



2015年10月15日

博報堂行動デザイン研究所、 東京＋アセアン5都市の生活行動比較調査を実施 Vol.2 「各種行事に対するアジア人の意識／行動調査」

欧米由来の行事（クリスマス、ハロウィン）の参加率が高い日本。
 20代女性が行事を牽引。ハロウィンの参加率は約4割(20代女性/日本)

博報堂行動デザイン研究所（所長：國田圭作）は博報堂生活総研アセアン（所長：帆刈吾郎）の協力の元、東京とアセアン5都市の生活行動比較調査を実施いたしました。

本調査は日本（東京）の生活者とアセアン5ヶ国の主要都市在住者の生活行動について分析、第二回レポートは各都市のクリスマスやハロウィン、母の日等の「各種行事（イベント）」に対する意識と行動についてまとめています。日本人はクリスマスやハロウィンといった欧米由来の行事の参加率は、アセアン各国よりも高くなっていることがわかりました。一方、「元旦」や「父の日」「母の日」「子供の日」を祝う率がアセアン各国ほど高くないということもわかりました。

日本でクリスマスやハロウィンなどの欧米由来の各種行事に率先して参加しているのは20代女性。特にハロウィンは20代女性の約4割が参加しています。

また、各種行事での過ごし方として、アセアン各国では、「家族や友人で集まり、記念写真を撮る」行動が一般的なのに対し、日本人は「家族での集まり」よりも「ケーキやお菓子」「プレゼント」といった物質的な行動が優先されている傾向がみられました。

【調査結果のポイント】

- 日本人は欧米由来の行事イベントの参加率がアセアン5都市を上回る
 「クリスマス（68.2%）」「ハロウィン（14.8%）」
- 日本人の欧米由来の行事イベント参加は、女性（特に20代）が牽引。特にハロウィンは、20代女性の約4割が参加。
- 日本人は「家族での集まり」よりも「ケーキやお菓子」「ギフト」といった物質的行動が優先される。一方、アセアンは、「家族」優先。

<調査概要>

調査エリア	東京（日本）、ジャカルタ（インドネシア）、ホーチミンシティ（ベトナム）、シンガポール、クアラルンプール（マレーシア）、バンコク（タイ）、
調査方法	インターネット調査
調査時期	2015年7月
調査対象者	一般生活者 20歳～69歳男女（アセアン各国はSECのA層～D層までを対象）
サンプル数	各国500人
割付	各国の人口構成に準じる

●日本人は欧米由来の行事イベントの参加率がアセアン5都市を上回る
「ハロウィン (14.8%)」「クリスマス (68.2%)」

Q.この1年間で家族や友人などとお祝いした、または参加した行事はありますか？

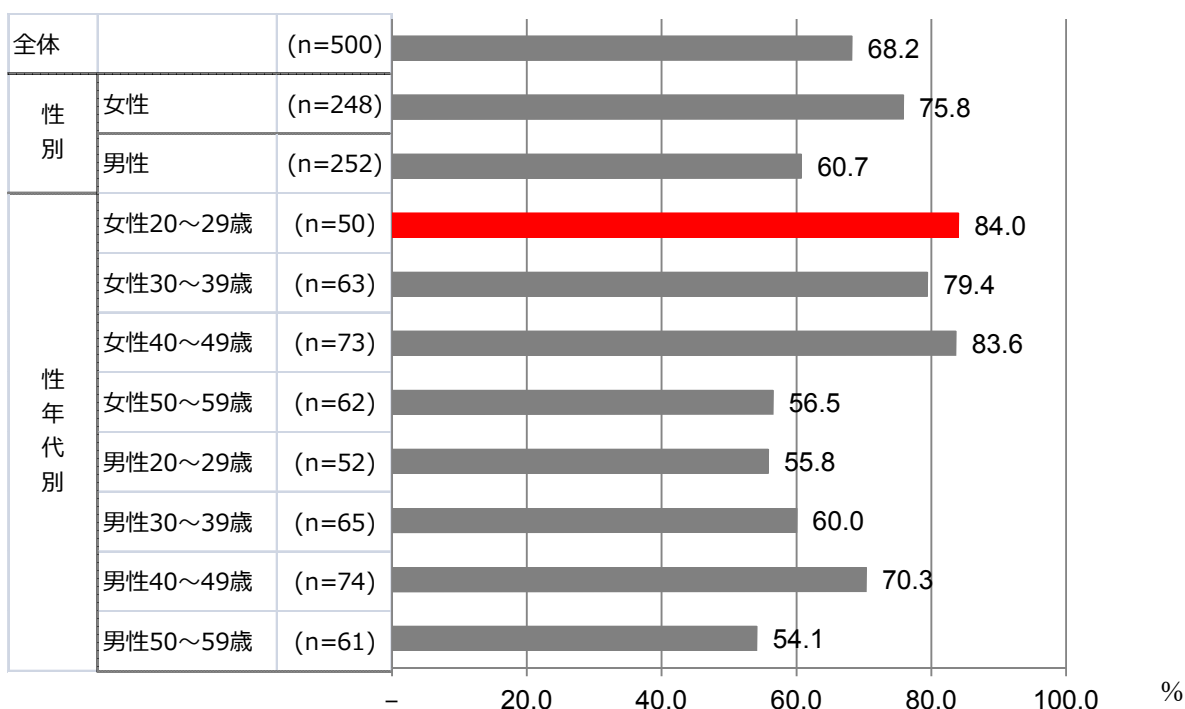
	クリスマス	ニューイヤーズデー (大晦日及び元旦)	母の日	バレンタインデー	父の日	子どもの日	ハロウィン
日本	68.2	66.6	38.0	29.8	29.2	18.2	14.8
インドネシア	7.2	72.8	28.6	11.0	8.8	9.2	1.0
ベトナム	46.7	81.1	18.5	28.1	13.2	28.3	7.9
シンガポール	47.8	66.1	70.8	27.8	50.6	8.6	5.9
マレーシア	23.0	60.8	52.6	15.8	41.4	4.4	3.0
タイ	3.8	94.2	48.0	11.0	37.6	20.4	0.2

日本 (n=500) インドネシア (n=500) ベトナム (n=508) シンガポール (n=510) マレーシア (n=500) タイ (n=500)

●日本人の欧米由来の行事参加は、女性（特に20代）が牽引。

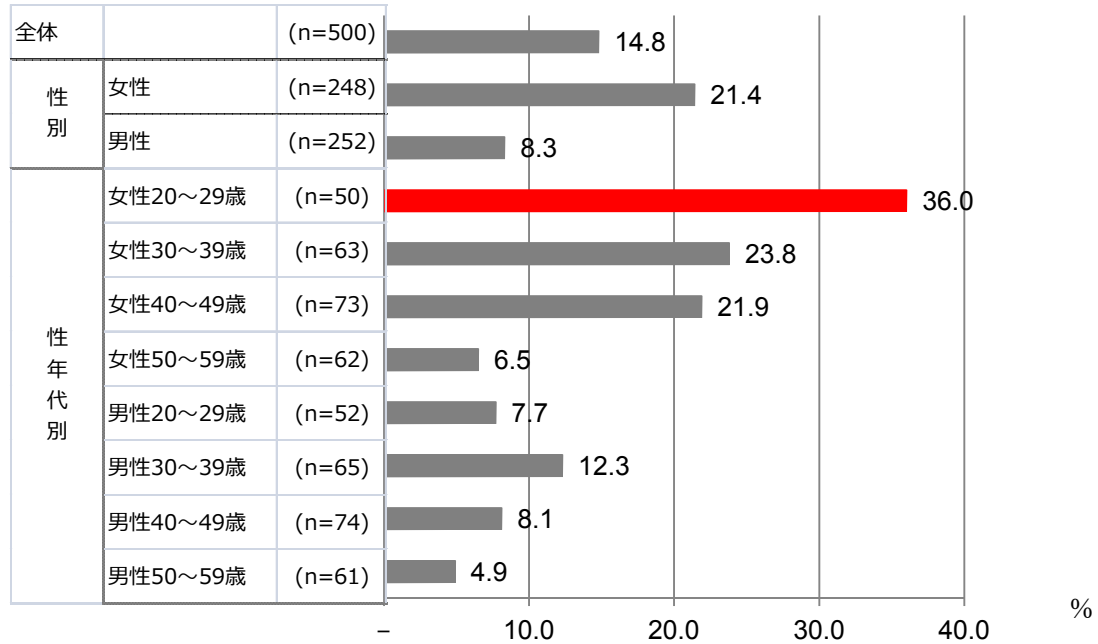
【日本】クリスマス参加率

アジアの中で一番高い参加率だけでなく、元旦（66.6%）よりも高い参加率となる。特に女性の参加率が高いのが特徴的。



【日本】ハロウィン参加率

日本はアジアの中で一番高い参加率だが、世代別にみると 20 代女性が 36.0%と突出して高く、近年の日本のハロウィンブームを牽引しているといえる。



●日本人は「家族での集まり」よりも「ケーキやお菓子」「ギフト」といった物質的行動が優先される。

Q. あなたはその行事をどのように過ごしましたか？

【日本】

※各行事参加者ベース

(n=)	1位	2位	3位
クリスマス (341)	ケーキやお菓子を食べた 83.3%	家族／友人で集まった 72.7%	ギフトをあげた／もらった 52.8%
ニューイヤー／デュー(大晦日、元旦) (333)	家族／友人で集まった 90.7%	記念写真を撮った 19.2%	ケーキやお菓子を食べた 15.0%
母の日 (190)	ギフトをあげた／もらった 80.0%	家族／友人で集まった 49.5%	ケーキやお菓子を食べた 19.5%
バレンタインデー (149)	ギフトをあげた／もらった 69.1%	ケーキやお菓子を食べた 46.3%	家族／友人で集まった 34.9%
父の日 (146)	ギフトをあげた／もらった 80.1%	家族／友人で集まった 47.9%	ケーキやお菓子を食べた 15.8%
子どもの日 (91)	家族／友人で集まった 71.4%	ケーキやお菓子を食べた 61.5%	ギフトをあげた／もらった 31.9%
ハロウィン (74)	家族／友人で集まった 59.5%	ケーキやお菓子を食べた 56.8%	記念写真を撮った 32.4%

●アセアン5都市は「家族や友人で集まる」「記念写真を撮る」行動が一般的。
 (アセアンは各都市の参加率の上位3行事の過ごし方)

【インドネシア】

※各行事参加者ベース		1位		2位		3位	
(n=)							
ニューイヤーズデー(大晦日、元旦)	(364)	家族/友人で集まった	97.8%	ケーキやお菓子を食べた	40.4%	記念写真を撮った	33.5%
母の日	(143)	家族/友人で集まった	81.8%	ギフトをあげた/もらった	39.9%	ケーキやお菓子を食べた	35.7%
バレンタインデー	(55)	家族/友人で集まった	72.7%	ギフトをあげた/もらった	30.9%	記念写真を撮った	25.5%

【ベトナム】

※各行事参加者ベース		1位		2位		3位	
(n=)							
ニューイヤーズデー(大晦日、元旦)	(412)	家族/友人で集まった	95.1%	記念写真を撮った	33.0%	歌を歌った	30.8%
クリスマス	(237)	家族/友人で集まった	88.2%	記念写真を撮った	40.1%	ケーキやお菓子を食べた	35.0%
子どもの日	(144)	家族/友人で集まった	79.9%	ギフトをあげた/もらった	47.9%	ケーキやお菓子を食べた	25.0%

【シンガポール】

※各行事参加者ベース		1位		2位		3位	
(n=)							
母の日	(361)	家族/友人で集まった	95.8%	ギフトをあげた/もらった	48.5%	記念写真を撮った	45.7%
ニューイヤーズデー(大晦日、元旦)	(337)	家族/友人で集まった	98.5%	記念写真を撮った	49.3%	ケーキやお菓子を食べた	33.2%
父の日	(258)	家族/友人で集まった	94.6%	ギフトをあげた/もらった	48.1%	記念写真を撮った	45.0%

【マレーシア】

※各行事参加者ベース		1位		2位		3位	
(n=)							
ニューイヤーズデー(大晦日、元旦)	(304)	家族/友人で集まった	97.0%	記念写真を撮った	39.8%	ギフトをあげた/もらった	28.6%
母の日	(263)	家族/友人で集まった	93.5%	ギフトをあげた/もらった	52.9%	記念写真を撮った	41.1%
父の日	(207)	家族/友人で集まった	92.3%	ギフトをあげた/もらった	54.1%	記念写真を撮った	42.5%

【タイ】

※各行事参加者ベース		1位		2位		3位	
(n=)							
ニューイヤーズデー(大晦日、元旦)	(471)	家族/友人で集まった	95.3%	ギフトをあげた/もらった	48.8%	記念写真を撮った	38.4%
母の日	(240)	家族/友人で集まった	97.1%	記念写真を撮った	31.3%	ギフトをあげた/もらった	25.4%
父の日	(188)	家族/友人で集まった	98.4%	記念写真を撮った	34.6%	ギフトをあげた/もらった	23.4%

【東京+アセアン5都市の生活行動比較調査】バックナンバー

■ Vol.1 「行列にならぶアジア人の意識/行動調査」(2015年9月17日)

一行列には抵抗感が強い割には、実際に一番行列をしている日本人の姿が浮き彫りに。

<http://www.hakuhodo.co.jp/archives/newsrelease/23046>

【博報堂行動デザイン研究所について】

「行動デザイン」とは、生活者インサイトの「ツボ」を押すことで、来店行動や試用・購買行動、推奨行動など、生活者のリアルな行動を喚起するプランニングウェイです。当研究所は、生活者の行動を成果指標にした「行動デザイン」発想のプランニングと共に、国内外の事例から「実際に人を動かす行動デザインのツボ」を分析、抽出する研究活動を行っています。