資源環境経済学特別演習 II 議事録（１０月）

２０１１　年　度　第　６　回

報告題名　中国都市部における一人っ子世代の外食店舗選択の要因に関する研究	
報告者　韓　波	**日時**　１０月２０日　午後３時～
(所属分野) 農業経営経済学研究室	**場所**　第二講義室
座長　泉井亮平	**議事録担当者**

出席者

長谷部、安江、米澤、冬木、高篠、伊藤、阿部、韓、松井、スチン、水木、宮里、王、北村、金、滝田、タンボウニ、中村、堀、山口、林、泉井、Bayu、Dian、Dea、金（銀）、黄、今井、渋谷、畠山、室井、徐、趙、劉、王偉、池畑、井坂、薄井、金沢、佐藤、西田、丸林、門馬

報告要旨

1979 年から実施した一人っ子政策は 30 年を経過している。この一人っ子世代の総人口は 3 億人に達し、一人っ子世代の消費市場が台頭し始めている。一人っ子世代はファッション感覚や消費意欲が高く、貯蓄を嫌い、消費を通じて利便性や快適性を希求する世代であり、彼らの消費選択は、ファーストフード市場の動向に大きな影響を与えていると言われている。中国のファーストフード市場の売上高は 2005 年から 2008 年にかけて、年間伸び率が 31.2%に達し、外食市場全体の年間伸び率 17%を上回っている

現在の一人っ子世代の外食利用の研究は北京・上海などの大都市に集中している。しかし、中国経済の地域格差がある。この所得の格差により、大都市における一人っ子の外食消費像は中国の一人っ子世代の外食消費パターンを十分に説明することができない。

本稿では、大都市である北京と地方都市である青島の一人っ子世代に対するファーストフード消費の店舗選択の特徴を分析し、彼らの外食購買における動機の構成要因を明らかにする。そのうえ、彼らの外食購買における動機の構成モデルを試みてみる。

質疑・応答

泉井：スライド 7 枚目の先行研究の整理のところで、大都市だけに関する研究では一人っ子世代の消費実態の把握が不十分であり、一人っ子世代の外食消費パワーは大きいが所得だけでは一人っ子世代の外食消費支出要因の説明は不十分である、というこの 2 点が韓さんの問題意識だと思うが、研究の目的である外食店舗の利用要因を分析することによって消費実態の把握はできるのか。

韓：中国は大都市と地方都市では所得格差が大きいため、所得では消費実態の把握は不十分である。近年、ファーストフード企業が都市部において迅速的に展開しており、一人っ子世代のファーストフード店舗選択においてどのような要因があるかを分析することが必要である。

泉井：例えば消費実態を明らかにしたいという目的があるとすれば、一人っ子世代の平均的な年収や可処分所得に占める外食消費支出の割合等のデータが必要だと思うが、それらのデータはないのか。

韓：一人っ子世代のみを対象としたそのような統計データは、現時点ではない。

長谷部：一人っ子世代はどういう世代なのか。何年生まれから、ということが決まっているのか。

韓：1979 年から一人っ子政策が実施されたため、1979 年生まれから一人っ子世代となる。

長谷部：タイトルの「一人っ子世代の」というのは、一人っ子世代のみを対象としたという意味か。

韓：はい。

長谷部：しかし一人っ子世代のみを対象とすると、他の世代と比べていないため一人っ子世代の特徴かどうかわからない。もし、他の世代の結果が一人っ子世代の結果と同じ場合、それは一人っ子世代の特徴とは言えないのではないか。他の世代は調査していないのか。

韓：はい。

長谷部：アンケート調査方法の直接配布とはどういう意味か。

韓：知人に調査票を直接配布して、回答したものを後日回収するということです。

長谷部：ケンタッキーと永和大王について、一人の人に両方聞いているのか。

韓：はい。

長谷部：どっちが好きかという質問項目はあるのか。

韓：それはないです。

高篠：因子分析では、ケンタッキーと永和大王両方のデータを使っているのか。

韓：両方使っています。

高篠：北京と青島を比較することが目的だと思うが、最後に北京と青島を合わせたものについても分析を行っているのはなぜか。

韓：大都市と地方都市の共通のモデルを作りたいからです。

高篠：北京と青島の違いはどこにあるのか。

韓：価格の影響があるかないかということです。

高篠：価格に関して、北京の因子分析に含めていないのはなぜか。

韓：因子負荷量が 0.35 以下だったためです。

高篠：アンケート調査の結果では北京の消費者は価格にこだわるとあるが、これとどのように結びつけて考えたらよいのか。

伊藤：アンケートの調査結果の部分は、北京と青島それぞれで価格の安さを積極的に評価する割合を示しているものであり、重視するという表現が誤解を与えているのではないか。先ほど高篠先生も指摘していた因子分析については、例え因子の値が低い場合でも比較する場合は、因子項目をそろえて分析すべきである。

韓：わかりました。

安江：質問は 2 点ある。まず 1 つは、調査概要のところで選択肢を 1～5 までの 5 段階の尺度に設定しているが、調査結果をみると評価割合になっている。これはどういう処理をしているのか。2 点目は、共分散構造分析についてケンタッキーと永和大王をみると、コミュニケーションに反応している方がケンタッキーで、永和大王は何とも言えないようにみえる。これはケンタッキーと永和大王について分離して仮説を検証しないと、共分散構造分析を行って当てはまりがよくても論理的には説明がつかないと思うが、そこをどのように考えるか。あと、一番最後の中国都市部の考察で 2 つの因子の相関係数が 0.536 とあるが、この値は間違ってないか。

韓：相関係数は間違っていました。正しくは、0.441 です。1 点目については、選択肢 4 と 5 を選んだ人については評価していると考え、全体の割合を示した。

安江：では、3 と 4 の間はどのように考えるのか。

韓：重視するのが 4 と 5 で、3 はどちらともいえないなので含めない。

安江：どちらともいえないだが、重視したい人もいれば、重視したくない人もいる。重視したい人は弾くということか。

韓：はい。

安江：それを回答割合で表す理由がよくわからない。平均的なスコアを用いるべきではないか。

長谷部：先ほどのアンケートのサンプルについて、韓さんの友達は年齢層が高いから、10 代の人はいないのではないか。

韓：10 代の人は含めていない。この研究では、一人っ子世代の社会人のみを対象にしている。

長谷部：社会人の会話はどういう内容なのか。

韓：一人っ子世代は兄弟姉妹がいないので、自分の友達を誘って外食で様々な話題について会話する。

長谷部：具体的に何かあった方がいいと思う。一般的にコミュニケーションの場というのはマーケティングにとって当たり前のことである。どういう場面でどういう会話をするのかということがわかれば、研究としての意味がある。