

～インドネシア人のSNS・メッセンジャーアプリの利用実態調査～

利用しているSNS 1位は「Facebook」(36%)、2位は「Path」(32%)

最も利用するメッセンジャーは「BlackBerry Messenger」(45%)、LINEは2位

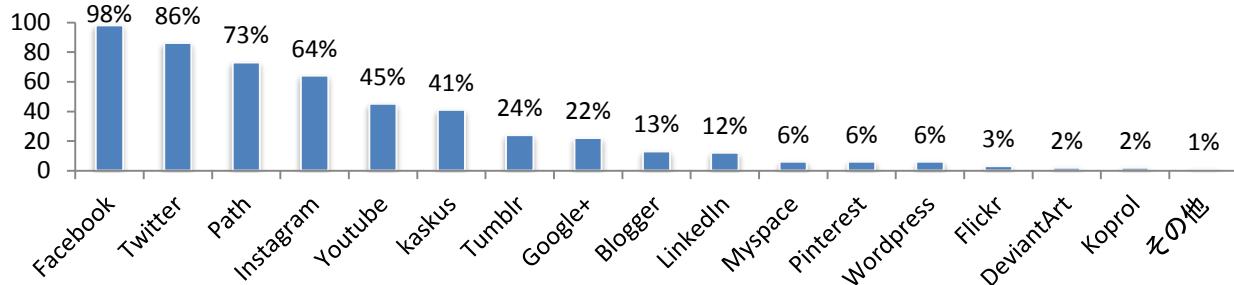
友達や海外とのやりとりでは「LINE」使用が増、シチュエーションでツール使い分け傾向有り

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（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、SNS及びメッセンジャーアプリ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9月18日に結果を発表いたしました。

＜結果概要＞

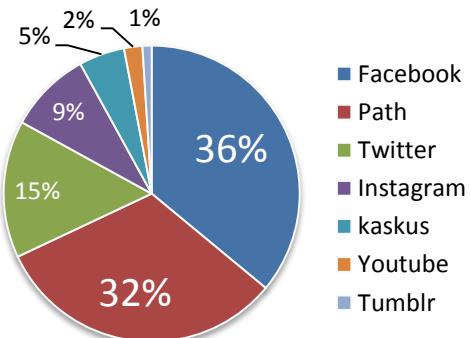
- 最も利用しているSNSは「Facebook」(36%)、2位は「Path」(32%)、3位「Twitter」(15%)
- 最も利用しているメッセンジャーは「BlackBerry Messenger (BBM)」(45%)、
2位は「LINE」(26%)、3位は「WhatsApp」(24%)
- メッセンジャーでは「BBM」を中心にやりとりする一方、仲の良い友達とのやりとりは「LINE」、
家族・仕事では「WhatsApp」を並行して使うなど、利用シーンで使用アプリを切り替えている傾向有り
- 海外とのメッセージでは「BBM」より「Skype」(53%)や「LINE」(44%)を使用

■普段利用しているSNS (n=100・複数回答方式)



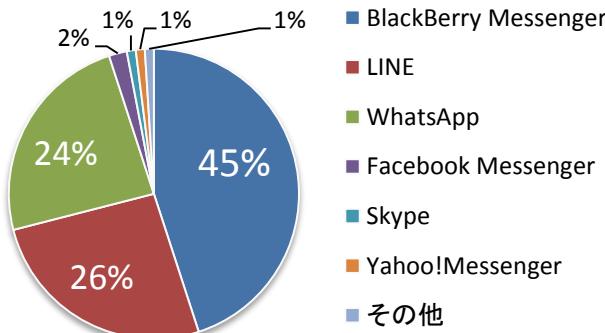
98%の回答者が「Facebook」を利用していると回答。

■最も利用するSNS (n=100・単一回答方式)



最も利用しているSNSは「Facebook」(36%)
2位の「Path」(32%)と合わせると
全体の7割弱を占める

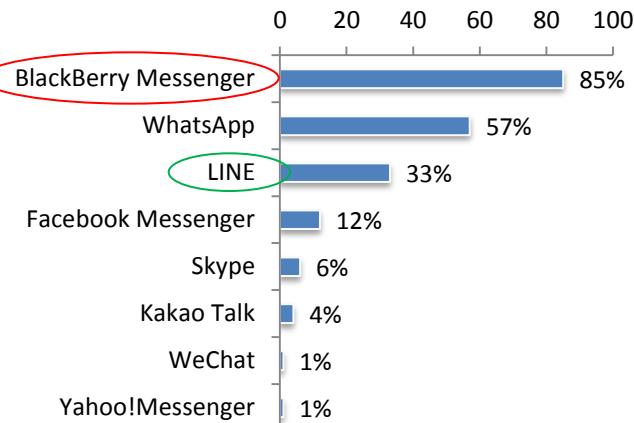
■最も利用するメッセンジャー (n=100・単一回答方式)



最も利用しているメッセンジャーは「BBM」(45%)
2位は「LINE」(26%)、3位は「WhatsApp」(24%)

■家族と連絡する際に利用するメッセンジャー

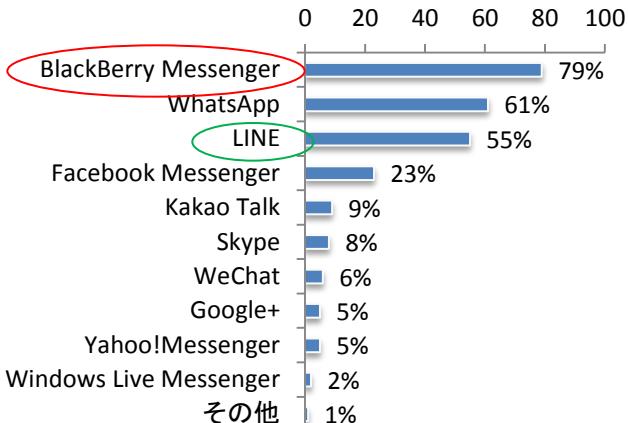
(n=100・複数回答方式)



1位 : BlackBerry Messenger (85%)
2位 : WhatsApp (57%)
3位 : LINE (33%)

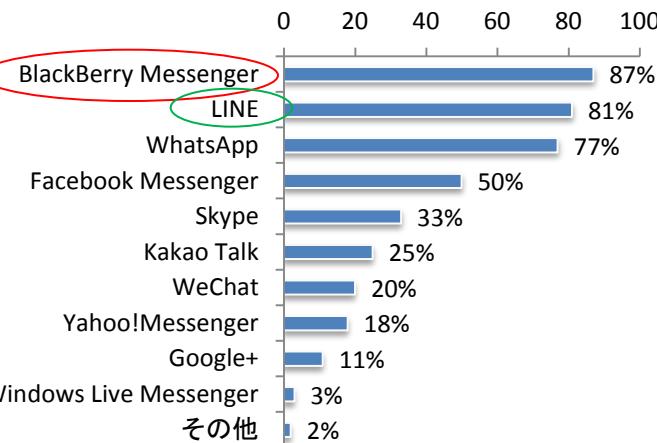
■仕事で利用するメッセンジャー

(n=100・複数回答方式)



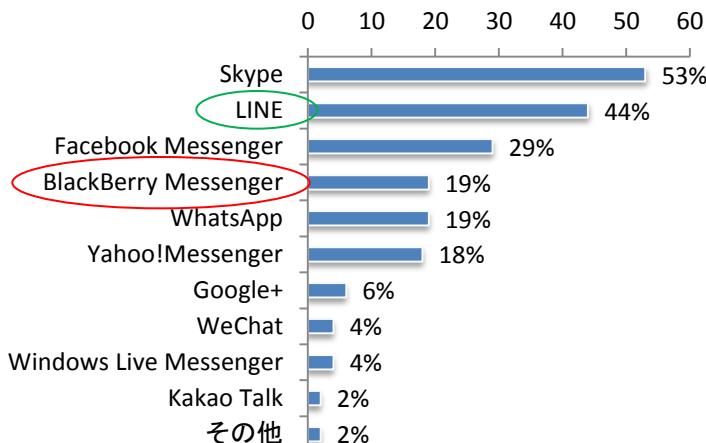
1位 : BlackBerry Messenger (79%)
2位 : WhatsApp (61%)
3位 : LINE (55%)

■仲の良い友達と連絡する際に利用するメッセンジャー
(n=100・複数回答方式)



1位 : BlackBerry Messenger (87%)
2位 : LINE (81%)
3位 : WhatsApp (77%)

■海外とのやりとりの際に利用するメッセンジャー
(n=100・複数回答方式)



1位 : Skype (53%)
2位 : LINE (44%)
3位 : Facebook Messenger (29%)

全体的にBBM優勢が続くも、海外とのやりとりではLINEが超す。友達とのやりとりでもLINEが2位。

インドネシアではFacebookの利用率が高く、気軽に友達申請する文化があるため、1,000名以上のユーザーと繋がっているユーザーが大半です。こうした背景には女性の副業として、CtoCビジネス（個人間取引）が急速に広がりつつあり、マーケットプレイスとしてFacebookを活用しているケースも影響していると考えられます。

今回の調査でもFacebookが「普段利用しているSNS」(98%)、「最も利用するSNS」(36%)共に1位となりました。「最も利用するSNS」ではFacebookに次いで、クローズドSNS「Path」を利用すると3名に一人(32%)が回答。Facebookが知り合い以外とも幅広く繋がっているのに対して、「Path」はより身近な人たちとのやりとりに使う限定的なSNSとして利用されているようです。

また、シチュエーション別メッセージアプリの利用状況を調査したところ、海外とのコミュニケーションには「Skype」を最も利用(53%)していることが分かりました。また、友達や家庭、仕事でのやりとりにおいては「BlackBerry Messenger」を利用している方が最も多い、インドネシアでの主流アプリであることが分かります。

また傾向として、友達とのやりとりや海外との連絡の際には、「Skype」の他「LINE」を使うユーザーが多いことも分かりました。

<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。

※記載されている社名および製品・サービス名は、各社の商標または登録商標です。

【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/lp/>

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