

報道関係各位

平成25年 1月21日
株式会社 クロス・マーケティング
(東証マザーズ3629)
株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント

中国4大都市中間層、格差拡大の一方『自分の暮らしは良くなっている』と思う！

「収入に余裕度あり」の上海・成都・北京消費者、厳しさが増す広州消費者

－「中国4大都市・中間層の正体を探る」調査シリーズ①：中国人中間層の価値観・生活者マインド－

株式会社クロス・マーケティング（所在地：東京都中央区、代表取締役社長：五十嵐幹 以下、クロス・マーケティング）と、株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント（所在地：東京都中央区、代表取締役：桑田瑞松 以下、R&D）は、2012年11月に中国の4都市（北京/上海/広州/成都）で20～49歳のミドル収入層男女（世帯月収：5,000～7,999円）を対象に、共同で調査を実施いたしました。

■調査背景・目的

最近、中国経済の減速・停滞を懸念する声が聞かれますが、今回の調査では、中国という「国」や「産業」単位ではなく、大都市に住む「中国人中間層生活者」に、個人の生活価値観や生活意識、買い物行動などを尋ね、「都市別」「性・年齢別」にその実態を明らかにしました。

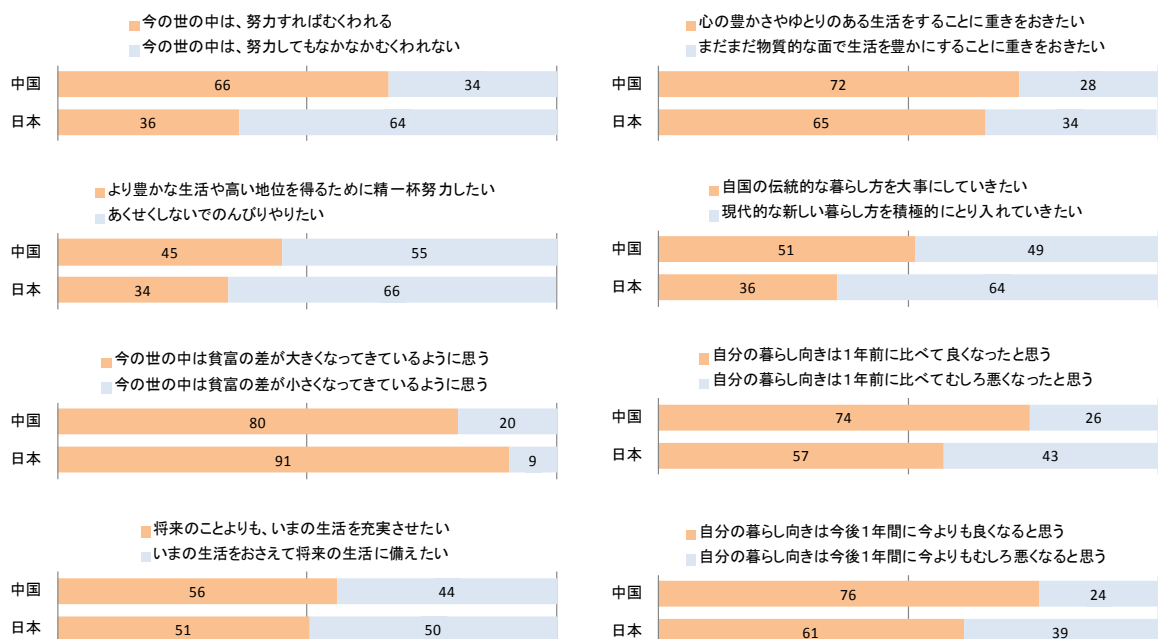
※一部の調査内容は、R&Dが毎年10月に東京首都圏で実施している『CORE』調査を基に、日中比較を試みました。

■調査結果

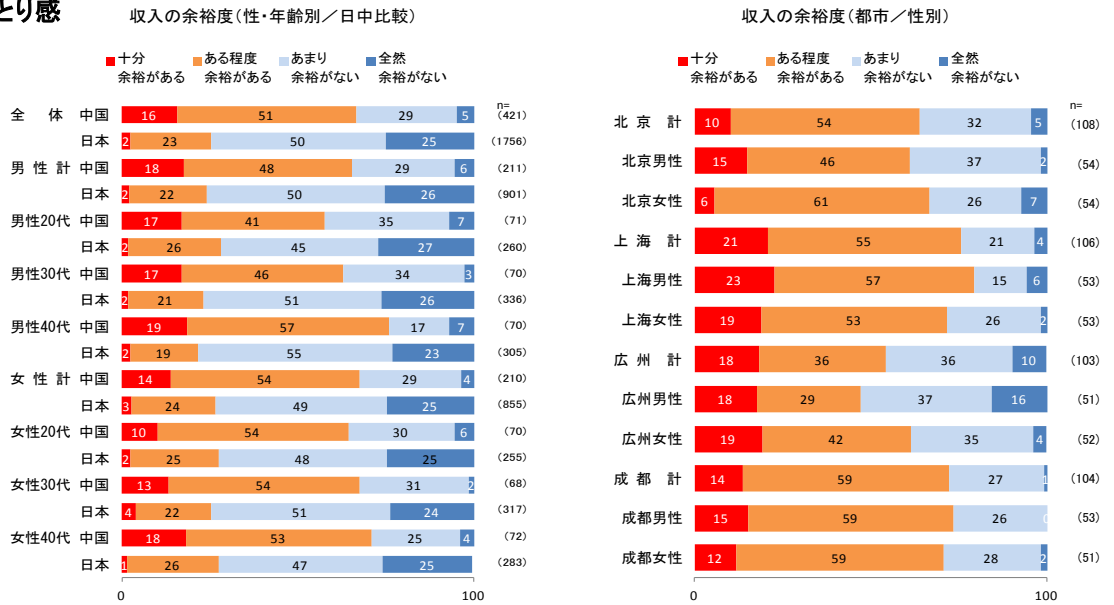
- ✓「格差は拡大している」という意識は強いが、“景気は良くなる”“世の中は進歩している”といった意識を持ち、「努力すれば報われる」というポジティブな価値観が強い中国人。＜図1＞
- ✓日本と比較して圧倒的に高い中国消費者の収入余裕感。
中でも収入の余裕感が相対的に高い上海・成都消費者。＜図2＞
- ✓「親戚や近所の人達との付き合いを大事にしていきたい広州消費者」「節約意識が強く、生活を合理化して自分の時間をつくりたい広州女性消費者」。＜図3＞
- ✓生活領域別の満足度は、すべての生活領域で中国消費者の回答が日本の回答結果を上回る。＜図4＞

◆自主調査レポートの続きはこちら⇒ <http://www.cross-m.co.jp/report/china20130121/>

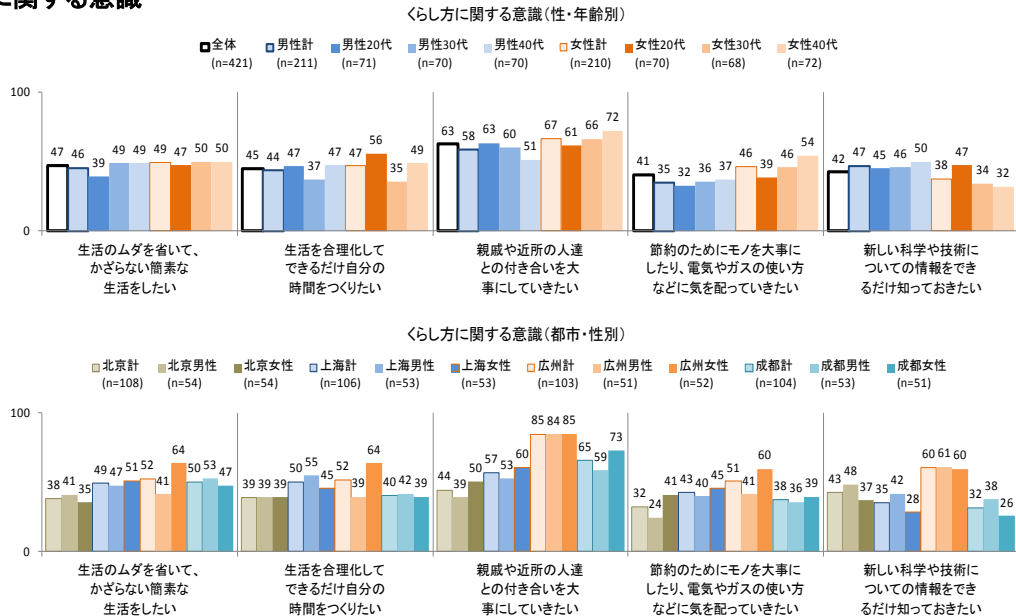
<図1> 生活価値観



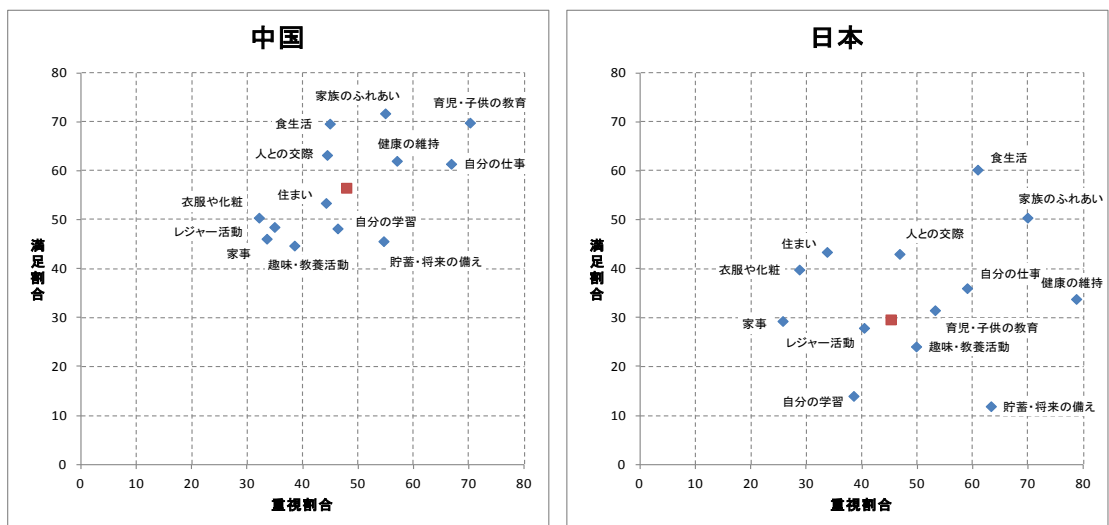
＜図2＞ 収入のゆとり感



＜図3＞ 暮らし方に関する意識



＜図4＞ 生活領域別の重視度・満足度の差異



■調査概要

調査手法：“街頭リクルートによる1対1の面接調査と自記入調査の併用”実施

調査対象：中国4都市（北京/上海/広州/成都）20～49歳のミドル収入層男女（世帯月収：5,000～7,999元）
各都市約100名

調査期間：2012年11月22（金）～2012年11月24（日）

有効回答サンプル数：421サンプル

※一部の調査内容はR&Dが毎年10月に首都40km圏で留置法で実施している『CORE』調査を基に日中比較した。

クロス・マーケティングとR&Dでは、今後「中国4大都市・中間層の正体を探る」調査として、三本立てシリーズで順次発表してまいります。

シリーズ①：中国人中間層の価値観・生活者マインド（今回）

シリーズ②：中国人中間層のライフスタイルと消費意識/態度

シリーズ③：ITデバイスの普及・利用状況と買物時に重視する情報源

■会社概要■

会社名：株式会社クロス・マーケティング（東証マザーズ：3629）

所在地：〒104-0061 東京都中央区銀座8丁目15番2号

代表者：代表取締役社長 五十嵐 幹

資本金：272,330千円

設立：2003年4月1日

URL：<http://www.cross-m.co.jp/>

事業内容：リサーチ事業、ITソリューション事業

会社名：株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント

所在地：〒103-0013 東京都中央区日本橋人形町1丁目4番10号

代表者：代表取締役 桑田 瑞松

資本金：30,000千円

設立：1968年1月17日

URL：<http://www.rad.co.jp>

事業内容：マーケティング・リサーチの企画設計、実施及びコンサルティング
経営・マーケティング活動の評価及びコンサルティング

■本資料に関するお問い合わせ先■

株式会社クロス・マーケティング 広報担当 大島

TEL:03-3549-0328

e-mail:pr-cm@cross-m.co.jp

株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント リサーチ&ソリューション部 野口 / 販促担当 小林

TEL:03-5642-7711(代表)

e-mail:radnews@rad.co.jp

《引用・転載時のクレジット表記のお願い》

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

＜例＞「クロス・マーケティングとリサーチ・アンド・ディベロプメントが実施した調査によると・・・」