

PRESS RELEASE
報道関係者各位<http://www.j-q.co.jp/>

～インドネシア人のネットショッピング利用の実態調査～

利用したことのあるネットショップ、1位は「kaskus」60%

2位「Facebook」32%、「LINE」は9位の15%

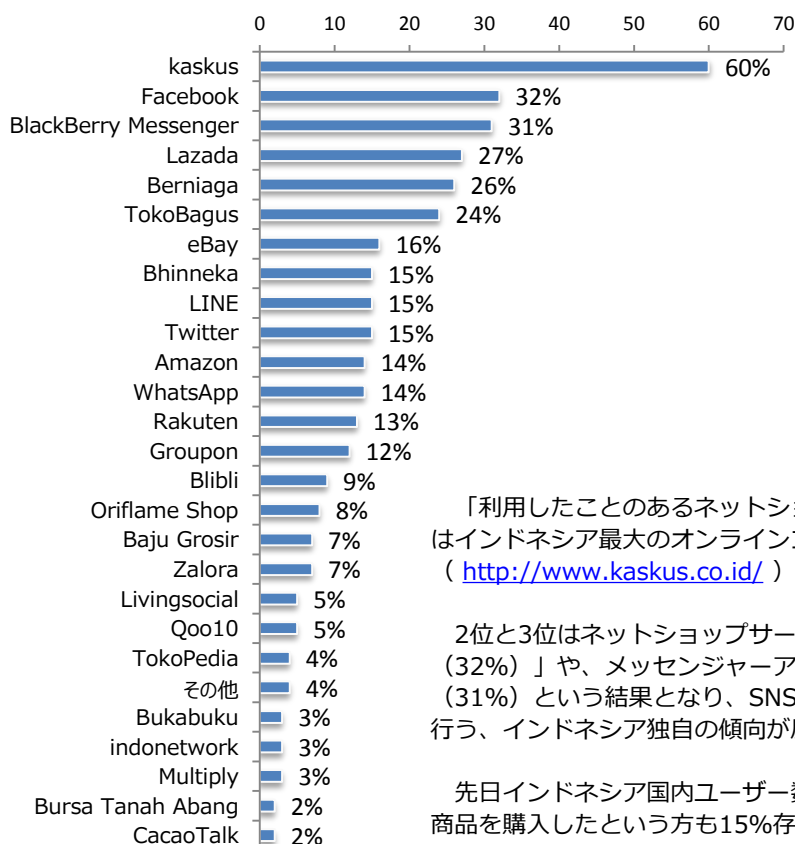
SNSを利用したインドネシア独自のCtoCビジネスとは

写真とアンケートで分析するインドネシア調査サービス「エスノグラフ」を提供する、株式会社JQ（本社：東京都目黒区、代表：下田幸祐）は、インドネシア ジャカルタ周辺に住む100名（男性50名、女性50名）へ「ネットショップの利用実態」に関する調査を、オンライン調査サービス「エスノグラフ」で実施・集計し、2014年8月25日に結果を発表いたしました。

<結果概要>

- ・利用したことのあるネットショップ1位は「kaskus」、2位「Facebook」、3位「BlackBerry Messenger」
- ・「洋服」「靴」「時計・アクセサリ」などファッションアイテムが購入商品の上位を占める
- ・ショップとの連絡手段、最多は「BlackBerry Messenger」84%
- ・利用頻度は「2～3ヶ月に1回」が最多の41%
- ・32%がネットショップで商品を販売した経験があると回答

■利用したことのあるネットショップ（n=100・複数回答方式）

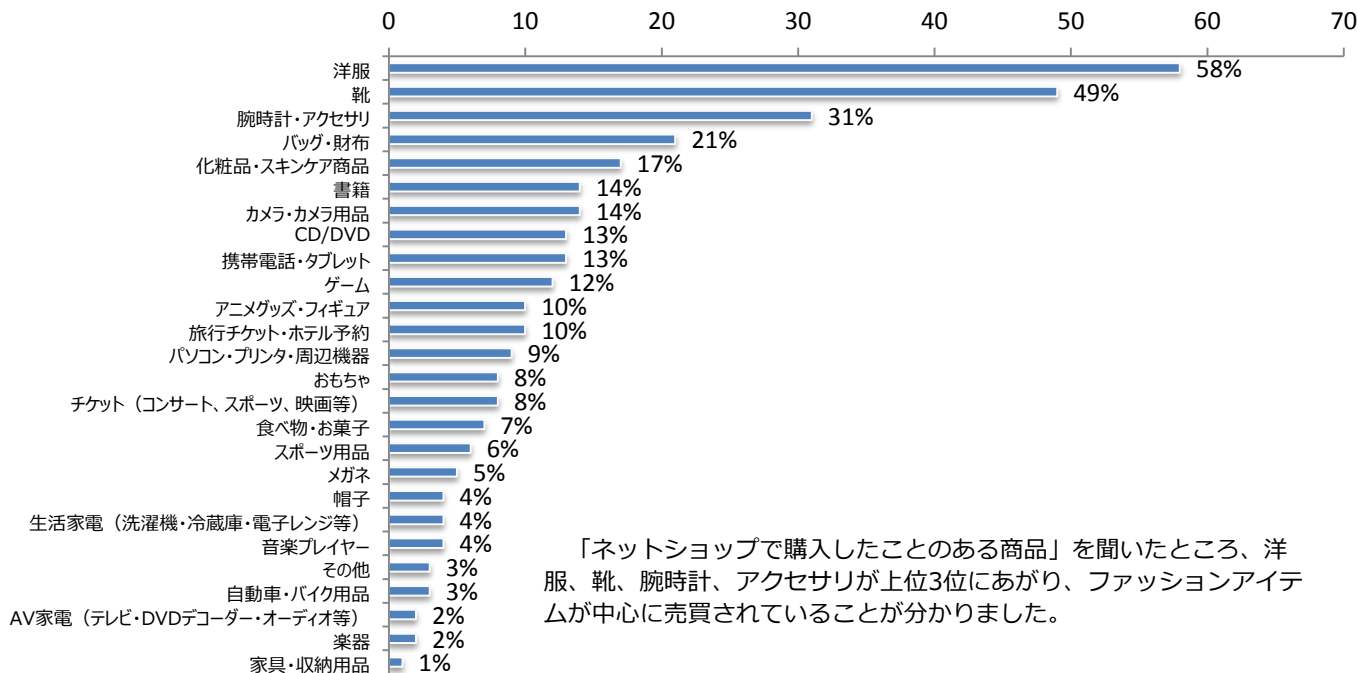


「利用したことのあるネットショップ」を聞いたところ、最も多かったのはインドネシア最大のオンラインコミュニティである「kaskus」（<http://www.kaskus.co.id/>）（60%）でした。

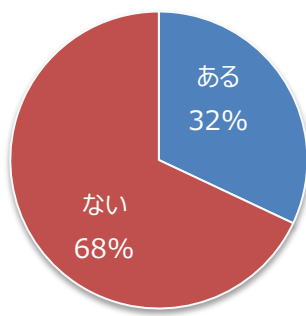
2位と3位はネットショップサービスではなく、SNSの「Facebook」（32%）や、メッセージングアプリである「BlackBerry Messenger」（31%）という結果となり、SNSを活用して直接ユーザー間でネット通販を行う、インドネシア独自の傾向が反映した結果となりました。

先日インドネシア国内ユーザー数2,000万人を超えた「LINE」を利用して、商品を購入したという方も15%存在することが分かりました。

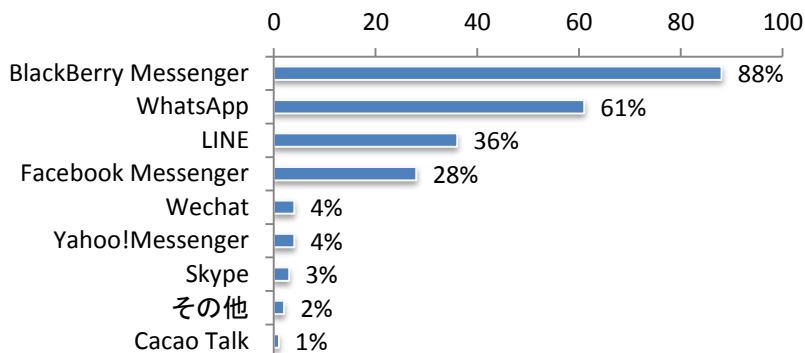
■ ネットショップで購入したことがある商品（n=100・複数回答方式）



■ ネットショップでの販売経験の有無（n=100・単一回答方式）



■ ネットショップとの連絡手段（n=100・複数回答方式）



「ネットショップでの販売経験」を聞いたところ、実際に3人に1人が商品を販売したことがあると回答し、ネット通販市場が進んでいることが分かりました。

また、「ネットショップとの連絡手段」を聞いたところ、88%の方が「BlackBerry Messenger」と回答し、インドネシア内での連絡手段のメインツールとなっていることが分かります。また「LINE」の利用率も36%と高く、Facebook Messengerを上回る結果となりました。

拡大するCtoC市場

インドネシアでは女性がよく副業をします。また、インドネシア人のFacebookのフレンド数は1人あたり1,000人以上が当たり前となっています。（インドネシアでは知り合いでなくても気軽にフレンドリクエストを出します）

副業として、ネット販売が最も手軽に始められること、そしてSNSなどで繋がっている1,000人以上のコンタクト先（販売先）などが、こうしたCtoC（Consumer to Consumer）ビジネスが普及している素地なのだと考えられます。インドネシアでECを始める際の手法として、個人間で取引しやすい商品や仕組みというものも、一つ重要な選択肢ではないでしょうか。

<調査概要>

調査手法 インドネシア調査サービス「エスノグラフ」
 調査期間 2014年5月1日から2014年5月31日
 調査対象 下記3条件に当てはまる男女100名（20才以上の男性50名、女性50名）
 1. ジャカルタ、バンドゥン
 2. 宗教指定なし
 3. 世帯所得30万円以上※日本円換算

※本リリースによる調査結果をご利用いただく際は、
 「エスノグラフ調べ」と付記の上ご使用くださいますようお願い申し上げます。

【団体・企業概要】

会社名 株式会社JQ
 URL <http://www.j-q.co.jp>
 所在地 〒153-0061 東京都目黒区中目黒1-3-8 渡辺ビル6F
 代表 代表取締役 下田幸祐
 TEL/FAX 03-6412-7186
 事業内容 1. Webコンサルティング
 2. 企業コンサルティング
 3. インドネシア・写真リサーチ エスノグラフの企画・運営

“インドネシアの今”を目でみるマーケットリサーチ「エスノグラフ」とは

「エスノグラフ」は、インドネシアの市場や消費者の実態を写真で手軽に素早く知ることができるオンライン調査サービスです。インドネシアに住む様々な世代、職業、宗教の“顔の見える”モニターが写真とアンケートの回答をアップします。気になる写真や回答があれば、モニターに対し、チャットでインタビューすることもできるので、より深い市場や消費者実態、消費者ニーズの調査が可能です。

費用：モニター100名×写真1枚 5設問 100,000円（税込）～

「エスノグラフジャーナル」（<http://id.ethno-graph.com/>）では、エスノグラフを利用して調査したインドネシアの消費実態や生活・文化・宗教の実態を定期的にレポートしています。

※報道関係者様の取材内容に合わせた調査協力も可能です。お気軽にご相談ください。



「エスノグラフ」

<http://id.ethno-graph.com/>



進出企業のニーズに応じて、インドネシア人が自分たちの身の回りの調味料や化粧品などの写真をスマホや携帯からアップ。投稿者の顔写真や詳細プロフィールと共に、インドネシア人の“今”を目に見える“かたち”で知ることができます。

【エスノグラフに関するお問い合わせ】

株式会社JQ（ジェイキュー）担当：下田
 TEL:03-6412-7186
 Mail: team-ethno@j-q.co.jp

【報道関係者からのお問い合わせ先】

株式会社JQ（ジェイキュー）担当：下田
 TEL：03-6412-7186
 Mail: team-ethno@j-q.co.jp