

2024年6月27日

博報堂生活総合研究所アセアン「アセアン生活者研究 2024」を発表

アセアン家族の10年変化―「先進的な行動スタイル」と「伝統的な家族観」を 織り交ぜながら独自の価値観を形成する「Weaving Family」へ

博報堂生活総合研究所アセアン（以下、生活総研アセアン）は、『The ASEAN Family（アセアンの家族）』をテーマにアセアン生活者の意識・行動に関する調査・研究を行い、インドネシア・ジャカルタにて開催した「アセアン生活者研究 2024」フォーラムにて研究結果を発表いたしました。

2014年に設立された生活総研アセアンは、今年10周年を迎えます。2014年当時も今回と同じく「The ASEAN Family」をテーマに研究を実施。テクノロジーの発展やSNSの急速な普及によって、常時オンラインで接続しながらリアルタイムでコミュニケーションを楽しんでいるアセアン家族の姿を紹介しました。

それから10年の間にアセアンの家族はどのように変化したのかを見つめるため、アセアン6か国（タイ、インドネシア、ベトナム、フィリピン、マレーシア、シンガポール）で定量調査と家庭訪問調査を行いました。結果からは、家族ファーストが根底にありつつ、「新興価値（グローバルの情報や価値観に触れ、新たに取り入れた価値）」と「伝統価値（あらためて自身のルーツを見つめ、強化または取り戻しつつあるアセアンらしい価値）」をバランス良く織り交ぜながら独自の価値観を形成しているアセアンの家族の姿がみえてきました。



<研究結果のポイント>

■「家族ファースト」のアセアン

自国において家族の重要性がどう変化していくと思うかきいたところ、「重要性が増す」と回答したアセアン生活者は日本に比べて30ポイント近く高い。

■アセアン家族における「新興価値」（グローバルの情報や価値観に触れ、新たに取り入れた価値）

【キャリア意識の向上】

「なりたい男性像／女性像」をきいたところ、「キャリアでの成功を目指す」と回答したアセアン生活者は、10年前から男女それぞれ10ポイント以上上昇。

【家族サイズは「拡張」から「凝縮」へ】

今後「子供の数が減る」「同居家族の人数が減る」と答えたアセアン生活者は6割以上に。

【個の自由も尊重】

「一人で過ごす時間を増やしたい」「自由がほしい」というアセアン生活者の願望は10年間で大きく増加。

■アセアン家族における「伝統価値」(あらためて自身のルーツを見つめ、強化または取り戻しつつあるアセアンらしい価値)

【家族内のパワーバランス】

アセアンは日本と比べ、夫の権限が強い傾向。家族内のヒエラルキーをある程度明確にすることで、秩序や助け合いの関係を維持している。

【「家族ファースト」が社会的信頼のベース】

アセアンでは「家族との関係が良好な人は、『良い人』である可能性が高いと思う」と回答した人が約7割に。「良い家族を持っていること」が「良い人の証」「社会の信用手形」として機能しているため、より良い家族にしたい、家族をより良く見せたいと考え行動する傾向。

■アセアンの家族像：「Connected Family」から「Weaving Family」へ

テクノロジーの発展と普及により、さまざまな国や文化の価値観に触れることで、アセアン生活者は受容すべき「新興価値」と、大切に守り抜くべき「伝統価値」を取捨選択しています。

今回の調査を通じ、家族ファーストが根底ありつつ、異なる価値を織り交ぜる(=Weaving)ことで生まれる、アセアン家族の新しく強靱な価値観や生活スタイルがみえてきました。重視する要素に合わせて家族ごとに独自のパターンで編み上げられた価値観は、不安定さを抱えるアセアン社会の中で、家族を包み込んで守る役割も果たします。

図：2014年発表『Connected Family』と2024年発表『Weaving Family』の特徴

2014年提唱 「Connected Family」	アセアン 家族の特徴	2024年提唱 「Weaving Family」
テクノロジーの力により、「家族」の概念が拡張。より多くの家族と外部情報と繋がり、楽しさや幸せを常時シェアしながら生き抜いていく。		"家族"の概念を凝縮させ、限られた家族メンバーと強く濃密に支え合う。自分達に必要な伝統と革新を厳選し、独自の価値観として織り上げ、現代社会を生きる拠り所とする。
SNS普及、常時接続、社会不安	時代背景	更なる経済成長、コロナ、続く社会不安
外向き：拡張して様々なものと繋がりたい。多くの情報を外部から吸収し、価値観や生活様式に取り入れたい	生活者のベクトル	内向き：取り入れた価値観や行動の見直し。本来に必要なものを厳選したり、自国/宗教の伝統的な概念を取り戻す動き
関わる家族メンバーを増やし、広義の「家族(一族)」と一緒に楽しんだり助け合いたい	家族のデザイン	愛情や時間をかけるべき家族メンバーを見極め、凝縮させた「小さく強い家族」で支え合いたい
家族が愛し合い、繋がり合って幸せであることを表明したい	理想の家族像	ユニークで創造性のある家族であることを紹介したい
SNSを介し、常に情報をアップデート	手法	伝統と新しい価値をリミックスし、SNSで表現

「価値観を再構築する」「新しい概念を受け入れながら、これまでの伝統価値を見直し再評価する」といった柔軟性の高さは、アセアン生活者の特性のひとつです。このようなアセアン家族における「新興価値と伝統価値のリミックス」の流れは今後も続くと思われ、生活総研アセアンは考えています。

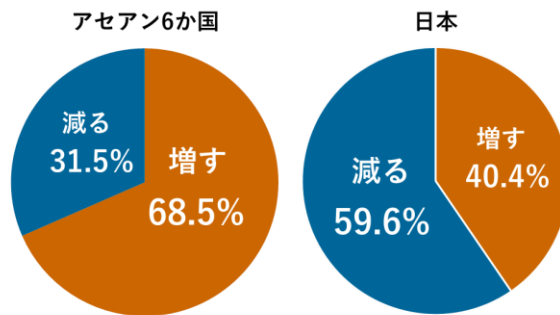
【本件に関するお問い合わせ】

<参考資料：調査結果の詳細>

■「家族ファースト」のアセアン

・自国において家族の重要性がどう変化していくと思うか聞いたところ、「重要性が増す」と回答したアセアン生活者は、日本に比べて30ポイント近く高い。

将来の自国の家族変化：家族の重要性



HILL ASEAN「アセアン家族定量調査2024」

■アセアン家族における「新興価値」

【キャリア意識の向上】

- ・アセアン生活者に「なりたい男性像／女性像」をきいたところ、「家庭を最優先する」と答えた人は男女ともに10年で減少した一方、「キャリアでの成功を目指す」と答えた人は男女それぞれ10ポイント以上上昇。
- ・「家族の時間を犠牲にしてもキャリアで成功したい」と答えたアセアン生活者はこの10年で約7ポイント上昇。

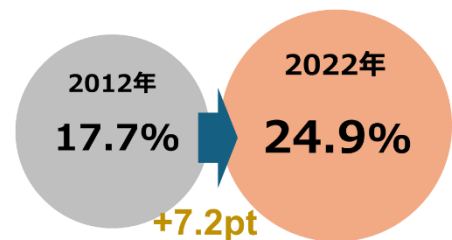
なりたい男性/女性像

「家庭を最優先する」	2012年	2022年	差分
女性	56.3	41.5	-14.8
男性	47.2	39.3	-7.9

「キャリアでの成功を目指す」	2012年	2022年	差分
女性	15.4	28.8	13.4
男性	20.0	36.4	16.4

博報堂「Global HABIT 2012、2022」

家族の時間を犠牲にしても キャリアで成功したい



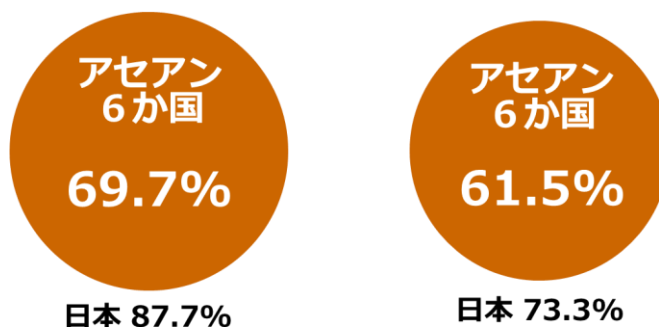
博報堂「Global HABIT 2012、2022」

【家族のサイズは「拡張」から「凝縮」へ】

・自国における将来の家族変化についてたずねたところ、「子供の数が減る」「同居家族の人数が減る」と答えたアセアン生活者は6割以上に。

自国における将来の家族変化

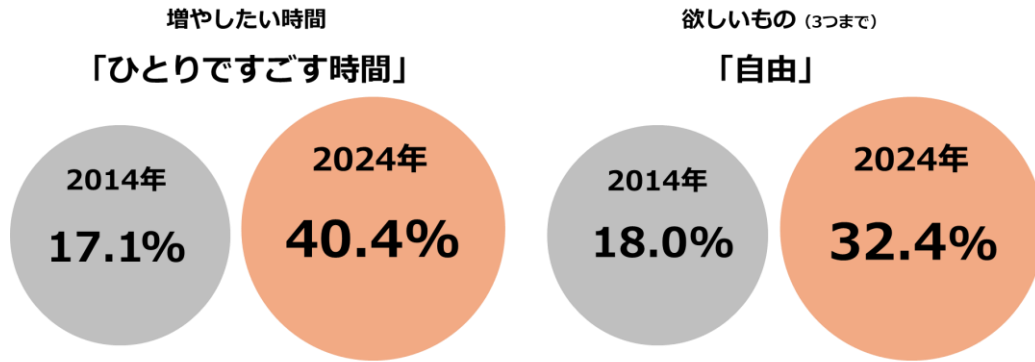
「子供の数が減る」 「同居する家族の人数が減る」



HILL ASEAN「アセアン家族定量調査2024」

【個々の自由も尊重】

・アセアン生活者の「一人で過ごす時間を増やしたい」「自由がほしい」という意向は10年間で大きく増加。



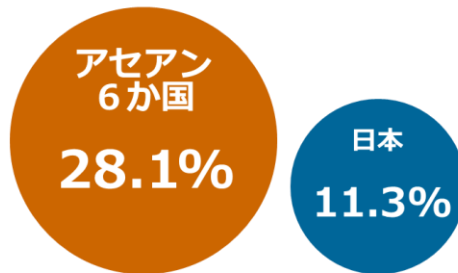
博報堂生活総合研究所「グローバル生活定点2014、2024」
 ※2014年のデータは、調査手法が異なるので参考値

■アセアン家族における「伝統価値」

【家族は将来への保証】

- ・「自分や家族の未来をよく計画して準備している」と回答した人は、アセアンでは28.1%と日本より15ポイント以上高く、社会保障が十分とは言えないアセアン各国において、家族で助け合うことが重視される。
- ・また、結婚した／家庭を持った理由・きっかけとして、アセアンでは「経済的に準備ができた」がトップに。

この社会は不安定なので、自分や家族の未来をよく計画して準備している



HILL ASEAN「アセアン家族定量調査2024」

結婚した／家庭を持った最も重要な理由やきっかけ (単一選択・上位5項目)

※未婚者：「結婚したい／家庭を持ちたい」と思う理由やきっかけ

アセアン6か国		(%)	日本	
経済的に準備ができた	13.9	1	他者を愛す・慈しみたい	16.7
相手を尊重／コミットメント	11.9	2	特にない／分からない	16.5
他者を愛す・慈しみたい	10.6	3	生きていくために相手（パートナー）に頼る必要があった	9.7
法的に結ばれたい／互いに法的な権利を持ちたい	10.3	4	法的に結ばれたい／互いに法的な権利を持ちたい	8.0
自由が欲しい／親元から自立したい	6.9	5	相手を尊重／コミットメント	7.5

HILL ASEAN「アセアン家族定量調査2024」

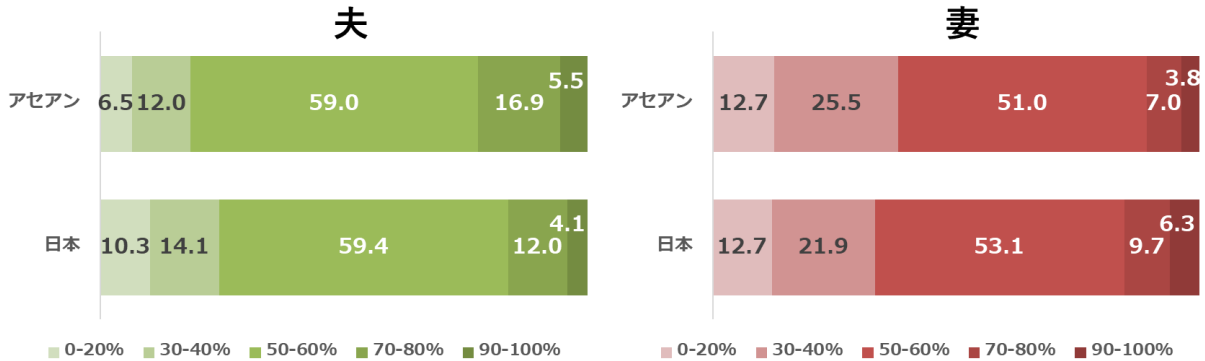
【家族内のパワーバランス】

- ・夫婦間の権限や決定権のバランスについてきいたところ、アセアンでは日本と比べて夫の権限が強い傾向。
- ・「助言を求めたり意見を尊重する人／存在」について、アセアンでは「両親」が約7割でトップ。子供は親を尊敬し老後の面倒を見るべきとされているが、親としても子供たちを適切に導いていくことが求められる。このような「立場に合わせた役割が付与される共助関係」が、アセアン社会・家族の調和のために必要な要素となっている。

家庭内の夫婦間の権限や決定権のバランス (0-100%の10%きざみで回答)

「質問：あなたの家庭において、夫婦間の権限や決定権のバランスは何対何ですか」

*未婚者は自身の両親について回答



HILL ASEAN 「アセアン家族定量調査2024」

人生の重要な決断をするとき、助言を求めたり意見を尊重する人/存在 (複数選択・上位5項目)

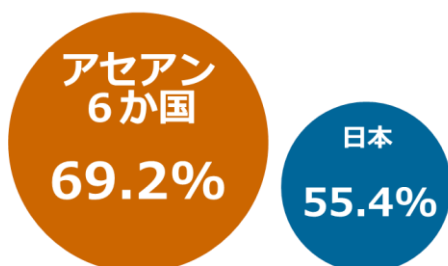
アセアン6か国 (%)		日本 (%)	
両親	69.8	1 夫/妻/パートナー	66.0
夫/妻/パートナー	69.1	2 両親	39.6
友人	44.2	3 特にない/分からない	18.1
神	44.2	4 友人	15.7
カウンセラー/ライフコーチ/教師	22.9	5 自分の子供	14.6

HILL ASEAN 「アセアン家族定量調査2024」

【「家族ファースト」が社会的信頼のベース】

- ・アセアンでは「家族との関係が良好な人は、『良い人』である可能性が高いと思う」と回答した人が約7割に。「良い家族を持っていること」が「良い人の証」「社会の信用手形」として機能しているため、より良い家族にしたい、家族をより良く見せたいと考え行動する傾向。
- ・次の世代に伝えたいこととして、アセアンでは「家族の価値観や伝統」がトップ、次いで「宗教的な慣習、行事」。「良い人・良い家族」を育むために、日本では「人に迷惑をかけない」などの倫理観を大切にされた教育がなされる傾向にあるが、アセアンでは「家族（一族）の伝統や価値観」「宗教的な慣習」を次の世代に継承していくことが重視されている。

家族との関係が良好な人は、「良い人」である可能性が高いと思う



HILL ASEAN 「アセアン家族定量調査2024」

次の世代に伝えたいこと (上位5項目)

アセアン6か国 (%)		日本 (%)	
家族の価値観や伝統	21.5	1 特にない/分からない	34.1
宗教的な慣習、行事	21.2	2 文化/人種/倫理的な行動	16.3
教育・知識	18.6	3 教育・知識	15.1
文化/人種/倫理的な行動	17.4	4 家族の価値観や伝統	12.1
一家の財産や家業	7.5	5 自分の国の言葉がきちんと使える	7.3

HILL ASEAN 「アセアン家族定量調査2024」

<調査概要>

【HILL ASEAN「アセアン家族定量調査 2024」】

調査方法：インターネット調査

対象地域：タイ、インドネシア、マレーシア、フィリピン、ベトナム、シンガポール、日本

対象者：20-49 歳男女、SEC A-C、計 4,900 サンプル

実査時期：2024 年 1 月

【HILL ASEAN「アセアン家族定性調査 2024」】

調査方法：訪問調査

対象地域：タイ、インドネシア、マレーシア、フィリピン、ベトナム、シンガポール

対象者：20-49 歳男女、36 サンプル

実査時期：2023 年 10 月～11 月

※参考データ

【博報堂生活総合研究所「グローバル生活定点 2024」】

調査方法：インターネット調査

対象地域：アセアン（タイ、インドネシア、マレーシア、フィリピン、ベトナム、シンガポール）

日本（首都圏・阪神圏）、中国（北京・上海・広州）

※本レポートでは、アセアンのデータを使用

対象者：15 歳～59 歳の男女、各エリア 1,000 サンプル

実査時期：2024 年 1 月 15 日～31 日

【博報堂生活総合研究所「グローバル生活定点 2014」】

調査方法：訪問面接法

対象地域：タイ、インドネシア、マレーシア、フィリピン、ベトナム、シンガポール、ミャンマー

※本レポートでは、タイ、インドネシア、マレーシア、フィリピン、ベトナム、シンガポールのデータを使用

対象者：15 歳～59 歳の男女、計 7,100 サンプル

実査時期：2013 年 12 月～2014 年 1 月

【博報堂「Global HABIT 2022」】

調査方法：訪問面接法（シンガポールのみインターネット調査）

対象地域：タイ、インドネシア、マレーシア、フィリピン、ベトナム、シンガポール、インド

※本レポートでは、タイ、インドネシア、マレーシア、フィリピン、ベトナム、シンガポールのデータを使用

対象者：15～54 歳男女、各エリア 800 サンプル（シンガポールのみ 500 サンプル）

実査時期：2022 年 8 月下旬～11 月上旬

【博報堂「Global HABIT 2012」】

調査方法：訪問面接法

対象地域：タイ、インドネシア、マレーシア、フィリピン、ベトナム、シンガポール

中国、香港、台湾、韓国、インド、ドイツ、ブラジル

※本レポートでは、タイ、インドネシア、マレーシア、フィリピン、ベトナム、シンガポールのデータを使用

対象者：15～54 歳男女、各エリア 800 サンプルまたは 500 サンプル

実査時期：2012 年 6～8 月

●博報堂生活総合研究所アセアン（Hakuhodo Institute of Life and Living ASEAN）

2014 年、アセアンの生活者を研究する企業内シンクタンクとして設立、2017 年 3 月タイ現地法人化。

アセアン生活者の洞察・提言を通し、アセアンにおける企業のマーケティング活動をサポートしています。

・所在地：タイ・バンコク都

・研究・活動内容：アセアン各国視点での調査・分析、アセアン各国でのフォーラム開催、生活総研アセアン Web サイトの特設ページにて、本調査結果の詳細と研究内容の解説および、今後のマーケティングへの示唆などをご紹介します。

<https://hillasean.com/>