

## 中国「80 后父母」消費とライフスタイル調査研究レポート 2012 年版

### サマリ

「80 后(バーリン ホウ)」とは中国で1980年代生まれの人たちです。中国の一人っ子政策で生まれた初めての一人っ子世代です。やがてこの人たちが結婚し、子供も生まれ、親になりました。

改革開放の恩恵を一身に受けたこの世代は、これからの中国消費市場で主役となり、中国でビジネスを展開している日本企業にとって大事なビジネスターゲットとなります。

本調査研究レポートは、中国民営調査会社最大手の「零点グループ」が 2012 年春と夏にかけて「80 后父母」の消費とライフスタイル”について調査を行い、レポートに纏めたものです。

春季調査は、都市、地方都市、農村と幅広く調査を行い、主に子供の消費、教育について調べました。夏季調査は、主に大都市に住む80后父母について調査しました。

項目		Part1 春季調査	Part2 夏季調査
1	調査期間	2012 年 3~4 月	2012 年 4~6 月
2	対象エリア	都市、地方都市、農村	大都市
3	調査対象	1)子供がいる。2)父母のどちらかが 80 后世代。3)現地に 1 年以上居住。4)6 ヶ月以内類似調査に参加していない。	
4	調査方法	訪問調査	
5	サンプル数	560	350
6	調査内容	子供服に関する消費、子供の日・誕生日の消費、その他(玩具、デジタル製品、ネットショッピング、教育など)、教育方法、事故傷害、留守児童、ライフスタイル	
7	ページ数	92	
8	販売価格	シングルユーザー: ¥50,000(消費税別) マルチユーザー: ¥100,000(消費税別) 発売記念キャンペーンとして、10月18日ご注文分まで: シングルユーザー: ¥10,000(消費税別) マルチユーザー: ¥20,000(消費税別)	

### 本文中の事例

#### 3. 「80 后家庭」の親子で過ごす時間

「80 后家庭」で子供と最も多くいる家族は母親で絶対優位の一位、8割に達する。(80.7%)。次いで祖父母/外祖父母(12.3%)、父親はとて低く、3.6%に過ぎない。

表 2-13 「80 后家庭」で子供に最も多く接するのは誰か

	回答数	%
父親	20	3.6
母親	452	80.7
祖父母/外祖父母	69	12.3
そのほかの人	9	1.6

表 3-33 「80 后父母」が子供のおもちゃ購入を受け入れられる単品の価格ゾーン

	回答数	%
100 元以下	187	53.4
101-200 元	102	29.1
201-500 元	38	10.9
500 元以上	7	2.0
回答拒否/不明	16	4.6
合計	350	100

表 4-13 学歴の違う「80 后父母」が子供を海外留学させるつもりかどうか

	低学歴		中程度の学歴		高学歴	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%
留学させるつもりがある	0	0.0	5	3.9	16	10.2
留学させるつもりはない	55	87.3	116	89.9	131	83.4
回答拒否/不明	8	12.7	8	6.2	10	6.4
合計	63	100.0	129	100.0	157	100.0

## 目次

### Part1 春季調査

#### 第一部 研究成果

##### 第一章 子供のいる家庭の消費

- 一、子供服の消費(都市と地方都市のみ)
- 二、子供の日の消費

##### 第二章 教育としつけの考え方

- 一、教育理念
- 二、子供の不慮の傷害
- 三、留守児童(農村のみ)

#### 第二部 調査スペック

- 一、実施期間
- 二、調査地域及びサンプル数
- 三、調査対象
- 四、サンプリングと訪問方法
- 五、データ処理と分析
- 六、サンプル属性

### Part2 夏季調査

#### 第一部 研究成果

##### 第一章 子供のいる家庭の消費

- 一、子供のための消費比率
- 二、子供服の消費
- 三、デジタル製品の消費
- 四、おもちゃの消費
- 五、教育への消費
- 六、誕生日の消費
- 七、ネットショッピング行為
- 八、派生消費

##### 第二章 子供のいる家庭のライフスタイル

- 一、教育目標
- 二、教育計画
- 三、親子一緒の時間
- 四、育児への焦慮

#### 第二部 調査スペック

- 一、実施期間
- 二、調査地域及びサンプル数
- 三、調査対象
- 四、サンプリングと訪問方法
- 五、データ処理と分析
- 六、サンプル属性

#### 附記

日本語版を発行する際の補足説明

**調査会社紹介** 零点グループは、中国が社会主義市場経済体制を本格的に始動させた1992年に設立。中国における民間(独立)の社会調査機関の先駆け。各分野の社会調査を通して一般庶民の日常生活や意識の変化をデータ分析し、社会のニーズをいち早く発信してきました。クライアントは、日系企業のトヨタ、日産、三菱なども含め、中国政府機関から外資系民間企業まで幅広い。日中世論調査中国側の担当調査会社。

<http://tokyo-beijingforum.net/index.php/survey/8th-survey>

本社: 中国北京市

**日本総販売代理店紹介** 株式会社三明インターナショナル、2005年設立。日中経済交流に特化したコンサルティングサービスプロバイダー。本社: 東京足立区北千住

- 1) JETRO 会員, JETRO 中国経済情報研究会会員。
- 2) 日中投資促進機構会員(パートナー企業との協業)
- 3) サービス産業生産性協議会企画会員