

報道関係各位

インフォブリッジ、「インド ライフスタイルレポート 2009」を発表

～中間富裕層の 95.3%が、携帯電話を保有～

中国・インドを中心としたアジアでマーケティングリサーチおよびコンサルティング事業を行う INFOBRIDGE HOLDINGS GROUP LTD.(会社所在地:中国香港 Managing Director 繁田奈歩 以下:インフォブリッジ)は、2009年6月17日、「インド ライフスタイルレポート 2009」を発表しました。

昨年に引き続き本レポートは、インドの5大都市(デリー、ムンバイ、チェンナイ、コルカタ、バンガロール)における1000人を超える消費者の生活実態、価値観などを家庭訪問インタビュー(定量調査)により収集・分析したもので、インドの「今」を把握できる内容になっています。

また、インフォブリッジはこの度の「インドライフスタイルレポート2009」リリースに伴い、株式会社ムロドー(本社:東京都目黒区、代表取締役:飯田啓之・根本崇司 以下:ムロドー)が運営するインドに関するニュースサイト「インド新聞」(URL:<http://indonews.jp/>)において「インドライフスタイルレポート2009(サンプル簡易版)」の共同無料進呈キャンペーンを実施することを決定しました。

今後もインフォブリッジは、インド進出済みの企業はもちろんのこと、インド進出をお考えの日系企業皆様の知恵袋として、業務拡大をサポートしてまいります。

■インド ライフスタイルレポート 2009(簡易版)無料進呈キャンペーン 申し込み方法

応募方法	「インド新聞」内「インド ライフスタイルレポート 2009(簡易版)無料進呈キャンペーン」お申し込みフォームより、ご応募ください。
料金	無料
キャンペーン期間	2009年6月15日(水)～2009年7月15日(水)
キャンペーン URL	http://indonews.jp/service/1Bresearch.html

【調査結果 TOPICS】

- 「カラーテレビ、LCD テレビ」の世帯保有率は 99.0%。
- 携帯の個人保有率、95.3%
- スポーツの頻度、「スポーツや運動をしたことがない」が 69.0%
- 入浴頻度、冬季は「1 日 1 回 91.9%」、夏季は「1 日 2 回以上」が 58.0%
- インターネットの利用頻度、「全く使わない」人は 54.1%

【調査概要】

調査タイトル	インド ライフスタイルレポート 2009
調査目的	インド 5 都市部における消費者の生活実態ならびに価値観の把握
調査方法	家庭訪問インタビュー(定量調査)
調査対象	SEC=A1、A2、B1 セグメントで世帯年収 20 万ルピー以上、20~49 歳までの男女 ※SEC とは Social Economic Class の略称で学歴、職業で消費者の社会階層を表すものです。
調査国	インド
調査エリア	デリー、ムンバイ、チェンナイ、コルカタ、バンガロール
調査会社	Market Xcel Data Matrix Pvt. Ltd. (インフォブリッジホールディングスのグループ会社)
調査期間	2009 年 03 月 10 日~2009 年 04 月 11 日
サンプル数	1130 サンプル
調査項目	<ul style="list-style-type: none"> ・ 家族人数、使用人の状況、住居タイプ ・ 個人、世帯保有物、1 年以内世帯購入意向、投資経験、現在投資状況 ・ 国内旅行頻度、海外旅行頻度 ・ 入浴頻度、生活時間帯 ・ メディア接触状況 ・ スポーツとその頻度 など 調査項目数:約 50 項目

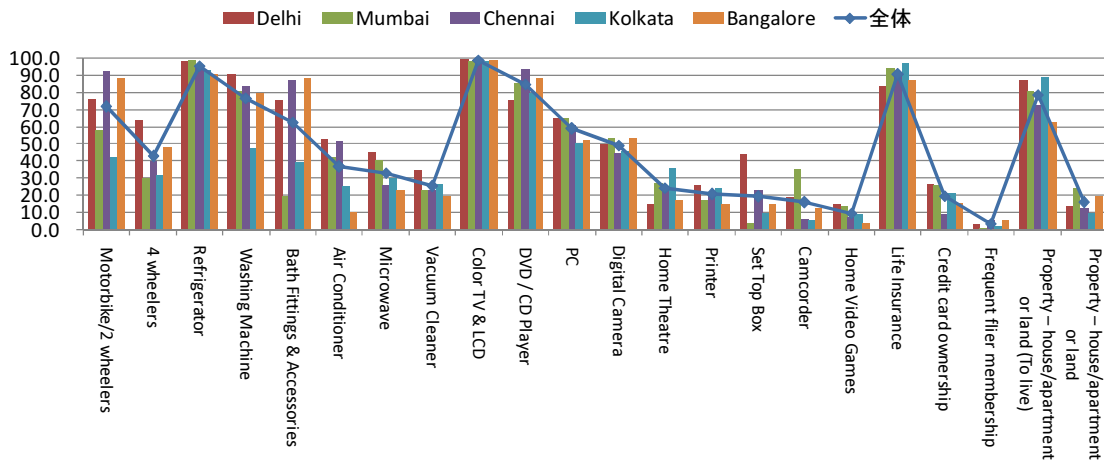
【調査結果概要】

● 「カラーテレビ、LCD テレビ」の世帯保有率は 99.0%。

世帯保有物について聞いたところ、全体では「カラーテレビと LCD テレビ」が最も高く 99.0%、次いで、「冷蔵庫」(95.4%)、「生命保険」(90.4%)、「DVD/CD プレイヤー」(80.3%)などが多くあがった。

都市別では、デリーで「車」が 63.9%と他都市と比べ高く、チェンナイとバンガロールでは、「バイク」がそれぞれ 92.5%、88.2%と高くなっている。

Q:世帯で保有しているものをお答えください



【免責事項】

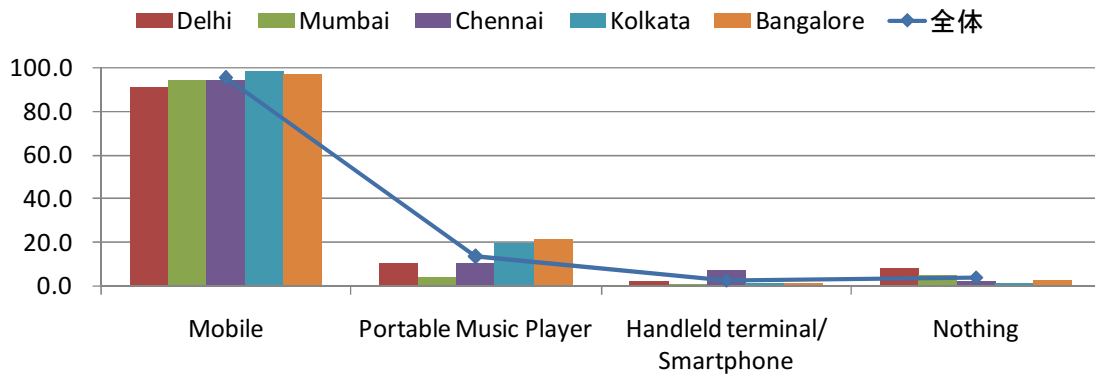
本調査は、インド SEO (Social Economic Class) A1, A2, B1 以上を対象としており、インドの代表性を表す調査結果ではありません。

● 携帯の個人保有率、95.3%

個人保有している商品に関して、全体では「携帯」の保有率が 95.3%と最も高く、次いで「ポータブルミュージックプレイヤー」が 13.5%、「何もない」が 3.9%となっている。

都市別では、デリーで「携帯」が 91.6%と他都市と比べ低く、バンガロールで「ハンドヘルドターミナル/スマートフォン」が 21.8%と他都市に比べ高い。

Q: 個人で保有している商品をお答えください



【免責事項】

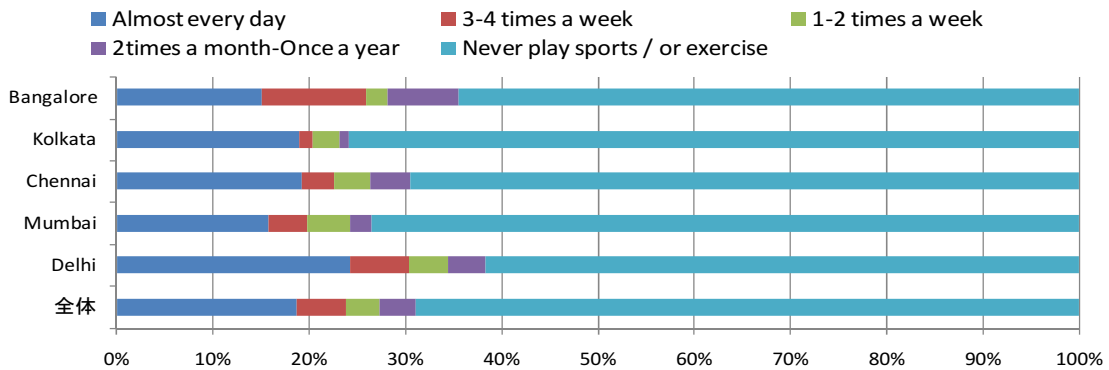
本調査は、インド SEO (Social Economic Class) A1, A2, B1 以上を対象としており、インドの代表性を表す調査結果ではありません。

● **スポーツの頻度、「スポーツや運動をしたことがない」が 69.0%**

全体では「スポーツをしていないもしくはしたことがない」という回答が 69.0%と最も高く、次いで「ほぼ毎日」が 18.7%、「週 3-4 回」が 5.1%。

都市別では、デリーで「ほぼ毎日」が 24.2%と他都市と比べ高く、コルカタで「スポーツや運動をしたことがない」という回答が 76.0%と他都市に比べ高い。

Q: スポーツをする頻度を教えてください。



【免責事項】

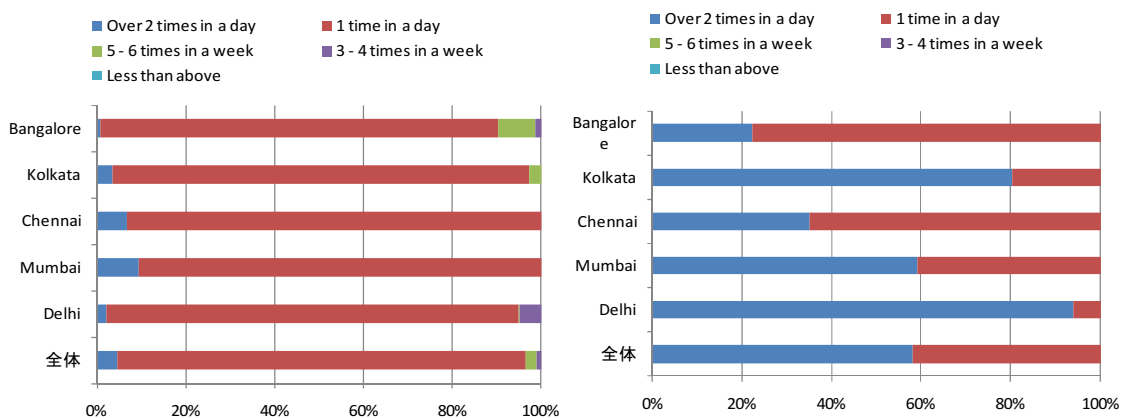
本調査は、インド SEC (Social Economic Class) A1, A2, B1 以上を対象としており、インドの代表性を表す調査結果ではありません。

● **入浴頻度、冬季は「1 日 1 回 91.9%」、夏季は「1 日 2 回以上」が 58.0%**

冬季では、「1 日 1 回」が 91.9%と最も高く、次いで「1 日 2 回以上」が 4.6%、「週 5-6 回」が 2.2%。都市別では、ムンバイで「1 日 2 回以上」が 9.4%と他都市と比べ高く、バンガロールで「週 5-6 回」が 8.2%と他都市に比べ高い。

また、夏季では、「1 日 2 回以上」が 58.0%と最も高く、次いで「1 日 1 回」が 42.0%。都市別では、デリー、コルカタで「1 日 2 回以上」が 80%以上と他都市と比べ高く、チェンナイ、バンガロールで「1 日 1 回」が 60%以上と他都市に比べ高い。

Q: 入浴頻度を教えてください。(左: 冬季、右: 夏季)



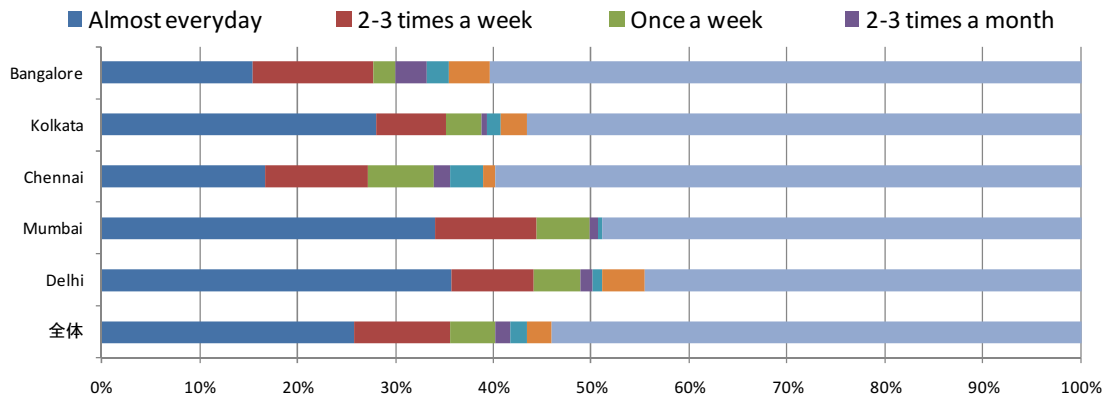
【免責事項】

本調査は、インド SEC (Social Economic Class) A1, A2, B1 以上を対象としており、インドの代表性を表す調査結果ではありません。

● **インターネットの利用頻度、「全く使わない」人は 54.1%**

全体では、「全く使わない」が54.1%と最も高く、次いで「ほとんど毎日」が25.9%、「週に2~3回」が9.7%。都市別では、デリー、ムンバイで「ほとんど毎日」が他都市と比べ高く、チェンナイ、バンガロールでは「全く使わない」が他都市に比べ高い。

Q: **インターネットの利用頻度をお答えください。**



【免責事項】

本調査は、インド SEC (Social Economic Class) A1、A2、B1 以上を対象としており、インドの代表性を表す調査結果ではありません。

以上

■ **インフォブリッジ社とは**

インフォブリッジ社は中国とインドを中心にマーケティングサービスを提供する企業です。アジア進出企業皆様の知恵袋として中国、インド他アジアのさまざまな情報を提供し、クライアントの企業価値向上を目指します。

社名: INFOBRIDGE HOLDINGS GROUP LTD.

設立日: 2006 年

代表者: 繁田 奈歩

事業内容: マーケティングリサーチ事業、マーケティングコンサルティング事業、
情報発信事業、その他事業(ビジネスサポート)

● **報道関係・各種メディアおよびレポート購入に関するお問い合わせ**

INFOBRIDGE HOLDINGS GROUP LTD. (www.infobridgeasia.com/)

◆ **東京オフィス (担当: 小野健太郎)**

住所: 東京都港区六本木 7-3-13 トラストイ 5 階
TEL: 03-5770-3134 FAX: 03-5770-3164

◆ **上海オフィス (広報担当: 深水エリナ)**

住所: 9F C-D, Haiyi Building, No.310, TianShan Rd, Shanghai
TEL: +86-21-3353-8666 FAX: +86-21-6433-1165

◆ **東京オフィス・上海オフィス・デリーオフィス共通お問い合わせ**

MAIL: info@infobridgeasia.com