

マレーシア、クアラルンプール家事調査 <RACE 編>

◎ マレーシアは、マレー系、中国系、インド系の3種類の人種から構成される多文化 & 多言語社会である。その構成比は7:2:1である。

■回答者構成

マレー系	41
中国系	40
インド系	40
TOTAL	121

■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 ■

<家族統特性>

- ・3人種の割り付けは1:1:1であり各40名で構成されている。マレー系がやや20代がやや多く、最も若年の世帯が多い。(年齢割りつけなし)
- ・夫は妻と同人数であり、概ね同じ人種同士で世帯を持っている。
- ・家族人数はインド系で家族人数が多い傾向が見られる。
- ・世帯月収は、75%タイルではインド系<中国系<マレー系である。ちなみに世帯主月収では、インド系<マレー系<中国系となっている。マレー系では主婦の有職率が高いので世帯収入が高くなっていると思われる。

<家事分担>

- ・平日・休日とも中華系は他系に比べ食事準備はしていない。インド系は準備しており、特に休日でその傾向が強い。
- ・インド系では家族(夫、息子、娘)の掃除参加率が高い傾向にあるが、他系に比べ、家事・育児とも「妻が行う」という意識が最も強い。

<日雑品他の購入状況>

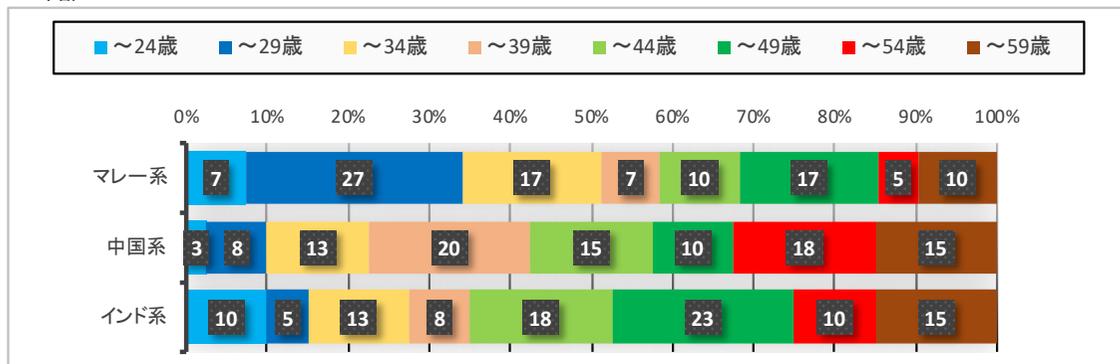
- ・シャンプー、歯磨き粉は、中華系の主婦の購入率が高い。
- ・日雑、食品等の購入では、インド系で夫の購入率が高い。
- ・中華系では雑貨は「ハイパーマーケット」で購入している

◎いずれの人種とも家事の主体は主婦がであるが;

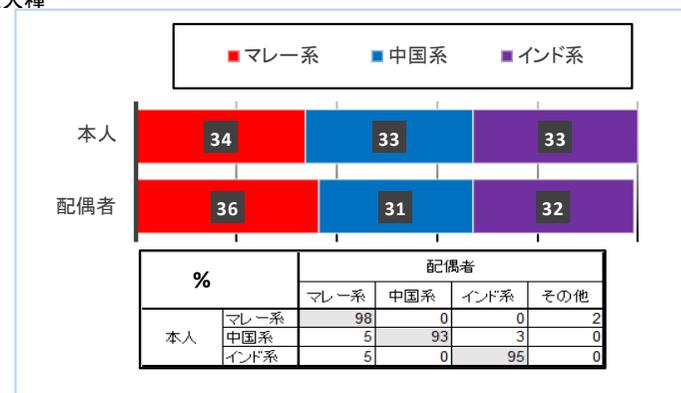
- ・インド系では夫の家事の参加率が高い傾向がみられる。その一方で、主婦が「家事育児は自身の仕事だと思っている意識が他系より強いのは興味深いところである。
- ・中華系では専業主婦率が高く、買い物はするが、他系に比べ食事の準備は「やらない」傾向にある。
- ・マレー系では主婦の有職率が高いが、家族の家事参加率は高くない。一人で奮闘している様子がうかがえる。

1 対象者特性(主婦)

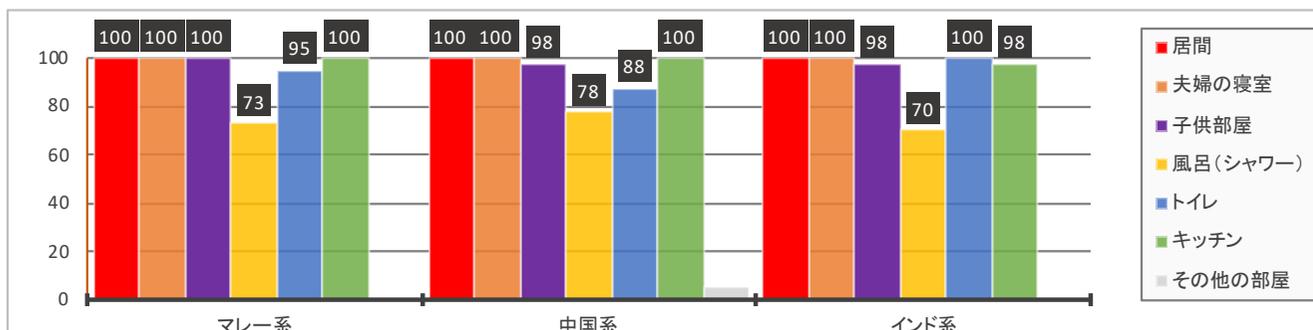
1 年齢



2.人種

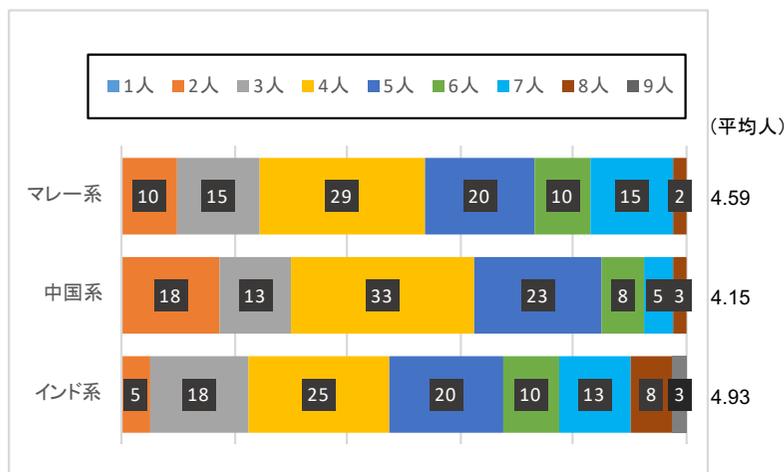


3 住居形態(所有部屋種)

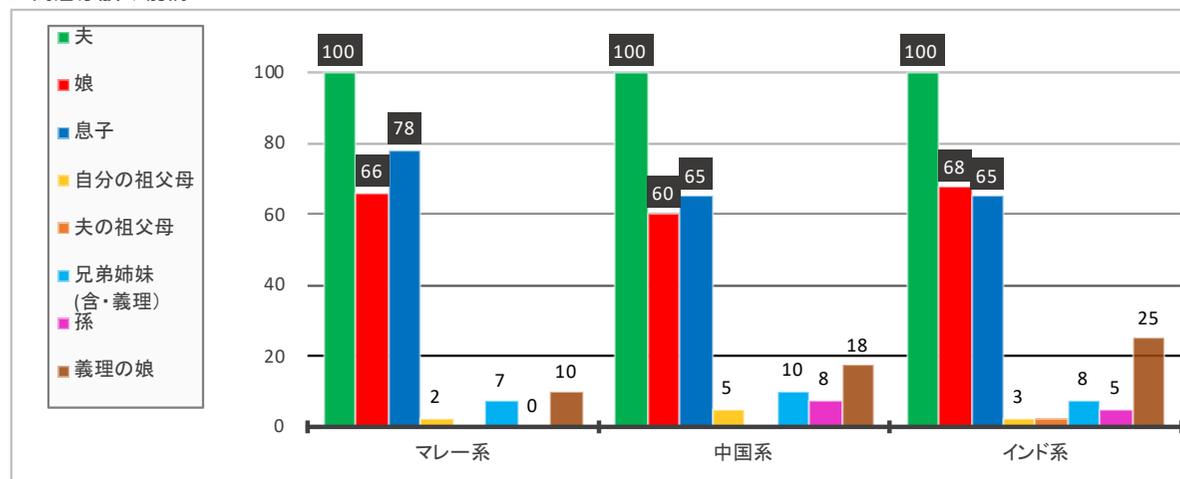


TOTAL	
マレー系	n=41
中華系	n=40
インド系	n=40

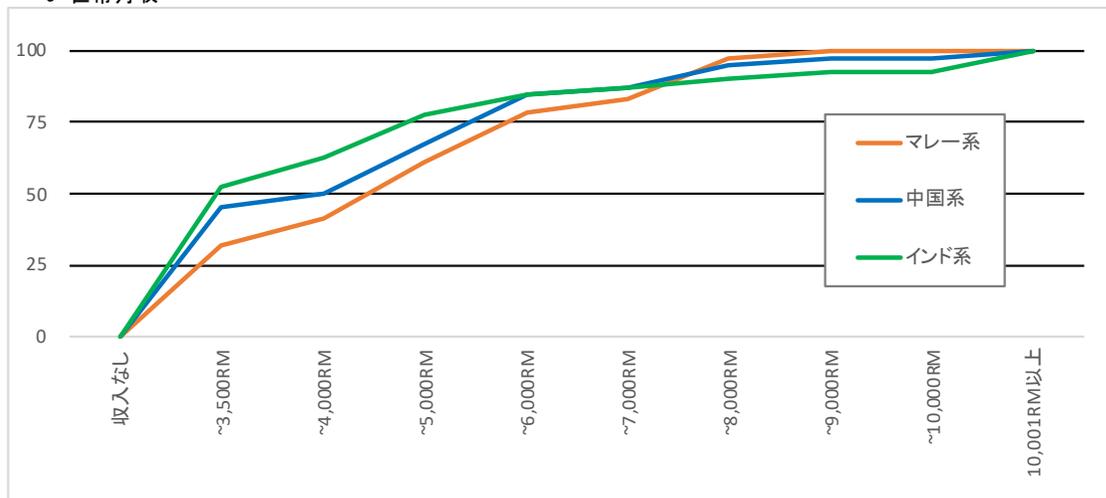
4 同居家族人数(対象者含む)



5 同居家族の続柄

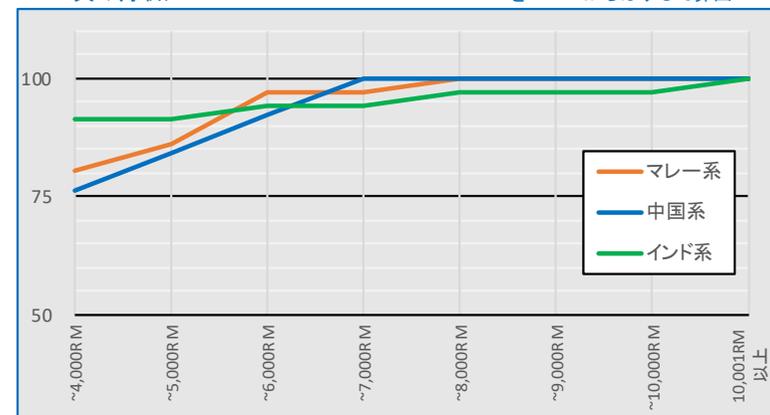


6 世帯月収

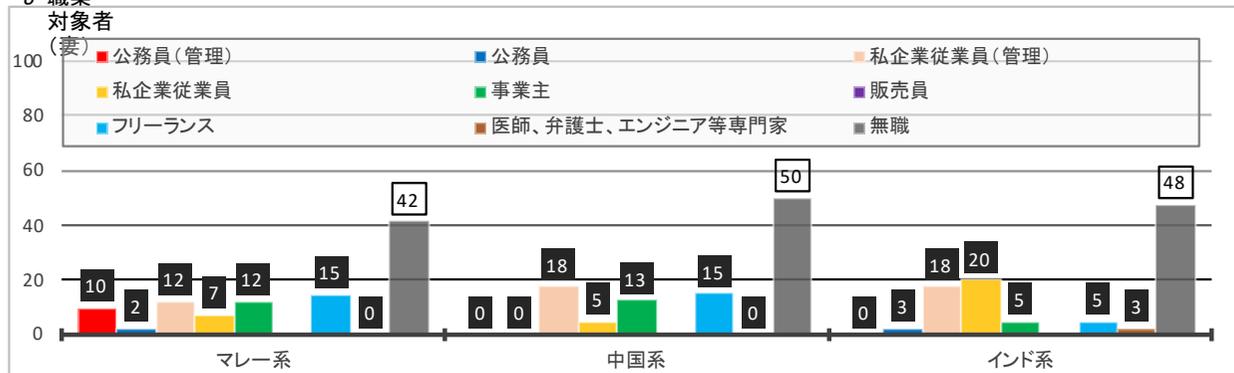


<夫の月収>

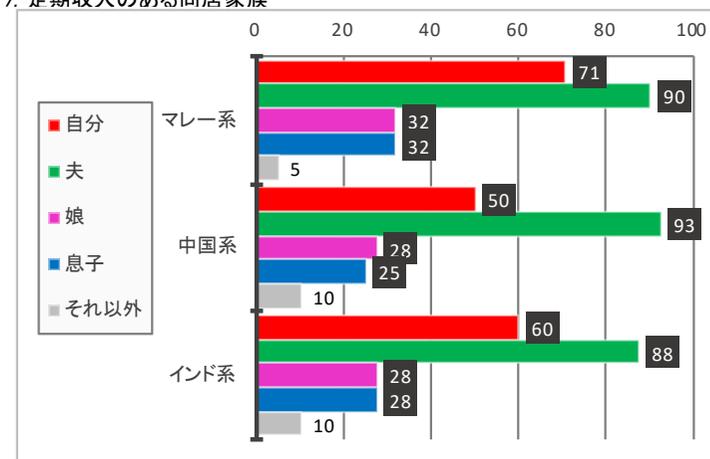
* NAをベースからはずして算出



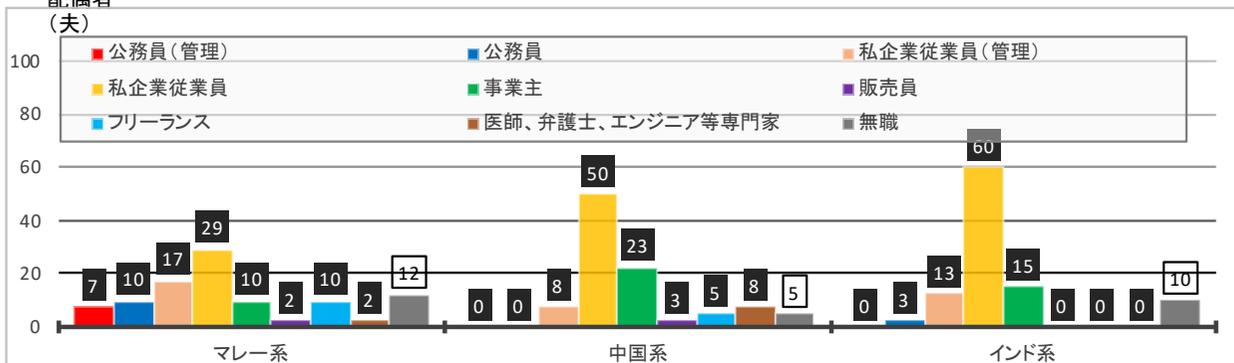
8 職業
対象者
(妻)



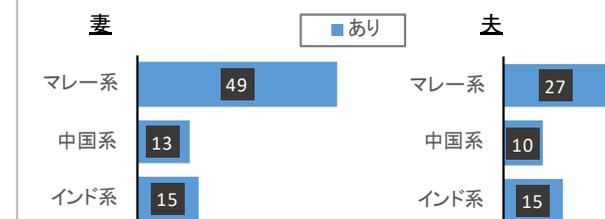
7. 定期収入のある同居家族



配偶者
(夫)

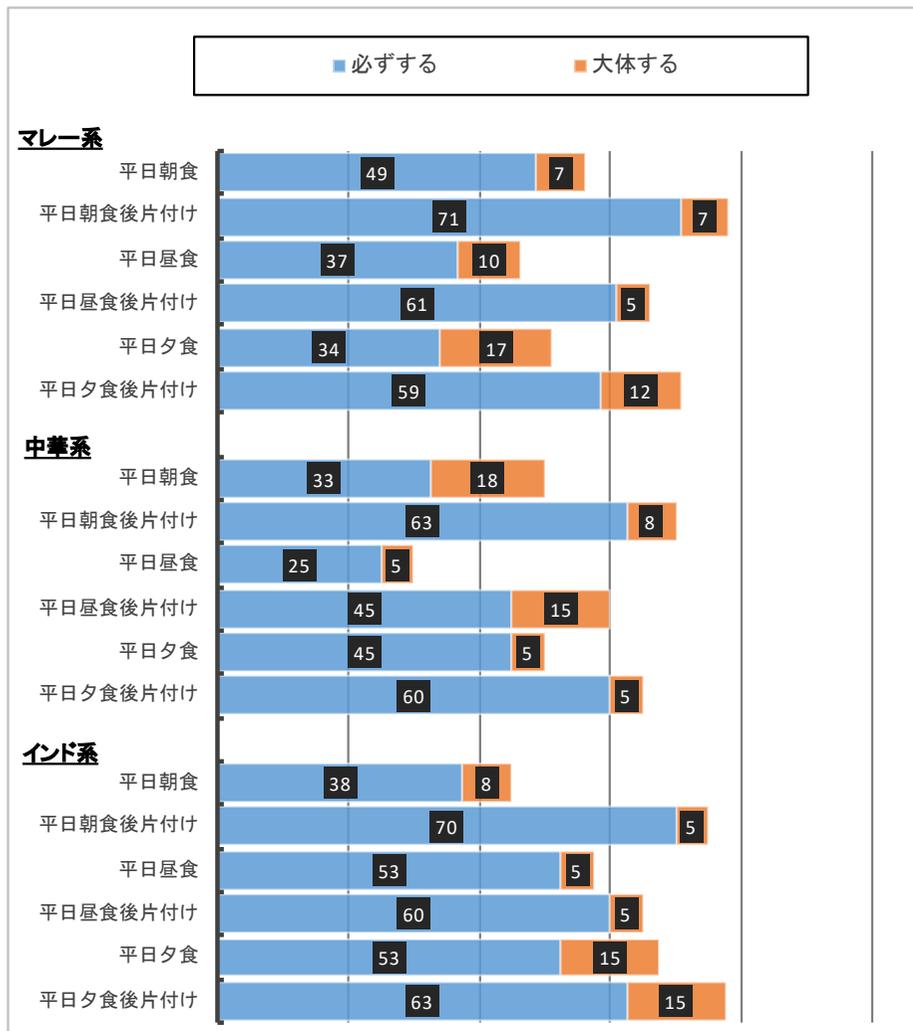


<副業あり>

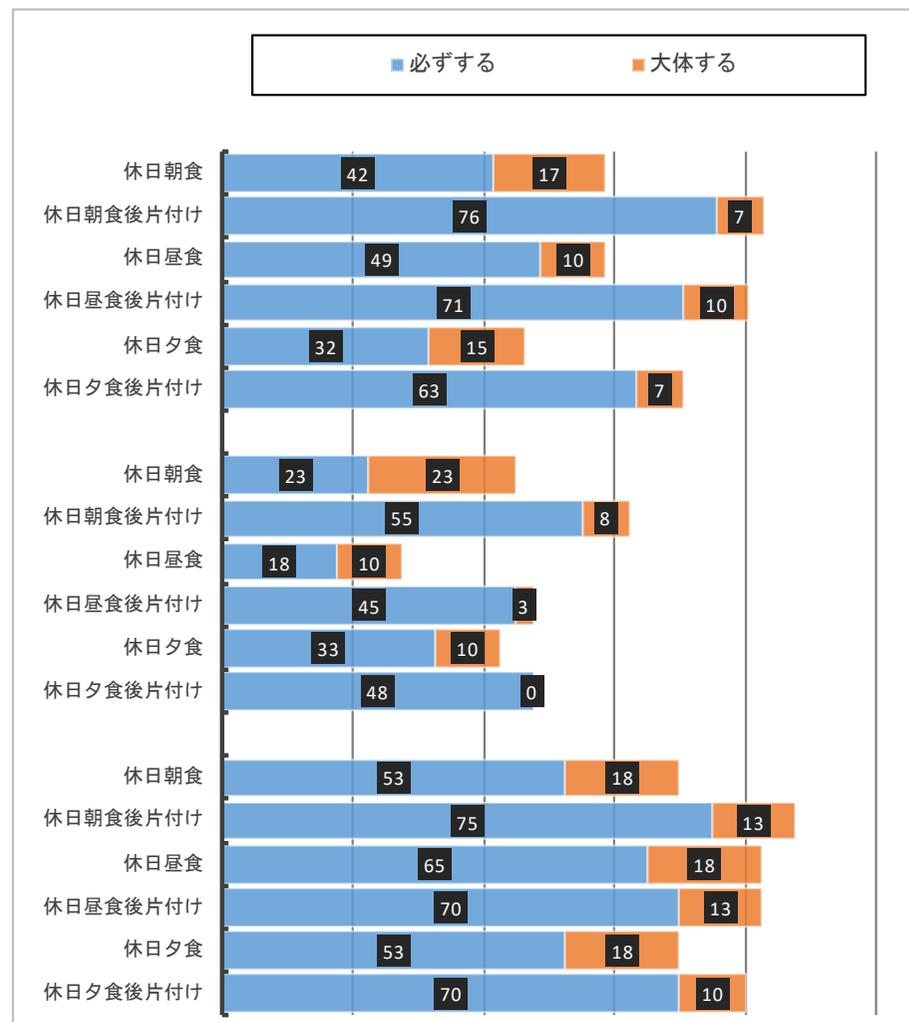


2 自身の平日&休日の台所仕事実施頻度<食事作り>

■ 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>

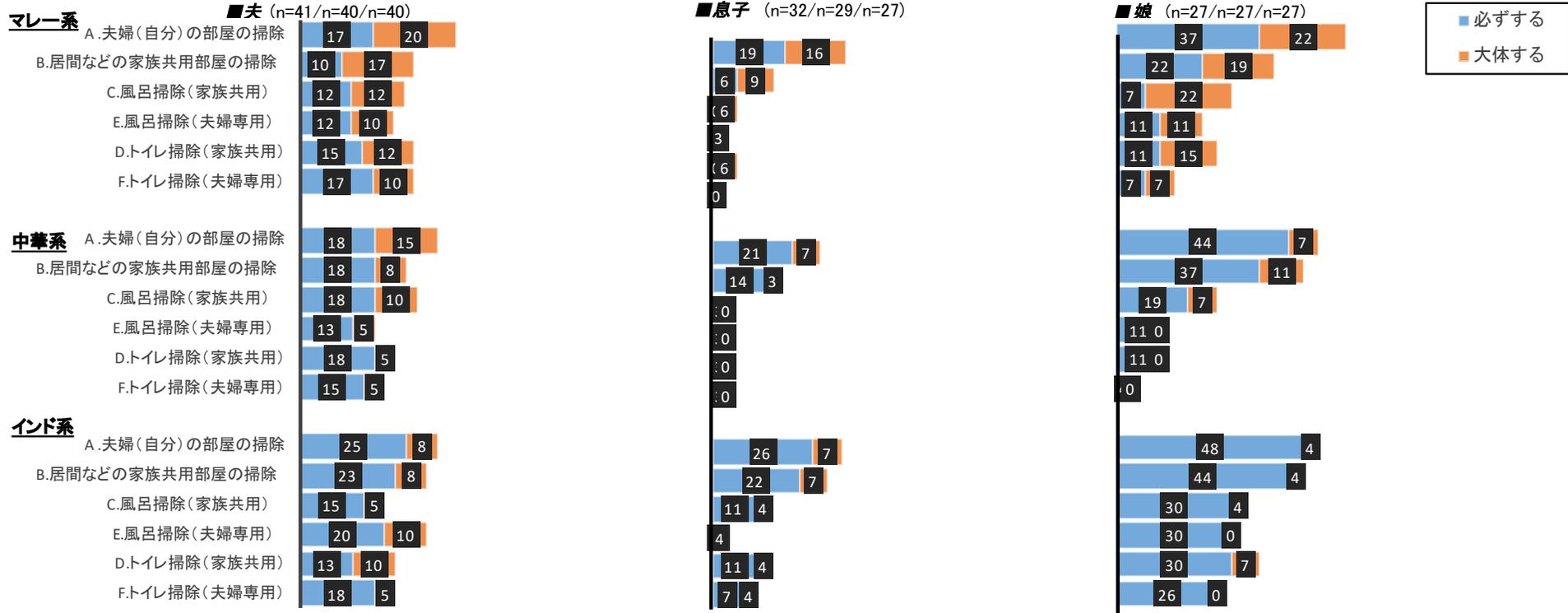


■ 休日 <自分が仕事をしている人は自分の仕事休みの日、していない人は夫の仕事休みの日>

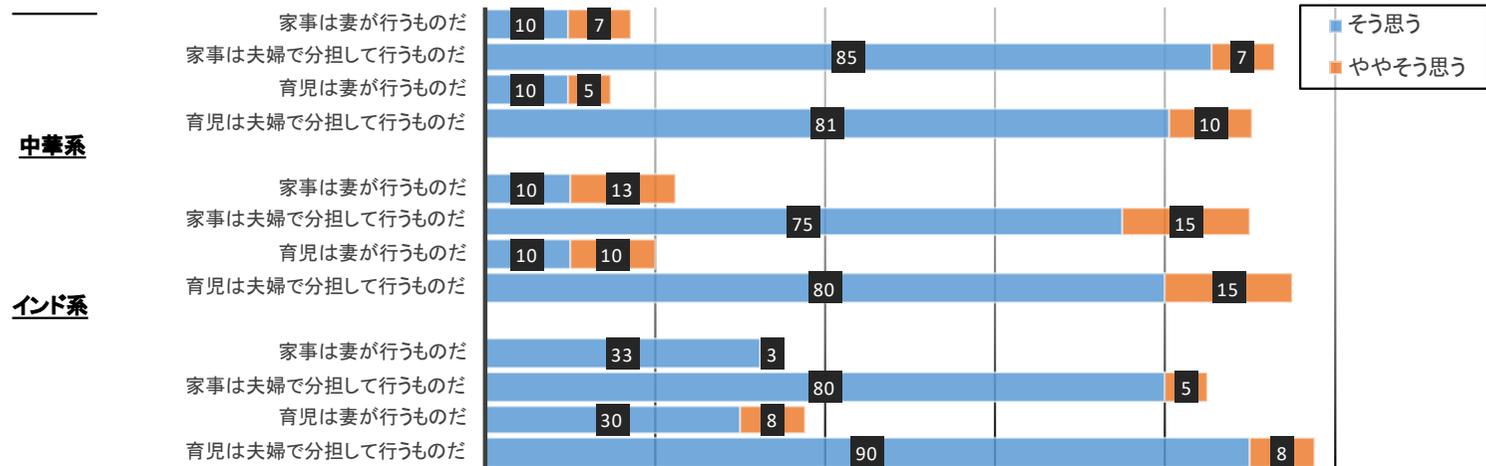


3 家族メンバー別家事頻度

* ()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

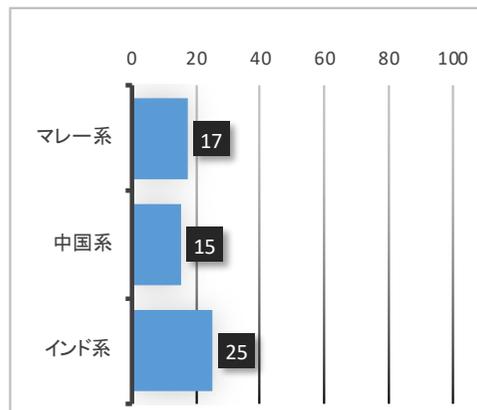


5 日用雑貨の専共用状況とその購入者

* ()内nは各マレー系、中華系、インド系のサンプルサイズ

■ シャンプーについて

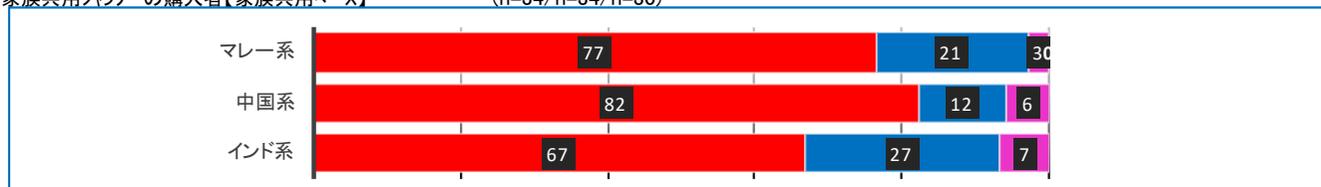
1 シャンプー 個人専用率「共用していない%」



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】

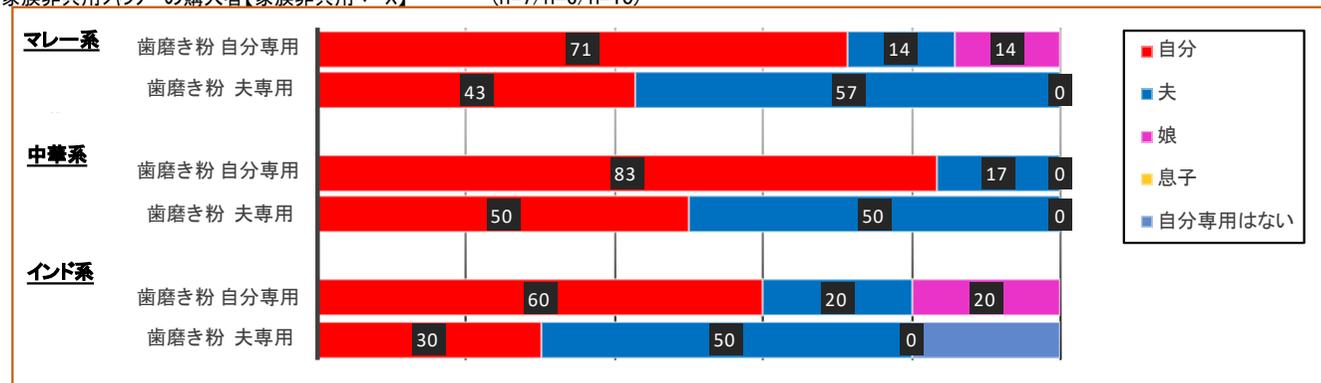
(n=34/n=34/n=30)



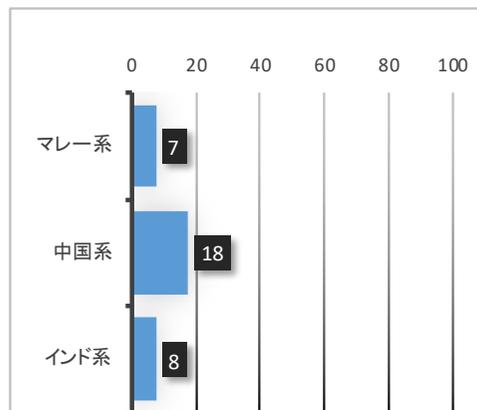
*息子、娘がいない場合はベースからはずしている

家族非共用シャンプーの購入者【家族非共用ベース】

(n=7/n=6/n=10)

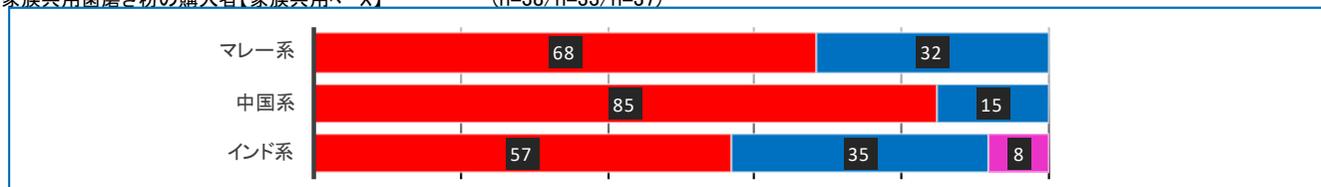


■ 歯磨き粉について



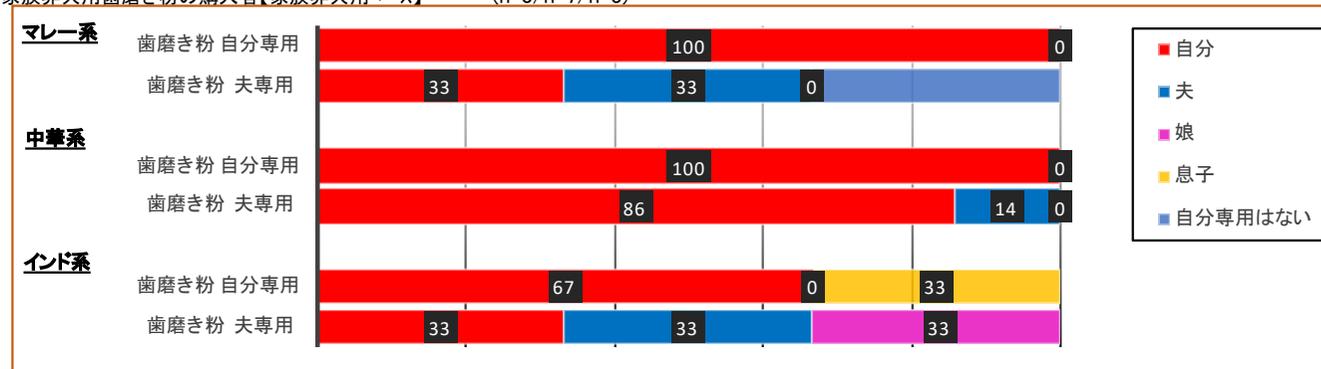
家族共用歯磨き粉の購入者【家族共用ベース】

(n=38/n=33/n=37)



家族非共用歯磨き粉の購入者【家族非共用ベース】

(n=3/n=7/n=3)



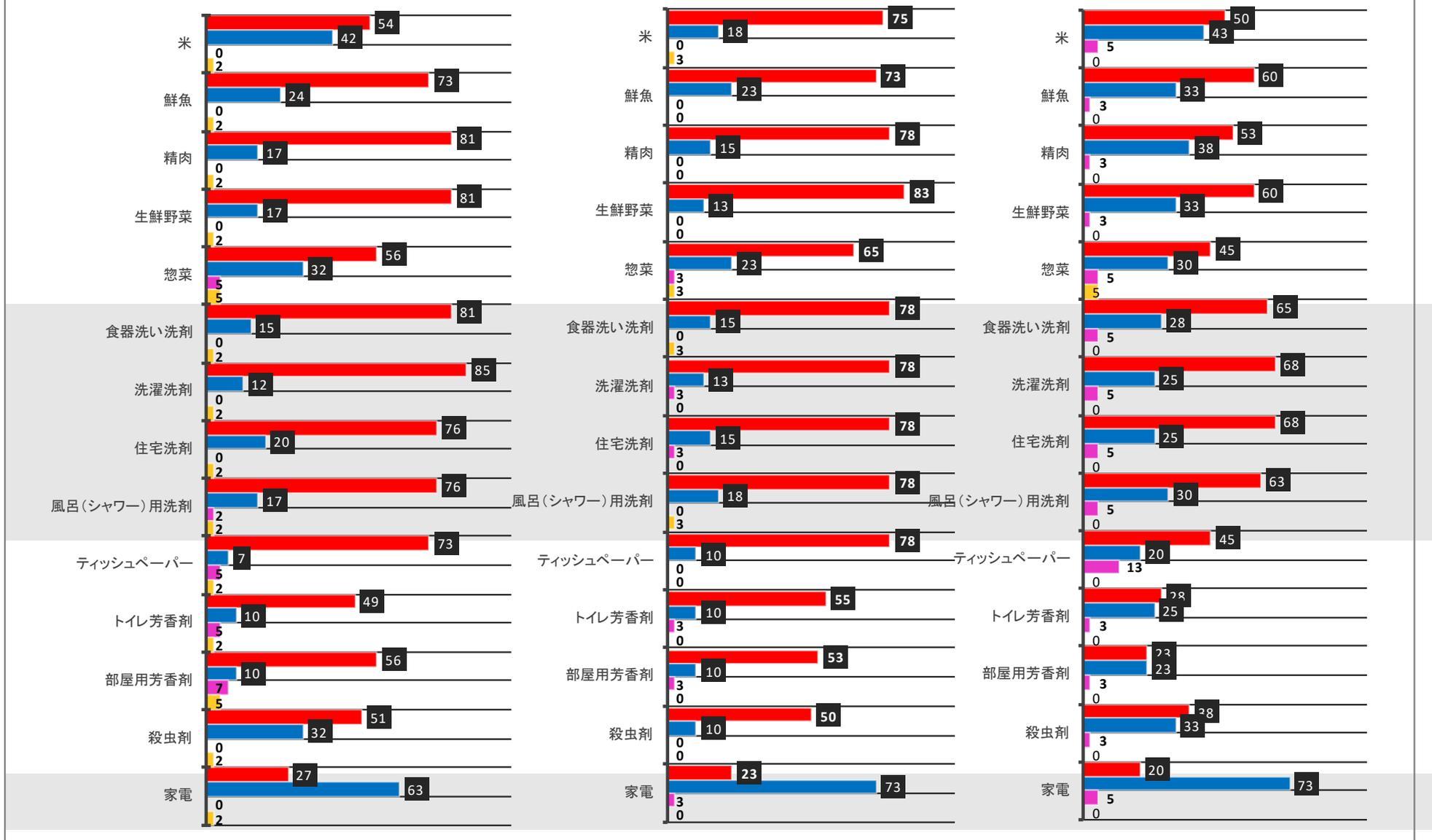
6 食品、日用雑貨品の購入店種とその購入者

1 食品購入者



中華系

インド系



2 食品購入場所

