

News

2011年7月5日

博報堂 Global HABIT 調査 アジア10都市における日・韓・欧米コンテンツ受容性比較

**台北、香港は依然、日本コンテンツびいき。
バンコク、ホーチミン・シティなどの ASEAN 都市では韓流が浸透中。**

「マンガ・アニメ」は日本、「ドラマ」は韓国と欧米、「映画」と「音楽」は欧米。
日本の「メイク・ファッション」は台北、香港で圧倒的な影響力。(アジア 10 都市平均)

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)^{*1}』を、2000年より毎年実施しています。

このたび、最新(2010年度実施)の Global HABIT 調査のデータをもとに、アジア 10 都市における日本・韓国・欧米のカルチャー系コンテンツの受容性比較を実施いたしました。

<調査概要>

【調査地域】アジア10都市(台北、香港、メトロ・マニラ、バンコク、上海、ジャカルタ、シンガポール、ホーチミン・シティ、クアラルンプール、ムンバイ)

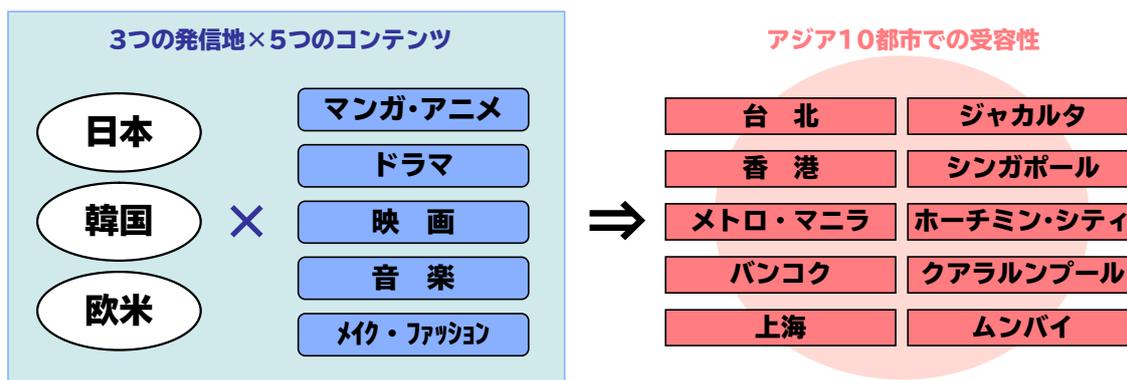
【分析内容】「日本」「韓国」「欧米」の「マンガ・アニメ」「ドラマ」「音楽」「映画」「メイク・ファッション」が、上記の10都市でどの程度受容されているか

【調査対象】15-54歳男女 【サンプル数】6,591名 【調査時期】2010年5月～8月

分析の結果、「マンガ・アニメ」は日本が今なおアジア全体で強い影響力を持っていることが分かりました。中でも台北と香港では、「マンガ・アニメ」に加えて「ドラマ」や「メイク・ファッション」などでも日本コンテンツの影響力が強いことが明らかになりました。一方で、「ドラマ」は韓国と欧米コンテンツが強く、「映画」と「音楽」は欧米コンテンツが強いという図式も見えてきました。

日本と韓国のコンテンツの影響力に絞って比較してみると、バンコクやホーチミン・シティなどでは韓国コンテンツが日本コンテンツよりも強い傾向が見られ、「ドラマ」、「音楽」、「メイク・ファッション」など影響力が多層化しています。かつて、「マンガ・アニメ」、「ドラマ」、「音楽」、「メイク・ファッション」といった日本コンテンツは ASEAN を含めアジア各国で強い影響力を持っていましたが、現在は韓国コンテンツに押されている状況にあることが分かりました。

(※詳細はp2以降でグラフとあわせてご紹介しています。)



<調査結果の詳細>

(1) マンガ・アニメ **日本のマンガ・アニメが、圧倒的な人気。**

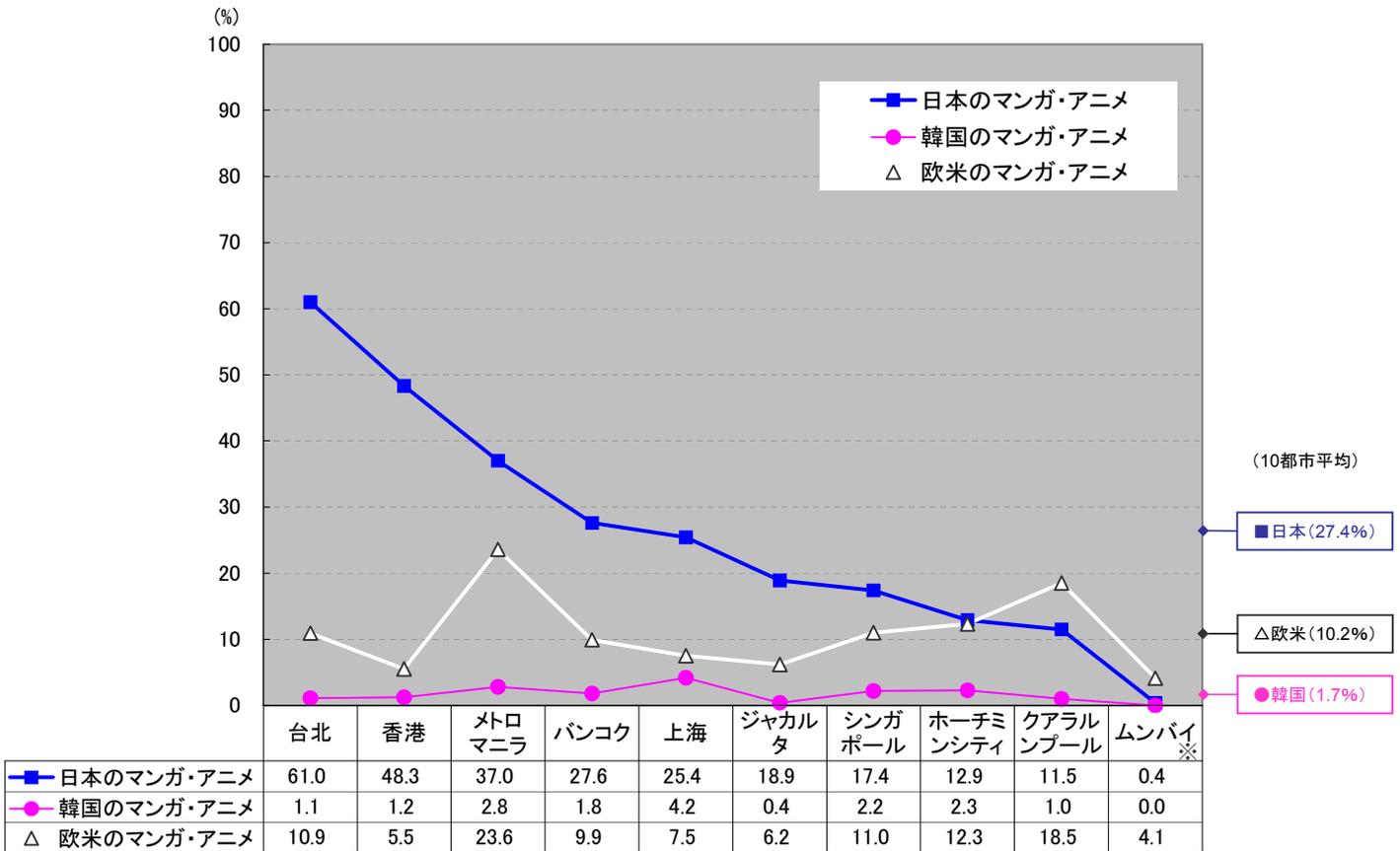
<10都市平均> **日本(27.4%)** | 韓国(1.7%) | 欧米(10.2%)

アジアにおけるマンガ・アニメの受容性を比較すると、日本のコンテンツが圧倒的に高い。特に台北(61.0%)、香港(48.3%)では、欧米や韓国のコンテンツを寄せ付けない。

ただし、欧米のマンガ・アニメの受容性は、クアラルンプールでは日本のマンガ・アニメを上回っており、ホーチミン・シティでは拮抗している。

韓国のマンガ・アニメは全ての都市で5%を下回っている。

Q. あなたがよく見るマンガ・アニメはどこの国のものが多いですか。



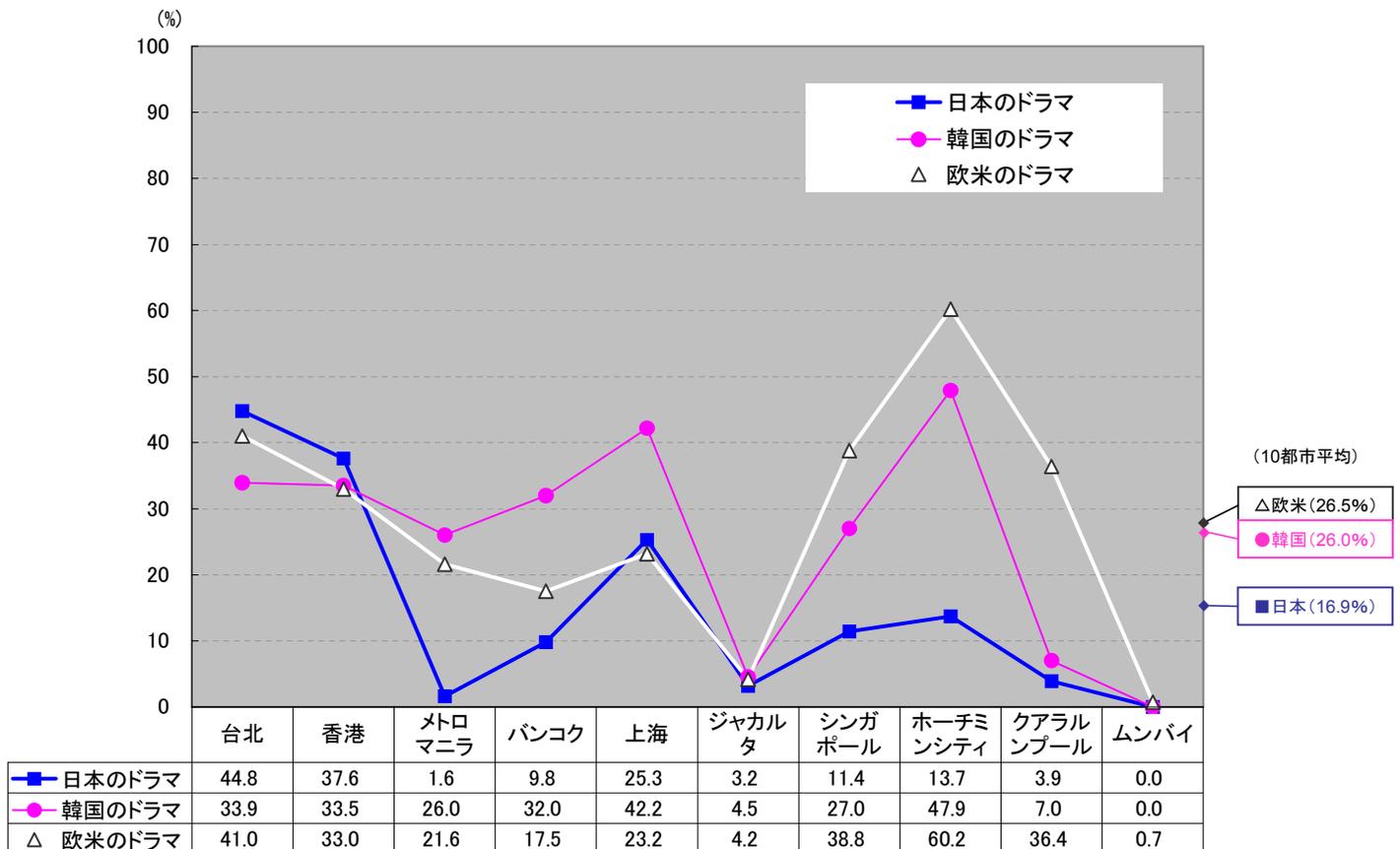
※注: ムンバイ(インド)について
 インドでは、「映画」を中心に、自国コンテンツが圧倒的な人気と影響力を持っており、外国コンテンツの浸透は非常に低いレベルにある。

(2) ドラマ 韓国ドラマが ASEAN 都市中心に浸透。欧米ドラマが強い都市も。

<10 都市平均> 日本(16.9%) | 韓国(26.0%) | 欧米(26.5%)

台北・香港以外の都市では、韓国ドラマのほうが日本ドラマよりも人気がある。特に、ホーチミン・シティ、バンコク、メロ・マニラなどの ASEAN 都市での日韓の差は 20%以上の開きがある。しかし欧米ドラマも加えて比較すると、ホーチミン・シティ(60.2%)、シンガポール(38.8%)、クアラルンプール(36.4%)では、欧米ドラマの受容性が一番高い結果となっている。

Q. あなたが好きなドラマのタイプは何ですか。



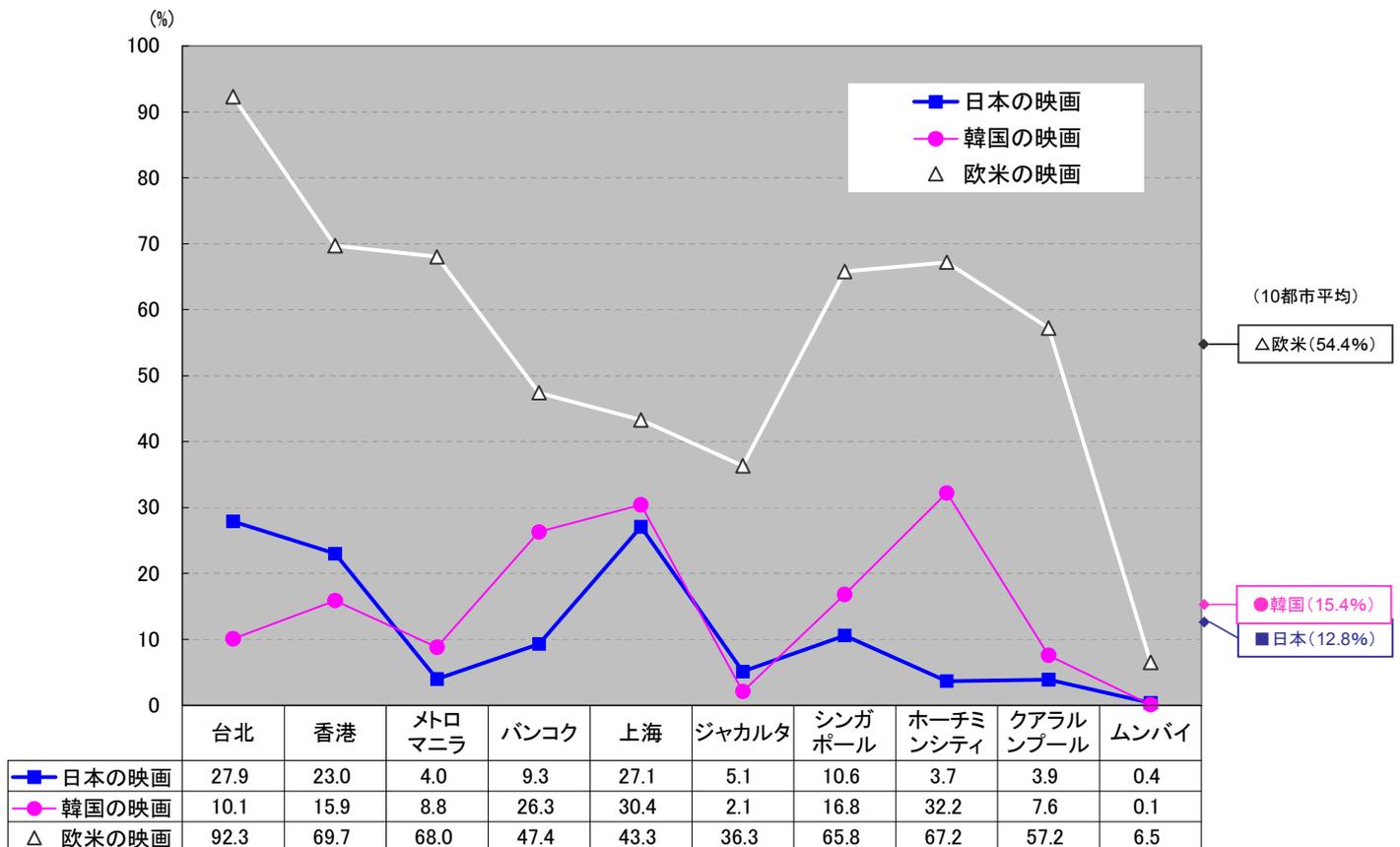
(3) 映画 全ての都市で、欧米映画が圧倒的な強さ。

<10都市平均> 日本(12.8%) | 韓国(15.4%) | **欧米(54.4%)**

映画の受容性を見ると、欧米映画が圧倒的に高い。アジアの全ての都市で、日本・韓国の映画を大きく上回る。特に台北で 90%を越えているのに続き、香港、メトロ・マニラ、ホーチミン・シティ、シンガポールでは 60%を超えている。

日本映画と韓国映画の受容性を比較すると、日本映画が韓国映画を上回っているのは台北と香港。韓国映画が日本映画を上回っているのは、ホーチミン・シティとバンコク。上海では日韓の映画が拮抗している。

Q. あなたが好きな映画のタイプは何ですか。



(4) 音楽 映画同様、欧米コンテンツが圧倒的な強さ。

<10都市平均> 日本(10.3%) | 韓国(9.8%) | 欧米(34.5%)

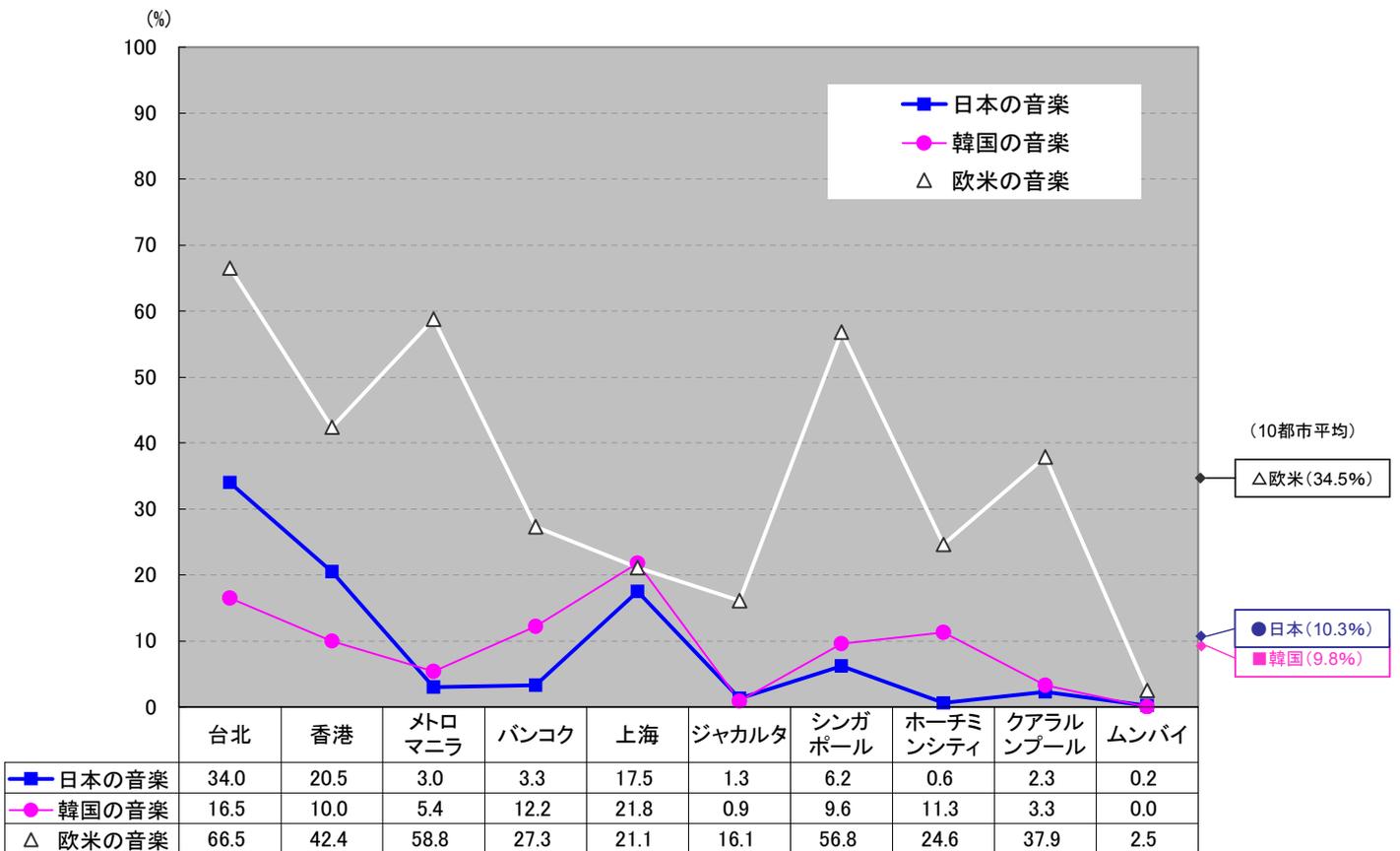
音楽の受容性でも欧米音楽が圧倒的に高く、台北、メロ・マニラ、シンガポールでは 50%を超えている。

日本音楽と韓国音楽を比較すると、日本音楽が韓国音楽よりも高いのは台北と香港。

韓国音楽が日本音楽よりも高く差が大きいのはバンコクとホーチミン・シティ。

日本・韓国・欧米の受容性が拮抗しているのは上海。

Q. あなたがよく聞く音楽は、どの国のものが多いですか。

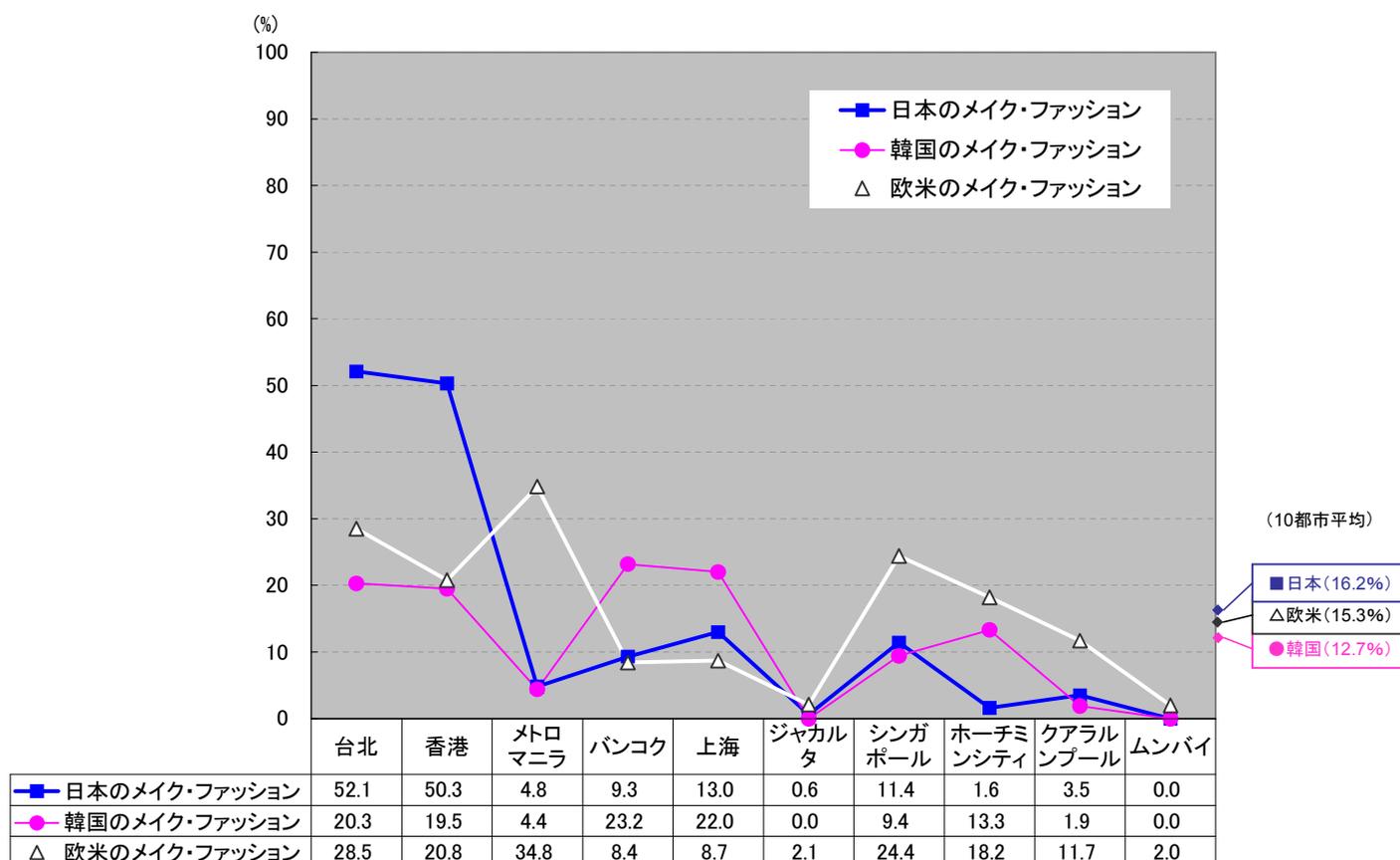


(5)メイク・ファッション 台北、香港は日本のメイク・ファッションの影響大。

<10都市平均> 日本(16.2%) | 韓国(12.7%) | 欧米(15.3%)

影響を受けているメイク・ファッションについて聞いたところ、台北(52.1%)と香港(50.3%)では、圧倒的に日本のメイク・ファッションの影響力が強く、2人に1人が影響を受けていることが分かる。バンコク(23.2%)と上海(22.0%)では韓国のメイク・ファッション、メロ・マニラ(34.8%)、シンガポール(24.4%)、ホーチミン・シティ(18.2%)では欧米のメイク・ファッションの影響力が強い。

Q. あなたが影響を受けているメイク・ファッションは、どこの国のものですか。



<参考資料>

*1 博報堂 Global HABIT について



「Global HABIT」は、博報堂が日本国内で独自に開発した「HABIT 調査」の手法を適用して、世界の主要 34 都市の中・上位収入層を対象に実施しているシングル・ソース調査およびデータベースです。2000 年から本格的にスタートし、生活者のライフスタイル、価値観、メディアへの接触、ブランド評価、消費行動など、大量の時系列データを提供しています。

博報堂「Global HABIT 2010」調査概要

(※今回の分析結果の本体調査)

■調査フレーム

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(メトロマニラ)、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)、ブラジル(サンパウロ)、アメリカ(ニューヨーク)、ドイツ(フランクフルト及び周辺)

*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(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 2009 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 10,000 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 30,000 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: 2010 年 5 月~8 月

調査方法: 訪問面接(香港・台北・韓国以外のアジア、サンパウロ、フランクフルト)

会場での個人面接(香港・台北・韓国・ニューヨーク)

■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 ●乾電池 ●タイヤ

※日本については「HABIT 調査」を別途実施。

東京・関西合わせて 5,000 名(東京:首都圏 40Km 圏、関西:近畿圏 20Km 圏) 訪問面接・郵送調査

<<本件についてのお問合せ>>

報道関係者からのお問合せ 博報堂 広報室 大野・山野 TEL:03-6441-6161
掲載内容、Global HABIT について 博報堂 研究開発局 小山・高月 TEL:03-6441-6153