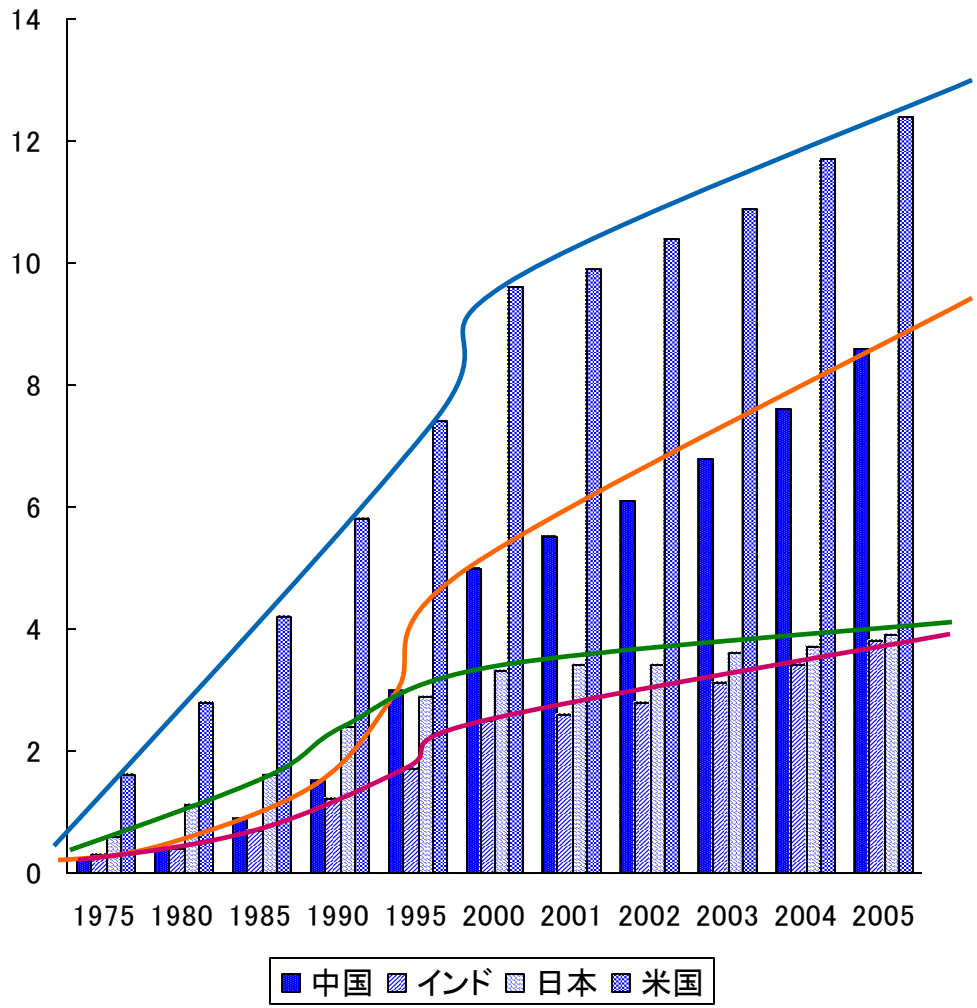
中国・インドのインターネットパネル品質検証調査

GMOリサーチ株式会社
サービス・プロデュース本部

〒150-8512
東京都渋谷区桜丘町26番1号セルリアンタワー

前提として：



- インドは1991年の経済改革以降、高い経済成長を実現している。2005年のGDPでは米国の約17分の1、日本の約6分の1にすぎないが、購買力平価ベースで見れば2005年時点で米国、中国、日本についで世界第4位の規模に成長している。
- インターネットの普及率を見ると、現在日本は68.9%、中国は22.3%、インドは7.0%。普及率だけで見ると中国、インドはまだまだ普及していないように見えるものの、そもそも日本と中国やインドでは人口が大きく異なっている。
- インターネット利用者数で見ると中国が1位で29800万人、日本が3位で8811万人、インドは8100万人で第4位となっている。

中国・インド共に経済成長著しい国である。

今回、この2カ国でインターネットパネルの特性、品質を確かめる調査を行った。

グラフは各国のGDPの推移：2007年通商白書より

Copyright（C） 2009 GMO Research, Inc. All rights reserved.

各国比較：

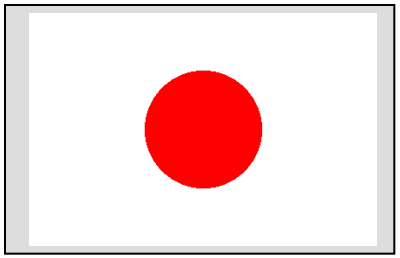
■ インド

・総人口：10億2,702万人
（世界第2位）
・インターネット普及率：6.93%
・インターネット利用者数：8,100万人
（2007年、世界第4位）
・調査言語：英語
・パネル人数：150,000人
・GDP：3兆2883億ドル
（2008年、世界第4位）

■ 中国

・総人口：約13億人
（世界第1位）
・インターネット普及率：22.3%
・インターネット利用者数：29,800万人
（2007年、世界第1位）
・調査言語：中国語
・パネル人数：A社　751,015人
B社　1,869,156人
C社　646,181人
・GDP：7兆9164億ドル
（2008年、世界第2位）

■ 日本



・総人口：1億2,728万人
（世界第10位）
・インターネット普及率：68.85%
・インターネット利用者数：8,811万人
（2007年、世界第3位）
・調査言語：日本語
・パネル人数：505,520人
・GDP：4兆3543億ドル
（2008年、世界第3位）

参照：2008年国際通貨基金（IMF)による世界各国の購買力平価ベースのGDP値より

Copyright（C） 2009 GMO Research, Inc. All rights reserved.

目次

1. 調査概要

2. 回収サンプルの属性

3. 回答内容の差異

4. 全体の考察

Copyright（C） 2009 GMO Research, Inc. All rights reserved.

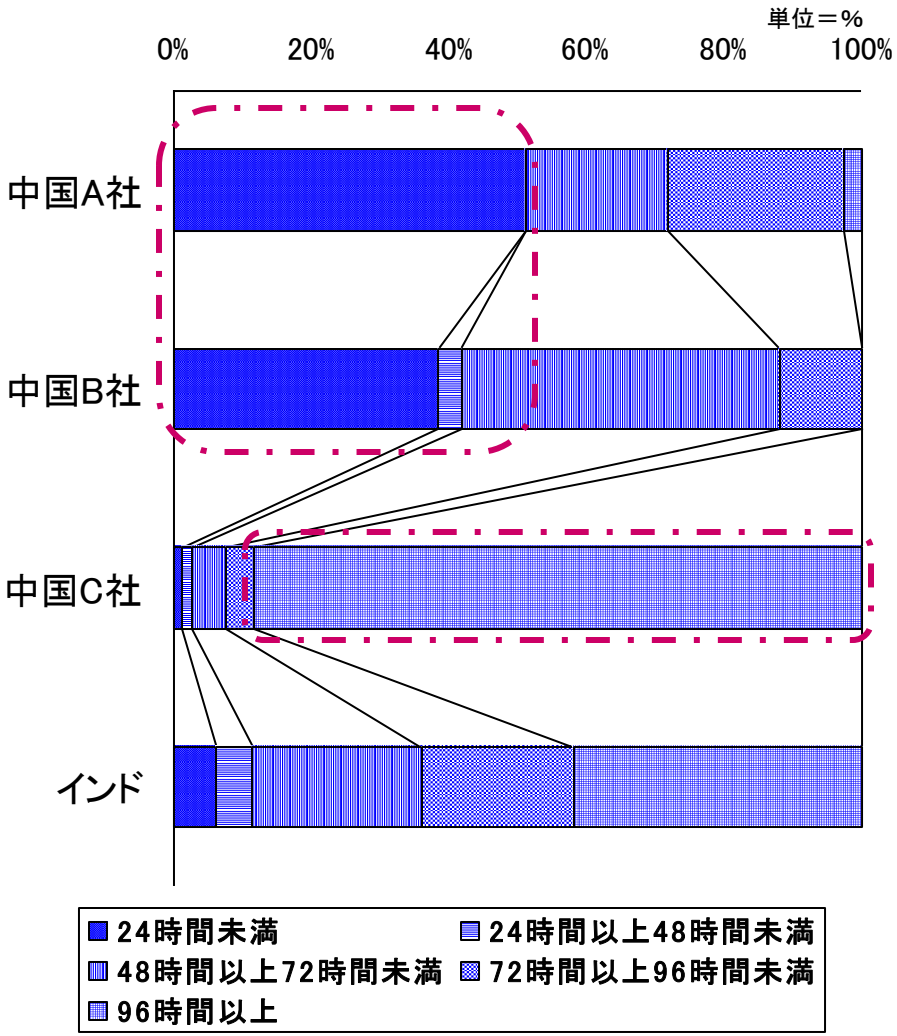
1. 調査概要

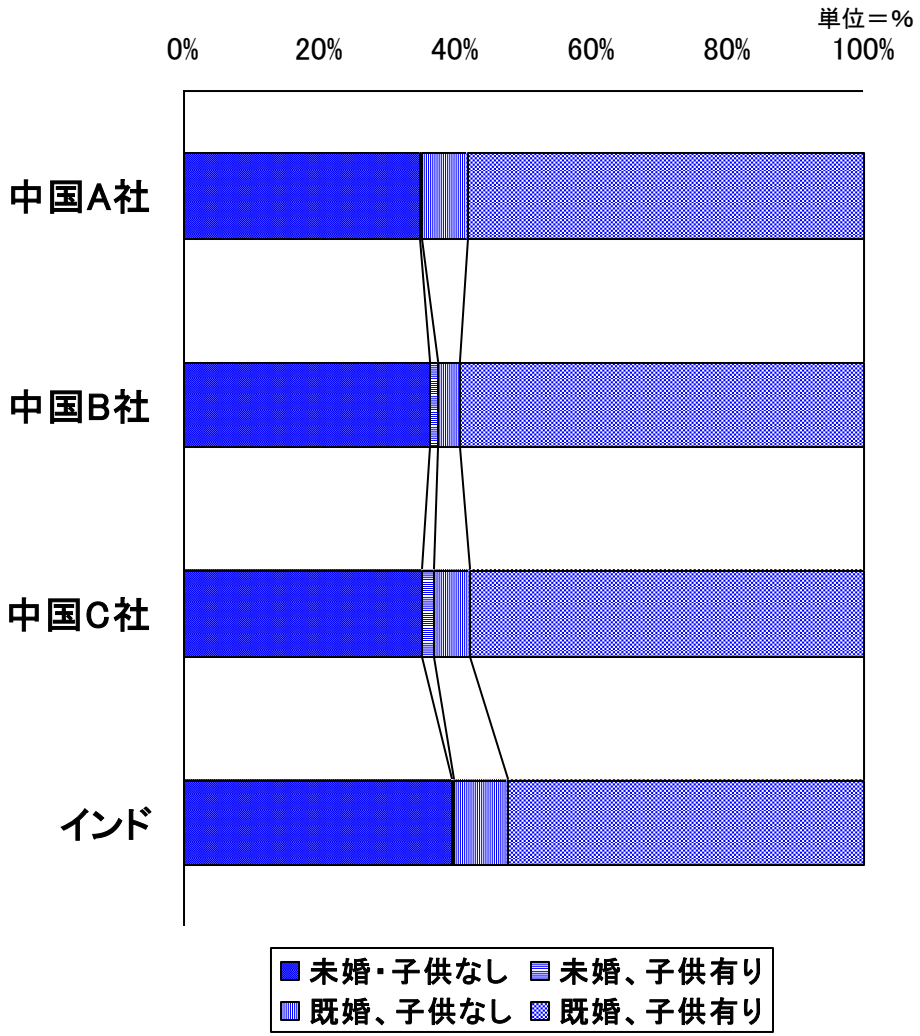
設問数	17問	
案件名	品質管理調査(10月)グローバルパネルにおける品質検証調査＜1＞	
アンケート名	あなたについてのアンケート	
調査の目的	グローバルパネルの特性と品質を確かめるために、調査回答時間による回答者属性、回答傾向の違い等を把握する目的で本調査を実施した 10月度は中国パネルとインドパネルの特性比較を行う	
実施方法	インターネットリサーチ	
調査期間	2009年10月19日(月)～11月　9日(木)※調査期間はパネル間で差がある	
対象条件	中国およびインドの男女	
回収サンプル数	1,800	中国A社:450サンプル 中国B社:450サンプル 中国C社:450サンプル インド:450サンプル
割付	均等割付ではないが性年代別にある程度サンプル数を確保するように回収を行った	

Copyright(C) 2009 GMO Research, Inc. All rights reserved.

2. 回収サンプルの属性

中国A社およびB社は24時間以内の回答が4割以上を占めている。中国C社は96時間以上経過してからの回答が9割近くを占めており回収に時間がかかると想定される
未既婚についてはパネル間での差は見られなかった

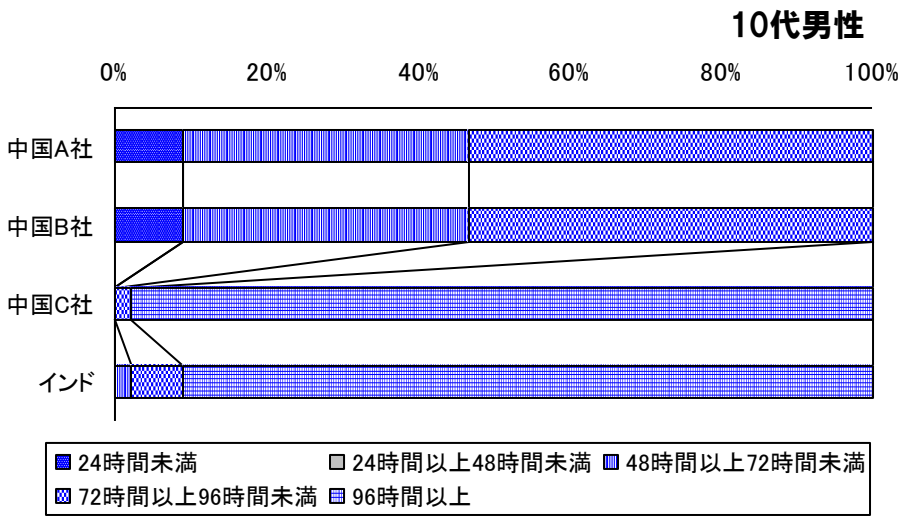


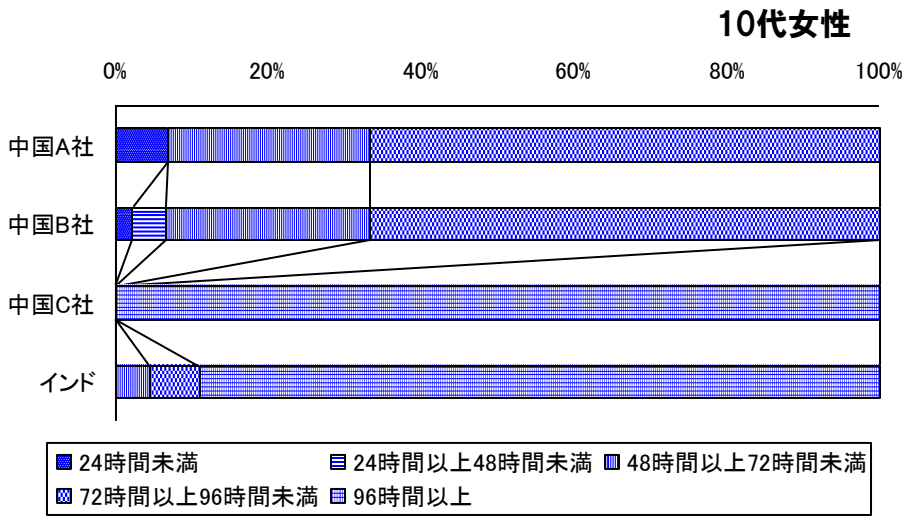


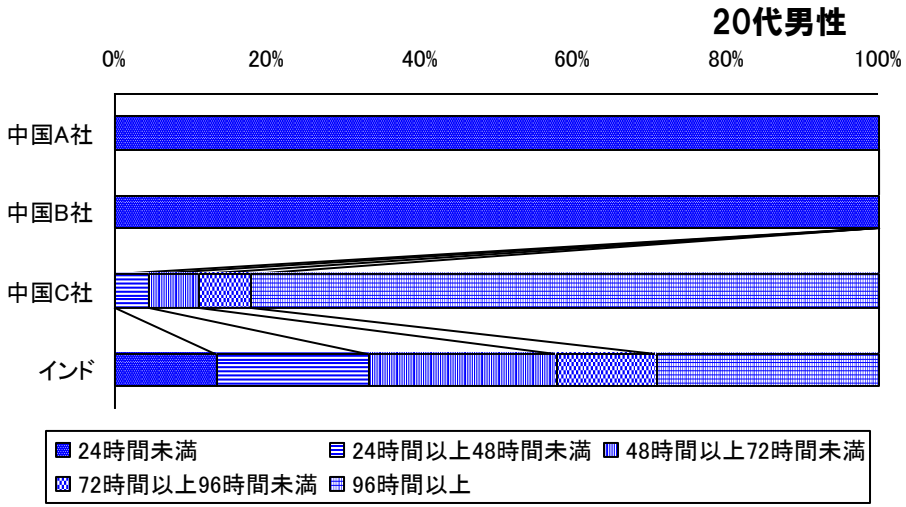
Copyright（C） 2009 GMO Research, Inc. All rights reserved.

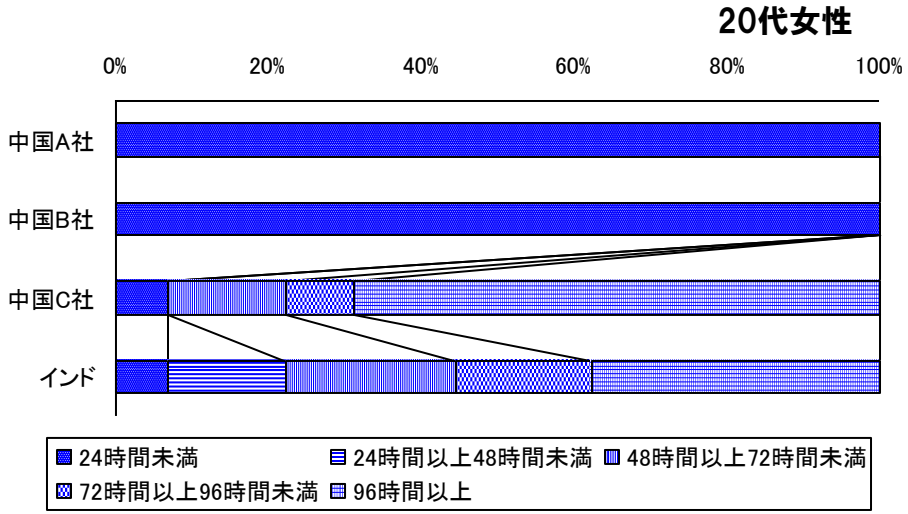
2. 回収サンプルの属性：回答時間×性年代別

中国C社パネルとインドパネルにおいて10代男性の回答が96時間以上が圧倒的に多い。また、中国A社およびB社パネルにおいては20代男女は全員が24時間回答となっている





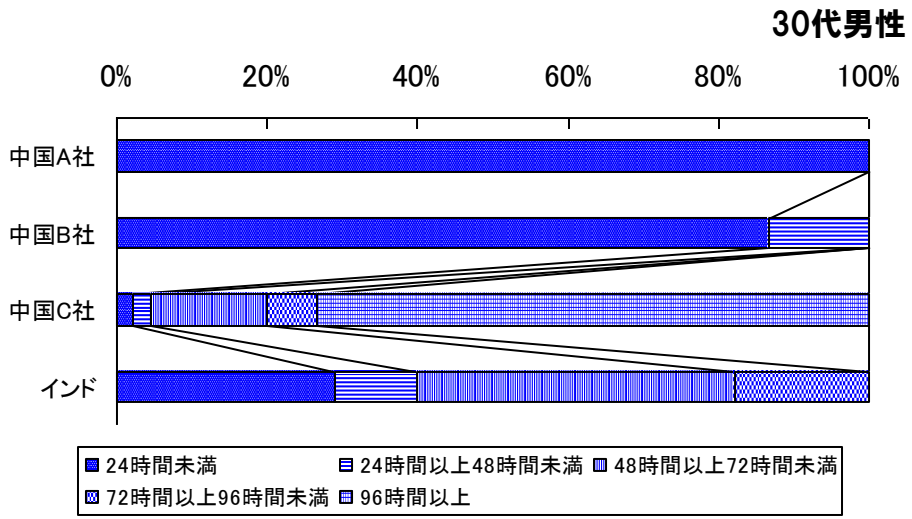


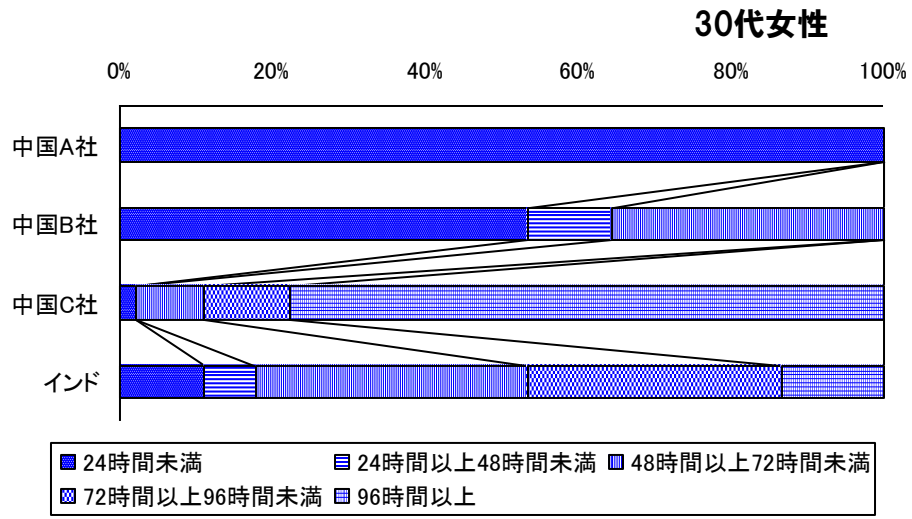


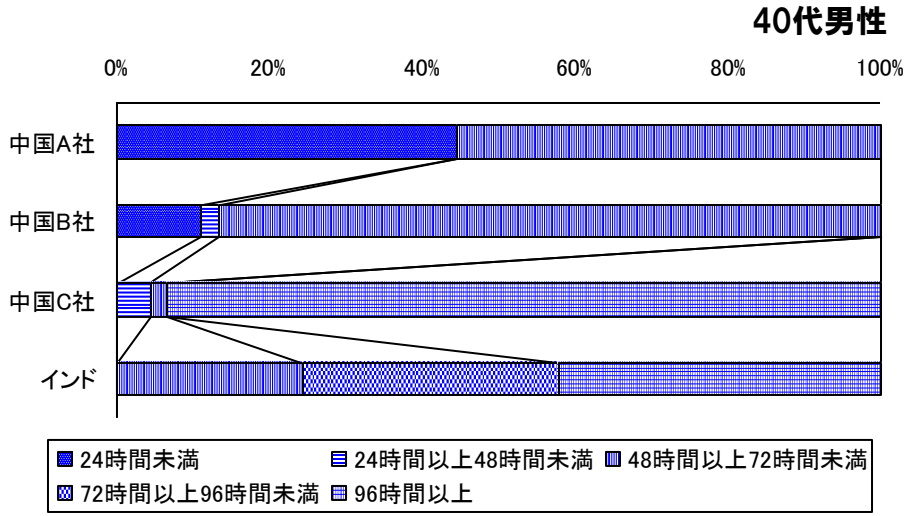
Copyright（C） 2009 GMO Research, Inc. All rights reserved.

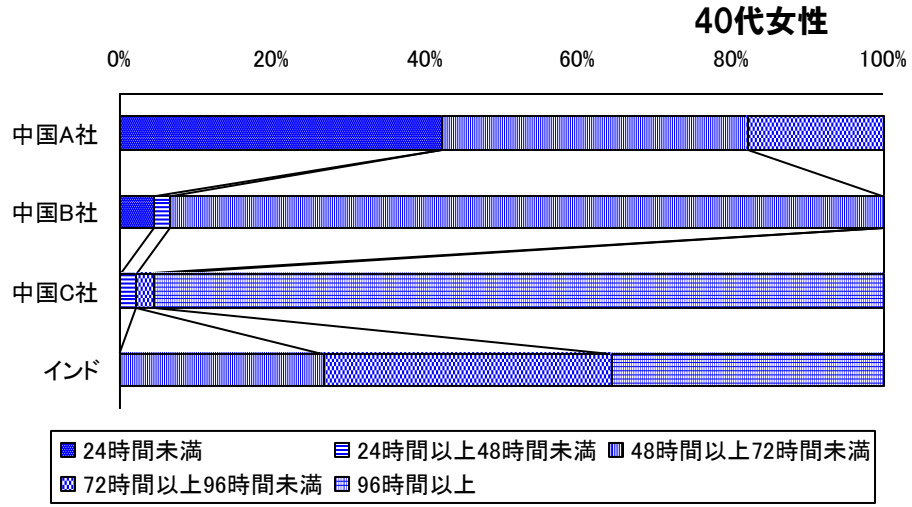
2. 回収サンプルの属性：回答時間×性年代別

中国A社パネルは30代男女の回答がすべて24時間以内である。中国C社パネルは96時間以降における回答が大勢を占める



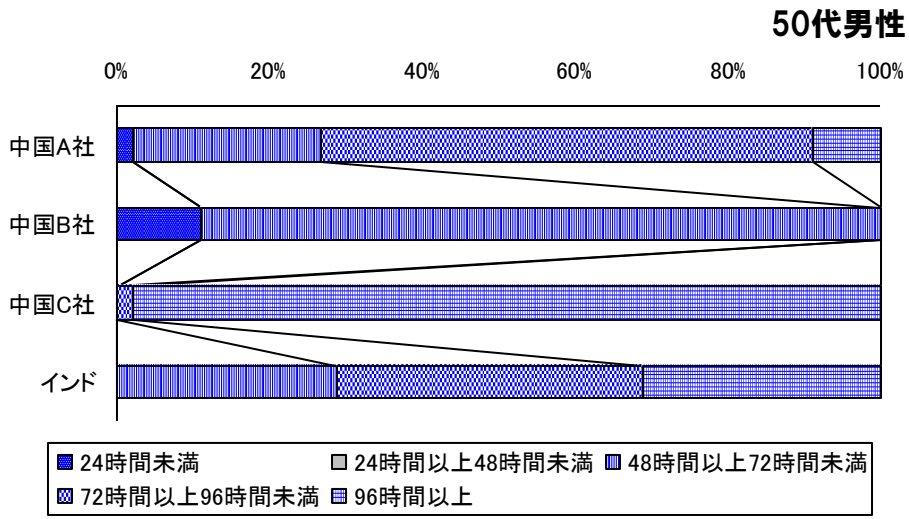


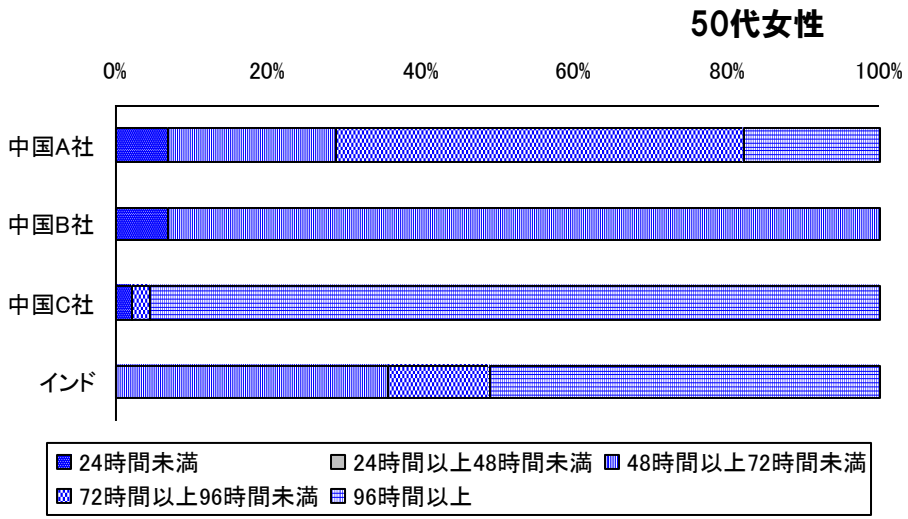




Copyright（C） 2009 GMO Research, Inc. All rights reserved.

50代においても中国C社パネルは96時間以降に回答している率がとても高い

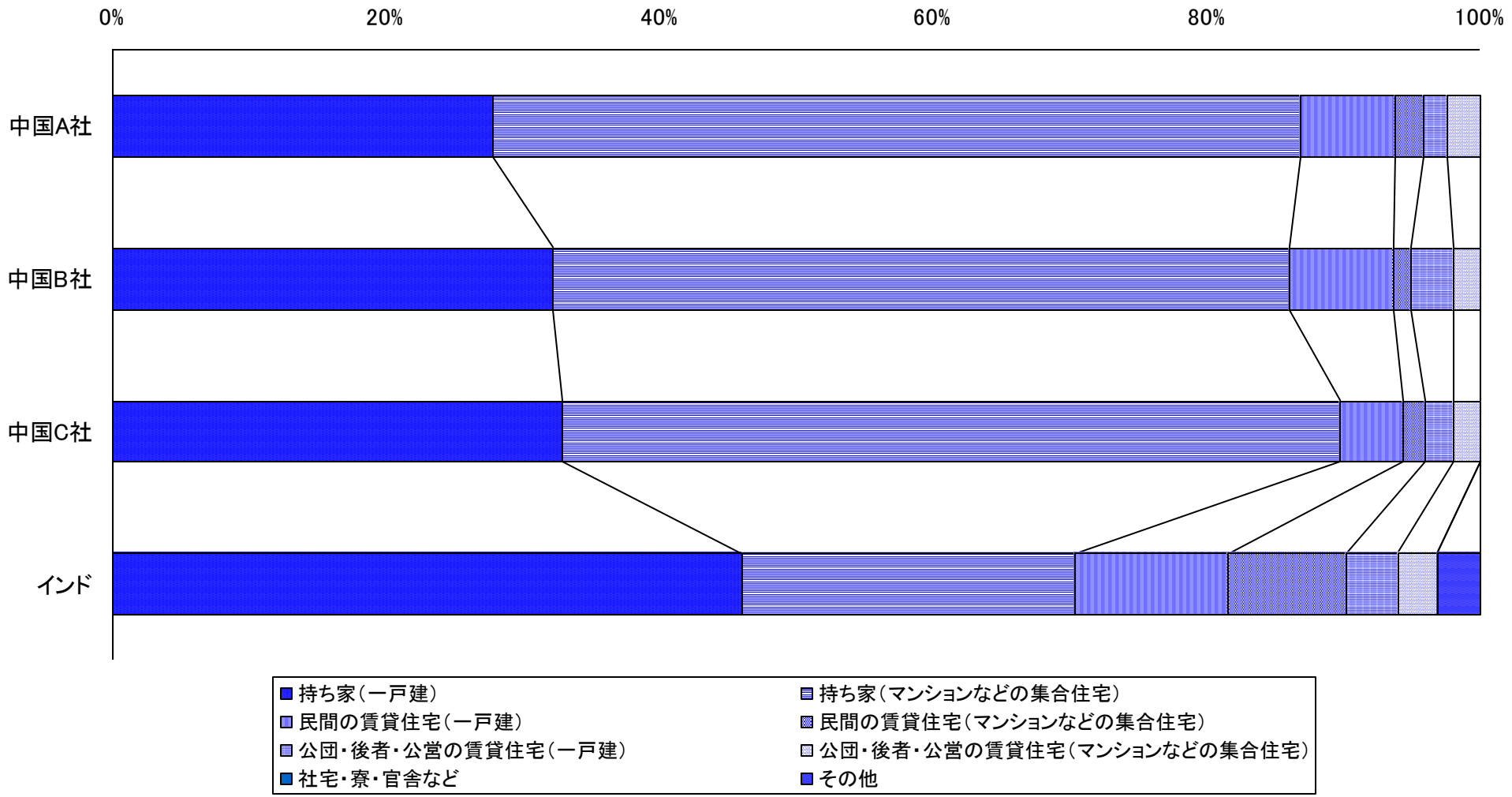




Copyright（C） 2009 GMO Research, Inc. All rights reserved.

GMO RESEARCH

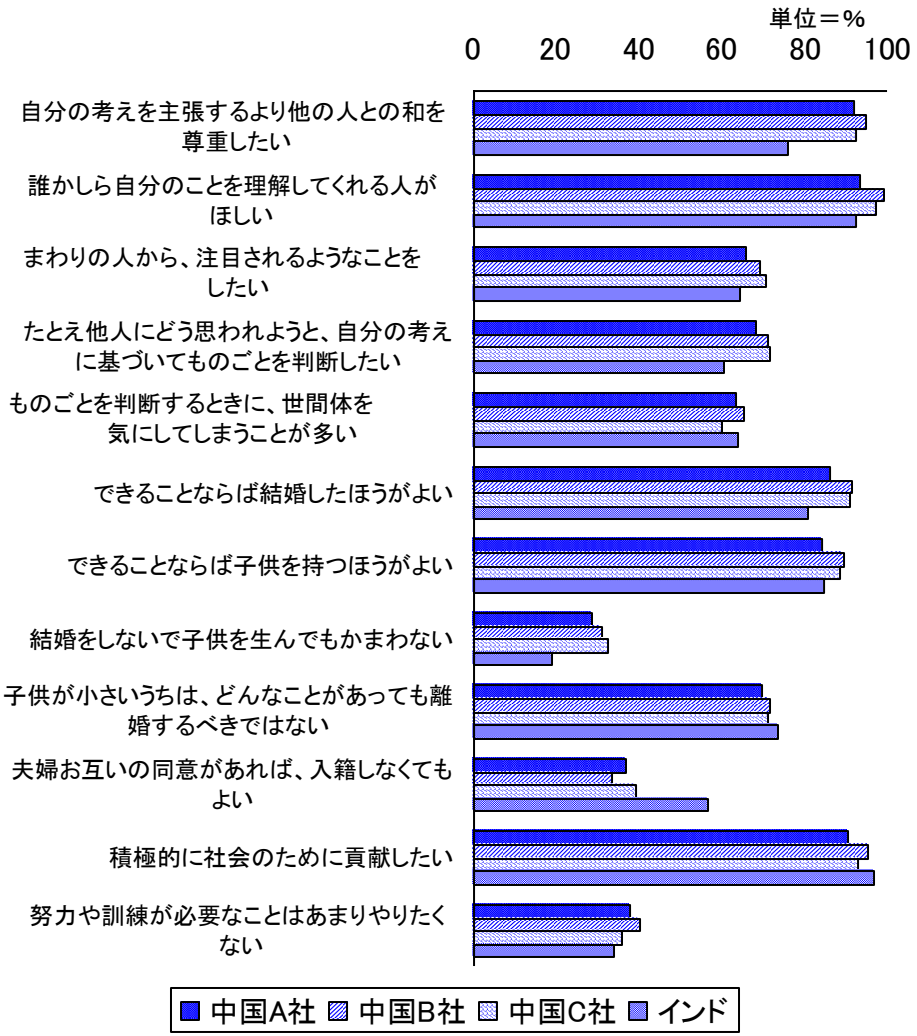
中国は8割以上、インドは7割が持ち家で占めている。持ち家でも中国はマンションなどの集合住宅が多く、インドは一戸建が多い

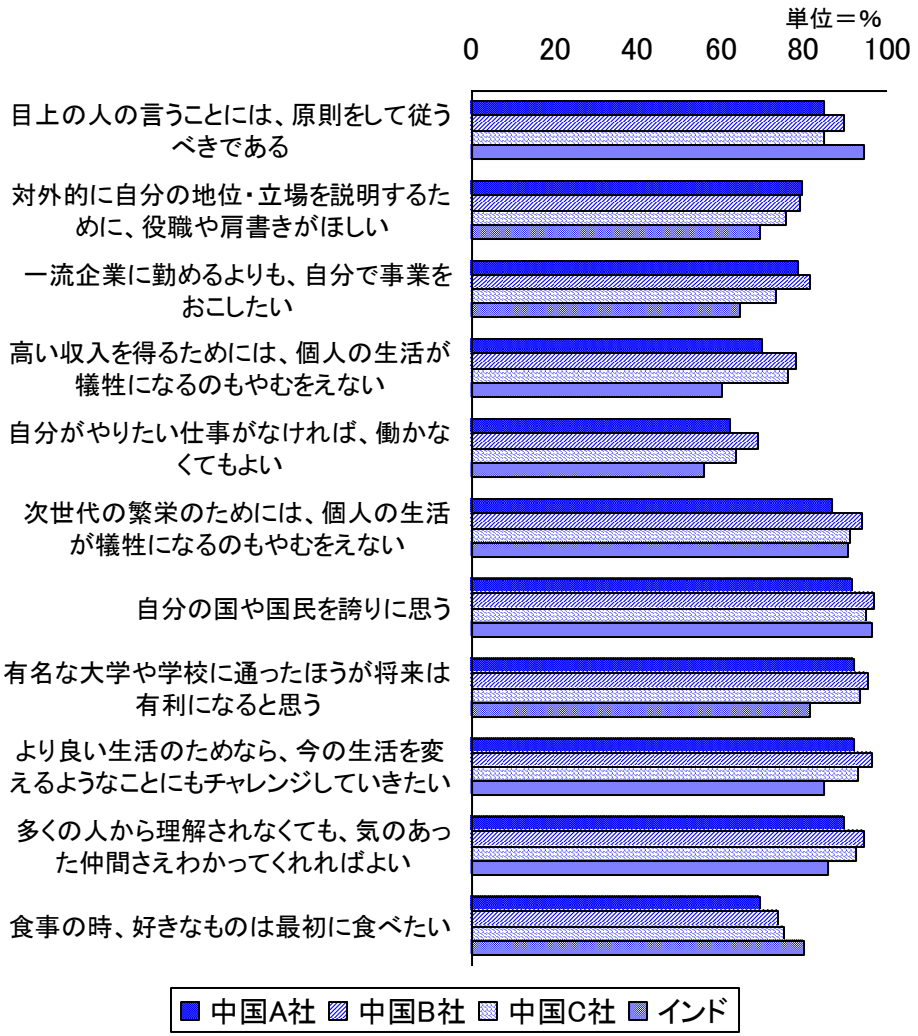


Copyright（C） 2009 GMO Research, Inc. All rights reserved.

GMO RESEARCH

TOP2で見ると生活における考え方についてパネル間で特に差異はみられない



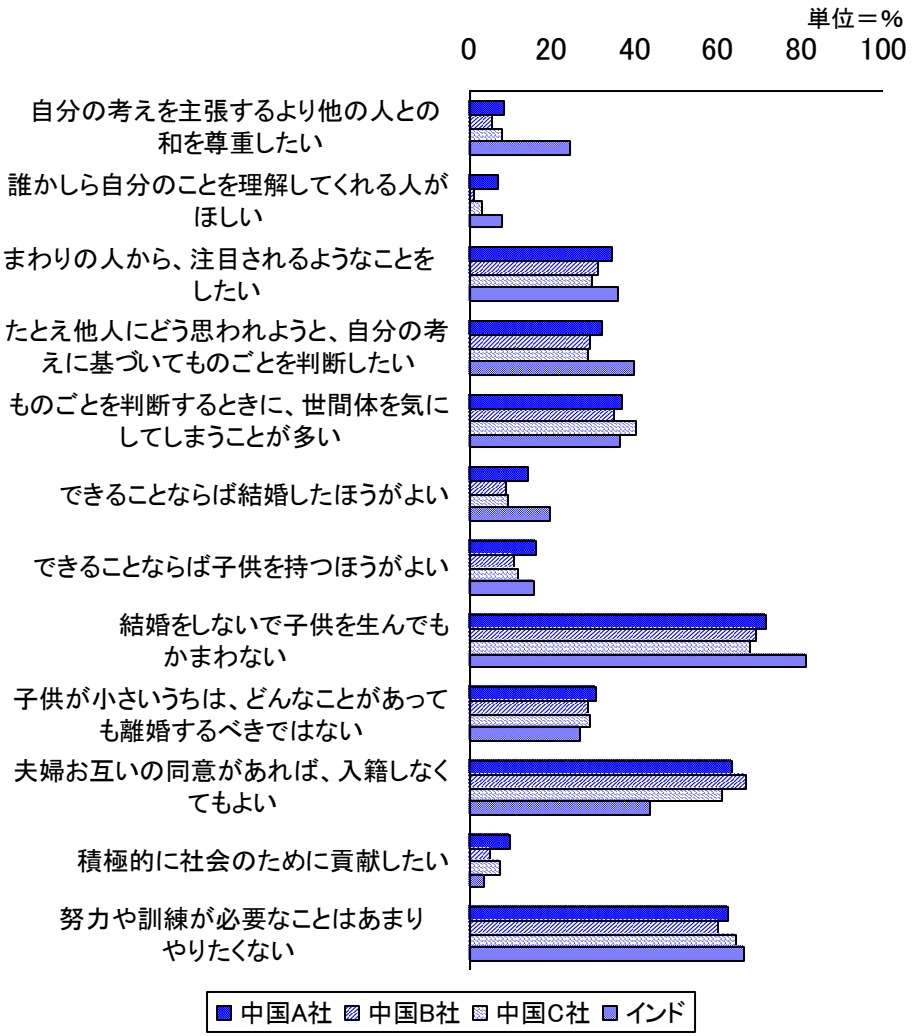


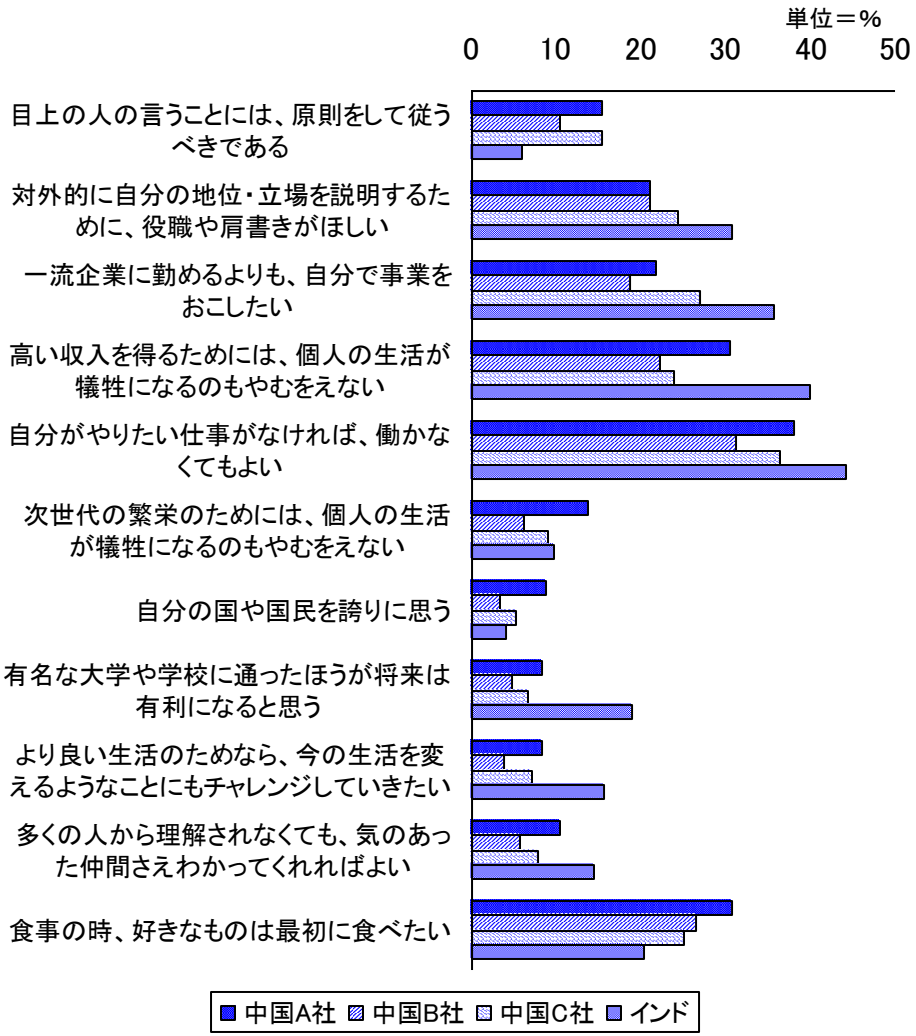
そう思う・どちらかといえばそう思う　のTOP2のみ集計

Copyright（C） 2009 GMO Research, Inc. All rights reserved.

3. 回答内容の差異：日常生活における考え方

BOTTOM2で見ても、パネル間で特に差異はみられない





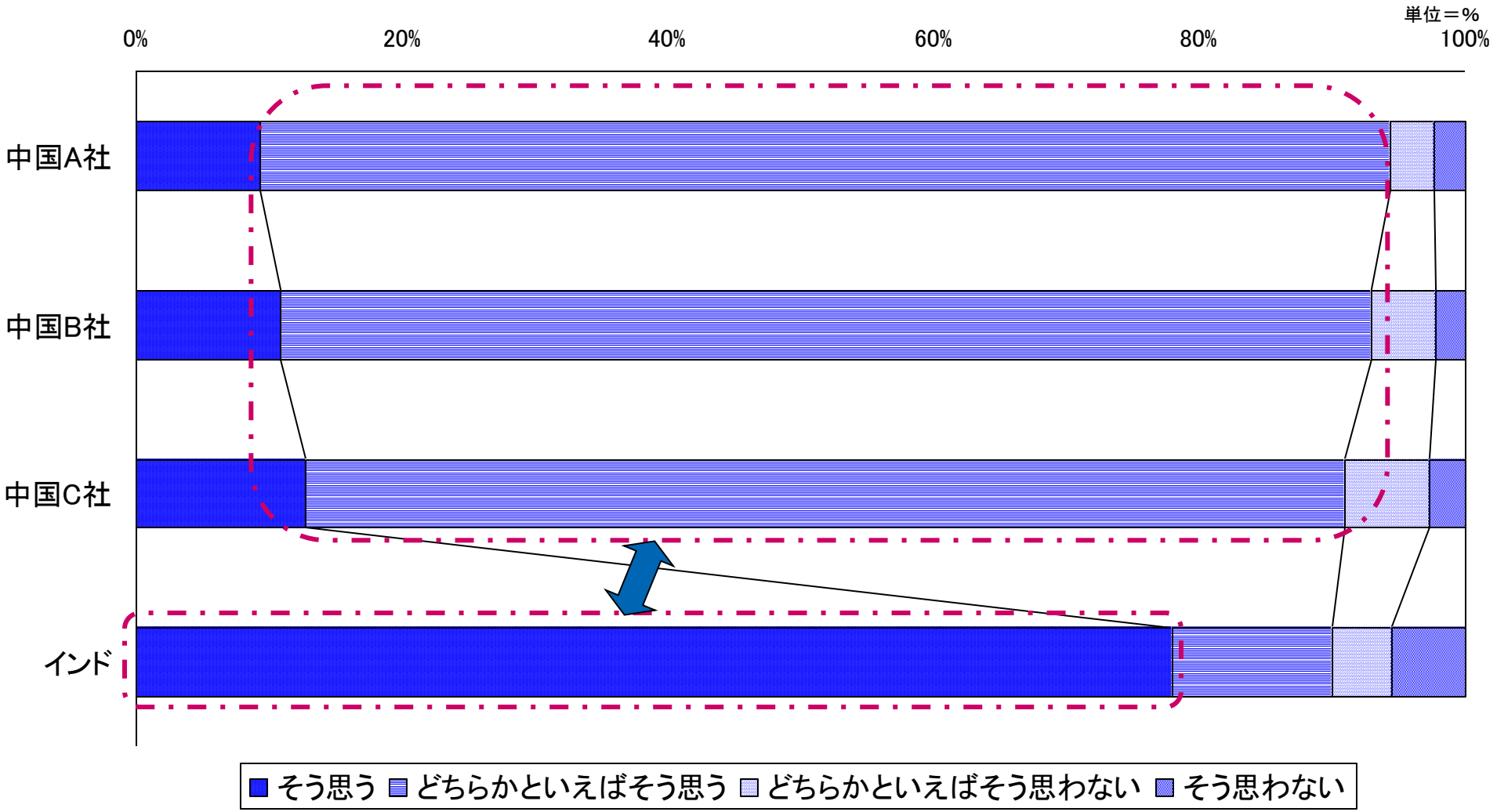
そう思わない・どちらかといえばそう思わない　のBOTTOM2のみ集計

Copyright（C） 2009 GMO Research, Inc. All rights reserved.

GMO RESEARCH

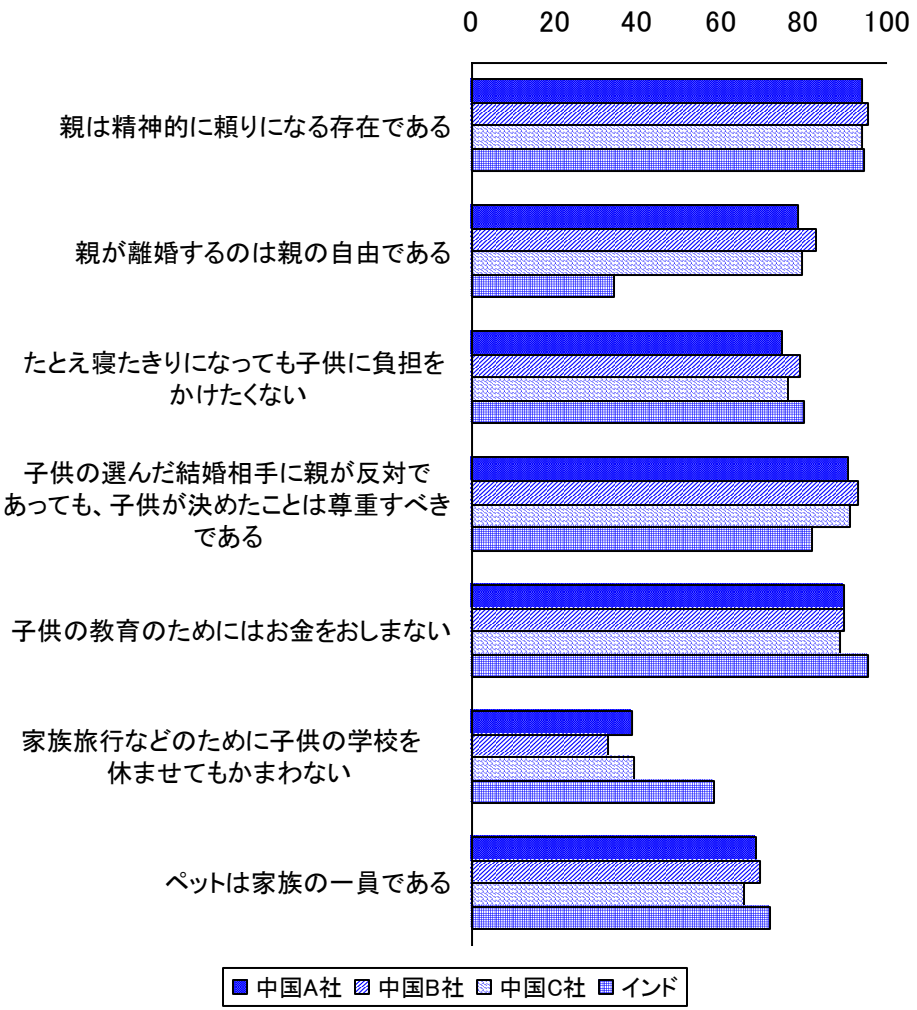
マトリクスの中にトラップ選択肢を入れてみたがパネル間での差は特に見られなかった

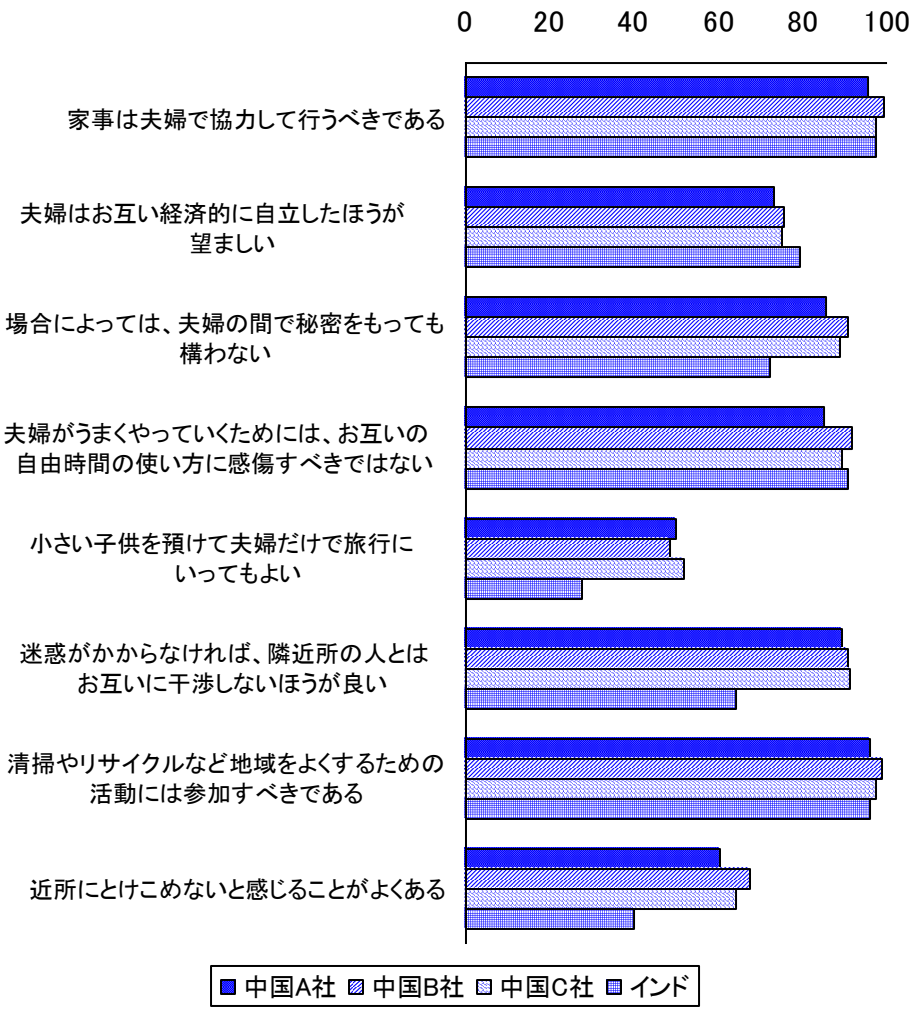
※中国3社は「どちらかといえばそう思う」を、インドは「そう思う」を選択するような指示を出した



Copyright（C） 2009 GMO Research, Inc. All rights reserved.

TOP2ではパネル間で特に差異はみられない



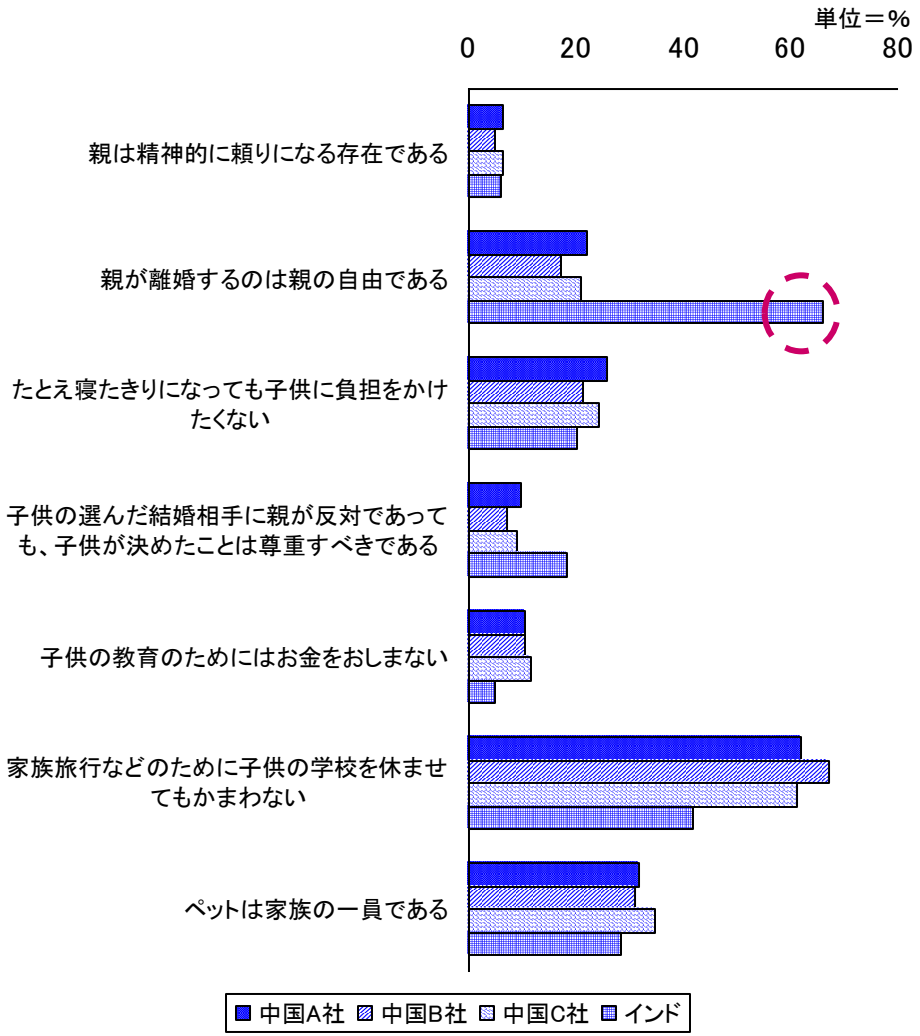


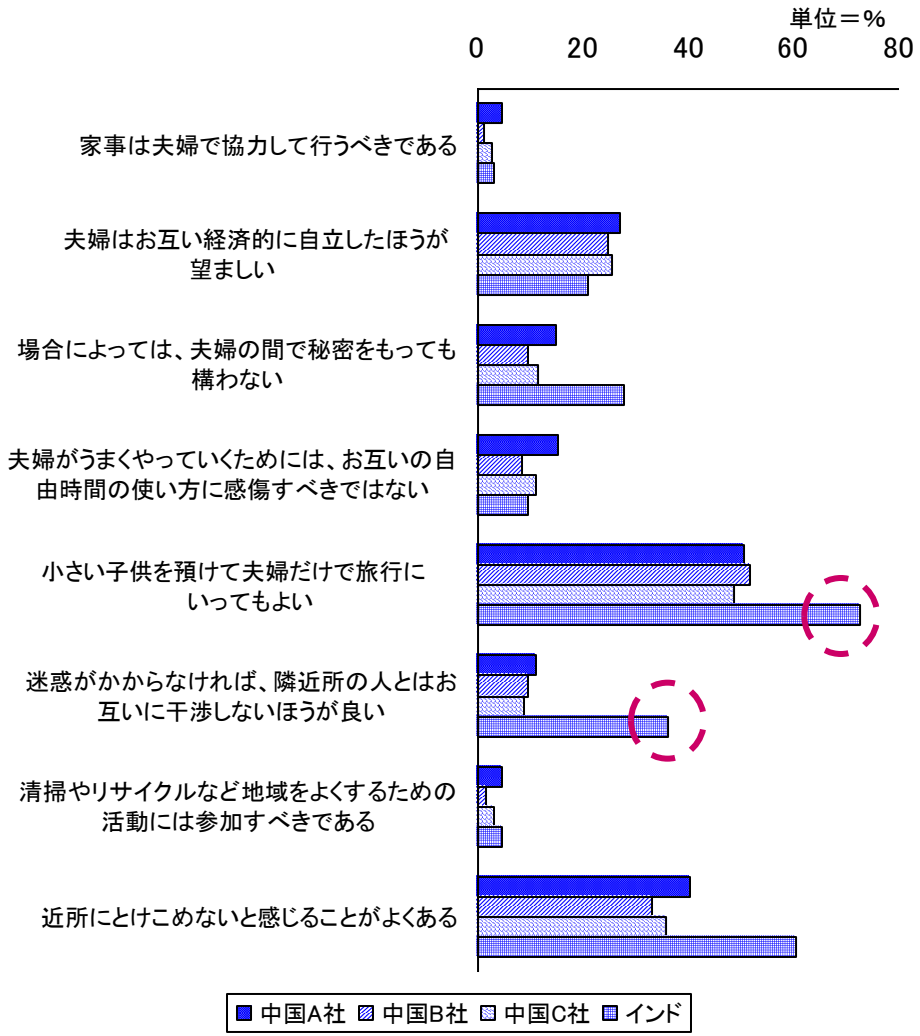
そう思う・どちらかといえばそう思う　のTOP2のみ集計

Copyright（C） 2009 GMO Research, Inc. All rights reserved.

GMO RESEARCH

BOTTOM2で見るとインドパネルは親の離婚・夫婦だけでの旅行・隣人への非干渉に否定的な傾向がうかがえる



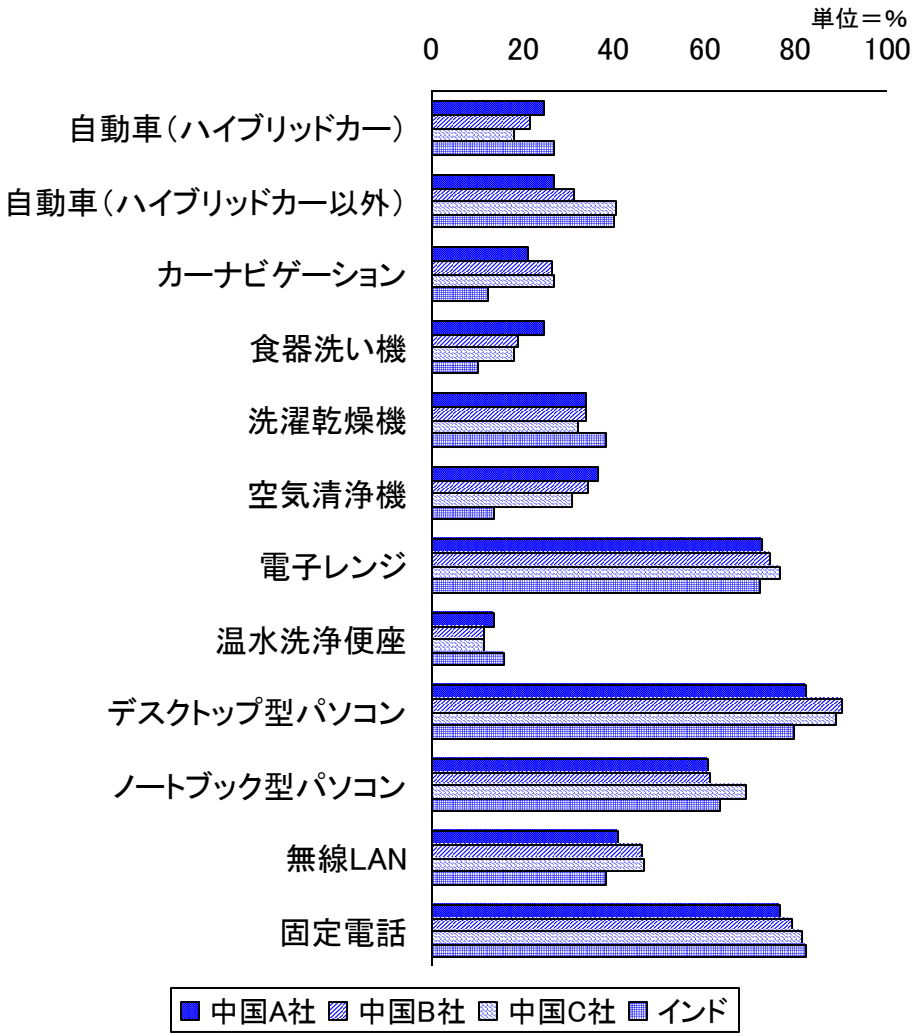


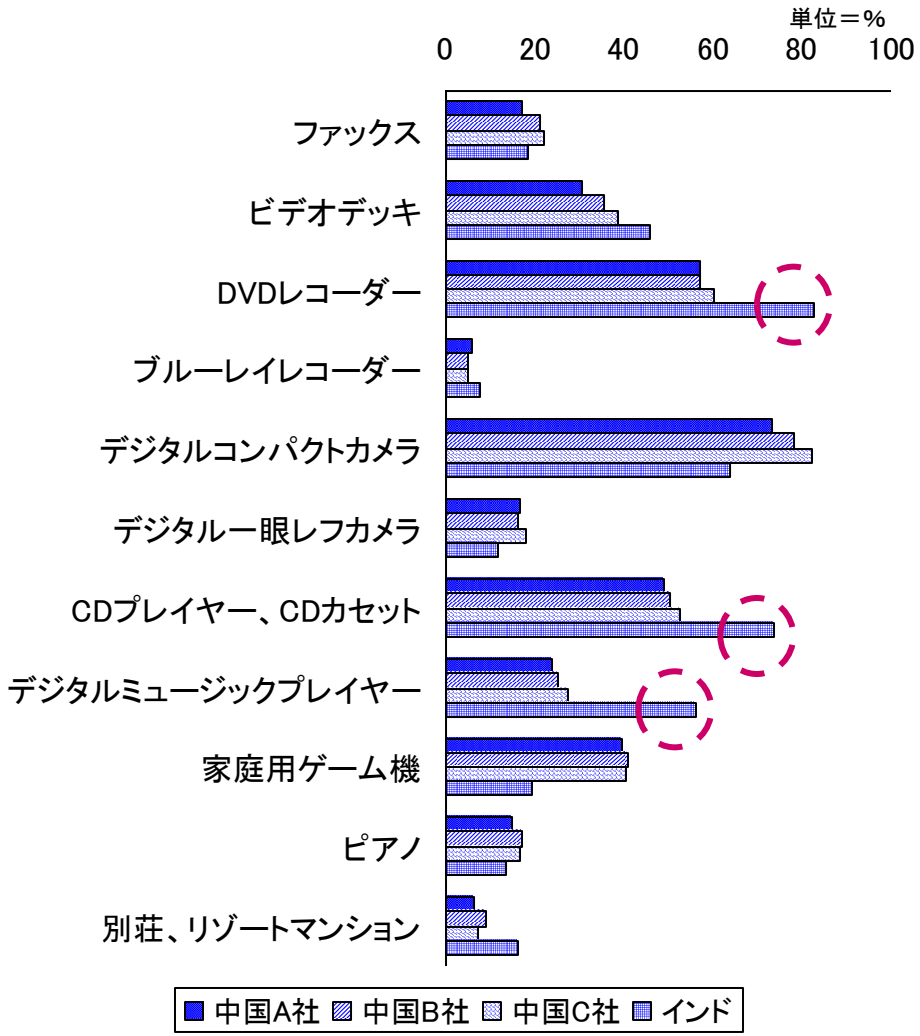
そう思わない・どちらかといえばそう思わない　のBOTTOM2のみ集計

Copyright（C） 2009 GMO Research, Inc. All rights reserved.

3. 回答内容の差異：保有しているもの

パネル間であまり差は見られない。DVDレコーダーやCDプレイヤー、デジタルミュージックプレイヤーなどのAV機器においてインドパネルの方が保有率が高い

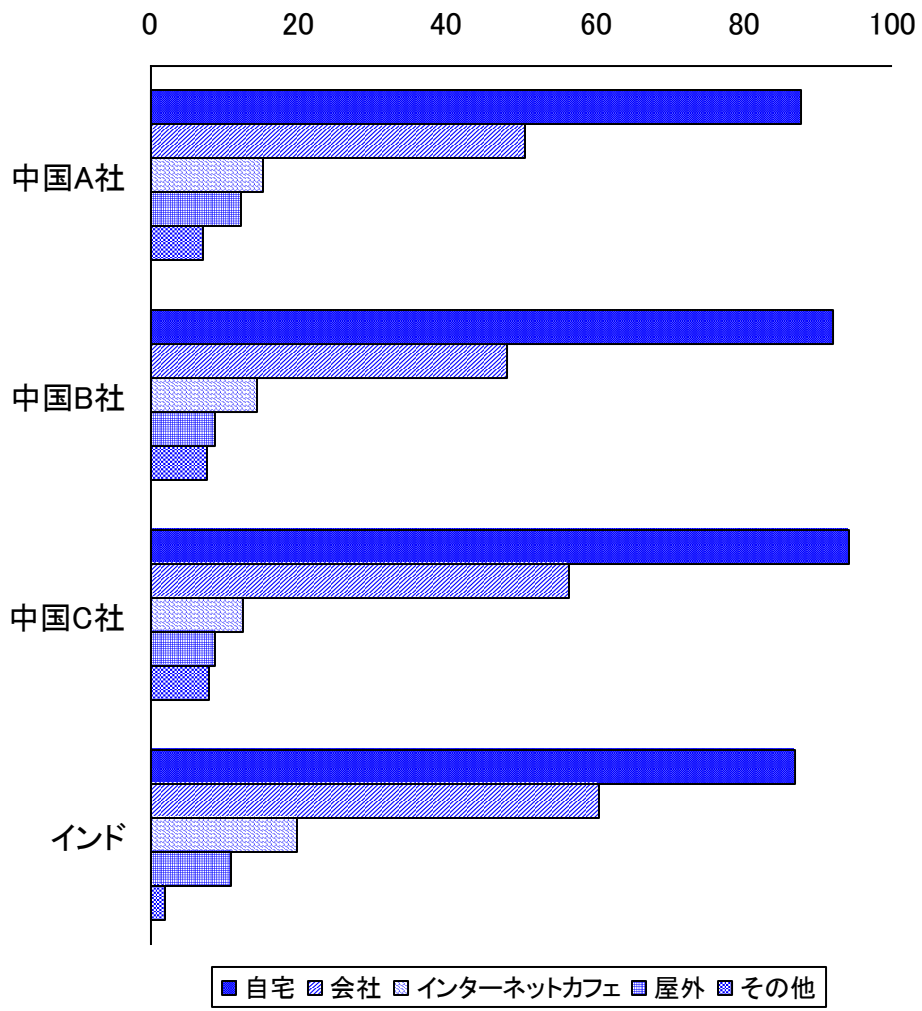


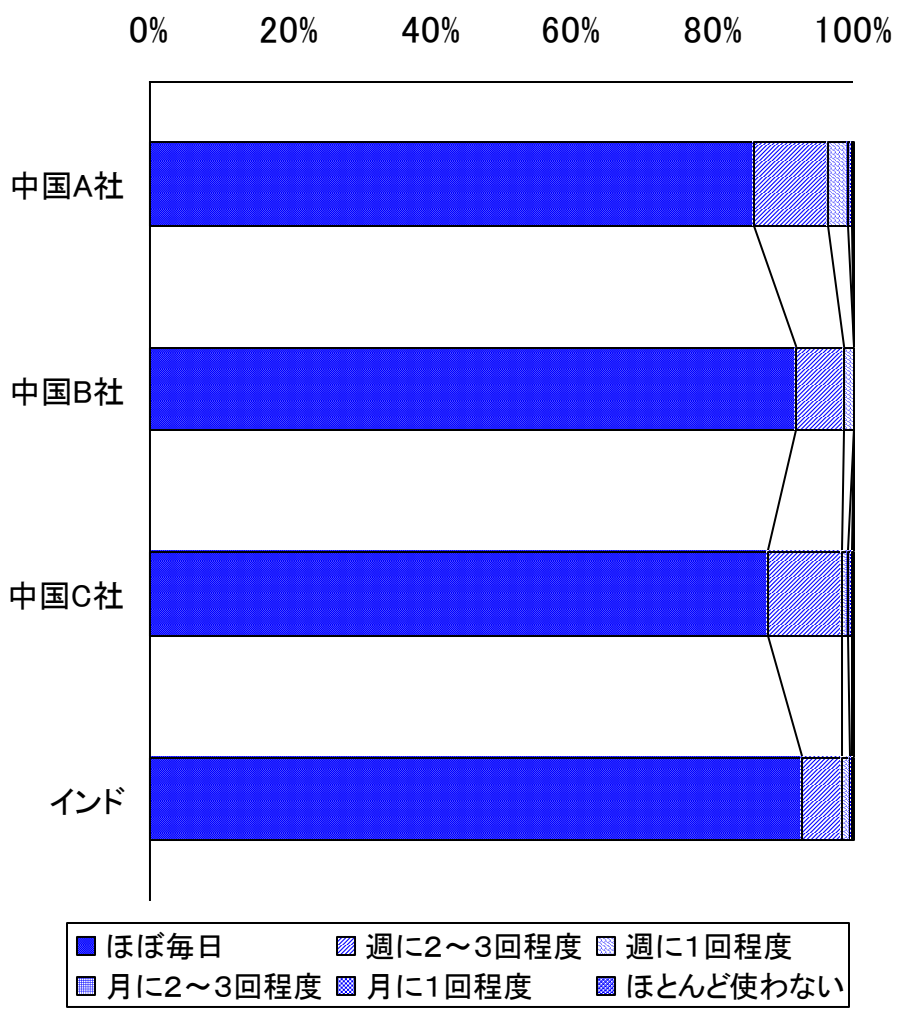


Copyright（C） 2009 GMO Research, Inc. All rights reserved.

3. 回答内容の差異：インターネットの利用場所と利用頻度

利用場所と利用頻度にパネル間での差はみられなかった

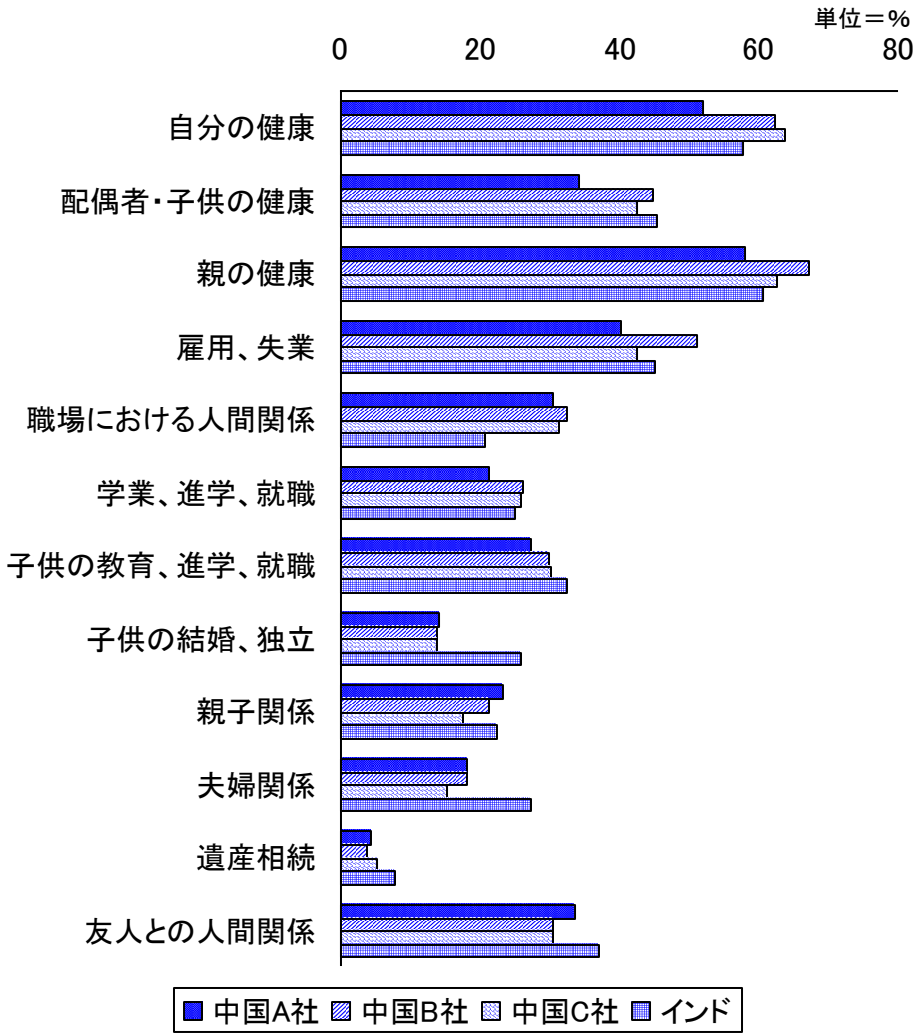


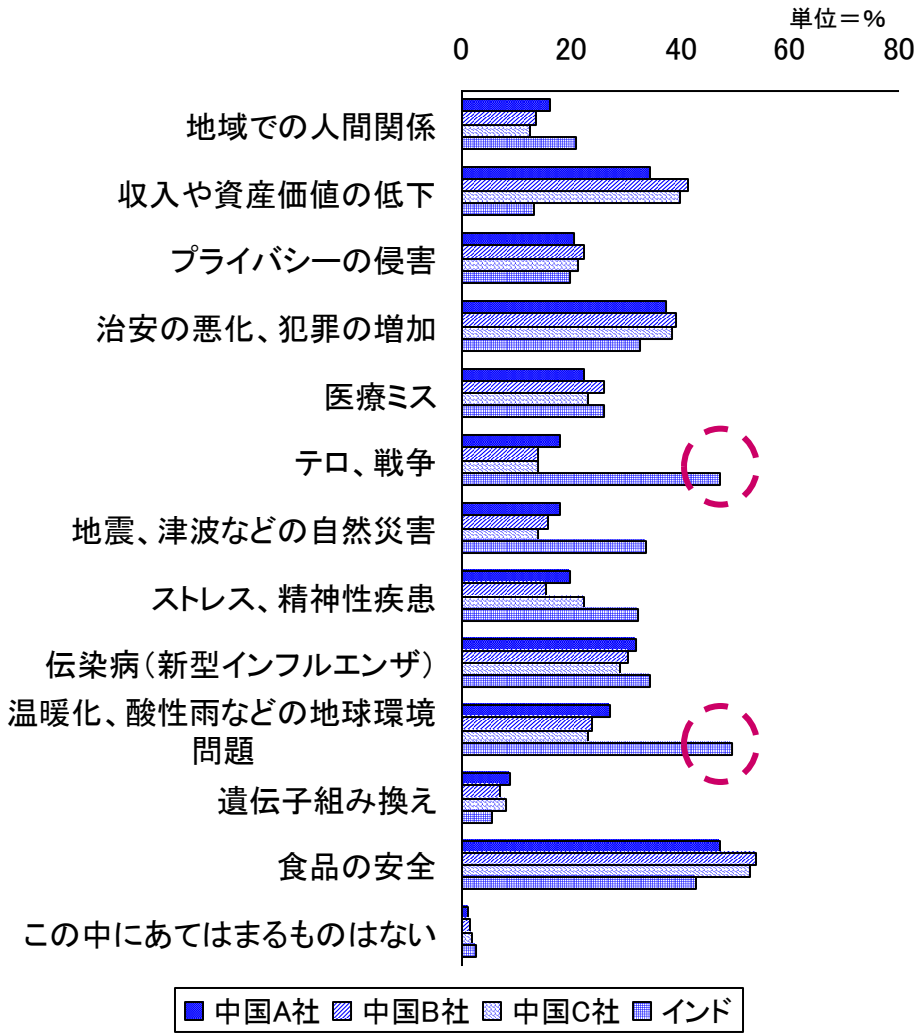


Copyright（C） 2009 GMO Research, Inc. All rights reserved.

3. 回答内容の差異：現在直面している不安や悩み

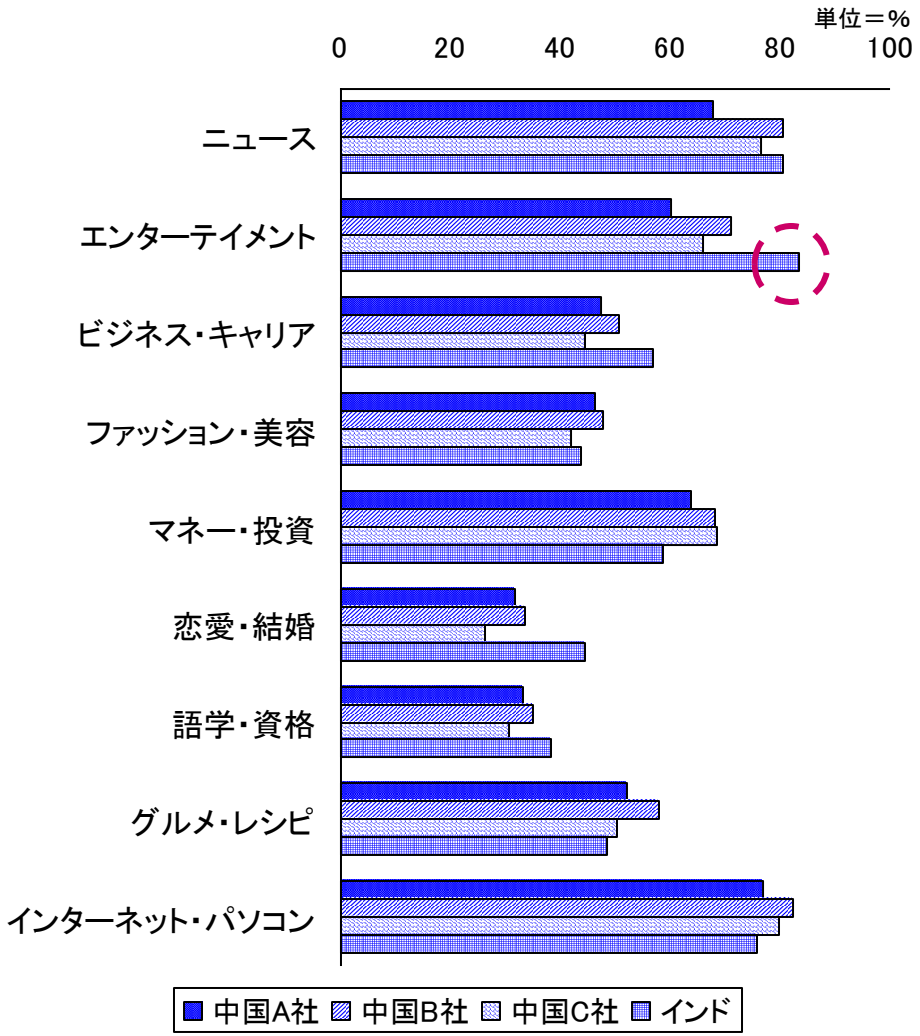
健康や家族に対する悩みについてはパネル間での差はあまり見られないが、テロ・戦争や地球環境問題などについてはインドパネルのほうが不安を抱えている

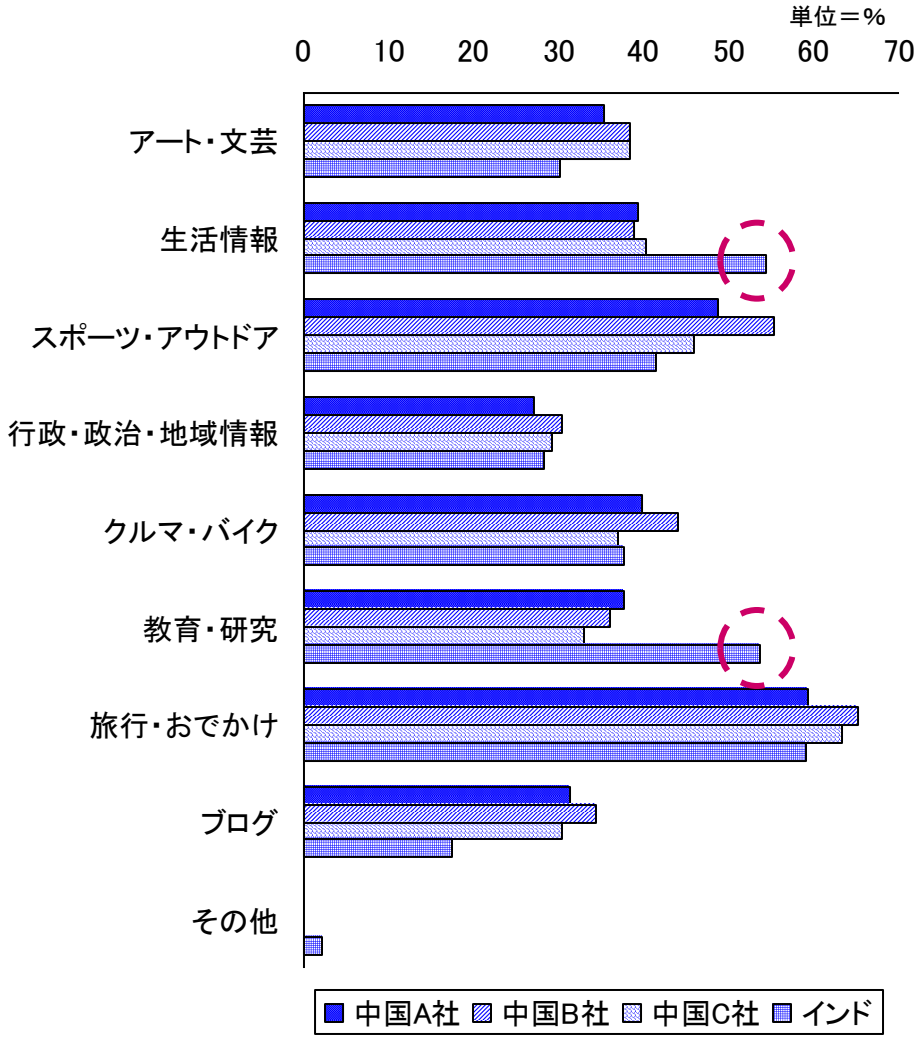




Copyright（C） 2009 GMO Research, Inc. All rights reserved.

3. 回答内容の差異：興味のある分野

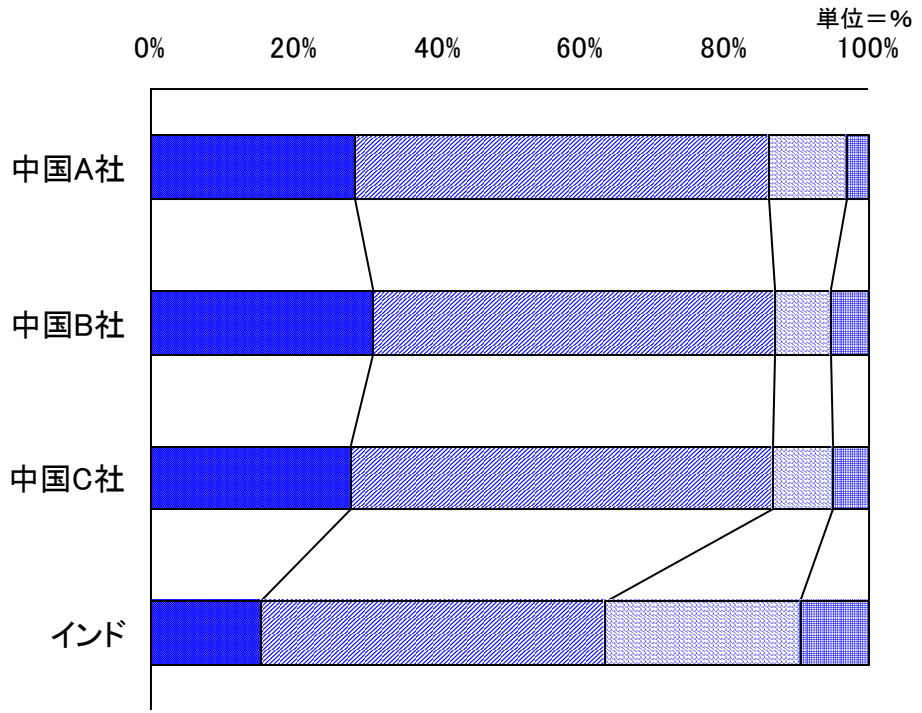




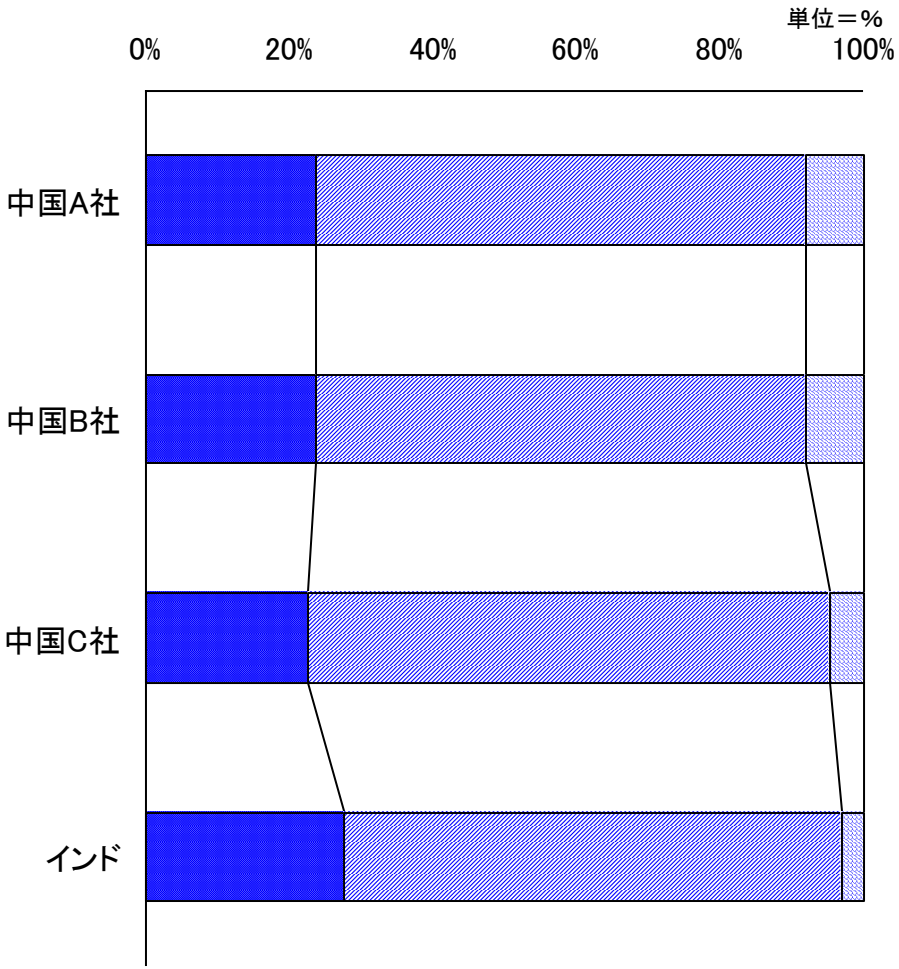
Copyright（C） 2009 GMO Research, Inc. All rights reserved.

3. 回答内容の差異：イノベーター度と旅行経験

インドはアーリーマジョリティまで含めても全体の6割を占めるに過ぎず慎重さが伺える



- 人より先に新しい商品やサービスを利用したり、新しいお店に行くほうである
- 少し様子をみてから、新しい商品やサービスを利用したり、新しいお店に行くほうである
- 一般に普及してから新しい商品やサービスを利用したり、新しいお店に行くほうである
- 新しい商品やサービス、お店には関心がないほうである



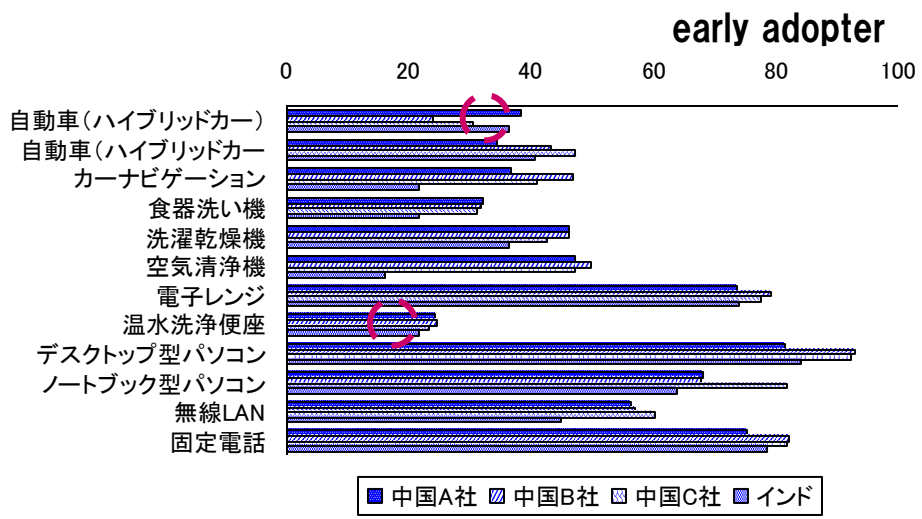
- 海外旅行に行った
- 国内旅行に行った
- 旅行には行っていない

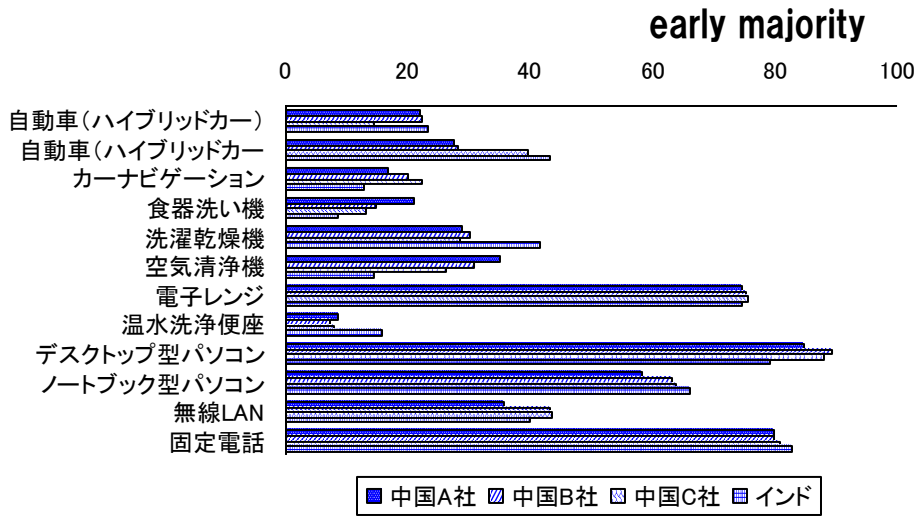
Copyright（C） 2009 GMO Research, Inc. All rights reserved.

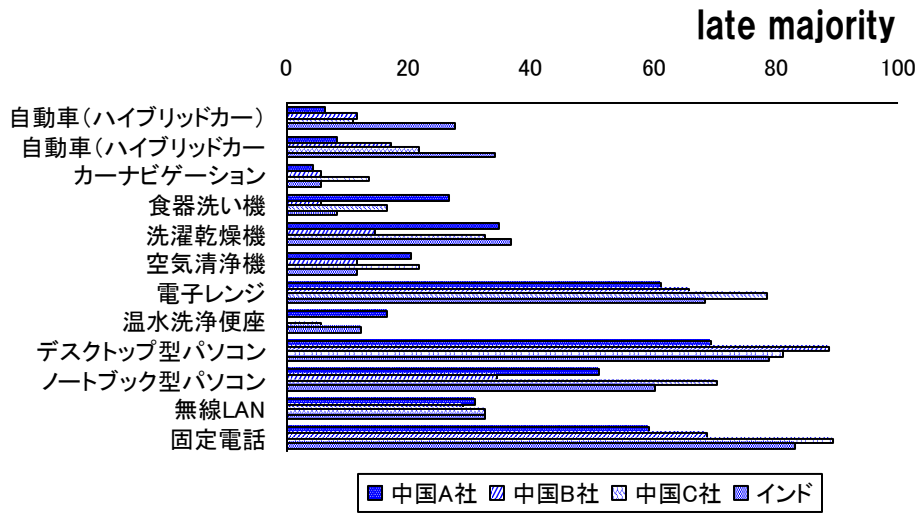
GMO RESEARCH

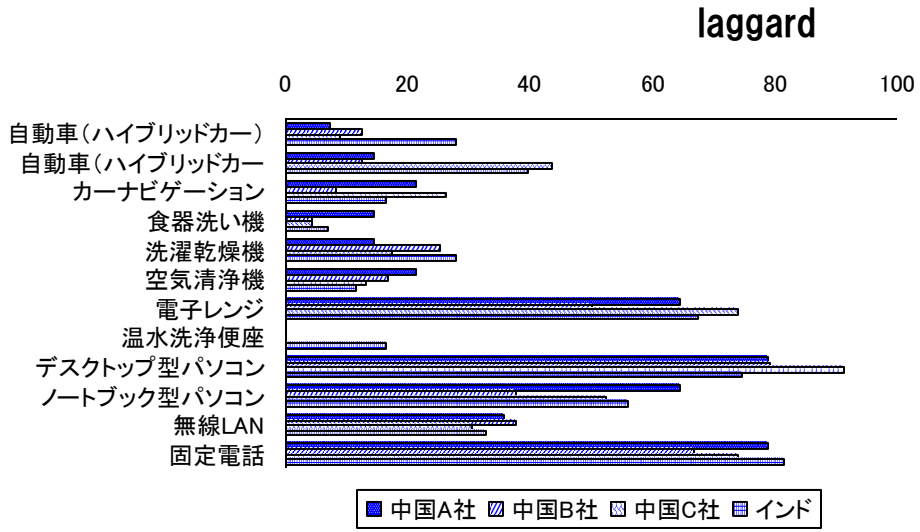
自動車、温水洗浄便座の保有ではアーリーアダプターによる保有が高いものの、その他の商品についてイノベーター度はあまり関係なく、挙げている商品は広く普及している商品と考えられる

単位＝%







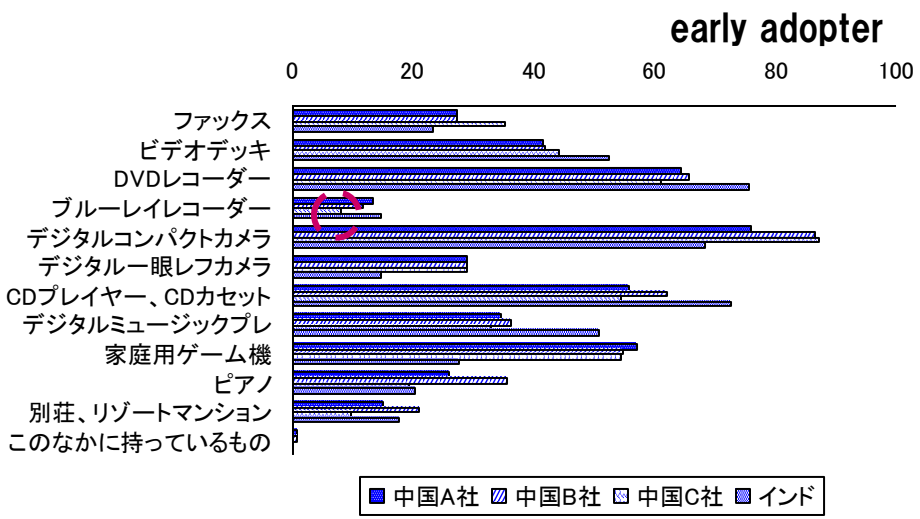


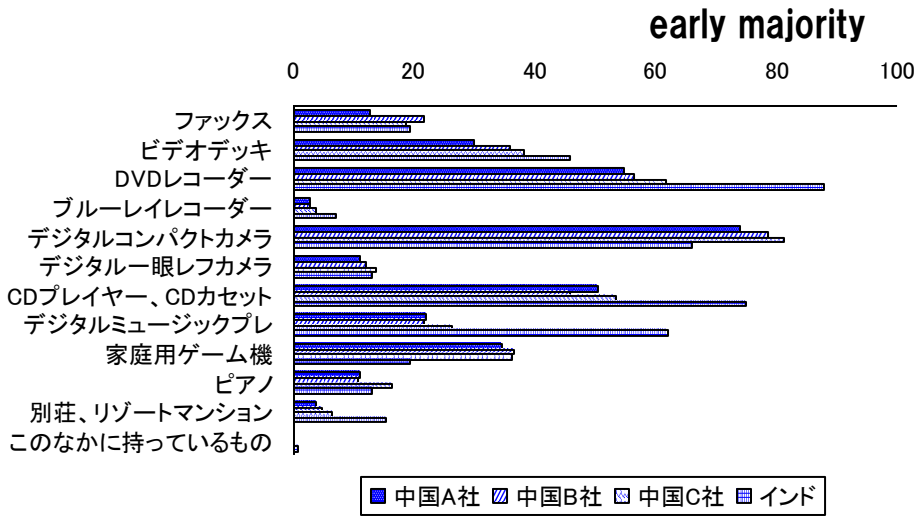
Copyright（C） 2009 GMO Research, Inc. All rights reserved.

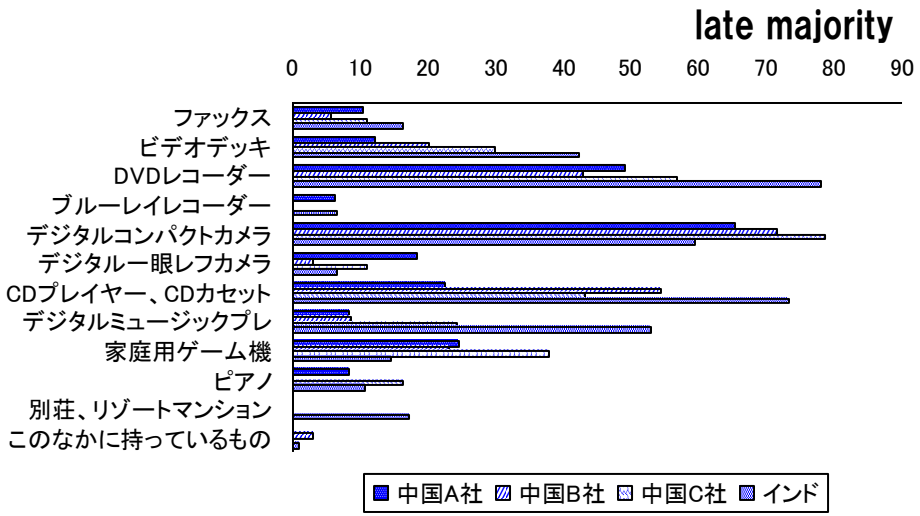
GMO RESEARCH

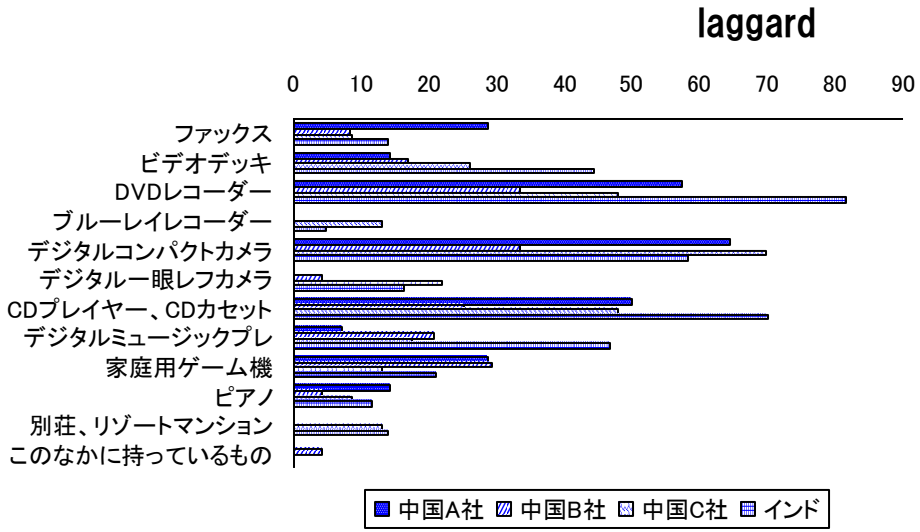
ブルーレイレコーダーはアーリーアダプターによる保有が高い。インドにおいてはAV機器保有はイノベーター度にあまり関係がない

単位＝%









Copyright(C) 2009 GMO Research, Inc. All rights reserved.

4. 全体の考察

●回答時間において、中国A社およびB社は２４時間以内の回答が約4割を占めている。
⇒この2社については20代・30代男女の回答が２４時間以内に目立つため、割付を行わずに配信をした場合に年齢による偏りが生じる可能性がある

●中国C社は９６時間以上経過してからの回答が9割近くを占める結果となった。
⇒C社は回収にとても時間がかかる可能性があるため、パネル会社として再考する必要性も考えられる

● 日常生活における考え方については、パネル間で特に差異はみられなかった

● マトリクス内に入れたトラップ設問は4社ともに約8割は指示どおりの回答をしていることから、設問文を読んで回答していることがうかがえる

● 保有しているものについて、インドにおいてデジタルミュージックプレイヤー、CDカセット、DVDレコーダーなどのAV機器保有が高いことがわかった。興味のある分野でもインドはエンターテイメント分野に高い興味を示している

Copyright（C） 2009 GMO Research, Inc. All rights reserved.

免責事項

- 本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引の勧誘を目的としたものではありません。
- 本資料記載の情報は法律上、会計上、税務上の助言を含むものではありません。法律上、会計上、税務上の助言を必要とされる場合は、それぞれの専門家にご相談ください。
- 本資料記載の情報の開示は、貴社の守秘義務を前提とするものです。当該情報については、貴社内部の利用に限定され、その内容の第三者への開示は禁止されております。
- 本資料の著作権は出典が明記されているものを除き原則としてGMOリサーチ株式会社に帰属します。いかなる目的であれ本文の一部または全部について無断で、いかなる方法においても複写、複製、引用、転載、翻訳、貸与等を行うことを禁止します。
- 本資料の情報は、弊行が信頼できると考える各方面から取得しておりますが、その内容の正確性、信頼性、完全性を保証するものではありません。弊行は当該情報に起因して発生した損害については、その内容如何にかかわらず責任は負いかねますのでご留意ください。
- 本資料の記述は 弊社内で作成したものを含め弊社の考えを表明したものではありませんのでご注意願います。

Copyright（C） 2009 GMO Research, Inc. All rights reserved.

お問合先

本資料についてのお問い合わせは、下記までお願いいたします。

GMOリサーチ株式会社
サービス・プロデュース本部

〒150-8512
東京都渋谷区桜丘町26番1号
セルリアンタワー

03-5458-9060
makoto.mizuhara@gmo-research.jp

Copyright（C） 2009 GMO Research, Inc. All rights reserved.