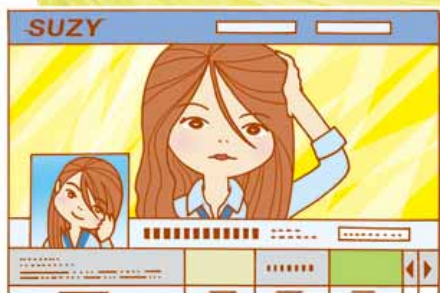


Asian Suzyの「アジアのるつぼ」は、
アジア各国・地域から寄せられた生活・文化情報を、
Asian Suzy編集長が採用の可否を判断し
皆さまにお届けするコラムです。



2012年5月1日 Vol.11

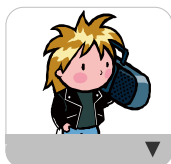
SNSなう

～アジアのソーシャルメディアの使い方～

最近よくテレビや新聞で話題になっているSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）。

SNSとは、人と人とのつながりを促進・サポートする、コミュニティ型のWebサービスのことをいいます。代表的なものとしては、140文字以内の短文をつぶやけるシンプルな『Twitter』、チャットやメール、写真や動画はもちろん、幅広いアプリケーションが用意されている『Facebook[®]』などがあります。

ある機関のSNSの調査 表1によると、各国のインターネット総人口に占めるSNSの利用者の割合は、日本は88%となっています。アジア各国・地域に目を向けると、フィリピン、インドネシアなどでは普及率が95%を超え100%近くとなっています。そこで今回は、アジア各国・地域ならではのSNSの使い方をピックアップ！



SNSを「家族アルバム」がわりに使う フィリピン



アジアでSNS普及率No.1のフィリピン。パソコン普及率は10%以下に留まっていますが、人々は主にFacebook[®]を利用してSNSを楽しんでいます。

出稼ぎ大国として知られるフィリピンでは、他国に比べて家族が離れ離れに暮らすことが多く、Facebook[®]には両親の誕生日を祝う写真、子供の入学式や遠足などの家族写真が溢れています。「家族と日常を共有すること」が目的のフィリピン人が撮る写真は顔のアップばかり。背景や景色がないので、いつどこで撮った写真なのかわからなくなってしまう・・・という笑い話もあるそうです。



家族思いが多いフィリピンでは、結婚式だけでなくお葬式の写真を撮って共有するのもメジャーなようです。フィリピンのお葬式は、遺族の寂しさを紛らわせるため、麻雀卓を囲んで夜通しお酒を飲みます。お葬式の写真を公開すると聞くとびっくりしますが、楽しげに食事する人たちの写真を見ると、さながらお祭りのようです。仕事の都合や費用の面からお葬式に参列できない時は、SNSで写真を見て故人を悼んでいるのです。

【表1】 SNSの普及率および平均利用時間

	フィリピン	インドネシア	マレーシア	韓国	シンガポール	台湾	インド	ベトナム	香港	日本
普及率 (%)	98.0	97.3	96.6	96.3	96.0	95.7	95.7	94.6	94.4	88.0
1人あたりの月間平均利用分数	492.3	317.6	353.2	189.1	240.1	339.2	201.9	168.5	256.9	180.8

【出所】(C)2012年 コムスコア調べ「ソーシャル・ネットワーキング・アクティビティに関する調査」(2012年3月)を基に国際投信投資顧問作成。
インターネット カフェなどの公共のコンピュータ、および携帯電話・PDAからのアクセスを除く。



Facebook[®]を「名刺」がわりに使うインドネシア

アジアのSNS普及率No.2のインドネシア。その特徴として、米国・インド・ブラジルに次ぐFacebook[®]利用大国であることが挙げられます。

Facebook[®]ではプロフィール欄に、住所、性別、出身校、勤務先のほか、信仰や政治観、使用言語といった多岐にわたる項目を入力することができます。インドネシアの人々はこのプロフィール欄を、名刺代わりに利用しているのです。

階級社会のインドネシアでは、名刺に「資格」や「出身校」、「貴族階級」といった多くの情報が印刷されビジネスにおいてその重要性は日本以上ともいわれます。しかしFacebook[®]が普及した今は、自己紹介の際に互いのアカウントを交換し、それ以降はFacebook[®]で連絡を行うことが増えているのです。忙しくてなかなか会う機会がなかった人にメッセージを送ったり、役員やキーマンを紹介してもらったりしています。

Facebook[®]でつながっていれば、転職しても大丈夫。転職後も、個人同士の関係を維持することができるのです。Facebook[®]のプロフィールは言うなれば『個人の名刺』です。会社に属する自分ではなく、自分自身。インドネシアはバーチャルな世界でも自己表現するお国柄と言えます。



SNSで「結婚の予行練習」をするインド

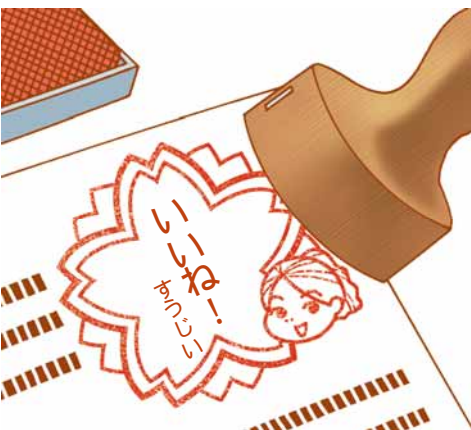
日本では「婚活」という言葉を耳にする機会が増えましたが、インドでも独身者の間では「結婚」が話題の中心です。

前回のコラムでもご紹介しましたが、お見合い結婚が8割以上のインドでも、結婚相手を探すために「出会い系サイト」のニーズが高まっています。インドの大衆紙が行なった調査では、6割近い独身者が恋愛結婚を望んでいると答えています。

そこでインドでは、独身男性が結婚生活をイメージできるようにと、結婚の練習を行なうSNSのサービスが登場しています。献身的な妻A、高飛車な妻B、やんちゃな妻C、キャリア志向の強い妻Dの4人の中からタイプの1名を選びます。電話番号を登録すると、自動音声サービスでバーチャル妻から電話がかかってくる。

たとえば献身的な妻Aを選ぶと、朝に「お弁当はきちんと食べてね。あなたの好物を作ったんだから」、夕方には「夕飯には帰ってきてね」などやさしいメッセージが届きます。高飛車な妻Bを選ぶと、「さっさと帰ってきなさいよ」というメッセージが届くという具合です。さまざまなタイプの女性との会話に慣れると同時に、何かとイベントの多い結婚後の対応力を磨くことが期待されています。

2人きりのデートにまゆをひそめられる文化や両親からのプレッシャーの中、独身男性たちはSNSでコミュニケーション力を磨き、恋愛結婚を目指しているのです。



日本に目を向けると、これまでSNSは主に友達との交流や食べ物の日記として使われていました。しかし、東日本大震災の際は、停電で使えなくなったテレビやつながりにくくなった電話に代わり、安否確認や支援情報を収集する手段として主にTwitterが利用されました。

地震発生とほぼ同時に被害情報や安否情報が発信され、その数分後には各国の言語に翻訳されていました。SNSはそのスピード感や情報の拡散力で、災害時のライフラインとして存在感を増しているのです。このSNSの力を、孤立しがちな高齢化や過疎化問題の解決策の切り札にできないか? という動きも始まっています。

『Asian Suzyのアジアのるつぼ』のインデックスページでは、バックナンバーをご覧いただくことができます。

『Asian Suzyのアジアのるつぼ』のインデックスページはこちら

ご意見、お問い合わせはこちらまで

【電話】  0120-759311 受付時間 / 営業日の9:00 ~ 17:00

【本資料に関してご留意頂きたい事項】

本資料は投資判断の参考となる情報の提供を目的として、国際投信投資顧問が作成したものです。本資料は投資勧誘を目的とするものではありません。なお、以下の点にもご留意ください。

本資料中のグラフ・数値等はあくまでも過去のデータであり、将来の経済、市況、その他の投資環境に係る動向等を示唆あるいは保証するものではありません。

本資料の内容は作成基準日のものであり、将来予告なく変更されることがあります。

本資料は信頼できると判断した情報等をもとに作成しておりますが、その正確性、完全性等を保証するものではありません。

本資料中で使用している商品名は、個別商品の推奨を目的とするものではありません。