

ネット上のコミュニケーションに対するグローバル意識調査

GfKは22の国と地域の27,000人にネット上のコミュニケーションに対する意識調査を実施し、その結果を発表しました。

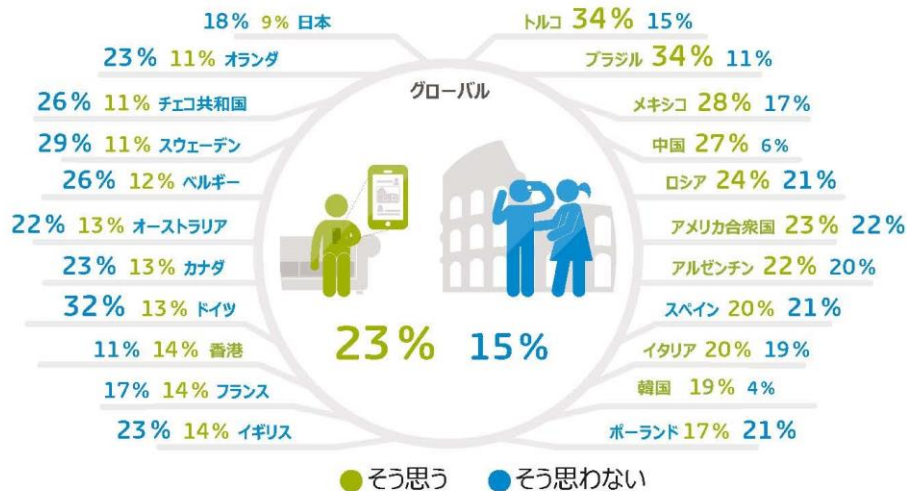
【概要】

・ネット上ででの触れ合いが実体験と同じぐらい良いものになり得ると考える人はグローバルでは4人に1人。一方、日本では10人に1人とどまる。

ソーシャルメディアでのチャット、仕事でのビデオ会議、Googleストリートビューでのロケーション検索など、ネット上で人や場所と触れ合う機会が増えていきます。GfKは22の国と地域の27,000人に、ネット上での人や場所との触れ合いが実体験と同じぐらい良いものになり得るかを尋ねました。その結果、グローバルでは「そう思う」※1が23%を占め、「そう思わない」※2(15%)を上回りました。

この考えは国や地域で大きく異なり、「そう思う」が「そう思わない」を上回ったのは、調査22カ国中10カ国となりました。ネット上での人や場所との触れ合いが実体験と同じぐらい良いものになり得ると考える人が最も多い国はブラジルとトルコで、34%がそう考えていることが明らかになりました。そして、メキシコ(28%)、中国(27%)、ロシア(24%)と続き、インターネット環境の普及が急速に進んだと思われる国が上位に多く見られる結果となりました。一方、「そう思わない」と考える人が多い国のトップは、ドイツで32%を占めました。そして、スウェーデン(29%)、チェコ共和国、ベルギー(各26%)、オランダ、イギリス、カナダ(各23%)と続きました。

Q. ネット上での人や場所との触れ合いは実体験と同じぐらい良いものになり得る



日本の状況を見ると、「そう思う」が9%、「そう思わない」が18%で、ネット上での人や場所との触れ合いは実体験には及ばないと考える人のほうが多いことが明らかになりました。ただし、20歳代以下ではこの傾向が逆転し、15-19歳では18%、20歳代では14%がネット上での人や場所との触れ合いは実体験と同じぐらい良いものになり得ると考えていることが明らかになりました。実体験の方が良いと思う人の割合は年代が上がるにつれ高まり、人生経験とネットへの関わり方の深さとの相関関係が伺える結果となりました。

どの市場のどの消費者層が最もネット上での人や場所との触れ合いを受け入れやすいかというインサイトは、マーケティングや広告の効果向上のために拡張現実を使用したり、コスト削減のためにビデオ会議を活用したりする上でも、ほぼすべてのビジネスに共通する重要な出発点です。

※1.「全くそう思う」から「全くそう思わない」の7段階の内トップ2の合計 ※2.「全くそう思う」から「全くそう思わない」の7段階の内ボトム2の合計

-- 調査概要 --

調査国：世界22の国と地域（アルゼンチン、オーストラリア、ベルギー、ブラジル、カナダ、中国、チェコ共和国、フランス、ドイツ、香港、イタリア、日本、メキシコ、オランダ、ポーランド、ロシア、韓国、スペイン、スウェーデン、トルコ、イギリス、アメリカ合衆国）

調査対象：15歳以上の消費者27,000人， 調査方法： インターネット調査， 調査時期： 2015年夏

※本リリースに関するお問い合わせ先

GfK ジャパン
広報グループ 茶野 絢子
tel : 03-5350-4632 Email : info.jp@gfk.com