

# 中国華東地域主要7都市の 消費者ライフスタイル調査

2013年3月

日本貿易振興機構（ジェトロ）

# 目次

本調査の目的・本調査の仕様	3
インターネットアンケート調査・フォーカスグループインタビュー調査	4
自宅訪問調査・街頭チェック	5

## 第一章「7都市基礎情報」

本調査の対象都市	7
公式統計で見る7都市	8
7都市のウェブサイト利用状況	9
7都市のテレビ視聴状況	10
7都市の雑誌購入状況	11
7都市のネットショッピング事情	12
ネットショッピングにける金額は?	14
ネットで購入するものとは?	15
7都市の商圈情報	
上海	17
南京	19
蘇州	21
無錫	23
杭州	25
寧波	27
合肥	29

## 第二章「衣」

毎月ファッションにいくら使っていますか?	32
【自宅訪問】お宅の服装事情、聞かせてください	33
服をどこで買っているのか?	34
ファッションに関する情報源は?	35
ファッション購入で気にするポイントは?	36
注目の国別スタイルは?	37
グループインタビューから、どこの国のファッションを参考にしていますか?	38
ジャパニーズファッションの勝算は?	39
ジャパニーズファッションを選ぶ人々	40
街頭ファッションチェック&持ち物チェック	
上海篇	41
南京篇	43
蘇州篇	45
無錫篇	47
杭州篇	49
寧波篇	51
合肥篇	53
個性的なファッションの登場—男性ファッションはこれから	55

## 第三章「食」

中国の「食」事情	57
7都市美食比較—「醤油と砂糖でまったり系の上海・江蘇省料理」	58
7都市美食比較—「あっさり系の浙江省」と「重めの安徽省」	59
食材はどこで買っていますか?	60
よく使うコンビニとそこで購入するものは?	61
華東エリアの「台所事情」	62
中国の外食事情	63
毎月の平均外食の回数は?(週末・夕食)	64
平均外食予算は?(週末・夕食)	65
人気の料理は?	66
各都市の地元有名レストラン	67
各都市の人気レストラン	68
レストラン選びのポイントは?	70
日本食はどのような消費者に受け入れられているのか?	71
どのファーストフードをよく利用しますか?	72
よく使うカフェ&茶館は?	73
ベーカリー・スイーツはどこのお店を利用しますか?	74



# 目次

## 第四章 「住」

総論: 中国の不動産事情	76
各エリア住宅物件平均価格	
上海	77
南京	78
蘇州	79
無錫	80
杭州	81
寧波	82
合肥	83
現在の居住空間について	84
現在住んでいるお部屋の広さは?	85
家賃・ローンの金額は?	86
物件選びのポイントは?	87
自宅訪問(標準家庭)	
上海	88
南京	90
杭州	92
合肥	94
自宅訪問(特徴的な家庭)	
上海	96
南京	98
杭州	100
合肥	102
今の住まいに満足していますか?	104
今、求められているサービスとは	105
自動車社会への転換—新たな社会問題・駐車場	106

## 第五章 「楽(レジャー)」

中国のレジャー事情	108
7都市の月平均レジャー消費額	109
週末の過ごし方は?	110
余暇、週末の過ごし方は?	111
ヘアサロン・美容室	112
旅行に行く頻度は?	113
海外旅行の経験は?	114
海外旅行の目的地は?	115
日本を旅した経験はありますか?	116
国内旅行で行ってみたい目的地	117
行ってみたい海外の旅行地は?	118

## 第六章 「学(教育)」

どう考える? 子供の教育	120
子供に習い事を始めさせたタイミングは?	121
子供に通わせた習い事は?	122
毎月子供の習い事にかかる費用は?	123
子供に塾や習い事、行かせてますか?	124
自分の習い事経験は?	127
何を習ったことがありますか?	128
自分の習い事に掛ける予算は?	129
今後習ってみたいのは?	130

## 第七章 「医療・介護」

自己流の健康法は?	133
健康・医療情報はどこから?	134
かかりつけ医師(病院)に対するイメージは?	135
介護への考え方は?	136
介護用品の購入場所は?	137

## 参考資料

インターネットアンケート内容	139
グループインタビューサンプル	140



## ■本調査の目的

日本企業にとって市場としての重要性が高まる中国。かつてのように安価な労働力に頼る生産拠点としての位置付けではなく、大きな消費欲を有した巨大市場として重要視され始めている。特に、中国経済を牽引する国際都市である上海、そして上海周辺の華東地域は経済発展も目覚しく、きわめて高い消費能力を有する消費者が育ってきている。

本調査では中国華東地域の主要7都市(上海、蘇州、南京、無錫、杭州、寧波、合肥)の消費者のライフスタイルを「衣」・「食」・「住」・「楽(レジャー)」・「学(教育)」・「医療・介護」の切り口で明らかにするとともに、よく行く商圈やショップなどの傾向を明らかにするため、ネットアンケートやグループインタビューなどを行った。小売りや流通、外食など日本のサービス関連企業の中国市場開拓に際し、基礎マーケティング情報として活用可能な内容の収集に努めた。

## ■本調査の仕様

- 1.文献調査…政府機関から発表されているオープンデータをはじめ、多様な情報を収集して、華東7都市におけるライフスタイルを探った。
- 2.インターネットアンケート調査…華東地区7都市の消費者に対して、「衣」、「食」、「住」、「楽(レジャー)」、「学(教育)」に関する意識を定量的に調査、把握した。
- 3.フォーカス・グループ・インタビュー(FGI)…「衣」、「食」、「住」、「楽(レジャー)」、「学(教育)」および「医療・介護」に対する消費者の意識を掘り起こした。
- 4.自宅訪問…実際に対象都市で生活をしている家庭を訪問し、「衣」、「食」、「住」、「楽(レジャー)」、「学(教育)」および「医療・介護」に関する消費習慣をインタビューした。
- 5.街頭チェック…調査対象都市の繁華街で消費者のファッション嗜好をチェックした。

## ■インターネットアンケート調査

- ・対象都市：上海、南京、蘇州、無錫、杭州、寧波、合肥
- ・サンプル数：合計1400
  - ・各都市200サンプルを採取
  - ・男女比率均等
  - ・「20代・30代」と「40代・50代」の比率均等
- ・調査時期：2013年1月～2月

## ■フォーカスグループインタビュー調査

- ・対象都市：上海、南京、蘇州、無錫、杭州、寧波、合肥
- ・サンプル数：合計84
  - ・各都市で消費力の高いモニターから下記の属性を有するモニターを抽出し、回答を収集した。
    - 各都市2グループ
    - 1グループは20代・30代、もう1グループは40代・50代で構成
    - 各グループ人数は6人、男女ほぼ均等

## ■ 自宅訪問調査

- ・対象都市：上海、南京、杭州、合肥
- ・サンプル数：合計8世帯
  - ・各都市2世帯を訪問
  - ・1世帯は「30代夫婦＋子供 持ち家」を標準的家庭とした
  - ・もう1世帯は特徴的な家庭を取り上げた
    - 上海：20代・1人暮らし・女性
    - 南京：30代の夫婦のみの家庭
    - 杭州：三世代同居（30代夫婦とその両親、5歳の子供）家庭
    - 合肥：50代、退職後の老夫婦家庭
- ・調査時期：2013年1月

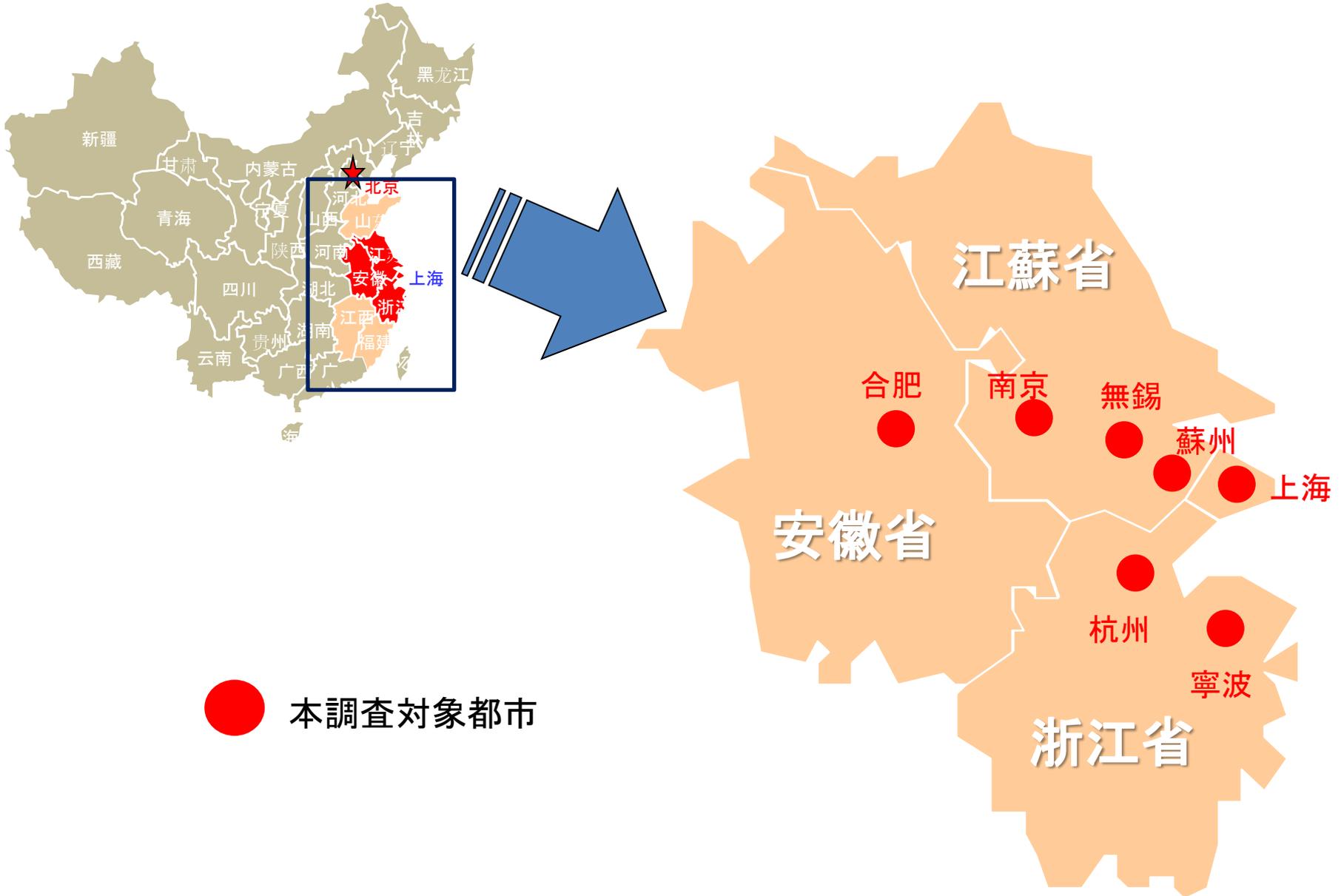
## ■ 街頭チェック

- ・対象都市：上海、南京、蘇州、無錫、杭州、寧波、合肥
- ・サンプル数：不定
  - ・各都市の繁華街を訪れている消費者を無作為に抽出し、ファッションチェックのために写真撮影などを行った。
- ・調査時期：2013年1月

# 第一章

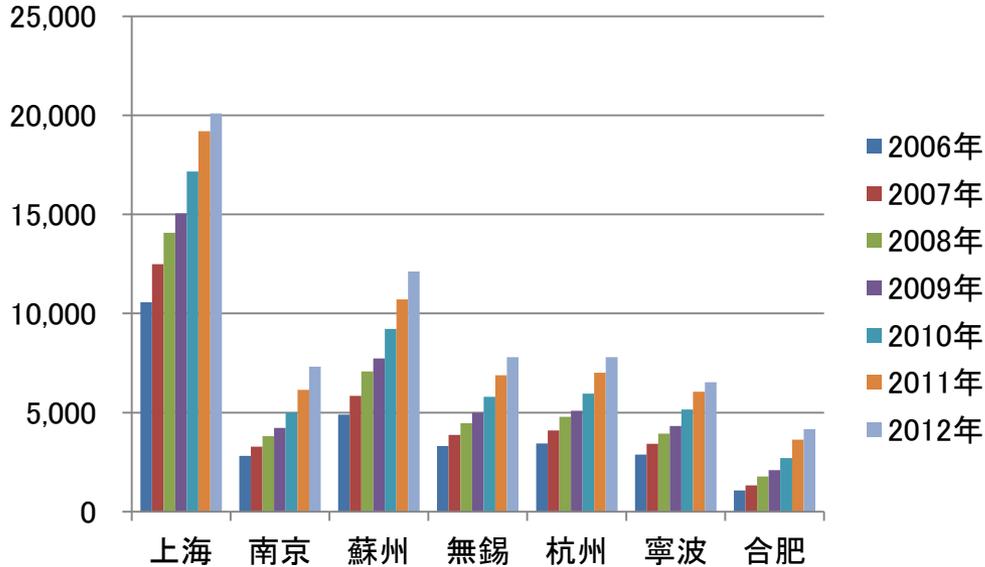
## 7都市の基礎情報

# 本調査の対象都市



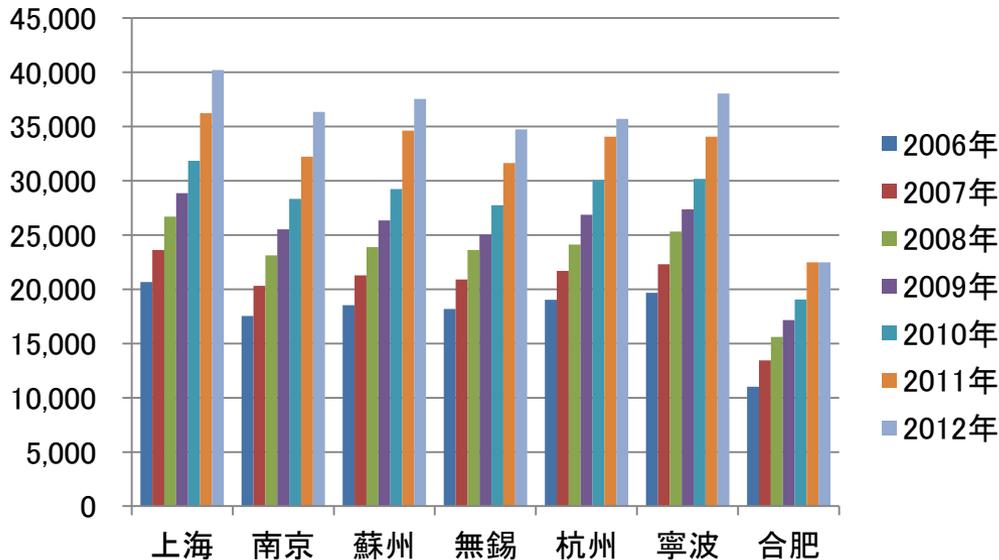
# 公式統計で見る7都市

## 1-1 都市部GDPの変遷(単位:億元)



出所:各都市の統計年鑑をもとに作成

## 1-2 都市部一人当たりの平均可処分所得(単位:元)



出所:各都市の統計年鑑をもとに作成

1-1は今回の調査対象である7都市のGDPを比較したもの。

一目瞭然だが、国際的都市である上海が、他都市をリードしている。世界的金融危機の影響で、経済成長が鈍化しつつあるといわれているものの、成長はストップしていない。

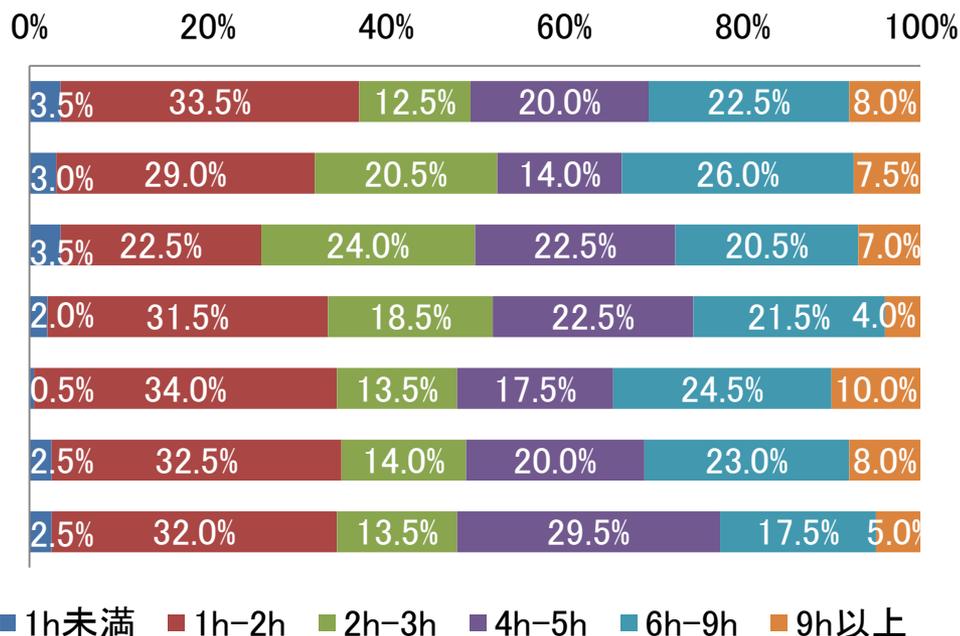
その他6都市においては、蘇州が頭一つ抜きんでている状況。同市は世界的にも有名な歴史的観光都市であるとともに、半導体や電子製品などの精密工業を中心とした製造業が進出し、同市の工業園区には外資製造業をターゲットとした多くのサービス業も進出している。

1-2は、1人当たりの年間可処分所得の推移だ。合肥市を除いた6都市の差は小さくなってきている。

上海市の消費者の所得そのものは伸びているが、不動産価格が高騰し非常に高額な水準のため、個人の可処分所得は、他都市とあまり変わらない。これに対し、他の5都市では所得の向上に加え、不動産価格や物価が上海に比べ、低い水準であるため、可処分所得が比較的多い。消費地として上海のみに注目してしまいがちだが、他の都市の消費者の購買力も高まっている。

# 7都市のウェブサイト利用状況

## 1-3-1【アンケート】ウェブサイトの日平均閲覧時間



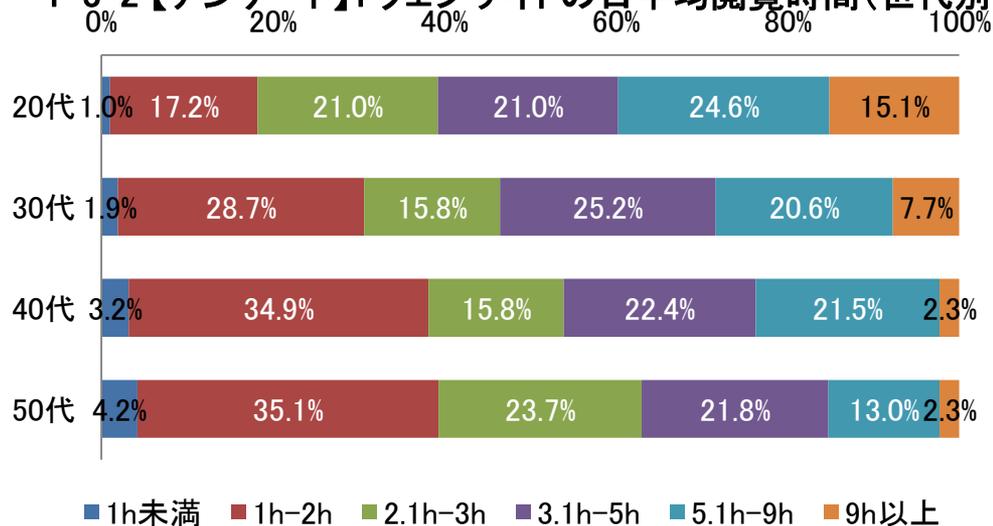
1-3-1は1日のネット閲覧平均時間である。中国はネットユーザー世界一を誇り、きわめてネット依存率が高いことが分かる。各都市ともに「2時間」から「3時間」の割合が多く、なかには1日10時間を超える時間、ネット閲覧を行っているとの回答があった。

特に中国ではソーシャル・ネットワーキング・サービス(SNS)が急速に普及しており、中国版ツイッターとも言われている「微博(ウェイボー)」、またコミュニケーションソフトQQを生んだ騰訊による「微信(ウェイシン・LINEに似た機能を持つ)」など、短時間で多くの国内版SNSが普及している。また世代別に見ると、20代では「1日9時間以上」という比率も15.1%と非常に高い。

## 1-3-3 中国で利用者数の多いウェブサイト

セグメント	ウェブサイト名
ポータルサイト	搜狐・騰訊・新浪など
検索サイト	百度・搜狗・グーグルなど
ショッピング	淘宝・京東商城・当当網など
微博	新浪・QQ・搜狐・網易
動画サイト	優酷・土豆網・樂視など
旅行サイト	携程・驢媽媽・途牛など

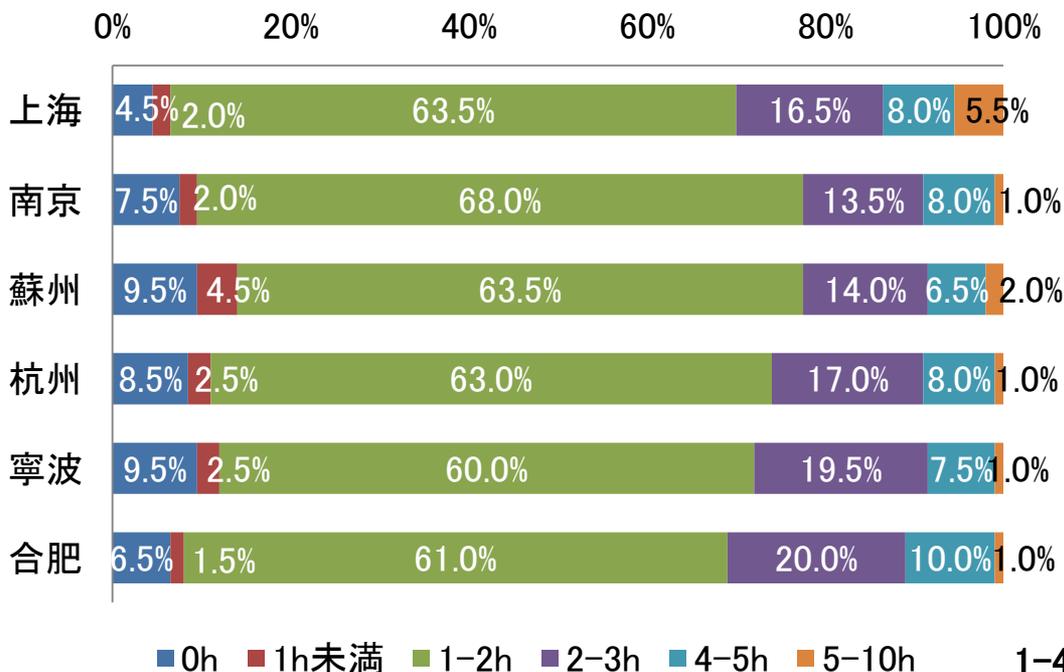
## 1-3-2【アンケート】1ウェブサイトの日平均閲覧時間(世代別)



※登録ユーザー数などからピックアップし作成

# 7都市のテレビ視聴状況

## 1-4-1【アンケート】1日の平均テレビ視聴時間



日本ではインターネットにおされ気味になっているテレビ。しかし、中国においてはテレビを視聴するという生活習慣はなくなってはいない。

こうしたテレビを視聴する世代は40代、50代の年配層が主流で、20代になると「0時間」～「1h未満」の回答者数が増えている。また寧波や合肥といった地方都市に行くほど、テレビの視聴時間は大きい数値となっている。

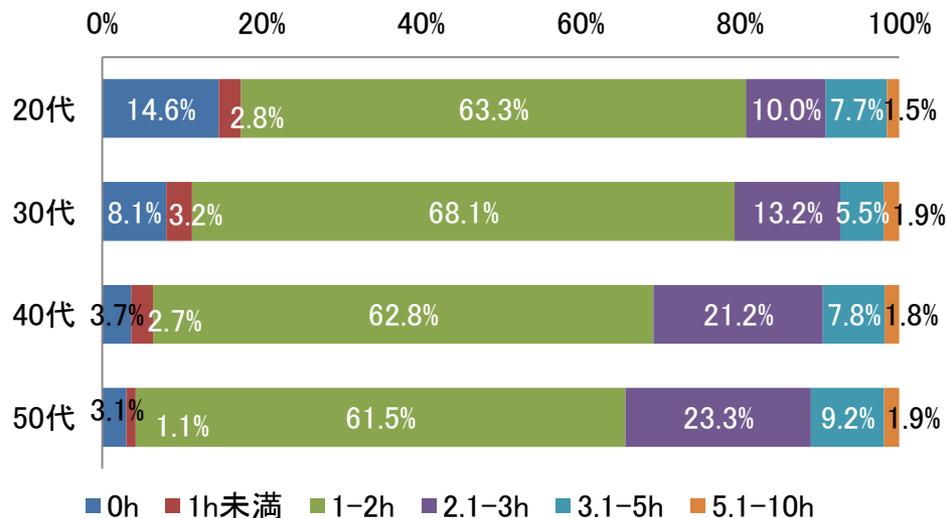
テレビドラマでは、清代後宮での女の戦いを描いた「甄嬛伝」が女性の間で人気。バラエティでは定番の人気長寿番組が相変わらずの高視聴率。また、ドキュメンタリー番組では、中国各地の食文化を紹介する『舌尖上的中国』が高い評価を受けた。

## 1-4-3 2012年の人気テレビ番組

セグメント	タイトル
テレビドラマ	甄嬛伝・北京愛情故事など
バラエティ	非誠勿擾・快樂大本營など
ドキュメンタリー	舌尖上的中国

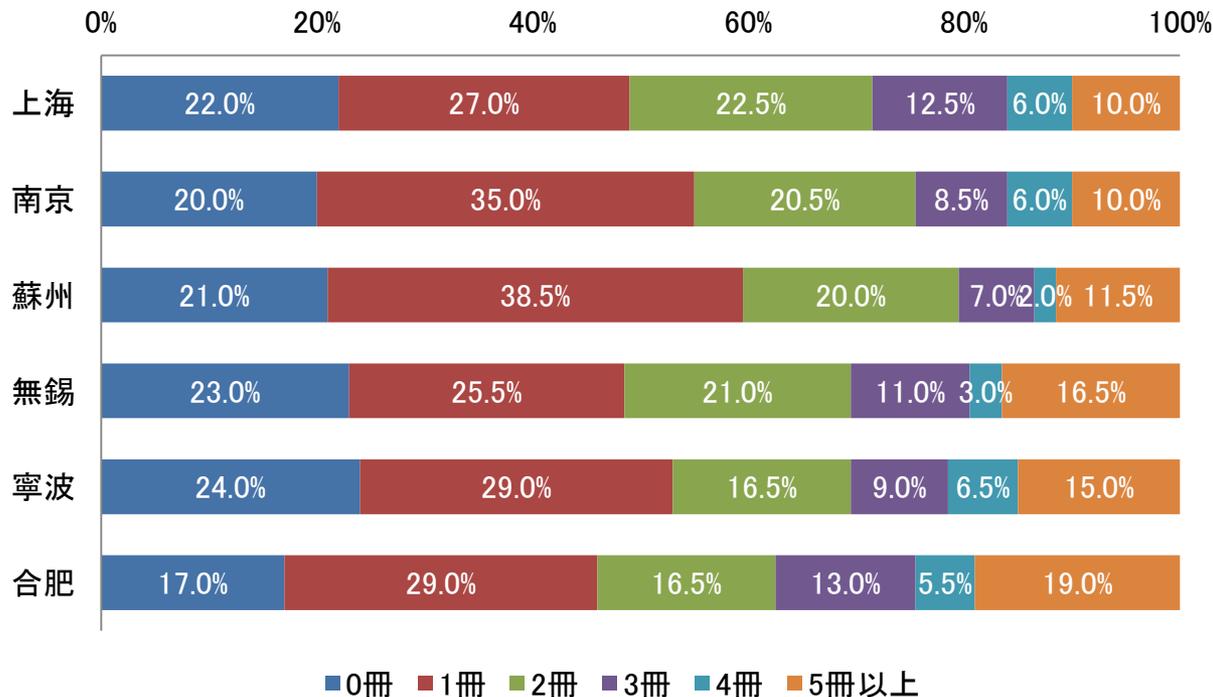
(※)各テレビ局発表の平均視聴率上位から選択

## 1-4-2【アンケート】1日の平均テレビ視聴時間(世代別)



# 7都市の雑誌購入事情

1-5-1【アンケート】毎月の雑誌購入冊数



テレビと同様に各国で「出版離れ・出版不況」と言われており、中国でも雑誌購入が落ち込んでいるといわれている。しかし、アンケート結果を見ると、平均でも毎月2冊以上の雑誌を購入しており、紙媒体はまだ一定の需要があるといえる。

上海以外の地方都市では月に9冊という回答もあり、紙媒体から情報を得る習慣がまだ残っているように思われる。

雑誌も多様化し、ジャンルごとに個性的な雑誌が販売されていることもその理由と考えられる。

路上のキオスクでは雑誌や新聞などが販売されており、市民の情報収集チャンネルとして機能している。



1-5-2 中国の人気雑誌の一例 ※発行部数・販売量などからピックアップ

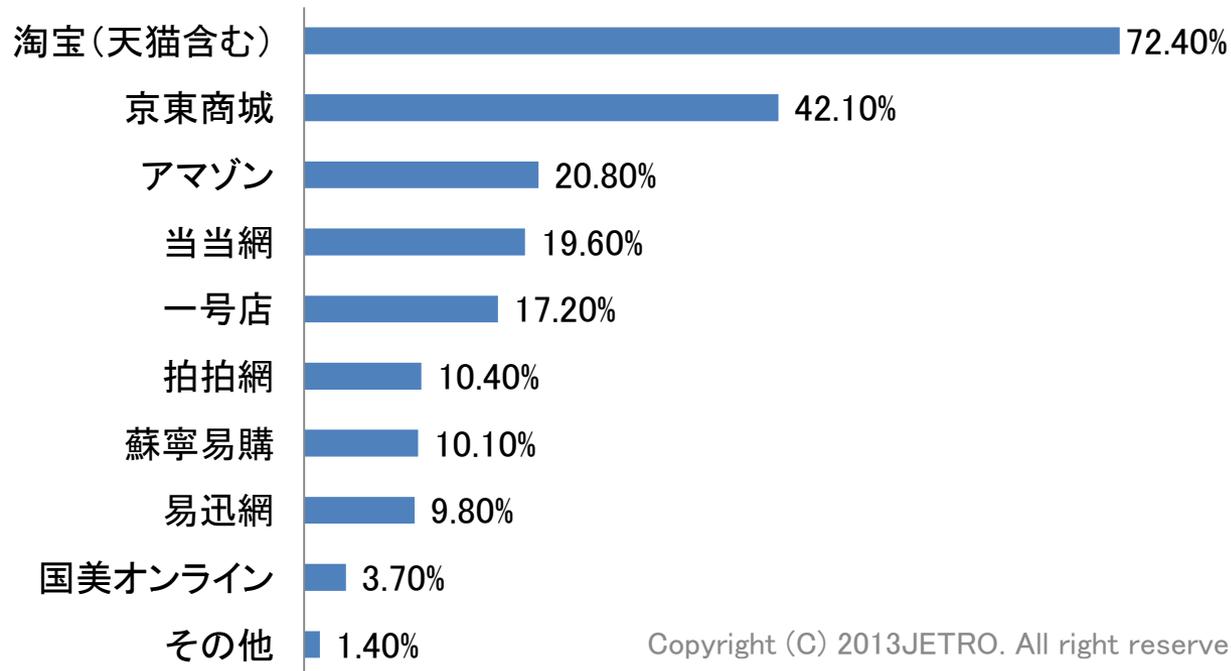
セグメント	雑誌名
ファッション	Ray・ViVi・BAZAAR・ELLE・VOGUE・時尚など
旅行	私家地理・時尚旅行・旅行者など
経済	第一財經・財經・中国企業家・理財週刊など
時事	看天下・新周刊・南方人物周刊・南都周刊
男性誌	男人装・時尚先生・智族GQ・ELLE MENなど

# 7都市のネットショッピング事情-1

中国では消費者のネット利用が増え、インターネットショッピング・ECも急成長している。インターネット・ショッピング・サイトの代表格は「淘宝网(タオバオ)」。同サイトは、商店や企業だけでなく、個人でも開店することができる「C to C」のプラットフォームとして人気を集めている。アリペイ(支付宝)という同社の決済サービスも圧倒的なシェアを集めたポイントだ。しかし、同サイトには、ブランドのコピー商品や企業の生産現場から横流しされたと思われる商品など一般には出回らない商品が公然と売られており、問題視されることがあった。現在はC to Cでの取引を中心とした「淘宝」と正規商品の販売を行うBtoCサイト「天猫(Tmall)」に分けられている。

近年は「書籍」や「旅行」、「お酒」、「マタニティ・ベビー用品」など、特定商品に特化した専門のECサイトも登場しているが、人気は総合サイトに集中している。本来は書籍専門サイトとしてスタートした当当網も、現在は総合ECサイトとして展開している。

## 1-6【アンケート】よく使うECサイトは?(複数回答可)



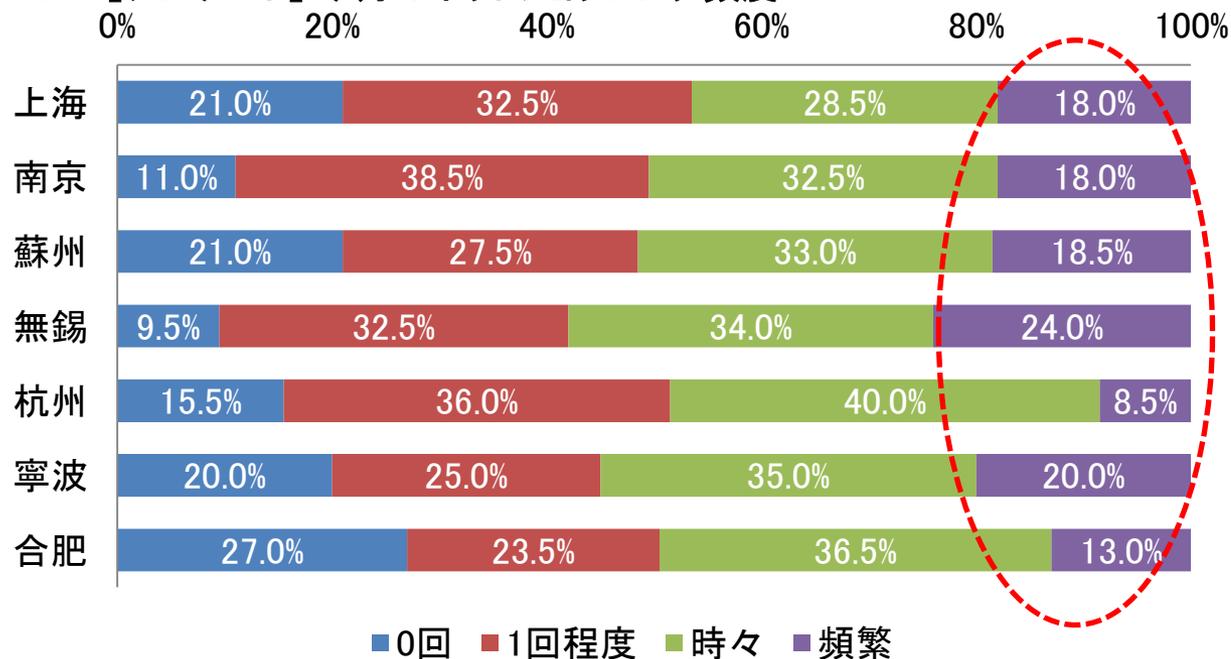
「よく使うECサイト」としては、中国ECサイトの先駆けである淘宝と京東商城が、どの都市においても圧倒的多数の回答を集めた。この二社と4位の当当網はいずれも国内系で、市場の6割以上を占めている。

また近年、上海などでは人気を伸ばしているのがネットスーパー「一号店」。積極的な広告などにより、徐々にそのシェアを高めている。

世界大手であるアマゾンも中国市場で健闘はしているものの、シェアは大手2社に比べると、まだ大きな差がある。

# 7都市のネットショッピング事情-2

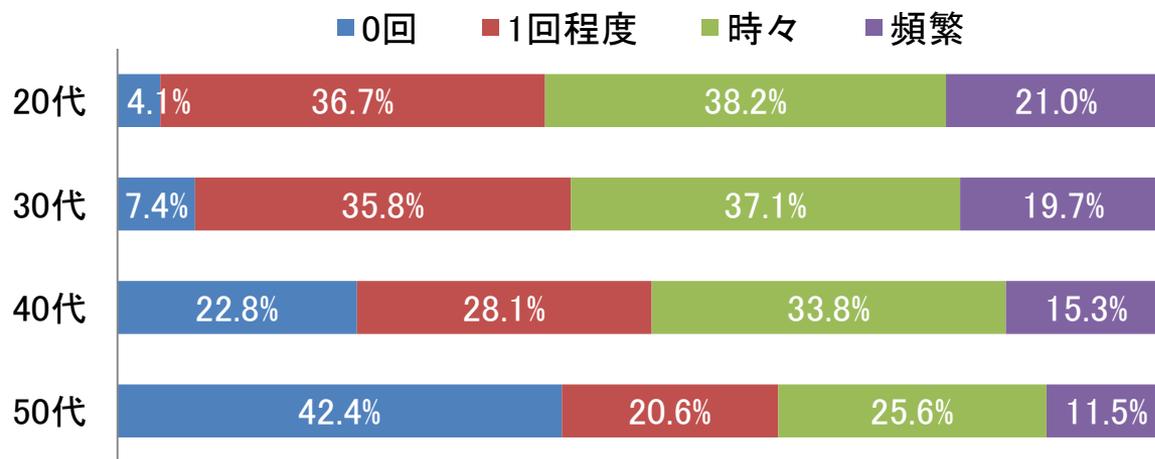
1-7-1【アンケート】1ヶ月のネットショッピング頻度



1ヶ月単位で見ると、さほど定期的にはネットショッピングをしないと回答した消費者もまだ多いが、大半は1ヶ月に1回はネットショッピングを楽しんでいる様子である。

また無錫・寧波では「頻繁に利用する」という回答者が20%以上となった。

1-7-2【アンケート】1ヶ月のネットショッピング頻度(世代別)



ネットショッピングの頻度を世代別に見ると、やはり20代、30代のネットショッピング頻度が高い。

逆に50代では「毎月ネットショッピングをするわけではない=0回」という回答が40%を超え、ネットショッピングは年配層にまでは浸透していないように見える。

# ネットショッピングにかける金額は？

## 1-7【アンケート】1ヶ月の平均ネットショッピング消費

月間平均消費額(元)	上海	南京	蘇州	無錫	杭州	寧波	合肥
≤500	13.0%	22.5%	23.5%	28.0%	29.5%	25.5%	16.5%
501-1,000	26.0%	35.5%	29.0%	36.0%	31.5%	20.0%	29.0%
1,001-1,500	16.5%	16.0%	13.5%	11.0%	10.5%	14.5%	12.0%
1,501-2,000	12.5%	7.5%	6.5%	5.5%	8.5%	9.5%	5.5%
2,001-2,500	7.5%	5.0%	4.5%	6.5%	2.5%	6.0%	6.0%
2,501-3,000	4.0%	0.5%	0.5%	3.0%	1.0%	1.0%	2.0%
>3,000	0.0%	2.0%	1.5%	0.5%	1.0%	3.5%	2.0%
決まっていない	20.5%	11.0%	21.0%	9.5%	15.5%	20.0%	27.0%

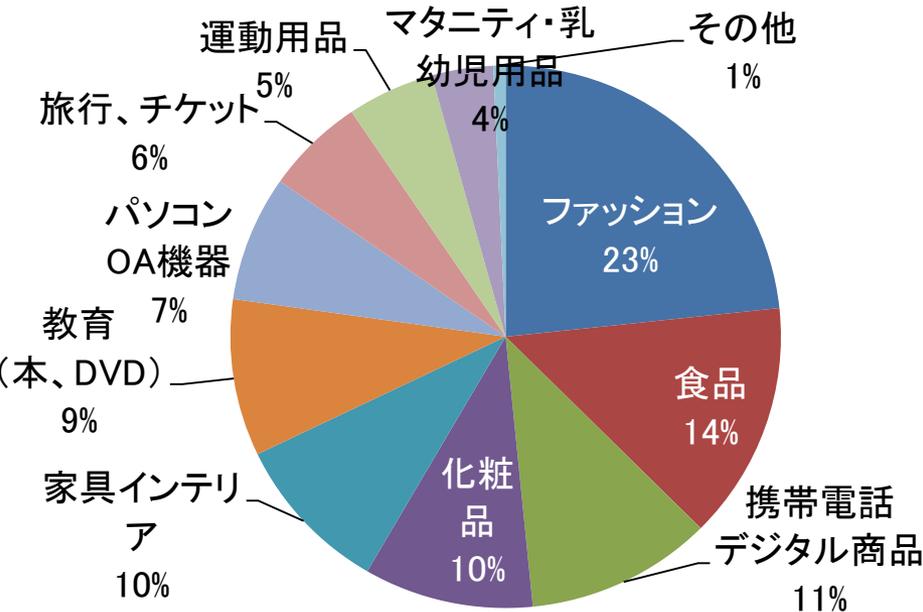
毎月平均でどの程度の金額をネットショッピングに費やしているのか、インターネットアンケートの回答を見ると、「501元～1000元」が最多。上海では「1,001元～2,000元」という回答も多く、ネット上での購買力の高さを示している。もともと中国のECサイトは、「安い商品」を見つけるために利用する消費者が多く、最大手の淘宝においても正規品を売る天猫よりも、C to Cの淘宝の方が、利用頻度が高いといわれている。

一方、上海の消費者には、ネット上で「高くてもいい物を買う」という層が生まれつつあり、ネットで街中の商店では売られていないようなレアな輸入品などを購入するケースもある。このため、消費額が高くなっている可能性もある。

他都市にもこうした消費スタイルがどのように広がるかが、今後注目される。

# ネットで購入するものとは？

1-8-1【アンケート】ネット上よく購入する商品(複数回答可)



左の図は、「普段よく購入する商品」についての回答。「ファッション」関連が最多で、「食品」、「デジタル商品」と続く。この比率に関しては、7都市すべてのサンプルに共通しており、都市間で大きな差はない。

また、専門サイトもある「マタニティ・乳幼児用品」だが、購入率は意外と低い。20-50代全体に聞いており、個別にニーズがない層(子供がいないなど)が含まれていることも理由として考えられるが、妊婦や新生児が使用するアイテムに対しては、品質に敏感で、「直接手にとってその安全性を確認できない」ネットでの購入には抵抗がある消費者もいるようだ。

1-8-2【アンケート】ネット上で最もよく購入する商品

	上海	南京	蘇州	無錫	杭州	寧波	合肥
ファッション	31.0%	46.5%	45.5%	52.5%	45.0%	49.0%	35.5%
食品	19.5%	13.0%	6.5%	6.0%	11.0%	12.0%	5.0%
家具インテリア	6.5%	4.0%	5.0%	5.5%	5.0%	3.0%	1.5%
携帯電話デジタル品	5.5%	5.5%	3.5%	8.0%	5.5%	2.5%	6.5%
パソコン事務用品	4.0%	2.5%	4.5%	4.5%	3.0%	2.0%	2.5%
マタニティ・乳幼児用品	4.0%	1.0%	2.0%	2.0%	0.5%	2.0%	1.0%
教育(本、DVD)	3.0%	6.0%	3.5%	3.5%	6.5%	4.0%	3.5%
化粧品	2.5%	7.0%	3.5%	3.0%	3.0%	3.0%	14.5%
運動用品	1.5%	1.5%	2.0%	0.5%	0.0%	1.5%	1.0%
旅行、チケット	1.0%	1.5%	1.5%	4.0%	2.5%	0.0%	1.5%
明確な商品はない	21.5%	11.5%	22.5%	10.5%	18.0%	21.0%	27.5%

「ネット上で最もよく購入する商品」については、回答内容から各都市の個性がうかがえる。全都市で「ファッション」が最も高い比率であることには変わらないが、上海では比率が他都市に比べ若干低く、食品の比率が高い。

また、合肥の回答は特徴的である。「ファッション」は他都市同様に高い比率を占めているが、それ以外では「化粧品」の比率が極めて高い。実店舗で販売されている商品ラインナップや価格に不満があり、ネット上に流れているものと思われる。

# 7都市の商圈情報

# 上海 (SHANGHAI)

人口(2011年)	2347.46万人
面積	6340.5km <sup>2</sup>
GDP	19,195.69億元

1人当たりのGDP	82,580元
1人当たりの可処分所得	36,230元

【出所】上海市統計年鑑

中国随一の国際都市で、中国の商業、金融、貿易、ファッションなど各分野を牽引するといわれる上海。海外からの注目度も高く、消費能力も国内で群を抜いている。上海市民のほか、国内外からの観光客を多く、こうした消費者をターゲットにした国内外の高級ブランドショップが立ち並ぶ。市内には非常に多くの商圈が形成され、百貨店やショッピングモールなどが充実している。



市内人気商圈の一つ「徐家匯」

## 【アンケート】上海市の 人気百貨店ランキング

順位	百貨店	票数	所属商圈
1	置地広場	58	南京東路商圈
2	巴黎春天	44	五角場商圈
3	華聯商厦	44	南京東路商圈
4	百聯又一城購物中心	43	五角場商圈
5	太平洋百貨	39	徐家匯商圈
6	万達広場	38	五角場商圈
7	東方商厦	36	五角場商圈
8	太平洋百貨	34	淮海路商圈
9	久光百貨	34	静安寺商圈
10	正大広場	33	陸家嘴商圈

## 上海市商圈分布イメージ図(左数字はマップ上の番号)

	商圈名
1	陸家嘴商圈
2	張楊路商圈
3	五角場商圈
4	淮海路商圈
5	外灘商圈
6	南京東路商圈
7	静安寺商圈
8	徐家匯商圈
9	日月光・田子坊商圈
10	中山公園商圈
11	虹橋商圈
12	古北商圈
13	人民公園商圈
14	南京西路商圈



Baidu地図を元にJETRO上海にて作成

### 虹橋商圈

各国の領事館や高級オフィスが多く日系など外資系企業が多いエリア。ユニーも2013年にオープンを予定。  
 ・家が近いのでよく行く。外国人向けの商品は品質も安心【30代・女性】

### 日月光・田子坊商圈

古い建築をリノベーションした田子坊と商業施設日月光広場を中心とした商圈。・(日月光は)商品がそろい始めてきた。レストランやカラオケ、スーパーもあって便利なので、今後の中心的な商業施設になるのではないか。【30代・女性】

### 古北商圈

中国人富裕層や日本人が多く住むエリア。2012年には高島屋が進出。

【アンケート】上海市の人気商圈  
 (青い太字はグループインタビューでのコメント)

### 南京東路商圈

南京東路は歩行者天国のストリート。上海を代表する商圈で老舗も多い。観光客でにぎわっている。  
 ・置地広場は値段も手ごろで、商品も良い。【40代・女性】

### 五角場商圈

上海の「4つの副都心」の一つ。名門大学のキャンパスがあるため、若者に人気。  
 ・百聯又一城の9階にはジムや映画館などの施設が充実している。【40代・男性】

### 淮海路商圈

南京東路とらぶ、上海を代表する商圈。高級ブティックから、ミドルエンドまで幅広い商品が手に入る。高級ショッピングエリア「新天地」も近い。  
 ・どの商業施設も品揃えが豊富。商品の入れ替わりも早いのがいい。【30代・女性】

### 徐家匯商圈

上海を代表する商圈の一つで、地下鉄「徐家匯駅」を中心に、デパートや電器店などが集まる。  
 ・匯金百貨、東方商厦によく行く。品質が良く、安心でき、店も広いので快適。【40代・男性】

### 人民公園商圈

上海の交通の要所で政府機関が集まる人民公園を中心とした商圈。新世界商厦や第一百貨店、ラッフルズシティなどがある。

### 外灘商圈

外灘(バンド)の歴史的建造物を利用した商業施設が並ぶ商圈。高級5つ星ホテルなども多く、観光客も多い。

### 陸家嘴商圈

高層ビルの立ち並ぶ金融オフィス街にあり、国金中心、正大広場などの商業施設を有す商圈。  
 ・国金中心のような高級感のある場所での買い物がいい。【40代・女性】

### 張揚路商圈

ヤオハンが進出している商圈。新梅聯華、華潤時代広場などの商業施設が展開。

### 中山公園商圈

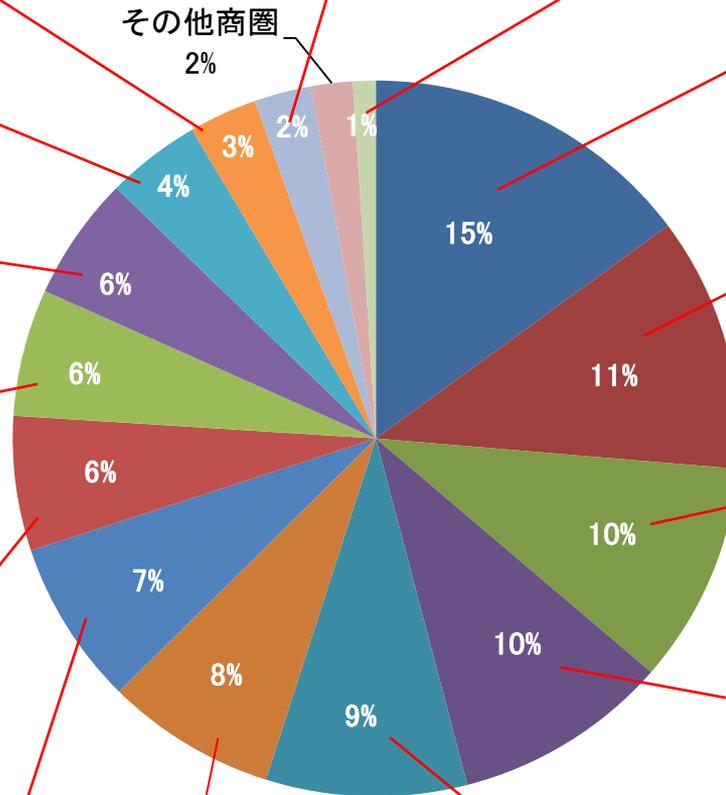
地下鉄2、3、4号線が乗り入れる中山公園駅を中心とした商圈で、商業施設・龍之夢が中心となっている。

### 南京西路商圈

日系の伊勢丹のほか、恒隆広場、中信泰富などの商業施設やブランド店が集中するハイエンドな商圈。  
 ・ブランド、環境、駐車場など、すべてに満足。40代・女性】  
 ・梅龍鎮広場(伊勢丹)の品揃えに満足。【30代・男性】

### 静安寺商圈

古刹・静安寺を中心とした商圈で、久光百貨店などの高級商業施設が展開。  
 ・久光など、高級感のある環境でのショッピングが好き。【50代・女性】



# 南京(NANJING)

人口(2011年)	810.91万人
面積	6597km <sup>2</sup>
GDP	6,140億元

1人当たりのGDP	75,717元
1人当たりの可処分所得	32,200元

【出所】南京市統計年鑑

江蘇省の省会(省都・省政府所在地)。華東地区最大級の人口を誇り、周辺地区からの買い物客や観光客も多い。国の科学技術研究重点都市の一つであり、大学や高等教育機関も多く、教育水準も高い。

## 南京市商圈分布イメージ図

	商圈名
1	新街口商圈
2	鼓楼商圈
3	夫子廟商圈
4	河西万達商圈
5	奥体商圈
6	江寧商圈
7	下関商圈
8	中央門商圈
9	江北商圈



徐々に人気が高まる「水遊城」(アクアシティ)

## 【アンケート】 南京市の人気百貨店ランキング

順位	百貨店	票数	所属商圈
1	南京新百	84	新街口商圈
2	中央商場	72	新街口商圈
3	茂業百貨	66	夫子廟商圈
4	大洋百貨	42	新街口商圈
5	金盛百貨	42	中央門商圈
6	太平洋百貨	40	鼓楼商圈
7	金鷹国際	38	新街口商圈
8	悦達国際購物中心	32	下関商圈
9	南京八佰伴	31	鼓楼商圈
10	万達広場	30	万達商圈

# 【アンケート】南京市の人気商圈 (青い太字はグループインタビューでのコメント)

## 江北商圈

南京駅のすぐ近くで、大型販売店や卸売り市場を中心とした商圈。

## 新街口商圈

南京市の中心的商圈。歩行者天国のほか、各施設が地下で繋がっており、連日多くの人でにぎわう。

・南京人が買物したい時はまずここ(新街口)に行く。そういう習慣が出来上がっている。【30代男性】

## 夫子廟商圈

夫子廟を中心とした商圈。もともとはローエンド商圈だったが、現在は徐々にそのレベルを高めている。

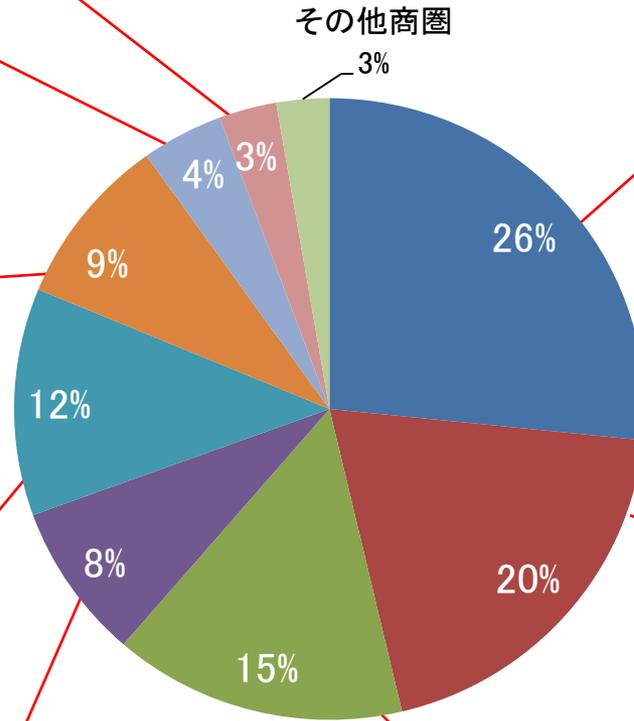
## 鼓楼商圈

湖南路を中心とした南京市第2の商圈。世界を代表する大手企業がオフィスを構えるエリアでもある。

・八百伴(ヤオハン)は交通が便利。同じブランドでも他店よりも価格が安め。新街口で気に入った商品を八百伴に行き購入することもある。ただブランド数がやや少なく、人気も低いので、価格で選んでいる。【50代男性】

## 下関商圈

南京市内で最も早く開発された商圈。近年は大型商業施設の進出も相次ぎ、今後の発展が期待されている。



## 奥体商圈

スーパーや社区型(コミュニティ型)マーケットを中心とした商圈。現在は大型再開発プロジェクトが進行中。

## 河西万達商圈

河西万達広場を中心とした商圈。家具・建材市場が多く集まるエリアとしても知られている。

・万達広場には「孩子王」という子供用品のモールがあり、よく子供を連れて行く。買物も万達広場ですませる。家からは離れているので、マイカーで行く。【30代女性】

## 中央門商圈

大型販売店や卸売市場中心の伝統的な商圈。バスターミナルや鉄道駅などもある。

# 蘇州 (SUZHOU)

人口(2011年)	410.4万人
面積	336.36km <sup>2</sup>
GDP	4,016.64億元

1人当たりのGDP	99,331円
1人当たりの可処分所得	34,617円

【出所】蘇州市統計年鑑



日本のイズミヤも進出

世界遺産にも登録され、歴史情緒豊かな都市として、国内はもちろん海外からも多くの観光客を集めている。大きく分け、市中心部、新区、工業園区の3エリアからなり、電子部品や精密機械などの製造業の進出も多い。日系企業も多数進出。近年は、外資系サービス業の進出も急速に増えている。

## 蘇州市行政区イメージ図

順位	行政区名
1	金閶区
2	工業園
3	高新区
4	相城区
5	平江区
6	呉中区
7	滄浪区



百度地図を元に作成

## 【アンケート】蘇州市の人気百貨店ランキング

順位	百貨店	票数	所属行政区
1	石路国際商城	36	金閶区
2	新蘇天地購物中心	32	金閶区
3	蘇州市人民商場	32	平江区
4	人民商場	30	平江区
5	綠宝広場	29	高新区
6	金鷹国際購物中心	28	平江区
7	印象城購物中心(現代大道店)	27	工業園区
8	久光百貨	25	工業園区
9	金門国際商業広場	23	金閶区
10	新蘇州百貨	23	平江区

# 【アンケート】蘇州市の人気エリア (青い太字はグループインタビューでのコメント)

## 相城区

市の北側に位置する行政区。  
カルフル中翔店などのスーパーがある。

## 滄浪区

カルフルを中心に、人民路の南側に位置するエリア。

## 吳中区

以前は人口の最も多い行政区だった。2013年に新たな商業施設も開業。

## 高新区

日系企業が多く進出するエリア。2011年にはイズミヤがオープン。

## 金閶区

新蘇天地を中心に、中間層をターゲットに展開するエリア。

- ・金閶区の新天地、奥特莱斯、金夢国際商業広場には毎週3、4回は行く。【40代女性】
- ・石路国際商城は老舗で古いブランドが多い。【30代男性】

## 平江区

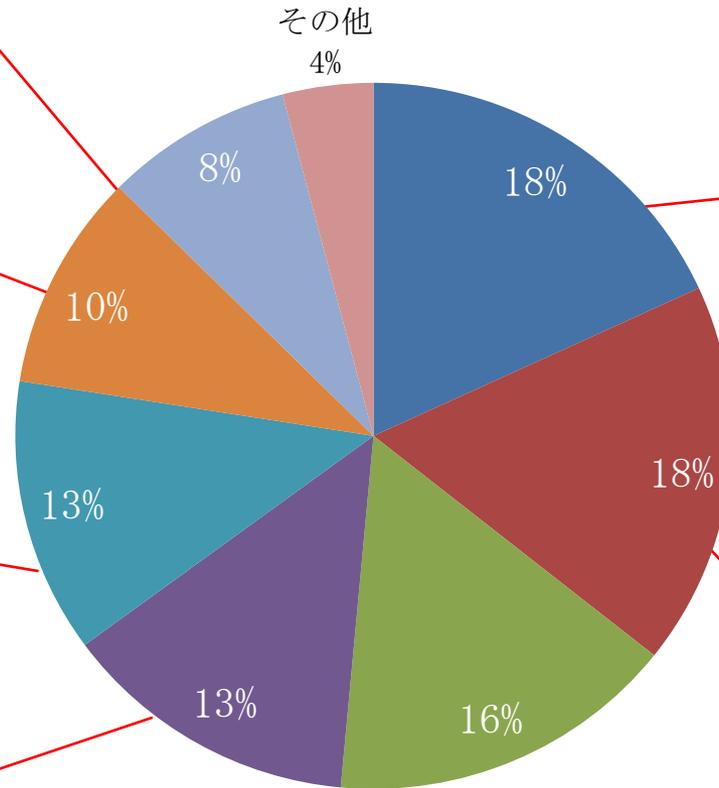
蘇州を代表する商業地区「観前街」のあるエリア。観光客も多い。

- ・人民商城、金鷹には友達と一緒に街をぶらつく。【30代男性】
- ・老舗の店舗の方が信頼できるから人民商場に行く。【50代男性】

## 工業園

金鷄湖を中心としたエリアで高級マンションが立ち並ぶ。久光百貨店などが進出。今後は外資系流通各社の進出も予定されている。

- ・久光はウインドウショッピングや食事に便利。特に食べ物が多い。ブランドや品揃えが充実しているが、価格はやや高め。【20代女性】



# 無錫(WUXI)

人口(2011年)	637.26万人
面積	4627.47km <sup>2</sup>
GDP	6,880.15億元

1人当たりのGDP	107,437元
1人当たりの可処分所得	31,638元

【出所】蘇州市統計年鑑

蘇州市に隣接する無錫市は、電器や精密機器など日系製造業の進出も多く、経済開発が進んでいる。また、太湖の畔は、近年リゾート開発が進み、ヒルトンホテルなどの高級ホテルも進出。市政府も同エリアに移転し、周辺の開発が今後加速すると思われる。

## 無錫市商圈分布イメージ図

	商圈名
1	崇安寺商圈
2	勝利門商圈
3	火車站商圈
4	南門商圈
5	太湖広場商圈
6	新区商圈
7	北塘区商圈
8	河埭口商圈
9	錫山区商圈



## 【アンケート】無錫市の人気百貨店ランキング

順位	百貨店	票数	所属商圈
1	無錫商業大廈	57	崇安寺商圈
2	八百伴	54	崇安寺商圈
3	百盛	52	崇安寺商圈
4	大洋百貨	50	崇安寺商圈
5	茂業百貨	45	太湖広場 商圈
6	南禅寺紫荆広 場	36	南長区(南門) 商圈
7	遠東百貨	34	勝利門商圈
8	万達広場	33	河埭口商圈
9	南長街休閒街	29	南長区(南門) 商圈
10	宝龍商業広場	28	新区商圈

# 【アンケート】無錫市の人気商圈 (青い太字はグループインタビューでのコメント)

## 北塘区(北大街)商圈

市の中心北西部に位置する商圈で、飲食街として北大街は有名。

- ・金太湖国際と欧風街は家に近く、夕食後の散歩ついでに立ち寄る。【40代女性】

## 火車站商圈

ミドル・ローエンドを主体とした商圈。ファッション関連の卸売り店も多い。

## 河埭口商圈

住宅エリアにある商圈で、万達が人気。今後の更なる発展が期待されているエリア。

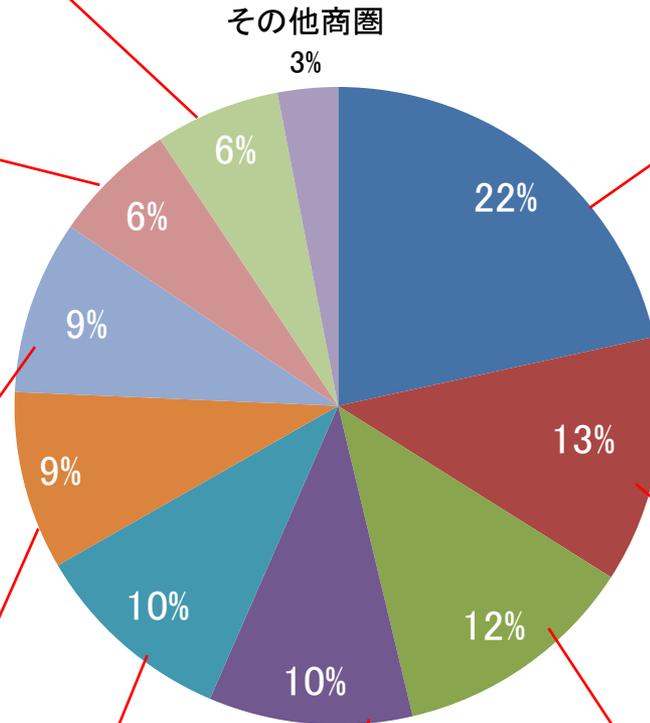
- ・万達広場はどんな商品も揃っている。食べる場所も充実しており、スーパーもある。服の種類が多くて、ショッピングには便利。【20代女性】

## 錫山区商圈

市北東部のハイテク産業パーク内の商圈。高速鉄道の駅もあり大型ショッピング施設も。

## 新区商圈

無錫市のハイテク産業パーク内の商圈。日系製造業の進出も多い。



## 崇安寺商圈

無錫市で最も成熟した商圈。老舗の百貨店など商業施設も集中している。

- ・八佰伴(ヤオハン)の会員カードがあり、よく買物している。商業大廈の服のスタイルは時代遅れ、内装もファッション性があまり感じられない。【20代男性】
- ・商業大廈と八佰伴。どちらも服は高級感があり、品質やデザインも良い。商業大廈の価格は高め。八佰伴は頻りにセールもしている。【50代男性】

## 南長区(南門)商圈

南禅寺の歩行者天国を中心とした商圈。ミドル・ローエンドの消費者が主要なターゲット。

- ・バーストリートは娘が気に入っており一緒に行く。商業施設が揃っていてショッピングにも便利。【50代男性】

## 太湖広場商圈

太湖大道と清揚路の交差するエリアに位置。次世代のビジネスエリアとして注目されている。

## 勝利門商圈

伝統的な商圈だが、近年新たな百貨店進出も多いエリア。

# 杭州 (HANGZHOU)

人口(2011年)	870万人
面積	16,596km <sup>2</sup>
GDP	7,011.8億元

1人当たりのGDP	78,156元
1人当たりの可処分所得	34,065元

【出所】杭州市統計年鑑

浙江省の省政府所在地(省都)であり、西湖や多くの寺院など、風光明媚な中国有数の観光都市。古くから高所得者が多い街としても有名で、杭州市を代表する百貨店「杭州大廈」の売り上げは、全国でもトップレベル。高級ブランドのショップも多い。



市内には高級ブランド店も多く、旺盛な購買力を有す街。

商圏名
1 武林商圏
2 湖濱商圏
3 呉山商圏
4 銭江商圏
5 蕭山商圏
6 下沙商圏
7 黄龍商圏
8 臨平商圏
9 慶春商圏



## 【アンケート】 杭州市の人気百貨店ランキング

順位	百貨店	票数	所屬商圏
1	銀泰西湖店	50	呉山商圏
2	杭州大廈	48	武林商圏
3	杭州解百	47	湖濱商圏
4	銀泰百貨	44	武林商圏
5	西湖国貿中心	43	湖濱商圏
6	銀泰慶春店	43	慶春商圏
7	杭州百貨	42	武林商圏
8	西城広場	41	城西商圏
9	湖濱国際名品街	33	湖濱商圏
10	慶春廣場	32	慶春商圏

# 【アンケート】杭州市の人気商圈 (青い太字はグループインタビューでのコメント)

## 下沙商圈

経済技術開発区を中心とした商圈。今は社区(コミュニティ)型商業施設が中心。

・百年アウトレット(下沙商圈)があるが、砂之船アウトレット(銭江商圈)とも売っている商品のタイプが違うので両方よく行く。【30代男性】

## 銭江商圈

新たに高級住宅街や大型ショッピングモールが次々と開発されている。万象城が2010年にオープンし、人気。

・大型ショッピングモールの万象城はスーパーもあり、家族全員のニーズを満足させることができる。【30代男性】

## 蕭山商圈

以前は別の市であったが、杭州市に統合されている。銭通江を挟んだ市の南部にあり、開発が進んでいる。

## 城站商圈

杭州駅を中心としたエリア。

## 黃龍商圈

ハイエンドなビジネスエリアで、ホテルや大型体育施設、公営住宅などがある。

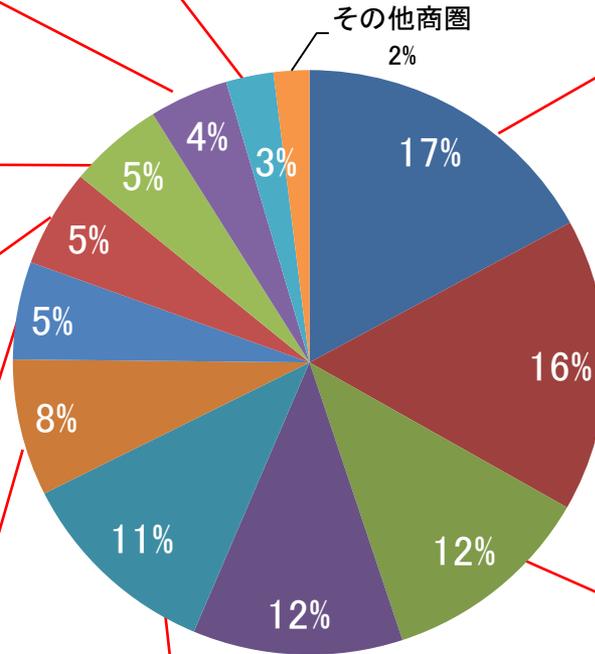
## 文教区商圈

2010年松に慶春路トンネルが開通し、利便性が向上した商圈。

## 城西商圈

市西部の住宅街にある商圈で大型ショッピングモールの開発も進む。

・家が城西商圈にあるため利用する。印象城はレストラン、レジャー施設などが充実している。【40代女性】



## 武林商圈

杭州で最も華やかな商圈。杭州大廈や銀泰など、有名百貨店が立ち並ぶ。

・武林商圈と湖濱商圈は中心部だし、家からも職場からも近い。古くからある商圈で品数も充実している。【30代女性】

## 湖濱商圈

西湖に隣接する商圈。ショッピングだけでなく、飲食店も充実。観光客も多い。

## 慶春商圈

慶春広場を中心とする商圈で、武林商圈と銭江商圈の中間に位置。

## 吳山商圈

杭州の歴史文化を残した商圈。清河坊歴史文化特色街が有名。

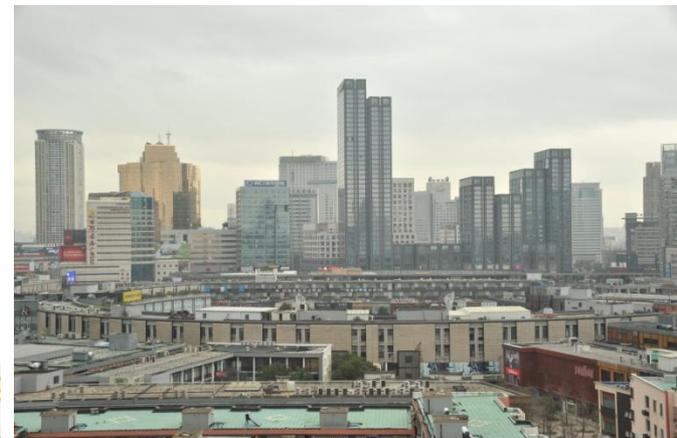
# 寧波 (NINGBO)

人口(2011年)	970万人
面積	9816km <sup>2</sup>
GDP	6,010.5億元

1人当たりのGDP	12,074USDドル
1人当たりの可処分所得	34,058元

【出所】寧波市統計年鑑

古くから海外との貿易で栄えた港町。日本との交易の歴史も長い。現在は、港湾をベースに、造船業や自動車などの製造業が発展している。人口も多く、消費地としても注目されつつある。近年は杭州湾大橋によって上海へのアクセスも改善した。



寧波の代表的商圈である天一広場

## 寧波市商圈分布イメージ図

	商圈名
1	天一商圈
2	万達商圈
3	江東商圈
4	江北商圈



百度地図を元に作成

## 【アンケート】寧波市の人気百貨店ランキング

順位	百貨店	票数	所属商圈
1	銀泰百貨	92	天一商圈
2	銀泰百貨	58	万達商圈
3	第二百貨商店	53	天一商圈
4	新世界百貨	40	天一商圈
5	新華聯商厦	39	天一商圈
6	巴黎春天百貨	37	万達商圈
7	世紀東方商業広場	37	江東商圈
8	利時百貨	33	万達商圈
9	銀泰百貨	32	江東商圈
10	怡泰祥商場	28	江東商圈

# 【アンケート】寧波市の人気商圈 (青い太字はグループインタビューでのコメント)

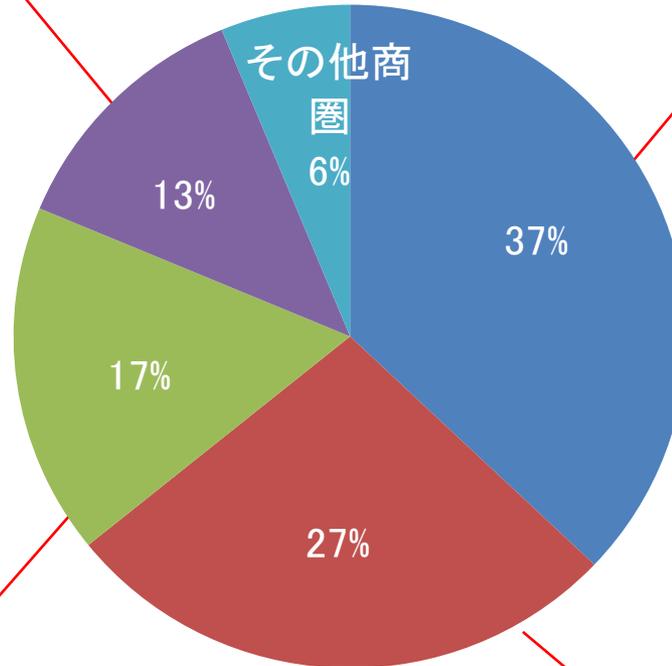
## 江北商圈

河の北側にあり、これまであまり開発されてこなかったが、ここ数年で急速に開発が進められている。12年にオープンしたラッフルズシティなど大型の三大商業施設がその中核をなし、地下鉄も今後乗り入れる予定。

## 天一商圈

寧波最大規模の商圈であり、百貨店やモールなどの商業施設が集中しているエリア。

・天一商圈の銀泰百貨にはよく行く。アパレル関連の種類が豊富で、他のところにはないブランド、レディースファッションがたくさんある。セールも多い。  
【30代女性】



## 江東商圈

将来的に市政府の移転も予定されている新興エリアで、開発が進んでいる。住宅地としても人気が高まっている。現在は銀泰百貨などがある。

・江東商圈は近いのでよく行く。新世界百貨は海外のブランドも多いし、車で行って便利。  
【50代男性】  
・彩虹服飾広場はイベントも多いし、セールも多い。  
【40代女性】

## 万達商圈

天一に次ぐ規模の商圈。万達広場を中心にして複数の商業施設や飲食店などが集まる。今後も大型開発が予定されている。

・万達商圈のオフィス街にある銀泰百貨の下のウォルマートは、買い物するのによい。  
【30代男性】

# 合肥 (HEFEI)

人口(2011年)	708万人
面積	11408.48km <sup>2</sup>
GDP	3636.61億元

1人当たりのGDP	48,563元
1人当たりの可処分所得	22,459元

【出所】合肥市統計年鑑

安徽省の省政府所在地(省都)である合肥は、上海や杭州、蘇州などに比べ、外資企業の進出もこれまでは多くなかったが、製造拠点の内陸移転などにより、消費者の所得も向上している。安徽省の他地域からも消費者が集まり、高級マンションや大型ショッピングモールの開発も進んでいる。

## 合肥市商圈分布イメージ図

	商圈名
1	三孝口(四牌楼)商圈
2	万達商圈
3	三裡庵商圈
4	元一商圈
5	南七商圈
6	明珠商圈



百度地図を元に作成



## 【アンケート】合肥市の人気百貨店ランキング

順位	百貨店	票数	所属商圈
1	万達広場	92	万達商圈
2	合肥百貨大樓	65	三孝口(四牌楼)商圈
3	国購広場	49	三裡庵商圈
4	元一時代広場	39	元一商圈
5	百盛	38	三孝口(四牌楼)商圈
6	天都楼百貨商場	34	南七商圈
7	之心城	33	三裡庵商圈
8	百盛	30	元一商圈
9	百大CBD購物中心	25	三裡庵商圈
10	銀泰中心	24	三孝口(四牌楼)商圈

# 【アンケート】合肥市の人気商圈 (青い太字はグループインタビューでのコメント)

## 明珠商圈

市南部の経済開発区にある商圈。明珠広場を中心に商業施設が展開し、開発区の住民ニーズに応じている。

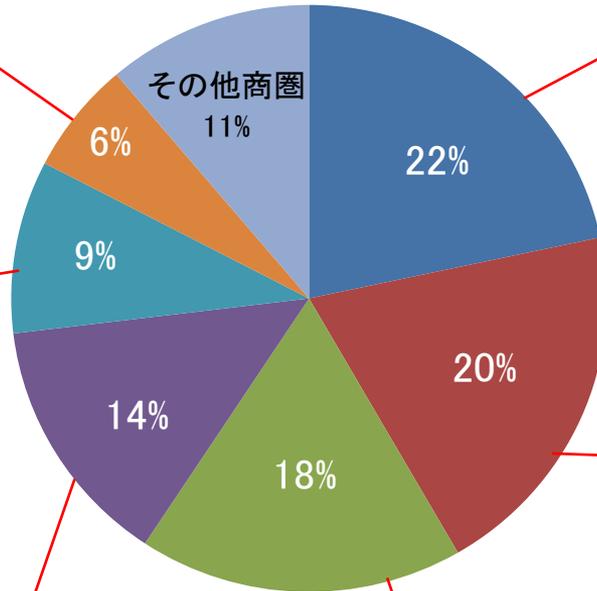
## 南七商圈

現在、大型の住宅・商業一体プロジェクトが進んでいる商圈。合肥の開発重点エリアでもある。

## 元一商圈

合肥第2の商圈。駅を中心にパークソンやウォルマートが展開。

- ・元一時代広場は家が近いのでよく行く。食べる場所も豊富なので、子供を連れて行くこともある。【30代男性】
- ・百盛(パークソン)は割引セールが多く、割引率も高い。【30代女性】
- ・百盛は若者向けなのでよく行く。【20代女性】



## 万達商圈

2010年にオープンした包河万達広場を中心とした新しい商圈。

- ・子供連れなら万達広場が便利。子供を遊ばせておけるし、食事もできるので。【30代女性】

## 三孝口(四牌楼)商圈

合肥最大規模の繁華街。歩行者街は平日でも混雑している。ローエンドからハイエンドまで各種商品がそろう。

- ・合肥で一番古いのが百貨大楼。価格もちょうどよいし、品揃えもよい。【50代男性】
- ・百貨大楼の会員カードを持っているのでよく行く。【40代女性】

## 三裡庵商圈

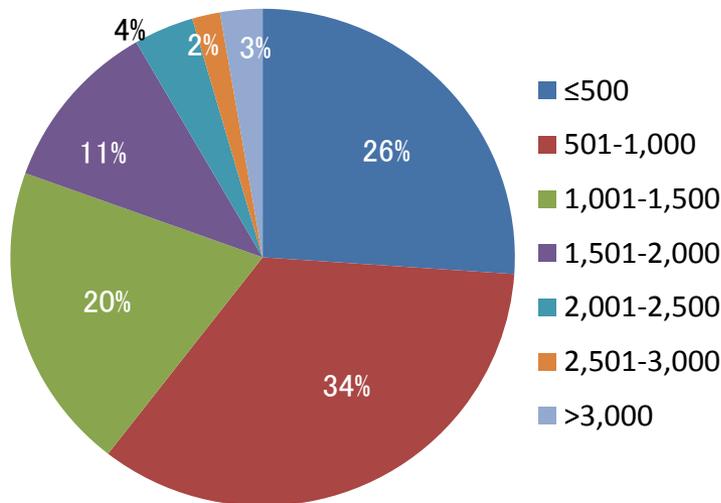
国購商城とカルフルを中心とした商圈。新たにオープンした之心城には欧米・日系ファーストファッションブランドも進出。周辺には住宅や学校なども多い。

# 第二章

# 衣

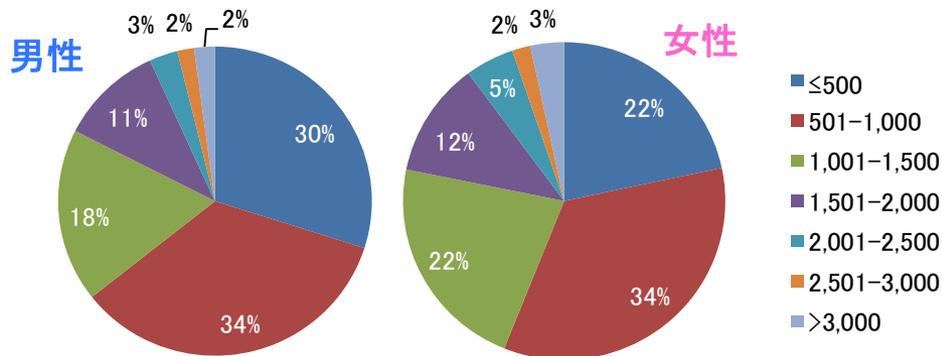
# 毎月ファッションにいくら使っていますか？

2-1-1  
【アンケート】毎月平均のファッションへの消費は？(単位:元)



ファッション消費にける金額は毎月「501元～1,000元」という価格帯が最も多い。

男女比をしてみると、「501～1,000元」の層は男性の比率が高いが、「2,001元」以上の高額消費になると、逆転し女性が多い。



2-1-2【アンケート】  
性別ごとの毎月平均のファッション消費(単位:元)

2-1-4【アンケート】  
毎月平均のファッション消費の回答状況(数字は回答数)

月平均支出 (元)	上海	南京	蘇州	無錫	杭州	寧波	合肥
≤500	33	57	72	53	46	61	43
501-1,000	63	80	67	74	65	57	76
1,001-1,500	49	38	30	37	53	37	36
1,501-2,000	37	14	19	18	25	25	18
2,001-2,500	11	7	5	10	4	6	11
2,501-3,000	5	3	3	2	3	5	4
>3,000	2	1	4	6	4	9	12

どの都市でも、毎月のファッション消費としては「501元～1,000元」が一般的。ただし上海と杭州の「1,001元～1,500元」の比率が高い点が注目される。上海は更に上の「1,501元～2,000元」の回答比率も高く、中間所得層の広がりとその購買意欲の高まりを感じさせられる。杭州は上海を下回るものの、ファッションへの消費は高め。今後の成長の可能性も高い。また、合肥の「3,000元以上」の回答者数が他都市に比べてずば抜けて多いことも注目に値する。

# お宅の服装事情、聞かせてください

→自宅訪問においてもファッションの購入予算をヒアリングした。結果、「普段着る服」では上限を1,000元前後に設定しているケースが多かった。ただ、「特別な日の服装」については、軒並み1,000元を超え、杭州では7,000元という高額回答もあった。また、合肥では「特別な日の服はレンタルで」という回答があった。今後はこうした衣装レンタルといったサービスもニーズがあるのかもしれない。

## 2-2-1【自宅訪問】ファッションの購入予算は？

世帯タイプ	都市	普段の服装(元)	特別な日の服装(元)
標準家庭	上海	200-1,000	2,000-3,000
	南京	200-2,000	1,000-2,000
	杭州	400-1,500	4,000-7,000
	合肥	300-800	100-200(レンタル)

## 2-2-2【自宅訪問】家庭の服の割合は？

世帯タイプ	都市	夫	妻	子供
標準家庭	上海	20%	50%	30%
	南京	20%	60%	20%
	杭州	10%	30%	60%
	合肥	30%	40%	30%

←家庭内の服の量の割合を聞いた。女性(妻)の服が5割以上を占める家庭が多く、男性(夫)は比較的少ない量のようなのだ。

ただ、子供がいる場合は、やはり子供の服の量が増える傾向にある。特に杭州の家庭では、5歳の子供の服が家庭内の6割を占めているとの回答があった。

大事なシーンではレンタル利用



合肥標準家庭

クローゼット  
拝見

約半数が  
婦人服



上海標準家庭

婦人服は  
6割



杭州標準家庭

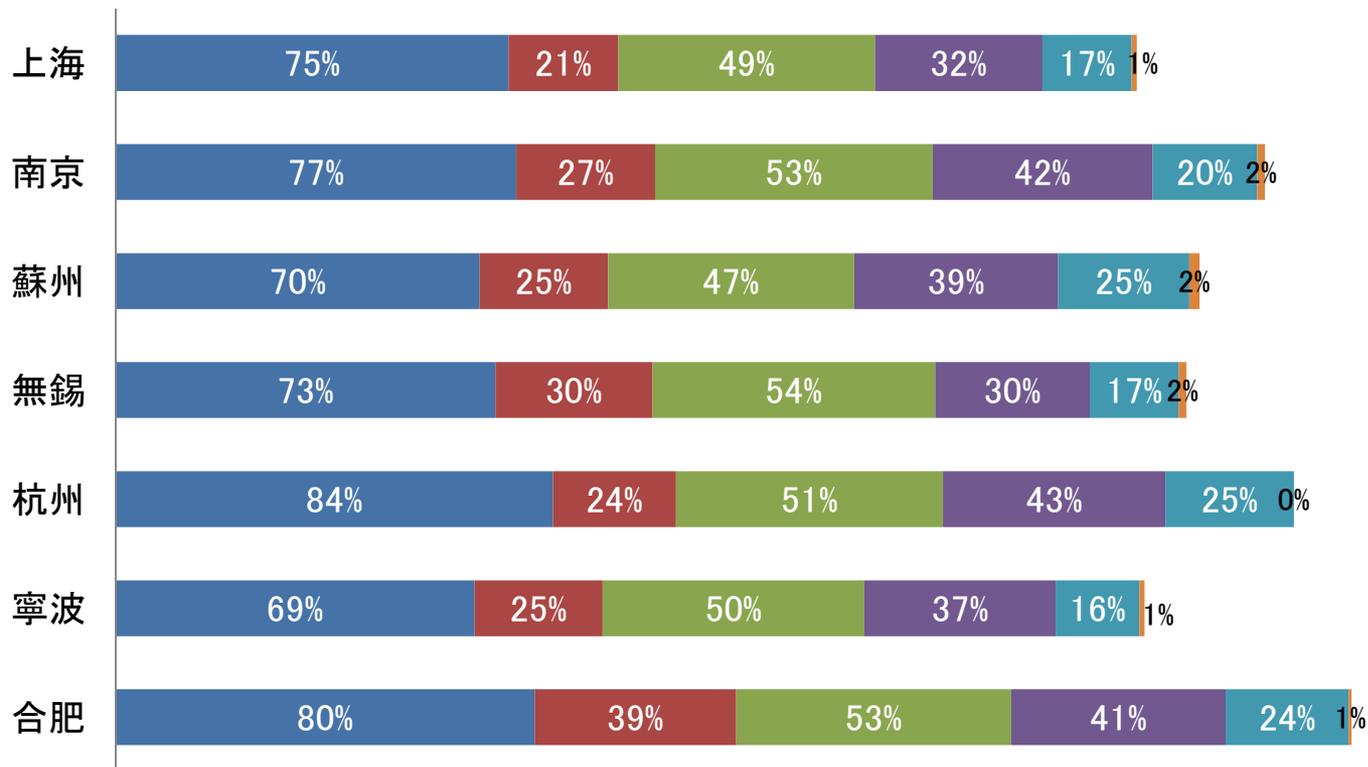


南京標準家庭

# 服をどこで買っているのか？

2-3【アンケート】ファッション(服)は普段どこで購入していますか？(複数回答可)

■百貨店・ショッピングモール ■路面店 ■ネットショッピング ■服装市場 ■大型スーパー ■その他

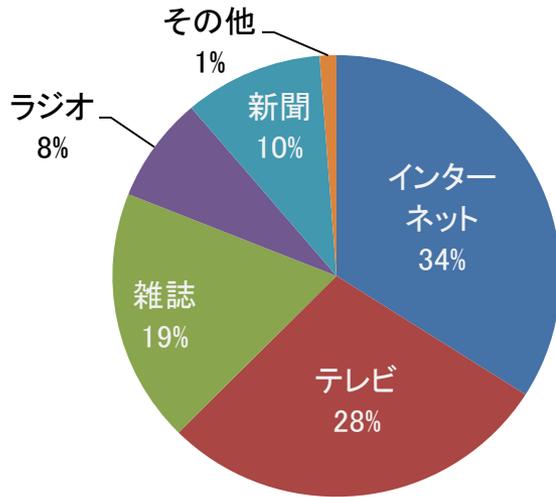


「ファッション(服)をどこで購入しているか」という問いに対する回答である。「百貨店・ショッピングモール」が最も多く、ついで「ネット」という結果となった。

中国ならではの回答が、3番目に多い「服装市場」である。これは服装の「卸売り市場」を指し、メーカーの工場などから流出した商品を販売していることも多い。市場価格の数分の一という、非常に安価で購入できることも多く、年齢を問わず、多くの人でにぎわっている。ただ、こうした場所では、日系ブランドのOEM商品やニセモノ、不良品なども販売されており、敬遠する消費者もいる。

# ファッションに関する情報源は？

## 2-4 -1【アンケート】ファッションの情報をどこから得ていますか？（複数回答可）



ファッション情報をどこから得ているか、という質問に対する回答である。各都市ともに「インターネット」との回答が多く、情報源としては第1位となっている。特に近年は、中国版ツイッター「微博」やSNSの普及によって、C to Cでの情報交換も加速していることが理由として考えられる。

ただ、伝統的メディアである「テレビ」や「雑誌」も依然として高い比率を占めており、インターネットを中心としながらも、テレビ、雑誌を合わせて情報収集を行っているという消費者の動向が見えてくる。

この例外が合肥市である。テレビ、雑誌が逆に上位を占め、さらにはラジオとの回答も多い。インターネットは4位となっている。年配者の多くがインターネットではなく、テレビから情報を得ていることは考えられるが、今回の調査サンプルは「20代・30代」と「40代・50代」が各都市同一になるように採取しており、年齢差だけでは説明できない地域性がある。理由は明らかではないが、習慣としてテレビからの情報を信用し、インターネット上の情報をあまり使用していない可能性も考えられる。

## 2-4-2【アンケート】ファッション情報源の都市別集計（複数回答可）

	上海	南京	蘇州	無錫	杭州	寧波	合肥
テレビ	67.5%	58.5%	52.5%	55.5%	62.0%	53.0%	80.0%
インターネット	74.5%	80.0%	78.0%	82.5%	80.5%	79.5%	38.5%
雑誌	54.0%	35.0%	31.5%	33.5%	49.5%	36.5%	41.0%
ラジオ	15.0%	12.0%	9.5%	8.5%	8.5%	11.0%	52.5%
新聞	25.0%	21.0%	18.0%	19.0%	27.5%	17.5%	23.5%
その他	1.5%	3.0%	3.0%	4.0%	3.5%	3.0%	0.5%

# ファッション購入で気にするポイントは?

## 2-5-1【アンケート】ファッション購入時のポイント(複数回答可)

順位	ポイント	回答比率
1位	価格	73.2%
2位	デザイン(カラー、模様、スタイル)	66.8%
3位	品質、材質	62.2%
4位	ブランド	52.2%
5位	流行・トレンド	44.6%
6位	口コミ	19.4%
7位	ブランド母国	11.3%
8位	生産国	6.4%
9位	その他	1.2%

## 2-5-2 グループインタビューでのファッション購入のポイント

	20代・30代	40代・50代
上海	デザイン/人気商品	スタイル/品質/価格
南京	デザイン/人気商品	スタイル/品質/価格
蘇州	デザイン/人気商品	デザイン/人気商品
無錫	デザイン/ブランド	品質/快適/ブランド
杭州	ブランド/スタイル	スタイル/ブランド
寧波	デザイン/人気商品	スタイル/ブランド
合肥	デザイン/ブランド	品質/快適さ/ブランド

左は各都市のアパレルファッション購入時のチェックポイントを聞いたもの。

最大の関心事はやはり「価格」、そして「デザイン」だが、3番目のポイントとして挙げられたのが「品質・材質」である。品質はもちろん、素材(例えばウール〇パーセントなど)や製法への関心も高い。

グループインタビューにおいても「材質」、「品質」を重視するという回答が、40代・50代を中心に挙げられた。背景には、一般的な製品の品質に対する不信感があるのではないかとと思われる。

またインターネットアンケート、グループインタビュー、自宅訪問、街頭チェック、いずれにおいても、20代・30代を中心に「ブランドではなくデザインで選ぶ」という声も多かった。

ブランドだけにこだわる時代は過ぎ、自分の好きなデザイン、自分に似合うかどうか、といった自分本位の服選びに、トレンドも変わってきているようだ。

### 若者の声の一例:南京市20代男性

ブランドじゃなく、自分に合ったものを選ぶようにしているよ。ただ一度、あるブランドが気に入ったら、そのブランドだけでトータルコーディネートしちゃうようなこともあるけどね。



# 注目の国別スタイルは?

## 2-6-1【アンケート】ファッション(服)購入時のポイント(複数回答可)

	上海	南京	蘇州	無錫	杭州	寧波	合肥
ブランド母国	14.5%	10.0%	11.5%	11.5%	9.0%	13.5%	9.0%
生産国	8.0%	5.5%	8.0%	7.0%	3.5%	6.5%	6.5%

上の表は、前述の「アパレルファッション購入時のポイント」について聞いたアンケートで、「ブランド母国」と「生産国」と回答した比率である。

各都市で、約10%から15%の回答者が、「ブランド母国」を気にしている。近年は海外のファッション情報がインターネットを通じて手に入りやすくなっており、ファッションに敏感な若者層は、ブランドがどの国発のものか、海外のどの国でこういったアイテムが流行しているのかといった情報も収集しているようだ。

## 2-6-2【アンケート】注目している国のスタイルは?(複数回答可)

国別スタイル	上海	南京	蘇州	無錫	杭州	寧波	合肥
中国	144	145	167	155	163	153	160
ヨーロッパ	97	81	67	79	84	77	57
アメリカ	79	58	41	58	73	58	50
日本	44	38	29	35	23	22	21
韓国	55	61	59	75	55	69	50
その他	2	1	0	1	3	2	2

グループインタビューにおいて各都市20代・30代の男性を中心に名前が挙がったのが「ブリティッシュスタイル」。特に近年は、チェック柄の服に太い黒縁のメガネを合わせるスタイルが流行している。



欧米嗜好の強い中国人消費者だが、ファッションにおいてもヨーロッパやアメリカのスタイルを好む消費者がで大多数を占める。「中国」とあるが、Metersbonwe(美特斯邦威)などの国内カジュアルブランドも、欧米のデザインを参考にしていることが多く、実際には回答者の大多数が欧米のファッションが好きな状況だろう。

それに次ぐ人気となっているのが、韓国や日本のファッションスタイルである。特に韓国のファッションブランドは、大都市を中心に、多くのブランドが進出しており、韓国ブームの影響もあり、幅広い消費者から認知されている。

## 欧米スタイル

### 女性

- ・スポーティ。(杭州・40代女性)
- ・大人向けのカジュアルは、やはり欧米スタイルがいい。(杭州・40代女性)
- ・シンプルで落ち着いたイメージがいい。(上海・30代女性)
- ・仕事着として着る。高級感もあり、スタイルがいい。体に合うので気軽に着ることができ、ゆったりとしている。日本、韓国系のスタイルは若者向けだったり、逆に堅苦しい感じがする。(上海・40代女性)
- ・正装、また種類が豊富。成熟している感じ。(蘇州・30代女性)

### 男性

- ・すっきりとしていて、風格がある。(寧波・30代男性)
- ・正装が好きなので。(合肥・50代男性)
- ・有名ブランドはすべて欧米系。(蘇州・50代男性)
- ・紳士を思わせるイメージ。(蘇州・30代男性)
- ・カッコいい、活力のある印象。(無錫・20代男性)

## 韓国スタイル

### 女性

- ・かわいらしいイメージで、自分のスタイルに合っているが、腰高なのがちょっと…。(合肥・20代女性)
- ・背の低い人が着るにはいい。流行の最先端。見ていると心地よい。(合肥・40代女性)
- ・女性らしいデザインが多く、また素材もいい。(杭州・30代女性)
- ・女性らしさ、体へのフィット感、カジュアル、色が華やか。(杭州・40代女性)
- ・太り気味なので、ゆったりした韓国系がいい。(上海・30代女性)
- ・自分に合っている。韓国ドラマなどを見て興味を持った。(蘇州・40代女性)
- ・若々しく、個性的。(蘇州・30代女性)

### 男性

- ・韓国流はカッコいい。(寧波・40代男性)
- ・細身に見える。(寧波・30代男性)

## 日本スタイル

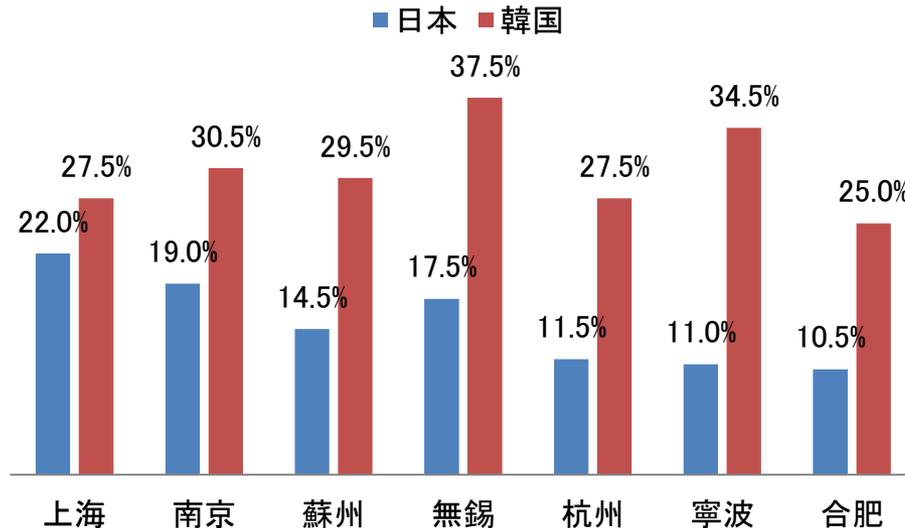
- ・可愛い服が多いので、若い気持ちでいられる。(上海・40代女性)
- ・きちんとしていて文化的。(上海・40代女性)
- ・きちんとした正装がいい。(蘇州・40代女性)
- ・ユニセックス、知的。(無錫・30代女性)

※男性からは、あまり日本スタイルのファッションについてコメントを得られなかった。

# ジャパニーズファッションの勝算は？

中国のファッション市場において人気を集めているのが、「韓国スタイル」である。多くの日系ファッションブランドも、中国市場においては韓国ブランドをライバルとして位置づけ、その動向に注目している。

## 2-7【アンケート】各都市で「日本スタイル」と「韓国スタイル」を参考に行っている消費者の割合



←左のグラフは前出の、中国の消費者がファッションの参考に行っている国として、「日本」と「韓国」との回答を抜粋したものである。

これを見ると、日本スタイルのファッションは上海では健闘しているものの、その他の都市では韓国に大きく水をあけられているのが分かる。特に地方都市では、その差は非常に大きい。

この差の背景として、嗜好的な違いが挙げられる。中国の消費者からは「日本のファッションはコーディネートが難しい」と声が多数挙がった。色々な服やデザインを組み合わせ楽しむスタイルが多い「日本流のファッション」や、商品のカラーやデザインが柔らかなイメージのアイテムが多いことなどに、中国の消費者が慣れていないことも考えられる。この点は、華やかな韓国系やきっちりとしたフォーマルなものが多い欧米系のファッションと差別化するポイントにもなりえるのだが、中国では「華やかさ」や「派手なもの」が好まれる傾向がまだあるようだ。

実際に、中国で人気のZARAやONLY、メンズではJack & Jonesといった欧米系のブランドは、他のものと合わせなくても、そのアイテムを着るだけで目立ち、見栄えがするようなものが多い。

日本のブランドの多くは、それぞれのブランドでスタイルや世界観があり、幅広いラインナップがあるが、中国の消費者には、まだうまく訴求されていないのかもしれない。

# ジャパニーズファッションを選ぶ人々

2-8【アンケート】各都市で「日本ファッション」に注目している回答者の世代別回答数(単位:人)

	20代	30代	40代	50代
上海	30.0%	10.0%	26.9%	12.1%
南京	26.7%	12.7%	21.1%	16.3%
蘇州	15.4%	11.4%	20.7%	7.1%
無錫	26.7%	10.9%	15.8%	18.6%
杭州	17.4%	1.9%	14.5%	13.2%
寧波	10.0%	7.7%	16.2%	6.1%
合肥	8.2%	5.6%	16.4%	8.3%



では、「日本のファッション」に注目している消費者はどういった層なのか。年齢別の分析が上記表である。これを見ると、やはり若い20代の注目が高い。

しかし、同時に40代で「日本」を選択した消費者も多い。特に地方に行くほど、若い層が減り(おそらくは韓国系に流れていると思われる)、年配層が増えてくる。これにはいくつかの理由が考えられる。

一つは所得。40代はどの都市でも、企業の管理者層が多く、経済的な余裕があるため、比較的値段の高い日本ブランドを購入することが出来ると考えられる。

さらには、40代は、1964年から1973年に生まれた世代であり、親日の消費者が比較的多いのではないかと考えられる。日中国交正常化が1972年、日中友好条約の締結が1978年であり、彼らが物心ついた時期はちょうど日本製品の中国進出が始まったタイミングで、10代~20代を過ごした1980年代には中央電視台(CCTV)で放送された『燃えろアタック(中国名:排球女将、1982年に放送)』や『おしん(中国名:阿信的故事、1985年に放送)』が大ヒットし、こうした番組をリアルタイムで見て、より身近に日本を感じてきた世代ともいえる。

この年代に比べると、現在の30代は、日本だけでなく、数多くの国のブランドに接してきた世代であるために、それぞれの好みに合わせて多様な選択をしているのではと思われる。

# 街頭ファッションチェック 上海篇

撮影日時:2013年3月9日  
撮影場所:上海市静安寺  
人民公園・淮海中路  
徐家匯



# 持ち物チェック～上海篇～



バッグはFIONの  
紐閉じタイプ

**Profile**  
年齢: 37歳  
性別: 女性  
婚姻: 既婚  
世帯月收入: 30,000元  
職業: 銀行員

スマホ1台はサムスン  
のギャラクシー

バッグとキーケースは  
「Coach」のセット

**Profile**  
年齢: 43歳  
性別: 女性  
婚姻: 既婚  
世帯月收入: 27,000元  
職業: 教員

スマホはiPhone  
やはり人気

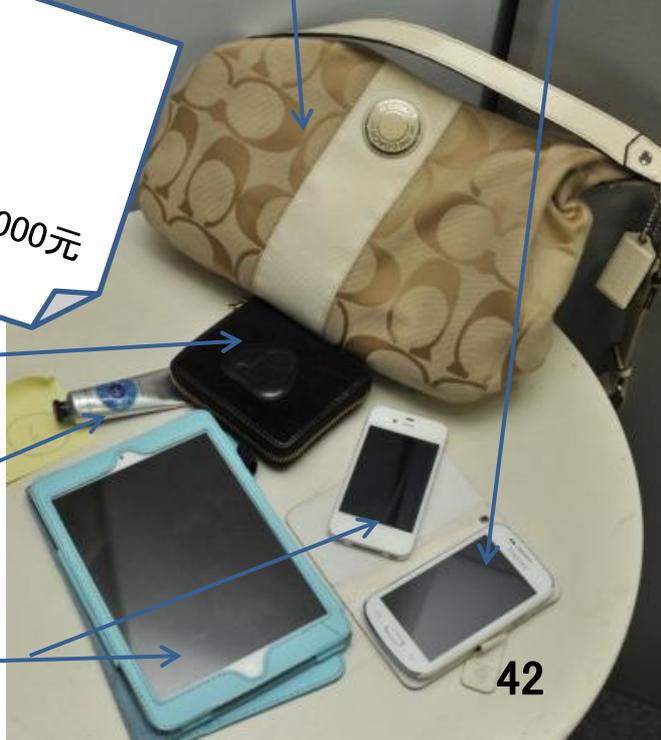
ランコム化粧品は  
すべて香港で購入

スタイリッシュな財布  
はFollieFollie

Juicyの財布はご主人  
からのプレゼント

L'OCCITANEのハンド  
クリームでお肌をケア

スマホとタブレット端末は  
人気のアップル社製



# 街頭ファッションチェック 南京篇



# 持ち物チェック～南京篇～



化粧品ポーチの中には  
資生堂とMaxfactorの  
ファンデーション(いず  
れも100元程度)

携帯電話は国内ブラン  
ドOPPO(約2,000元)  
大型家電量販店の蘇  
寧電器で購入

**Profile**  
年齢: 31歳  
性別: 女性  
婚姻: 独身  
世帯月收入: 8,000元  
職業: 会社員

財布はMIUMIUだが、  
価格は「覚えていな  
い」とのこと

スマホは韓国ブランド  
のサムスン

**Profile**  
年齢: 41歳  
性別: 女性  
婚姻: 既婚  
世帯月收入: 12,000元  
職業: 企業管理職



# 街頭ファッションチェック 蘇州篇

撮影日: 2013年1月15日  
撮影場所: 蘇州市園区



# 持ち物チェック～蘇州篇～



ゴージャスなバッグは  
BeLLE

化粧品は口紅、ファン  
デーションにアイクリー  
ム、いずれもOLAY

**Profile**  
年齢: 42歳  
性別: 女性  
婚姻: 既婚  
世帯月收入: 12000元  
職業: 会社員

携帯電話はサムスン

**Profile**  
年齢: 22歳  
性別: 男性  
婚姻: 独身  
世帯月收入: 12,000元  
職業: 会社員

バッグと財布はイギリ  
スブランドのNovéli、大  
型スーパーの大潤発  
での購入

サムスンのスマホは  
ネット通販で購入



# 街頭ファッションチェック 無錫篇

撮影月日: 2013年1月13日  
撮影場所: 無錫市崇安寺



# 持ち物チェック～無錫篇～



化粧品はMaxfactor、韓国系ブランドのVOV、資生堂、フランスブランドのBourjoisなど多くは台湾で購入

スマホはiPhoneとHTC

**Profile**  
年齢: 23歳  
性別: 女性  
婚姻: 独身  
世帯月收入: 15,000元  
職業: 会社員

財布のAnnaSuiは化粧品ブランドとしても人気

**Profile**  
年齢: 34歳  
性別: 女性  
婚姻: 既婚  
世帯月收入: 9,000元  
職業: 会社員

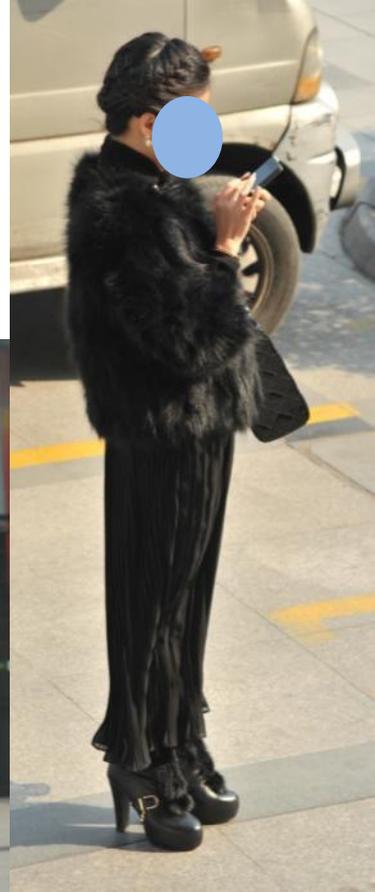
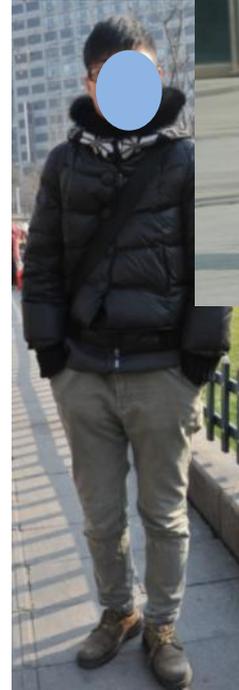
琥珀翠、E-ZUP、OHUI、BOBBIの化粧品

Nokiaの携帯電話  
中国での人気は根強いブランド



# 街頭ファッションチェック 杭州篇

撮影日時: 2013年1月18日  
撮影場所: 杭州市武林商圈内



# 持ち物チェック～杭州篇～



イタリアのブランド  
TCLASSEのバッグ

財布はME&CITY  
若者に人気のメンズ、  
レディースそろった総合  
ブランド

Profile  
年齢: 27歳  
性別: 女性  
婚姻: 既婚  
世帯月收入: 20,000元  
職業: 銀行員

携帯電話はHTCのスマートフォン

レザーのバッグは  
Robert George(?)  
常州で購入

Profile  
年齢: 53歳  
性別: 男性  
婚姻: 既婚  
世帯月收入: 8,000元  
職業: 企業管理職

Nokiaの携帯電話は家電  
量販店・国美で購入

財布は友人が運営して  
いるサイトで購入  
ブランドは七匹狼



# 街頭ファッションチェック 寧波篇

撮影日時: 2013年1月20日  
撮影場所: 寧波市天一広場



# 持ち物チェック～寧波篇～



韓国の人気キャラクターPuccaのバッグは300円で購入

メンソレータムのリップクリームと中国のスキンケアブランドlimiの乳液とハンドクリーム

**Profile**  
年齢: 50歳  
性別: 女性  
婚姻: 既婚  
世帯月收入: 15,000元  
職業: 会社経営者

**Profile**  
年齢: 30歳  
性別: 女性  
婚姻: 既婚  
世帯月收入: 10,000元  
職業: 会社員

携帯電話はiPhone

バッグはトップブランドGUCCI

iPhoneは幅広い年齢層に受け入れられている



# 街頭ファッションチェック 合肥篇

撮影日時:2013年1月25日  
撮影場所:合肥市四牌楼步行街



# 持ち物チェック～合肥篇～



韓国ブランド・週末陽光のバッグ

携帯電話は国内大手のLenovo

Profile  
年齢: 31歳  
性別: 女性  
婚姻: 既婚  
世帯月收入: 15,000元  
職業: 企業管理職

財布やキーケースは、いずれも国内ブランド・紅蜻蜒

バッグはスタイリッシュなデザインが人気の国内ブランド・SEDY

Nokiaの携帯電話はリーズナブルさが人気

財布はファッションブルなAnna Sui

Profile  
年齢: 51歳  
性別: 女性  
婚姻: 既婚  
世帯月收入: 15,000元  
職業: 企業管理職



# 個性的なファッションの登場—男性ファッションはこれから



杭州

上海

寧波

本調査の街頭ファッションチェックでは、時折極めて個性的で、なかには「奇抜」とも思えるファッションに身を固めた若者を見かけた。中国の消費者のファッションも、「ブランド崇拜」や雑誌やネット上のコーディネートそのまま「真似る」段階から、徐々に変化し、「ファッションで個性を表現したい」という層が増えつつあるのかもしれない。

ただし、こうしたファッションは、上海や杭州、寧波においては多数見られたが、蘇州や無錫においては非常に少なく、また合肥においてはほとんど見られなかった。

これはもちろん個性的なファッションを購入するだけの経済的な余裕ももちろんだが、各都市の保守性も影響していると思われる。

こうした個性的なファッションは女性には多くみられたが、男性では少なかった。女性は総じてファッションに敏感だが、個性的なファッションの女性と比較すると、男性のファッションセンスはどうしても垢抜けないイメージがある。上海では、自分流のスタイルのファッションをする若者も増えてはいるが、地方都市ではTシャツ(セーター)にジーンズ、ジャケットといった、きわめてシンプルでクセのないカジュアルなスタイルの男性が多い。

これは、中国においてメンズファッションの情報ソースが少なく、参考となるコーディネートを目にする機会が少ないことも一因と思われる。ただ、同時にこの「メンズファッション」は、未開の市場であり、潜在性のある分野として、多くのアパレルブランドから注目を集めている。

Copyright (C) 2013JETRO. All right reserved



合肥

上海

# 第三章

# 食

# 中国の「食」事情

中国といえば「食の国」のイメージが強い。特に長江流域は食材も豊富で、長い食文化の歴史を有している。それゆえに、食へのこだわりも強く、非常に大きなチャンスが眠っている市場ともいえる。

中国には「民、以食为天」(民は食をもって天と為す)という言葉あるほど、食事は中国の消費者の一般生活の中できわめて重要な意味を持つ。インターネットアンケート調査や自宅訪問調査においても、「食」関連の支出が家庭の最大の支出となっている

また、中国においては、「食」に対する消費者の意識が大きく変化してきていることにも注意が必要だ。例えばワインや海外ブランドの清涼飲料、ケーキやパンなどは、すでに中国の一般家庭にも浸透している。海外からの新しい食文化がもたらされ、中国でも普及する事例が多くなってきている。

## ■高まる「安全」への意識

中国の消費者の食材の「安全」への関心が高まっている。粉ミルクで基準値を超える化学物質が混入していた事件が発生して以降、消費者やメディアの、国内で販売されている食品への目は厳しい。一般の商店で販売されている食材であれば、「どれをとっても安全だろう」という意識は低く、どの食材も疑いを持って厳しくチェックする消費者が多い。野菜市場やスーパーでの安全な食材探しにも余念がないのである。

上海などではこうした食への不安から、輸入食品(国産より安全という認識の消費者も多い)や有機野菜など、健康的で安全な食品へのニーズが高まっている。こうした商品は、一般の食材よりも高く(数倍するケースも)、高所得者層やギフト用途などの購入に限定されるが、上海の久光百貨店地下のスーパーや国金中心(IFC)のcity superなど輸入食品や高品質な食品を販売する店舗では、多くの消費者が食材を買い求めている。

また国内商品を選ぶ場合でも、「緑色食品(※)」や「有機食品(※)」を選んで買う、という家庭も増えてきており、より品質の高い食材へのニーズが、確実に高まっているようだ。

※緑色食品: 農薬量を制限、もしくは使用せずに生産された食品

※有機食品: 生産過程での農薬未使用だけでなく、畑の土壌や水などにいたるまで、一切の化学物質を使用していない状態でつくられた食品。

## 7都市美食比較—「醤油と砂糖でまったり系の上海・江蘇省料理」

調査対象都市の食の消費動向を把握する前に、各都市の消費者がどのような食生活をしているのかを理解する必要がある。下の表は各都市のグループインタビューでの回答を基に、各都市の食の特徴をまとめたものである。

### 3-1 各地の食の特徴と料理

都市	特徴	地元料理	家庭料理
上海市	醤油と砂糖で甘めの味付け。基本的に砂糖を入れることが多い。最近是中国各地の料理が上海に進出しており、幅広いジャンルの料理がそろそろ。	・上海蟹 ・小籠包 ・紅焼肉 ・清蒸魚 など	トマトと卵の炒め物/腌篤鮮/毛蟹とお餅の炒め物/走油蹄膀/スペアリブの砂糖とお酢炒めなど
南京市	南京人の味の好みは塩辛系で、漬物を好む。	・鴨 ・老鷺 ・麵類(例:皮口麵)	豚肉の醤油煮込み/野菜炒め/蒸し豚カルビ/蝦卵チャーハン/豚カルビの醤油煮込み/鶏腿の醤油煮込み/魚の醤油煮込み/
蘇州市	醤油と砂糖で甘めの味付け。基本的に砂糖を入れることが多く、また比較的濃いめの味付け。	・太湖で取れる「三白(銀魚、白魚、白蝦)」 ・蘇州の麵は全国的にも有名	フナのスープ/豚の角煮/甘酢スペアリブ/大豆と豚足のスープ/鶏肉のスープ/青菜炒め/トマトと卵の炒め物/フナの醤油煮込み/ケツ魚/カボチャと卵の炒め物/鯪魚の甘辛醤油煮込み
無錫市	醤油と砂糖で甘めの味付け。砂糖を入れることが多く、また比較的濃いめの味付け。	太湖で取れる「三白(銀魚、白魚、白蝦)」が有名	魚の醤油煮込み/水煮蝦/鴨煮込みスープ/羊肉の醤油煮込み/蒸し白魚/牛肉の醤油煮込み/豆腐の醤油煮込み/豚肉の醤油煮込み/太刀魚醤油煮込み/炒三鮮

※グループインタビュー・自宅訪問調査の結果をもとに作成

# 7都市美食比較—「あっさり系の浙江省」と「重めの安徽省」

都市	特徴	地元料理	家庭料理
杭州市	砂糖を使った味付けながら、上海などよりもあっさり目。また、工芸品を思わせる繊細な盛り付けも特徴の一つ。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・老鴨煲</li> <li>・東坡肉</li> <li>・清蒸魚</li> <li>・西湖醋魚</li> <li>・龍井蝦仁</li> <li>・紅焼泥鰌</li> </ul>	黒きくらげ/ニンジン切り/清蒸鮭魚/大根焼肉/炒青菜/炒冬瓜/炒毛豆/魚香茄子/清蒸小黃魚/清蒸帶魚/白斬鶏/紅焼鴨/魚頭豆腐/たけのこと雪菜の炒め物/スペアリブスープ/紅焼牛肉/大根の牛肉煮込
寧波市	港町であることから、海鮮料理が特徴。豊富な食材を、素材の味を生かした調理方法で食べるのが寧波流。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・各種海鮮料理</li> <li>・清蒸橡皮魚</li> <li>・湯圓</li> </ul>	水茶椀蒸し/手羽先のコーラ煮/豚カルビの醤油煮込み/シマガツオの醤油煮込み/太刀魚の醤油煮込み/太刀魚の塩漬け/白蟹の塩漬け/白蟹の葱炒め/セロリと干し豆腐炒め/烏賊炒め/青菜椎茸炒め/豚のカルビスープ/炒菖蒲/青椒排骨/梅干菜肉/油揚げ豆腐
合肥市	油、塩、砂糖を多く使った、濃い味付けが特徴。食材は牛肉、豚肉、鶏肉のほか犬肉なども。さらには豆腐、特に豆腐を醗酵させた「臭豆腐」を使った料理なども安徽省ならではの料理として知られている。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・酸菜魚</li> <li>・ザリガニ</li> <li>・もち米団子</li> <li>・板栗青菜</li> <li>・板栗焼き鳥</li> </ul>	鶏肉の醤油煮込み/鯉の醤油煮込み/ピーマンとジャガイモの炒め/卵炒め/魚頭と豆腐の煮込み/白頭エビ/エビ/サンショウウオの焼き物/トマトの卵炒め/スペアリスープ/煮込みスープ/魚の醤油煮込み/豚肉の醤油煮込み/豚カルビの醤油煮込み/糖醋魚

※グループインタビュー・自宅訪問調査の結果をもとに作成



エリア別にみると、上海・南京・蘇州・無錫は醤油を使った甘しょっぱい料理が中心。浙江省の2都市は、それに比べてややあっさり目の味付け。また、長江以北の都市である合肥は、これらとは全く異なる独自の食文化を有している。

←川や湖の多い華東地区では淡水魚を使った料理が多い(撮影: 杭州市)

# 食材はどこで買っていますか？

## 3-2 グループインタビューで挙げたスーパーと主な購入品

	よく使うスーパー	買うもの
上海	カルフル/大潤発/ウォルマート/易初蓮花/シティスーパー	肉、野菜、冷凍食品、日用雑貨、惣菜など
南京	カルフル/大潤発/ウォルマート/欧尚(オーシャン)/華潤蘇果/メトロ/永輝	コメント得られず
蘇州	大潤発/欧尚(オーシャン)/ウォルマート/カルフル	生活用品、お菓子、牛乳、調味料
無錫	カルフル/大潤発/ウォルマート/欧尚(オーシャン)/楽購(テスコ)	肉、日用品、乳製品、果物
杭州	万家/生活超市/楽購(テスコ)/聯華/世紀聯華/華潤万家/欧尚(オーシャン)/物美	食品、牛乳、海鮮、調味料
寧波	三江超市(※)/華潤万家/易売得/カルフル/ウォルマート	肉、日用品、乳製品、お菓子、果物など
合肥	合家福/世紀聯華/カルフル/北京華聯/ウォルマート/永輝/大潤発/楽購(テスコ)	日用雑貨、肉、魚など

普段の食材購入は、7都市すべてで「野菜市場」と「スーパー」の両方を使い分けるという回答が多かった。グループインタビューで出た多くの回答は、「野菜は市場で」、「日用雑貨や肉などはスーパーで」購入するというパターン。野菜は鮮度の面では野菜市場の方が信頼できること、しかし、肉などに関しては、市場の品質への信頼性が低いようで、大手スーパーでの購入が多いようだ。またスーパーについては「購入環境が良い」と回答する参加者も多かった。市場は衛生面に問題がある、というイメージもいまだ強いようだ。

※寧波のローカルスーパー。グループインタビューのすべての参加者が回答していた店舗である。

# よく使うコンビニエンス・ストアとそこで購入するものは？

## 3-3 グループインタビューで挙げたコンビニエンス・ストアの店名と主な購入品

	よく使うコンビニエンス・ストア	買うもの
上海	セブンイレブン/ローソン/ファミリーマート/好徳/良友/華聯/迪亜天天	ドリンク、牛乳、弁当など
南京	蘇果/好的/可的/旺仔	コメント得られず
蘇州	華潤万家/美嘉/可的/ファミリーマート	ドリンク、お酒、タバコ、調味料、おでん
無錫	セブンイレブン/小区内のコンビニ	ドリンク、お酒、調味料
杭州	ファミリーマート/快客/佑驛站/佑康/可的/C-store	お酒、タバコなど
寧波	コメント得られず	ドリンク、パン、お菓子、お酒
合肥	蘇果/好朋友/天為/好又多/日之恵	調味料やタバコ、電気代や水道代の支払い

コンビニエンス・ストアの利用は幅広い世代に広がっているものの、「スーパーに比べて高い」という意見も多く挙げた。利用も、「のどが渴いたとき」や「深夜に必要なになった時」など、まだまだ非常用の購入場所としてのイメージが強い。

ただ、上海においては他都市と異なり、「お弁当」や「牛乳」といったアイテムを日常的に購入するという回答が多く、コンビニが生活に根付いて、日本とほぼ同様の利用をしている姿もうかがえた。

さらに、合肥の40代・50代には「便利店(コンビニ)」という言葉自体を理解していない年配参加者もあり(個人による雑貨店との違い)、こうしたエリアではコンビニという業態そのものの啓蒙活動も必要かもしれない。

## 華東エリアの「台所事情」

今回の調査では4都市、8世帯に対して自宅訪問調査をおこなった(サンプルについては「本調査の仕様」を参照)。それぞれの家庭の「台所事情」もチェックし、日々の食について話を聞いた。

### ■3-4 各世帯の可処分所得に対する食費(自炊)支出の占める割合

	標準的家庭	特徴的な家庭(家族構成)
上海	31%	20%(20代独身・1人暮らし)
南京	17%	25%(30代既婚・夫婦のみ)
杭州	15%	20%(30代既婚・子供有り・5人家族)
合肥	9%	23%(50代・老夫婦のみ)

### ■鮮度重視の野菜は市場で、そのほかはスーパーで

食材購入に関しては、グループインタビュー同様すべての家庭で市場とスーパーを使い分けており、「野菜は市場で」、「それ以外の食材はスーパーで」といった回答が多かった。

合肥の50代老夫婦家庭では「きちんとした場所(スーパーなど)で購入する食品は、品質面でも保証されている」との回答があり、大手のスーパーを信頼しての利用がされているようだ。

### ■輸入食材のイメージは「高品質」、「安心」

輸入食材と国内食材の比較については、ほぼすべての家庭で「輸入品は品質面で安心」といった回答が得られた。同時に国内食材に対しては「安全面で不安」といった声が多く聞かれた。

特に子供を持つ家庭では食品の安全性を気にする傾向が強く、特に粉ミルクに関しては「ネットでオーストラリア産を購入」(南京市・標準家庭)といった、以前の「粉ミルク事件」の余波によって国産離れ、輸入品嗜好が強まっていることが感じられた。

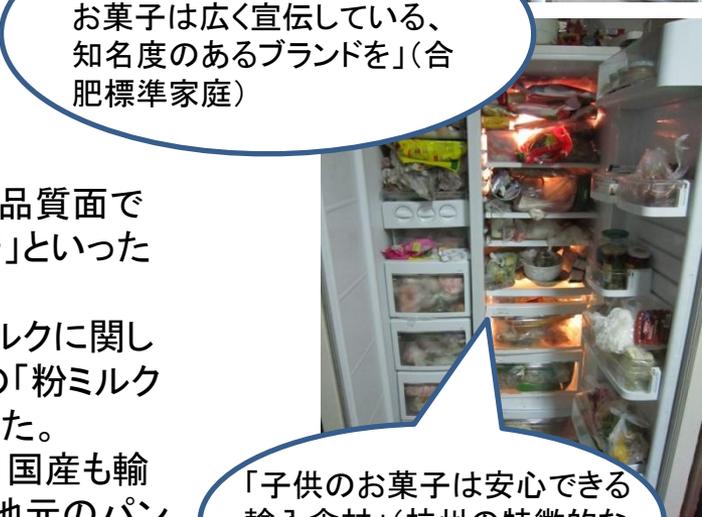
一方で、上海の20代1人暮らしの女性からは「スナックなどのお菓子類は、国産も輸入品もあまり変わらない」といった回答や、南京市の夫婦のみの家庭でも「地元のパン屋の味は輸入品に負けないレベル」といった声も聞かれ、国産品でも輸入品同様の信頼を得られている商品が存在しているようである。



「食材は新鮮さ重視。国内産品は安全性が不安」(南京標準家庭)



「購入時には生産日時を確認。お菓子は広く宣伝している、知名度のあるブランドを」(合肥標準家庭)



「子供のお菓子は安心できる輸入食材」(杭州の特徴的な家庭)

# 中国の外食事情

## ■中国料理の豊富なバリエーション

長い食文化の歴史を有す中国の国民は、自国の食に対するこだわりが強い。インターネットアンケート調査においても、外食で「まずは中国料理」を選択するという回答(3-7参照)が7都市すべてで多数を占めた。

中国料理はレパートリーが極めて豊富で、地方ごとに味や調理法も異なる。さらには、大都市ではこうした地方の料理専門のレストランも多く、他都市へ行かずして地方各地の料理を楽しむことが出来るほどになっている。

中国で人気の口コミサイト『大衆点評網』のグルメパートでも「中国料理」という全体を網羅したセグメントは存在しておらず、「本邦菜(地元料理)」、「川菜(四川料理)」、「粵菜(広東料理)」、「湘菜(湖南料理)」、「徽菜(安徽料理)」といった地方料理名が並んでいる。消費者にとっては、中国料理の中だけでも非常に多くの選択肢の中から自分の好みやその日の気分で選ぶことが出来るのである。

## ■まだ市場開拓の余地が大きい外国料理市場

これに比して洋食は事情が異なる。ステーキはローカル系や台湾系のステーキハウスが各地で展開しており、広い消費者に認知されている様子。しかし、若者の間に洋食ニーズも広がっているとはいえ、それ以外の洋食の浸透度はまだ低い。上述の「大衆点評網」でも、「西餐(洋食)」というセグメントにすべての西洋料理がまとめられており、「イタリア料理」、「フランス料理」などのように細かな分類はされていないところからも、それが見て取れる。また、気軽に食べられる洋食店は、上海などの大都市を除くとまだ少なく、また価格も一般の中国料理店に比べて非常に高価となっているのも一因といえるだろう。

そんな中で、外国の料理では、韓国料理が人気だ。中国国内にも朝鮮族がおり、彼らが開店した韓国・朝鮮料理も多い。焼肉や石焼ビビンバなどの濃い味付けが広く受け入れられているようだが、その背景には近年の韓流ブームによる知名度向上があるとも考えられる。

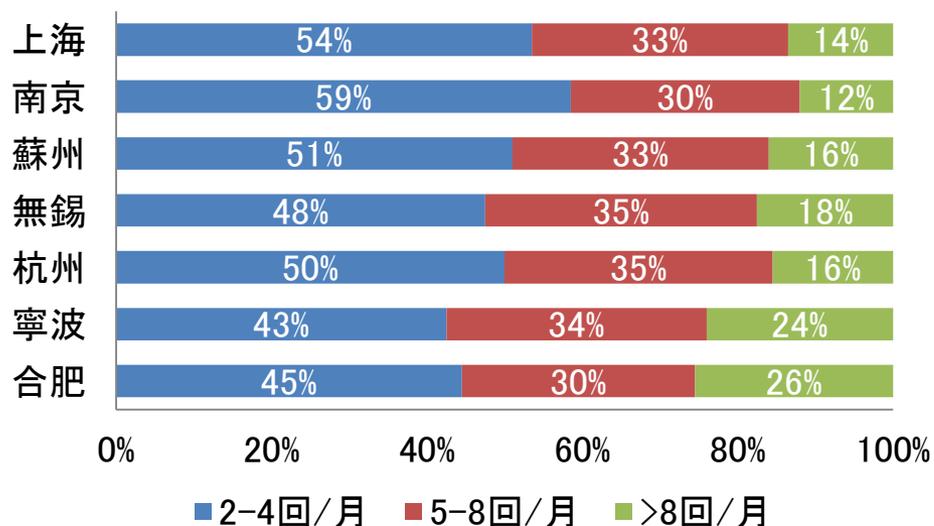
また、上海や蘇州、無錫、南京といった都市の、主に若者世代においては日本料理も広く受け入れられている。特に上海や蘇州、無錫には日系企業が多く進出しており、日系企業の社員や取引先などは日本料理店を訪れる機会も多く、人気となっているのではないかと推測される。人気料理としては寿司、刺身といった料理が挙げられた。

合肥のグループインタビューにおいては、20代・30代では韓国料理が好まれているようだが、40代以上になると「おいしくない」、「慣れない」といった声も多く、海外の料理に対する抵抗感は強い傾向にある。

このほかには東南アジア料理を選択する消費者も多い。背景にはグループインタビューでも「東南アジアへ旅行に行つてその味に目覚めた」(蘇州・30代女性)といったコメントがあるなど、海外旅行がきっかけになるケースもあるようだ。

## 毎月の平均外食の回数は? (週末・夕食)

### 3-5-1 【アンケート】毎月の平均外食頻度は?(単位:回/月)



今回の調査では、「月に1回から4回」という頻度が多かった。平均すれば、毎週1回は外食をしているという計算になる。

背景には、グループインタビューでも「週末のうち、1日は外で食事」といった声があったように、生活レベルが向上したことで、「外でおいしいものを食べる」というスタイルが定着していることを意味している。

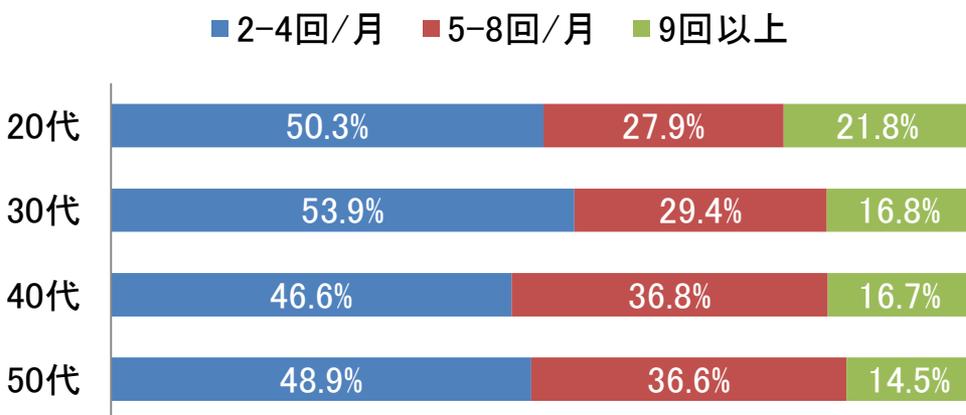
今回の調査では、寧波と合肥の2都市で、「月に8回(平均週2回)」という回答が、全体の約25%という高い数値を示した。

左のグラフは上述の毎月の平均外食頻度の回答を年代別にしたもの。

20代で「月に9回以上」との回答比率が高くなっていることが見て取れる。特に上記で「月に9回以上」という回答者が多かった寧波、合肥でも、回答者の3割から4割が20代であった。

20代は友人と外食する機会が多いことが理由と考えられるが、中国では料理のできない若者が増えていることも影響しているのかもしれない。また合肥グループインタビューでは、20代女性から「映画を観に行った後、そのまま食事に」というコメントもあり、レジャーとあわせて外食を楽しむ傾向も見られる。

### 3-5-2 【アンケート】毎月の平均外食頻度は?(世代別)



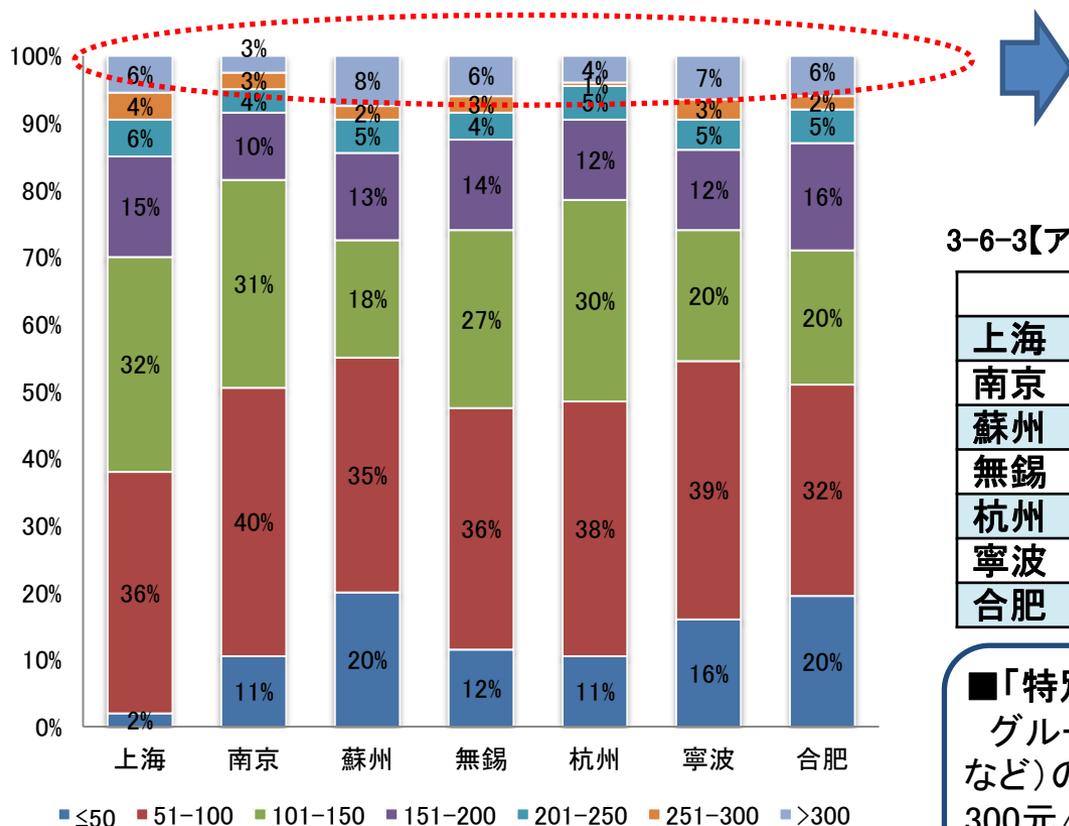
# 平均外食予算は？（週末・夕食）

## 3-6-1【自宅訪問】世帯可処分所得に対する外食支出の占める割合

	標準的家庭	特徴的な家庭(家族構成)
上海	6%	3%(20代独身・1人暮らし)
南京	8%	13%(30代既婚・夫婦のみ)
杭州	5%	20%(30代既婚・子供有り・5人家族)
合肥	5%	7%(50代・老夫婦のみ)

自宅訪問のインタビューの結果を見ると、標準的な家庭では毎月の外食予算を世帯所得の10%未満に押さえている傾向がみられた。特徴的な家庭においてはその比率はそれぞれに違いがあり、低いケースでは3%、高い場合は20%に達した。

## 3-6-2【アンケート】1回の外食で1人あたりの平均予算は？(単位:元)



## ■外食高級消費は40代・50代に集中

外食1回につき300元以上を消費する富裕層の消費者を見てみると、どの都市でも40代・50代の年配層が大半を占めていることがわかる。特に南京や無錫、杭州といった都市では、若者層の回答はほとんど見られなかった。

## 3-6-3【アンケート】1回の外食予算「300元以上/人」とした世代別統計

	20代	30代	40代	50代
上海	6.7%	0.0%	7.5%	6.1%
南京	0.0%	0.0%	5.3%	4.7%
蘇州	3.1%	5.7%	10.3%	11.9%
無錫	0.0%	3.6%	7.0%	14.0%
杭州	0.0%	3.7%	6.5%	5.3%
寧波	3.3%	5.1%	8.8%	9.1%
合肥	1.6%	0.0%	10.4%	11.1%

## ■「特別な日」の外食予算は？(グループインタビューより)

グループインタビューでは「特別な場合(デートや記念日など)の外食予算」も質問。年齢、都市に関わらず「150~300元/人」という回答が多かったが、杭州では50代男性から「1,000元/人」と、他都市よりも高い金額の回答もあった。

## 人気の料理は？

人気の外食ジャンルを調査した。下のグラフがその結果である。

### 3-7【アンケート】外食で行くレストランのジャンルは？(複数回答可)

	上海	南京	蘇州	無錫	杭州	寧波	合肥
中国料理	128	116	127	112	138	113	132
中華式ファーストフード	100	111	122	112	92	123	109
洋風ファーストフード	66	88	39	79	51	45	50
アジアンファーストフード (日本・韓国のみ)	21	18	20	14	18	12	20
高級洋食	23	15	9	28	40	24	18
ホテルbuffet	45	41	28	42	45	44	32
日本料理	29	15	12	13	15	9	16
韓国料理	30	23	18	13	14	15	9
東南アジア料理	15	1	0	1	2	2	2
その他	1	3	1	2	3	3	1

どの都市でも中華式ファーストフードと中国料理が圧倒的多数。それ以外は「たまに気分を変えて」や「少し試してみよう」といった程度になっているようだ。この傾向は外国料理が多数ある上海においても同様である。中国料理は四川料理や山東料理、湖南料理など、レパートリーも豊富であるため、他の国の料理を試す頻度は日本に比べて低くなるのかもしれない。

その中で日本料理は上海において若干数値が高いものの、それ以外の都市では多くても20人に満たない。

また、杭州市の「高級洋食レストラン」に行くと回答した数が、他都市に比べて飛びぬけて多い。年齢別に見ると、回答者のうち5割が40代、1/4が30代と、壮年層が占めていた。

# 各都市の地元有名レストラン

中国には、各地に老舗レストランが存在している。これら老舗は「老字号」と呼ばれ、こうした屋号を持つ店舗には地元の消費者やその名前を聞いてやってきた観光客で賑わっている。

## 3-8 各都市の老舗レストラン（一例）

都市	老舗レストラン		
上海	緑波廊	王宝和	上海老飯店
南京	緑柳居菜館	邵復興	老正興
蘇州	得月楼	松鶴楼	同得興
無錫	迎賓楼菜館	原余肉庄	
杭州	楼外楼	知味観	奎元館
寧波	東福園	状元楼	
合肥	同慶楼	耿福興	



蘇州の老舗レストラン「同得興」

上記のレストランは、いずれも数十年、長いものでは100年以上の歴史を有しており、各都市の地元料理を代表するレストランとなっている。なかでも蘇州の「得月楼」や「松鶴楼」、杭州の「楼外楼」などは地元市民からの支持も厚く人気。

また、合肥の「同慶楼」はグループ展開をしている老舗レストラン。「中華老字号」(\*)の中では唯一の「徽菜(安徽料理)」レストランとして、南京や無錫などの江南地域にも進出している。

### ※「中華老字号」

中国商務部が「中国の伝統的老舗店の復興」を目的に、2006年よりスタートしたプロジェクト。対象はレストラン以外にも百貨店や漢方薬、食品(酒含む)、服飾、民間工芸品などと幅広く、認定されると商務部より認定証書およびプレートが授与される。

# 各都市の人気レストラン

前述の老舗レストラン以外にも、各都市には多様なレストランがあり、消費者はその時々ニーズや気分に合わせて店をセレクトしている。

そうした店選びの際によく利用されるのが口コミサイト。中国で人気の「大衆点評網」では、実際に店舗を利用した消費者が、自身の印象に基づいて採点、評価を書き込むことができ、中国国内では信用度の高い情報サイトとして利用されている。同サイトでは検索時に「口コミ数」や「環境」、「サービス」などによるランキングを見ることが出来る。ここでは「人気」順に表示した際の店舗、上位5店を挙げる。

ただし「中国料理」に関しては、その範囲が極めて広く、また同サイトでもすべてを網羅したセグメントが存在していないため、各都市で店舗数の最も多い「本邦菜(地元料理)」内での人気ランキングとした。

(参考) 口コミサイト大衆点評網のURL <http://www.dianping.com/>

## 3-9-1 各都市の人気レストラン(上海・南京・蘇州)

	中国料理(地元料理)	日本料理	韓国料理	洋食
上海	食神鍋奉行	酒吞新館	青鶴谷(虹莘路本店)	王品台塑牛排
	海底撈火鍋(邯鄲路店)	九井日本料理(虹梅路店)	偶巴尔壇	The Plump Oyster bar
	孔乙己酒家	九井日本料理(長寿路店)	倍楽創意韓国料理	彼德西餐
	成隆行蟹王府	青原	韓国館	Tap Café
	大蔬無界	花隱懷石料理	礼瑯韓国料理	Five Tables Bistro
南京	南京大牌擋(德基広場店)	和風食堂	本家韓国料理	blueflog
	外婆家	菊次郎の夏居酒屋	花津浦	西堤牛排
	南京大牌擋(獅子橋店)	多佐多国精致料理	PANKOO釜山料理	大衛厨房
	同慶楼	利久	漢拿山	大品台塑牛排
	民国紅公館	丸亀製麺	韓林炭烤	蘑菇餐厅
蘇州	松鶴楼菜館	鶴家	農樂園(星海街店)	金色三麦
	外婆家	魚味亭和風日膳	農樂園(獅山路店)	大品台塑牛排
	魚食飯稻土竈館	和三味	PANKOO釜山料理	香樟花園法式鉄板料理
	得月楼	浅草日本料理	享原韓国料理	西堤牛排
	呉門人家	朝日屋	章魚房	塔可時尚餐厅

# 各都市の人気レストラン

## 3-9-2 各都市の人気レストラン(無錫・杭州・寧波・合肥)

	中国料理(地元料理)	日本料理	韓国料理	洋食
無錫	外婆家	和風上井日式主題餐厅	東大門年糕火鍋	HBO電影主題會館
	怡紅園酒家	万魚亭	漢拿山	優貝餐厅
	蜜桃餐厅	櫻之亭	身土不二	麗菲西餐厅
	同慶楼	貴船	韓福園	納帕谷西餐厅
	淡水魚家	大漁鉄板焼	美特家	藍槍魚西餐酒吧
杭州	外婆家	上井高級料理(湖濱店)	釜山料理	王品台塑牛排
	新白鹿餐厅	山葵家精致料理寿司吧	PANKOO釜山料理	CC Restaurant&bar
	緑茶	三上	漢韓源一鍋両吃	朶思意法厨房
	弄堂里	隱泉日式餐厅	云蝶韓国料理	Tavira葡萄牙餐厅
	馬灯部落	上井高級料理(鳳起店)	新石器烤肉	普羅旺斯
寧波	緑茶餐厅	大漁鉄板焼	宮園前	番茄主義
	外婆家	上井料理	新石器烤肉(来福士店)	局百犢
	貼閣碧(百丈夫店)	寿鮮亭	漢拿山	王品台塑牛排
	怡郷春竹鮑魚先生	赤坂亭	新石器烤肉(印象城店)	Da Bossi Ristorante
	貼閣碧(東渡路店)	漁火日本料理	韓林炭烤	超級牛扒
合肥	同慶楼	上井精致料理	花津浦	drip
	廬州太太(宿州路店)	大漁鉄板焼	金滄山烤肉美食中心	金漢斯
	廬州太太(南七店)	西京日本料理	漢拿山	比格自助披薩
	晚香亭	烹大師	PANKOO釜山料理	王品台塑牛排
	梧桐小棧	元禄回轉寿司	金弘軒自助烤肉	局百犢

杭州料理の人気レストラン「外婆家」は地元杭州だけでなく、他都市でも多店舗展開している。7都市中5都市で人気上位にランキングしているが、上海のグループインタビュー(40代・50代グループ)でもその名前が挙がっており、幅広い消費者に浸透しているようだ。

人気の日本料理店として「上井」という店名が挙がる。同店はハイレベルな日本料理を提供することで人気だが、日本人の経営ではなく、「日本式管理」をうたった香港系チェーン店。華東地区だけではなく、成都や重慶、広州、武漢など、多くの都市に店舗を進出させている。

# レストラン選びのポイントは？

消費者ニーズの高まりによって成長している外食産業。レストラン数も増えている中、華東地区の消費者はどのような基準で自分たちが食事をする場所を選んでいるのだろうか。

## 3-10 【グループインタビュー】レストランを選ぶ際に注目するポイントは？

都市	20代・30代	40代・50代
上海	環境/味	環境/味
南京	評判/味	環境/味
蘇州	味/サービス	口コミ/味
無錫	味/口コミ	味/口コミ
杭州	味/環境/サービス	環境
寧波	環境	味/価格
合肥	味	環境

左の表は、グループインタビューで、レストラン選びの基準として回答の多かったものの抜粋である。

最も多かった回答はやはり「味」であるが、同時に「環境」や「サービス」という回答が多いということにも注意が必要。上海の50代の女性からは「ハイレベルのお店は高価な分、人が少なく、静かに食事ができる」との回答もあり、「静かな環境」で「落ち着いて食べたい」というニーズも増えているようだ。

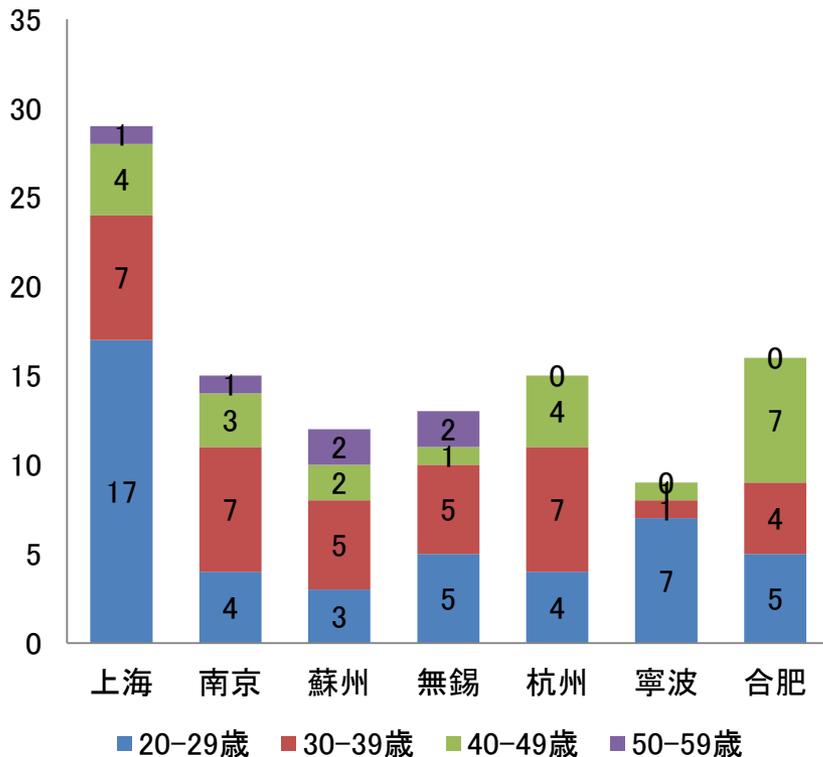
「環境」という回答の中には「衛生的な環境」を重視するという声もあった。前述したように、「食の安全」への意識が高まる中国では、外食でも「食材の安全性」や「調理・食事環境の衛生」も店選びのポイントとなっているようである。

また、「口コミ」で店を選ぶという回答も多かった。友人や家族などからの情報はもちろんだが、インターネットの口コミサイトやブログ、中国版ツイッター「微博」などの、実際にその店を訪れた消費者の評価を参考にして、店を選ぶという消費者が増えているようだ。グループインタビューでは、「口コミ情報をもとに、新しい店に行ってみる」という声もあり、中国での口コミ情報への高い信頼をうかがい知ることができた。

これ以外には「家から近い店」、「駐車場がある場所」といった回答もあり、その選択基準はますます多様化している。

# 日本食はどのような消費者に受け入れられているのか？

3-11 【アンケート】各都市で「日本食に行く」と回答した人の年齢別統計（単位：人）



左は、今回の調査で「日本食」を選んだ回答者を年齢別に集計したものである。

各都市によって回答数にバラつきはあるものの、日本食は20代から30代に好まれていることが見て取れる。特に上海はその傾向が顕著で、20代消費者が全体の50%以上を占めている。逆に40代・50代は、やはり味の面で保守的な傾向にあるためか、あまり日本料理店には足を運んでいないようだ。

## グループインタビューから 日本料理(店)の印象

- ・日本料理は小さなころから食べていたし、ヘルシー。それに(お店の)サービスがいい。(上海・30代女性)
- ・お刺身が好き。新鮮で味も良く、衛生的。(上海・30代男性)
- ・高級感がある。上海のある店は客単価が高い分、人も少なく静か。(上海・50代女性)
- ・刺身は好き。栄養価が高そう。(蘇州・20代女性)
- ・日本料理は薄味好みの自分に合う。日本料理店は環境も良いし、メニューも多く、食べ物にもこだわりがある。(杭州・20代男性)

20代・30代を中心に受け入れられている日本料理だが、グループインタビューでは、以下のような厳しい声も聞かれ、異文化での展開の難しさを感じさせられた。

## 日本料理を受け入れられない理由

- ・(日本食の)生ものは体に悪い。子供には食べさせられない。(寧波・30代男性)
- ・日本料理にはなじめない。雰囲気を感じたり、日本風の焼肉などは食べてみたいけれど。(杭州・50代男性)
- ・サーモンやお寿司を試してみたけど、やはり生魚は好きになれない。寿司はなんとか。(杭州・40代女性)
- ・自分は中国料理以外食べない。(南京・30代男性)

# どのファーストフードをよく利用しますか？

## 3-12 グループインタビューで挙げたファーストフード店名(※)

都市	洋食系ファーストフード	中国料理系ファーストフード
上海	ケンタッキー/ピザハット/マクドナルド/サイゼリヤ/パパジョーンズ	真功夫/東方既白/老娘舅//吉祥餛飩/永和豆漿/巴貝拉/藍与白/味之都
南京	ケンタッキー/ピザハット/マクドナルド/サイゼリヤ/パパジョーンズ	具体名挙がらず
蘇州	ピザハット/マクドナルド/ケンタッキー	好人明鑑/路振興美味齋/朱洪興/蘇海游龍/洛陽餛飩/真功夫/老娘舅/東吳麵館/本記洪興/美味齋/紅德行/路長興/7+7
無錫	ケンタッキー/マクドナルド	蘇克金四方/沙県小吃/麗華速食/7+7
杭州	ケンタッキー/マクドナルド	来必堡/吉祥餛飩/順旺基/老娘舅/CHAMATE/新四方/華必和/粵之林茶餐廳/沙県大酒店/永和豆漿/四海豆漿/一口田/四海一家/真功夫
寧波	ケンタッキー/マクドナルド	永和大王/大娘水餃/新時代/真功夫/好味道/盛旺記/周記(萵苣大食堂)/新四方/萊德堡/順旺記
合肥	ケンタッキー/マクドナルド	老鄉鷄/東亜快餐

ファーストフードといえば、ケンタッキーとマクドナルドなどがまず挙がるが、それ以外にも中華系ファーストフード店も多数挙がり、市民生活に広く浸透している様子がうかがえた。四川料理や江南料理など、あらゆる中国料理がファーストフード店を展開している。ケンタッキーなどを展開する外資系外食大手のヤムブランズ社も中国料理のファーストフード「東方既白」を展開するなど、中国料理のファーストフード化が進んでいる。また、多都市展開をしているものだけでなく、ご当地ファーストフード店も多く、その市場競争は熾烈となっている。

※上記は「よく使うファーストフード店は？」という質問に対する回答だが、回答にはピザ専門店や日本ではファミリーレストランに類する店舗も挙げた。中国ではこれらも「ファーストフード」と認識されるケースもあるようだ。

# よく使うカフェ＆茶館は？

## 3-13-1 グループインタビューで挙げたカフェ

都市	20代・30代	40代・50代
上海	避風塘/圓縁園/The Coffee Bean/Starbucks	Starbucks/Kafelaku Coffee//国金近くの個人経営のカフェ
南京	Starbucks/兩岸咖啡/藍湾咖啡/Costa/Pacific Coffee	Starbucks/兩岸咖啡/藍湾咖啡/Costa//Pacific Coffee
蘇州	水天堂/零点 DioCoffee/starbucks	Starbucks/水天堂/青島飯店/零点
無錫	芸咖啡/一杯茶/35度茶語/蘭卡/Starbucks	芸咖啡/一杯茶/35度茶語/蘭卡/Starbucks
杭州	Costa/西湖の太古咖啡/藍山咖啡//兩岸咖啡	名前挙げがらず
寧波	芸咖啡/一杯茶/35度茶語/蘭卡/Starbucks	浪琴/Starbucks
合肥	松巢咖啡/新月光/Starbucks	Starbucks/藍色海岸/連邦咖啡/元邦咖啡

## 3-13-2 グループインタビューで挙げた茶館

都市	20代・30代	40代・50代
上海	名前挙げがらず	城隍廟の茶楼
南京	CHAMATE	CHAMATE
蘇州	和茶館/天堂茶園/玉蓮花	天堂茶園
無錫	名前挙げがらず	名前挙げがらず
杭州	農家楽茶楼	CHAMATE/心源茶楼/卡卡茶館/青騰茶楼/月亮茶館/和茶館
寧波	名前挙げがらず	清遠茶館/泰園茶館
合肥	名前挙げがらず	名前挙げがらず

→上海ではStarbucksなどのチェーン店に加え、洋館を改装したカフェやブックカフェなどが多数登場している※写真はイメージ(上海市内の洋館カフェ)



# ベーカリー・スイーツはどこのお店を利用しますか？

## 3-14 グループインタビューで上がったベーカリー・スイーツ店名

都市	ベーカリー	スイーツ
上海	85度C/聖酷石/BreadTalk//PARIS BAGUETTE/ 山崎パン	甜心皇后/愛茜茜里/honeymoon dessert/DQ/宜芝多/meetfresh/
南京	Christine/85°C/BreadTalk/宜芝多/PARIS BAGUETTE/可頌坊	元祖食品
蘇州	Christine/85度C/愛維尔/BreadTalk/長發商廈/Garden Bakery/好利来	honeymoon dessert/甜丫丫
無錫	85度C/稻香/茜茜公主	具体名挙げがらず
杭州	85度C/浮力森林/米奇/PARIS BAGUETTE/宝島金点/christine	可莎蜜兒
寧波	85度C/路邦小鎮/新美心/Christine/BreadTalk	綠植蛋糕店/honeymoon dessert/一鳴奶吧
合肥	BreadTalk/皇品軒/皇冠/彩蝶軒/好利来	

台湾系の85°Cはパンやケーキなどを中心に幅広い消費者層を取り込んでおり、店舗数も増加を続けている。また、シンガポール系のBread Talkや韓国系のPARIS BAGUETTEも健闘している。日系としては山崎パンの名前が挙げた。ローカル系のベーカリーも数多くあり、合肥でも地元ベーカリーが数多く展開していた。

グループインタビューでは蘇州や上海では「子供連れの場合は店内で食べさせる」という声も聞かれたが、ほとんどの参加者はパンやケーキは「テイクアウトする」と回答。「次の日の朝食にする」といった声も多かった。

人気のシンガポール系ベーカリー「BreadTalk」  
(撮影:上海市内)



# 第四章

# 住

# 総論：中国の不動産事情

中国の「不動産購入熱」は非常に高い。自分の住宅はもとより、投資用として2軒目、3軒目と複数物件を購入するケースも多い。不動産購入は冷めやらず、各都市で大規模に進行している再開発プロジェクトによって、不動産価格も値上がりが続いている。

また、近年は地下鉄建設が不動産価格を刺激している。地下鉄は中心部と郊外をつなぐ役割をなし、生活エリアを徐々に拡大させ、新たな商圈を生む土台ともなる。地下鉄建設による郊外の新たな街の計画が、不動産開発を呼び、そこに新たな購入者が集まり、さらに価格上昇が進んでいく、というサイクルなのである。

近年はこうした過熱した不動産投資に歯止めを掛けるため、中国政府が不動産購入を抑制する政策を打ち出してはいるが、目立った効果がないのが実情だ。

一般の消費者、どのような時に不動産を購入するのか。

最も多いのは、結婚する際に、不動産物件を購入するケース。夫婦の新居となる物件は「婚房」と呼ばれ、若い世代が高額な不動産を購入するのはかなりのプレッシャーだ。両親の支援で購入するケースも多いが、生活を切り詰めて返済に充てる「房奴」や、こうした束縛から自由であるため不動産購入をしないで結婚する「裸婚」なども流行語となるほど不動産問題は深刻だ。

もう一つは「学区房」の購入。「学区房」とは、教育レベルの高い名門学校(小中学校)の通学区に指定されているエリアの物件のことである。中国では、子供に早い段階から良質な受験教育を受けさせようと、義務教育であっても名門校に入れさせようとする。しかし、義務教育は基本的に日本と同様、その戸籍所在地(現住所)の学校に行くことが決められている。もし学区をまたいで通学する場合は、「択校費」という追加費用を学校側に支払わなくてはならない。このルールは、上海においては2011年を最後に廃止されたが、多くの都市で依然残っており、学区を跨ぐ面倒を避けるために「学区房」を購入するのである。名門学校の通学区内に物件を購入すると、家族はそのエリアに戸籍を移すことができ、面倒な手続きなどなく、学校へ入学できるのである。

そしてもう一つが「投資」目的の購入だ。物件購入後、価格が上昇するのを待って転売するのである。いまだに価格上昇が続いている中国では、多くの投資者が「銀行に貯金するよりも確実な利益が得られる」として、手元資金を不動産へと「替えて」いる。今回の調査でも上海や杭州で、複数の投資物件を所有している消費者も多かった。

不動産の所有(産権)には、「70年」という期限が設けられていたり、面積の表示が実面積で使用可能な面積でなかったりするなど、中国の不動産事情は日本との相違も大きい。価格も高く住宅ローンを抱える消費者もおり、住宅問題は現代中国人の生活レベルに大きな影響を与えている。

# 上海

## 各エリア住宅物件平均価格

### 4-1-1 上海市住宅の分譲・賃貸平均価格

行政区	分譲(元/m <sup>2</sup> )	賃貸(元/月/m <sup>2</sup> )
盧湾区	45,796	97.4
静安区	44,727	89.9
黄浦区	39,928	71.3
長寧区	38,734	79.0
徐匯区	35,948	63.7
浦東新区	28,819	50.1
虹口区	28,636	55.2
楊浦区	27,235	49.5
普陀区	26,707	53.4
閘北区	26,285	53.1
閔行区	22,412	44.1
宝山区	18,888	33.6
青浦区	18,479	36.5
松江区	16,776	29.1
嘉定区	14,715	28.4
奉賢区	12,296	20.3
金山区	9,191	17.3
崇明区	7,003	14.6



### グループインタビューの声

静安区	公共施設が充実。住民のレベルが高い。
浦東新区	広い面積の物件が多い。また空気もいい。地下鉄交通も便利、都心からも離れている。
徐匯区	交通便利。教育や医療の機関も充実
普陀区	環境がよく道も広いし、交通も便利

全体の平均価格で「2万5000元/m<sup>2</sup>」を超えている上海市。静安区や徐匯区などの中心部はもちろん、今後は近郊・郊外でもさらに開発が進み、ニュータウンが形成されていくと予想されている。

(価格は2013年2月の平均価格)

ホームページ「城市房産」  
(<http://www.cityhouse.cn/city.html>)より

# 各エリア住宅物件平均価格

## 南京

### 4-1-2 南京市住宅の分譲・賃貸平均価格

行政区	分譲(元/㎡)	賃貸(元/月/㎡)
鼓楼区	21,266	41.4
建邺区	19,904	40.0
玄武区	18,489	40.8
白下区	18,163	39.9
秦淮区	16,870	35.2
下関区	15,251	29.1
雨花台区	14,601	26.7
棲霞区	13,474	29.7
江寧区	11,584	24.5
浦口区	8,730	16.6
六合区	6,822	15.2
高淳県	6,758	14.1
溧水県	6,551	10.9



### グループインタビューの声

雨花台区の軟件大道	会社の近くで、環境が良い
学区不動産であればどこでもよい	
雨花台区の板橋新城、金地自在城	施設が充実、緑化もされている

南京市では、郊外の雨花台区の人気の高まっており、物件価格面でも中心部に引けをとらない。そのため、今後の物件価格も上昇が予想されている。

(価格は2013年2月の平均価格)

ホームページ「城市房産」  
( <http://www.cityhouse.cn/city.html> )より

# エリア物件の平均価格

## 蘇州

### 4-1-3 蘇州市住宅の分譲・賃貸平均価格

行政区	分譲(元/㎡)	賃貸(元/月/㎡)
工業園区	12,816	30.1
滄浪区	11,895	27.0
平江区	11,664	27.9
常熟市	11,381	27.7
金閶区	11,324	27.4
高新区(虎丘)	10,247	28.8
吳中区	10,038	23.6
張家港市	9,928	26.6
相城区	9,003	22.6
太倉市	7,686	22.0
吳江区	7,618	20.6
昆山市	7,393	19.2



### グループインタビューの声

平湖区	交通が便利、商業施設が集中
新海	良い学校がそろっている
工業園区	空気がいい
滄浪区	比較的好い学区房がそろっている
金閶区	商業施設が集中、両親の家にも近い

蘇州では、新しく整備された園区と新区が高い人気を誇るが、なかでも園区の金鷄湖周辺の物件は、新たに整備されたエリアで高級マンションも多く湖が近いことから、多くの消費者の注目を集めている。

(価格は2013年2月の平均価格)  
ホームページ「城市房産」

( <http://www.cityhouse.cn/city.html> )より

# エリア物件の平均価格

## 無錫

### 4-1-4 無錫市住宅の分譲・賃貸平均価格

行政区	分譲(元/m <sup>2</sup> )	賃貸(元/月/m <sup>2</sup> )
濱湖区	8,389	21.8
崇安区	8,342	24.9
江陰市	8,249	21.2
南長区	8,230	22.8
宜興市	8,062	20.3
北塘区	7,585	21.9
錫山区	6,812	18.1
惠山区	6,391	16.2



### グループインタビューの声

濱湖区	環境が良く、地下鉄なども便利。静かに住める。空気がいい。居住区全体の環境がとても理想的。
崇安区/南長区	崇安区はにぎやかで生活も便利。南長区は生活施設が充実。

江南エリアでは不動産価格が比較的低い無錫では「6,000元/m<sup>2</sup>~8,000元/m<sup>2</sup>」の価格帯が主流。ただし、太湖周辺ではリゾート開発も進んでおり、今後は市中心部以外に、濱湖区の物件が注目されている。

(価格は2013年2月の平均価格)

# エリア物件の平均価格

## 杭州

4-1-5 杭州市住宅の分譲・賃貸平均価格

行政区	分譲(元/㎡)	賃貸(元/月/㎡)
上城区	26,501	47.3
西湖区	24,883	40.8
下城区	23,492	47.0
拱墅区	19,383	37.1
濱江区	18,565	31.6
江干区	18,547	33.8
蕭山区	14,642	30.1
富陽市	10,951	18.8
余杭区	10,728	22.2
建德市	9,069	18.3
臨安市	7,031	18.3
桐廬県	---	29.6



### グループインタビューの声

上城区	華やかで学校も多い。呉山のふもとで風水がいい。
錢江新区	買い物にも便利で、万象城の地下駐車場も便利。
西湖区	九溪玫瑰園という物件はクオリティが高いらしく、興味がある。
江干区	寧波への高速道路にも近く便利。

江南エリアでは、上海に次ぐほどの消費能力を持つ杭州。中心部西湖の畔の物件が人気だが、同時に錢江新区といったニュータウン物件も注目されている。

(価格は2013年2月の平均価格)

ホームページ「城市房産」

( <http://www.cityhouse.cn/city.html> )より

# エリア物件の平均価格

## 寧波

4-1-6 寧波市住宅の分譲・賃貸平均価格

行政区	分譲(元/m <sup>2</sup> )	賃貸(元/月/m <sup>2</sup> )
江東区	16,524	35.5
海曙区	16,210	32.5
江北区	15,676	34.0
鄞州区	15,302	34.0
慈溪市	12,171	26.8
余姚市	11,926	23.5
奉化市	10,139	20.1
寧海県	9,452	47.5
鎮海区	8,963	22.9
北侖区	8,749	22.6



## グループインタビューの声

江東区	成熟したエリアで色々な施設が充実している。
鄞州区	雅戈爾の物件が好き。緑化もきちんとしている。
江東区と鄞州区の境界	新たなエリアと成熟したエリアで、それぞれのいい部分を利 用したい。

天一商圈に加え、万達やアウトレットなど、新たな商業施設も増えている寧波。中心部の鄞州区はもちろんだが、市政府機能が移転予定の江東区が注目されており、物件価格も上昇している。  
(価格は2013年2月の平均価格)

ホームページ「城市房産」

( <http://www.cityhouse.cn/city.html> )より **82**

# エリア物件の平均価格

## 合肥

4-1-7 合肥市住宅分譲・賃貸平均価格

エリア	分譲(元/㎡)	賃貸(元/月/㎡)
政務区	7,416	17.9
蜀山区	7,102	20.3
包河区	6,914	20.2
高新区	6,826	18.0
濱湖新区	6,813	17.2
廬陽区	6,775	19.4
新站区	6,297	18.8
瑤海区	6,158	15.6
経開区	5,929	16.3



## グループインタビューの声

蜀山区	学区房が多い。緑化がなされている
政務区	学区房が多い。
北城エリア	自然環境がよく、物件の緑化率も高い
元一小区	緑化環境や物業管理などが非常にいい

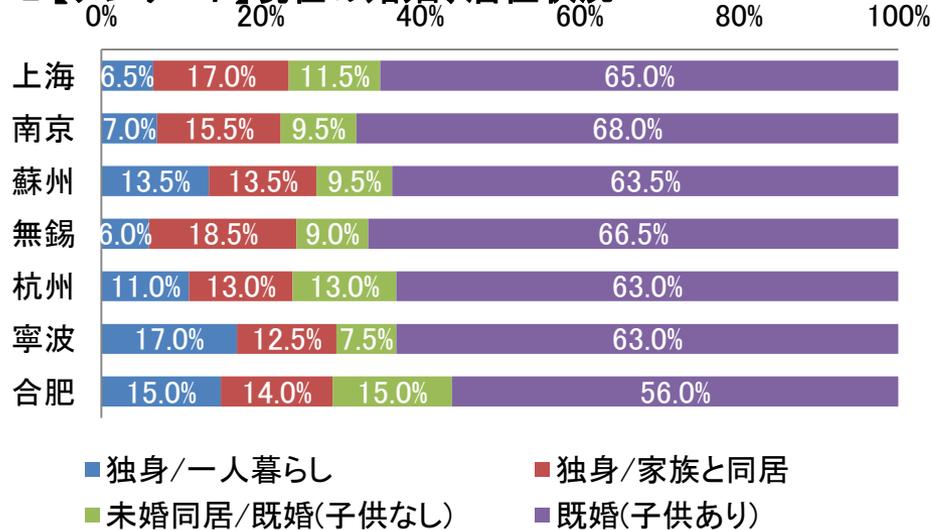
現在開発が進む合肥市、その物件価格は約「6,000元/㎡」程度と、上海などに比べるとはるかに安い。大規模な開発が進む市政府を中心とした政治・文化一体型のニュータウン「政務新区」が注目されている。

(価格は2013年2月の平均価格)

ホームページ「城市房産」  
(<http://www.cityhouse.cn/city.html>)より

# 現在の居住空間について

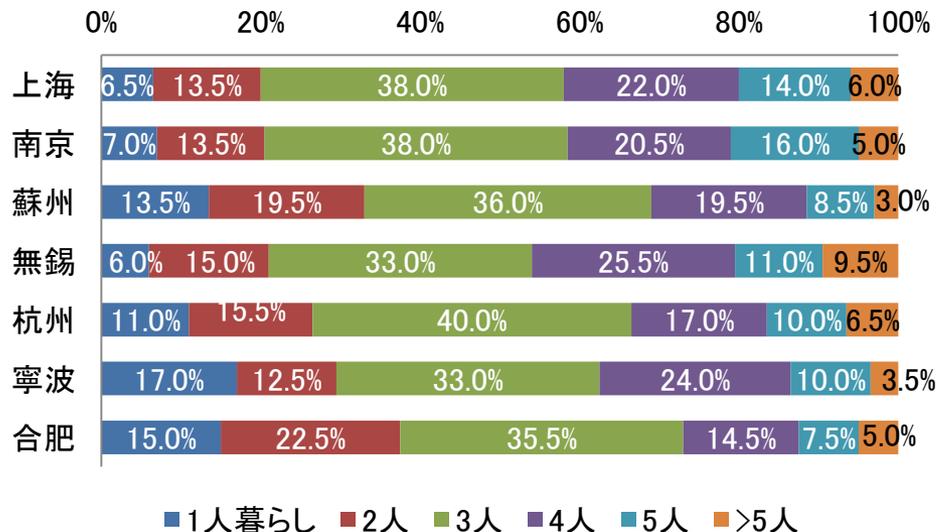
## 4-2【アンケート】現在の婚姻、居住状況



左は今回のインターネットアンケート調査の回答者の婚姻・居住状況である。

今回は設問内容が生活全般にわたることから、最も標準的な「30代」で「既婚かつ子供あり」のサンプルを多く取っている。

## 4-3-1【アンケート】現在、一緒に暮らしている家族は？



同居人数に関する回答では、サンプルが「既婚・子供有り」の比率が高いこともあり、「3人暮らし(夫と子供と同居)」という回答が多い。

ただ、年齢層が若干高くなると、両親と一緒に住むケースが多くなるようだ。

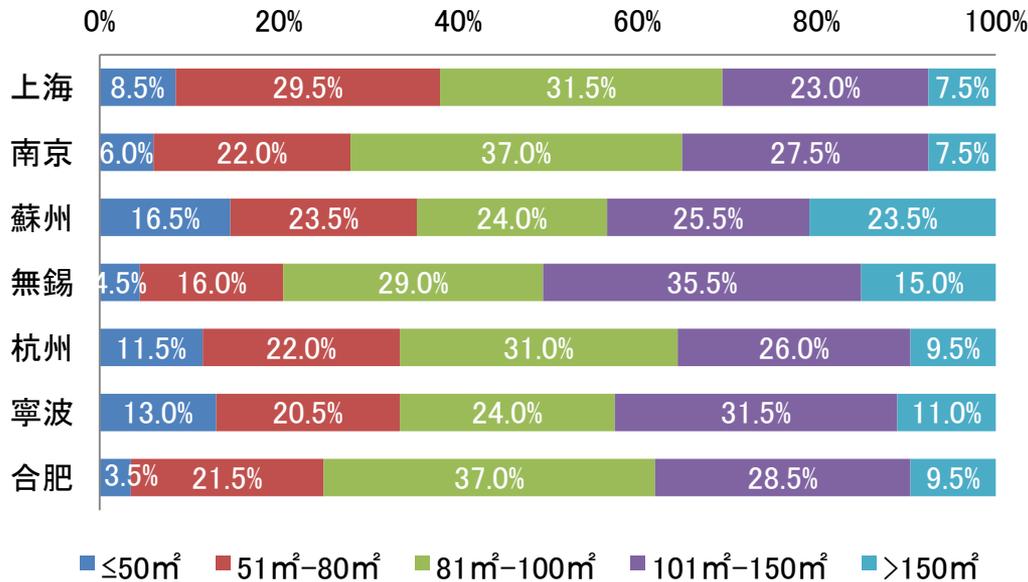
## 4-3-2【アンケート】「1人暮らし」の世代別人数(人)

	20代	30代	40代	50代	総計
上海	13	0	0	0	13
南京	5	2	6	1	14
蘇州	26	1	0	0	27
無錫	5	1	4	2	12
杭州	18	2	2	0	22
寧波	28	3	3	0	34
合肥	24	1	4	1	30
合計	119	10	19	4	152

■ 1人暮らし ■ 2人 ■ 3人 ■ 4人 ■ 5人 ■ >5人

# 現在住んでいるお部屋の広さは？

## 4-4-1【アンケート】現在の住まいの面積は？

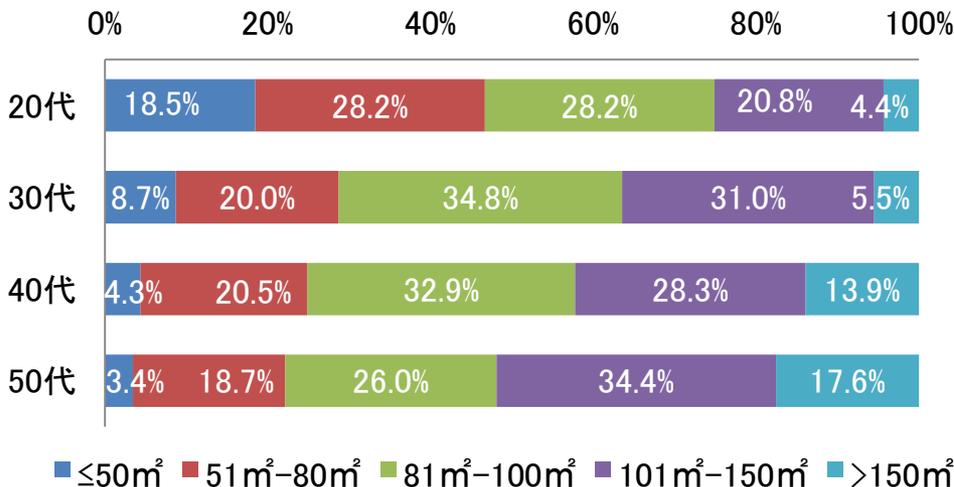


中国の都市部では、マンションに住むケースが多い。戸建て物件は「別荘(別荘)」と呼ばれ、高額で富裕層でなければ手が出ないのが現状だ。

左の調査結果を見ると、中国では「100m<sup>2</sup>~150m<sup>2</sup>」が人気物件となっている。日本のマンション物件と比較すると、大きい印象を持つ。日本とは異なりこれは「占有面積」であるが(実使用率を示す「得房率」が物件説明に加えられる)、このレベルが標準的な面積なのである。

また、中国では「親と一緒に住む」ケースもまだ多い。そのため結婚時に物件購入する際は、将来的に同居することを想定して、「3LDK以上」の大きな物件を購入しておくケースも多い。また、先に小型物件を購入し、将来的には転売し、大型物件に買い換えるケースもある。左下のグラフで40代・50代においては「>150m<sup>2</sup>」の回答率が高いのも、そうした「二世帯同居」がその理由だと思われる。

## 4-4-2【アンケート】現在の住まいの面積は?(世代別)



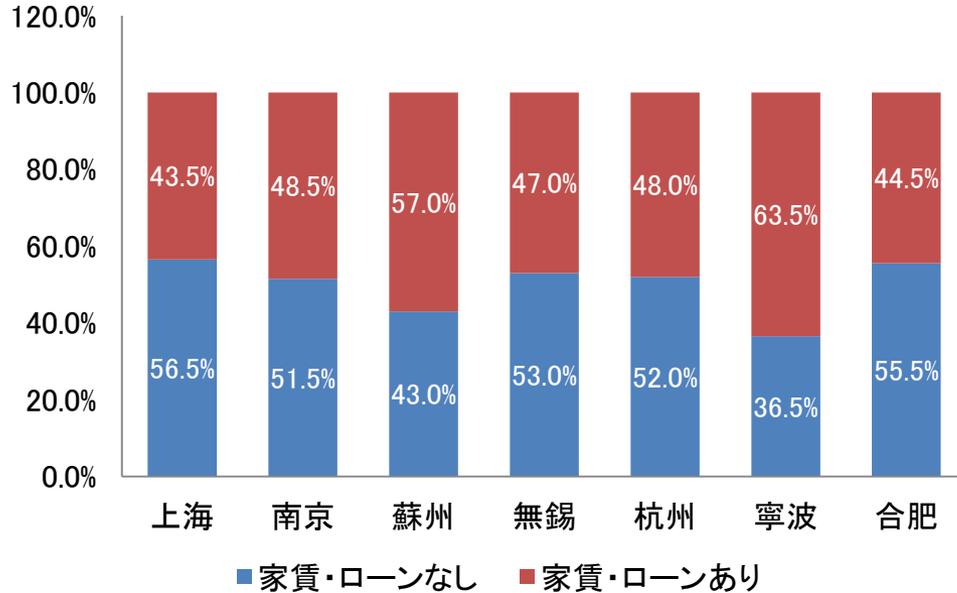
### column

中国での不動産はスケルトンの状態で引き渡され、購入者側が自分で内装を施すことが一般的である。多くの消費者は内装業者を雇うのだが、「業者に全てをゆだねてしまうと、水増し請求などの被害にあう」(もしくはその不安がある)と考える人が多いため、建築材料や部品などは施主自らが買出しに行くことが多い。

ただ、近年では「精装修」という内装済みの物件も登場し始めており、徐々に人気が高まっている。

# 家賃・ローンの金額は？

## 4-5-1【アンケート】家賃・ローンはありますか？



今回の調査では「家賃・ローンなし」と回答した比率がやや高い結果となった。ローンを避けるためになるべく一括で購入しようとするケースが多いこと、本人名義でなく配偶者名義や親の金銭的援助を受けて購入するケースがあること、またすでにローンの返済が終わっていることなどが、理由として考えられる。

家賃・ローンの金額を見ると、どの都市でも「3,000元/月」以下の比率が高い。

興味深いのは「1,000元/月」以下の比率。上海市の12.6%に対し、他都市ではいずれも20%以上となっている。上海市の物件価格(住宅・賃貸)が他都市に比べ高いためだと思われる。

## 4-5-2【アンケート】毎月の家賃・ローン金額は？

ローンまたは家賃の月平均金額	上海	南京	蘇州	無錫	杭州	寧波	合肥
≤1,000	12.6%	23.7%	28.1%	24.5%	29.2%	34.6%	22.5%
1,001-2,000	26.4%	17.5%	27.2%	24.5%	13.5%	19.7%	21.3%
2,001-3,000	21.8%	29.9%	28.9%	27.7%	19.8%	18.9%	32.6%
3,001-4,000	9.2%	7.2%	7.0%	7.4%	9.4%	3.9%	7.9%
4,001-5,000	14.9%	11.3%	2.6%	5.3%	14.6%	12.6%	9.0%
5,001-6,000	2.3%	4.1%	3.5%	1.1%	2.1%	2.4%	2.2%
6,001-7,000	5.7%	4.1%	0.9%	4.3%	4.2%	2.4%	1.1%
7,001-8,000	2.3%	0.0%	0.9%	2.1%	5.2%	1.6%	2.2%
8,001-9,000	1.1%	2.1%	0.9%	2.1%	1.0%	2.4%	1.1%
9,001-10,000	1.1%	0.0%	0.0%	1.1%	1.0%	0.8%	0.0%
>10,000	2.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.8%	0.0%

# 物件選びのポイントは？

中国の消費者のほぼすべてが経験するであろう不動産購入。彼らは何を基準に物件選びをしているのだろうか？各都市のグループインタビュー参加者に、物件選びのポイントを聞いた。

## 4-6【アンケート】現在の物件を購入したポイントは？

都市	20代・30代	40代・50代
上海	交通・階数・環境	場所・位置・交通
南京	交通・位置	場所・位置・交通
蘇州	学区・交通・周辺施設	学区・交通・周辺施設
無錫	周辺施設・位置・交通	環境・付随設備
杭州	場所・投資価値・デベロッパー	環境・周辺施設
寧波	交通 位置 管理会社	交通・レイアウト
合肥	交通・位置・管理会社	交通・環境・管理会社

左の表は、グループインタビューにおいて、物件選びのポイントとして回答の多かったものの抜粋である。

基本的には「位置(アクセス)」、商圈や市場など「周辺施設」を考慮に入れながらの選択しているようだ。興味深いのが蘇州の「学区」と杭州20代・30代グループの結果である。

蘇州はもともと教育熱心であることと、ハイレベルな教育が受けられる学校に限られているからだと思われる。

グループインタビューでは、物件探しに関して様々な発言があった。

その中で「位置」というキーワードが比較的多い。これは各都市で見られた「両親の住んでいる場所に近く、何かと面倒をみることができる」という回答が示すように「会社」や「家族」からの距離、「商圈までの距離」などの要素である。また、就学前の子供を持つ家庭、もしくはこれから子供を望んでいる家庭では「学区」を非常に重視する傾向が強い。さらには面積や向き(南向き)などの「レイアウト」や「価格」、物件の「管理会社のレベル」などを考慮するといった声も多かった。

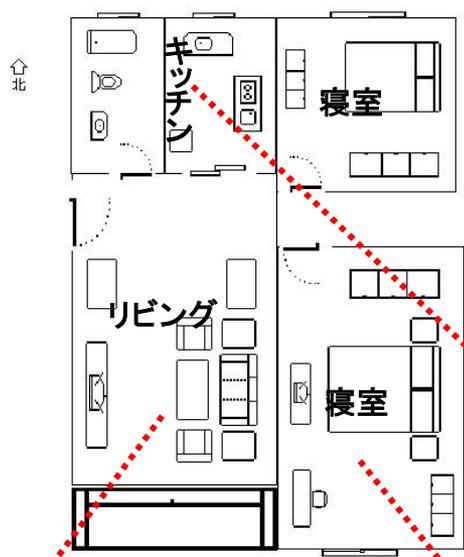
今回の調査で特徴的な回答が得られたのは、「杭州の20代・30代グループ」。会社経営者などが多かったためか「今後、価格が上昇するかどうか」(杭州・30代男性)や「デベロッパーの知名度」(杭州・30代男性)など、投資的視点で選ぶという回答があった。また「上海・30代女性」からは「階層を見て買う。高層階が好き」という回答があった。理由としては「眺めがいい」高層階を重視するとのことだが、他都市ではあまり聞かれなかった。

# 自宅訪問

## 上海市の標準家庭 Aさん(33歳・女性)のお宅

・2011年に購入し入居  
 ・購入価格は18,000元/m<sup>2</sup>

所在地	閘北区
総面積	78m <sup>2</sup>
間取り	リビング+寝室2部屋(2LK)
家族構成	夫・子供1人(5歳)
不動産状況	持ち家(ローン月7,000元)
世帯収入	25,000元/月



- 購入のポイント**
- ・周辺に各施設が揃っていること
  - ・学区房であること(幼稚園が近い)
  - ・両親が近くに住み、子供の世話を手伝えること



内装期間6か月。  
 費用は8~9万元。  
 (家電を含むと約15万元)



内装のこだわり	暖色で統一
家具イメージ	シンプルなデザイン
家具インテリア	◆紅星美凱龍
購入場所	◆IKEA ◆百安居



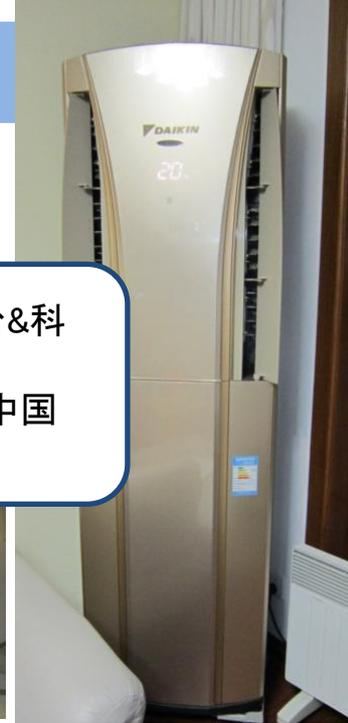
# Aさん宅の家電チェック

## Aさん宅の主要家電リスト

家電	ブランド	購入時価格 (円)
液晶テレビ	Sharp	10,800
	Samsung	10,000
DVD	Philips	750
エアコン	Daikin	9,800
	Daikin	4,500
	Kelon	2,000
冷蔵庫	Siemens	3,000



エアコンはダイキン2台&科龍(Hisenseブランド)  
リビングのエアコンは中国で人気の床置きタイプ



欧米系ブランド・シーメンス製の冷蔵庫



液晶テレビは2台  
サムスンとシャープ



### 家電選びのポイント

- ・品質重視
- ・やさしい感覚のデザイン
- ・有名ブランドであること



# 自宅訪問

## 南京市の標準家庭 Bさん(32歳・女性)のお宅

・2010年に購入し入居。  
・購入価格は8,000元/m<sup>2</sup>。

所在地	鼓楼区
総面積	87m <sup>2</sup>
間取り	リビング2+寝室2(2LDK)
家族構成	夫・子供1人(1歳)
不動産状況	持ち家(ローンなし)
世帯収入	12,000元/月



### 購入のポイント

- ・交通が便利
- ・両親や仕事先と近い
- ・周辺に市場やコンビニあり、各施設が揃う

内装期間5か月。  
費用は10万元。  
(家電を含むと約18万元)



内装のこだわり	カントリースタイル
家具イメージ	カントリースタイル
家具インテリア	◆紅太陽裝飾城
購入場所	◆月星広場 ◆紅星美凱龍 ◆金盛国際家居



# Bさん宅の家電チェック

## Bさん宅の主要家電リスト

家電	ブランド	購入時価格 (円)
液晶テレビ	Samsung	5,000
パソコン	HP	3,000
エアコン	Daikin	9,000
	Daikin	4,000
レンジフード	Fotile	5,000
洗濯機	Bosch	3,500
冷蔵庫	Bosch	6,000



エアコンは2台ともダイキン  
リビングのエアコンは床置きタイプでお子さんの写真つき



HPのパソコン



冷蔵庫と洗濯機はいずれも欧米系ブランド・Bosch



## 家電選びのポイント

- ・ブランド重視
- ・評判重視



液晶テレビはサムスン



# 自宅訪問

## 杭州市の標準家庭 Cさん(31歳・女性)のお宅

所在地	拱墅区
総面積	75m <sup>2</sup>
間取り	リビング1+寝室2(2LK)
家族構成	夫・子供1人(5歳)
不動産状況	持ち家(ローンなし)
世帯収入	18,000元/月

### 購入のポイント

- ・交通が便利
- ・親戚が近くに住み、お互いに世話しやすい

内装期間2か月。  
費用は6~7万元。  
(家電を含むと約10万元)



・1998年に購入し入居  
・購入価格は2,000元/m<sup>2</sup>



内装のこだわり	シンプルで実用的
家具イメージ	中国風・ヨーロッパ風のシンプルなスタイル
家具インテリア購入場所	◆三墩家具城(西湖区)

# Cさん宅の家電チェック

## Cさん宅の主要家電リスト

家電	ブランド	購入時価格 (元)
液晶テレビ	Skyworth	7,000
パソコン	TCL	3,000
エアコン	TCL	4,000
	Midea	2,500
洗濯機	Little Swan	4,000
電子レンジ	Galanz	500
レンジフード	Shuaikang	800
冷蔵庫	Siemens	3,000

## 家電選びのポイント

- ・見た目、時間がたっても時代遅れにならないデザイン
- ・機能の多さ



エアコンは2台とも国内ブランドのMidea(美的)

欧米系ブランド・Siemens製の冷蔵庫

パソコンはTCL



洗濯機はLittle Swan

液晶テレビSkyworthは壁掛けタイプ



# 自宅訪問

## 合肥市の標準家庭 Dさん(30歳・女性)のお宅

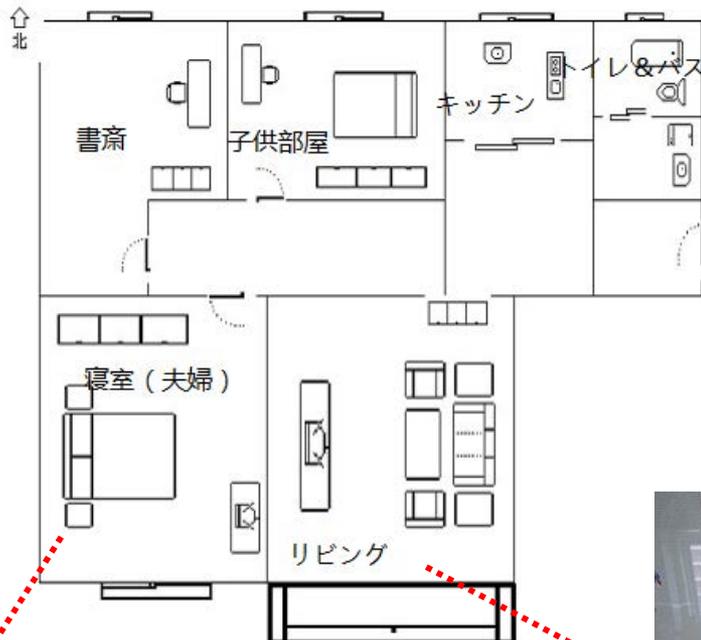
所在地	包河区
総面積	100m <sup>2</sup>
間取り	リビング1+寝室3(3LK)
家族構成	夫・子供1人(5歳)
不動産状況	持ち家(ローンなし)
世帯収入	10,000元/月



・2009年に購入し  
入居  
・購入価格は  
2,000元/m<sup>2</sup>  
(前住居の立ち退  
きに伴う補償物  
件)

### 購入のポイント

- ・学校が近くにある、子どもの通学に便利
- ・交通便利



内装期間1.5か月。  
費用は7万元。  
(家電を含むと約9万元)



内装のこだわり	シンプルスタイル
家具イメージ	シンプルスタイル
家具インテリア 購入場所	◆五里廟家飾建材城

# Dさん宅の家電チェック

## Dさん宅の主要家電リスト

家電	ブランド	購入時価格 (元)
液晶テレビ	Haier	4,200
DVD	BBK	800
エアコン	Gree	2,800
レンジフード	Fouail	3,300
電子レンジ	Midea	450
冷蔵庫	Meiling	2,700
洗濯機	Sanyo	2,200
熱水器	Macro	1,200

### 家電選びのポイント

- ・品質重視
- ・柔らかな感じのデザイン
- ・有名ブランドであること



エアコンはGree  
(格力)



ローカル系ブランド・Meiling(美菱)製の冷蔵庫

液晶テレビはHaier  
(海爾)



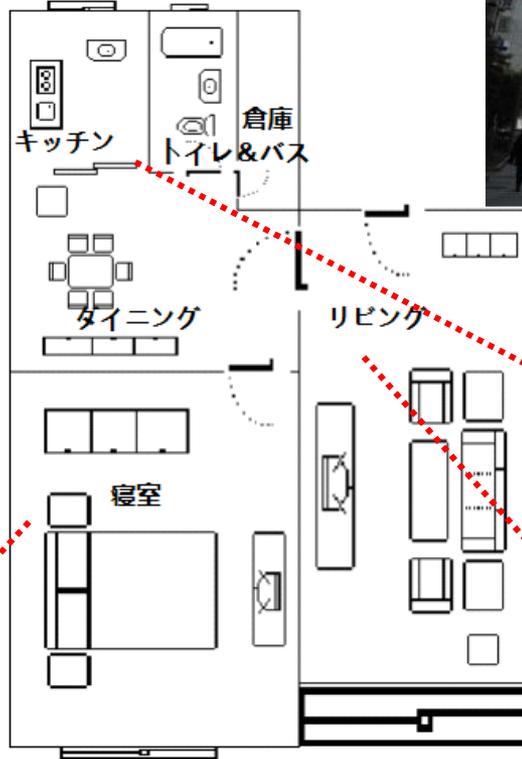
# 自宅訪問

## 上海市の特徴的な家庭 Eさん(20歳・女性)のお宅

- ・2011年に借りて入居
- ・家賃は2,000元/月



所在地	宝山区
総面積	80m <sup>2</sup>
間取り	リビング1+寝室1(1DK)
家族構成	独身
不動産状況	賃貸(家賃月2,000元)
世帯収入	5,200元/月

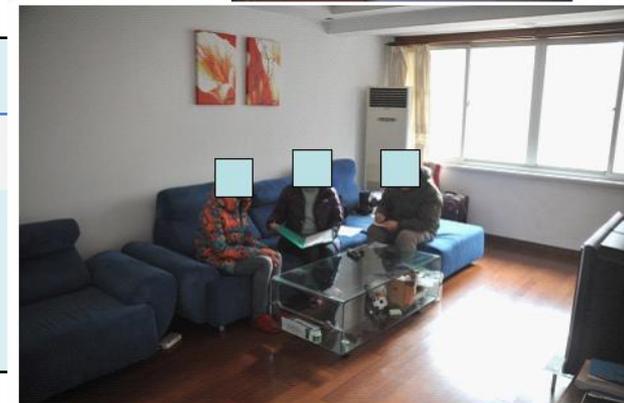


### 賃貸のポイント

- ・交通が便利
- ・アパートが古いので、家賃が安い



内装のこだわり	近代的、シンプル
家具イメージ	近代的、シンプル
家具インテリア	◆不明(大家が提供)
購入場所	



# Eさん宅の家電チェック

## Eさん宅の主要家電リスト

家電	ブランド
液晶テレビ	Samsung
テレビ	Changhong
エアコン	Haier
	Chunlan
電子レンジ	Midea
冷蔵庫	Haier
電機炊飯器	Midea
レンジフード	Haier



エアコンはリビングがHaier(海爾)、寝室がChunlan(春蘭)と、いずれも国内ブランド

ローカル系ブランド・Haier(海爾)製の冷蔵庫



液晶テレビはサムスン



## 家電選びのポイント

・賃貸なので、大家が家電を提供。家電の購入価格や購入基準は不明



# 自宅訪問

## 南京市の特徴的な家庭 Fさん(38歳・男性)のお宅



・2012年に購入し入居  
・購入価格は12,000元/m<sup>2</sup>

所在地	下関区
総面積	66m <sup>2</sup>
間取り	リビング1+寝室2(2LK)
家族構成	妻のみ
不動産状況	持ち家(ローンなし)
世帯収入	12,000元/月

### 購入のポイント

- ・学校に入学ができる条件の物件
- ・交通が便利

内装期間3か月。  
費用は8万元。  
(家電を含むと約15万元)



内装のこだわり	モダン、シンプル
家具イメージ	モダン、シンプル
家具インテリア	◆IKEA
購入場所	



# Fさん宅の家電チェック

## Fさん宅の主要家電リスト

家電	ブランド	購入時価格 (元)
液晶テレビ	Philips	3,500
エアコン	CHUNLAN	2,000
ボイラー	Siemens	2,000
洗濯機	Haier	2,000
冷蔵庫	Siemens	4,000
電子レンジ	Sanyo	500
電子炊飯器	Supor	300



エアコンはローカルブランド  
Chunlan(春蘭)



液晶テレビは  
Philips

洗濯機Haier  
(海爾)



冷蔵庫とボイラー  
は欧米系ブラン  
ド・ Siemens



### 家電選びのポイント

- ・ SiemensとHaierのような知名度が高く、品質が高いブランドを買う
- ・ 主に蘇寧電機でブランド家電を購入

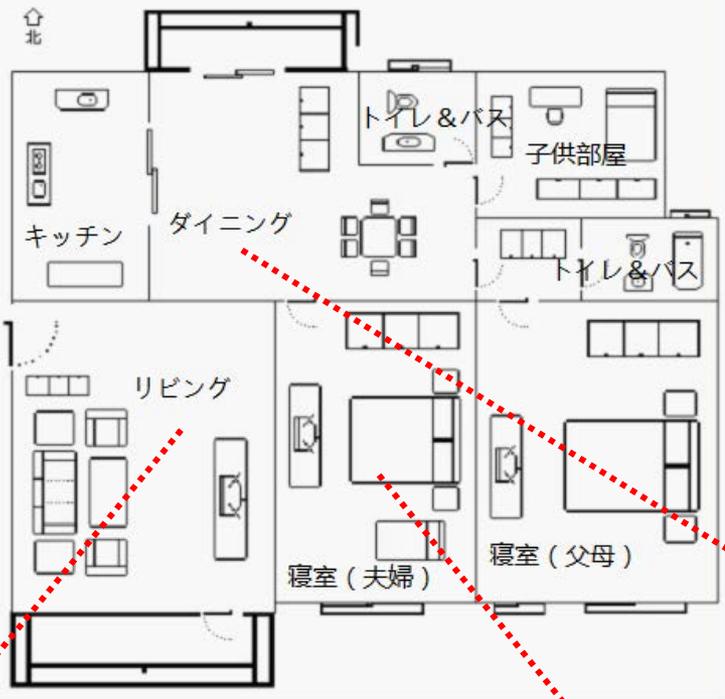


# 自宅訪問

## 杭州市の特徴的な家庭 Gさん(30歳・女性)のお宅

・2011年に購入し入居  
 ・購入価格は10,000元/m<sup>2</sup>(知り合いの紹介価格)

所在地	余杭区
総面積	145m <sup>2</sup>
間取り	寝室3+リビング+ダイニング(3LDK)
家族構成	両親2人・夫・子供1人(5歳)
不動産状況	持ち家(ローンなし)
世帯収入	50,000元/月



### 購入のポイント

- ・余杭区中心部に近い
- ・デベロッパーの知名度が高い
- ・中心部に少ない新物件、環境が良い

内装期間5か月。  
 費用は15万円。  
 (家具・家電3万円を含むと約45万円)

内装のこだわり	ヨーロッパ風
家具イメージ	ヨーロッパ風
家具インテリア 購入場所	蘇州蠡口家具センター



# Gさん宅の家電チェック

## Gさん宅の主要家電リスト

家電	ブランド	購入時価格 (元)
液晶テレビ	TCL	6,000
	TCL	2,600
エアコン	Haier	7,000
	Haier	3,000
電子レンジ	Galanz	500
冷蔵庫	LG	8,200
レンジフード	Robam	5,000
乾燥機	Panasonic	2,500
洗濯機	Panasonic	3,500



エアコン2台ともHaier(海爾)



液晶テレビは2台共にTCL

韓国系ブランド・LG製の観音開き冷蔵庫

### 家電選びのポイント

- ・ブランドを最重視。特に知名度の高いブランドを選んで購入。



パナソニックの衣類乾燥機も



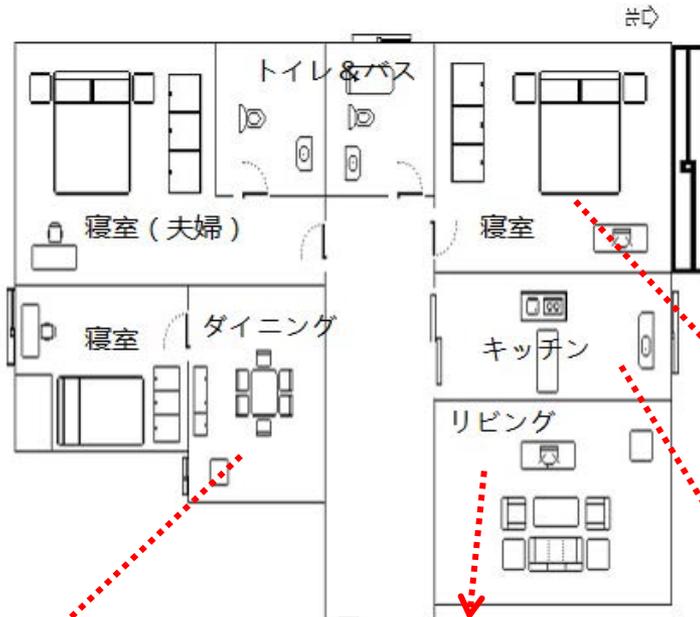
# 自宅訪問

## 合肥市の特徴的な家庭 Hさん(50歳・男性)のお宅

所在地	廬陽区
総面積	130m <sup>2</sup>
間取り	寝室3+リビング+ダイニング (3LDK)
家族構成	妻のみ (子供2名は同居していない)
不動産状況	持ち家(ローンなし)
世帯収入	10,000元/月



・2012年に購入し入居  
・購入価格は7,000元/m<sup>2</sup>



### 購入のポイント

- ・前の住居は狭かったので、広い部屋を選んだ。
- ・合肥駅に近いなど交通が便利。物件のある場所が良い。

内装期間2か月。  
費用は10万元。  
(家電を含むと約15万元)



内装のこだわり	暖色で統一
家具イメージ	シンプルデザイン
家具インテリア	◆紅星美凱龍
購入場所	◆IKEA ◆B&Q



# Hさん宅の家電チェック

## Hさん宅の主要家電リスト

家電	ブランド	購入時価格 (円)
液晶テレビ	Changhong	4,000
エアコン	Gree	5,000
	Gree	9,000
	Gree	5,000
冷蔵庫	Haier	3,000
レンジフード	Vanward	3,000
炊飯器	Triangle	200
洗濯機	Royalstar	1,600
熱水器	Macro	1,800



エアコンはGree(格力)が3台、リビングは床置きタイプで、他の2台は壁掛け



ローカル系ブランド・Haier(海尔)製の冷蔵庫

### 家電選びのポイント

- ・ブランド家電でアフターサービスが良いこと

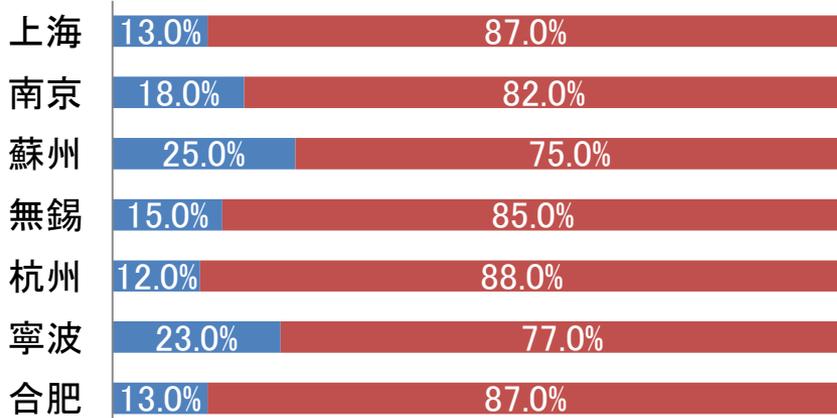
液晶テレビはローカル製ブランド・Changhong(長紅)



# 今の住まいに満足していますか？

## 4-7-1 【アンケート】現在の居住環境に満足？

■いいえ ■はい



インターネットアンケートでは、ほとんどの回答者が今の住まいに「満足している」と回答。住まい選びの段階で慎重に吟味を重ねて購入しているためと思われる。

「不満」と回答した人に、不満のポイントを挙げてもらった。物件周辺の環境に不満が多かったのが南京や無錫、合肥など。これらの都市では、再開発や地下鉄の建設などが進められているため、騒音や空気の悪化といった背景があると思われる。また杭州では物件の品質(クオリティ)への不満がもっとも多かったのに対し、寧波ではゼロであった。

## 4-7-2【アンケート】居住環境の不満点は?(複数回答可)

不満内容	上海	南京	蘇州	無錫	杭州	寧波	合肥
賑やかな商圈と離れている	8	8	14	8	5	9	12
買物が不便	9	5	16	12	4	15	10
交通不便	8	10	18	7	5	14	7
教育施設が少ない	5	14	15	6	5	12	10
娯楽施設が少ない	8	15	18	5	4	15	9
医療施設が少ない	3	10	13	6	4	14	12
周辺が騒がしい, 空気がよくない	7	18	24	11	7	19	14
不動産購入価格(家賃)が高い	4	8	16	3	5	12	3
不動産のクオリティ(品質)がよくない	8	12	21	11	10	17	3
その他	1	4	2	1	4	0	0
合計	61	104	157	70	53	127	80

# 今、求められているサービスとは

インターネットアンケートで、生活環境への不満に「娯楽施設が少ない」という回答がどの都市でも挙げられた。これは、生活の場が市中心部から近郊へと拡大しているものの、周辺のサービス業の展開が追いついていないためと思われる。特に30代などのアクティブな層にこの回答が多かった。

## 4-8【アンケート】居住環境の不満点は?

不満内容	上海	南京	蘇州	無錫	杭州	寧波	合肥
娯楽施設が少ない	13.0%	14.4%	11.5%	15.7%	7.6%	11.0%	11.3%

また、グループインタビューや住宅訪問でも、周辺の生活関連施設に満足していないという回答が多くあった。

### グループインタビューおよび住宅訪問での声

- ・直通のバスがない。(グループインタビュー・蘇州・30代女性)
- ・市場までが遠い。(グループインタビュー・上海・30代女性)
- ・スーパーや病院、学校やコンビニなどへのアクセスが不便。(グループインタビュー・合肥・50代男性)
- ・居住区の関連施設があまり無く、街灯や緑化、スポーツジムなどが不十分。(住宅訪問・上海・特徴的家庭)
- ・住宅区にはジム、美容、スポーツなどの施設も備わっておらず、また公園も無い。(住宅訪問・杭州・30代女性)

郊外エリアは、市中心部に比べて物件価格が安く、比較的購入しやすい。特にホワイトカラーが「婚房」として買い求めるのは、近郊の新築物件が多い。しかし、こうした近郊エリアは、周辺施設がまだ整備されていないこともよくある。商業施設が新たに建設されたとしても、商圈・生活圈として成熟するには時間を要し、サービスの量的にも十分にニーズを満たしているとは言いがたい。

ただ、こうしたエリアに居住する消費者(ホワイトカラーやその家族が中心)の消費能力は比較的高い。行政においても、近郊・郊外エリアのサービス業の誘致に力を注いでいるようである。

# 自動車社会への転換—新たな社会問題・駐車場

経済発展とともに生活水準は向上しているが、同時に新たな社会問題もでてきている。その一つが自動車問題である。

## 4-8-1【グループインタビュー】生活環境への不満

都市	20代・30代	40代・50代
上海	駐車場・環境・周辺設備	物業管理・環境・面積
南京	古い・物件管理(※)・学区	物業管理・環境・小さい
蘇州	緑化・交通	物業管理・交通・駐車場
無錫	駐車場・周辺施設・緑化	駐車場・物業管理・買い物
杭州	環境・駐車場・交通	駐車場・レイアウト
寧波	環境・物業管理・学区	駐車場
合肥	緑化・教育・物業管理	環境・周辺設備

## 4-8-2【アンケート】自動車所有率

	あり	なし
上海	57.0%	43.0%
南京	60.5%	39.5%
蘇州	42.5%	57.5%
無錫	54.0%	46.0%
杭州	50.5%	49.5%
寧波	56.5%	43.5%
合肥	54.5%	45.5%

← (※) 物業管理とはマンション管理会社のこと

各都市のグループインタビューでは、大きな不満点として「駐車場」が挙げられた。中国では急速に自動車が普及しており、インターネットアンケートの結果を見ても、蘇州以外の都市では半数以上の回答者が自動車を所有している。グループインタビューではサンプルの約7割、住宅訪問では全回答者が自動車を所有していた。

中国のマンション物件では、地下に駐車場を設置している場合も多いが、これは「購入」する形式のものが多い。ただ、駐車場価格も不動産価格や自動車台数の増加とともに値上がっており、上海市の場合では平均5～6万元と非常に高額なレベルとなっている。上海では、ホワイトカラーが購入する住宅の平均価格が1万5000元～2万元/m<sup>2</sup>であることを考えると、如何に高い金額かが分かる。

地上にも駐車スペースが設けられている物件もあるが、建設時の設計段階で、入居者の自動車所有率などを十分に考慮しておらず、急ぎょ地上に駐車場スペースが追加される場合も多く、この場合は歩道や緑化スペースを撤去し駐車場に充当されるケースが多いため、住環境の悪化につながる。

本来は歩道だったスペースが駐車場となつてしまっているケースもある(撮影:上海市郊の住宅周辺)



# 第五章

楽

(レジャー)

# 中国のレジャー事情

所得は向上しているものの、中国の都市部の生活は変化も大きく、日々ストレスを感じている消費者も多い。そうしたストレス緩和の手段として、レジャー(娯楽)のニーズも高まっている。

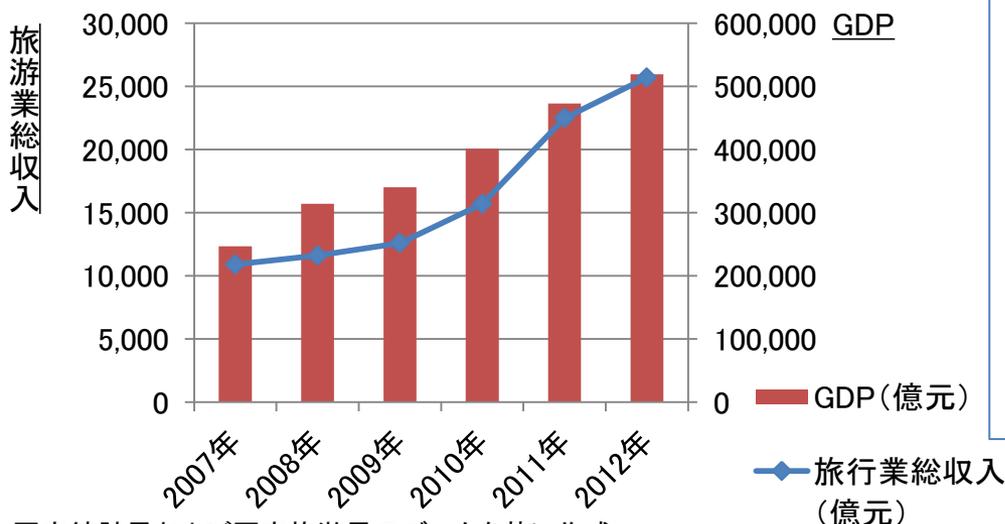
中国では、レジャー施設の数が増えているものの、そのバリエーションはあまりない。同僚や友人などと外食に出かけたり、カラオケに行ったりすることが多く、週末には映画館に行ったり、商業施設のウィンドウショッピングなどをして過ごす消費者が多い。

上海や蘇州、南京などでは、外資系企業の進出が多く、外国人向けのバーやクラブなどのレジャースポットも増えている。こうした場所は、中国人のホワイトカラー層にとっても新たなリラクゼーションスポットとなっている。

ただ、今回のインターネットアンケート調査では、20代・30代の若者を中心に「ネットサーフィン」や「ゲーム」、「動画閲覧」など、週末を「インターネットで過ごす」という回答が非常に多かった。「宅男・宅女」(日本の「オタク」に相当する言葉、現在は「インドア派」や「出不精」といった意味合いでも使う)を自称する消費者も増え、週末を自宅のパソコンの前で過ごすという若者が増えているようだ。

7都市で共通しているのが、子供向けアミューズメントが少ないという点である。大きな公園には遊具が設置されているが、すでに古いものも多く、日本のようなテーマパークとして遊べる場所は極めて少ない。子連れで出かけられる場所を求めるニーズは多く、こうした分野も日本企業にとっては狙い目かもしれない。

中国におけるGDPの伸びと「旅行業総収入」の変遷



## ■ 拡大する旅行市場

レジャー分野で目覚ましい成長を遂げているのが旅行市場である。消費者の所得増に加え、高速鉄道や空港などのインフラが整えられたことなどにより、旅行者も増加を続けている。

左のグラフは、中国のGDPの伸びと旅行業界全体の収入「旅行業総収入」の推移を示したものである。見てのとおり、経済成長に合わせて業界全体が拡大していることがわかる。特に最近では海外への旅行ニーズも高まっている(詳細は後述)。

# 7都市の月平均レジャー消費額

5-1【アンケート】1ヶ月のレジャー平均予算 単位:人

平均予算(元)	上海	南京	蘇州	無錫	杭州	寧波	合肥
≤300	45	58	77	63	33	63	53
301-500	34	50	55	48	61	45	57
501-1000	42	51	40	43	59	33	34
1,001-1,500	37	24	10	24	23	24	24
1,501-2,000	19	8	9	9	15	13	9
2,001-2,500	13	5	3	7	2	10	8
2,501-3,000	2	2	2	3	3	5	3
3,001-3,500	4	2	2	1	1	0	6
3,501-4,000	1	0	1	1	2	3	2
>4,000	3	0	1	1	1	4	4

上のグラフは、インターネットアンケートでの「1ヶ月の平均レジャー費用」に関する回答である。レジャー消費の予算は、上海がダントツの数値かと思われたが、どの都市も「300元～1,000元」の間に集中しており、都市・年齢・性別による大きな差は見られない。日々のレジャーについては、大都市においても、あまり豪華な遊び方ではなく、限られた予算を使って楽しむスタイルが大多数なのであろう。

ただ、「1,000元以上」の高額なレジャー消費を行うと回答したのは、若干ながら上海が最も割合が高い。可処分所得の大きな合肥などでも、大きな金額をレジャーにかけられる消費者が一定数いる。

# 週末の過ごし方は？

5-2【アンケート】主な週末の過ごし方(単位:人)

週末のレジャー活動	上海	南京	蘇州	無錫	杭州	寧波	合肥
短期旅行	4	6	6	4	4	4	4
ウィンドウショッピング・街歩き	17	29	20	35	21	20	36
アウトドア、山登りなど	9	28	14	13	13	11	21
カラオケ	2	1	1	1	4	3	4
映画鑑賞(映画館にて)	5	6	14	11	9	7	11
ネットサーフィン	50	58	62	50	45	73	34
友人と過ごす	21	12	17	16	37	21	35
室内運動(ジムなど)	20	11	8	10	15	10	15
自宅で動画サイト	19	12	14	22	17	12	6
自宅でDVD	41	23	35	18	24	28	20
自宅でゲーム	9	11	9	16	8	9	14
その他	3	3	0	4	3	2	0

若者の「テレビ離れ」や「ネット依存」が世界各国で話題になっているが、中国も例外ではない。週末の過ごし方として、「インターネットサーフィン」との回答が非常に多く、20代・30代ではこの傾向は顕著であった。「動画サイト」や「ゲーム」(中国ではPCオンラインゲームも多い)を含めると、ネット依存の割合は更に高いと思われる。

ただ、都市によって若干の違いが見られる。杭州や合肥では「友人と過ごす」との回答が他都市に比べて多い。これはレジャー施設の多寡というよりは、都市の消費者の習慣の違いによるものと思われる。グループインタビューでも、杭州では「茶館」に関する回答が多く、「茶館で友人たちとゆったり過ごすことが杭州人の楽しみ方の一つ」というコメントがあったほどだ。また、合肥では麻雀やトランプといった、仲間で楽しむ伝統的な遊びがいまだに人気のようだ。大都市では生活の“個人化”が進んでいる中国でも、地方都市では、いまだに古きよきコミュニティや友人同士の付き合いが残っているように感じられる。

# 余暇、週末の過ごし方は？

グループインタビューや自宅訪問では、子供のいる回答者が多かったこともあり、「週末は子供と一緒に過ごす」という回答が多かった。

## ■南京・無錫で高い「山登り」ニーズ

インターネットアンケートでは「週末の過ごし方」として、南京では「アウトドア・登山」が人気であった。南京市で行った自宅訪問調査の30代の家庭でも、「子供ができるまでは、週末にはアウトドア・山登りに夫婦で出かけた。」という回答があり、アウトドアや登山は比較的ポピュラーなレジャーとなっているようだ。無錫市のグループインタビューでも、40代・50代のグループでは6人の出席者の内3人がレジャーとして「山登り」を挙げた。

もともと江蘇省は自然環境が豊かな場所であり、南京では「紫金山」や「栖霞山」、無錫市内には「恵山」という山があり、いずれも市民の憩いの場となっている。

南京・無錫以外でも、蘇州・40代女性、杭州・30代男性、寧波・30代男性からも「山登り」という回答があり、アウトドアレジャーのニーズは高まっているようだ。

一方で、上海は、近代的な都市であり、山の殆どない平坦な土地柄であるため「子供と公園を散歩する」、「ジムに行く」といった回答が非常に多く、「山登り」や「アウトドア」といった回答は殆どなかった。インターネットアンケートでも、回答者数が他都市に比べて低くなっている。

また杭州のグループインタビューで挙げたのが「農家楽」というレジャー。これは郊外の農村で釣りや農村料理などを楽しむもので、自然に触れる機会の少ない都市居住者にとってのリラクゼーションレジャーとなっている。

## ■上海ではナイトライフが充実

もちろん大都市ならではの楽しみもある。上海のグループインタビューでは、レジャーとして「クラブ」や「バー」といった回答が挙げた。特に20代・30代では、「子供を両親に預けてクラブ(バー)に行く」といったコメントがあったほど。都会の若い夫婦は家庭と仕事、そしてレジャーをうまく両立させているように見受けられた。

## ■週末は「万達」レジャー？

グループインタビューでは、非常に高い頻度で週末を過ごす場所として「万達」の名前が挙がる。「万達」とは中国全土に展開する大型商業施設で、各地で人気を集めている。万達到子供を連れてでかけ、家族で一日楽しむという消費者が多いのである。中国は上海に限らず、子供を遊ばせられる場所が少ない。地方都市では尚更そうだろう。そうした中で、ショッピングに加え、外食やゲームセンターなどの各種アミューズメント施設までそろった万達は、日本では例えば「郊外型のモール」といったところだろうか。

# ヘアサロン・美容室

中国で手軽なリラクゼーションとなっているが「ヘアサロン・美容室」であり、都市の大小に関わらず、数多くのヘアサロンが店を構えている。

	20代・30代	40代・50代
上海	克斯蒂娜/永琪/美麗田園	文峰/金太子/永琪
南京	華仔/永琪	華仔/卡雨詩/王春/浪濤/八佰伴
蘇州	芸廊/永琪/BOBO/卡妮亞/文峰/卡伊	永琪/芸廊/百佳/卡尼爾
無錫	尚格/紅妝/新加坡果蔬美/九妹/永琪	永琪
杭州	苑苑/愛情故事/栄栄美髮庁/阿平髮芸/永琪	亞琪/永琪/金鑰/苑苑/苑苑
寧波	孔舍/港会/皇子/永琪/COCO髮型店	港会/阿興
合肥	名髮世家/38°C/超妍	小世界

合肥を除く都市で名前が挙がったのが「永琪」。同店は、1999年に上海の靈石路に1号店をオープンした後、10年間で上海市、江蘇省、浙江省の大都市へと出店エリアを拡大した美容室チェーン。上海だけでも200店舗以上を展開し、街の至るところで目にするほどのメジャーなブランドとなっている。

また、上海40代・50代で名前が挙がった「文峰」も、上海で100店舗以上を展開する大型ヘアサロンチェーン。永琪と文峰は店舗が並びあっているケースも非常に多く、まさにライバル関係にあるブランドとなっている。

こうしたヘアサロンの特徴は、価格が非常にリーズナブルであること。例えば、カット・シャンプー・ドライヤーで100元以下という料金レベルだ。ヘアカットだけでなく、肩や首などのマッサージもしてくれるため、年齢を問わず多くの消費者が利用している。南京では「華仔」が人気。こちらは江蘇省の地元ブランドで、南京市を中心に100以上の店舗を展開している。それ以外の都市でも、その都市ごとに地元のヘアサロンブランドが多数存在しており、競争も激しい。

## ■「月20回」という回答も 人気のリラクゼーションスポット

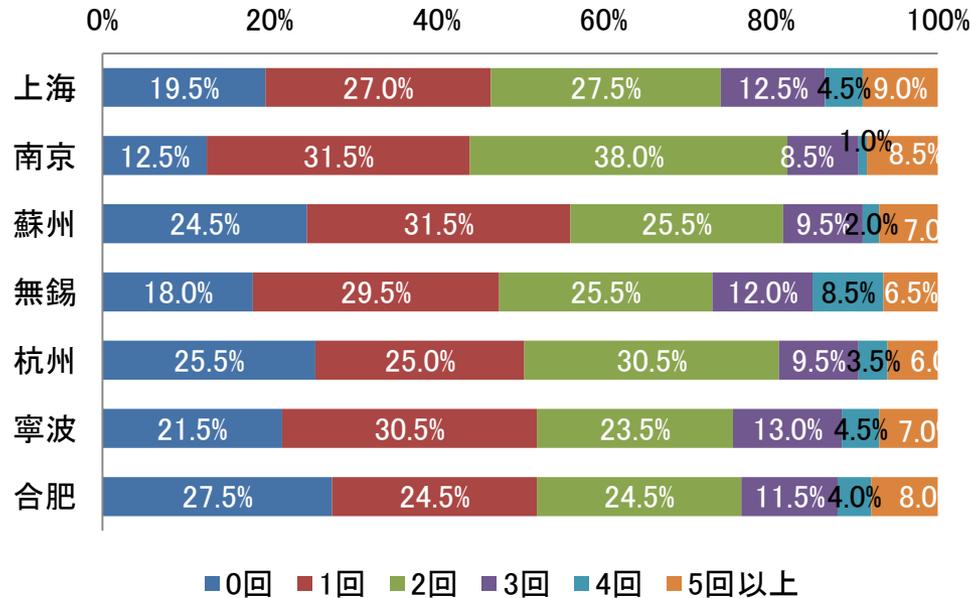
こうしたヘアサロンや美容室に行く頻度だが、グループインタビューでは男女問わず「月に2回～4回」という回答が多かった。

中には「毎月10回程度」(上海・20代女性)や、「20回」(南京・40代女性)といったように、非常に頻繁に足を運ぶ回答者もいた。こうした消費者は主にカットではなく、シャンプーやマッサージなどリラクゼーションスポットとして利用しているようだ。



# 旅行に行く頻度は？

## 5-3【アンケート】1年の平均旅行回数



中国で急成長をしている旅行産業。国家旅游局の発表によると、2012年の「旅游業総収入」は2兆5700億元、前年に比べ14%の成長となっている。

消費者の旺盛な旅行意欲は高く、毎年春節(旧正月)や国慶節といった連休は観光シーズンとして、多くの消費者が旅行に出かける。今回の調査でも、「1年間に1回(以上)は旅行に出かける」という回答が大勢を占めた。

2011年の国慶節においても、旅行者数が4億人を突破し(国家旅游局発表)、過去最高を記録した。中国国内旅行ニーズは、今後も高まっていくものと思われる。

## 5-4【自宅訪問】1年の平均旅行予算

都市		年間旅行予算
上海	標準家庭	25,000-30,000元/年
	20代独身	10,000元/年
南京	標準	30,000-40,000元/年
	30代夫婦	10,000-20,000元/年
杭州	標準	40,000元/年
	3世代同居	60,000元/年
合肥	標準	10,000元/年
	50代夫婦	10,000元/年

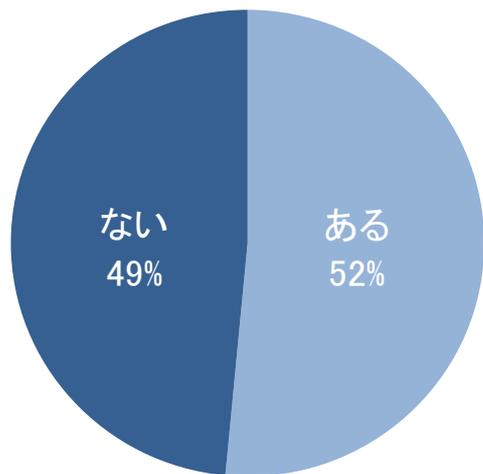
←自宅訪問でも、各世帯で年間の旅行予算を聞いた。

どの世帯でも1万元から6万元と、高額の予算を家族旅行のために確保している模様。

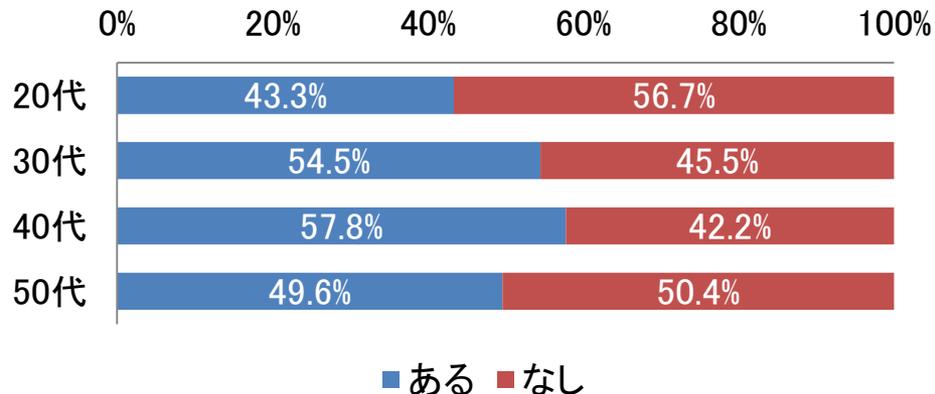
中でも杭州の特徴的家庭(3世代同居)では「年に1回は必ず海外旅行に行く」と回答し旅行予算も大きい。国内だけでなく海外への旅行ニーズが高まっていることが伺えた。

# 海外旅行の経験は？

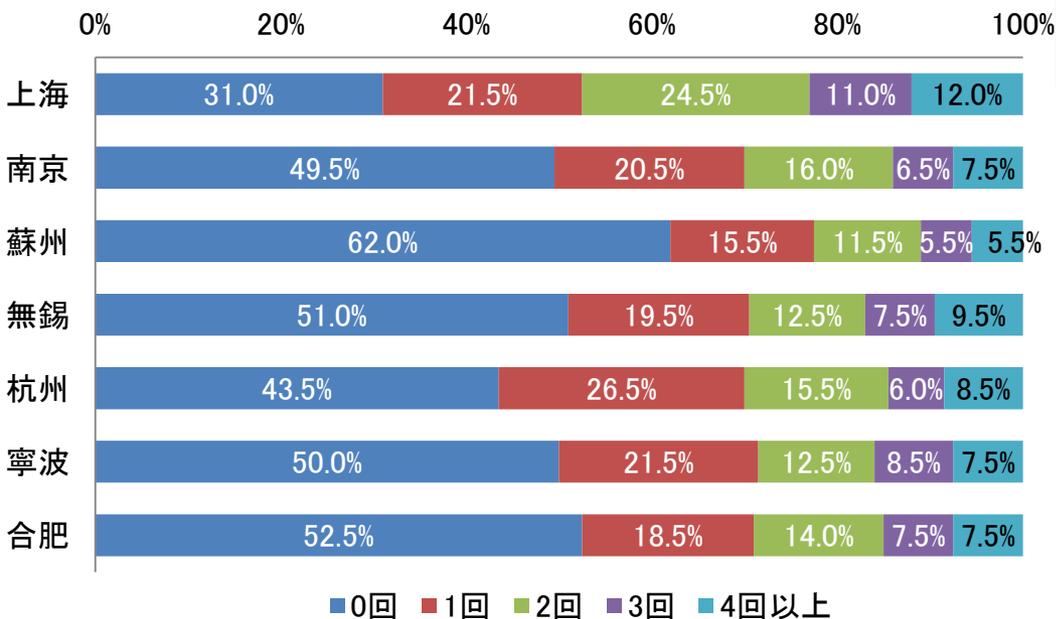
5-5-1【アンケート】過去3年間に海外旅行に行った経験の有無



5-5-2【アンケート】過去3年間に海外旅行に行った経験の有無(世代別)

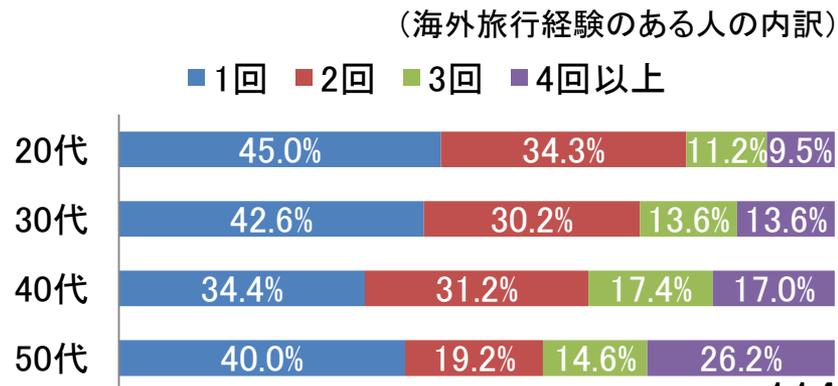


5-5-3【アンケート】過去3年間に海外旅行に行った回数(都市別)

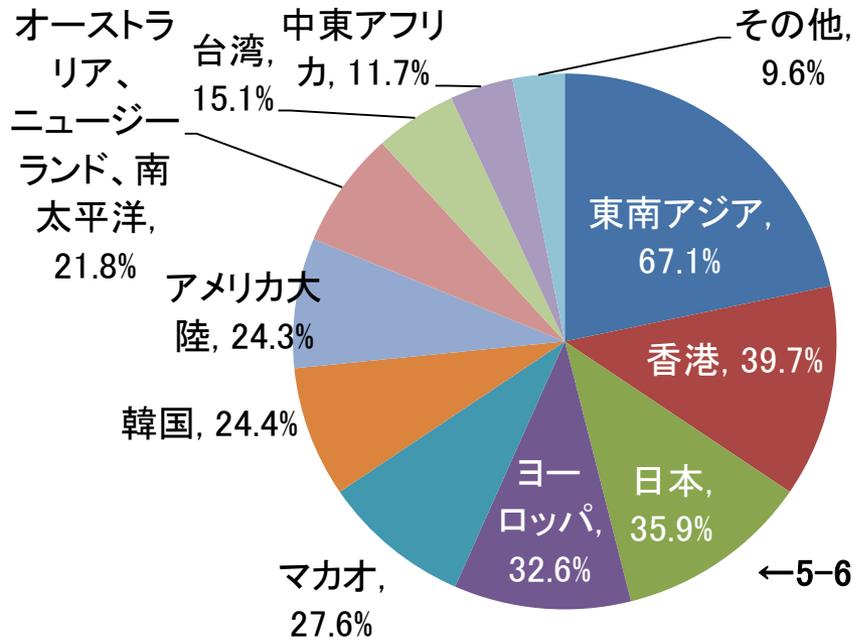


近年は、各国が中国人観光客の誘致合戦を展開しており、海外旅行も増えている。上海では、約7割が海外旅行を経験しているが、地方都市では、(ここ3年間で)海外に行ったことがないという消費者が約半数を占めている。特に蘇州では、空港がないためか、6割以上と高い数値となっている。

5-5-4【アンケート】過去3年間に海外旅行に行った回数(世代別)  
(海外旅行経験のある人の内訳)



# 海外旅行の目的地は？



海外の観光地で人気なのは「東南アジア」である。シンガポールやタイなどは比較的リーズナブルな料金で行くことができ、観光用のビザ取得も容易であるため、中国人にとっては身近な旅行先となっている。特にタイは、タイで撮影した映画が大ヒットしたこともあり、この影響も大きいようだ。

「港(香港)・澳(マカオ)・台(台湾)」の3地域も、高い人気を保っている。

また近年は「中東・アフリカ」への観光も注目を集めているようで、海外旅行の選択肢が増加していると感じさせる。

←5-6-1【アンケート】行ったことのある海外旅行エリア(複数回答可)  
(海外旅行経験者の中での内訳)

5-6-2【アンケート】行ったことのある海外旅行エリア  
(世代別・複数回答可、海外旅行経験者の中での内訳)

	20代	30代	40代	50代
東南アジア	52.7%	69.8%	67.6%	89.2%
香港	29.0%	41.4%	31.6%	44.6%
<b>日本</b>	<b>24.3%</b>	<b>34.9%</b>	<b>34.4%</b>	<b>55.4%</b>
ヨーロッパ	23.7%	34.9%	50.2%	40.8%
マカオ	15.4%	21.3%	37.2%	33.1%
韓国	17.2%	31.4%	23.7%	32.3%
アメリカ大陸	14.2%	18.9%	26.5%	44.6%
オーストラリア・ニュージーランド・南太平洋諸島	14.2%	15.4%	23.3%	34.6%
台湾	10.1%	16.0%	11.9%	16.9%
中東アフリカ	10.7%	16.0%	8.7%	13.8%
その他	18.3%	13.0%	13.4%	15.4%

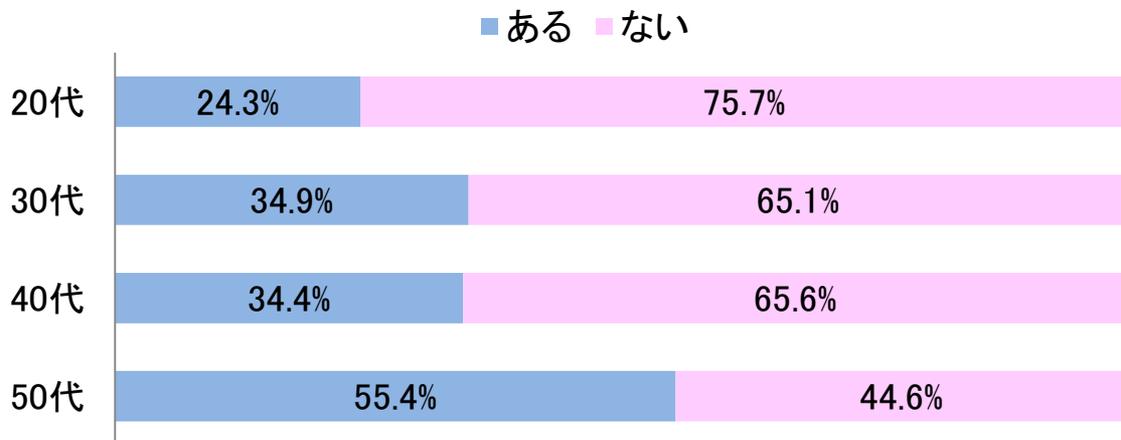
世代別に分析すると、人気映画の影響かどの世代でも「東南アジア」の人气が高く、半数以上が足を運んでいる。特に50代では過去3年間に海外旅行を経験した人の9割近くが東南アジアを旅している。

20代では「香港」を選択する比率が意外に低く、30代以上で高くなっている。香港は「ショッピングに行く」という回答が多かったことから、一定以上の所得のある消費者が好む場所となっているものと思われる。

日本への旅行については次項で詳しく見る。

# 日本を旅した経験はありますか？

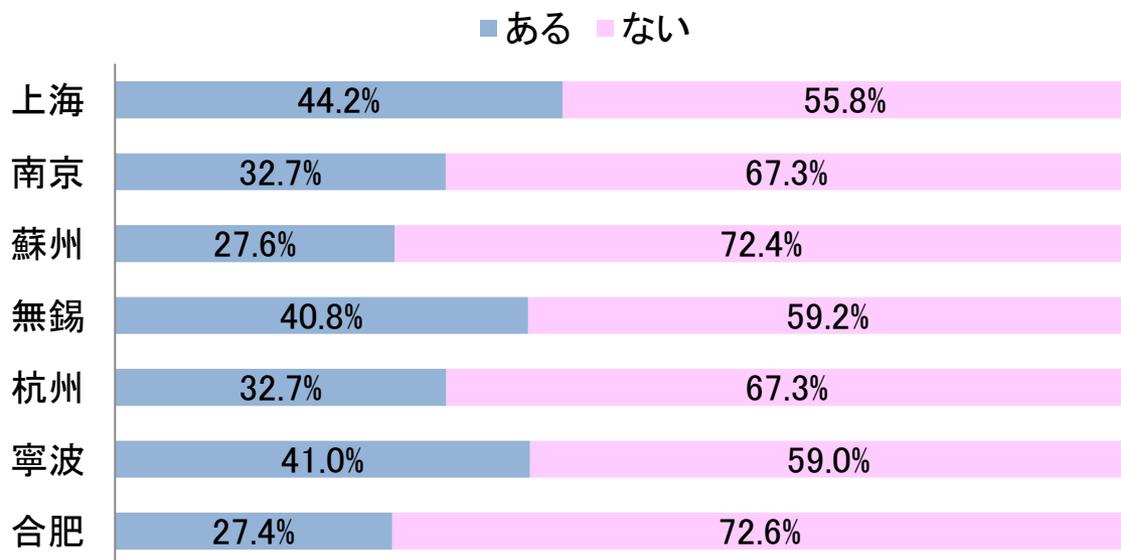
5-7-1【アンケート】過去3年間に海外旅行をしたことのある回答者のうち、日本に旅行したことのある人の世代別比較



左の表は、日本に絞り、旅行経験者を年代別に抜きだしグラフ化したものだ。50代では、日本旅行経験者が過半数という高い比率となった。

20代はアニメやアイドル、ファッションなどで日本ファンが多い世代とされているが、実際の旅行経験者は多くない。訪日旅行料金は比較的高く、ビザ取得にも一定以上の所得・資産がなければ行けないことも理由ではないかと思われる。

5-7-2【アンケート】過去3年間に海外旅行をしたことのある回答者のうち、日本に旅行したことのある人の都市別比較



日本旅行経験者を都市別に見てみると、やはり上海が最も多いことが分かる。

日系企業が多く進出している蘇州と無錫では、無錫では日本旅行経験者が比較的多いが、蘇州は国際空港がないことも影響しているのか少ない。寧波は上海に次いで日本旅行経験者が多い。

世代別でも都市別でも、日本を訪れたことのない消費者はまだ多い。こうした層に如何にアプローチし誘致するかが、今後の訪日観光活性化のキーといえる。

# 国内旅行で行ってみたい目的地

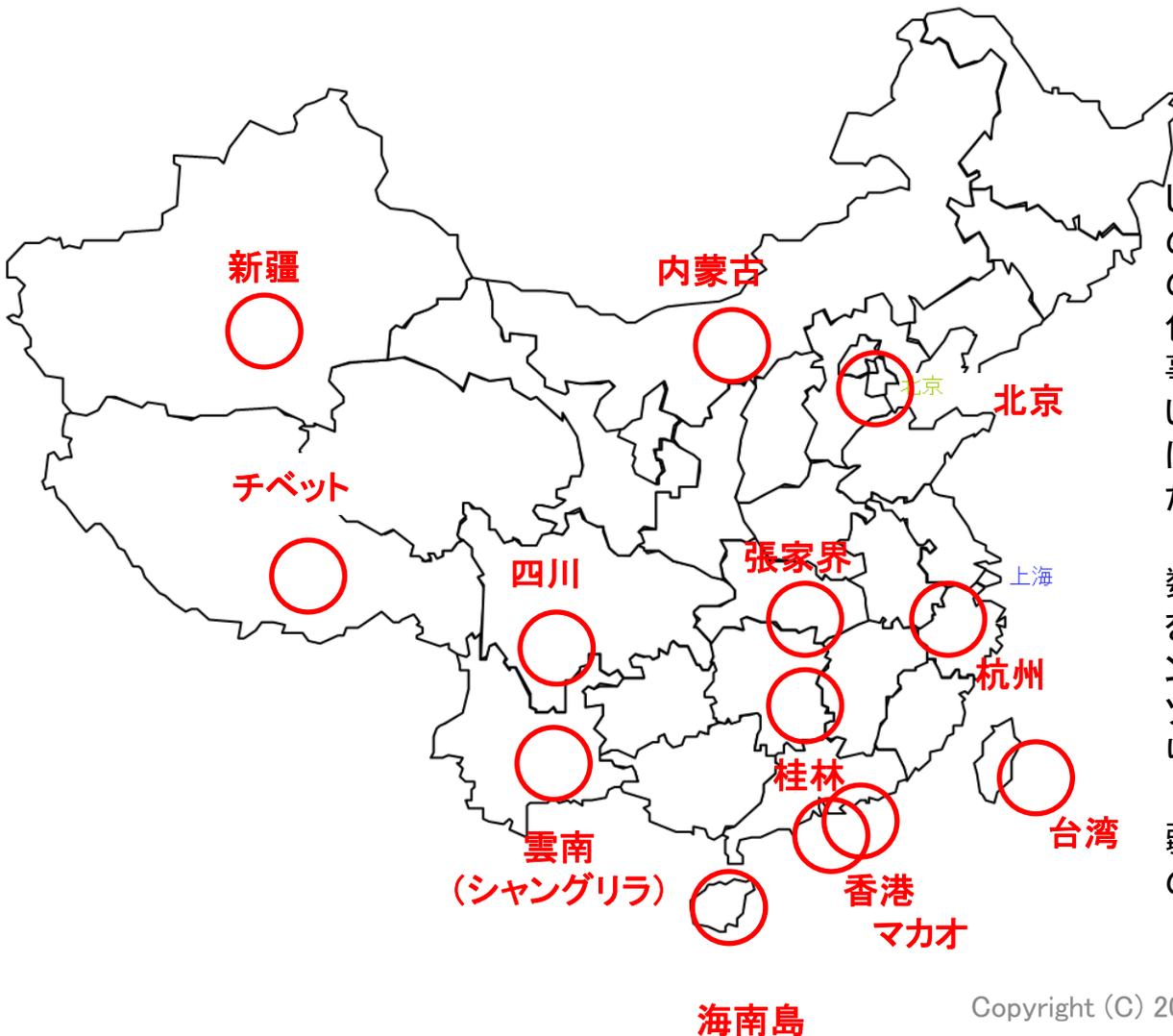
5-8 【グループインタビュー】行ってみたい国内観光地として挙げられた地名

## 国内でも高まる 観光ニーズ

近年では上海などの高所得者層を中心に、リゾート型観光が広がりつつある。その背景にあるものは、海外で購入すべきものが限られていること、所得の増加など色々考えられるが、都市部の消費者は仕事に追われるストレスの多い生活を送っていることも理由として考えられる。休暇の際にはそうした環境を離れて、ゆっくりと休みたいというニーズが高まっている。

そうしたなかで人気になっているのが、有数のマリンリゾート海南島や少数民族風情を味わえる雲南省。こうした場所にはヒルトンリゾートやバンヤンツリーなど、高級リゾートホテルが進出し、中国人富裕層を取り込んでいる。

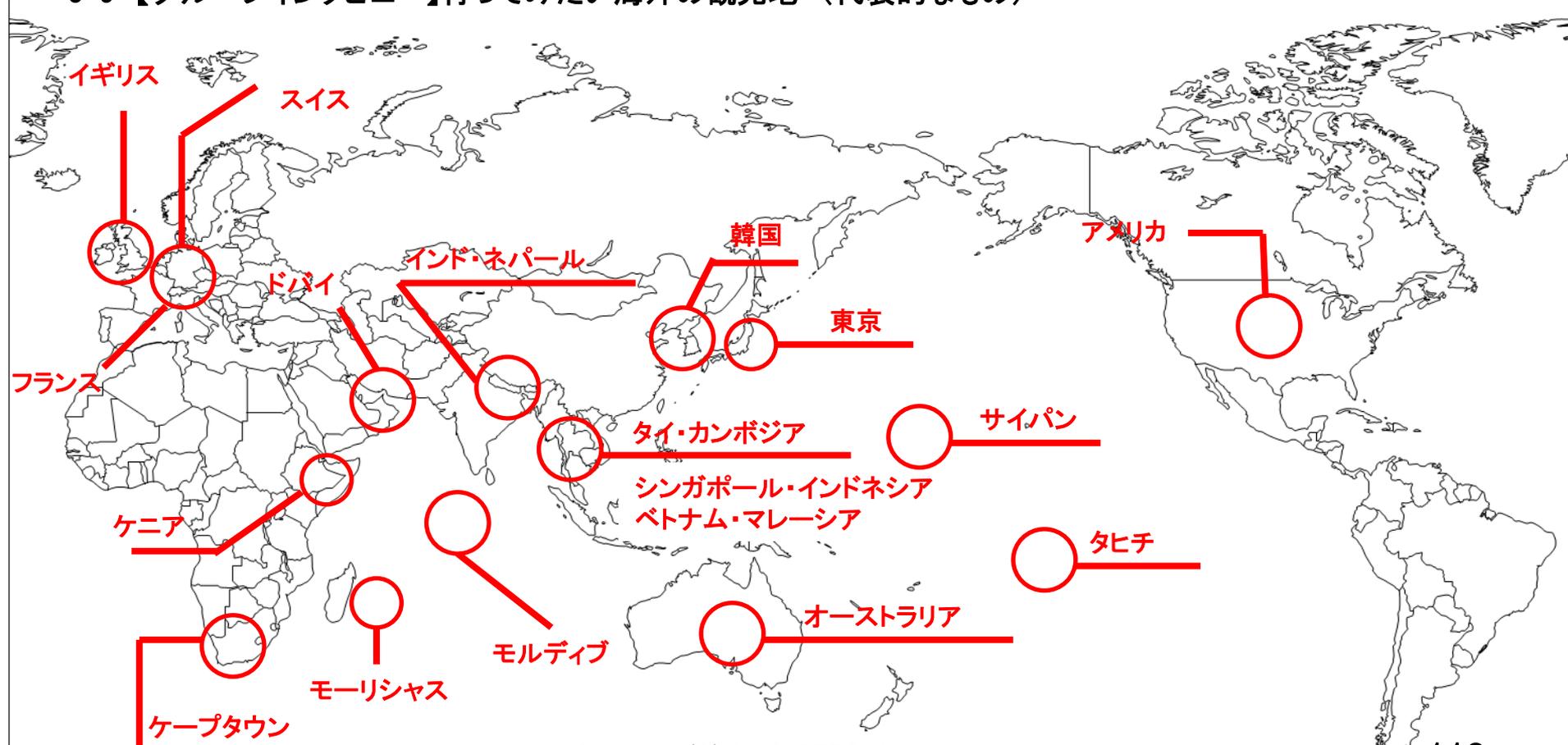
また秘境探検という非日常を体験する新疆ウイグル自治区やチベット自治区も人気のスポットだ。



# 行ってみたい海外の旅行地は？

海外旅行の目的地は、「新馬泰(シンガポール・マレーシア・タイ)」の人気の高い。特に調査直前にタイを舞台にした人気映画が公開されたばかりで、「タイ」旅行のニーズが高くなっていったことも理由として考えられる。またモルディブやモーリシャスといった南国マリンリゾートへの憧れや、欧米嗜好によりヨーロッパ旅行もニーズが高い。本調査においては日本旅行は、興味はあるものの地震や津波、そして原発事故の影響を心配する声が多かった。

## 5-9 【グループインタビュー】行ってみたい海外の観光地（代表的なもの）



# 第六章

# 学

(教育)

# どう考える？ 子供の教育

教育・受験大国である中国。古くは科挙の時代から、子供への英才教育を重視してきた中国は、現代においても「高考(大学入試)」のための勉強のプレッシャーが、子供にのしかかっている。そんな中、実は親たちの中には、二つの考えの中で揺れている。まずはグループインタビューでの発言を紹介する。

## 素養重視

- ・子供が小さいので、今はまだ勉強のプレッシャーをかけたくない。「強い女」になるのも疲れちゃうでしょ。ただ楽しく、中レベルの成績でいてくれればいい。(上海・30代女性)
- ・子供の興味を引き出してあげられればいいな。知識を求めるのではなく、IQや優しい心、責任感を(持たせたい)。(上海・40代女性)
- ・子供には良い生活習慣を養ってほしい。少し注意力散漫で落ち着きのないところがあるので、普段の子育てと教育でこれを直したい。(蘇州・40代女性)

- ・大きな成功は望まないが、正直で優しい人になってほしい。賢いかどうかは重要ではないし、学歴も子供次第なので、彼女が自分でベストを尽くしてくれればよい。(合肥・30代男性)
- ・子供の自由なままで良いと思う。健康であり、楽しく生きたほうがよいと思う。(南京・30代男性)
- ・子供にプレッシャーをかけたくない。心の教育を重視し、子どもの興味に合わせて学ばせたい。ただし、テコンドー、柔道、中国武術の中から必ず1つを学ばせたい。社会の治安がよくないため。(杭州・30代男性)
- ・子供はあまり疲れさせないほうがいい。でも、何も学ばないのもよくない。周りのみんなが学んでいるのに、自分の子だけ学ばないのもあまり良くないで、ほどほどに。(寧波・30代男性)

母親

VS

父親

## 勉強重視

- ・何を学ぶにしても早くスタートするべき。深く学ぶ必要はないが、早く始めるにこしたことはない。(上海・30代女性)
- ・学業重視。英語の特訓クラスに申し込んだが、さらに精神教育として書道もさせたい。両方続けてほしい。(蘇州・30代女性)
- ・学業は、必ず持続するよう、親も努力すべきである。(寧波・50代女性)
- ・子供が高校生なので、学業面を重視している。(合肥・50代女性)
- ・健康にも気を配るが、子供の学業を中心に考えている。ただ礼儀正しい子にも育てたい。(合肥・40代女性)

- ・全面的な教育育成が必要。子供が遊んで勉強しないなら、ムリにでも勉強させなければならない。そうすれば大人になって苦しまずにすむ。(上海・50代男性)
- ・子供の成長に合わせて、必ず一定のプレッシャーをかけたほうがいい。ただし、親に対して反抗心を抱かないような注意が必要。(杭州・30代男性)

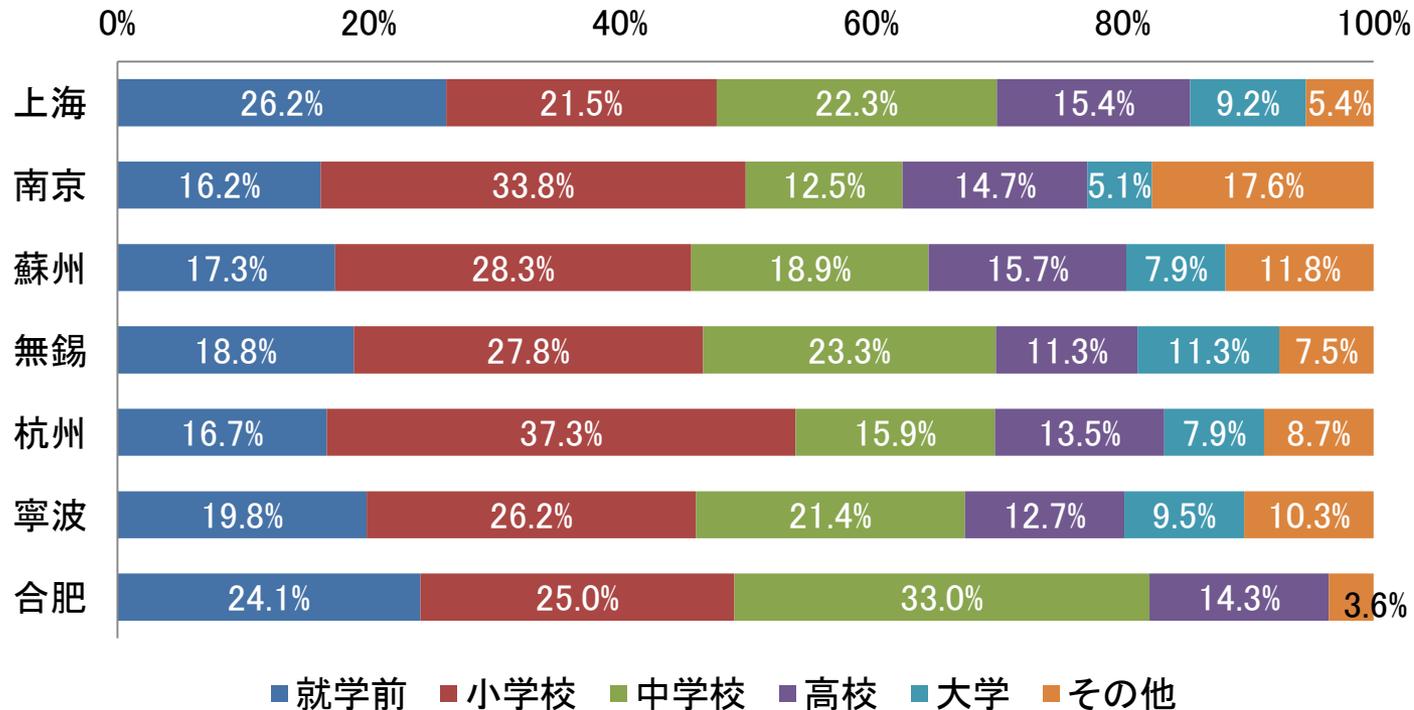
# 子供に習い事を始めさせたタイミングは？

中国では「子供の教育」に多くの労力を掛けている。今回のアンケートでは、子供を持つサンプルを対象に、教育意識に関する調査を行った。

【アンケート】本調査における「既婚・子供有り」の回答者数

上海	南京	蘇州	無錫	杭州	寧波	合肥
130	136	127	133	126	126	112

## 6-1 【アンケート】子供に習い事を始めさせたタイミングは？



「子供に、スタート地点で負けて欲しくない」という声は、中国の保護者からよく聞かれる言葉。インターネットアンケート調査でも、子供に習い事を始めさせるタイミングを「就学前」から「小学校」とした回答が約半数を占め（年齢・性別問わず）、その言葉を反映させる結果となった。

# 子供に通わせた習い事は？

## 6-2【アンケート】子供に習わせたことのある習い事は？(複数回答可)

	上海	南京	蘇州	無錫	杭州	寧波	合肥
学習関連	50.8%	47.8%	55.9%	45.9%	53.2%	53.2%	62.5%
語学	43.1%	34.6%	30.7%	36.8%	34.1%	37.3%	45.5%
音楽(楽器、歌唱)	26.9%	18.4%	15.0%	30.1%	19.8%	20.6%	26.8%
スポーツ(水泳、球技等)	9.2%	10.3%	4.7%	11.3%	5.6%	7.1%	11.6%
囲碁、将棋等	6.2%	6.6%	5.5%	15.8%	2.4%	16.7%	11.6%
絵画・書道	19.2%	14.7%	16.5%	21.8%	20.6%	11.9%	17.9%
ダンス	10.8%	13.2%	3.9%	12.0%	10.3%	1.6%	3.6%
その他	3.8%	4.4%	1.6%	4.5%	0.0%	0.0%	0.0%



中国で人気の子供向け英会話教室  
「ディズニーイングリッシュ」(撮影:上海市内)

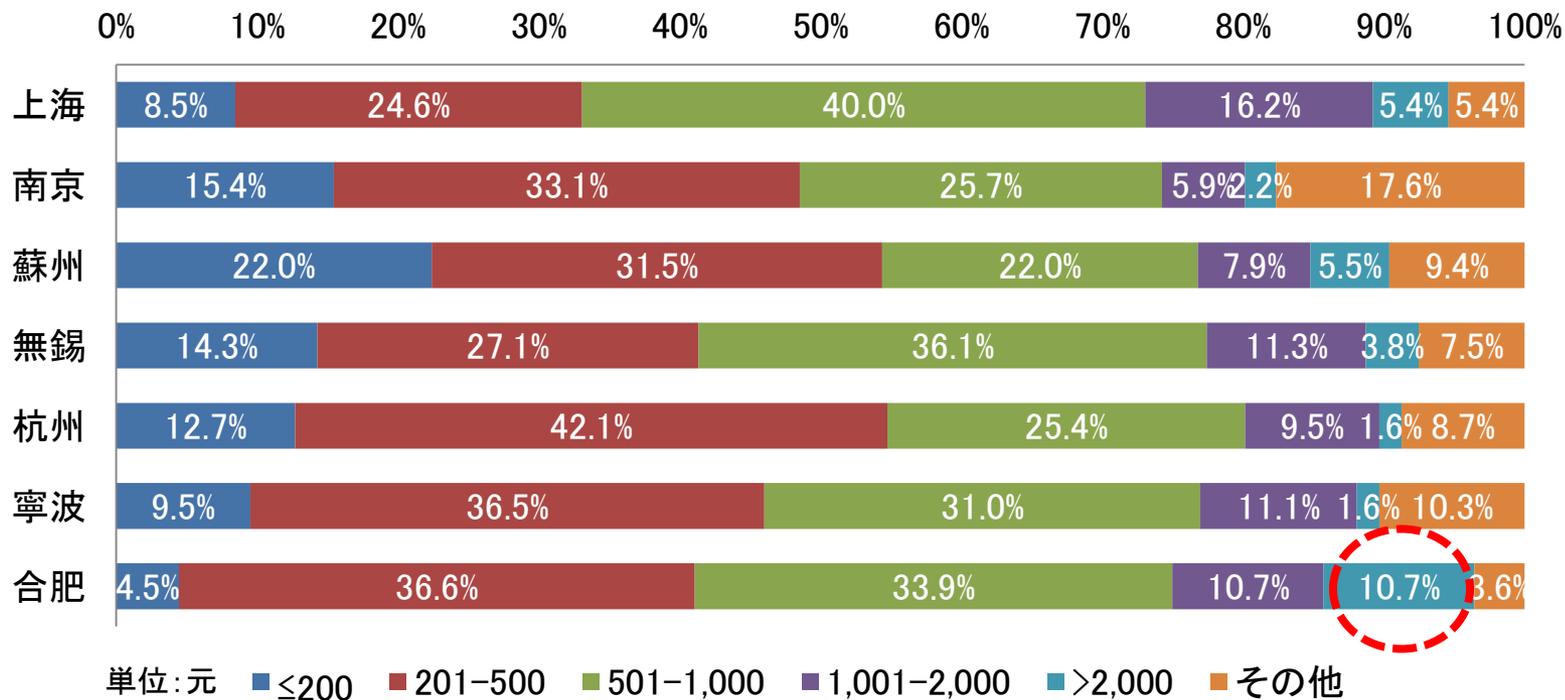
さすがは「教育大国」というべきか、子供の習い事では、学習関連の塾が各都市で高い数値を示している。また、英会話などの外国語教育を加えると、大多数が学習関連の習い事である。特に、合肥は他都市に比べ学習関連が高い数値を示している。

このアンケート結果と前出のグループインタビューでの発言を比較してみると、「子供には習い事も押し付けたくない」という気持ちはありつつも、「深く学ぶ必要はないが、早めに始めるに如かず」(上海30代女性)といった言葉もあり、中国の保護者の多くが、その両者の間でジレンマを抱えているようにも見える。

また、最近では世界のスポーツやアート界で活躍する中国人が増えていることから、子供向けのスポーツやアート教育も徐々に増えてきている模様。文科系の絵画や書道に関しては、情操教育の一環として習わせるケースも多い。

# 毎月子供の習い事にかかる費用は？

## 6-3【アンケート】子供の習い事に掛ける月平均金額は？



子供の習い事にかかる費用としては、「200元から1,000元/月」が相場となっている。年で計算すると2,400元から1万円と、決して小さな出費ではない。しかし、現在は多くの家庭がたった一人の子供であるため、将来の成功に向けた先行投資として、多額の費用を投入していくのである。

さらに合肥を見てみると、2,000元/月以上という回答者の比率が他都市に比べて高くなっているのがわかる。これには2つの理由が考えられる。

一つは合肥は生活コストが低く、子供の教育に掛けることの出来る費用が比較的多く取れるという点。もう一つは、二級都市である合肥の消費者は、生活環境を変えていこうというモチベーションが高く、そのためにも有名大学、有名企業に入ろうという目標を持つ消費者が多い。そのため、両親も非常に大きな投資を子供の教育に行うと思われる。

# 子供に塾や習い事、行かせてますか？

## 上海

- ・3、4年生から国語・数学・英語の補習塾に行かせている。勉強よりも、内向的なので、塾で他の子供と交流してコミュニケーションへの恐怖心を和らげようとしている。(30代・女性)
- ・以前、二胡を学ばせたが、嫌いだったために学ばなくなってしまった。今は英語と絵画をやらせている。(30代・男性)
- ・子供が何かをやりたがったら応援する。無理強いはいしない。(40代・男性)
- ・バレエ、囲碁、あと長笛十級。(50代・男性)
- ・子供が学びたいものに通わせる。今は水泳とテニス。(40代・女性)
- ・子供の興味を満足させることが大切。今はギター、長笛。子供がやりたくなくなったら、無理強いはいしない。(40代・女性)

## 南京

- ・早期教育の塾、ピアノ、絵画などに申し込んだことがある。子供が興味がなく、継続しなかった。(30代・男性)
- ・子供に塾通いなどは強要しない。習い事も子供本人の興味にあわせて行かせる。(30代・女性)
- ・早期教育の授業を受けさせたことがあるが、早期教育に携わる友人に聞くと、あまり役立たないようで、継続しなかった。(30代・女性)
- ・小学校で英語塾、絵画教室、奥数塾、中学校で数学と物理。大学では英語塾に行かせた。(40代・女性)
- ・小学校で琴を6年間勉強した。そのほか、奥数塾、英語塾などに通わせた。(40代・女性)
- ・幼稚園は絵画教室、小学校は奥数塾に行かせた。(50代・男性)

## column

中国で子供の習い事としてポピュラーなものに「奥数」というものがある。これは「オリンピック数学(数学オリンピック)」のことで、もともとは旧ソ連で始まった高校生を対象とした国際数学大会のこと。現在は世界各国から代表団が参加する、まさに「オリンピック」となっている。

中国はこの大会で何度も1位を獲得しており、「数学大国」とのイメージを確立している。普及している理由は「奥数」を学校教育に導入したという側面がある。実際に数学とは別に「奥数」の試験が行われるなど、「奥数」人材の育成には熱心。そのため両親も、小学生など早い段階から子供に学ばせている。

ただ近年は「子供への負担が大きすぎる」として、早期の「奥数」教育を控えるべきだという声も上がっている。

# 子供に塾や習い事、行かせてますか？

## 蘇州

- ・成績が下がった場合は塾に通わせる。(30代・男性)
- ・子供の英語力を重点的に強化したいと考えている。(30代・女性)
- ・子供自身の趣味や好みを重視している。(20代・女性)
- ・成績の悪い教科はその科目の塾に行って補習する。水泳やバドミントンを通して子供の体も鍛えている。(40代・女性)
- ・塾に通い学力を高めている。今は書道をさせている。(50代・男性)
- ・子供は勉強ばかりで、体力がない。水泳を習わせたい。(40代・女性)

## 無錫

- ・興味を持っていることを習わせてあげたい。(30代・男性)
- ・早期教育、奥数。(30代・女性)
- ・囲碁、絵画、ダンス、英語。(30代・男性)
- ・家で奥数を教えているが、成績が上がらないなら塾に通わせたい。(40代・男性)
- ・女の子なのでダンスなどで立ち居振る舞いや心を育てたい。(40代・男性)
- ・英語と国語の補習クラス。基本的には学習関連のみ。(50代・男性)

## 杭州

- ・バイオリン、絵画、奥数。(30代・女性)
- ・早期教育教室、英語、バレエ(30代・男性)
- ・テコンドー、柔道、カンフー(中国武術)、水泳。(30代・男性)
- ・電子ピアノを習わせたことがある。娘が興味をもっていることをサポートする。(40代・男性)
- ・塾に通ったり、絵画教室にも通わせたことがある。子供の興味に合わせて決めている。(40代・女性)
- ・週2回国語、数学、外国語塾に通わせている。(50代・男性)

# 子供に塾や習い事、行かせてますか？

## 寧波

- ・学校の宿題さえ終わらせれば良い。勉強好きではないし、お金の無駄だ。(30代・女性)
- ・英語は学ばせたいが、学習塾は行かせない。専門の音楽学校でピアノ、声楽を学ばせたいと考えている。(30代・男性)
- ・子供は無理やり勉強をさせられるのが好きではなく、反感を持つ。(30代・男性)
- ・成績が悪く家庭教師を雇った。小学校の時は全科目の補習をしていた。(40代・男性)
- ・書道教室に通っていたが、途中でやめた。成績は良く塾には行っていない。(40代・女性)
- ・英語の家庭教師を雇うことを検討中。(40代・女性)

## 合肥

- ・主人は習いごとは無駄だと言っているが、私は習わせたいので検討中。今後子供の興味にあわせて選びたい。(30代・女性)
- ・早期教育は子供のストレスになりそうで、賛成しない。我々の教育レベルは高くないが、中学、高校までの教育であれば(教えるのは)問題ないと思う。普段は子供を公園に連れて行き、自分で教育する。(30代・女性)
- ・以前、美術教室、ピアノ教室などに通ったが、現在はやめている。子ども自身の興味に任せている。(50代・男性)
- ・成績の悪い科目は塾に通わせる。現在は英語と物理の塾に行かせている。他の習い事はまだ考えていない(40代・女性)

## column

中国では就学前の子供に教育を受けさせるケースが非常に多い。これは「早教(早期教育)」と呼ばれ、多くの都市で民間の早期教育教室が展開されている。その範囲は、公的機関などでは「0歳から3歳までの子供に対する教育」と定義しているが、一部事業者や保護者はその期間を「0歳から6歳まで」に拡大している。現在はこの2種類の概念が並存している状況にある。

早期教育の多くが、遊びながら色々な知識を学ぶというものだが、近年はそれに加え、「EQ(心の知能指数)」を高める教育なども注目されている。

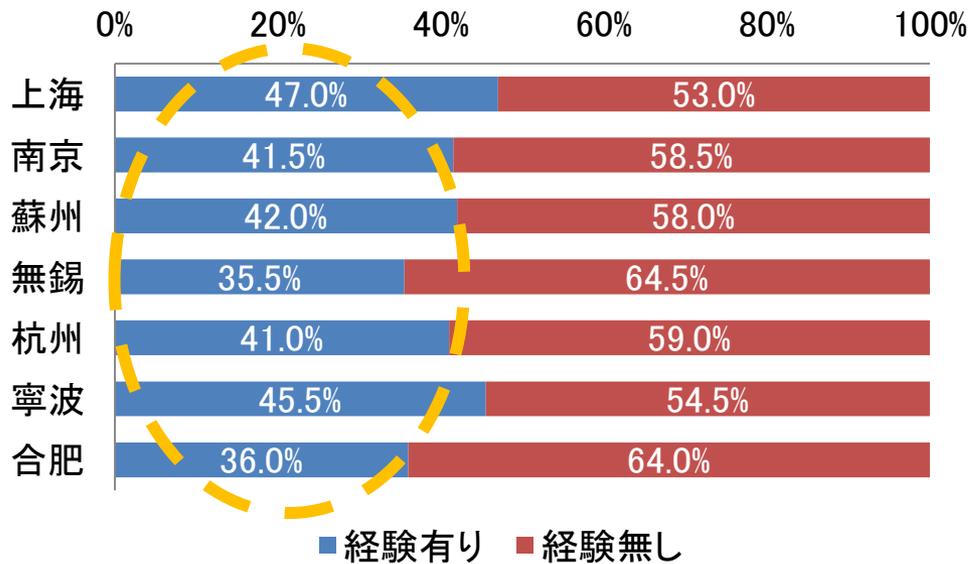


上海某所の早期教育教室「天才宝贝」  
キャッチフレーズは「3歳から6歳までのMBA  
コース」

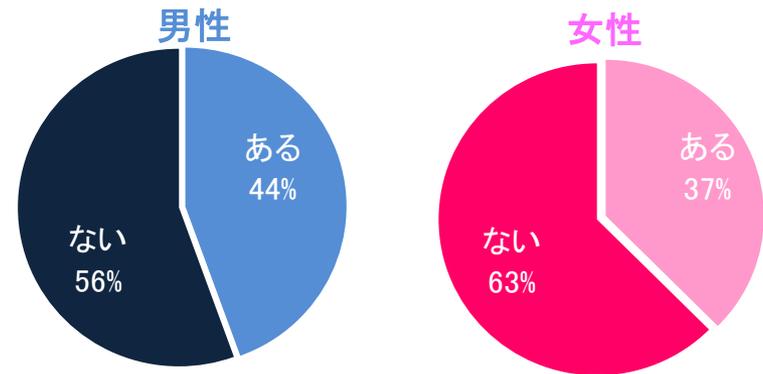
# 自分の習い事経験は？

中国には「活到老、学到老」という有名な言葉がある。年齢が何歳になっても学ぶことをやめてはいけない、といった意味で使われる。この言葉に代表されるように、中国の大人たちの学習意欲も徐々に高まっているようだ。

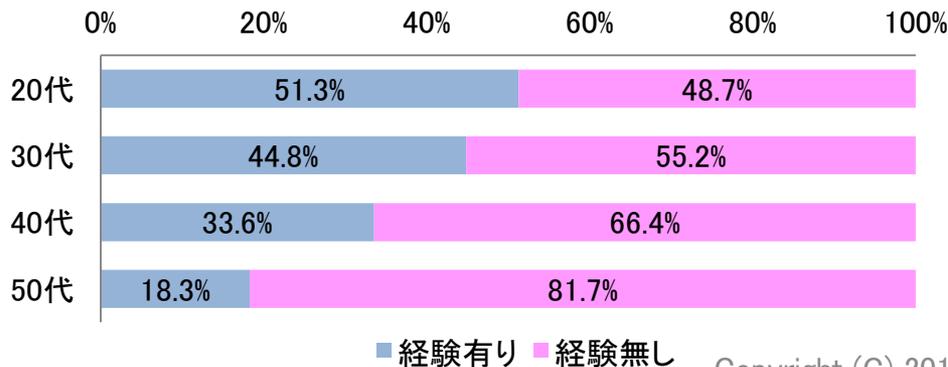
## 6-3-1【アンケート】自分で習い事をしたことはありますか？



## 6-3-2【アンケート】男女別習い事経験の有無



## 6-3-3【アンケート】世代別習い事経験の有無



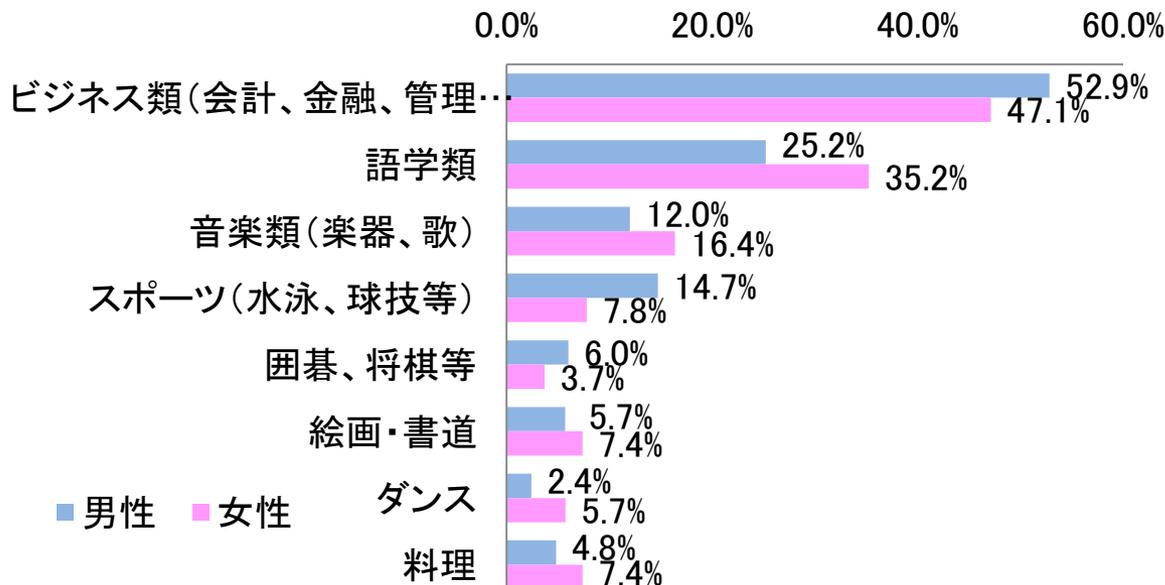
今回のインターネットアンケートでは半数弱の回答者が、何らかの習い事を経験している。男女別にみると、男性の「習い事経験がある」という回答者の比率が若干高くなっている。世代別に見てみると、20代では過半数以上という結果となった。しかし、30代以上になると「経験無し」が上回り、さらに年齢が高まるとともに習いごと「経験有り」の消費者は少ない傾向が見て取れる。

# 何を習ったことがありますか？

## 6-4-1【アンケート】経験のある習い事は？

	上海	南京	蘇州	無錫	杭州	寧波	合肥
ビジネス類(会計、金融、管理等)	47.9%	53.0%	48.8%	52.1%	52.4%	52.7%	45.8%
語学類	36.2%	24.1%	20.2%	38.0%	20.7%	34.1%	33.3%
音楽類(楽器、歌)	16.0%	15.7%	11.9%	12.7%	14.6%	16.5%	8.3%
スポーツ(水泳、球技等)	12.8%	8.4%	9.5%	11.3%	17.1%	11.0%	12.5%
囲碁、将棋等	6.4%	7.2%	3.6%	4.2%	3.7%	6.6%	2.8%
絵画・書道	4.3%	4.8%	7.1%	8.5%	8.5%	7.7%	4.2%
ダンス	1.1%	4.8%	4.8%	2.8%	3.7%	6.6%	2.8%
料理	9.6%	4.8%	4.8%	0.0%	6.1%	8.8%	5.6%
その他	4.3%	10.8%	14.3%	7.0%	11.0%	7.7%	6.9%

## 6-4-2【アンケート】経験のある習い事の男女比較

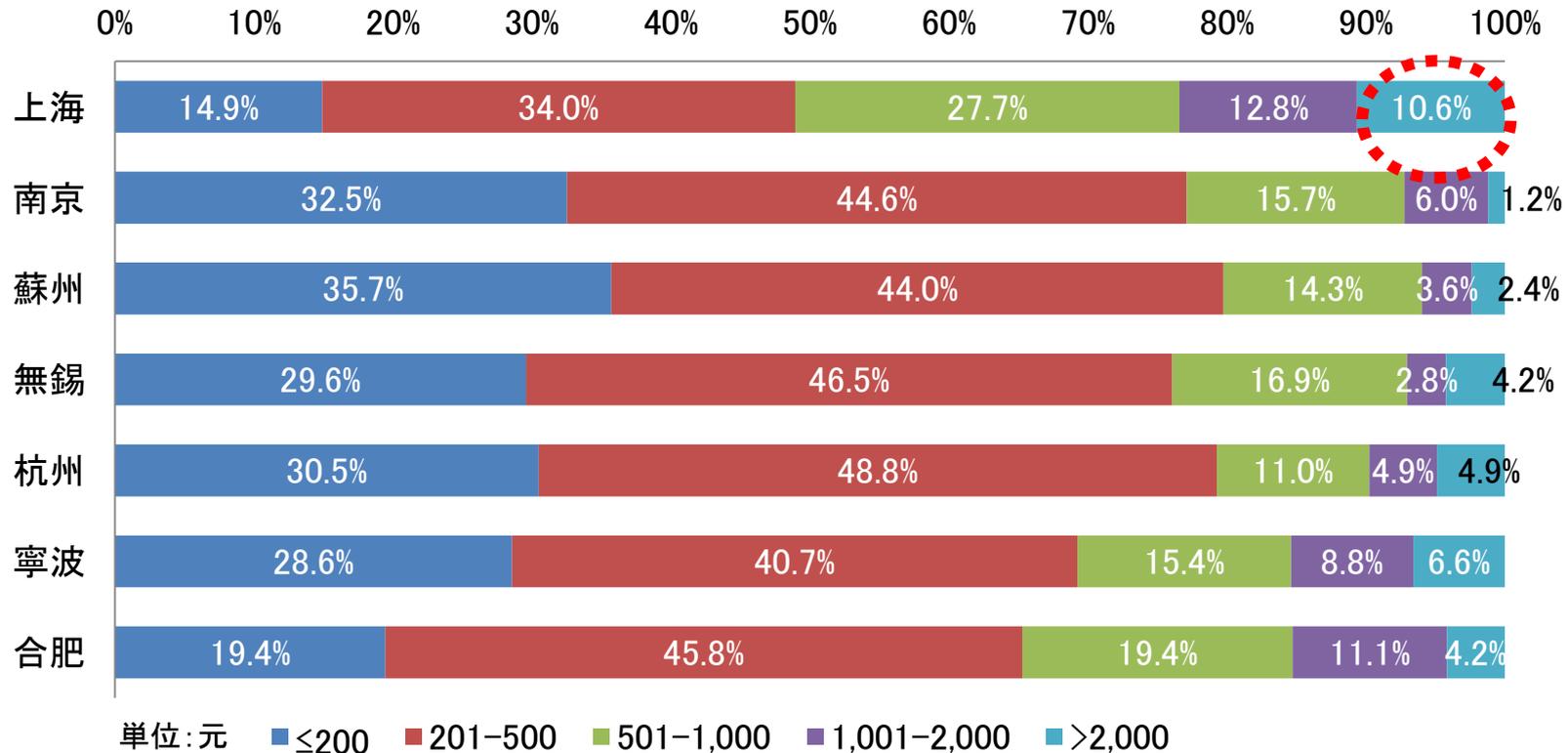


中国の習い事はビジネス類、「スキルアップ」を目的としたものが多い。例えば外国語。趣味として学ぶのではなく、就職に有利になることが主目的。会計なども人気だ。また、近年スポーツジムの普及により、手軽な健康法として知られるヨガの教室なども、女性を中心に人気を博している。

また無錫では参加者の多くが日本語学習経験者だった。背景には日系企業が同市に多数進出していることがあると考えられる。

# 自分の習い事に掛ける予算は？

6-5 【アンケート】自分の習い事、月平均予算は？



「習い事をしたことがある」という回答者に、その予算を聞いた。

「201～500元」という回答が多く、7都市中6都市で4割以上を占め、「200元以下」の回答とあわせると7割以上になっている。子供の習い事に掛ける費用で多かったのが「201～500元」と「501元～1,000元」という回答であったことと比べると、自分の習い事へ掛ける金額は若干低く抑えられているように見える。

ただ、上海では「501元～1,000元」の回答が他都市に比べて大きくなっており、「2,000元以上」と回答した人も、他都市を大きく上回っている。習いごとへの関心が高いだけでなく、物価の高い上海では、習い事の費用も他都市よりも高いようだ。

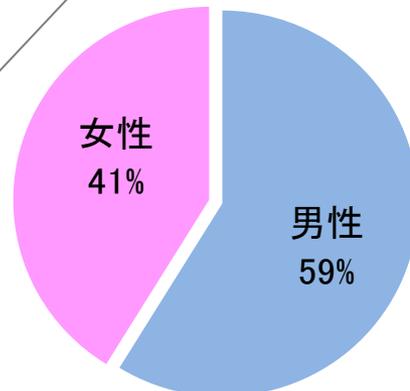
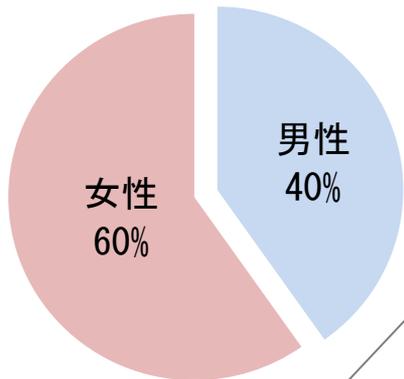
# 今後習ってみたいのは？

## 6-6-1【アンケート】今後、自分で試してみたい習い事は？

今後勉強したい内容	上海	南京	蘇州	無錫	杭州	寧波	合肥
ビジネス(会計、金融、管理等)	38.0%	40.5%	44.5%	36.0%	52.0%	48.0%	37.0%
語学類	34.0%	31.0%	30.0%	36.5%	24.0%	30.0%	30.0%
スポーツ(水泳、球技等)	20.0%	21.5%	14.5%	22.0%	16.5%	18.5%	20.5%
囲碁、将棋等	10.5%	16.0%	8.5%	9.0%	7.0%	9.0%	11.0%
絵画・書道	15.0%	21.0%	15.0%	13.5%	17.0%	14.0%	14.5%
ダンス	11.0%	11.5%	10.0%	10.5%	8.5%	12.5%	11.5%
料理	19.5%	23.0%	19.5%	20.0%	18.0%	19.0%	20.0%
その他	6.0%	4.0%	7.0%	6.5%	2.5%	6.0%	1.5%

「今後習ってみたいもの」としては、やはり「ビジネス関連」や「語学」が高い比率を占めている。一方で、前出の「経験のある習いごと」では、全都市で一桁台だった「料理」が、「習ってみたいもの」では20%前後の高い値を示している。内訳を性別でみると、蘇州、杭州の2都市で男性が上回ったが、他都市は女性が多数。特に上海では約7割が女性と、「上海女性は料理をしない」というイメージを払拭しつつある。逆に「スポーツ」の回答者を男女別にみると、こちらは男性が半数以上を占めた。

## 6-6-2【アンケート】「料理」と回答した人の男女比率



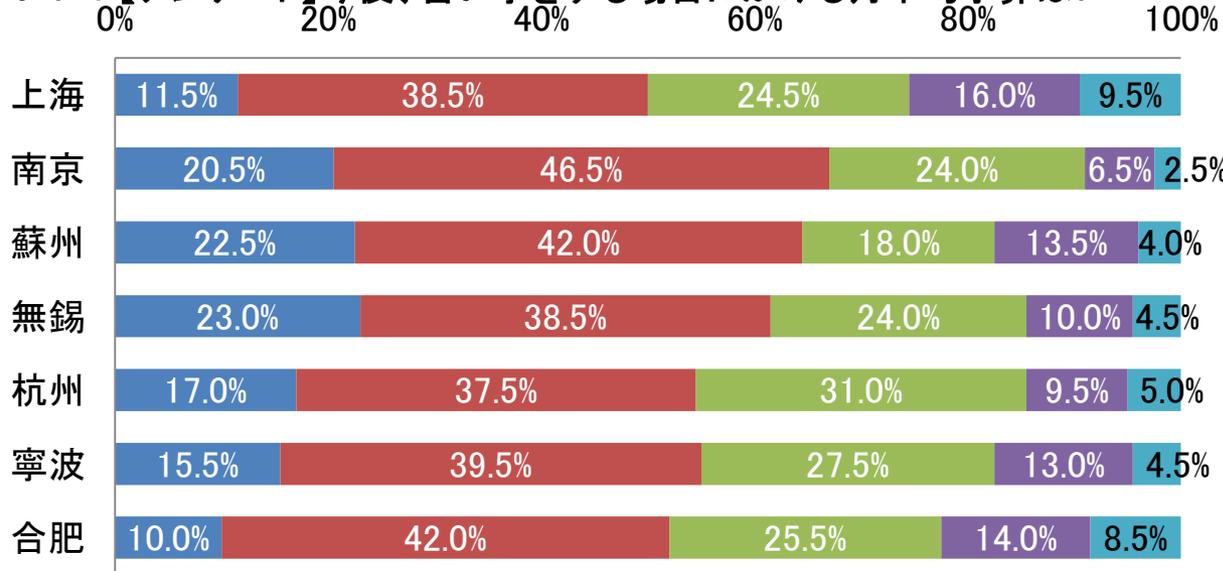
## 6-6-2【アンケート】「スポーツ」と回答した人の男女比率

↓ 上海市内で人気のスポーツジム  
ヨガなどを習う場としても人気



# 今後、習い事に掛けるお金は？

6-7-1【アンケート】今後、習い事をする場合にかかる月平均予算は？



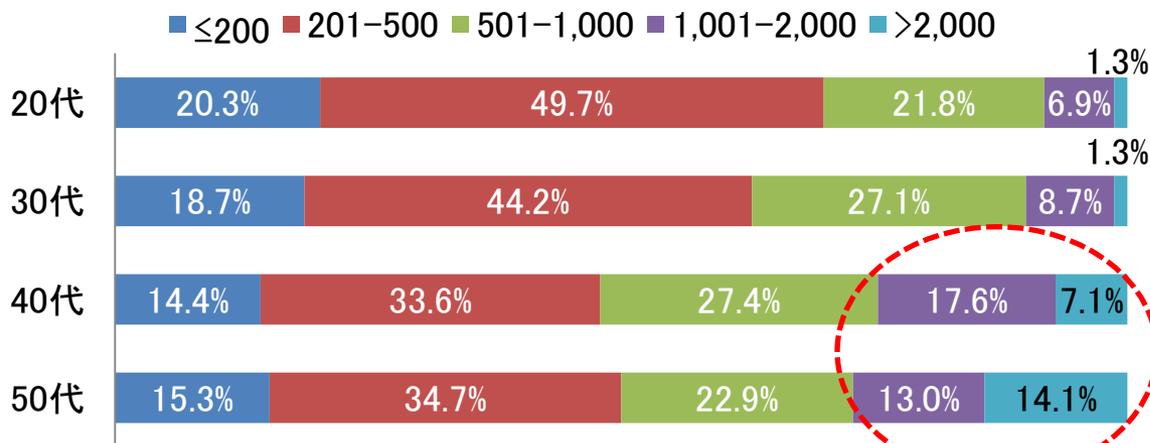
単位: 元 ■ ≤200 ■ 201-500 ■ 501-1,000 ■ 1,001-2,000 ■ >2,000

「今後、自分の習い事にかかる月平均予算」を聞いた。最も多いのは習い事経験と同じ「201～500元」で、どの都市も40%を占めている。

しかし、ここでも上海と合肥で、高額回答者が、他都市に比べて多い。

また、年代別にみると「月に1,001元以上」という回答をしたのは40代・50代が多かった。

6-7-1【アンケート】今後、習い事をする場合にかかる月平均予算は？（世代別）



人気の英会話教室  
「ウォール・ストリート・イングリッシュ」

# 第七章

# 医療・介護

# 自己流の健康法は？

今回のグループインタビューでは、医療や介護・福祉、健康に関する考え方を聞いた。

## 一番の健康法は「スポーツ」と「日々の食事」

グループインタビューでは、健康維持のための方法として「スポーツ」と毎日の「食事」という回答が多かった。

「自分なりの健康法」について質問をしたところ、サプリメントや健康食品の摂取に関する回答はあまり聞かれず、もっとも多い回答は「スポーツ」、そして「食事」による健康維持であった。

スポーツに関しては、20代・30代のグループを中心に「ジム」や「ジョギング」といった回答があったが、年齢層が高くなるとレジャーと同じく「山登り」(南京・40代男性、杭州・50代男性など)という回答が多かった。また、「夕食後の散歩」という回答も複数有り、忙しい日々の中で限られた自由時間を利用しながら、健康に気を使っている様子が見られる。

また、食事による健康維持については、「栄養バランス」や「脂分を控えた食事」をすることなどのほかに、「家でお粥を作る際、棗や龍眼、クコ、朝鮮人参などを入れる」(合肥・30代女性)、「冬場には阿膠(※)を食べる」(上海・30代女性)など、中国の伝統的な食材や漢方食材などを利用するという声もあった。漢方の基本理念といわれる「医食同源」の理念が、生活の中に根付いているのかもしれない。

サプリメントに関しては、上海の20代・30代のグループでは「コラーゲンの摂取」(上海・30代女性)、複数の都市の40代・50代のグループで「カルシウム剤の摂取」や「ビタミンC剤の服用」などの回答が見られたが少数派。多くがスポーツや食事など、生活習慣による健康維持を選択している。

※「阿膠(あきょう)」:ロバの皮から作られたゼラチン。中国では漢方薬の一種として用いられる。血液機能を高める効果があることから貧血治療に服用されるが、コラーゲンが豊富であるため女性の美容食品としても利用されている。

# 健康・医療情報はどこから？

日々の健康に気をつけている中国の消費者。では、健康にまつわる情報をどこから得ているのだろうか？その情報ソースを聞いた。

情報ソースは「ネット」と「口コミ」、「テレビ」

グループインタビューで回答が多かった「情報ソース」

	20代・30代	40代・50代
上海	ネット/口コミ	ネット/口コミ
南京	ネット/書籍	ネット/口コミ
蘇州	ネット/書籍	ネット/口コミ
無錫	ネット/テレビ	ネット/テレビ/新聞
杭州	ネット/テレビ	テレビ
寧波	テレビ	テレビ
合肥	テレビ	テレビ

中国において健康や医療にまつわる情報ソースとしては、書籍、新聞、テレビなどのメディア、医療機関、そしてインターネットなどが考えられる。

今回の調査では、大部分の参加者が「インターネット」と「口コミ」を主な情報ソースとしていた。

中国では、テレビでは大量の健康食品や薬品、器具などの広告であふれているが、中にはまったく効果のない「まがい物」を宣伝するものもある。このため、近年ではこうした医療関連・健康関連の広告に対して規制がかけられているほどである。

逆に、大都市ではより信頼できる情報として「インターネット(微博含む)」を情報ソースとして活用する傾向が強い。

しかし、杭州の40代・50代のグループ、そして寧波や合肥といった都市では、「テレビから情報を得る」といった回答が多数を占めた。

また、選択肢としてあげた「医療機関」だが、グループインタビューではまったく挙げられなかった。「高い薬を買わされる」といった、医療機関に対する不信感もあるようだ。

# かかりつけ医師(病院)に対するイメージは?

今回の調査では「かかりつけ医師や病院がある」という回答はなかった。まだ中国では大型病院が中心で、日本のような「民間の医院・クリニック」や「かかりつけの医師や病院」がいる状況にはないため、「かかりつけの医師」といっても欧米におけるホームドクターのようなお金のかかる存在として認識されているようだ。

## かかりつけ医師・病院のメリット(イメージ)

- ☆かかりつけ医師がいれば試してみたい。病気の際、(大きな)病院に行かなくても済む。(上海・30代・男性)
- ☆生活習慣に対してアドバイスしてもらえ、スポーツや運動不足についても助言がもらえる。現在のような大型病院では、病人が多すぎて医師の診療時間が短すぎる。かかりつけの医師なら、もっと細かな交流ができ、病状の把握がもっとできるようになるだろう。(南京・30代・男性)
- ☆老人と子供の病気は病院に行っても処置が手遅れになることが多い。こうした際に、かかりつけの医師であれば、必要な薬などを持ってきて処理することができ便利。(杭州・30代・男性)
- ☆自分の病状を熟知してくれるだろう。(蘇州・50代・男性)

## かかりつけ医師・病院のデメリット(イメージ)

- ☆価格が高いのではないか。(上海・30代・女性)
- ☆信用できない。かかりつけ医師の医療費用といっても、明確な価格ではなく、費用面で心配。(上海・50代・男性)
- ☆ホームドクターの費用は高く、お金持ちに適している。一般人には縁がない存在では？(杭州・40代・女性)
- ☆わが国の理念はそんなレベルまで行ってないし、このようなタイプは受け入れられにくいだろう。(杭州・50代・男性)
- ☆ホームドクターの資質には信用できない。病院より医療水準が低く感じてしまう。(合肥・20代・女性)
- ☆ホームドクターの費用はおそらく自費(医療保険対象外)であり、診察費用はとても高いだろう。(寧波・30代・女性)

現状では、「病気になったら大病院に行く」という回答が多く、日常的に病院に通っている人は非常に少なかった。かかりつけの医師・病院については、支持・不支持相半ば。支持される理由としては、「体調をきちんと把握してくれる」、「適切なアドバイスが受けられる」といった声や、「大病院より細かなケアがうけられるのでは」という期待も聞かれた。逆に不支持派からは「高いのではないか?」「医療保険の対象になるのか?」など、費用面での不安や「信用できない」といった、医療現場に対する不信感などの発言があった。これらから見ると、「かかりつけ」への不支持というよりは、「実現性への疑念」といった傾向が見て取れる。

# 介護への考え方は？

生活水準や医療技術の向上、そして1人っ子政策の影響もあり、中国も高齢化社会に突入しつつある。こうした状況で、注目されるのは「老人介護」。どの家庭でも1人の子供しかいないため、将来的に、夫婦はそれぞれの両親4人の老人のケアを行わねばならなくなると考えられる。そんな中で、介護に対する考え方を聞いた。

グループインタビューでは「老人が他人による介護を拒む」(無錫・30代女性)や「他人は信用できない」(杭州・20代女性)などという発言があり、「老人の世話は家族がすべき」という伝統的な概念が衰えていないことを感じさせた。

ただ、老人ホームなどを肯定する意見も出始めており、「(老人ホームなら)話し相手もできそう」(上海・30代女性)や「長時間、専門的な介護を受けられる」(杭州・30代男性)といった声もあった。徐々にではあるが受け入れる消費者も出てきているようだ。

将来的には自宅での介護を選択する(だろう)という回答者が多かったが、「自分たちだけでは介護しきれない」という回答も複数あり、「人を雇って介護する」(訪問介護など)というニーズは存在している。現在は一般的には家事を行う「家政婦」に介護をさせているケースもあるようだが、介護の専門家ではないため、「不安」という声も多い。

## グループインタビューで回答が多かった「介護方法」

	20代・30代	40代・50代
上海	老人ホーム	家政婦
南京	専門業者	専門業者
蘇州	専門業者	専門業者
無錫	専門業者/家政婦	家政婦/老人ホーム
杭州	老人ホーム/専門業者	専門業者/家族
寧波	家政婦	家政婦
合肥	専門業者/家族	専門業者/家族

日本では「デイサービス」や「ケアマネージャー」といった、専門の介護業種が存在しているが、中国ではまだこうしたサービス・概念が浸透していない。グループインタビューでは、モデレーターがこれらの業務の内容を簡単に説明しながら「介護の専門業者」として一括して紹介し、消費者から意見を聞いたところ、多くの消費者が興味を示し、「家政婦よりも専門的な介護が出来るなら使いたい」や「安心できる方法だ」といった感想が聞かれた。

「介護は在宅で」という意識が強い中国では、介護を行う家族を専門的にサポートしてくれるサービスも求められているようだ。

# 介護用品の購入場所は？

本調査では、実際に高齢者家族の介護を行ったことがある、もしくは行っているという回答者も少数ながら参加していた。そうした方に、どのような介護用品をどこで購入したことがあるか聞いた。

## 購入したことのある介護用品

車椅子/介護用便座/電動血圧計/血糖測定計/血糖測定試験紙/高齢者用の服/成人用オムツ

購入したことのある商品で最も多かったのが「車椅子」、次いで血圧計などの体調管理用機器。

また、成人用オムツは、最近になって多くのメーカーが生産・販売を始め、カルフルなどの大型スーパーでも手軽に購入することが出来るようになってきている。日系企業ではユニ・チャームが市場に参入している。

## 購入した場所

医療器械販売店/スーパー/ネットショップ/百貨店/病院の医療器械店/薬局

購入場所としては、様々な回答が挙げられたが、中国では「老人介護用品専門店」は多くないため、「医療器械販売店」という回答が多かった。

中国の総合病院の近くには、家庭用血圧計などの家庭用医療機器を販売する店舗が多く、車椅子などはこうした場所で購入することが出来る。

また、インターネットを利用して購入する人もいる。今回のグループインタビューでは、総合ECサイトの「京東商城」で購入したという回答もあった(杭州・40代50代グループ)。同サイトでは「康復補助(リハビリサポート器具)」のセグメントで車椅子などの機材を購入できる。これ以外にも、リハビリ機材の専門サイトもあるようだ。

# 参考資料

# インターネットアンケート (質問内容のみ)

## 一、基本情報:

1. 性別
2. 年齢
3. 職業
4. 婚姻
5. 同居家族
6. 世帯年収
7. 居住都市および地域
8. この街に住んでいる期間
9. 自家用車

## 二、全体の消費習慣

1. 可処分所得(元/月)
2. 年間消費金額、そのトップ5は?
3. よく行く商圈は?(複数可)
4. よく行く百貨店(ショッピングモール含む)
5. 1ヶ月平均ネットショッピングの頻度は?
6. ネットで主に買うものは?(複数可)
7. よく使う買い物サイトは?
8. 毎月のネットショッピング平均予算は?(元)
9. よく見るメディアは?

## 三、「衣」

1. 毎月のファッション(服装、靴、帽子、鞆、服飾)の平均予算(元)
2. いつも買い物をする場所は?
3. ファッションで参考にしているメディアは?
4. ファッション購入で重視するポイント(複数可)
5. 好きな国別のファッションスタイル(複数可)

## 四、「食」

1. 最近半年間の平均外食(夕食・週末)の頻度は?:
2. 1回の外食の1人当たりの平均予算は?(元)
3. よく行く外食タイプは?(最大3つ)

## 五、「住」

1. 現在住んでいる部屋の毎月のローン(家賃)価格は?(元)
2. 現在住んでいる部屋の面積は?
3. 現在住んでいる環境に満足?
4. 現在住んでいるエリアの不満は?

## 六、「楽(レジャー)」

1. 毎月のレジャー・娯楽の平均予算は(旅行・スポーツ・映画など)(元)?
2. 週末の過ごし方は?
3. 1年で旅行に行く平均回数は?
4. 3年以内に大陸以外に旅行に行った回数は?
5. 大陸以外の旅行の目的地は?(複数可)

## 七、「学(教育)」

1. 子どもにはいつから課外教育をスタートさせた?
2. 子どもに通わせたのは?(複数可)
3. 1ヶ月にかけると子どもの平均課外授業費は?(元)
4. 2年以内に習い事に参加した経験は?
5. 習い事の内容は?
6. 1ヶ月の習い事予算は?(元)
7. 挑戦してみたい・興味のある習い事は?
8. 習い事にかけるのに妥当だと感じる予算は?(元)

※質問の順序と本文各章の構成順序は異なります

# 上海グループインタビューサンプル

## グループ1(20代・30代)

No.	年齢	性別	地域	婚姻	子供状況		個人 月平均収入	世帯 月平均収入	家族 同居人数	不動産の有無	自家用車の有無	学歴	職業
					有	1人4歳							
1	28	女	普陀	既婚	有	1人4歳	5,000	20,000	2(夫、子供)	○、ローンなし	VW パサート	大卒	会社員
2	30	女	長寧	既婚	有	1人4歳	6,000	12,000	2(夫、子供)	○、ローンなし	VW Lavida	大卒	会社員
3	37	男	浦東	既婚	有	1人9歳	25,000	37,000	2(妻、子供)	×、賃貸	東風日産MURANO	大卒	会社員
4	37	男	普陀	既婚	有	1人11歳	10000	15000	2(妻、子供)	○、ローンなし	ホンダ	大卒	教員
5	28	女	長寧	既婚	有	1人0.5ヶ月	8000	20000	2(夫、子供)	○、ローンなし	KIA	大卒	英語教師
6	37	女	黄浦	既婚	無	—	10,000	30,000	1(夫)	○、ローンなし	マツダ3豪華版	大卒	会社員

## グループ2(40代・50代)

名前	年齢	性別	地域	婚姻	子供状況		個人 月平均収入	世帯 月平均収入	家族 同居人数	不動産の有無	自家用車の有無	学歴	職業
					有	1人22歳							
1	53	男	楊浦	既婚	有	1人22歳	5,000	10,000	2(妻、子供)	○、ローンなし	無	大卒	会社員 (管理職)
2	52	女	楊浦	既婚	有	1人22歳	10,000	35,000	2(夫、子供)	○、ローンなし	無	短大卒	会社員
3	42	男	閘北	既婚	有	1人3歳	10,000	20,000	2(妻、子供)	○、ローンなし	無	短大卒	会社員
4	43	女	長寧	既婚	有	1人12歳	10,000	27,000	2(夫、子供)	○、ローンなし	ボルボ(夫が運転)	大卒	教員
5	49	男	普陀	既婚	有	1人19歳	18,000	24,000	2(妻、子供)	○、ローンなし	東風日産TEANA	大卒	会社員 (管理職)
6	43	女	長寧	既婚	有	1人13歳	5,500	18,000	2(夫、子供)	○、ローンなし	VWパサート	短大卒	会社員

# 南京グループインタビューサンプル

## グループ1(20代・30代)

名前	年齢	性別	地域	婚姻	子供状況		月平均 個人収入	月平均 世帯収入	家族同居 人数	不動産	マイカー	学歴	職業
1	28	女	建鄴区	既婚	無		7,001-8,000	12,000元以上	1	○、ローンあり	北京現代2000CC	大卒	会社員 (管理職)
2	30	男	建鄴区	既婚	有	1名2歳	7,001-8,000	12,000元以上	2	○、ローンあり	無	大卒	会社員 (管理職)
3	32	男	白下区	既婚	有	1名6歳	8,000元以上	12,000元以上	2	○、ローンなし	フォード2300CC、 MPV	大卒	会社員 (管理職)
4	20	男	鼓楼区	未婚	無		3,001-4,000	3,001-4,000	0	×、賃貸	シボレ1600CC	大卒	会社経営者
5	29	女	下関区	既婚	有	1名2歳	7,001-8,000	12,000元以上	2	○、ローンあり	名爵1800CC	大卒	会社員
6	31	女	玄武区	未婚	無		6,001-7,000	6,001-7,000	0	×、賃貸	無	大卒	会社員

## グループ2(40代・50代)

名前	年齢	性別	地域	婚姻	子供状況		個人 月平均収入	世帯 月平均収入	家族同居 人数	不動産の有無	自家用車の有無	学歴	職業
1	43	女	白下区	独身	有	1人18歳	8,000元以上	12,000元以上	2	○、ローンあり	本田CIV2.5SUV	短大卒	会社員 (管理職)
2	43	女	鼓楼区	既婚	有	1人19歳	8,000元以上	12,000元以上	2	○、ローンなし	ビュイック2.0乗用車	大卒	公務員
3	40	男	大廠区	既婚	有	1人11歳	8,000元以上	12,000元以上	2	○、ローンなし	奔騰2.0乗用車	短大卒	会社員 (管理職)
4	41	男	栖霞区	既婚	有	1人12歳	5,001-6,000	8,001-9,000	2	×、賃貸	海馬1.6乗用車	大卒	公務員
5	54	女	下関区	既婚	有	1人20歳	8,000元以上	12,000元以上	2	○、ローンなし	帝豪2.4乗用車	大卒	会社経営者
6	40	女	玄武区	既婚	有	1人12歳	5,001-6,000	10,001-11,000	2	×、賃貸	吉利1.6乗用車	大卒	会社員

# 蘇州グループインタビューサンプル

## グループ1(20代・30代)

No.	年齢	性別	地域	婚姻	子供状況		個人 月平均収入	世帯 月平均収入	家族同居 人数	不動産の有無	自家用車の有無	学歴	職業
					有	1人14歳							
1	39	女	滄浪区	既婚	有	1人14歳	5,001-6,000	12,000以上	2	○、ローンなし	有	短大卒	会社員
2	25	女	平江区	独身	—	—	5,001-6,000	12,000以上	0	×、賃貸	有	短大卒	会社員
3	35	女	平江区	既婚	有	1人9歳	4,001-5,000	9,001-10,000	2	○、ローンあり	無	短大卒	会社員
4	23	男	吳中区	独身	—	—	5,001-6,000	10,001-11,000	1	○、ローンなし	無	短大卒	会社員
5	35	男	工業園 区	既婚	有	1人2歳	5,001-6,000	12,000以上	4	○、ローンあり	無	短大卒	会社員
6	34	女	高新区	既婚	有	1人6歳	5,001-6,000	12,000以上	2	○、ローンなし	有	短大卒	会社員 (管理職)

## グループ2(40代・50代)

No.	年齢	性別	地域	婚姻	子供状況		個人 月平均収入	世帯 月平均収入	家族 同居人数	不動産の有無	自家用車の有無	学歴	職業
					有	1人13歳							
1	42	女	滄浪区	既婚	有	1人13歳	7,001-8,000	12,000以上	2	○、ローンなし	有	短大卒	会社員 (管理職)
2	43	女	金閶区	既婚	有	1人16歳	8,000以上	12,000以上	2	○、ローンなし	有	短大卒	会社経営者
3	42	男	平江区	既婚	有	1人8歳	8,000以上	12,000以上	2	○、ローンなし	有	短大卒	会社員 (管理職)
4	41	女	工業園 区	既婚	有	1人13歳	4,001-5,000	9,001-10,000	2	○、ローンなし	有	短大卒	会社員
5	40	男	相城区	既婚	有	1人18歳	6,001-7,000	12,000以上	2	○、ローンなし	—	短大卒	会社員
6	40	男	吳中区	既婚	有	1人11歳	8,000以上	12,000以上	2	○、ローンなし	有	短大卒	会社経営者

# 無錫グループインタビューサンプル

## グループ1(20代・30代)

No.	年齢	性別	地域	婚姻	子供状況		個人 月平均収入	世帯 月平均収入	家族同居 人数	不動産の有無	自家用車の有無	学歴	職業
					有	無							
1	34	女	北塘区	既婚	有	1人5歳	5,000	12,000	2	○、ローンあり	ホンダ思域(CIVIC) 1.8乗用車	短大卒	会社員
2	34	女	北塘区	既婚	有	1人16ヶ月	3,500	9,000	4	○、ローンなし	無	短大卒	会社員
3	23	女	崇安区	独身	無	—	4,500	15,000	0	×、賃貸	無	短大卒	会社員
4	29	男	南長区	单身	無	—	6,000	10,000	0	×、賃貸	東南菱悦、 1.6乗用車	短大卒	会社員
5	29	男	濱湖区	既婚	無	—	6,000	11,000	1	○、ローンなし	無	大卒	会社員
6	34	男	崇安区	既婚	有	1人8歳	9,000	13,000	2	○、ローンなし	シトロエンC5、 2.0乗用車	短大卒	会社経営者

## グループ2(40代・50代)

No.	年齢	性別	地域	婚姻	子供状況		個人 月平均収入	世帯 月平均収入	家族同居 人数	不動産の有無	自家用車の有無	学歴	職業
					有	無							
1	47	女	濱湖区	既婚	有	1人24歳	8,000	20,000	2	○、ローンなし	ビュイック凱越	短大卒	公務員
2	41	男	北塘区	既婚	有	1人13歳	4,000	8,000	2	○、ローンなし	無	短大卒	会社員
3	46	女	崇安区	既婚	有	1人20歳	3,000	7,000	2	○、ローンなし	無	高卒	会社員
4	40	男	新区	既婚	有	1人13歳	8,000	10,000	3	○、ローンなし	フォードFOCUS	専門学校卒	会社員
5	49	女	南長区	既婚	有	1人21歳	4,500	10,000	2	○、ローンなし	NISSAN	短大卒	公務員
6	40	男	新区	既婚	有	1人13歳	5,000	10,000	2	○、ローンなし	無	大卒	会社員

# 杭州グループインタビューサンプル

## グループ1(20代・30代)

No.	年齢	性別	地域	婚姻	子供状況		個人 月平均収入	世帯 月平均収入	家族 同居人数	不動産の有無	自家用車の有無	学歴	職業
					有	1人25ヶ月							
1	35	女	上城区	既婚	有	1人25ヶ月	15,000	35,000	3	○、ローン無し (3ヶ所)	POLO	大卒	会社員
2	26	女	余杭区	既婚	有	1人3歳	4,000	10,000	3	×、賃貸	有	短大卒	会社員
3	27	女	江干区	既婚	有	1人17ヶ月	10,000	20,000	3	○、ローン無し	POLO	大卒	会社員
4	35	男	下城区	既婚	有	1人6歳	11,000	22,000	3	○、ローン無し (2ヶ所)	ソナタ8	大卒	会社員
5	28	男	拱墅区	既婚	無	—	5,000	10,000	0	×、賃貸	無	短大卒	会社員
6	31	男	拱墅区	独身	無	—	5,000	5,000	0	×、賃貸	GEELY帝豪	短大卒	会社員

## グループ2(40代・50代)

No.	年齢	性別	地域	婚姻	子供状況		個人 月平均収入	世帯 月平均収入	家族同居 人数	不動産の有無	自家用車の有無	学歴	職業
					有	1人12歳							
1	43	男	西湖区	既婚	有	1人12歳	10,000	13,000	3	○、ローン無し	トヨタカムリ	大卒	会社経営者
2	53	男	下城区	既婚	有	1人25歳	4,000	8,000	2	○、ローン無し	無	短大卒	会社員 (管理職)
3	52	女	拱墅区	既婚	有	1人23歳	4,000	20,000	2	○、ローン無し	ルノーKoleos	短大卒	会社経営者
4	40	女	拱墅区	既婚	有	1人10歳	8,000	15,000	3	○、ローン無し	GEELY	短大卒	会社経営者
5	42	女	江幹区	既婚	有	1人21歳	10,000	20,000	2	○、ローン無し	江淮瑞鳳	短大卒	個人業
6	40	女	西湖区	既婚	有	1人11歳	8,000	20,000	3	○、ローン無し	現代	大卒	会社員

# 寧波グループインタビューサンプル

## グループ1(20代・30代)

No.	年齢	性別	地域	婚姻	子供状況		個人 月平均収入	世帯 月平均収入	家族 同居人数	不動産の有無	自家用車の有無	学歴	職業
					有	無							
1	34	男	海曙区	既婚	無	—	3,500	8,000	1	○、ローンなし	無	短大卒	会社員
2	39	女	江东区	既婚	有	1人8歳	3,300	8,000	2	○、ローン無なし	無	短大卒	会社員
3	25	女	鄞州区	独身	無	—	3,800	—	0	×、賃貸	無	大卒	会社員
4	29	男	鄞州区	既婚	有	1人1歳	5,000	8,000	2	○、ローンあり	スズキ	大卒	会社員 (管理職)
5	30	女	江北区	既婚	無	—	4,500	10,000	1	○、ローンなし	無	大卒	会社員
6	27	男	海曙区	独身	無	—	4,000	—	0	×、賃貸	無	短大卒	会社員

## グループ2(40代・50代)

No.	年齢	性別	地域	婚姻	子供状況		個人 月平均収入	世帯 月平均収入	家族 同居人数	不動産の有無	自家用車の有無	学歴	職業
					有	無							
1	41	男	海曙区	既婚	有	1人14歳	5,000	8,000	2	○、ローンなし	ホンダ	大卒	会社員 (管理職)
2	44	男	鄞州区	既婚	有	1人8歳	5,000	10,000	2	○、ローンなし	現代	大卒	会社経営者
3	58	男	海曙区	既婚	有	1人30歳	4,000	7,200	1	○、ローンなし	VW	短大卒	会社員 (管理職)
4	50	女	江东区	既婚	有	2人22歳 &26歳	10,000	15,000	4	○、ローンなし	無	短大卒	会社経営者
5	47	女	鄞州区	既婚	有	1人25歳	6,000	15,000	2	○、ローンあり	VW	大卒	会社員 (管理職)
6	43	女	江东区	既婚	有	1人10歳	3,600	11,000	2	○、ローンなし	トヨタ	短大卒	会社員

# 合肥グループインタビューサンプル

## グループ1(20代~30代)

名前	年齢	性別	地域	婚姻	子供状況		個人 月平均収入	世帯 月平均収入	家族同居 人数	不動産の有無	自家用車の有無	学歴	職業
					有	人数							
1	33	女	廬阳区	既婚	有	1人2歳	—	10,000	4	○、ローンなし	無	大卒	会社員 (管理職)
2	32	女	瑶海区	既婚	有	1人4歳	—	15,000	4	○、ローンなし	GEELY帝豪	大卒	会社員 (管理職)
3	30	男	蜀山区	既婚	有	1人2歳	—	10,000	3	○、ローンあり	無	大卒	会社員 (管理職)
4	21	男	高新区	独身	無	—	3,500	—	2	×、賃貸	無	短大卒	会社員
5	32	女	包河区	既婚	有	1人6歳	—	10,000	3	○、ローンなし	BMW	短大卒	会社員
6	27	女	廬阳区	独身	無	—	3,500	—	4	×、賃貸	無	短大卒	会社員

## グループ2(40代~50代)

No.	年齢	性別	地域	婚姻	子供状況		個人 月平均収入	世帯 月平均収入	家族同居 人数	不動産の有無	自家用車の有無	学歴	職業
					有	人数							
1	51	女	蜀山区	既婚	有	1人25歳	—	15,000	3	○、ローンなし	CHERY	短大卒	会社員 (管理職)
2	50	女	瑶海区	既婚	有	1人26歳	—	10,000	3	○、ローンなし	上海汽車ROEWE750	短大卒	会社員 (管理職)
3	42	男	蜀山区	既婚	有	1人18歳	—	8,000	3	○、ローンなし	無	短大卒	会社員
4	49	男	長豊県	既婚	有	1人23歳	—	10,000	3	○、ローンなし	無	短大卒	教員
5	47	女	廬陽区	既婚	有	1人26歳	—	8000	2	○、ローンなし	無	短大卒	教員
6	40	女	瑶海区	既婚	有	2人16歳 &14歳	—	8,000	4	○、ローンなし	ビュイック	短大卒	会社員

本報告書に関する問い合わせ先:

日本貿易振興機構(ジェトロ)

サービス産業課

〒107-6006東京都港区赤坂1-12-32

TEL: 03-3582-5238

FAX: 03-5572-7044

Email: CIE@jetro.go.jp

**【免責条項】**

ジェトロは、本報告書の記載内容に関して生じた直接的、間接的、あるいは懲罰的損害および利益の喪失については、一切の責任を負いません。これは、たとえジェトロがかかる損害の可能性を知らされていても同様とします。