

調査結果概要

日本人・韓国人の「幸せ意識」比較

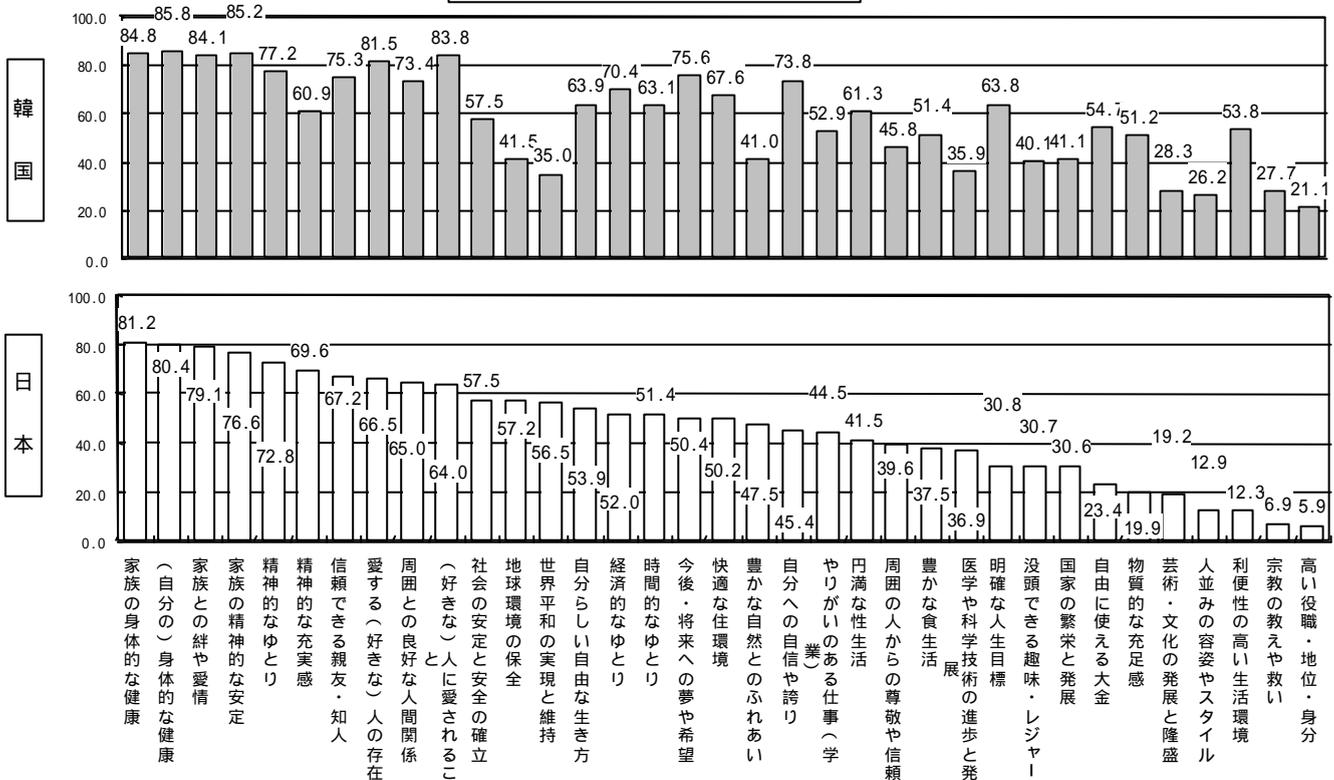
「自信や誇りが幸せに必要不可欠」日本人：45.4%、韓国人：73.8%

「幸せの要素として必要不可欠なもの」をたずねたところ（複数選択）日本人、韓国人ともに「家族の身体的な健康」「自分の身体的な健康」「家族との絆や愛情」「家族の精神的な安定」が上位4位となった。

「地球環境の保全」（日本人：57.2%、韓国人：41.5%）、「世界平和の実現と維持」（日本人：56.5%、韓国人：35.0%）などは日本人の方が韓国人よりも「必要不可欠」とした人が15~25%程度多く、「自分への自信や誇り」（日本人：45.4%、韓国人：73.8%）、「明確な人生目標」（日本人：30.8%、韓国人63.8%）などは日本人よりも韓国人の方が約30%多くの方が「必要不可欠」とした。

なお、80%（5人中4人）以上の方が「必要不可欠」とした項目は日本人が2項目だったのに対し、韓国人は6項目と項目数は3倍だった。

幸せの要素として必要不可欠なもの



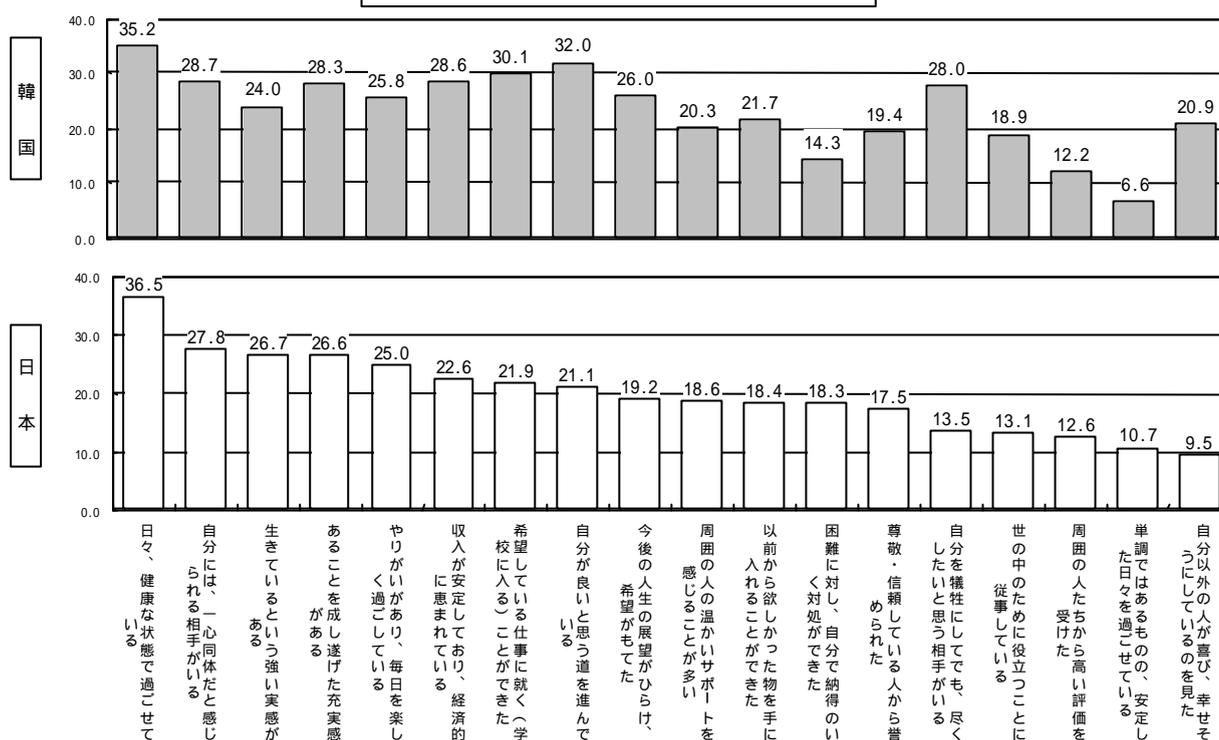
「自己犠牲をしても尽くしたい相手がいると非常に幸せ」日本人：13.5%、韓国人28.0%

場面・状況の例をあげて、「どの程度幸せと感じるか」をたずねたところ（経験がない場合はイメージ）日本人の36.5%、韓国人の35.2%が「日々、健康な状態で過ごせていること」を「非常に幸せを感じる」とし、ともに最も多かった。

日本人、韓国人で傾向の違いが見られたのは、「自分が良いと思う道を進んでいる」（日本人：21.1%、韓国人：32.0%）、「自分を犠牲にしてでも尽くしたいと思う相手がいる」（日本人：13.5%、韓国人28.0%）、「自分以外の方が喜び、幸せそうにしているのを見た」（日本人：9.5%、韓国人：20.9%）などで、自分自身の誇りに関することや人を思いやる項目で、日本人よりも韓国人の方が10~15%「非常に幸せを感じる」傾向が強かった。

なお、25%（4人に1人）以上の方が「非常に幸せを感じる」とした項目は、日本人が5項目だったのに対し、韓国人は9項目と2倍近かった。

「非常に幸せを感じる」場面・状況

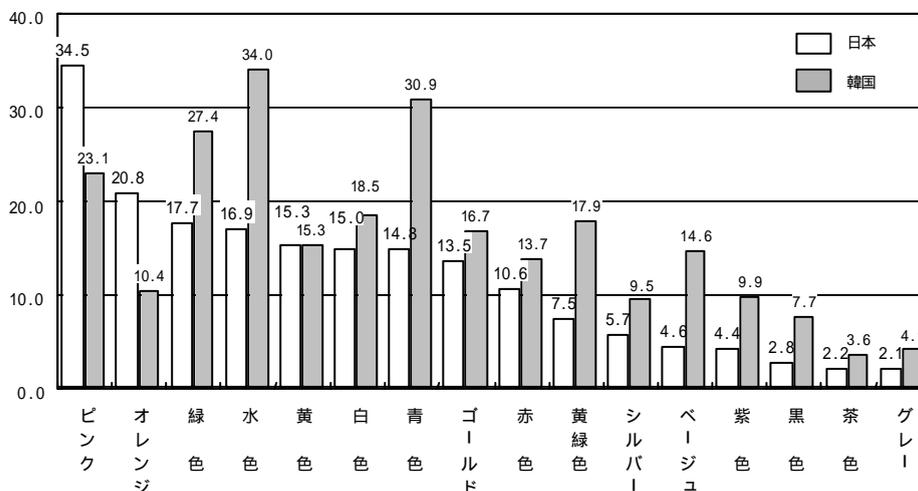


「幸せをイメージする国」の1位、日本人は「日本」、韓国人は「スイス」

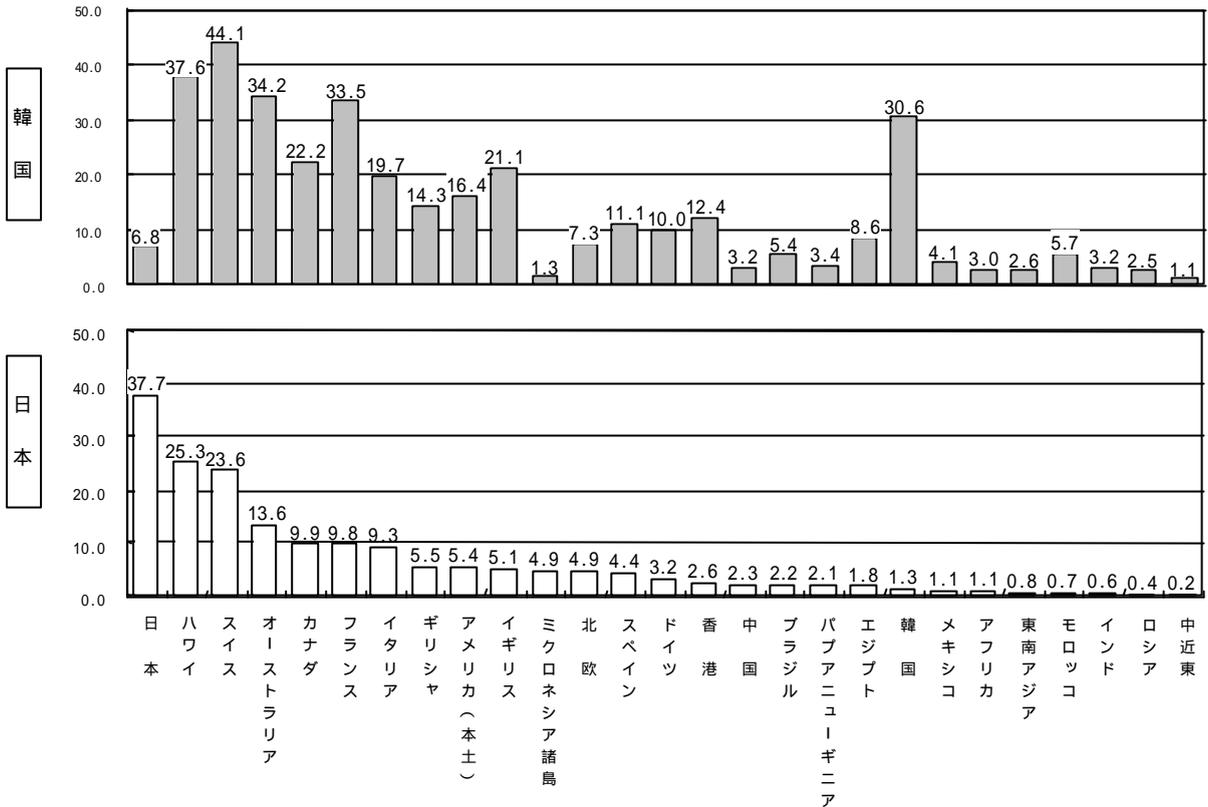
「幸せをイメージする色」をたずねたところ(複数選択)日本人は「ピンク」(34.5%)が最も多く、2位の「オレンジ」(20.8%)と13.7ポイントの差があった。韓国人が「幸せをイメージする色」は、「水色」(34.0%)、「青色」(30.9%)、「緑色」(27.4%)の順で多く、大きな差は見られなかった。

「幸せをイメージする国」をたずねたところ、日本人の1位は「日本」(37.7%)で、以下「ハワイ」(25.3%)、「スイス」(23.6%)と続いた。一方、韓国人の場合1位が「スイス」(44.1%)で、以下「ハワイ」(37.6%)、「オーストラリア」(34.2%)と続いた。「韓国」と回答した韓国人は30.6%で、5位だった。

幸せをイメージする色



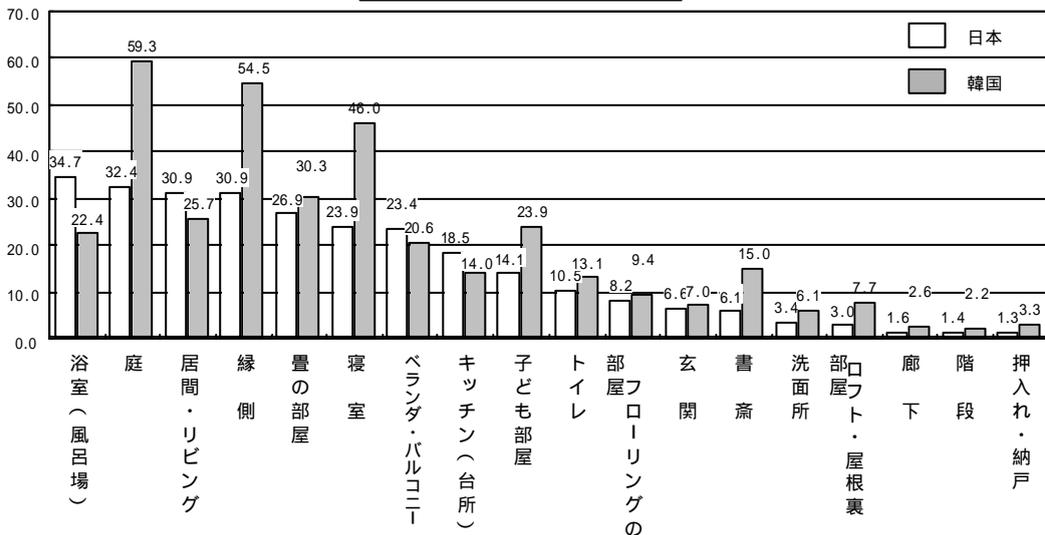
幸せをイメージする国



「居住空間で幸せを感じる場所」は日本人「浴室」「庭」「リビング」、韓国人「庭」「縁側」「寝室」。「居住空間で幸せを感じる場所」をたずねたところ（複数選択）日本人の場合、「浴室（風呂場）」（34.7%）、「庭」（32.4%）、「居間・リビング」（30.9%）の順が多かった。一方韓国人は「庭」（59.3%）、「縁側」（54.5%）との回答が半数を超え、「寝室」（46.0%）がこれに続いた。

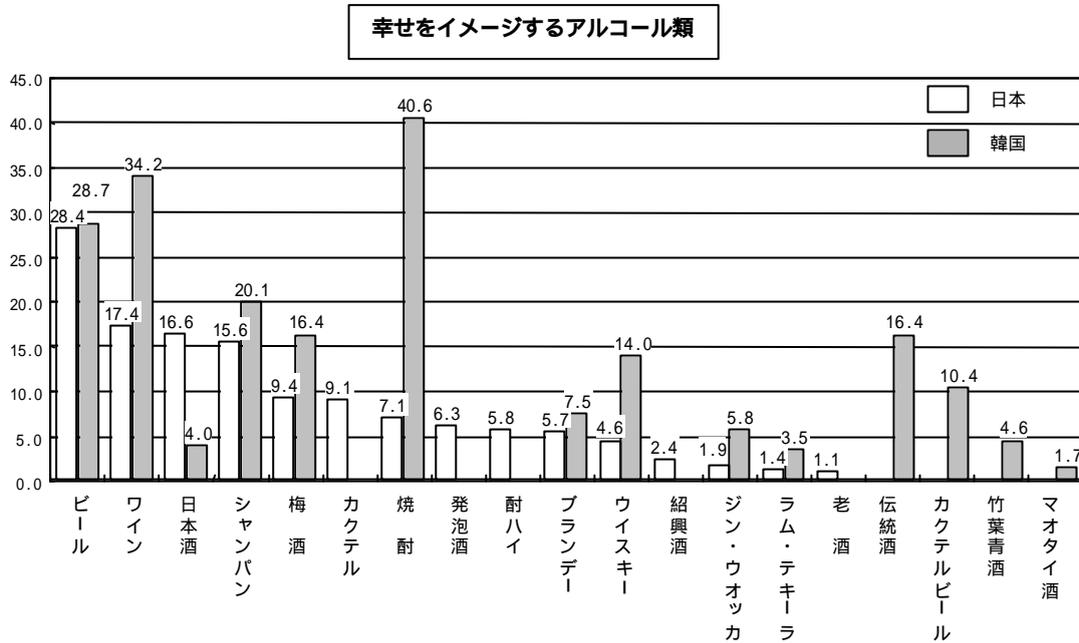
「食生活に関する状況や場面」を例にあげ、「どの程度幸せを感じるか」をたずねたところ（複数選択、経験がない場合はイメージ）「幸せを感じる」（「非常に幸せ」「幸せ」「まあ幸せ」の合計、以下同様）とした人が多かったのは、日本人、韓国人ともに「青空の下、手作り弁当をみんなで食べる」（日本人：92.2%、韓国人：96.1%）、「母親の愛情こもった料理」（日本人：90.9%、韓国人：95.8%）だった。その一方で、「家庭で家族各自が好みのメニューを食べる」は日本人：19.5%に対し韓国人：73.4%、また「食べたい時間に自由に食事」は日本人：29.2%に対し韓国人：65.5%で、韓国人の方が日本人よりも「幸せを感じる」人が多かった。

幸せをイメージする居住空間



「幸せをイメージするアルコール類」日本人は「ビール」、韓国人は「焼酎」

「幸せをイメージするアルコール類」をたずねたところ（複数選択、日本人は「ビール」(28.4%)が最も多く、以下「ワイン」(17.4%)、「日本酒」(16.6%)と続いた。韓国人は「焼酎」(40.6%)が最も多く、以下「ワイン」(34.2%)、「ビール」(28.7%)だった。

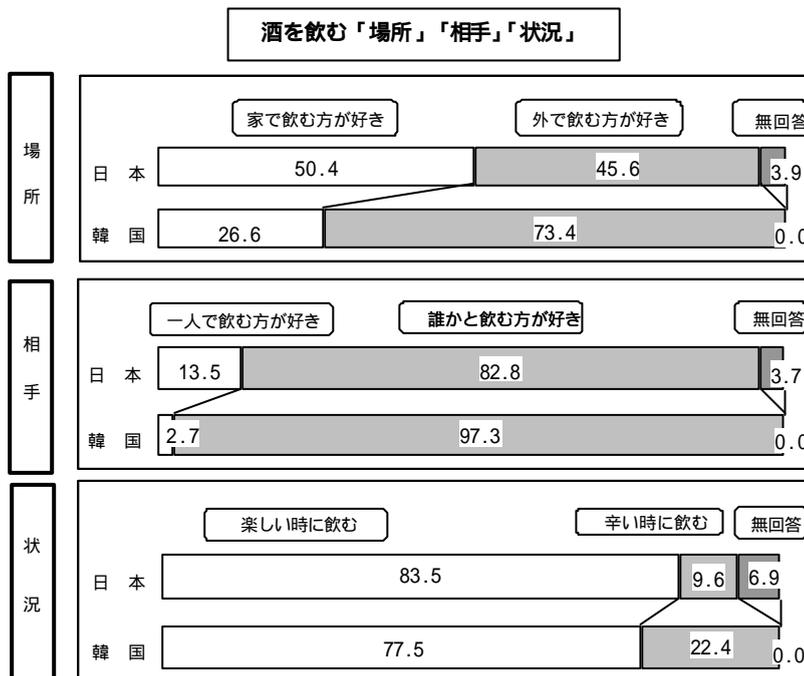


「酒は家で飲む方が好き」日本人：50.4%、韓国人：26.6%

酒を飲む「場所」や「相手」、「状況」をたずねたところ（2つの選択肢からより近いものを選択）、日本人は「家で飲む方が好き」とした人が50.4%、「外で飲む方が好き」とした人が45.6%で、ほぼ二分。これに対し韓国人は、前者は26.6%、後者は73.4%で、韓国人は「外」の方が「家」よりも46.8ポイント高かった。

「相手」については、「一人で飲む方が好き」とした人が日本人では13.5%いたが、韓国人は2.7%で、ほとんどいなかった。

「状況」については、「辛いときに飲む」としたのが日本人では9.6%だったのに対し、韓国人は22.4%と、日本人の2倍以上の比率があった。

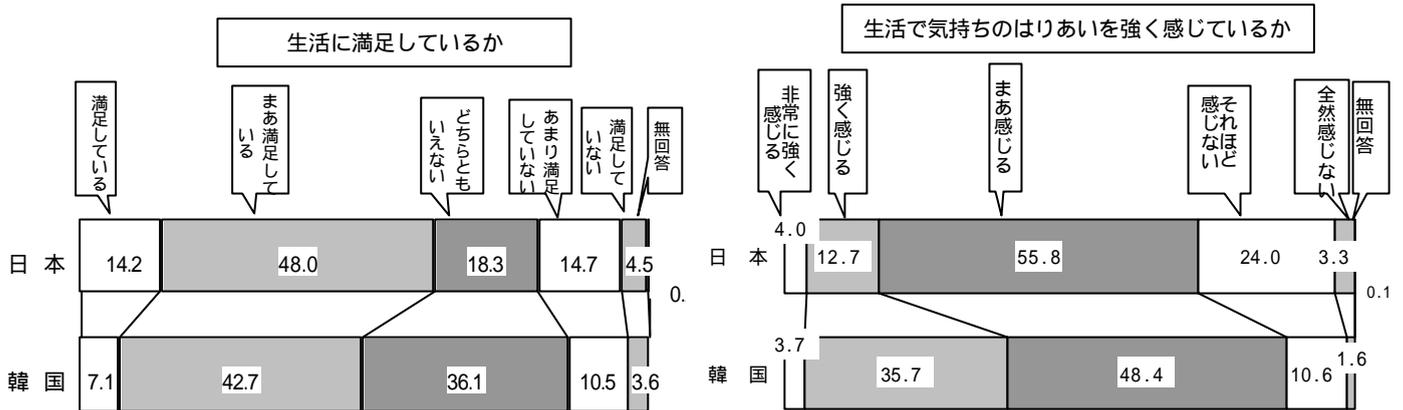


日本人・韓国人の「生活意識」比較

生活満足は日本人、生活にはりあいを感じているのは韓国人

「生活に満足しているか」をたずねたところ、日本人の62.2%が「満足」（「満足している」14.2%と「まあ満足している」48.0%の合計）としたのに対し、韓国人は49.8%（「満足している」7.1%と「まあ満足している」42.7%の合計）で、日本人よりも12.4ポイント少なかった。

「生活で気持ちのはりあいを強く感じているか」とたずねたところ、「強く感じる」（「非常に強く感じる」と「強く感じる」の合計）としたのは日本人が16.7%と5分の1に満たなかったのに対し、韓国人は39.4%で、日本人よりも22.7ポイント多かった。

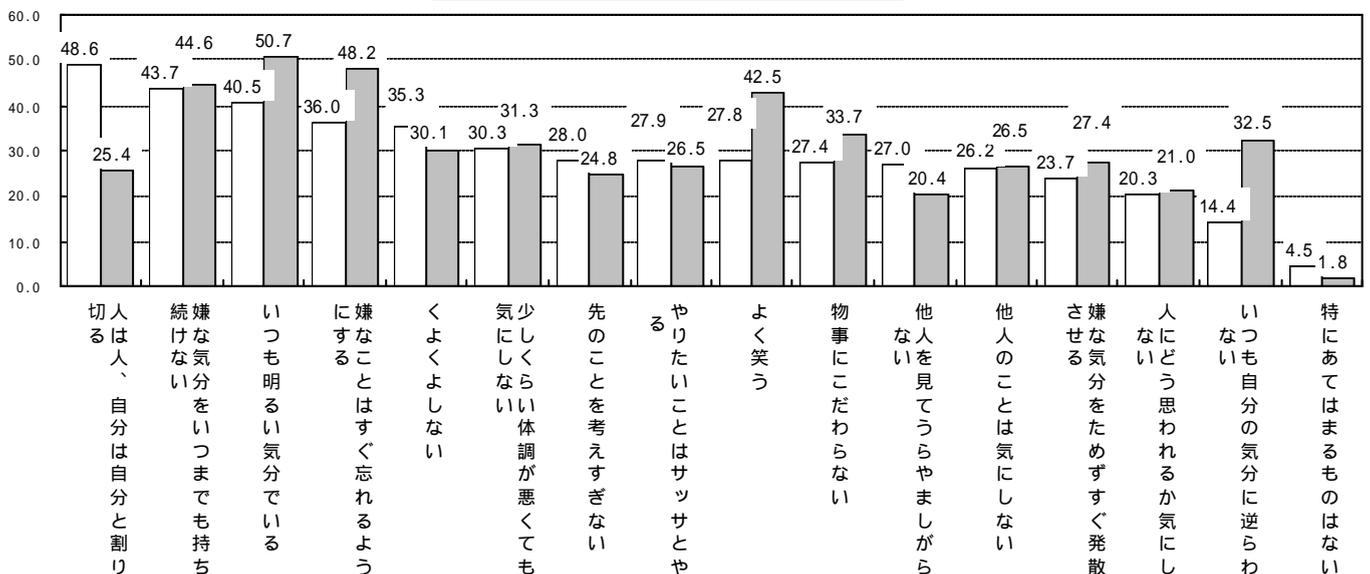


「人は人と割り切る」日本人：48.6%、「いつも明るい気分である」韓国人：50.7%

「普段からこころがけていること」をたずねたところ（複数選択）日本人は「人は人、自分は自分と割り切る」（48.6%）、「嫌な気分をいつまでも持ち続けない」（43.7%）、「いつも明るい気分である」（40.5%）の順で多く、韓国人は「いつも明るい気分である」（50.7%）、「嫌なことはすぐに忘れるようにする」（48.2%）、「嫌な気分をいつまでも持ち続けない」（44.6%）の順が多かった。

「人は人、自分は自分と割り切る」は日本人：48.6%に対し、韓国人：25.4%で日本人の方が23.2ポイント多かった。一方、「よく笑う」は日本人：27.8%に対し、韓国人：42.5%で14.7ポイント、
「いつも自分の気分に逆らわない」は日本人：14.4%に対し、韓国人：32.5%で18.1ポイント韓国人の方が多かった。

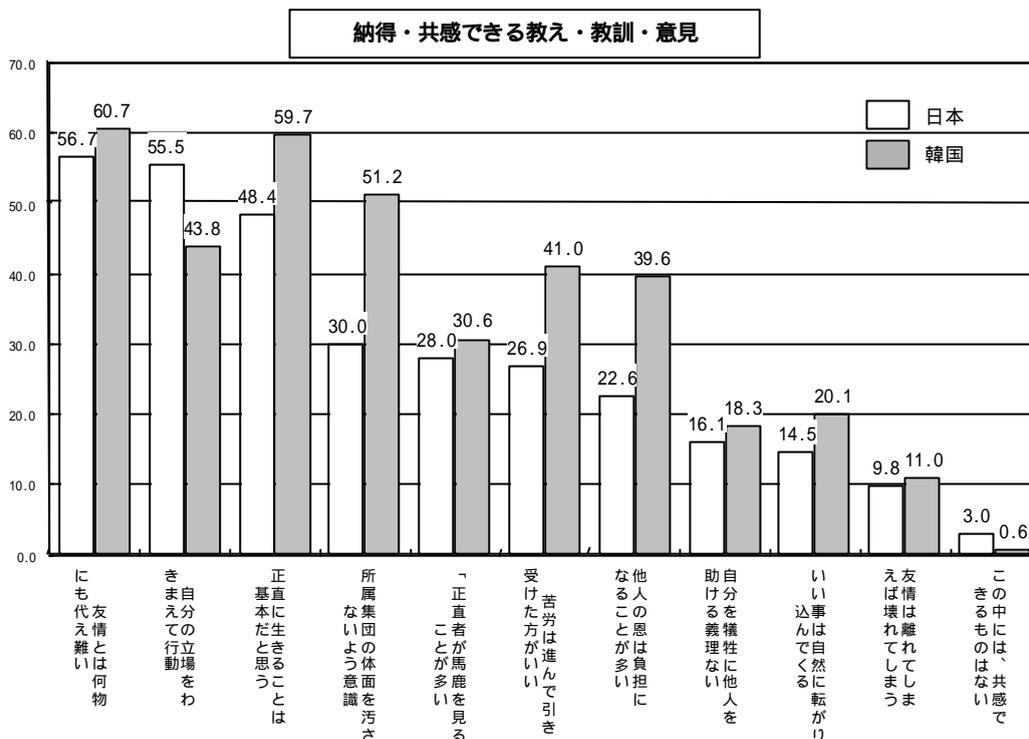
普段からこころがけていること（複数選択）



「苦勞は進んで引き受けた方がいい」日本人：26.9%、韓国人：41.0%

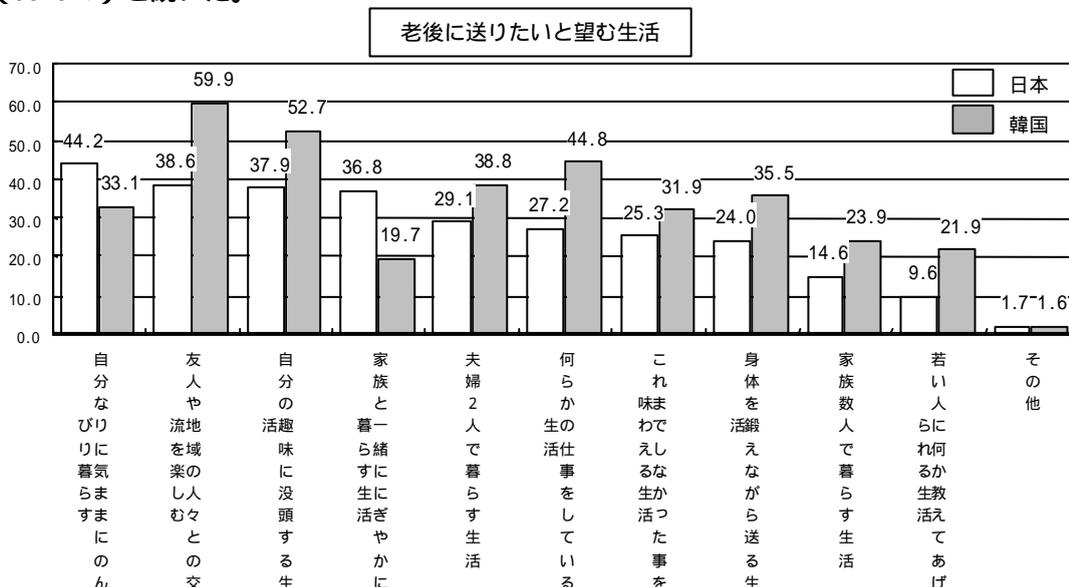
「教へ・教訓・意見」の例をあげて「本音として納得したり共感できるもの」をたずねたところ（複数選択）日本人は「友情とは何者にも代え難い」（56.7%）、「自分の立場をわきまえて行動」（55.5%）、「正直に生きることは基本だと思う」（48.4%）の順に多かった。一方韓国人は「友情とは何物にも代え難い」（60.7%）、「正直に生きることは基本だと思う」（59.7%）、「所属集団の体面を汚さないよう意識」（51.2%）の順に多かった。

日本人よりも韓国人の方が共感する人が多かったのは「所属集団の体面を汚さないよう意識」、「苦勞は進んで引き受けた方がいい」（日本人：26.9%、韓国人：41.0%）、「他人の恩は負担になることが多い」（日本人：22.6%、韓国人：39.6%）などで、15～20ポイント以上の大きな差が見られた。



「老後に送りたい生活」日本人「気ままにのんびり」、韓国人「友人や地域の人々との交流を」

例をあげて「老後に送りたいと望む生活」をたずねたところ（複数選択）日本人は「自分なりに気ままにのんびり暮らす」（44.2%）、「友人や地域の人々との交流を楽しむ」（38.6%）、「自分の趣味に没頭する生活」（37.9%）、「家族と一緒ににぎやかに暮らす」（36.8%）の順に多かった。一方韓国人は「友人や地域の人々との交流を楽しむ」（59.9%）、「自分の趣味に没頭する生活」（52.7%）が半数を超えており、以下「何らかの仕事をしている生活」（44.8%）、「夫婦2人で暮らす生活」（38.8%）と続いた。



調査概要および調査対象プロフィール

調査概要

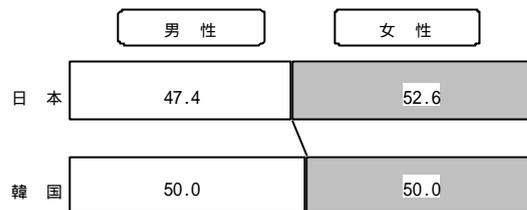
調査対象 : 13~69歳の男女
調査地域 : 日本全国・韓国（ソウル・釜山・光州）
標本数・有効回答数

	標本数	有効回答数	有効回答率
日本	3000	2008	66.9%
韓国	1000	1000	100.0%
合計	4000	3008	75.2%

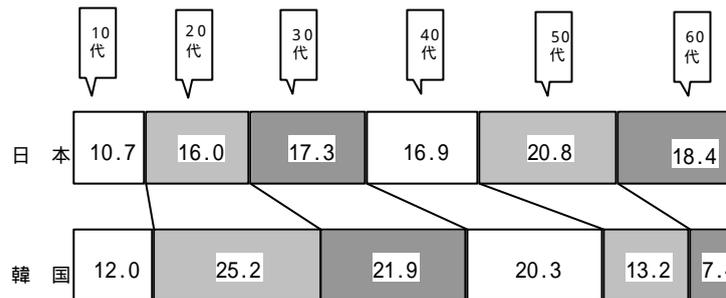
標本抽出方法 : 層化2段無作為抽出法
調査方法 : 訪問留置訪問回収法
調査期間 : 2001年10月18日~11月4日
調査主体 : アサヒビール株式会社

調査対象プロフィール

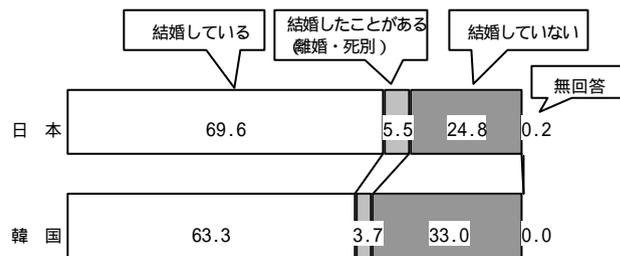
【男女比】



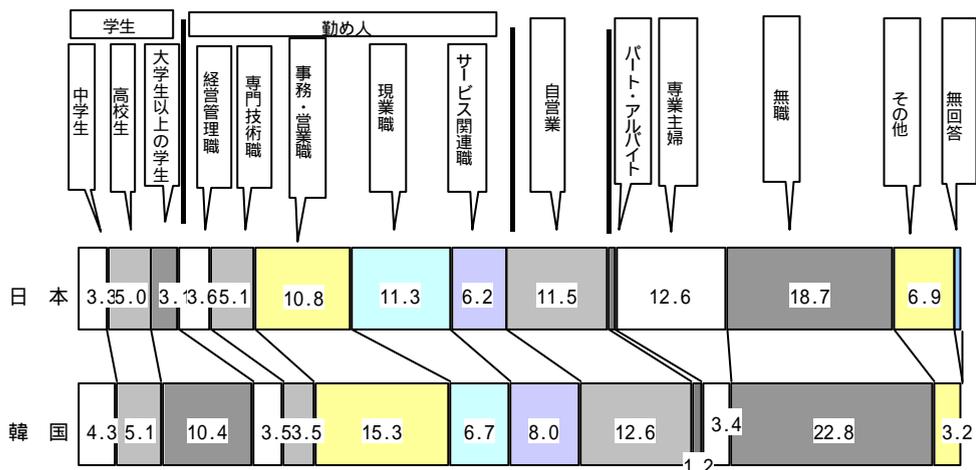
【年齢構成比】



【既婚・未婚比】



【職業別構成比】



当報道資料目次】

サマリー

調査結果概要

日本人・韓国人の「幸せ意識」比較

- ・「自信や誇りが幸せに必要不可欠」日本人 :45.4%、韓国人 :73.8%
- ・「自己犠牲をしても尽くしたい相手がいると非常に幸せ」日本人 :13.5%、韓国人 28.0%
- ・「幸せをイメージする国」の1位、日本人は「日本」、韓国人は「スイス」
- ・「居住空間で幸せを感じる場所」は日本人「浴室」「庭」「リビング」、韓国人「庭」「縁側」「寝室」
- ・「幸せをイメージするアルコール類」日本人は「ビール」、韓国人は「焼酎」
- ・「酒は家で飲む方が好き」日本人 :50.4%、韓国人 26.6%

日本人・韓国人の「生活意識」比較

- ・生活満足は日本人、生活にはりあいを感じているのは韓国人
- ・「人は人と割り切る」日本人 :48.6%、「いつも明るい気分である」韓国人 :50.7%
- ・「苦労は進んで引き受けた方がいい」日本人 :26.9%、韓国人 :41.0%
- ・「老後に送りたい生活」日本人「気ままにのんびり」、韓国人「友人や地域の人々との交流を」

調査概要および調査対象プロフィール

【アサヒビール お客様生活文化研究所について】

アサヒビール(株)は、一昨年10月「2001年~2004年のグループ中期経営計画」を策定し、グループ経営力強化のための新たな組織として、「お客様生活文化研究所」を設立しました。お客様の嗜好やライフスタイルの変化を調査・研究し、新商品および新規事業開発に活用することを目的としています。

当報道資料に関するお問い合わせ先

アサヒビール株式会社 広報部

(03)5608-5126

アサヒビール株式会社 お客様生活文化研究所

(03)3498-1810