



ウェアラブル

2017年、ウェアラブル市場が進む方向は？

2016年にヨーロッパで販売されたウェアラブルは

前年比**45%増**の**1300万台**



グレート・ブリテンはヨーロッパで最大の市場。
ヨーロッパにおけるウェアラブルの販売台数のうち

フィットネス・トラッカーの占める割合は**53%**、
スマートウォッチが**32%**



2016年にアジアで販売されたウェアラブルは

前年比**51%増**の**4200万台**

フィットネス・トラッカーの占める割合は**55%**

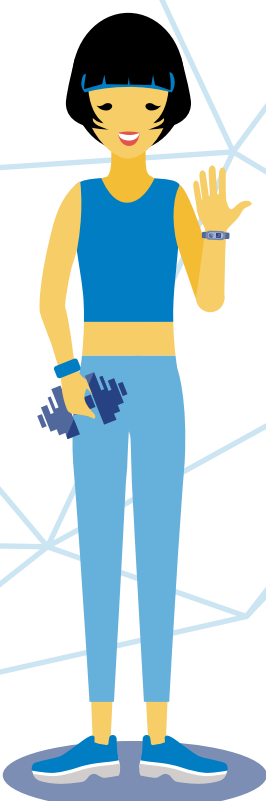
ロケーターが**24%**で続き、スマートウォッチは**17%**

消費者の**33%**が健康状態や運動量に関するデータをウェブ、スマートフォンアプリ、フィットネスバンド、クリップ型電子歩数計、スマートウォッチでトラッキングもしくはモニタリング。

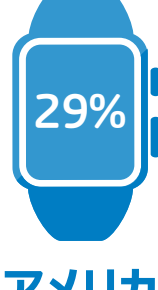
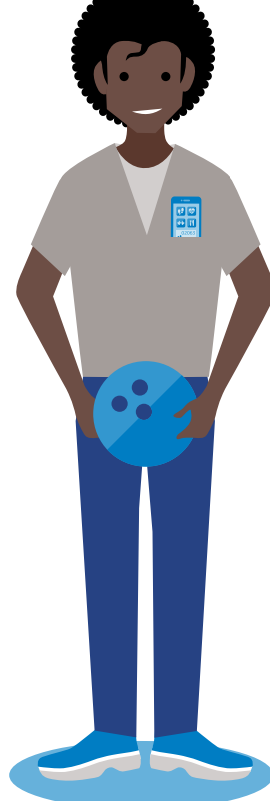
そのうち**55%**が
“体調や健康状態の維持・改善のため使用している”と回答
(最も多く挙げられた理由)

各国のウェアラブル使用状況¹

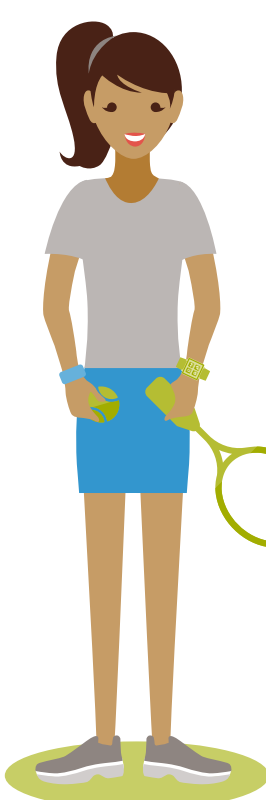
(健康状態・運動量データのモニタリングにおける使用率)



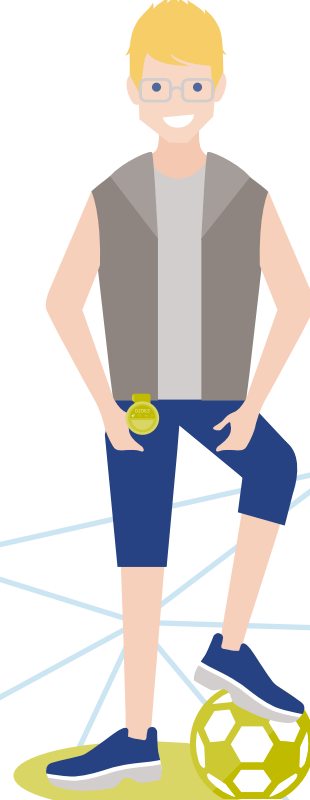
中国



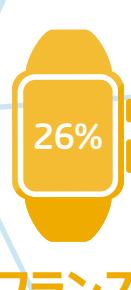
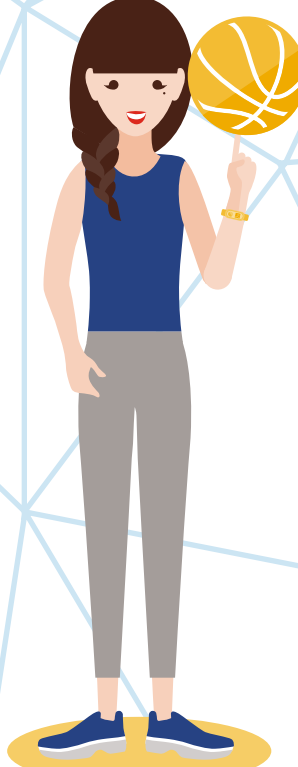
アメリカ
合衆国



ブラジル



ドイツ



フランス

GfKのウェアラブルエキスパートの視点:

メーカーと小売りは**ウェアラブルユーザーの使用実態**を理解する必要があります。

ウェアラブルユーザーは
"何を"そして"なぜ"
使用しているのでしょうか？



これは**市場拡大**だけでなく、製品やブランドの魅力を高めるためにユーザーに合わせたカスタマイズをするうえで**極めて大切**な情報です。

Source:

¹ GfK quantitative online survey amongst 4,900+ Internet users aged 15+ in 16 countries who currently track their health or fitness; multiple answers allowed, 2016

お問い合わせ: info.jp@gfk.com

© GfK 2017