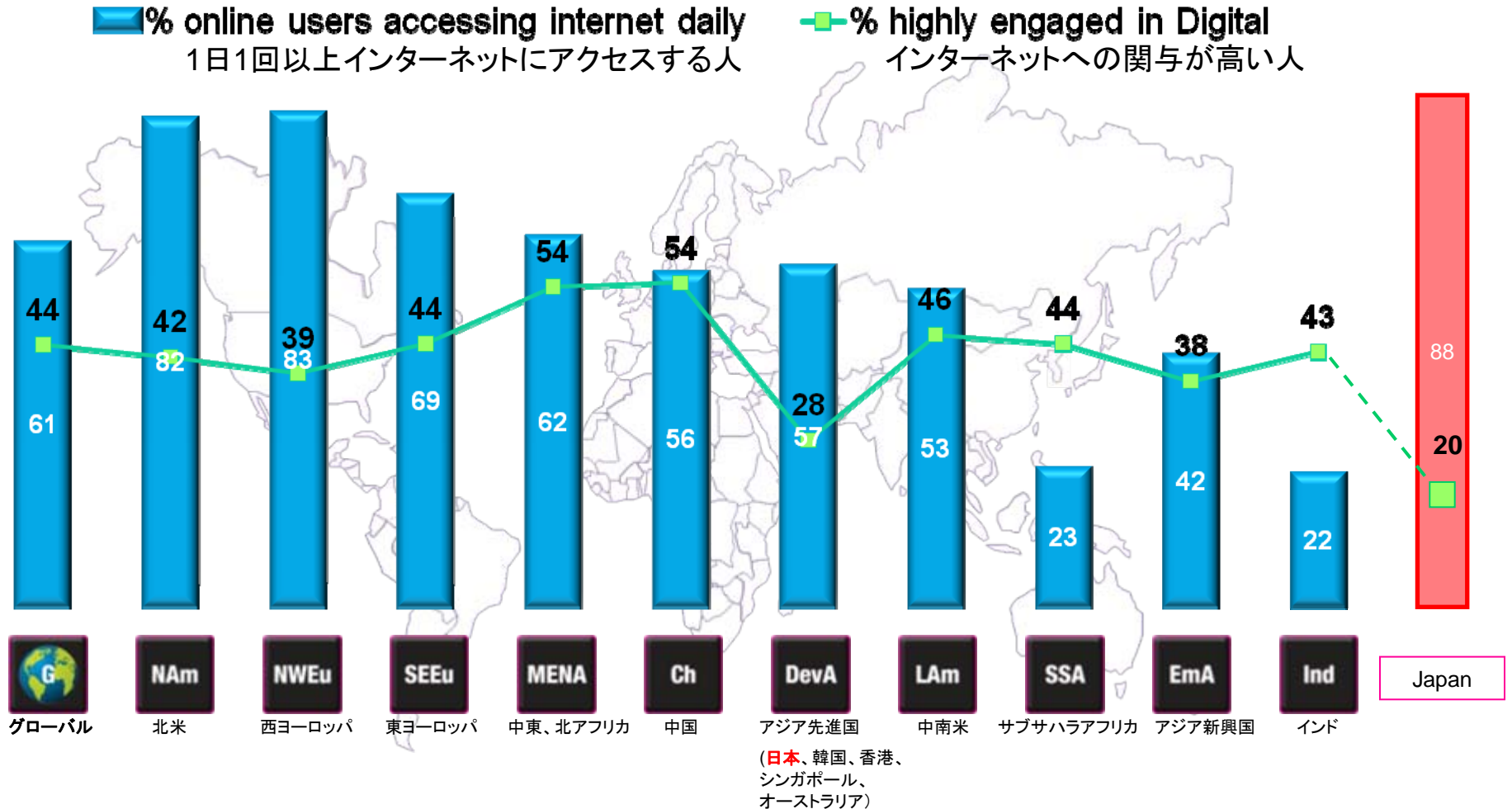


# 地域別、インターネットに対する態度 (インターネット後進国の方が、むしろ関与が高い)



Digital engagement index is a measure of consumer engagement in digital; S5: How often access  
Base: All respondents, n=48804



## 46カ国別、11オケーションの利用状況;(1日1回以上利用)

	グローバル	アジア先進国	日本
ソーシャル・ネットワーキング	46%	28%	19%
電子メール	72%	76%	74%
買物以外の情報収集	39%	34%	27%
生活上の準備や計画	19%	18%	13%
個人的な興味・関心	21%	16%	9%
モノやサービスの購入	12%	12%	6%
購入前の情報収集	24%	24%	16%
ニュース/スポーツ/天気	55%	55%	52%
個人的な興味・関心	46%	45%	40%
映像/音楽鑑賞	37%	25%	17%
オンラインゲーム	27%	20%	14%





# 46カ国別、ソーシャルネットワーキングでの平均友人数 およびランキング

Market	Average SNS Friends	Rank
Malaysia	233.1	1
Brazil	231.1	2
Norway	216.7	3
Poland	201.9	4
Indonesia	198.6	5
Greece	198.1	6
Portugal	196.4	7
Turkey	189.6	8
Israel	184.4	9
Argentina	184.3	10
Singapore	183.6	11
Thailand	178.6	12
USA	178.5	13
LUXEMBURG	176.6	14
Philippines	171	15
UK	164.2	16
Italy	159.6	17
Denmark	156.4	18
Kenya	154.6	19
Belgium	154.5	20
Canada	150.4	21
Australia	143.8	22
Finland	138.4	23

Market	Average SNS Friends	Rank
South Africa	132.5	24
Mexico	126.2	25
Austria	119.2	26
Hong Kong	119.1	27
Netherlands	115.8	28
Sweden	106.4	29
France	95.5	30
Estonia	91	31
Spain	90.7	32
Egypt	90	33
Saudi Arabia	86.4	34
Vietnam	86.2	35
Uganda	79.3	36
Russia	77.7	37
Germany	75.1	38
UAE	74.6	39
India	72.1	40
Morocco	69.4	41
China	67.3	42
Nigeria	57.6	43
South Korea	49.9	44
Tanzania	37.9	45
Japan	28.7	46

