

日本・中国・アセアンにおける初の8か国調査「グローバル定点2023」結果発表(第二弾)

8か国比較で各国が最上位となった項目例は…

日本「環境保護行動をしていない」

中国「仕事を第一に考える」

タイ「夫婦で役割を平等に分担」

博報堂生活総合研究所は、博報堂生活総研(上海)、博報堂生活総合研究所アセアンと協働し、日本・中国・アセアンの生活者のライフスタイルや行動を把握することを目的とした初の8か国調査「グローバル定点」を実施。5月10日に発表した第一弾では、調査結果からみえてきた日本の特徴についてご紹介しました。(15～59歳の男女11,000人を対象とするインターネット調査。調査概要は10ページ)

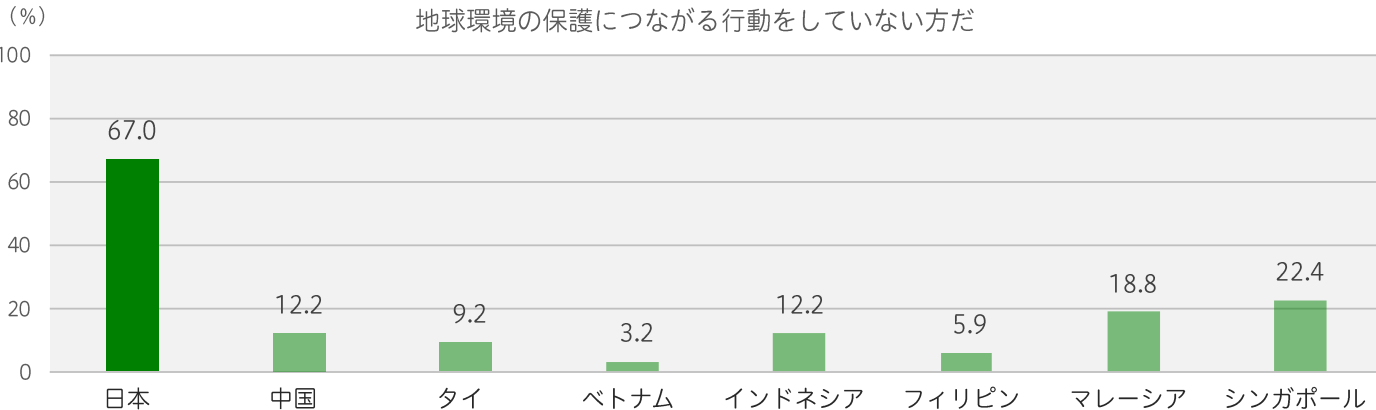
今回の第二弾では、8か国比較で最上位/最下位になったデータの分析結果から、各国の研究員が選んだ特徴的なデータを考察とともにご紹介します。各国の生活者の違いを知る一助になれば幸いです。

各国における最上位(1位)の項目例

		各国の回答率	最下位(8位)との差
	[日本] ■地球環境の保護につながる行動をしていない方だ 意外な結果でした。日本は、「地球環境の保護につながる行動」の基準が高いのかもしれませんが。	67.0%	(+63.8pt)
	[中国] ■家庭生活よりも仕事を第一に考える方だ 一生懸命働くことを通じて生活水準を高めるため、家庭より仕事を優先する人が他国より多かったと考えられます。	31.6%	(+19.4pt)
	[タイ] ■夫婦で役割を平等に分担している(既婚者のみ回答) お手伝いさんやナニーさん(保育サポートのプロ)、同居の両親などが男女平等に寄与しています。	67.6%	(+45.7pt)
	[ベトナム] ■学歴を信じる がんばった分だけ成功に近づく/報われる社会なので、学歴主義はまだ続くと思われれます。	53.1%	(+43.8pt)
	[インドネシア] ■来世を信じる インドネシアの生活者は、その敬虔さから来世を信じて、良い行いを心掛ける人が多いです。	64.6%	(+58.8pt)
	[フィリピン] ■愛を信じる フィリピンの生活者は、恋愛も、家族愛も、人との繋がりをとても大切にする人たちです。	78.4%	(+61.1pt)
	[マレーシア] ■お金を信じる マレーシアが突出しているわけではないので、「お金を信じる」は各国共通の思いなのかもしれません。	53.2%	(+10.5pt)
	[シンガポール] ■海外旅行にひとりで行くことに抵抗はない 趣味として「海外旅行」が大人気。お金も自立心もある人が多いです。	31.9%	(+22.2pt)

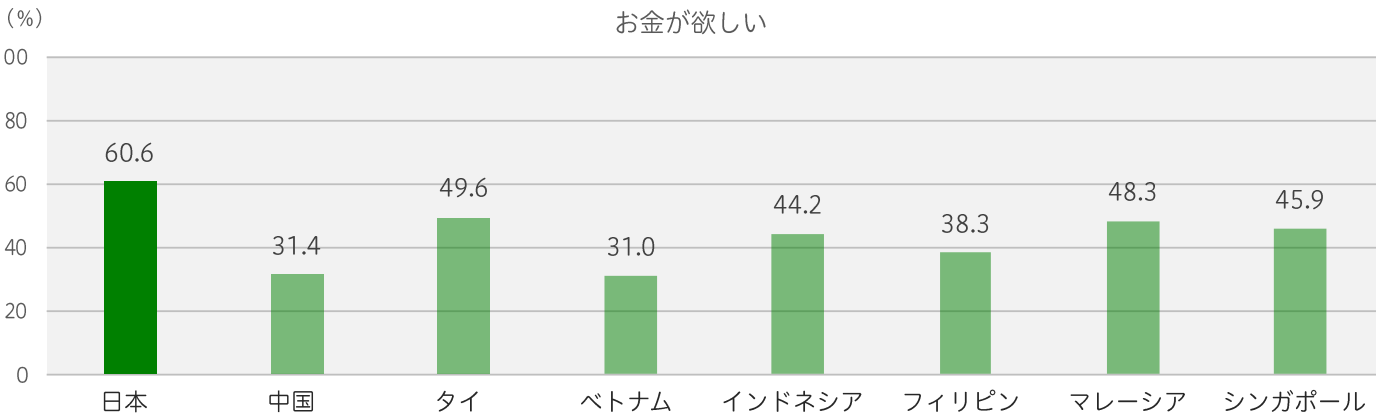
■地球環境の保護につながる行動をしていない方だ

各国研究員の考察 日本は67.0%で最上位でした。しかも、他国と比べようもないぐらいスコアが突出していることが意外でした。例えば、几帳面な日本人にとってはごみをしっかり分別して捨てるのはもはや当たり前ですし、レジ袋を使わないようにマイバッグを持ち歩く人もよく見かけるからです。なのに、調査結果がこうなったのは、日本人が考える「地球環境の保護につながる行動」の基準が他国より高いレベルにあるからかもしれません。



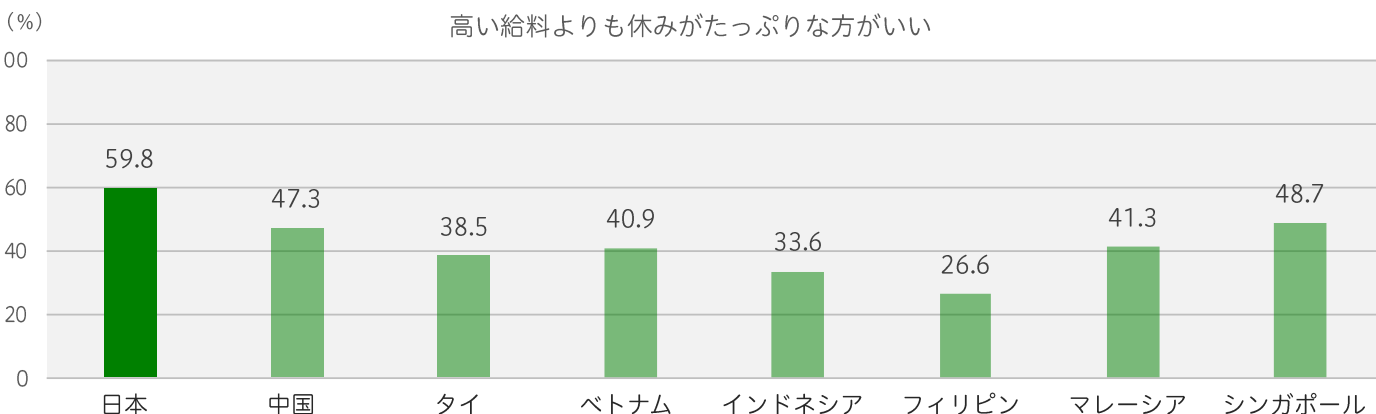
■お金が欲しい

各国研究員の考察 日本は60.6%で最上位でした。超高齢社会の日本で人生100年を過ごすための生活資金として、「お金が欲しい」と願うのは、当然のことかもしれません。さらに、昨今、食品や光熱費など多方面での相次ぐ値上げで家計が苦しくなっていることも「お金が欲しい」と思う要因となっているのでしょうか。



■高い給料よりも休みがたっぷりの方がいい

各国研究員の考察 日本は59.8%で最上位でした。「お金が欲しい」と願う一方、「高い給料よりも休みがたっぷりの方がいい」と考えるのは一見すると矛盾があるように思えます。ただ、よく考えると、会社の仕事以外にも生活者にはやらなくてはならない仕事があります。例えば、育児。男性の育児参加が期待される日本でも、育児休暇を取る男性が増えつつあります。さらには、介護。日本は超高齢社会ですから介護休暇があると助かる社員は多いはず。こうした日本特有の事情がこの調査結果につながったのではないのでしょうか。

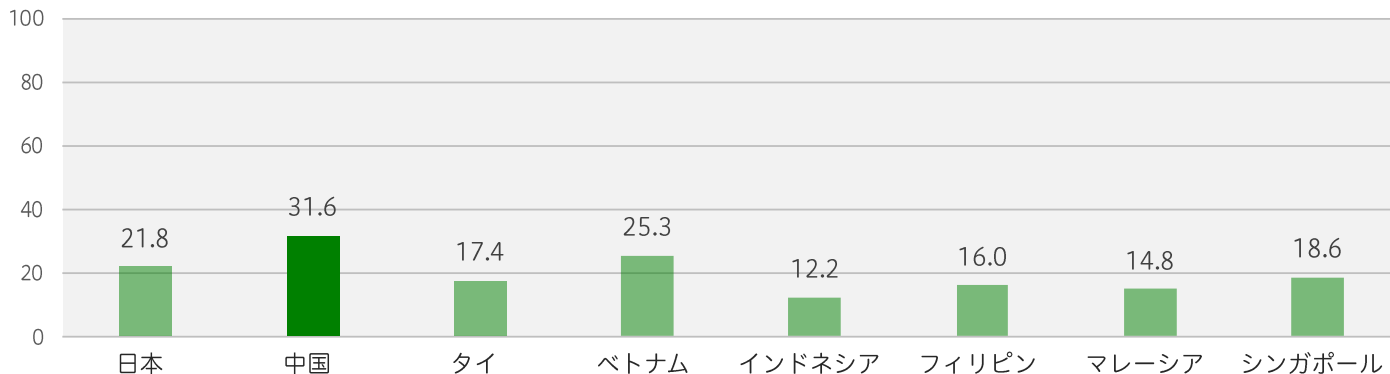


■家庭生活よりも仕事を第一に考える方だ

各国研究員の考察 中国は31.6%で最上位でした。「物質的な面で生活を豊かにすることに重きをおきたい」でも最上位の中国(直下にグラフあり)。一生涯懸命働くことを通じて生活水準を高めるため、家庭より仕事を優先する人が他国より多かったと考えられます。



(%) 家庭生活よりも仕事を第一に考える方だ

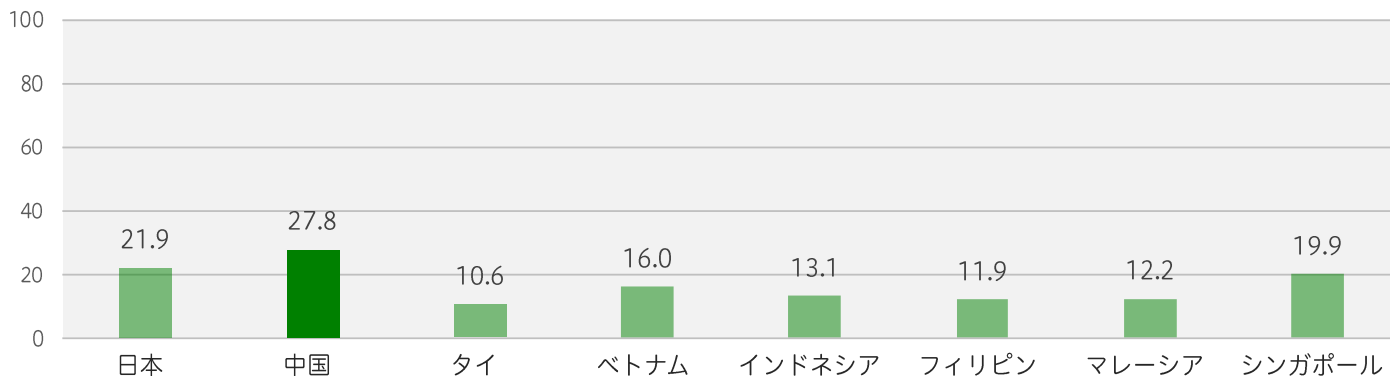


■物質的な面で生活を豊かにすることに重きをおきたい

各国研究員の考察 中国は27.8%で最上位でした。近年、中国は大きな発展がみられました。そのため、生活者(特に一級都市の生活者)のモノへの欲求は既に満たされつつあり、新たにココロを満たすための欲求が生まれているのではないかと想像していました。しかし、この調査結果から他国に比べ、まだ物質的な欲求が重要視されていることがわかりました。



(%) 物質的な面で生活を豊かにすることに重きをおきたい

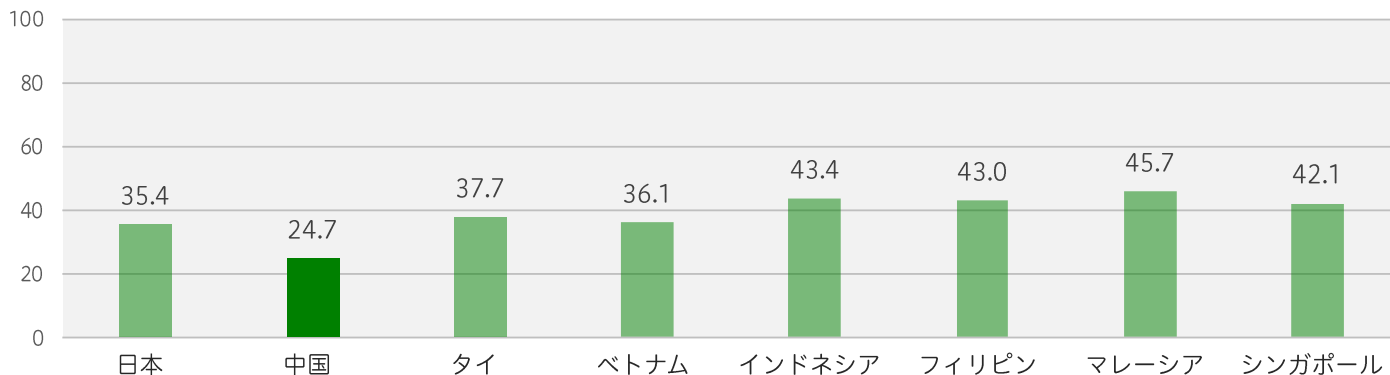


■インターネットによって自分の生活が豊かになったと思う

各国研究員の考察 中国は24.7%で最下位でした。中国ではインターネット、特にモバイルインターネットの普及率が極めて高く、生活のいろいろな面で大きな利便性をもたらしています。ですから、「インターネットによって自分の生活が豊かになったと思う」人が少ないことは意外でした。インターネットは、もはや生活の隅々まで浸透しているため、生活を豊かにする特別なものという感覚を持たないかもしれません。



(%) インターネットによって自分の生活が豊かになったと思う





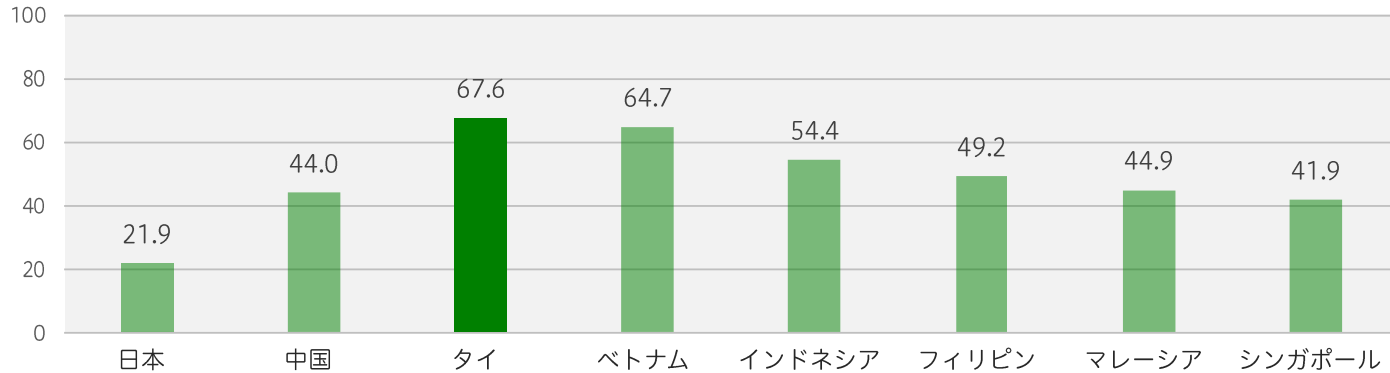
■夫婦で家事や子育て、仕事などの役割を平等に分担している(既婚者のみ回答)

各国研究員の考察

タイは67.6%で最上位でした。実際のビジネスの現場にも女性の社長や役員、オーナーがたくさんいます。働く意識に男女差がありません。働き方に加え、低い人件費で雇えるお手伝いさんやナニーさん(保育サポートのプロ)、家事や子育てを担う同居の両親という存在も女性が外でバリバリ働く男女平等環境に大きく寄与しています。ちなみにタイでは出産後3か月で職場復帰するのも当たり前となっています。



(%) 夫婦で家事や子育て、仕事などの役割を平等に分担している(既婚者のみ回答)



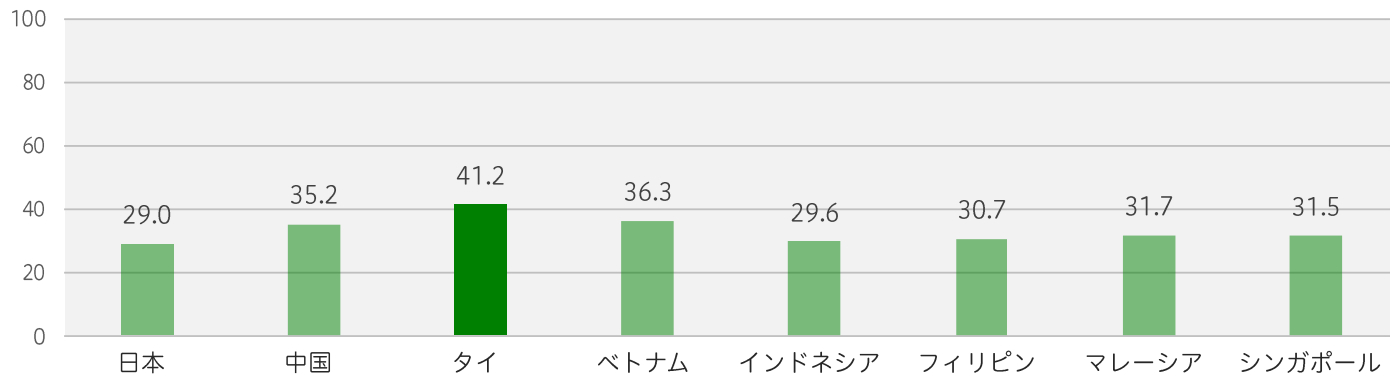
■自由が欲しい

各国研究員の考察

タイは41.2%で最上位でした。タイ人自身が「タイって自由だなあ〜」と思うこともあるので、この結果には驚きました。タイの生活者は家族主義で家族間の絆や期待が強いので、家族からの圧力やこうあるべき…といった、いろいろな制約が課されることもあるため、「自由が欲しい」という気持ちが強まるのかもしれない。



(%) 自由が欲しい



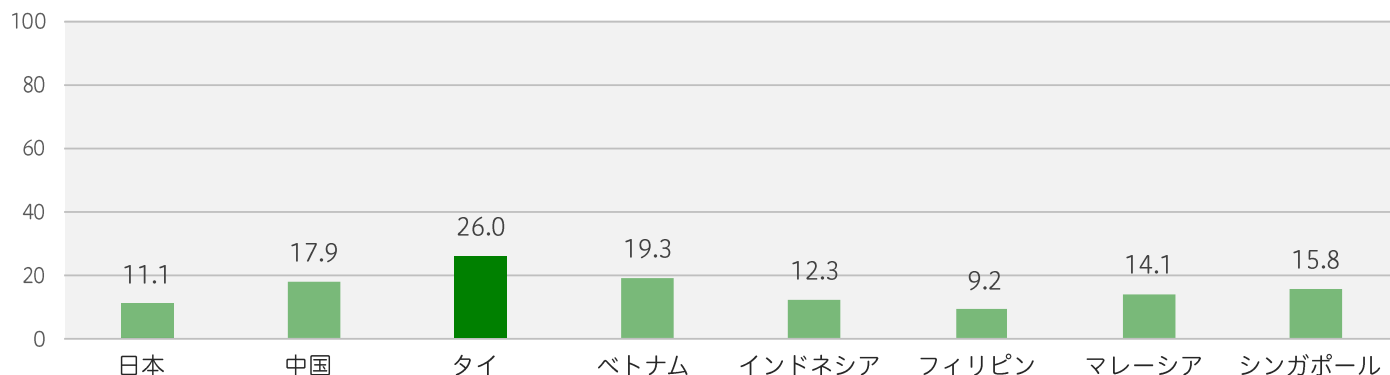
■恋愛や結婚は人生の中でさほど重要ではないと思う

各国研究員の考察

タイは26.0%で最上位でした。タイの人たちは恋愛の話をよくしますし、ヒット曲にも失恋ソングが目立つので、このデータには驚きました。一方で、実際にタイでは単身世帯が増えていますし、社会も単身者に寛容です。また、タイは他のアセアンの国々と同じく大家族主義で、結婚してなくても誰かと一緒に住んでいる人も多いため、孤独を感じたり、結婚の必要性を感じにくいのかもかもしれません。



(%) 恋愛や結婚は人生の中でさほど重要ではないと思う



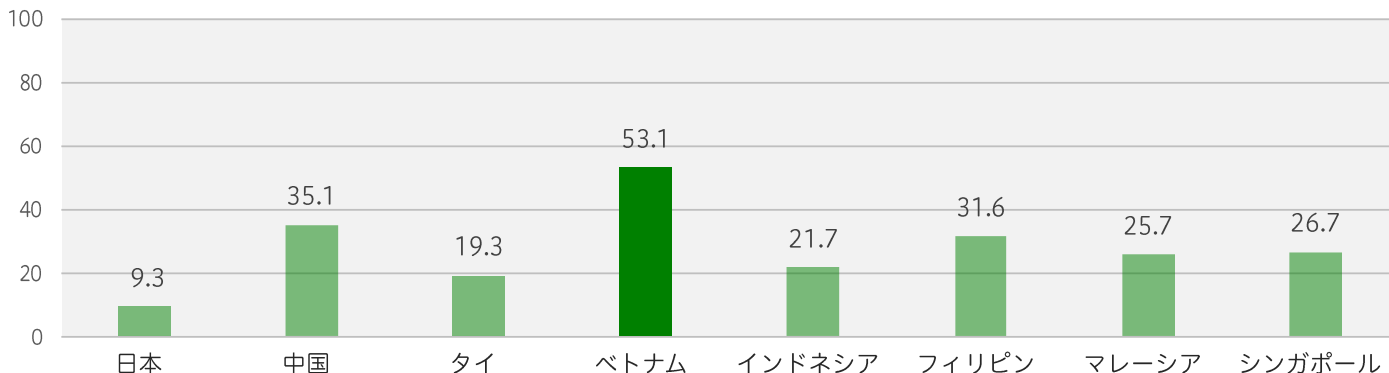
■ 学歴を信じる

各国研究員の考察

ベトナムは53.1%で最上位でした。ベトナムの生活者は歴史的な背景もあって、「自由と自立」に対する渴望が強い傾向がみられます。彼ら彼女らにとって「自由と自立」を手に入れるための最大の武器は「学歴」だということが、調査結果に如実に表れたのではないでしょうか。博報堂生活総合研究所アセアンの家庭訪問調査でも、「高学歴を手に入れて海外に出たい」「良い大学を出て良い職に就いてお金持ちになりたい」などの発言をよく聞きます。がんばった分だけ成功に近づく、あるいは報われる社会なので、ベトナムでの学歴主義はまだ続くと思われれます。



(%) 学歴を信じる



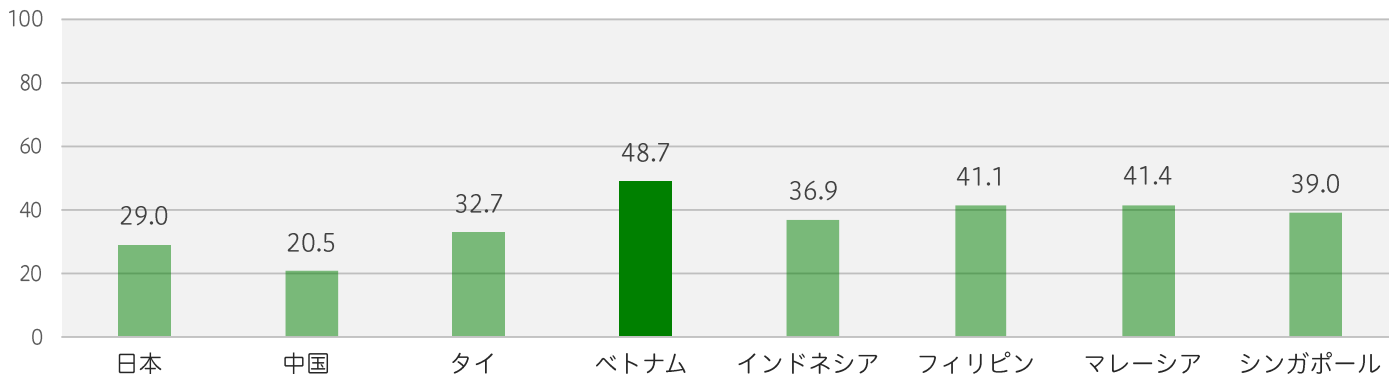
■ ひとりですごす時間を増やしたい

各国研究員の考察

ベトナムは48.7%で最上位でした。ベトナムは社会主義国なので、「みんなで」「みんなのために」という意識が常にあり、その反動で「ひとりですごす時間を増やしたい」という気持ちが強くなるのかもしれませんが。また、ベトナムも家族主義の傾向が強く、家族のために身を粉にして働いたり、努力している人が多いため、その反動ということも考えられます。



(%) ひとりですごす時間を増やしたい



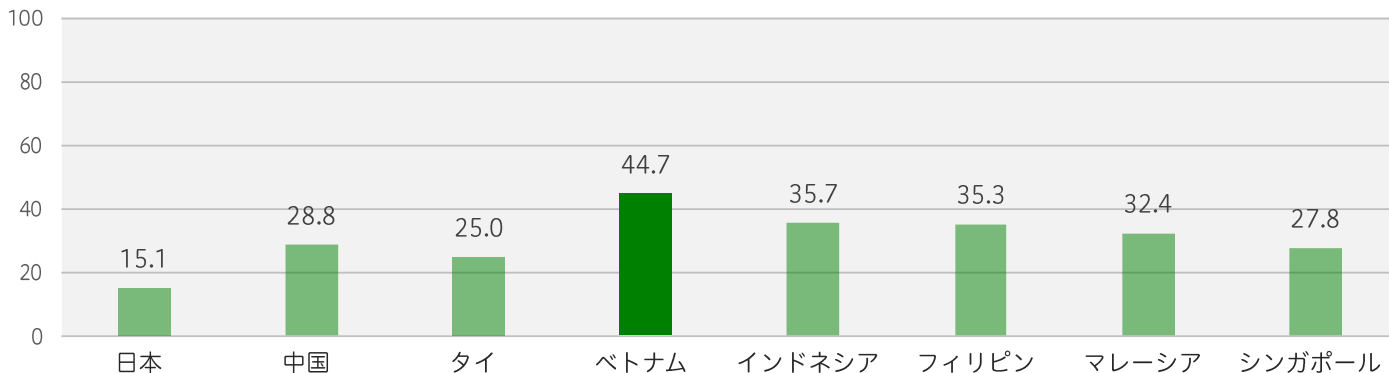
■ 生活の中に刺激が欲しいと思う

各国研究員の考察

ベトナムは44.7%で最上位でした。ベトナムの生活者は、まじめに働いて努力する人たちなので、その反動で「生活の中に刺激が欲しい」と思う人が他国に比べて多いのかもしれませんが。

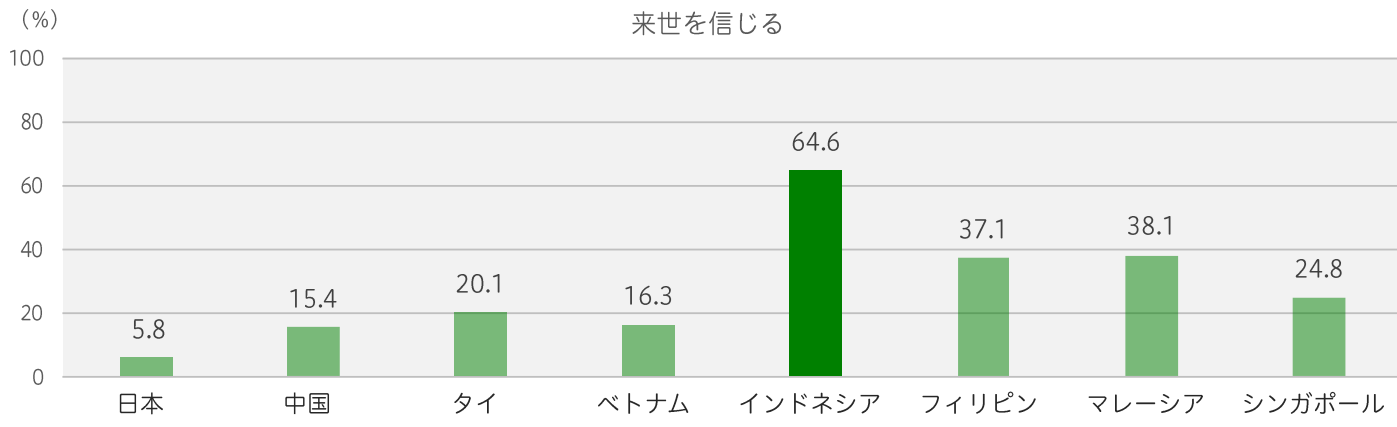


(%) 生活の中に刺激が欲しいと思う



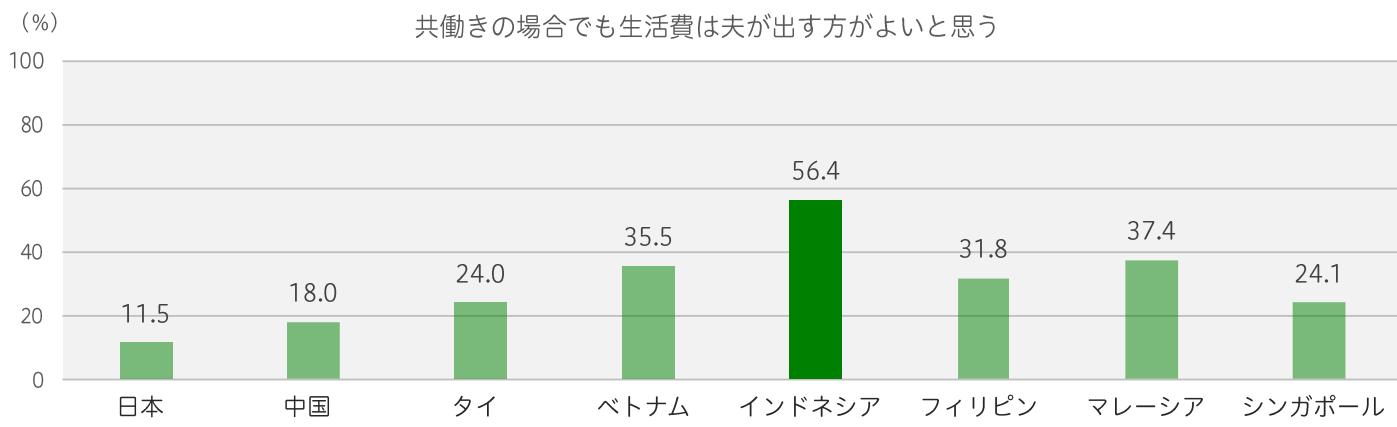
■ 来世を信じる

各国研究員の考察 インドネシアは64.6%で最上位でした。国民の9割がイスラム教徒のインドネシアの生活者は、その敬虔さから来世を信じて、良い行いを心掛ける人が多いです。日常からの意識とふるまいが、この調査結果に表れたのでしょうか。



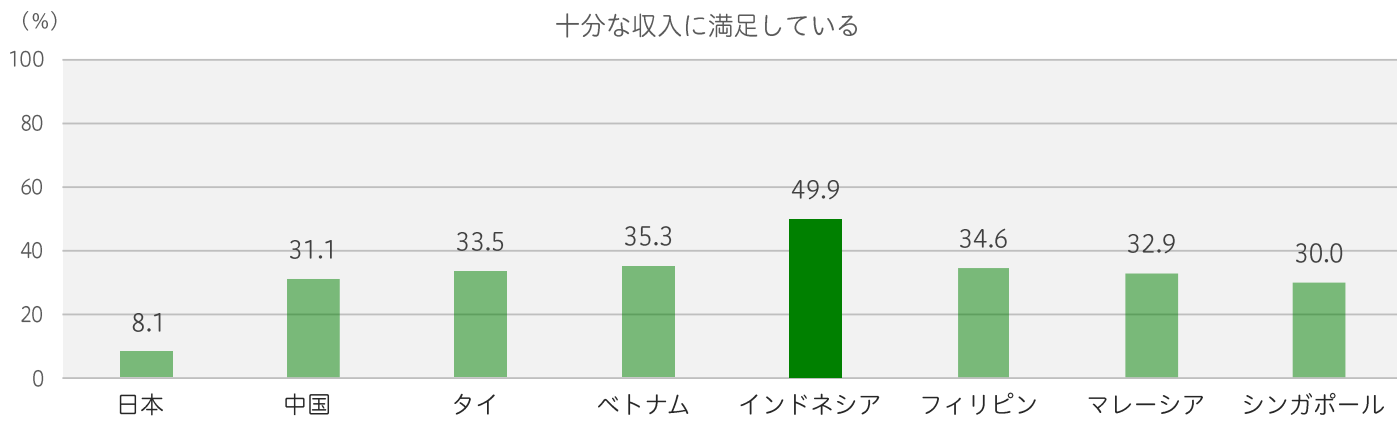
■ 共働きの場合でも生活費は夫が出す方がよいと思う

各国研究員の考察 インドネシアは56.4%で最上位でした。このような夫婦関係が受け入れられているのはインドネシアの生活者の特徴ではないでしょうか。



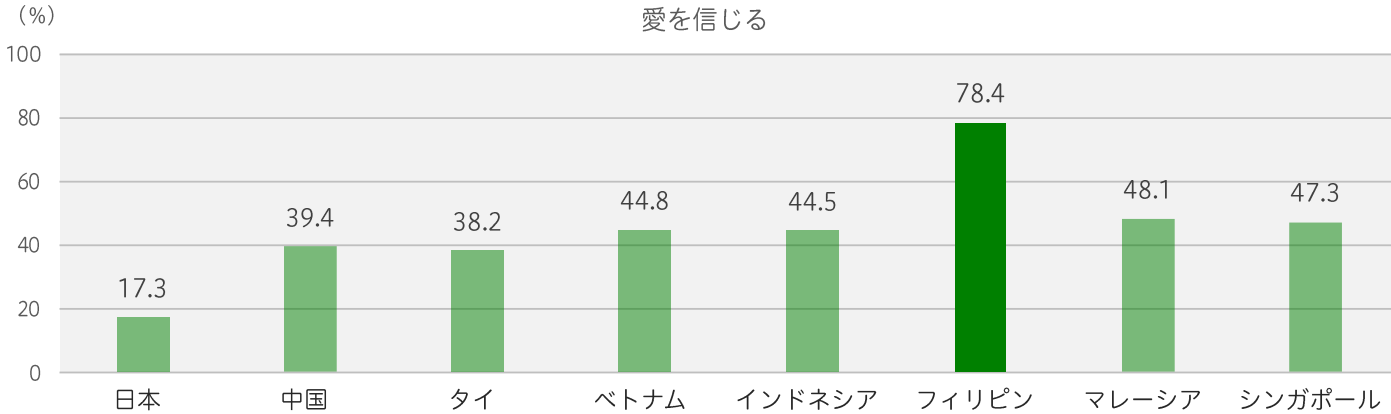
■ 十分な収入に満足している

各国研究員の考察 インドネシアは49.9%で最上位でした。宗教的にも「足るを知る」という考え方が浸透しているので、「十分な収入に満足している」が他国に比べて高いと思われます。ちなみに、この項目以外にも、インドネシアは「家・土地などの住まいに満足している(54.1%)」「十分な貯蓄に満足している(40.3%)」でも最上位でした。



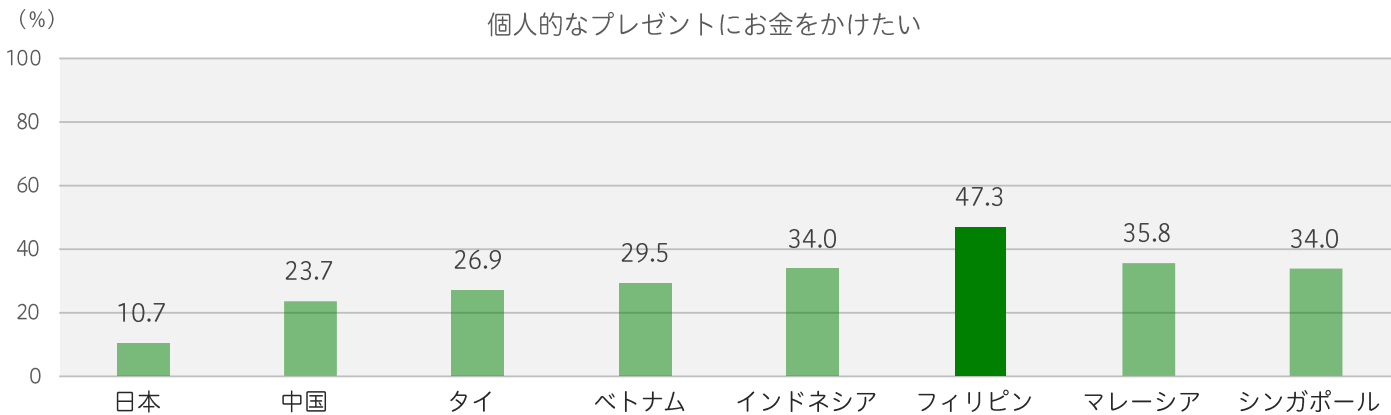
■愛を信じる

各国研究員の考察 フィリピンは78.4%で最上位でした。「愛を信じる」人が突出したのは、国民の9割がキリスト教の信者であることもひとつの要因だと思われます。フィリピンの生活者は言うなれば「愛の人」。恋愛も、家族愛も、人との繋がりをとても大切にする人たちです。



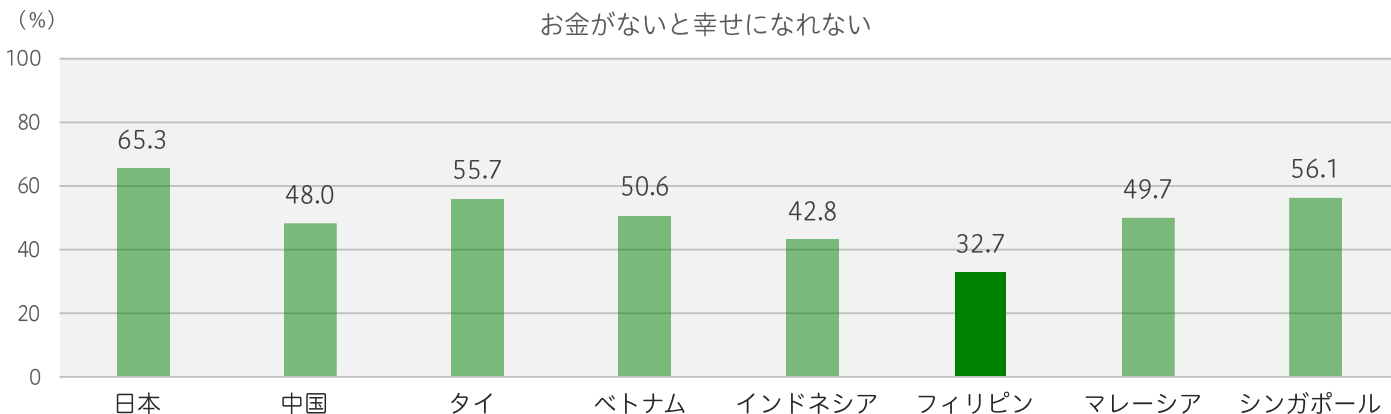
■個人的なプレゼントにお金をかけたい

各国研究員の考察 フィリピンは47.3%で最上位でした。「愛を信じる」の考察でも触れたように、フィリピンの生活者は人との繋がりを重視します。しかし、出稼ぎに行っている人も多いため、離れ離れになっている大切な人との繋がりを「個人的なプレゼント」で維持したいのかもしれない。



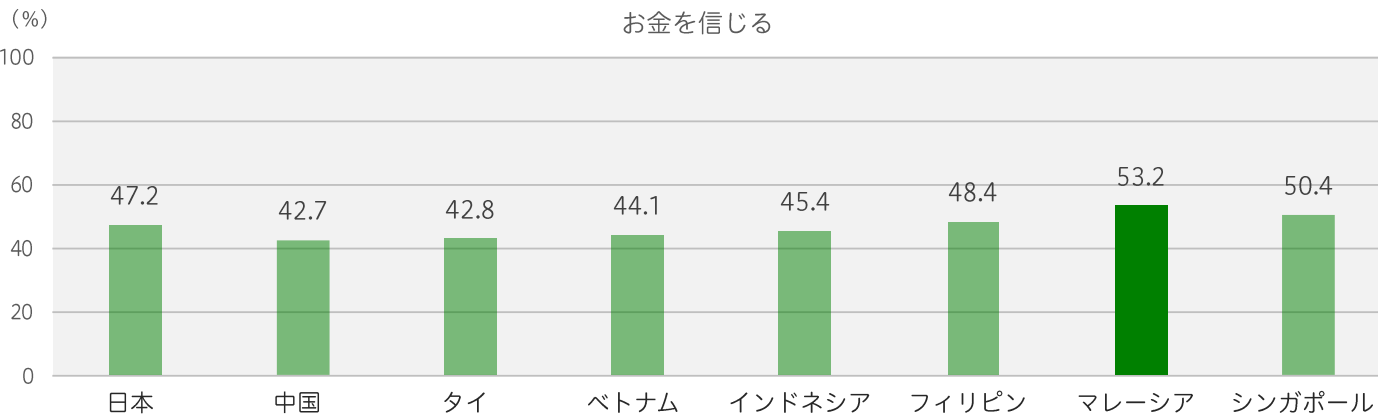
■お金がないと幸せになれない

各国研究員の考察 フィリピンは32.7%で最下位でした。フィリピンの生活者は、自力で豊かになろうと思っている人が多く、お金に加え、「教育と縁」も重視する傾向がみられます。お金の多寡だけが幸せの多寡に直結するわけではないという生活者の意識を写しているようです。



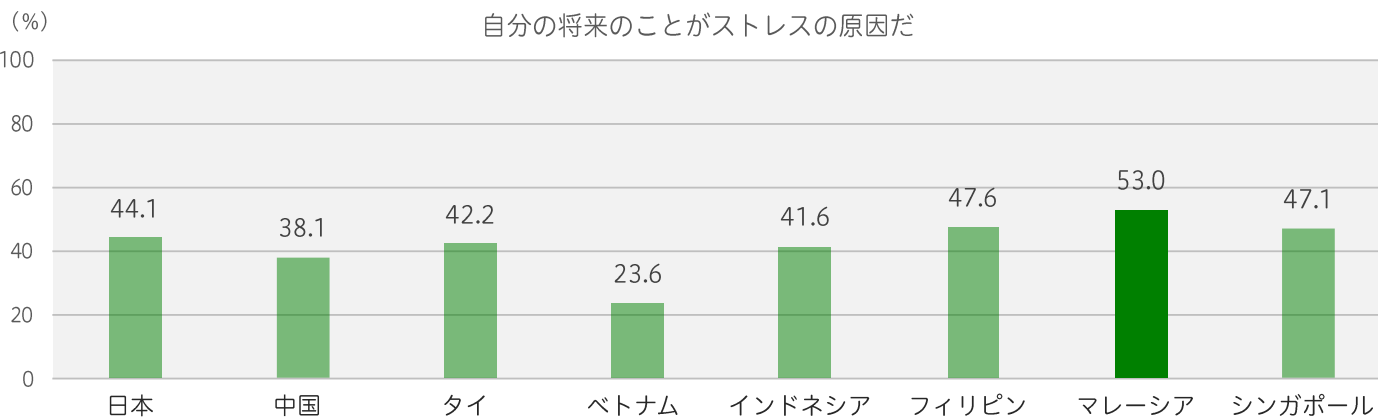
■ お金を信じる

各国研究員の考察 マレーシアは53.2%で最上位でした。ただし、2位 シンガポール(50.4%)との差はわずか2.8ptで、マレーシアが突出しているわけではありません。さらに、3位以下の国のスコアも4割超となっています。どうやら、「お金を信じる」のは各国に共通する生活者の思いなのかもしれません。



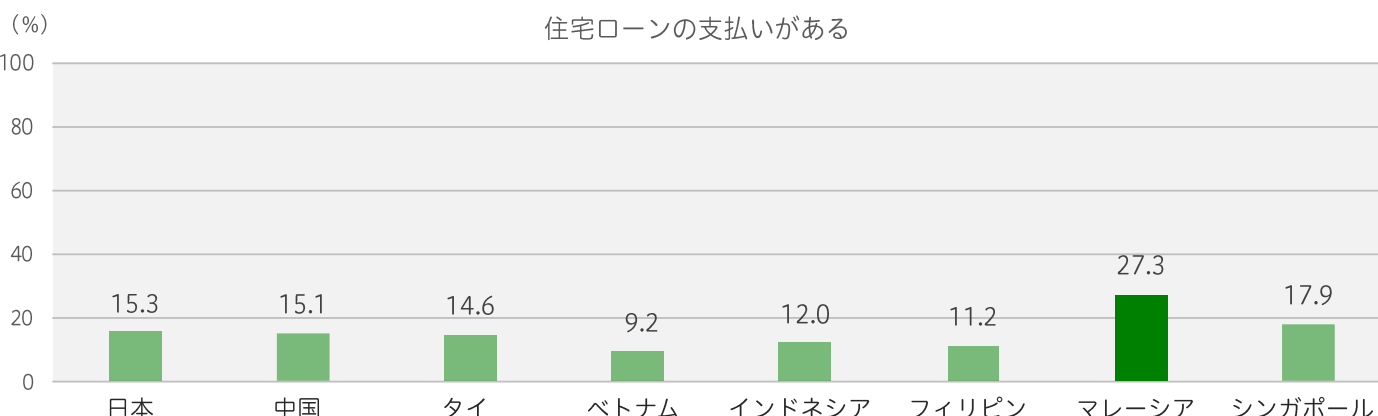
■ 自分の将来のことがストレスの原因だ

各国研究員の考察 マレーシアは53.0%で最上位でした。マレーシアは多民族国家なので、常に誰かと自分を比べて「自分をもっと活躍できる場所があるはず」と考える傾向が他国より強そうです(シンガポールやタイで働いて、所得をもっと増やしたいという若者も多くいます)。そのため、将来のことを不安視して、それがストレスになっているのかもしれません。



■ 住宅ローンの支払いがある

各国研究員の考察 マレーシアは27.3%で最上位でした。「お金を信じる」「住宅ローンの支払いがある」など、お金への思いが強かったり、合理的にお金を使おうとするのは、マレーシアの生活者の特徴だと思われます。

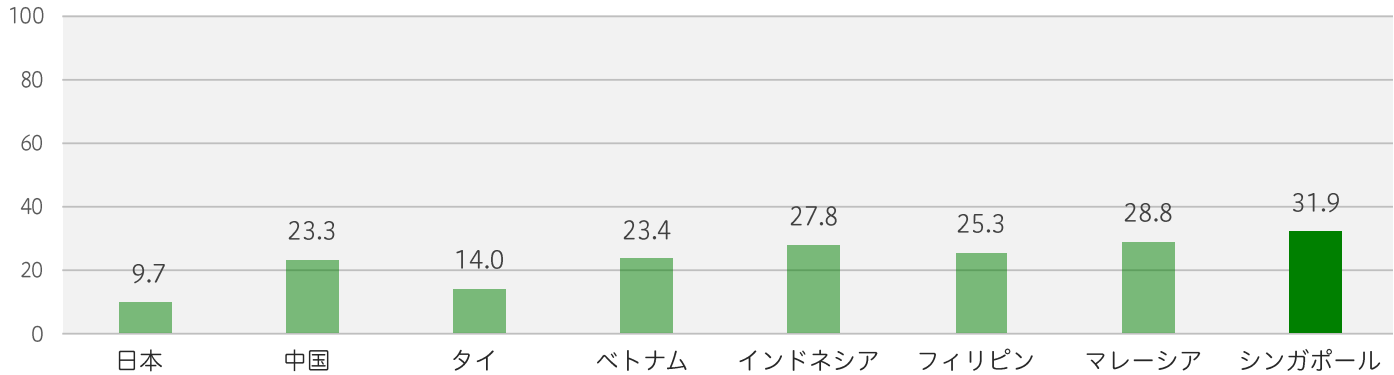


■海外旅行にひとりで行くことに抵抗はない

各国研究員の考察 シンガポールは31.9%で最上位でした。国土が小さいシンガポールの人たちの趣味として、「海外旅行」が大人気です。お金も自立心もある人が多いので、他の国と比べると「海外旅行にひとりで行くことに抵抗がある人は少ない」ようです。



(%) 海外旅行にひとりで行くことに抵抗はない

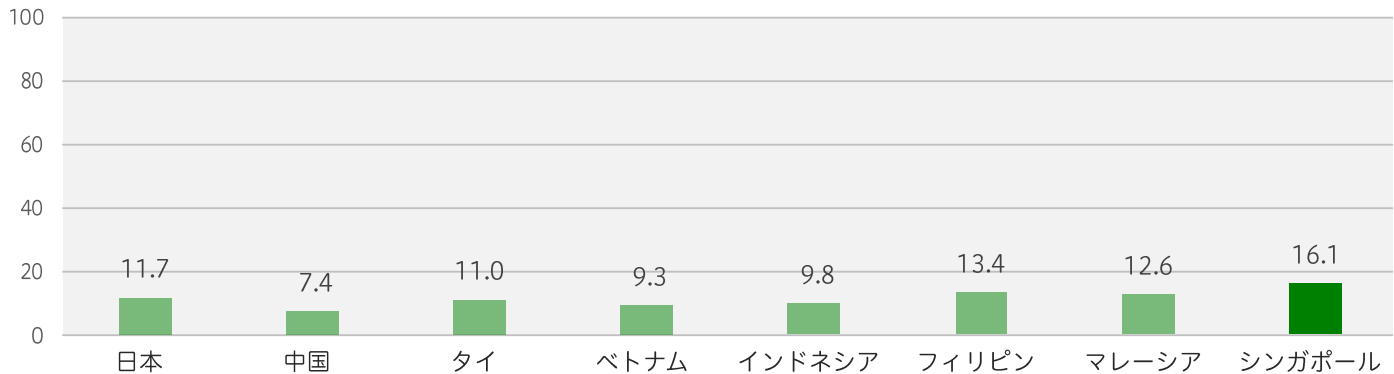


■家族関係がわずらわしいと思うことがある

各国研究員の考察 シンガポールは16.1%で最上位でした。シンガポールも他のアセアンの国と同様、一族の繋がりを重要視していますが、それゆえに家族のなかで比較や批判をされることも多いそうです。例えば、誰かが高額な商品を買うと一族みんなが私も!と真似をしますこともあるほど。ですから、家族からの圧力や一族重視の考え方がわずらわしいと思うのでしょうか。



(%) 家族関係がわずらわしいと思うことがある

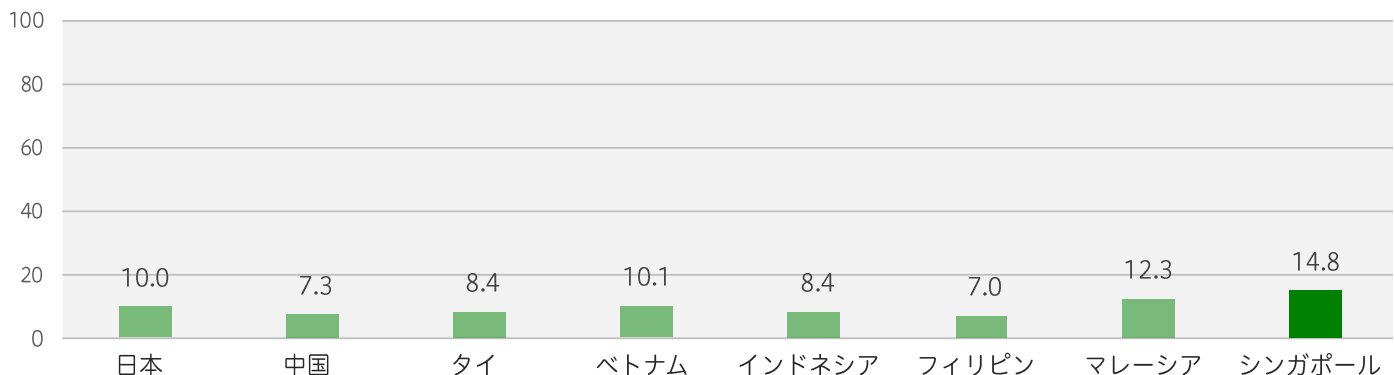


■子どもに財産を残すよりは自分自身にお金を使いたい

各国研究員の考察 シンガポールは14.8%で最上位でした。現実主義的といいますか、子供の教育にはしっかり投資して稼げるスキルは与えて、あとは自分自身の充足や体験にお金をかける、というのがシンガポールの生活者らしいと思います。また、シンガポールは年金制度が充実し始めていて、リタイアしたら年金でそこそこ豊かに暮らせるので彼ら彼女らには老後の心配がありません。稼いだ分はそのまま自分のために使えるのも、こうした背景があると思われます。



(%) 子どもに財産を残すよりは自分自身にお金を使いたい



おわりに: 日本・中国・アセアンの特徴に関する研究員の総括

「お金が欲しい」「高い給料よりも休みがたっぷりな方がいい」といった一見すると相反する項目が最上位の日本。少子化や超高齢社会などの社会課題に向き合うために、「お金も休みも必要」といった生活者の切実な思いを感じました。 博報堂生活総合研究所 主席研究員 夏山 明美

先進都市部(北京、上海、広州)に住む中国生活者は、経済成長の恩恵を受けながらも現状に満足せず、生活の豊かさの向上のために、もっと働いて稼ごうという人の割合が他国より数字が高いことが印象的でした。 博報堂生活総研(上海) 所長 鐘 鳴

アセアンは各国の社会背景や宗教観などが反映される結果となりました。それぞれの国に特徴がありますが、そのなかで共通して言えるのは日本と比べて「家族主義」「人間関係が密」ゆえの結果が散見されたことではないでしょうか。タイ、ベトナム、マレーシア、シンガポールでは「自由」「ひとりで過ごす時間がほしい」「自分の将来のことがストレス」「家族関係がわずらわしい」とその反動が見て取れますし、フィリピンでは「愛を信じる」、インドネシアの「収入に満足している」など、人との繋がりから生まれるプラスの価値を重視している傾向が読み取れます。

博報堂生活総合研究所アセアン Managing Director 伊藤 祐子

「グローバル定点」について

「グローバル定点」とは

- ・博報堂生活総合研究所が日本で1992年より実施している「生活定点」調査の質問項目をベースに、消費・お金、情報、遊び、働き、健康、家族、恋愛・結婚など生活の幅広い領域から約470項目に及ぶ質問を投げかけ、各国の特徴を浮き彫りにするものです。
- ・今後、「グローバル定点」は毎年の調査を実施。時系列分析を行うことで各国の意識や価値観、行動の変化を追跡していきます。
- ・「グローバル定点」の調査結果は、今回のニュースリリースのような報道発表に加え、日本・中国・アセアンにおける博報堂グループの各種マーケティング提案に役立ててまいります。

「グローバル定点」調査概要

調査地域 日本(首都圏・阪神圏)
中国(北京・上海・広州)
アセアン(タイ・ベトナム・インドネシア・フィリピン・マレーシア・シンガポール)

調査人数 11,000人(11エリア×各エリア1,000人)

調査対象 15歳～59歳の男女
(アセアン各国については、世帯収入による絞り込みも行った)

(割付)	日本		中国			タイ	ベトナム	インドネシア	フィリピン	マレーシア	シンガポール
	首都圏	阪神圏	北京	上海	広州						
全体	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
男性	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
女性	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
15～19歳	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
20～29歳	222	222	222	222	222	222	222	222	222	222	222
30～39歳	224	224	224	224	224	224	224	224	224	224	224
40～49歳	224	224	224	224	224	224	224	224	224	224	224
50～59歳	220	220	220	220	220	220	220	220	220	220	220

調査期間 2023年1月10日～31日
調査方法 インターネット調査
設計・分析 博報堂生活総合研究所
実施・集計 株式会社 H.M.マーケティングリサーチ
調査協力 博報堂生活総研(上海)、博報堂生活総合研究所アセアン

(既報) 2023年5月10日 ニュースリリース
日本・中国・アセアンにおける初の8か国調査「グローバル定点2023」結果発表
日本は「お金が欲しい」が最上位、「愛を信じる」が最下位

<https://seikatsusoken.jp/newsrelease/2024/>

■博報堂生活総研(上海)

Hakuhodo Institute of Life and Living Shanghai

博報堂生活総研(上海)は、株式会社博報堂の独資子会社として2012年に上海に設立された、中国の博報堂グループのシンクタンクです。日本で蓄積してきた生活者研究のノウハウを生かし、中国における企業のマーケティング活動をサポートしていくと同時に、これからの中国の新しい暮らしのあり方を、中国現地で洞察・提言する活動を行っています。

現在の主要業務は、以下の通りです:

- ・生活者の本質的な欲求を洞察し、新しい暮らしのあり方を提言する「生活者動察」
- ・生活者やマーケットの新しい見方を提示する「新視点提案」
- ・生活者発想を基盤とした企業のマーケティング活動に対する「コンサルティング、提言」

<https://www.shenghuozhe.cn>

■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/>



Hakuhodo Institute of Life and Living
JAPAN / CHINA / ASEAN