

資源環境経済学特別演習Ⅱ 議事録
2012年度 第4回

報告題名 中国都市部における一人っ子世代の外出消費の選択特性に関する研究

報告者	韓 波	日時	7月19日 午後3時～
所属分野	農業経営経済学	場所	第二講義室
座長	室井 憲	議事録担当者	泉井 亮平

出席者

木谷、小山田、盛田、冬木、高篠、伊藤、韓、スチン、宮里、安部、タンボウニ、中村、泉井、Bayu、高橋、金、黄、今井、渋谷、室井、徐、趙、Manalo、劉、王、井坂、伊藤、井上、西田、渥美、伊藤、江守、佐々木

報告要旨

研究背景：中国都市部では、所得水準の上昇により、人々の食生活が大きく改善し、豊かな食生活が築き始められている。食料消費の変化の特徴として、1人当たり穀物消費量の減少が始まったこと、供給カロリーの改善に動物性消費の増加が大きく寄与したことがあげられる。このように、外出市場は、所得の上昇や食生活の多様化などに伴い、拡大している。この外出市場の変化に大きな影響を与えている消費層が1979年以降に生まれた一人っ子世代である。一人っ子世代の所得は都市部の平均所得水準に達していないが、人口はすでに2億人を超えている。

研究課題：このような一人っ子世代の食料消費行動に関する研究は始まったばかりで十分な蓄積がない。そこで本研究では、外出消費に焦点を当て、一人っ子世代の外出消費の選択特性を解明することを目的とする。

研究の構成：このような状況を背景に、諸々の既往研究成果等を基に中国都市部における外出産業の成長と一人っ子世代の外出消費行動を規定する社会・経済的要因を抽出し、そこから一人っ子世代の新たな消費行動モデルを推量する。次に、因子分析と共分散構造分析を通して一人っ子世代の外出店舗選択の規定要因を分析する。

質疑・応答

渥美：私は一人でファーストフードへ行く事が多いのですが、中国の場合、何人くらいで行く事が一般的なのですか？

韓：ほとんどが集団で、少なくとも3, 4人くらいです。

劉：さきほどの3, 4人という根拠となるデータはありますか？

韓：データはありますが、今はありません。また調査以外にも引用したデータが多いです。

劉：3, 4人でケンタッキー（以下 KFC）に行く割合はどのくらいのものでしょうか？

韓：KFC は一人で利用することは少ないです。日本などと違い、中国では一人で KFC を利用し食事をする人は殆どいません。

劉：そのデータはありますか？

韓：引用した論文の中に記述されています。

井坂：未婚と既婚で選択特性が変わるという結果ですが、未婚の人も既婚の人も同じ頻度で外食を利用するのですか？結婚したら家庭内の食事が増え、外食が減る印象があるのですが。

韓：中国では全体の層で外食頻度が増加しています。未婚時に外食を利用する理由は多くが考えられますが、結婚をしても、夫婦間の会話環境を重視することで外食利用の頻度は大きくなっていると考えられます。

井坂：選択特性の変化はわかるのですが、そもそもの外食に依存する割合は未婚と既婚ではどれほどの差があるのですか？未婚の方が多そうだと思うのですが。

韓：頻度に関してはアンケート調査をしていませんが、未婚と既婚でその利用頻度はあまり変わらないと思います。その上で選択基準が変わっているのだと思います。

高篠：分析に使っている価格について、sl.25 をみると価格に関する質問が2つありますが、どちらを利用しているのですか？

韓：これはどちらも同じ意味です。

高篠：結局これは「価格を重視するか」といった質問を利用しているのですね？

韓：はい。

室井：会話しやすい環境を整えるということですが、それはつまり店舗に長時間滞在するという事ですよね？それは店舗側に見ればどうなのでしょう？

韓：中国の外食は環境レベルに大きな差があります。衛生的な店もあれば不衛生的な店もあります。例えば KFC は中国進出当初から「店舗の環境が良い」「サービスが充実している」と言われています。