

中国人ママの育児に関する意識調査(2016)

9割が「できるだけ完璧に子育てしたい」と回答。
「高い業績を上げて社会的地位や金銭的成功を獲得したい」は7割超、
中国人ママは自分のキャリアにも子どもの教育にも熱心！

株式会社リクルートライフスタイル（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：浅野 健）に設置された出産・育児に関する調査・研究機関「赤すぐ総研」（<http://akasugu.fcarts.jp/souken/>）は、この度、0～2歳のお子さんのいらっしゃる中国人の既婚女性を対象に、育児に関する意識調査を実施しました。その結果をお知らせいたします。

…主な調査結果…

【プロフィール】-----P3～

[職業]

- 中国人ママは、妊娠時、産後も半数が「会社員」である。産後は半数以上が「専業主婦」である日本のママと対照的。

[興味のあること]

- 「子どもの教育（保育園・幼稚園など）」（84%）、「子どもの習い事・おけいごと」（56%）などが上位に。
- 日本のママと比較すると、子どもの教育や、「自分自身のスキルアップ」（48%）などが高く、家計やインテリア、ファッションなど、身の回りのことについては日本のママの方が関心が高い。

[SNSの活用シーン]

- 中国人ママはSNS使用率96%。日本のママ（61%）を大きく上回る。
- 活用シーンは「子どもとの日々の生活をアップ」（56%）、「子育ての相談や、不安、愚痴の吐露」（47%）、「お出かけした時の写真をアップ」（45%）が上位3項目。

【意識の違い】-----P6～

[子どもに関すること]

- 中国人ママは、子育てについて全般的に意欲的。特に「できるだけ完璧に子育てしたい」（90%、日本のママより58ポイント高い）、「育児雑誌や育児サイト・専門書子育ての参考にすることが多い」（87%、日本のママより48ポイント高い）、「専門家の意見を子育ての参考にしている」（80%、日本のママより47ポイント高い）など、日本のママと比較して教育熱心な面が強い。

[パートナー、自分自身に関すること]

- 「高い業績を上げて社会的地位や金銭的成功を獲得したい」（73%）、「女性も子どもが生まれてもずっと仕事を持ち続けるのがよい」（85%）など、仕事に対する意欲が日本のママよりも強い一方で、「『男は男らしく』『女は女らしく』という意識が強いほうである」も日本のママを大きく上回っており、その差はそれぞれ30ポイント以上開いている。

リクルートライフスタイルは、ひとりひとりにあった「まだ、ここにはない、出会い。」を届けることを目指していきます。

【本件に関するお問い合わせ先】
<https://www.recruit-lifestyle.co.jp/support/press>

【調査名】

中国人ママの育児に関する意識調査2016

【調査対象】

末子年齢0～2歳（2歳11カ月未満）の子どもと同居している中国人の既婚女性518人
 親の年代（20代／30代／40代）および子どもの年齢（0歳／1歳／2歳～2歳11カ月未満）で均等割付

【調査方法】

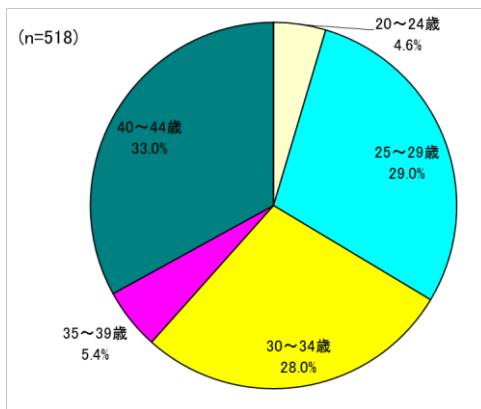
インターネット調査（株式会社マクロミルの中国人モニターを使用）

【調査期間】

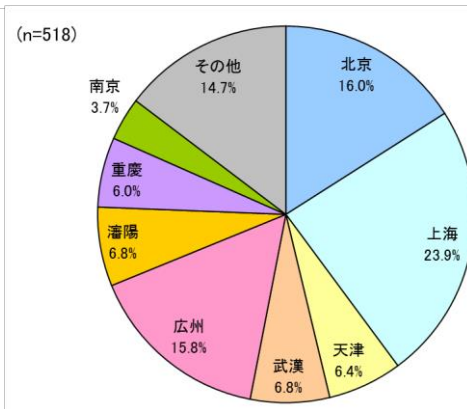
2015年9月22日（火）～2015年9月28日（月）

【回答者プロフィール】

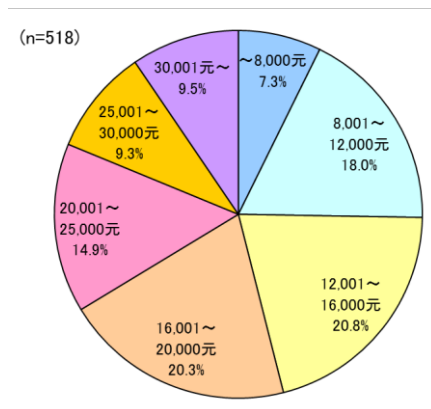
■年齢(全体／単一回答)



■居住地(全体／単一回答)



■世帯月収(全体／単一回答)



※参考データとして、以下の日本の女性に対する調査を引用している

①出産・育児・パートナーに関する実態調査2015

【調査対象】 下記の条件に該当する既婚男女4337人 うち、女性2181人のデータを引用

・末子年齢0～2歳（2歳11カ月まで）の子どもと同居

・親の年代（20～29歳／30～39歳／40～49歳）×末子年齢（0歳／1歳／2歳）×エリア（関東／関西／東海／その他）を平成22年国勢調査の割合に合わせて回収

【調査方法】 インターネット調査（株式会社インテージの保有する調査モニターを使用）

【調査期間】 2015年3月20日（金）～2015年3月27日（金）

②出産・育児に関する実態調査2014

【調査対象】

○スクリーニング調査：全国の20～49歳の男女

○本調査：スクリーニング調査から抽出した、下記の条件に該当する既婚女性 計2000人

・0～2歳（2歳11カ月までの子どもと同居）

・母親の年代（20～29歳／30～39歳／40～49歳）×末子年齢（0歳／1歳／2歳）×エリア（関東／関西／東海／その他）を平成22年国勢調査の割合に合わせて回収

【調査方法】 インターネット調査（マクロミルの調査モニターを使用）

【調査期間】

○スクリーニング調査 2014年3月3日（月）～2014年3月6日（木）

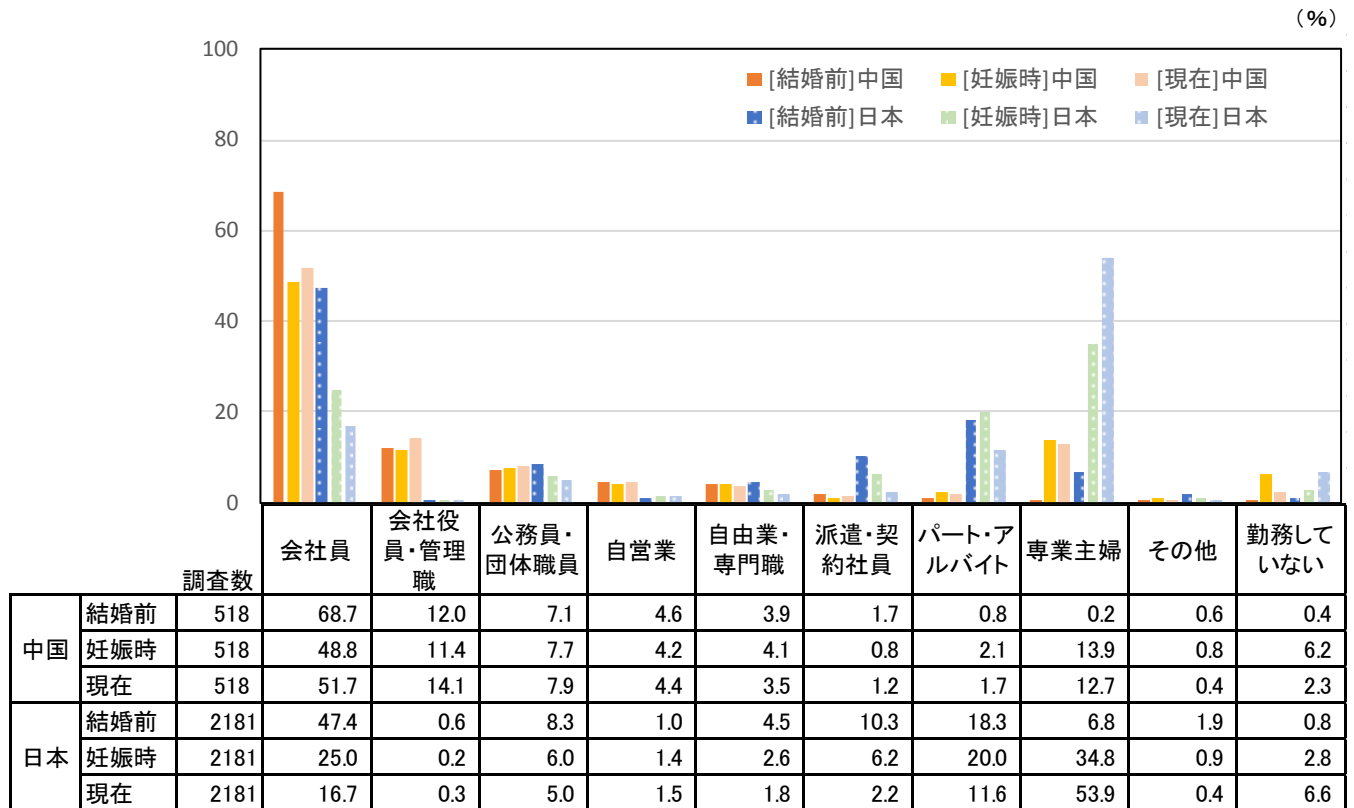
○本調査 2014年3月7日（金）～2014年3月11日（火）

※調査時期である2015年9月の人民元＝18.74円（三菱UFJリサーチ&コンサルティングより）

■中国人ママは、妊娠時、産後（現在）も半数が「会社員」である。半数以上が産後「専業主婦」である日本人ママと対照的。

- ◆ 中国人ママについてみると、「結婚前」「妊娠時」「現在」いずれも「会社員」が最も高い割合となっている。「結婚前」は69%、「妊娠時」には49%に下がるものの、「現在」は52%と半数以上が会社員である。「専業主婦」の割合は「妊娠時」「現在」は1割を超える。
- ◆ 日本のママは「結婚前」に「会社員」である人が47%であったが、「妊娠時」には25%に減少、「現在」は17%まで下がり、これに対して「専業主婦」の割合は「結婚前」の7%から「妊娠時」に35%、「現在」は54%にまで上昇する。

■職業（全体／単一回答）

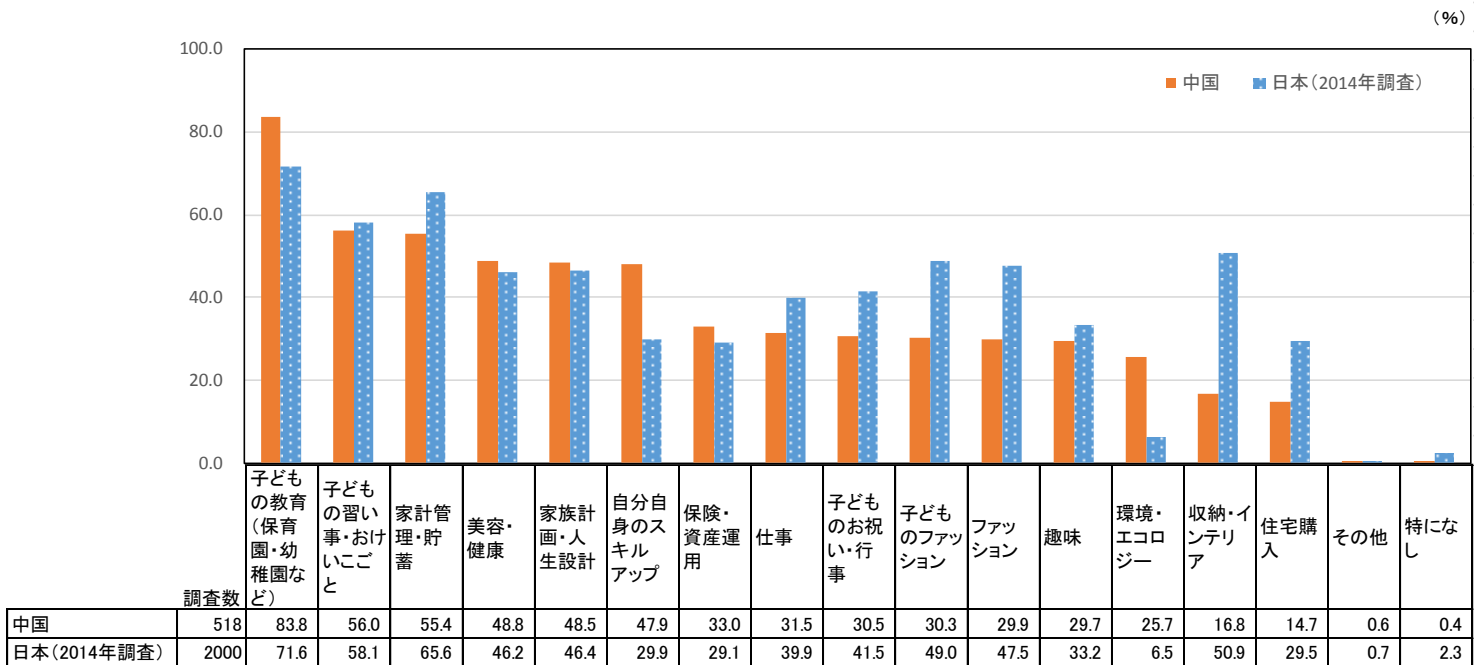


※「妊娠時」については一番下の子どもの妊娠がわかった時

※「現在」については産休・育休制度を利用中の人も現在の雇用状況を選択

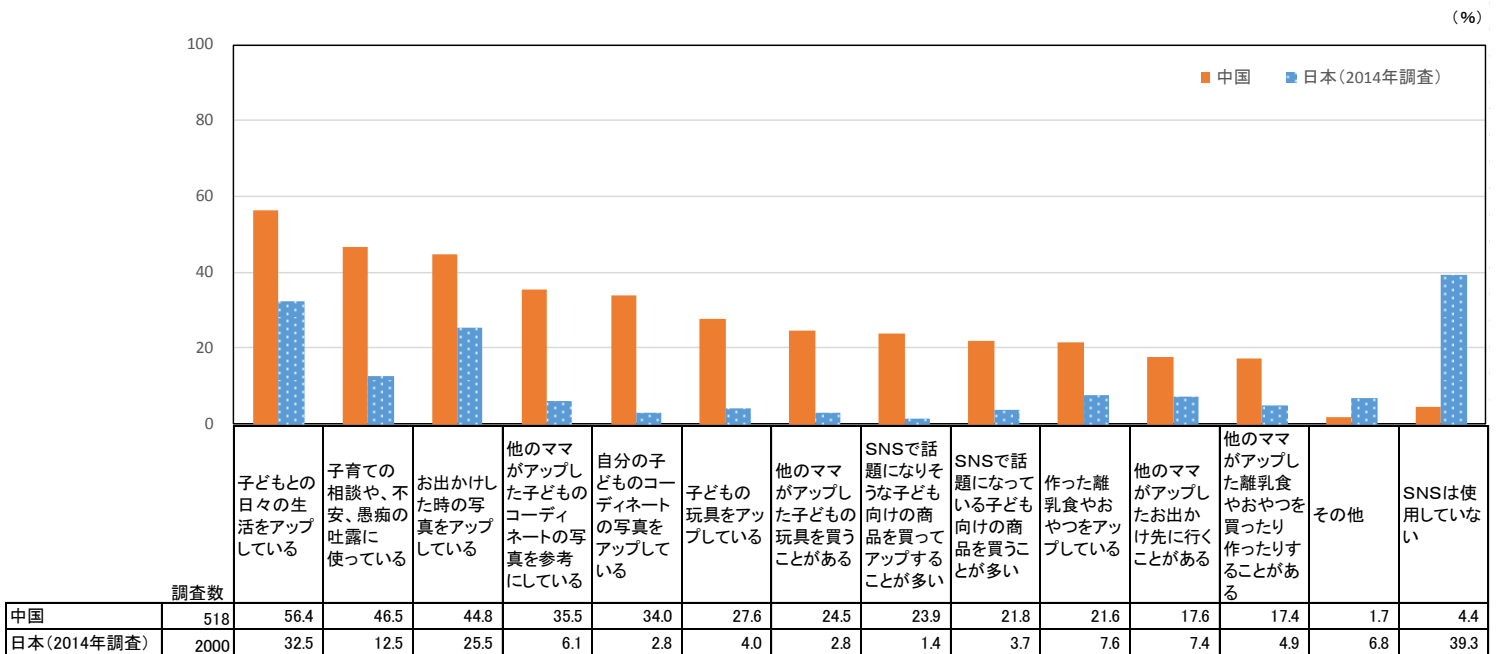
- 「子どもの教育(保育園・幼稚園など)」、「子どもの習い事・おけいこごと」など、子どもの教育に関することが高い。
- 日本のママと比較すると、子どもの教育や、「自分自身のスキルアップ」などが高く、家計やインテリア、ファッションなど身の回りのことについては日本のママの方が高い結果に。
- ◆中国人ママが興味のあることは、「子どもの教育(保育園・幼稚園など)」がトップで84%。次いで「子どもの習い事・おけいこごと」(56%)、「家計管理・貯蓄」(55%)、「美容・健康」「家族計画・人生設計」(49%)が続く。
- ◆比較対象として、日本のママをみると(2014年調査時)、トップは中国人ママ同様「子どもの教育(保育園・幼稚園など)」で72%。次いで「家計管理・貯蓄」が66%、「子どもの習い事・おけいこごと」(58%)、「収納・インテリア」(51%)、「子どものファッション」(49%)、「家族計画・人生設計」「美容・健康」(46%)の順に続く。中国人ママは日本のママよりも「子どもの教育(保育園・幼稚園など)」や「自分自身のスキルアップ」などが高い一方、「家計管理・貯蓄」「収納・インテリア」「ファッション」「子どものファッション」など、家計やインテリア、ファッションなどに関する項目は日本のママの方が上回る。

■興味のあること(全体/複数回答) ※日本のデータは2014年のもの



- SNS使用率は96%。日本のママ(61%)を大きく上回る。
- 「子どもとの日々の生活をアップ」「子育ての相談や、不安、愚痴の吐露」「お出かけした時の写真をアップ」が上位3項目。
- ◆ SNSの活用シーンについては、中国人ママは「SNSは使用していない」人が4%と少なく、96%が使用している結果に。その内容については、「子どもとの日々の生活をアップしている」(56%)、「子育ての相談や、不安、愚痴の吐露に使っている」(47%)、「お出かけした時の写真をアップしている」(45%)などが上位であった。
- ◆ 日本のママは(2014年調査時)、「SNSは使用していない」人は39%、61%がSNSを使用しており、中国人ママ(96%)とは大きな開きがある。活用シーンは、すべての項目において中国人ママの方が上回る結果となっており、特に「子育ての相談や、不安、愚痴の吐露に使っている」「自分の子どものコーディネート写真をアップしている」「他のママがアップした子どものコーディネートの写真を参考している」などの項目で30ポイント前後差が開いている。

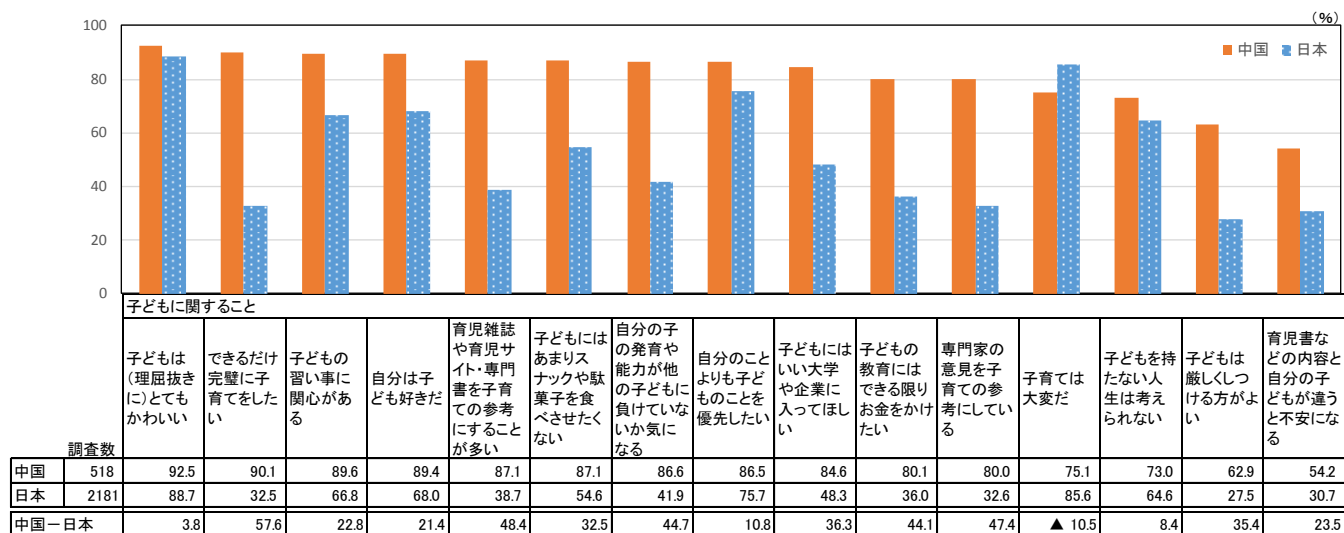
■ SNSの活用シーン(全体/複数回答) ※日本のデータは2014年のもの



■中国人ママは、子育てについて全般的に意欲的。特に日本のママと比較して、教育熱心な面が強い。

- ◆ 子どもに関することについて、「全く当てはまらない」「あまり当てはまらない」「どちらでもない」「やや当てはまる」「よく当てはまる」の5段階で回答してもらい、そのうち「やや当てはまる」「よく当てはまる」と回答した人の割合で、日本のママのデータと比較した。
- ◆ 中国人ママは全般に数値が高いものが多く、すべての項目において5割を超える。特に高いものは「子どもは（理屈抜きに）とてもかわいい」（93%）、「できるだけ完璧に子育てをしたい」（90%）、「子どもの習い事に関心がある」（90%）、「自分は子ども好きだ」（89%）、「育児雑誌や育児サイト・専門書を子育ての参考にすることが多い」（87%）など。
- ◆ 日本のママと比較すると、中国人ママが上回るものが多く、特に差が大きいのは「できるだけ完璧に子育てをしたい」（58ポイント差）、「育児雑誌や育児サイト・専門書を子育ての参考にすることが多い」（48ポイント差）、「専門家の意見を子育ての参考にしている」（47ポイント差）、「自分の子の発育や能力が他の子どもに負けていないか気になる」（45ポイント差）、「子どもの教育にはできる限りお金をかけたい」（44ポイント差）などで、特に教育について相対的に関心が高い。

■意識の違い 子どもに関すること(全体／各単一回答)

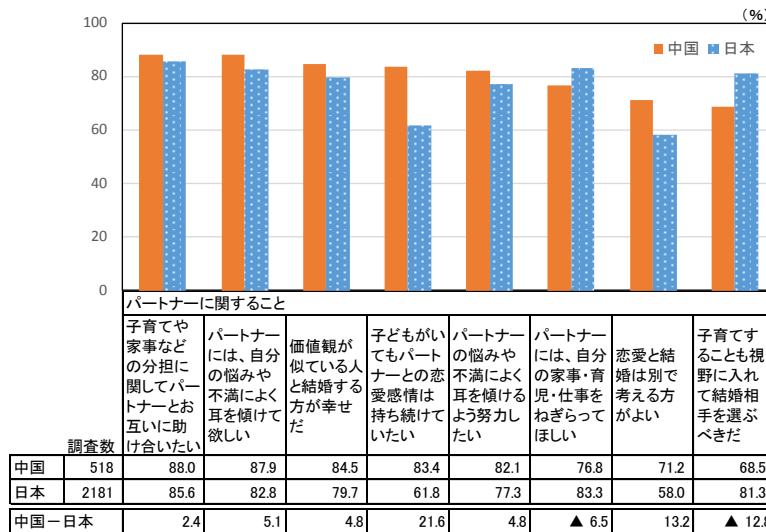


※それぞれの項目について「全く当てはまらない」「あまり当てはまらない」「どちらでもない」「やや当てはまる」「よく当てはまる」の5段階で尋ね、「やや当てはまる」「よく当てはまる」を合算した数値を採用

■「高い業績を上げて社会的地位や金銭的成功を獲得したい」「女性も子どもが生まれてもずっと仕事を持ち続けるのがよい」など、仕事に対する意欲が日本のママよりも強い一方で、『男は男らしく』『女は女らしく』という意識が強いほうである」も日本のママを大きく上回っている。

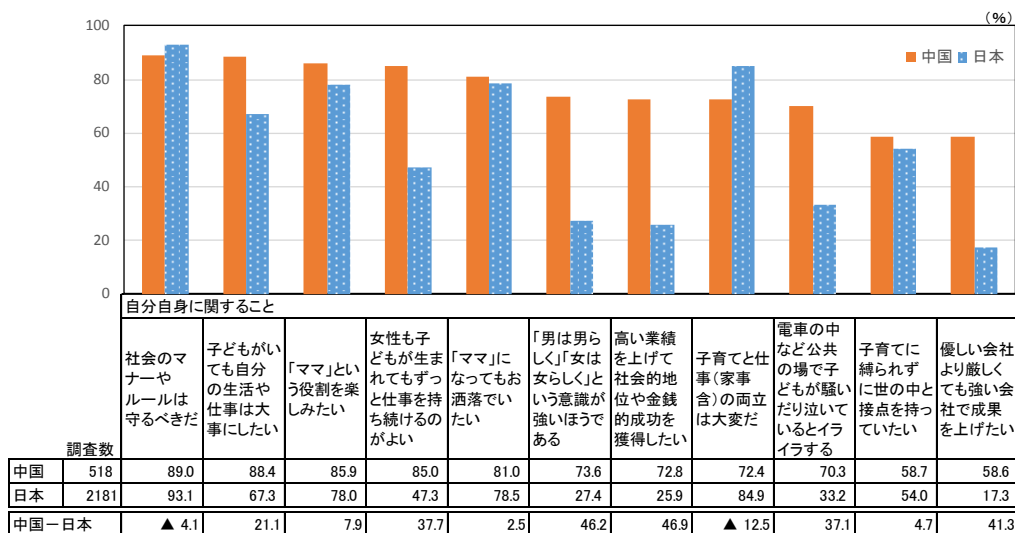
- ◆ パートナーに関することについても同様にみても、全般に中国人ママの意識は高く、すべての項目において6割を超える回答。「子育てや家事などの分担に関してパートナーとお互いに助け合いたい」(88%)、「パートナーには、自分の悩みや不満によく耳を傾けて欲しい」(88%)、「価値観が似ている人と結婚する方が幸せだ」(85%)、「子どもがいてもパートナーとの恋愛感情は持ち続けていきたい」(83%)などが8割を超える。
- ◆ 日本のママと比較すると、中国人ママが上回るものが多い。「子どもがいてもパートナーとの恋愛感情は持ち続けていきたい」(22ポイント差)、「恋愛と結婚は別で考える方がよい」(13ポイント差)などはその差が10ポイントを超える。逆に日本のママが上回るものは、「子育てすることも視野に入れて結婚相手を選ぶべきだ」(13ポイント差)、「パートナーには、自分の家事・育児・仕事をねぎらしてほしい」(7ポイント差)の2項目。
- ◆ 自分自身に関することについては、「社会のマナーやルールは守るべきだ」「子どもがいても自分の生活や仕事は大事にしたい」「『ママ』という役割を楽しみたい」「女性も子どもが生まれてもずっと仕事を持ち続けるのがよい」「『ママ』になってもお洒落でいたい」が高く8割以上。日本のママと比べると、特に「高い業績を上げて社会的地位や金銭的成功を獲得したい」(47ポイント差)、「『男は男らしく』『女は女らしく』という意識が強いほうである」(46ポイント差)、「女性も子どもが生まれてもずっと仕事を持ち続けるのがよい」(38ポイント差)などがその差が30ポイント以上と大きい。

■意識の違い パートナーに関すること(全体/各単一回答)



※「価値観が似ている人と結婚する方が幸せだ」は、日本の調査では「ベースの価値観が似ている人と結婚する方が幸せだ」と設問

■意識の違い 自分自身に関すること(全体/各単一回答)



※それぞれの項目について「全く当てはまらない」「あまり当てはまらない」「どちらでもない」「やや当てはまる」「よく当てはまる」の5段階で尋ね、「やや当てはまる」「よく当てはまる」を合算した数値を採用