

インサイドネシアレポート例

2017年6月

Pasia株式会社/Syno Japan株式会社



目次

- 調査概要
- 回答者属性
- 調査結果の詳細

調査概要



■ 調査背景：

自社アパレル事業（女性対象）の初の海外進出先として、インドネシアを検討している。実際の現地訪問や自社ネットワーク、国内の実績を元に大体の進出イメージは描いているが、より客観的かつリスクが少ない販売計画を立てるために、定量的に立証できる材料を必要としている。国内のWeb調査会社に見積もりを依頼したが、予算オーバーだった。

■ 調査目的：

自社アパレル事業のインドネシア進出のために事前調査をし、今後の販売戦略の基礎資料とする。

■ 調査対象：ジャカルタ在住の18 – 65歳の女性

■ 調査方法：WEB調査

■ 調査期間：2017年6月13日～15日

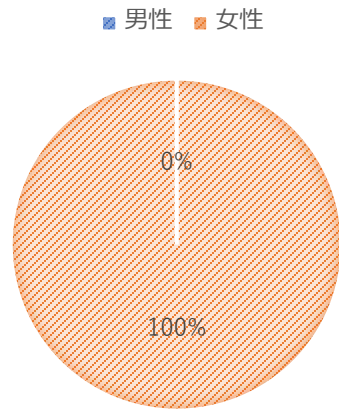
■ 有効回答数：306

■ 調査項目：洋服の購買チャンネル、好きなショッピングモール、ショッピングモールに行く頻度、好きなファッションアイテム、好きなファーストファッションとその理由、ヒジャーブの着用頻度とファッションとしてのこだわり、一か月の洋服代、ファッション関連のショッピングを目的とした訪日旅行に関して

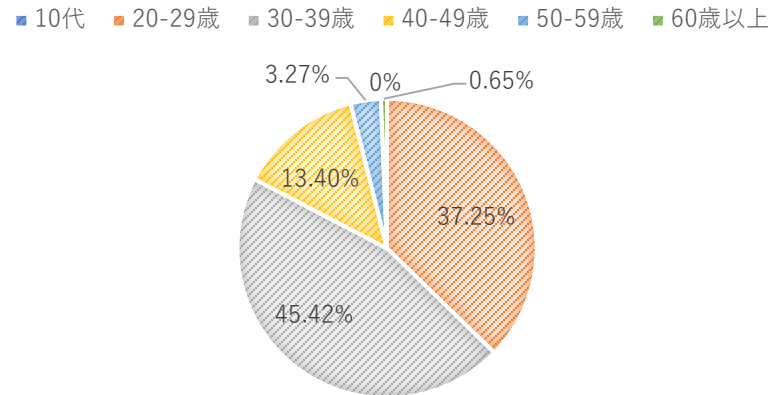
■ 調査実施機関：Pasia株式会社/Syno Japan株式会社

回答者属性(N=306)

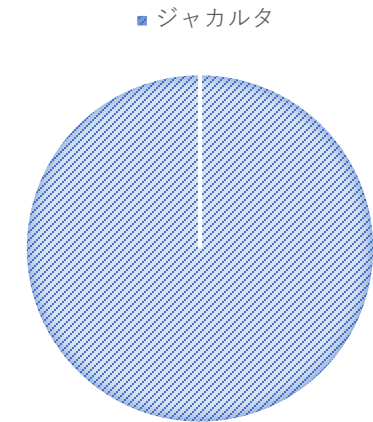
性別



年齢



居住地



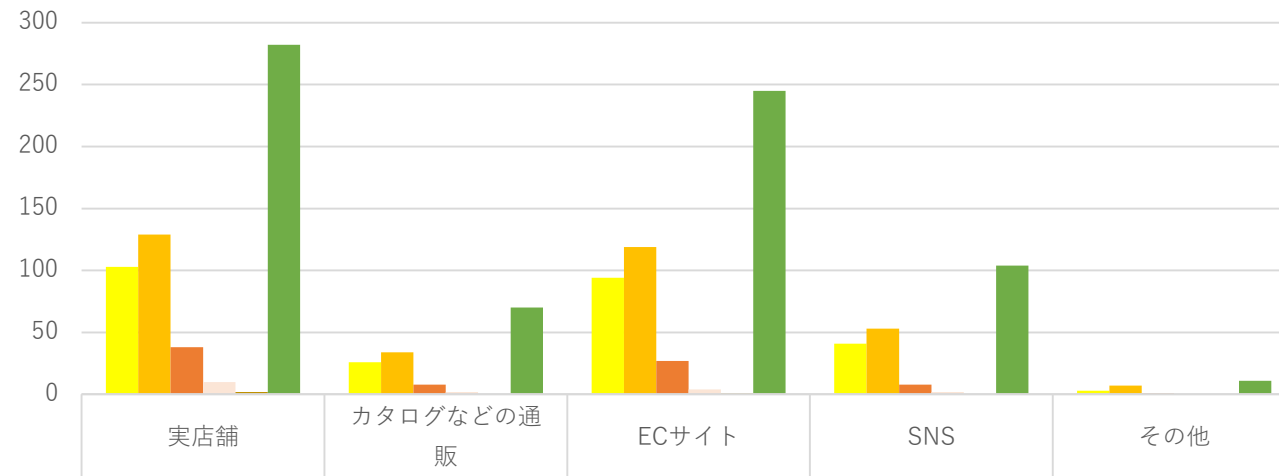


調査結果の
詳細と
現地担当者
コメント
(例)

洋服購買チャンネル

Q1 洋服を、普段どこで買い物しますか？（MA）

- ジャカルタ在住の女性の98%は、洋服を実店舗で購入している。
- 二番目のECサイト（80%）は、特に20代（82%）、30代（86%）は、40代以上と比べても非常に高く、この傾向はSNS状の購買でも見られる。



【PASIAコメント】

- 実店舗で買い物をする人がECサイトを利用しない理由として、ECサイトの掲載写真が実物と違っていたから（サイズ、色、形など）という声が多数上がっているが、その他の理由としては実店舗であれば実際に洋服を見て試着することもできるので、安心して楽しくショッピングすることができる、といった声も聞かれる。
- ショッピングへ行く時間のない多忙な人やインドネシアの道路渋滞を避けたいと考えている人はECサイトを好んで利用しているようだ。

■ 20-29歳(N=114)	103	26	94	41	3
■ 30-39歳(N=139)	129	34	119	53	7
■ 40-49歳(N=41)	38	8	27	8	1
■ 50-59歳(N=10)	10	2	4	2	
■ 60歳以上(N=2)	2		1		
■ 総計 (N=306)	282	70	245	104	11

洋服購買のECサイトの具体名

Q1-FA ECサイトで洋服を買い物すると回答した方にお伺いします。具体的なECサイトの名前をお答えください。(FA)

- 洋服を購入するTop 3 サイトとして、Lazadaが65人、Zaloraが55人、Tokopediaが42人となった。以下は、下記のテーブル参照。

【PASIAコメント】

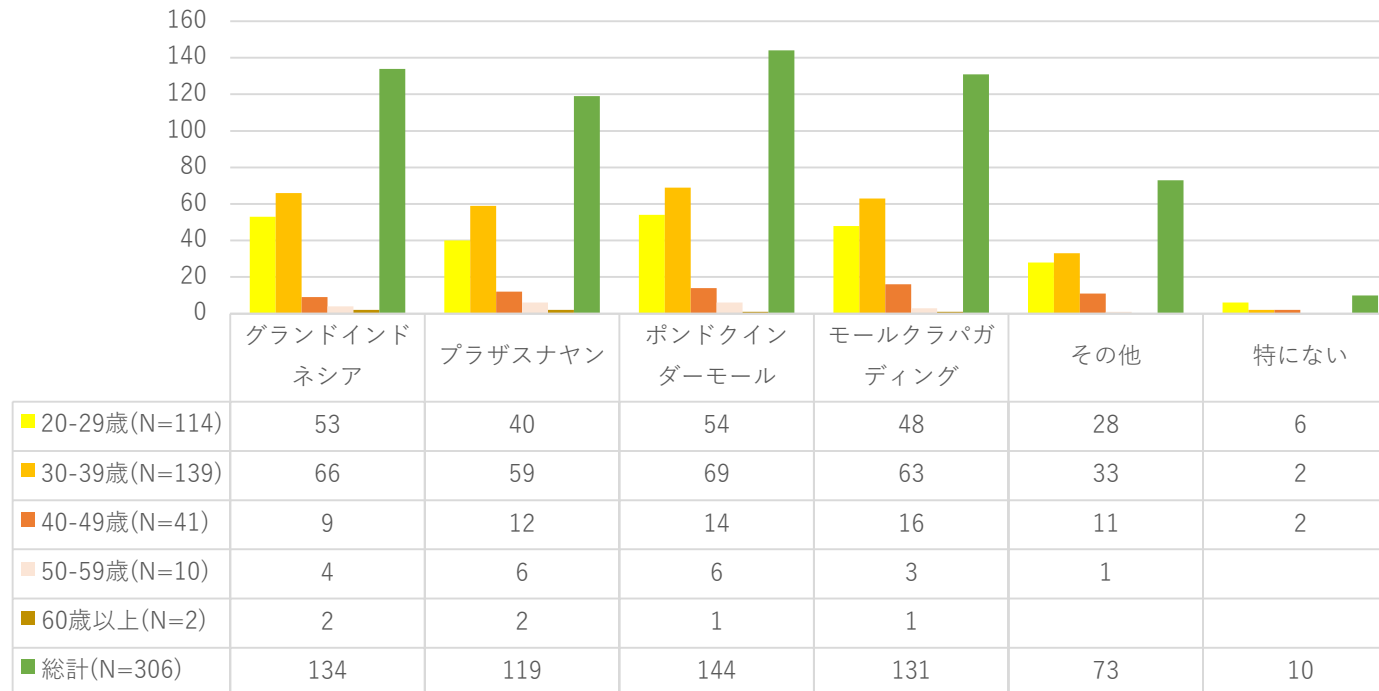
ECサイトトップ10	回答数
Lazada	65
Zalora	55
Tokopedia	42
Shopee	22
Elevenia	16
Berrybenka	12
Matahari Mall	11
Bukalapak	10
Qoo10	10
blibli	9

- 洋服専用サイト「Berrybenka」は、品質もよく、インドネシア芸能人もよくそのサイトから購入をしている。（芸能人SNSにBerrybenkaのプロモーションがある。）
- 「Zalora」と「Elevenia」は日本の大手ECサイトのように使い易く、着払いができるので安心して便利である。
- インドネシアはECのマーケットとして今後の期待が大きい。
- インドネシア人のニーズをくみ取り、いかにハートをゲットできるのかが、勝敗のカギとなりそうだ。

好きなショッピングモール

Q2 好きなショッピングモールを教えてください。(MA)

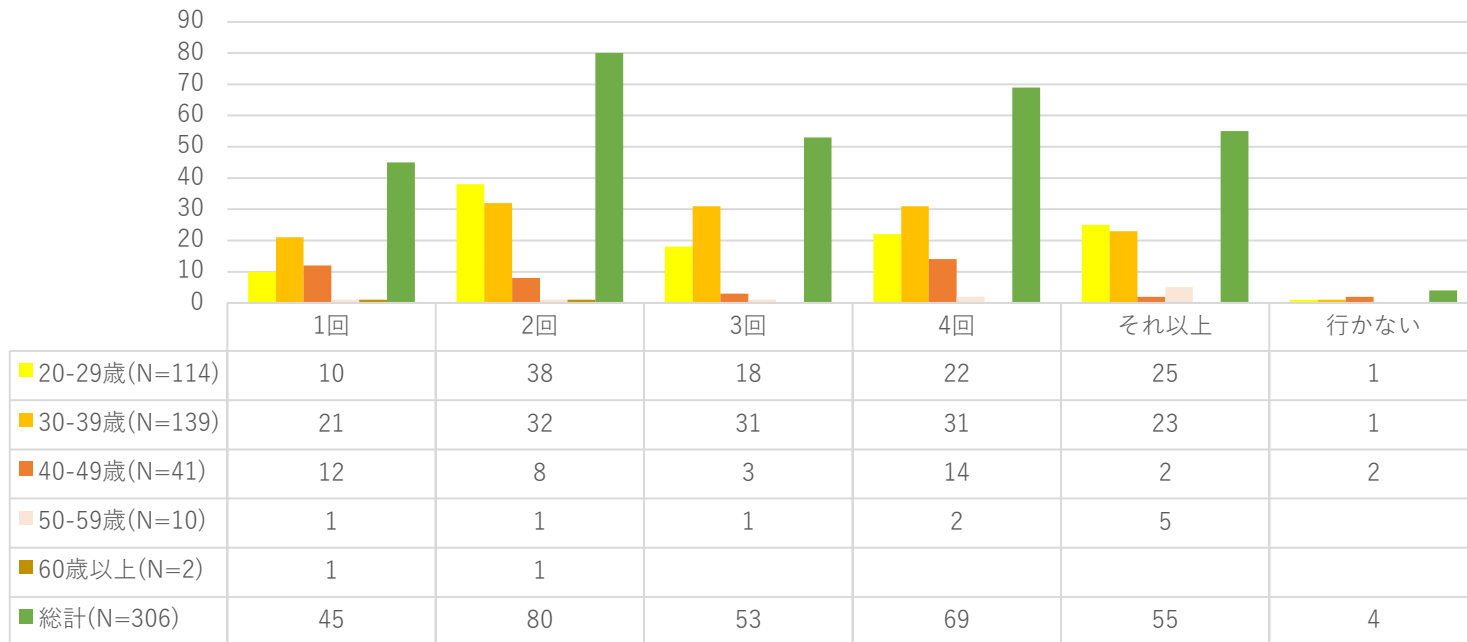
- 一番人気のショッピングモールは、全世代で「ポンドクラパガディング」。
- 二番目以降は、世代間で若干の違いがあった。(例：40代は、「モールクラパガディング」)



ショッピングモールに行く回数

Q3 一か月に何回くらいショッピングモールに行きますか？ (SA)

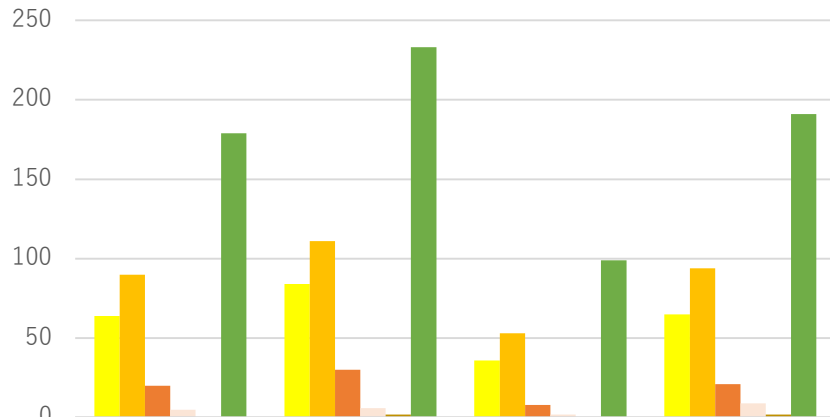
- 「一か月に二回」ショッピングモールに行く人が一番多い。
- 「行かない」と答えた人は、全体の1%以下。



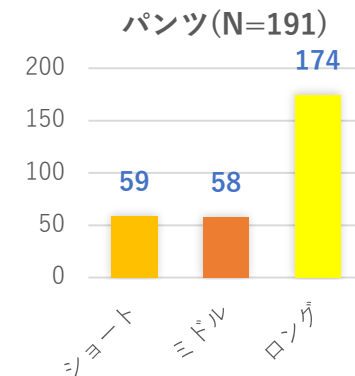
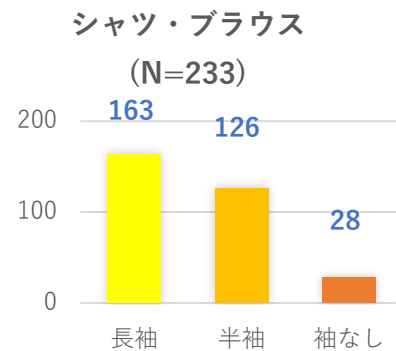
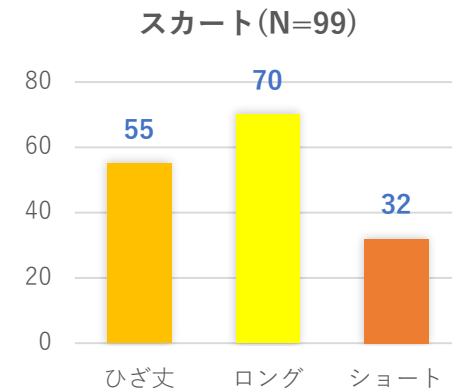
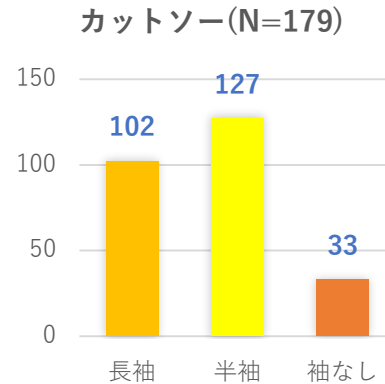
良く着るアイテム

Q4 よく着るアイテムを教えてください。(MA)

- 良く着るアイテムは、全世代で「シャツ・ブラウス」、その中でも長袖が一番選ばれている。
- スカートの着る頻度は、他のアイテムよりも少なく、スカートの中でも70%以上がロングスカートを着ている。



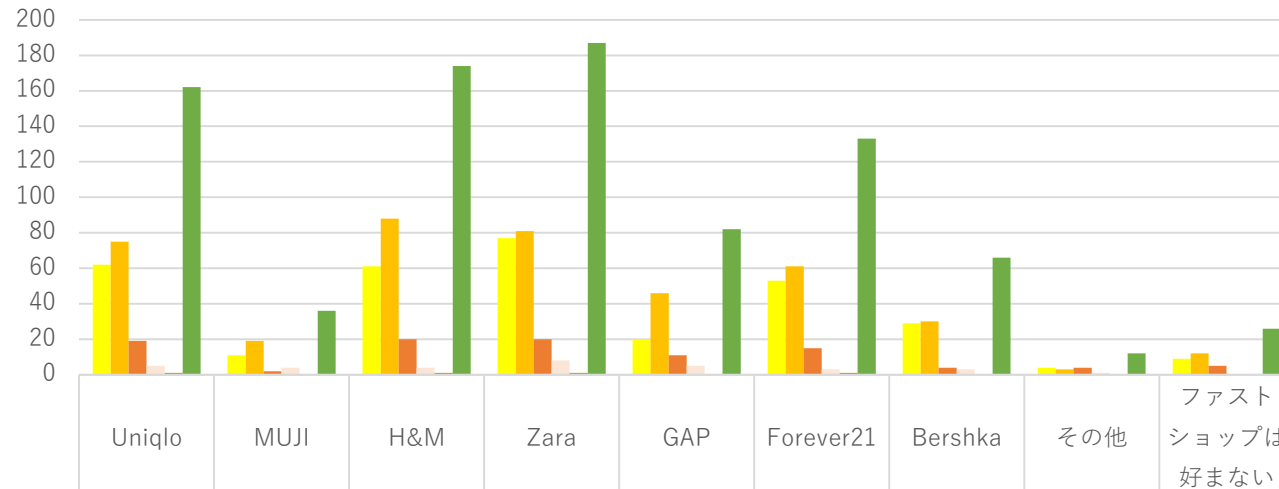
■ 20-29歳(N=114)	64	84	36	65
■ 30-39歳(N=139)	90	111	53	94
■ 40-49歳(N=41)	20	30	8	21
■ 50-59歳(N=10)	5	6	2	9
■ 60歳以上(N=2)		2		2
■ 総計(N=306)	179	233	99	191



好きなファーストファッション

Q5 一番好きなファーストファッションは？(SA)

- 「Zara」が全体で一番人気のファーストファッションブランド、続いて「H&M」、「Uniqlo」。
- 世代別では、30代は「H&M」が一番人気のブランド

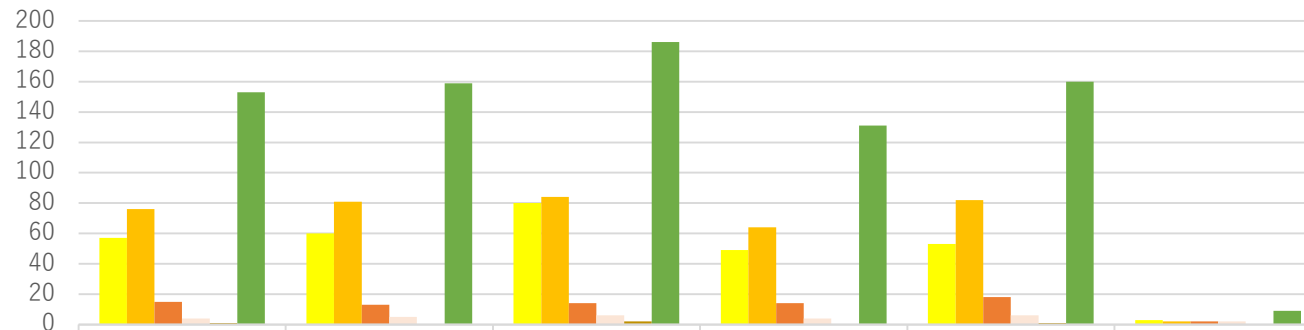


	Uniqlo	MUJI	H&M	Zara	GAP	Forever21	Bershka	その他	ファーストショップは好まない
20-29歳(N=114)	62	11	61	77	20	53	29	4	9
30-39歳(N=139)	75	19	88	81	46	61	30	3	12
40-49歳(N=41)	19	2	20	20	11	15	4	4	5
50-59歳(N=10)	5	4	4	8	5	3	3	1	
60歳以上(N=2)	1		1	1		1			
総計(N=306)	162	36	174	187	82	133	66	12	26

その理由（ファーストファッション）

Q6（Q5で回答したファーストファッション名）が一番好きな理由は何ですか？(MA)

- 「商品の豊富さ（サイズなど）」が好きな理由TOP、続いて「シンプルだから」、「安価だがファッション性がある」

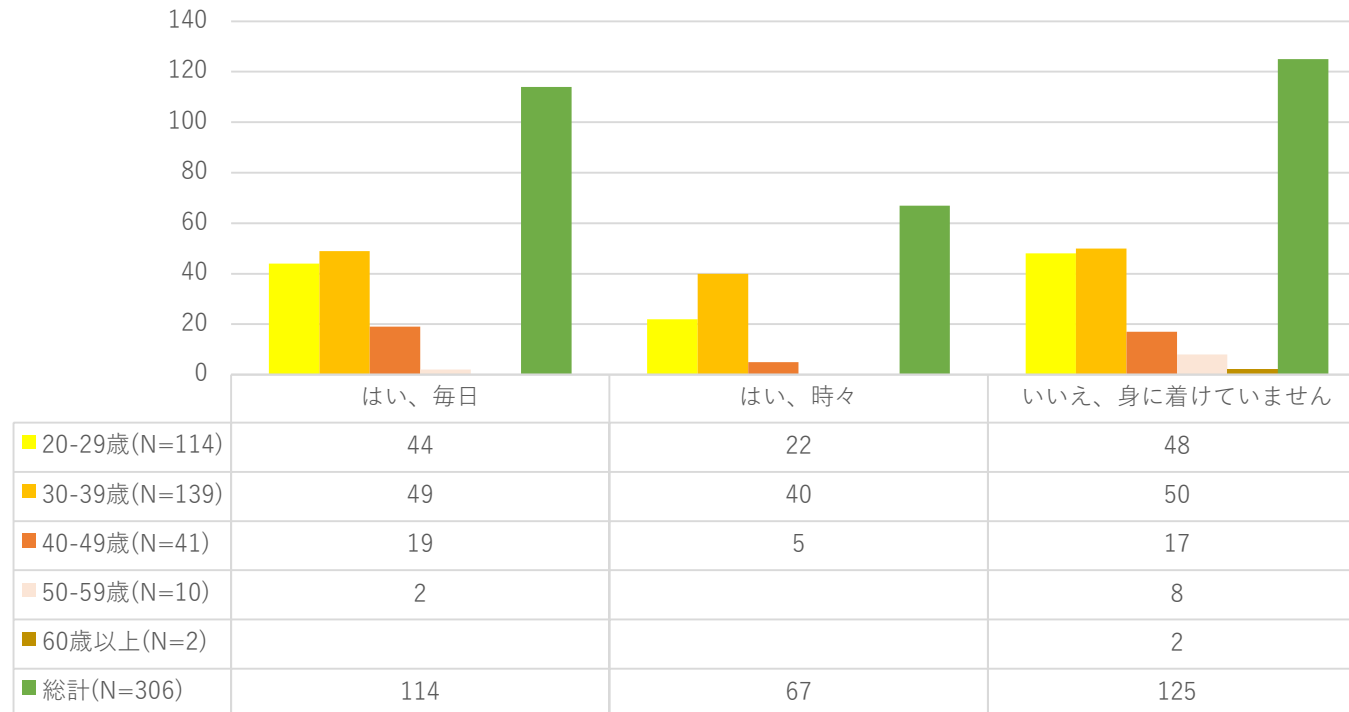


	安価だが品質がよい	安価だがファッション性がある	商品の豊富さ(サイズなど)	実用的	シンプルだから	その他
20-29歳(N=114)	57	60	80	49	53	3
30-39歳(N=139)	76	81	84	64	82	2
40-49歳(N=41)	15	13	14	14	18	2
50-59歳(N=10)	4	5	6	4	6	2
60歳以上(N=2)	1		2		1	
総計(N=306)	153	159	186	131	160	9

ヒジャブの着用頻度

Q7 ヒジャブを身に着けていますか？(SA)

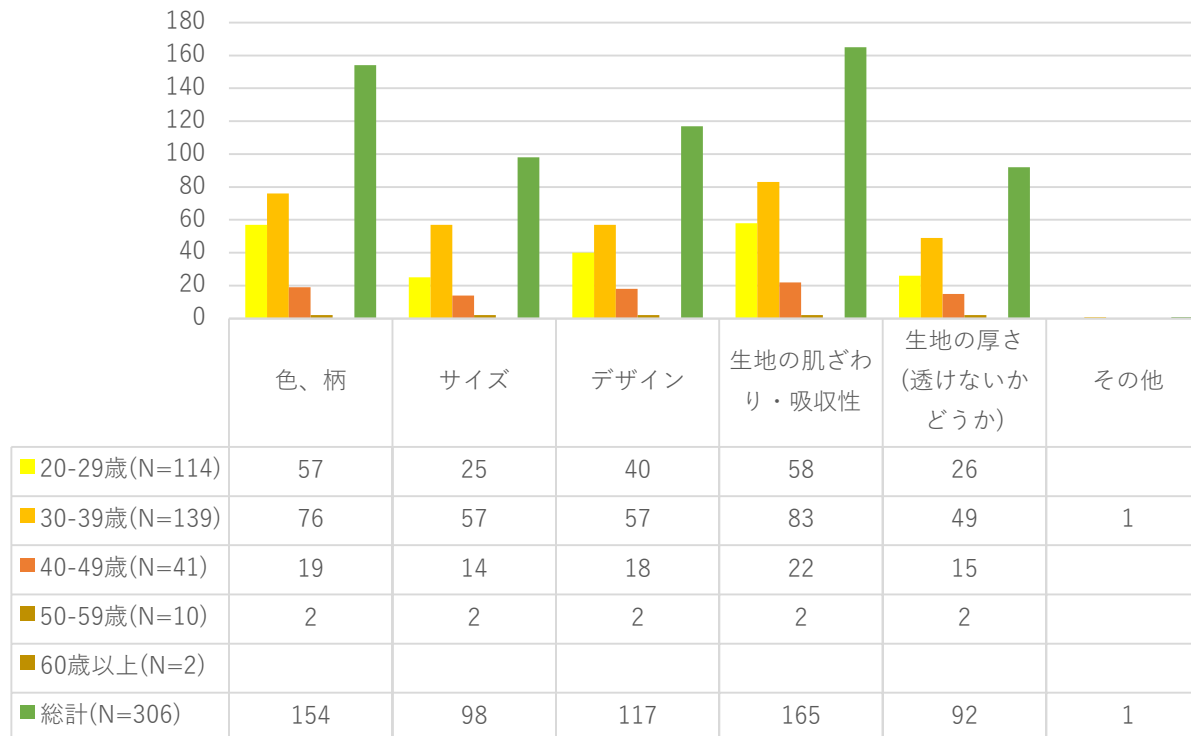
- 「毎日身に着ける」人は、全体の37%。一方で「身に着けない」人は、全体の41%



ヒジャーブ購入のポイント

Q8 (Q7で1あるいは2と回答した方にお伺いします) ヒジャーブを買うときのポイントは？

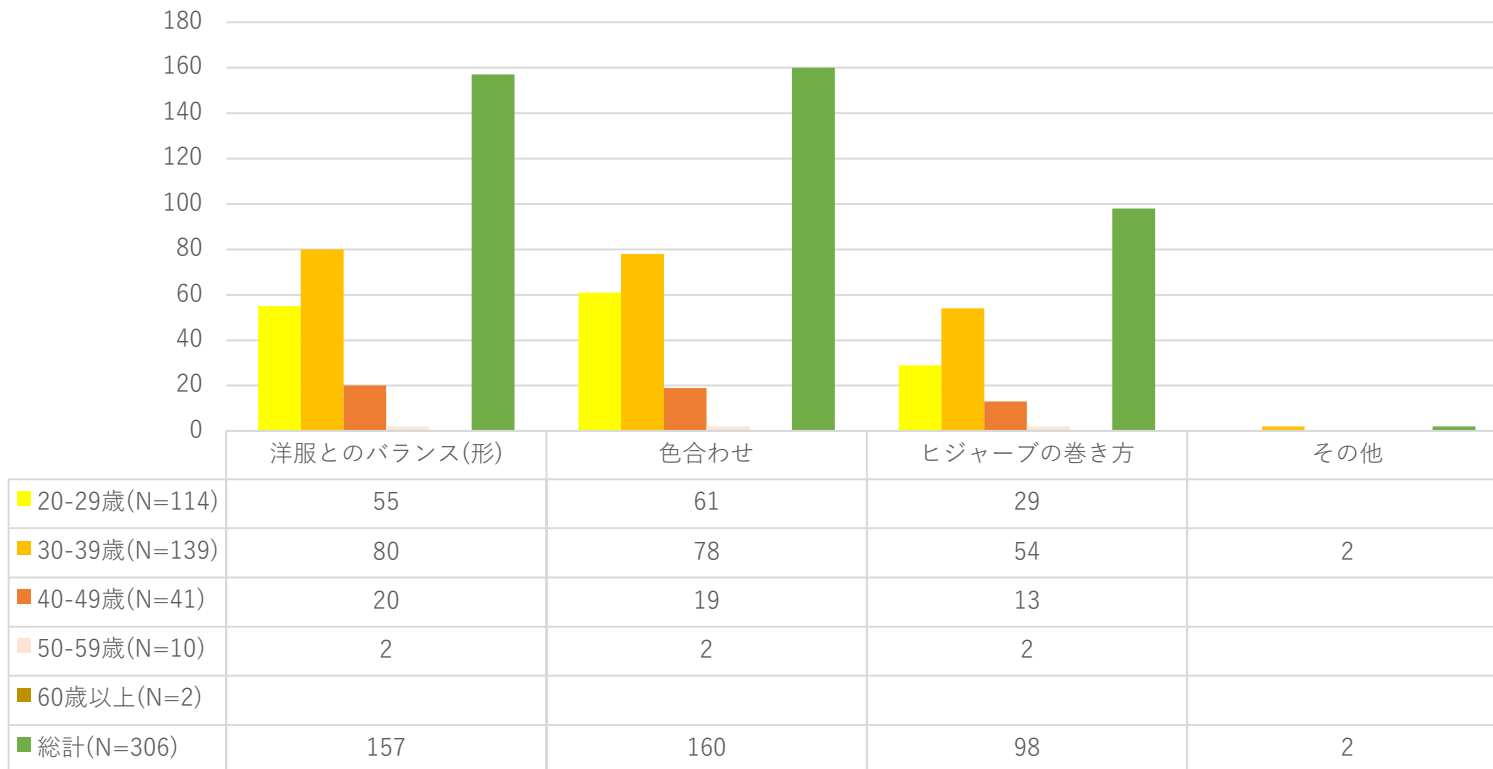
- 「生地肌の肌触り・吸収性」が一番の購入ポイント。続いて、「色、柄」、「デザイン」



ヒジャーブファッションで好きなもの

Q9 ヒジャーブを洋服とコーディネートする時に気を付けることは何ですか？

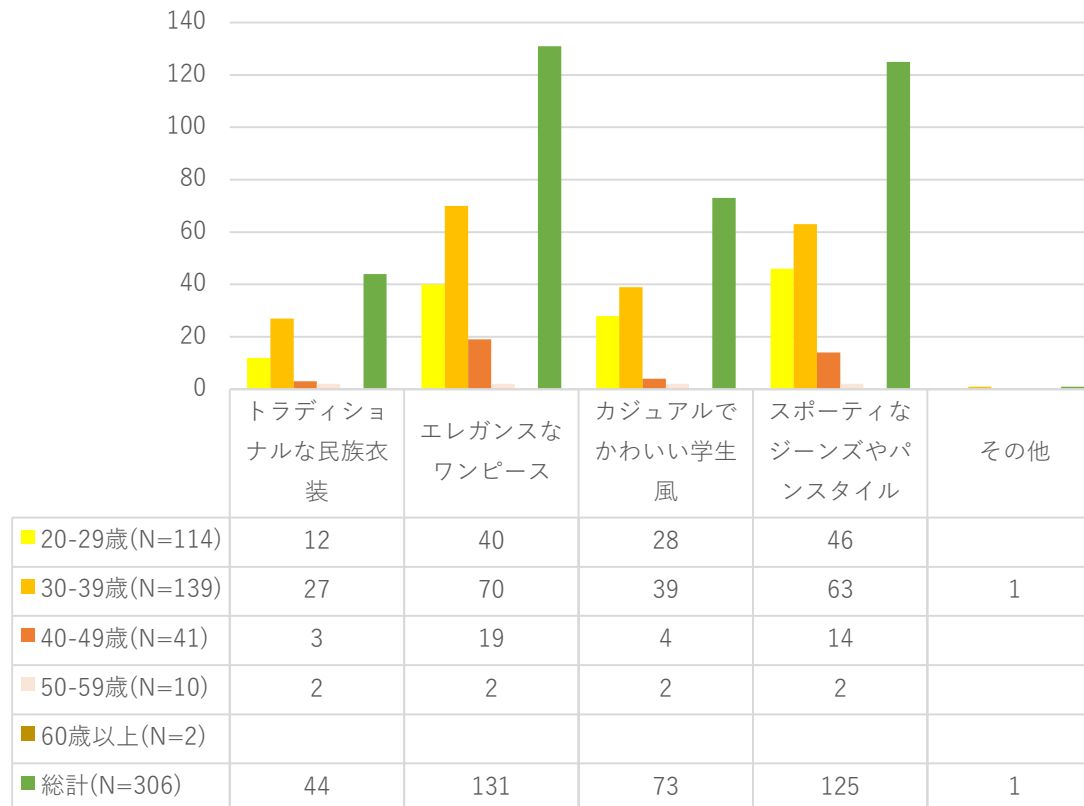
- 全体で「色合わせ」が一番気を付けるポイントで、続いて「洋服とのバランス（形）」
- 30代は、「洋服とのバランス（形）」を一番重視



ヒジャーブと洋服のコーディネート

Q10 ヒジャーブファッションで好きなコーディネートは次のうちどれですか？(MA)

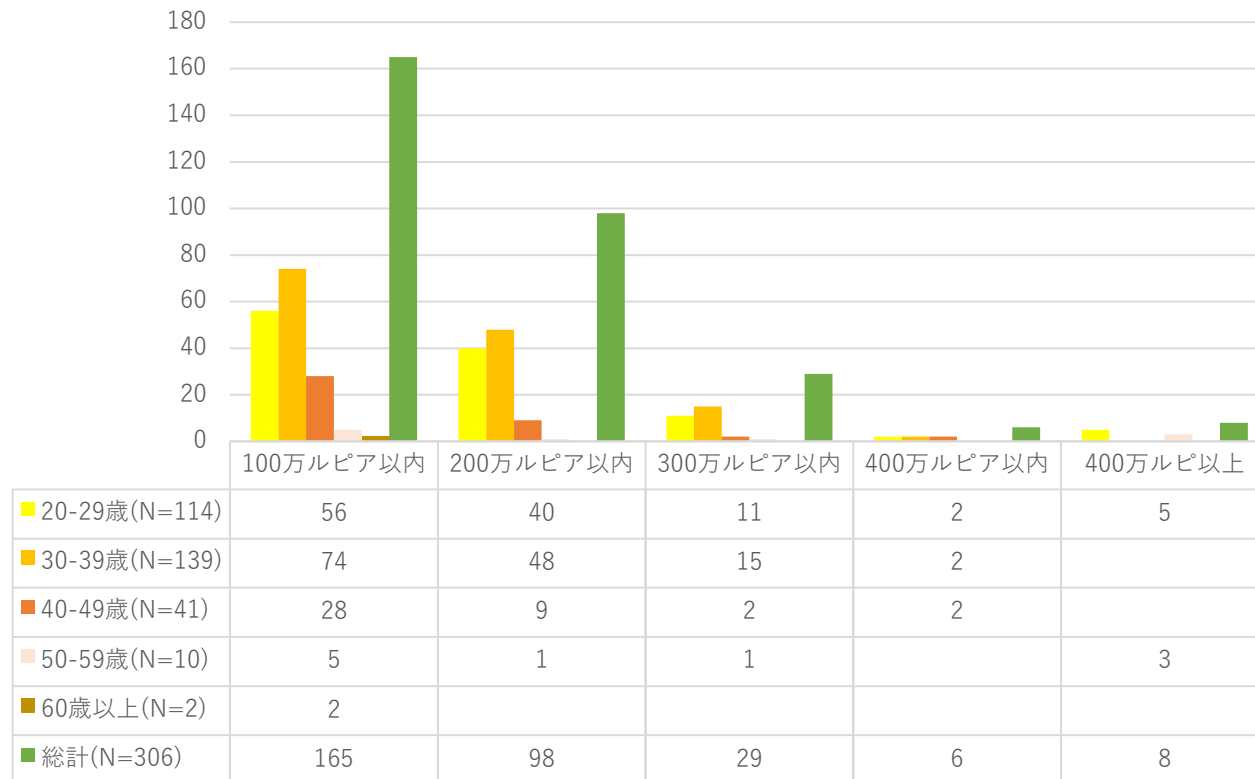
- 「エレガントなワンピース」が一番好きなコーディネート。続いて、「スポーティなジーンズやパンツスタイル」



1か月の洋服代

Q11 一か月にいくらくらい洋服にお金を使いますか？(MA)

- 全世代共通で、「100万ルピア以内」が一番洋服に使う金額。



本レポートに関するお問い合わせ先
PASIA株式会社（担当：大島）
TEL 03-6407-8013
Email info@pasia.co.jp

