

自主調査結果のご案内

キルギス ライフスタイル自主調査

合同会社 サーベイマイ

2025年12月

対象国:キルギス

対象者条件:20歳～69歳の一般男女

質問数:40問

回収数: N=224

回答者構成比:

	男性	女性
20-29	67	77
30-39	17	23
40-69	28	12

調査期間:2025年9月18日-10月19日

調査実施主体:合同会社サーベイマイ

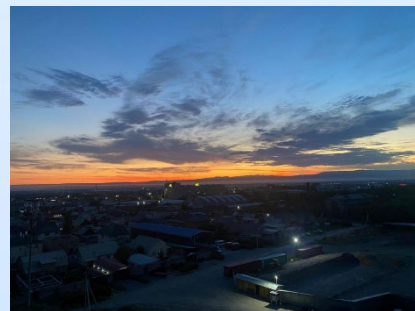
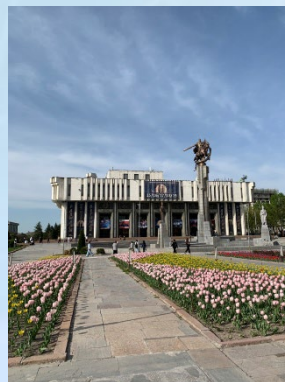
一般情報

人口:約730万人(2025年)

言語:キルギス語・ロシア語

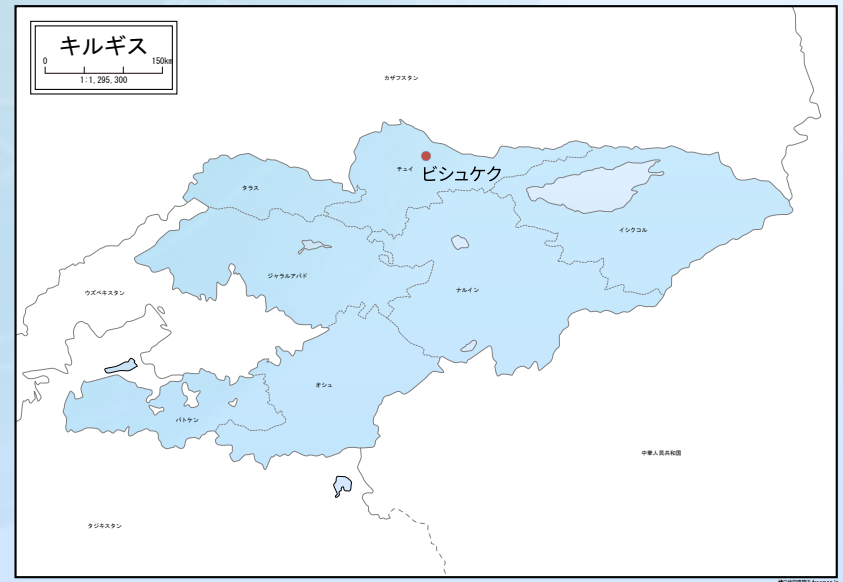
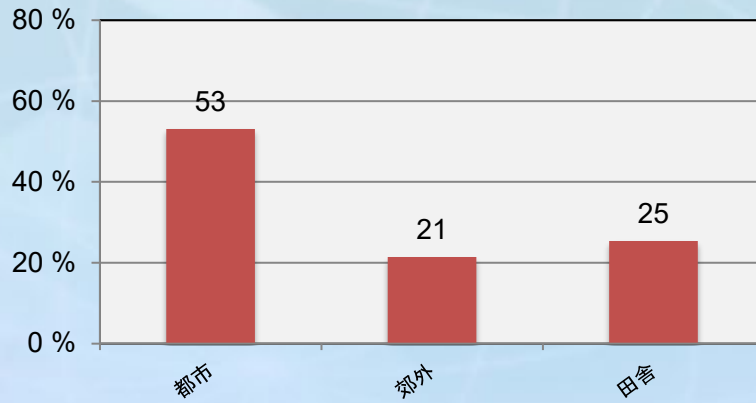
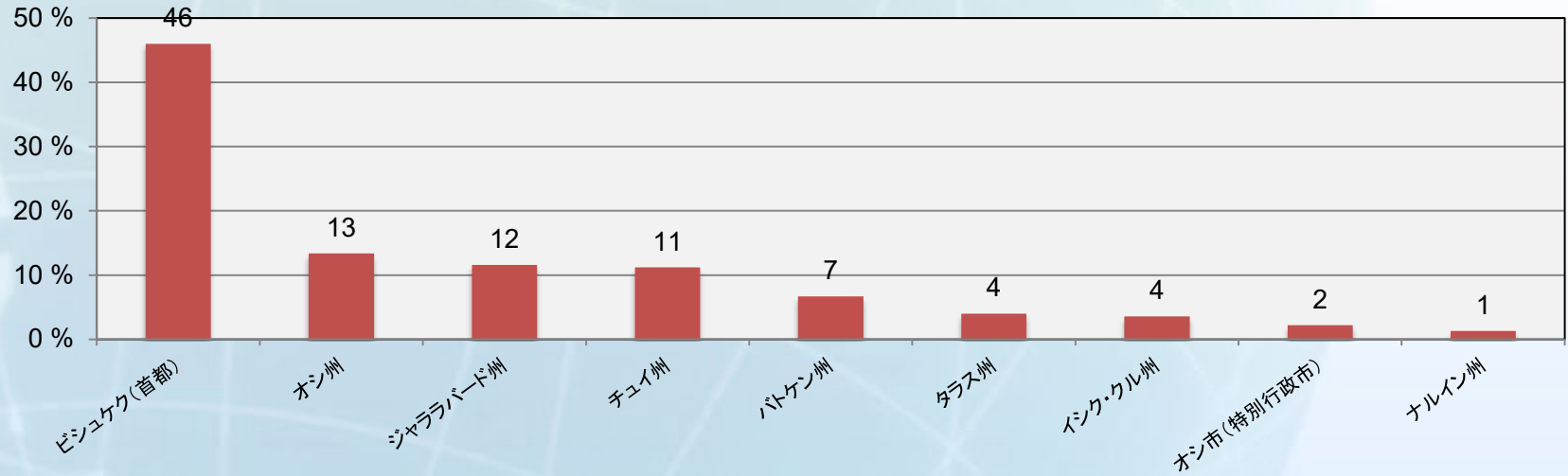
インターネット普及率:88%(2023年)

* <https://www.globalnote.jp/post-1437.html>

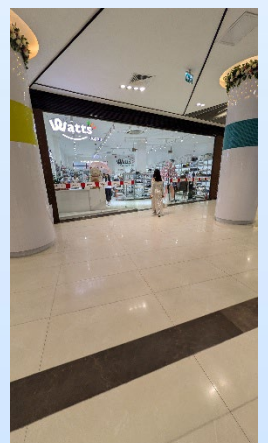
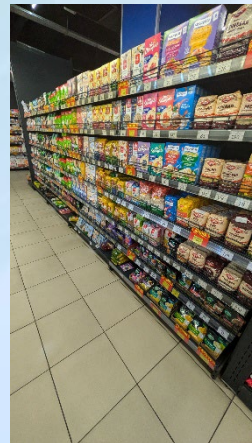
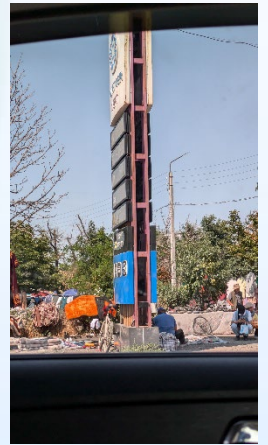
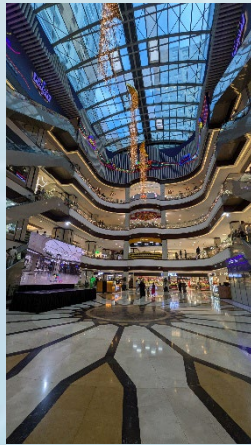


* 回答者提供写真

F 居住地 (SA)

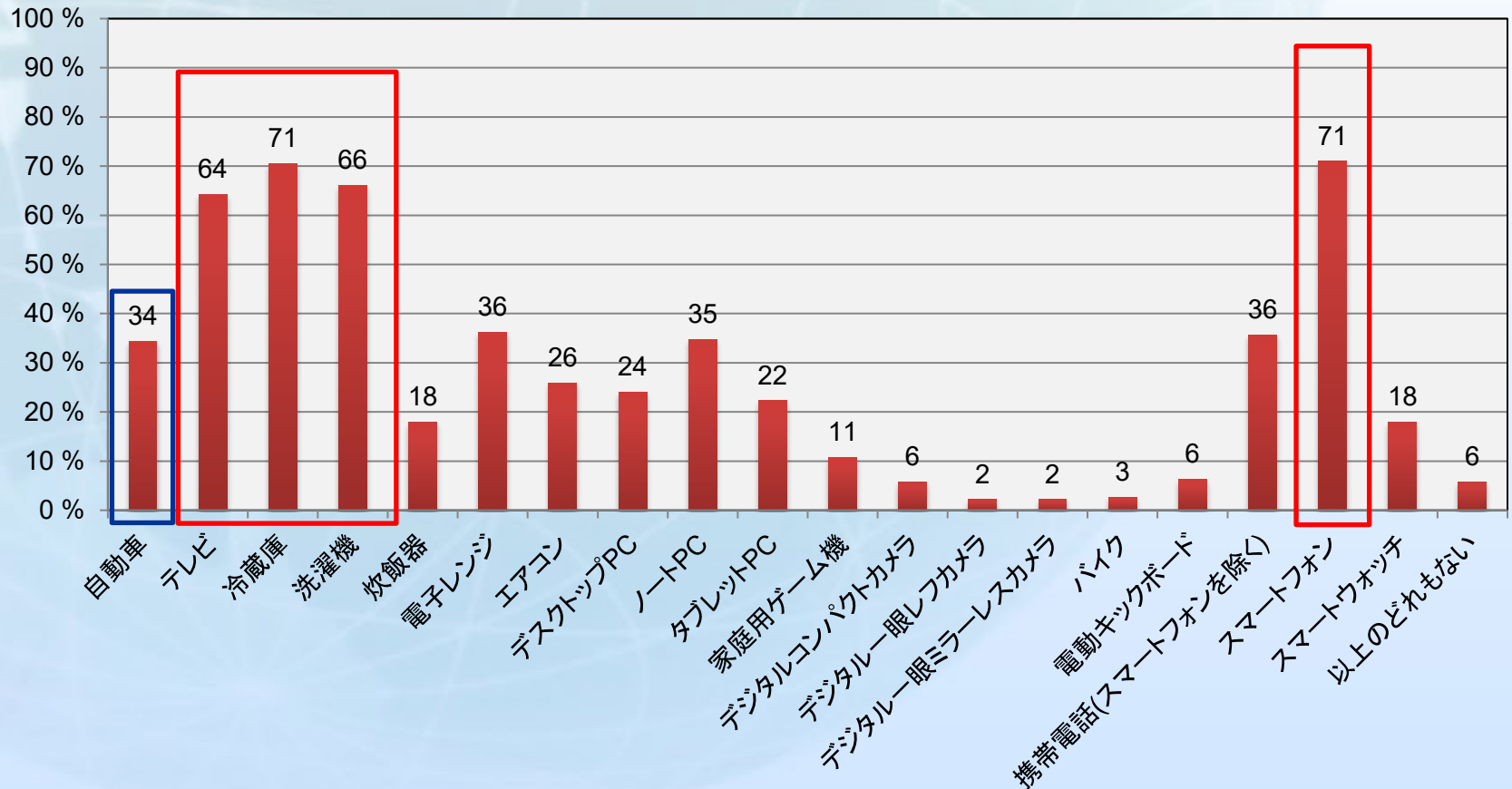


首都ビシュケクは自然と都市が融合するキルギスの中心地。壮大な天山山脈の北麓に位置し、豊かな自然とソビエト連邦時代の建築様式が融合した独特の景観が特徴です。



スマートフォンが7割と高い普及率を示し、生活インフラとして定着。
一方で、自動車など高額耐久財は依然として限られた層に留まる。

Q 以下の商品カテゴリーの中で、現在所有している物をお答えください。(MA)



中古輸入車市場が中心で、欧州・UAE経由のベンツが14%。
家電は韓国メーカーが堅調。

Q 保有しているブランドをご記入下さい。
複数お持ちの場合にはあなたが一番使っているブランドをお答え下さい。(OA→AC)

※一部製品、保有者ベース

製品名	1位		2位	3位
自動車	Mercedes-Benz	14%	Toyota	Hyundai
TV	Samsung	32%	LG	Yasin
冷蔵庫	LG	24%	Samsung	Avangard
洗濯機	LG	28%	Samsung	Beko
電子レンジ	LG	25%	Samsung	Artel
エアコン	LG	14%	Samsung	Chigo
スマートフォン	Xiaomi	45%	Samsung	Apple

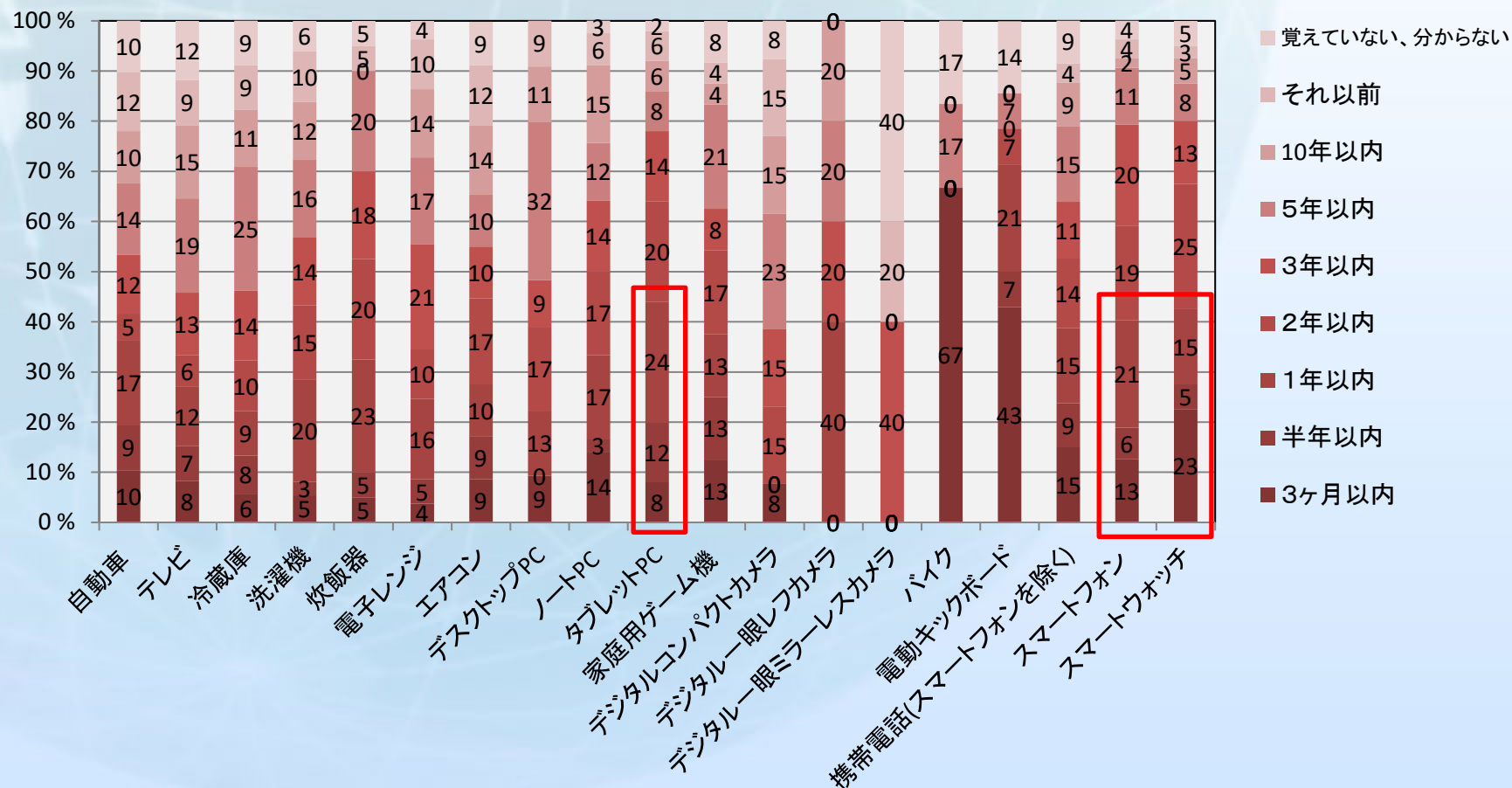
本社での色付け
日本
韓国
中国
米国
欧州
ウズベキスタン
キルギス

※XiaomiはサブブランドのRedmiやPOCOも含む

タブレットPC4.5割、スマートウォッチ・スマホ4割、
保有者は1年以内に購入。

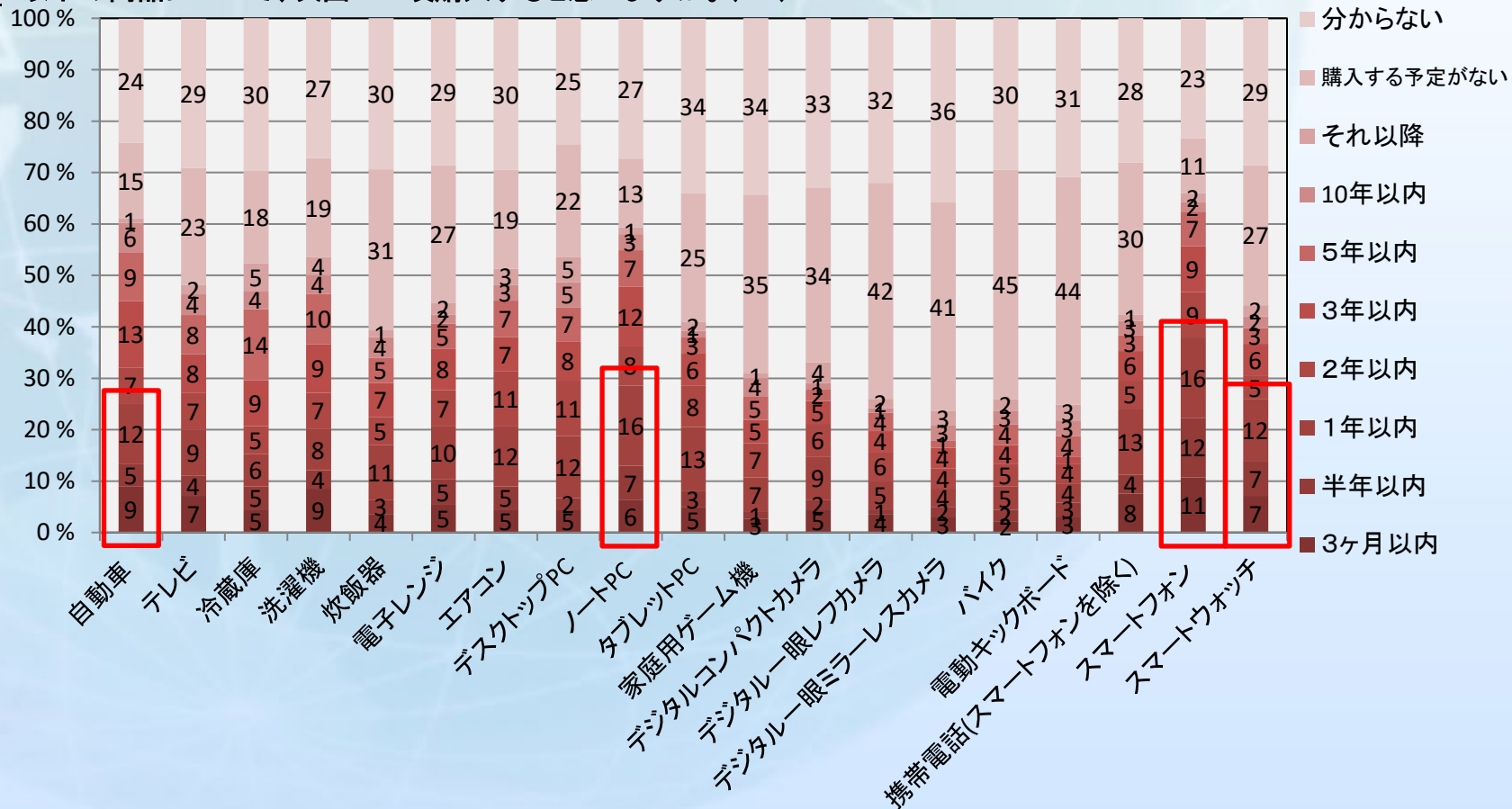
Q 以下の保有している商品について、いつ頃購入しましたか。(SA)

※保有者ベース



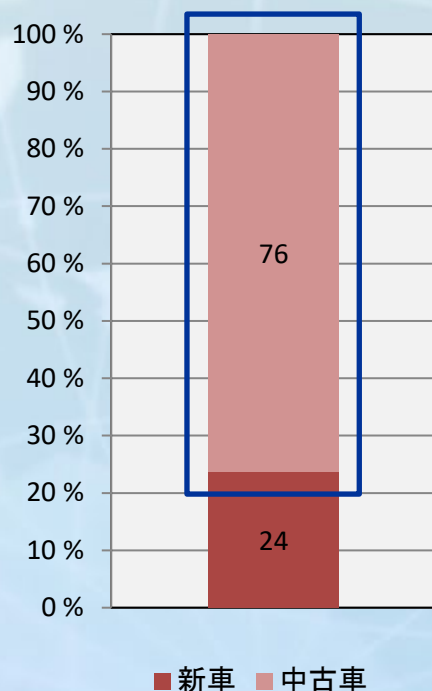
1年以内の購入意向が最も高いのはスマートフォンで4割弱。
ノートPC、スマートウォッチ、自動車と続く。

Q 以下の商品について、次回いつ頃購入すると思いますか。(SA)



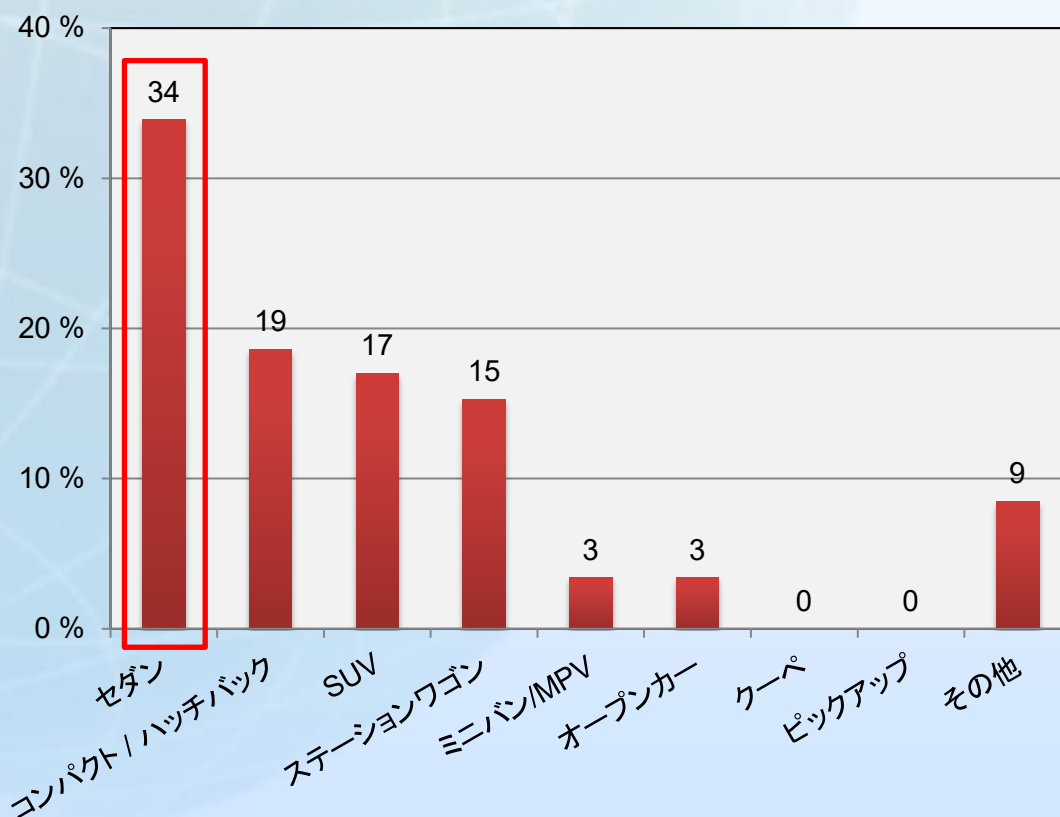
7.5割が中古車で購入、車種はセダンが3.5割。

Q 保有している車は新車で買いましたか、中古車で買いましたか。(SA)



Q 保有している車のタイプをお知らせください。(SA)

※保有者ベース

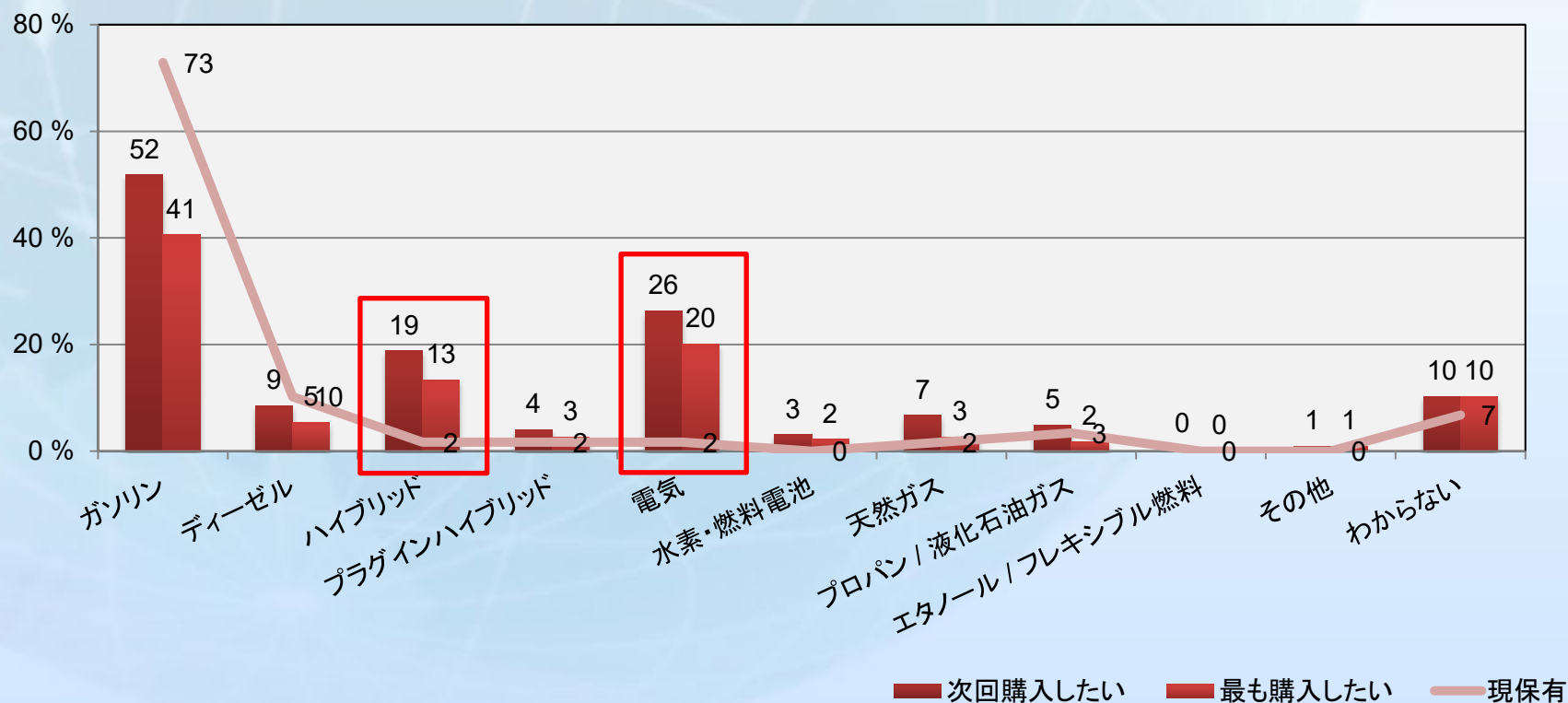


現在保有7割強のガソリン車は安全性と信頼性を重視され、依然主流。
EV関心層は『環境意識』よりも『経済性』を理由に挙げる傾向。

Q 主にあなたが運転している自家用車の燃料タイプについてお答えください。(SA) ※保有者のみ

Q 次に自動車を購入すると仮定した場合、購入したい燃料タイプについてお答えください。(MA)

Q 最も購入したい燃料タイプについてお答えください。(SA)



EV、ハイブリッド車に魅力はあるものの、安全かつ慣れ親しんだガソリン車が人気。

Q 最も購入したい燃料タイプについてその理由をお答えください。(OA)

ガソリン車の選択理由:

- 1. 便利でどこでも使える:**
ガソリンスタンドが多く、給油が早く簡単。地域によっては他の燃料(電気・ガス)が使えない。
- 2. 普及していて安心できる:**
ガソリン車が最も一般的。修理・整備がしやすく、信頼性が高い。
- 3. 安全で信頼できる燃料:**
安全・リスクが少ないと感じる。品質が安定しており、信頼できるスタンドが多い。
- 4. 経済的でコストバランスが良い:**
安い・節約できる・燃費が良い。オクタン等高品質燃料の選択肢もある。
- 5. 習慣・一般性・文化的要因:**
走りが良く、出力が高い。静かでスムーズな運転。

乗用車で最も一般的な
選択肢で、良い出力とス
ムーズな動作を提供しま
す。
(30代男性)

私たちの地域ではガソリ
ンしかありません。
(20代男性)

電気自動車の選択理由:

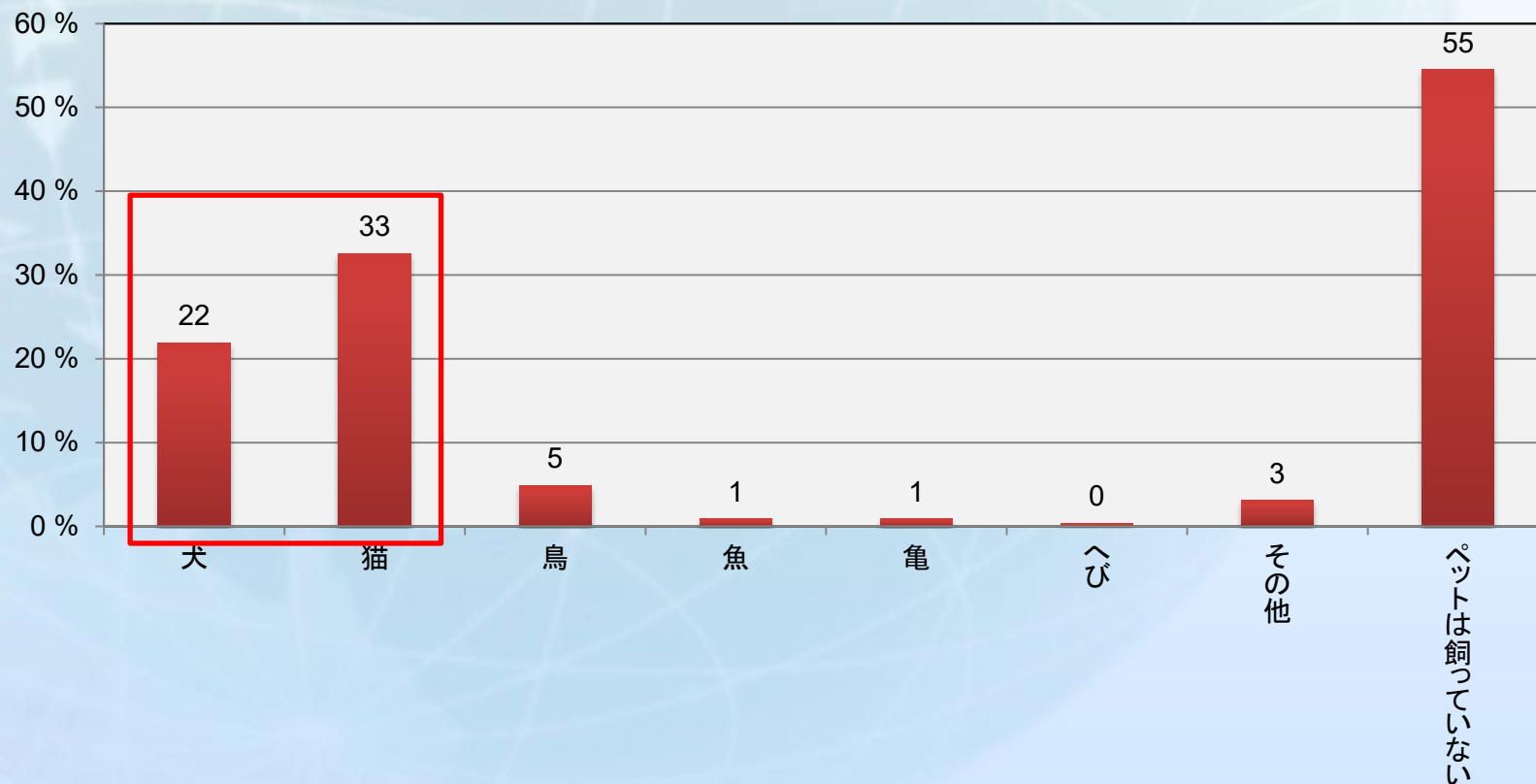
- 1. 経済的でコストを抑えられる:**
燃料代、維持費が低く、長期的に節約できる経済性を重視。
- 2. 環境に優しい:**
大気汚染を防げる・空気を汚さない、自然への害が少ない・環境的に良い「エコ」や「環境保護」を意識した回答が多数。
- 3. 便利で快適:**
充電や走行が便利。スムーズな運転。シンプルな操作性・快適な走り。
- 4. 安全性・品質への信頼:**
より安全品質が高い。メンテナンスリスクが少ないと感じる人も。
- 5. 個人的嗜好・ブランド志向:**
「テスラが欲しい」「好きだから」など感覚的な選好。単に「良いと思う」「気に入っている」など感情的理由。

コストの節約。ガソリンは
今1リットルあたりほぼ1ド
ルですが、電気自動車
の満充電は350~400ソ
ム(630円~700円程度)
です。(40代女性)

高エネルギー密度/静
かで滑らかな運転/入
手のしやすさ/エンジン
適合性/コストパフォー
マンス。
(20代女性)

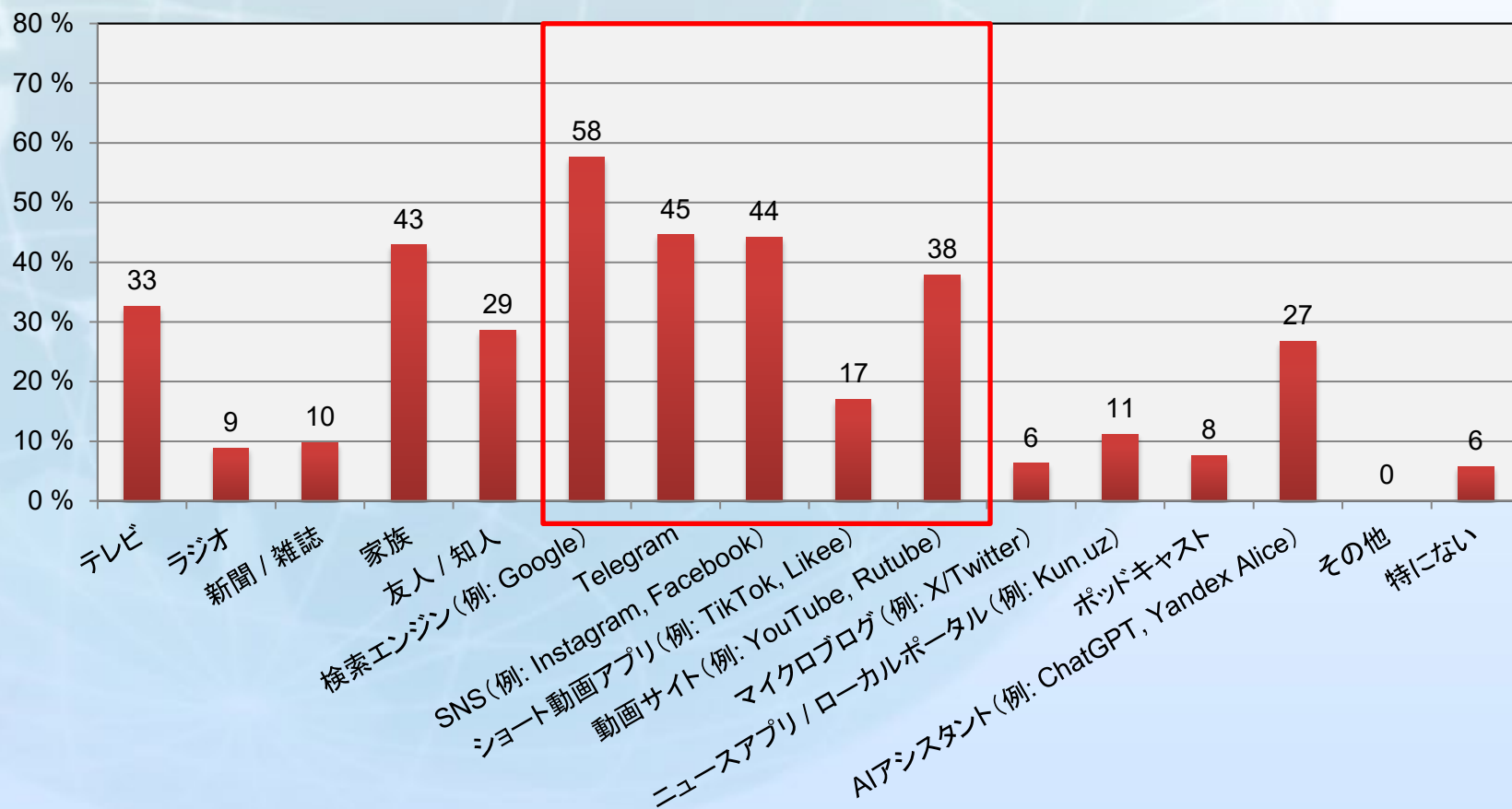
4割強がペットを飼育。猫が最も多く、次いで犬。

Q あなたはどのペットを飼っていますか？(MA)



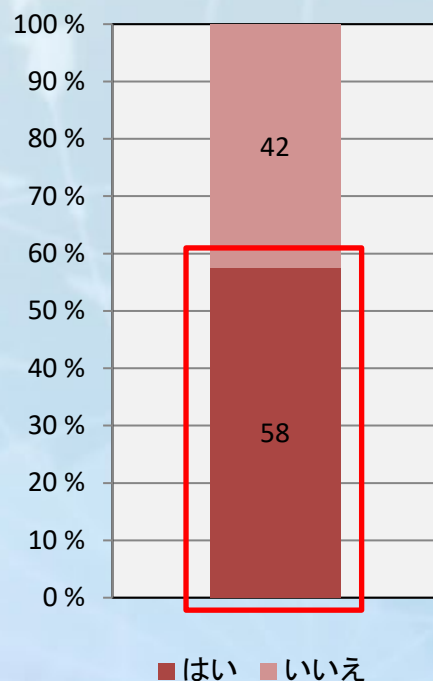
**TelegramやSNSが主要情報経路。
家族からの口伝情報も依然重要で、デジタルと人間関係が共存。**

Q あなたが普段見聞きしている情報源の中で、重視しているものは何ですか。(MA)

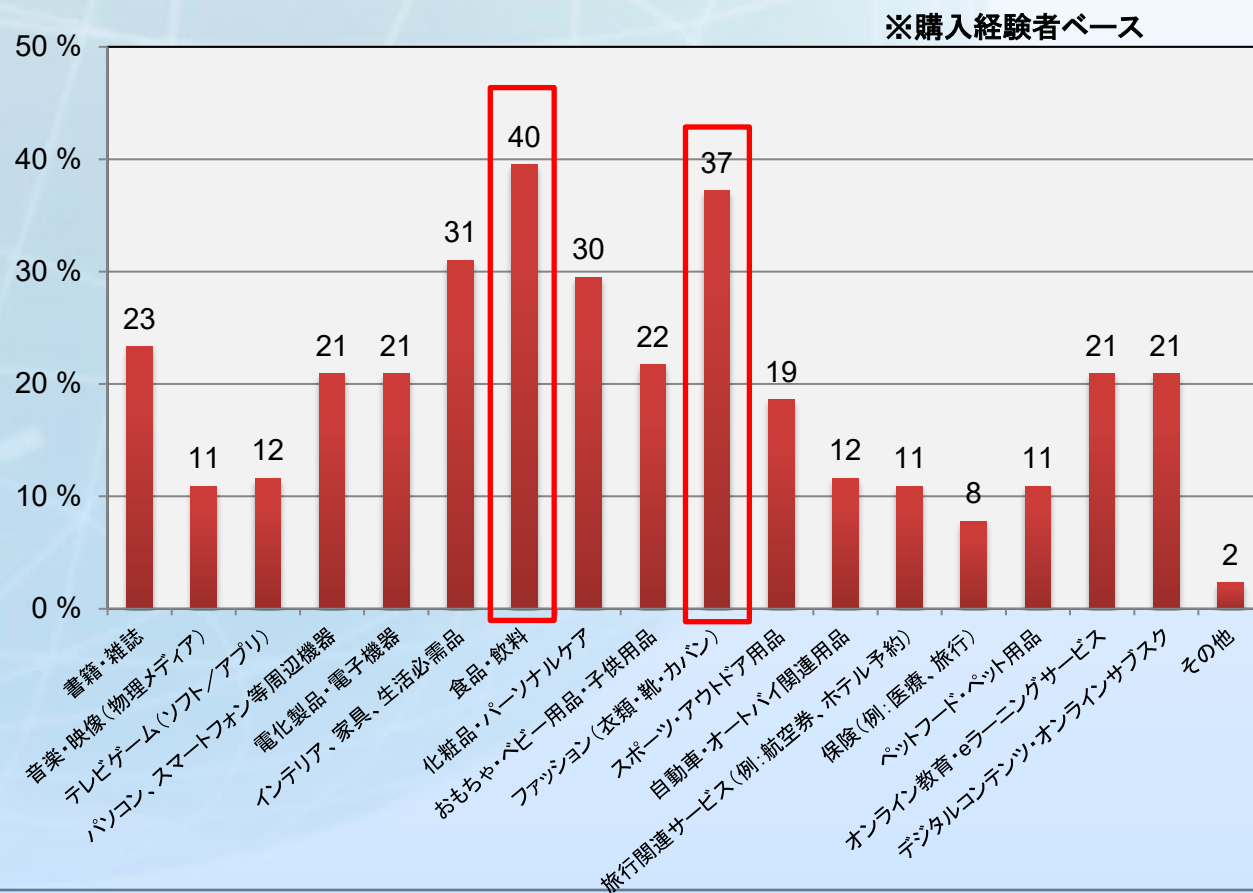


オンライン購入経験は6割弱。 物流基盤の発展とともに日用品・ファッションへの利用が拡大。

Q あなたは過去1年以内にオンラインで商品やサービスを購入しましたか？（SA）

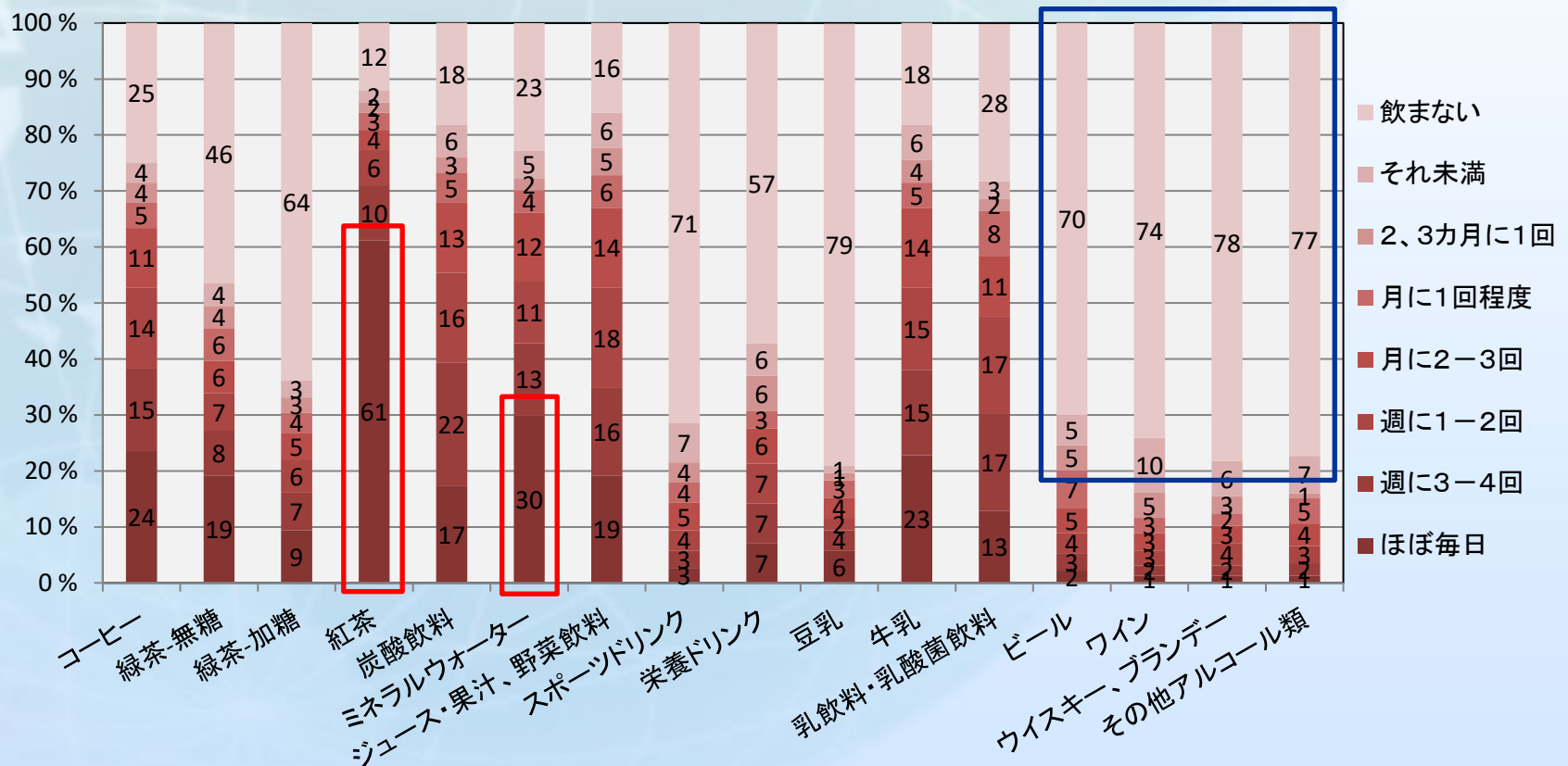


Q この1年間にオンラインで購入した商品・サービスは何ですか？（MA）



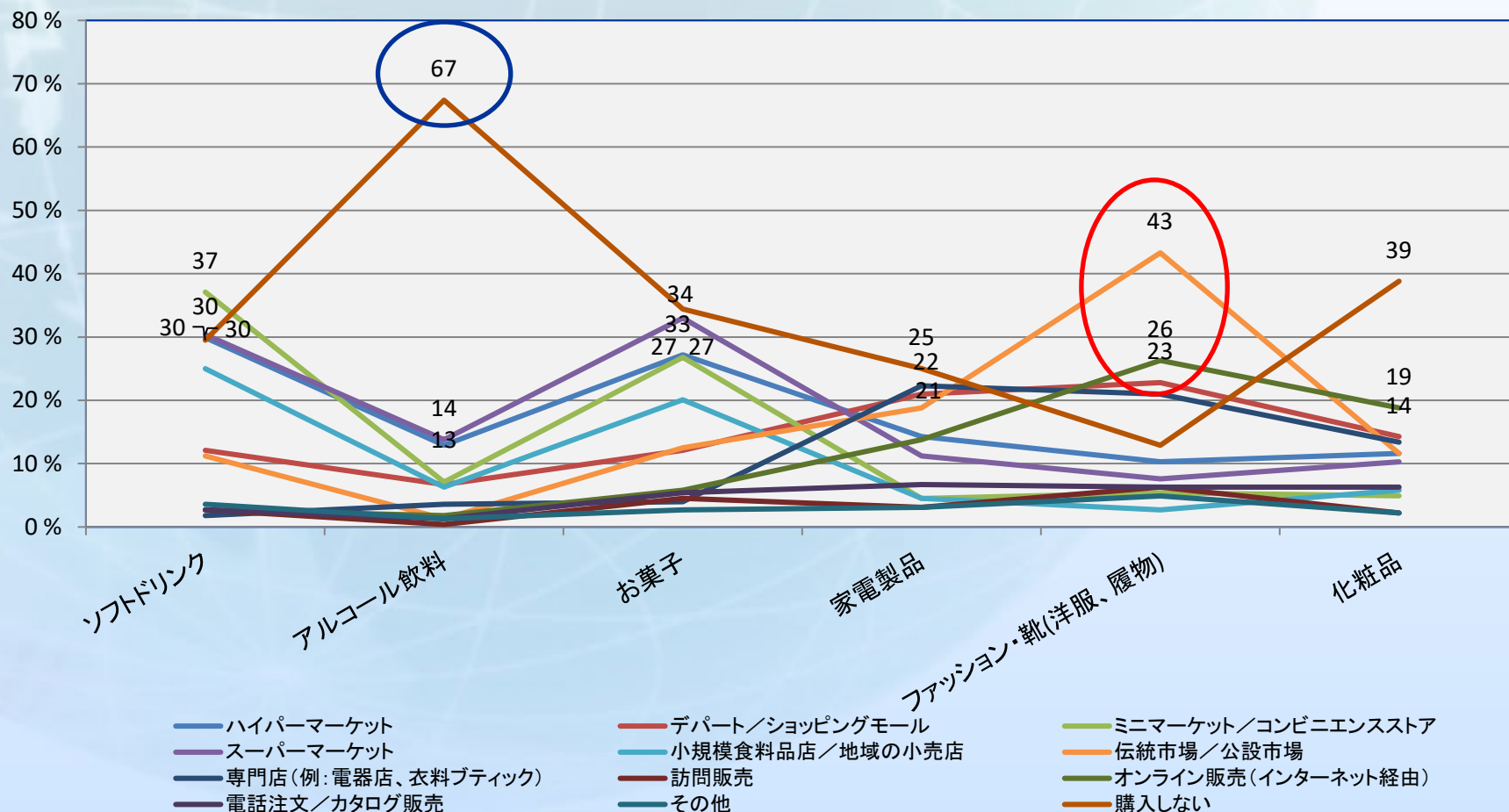
日常飲料として紅茶が定着、ミネラルウォーターが続く。
宗教・健康観の影響でアルコール消費は限定的。

Q あなたは以下の飲料をどの程度飲んでいきますか。(各SA)



ファッション・靴は伝統市場が依然主力も、オンラインが第2勢力として台頭。
宗教・健康観の影響でアルコール消費は限定的。

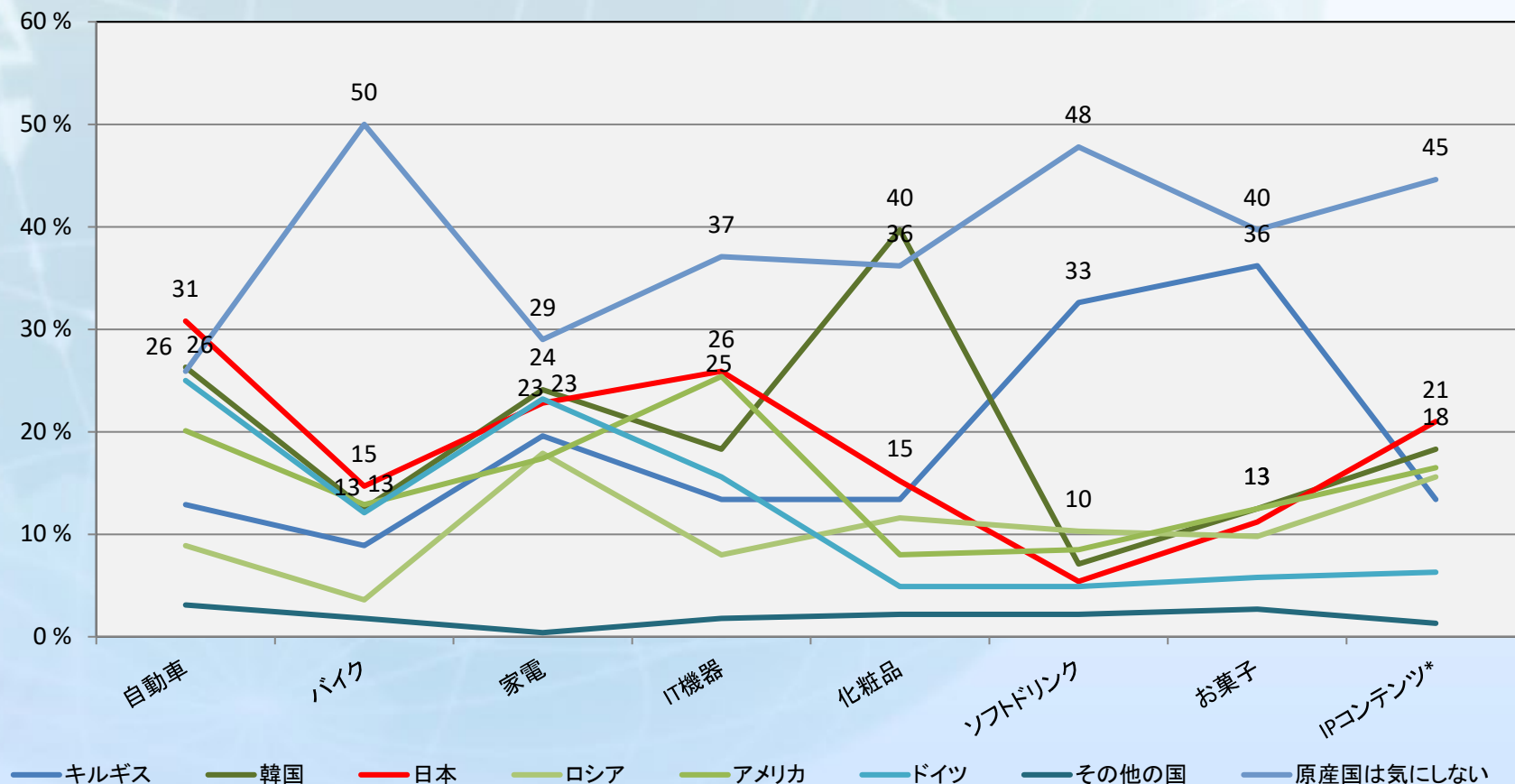
Q あなたが以下の商品で普段よく購入される場所をすべてお選びください。(各MA)



化粧品は韓国製品を支持。

各項目原産国を気にしない層が一定数存在するものの、食品は自国製品、自動車・バイク・家電・IT機器・IPコンテンツにおいては日本が高く評価されている。

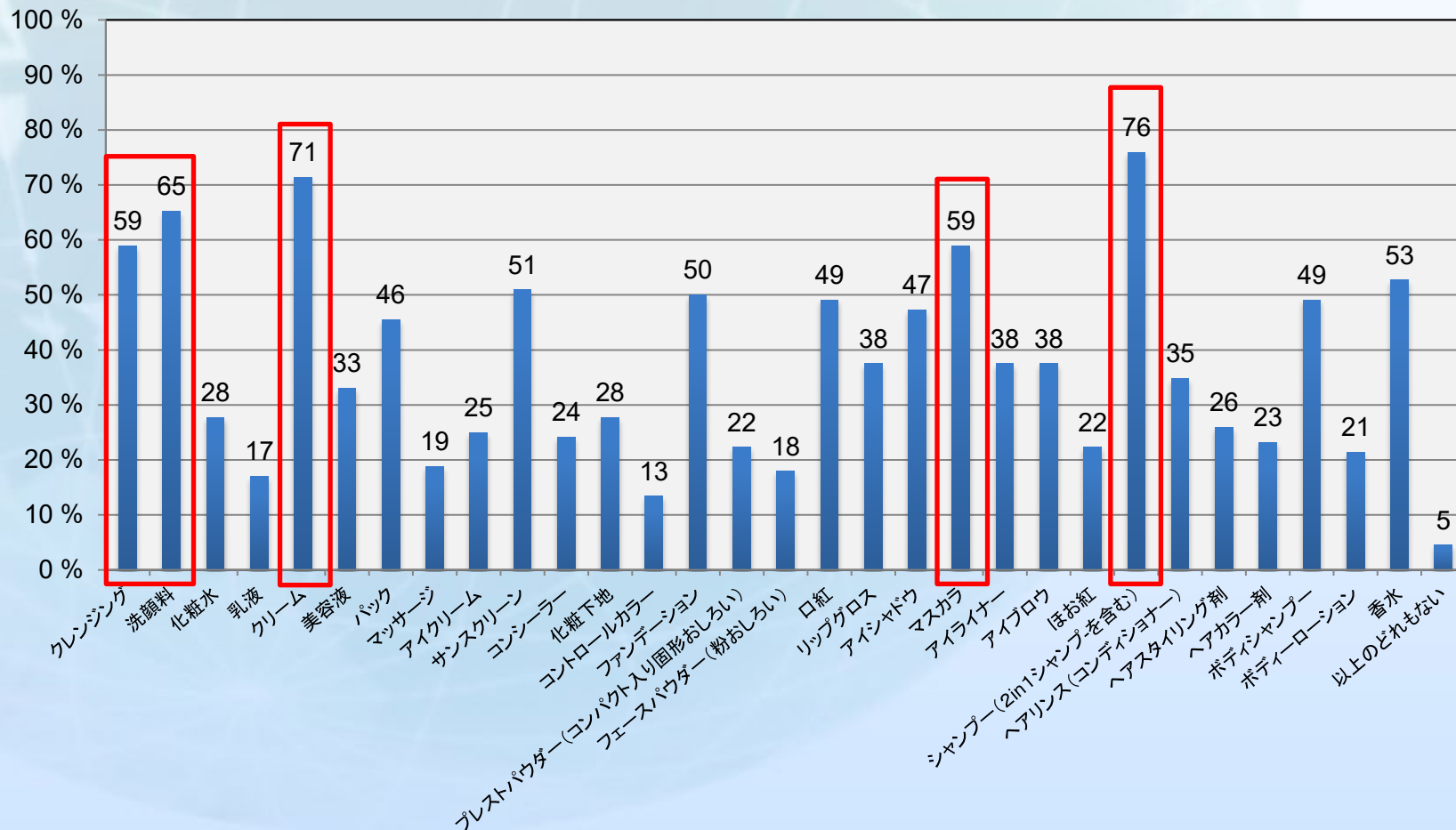
Q 以下の製品・サービスについてあなたが購入したいと思う原産国をすべてお答え下さい。(各MA)



* IPコンテンツの定義(アニメ、ゲーム、漫画、キャラクター、音楽など)
* * 比率が高くない国は除外して作成

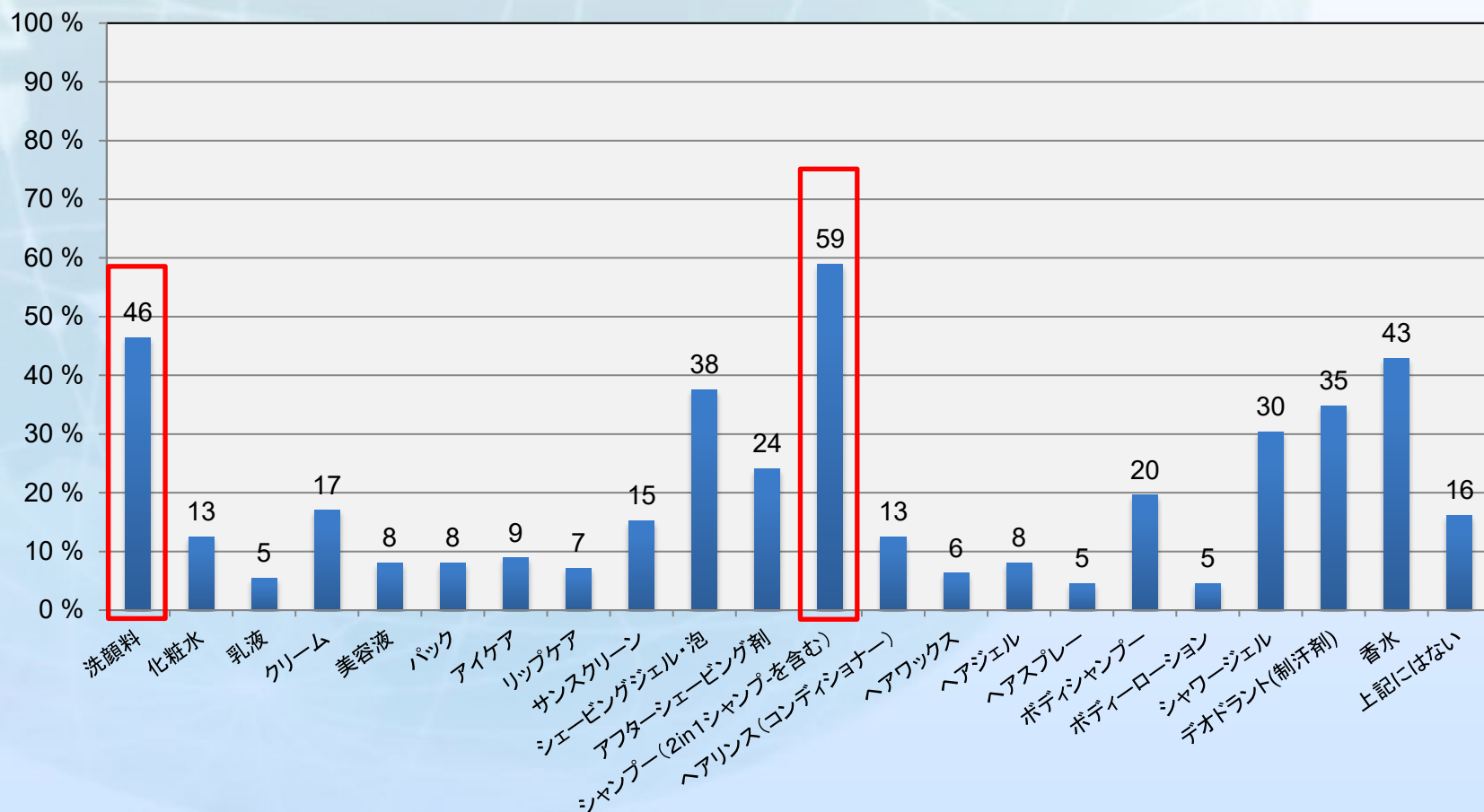
女性はシャンプー、クリームなどの基礎化粧品とマスカラの使用率が高い。

Q あなたが普段、使用しているものを全てお知らせください。(MA)



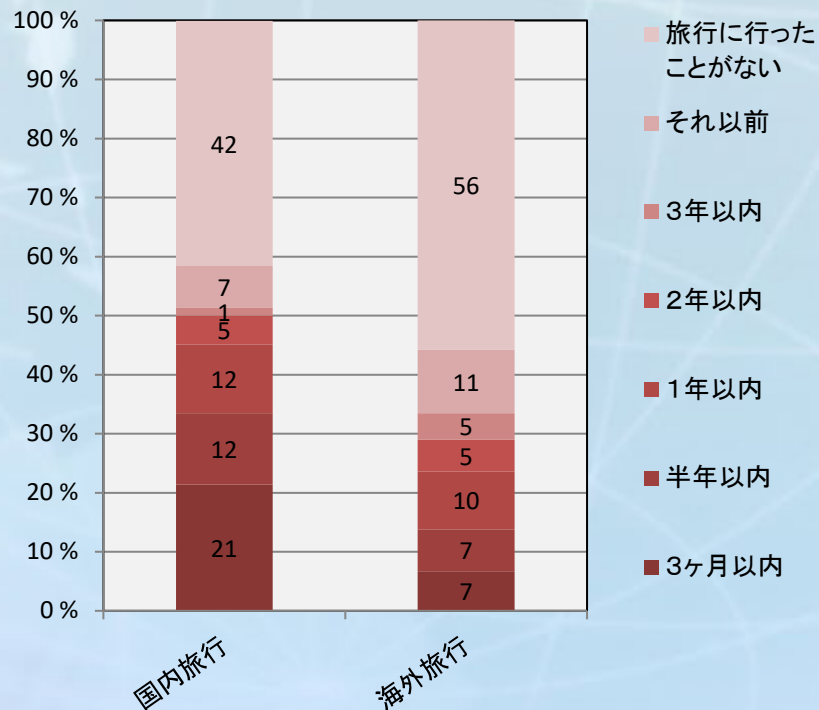
男性はシャンプー、洗顔料の使用率が高い。

Q あなたが普段、使用しているものを全てお知らせください。(MA)

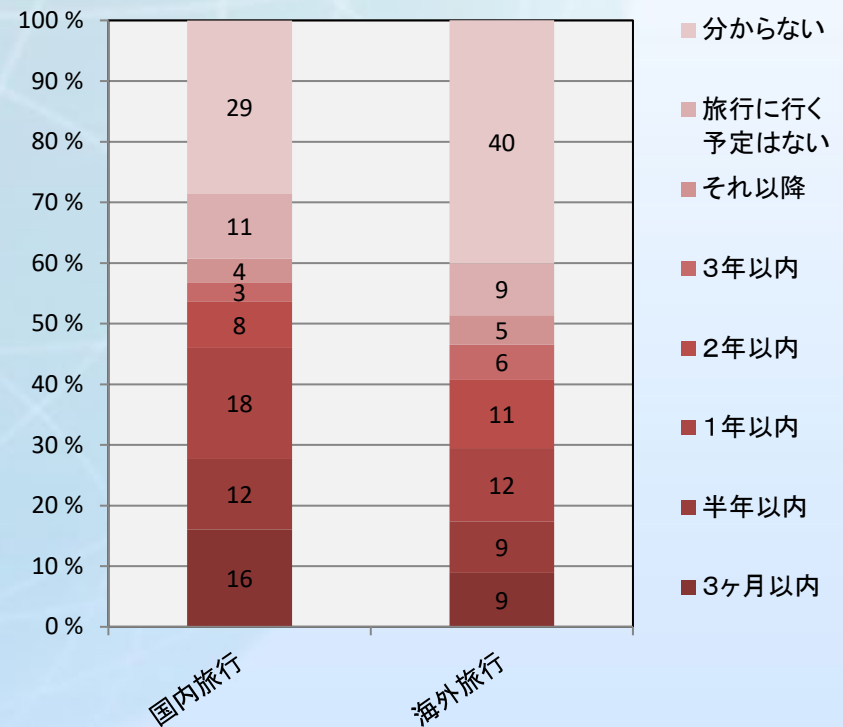


過去1年以内に4.5割が国内旅行へ、半数以上が海外旅行は未経験。
1年以内の国内旅行意向も4.5割、海外旅行意向は3割。

Q あなたは旅行にいつ頃に行ったことがありますか？
(各SA)



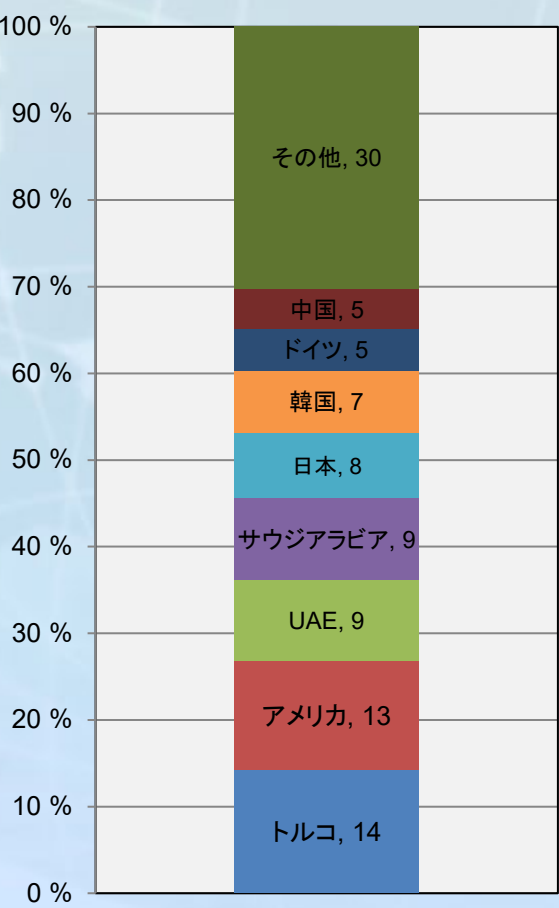
Q あなたは旅行にいつ頃行く予定がありますか？
(各SA)



旅行意向：キルギス（自国を除く）

人気の訪問先はトルコ、アメリカ、UAEが上位。
トルコは自然・文化、アメリカは文化・機会探し、
UAEは近未来的な都市景観やリゾートへの憧れが中心。

Q 最も訪れたい国とその理由を教えてください。(OA→AC,OA)



位	国	主な動機	要約コメント例
1	Turkey (トルコ)	自然・文化	美しい自然や文化、料理に惹かれ、その雰囲気を実際に体験したい
2	USA (アメリカ)	文化・機会	文化や雰囲気に惹かれ、自然や都市の魅力も含めて、実際に生活や体験の機会を感じてみたい
3	UAE (アラブ首長国連邦)	近代都市・リゾート	ブルジュ・ハリファなどの摩天楼や最先端技術による都市景観に惹かれ、暖かい気候と海でのリゾート体験や、その豪華な雰囲気を楽しみたい
4	Saudi Arabia (サウジアラビア)	巡礼・信仰	イスラムの聖地であるメッカとメディナを訪れ、ハッジやウムラを通して信仰の義務を果たし、神に近づく体験

“コスパ・実益・生活防衛” が推奨のキーワード。
ブランド志向(iPhone/韓国コスメ)と、実利的な中華系・MLM製品の利用が二極化。

Q あなたが最近やっていることで人に紹介したい商品、サービスなどありましたらご自由にお答え下さい。(OA)

位	分類	代表例	キーワード
1	スマホ・デジタル・AI	iPhone/Samsungのブランド信頼性は高いが、実用的にはPOCO(Xiaomi)やChuwi等、高スペックで安価な中国製品への支持も厚い。 また、ChatGPTを「便利な知識源・ツール」として活用・推奨する動きも急速に広まっている。	iPhone / Samsung POCO / Chuwi (高コスパ中国勢) ChatGPT (学習・情報収集) 「120Hz」「コスパが良い」
2	コスメ・美容製品	「韓国コスメ」の人気に加え、Faberlic、Atomy、Ersag等のMLM(会員制販売)ブランドが、安価で高品質な日用品として生活に定着。 「知人から買う」「会員価格で買う」という実益を兼ねたコミュニティ消費が特徴。	韓国コスメ (K-Beauty) Faberlic / Atomy (MLM系) Round Lab / Mixit 「成分が良い」「自然派」
3	家電・生活用品	特定の家電(LG洗濯機・電子レンジ)以上に、PinduoduoやOzon等の「越境EC」や「ポイ活・投資アプリ」の推奨が目立つ。 アンケートモニター層特有の「生活防衛(安く買う)」と「副収入(稼ぐ)」への意識の高さが現れている。	Pinduoduo / Ozon (越境EC) オンライン収入アプリ 電子レンジ / 洗濯機 (時短) 「中国から安く買う」「家で稼ぐ」

**「品質・信頼・コスパ」が購入・推奨の基準。
特定ブランドよりも「実用性」を評価する傾向が強い。**

Q あなたが最近やっていることで人に紹介したい商品、サービスなどありましたらご自由にお答え下さい。(OA, Photo)

回答例

※写真アップロードは任意回答

デスクトップPCをみんな
におすすめしたいです。
本当に便利ですから。
(20代男性)

サムスンがとても好きで
す。壊れにくく、品質が
保証されています。
(40代女性)

悪い習慣を避け、毎日
アクティブに過ごすよう
努めています。



自転車 (60代男性)

Ersağ社のフェイスクリー
ム。とても気に入りました。



化粧品 (30代女性)



スナック類 (30代男性)



ブーツ (20代女性)

“桜とクルマ” が二大シンボル。 伝統美への憧れと、復興・発展した工業力への「尊敬」が共存。

Q あなたが日本について思い浮かぶものをご自由にご記入ください。(OA)

大半の意見がポジティブな回答、概要は以下の通り。

1. 自然と美意識:

「桜(Sakura)」への言及が圧倒的多数。「富士山」と共に、“理想郷のような美しい国”というイメージが定着している。

2. 食文化と伝統:

「寿司」が日本食の代名詞。「着物」「サムライ」など、記号的な伝統文化への認知が高く、エキゾチックな魅力を感じている。

3. 技術とブランド:

漠然とした技術力以上に、「トヨタ・三菱・レクサス」等の自動車ブランドが、“壊れない・高品質”の象徴として絶対視されている。

4. 国民性と復興:

「勤勉」「礼儀」に加え、「原爆(ヒロシマ)」や震災の悲劇から立ち上がり、急速に発展した国」という、国家としての回復力への深い尊敬が見られる。

5. ポップカルチャー:

「アニメ」は頻出キーワードの一つ。単語だけでなく、具体的な作品名(NARUTO, ONE PIECE等)を挙げる熱心な層も一部存在し、そこから歴史や文化へ関心を深めている様子が見える。

一部はネガティブな意見も、概要は以下の通り。

地震などの自然災害リスクや、歴史的な悲劇(原爆)を想起する声が見られる。

回答例

高齢化が進んだ人口の多い国。責任感があり勤勉な人々。(40代男性)

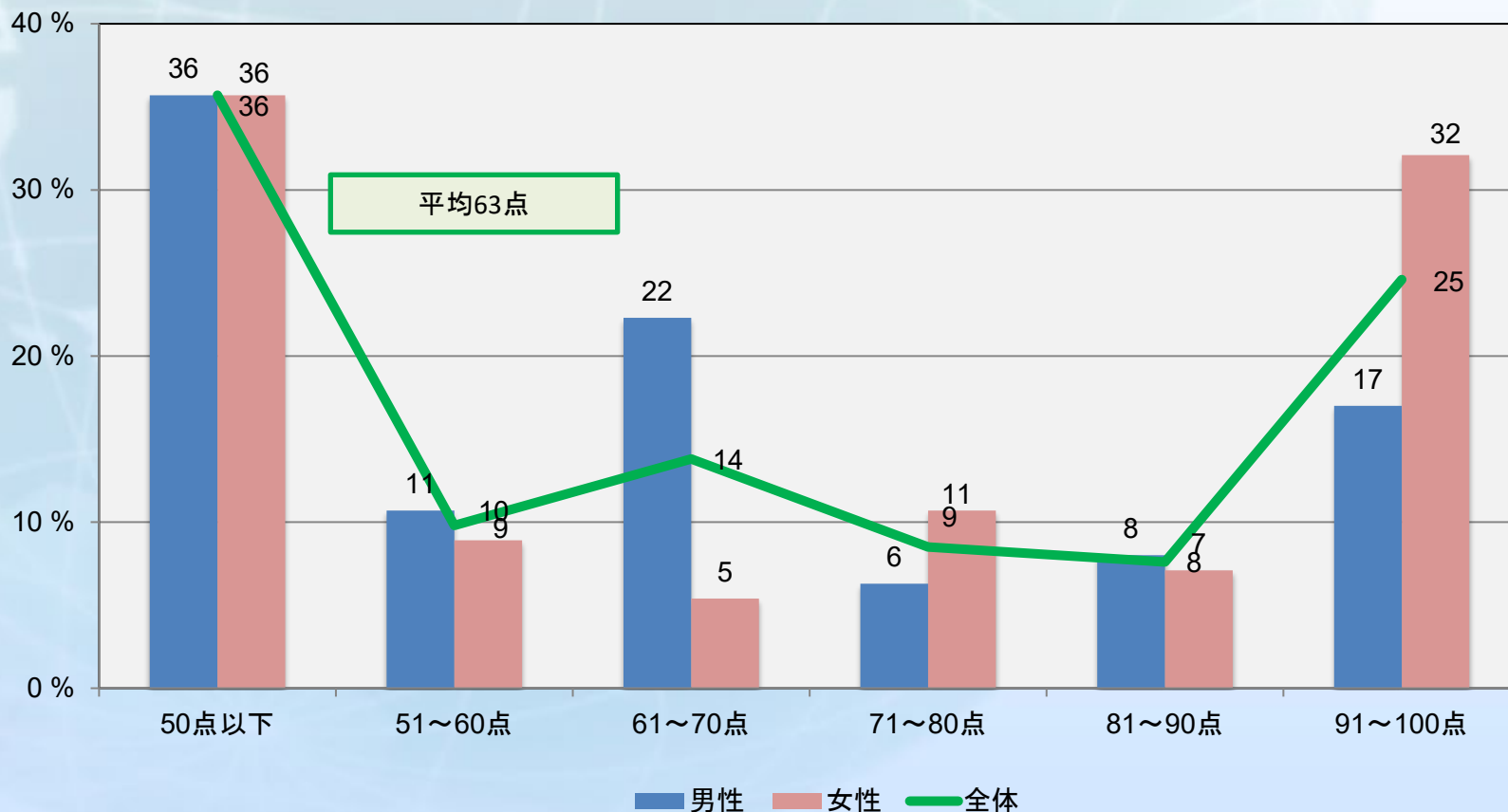
謙虚で礼儀正しい人々がいる先進国。安全で設備も整っています。(20代女性)

桜の開花や富士山など、美しい場所が多いです。日本には多様なお菓子や軽食があり、伝統といえば着物や浴衣が思い浮かびます。(20代女性)

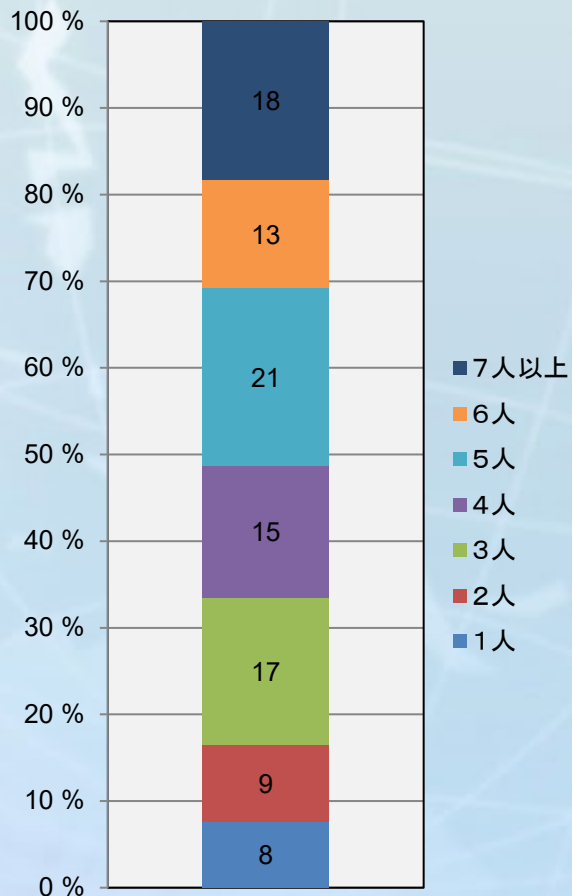
日本のアニメやドラマを見るのが好きです。特に侍時代の歴史を読むのも好き。お気に入りには『ワンピース』と『コードギアス』。(30代男性)

平均63点。女性の幸福度がやや高く、家庭的・安定志向の幸福観がうかがえる。

Q 現在のあなたの幸福度をお答え下さい。100点を満点としてお答え下さい。(SA)

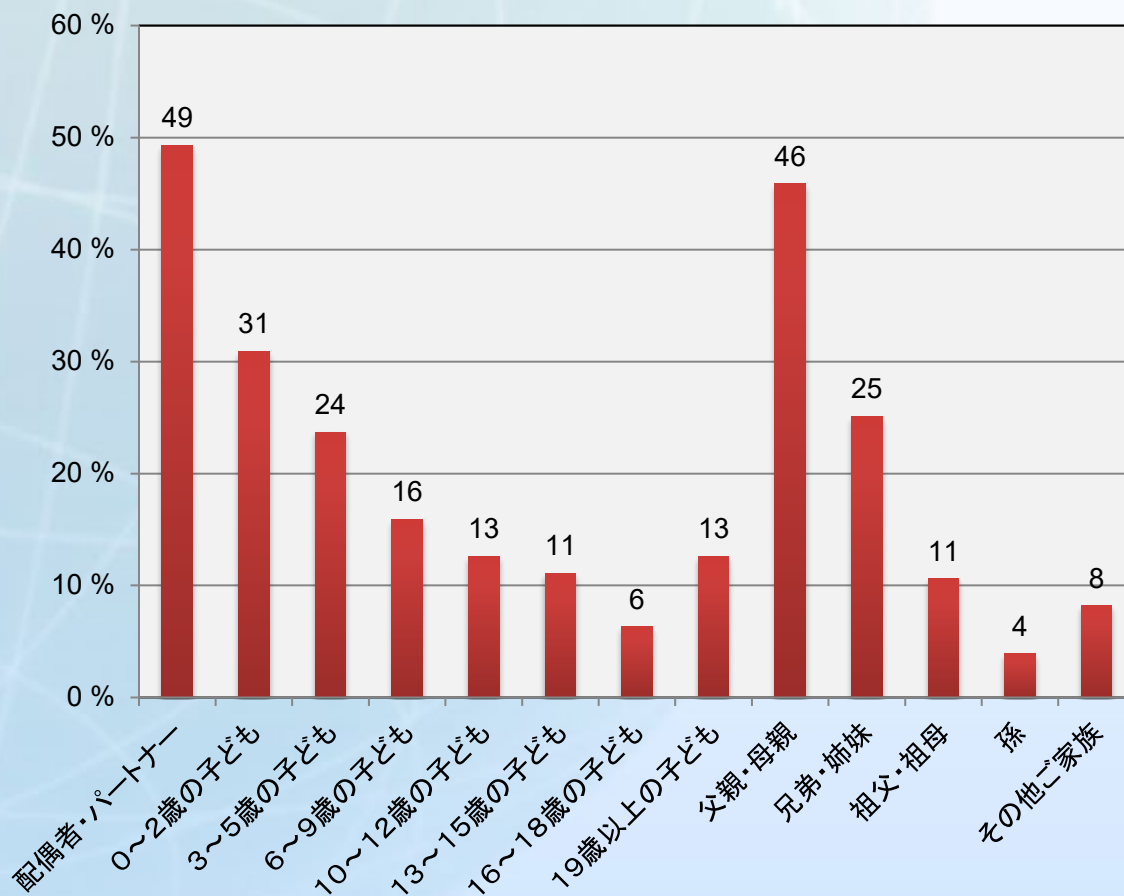


F 世帯の人数(SA)

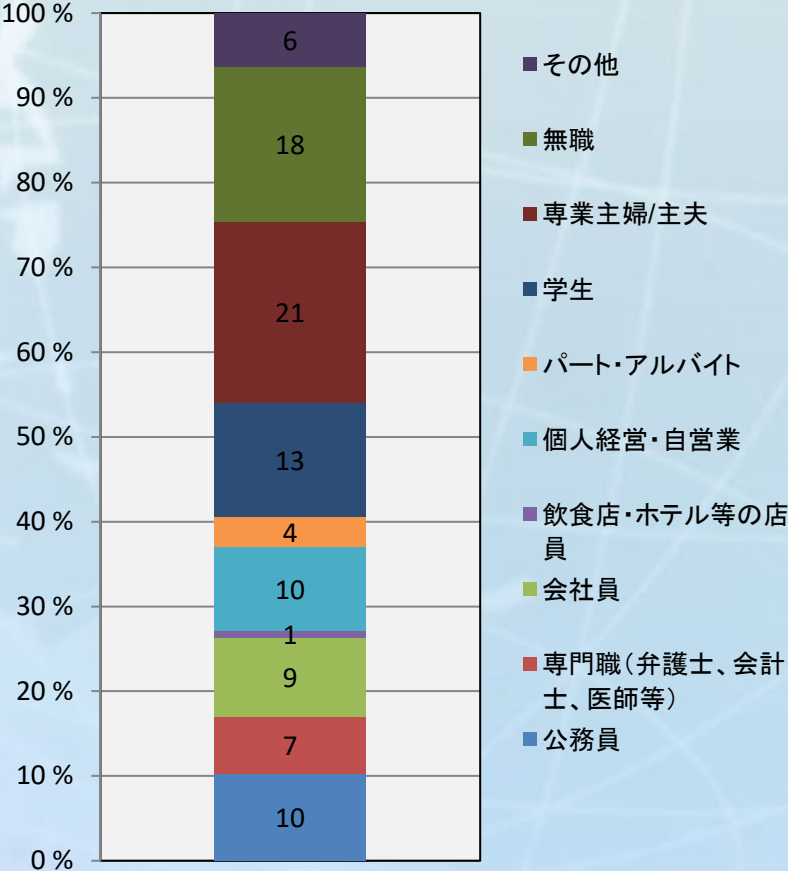


平均5.2人

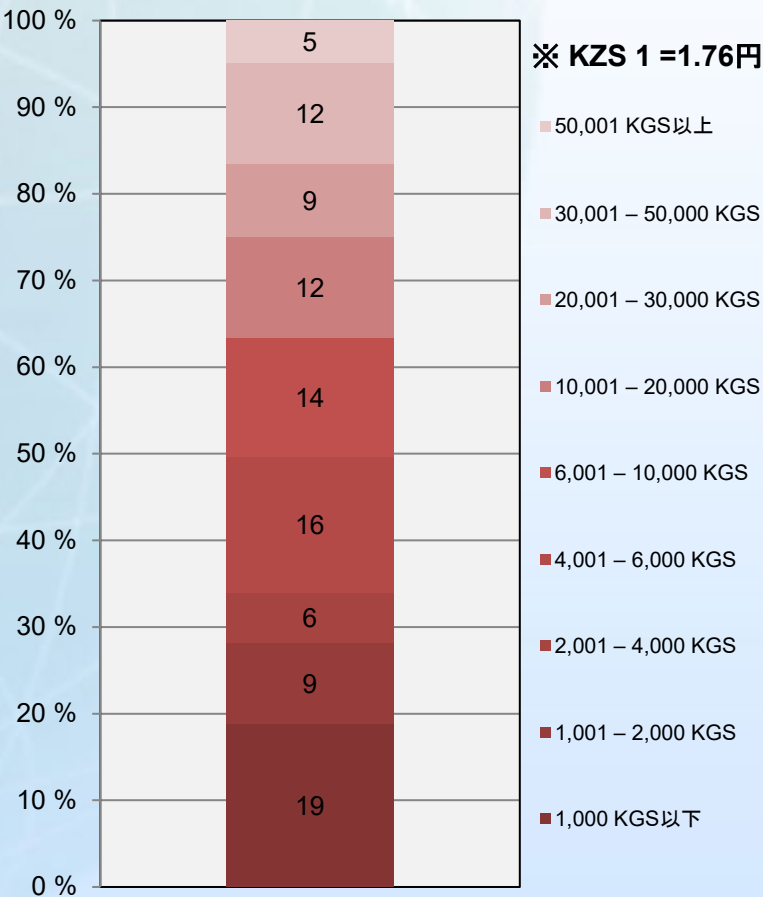
F 同居家族(MA)



F 職業(SA)



F 1か月の可処分金額(SA)

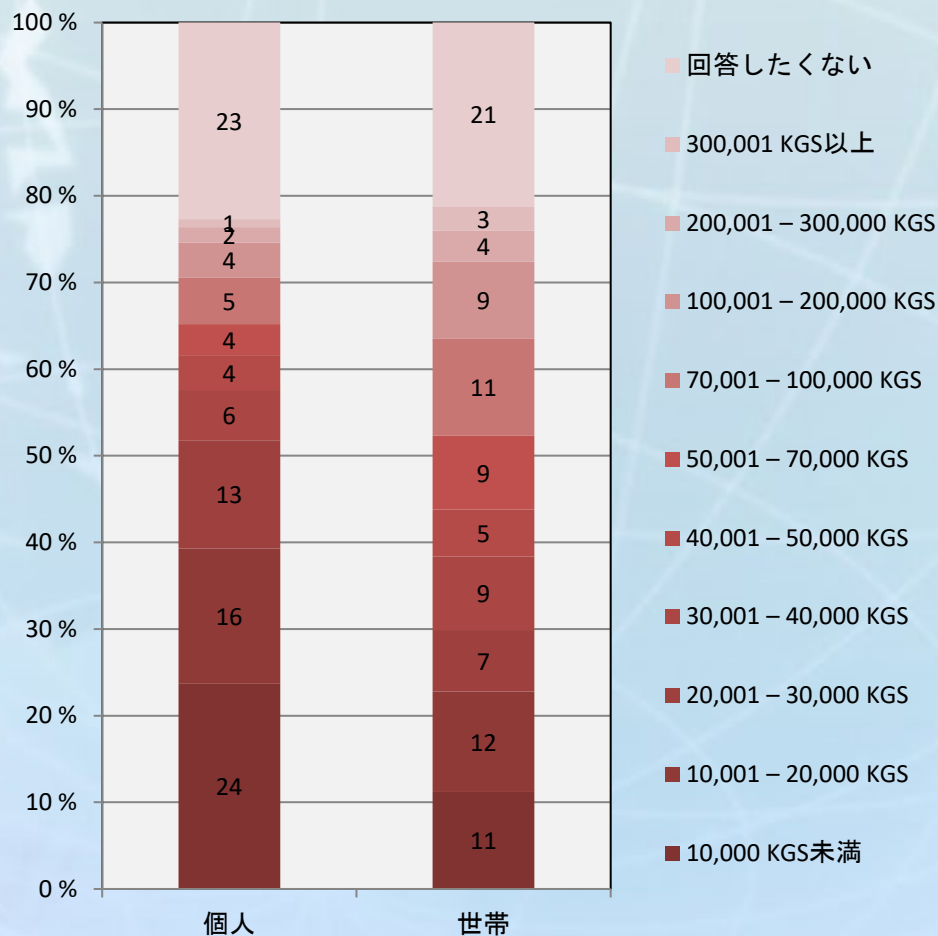


※ KZS 1 =1.76円

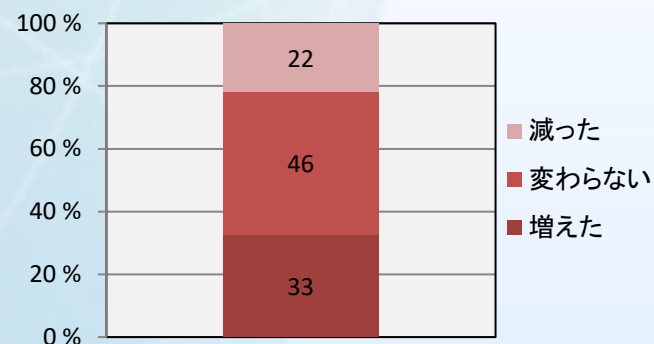
平均KGS 16,863

* 29,666円

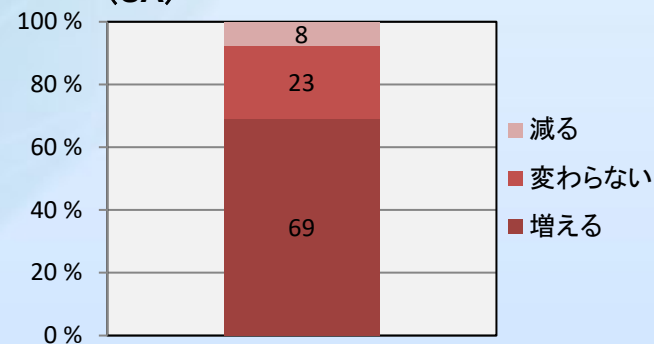
F 月収(各SA)



F 昨年と比べ、今年の収入(月収)は増えましたか。(SA)



F 来年の収入(月収)は増えると思いますか。(SA)



F 総資産額 (SA)

