アニメ/漫画 (44.7%)	食 (27.6%)	映画 (26.4%)	家具/インテリア (25.8%)	化粧品 (21.9%)	音楽 (20.1%)	医療 (17.3%)	観光 (17.2%)

<参考>

モスクワ	デジタル製品 (74.8%)	家電/AV製品 (73.2%)	自家用車 (69.0%)	アニメ/漫画 (62.8%)	観光 (56.0%)	食 (55.4%)	高級ブランド (49.8%)	医療 (30.6%)	スポーツ (24.8%)	化粧品 (23.2%)	映画 (17.2%)	家具/インテリア (16.2%)	ファッション製品 (13.6%)	音楽 (10.4%)
ニューヨーク [14年調査]	アニメ/漫画 (56.1%)	デジタル製品 (53.3%)	家電/AV製品 (50.5%)	自家用車 (44.1%)	食 (35.6%)	観光 (33.0%)	高級ブランド (18.3%)	スポーツ (17.5%)	映画 (14.1%)	ファッション製品 (12.7%)	家具/インテリア (12.3%)	音楽 (12.1%)	化粧品 (11.5%)	医療 (9.9%)
サンパウロ [14年調査]	デジタル製品 (83.6%)	家電/AV製品 (74.5%)	アニメ/漫画 (46.1%)	自家用車 (40.9%)	高級ブランド (30.5%)	観光 (25.1%)	食 (21.6%)	家具/インテリア (18.2%)	ファッション製品 (17.2%)	映画 (14.6%)	スポーツ (14.2%)	医療 (8.0%)	化粧品 (7.2%)	音楽 (6.2%)

<参考> 日本からの連想 (都市別/年代別)



<2016年Vol.1レポート 調査概要>

【調査都市】 アジア15都市

香港、台北、ソウル、上海、北京、広州、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、ヤンゴン、デリー、ムンバイ

(参考)モスクワ、ニューヨーク(2014年調査)、サンパウロ(2014年調査)

【調査対象】 15-54歳男女

【サンプル数】 11,204名

【調査時期】 2015年5月上旬~8月中旬

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年からアジアを中心に世界の主要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。

<最新「Global H A B I T 2015」調査概要>

調査都市: 香港、台湾(台北)、韓国(ソウル)、中国(上海/北京/広州)、シンガポール、マレーシア(クアラルンプール)、タイ(バンコク)、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)、ミャンマー(ヤンゴン)、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、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)、イギリス(ロンドン)、アメリカ(ロサンゼルス、シカゴ、ニューヨーク)、ブラジル(サンパウロ)は、2014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20,000元以上、25~54才の男女1,500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50~95%程度)が対象

調査時期: 2015年5月上旬~8月中旬

調査方法: 訪問面接(香港、台湾、韓国、シンガポール、クアラルンプール以外)
会場での個人面接(香港、台湾、韓国、シンガポール、クアラルンプール)

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 ●メイド・イン・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 ●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 ●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 ●複写機 ●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)
- 化粧品 ●パーソナルケア商品 ●トイレタリー ●生理用品/紙オムツ

本件に関するお問合せ

博報堂 広報室	西尾・大足	Tel : 03-6441-6161
博報堂 研究開発局	高月・丸山	Tel : 03-6441-6153