

# マレーシア、クアラルンプール家事調査

**■ 調査対象者**  
 調査対象者: 主婦(既婚女性)  
 条件  
 マレーシア : 調査都市 KL (人種割付けあり) n=121  
 タイ : 調査都市 バンコク n=300

**■ 実施方法と期間**  
 対象者リクルート + ネット調査  
 マレーシア : 2019年11月  
 タイ : 2018年9月

**■ 目次**

- 1 対象者特性
- 2 自身の平日 & 休日の家事頻度<食事作り>
- 3 家族メンバー別家事頻度
- 4 家事についての考え方
- 5 日用雑貨の専共用状況とその購入者
- 6 食品、日用雑貨品の購入店種とその購入者

**■ まとめ ■ ~ 国別の傾向として**

**\*注意: 厳密な意味では「無作為標本ではない、他の条件も異なる」ので比較不可である、傾向としてといったレベルで見ただけならばという程度で、参考値まで**

**<家族特性>**

- ・MYSでは、THAに比べ50代がやや多いため、子供が有職者家族構成のケースが多い。家族人数は4-5人が多い。THAでは、家族人数は分散が大きく、MYSに比べ自分(妻)の祖父母との同居若干みられる。
- ・THAでは妻の有職率が高い(共働き)。

**<家事分担>**

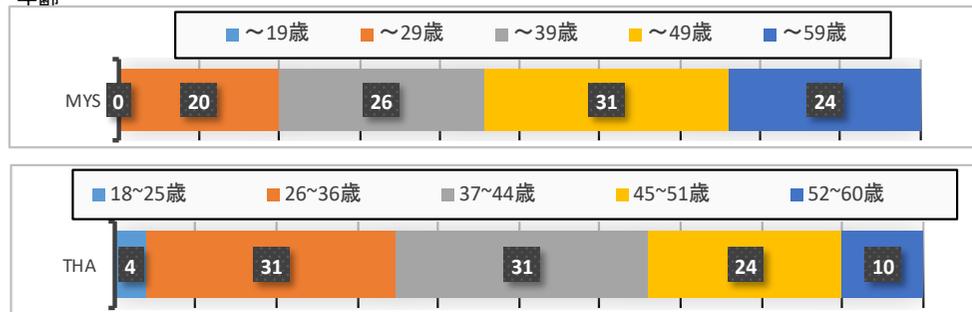
- ・MYSは平日休日とも食事の準備をする傾向にある。一方THAでは、基本的に昼食は準備しないが、夕食は概ね準備をしている。休日は平日に比べ準備する傾向にある。
- ・MYSは家族(夫、息子、娘)の掃除参加率が高い。(そ娘の最も参加率が高い。)家事、子育てとも分担意識が浸透している。THAでは意識としての家事分担志向はあるが、子育て分担志向には及ばない。

**<日雑品他の購入状況>**

- ・MYSでは、シャンプーや歯磨き粉の家族共用率が高く、夫の購入もみられる。THAでは、概ね妻が購入している。食料品や雑貨についても同様。

## 1 対象者特性(主婦)

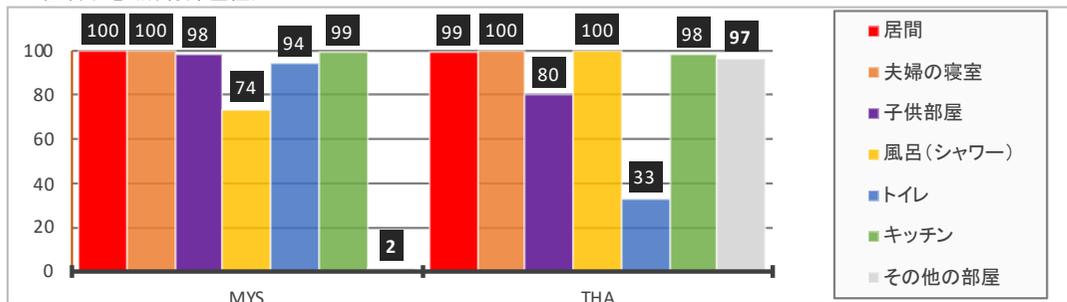
1 年齢



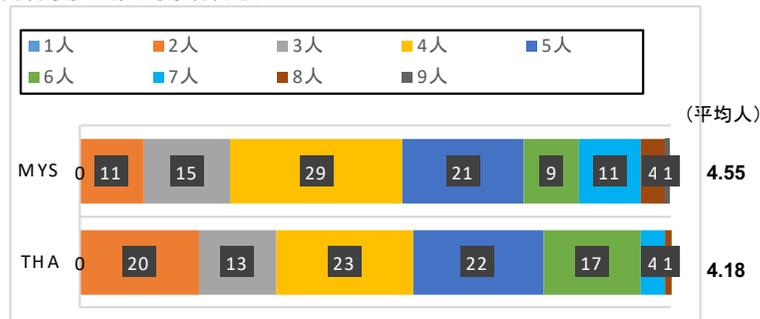
2 家政婦の有無



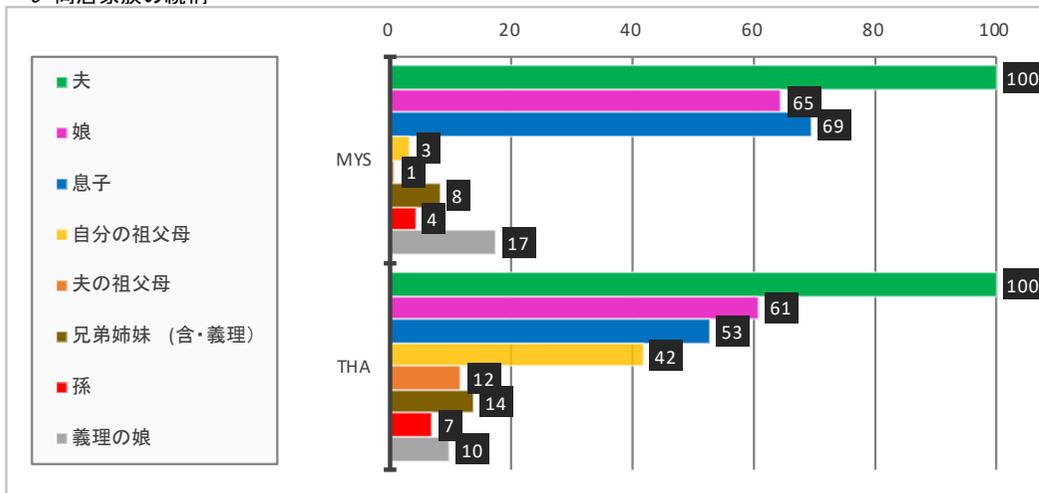
3 住居形態(所有部屋種)



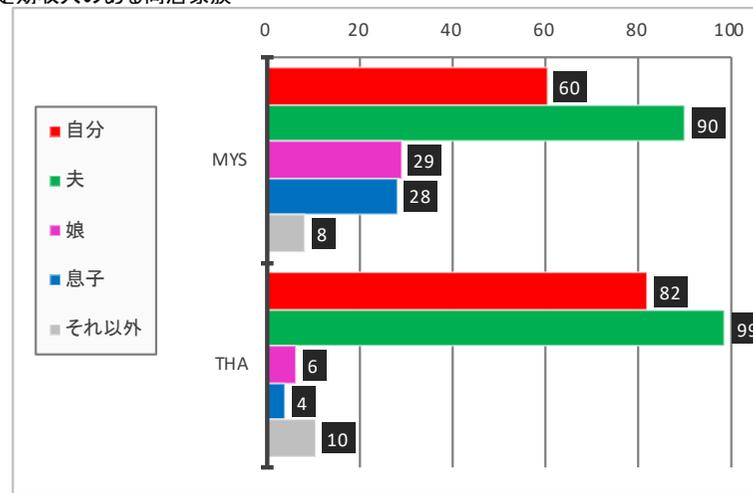
4 同居家族人数(対象者含む)



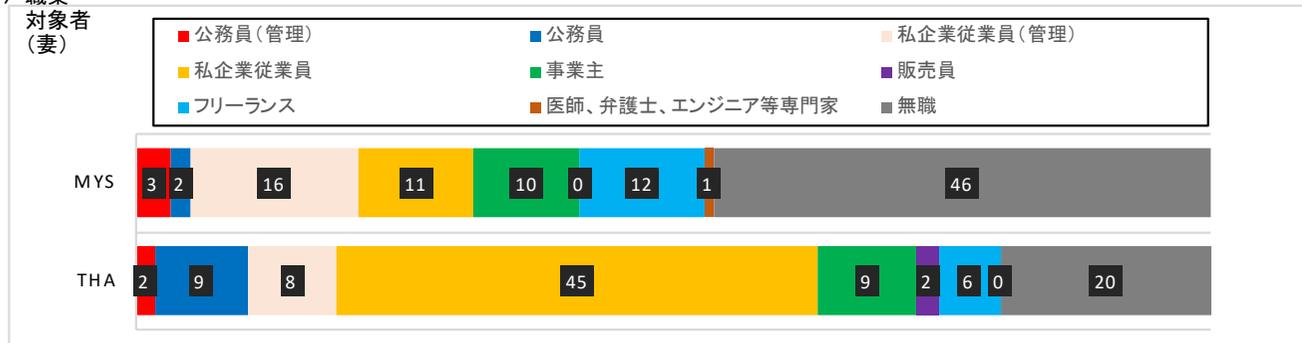
5 同居家族の続柄



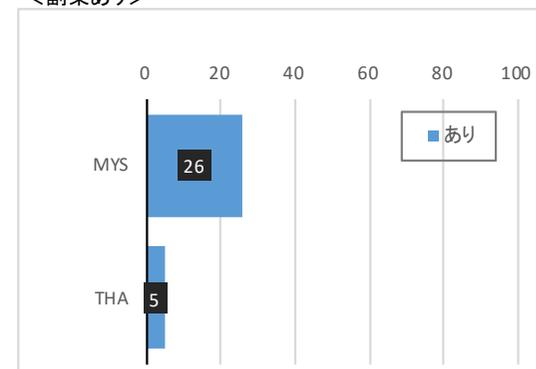
6 定期収入のある同居家族



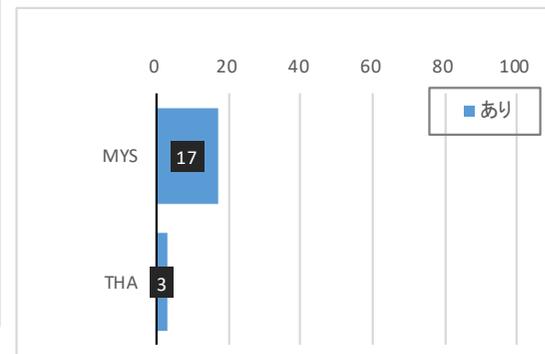
7 職業対象者 (妻)



<副業あり>

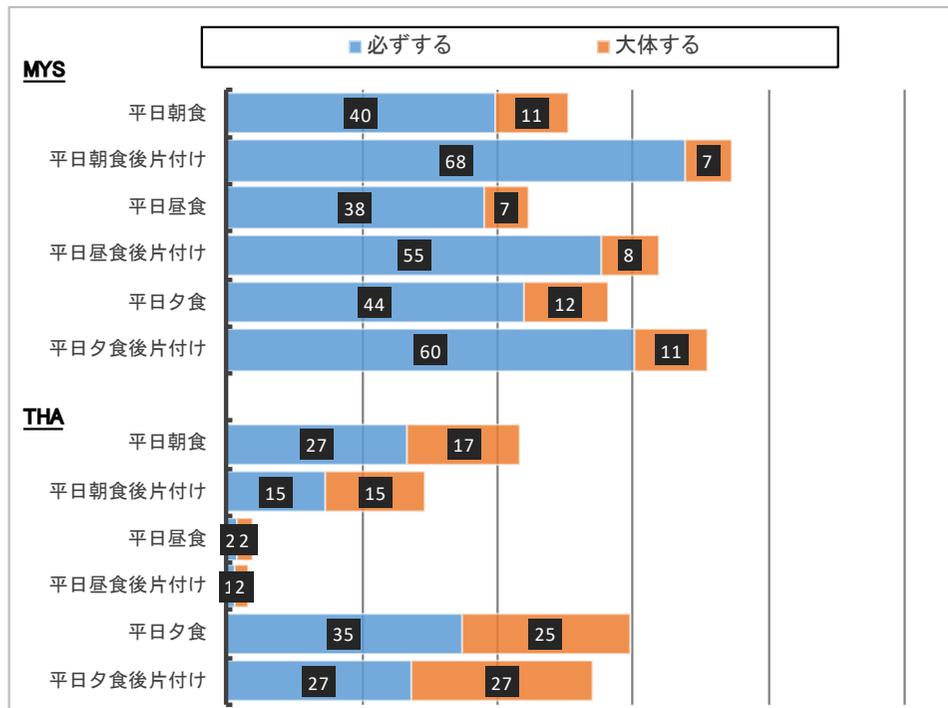


配偶者 (夫)

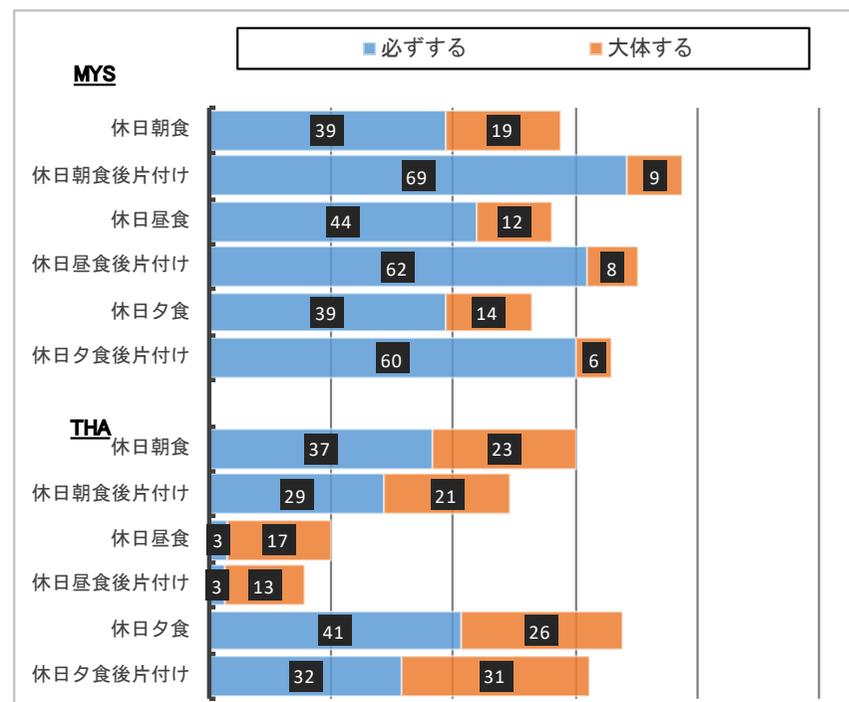


2 自身の平日&休日の台所仕事実施頻度<食事作り>

■ 平日  
 <自分が仕事をしている人は自分の仕事日、していない人は夫の仕事日>

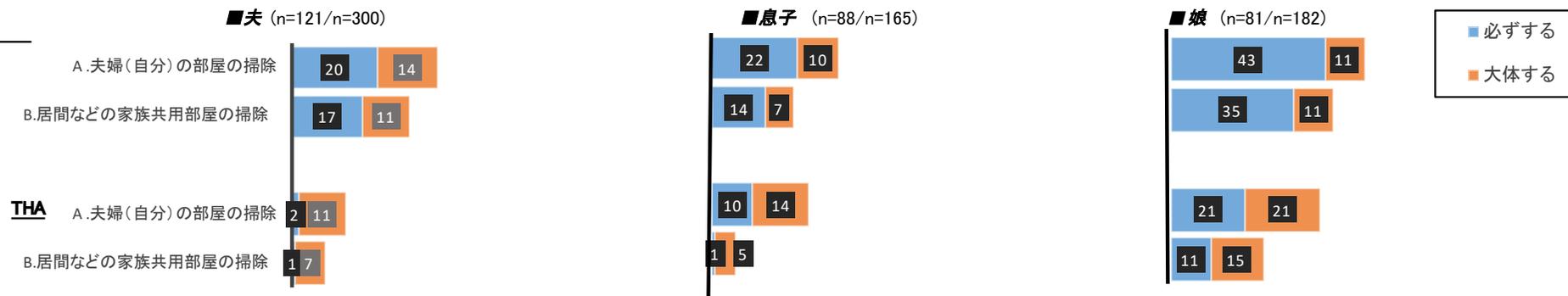


■ 休日  
 <自分が仕事をしている人は自分の仕事休みの日、していない人は夫の仕事休みの日>

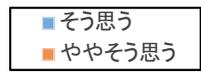
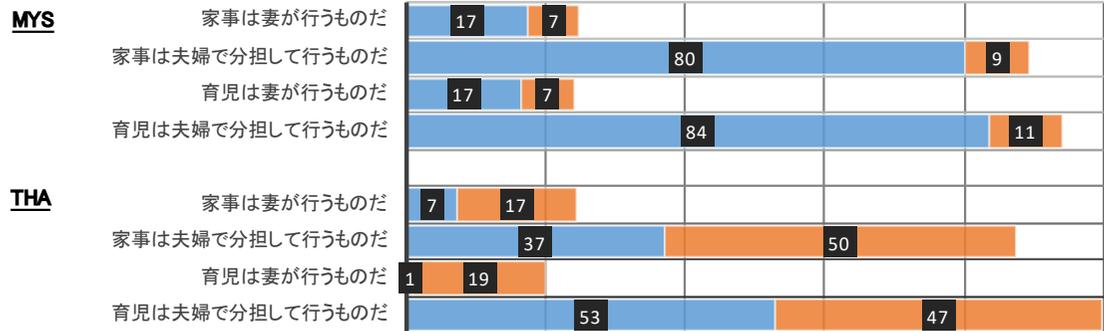


3 家族メンバー別家事頻度

\* ( )内nは各マレー系、中華系、インド系のサンプルサイズ



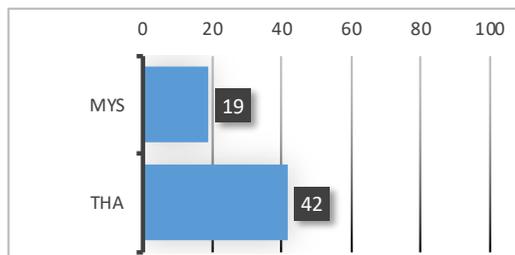
#### 4 家事についての考え方



#### 5 日用雑貨の専共用状況と子の購入者

##### ■ シャンプーについて

1 シャンプー 個人専用率「共用していない%」

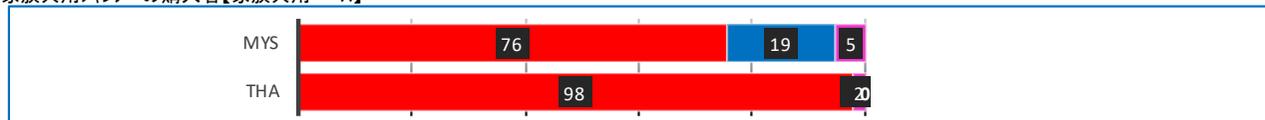


\* ( )内nは各マレー系、中華系、インド系のサンプルサイズ

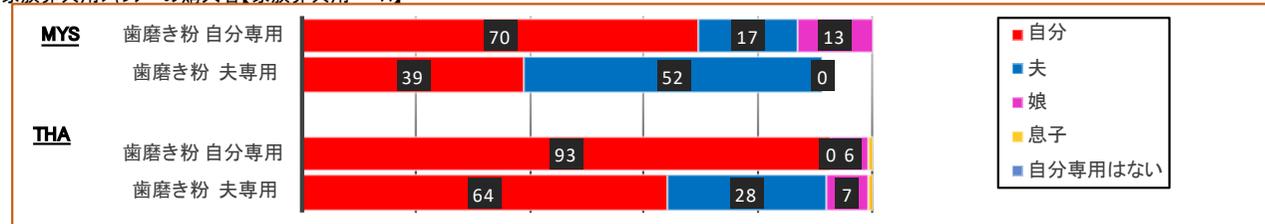
\*息子、娘がいない場合はベースからはずしている

2 シャンプー 購入者

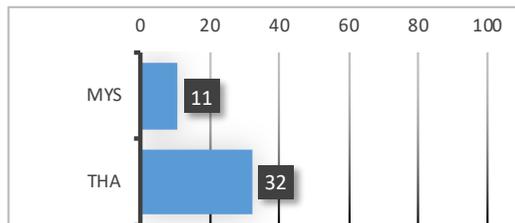
家族共用シャンプーの購入者【家族共用ベース】



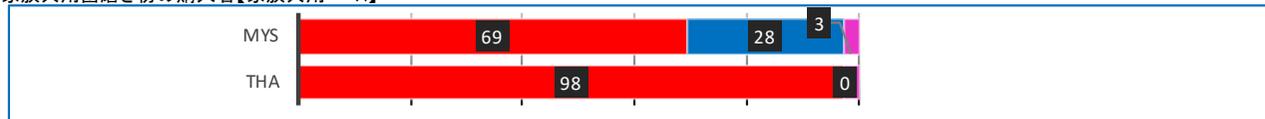
家族非共用シャンプーの購入者【家族非共用ベース】



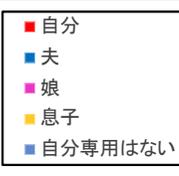
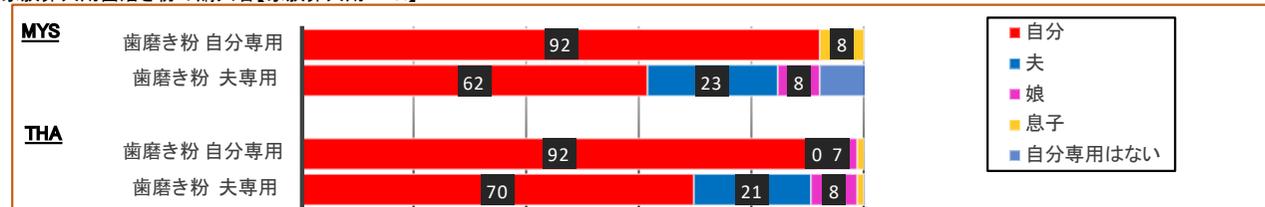
##### ■ 歯磨き粉について



家族共用歯磨き粉の購入者【家族共用ベース】

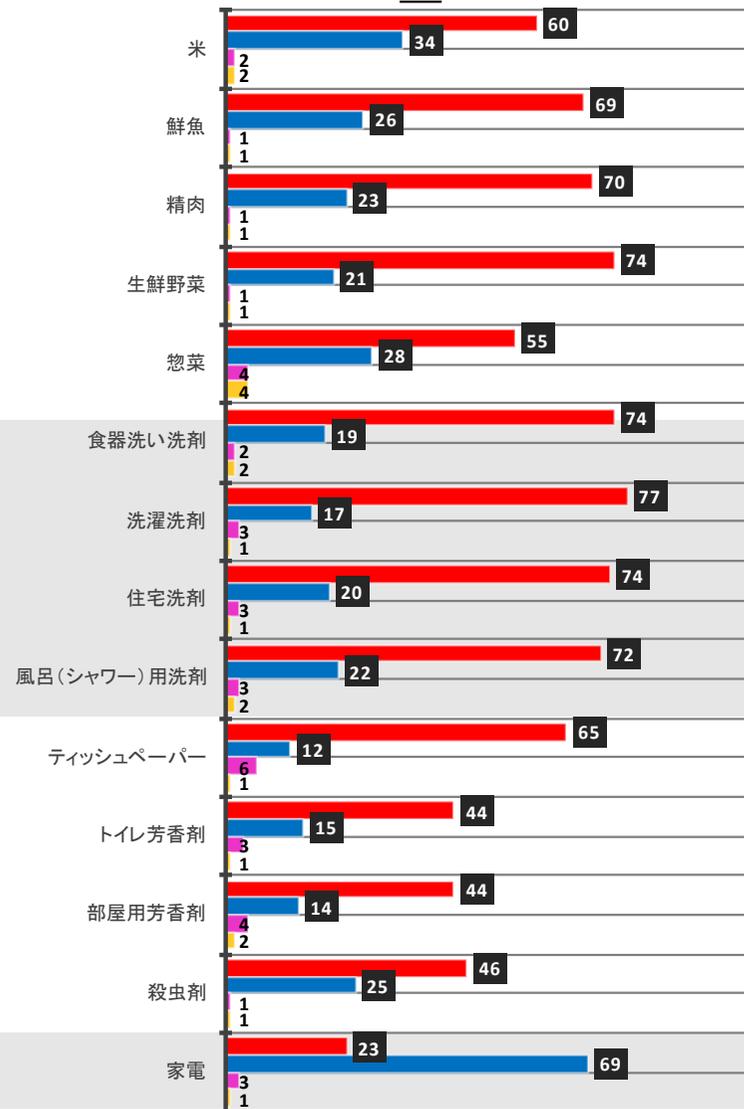


家族非共用歯磨き粉の購入者【家族非共用ベース】

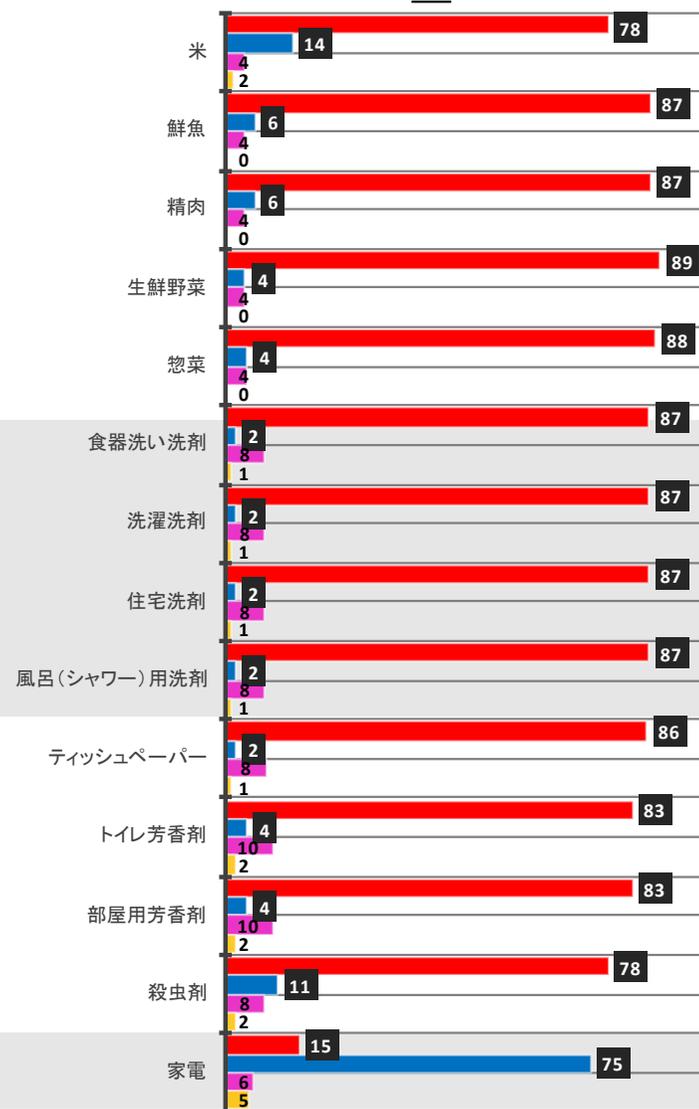


6 食品、日用雑貨品の購入店種とその購入者

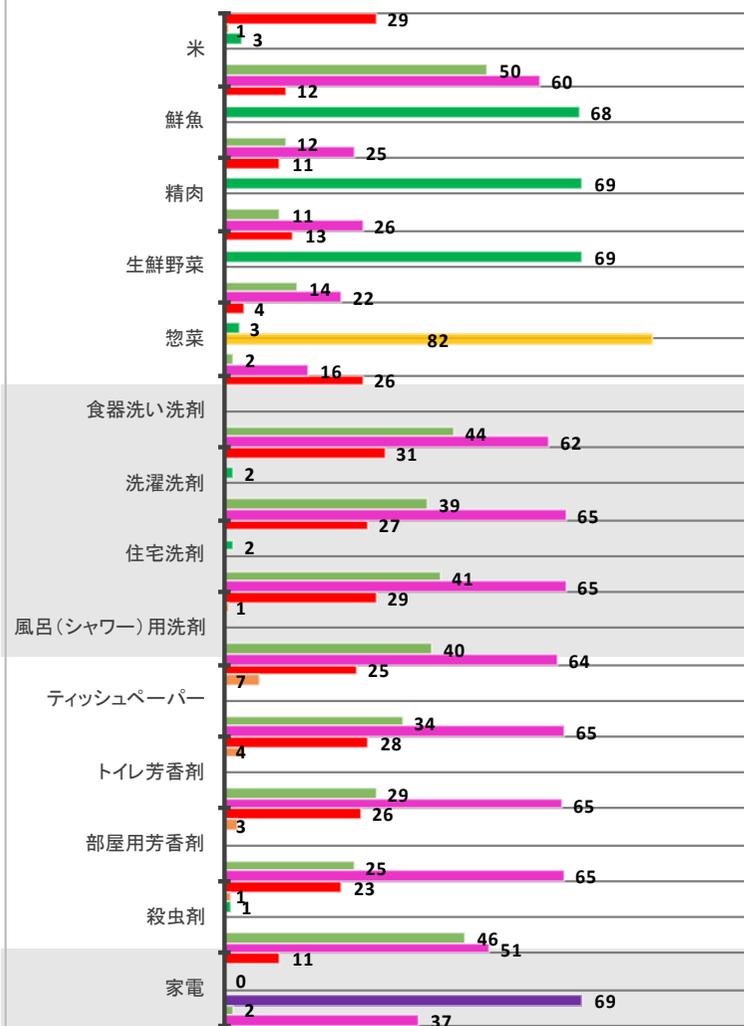
1 食品購入者



THA



2 食品購入場所



THA

<購入ありベース>

