

2017年4月18日(火) 株式会社ホットリンク

ホットリンク、中国の SNS 上で 80 後 90 後をアンケート調査
中国人消費者を理想のライフスタイルから読み解く
～今求めているものは結婚相手、理想の家族像に変化も～

【概要】

株式会社ホットリンクグループである株式会社トレンド Express(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:濱野智成 以下、トレンド Express)は、中国の SNS 新浪微博上で実施したアンケート結果をもとに、中国の 80 後(1980 年代生まれ)90 後(1990 年代生まれ)の消費者像を分析しました。

【調査概要】

新浪微博を活用したアンケート

調査期間:2017年3月1日~3月3日

対象:80年代、90年代生まれの男女50名ずつ合計200名



	女性	男性	合計
80 後	50	50	100
90 後	50	50	100
総計	100	100	200

回答者の未婚:既婚の比率は 80 後 23:77、90 後 68:32 で、今年 28 歳となる 89 年生まれ~37 歳となる 80 年生まれが構成する 80 後では八割近くが結婚しています。また回答者の居住地は、多い順に広東省、上海市、北京市、重慶市、浙江省、江蘇省となっており、新浪微博のユーザー分布と似た構成になっています。今回のアンケートでは「欲しいもの(お金以外)」や「理想の家族像」の他、消費行動に影響を及ぼすと考えられるライフスタイルや価値観について調査しました。

【欲しいものランキング ~80 後は第二子に意欲、90 後の“三つのしない”とは?~】

まずは「欲しいもの」についての回答です。全体のランキングでは 1 位「結婚相手」43 ポイント、2 位「車」38 ポイント、3 位「家」37 ポイント、4 位「就職先」18 ポイント、5 位「子供」12 ポイント、6 位「第二子」、7 位「転職先」、8 位「なし」「自由な時間」、10 位「確実に値上がりする株」となりました。結婚相手や就職先、転職先などお金で買えないもの、人生と切っても切り離せないものがランクインし、欲しいものへの切実な思いがにじむ結果となっています。

80 後、90 後に分けてランキングを作成すると、上位の順位が入れ替わります。80 後は 1 位「家」、2 位「車」、3 位「結婚相手」、4 位「子供」、5 位「第二子」、90 後は 1 位「結婚相手」、2 位「車」、3 位「就職先」、4 位「家」、5 位「なし」です。80 後は家や車といった結婚前後に必要とされるものの順位が高くなっています。3 位にはまだ結婚相手もランクインしており、結婚したいものの相手のみ見つからない状況がうかがえます。4 位、5 位の子供と第二子は既婚者の回答と思われるが、昨年全面解禁された「ふたりっ子政策」を受けてか、80 後は子供を持つことに積極的な姿勢を持っていることがわかります。

90 後では結婚相手が 1 位となっており、結婚願望はあるものの相手が見つからない多数派の存在が予想されます。2 位の車

欲しいもの TOP10 (80 後)

順位	欲しいもの
1	家
2	車
3	結婚相手
4	子供
5	第二子
6	就職先
7	自由な時間
7	転職先
9	特になし
10	ダイヤの指輪

や4位の家について、90後の消費傾向に80後との違いはあるのか、新浪微博のクチコミをのぞいてみたところ、『90後には三つの「不(しない)」がある。家を買わない、車を買わない、結婚しない、だ。親に援助してもらわないと買えないものは買わない。独立志向の強い90後にとって、物質的な豊かさよりも自由が大切だ』という投稿がありました。80後に続き、これから結婚、子育てとライフイベントを経験していく90後の消費活動には「親の手を借りずに購入できるかどうか」という点が訴求ポイントとなっていくそうです。また3位の就職先という結果からは、転職が盛んな中国であっても18歳～27歳である90後の若者にとっては就職が満足いく結果になっていないこと、また就職先を確保することが困難なこととして認識されていることが考えられます。

欲しいもの TOP10 (90後)

順位	欲しいもの
1	結婚相手
2	車
3	就職先
4	家
5	なし
6	確実に値上がりする株
6	第二子
6	転職先
9	子供
10	きれいな空気

【理想の家族像 ～80後と90後の違いくつきり、核家族望む若者たち～】

アンケートでは理想の家族構成も質問しました。結果を80後、90後に分けて集計したところ、今回アンケートに回答した80後と90後では理想とする家族構成に大きな違いがあることがわかりました。80後の理想とする家族構成は1位「夫婦と子供と祖父母」25ポイント、2位「夫婦と子供一人」23ポイント、3位「夫婦と子供複数人」「夫婦のみ」22ポイント、5位「一人」8ポイントとなりました。一方90後は1位「夫婦と子供複数人」24ポイント、2位「夫婦と子供一人」23ポイント、3位「夫婦のみ」「夫婦と子供と祖父母」19ポイント、5位「一人」15ポイントとなっています。

一番の相違点は、なんと言っても90後では祖父母が家族構成に加わることを求めている方も多という点でしょう。80後では理想の家族構成の1位に登場している祖父母が、90後では3位になって初めて登場します。独立志向の強さは消費活動だけでなく、ライフスタイル全体に影響を与えるようです。中国では日本のような保育園は普及しておらず、育児休業か祖父母のサポートを得ることで出産後の女性の会社勤めが維持されるのが一般的ですが、今後こういった90後の要望がどのような民間のサービス、社会福祉に結びつくのか、あるいは専業主婦が増えるのか、注目に値する分野の一つとなりそうです。

他には、年齢的な制限や晩婚化が影響するのか、子供を複数人持った家族像を描くのはやはり90後が多いということがわかりました。また「一人」を理想とする回答は90後よりも80後の方が少なく、年齢とともにパートナーを求める傾向が高まることも考えられますが、これとは対照的に80後と90後のどちらにも「夫婦のみ」を志向する層が一定数いることもわかります。夫婦二人を家族単位とし、彼らをターゲットとした有形無形の商品がこれから増えていく可能性もありそうです。

理想の家族構成 (80後、90後)

順位	80後	90後
1	夫婦と子供と祖父母 (25)	夫婦と子供複数人 (24)
2	夫婦と子供一人 (23)	夫婦と子供一人 (23)
3	夫婦と子供複数人 (22)	夫婦のみ (19)
3	夫婦のみ (22)	夫婦と子供と祖父母 (19)
4	一人 (8)	一人 (15)

※カッコ内は回答者人数

「引用・転載時のクレジット表記のお願い」
本リリースの引用・転載時には、必ず「出所:ホットリンク「図解中国トレンド Express」」もしくは「トレンド Express 調べ」と明記ください。

■株式会社トレンド Express について

株式会社トレンド Express は、ホットリンクグループの強みを活かし、ソーシャル・ビッグデータを核としたクロスバウンド(インバウンドやアウトバウンド)消費に関するマーケティング調査だけでなく、ビジネスモデルの策定、具体化のソリューション提供、プロモーション支援をいたします。

【事業内容】

- ・世界各国ソーシャル・ビッグデータを使ったマーケット調査・インバウンド消費に関する需要予測・分析・レポート
- ・図解トレンド Express の編集・発行
- ・ソーシャル・ビッグデータ分析を基にしたプロモーション提案や支援

設立日: 2015年11月 資本金: 100百万円(2017年1月14日時点)
代表者: 代表取締役社長 瀧野 智成
企業サイト: <http://www.trendexpress.jp/> Twitter: https://twitter.com/trendexpress_jp

■株式会社ホットリンクについて(証券コード:3680 東証マザーズ)

ホットリンクは、グローバルでのソーシャル・ビッグデータの流通と分析ソリューションの提供により、ソーシャル・ビッグデータを価値化する企業です。市場や自社・競合、またお客様の声やキャンペーン反響などの各種調査、ターゲットユーザーのプロファイリング、ブームの兆し発見などマーケティング ROI 向上や製品改善、経営革新や予測、また高まるインバウンド消費に関する需要予測・分析・レポートなど、ビジネスにおけるソーシャル・ビッグデータの幅広い活用を支援します。また、グローバルにおけるデータ流通に加え、世界におけるクロスバウンド(インバウンドやアウトバウンド)消費支援サービスの拡大により今後のさらなる成長を実現します。

設立日: 2000年6月26日 資本金: 1,243百万円(2016年9月末時点)
代表者: 代表取締役社長 内山 幸樹
企業サイト: <http://www.hottolink.co.jp/> 公式ブログ: <http://www.hottolink.co.jp/blog>
Twitter: http://twitter.com/hottolink_pr Facebook: <https://www.facebook.com/hottolink.inc>

■お問い合わせ

株式会社ホットリンク コーポレートコミュニケーション本部 広報部

東京都千代田区富士見一丁目3番11号 富士見デュープレックスビズ TEL:03-6261-6932