自主調査結果のご案内

～第2回 ライフスタイル定点調査～

合同会社 サーベイマイ

2011年12月

調査概要

対象国：中国
対象者条件：20-49歳の中国に住んでいる一般男女
質問数：20問
回収数：N=530
調査期間：2011年11月4日-9日
調査実施主体：合同会社サーベイマイ

※第1回調査期間：2011年4月27-29日
　前回回収したサンプルのうち、20-40代について一部設問について比較。

©2011 Surveymy G.K.. All Rights Reserved

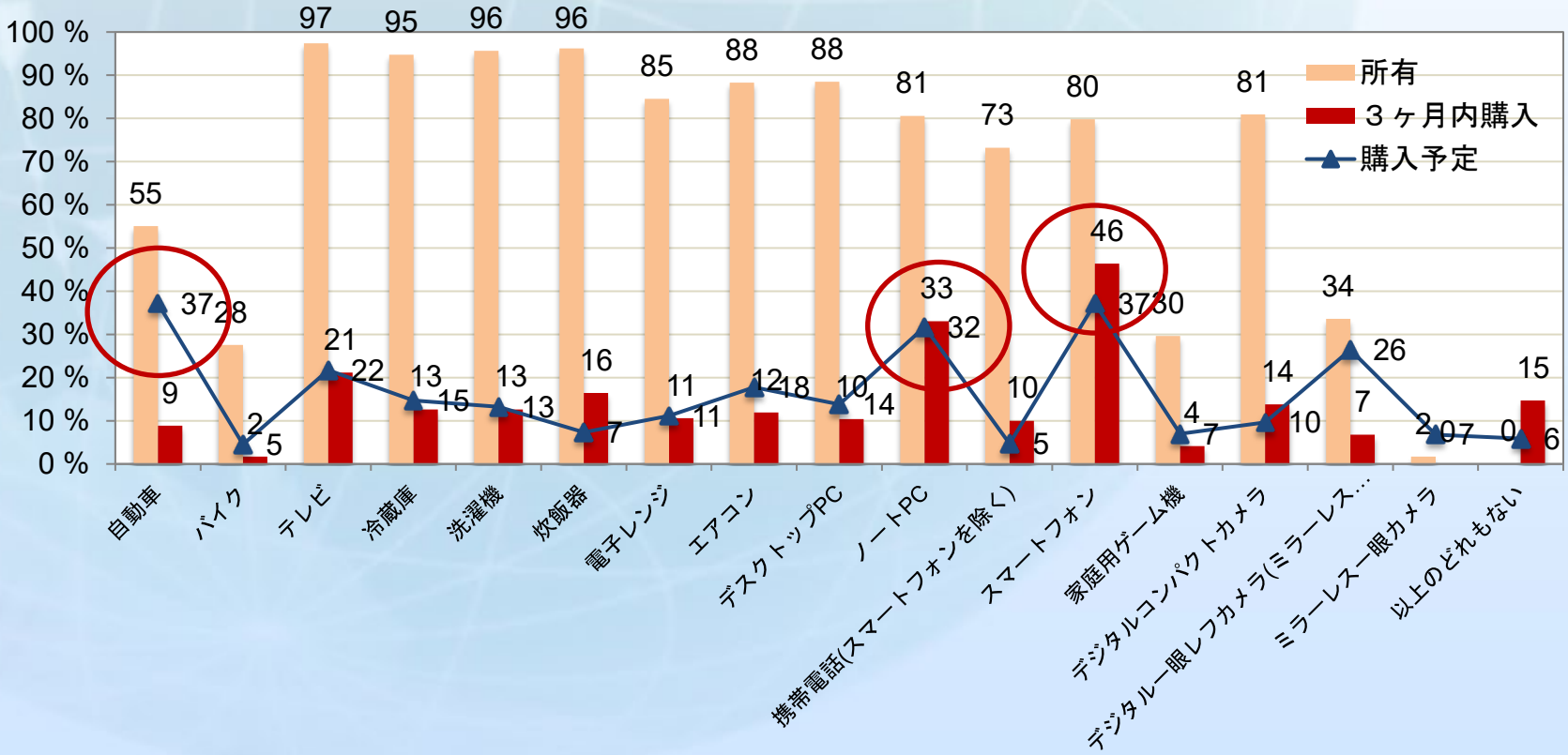
製品保有状況

スマホ、ノートPC、デジカメのIT機器に加え車の購入意向が高い。

Q 以下の商品カテゴリーの中で、あなたのご家庭で現在所有している物をお答えください。(MA)

Q またその中で3カ月以内に購入した物をお答えください。(MA)

Q 以下の商品カテゴリーの中で、あなたのご家庭で今後半年以内に購入する予定のものをお答えください。(MA)

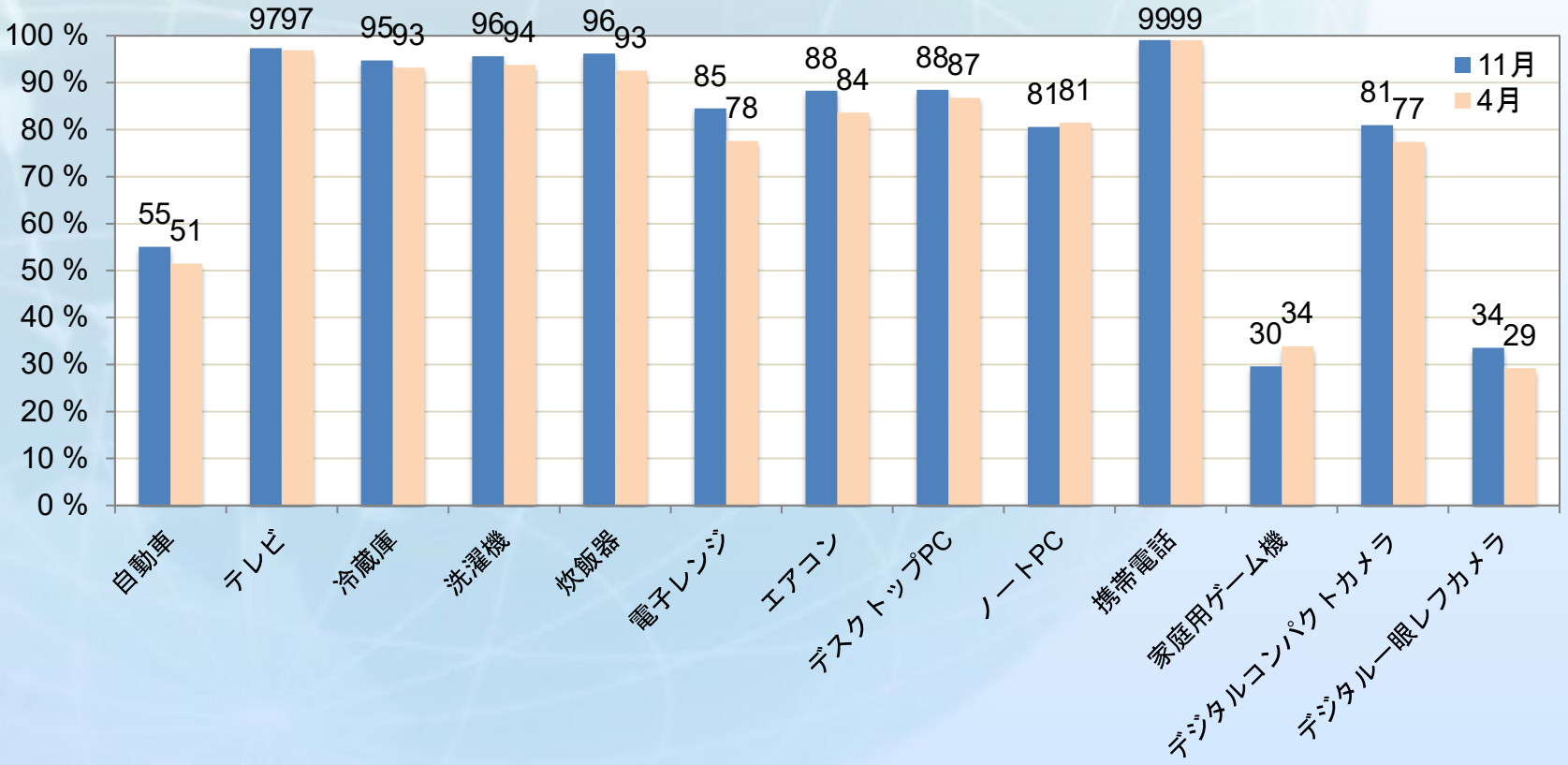


©2011 Surveymy G.K.. All Rights Reserved

製品保有状況(時系列比較)

保有状況に前回調査との大きな差は無い。

Q 以下の商品カテゴリーの中で、あなたのご家庭で現在所有している物をお答えください。(MA)

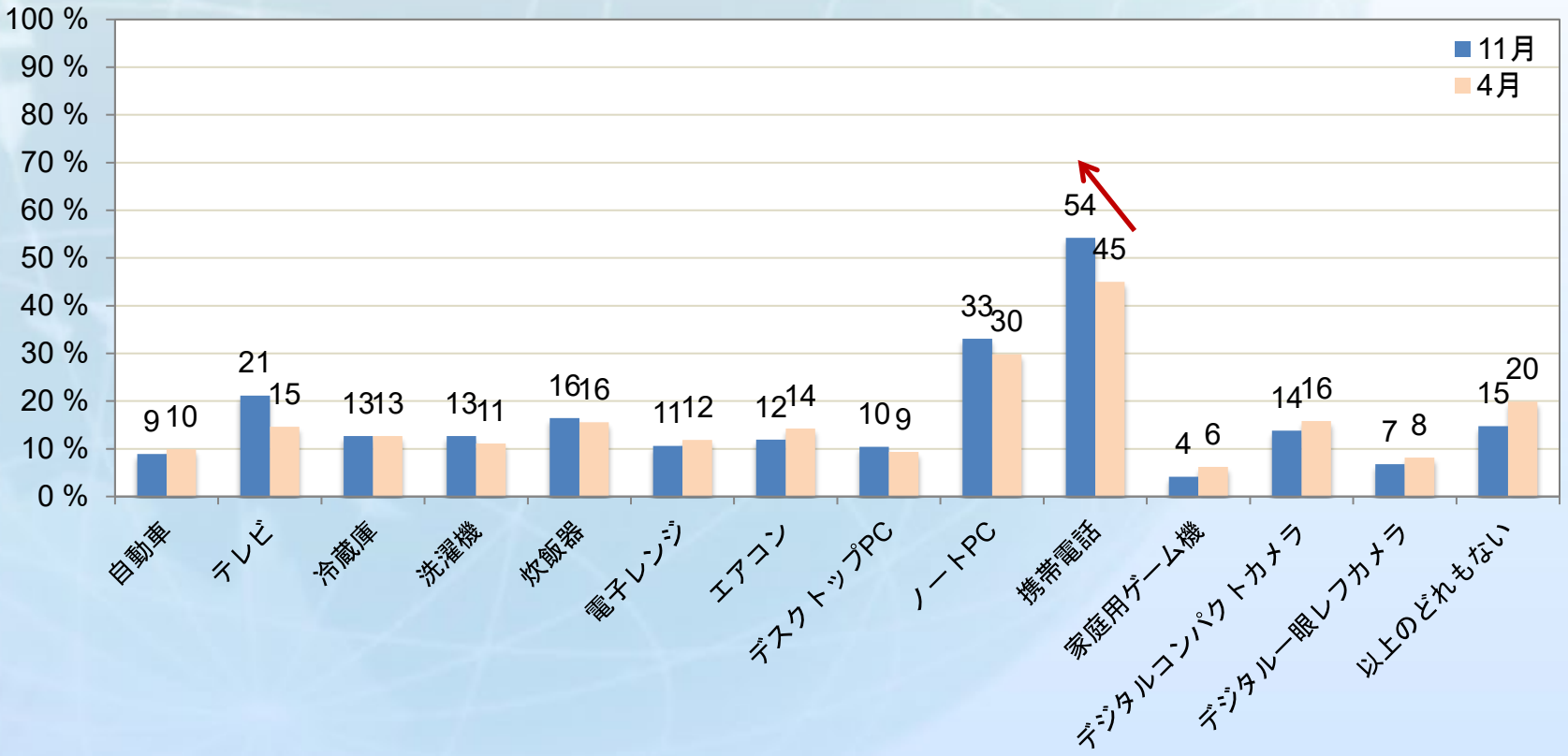


©2011 Surveymy G.K.. All Rights Reserved

製品保有状況(時系列比較)

3ヶ月内購入では、携帯電話が若干増えている。

Q またその中で3カ月以内に購入した物をお答えください。(MA)

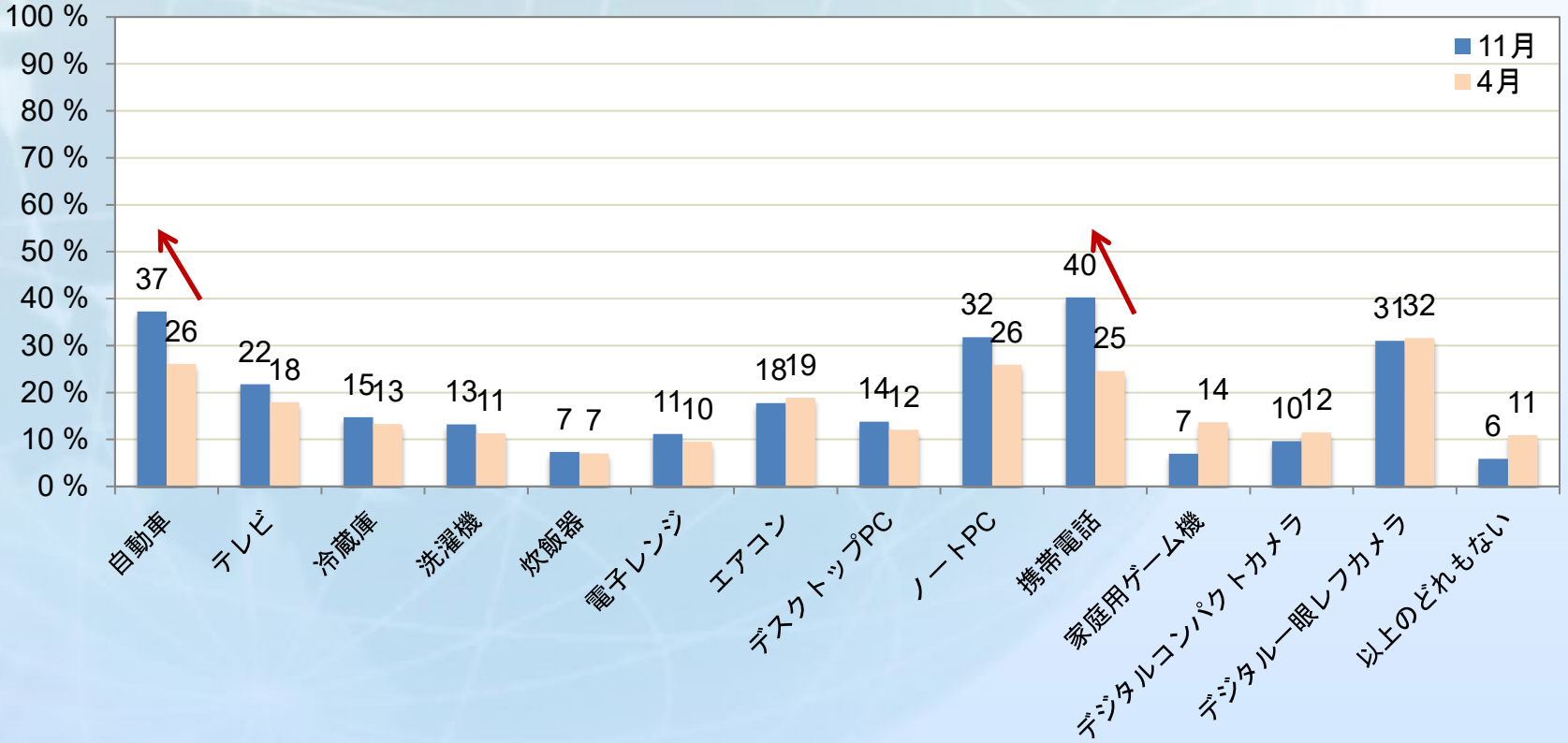


©2011 Surveymy G.K.. All Rights Reserved

製品保有状況(時系列比較)

購入意向では、携帯電話と自動車が上昇している。

Q 以下の商品カテゴリーの中で、あなたのご家庭で今後半年以内に購入する予定のものをお答えください。(MA)

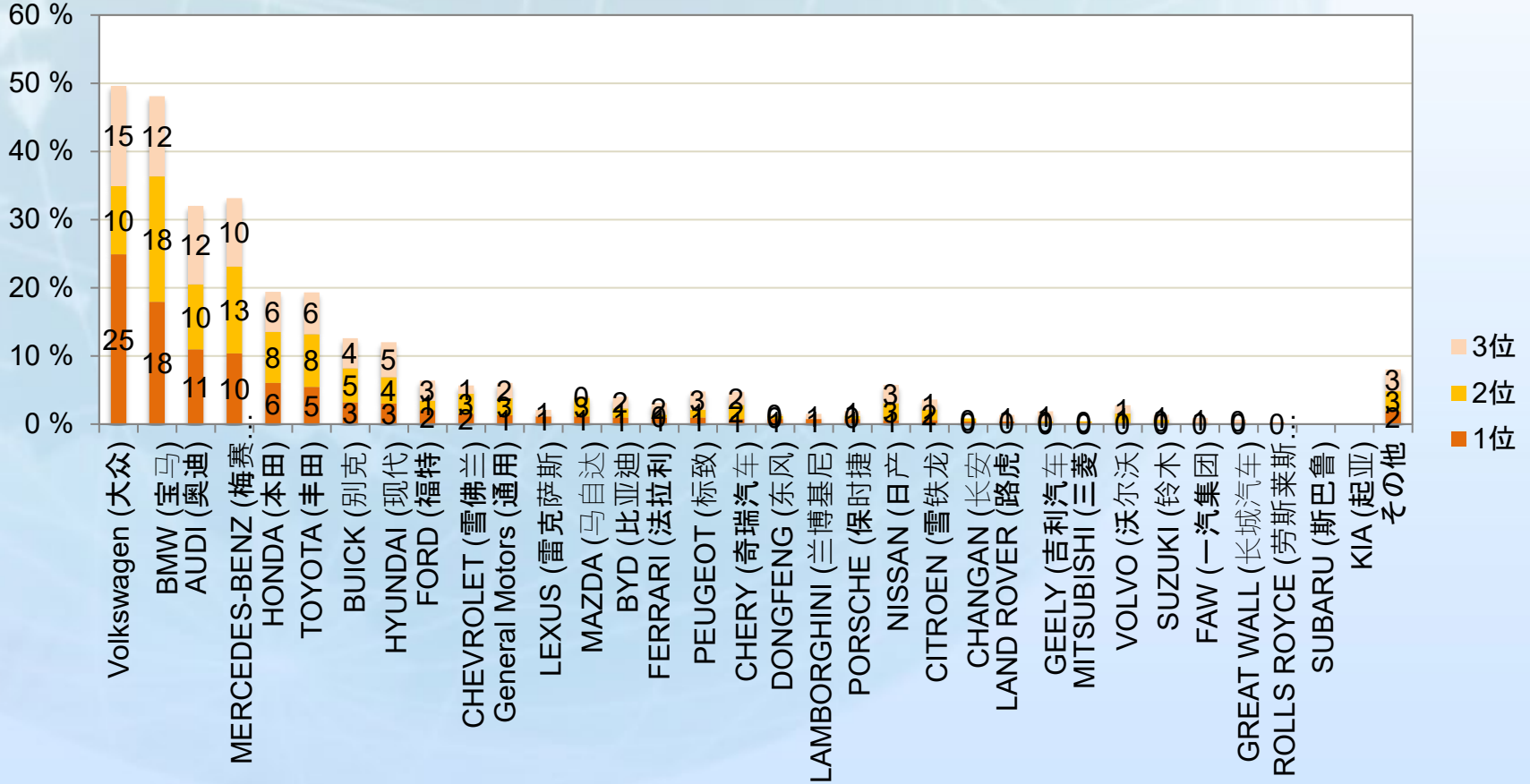


©2011 Surveymy G.K.. All Rights Reserved

想起自動車ブランド

最も想起されるのはVW。次いでBMW、AUDI、MBといった高級ブランド。

Q 自動車のブランドで思い浮かぶものを3つまでお答えください。(OA⇒AC)

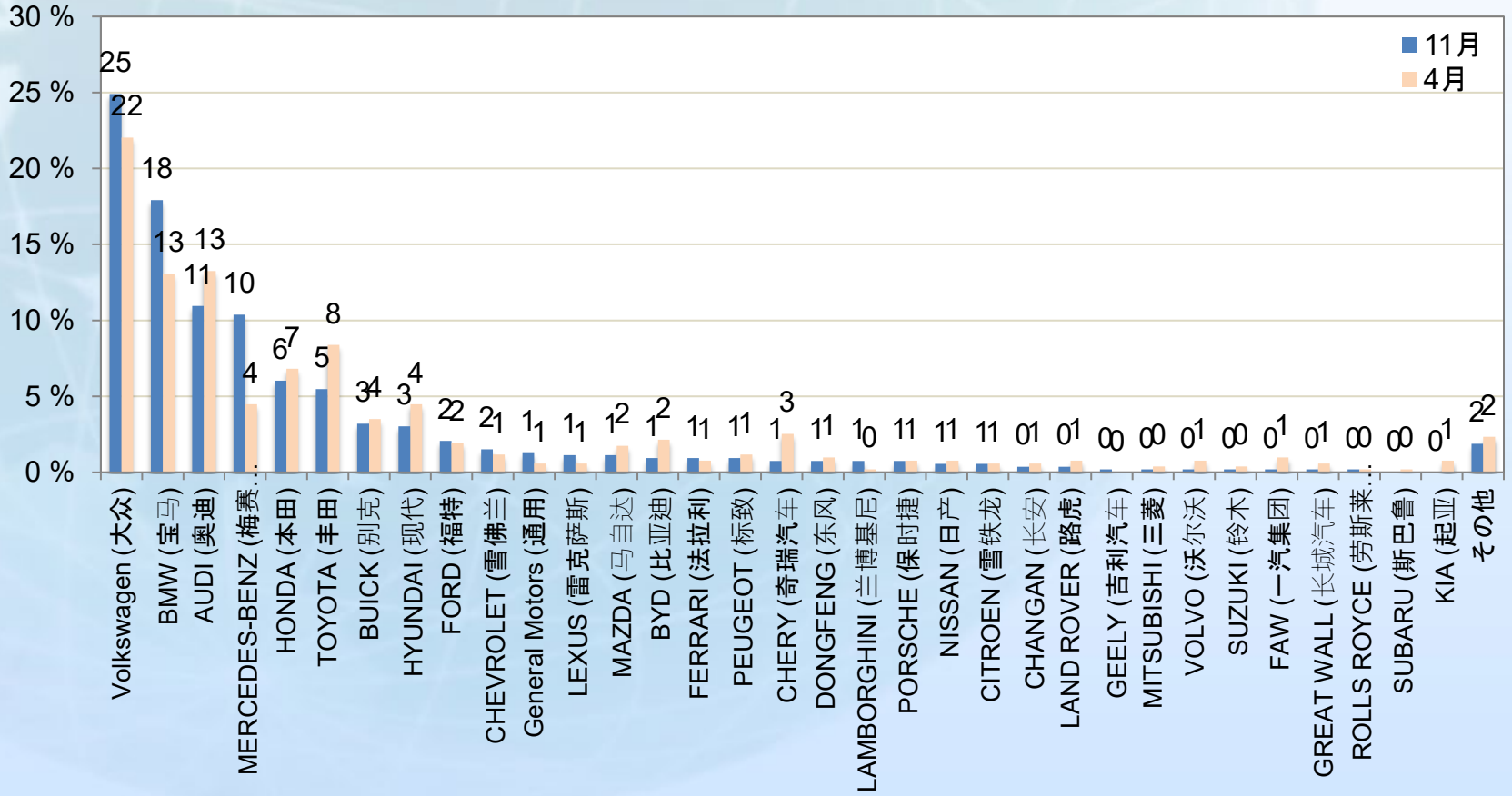


©2011 Surveymy G.K.. All Rights Reserved

想起自動車ブランド（1位想起、時系列比較）

1位想起の前回比較では大きな変動はない。

Q 自動車のブランドで思い浮かぶものをお答えください。（OA⇒AC）



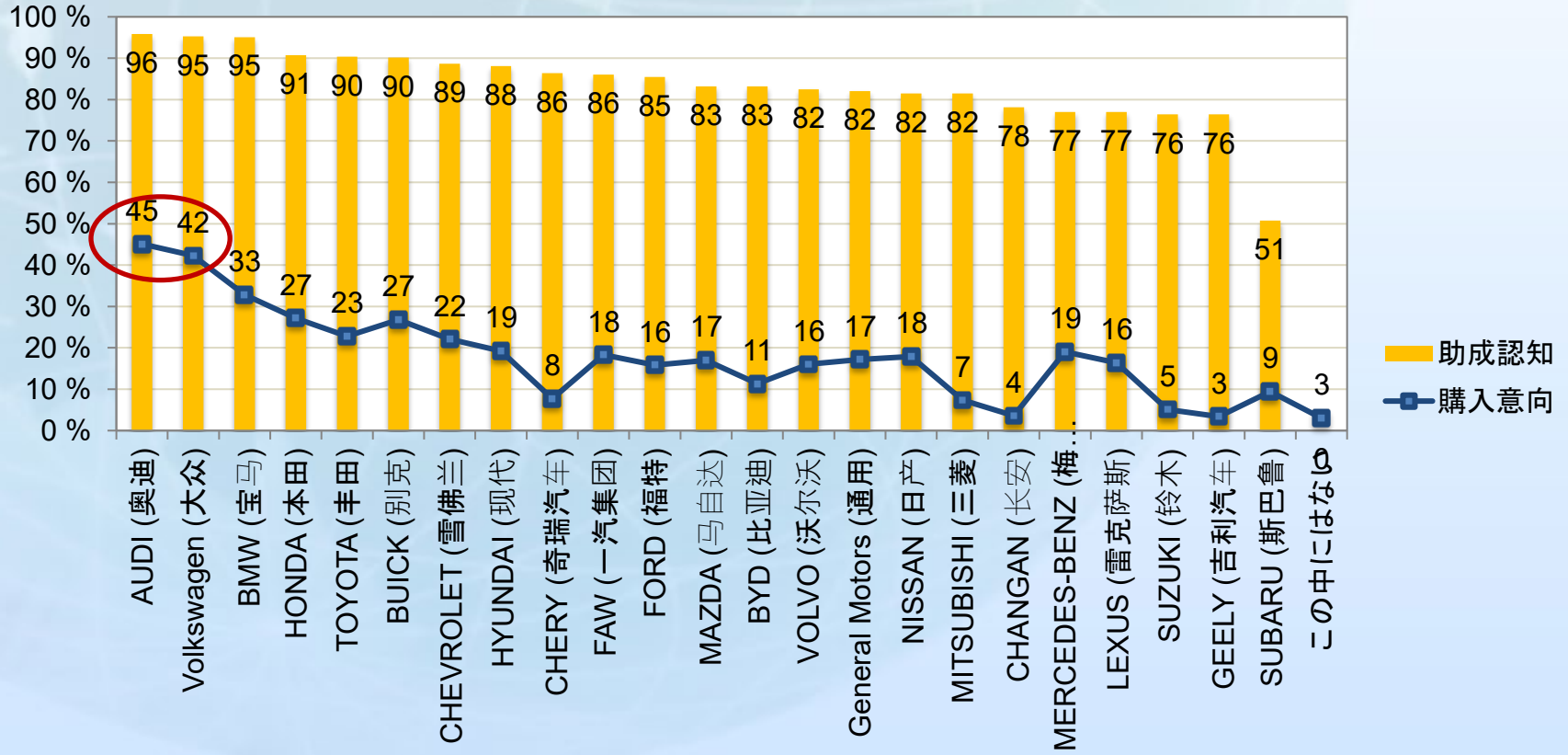
©2011 Surveymy G.K.. All Rights Reserved

認知&意向自動車ブランド

提示ブランドの多くが3/4以上に認知されている。
購入意向の高いのはAUDIとVW。

Q 以下の自動車ブランドで、ご存じのものをお答えください。(MA)

Q それでは以下の自動車ブランドで、購入したいものをお答えください。(MA)

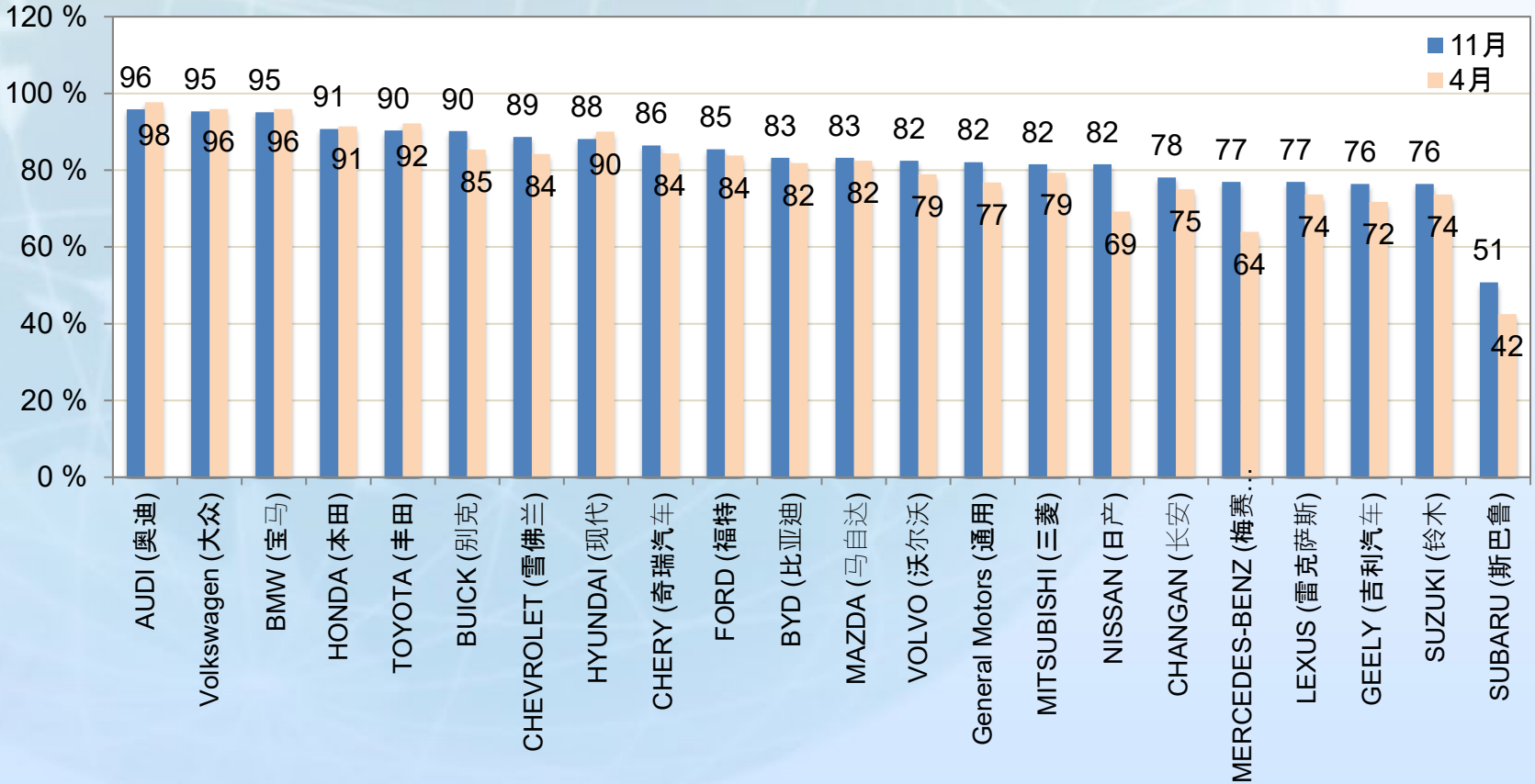


©2011 Surveymy G.K.. All Rights Reserved

認知自動車ブランド（時系列比較）

前回調査との大きな差は無い。

Q 以下の自動車ブランドで、ご存じのものをお答えください。（MA）

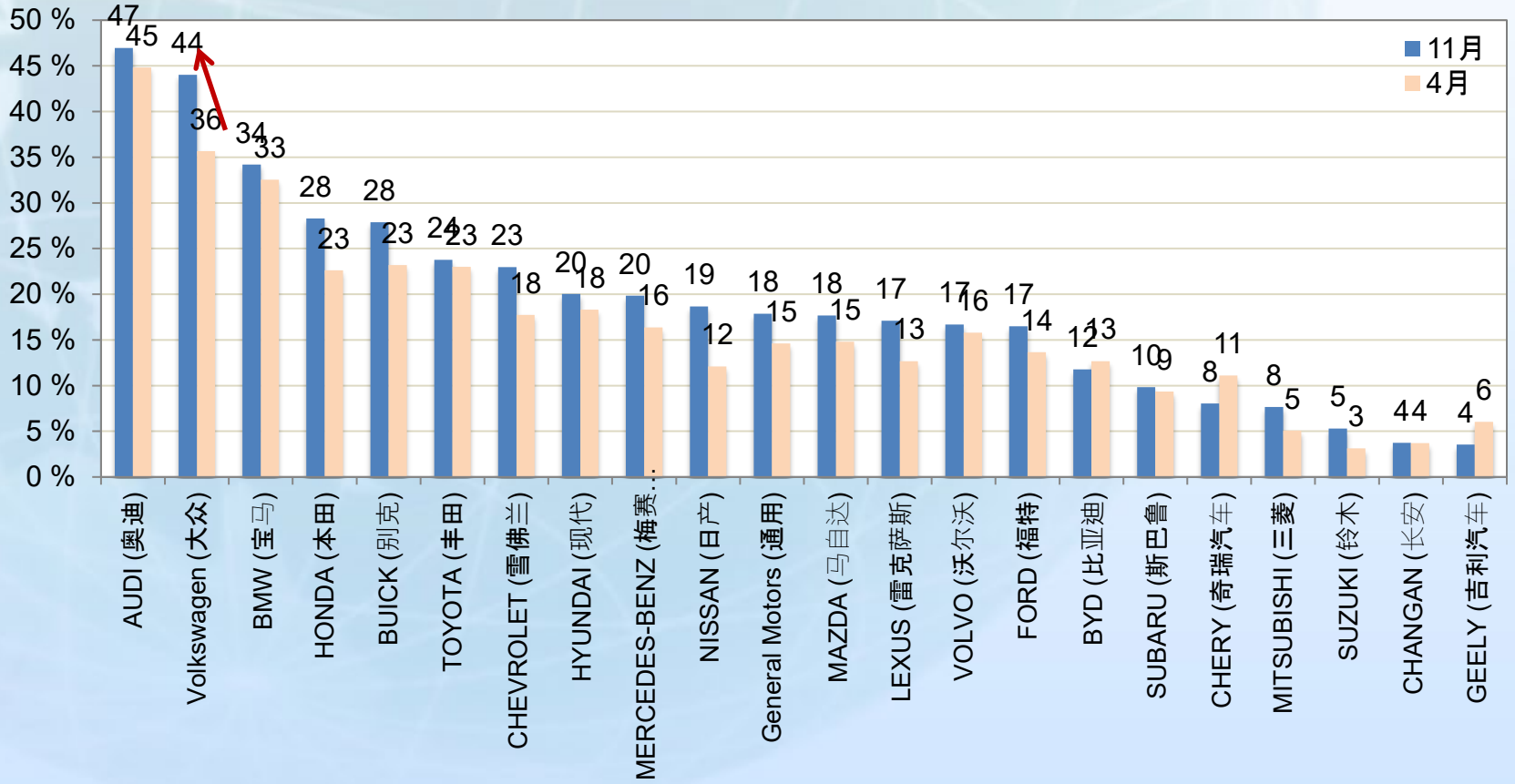


©2011 Surveymy G.K.. All Rights Reserved

購入意向自動車ブランド（時系列比較）

VWの購入意向が8ポイント伸び、AUDIに迫っている。

Q それでは以下の自動車ブランドで、購入したいものをお答えください。（MA）

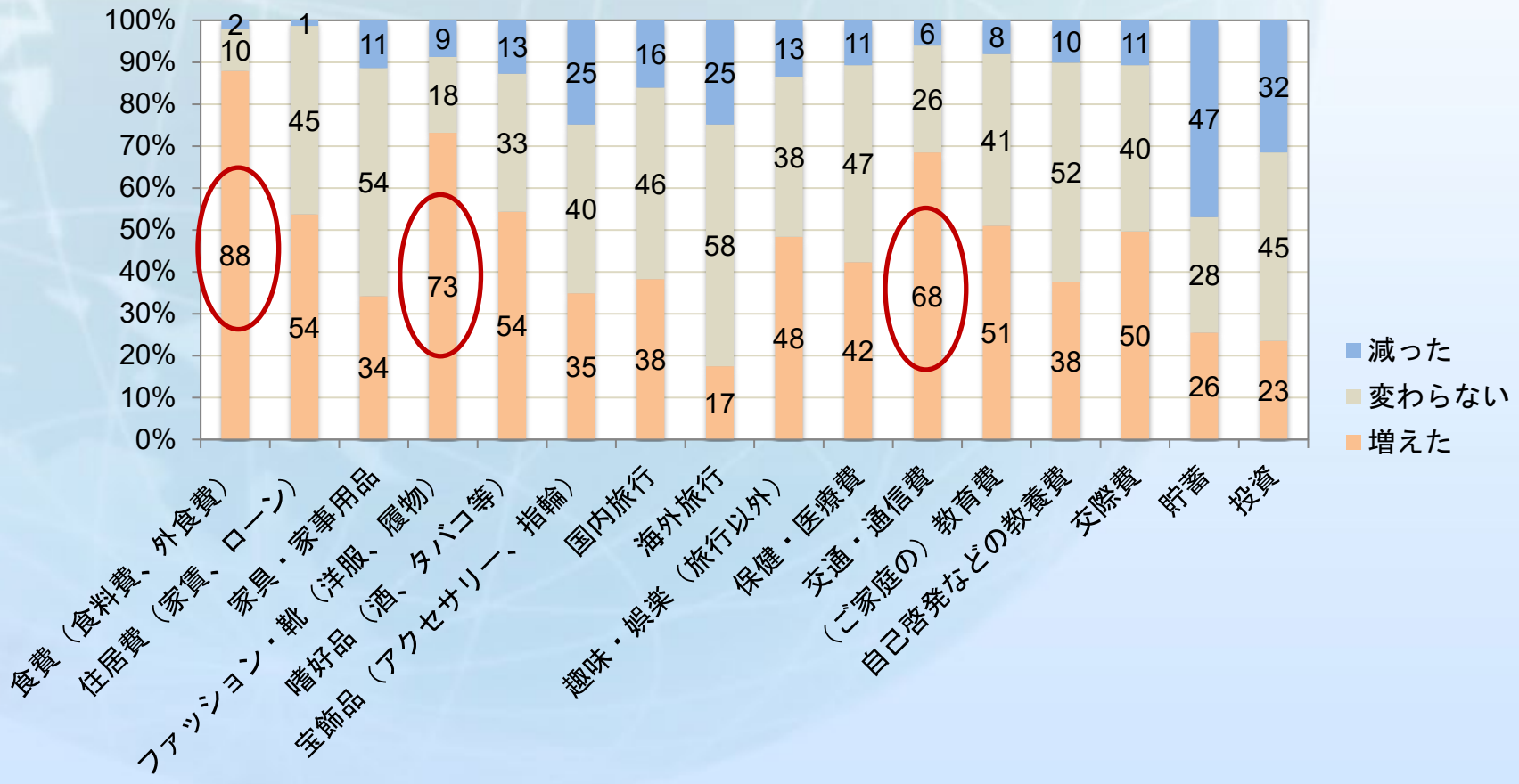


©2011 Surveymy G.K.. All Rights Reserved

支出増減（前年比）

**「食費」、「衣料費」、「交通・通信費」が増加している人が多く、
一方で「貯蓄」に回す金額は減少している人が多い。**

Q 次にあげる費用のうち、昨年と比べ支出の増減についてお答えください。（各SA）

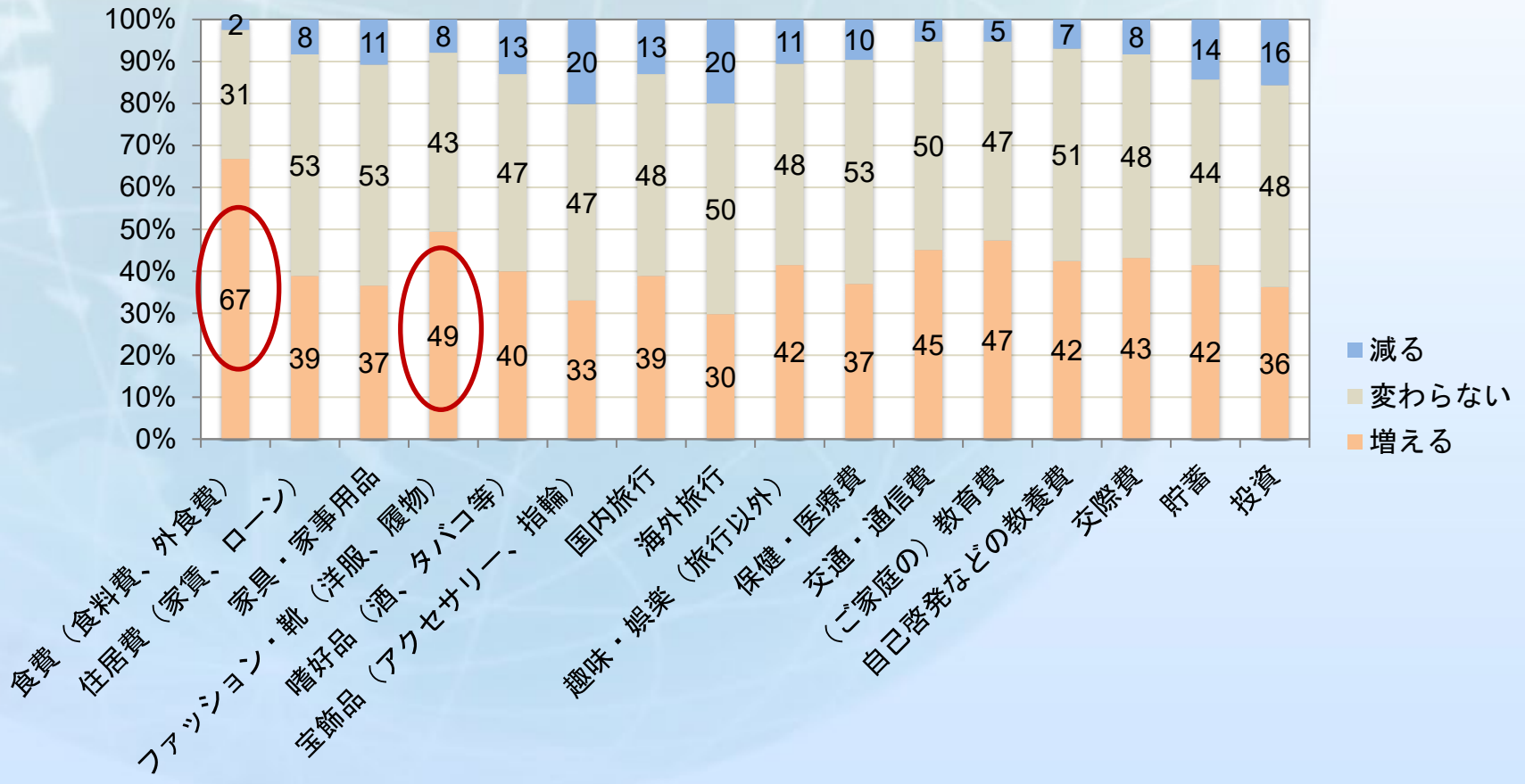


©2011 Surveymy G.K.. All Rights Reserved

支出増減（来年の意向）

食費、衣料費を増やすとする人が多い。

Q それでは次にあげる費用のうち、来年の支出の増減についてお答えください。（各SA）



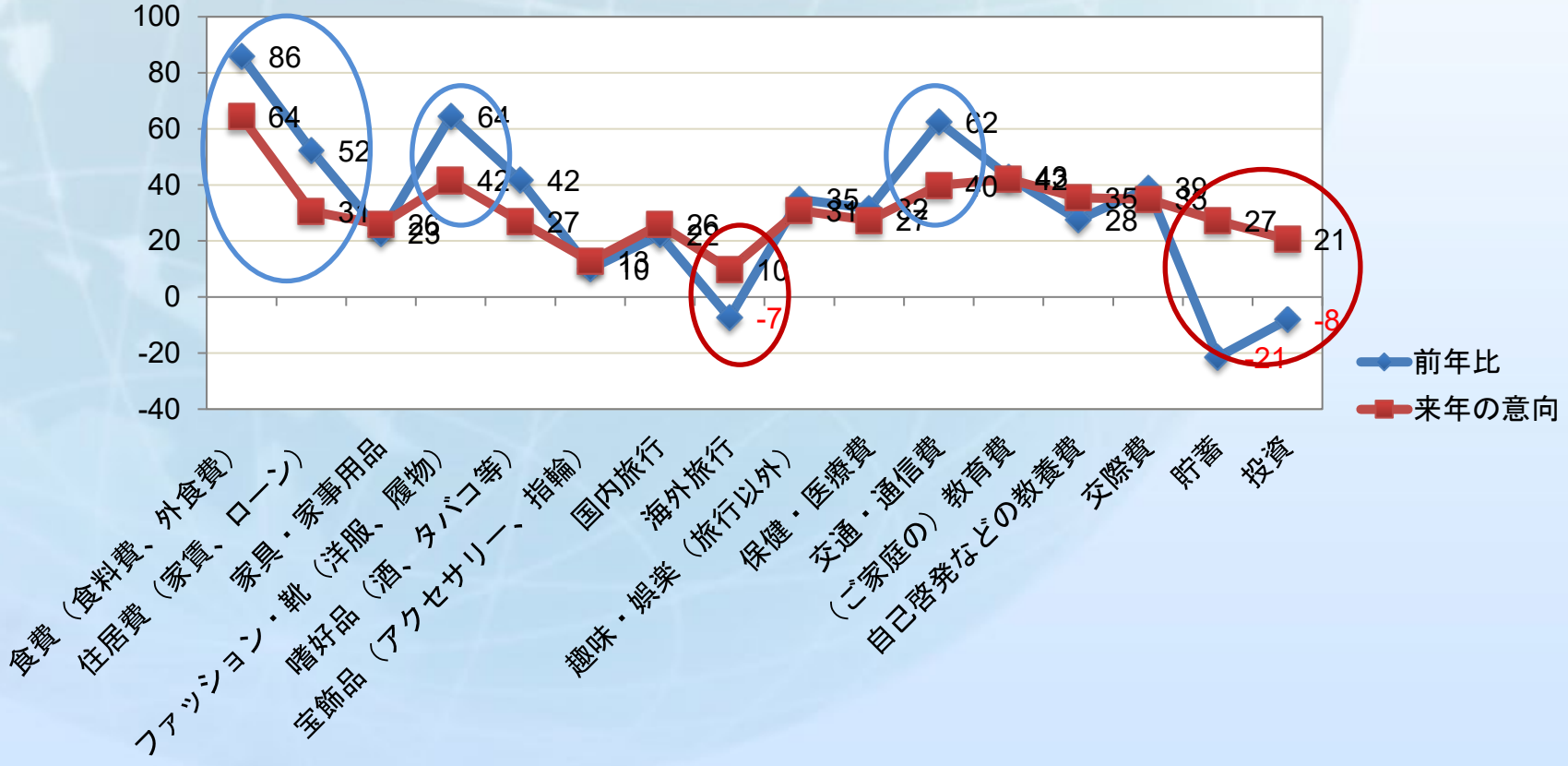
©2011 Surveymy G.K.. All Rights Reserved

支出増減指数(＝「増やす」−「減らす」)

貯蓄、投資を増やしたいという意向が高まっている。

Q 次にあげる費用のうち、昨年と比べ支出の増減についてお答えください。(各SA)

Q それでは次にあげる費用のうち、来年の支出の増減についてお答えください。(各SA)

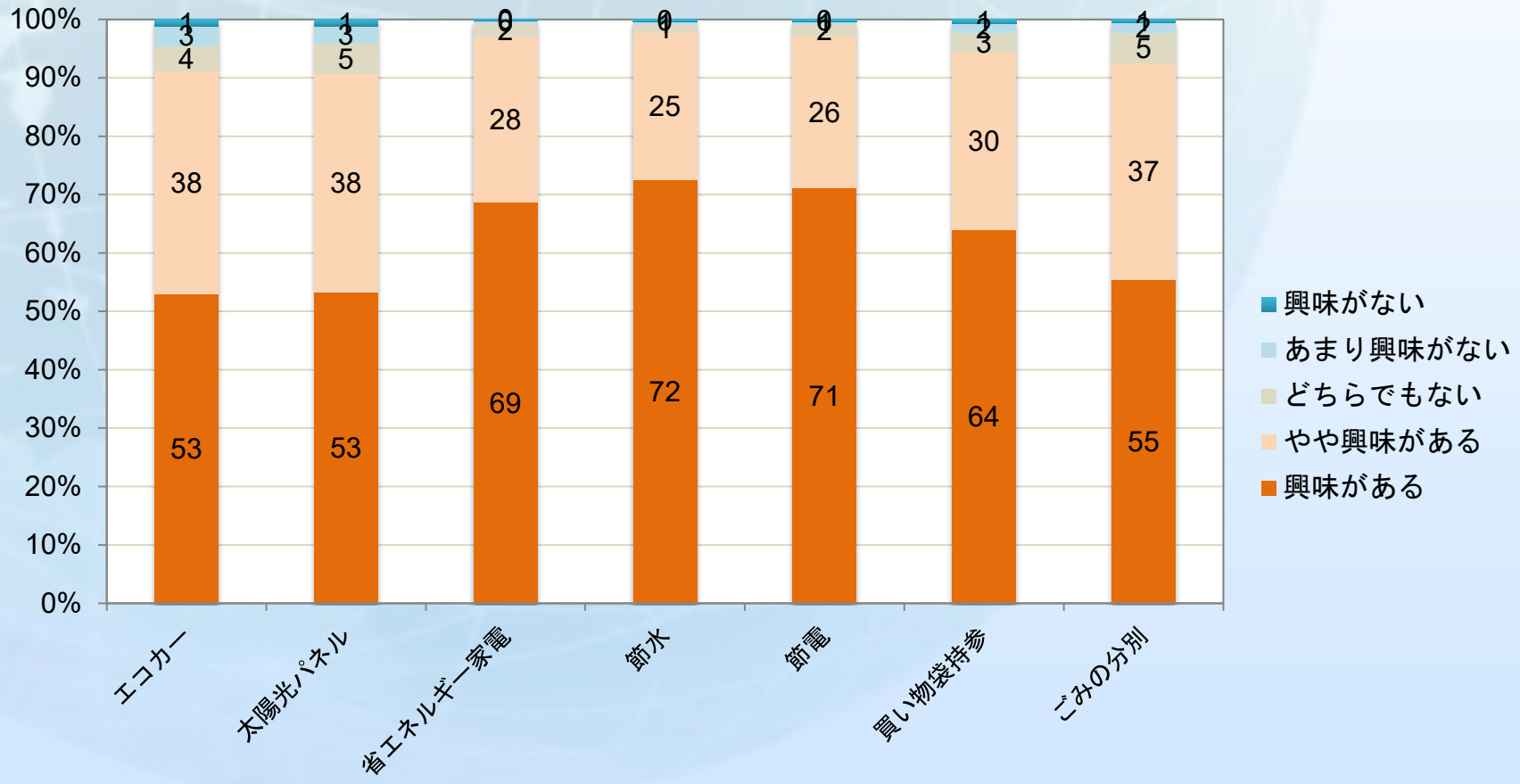


©2011 Surveymy G.K.. All Rights Reserved

エコ消費意識1

大部分の人が、エコ的な消費に関心を寄せている。

Q あなたは以下の項目についてどの程度あてはまるかお知らせください。(各SA)

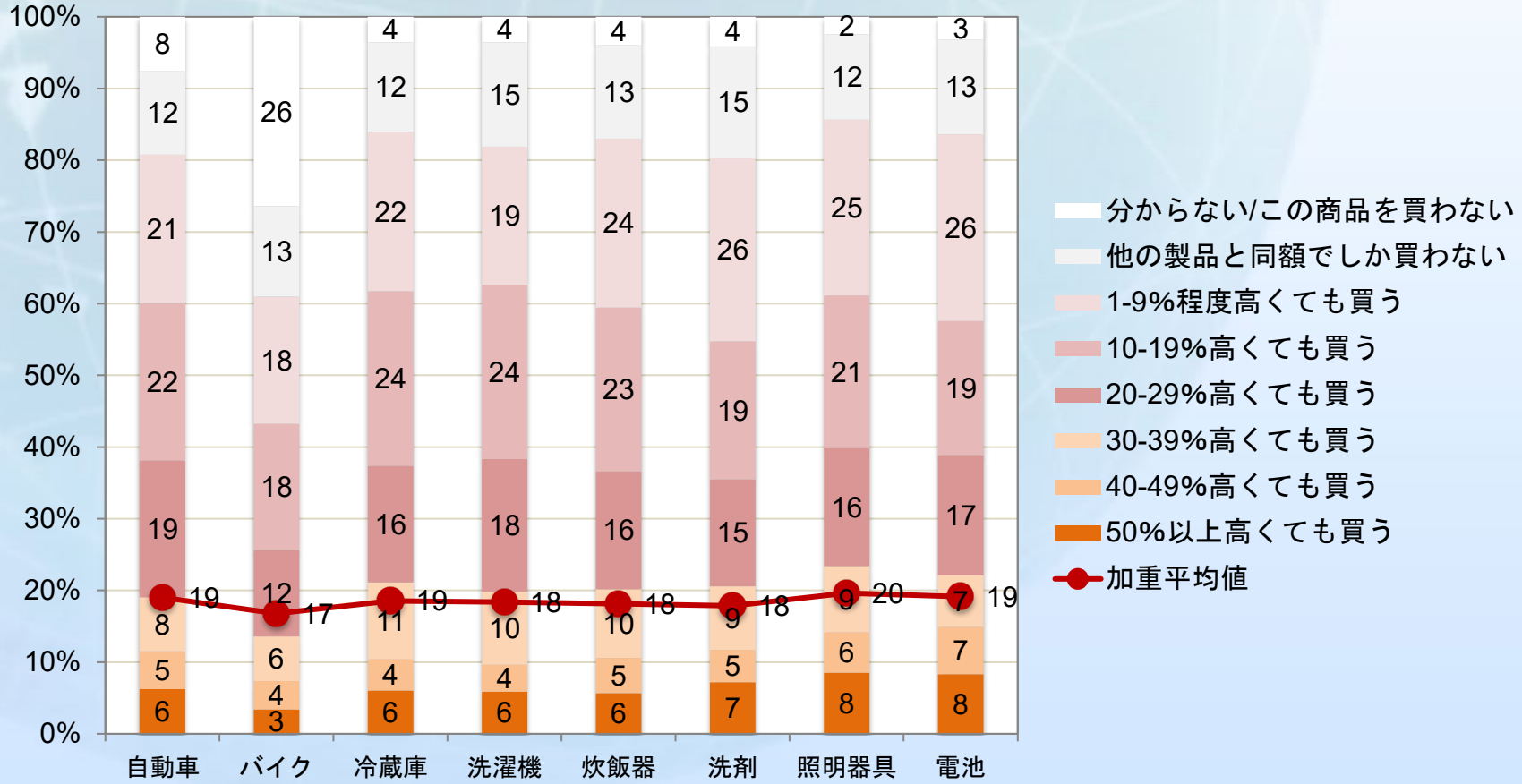


©2011 Surveymy G.K.. All Rights Reserved

エコ消費意識2

エコ商品に対して3割以上の価格プレミアムを認める人は2割程度。
価格プレミアムの平均は＋20%程度。

Q 環境に配慮した製品とにそうでないものに対して、あなたはどの程度まで許容して購入しますか。(各SA)



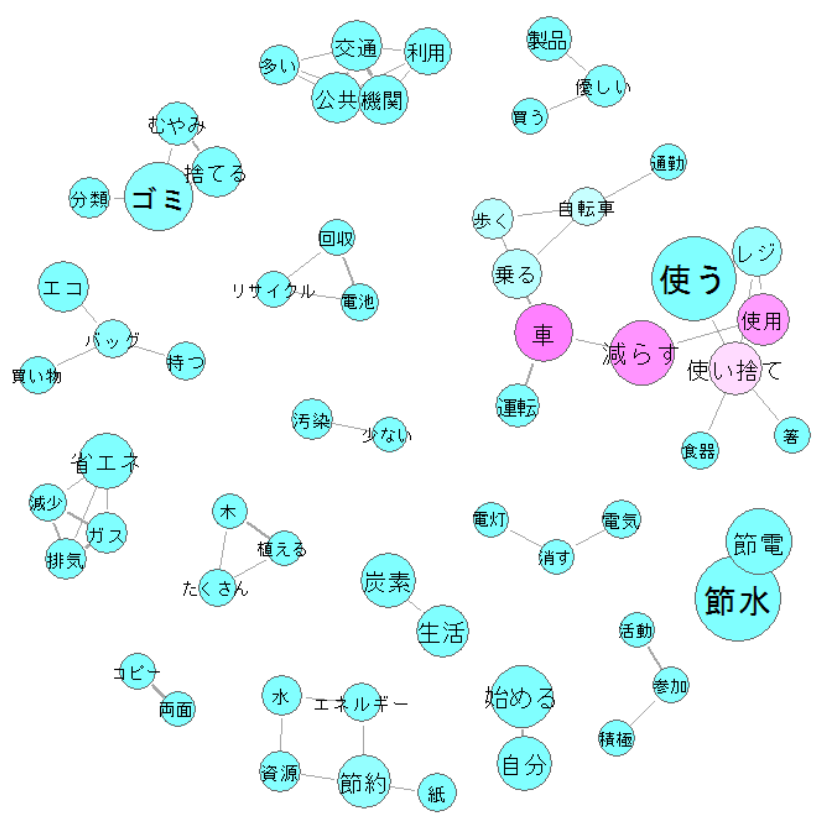
©2011 Surveymy G.K.. All Rights Reserved

エコに取り組んでいること

挙がってくるものは、基本的に日本とさほど変わらない印象。
（節水・節電やごみの分類、車や使い捨て品の不使用など）

Q 環境問題に対してあなたが取り組んでいることを自由にお答えください。（OA）

自由回答の共起ネットワーク図



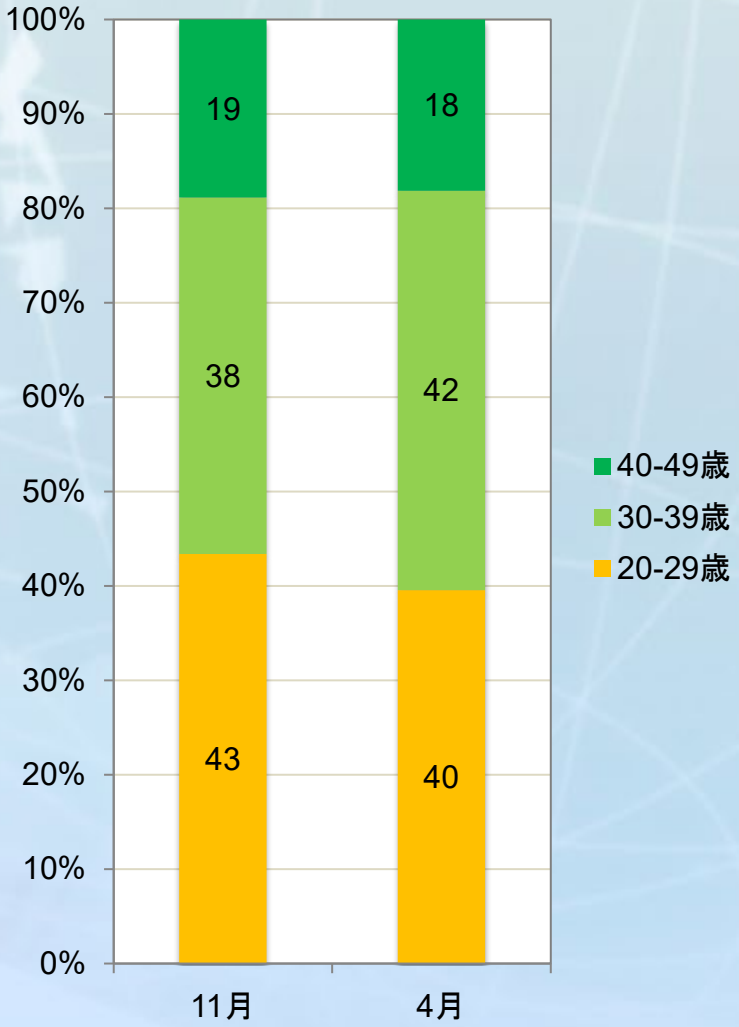
凡例：
頻度：出現数が多い語ほど大きい円
共起：強い共起関係ほど太い線
中心性：水色・白・ピンクの順に中心性が高い

※日本語翻訳後に分析しております。

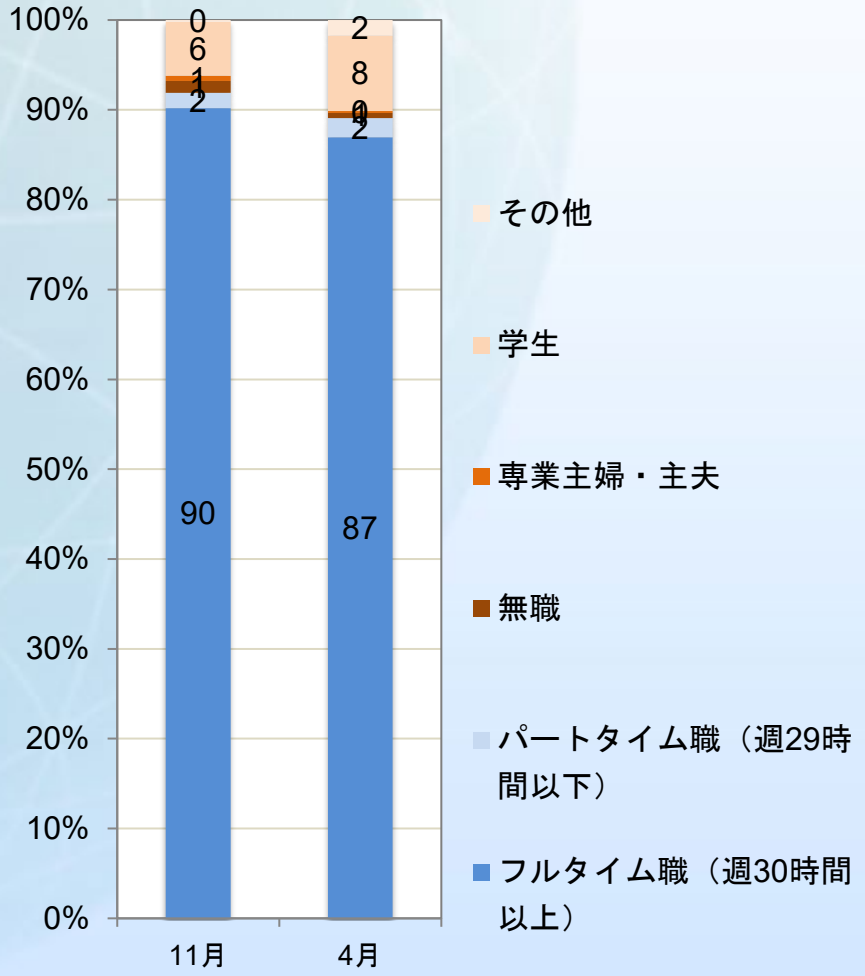
©2011 Surveymy G.K.. All Rights Reserved

参考)属性情報:年齢、職業

F 年齢(SA)



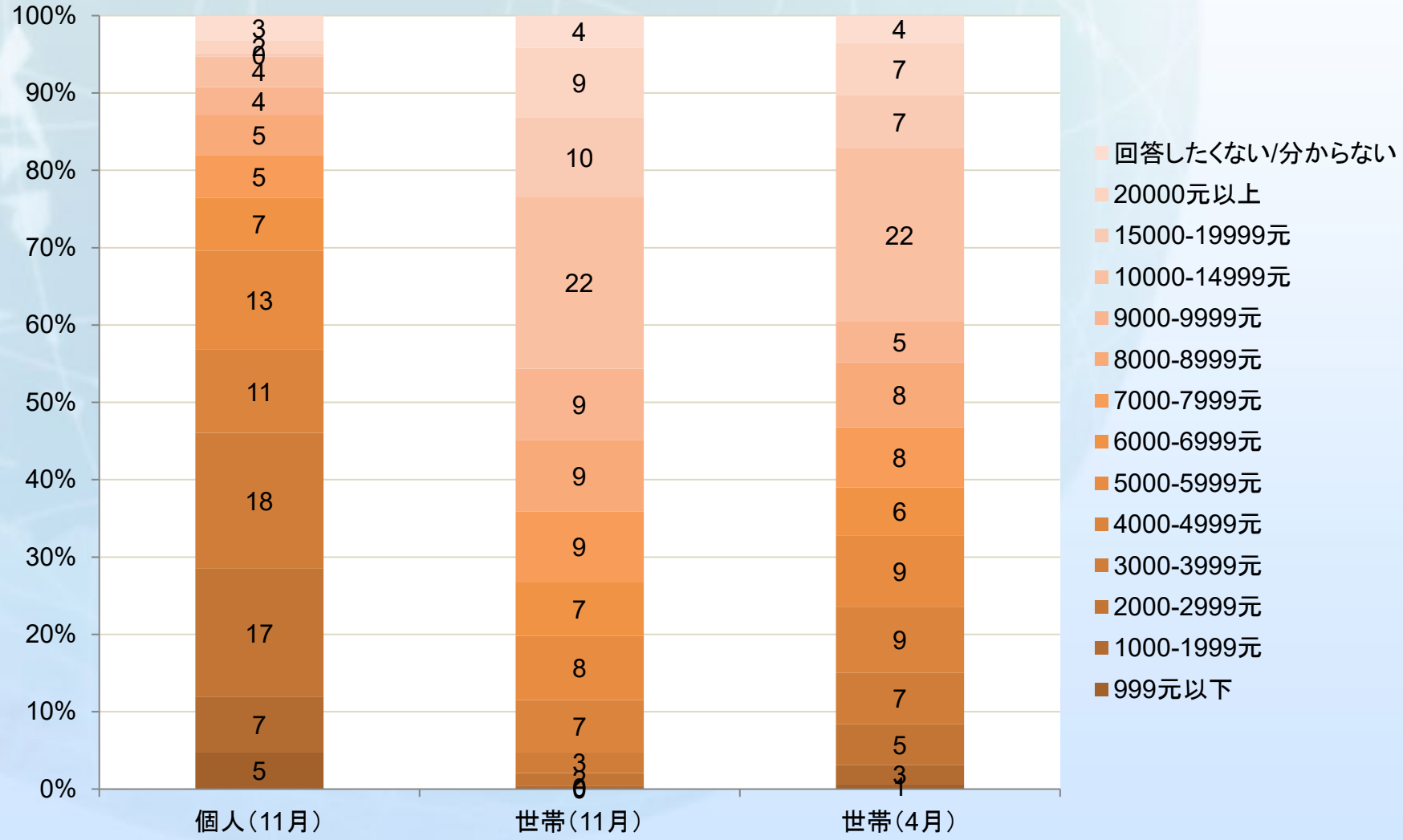
F 職業



©2011 Surveymy G.K.. All Rights Reserved

参考)属性情報:月収

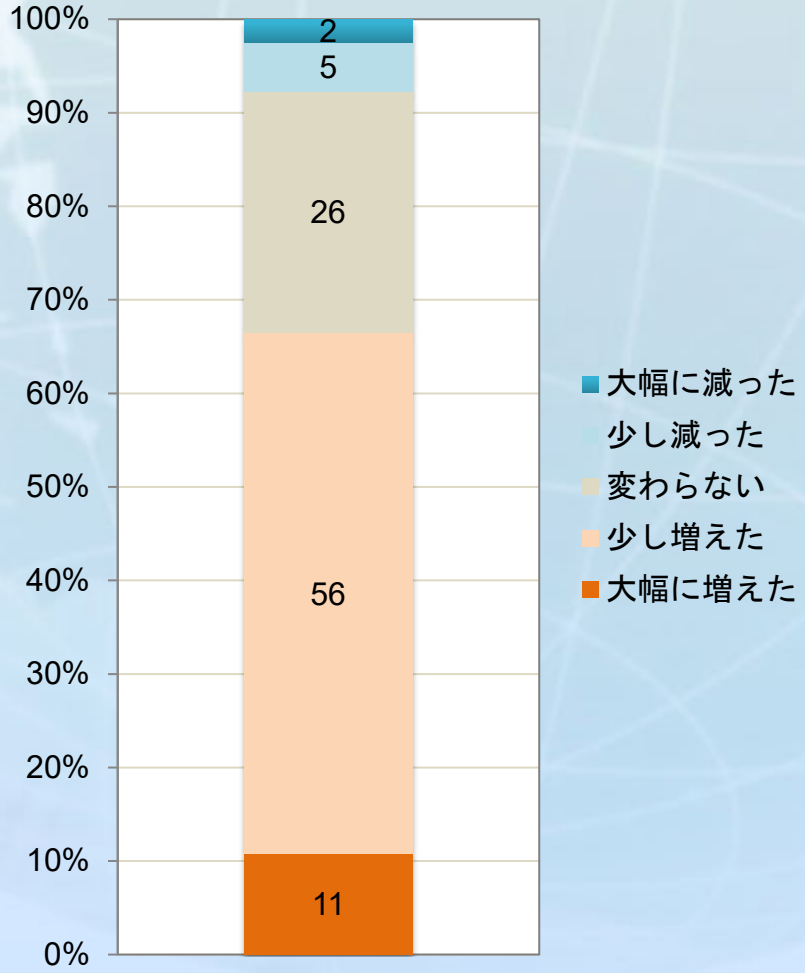
F 世帯、個人月収(各SA)



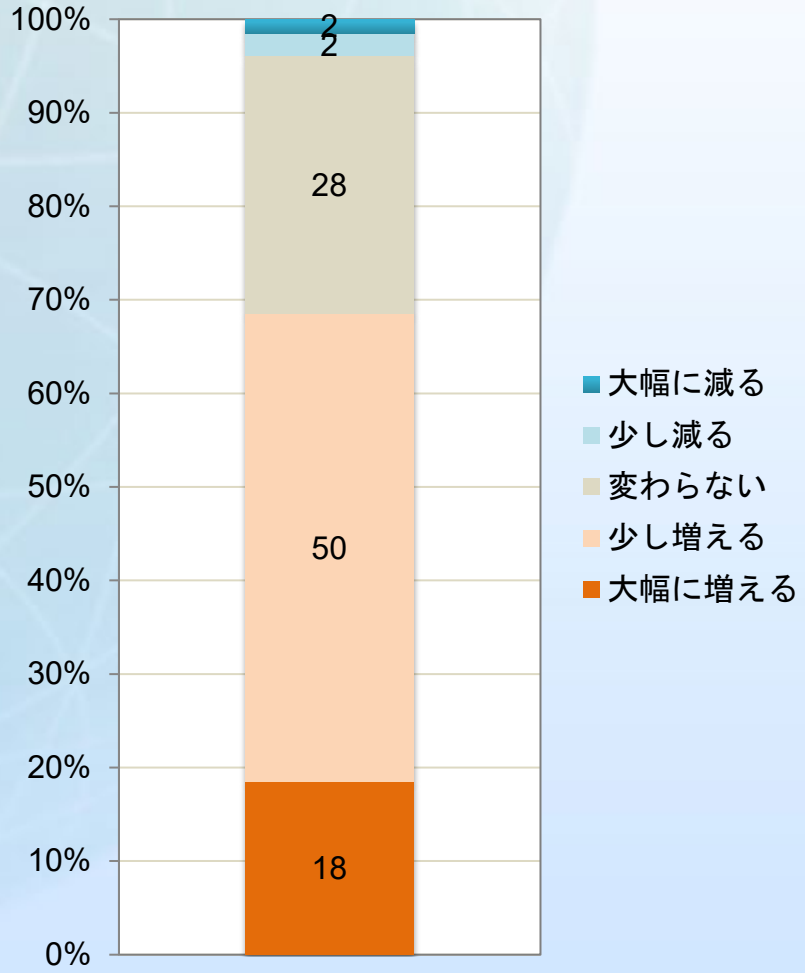
©2011 Surveymy G.K.. All Rights Reserved

参考)属性情報:月収増減

F 昨年と比べ、今年の収入(月収)は増えましたか。(SA)



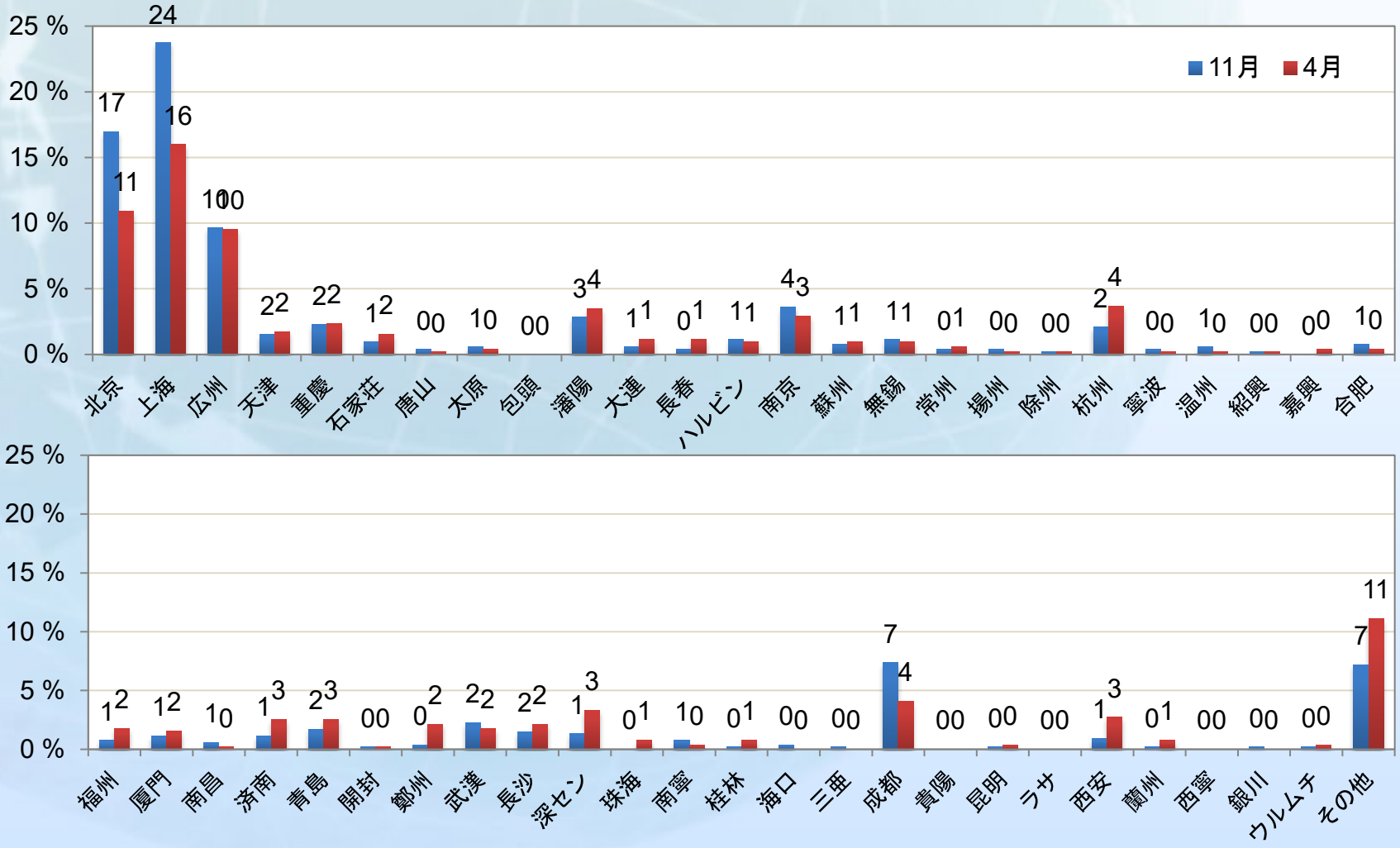
F 来年の収入(月収)は増えると思いますか。(SA)



©2011 Surveymy G.K.. All Rights Reserved

参考）属性情報：地域

F 居住都市



©2011 Surveymy G.K.. All Rights Reserved