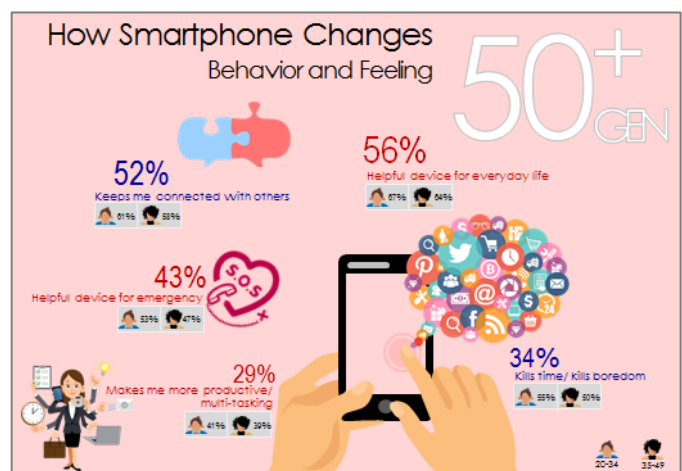


インテージグループとシント「9カ国のシルバー世代オンライン行動調査」 東南アジアのシニアはスマートフォンを使いこなし、日本は最下位？ ～50代以上のマーケットで勝つためのキーワードは「SILVER」～

世界60カ国のオンライン調査パネル*を管理するCint AB(本社：スウェーデン、CEO：モルテン・ストランド/Morten Strand、以下シント、URL: <http://www.cint.com/>)と、インテージグループの海外子会社であるINTAGE (Thailand) Co., Ltd. (以下、インテージ・タイ) は、東南アジア・欧米等の9カ国2,700人、シルバー世代900名を含む共同インターネット調査を実施し、その結果を世代毎の比較を含めた「シルバー世代の台頭」として発表しました。



画像1: 調査結果イメージ(スマホ関連)

【調査結果の要約】

1. 東南アジア5カ国(タイ・ベトナム・インド・インドネシア・シンガポール)は60%以上のシニアが「スマホが毎日の生活に役立つ」と答える一方、日本は最下位で24%。
2. 「スマートフォンは他人と自分をつなぐ・生産性を高める」でも、順位は入れ替わるが東南アジア5カ国が上位を占め、スウェーデン、イギリス、アメリカ、日本が下位となる。
3. 買い物に関する傾向は各国で傾向が異なるが、若い世代と変わらず新しいものを積極的に受け入れる一方、社会的に価値が高いものに重きを置いている。

【調査の背景】

グローバル規模で60歳以上の人口が出生率を上回り、世界が急速に高齢化している。高齢化は社会・経済発展における大きな課題である一方、ビジネスの好機でもある。しかし、この世代のニーズに合致した商品・サービスの開発は、まだまだ追いついていない。「シニア」と一括りにできず、国毎に異なるニーズの理解を深める。

【調査の概要】

テーマ: 「シルバー世代のオンライン行動の比較調査」(インターネット調査)

対象者: 日本、タイ、インドネシア、インド、ベトナム、スウェーデン、シンガポール、アメリカ、イギリスの9カ国、20～69歳以上の男女、2,700人

*調査結果ではシルバー世代各国100人の結果を、他世代の動向と比較しています



【調査結果】

(参考データ)

タイ インド インドネシア 日本 シンガポール ベトナム スウェーデン UK USA

Overall World Rank	32	59	53	1	24	61	20	33	51
Aging Speed Rank <small>(annual growth in number 1981-2012)</small>	3	15	12	7	1	25	62	61	44

Data: Bloomberg

平均寿命の世界一（長寿大国）は日本であるが、「高齡化スピード」*においては、シンガポールおよびタイが日本を超えている状況。*1981年-2012年の年間成長を比較(データ:Bloomberg)

1. 人から「実際の年齢より若く見える」と言われる

順位	1	2	2	4	5	6	7	8	9
国	アメリカ	イギリス	日本	インドネシア	ベトナム	インド	タイ	スウェーデン	シンガポール
回答率	66%	63%	63%	60%	59%	58%	56%	55%	50%

- ・「実年齢より若く見えると言われる」と答えたのは9カ国全体では59%
- ・世代別では20-34歳(53%)、35-49歳(58%)よりやや高い
- ・国別で高いのはアメリカ(66%)、イギリス(63%)、日本(63%)がトップ3

2. スマートフォンは毎日の生活に役に立つ機器である

順位	1	2	3	4	5	6	7	8	9
国	タイ	ベトナム	インド	インドネシア	シンガポール	スウェーデン	イギリス	アメリカ	日本
回答率	78%	77%	66%	65%	62%	59%	38%	28%	24%

- ・「スマートフォンが毎日の生活に役に立っている」と答えたのは9カ国全体では56%
- ・世代別では20-34歳(55%)、35-49歳(50%)よりやや高い
- ・国別ではタイが(78%)、ベトナム(77%)が突出しており、日本(24%)は最下位

3. スマートフォンは他人と自分をつなぐものである

順位	1	2	2	4	5	6	7	8	9
国	ベトナム	タイ	インドネシア	シンガポール	インド	スウェーデン	イギリス	アメリカ	日本
回答率	73%	71%	71%	65%	63%	48%	36%	23%	11%

- ・「スマートフォンは他人と自分をつなぐものである」と答えたのは9カ国全体では52%
- ・世代別では20-34歳(61%)、35-49歳(58%)よりは低い結果
- ・国別ではシンガポールが(73%)、タイ・インドネシア(71%)がトップ3で、日本(11%)は最下位



4. スマートフォンは自分の生産性を高め、マルチタスクをこなせる

順位	1	1	3	4	5	6	7	7	9
国	タイ	ベトナム	インドネシア	インド	シンガポール	スウェーデン	イギリス	アメリカ	日本
回答率	54%	54%	52%	41%	30%	11%	7%	7%	4%

・「スマートフォンが自分の生産性を高め、マルチタスクをこなせる」と答えたのは9カ国全体では29%

- ・ 世代別では20-34歳（41%）、35-49歳(39%)より10ポイント低い結果
- ・ 国別ではタイ・ベトナム(54%)、インドネシア(52%)が続き、日本（4%）は最も低い

5. 買い物をする時は新しいブランドにトライしたい

順位	1	2	3	4	5	6	7	8	9
国	インド	インドネシア	アメリカ	シンガポール	アメリカ	タイ	ベトナム	スウェーデン	日本
回答率	57%	54%	51%	49%	45%	46%	34%	30%	14%

- ・ 「買い物をする時は新しいブランドにトライしたい」と答えたのは9カ国全体では42%
- ・ 世代別では20-34歳（42%）、35-49歳(42%)と変わらない
- ・ 国別ではインド(57%)、インドネシア(54%)にアメリカ(51%)が続き、日本（14%）は最下位

6. 買い物をする時は社会的責任を持つエコ（グリーン）なブランドを好む

順位	1	2	3	4	5	5	7	8	9
国	ベトナム	タイ	インド	インドネシア	シンガポール	スウェーデン	アメリカ	日本	イギリス
回答率	46%	40%	33%	26%	20%	20%	19%	11%	8%

・「買い物をする時は社会的責任を持つエコなブランドを好む」と答えたのは9カ国全体では25%

- ・ 世代別では20-34歳（27%）、35-49歳(25%)とほぼ変わらない
- ・ 国別ではベトナム(46%)、タイ(40%)、インド(33%)がトップ3、日本（11%）は第8位

7. 買い物をする時に「有名なブランドだから選ぶ」

順位	1	2	3	4	4	6	7	8	9
国	インド	ベトナム	タイ	インドネシア	スウェーデン	シンガポール	イギリス	アメリカ	日本
回答率	52%	50%	40%	39%	39%	31%	17%	16%	14%

- ・ 「買い物をする時に有名なブランドだから選ぶ」と答えたのは9カ国全体では33%
- ・ 世代別では20-34歳（40%）、35-49歳(36%)よりやや少ない
- ・ 国別ではインド(52%)、ベトナム(50%)、タイ(40%)と続き、日本（14%）は最下位

* 本調査結果は引用・転載いただけますが「インテュイティブ・Cint 調べ」と必ず明記してください。

* メディアの皆様以外のご利用の場合は、上記を注記の上で弊社までご連絡ください。



画像 2: 調査結果イメージ 2 (ショッピング関連)

【50 代以上を対象とした市場のキーワード : **SILVER**】

S (Social) : オフラインのみならず、オンラインのメディアを積極的に利用している

I (Independence) : 独立志向は高いが自己中心的ではない

L (Leisurely) : のんびりしているが、だらだら寝っころがっている訳ではない

V (Values) : 価値重視、新しいものを積極的に受け入れるが、社会的に価値が高いものを重視

E (Experienced) : 経験豊かだが年寄りではない、「年寄り」というレッテルを張ってはいけない

R (Relaxed) : のんびりしているが引退はしていない

【まとめ】

今回の 9 カ国調査からは、「シルバー世代」と一括りにしがちなこのターゲットにおいて、若者世代と変わらずスマートフォンを愛好し「テクノロジー恐怖症ではない」という実態とともに、やはり国ごとのシルバー世代に異なる特徴があることがわかる。「若年層が多い」イメージの東南アジアにおいて、「高齢化のスピード」という視点では日本を上回る勢いであるため、各国におけるシルバー世代のニーズの理解を理解し、商品・サービスを開発することが重要である。

以 上

◆ Cint AB / Cint Japan について

グローバルテクノロジーソリューション会社の Cint は、出版社、メディア、市場調査会社、非営利団体等、1,000 社以上の異なるパネル（アンケート回答者）から構成される、60 カ国 1,700 万人以上の消費者オピニオンへのアクセスを提供しています。Cint が提供するオンラインパネルプラットフォーム「OpinionHUB（オピニオンハブ）」は、透明性の高い「インサイトを得るためのマーケットプレイス」として、世界各地からの調査が常時行われています。Cint はスウェーデン・ストックホルムに本社を置き、現在欧州、北米、アジア太平洋の主要都市に拠点を設けている。



【本社】

社名： Cint AB
代表者： モールテン・ストランド/Morten Strand
設立： 1999年
所在地： Torsgatan 8 11123 STOCKHOLM Sweden

【日本支社】

社名： Cint Japan 株式会社 (<http://www.cint.com/>) *2015.8 移転
代表者： モールテン・ストランド/Morten Strand
所在地： 〒151-0053 東京都渋谷区代々木 3-23-4 クローバー西新宿ビル 9階
設立： 2011年
URL： <http://www.cint.com/>

◆INTAGE (Thailand) Co., Ltd について <http://www.intage-thailand.com/>
インテージ・タイは2008年に設立後、タイの独立系最大手の Research Dynamics Co., LTd と2011年に合併し、タイおよび東南アジアにおいてマーケティングリサーチ事業を展開しています。豊富な経験とその信念の下、企業の意志決定に不可欠な合理的で革新的なソリューションを提供し、お客様のビジネスの成功に貢献しております。

【本件に関するお問い合わせ先】

Cint Japan 株式会社 (担当：長野)

TEL: 03-6300-0450 / E-mail: soji.nagano@cint.com

【本リリースに関するお問い合わせ先】

ブルームーン・マーケティング株式会社 (Cint Japan PR 代理：野田)

TEL: 03-6754-6186 / E-mail: cint@bluemoonmarketing.jp