

## Asian Kids Research in China

「中国7都市キッズ&キャラクター調査」  
～中国の家族像と、活発な子ども消費の実態～

株式会社アサツー ディ・ケイ（本社：東京都中央区、代表取締役社長：清水與二、以下ADK）は、中国のキッズ市場攻略に向けて、中国7都市の親子を対象にしたADK独自調査（以下、中国7都市キッズ&キャラクター調査）を実施しました。

中国では、近年親の所得水準の向上に伴い、子ども向けの商品・サービスが次々と登場し、子ども関連の市場は今後も伸張していくことが予想されます。

本調査では、①中国の子育て・家族像、②子ども関連消費、③子どもの生活実態、④キャラクター評価の4つの側面を聴取することで、中国における今どきの家族像と、活発な子ども関連消費の実態が浮き彫りとなりました。さらに本調査では地域特性にも着目し、北京・上海・広州だけでなく、成長が著しい内陸部や東北部といった地域別の親子の特徴も見ています。

ADKでは、当社の中国におけるビジネス展開及び中国に進出する日本企業のマーケティング支援となる情報・知見を今後も開発していく予定です。

## 調査結果トピックス

※0-12才の子を持つ母親が回答／7都市のスコアの合計

## ■Topic①：9割の母親が将来の受験のための学力を重視。5割が海外留学を意向。

【子育ての考え方】・将来の受験のための学力を持たせるようにしている（87%）  
・音楽、言語（外国語）など、他人よりもできるだけ早く教育を始めたい（82%）  
・子どもを海外に留学させたい（49%）

【子育て不安】1位：自主性（自分で考える力）、2位：食の安全・衛生、3位：熾烈な競争社会

## ■Topic②：子どもが欲しがるものは買ってあげる親が多い（8割）。

おもちゃ購入時期は、「誕生日」「子どもの日（6/1）」「春節（旧正月）」。

【消費意識】子どもが欲しがる商品は買ってあげることが多い（80%）※Top2Box

【おもちゃ購入時期】1位：誕生日 97%、2位：子どもの日（6/1）84%、3位：春節（旧正月）75%

## ■Topic③：子どもの習い事は5割が実施。「英会話」「学習塾」「絵画」がトップ3。

【習い事実施率】0-12歳全体 49%、4-6歳 50%、7-9歳66%、10-12歳74%（全体平均1.9個）

【習い事の種類】1位：英会話 28%、2位：学習塾 16%、3位：絵画 12%（0-12歳全体）

## ■Topic④：子どものインターネット利用は7歳以上で5割超える。オンラインゲーム利用が多い。

【ネット利用率】0-12歳全体 37%、4-6歳 25%、7-9歳50%、10-12歳65%

【オンラインゲーム】0-12歳全体 24%、4-6歳 17%、7-9歳35%、10-12歳40%

## ■Topic⑤：子どもの興味関心は性年齢問わず「アニメ・キャラクター」に集中。

【興味関心事】0-12歳全体 1位：アニメを見る 78%、2位：キャラクター44%、3位：テレビを見る40%  
※いずれの性・年代区分においても「アニメ」を見るがトップ。

## ■Topic⑥：キャラクター商品は子どもだけでなく母親も許容。9割超が何らかの商品を購入。

【キャラクター意識】・子どもはキャラクターのついた商品が好き（92%）※Top2Box  
・キャラクターグッズを買ってあげることが多い（78%）※Top2Box

【キャラクター商品購入】1位：漫画 42%、2位：文具 41%、3位：飲料 41%  
※3ヶ月以内に何も買わなかった人は6%のみ。

**調査概要**

- 調査エリア：北京、上海、広州、成都、武漢、西安、瀋陽
- 調査対象：0-12歳の子どもをもつ母親  
※各エリアで下記の世帯収入条件（月収）を上回る家庭の母親に聴取
  - －北京・上海・広州 RMB 6,000以上／月
  - －成都、武漢、西安、瀋陽 RMB 4,000以上／月
- サンプル数：2,894サンプル ※有効回答数  
(各エリア400×7地区／子供の性×年齢：3歳区分で割付け)
- 調査手法：訪問面接法
- 調査時期：2010年11月25日～12月30日

**問い合わせ先**

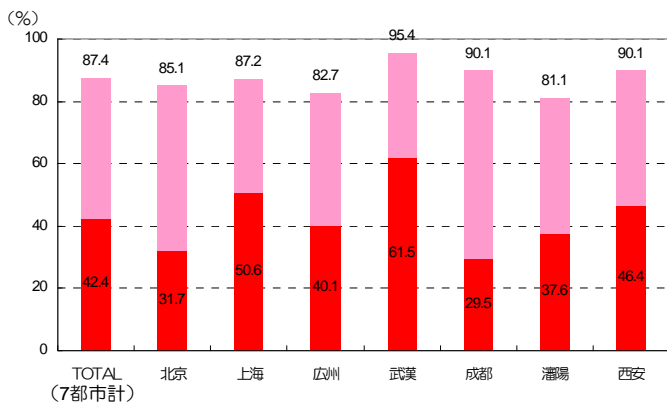
(株)アサツー ディ・ケイ  
統合ソリューションセンター価値創造プランニング本部 赤嶋、奥田、堀  
広報室 大内  
TEL. 03-3547-2003 E-Mail: adkpr@adk.jp

**Topic①：母親の9割が将来の受験のための学力を重視。5割が海外留学を意向。**

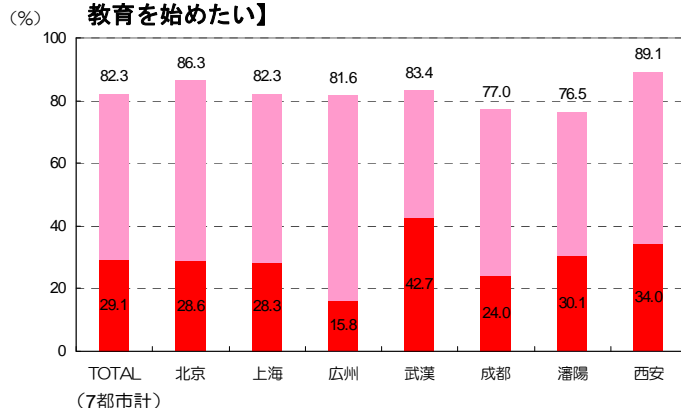
- ✓どの都市でも、子どもの教育に対する意識は非常に高く、小さいころから「将来の受験のための学力を持たせる」「周りよりもできるだけ早く教育を始めたい」という考え方が大半を占める。
- ✓さらに約5割もの親が「将来子どもを海外に留学させたい」と考えている。
- ✓親の子育てに対する不安は、「しつけ・教育の仕方」よりも「熾烈な競争社会」への不安が上位に挙がる。

**■子育てについての考え方 (4段階SA) ※0-12歳の子どもをもつ母親全体(N=2894)**

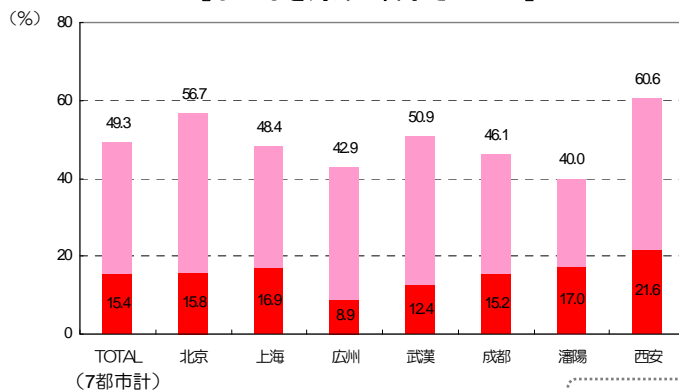
**【将来の受験に向けての学力をもたせるようにしている】**



**【音楽、言語(外国語)など他人よりもできるだけ早く教育を始めたい】**



**【子どもを海外に留学させたい】**



※4段階評価  
 TOP2BOX (あてはまる+ややあてはまる)  
 TOP1 (あてはまる)

**■子育てへの不安 (MA)**

**【7都市計】**

※0-12歳の子どもをもつ母親全体(N=2894)

順位	不安の項目	割合 (%)
1位	自主性(自分で考える力)の不足	48.3
2位	食の安全、衛生	42.1
3位	熾烈な競争社会	37.4
4位	健康(運動不足、体力不足、寝不足、ストレスなど)	34.9
5位	栄養バランス	32.6
6位	甘やかされてわがままになること	30.6
7位	しつけ・教育の仕方	25.3
8位	いじめ	24.7
9位	常識、マナーの欠如	23.6
10位	ゲーム・インターネットのやりすぎ	19.6
11位	非行(青少年犯罪への加担を含む)	18.3
12位	交通事故や事件(不審者に狙われるなど)	16.1
13位	子どもと触れ合う時間の少なさ	16.1
14位	協働性の欠如	16.0
15位	祖父母と子育ての方針や価値観が違うこと	14.2
16位	子どもとの関係	14.1
17位	インターネット犯罪に巻き込まれること	5.7
18位	あてはまるものはない	3.7

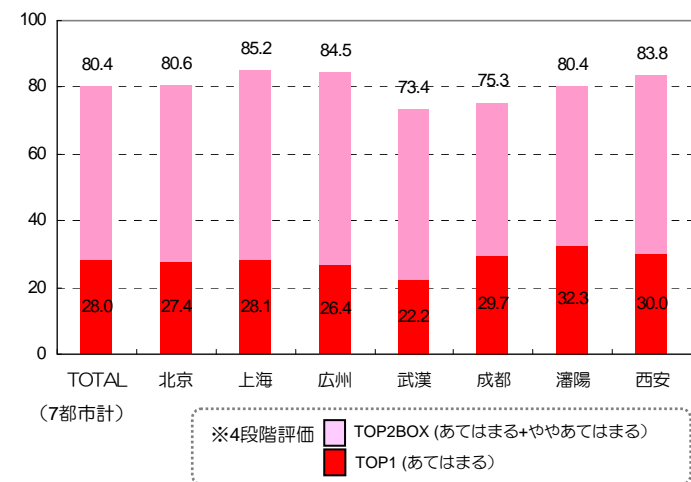
**Topic②: 子どもが欲しがるものは買ってあげる親が多い(8割)。  
おもちゃ購入時期は、「誕生日」「子どもの日(6/1)」「春節(旧正月)」。**

✓子どもの教育への意識が高い一方で、子ども関連の消費は親の方でブレーキをかけることは少なく、子どもの欲しがる商品は買ってあげることが多いという親が8割を占める。

✓おもちゃを買ってあげるタイミングとしては、誕生日、子どもの日(6/1)、春節(旧正月)で多く、さらに進級・進学、クリスマスでも2割以上の家庭でおもちゃを購入している。

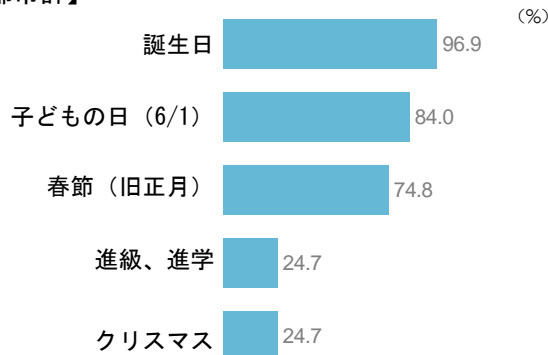
**子ども関連の消費意識 (4段階SA) ※0-12歳の子どもをもつ母親全体(N=2894)**

【子どもが欲しがる商品は、買ってあげることが多い】



**おもちゃの購入時期 (MA) ※0-12歳の子どもをもつ母親全体(N=2894)**

【7都市計】



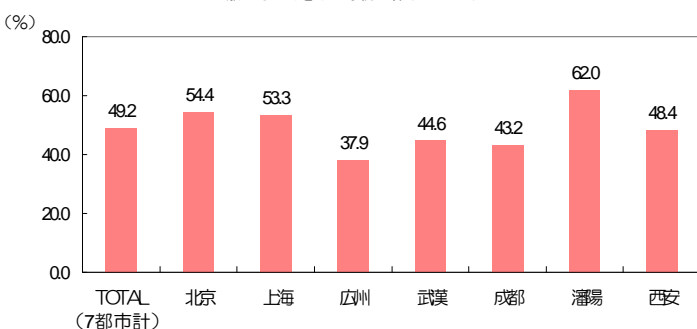
**Topic③: 子どもの習い事は5割が実施。「英会話」「学習塾」「絵画」がトップ3。**

✓0-12歳の子どもの約5割が何らかの習い事をしている。年齢が高くなるほど習い事をしている子どもは多くなり、10-12歳では7割を超える。

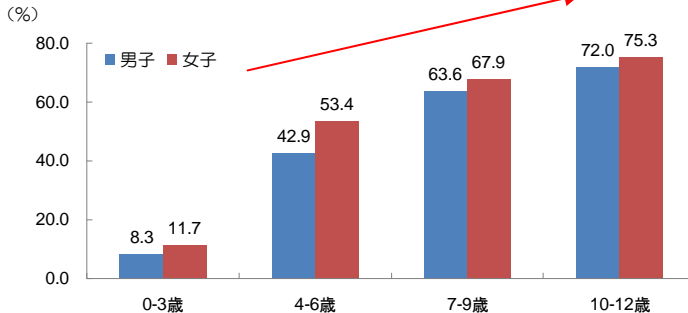
✓習い事の種類は、英会話や学習塾といった勉強関連が多い。地域別では北京・西安は「算数」、武漢・成都是「ダンス」を習っている子どもが多いのが特徴。

**習い事実施率**

【7都市別】 ※0-12歳の子どもをもつ母親全体(N=2894)



【子どもの性・年齢別】



**習い事の種類 (MA)**

【7都市別】 ※0-12歳の子どもをもつ母親全体(N=2894)

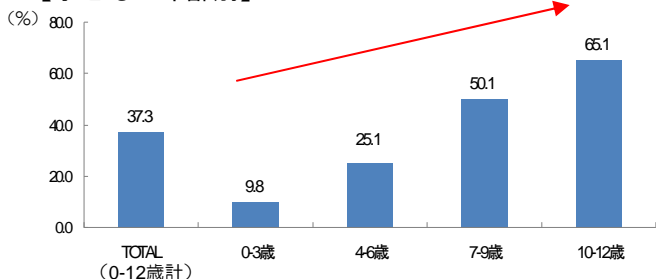
	TOTAL	北京	上海	広州	武漢	成都	瀋陽	西安	(%)
1位	英会話 27.5	英会話 37.4	英会話 30.3	学習塾 18.2	学習塾 20.7	英会話 18.5	英会話 51.0	英会話 32.3	
2位	学習塾 16.0	算数 12.5	学習塾 23.5	英会話 9.4	英会話 13.2	絵画 15.0	学習塾 18.7	学習塾 10.7	
3位	絵画 11.7	絵画 10.4	絵画 17.2	絵画 6.7	ダンス 11.0	ダンス 11.9	絵画 12.9	算数 15.1	

**Topic④：子どものインターネット利用は7歳以上で5割を超える。オンラインゲーム利用が多い。**

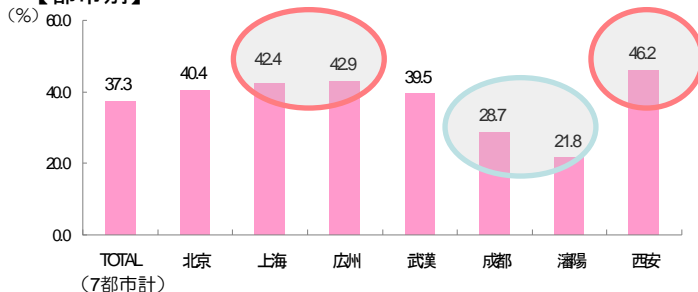
- ✓子どものインターネット利用率は全体で4割弱、年齢が高くなるほど利用率は高くなる（10-12歳で65%）。
- ✓都市別では、上海・広州・西安では4割を超えるが、成都・瀋陽での利用は2割超にとどまる。
- ✓利用内容を見ると、オンラインゲームが最も多く、7-9歳で35%、10-12歳で40%が利用している。

**インターネット利用率**

【子どもの年齢別】



【都市別】



**インターネット利用内容**

【子どもの年齢別】

	TOTAL	0-3歳	4-6歳	7-9歳	10-12歳
N数	2894	731	732	718	713
オンラインゲーム	23.6	3.4	16.5	34.8	40.4
チャット	13.3	3.4	4.2	16.7	29.3
好きなアニメやキャラクターサイトを見る	11.0	3.4	7.5	14.5	18.9
動画を見る	10.2	4.4	6.8	11.1	18.5
勉強関連のサイトを見る	9.4	1.1	2.9	11.8	22.2
情報を検索する	9.3	2.9	3.8	11.3	19.6
ニュースを見る	5.8	2.7	2.7	4.9	13.0
SNS	2.3	1.5	1.2	2.1	4.6
Eメール	1.9	0.8	0.7	2.1	3.9

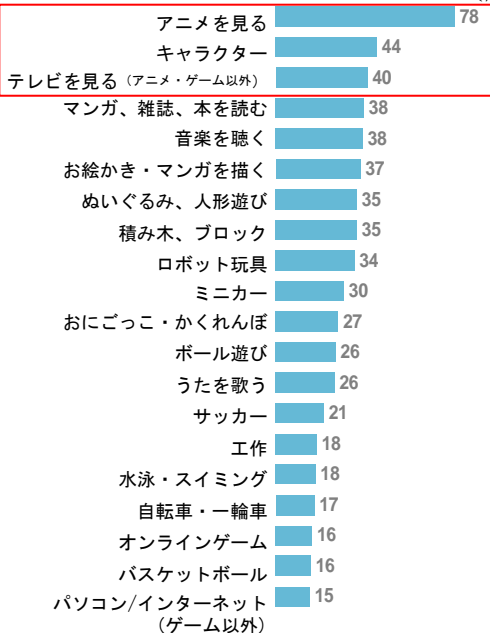
**Topic⑤：子どもの興味関心領域は、性年齢問わず「アニメ・キャラクター」に集中。**

- ✓子どもの興味関心事は、圧倒的に「アニメを見る」が多く全体の約8割が挙げている。次いで「キャラクター」「テレビを見る（アニメ・ゲーム以外）」が上位。
- ✓性年齢別でも「アニメを見る」がいずれもトップ。アニメ以外では、男子の4-9歳は「ロボット玩具」が上位で、10-12歳になると「サッカー・バスケットボール」や「オンラインゲーム」が上位に挙がる。女子の4-9歳は「ぬいぐるみ・人形遊び」「お絵かき」が上位で、10-12歳になると「音楽」や「パソコン」が上位に挙がる。

**子どもの興味関心事（好きなこと） (MA)**

【7都市計】 ※0-12歳子ども全体/上位20位

【子どもの年齢別】 ※各性年齢上位10位まで



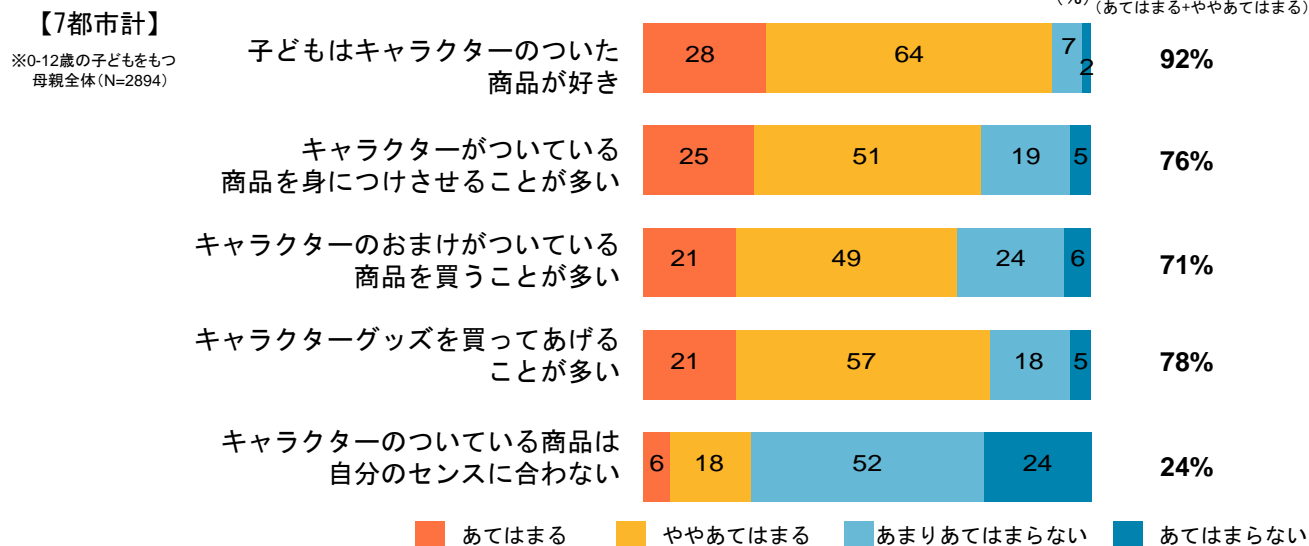
	男児0-3歳	男児4-6歳	男児7-9歳	男児10-12歳
1	アニメを見る 79.6	アニメを見る 85.5	アニメを見る 79.9	アニメを見る 68.0
2	ブロック 61.0	ロボット玩具 57.1	ロボット玩具 51.2	サッカー 49.3
3	ミニカー 48.9	キャラクター 51.5	テレビを見る (アニメ・ゲーム以外) 46.6	テレビを見る (アニメ・ゲーム以外) 46.2
4	キャラクター 45.4	ミニカー 51.3	ミニカー 46.3	ロボット玩具 40.2
5	ロボット玩具 44.4	ブロック 48.7	キャラクター 43.0	マンガ、雑誌、本を読む 39.4
6	音楽を聴く 39.0	マンガ、雑誌、本を読む 43.7	サッカー 43.0	バスケットボール 38.8
7	ボール遊び 38.7	ボール遊び 42.3	マンガ、雑誌、本を読む 39.9	ミニカー 38.2
8	おにごっこ・かくれんぼ 31.5	お絵かき・マンガを描く 42.1	ボール遊び 36.6	キャラクター 36.3
9	マンガ、雑誌、本を読む 29.3	テレビを見る (アニメ・ゲーム以外) 41.2	お絵かき・マンガを描く 30.0	オンラインゲーム 33.7
10	ぬいぐるみ、人形遊び 28.8	おにごっこ・かくれんぼ 34.8	バスケットボール 29.5	パソコン/インターネット (ゲーム以外) 30.0

	女児0-3歳	女児4-6歳	女児7-9歳	女児10-12歳
1	アニメを見る 77.4	アニメを見る 88.2	アニメを見る 78.9	アニメを見る 67.2
2	ぬいぐるみ、人形遊び 65.5	ぬいぐるみ、人形遊び 64.6	ぬいぐるみ、人形遊び 56.6	音楽を聴く 56.9
3	ブロック 56.8	キャラクター 55.5	お絵かき・マンガを描く 51.3	テレビを見る (アニメ・ゲーム以外) 48.9
4	音楽を聴く 44.0	お絵かき・マンガを描く 53.9	テレビを見る (アニメ・ゲーム以外) 46.5	マンガ、雑誌、本を読む 43.3
5	キャラクター 40.4	マンガ、雑誌、本を読む 42.9	音楽を聴く 45.1	お絵かき・マンガを描く 43.1
6	マンガ、雑誌、本を読む 29.5	音楽を聴く 42.6	キャラクター 44.2	ぬいぐるみ、人形遊び 42.8
7	おにごっこ・かくれんぼ 29.2	ブロック 42.1	うたを歌う 41.7	うたを歌う 41.1
8	ロボット玩具 27.6	テレビを見る (アニメ・ゲーム以外) 39.4	マンガ、雑誌、本を読む 39.4	キャラクター 36.9
9	テレビを見る (アニメ・ゲーム以外) 25.6	うたを歌う 38.1	工作 31.0	パソコン/インターネット (ゲーム以外) 29.2
10	ダンス・踊り・お遊戯等 25.3	おにごっこ・かくれんぼ 37.3	おにごっこ・かくれんぼ 27.6	工作 26.9

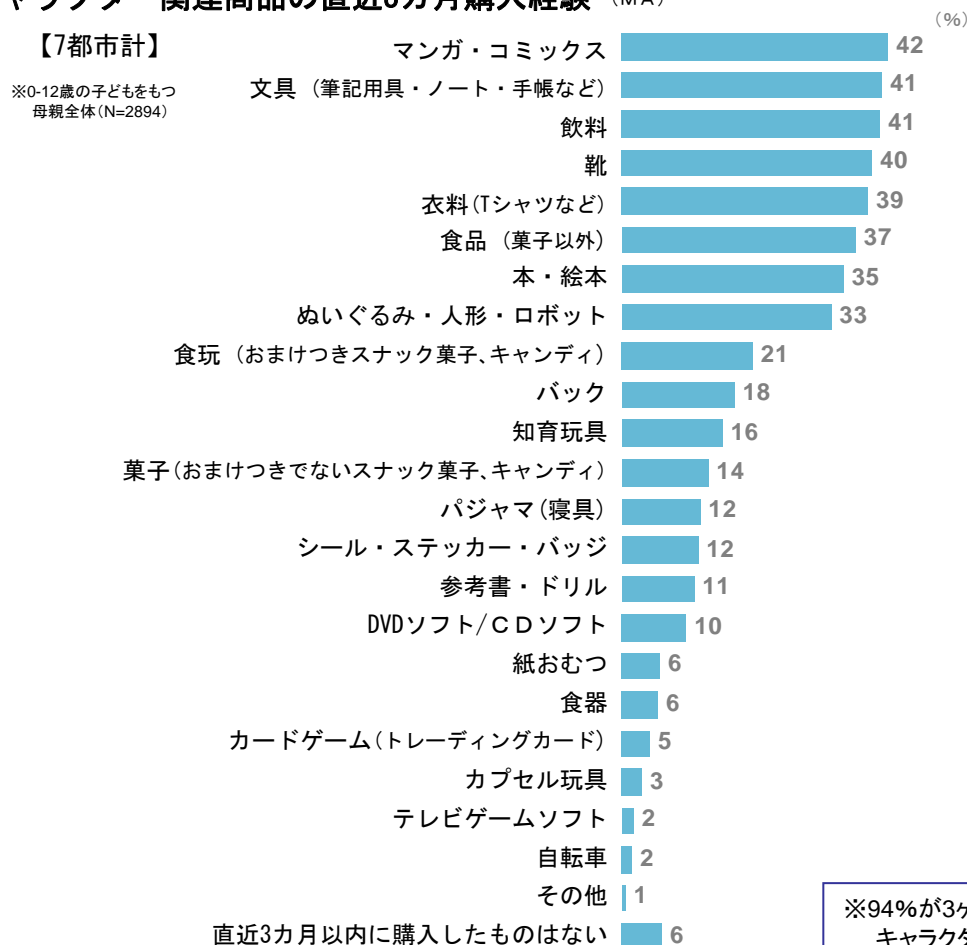
**Topic⑥ : キャラクター商品は子どもだけでなく母親も許容。9割超が何らかの商品を購入。**

- ✓キャラクター商品が好きな子どもは9割、キャラクターグッズを買ってあげることが多いという母親も8割近くおり、全体的にキャラクター商品に対する許容度は親子共に高い。
- ✓9割以上が、3ヶ月以内に何らかのキャラクター商品を購入しており、マンガ、文具、飲料、衣料など多岐にわたり購入しているのが特徴。

**■キャラクター商品についての意識・態度**



**■キャラクター関連商品の直近3カ月購入経験 (MA)**



※94%が3ヶ月以内に何らかのキャラクター商品を購入