

**アジアインサイトレポート 第17弾**  
**『アジア4都市のオンラインショッピングの利用実態』**

株式会社インテージ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:石塚 純晃)は、アジアの人々の意識や行動を探るため、インテージグループ各社と協力し、アジア地域の人々を対象にさまざまなテーマで実施した自主企画調査をもとに「アジアインサイトレポート」を発行しています。第17弾のレポートでは、『アジア4都市のオンラインショッピングの利用実態』を発表します。今回は、各都市のオンラインショッピング利用実態に焦点を当て、インテージの独自調査 Asia Insight Research<sup>※1</sup> で明らかになった各都市の違いを分析しました。

#### ■まとめ

アジア4都市において、オンラインショッピングの利用率は全体の2割弱～3割という結果となった。年代別に見ると、4都市ともにオンラインショッピングのユーザーは20代・30代が中心であり、スマートフォンでの利用率が高い。

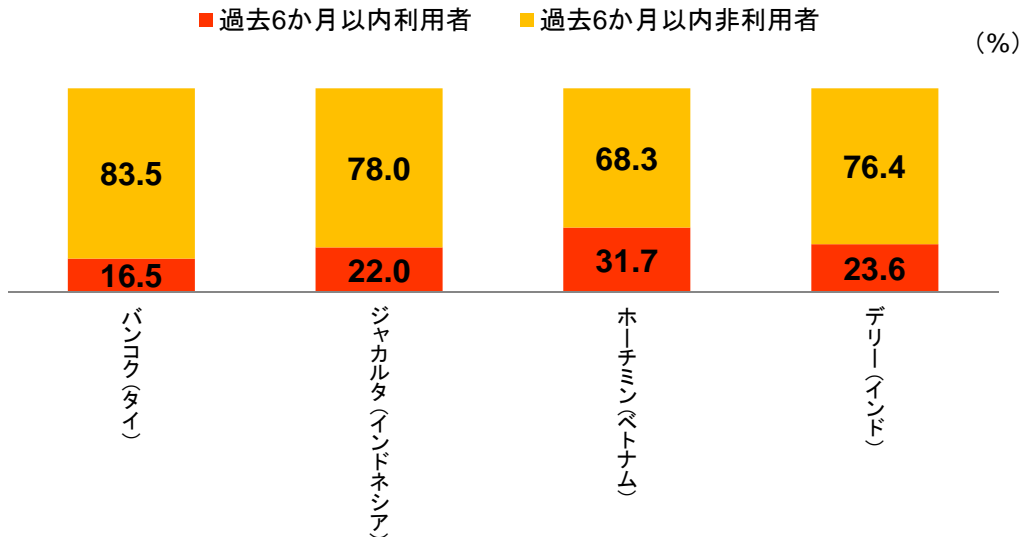
公共交通機関が日本ほど整備されていないアジア4都市において、渋滞は未だ深刻な問題である。渋滞により移動時間が長くなり、バイクでは行動範囲が限られるなどの不便さが、オンラインショッピングの需要につながり、利用内容は商品だけではなくサービスまで多岐にわたる。

現在、購入される商品は、「ファッションアイテム」「電化製品」「化粧品」が大半。オンラインショッピングのユーザーが重視する点は、「利便性」「値段の安さ」であり、今後これらの要因が満たされれば、その他の商品カテゴリーの購入も普及するだろう。

## ■調査結果

1. 過去6か月以内のオンラインショッピング利用者は、4都市の中でホーチミンが31.7%と最も高く、次いでデリー23.6%、ジャカルタ22.0%、バンコク16.5%となった。

【図1】オンラインショッピング利用状況【ベース:全体】



2. オンラインショッピング利用者は、どの都市も20代・30代が中心であり、スマートフォンでの利用率が非常に高い。ホーチミンは、デスクトップ/ノートパソコンでの利用が80.2%と高く、職場のパソコンを使用して商品を購入する人々が多いホーチミンの現状を反映している。

【表1】年代別利用状況【ベース:全体】

(%)

	20代	30代	40代	50代
バンコク(タイ)	33.9	21.4	11.0	6.2
ジャカルタ(インドネシア)	27.0	26.1	16.8	6.6
ホーチミン(ベトナム)	54.1	33.7	6.2	4.0
デリー(インド)	37.8	17.4	16.5	6.5

【表2】デバイス別利用状況(複数回答)【ベース:オンラインショッピング過去6か月以内利用者】

(%)

	デスクトップ/ ノートパソコン	スマートフォン	タブレット
バンコク(タイ)	39.1	<u>77.5</u>	42.5
ジャカルタ(インドネシア)	22.6	<u>79.5</u>	14.3
ホーチミン(ベトナム)	<u>80.2</u>	53.6	29.7
デリー(インド)	17.9	<u>96.2</u>	0

3. 4 都市において購入される商品カテゴリーは「ファッションアイテム」が第一位である。次いで電化製品、化粧品が上位にあがっている。国によって順位に違いはあるが、上位にあがるカテゴリーに違いはほぼ見られない。

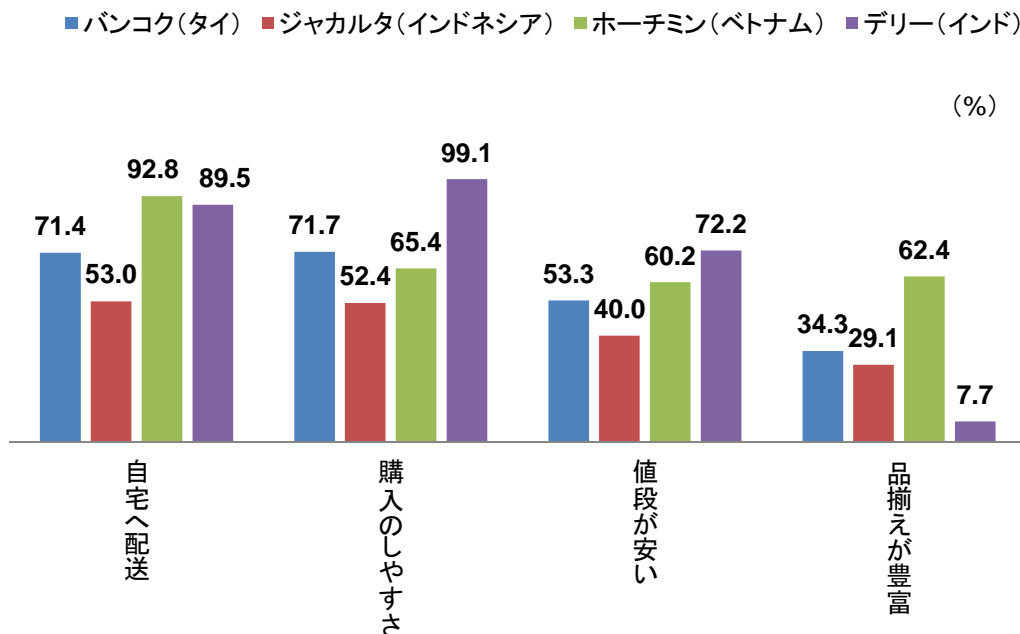
[表 3] 購入カテゴリーTOP3(複数回答)【ベース:オンラインショッピング過去6か月以内利用者】

	バンコク (タイ)	ジャカルタ (インドネシア)	ホーチミン (ベトナム)	デリー (インド)
第一位	ファッション アイテム (56.1%)	ファッション アイテム (91.7%)	ファッション アイテム (71.2%)	ファッション アイテム (71.3%)
第二位	電化製品 (32.2%)	化粧品 (15.1%)	電化製品 (29.6%)	電化製品 (49.2%)
第三位	化粧品 (18.3%)	電化製品 (13.5%)	化粧品 (21.1%)	ベビーケア製品 (5.2%)

4. オンラインショッピングを利用する理由は、「自宅へ配送」「購入のしやすさ」などの利便性を重視する傾向が高い。

[図 2] オンラインショッピング利用理由(複数回答)

【ベース:オンラインショッピング過去6か月以内利用者】



## 調査概要

調査方法 : ランダムロケーションクォータサンプリングによる訪問面接調査

調査時期 : 2016年4月(前回は2015年6月、前々回は2014年7月)

調査対象者 : タイ(バンコク)、インドネシア(ジャカルタ)、ベトナム(ホーチミン)、インド(デリー)各都市に  
3年以上居住、かつSEC<sup>※2</sup>=A~Dの20~59才1,200名(各都市300名)

調査実施機関 : 株式会社インテージおよび海外グループ会社

※<sup>1</sup>Asia Insight Researchとは

インテージグループが、毎年実施している自主企画調査です。生活・消費実態から、アジア各都市の生活者の意見、評価、認知を聴取しています。

※<sup>2</sup>SEC=Social Economic Class =社会階層分類

【株式会社インテージ】 <http://www.intage.co.jp/>

株式会社インテージ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:石塚 純晃)は、インテージグループ各社とともに、リサーチノウハウ、データ解析力、システム化技術と、これらに基づく情報評価力をコア・コンピタンスとして、経営およびマーケティング上の意思決定に役立つ情報(Intelligence)を提供。生活者とお客様を「情報」でつなぎ、お客様のビジネスの成功に貢献することによって、その先の生活者の暮らしを豊かにすることを目指します。

【報道機関からのお問い合わせ先】

■株式会社インテージ 広報担当

担当:小林(こばやし)／石渡(いしわた)

TEL:03-5294-6000 FAX:03-5294-8358

サイト「お問い合わせフォーム」

<http://www.intage.co.jp/contact/>

【調査データに関するお問い合わせ先】

■株式会社インテージホールディングス 海外事業統括本部

担当:芝崎(しばさき)

TEL:03-5294-8304 FAX:03-5294-8318