News Release

KANTAR

報道関係各位

2016 年 3 月 4 日
株式会社カンター・ジャパン

～日本の感覚ではわからない、世界のメディア環境～

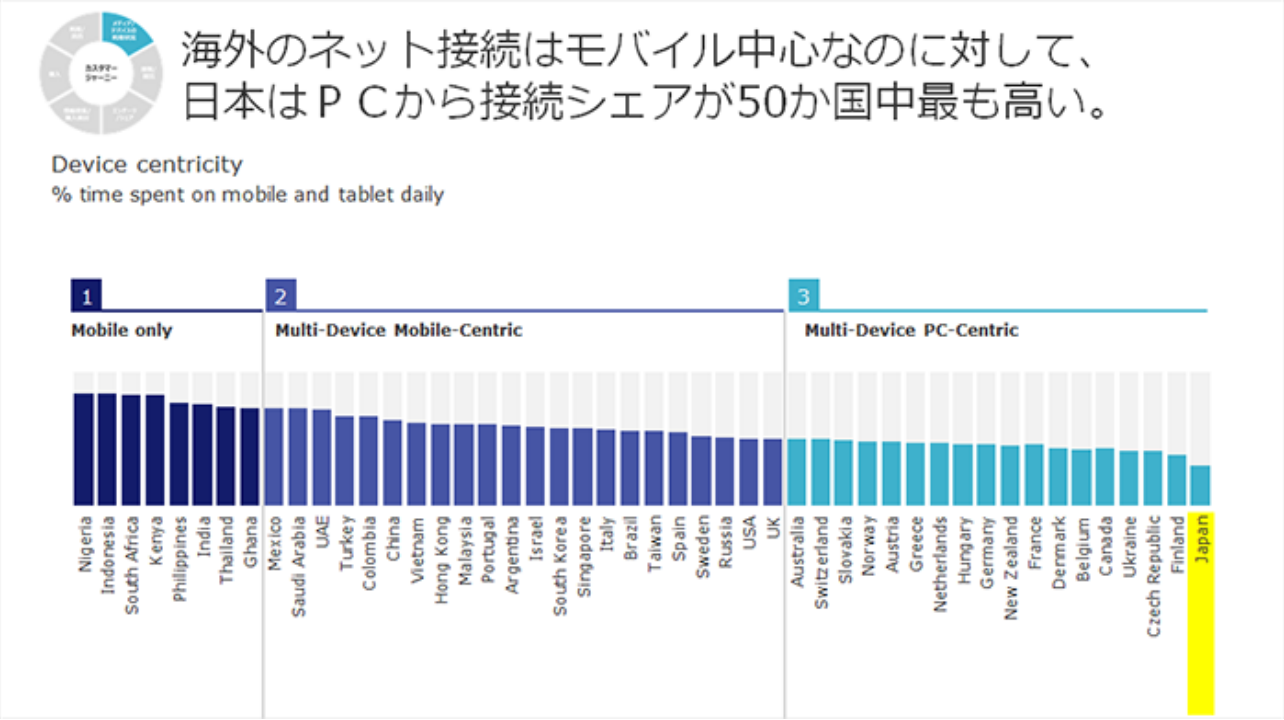
日本はいまだに PC 中心の、メディアシフト後進国

市場調査会社の株式会社カンター・ジャパン（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：大竹秀彦）は、同グループ会社であるテイラーネルソン・ソフレス（TNS）社が、世界 50 か国で実施した Connected Life2016 の調査データや分析レポートを提供しています。

それによると、海外ではすでにネット接続はモバイル中心であるのに対して、日本はパソコンからのネット接続シェアが最も高い国となりました。しかし、世代別にみると、日本でも若年層を中心にスマホシフトが起こっており、国内での世代による違いはますます大きくなっています。

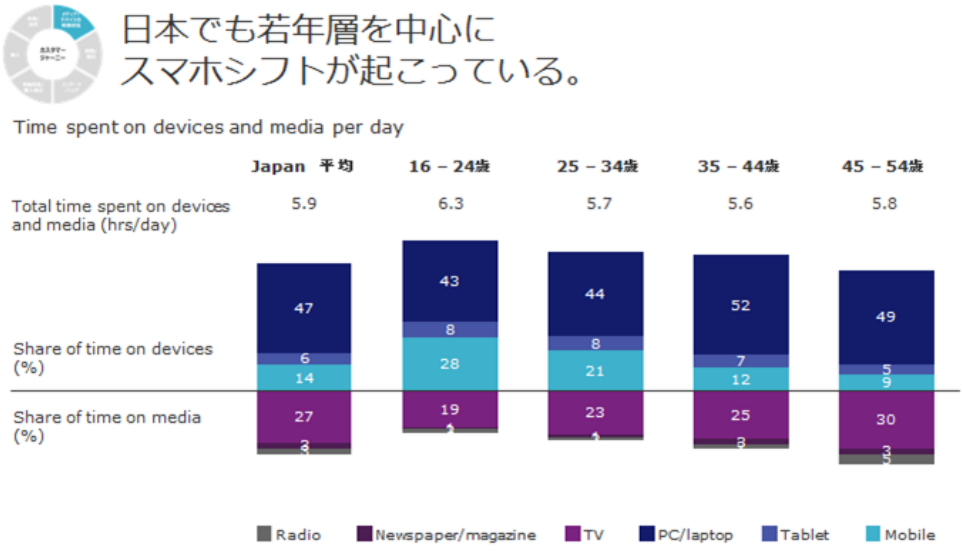
また、世界各国のメディア環境を見ても、それぞれ独特の消費パターンが近年急速に生まれていることが分かります。モバイルでは先進国であった日本も、スマホシフトが遅れているのには事情があり、日本もまた、独特の消費パターンをもつ国の一つです。

Ⅰ　日本におけるメディア利用状況　～ネット接続におけるモバイル利用率は最下位～

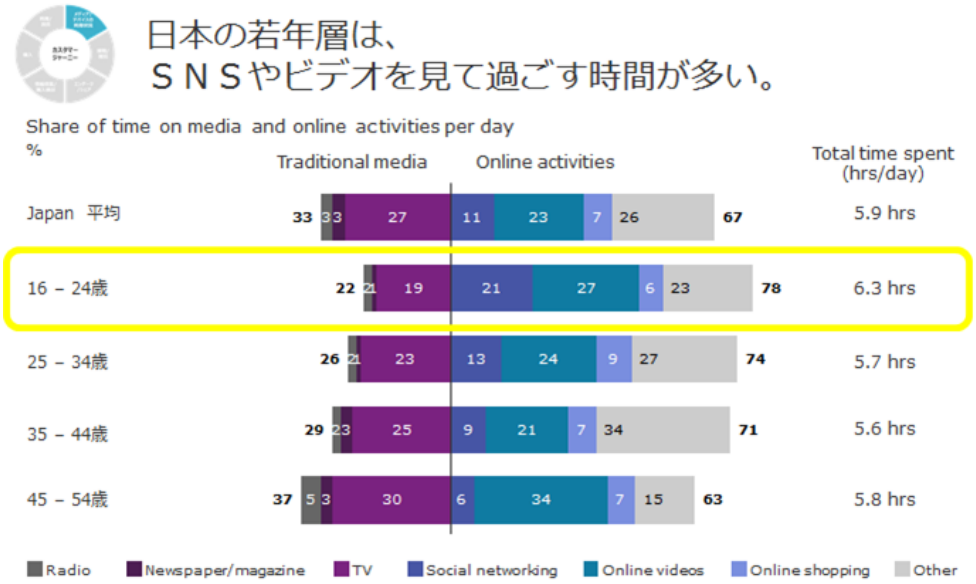


ネットの総利用時間に占める接続状況を 50 か国で比較すると、海外のネット接続はモバイル中心なのに対し、日本ではモバイルからの接続は少なく、いまだ PC からの接続シェアが最も多いことが顕著に表れています。

日本は、パソコンを買う豊かさと、ガラケーという特殊文化があったことで、スマホシフトのスピードが遅く、まだまだパソコン利用が中心のスマホ後進国とも言えます。そんな日本でも、若年層を中心に、スマホシフトは速度を上げており、2015 年はスマホ率が日本でも急激に伸びた年となりました。



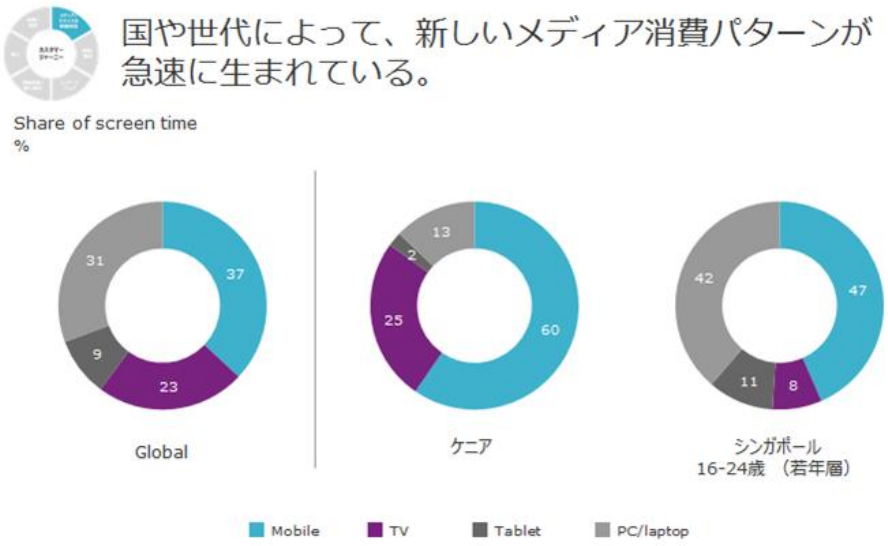
メディアとのつながり方を見ていくと世代の違いが表れています。16－24 歳の若年層はメディアの接触時間も、SNS やオンラインビデオを見て過ごす時間も多いことが分かります。



Ⅱ　日本の感覚ではわからない、世界のメディア消費パターン

テレビ、パソコン、モバイル、タブレットの利用時間を世界各国で比較してみると、国や世代によって、それぞれ独特の消費パターンが見えてきます。

各国の消費パターンは近年、急速に生まれ、さらに変化していると言えます。テレビ視聴時間が極端に少なく、PCとモバイルの接続時間が大半を占めるシンガポールの 16－24 歳の若年層、圧倒的にモバイル接続時間が長いケニア、など各国で特徴的なパターンがあります。前述の日本においてもそうですが、世代の差が大きい国もありますので、多角的に見ることが大事です。

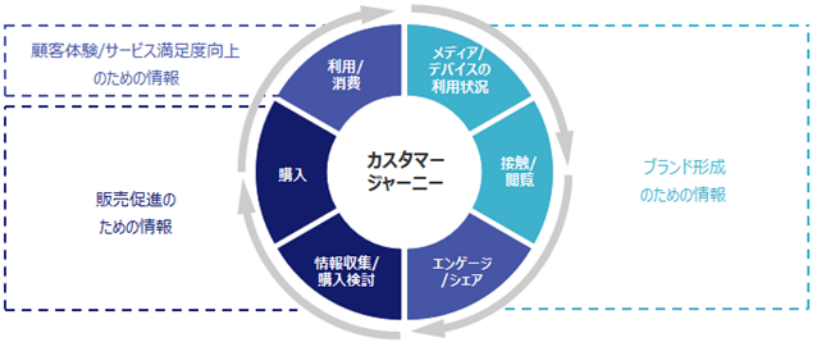


Ⅲ　最後に

世界各国で独特の消費パターンが生まれ、急速に変化するメディア事情。日本はメディア消費パターンにおいてもガラパゴス化しており、日本企業が日本の感覚で海外展開を考えると実情に合わないリスクを伴います。

当社がクライアントのニーズに合わせてカスタムすることもできる「Connected Life」は、カスタマージャーニーに沿った各カテゴリー（下図）の調査データを提供することができ、ブランドがグローバル戦略を策定するための基礎情報として世界のトップブランドに利用されているレポートです。

グローバル戦略策定のための基礎情報



※本文を引用される場合は、出典が「カンター・ジャパン」であることを明記してください。

Connected Life2016　調査概要

テレビ、パソコン、ラップトップ、スマートフォン、タブレットと刻々と変化しているメディア環境において、ブランド形成、販売促進、顧客サービスといったカスタマージャーニーに関する包括的な情報を提供するグローバルシンジケート調査です。世界 50 か国で、週 1 回以上インターネットを使う 60,500 人を対象に実施しており、これにより世界のネット人口の 90%をカバーしています。

詳細記事はこちらもご確認ください。

http://kantar.jp/whatsnew/2015/11/tns_connected_life_2016.html

カンター・ジャパン会社概要

カンター・ジャパンは、世界最大規模の広告代理店「WPP」の調査・コンサルティング業務を担う「カンター・グループ」に属し、日本では 50 年以上の歴史がある「マーケティングリサーチ(市場調査)カンパニー」です。 私たちは、有用なインサイトを調査データから導きだし、社内外に存在する様々なデータと組み合わせることで、適時適切な「経営/マーケティング判断」を行うための「ソリューション」と「専門的なアドバイス」を提供いたします。

さらに、約 100 か国で展開する「カンター・グループ」の日本市場における代表として、グローバルの新しい知見や効果的な手法の国内導入を積極的に行い、「ビジネス機会の評価」から「製品・ブランド戦略の立案」、「マーケティング施策実行・支援」まで、海外調査も含めた「ワンストップサービス」を強みとしています。

社名:株式会社カンター・ジャパン
本社:東京都渋谷区代々木 2-1-1　新宿マインズタワー6F、7F
代表取締役社長:大竹秀彦
事業内容:市場調査、およびそれに付随するアドバイザリー業務
ウェブサイト: http://www.kantar.jp

本リリースに関するお問い合わせ
株式会社カンター・ジャパン
広報/　川井　禮奈　　Tel:03-6859-4254　　E-mail:Marketing@kantar.co.jp