

中国人ママの育児用品の購入に関する調査(2016)

越境ECは「よく利用する」23%、「たまに利用する」64%。

「品質が高い商品が多い」「安心・安全な商品が多い」が2大利用理由。

関心のある商品は「ベビースキンケア」「ベビー服」「妊婦向けサプリメント・健康食品」など。

株式会社リクルートライフスタイル（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：浅野 健）に設置された出産・育児に関する調査・研究機関「赤すぐ総研」（<http://akasugu.fcarts.jp/souken/>）は、この度、妊娠中および0～2歳のお子さんのいらっしゃる中国人の既婚女性を対象に、育児用品の購入に関する調査を実施しました。その結果をお知らせいたします。

…主な調査結果…

【妊娠・出産・子育てに関するWebサイトの情報】-----P3～

- 妊娠・出産・子育てに関する情報源は、「Web（検索）」が58%でトップ。次いで「Web（ポータルサイト・口コミサイト）」（39%）、「微信」（38%）、「口コミ・友人からの推薦」（35%）が続く。
- 妊娠中に読みたい・読みたかった情報は、「妊娠週数ごとの胎児の発達状況」（52%）、「妊娠中の食生活に関するアドバイス」（40%）、「妊娠中の母体の健康に関する情報（体調の変化など）」（37%）など、母体や胎児の健康状態に関する項目が上位に並ぶ。「胎教（胎児への教育）」（29%）も高い。
- 乳児の育児中に読みたい・読みたかった情報は、「子どもの発達・発育（体の成長や体重の増加）」（59%）が突出。次いで「離乳食」「授乳・ミルク・卒乳について」（28%）など子どもの食事に関する項目が上位。

【マタニティ・育児用品の越境EC利用経験】-----P6～

- 越境ECは「よく利用する」（23%）、「たまに利用する」（64%）。「品質が高い商品が多い」（68%）、「安心・安全な商品が多い」（64%）が2大利用理由。
- 越境ECで関心のある商品は「ベビースキンケア」（50%）、「ベビー服」（44%）、「妊婦向けサプリメント・健康食品」（29%）。

リクルートライフスタイルは、ひとりひとりにあった「まだ、ここにはない、出会い。」を届けることを目指していきます。

【本件に関するお問い合わせ先】
<https://www.recruit-lifestyle.co.jp/support/press>

【調査名】

中国人ママの育児用品の購入に関する調査2016

【調査対象】

妊娠中および末子年齢0～2歳の子と同居している中国人の20～30代の既婚女性517人
妊娠中／末子年齢1歳未満／末子年齢1歳～2歳 で均等割り付け

【調査方法】

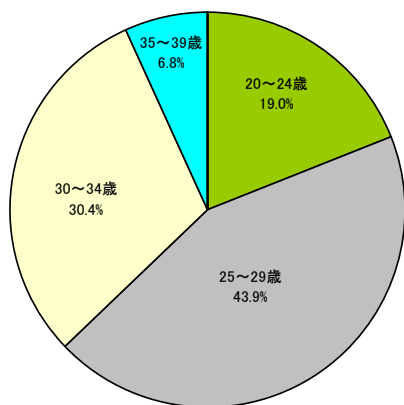
インターネット調査（株式会社マクロミルの中国人モニターを使用）

【調査期間】

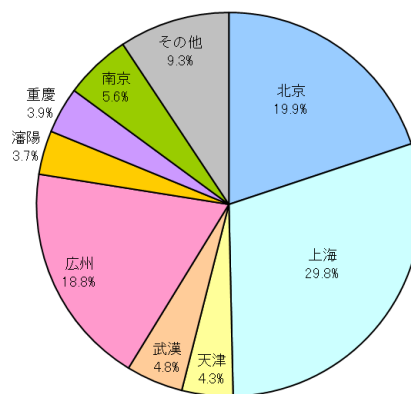
2015年9月22日（火）～2015年9月26日（土）

【回答者プロフィール】

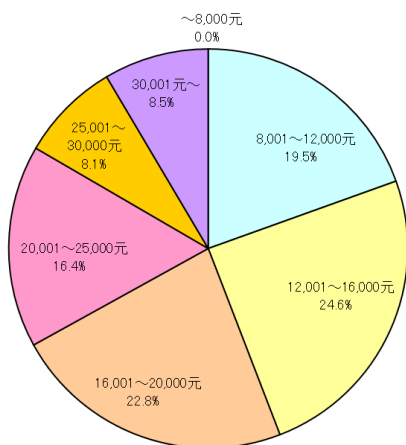
■年齢(全体／単一回答) n=517



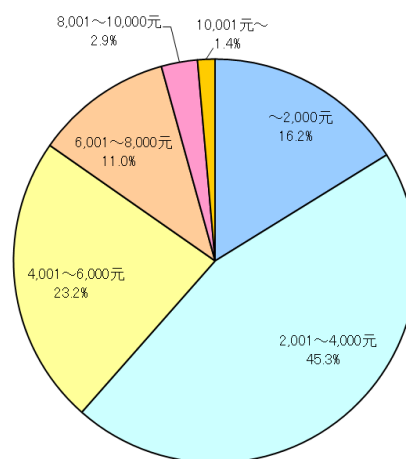
■居住地(全体／単一回答) n=517



■世帯月収(全体／単一回答) n=517



■毎月子育てにかかる費用(全体／単一回答) n=517



*調査時期である2015年9月の人民元＝18.74円（三菱UFJリサーチ&コンサルティングより）

※参考までに、日本のママのデータとして以下の調査を引用している

【調査対象】 赤すぐメルマガ会員（年齢20～30代、妊娠中または末子年齢2歳以下）1552人

【調査方法】 インターネット（赤すぐnet）

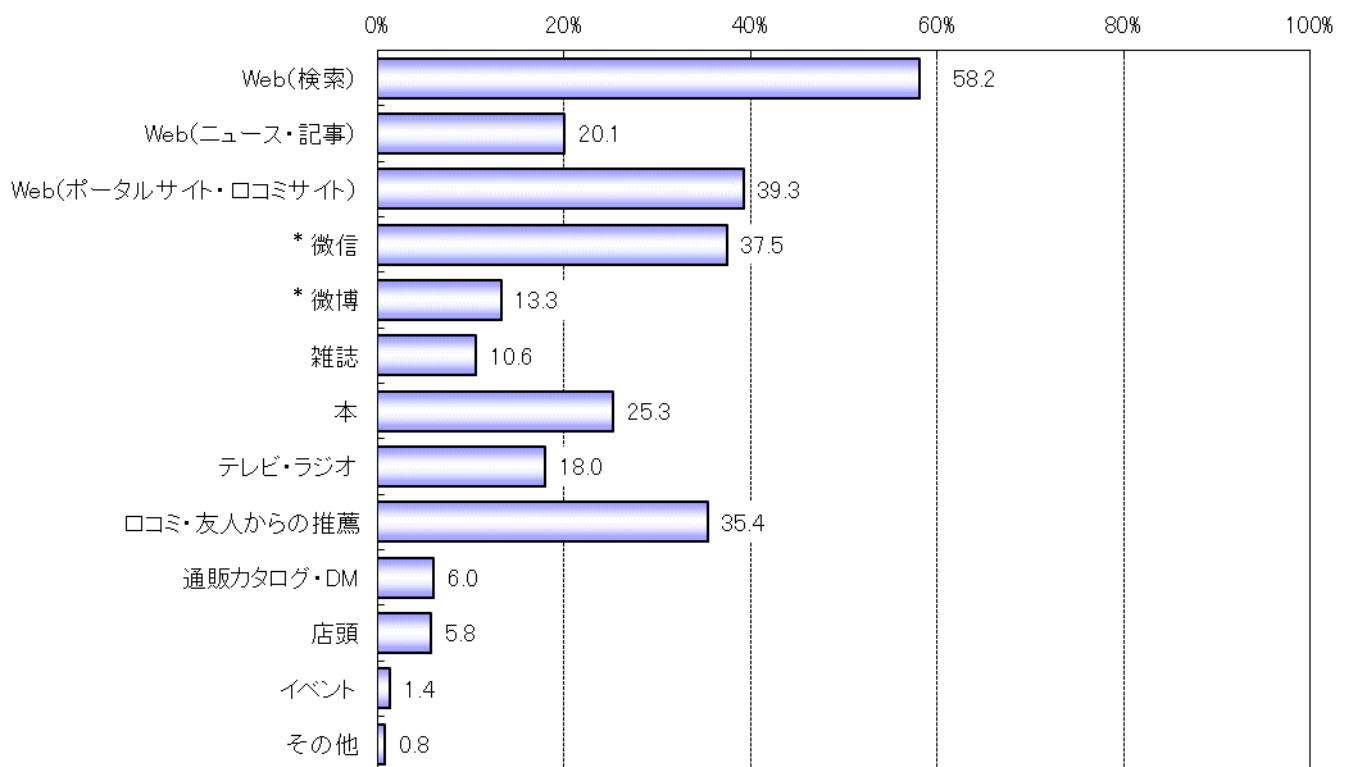
【調査期間】 2015年12月17日（木）～2015年12月23日（水）

■「Web(検索)」(58%)がトップ。次いで「Web(ポータルサイト・ロコミサイト)」(39%)、「微信」(38%)、「ロコミ・友人からの推薦」(35%)が続く。

- ◆ 妊娠・出産・子育てに関する情報について日頃参考に行っている情報源（Webサイト）を尋ねた。
- ◆ 「Web(検索)」が最も高く58%。次いで「Web(ポータルサイト・ロコミサイト)」が39%、「微信」が38%、「ロコミ・友人からの推薦」が35%で続く。

■妊娠・出産・子育てに関するWebサイトの情報源(全体/3つまでの複数回答)

(n=517)



*微信...無料インスタントメッセージアプリ。微少の文字数の手紙を意味する。

*微博...ミニブログサイト。TwitterとFacebookの要素を併せ持つ。

<参考>日本のママの妊娠・出産・子育てに関するWebサイトの情報源(全体/3つまでの複数回答)

(n=1552)

Web(検索)	42.5
Web(ニュース・記事)	12.8
Web(ポータルサイト・ロコミサイト)	11.6
LINEなどのメッセージアプリ	3.2
Twitter、FacebookなどのSNS	7.6
雑誌	26.1
本	10.9

(%)

テレビ・ラジオ	9.7
ロコミ・友人からの推薦	21.5
通販カタログ・DM	8.9
店頭	4.0
イベント	2.4
その他	1.2

■妊娠中に読みたい・読みたかった情報は、「妊娠週数ごとの胎児の発達状況」(52%)、「妊娠中の食生活に関するアドバイス」(40%)、「妊娠中の母体の健康に関する情報(体調の変化など)」(37%)など、母体や胎児の健康状態に関する項目が上位に並ぶ。

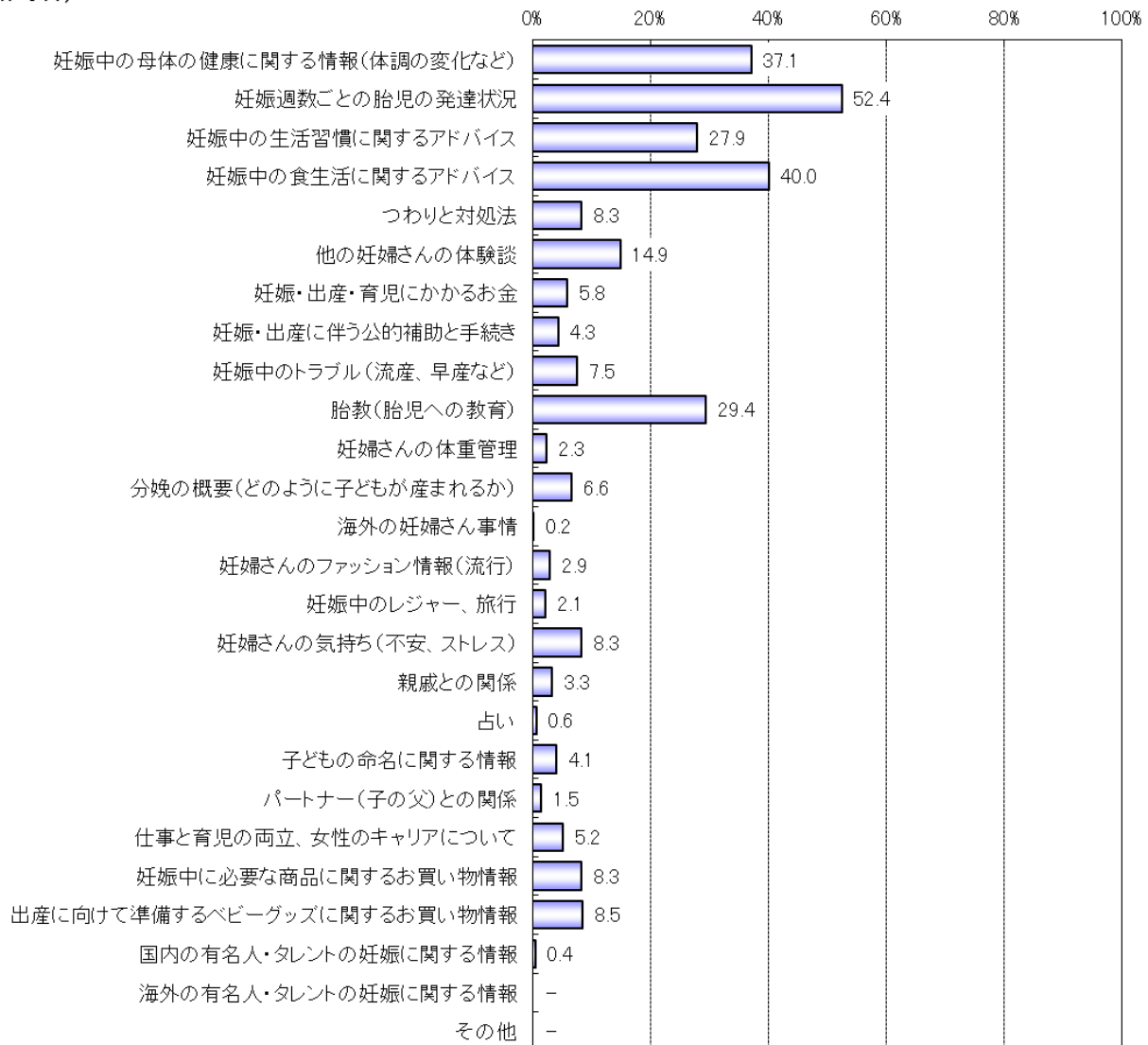
■これらに続いて「胎教(胎児への教育)」(29%)も高い。

◆妊娠中に読みたい・読みたかった情報（Webサイト）について、3つまで選んでもらった。

◆最も高かったのは「妊娠週数ごとの胎児の発達状況」で52%。次いで「妊娠中の食生活に関するアドバイス」(40%)、「妊娠中の母体の健康に関する情報(体調の変化など)」(37%)など、母体や胎児の健康状態に関する項目、「胎教(胎児への教育)」が29%で続く。

■妊娠中に読みたい・読みたかったWebサイトの情報(全体/3つまでの複数回答)

(n=517)



<参考>日本のママの妊娠中に読みたい・読みたかったWebサイトの情報(全体/3つまでの複数回答)

(n=1552)

(%)

妊娠中の母体の健康に関する情報(体調の変化など)	16.2	妊婦さんのファッション情報(流行)	8.1
妊娠週数ごとの胎児の発達状況	24.0	妊娠中のレジャー、旅行	6.1
妊娠中の生活習慣に関するアドバイス	8.8	妊婦さんの気持ち(不安、ストレス)	8.2
妊娠中の食生活に関するアドバイス	12.2	親戚との関係	1.4
つわりと対処法	11.9	占い	0.3
他の妊婦さんの体験談	11.9	子どもの命名に関する情報	9.2
妊娠・出産・育児にかかるお金	12.4	パートナー(子の父)との関係	4.3
妊娠・出産に伴う公的補助と手続き	11.5	仕事と育児の両立、女性のキャリアについて	6.6
妊娠中のトラブル(流産、早産など)	10.4	妊娠中に必要な商品に関するお買い物情報	8.8
胎教(胎児への教育)	7.3	出産に向けて準備するベビーグッズに関するお買い物情報	13.1
妊婦さんの体重管理	6.3	国内の有名人・タレントの妊娠に関する情報	2.1
分娩の概要(どのように子どもが産まれるか)	7.6	海外の有名人・タレントの妊娠に関する情報	0.5
海外の妊婦さん事情	1.5	その他	0.9

■乳児の育児中に読みたい・読みたかった情報は、「子どもの発達・発育（体の成長や体重の増加）」（59%）が突出して高い。

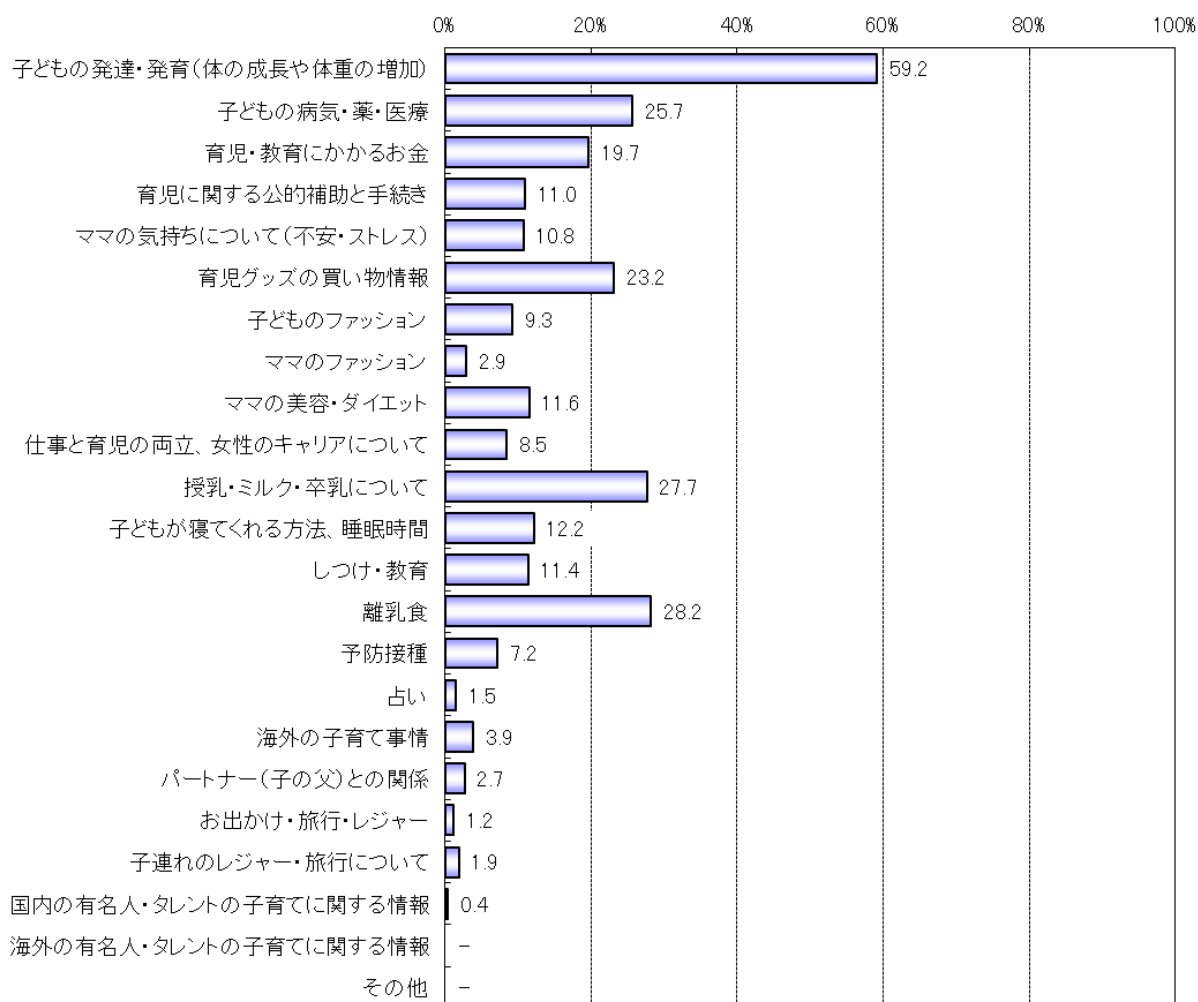
■次いで「離乳食」「授乳・ミルク・卒乳について」（28%）など食事に関する項目が3割弱で続く。

◆乳児の育児中に読みたい・読みたかった情報（Webサイト）について、3つまで選んでもらった。

◆最も高かったのは「子どもの発達・発育（体の成長や体重の増加）」で59%と突出。次いで「離乳食」「授乳・ミルク・卒乳について」（28%）などの食事に関すること、「子どもの病気・薬・医療」（26%）、「育児グッズの買い物情報」（23%）が続く。

■乳児の育児中に読みたい・読みたかったWebサイトの情報（全体／3つまでの複数回答）

(n=517)



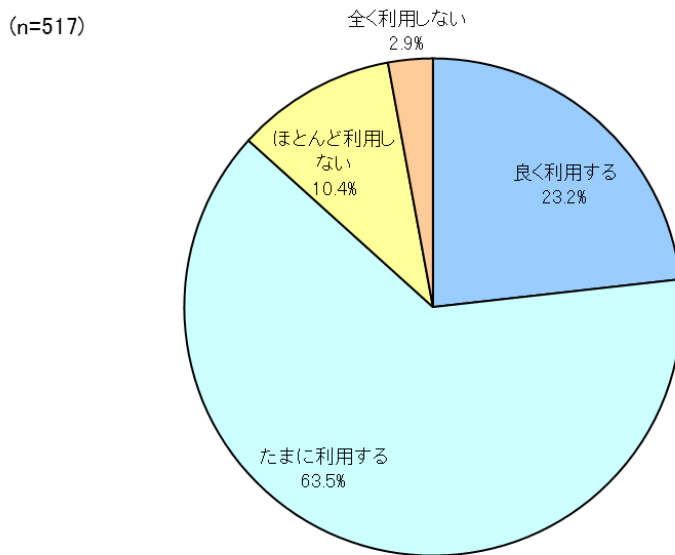
<参考>日本のママの乳児の育児中に読みたい・読みたかったWebサイトの情報（全体／3つまでの複数回答）

(n=1552)

情報項目	割合 (%)	情報項目	割合 (%)
子どもの発達・発育(体の成長や体重の増加)	31.0	しつけ・教育	10.8
子どもの病気・薬・医療	23.8	離乳食	16.8
育児・教育にかかるお金	11.0	予防接種	9.5
育児に関する公的補助と手続き	11.8	占い	0.1
ママの気持ちについて(不安・ストレス)	9.5	海外の子育て事情	1.2
育児グッズの買い物情報	12.9	パートナー(子の父)との関係	2.4
子どものファッション	10.0	お出かけ・旅行・レジャー	4.6
ママのファッション	5.3	子連れレジャー・旅行について	6.8
ママの美容・ダイエット	5.3	国内の有名人・タレントの子育てに関する情報	1.1
仕事と育児の両立、女性のキャリアについて	4.6	海外の有名人・タレントの子育てに関する情報	0.4
授乳・ミルク・卒乳について	16.1	その他	0.3
子どもが寝てくれる方法、睡眠時間	18.7		

- 越境ECは「よく利用する」23%、「たまに利用する」64%。
- 「品質が高い商品が多い」(68%)、「安心・安全な商品が多い」(64%)が2大利用理由。
- ◆ マタニティ・育児用品の越境EC利用経験について尋ねたところ、「良く利用する」は23%、「たまに利用する」は64%、「ほとんど利用しない」は10%、あわせて97%が利用経験があると回答した。
- ◆ 利用経験者に利用理由を尋ねたところ、「品質が高い商品が多い」が68%、「安心・安全な商品が多い」が64%で高く、この2項目が突出している。次いで「中国で手に入らない商品が手に入る」(49%)、「デザインが良い商品が多い」(32%)が続く。

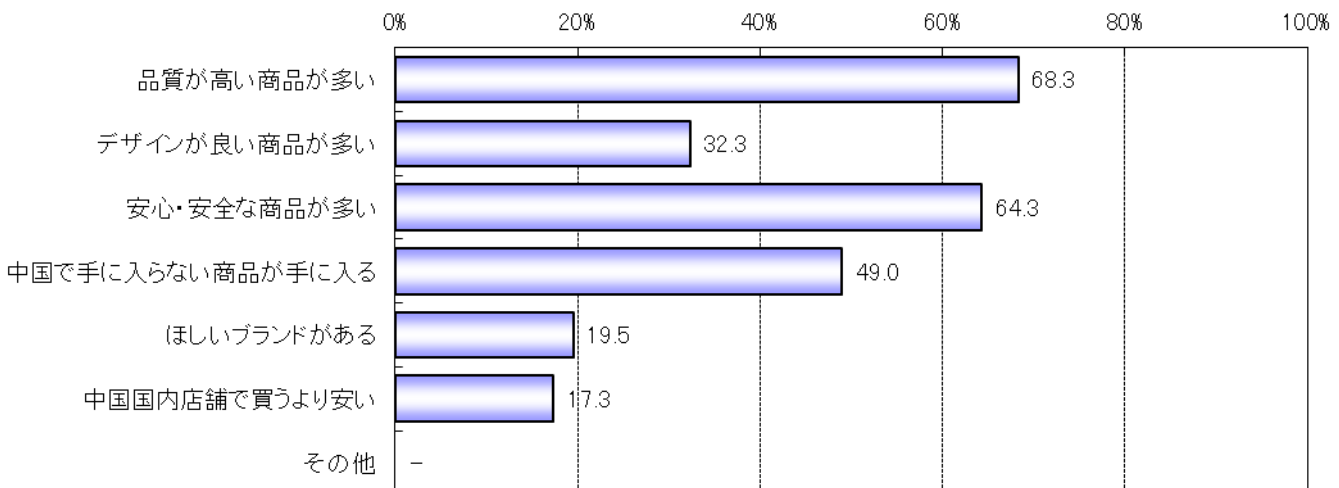
■マタニティ・育児用品の*越境EC利用経験(全体/単一回答)



*「越境EC」...国際的な電子商取引のこと。中国においては、主に中国語で展開している海外の通販サイトのこと。

■マタニティ・育児用品の越境EC利用理由(利用経験者/3つまでの複数回答)

(n=502)



■越境ECで関心のある商品は「ベビースキンケア」(50%)、「ベビー服」(44%)、「妊婦向けサプリメント・健康食品」(29%)。

◆日本製マタニティ・育児用品について、越境ECで関心のある商品を探ねた。「ベビースキンケア」が最も高く50%、次いで「ベビー服」が44%、「妊婦向けサプリメント・健康食品」が29%で続く。

■日本製マタニティ・育児用品の越境ECで関心のある商品(全体/3つまでの複数回答)

(n=517)

