



# 報道関係各位

平成25年 5月7日 株式会社 クロス・マーケティング(東証マザーズ3629) 株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント

# インドネシア中間層:「冷蔵庫」保有率は8割に届かず、「エアコン」は25% IT機器利用率は「パソコン」7割、「スマホ」4割といずれも拡大途上

「インドネシア2大都市・中間層の正体を探る」調査シリーズ③:IT機器の利用状況と主要耐久財の保有・購入意向

株式会社クロス・マーケティング(所在地:東京都中央区、代表取締役社長:五十嵐幹 以下、クロス・マーケティング)と、株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント(所在地:東京都中央区、代表取締役:桑田瑞松 以下、R&D)は、2013年3月にインドネシアの2大都市(ジャカルタ/スラバヤ)で20~49歳の中間層世帯男女(世帯月間支出:200万~350万ルピア未満)を対象に、共同で調査を実施いたしました。

#### ■調査背景・目的

アセアン諸国の中でも、約2.4億人という人口を抱えるインドネシアは、現在、多くの日本企業から注目を集めています。 今回の調査では、インドネシアという「国」単位ではなく、大都市に住む「中間層生活者」にスポットを当て、個人の生活価値観や 生活意識、買い物行動などに関する調査結果から、「性・年齢別」「都市別」にその実態を明らかにしました。

※一部の調査内容は、R&Dが毎年10月に首都圏で実施している『CORE』調査を基に、日本の同年齢層との比較を試みました。

### ■調査結果

- 中間層全体で保有率の高い耐久財は「カラーテレビ」が94%、続いて「冷蔵庫」(77%)、「バイク」(76%)、「電気炊飯器」
   (73%)までが7割を超える。これら耐久財の保有率は都市間および支出(≒所得)レベルによる格差が大きい。<図1>
- ✓ 今後1年以内の耐久財の購入意向については、ジャカルタでは「自家用車」、「住宅・不動産」に対する購入意向が高く、 スラバヤでは「自家用車」に次いで、「エアコン」の購入意向が高い。<図2>
- ✓ 中間層のパソコン利用率は69%。タブレット端末は35%、スマホは42%と、まだ普及拡大のステージにある。 スマホ利用者のうち「ブラックベリー」利用者は64%と最も多く、「アンドロイド・スマートフォン」利用者が43%と続く。<図3>
- ✓ エレクトロニクスメーカー・ブランドの保有・利用経験については、「ノキア」が94%と高い。
  次いで「サムソン」(76%)、「ソニー」(69%)、「パナソニック」(56%)と続き、「アップル」は25%に留まっている。<図4>

◆自主調査レポートの続きはこちらへ⇒ http://www.cross-m.co,jp/report/indonesia20130507/

#### 〈図1〉主要耐久財・保有率 主要耐久財世帯保有率 ◯ …全体に対して5ポイント以上高いもの 月間世帯支出ランク別 都市別 IDR 200万~ IDR 250万~ IDR 300万~ インドネシア全体 ジャカルタ スラバヤ 250万未満 300万未満 350万未満 n=(218) (110)(85) (55) (78) カラーテレビ 90 冷蔵庫 77 72 <u>(82)</u> 71 67 91 86 75 76 65 72 バイク 電気炊飯器 73 67 67 67 ビデオデッキ(VCR,VCD,DVD,BD) 68 65 62 66 62 61 パソコン 56 50 44 ラジカセ(テープ、CD、その他) (66) 49 55 48 51 54 49 34 洗濯機 デジタルスチルカメラ 33 39 20 33 32 エアコン 25 19 12 26 ゲーム機 23 22 15 23 29 17 22 -ブルテレビ 12 23 電子オーブン 20 9 20 19 オーディオセット 19 19 13 22 (3) (2) (3) (4) 白家用車 16 13 電子レンジ 15 23) 11 13 14 7 ビデオカメラ 17 11 11 12 10 4 電気掃除機 自動食器洗い機

\*「住宅・不動産」は現地の実情にそぐわないため選択肢から除外した



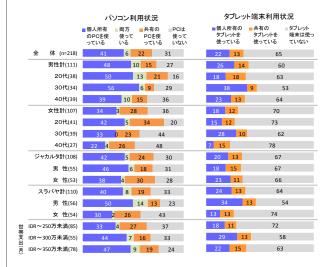


# 〈図2〉主要耐久財・購入意向率

#### 主要耐久財1年以内の購入意向率

土安剛久財「平以内の購入息回李								
				都市別		・・・・全体に対して5ポイント以上高いもの 月間世帯支出ランク別		
インドネシア全体					IDR 200万~			
			ジャカルタ	スラバヤ	250万未満	300万未満	350万未満	
C	)	n=(218)	100	(108)	(110)	(85)	(55)	(78)
自家用車		27		32	21	24	26	31
住宅、不動産		20		30	11	19	16	24
パソコン		18		19	17	17	16	21
ビデオカメラ		17		19	15	19	7	21
洗濯機		15		12	17	14	18	13
バイク		15		15	15	17	18	10
デジタルスチルカメラ		13		14	13	13	13	14
エアコン		12		7	18	8	16	14
冷蔵庫		9		6	12	11	11	5
カラーテレビ		8		7	10	6	9	10
ケーブルテレビ		6		7	6	7	4	8
ビデオデッキ(VCR,VCD,DVD,BD)		6		4	8	5	6	8
オーディオセット		6		4	8	9	6	3
電子レンジ		6		4	8	2	7	9
ゲーム機		6		8	3	2	4	10
ラジカセ(テープ、CD、その他)	!	5		4	6	2	(13)	3
電気掃除機	. :	5		6	5	2	7	6
電気炊飯器	3	3	~~~~~	3	3	2	6	1
電子オーブン	2	!		2	3	2	4	1
自動食器洗い機	2	!		3	2	-	6	3

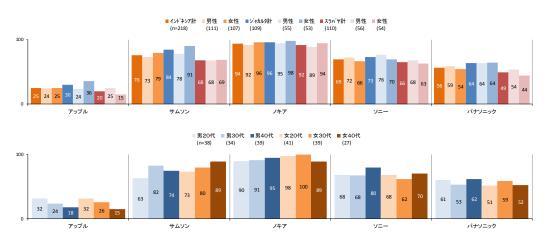
# 〈図3〉パソコン・タブレット端末、スマホ・携帯電話利用実態







#### 〈図4〉 エレクトロニクスメーカーの保有・利用経験







## ■調査概要

調査手法: "街頭リクルートによる1対1の面接調査"を実施

調査対象: インドネシア2都市(ジャカルタ/スラバヤ)20~49歳の中間層男女(世帯月間支出額:200万~350万ルピア未満)

各都市約110名

調査期間: 2013年3月2日(土)~2013年3月3日(日)

有効回答サンプル数:218サンプル

※一部の調査内容はR&Dが毎年10月に首都40km圏で留置法で実施している『CORE』調査を基に、日本での調査結果と比較した。

クロス・マーケティングとR&Dでは、今後「インドネシア2大都市・中間層の正体を探る」調査として、三本立てシリーズで順次発表してまいります。

シリーズ①: インドネシア中間層の価値観・生活者マインド(2013/4/16ご案内済み)

シリーズ②: インドネシア中間層のライフスタイルと消費意識・態度(2013/4/25 ご案内済み)シリーズ③: インドネシア中間層のIT機器の利用状況と主要耐久財の保有・購入意向(今回)

#### ■会社概要■

会社名: 株式会社クロス・マーケティング(東証マザーズ:3629) 所在地: 〒104-0061 東京都中央区銀座8丁目15番2号

代表者: 代表取締役社長 五十嵐 幹

資本金: 274, 400千円 設立 : 2003年4月1日

URL: <a href="http://www.cross-m.co.jp/">http://www.cross-m.co.jp/</a>

事業内容:リサーチ事業、ITソリューション事業

会社名: 株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント

所在地: 〒103-0013 東京都中央区日本橋人形町1丁目4番10号

代表者: 代表取締役 桑田 瑞松

資本金: 30,000千円 設立 : 1968年1月17日 URL: <u>http://www.rad.co.jp</u>

事業内容:マーケティング・リサーチの企画設計、実施及びコンサルテーション

経営・マーケティング活動の評価及びコンサルテーション

#### ■本資料に関するお問い合わせ先■

株式会社クロス・マーケティング 広報担当 大島

TEL:03-3549-0328 e-mail:pr-cm@cross-m.co.jp

株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント 販促担当 小林 TEL:03-5642-7711(代表) e-mail:radnews@rad.co.jp

≪引用・転載時のクレジット表記のお願い≫

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。 <例>「クロス・マーケティングとリサーチ・アンド・ディベロプメントが実施した調査によると・・・」