

中国新人類・八〇后 (バーリンホウ) が 日本経済の救世主になる！

著者：博報堂「八〇后」研究チーム 原田曜平+余蓮
刊行：2009年7月
出版社：洋泉社
定価：本体1500円+税



<目次>

まえがき

第一章 新しい中国人「八〇后」の誕生

第二章 八〇后解体新書、その1

～定性調査から見えてきた四族、月光族と洗練族～

第三章 八〇后解体新書、その2

～定性調査から見えてきた四族、透明族と飯族～

第四章：八〇后をつかむための三つのツボ

まとめにかえて——八〇后は日本の救世主

巻末付録：八〇后世代の代表的な成功者たち

あとがき

【コラム】

寂しくてプレッシャーが強い八〇后とつながるには 松浦良高

忘れてはならない農村の「八〇后」たち 莫邦富

【インタビュー】

「日本製品神話」が通じない？——内陸部の八〇后 劉志明

八〇后は消費のベテラン アルビン・リン

映画館デートは「重要な恋愛プロセス」 豊田直

「八〇后 (バーリンホウ)」と呼ばれる中国の二十代が、今、大きな社会的関心を集めています。八〇后の「后」は日本語の「後」という意味。「一九八〇年のあと」、つまり、一九八〇年代生まれの若者のことで、現在の年齢で二〇～二九歳に当たります。

八〇后は、これまでの中国人とは一線を画する、次の四つの特徴を持っています。

- 1：市場経済とともに育った
- 2：一人っ子が多く、親や祖父母からお金をかけられてきた
- 3：大卒・ホワイトカラーが多く、給料や可処分所得が高い
- 4：インターネットユーザーのほとんどが八〇后

つまり、非常に消費意欲が旺盛で、かつ自由に使えるお金を持っている人々なのです。

インターネットの普及により、日本と中国の若者の共通項は確実に増えています。つまり、八〇后の生態を詳しく知れば、日中の二十代に同じマーケティング手法が使える可能性があり、さらには、その背後にいるアジアの中国系の若者たちをもターゲットにすることができるのです。

本書は中国に突如として現れた超優良顧客である八〇后の姿を、様々な角度から明らかにします。