

報道関係各位

平成25年 8月26日
株式会社 クロス・マーケティング

新興国で急速に進むデジタル化を反映か 新興国のヤッピー※1は日本より数多くのIT機器※2を購入！ インドネシア・タイ・中国はスマートフォンに「新しさ・多機能性」を求め、 日本・韓国は「価格・デザイン」にシビアな傾向 ーヤッピーのIT機器使用に関する調査 アジア5ヶ国比較ー

株式会社クロス・マーケティング(本社:東京都中央区、代表取締役社長:五十嵐 幹)は、ジャカルタ(インドネシア)、バンコク(タイ)、上海(中国)、ソウル(韓国)、東京(日本)いずれかの都市に在住する25-34歳の男女を対象に、「ヤッピーのIT機器使用に関する調査」を実施しました。

※1: ヤッピー(yuppies)とは、一般に、“young urban professionals”の略で、都市部に住む若いエリートプロフェッショナルのことを指す。

※2 本調査における「IT機器」とは、スマートフォン、デスクトップPC、ノートPC、タブレット、電子書籍用タブレットを指す。

■調査背景・目的

日本企業だけでなく、世界中のビジネスプレイヤーがアジア市場への関心を高める中、消費のけん引役やトレンドセッターとなっている、若いアーバンプロフェッショナル(=「ヤッピー」)にフォーカスを当て、彼らのIT機器利用実態をアジア5か国で比較し、その違いや特徴を探った。

■調査結果

- ✓ 過去1年以内に購入したIT機器の平均個数は中国が3.8個とトップで日本の1.6個を大きく上回る。<図1>
- ✓ スマートフォンの重視点(トップ5)は、韓国・日本では安価な価格設定とデザイン性をスマートフォンに求めていることがうかがえるのに対し、インドネシア・タイ・中国では、新しさ・多機能性をスマートフォンに求める傾向が強い。<図2>
- ✓ タブレットの重視点(トップ5)は、どの国も「多機能性」が3位以内であるという点は共通しているが、国毎にそれぞれ特徴が異なる<図3>
 - ・タイ・中国・韓国では、「多機能性」がトップ
 - ・インドネシアでは、「多機能性」よりも「革新性・新しさ」が僅かに高く、トップ
 - ・日本では、スマートフォンと同様「価格」が最も高い
- ✓ Facebookのコミュニケーション相手は、インドネシア・タイ・中国では、全般的に日本・韓国よりもスコアが高く、様々な属性の相手とより積極的にコミュニケーションをとっていることがうかがえる。他方、韓国・日本では、「親友」「友人・知人」に回答が集中している。
- ✓ LINEのコミュニケーション相手は、タイ・インドネシアでは、全ての属性の相手に対してコミュニケーションを積極的にとっており、特にタイでは、他4ヶ国と比較して、全ての属性の相手に対して1位となっている。<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/yup20130826/>

<図1> 過去1年以内に購入したIT機器の平均個数

		n数 (各国)	中国	インドネシア	韓国	タイ	日本
全体		200	3.8	3.3	2.7	2.6	1.6
性別	男性	100	4.2	3.1	2.7	2.9	1.7
	女性	100	3.4	3.4	2.7	2.4	1.6
年齢別	25-29歳	100	4.0	3.7	2.8	2.7	1.7
	30-34歳	100	3.7	2.8	2.6	2.6	1.6
性×年齢別	男性/25-29歳	50	4.3	3.1	3.1	2.9	1.8
	男性/30-34歳	50	4.2	3.0	2.2	2.8	1.6
	女性/25-29歳	50	3.7	4.3	2.5	2.4	1.6
	女性/30-34歳	50	3.2	2.6	3.0	2.3	1.5

◆国毎の全体値で降順表示

<図2>あなたが商品を決める際に重視したこととして、あてはまるものを以下の中からすべてお答えください。(スマートフォン)(MA)

	(n=191) インドネシア	(n=178) タイ	(n=199) 中国	(n=194) 韓国	(n=140) 日本
1位	革新性・新しさ 56.0	多機能性 50.0	多機能性 51.8	価格 53.1	価格 38.6
2位	多機能性 53.4	革新性・新しさ 47.2	ブランド 51.3	形・デザイン 51.0	形・デザイン 34.3
3位	汎用性 (使えるソフトウェアや アプリの豊富さ) 50.3	汎用性 (使えるソフトウェアや アプリの豊富さ) 46.1	形・デザイン 47.2	ブランド 50.5	多機能性 25.7
4位	形・デザイン 44.0	形・デザイン 44.4	革新性・新しさ 44.7	評判の良さ 38.1	ブランド 25.7
5位	耐久性 44.0	価格 44.4	耐久性 43.2	スクリーンの大きさ 36.6	評判の良さ 24.3

※項目毎に色分け。

<図3>あなたが商品を決める際に重視したこととして、あてはまるものを以下の中からすべてお答えください。(タブレット)(MA) >

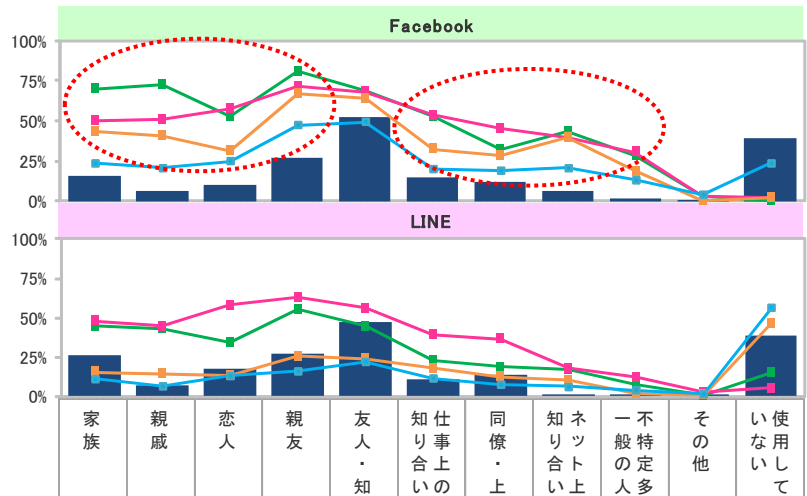
	(n=164) インドネシア	(n=136) タイ	(n=170) 中国	(n=118) 韓国	(n=57) 日本
1位	革新性・新しさ 51.8	多機能性 42.6	多機能性 52.4	多機能性 41.5	価格 36.8
2位	多機能性 48.8	形・デザイン 41.9	革新性・新しさ 51.2	ブランド 39.8	軽さ 28.1
3位	汎用性 (使えるソフトウェアや アプリの豊富さ) 44.5	価格 41.9	ブランド 50.0	形・デザイン 37.3	多機能性 24.6
4位	耐久性 37.2	耐久性 39.7	スクリーンの大きさ 43.5	価格 36.4	形・デザイン 21.1
5位	価格 37.2	革新性・新しさ 38.2	形・デザイン 40.6	薄さ 30.5	汎用性 (使えるソフトウェアや アプリの豊富さ) 21.1

※項目毎に色分け。

〈図4〉あなたは、各メディアを通して誰とコミュニケーションを取ることが多いですか。(フェイスブック(Facebook))(MA)
あなたは、各メディアを通して誰とコミュニケーションを取ることが多いですか。(ライン(LINE))(MA)〉

※中国では、以下「」内の項目に切り替えて聴取

- ・Email→「Email」
- ・Facebook→「Sina Weibo(新浪微博)」
- ・LINE→「Lian Wo(連我)/Wei Xin(微信)」
- ・Kakao Talk→「KakaoTalk」
- ・WeChat→「WeChat」
- ・Twitter→未聴取
- ・Instagram→「Instagram」
- ・Pinterest→「Pinterest」
- ・Skype→「Skype」
- ・LinkedIn→「LinkedIn」



		n=	家族	親戚	恋人	親友	友人・知人	知事 仕上の	同僚・ 上司	知リ ネット 合上の	一不 定の 多数の	その他	いな い使 用して
Facebook	日本	200	15.5	6.5	10.0	26.5	52.5	15.0	11.5	6.0	1.5	1.0	39.5
	インドネシア	200	70.0	72.5	53.0	81.0	68.5	52.5	32.0	43.5	28.5	2.5	0.0
	タイ	200	50.0	50.5	57.5	71.5	68.0	53.5	45.0	40.0	30.5	2.5	2.0
	中国	200	43.5	40.5	31.5	67.0	64.0	32.5	28.5	39.5	18.5	0.5	2.0
	韓国	200	23.5	20.5	25.0	47.5	49.5	20.0	19.0	20.5	13.0	4.0	23.5
LINE	日本	200	26.0	6.5	17.5	27.5	47.0	10.5	13.5	1.5	1.0	0.5	38.5
	インドネシア	200	44.5	43.0	34.0	55.0	44.5	22.5	18.5	17.0	7.5	0.5	15.0
	タイ	200	48.0	44.5	58.0	63.0	56.0	39.5	36.5	17.5	12.0	2.5	5.0
	中国	200	15.5	14.5	13.5	25.5	24.0	18.0	12.5	10.0	2.0	1.0	46.5
	韓国	200	11.0	6.5	13.0	16.0	22.0	11.5	7.5	6.0	4.0	1.5	56.5

■ 調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ

調査地域 : ジャカルタ(インドネシア)、バンコク(タイ)、上海(中国)、ソウル(韓国)、東京(日本)

調査対象 : ・ 25-34歳 男女

・ 会社員(派遣・契約を除く)、公務員、教職員、非営利団体職員、自営業、SOHO、専門職(弁護士・税理士・医療関連)いずれかの職に就いている

・ 個人月収(／年収)が一定以上(詳細は下記参照)

インドネシア: 400万ルピア／月 以上

タイ: 2万バーツ／月 以上

中国: 5000元／月 以上

韓国: 200万ウォン／月 以上

日本: 20代は400万円／年 以上、30代は500万円／年 以上

・ 日本: 過去1年以内にIT機器を自購入した人 / 日本以外4ヶ国: 過去2年以内にIT機器を自購入した人

調査期間 : 2013年7月

有効回答数 : 本調査サンプル数: 各国200サンプル (5ヶ国総計: 1,000サンプル)

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
所在地 : 東京都中央区銀座8-15-2 銀座COMビル6F
設立 : 2003年4月1日
代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
事業内容 : リサーチ事業

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当: 中野 TEL : 03-3549-0328 FAX : 03-3549-0232

E-mail : pr-cm@cross-m.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〉「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」