

**アジアインサイトレポート 第3弾****『アジア4カ国の色に関する意識調査～自動車・携帯電話編～』**

自動車、携帯電話ともに、国を超えて普段よく見かける色は「黒」

購入したい色は、中国、タイ、ベトナムは普段よく見る色

日本はさまざまな色を選び、他3カ国よりも目新しい色を求める傾向

株式会社インテージ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:宮首 賢治)は、アジアの人々の意識や行動を探るため、当社の海外グループ会社と協力し、アジア地域の人々を対象にさまざまなテーマで実施した自主企画調査「アジアインサイトレポート」を発行しています。

第3弾のレポートでは、株式会社日本カラーデザイン研究所と共同で実施した『アジア4カ国の色に関する意識調査～自動車・携帯電話編～』を発表します。本調査は、2013年1～4月に日本、中国、タイ、ベトナムの20～50代一般男女・各国約80人を対象に、調査用紙自記入法(色見本のパネル併用)にて行い、結果をまとめました。

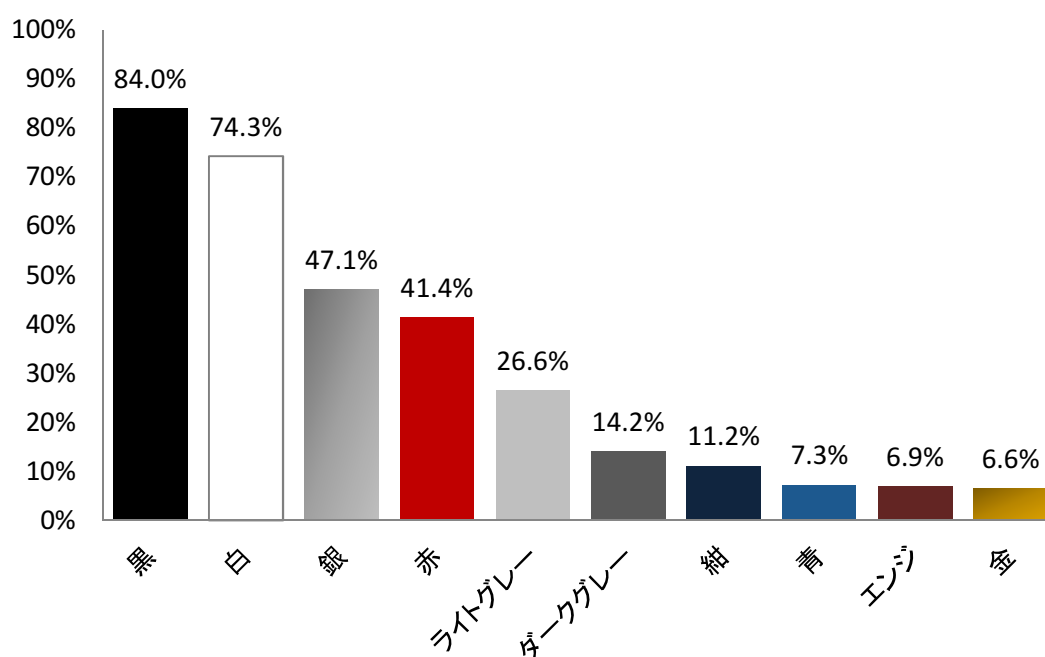
分析者: 株式会社インテージ 李 昂  
株式会社日本カラーデザイン研究所 稲葉 隆

**調査結果****【自動車編】****1. 『普段よく見かける自動車の色』:4カ国合計 vs 日本****4カ国全体で最もポピュラーなのは「黒」の自動車。日本では「白」「黒」がトップ2、次いで「銀」**

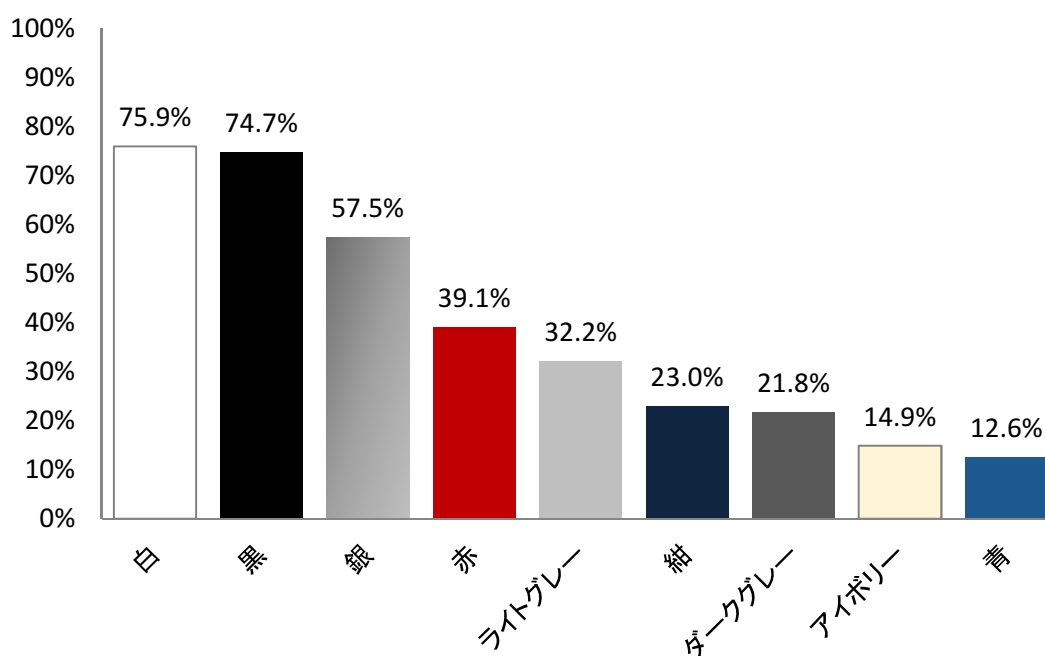
図1-1は、日本、中国、タイ、ベトナムの各国で『普段よく見かける自動車の色』を聴取し、4カ国合計での上位10色を抽出した図である。上位には「黒」「白」「銀」など色味のない無彩色が並んでいる。特に「黒」は84.0%という高い割合を占め、自動車の色として非常にポピュラーであることがわかる。

日本のみの結果(図1-2)をみると、上位は4カ国合計の傾向とほぼ重なるが、「白」の方が「黒」よりも割合が少し高く、「銀」の割合は4カ国中最も高かった。

[図 1-1] 4カ国合計の『普段よく見かける自動車の色』(複数回答)



[図 1-2] 日本における『普段よく見かける自動車の色』(複数回答)



## 2. 『購入したい自動車の色』と『普段よく見かける自動車の色』: 国別

**日本では目新しい色を求める傾向。「紺」「エンジ」「鉄紺」など暗色に注目**

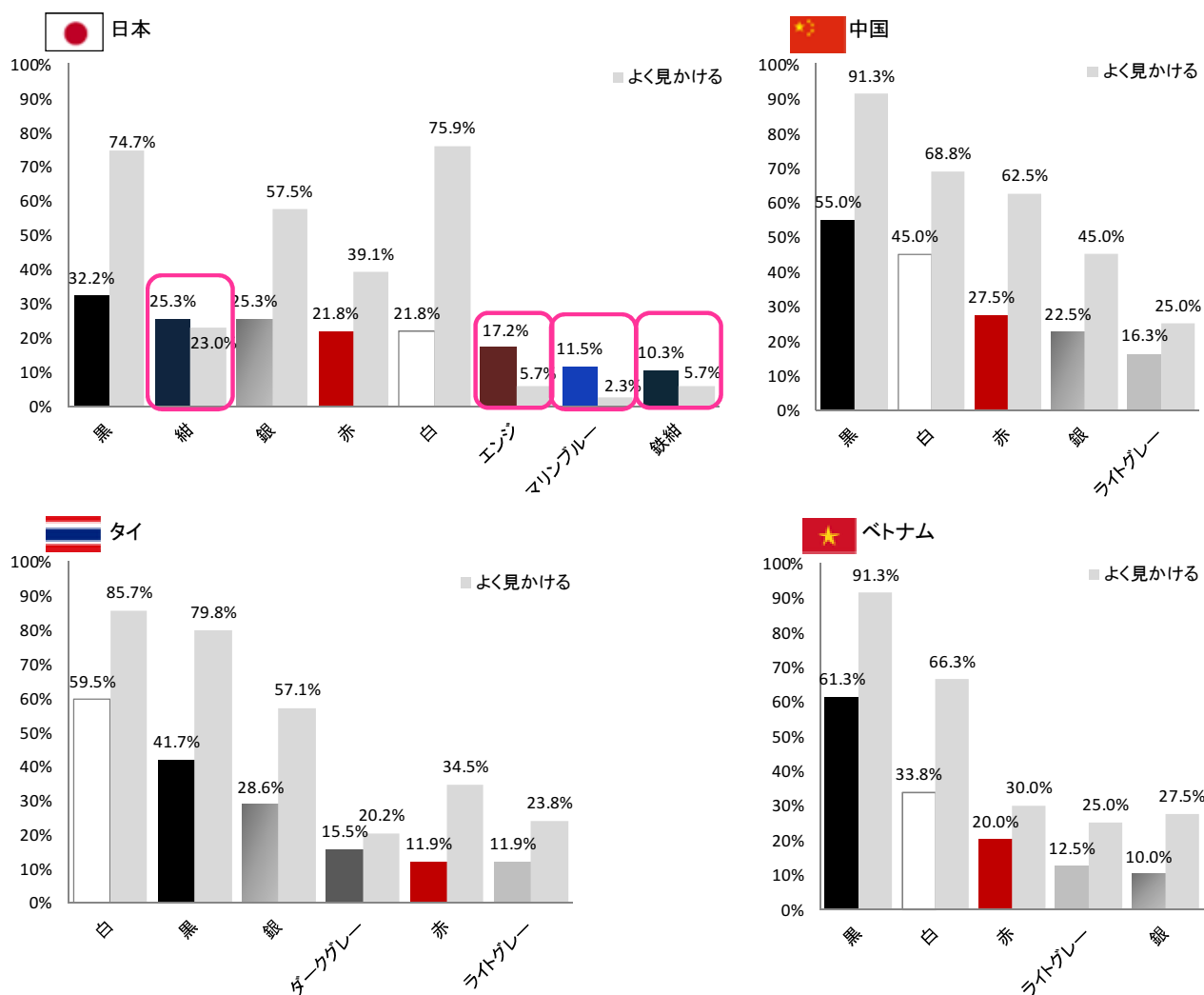
**中国・タイ・ベトナムの3カ国では「購入したい色 ≒ よく見かける色」の関係が強い**

図2は『購入したい自動車の色』として選択率10%を超える上位色を国別に抽出したものである。比較するために、同色の『普段よく見かける自動車の色』の割合をグレーで示した。

中国・タイ・ベトナムでは、“購入したい色”と“よく見かける色”の回答がほぼ比例しており、よく見かけるオーソドックスな色の順に、購入したい色が選択されている傾向がうかがえる。

一方日本では、“よく見かける色”が“購入したい色”とは限らず、「紺」「エンジ」「マリンブルー」「鉄紺」などは、見かける色としての割合は低く、購入したい色としての割合の方が高い。日本では、消費者が目新しい色を求めていると考えられる。

[図2] 『購入したい自動車の色』と『普段よく見かける自動車の色』(複数回答)  
(購入したい色=色付きの棒グラフ、よく見かける色=グレーの棒グラフ)



## 【携帯電話編】

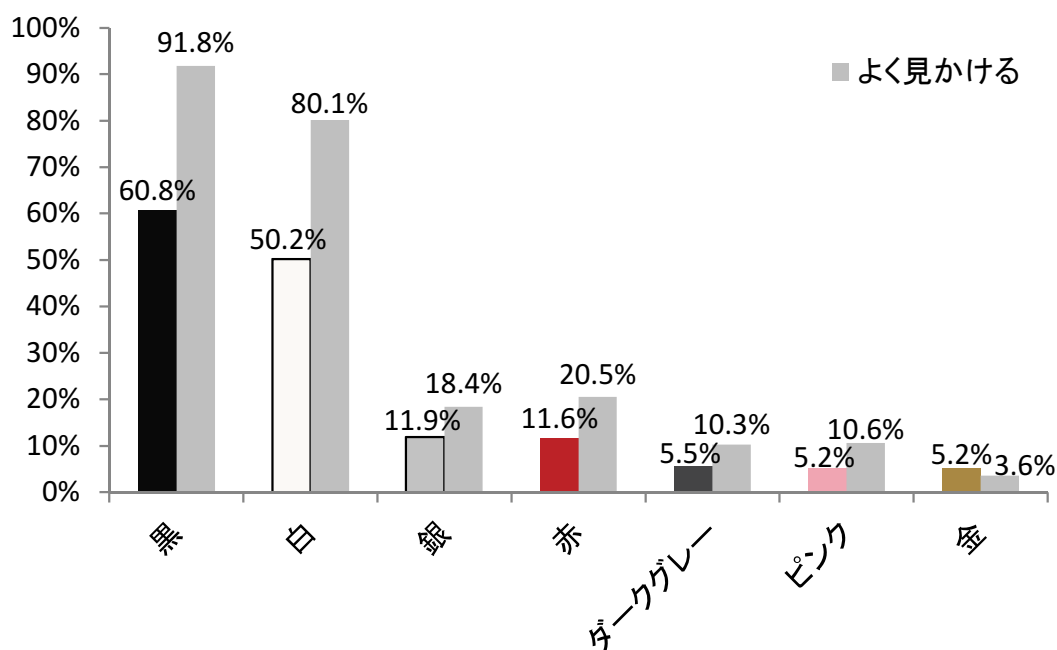
### 3. 『購入したい携帯電話の色』と『普段よく見かける携帯電話の色』:4カ国合計

#### 4カ国合計で最も購入したい色は「黒」。よく見かける色ほど購入したいと感じている

図3は日本、中国、タイ、ベトナムの4カ国の合計データから、『購入したい携帯電話の色』としての選択率が5%以上の色と(図中色つきの棒グラフ)、同色の『普段よく見かける携帯電話の色』(グレーの棒グラフ)の割合をグラフ化したものである。

“購入したい色”は「黒」と「白」が5割を超え人気がある。3位以下には1割前後の割合となるが、「赤」「ピンク」という有彩色、「銀」「金」というメタリックカラー、そして無彩色の「ダークグレー」が並んでいる。“購入したい色”と“よく見かける色”の順位はほぼ比例しており、普段からよく見かけている色を購入したいという意識がうかがえる。

[図3] 4カ国合計の『購入したい携帯電話の色』と『普段よく見かける携帯電話の色』(複数回答)  
(購入したい色=色つきの棒グラフ、よく見かける色=グレーの棒グラフ)



#### 4. 『購入したい携帯電話の色』と『普段よく見かける携帯電話の色』: 国別

##### 各国とも「黒」「白」の購入意向が高い

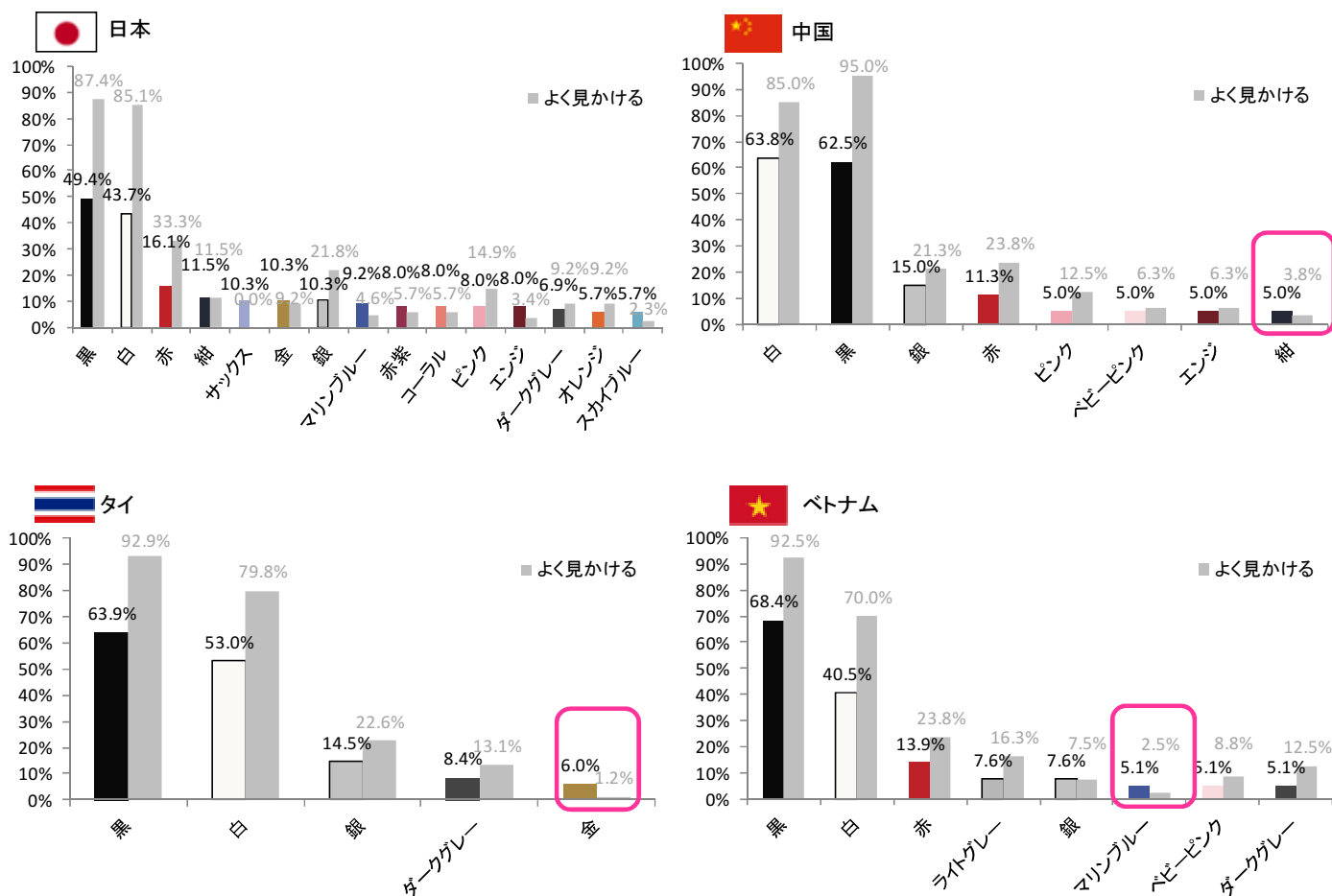
##### 国別では、中国の「紺」、タイの「金」、ベトナムの「マリブルー」が特徴的な購入意向色。

##### 日本ではさまざまな色が選ばれる

国別でみた結果をグラフ化したものが図4である。日本では5%を超える購入希望色が他の国に比べて多いことが特徴である。特に有彩色が多く出現しており、「サックス」「マリブルー」「赤紫」「コーラル」などでは“購入したい色”の割合が“よく見かける色”を上回っている。市場に少ない色を購入したいという意識が感じられる。

中国では「白」の選択率が6割を超え、4カ国の中で群を抜いて高い。有彩色では赤系やピンク系が多く、「紺」は“よく見かける色”よりも購入意向の割合の方が高い。タイでは購入意向が5%を超える色の数が最も少なく、かつ無彩色が中心だが、「金」だけは購入意向の割合の方が高い。ベトナムでは「黒」が「白」を大きく上回っており、有彩色では「マリブルー」が特徴的である。

[図4] 『購入したい携帯電話の色』と『普段よく見かける携帯電話の色』(複数回答)  
(購入したい色=色つきの棒グラフ、よく見かける色=グレーの棒グラフ)



## 調査概要

調査方法: 調査用紙自記入法(色見本のパネル併用)

調査地域: 日本、中国、タイ、ベトナム

調査対象者: 20~50 代の一般男女

調査サンプル:

日本(男性 44 人/女性 43 人)、中国(男性 40 人/女性 40 人)、タイ(男性 42/女性 42 人)、ベトナム(男性 40 人/40 人)

調査期間: 2013 年 1 月~4 月

調査実施機関: 株式会社インテージおよび海外グループ会社

※本調査は株式会社インテージと株式会社日本カラーデザイン研究所が共同で実施。

### 【株式会社インテージ】 <http://www.intage.co.jp/>

株式会社インテージ(市場名: 東証 1 部・4326、本社: 東京都千代田区、設立年月日: 1960 年 3 月 2 日、代表取締役社長: 宮首 賢治)は、インテージグループ各社とともに、リサーチノウハウ、データ解析力、システム化技術と、これらに基づく情報評価力をコア・コンピタンスとして、経営およびマーケティング上の意思決定に役立つ情報(Intelligence)を提供。国内マーケティングリサーチのパイオニアとして、お客様のビジネスの成功に貢献してまいります。

### 【株式会社日本カラーデザイン研究所】 <http://www.ncd-ri.co.jp/>

株式会社日本カラーデザイン研究所(本社: 東京都文京区、設立年月日: 1967 年 1 月 20 日、代表取締役所長: 宮岡直樹)は、心理学的立場から色彩デザイン、消費者嗜好などの研究に基づく情報を、メーカー、流通、広告、建築など多岐にわたる業種の企業、公共団体等に提供。また独自開発した「Hue & Tone」システムや「カラーイメージスケール」は、あらゆる分野のカラープランニング、マーケティング、カラー・デザイン戦略などの課題解決に活用されています。

### 【この件に関するお問い合わせ先】

#### ■株式会社インテージ 広報担当

担当: 小関(おせき) / 佐藤(さとう)

TEL: 03-5294-6000 FAX: 03-5294-8318

サイト「お問い合わせフォーム」

<http://www.intage.co.jp/contact/>