

タイにおけるインターネットと携帯電話の利用状況

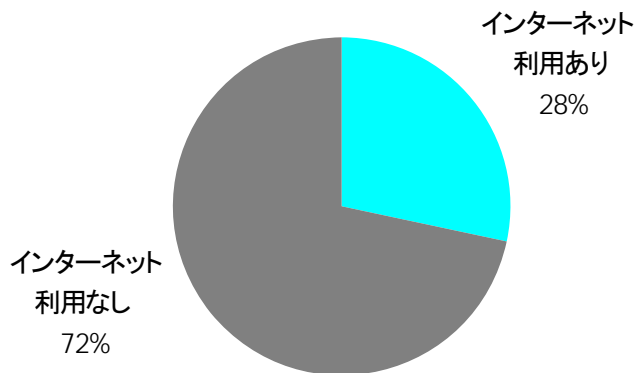
～「タイACR」調査結果のご紹介～

日本でも公開された映画「ソーシャルネットワーク」の題材となった Facebook。世界中で6億人に利用されているといわれており、タイでも利用者は急激に増えてきているようです。タイの登録者数は、842万人で世界19位（日本は255万人、44位）となっています*1（2011年3月7日現在）。

今回は、そのような状況にあるタイにおいて、インターネットと携帯電話の利用状況がどうなっているのかを「タイACR」2010年度の最新データを使って紹介します。

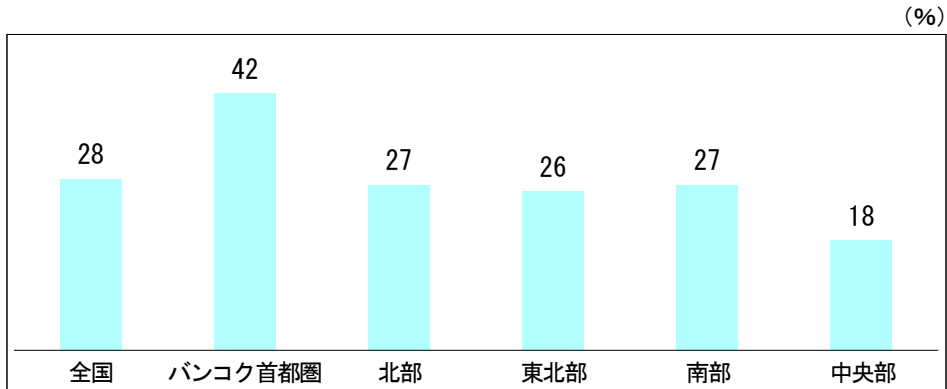
まずは、タイにおけるインターネット利用率をみてみます【図表1.2.3】。タイ全体では28%、おおよそ4人にひとりが「利用あり」と答えています（参考までに他メディアの接触率は、テレビ99%、ラジオ39%、新聞53%、雑誌29%です）。エリア別にみると、どのエリアもタイ全体と似たようなレベルですが、唯一、バンコク首都圏では4割を越えており、その利用率は突出しています。インターネット利用者の年代別構成をみると、「10代」（36%）、「20代」（30%）の合計で6割を超えており、それに「30代」（20%）を含めると9割近くまで達していることから、インターネットは圧倒的に若者のメディアであることがわかります。

【図表1】インターネット利用状況 n=4,500（全体）



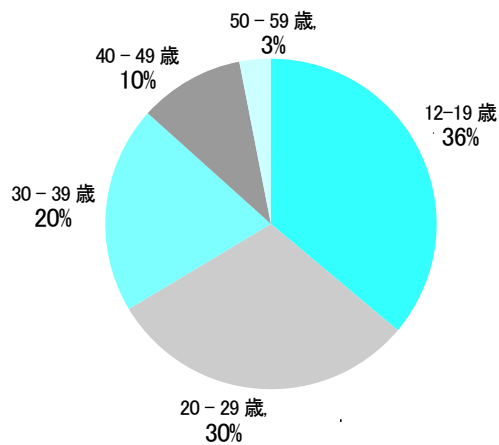
※小数第一位四捨五入（以下同様）

【図表2】エリア別インターネット利用状況 n=4,500 (全体)



【図表3】インターネット利用者構成割合 (年代別)

n=1,268(インターネット利用者)



それでは、インターネットを利用する場所はどうでしょうか【図表4】(次頁)。全体では「家」が4割と最も多く、「インターネットカフェ」が約3割、「職場」「学校」がそれぞれ2割となっています。一方、移動中(モバイルフォン)のインターネット利用は1割程度という結果になっています。年代別の特徴をみると、10代では「家」より「学校」や「インターネットカフェ」が、30代、40代では「家」とともに、「職場」での利用が高いのがわかります。

【図表4】インターネット利用場所

	n数	家	職場	学校	知人の家	インターネット カフェ	移動中 (モバイルフォン)
全 体	1,268	40.8	23.3	21.6	8.1	29.3	10.4
12-19 歳	458	33.4	1.3	45.0	12.9	42.8	7.2
20-29 歳	386	39.6	25.1	15.3	6.5	30.8	11.1
30-39 歳	256	49.6	46.5	2.3	5.1	16.8	15.2
40-49 歳	129	48.8	42.6	0.8	2.3	7.8	11.6
50-59 歳	39	53.8	46.2	5.1	7.7	7.7	5.1

では、どんなサイトが人気なのか、インターネットユーザーの過去1週間で最も利用したサイトをみてみましょう【図表5】。

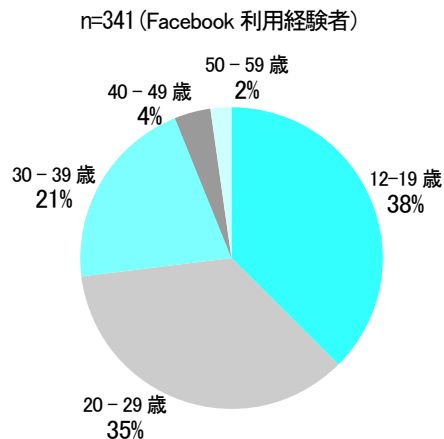
最も高かったのは、検索エンジンの「Google」(34%)で、他のサイトを大きく上回っています。それにソーシャルネットワークサイトの「Facebook」、「Hi-5」が続いていますが、いずれも10%に満たない利用率となっています。

その「Facebook」の利用者(利用経験者)の年代別構成をみると、「10代」が38%、「20代」が35%と両層で7割を占めており、若者の利用率の高さが目立ちます。ちなみに48歳の筆者はアカウントだけは取ったものの…という休眠状態でまだまだその魅力に触れるまでには至っておりません【図表6】。ちなみに3位の「Hi-5」は、「Facebook」登場以前にタイで圧倒的に支持されていたソーシャルネットワークで、2010年7月の調査時点では「Facebook」に次ぐ人気を誇っていますが、現在では多くのユーザーが「Facebook」に移行したと言われています。

【図表5】過去1週間で最も利用したウェブサイト

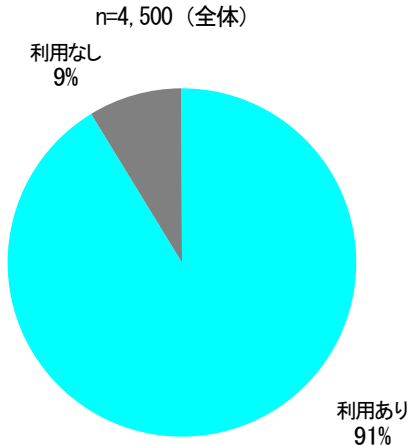
n=1268 (インターネットユーザー)		
1	Google.com	34 (%)
2	Facebook.com	9
3	Hi-5.com	7
4	Hotmail.com	5
5	msn.com	3

【図表6】Facebook 利用者構成割合(年代別)

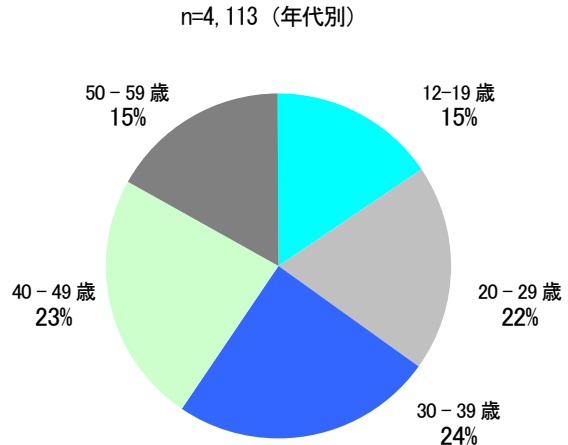


次に、携帯電話の利用状況を見ると、利用率は全体で91%と、利用者が若年層に偏るインターネットと異なり、30代と40代を中心にほぼすべての年代で利用されていることがわかります【図表7.8】。

【図表 7】 携帯電話利用状況



【図表 8】 携帯電話利用者構成割合



通話以外に最も利用されている機能をみると、「SMS(ショートメッセージ)」で、ついで音楽関係の機能がよく利用されているようです。その中で、「ソーシャルネットワーク」の利用は携帯電話利用者全体では2%未満にすぎませんが、スマートフォン所有者(最も最近購入した携帯電話タイプ)に限ると約4倍の8%以上が利用していることがわかります【図表9】。

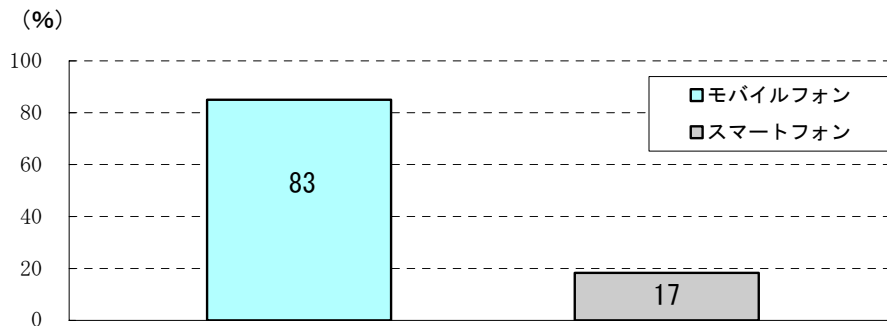
【図表 9】 通話以外の利用機能

	携帯電話 利用者全体	スマートフォン 所有者	(%)
	n=4,113	n=690	
SMS(ショートメッセージ)	35	41	
音楽を聴く	22	36	
ラジオを聴く	16	23	
音楽ダウンロード	15	21	
待ち受けなどのダウンロード	5	11	
MMS(マルチメディアサービス)	5	9	
ゲームのダウンロード	4	10	
テレビを見る	3	5	
Email	2	7	
ソーシャルネットワーク	2	8	

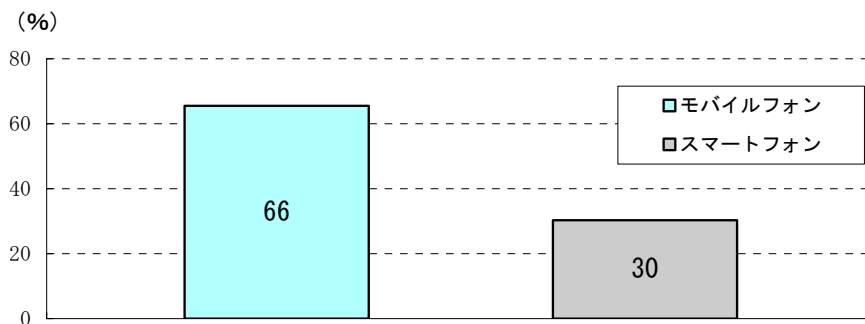
その「スマートフォン」は、筆者の周りでもいつの間にかユーザーが増えてきている気がしますが、携帯電話利用者で「最も最近購入した携帯電話タイプ」をみると「スマートフォン」は17%と、およそ5人にひとり程度です。それに対して、従来のモバイルフォンは83%を占め、現状では、圧倒的にシェアが高いのがわかります。

一方、次回の購入予定をみると、「モバイルフォン」66%に対して、「スマートフォン」は30%で、まだまだ、「モバイルフォン」が上回っています。しかし、購入意向ブランドでは、「Nokia モバイルフォン」(57%)がトップではあるものの、「Nokia スマートフォン」「Blackberry」「Samsung(smartphone)」など、購入意向ブランドトップ10のうち半数がスマートフォンとなっており、今後ますます利用者が増えることが予想されます【図表 10.11.12】。

【図表 10】最も最近購入した携帯電話タイプ n=4,113 (携帯電話所有者)




【図表 11】携帯電話次回購入予定タイプ n=4,500 (全体)



【図表 12】携帯電話次回購入意向ブランド

n=4,500 (全体)

1	Nokia (mobile phone)	57	(%)
2	Nokia (smartphone)	19	
3	BlackBerry	7	
4	Samsung (mobile phone)	6	
5	I-Mobile (mobile phone)	4	
6	Samsung (smartphone)	3	
7	Apple iPhone	3	
8	G-net	2	
9	I-Mobile (smartphone)	2	
10	LG (mobile phone)	1	

 スマートフォン

* 1 出典 <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/>

<調査概要>

- 調査エリア：タイ5エリア（バンコク圏、北部、東北部、南部、中央部）
- サンプル数：4,500人
- 標本抽出数：エリアサンプリング
- 調査対象者：満12～59歳の男女個人
- 調査期間：2010年7月