

調査概要

1) 調査の目的

21世紀に入り、情報化、消費化が進んでいる日本では、高校生たちはどのような消費意識をもち、そしてどのような消費行動をとっているかを把握する。グローバル時代のいま、日本、アメリカ、中国、韓国の高校生の消費意識と消費行動にどのような異同があるかを把握する。

2) 調査方法

調査の時期、サンプルの数、調査方法などは下表のとおりである。

	日本	アメリカ	中国	韓国
実施時期	2007年10月～11月	2007年10月～11月	2007年10月～11月	2007年10月～11月
調査学校の数	12校	12校	30校	22校
調査地域	青森県 石川県 長野県 山梨県 東京都 神奈川県 静岡県 香川県 岡山県 広島県	Oklahoma Missouri Illinois Oregon New Mexico North Carolina Idaho Wisconsin Washington	北京市 広東省(広州市、仏山市) 遼寧省(瀋陽市、丹東市) 四川省(成都市、綿陽市) 甘肅省(蘭州市、白銀市)	ソウル 京畿道 忠清道 全羅道 慶尚道
調査方法	集団質問紙法	集団質問紙法	集団質問紙法	集団質問紙法
サンプル数	1388票	1005票	1537票	1465票

3) 調査の協力機関

中国青少年研究中心、韓国青少年開発院

4) 調査内容

- ・小遣いについての（金額や使い方など）
- ・消費をめぐる家族関係と友人関係
- ・ブランドや流行意識
- ・環境や食の安全意識
- ・消費行動
- ・金銭感覚

5) 調査対象者の属性

調査対象者の属性は下表のとおりである。

		日本	米国	中国	韓国
性別	1. 男	49.6	48.8	43.7	51.2
	2. 女	50.4	51.1	56.3	48.8
	無回答	0.0	0.1	0.0	0.0
学年	1. 高1 (米国: 9th)	33.6	20.4	33.8	50.3
	2. 高2 (米国: 10th)	35.4	15.1	33.0	49.7
	3. 高3 (米国: 11th)	31.0	29.3	33.2	0.0
	(米国: 12th)	-	35.2	-	-
学校種類	1. 普通科	55.4	95.7	63.4	70.0
	2. 職業科	25.9	0.0	36.6	30.0
	3. 総合科	18.7	4.3	-	-
公私立	1. 国公立	71.9	94.7	69.8	100.0
	2. 私立	28.1	5.3	30.2	0.0
一緒に住む人 (複数選択)	1. 父親	84.4	59.2	71.0	88.0
	2. 母親	94.8	82.6	75.5	90.2
	3. 兄弟姉妹	80.3	59.6	27.5	79.2
	4. 祖父母	27.7	6.4	14.9	11.3
	5. 親戚	1.4	3.9	5.7	2.8
	6. 学校の寮	2.2	7.3	33.4	1.0
	7. その他	1.2	6.3	3.4	2.3
	無回答	0.1	0.3	0.6	0.0
総 数(人)		1388	1005	1537	1465

6) 調査概要

小遣いについて

- ・「親から定期的に小遣いをもらっている」日本 56.1%、米国 21.4%、中国 34.8%、韓国 44.3%
- ・「家事の手伝いで小遣いをもらったことがある」日本 53.2%、米国 51.9%、中国 26.3%、韓国 36.9%
- ・小遣いなどの金額

小遣いやお年玉、貯金の金額の平均値

	日本	米国	中国	韓国
一ヶ月に自由に使えるお金の額	10,250 円	178 ドル	229 元	69,928 ウォン
希望する一ヶ月の小遣いの金額	14,910 円	152 ドル	300 元	100,571 ウォン
一ヶ月で使う小遣いの金額	7,210 円	138 ドル	185 元	58,184 ウォン
今年もらったお年玉の金額	35,020 円	143 ドル	1062 元	123,113 ウォン
現在の貯金額	148,850 円	1168 ドル	2217 元	517,673 ウォン

(2007年11月15日の為替レート：1ドル=112円、1元=15円、100ウォン=12円)

・小遣いの使途

日本：「外食代」「洋服やアクセサリ」「小説や雑誌、マンガなど」「おやつ代」

アメリカ：「洋服やアクセサリ」「外食代」「おやつ代」「音楽や映画」

中国：「おやつ代」「外食代」「勉強書籍や用具」「趣味用品」

韓国：「おやつ代」「洋服やアクセサリ」「カラオケ、ゲームセンター、ネットカフェなど」

消費をめぐる家族関係

「親はいつも節約精神が大切という」日本 48.6%、米国 78.1%、中国 85.6%、韓国 82.0%

「親は私の小遣いの使い道を聞く」日本 23.6%、米国 34.3%、中国 50.2%、韓国 58.6%

(「全くそう」+「どちらかといえばそう」の合計)

所持品

- ・「携帯電話を持っている」日本 96.5%、韓国 86.1%、アメリカ 79.6%、中国 63.4%。
- ・「パソコンをもっている」日本 21.0%、米国 60.7%、中国 43.3%、韓国 41.2%。

買物の選択基準

日本：「デザインや色」「自分に合う」「値段が安い」

米国と中国：「デザインや色」「自分に合う」「品質がよい」がベスト3

韓国：「自分に合う」「デザインや色」

偽ブランドや海賊版のものを買ったことがあるか

- ・「偽ブランド品を買ったことがある」日本 12.8%、米国 27.4%、中国 28.2%、韓国 33.7%
- ・「海賊版の本を買ったことがある」日本 1.9%、米国 5.6%、中国 37.2%、韓国 2.3%
- ・「海賊版の音楽や映画CD、DVDを買ったことがある」日本 7.4%、米国 48.2%、中国 49.4%、韓国 11.1%

ブランドや流行についての意識

- ・「私はテレビ、雑誌、新聞の広告に影響されるほうだ」日本 56.5%、米国 33.5%、中国 32.6%、韓国 45.9%
- ・「最新流行のファッションを一度はしてみたいほうだ」日本 58.8%、米国 44.9%、中国 41.3%、韓国 42.2%
- ・「気に入るものであれば、値段が高くても買うほうだ」日本 51.1%、米国 46.3%、中国 34.7%、韓国 42.0%
- ・「自分はクールな(かっこいい)ほうだと思う」日本 12.9%、米国 67.9%、中国 40.3%、韓国 35.2%

食の安全についての意識

- ・「食品を買う時に安全性などを心配したことがある」日本 16.6%、米国 18.8%、中国 29.7%、韓国 19.5%
- ・「食品を買う時に安全性などをチェックして買うほうだ」日本 13.0%、米国 17.5%、中国 41.6%、韓国 19.9%（「全くそう」と答えた比率）