

2009年6月17日

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/IBresearch.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

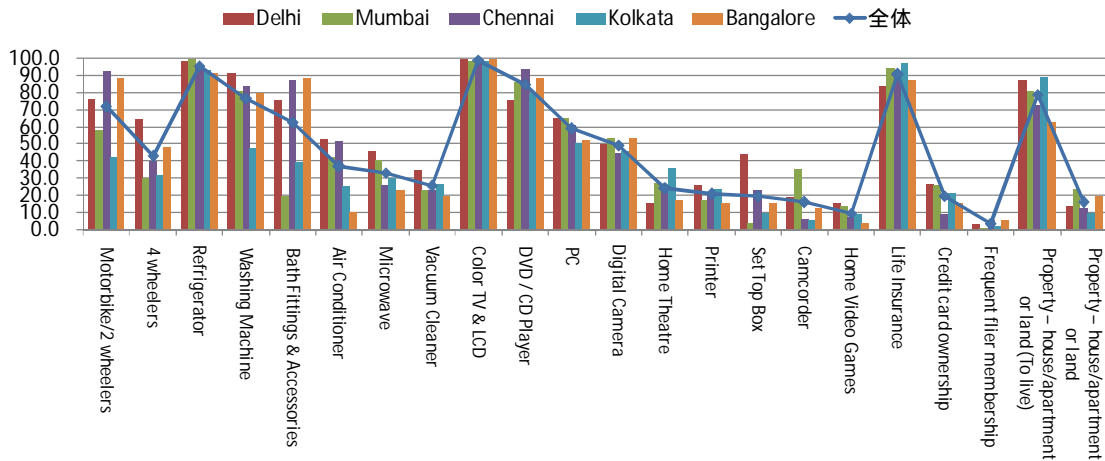
【調査結果概要】

● 「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】

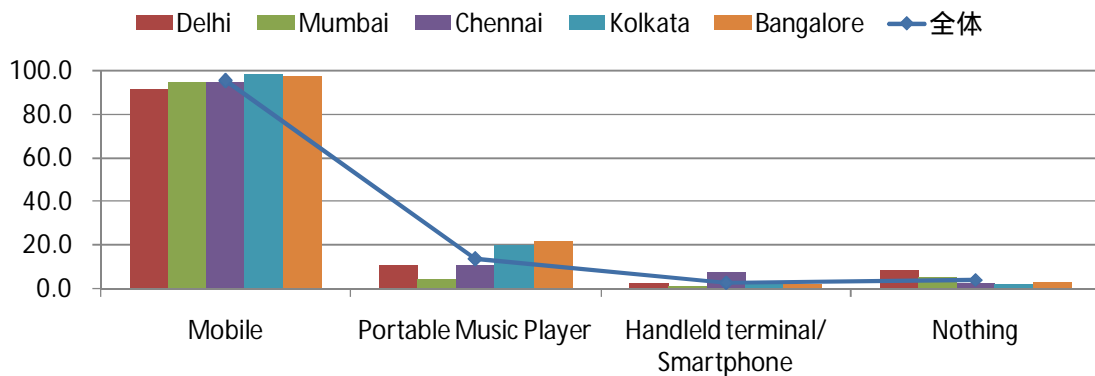
本調査は、インド SEC(Social Economic Class) A1, A2, B1 以上を対象としており、インドの代表性を表す調査結果ではありません。

● **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】

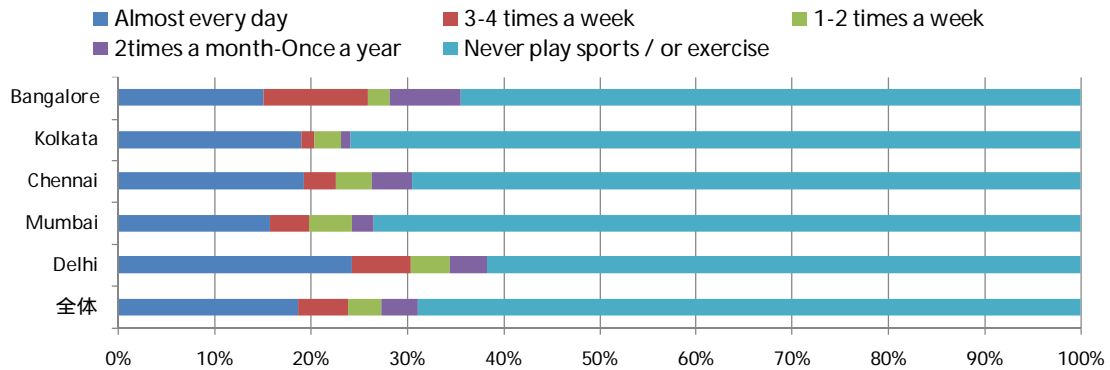
本調査は、インド SEC(Social Economic Class) A1, A2, B1 以上を対象としており、インドの代表性を表す調査結果ではありません。

● **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%と他都市と比べ高い。

Q: スポーツをする頻度を教えてください。



【免責事項】

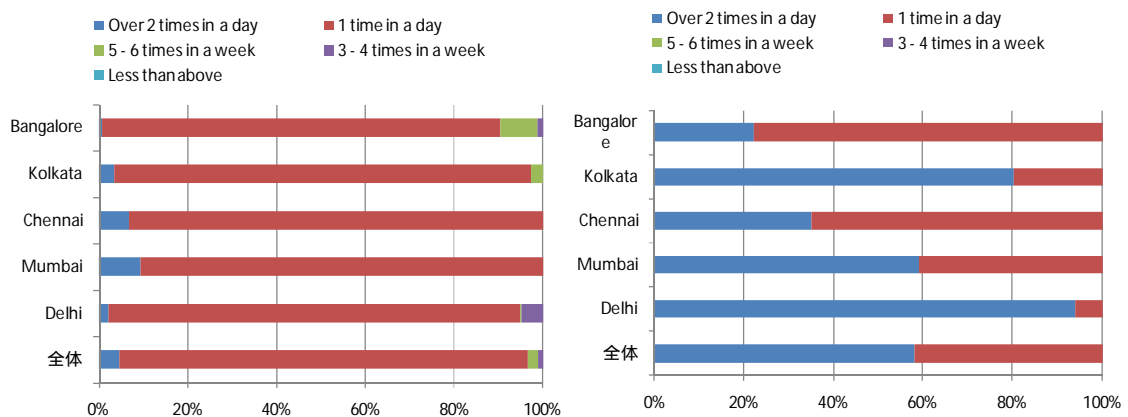
本調査は、インド SEC (Social Economic Class) A1, A2, B1 以上を対象としており、インドの代表性を表す調査結果ではありません。

● **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%と他都市と比べ高い。

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%以上と他都市と比べ高い。

Q: 入浴頻度を教えてください。(左:冬季 右:夏季)



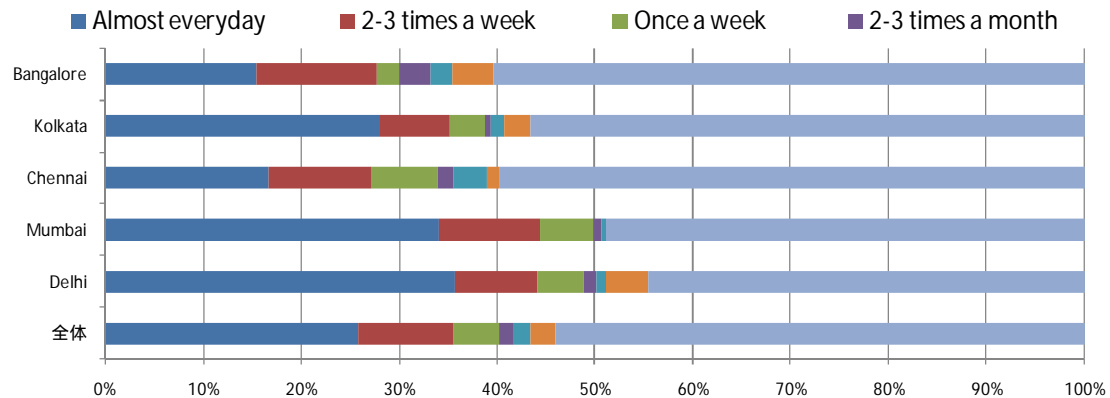
【免責事項】

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: +86-21-3353-8866 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